

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยว
มุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

พฤษภาคม 2566

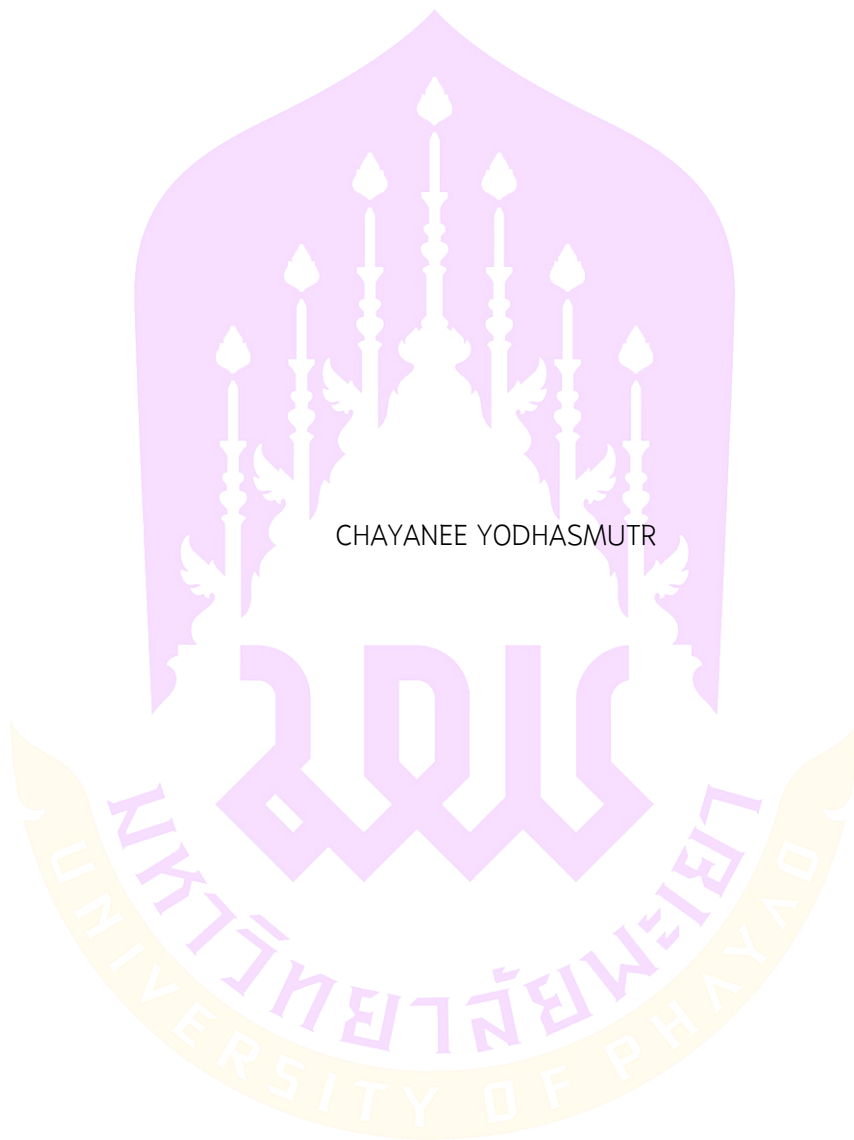
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน
กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม
พฤษภาคม 2566
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

STRATEGIC PLAN FOR HALAL TOURISM DEVELOPMENT FOR MUSLIM MARKETS IN
BANGKOK, THAILAND AND THE PILOT PROJECT AT BANG OR MOSQUE COMMUNITY,
BANG PHAT DISTRICT.



A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy Degree in Tourism and Hotel Management
May 2023
Copyright 2023 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน

กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด

ของ ชญาณี โยธาสุมุท

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุมนะ เตชะคณา)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. พยอมน ธรรมบุตร)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา

(ดร. ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. รักษิต สุทธิพงษ์)

- เรื่อง:** แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด
- ผู้วิจัย:** ชญานิ โยธาสุมุท, วิทยานิพนธ์: ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2565
- อาจารย์ที่ปรึกษา:** รองศาสตราจารย์ ดร. พยอัม ธรรมบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา
- คำสำคัญ:** การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, แผนยุทธศาสตร์, แบรินด์การท่องเที่ยวฮาลาล

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. แสวงหาคำศัพท์ของกรุงเทพมหานครในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน 2. สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวของกรุงเทพมหานคร 3. ประเมินผลการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวในโครงการนำร่องในชุมชนใน กรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยหลักและมีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นงานวิจัยสนับสนุน เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบตรวจสอบชุมชนศึกษา แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย ข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 32 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ข้อมูลเชิงคุณภาพได้รับการเก็บ วิเคราะห์ด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า และการวิเคราะห์เนื้อหา เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถาม คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน นักท่องเที่ยว กลุ่มละ 100 คน

ผลการวิจัยพบว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของประชากร ตลอดจนศักยภาพด้านกิจกรรมเพื่อปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและด้านการพัฒนาจิตใจ แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย มีวิสัยทัศน์ในรูปของการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ให้เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวฮาลาลของอาเซียน โดยมีตำแหน่งของการตลาดที่โดดเด่น (Positioning) 4 ด้าน คือ ตำแหน่งที่ 1 ท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ วิถีชีวิตริมสายน้ำที่กรุงเทพมหานคร เวนิสตะวันออก ตำแหน่งที่ 2 ท่องเที่ยวฮาลาลที่กรุงเทพมหานครเชิงวิถีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตำแหน่งที่ 3 ท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ตำแหน่งที่ 4 เยือนกรุงเทพมหานคร สัมผัสศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หลายยุคสมัย ร่วมอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ศาสนาอิสลามและปฏิบัติจิตตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม ส่วนผลการประเมินโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพอใจในการท่องเที่ยวฮาลาล ณ ชุมชนมุสลิมแห่งนี้ โดยมีโอกาสศึกษาศิลปะ สถาปัตยกรรมของมัสยิดบางอ้อ การร่วมพิธีกรรมทางศาสนา การฝึกปรุงอาหารฮาลาล ตลอดจนการเยี่ยมชมหมู่บ้านฮาลาลกลาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งต้อนรับอย่างฉันทมิตร ในส่วนของชุมชนมัสยิดบางอ้อ พบว่าการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฮาลาลในมัสยิดบางอ้อทำให้มีแผนที่นำทางในการพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้ออย่างยั่งยืน

Title: STRATEGIC PLAN FOR HALAL TOURISM DEVELOPMENT FOR MUSLIM MARKETS IN BANGKOK, THAILAND AND THE PILOT PROJECT AT BANG OR MOSQUE COMMUNITY, BANG PHAT DISTRICT.

Author: Chayanee Yodhasmutr, Dissertation: Ph.D. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao, 2022

Advisor: Professor Dr. Payom Dhamabutra Co–advisor Assistant Professor Dr.Kannapa Pongponrat Chieochan Professor Dr.Seri Wongmonta

Keywords: Strategic Plan Halal Tourism Brand Development

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: Bangkok has outstanding resource and sustainable management potentials as well as people participation and environmental awareness activities potentials. In terms of the Vision, Bangkok will be the World Halal Tourism Hub with 4 positionings : Position 1: River Cruising in Bangkok, Venice of the East, Position 2: Visit Bangkok, vibrant creative Economy City, Position 3: Come to Bangkok: World cosmopolitan City to live with people in the peaceful multi–cultural society, Position 4 visit Bangkok, splendid city of Art and cultural Heritage. 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.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ เนื่องจากผู้มีอุปการคุณทั้งหลายโดยได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ กรรมการที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ช่วยให้คำแนะนำสั่งสอน พิจารณาตรวจสอบข้อมูลและปรับแก้ไขวิทยานิพนธ์เล่มนี้จน เสร็จสมบูรณ์เรียบร้อย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ผู้มีพระคุณทั้งสามท่านเป็นอย่างสูง

อีกทั้งวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์ส่วนหนึ่งจากมหาวิทยาลัย พะเยา ผู้วิจัยขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชณะ เตชคณา ประธานสอบวิทยานิพนธ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร พร้อมทั้งอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิในการ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภาภรณ์ ภู่วัฒนกุล รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา วัฒนาณรงค์ รองศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชัย นิรัญทวี ดร.ธารินทร์ รสานนท์ และผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. ศิริพร แพรศรี และพร้อมกันนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ที่สอนในหลักสูตรทุก ท่าน เจ้าหน้าที่ทุกคนที่คอยอำนวยความสะดวกทุกๆด้าน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่มีส่วนร่วมให้ความร่วมมืออย่างดีในการจัดทำ ข้อมูลวิจัยเล่มนี้ทุกท่าน และบุคคลที่สำคัญอีกกลุ่มคือเพื่อนรหัส 60 และรุ่นพี่ รุ่นน้อง มหาวิทยาลัยพะเยา รวมถึงเพื่อนมหาวิทยาลัยรังสิต ทุกท่านที่คอยได้ถาม สนับสนุนช่วยเหลือ และให้กำลังใจกันมาตลอดการศึกษานี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณต่อพระเจ้าและครอบครัว คือ มารดา บิดา พี่สาว น้องสาว และญาติมิตรในครอบครัวทุกท่านที่คอยสนับสนุนทุนการศึกษา ช่วยเหลือและเป็นที่ กำลังใจในการศึกษาครั้งนี้ เพราะทุกท่านล้วนเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนให้ข้าพเจ้าได้รับโอกาสทาง การศึกษาในระดับดุษฎีบัณฑิตอันทรงเกียรติ ณ มหาวิทยาลัยพะเยาแห่งนี้ ขอขอบพระคุณเป็น อย่างสูง

ชญาณี โยธาสุมทร

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
คำถามวิจัย	8
ขอบเขตของการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
ประโยชน์ที่จะได้รับการจากการวิจัย	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
ทฤษฎีด้านสังคมวิทยา.....	13
ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์.....	23
แนวคิดการพัฒนายั่งยืน.....	36
ความหมายการพัฒนายั่งยืน.....	36
แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์.....	38
แนวคิดด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.....	48
การท่องเที่ยวสุขภาพ	80

แผนพัฒนาของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	136
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	159
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	174
วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ	176
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	176
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	176
การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ	177
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	178
วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ	181
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	181
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ	182
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ	184
การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ.....	184
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	185
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	185
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	187
รายงานผลการวิจัยเชิงคุณภาพ	187
รายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	346
บทที่ 5 บทสรุป	433
สรุปผลการวิจัย	433
อภิปรายผลการวิจัย	474
ข้อเสนอแนะ.....	491
บรรณานุกรม	493
ภาคผนวก	501

ภาคผนวก ก แบบรายงานการตรวจสอบการศึกษาชุมชน	501
ภาคผนวก ข การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว	506
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย	510
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล.....	516
ภาคผนวก จ แบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ	518
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถามความคิดเห็นของเอกชน	529
ภาคผนวก ช แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชน	541
ภาคผนวก ซ แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว	552
ภาคผนวก ฌ แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชุมชนมัลติคบางอ้อ	564
ประวัติผู้วิจัย	568



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	27
ตาราง 2 จำนวนประชากรมุสลิมจำแนกตามศาสนาและเพศในกรุงเทพมหานคร	125
ตาราง 3 ร้อยละของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนาและสัญชาติ.....	125
ตาราง 4 จำนวนมัสยิดในกรุงเทพมหานครแบ่งตามเขต พ.ศ. 2556	126
ตาราง 5 แสดงสถิติจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร	199
ตาราง 6 แสดงอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2564-2565	212
ตาราง 7 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ พ.ศ. 2564-2565	212
ตาราง 8 แสดงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทยและชาวต่างชาติ พ.ศ. 2564-2565.....	212
ตาราง 9 จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2564- 2565	214
ตาราง 10 มัสยิดในกรุงเทพมหานคร รายชื่อมัสยิดที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร.....	222
ตาราง 11 แสดง SWOT และ TOWS ของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	339
ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	348
ตาราง 13 แสดงจำนวนร้อยละของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	352
ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	354
ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	355
ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร	356

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร	357
ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านมหกรรม ปรากฏการณ์ที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร.....	358
ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านกิจกรรมในกรุงเทพมหานคร.....	359
ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากร ท่องเที่ยวด้านบริการในกรุงเทพมหานคร	360
ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์จุดแข็ง ของการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	362
ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์จุดอ่อน ของการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	364
ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์โอกาส ของการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	366
ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์ อุปสรรคของการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร.....	367
ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของศักยภาพในการ พัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	368
ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของวิสัยทัศน์ในการ พัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	372
ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นยุทธศาสตร์ในการ พัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	376
ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร	377

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและ กระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนในการพัฒนากองท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ...	382
ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคมในการพัฒนากองท่องเที่ยวฮาลาล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	388
ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจในการพัฒนากอง ท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร	392
ตาราง 32 ตารางแสดง TOWS ของชุมชนมัลลียิตบางอ้อ	413
ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง	425
ตาราง 34 แสดงค่าความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	427
ตาราง 35 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน	447
ตาราง 36 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนา เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร และการกระจายรายได้สู่ชุมชน	449
ตาราง 37 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคม และชุมชน	451
ตาราง 38 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์ วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ	453
ตาราง 39 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	470
ตาราง 40 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชน มัลลียิตบางอ้อแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่าง ยั่งยืน	471
ตาราง 41 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อ พัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน	472

ตาราง 42 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อ พัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน	473



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 แสดงส่วนประกอบ และขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์.....	42
ภาพ 2 การจำแนกประเภทการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ	60
ภาพ 3 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's	72
ภาพ 4 การจัดตำแหน่งทางการตลาด	72
ภาพ 5 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)	173
ภาพ 6 กรอบการวิจัย (Research Framework).....	175
ภาพ 7 แผนที่กรุงเทพมหานคร	189
ภาพ 8 แผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน	206
ภาพ 9 แม่น้ำเจ้าพระยา	229
ภาพ 10 แสดงคลองบางกอกใหญ่.....	231
ภาพ 11 คลองบางกอกน้อย	233
ภาพ 12 สวนลุมพินี	235
ภาพ 13 แสดงสวนหลวง ร.9	236
ภาพ 14 คลองบางกระเจ้า	238
ภาพ 15 ซาฟารีเวิลด์.....	239
ภาพ 16 สวนสยาม	241
ภาพ 17 สวนน้ำโพโรโระ อควาพาร์ค กรุงเทพ	243
ภาพ 18 SEA LIFE โลกใต้ท้องทะเลบางกอก.....	244
ภาพ 19 พระบรมมหาราชวัง.....	245
ภาพ 20 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม	248
ภาพ 21 มัสยิดต้นสน	250

ภาพ 22 มัสยิดฮารูน	252
ภาพ 23 มัสยิดบางหลวง	253
ภาพ 24 มัสยิดบางอ้อ	254
ภาพ 25 สถาบันคิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย	256
ภาพ 26 พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	257
ภาพ 27 มิวเซียมสยาม	258
ภาพ 28 พิพิธภัณฑ์สวนงู	260
ภาพ 29 สถานเสาวภา	261
ภาพ 30 ย่านเมืองเก่าเกาะรัตนโกสินทร์	263
ภาพ 31 ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร	265
ภาพ 32 ย่านเยาวราช	266
ภาพ 33 ย่านค้าเก่าแก่บางลำพู ถนนข้าวสาร ท่าพระจันทร์	268
ภาพ 34 ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด	270
ภาพ 35 ถนนอาหาร	272
ภาพ 36 ไนท์บาซ่า	273
ภาพ 37 ตลาดฮาลาลเจริญกรุง	274
ภาพ 38 ตลาดพลู	276
ภาพ 39 ตลาดนัดจตุจักร	277
ภาพ 40 ตลาดวังหลัง	279
ภาพ 41 ประเพณีสงกรานต์	281
ภาพ 42 ประเพณีลอยกระทง	282
ภาพ 43 ประเพณีเทศกาลถือศีลออกบวช	285
ภาพ 44 ประเพณีวันตรุษอีดิลฟิฏรี	287
ภาพ 45 ประเพณีกวนข้าวอาชูรอ	289

ภาพ 46 พิธีละหมาด.....	291
ภาพ 47 เทศกาลอาหารฮาลาล	293
ภาพ 48 เทศกาลอาหารไทย.....	295
ภาพ 49 เทศกาลอาหารนานาชาติ.....	296
ภาพ 50 เทศกาลอาหารทะเล.....	298
ภาพ 51 เทศกาลผลไม้	300
ภาพ 52 เทศกาลอาหารฮาลาล	301
ภาพ 53 มหกรรมวิชาการ Thailand Halal Assembly.....	302
ภาพ 54 มหกรรมงานดนตรี	303
ภาพ 55 งานแสดงสินค้าแห่งเอเชีย.....	304
ภาพ 56 งานกีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 32.....	305
ภาพ 57 งานเมาลิดกลาง	307
ภาพ 58 ชุมชนยะวา วิถีมุสลิมกลางกรุง	310
ภาพ 59 ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์.....	311
ภาพ 60 ชุมชนมัสยิดตึกดิน.....	313
ภาพ 61 ชุมชนมัสยิดมหานาค.....	314
ภาพ 62 ชุมชนฮิฟอินอินทรีฟาร์มเวิลด์พอเพียง	315
ภาพ 63 พิธีละหมาดในมัสยิดโบราณกรุงเทพมหานคร	316
ภาพ 64 พิธีถือศีลอดในกรุงเทพมหานคร	317
ภาพ 65 ซอปปิงศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์.....	318
ภาพ 66 ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์.....	320
ภาพ 67 เส้นทางรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน	323
ภาพ 68 Al Meroz Hotel Bangkok	325
ภาพ 69 Aleaf Bangkok Hotel	326

ภาพ 70 Nouvo City Hotel.....	327
ภาพ 71 Bed By City Hotel.....	328
ภาพ 72 @Ram 21 Place.....	329
ภาพ 73 Darul Hijroh Hotel.....	330
ภาพ 74 Zayn Hotel	331
ภาพ 75 Fat Lamb BKK.....	332
ภาพ 76 Origami Japanese Restaurant.....	333
ภาพ 77 Al Sa ray.....	334
ภาพ 78 Makan Cuisine	335
ภาพ 79 Royal Indian Paragon.....	336
ภาพ 80 ที่ตั้ง ชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร.....	398
ภาพ 81 หอรุ่ม.....	402
ภาพ 82 ข้าวอาชูรอ.....	402
ภาพ 83 กุหลาบย้านู.....	403
ภาพ 84 กรอกจิ้มคั่ว.....	404
ภาพ 85 แกงกะباب.....	405
ภาพ 86 ฮารีรายอ.....	407
ภาพ 87 อาคาร 100 ปี.....	411
ภาพ 88 คณะกรรมการประจำมัสยิดบางอ้อ กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2563 – 2567	418
ภาพ 89 ภาพแผนผังการท่องเที่ยวยุทธศาสนมัสยิดบางอ้อ.....	420
ภาพ 90 แสดงกำหนดการเยี่ยมชมมัสยิดบางอ้อ.....	421
ภาพ 91 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์โดยใช้รูปแบบการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (SEA)	440

ภาพ 92 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	442
ภาพ 93 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	443
ภาพ 94 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	444
ภาพ 95 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	445
ภาพ 96 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	446
ภาพ 97 ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมุสลิมบาง อ้อ	465
ภาพ 98 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมุสลิมบาง อ้อ	466
ภาพ 99 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมุสลิมบาง อ้อ	467
ภาพ 100 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมุสลิมบาง อ้อ	468
ภาพ 101 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมุสลิมบาง อ้อ	469

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของโลก เป็นอุตสาหกรรมที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการพยากรณ์จากองค์การการท่องเที่ยวโลกไว้ว่า ในปี 2573 จะมีนักท่องเที่ยวนานาชาติจากทั่วโลกมากถึง 1,800 ล้านคน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดมาจากแถบยุโรป มากถึง 717 ล้านคน และแถบเอเชียตะวันออกและ แปซิฟิก เป็นอันดับรองลงมา มีจำนวนนักท่องเที่ยว 397 ล้านคน (World tourism Organization, 2015) จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าภูมิภาคนี้เป็นภูมิภาคยอดนิยมที่มีแนวโน้มอัตราการเดินทางท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จุดเด่นประการต่อมาคือที่ตั้งที่อยู่กึ่งกลางระหว่างทวีปยุโรปและออสเตรเลียและเอเชียตะวันออกใกล้เส้นทางการค้า ดังนั้น หนึ่งในประเทศที่มีความโดดเด่นในภูมิภาคนี้ ก็คือประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ครบครันและหลากหลาย มีการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว จากสถิติโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกๆปี โดยในปี พ.ศ. 2560 มีนักท่องเที่ยว 35,381,210 คน ก่อให้เกิดรายได้ 1,824,042.35 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว, 2559) ตัวเลขดังกล่าวส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและนำเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาพัฒนาประเทศ

แต่อย่างไรก็ตามตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษ ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบัน แต่ไม่บั่นทอนความต้องการของคนรุ่นต่อไป ดังนั้น การพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะมีการพัฒนาควบคู่ไปกับการไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม การสร้างระบบการท่องเที่ยวต่างๆส่งผลกระทบในระดับสากล จึงเกิดการประกาศปฏิญญาสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda21) ณ กรุงรีโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล และต่อมาในปี 2545 มีการประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (The World Summit on Sustainable Development: WSSD) ณ เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ โดยมีสาระสำคัญ คือ ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ 180 ประเทศ (รวมประเทศไทย) จะต้องร่วมมือกันเป็นหุ้นส่วนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในศตวรรษที่ 21

(คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ, 2545) และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการจัดทำเป้าหมายของการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (Millennium Development Goals: MDGs) (สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2556) และในปี พ.ศ. 2558 องค์การสหประชาชาติ(UN) เป็นปีสากลแห่งการเริ่มต้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน และกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ว่า Sustainable Development Goals (SDGs 17) ประกอบด้วย 17 เป้าหมายของการพัฒนาที่สมดุลในด้านต่างๆ ด้วยเหตุนี้ ประเทศต่างๆ ทั่วโลกที่ต้องการการพัฒนาที่ควบคู่ไปกับความยั่งยืน จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการที่ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งในด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาทางด้านจิตใจ

ประเทศไทยเริ่มจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2502 ในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ถัดมาในปี พ.ศ. 2504 มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 มีระยะเวลาของแผน 6 ปี (พ.ศ. 2504–2509) โดยเน้นการปูพื้นฐานเพื่อเร่งรัดพัฒนาประเทศด้านเศรษฐกิจ โดยเน้นการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure Facilities) รวมถึงโครงการบริการต่างๆ (Service Project) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่อไป มีระยะเวลาของแผน 5 ปี แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2510 – 2514) เน้นการพัฒนาสังคม ยกกระดับมาตรฐานการครองชีพ ขยายพลังการผลิตรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ กระจายการพัฒนาและเร่งรัดการพัฒนาสู่ชนบท แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2515– 2519) เน้นด้านการกระจายความเจริญสู่ชนบท พยายามลดช่องว่างคนรวยกับคนจน ขยายการผลิตและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ เน้นให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศและให้ความสำคัญกับการวางแผนครอบครัวและการมีงานทำเป็นครั้งแรก

แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520– 2524) เน้นการกระจายการพัฒนาในรูปแบบภาคและภูมิภาคเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรม มีโครงการผันเงิน อาสาพัฒนาชนบท การสร้างงานในชนบท (กสช) โดยมีการเน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่สูญเสียไป แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 – 2529) เน้นการแก้ปัญหาความยากจน โดยกำหนดพื้นที่ตามระดับความยากจน มีพื้นที่เป้าหมายคือ ชนบทยากจนทั่วประเทศ 286 อำเภอ และรักษาวินัยทางการเงิน การคลังแก้ปัญหาการขาดดุลการค้า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534) เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมให้

เอกชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนามากขึ้น เน้นให้มีการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคและชนบทมากขึ้น แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535 - 2539) มุ่งเน้นการสร้างสมดุลทางเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) เน้นเรื่องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เน้นการวางแผนพัฒนาแบบองค์รวมหรือบูรณาการระหว่างเศรษฐกิจกับสังคมเข้าด้วยกัน มุ่งเน้นความเป็นไทย และสามารถแข่งขันในเวทีโลกได้ แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2544 - 2549) เป็นแผนที่มีปรัชญาการพัฒนาบริหารประเทศตามกระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เรื่องเศรษฐกิจแบบพอเพียง มุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วยการวางรากฐานการพัฒนาประเทศให้เข้มแข็งยั่งยืน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) เน้นการพัฒนาสู่ "สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน คนไทยมีคุณธรรม นำความรู้ รู้ทันโลก ครอบคลุมอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรชาติมีความยั่งยืน อยู่ภายใต้ระบบบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2559) เน้นการพัฒนาให้เกิด "สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขด้วยความเสมอภาคเป็นธรรมและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง" และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยึดหลักและประยุกต์การใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม การพัฒนาที่ยึดหลักสมดุล ยั่งยืนกระจายรายได้และพัฒนาอย่างเท่าเทียม มีระบบนิเวศที่ดี สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

ทั้งนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศไทย 4.0 (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งมีแนวคิดที่จะปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เป็น Value - Based Economy หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมเพื่อมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) เพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่

เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) สามารถใช้เป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดหวังได้อย่างแท้จริง

กลุ่มตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมเป็นตลาดที่มีศักยภาพและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันศักยภาพของตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมเป็นที่จับตามองมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หากเทียบอัตราประชากรมุสลิมในโลกปัจจุบัน มีประชากรมุสลิม 1.57 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรโลก อินโดนีเซียมีประชากรมุสลิมมากถึง 203 ล้านคน จากประชากรในประเทศ 243 ล้านคน ประเทศมาเลเซีย 17 ล้านคน ปากีสถาน 174 ล้านคน อินเดีย 161 ล้านคน บังกลาเทศ 145 ล้านคน ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่รวมกันถึง 300 ล้านคน เช่น จีน มีมุสลิมอยู่ 22 ล้านคน รัสเซีย 16 ล้านคน และเยอรมัน 4 ล้านคน นักท่องเที่ยวมุสลิมกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายอยู่ในระดับสูง ซึ่งถือเป็นการเปิดโอกาสให้ธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีรายงานโดย Master card & Crescent rating Global Muslim Travel Index 2017 ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีมุสลิม ได้มีการกำหนดดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก รายงานว่ามีประชากรชาวมุสลิมที่เดินทางในปี 2559 จำนวน 121 ล้านคน และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเพิ่มขึ้นในปี 2563 จำนวน 156 ล้านคน สร้างรายได้ 2.2 แสนล้านเหรียญสหรัฐ และจะเพิ่มขึ้นเป็น 3 แสนล้านเหรียญ ในปี 2569 ซึ่งสาเหตุของการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ เนื่องจาก ในปัจจุบันประชากรชาวมุสลิมเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการเติบโตของผู้มีรายได้ระดับกลางเพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนผู้มีรายได้หลังหักภาษีมีจำนวนสูงขึ้น ประชากรมุสลิมทั่วโลกเริ่มเข้าสู่สังคมประชากรรุ่นเยาว์ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

อนึ่ง แนวโน้มการขยายตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม (Muslim Friendly Destination) เพิ่มมากขึ้น การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ และการท่องเที่ยวช่วงเดือนรอมฎอน จากการวิจัยของ Crescent rating ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในสิงคโปร์ร่วมกับ Dinar Standard บริษัทในสหรัฐอเมริกาที่ติดตามในวิถีชีวิตของมุสลิมพบว่า ปี 2554 นักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีมูลค่าตลาด 126,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตขึ้นไปอีกในปี 2563 อีกร้อยละ 4.8 ต่อปี จากการสรุป

ข้อมูลตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมโลกจากรายงาน Master card & Crescent rating Global Muslim Travel Index 2017 มีการสำรวจการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางไปยังประเทศยอดนิยมที่เป็นสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) 10 อันดับ ได้แก่ อันดับหนึ่ง มาเลเซีย (82.5 คะแนน) อันดับสอง สาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (76.9 คะแนน) อันดับสาม อินโดนีเซีย (72.8 คะแนน) อันดับสี่ ตุรกี (72.4 คะแนน) อันดับห้า ซาอุดีอาระเบีย (71.4 คะแนน) อันดับหก กาตาร์ (70.5 คะแนน) อันดับเจ็ด โมร็อกโก (68.1 คะแนน) อันดับแปด โอมาน (67.9 คะแนน) อันดับเก้า บาห์เรน (67.9 คะแนน) และอันดับสิบ อิหร่าน (66.8 คะแนน) นอกเหนือจากนี้ยังมีกลุ่มประเทศที่ไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม (Non – OIC) ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม 10 อันดับ คือ อันดับหนึ่ง สิงคโปร์ (67.3 คะแนน) อันดับสอง ประเทศไทย (61.8 คะแนน) อันดับสาม สหราชอาณาจักร (60.0 คะแนน) อันดับสี่ อเมริกาใต้ (53.6 คะแนน) อันดับห้า ฮ่องกง 53.2 คะแนน อันดับหก ญี่ปุ่น (52.8 คะแนน) อันดับเจ็ด ไต้หวัน (52.4 คะแนน) อันดับแปด ฝรั่งเศส (52.1 คะแนน) อันดับเก้า สเปน (48.8 คะแนน) และอันดับสิบ สหรัฐอเมริกา (48.6 คะแนน)

จากการเข้าสู่ AEC ในปี 2558 อินโดนีเซียเป็นโอกาสที่เพิ่มขึ้นในการสร้างรายได้เข้าสู่ไทย เพราะนอกจากอินโดนีเซียจะเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลกแล้วยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ในอาเซียนอีกด้วย โดยร้อยละ 20 ของจำนวนมุสลิมในประเทศอินโดนีเซีย หรือจำนวน 40 ล้านคน เศรษฐกิจอินโดนีเซียเติบโตขึ้นร้อยละ 6.2 ต่อปี ประเทศอินโดนีเซียจัดอยู่ในกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและนิยมเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยมีหลายประเทศพยายามเจาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย เพราะเห็นศักยภาพในขนาดของตลาดที่ใหญ่และมีกำลังซื้อสูง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นพิเศษเพิ่มเติม นับเป็นตลาดที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว (Niche Market) เช่น อาหารฮาลาล เป็นอาหารที่ได้รับการยอมรับและได้รับมาตรฐานฮาลาล ซึ่งระดับความเคร่งครัดของชาวมุสลิม เป็นไปตามความแตกต่างในการดำรงชีวิต ขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่อาศัยอยู่ มีห้องชำระล้างที่เหมาะสม ชาวมุสลิมต้องใช้น้ำในการชำระล้างร่างกาย จึงมีข้อกำหนดมากกว่าคนทั่วไป มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นฮาลาล กิจกรรมบางประเภทอาจยังไม่ถูกต้องเหมาะสมหรือเป็นที่อนุมัติในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิม มีห้องละหมาด 63% ของชาวมุสลิมจะทำละหมาด 5 ครั้งต่อวันในวันปกติ และจะทำ 3 ครั้งต่อวันในกรณีชาวมุสลิมเดินทาง มีการบริการในช่วงเดือนรอมฎอน ซึ่งเป็นเดือนถือศีลอดของชาวมุสลิม ด้านสันชนาการสร้างความบันเทิงรื่นเริงต่างๆในศาสนาอิสลาม อาจมีข้อจำกัดเพื่อให้สอดคล้อง

กับหลักศาสนา มีการบริการที่เป็นส่วนตัว ชาวมุสลิมให้ความสำคัญกับการบริการแบบเป็นส่วนตัว และให้ความสำคัญกับการแยกระหว่างเพศชายกับเพศหญิง และมีที่พักตามหลักฮาลาล สิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน

กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและด้านการท่องเที่ยวของเอเชียตะวันออกเฉียง (South East Asia Hub) ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในอนาคตได้ด้วยความได้เปรียบเชิงที่ตั้ง เป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ และทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในหลากหลายปัจจัย ทั้งนี้ ประเทศไทยมีแผนพัฒนาประเทศไทย 4.0 Thailand ซึ่งเป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ และกับดักความไม่สมดุล พร้อมกับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ประเทศในโลกรุ่นหนึ่ง ที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในบริบทของโลกยุค The Fourth Industrial Revolution อย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายในควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” นอกจากนี้ยังมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะทำให้ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนเป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การจัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี เป็นการจําแนกแผนวิสัยทัศน์เพื่อการพัฒนากรุงเทพมหานครไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรม สามารถนำพากรุงเทพมหานครให้เจริญเติบโต ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงสู่ประชาคมอาเซียน (ASEA Community) และท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของบริบทแวดล้อมในด้านต่างๆของกรุงเทพมหานครสู่การเป็นมหานครแห่งเอเชียในปี พ.ศ. 2575 อีกทั้งยังมียุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะสรรค์สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลไทยให้มีมาตรฐานชั้นนำในตลาดฮาลาลโลกภายใต้หลักการศาสนารับรอง วิทยาศาสตร์รองรับ

จากการแพร่ระบาดของไวรัส Covid19 สร้างผลกระทบเป็นอย่างมาก มีผู้เสียชีวิตกว่า 1,700,000 คน ติดเชื้อมากกว่า 80,000,000 คน (ไทยรัฐนิวส์ไควด์, 26 ธันวาคม 2563) เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกในเชิงเศรษฐกิจ ชีววิทยารักษะชาติ จากปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบและสร้างความเสียหายในวงกว้าง การท่องเที่ยวหยุดชะงักเป็นระยะเวลานาน และใช้เวลาในการฟื้นฟูหลายปี และส่งผลอย่างเป็นลูกโซ่กับ Supply Chain เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกัน

ทั้งหมด เช่น การงดเที่ยวบินของทุกสายการบิน ส่งผลให้ปิดสนามบินทั่วทุกแห่ง แหล่งท่องเที่ยวไม่มีนักท่องเที่ยว ส่งผลต่ออุตสาหกรรมที่พัก แหล่งช้อปปิ้ง และสินค้าการ เป็นต้น

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความยิ่งใหญ่ของโลก ในสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ประเทศจีนมุ่งลงทางทิศใต้ และอินเดียมุ่งทางตะวันออก ส่งผลให้ยิ่งสร้างความเข้มแข็งเชิงพื้นที่ให้กรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลได้โดยที่ตั้ง จากผลกระทบการแพร่ระบาดของไวรัส Covid19 ที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้เห็นว่าประเทศไทยไม่มีแผนในยุทธศาสตร์การพัฒนาแบบยั่งยืน เพื่อรองรับสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้น ดังเช่นสถานการณ์ในปัจจุบัน ไวรัส Covid19 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวทุกฉบับ ยังไม่รองรับการระบาดของ Covid19 ดังนั้น จึงต้องมีการสร้างแผนพัฒนาที่มีความยืดหยุ่น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าควรสร้างแผนยุทธศาสตร์สำหรับสิ่งที่ไม่คาดฝัน เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคภัยต่างๆ เช่น Covid19 ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับสิ่งที่ไม่คาดฝันที่จะเกิดขึ้นในภายภาคหน้า โดยแผนดังกล่าวควรมีการนำเสนอแผนป้องกัน (Disaster Preparedness) จุดหมายปลายทาง (Destination) ที่คาดการณ์วางแผนที่ดีมักจะล้มเหลว ดังนั้น แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลจึงมีประโยชน์ในวงกว้างสำหรับประเทศไทย

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้ผู้วิจัยตระหนักและเห็นถึงความจำเป็นในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เนื่องจาก แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2575) มีเพียง 1 ข้อ คือยุทธศาสตร์ย่อยที่ 6.3 ที่กำหนดให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของโลก ตลอดจนยังขาดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฮาลาล อีกทั้งยังไม่มีแผนการบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับชาวไทยมุสลิม การศึกษาข้อกำหนดของศาสนาอิสลาม หลักฮาลาลและฮารอม สามารถนำมาเป็นแผนกลยุทธ์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่มาจากภาคต่างๆ ที่จะตอบสนองการท่องเที่ยวของพวกเขาด้วยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่พักรวมที่สอดคล้องตามหลักศาสนา ตลอดจนสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่บรรลุเป้าหมายจุดหมายปลายทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในปี พ.ศ. 2573

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

คำถามวิจัย

1. ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยเป็นอย่างไร
3. ผลการประเมินการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องเป็นอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยลงพื้นที่ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากร คือ กลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

2.1.1 ภาครัฐ ได้แก่ บุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนยุทธศาสตร์ในกรุงเทพมหานคร เช่น ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และหน่วยงานราชการต่างๆ ผู้แทนจากหน่วยงานรัฐบาล สถาบันฮาลาลจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.1.2 ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการภาคธุรกิจด้านการบริการการท่องเที่ยวฮาลาล เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร เป็นต้น สมาคมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว สมาคมด้านการท่องเที่ยว ฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักงานอิสลามประจำกรุงเทพมหานคร

2.1.3 ภาคประชาชน ได้แก่ ประชาชนที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2.1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

2.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้แทนภาครัฐจำนวน 8 คน ผู้แทนภาคเอกชน จำนวน 8 คน ผู้แทนประชาชน 8 คน และผู้แทนนักท่องเที่ยว 8 คน รวม 32 คน

2.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างจากประชากรจำนวน 4 กลุ่ม ดังนี้

2.3.1 ภาครัฐ ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างเลือกออกมาจำนวน 100 คน

2.3.2 ภาคเอกชน ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างเลือกออกมาจำนวน 100 คน

2.3.3 ภาคประชาชน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทน 100 คน

2.3.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมที่เข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.1 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาบริบทพื้นที่ ด้วยเครื่องมือเชิงคุณภาพ ได้แก่ รายการตรวจสอบชุมชนศึกษา (Community Study) แบบตรวจสอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism Resource Audit) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ SWOT Analysis ศักยภาพของพื้นที่ และกำหนดวิสัยทัศน์จากการวิเคราะห์ TOWS Matrix

3.2 กำหนดแผนยุทธศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

3.3 ประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในพื้นที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ ซอยจรัญสนิทวงศ์ 86 แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร (กองนโยบายและแผนงาน สำนักงานวางผังและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร, 2561)

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยมีคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องที่เห็นควรนำมาให้คำจำกัดความเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันดังนี้

อัลลอฮ์ หมายถึง พระเจ้าองค์เดียวที่ชาวมุสลิมทุกคนนับถือ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง อาทิ เพื่อการศึกษาหรือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยเป็นเหตุแห่งแรงจูงใจให้เดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมและสร้างประสบการณ์เรียนรู้ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมิใช่เป็นเพียงผู้สังเกตการณ์

การพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงทุกๆด้านอย่างธรรมชาติ นำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าหรือความทันสมัยที่มั่นคง ยั่งยืน โดยดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของสังคมนั้น ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง สังคม และวัฒนธรรม ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการการวางแผนที่ให้ความสำคัญกับการมองไปในอนาคตภายใต้การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการใช้ความสามารถในด้านต่างๆของจังหวัด เพื่อระดมทรัพยากรมาใช้และการพิจารณาถึงทางเลือกต่างๆอย่างรอบคอบและชัดเจนสามารถนำจังหวัดไปสู่ภารกิจและเป้าหมายที่วางไว้ การวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

แผนกลยุทธ์เพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่แสดงถึงทิศทางหรือแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต โดยมีนโยบายครอบคลุมในทุกด้าน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ซึ่งเป็นแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับนโยบายของการพัฒนาประเทศ เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนและรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง แผนยุทธศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

ฮาลาล เป็นคำภาษาอาหรับ มีความหมายว่า อนุมัติ เมื่อนำมาใช้ทางศาสนาจะแปลว่า สิ่งที่ศาสนาอนุมัติให้บริโภค

ฮารอม เป็นคำภาษาอาหรับ มีความหมายว่า สิ่งที่ศาสนาไม่อนุมัติให้กระทำเป็นสิ่งต้องห้ามที่ไม่ถูกต้องตามศาสนบัญญัติ

มุสลิม หมายถึง ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม ผู้ที่นอบน้อมและยอมจำนนต่ออัลลอฮ์ และนำเอาหลักการอิสลามมาถือเป็นแนวทางการดำเนินชีวิต

อิสลาม หมายถึง ศาสนาที่นำคำสั่งของอัลลอฮ์ที่มีอยู่ในคัมภีร์อัล-กุรอานและคำสอนที่ศาสนามุฮัมมัดมาเผยแผ่และปฏิบัติจนเป็นวิธีปฏิบัติและขนบธรรมเนียมประเพณีของการดำรงชีวิต

การท่องเที่ยวฮาลาล หมายถึง การบริการทางการท่องเที่ยวทั้งชาวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม และเกี่ยวเนื่องกับวิถีการปฏิบัติ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของชาวมุสลิมในพื้นที่ ซึ่งมีการจัดสร้างเส้นทางท่องเที่ยวฮาลาล

หลักชารีอะห์ หมายถึง กฎหมายอิสลามที่กล่าวถึงวิถีการดำเนินชีวิตของชาวมุสลิมในการดำรงชีวิต ตั้งแต่ตื่นเช้าจนถึงเข้านอน และตั้งแต่เกิดจนตาย รวมไปถึงหลักความเชื่อ แนวความคิด คำพูด การกระทำของมุสลิมล้วนเป็นไปตามหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม โดยเป็นไปตาม พระมหาคัมภีร์อัลกุรอาน และทำตามแบบฉบับของศาสนานบีมุฮัมมัด (ซ.ล.) หรือ ฮะดีส

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ภาครัฐ กรุงเทพมหานครสามารถนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลไปรวมกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครในภาพรวม
2. ภาคเอกชน ผู้ประกอบการของห่วงโซ่อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรม และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น สามารถนำแผนดังกล่าวไปกำหนดทิศทางของแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดของตนเอง
3. ประชาชน สามารถนำแผนดังกล่าวไปบูรณาการกับแผนพัฒนาท้องถิ่นของชุมชนในระดับอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบลและหมู่บ้าน
4. นักท่องเที่ยว สามารถนำแผนดังกล่าวไปวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเอง
5. สถาบันการศึกษาด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม สามารถนำแผนดังกล่าวไปพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนให้มีความทันสมัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมุสลิมบางอ้อ เขตบางพลัด” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎียุทธศาสตร์ แผนพัฒนาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยประเด็นที่ได้ศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีด้านสังคมวิทยา
 - 1.1 ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม
 - 1.2 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม
 - 1.3 ทฤษฎีกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
 - 1.4 ทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจาย
2. ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์
 - 2.1 เศรษฐศาสตร์ทุนนิยม
 - 2.2 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
 - 2.3 เศรษฐกิจยุติจิตัล
3. แนวคิดด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน
 - 3.1 แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน
 - 3.2 แนวคิดการบริหารการพัฒนา
4. แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 4.1 ความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์
 - 4.2 กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์
 - 4.3 การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว
 - 4.4 การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงกลยุทธ์
 - 4.5 แนวคิดการบูรณาการและมีส่วนร่วม
5. แนวคิดด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
 - 5.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 5.2 แนวคิดเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง
 - 5.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

- 5.4 รูปแบบของการท่องเที่ยว
- 5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยั่งยืน
- 5.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 5.7 การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 5.8 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 5.9 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- 5.10 แนวคิดด้านการตลาดการท่องเที่ยว
- 5.11 การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว
- 5.12 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 5.13 แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ.2030
6. การท่องเที่ยวฮาลาล
 - 6.1 แนวคิดเกี่ยวกับหลักศาสนบัญญัติของศาสนาอิสลาม
 - 6.2 แนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาล
 - 6.3 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563)
7. แผนพัฒนาของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
 - 7.1 ร่างยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)
 - 7.2 แผนพัฒนาประเทศไทย 4.0 (พ.ศ. 2560 – 2579)
 - 7.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)
 - 7.4 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)
 - 7.5 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570)
 - 7.5 แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2575)
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีด้านสังคมวิทยา

การวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด ในครั้งนี้เป็นการวิจัยทางสังคมศาสตร์ซึ่งมีพื้นฐานการศึกษาวิจัยตามรูปแบบกระบวนการทัศน์ของ 3 สำนักคิดหลัก ได้แก่ แนวคิดปฏิฐานนิยม (Positivism) และแนวคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenalism) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการวิจัยทางสังคมศาสตร์เชิงคุณภาพ และแนวคิดโครงสร้างนิยม (Structuralism) ซึ่งให้ความสนใจกับบริบทหรือสภาวะแวดล้อมทาง

สังคม กระบวนการกลุ่มและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (พิมลพรรณ อิศรภักดี, 2557) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural-Functionalism) และแนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) อันเป็นฐานของแนวคิดปฏิฐานนิยม (Positivism) เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการทัศน์ทางสังคมศาสตร์ ทั้ง 3 กระบวนทัศน์

ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology Theory)

สุภาวงศ์ จันทวานิช (2551) กล่าวว่า แนวคิดปรากฏการณ์นิยม คือการศึกษาในด้านสาขามนุษย์ศาสตร์ซึ่งสนใจชีวิตด้านในของมนุษย์จึงเน้นในเรื่องของคุณค่า อารมณ์ และนามธรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์เอง เช่น ความดี ความงาม จะเห็นได้ว่าเป็นประจักษ์นิยม นักปรากฏการณ์นิยมคิดว่าความรู้ที่มนุษย์ได้รับการถ่ายทอดมาจากผู้อื่นและจากสังคมนั้นอาจผิดพลาดได้ การรับรู้อาจเกิดจากการถูกบังคับหรือยัดเยียด มนุษย์ควรศึกษาโลกและสังคมด้วยตนเอง และสร้างระบบความรู้ “ที่เป็นส่วนตัว” ขึ้นมา จากนั้นมนุษย์ก็จะมีระบบคิด วิจักษ์ญาณ โลกทัศน์ ค่านิยม คุณค่าเฉพาะของตน โดยการได้สัมผัสกับโลกโดยตรง พฤติกรรมของมนุษย์เป็นผลจากวิธีการที่มนุษย์ให้ความหมายแก่โลกของเรา ด้วยความเชื่อ เช่นนี้ นักปรากฏการณ์นิยมจะให้ความสำคัญแก่ข้อมูลที่เป็นความรู้สึกนึกคิดและคุณค่าของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความหมายที่มนุษย์ให้ต่อสิ่งต่างๆรอบตัว นอกจากนั้น นักปรากฏการณ์นิยมจะใช้วิธีการสละความเชื่อหรือระบบคิดเดิมของผู้วิจัยออกให้หมดสิ้นเพื่อรับรู้ความเชื่อ ระบบความคิด และความหมายที่เป็นของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ให้ข้อมูล และใช้ความรู้สึกนึกคิดนั้นอธิบายพฤติกรรมของเขา

ธีระ ภัทราและเอกผา ชัยสวัสดิ์ (2554) ได้กล่าวเกี่ยวกับวิธีการศึกษาแนวปรากฏการณ์วิทยาเป็นการศึกษาอย่างมีระบบโดยมีองค์ประกอบ ดังนี้ 1) การค้นหาประเด็นปัญหาและคำถามที่เป็นประสบการณ์ตรงและการให้ความหมายของบุคคลผู้ให้ข้อมูลหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของบุคคลคำถามมักเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้สึกประสบการณ์และการค้นหาสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครตอบมาก่อน 2) การรวบรวมความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษาเพื่อนำไปกำหนดกรอบแนวคิดและเป็นการศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การสัมภาษณ์ครอบคลุมในปัจจัยต่างๆ 3) การสร้างคำถามเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์คำถามที่ใช้ควรจะเป็นคำถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างอธิบายประสบการณ์การรับรู้ความรู้สึกนึกคิดอย่างชัดเจน 4) การบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ต้องการศึกษาในขณะที่สัมภาษณ์ผู้เก็บข้อมูลจะต้องมีการบันทึกเทปเพราะจะต้องนำมาทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลและในการบันทึก

เทพจะต้องได้รับความยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์ การวิเคราะห์และการจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อหาความหมายของสิ่งที่ค้นพบคำตอบในเรื่องที่ต้องการศึกษา

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2550) กล่าวว่า แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม เป็นปรากฏการณ์ใดๆ มีความหมายตามแต่คนจะมอง ผู้คนแต่ละชุมชน ชนเผ่าหรือสังคม จะสร้างโลกของตนขึ้นมา แล้วดำเนินชีวิตตามแนวที่ตนสร้างขึ้น ดังนั้น หากต้องการรู้หรือเข้าใจ ลักษณะสังคมใดจะต้องมองสังคมนั้นด้วยสายตาของคนในสังคมนั้นหรือสังคม จะมีลักษณะอย่างไร ส่วนไหนสำคัญ สำคัญอย่างไร และส่วนไหนสำคัญกว่าย่อมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของคนที่อยู่ในสังคมนั้น

ผู้วิจัยจึงขอสรุปเกี่ยวกับทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมว่าเป็นปรากฏการณ์ที่มนุษย์ และสังคมมีความเป็นพลวัตคือ ไม่อยู่นิ่งมีการปรับเปลี่ยนไปตามบริบทและการรับรู้พฤติกรรม ของบุคคลเป็นผลจากการที่บุคคลให้ความหมายต่อสิ่งที่เป็นอยู่ในโลกการแสวงหาความรู้ต้อง ทำความเข้าใจต่อความหมายที่บุคคลมีต่อสิ่งต่างๆที่เกี่ยวข้องและความหมายที่คนในสังคม มีต่อพฤติกรรมนั้นๆ ดังนั้น จึงไม่ควรนำความหมายมาจำแนกแจกแจงเป็นตัวเลขเพราะจะทำให้ลดความหมายของความจริงนั้น ซึ่งแนวคิดนี้ยังเป็นพื้นฐานของการวิจัยเชิงคุณภาพด้วย ชาย โพธิ์สิตา (2554) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยตามแนวทางของปรากฏการณ์ วิทยาซึ่งจะประกอบด้วย 7 ขั้นตอนดังนี้ 1) กำหนดหัวข้อและคำถามในการวิจัยที่เหมาะสม กับวิธีการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา 2) ทบทวนองค์ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ศึกษา 3) กำหนดเกณฑ์สำหรับเลือกบุคคลและปรากฏการณ์สำหรับศึกษา 4) ให้ข้อมูลที่จำเป็น แก่ผู้ที่ถูกเลือกศึกษารวมทั้งจัดการกับประเด็นที่เกี่ยวกับจริยธรรมในการวิจัย 5) กำหนด ประเด็นหรือแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 6) ทำการสัมภาษณ์และบันทึกการ สัมภาษณ์อย่างละเอียดอาจจำเป็นต้องทำการสัมภาษณ์ซ้ำหลายครั้งและ 7) เตรียมข้อมูลเพื่อ การวิเคราะห์และดำเนินการวิเคราะห์

ดังนั้น ทฤษฎีปรากฏการณ์นิยมจึงเป็นทฤษฎีที่ผู้วิจัยจะมุ่งทำความเข้าใจหรือเข้าถึง ความหมายของประสบการณ์ชีวิต (Live Experiences) ของคนในชุมชนโดยศึกษาจากสถานการณ์ ในชีวิตประจำวันจากทัศนะของผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงผ่านกระบวนการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีแผนที่ดีตั้งแต่กระบวนการค้นหาประเด็นและการตั้งคำถาม การวิจัยรวบรวมความรู้ในสิ่งที่ศึกษาสร้างคำถาม เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์การบันทึก ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์จัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อเป็นการได้มาของข้อมูลที่ ถูกต้องของบริบทชุมชนพื้นที่กลุ่มเป้าหมายของกรุงเทพมหานครที่ผู้วิจัยได้เข้าไปดำเนินการ ศึกษาและจะนำข้อมูลที่ได้เข้าสู่กระบวนการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์แบบเชิงปฏิบัติการแบบมี

ส่วนร่วมในการตัดสินใจการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การปฏิบัติตามแผนและการประเมินผลต่อไป

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Function Theory)

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมเป็นทฤษฎีที่นิยมใช้กันในมิติของสาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มีผู้ได้ให้ความหมายและใจความสำคัญของทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยมไว้ ดังนี้ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2546) ได้กล่าวไว้ว่า แนวความคิดการพัฒนาทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ เป็นผลมาจากการนำเอาแนวความคิดทางด้านชีววิทยามาใช้ โดยอุปมาว่าโครงสร้างของสังคมเป็นเสมือนร่างกายที่ประกอบไปด้วยเซลล์ต่างๆและมองว่าหน้าที่ของสังคมคือ การทำหน้าที่ของอวัยวะส่วนต่างๆของร่างกาย โดยแต่ละส่วนจะช่วยเหลือและเกื้อกูลซึ่งกันและกันเพื่อให้ระบบทั้งระบบมีชีวิตดำรงอยู่ได้

สุภาวงศ์ จันทวานิช (2551) ได้กล่าวเกี่ยวกับทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ไว้ดังนี้ “ระบบสังคม” และ “หน้าที่” ซึ่งคำว่าหน้าที่คือกลุ่มของกิจกรรมที่ดำเนินไปเพื่อสนองความต้องการของระบบสังคมในเบื้องต้น พาร์สันส์เห็นว่าสังคมเป็นระบบในระบบสังคมนี้มีหน้าที่ คือ มีการทำกิจกรรมแต่กิจกรรมนี้ทำเป็นกลุ่มๆและทำเพื่อมาสนองความต้องการของระบบ เช่น ระบบสังคมมีความต้องการให้ใครมาเลี้ยงดูเด็กก็ต้องมีกลุ่มกิจกรรมหนึ่งสำหรับดูแลเด็ก เราเรียกสิ่งนี้ว่า “หน้าที่” กลุ่มกิจกรรม ได้แก่ สถานเลี้ยงดูเด็กเล็กและโรงเรียน เป็นต้น ระบบสังคมต้องการคนดูแลเรื่องสุขภาพก็จะมีกลุ่มกิจกรรมหนึ่งซึ่งอาจจะเป็นโรงพยาบาลหรือคลินิกซึ่งต่างก็มีหน้าที่ของกลุ่ม

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2551) ได้กล่าวเกี่ยวกับโครงสร้างทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural-functionalism) ดังรายละเอียด ดังนี้

1. โครงสร้างสังคม (Social structure) รูปแบบอันถาวรที่เกิดจากความสัมพันธ์ของพฤติกรรมทางสังคม ประกอบด้วย

1.1 กลุ่มความสัมพันธ์ภายใน ซึ่งประกอบด้วยชุมชนที่อยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแต่ละชุมชนจะมีผู้ประสานงาน

1.2 กลุ่มความสัมพันธ์ภายนอก ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนกับหน่วยงานภายนอกและนักท่องเที่ยว

2. หน้าที่ทางสังคม (Social functions) เป็นส่วนที่ทำหน้าที่เชื่อมโครงสร้างสังคมแต่ละส่วนเข้าด้วยกันทำให้สังคมระบบเกิดการประสานงานและทำงานร่วมกันความเจริญหรือความเสื่อมล้ำของสังคมขึ้นอยู่กับหน้าที่ ประกอบด้วย

2.1 หน้าที่กลุ่มเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจะมีหน้าที่พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้มีคุณภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้และพัฒนาด้านคนในสังคมเพื่อเป็นเจ้าบ้านที่ดีและสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนให้เดินทางกลับมาเที่ยวใหม่

2.2 หน้าที่หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น หน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีหน้าที่สำหรับการสนับสนุนส่งเสริมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคนในชุมชน

2.3 หน้าที่นักท่องเที่ยวหรือข้อควรปฏิบัติของผู้มาเยือนคือ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งในส่วน of ธรรมชาติและวัฒนธรรมในโฮมหรือชุมชนท่องเที่ยวนั้น

เฮร์เบิร์ต สเปนเซอร์ (Herbert Spencer) กล่าวว่า สังคม คือส่วนต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นมวลรวม เปรียบเสมือนระบบอินทรีย์ของร่างกายมนุษย์ที่ประกอบด้วยกลุ่มจุลินทรีย์จำนวนมาก สังคมเติบโตด้วยกระบวนการสองแบบ แบบที่หนึ่ง คือการพอกพูนของหน่วยต่างๆ ตามธรรมชาติในลักษณะวิวัฒนาการ แบบที่สอง คือประสานกันของส่วนต่างๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกันมาก่อน การรวมตัวของกลุ่มต่างๆ ทำให้เกิดความซับซ้อนมากขึ้น

องค์ประกอบของสังคม

สเปนเซอร์เสนอว่า โครงสร้างทางสังคมประกอบด้วยสถาบันสังคม 6 สถาบัน มีหน้าที่ต่างๆ กันไป ดังนี้

1. สถาบันครอบครัว ทำหน้าที่ผลิตและเลี้ยงดูสมาชิกใหม่
2. สถาบันการเมือง เช่น อนุธิปไตย ประชาธิปไตย
3. สถาบันศาสนา มีหลักคำสอนให้ยึดถือ
4. สถาบันพิธีกรรม ทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมมนุษย์
5. สถาบันเศรษฐกิจ มีการแบ่งระบบ คือ ระบบทาส ระบบศักดินา และแรงงานเสรี
6. สถาบันอาชีพ ทำให้เกิดการแบ่งงานเป็นส่วนๆ ในสังคม

Robert Merton (2002) มีแนวความคิดว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดจึงเน้นในการวิเคราะห์วัฒนธรรม โดยสนใจในการวิเคราะห์หน้าที่ 3 ประการ คือ ความเป็นเอกภาพของหน้าที่ (Function Unity) ลักษณะสากลของทฤษฎีหน้าที่นิยม (Universal Functionalism) และความจำเป็นที่จะขาดเสียมิได้ของโครงสร้างหน้าที่ (Indispensability) เมอร์ตันคิดว่าโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นมาตรฐานจะต้องมีหน้าที่ในทางบวกเสมอ ถ้าหากเกิดความขัดแย้งในระบบสังคม หน้าที่ในทางลบจะหมดหน้าที่หรือลดความสำคัญไปในที่สุด เมอร์ตันพูดถึงหน้าที่ในลักษณะ ดังนี้

1. หน้าที่เชิงลบ (Dysfunction) คือ การที่โครงสร้างของสถาบันก่อให้เกิดผลทางลบต่อองค์ประกอบของสังคม
2. หมดหน้าที่ (Non-Function) คือ ผลต่างๆที่เกิดขึ้นที่ไม่มีความสำคัญต่อระบบทั้งที่ในอดีตอาจเคยมีความสำคัญ
3. หน้าที่ชัดแจ้ง (Manifested Function) คือหน้าที่ที่เกิดจากความจงใจ
4. หน้าที่แอบแฝง (Latent Function) คือหน้าที่ที่เกิดจากความไม่จงใจ (สุภาวศ์ จันทวานิช, 2551)

ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ (Structural Functional Theory) เพื่อศึกษาและนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มสังคมครอบครัวและชุมชนทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลทำให้คนในภาครัฐ ภาคเอกชนภาค ประชาชนรู้จักหน้าที่ของตนแล้วทุกส่วนจะต้องมีการสื่อสารระหว่างกันตามโครงสร้างซึ่งก็คือ การวิเคราะห์ที่เน้นโครงสร้างของชุมชนและหน้าที่ของระบบต่างๆในโครงสร้างชุมชน โดยถือว่าปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยทำการศึกษจะต้องอยู่ภายในระบบชุมชน ภายในโครงสร้างชุมชน ระบบชุมชนแต่ละระบบมีหน้าที่ของตนเองที่แตกต่างกันไปของแต่ละระบบทำให้ระบบชุมชนนั้นดำรงอยู่ได้ ซึ่งแต่ละระบบย่อยย่อยเหล่านี้จะบูรณาการและปรับตัวเข้าหากันตามระบบค่านิยมของชุมชนชุมชน ทุกสังคมมีสภาพและบทบาทที่ต่างกันและต้องมีการขัดเกลาทางสังคมตลอดเวลาจึงต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความตึงเครียดในชุมชนและทำให้ชุมชนเกิดดุลยภาพ

ทฤษฎีกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

การเปลี่ยนแปลง (Change) หมายถึง ความแตกต่างที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่งและการดำรงอยู่ของหน่วยทางสังคม (Social Unite) นักสังคมวิทยาให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) หมายถึง สภาพความแตกต่างที่เกิดขึ้นกับพฤติกรรมของสังคม (Social Behavior) โครงสร้างทางสังคม (Social Structure) การจัดระเบียบทางสังคม (Social Organization) องค์การ(Organization) ตลอดจน ระบบความสัมพันธ์ (Social Relationship) ของคนมากกว่า 2 คนที่อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างมีเป้าหมาย มีการจัดวางระเบียบและความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ตามนัยดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงทางสังคมจึงครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ

- 1) ความแตกต่างที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในสังคมหนึ่งๆ
- 2) ปัจจัยเรื่องเวลาและ 3) การดำรงอยู่ของสังคมนั้น (พัชรินทร์ สิริสุนทร, 2556)

ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางสังคมจะเกิดขึ้นได้นั้นไม่ได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเท่านั้น แต่อาจเกิดจากหลายปัจจัย ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) เช่น ดินแดนที่เคยเป็นทะเลสาบเปลี่ยนเป็นทะเลทราย ที่ไม่มีน้ำ ทำให้วิถีชีวิตเปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ แทบจะสังเกตเห็นได้ยาก สภาพแวดล้อมทางกายภาพเปลี่ยนแปลงไปเพราะเกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น สภาพความแห้งแล้ง สภาพน้ำท่วม เป็นต้น

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร (Population Change) เช่น การเพิ่มจำนวนประชากร ทำให้มีผลกระทบต่อทรัพยากร เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เป็นต้น การอพยพของประชากรที่อยู่ในชนบทเข้ามาในเมือง ทำให้เกิดปัญหาชุมชนแออัด ปัญหาการปรับตัว เป็นต้น

3. การโดดเดี่ยวและการติดต่อกัน (Isolation and Contact) สังคมใดที่อยู่อย่างโดดเดี่ยว ไม่ค่อยมีการปฏิสัมพันธ์กับสังคมอื่นๆ สังคมนั้นย่อมเปลี่ยนแปลงน้อยหรือเปลี่ยนแปลงช้า และสังคมที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมอื่นอยู่เสมอ สังคมนั้นย่อมมีโอกาสในการเปลี่ยนแปลงได้มากหรือเร็ว

4. โครงสร้างของสังคมและวัฒนธรรม (Structure of Society and Culture) สังคม ประเพณีหรือสังคมชนบทจะมีเปลี่ยนแปลงช้าหรือคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงง่าย ไม่ว่าจะเป็นอาหารการกิน ชนบทธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ในขณะที่สังคมเมืองหรือสังคมใหญ่ๆ จะมีลักษณะไม่ผูกพันกัน มักเป็นสังคมที่เปลี่ยนแปลงง่ายและรวดเร็ว

5. ทศคติและค่านิยม (Attitudes and Values) บางสังคมเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องปกติยอมรับได้ บางสังคมไม่มีความคิดในเรื่องการเปลี่ยนแปลง ยึดมั่นกับอดีตเปลี่ยนแปลงยาก

6. การเล็งเห็นถึงความจำเป็น (Perceive Needs) การขยายเมือง ทำให้เกิดความจำเป็นที่ต้องมีการสาธารณสุข การคมนาคมที่สะดวก ระบบสาธารณูปโภคอย่างทั่วถึง และอยู่ในระดับที่ดี

7. พื้นฐานทางวัฒนธรรม (Cultural Base) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หากพื้นฐานทางวัฒนธรรมเจริญขึ้น ทำให้เกิดการประดิษฐ์คิดค้นเพิ่มมากขึ้น เพราะความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากขึ้น (ศิริรัตน์ แอดสกูล, 2555)

ดังนั้น ทฤษฎีกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นทฤษฎีสำคัญในกระบวนการวิจัยที่ผู้วิจัยจะใช้เป็นกรอบในการดำเนินการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยใช้กลไกการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและวิทยาการเพื่อให้เกิดพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เช่น การฝึกอบรมการศึกษาดูงานและการฝึกปฏิบัติทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากนักวิชาการ เพื่อให้ชุมชนมีความรู้

และทักษะในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป ในขณะที่เดียวกันได้นำหลักการนำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการชี้นำและสามารถกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ซึ่งเป็นการพัฒนาที่เกิดจากการร่วมมือกันระหว่างประชาชนในชุมชนกับผู้วิจัยที่สามารถเป็นแกนนำหรือเป็นตัวแทนของประชาชนทุกกลุ่มในชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงหัวหน้ากลุ่มต่างๆ เช่น ผู้นำทางการศึกษากลุ่มเยาวชนกลุ่มอาชีพ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้เลือกใช้หลักการของยุทธวิธีนำการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสมในกระบวนการพัฒนาคั้งนี้ นั่นคือยุทธวิธีการให้การศึกษา (Education Strategies) ผสมผสานกับยุทธวิธีของการชักชวน (Persuasive Strategies) และยุทธวิธีการช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวก (Facilitative Strategies) เป็นหลัก

ทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจาย

แนวคิดและความหมายการพัฒนา

เมตต์ เมตต์การุณจิต (2556) ได้กล่าวว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงในทุกๆด้านอย่างเป็นธรรมชาติ เพื่อไปสู่ความเจริญก้าวหน้าหรือความทันสมัยที่มั่นคงยั่งยืนด้วยความชอบธรรม แต่ยังคงดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามของสังคมนั้นๆโดยไม่ลืมรากเหง้าของตนเอง

มิสรา (Misra, อ้างอิงใน ชุษณะ รุ่งปัจฉิม, 2552) ให้ความหมายว่าการพัฒนาหมายถึง การพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางผลผลิต การเพิ่มรายได้ของประชาชน โดยพิจารณารวมถึงการเพิ่มรายได้ต่อหัวของประชาชนและการเพิ่มมูลค่าผลผลิตมวลรวมของประชาชาติ นอกจากนี้มิสรา (Misra, อ้างอิงใน ชุษณะ รุ่งปัจฉิม, 2552) ได้กล่าวเสริมว่า ในปัจจุบันการพัฒนาได้หมายถึง การบรรลุถึงคุณค่าพื้นฐานของวัฒนธรรมในแต่ละสังคมอีกด้วย

จากความหมายของการพัฒนาที่ยกมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกระทำให้เกิดขึ้นหรือมีการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้า โดยการเปลี่ยนแปลงต้องเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถ้าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่ดีก็ไม่เรียกว่าการพัฒนา ขณะเดียวกันการพัฒนามิได้หมายถึง การเพิ่มขึ้นปริมาณสินค้ารายได้ของประชาชนเท่านั้น แต่หมายความว่ารวมถึงการเพิ่มความพึงพอใจและเพิ่มความสุขของประชาชนอย่างยั่งยืนด้วย

ทฤษฎีศักยภาพการพัฒนา

คำว่า “การพัฒนา” ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Development มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2555 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) “การพัฒนา” หมายถึง ทำให้เจริญ

แนวคิดการพัฒนาชุมชน (Community Development) มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

สุวิทย์ ยี่งวรพันธ์ (2551) ให้ความหมายของคำว่า การพัฒนาชุมชน ไว้ดังนี้

1. การปรับปรุงส่งเสริมให้ชุมชนใดชุมชนหนึ่งดีขึ้นหรือมีวิวัฒนาการดีขึ้น
2. การส่งเสริมให้ชุมชนนั้นมีวิวัฒนาการที่ดีขึ้น คือ เจริญทางด้านเศรษฐกิจ สังคม

และวัฒนธรรม

3. การพัฒนาชุมชน จะต้องพัฒนาทางด้านวัตถุและพัฒนาด้านจิตใจ โดยการพัฒนา
ด้านวัตถุ คือ การสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนเพื่อส่งเสริมให้มีเกิดมีหรือเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่
เราเห็นโดยแจ้งชัด เช่น การส่งเสริมด้วยผลิตผล การส่งเสริมระบบขนส่ง การชลประทาน
การคมนาคม เป็นต้น ส่วนการพัฒนาทางด้านจิตใจ คือ การสร้างความเจริญโดยมุ่งที่จะให้
การศึกษาอบรมประชาชน รวมทั้งการให้การศึกษาตามโรงเรียน มหาวิทยาลัย ตามโครงการ
ของกระทรวงศึกษาธิการและการศึกษานอกระบบโรงเรียนให้ได้รับการศึกษาที่ดี

4. การพัฒนาชุมชน คือ กระบวนการที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น
จากประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion Theory) นียพรณ (ผลวัฒน์)

วรรณศิริ, (2550)

การนำความคิดพฤติกรรมสิ่งของใหม่ๆ ที่แตกต่างไปจากสิ่งที่เคยมีอยู่เข้ามาในสังคม
โดยมีปัจจัยที่สำคัญคือ การติดต่อสัมพันธ์กับโลกภายนอก กล่าวคือความเจริญที่จะเกิดขึ้น
ณ จุดใดจุดหนึ่ง หรือชุมชนใดชุมชนหนึ่งก่อน แล้วจึงแพร่กระจายออกไปยังแหล่งอื่น
การแพร่กระจายจะเกิดขึ้นได้โดยมีการติดต่อกันระหว่างคนต่างชุมชน โดยเฉพาะคนที่ต่าง
วัฒนธรรมกัน ในที่นี้ถือว่าชาวบ้านกับข้าราชการของรัฐมีวัฒนธรรมหรือความรู้ความชำนาญ
ต่างกัน การติดต่อระหว่างบุคคลสองพวกนี้ จึงเป็นการแพร่ความรู้ความคิดและสิ่งแปลกใหม่
ที่เรียกว่า นวัตกรรมหรือความเจริญได้ทางหนึ่ง

สำหรับตัวแปรแทรกซ้อน (Intervening Variable) ระหว่างทฤษฎีศักยภาพการพัฒนา
และทฤษฎีการแพร่กระจายคือ การฝึกอบรม (Training) ซึ่งปกติแล้วการฝึกอบรมถูกมองเป็น
เรื่องของการศึกษา (Education) โดยเฉพาะเรื่องการศึกษาอาชีพต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการ
ดำรงชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ ยังมีรูปแบบการจัดนิทรรศการ การสาธิต การศึกษาดูงาน
ก็ถือว่าเป็นการฝึกอบรมเช่นกัน ดังนั้น เมื่อคนมีความรู้ความชำนาญที่สูงขึ้นจากการศึกษาแล้ว
การพัฒนาก็ย่อมมีระดับความสูงเพิ่มขึ้น การฝึกอบรมจึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรแทรกซ้อน
และเป็นตัวเชื่อมชั้น 2 ทฤษฎีได้เป็นอย่างดี

จากทฤษฎีดังกล่าว ได้แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาสังคมชุมชนหมู่บ้าน และตัวบุคคลได้ ยิ่งมีสิ่งเหล่านี้ตามปัจจัยที่ได้กล่าวมากเท่าใด การพัฒนาการท่องเที่ยว ก็จะมีระดับสูงมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำสถิติดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการสนับสนุนและยืนยัน ปัจจัยหรือตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพในด้านบริบทเชิงชุมชน บริบทเชิงท่องเที่ยวและระดับ ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษาในการวิจัย รวมถึงการนำมาซึ่งการกำหนดปัจจัยหรือ ทรัพยากรที่สำคัญที่ใช้เป็นปัจจัยนำเข้ามาใส่ในกระบวนการพัฒนาชุมชนหรือการพัฒนาแผน ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม

จากการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาและการแพร่กระจายในด้านการ ท่องเที่ยว สรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้าอันเกิดจากการ ท่องเที่ยวมีปัจจัย 6 ประการ คือ

1. ทรัพยากรธรรมชาติ โดยทรัพยากรธรรมชาติจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ หากทรัพยากรมากและมีความ หลากหลายก็จะยิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวอีกเป็นทวีคูณ
2. ทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะมนุษย์ในวัยแรงงาน ชุมชนในพื้นที่ที่มีทรัพยากรมนุษย์ใน วัยแรงงานที่มีความสามารถก็ยิ่งทำให้เกิดระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวสูงมากขึ้น
3. องค์การทางสังคม ซึ่งองค์การทางสังคมจะช่วยร่วมกันคิดช่วยกันพิจารณา จึงมีความรอบคอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. ผู้นำ เป็นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นแกนนำหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ในการทำงานของผู้นำด้านในชุมชนมีผู้นำสามารถรวมคนได้เป็นจำนวนมากก็จะทำงานใหญ่ ได้หรือมีคุณภาพมาก ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่ทำงานอย่างทุ่มเทจึงทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาการ ท่องเที่ยวในชุมชน
5. การติดต่อกับโลกภายนอก ซึ่งหมายถึงการติดต่อระหว่างชุมชน ระหว่างเมือง ระหว่างคน เป็นต้น เป็นการติดต่อสื่อสารกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนออกไป สู่ภายนอก โดยกระบวนการถ่ายทอดเรียนรู้รับเอาความรู้ ความชำนาญ เทคโนโลยี ฯลฯ
6. การศึกษาอบรมของชุมชน เป็นปัจจัยเหตุร่วมกับปัจจัยอื่นๆที่ทำให้เกิดการ พัฒนาการท่องเที่ยวได้ เพราะทำให้คนมีความรู้ความชำนาญด้านต่างๆสูงขึ้น การพัฒนาการ ท่องเที่ยวก็ย่อมสูงขึ้นตามไปด้วย

ทฤษฎีด้านเศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์ทุนนิยม

ปัจจุบันประเทศต่างๆทั่วโลกส่วนมากใช้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การดำเนินการทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยมแพร่หลายและได้รับความนิยมโดยทั่วไป แม้แต่สังคมไทยก็เป็นสังคมทุนนิยมเช่นเดียวกัน แต่กระนั้นระบบทุนนิยมก็มีข้อบกพร่องที่ต่างยอมรับกันว่าระบบทุนนิยมทำให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบผู้ที่ยากจนกว่าและเกิดความไม่เสมอภาค เนื่องจากระบบทั้งระบบถูกขับเคลื่อนด้วยความโลภและการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเป็นหลัก (วัชร งามจิตรเจริญ, 2554)

“ทุนนิยม” (Capitalism) หมายถึงระบบเศรษฐกิจอย่างหนึ่งและเป็นเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economics) ชนิดหนึ่ง กล่าวอีกอย่างคือ “ทุนนิยม” บางครั้งหมายถึงระบบเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มี “ทุน” (Capital) เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ และบางครั้งหมายถึง ลักษณะหรือแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ชนิดหนึ่ง ซึ่งถือกันว่ามี อדם สมิธ (Adam Smith) (พ.ศ.2266 – 2333) เป็นผู้นำ แต่มีปัญหาในการใช้คำนี้ เพราะระบบเศรษฐกิจที่เรียกว่า “ระบบเศรษฐกิจทุนนิยม” ที่ใช้กันอยู่ทั่วโลกในปัจจุบันไม่ใช่ระบบทุนนิยมตามแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ทุนนิยมอย่าง สมิธ แต่เป็นระบบผสมระหว่างทุนนิยมกับสังคมนิยม และมีลักษณะการผูกขาดและการเอารัดเอาเปรียบ จนนักวิชาการไทยบางท่านเรียกว่า “ระบบนายทุน” เพราะนายทุน (Capitalist) เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากระบบนี้มากกว่าผู้อื่น นอกจากนั้นแนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์กลุ่มนี้ก็นิยมเรียกว่า “เสรีนิยม” มากกว่าทุนนิยม เพราะเป็นแนวคิดที่เสนอระบบเศรษฐกิจเสรีนิยม (Liberal Economy) หรือตลาดเสรี (Free Market) โดยไม่ได้พูดถึงเรื่องทุนในฐานะเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญและอดัม สมิธ ก็ไม่ได้ใช้คำว่า “ทุนนิยม” เป็นคนแรกๆ และทำให้ทุนนิยมเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป คือ คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) (พ.ศ.2361 – 2426) นักคิดสังคมนิยมชาวเยอรมัน (วัชร งามจิตรเจริญ, 2554)

ปรัชญาการเมืองของมาร์กซ์ หรือที่เรียกว่า มาร์กซิสม์ (Marxism) นั้น เป็นการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ โดยการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันทางสังคมกับพลังทางเศรษฐกิจ โดยใช้ทฤษฎีวิภาษวิธี-วัตถุนิยม (Dialectical Materialism) ซึ่งเขาได้รับอิทธิพลมาจากเฮเกล (Hegel) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ อาจกล่าวได้ว่า มาร์ก ซิสม์ เป็นทั้งปรัชญาทางการเมือง ปรัชญาทางเศรษฐกิจและกลยุทธในการปฏิวัติสังคม กล่าวคือ ในฐานะที่เป็นปรัชญาการเมือง ลัทธิมาร์กซ์มุ่งอธิบายโครงสร้างทางชนชั้นทางสังคมที่ได้เปรียบในฐานะเป็นปรัชญาทางเศรษฐกิจ

ลัทธิมาร์กซ์มุ่งวิจารณ์วิธีแห่งการผลิตแบบนายทุนที่มีลักษณะกดขี่ผู้ใช้แรงงาน ซึ่งมาร์กซ์เห็นว่า ในที่สุดก็จะทำให้ระบบการผลิตเช่นนี้ล่มสลายไปและในฐานะที่เป็นกลยุทธ์ของการปฏิวัติสังคม มาร์กซ์ได้มุ่งอธิบายถึงกลยุทธ์ของการปฏิวัติสังคม กลยุทธ์ในการล้มล้างลัทธิ นายทุนโดยการต่อสู้ทางชนชั้นเพื่อนำไปสู่สังคมคอมมิวนิสต์ (บ้านจอมยุทธ, 2559)

มาร์กซ์ได้เขียนหนังสือทุนซึ่งมีสาระสำคัญคือ ระบบนายทุนเหมือนกับระบบเศรษฐกิจ อื่นๆ ในประวัติศาสตร์ สังคมมนุษย์มีผู้ได้ประโยชน์และผู้เสียประโยชน์ ผู้ได้ประโยชน์จากระบบ นี้ คือนายทุน เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ส่วนผู้เสียผลประโยชน์ คือ กรรมกรที่ทำงานแลก ค่าจ้างจกนายทุน ซึ่งมาร์กซ์วางหลักการใหญ่ไว้ 2 หลักการ คือ

1. ทฤษฎีมูลค่าจากกำลังงาน มาร์กซ์ได้เน้นว่า ปัจจัยอื่นนอกจากแรงงานไม่สามารถ ทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ได้ แรงงานยังเป็นที่มาของราคาผลผลิต เช่น ถ้าใช้กำลังงาน จากแรงงานของกรรมกร 10 หน่วย ก็จะทำให้เกิดค่า 10 หน่วยตามมาด้วย

2. ทฤษฎีมูลค่าส่วนเกิน คือทฤษฎีที่ว่าด้วยกำไรที่พวคนายทุนเบียดบังจาก ผู้ใช้แรงงาน เช่น สมมติว่าใน 7 ปอนด์ กรรมกรได้ค่าจ้าง 2 ปอนด์ ความจริงนั้นเงิน 2 ปอนด์ ที่กรรมกรได้รับน้อยกว่ามูลค่าที่กำลังแรงงานที่กรรมกรควรจะได้ มาร์กซ์เรียกมูลค่าที่ไม่ได้ จ่ายกับกรรมกรนั้นว่า มูลค่าส่วนเกิน มาร์กซ์เห็นว่า ในที่สุดกรรมกรจะร่วมมือกันกำจัดนายทุน และระบบทุนนิยม ซึ่งเป็นที่มาแห่งความทุกข์ยากของเขาไป และกรรมกรจะช่วยจัดระบบสังคม ใหม่ คือ สังคมนิยม คือรัฐจะเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งหมด แต่ละคนจะทำงานรัฐ และ ได้รับผลตอบแทนตามกำลังงานของตน มาร์กซ์เรียกการปกครองนี้ว่า “เผด็จการชนชั้น กรรมชีพ” และระบบนี้จะปูทางไปสู่ระบบคอมมิวนิสต์ต่อไป เรื่องระบบนายทุน มาร์กซ์ให้ ความเห็นว่ามนุษย์ในระบบนายทุนไม่มีความรู้สึกที่ต้องการเห็น ฟัง คิด รักษา จุดประสงค์อย่าง เดียว คือ ต้องการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ของตนเหนือวัตถุทั้งหลายในสิ่งที่มนุษย์ต้องการเป็น เจ้าของกลับกลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือความเป็นอยู่ของมนุษย์ อันเป็นการนำไปสู่ ปรากฏการณ์ของปัจจัยลดคุณค่าของมนุษย์ (บ้านจอมยุทธ, 2559)

(พรณี บัวเล็ก, 2543) ได้สรุปพัฒนาการระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมในประเทศไทย โดยแบ่งระบบเศรษฐกิจแบบนิยมในประเทศออกเป็น 6 ช่วง คือ

1. ทุนนิยมในสมัยศักดินา ตั้งแต่สมัยปลายอยุธยาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น อันเป็นยุคสมัยของ เจ้าอาณานิคมอากร ถือเป็นนายทุนกลุ่มแรก มีฐานะเป็นกึ่งข้าราชการ ที่ทำหน้าที่ช่วยรัฐเก็บภาษีและพิจารณาคดีเกี่ยวกับภาษีอากร ระบบนี้สิ้นสุดไปเมื่อรัฐปรับตัว เข้าสู่รัฐสมัยใหม่

2. ทุนนิยมการค้าหลังสนธิสัญญาเบาว์ริงถึงสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง สำคัญ คือ เปิดโอกาสให้นำสินค้าเข้า-ออก ประเทศได้สะดวก อันเป็นการยกเลิกการผูกขาดการค้า โดยพระคลังสินค้าและการลดอัตราภาษีร้อยละ 3 เป็นการแปลงประเทศไปสู่ระบบการค้าเสรี และระบบการผลิตสมัยใหม่

3. ทุนนิยมการค้าเสรี หลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่งถึงการเปลี่ยนแปลงการปกครองของไทยในปี พ.ศ.2475 มีการขยายตัวของการส่งออกและนำเข้าอย่างมากและญี่ปุ่นเริ่มเข้ามา มีบทบาทในภูมิภาคทำให้เริ่มมีการเกิดทุนในชนบทโดยผ่านทางพ่อค้าคนกลางที่ค้าขายกับญี่ปุ่น

4. ทุนนิยมแบบชาตินิยม คณะราษฎรกับการสร้างทุนนิยมโดยรัฐเป็นการสร้างทุนนิยมโดยรัฐ แนวทางเศรษฐกิจแบบชาตินิยมผ่านทางเค้าโครงเศรษฐกิจปรีดี พนมยงค์

5. ทุนนิยมขุนนางกับทุนนิยมเอกชน เป็นการผูกพันของทุนนิยมของสองกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างอำนาจรัฐกับกลุ่มที่อาศัยการอุปถัมภ์ของนักการเมือง

6. ทุนนิยมภาคใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นยุคสมัยที่ทุนนิยมในประเทศไทยถูกพัฒนาขึ้นภายใต้พันธมิตร 3 กลุ่ม คือ ทหาร ทุนต่างชาติและทุนท้องถิ่น การพัฒนาของทุนในยุคสมัยนี้ถูกกำหนดจากรัฐ บนพื้นฐานของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาตามมา คือ ปัญหาชุมชนเมือง ปัญหากรรมกรและแรงงานราคาถูก ปัญหาชนบทถูกทอดทิ้ง ปัญหาปัญญาชน และปัญหาของกลุ่มตนเอง

ลักษณะของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ดังนี้ (ชูศักดิ์ จรุธสวัสดิ์, 2555)

1. เอกชนมีสิทธิ์เป็นเจ้าของทรัพย์สิน จึงสามารถใช้ทรัพย์สินไปในทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองมากที่สุด เช่น ซื้อที่ดินเพื่อเก็งกำไร ให้เช่าอาคารสถานที่ หรือนำเงินไปซื้อหุ้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถให้สินทรัพย์ของตนให้แก่ผู้อื่นได้อีกด้วย

2. เอกชนมีเสรีภาพในการประกอบธุรกิจหรือซื้อขายปัจจัยการผลิต โดยในด้านธุรกิจ เอกชนสามารถตัดสินใจผลิต และจำหน่ายจ่ายโอนผลผลิตของตนได้ตามต้องการ ส่วนครัวเรือนก็สามารถขายปัจจัยการผลิตของตนให้แก่ธุรกิจได้อย่างเสรี

3. มีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจผ่านกลไกราคา โดยมีกำไรเป็นสิ่งจูงใจ การดำเนินงานผ่านกลไก หมายถึง จะผลิตอะไร ปริมาณเท่าใด และจำแนกแจกจ่ายให้แก่ผู้ใด ย่อมขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของสินค้าเป็นสำคัญ โดยราคาจะเคลื่อนไหวตามอุปสงค์และอุปทานที่เปลี่ยนแปลง ส่วนกำไรจะเป็นตัวชี้ว่า ผู้ผลิตพยายามหาเทคนิคการผลิตใหม่ๆ มาปรับปรุงการผลิต เพื่อลดต้นทุนและมีกำไรสูงเสมอ ในขณะที่ผู้บริโภคก็ต้องพยายาม

เปรียบเทียบราคาสินค้าของผู้ผลิตแต่ละราย เพื่อเลือกซื้อสินค้าที่ก่อให้เกิดความพอใจสูงสุด โดยจ่ายในราคาต่ำสุด

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) หมายถึงเศรษฐกิจที่เน้นความพอประมาณ ไม่ทำเกินตัว กินพอดี อยู่พอดี ไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงความสมเหตุสมผลและความสมดุลที่เกิดขึ้นกับเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และสิ่งแวดล้อม สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีภูมิคุ้มกันเมื่อต้องเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาใช้ได้กับเกษตรกร ประชาชนทุกระดับ ทุกอาชีพ ใช้ได้กับบุคคล ครอบครัว ชุมชน และระดับประเทศ (มานิต กิตติงจित, 2555)

สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ได้ให้หลักแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียงไว้ว่า เป็นปรัชญาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวิถีไทย ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทาน เพื่อชี้แนะแนวทางในการดำเนินชีวิต และการปฏิบัติตนของประชาชนทุกระดับ ทุกสาขาอาชีพมาโดยตลอดนานกว่า 30 ปี ให้ดำเนินไปบนทางสายกลาง มุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างพื้นฐานความพอมี พอกิน พอใช้ ของประชาชนเป็นเบื้องต้น จึงพัฒนาในลำดับขั้นที่สูงต่อไป ทั้งนี้ ผู้ปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะต้องมีคุณลักษณะพื้นฐาน คือความรอบรู้ รอบคอบ และระมัดระวัง และจะต้องเป็นคนดี มีคุณธรรมคือ มีความซื่อสัตย์สุจริต อุดมทน มีความขยันหมั่นเพียร และมีความเมตตา โดยมีวิธีการปฏิบัติที่จะต้องคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล และสร้างภูมิคุ้มกันตนเอง เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง ป้องกันให้รอดพ้นจากวิกฤต และรองรับภาวะเปลี่ยนแปลงต่างๆและนำไปสู่ความสุขในการดำรงชีวิตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

เราทุกคนสามารถปฏิบัติตนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้และสามารถนำไปปรับใช้กับทุกแง่มุมของชีวิต โดยเริ่มจากการปรับวิธีคิดและค่อยๆไปสู่การปรับวิธีปฏิบัติตนให้ดำเนินไปบนทางสายกลาง โดยมีกรอบการดำเนินงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ดังตารางที่ 1 (หนังสือเศรษฐกิจพอเพียง, 2550)

ตาราง 1 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ฐานราก	วิธีปฏิบัติ	เป้าหมาย	นำไปสู่
- มีความรู้ รอบรู้ ะมัถะวัง - เป็นคนดี มีคุณธรรม - ซื่อสัตย์สุจริต ขยัน อดทน แบ่งปัน	- พอประมาณ - มีเหตุผล - มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	- รองรับการเปลี่ยนแปลง - สร้างเครือข่ายมีส่วนร่วม - อิสรภาพเสรีภาพ	- ความสุข - ความสมดุลมั่นคง ยั่งยืน

ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดี ที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นอย่างรอบคอบ

การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล (มานิต กิตติงจित, 2555)

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้ถึงแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาการบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน ในขณะที่เดียวกันจะต้องส่งเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่รัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีจิตสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริตและให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสมดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญาและความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทางด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี โดยใช้หลักพึ่งตนเอง 5 ประการคือ

1. ด้านจิตใจ ทำตนให้เป็นທີ່พึ่งของตนเอง มีจิตใจเข้มแข็ง มีจิตสำนึกที่ดี สร้างสรรค์ให้ตนเองและชาติโดยรวม มีจิตใจเอื้ออาทร ประณีประนอม ซื่อสัตย์สุจริต เห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง
2. ด้านสังคม แต่ละชุมชนต้องช่วยเหลือเกื้อกูล การเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายชุมชนที่แข็งแกร่งเป็นอิสระ
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ใช้และจัดการอย่างฉลาด พร้อมทั้งการเพิ่มมูลค่าโดยให้ยึดหลักการของความยั่งยืนและเกิดประโยชน์สูงสุด
4. ด้านเทคโนโลยี จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว เทคโนโลยีที่เข้ามาใหม่มีทั้งดีและไม่ดี จึงต้องแยกแยะบนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้านและเลือกใช้เฉพาะที่สอดคล้องกับความต้องการของสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ สังคมไทยและควรพัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาของเราเอง
5. ด้านเศรษฐกิจ แต่เดิมนักพัฒนามักมุ่งที่การเพิ่มรายได้และไม่มีการมุ่งที่การลดรายจ่ายและสามารถอยู่ได้ด้วยตนเองในระดับเบื้องต้น

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาชี้แนวทางการดำรงอยู่และการปฏิบัติตนเองของประชาชนทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ให้ดำเนินไปบนทางสายกลางโดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ทุกสถานการณ์ เป็นการมองเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตตลอดเวลา โดยกระบวนการพัฒนาของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เน้นการพัฒนาแบบ “องค์รวม” ในลักษณะ “บูรณาการ” โดยมี “คน” เป็นศูนย์กลาง ซึ่งต้องใช้พลังทางสังคมในการขับเคลื่อนสังคมกระบวนการพัฒนาในรูปกลุ่ม องค์กร ชุมชน และประชาสังคม โดยประสานและผนวกกำลังของทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการให้เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการในลักษณะ “พหุภาคี” บนพื้นฐานความคิดเพื่อ “ความพอเพียง”

คำจำกัดความ “เศรษฐกิจพอเพียง” (Sufficiency Economic) ตามความหมายที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ได้ทรงให้ความหมายไว้คือ ความพอประมาณ ซื่อตรง ไม่โลภอย่างมากและไม่เปื้อนเปื้อนผู้อื่น

จากการศึกษาทฤษฎีทางสังคมวิทยาผู้วิจัยขอสรุปว่า ทฤษฎีทางสังคมเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนกระบวนการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยทำหน้าที่เชื่อมโยงโครงสร้างสังคมแต่ละส่วนเข้าด้วยกัน ทำให้สังคมทั้งระบบเกิดการประสานงานและการทำงานร่วมกัน ความเจริญหรือความเสื่อมของสังคมขึ้นอยู่กับหน้าที่ ประกอบด้วย หน้าที่เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจะมีหน้าที่พัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใน

เครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้มีคุณภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และการพัฒนาด้านคนในสังคม เพื่อให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีและสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนให้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวใหม่อีกครั้ง หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน มีหน้าที่สำหรับการสนับสนุนส่งเสริมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและคนในชุมชน และหน้าที่นักท่องเที่ยว รวมถึงช่วยให้เข้าใจหรือเข้าถึงความหมายของประสบการณ์ชีวิต (Life Experience) ของคนในชุมชน โดยศึกษาจากสถานการณ์ในชีวิตประจำวันจากทัศนะของผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงผ่านกระบวนการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีแบบแผนที่ดีตั้งแต่กระบวนการค้นหาประเด็นและการตั้งคำถามการวิจัย รวบรวมความรู้ในสิ่งที่ศึกษาวิเคราะห์และสังเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่โดยชุมชนทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างประชาชนในชุมชนกับผู้วิจัยที่สามารถเป็นแกนนำหรือตัวแทนของประชาชนทุกกลุ่มในชุมชน ในกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวแนวใหม่จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงช่วยกำหนดแนวทางในการสนับสนุนและยืนยันปัจจัยหรือตัวชี้วัดในการประเมินศักยภาพในด้านบริบทเชิงชุมชน บริบทเชิงท่องเที่ยวและระดับศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 4 มิติ ได้แก่ มิติทางสังคม มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคมและมิติทางจิตใจ เพื่อช่วยในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด

เศรษฐกิจยุคดิจิทัล

ฟิลิป คอทเลอร์, เหมะวัน การตะจายา และโอวัน เซเตียวาน (2560) ให้ความหมายการตลาด 4.0 คือการร่วมมือ (Collaboration) กับคู่แข่ง และการร่วมมือสร้าง (CO-Creation) กับผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคไม่ได้เป็นแค่ผู้รับผลของการแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) การกำหนดเป้าหมาย (Targeting) การเปลี่ยนแปลงตำแหน่งสินค้า (Positioning) ของบริษัทอีกต่อไป โดยมีทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด 4C's ซึ่งประกอบด้วย การร่วมมือสร้าง (co-creation) การตั้งราคาใหม่ให้มีความยืดหยุ่นคล้ายเงินตรา (currency) การกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม (communal activation) และการพูดคุย (conversation) โดยใช้ทฤษฎีโมเดล 5A's เป็นโมเดลที่อธิบายเส้นทางที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินแบรนด์ต่างๆ ประกอบไปด้วย A1 รับรู้ (Aware) การรู้จักแบรนด์ต่างๆจากประสบการณ์เก่าโดยสื่อทางการตลาดหรือจากคำแนะนำของคนอื่น การโฆษณาและการบอกต่อแบบปากต่อปาก A2 ดึงดูดใจ (Appeal) ต้องมีมากกว่า

ปกติ ผู้บริโภคบางกลุ่มตอบรับความดึงดูดใจของแบรนด์ได้มากกว่าหรือเรียกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ A3 สอบถาม โดยอาจขอคำแนะนำจากเพื่อน ตรวจสอบรายการแบรนด์ที่น่าสนใจด้วยตนเอง (Ask) A4 ลงมือทำ (Act) หมายถึง การใช้ การบริโภค รวมถึงการบริการหลังการขาย การแก้ไขข้อร้องเรียนของลูกค้า A5 สนับสนุน (Advocate) การซื้อซ้ำ การเต็มใจแนะนำแบรนด์โดยไม่ต้องร้องขอ และกลายเป็นผู้เผยแพร่แบรนด์ (Brand Evangelist) และใช้การวิจัยชาติพันธุ์วรรณาในอินเทอร์เน็ต (Netnography) เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ในชุมชนออนไลน์หรือกลุ่มคนที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Tribe) โดยเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนผู้บริโภค

คุณลักษณะ 6 ประการของแบรนด์ที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นมนุษย์ ได้แก่ รูปลักษณ์ดึงดูดใจ (Physicality) ถึงพร้อมด้วยสติปัญญา (Intellectuality) เข้ากับคนอื่นได้ (Sociability) เข้าใจความรู้สึกของคนอื่น (Emotionality) รู้จักตัวเอง (Personability) และมีคุณธรรม (Morality) โดยอาศัยการตลาดคอนเทนต์ (Content Marketing) คือการตลาดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ จัดการ เผยแพร่และเพิ่มพลังให้แก่คอนเทนต์ที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ตรงประเด็น และมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพูดคุยเกี่ยวกับเนื้อหานั้น

ดอน แอปสก็อต (2016) กล่าวว่า โลกของเศรษฐกิจยุคใหม่ เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เศรษฐกิจแห่งองค์ความรู้ เป็นเศรษฐกิจที่เพิ่มมูลค่าเข้าไปในสิ่งต่างๆ ด้วยสมองมากกว่า พลังกำลัง ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริโภค การเพิ่มแนวคิดใหม่ๆ เข้าไปในตัวสินค้าเพื่อเกิดสินค้าใหม่ๆ คือวิถีทางแห่งความร่ำรวยในเศรษฐกิจยุคใหม่นี้อย่างง่ายที่สุดและโครงสร้างทางเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปด้วยการมาถึงของระบบประมวลผล เช่น ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ บริการ การสื่อสาร เช่น เคเบิล ดาวเทียม ระบบไร้สาย และเนื้อหาสาระ เช่น ความบันเทิง สื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ให้บริการข้อมูล โดยอาศัย 12 ปัจจัยแห่งเศรษฐกิจยุคใหม่ คือ

ปัจจัยที่ 1 องค์ความรู้ เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เศรษฐกิจตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ทรัพย์สินที่มีค่าแท้จริงอยู่ที่พนักงานและการจัดการ

ปัจจัยที่ 2 เปลี่ยนเป็นดิจิทัล ตัวเลขฐานสอง แสดงผลของกราฟ รูปภาพ การแปลงเสียงพูดของคนเป็นสัญญาณดิจิทัล

ปัจจัยที่ 3 ความเสมือนจริง สิ่งที่จับต้องได้เปลี่ยนเป็นภาพเสมือนจริง ทำให้ความสัมพันธ์ การทำกิจกรรมต่างๆ เปลี่ยนรูปแบบไป

ปัจจัยที่ 4 ขยับเคลื่อนด้วยหน่วยย่อย เป็นเศรษฐกิจที่เกิดจากหน่วยย่อยเล็กๆ เข้ามารวมกัน แทนที่องค์กรขนาดใหญ่

ปัจจัยที่ 5 เครือข่ายบูรณาการ การนำเอาหน่วยย่อยมารวมกันเป็นกลุ่มก้อน เชื่อมโยงทั้งภายนอกและภายในองค์การอย่างแน่นแฟ้น สังคม การค้า ตั้งอยู่บนโครงสร้าง พื้นฐานระบบข้อมูลสารสนเทศ

ปัจจัยที่ 6 ไร้คนกลาง คนกลางที่อยู่ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคจะหายไป เช่น นายหน้า ตัวแทน พ่อค้าคนกลางทุกระดับชั้น หากไม่เพิ่มคุณค่าให้กับตัวเอง

ปัจจัยที่ 7 หลอมรวมเป็นหนึ่งใน ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้โดยการสนับสนุน จากภาคธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่รอบตัว กฎแจ้งสำคัญทางเศรษฐกิจมารวมตัวกัน ได้แก่ ระบบคอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสาร และเนื้อหาสาระ

ปัจจัยที่ 8 นวัตกรรม เป็นกฎแจ้งสำคัญของการทำธุรกิจและความสำเร็จ จินตนาการ ของมนุษย์มาแทนที่วัตถุดิบ ต้นทุน และการเพิ่มผลผลิต

ปัจจัยที่ 9 ผู้บริโภคร่วมผลิต การผลิตครั้งเดียวเพื่อคนหมู่มาก เปลี่ยนเป็นการผลิต ตามใจลูกค้าหมู่มาก ผู้ผลิตจึงต้องสร้างสินค้าที่ยืดหยุ่นสูง ปรับเปลี่ยนไปตามรสนิยม และความต้องการของลูกค้าแต่ละคน ลูกค้าจะมีส่วนเข้ามาในกระบวนการผลิต

ปัจจัยที่ 10 ทันการณ์ องค์กรยุคใหม่ต้องเป็นองค์กรทันทีทันใด (Real Time Enterprise) ที่ปรับปรุงตนเองอย่างต่อเนื่องและทันที

ปัจจัยที่ 11 โลกาภิวัตน์ ความรู้ไม่มีขอบเขต ไม่มีใครเป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว ทำให้ความเป็นเอกภาพไร้ความหมายในเชิงเศรษฐกิจ

ปัจจัยที่ 12 ความไม่ลงรอย ความขัดแย้งในสังคมกำลังขยายตัว แรงงานไร้ฝีมือ จะต่อต้านและตักงาน ช่องว่างระหว่างผู้ที่มีความรู้และผู้ที่เข้าถึงเครือข่ายได้กับผู้ไม่มี จะกว้างขึ้น

การตลาดในระบบเศรษฐกิจดิจิทัล

ปิยะชาติ อิศรภักดี (2559) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ สังคมดิจิทัลไว้ว่า คือ สังคมที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ (สามารถเชื่อมต่อกันได้) และโลกออฟไลน์ (ใช้โดยปราศจากการเชื่อมต่อ) ที่เชื่อมโยงกันอย่างลงตัว ผู้คนสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของตนเองได้ ทั้งในรูปแบบบุคคลและแบบเครือข่าย เมื่อใดก็ได้ (Whenever) และที่ไหนก็ได้ (Wherever) โดยอำนาจในการออกแบบอยู่ในมือของผู้บริโภคโดยสมบูรณ์ โดยกิจกรรมดิจิทัล คือกิจกรรมที่ผู้บริโภคสามารถทำได้ในสังคมดิจิทัล โดยมีพื้นฐานมาจากอุปกรณ์ดิจิทัล พกพา ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบและใช้งานได้มากกว่าการสื่อสารหรือเชื่อมโยงข้อมูล กิจกรรมเหล่านั้นสามารถทำทั้งในเชิงบุคคล (Personal) และในเชิงของการมีส่วนร่วมในสังคม (Social) โดยทั่วไปผู้บริโภคมักจะรู้จักกิจกรรมดิจิทัลในชื่อของแอปพลิเคชัน (Application)

การมีคุณค่าของผู้บริโภคและภาคธุรกิจหมายถึง การที่ใครบางคน มีลักษณะเฉพาะบางอย่างที่แตกต่างและโดดเด่น (ซึ่งเป็นสิ่งที่แบรนด์และภาคธุรกิจต้องการเป็นอย่างมากในปัจจุบัน) บวกกับการที่พวกเขาอาจทำบางสิ่งบางอย่างซึ่งเป็นที่ยอมรับ ทำให้พวกเขามีตัวตนและมีคุณค่าในสังคม (ซึ่งหมายความว่าเครือข่ายของพวกเขามีความเชื่อถือ) ที่สำคัญที่สุดคุณค่าเหล่านั้นเกิดขึ้นจากการที่ผู้บริโภคสามารถแก้ปัญหาบางอย่างที่คนอื่นไม่สามารถทำได้ อันนำมาซึ่งประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ผู้ประกอบการดิจิทัล คือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจภายใต้เงื่อนไขของสังคมดิจิทัล หรือใช้ประโยชน์จากสังคมดิจิทัลในการสร้างคุณค่าและเปลี่ยนคุณค่าเหล่านั้นให้กลายเป็นมูลค่าทางธุรกิจ จำเป็นต้องมี 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ไอเดีย (การแก้ปัญหา) แหล่งเงินทุน และลูกค้า การสร้างแบรนด์ 4.0 หรือเรียกว่า กลยุทธ์การสร้างคุณค่า โดยมีแบรนด์เป็นศูนย์กลาง (Brand Centered Values Creation) มีกฎพื้นฐานสำคัญ 3 ข้อ คือ กฎข้อที่ 1 การดำเนินชีวิตแบบผสมผสานของผู้บริโภค (Hybrid Consumer's Journey) ผู้บริโภคมีชีวิตอยู่ในโลกออนไลน์ แต่ดำเนินชีวิตอยู่บนโลกออนไลน์ โดยไม่สามารถแยกทั้งสองโลกนี้ออกจากกันได้เด็ดขาด กฎข้อที่ 2 อนุพันธ์ของแบรนด์ (Brand Derivatives) การสร้างแบรนด์ให้มีชีวิตขึ้นมาในทุกรูปแบบล้วนเป็นผลลัพธ์และได้รับการถ่ายทอดมาจากแบรนด์ส่วนบุคคล (Personal Brand) การก้าวข้ามจากการระบุเพียงแค่จุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) หรือตำแหน่งทางการตลาด ไปสู่การทำให้แบรนด์มีชีวิต (Brand Personification) กฎข้อที่ 3 คุณค่าของแบรนด์ (Brand Values) คือคุณค่าที่เชื่อมโยง (Shared Values) และคุณค่าเฉพาะ (Unique Value) โดยมีแบรนด์เป็นศูนย์กลาง แบรนด์ที่มีชีวิตจะสามารถสร้าง/เข้าสู่/เชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายแห่งคุณค่าร่วม (Networks of shared values) และอาศัยคุณค่าเฉพาะที่มีแบรนด์นั้นๆทำได้ ร่วมกับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค (Consumer engagement level) เพื่อส่งมอบสิ่งที่มีมูลค่า (สินค้าและบริการ) ให้กับผู้บริโภคได้

โดยระดับการมีส่วนร่วมกับคุณค่าของแบรนด์แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ ได้แก่ 1. การมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลของตนเอง (การมีส่วนร่วมบางส่วน (Engagement) 2. การมีส่วนร่วมที่เกิดจากคุณค่าร่วมที่โดดเด่น ทำให้เกิดสินค้าหรือบริการใหม่จากคุณค่าเฉพาะใหม่ของแบรนด์ (การมีส่วนร่วมทางความคิด (Endorsement) 3. การมีส่วนร่วมในระดับของการร่วมกันสร้าง (การมีส่วนร่วมในเชิงกระบวนการ (Empowerment)

ทฤษฎีมานุษยรูปนิยมของแบรนด์ (Brand Anthropomorphism) หรือการทำต้นแบบของแบรนด์ (Brand Archetypes) เป็นการทำให้แบรนด์มีลักษณะและส่วนประกอบต่างๆ คล้ายกับคน เช่น มีร่างกาย ความคิด และจิตวิญญาณ ด้วยความเข้าใจที่ว่าแบรนด์ก็เหมือน

สิ่งมีชีวิตชนิดหนึ่งที่เติบโตและมีวิวัฒนาการของมันเอง โดยเริ่มต้นจากการเป็นเพียงแค่สัญลักษณ์ (โลโก้) หรือคำพูดไม่กี่คำ จนกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในธุรกิจและมีชีวิต เช่นเดียวกับมนุษย์คนหนึ่งในที่สุด (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559) พันธกิจของแบรนด์ (Brand Missions) หมายถึง สิ่งที่แบรนด์ต้องทำให้สำเร็จเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ นักสร้างแบรนด์และนักการตลาดอาจกล่าวถึงพันธกิจในชื่อยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เทคนิค แผนดำเนินงานระยะสั้น และระยะยาว ขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนขององค์กร

พฤติกรรมของแบรนด์ (Brand Behaviors) คือการสื่อสารและการกระทำของแบรนด์ ที่ซึ่งมีผลต่อสายสัมพันธ์ในระยะยาว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่แบรนด์เป็น (ตัวตนของแบรนด์) อย่างแท้จริง โดยมีดัชนีตรวจวัดระดับการรับรู้ (Perception Level Index) ในการสร้างแบรนด์ 4.0 มี 10 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 Awareness การรับรู้ว่ามีอยู่ ระดับที่ 2 Familiarity รู้สึกคุ้นเคย ระดับที่ 3 Association เชื่อมโยงกับบางสิ่งบางอย่างที่มี “คุณค่า” ระดับที่ 4 Preference สนใจและชื่นชอบในตัวตนของแบรนด์ ระดับที่ 5 Consideration ผู้บริโภค ต้องการซื้อ และกำลังพิจารณาแบรนด์ ระดับที่ 6 Decision ตัดสินใจซื้อ ระดับที่ 7 Promise พิสูจน์ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ระดับที่ 8 Inspiration เต็มเต็มตัวตนของลูกค้าระดับที่ 9 Ambassador ตัวแทนของแบรนด์ และ Advocacy ผู้สนับสนุนแบรนด์ (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559)

การตลาดจากยุค 1.0 สู่ยุค 4.0

การตลาดยุค 1.0 เป็นยุคแรกๆ ที่เกิดการผลิตสินค้าในเชิงอุตสาหกรรมคู่แข่ง ในการผลิตน้อยรายความต้องการผู้บริโภคจะมีสูงกว่าการผลิตตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นศูนย์กลางของทั้งหมดมีอิทธิพลเหนือลูกค้าอย่างชัดเจนเป็นยุคของการวางตำแหน่งสินค้ากำหนดกลยุทธ์ตลาดด้วย 4P's พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ถูกต้อง มีคุณภาพ มีฟังก์ชันที่ดี ตั้งราคาให้ถูกต้องหาช่องทางขายให้ถูกกับผลิตภัณฑ์และลูกค้า รวมถึงการทำการสื่อสารไปหาลูกค้าว่าของเราดีอย่างไร ล่อใจลูกค้าด้วยโปรโมชั่น ความสัมพันธ์ในยุคนี้เป็นแบบ One to Many ผู้ผลิตรายเดียวติดต่อกับลูกค้าได้หลายราย

การตลาดยุค 2.0 เป็นยุคที่การแข่งขันเริ่มสูงขึ้นผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดใช้ว่าจะผลิตเป็นกันอยู่แต่ไม่กี่รายการ การช่วงชิงลูกค้าเริ่มเกิดขึ้น ลูกค้าจึงกลายมาเป็นศูนย์กลางแทนกลยุทธ์ที่คิดจากส่วนประสมการตลาดที่แสนจะเก่าแก่ออย่าง 4P คงไม่เพียงพอการคิดกลยุทธ์ที่มุ่งไปยังลูกค้าที่มีมากขึ้นเช่น การทำ CRM (Customer Relationship Management) หรือ Service Mind ต่างๆ เป็นต้น เพื่อรักษาลูกค้าเก่าและช่วงชิงฐานลูกค้าเป็นยุคที่ “ลูกค้าคือพระเจ้า” และการมุ่งตอบสนองที่ลูกค้าก็ได้กลายเป็นนโยบายหลักขอ

หลายๆองค์กร หลัก 4P จึงเอาไม่อยู่เพราะการเน้นเรื่องบริการไปยังลูกค้า กลยุทธ์จากส่วนประสมทางการตลาดจึงต้องกลายเป็น 7P ของเดิมที่มี 4P ได้แก่ Product Price Place และ Promotion บวกของใหม่เข้าไปอีก 3 คือ People Physical และ Process เป็นยุคที่มุ่งหวังให้ลูกค้าแต่ละรายมีมูลค่าหัวสูงสุด CEM (Customer Experience Management) หรือ Experiential Marketing คือ การบริหารประสบการณ์ลูกค้า เพราะเชื่อว่าทุกครั้งที่ลูกค้าเห็นเรา ติดต่อกับเราทุกจุดสัมผัสระหว่างเรากับลูกค้า (Contact Points) จะทำอย่างไรให้ลูกค้าพอใจ มีประสบการณ์เป็นบวกทุกครั้ง ตั้งแต่ให้ลูกค้าเกิดประสบการณ์สร้างบรรยากาศและอารมณ์ผ่านอายตนะทั้ง 5 เรียกว่า 5 Sense Marketing ให้ลูกค้าได้ทดลองจนเกิดความสัมพันธ์ที่ดี และเกิดความภักดีในที่สุดตัวชี้วัดยุคนี้คือ RFM (Regency Frequency Monetary) ที่วัดมูลค่าหุ้นของลูกค้าแต่ละรายในฐานะลูกค้าแบบตลอดชีพ LTV (Lifetime Value of Customer) ที่เรียกว่า Customized และ Personalized ให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละราย ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการรายเดียวไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ จึงต้องร่วมกันตอบโจทย์ลูกค้าที่เรียกว่า Solution ความสัมพันธ์เป็นแบบ Many to One หรือ One to One หากผู้ผลิตรายเดียวไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายเฉพาะรายของลูกค้าแต่ละคน

การตลาดยุค 3.0 เป็นยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารแบบล้าสมัยเข้ามามีบทบาทมาก สังคม เกิดการรวมตัวทั้งทางกายภาพและทางความคิดกันได้ง่าย สังคมจึงเริ่มมีอิทธิพลสูงต่อโลกของธุรกิจดังนั้นธุรกิจการค้าต่างๆ จึงต้องย้อนกลับไปที่การตอบสนองต่อสังคม ความเป็นเลิศในตัว คุณสมบัติของสินค้าไม่ได้เป็นสิ่งยืนยันว่าคุณจะชนะอีกต่อไป แต่กลับกลายเป็นความรักและความศรัทธาที่ธุรกิจสร้างให้กับสังคมต่างหากที่จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สินค้าของธุรกิจนั้นๆได้สูง ฉะนั้น กลยุทธ์เพื่อสร้างการยอมรับจากสังคม The Societal Marketing Concept จึงกลายเป็นกลยุทธ์หลักที่จัดกลเม็ดออกมาสู้กัน ในยุคนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าเป็นแบบ Many to One ผู้ประกอบการหลายรายมาร่วมตัวกันเป็นโซลูชันให้กับลูกค้าแต่ละรายกำไร (Profit) คือสิ่งที่ตามมาเป็นผลกำไรที่ยั่งยืน

การตลาดยุค 4.0 เป็นยุคที่ต้องนำแบรนด์ที่มีชีวิตสร้างหรือเข้าสู่เครือข่ายแห่งการคุณค่าที่แบรนด์และผู้บริโภคมีส่วนร่วมเครือข่ายดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดวิวัฒนาการจากความต้องการเชื่อมโยงกับจิตวิญญาณของมนุษย์ (Human Spirit) ไปสู่ความต้องการเชื่อมโยงกับจิตวิญญาณเฉพาะบุคคล (Your Spirit) ดังที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ ถึงแม้ว่าอุปกรณ์ดิจิทัลพกพาจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดเครือข่ายสังคมขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงถึงกันทั้งในโลกออนไลน์และโลกออฟไลน์ แต่สังคมดิจิทัลก็เปรียบเสมือนโลกแห่งสังคมใหม่ที่ขยายตัวในเชิงปริมาณกล่าวคือมีการเชื่อมโยงกันของผู้บริโภคจำนวนมหาศาล แต่ยังขาดซึ่งวัตถุประสงค์ที่

ชัดเจน นั่นเป็นเหตุผลที่ว่าทำไมเครือข่ายสังคมออนไลน์ในยุคที่ผ่านมา จึงมุ่งไปที่การตอบสนองความรู้สึกนึกคิดพื้นฐานของผู้บริโภคที่มีร่วมกัน

นอกเหนือจากการสื่อสารที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ผู้คนในสังคมดิจิทัลก็เริ่มมีพฤติกรรมการจัดกลุ่มโดยธรรมชาติ (Self-Fragmented) โดยมุ่งเน้นไปที่วัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับความต้องการของตนเองมากขึ้นการตลาดในยุค 4.0 จึงแตกต่างจากยุคที่การตลาดเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนตรงที่การตลาดผูกสินค้าหรือแบรนด์เข้ากับยอดขาย แต่การสร้างแบรนด์ผูกแบรนด์ (Shares Values) การสร้างแบรนด์ในยุค 4.0 คือ การก้าวข้ามจากการระบุเพียงจุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) หรือตำแหน่งทางการตลาดไปสู่การทำให้แบรนด์มีชีวิต (Brand Personification) หัวใจสำคัญของกลยุทธ์ที่ทำให้คุณค่ามาก่อนมูลค่า คือการที่คุณค่าร่วมในยุคนี้เป็นสิ่งที่มีตัวชี้วัดอย่างชัดเจนและสามารถทำได้ในวงกว้าง ดังนั้นเพื่อก้าวสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ แบรนด์จึงไม่สามารถดำเนินกระบวนการทางธุรกิจได้เพียงลำพัง แต่จำเป็นต้องเป็นผู้นำในการสร้างพื้นที่เพื่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า การมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคกับแบรนด์สามารถเชื่อมโยงและสร้างสายสัมพันธ์ต่อกันด้วยคุณค่าที่มีร่วมกัน เมื่อผู้บริโภคมีอำนาจมากขึ้นในสังคมดิจิทัล พวกเขาจึงต้องการมีส่วนร่วมกับแบรนด์เพื่อสร้างความแน่ใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของว่าจะได้รับบางสิ่งบางอย่างที่ตอบสนองความต้องการสูงสุดของตนเอง กระบวนการดังกล่าวของแบรนด์ ความสามารถของแบรนด์บวกกับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับแนวคิดในการเปลี่ยนคุณค่าให้กลายเป็นมูลค่าจึงถูกเรียกในอีกชื่อหนึ่งว่า คุณค่าเฉพาะของแบรนด์

จากการศึกษาเอกสารและค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาด ผู้วิจัยขอสรุปว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง การผสมผสานของกระบวนการตลาดด้านต่างๆที่เชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแบบบูรณาการของการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการการกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายโดยองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการประกอบด้วย 7 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่จำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) แบบภูมิทัศน์หรือสภาพทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยทำการตลาดแบบเน้นสร้างคุณค่าของสินค้าและสร้างความประทับใจในตัวผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ดังนั้น จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในส่วนของการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2537) ได้อธิบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีลักษณะที่เป็นบูรณาการ กล่าวคือ ทำให้เกิดเป็นองค์รวม หมายความว่า องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์ และมีลักษณะอีกอย่างหนึ่ง คือ มีดุลยภาพ หรือพูดอีกนัยหนึ่ง คือ การทำให้เกิดกิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ธรรมชาติ

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2552) ได้ให้ความจำกัดความของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้สั้นๆ ว่า การพัฒนาที่อยู่ภายใต้ขีดจำกัดทางนิเวศโดยการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการในปัจจุบัน โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ หรือสร้างความลำบากใจให้กับประชาชนในอนาคต การพัฒนาที่ยั่งยืนเช่นนี้ มีลักษณะเป็นการพัฒนาที่บูรณาการ (integrated) คือ ทำให้เป็นองค์รวม (Holistic) โดยองค์ประกอบทั้งหลาย ต้องทำงานประสานกันครบองค์ อย่างมีดุลยภาพ (Balanced) (UN: Commission on Environment And Development)

แนวคิดการบริหารการพัฒนา

เมตต์ เมตต์การุณจิต (2556) ได้ให้ความหมาย การบริหารการพัฒนาไว้ว่า การบริหารการพัฒนาเป็นแนวทาง หรือวิธีการที่นำนโยบายแผนของรัฐบาลมาจัดการเพิ่มประโยชน์สุขของประชาชน ดังนั้น จึงต้องคำนึงถึงควมมีประสิทธิภาพและความคุ้มค่า รวมถึงการยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการบริหาร การบริหารการพัฒนามีความหมายกว้าง ไม่เพียงแต่หมายถึงด้านเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ความหมายครอบคลุมไปถึงการพัฒนาในด้านต่างๆ รวมถึงการพัฒนากาการบริหารอีกด้วย

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนา ผู้วิจัยขอสรุปว่า การพัฒนาเป็น กระบวนการเปลี่ยนแปลงทุกๆด้านอย่างเป็นไปตามธรรมชาติ เพื่อไปสู่ความเจริญก้าวหน้า หรือความทันสมัยที่มั่นคงยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนาด้านการทองเที่ยวไม่ควรเน้นแต่ด้าน เศรษฐกิจ แต่ควรสนองตอบความต้องการของสังคมอย่างทั่วถึง และต้องคำนึงถึงองค์รวม ทางด้านสังคม ในเรื่องของการพัฒนาวัฒนธรรม วิถีความเชื่อ ตลอดจนคำนึงถึงการรักษา สมดุลของสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นธรรม ผู้วิจัยได้นำแนวพัฒนาด้านการทองเที่ยวอย่างยั่งยืนมา ปรับใช้โดยประยุกต์เข้ากับหลักการขององค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการทำให้มีมากขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและอนุรักษ์ทรัพยากรพื้นฐาน ส่วนด้าน สังคม สามารถจัดสรรความเท่าเทียมกันในการใช้ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่เพียงพอ และ จำกัดจำนวนประชากร และด้านเศรษฐกิจควรเติบโตอย่างเหมาะสม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

และความสมดุลในระบบนิเวศ ส่วนการบริหารการพัฒนา ผู้วิจัยได้นำหลักและแนวทางการบริหารงานการพัฒนาหรือนำเอาโครงการพัฒนาด้านต่างๆไปดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จในพื้นที่ที่เป็นโครงการนำร่อง รวมทั้งการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด หรือการทำให้การบริหารมีขีดความสามารถเพิ่มมากขึ้น โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม และสามารถบริหารการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนตลอดไปเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวสำหรับกรุงเทพมหานครต่อไป

ดิน ปรัชพฤทธิ (2555) อธิบายว่า การบริหารการพัฒนา (Development Administration, Administration of Development) หมายถึง การนำเอาความสามารถที่มีอยู่ในการพัฒนาการบริหารมาลงมือปฏิบัติตามนโยบายแผน แผนงาน หรือโครงการพัฒนาประเทศ เพื่อให้บังเกิดความเปลี่ยนแปลงตามที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้าและความเปลี่ยนแปลงตามที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้านี้ จะมุ่งความเจริญของงานทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศ อันจะนำไปสู่การลดความทุกข์ยากของคนทั้งที่อยู่ในองค์การ (ข้าราชการ) และที่อยู่นอกองค์การ (ประชาชน)

จอร์จ เอฟ แกนท์ (1950) นักวิชาการชาวอเมริกัน อธิบายแนวคิดและความหมายของการบริหารการพัฒนา (development administration) เป็นคนแรกๆ โดยมีประสบการณ์มาจากการปฏิบัติงานที่ Tennessee Valley Authority (TVA) กล่าวว่า การบริหารการพัฒนาเป็นคำที่ให้ความสำคัญกับหน่วยงานระบบการจัดการและกระบวนการต่างๆ ซึ่งรัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพร้อมกันนี้ การบริหารพัฒนายังคงเป็นเครื่องมือของรัฐบาลที่กำหนดให้เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆของการพัฒนาเพื่อทำการเชื่อมโยงและทำให้วัตถุประสงค์ทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของชาติประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้ การบริหารพัฒนายังช่วยปรับให้ระบบราชการและบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานราชการต่างๆตอบสนองต่อการพัฒนาอีกด้วย ดังนั้น การบริหารการพัฒนาจึงหมายถึง การบริหารนโยบาย แผนงาน และโครงการต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนา

ยุวดี นิรันดร์ตระกูล (อ้างอิงใน จุฑาธิปต์ จันทรเฑียร, 2553) ได้กล่าวถึงแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สรุปได้ 4 ประการ คือ 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องอยู่ภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต 2) ต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน 3) ต้องมีการกระจายรายได้ อันเกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยวไปสู่ประชาชนทุกส่วน และ 4) ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นการสนับสนุน

ให้มาตรฐานการบริโภคที่ไม่ฟุ่มเฟือย อยู่ในขอบเขตของการรับรองระบบนิเวศค้ำึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักและมีชุมชนเป็นรากฐานของการพัฒนา

แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์

ความหมายของการวางแผนยุทธศาสตร์

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ (2560) กล่าวว่า ยุทธศาสตร์ หรือ กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง กุศโลบายในการทำงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จภายใต้ข้อจำกัดของหน่วยงานและบุคคล หรือหมายถึง แนวคิดหรือวิธีการที่จะแยกแยะ อันบ่งบอกถึงลักษณะการแก้ตัว ขององค์กรว่าจะก้าวไปสู่เป้าหมายที่ต้องการในอนาคตได้อย่างไร กลยุทธ์จึงเป็นกรอบชี้แนะ หรือส่วนหัวขบวนของชุดแผนงานที่บ่งบอกขอบเขตของสิ่งที่เกี่ยวข้องอันเป็นพื้นฐานของการจัดทำแผนและเป็นวิธีการเชิงรวมที่องค์กรเลือกไว้เพื่อเคลื่อนไปสู่วัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร

พยอม ธรรมบุตร (2546) ยุทธศาสตร์ หมายถึง วิธีการดำเนินงานที่มั่นใจได้ว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การ เป็นวิถีทาง (Means) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในระยะยาว (Long-Term Objectives) เป็นแผนของผู้บริหารระดับสูงที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ต่างๆที่สอดคล้องกับภารกิจและเป้าหมายขององค์กรสอดคล้องกับยุวดี นิรัตน์ตระกูล (2557) ที่อธิบายว่ายุทธศาสตร์ หมายถึง การวางแผนสู่การปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ ทั้งนี้ เพื่อกระบวนการการตัดสินใจอันซับซ้อนซึ่งเชื่อมโยงวัตถุประสงค์หรือจุดหมายสุดท้าย (Ends) เข้ากับวิถีหรือหนทาง (Ways) และวิธีการหรือเครื่องมือ (Means) ที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์สอดคล้องกับสุมิตรสุวรรณ (2554) อธิบายว่ายุทธศาสตร์ หมายถึง แนวทางหรือมาตรการเชิงรุกเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือเป็นวิธีการหรือแผนการที่คิดขึ้นอย่างรอบคอบ มีลักษณะขั้นตอน มีความยืดหยุ่น พลิกแพลงได้ตามสถานการณ์มุ่งหมายเพื่อเอาชนะแข่งขันหรือเพื่อหลบหลีกอุปสรรคต่างๆจนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ดำรง วัฒนา (2545) ได้ให้ความหมายของยุทธศาสตร์ไว้ ดังนี้

1. เอกสารที่ระบุวิสัยทัศน์ (Vision) ภารกิจ (Mission) และกลยุทธ์ (Strategies) ต่างๆ ในการดำเนินงานขององค์กรหนึ่งๆ
2. เป็นแผนระยะยาวที่บอกทิศทางการดำเนินงานขององค์การสำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการประสานและกำกับติดตามการดำเนินงานในส่วนต่างๆขององค์การให้เป็นในทิศทางและจังหวะเวลาที่สอดคล้องกัน

3. เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นจากการวิเคราะห์สภาพการภายนอกและภายในองค์กร เพื่อคาดคะเนแนวโน้มของสถานการณ์และกำเนิดแนวทางการดำเนินการขององค์กร ให้สอดคล้องเหมาะสมกับแนวโน้มของสถานการณ์ดังกล่าว

ความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเหมาะสมกับสภาพการณ์เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ เพราะการกำหนดแผนยุทธศาสตร์นั้นให้ความสำคัญกับการศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

2. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยให้หน่วยงานในภาครัฐกิจตระหนักถึงบทบาท หน้าที่ของตนที่มีส่วนเอื้ออำนวยความสำเร็จและความล้มเหลวต่อเป้าประสงค์ขององค์กร

3. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่ช่วยส่งเสริมการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management, NPM) ที่ให้ความสำคัญการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐกิจทั้งระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยในประเทศไทยเรียกว่า การปฏิรูประบบราชการ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐกิจยังต้องดำเนินงานตามแนวทางการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีหรือธรรมาภิบาล (Good Governance) ซึ่งเป็นกระแสหลักในการบริหารรัฐกิจปัจจุบัน

4. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยยกระดับระบบการจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน (Performance-based Budgeting)

5. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยในการสร้างนวัตกรรมการบริหารจัดการซึ่งเป็นการพินิจวิเคราะห์ วางแผนและนำเสนอทางเลือกในการบริหารจัดการแบบใหม่ๆ ที่หลุดพ้นจากกรอบพันธนาการทางความคิดอันเกี่ยวข้องกับระเบียบปฏิบัติราชการที่ล้าสมัยและไม่เป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชน

6. แผนยุทธศาสตร์เป็นการกำหนดรูปแบบของการปฏิบัติที่มีส่วนช่วยสนับสนุนหลักการประชาธิปไตยในแง่ของการมีส่วนร่วม (Participation) และการกระจายอำนาจ (Decentralization)

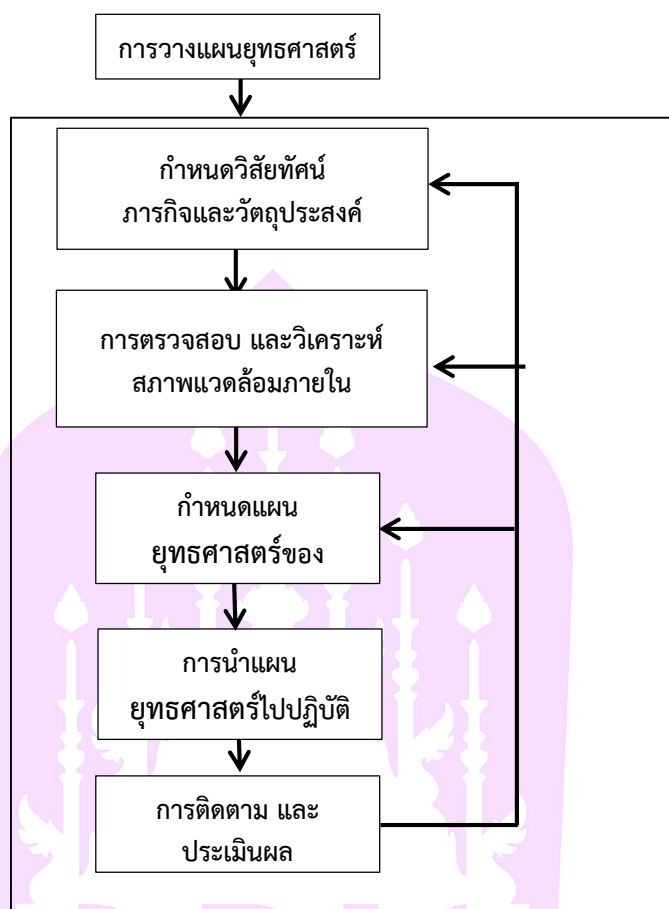
กระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์นั้นมีขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย
 - 1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)
 - 1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)
2. การจัดวางทิศทางขององค์การ ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1 การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision)
 - 2.2 การกำหนดภารกิจ (Mission)
 - 2.3 การกำหนดเป้าประสงค์ขององค์การ (Corporate Goal)
 - 2.4 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives)
 - 2.5 การกำหนดดัชนีชี้วัดผลงานระดับองค์การ (Organization's Key Performance Indicators, KPIs)
 - 2.6 การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy)
3. การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เป็นการดำเนินการเพื่อให้ยุทธศาสตร์ที่ได้ถูกกำหนดขึ้นมีความเป็นรูปธรรมปฏิบัติได้จริง อันจะนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ ภารกิจและเป้าประสงค์ขององค์การโดยการจัดทำแผนยุทธศาสตร์นั้นประกอบด้วย
 - 3.1 การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและภัยคุกคามขององค์การหรือที่มักนิยมเรียกกันว่าการทำสวอต-อนาไลซิส (SWOT Analysis) อันประกอบไปด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness) การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และการวิเคราะห์ภัยคุกคาม (Threats) ขององค์การ
 - 3.2 การกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์
 - 3.3 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ พร้อมทั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานสนับสนุน
 - 3.4 การกำหนดดัชนีชี้วัดผลงานระดับองค์การและระดับหน่วยงาน (Strategic Plan's KPIs)
 - 3.5 การกำหนดยุทธวิธี (Tactics) หรือแผนงานในการปฏิบัติ
 - 3.6 การกำหนดเป้าหมาย (Targets) ของแต่ละกิจกรรม (Activities) พร้อมกับดัชนีชี้วัดผลงานระดับแผนปฏิบัติการ (Action Plan's KPIs) (วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ และคณะ ปรับปรุงจากการวางแผนกลยุทธ์: ศิลปะการกำหนดแผนองค์การสู่ความเป็นเลิศ, 2548)

การวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) เป็นการวางแผนระยะยาวขององค์การ เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ขององค์การมีขั้นตอนหรือกระบวนการย่อยที่สำคัญ 3 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพ 1 รายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดหรือทบทวนทิศทางในเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Direction) ประกอบด้วยวิสัย (vision) ภารกิจขององค์การ (Corporate Mission) วัตถุประสงค์หลัก (Corporate Objectives) หรือวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Objectives) เพื่อให้ทราบภาระงานทิศทางและเป้าหมายที่องค์การต้องการ
2. การตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์การ (Strategic Audit or Environmental Analysis) เพื่อให้ทราบสถานะต่างๆขององค์การ จึงสามารถลดความเสี่ยงต่างๆจะเกิดขึ้นจากสถานการณ์ภายในองค์การ (Internal Risks) และทราบถึงสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ ทำให้สามารถปรับตัวและรับมือกับเหตุการณ์และความเสี่ยงต่างๆจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การได้ (External Risks)
3. วิเคราะห์ยุทธศาสตร์ทางเลือก (Strategic Choices) และเลือกยุทธศาสตร์ขององค์การ (Strategic) ที่เหมาะสมเพื่อให้มีแนวทางหรือหนทางที่จะทำให้องค์การบรรลุถึงภารกิจและวัตถุประสงค์หลักขององค์การที่ตั้งไว้ด้วยยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมที่สุด





ภาพ 1 แสดงส่วนประกอบ และขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์

ที่มา: สุพาณี สฤษฏ์วานิช, 2553

การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

แนวคิดด้านการวางแผนการท่องเที่ยว มี 5 แนวคิด ดังนี้ (พยอม ธรรมบุตร, 2546)

1. การวางแผนการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างเงิน (Boosterism) นักพัฒนา คือ ผู้คิดสร้างกำไร โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นโดยปราศจากความคิดเรื่องอนุรักษ์ ชุมชนชาวบ้านไม่มีส่วนร่วมในการพัฒนา นักพัฒนาต้องการสร้างโรงแรมเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงการทำลายสภาพแวดล้อมของธรรมชาติและวัฒนธรรม

2. การวางแผนการท่องเที่ยวแนวเศรษฐกิจ (Economic Based) นักพัฒนา คือ นักเศรษฐศาสตร์ ซึ่งพิจารณาว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งของเศรษฐกิจ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ เพื่อการเติบโตและฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติ เป็นการสร้างเงินสร้างงานและพัฒนาภูมิภาคต่างๆ โดยยังไม่มีความคิดด้านการอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

3. การวางแผนการท่องเที่ยวอนุรักษ์พื้นที่การท่องเที่ยว (Destination Based) นักพัฒนาคือ นักวางแผนการใช้ที่ดินและนักวางแผนผังเมือง ซึ่งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์พื้นที่ท่องเที่ยวการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying Capacity=CC) การกำหนดขอบเขตของการเปลี่ยนแปลงที่ยอมรับได้ (Limit of Acceptable Charge = LAC) การจัดการผลกระทบที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (Visitor Impact Management =VIM) การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และกระจายการท่องเที่ยวเพื่อลดผลกระทบต่อพื้นที่

4. การวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชน (Community Based) นักพัฒนา คือ ผู้ประสานงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาชุมชนโดยให้ชุมชนมีบทบาทในการเป็นเจ้าของกิจการการท่องเที่ยวแทนการเป็นแรงงานราคาถูก มีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการวางแผนพัฒนาชุมชน การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

5. การวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) นักพัฒนาคือนักวางแผนแบบบูรณาการ มีการวางแผนการท่องเที่ยวบูรณาการเข้ากับการวางแผนพัฒนาด้านจิตสำนึกไปในแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ตั้งไว้ แนวคิดในแนวนี้นี้คือ แนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืน

การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เป็นวงจร ดังนี้

1. การตรวจสอบทรัพยากร
2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน/ภายนอก
3. การวิเคราะห์ SWOT
4. การกำหนดวิสัยทัศน์
5. การกำหนดพันธกิจ
6. การกำหนดหลักการนำทาง
7. การกำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์
8. การกำหนดกลยุทธ์
9. การกำหนดยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติการ
- 10.การประเมินและปรับยุทธศาสตร์

การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมเชิงกลยุทธ์ (SEA)

พยอม ธรรมบุตร (2546) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมไว้ว่า กิจกรรมหลายอย่างของมนุษย์จัดเป็นสาเหตุสำคัญในการก่อให้เกิดมลพิษ ไม่ว่าจะเป็นโรงงานอุตสาหกรรม การจราจร การก่อสร้างอาคาร สถานที่ สถานบริการต่างๆ เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การนั่งช้าง การแข่งขันรถขับเคลื่อนสี่ล้อในจังหวัดน่าน กิจกรรมผจญภัย เป็นต้น มลพิษอาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ได้แก่

1. การนำเสนอวัตถุประสงค์ของการพัฒนา
2. การเสนอสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่ได้รับผลกระทบ
3. การประเมินความเป็นไปได้ของผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น
4. การออกข้อกำหนดเพื่อรักษาสภาพแวดล้อม
5. การเฝ้าระวังการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม
6. การจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อลดผลกระทบ

อย่างไรก็ตามการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะบรรลุผลสำเร็จต้องประกอบด้วยหลักการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่ดี จำเป็นต้องอาศัยหลักการที่ดีเพื่อให้โครงการต่างๆ ดำเนินไปได้ โดยส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

หลักการที่ 1 มีวัตถุประสงค์ที่แน่นอน การประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะต้องพยายามไม่เสนอหัวข้อที่ไม่ใช่ประเด็นน่าสนใจ

หลักการที่ 2 เป็นที่รวบรวมของสหสาขาวิทยาการระบบการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ต้องประกอบด้วย กลุ่มบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถจากหลายสาขา เพื่อให้โครงการดำเนินไปได้ด้วยบรรลุวัตถุประสงค์

หลักการที่ 3 มีข้อมูลเพียงพอที่จะนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจโครงการ การวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อมควรจะต้องมีข้อมูลเพียงพอเพื่อเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจขั้นตอนต่างๆ ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะต้อง

1. สามารถนำไปพิจารณาขอบเขตการศึกษาของโครงการได้
2. สามารถนำไปพิจารณาเลือกที่ตั้งของโครงการได้
3. สามารถนำไปสู่การคาดการณ์ความเป็นไปได้ของโครงการ สามารถใช้เป็นพื้นฐานที่ใช้ประกอบการออกแบบโครงการได้

หลักการที่ 4 ต้องเสนอมาตรการลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน

หลักการที่ 5 รายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม ต้องนำเสนอข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการนำไปปฏิบัติได้ (พยอม ธรรมบุตร, 2546)

แนวคิดการบูรณาการและการมีส่วนร่วม

ความหมายการบูรณาการ

ราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมายคำว่า บูรณาการไว้ 2 ความหมาย ความหมายที่ 1 คือ ทำให้เป็นเนื้อเดียวกันโดยรวมหรือผสมผสานส่วนต่างๆเข้าด้วยกัน เช่น การสอนภาษาแบบบูรณาการ หมายถึง การรวมทักษะการพูด ฟัง อ่าน เขียนไว้ในวิชาเดียวกัน ความหมายที่ 2 ของคำว่า บูรณาการ หมายถึง เชื่อมหรือประสานกับสิ่งอื่น หรือหน่วยงานอื่น

การบูรณาการ (Integration) หมายถึง การประสานกลมกลืนกันของแผนกระบวนการสารสนเทศ การจัดสรรทรัพยากร การปฏิบัติการ ผลลัพธ์ และการวิเคราะห์ เพื่อสนับสนุนเป้าประสงค์ที่สำคัญของสถาบัน (Organization-wide Goal) การบูรณาการที่มีประสิทธิภาพเป็นมากกว่าความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน (Alignment) ซึ่งการดำเนินการของแต่ละองค์ประกอบภายใน ระบบการจัดการ ผลการดำเนินการมีความเชื่อมโยงกันเป็นหนึ่งเดียวอย่างสมบูรณ์ (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2557)

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปว่าการบูรณาการ หมายถึง กระบวนการเชื่อมประสานสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่ง ผสมผสานสิ่งที่มีอยู่เข้ามารวมกันให้มีความประสานสัมพันธ์แบบองค์รวมเป็นหนึ่งเดียว ครบถ้วน สมบูรณ์ เป็นเอกภาพในตัวแบบไม่แยกส่วน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของแกนหลักหรือส่วนประกอบที่ใหญ่ขึ้น

ความหมายของการมีส่วนร่วม

อาภรณ์พันธ์ จันทรสว่าง (2522) ได้อธิบายเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลง และความเห็นพ้องต้องกันจะต้องมีมากจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อปฏิบัติ กล่าวคือ จะต้องเป็นความเห็นพ้องต้องกันจะต้องมีมากจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติการณ์นั้นๆ เหตุผลเบื้องต้นแรกของการที่มีคนมารวมกันได้ ควรจะต้องมีการตระหนักว่า ปฏิบัติการทั้งหมดหรือการกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มหรือทำในนามกลุ่มนั้นกระทำผ่านองค์การ (Organization) ดังนั้นองค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลง

กระบวนการมีส่วนร่วม

การพัฒนาชุมชนที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน คือการเปิดโอกาสให้บุคคลและผู้แทนของกลุ่มองค์กรต่างๆที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการกำหนดทิศทางในการพัฒนา ชุมชนร่วมตัดสินใจอนาคตของชุมชนร่วมดำเนินกิจกรรมการพัฒนาและร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น กระบวนการจะช่วยให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและ

การตัดสินใจ ร่วมสร้างความเข้าใจในการดำเนินงาน สร้างการยอมรับความรับผิดชอบในฐานะสมาชิกของชุมชน เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและเกิดความภาคภูมิใจในผลงานที่ตนมีส่วนร่วม กระบวนการพัฒนาชุมชนจึงเกิดความต่อเนื่องและก่อให้เกิดผลสำเร็จสูงโดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ (ธีระภักตรา เอกผาชัยสวัสดิ์, 2554)

1. ขั้นตอนเตรียมการ ได้แก่

1.1 การศึกษาชุมชนเพื่อทราบประวัติการพัฒนาโครงสร้างทางสังคมปัจจัยพื้นฐานแหล่งทรัพยากรของหมู่บ้าน โดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่แล้วในรายงานสำรวจของราชการ การพูดคุยกับชุมชนและการสำรวจ

1.2 การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้ได้เป็นตัวแทนของกลุ่มต่างๆ

1.3 การชี้แจงวัตถุประสงค์ต่อผู้นำและกรรมการหมู่บ้านและขอความเห็นในการจัดประชุมให้สะดวก ราบรื่นทุกฝ่าย

1.4 การเตรียมตัวของผู้นำการประชุมผู้ดำเนินการประชุมให้ราบรื่น

1.5 การเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม

2. ขั้นตอนของเทคนิคAIC มีดังนี้

2.1 ขั้นตอนการสร้างความรู้ (Appreciation) เป็นขั้นตอนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ขั้นตอนนี้จะเป็นโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนแสดงความคิดเห็นและรับฟัง และหาข้อสรุปร่วมกันอย่างเป็นประชาธิปไตย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ของหมู่บ้านในปัจจุบัน (A1) และช่วงที่ 2 การกำหนดอนาคตของหมู่บ้านว่าจะต้องพัฒนาในทิศทางใด (A2) สรุปในขั้นตอนนี้เป็นการใช้จินตนาการ (Imagination) ที่จะช่วยให้เกิดวิสัยทัศน์ (vision) ได้ง่ายขึ้นและเมื่อนำวิสัยทัศน์ของแต่ละคนมารวมกันก็จะเกิดพลังที่ยิ่งใหญ่และกลายเป็นวิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) หรืออุดมการณ์ร่วม (Shared Idea) ซึ่งได้แก่สิ่งที่มุ่งหมายปรารถนาอย่างสูงสุดร่วมกัน

2.2 ขั้นตอนการสร้างแนวทางการพัฒนา (Influence: I) คือ ขั้นตอนการหาวิธีการที่จะทำให้พัฒนาหมู่บ้านตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ในช่วงเวลากำหนดอนาคตของหมู่บ้าน (A2) และเป็นช่วงการหามาตรการหรือวิธีการในการพัฒนาและค้นหาเหตุผล เพื่อจัดลำดับความสำคัญตามความเห็นของกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 การคิดโครงการที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ และช่วงที่ 2 การจัดลำดับความสำคัญของโครงการโดยแยกเป็น 3 ประเภทคือ กิจกรรมหรือโครงการที่ชาวบ้านทำเอง กิจกรรมหรือโครงการที่ชาวบ้านทำเองบางส่วนและขอความช่วยเหลือจากแหล่งทุนภายนอก และกิจกรรมหรือโครงการที่สามารถขอจากภาครัฐผ่านตำบล สรุปได้ว่า ขั้นตอนที่2.2

นี่เป็นการพิจารณาเลือกวิธีการสำคัญที่กลุ่มจะมีปฏิสัมพันธ์ (Influence หรือ Interaction) ซึ่งกันและกันสูง รวมถึงการถูกเอียงได้แฉงด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ได้วิธีการที่กลุ่มเห็นว่าดีที่สุด

2.3 ขั้นตอนการสร้างแนวทางปฏิบัติ (Control : C) การนำเอาโครงการหรือกิจกรรมต่างๆมาสู่แผนปฏิบัติ (Action Plan) และจัดกลุ่มผู้ดำเนินงานซึ่งจะรับผิดชอบต่อโครงการหรือกิจกรรมขั้นตอนนี้แบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงที่ 1 การแบ่งกลุ่มผู้รับผิดชอบ (C1) และช่วงที่ 2 การตกลงในรายละเอียดในการดำเนินงานจัดทำแผนปฏิบัติกิจกรรมหรือโครงการ (C2) สรุปได้ว่าในขั้นตอนที่ 2.3 นี้ ชาวบ้านแต่ละคนจะเลือกเองว่าสมัครใจจะเป็นผู้รับผิดชอบหลัก เรื่องใดจะเป็นผู้ให้ความร่วมมือ เรื่องใดจะเป็นผู้ร่วมคิดแผนปฏิบัติการ ข้อใดเป็นการกำหนดข้อผูกพัน (Commitment) ให้ตนเองเพื่อควบคุม (Control) ให้เกิดการกระทำอันจะนำไปสู่บรรลุผลที่เป้าหมายหรืออุดมการณ์ร่วมกันของกลุ่มในที่สุด

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization อ้างถึงใน ยุพิน ระพิพันธุ์, 2544) เสนอปัจจัยพื้นฐานในการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ

1. ปัจจัยของสิ่งจูงใจจากสภาพความเป็นจริง ชาวบ้านที่จะเข้าร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ทั้งในแง่การร่วมแรง ร่วมทรัพยากรหรืออื่นๆนั้น มีเหตุผลอยู่ 2 ประการ คือ

1.1 การมองเห็นว่าตนจะได้ประโยชน์ตอบแทนในสิ่งที่ตนทำไป ซึ่งถือเป็นเรื่องการกระตุ้นให้เกิดมีสิ่งจูงใจ

1.2 การได้รับคำบอกกล่าวหรือชักชวนจากเพื่อนบ้านให้เข้าร่วม โดยมีสิ่งจูงใจเป็นตัวนำซึ่งถือว่าเป็นเรื่องของการก่อให้เกิดมีสิ่งจูงใจ

2. ปัจจัยโครงสร้างของช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วม แม้ว่าชาวชนบทเป็นจำนวนมากจะเห็นประโยชน์ของการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา แต่ก็ไม่อาจเข้าร่วมกิจกรรมได้ เนื่องจากไม่เห็นช่องทางของการมีส่วนร่วมหรือเข้าร่วมแล้วก็ไม่ได้รับดังที่คาดคิดเอาไว้ เนื่องจากการเข้ามามีส่วนร่วมนั้นมิได้จัดรูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมาะสม เช่น ภาวะผู้นำ ลักษณะการทำงาน กฎระเบียบแบบแผน เป็นต้น ดังนั้น ปัจจัยพื้นฐานทางด้านโครงสร้างของช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมจึงควรมีลักษณะ ดังนี้

2.1 เปิดโอกาสให้ทุกคนและทุกกลุ่มในชุมชนมีโอกาสเข้าร่วมในการพัฒนารูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง โดยการเข้าร่วมอาจอยู่ในรูปของการมีส่วนร่วมโดยตรงหรือโดยมีตัวแทนก็ได้

2.2 ควรมีกำหนดเวลาที่แน่ชัดเพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถกำหนดเงื่อนไขของตนเอง

2.3 กำหนดลักษณะกิจกรรมที่แน่นอน

3. ปัจจัยอำนาจในการส่งเสริมกิจกรรมของการมีส่วนร่วมโดยปกติที่ผ่านมา ในกิจกรรมหนึ่งๆ แม้ว่าประชาชนจะเห็นด้วยและมีโอกาสเข้าร่วม แต่ไม่อาจกำหนดเป้าหมาย วิธีการหรือผลประโยชน์ของกิจกรรมเพราะสิ่งเหล่านี้เจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้กระทำ

อรพรรณ ภาณุวรรณ (2544) กล่าวว่า การที่ประชาชนในชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมการพัฒนาใดๆ มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอกชุมชน และปัจจัยภายในชุมชน เช่น แบบแผนการดำเนินชีวิตความรู้และทัศนคติต่อกิจกรรมนั้นๆ การมีโอกาสนและการได้รับการสนับสนุนจากภายนอก นโยบายการพัฒนาของรัฐ บทบาทของทางราชการต่อการพัฒนาโครงสร้างทางการเมืองและสังคม เป็นต้น

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการวางแผนและการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้นำหลักการดังกล่าวมาปรับใช้ในขั้นตอนการวางแผนโดยเปิดโอกาสให้บุคคล และผู้แทนกลุ่มขององค์กรต่างๆ ที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการ กำหนดทิศทางในการพัฒนาชุมชน ร่วมตัดสินใจขนาดของชุมชน ร่วมดำเนินกิจกรรม การพัฒนาและร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยต่อไป

จากการศึกษาแนวคิดด้านการวางแผนยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยขอสรุปว่า การวางแผน ยุทธศาสตร์จะทำให้เห็นภาพรวมของการพัฒนาด้านต่างๆ ของกรุงเทพมหานครอย่างเป็นระบบ ระเบียบ เป็นขั้นตอนและจะนำไปสู่การเห็นแนวทางและวิธีการปฏิบัติ เปรียบได้กับการใช้ เข็มทิศนำทางให้ภารกิจพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครบรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ที่ ได้จัดทำไว้ โดยการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ดีควรต้องดำเนินการศึกษาบริบทพื้นที่อย่างละเอียด การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวและเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ทั้งระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการทำให้ได้มาซึ่งวิสัยทัศน์แผนยุทธศาสตร์กลยุทธ์ และโครงการอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (The World Tourism Organization: WTO) ได้ให้ความหมาย “การท่องเที่ยว (Tourism)” ไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของบุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ใด สถานที่หนึ่ง ซึ่งไม่ใช่สถานที่อยู่อาศัยปกติของตนเองและอาจพักอยู่ ณ สถานที่นั้นโดยใช้เวลา ต่อเนื่องกัน ไม่เกิน 1 ปี มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อพักผ่อน ทำธุรกิจ หรือวัตถุประสงค์อื่น ใดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ซึ่งได้รับเงินค่าจ้างหรือค่าตอบแทนจากสถานที่ไปเยือน (นาฏสุดา เชนะสิริ, 2555)

ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อนและบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไรที่ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูงโดยใช้เทคนิควิชาการเฉพาะ มีการวางแผนการจัดองค์การและการตลาดครอบคลุมธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นเรื่องของ การเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทางก็ไม่มี การท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทาง ที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ มิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เป็นต้น มิฉะนั้นก็มิใช่การเดินทางท่องเที่ยว ถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการ ดังต่อไปนี้ คือ

1. การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจประเทศที่เดินทางไป
2. การเดินทางไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. การเดินทางไปปฏิบัติงานด้านการทูตหรือองค์การระหว่างประเทศหรือเอกชน อื่นๆในประเทศนั้นๆโดยได้รับค่าตอบแทน
4. การเดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศเป็นประจำ
5. การเดินทางโดยไม่แวะลง แม้ว่าจะเดินทางอยู่ในประเทศนั้นๆเป็นเวลามากกว่า 24 ชั่วโมง
6. การเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่น การเคลื่อนย้ายกองทหาร หรือการย้าย นักโทษที่คุมขัง เป็นต้น

ซึ่งความหมายข้างต้นสอดคล้องกับ พยอมน ธรรมบุตร (2560) ที่ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ทางสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ เมื่อมนุษย์ออกเดินทางจาก ที่อยู่อาศัยและที่ทำงานปกติไปยังจุดหมายปลายทางในระยะ 160 กิโลเมตร เพื่อใช้เวลาว่าง เดินทางท่องเที่ยว ทำธุรกิจ หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆในระหว่างที่พำนัก ณ จุดหมายปลายทาง นักท่องเที่ยวอาจไม่ค้างคืน (Excursionist) ค้างอย่างน้อย 1 คืน อย่างมากไม่เกิน 1 ปี อย่าง ต่อเนื่อง และซื้อสินค้าและบริการต่างๆจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยไม่ทำงานหาเงินและ เดินทางกลับที่อยู่ปกติ

แนวคิดเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

“จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Destination)” คือ พื้นฐานทางกายภาพที่ซึ่งนักท่องเที่ยวพักค้างคืนอย่างน้อยหนึ่งคืน รวมทั้งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) และบริการสนับสนุน ตลอดจนทรัพยากรท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอาจเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพียงวันเดียว (Day Trip) จุดหมายปลายทางจะมีขอบเขตด้านกายภาพและการปกครอง ซึ่งจะกำหนดการจัดการภาพลักษณ์และมุมมองที่นักท่องเที่ยวพิจารณาแหล่งซึ่งเป็นตัวกำหนดขีดความสามารถในการแข่งขันในเชิงการตลาดของจุดหมายปลายทาง (Destination) ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ซึ่งรวมถึงชุมชนเจ้าบ้าน จุดหมายปลายทางอาจประกอบด้วยเครือข่ายต่างๆที่ทำให้เกิดเป็นจุดหมายที่มีขนาดใหญ่ขึ้น จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอาจมีขนาดตั้งแต่กลุ่มประเทศ (Asian, EU) ประเทศ ภูมิภาค เกาะ เมืองใหญ่ เมือง หมู่บ้านแห่งหนึ่ง หรือแม้แต่สถานที่ที่มีความสำคัญในตัวเองเพียงแห่งหนึ่ง (พยอม ธรรมบุตร, 2558)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมของบุคคลที่เดินทางไปและอยู่ในสถานที่ที่อยู่นอกสภาพแวดล้อมปกติไม่เกินหนึ่งปีติดต่อกันเพื่อการพักผ่อนธุรกิจและวัตถุประสงค์อื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายจากภายในสถานที่ที่เข้าชม” ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงประกอบด้วย การเคลื่อนไหวยุทธศาสตร์ของผู้นไปยังจุดหมายปลายทางนอกสภาพแวดล้อมปกติและกิจกรรมของพวกเขา (Medlik, 2003) การเดินทางออกจากบ้านเป็นเวลา 24 ชั่วโมงโดยใช้เวลารว่างของการเดินทางและใช้เวลารวันหยุดพักผ่อนและเดินทางเพื่อทำธุรกิจ (เพจและคอนเนลล์, 2552; 4)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

Dickman (1997) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรมประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่างๆกัน ซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น แม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพ หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น พระบรมมหาราชวัง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของราชวงศ์ไทย ตลอดจนการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ เช่น เกาะรัตนโกสินทร์ เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติบนภูเขา ปดท. การล่องเรือในแม่น้ำเจ้าพระยา ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การร่วมทำอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) เช่น บริการด้าน ร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพร่ณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

องค์ประกอบทั้ง 5 ประการควรปรากฏอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

รูปแบบของการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo – tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผาลาน หินทราย อุโมงค์ โพร่ง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอก หินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Argo Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.4 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาว จักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าเพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้ ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลิน ตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆและได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึก

ต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลินและสุนทรีภาพมีความรู้ต่อการรักษาคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยน เรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีน้ำ เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้นได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวแล้วได้รับ

ความสนุกสนาน ตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัยและได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลักเพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต คือ การท่องเที่ยวโดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละอย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอางจากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้ เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่าแพคเกจและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจัดรายการแพคเกจตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆอาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M = Meeting / I = Incentive / C = Conference / E = Exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุมมีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre – Tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post – Tour) โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆไปทั่วประเทศเพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียวหรือรายการเที่ยวพักรีสอร์ท 2-4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 Atomic Tourism เป็นการท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์ของระบัตินิวเคลียร์ เช่น การเยี่ยมชมเมืองฮิโรชิมาและนางาซากิ ซึ่งเมืองทั้งสองเคยถูกทิ้งระเบิดนิวเคลียร์ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2

3.11 Dark Tourism (Black Tourism หรือ Grief Tourism) เป็นการท่องเที่ยวบริเวณที่เกี่ยวข้องกับการสังหารหรือพื้นที่เสี่ยงภัย รวมไปถึงปราสาทและสนามรบ

3.12 Disaster Tourism คือ การท่องเที่ยวบริเวณที่เคยเกิดภัยพิบัติธรรมชาติโดยการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวอาจมีการช่วยเหลือผู้ประสบภัยร่วมด้วย

3.13 Extreme Tourism คือรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เน้นการท่องเที่ยวในสถานที่อันตราย เช่น ภูเขา ป่า ทะเลทราย ถ้ำ หรือเหตุการณ์ที่อันตราย

3.14 Militarism heritage Tourism เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผู้สนใจได้มีโอกาสเยี่ยมชมเขตพื้นที่ทหาร ซึ่งเป็นเขตพื้นที่เฉพาะ

3.15 Space Tourism เป็นการท่องเที่ยวในสถานียอวกาศรวมถึงการเดินทางโดยยานอวกาศ ซึ่งการเดินทางรูปแบบดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

3.16 Medical Tourism การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นตลาดที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดหลักประกอบไปด้วยผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามารักษาดัวในโรงพยาบาลในประเทศ และรวมไปถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว พร้อมทั้งใช้บริการด้านสุขภาพ อาทิ ตรวจสุขภาพทั่วไป การทำศัลยกรรมความงาม

3.17 Slow Tourism การท่องเที่ยวที่ไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ยาวนานขึ้น เพราะผู้คนต่างเบื่อหน่ายสังคมเมืองที่วุ่นวาย จึงอยากที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ใช้เวลาทำกิจกรรมอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ยาวนานขึ้น

การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่ง ที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco – Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro – Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco – Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo – Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro – Cultural Tourism) เป็นต้น

การท่องเที่ยวในเมือง (Urban Tourism) คือ การท่องเที่ยวชุมชนเมือง เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต สังคม ชุมชนและวัฒนธรรมคนเมือง เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวในเมืองนิวยอร์กซิตี (New York City) การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีชีวิตและชุมชนเมือง สถาบันเทววิทยา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปะ และกิจกรรมการท่องเที่ยว

ที่หลากหลาย เช่น โบราณสถาน อนุสาวรีย์ ถนนคนเดิน พิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปะ โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า แหล่งบันเทิง ชีวิตยามราตรี บาร์ คาราโอเกะ กาลิโน ร้านกาแฟ ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ศูนย์แสดงแฟชั่น ศูนย์การกีฬา สวนสนุก การจัดมหกรรมสวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว สวนพฤกษศาสตร์ โดยส่งผลกระทบในด้านต่างๆ เช่น สร้างงานและรายได้ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าด้านวัฒนธรรมและสังคม การเพิ่มคุณภาพชีวิตแก่ผู้คนในเมือง ก่อให้เกิดการเพิ่มทวีคูณของรายได้ประชาชาติ ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ น้ำ และเสียง เจ้าของบ้านต้องแบ่งปันทรัพยากรและระบบขนส่งในเมืองกับนักท่องเที่ยว เริ่มมีการคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองที่ยั่งยืน โดยมีการจัดการให้ทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน สามารถใช้บริการต่างๆร่วมกันได้เป็นอย่างดี รูปแบบการท่องเที่ยวในเมืองที่นิยมกัน ได้แก่ การใช้วันหยุดสุดสัปดาห์เพื่อเยี่ยมชมเมือง จึงเป็นการพำนักระยะสั้น คือ ดำรงเพียง 1 คืน นักท่องเที่ยวมีเวลาไม่มาก จึงเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งของเมืองเท่านั้นและไม่รู้จักเมืองทั้งหมดทุกแง่มุมอย่างลึกซึ้ง นักท่องเที่ยวส่วนมากจะมาเที่ยวในเมืองเพียงครั้งเดียวและไม่กลับมาเที่ยวอีก นักท่องเที่ยวมักเปลี่ยนรสนิยม ความชอบแหล่งท่องเที่ยวตลอดเวลา (พยอม ธรรมบุตร, 2560)

จากความหมายการท่องเที่ยว ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความหมายไว้หลากหลายตามทัศนคติของแต่ละคน ผู้วิจัยขอสรุปความหมายการท่องเที่ยว ดังนี้ การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นด้วยความสมัครใจในระยะสั้นๆ และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืนหรือเกิน 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ การติดต่อธุรกิจ การศึกษา การประชุมสัมมนา การกีฬา เยี่ยมเยือนญาติมิตร นันทนาการ สุขภาพและศาสนา เป็นต้น แต่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพการหารายได้หรือไปอยู่ประจำ นอกจากนี้ ยังพบว่าเมื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ถึงจุด ณ จุดหนึ่ง ที่การท่องเที่ยวได้ถูกพัฒนารูปแบบตลอดจนแนวคิดสู่การท่องเที่ยวและพยายามจะรักษาสสมดุลทางการท่องเที่ยว รวมถึงสมดุลธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้อนุชนคนรุ่นหลังจะยังคงมีธรรมชาติที่สวยงามต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) ถือเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สุภาวศ์ จันทวานิช (2559) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนไว้ว่า คือ กระบวนการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ประกอบด้วยตัวแปรมากมายที่ทำให้บุคคลและชุมชนเริ่มเสริมสร้างเอกลักษณ์แห่งตนที่มีลักษณะเฉพาะและสร้างความสามารถที่จะเผชิญกับโลกอย่างมีจุดหมายและภาคภูมิใจ กระบวนการนี้เน้นการเติบโตอย่างกลมกลืนของบุคคลและชุมชนกับสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และจิตวิญญาณของสังคมโดยส่วนรวม กระบวนการพัฒนาเช่นนี้จะเน้นความเสมอภาคระหว่างเพศ ความเสมอภาคระหว่างศาสนาและความเสมอภาคระหว่างรุ่นอายุ ซึ่งสอดคล้องกับ พยอมน ธรรมบุตร (2558) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาซึ่งนำผลกระทบทั้งในปัจจุบันและในอนาคตด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม มาพิจารณาอย่างรอบคอบโดยไม่ลืมพิจารณาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว นักธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมและชุมชนเจ้าบ้านของแหล่งท่องเที่ยว

ประเวศ วะสี (2553, อ้างอิงใน ศรัญ เลิศรัศม์มงคล, 2543) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะของการถ่ายทอดวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดี ได้เข้าใจคุณค่าอันสูงส่งของวัฒนธรรมนั้นจะเป็นสิ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย ทำให้คนไทยมีความรู้มากขึ้น ได้รายได้จากความรู้ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้มีคุณภาพของการพัฒนาเกิดขึ้น

Butler and Pearce (2550) ได้กล่าวถึงความหมาย การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า การพัฒนาและการบำรุงรักษาพื้นที่ในรูปแบบและในระดับที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อพื้นที่และชุมชนได้ตลอดไป โดยไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ลดคุณค่าการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ รวมทั้งไม่ขัดแย้งกับกิจกรรมอื่นๆในพื้นที่ด้วย

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations, 2004) กล่าวว่า “Sustainable Tourism Conceptual Definition” การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีแนวทางพัฒนาและจัดการซึ่งต้องนำมาใช้กับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบในทุกพื้นที่จุดหมายปลายทาง โดยมีหลักการซึ่งครอบคลุมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งจะต้องเป็นการพัฒนาที่มีความสมดุลของทุกด้าน เพื่อประกันความยั่งยืนระยะยาว การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ตลอดจนการมีผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งที่จะประกันการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง และมีการตกลงความร่วมมือกัน การก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นกระบวนการที่ต้องทำต่อเนื่องไปเรื่อยๆและจำเป็นต้องมีการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นระหว่างพัฒนา

ตลอดจนนำแนวทางการแก้ไขผลกระทบและมาตรการเพื่อป้องกันผลกระทบมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ต้องให้ความพึงพอใจในระดับสูงแก่นักท่องเที่ยว โดยปลูกจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวให้ร่วมสร้างความยั่งยืน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การพัฒนาและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างฉลาดรอบคอบ ระมัดระวัง ให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสามารถดำรงรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่าและยาวนานที่สุด โดยไม่ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

องค์ประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสรุปได้ 6 ด้าน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมเยือน โดยมีการประเมินศักยภาพ ชีตความสามารถในการรองรับของพื้นที่และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว
2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่ตนพึงพอใจ
5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท่องเที่ยว มีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว

เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนท่องเที่ยวให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ของทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6. องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักและความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงขอสรุปว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การพัฒนาและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างฉลาดรอบคอบ ระมัดระวังให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสามารถธำรงรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่าและยาวนานที่สุด โดยไม่ทำให้สูญเสียเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่น

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme: UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) (United Nations, 2004) ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นการรบกวนลักษณะทางธรรมชาติ มุ่งหวังในด้านการศึกษา มีความพอใจต่อทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ตามธรรมชาติ มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรม ประวัติความเป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่เป็นการรบกวนต่อระบบนิเวศ ในขณะเดียวกันก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่จะทำให้เกิดการอนุรักษ์ต่อทรัพยากรของประชากรในท้องถิ่น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

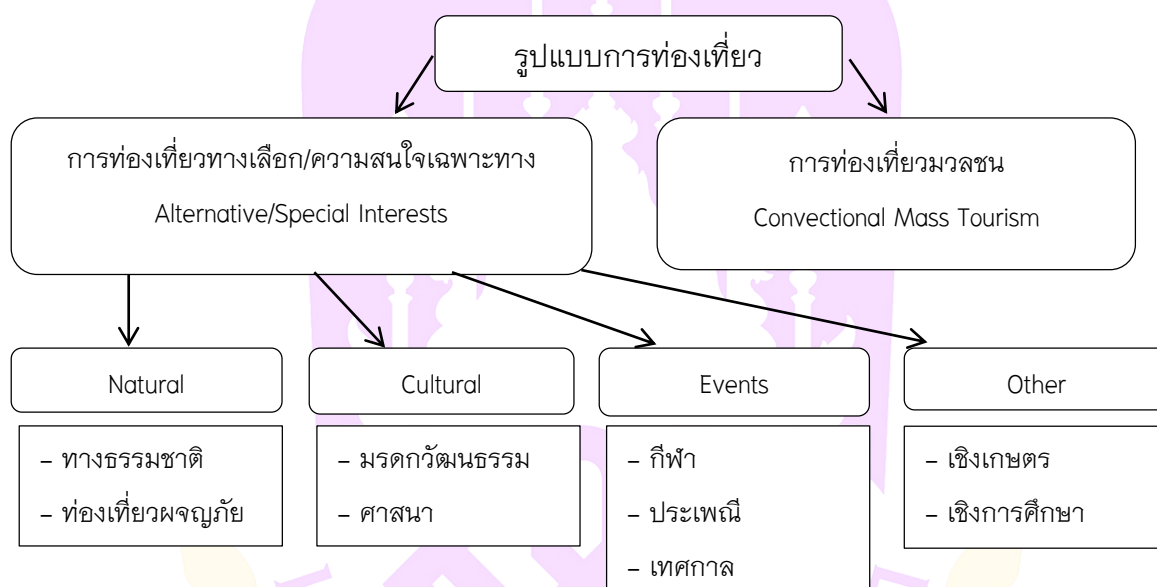
ราฟ บัคเลย์ (Buckley, 2552) ได้อธิบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า จะต้องประกอบด้วย การจัดการที่ยั่งยืนในพื้นที่ธรรมชาติ โดยประกอบด้วยเรื่องของวัฒนธรรมและการให้การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (วิงรอรอง ดวงใจ, 2558)

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รอส ดอลลิง Dowling, (2553 อ้างอิงในคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2558) จัดแบ่งประเภทการท่องเที่ยวออกเป็นรูปแบบต่างๆ ภายใต้กรอบใหญ่ 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism)
2. การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ หรือการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism)

การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่สามารถแบ่งได้อีกหลายประเภท ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 2 การจำแนกประเภทการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ

ที่มา: คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2558, หน้า 71)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

- ตลาดและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ (nature based)
- การจัดการทางนิเวศอย่างยั่งยืน (ecology sustainable operations)
- การศึกษาทางสิ่งแวดล้อม (environmentally educated)
- ผลประโยชน์สำหรับท้องถิ่น (locally beneficial)
- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (tourist satisfactions)

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผู้วิจัยขออนุญาตเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงธรรมชาติ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยยึดผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาติ การจัดการระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ภายใต้กรอบการศึกษาทางสิ่งแวดล้อมให้ท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์อย่างสูงสุด โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เห็นความสำคัญและความจำเป็นต่อการปรับใช้ร่วมกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยหลักการดังกล่าว เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของชุมชน ซึ่งแนวคิดนี้เหมาะสมกับเนื้อหาของผู้วิจัย เพื่อประยุกต์ใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยต่อไป

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ธนาคารโลก (World Bank, 2543 อ้างอิงในสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2558) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน ไว้ว่า การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของชุมชนผู้ซึ่งต้องได้รับประโยชน์และรายได้อย่างยุติธรรมจากการท่องเที่ยว จากการกำจัดความยากจนและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างความภาคภูมิใจในชุมชนและเกิดการรักษาและพัฒนาสมบัติของชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2558) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยวชุมชน ไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553) ได้กล่าวว่า ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน ต้องทราบถึงหัวใจของการท่องเที่ยวชุมชน ว่าหากจะดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่สมบูรณ์ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการพัฒนาการท่องเที่ยว สำหรับความหมายของชุมชนในองค์ประกอบของการท่องเที่ยวชุมชน คือ 1) กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกัน ร่วมเป็นเจ้าของในพื้นที่หนึ่งร่วมกัน และเกิดกระบวนการการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มคนนั้นขึ้น และ 2) มีปฏิสัมพันธ์ในสังคมของคนแต่ละคน จนรวมเป็นการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มคนและองค์กร ในพื้นที่เฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้มีส่วนร่วมหลักที่ควรนำมารวมในกระบวนการ

พัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวชุมชนด้วย นอกจากส่วนของชุมชนแล้วคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ (Decision Maker) ภาคธุรกิจ (Business operator) และไม่ควรมองข้ามนักท่องเที่ยว (Visitor) ที่ควรสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาในชุมชน

องค์ประกอบของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

องค์ประกอบของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism: CBT) มีทั้งหมด 4 ด้าน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2558) ได้แก่

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

- 1) ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
- 2) ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน

- 1) ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน
- 2) มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆอย่างหลากหลาย
- 3) ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. ด้านการจัดการ

- 1) มีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม
- 2) มีองค์กรหรือกลไกในการทำงาน เพื่อการจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและการจัดการชุมชนโดยรวมได้
- 3) มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
- 4) มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้

- 1) ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
- 2) มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน
- 3) สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐาน เพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเอง โดยดำเนินการพร้อมกัน ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของ

กระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวกับกลุ่มคนต่าง ๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วม และได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว จึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน (วีรพล ทองมา, 2551, หน้า 15-17) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการวินิจฉัยเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน แล้วชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร
2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วม ทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกัน และรับประโยชน์ร่วมกัน
3. ชุมชนต้องการรวมตัวการเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรเดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน
4. รูปแบบ เนื้อหา ของกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์ และลดผลกระทบในเชิงลบ
5. มีกฎ กติกา ที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามที่วางไว้
6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไป และนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสมและมีความชัดเจน
7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมกันภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ
8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสีงแวดล้อม
9. การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อำชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้ หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

10. องค์การชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชน และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวในชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้น ต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุนและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยสามารถนำรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับชุมชนตนเองตามความเหมาะสม

รูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

รายการนำเที่ยวมีการออกแบบเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น แลกผู้มาเยือน และสมาชิกในชุมชนมีโอกาสที่จะพบและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การนำเที่ยวและบริการต่างๆ ดำเนินการโดยกลุ่มองค์กรชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ อาทิ ผู้ประสานงาน ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นครอบครัวโฮมสเตย์ ฝ้ายอาหาร ยานพาหนะ เป็นต้น สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2558) ได้แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่

1. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยปกติของชุมชน
2. ศึกษาดูงาน เป็นการจัดการกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งมีทั้งการบรรยาย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้ผู้มาศึกษาดูงานได้เข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมบริบทหรือวัตถุประสงค์ของการศึกษาดูงาน
3. จิตอาสา เป็นกิจกรรมเพิ่มเติมสำหรับอาสาสมัครที่ต้องการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

จากรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวและชุมชนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ผ่านกระบวนการทางการท่องเที่ยว เช่น การออกแบบรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว ผ่านการศึกษาดูงานที่มีการจัดการเรียนรู้ และกระบวนการจิตอาสาบำเพ็ญประโยชน์ที่เป็นไปในทางเดียวกับความต้องการของชุมชนที่เข้าไปท่องเที่ยว

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Culture Tourism) ที่คล้ายคลึงและแตกต่างกัน ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ว่า การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่นและความแตกต่างทางวัฒนธรรมของคนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี เป็นต้น ทั้งนี้จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ อีกทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคล วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากท่องเที่ยวด้านการสร้างรายได้ และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

กรมการท่องเที่ยว (2556) ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนงและสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยผู้ที่ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมาความเชื่อมุมมองความคิดความศรัทธาความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนได้พัฒนาหรือได้ใช้ศักยภาพหรือความสามารถด้านแนวคิดสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเอง โดยการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างมุ่งมั่นตั้งใจในวิถีทางและประสบการณ์เรียนรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำกันอยู่เป็นประจำของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยที่นักท่องเที่ยวอาสาเข้าไปทำหรือเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นการสร้างกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของท้องถิ่นผสมผสานกับแนวคิด จินตนาการของนักท่องเที่ยว สร้างสรรค์กิจกรรมขึ้นมาใหม่

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงผู้ดูหรือผู้สังเกตการณ์หรือไปปรากฏตัวในที่นั้นๆ แต่เป็นผู้มีปฏิสัมพันธ์หรือเป็นผู้มีส่วนในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยวที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมรอบตัวและใช้ความรู้ให้เป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดความชำนาญได้พัฒนาขึ้นกว่าเดิม (ธนรัตน์ ทับทิมไทย, 2559)

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Crispin Raymond and Greg Richards (2010) ได้ร่วมกันกำหนดและให้คำนิยามการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ว่า Creative Tourism (การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว “tourism which offer visitors the opportunities to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken” (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556)

ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1. ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อันเกี่ยวเนื่องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อสภาพสังคม แบ่งเป็นกลุ่มย่อย คือ 1) กลุ่มแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional Cultural Expression) เช่น ศิลปะงานฝีมือ เทศกาล งาน ประเพณีต่างๆ 2) กลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ฯลฯ

2. ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ 1) งานศิลปะ (Visual arts) เช่น การวาดภาพ รูปปั้น และวัตถุโบราณ เป็นต้น 2) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) เช่น การแสดงดนตรีพื้นบ้าน การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงละคร เป็นต้น

3. ประเภทวิถีชีวิต (Lifestyles) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวเนื่องกับวิถีชีวิต การดำรงชีวิตหรือวิถีการทำมาหากินของคนในชุมชนท้องถิ่นหรือชาวพื้นเมือง แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือวิถีชีวิตของสังคมเมือง เช่น ย่านการค้าโบราณ ย่านสำเพ็ง ย่านเยาวราช ย่านบางลำพู เป็นต้น และวิถีชีวิตสังคมชนบท เช่น หมู่บ้านข้างตากกลาง อ. ท่าตูม จ. สุรินทร์ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก การเลี้ยงนกเขาจะนะ จ. สงขลา การทำนา การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

4. ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการสื่อสารกับกลุ่มคนกลุ่มใหญ่หรือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ 1) งานสื่อสิ่งพิมพ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Publishing and Printed Media) เช่น คู่มือท่องเที่ยว เอกสารการท่องเที่ยว หรือสิ่งพิมพ์อื่นๆที่มีส่วนสร้างความน่าสนใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว สื่อแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและสามารถสื่อในสิ่งที่คุณค่าให้เกิดความน่าสนใจ เป็นต้น 2) งานโสตทัศน (Audiovisual) สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุหรืออื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการเสริมความรู้ความเข้าใจ การเป็นมาของต้นแบบ (Originality) ความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity) ของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นๆ เป็นต้น

5. ประเภทการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Functional Creation) เป็นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการแตกต่างกัน แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ 1) กลุ่มการออกแบบ (Design) เช่น การออกแบบห้องพักในโรงแรม รีสอร์ท การออกแบบสินค้าของที่ระลึกให้มีอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ 2) กลุ่มสื่อสมัยใหม่ (New Media) เช่น ระบบดิจิทัลซอฟต์แวร์ เกมส์ต่างๆ 3) กลุ่มบริการทางความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Services) เช่น การบริการทางสถาปัตยกรรม โฆษณา นันทนาการ และบริการแนวคิดเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ

จากทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ผ่านการเรียนรู้จากการผ่านประสบการณ์จริง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาด้านวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมต่างๆ ศิลปะวิทยา วิธีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ สื่อประเภทต่างๆที่ก่อให้เกิดแนวความคิดสร้างสรรค์ การตอบสนองต่อลูกค้าด้วยวิธีต่างๆที่ทันสมัยในยุคดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบเกม ซอฟต์แวร์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆ รูปแบบการออกแบบที่มีความทันสมัย เป็นต้น

แนวคิดด้านการตลาดการท่องเที่ยว

ความหมายของการตลาดท่องเที่ยว

หน่วยงานนักวิชาการและนักการตลาดได้ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) ไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

ศรัณยา วรากุลวิทย์ (2546) ได้กล่าวถึงการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างจากการตลาดสินค้าอุตสาหกรรม ทั้งนี้ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ผู้บริโภคไม่ได้สัมผัสสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่แบ่งแยกไม่ได้ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สูญเสียได้ ดังนั้น การตลาดของอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการพัฒนาการตลาดอย่างหนึ่ง คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยี การสื่อสารต่างๆ ซึ่งสามารถทำได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึง ประชากรอย่างแพร่หลาย จะมีส่วนสนับสนุนให้ประชากรเกิดความสนใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นทำให้ประชากรมีความสามารถในการเดินทางได้มากยิ่งขึ้น

นิคม จารุมณี (2536) ได้ให้ความหมายการตลาดการท่องเที่ยวว่า ประกอบด้วย 5 ประการ คือ 1) การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ 2) กำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ 3) กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาดและกำไรที่ต้องการจะได้ 4) คัดเลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเพื่อการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 5) การขายการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ กมล รัตนวิระกุล (2550) ได้กล่าวถึงการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในปัจจุบันว่า มีการใช้การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC (Integrated Marketing Communication) เป็นเครื่องมือที่นิยมใช้กันมากเพื่อหวังผลให้สินค้าและข่าวสารการเสนอขาย ได้รับความสนใจ สร้างแรงจูงใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่าง รวดเร็วและมากที่สุด การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร หมายถึง การเลือกเครื่องมือสื่อสาร ที่เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการมากกว่า 1 ประเภท มาใช้ผสมผสานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพมากที่สุด ประกอบด้วย การส่งเสริมการขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การตลาดตรง การตลาดเชิงกิจกรรม การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า การอบรม การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ การบอกเล่าปากต่อปาก การตลาดท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวหลักของภาครัฐ ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยลง เป็นผู้เดินทางหนุ่มสาวมากขึ้น นักธุรกิจสตรีเป็นกลุ่มนัก เดินทางรุ่นใหม่ที่มีความต้องการเฉพาะ นักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพ เป็นต้น ช่องทางการจัด จำหน่ายสมัยใหม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น การติดต่อสื่อสารผ่านจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ระบบการตลาดอินเทอร์เน็ต (internet marketing) จะเป็นความจำเป็น ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักเดินทางที่เปลี่ยนไป เครื่องมือ สื่อสารและเอกสารโฆษณาและแผ่นพับจะเป็นระบบ Digital brochure สภาพเหมือนจริง (virtual) ส่งตรงถึงลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งลูกค้าสามารถเปิดดูข้อมูลและรายละเอียด ผ่านคอมพิวเตอร์ที่ไหนก็ได้ เวลาใดก็ได้ที่ลูกค้าต้องการ

ส่วนประกอบของการตลาดท่องเที่ยว

การตลาดท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ, 2546) ดังต่อไปนี้

1. ผู้ซื้อ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าท่องเที่ยวและเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ผู้ซื้อสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 กลุ่มผู้บริโภคส่วนบุคคล ได้แก่ บุคคลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อโปรแกรมนำเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวซึ่งอาจติดต่อผ่านตัวแทนบริษัทนำเที่ยวหรือติดต่อโดยตรงกับผู้ผลิต

1.2 กลุ่มผู้บริโภคองค์กร ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มซื้อซึ่งอาจจะเป็นองค์กรห้างร้านต่างๆที่ติดต่อให้บริษัทจัดการนำเที่ยวเป็นที่อาจบริโภคสินค้าด้วยตัวเองหรือจัดการหรือบริการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริโภคคนอื่นๆก็ได้

2. สินค้า หมายถึง โปรแกรมนำเที่ยวต่างๆที่จัดทำขึ้นเพื่อขายให้นักท่องเที่ยวสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย

1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติหรือที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คนงานเทศกาล งานประเพณีและการแสดงโชว์หรือเหตุการณ์พิเศษต่างๆที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ถือว่าเป็นส่วนประกอบหลักสำคัญที่สุดของสินค้าที่อยู่ในรายการนำเที่ยวเพื่อจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซื้อรายการนำเที่ยวได้ดี

2) การขนส่ง คือ บริการเกี่ยวกับยานพาหนะต่างๆที่ใช้ในการขนส่งนักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศต้องเดินทางโดยสายการบิน ทางรถไฟหรือทางเรือเข้ามาในประเทศ รวมถึงการเดินทางไป ณ จุดท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรือข้ามฟาก รถกระเช้า ฯลฯ

3) การบริการเกี่ยวกับที่พักสำหรับการใช้บริการโรงแรมจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวว่าต้องการพักโรงแรมแบบไหน บรรยากาศสิ่งแวดล้อมแบบใด ตลอดจนคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของโรงแรมที่มีให้ด้วย

4) การบริการอาหารและของที่ระลึก บริการเกี่ยวกับภัตตาคาร ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของที่ระลึก จะต้องคำนึงถึงคุณภาพ รสนิยมนและมีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

3. ผู้ผลิต หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวหรือผู้จัดรายการนำเที่ยวนั้นเอง โดยบริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้รวบรวมส่วนประกอบของสินค้าที่มีการบริการต่างๆจากผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ มารวบรวมทำเป็นรายการท่องเที่ยวเพื่อเสนอขายแก่ผู้ซื้อ โดยผู้จัดรายการจะต้องพิจารณาถึงคุณภาพของการบริการจากสถานประกอบการต่างๆ ต้องยึดหลักของการจัดนำเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจะต้องได้กิน ได้เที่ยว ได้นอน ได้ซื้อของและสิ่งสำคัญต้องรู้ว่าขายผลิตภัณฑ์ให้กับใคร ที่ไหน เพื่อ

จะได้จัดขายผลิตภัณฑ์นั้นให้ถูกต้องความต้องการของตลาด สุวีณา ตังโพธิสุวรรณ (2556) เครื่องมือในการแบ่งส่วนตลาดใช้ “หลัก STP” ได้แก่ S = Segmentation (การจัดการกลุ่มลูกค้า) T = Targeting (การเลือกลูกค้า/ตลาดเป้าหมาย) P = Position (การกำหนดจุดยืนหรือตำแหน่ง) Segmentation การจัดการกลุ่มลูกค้าจัดกลุ่ม ดังนี้

1. ตามลักษณะภูมิศาสตร์ เช่น ภูมิภาค เมือง
2. ตามลักษณะประชากร จำแนกตาม อายุ เพศ รายได้ อาชีพ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ

3. ตามลักษณะจิตพิสัย เช่น ชนชั้นทางสังคม รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ
4. ตามลักษณะพฤติกรรม เช่น การแสวงหาประโยชน์ อัตราการใช้ ความภักดี

Targeting การเลือกลูกค้า/ตลาดเป้าหมาย สามารถกำหนด ดังนี้

1. Mass Market การตลาดมวลชน: เข้าถึงลูกค้าได้ทุกกลุ่ม
2. Differentiated Market การตลาดแตกต่าง: มีสินค้าที่แตกต่างกันในการเข้าถึงลูกค้า

3. Niche Market การตลาดมุ่งเฉพาะส่วน: กลุ่มตลาดเล็กแต่สามารถทำกำไรได้

Positioning (การกำหนดจุดยืนหรือตำแหน่ง) การกำหนดคุณลักษณะพิเศษ หรือภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค สามารถกำหนดได้ตามคุณลักษณะ ดังนี้ ลักษณะของสินค้า (Attribute Positioning) คุณประโยชน์ของสินค้า (Benefit Positioning) การนำไปใช้ (Use/Application Positioning) ผู้ใช้/บุคลิกของผู้ใช้ (Use Positioning) เปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Competitor Positioning) ประเภทของกลุ่มสินค้า (Product Categories Position) คุณภาพกับราคา (Quality/Price Positioning) และถิ่นกำเนิดของสินค้า (Country of Origin Positioning)

Kotler (2546) ได้ให้ความหมายของการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่มนุษย์เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการในด้านต่างๆ โดยผ่านกระบวนการในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และมูลค่ากับผู้อื่น (รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์, 2557)

ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

Kotler (2003) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไปจำเป็นต้องใช้ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่ง ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์

นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจะต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ ในรูปแบบตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอหรือซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรมการจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันอยู่แข่งขันเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆขององค์กรเจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence / Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ อ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆที่ลูกค้าควรได้รับ

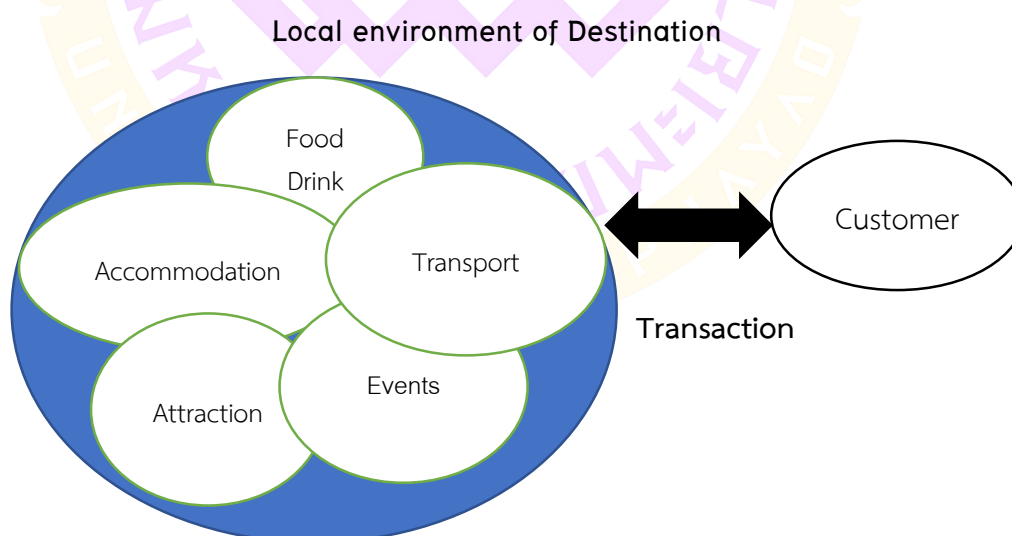
7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ



ภาพ 3 ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's

ที่มา: Kotler, 2003

สินค้าและลูกค้ามีความเกี่ยวข้องกันอย่างยิ่งและจัดการสินค้าและลูกค้าในกรอบของปฏิสัมพันธ์ของผู้ขายและผู้ซื้อในสถานการณ์ที่จำเป็น “Market Place” ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 4 การจัดตำแหน่งทางการตลาด

ที่มา: พยอ ม ธรรมบุตร, 2558

การวางแผนการตลาดในการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ

พยอม ธรรมบุตร (2558) การวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดของ Destination เป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะเป็นวิสัยทัศน์ร่วมของทุกหน่วยงานเพื่อทำงานประสานและทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้แผนยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) จะเป็น (Long-term plan) กำหนดแผนงานและยุทธศาสตร์หลักระดับนโยบาย ในขณะที่แผนกลยุทธ์ (Tactical plan) จะเป็น (Short-term plan) ซึ่งมีรายละเอียดของการกำหนดตลาดเป้าหมายแต่ละแห่งกำหนดกิจกรรมและงบประมาณทรัพยากรของแต่ละเป้าหมาย แผนยุทธศาสตร์เป็นแผนที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับเวลา

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการตลาดการท่องเที่ยว จึงขอให้คำนิยามเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยวกล่าวคือ การดำเนินงานด้านการตลาดในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นการดำเนินงานที่สำคัญ การตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยวต้องสามารถวิเคราะห์ถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ซึ่งมีความต้องการที่ต่างกันมีความอ่อนไหวและไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าบริการใดๆ ได้โดยง่าย โดยเน้นการสร้างภาพพจน์ให้แก่อุตสาหกรรม

การสร้างแบรนด์จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

แนวคิดการสร้างแบรนด์

Keller (2551) กล่าวว่าคุณค่าของแบรนด์ (Brand Value) หมายถึง คุณค่าของตราสินค้าที่มีต่อแบรนด์และเป็นการตอบสนองของผู้บริโภคต่อการตลาดของแบรนด์ดังกล่าว โดย Aaker (2539) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) หมายถึง การแสดงถึงความแข็งแกร่งของแบรนด์ในใจของลูกค้าเป้าหมาย Keller (2546) กล่าวว่า ภาพยี่ห้อ (Brand) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากเหตุผลหรืออารมณ์ของผู้บริโภคที่ยึดติดกับแบรนด์นั้นๆ โดยเฉพาะ Aaker (2534) ได้ให้ความหมายของคุณภาพของแบรนด์ (Brand Quality) คือการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพโดยรวมต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เหนือกว่าด้วยและกล่าวเกี่ยวกับความภักดีของแบรนด์ (Brand Royalty) ไว้ว่า เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการซื้อซ้ำ การบอกกันแบบปากต่อปากในเชิงบวกและคำแนะนำให้ผู้อื่น

Battour และคณะ (2556) ได้กล่าวว่า คุณค่าของแบรนด์อิสลามขึ้นอยู่กับการพัฒนาที่มุ่งเน้นมาตรฐานการท่องเที่ยวและการระบุคุณลักษณะของจุดหมายปลายทางอิสลามที่อาจดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งเกี่ยวข้องกับ สถานที่ละหมาด อาหารฮาลาล ความบันเทิงที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม การแต่งกายอิสลาม หลักศีลธรรมอิสลามทั่วไป ไม่มีแอลกอฮอล์และการพนัน

เสรี วงษ์มณฑา (2540) กล่าวว่า ตราสินค้า คือ สิ่งที่จะช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดและเสริมคุณค่าให้กับสินค้านั้นๆ รวมทั้งสร้างความจงรักภักดีของผู้บริโภคให้มีต่อสินค้าอย่างยาวนาน เนื่องจากว่าการที่ผู้บริโภคได้พบเห็นตราสินค้านั้นตลอดเวลาทำให้เกิดความคุ้นเคยกับตราสินค้าและเมื่อเกิดความคุ้นเคยแล้วก็จะเกิดความชอบนำไปสู่ความไว้วางใจ ความไว้วางใจจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้านั้นในที่สุด

Kotler (1999) ได้ให้คำนิยามของตราสินค้าไว้ว่า ตราสินค้าคือ ชื่อ (Name) คำ (Term) สัญลักษณ์ (Symbolic) หรือการออกแบบ (Design) หรือการรวมกันทั้งหมดของสิ่งเหล่านั้น โดยเจตนาใช้เพื่อแสดงถึงสินค้า (Product) หรือการบริการ (Service) ของผู้ขายหรือกลุ่มผู้ขายเพื่อสร้างความแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่ง นอกจากนี้ ตราสินดียังประกอบไปด้วยคุณค่าทางด้านคักยภาพ (Physical Value) คุณค่าทางด้านหน้าที่การใช้สอย (Functional Value) และคุณค่าทางด้านจิตวิทยา (Psychological Value) ซึ่งส่งผลให้สินค้าหรือการบริการมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้น

การสร้างแบรนด์ 4.0

ปิยะชาติ อิศรภักดี (2559) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ สังคมดิจิทัลไว้ว่า คือสังคมที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ (สามารถเชื่อมต่อกันได้) และโลกออฟไลน์ (ใช้โดยปราศจากการเชื่อมต่อ) ที่เชื่อมโยงกันอย่างลงตัว ผู้คนสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของตนเองได้ ทั้งในรูปแบบบุคคลและแบบเครือข่าย เมื่อใดก็ได้ (Whenever) และที่ไหนก็ได้ (Wherever) โดยอำนาจในการออกแบบอยู่ในมือของผู้บริโภคโดยสมบูรณ์ โดยกิจกรรมดิจิทัล คือ กิจกรรมที่ผู้บริโภคสามารถทำได้ในสังคมดิจิทัล โดยมีพื้นฐานมาจากอุปกรณ์ดิจิทัลพกพา ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบและใช้งานได้มากกว่าการสื่อสารหรือเชื่อมโยงข้อมูล กิจกรรมเหล่านั้นสามารถทำทั้งในเชิงบุคคล (Personal) และในเชิงของการมีส่วนร่วมในสังคม (Social) โดยทั่วไปผู้บริโภคมักจะรู้จักกิจกรรมดิจิทัลในชื่อของแอปพลิเคชัน (Application)

การมีคุณค่าของผู้บริโภคและภาคธุรกิจ หมายถึง การที่ใครบางคนมีลักษณะเฉพาะบางอย่างที่แตกต่างและโดดเด่น (ซึ่งเป็นสิ่งที่แบรนด์และภาคธุรกิจต้องการเป็นอย่างมากในปัจจุบัน) บวกกับการที่พวกเขาอาจทำบางสิ่งบางอย่างซึ่งเป็นที่ยอมรับ ทำให้พวกเขามีตัวตนและมีคุณค่าในสังคม (ซึ่งหมายความว่าเครือข่ายของพวกเขาหาความเชื่อถือ) ที่สำคัญที่สุดคุณค่าเหล่านั้นเกิดขึ้นจากการที่ผู้บริโภคสามารถแก้ปัญหาบางอย่างที่คนอื่นไม่สามารถทำได้ อันนำมาซึ่งประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ผู้ประกอบการดิจิทัล คือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจภายใต้เงื่อนไขของสังคมดิจิทัล หรือใช้ประโยชน์จากสังคมดิจิทัลในการสร้างคุณค่าและเปลี่ยนคุณค่าเหล่านั้น

ให้กลายเป็นมูลค่าทางธุรกิจ จำเป็นต้องมี 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ไอเดีย (การแก้ปัญหา) แหล่งเงินทุน และลูกค้า โดยกล่าวว่า การสร้างแบรนด์ 4.0 หรือเรียกว่า กลยุทธ์การสร้างคุณค่าโดยมีแบรนด์เป็นศูนย์กลาง (Brand Centered Values Creation) มีกฎพื้นฐานสำคัญ 3 ข้อ คือ กฎข้อที่ 1 การดำเนินชีวิตแบบผสมผสานของผู้บริโภค (Hybrid Consumer's Journey) ผู้บริโภคมีชีวิตอยู่ในโลกออฟไลน์ แต่ดำเนินชีวิตอยู่บนโลกออนไลน์ โดยไม่สามารถแยกทั้งสองโลกนี้ออกจากกันได้เด็ดขาด กฎข้อที่ 2 อนุพันธ์ของแบรนด์ (Brand Derivatives) การสร้างแบรนด์ให้มีชีวิตขึ้นมาในทุกรูปแบบล้วนเป็นผลลัพธ์และได้รับการถ่ายทอดมาจากแบรนด์ส่วนบุคคล (Personal Brand) การก้าวข้ามจากการระบุเพียงแค่จุดยืนของแบรนด์ (Brand Positioning) หรือตำแหน่งทางการตลาดไปสู่การทำให้แบรนด์มีชีวิต (Brand Personification) กฎข้อที่ 3 คุณค่าของแบรนด์ (Brand Values) คือ คุณค่าที่เชื่อมโยง (Shared Values) และคุณค่าเฉพาะ (Unique Value) โดยมีแบรนด์เป็นศูนย์กลาง แบรนด์ที่มีชีวิตจะสามารถสร้าง/เข้าสู่/เชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายแห่งคุณค่าร่วม (Networks of shared values) และอาศัยคุณค่าเฉพาะที่มีแบรนด์นั้นๆทำได้ ร่วมกับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค (Consumer engagement level) เพื่อส่งมอบสิ่งที่มีมูลค่า (สินค้าและบริการ) ให้กับผู้บริโภคได้ โดยแบ่งระดับการมีส่วนร่วมกับคุณค่าของแบรนด์แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ ได้แก่ 1. การมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลของตนเอง (การมีส่วนร่วมบางส่วน Engagement) 2. การมีส่วนร่วมที่เกิดจากคุณค่าร่วมที่โดดเด่น ทำให้เกิดสินค้าหรือบริการใหม่จากคุณค่าเฉพาะใหม่ของแบรนด์ (การมีส่วนร่วมทางความคิด Endorsement) 3. การมีส่วนร่วมในระดับของการร่วมกันสร้าง (การมีส่วนร่วมในเชิงกระบวนการ Empowerment)

ทฤษฎีมานุษยรูปนิยมของแบรนด์ (Brand Anthropomorphism) หรือการทำต้นแบบของแบรนด์ (Brand Archetypes) เป็นการทำให้แบรนด์มีลักษณะและส่วนประกอบต่างๆ คล้ายกับคน เช่น มีร่างกาย ความคิด และจิตวิญญาณ ด้วยความเข้าใจที่ว่าแบรนด์ก็เหมือนสิ่งมีชีวิตชนิดหนึ่งที่เติบโตและมีวิวัฒนาการของมันเอง โดยเริ่มต้นจากการเป็นเพียงแค่สัญลักษณ์ (โลโก้) หรือคำพูดไม่กี่คำ จนกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในธุรกิจและมีชีวิตเช่นเดียวกับมนุษย์คนหนึ่งในที่สุด (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559)

พันธกิจของแบรนด์ (Brand Missions) หมายถึง สิ่งที่แบรนด์ต้องทำให้สำเร็จเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ นักสร้างแบรนด์และนักการตลาดอาจกล่าวถึงพันธกิจในชื่อยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ เทคนิค แผนดำเนินงานระยะสั้น และระยะยาว ขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนขององค์กร

พฤติกรรมของแบรนด์ (Brand Behaviors) คือการสื่อสารและการกระทำของแบรนด์ ที่ซึ่งมีผลต่อสายสัมพันธ์ในระยะยาว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่แบรนด์เป็น (ตัวตนของแบรนด์) อย่างแท้จริง โดยมีดัชนีตรวจวัดระดับการรับรู้ (Perception Level Index) ในการสร้างแบรนด์ 4.0 มี 10 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 Awareness การรับรู้ว่ามีอยู่ ระดับที่ 2 Familiarity รู้สึกคุ้นเคย ระดับที่ 3 Association เชื่อมโยงกับบางสิ่งบางอย่างที่มี “คุณค่า” ระดับที่ 4 Preference สนใจและชื่นชอบในตัวตนของแบรนด์ ระดับที่ 5 Consideration ผู้บริโภค ต้องการซื้อ และกำลังพิจารณาแบรนด์ ระดับที่ 6 Decision ตัดสินใจซื้อ ระดับที่ 7 Promise พิสูจน์ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ระดับที่ 8 Inspiration เต็มเต็มตัวตนของลูกค้าระดับที่ 9 Ambassador ตัวแทนของแบรนด์ และ Advocacy ผู้สนับสนุนแบรนด์ (ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559)

การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว

กระบวนการทำความเข้าใจทรัพยากรท่องเที่ยวโดยสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ แบ่งประเภทของทรัพยากรมีอยู่ด้วยกัน 2 ประเภททั้งทรัพยากรหลักซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและทรัพยากรสนับสนุน

ทรัพยากรแบ่งได้ 5 ชนิด คือ ทรัพยากรธรรมชาติประกอบไปด้วย พืช สัตว์ ภูมิทัศน์ ภูมิอากาศ และน้ำ และทรัพยากรวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย ศาสนา มรดกวัฒนธรรมชาติพันธุ์ ทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญประกอบไปด้วย งานมหกรรมการแข่งขัน ธุรกิจต่างๆ ทรัพยากรกิจกรรม ประกอบไปด้วย นันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก และทรัพยากรบริการ ประกอบไปด้วย การขนส่ง ที่พัก การต้อนรับ อาหาร บริการ

กระบวนการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวตั้งขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนการเขียนรายงานทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1) รายการทรัพยากรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรพิจารณา ดังนี้ มีสิ่งที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวชมบนพื้นที่และมีสิ่งดึงดูดรูปแบบอะไรบ้าง การบริการให้นักท่องเที่ยว กิจกรรมที่จัดให้บริการกับนักท่องเที่ยว ประเภทที่พักให้บริการกับนักท่องเที่ยว โดยมีรายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว 5 ชนิด

2) รายการทรัพยากรธรรมชาติ แบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) ภูมิทัศน์และภูมิอากาศ 2) พืช 3) สัตว์ 4) น้ำ ควรพิจารณาดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีความโดดเด่นอะไรภายในพื้นที่และมีความสำคัญอะไรที่แตกต่างจากแหล่งอื่น ประการสำคัญทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญเพียงพอที่จะเป็นแหล่งดึงดูดในปัจจุบันและอนาคต ส่วนการเก็บข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติจะต้องเก็บ ดังนี้ ชื่อ ที่ตั้งห่างจากศูนย์กลาง ฤดูกาลการเข้าถึง การจัดการดูแล การติดต่ออำนวยความสะดวก

ความสะอาด สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

3) รายการทรัพยากรวัฒนธรรมแบ่งเป็นประเภทย่อยได้แก่ 1) มรดกวัฒนธรรม 2) มรดกด้านศาสนา 3) ศิลปะชาติพันธุ์ ควรพิจารณา ดังนี้ แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความโดดเด่นอะไรในด้านทรัพยากรวัฒนธรรมและมีสิ่งดึงดูดอะไรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม สังคม ตลอดจนมีอำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ส่วนด้านวิธีการเก็บข้อมูลทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นจะต้องเก็บตามประเด็นดังต่อไปนี้ ชื่อ ที่ตั้ง การเข้าถึงภายในแหล่งท่องเที่ยว การจัดการความเป็นเจ้าของ การติดต่อประชาสัมพันธ์ สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4) รายการทรัพยากรเหตุการณ์สำคัญแบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) มหกรรม 2) การแข่งขันกีฬา 3) งานแสดงสินค้าธุรกิจ 4) งานแสดงอื่นๆ ควรพิจารณา ดังนี้ เหตุการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความโดดเด่นและมีความดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไร อีกทั้งเหตุการณ์นั้นเป็นเหตุการณ์ที่เสริมหรือเป็นคู่แข่งกับเหตุการณ์ในท้องถิ่นที่อื่นหรือไม่ และมีกี่ครั้งในรอบ 1 ปี ส่วนการเก็บข้อมูลเหตุการณ์สำคัญมีขั้นตอน ดังนี้ ชื่อและที่ตั้งของเหตุการณ์สำคัญจากศูนย์กลางช่วงเวลาฤดูกาลและระยะเวลายาวนาน การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนผู้เข้าชมทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่น กิจกรรมที่จัดให้บริการกับนักท่องเที่ยวภายในเหตุการณ์นั้น ตลอดจนค่าธรรมเนียมในการเข้าชม เป็นต้น

5) รายการทรัพยากรกิจกรรมแบ่งเป็นประเภทย่อย ได้แก่ 1) กิจกรรมนันทนาการ 2) กิจกรรมด้านบริการ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกควรพิจารณา ดังนี้ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความโดดเด่นและมีความสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมนั้น ส่วนการเก็บข้อมูลทรัพยากรกิจกรรมประกอบไปด้วย ชื่อ ที่ตั้งจากศูนย์กลางภายในจังหวัด การเข้าถึงช่วงเวลาที่เกิดกิจกรรม ผู้ดูแลกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ สถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมทั้งค่าธรรมเนียมในการเข้าชม เป็นต้น

6) รายการทรัพยากรบริการแบ่งเป็นประเภทย่อยได้แก่ 1) การขนส่ง 2) ที่พักแรม 3) การต้อนรับ 4) บริการอื่นๆ ควรพิจารณา ดังนี้ ชื่อและที่อยู่ของผู้ให้บริการการติดต่อหน่วยงานที่ให้บริการ ลักษณะของการบริการ ด้านการเก็บข้อมูลบริการที่พักแรม ประกอบไปด้วย ชื่อและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการด้านการเก็บข้อมูล บริการการด้านที่พักแรม ประกอบไปด้วยชื่อและที่ตั้งของสิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและอันดับของการบริการ ลักษณะของการบริการ

ระยะเวลาที่เปิดบริการ การเข้าถึงแหล่งบริการ การจัดการของแหล่งบริการ มาตรฐานของการบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการ ส่วนการเก็บข้อมูลบริการด้านอาหาร ประกอบไปด้วย ชื่อและที่ตั้ง ประเภทและอันดับของบริการลักษณะการจัดการด้านบริการอาหาร สถานที่ การเปิดปิดบริการประเภทของผู้ใช้บริการ ตลอดจนราคา มาตรฐานของอาหารที่ให้บริการ ด้านสุดท้าย คือ การเก็บข้อมูลด้านบริการต้อนรับ ประกอบไปด้วย ชื่อและที่ตั้งของบริการ ข้อมูลเวลาที่เปิดทำการบริการที่เสนอให้ (ภาษานำเที่ยวของที่ระลึก) ข้อมูลที่มีให้ (แผ่นพับแผนที่) สถิตินักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวค่าธรรมเนียมภายในแหล่งท่องเที่ยว

กระบวนการประเมินทรัพยากรมีรายละเอียดดังนี้

1. ตรวจสอบคุณภาพทรัพยากรควรพิจารณา ดังนี้ ทรัพยากรนั้นมีความแตกต่างจากทรัพยากรอื่นอย่างไร รวมทั้งมีจุดอ่อนตรงไหน จะต้องปรับปรุงการบริการ มีคุณภาพสม่ำเสมอเพียงใด ตลอดจนอุปสรรคต่อการพัฒนาทรัพยากรในเรื่องใด
2. ความโดดเด่นของทรัพยากรควรพิจารณาดังนี้ สิ่งนี้มีบทบาทอะไรบ้างในกิจกรรมปัจจุบันของนักท่องเที่ยว มีการวัดระดับใช้ประเมินการใช้อย่างไร ทำอย่างไรให้แหล่งท่องเที่ยวมีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น
3. อำนาจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวควรพิจารณาว่าทรัพยากรนั้นมีประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง ตลอดจนปัจจุบันการท่องเที่ยวประเทศใดเหมาะสมและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในอนาคตได้

ผู้วิจัยได้นำแบบตรวจสอบทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมาใช้เป็นเครื่องมือเชิงคุณภาพเพื่อนำผลการตรวจสอบทรัพยากรธรรมชาติมาจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร

แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงด้านการท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 2030

พยอม ธรรมบุตร (2558) ได้กล่าวไว้ว่าการมองอนาคตในระยะ 10, 20, 30 ปี เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนา เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การสร้างภาพสถานการณ์จำลองในอนาคตระยะยาวดังกล่าว ทำให้สามารถเตรียมตัวรับมือได้กับทุกสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้เหมาะสมที่สุด ดังนั้น การมองอนาคตจำเป็นต้องใช้ศาสตร์และระเบียบวิธีวิจัยที่หลากหลาย การคิดเรื่องเขียนบทอนาคตจำเป็นต้องรู้จักประวัติศาสตร์ เข้าใจเรื่องตัวขับเคลื่อน และยังจำเป็นต้องมีความเข้าใจ

ด้านเศรษฐศาสตร์และประชากรอย่างดีเยี่ยม เพื่อจะได้เข้าใจในอนาคตเพื่อจะได้เตรียมล่วงหน้ากับผลกระทบที่จะตามมา

การท่องเที่ยวโลกในปี ค.ศ. 2030 จะยังคงมีอยู่แต่จะมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปจากทุกวันนี้ โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตจะอยู่ยาวนานขึ้น และศึกษาสิ่งต่างๆ ลึกซึ้งขึ้นประชากรโลกเพิ่มขึ้นและมีความร่ำรวยมากขึ้น ดังนั้น จึงต้องการอาหารที่มีโลกของอนาคตและจะเป็นโลกของเสรีภาพมากขึ้นด้านเดินทางระหว่างประเทศ การตรวจพาสปอร์ตและเป็นการตรวจรอยนิ้วมือและดวงตา จะมีความเข้มงวดด้านวิชานักท่องเที่ยวทั่วโลกจะหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวในประเทศตะวันตกและเอเชียเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ค่าครองชีพไม่แพง อีกทั้งยังเป็นแหล่งพื้นที่กำลังจะเจริญขึ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคจะเพิ่มขึ้น มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น จีนในแง่ของเศรษฐกิจจะเป็นประเทศมหาอำนาจแทนญี่ปุ่น ส่วนประเทศทางฝั่งยุโรปความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจจะลดลงเพราะมีประชากรลดลงและมีต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ค่าของชีพสูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงส่วนประเทศทางตะวันออกกลางจะเป็นผู้ครอบครองน้ำมันดิบกว่า 80% จากทั่วโลกและเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยการขนส่งเป็นหลัก ประเทศที่ไม่มีระบบสาธารณสุขูปโภคที่ยั่งยืนจะไม่มีใครมาท่องเที่ยว ประเทศทางฝั่งตะวันตกที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวจะถูกกล่าวหาว่ามีอคติต่อนักท่องเที่ยวบางพวก ประเทศตะวันตกเหล่านี้รู้สึกว่าการสังคมไม่มีความปลอดภัยและรู้สึกไม่ค่อยดีกับนักท่องเที่ยวที่ไม่รู้จักดี จึงพยายามจะสร้างกำแพงขัดขวางการเข้าประเทศ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจากเอเชียจึงรู้สึกไม่มีความสุขและความปลอดภัยในการเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่นี้ ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกาในระยะสั้นจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เพราะเศรษฐกิจภายในจะอ่อนแอค่าเงินลดลง เศรษฐกิจภายในประเทศจะมีการขาดดุลมากขึ้น แต่ทั้งนี้ ก็ขึ้นอยู่กับนโยบายและวิธีการของนักการเมืองในยุคนี้ว่าจะดำเนินการอย่างไร

สรุปผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลายรูปแบบเพื่อเป็นหลักการนำทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร กล่าวคือการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะต้องประกอบไปด้วย การพัฒนาด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการพัฒนาจิตใจ ซึ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นจะขาดองค์ประกอบในมิติใดมิติหนึ่งไม่ได้ ทุกด้านจะต้องถูกพัฒนาควบคู่กันไปอย่างสมดุล ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อเข้าใจกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นต้น

เพื่อตอบโจทยการพัฒนาอย่างยั่งยืนในด้านสังคม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดได้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เน้นหนักไปทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการในแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร วัฒนธรรมด้านการดำรงชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาโครงการการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังศึกษาแนวคิดด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำโครงการพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆของกรุงเทพมหานครให้เหมาะสมกับยุคสมัยและพื้นที่ในการขยายการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการตรวจทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานครต่อไป

การท่องเที่ยวฮาลาล

แนวคิดเกี่ยวกับหลักศาสนบัญญัติของศาสนาอิสลาม

“มุสลิม” เป็นภาษาอาหรับ หมายถึง ผู้มอบน้อมยอมจำนนต่อข้อบัญญัติของอัลลอฮ์ ซึ่งหมายถึงผู้ที่ยอมรับนับถือศาสนาอิสลาม “อิสลาม” เป็นศาสนาที่ถูกประทานมาจากพระเจ้า (อัลลอฮ์) และผู้ที่ยอมรับศาสนาอิสลามจะปฏิบัติตามคำบัญชาของพระองค์ด้วยความพอใจและสมัครใจ พร้อมทั้งยึดมั่นในจริยธรรมอันสูงส่งแห่งอิสลาม โดยปฏิบัติตามหลักการปฏิบัติ 5 ประการและหลักศรัทธา 6 ประการ (เดชวิทย์ นิลวรรณ, 2559)

หลักปฏิบัติที่สำคัญทั้ง 5 ประการในศาสนาอิสลาม ได้แก่

1. **กล่าวประโยคที่เป็นกุญแจเพื่อเข้าสู่อิสลาม** เป็นสัญญาระหว่างมนุษย์กับพระผู้อภิบาล เพื่อยืนยันว่าเขาได้ยืนหยัดอยู่บนศาสนานี้ โดยกล่าวว่า “ฉันขอปฏิญาณว่าไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์ และฉันขอปฏิญาณว่า มุฮัมมัดคือศาสนทูตของอัลลอฮ์” ซึ่งเป็นการยืนยัน ยอมรับและยึดมั่นที่จะเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์เพียงผู้เดียว และการยอมรับว่าอิสลามคือศาสนาที่เที่ยงแท้และพระเจ้าที่มีสิทธิในการบูชามีเพียงอัลลอฮ์เท่านั้น และสิ่งเคารพบูชาอื่นนอกจากพระองค์เป็นโมฆะทั้งสิ้น รวมทั้ง ยอมรับว่าศาสนาอื่น

นอกเหนือจากอิสลามล้วนเป็นโมฆะเช่นเดียวกัน ส่วนการยอมรับว่ามุฮัมมัด เป็นศาสนทูตของอัลลอฮ์ คือผู้ที่เป็นมุสลิมจะต้องปฏิบัติตามและเชื่อฟังในทุกสิ่งที่ท่านนำมา

2. การละหมาด คือ คำกล่าว อธิริยาบถ และบทขอพรต่างๆที่ถูกปฏิบัติในรูปแบบเฉพาะ 5 ครั้งในทุกๆวัน ซึ่งการละหมาดแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 5 นาที การละหมาด คือการติดต่อระหว่างบ่าวและพระผู้อภิบาลของเขา มุสลิมจะเกิดความรู้สึกเชื่อมั่น สงบ สุขุม และผ่อนคลายทางด้านจิตวิญญาณจากการละหมาด

3. การจ่ายซะกาต คือ การที่มุสลิมผู้ที่มีทรัพย์สินจ่ายจำนวนหนึ่งจากทรัพย์สินของเขาแก่ผู้ขาดแคลนในปริมาณ 2.5% ของจำนวนทรัพย์สิน ทำให้สังคมมุสลิมมีการช่วยเหลือ มีความเมตตา และความผูกพันกัน สร้างความรักใคร่และการเป็นพี่น้องซึ่งกันและกัน

4. การถือศีลอด หมายถึง การที่บุคคลละเว้นอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งการหลับนอนกับภรรยา ในช่วงเวลาเดือนเราะมะฎอนของทุกๆปี ระหว่างเวลาดวงอาทิตย์ขึ้นจนกระทั่งดวงอาทิตย์ลับขอบฟ้า การถือศีลอดถูกกำหนดเป็นข้อยกเว้นแก่ผู้ป่วยและผู้ที่มีข้อยกเว้นอื่น และถือศีลอดชดใช้ในเวลาที่ต่อมาตลอดทั้งปีหลังจากที่หมดภาวะความจำเป็นแล้วตามจำนวนวันที่ขาดการถือศีลอดในเราะมะฎอน

5. การประกอบพิธีหัจญ์ หมายถึง รูปแบบของการประกอบศาสนกิจต่างๆเป็นการเฉพาะ ณ เมืองมักกะฮ์ ซึ่งเป็นข้อบังคับเพียงครั้งเดียวในชีวิตมุสลิมผู้ที่มีความสามารถทางด้านทรัพย์สินและสุขภาพร่างกาย ส่วนผู้ที่ไม่มีความสามารถดังกล่าวก็ถือว่าอนุโลม ให้ละเว้นได้

หลักศรัทธา 6 ประการ หรือหลักความเชื่อในศาสนาอิสลาม (อิมาน) เป็นพื้นฐานของศาสนาอิสลาม คือ

1. ศรัทธาในอัลลอฮ์

อัลลอฮ์คือพระผู้เป็นเจ้าเพียงพระองค์เดียวเท่านั้น มุสลิมทุกคนต้องยึดมั่นในพระองค์อย่างแน่นแฟ้น ไม่สงสัยหรือลังเล พระองค์ทรงไว้ซึ่งคุณลักษณะอันสมบูรณ์ที่สุด มุสลิมยึดมั่นว่า พระองค์ทรงบันดาลทุกสิ่ง ทุกอย่าง ไม่มีสิ่งใดเกิดขึ้นมาเองโดยลำพัง ของสิ่งนั้นแท้จริงแล้ว พระองค์ทรงไว้ซึ่งเดชานุภาพ ทรงไว้ซึ่งอำนาจอันสูงสุด ทรงเอกสิทธิ์ในการปกครองและการบริหาร โลกานูโลก ทรงเป็นที่พึ่งของทุกสรรพสิ่ง ทรงกำหนดการดำเนินชีวิตของมนุษย์และสัตว์ รวมทั้ง สรรพสิ่งทั้งมวล พระองค์ทรงสัพพัญญู ทรงพระปรีชา ทรงประกาศิต ทรงนิรันดร์ ทรงดำรงโดยพระองค์เองไม่อาศัยปัจจัยอื่น ทรงแตกต่างไปจากทุกสิ่ง พระองค์ทรงไร้ตัวตน พระองค์ไม่ให้กำเนิด พระองค์มิถูกกำเนิด พระองค์มิใช่สสารวัตถุ มิใช่พลังงาน มิใช่นามธรรม มิใช่รูปธรรม พระองค์ทรงมีอยู่อย่างแน่นอน ทรงพ้นไปจากญาณวิสัยของมนุษย์ที่จะพึงสัมผัส สื่อสัมผัสที่มนุษย์มีอยู่นั้น ไม่มีประสิทธิภาพพอที่จะสัมผัสพระองค์ พระองค์ทรงมองเห็นทุกๆ

สิ่ง แต่ไม่มีใครสามารถมองเห็นพระองค์ อัลลอฮ์อานระบุไว้ ความว่า "จงประกาศเถิด อัลลอฮ์เป็นพระเจ้าเพียงพระองค์เดียวเท่านั้น อัลลอฮ์เป็นที่พึง พระองค์ไม่ให้กำเนิดและไม่ถูกกำเนิดและไม่มีสิ่งใดเสมอพระองค์" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

2. ศรัทธาในมลาอิกะฮ์

มุสลิมเชื่อว่าพระองค์ทรงบันดาลมลาอิกะฮ์ขึ้นมา ซึ่งเป็นข้าทาสของพระองค์ รับบัญชาจากพระองค์ และปฏิบัติตามคำบัญชาของพระองค์อย่างมั่นคงที่สุด มีปรากฏในอัลกุรอาน ความว่า "พวกเขาไม่ฝ่าฝืนคำบัญชาของอัลลอฮ์ และพวกเขาจะปฏิบัติตามคำบัญชานั้นอย่างเคร่งครัด" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) มลาอิกะฮ์เป็นเทพอันไร้ตัวตน ไม่มีเพศ ไม่กินไม่นอน ไม่มีคู่ครอง ไม่มีบุตร สามารถจำแลงร่างได้ทุกอย่าง เป็นอีกโลกหนึ่งอันแตกต่างไปจากมนุษย์ มนุษย์ไม่สามารถมองเห็นในสภาพเดิมของเขาได้ นอกจากจะแปลงร่างเป็นคน หรืออย่างอื่น ไม่มีใครสามารถรู้จำนวนอันแน่นอนของมลาอิกะฮ์ นอกจากพระองค์อัลลอฮ์เท่านั้น พระองค์ทรงสร้างมาเป็นจำนวนมาก เพื่อรับใช้พระองค์ตามหน้าที่อันแตกต่างกันและมีชื่อต่าง ๆ กัน เช่น ยิบรอล มีหน้าที่สื่อโอองการระหว่างพระเจ้า มีกาฮิล มีหน้าที่ควบคุมระบบธรรมชาติและปัจจัยยังชีพ อิซรอฟีล มีหน้าที่เป่าวิญญาณมนุษย์สู่ร่างเพื่อฟื้นขึ้นในโลกหน้าและเป่าวิญญาณดับสลายของโลกนี้ ริฎวาน มีหน้าที่ดูแลสวรรค์ มาลิก มีหน้าที่ดูแลนรก รอกิบ มีหน้าที่บันทึกความดีของมนุษย์ อะดีด มีหน้าที่บันทึกความชั่วของมนุษย์ มุนกรและนะกীর มีหน้าที่สอบสวนความประพฤติของมนุษย์ภายหลังจากตายไปแล้ว อิซรออีล มีหน้าที่เก็บชีวิตของมนุษย์ออกจากร่าง

3. ศรัทธาในคัมภีร์

มุสลิมต้องศรัทธาว่า พระผู้เป็นเจ้าทรงประทานคัมภีร์อันเป็นโอองการของพระองค์แก่บรรดามนุษยชาติผ่านศาสนทูตในแต่ละยุคสมัย พระโอองการของพระองค์เป็นบทบัญญัติที่มนุษย์จะต้องนำมาปฏิบัติเป็นรัฐธรรมนูญสูงสุดที่ใครจะฝ่าฝืนไม่ได้ ในยุคที่ผ่านมาศาสนทูตได้รับพระคัมภีร์มาประกาศแก่มนุษย์ในยุคของท่านเหล่านั้นเป็นจำนวนมาก ตราบถึงยุคสุดท้ายคือ ยุคปัจจุบันเป็นยุคของท่านศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) จำนวนคัมภีร์ที่พระองค์ทรงประทานมานั้น เท่าที่นักวิชาการระบุไว้ มีจำนวน 104 เล่ม ในจำนวนนั้น มี จำนวน 4 เล่ม ที่มุสลิมจำเป็นต้องรู้ คือ

- 3.1 เตารอต ทรงพระราชทานผ่านท่านศาสดามูซา
- 3.2 ซะบูร ทรงพระราชทานผ่านท่านศาสดาดาวูด
- 3.3 อินญีล ทรงพระราชทานผ่านท่านศาสดาอีซา

3.4 กุรอาน ทรงพระราชทานผ่านท่านศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) เป็นคัมภีร์ที่มนุษย์จะต้องยึดถือ เป็นแนวทางการดำเนินชีวิต ตรึงถึงอวสานของโลกนี้ อัลกุรอานเป็นคัมภีร์ฉบับสุดท้ายที่พระเจ้าเป็นผู้เป็นเจ้าของพระราชทาน จึงเป็นคัมภีร์ที่สมบูรณ์ทั้งเนื้อหาสาระและรูปแบบการใช้ภาษา กุรอานเป็นภาษาอาหรับ ซึ่งเป็นภาษาที่มีความไพเราะในการออกเสียงและภาษาที่ให้ความหมายอันลึกซึ้ง ถ้อยคำเท่าที่ถ่ายทอดมาจากท่านศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) เมื่อ 1,400 ปีกว่า ยังได้รับการรักษาไว้โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง แม้จะเป็นเพียงอักษรเดียวก็ตาม อัลกุรอานได้ระบุไว้ ความว่า "เรา (อัลลอฮ์) ได้ประทานกุรอานลงมาแล้ว เราได้รักษามันไว้" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

โองการทั้งหมดมีอยู่ 6,666 โองการ แบ่งออกเป็น 114 บท และ 30 ส่วน มุสลิมทั่วโลกจะอ่านอัลกุรอานในพิธีละหมาด ในวาระอันต้องการความดีและอ่านเพื่อทำความเข้าใจความหมายมาถือปฏิบัติ อัลกุรอานเป็นธรรมนูญสูงสุด ความประพฤติอันถูกต้องจะต้องสืบหรือปรับเข้าหาอัลกุรอานได้ กฎหมายอิสลามจะต้องยึดถืออัลกุรอานเป็นหลัก ในด้านนิติบัญญัติจะออกกฎหมายอันแย้งต่อบทบัญญัติของอัลกุรอานไม่ได้เด็ดขาด

อัลกุรอานเริ่มต้นพระราชทาน ณ นครมักกะฮ์ เมื่อท่านศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) อายุ ประมาณ 40 ปี โองการที่ถูกประทานลงมานั้น จะทยอยกันลงมาตามแต่พระเจ้าทรงประสงค์และมีเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับโองการดังกล่าว เมื่อได้รับโองการแล้ว ท่านศาสดาก็จะนำมาประกาศแก่ผู้อื่น แล้วทุกคนก็จะท่องจำจนขึ้นใจ มีการทบทวนกันอยู่เสมอ และมีการบันทึกลงบนหนังสัตว์แห้งบ้าง บนกาบอินทผลัมบ้าง บนหินบ้าง ต่อมาในสมัยปกครองของท่านอุมัร คอลีฟะฮ์ท่านที่ 2 ท่านได้ดำริให้มีการจัดรวบรวมขึ้นเป็นเล่มจากส่วนที่กระจัดกระจายกันในบุคคลและสถานที่ต่างๆ จากนั้นในสมัยการปกครองของท่านอุสมาน บินอัฟฟาน คอลีฟะฮ์ท่านที่ 3 ได้สั่งให้มีการรวบรวมและปรับปรุงในด้านการเขียน มีจำนวนถึง 6 เล่มและส่งไปยังหัวเมืองต่างๆ เพื่อให้อ่านเป็นสำนวนเดียวกัน และป้องกันการปลอมแปลงอันอาจจะเกิดขึ้นได้

4. ศรัทธาในศาสนทูตหรือศาสดา

ศาสนทูตผู้ประกาศอิสลาม เรียกว่า "รอซูล" ส่วนศาสนทูตที่ไม่ได้ประกาศ ก็เรียกว่า "นบี" แต่การให้ความหมายเช่นนี้ ไม่ได้เข้มงวดนัก ส่วนใหญ่จึงใช้ถ้อยคำทั้งสองนี้หมายถึงผู้เป็นศาสนทูตที่ทำการประกาศอิสลาม ผู้เป็นศาสนทูตเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติแบบมนุษย์ธรรมดาทั่วไป มิใช่ผู้วิเศษหรือมลาอิกะฮ์ ศาสนทูต จึงดำเนินชีวิตเหมือนสามัญชน คือ กิน นอน ขับถ่าย และแต่งงาน แต่ศาสนทูตมีคุณลักษณะอันสมบูรณ์เหนือกว่ามนุษย์ทั่วไป

อันเป็นคุณลักษณะ ทางด้านความประพฤติ และคุณธรรมอันสูงส่ง นักวิชาการได้สรุปคุณลักษณะของศาสนทูตไว้ว่า จะต้องมีการ 4 ประการ คือ

4.1 ความซื่อสัตย์สุจริต เป็นที่ไว้วางใจของบุคคลทั่วไป ไม่คดโกง ไม่ระบัดลัษณ์

4.2 มีสัจจะ พูดจริง ทำจริง ไม่โกหก ไม่หลอกลวงใคร

4.3 มีสติปัญญาเป็นอัจฉริยะ

4.4 ทำหน้าที่เผยแพร่โองการจากพระผู้เป็นเจ้า แก่ประชาชนทั่วไปโดยไม่ปิดบัง และด้วยความตั้งใจสูง มีมานะ อดทน เพียรพยายาม ไม่ย่อท้อต่อการขัดขวางของผู้ใดทั้งสิ้น การที่พระผู้เป็นเจ้าทรงคัดเลือกศาสนทูตขึ้นมาจากมนุษย์ธรรมดา ก็เพื่อให้ศาสนทูตเป็นตัวอย่าง ในการประพฤติตามของประชาชน หากศาสนทูตเป็นผู้วิเศษหรือเป็นมลาอิกะฮ์ ซึ่งดำเนินชีวิตไปอีกแบบหนึ่ง ประชาชนก็ไม่สามารถจะหาตัวอย่างในการดำเนินชีวิตที่ใกล้เคียงกับตนเอง แล้วคำสอนของศาสนทูตก็ไร้ผล ศาสนทูตจึงเป็นบุคคลที่ประชาชนต้องเชื่อฟัง นำคำสอนมาปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และต้องเลียนแบบจริยวัตรของท่าน อัลกุรอานระบุว่า "อันใดที่ศาสนทูตนำมา สูเจ้าจงรับมันไว้ และอันใดที่ศาสนทูตห้าม สูเจ้าก็จงดลเสีย" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) ศาสนทูตที่มีปรากฏชื่อในอัลกุรอาน มีจำนวน 25 ท่าน คือ อาอัม, อิดริส, นูห์, ฮัด, ซอลิฮ, อิบรอหิม, ลูฏ, อีสฮาก, ยะอูบ, ยูซุฟ, มูซา, ฮารูน, อิลยาซ, ยูนุส, ซุอัยบ, ดาูด, สุลัยมาน, อิลยะ ซะอู, ซุลกิฟลี, ซะกะรียา, อัยยูบ, ยะฮยา, อิสมาอิล, อีซา และ มุฮัมมัด (ขอความสันติสุขจงประสบ แก่ท่านเหล่านั้น)

5. ศรัทธาในวันสิ้นโลก หรือ วันพิพากษา

มุสลิมต้องศรัทธาว่า โลกนี้พระผู้เป็นเจ้าได้สร้างขึ้นมาเป็นการชั่วคราว สำหรับเป็นแดนที่มนุษย์ได้ดำเนินชีวิตส่วนหนึ่ง เพื่อสู่โลกอันจีรังและโลกนิรันดร์ต่อไป ดังนั้นโลกที่เราอาศัยอยู่ในปัจจุบันนี้ จึงต้องมีวาระดับสลาย ไม่วันใดก็วันหนึ่ง ไม่มีใครสามารถตอบได้ว่า วันดับสลายของโลกหรือวันสิ้นโลกจะเกิดขึ้นเมื่อใด อัลกุรอานระบุว่า "มนุษย์จะถามเจ้าเกี่ยวกับกาลปาวสานของโลก เจ้าจงตอบเถิด ความรู้ในเรื่องนั้นมีอยู่เฉพาะที่อัลลอฮ์เท่านั้น และอันใดทำให้เจ้ารู้อันกาลปาวสานของโลกอาจจะอุบัติขึ้นในเวลาอันใกล้ก็ได้" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) เมื่อท่านศาสดามุฮัมมัดสนทนากับเทวทูตอิบรอฮีม เทวทูตถามว่า "เมื่อใดจะถึงวัน อวสานโลก" ท่านตอบว่า "ทั้งผู้ถามและผู้ถูกถามไม่มีใครรู้ร่วมกัน" เทวทูตถามต่อไปว่า "แล้วสัญญาณแสดงอาการโลกสลายมีอะไรบ้าง" ท่านตอบว่า "ท่านจะมองเห็นผู้คนซึ่งฐานะต่ำต้อยทางสังคม รองเท้าไม้ใส่ เสื้อผ้าไม่สวมพากันแข่งขันสร้างบ้านเรือนสูงตระหง่านอย่างมากมาย ท่านจะมองเห็นมารดาผู้เป็นทาสคลอดบุตรออกมาเป็นนายของนางเอง"

สัญญาณแสดงอาการโลกสลาย แบ่งได้เป็น 2 ระยะ คือ

5.1 สัญญาณระยะไกล หมายถึง สัญญาณที่ยังอยู่อีกไกลกว่าจะถึงวันสิ้นโลก ดังเช่น สัญญาณที่ปรากฏในคำตอบของท่านศาสดาต่อทูตทูตยิบรออีลข้างต้น ส่วนใหญ่แล้วเป็น สัญญาณจากความประพฤติของมนุษย์ในด้านศีลธรรมที่มีความพองเฟ้อ มัวเมาในกามคุณ ตี๋มสุรายาเมา หมกมุ่นในกิเลสตัณหา ด้านเศรษฐกิจที่มีแต่ความเอารัดเอาเปรียบเห็นแก่ตัว การกินดอกเบี้ยในรูปแบบต่างๆ การฉ้อฉล คอร์รัปชัน และกดขี่ข่มเหง ด้านสังคมมีแต่ความแตกแยก ข่า พินกันและทำการรุกรานซึ่งกันและกัน

5.2 สัญญาณระยะใกล้ หมายถึง สัญญาณแสดงถึงการจะสิ้นโลก อันอยู่ในระยะเวลาใกล้ ซึ่งเป็นสัญญาณจากเหตุการณ์วิกฤติต่างๆ เช่น จะเกิดความวิปริตทางสิ่งแวดล้อม ดวงตะวันจะเปลี่ยนทิศทาง ฝนจะตกลงมาเป็นสีเลือด จะมีมนุษย์ที่ดุร้ายออกมาอาละวาดทำลาย ชีวิตของประชาชน ความโกลาหลจะเกิดขึ้นอย่างรุนแรง แผ่นดินจะไหวและถล่มทลาย

ในที่สุดมลาอิกะฮฺอิสรอฟีลจะเป่าสัญญาณครั้งแรก สิ่งมีชีวิตทั้งหลายจะล้มตายจนหมดสิ้น ภูเขาจะพังทลายเป็นผุยผง ทุกสิ่งทุกอย่างพินาศไม่มีเหลือ ต่อมามลาอิกะฮฺอิสรอฟีล เป่าสัญญาณครั้งที่สอง สิ่งมีชีวิตก็จะฟื้นขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง มนุษย์ทุกคนจะเกิดมาในสภาพเดิมและถูกต้อนไปรวมกัน ณ ที่โล่ง เพื่อรอการสอบสวนพิจารณาความประพฤติของแต่ละคน และพิพากษา ช่วงเวลาของการรอคอยนั้นยาวนาน มนุษย์เต็มไปด้วยความหวาดกลัว ท่ามกลางความร้อนแรงของดวงอาทิตย์ ไม่มีใครหนีไปไหนและไม่สามารถจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะมีทรัพย์หรือบริวารมากมายเท่าใดก็จะนำมาใช้จ่ายเพื่อปลดปล่อยตัวเองไม่ได้ อัลกุรอานระบุไว้ ความว่า " วันซึ่งทรัพย์สมบัติและลูกๆ ไม่อำนวยให้คุณใดๆ เว้นแต่ผู้มั่วสุมอัลลอฮฺด้วยจิตอันสะอาดบริสุทธิ์" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) " วันซึ่งชีวิตหนึ่งไม่สามารถสละเคราะห์อีกชีวิตหนึ่งได้ และประกาศิตในวันเป็นของอัลลอฮฺเท่านั้น" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

เมื่อมนุษย์เชื่อว่า โลกนี้มีวาระดับสลายและจะมีโลกหน้าสำหรับเป็นที่อยู่อาศัย อันแท้จริงและเป็นนิรันดร์ มนุษย์ก็จะอยู่ในโลกนี้ด้วยความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ไม่มีความโลภ ไม่มีความเห็นแก่ตัว พร้อมกับสะสมแต่ความดี แม้ว่าการทำดีนั้นจะไม่ได้ผลตอบแทนในช่วงที่มีชีวิตอยู่ในโลกนี้ แต่มั่นใจได้ว่าต้องได้รับอย่างแน่นอนในโลกหน้า ผู้ทำความดีจึงไม่ท้อแท้ที่จะทำความดี มีกำลังใจอันสูงส่งที่จะทำความดีและไม่คิดจะละเลยต่อการทำความดีจนตลอดชีวิต ดังนั้น การที่เขาประสบกับภัยพิบัติในชีวิต หรือพบกับความเดือดร้อนอยู่เนืองๆ คนเหล่านี้จะแข็งแกร่ง มั่นคง หนักแน่น กระตือรือร้น ช่วยตัวเองได้ และประสบ

ผลสำเร็จในการดำเนินชีวิต ไม่พ่ายแพ้อะไรง่าย ๆ ตัวอย่างสิ่งเหล่านี้สามารถหาได้อย่างครบครันจากชีวิตของบรรดาท่าน ศาสนทูตทั้งหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรดาศาสนทูตที่ถูกเรียกว่า "อูลูลอัลฮิม" อันหมายถึง ศาสนทูตที่ประสบกับเหตุร้ายในชีวิตมากกว่าบรรดาศาสนทูตอื่นๆ แต่ท่านเหล่านี้มีความแข็งแกร่ง การประกาศอิสลามของท่านจึงประสบผลสำเร็จสูงกว่าศาสนทูตท่านอื่นๆ การประสบภัยแห่งชีวิตและความเดือดร้อน จึงเป็นเพียงข้อทดสอบของพระผู้เป็นเจ้า เพื่อหลอมชีวิตของมนุษย์ให้มีความเข้มแข็ง สามารถต่อสู้กับภัยอันตรายนานัปการได้อย่างมั่นคง สิ่งเหล่านี้จึงกลายเป็นสิ่งดีงามสำหรับมนุษย์ มุสลิมถือว่าเป็นข้อกำหนดของพระผู้เป็นเจ้า ซึ่งจะต้องยินดีในสภาพดังกล่าวอย่างจริงใจ อัลกุรอานระบุไว้ ความว่า "และแน่นอน เราจะทดสอบสุเจ้าด้วยบางสิ่งจากความหวาดกลัว ความหิว และความขาดแคลนทรัพย์สินสมบัติ ชีวิตและพืชผล จงแจ้งข่าวดีแก่ผู้ที่มีความอดทนเถิด" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

ผู้ที่อดทนต่อสภาพการทดสอบดังกล่าว เขาจะเป็นผู้มีชัยชนะในการดำเนินชีวิตอย่างแน่นอน ดังนั้น มุสลิมทุกคนจึงไม่หวาดหวั่นต่อเภทภัยทั้งปวงที่ประสบแก่ตน พร้อมทั้งจะเผชิญหน้าด้วยความสามารถ เมื่อเขาอดทนจริง เขาก็แก้ไขได้ ผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ไม่มีใครหรอกที่สำเร็จขึ้นด้วยความอ่อนแอ เขาต้องต่อสู้อย่างอาจหาญและอดทนทั้งนั้น การยินดีต่อกฎกำหนดสภาวะแห่งชีวิตไม่ว่าจะด้านดีหรือด้านร้าย จึงเป็นคุณสมบัติอันดีงาม และเป็นคุณธรรมชั้นสูงสำหรับมนุษย์ มุสลิมพร้อมที่จะยอมรับเสมอ แม้สิ่งนั้นจะเป็นกฎกำหนดด้านร้ายที่ให้โทษแก่ตัวของเขาก็ตาม อัลกุรอานระบุไว้ ความว่า "บรรดาผู้ซึ่งเมื่อเหตุร้ายได้ประสบแก่พวกเขา พวกเขาก็กล่าวว่า แท้จริงเราเป็นของอัลลอฮ์และเราต้องกลับคืนสู่พระองค์" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

6. ศรัทธาในกฎแห่งสภาวะการณ์

สภาวะการณ์ทั้งหลายถูกกำหนดมาเป็นกฎตายตัวและแน่นอน ซึ่งต้องดำเนินไปตามที่กำหนดนั้น เช่น แดดเผาไอน้ำขึ้นไปรวมตัวอยู่บนอากาศ เมื่อลมพัดก็จะกระจายตกลงมาเป็นฝน ฝนตกลงมาบนพื้นดิน ทำให้อุดมสมบูรณ์ มีพันธุ์ไม้และพืชพรรณชนิดงอกงามขึ้นมา มนุษย์และสัตว์ได้รับประโยชน์จากพืชพันธุ์เหล่านั้น เป็นกฎกำหนดสภาวะ ซึ่งพระผู้เป็นเจ้าทรงกำหนดไว้

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ก็เช่นเดียวกัน ถูกกำหนดไว้อย่างเป็นระบบที่แน่นอน ไม่มีใครสามารถฝ่าฝืนกฎดังกล่าวได้ ทุกคนจะต้องดำเนินไปตามกฎสภาวะการณ์ จากมนุษย์คนแรกจนถึงคนสุดท้ายมนุษย์ต้องกินต้องนอน ต้องหายใจ ต้องประสบกับเหตุให้อารมณ์และจิตใจผันแปรอยู่ตลอดเวลา ดีใจ เสียใจ บางจังหวะชีวิตร่ำรวยมหาศาล แต่ผลไม่ยาวนานนัก

ยากจนลงมา บางช่วงเวลามีคนนับหน้าถือตาอย่างกว้างขวางและมากมาย แต่ต่อมาก็กลับมีคนเกลียดชัง การสละหมิ่นเวียนสภาวะการณ์เหล่านี้ ในชีวิตมนุษย์นั้น มุสลิมศรัทธาว่าเป็นไปโดยกำหนดของพระองค์อัลลอฮ์ (ช.บ.) ทั้งสิ้น หากใช้เป็นไปโดยอำนาจของมนุษย์เองไม่และมีใช้อำนาจของผู้วิเศษ อำนาจของฟ้าดิน อำนาจของดวง อำนาจของไสยศาสตร์หรือโดยอำนาจอื่นใดก็ตาม แต่ทั้งหมด เป็นไปโดยอำนาจอันสมบูรณ์สุดของพระผู้เป็นเจ้าของเจ้าทั้งสิ้น ดังปรากฏในอัลกุรอาน ความว่า "แท้จริง ทุกสิ่งที่เราได้บันดาลไว้ นั้น โดยกำหนดการที่แน่นอนยิ่ง" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) ธรรมชาติทั้งหลายที่ดำเนินไปตามวงจรอย่างแน่นอนชัดเจนเป็นระบบมั่นคงและแม่นยำก็เป็นไปตามกำหนดกฎสภาวะการณ์โดยพระองค์ทั้งสิ้น อัลกุรอานระบุไว้ ความว่า "และเราได้หลั่งน้ำลงมาจากฟากฟ้าตามปริมาณที่กำหนดไว้ และเราได้ทำให้มันค้างอยู่ในแผ่นดิน" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) และ "ดวงตะวันโคจรไปตามวิถีของมัน นั้นเป็นกฎที่กำหนดแห่งพระผู้เป็นเจ้าของผู้ทรงอำนาจยิ่ง ผู้ทรงสรรพปัญญา และดวงเดือนเราได้กำหนดมันไว้ตามตำแหน่ง จนกระทั่งมันกลับสภาพมาเป็นประหนึ่งกิ่งอินทผลัมแห่ง" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) และ "จากสิ่งใดเล่าที่พระองค์ทรงสร้างเขาจากเชื้ออสุจิ พระองค์ได้สร้างเขามา และทรงกำหนดสภาวะแก่เขา" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

ในด้านเหตุการณ์ต่างๆ ที่ประสบแก่มนุษย์ที่จริงแล้วการที่มนุษย์ประสบกับความเดือดร้อนในรูปแบบต่างๆ มนุษย์อาจไม่พอใจในสิ่งนั้น แต่สิ่งนั้นจะสร้างความแข็งแกร่งแก่มนุษย์เอง ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือ เด็กที่ถูกเลี้ยงดูอย่างทนุถนอม ได้รับการปรนเปรอด้วยความสุขและความสะดวกสรวลพัฒน์นั้นย่อมจะอ่อนแอ ผิดกับเด็กที่ถูกชุบเลี้ยงแบบชนบทต้องเผชิญกับธรรมชาติแท้ๆ ต้องช่วยตัวเอง ต้องทำงานหนัก เด็กเหล่านี้จะแข็งแรงกว่าอย่างแน่นอน คนที่ประสบกับสิ่งอันวุ่นวายอยู่เสมอๆ ก็เช่นเดียวกัน เขาก็จะมีสภาพอ่อนแอขาดความกระตือรือร้น

หลักการอิสลามเกี่ยวกับฮาลาลและฮารอม

บรรจง ปินกาชัน (2547) ได้นำเสนอหลักการอิสลามเกี่ยวกับฮาลาลและฮารอม ดังนี้

ก่อนหน้าสมัยอิสลาม ปัญหาที่ว่าสิ่งใดควรจะเป็นสิ่งฮาลาล (ถูกกฎหมาย) และสิ่งใดควรจะเป็นสิ่งฮารอม (ต้องห้าม) เป็นปัญหาหนึ่งซึ่งพลโลกได้หลงทางและเกิดความสับสนจนถึงกับมีการอนุญาตหลายสิ่งที่ไม่บริสุทธิ์และเป็นอันตรายในขณะที่สิ่งที่ดีและบริสุทธิ์หลายสิ่งกลับถูกห้าม

1. โดยพื้นฐานสิ่งต่างๆเป็นที่ยอมนัด

พื้นฐานและหลักการที่อิสลามสร้างขึ้นก็คือ สรรพสิ่งทั้งหลายที่อัลลอฮ์สร้างขึ้นมานั้นล้วนแต่เพื่อให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์จากมัน ดังนั้น สรรพสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ จึงเป็นที่ยอมนัด ไม่มีสิ่งใดที่ฮารอม ยกเว้นสิ่งที่ถูกรอานและแบบอย่างคำสอนของท่านศาสดามุฮัมมัดได้ห้ามไว้ อย่างชัดเจน ในกรณีที่หลักฐานไม่แข็งแรงเพียงพอ เช่น หะดีษอ่อนหลักฐานหรือในกรณีที่การห้ามมิได้กล่าวไว้อย่างชัดเจน ก็ให้นำหลักการพื้นฐานหรือโดยหลักการดั้งเดิมในการให้อนุญาตใช้นักปราชญ์อิสลามได้ หลักในการอนุญาตและการนำสิ่งต่างๆมาใช้จากโองการต่างๆที่มีอยู่ในกรุอาน เช่น อัลลอฮ์ได้กล่าวว่า “พระองค์คือผู้ทรงบันดาลสำหรับสุเจ้าซึ่งสิ่งทั้งปวงในแผ่นดิน” และ “พระองค์ได้ทรงทำให้ที่อยู่ในชั้นฟ้าทั้งหลายและแผ่นดินนี้เป็นประโยชน์แก่พวกเจ้า” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) ดังนั้น เมื่ออัลลอฮ์ได้ทรงสร้างสรรพสิ่งทั้งหลายขึ้นมาเพื่อประโยชน์ของมนุษย์แล้ว มันจะเป็นไปได้อย่างไรที่พระองค์จะทรงห้ามมิให้มนุษย์ใช้ประโยชน์จากมัน ความจริงแล้วพระองค์ทรง ห้ามเพียงไม่กี่อย่างเท่านั้น

ในศาสนาอิสลาม ขอบเขตสิ่งต้องห้ามนั้นน้อยมาก ในขณะที่ขอบเขตสิ่งที่ได้รับการอนุมัติมีความกว้างใหญ่ไพศาล บทบัญญัติต่างๆที่เกี่ยวกับข้อห้ามต่างๆก็มีไม่มาก ในขณะที่สิ่งใดก็ตามที่ถูกรอานและแบบอย่างคำสอนของท่านศาสดามุฮัมมัดไม่ได้กล่าวว่าเป็นสิ่งถูกกฎหมายหรือต้องห้ามจะตกอยู่ภายใต้หลักการทั่วไปของการอนุญาตสิ่งต่างๆ ภายในอาณาจักรแห่งความโปรดปรานของอัลลอฮ์ ท่านศาสดามุฮัมมัดได้กล่าวว่า “สิ่งที่อัลลอฮ์ได้ทำเป็นสิ่งที่ถูกต้องในคัมภีร์ของพระองค์คือ สิ่งที่ยาลาล และสิ่งที่พระองค์ได้สั่งห้ามคือฮารอม และเกี่ยวกับสิ่งที่พระองค์ได้ทรงนิ่งเงียบนั้นเป็นที่ได้รับการอนุญาตในฐานะความโปรดปรานของพระองค์ เพราะอัลลอฮ์นั้นไม่ทรงลืมหือสิ่งใด” เราจะเห็นว่าท่านศาสดาจะพูดถึงกฎเกณฑ์ใหญ่ๆที่จะตัดสินว่าสิ่งไหนฮาลาลและสิ่งไหนฮารอมมากกว่าที่จะตอบระบุลงไป ด้วยเหตุนี้ ถ้าเรารู้ว่าอะไรที่อัลลอฮ์ได้กำหนดให้เป็นสิ่งที่ฮารอมก็นับว่าเพียงพอแล้ว เพราะสิ่งใดก็ตามที่ไม่ได้รวมอยู่ในนั้นถือเป็นสิ่งที่บริสุทธิ์และเป็นที่ยอมนัด

หลักการแห่งการให้อนุญาตนี้มีได้จำกัดแต่เพียงเฉพาะสิ่งของและวัตถุเท่านั้น แต่ยั้งรวมถึงการกระทำและพฤติกรรมของมนุษย์ทุกอย่างที่ไม่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติศาสนพิธีอีกด้วย การกระทำและพฤติกรรมดังกล่าวนี้ หมายถึง กิจกรรมและการดำรงชีวิตของมนุษย์ในแต่ละวัน และอีกหลักการหนึ่งก็คือสิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นที่ได้รับอนุญาตโดยปราศจากข้อจำกัดใดๆ ยกเว้นเพียงไม่กี่สิ่งเท่านั้นที่อัลลอฮ์ผู้ทรงออกกฎหมายได้ห้ามไว้อย่างเด็ดขาด พระองค์ทรงกล่าวว่า “ พระองค์ (อัลลอฮ์) ได้อธิบายแก่เจ้าถึงสิ่งที่พระองค์ได้ทรงทำให้เป็นที่ยฮารอมสำหรับสุเจ้าไว้แล้ว” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) อย่างไรก็ตาม

ในเรื่องของการปฏิบัติ ศาสนพิธีนั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่ง เพราะการปฏิบัติศาสนพิธีเป็นสิ่งที่อัลลอฮ์ประทานวะฮีย์ด้วยพระองค์เอง ดังนั้นจากหะดีษดังกล่าว ผู้ใดก็ตามที่ประดิษฐ์หรือสร้างรูปแบบการปฏิบัติศาสนพิธีขึ้นมาเอง ผู้นั้นก็คือผู้หลงทางเพราะผู้ออกกฎหมายเองเท่านั้นที่มีสิทธิในการที่จะเป็นผู้กำหนดรูปแบบการปฏิบัติศาสนพิธีอันเป็นวิธีการที่มนุษย์จะแสวงหาความใกล้ชิดกับพระองค์

แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับเรื่องกิจกรรมหรือการดำรงชีวิตประจำวันนั้น อัลลอฮ์มิได้ทรงกำหนดไว้เป็นการตายตัว แต่พระองค์ได้ปล่อยไว้เป็นหน้าที่ของมนุษย์เอง ดังนั้นผู้ทรงออกกฎหมายจะเข้าไปแทรกแซงก็เพียงแต่เพื่อปรับปรุงแก้ไข เพื่อบรรเทาทุกข์หรือเพื่อขัดเกลาวงศ์เขาเท่านั้น และบางครั้งก็เพื่อจะชี้ให้เห็นการกระทำบางสิ่งบางอย่างที่เป็นอันตราย หรืออาจนำไปสู่ความเสียหาย แต่สำหรับในเรื่องการดำเนินชีวิตนั้น หลักการคือเสรีภาพ เพราะเรื่องนี้ไม่มีสิ่งใดที่สามารถจะจำกัดได้ยกเว้นสิ่งที่อัลลอฮ์ได้ทรงห้ามไว้ การทำสิ่งใดจะอยู่ในความหมายของโองการที่ว่า “จงกล่าวเถิด พวกท่านเห็นไหมที่อัลลอฮ์ได้ทรงให้ลงมาซึ่งเครื่องยังชีพสำหรับพวกท่านแล้วท่านกลับทำบางส่วนของมันเป็นที่ฮาลาลและบางส่วนเป็นที่ฮารอม” นี่เป็นหลักการที่ยิ่งใหญ่และเป็นประโยชน์ซึ่งบนพื้นฐานนี้เราสามารถกล่าวได้ว่าการซื้อ การขาย การให้เช่า การให้ของกำนัลและเรื่องอื่นๆ ในทำนองนี้เป็นกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับ ประชาชนเช่นเดียวกับการกิน การดื่ม และการใส่เสื้อผ้า ถ้าหากว่าชะรีอะฮ์พูดถึงสิ่งใดเกี่ยวกับเรื่อง ต่างๆทางโลกเหล่านี้ขึ้นมา นั่นก็เพื่อสอนถึงการประพฤติดีๆ ดังนั้น ชะรีอะฮ์จึงได้ห้ามสิ่งที่จะนำไปสู่ความเสียหาย กำหนดหน้าที่ที่จำเป็น ไม่นอมนัดสิ่งที่ไม่สุภาพ และอนาจารสิ่งที่เป็นประโยชน์ ทั้งหมดนี้ถูกทำไปก็โดยการพิจารณาถึงประเภทของกิจกรรม ขนาด และคุณประโยชน์ของมัน

เนื่องจากนี้เป็นพื้นฐานของชะรีอะฮ์ ประชาชนจึงมีเสรีภาพในการซื้อขายและให้เช่าตามที่ตัวเองต้องการ เช่นเดียวกับที่มีเสรีภาพในการกินและดื่มสิ่งที่ตนเองชอบ ตราบใดที่มันยังไม่ฮารอม ถึงแม้ว่าสิ่งเหล่านี้บางสิ่งจะไม่เป็นที่อนุมัติ แต่เกี่ยวกับเรื่องนี้ก็มีเสรีภาพ เพราะชะรีอะฮ์ ไม่ได้ไปไกลจนถึงกับห้าม ดังนั้น หลักการดั้งเดิม (ในเรื่องของการให้อนุญาต) จึงยังคงอยู่ ดังนั้น ท่านจึงสรุปว่า ถ้าหากอัลกุรอานหนึ่งเจียบเกี่ยวกับสิ่งใด มันก็เป็นที่ยอนุญาต และเราก็มีเสรีภาพที่จะปฏิบัติ แนนอนสาวกของท่านศาสดาผู้นี้มีความเข้าใจในเรื่องชะรีอะฮ์อย่างถูกต้อง ดังนั้น หลักการใหญ่ที่ว่า “ไม่มีการปฏิบัติศาสนพิธีใดจะถูกกำหนดเป็นกฎหมาย ยกเว้น โดยคำสั่งของอัลลอฮ์และไม่มีการปฏิบัติใดจะถูกห้าม ยกเว้นโดยการห้ามของพระองค์” จึงยังดำรงอยู่อย่างมั่นคง

2. การอนุมัติและการห้ามเป็นสิทธิของอัลลอฮ์เท่านั้น

หลักการที่สองนี้ก็คือ อิสลามได้จำกัดอำนาจในการที่จะกำหนดว่าสิ่งใดฮาลาลและสิ่งใดฮารอมไว้สำหรับอัลลอฮ์แต่เพียงพระองค์เดียว โดยไม่ให้อำนาจแก่มนุษย์เลย ไม่ว่าเขาผู้นั้นจะมีตำแหน่งทางศาสนาและทางโลกสูงเพียงใดก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นปุโรหิตหรือนักบวช กษัตริย์หรือสุลต่าน ก็ไม่มีสิทธิที่จะห้ามสิ่งใดเป็นการถาวรแก่บ่าวอัลลอฮ์ ถ้าหากว่าใครกระทำมันก็เท่ากับว่าเขากำลังละเมิดขอบเขตของเขา และช่วงชิงอธิปไตยในการออกกฎหมายที่เป็นของอัลลอฮ์แต่เพียงผู้เดียว ใครก็ตามที่นิ่งเฉยหรือยินยอมกับการละเมิดของบุคคลใดและปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้ละเมิดผู้นั้น จึงเท่ากับว่าเขาได้ยกบุคคลนั้นขึ้นมาเป็นหุ้นส่วนหรือภาคีกับอัลลอฮ์ " หรือพวกเขามีภาคีต่างๆ (กับอัลลอฮ์) ที่ได้กำหนดศาสนาใดๆ แก่พวกเขา ซึ่งอัลลอฮ์มิได้ทรงอนุมัติ" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

3. การห้ามสิ่งฮาลาลและการอนุมัติสิ่งฮารอมเท่ากับการทำชิริก

ขณะที่อิสลามเอาโทษทุกคนที่ใช้อำนาจของตนเองประกาศว่าสิ่งใดเป็นที่อนุมัติและสิ่งใดเป็นที่ต้องห้ามนั้น อิสลามจะเข้มงวดกับบรรดาผู้ที่ออกคำสั่งมากกว่า เพราะการตั้งข้อห้ามนั้นเป็นการสร้างความลำบากให้แก่มนุษย์ และเป็นการทำให้สิ่งที่อัลลอฮ์สร้างไว้ให้แก่มนุษย์อย่างกว้างขวางแคบลง ยิ่งไปกว่านั้นการกระทำเช่นนี้ยังที่ปฏิบัติกันในกลุ่มของพวกที่มีวิธีการแบบสุดโต่งในเรื่องของศาสนาซึ่งเป็นเรื่องที่จะต้องป้องกัน ท่านศาสดาเองก็เคยต่อสู้กับพวกบ้าดลั้งมาแล้วทุกทาง และได้เตือนบรรดาผู้ที่หมกหมุ่นกับมันด้วยคำว่า “พวกบ้าดลั้งจะพินาศ” โดยได้กล่าวถึง 3 ครั้งด้วยกัน (รายงานโดย มุสลิม, อะหมัด และอบู ดาวูด)

นอกจากนี้แล้วท่านศาสดายังได้บอกถึงลักษณะของสารที่ท่านนำมาโดยกล่าวว่า “ฉันถูกส่งมากับสิ่งที่ตรงและง่าย” (รายงานโดย อะหมัด) ความตรงของสารของท่านอยู่ที่การเชื่อในเตอาฮีด (เอกภาพของอัลลอฮ์) และความง่ายของมันอยู่ที่การปฏิบัติและการกำหนดเป็นกฎระเบียบ ซึ่งตรงข้ามกับการชิริกและการห้ามสิ่งที่ดีทั้งหลายของชีวิตนี้ ท่านศาสดาได้กล่าวถึงเรื่องนี้ทั้งหมดในหะดีษกุดซีว่า อัลลอฮ์ได้ทรงกล่าวว่า “ฉันได้สร้างบ่าวของฉัน (มนุษย์) ในลักษณะที่ตรง แต่ต่อมาเหล่ามารซาตานได้มาหาพวกเขา แล้วนำพวกเขาให้หลงทางไปจากศาสนาของพวกเขา และได้ห้ามพวกเขาในสิ่งที่ฉันได้อนุมัติแก่พวกเขาและบัญชาพวกเขาให้ตั้งภาคีรวมกับฉัน โดยฉันไม่ได้มอบอำนาจใดๆ ให้ (รายงานโดย มุสลิม)”

ในซูเราะฮ์อัล-อะอฺรอฟ ก็เช่นเดียวกัน อัลลอฮ์ได้ทรงปฏิเสธข้ออ้างของบรรดาผู้สั่งห้ามทั้งหมดที่เป็นผู้วางกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวกับการห้ามไว้ว่า “จงกล่าวเถิด ผู้ใดเล่าได้ห้ามความประณีตเรียบร้อยของอัลลอฮ์ ซึ่งพระองค์ได้ทรงนำออกมาสำหรับปวงบ่าวของพระองค์ และสิ่งดีทั้งหลายแห่งเครื่องยังชีพ จงกล่าวเถิด พระผู้อภิบาลของฉันทรงห้ามเพียงแต่การลามก

ทั้งหลาย ทั้งที่เปิดเผยและที่ซ่อนเร้นและการบาปและการฝ่าฝืนโดยไม่เป็นธรรม และที่พวกท่านตั้งภาคีอื่นเทียบอัลลอฮ์ ซึ่งพระองค์มิได้ประทานหลักฐานใดๆในข้อนี้ลงมาและที่พวกท่านกล่าว (ในนามของ) อัลลอฮ์ ซึ่งพวกท่านไม่รู้”

ประเด็นสำคัญของการพูดถึงเรื่องนี้ก็คือโองการดังกล่าวข้างต้นนี้เป็นโองการที่ถูกประทานลงมาที่มักกะฮ์ และเรารู้ว่าโองการมักกะฮ์นั้นเป็นโองการที่พูดถึงความศรัทธาเรื่องความเป็นหนึ่งของอัลลอฮ์และเรื่องโลกหน้า ดังนั้น เราจึงอาจพิจารณาได้ว่า ในทัศนะของอัลลอฮ์ เรื่องการประกาศว่าสิ่งใดเป็นที่ต้องห้ามโดยมิได้รับอำนาจจากพระองค์นั้นไม่ใช่เรื่องเล็ก แต่มันเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพื้นฐานและหลักการสำคัญของการศรัทธา ในมะดีนะฮ์ มุสลิมบางคนก็ได้แสดงท่าทีฝักใฝ่ต่อการถือสันโดษ โดยปฏิเสธความสุขที่ได้รับการอนุมัติ ดังนั้น เพื่อที่จะดึงดูดผู้คนเหล่านี้อยู่ในขอบเขตที่พระองค์ได้ทรงกำหนดไว้และอยู่ในแนวทางเที่ยงตรงของอิสลาม อัลลอฮ์จึงได้ประทานโองการที่ใช้ถ้อยคำอย่างรุนแรงว่า “บรรดาผู้ศรัทธาเอ๋ย จงอย่าทำสิ่งดีทั้งหลายที่อัลลอฮ์ได้ทรงสาualให้แก่ผู้เจ้าเป็นของฮารอมและจงอย่าละเมิดแท้จริงอัลลอฮ์มิทรงรักผู้ละเมิดและจงบริโภคน้ำจากสิ่งที่อัลลอฮ์ได้ทรงให้เครื่องยังชีพแก่ผู้เจ้าซึ่งสิ่งอนุมัติที่ดีและจงสำรวมตนต่ออัลลอฮ์ที่ผู้เจ้าเป็นผู้ศรัทธา”(สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับประเทศไทย, 2542)

4. การห้ามสิ่งต่างๆนั้น เนื่องมาจากความไม่บริสุทธิ์และการเป็นอันตรายของมัน

เนื่องจากอัลลอฮ์เป็นผู้ทรงสร้างมนุษย์และเป็นผู้ประทานปัจจัยยังชีพอันมากมายมหาศาลให้แก่มนุษย์ ดังนั้น พระองค์จึงมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการที่จะอนุมัติหรือสั่งห้ามหรือกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบที่พระองค์เห็นว่าเหมาะสมแก่มนุษย์ ในฐานะที่มนุษย์เป็นผู้ที่ถูกพระองค์สร้างมา ดังนั้น มนุษย์จึงไม่มีสิทธิใดๆในการที่จะไปถามหรือฝ่าฝืนพระองค์แต่อย่างใดก็ตาม ในการสั่งห้ามสิ่งใดนั้น อัลลอฮ์ก็ได้กระทำตามอำเภอใจเพราะพระองค์เป็นผู้ทรงเมตตาต่อบ่าวของพระองค์ การทำสิ่งใดให้ฮาลาลและฮารอมจึงทำไปด้วยเหตุผลเพื่อความกินดีอยู่ดีของมนุษย์เอง ด้วยเหตุนี้ พระองค์จึงมิได้อนุมัติสิ่งใดเว้นไว้เสียแต่ว่าสิ่งนั้นจะบริสุทธิ์ และพระองค์ก็ได้ห้ามสิ่งใดเว้นไว้เสียแต่ว่าสิ่งนั้นไม่บริสุทธิ์

ในอิสลาม การลบล้างบาปนั้นอัลลอฮ์ได้เป็นผู้กำหนดไว้โดยใช้วิธีการต่างๆ ที่มีใช้การห้ามสิ่งดีทั้งหลาย เช่น การสำนึกผิดและการกลับตัวซึ่งจะเป็นการชำระความบาปเหมือนน้ำที่ชำระล้างความสกปรก การทำดีซึ่งจะเป็นการชดเชยความชั่ว การให้ทานซึ่งจะเป็นการดับไฟตลอดจน การทดสอบและการได้รับความทุกข์ทรมานซึ่งจะเป็นการทำลายความบาปเหมือนกับลมหนาวที่มาพัดใบไม้แห้งให้หลุดลอยจากกิ่งก้าน ด้วยเหตุนี้ เราจึงได้รู้ว่าการที่อิสลามห้ามสิ่งต่างๆ ก็เพราะว่ามันไม่บริสุทธิ์และเป็นพิษเป็นภัย ถ้าสิ่งใดก็ตามที่เป็นอันตราย

สิ่งนั้นก็ฮารอมและถ้าสิ่งใดเป็นประโยชน์ สิ่งนั้นก็ฮาลาล หากอันตรายของสิ่งใดมากกว่าประโยชน์ สิ่งนั้นก็ฮารอม แต่ถ้าหากสิ่งใดมีประโยชน์มากกว่าโทษ สิ่งนั้นก็ฮาลาล หลักการนี้ได้ถูกอธิบายไว้ในคัมภีร์กูรอนในเรื่องที่เกี่ยวกับน้ำเมาและการพนัน “พวกเขาถามเจ้าเกี่ยวกับเรื่องสุราและการพนัน จงกล่าวว่า ในทั้งสองนั้นมีบาปหนักและคุณบ้าง แต่บาปของมันนั้นมากกว่า” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

โดยเหตุผลเดียวกัน ถ้าหากมีใครถามว่าอะไรคือสิ่งฮาลาลในอิสลาม คำตอบก็คือสิ่งที่ดีทั้งหลายนั่นเอง สิ่งที่ดีทั้งหลายในที่นี้ หมายถึง สิ่งที่คนทั่วไปยอมรับโดยไม่เกี่ยวกับความประพฤติของคนกลุ่มใดเป็นการเฉพาะ อัลลอฮฺทรงกล่าวว่า “เขาทั้งหลายถามเจ้าอันใดที่ฮาลาลแก่พวกเขา จงกล่าวเถิดที่ฮาลาลแก่พวกท่านคือสิ่งที่ดีทั้งหลาย (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

มุสลิมจำเป็นต้องรู้ให้เป็นการละเอียดว่าอะไรที่ไม่สะอาดหรือเป็นพิษเป็นภัยในสิ่งที่อัลลอฮฺทรงห้าม เพราะตัวเขาเองอาจจะมองไม่เห็นในขณะที่มีอีกคนหนึ่งมองเห็นหรือบางทีโทษของมันอาจจะยังไม่เป็นที่ค้นพบในช่วงชีวิตของเขา แต่อาจเป็นที่เข้าใจในยุคต่อมาก็ได้ สิ่งสำคัญสำหรับมุสลิมก็คือ “เราได้อินและเราเชื่อฟังปฏิบัติตาม” เราไม่สังเกตหรือว่าอัลลอฮฺได้ทรงห้ามกินหมูไว้โดยที่มุสลิมไม่รู้สาเหตุอะไรนอกจากความจริงที่ว่าหมูเป็นสัตว์ที่สกปรก แต่เมื่อเวลาผ่านไปหลายศตวรรษ การค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ก็ได้ค้นพบว่าเนื้อหมูนั้นมีพยาธิและแบคทีเรียที่เป็นอันตรายอยู่ แต่ถึงแม้ว่าวิทยาศาสตร์จะค้นไม่พบสิ่งใดในเนื้อหมูหรืออาจจะพบมากกว่านี้ มุสลิมก็จะยังคงเชื่อต่อไปว่ามันไม่สะอาดอยู่นั่นเอง อีกตัวอย่างหนึ่งเกี่ยวกับเรื่องนี้ในหะดีษของท่านศาสดาซึ่งกล่าวว่า “จงหลีกเลี่ยงการกระทำที่น่ารังเกียจ 3 อย่าง (กล่าวคือใครที่กระทำมันจะถูกอัลลอฮฺและประชาชนสาบแช่ง): การถ่ายอุจจาระลงในลำธาร การถ่ายอุจจาระลงบนถนน และการถ่ายอุจจาระในสถานที่ร่ม” (รายงานโดย อับู ดาวูด, อิบน์ มาญะฮฺ, ฮากิม และบัยฮะ)

ในสมัยก่อน คนทั่วไปรู้แต่เพียงว่า การกระทำความผิดในหะดีษข้างต้นนั้นเป็นการกระทำที่สกปรกและโสโครกเป็นที่น่ารังเกียจต่อสาธารณชน แต่ต่อมาด้วยความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ทำให้เราได้รู้ว่า “การกระทำที่น่ารังเกียจ 3 อย่าง” นี้เป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน เพราะว่ามันเป็นสาเหตุที่มาของการแพร่เชื้อโรคที่เป็นอันตราย เช่น พยาธิปากขอและพยาธิอื่นๆ เป็นต้น ดังนั้น ยิ่งมีการศึกษาลึกลงไปและมีการค้นพบสิ่งใหม่ๆ มากเท่าใด เราก็จะได้ยิ่งเห็นประโยชน์ของกฎหมายอิสลามที่เกี่ยวกับเรื่องฮาลาลและฮารอมมากขึ้น แน่แน่นอนมันจะเป็นอื่นไปได้อย่างไรเมื่อบรรดานักกฎหมายเหล่านั้นทั้งหมดมาจากอัลลอฮฺผู้ทรงปรีชาญาณ ผู้ทรงรอบรู้และผู้ทรงเมตตา และอัลลอฮฺทรงจำแนกรู้ผู้ก่อการ

เสียหายจากผู้ฟื้นฟู และถ้าอัลลอฮฺทรงประสงค์ แน่แน่นอนพระองค์ทรงทำให้ผู้เจ้าลำบากได้ แท้จริงอัลลอฮฺเป็นผู้ทรงอำนาจ ผู้ทรงปรีชาญาณ” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

5. สิ่งที่ยาลาลนั้นเป็นที่พอเพียงสำหรับความจำเป็น แต่สิ่งที่ฮารอมนั้นเป็นสิ่งที่เกินความต้องการ ความสวยงามอีกประการหนึ่งของอิสลามก็คือ เมื่อเวลาจะห้ามสิ่งใด อิสลามจะห้ามแต่เพียงสิ่งที่ไม่จำเป็นและสิ่งที่ไม่ต้องใช้ก็ได้ แต่ในขณะเดียวกันอิสลามก็ได้จัดเตรียมทางเลือกที่ดีกว่าและสะดวกกว่าให้แก่มนุษย์ ประเด็นนี้ อิบน์ กัอยยิม ได้อธิบายไว้ว่า “อัลลอฮฺได้ห้ามการแสวงหาโชคลาภโดยการผูกดวงหรือดูชะตา แต่พระองค์ได้จัดเตรียมวิธีการ “อิสติคอเราะฮฺ” ซึ่งเป็นวิธีการวิงวอนขอทางนำจากพระองค์ไว้ให้ พระองค์ทรงห้ามดอกเบี้ย แต่สนับสนุนการค้าที่สามารถทำกำไร พระองค์ทรงห้ามการพนัน แต่อนุญาตให้มีการแข่งขันกันในเรื่องที่เป็นประโยชน์สำหรับการต่อสู้ทางศาสนาของพวกเขา เช่น การแข่งขันม้าหรือแข่งอูฐและแข่งขันความแม่นยำ พระองค์ทรงห้ามชายสวมใส่ผ้าไหม แต่ก็ได้ให้ทางเลือกแก่พวกเขาในการสวมใส่เสื้อผ้าที่ทำด้วยวัตถุดิบอื่นๆ เช่น ขนสัตว์ ลินิน และฝ้าย พระองค์ทรงห้ามการผิดประเวณีและการรักร่วมเพศ แต่พระองค์ทรงสนับสนุนการแต่งงานอย่างถูกต้อง พระองค์ทรงห้ามการดื่มสิ่งมึนเมาเพื่อที่ว่า พวกเขาจะได้ดื่มสิ่งอื่นที่อร่อยกว่าและเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย และพระองค์ทรงห้ามอาหารที่ไม่สะอาด แต่ได้จัดอาหารที่เป็นประโยชน์ไว้ให้เลือก”

ดังนั้น เมื่อเราสำรวจคำสั่งสอนของอิสลามทั้งหมดแล้ว เราจะพบว่าถ้าหากอัลลอฮฺจำกัดการเลือกของบ่าวของพระองค์เกี่ยวกับสิ่งใดแล้ว พระองค์จะให้ทางเลือกอื่นที่เป็นประโยชน์และกว้างขวางมากกว่าในสิ่งที่อยู่ในประเภทเดียวกันไว้สำหรับพวกเขา เพราะแน่นอนอัลลอฮฺมิได้ทรงปรารถนาที่จะสร้างความยุ่งยากลำบากแก่การดำรงชีวิตของมนุษย์ ในทางตรงกันข้าม พระองค์ทรงประสงค์ความง่าย ความดี ทางนำและความเมตตาสำหรับพวกเขา ดังที่พระองค์ทรงกล่าวว่า “อัลลอฮฺทรงปรารถนาที่จะให้กระจ่างแก่ผู้เจ้าและชี้แจงผู้เจ้าซึ่งทางทั้งหลายของบรรดาก่อนหน้าเจ้า และทรงหันยังผู้เจ้าโดยปราณี และอัลลอฮฺเป็นผู้ทรงรอบรู้ ผู้ทรงปรีชาญาณ อัลลอฮฺทรงปรารถนาที่จะผ่อนปรนผู้เจ้าเพราะมนุษย์ถูกบังเกิดมาอ่อนแอ” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

6. อะไรก็ตามที่นำไปสู่ฮารอม สิ่งนั้นก็ฮารอมโดยตัวของมันเอง หลักการอิสลามอีกประการหนึ่งก็คือถ้าหากสิ่งใดเป็นที่ต้องห้ามแล้ว อะไรก็ตามที่จะนำไปสู่สิ่งนั้นก็เป็นที่ต้องห้ามด้วยเช่นกัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะอิสลามต้องการที่จะปิดหนทางทั้งหมดที่จะนำไปสู่สิ่งที่ฮารอม เช่น เมื่ออิสลามห้ามความสัมพันธ์ทางเพศนอกเหนือการแต่งงาน อิสลามก็จะห้ามทุกอย่างที่จะนำไปสู่สิ่งนั้น หรือสิ่งที่ก่อให้เกิดการยั่ววน เช่น การใส่เสื้อผ้าที่เปิดเผยส่วนลับ การนัดพบ

กันสองต่อสองหรือการสังคัมที่ปะปนกันระหว่างชายหญิง การแสดงภาพเปลือย งานเขียนลามก เพลงที่ยั่วยุอารมณ์และอื่นๆในทำนองนี้ เป็นต้น

ดังนั้น บรรดานักกฎหมายมุสลิมจึงได้สร้างเกณฑ์ตัดสินขึ้นมาว่าอะไรก็ตามที่จะนำไปสู่สิ่งที่ฮารอม สิ่งนั้นก็จะเป็นสิ่งที่ฮารอมด้วยตัวของมันเอง ด้วยเหตุนี้ บาปของสิ่งที่ฮารอมจึงมิได้จำกัดอยู่ แต่เพียงผู้ที่กระทำเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงบุคคลอื่นที่สนับสนุนผู้ที่กระทำด้วย ไม่ว่าจะเป็นโดยทางวัตถุหรือทางศีลธรรม ทั้งสองฝ่ายจะต้องรับผิดชอบตามสัดส่วนการกระทำของตน ตัวอย่างเช่น ในกรณีการดื่มสิ่งของมีเมานั่น ท่านศาสดามุฮัมมัดไม่เพียงแต่จะประณามผู้ดื่มเท่านั้น แต่ยังได้ประณามบรรดาผู้ผลิต ผู้ให้บริการ ผู้ที่คิดบัญชีและผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนอื่นๆด้วย ในเรื่องของดอกเบี้ยก็เช่นเดียวกัน ท่านศาสดามุฮัมมัดไม่เพียงแต่จะประณามผู้รับเท่านั้น แต่ยังได้ประณามผู้จ่าย ผู้ที่เขียนสัญญาและผู้ที่เป็นพยานด้วย ดังนั้น เราจึงได้กฎว่าอะไรก็ตามที่มีส่วนช่วยในการทำสิ่งที่ฮารอม สิ่งนั้นก็ฮารอมด้วย และใครก็ตามที่ช่วยเหลือผู้อื่นในเรื่องนี้ก็ต้องมีส่วนรับบาปไปด้วย

7. ไมอนุญาตให้เอาสิ่งฮารอมมาเป็นของฮาลาล เมื่ออิสลามห้ามสิ่งใดก็ตามที่นำไปสู่สิ่งฮารอม อิสลามก็จะห้ามการใช้กรรมวิธีทางเทคนิคเพื่อทำสิ่งที่ฮารอมโดยวิธีการและข้อแก้ตัวที่ชาญฉลาด (มารร้าย) คิดขึ้นด้วย เกี่ยวกับเรื่องนี้อิสลามได้กล่าวโทษพวกยิวที่เคยใช้กรรมวิธีเช่นนี้มาแล้ว ท่านศาสดาได้กล่าวว่า “จงอย่าทำในสิ่งที่พวกยิวทำเพื่อหลีกเลี่ยงคำสั่งของอัลลอฮ์ โดยอาศัยข้อแก้ตัวที่ฟังไม่ขึ้น (หะดีษนี้อยู่ในหนังสือ “อิหมอะฮ์ อัลละฮฺฟาน” อิบน์ กิอัยม เล่ม 1, 2551)

เรื่องนี้มีความจริงอยู่ว่า ครั้งหนึ่งอัลลอฮ์ได้ทรงห้ามพวกยิวมิให้ล่าสัตว์ในวัน “สะบะโต” (วันเสาร์) เพื่อหลีกเลี่ยงข้อห้ามนี้ พวกยิวจึงได้ขุดหลุมขึ้นในวันศุกร์เพื่อที่ว่าจะให้สัตว์มาตกหลุมในวันเสาร์และจะได้จับมันในวันอาทิตย์ พวกที่ใช้วิธีการเช่นนี้ให้เหตุผลและแก้ตัวว่าการกระทำของพวกตนเป็นสิ่งที่อนุมัติให้ทำได้ แต่นักกฎหมายอิสลามถือว่ามันเป็นสิ่งฮารอม เพราะวัตถุประสงค์ของอัลลอฮ์ก็คือ เพื่อเป็นการป้องกันพวกเขามิให้ล่าสัตว์ในวันเสาร์ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม การเรียกสิ่งที่ฮารอมว่าเป็นสิ่งฮาลาลโดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในขณะที่เนื้อแท้ดั้งเดิมของมันยังคงอยู่ นั่นเป็นวิธีการหลอกลวงที่สกปรกทั้งนี้ เพราะการเปลี่ยนแปลงชื่อหรือรูปแบบนั้นไม่มีผลประการใด ตราบที่เนื้อแท้ของมันยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

8. เจตนาดีมิได้ทำให้สิ่งฮารอมเป็นที่ยอมรับได้ ในกฎหมายและคำสั่งสอนทั้งหมดนั้น อิสลามได้ให้ความสำคัญในเรื่องความมีเกียรติของความรู้สึก เป้าหมายและความตั้งใจอันสูงส่ง

บริสุทธิ์ ท่านศาสดามุฮัมมัดกล่าวว่า “การกระทำทั้งหลายจะถูกตัดสินโดยเจตนาและทุกคนจะได้รับผลตอบแทนตามเจตนารมณ์ของเขา” (รายงาน โดย บุคอรี)

ความจริงแล้วในอิสลามนั้น กิจวัตรประจำวันและกิจการทางโลกจะถูกแปรสภาพเป็นการแสดงความเคารพภักดีและเสียสละต่ออัลลอฮ์โดยเจตนาที่ดี ดังนั้น ถ้าหากใครกินอาหารโดยมีเจตนาเพื่อยังชีพและเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ร่างกาย เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติหน้าที่ต่างๆที่มีต่อพระผู้สร้างของเขาและแก่มนุษย์ผู้อื่นแล้ว การกินและการดื่มของเขาก็ถูกถือว่าเป็นการแสดงความเคารพภักดีและความเสียสละต่ออัลลอฮ์ หรือถ้าใครร่วมความสัมพันธ์ทางเพศกับภรรยาของเขา โดยปรารถนาที่จะมีบุตรและต้องการรักษาตัวเองและภรรยาไว้ให้บริสุทธิ์จากการไปผิดประเวณี การร่วมมีความสัมพันธ์ทางเพศนั้นก็ถือเป็นการแสดงความเคารพภักดีต่อพระผู้เป็นเจ้าซึ่งจะได้รับผลตอบแทนในโลกหน้า เกี่ยวกับเรื่องนี้ท่านศาสดาได้กล่าวว่า “เมื่อท่านสมปรารถนากับภรรยาของท่าน การกระทำดังกล่าวนั้นก็จะเป็นการตอบแทน บรรดาผู้ที่ฟังท่านอยู่จึงได้กล่าวว่า โอ้ท่าน รอซูลุลลอฮ์ มันจะเป็นไปได้อย่างไรที่ใครคนใดคนหนึ่ง ในพวกเราสมปรารถนาแล้วจะได้รับรางวัลตอบแทน ท่านศาสดาตอบว่า เขาจะไม่ได้รับบาปหรือถ้าหากว่าเขาสมปรารถนาในสิ่งที่ถูกห้าม ดังนั้น ถ้าหากว่าเขาสมปรารถนาในสิ่งที่ได้รับอนุมัติแล้ว มันก็มีรางวัลสำหรับเขา” (รายงานโดย บุคอรีและมุสลิม)

ด้วยเหตุนี้ เมื่อใดก็ตามที่การกระทำที่ได้รับอนุมัติของผู้ศรัทธามีเจตนาดีอยู่ด้วยการกระทำนั้นก็กลายเป็นความเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์ แต่ในเรื่องของการฮารอมนั้นแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง สิ่งที่ยาฮารอมก็ยังคงฮารอมตลอดไป ไม่ว่าจะเจตนาดีและมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายสูงส่งอย่างไรก็ตาม อิสลามจะไม่มีความพอใจในการใช้วิธีการที่ยาฮารอม เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายที่ทรงคุณค่า ความจริงแล้ว อิสลามถือว่าไม่เพียงเป้าหมายเท่านั้นที่จะต้องสูงส่ง แต่วิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายนั้นจะต้องบริสุทธิ์ด้วย

ถ้าหากใครสะสมความมั่งคั่งโดยอาศัยวิธีการดอกเบี้ย การหลอกลวง การพนัน การเล่นเกมสล็อตห้ามหรือวิธีการฮารอมอื่นๆเพื่อที่จะสร้างมัสญิด หรือเพื่อบริการกุศล หรือการทำความดีอื่นใด ความผิดในการทำสิ่งที่ยาฮารอมนั้นจะไม่หมดไปจากตัวเขาเพราะความดีของวัตถุประสงค์ของเขาในอิสลามเป้าหมาย และเจตนาที่ดีไม่มีผลใดๆในการที่จะไปลดความบาปของสิ่งที่ยาฮารอม นี่คือนั่นที่ท่านศาสดาได้สอนเราเมื่อท่านได้กล่าวว่า “อัลลอฮ์นั้นดีและไม่ยอมรับสิ่งใดนอกจากความดีและอัลลอฮ์ได้ทรงบัญชาบรรดาผู้ศรัทธาเช่นเดียวกับที่ทรงบัญชารอซูลทั้งหลายของพระองค์ว่า โอ้บรรดาอูซูล จงกินสิ่งที่ดี และทำในสิ่งที่ถูกต้อง ฉันรู้ในสิ่งที่เจ้าทำ” นอกจากนี้แล้ว พระองค์ยังได้ทรง กล่าวอีกว่า “โอ้บรรดาผู้ศรัทธา จงกินสิ่งที่ดีที่เราได้ประทานแก่เจ้า” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

9. สิ่งใดที่ส่งผลให้หลีกเลี่ยง

มันเป็นความเมตตาของอัลลอฮ์ต่อมนุษยชาติที่พระองค์มิได้ทรงทิ้งให้พวกเขาอยู่ในความโง่เขลาเกี่ยวกับสิ่งที่ถูกอนุมัติและสิ่งที่ถูกห้าม เพราะพระองค์ได้ทรงทำให้มนุษย์ได้รู้อย่างชัดเจนแล้วว่าอะไรฮาลาลและอะไรฮารอม ดังที่พระองค์ทรงกล่าวว่า “พระองค์ (อัลลอฮ์) ได้อธิบายแก่เจ้าถึงสิ่งที่พระองค์ได้ทรงทำให้เป็นฮารอมสำหรับเจ้าไว้แล้ว” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) เป็นสิ่งฮารอมสำหรับมุสลิมและผู้ที่มีใช้มุสลิม การลงโทษสำหรับการลักขโมยก็เหมือนกัน โดยไม่คำนึงถึงว่าขโมยคนนั้นจะมีต้นกำเนิดมาจากไหนหรืออยู่ในครอบครัวใดก็ตาม ท่านศาสดามุฮัมมัดได้ยืนยันถึงการใช้กฎหมายอย่างหนักแน่นด้วยการประกาศว่า “ฉันขอสาบานด้วยนามของอัลลอฮ์ ถ้าหากฟาฏิมะฮ์ ลูกสาวของมุฮัมมัดทำการลักขโมย ฉันจะตัดมือของเธอเอง” (รายงานโดย บุคอรี)

11. ความจำเป็นคือสิ่งกำหนดข้อยกเว้น ในขณะที่อิสลามได้ทำขอบเขตของสิ่งต้องห้ามแคบลงนั้น ในเวลาเดียวกันอิสลามก็เข้มงวดมากในการดูว่าข้อห้ามเหล่านั้นจะต้องได้รับการปฏิบัติ ด้วยเหตุนี้ อิสลามจึงได้ปิดกั้นหนทางต่างๆทั้งที่เปิดเผยและที่ซ่อนเร้นที่จะนำไปสู่สิ่งต้องห้าม ดังนั้น สิ่งใดที่จะนำไปสู่สิ่งฮารอมก็จะเป็นสิ่งฮารอมโดยตัวของมันเอง สิ่งใดที่ช่วยกันในการทำสิ่งฮารอม ก็ถือเป็นสิ่งฮารอมและอื่นๆไปจนกระทั่งถึงหลักการสุดท้ายที่เราได้อธิบายไปแล้ว ขณะเดียวกันอิสลามก็มีได้สัมผัสถึงความจำเป็นอันฉุกเฉินของชีวิตความสามารถ ตลอดจนความอ่อนแอและประสิทธิภาพในการที่จะเผชิญกับปัญหาฉุกเฉินดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ภายใต้สถานการณ์ที่จำเป็น อิสลามจึงอนุมัติให้มุสลิมกินอาหารต้องห้ามได้ในจำนวนที่พอจะทำให้ตัวเองรอดพ้นจากความตาย หลังจากที่ได้กำหนดอาหารต้องห้ามอันได้แก่ สัตว์ที่ตายเอง เลือดและเนื้อสุกรแล้ว อัลลอฮ์ก็ทรงกล่าวว่า “ แต่ถ้าหากผู้ใดตกอยู่ในที่คับขัน ไม่ใช่เจตนาขัดขึ้นและมีใช้ละเมิด ดังนั้น ไม่มีบาปแก่เขา แท้จริงอัลลอฮ์เป็นผู้ทรงอภัยผู้ทรงเมตตาเสมอ” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

ดังนั้น บนพื้นฐานของกรณดังกล่าวข้างต้น บรรดานักกฎหมายอิสลามจึงได้กำหนดหลักการสำคัญขึ้นมาอีกหนึ่ง นั่นคือ “เมื่อใดที่จำเป็นให้ยกเว้นข้อจำกัด” อย่างไรก็ตามอิสลามอนุญาตให้กินอาหารฮารอมบนเงื่อนไขที่ว่า “ไม่ใช่เจตนาขัดขึ้นและละเมิด” ซึ่งหมายความว่า เขาจะต้องไม่กินด้วยความรู้สึกริษยาหรือละเมิดด้วยการกินเกินกว่าที่จะบำบัดความหิวโหยของเขา และจากเงื่อนไขนี้ บรรดานักกฎหมายก็ได้กำหนดหลักการอีกอันหนึ่ง นั่นคือ “จำนวนที่อนุญาตนั้นถูกกำหนดโดย (ขนาด) ของความจำเป็น” ความคิดภายใต้หลักการอันนี้ก็คือ ถึงแม้ว่าจะตกอยู่ในภาวะคับขัน ก็มีใช้ว่าคนเราจะต้องยอมจำนนต่อมันหรือยอมรับมันด้วยความกระตือรือร้น แต่เขาจะต้องดำรงชีพกับสิ่งที่ฮาลาลและหาทางที่จะกลับไปสู่มันอีก เพื่อที่เขาจะได้ไม่เคยชิน

กับสิ่งฮาลาล หรือเริ่มผลิตเพลลินอยู่กับมันโดยใช้ความจำเป็นเป็นข้ออ้างฮาลาลและฮารอมในชีวิตส่วนตัวของมุสลิม

บรรจง ปินกาชัน (2547) ได้นำเสนอหลักการอิสลามเกี่ยวกับฮาลาลและฮารอมในชีวิตส่วนตัวมุสลิมไว้ ดังนี้

1. อาหารและเครื่องดื่ม

นับตั้งแต่โบราณกาลเป็นต้นมา มนุษย์เราได้มีนิสัยที่แตกต่างกันในเรื่องของการกิน การดื่ม และในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ได้รับอนุญาต และสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง โดยเฉพาะเรื่องอาหารที่มาจากสัตว์ ส่วนในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มที่มาจากผักนั้น มนุษย์เรามีความเห็นคล้ายๆกัน อิสลามมิได้ห้ามอาหารที่มาจากพืช ยกเว้นสิ่งที่เกิดจากการนำไปหมักจนกลายเป็นสุรา ไม่ว่าจะเป็นองุ่น อินทผลัม ข้าวบาร์เลย์ หรือสิ่งอื่นใดก็ตาม ทำนองเดียวกัน อิสลามห้ามสิ่งที่มีเนมา และมีผลต่อการทำงานของสมองหรือเป็นอันตรายต่อร่างกายซึ่งเราจะได้เห็นต่อไป แต่อย่างไรก็ตาม เกี่ยวกับเรื่องอาหารที่มาจากสัตว์นั้น มนุษย์เรามีทัศนะที่แตกต่างกันอย่างกว้างขวาง

1.1 ทัศนะของพวกพราหมณ์ต่อการเชือดสัตว์และการกินเนื้อ

พวกพราหมณ์และนักปราชญ์กลุ่มหนึ่งซึ่งดำรงชีพด้วยการกินอาหารมังสวิรัตได้ห้ามตัวเองจากการฆ่าสัตว์ตัดชีวิตและกินเนื้อ คนกลุ่มนี้อ้างว่าการฆ่าสัตว์นั้นเป็นความทารุณโหดร้ายที่มนุษย์กระทำต่อสัตว์ที่มีชีวิตเช่นเดียวกับมนุษย์ เมื่อสัตว์มีชีวิตมนุษย์ก็ต้องไม่ทำลายสิทธิของสัตว์ในการที่จะมีชีวิต อย่างไรก็ตาม เมื่อเราพิจารณาถึงการสร้างสรรค์แล้ว เราจะเห็นได้ว่าบรรดาสัตว์เหล่านี้มิได้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตัวของมันเอง ทั้งนี้ เพราะมันไม่มีสติปัญญาหรือเสรีภาพในการเลือก นอกจากนี้แล้วเราจะเห็นอีกว่าสภาพทางธรรมชาติของมันก็อยู่ในลักษณะที่ถูกสร้างมาเพื่อรับใช้มนุษย์ ดังนั้น จึงไม่เป็นที่สงสัยเลยว่ามนุษย์น่าที่จะได้รับประโยชน์จากเนื้อของมันหลังจากที่มันถูกฆ่าเช่นเดียวกับมนุษย์ได้รับผลประโยชน์จากการทำงานของมันเมื่อมันยังมีชีวิตอยู่ อีกอย่างหนึ่ง เราจะเห็นว่าในการสร้างสรรค์ของอัลลอฮ์นั้นพระองค์ได้วางกฎไว้ให้สัตว์ที่ตระกูลต่ำกว่ามาเสียสละเพื่อประโยชน์ของสัตว์ที่ตระกูลสูงกว่า ดังนั้น พืชจึงถูกตัดไปเลี้ยงสัตว์ ส่วนสัตว์จะถูกฆ่าเพื่อเป็นอาหารของมนุษย์ และมนุษย์จะต่อสู้และเสี่ยงชีวิตของตนเพื่อกลุ่ม ยิ่งไปกว่านั้น ถ้าหากมนุษย์ไม่ฆ่าสัตว์ มันก็จะไม่ปลอดภัยจากความตายและการถูกทำลายอยู่ดี กล่าวคือ ถ้ามันไม่ตกเป็นเหยื่อของสัตว์อื่นหรือตายในลักษณะอื่น มันก็อาจจะได้รับความเจ็บปวดมากกว่าการตายด้วยการถูกมีดคมๆ เชือดด้วยความรวดเร็ว

1.2 สัตว์ที่ต้องห้ามสำหรับชาวยิวและชาวคริสเตียน

ในศาสนายิวและคริสต์ซึ่งมีรากฐานมาจากคัมภีร์พระผู้เป็นเจ้านั้น อัลลอฮ์ได้ห้ามพวกยิวกินสัตว์บกและสัตว์ทะเลหลายอย่าง สำหรับรายละเอียดและคำอธิบายเกี่ยวกับเรื่องนี้สามารถหาได้จากคัมภีร์เก่าบทเลวีติโก บทที่ 11 คัมภีร์กุรอ่านเองก็ได้เอ่ยถึงสิ่งที่อัลลอฮ์ได้ทรงห้ามแก่คนยิวดังกล่าวแล้ว ทั้งนี้เพื่อเป็นการลงโทษพวกยิวในฐานะที่ดื้อดึงและทำบาปหลายอย่าง “และแก่ผู้เป็นยิว เราได้ห้ามสัตว์ทุกชนิดที่มีกีบไม่แยกเป็น 2 ส่วน วัวและแพะ เราได้ห้ามแก่พวกเขาซึ่งไขมันของมัน เว้นแต่ที่ทนอยู่กับหลังของมัน หรือตามลำไส้ หรือที่ฆ่าและติดกระดูก ในทำนองนั้น เราได้ลงโทษพวกเขาเนื่องด้วยการดื้อรั้นของพวกเขา และแท้จริงเป็นผู้สัตย์จริงแน่นอน” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

ข้อห้ามเหล่านี้ได้ถูกใช้กับยิวและอาจสันนิษฐานได้ว่าพวกคริสเตียนก็จะต้องปฏิบัติตามด้วย เพราะคัมภีร์อินญีลได้ประกาศว่า พระเยซูมิได้มาเพื่อยกเลิกกฎหมายของโมเสส แต่เพื่อทำให้มันสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม พวกคริสเตียนก็ได้ทำให้สิ่งที่ต้องห้ามในคัมภีร์เตารอตเป็นที่อนุมัติ ถึงแม้มันจะไม่ถูกยกเลิก ในคัมภีร์อินญีลหรือคัมภีร์ที่ถูกประทานให้แก่เยซู พวกคริสเตียนได้ปฏิบัติตามคำสอนของพอลผู้ประกาศให้อาหารและเครื่องดื่มทุกอย่างเป็นที่อนุญาต ยกเว้นเพียงสิ่งเดียว คือเนื้อของสัตว์ที่ถูกบูชาให้แก่เจ็ดรูปปั้น ทั้งนี้เพราะ “ต่อสิ่งที่บริสุทธิ์ทุกสิ่งยอมบริสุทธิ์” ดังนั้น พวกคริสเตียนจึงอนุญาตตัวเองให้กินเนื้อหมูทุกอย่างที่ความจริงแล้ว ตัวบทของคัมภีร์เตารอตได้สั่งห้ามจนถึงทุกวันนี้

1.3 ทศนคติของพวกอาหรับก่อนอิสลาม

พวกอาหรับก่อนอิสลามได้ห้ามสัตว์บางอย่างในฐานะที่เป็นสัตว์สกปรก รวมทั้งสัตว์บางอย่างที่ถือว่าเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเป็นสัตว์ที่พลีอุทิศให้แก่เทพเจ้าของตนดังที่เราได้กล่าวไปแล้ว แต่ในทางตรงกันข้าม พวกอาหรับกลับอนุญาตสัตว์ที่ไม่บริสุทธิ์หลายอย่าง เช่น เนื้อของสัตว์ที่ตายแล้วและเลือด เป็นต้น

1.4 อิสลามอนุญาตสิ่งที่เป็นประโยชน์

ที่กล่าวมานั้นเป็นสภาพของโลกในเรื่องของการกิน เมื่ออิสลามมาปรากฏในด้านหนึ่ง เนื้อทุกอย่างเป็นที่อนุญาต ส่วนในอีกด้านหนึ่ง เนื้อทุกชนิดกลับถูกห้าม ดังนั้น อัลลอฮ์จึงได้กล่าวแก่มนุษยชาติทั้งมวลว่า “มนุษยชาติเอ๋ย จงบริโภคสิ่งที่อนุมัติจากที่มีอยู่ในแผ่นดิน และจงอย่าปฏิบัติตามรอยเท้าของมาร แท้จริงมันเป็นศัตรูที่เปิดเผยสำหรับสุเจ้า” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

จากโองการนี้ พระองค์ทรงกล่าวแก่มนุษย์ทั้งโลกโดยเรียกร้องให้มนุษย์ได้กินอาหารที่ดีพระองค์ได้ทรงจัดหาไว้ให้เขาบนโลก อันเป็นเสมือนโต๊ะอาหารขนาดใหญ่และไม่ให้ตาม

แนวทางของมารชาดานที่ล่อลวงผู้คนให้ห้ามปรามสิ่งเป็นประโยชน์ต่างๆที่อัลลอฮ์ได้ทำเป็นที่ฮาลาล เพราะการทำเช่นนั้นจะเป็นการนำไปสู่กับดักแห่งการทำลายตนเอง ดังนั้น อัลลอฮ์จึงได้กล่าว แก่บรรดาผู้ศรัทธาว่า "บรรดาผู้ศรัทธาเอ๋ย จงบริโภคน้ำจากสิ่งที่ดีทั้งหลายที่เราได้ประทาน เครื่องยังชีพแก่ผู้เจ้า และจงขอบคุณอัลลอฮ์ พระองค์เท่านั้นที่ผู้เจ้าเคารพภักดี พระองค์ได้ห้ามผู้เจ้าแต่เพียงสัตว์ที่ตายเอง เลือดและเนื้อของสุกร และสัตว์ที่ถูกพลีเพื่อผู้อื่นนอกไปจากอัลลอฮ์ แต่ผู้ใดที่ตกอยู่ในภาวะคับขัน ไม่ใช่เจตนาขัดขึ้นและไม่ใช้ละเมิด ดังนั้น ไม่มีบาปแก่เขา แท้จริงอัลลอฮ์เป็นผู้ทรงอภัย ผู้ทรงเมตตาเสมอ" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) ในโอกาสที่กล่าวแก่บรรดาผู้ศรัทธาเป็นการเฉพาะนี้ อัลลอฮ์ได้ทรงบอกพวกเขาให้กินสิ่งที่ดีที่พระองค์จัดไว้ให้และให้พวกเขาขอบคุณในความกรุณาของพระองค์

1.5 การห้ามกินสัตว์ที่ตายเองและเหตุผลของมัน

สิ่งแรกที่ถูกรอานกล่าวถึงเกี่ยวกับอาหารต้องห้ามก็คือ เนื้อของ "สัตว์ที่ตายเอง" นั่นคือสัตว์ที่ตายเองตามธรรมชาติ โดยมีได้ถูกฆ่าหรือถูกล่าโดยมนุษย์ เหตุผลที่ขัดแย้งเกี่ยวกับการห้ามก็คือ

1.5.1 การกินเนื้อสัตว์ที่ตายเองเป็นสิ่งที่น่าขยะแขยงต่อความรู้สึกของคน ที่มีความเจริญและคนที่มีความคิดในทุกสังคม ก็ถือว่าการกินสิ่งดังกล่าวเป็นการขัดต่อเกียรติยศของมนุษย์ นอกจากนี้แล้ว เราจะสังเกตเห็นว่าคนที่นับถือคัมภีร์ของพระผู้เป็นเจ้าทุกคนจะห้ามการกินเนื้อสัตว์ที่ตายเอง และพวกเขาก็จะไม่กินเนื้อสัตว์ เว้นแต่ว่ามันจะถูกฆ่าเสียก่อน ส่วนเรื่องวิธีการฆ่าสัตว์นั้นอาจจะแตกต่างกันไปบ้าง

1.5.2 ในการทำอะไรก็ตาม มุสลิมจะมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจ เขาจะไม่ใช้หรือเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยไม่ตั้งใจเจตนาหรือเป้าหมายไว้ แล้วพยายามที่จะไปถึงมันให้ได้ การฆ่าสัตว์ก็เช่นเดียวกัน เจตนาสำคัญของการฆ่าสัตว์ก็คือเพื่อที่จะใช้มันเป็นอาหารและเพื่อที่จะทำให้มันพ้นจากสภาพของสัตว์ที่อยู่ในประเภท "สัตว์ที่ตายเอง" อัลลอฮ์มิทรงต้องการให้มนุษย์กินสิ่งที่เขามิได้ตั้งใจหรือคิดที่จะกินดังในกรณีของสัตว์ที่ตายเอง ในทางตรงข้าม การฆ่าสัตว์หรือการล่าสัตว์ก็ต้องมีเจตนาและตามมาด้วยความพยายามเช่นกัน

1.5.3 ถ้าหากสัตว์ตายเองโดยธรรมชาติ มันก็อาจเป็นไปได้ว่ามันตาย เพราะเหตุปัจจุบันทันด่วนหรือตายเพราะโรคระบาดโดยการกินพืชที่เป็นพิษ หรือโดยสาเหตุอื่นๆที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้น การกินเนื้อของมันจึงอาจเป็นอันตรายได้ การตายเพราะความชราหรือการรอตตายก็เช่นเดียวกัน

1.5.4 การห้ามมนุษย์กินสัตว์ที่ตายเองนั้นนับเป็นความเมตตาอย่างหนึ่งของอัลลอฮ์ เพราะพระองค์ต้องการที่จะจัดหาแหล่งอาหารไว้ให้แก่สัตว์และนกบางประเภทที่

อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มคล้ายกับมนุษย์ ความจริงอันนี้จะเห็นได้จากการที่ซากสัตว์ต่างๆ ที่ตายอยู่กลางแจ้งจะถูกสัตว์และนกหลายชนิดเข้ามาจิกกิน

1.5.5 การห้ามเช่นนี้เป็นการกระตุ้นเจ้าของสัตว์ให้ป้องกันสัตว์ของตนเองให้ปลอดภัยจากโรคภัยและการให้อาหารที่ผิดหลักโภชนาการ มิเช่นนั้นแล้ว มันก็อาจตายหรือเป็นการสิ้นเปลือง ดังนั้น ในกรณีของการเป็นโรค เขาจะต้องรีบเร่งรักษาหรือไมก็รีบฆ่ามันเสีย

1.6 การห้ามกินเลือด

ข้อห้ามประการที่สองก็คือ การห้ามกินเลือด อิบน์ อับบาส ได้ถูกถามเกี่ยวกับม้าม และท่านได้ตอบว่า “ท่านกินได้” ผู้ถามจึงได้กล่าวว่า “แต่มันเป็นเลือด” ท่านจึงตอบว่า “เพียงแต่เลือดที่กำลังไหลเท่านั้นที่ถูกห้ามสำหรับท่าน”

เหตุผลสำหรับการห้ามกินเลือดก็คือมันเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจต่อความรู้สึกของมนุษย์ และมันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพด้วยเช่นกัน ในสมัยก่อนหน้าอิสลาม คนที่มีความรู้สึกหิวจะมีกระดูกหรือสิ่งที่คมแทงเข้าไปในเนื้อของสัตว์ให้เลือดไหลแล้วเอาเลือดนั้นมาดื่ม เกี่ยวกับเรื่องนี้ อะอูซ กวีคนหนึ่งได้กล่าวว่า “อย่าได้เข้าไปหาสัตว์ที่ตาย และจงอย่าได้ใช้กระดูกที่แหลมแทงตัวที่มีชีวิตเพื่อให้เลือดไหลออกมา” เนื่องจากการแทงเนื้อของสัตว์ที่มีชีวิตเป็นการทำให้มันได้รับบาดเจ็บและทำให้อ่อนกำลัง อัลลอฮ์จึงได้ห้ามการกระทำดังกล่าว

1.7 เนื้อหมู

อาหารต้องห้ามประการที่สามก็คือ เนื้อหมู เนื่องจากหมูเป็นสัตว์ที่ชอบของสกปรกและสิ่งปฏิกูล เนื้อของมันจึงเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ ยิ่งไปกว่านั้น การค้นคว้าทางการแพทย์เมื่อเร็ว ๆ นี้ได้แสดงให้เห็นว่าการกินเนื้อหมูนั้นเป็นอันตรายต่อสุขภาพในทุกกาล ทุกอากาศ โดยเฉพาะในเขตอากาศร้อน นอกจากนี้แล้ว การค้นพบทางวิทยาศาสตร์ก็ยังได้แสดงให้เห็นว่าเนื้อหมูนั้นมีพยาธิที่เป็นอันตรายชนิดหนึ่ง ซึ่งมีชื่อว่าตัวจิ๊ด (ทริโคเนา) อยู่ด้วย ขณะเดียวกันก็ไม่มีใครสามารถพูดถึงสิ่งที่วิทยาศาสตร์อาจค้นพบในอนาคต ซึ่งจะสามารถทำให้คนรู้ถึงเหตุผลของการห้ามกินเนื้อหมูได้อีก อัลลอฮ์ผู้ทรงยิ่งใหญ่ ได้ตรัสสมจริงแล้วว่าที่ทรงกล่าวถึงรอซูลของพระองค์ว่า “เป็นผู้ที่ห้ามสิ่งโสมน” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

1.8 สัตว์ที่ถูกพลีให้แก่ผู้อื่นนอกจากอัลลอฮ์

อาหารประเภทที่สี่ที่คัมภีร์กุรอ่านอ้างถึงก็คือสัตว์ที่ถูกพลีให้แก่ผู้อื่นนอกจากอัลลอฮ์ หมายถึง สัตว์ที่ถูกเชือดโดยที่ผู้เชือดกล่าวนามอื่นไปจากอัลลอฮ์ เช่นกล่าวชื่อเทพเจ้าอื่นๆ สำหรับกรณีนี้ เหตุผลที่ห้ามล้วนเป็นเรื่องเกี่ยวกับความศรัทธาทั้งสิ้น กล่าวคือ เพื่อป้องกันรักษาความเชื่อในเอกภาพของอัลลอฮ์ เพื่อให้การปฏิบัติศาสนกิจบริสุทธิ์ และเพื่อต่อสู้กับการชirikไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม ความจริงแล้ว เมื่ออัลลอฮ์ได้สร้างมนุษย์ขึ้นมาและให้เขา

ควบคุมทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่บนโลก สร้างสัตว์ขึ้นมาและอนุญาตให้เขาฆ่ามันเพื่อนำมาเป็นอาหาร ดังนั้น เมื่อก่อนจะฆ่าสัตว์ มนุษย์จึงควรประกาศนามของอัลลอฮ์ออกมาเพื่อเป็นการแสดงว่า เขาได้ขออนุญาตที่จะเอาชีวิตของมันจากผู้ที่ยกสร้างมันขึ้นมาแล้ว และถ้าหากผู้ใดเอ่ยนามอื่นไปจากอัลลอฮ์ ก็หมายถึงเขาไม่ได้ขออนุญาตจากพระองค์ ดังนั้น เนื้อของมันจะต้องถูกปฏิเสธ

1.9 ประเภทของสัตว์ที่ตายเอง ที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นอาหารเนื้อสัตว์ต้องห้าม 4 ประเภทใหญ่ๆ นอกจากนี้แล้วในกุรอานยังได้แจกแจงรายละเอียดเกี่ยวกับ “สัตว์ที่ตายเอง” ออกมาอีก 5 ประเภท ดังนี้

1.9.1 ที่ถูกรัดคอตาย หมายถึงสัตว์ที่ถูกรัดคอตายด้วยเชือก หรือด้วยวิธีใดที่ทำให้หายใจไม่ออก

1.9.2 ที่ถูกตีจนตาย หมายถึงสัตว์ที่ถูกตีด้วยกระบองหรือวัตถุใดก็ตามจนตาย

1.9.3 ที่ตกมาตาย หมายถึงสัตว์ที่ตายเพราะตกลงมาจากสถานที่สูงหรือตกลงไปในห้วยหรือหุบเขา

1.9.4 ที่ถูกขวิดตาย หมายถึงสัตว์ที่ถูกสัตว์อื่นขวิดจนตาย

1.9.5 ที่ถูกสัตว์ป่ากิน หมายถึงสัตว์ที่ถูกสัตว์ป่ากัดและตายเพราะเหตุนั้น

หลังจากที่กล่าวถึง 5 ประเภทดังกล่าวแล้ว อัลลอฮ์ก็ได้ให้ข้อยกเว้นไว้ว่า “เว้นแต่ที่สุเจ้าเชือดทัน” หมายถึงว่าถ้าหากใครมาพบสัตว์ขณะที่ยังมีชีวิตอยู่และเชือดมันทัน เนื้อของสัตว์นั้นก็ฮาลาล คำว่า “ยังมีชีวิตอยู่” นั้นหมายถึงเรายังเห็นสัญญาณของการมีชีวิตของมันอยู่ ท่านอิมามอะลี กล่าวว่า “ถ้าหากว่าท่านสามารถเชือดสัตว์ที่ถูกตี สัตว์ที่ตกมาจากที่สูง หรือสัตว์ที่ถูกขวิด ขณะที่กีบหรือขาของมันยังกระดิกอยู่ท่านก็กินมันได้” “คนในยุคญาฮิลียะฮ์เคยกินสัตว์ที่ตายเอง แต่แล้วอัลลอฮ์ก็ได้ห้ามมันในอิสลาม ยกเว้นสัตว์ที่ถูกเชือด ถ้าหากมันถูกเชือดขณะที่ขา หรือหาง หรือตาของมันยังกระดิกอยู่มันก็เป็นสิ่งฮาลาล”

1.10 เหตุผลของการห้ามอาหารประเภทดังกล่าว

เราไม่จำเป็นต้องกล่าวถึงเหตุผลต่างๆ ในข้อห้ามเกี่ยวกับสัตว์ที่ตายเองอีกแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าไม่นับเรื่องการเป็นอันตรายต่อสุขภาพแล้ว มันก็ยังมีเหตุผลอื่นๆ อีกที่หลายคนยังไม่กระจ่างชัด ดังนั้น จึงขอกล่าวถึงความสำคัญของการห้ามกินเนื้อสัตว์จากประเภทที่ 5 ถึง 9 ดังที่ กล่าวไว้อีกครั้งหนึ่ง นั่นคือ อัลลอฮ์ผู้ทรงเมตตา ผู้ทรงปรีชาญาณ ต้องการที่จะสอนคนให้มีความเมตตา กรุณาต่อสัตว์และป้องกันมิให้มันได้รับอันตราย มนุษย์จะต้องไม่ปล่อยปละละเลยจนมันถูก รัดคอ หรือตกมาจากที่สูง หรือถูกขวิดในการต่อสู้

กับสัตว์อื่น และจะต้องไม่ทรามันด้วยการเสียเนื้ออย่างรุนแรงเหมือนกับคนรับจ้างเลี้ยงสัตว์ ทำ หรืออยู่เหยยให้สัตว์ต่อสู้กันจนกระทั่งสัตว์ตัวหนึ่งทำให้สัตว์อีกตัวหนึ่งได้รับบาดเจ็บ หรือขวิด สัตว์อีกตัวหนึ่งจนตาย ด้วยเหตุผลนี้อย่างเดียวกันที่บรรดานักกฎหมายอิสลามได้ห้ามการกินเนื้อของ สัตว์ที่ถูกขวิดตาย ถึงแม้ว่ามันจะได้รับบาดเจ็บจากเขาของตัวอื่นและเลือดของมันได้ไหลออกมา แม้จะเป็นจากบริเวณลำคออันเป็นบริเวณที่ถูกเชือดก็ตาม

1.11 สัตว์ที่ถูกพลี

อาหารเนื้อสัตว์ต้องห้ามประเภทที่สิบก็คือสัตว์ที่ถูกพลี (บูชายัญ) ให้แก่บรรดาพวกเทวรูปต่างๆ ในยุคญาฮิลียะฮ์นั้น ช้างหน้าของบรรดาเทวรูปรอบกะอูบะฮ์มีแท่นบูชาตั้งอยู่ และพวกบูชาก็จะเชือดสัตว์บนแท่นหรือไม่ก็ใกล้กับแท่นนี้ เพื่อที่จะแสวงหาความใกล้ชิดกับเทพเจ้าของพวกเขา การเชือดสัตว์ดังกล่าวนี้เหมือนกับ “ที่ถูกพลีให้แก่ผู้อื่นนอกไปจาก อัลลอฮ์” ซึ่งทั้งสองก็เป็นการบูชาเทพเจ้าจอมปลอมเหมือนกัน จะแตกต่างกันก็ตรงที่ว่าในกรณีของ “ที่ถูกพลีให้แก่ผู้อื่นนอกไปจากอัลลอฮ์” นั้นการเชือดสัตว์มิได้กระทำในบริเวณที่ตั้งรูปปั้นบูชาแต่มีการกล่าว ชื่อของเทวรูปบูชานั้นในตอนเชือดพลี ส่วนในกรณีแรกนั้น การเชือดสัตว์กระทำต่อหน้ารูปปั้นบูชาและบนแท่นบูชาโดยตรง ดังนั้น จึงไม่จำเป็นที่จะต้องเอ่ยนามของเทวรูปที่ตนจะเชือดสัตว์บูชาให้ เนื่องจากแท่นบูชาเหล่านี้อยู่ในเขตกะอูบะฮ์ มันจึงอาจเป็นไปได้ที่จะมีคนคิดว่า การพลีอุทิศเหล่านี้มีเจตนาที่จะให้ความเคารพต่อกะอูบะฮ์ แต่เพื่อที่จะขจัดความคิดดังกล่าวออกไปจากจิตใจของคน คัมภีร์กุรอานจึงได้ประกาศไว้อย่างชัดเจนว่าการกระทำดังกล่าวจัดอยู่ในประเภทเดียวกับที่ถูกบูชาให้แก่ผู้อื่นนอกไปจากอัลลอฮ์

1.12 ข้อยกเว้นสำหรับอาหารทะเลและแมลงจำพวกตั๊กแตน

ชะรีอะฮ์อิสลามได้ยกเว้นสัตว์ประเภทปลา ปลาวาฬและสัตว์ทะเลอื่นๆจากประเภท “สัตว์ที่ตายเอง” เมื่อท่านศาสดามุฮัมมัดได้ถูกถามเกี่ยวกับทะเล ท่านได้ตอบว่า “น้ำของมันบริสุทธิ์ และสิ่งที่ตายของมันนั้นฮาลาล (รายงานโดย อะหมัดและอื่นๆ)” อัลลอฮ์ทรงกล่าวว่า “การล่าสัตว์ทะเลเป็นที่อนุมัติแก่ผู้เจ้าและอาหารของมัน” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) ในทำนองเดียวกัน สัตว์จำพวกตั๊กแตนก็ได้รับการยกเว้นให้พ้นจากอาหารประเภท “สัตว์ที่ตายเอง” ด้วย ท่านศาสดาได้อนุญาตให้กินสัตว์จำพวกตั๊กแตนที่ตายแล้ว เพราะปัญหาเกี่ยวกับเรื่องการฆ่าหรือเชือดมันมิได้เกิดขึ้น ท่านอิบนุ อับดุลอาซิมีได้กล่าวว่า “พวกเราได้ออกไป ลาดตระเวนกับท่านศาสดา 7 ครั้งด้วยกัน และเราก็ได้กินสัตว์จำพวกตั๊กแตนกับท่าน (รายงานโดย ญะมาอะฮ์)”

1.13 การใช้หนัง กระดุก และขนของสัตว์

ข้อห้ามเกี่ยวกับสัตว์ที่ตายแล้วนั้นจำกัดอยู่แค่เพียงการกินเนื้อของมันเท่านั้น ส่วนในเรื่องของหนัง เขา กระดุกและขนของมันนั้น เราสามารถที่จะนำมาใช้ได้ ความจริงแล้ว เราควรจะใช้มันเสียด้วยซ้ำเพราะการทิ้งสิ่งเหล่านี้ไปนับเป็นการสิ้นเปลืองและการสิ้นเปลืองก็ไม่ใช่ที่อนุญาตในอิสลาม เกี่ยวกับเรื่องนี้ อิบน์ อับบาสได้เล่าว่า บ่าวที่ได้รับอิสระคนหนึ่งของมัฆญะฮ์ (ภรรยาคนหนึ่งของท่านศาสดา) ได้รับแกะตัวหนึ่งและมันได้ตายลง ท่านศาสดาได้ผ่านมาเห็นศพของมันเข้า ท่านจึงได้กล่าวว่า “ทำไมเจ้าจึงไม่นำเอาหนังของมันไปฟอกแล้วใช้มัน บรรดาสาวกตอบว่า แต่มันมันได้ตายเอง ท่านศาสดาจึงกล่าวว่า สิ่งที่ยำหนั้นก็คือการกินต่างหาก (รายงานโดย ญะมาอะฮ์ ยะกัฮ์อับนุ มาญะฮ์)”

ท่านศาสดามุฮัมมัดได้แสดงให้เห็นเป็นที่กระจ่างชัดแล้วว่า วิธีการทำให้หนังของสัตว์ที่ตายแล้วมีความสะอาดก็คือการนำไปฟอก มีรายงานของท่านได้กล่าวว่า “การฟอกหนังสัตว์ก็คือ การเชือดมัน” (รายงานโดย อบู ดาวูดและนะซาอี) คำพูดของท่านดังกล่าวหมายความว่า เมื่อการเชือดทำให้การกินเนื้อของแกะหรือวัวเป็นที่ฮาลาล การฟอกก็ทำให้การใช้หนังสัตว์เป็นที่ฮาลาลเหมือนกัน นอกจากนี้แล้ว ท่านยังได้ กล่าวอีกว่า “การฟอกหนังสัตว์จะทำลายความไม่สะอาดของมัน” (รายงานโดย ฮากิม) “ถ้าหากว่าหนังสัตว์ถูกฟอก มันก็จะสะอาด (รายงานโดย มุสลิมละอื่นะฮ์) คำว่าหนังสัตว์ในหะดีษสองบทหลังนี้หมายถึงหนังสัตว์ทั่วไป ซึ่งรวมถึงหนังสุนัข หรือ หนังหมูด้วย นี่เป็นความเห็นของบรรดานักกฎหมายในมัซฮับซอฮิรี และอบู ยูซุฟ (ลูกศิษย์ของอบู หะนีฟะฮ์) และอิมาม เชากานี้ก็สนับสนุนด้วย นางเซาะดะฮ์ (ภรรยาคนหนึ่งของท่านศาสดา) ได้กล่าวว่า “แกะของเราตัวหนึ่งได้ตายลง ดังนั้น เราจึงฟอกหนังของมัน และใช้มันเป็นที่ยำหนิตพลัมเพื่อทำให้มันหวาน ต่อมาเราใช้มันเป็นถุงเก็บน้ำ จนกระทั่งมันเปื่อย (รายงานโดย บุคอรีและคนอื่น ๆ)”

1.14 ความจำเป็นคือสิ่งกำหนดข้อยกเว้น

การห้ามทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นนั้นใช้ได้ในสถานการณ์ที่เราไม่ทางเลือก แต่อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่จำเป็น เราก็จะนำกฎอื่นมาใช้ดังที่เราได้พูดไปแล้วในตอนต้น อัลลอฮ์ทรงกล่าวว่า “พระองค์ได้ชี้แจงให้แก่เจ้าถึงสิ่งที่พระองค์ได้ทรงทำให้เป็นที่ฮาลาลสำหรับสุเจ้าไว้แล้ว เว้นแต่สุเจ้าอยู่ในสภาพคับขัน” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) หลังจากที่ได้พูดถึงการห้ามเกี่ยวกับเนื้อของสัตว์ที่ตายเอง เลือดและอื่นๆแล้ว พระองค์ก็ทรงกล่าวว่า “แต่ถ้าผู้ใดตกอยู่ในภาวะคับขัน โดยไม่เจตนาขัดขึ้นและไม่ใช้ละเมิด ดังนั้น พระผู้อภิบาลของเจ้าเป็นผู้ทรงให้อภัย ผู้ทรงเมตตาเสมอ” บรรดานักกฎหมายเห็นพ้องต้องกันว่าความจำเป็นในกรณีนี้ หมายถึง ความต้องการอาหารเพื่อบรรเทาความหิว เมื่อไม่มีอาหารอื่นใดนอกจาก

อาหารที่ต้องห้าม นักกฎหมายบางคนถือว่าอย่างน้อยที่สุดก็ขอให้เวลาแห่งการขาดอาหารผ่านไปวันหนึ่งกับอีกคืนหนึ่งก่อน หลังจากนั้นแล้ว เขาอาจจะกินให้มากเท่าที่จำเป็นเพื่อผ่อนคลายความหิวและรักษาตัวเองให้พ้นจากความตายได้ อิมามมาลิกกล่าวว่า “ปริมาณของมันเป็นคือ ปริมาณที่จะบรรเทาความหิว และเขาจะต้องไม่กินมากเกินไปกว่าที่จะทำให้เขาดำรงชีวิตอยู่ได้” บางทีการพูดเช่นนี้อาจจะหมายถึงคำพูดของอัลลอฮ์ที่ว่า “โดยไม่เจตนาขัดขึ้นและไม่ใช้ละเมิด” ก็ได้ กล่าวคือ ไม่ใช่ความอยากจะกินมันและกินจนความจำเป็น

1.15 ความจำเป็นทางการแพทย์

เกี่ยวกับปัญหาที่ว่าอาหารต้องห้ามบางอย่างสามารถนำมาใช้เป็นยาได้หรือไม่นั้น เรื่องนี้บรรดานักกฎหมายยังมีความคิดเห็นแตกต่างกัน บางคนมิได้ถือว่ายาจัดอยู่ในประเภทของความจำเป็นเหมือนอาหาร และบรรดานักกฎหมายที่มีความเห็นเช่นนี้ได้นำเอาหะดีษของท่านศาสดามาสนับสนุนว่า “ແ່ແທ້ อัลลอฮ์มิได้จัดการการรักษาสำหรับท่านในสิ่งที่พระองค์ได้ห้ามแก่ท่าน” (รายงานโดย บุคอรี จากอิบนุมัสนูด) แต่ขณะเดียวกันนักกฎหมายบางคนก็ถือว่า ความต้องการยานั้นเท่ากับความต้องการอาหาร เพราะทั้งสองอย่างนี้มีความจำเป็นสำหรับการรักษาชีวิต ในการสนับสนุนความคิดเห็นของตนที่ว่าสิ่งต้องห้ามสามารถทำเป็นยานั้น บรรดานักกฎหมายที่มีความเห็นเช่นนี้ได้อ้างว่า ท่านศาสดาได้อนุญาตอัลดุเราะหมาน บิน เอาฟู และซุบัยร บิน เอาวาม ให้ใส่ผ้าไหมได้เพราะทั้งสองคนได้รับความลำบากจากโรคผิวหนัง บางทีที่ทัศนะประการหลังนี้อาจจะใกล้เคียงกับเจตนารมณ์ของอิสลามที่คำนึงถึงการสงวนชีวิตของมนุษย์ในทุกบัพยัติและคำสอน แต่อย่างไรก็ตาม การใช้ยาที่มีส่วนผสมประกอบจากสิ่งฮารอมจะเป็นที่อนุมัติก็ต่อเมื่ออยู่ภายใต้เงื่อนไขดังต่อไปนี้

1.15.1 ชีวิตของคนไข้จะเป็นอันตราย ถ้าหากไม่ได้รับยานี้

1.15.2 ไม่มีทางเลือกหรือมีทางเลือกอย่างอื่นที่ฮาลาลมาทดแทน

1.15.3 การให้ยารักษานั้นถูกกำหนดโดยแพทย์มุสลิมที่มีความรู้และยำเกรงต่อพระเจ้า อย่างไรก็ตาม เราอาจกล่าวได้ว่า บนพื้นฐานของการสังเกตและความคิดเห็นของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เราสามารถสรุปได้ว่าความจำเป็นทางการแพทย์ที่ต้องใช้สิ่งที่ฮารอมนั้นแทบจะไม่เกิดขึ้นเลย อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่มุสลิมตกอยู่ในสภาพที่ไม่สามารถหาวิธีการเยียวยาอื่นใดไปจากวิธีการที่ต้องอาศัยสิ่งที่ฮารอมนั้น เราก็ได้พูดถึงหลักการเกี่ยวกับเรื่องนี้ไปแล้ว

1.16 ความจำเป็นไม่เกิดขึ้นถ้าหากว่าสังคมมีอาหารเกินความต้องการ

สำหรับในกรณีที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดไม่มีอาหารพอที่จะกิน แต่คนอื่นซึ่งอาจจะเป็นมุสลิม ในสังคมนั้นมีอาหารเกินความต้องการ บุคคลนั้นจะใช้เงื่อนไขความจำเป็นบีบบังคับมาใช้ไม่ได้และอาหารฮารอมก็ไม่ใช่ที่อนุญาตแก่เขา เพราะสังคมอิสลามนั้นเหมือนกับเรือที่ล่ม

หนึ่งที่จะคอยสนับสนุนคำจูนซึ่งกันและกัน หรือเหมือนกับกำแพงที่อิฐแต่ละก้อนของมันต่างสร้างความแข็งแรงให้แก่กันและกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องสมานฉันท์ทางสังคมนี้ได้ถูกกล่าวไว้อย่างหนักแน่นโดยอิมาม อิบน์ ฮัซม ซึ่งเป็นนักกฎหมายที่สำคัญคนหนึ่งว่า “มุสลิมจะไม่ตกอยู่ในภาวะคับแค้นหรือคับขันจนถึงเป็นที่ยึดมั่นสำหรับเขาในการที่จะกินเนื้อของสัตว์ที่ตายเองหรือเนื้อหมู ตราบนานที่คนอื่นไม่ว่าจะเป็นมุสลิมหรือไม่ใช่มุสลิมมีอาหารเกินความต้องการ มันเป็นหน้าที่ของบุคคลที่มีอาหารจะต้องเลี้ยงดูผู้ที่หิวโหย และถ้าหากมันเป็นเช่นนั้นแล้ว คนที่หิวโหยก็ไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการกินเนื้อของสัตว์ที่ตายเองหรือเนื้อหมู ถ้าหากคนที่มีอาหารเกินปฏิเสศที่จะให้อาหารแก่คนที่หิวโหย คนที่หิวโหยก็มีสิทธิที่จะต่อสู้เพื่ออาหารนั้น ถ้าหากเขา (คนที่หิวโหย) ถูกฆ่า ผู้ฆ่าก็จะมีความผิดในฐานะที่เป็นฆาตรกร และจะต้องถูกลงโทษด้วยวิธีการแก้แค้นให้ตายตกไปตามกัน แต่ถ้าหากเขาฆ่าผู้ปฏิเสศที่จะให้อาหาร เขาก็ได้ส่งผู้ปฏิเสศอาหารนั้นไปสู่การสาปแช่งของอัลลอฮ์ในฐานะที่ปฏิเสศ สิทธิของเขาและเป็นผู้หนึ่งในบรรดาผู้ชั่วร้าย อัลลอฮ์ทรงกล่าวว่า “ถ้าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดในทั้งสองนั้นละเมิดอีกฝ่ายหนึ่ง ก็จงต่อสู้ฝ่ายที่ละเมิดนั้น จนกว่าฝ่ายนั้นกลับมายังพระบัญชาของอัลลอฮ์ (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับประเทศไทย, 2542) ใครก็ตามที่ปฏิเสศสิทธิของพี่น้องของเขา คือผู้ที่กบฏต่ออัลลอฮ์

1.17 ลักษณะวิธีการฆ่าสัตว์แบบอิสลาม

1.17.1 สัตว์ทะเลทุกชนิดเป็นที่ฮาลาล ถ้าพิจารณาจากถิ่นที่อยู่อาศัยแล้ว สัตว์จะแบ่งออกเป็น 2 ชนิดด้วยกัน กล่าวคือ สัตว์บกและสัตว์ทะเล สัตว์ทะเลกล่าวคือ สัตว์ที่อาศัยอยู่ในทะเลและไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้หากมิได้อยู่ในน้ำ ถือเป็นสัตว์ฮาลาลทั้งหมดไม่ว่าจะได้มาโดยวิธีใด จะมีชีวิตหรือตายแล้ว จะเป็นตัวหรือเป็นชิ้นๆ จะเป็นปลาหรือสัตว์น้ำอื่นๆ จะถูกเรียกว่าหมาทะเลหรือหมูทะเล หรือจะถูกจับโดยมุสลิมหรือไม่ใช่มุสลิมก็ตาม อัลลอฮ์ผู้ทรงกรุณาได้ให้ความอุดมสมบูรณ์อันกว้างใหญ่ไพศาลของพระองค์แก่บรรดาบ่าวของพระองค์ด้วยการอนุญาตให้ปวงบ่าวของพระองค์กินสัตว์ทะเลทุกอย่างได้โดยไม่จำเป็นต้องให้เลือดของมันไหล มนุษย์มีเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการที่จะจับมันไม่ว่าในลักษณะใดก็ได้ที่เขาสามารถ เพียงแต่ขอให้หลีกเลี่ยงการทรมานที่ไม่จำเป็นใดๆ ให้ไกลที่สุดเท่าที่จะไกลได้ ในการเตือนเราให้รำลึกถึงความโปรดปรานของพระองค์อัลลอฮ์ได้ทรงกล่าวว่า “และพระองค์คือผู้ทรงทำให้ทะเลเป็นประโยชน์แก่ผู้เจ้า เพื่อผู้เจ้าจะได้กินเนื้อนุ่มๆจากมัน” และ “การล่าสัตว์ในทะเลเป็นที่ยึดมั่นแก่ผู้เจ้า และอาหารที่มาจากมันเป็นเสบียงแก่ผู้เจ้าและผู้เดินทาง” บรรดาการสรรเสริญเป็นของพระองค์ที่ได้ทรงแยกสิ่งใด เพราะ“พระผู้อภิบาลของผู้เจ้านั้นมิได้ทรงลืม” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

1.17.2 สัตว์บกที่ต้องห้าม เกี่ยวกับเรื่องสัตว์บกนั้น อัลลอฮฺทรงห้ามเพียง การกินเนื้อหมู เนื้อของสัตว์ที่ตายเองหรือที่ถูกพลีเพื่อผู้อื่นได้นอกจากอัลลอฮฺ และการดื่มเลือด การห้ามดังกล่าวนี้ถูกกล่าวไว้อย่างชัดเจนในคัมภีร์ของกุรอานซึ่งประกอบด้วยประเภทใหญ่ๆ 4 ประเภท แต่ถ้าเป็นประเภทย่อยๆ ก็ 10 ประเภทดังที่เราได้เห็นกันไปแล้ว ในขณะเดียวกัน คัมภีร์กุรอานก็ได้กล่าวเกี่ยวกับบรชูลของพระองค์ว่า “และเขาห้ามพวกเขาในสิ่งที่เลว” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) สิ่งเลวทั้งหลายนั้นคือ สิ่งที่คนทั่วไปส่วนใหญ่ เห็นว่ามันเป็นที่น่ารังเกียจ ถึงแม้ว่าจะมีบางคนชอบมัน เช่น ศาสดาได้ห้ามกินเนื้อของลาที่ถูก เลี้ยงไว้ใช้งาน รายงานโดยบุคอรีย เกี่ยวกับหะดีษนี้ กล่าวกันว่า การห้ามกินเนื้อลาเป็นคำสั่ง ชั่วคราวและเป็นการห้ามเนื่องจากความฉุกเฉิน เพราะลาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการขี่ นี่ก็ เหมือนกับเมื่อเวลาขาดแคลนเนื้อ ซึ่งรัฐบาลอาจจะสั่งห้ามการฆ่าสัตว์ที่มีอายุน้อยก็ได้ ทั้งนี้ เพื่อที่มันจะได้โตเต็มที่และมีขนาดใหญ่กว่า หรืออาจจะห้ามการล่ากวางในบางฤดู เป็นต้น “ท่านศาสดาได้ห้ามการกินเนื้อสัตว์ป่าใดๆก็ตามที่มีเขี้ยวและนกที่มีกรงเล็บ (รายงานโดย บุคอรีย)”

สัตว์ป่าในที่นี้หมายถึง สัตว์ที่ล่าเหยื่อและฉีกเหยื่อกินเป็นอาหาร เช่น สิงโต เสือ หมาป่า และอื่นๆที่คล้ายกัน ส่วนนกที่มีกรงเล็บ ได้แก่ เหยี่ยว นกอินทรี และอื่นๆที่จับสัตว์ ด้วยกรงเล็บของมัน ไม่มีสิ่งใดฮาลาลนอกไปจาก 4 ประเภทที่กล่าวไว้ในคัมภีร์กุรอาน ส่วนสิ่งที่ ท่านศาสดาห้ามไว้เช่นสัตว์ที่ล่าเหยื่อนั้นถือว่าเป็นสิ่งมักรฮ (น่ารังเกียจ) มากกว่าที่จะถึงขั้น ฮาลาล

สิ่งจำเป็นในการฆ่าสัตว์ตามแบบอิสลาม

สัตว์บกที่อนุมัติให้เป็นอาหารนั้นมี 2 ด้วยกัน ชนิดแรกก็คือ สัตว์ที่เชื่องและถูกเลี้ยงไว้ที่บ้าน เช่น ฐู วัว แพะ สัตว์ที่ถูกเลี้ยงไว้ในฟาร์มหรือบ้าน ส่วนสัตว์ชนิดที่สองก็คือ สัตว์ที่ไม่เชื่องและสัตว์ป่า เพื่อที่จะทำให้น้ำของฮาลาล อิสลามต้องการให้สัตว์ชนิดแรกถูกฆ่าตาม ที่อิสลามกำหนดไว้เสียก่อน

เงื่อนไขของการเชือดตามแบบอิสลาม

ตามหลักชะรีอะฮฺ การทำให้เนื้อสัตว์มีความสะอาด จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข ดังต่อไปนี้ให้ครบ

1. สัตว์จะต้องถูกฆ่าด้วยวัตถุที่มีคมซึ่งสามารถทำให้เลือดไหลออกมาจากหลอดเลือดได้ แม้ว่าวัตถุมีคมนั้นจะเป็นหินหรือไม้ก็ตาม อะดี บิน ฮาติม ได้กล่าวว่าเขาได้พูดกับท่าน ศาสดา ว่า “โอ้ท่านรซูลุลลอฮฺ เราได้ออกไปล่าสัตว์และบางครั้งเราไม่ได้นำมีดไปด้วย แต่บาง ที่เราก็กพบหิน หรือไม้ หรือไม้รวกที่มีคม” ท่านศาสดาได้กล่าวว่า “อะไรก็ได้ที่ท่านจะทำให้มัน

เลือดไหล และจงกล่าวนามของอัลลอฮ์ (รายงานโดย อะหมัด อาบู ดาวูด,นะซาอี,อิบนุ มาญะฮฺ,ฮาเกม และอิบนุ ฮิบบาน)”

2. การฆ่าสัตว์จะต้องทำโดยการเชือดคอของสัตว์หรือแทงเข้าไปในช่องคอซึ่งจะทำให้มันตาย ทางที่ดีที่สุดคือการตัดเส้นเลือดใหญ่ หลอดอาหาร และหลอดเลือดข้างลำคอทั้งสองอย่างไว้ก็ตาม ถ้าหากว่ามันเป็นไปไม่ได้ในการที่จะฆ่าสัตว์ในลักษณะวิธีที่กล่าว เจื่อนไขที่สองก็จำเป็นต้องยกเลิก เช่น สัตว์อาจหัวทิ่มตกลงในบ่อและมือของเราไม่สามารถเอื้อมไปถึงมือของมันได้ หรือสัตว์ตัวนั้นอาจจะดุและเริ่มเตะหรือวิ่ง ในกรณีเช่นนี้ ให้เราปฏิบัติกับสัตว์เหมือนเรากำลังล่าสัตว์ และการทำให้มันเลือดไหลตรงไหนก็นับว่าเป็นการเพียงพอแล้ว

3. ก่อนที่จะลงมือเชือดจะต้องไม่เอ่ยนามผู้ใดนอกจากนามของอัลลอฮ์ เกี่ยวกับเรื่องนี้ บรรดานักกฎหมายทุกคนต่างเห็นพ้องต้องกันหมด ในสมัยญาฮิลียะฮ์ เมื่อเวลาผู้คนจะสวดอ้อนวอนเทพเจ้าหรือรูปปั้น พวกเขาจะฆ่าสัตว์เป็นการบูชาญูให้โดยการกล่าวนามเทพเจ้าของตน ขณะที่กำลังฆ่าสัตว์ หรือไม่กี่โดยซาบั้นแท่นหินบูชาที่ตั้งอยู่หน้ารูปปั้นนั้น แต่ดังที่กล่าวไว้ในตอนต้นแล้วว่า คัมภีร์กุรอ่านได้กล่าวห้ามเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ว่า “ถูกห้ามแก่สุเจ้าคือที่พลีให้แก่ผู้ใดอื่นนอกไปจากอัลลอฮ์และที่ถูกเชือดพลีบนแท่นหิน” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

4. ก่อนที่จะลงมือเชือดสัตว์นั้นจะต้องเอ่ยนามของอัลลอฮ์ เรื่องนี้กุรอ่านและหะดีษกล่าวไว้อย่างชัดเจน อัลลอฮ์ทรงกล่าวว่า “ดังนั้น จงบริโภคนสิ่งที่พระนามของอัลลอฮ์ระบุบนมัน ถ้าสุเจ้าศรัทธาในโองการทั้งหลายของพระองค์” และ “จงอย่าบริโภคนสิ่งที่พระนามของอัลลอฮ์มิได้ระบุบนมัน และแท้จริงมันเป็นการฝ่าฝืน (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) และท่านรอซูลุลลอฮ์ได้กล่าวว่า “ถ้าหากเลือดถูกทำให้ไหล (จากสัตว์) และนามของอัลลอฮ์ได้ถูกกล่าวบนมันแล้ว เจ้าก็กินมันได้

เหตุผลของการฆ่าสัตว์แบบอิสลาม

เหตุผลเบื้องหลังกฎเกณฑ์ในการฆ่าสัตว์แบบอิสลามก็คือ การเอาชีวิตสัตว์ด้วยวิธีที่รวดเร็วที่สุดและเจ็บปวดน้อยที่สุด การที่อิสลามให้ใช้เครื่องมือมีคมและให้เชือดคอกก็เพื่อวัตถุประสงค์นี้ ในการเชือด อิสลามห้ามใช้เล็บหรือฟันฉีกคอมัน เพราะมันจะทำให้สัตว์เจ็บปวดและมันจะเหมือนกับการรัดคอสัตว์ ท่านศาสดามุฮัมมัดได้แนะนำให้ลับมีดให้คม และให้วางสัตว์อยู่ในท่าที่สบาย ท่านได้กล่าวว่า “อัลลอฮ์ได้กำหนดความกรุณา (หรือความดีงาม) ในทุกสิ่ง ถ้าหากว่าจะมีการฆ่า ก็เชือดในลักษณะที่ดีที่สุด และเมื่อท่านเชือด ก็ให้เชือดในลักษณะที่ดีที่สุด ด้วยการลับมีดให้คมและการวางสัตว์ในท่าที่สบาย (รายงานโดยมุสลิม)” อีกหะดีษหนึ่งอิบนุ อุมร์ได้เล่าว่า ท่านศาสดาได้กล่าวว่า “เมื่อผู้หนึ่งผู้ใดในหมู่สุเจ้าเชือดสัตว์

ก็จะให้เขาทำให้สมบูรณ์ (รายงานโดย อิบน์มาญะฮฺ)” ซึ่งหมายความว่า เขาจะต้องลบบิดให้คม และให้น้ำ ให้อาหารแก่มันก่อนที่จะฆ่า อิบน์ อับบาส ได้รายงานว่า ครั้งหนึ่งท่านศาสดาเห็น คนกำลังลบบิดอยู่หลังจากที่ลัมแกะเพื่อเตรียมเชือดแล้ว ท่านศาสดาจึงได้ตำหนิชายคนนั้นว่า “ท่านตั้งใจที่จะให้มันตายสองครั้งหรือไร ทำไมท่านไม่ลบบิดให้คมก่อนที่จะลัมมัน (รายงานโดย ฮากิม)” ครั้งหนึ่ง เมื่อเห็นชายคนหนึ่งกำลังลากขาแกะเพื่อที่จะนำไปเชือดท่านจึงได้กล่าวว่า “บัดซบที่สุด นำมันไปตายในลักษณะที่ดีหน่อยซิ” (อัब्ดุล-ร็อซซาก, 2551) ดังนั้น เจตนาที่สำคัญในเรื่องนี้ก็คือเพื่อแสดงความกรุณาต่อสัตว์และพยายามทำให้มันได้รับความเจ็บปวดที่น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ คนในยุคญาฮิลียะฮฺนั้นชอบตัดโหนกของอูฐที่มีชีวิตและตัดโคนหางของแกะที่มีชีวิตกิน ดังนั้น เพื่อหยุดยั้งการปฏิบัติอันป่าเถื่อนนี้ ท่านศาสดาจึงห้ามกินส่วนหนึ่งของสัตว์ที่ได้มาในลักษณะนี้ ท่านได้กล่าวว่า “ส่วนใดก็ตามที่ตัดออกมาจากสัตว์ที่ยังมีชีวิตคือเนื้อของสัตว์ที่ตายเอง (รายงานโดย อะหมัด, อับู ดาวูด ตีรมิซี และ ฮากิม)”

ความสำคัญของการกล่าวนามอัลลอฮ์

การกล่าวนามของอัลลอฮ์เพื่อทำความบริสุทธิ์ให้แก่การเชือดสัตว์นั้นมีความสำคัญยิ่ง ถ้าหากว่าเราพิจารณา กล่าวคือ ประการแรก การกล่าวนามของอัลลอฮ์ก่อนเชือดสัตว์นั้นเป็นการกระทำที่ตรงข้ามกับการปฏิบัติของพวกบูชาเจวีร์รูปปั้นและคนในยุคญาฮิลียะฮ์ที่จะกล่าวนามบรรดาเทพเจ้าของตนขณะฆ่าสัตว์ ในเมื่อพวกบูชาเจวีร์ดังกล่าวนามพระเจ้าจอมปลอม แล้วผู้ศรัทธาจะไม่กล่าวนามที่แท้จริงของตัวเองได้อย่างไร ประการที่สอง สัตว์เหล่านี้ก็เป็นสิ่งมีชีวิตที่อัลลอฮ์สร้างมาเช่นเดียวกับมนุษย์ ดังนั้น มนุษย์จะควบคุมและเอาชีวิตรับมันได้อย่างไร ถ้าหากไม่ขออนุญาตต่อพระเจ้าผู้สร้างมันมาเช่นเดียวกับมนุษย์และพระเจ้าเป็นเจ้าของทุกสรรพสิ่ง การกล่าวนามของอัลลอฮ์ขณะฆ่าสัตว์นั้นเป็นการประกาศขออนุญาตจากพระเจ้าเป็นเจ้า”

สัตว์ที่ถูกเชือดโดยชาวคัมภีร์ (ยิวและคริสเตียน)

ถึงแม้ว่าชาวคัมภีร์ (อะฮ์ลุล-กิตาบ) กล่าวคือพวกยิวและพวกคริสเตียนจะเป็นผู้ที่เชื่อในพระเจ้าองค์เดียวก็ตาม แต่มุสลิมบางคนก็ได้ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารกินนั้น เราจะต้องปฏิบัติต่อชาวคัมภีร์เหมือนกับพวกบูชาเจวีร์ ดังนั้น อัลลอฮ์จึงได้ให้อนุญาตแก่มุสลิมเป็นการพิเศษในเรื่องการกินกับชาวคัมภีร์และการแต่งงานกับผู้หญิงของคนพวกนี้ ในซูเราะฮ์ อัลมาติดะฮ์ อัลลอฮ์ทรงกล่าวว่า “วันนี้ได้ถูกอนุมัติแก่ผู้เจ้าซึ่งสิ่งที่ดีทั้งหลาย และอาหารของผู้ที่ได้รับคัมภีร์เป็นที่อนุมัติแก่ผู้เจ้า และอาหารของผู้เจ้าเป็นที่อนุมัติแก่เขา” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

กล่าวโดยย่อๆ ความหมายของโองการนี้คือ จากวันนี้เป็นต้นไป สิ่งที่ดี สิ่งที่ดีบริสุทธิ์ และมีประโยชน์ได้เป็นที่อนุมัติสำหรับมุสลิม เนื่องจากอัลลอฮฺมิได้ทรงห้าม ดังนั้น อาหารของพวกยิวและพวกคริสเตียนจึงเป็นที่อนุญาตแก่พวกท่านบนพื้นฐานของการอนุญาตสิ่งต่างๆมาตั้งแต่ดั้งเดิมและเช่นเดียวกันพวกท่านก็สามารถกินอาหารกับคนพวกนั้นได้ ด้วยเหตุนี้ ท่านจึงสามารถกินเนื้อของสัตว์ที่ชาวคัมภีร์ฆ่าหรือล่า และพวกเขาก็สามารถกินสิ่งที่พวกท่านฆ่าหรือล่าได้เช่นกัน ขณะที่อิสลามไม่มีการประนีประนอมกับพวกบูชาเจว็ดนั้น อิสลามกลับผ่อนปรนให้กับบรรดาชาวคัมภีร์ ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความใกล้ชิดกับมุสลิมในเรื่องความเชื่อเกี่ยวกับการประทานโองการของพระผู้เป็นเจ้า ความเป็นศาสดาและหลักการพื้นฐานอื่นๆของศาสนาอิสลาม อนุญาตเราให้กินอาหารกับพวกเขา อนุญาตให้แต่งงานกับหญิงของพวกเขา และมีความสัมพันธ์กับพวกเขา ทั้งนี้อาจด้วยเหตุผลว่าโดยการติดต่อกับมุสลิมในบรรยากาศแห่งอิสลามโดยการปฏิบัติตามความเชื่อและโดยลักษณะของมุสลิม วันหนึ่งข้างหน้าชาวคัมภีร์อาจจะตระหนักได้ด้วยตนเองว่าความจริงแล้ว อิสลามก็คือศาสนาของพวกเขาเอง แต่ว่ามีระดับทางด้านจิตวิญญาณที่สูงกว่า มีชะรีอะฮ์ที่สมบูรณ์กว่า และมีคัมภีร์ที่น่าเชื่อถือได้มากกว่า โดยปราศจากอิทธิพลของลัทธิบูชาเจว็ด

สัตว์ที่ถูกฆ่าโดยการช็อคด้วยไฟฟ้า และวิธีการอื่นๆ

เนื้อสัตว์ที่ส่งเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น เนื้อไก่ และเนื้อวัวกระป๋อง ซึ่งมาจากพวกชาวคัมภีร์นั้นเป็นที่ฮาลาลสำหรับเรา ถึงแม้ว่าสัตว์อาจจะถูกฆ่าโดยวิธีการช็อคด้วยไฟฟ้าหรือวิธีการอื่นๆในทำนองเดียวกัน ตราบใดที่ชาวคัมภีร์ถือว่ามันเป็นสิ่งถูกต้องในศาสนา มันก็เป็นที่ยอมรับสำหรับเรา นี่เป็นการนำเอาโองการข้างต้นในซูเราะฮ์ อัล-มาอิ ดะฮ์ มาปฏิบัติ เนื้อสัตว์ที่ฆ่าโดยพวกไซโรแอสเตอร์และพวกอื่นๆที่คล้ายๆกันเกี่ยวกับเรื่องเนื้อสัตว์ที่ฆ่าโดยพวกไซโรแอสเตอร์หรือพวกพาร์เซียนั้น บรรดานักกฎหมายได้มีความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่แล้วจะห้ามกิน เพราะว่าพวกนี้เป็นพวกบูชาพระเจ้าหลายองค์ ในขณะที่นักกฎหมายบางคนกล่าวว่าฮาลาล เพราะท่านศาสดาได้กล่าวว่า “จงปฏิบัติตามพวกเขาเหมือนกับที่ท่านปฏิบัติต่อชาวคัมภีร์ (รายงานโดย บุคอรีและคนอื่นๆ) สิ่งใดที่เราไม่เห็นก็ไม่ควรที่จะไปชักถามให้มากความ มันไม่ใช่ว่าจำเป็นสำหรับมุสลิมที่จะต้องไปถามถึงสิ่งที่ตัวเองมิได้เห็น เช่น ถามว่าสัตว์นี้ถูกฆ่าอย่างไร หรือการเชือดเป็นไปตามอิสลามหรือไม่ หรือตอนฆ่ามีการกล่าวนามของอัลลอฮ์หรือไม่ ถ้าหากว่าสัตว์ถูกฆ่าโดยมุสลิม ถึงแม้ว่ามุสลิมผู้นั้นจะเป็นผู้ที่โง่เขลาหรือมีบาป หรือโดยใครในหมู่ชาวคัมภีร์ก็ตาม การกินเนื้อนั้นก็เป็นที่ยอมรับสำหรับเรา

มีหะดีษอยู่บทหนึ่งซึ่งมีคนมาถามท่านศาสดาว่า “มีคนนำเนื้อมาให้เรา และเราไม่รู้ว่าพวกเขากล่าวนามของอัลลอฮ์บนมันหรือไม่ เราจะได้กินมันหรือไม่” ท่านศาสดาได้ตอบว่า

“จงเอียนนามของอัลลอฮ์แล้วกินมัน” เกี่ยวกับเรื่องการใช้หะดีษนี้ บรรดานักปราชญ์ได้กล่าวว่า นี่เป็นข้อพิสูจน์ว่าการกระทำและการปฏิบัติของคนเหล่านั้นได้ถูกถือว่าเป็นสิ่งถูกต้องและสมควรตามปกติ ถ้ามีอะไรที่ผิดไปจากนี้ก็จะต้องมีการพิสูจน์กัน

1.18 สิ่งมีนเมา (บรรจง ปินกาซัน, 2547) ได้กล่าวถึง หลักการ อิสลามเกี่ยวกับ ฮาลาลและฮารอมในเรื่องของสิ่งมีนเมา ไว้ดังนี้

ในภาษาอาหรับ คำว่า “ค็อมร” หมายถึง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใดๆก็ตามที่เป็น สาเหตุของความมีนเมา ถ้าหากว่าเราจะพูดถึงผลร้ายของการดื่มสิ่งมีนเมาต่อความคิดจิตใจ ต่อสุขภาพ ต่อศาสนา และต่อการทำงานของคนที่ดื่ม หรือถ้าเราจะพูดถึงความหายนะที่สิ่งมีนเมานำมาสู่ครอบครัวของเขาด้วยการทอดทิ้งคนในครอบครัว และการไม่ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะ หัวหน้า ครอบครัว หรือถ้าหากเราจะแจกแจงถึงความชั่วช้าทางจิตใจทางวัตถุและทางศีลธรรมที่แพร่ระบาดอยู่ในสังคมและชาติต่างๆ อันเนื่องมาจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์อย่างแพร่หลาย แล้วเราจะพูดถึงสิ่งที่เห็นๆกันได้อย่างชัดเจน นักศึกษาวิจัยคนหนึ่งในยุคนี้ได้กล่าวไว้ อย่างถูกต้องว่า มนุษยชาติมิได้รับความวิบัติหายนะที่ยิ่งใหญ่ใดๆมากไปกว่าความหายนะที่เกิดขึ้นจากการใช้แอลกอฮอล์ ถ้าหากว่ามีการรวบรวมสถิติคนไข้ทั่วโลกที่กำลังได้รับความทุกข์ทรมานจากความผิดปกติทางจิตใจ โรคประสาท โรคทางเดินย่อยอาหาร อันเนื่องมาจาก แอลกอฮอล์บวกกับสถิติแห่งการก่ออาชญากรรม การฆ่าล้างโคตร การล้มละลาย การขาย ทรัพย์สิน และการแตกแยกในครอบครัว อันมีสาเหตุมาจากการดื่มแอลกอฮอล์แล้ว จำนวน ของกรณีต่างๆดังกล่าวจะมากมายมหาศาล จนความพยายามและการต่อต้านการดื่มจะดูเหมือนว่าเป็นสิ่งเล็กน้อยมากเกินไปถ้าหากว่านำมาเปรียบเทียบกัน

อัลลอฮ์ได้ทรงห้ามสุราและการพนันอย่างเด็ดขาด โดยรวมมันไว้กับการบูชาญ์ และการเสียหายโดยอาศัยลูกธนู หลังจากนั้นพระองค์ก็ประกาศว่า การกระทำดังกล่าวเป็นริจญ์ส (สิ่งสกปรกโสภณ) ซึ่งเป็นคำหนึ่งซึ่งกูรอันใช้ หมายถึงสิ่งที่น่ารังเกียจที่สุด และสิ่งที่ชั่วช้าเลวทราม พระองค์ได้ชี้ให้เห็นว่าน้ำเมาและการพนันนั้นเป็นงานของมารร้ายที่มีแต่ความหลอกลวง ความชั่วช้า และพระองค์ก็ได้ทรงบัญชาผู้ศรัทธาให้หลีกเลี่ยงออกจากมัน เพื่อที่ว่าพวกเขาจะได้พบความสำเร็จ แล้วอัลลอฮ์ก็ได้เอ่ยถึงผลร้ายของสุราและการพนันที่มีต่อสังคม กล่าวคือ มันจะทำลายความสัมพันธ์และสร้างความเป็นศัตรู ความเกลียดชังให้เกิดขึ้น นอกจากนี้ มันยังมีผลร้ายต่อจิตใจของมนุษย์ด้วย โดยมันจะเป็นสาเหตุที่ทำให้เขาละทิ้งหน้าที่ทางศาสนา และการรำลึกถึงอัลลอฮ์ ในตอนที่โองการถูกประทานลงมานั้น บางคนกำลังดื่มเหล้ากันอยู่ เมื่อได้ยินใครคนหนึ่ง ประกาศว่า "เหล้าได้ถูกห้ามแล้ว" บรรดามุสลิมได้ตอบสนองคำสั่งของอัลลอฮ์ด้วยการเทสุราที่กำลังกินค้างกันอยู่ทิ้งลงบนพื้น และช่วยกันทำลายหม้อดินที่ใช้หมักเหล้าอยู่

รัฐบาลทั่วโลกในปัจจุบันได้มองเห็นผลร้ายของแอลกอฮอล์ที่มีต่อบุคคล ครอบครัว และสังคมแล้ว บางรัฐบาล เช่น รัฐบาลของสหรัฐฯ ได้พยายามที่จะทำลายแอลกอฮอล์โดยการออกกฎหมาย และพยายามใช้กฎหมายห้ามการดื่มแอลกอฮอล์ แต่ก็ไม่สำเร็จ มีแต่อิสลามเท่านั้นที่ประสบผลสำเร็จในการทำลายล้างมันเกี่ยวกับเรื่องฐานะของแอลกอฮอล์ ในศาสนาคริสต์นิกายนั้น พวกบาทหลวงมีความเห็นแตกต่างกัน บางคนโต้แย้งว่าตัวบทคัมภีร์ไบเบิลอนุญาตให้ดื่มได้ปริมาณเล็กน้อย ทั้งนี้เพราะมันเป็นการช่วยย่อยอาหาร ถ้าหากว่ามันจริงเช่นนั้น ปริมาณเล็กน้อยนี้ก็ต้องถูกห้ามด้วย ถึงแม้ว่าเหล้าปริมาณเล็กน้อยจะเป็นประโยชน์ต่อการย่อยอาหารก็ตาม เพราะปริมาณน้อยนี้จะนำไปสู่ปริมาณมาก และจากถ้วยที่หนึ่งไปถ้วยที่สองและถ้วยอื่นๆต่อไปจนกระทั่งที่ดื่มติด ด้วยเหตุผลนี้ จุดยืนของอิสลามในการห้ามแอลกอฮอล์และในการป้องกันหนทางทุกทางที่จะนำไปสู่การดื่มจึงแจ่มชัดและไม่มีเลศนัยทุกสิ่งที่ทำให้มันมาเป็นสิ่งฮาลาล คำประกาศครั้งแรกของท่านศาสดามุฮัมมัดเกี่ยวกับเรื่องนี้ใช้หมายถึงเพียงแต่เหล้าเท่านั้นที่ถูกห้าม แต่คำจำกัดของคำว่า “ดีอมร” นั้นยังรวมถึงสิ่งใดๆ ก็ตามที่ทำให้เกิดอาการมึนเมา ไม่ว่ามันจะอยู่ในรูปแบบใดหรือชื่ออะไรก็ตาม ดังนั้น เปียร์และเครื่องดื่มที่คล้ายๆ กันนี้จึงถือเป็นสิ่งฮาลาลด้วย

การค้าแอลกอฮอล์

ท่านศาสดามุฮัมมัดมิได้ห้ามเพียงการดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะจำนวนมากหรือจำนวนน้อยเท่านั้น แต่ท่านยังได้ห้ามการค้ามันด้วย แม้การค้ามันจะกระทำกับผู้ที่มิใช่มุสลิมก็ตาม มุสลิมไม่ได้รับอนุมัติให้สั่งเข้าหรือส่งออกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือเป็นเจ้าของ หรือทำงานในสถานที่ที่จำหน่ายสุรา เกี่ยวกับเรื่องแอลกอฮอล์นี้ ท่านศาสดาได้ประณามคน 10 ประเภท “คนที่ผลิต คนที่ มันถูกผลิตให้ คนที่ดื่มมัน คนที่เสิร์ฟ คนที่แบกถือ คนที่มันถูกนำไปให้คนที่ขาย คนที่หารายได้จากการขายมัน คนที่ซื้อมัน และคนที่มันถูกซื้อไปให้” (ติรุมิซี และอิบนุ มาญะฮฺ, 2551)

เนื่องจากวิธีการของอิสลามก็คือการปิดถนนทุกสายที่จะนำไปสู่สิ่งฮาลาล ดังนั้น มันจึงเป็นการฮาลาลสำหรับมุสลิมด้วยที่จะขายองุ่นให้แก่คนที่เขารู้ว่าจะนำองุ่นไปทำคอมร มีหะดีษบทหนึ่งกล่าวว่า “ถ้าหากใครเก็บองุ่นไว้ระหว่างฤดูกาลเก็บเกี่ยวและตนมันไว้เพื่อที่จะขายมันให้แก่พวกยิว หรือพวกคริสเตียน หรือใครอื่นก็ตาม (แม้ว่าผู้นั้นจะเป็นมุสลิม) ที่ผลิตคอมร เขาจะกระโจน ลงไปในไฟนรกด้วยตาที่เปิดกว้าง” (ญะาะบะรอณี, 2551) ให้แอลกอฮอล์เป็นของขวัญไม่ได้ ในการขายแอลกอฮอล์ หรือการรับราคาของมันเป็นสิ่งฮาลาลสำหรับมุสลิม ดังนั้น การให้มันเป็นของขวัญแก่ใครก็ตาม เช่น เพื่อนชาวคริสเตียนหรือชาวยิวก็เป็นสิ่งฮาลาลด้วยเช่นกัน มุสลิมไม่สามารถที่จะรับหรือให้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็น

ของขวัญ เพราะว่ามุสลิมเป็นผู้บริสุทธิ์ ดังนั้น มุสลิมจะต้องไม่ให้หรือรับสิ่งใด ยกเว้นสิ่งบริสุทธิ์ มีรายงานว่าชายคนหนึ่งได้นำเหล้าถึงหนึ่งมาให้ ท่านศาสดาเป็นของขวัญ แต่ท่านศาสดาได้แจ้งให้เขาทราบว่าอัลลอฮ์ได้ทรงห้ามไว้ ชายคนนั้นถามว่า “ถ้าเช่นนั้น ฉันขายมันได้ไหม” ท่านศาสดาตอบ “พระเจ้าทรงห้ามดื่มมันได้ห้ามการขายมันด้วย” ชายผู้นั้นถาม “ถ้าเช่นนั้น ฉันจะให้มันเป็นของขวัญแก่พวกยิวได้ไหม” ท่านศาสดากล่าวว่า “พระเจ้าทรงห้ามมิให้นำมันไปเป็นของขวัญแก่พวกยิวด้วย” ชายผู้นั้นถาม “แล้วฉันจะทำอย่างไรกับ มัน” ท่านศาสดาตอบ “เทมันทิ้งลงบนพื้นสิ” (หะมีดี, 2551) การหลีกเลี่ยงงานเลี้ยงที่มีการดื่มด้วยเจตนารมณ์อันเดียวกันนี้ มุสลิมได้ถูกสั่งให้ออกห่างจากงานเลี้ยงหรืองานสังสรรค์ที่มีการดื่มสุรา อุมร์ได้เล่าว่าท่านได้ยื่นท่านรอซูลุลลอฮ์กล่าวว่า “ใครก็ตามที่ศรัทธาในอัลลอฮ์และวันสุดท้ายจะต้องไม่นั่งที่โต๊ะที่มีการกินคอมรู” (อะหมัด ตีรมีซี, 2551) ในขณะที่มุสลิมมีหน้าที่ที่จะต้องทำลายล้างความชั่วช้าเลวทรามที่เขาพบเห็นนั้น ถ้าหากเขาไม่สามารถทำหน้าที่นั้นได้ เขาจะต้องออกห่างจากมันและหลีกเลี่ยงให้พ้นจากสถานที่ที่มีคนทำสิ่งฮารอม

แอลกอฮอล์โดยตัวของมันแล้วเป็นโรค จึงไม่สามารถเป็นยาได้

จากตัวบทที่ชัดเจนทั้งหมดของกูรอาณและหะดีษดังที่อ้างมาข้างต้นเราจะเห็นว่าอิสลามยืนยันอย่างหนักแน่นในการโจมตีแอลกอฮอล์ เช่นเดียวกับที่พยายามกันมุสลิมให้ออกห่างจากมัน โดยการตั้งกำแพงต่างๆ ขวางไว้อย่างแน่นหนาและไม่มีช่องโหว่พอที่จะให้มุสลิมเล็ดรอดไปบริโภค หรือสัมผัสมันได้ มุสลิมไม่ได้รับอนุญาตให้ดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะจำนวนมากหรือน้อยก็ตาม นอกจากนี้แล้วมุสลิมจะถือ จะซื้อขาย จะผลิต หรือจะให้ เป็นของขวัญ หรือจะนำเข้ามาในบ้านหรือในร้าน หรือจะยกมาบริการในงานเลี้ยงต่างๆ และแม้แต่จะนำไปผสมกับอาหารหรือเครื่องดื่มอื่นๆ ก็ไม่ได้ทั้งสิ้น

เกี่ยวกับเรื่องสิ่งมีเมาต์ต่างๆ นั้น ท่านอิบนุ มัสอูดได้กล่าวว่า “อัลลอฮ์มิได้ให้การรักษาโรคแก่ท่านในสิ่งที่พระองค์ได้ทรงห้ามท่าน” (บุคอรี, 2551) ดังนั้น มันจึงไม่ต้องสงสัยเลยว่าอิสลามได้ห้ามการใช้แอลกอฮอล์และสิ่งต้องห้ามอื่นๆ เป็นยา ดังที่ อิบนุ ก็อยยิม อธิบายไว้เมื่ออิสลามห้ามสิ่งใด หมายถึง เราจะต้องหลีกเลี่ยงและห่างไกลจากมันทุกวิถีทาง แต่การใช้แอลกอฮอล์เป็นยาทำให้เราต้องมึนไว้ในครอบครองด้วย ดังนั้น มันจึงเป็นการขัดกับวัตถุประสงค์ของพระเจ้าทรงออกกฎหมาย อิบนุ ก็อยยิมได้กล่าวว่า “ถ้าแอลกอฮอล์ได้ถูกอนุญาตให้นำมาทำเป็นยา ในขณะที่ประชาชนก็มีแนวโน้มไปหามันอยู่แล้ว มันจะทำให้ประชาชนมีข้อแก้ตัวในการที่จะดื่มมันเพื่อความสนุกสนานรื่นเริง โดยเฉพาะประชาชนมีความเชื่อว่ามันเป็นประโยชน์สำหรับสุขภาพสามารถบรรเทาทุกข์และรักษาโรคต่างๆ ได้” (ชาต อัล-มะอาด, 2551) มีบางคนอาจจะกล่าวว่าท่าทีของคนใช้ต่อยาที่กินนั้นมีผลอย่างสำคัญในการ

รีบเร่งหรือล่าช้าในการรักษา อิบน์ ก้อยอิม ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ดีเกี่ยวกับจิตวิทยาของมนุษย์ได้อธิบายถึงประเด็นนี้ว่า “เงื่อนไขหนึ่งสำหรับความชะงัดของ ยาก็คือคนไข้เชื่อในความชะงัดของมัน และอัลลอฮ์ได้ให้ความจำเริญในการเยียวยารักษาไว้ในยานั้น ความเชื่อของคนไข้มุสลิมที่ว่าสารบางอย่าง เช่น แอลกอฮอล์เป็นสิ่งฮารอม ได้ทำให้เขาไม่เชื่อว่ามันจะเป็นประโยชน์ หรือมีความจำเริญในเวลาเดียวกันได้ ดังนั้น เขาจะไม่มีความวางใจในมัน และยอมรับมันในทางตรงกันข้ามยิ่งมุสลิมมีความศรัทธามากเท่าใด เขาก็ยิ่งต่อต้านมันและไม่วางใจมันมากขึ้น ดังนั้น ถ้าหากเขาใช้สิ่งที่เขารังเกียจ แล้วมันก็จะไม่ใช่ยารักษาโรคสำหรับเขา แต่เป็นโรคต่างหาก”

ในการกล่าวเช่นนี้ เราจะต้องพูดถึงเรื่องกรณียกเว้นในเรื่องของความจำเป็น ซึ่งชะรีอะฮ์ อิสลามได้วางกฎเฉพาะเอาไว้ สมมุติว่าชีวิตของคนผู้หนึ่งกำลังตกอยู่ในอันตราย และไม่มียาใดๆมาทดแทนยาที่มีแอลกอฮอล์อยู่ได้ ในกรณีนี้ถ้าแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการรักษาโรคและเป็นผู้ที่ต้องการจะรักษาคำบัญชาของอัลลอฮ์ไว้มองเห็นว่ามันไม่มีทางเลือกอื่น ยกเว้นจะต้องใช้ยาที่มีแอลกอฮอล์ ชะรีอะฮ์ก็อนุญาตให้ใช้ยานั้นได้ ทั้งนี้เพราะวัตถุประสงค์ของอิสลามก็คือเพื่อสวัสดิภาพของมนุษย์ แต่อย่างไรก็ตาม เราจะต้องระลึกอยู่เสมอว่ากรณียกเว้นนี้ได้ถูกจำกัดไว้อย่างเคร่งครัดให้แก่กรณีที่จำเป็นจริงๆเท่านั้น แต่ถ้าหากผู้ใดตกอยู่ในภาวะคับขัน โดยไม่เจตนาขัดขึ้นและไม่ใช้ละเมิด ดังนั้น พระผู้อภิบาลของเจ้าเป็นผู้ทรงให้อภัยผู้ทรงเมตตาเสมอ” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

1.20 ยาเสพติด

“ค็อมร คือสิ่งที่ทำให้ความคิดจิตใจสับสน” นี่คือคำพูดที่อุมร์ อิบน์ อัลค็อฏฏอบ (2551) ยืนยันบนแท่นเทศนาของท่านศาสดา และคำพูดนี้ได้ทำให้เรามีเกณฑ์ตัดสินในการที่จะกำหนดว่าอะไรตกอยู่ในค็อมรประเภทต้องห้าม ดังนั้น มันจึงไม่มีช่องโหว่ให้มีความสงสัย และคำถามโผล่ขึ้นมาอีก สิ่งใดก็ตามที่ทำให้ความคิดจิตใจสับสนหรือเมาเมา ทำให้ความสามารถทางความคิดเสื่อมเสีย ล้วนเป็นสิ่งที่อัลลอฮ์และท่านรอซูลุลลอฮ์ทรงห้าม ตราบจนกระทั่งถึงวันแห่งการฟื้นคืนชีพ ยาเสพติด เช่น ัญชา โคเคน ผีนและสิ่งอื่นๆ ในทำนองนี้ถูกจัดไว้ในค็อมรที่ต้องห้ามทั้งสิ้น เป็นที่รู้กันดีว่าการใช้ยาเสพติดดังกล่าวนี้มีผลต่อประสาทความรู้สึกทั้งสิ้น เช่น มองเห็นสิ่งที่อยู่ใกล้เป็นไกลและไกลเป็นใกล้ ก่อให้เกิดภาพหลอน เป็นต้น นอกจากนี้แล้วการใช้ยาเสพติดยังเป็นการทำลายความสามารถในการใช้เหตุผล และการตัดสินใจอีกด้วย การใช้ยาดังกล่าวเป็นเพียงวิธีการหนึ่งในการหนีความจริงภายในของความรู้สึกและความจริงภายนอกของชีวิตและศาสนาไปสู่อาณาจักรแห่งความเพ้อฝันและจินตนาการ นอกจากจะมีผลทางด้านจิตวิทยาแล้วยังมีผลต่อทางร่างกายด้วย เช่น ทำให้สุขภาพโดยทั่วไปเสื่อมโทรม ความสำนึกทางศีลธรรมตกต่ำ และละทิ้งความรับผิดชอบ เป็นต้น

ในที่สุดการใช้ยาเสพติดก็จะทำให้บุคคลเป็นสมาชิกที่เป็นโรคของสังคม ยิ่งไปกว่านั้น การติดยาเสพติดยังอาจมีผลทำให้ครอบครัวแตกแยก หรือแม้แต่อาชญากรรมอีกด้วย และเนื่องจากการติดยาเสพติดต้องใช้เงินจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ติดยาอาจจะต้องเบียดเบียนเอาเงินเลี้ยงดูครอบครัวมาซื้อยาเสพติด และอาจจะต้องใช้วิธีการที่ผิดกฎหมายเพื่อให้ได้มันมา

เมื่อเราคิดถึงหลักการที่ว่าสิ่งที่ไม่บริสุทธิ์ และสิ่งที่เปื้อนอันตรายได้ถูกทำให้เป็นสิ่งที่ฮารอมแล้ว เราจึงไม่มีข้อสงสัยถึงการห้ามสิ่งที่น่ารังเกียจ เช่น พวทยาเสพติดทั้งหลายเลย เพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นอันตรายและมีผลร้ายต่อร่างกาย จิตใจ ศีลธรรม สังคม และเศรษฐกิจ บรรดานักกฎหมายมีมติเป็นเอกฉันท์ในการห้ามยาเสพติดทั้งหลายที่มนุษย์ใช้กันมาตลอดระยะเวลาและในสถานที่ต่างๆ ในบรรดาบุคคลเหล่านี้ก็มี อิบน์ตุลมียะฮ์ (2551) กล่าวว่า หญ้าแซ่งนี้ (กัญชา) เป็นสิ่งฮารอม ไม่ว่ามันจะสร้างสิ่งมีนเมาหรือไม่ คนมีบาปเสพมัน เพราะพวกเขาพบว่ามันทำให้เพเลิดเพลิน และเสื่อมทุกอย่างซึ่งผลของมันเหมือนกับกาเมา ขณะที่สุราทำให้คนดื่มเอะอะและทะเลาะวิวาท กัญชาจะทำให้คนเสพปัญญาทึบและเชื่องซึม ยิ่งไปกว่านั้น การสูบกัญชาก็ยังเป็นการรบกวนความคิด และอารมณ์ กระตุ้นความต้องการทางเพศ และนำไปสู่การกระทำสำส่อนที่ปราศจากความอาย ซึ่งนี่เป็นบาปใหญ่กว่าบาปทั้งหลายที่มีสาเหตุมาจากการดื่มเหล้า การสูบกัญชาเป็นที่แพร่หลายกันอย่างมากในหมู่ประชาชน หลังจากที่พวกตาดาร์เข้ามา การลงโทษสำหรับการเสพกัญชาไม่ว่าจะในปริมาณมากน้อยแค่ไหนก็ตาม ก็เช่นเดียวกับการลงโทษสำหรับการดื่มสุรานั้นคือ การเชือด 80 หรือ 40 ที

2. เสื้อผ้าและเครื่องประดับ

(บรรจง ปินกาชัน, 2547) กล่าวว่า หลักการอิสลามเกี่ยวกับฮาลาลและฮารอมในเรื่องของเสื้อผ้าและเครื่องประดับไว้ ดังนี้

อิสลามจะให้มุสลิมระมัดระวังเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของตัวเองให้สวมใส่เสื้อผ้าที่ประณีตเรียบร้อย รู้จักรักษาเอกลักษณ์ ศักดิ์ศรีของตัวเอง และได้รับความสุขจากสิ่งที่อัลลอฮ์ได้สร้างมา เพื่อวัตถุประสงค์แห่งการสวมใส่และการประดับประดาจากทัศนะของอิสลาม การสวมใส่เสื้อผ้ามีวัตถุประสงค์สองประการด้วยกัน คือ เพื่อเป็นการปกปิดร่างกาย และเพื่อเป็นการทำให้บุคลิกลักษณะงามสง่า อัลลอฮ์ได้ถือว่า การประทานเสื้อผ้าและเครื่องประดับให้แก่มนุษย์เป็นความโปรดปรานอย่างหนึ่งของพระองค์ที่ทรงมีต่อ มนุษยชาติ “ลูกๆ ของอาดัมเอ๋ย แน่นอน เราได้ประทานลงมาแก่ผู้เจ้าซึ่งอาภรณ์เพื่อปกปิดสิ่งพึงอายแก่ผู้เจ้าและเป็นเครื่องประดับ” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) ใครก็ตามที่ละทิ้งสิ่งหนึ่งสิ่งใดในสองสิ่งนี้ กล่าวคือการปกปิดหรือการประดับประดาก็แสดงว่าเขาผู้นั้นได้หันเหออกไปจากทางของอิสลามไปสู่ทางของชาตาน ดังนั้น อัลลอฮ์จึงทรงเตือนมนุษย์เกี่ยวกับการเปลือย

ร่างกายและการละทิ้งบุคลิกลักษณะที่ดี นี่เป็นกับดักของมารในโองการที่ว่า “ลูกๆ ของอาดัม เอ๋ย จงอย่าให้มารลวงสู่เจ้า ดังที่มันได้ทำให้พ่อแม่ของสุเจ้าออกจากสวนนั้น มันได้ทำให้ อารมณ์ของเขาทั้งสอง (อาดัมและฮาวา) หลุดลွ่ยออกจากตัวเพื่อมันจะได้เปิดเผยแก่ทั้งสอง” และ “ลูกๆ ของอาดัมเอ๋ย จงแต่งกายของสุเจ้าให้เรียบร้อยทุกๆ ครั้งที่มาซ และจงกิน และจง ดื่ม และจงอย่าสุรุษสุร้าย” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) อิสลามถือว่าเป็น หน้าที่ของมุสลิมที่จะต้องปกปิดสิ่งฟุ้งสวณไว้ ทั้งนี้ เพื่อที่พวกเขาจะได้แยกตัวเองออกจากสัตว์ ที่เปลือยเปล่า ความจริงแล้วอิสลามห้ามมุสลิมมิให้เปิดเผยส่วนที่ฟุ้งสวณของร่างกาย ถึงแม้ว่า จะอยู่ตามลำพังก็ตาม ทั้งนี้ เพื่อที่เขาจะได้รักษาความบริสุทธิ์ในศีลธรรมและศาสนาของเขาไว้

2.1 ความสะอาดและความสวยงามคือลักษณะของอิสลาม ก่อนที่เราจะเข้าไปถึง ปัญหาเรื่องเครื่องประดับและบุคลิกลักษณะที่ดีนั้น อิสลามได้ให้ความสำคัญแก่ความสะอาด เป็นอย่างมาก เพราะความสะอาดเป็นแก่นสำคัญของลักษณะท่าทางที่ดี และเป็นความ สวยงามของการประดับทุกอย่าง ท่านศาสดา กล่าวว่า “จงทำตัวท่านเองให้สะอาด เพราะอิสลามคือความสะอาด” (อิบนุ ฮิบบาน, 2551) และ “ความสะอาดเชิญชวนไปสู่ความ ศรัทธา และความศรัทธานำ เจ้าของมันไปสู่สวนสวรรค์” (ญะาะบะรอญี, 2551)

2.2 ทองคำและผ้าไหมบริสุทธิ์เป็นสิ่งฮาลาลสำหรับผู้ชาย อิสลามไม่เพียงแต่จะ อนุญาตให้มีการแต่งกายให้สะอาดเท่านั้น แต่ยังต้องการให้มุสลิมแต่งกายให้สวยงาม และ โดยทั่วไปแล้ว อิสลามก็ปฏิเสธความพยายามใดๆ ในอันที่จะห้ามมันอีกด้วย อย่างไรก็ตาม อิสลาม ก็ได้ห้ามการประดับประดา 2 ประเภทไว้สำหรับผู้ชาย แต่ขณะเดียวกันก็ให้อนุญาต สำหรับผู้หญิง เครื่องประดับ 2 ประเภทนี้คือ ทองคำและเสื้อผ้าที่ทำด้วยไหมบริสุทธิ์ ท่านอะลี ได้รายงานของท่าน ศาสดามุฮัมมัดได้ถือผ้าไหมไว้ในมือขวาและถือทองคำไว้ในมือซ้าย และ ประกาศว่า “สองสิ่งนี้เป็นที่ฮาลาลสำหรับผู้ชายทั้งหลายที่เป็นผู้ตามฉัน” (อบู ดาวูด, อะหมัด, นะซาลี, อิบนุ ฮิบบาน และ อิบนุ มาญะฮ์, 2551) อุมร์เองก็ได้รายงานของท่านศาสดา กล่าวว่า “จงอย่าสวมใส่ผ้าไหม เพราะบรรดาผู้ที่สวมใส่มันในชีวิตนี้จะไม่ได้สวมใส่มันในโลกหน้า” (บุคอรี และมุสลิม, 2551)

การห้ามเช่นเดียวกันนี้ได้นำไปใช้กับการใช้สิ่งต่างๆ ที่เรามองเห็นว่าเป็นสิ่งของ เครื่องใช้ที่ทำให้ตกเป็นเป้าสายตาด้วย เช่น ปากกาทองคำ นาฬิกาเรือนทองกล่องใส่บุหรี และไฟแช็คทองคำ ฟันทองและอื่นๆ สำหรับโลหะอื่นๆ เช่น เหล็กนั้นไม่มีหลักฐานตัวบทที่ แข็งแรงกล่าวห้ามไว้ในทางตรงกันข้าม ในหะดีษที่มีหลักฐานเชื่อถือได้ของบุคอรี เราได้พบว่า ท่านรอซูลุลลอฮ์ได้แนะนำชายที่ต้องการจะแต่งงานกับหญิงว่า “จงให้ของขวัญแก่นาง

แม้ว่ามันจะเป็นแหวนที่มาจากเหล็ก” จากหะดีษนี้แสดงให้เห็นถึงการอนุญาตให้สวมใส่แหวนเหล็กได้อย่างชัดเจน

2.3 เหตุผลของการห้ามสองสิ่งนี้สำหรับผู้ชาย สำหรับการที่อิสลามห้ามผู้ชายใช้ทองคำ และผ้าไหมนั้น ก็เพราะอิสลามต้องการที่จะบรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการศึกษาและศีลธรรมที่อิสลามตั้งไว้ กล่าวคือ เนื่องจากอิสลามเป็นศาสนาแห่งการปฏิรูป (การดีนรรนต่อสู) และ ศาสนาแห่งความเข้มแข็ง ดังนั้น อิสลามจะต้องรักษาคุณสมบัติความเป็นผู้ชายของผู้ชายไว้ให้พ้นจากการแสดงถึงความอ่อนแอ ความเฉื่อยชา และเชื่องซึม อัลลอฮ์ได้ทำให้กายภาพของผู้ชายแตกต่างไปจากของผู้หญิง และมันไม่เหมาะสมสำหรับผู้ชายที่จะไปสวมใส่เสื้อผ้าที่สวยงามหรือ ประดับร่างกายด้วยเครื่องประดับราคาแพง อย่างไรก็ตาม ในการห้ามสิ่งเหล่านี้อิสลามก็มี วัตถุประสงค์ทางด้านสังคมแฝงอยู่ด้วย กล่าวคือ การห้ามผู้ชายใส่ทองและผ้าไหมนี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนการอิสลามในการที่จะทำลายความฟุ่มเฟือยในการดำรงชีวิตจากทัศนะของกูรอาน ชีวิตที่ฟุ่มเฟือยเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความอ่อนแอ และการพังทลายของชาติต่างๆ นอกจากนี้แล้ว ความฟุ่มเฟือยยังเป็นการแสดงออกถึงความไม่เป็นธรรมทางสังคมด้วย เพราะมีคนส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถหาสิ่งฟุ่มเฟือยมาได้ท่ามกลางความทุกข์ยาก ขาดแคลนของมวลชนส่วนใหญ่ นอกจากนี้แล้วชีวิตที่ฟุ่มเฟือยเป็นศัตรูตัวหนึ่งของการเรียกร้องไปสู่สังคม ความยุติธรรม และการปฏิรูปทางสังคม คัมภีร์กูรอานกล่าวว่า "และเมื่อเราปรารถนาที่จะทำลายเมืองใด เราได้ปล่อยให้คนที่รักความฟุ้งเฟ้อของเมืองนั้นทำความชั่วช้า ดังนั้น พระดำรัสนั้นสมควรแก่มัน ฉะนั้น เราได้ทำลายมันอย่างพินาศ" (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับประเทศไทย, 2542) ในการรักษาเจตนารมณ์ของคัมภีร์กูรอานไว้นั้น ท่านศาสดามุฮัมมัดได้ห้ามมุสลิมบริโภคสิ่งฟุ่มเฟือยฟุ้งเฟ้อ ท่านไม่เพียงแต่จะห้ามการใช้ทองคำและผ้าไหมแก่ผู้ชายเท่านั้น แต่ยังได้ห้ามทั้งชายและหญิงใช้สิ่งของเครื่องใช้ที่ทำด้วยเงินและทองอีกด้วย

ประการสุดท้าย ในการพิจารณาทางด้านเศรษฐกิจ เราจะเห็นว่าข้อห้ามดังกล่าวนี้มีเหตุผลมาก เพราะทองคำเป็นสื่อกลางสากลในการแลกเปลี่ยน ดังนั้น การใช้ทองคำมาทำเป็นเครื่องใช้ หรือเครื่องประดับสำหรับผู้ชาย จึงไม่กินกันปัญญาในแง่ของเศรษฐกิจ

2.4 ทำไมทองคำและผ้าไหมจึงเป็นที่อนุญาตสำหรับผู้หญิง การที่ผู้หญิงได้รับการยกเว้นจากการห้ามดังกล่าวก็เนื่องมาจากลักษณะแห่งความเป็นผู้หญิงของเธอเอง เพราะผู้หญิงมีธรรมชาติของการรักเครื่องเพชรพลอยและสิ่งประดับที่สวยงาม อย่างไรก็ตาม ผู้หญิงก็ถูกห้ามมิให้ใช้เครื่องประดับของเธอไปในทางที่จะดึงดูด และกระตุ้นความปรารถนาทางเพศของชาย มีหะดีษบทหนึ่งกล่าวว่า “เมื่อผู้หญิงใส่น้ำหอม และเข้าไปในหมู่ผู้คน

เพื่อที่จะให้กลิ่นหอมไปถึงคนเหล่านั้น นางเป็นโสเภณีคนหนึ่งและตาที่มองไปยังเธอคือตาของผู้ที่ผิดประเวณี” (นะซาลี, อิบน์ เคาะซิมะฮ์ และ อิบน์ ฮิบบาน, 2551)

2.5 เสื้อผ้าของผู้หญิงมุสลิม อิสลามถือว่าเป็นที่ฮารอมสำหรับผู้หญิงที่จะสวมใส่เสื้อผ้าที่ไม่สามารถปกปิดร่างกาย และเสื้อผ้าที่บางโปร่งแสงซึ่งเปิดเผยให้เห็นถึงสิ่งที่อยู่ภายใน เช่นเดียวกัน อิสลามก็ถือว่ามันเป็นที่ฮารอมในอันที่จะใส่เสื้อผ้าเข้ารูปที่แสดงให้เห็นถึงส่วนโค้งเว้าของร่างกาย โดยเฉพาะส่วนที่เป็นจุดดึงดูดทางเพศ

การที่ท่านศาสดาได้อธิบายว่าหญิงที่ใส่เสื้อผ้าแล้วก็ยังเปลือยนั้น หมายถึงการที่ผู้หญิงใส่เสื้อผ้าบางโปร่งนั้น นางมิได้มีเจตนาที่จะปกปิดร่างกายของนาง แต่ตั้งใจที่จะอวดร่างกายของนางมากกว่า ท่านศาสดาผู้พูดถึงทรงผมของ ผู้หญิงว่าเหมือนกับโหนดของอูฐก็เพราะว่านางเหล่านั้นทำทรงผมเหมือนกับหม้อข้าวครอบอยู่บนหัว การที่ท่านพูดเช่นนั้นแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้ที่สามารถมองการณ์ไกลในอนาคตได้เป็นศตวรรษ จนกระทั่งถึงปัจจุบันไม่เพียงแต่เท่านั้น ผู้หญิงหลายคนซึ่งไม่พอใจกับทรงผมที่พระผู้เป็นเจ้าได้ประทานมาให้ตามธรรมชาติ ยังได้ซื้อผมปลอมมาเสริมผมของตัวเองให้สวยงามมากขึ้น โดยคิดว่ามันจะทำให้เธอดูสวย และเป็นที่ดึงดูดสายตาเพศตรงข้ามมากขึ้น

2.6 การลองเลียนแบบเพศตรงข้าม ท่านศาสดาได้ประกาศว่าผู้หญิงจะต้องไม่สวมใส่เสื้อผ้าของผู้ชาย และผู้ชายจะต้องไม่สวมใส่เสื้อผ้าของผู้หญิง และท่านได้ประณามผู้ที่ทำเช่นนั้นอย่างรุนแรง การเลียนแบบนี้ รวมถึงลักษณะการพูด การเดิน และอื่นๆอีกด้วยการกระทำดังกล่าวมีผลต่อบุคคลและสังคมก็คือ มันเป็นการฝ่าฝืนธรรมชาติของสิ่งต่างๆ ตามกฎระเบียบทางธรรมชาตินี้ ผู้ชายและผู้หญิงต่างมีลักษณะทางสัญชาตญาณเป็นของตัวเอง ถ้าหากผู้ชายกลายเป็นผู้หญิง และผู้หญิงทำตัวเองเป็นผู้ชาย ระเบียบ แบบแผนทางธรรมชาติก็จะมีแต่ความโกลาหลวุ่นวาย ในบรรดาผู้ที่ถูกประณามโดยอัลลอฮ์ และบรรดามลาอิกะฮ์ทั้งในโลกนี้และโลกหน้าด้วยนั้น ท่านศาสดามุฮัมมัดได้เอ่ยคนที่อัลลอฮ์ได้ทำให้เป็นผู้ชายแต่พยายามที่จะทำให้ตัวเองเป็นผู้หญิงและผู้ที่อัลลอฮ์ทำให้เป็นผู้หญิงแต่พยายามที่จะทำให้ตัวเองเป็นผู้ชายด้วยการลอกเลียนแบบเพศตรงข้ามเอาไว้ด้วย (รายงานโดย เฎาะบะรอนี) ดังนั้นเหตุผลดังกล่าว ท่านศาสดามุฮัมมัดจึงได้ห้ามผู้ชายสวมใส่เสื้อผ้าที่ประดับประดาด้วยเครื่องประดับของผู้หญิง

2.7 การแต่งกายเพื่อโอ้อวด กฎทั่วไปสำหรับการแสวงหาความสุขจากสิ่งที่ดีของชีวิต เช่น อาหาร เครื่องดื่ม และเสื้อผ้าก็คือการใช้สิ่งเหล่านี้จะต้องไม่กระทำไปด้วยความฟุ่มเฟือยหรือเพื่อการโอ้อวด การฟุ่มเฟือย หมายถึง การละเมิดหรือการเกินขอบเขตสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการใช้สิ่งฮาลาลในขณะที่การโอ้อวด หมายถึง เจตนามากกว่าสิ่งที่ปรากฏให้เห็นภายนอก

การอ้อวด หมายถึง เจตนาที่มองตัวเองเหนือกว่าคนอื่น “อัลลอฮ์ไม่ทรงรักทุกๆผู้โอหัง ผู้คุยโว” (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) ท่านศาสดา กล่าวว่า “ในวันแห่งการฟื้น อัลลอฮ์จะไม่มองคนที่ลากเลื้อยคลุมด้านหลังของเขาด้วยความอ้อวด” (บุคอรีย และมุสลิม, 2551) เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงให้พ้นแม้กระทั่ง ความรู้สึกอ้อวด ท่านศาสดาได้ห้ามมุสลิมสวมเสื้อผ้าน่าสมัย กล่าวคือ เสื้อผ้าที่สวมใส่เพื่อดึงดูดคนอื่น และก่อให้เกิดการแข่งขันในสิ่งที่ไร้สาระ

2.8 การเสริมสวยด้วยการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่อัลลอฮ์ทรงสร้างมา อิสลามประณามการเสริมสวยด้วยการเปลี่ยนแปลงลักษณะของร่างกายที่อัลลอฮ์สร้างมาให้มนุษย์ โดยถือว่าการเปลี่ยนแปลงเช่นนั้นเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย และเป็นงานของมารผู้ “จะบัญชาพวกเขา จนพวกเขาเปลี่ยนการสร้างของอัลลอฮ์”

2.9 ห้ามการสัก การตัดฟัน และการทำศัลยกรรมตกแต่ง ในบรรดาสิ่งเลวเถิดที่อิสลามห้ามก็มีการสัก และการตัดฟันให้สั้น ซึ่งการเสริมสวยประเภทนี้เป็นที่ปฏิบัติในหมู่คนอาหรับ สมัยก่อนอิสลาม “ทำรอซูลุลลอฮ์ได้สาปแช่งผู้ที่ทำการสัก และผู้ที่ถูกสัก ผู้ที่ตัดฟัน และผู้ที่ถูกตัดฟัน” (มุสลิม, 2551) เกี่ยวกับเรื่องการสักซึ่งเป็นการวาดภาพถาวรลงไปในเนื้อหนังของมนุษย์นั้น ในอดีต พวกอาหรับบางคนโดยเฉพาะผู้หญิงชอบปฏิบัติกัน ในขณะที่คนในนิกายศาสนาบางนิกาย จะสักรูปเทวรูปและบทสวดทางศาสนาไว้บนมือและหน้าอกของตน เนื่องจากการสักต้องอาศัยเข็ม จัมน้ำหมึกที่แทงลงไปในเนื้อหนังของผู้ที่ถูกสัก ซึ่งก่อให้เกิดความเจ็บปวด ดังนั้น ทั้งผู้สักและผู้ถูกสักจึงได้ถูกประณาม

ส่วนเรื่องการตัดฟันนั้น ท่านศาสดามุฮัมมัดได้ประณามทั้งชายและหญิงผู้ทำ และผู้หญิงที่ขอให้ทำ ถ้าหากผู้ชายทำ เขาจะได้รับการสาปแช่งที่รุนแรงกว่า ในทำนองเดียวกัน ท่านศาสดาก็ได้ห้ามการทำช่องฟันให้ห่างด้วย และท่านได้ประณามว่า “ ผู้หญิงที่ถ่างช่องว่างระหว่างฟันของตัวเองและผู้อื่นเพื่อความสวยงามนั้น กำลังเปลี่ยนแปลงสิ่งที่อัลลอฮ์ได้ทรงสร้างมา” (มุสลิม , 2551) ทั้งนี้ เพราะอิสลามถือว่าการกระทำความดังกล่าวเป็นรูปแบบหนึ่งของการหลอกลวงและเป็นการเสริมความงามส่วนบุคคลที่เกินความจำเป็น ซึ่งทั้งสองอย่างนี้อิสลามไม่สนับสนุน

จากหะดีษที่กล่าวมานี้ ทำให้เราได้รู้ถึงกฎของชะรีอะฮ์อิสลามเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมพลาสติกด้วย เราจะเห็นว่าการทำศัลยกรรมตกแต่งเพื่อเสริมความงามซึ่งเป็นที่ปฏิบัติกันแพร่หลายในปัจจุบันนั้น เป็นผลมาจากลักษณะทางวัตถุนิยมของอารยธรรมตะวันตก ซึ่งเป็นอารยธรรมที่เน้นถึงร่างกายและความต้องการ ผู้ชายและผู้หญิงต้องใช้เงินนับหมื่นนับแสน เพื่อการเสริมแต่งจมูกหรือหน้าอก หรือเสริมแต่งอะไรก็ตามที่พวกเขาเห็นว่ามันขาดหายไป พฤติกรรมเช่นนี้ส่วนใหญ่แล้วเป็นการเสริมความงามที่เกินขอบเขต เป็นการ

เปลี่ยนแปลง ที่อัลลอฮ์สร้างมาโดยไม่จำเป็น ดังนั้น จึงได้รับการประณามจากอัลลอฮ์และศาสนาดาวพระองค์ ทำนองเดียวกัน การทำศัลยกรรมตกแต่งประเภทนี้ยังก่อให้เกิดความทรมาน ความเจ็บปวด และการสิ้นเปลืองเงินทองเพียงเพื่อรูปร่างหน้าตาของตัวเองเท่านั้น โดยหาได้คำนึงถึงจิตใจแต่อย่างใดไม่

2.10 การถอนขนคิ้ว ในบรรดาการเสริมความงามจนเกินขอบเขตอีกอย่างหนึ่งซึ่งอิสลามห้ามก็คือ อัล-นัม ซึ่งหมายถึง การดึงขนคิ้วออกให้บางลง เกี่ยวกับเรื่องนี้ท่านศาสดามุฮัมมัดได้ประณามหญิงที่ถอน และหญิงที่ขอให้คนอื่นถอนขนคิ้ว การที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะการถอนขนคิ้วเป็นสิ่งที่โสเภณีทำกัน

2.11 ผมปลอมและปอยผมสำหรับแซมผมธรรมชาติ ในประเภทเครื่องประดับของผู้หญิงนั้น การแซมผมอื่นๆเข้าไปในผมของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นผมจริง หรือผมปลอม กล่าวคือ การสวมวิกและแซมปอยผมก็ถือเป็นสิ่งต้องห้ามด้วย มุสเตอคิละฮ์ นั้นหมายถึงผู้หญิงที่ใช้ผมปลอม สำหรับผู้ชายนั้นถูกห้ามอย่างเข้มงวดยิ่งกว่า ไม่ว่าพวกเขาจะเป็นวาคิล (ช่างทำผม) หรือมุสเตคิล อย่างเช่นพวกเด็กหนุ่มฮิปปี้ที่ไว้ผมอย่างผู้หญิง

คอฎฎอบี ได้กล่าวว่า : การลงโทษที่รุนแรงได้ถูกสัญญาไว้ในโลกหน้าสำหรับการปฏิบัติเช่นนั้นเพราะว่ามันเป็นการหลอกลวง ถ้าหากว่าสิ่งใดในบรรดาสิ่งเหล่านี้เป็นที่อนุญาตมันก็จะเป็นการเปิดประตูสำหรับการอูตริในรูปแบบอื่นๆ ยิ่งไปกว่านั้น มันยังเป็นการเปลี่ยนแปลงลักษณะที่อัลลอฮ์ให้มา ดังที่ได้กล่าวไว้ในหะดีษของอิบนุ มัสอูด เกี่ยวกับเรื่อง “ผู้เปลี่ยนแปลงการสร้างสรรค์ของอัลลอฮ์” อีกด้วย สิ่งที่ได้ถูกห้ามไว้ในหะดีษดังกล่าวข้างต้นนั้น คือ การแซมผมของคนอื่นเข้าไปในผมของตนเอง ไม่ว่ามันเป็นผมตามธรรมชาติ หรือผมปลอมก็ตาม เพราะว่าการกระทำเช่นนี้ เป็นการหลอกลวง ส่วนที่ไม่เป็นที่ต้องห้ามนั้นคือ การใช้วัสดุอื่นๆที่นอกเหนือไปจากผม เช่น ด้ายหรือผ้าซึ่งสามารถที่จะนำมาถักทอหรือสานกับผมตามธรรมชาติได้ เกี่ยวกับเรื่องนี้มีหะดีษของท่านศาสดามุฮัมมัดซึ่งรายงานโดยสะอีด อิบนุ ญบัยร กล่าวว่า “ไม่มีสิ่งใดผิดสำหรับตะวานิล” หมายถึง การใช้ขนสัตว์ หรือผ้าไหมมาถักเป็นเปียและอิมาม อะหมัด อิบนี ฮัมบัล ก็ถือว่าเป็นที่อนุญาต

2.12 การย้อมผม การเสริมความงามอีกอย่างหนึ่ง ได้แก่ การย้อมเส้นผมหรือเส้นเคราสีเทา มีรายงานว่าพวกยิว และพวกคริสเตียนได้เลิกทำการย้อมผม เพราะถือว่าการเสริมความงามดังกล่าวเป็นการขัดกับบุคลิกภาพแห่งการเป็นผู้มีคุณธรรม และไม่เหมาะสมสำหรับแรบไบ นักบวช และผู้ถือสันโดษ แต่ท่านศาสดาได้ห้ามมุสลิมมิให้ลอกเลียนแบบ หรือตามอย่างคนพวกนี้ ทั้งนี้เพื่อที่ว่ามุสลิมจะได้มีบุคลิกลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างไป

อย่างไรก็ตาม นี่มิได้เป็นคำสั่ง แต่เป็นเพียงข้อแนะนำให้ทำดังที่เป็น หลักฐานจากการกระทำของบรรดาเศาะฮาบะฮ์ เช่น อับบัส, อุมัร ซึ่งเคยยอมผมของตัวเองใน ขณะที่คนอื่น ๆ เช่น อะลี, อุบัย, อิบน์ กะอ์บ และอะนัสไม่ได้ทำตาม ดังนั้น ปัญหาจึงเหลืออยู่ว่าจะใช้สีย้อมแบบใด ควรจะใช้สีดำหรือว่าจะใช้สิ่งอื่นได้ไหม หรือว่าไม่ควรจะใช้สีดำ ถ้าหากว่ามนุษย์อยู่ในวัยที่มีอายุ มันก็ไม่เป็นการเหมาะสม สำหรับเขาที่จะใช้ยาย้อมผมสีดำกับเส้นผม และเศาะอ์บ ชาว ในวันแห่งการพิชิตมักกะฮ์นั้น อับบัส ได้ แยกอบู เกาะฮะฟะฮ์ พ่อของท่านมา และได้วาง พ่อของท่านไว้ข้างหน้าท่านศาสดา เมื่อได้เห็นอบู เกาะฮะฟะฮ์มีเส้นผมที่ขาวโพลน ท่านศาสดา ได้กล่าวว่า “จงเปลี่ยนมันเสีย แต่อย่าใช้สีดำ” (มุสลิม , 2551)

มุสลิมในยุคต้นๆ รวมทั้งเศาะฮาบะฮ์บางคน เช่น สะอ์ด อิบน์ อับีวักกอส, อุบัยฮ์ บิน อัมรุ, สะฮ์น, สุฮัยบ, ญะรและคนอื่นๆก็อนุญาตให้ใช้ยาย้อมผมสีดำ แต่ในทางตรงกันข้าม นักวิชาการบางคนไม่ถือว่าการใช้ยาย้อมสีดำเป็นที่อนุญาต ยกเว้นในระหว่างสงคราม ทั้งนี้ เพื่อที่จะลงให้เข้าใจเห็นว่าทหารมุสลิมล้วนแล้วแต่เป็นคนหนุ่ม อับู รู ได้เล่าว่า “สิ่งที่ดีที่สุดที่จะ ใช้ย้อมผมสีเทา คือ ดันเทียมน และกะดั้ม” ดันเทียมนทำให้ผมเป็นสีแดง ในขณะที่กะดั้มซึ่งเป็นพืชชนิดหนึ่งจากเยเมน ทำให้ผมมีสีดำแกมแดง อนัสกล่าวว่า “อับบัสได้ย้อมผมของท่านด้วยสีจากดันเทียมน และกะดั้ม แต่อุมัรย้อมด้วยสีจากดันเทียมนอย่างเดียว”

2.13 การไว้เครา บุคอรีย์ได้รายงานจาก อิบน์ อุมัร ว่าท่านศาสดาได้กล่าวว่า “จงให้แตกต่างไปจากพวกที่บูชาเจว็ด (มุช วิกิน, 2551) จงไว้เคราและขลิบหนวด” วัตถุประสงค์ของ หะดีษดังกล่าวต้องการที่จะให้มุสลิมแตกต่างไปจากพวกที่บูชาเจว็ด ซึ่งได้แก่พวกโซโรแอสเตอร์ผู้บูชาไฟ ซึ่งมักจะขลิบหรือไม่ก็โกนเคราของตนเองทิ้ง การที่ท่านศาสดาได้สั่งให้มุสลิม ทำตัวแตกต่างไปจากคนพวกนี้ เนื่องจากท่านมีเจตนาที่จะฝึกอบรมบรรดามุสลิมให้มี บุคลิกลักษณะเป็นของตัวเอง และแตกต่างไปจากคนอื่นทั้งความจริงภายใน และลักษณะ ภายนอก ในขณะเดียวกัน การโกนเคราก็มิได้สอดคล้องกับธรรมชาติของความเป็นชาย เพราะ มันเป็นการพยายามที่จะทำให้เหมือนผู้หญิง ในขณะที่เคราเป็นส่วนหนึ่งซึ่งแสดงถึงความเป็น ชาย อย่างไรก็ตาม การไว้เครานั้นมิได้หมายถึงการปล่อยให้เครายาวออกมาจนรุงรังจนดู เป็นที่น่ารำคาญ แต่เราควรที่จะตัดหรือขลิบมันมิให้ยาว หรือแผ่ขยายออกมามากจนเกินไป เกี่ยวกับเรื่องการโกนเครานี้จึงมีความเห็นอยู่ 3 ประการด้วยกัน ความเห็นแรก ถือว่าเป็นที่ ฮารอม ซึ่งเป็นความเห็นของอิบนุ คัตตะบะฮ์ และคนอื่นๆ ความเห็นที่สองถือว่าเป็นสิ่งมักรูฮซึ่งเป็นความเห็นของอียาฏ และความเห็นสุดท้ายคือมันเป็นที่ยอนุญาต ซึ่งเป็นความเห็นของบรรดา นักวิชาการสมัยใหม่ ความคิดเห็นที่สองซึ่งถือว่าการโกนเคราเป็นมักรูฮนั้นดูจะใกล้เคียงกับความ

จริงและเป็นทางสายกลางมากกว่า ดังเหตุผลที่ได้กล่าวไปแล้วในเรื่องการไว้เคราเพื่อความแตกต่างไปจากบรรดาผู้ไม่ศรัทธาที่นั่นมันเหมือนกับการย้อมผมสีเทาเพื่อที่จะให้แตกต่างไปจากพวกยิวและ พวกคริสเตียน เป็นที่รู้กันว่าเศาะฮาบะฮ์บางคนเองก็ได้ย้อมผมสีเทาของตน ดังนั้น จึงเป็นการแสดงให้เห็นว่าเรื่องนี้เป็นที่แนะนำมากกว่าที่จะเป็นสิ่งที่บังคับ ทำนองเดียวกัน การไว้เคราก็อาจจะถือว่าเป็นข้อแนะนำ แต่มิใช่เป็นข้อบังคับ ดังนั้น การโกนเคราจึงจัดอยู่ในประเภทที่ถูสมากกว่าฮารอม จริงอยู่ที่ไม่มีเศาะฮาบะฮ์คนใดโกนเครา แต่นั่นอาจเป็นเพราะไม่มีความจำเป็นและบางทีอาจเป็นเพราะการไว้เคราเป็นประเพณีของคนเหล่านั้น

บทบัญญัติอิสลาม (หิมาญมุสลิม, 2551) กล่าวถึง บทบัญญัติอิสลามไว้ ดังนี้

บทบัญญัติอิสลามมิได้บัญญัติไว้เฉพาะทางด้านศาสนาเท่านั้น ที่จริงได้บัญญัติไว้ครอบคลุมทั้งด้านศาสนจักรและด้านอาณาจักร โดยไม่มีการแยกออกจากกัน ท่านศาสดาในอิสลาม ปฏิบัติภารกิจของท่านในสองด้านนั้นควบคู่กัน กล่าวคือ ทำหน้าที่ ทั้งด้านศาสนจักรและด้านอาณาจักรพร้อมกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) ซึ่งเป็นศาสดาท่านสุดท้ายของโลก ท่านได้รับบัญญัติจากพระองค์อัลลอฮ์ (ช.บ.) เป็นโองการทั้งหมด 6,666 โองการ เรียกว่า "อัลกุรอาน" เป็นคัมภีร์แห่งพระเจ้าเป็นเจ้าเล่มสุดท้าย

“ฮาลาล” เป็นคำภาษาอาหรับ หมายถึงสิ่งที่ศาสนาอนุมัติ เช่น อนุมัติให้กินอนุมัติให้ดื่ม รวมถึงอนุมัติให้กระทำ ส่วนคำว่า **“ฮารอม”** นั้นเป็นคำที่มีความหมายตรงกันข้าม นั่นก็คือสิ่งที่ศาสนาห้าม การอนุมัติหรือห้ามสิ่งใดในศาสนาอิสลามเป็นคำสั่งใช้ที่มาจากพระเจ้าเป็นเจ้า และมาจากศาสนทูตของพระองค์ท่านนั้น ถือเป็นหลักสำคัญที่มุสลิมทุกคนต้องยึดถือและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เมื่อฮาลาลเป็นดังมาตรฐานที่มาจากพระเจ้า อาหารฮาลาลจึงไม่ได้มีประโยชน์แค่เพียงเฉพาะชาวมุสลิมเท่านั้น แต่ฮาลาลยังเป็นมาตรฐานที่ให้ประโยชน์และคุ้มครองชีวิตมนุษยชาติทั้งหลายอีกด้วย

อิสลามได้กำหนดให้กฎเกี่ยวกับฮาลาลและฮารอม วางรากฐานอยู่บนหลักการดังต่อไปนี้

1. โดยพื้นฐานสิ่งต่างๆ เป็นที่อนุมัติ
2. การอนุมัติและการห้ามเป็นสิทธิของอัลเลาะห์เท่านั้น
3. การห้ามสิ่งฮาลาลและการอนุมัติสิ่งฮารอมเท่ากับการทำชริก (การยึดมั่นสิ่งอื่นเทียบเคียงกับพระเจ้า)
4. การห้ามสิ่งต่างๆ นั้นเนื่องจากความไม่บริสุทธิ์และการเป็นอันตรายของมัน
5. สิ่งที่ยาลาลเป็นที่เพียงพอสำหรับความจำเป็น แต่สิ่งที่ฮารอมนั้นเป็นสิ่งที่เกินความต้องการ

6. อะไรก็ตามที่นำไปสู่ฮารอม สิ่งนั้นก็ฮารอมโดยตัวมันเอง
7. ไม่อนุญาตให้เอาสิ่งที่ฮารอมมาเป็นของฮาลาล
8. เจตนาดีมิได้ทำให้สิ่งฮารอมเป็นที่ยอมรับได้
9. สิ่งใดที่สงสัยให้หลีกเลี่ยง
10. สิ่งฮารอมเป็นที่ต้องห้ามสำหรับทุกคน
11. ความจำเป็นคือสิ่งกำหนดข้อยกเว้น

ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฮาลาลไทย, 2020

ชาวมุสลิมได้รับการสนับสนุนให้เดินทางไปทั่วโลกเพื่อให้พวกเขาชื่นชมความยิ่งใหญ่ของพระเจ้าโดยการสังเกต "สัญลักษณ์" ของความงามและความอุดมสมบูรณ์ของผลงานของพระเจ้า ซึ่งสามารถมองเห็นได้ทุกที่ทั้งในอดีตและปัจจุบัน (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542) อัลกุรอานแนะนำให้เดินทางโดยอัลเลาะห์ให้มนุษย์เดินทางผ่านโลก เพื่อนำบทเรียนจากการสร้างของพระเจ้า โดยความเมตตาของพระองค์ (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย, 2542)

การท่องเที่ยวในอัลกุรอานแสดงให้เห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวและการสำรวจได้รับการเน้นอย่างน้อย 7 ข้อในอัลกุรอาน คือ 1. เพื่อการศึกษาชีวิตของผู้คนในอดีต 2. เพื่อศึกษาชะตากรรมของผู้คนในอดีต 3. เพื่อศึกษาว่าผู้เผยแผ่พระวจนะได้รับการฟื้นคืนชีพอย่างไร 4. เพื่อการศึกษาชีวิตของคนชั่วที่ถูกลงโทษ 5. เพื่อให้ตระหนักเกี่ยวกับสิ่งที่พระเจ้าสร้าง 6. เพื่อให้คิดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้กระทำความผิด 7. เพื่อเยี่ยมชมเมืองที่ปลอดภัยและ 8. พระคัมภีร์กุรอานเรียกผู้คนให้เดินทางและเรียนรู้บทเรียนจากสิ่งที่เกิดขึ้นกับคนนอกศาสนาและผู้ปฏิเสธศรัทธาแห่งสวรรค์

ประวัติชาวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ย้อนกลับไปเมื่อครั้งสร้างกรุงธนบุรีนั้น มีชาวมุสลิมที่มีรากเหง้ามาจากชุมชนมุสลิมจากกรุงศรีอยุธยา รวมทั้งที่สืบเชื้อสายมาจากตระกูลขุนนาง อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่หลายแห่ง เช่น ชุมชนบริเวณริมคลองบางกอกใหญ่และบางกอกน้อย ผู้นำในชุมชนหลายคนได้เป็นขุนนาง ข้าราชการ ราชสำนักในระดับสูงในสมัยธนบุรีต่อเนื่องมาจนถึงรัตนโกสินทร์

ในระยะต้นรัตนโกสินทร์ มีการกวาดต้อนพลเมืองชาวมุสลิมจากปัตตานีเข้ามาตั้งถิ่นฐานในพระนครส่วนหนึ่ง กับอีกส่วนที่อยู่ทางด้านนอกเมืองกระจายไปตามลำคลองขุดใหม่ทางตะวันออกอีกหลายแห่ง ชุมชนมุสลิมถือเป็นอีกกำลังพลเมืองที่ร่วมสร้างพระนครในครั้งต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เช่นเดียวกับผู้คนที่อพยพเคลื่อนย้ายมาจากหัวเมืองประเทศราชอื่นๆ เช่น ชาวลาว ทวาย มอญ เขมร จาม ญวน และชาวจีน ที่เข้ามาตั้งถิ่นฐานปะปนอยู่กับชาวสยาม

และทำให้กรุงเทพมหานครกลายเป็นเมืองที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ศาสนา และ วัฒนธรรม อย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

การสถาปนากรุงเทพฯ เมื่อ พ.ศ.2325 ประชาชนในกรุงเทพฯ อาจจะได้จากตัวเลข ประมาณการของ เซอร์ จอห์น เบาว์ริง ที่เข้ามาถึงเมืองบางกอกในแผ่นดินรัชกาลที่ 4 หลัง สถาปนากรุงเทพฯ ราว 73 ปี บอกว่าจำนวนประชากรทั่วทั้งพระราชอาณาจักรสยามมีไม่เกิน 5 ล้านคน และเป็นประชากรของกรุงเทพฯ ไม่เกิน 3 แสนคน แสดงว่ายุคกรุงธนบุรีกับต้น กรุงเทพฯ เมื่อแรกสถาปนาต้องมีน้อยกว่านั้น อาจมีเพียง 1 แสน หรือ 2 แสน เพราะมีการ กวาดต้อนเชลยศึกและเกณฑ์ไพร่เข้ามาคราวละมากๆ เช่น คราวสร้างกรุงเทพฯ เมื่อรัชกาลที่ 1 เกณฑ์คนจากเขมร ลาว ฯลฯ รัชกาลที่ 2 มีมอญเข้ามาสวามิภักดิ์จนรัชกาลที่ 3 กวาดต้อนลาว เข้ามาเพิ่มและยังไม่แนับจีนที่ทยอยเข้ามาเรื่อยๆจนนับไม่ได้

คนกรุงเทพมหานคร ยุคแรกมีอยู่จำนวนเท่าใดก็ตาม แต่คนทั้งหมดไม่ได้เป็นชาติพันธุ์ เดียวกัน หรือพูดอีกอย่างหนึ่งว่าไม่ได้เป็น "คนไทย" ทั้งหมด และยังไม่มีส่วนเป็น "คนไทย" เหมือนปัจจุบัน อาจจำแนกกลุ่มใหญ่อย่างกว้างๆ ได้ราว 3 กลุ่ม คือ คนพื้นเมือง ดั้งเดิม คนต่างชาติภาษา "นานาประเทศ" และคนไทยสยาม ในจำนวนนี้มีกลุ่มมุสลิมรวมด้วย

คนพื้นเมืองดั้งเดิม พวกนี้ยังไม่รู้ชื่อเรียกตัวเองว่าอะไร แต่ร่องรอยทางวัฒนธรรม ตามที่บอกมาก่อนตอนต้นๆ แล้วว่ามีคนหลายตระกูลภาษาอยู่ปะปนกัน เช่น ตระกูล มาเลย์-จาม ขวา-มลายู ตระกูลมอญ-เขมร ตระกูลลาว-ไทย ครั้นภายหลังมีตระกูล จีน-ทิเบตเข้ามาประสมด้วย หากดูจากกฎมณเฑียรบาลยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ จะพบว่า คนพื้นเมืองดั้งเดิมถูกคนอยุธยาคนนั้นเรียกชื่อ (ในกฎมณเฑียรบาล) ว่า "แขก ขอม ลาว พม่า เมง มอญ มลุมแสง จีน จาม ขวา ชื่อชาติพันธุ์ยุคต้นกรุงศรีอยุธยา ล้วนถูกเรียกรวมเป็นชาว สยามทั้งนั้นโดยไม่จำแนก แต่เมื่อแยกออกเป็นแต่ละชื่อจะได้กลุ่มแขกนับถืออิสลาม ดังนี้

แขก เป็นคำเรียกรวมๆ หมายถึงคนที่นับถือศาสนาพราหมณ์-ฮินดู กับอิสลาม แต่ความหมายตรงนี้เป็นพวกมุสลิมที่นับถือศาสนาอิสลาม มีทั้งพวกมาเลย์-จาม หรือ ขวา-มลายู กับพวกอาหรับ-เปอร์เซีย จนถึงมุสลิมในอินเดีย

จาม เป็นพวกตระกูลมาเลย์-จาม อยู่ในเวียดนามและเขมร แต่เดิมนับถือพุทธ ต่อมาเปลี่ยนไปนับถืออิสลาม ชำนาญการเดินทางทะเลเลียบชายฝั่งมาก่อนชาติพันธุ์อื่น จึงเป็นพวกชำนาญการค้าทางทะเล พระเจ้าแผ่นดินกรุงศรีอยุธยาจัดให้เป็นกองทัพรือเรียก อาษาจาม ที่มีบทบาทสำคัญมาก จึงมีชื่อตำแหน่งเฉพาะผู้เป็นหัวหน้าว่า พระราชวังสัน และมีหลักแหล่งโดยเฉพาะอยู่คลองตะเคียนทางใต้เกาะเมืองพระนครศรีอยุธยาเรียก ปทาคูจาม

ชาว หมายถึง ชาวจาจากเกาะชวาในอินโดนีเซีย ปัจจุบันมีรัฐยิ่งใหญ่ทางทะเลมีราชสำนักรุ่งเรืองมาก และน่าเชื่อว่าคำ ละคอน หรือ ละคร เป็นคำจากชวา-มาเลย์นี้เอง

คนทั้งหมดนี้มีอยู่ในยุคต้นกรุงศรีอยุธยา ถือเป็นชนพื้นเมืองดั้งเดิมของสุวรรณภูมิในอุษาคเนย์ แล้วมีหลักแหล่งผ่านไปมาอยู่ย่านบางกอกบริเวณสองฝั่งแม่น้ำ (เจ้าพระยา) สายเดิม ดังจะเห็นชื่อบ้านตำบลในกำสรวลสมุทรโคลงต้นเป็นภาษาตระกูลมอญ-เขมรหลายแห่ง เช่น สมอราย บางระมาด บางฉนัง ฯลฯ ล้วนถูกเรียกอย่างรวมๆ เป็นชาวสยามทั้งหมด โดยไม่แบ่งแยกเป็นชาติพันธุ์ใดๆ

ช่วงปลายรัชกาลสมเด็จพระนารายณ์มีความขัดแย้งทางการเมืองในราชสำนักเกิดขึ้นบ่อยครั้ง โดยเฉพาะความขัดแย้งระหว่างเจ้านายเชื้อพระวงศ์กับขุนนางมีอำนาจ รวมทั้งขัดแย้งกันเองด้วย ส่งผลให้เกิดกบฏมักกะสันขึ้นที่เมืองธนบุรี ขณะกำลังสร้างป้อมเมืองบางกอก เอกสารของฟอร์บ์ระบุว่า ทหารพื้นเมืองเหล่านั้นเมื่อรู้ว่าฟอร์บ์ซึ่งเป็นทหารฝรั่งเศสจะเป็นผู้บัญชาการต่อไป เลยไม่พอใจ แล้วร่วมกันคิดกบฏ ก็พอดีกับช่วงนั้นมี "แขกมักกะสัน" กลุ่มหนึ่งราว 300 คน ตั้งบ้านเรือนอยู่ย่านคลองตะเคียน นอกพระนครศรีอยุธยาได้สมคบกับเจ้านายพื้นเมืองกลุ่มอื่นๆก่อความวุ่นวายขึ้น แต่ถูกปราบปรามจนต้องลงเรือหนีล่องตามแม่น้ำผ่านไปทางบางกอก เมื่อถูกสกัดกั้นจากกองทหารชาว ยุโรปที่รักษาเมือง พวกทหารพื้นเมืองกับพวกแขกมักกะสันเลยผสมโรงกันก่อความวุ่นวายทั่วเมืองธนบุรีทั้งๆที่มีอาวุธประจำตัวเพียงอย่างเดียวคือกริช แต่กองทหารยุโรปมีปืนทันสมัย ก็ต้องล้มตายมากกว่าจึงปราบลงได้ ชื่อ "มักกะสัน" เพี้ยนจากชื่อหมู่เกาะมาคัสซาร์ (Macassar ปัจจุบันอยู่ในประเทศ อินโดนีเซีย) แต่คนที่ถูกเรียกว่า แขกมักกะสัน มีทั้งมาจากเกาะมาคัสซาร์และเกาะเซลีเบส (Celebes) ที่อยู่ใกล้เคียง มุสลิมที่รอดตายคราวนี้สืบเชื้อสายตั้งบ้านเรือนเป็นชาวกรุงเทพฯต่อมา ดังมีชื่อย่านมักกะสัน และสถานีรถไฟมักกะสัน

กบฏมักกะสัน กลางพุทธศตวรรษที่ 22 เป็นต้นมา สมเด็จพระเจ้าปราสาททองทรงปรับปรุงการค้าระหว่างอยุธยากับเมืองท่าชายฝั่งทะเลด้านตะวันออกของอินเดีย โดยมีขุนนางมุสลิมให้การสนับสนุนเพื่อค้าขายแข่งขันกับพ่อค้ายุโรป แต่ทว่าขุนนางมุสลิมเหล่านี้ถูกขจัดอิทธิพลโดยเจ้าพระยาวิชเยนทร์ (คอนสแตนติน ฟอลคอน) ซึ่งพยายามจะสร้างอิทธิพลขึ้นแทน จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ผลักดันให้พวกมักกะสันก่อการกบฏ (ภาพเขียนและคำบรรยายจากศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา, 2533.)

ในปัจจุบันกรุงเทพฯมีประชากรมุสลิม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 หรือประมาณ 262,023 คน ส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในเขตตะวันออกของกรุงเทพมหานครโดยอาศัยข้อมูลศาสนสถาน จากตำแหน่งที่ตั้งของสุเหร่าหรือมัสยิดจากฐานข้อมูล GIS จำนวน 202 แห่ง

เป็นตัวชี้วัดความหนาแน่นของผู้นับถือศาสนาอิสลาม เนื่องจากสุเหร่าหรือมัสยิดเป็นเสมือนศูนย์รวมจิตใจของชาวมุสลิม โดยพื้นที่ที่มีสุเหร่าหรือมัสยิดหนาแน่นมากที่สุดคือบริเวณฝั่งตะวันตกของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตหนองจอก ซึ่งมีสุเหร่าหรือมัสยิดจำนวน 52 แห่ง รองลงมาคือเขตมีนบุรี 15 แห่ง และเขตสวนหลวงและเขตประเวศ 13 แห่ง (ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง, 2561)

ตาราง 2 จำนวนประชากรมุสลิมจำแนกตามศาสนาและเพศในกรุงเทพมหานคร

ศาสนา	ประชากร		
	รวม	ชาย	หญิง
ยอดรวม	8,305,218	4,032,586	4,272,632
พุทธ	7,686,022	3,713,103	3,972,919
อิสลาม	382,385	187,674	194,711
คริสต์	157,534	87,745	69,789
ฮินดู	22,820	12,006	10,814
ขงจื้อ	6,800	5,286	1,514
ซิกข์	7,183	3,772	3,411
อื่น ๆ	24,330	12,256	12,074
ไม่มีศาสนา	17,091	10,310	6,782
ไม่ทราบ	1,053	435	619

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553

ตาราง 3 ร้อยละของประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามศาสนาและสัญชาติ

ศาสนาและสัญชาติ	ร้อยละ ศาสนา 100.0
พุทธ	92.5
อิสลาม	4.6
คริสต์	1.9
ฮินดู	0.3
ขงจื้อ	0.1
ซิกข์	0.1
อื่นๆ	0.3
ไม่มีศาสนา	0.2

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553

ตาราง 4 จำนวนมัสยิดในกรุงเทพมหานครแบ่งตามเขต พ.ศ. 2556

ลำดับ	เขต	มัสยิด
1	หนองจอก	49
2	มีนบุรี	14
3	ประเวศ	13
4	สวนหลวง	12
5	คลองสามวา	11
6	ทุ่งครุ	10
7	สะพานสูง	9
8	บางกะปิ	8
9	บางคอแหลม	7
10	ลาดกระบัง	7
11	วัฒนา	6
12	บางรัก	5
13	ราชเทวี	5
14	คลองเตย	4
15	คลองสาน	3
16	ธนบุรี	3
17	บางกอกใหญ่	3
18	ปทุม	3
19	คันนายาว	2
20	ดินแดง	2
21	บางกอกน้อย	2
22	บางพลัด	2
23	พระนคร	2
24	ยานนาวา	2
25	ราชบุรีบูรณะ	2
26	วังทองหลาง	2
27	จอมทอง	1

ตาราง 4 (ต่อ)

ลำดับ	เขต	มัสยิด
28	ดุสิต	1
29	บางเขน	1
30	ปทุมวัน	1
31	ป้อมปราบศัตรูพ่าย	1
32	สัมพันธวงศ์	1
33	สาทร	1
34	ห้วยขวาง	1
35	จตุจักร	-
36	ดอนเมือง	-
37	ตลิ่งชัน	-
38	ทวีวัฒนา	-
39	บางขุนเทียน	-
40	บางแค	-
41	บางซื่อ	-
42	บางนา	-
43	บางบอน	-
44	พญาไท	-
45	พระโขนง	-
46	ภาษีเจริญ	-
47	ลาดพร้าว	-
48	สายไหม	-
49	หนองแขม	-
50	หลักสี่	-

ที่มา: กรมการศาสนา, 2556

แนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาล

ความหมายของการท่องเที่ยวฮาลาล

สันติ เสือสมิง (2562) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาลไว้ว่า เป็นการบริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและเกี่ยวเนื่องกับวิถีปฏิบัติ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของชาวมุสลิมในพื้นที่ซึ่งมีการจัดสร้างเส้นทางท่องเที่ยวฮาลาล

การท่องเที่ยวอิสลาม โดยคำจำกัดความขององค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of the Islamic Cooperation) อธิบายว่า การท่องเที่ยวอิสลามเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง โดยมีวัตถุประสงค์ทางศาสนาเป็นส่วนใหญ่ (OIC, 2551)

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2554) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยว ฮาลาลว่าเป็นการบริการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม เริ่มตั้งแต่การให้บริการจากประเทศต้นทางจนถึงประเทศปลายทาง เช่น การโรงแรม สถานที่พัก การขนส่ง ร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิงต่างๆ โดยต้องพิจารณาหลักการ ระเบียบ และเงื่อนไขที่ระบุไว้ตามศาสนาอิสลาม ในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้จะต้องมีการจัดเตรียมสถานที่ (ห้องละหมาด) เพื่อปฏิบัติศาสนกิจตลอดการเดินทาง โดยมีข้อกำหนดในการปฏิบัติ ได้แก่ ต้องให้บริการนักท่องเที่ยวตามหลักศาสนาอิสลามตลอดการเดินทาง มัคคุเทศก์และพนักงานต้องเคารพและรักษา ระเบียบวินัยตามหลักศาสนาอิสลาม ห้ามบริการใดๆที่ขัดกับหลักศาสนา เลือกสถานที่พักตามมาตรฐานฮาลาล เช่น โรงแรม ค่ายพักแรม เป็นต้น เลือกใช้ภัตตาคารหรือร้านอาหารตามมาตรฐานฮาลาล และเลือกใช้บริการการขนส่งตามมาตรฐานฮาลาล

แนวคิดทางเศรษฐกิจสำหรับการท่องเที่ยวอิสลาม เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการขยายตัวไปที่ความสำคัญของการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมและอาหรับ ในแง่ของการรวมตลาดนักท่องเที่ยวใหม่และสถานที่ท่องเที่ยว แนวคิดทางวัฒนธรรมสำหรับการท่องเที่ยวอิสลาม รวมถึงวิสัยทัศน์และแนวคิดที่รวมเอาสถานที่ทางวัฒนธรรมทางศาสนาอิสลามไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วย “การสอน” (Ala-Hamarmeh, 2011)

การท่องเที่ยวฮาลาล ในความหมายแคบอาจหมายถึง "การท่องเที่ยวเชิงศาสนา" แต่ในความหมายกว้างเป็นประเภทของการท่องเที่ยวที่ยึดมั่นกับค่านิยมของศาสนาอิสลาม ค่านิยมเหล่านี้ส่วนใหญ่จะใช้ร่วมกับความเชื่อทางศาสนา การเคารพต่อชุมชนท้องถิ่นและ

สภาพแวดล้อมในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่นที่เหมาะสมและการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอื่นๆ (Hassan, 2550)

การท่องเที่ยวฮาลาล ครอบคลุมกิจกรรมการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อนและเพื่อความบันเทิงโดยใช้หลักการอิสลาม (Dogan, 2553)

คำจำกัดความของการท่องเที่ยวฮาลาล แตกต่างจากคำจำกัดความทั่วไปของการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้เข้าร่วมเป็นมุสลิมและแรงจูงใจในการเดินทางตามวัตถุประสงค์ซึ่งเป็นที่ยอมรับได้ของศาสนาอิสลาม ตามเงื่อนไขเกี่ยวกับกิจกรรมอิสลาม คือจะต้องดำเนินการตามหลักการชาริอะฮ์ซึ่งทำให้กิจกรรมเหล่านี้เป็นที่ยอมรับ (ฮาลาล) ในศาสนาอิสลาม (Zamani-Farahani และ Henderson, 2553)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวฮาลาล

สันติ เลือสมิง (2562) ได้ให้องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวฮาลาลไว้ 6 ประการ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว เปิดกว้างสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมและมีใช้มุสลิม กลุ่มเป้าหมายมีทั้งรายบุคคล หมู่คณะ ครอบครัวยุ โดยไม่จำกัดเพศและอายุ โดยนักท่องเที่ยวหญิงต้องมีมะฮ์รอม (หมายถึง สามีหรือชายที่นักท่องเที่ยวหญิงนั้นไม่สามารถแต่งงานด้วยได้ เช่น บิดา ปู่ ตา ลุง น้า พี่ชายหรือน้องชาย เป็นต้น หรือผู้ปกครองที่เป็นที่ไว้วางใจได้) ในการเดินทางเพื่อเป็นการคุ้มครองความปลอดภัยแก่หญิงที่เดินทางไกลและรักษาเกียรติยศและศักดิ์ศรีของหญิงนั้น โดยการแต่งกายสำหรับหญิงที่จำเป็นต้องปกปิดมิดชิดและการแต่งกายสุภาพ โดยเฉพาะต่อหน้าธารกำนัลหรือสถานที่ที่โหรงหรืองหรือศาสนสถาน เช่น มัสยิด เป็นต้น และต้องมีการแบ่งแยกชายและหญิงที่มีใช้ครอบครัวเดียวกันหรือไม่มีความเป็นมะฮ์รอมระหว่างกันอย่างเป็นกิจจะลักษณะในบางกิจกรรมและบางสถานที่ที่มีเรื่องเพศเป็นตัวกำหนด เช่น ห้องพัก สุขา สระว่ายน้ำ และสปา เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการเกี่ยวกับบริการท่องเที่ยว เช่น บริษัทจัดการท่องเที่ยว โรงแรม สร้างความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว ให้บริการห้องพักที่ถูกต้องตามหลักศาสนา มีร้านอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล มีห้องละหมาดรวมพร้อมที่อาบน้ำละหมาดหรือมีการบอกทักบีสัตในห้องพักและบริการผ้าปูเสื่อหมาดและคัมภีร์อัลกุรอาน ไม่มีการบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมินิบาร์ หรืออาหารที่ไม่ฮาลาล แยกสระว่ายน้ำหรือสปาระหว่างชายหญิง มีสายฉีดชำระในห้องพักหรือสุขา

3. บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่บริการท่องเที่ยว เช่น มัคคุเทศก์ ไม่จำกัดเพศและศาสนา มีใบประกอบวิชาชีพ มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เข้าใจวิถีของนักท่องเที่ยวมุสลิมและชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

4. รูปแบบการท่องเที่ยวฮาลาลและกิจกรรมการท่องเที่ยว ปลอดภัยจากอบายมุขและสิ่งที่ขัดต่อศาสนาบัญญัติ เช่น การท่องเที่ยวที่มีการบริการทางเพศ การเข้าสู่สถานเริงรมย์ อบายนวด สถานทื่อโคจร การบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระหว่างการท่องเที่ยว การพนัน และการซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ต้องห้าม เช่น ของฝากที่ไม่ฮาลาล สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์และปลอมแปลง สินค้าหนีภาษี และวัตถุเชิงศาสนา เช่น พระพุทธรูป พระเครื่อง เป็นต้น ตลอดจนบริการที่ขัดกับหลักศาสนา เช่น การลักทุกประเภท เป็นต้น

5. สถานที่ท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา ป่าไม้ เขื่อน สวนสัตว์ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน ศาสนสถาน และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น แหล่งเรียนรู้ในเชิงการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นพิเศษ เช่น ชุมชนมุสลิม เส้นทางล่าคลอง ศูนย์การเรียนรู้ เป็นต้น เส้นทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น มัสยิดหรือห้องละหมาดเพื่อประกอบศาสนกิจในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว มีสุขาแยกชายหญิง มีที่อาบน้ำละหมาด ร้านอาหารฮาลาล เป็นต้น สถานที่พักในระหว่างการเดินทาง เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น มีความสอดคล้องกับวิถีมุสลิม

6. วัตถุประสงค์และเป้าหมายในการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความศรัทธา และประจักษ์ถึงความยิ่งใหญ่ของอัลลอฮ์ รู้ถึงประวัติความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของสถานที่ท่องเที่ยว เห็นถึงความหลากหลายของผู้คน วิถีชีวิตและความเป็นพหุสังคมและวัฒนธรรม โดยไม่ขัดกับหลักศาสนาทั้งในส่วนวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

Akyol and Kilinc (2557) ได้ให้องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวฮาลาล โดยมีตัวบ่งชี้ต่างๆ ดังนี้

1. ที่พักแรม ไม่มีแอลกอฮอล์ การพนัน อาหารฮาลาลเท่านั้น มีคัมภีร์กูรานเล่มสำหรับละหมาด และลูกศรแสดงทิศทางของนครเมกกะในทุกห้องพัก เติงและห้องน้ำอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ต้องเผชิญกับทิศทางของนครเมกกะ ห้องละหมาด ชุดพนักงานแบบอนุรักษนิยม สถานที่พักผ่อนแยกต่างหากสำหรับชายและหญิง

2. การขนส่งฮาลาล (สายการบิน) ตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับการขนส่งฮาลาล ได้แก่ ความสะอาด เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และสิ่งสิ่งพิมพ์ที่สอดคล้องกับศาสนาอิสลาม

3. อาหารฮาลาล อาหารที่เสิร์ฟในร้านอาหารต้องเป็นอาหารฮาลาล สัตว์ทุกชนิดจะต้องถูกฆ่าตามหลักศาสนาอิสลาม ไม่ให้บริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์

4. แพ็คเก็จทัวร์ฮาลาล เนื้อหาของแพ็คเกจทัวร์จะต้องเป็นไปตามรูปแบบของศาสนาอิสลาม รวมถึงการเยี่ยมชมมัสยิด อนุสาวรีย์ โปรโมชันและกิจกรรมในช่วงรอมฎอน

5. การเงินฮาลาล ทรัพยากรทางการเงินของโรงแรมร้านอาหาร บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวและสายการบินจะต้องสอดคล้องกับหลักการอิสลาม โดยทั่วไปแล้วการเงินอิสลามต้องมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลกำไรและขาดทุนระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในองค์การการเงินนี้ การเงินอิสลามห้ามมิให้มีดอกเบี้ย

เพียงพิศ ศรีประเสริฐและคณะ (2556) ได้แบ่งกลุ่มตลาดสินค้าฮาลาลเป็น 2 กลุ่มคือ

1. ตลาดในกลุ่มประเทศมุสลิมคือ ประเทศในตะวันออกกลาง ได้แก่ แอลจีเรีย อิรัก โมร็อกโก ตูนิเซีย บาห์เรน จอร์แดน โอมาน ตุรกี อียิปต์ คูเวต กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อินโดนีเซีย เลบานอน อิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย เยเมน มาเลเซีย ปากีสถาน ซีเรีย และมีตลาดที่ใหญ่และสำคัญอยู่ในหลายประเทศ เช่น อินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก คิดเป็นร้อยละ 13 ของประชากรมุสลิมทั่วโลก อิหร่าน เป็นประเทศที่มีกำลังซื้อเป็นลำดับต้นๆในกลุ่มประเทศมุสลิม 98% ของประชากรเป็นชาวมุสลิม มาเลเซีย เป็นตลาดสินค้าฮาลาลที่สำคัญและมีประชากรมุสลิมมากกว่า 60% และนิยมสินค้าฮาลาลของไทยมาก เนื่องจากอาหารไทยมีลักษณะคล้ายอาหารพื้นเมืองของมาเลเซียและมีวัฒนธรรมการบริโภคที่คล้ายกัน

2. ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมแต่เป็นตลาดใหญ่สำหรับสินค้าฮาลาล โดยตลาดเอเชียที่สำคัญคือ อินเดีย และตลาดในจีน ถึงแม้จะมีประชากรชาวมุสลิมคิดเป็นร้อยละ 2 เท่านั้น แต่ด้วยจำนวนประชากรที่มีมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก จึงทำให้จีนเป็นตลาดมุสลิมที่มีขนาดใหญ่อีกแห่งหนึ่ง ตลาดฮาลาลในสหรัฐอเมริกา มีการขยายตัวสูงมาก มูลค่าสินค้าฮาลาลเพิ่มขึ้นมากกว่า 70% ตลาดฮาลาลในยุโรป เป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงเช่นกัน เพราะชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่ในยุโรปกว่า 10 ล้านคนมีรายได้สูง รัสเซียแม้จะมีชาวมุสลิมอยู่ไม่มาก แต่มูลค่าการค้าในตลาดฮาลาล เพิ่มขึ้น 30-40% ต่อปี เนื่องจากประชากรหันมาบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและถูกสุขอนามัยมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากเอกสารการวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีความแตกต่างระหว่าง “การท่องเที่ยวฮาลาล” กับ “การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิม”(Muslim Friendly) เนื่องจากลักษณะการท่องเที่ยวฮาลาล สถานประกอบการที่ให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรมหรือ

ภัตตาหาร จะต้องนำเสนอในลักษณะการให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบในทุกพื้นที่ของสถานประกอบการ ต่างกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับมุสลิมที่จำกัดการให้บริการเฉพาะพื้นที่เพียงบางส่วนของสถานประกอบการเท่านั้น (El-Gohary, 2559)

มาตรฐานฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

เพียงพิศ ศรีประเสริฐและคณะ (2556) อธิบายว่าเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านพฤติกรรมมนุษย์ เป็นองค์ความรู้ที่รวมศาสตร์ที่หลากหลายเพื่อให้เข้าใจวิธีการทำงานของผู้บริโภคมุสลิม โดยมี 5 ขั้นตอนของการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ ดังนี้

1. สินค้าหรือบริการนั้นจะต้องได้รับการยอมรับตามหลักการของศาสนาอิสลาม
2. การค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเพื่อตรวจสอบสินค้าและบริการที่เป็นไปตามหลักการศาสนา
3. การประเมินผลทางเลือกที่เกี่ยวข้องกับการให้คะแนนของสินค้าและบริการมีผลต่อความตั้งใจและนำไปสู่พฤติกรรม
4. การตัดสินใจซื้อสินค้าและใช้บริการ
5. พฤติกรรมหลังการซื้อหรือใช้บริการ

เดชวิทย์ นิลวรรณ (2559) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาลไว้ว่า เป็นเครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่างๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับหรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใดๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้งใต้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นต้น

กรมการท่องเที่ยว (2554) กล่าวถึง อาหารฮาลาลคือ อาหารที่ผู้นับถือศาสนาอิสลามสามารถรับประทานได้ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม โดยอาหารดังกล่าวต้องเป็นสิ่งที่ไม่เป็นอันตรายต่อชีวิตและปราศจากส่วนผสมของสิ่งที่ศาสนาอิสลามห้ามบริโภค อาทิ เนื้อสุกร เนื้อสัตว์เลื้อยคลาน เนื้อสัตว์ที่ไม่ผ่านการเชือดตามหลักศาสนาหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ รวมถึงต้องผ่านกระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง และการเก็บรักษาที่ถูกต้องตามบทบัญญัติอิสลาม เช่น ห้ามขนส่งร่วมกับอาหารที่ไม่ฮาลาล รวมถึงเครื่องมือที่ใช้การผลิตมีความสะอาดตามขั้นตอนและต้องคำนึงถึงความปลอดภัย

โดยไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ดังนั้น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย จึงได้ร่วมกันจัดทำมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อกำหนดปัจจัยตัวชี้วัดและเกณฑ์มาตรฐานสำหรับสถานประกอบการร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว
2. เพื่อสร้างคู่มือ/แบบตรวจประเมินคุณภาพ มาตรฐานร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสรุป อาหารฮาลาล หมายถึง สิ่งที่ได้รับการเตรียมและปรุงเพื่อการรับประทานโดยมีการใช้วัตถุดิบ ส่วนผสมและมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม

มาตรฐานอาหารฮาลาลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. มาตรฐานฮาลาลเป็นมาตรฐานบังคับ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 2 เกณฑ์ 13 ตัวชี้วัด ร้านอาหารที่จะผ่านการประเมิน ต้องปฏิบัติตามหลักพื้นฐานฮาลาล (Halal Basic Standard) เนื่องจากเป็นเรื่องของศาสนาทุกตัวชี้วัดจะต้องผ่าน จะขาดตัวชี้วัดตัวหนึ่งตัวใดไม่ได้
2. มาตรฐานตอยยิบัน (สุลักษณะ) เป็นมาตรฐานการส่งเสริม ประกอบด้วย 11 องค์ประกอบ 35 เกณฑ์ 75 ตัวชี้วัด ในการประเมินร้านอาหารต้องมีและปฏิบัติ เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับกฎหมาย ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พระราชบัญญัติควบคุมอาหาร พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พระราชบัญญัติป้องกันและระงับอัคคีภัย พระราชบัญญัติเทศกิจการประเมินตัวชี้วัดด้านตอยยิบัน (สุลักษณะ) สถานประกอบการร้านอาหาร ฮาลาลขนาดเล็ก ต้องได้คะแนนรวมไม่น้อยกว่า 50% ของคะแนนรวมทั้งหมดจึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์

ตัวชี้วัดและเกณฑ์มาตรฐานสำหรับสถานประกอบการร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

1. วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร ได้แก่ เนื้อสัตว์ ไข่ ผัก ผลไม้ วัตถุดิบแปรรูปและสารปรุงแต่ง น้ำดื่ม น้ำใช้ น้ำแข็ง
2. สถานที่ ได้แก่ สถานที่ตั้ง สถานที่เตรียม/ปรุงอาหาร สถานที่รับประทานอาหาร ห้องสุขา
3. การจัดการครัวและส่วนบริการ ได้แก่ การจัดเก็บอาหารที่ปรุงเสร็จและวัสดุที่ใช้การล้าง/ทำความสะอาด

4. ภาชนะและอุปกรณ์ ได้แก่ วัสดุที่ใช้งาน
5. บุคลากร ได้แก่ ผู้สัมผัสอาหาร (เตรียม/ปรุง/เสิร์ฟ)
6. การให้บริการ ได้แก่ มีป้าย/เมนูอาหารพร้อมระบุอาหารที่เป็นธรรม
สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับมัสดิในบริเวณใกล้เคียงได้
7. ความปลอดภัย ได้แก่ การจัดการด้านความปลอดภัย
8. ที่กำจัดมูลฝอย ได้แก่ แนวทางการปฏิบัติ
9. ความรับผิดชอบต่อสังคม
10. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
11. ความสัมพันธ์กับมัสดิและชุมชน

มาตรฐานการให้บริการโรงแรมฮาลาลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

(ธรรมจักร เล็กบรรจงและจตุมา บุญมี, 2559) แบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 การให้บริการ (Operation)

เกณฑ์ 1.1 ไม่บริการสิ่งที่มีแอลกอฮอล์

- 1.2 บริการเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล
- 1.3 พนักงานที่ให้บริการเป็นมุสลิมหรือเข้าใจวิถีของมุสลิมเป็นอย่างดี
- 1.4 ต้องมีการจัดแยกการให้บริการระหว่างพนักงาน ชาย-หญิง
- 1.5 ให้บริการความบันเทิงตามความเหมาะสมตามกฎหมายจารีตประเพณี
- 1.6 บริการคัมภีร์อัลกุรอาน และพรมละหมาดไว้ในห้องพัก

องค์ประกอบที่ 2 การออกแบบภายในโรงแรม

เกณฑ์ 2.1 การออกแบบห้องประชุมสัมมนาและห้องจัดเลี้ยงโดยแบ่งระหว่าง

ชายและหญิง

- 2.2 การออกแบบให้มีชั้นแยกห้องพักระหว่างชาย-หญิง
- 2.3 แยกสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมระหว่างชาย-หญิง
- 2.4 การออกแบบให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจ เช่น
ห้องละหมาด
- 2.5 การออกแบบสัญลักษณ์บอกทิศทางละหมาด (ทิศกิบลัต)
- 2.6 ห้ามไม่ให้มีสถานเริงรมย์ภายในโรงแรมแต่สามารถแสวงหาความบันเทิง
ได้ เช่น การร้องเพลง แต่เนื้อหาของต้องฟังแล้วเหมาะสม ดังนี้

2.6.1 เนื้อหาของเพลงและท่าทางของการร้องไม่ขัดต่อหลักคำสอนของ
ศาสนาอิสลาม

2.6.2 ชาวมุสลิมต่อต้านการบันเทิงที่เกินขอบเขต

2.7 การออกแบบห้องพัก การวางเตียงนอน และห้องน้ำไม่ควรหันไปทางทิศ
เมกกะ

2.8 การออกแบบประติมากรรมเพื่อตกแต่งในส่วนต่างๆ ต้องมีลักษณะไม่
คล้ายหรือเหมือนมนุษย์

องค์ประกอบที่ 3 การจัดทำครัวฮาลาล

เกณฑ์ 3.1 ด้านสถานที่

3.1.1 สถานที่เตรียมปรุงอาหาร แยกครัวอาหารฮาลาลออกจากครัว
ทั่วไปอย่างเด็ดขาด

3.1.2 ห้ามนำสัตว์ทุกชนิดเข้ามาในบริเวณภายในห้องอาหาร หรือทำสิ่ง
ที่ขัดต่อศีลธรรมอันดี

3.1.3 หลีกเลี่ยงสิ่งต้องห้าม เพื่อจำหน่ายในสถานที่ของอาหารฮาลาล
เช่น สุรา เปียร์ เป็นต้น

เกณฑ์ 3.2 วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร

3.2.1 เนื้อสัตว์บกหรือสัตว์ปีกต้องผ่านการเชือดตามหลักศาสนา

3.2.2 สารปรุงแต่ง เป็นสิ่งที่ได้รับการรับรองฮาลาลและทำการจัดเก็บ
แยกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาล

3.2.3 การจัดซื้อวัตถุดิบ การลำเลียงวัตถุดิบต้องไม่มีการปะปนกับ
วัตถุดิบที่ไม่ฮาลาล

3.2.4 กระบวนการ มีการแยกส่วนการปรุงอาหารฮาลาลกับไม่
ฮาลาลอย่างชัดเจน

3.2.5 ภาชนะ/อุปกรณ์ที่ใช้ในการปรุงอาหาร ต้องแยกออกจากอุปกรณ์
ที่ใช้ประกอบอาหารทั่วไปอย่างชัดเจน และไม่นำไปใช้ร่วมกัน

ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559–2563)

วิสัยทัศน์ สรรค์สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลไทยให้มีมาตรฐานชั้นนำในตลาดฮาลาลโลก ภายใต้หลักการศาสนารับรอง วิทยาศาสตร์รองรับ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นรากฐานการผลิตและส่งออกสินค้าและบริการฮาลาลที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียนและของโลก เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย
2. เพื่อสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในสินค้าฮาลาลของไทย
3. เพื่อส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบริการฮาลาลให้ขยายตัวมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยว การบริการครัวฮาลาลตามโรงพยาบาลและโรงแรม การบริการสุขภาพ การรักษาพยาบาล การประกันภัย การประกันชีวิต และธนาคารอิสลาม

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพการพัฒนามาตรฐานและการตรวจรับรองฮาลาล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพการตลาดฮาลาลสู่สากล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาศักยภาพการวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ฮาลาลเพื่อสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศ

แผนพัฒนาของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ร่างยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)

วิสัยทัศน์: ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง การรักษาความสงบภายในประเทศ การพัฒนาศักยภาพในการป้องกันภัยคุกคามทั้งทางทหารและภัยคุกคามอื่นๆ บูรณาการความร่วมมือกับต่างประเทศที่เอื้อให้เกิดความมั่นคง ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ป้องกันภัยคุกคามข้ามชาติ และคุณภาพชีวิตของคนในชาติ การรักษาความมั่นคงและผลประโยชน์ทางทรัพยากรธรรมชาติและทางทะเล การบริหารจัดการความมั่นคงให้สอดคล้องกับแผนงานพัฒนาอื่นๆ เพื่อช่วยเหลือประชาชนและร่วมพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาภาคการผลิตและบริการ การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Society) เพื่อสร้างผู้ประกอบการทางธุรกิจ การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การวางรากฐานที่แข็งแกร่งเพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม (Transformation of Culture) เพื่อสร้างคนไทยที่มีคุณภาพ คุณธรรม จริยธรรม มีระเบียบวินัย เคารพกฎหมาย การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต การปฏิรูปการเรียนรู้แบบพลิกโฉม (Transformation of Learning) การพัฒนาและรักษากลุ่มผู้มีความสามารถพิเศษ (Talents) การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี การสร้างความอยู่ดีมีสุขของครอบครัวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สินของคนทุกกลุ่มในสังคม การสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการทางสังคมอย่างทั่วถึง การเสริมสร้างพลังทางสังคม การสร้างความสมานฉันท์ในสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ยุทธศาสตร์ด้านการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จัดระบบอนุรักษ์ พื้นฟูและป้องกันการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วางระบบบริหารจัดการน้ำอย่างบูรณาการให้มีประสิทธิภาพใน 25 ลุ่มแม่น้ำด้านอุปสงค์และอุปทาน พัฒนาและใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทุกภาคเศรษฐกิจ พัฒนาเมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศและเมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ร่วมลดปัญหาโลกร้อนและปรับตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์และนโยบายการคลังเพื่อสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ การวางระบบบริหารงานราชการแบบบูรณาการ การยกระดับงานบริการประชาชน และอำนวยความสะดวกของภาครัฐสู่ความเป็นเลิศ การปรับปรุงบทบาท ภารกิจ และโครงสร้างของหน่วยงานภาครัฐ การพัฒนาระบบบริหารจัดการกำลังคนและพัฒนาบุคลากรภาครัฐในการปฏิบัติราชการและมีความเป็นมืออาชีพ การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ การปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับให้มีความชัดเจน ทันสมัยเป็นธรรม และสอดคล้องกับข้อบังคับสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ

แผนพัฒนาประเทศไทย 4.0 (พ.ศ. 2560 – 2579)

Thailand 4.0 เป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ และกับดักความไม่สมดุล พร้อมๆกับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ประเทศในโลกรุ่นหนึ่ง ที่มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ในบริบทของโลกยุค The Fourth Industrial Revolution อย่างเป็นรูปธรรม ตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายในควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยขับเคลื่อนผ่านกลไก “ประชารัฐ”

สิ่งที่คนไทยคาดว่าจะได้รับจาก Thailand 4.0

“สังคมไทย 4.0” เป็นสังคมที่มีความหวัง (Hope) เปี่ยมสุข (Happiness) มีความสมานฉันท์ (Harmony) มีความพอเพียง โดยมีคนชนชั้นกลาง เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ เกิดความเท่าเทียมในสังคม ความเหลื่อมล้ำอยู่ในระดับต่ำ มีสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่ดี คนไทย 4.0 ได้รับโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพดีและได้รับสวัสดิการทางสังคมที่เหมาะสมตลอดทุกช่วงชีวิต เป็นคนทันสมัย ทักษะเทคโนโลยีสามารถอยู่บนเวทีโลกได้อย่างภาคภูมิใจ และสามารถมีส่วนร่วมกับนานาชาติ เกษตรกร 4.0 หลุดพ้นจากกับดักความยากจน โดยผันตัวเองจากเกษตรกรผู้ผลิตมาเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farmers) มีการบริหารจัดการที่ดี มีต้นทุนการผลิตต่ำ สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรจากการแปรรูป SME 4.0 ที่สามารถสร้างหรือใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าในสินค้าและบริการ มีความสามารถทางการค้าขาย สามารถเข้าถึงตลาดในประเทศ ตลาดอาเซียนและตลาดโลก ทำให้มีรายได้สูงขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น จังหวัด 4.0 มีการกระจายความเจริญทั่วประเทศ เศรษฐกิจขยายตัว สามารถทำงานในถิ่นฐานบ้านเกิดได้โดยไม่จำเป็นต้องเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ หรือเมืองใหญ่ เนื่องจากมีช่องทาง โอกาส และงานที่ดีกระจายอยู่ในทุกจังหวัดทั่วประเทศ

ยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 น้อมนำพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และถอดรหัสออกมา เป็น 2 ยุทธศาสตร์สำคัญคือ

1. การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from Within) เน้นการปรับเปลี่ยนใน 4 ทิศทางคือ 1) จากการพึ่งพาเศรษฐกิจโลก สู่การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ 2) จากการเน้นการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ สู่การผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม 3) จากการเน้นเงินทุนและทุนทางกายภาพ สู่การเน้นทุนมนุษย์และเทคโนโลยี 4) จากการระงับของความมั่งคั่งและโอกาส สู่การกระจายของความมั่งคั่งและโอกาส การปรับเปลี่ยนใน 4 ทิศทางดังกล่าว จะเกิดขึ้นได้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเน้น “การพัฒนาที่

สมดุล” ใน 4 มิติ อันประกอบด้วย 1. ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ (Economic Wealth) 2. ความอยู่ดีมีสุขของผู้คนในสังคม (Social Well-beings) 3. การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม (Environmental Wellness) 4. การยกระดับศักยภาพและคุณค่าของมนุษย์ (Human Wisdom)

2. การเชื่อมโยงกับประชาคมโลก (Connect to the World) มี 3 ระดับ คือ การเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศ (จากชุมชนสู่จังหวัด และกลุ่มจังหวัด) การเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภูมิภาค (อาเซียน) และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกเพื่อให้อยู่กับประชาคมโลกอย่างเป็นปกติสุขในการขับเคลื่อน Thailand 4.0 รัฐบาลจึงได้น้อมนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก โดยเน้น 1. การอนุรักษ์โลก (Save the Planet) 2. การสร้างสันติภาพที่มั่นคง (Secured Peace) 3. การเติบโตที่ยั่งยืน (Sustainable Growth) 4. การสร้างความเจริญรุ่งเรืองร่วมกัน (Shared Prosperity)

เป้าหมายThailand 4.0 ครอบคลุม 4 มิติ ดังนี้

1. ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเป็น “ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า” (Value – Based Economy) ที่ขับเคลื่อนด้วย นวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์
2. ความอยู่ดีมีสุขทางสังคมเป็น “สังคมที่ไม่ทอดทิ้งใครไว้ข้างหลัง” (Inclusive Society) ด้วยการเติมเต็มศักยภาพของผู้คนในสังคม เพื่อสร้างหลักประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคม และฟื้นความสมานฉันท์และความเป็นปึกแผ่นของคนในสังคมให้กลับคืนมาอีกครั้งหนึ่ง
3. การยกระดับคุณค่ามนุษย์ด้วยการพัฒนาคนไทยให้เป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21” ควบคู่ไปกับการเป็น “คนไทย 4.0 ในโลกที่หนึ่ง”
4. การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม มี “ระบบเศรษฐกิจที่สามารถปรับสภาพตามภูมิอากาศ” ควบคู่ไปกับการเป็น “สังคมคาร์บอนต่ำ” อย่างเต็มรูปแบบ

วาระในการขับเคลื่อน Thailand 4.0

วาระที่ 1 : การเตรียมคนไทย 4.0 ให้พร้อมก้าวสู่โลกที่หนึ่ง

วาระที่ 2 : การพัฒนาคลัสเตอร์เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

วาระที่ 3 : การบ่มเพาะผู้ประกอบการและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

วาระที่ 4 : การเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศผ่าน 18 กลุ่มจังหวัด และ 77 จังหวัด

วาระที่ 5 : การบูรณาการอาเซียน เชื่อมประเทศไทยสู่ประชาคมโลก

กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ Thailand 4.0 : พัฒนากลยุทธ์และอัตลักษณ์ของแบรนด์ Thailand 4.0 ระบุ Brand Key Message พัฒนากลยุทธ์ทางการสื่อสารแบบบูรณาการ โดยให้มีความสอดคล้องกับภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน กลยุทธ์ทางการสื่อสาร การสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) Online Offline ในประเทศและต่างประเทศ ระบุผู้ที่จะเป็นตัวแทน (Brand Ambassador) ในการนำเสนอ Thailand 4.0 คือ นายกรัฐมนตรี

กลุ่มเป้าหมาย : ประชาชนไทยทั่วประเทศ โดยเฉพาะฐานราก ภาครัฐและภาคเอกชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิด และ NGOs สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิดในระดับนานาชาติ Value Proposition ผู้เกี่ยวข้องหลัก (Key Players) รัฐบาล กลุ่มบริษัทชั้นนำ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย/กสท. หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมไทย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)

1. วิสัยทัศน์ ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนเป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

1.1 กรอบวิสัยทัศน์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทย จากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

1.2 กรอบวิสัยทัศน์และเป้าหมายกรอบวิสัยทัศน์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จากสถานะของประเทศและบริบทการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ประเทศกำลังประสบอยู่ทำให้การกำหนดวิสัยทัศน์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ยังคงมีความต่อเนื่องจากวิสัยทัศน์แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 และ กรอบหลักการของการวางแผนที่เน้นนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม การพัฒนาที่ยึดหลักสมดุล ยั่งยืน โดยวิสัยทัศน์ของการพัฒนาในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ระยะยาว “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ของประเทศ

1.3 การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศ (Country Strategic Positioning) เป็นการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำขึ้น ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ (Trading and Service

Nation) เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย แหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และมีนวัตกรรมสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. เป้าหมาย

2.1 การหลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางสู่รายได้สูง

2.2 การพัฒนาศักยภาพคนให้สนับสนุนการเจริญเติบโตของประเทศและการสร้างสังคมสูงวัยอย่างคุณภาพ

2.3 การลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

2.4 การสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.5 การบริหารราชการแผ่นดินที่มีประสิทธิภาพ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนาประเทศในระยะ 5 ปี ซึ่งจะเป็นแผนที่มีความสำคัญในการวางรากฐานการพัฒนาประเทศไปสู่สังคมที่มีความสุขอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่เป็นการรอบการพัฒนาประเทศในระยะยาว รัฐบาลมีนโยบายในการสร้างความมั่นคงและเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งเร่งสร้างสังคมที่มีคุณภาพ โดยการขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่มีต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ตลอดจนการวางแผนการพัฒนาในด้านต่างๆในระยะยาว ครอบคลุมถึงการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การสร้างความมั่นคง มั่งคั่งทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เป็นสิ่งสำคัญที่ประเทศจะต้องมีทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาระยะยาวที่ชัดเจน โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง เพื่อผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับการปฏิรูปประเทศที่มุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุขภาพและสุขภาพที่ดี ครอบคลุมรอบด้าน ตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

2. เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้

3. เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และสร้างความมั่นคงทางพลังงาน อาหาร และน้ำ

4. เพื่อรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้สามารถสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน

5. เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันท่วงที และมีการทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา

6. เพื่อให้มีการบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทันท่วงที และมีการทำงานเชิงบูรณาการของภาคีการพัฒนา

7. เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมีความเชื่อมโยง (Connectivity) กับประเทศต่างๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และนานาชาติได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ประเทศไทยมีบทบาทนำและสร้างสรรค์ในด้านการค้า การบริการ และการลงทุนภายใต้กรอบความร่วมมือต่างๆ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และโลก

ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มีดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ เพื่อปรับเปลี่ยนให้คนในสังคมไทยมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม เพื่อเตรียมคนในสังคมไทยให้มีทักษะในการดำรงชีวิตสำหรับโลกศตวรรษที่ 21 เพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดีตลอดช่วงชีวิต เพื่อเสริมสร้างสถาบันทางสังคมให้มีความเข้มแข็งเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม เพื่อขยายโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่กลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำที่สุด เพื่อให้คนไทยทุกคนเข้าถึงบริการทางสังคมที่มีคุณภาพได้อย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจรายสาขา

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน รักษา ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและมีการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม สร้างความมั่นคงด้านน้ำของประเทศ และการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำทั้งระบบให้มีประสิทธิภาพ บริหารจัดการสิ่งแวดล้อม และลดมลพิษให้มีคุณภาพดีขึ้น พัฒนาชีวิต

ความสามารถในการลดก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการรับมือภัยพิบัติ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน เพื่อปกป้องสถาบันพระมหากษัตริย์และเสริมสร้างความมั่นคงภายใน รวมทั้งป้องกันปัญหาภัยคุกคามที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของชาติ เพื่อสร้างความพร้อมและผนึกกำลังของทุกภาคส่วนให้มีขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านความมั่นคง และมีศักยภาพในการป้องกันและแก้ไขสถานการณ์ที่เกิดจากภัยคุกคามทั้งภัยทางทหารและภัยคุกคามอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือด้านความมั่นคงกับมิตรประเทศในการสนับสนุนการรักษาความสงบสุขและผลประโยชน์ของชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย เพื่อให้ภาครัฐมีขนาดเล็ก มีการบริหารจัดการที่ดี และได้มาตรฐานสากล เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการบริหารจัดการและให้บริการแก่ประชาชนในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และโปร่งใสตรวจสอบได้ เพื่อลดปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบของประเทศ เพื่อพัฒนาระบบและกระบวนการทางกฎหมายให้สามารถอำนวยความสะดวกด้วยความรวดเร็วและเป็นธรรมแก่ประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนส่งและการค้า รวมทั้งมีกลไกกำกับ ดูแลการประกอบกิจการขนส่งที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใส ให้สามารถสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชน เพื่อความมั่นคงทางพลังงาน เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทนและพลังงานสะอาด ตลอดจนขยายโอกาสทางธุรกิจในภูมิภาคอาเซียน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและขยายการให้บริการด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลอย่างทั่วถึงทั้งประเทศในราคาที่เหมาะสมเป็นธรรมและส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลใหม่และนวัตกรรม รวมทั้งพัฒนาระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์ให้มีความมั่นคง และคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลให้แก่ผู้ใช้บริการ การพัฒนาประสิทธิภาพและขยายการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานด้านน้ำประปาทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ลดอัตราการสูญเสียในระบบประปา และสร้างกลไกการบริหารจัดการการประกอบกิจการน้ำประปาในภาพรวมของประเทศ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกิดจากลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อลดการนำเข้าจากต่างประเทศและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นก้าวหน้าให้สนับสนุนการสร้างมูลค่าของสาขาการผลิตและบริการเป้าหมาย เพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงและนำเทคโนโลยีไปใช้กับเกษตรกรรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่มุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ผู้สูงอายุ ผู้ด้อยโอกาสในสังคม และเพิ่มคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อบูรณาการระบบการบริหารจัดการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ให้สามารถดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ เพื่อกระจายความเจริญและโอกาสทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคอย่างทั่วถึงมากขึ้น เพื่อพัฒนาเมืองศูนย์กลางของจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่สำหรับคนทุกกลุ่ม เพื่อพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่เศรษฐกิจหลักให้ขยายตัวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เพื่อพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ให้สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและพัฒนาในพื้นที่อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 10 ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดเด่นของทำเลที่ตั้งของประเทศไทยที่เป็นจุดเชื่อมโยงสำคัญของแนวระเบียงเศรษฐกิจต่างๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย เพื่อขยายโอกาสด้านการลงทุนระหว่างประเทศ และยกระดับให้ประเทศเป็นฐานการผลิตและการลงทุนที่มีศักยภาพและโดดเด่น เพื่อเพิ่มบทบาทของไทยในเวทีโลกด้วยการส่งเสริมบทบาทที่สร้างสรรค์ของไทยในกรอบความร่วมมือต่างๆ รวมทั้งการสนับสนุนการขับเคลื่อนการพัฒนาภายใต้กรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

โดยมีแผนงานและโครงการด้านการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลโดยมีสาระสำคัญ ในการสร้างความร่วมมือด้านพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลของไทยร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อสร้างการยอมรับในระดับสากล เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในตลาดโลก โดยมีโครงการสำคัญดังนี้

1. โครงการพัฒนาระบบ IQRAH (H-numbers) ระหว่างไทยและมาเลเซีย
2. โครงการสร้างการยอมรับมาตรฐานฮาลาล IMT-GT ร่วมกันผ่านการพัฒนาบุคลากรในด้านการตรวจรับรองฮาลาล การร่วมพัฒนาหลักสูตรด้านมาตรฐานฮาลาล ฮาลาลโลจิสติกส์และสายการผลิตฮาลาล รวมทั้งการตรวจรับรองทางห้องปฏิบัติการฮาลาล
3. โครงการพัฒนาเสริมสร้างผู้ประกอบการฮาลาลระดับ SMEs

4. โครงการเสริมสร้างการนำผู้ประกอบการฮาลาลเข้าสู่ระบบการตรวจรับรองฮาลาลตามมาตรฐาน IMG-GT

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2560) ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. 2561 – พ.ศ. 2563) มีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2574

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 มีดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสอดคล้องกับมาตรฐานสากล และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่

สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงกฎหมาย ข้อบังคับและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566–2570

(รัฐบาลไทย, 2566)

วิสัยทัศน์ "การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม"

ยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 3 มีดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) ตัวอย่างการดำเนินกลยุทธ์ เช่น กระจายรายได้และความเจริญทางการท่องเที่ยวทั่วถึงทุกพื้นที่ ลดการรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเน้นสร้างความสมดุลทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยว มีตัวชี้วัดสำคัญ คือ อัตราการเติบโตของรายได้ของการท่องเที่ยว 12 สาขา เท่ากับ ร้อยละ 4.5 ในปี 2570 จำนวนผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับการยกระดับมูลค่าของสินค้า/บริการ 12,500 รายในปี 2570

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาปัจจัยพื้นฐานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism) ตัวอย่างการดำเนินการตามกลยุทธ์ เช่น พัฒนาความปลอดภัย สุขอนามัย และมาตรฐานการท่องเที่ยวตลอดเส้นทางเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ยกกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและสารสนเทศ สนับสนุนการใช้ข้อมูลด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เพื่อกำหนดนโยบายระดับประเทศและการวางแผนของผู้ประกอบการ มีตัวชี้วัดสำคัญ เช่น คะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติต่อโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว 7 ด้านเพิ่มขึ้นทุกปี ผู้ใช้บริการฐานข้อมูลศูนย์กลางข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ในปี 2570 อัตราการเกิดอุบัติเหตุและอาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience) ตัวอย่างการดำเนินการตามกลยุทธ์ เช่น ส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่

หลากหลายและสร้างสรรค์ ส่งเสริมการตลาดเชิงรุก เน้นกลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ มีตัวชี้วัดสำคัญ เช่น ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.05 คะแนนต่อปี อัตราการเติบโตของรายได้และรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงในไทยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 5 ในแต่ละปี อันดับ Global Wellness Travel อยู่ในอันดับ 1 ใน 5 ภายในปี 2570

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) ตัวอย่างการดำเนินการตามกลยุทธ์ เช่น ส่งเสริมความสมบูรณ์แก่สิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ส่งเสริมการอนุรักษ์และต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ความเป็นไทยด้วยการประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีบริหารจัดการนักท่องเที่ยว มีตัวชี้วัดสำคัญ เช่น ปริมาณการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการสร้างขยะลดลงร้อยละ 2 ต่อปี จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจบริการท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานความยั่งยืนในระดับสากล(GSTC) เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ในปี 2570 มูลค่าการลงทุนและสัดส่วนสะสมทุนถาวร เพื่อการท่องเที่ยวในมิติวัฒนธรรมต่อมูลค่าการสะสมทุนด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 ต่อปีในปี 2570 การขับเคลื่อนแผนจะมีการขับเคลื่อนผ่าน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับชาติ ผ่านคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ(ท.ท.ช.) ระดับพื้นที่ ผ่านคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยว คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ และคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ระดับท้องถิ่น ผ่าน กลุ่ม/องค์กร หรือเครือข่ายองค์กร เช่น วิชาชีพชุมชน การติดตามและประเมินผลตามแผน ประกอบด้วยการประเมินผลรายปี ในส่วนของการดำเนินการตามเป้าหมายและตัวชี้วัดหลัก, รายยุทธศาสตร์ และรายโครงการ รวมถึงการประเมินผลในแต่ละระยะแบ่งเป็น ระยะที่1 สำหรับการดำเนินการตามแผนในปีที่ 1-2 (2566-2567) และระยะที่ 2 สำหรับการดำเนินการตามแผนในปีที่ 3-5 (2568-2570)

แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2575)

(สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์, 2560)

การจัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี เป็นการจัดนำแผนวิสัยทัศน์ของประชาชนเพื่อการพัฒนากรุงเทพมหานครไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลเป็นรูปธรรมสามารถนำพากรุงเทพมหานครให้เจริญเติบโต ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงสู่ประชาคมอาเซียน (ASEA Community) และท่ามกลางกระแส การเปลี่ยนแปลงของบริบทแวดล้อมในด้านต่างๆ ของกรุงเทพมหานครสู่การเป็นมหานครแห่งเอเชียในปี พ.ศ. 2575

วิสัยทัศน์กรุงเทพ ก้าวขึ้นสู่การเป็น “มหานครแห่งเอเชีย” ในปี พ.ศ. 2575 ยุทธศาสตร์การพัฒนากทมมหานคร มีดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ 1 มหานครปลอดภัย

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 1.1 ปลดมลพิษ เมืองกรุงเทพฯ มีระบบการจัดการน้ำเสียและระบายน้ำ ระบบจัดการขยะ ระบบการควบคุมฝุ่นละอองกลิ่นและสารเจือปนในอากาศและระบบการควบคุมระดับเสียงใน เขตเมืองที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทั่วพื้นที่เขตเมือง

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. คุณภาพแหล่งน้ำธรรมชาติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมีคุณภาพดีขึ้น
2. กรุงเทพมหานครมีการลดและควบคุมปริมาณมูลฝอยที่แหล่งกำเนิด และเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการมูลฝอยตั้งแต่แหล่งกำเนิด จนถึงการจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ
3. กรุงเทพมหานครมีคุณภาพอากาศและเสียงอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 1.2 ปลดอาชญากรรมและยาเสพติด

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองปลอดอาชญากรรม ปลดยาเสพติด มีขีดความสามารถในการรักษาความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน การรักษาความสงบเรียบร้อยการควบคุมอาชญากรรมยาเสพติด

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective) ประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปราศจากยาเสพติด และการก่อการร้าย

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 1.3 ปลดอุบัติเหตุ เมืองกรุงเทพฯ มีความสามารถในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน การรักษา ความสงบเรียบร้อย การควบคุมอาชญากรรม ยาเสพติด การจัดการระบบจราจร และการเฝ้าระวังป้องกันอุบัติเหตุบนถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. ระบบขนส่งมวลชนปลอดอุบัติเหตุ
2. ลดอุบัติเหตุทางถนน

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 1.4 ปลดภัยพิบัติ เมืองกรุงเทพฯ ปลดภัยจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำท่วมและการกัดเซาะชายฝั่งกรุงเทพมหานคร มีมาตรการบริหารจัดการน้ำอย่างเหมาะสมและมีการบริหารจัดการทรัพยากรชายฝั่งอย่างยั่งยืนภายใน ปี พ.ศ. 2575

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. เมืองกรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการรับมือกับน้ำท่วมทั้งจากน้ำฝน น้ำหนุนและน้ำหลาก
2. การลดอัตราการกัดเซาะชายฝั่งในกรุงเทพมหานครลดลง และป้องกันการกัดเซาะชายฝั่งที่จะเกิดขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 1.5 สิ่งก่อสร้างปลอดภัย เมืองกรุงเทพมหานครมีความปลอดภัยต่อการใช้งานอาคาร สาธารณะ อุบัติภัยจากสิ่งปลูกสร้างต้องเป็นศูนย์ ในปี พ.ศ. 2575 (Zero Incidence) อาคาร ถนน และสะพาน มีการติดตามตรวจสอบอาคารสาธารณะและโครงสร้างพื้นฐาน และมีแผนการซ่อมแซม และปรับปรุงอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. ลดจำนวนอุบัติเหตุอันเกิดจากสิ่งก่อสร้างประเภทอาคาร
 2. ลดจำนวนอุบัติเหตุอันเกิดจากสิ่งก่อสร้างประเภทโครงสร้างพื้นฐาน
 3. ลดจำนวนอุบัติเหตุอันเกิดจากสิ่งก่อสร้างประเภทจุดรอรถสาธารณะ
- ท่าเทียบเรือ

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 1.6 ปลอดภัยคนเมือง อาหารปลอดภัย เมืองกรุงเทพมหานครเป็นมหานครปลอดภัยคนเมืองและมีอาหารปลอดภัยสำหรับการบริโภค

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. เพิ่มการเข้าถึงบริการในการดูแลสุขภาพของชาวกรุงเทพมหานคร
2. ป่วยตายด้วยโรคติดต่อที่สำคัญในเขตเมืองไม่เกินมาตรฐานของประเทศ
3. ส่งเสริมการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Sanitation) ของอาคารสถาน อาคารพักอาศัย อาคารสาธารณะ และอาคารสถานประกอบการ) ให้มีสุขลักษณะหรือสภาวะที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ
4. การสื่อสารสาธารณะเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในเรื่องโรคคนเมือง และอาหารปลอดภัย
5. พัฒนาระบบข้อมูลสุขภาพของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
6. พัฒนาและส่งเสริมวิถีชีวิตและพฤติกรรมกายออกกำลังกายของคน กรุงเทพมหานคร
7. ประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของอาหารที่รับประทาน

ประเด็นยุทธศาสตร์ 2 มหานครสีเขียว สะดวกสบาย

เมืองกรุงเทพมหานครมีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่สีเขียวในสัดส่วนที่เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ และจำนวนประชากร ชาวกรุงเทพฯมีวิถีชีวิตใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นมหานครที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกพื้นฐานที่ประหยัดพลังงาน ใช้พลังงานสะอาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีระบบบริการคมนาคมขนส่งที่หลากหลาย สะดวกคล่องตัวมีทัศนียภาพที่สวยงาม ปราศจากสิ่งกีดขวาง เป็นระเบียบ ไม่รกรุงรัง ไม่ว่าจะเป็นสายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 2.1 ภูมิทัศน์สวยงาม ไม่มีสายไฟฟ้า สายโทรศัพท์ รกรุงรัง กรุงเทพมหานครต้องจัดระเบียบเมือง ปรับปรุงทัศนียภาพของเมืองให้แลดูสะอาด โดยกรุงเทพมหานครต้องเร่งลงทุนพัฒนาระบบ ท่อร้อยสายระบบสาธารณูปโภคใต้ดิน โดยอาจร่วมลงทุนกับกิจการสาธารณูปโภคต่างๆ นำระบบท่อร้อยสายและระบบสาธารณูปโภคต่างๆลงใต้ดิน

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. นำระบบท่อร้อยสายระบบสาธารณูปโภคลงใต้ดินเพื่อให้ทัศนียภาพสวยงามไม่มีสายไฟสายโทรศัพท์รกรุงรัง
2. มีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่สีเขียวกระจายทั่วทุกพื้นที่ เมืองกรุงเทพมหานครมีพื้นที่สีเขียวกระจายครอบคลุมไปทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีจำนวนพื้นที่สีเขียวและแหล่งดูดซับมลพิษทางอากาศไม่น้อยกว่า 9 ตารางเมตร ต่อประชากร 1 คน และปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณท้องถนน เพื่อความสวยงาม มีต้นไม้ใหญ่เป็นหลัก เพื่อให้เป็นแหล่งดูดซับมลพิษเพิ่มมากขึ้น
3. ปริมาณพื้นที่สีเขียวเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีของเมืองกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น และประชาชนสามารถเข้าถึงพื้นที่สีเขียวในรูปแบบสวนสาธารณะหลัก ได้ในระยะทางไม่เกิน 5 กิโลเมตร

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 2.3 ระบบขนส่งมวลชนทั่วถึง สะดวกประหยัด การจราจรคล่องตัวและมีทางเลือก เมืองกรุงเทพฯ มีระบบขนส่งมวลชนและระบบการคมนาคมทางเลือกต่างๆอย่างทั่วถึง ประหยัดและสะดวก สบายการจราจรมีความคล่องตัวและมีหลายทางเลือก ทั้งทางเรือจักรยานและทางเดิน

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. เพิ่มและสนับสนุนระบบขนส่งมวลชน
2. การจราจรคล่องตัว

3. เพิ่มทางเลือกในการเดินทาง

ประเด็นยุทธศาสตร์ 3 มหานครสำหรับทุกคน

ชาวกรุงเทพฯทุกคน ทุกชนชั้น ทุกอาชีพ ทุกเพศทุกวัยและทุกสถานภาพ อยู่ร่วมกัน อย่างเสมอภาคและสมานฉันท์ เกื้อกูลซึ่งกันและกัน เคารพสิทธิซึ่งกันและกัน ได้รับโอกาสที่จะ เรียนรู้ พัฒนาตนเองและเข้าถึงบริการสาธารณะ ในขณะเดียวกันชาวกรุงเทพฯแต่ละกลุ่ม แต่ละชุมชนสามารถดำรงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรมของตนเอง เป็นมหานครที่ โดดเด่นในเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 3.1 จัดสิ่งอำนวยความสะดวกและสวัสดิการให้กับ ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และผู้ด้อยโอกาส เมืองกรุงเทพมหานครมีการจัดทำระบบฐานข้อมูล ที่ครบถ้วนทันสมัยปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานให้ ผู้พิการ ผู้สูงอายุและผู้ด้อยโอกาส สามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมกับประชาชนทั่วไปและจัดสวัสดิการสังคม สำหรับกลุ่มคน ดังกล่าว ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกับคนในสังคม

1. มีสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการอย่างทั่วถึง
2. จัดสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ คนพิการและผู้ด้อยโอกาสอย่างทั่วถึง
3. จัดสวัสดิการเด็ก

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 3.2 เมืองแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจ กรุงเทพมหานครมีระบบการจัดการอาชีพและการแสวงหารายได้ที่สามารถเพิ่มโอกาสให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสทาง เศรษฐกิจและผู้ที่อยู่ในภาคเศรษฐกิจนอกระบบ โดยใช้ฐานวัฒนธรรมชุมชนได้กว้างขวาง

1. พัฒนาฐานข้อมูลของผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจและแรงงาน นอกระบบอย่างต่อเนื่อง
2. สนับสนุนให้ผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจและแรงงานนอกระบบในกรุงเทพมหานคร มีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง
3. จัดสวัสดิการแรงงานนอกระบบ

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 3.3 การศึกษาสำหรับทุกคน เมืองกรุงเทพฯสามารถจัดการศึกษาให้กับเด็กเยาวชนในพื้นที่กรุงเทพฯอย่างทั่วถึง โดยไม่แบ่งแยกความแตกต่างทางสังคม การเมือง วัฒนธรรมและศาสนาและจัดการศึกษาที่มีคุณภาพสามารถพัฒนาให้เยาวชนในพื้นที่ กรุงเทพฯ มีความรู้ มีจิตสำนึกรักเมืองกรุงเทพฯ ห่วงแหนและร่วมสืบทอดวัฒนธรรมและ อัตลักษณ์ของเมืองกรุงเทพฯ มีคุณธรรมมีทักษะในการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพสุจริตใน เมืองกรุงเทพฯ

1. เยาวชนที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้รับโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึง
2. เด็กที่มีความต้องการพิเศษที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครได้รับโอกาสทางการศึกษา
3. การศึกษาที่จัดโดยกทม. เป็นการศึกษาที่มีคุณภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 3.4 สังคมพหุวัฒนธรรม กรุงเทพมหานครสามารถ

ส่งเสริมให้ประชาชนและเยาวชนกรุงเทพฯ เรียนรู้วัฒนธรรมเมืองกรุงเทพฯ โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ และจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมเมืองกรุงเทพมหานคร นอกห้องเรียน มีการจัดตั้งศูนย์ภูมิปัญญาท้องถิ่นกรุงเทพมหานครเพื่อรวบรวมความรู้พื้นบ้าน ประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนย่านต่างๆ ไปใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง และจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ วัฒนธรรม การสืบทอดวัฒนธรรม และสร้างการยอมรับและความเสมอภาคเท่าเทียมระหว่าง กลุ่มคนต่างวัฒนธรรม ชชาติพันธุ์ ศาสนา ฯลฯ ในเมืองกรุงเทพฯ

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. สร้างโอกาส / พื้นที่ให้เกิดการแสดงตัวของกลุ่มวัฒนธรรมต่างๆ สู่สังคมสาธารณะ ในหลากหลายรูปแบบและช่องทาง
2. มีกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมเมืองกรุงเทพฯ ในรูปแบบต่างๆ
3. พัฒนารฐานข้อมูลเพื่อการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม
4. วางแนวทางสนับสนุนงานและแผนด้านวัฒนธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ 4 มหานครกะทัดรัด

การขยายตัวเติบโตของกรุงเทพมหานคร ยังมีการพัฒนาไม่ทั่วถึงเต็มพื้นที่ ทำให้ขาดความสะดวกและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการจัดสาธารณูปโภคการเดินทางเพื่อให้ กรุงเทพมหานคร มีการเติบโตแบบกระชับโดยการพัฒนาพื้นที่ของกรุงเทพฯ ให้มีศูนย์กลางการให้บริการและพัฒนาเมืองในลักษณะเมืองเครือข่าย

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 4.1 เมืองกรุงเทพมหานครเติบโตอย่างมีระเบียบ มีการใช้ประโยชน์ที่ดินและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เมืองกระชับ คือ การออกแบบเมือง 4 มิติ โดยใช้พื้นที่ทางดิ่งเป็นมิติที่ 3 และเวลาเป็นมิติที่ 4 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการใช้ประโยชน์จากที่ว่างในอากาศผสมกับการให้บริการสาธารณูปการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตลอด 24 ชั่วโมง

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. สร้างแรงจูงใจและส่งเสริมการขยายตัวของการใช้ที่ดินและความหนาแน่นประชากรในเขตกรุงเทพฯ ชั้นในและเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลาง
2. เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ในเขตกรุงเทพฯ ชั้นในและเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลาง
3. รักษาสัดส่วนการใช้ที่ดินแบบผสมผสานทั้งแนวราบและแนวตั้งให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี
4. ส่งเสริมการใช้พื้นที่ที่มีศักยภาพรอบบริเวณสถานีขนส่งมวลชน
5. พัฒนาพื้นที่ที่ถูกปิดล้อมให้เกิดการเชื่อมต่อกับพื้นที่โดยรอบ
6. ควบคุมและตรวจสอบการปฏิบัติการพัฒนาเมืองให้เป็นไปตามผังเมืองรวม

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 4.2 เมืองกรุงเทพมหานครมีศูนย์ชุมชนย่อย (Sub center) เป็นระบบตามลำดับความสำคัญและศักยภาพพื้นที่เป็นโครงข่ายเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ การขยายตัวเติบโตของกรุงเทพมหานครยังมีการพัฒนา ไม่ทั่วถึงเต็มพื้นที่ ทำให้ขาดความสะดวกและสิ้นเปลือง ค่าใช้จ่ายในการจัดสาธารณูปโภคการเดินทาง เพื่อให้กรุงเทพมหานครมีการเติบโตแบบกระชับ จึงพัฒนาพื้นที่แต่ละส่วนให้มีศูนย์กลางการให้บริการและพัฒนาเมือง ในลักษณะเมืองเครือข่ายหรือมีศูนย์ชุมชนย่อย

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. ให้มีการจัดตั้ง BRA (Bangkok Regional Authority) เพื่อทำหน้าที่พัฒนาเมืองเครือข่าย
2. ยกระดับและปรับปรุงชุมชนระดับย่านและพื้นที่ที่มีศักยภาพทางด้านการเชื่อมโยงที่มีองค์ประกอบครบครัน ให้เป็นเมืองเครือข่าย
3. จัดตั้งเมืองเครือข่ายที่มีการใช้ที่ดินอย่างหนาแน่นและผสมผสาน
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเมืองเพื่อรองรับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น
5. ส่งเสริมการเชื่อมโยงเมืองเครือข่ายกับเขตกรุงเทพฯ ชั้นกลางและกรุงเทพฯ ชั้นใน

ประเด็นยุทธศาสตร์ 5 มหานครประชาธิปไตย

เมืองกรุงเทพมหานครเป็นเมืองประชาธิปไตย และมีธรรมาภิบาลที่มีชื่อเสียงอยู่ในระดับแนวหน้าของเอเชียมีระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ มีการเมืองที่สะอาดปลอดคอร์รัปชัน อีกทั้งทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ และ ภาคประชาชน มีบทบาทในการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์กรุงเทพฯ อย่างเข้มแข็ง

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 5.1มหานครกรุงเทพแบบบูรณาการ มหานครกรุงเทพ เมืองด้านการบริหารจัดการระบบ สาธารณูปโภคมหานคร (เป็นองค์กรปกครองท้องถิ่นแบบพิเศษ Functional Decentralization)

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. เพื่อปรับปรุงกฎหมายระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ให้มีบทบาทอำนาจหน้าที่ และโครงสร้างการบริหารเพื่อรองรับการพัฒนากรุงเทพมหานคร
2. จัดตั้งบริษัทพัฒนาเมืองเพื่อดำเนินการโครงการลงทุนพัฒนา ระบบท่อร้อยสายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเอกชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 5.2 เมืองธรรมาภิบาล กทม. มีสภาประชาชนกรุงเทพฯ (เวทีริเริ่มนโยบาย และตรวจสอบการทำงานของ กทม.) กทม. ใช้ระบบงบประมาณแบบมีส่วนร่วม

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. เพื่อจัดตั้ง “สภาประชาชนกรุงเทพมหานคร” และ “สภาประชาชนระดับเขต” ให้เป็นเวทีรับฟังความเห็นของประชาชน การนำเสนอข้อมูลการจัดทำกิจการสาธารณะและการจัดทำงบประมาณของกรุงเทพมหานคร และสำนักงานเขต
2. เพื่อให้มีการจัดทำ “ระบบงบประมาณแบบมีส่วนร่วม” ทั้งในระดับ “เขต” และ “ระดับกรุงเทพมหานคร”

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 5.3 การกระจายอำนาจสู่ประชาชน มุ่งลดบทบาทของส่วนกลาง (Decentralize) ลงเหลือภารกิจหลักเท่าที่ต้องทำเท่าที่จำเป็นและให้ประชาชนได้มีส่วนในการบริหารงานชุมชนท้องถิ่นตามเจตนารมณ์ของประชาชนมากขึ้น

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. ปรับโครงสร้างการบริหารกรุงเทพมหานครให้เป็นระบบสองชั้น (Two Tiers) และมีการจัดตั้งองค์กรปกครองท้องถิ่นระดับล่าง เป็นเทศบาลนคร
2. เพิ่มอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานครในการทำกิจการสาธารณะเพื่อให้กรุงเทพมหานครเป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำบริการสาธารณะและมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการในเขตกรุงเทพมหานคร

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 5.4 การเมืองสีขาว ประชาชนมีความเชื่อมั่นในความซื่อสัตย์สุจริตข้าราชการ และผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองของ กทม.

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อความซื่อสัตย์สุจริตของหน่วยงานและข้าราชการกรม
2. ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 5.5 พลเมืองกรุงเทพมหานคร ขับเคลื่อนวิสัยทัศน์

ชาวกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นเจ้าของความคิดวิสัยทัศน์กรุงเทพฯ พ.ศ. 2575 มีฉันทามติกันว่าจะร่วมกันติดตาม ตรวจสอบ และผลักดันให้กรุงเทพมหานครและหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ นำวิสัยทัศน์กรุงเทพฯ พ.ศ. 2575 ไปปฏิบัติให้เกิด ผลสำเร็จโดยไม่ยึดติดกับตัวบุคคลผู้มาทำหน้าที่บริหารกรุงเทพมหานคร หรือพรรคการเมืองที่จะเข้าไปเป็นรัฐบาลแต่อย่างใด โดยชาวกรุงเทพมหานครต้องช่วยกันผลักดันให้กรุงเทพมหานครมีบทบาทหน้าที่ท้องถิ่น กำหนดให้กรุงเทพมหานครรับฉันทามติวิสัยทัศน์กรุงเทพฯ พ.ศ. 2575 ไปปฏิบัติให้บังเกิดผลสำเร็จจริงจัง

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. จัดตั้งเครือข่ายพลเมืองกรุงเทพฯ ติดตามตรวจสอบความก้าวหน้า วิสัยทัศน์กรุงเทพฯ พ.ศ. 2575
2. เครือข่ายพลเมือง (สภาประชาชนกรุงเทพมหานคร และสภาประชาชนระดับเขต) ติดตามผลการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ของหน่วยงานต่าง ๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์ 6 มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้

เมืองกรุงเทพมหานครใน 20 ปีข้างหน้าจะก้าวเข้าสู่การเป็น “เมืองหลวงของเอเชีย” เมืองเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในระดับภูมิภาคและนานาชาติ โดยกรุงเทพฯจะเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของเอเซียรวมถึงการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้วิทยาการด้านต่างๆของภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 6.1 ศูนย์กลางด้านการเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ

สีเขียว กรุงเทพมหานคร มีขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นหนึ่งในสามของภูมิภาคอาเซียน ทางด้านการเป็นตัวกลางในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตร สินค้า อุตสาหกรรมเกษตรและบริการสีเขียวในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ ตลอดจนเป็นเมืองที่มีการเกษตร ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเกษตร สินค้า อุตสาหกรรมเกษตร อาหารแปรรูปและบริการสีเขียว

2. พัฒนาระบบการจัดการทางด้านการผลิต การเงิน การตลาด และ การบรรจุภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตร สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรและบริการสีเขียวในเขตกรุงเทพมหานคร

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 6.2 ศูนย์กลางการค้า การเงินและการลงทุน

กรุงเทพมหานครก้าวขึ้นสู่อันดับ 1 ใน 20 ของตลาดทุนโลกเพื่อรองรับธุรกิจด้านตลาดเงินและตลาดทุนอย่างเพียงพอและได้มาตรฐานระดับโลก

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. สนับสนุนให้เกิดพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินและการลงทุนอย่างเป็นระบบ
2. สนับสนุนและพัฒนาสถาบันพัฒนาฝีมือแรงงานชั้นสูงในกรุงเทพมหานคร
3. สนับสนุนให้เกิดการจัดหาพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับการจัดตั้งสำนักงานระดับภูมิภาคขององค์การระหว่างประเทศและธุรกิจนานาชาติ ได้รับการจัดการอย่างความเหมาะสม

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 6.3 ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลก

กรุงเทพมหานครก้าวขึ้นสู่อันดับ 1 ใน 20 ของตลาดทุนโลก เพื่อรองรับธุรกิจด้านตลาดเงินและตลาดทุนอย่างเพียงพอและได้มาตรฐานระดับโลก

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. ดำรงรักษาการเป็นเมืองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวอันดับต้นๆของโลกไว้ให้ได้ตลอดไป
2. จำนวนนักท่องเที่ยว (คน - วัน / ปี) สูงเป็นลำดับที่ 1 - 3 ของเมืองท่องเที่ยวในเอเชีย
3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถทำรายได้ให้กับชาวกรุงเทพฯ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของ “มูลค่าผลิตภัณฑ์รวมของกรุงเทพมหานคร”

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 6.4 ศูนย์กลางธุรกิจตามฐานนวัตกรรม วัฒนธรรม

กรุงเทพมหานครเป็นหนึ่งในสามของเมืองในภูมิภาค อาเซียนที่เป็นเมืองนวัตกรรม - วัฒนธรรม หรือ Bangkok Cultural Innovation โดยอิงมรดกทางวัฒนธรรมไทย นวัตกรรมด้านศิลปะและการแสดงและนวัตกรรมด้านการออกแบบและสร้างสรรค์

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective) สนับสนุนให้เกิดสิ่งอำนวยความสะดวก

เพื่อรองรับการจัดงาน แสดงผลงานกลุ่มธุรกิจตามฐานนวัตกรรม - วัฒนธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 6.5 ศูนย์กลางการจัดประชุม นิทรรศการและศูนย์รวม
การจัดตั้งสำนักงานของภูมิภาค กรุงเทพมหานครเป็นเมืองจัดประชุม นิทรรศการในอันดับแรก
ของภูมิภาคอาเซียน

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective) สนับสนุนให้เกิดการจัดหาพื้นที่และ
สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับจัดประชุม นิทรรศการ และการแสดงสินค้า

ประเด็นยุทธศาสตร์ 7 การบริหารจัดการ

กรุงเทพมหานครมีกฎหมายที่รับรองความเป็นอิสระและให้อำนาจในการบริหาร
จัดการ ตลอดจนรวมถึงการบริการสาธารณะตามที่ประชาชนคาดหวัง

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 7.1 กฎหมาย กรุงเทพมหานครมีกฎหมายที่รับรองความ
เป็นอิสระและให้อำนาจในการบริหารจัดการ ตลอดจนรวมถึงการบริการสาธารณะตามที่
ประชาชนคาดหวัง

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. กรุงเทพมหานคร มีกฎหมายระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ที่ปรับปรุง
ด้านโครงสร้าง อำนาจ หน้าที่ใหม่
2. ปรับปรุงโครงสร้าง หน้าที่ ของหน่วยงานด้านกฎหมาย ให้เป็นสำนักกฎหมาย
ที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษา วินิจฉัยข้อกฎหมายในการบริหารราชการของผู้บริหาร
กรุงเทพมหานคร

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 7.2 การบริหารแผนและประเมินผล การประเมิน
แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี (แผนยุทธศาสตร์) มีมาตรฐาน และมีรายงานผลการ
ปฏิบัติราชการ รวมทั้งมีการใช้ข้อมูลจากการประเมินในการปรับปรุงกลยุทธ์

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. ผู้บริหารกรุงเทพมหานครและสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร เห็นความสำคัญ
และนำแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี มาใช้ในการขับเคลื่อนและพัฒนา
กรุงเทพมหานคร
2. มีการจัดทำและปรับปรุงแผน กลยุทธ์ และโครงการในแต่ละระดับ เพื่อขับเคลื่อน
แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี
3. ปรับแนวทางการทำงาน เพื่อให้หน่วยงานมีความสามารถ ในการวางแผน
กำหนดกลยุทธ์และเสนอโครงการ เพื่อขับเคลื่อนแผนได้อย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ
4. มาตรการและโครงการในแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี
ได้รับงบประมาณประจำปีในการขับเคลื่อนแผน

5. มีการประเมินผลแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ที่มีมาตรฐานรายงานต่อสภากรุงเทพมหานครและประชาชน

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 7.3 การบริหารทรัพยากรบุคคล กรุงเทพมหานครเป็น ที่รวมของคนดี และคนเก่งสามารถปฏิบัติงานที่รองรับความต้องการของประชาชนได้อย่างมืออาชีพ

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. พัฒนาสมรรถนะของบุคลากร ยกระดับมาตรฐานวิชาชีพและคุณภาพการให้บริการในแต่ละสายงานให้สอดคล้องกับการเป็นมหานครแห่งเอเชีย
2. ยกระดับคุณธรรมและจริยธรรมของบุคลากร
3. พัฒนากลไกการบริหารทรัพยากรบุคคลเรื่องระบบการเปลี่ยนแปลงและดึงดูดผู้มีความรู้ความสามารถ
4. ส่งเสริมการเป็นองค์กรสุขภาวะและสร้างความผูกพันของบุคลากร

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 7.4 การคลังและงบประมาณ

กรุงเทพมหานครมีการบริหารจัดการด้านการเงินการคลังและการงบประมาณที่มีความเป็นเลิศและเกื้อหนุนต่อการพัฒนากรุงเทพมหานครในระยะยาว

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. กรุงเทพมหานครสามารถรักษาวินัยทางการเงินการคลัง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
2. กรุงเทพมหานครสามารถบริหารงบประมาณรายรับ - รายจ่ายและการบริหารการเงินการบัญชีแบบองค์รวม (Comprehensive Revenue, Spending and Financial Management) และพัฒนาตัวชี้วัดการปฏิบัติงานด้านการเงินการคลังและการงบประมาณในภาพรวมของกรุงเทพมหานคร
3. ปรับปรุงมาตรฐานและแนวปฏิบัติด้านการเงินการบัญชี การงบประมาณ และการตรวจสอบควบคุมภายในให้ถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล
4. กรุงเทพมหานครสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองด้วยการบริหาร การเงินการคลังและการงบประมาณในเชิงรุก

ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 7.5 เทคโนโลยีสารสนเทศ กรุงเทพมหานคร มีระบบสารสนเทศเพื่อให้บริการที่ทันสมัยและถูกต้องแก่ประชาชน เพิ่มความสะดวกในการติดต่อแก่ประชาชน และลดขั้นตอนในการติดต่อประสานงาน

เป้าประสงค์และกลยุทธ์ (Objective)

1. พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับให้บริการประชาชน
2. พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการการวางแผนกลยุทธ์และการตัดสินใจของผู้บริหาร
3. เพิ่มศักยภาพของบุคลากรกรม. ด้านการใช้งานและการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนินทร์ สังขดวง และจระนาถ รุ่งช่วง (2560) ได้ทำวิจัยเรื่องการรับรู้ระดับการให้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดกระบี่และภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิม ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลของสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักแรม และภัตตาคาร ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ระดับการให้บริการการท่องเที่ยวแบบฮาลาลกับการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกกันแบบปากต่อปาก เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ผลจากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกใช้สถานประกอบการทั้งประเภทที่ให้บริการฮาลาลเต็มรูปแบบและประเภทที่ให้ฮาลาลเฉพาะพื้นที่บางส่วน ขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการรับรู้ ระดับการให้บริการและการรับรู้ระดับการให้บริการมีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อแบบปากต่อปาก

เดชวิทย์ นิลวรรณ (2559) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรแผนกธุรกิจนำเที่ยวในการท่องเที่ยวฮาลาล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับการใช้ทักษะและสมรรถนะของบุคลากรในแผนกธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งเสริมความรู้ให้กับบุคลากรในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวฮาลาลนำไปสู่การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว ให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมด้วยความเป็นมิตร การศึกษาใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อย แบบประเมินสมรรถนะและแบบสอบถาม ผลจากการวิจัยพบว่าตำแหน่งผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการมีระดับสมรรถนะพิเศษด้านฮาลาลอยู่ในระดับปานกลาง ตำแหน่งหัวหน้าผู้แนะนำการเดินทางและตำแหน่งผู้แนะนำการเดินทางสมรรถนะพิเศษด้านฮาลาลอยู่ในระดับต่ำ สมรรถนะนำมาสู่การจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพให้กับบุคลากรแผนกธุรกิจนำเที่ยวในเรื่องวัฒนธรรมและอาหารฮาลาล พบว่าผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

มัทนี คำสำราญและณัฐช วณิชกุล (2559) ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ผลจากการวิจัยพบว่า ชาวมุสลิมเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในระดับมาก ชาวมุสลิมที่มีเพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน แต่ชาวมุสลิมที่มีอายุและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่ต่างกัน แต่ชาวมุสลิมที่มีอายุและระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และชาวมุสลิมที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ชาวมุสลิมที่มีช่วงเวลาการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง และระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวไม่ต่างกัน แต่ชาวมุสลิมที่เลือกประเภทสถานที่ท่องเที่ยวและมีสิ่งจูงใจในการเดินทางแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านราคาแตกต่างกัน และชาวมุสลิมที่มีบุคคลร่วมเดินทางแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่แตกต่างกัน

ธรรมจักร เล็กบรรจง และจุติมา บุญมี (2559) ได้ทำวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาการจัดทำมาตรฐานการให้บริการโรงแรมฮาลาลเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการบริการในประเทศไทย ให้มีบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม รวมถึงพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการโรงแรมฮาลาล โดยถือเป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม และส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า จำเป็นต้องมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการให้บริการโรงแรมฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

ไอลา หริมเพ็ง (2559) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความต้องการพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบระดับความต้องการพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมุสลิมในเขต

กรุงเทพมหานครมีความต้องการพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้บริโภคมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครมีความต้องการพระราชบัญญัติว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาลในหมวดคณะที่ปรึกษาระบบงานฮาลาลมากที่สุด รองลงมาคือ หมวดทั่วไป และน้อยที่สุด คือ หมวดกองทุนพัฒนามาตรฐานฮาลาลและมาตรการทางการปกครอง เมื่อเปรียบเทียบ ระดับความต้องการพระราชบัญญัติ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศและอาชีพต่างกัน โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

มัทนี คำสำราญ (2557) ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาในระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นจำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

มาเรียม นะมิ และคณะ (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการเตรียมความพร้อมเชิงกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลเพื่อรองรับการเปิดเส้นทางโลจิสติกส์อาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลเพื่อรองรับการเปิดเส้นทางโลจิสติกส์อาเซียน ด้านวัฒนธรรมอาหารฮาลาล ด้านสถานที่พักฮาลาล และการขนส่งนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นและสามารถนำมาเป็นโอกาสทางธุรกิจได้อย่างมีศักยภาพ โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่าความพร้อมด้านทรัพยากร ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านชีวิตบุคลากรและปัจจัยด้านการขนส่ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีต่อศักยภาพผู้ให้บริการด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จิราภา ชาลาธราวัตร์และคณะ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อประเมินศักยภาพแหล่ง

ท่องเที่ยวฮาลาลและจัดลำดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวฮาลาล ศึกษาลักษณะการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิมของฝั่งทะเลอันดามัน ผลการวิจัยพบว่า สภาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวฮาลาลประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ การคมนาคมและขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การมีส่วนร่วมของชุมชนและการบริการ

เพียงพิศ ศรีประเสริฐและคณะ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล ฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกมาท่องเที่ยวเนื่องจากต้องการได้รับประสบการณ์และวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ นิยมใช้อินเตอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวก่อนจะเดินทาง โดยใช้เวลามากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือนสำหรับการตัดสินใจ การท่องเที่ยวแบบหาดทรายและแสงแดดเป็นรูปแบบที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุด และเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน ส่วนใหญ่เลือกเช่ารถยนต์เพื่อเป็นยานพาหนะสำหรับเดินทาง นิยมเข้าพักและบริโภคอาหารไทยมากที่สุด สินค้าพื้นเมืองเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของที่ระลึก กิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวนิยมทำคือการเดินรอบๆบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์และกวิณ วงศ์ลิตี (2555) ได้ทำวิจัยเรื่องการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในประเทศไทย:กรณีศึกษาที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม สำนวญทรัพยากรการท่องเที่ยว 20 แหล่งท่องเที่ยว ศึกษาความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์กับการเลือกเส้นทางท่องเที่ยว หากกลยุทธ์การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียสนใจกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก ผลจากการวิจัยพบว่า รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ห้างสรรพสินค้าและแหล่งซื้อสินค้าต่างๆ สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวปัจจัยหลักคือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวราคาต่ำ

สาริกา คำสุวรรณ และรศ.ดร.รชชพร โกมลเสวิน (2554) ได้ทำวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับสุขภาพของประเทศไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางก่อนและขณะเดินทางมาประเทศไทย วิเคราะห์ลักษณะภูมิและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยจากมุมมองของชาวตะวันตกกลาง ผลจากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยในระดับมากที่สุด คือ การพักผ่อนหย่อนใจ และการตรวจรักษาสุขภาพ แหล่งข้อมูลที่สามารถจูงใจในระดับมากที่สุดให้มาเที่ยวและเข้าตรวจสุขภาพมากที่สุด คือ การบอกเล่าแบบปากต่อปาก ภาพลักษณ์เกี่ยวกับประเทศไทยก่อนและขณะมาเยือนแตกต่างกันมีนัยสำคัญ ด้านความสวยงามของบ้านเมือง คุณภาพที่พักเทียบกับราคาและความเหมาะสมของค่ารักษา

ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องสถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศตะวันออกกลางมาไทย เป็นการช่วยส่งเสริมและเติมเต็มให้ฤดูกาลของการท่องเที่ยวไทยมิได้ตลอดปี เนื่องจากฤดูกาลของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะแตกต่างกันไปจากกลุ่มหลักอื่นๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จากตะวันออกกลางเป็นชาย มุ่งเน้นลักษณะความเป็นส่วนตัว โดยมีการใช้ห้องพัก การบริการต่างๆ ในโรงแรมและใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในโรงแรมค่อนข้างสูงมาก แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ได้แก่ ทะเลและภูเขา แต่มีนักท่องเที่ยวอีกจำนวนไม่น้อยที่ต้องการอยู่และเที่ยวในสถานที่ที่มีความพลุกพล่านหรือความเป็นแหล่งธุรกิจ เช่น พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวต้องสามารถรองรับสำหรับเด็กและครอบครัวด้วย

Pedro Cuesta-Valiño and Estela Núñez-Barriopedro (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Sustainable, Smart and Muslim-Friendly Tourist Destinations เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) ที่เหมาะสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งหลายๆ ประเทศกำลังทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาญฉลาดและยั่งยืน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถโต้ตอบกับสภาพแวดล้อมได้ง่ายขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น มีการศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับกระบวนการนี้และประโยชน์ที่ได้รับ แม้ว่าส่วนใหญ่จะศึกษาเรื่องจากมุมมองของนักเดินทางชาวดัตช์ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประโยชน์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาญฉลาดและเป็นมิตรกับชาวมุสลิม ดังนั้น จึงมีการศึกษาเชิงคุณภาพ รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมของแหล่งข้อมูลทุติยภูมิมากกว่า 100 แหล่ง การศึกษาได้วิเคราะห์การบริการออนไลน์ที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม 9 จุดหมายปลายทางและ 1 ในข้อสรุปหลัก คือ บริการออนไลน์มีความสำคัญที่สุดสำหรับปลายทางที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมอย่างแท้จริง นอกจากนี้ การวิจัยยังสรุปว่าบริการดังกล่าวช่วยให้บริษัทนำเที่ยวสามารถออกแบบข้อเสนอที่เหมาะสมและส่งเสริมพวกเขาผ่านช่องทางดิจิทัลที่มุ่งเป้าไปที่ชาวมุสลิม

Aditya Wibowo and Bambang Prasetyo (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ THE INFLUENCE OF HALAL TOURISM DESTINATION BRANDING ON VISITORS' SATISFACTION AND REVISIT INTENTION (A Study of Domestic Tourist in Lombok, West Nusa Tenggara) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของการสร้างแบรนด์ปลายทางการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ลombok จังหวัดนุซาทังกะวันตัก การศึกษาครั้งนี้ใช้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนลombok โดยใช้แบบสอบถาม 100 ชุด ผลการศึกษาพบว่า (1) การสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลปลายทางมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชม (2) ความพึงพอใจของผู้เข้าชมโดยตรงมีอิทธิพลต่อการทบทวนความตั้งใจ (3) จุดหมายการท่องเที่ยวฮาลาลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้เยี่ยมชมอีกครั้งผ่านความพึงพอใจของผู้เข้าชม

Alwafi Subarkah and Junita Rachman (2019) ได้ศึกษาเรื่อง Halal Tourism for Sustainable Development Goals การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายถึงการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การวิจัยนี้ใช้วิธีการเชิงคุณภาพและแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นกระแสใหม่ในโลกของการท่องเที่ยว การเติบโตของการท่องเที่ยวจึงเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2557 มีนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจำนวน 108 ล้านคนเดินทางมาถึง 145 พันล้านเหรียญสหรัฐและในปี 2569 คาดว่าจะสูงถึง 300 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภาคการท่องเที่ยวนี้สามารถสร้างงานส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นสามารถปรับปรุงเศรษฐกิจท้องถิ่นเพิ่มความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมและยังเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินงานซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาที่ยั่งยืน

Dewi Andriany and Mutia Ardai (2019) ได้ศึกษาเรื่อง Effect Of Halal Tourism On Interest For Visit Of Tourists In Medan City การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่ต้องการได้รับความต้องการด้านการท่องเที่ยวไม่เพียงเท่านั้น ความต้องการทางจิตวิญญาณ การท่องเที่ยวฮาลาลไม่เพียงแต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเท่านั้น การท่องเที่ยวฮาลาลยังมีความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในเมืองเมดานโดยเฉพาะ เนื่องจากที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ของเมดานเป็นหนึ่งในทางเข้าสู่พื้นที่การค้า การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลของการท่องเที่ยวฮาลาล ความตั้งใจที่จะมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเมดาน ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือผู้ที่เคยเข้าพักที่โรงแรม Grand Darussalam Syariah Medan โดยการสุ่มตัวอย่าง ไม่ทราบจำนวนประชากรในการศึกษานี้อย่าง

ชัดเจน ดังนั้นจึงใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะจง สูตร Lemeshow โดยใช้ตัวอย่างในการศึกษานี้จำนวน 98 คน ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นมีผลในเชิงบวกและผลกระทบที่สำคัญต่อความตั้งใจที่จะเยี่ยมชม

Farida Zulaikha and Hartopo Putro (2019) ได้ศึกษาเรื่อง Use of Social Media in the Development of Halal Tourism in Madura ในมาดुरามีพิธีกรรมของการสวดอ้อนวอนที่นำเสนอต่อหลุมฝังศพของผู้นำทั้งผู้นำทางศาสนาและบุคคลที่ถือว่าเป็นผู้อาวุโสของชุมชน การจาริกแสวงบุญไปยังหลุมฝังศพก็กลายเป็นกิจกรรมที่คุ้นเคยที่ดำเนินการโดยชุมชน การแสวงบุญนั้นถูกรวมเข้ากับการท่องเที่ยวทางศาสนาของมาดुरา แม้ว่าจะมีการท่องเที่ยวทางศาสนามากมาย แต่มาดुरาไม่ได้ใช้แนวคิดของการท่องเที่ยวฮาลาล แม้แต่การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสมและการท่องเที่ยวก็เป็นภาคการพัฒนายที่สำคัญในอินโดนีเซีย โดยทั่วไปบทบาทของสื่อสังคมและเทคโนโลยี 4.0 คาดว่าจะสูงสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยว การนำแนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาลในมาดुरา โดยสื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีสารสนเทศไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเคลื่อนไหวเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวฮาลาลในมาดुरา รัฐบาลยังไม่พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวและยังขาดแนวคิดของการท่องเที่ยวฮาลาล งานวิจัยนี้จะกำหนดว่าสังคมและรัฐบาลแปลคำศัพท์ฮาลาลเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไรและสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนช่วยในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลในภูมิภาค

Genoveva and Iqbal Kamal (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Analyzing The Perspective of Halal Tourism Development : City Branding in Jakarta อินโดนีเซียเป็นประเทศมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีโอกาสมหาศาลในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล จากการ์ตาในฐานะเมืองหลวงซึ่งเป็นประตูสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถแนะนำการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างง่ายดาย อย่างไรก็ตามข้อมูล IOC (องค์การความร่วมมืออิสลาม) แสดงให้เห็นว่าอินโดนีเซียอยู่ในอันดับที่สองสำหรับการท่องเที่ยวฮาลาล ในขณะที่มาเลเซียเป็นอันดับที่หนึ่ง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์มุมมองของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในจาการ์ตา โดยใช้ทฤษฎีการสร้างแบรนด์เมืองที่เสนอโดย Kavaratzis ตัวแปรในการวิจัย คือ กลยุทธ์ภูมิทัศน์พฤติกรรมของเมือง โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างพื้นฐาน จากการ์ตาเป็นหนึ่งในเมืองที่พัฒนาโดยรัฐบาลอินโดนีเซีย เนื่องจากเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวฮาลาลในอินโดนีเซียแต่ยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมได้มากขึ้น ภายในเดือนสิงหาคม 2561 นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศส่วนใหญ่ที่มาจากการ์ตาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมหมายความว่าจาการ์ตาต้องการกลยุทธ์การสร้างแบรนด์เมืองใหม่เพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้มากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 155 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่าง ผลจากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของเมือง โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างพื้นฐานมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาแบรนด์เมืองของการท่องเที่ยวฮาลาลในจาร์การ์ตา

Alfonso Vargas-Sánchez and Mirko Perano (2018) ได้ศึกษาเรื่อง Halal Tourism through the Lens of Generation Z in a Muslim Majority Country: Implications on Tourist Services จุดประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาการท่องเที่ยวฮาลาล การให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับระดับความรู้และจิตใจของคนรุ่นใหม่ (Gen Z) ในประเทศมุสลิมส่วนใหญ่ โดยสำรวจนักศึกษาคณะวาริชธุรกิจในมหาวิทยาลัยในอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า (1) การท่องเที่ยวฮาลาลยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น และ (2) มีประชากรกลุ่มน้อยเท่านั้นที่คุ้นเคยกับแนวคิดการท่องเที่ยวฮาลาลและได้รับการฝึกอบรมเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องนี้ แต่ส่วนใหญ่ (โดยเฉพาะเพศชาย) เชื่อว่าอินโดนีเซียควรจะวางตำแหน่งตัวเองเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งเป็นปัจจัยทางศาสนาที่มีอิทธิพลมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อจัดหาบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย

Arin Fithriana and Woro Nopitasari (2018) ได้ศึกษาเรื่อง Modest Fashion: Diplomatic Creativity in Supporting Halal Tourism ฮาลาลกลายเป็นวิถีชีวิตที่ครอบคลุมทุกแง่มุมของชีวิต การยอมรับมาตรฐานฮาลาลไม่เพียงแต่ประเทศที่มีประชากรมุสลิมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงประเทศที่มีประชากรส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่มุสลิมด้วย การยอมรับนี้ขึ้นอยู่กับความเข้าใจในความยั่งยืนและผลกระทบของผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลที่มีต่อชีวิต กระแสแบบเนิบช้าในอินโดนีเซียแพร่กระจายไปทั่วโลกและแสดงถึงวิถีชีวิตแบบฮาลาล แพชั่นที่เรียบง่ายได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวและช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างอินโดนีเซียและแพชั่นระดับโลก ในกรณีนี้แพชั่นที่เรียบง่ายทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเจรจาต่อรอง จากการศึกษาพบว่ากระแสที่เรียบง่ายเป็นเครื่องมือทางการทูตผ่านความคิดสร้างสรรค์สนับสนุนการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของอินโดนีเซียควรเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาลของอินโดนีเซีย จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาและยอมรับแพชั่นที่เรียบง่ายของอินโดนีเซีย รวมถึงความคิดสร้างสรรค์ในการใช้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วโลก แต่ยังไม่ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ แพชั่นที่เรียบง่ายได้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นส่งเสริมการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวที่คาดว่าจะส่งเสริมมาตรฐานฮาลาลอื่นๆในการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

Muhammad Sindhu and Yunia Wardi (2018) ได้ศึกษา The Effect of Halal Tourism on Customer Satisfaction การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ วิเคราะห์อิทธิพลของมิติต่างๆทางการท่องเที่ยวฮาลาล เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกที่ฮาลาล วัฒนธรรมอิสลามและการปลอดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการพนัน ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสุมาตราตะวันตก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสาเหตุที่ตรวจสอบอิทธิพลของสิ่งอำนวยความสะดวกอิสลามฮาลาล วัฒนธรรมอิสลามที่ปราศจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการพนันต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ การศึกษาค้นคว้านี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษพบว่าทุกมิติของการท่องเที่ยวฮาลาล รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกของอิสลาม วัฒนธรรมอิสลามที่ปราศจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการพนันมีผลกระทบเชิงบวกและสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในสุมาตราตะวันตก

Awang Lanui and Saranya Bunnag (2017) ได้ศึกษาเรื่อง The Responses of Halal Tourism of Tourism Entrepreneurs in Southern Border Provinces of Thailand การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะผู้ประกอบการท่องเที่ยว ความพร้อมและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลของผู้ประกอบการท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ประกอบการท่องเที่ยว 290 ราย ระหว่างเดือนธันวาคม 2557 ถึงเดือนกรกฎาคม 2558 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาลในระดับปานกลาง ร้อยละ 46.2 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลายรายยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจอาหารฮาลาล ขาดความเข้าใจในหลักการของฮาลาลตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม ตัวแทนการท่องเที่ยวและบริการมัคคุเทศก์ จุดแข็งของผู้ประกอบการคือเจ้าของธุรกิจยอมรับในตลาดการขายผลิตภัณฑ์/บริการ การวิจัยและพัฒนากิจการ/กระบวนการภายในสถานที่และค่าใช้จ่าย ในขณะที่ปัญหาของผู้ประกอบการคือการไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุน วัตถุดิบ ขาดความรู้ในด้านต่าง ๆ การขาดแคลนแรงงาน กฎระเบียบของรัฐ การตลาดการค้าและการผลิต ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมโดยใช้กลยุทธ์ "รู้สึกเหมือนอยู่บ้าน" กับนักท่องเที่ยวมุสลิมเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ฮาลาลโดยเฉพาะ มีอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นส่งเสริมให้ชุมชนเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม เพิ่มภาพลักษณ์ของประเทศ ความเป็นอิสระของพลเมือง

มุสลิมในการปฏิบัติศาสนกิจ เผยแพร่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมศาสนาและประเพณีของชาวมุสลิมในประเทศให้นักท่องเที่ยวมุสลิมผ่านช่องทางสื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของชาวมุสลิมและเทศกาลมุสลิมในประเทศ บริการด้านสุขภาพและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวนำไปใช้เพื่ออนุมัติกระบวนการฮาลาล

Fatemeh Shafaei (2015) ได้ทำวิจัยเรื่อง THE INFLUENCE OF MUSLIM'S INVOLVEMENT WITH TRAVELING TO ISLAMIC DESTINATIONS ON MALAYSIA'S ISLAMIC BRAND EQUITY การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรและรูปแบบการเดินทางของชาวตะวันออกกลาง ชาวอาหรับในมาเลเซียเกี่ยวกับการประเมินมูลค่าแบรนด์อิสลามของมาเลเซีย วัดระดับการมีส่วนร่วมของชาวมุสลิมในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางอิสลามและสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมกับมิติทั้ง 5 ของตราสินค้า การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่าแรงดึงดูดนั้นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือการแสดงออกของตนเองและการเป็นศูนย์กลางการสร้างการมีส่วนร่วมและความจงรักภักดี และตามมาด้วยการรับรู้คุณค่าคุณภาพและภาพลักษณ์ในการสร้างคุณค่าตราสินค้า ซึ่งทำให้มาเลเซียเป็นจุดหมายปลายทางอิสลามที่มีชื่อเสียง

Füsun Dincera and Mithat Dincera (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ The Economic Contribution of Turkish Tourism Entrepreneurship on the Development of Tourism Movements In Islamic Countries ระดับของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างเศรษฐกิจโลกและโลกาภิวัตน์เพิ่มสูงขึ้น การเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้าง เมื่อแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจแผ่ขยายออกไปในภูมิศาสตร์โลก ทำให้มีการเพิ่มปริมาณของผู้บริโภคจำนวนมาก ความแพร่หลายในการดำรงอยู่ในภูมิศาสตร์โลกทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เมื่อรวมกับโลกาภิวัตน์และรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนเปิดเผยให้เห็นว่า การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่เป็นมิติทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมิติทางสังคม วัฒนธรรม ศาสนา การเมือง การกีฬา สิ่งแวดล้อม ฯลฯ การศึกษาครั้งนี้ค้นพบว่าประเทศมุสลิมมีส่วนแบ่งทางการตลาดจากแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจและกระบวนการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของภาคการท่องเที่ยวโลก

Wan Rusni and Suhaimi Rahman (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Halal Malaysia Logo or Brand: The Hidden Gap เครื่องหมายฮาลาลเป็นเครื่องหมายที่ใช้กันมากที่สุดในมาเลเซีย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์เพื่อระบุผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจที่ได้รับการรับรองฮาลาล นอกจากนี้ยังเป็นข้อบ่งชี้ว่าผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจปฏิบัติตามหลักชารีอะห์ ปัญหาเครื่องหมายฮาลาลในมาเลเซียยังไม่ได้รับการเน้นในการศึกษาก่อนหน้านี้ อย่างไรก็ตาม การศึกษาพบว่า โลโก้ฮาลาลนั้นมีผลกระทบ

อย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเชิงพบว่า ผู้บริโภคมีความตระหนักรู้อย่างมากเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาล และเครื่องหมายฮาลาลกลายเป็นประเด็นหลักที่กำหนดผู้บริโภคในการตัดสินใจขั้นสุดท้าย สิ่งนี้นำไปสู่ภาพลวงตาของแบรนด์ที่แข็งแกร่งซึ่งปกปิดปัญหาที่ซ่อนอยู่และไม่มีการรับรู้ที่เหมาะสม ปัญหาดังกล่าวสามารถนำไปสู่ภาวะแทรกซ้อนที่ร้ายแรง เช่น การลดสัดส่วนหุ้น เครื่องหมายฮาลาลของมาเลเซียในมุมมองของโลกก็มีความสำคัญมากในการพิจารณาและการรับรู้ของผู้บริโภค แต่ปัญหานี้มุ่งเน้นที่ภายนอกเท่านั้น ในทางกลับกันแบรนด์ควรนำเสนอมุมมองที่กว้างขึ้น ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ปัญหาหรือโอกาสพื้นฐาน เนื่องจากแบรนด์มีคุณค่าที่ต้องมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง

Mevlüt AKYOL and Özgür KILINÇ (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ INTERNET AND HALAL TOURISM MARKETING การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาลักษณะส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา และโลกทัศน์ที่มีผลกระทบต่อการบริโภค นอกจากนี้แล้วลักษณะส่วนบุคคล ศาสนาและความเชื่อมีผลกระทบต่อการบริโภคและนิสัยการบริโภคด้วย ในฐานะผู้บริโภคทางศาสนาและความเชื่อเป็นเข็มทิศนำทางในการใช้ชีวิต วิธีการบริโภคสิ่งที่ต้องทำหรือสิ่งที่ไม่ควรทำ ตัวอย่างเช่น ในบริบทของศาสนาอิสลามแนวคิดเรื่องฮาลาล แสดงให้เห็นถึงภาพสะท้อนในเรื่องของการตลาดครอบคลุมหลายภาคส่วน เช่น อาหาร สิ่งทอ การขนส่งการเงินและการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมฮาลาลเติบโตอย่างรวดเร็ว มีประชากรมุสลิม 23% ของประชากรโลก ความคาดหวังของผู้บริโภคชาวมุสลิมในเรื่องผลิตภัณฑ์ฮาลาล อาหารฮาลาล ด้านการเงิน การขนส่งฮาลาลและวันหยุดฮาลาล เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่นำไปสู่การเติบโตของตลาดฮาลาล ดังนั้น จากอัตลักษณ์องค์กรสู่วัฒนธรรมองค์กร การออกแบบเชิงพื้นที่ ตลอดจนนโยบายการตลาด เครื่องมือทางการตลาดและบริษัทสื่อในตลาดฮาลาลให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดทางศาสนาเป็นพิเศษ เนื่องจากความคาดหวัง เช่น วิถีชีวิตอิสลามสุขอนามัยความปลอดภัยและบริการสำหรับผู้หญิงที่มีแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวฮาลาลได้กลายเป็นที่ต้องการมากขึ้นในโลกและในตุรกี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบและกำหนดแนวคิดขององค์ประกอบการท่องเที่ยวฮาลาล เช่น โรงแรมฮาลาล การขนส่งฮาลาล (สายการบินฮาลาล) อาหารฮาลาล แพคเกจทัวร์ฮาลาลและการเงินฮาลาล

Mohamed Battour and Mohd Ismail (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่อง The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเพื่อทดสอบว่าศาสนาสามารถควบคุมความสัมพันธ์ได้อย่างไร ผลจากการศึกษาพบว่าตัวแปรศาสนานั้นแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของบรรทัดฐานและแนวทางปฏิบัติของศาสนา

อิสลามที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง ผลการสำรวจระบุว่า แรงจูงใจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่าศาสนามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการดึงดูดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Piangpis Sriprasert and Hamzah Rahman (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Understanding Behavior and Needs of Halal Tourism in Andaman Gulf of Thailand: A Case of Asian Muslim เป็นที่ยอมรับว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการจ้างงานอย่างยั่งยืน ดังนั้น กลยุทธ์ต่างๆจึงมีขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การดึงดูดความสนใจของกลุ่มการตลาดใหม่ๆเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นตลาดเฉพาะขนาดใหญ่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น ความรู้เกี่ยวกับมุสลิม พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวภาคธุรกิจในการพัฒนาส่งเสริมและขยายการท่องเที่ยวผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะของตลาดใหม่นี้ การศึกษาครั้งนี้ศึกษานักท่องเที่ยวชาวเอเชียมุสลิมถึงพฤติกรรมและความต้องการในบริเวณทะเลอันดามันของประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามเพื่อให้ได้คำตอบจากนักท่องเที่ยวชาวเอเชียมุสลิม จำนวน 280 คน ในบริเวณอ่าวอันดามันประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวที่สำคัญ รูปแบบการเดินทางที่นิยมมากที่สุดคือ ดวงอาทิตย์และทะเล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เช่ารถและเดินทางกับครอบครัว อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความต้องการสูงต่อการวางตำแหน่งของกิบลัต (ทิศทางไปยังเมืองมักกะห์) ในห้องพักของโรงแรม ความพร้อมของอาหารฮาลาลที่ร้านอาหารฮาลาล และห้องละหมาด ดังนั้น ผลลัพธ์จากการศึกษาครั้งนี้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้กำหนดนโยบายและธุรกิจผู้จัดการในการกำหนดกลยุทธ์และโปรแกรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลในอ่าวอันดามันในประเทศไทย

Shirzad Mansouri (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ Role of Halal Tourism Ideology in Destination Competitiveness: A Study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand อิทธิพลของศาสนาต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวคือความจริงที่ปฏิเสธไม่ได้ วันนี้ศาสนาอิสลามเพียงอย่างเดียวครอบคลุมมากกว่า 1.6 พันล้านคนทั่วโลก ซึ่งคิดเป็น 1 ใน 5 ของประชากรทั้งหมดของโลก การท่องเที่ยวฮาลาลสามารถนำไปสู่จุดหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโรงแรมไทย ความยืดหยุ่นของอุตสาหกรรมบริการมีศักยภาพอย่างมากที่จะจัดการท่องเที่ยวฮาลาล เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาและกลยุทธ์การวิจัยสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้เลือก 6 โรงแรมที่มีศักยภาพใน

การพัฒนาการท่องเที่ยวและบริการฮาลาลในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่มีผู้เยี่ยมชมมากที่สุดในตลาดตะวันออกกลางและตลาดมุสลิมอื่นๆ ในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกโรงแรมตัวอย่างเพื่อติดตามหลักการของศาสนาอิสลาม การสำรวจโดยแบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากโรงแรมแขกผู้เข้าพัก ผู้เข้าพักจำนวน 325 จาก 350 คนส่งคืนแบบสอบถาม นอกจากนี้ การวิเคราะห์เนื้อหาของการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เปิดเผยว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการดำเนินงานการออกแบบและการเงินของ Semi-Halal หรือ SemiSharia Compliant Hotels และทัศนคติของผู้เข้าพักอาศัยอยู่ในโรงแรมที่เลือก นอกจากนี้การค้นพบยังเน้นที่ความมุ่งมั่นของผู้จัดการโรงแรมในการเริ่มต้นทำงานเกี่ยวกับหลักการฮาลาลและการสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมดังกล่าวในตลาดเฉพาะกลุ่มใหม่ในประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียน

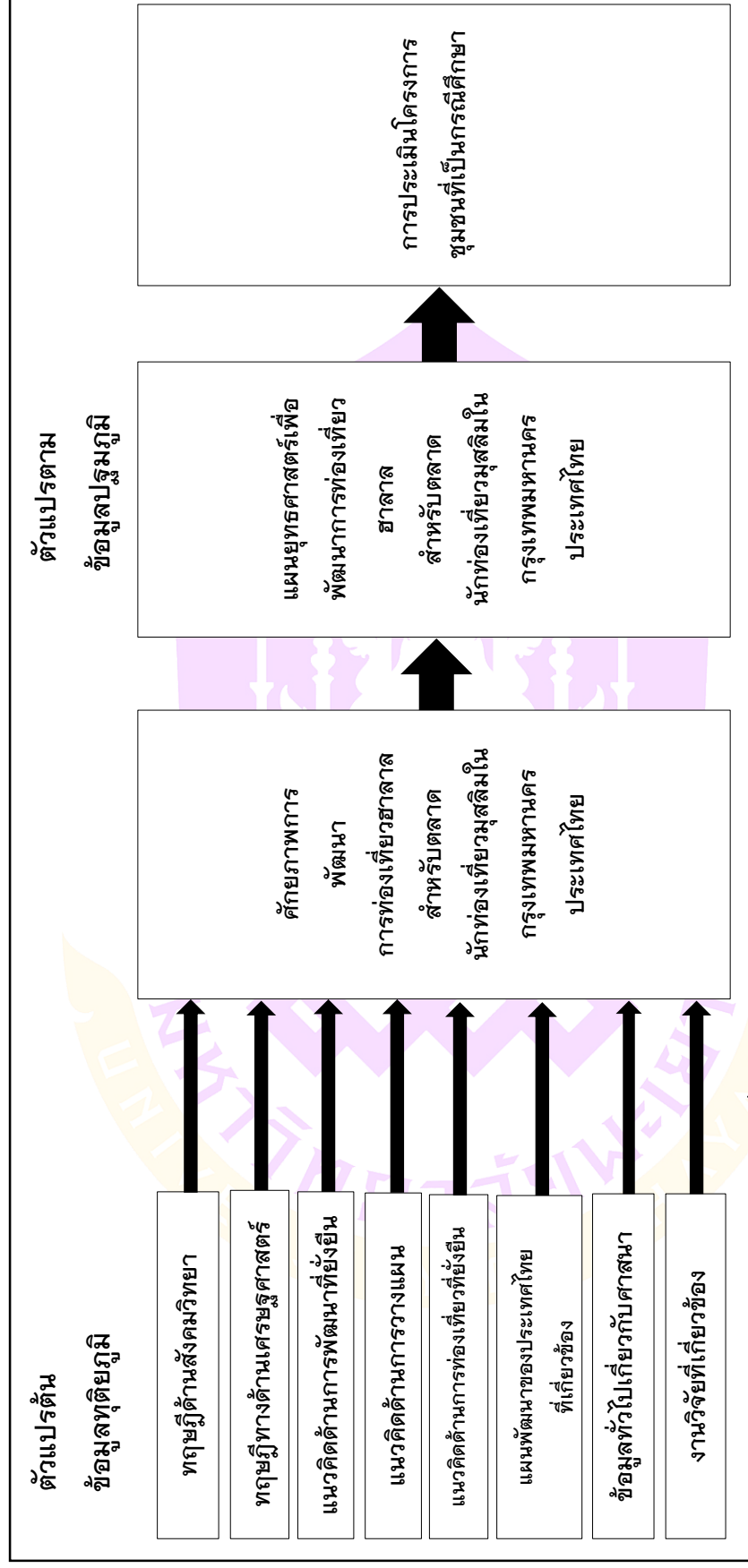
Zakiah Samoria and Noorsalwati Sabtub (2012) ได้ศึกษาเรื่อง Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากโดยเฉพาะจากประเทศตะวันออกกลางเยี่ยมชมมาเลเซีย ด้วยเหตุนี้จึงมีการริเริ่มมากมายในความพยายามที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยการนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมตามความเชื่อทางศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เนื่องจากแนวโน้มข้างต้นเป็นสิ่งสำคัญในการตรวจสอบนโยบายปัจจุบันและกรอบการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมฮาลาลโดยหลักชารีอะฮ์ในมาเลเซีย นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังระบุโอกาสและความท้าทายในการพัฒนาโรงแรมฮาลาลในประเทศมาเลเซีย การศึกษาจะดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่รวบรวมจากการวิจัยในห้องสมุดและการสัมภาษณ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการศึกษาสามารถให้ข้อมูลกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งเกี่ยวกับนโยบายที่มีอยู่แล้วสำหรับโรงแรมที่ใช้หลักชารีอะฮ์ ผลการศึกษาบ่งบอกถึงความสำคัญของการผู้ประกอบการโรงแรมที่มีความรู้และเตรียมพร้อมอย่างเต็มที่กับโอกาสและความท้าทายที่อาจเผชิญก่อนการพัฒนาโรงแรมมาตรฐานชารีอะฮ์ในประเทศมาเลเซีย

Tajzadeh Namin (2013) ได้ศึกษาเรื่อง Value Creation in Tourism: An Islamic Approach จากจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและจำนวนประชากรมุสลิมในโลก (จากสถิติปี 2552 มีชาวมุสลิมกว่า 1.571 ล้านคนอาศัยอยู่ในกว่า 100 ประเทศทั่วโลกคิดเป็น 23% ของประชากรโลกทั้งหมด ชิตต์, เฮนเดอร์สัน, 2010) แต่มีนักท่องเที่ยวมุสลิมเพียง 10% ของตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้ส่วนแบ่งตลาดนี้ไปยังประเทศที่จำกัด เช่น มาเลเซีย ตุรกี อียิปต์และอื่นๆ อย่างไรก็ตามการประมาณการแสดงให้เห็นว่าภายในปี 2100 ชาวมุสลิมจะมีจำนวนประมาณ 37% ของประชากรโลกทั้งหมด (เฮนเดอร์สัน, 2553) กล่าวอีก

นัยหนึ่งคือศาสนาอิสลามถือเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญทั่วโลก แต่ค่านิยมพิเศษของชาวมุสลิมซึ่งมีความต้องการเฉพาะในระบบความเชื่อทางศาสนายังไม่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจนในตลาดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ประเทศตะวันตกหลายแห่งได้ทุ่มเทรายได้ส่วนหนึ่งจากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ไปยังพื้นที่นี้ ในขณะที่ประเทศมุสลิมทำงานได้ไม่ดีในการกำหนดบทบาท ดังนั้น การวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิมยังอยู่ในช่วงแรกเริ่ม ปัจจุบันมีความพยายามในการเสนอกรอบในการสร้างคุณค่าในแนวทางอิสลามเพื่อการท่องเที่ยว ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับชาวมุสลิมและผู้สนับสนุนศาสนาอิสลามทั้งหมด และยังคงมีคำถามบางข้อในด้านการท่องเที่ยวอิสลาม เช่น ประเทศมุสลิมมีสถานะที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศหรือไม่ สถานะปัจจุบันของการท่องเที่ยวบ่งชี้ว่ามีความต้องการขั้นพื้นฐานของชาวมุสลิมในพื้นที่นี้หรือไม่ ศาสนาอิสลามและการท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์อย่างไร ใครเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิม คุณค่าหมายถึงอะไรสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ผลิตภัณฑ์จะมีคุณค่าต่อนักท่องเที่ยวมุสลิมอย่างไร ประเทศอิสลามจะมีบทบาทสำคัญในการท่องเที่ยวได้อย่างไร ปัจจัยใดที่ควรนำมาพิจารณาเมื่อจัดการกับการสร้างมูลค่าในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศด้วยแนวทางอิสลาม ทำไมประเทศอิสลามจึงไม่ประสบความสำเร็จในด้านการท่องเที่ยว

Mohamed Battour and Moustafa Battor (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ TOWARD A HALAL TOURISM MARKET การศึกษานี้อธิบายแนวคิดหลักชาริอะฮ์ อธิบายถึงแหล่งที่มาของหลักชาริอะฮ์ การศึกษามุ่งเน้นไปที่ความหมายของการปฏิบัติของชาริอะฮ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ โดยเน้นไปที่การท่องเที่ยวฮาลาลและการต้อนรับด้วยแนวทางอิสลามผ่านกลุ่มประชากรตัวอย่างจากมุสลิมประเทศในเอเชียและตะวันออกกลาง การพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นอิสลามที่สอดคล้องกับหลักชาริอะฮ์ ซึ่งหมายถึงการปลอดแอลกอฮอล์ ปลอดการพนัน และความพร้อมของอาหารฮาลาล รวมถึงแนวโน้มและความท้าทายในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล

ผู้วิจัยจึงขอสรุปแนวคิดและทฤษฎีของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดตามตารางต่อไปนี้



ภาพ 5 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวศาลาสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยแบบผสมผสานเชิงสำรวจ (Mixed Method: Exploratory Designs) (Paul D Leedy. Jeame Ellis Ormrod, อ้างอิงใน พยอ ม ธรรมบุตร (2551) มีการดำเนินการ 2 ขั้นตอน คือ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวและเพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวศาลาของพื้นที่ และการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยนำฐานข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพมาสร้างแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการนำร่องของแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่กรณีศึกษา ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

โดยการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวศาลาของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวศาลาของกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

ผู้วิจัยขอเสนอกรอบการวิจัย (Research Framework) เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการวิจัยอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) รวมจำนวน 32 ราย (McMillan and Suhumacher, 1997, p. 534) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของทุกภาคส่วน ทั้งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการในพื้นที่ ประกอบด้วย

ภาครัฐ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจำนวน 8 คน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หัวหน้าวางแผนยุทธศาสตร์กรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สหราชอาณาจักร กรมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล สถาบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

ภาคเอกชน ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการภาคธุรกิจด้านการบริการการท่องเที่ยวฮาลาล เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ผู้ประกอบการด้านการจัดการท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น คณะกรรมการกลางอิสลามกรุงเทพมหานคร ธนาคารอิสลามในประเทศไทย

ภาคประชาชน ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญจำนวน 8 คน ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่สนใจและมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวฮาลาลในประเทศไทย

นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมุสลิมจำนวน 8 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวฮาลาลในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. การศึกษาเอกสาร ได้แก่ เอกสารแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร หนังสือประกอบการเรียน ตำรา เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร เพื่อหาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร

2. รายการตรวจสอบเพื่อศึกษาชุมชนของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประกอบด้วยข้อมูลทางกายภาพ ข้อมูลภูมิศาสตร์ ข้อมูลด้านสังคม

3. รายการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ของสถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทรัพยากรกิจกรรม ทรัพยากรด้านบริการ และการประเมินคุณภาพ ความโดดเด่นและอำนาจในการดึงดูด

4. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย ประเด็นคำถามที่สำคัญ ได้แก่ 1) ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ 2) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่ 3) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 4) การกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีวิธีการ ดังนี้

1.1 ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากเอกสารตามความมุ่งหมายของการวิจัย

1.2 ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2552)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) โดยมีวิธีการ ดังนี้

2.1 การสำรวจ (Survey) สัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 32 คน ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview)

2.3 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยทำการสังเกตโดยการเฝ้าดูสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างใส่ใจและมีระเบียบวิธี เพื่อวิเคราะห์หรือหาความสัมพันธ์ของสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นกับสิ่งอื่น (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2552) โดยผู้วิจัยทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ผู้วิจัยได้เข้าไปใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มคนที่ถูกศึกษา มีการทำกิจกรรมร่วมกันกับชุมชนต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร เข้าไปฝังตัวอยู่ในเหตุการณ์สำคัญๆ และเข้าไปอาศัยอยู่ในชุมชนต่างๆ เป็นเวลานาน

2.4 การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมสมองเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ตามบทสัมภาษณ์

2.5 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยผู้วิจัยเป็นผู้แนะนำองค์ความรู้การใช้เครื่องมือให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ทั้งระดับผู้บริหารและระดับผู้ปฏิบัติการในพื้นที่ เพื่อแสดงความคิดเห็นร่วมกัน (Consensus) เกี่ยวกับทรัพยากรที่โดดเด่น

วิเคราะห์ SWOT Analysis วิเคราะห์ TOWS Matrix กำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ ผลที่ได้จากการประชุมกลุ่มย่อย นำมาอภิปรายร่วมกัน และกำหนดแนวทางสร้าง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ทำการตรวจสอบความ ถูกต้องทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2554)

2. ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งกระทำโดยการ ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลที่แตกต่างใน กรุงเทพมหานคร เพื่อพิจารณาว่าถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะ ยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีแบบสามเส้าที่ได้ข้อ ค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง (สุภางค์ จันทวานิช, 2539)

3. ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสนทนากลุ่มย่อยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) จากผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการในพื้นที่ ร่วมกันวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix เพื่อร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ

4. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่วิเคราะห์และสังเคราะห์ทั้งหมดจากการวิจัยเชิงคุณภาพมา ประมวลเป็นฐานข้อมูล เพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม สำหรับการวิจัย เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน กรุงเทพมหานคร และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด

5. ผู้วิจัยนำร่างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เข้าสู่การพิจารณาของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 32 คน เพื่อจัดลำดับความสำคัญและประเมินความเหมาะสมของข้อมูลทั้งหมดในเพื่อ พัฒนาแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยมีการอภิปรายและลงความเห็นร่วมกัน (Consensus) ใน หัวข้อดังนี้ 1) การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาล 2) การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS 3) การศึกษาศักยภาพของการพัฒนา 4) วิสัยทัศน์ 5) ยุทธศาสตร์ 6) กลยุทธ์ 7) โครงการ 8) ข้อเสนอแนะ

6. ผู้วิจัยนำเสนอแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบการประเมินผลกระทบยุทธศาสตร์ (Strategic Environment Assessment: SEA) และจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา เมื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานครแล้ว ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่เพื่อดำเนินการพัฒนาในโครงการนำร่องที่เป็นชุมชนที่มีความน่าสนใจและมีความพร้อมที่จะสร้างยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลและบูรณาการแผนพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและจิตใจเข้ากับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือ พื้นที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ ซอยจรัญสนิทวงศ์ 86 แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร (กองนโยบายและแผนงาน สำนักการวางแผนและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร, 2561)

ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้กระบวนการพัฒนา AIC (Appreciation Influence Control) (เมตต์ เมตต์การุณ, 2556) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ดังนี้

1. Appreciation: A หมายถึง การสร้างคุณค่า การชื่นชมพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยการเรียนรู้ร่วมกัน ในขั้นตอนดังนี้

1.1 ผู้วิจัยและชุมชนร่วมกันตัดสินใจ วางแผน ลงมือปฏิบัติตามแผนและประเมินผลพัฒนาการท่องเที่ยว โดยหากสำเร็จได้ทุกภาคส่วนต้องสร้างคุณค่าและอุดมการณ์ร่วมกัน (Share Vision) คือการมุ่งมั่นในการสร้างกระบวนการในการพัฒนาการท่องเที่ยว

การประชุมกลุ่มย่อยประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ทำการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาล การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) และการกำหนดกลยุทธ์ (TOWS) ศึกษาศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยการระดมสมองและความคิดเห็น (Consensus) เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

1.2 กลุ่มประชุมซึ่งประกอบไปด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว นำผลการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) และการกำหนดกลยุทธ์ (TOWS) มากำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

2. Influence: I หมายถึง การสร้างพลังชุมชนให้มีผลต่อการกระตุ้นการลงมือปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.1 ที่ประชุมร่วมกันแบ่งความรับผิดชอบตามโครงการและกิจกรรมต่างๆทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาจิตใจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน มีการจัดลำดับกิจกรรมโครงการโดยให้ชาวบ้านกำหนดการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการเอง ขอความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นหรือภาครัฐ ภาคเอกชน

2.2 ชุมชนดำเนินการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ที่สร้างขึ้นในช่วงเวลาที่กำหนด โดยการตั้งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชน โดยตั้งฝ่ายที่รับผิดชอบโครงการ กิจกรรมต่างๆ และในระหว่างนั้นมีการประชุมตรวจสอบความก้าวหน้าโครงการ (Monitoring) เป็นระยะๆ พร้อมปรับแผนยุทธศาสตร์ร่วมกันอย่างเหมาะสม

2.3 ความพร้อมของชุมชนในการให้บริการการท่องเที่ยวฮาลาลตามแผนยุทธศาสตร์ การสร้างสินค้า แพคเกจ และบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบ One Stop Service การบริหารจัดการ การกำหนดราคา การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงความปลอดภัยของชุมชน เพื่อนำนักท่องเที่ยวมุสลิมเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้

3. Control: C หมายถึง การปฏิบัติการและติดตามประเมินผลโครงการนำร่องของแผนยุทธศาสตร์ในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

3.1 ชุมชนและผู้วิจัยร่วมกันจัดทำแบบประเมินผลโครงการนำร่องแผนยุทธศาสตร์ 1 ชุด โดยกำหนดแนวทางการควบคุมและติดตามผล เกณฑ์และตัวชี้วัด และสร้างเครื่องมือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชน และความพึงพอใจในสินค้าและบริการการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชน 1 ชุด

3.2 นำนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวฮาลาลในชุมชน โดยมีคณะทำงานฝ่ายต่างๆของชุมชนร่วมดูแลและให้บริการนักท่องเที่ยวตามบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ

3.3 เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการดำเนินการทุกขั้นตอนแล้ว ผู้วิจัยและชุมชนนำผลการประเมินการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ นำผลดังกล่าวมาพิจารณาร่วมกับผลการประเมินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน (Auto Evaluation) กลุ่มประชุมย่อยอภิปรายถึงภาพรวมการพัฒนาการท่องเที่ยว ระดมสมอง หาแนวทางปรับปรุงแผน หาทางเลือกที่หลากหลายด้วยการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนโดยตลอด เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคม การสื่อสารทั่วโลกในยุคโลกาภิวัตน์ ดังนั้นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

ฮาลาลของชุมชน เป็นแผนที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องได้ด้วยกระบวนการ AIC ที่สามารถพัฒนาการเรียนรู้การทำงานร่วมกัน การสร้างความสามัคคี และการพัฒนาจิตใจของชุมชนให้เข้มแข็งต่อไป

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน ในกรุงเทพมหานคร และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร สำหรับกลุ่มตัวอย่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของคอคเครน (Cochran) (ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) เนื่องจากไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่า มีจำนวนมาก และต้องการประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน และเพิ่มจำนวนไป 4 เปอร์เซ็นต์ เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูลจึงได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่คลาดเคลื่อน จำนวน 400 คน รายละเอียด ดังนี้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2}{4 \times (0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z = ค่า z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96

ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และได้ใช้วิธีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quotasampling) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ในสัดส่วนร้อยละ 25 ได้ ดังนี้

ภาครัฐ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และการวางแผนยุทธศาสตร์ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หัวหน้าวางแผนยุทธศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เจ้าหน้าที่กระทรวงพาณิชย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล กองการท่องเที่ยว

กรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล สถาบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น จำนวน 100 คน โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการภาคธุรกิจด้านการบริการการท่องเที่ยวฮาลาล เช่น โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ผู้ประกอบการด้านการจัดการท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น คณะกรรมการกลางอิสลามกรุงเทพมหานคร ธนาคารอิสลามในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ภาคประชาชน ได้แก่ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยเลือกแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครในพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณีที่มีความโดดเด่น กรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน โดยเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบค่าความแตกต่างของกลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อหาความเชื่อมั่นในการเป็นตัวแทนที่ดีของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้ One – Way ANOVA ผลการทดสอบพบว่า ค่าคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ไม่มีความแตกต่างในทางสถิติและรวมกันได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณจากผลของกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ สำหรับทั้ง 4 กลุ่ม สำหรับแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เพิ่มหัวข้อด้านแรงจูงใจในการมาเที่ยวกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2-5 เป็นคำถามให้ตัดสินใจเลือกตัวเกณฑ์การตอบจากมากที่สุด – น้อยที่สุด โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ในการประเมินผลแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ธานินทร์ คิลป์จารุ, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตร} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \end{aligned}$$

$$\text{แทนค่า} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถามใช้วิธีการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวัดความคิดเห็นของลิเกอ์ท สเกล (Likert's Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คำตอบ ดังนี้ (กานดา พูนลาภทวี, 2539)

มากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5
มาก	ให้คะแนนเป็น 4
ปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3
น้อย	ให้คะแนนเป็น 2
น้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น 1

เมื่อได้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักแล้ว จะวิเคราะห์ผล ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00–1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด
 ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81–2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
 ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61–3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
 ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41–4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
 ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21–5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

1. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ ความเหมาะสมของปริมาณข้อคำถาม ความชัดเจนของภาษา และรูปแบบของแบบสอบถาม เมื่อที่ปรึกษาให้ข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

2. ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามกับระดับความคิดเห็นต่อแผนยุทธศาสตร์ของชุมชน (Index of item-Objective Congruence: IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณ แล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มคนจำนวน 30 คน เพื่อนำคำตอบมาหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามเช่นเดียวกับการทดสอบการเก็บข้อมูลจริง โดยวิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (สุวิมล ติรกันนท์, 2550) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(\frac{1 - \sum s_i^2}{s_i^2} \right)$$

α = สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อ

$\sum s_i^2$ = คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

$\sum s_i^2$ = คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

ผู้วิจัยได้คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นแล้ว ค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.85 แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ได้มาตรฐาน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ SWOT ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครและแผนยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร สอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมทั้งสิ้น จำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เมื่อทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร แล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. รวบรวมแบบสอบถาม มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. บันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (Statistical Package for Social Sciences: SPSS)

3. ผู้วิจัยจำแนกข้อเสนอนั้นจากแบบสอบถามออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

$$\text{ค่าร้อยละ } P = \frac{n}{N} \times 100$$

เมื่อ

P แทน ค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

2. การหาค่าเฉลี่ย (Means) เพื่อใช้แปลความหมายของความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ศักยภาพการพัฒนาการแผนยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร

$$\text{ค่าเฉลี่ย } \bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ศักยภาพการพัฒนาการแผนยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ กลยุทธ์และโครงการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และแสดงผลออกมาเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยบรรยายข้อมูลระดับความคิดเห็น และแสดงเป็นกราฟของแผนภูมิศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวศาลของกรุงเทพมหานคร



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด” ผู้วิจัยขอนำเสนอรายงานผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

ผู้วิจัยขอรายงานผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

รายงานผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

รายงานผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำการสำรวจตรวจสอบพื้นที่ด้วยตนเอง จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบตรวจสอบการศึกษาร่วมชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อทำการศึกษาร่วมชุมชน ทำการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ SWOT และสังเคราะห์ TOWS ของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล การศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ และข้อเสนอแนะของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล หลังจากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดด้วยแบบฟอร์มวิเคราะห์ข้อมูล (Tally Sheet) และนำผลมาสรุปประเด็นของแต่ละหัวข้อ ตามผลรวมของแต่ละประเด็นจากผู้ให้ข้อมูล 4 กลุ่มและได้ทำการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพในภาพรวมของแผน คือ ยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ โครงการ และข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยจึงขอรายงานผลการประชุมลงความเห็นร่วมกันของการวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าว ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

รายงานผลการศึกษาชุมชน

1. ข้อมูลทางกายภาพ

1.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

“กรุงเทพมหานคร” หรือ “Bangkok” เป็นเมืองหลวงประเทศไทย ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นมหานครที่เป็นศูนย์กลางความเจริญทุกด้านทั้งเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่าง มีแม่น้ำสายสำคัญคือแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านก่อนออกสู่ทะเลอ่าวไทย แบ่งเมืองออกเป็นสองฝั่งคือ ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี มีพื้นที่ทั้งหมด 1,568.737 ตารางกิโลเมตร กรุงเทพมหานครมีลำคลองจำนวน 1,161 คลอง และคูคลองจำนวน 521 คู รวมทั้งสิ้น 1,682 คูคลอง ความยาวทั้งสิ้น 2,604 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา ทิศใต้ติดกับจังหวัดสมุทรปราการและอ่าวไทย และตะวันตกติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดนครปฐม

สามารถเดินทางเข้าสู่กรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑลด้วยระบบคมนาคมขนส่งทางบก ได้แก่ รถประจำทางองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) รถร่วมบริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน (BTS) รถไฟใต้ดิน (MRT) การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟม.) รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ (Airport Rail Link) และรถแท็กซี่ระบบคมนาคมขนส่งทางน้ำ ได้แก่ เรือด่วนเจ้าพระยา เรือยนต์โดยสารข้ามฟาก เรือโดยสารประจำทางในคลอง และเรือนำเที่ยวในแม่น้ำเจ้าพระยา และระบบคมนาคมขนส่งทางอากาศ ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยหากเดินทางจากท่าอากาศยานดอนเมืองไปยังสนามบินสุวรรณภูมิจังหวัดสมุทรปราการ เป็นระยะทาง 45 กิโลเมตรใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง

กลุ่มจังหวัดใกล้เคียงหรือเขตปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งเขตการปกครอง 50 เขตโดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เขตชั้นใน ได้แก่ 21 เขตการปกครอง คือ พระนคร สัมพันธวงศ์ ป้อมปราบศัตรูพ่าย ปทุมวัน ดุสิต พญาไท ราชเทวี ยานนาวา สาทร คลองเตย ห้วยขวาง จตุจักร ธนบุรี คลองสาน ดินแดง วัฒนา บางซื่อ บางรัก บางคอแหลม บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ 2) เขตชั้นกลาง ได้แก่ 18 เขตการปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ ลาดพร้าว บึงกุ่ม ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง ร่มเกล้า คันนายาว สะพานสูง สายไหม บางเขน วังทองหลาง บางนา บางกะปิ บางแค บางพลัด 3) เขตชั้นนอก ได้แก่ 11 เขต

กิโลเมตร มีถนนสายหลักที่เป็นเส้นทางเข้า - ออกเมืองในทิศต่างๆ ดังนี้ ด้านทิศเหนือ ได้แก่ ถนนวิภาวดีรังสิต ถนนพหลโยธิน ถนนประชาชื่น ถนนงามวงศ์วาน ถนนรามอินทรา ด้านทิศตะวันออก ได้แก่ ถนนสุขุมวิท ถนนเพชรบุรี ถนนพระราม 9 ถนนพระรามที่ 4 ถนนศรีนครินทร์ ถนนอ่อนนุช ด้านทิศตะวันตก ได้แก่ ถนนเพชรเกษม ถนนบรมราชชนนี ถนนจรัญสนิทวงศ์ ถนนพุทธมณฑล ถนนวงแหวนรอบนอก ด้านทิศใต้ ได้แก่ ถนนพระรามที่ 2 ถนนพระรามที่ 3 ถนนตากสิน ถนนเอกชัย ฯลฯ

โครงข่ายระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครมีการบริการขนส่งมวลชนทางบก 4 ประเภท ได้แก่ รถโดยสารประจำทาง องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร หรือ ขสมก. คือ หน่วยงานรับผิดชอบในการจัดการบริการเดินรถโดยสารประจำทางในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งสำหรับกรุงเทพมหานครนั้น ปัจจุบันมีรถโดยสารธรรมดา 158 เส้นทาง (สาย) รวม 4,093 คัน และรถโดยสารปรับอากาศ 47 เส้นทาง (สาย) รวม 2,806 คัน

รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ปัจจุบันมีประชากรส่วนหนึ่งที่อาศัยอยู่ในเขตชานเมืองและจังหวัดปริมณฑล เดินทางเข้ามาทำงานหรือศึกษาในกรุงเทพมหานครจำนวนมาก การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยจึงจัดให้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนขึ้น เพื่อขนส่งผู้โดยสารดังกล่าวข้างต้น ให้เข้ามาในกรุงเทพมหานครได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น เป็นเส้นทางสั้นๆที่มีความถี่ในการให้บริการสูงในช่วงเวลาเร่งด่วนในช่วงเช้าและเย็น เช่น สายเหนือ - หัวลำโพง-บางซื่อ-ดอนเมือง-อยุธยา-บ้านภาชี สายตะวันออก - หัวลำโพง-มักกะสัน-ฉะเชิงเทรา-ศรีราชา สายใต้ - หัวลำโพง-บางซื่อ-นครปฐม สายตะวันตก - สายแม่กลอง/วงเวียนใหญ่-มหาชัย การเดินรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนดังกล่าว แม้จะช่วงขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมากก็ตาม แต่ส่งผลกระทบต่อบริเวณจุดตัดกับถนนในเมืองที่มีปริมาณค่อนข้างสูง ในเวลาเดียวรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน (BTS) กรุงเทพมหานครมีระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนสายแรกในปลายปี พ.ศ. 2542 เป็นระบบรถไฟฟ้าแบบยกระดับ ให้บริการโดย บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้รับสัมปทานเป็นเวลา 30 ปี มี 2 เส้นทาง คือ สายสุขุมวิท (จากสถานีอ่อนนุช-สถานีหมอชิต) ระยะทางรวม 16.8 กิโลเมตร และสายสีลม (จากสถานีสนามกีฬาแห่งชาติ - สถานีสะพานตากสิน) มีระยะทาง 6.3 กิโลเมตร รวมเส้นทางรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในปัจจุบัน 23.1 กิโลเมตร และในอนาคตจะมีการต่อขยายเส้นทางให้บริการออกไปเขตชานเมืองเพิ่มขึ้น เช่น โครงการต่อขยายช่วงอ่อนนุช สำโรง โครงการต่อขยายช่วงสะพานตากสิน - ศูนย์คมนาคม กรุงเทพมหานครด้านใต้ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (MRTA) คือ หน่วยงานรับผิดชอบจัดการเดินรถและให้บริการ ซึ่งในปัจจุบันได้เปิดเดินรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดินสายแรก คือ สายเฉลิมรัชมงคลจากหัวลำโพง-บางซื่อ ระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร มี 18

สถานี ซึ่งในอนาคตมีแผนงาน - โครงการจะเปิดให้บริการในอีกหลายเส้นทาง เช่น ส่วนต่อขยายจากหัวลำโพง-บางหัว-บางแค ฯลฯ

1.2.2 ระบบคมนาคมขนส่งทางน้ำ

โครงข่ายการคมนาคมขนส่งทางน้ำของกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.3 ของโครงข่ายการเดินทางทั้งหมด โดยมี 4 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่

1. การเดินเรือโดยสารประจำทางในแม่น้ำเจ้าพระยา ดำเนินการโดย บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด เพียงบริษัทเดียว มีเส้นทางจากท่าบ้านนนท์ฯ จังหวัดนนทบุรี - ท่าเรือบึงกิ้งในเขตราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร มีระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 30 นาที ให้บริการตั้งแต่ 05.50-20.20 น. โดยการบริการมีเรือ 3 ประเภท ได้แก่ เรือด่วนธรรมดา เส้นทางระหว่างท่าบ้านนนทบุรี - ท่าวัดราชสิงขร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 31 ท่า เรือด่วนธงสีแดง เส้นทางระหว่างท่าบ้านนนทบุรี - ท่าสาทร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 12 ท่า เรือด่วนธงเหลือง เส้นทางระหว่างท่าบ้านนนทบุรี - ท่าวัดราชสิงขร มีจุดจอดรับ - ส่งผู้โดยสาร 10 ท่า

2. การเดินเรือยนต์โดยสารข้ามฟากแม่น้ำเจ้าพระยา บริษัท สุภัทรา จำกัด เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ดำเนินการเดินเรือข้ามฟาก 8 ท่า และมีผู้ประกอบการรายย่อยอื่นๆอีกหลายราย ซึ่งจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2545 โดยกรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม พบว่าจำนวนท่าเรือข้ามฟาก ในแม่น้ำเจ้าพระยาจากช่วงจังหวัดนนทบุรี - จังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งหมด 33 ท่า โดยยึดฝั่งพระนครเป็นหลัก

3. การเดินเรือโดยสารประจำทางในคลอง การเดินเรือโดยสารประจำทางคลองนั้นปัจจุบันมี 2 คลอง คือ คลองแสนแสบและคลองพระโขนง โดยกองการขนส่ง สำนักการจราจรและขนส่ง เป็นหน่วยงานรับผิดชอบ ดำเนินการตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2537 ซึ่งปัจจุบันมีผู้โดยสารประจำทางในคลองแสนแสบ ประมาณวันละ 39,687 คน และผู้โดยสารเรือประจำคลองพระโขนง ในวันราชการ มีผู้โดยสารประมาณวันละ 1,934 คน และในวันหยุดราชการ มีผู้โดยสารประมาณ วันละ 1,510 คน

4. การเดินเรือยนต์เฟลวาใบจักรยาว ในปัจจุบัน มีการเดินเรือยนต์เฟลวาใบจักรยาวเพื่อเสริมเส้นทางเดินเรือโดยสารในแม่น้ำเจ้าพระยา (สายหลัก) เชื่อมตามคลองต่างๆ บริเวณจังหวัดนนทบุรี-กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 เส้นทาง

1.2.3 การคมนาคมขนส่งทางอากาศ

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ห่างจากใจกลางกรุงเทพมหานครประมาณ 25 กิโลเมตร เป็นท่าอากาศยานที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นท่าอากาศยานที่มีสายการบินจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดให้ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศไทยแทนท่าอากาศยานดอนเมือง และตั้งเป้าให้เป็น ศูนย์กลางการบินในทวีปเอเชีย อีกทั้งการเน้นพัฒนาคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยาน ให้ได้รับการจัดอันดับ 1 ใน 10 ท่าอากาศยานที่มีคุณภาพการบริการดีที่สุดในโลกในปี พ.ศ. 2553 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีหอคอยคุมที่สูงเป็นอันดับ 1 ของโลก (132.2 เมตร) และ อาคารผู้โดยสารเดี่ยวที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลก (563,000 ตารางเมตร) ปัจจุบันเป็นหนึ่งในท่าอากาศยานที่มีผู้โดยสารมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยในปี พ.ศ. 2562 มีผู้โดยสาร มากเป็นอันดับที่ 19 ของโลก 65,421,844 ราย ในปีเดียวกันท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีจำนวน สินค้าทางอากาศมากเป็นอันดับที่ 21 ของโลก จากการจัดอันดับท่าอากาศยานที่มีความหนาแน่นสูงสุดในกรณีจำนวนขนส่งสินค้า โดยปริมาณขนส่งอยู่ที่ 1,326,914 ตัน ต่อมาในปี พ.ศ. 2564 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิยังมีพื้นที่เชิงตารางกิโลเมตรมากที่สุดในอันดับที่ 10 ของท่าอากาศยานทั่วโลกโดยพื้นที่รวมของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิคือ 32.4 ตารางกิโลเมตร (32.4 km²) จำนวนเที่ยวบินช่วงที่การควบคุมจราจรทางอากาศหนาแน่นมากที่สุดตามรายงานของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีเที่ยวบินระหว่างประเทศมากถึง 25,881 เที่ยวบิน เที่ยวบินภายในประเทศ 8,106 รวม 33,987 เที่ยวบิน ซึ่งเป็นสถิติเที่ยวบินระหว่างประเทศมากที่สุดตั้งแต่ดำเนินการ รongลงมาคือ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีเที่ยวบินระหว่างประเทศมากถึง 825,400 เที่ยวบิน เที่ยวบินภายในประเทศ 285,660 รวม 33,289 เที่ยวบิน ตลอดปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนเที่ยวบินรวมทั้งสิ้น 980,967 เที่ยวบิน

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้บริการสายการบินที่ทำการบินแบบประจำในช่วง 27 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2562 สูงสุด 104 สายการบินขนส่งอากาศยาน 11 สายการบิน และสายการบินเช่าเหมาลำ 1 สายการบิน สายการบินเช่าเหมาลำภายในประเทศ ทำการบินไปสนามบินเกาะไผ่ 1 สายการบิน รวม 117 สายการบิน ซึ่งถือว่าบริการตามจำนวนสายการบินมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก (สามารถรองรับเที่ยวบิน 76 เที่ยวบินต่อชั่วโมง และผู้โดยสาร 45 ล้านคนต่อปี) และศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศ (สามารถรองรับสินค้าได้ 3 ล้านตันต่อปี) นอกจากนี้ ยังมีทางหลวงพิเศษที่ทันสมัยซึ่งเชื่อมต่อระหว่างท่าอากาศยาน กรุงเทพมหานคร และนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์น ซีบอร์ด สายการบินหลายแห่ง ได้แก่

การบินไทย การบินไทยสมายล์ บางกอกแอร์เวย์ และไทยเวียดเจ็ทแอร์ ได้เลือกท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางการบิน

ท่าอากาศยานดอนเมือง (ชื่อเดิมคือ ท่าอากาศยานกรุงเทพ) หรือ สนามบินดอนเมือง เป็นท่าอากาศยานในประเทศไทย ที่ตั้งอยู่บนถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสนามบิน เขตดอนเมือง ช่วงกิโลเมตรที่ 24 ทางตอนเหนือของกรุงเทพมหานคร เป็นจุดศูนย์กลางทางการบินในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่สามารถเชื่อมโยงการคมนาคมทางอากาศไปยังจุดต่างๆของโลกได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการบินภายในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน หรือระหว่างทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ทวีปออสเตรเลีย ซึ่งสามารถใช้เป็นจุดแวะลงและเชื่อมต่อในการเดินทางของผู้โดยสาร ตลอดจนพัสดุ ไปรษณีย์ภัณฑ์ไปยังจุดอื่นๆได้เป็นอย่างดี และท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองยังเป็นที่ท่าอากาศยานที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย ในปัจจุบันท่าอากาศยานดอนเมือง รับเที่ยวบินจากประเทศกัมพูชา ประเทศมาเลเซีย ประเทศพม่า ประเทศเวียดนาม ประเทศไต้หวัน ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศอินเดีย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศเนปาล ประเทศศรีลังกา

2. ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะต่อการเพาะปลูกพืชต่างๆ ลักษณะของดินเป็นดินเหนียวกรุงเทพ (Bangkok Clays) ตั้งอยู่บนพื้นที่ซึ่งในทางภูมิศาสตร์เรียกว่าบริเวณที่ราบดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ อันเกิดจากตะกอนน้ำพัดพา ความสูงจากระดับน้ำทะเล 1.5–2 เมตรตั้งอยู่ที่ละติจูด (Latitude) หรือเส้นรุ้งที่พิกัด $13^{\circ} 43' 45'' \text{ N}$ (13.72917) ลองจิจูด (Longitude) หรือเส้นแวงที่พิกัด $100^{\circ} 31' 26'' \text{ E}$ (100.52389) โซนเวลา GMT +7

ในปัจจุบันมีการใช้ประโยชน์จากที่ดิน เนื่องจากเป็นพื้นที่ความเป็นเมืองประมาณเกือบครึ่งหนึ่งของพื้นที่ประมาณ 700 ตารางกิโลเมตรจากการสำรวจการใช้ประโยชน์ที่ดิน (Existing Land Use) กรุงเทพมหานครมีการใช้ประโยชน์ที่ดิน 3 ประเภทคือ 23% ของพื้นที่ทั้งหมดใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการอยู่อาศัย จำนวน 382.538 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 23.36 การใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม 369.837 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 23.58 และเป็นการใช้ ประเภทที่ว่าง 378.974 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 24 นอกนั้นจะใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทต่างๆ เช่น อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม สถานที่ราชการ ฯลฯ มีแม่น้ำลำคลองมากมายประมาณ 1,682 คูคลองทั่วกรุงเทพมหานคร

2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

กรุงเทพมหานครมีอากาศแบบร้อนชื้น โดยอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม 2 แบบ ได้แก่ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้เกิดสามฤดูที่แตกต่างกัน คือ ฤดูร้อนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน ฤดูฝนระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม และฤดูหนาวระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงมกราคม มีอากาศดีตลอดปีโดยอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุด คือ 32.7 องศาเซลเซียส และต่ำสุด 24.1 องศาเซลเซียส ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยประมาณ 1,496.8 มิลลิเมตร/ปี

2.3 ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ

กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 1,568.737 ตารางกิโลเมตร หรือ 980,460.625 ไร่ ซึ่งมีความหลากหลายของชีวิต พืช สัตว์ รวมถึงมนุษย์ที่อยู่ร่วมกันในสังคมเมือง ซึ่งถือเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ ดังนี้

1. การสร้างสวนสีเขียวในเมืองเพื่อผลิตอากาศบริสุทธิ์ ได้แก่ สวนสาธารณะในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีทั้งหมด 36 แห่งคือ สวนหลวงร.9 เป็นสวนสาธารณะและสวนพฤกษศาสตร์ที่มีพื้นที่มากที่สุด 500 ไร่ รองลงมาเป็นสวนวชิรเบญจทัศ และสวนลุมพินี ซึ่งเป็นสวนสาธารณะแห่งแรกของประเทศไทย รวมไปถึงการปลูกสวนริมถนนและเกาะกลางถนนบริเวณต่างๆ การปลูกไม้ดอกไม้ประดับริมคูคลอง การสร้างสวนบนดาดฟ้าตึกต่างๆ การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ประดับ พืชสมุนไพรไว้บริเวณหน้าบ้าน สถานประกอบการ อาคาร สถานที่ ราชการต่างๆ ซึ่งการสร้างพื้นที่สีเขียวเหล่านี้นอกจากให้ความร่มรื่น และผลิตอากาศบริสุทธิ์แล้ว ยังสามารถเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้พืชพรรณและสัตว์ต่าง ๆ นานาชนิดได้ เช่น พืชพรรณหายาก ผีเสื้อ แมลง หนอน นก ปลา สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ สัตว์เลื้อยคลาน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ออกกำลังกาย ลานกิจกรรมต่างๆ ให้กับชาวกรุงเทพมหานคร

2. การรักษาระบบนิเวศ พื้นที่ป่าชายฝั่งทะเล โดยในปี พ.ศ. 2558 กรมป่าไม้ได้แสดงผลการสำรวจป่าในกรุงเทพมหานคร มีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 298.48 หรือเกือบ 3 เท่า ส่วนใหญ่เป็นป่าชายเลนในบริเวณเขตบางขุนเทียน จากเดิมในปี พ.ศ. 2556 มีพื้นที่ 805 ไร่ เพิ่มขึ้นเป็น 3,211 ไร่ แสดงให้เห็นประสิทธิภาพในการฟื้นฟูสภาพป่าชายเลนที่ดีและเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ พันธุ์ไม้เด่นที่พบในป่าชายเลนกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 4 ชนิด คือ แสมทะเล แสมขาว แสมดำ และโกงกางใบเล็ก และสัตว์ที่พบคือนก 64 ชนิด จัดเป็นนกประจำถิ่น 32 ชนิด นกอพยพ 20 ชนิด และนกอีก 12 ชนิด เป็นทั้งประจำถิ่นและอพยพ และยังมีลิงแสม

ปลาโลมา ในบริเวณอ่าวไทย ค้างคาวแม่ไก่ ภูชนิดต่างๆ ตัวเงินตัวทอง เป็นต้น อีกทั้งยังมีการทำประมงชายฝั่ง การเลี้ยงกุ้งหอย ปู ปลาอีกด้วย

3. ที่ดินประเภทอุตสาหกรรมมีพื้นที่ประมาณ 17,092 ไร่ มีโรงงานอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 20,711 แห่ง เป็นโรงงานอุตสาหกรรมประเภทที่ 3 ซึ่งเป็นกิจกรรมขนาดใหญ่ มีจำนวนแรงงานของเครื่องจักรและแรงงานสูง ประมาณ 10,137 แห่ง กระจายตัวอยู่ในพื้นที่โดยส่วนใหญ่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมลาดกระบัง เขตลาดกระบัง เขตบางขุนเทียน เขตจอมทอง เขตบางบอน เขตราชบุรีบูรณะฝั่งตะวันตก เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา เขตบางซื่อ ตามนโยบายของรัฐบาลซึ่งมุ่งเน้นการกระจายตัวของโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมหนักให้ออกนอกพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการกระจายแรงงานออกสู่ภูมิภาคและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร

4. ที่ดินประเภทเกษตรกรรมมีพื้นที่ประมาณ 180,305.49 ไร่ โดยส่วนใหญ่อยู่ในเขตหนองจอกมากที่สุด เขตสายไหม เขตลาดกระบัง เขตสะพานสูง เขตคลองสามวา (งานศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเทศ วิทาลัยสารพัดช่างพระนคร)

2.4 ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์

ภัยธรรมชาติของกรุงเทพมหานคร ได้แก่

1. **ทรัพยากรน้ำ** กรุงเทพมหานครอยู่ในบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและคูคลองแยกเป็นหลายสาขา ต่อมาเกิดปัญหาการระบายน้ำ ได้แก่ ปัญหาอุทกภัย สาเหตุเกิดจากปริมาณน้ำฝนมากับสภาพพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาของกรุงเทพมหานคร อีกทั้งน้ำเหนือไหลลงมาในปริมาณมากกับน้ำทะเลหนุนและแผ่นดินที่ทรุดตัวลง นอกจากนี้ ยังมีปัญหาการระบายน้ำท่อระบายน้ำอุดตันจากขยะต่างๆ และถมคูคลอง

ปัญหาการสูบน้ำใต้ดินหรือน้ำบาดาลมาใช้อุปโภคบริโภค ทำให้เกิดผลกระทบได้แก่ การถูกลามของน้ำเค็ม น้ำใต้ดินมีปริมาณลดลง คุณภาพของน้ำใต้ดิน และการทรุดตัวของแผ่นดินมากขึ้นทุกปี ในอัตราปีละ 5-10 เซนติเมตร หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2526 จึงมีมาตรการควบคุมการสูบน้ำบาดาล ต่อมาในปี พ.ศ. 2544 สำนักนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อมกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม รายงานสถานการณ์โดยรวมของแผ่นดินทรุดตัวที่เพิ่มขึ้นของกรุงเทพมหานคร โดยอัตราการทรุดตัวประมาณปีละ 1 เซนติเมตร แต่ในเขตดอนเมืองอัตราการทรุดตัว 3-5 เซนติเมตร/ปี เขตหนองจอกอัตราการทรุดตัว 2-3 เซนติเมตร/ปี และพื้นที่เขตปริมณฑลที่มีอัตราการทรุดตัว 2-5 เซนติเมตร/ปี

2. ทรัพยากรดิน การเกิดภัยแผ่นดินไหว เนื่องจากพื้นดินในกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยเสี่ยงในการเกิดแผ่นดินไหว เพราะเป็นแผ่นดินเกิดใหม่เป็นดินตะกอนปากแม่น้ำมีความอ่อนนุ่ม หากเกิดแผ่นดินไหวประเทศไทยมีรอยเลื่อนที่มีพลังทั้งหมด 14 รอยเลื่อนกระจายอยู่ใน 22 จังหวัดทั่วประเทศ และในประเทศเพื่อนบ้านรอบๆ เช่น พม่า เป็นต้น กรุงเทพมหานครจะได้รับผลกระทบจากแผ่นดินไหว 3 ลักษณะ คือ รอยเลื่อนศรีสวัสดิ์จังหวัดกาญจนบุรี ในระดับ 7-7.5 ริคเตอร์ ลอยเลื่อนสกายที่ผ่ากลางพม่ามาลงที่ทะเลอันดามันในระดับ 8 ริคเตอร์ และแนวมุดตัวหมู่เกาะอันดามันเหนือหมู่เกาะนิโคบาร์ในระดับ 8.5-9 ริคเตอร์ ภาครัฐจึงออกมาตรการในปี พ.ศ. 2540 ให้อาคารสูงเกินกว่า 15 เมตรต้องมีโครงสร้างป้องกันแผ่นดินไหวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ภัยจากมนุษย์ของกรุงเทพมหานคร ได้แก่

1. การจราจรติดขัด ปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพมหานครเป็น ปัญหาที่สะสมมายาวนานหลาย 10 ปี จึงกลายเป็นประเทศที่มีจราจรติดขัดอันดับต้นๆของโลก สาเหตุจากปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นจากนโยบายคีนภาชีรถยนต์คันแรกของรัฐบาล อีกทั้งจำนวนประชากรที่กระจุกตัวทำงานในกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ระบบการขนส่งสาธารณะไม่เพียงพอรวมถึงการจอดรถยนต์และการวางสิ่งของกีดขวางบนพื้นถนนจึงทำให้มีการรณรงค์จากทุกภาคส่วนให้เดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส รถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทาง แท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง เรือโดยสาร ฯลฯ เพื่อช่วยบรรเทาการจราจรที่ติดขัด โดยเฉพาะชั่วโมงเร่งด่วนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ทัศนียภาพที่ไม่สวยงาม ซึ่งเกิดจากสายไฟฟ้า สายโทรศัพท์ และสายประเภทต่างๆ รวมถึงป้ายโฆษณา และป้ายผิดกฎหมายต่างๆ จำนวนมาก ซึ่งป้ายเหล่านี้อาจถูกลมพายุฝนพัดทำลายความเสียหายให้แก่สถานที่ใกล้เคียงและบ้านเรือนประชาชนได้ การขายสินค้าบนพื้นที่สาธารณะ ทางเดินเท้า ถนน ซึ่งเป็นการบดบังทัศนียภาพ ความสวยงาม ความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมืองและสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

3. มลภาวะเป็นพิษ ทั้งมลพิษทางอากาศจากรถยนต์ที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และฝุ่นละอองขนาดเล็กเกิน 10 ไมครอน (ค่ามาตรฐาน) ซึ่งส่งผลต่อระบบทางเดินหายใจทำให้มนุษย์เป็นโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจและโรคมะเร็ง มลพิษทางน้ำ เกิดน้ำเน่าเสียจากการทิ้งขยะและการระบายน้ำเสียของโรงงานสถานประกอบการต่างๆ และมลพิษทางเสียงจาก

เสียงที่ดังเกิน 70 เดซิเบลในกิจกรรมต่างๆ มลพิษเหล่านี้ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร

4. อาชญากรรม เช่น ปัญหาการคอร์รัปชัน ทูจวิทยาเสพติด การค้าประเวณี ความรุนแรง การทารุณกรรม ยาเสพติด การค้า ประเวณี การหลอกลวงต้มตุ๋น การฆาตกรรม ปัญหาอาชญากรรมในกรุงเทพมหานครยังคงมีอย่างต่อเนื่อง เกิดจากสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ สังคมที่เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทันสมัย มนุษย์ขาดศีลธรรม มีความเครียดมากขึ้น การเกิดพฤติกรรมการเล่นแบบ รวมถึงการเลี้ยงดูของครอบครัว ซึ่งควรแก้ไขให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด รวมถึงส่งเสริมการดูแลเอาใจใส่ ความรักความอบอุ่นของครอบครัว

3. ข้อมูลด้านสังคม

3.1 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่และชุมชน

ประวัติความเป็นมาของกรุงเทพมหานครคำว่า “กรุงเทพมหานคร” หมายถึง “พระนครอันกว้างใหญ่ดุจเทพนคร” เริ่มก่อตั้งภายหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงครองราชย์ปราบดาภิเษกเป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี เมื่อวันที่ 5 เมษายน เดือนห้า แรม 9 ค่ำ ปีชวด พ.ศ. 2325 พระองค์ได้ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา เนื่องจากเป็นชัยภูมิที่ดีกว่ากรุงธนบุรี เพราะมีแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นแนวคูเมืองทางด้านตะวันตกและด้านใต้ อาณาเขตของกรุงเทพฯ ในชั้นแรกถือเอาแนวคูเมืองเดิมฝั่งตะวันออกของกรุงธนบุรี คือ แนวคลองหลอด ตั้งแต่ปากคลองตลาดจนออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณสะพานพระปิ่นเกล้า เป็นบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์มีพื้นที่ประมาณ 1.8 ตารางกิโลเมตร

บริเวณที่สร้างพระราชวังนั้นเดิมเป็นที่อยู่อาศัยของพระยาราชณเดศวรและชาวจีน ซึ่งได้โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายไปอยู่ที่ลำเพ็ญ ในการก่อสร้างพระราชวังโปรดเกล้าฯ ให้พระยาศรมาธิบดีกับพยาวิจิตรนาวิเป็นแม่กองคุมการก่อสร้าง ตั้งแต่พิธียกเสาหลักเมือง เมื่อวันที่อาทิตย์ เดือน 6 ขึ้น 10 ค่ำ (21 เมษายน พ.ศ. 2325) พระราชวังแล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2328 จึงได้จัดให้พิธีบรมราชาภิเษกตามแบบแผนรวมทั้งงานฉลองพระนคร โดยพระราชทานนามพระนครใหม่ว่า “กรุงเทพมหานคร อมรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุธยา มหาดิลกภพ นพรัตน์ราชธานีบุรีรมย์ อุดมราชนิเวศน์มหาสถาน อมรพิมานอวตารสถิต สักกะทัตติยะวิษณุกรรมประสิทธิ์” ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเปลี่ยนคำว่า “บวรรัตนโกสินทร์” เป็น “อมรรัตนโกสินทร์” และในสมัยจอมพลถนอม

กิตติขจร เป็นนายกรัฐมนตรีได้รวมจังหวัดธนบุรีเข้าไว้ด้วยแล้วเปลี่ยนชื่อเป็น “กรุงเทพมหานคร” เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2515 ชาวต่างประเทศมักเรียกกรุงเทพฯ “Bangkok” ที่มาจากคำสองคำรวมกัน “บาง” เป็นภาษาเขมร แปลว่า ดินงอกชานน้ำ ส่วน “กอก” หมายถึง ต้นมะกอก บางกอกเป็นชื่อเดิมที่ใช้เรียกบริเวณที่ตั้งของเมืองธนบุรี ตั้งแต่สมัยพระมหาจักรพรรดิทรงตั้งเป็นกรุงธนบุรีศรีมหาสมุทร ชาวบ้านยังติดกับชื่อเดิมที่เรียกว่า “บางกอก” จนกลายมาถึงสมัยนี้ คำขวัญของกรุงเทพมหานครจากการที่กรุงเทพมหานคร มีการโหวตคำขวัญของกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 ได้คำขวัญว่า “กรุงเทพดูจุเทพสร้าง เมืองศูนย์กลางการปกครอง วัดวังงามเรืองรอง เมืองหลวงของประเทศไทย”

3.2 จำนวนประชากร

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงทำให้ในปี พ.ศ. 2554 กรุงเทพมหานครถือเป็นเมืองที่มีความหนาแน่นของประชากรเป็นอันดับที่ 13 ของโลก เนื่องจากมีประชากรทั้งในประเทศ (ต่างจังหวัด) และต่างประเทศ (แรงงานข้ามชาติ) เข้ามาทำงานและอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก โดยไม่ได้ขึ้นทะเบียนราษฎรซึ่งถือเป็นจำนวนประชากรแฝง 4 ล้านกว่าคน โดยเป็นประชากรต่างด้าว 3 สัญชาติ คือ พม่า ลาว และกัมพูชา รวมประมาณ 1 ล้านกว่าคน จากตารางแสดงสถิติจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎร กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรในปีพ.ศ. 2563 ประมาณ 5,588,222 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563, สืบออนไลน์)

ตาราง 5 แสดงสถิติจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2555 - 2564

ลำดับ	เขต	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564
1	สาทรใหม่	188,163	191,536	194,511	197,715	200,374	202,590	204,532	206,278	207,272	206,831
2	คลองสามวา	169,729	174,197	178,958	184,306	189,507	193,930	198,019	202,094	204,900	206,437
3	บางแค	191,781	192,119	191,966	192,281	192,413	193,002	193,315	193,491	193,303	192,431
4	บางสน	189,737	190,544	190,659	190,483	190,828	190,681	191,323	189,000	187,377	186,200
5	บางขุนเทียน	165,693	169,614	173,144	176,724	179,768	182,235	183,878	185,824	186,144	184,994
6	ประเวศ	160,816	163,485	166,364	169,212	172,761	175,656	178,290	180,769	181,821	181,632
7	หนองจอก	157,224	159,962	162,598	165,281	167,844	170,643	172,990	176,022	177,979	178,856
8	ลาดกระบัง	163,317	165,724	168,309	170,070	171,933	173,987	175,662	177,769	178,971	178,424
9	ดอนเมือง	166,635	167,827	168,197	168,278	168,896	168,973	169,259	170,021	170,791	167,921
10	หนองแขม	150,285	151,877	153,175	154,389	155,229	155,722	156,267	156,354	156,203	155,360
11	จตุจักร	160,853	160,948	160,366	159,514	158,130	156,684	155,923	156,605	155,297	154,146
12	จอมทอง	157,970	157,156	156,030	155,048	153,668	152,315	151,174	150,108	148,290	145,771
13	บางกะปิ	148,491	149,056	148,964	149,102	148,392	147,800	146,841	146,108	144,732	142,574
14	มีนบุรี	137,295	138,661	139,771	140,702	141,214	141,750	142,311	142,586	142,197	141,374
15	ปทุม	145,795	145,822	145,514	144,661	144,449	143,835	142,990	142,237	140,817	139,334
16	ทุ่งครุ	116,523	117,662	119,349	120,613	120,976	121,833	122,296	123,048	123,700	123,392
17	ภาษีเจริญ	129,800	129,559	129,238	128,461	127,582	126,824	125,981	126,160	124,318	122,824
18	สวนหลวง	115,731	116,688	118,371	120,136	121,740	122,534	123,026	124,048	123,609	122,824
19	บางซื่อ	132,169	130,511	128,995	127,716	126,136	125,440	125,299	126,310	122,410	120,718
20	ลาดพร้าว	122,152	122,441	122,196	121,843	121,000	120,394	119,709	118,574	117,108	115,602
21	ดินแดง	130,202	128,838	127,260	125,964	123,966	122,563	120,761	119,150	115,508	112,814
22	วังทองหลาง	114,748	114,805	114,245	113,521	112,849	112,116	111,293	109,653	107,458	105,901
23	บางบอน	105,161	106,085	107,140	107,397	107,136	107,118	106,919	105,684	104,366	102,635
24	ตลิ่งชัน	106,532	106,192	105,857	105,613	105,289	105,299	105,047	104,779	103,617	102,469
25	บางกอกน้อย	117,950	117,503	116,653	115,202	112,581	112,046	110,417	107,732	103,791	101,511
26	ธนบุรี	119,643	117,536	115,330	113,338	111,027	109,482	107,754	106,049	103,377	101,217
27	หลักสี่	109,858	109,049	107,797	106,657	105,588	104,701	104,577	104,285	102,704	100,534
28	สะพานสูง	89,895	91,358	92,735	93,854	94,982	95,537	95,836	96,059	96,092	95,922
29	คันนายาว	88,471	90,437	92,094	94,242	95,369	96,751	97,187	97,095	96,330	95,636
30	คลองเตย	109,001	108,066	107,221	106,233	104,211	102,945	101,543	101,244	93,193	91,636
31	บางพลัด	99,153	98,113	96,787	95,478	93,771	92,325	91,278	90,869	89,417	88,290
32	บางนา	95,855	95,204	94,315	93,297	92,023	90,852	90,148	90,125	88,535	87,053
33	พระโขนง	93,461	92,774	92,448	92,197	91,305	90,534	89,237	88,998	87,856	87,018
34	พิบูลย์	78,207	78,943	80,002	80,735	81,190	81,515	81,689	84,340	84,233	83,278
35	ดุสิต	107,969	106,811	104,394	101,576	98,450	95,852	94,854	89,769	83,897	81,494
36	วัฒนา	81,755	82,637	83,520	84,214	84,528	84,967	85,642	87,225	81,623	81,382
37	บางคอแหลม	94,877	93,508	92,273	91,405	90,377	89,358	88,288	86,898	82,733	80,978
38	ทวีวัฒนา	76,274	76,787	77,121	77,604	77,890	78,187	78,394	78,548	78,749	78,798
39	ราษฎร์บูรณะ	86,643	85,825	84,881	84,157	83,248	82,545	81,806	80,509	78,687	77,509
40	ยานนาวา	81,529	81,162	80,843	80,211	79,574	78,797	78,031	77,814	76,564	75,076
41	สาทร	85,048	83,898	82,432	81,745	80,497	79,624	78,860	77,773	75,735	73,987
42	รามพฤ	73,280	73,550	73,790	73,597	72,436	72,304	71,952	72,568	69,264	67,735
43	คลองสาน	76,353	75,765	75,224	74,796	73,871	73,263	72,171	71,197	69,139	67,579
44	ปทุมมา	73,084	72,495	72,203	71,864	72,102	70,238	70,341	69,382	67,388	66,212
45	บางกอกใหญ่	72,241	71,087	70,003	69,349	67,887	67,768	67,211	66,152	63,861	62,650
46	บางรัก	46,112	46,114	46,472	46,777	47,308	47,817	48,207	48,227	45,757	45,015
47	พระนคร	57,831	56,684	55,373	53,899	52,522	51,231	50,382	47,701	44,923	43,062
48	ปทุมวัน	53,912	52,613	51,557	50,673	49,594	49,121	48,382	47,085	43,338	41,763
49	ป้อมปราบศัตรูพ่าย	50,930	50,092	49,280	48,585	47,450	46,581	45,701	43,485	41,524	40,418
50	สัมพันธวงศ์	27,426	26,932	26,359	25,694	24,785	24,150	23,655	22,463	21,324	20,777
รวม		5,673,560	5,686,252	5,692,284	5,696,409	5,686,646	5,682,415	5,676,648	5,666,264	5,588,222	5,527,994

แหล่งข้อมูล : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

3.3 ลักษณะการตั้งบ้านเรือน

จากการขยายตัวของกรุงเทพมหานครอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการอพยพย้ายถิ่นของประชากรเข้ามาทำงานในเมืองหลวง ทำให้ลักษณะการสร้างบ้านเรือนที่หลากหลายสรุปได้ ดังนี้ ลักษณะที่อยู่อาศัยแบบหมู่บ้านจัดสรรคอนโด อพาร์ทเมนต์ หอพัก บ้านไม้ริมน้ำ บ้านปูน บ้านเดี่ยว บ้านสองชั้น ในลักษณะกระจายอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร โดยข้อมูล ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2559 เขตที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นมากที่สุดในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตสายไหมจำนวน 200,374 คน รองลงมา คือ เขตบางแค จำนวน 192,413 คน เขตบางเขน จำนวน 190,828 คน เขตคลองสามวา จำนวน 189,507 คน และเขตบางขุนเทียน จำนวน 179,768 คน ตามลำดับ

3.4 ความเชื่อ ศาสนา

การนับถือศาสนาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จากการสำรวจสำมะโนประชากรพบว่าร้อยละ 95.3 นับถือศาสนาพุทธประชากรส่วนใหญ่เป็นพุทธศาสนิกชน นิกายเถรวาทโดยมีวัดในสังกัดกรมการศาสนาของพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 433 แห่ง รองลงมาร้อยละ 2.9 นับถือศาสนาอิสลาม ส่วนใหญ่เป็นนิกายซุนนีย์ จากการสำรวจสำมะโนประชากรและสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า กรุงเทพมหานครมีประชากรเป็นมุสลิมประมาณ 262,023 คนจากประชากรมุสลิมทั่วประเทศ โดยพื้นที่ที่มีสุเหร่าและมัสยิดหนาแน่นมากที่สุดได้แก่ เขตหนองจอก มี 52 แห่ง เขตมีนบุรี 15 แห่ง เขตสวนหลวงและเขตประเวศ 13 แห่ง (นุรชาลปิยะห์ เซึ่ง: ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง) ร้อยละ 1.6 นับถือศาสนาคริสต์โดยส่วนใหญ่เป็นนิกายโรมันคาทอลิกและนิกายโปรเตสแตนต์ มีจำนวนโบสถ์คริสต์ในกรุงเทพมหานคร ประมาณ 235 แห่งและร้อยละ 0.2 นับถือศาสนาอื่นๆ เช่น ศาสนาพราหมณ์-ฮินดู ศาสนาซิกข์ และผู้ไม่นับถือศาสนาใด

3.5 วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร

3.5.1 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี

งานว่าวสนามหลวง ช่วงกลางเดือนกุมภาพันธ์-กลางเดือนเมษายน บริเวณพื้นที่สนามหลวง การแข่งขันจะเริ่มเวลา 16.00-18.00 น. จัดปีละ 1 ครั้ง และมีกิจกรรมเสริมอื่นๆ เช่น การแสดงดนตรีไทย ศิลปะป้องกันตัว กระบี่กระบอง การจำหน่ายว่าวหลากหลายชนิดและแสดงว่าวจากต่างประเทศด้วย

เทศกาลตรุษจีน เยวราซ ถือเป็นงานปีใหม่ของชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทยและทั่วโลก โดยจะมีการจัดงานในช่วงปลายเดือนมกราคมหรือเดือนกุมภาพันธ์ ประมาณ 2 วัน 2 คืน เวลา 12.00-00.00 น. มีการแสดงและกิจกรรมให้ชมมากมาย เช่น การแสดงเชิดสิงโตบนเสาดอกเหมย การแสดงดนตรีจีน การแสดงมายากลเปลี่ยนหน้ากากจีน และเทศกาลอาหารจีนหลากหลาย

งานเทศกาลไทยเที่ยวไทย จัดขึ้นในปลายเดือนสิงหาคม ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยมีผู้ประกอบการมาขายโดยตรงให้กับผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว พร้อมกิจกรรมพิเศษและข้อเสนอรายการพิเศษต่างๆ และสินค้าที่ระลึก

เทศกาลสงกรานต์บนถนนสีลม เป็นเทศกาลที่จัดขึ้นทุกปี โดยใช้แนวคิดหลัก คือ “สงกรานต์ 3 ปลอดภัย” ปลอดภัย ปลอดภัยแอลกอฮอล์ ปลอดภัย จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 12- 14 เมษายน เริ่มตั้งแต่ด้านหน้าโรงแรมดุสิตธานี ไปจนถึงแยกราชประสงค์ (ถนนสีลมตัดถนนนราธิวาสราชนครินทร์) ระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร โดยจะเริ่มปิดถนนให้ประชาชนทั้งชาวไทยและต่างชาติมาร่วมสนุกตั้งแต่วันที่วันไปจนถึงเที่ยงคืน

เทศกาลสงกรานต์บนถนนข้าวสาร ถือเป็นงานปีใหม่ของชาวไทย จัดช่วงวันที่ 12-15 เมษายน สำหรับถนนข้าวสาร นับว่าเป็นสถานที่ยอดนิยมที่เหล่าบรรดาชาวไทยและต่างชาติได้มาร่วมตัวกันมาเล่นน้ำ ซึ่งในแต่ละปีก็จะมีธีมของงานที่แตกต่างกันออกไป

เทศกาลลอยกระทงในกรุงเทพมหานคร มีการจัดงาน “Bangkok River Festival ” เป็นเทศกาลสายน้ำแห่งวัฒนธรรมไทย ครั้งที่ 8 “รักษ์ ณ สายน้ำ” จัดขึ้นเพื่อต่อยอดคุณค่าทางวัฒนธรรมกับประเพณีลอยกระทง และมรดกของไทย การทำบุญ ชมนานศิลป์ ลิ้มลองขนมไทยใน ณ 10 ทำนาร่วมสมัย ได้แก่ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์), วัดอรุณราชวราราม, วัดระฆังโฆสิตารามวรมหาวิหาร, วัดกัลยาณมิตร วรมหาวิหาร, วัดประยุรวงศาวาสวรวิหาร, ศาลเจ้ากวนอู (คลองสาน), ท่ามหาราช, เดอะลิง 1919, สุขสยาม ณ ไอคอนสยาม และเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์

3.6 สุขภาพ อนามัย

จำนวนสถานพยาบาลและโรงพยาบาลในกรุงเทพมหานครแบ่งได้ ดังนี้ โรงพยาบาลในสังกัดของกรุงเทพมหานครเอง 11 แห่ง ศูนย์บริการแพทย์ฉุกเฉินกรุงเทพมหานคร 2 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน 93 แห่ง สถานพยาบาลเอกชน 2 แห่ง ศูนย์รักษาเลสิกและสายตา โรงพยาบาลจักษุรัตนิน 1 แห่ง โรงพยาบาลของรัฐ 34 แห่ง สถาบันจิตเวช 3 แห่ง

สถานพยาบาลของรัฐ 1 แห่ง โรงพยาบาลรัฐวิสาหกิจ 2 แห่ง โรงพยาบาลเฉพาะทางทันตกรรม 3 แห่ง โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์ทางโรคไต 1 แห่ง โรงพยาบาลเบรทเทอร์ปี้อ้างรักษาด้วยวิธีสมุนไพรเวชศาสตร์ 1 แห่ง และโรงพยาบาลผิวหนัง อโศก 1 แห่ง ดังนั้น กรุงเทพมหานครมีสถานพยาบาลที่ได้รับการอนุมัติให้เป็นโรงพยาบาลอย่างถูกต้องตามกฎหมาย 155 แห่ง

3.7 การศึกษา

จำนวนโรงเรียนในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จำแนกรายเขต พ.ศ. 2559 ดังนี้ กรุงเทพมหานครจำนวน 437 แห่งสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) จำนวน 119 แห่ง สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา (สอศ.) จำนวน 98 แห่งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กรุงเทพมหานคร (สพป.) จำนวน 39 แห่ง และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (สช.) จำนวน 833 แห่ง

สรุปจำนวนโรงเรียน ครู นักเรียน และห้องเรียน ในสังกัด กรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต ปีการศึกษา 2559 ดังนี้ จำนวนโรงเรียน 437 แห่ง จำนวนครู 14,764 คน จำนวนนักเรียน 294,266 คน แล้วจำนวนห้องเรียน 9,473 ห้อง (สำนักงานยุทธศาสตร์การศึกษา สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร, 2564)

สรุปจำนวนและรายชื่อมหาวิทยาลัย สถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนใน กรุงเทพมหานครที่เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการแพทย์และพยาบาลจำนวน รวมทั้งสิ้น 20 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ท่าพระจันทร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร) มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาลัยแพทยศาสตร์พระมงกุฎเกล้า วิทยาลัยพยาบาลกองทัพบก วิทยาลัยพยาบาลกองทัพอากาศ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี กรุงเทพ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นพรัตน์วชิระ สถาบันการพยาบาลศรีสวรินทิรา สภากาชาดไทย (วิทยาลัยพยาบาลสภากาชาดไทย) วิทยาลัยพยาบาลตำรวจ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ วิทยาเขตยศเส คณะพยาบาลศาสตร์มิชชั่น มหาวิทยาลัยนานาชาติ เอเชีย - แปซิฟิก วิทยาลัยเซนต์หลุยส์ และวิทยาลัยแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

3.8 เศรษฐกิจ

รายได้หลักของกรุงเทพมหานครมาจากการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ร้อยละ 25 มาจากกรุงเทพมหานคร โครงสร้างเศรษฐกิจมาจากอันดับที่ 1 มาจากการค้าปลีกและค้าส่งมากที่สุด ร้อยละ 21.66 อันดับที่ 2 มาจากการขนส่งและการคมนาคม ร้อยละ 15.12 อันดับที่ 3 มาจากสาขาอุตสาหกรรม ร้อยละ 12.67 อันดับที่ 4 มาจากบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 12.58 อันดับที่ 5 มาจากตัวกลางทางการเงิน ร้อยละ 11.50 อันดับที่ 6 มาจากการบริการราชการ ร้อยละ 8.82 อันดับที่ 7 มาจากโรงแรมและภัตตาคาร ร้อยละ 7.60 และอันดับที่ 8 มาจากสาขาอื่นๆ รวม ร้อยละ 10.05 กรุงเทพมหานคร มีโรงงานทั้งสิ้น 17,297 โรงงาน จำนวนทุนจดทะเบียนรวม 412,195.38 ล้านบาท จำนวนการจ้างงาน 534,118 ค่าแรงขั้นต่ำ 325 บาท (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2559, สืบออนไลน์)

3.9 การจัดการด้านพื้นที่และการจัดการด้านทรัพยากร

3.9.1 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของกรุงเทพมหานคร

ผังเมืองกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็น “มหานคร” ที่เป็นศูนย์กลางการบริหารปกครองและศูนย์กลางความเจริญทุกด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การค้าและการบริการ การท่องเที่ยว ศูนย์กลางทางการเงิน การขนส่งและโลจิสติกส์ และเป็นแหล่งงานที่สำคัญของประเทศ ด้วยความเป็นศูนย์กลางดังกล่าว กรุงเทพมหานครจึงเป็นเมืองที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การก่อสร้างโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของภาครัฐและเอกชน และการขยายตัวของประชากร ขณะเดียวกันยังคงต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ ของเมือง เช่น ปัญหาการจราจร มลพิษทางอากาศ น้ำเสีย และภัยพิบัติต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดินและทรัพยากรธรรมชาติ เกิดความไม่สมดุลระหว่างพื้นที่พัฒนาเมืองและพื้นที่เกษตรกรรม ตลอดจนปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคมและคุณภาพชีวิต หากไม่มีการวางแผนรองรับอย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาพื้นที่ของกรุงเทพมหานครและพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี ได้กำหนดวิสัยทัศน์กรุงเทพฯ 2575: กรุงเทพฯ มหานครแห่งเอเชีย (Bangkok: Vibrant of Asia) กรุงเทพฯ จะเป็นเมืองชั้นนำในด้านเศรษฐกิจภาคบริการ มีความปลอดภัย สวยงาม สะดวกสบาย น่าอยู่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อให้กรุงเทพมหานคร

ก้าวไปสู่เป้าหมายดังกล่าว ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากทุกภาคส่วนและจำเป็นต้องมีการวางแผนและจัดทำผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครอย่างเหมาะสม กรุงเทพมหานครกำลังดำเนินการวางแผนและจัดทำผังเมืองรวมกรุงเทพมหานคร (ปรับปรุงครั้งที่ 4) ซึ่งได้มีการประชุมเพื่อรับฟังข้อคิดเห็นของประชาชนไปแล้วเมื่อเดือนพฤษภาคม 2562 หลังจากการรับฟังข้อคิดเห็น ในขั้นตอนต่อไป จะเป็นการปรับปรุงร่างผังเมืองรวม จนเมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการผังเมืองแล้ว จะมีการปิดประกาศร่างผังเมืองรวมเป็นเวลา 90 วัน เพื่อให้ประชาชนผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมให้ข้อคิดเห็นหรือยื่นคำร้องขอแก้ไขเปลี่ยนแปลงต่อกรุงเทพมหานครต่อไป โดยคาดว่าจะสามารถออกใช้บังคับได้ในปี พ.ศ. 2563

ตามร่างผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครที่เผยแพร่เมื่อเดือนพฤษภาคม 2562 นี้ มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินที่แตกต่างไปจากผังเมืองรวมฉบับปัจจุบันค่อนข้างมาก และพื้นที่ต่างๆหลายพื้นที่ก็มีการปรับเปลี่ยนประเภทการใช้ประโยชน์ที่ดินไปจากเดิม นอกจากนั้น ในข้อกำหนดของร่างผังเมืองรวมยังบรรจุแนวความคิดใหม่ๆ ที่เพิ่งนำมาใช้ในร่างผังเมืองรวมฉบับนี้ด้วย เช่น เรื่อง การพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ (Planned Unit Development, PUD) การให้ Bonus F.A.R. เพิ่มขึ้นอีกหลายกรณี เช่น การจัดให้มีพื้นที่สำหรับการเปลี่ยนถ่ายการสัญจร (Transit Facilities) ภายในระยะ 200 เมตรโดยรอบสถานีรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน การจัดให้มีพื้นที่ว่างเพื่อประโยชน์สาธารณะริมแม่น้ำเจ้าพระยา (River Front Open Space) และการจัดให้มีสถานที่ดูแลเด็กและผู้สูงอายุในเวลากลางวัน (Day Care) ในอาคารพาณิชย์ สำนักงาน หรือที่อยู่อาศัย นอกจากนั้น ยังมีมาตรการโอนสิทธิการพัฒนา (Transfer of Development Right, TDR) ทั้งในกรณีภายในบริเวณการใช้ประโยชน์ที่ดินเดียวกัน และต่างบริเวณ ฯลฯ ในส่วนของการแบ่งประเภทที่ดิน ร่างผังเมืองรวมกรุงเทพมหานครฉบับนี้ได้แบ่งประเภทที่ดินละเอียดขึ้นกว่าเดิมอย่างมากในประเภทที่อยู่อาศัย (ย.) และพาณิชยกรรม (พ.) ในขณะที่ประเภทชนบทและเกษตรกรรม (ก.) ลดจำนวนประเภทลง และไม่มีประเภทอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมไทย (ศ.) อีกต่อไป

สำหรับการแบ่งประเภทของการใช้ประโยชน์ที่ดินก็มีการเปลี่ยนแปลงพอสมควร เช่น โรงแรม การเพิ่มจำนวนโรงแรมไม่เกิน 20 ห้อง การใช้ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน/ก๊าซปิโตรเลียมเหลว/ก๊าซธรรมชาติ มีการจัดแบ่งประเภทใหม่หมดเพื่อให้สอดคล้องกับประเภทตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทำให้เพิ่มจากเดิม 5 ประเภท เป็น 15 ประเภท และการใช้ประโยชน์ที่ดินประเภทสถานที่เก็บ/สถานีรับส่ง/กิจการรับส่งสินค้า ได้มีการแยกประเภทใหม่

เป็นคลังเก็บสินค้า/คลังขนส่งสินค้า/สถานีขนส่งสัตว์และหรือสิ่งของ/สถานที่บริการตู้สินค้า ซึ่งยังแยกย่อยตามขนาดพื้นที่อีก รวมเป็น 12 ประเภท

ส่วนพื้นที่ในกรุงเทพมหานครที่มีการเปลี่ยนแปลงประเภทที่ดินก็มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของเมืองได้เป็นอย่างดี ทั้งการเปลี่ยนแปลงเป็นประเภทที่ดินที่มีความหนาแน่นมากขึ้น การเปลี่ยนประเภทที่ดินจากชนบทและเกษตรกรรมเป็นที่อยู่อาศัย หรือพาณิชยกรรม โดยเฉพาะพื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรมซึ่งลดลงกว่าเดิมมาก ทั้งด้านตะวันตกและตะวันออกของกรุงเทพมหานคร เมื่อดูจากแผนผังกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดิน มีพื้นที่ที่มองเห็นได้ค่อนข้างชัดเจนถึงความเปลี่ยนแปลงพอสมควร ดังต่อไปนี้

สีชาวมีกรอบและเส้นทแยงเขียว (อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม) เป็น สีเขียว (ชนบทและเกษตรกรรม) เช่น สองฟากถนนพุทธมณฑลสาย 3 พื้นที่สีชาวยแยงเขียว ทางด้านเหนือของถนนประชาร่วมใจ คงเหลือเพียงแถบตรงกลางกว้างประมาณ 2 ก.ม. สองฟากของคลองแปดร้อยลงมาตามคลองลาดหญ้า จนชนกับถนนประชาร่วมใจ พื้นที่สีชาวยแยงเขียวเดิมทางด้านใต้ของถนนประชาร่วมใจสีก็ตะวันออก ประมาณตั้งแต่เส้นขนาน ห่าง 500 เมตรทางตะวันออกของคลองสี เปลี่ยนจาก สีชาวยแยงเขียว เป็น สีเหลือง/สีส้ม/สีแดง เช่น สองฟากถนนพุทธมณฑลสาย 1 ถนนกาญจนาภิเษก และถนนพุทธมณฑลสาย 2 ใน เขตตลิ่งชัน เขตภาษีเจริญ และเขตบางแค เปลี่ยนเป็นสีเหลือง สองฟากถนนราชพฤกษ์ ในเขตตลิ่งชัน เปลี่ยนเป็น สีส้ม/สีแดง

สีเขียว เป็น สีเหลือง เช่น ริมถนนกาญจนาภิเษกด้านทิศใต้ ในเขตบางขุนเทียน เปลี่ยนจาก สีเหลือง เป็น สีส้ม เช่น ริมถนนวิภาวดีรังสิตฝั่งตะวันออก ระหว่างคลองบางเขน ขึ้นไปถึงถนนแจ้งวัฒนะฝั่งใต้ พื้นที่ผืนใหญ่มากซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในเขตวังทองหลาง เขตลาดพร้าว เขตบางเขน เขตปทุมธานี ตั้งแต่เหนือถนนรามคำแหงและซอยวัดเทพศิลาขึ้นไป ทางเหนือจนถึงถนนรามอินทราฝั่งเหนือ สีเหลืองเดิมในเขตสวนหลวง ตั้งแต่ทางพิเศษฉลองรัช ไปจนถึงฟากตะวันออกของถนนศรีนครินทร์

สีส้ม เป็น สีน้ำตาล/สีแดง เช่น ริมถนนรัชดาภิเษก ในเขตจตุจักร ริมถนนแจ้งวัฒนะ ฝั่งเหนือ ในเขตบางเขน เปลี่ยนจาก สีกรม (ศ.1, ศ.2) เป็น สีแดง/สีน้ำเงิน โดยพื้นที่ในกรุงเทพมหานครชั้นใน กรุงเทพมหานครชั้นนอก และพื้นที่ฝั่งธนบุรีตรงข้ามกรุงเทพมหานคร ถูกจัดเป็นที่ดินประเภทสีแดง หรือสีน้ำเงิน (สถาบันราชการฯ) ตามสภาพความเป็นจริง

ระยะที่ 1 การจัดการขยะต้นทาง คือการคัดแยกขยะ ซึ่งยังไม่เกิดขึ้นในระดับประชาชนทั่วไป แต่จะมีการคัดแยกขยะจากรถซาเล้ง หรือ เจ้าหน้าที่กทม เก็บขยะ แยกภายในรถ ทำให้แต่ละวันสามารถแยกขยะได้ 3,672 ตันต่อวัน แบ่งเป็น ขยะรีไซเคิล เช่น ขวดพลาสติก กระดาษ 2,845 ตันต่อวัน และขยะอินทรีย์ นำไปทำปุ๋ยได้ 821 ตันต่อวัน

ระยะที่ 2 การจัดการขยะที่กลางทาง เป็นเรื่องของการจัดเก็บขยะ ซึ่ง กทม.จะมีรถเก็บขนมูลฝอยจำนวน 2,140 คัน เป็นรถของกทม. 495 คัน รถเช่า 1,571 คัน เรือเก็บมูลฝอย 111 ลำ มีพนักงานเก็บขนมูลฝอยรวมทั้งสิ้น 10,454 คน ซึ่งการจัดเก็บจะไม่ให้เหลือขยะตกค้างในแต่ละวัน

ระยะที่ 3 การจัดการขยะที่ปลายทาง โดยการจัดการขยะ ปลายทางกรุงเทพฯ ใช้วิธีการฝังกลบ เมา หรือ สร้างโรงไฟฟ้าขยะ และนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์

การจัดการขยะด้วยฝังกลบ กรุงเทพมหานครมีสถานที่ฝังกลบ 2 แห่ง แห่งแรก ที่ อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม มีขยะ 2,400 ตันต่อวัน หรือ ร้อยละ 22 ขนส่งจากสถานีขนส่งสายไหม และอีก 3,400 ตันต่อวัน ร้อยละ 32 ขนส่งจากสถานีขนถ่ายหนองแขม ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท กลุ่ม 79 จำกัด ที่ทำสัญญาเมื่อ ปี 2562 ระยะเวลา 4 ปี โดยบริษัท กลุ่ม 79 จำกัด คิดราคาค่ากำจัด 693 บาทต่อตัน และบริษัท วัสดุภัณฑ์ธุรกิจ จำกัด ซึ่งรับขนถ่ายขยะมูลฝอยตามสัญญาตั้งแต่ปี 2558 ระยะเวลา 10 ปี ด้วยราคา 800 บาทต่อตัน

ส่วนสถานที่ฝังกลบแห่งที่สอง คือ อ.พนมสารคาม ฉะเชิงเทรา มีขยะ 2,806 ตันต่อวัน หรือร้อยละ 26 ขนจากสถานีขนถ่ายอ่อนนุช โดยบริษัท ไพโรจน์สมพงษ์พานิชย์ จำกัด ที่ทำสัญญาเมื่อปี 2563 ระยะเวลา 4 ปี ด้วยราคาตันละ 717 บาท

การจัดการขยะด้วยวิธีการเผา หรือโรงไฟฟ้าขยะ การสร้างโรงไฟฟ้าขยะ ถือเป็นเป้าหมายที่กรุงเทพมหานครต้องการลดการฝังกลบ ในปี 2566 ให้เหลือร้อยละ 30 ทำให้จำเป็นต้องสร้างโรงไฟฟ้าขยะเพิ่ม แต่ปัจจุบัน กรุงเทพฯ มีโรงไฟฟ้าขยะมูลฝอยทั่วไปเพียง 1 แห่งเท่านั้น ที่สถานีขนถ่ายหนองแขม ซึ่งมีความสามารถกำจัดขยะได้เพียง 500 ตัน/วัน

นอกจากนี้มีโรงไฟฟ้าขยะอีก 2 แห่งที่อนุมัติแล้ว คือ โรงไฟฟ้าขยะหนองแขม และโรงไฟฟ้าขยะอ่อนนุชมีความสามารถในการกำจัดขยะได้ 1,000 ตัน/วัน และมีแนวคิดที่จะสร้างเพิ่มอีก 1 โรง ที่โรงไฟฟ้าขยะสายไหม ความสามารถในการกำจัดขยะได้ 1,000 ตัน/วันเช่นเดียวกัน แต่ขณะนี้ยังอยู่ระหว่างการพิจารณาอนุมัติ

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากข้อมูลพบว่าเป้าหมายที่ต้องการลดการฝังกลบลงเหลือร้อยละ 30 ในปี 2566 ยังเป็นเรื่องยากเพราะปัจจุบันมีขยะเกือบ 9,000 ตัน ต่อวัน ที่ถูกส่งไป

ฝักรวมและมีเพียง 500 ตันต่อวัน ที่ถูกส่งไปกำจัดที่โรงไฟฟ้าหนองแขม ขณะที่โรงไฟฟ้า 2 แห่งที่อนุมัติแล้วทั้ง โรงไฟฟ้าออนนุช และหนองแขมยังไม่สามารถดำเนินการได้

การจัดการพลังงาน กรุงเทพมหานครและหน่วยงานในสังกัดได้ดำเนินมาตรการลดการใช้พลังงานมาอย่างต่อเนื่อง มีการจัดทำแผนปฏิบัติการลดการใช้พลังงานของหน่วยงานในสังกัดกทม. รวมถึงแต่งตั้งคณะทำงานด้านการจัดการพลังงานเพื่อกำกับติดตามการจัดการพลังงานภายในอาคารศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากผลการดำเนินการตามมาตรการ ในปี พ.ศ. 2564 มีการใช้พลังงานไฟฟ้าลดลงกว่า ปี พ.ศ. 2563 จำนวน 1,035,524 หน่วย หรือร้อยละ 19.72 เนื่องจากหน่วยงานให้ความร่วมมือในการประหยัดพลังงาน รวมถึงนโยบาย Work Form Home ที่ช่วยลดการใช้พลังงาน

ขณะที่กิจกรรมรณรงค์ปิดไฟเพื่อลดภาวะโลกร้อน หรือ Earth Hour และลดก๊าซเรือนกระจกที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ที่ได้ดำเนินการต่อเนื่องทุกปี ตั้งแต่ปี 2551 ซึ่งเป็นกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ จากความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการร่วมปิดไฟดวงที่ไม่จำเป็น เป็นเวลา 1 ชั่วโมง เพื่อรณรงค์สร้างจิตสำนึกและนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ไฟฟ้าและพลังงานอย่างรู้คุณค่า โดยเมื่อปี 2564 กรุงเทพมหานครได้เชิญชวนภาคีเครือข่ายจำนวน 25 หน่วยงาน ร่วมแสดงเจตจำนงค์ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมด้านการลดก๊าซเรือนกระจก ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ทั้งสิ้น 23,828.70 ตัน และในปี 2565 กรุงเทพมหานครได้กำหนดจัดกิจกรรม “ปิดไฟ 1 ชั่วโมง เพื่อลดโลกร้อน (60+ Earth Hour 2022)” โดยเชิญชวนประชาชน บริษัท ห้างร้าน ผู้ประกอบการ และร้านค้า ลดการใช้พลังงานและปิดไฟที่ไม่จำเป็นเป็นเวลา 1 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 20.30 – 21.30 น. และการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Energy)

กระทรวงพลังงาน พร้อมจะให้ความร่วมมือในการสนับสนุนทางวิชาการ และงบประมาณบางส่วนในการดำเนินโครงการและกิจกรรมของกรุงเทพมหานคร ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องทุกปี ในด้านการอนุรักษ์พลังงานทดแทน และการส่งเสริมพลังงานทดแทน โดยเบื้องต้นจะให้ความร่วมมือภายใต้กรอบเอ็มโอยูดังกล่าวใน 7 ด้าน ได้แก่ การเปลี่ยนหลอดไฟฟ้าประหยัดพลังงาน การจัดหลักสูตรและสนับสนุนวิทยากรเพื่อการอบรมการใช้พลังงานในอาคารแก่บุคลากรของกรุงเทพมหานคร การเผยแพร่ความรู้ด้านอนุรักษ์พลังงานและพลังงานทดแทนให้กับภาคเอกชน การสร้างจิตสำนึกการใช้พลังงานภายในโรงเรียน การผลิตก๊าซชีวภาพจากขยะมูลฝอยอินทรีย์ และการผลิตพลังงานจากแสงอาทิตย์ และด้านการอนุรักษ์พลังงาน และพลังงานทดแทนอื่นๆ ตามที่กรุงเทพมหานครจะเห็นว่าเหมาะสม และมีการติดตั้งระบบผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลฝอยอินทรีย์ในโรงเรียนสังกัด

กรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้น 164 แห่ง ดำเนินการแล้ว 80 แห่ง และกำลังดำเนินการอีก 84 แห่ง โดยสามารถรองรับขยะอินทรีย์ได้มากถึง 40 กิโลกรัมต่อวัน รวมทั้งการติดตั้งระบบผลิตน้ำร้อนพลังงานแสงอาทิตย์ที่จะติดตั้งที่โรงพยาบาลกลาง และโรงพยาบาลเจริญกรุงประชารักษ์ ในด้านหอศิลปวัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร และคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) ขอเชิญชมนิทรรศการ Living Solar: พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้ นิทรรศการที่รวบรวมข้อมูล ความเป็นมา นวัตกรรม และการนำโซลาร์เซลล์มาใช้ชีวิตประจำวัน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ภายในนิทรรศการนอกจากจะมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ได้จริงแล้ว ยังเปิดโอกาสผู้ชมได้ทดลองเรียนรู้ผ่านกิจกรรม และร่วมกันแสดงความคิดเห็นเรื่องการพัฒนาการใช้พลังงานสะอาดในอนาคต

การจัดการมลพิษ กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเผชิญกับปัญหา PM 2.5 ในระดับที่มีผลกระทบต่อสุขภาพในหลายพื้นที่ ทำให้ประชาชนในกรุงเทพมหานครเริ่มให้ความสนใจกับปัญหานี้อย่างจริงจัง ที่ผ่านมากการแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศส่วนใหญ่ต้องรอให้ฝนตก รอให้ลมเปลี่ยนทิศ หรือการฉีดน้ำขึ้นไปในอากาศ รวมไปถึงการสนับสนุนให้ประชาชนมีความตระหนักรู้และป้องกันตนเอง โดยการซื้อหน้ากากป้องกันฝุ่นละอองมาใส่ เหล่านี้เป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนให้สังคมมองมลพิษทางอากาศอันเนื่องมาจากฝุ่นเป็นภัยธรรมชาติ ที่ไม่ได้เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์เพียงอย่างเดียวและไม่สามารถทำให้หมดไปได้เอง ทั้งที่มลพิษทางอากาศอันเนื่องมาจากฝุ่นในเมืองใหญ่นั้นเป็นปัญหาที่คนจำนวนมากร่วมกันสร้างขึ้น โดยเฉพาะจากการกระทำที่หลายคนทำเป็นประจำและทำมานานแล้ว เช่น จากการขับรถ จากการเผาขยะ หรือ จากการปล่อยควันต่างๆของโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลเสียต่อคุณภาพอากาศอย่างมาก

ดังนั้นเมื่อปัญหาสิ่งแวดล้อมได้มาถึงขั้นเลวร้ายดังที่พวกเรากำลังเผชิญอยู่ การปล่อยมลพิษกันเพียงคนละนิดก็สร้างปัญหาที่ใหญ่กว่านั้นได้ ฝุ่นในกรุงเทพมหานครยังมาจากไอเสียของรถยนต์ภายในเมืองเอง การศึกษาจากกรมควบคุมมลพิษกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2561) เปิดเผยว่า ต้นเหตุสำคัญของปัญหา PM 2.5 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมาจากไอเสียของเครื่องยนต์ที่เผาไหม้ไม่สมบูรณ์ โดยเฉพาะจากรถยนต์ที่ใช้เครื่องยนต์ดีเซล กรุงเทพมหานครติดอันดับเมืองที่มีรถติดหนาแน่นที่สุดในโลก (TomTom, 2019) ปริมาณฝุ่นละออง PM 2.5 ที่มีปริมาณมหาศาลในแต่ละวันบวกกับสภาพอากาศใช้ระยะเปลี่ยนฤดูกาลที่กรมอุตุนิยมวิทยารายงานว่า ช่วงเช้าลมสงบ ความชื้นสูง เกิดการผกผันกลับของอุณหภูมิในช่วงเช้า ประกอบกับฝนที่ตกน้อยลงจึงทำให้ฝุ่นละอองสะสม

เพิ่มขึ้น การแก้ไขปัญหาก็เพียงการเพิ่มความเข้มงวดของการตรวจจับรถที่ปล่อยควันดำไม่ได้ เป็นการแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่นละอองอย่างยั่งยืนและไม่ได้เป็นการลดจำนวนรถยนต์ออกไปจากถนนในเมืองหลวง

ปัญหาการจราจรติดขัดและนำไปสู่การปล่อยมลพิษปริมาณมาก อีกปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดฝุ่นในเมืองใหญ่ คือการก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างตึก การสร้างถนน หรือการสร้างรางรถไฟ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรทำงานร่วมกันกับภาคเอกชนตลอดจนผู้รับเหมาก่อสร้างเพื่อออกมาตรการบริหารจัดการการก่อสร้างในพื้นที่หลายจุดของกรุงเทพมหานครให้เหมาะสม ไม่ที่จะเป็นการแบ่งช่วงระยะการก่อสร้าง การออกแบบระบบประมาณเพื่อลดภาระประชาชนและลดฝุ่นควัน แทนที่จะปิดเส้นทางสัญจรทั้งทางเดินรถและทางเดินเท้า

การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยลดมลพิษทางอากาศ พื้นที่สีเขียวมีประโยชน์ในด้านการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพภายในเมืองและยังมีความสำคัญต่อสุขภาพที่ดีของคุณ ต้นไม้บางชนิดอาจช่วยลดระดับสารพิษทางอากาศได้ด้วย การวางผังเมืองที่สอดคล้องกับทิศทางลมจะมีส่วนช่วยในการลดทั้งฝุ่นและความร้อนภายในเมืองซึ่งจะเป็นผลดีในระยะยาว อาคารสูงควรสร้างในระยะที่เหลื่อมกันเพื่อเว้นพื้นที่ให้อากาศถ่ายเท ผังเมืองเองก็ควรให้ความสำคัญต่อช่องลมของเมืองอย่าง เช่น แม่น้ำเจ้าพระยาที่ปัจจุบันเริ่มโดนบดบังไปด้วยตึกสูง และหากไม่เริ่มลงมือจัดการแก้ไข ปัญหา ก็จะยิ่งบานปลาย เพราะพื้นที่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นทำเลทองของภาคอสังหาริมทรัพย์และนายทุนมากมายต่างต้องการจับจองพื้นที่เหล่านี้ในการสร้างโครงการของตนโดยไม่จำเป็นว่าเขาเหล่านั้นได้ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม

ในปัจจุบันการใช้พลังงานของคนไทยมีปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้น พลังงานที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่มาจากพลังงานเชื้อเพลิงฟอสซิลหรือที่เรียกว่าพลังงานสิ้นเปลือง ได้แก่ น้ำมัน รวมทั้งหินน้ำมัน ถ่านหิน และก๊าซธรรมชาติ การใช้พลังงานยังคงเพิ่มขึ้นตามการเติบโต ทางเศรษฐกิจโดยที่น้ำมันสำเร็จรูปยังคงเป็นพลังงานที่ใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 ของการใช้พลังงานขั้นสุดท้ายรองลงมา ประกอบด้วย ไฟฟ้า พลังงานหมุนเวียน ถ่านหิน/ลิกไนต์ พลังงานหมุนเวียนดั้งเดิม และก๊าซธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ,10.2, 8.4 ,7.0 และ 6.4 ตามลำดับ (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน, 2562) ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงมีการสนับสนุนให้ประชาชนหันมาใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) ควบคู่ไปกับการใช้พลังงานสิ้นเปลือง โดยประเภทของพลังงานทดแทนประเภทพลังงานแสงอาทิตย์ คาดการณ์ว่าในปี 2023 ทั่วโลกจะนำพลังงานแสงอาทิตย์มาผลิตกระแสไฟฟ้าเพิ่มขึ้นประมาณ 2%

(ศูนย์ข่าวด้านพลังงาน, 2561) ประเทศไทยมีการนำเทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าด้วยเซลล์แสงอาทิตย์ หรือที่เรียกว่า โซลาร์เซลล์ (Solar Cell) ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ คือ สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้และใช้พลังงานไฟฟ้าจากเซลล์แสงอาทิตย์ทดแทนการใช้ไฟฟักติ ช่วยลดความสิ้นเปลืองทางเศรษฐกิจ ลดผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ภาครัฐมีการกระตุ้นให้ประชาชนหันมาสนใจเทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) ภาครัฐมีการสื่อสารให้ประชาชนได้รับทราบถึงประโยชน์และความสำคัญในโครงการ “โซลาร์ภาคประชาชน” ซึ่งหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนร่วมกันติดตั้งโซลาร์ รูฟท็อป

การจัดการทรัพยากรน้ำ โดยแผนแม่บทการบริหารจัดการน้ำกรุงเทพมหานครเกี่ยวข้องกับแผนจัดการทรัพยากรน้ำ 20 ปี 3 ด้านด้วยกัน คือ ด้านที่ 3 การจัดการน้ำท่วมและอุทกภัย ด้านที่ 4 การจัดการคุณภาพน้ำและอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ด้านที่ 6 การบริหารจัดการ จากแผน 3 ด้านที่ต้องดำเนินการ กรุงเทพมหานครมีเป้าหมายหลักคือ พัฒนาคล่องระบายน้ำสายหลัก เพื่อเป็นแก้มลิง และระบายน้ำฝน และน้ำหลาก และช่วยลดปริมาณน้ำเข้าสู่อุโมงค์ระบายน้ำให้เร็วยิ่งขึ้นพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการระบายน้ำ โดยก่อสร้างอุโมงค์ระบายน้ำขนาดใหญ่ พัฒนาปรับปรุงคลองฝั่งตะวันตกเพื่อนำน้ำจากพื้นที่ฝั่งธนบุรีระบายลงสู่โครงการแก้มลิง คลองสนามชัย-คลองมหาชัย แก้ไขปัญหาน้ำเน่าเสียในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการใช้น้ำที่ผ่านการบำบัดมาใช้ประโยชน์ พัฒนาขีดความสามารถของศูนย์ควบคุมระบบป้องกันน้ำท่วมเพื่อเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องระบบบำบัดน้ำเสียรวมขนาดใหญ่ ระบบบำบัดน้ำเสียหลักของกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย โรงควบคุมคุณภาพน้ำ จำนวน 8 แห่ง ได้แก่ สีพระยา ช้องนนท์ รัตนโกสินทร์ หนองแขม ทุ่งครุ ดินแดง และจตุจักร

ศูนย์การศึกษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบางซื่อ ครอบคลุมพื้นที่รวม 191.60 ตารางกิโลเมตร ใน 22 เขต การปกครอง ได้แก่ เขตพระนคร บ่อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ บางรัก สาทร บางคอแหลม ยานนาวา ดินแดง ราชเทวี พญาไท ปทุมวัน ดุสิต บางซื่อ จตุจักร ห้วยขวาง หนองแขม ภาษีเจริญ บางแค ทุ่งครุ ราษฎร์บูรณะ จอมทอง หลักสี่ สามารถบำบัดน้ำเสียได้รวมทั้งสิ้น 1,112,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

3.10 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2565) พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวออกดสะสมเบื้องต้นเดือนมกราคม - พฤศจิกายน ปี 2565 ที่เดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานครมีจำนวนผู้เข้าพักที่พักรวมในกรุงเทพมหานครในปี 2564 และ ปี 2565 ดังนี้

ตาราง 6 แสดงอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2564-2565

จังหวัด	อัตราการเข้าพัก			จำนวนผู้เข้าพัก (คน)		
	2565(P)	2564(P)	%การเปลี่ยนแปลง	2565(P)	2564 (P)	% การเปลี่ยนแปลง
กรุงเทพมหานคร	44.46	11.34	+33.12	14,964,723	3,462,985	+332.13

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในกรุงเทพมหานครในปี 2564 จำนวน 3,462,985 คน คิดเป็นร้อยละ 11.34 เมื่อเทียบกับการเข้าพักในปี 2565 จำนวน 14,964,723 คน คิดเป็นร้อยละ 44.46% มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.12

ตาราง 7 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ พ.ศ. 2564-2565

จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)			จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (คน)		
2565(P)	2564(P)	%การเปลี่ยนแปลง	2565(P)	2564(P)	%การเปลี่ยนแปลง	2565(P)	2564(P)	%การเปลี่ยนแปลง
34,043,421	10,028,227	+239.48	26,135,160	9,562,502	+173.31	7,908,261	465,725	+1598.05

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จำนวนผู้เยี่ยมเยือน คือผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและอื่น ๆ เช่น การเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ ทั้งที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน โดยเป็นการพักค้างในสถานพักรวม บ้านญาติ บ้านเพื่อน และอื่นๆ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในปี 2564 มีจำนวน 10,028,227 คน และในปี 2565 มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากถึง 34,043,421 คน หากแยกเป็นยอดสะสมจำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทยในกรุงเทพมหานคร ในปี 2564 มีจำนวน 9,562,502 คน และในปี 2565 มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากถึง 26,135,160 คน จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติในปี 2564 มีจำนวน 465,725 คน และในปี 2565 มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากถึง 7,908,261 คน

ตาราง 8 แสดงรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทยและชาวต่างชาติ พ.ศ. 2564-2565

รายได้จากผู้เยี่ยมเยือน (ล้านบาท)			รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (ล้านบาท)			รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (ล้านบาท)		
2565(P)	2564(P)	%การ เปลี่ยนแปลง	2565(P)	2564(P)	%การ เปลี่ยนแปลง	2565(P)	2564(P)	%การ เปลี่ยนแปลง
286,401	50,724	+464.62	128,709.54	42,701.67	+201.42	157,691.56	8,022.72	+1,865.56

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565, สื่อดอนไลน์

กรุงเทพมหานครสร้างรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในปี 2564 จำนวน 50,724 ล้านบาท และในปี 2565 สร้างรายได้มากถึง 286,401 ล้านบาท โดยกรุงเทพมหานครมีรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย ในปี 2564 จำนวน 42,701.67 ล้านบาท รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ จำนวน 8,022.72 ล้านบาท และในปี 2565 มีรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย จำนวน 128,709.54 ล้านบาท รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 157,691.56 ล้านบาท

จากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนมกราคม - พฤศจิกายน 2565 ดังนี้

ตาราง 9 จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2564- 2565

ประเทศ	จำนวน (ล้านคน)		%ความเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ. 2565	พ.ศ. 2564	
Asian			
Brunei	4,027	15	+26,746.67
Indonesia	184,327	1,594	+11,463.80
Malaysia	1,550,254	3,061	+50,545.34
South Asia			
Bangladesh	68,773	665	+10,241.80
Pakistan	42,214	591	+7,042.81
Sri Lanka	11,911	253	+4,607.91
Middle East			
Egypt	8,753	444	+1,871.40
Kuwait	40,932	2,351	+1,641.05
Saudi Arabia	88,786	256	+34,582.03
U.A.E.	56,817	2,155	+2,536.52
Others	93,982	3,569	+2,533.29
Grand Total	2,150,776	14,954	

ที่มา: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565, สื่อดออนไลน์

3.11 ข้อมูลเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม

หลักคำสอนของศาสนาอิสลามแบ่งไว้ 3 หมวดดังนี้

1. หลักการศรัทธา

จักรวาลและมวลสรรพสิ่งทั้งหลายที่มีอยู่ มิได้อุบัติขึ้นมาด้วยตัวเอง สิ่งเหล่านี้ได้ถูกอุบัติขึ้นมาโดยพระเจ้าผู้สร้าง ผู้ทรงสูงสุดเพียงพระองค์เดียว ที่ไม่แบ่งภาค หรือแบ่งแยกเป็นสิ่งใด ไม่ถูกบังเกิด ไม่ถูกกำเนิด และไม่ให้กำเนิดบุตรธิดาใดๆ ผู้ทรงสร้างและบริหารสรรพสิ่งด้วยอำนาจและความรอบรู้ที่ไร้ขอบเขต ทรงกำหนดกฎเกณฑ์ที่โดยทั่วไป ไม่มีการเปลี่ยนแปลง หรือไว้ทั่วทั้งจักรวาลหรือที่เข้าใจว่าเป็น"กฎธรรมชาติ" ทรงขับเคลื่อนจักรวาลด้วยระบบที่ละเอียดอ่อน มีเป้าหมาย ซึ่งไม่มีสรรพสิ่งใดถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร้สาระ พระผู้เป็นเจ้าของผู้ทรงเมตตา ทรงสร้างมนุษย์ขึ้นมาอย่างประเสริฐจะเป็นไปได้อย่างไร ที่พระองค์จะปล่อยให้มนุษย์ดำเนินชีวิตอยู่ไปตามลำพัง โดยไม่ทรงเหลียวแล หรือปล่อยให้สังคมมนุษย์และสิ่งมีชีวิตกำเนิดขึ้น แล้วดำเนินไปตามยถากรรมของตัวเอง สภาวะแวดล้อมที่สิ่งมีชีวิตดำรงอยู่จึงเป็นความพอดีอย่างที่ผู้ที่ผู้ปัญญา ไม่สามารถอธิบายได้ด้วย"ความบังเอิญ" สอดคล้องตามทฤษฎีความน่าจะเป็นทางคณิตศาสตร์ พระองค์ทรงจัดความสงสัยเหล่านี้ ด้วยการประทานกฎการปฏิบัติต่างๆผ่านบรรดาศาสดา ให้มาสั่งสอนและแนะนำมนุษย์ไปสู่การปฏิบัติ สำหรับการดำเนินชีวิต เน้นอนมมุษย์อาจมองไม่เห็นผล หรือได้รับประโยชน์จากการทำความดี หรือได้รับโทษจากการทำชั่วของตนในชีวิตบนโลกนี้ ที่เป็นเพียงโลกแห่งการทดสอบ โลกแห่งการตอบแทนที่แท้จริงยังมาไม่ถึง

2. หลักจริยธรรม

ศาสนาอิสลามสอนว่า ในการดำเนินชีวิตจงเลือกสรรเฉพาะสิ่งที่ดี อันเป็นที่ยอมรับของสังคมจงทำตนให้เป็นผู้ดำรงอยู่ในศีลธรรม พัฒนาตนเองไปสู่การมีบุคลิกภาพที่ดี เป็นคนที่มีจรรยาที่ ห่วงใย มีเมตตา มีความรัก ซื่อสัตย์ต่อผู้อื่น รู้จักปกป้องสิทธิของตน ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น เป็นผู้มีความเสียสละไม่เห็นแก่ตัว และหมั่นใฝ่หาความรู้ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นคุณสมบัติของผู้มีจริยธรรม ซึ่งความสมบูรณ์ทั้งหมดอยู่ที่ความยุติธรรม

3. หลักการปฏิบัติ

ศาสนาอิสลามสอนว่า กิจกรรมงานต่างๆที่จะทำนั้น มีความเหมาะสมกับตนเองและสังคม ขณะเดียวกันต้องออกห่างจากงานที่ไม่ดี ที่สร้างความเสื่อมเสียอย่างสิ้นเชิง ส่วนการประกอบคุณงามความดีอื่นๆ การถือศีลอด การละหมาด และสิ่งที่คล้ายคลึงกับสิ่งเหล่านี้ เป็นการแสดงให้เห็นถึงการเป็นบ่าวที่จงรักภักดี และปฏิบัติตามบัญชา

ของพระองค์ กฎเกณฑ์และคำสอนของศาสนา ทำหน้าที่คอยควบคุมความประพฤติของมนุษย์ ทั้งที่เป็นหลักศรัทธา หลักปฏิบัติและจริยธรรม

หลักปฏิบัติ 5 ประการ

1. การปฏิญาณตน เป็นการประกาศตนยอมรับด้วยความศรัทธาและความบริสุทธิ์ใจ ว่า พระอัลเลาะห์เป็นพระเจ้าสูงสุดเพียงองค์เดียวเท่านั้น และยอมรับว่าท่านนบีมุฮัมมัด เป็นศาสนทูตของพระเจ้า
2. การละหมาด เป็นการนมัสการพระเจ้าทั้งทางร่างกายและจิตใจ
3. การถือศีลอด เป็นการงดการบริโภคอาหาร เครื่องดื่ม และการมีเพศสัมพันธ์ ตั้งแต่พระอาทิตย์ขึ้นจนถึงพระอาทิตย์ตกดินเป็นเวลา 1 เดือน ตามกำหนด ซึ่งจะมีในเดือน 9 เรียกว่า เดือนรอมฎอน การถือศีลอดนี้เป็นการฝึกฝนร่างกายและจิตใจให้มีความอดทน
4. การบริจาคซะกาต เป็นการบริจาคทรัพย์หรือให้ทานแก่คนที่เหมาะสมตามที่ศาสนา กำหนด เช่น เด็กกำพร้า คนที่ขัดสน เพื่อเป็นการขัดเกลาจิตใจให้สะอาดลดความเห็นแก่ตัวลง และเป็นการลดช่องว่างในสังคม
5. การประกอบพิธีฮัจญ์ เป็นการเดินทางไปประกอบพิธีกรรมทางศาสนาที่เมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย จุดมุ่งหมายเพื่อให้ชาวมุสลิมระลึกถึงพระเจ้าและได้พบปะพี่น้องมุสลิม จากทั่วโลก

การถือศีลอดในเดือนรอมฎอน

รอมฎอน เป็นเดือนที่ 9 ตามปฏิทินอิสลาม ซึ่งยึดตามจันทรคติ ชาวมุสลิมทั่วโลก จะถือศีลอดประจำปีในช่วงเวลากลางวันของเดือนนี้ โดยพวกเขาจะอดอาหารตั้งแต่แสงอรุณ ขึ้นไปจนถึงพระอาทิตย์ตกดิน การถือศีลอดมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงออกถึงความศรัทธา ซื่อสัตย์ มุ่งหวังความใกล้ชิดกับองค์อัลเลาะห์ และเป็นการย้ำเตือนให้ชาวมุสลิมระลึกถึงความลำบากของบุคคลที่ด้อยโอกาสกว่า ดังนั้น ในเดือนนี้มุสลิมจึงมักบริจาคให้องค์กร การกุศลและเลี้ยงอาหารแก่ผู้หิวโหย การถือศีลอดคือการฝึกในการข่มใจตนเอง ทั้งเป็นการชำระร่างกายและจิตวิญญาณ รอมฎอนเป็นเวลาที่พลัดตัวจากความสุขทางโลก และมุ่งเน้น การเข้าเฝ้าพระเจ้าด้วยการละหมาดและขอพร ชาวมุสลิมจำนวนมากจะใช้เวลามากขึ้นที่มัสยิด มากกว่าในช่วงเวลาอื่นๆ ของปี

การถือศีลอดในช่วงรอมฎอนเป็นหนึ่งในเสาหลักของศาสนาอิสลามเสมือนกับการละหมาดทุกวัน 5 เวลา และการไปแสวงบุญฮัจญ์ที่นครเมกกะห์ เป็นต้น ชาวมุสลิม จะละเว้นจากการกินและดื่มในตอนกลางวันโดยเริ่มตั้งแต่แสงอรุณของวันใหม่ขึ้นไป จนพระอาทิตย์ลับขอบฟ้าตลอดทั้งเดือนรอมฎอน การจิบน้ำเพียงนิดเดียวหรือสูบบุหรี่เพียง

ครั้งเดียวก็ถือว่าทำให้ศีลอดนั้นใช้ไม่ได้ นอกจากนั้น ยังห้ามการมีเพศสัมพันธ์ในช่วงกลางวัน ด้วยและชาวมุสลิมถูกส่งเสริมให้ระงับความโกรธ ด่าทอ นินทา และละเว้นพฤติกรรมที่ไม่ดี อื่นๆในเดือนดังกล่าวนี้ ชาวมุสลิมยังได้รับการสนับสนุนให้ละหมาดครบ 5 เวลาทุกวัน อ่าน คัมภีร์กุรอาน และขอพร รวมทั้งระลึกถึงองค์อัลเลาะห์ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการถือ ศีลอด มุสลิมจะตื่นขึ้นมารับประทานอาหาร ที่เรียกกันว่า “ซุโฮร์” (suhoor) ซึ่งคือการ รับประทานอาหารก่อนรุ่งอรุณเพื่อเป็นพลังงานให้พวกเขาตลอดทั้งวัน

มุสลิมจะละศีลอดตามประเพณีเสมือนกับศาสดามุฮัมมัดได้ปฏิบัติไว้เมื่อ 1,400 ปี ที่ผ่านมาด้วยการจิบน้ำและรับประทานอินทผลัมเล็กน้อย หลังจากละหมาดเสร็จแล้ว ก็จะรับประทานอาหารเช้าที่เตรียมไว้ (เรียกว่าอิฟตาร์) ร่วมกับครอบครัวและเพื่อนๆ ทั่วโลกมุสลิม มัสยิดและองค์กรการกุศลจะตั้งเต็นท์เลี้ยงอาหารฟรีสำหรับประชาชนทุกคืนตลอดทั้งเดือน รอมฎอน ในประเทศอ่าวอาหรับ บรรดาเศรษฐีหรือคนร่ำรวย จะเปิดประตูบ้านของพวกเขา สำหรับคนที่ผ่านไปมาเพื่อเลี้ยงอาหาร ชา กาแฟ และสนทนาร่วมกัน มีข้อยกเว้นสำหรับเด็ก ผู้สูงอายุ และผู้ป่วย หญิงที่กำลังตั้งครรภ์หรือมีประจำเดือน และคนที่เดินทาง ซึ่งอาจรวมถึง นักกีฬาในระหว่างการแข่งขัน หนึ่งเดือนในปฏิทินจันทรคติ อาจมี 29 หรือ 30 วัน ขึ้นอยู่กับการมองเห็นดวงจันทร์ของเดือนใหม่ดังนั้นในเย็นของวันที่ 29 ของเดือนรอมฎอนมุสลิม ก็จะพากันไปร่วมกันดูดวงจันทร์ หากเห็นก็ถือว่าวันต่อไปเป็นเดือนใหม่ และรอมฎอนก็สิ้นสุดลง ซึ่งเท่ากับว่ารอมฎอนของปีนั้นมี 29 วัน แต่ถ้าไม่เห็นก็นับว่ารอมฎอนมี 30 วัน มุสลิมต้องถือ ศีลอดต่อไปอีก 1 วัน จึงถือว่าเดือนรอมฎอนของปีนั้นสิ้นสุดลง ซึ่งเมื่อรอมฎอนสิ้นสุดก็จะเป็น การเฉลิมฉลองการสิ้นสุดของเดือนรอมฎอน ที่เรียกว่าวัน “อีดิฟิตรี”

ชะกาต

ชะกาต หรือ ทานประจำปี หมายถึง ทรัพย์สินส่วนเกินจำนวนหนึ่ง ซึ่งมุสลิมต้องจ่าย ให้แก่ผู้ที่มีสิทธิได้รับเมื่อครบรอบปี ถ้ามุสลิมคนใดมีทรัพย์สิน เงินทอง สินค้าที่เหลือในรอบปี แล้วไม่ทำการบริจาค ผู้นั้นก็ผู้หนึ่งที่ทำผิดบัญญัติของอิสลาม และยังถือเป็นการผิดกฎหมายใน บางประเทศที่ใช้กฎหมายอิสลาม ในประเทศไทยมุสลิมจำเป็นต้องจ่ายทั้งชะกาตและภาษี

การรับประทานอาหาร

ห้ามรับประทานซากสัตว์และเหตุผลของการห้าม สิ่งแรกของอาหารต้องห้ามที่ อัลกุรอานกล่าวถึง คือเนื้อของ “ซากสัตว์” นั่นคือ สัตว์และสัตว์ปีกที่ตายเองโดยไม่ได้ถูกฆ่า หรือถูกล่าโดยมนุษย์ เหตุผลที่ห้ามคือ การกินเนื้อสัตว์ที่ตายเองเป็นสิ่งที่น่าขยะแขยงต่อ ความรู้สึกของคนทั่วไป อัลเลาะห์มีทรงต้องการให้มนุษย์กินสิ่งที่เขามีได้ตั้งใจหรือคิดที่จะกินดัง ในกรณีสัตว์ที่ตายเอง ถ้าหากสัตว์ตายเอง มันก็อาจเป็นไปได้ว่ามันตายเพราะเหตุปัจจุบันทัน

ด่วนหรือตายเพราะโรคระบาด ดังนั้นการกินเนื้อของมันจึงอาจเป็นอันตรายได้ประเภทของซากสัตว์ ที่กล่าวมานั้นเป็นอาหารเนื้อสัตว์ต้องห้ามสี่ประเภทใหญ่ ๆ นอกจากนี้ กุรอ่านยังให้รายละเอียดเกี่ยวกับ “ซากสัตว์” อีก 5 ประเภทดังนี้

1. ที่ถูกรัดคอตาย หมายถึงสัตว์ที่ถูกรัดคอตายด้วยเชือก หรือด้วยวิธีการอย่างใดที่ทำให้หายใจไม่ออก

2. ที่ถูกตีจนตาย หมายถึงสัตว์ที่ถูกตีด้วยของหนักหรือวัตถุใด ๆ จนตาย

3. ที่ตกมาตาย หมายถึงสัตว์ที่ตายเพราะตกจากที่สูงหรือตกลงไปในหุบเขา

4. ที่ถูกขวิดตาย หมายถึงสัตว์ที่ถูกสัตว์อื่นขวิดจนตาย

5. ที่ถูกสัตว์ป่ากิน หมายถึงสัตว์ที่ถูกสัตว์ป่ากัดและตายด้วยเหตุนั้น

เหตุผลของการห้ามกินอาหารเหล่านี้ อัลเลาะห์ผู้ทรงเมตตา ผู้ทรงปรีชาญาณ ต้องการที่จะสอนมนุษย์ให้มีความเมตตากรุณาต่อสัตว์ และป้องกันมิให้มันได้รับอันตราย มนุษย์จะต้องไม่ปล่อยปละละเลยจนสัตว์ถูกรัดคอ หรือผลัดตกมาจากที่สูง หรือต่อสู้กันจนถูกขวิด และจะต้องไม่ทรมานสัตว์ด้วยการเขียนตีอย่างรุนแรงเหมือนที่พวกเร้าจ้างเลี้ยงสัตว์ทำ หรือนำสัตว์มาต่อสู้กันจนตัวหนึ่งทำให้อีกตัวหนึ่งได้รับบาดเจ็บ หรือขวิดอีกตัวหนึ่งจนตาย ส่วนเหตุผลที่ห้ามกินเนื้อสัตว์ที่ถูกสัตว์ป่ากัดกินนั้น เป็นการรักษาศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ไว้ คือมุสลิมจะต้องไม่ลดตัวลงไปกินซากของสัตว์ที่ถูกสัตว์ป่าจับมาเป็นเหยื่อ การห้ามกินเลือด เนื่องจากเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจต่อความรู้สึกของมนุษย์ และมันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพด้วยเช่นกัน

เนื้อหมู เนื่องจากเนื้อหมูเป็นสัตว์ที่ชอบของสกปรกและสิ่งปฏิกูล ยิ่งไปกว่านั้น การค้นคว้าทางการแพทย์ได้แสดงให้เห็นว่าการกินเนื้อหมูนั้นเป็นอันตรายต่อสุขภาพในทุกสภาพอากาศ โดยเฉพาะในเขตอากาศร้อน นอกจากนี้แล้วการค้นพบทางวิทยาศาสตร์ก็ได้แสดงให้เห็นว่าเนื้อหมูนั้นมีเชื้อโรคชนิดหนึ่งที่ทำให้เกิดโรคสมองอักเสบ และยังมีพยาธิที่มีชื่อว่า ตัวจิ๊ด (ทริโคเนา) อยู่ด้วยสัตว์ที่ถูกพลีให้แก่ผู้อื่นนอกจากอัลเลาะห์ ซึ่งหมายถึง สัตว์ที่ถูกเชือดโดยผู้เชือดกล่าวนามอื่นจากนามอัลเลาะห์ เหตุผลที่ห้ามสำหรับกรณีนี้ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความศรัทธาทั้งสิ้น เพื่อให้การปฏิบัติศาสนกิจบริสุทธิ์เพื่ออัลเลาะห์ และเพื่อต่อสู้กับการตั้งภาคีทุกรูปแบบ

กฎเกณฑ์การเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม สัตว์ที่นำมาเชือดจะต้องเป็นสัตว์ที่ศาสนาอิสลามอนุมัติให้บริโภคได้เมื่อผ่านการเชือด มีกรรมวิธีการเชือดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ไม่มีการทรมานหรือทารุณสัตว์ก่อนหรือขณะที่เชือด โดยผู้เชือดต้องเป็นมุสลิมหรือชาวคัมภีร์ที่เชือดสัตว์ตามวิธีการอิสลาม มีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคติดต่อที่สังคมรังเกียจ ข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ที่เชือด การดัดเส้นหลอดลม หรือหลอดอาหาร

และน้ำดื่ม เส้นเลือดทั้งสองเส้นที่อยู่ข้างคอซึ่งถือเป็นวิธีการที่ดีที่สุดตามบัญญัติศาสนา ในการเชือดแพะ แกะ วัว และสัตว์ปีกต่างๆ และยินยอมให้นำวิธีนี้ไปใช้กับสัตว์อื่นได้อีกด้วยการแทงที่หลุมโคนคอ (คว้านเส้นต่าง ๆ ให้ขาด) เป็นวิธีที่ยอดเยี่ยมในการเชือดอูฐและสัตว์ที่มีคอยาว เช่น อูฐและอนูญาตให้เชือดวัวด้วยวิธีนี้เช่นกัน การทำให้สัตว์ที่ไม่สามารถเชือดได้ตามปกติ เกิดบาดแผลที่ส่วนใดของร่างกายไม่ว่าจะเป็นสัตว์เปรี้ยวที่อนุญาตให้ล่าหรือสัตว์บ้านที่กลายเป็นสัตว์เปรี้ยวถ้าหากผู้ล่าได้มันมาขณะที่ยังมีชีวิตอยู่

เงื่อนไขของการเชือดที่มีผลใช้ได้ ผู้เชือดต้องบรรลุนิสภาพะ หรืออยู่ในวัยที่แยกแยะได้ เป็นมุสลิม สัตว์ที่เชือดโดยคนนอกศาสนาจะรับประทานไม่ได้ การเชือดต้องใช้สิ่งมีคมที่สามารถตัด และทำให้ขาดได้ด้วยคมของมัน ไม่ว่าจะเป็นเหล็กหรือวัตถุอย่างอื่นที่ทำให้เลือดไหลได้ ทั้งนี้ต้องใช้ฟันและเล็บ ไม่อนุญาตให้รับประทาน “สัตว์ที่ถูกรัดคอตาย” โดยการกระทำของมันเองหรือโดยการกระทำของผู้อื่น “สัตว์ที่ถูกตีตาย” คือสัตว์ที่ตายด้วยการถูกทุบตีด้วยของหนัก “สัตว์ที่ตายเพราะตกจากที่สูง” หรือตกลงไปในหลุมบ่อ “สัตว์ที่ถูกขวิดตาย” และ “สัตว์ที่ถูกสัตว์ป่ากัดตาย” ซึ่งไม่ใช่เป็นสัตว์ที่ฝึกไว้สำหรับล่า และถูกส่งออกไป ถ้าหากว่าสัตว์ดังกล่าวยังมีชีวิตมั่นคง และเขาได้เชือดมันได้ทัน ก็อนุญาตให้รับประทานได้ ผู้เชือดต้องกล่าวนามของอัลเลาะห์ ตาอาลา ขณะเชือด การใช้เครื่องบันทึกเสียงเปิดนามของอัลเลาะห์ ถือว่าใช้ได้ นอกจากคนที่ลืมกล่าวนามของอัลเลาะห์ สัตว์ที่เขาเชือดถือว่าอนุญาตให้รับประทานได้

อนุญาตให้มุสลิมที่เดินทางไปท่องเที่ยว หรือพำนักอยู่ในประเทศที่ไม่ใช่ประเทศอิสลาม รับประทานสัตว์ที่เชือดโดยชาวคัมภีร์ได้ จากสัตว์ที่ศาสนาอิสลามอนุญาตให้รับประทาน โดยต้องมั่นใจว่าไม่มีสิ่งต้องห้ามปะปนอยู่ในเนื้อนั้น เว้นแต่พวกเขาจะมั่นใจว่าเป็นสัตว์ที่ไม่ได้เชือดอย่างถูกต้องตามบัญญัติศาสนา

ดอกเบี๋ย หรือ ริบา

ริบา คือ การเกินเลย ส่วนเพิ่มในการทำธุรกรรม ที่จะทำให้เกิดความไม่ยุติธรรมในการทำธุรกรรมแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง “ดอกเบี๋ยถือเป็นส่วนหนึ่งของริบา” ริบาถือเป็นบาปใหญ่ประเภทหนึ่ง ดังได้ถูกห้ามและพระเจ้าได้ประกาศสงครามกับผู้ยุ่งเกี่ยวกับดอกเบี๋ย โดยระบุไว้ในอัลกรุอ่าน ความว่า “โอ้ ผู้ศรัทธาทั้งหลาย! จงอย่ากินริบา (ดอกเบี๋ย) หลายเท่าที่ถูกทบทวี และพวกเจ้าพึงยำเกรงอัลลอฮ์เถิดเพื่อว่าพวกเจ้าจะได้รับความสำเร็จ” (อาละอิมรอน: 130) “บรรดาผู้ศรัทธาทั้งหลาย พึงยำเกรงอัลลอฮ์เถิด และจงละเว้นริบา (ดอกเบี๋ย) ที่ยังเหลืออยู่เสีย หากพวกเจ้าเป็นผู้ศรัทธา และถ้าพวกเจ้ามิได้ปฏิบัติตาม ก็พึงรับรู้ถึงสงครามจากอัลลอฮ์และศาสนทูตของพระองค์ และหากพวกเจ้าสำนึกผิดกลับเนื้อกลับตัว

แล้วสำหรับพวกเจ้าก็คือต้นทุนแห่งทรัพย์ของพวกเจ้า โดยที่พวกเจ้าจะได้ไม่อธรรม และไม่ถูกอธรรม” (อัล-บะเกาะเราะฮ์: 278-279) ดังนั้น จึงไม่ต้องแปลกใจเลยว่าทำไมมุสลิมหรือคนอิสลามจึงได้กลัวหรือต้องหลีกเลี่ยงดอกเบี้ย “ผู้ใดที่กินดอกเบี้ย ถือว่าผู้นั้นได้ประกาศสงครามกับพระเจ้าของเขาแล้ว” นี่เป็นธรรมนูญของอิสลาม อิสลามถือว่าการกินดอกเบี้ยเป็นความผิด เป็นบาปขั้นรุนแรง ถึงได้เปรียบเทียบผู้ที่มีพฤติกรรมแบบนี้เสมือนกับว่าเขาประกาศสงครามกับพระเจ้าของเขา ผู้ที่กู้ ผู้ที่หยิบยืมคนอื่น ในทัศนะอิสลามถือว่าเขาเป็นคนเดือดร้อน และการหาทำไรจากผู้เดือดร้อนจึงเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง พระเจ้าทรงสร้างให้มีคนรวยและคนจนก็เพื่อที่พวกเขาจะได้ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน อิสลามจึงสนับสนุนให้คนมั่งมีหยิบยื่นให้คนขัดสนโดยปราศจากการหวังสิ่งตอบแทน (ดอกเบี้ย) มีหน้าซำอิสลามยังส่งเสริมให้เจ้านายกหนี้ให้กับลูกหนี้อีกด้วย ถ้าเจ้านายมีความสามารถ ทั้งนี้ถือเป็นการเชื่อมสัมพันธ์กันระหว่างผู้คนเป็นการเชื่อมสังคมให้สมัครสมานเป็นเนื้อเดียวกัน ในโลกแห่งความเป็นจริง การเปิดโอกาสให้หยิบยืมเงินกันโดยไม่หวังสิ่งตอบแทนอาจเป็นเรื่องยาก อาจจะมีคนรายน้อยคนที่จะใจบุญเช่นนั้น แต่ยังมีระบบการกู้ยืมแบบไร้ดอกเบี้ยที่ใช้งานได้จริง และกำลังได้รับความนิยมอย่างมากรุนั้นคือ ระบบธนาคารอิสลาม

ธนาคารอิสลาม

ธนาคารอิสลามเป็นสถาบันการเงินที่มีฐานะ บทบาท และขั้นตอนการดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของหลักการเงินอิสลามโดยไม่มีการรับ และจ่ายดอกเบี้ย เป็นสถาบันการเงินที่ดำเนินการบนพื้นฐานในระบบกำไรขาดทุนร่วมกัน (Profit and loss sharing / PLS) หมายถึง ทั้งฝ่ายธนาคาร ผู้ฝากเงิน และผู้ใช้บริการทางการเงินไม่ได้แยกออกจากกันเหมือนระบบธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ทุกฝ่ายมีความเสี่ยงร่วมกัน และบนพื้นฐานการประกอบธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ในพระดำรัสของอัลเลาะห์ (คัมภีร์อัลกุรอาน) และแบบฉบับศาสนา(ซุนนะห์) เพื่อไปสู่ความยุติธรรม ความเสมอภาค และเท่าเทียมกันของสังคมร่วมกัน จะเห็นได้ว่าหลักการธนาคารอิสลามแตกต่างไปจากระบบธนาคารตามปกติทั่วไป กล่าวคือ

1. อิสลามห้ามเกี่ยวข้องกับดอกเบี้ย เพราะอิสลามถือว่าดอกเบี้ย เป็นส่วนหนึ่งของความไม่ยุติธรรมและเป็นภัยมากกว่าเป็นผลดีโดยเฉพาะในเวลาที่เศรษฐกิจตกต่ำ
2. นอกจากดอกเบี้ยแล้วอิสลามยังห้ามเกี่ยวข้องกับธุรกิจต้องห้ามตามหลักศาสนา ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นอบายมุขที่ซึ่งแม้จะสร้างรายได้ในรูปตัวเงิน แต่พิษภัยต่อสังคมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอบายมุขนั้นสร้างความเสียหายให้แก่สังคมเกินกว่าเงินที่ได้รับมา
3. สัญญาการทำธุรกรรมในระบบธนาคารอิสลามมิใช่สัญญากู้เงิน มูลหนี้การทำธุรกรรมในระบบอิสลามจึงเป็นที่ชัดเจนตายตัว และจะไม่มีเพิ่มมูลหนี้ขึ้นเนื่องมาจากการ

ผิดชำระดังเช่นในระบบดอกเบี้ย หากลูกค้าผิดสัญญา ธนาคารจะพิจารณาสภาพของลูกค้าโดยอาศัยหลักคุณธรรม ถ้าหากลูกค้าได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติที่เกิดขึ้น เช่น อุทกภัย ธนาคารจะผ่อนผันให้ แต่ถ้าหากลูกค้ามีเจตนาไม่ผิดชำระธนาคารจะปรับเพื่อเป็นการรักษาวินัยทางการเงิน โดยธนาคารจะปรับเฉพาะงวดที่ขาดส่งเท่านั้น และไม่ได้คิดจากยอดเงินที่ลูกค้าเป็นหนี้ธนาคารบวกด้วยอัตราผลกำไรที่ถ้าหากธนาคารนำ เงินจำนวนที่ขาดส่งไปลงทุนในช่วงเวลานั้น ตามประกาศของธนาคาร และเงินค่าปรับนี้จะต้องนำเข้าบัญชีบริจาค จะไม่นำเข้าบัญชีรายรับของธนาคาร และจะนำไปใช้ในทางสาธารณกุศล และธนาคารอาจจะนำหลักทรัพย์ค้ำประกันไปขาย และนำเงินที่ขายได้มาชำระหนี้ที่ลูกค้ายังค้างอยู่ส่วนเงินที่เหลือจะคืนให้แก่ลูกค้าที่ค้างชำระ

4. ระบบธนาคารอิสลามสามารถควบคุมและป้องกันการใช้เงินผิดวัตถุประสงค์ได้มากกว่าเพราะธนาคารอิสลามไม่ได้ให้เครดิตเป็นตัวเงินออกไป

5. ความแตกต่างที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ก็คือกำไรที่เกิดจากการประกอบการจะนำไปจ่ายเป็นทานที่เรียกว่า “ซะกาต” ร้อยละ 2.5 ตามข้อบังคับของอิสลาม ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้สำหรับสงเคราะห์สังคม เช่น คนยากจน คนขัดสน คนมีหนี้สินล้นพ้นตัว และสาธารณสุขุศลอื่นๆซึ่งจะมีผลดีย้อนกลับมาสู่ธนาคารในระยะยาว

6. ธนาคารอิสลามอาจให้ลูกค้าที่ดีเยี่ยมเงินในรูปของการเบิกเงินเกินบัญชีโดยไม่คิดดอกเบี้ย เพื่อเป็นการช่วยเหลือลูกค้าในระยะสั้นๆ ซึ่งจะเป็นผลดีแก่ธนาคารเองในอนาคต การให้ยืมเช่นนี้ในศัพท์ทางวิชาการเรียกว่า “กัอรฺดูนสะฮัน” หรือ “การให้ยืมที่ดี” แต่ถึงกระนั้นก็ตามการให้ยืมนี้จะต้องมีหลักประกันเพื่อความปลอดภัยในทรัพย์สินของธนาคารและผู้ฝากด้วย

7. เพื่อให้แน่ใจว่าการดำเนินงานของธนาคารอิสลาม เป็นไปตามหลักการอิสลามอย่างถูกต้องแท้จริง ธนาคารอิสลามจะมีผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศาสนาเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาของธนาคาร และให้การรับรองการดำเนินการของธนาคาร

ธนาคารอิสลามเป็นธนาคารที่มีบทบาทของระบบการเงินแบบใหม่เกี่ยวกับการแบ่งปันความเสี่ยงและผลกำไรระหว่างผู้ยืม และผู้ฝากเงินยืมเงินจะไม่อยู่บนพื้นฐานของดอกเบี้ย ขณะที่ผู้ฝากเงินไว้กับธนาคารอิสลามก็绝不会คาดหวังผลตอบแทนของดอกเบี้ยที่เป็นอัตราตายตัวจากผลการดำเนินงานของธนาคาร อันเป็นลักษณะพิเศษของธนาคารอิสลาม

“การกินดอกเบี้ยเป็นข้อห้าม และการค้าขายเป็นสิ่งที่ศาสนาอนุมัติ” ธนาคารอิสลามทั่วโลกจึงเกิดขึ้นด้วยหลักการนี้ โดยเป็นธนาคารที่ไร้ดอกเบี้ย ไม่ได้เป็นแหล่งปล่อยเงินกู้ แต่เป็นแหล่งทุนที่จะเสนอตัวลงไปร่วมลงทุนกับผู้ประกอบกิจการที่ต้องการทุน เมื่อผู้ประกอบกิจการร่วมกับธนาคารอิสลามดำเนินธุรกิจจนได้กำไร กำไรนั้นก็จะถูกแบ่ง

ให้กับผู้ประกอบการและแบ่งให้ธนาคารอิสลามในฐานะผู้ร่วมลงทุนแต่ตรงกันข้าม ถ้าธุรกิจที่ร่วมกันทำนั้นขาดทุนทั้งผู้ประกอบการและธนาคารอิสลามก็ต้องขาดทุนด้วยกันทั้งสองฝ่าย นี่คือความยุติธรรมที่เป็นข้อแตกต่างกับธนาคารระบบดอกเบี้ยที่ทำกำไรจากเงินไม่ได้ทำกำไรจากผลิตภัณฑ์

ตาราง 10 มัสยิดในกรุงเทพมหานคร

รายชื่อมัสยิดที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร

ชื่อมัสยิด	เขต	แขวง	ปีที่ก่อตั้ง
กุฎีเจริญพาณิชย์	บางกอกใหญ่	วัดอรุณฯ	พ.ศ. 2328
มัสยิดกุฎีอิสลาม (ตึกแดง)	คลองสาน	สมเด็จพระเจ้าพระยา	พ.ศ. 2502
มัสยิดจักรพงษ์	พระนคร	ชนะสงคราม	พ.ศ. 2465
มัสยิดเซฟิ (ตึกขาว)	คลองสาน		พ.ศ. 2453
มัสยิดดารุ้ลอะมาน พญาไท	ราชเทวี	ทุ่งพญาไท	
มัสยิดดารุ้ลอาบีดีน ตรอกจันทน์	บางคอแหลม	วัดพระยาไกร	พ.ศ. 2455
มัสยิดต้นสน	บางกอกใหญ่	วัดอรุณฯ	พ.ศ. 2211
มัสยิดนูรุ้ลอิสลาม (บางกระบือ)	ดุสิต	ถนนนครไชยศรี	
มัสยิดนูรุ้ลอิสลาม บ้านป่า	สวนหลวง	สวนหลวง	พ.ศ. 2475
มัสยิดบางหลวง	ธนบุรี	วัดกัลยาณฯ	พ.ศ. 2328
มัสยิดบางอ้อ	บางพลัด	บางอ้อ	พ.ศ. 2461
มัสยิดบางอุทิศ	บางคอแหลม	วัดพระยาไกร	พ.ศ. 2458
มัสยิดบ้านตึกดิน	พระนคร	บวรนิเวศ	
มัสยิดบ้านอู่	บางรัก	บางรัก	พ.ศ. 2490
มัสยิดผดุงธรรมอิสลาม	บางกอกใหญ่	วัดอรุณฯ	
มัสยิดมหานาค	ป้อมปราบศัตรูพ่าย	คลองมหานาค	พ.ศ. 2536
มัสยิดมิตรภาพไทย-ปากีสถาน	บางรัก	สี่พระยา	
มัสยิดยะวา	สาทร	ยานนาวา	พ.ศ. 2448
มัสยิดริวานุ่นอิสลาม (คลองจั่น)	บางกะปิ	คลองจั่น	พ.ศ. 2492
มัสยิดหลวงโกชาอิตหาก	สัมพันธวงศ์	สัมพันธวงศ์	
มัสยิดอินโดนีเซีย	ปทุมวัน	ลุมพินี	
มัสยิดอัลกุบรอ (คลองเคสิต)	สวนหลวง	สวนหลวง	
มัสยิดฮารูน	บางรัก	บางรัก	พ.ศ. 2371
มูลนิธิเพื่อศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย	สวนหลวง	สวนหลวง	พ.ศ. 2497

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2564, สืบออนไลน์

รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้เครื่องมือรายการ ตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสำรวจ ตรวจสอบชุมชนศึกษา การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ร่วมกับผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบและรายงานทรัพยากรของการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร รวมถึงวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว และศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงขอรายงานผลการศึกษา ดังนี้

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านธรรมชาติ

ผู้แทนจากภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ ดังนี้ ทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา พืชสวนเบญจกิติ สวนลุมพินี บางกระเจ้า ป่าในกรุง ปตท. วิถีวัฒนธรรมมุสลิม เช่น คลองบางกอกน้อย หนองจอก ชายทะเลบางขุนเทียน (ทะเลปลาโลมา) ทุ่งนา สวนไม้ดอกไม้ประดับท้องถิ่น

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติฮาลาลน่าสนใจ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย ซีไลฟ์โลกใต้ทะเลบางกอก ซาฟารีเวิลด์ สวนลุมพินี สวนหลวงร. 9 สวนสัตว์คลองสามวา สวนสยาม

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ สวนบางกระเจ้า สวนน้ำโพโรโระ สวนสยาม

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่น่าสนใจ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ ศูนย์การเรียนรู้ป่าในกรุงปตท. สวนสยาม ซาฟารีเวิลด์ คลองบางกอกน้อย สวนลุมพินี

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นสอดคล้องกัน โดยมีบางความคิดเห็นที่คิดต่างบ้าง แต่ไม่มีนัยยะสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปความคิดเห็น

ต่อทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ แม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ สวนเบญจกิติ สวนลุมพินี คลองบางกระบือ ป่าในกรุง ปตท. วิถีวัฒนธรรมมุสลิม เช่น คลองบางกอกน้อย หนองจอก ชายทะเลบางขุนเทียน (ทะเลปลาโลมา) ฟุ้งนา สวนไม้ดอกไม้ประดับตึ๊งชัน พิพิธภัณฑ์สวนกุหลาบสวนเสาวภา สวนสัตว์ซาฟารีเวิลด์ สวนหย่อมมหาวิทยาลัยรามคำแหง สวนหย่อมพระราม 9 วิวดาดฟ้าของโรงแรม คลองแสนแสบ สวนวชิรเบญจทัศ จตุจักร สวนลุมพินี เหล่านี้ เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ดังนี้ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอรุณราชวราราม วัดไทร (เขตจอมทอง) บ้านมอญ พระบรมหาราชวัง ชุมชนอิสลามในเขตต่างๆ ชุมชนริมคลองแสนแสบ มัสยิดบางหลวง มัสยิดต้นสน สุเหร่าแดง สุเหร่าเขียว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ดังนี้ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม โบสถ์ มัสยิด เยวราช สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย พิพิธภัณฑ์จิม ทอมสัน พิพิธภัณฑ์สถานเสาวภา ตลาดน้ำ จตุจักร

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ดังนี้ หอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ มิวเซียมสยาม ปฏิมากรรมภาพ ผลงานศิลปะตามวัด พิพิธภัณฑ์บ้านไทย จิม ทอมป์สัน เยวราช นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดโพธิ์ เสาชิงช้า สถานที่ราชการ โบราณสถานและวัง พิพิธภัณฑ์ชีวศิลป์วัฒนธรรมรายราตามร้านอาหารหรือโรงการแสดง มัสยิดต้นสน

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของผู้ท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่น ดังนี้ ศาลหลักเมือง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ มิวเซียมสยาม หอศิลป์กรุงเทพ สถาปัตยกรรมแบบไทย ผลงานศิลปะไทย พระบรมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พิพิธภัณฑ์ศาลพระนคร ถนนคนเดิน วัดอรุณราชวราราม มัสยิดบางอ้อ

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชนประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่นสอดคล้องกัน โดยมีบางความคิดเห็นที่คิดต่างบ้าง แต่ไม่มีนัยยะสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปความคิดเห็นต่อทรัพยากรวัฒนธรรมที่

โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดไทโร บ้านมอญ พระบรมหาราชวัง ชุมชนอิสลามในพื้นที่ ชุมชนริมคลองแสนแสบ มัสยิดบางหลวง มัสยิดต้นสน สุเหร่าแดง สุเหร่าเขียว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวัดโบสถ์สามเสน ศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย พิพิธภัณฑ์จิมทอมสัน พิพิธภัณฑ์สถานเสาวภา ตลาดน้ำ จตุจักร หอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์แห่งชาติ มิวเซียมสยาม ปฏิมากรรมภาพ ผลงานศิลปะตามวัด พิพิธภัณฑ์ เยวราช นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เสาชิงช้า สถานที่ราชการ โบราณสถาน ไร่ศิลปวัฒนธรรมการรำรำตามร้านอาหารหรือโรงการแสดง ศาลหลักเมือง มิวเซียมสยาม หอศิลป์กรุงเทพ สถาปัตยกรรมแบบไทย ผลงานศิลปะไทย พิพิธภัณฑ์ ศาลพระนคร ถนนคนเดิน มัสยิดบางอ้อ เหล่านี้เป็นการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านมหรกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมหรกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ ดังนี้ ตรุษจีนที่เยวราช ขบวนพยุหยาตราทางชลมารค งานกาชาดงานภูเขาทอง งานเมาลิตกลางแห่งประเทศไทย รอมฎอน (การละศีลอด) เข้าและคำ พิธีต่างๆ ในหมู่บ้าน เช่น การเข้าสู่ันต์ งานแต่งงาน ลอยกระทง เทศกาลสงกรานต์ อาหารริมทาง

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมหรกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ ดังนี้ เทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ งานมหรกรรมยานยนต์ งานแสดงสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยง เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมหรกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ ดังนี้ งานเที่ยวทั่วไทยไปทั่วโลก งานมหรกรรมยานยนต์ มิวเซียมสยาม มหรกรรมเทศกาลเที่ยวเมืองไทย มหรกรรมอาหาร มหรกรรมด้านการจัดอีเวนท์ต่างๆ เทศกาลสงกรานต์ งานอุ่นไอรัก งานวิถีแห่งสายน้ำ งานปีใหม่ตามสถานที่ท่องเที่ยว

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของผู้ท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรมหรกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ ดังนี้ มหรกรรมมือถือ งานมหรกรรมยานยนต์ มหรกรรมบ้านและสวน สยามนิรมิต การแสดงโขน ศาลาเฉลิมกรุง เอเชียทีค ตลาดนัดงานไทยเที่ยวไทย งานอาหารครัวคุณต๋อย เทศกาลอาหารและดนตรี เทศกาลถนนคนเดิน งานมหัศจรรย์เจ้าพระยา เทศกาลมหาสงกรานต์ งานเมาลิต

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรด้านมหรกรรมและปรากฏการณ์ที่โดดเด่นสอดคล้องกัน โดยมีบางความคิดเห็นที่คิดต่างบ้าง แต่ไม่มีนัยยะสำคัญ

ผู้วิจัยจึงขอสรุปความคิดเห็นต่อทรัพยากรด้านมหกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ตรุษจีนที่เยาวราช ขบวนพยุหยาตราทางชลมารค งานกาชาดงานภูเขาทอง งานเมาลิตกลางแห่งประเทศไทย รอมฏอนจัดเลี้ยงเช้าและค่ำ พิธีต่างๆในหมู่บ้าน เช่น การเข้าสู่ันต์ งานแต่งงาน ลอยกระทง เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลอาหารริมทาง เทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ มหกรรมยานยนต์ งานเที่ยวทั่วไทยไปทั่วโลก (ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์) มิวเซียมสยาม มหกรรมเทศกาลเที่ยวเมืองไทย มหกรรมอาหาร มหกรรมด้านการจัดอีเวนท์ต่างๆ งานอุ่นไอรัก งานวิถีแห่งสายน้ำ งานปีใหม่ตามสถานที่ท่องเที่ยว มหกรรมสัตว์เลี้ยง ลอยกระทง งานมหกรรมระดับโลกต่างๆ มหกรรมมือถือ มหกรรมบ้านและสวน สยามนิรมิต การแสดงโขน ศาลาเฉลิมกรุง เอเชียทีค ตลาดนัด งานอาหารครัวคุณต๋อย เทศกาลอาหารและดนตรี เทศกาลถนนคนเดิน งานมหัศจรรย์เจ้าพระยา เหล่านี้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวมหกรรมที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

1.4 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ กรุงเทพมหานคร กิจกรรมเคาท์ดาวน์ งานสุเหร่า กิจกรรมพัฒนาคุณคลองอนุรักษสัตว์น้ำ กิจกรรมทำอาหารไทย ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล ศูนย์การค้า เช่น เอเชียทีค ไอคอนสยาม งานกาชาด

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ มหกรรมงานไทยเที่ยวไทย ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ ตลาดนัดรถไฟ ปากคลองตลาด กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม กิจกรรมทางศาสนา กิจกรรมการบำบัดรักษา กิจกรรมดำน้ำ กิจกรรมปลูกประกำรัง กิจกรรมเล่นกีฬาทางน้ำ นวดแผนไทย ซอเป็ง เทศกาลอาหารริมทาง งานกาชาด กิจกรรมแสดงสินค้าต่างๆ เช่น โบเตอ อิมแพ็ค ไนท์มาเก็ต

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร ถนนข้าวสาร เยาวราช เสาชิงช้า กิจกรรมนั่งเรือหางยาวริมแม่น้ำเจ้าพระยา กิจกรรมล่องเรือรับประทานอาหาร ร้านอาหารบรรยากาศดีริมแม่น้ำ พิพิธภัณฑ์กรุงรัตนโกสินทร์ สยามพารากอน กิจกรรมเรียนทำอาหารไทย กิจกรรมเดินสำรวจชุมชน สตรีทอาร์ต นั่งรถตุ๊กตุ๊กเที่ยวย่านดัง

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชนประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรด้านกิจกรรมที่โดดเด่น

สอดคล้องกัน โดยมีบางความคิดเห็นที่คิดต่างบ้าง แต่ไม่มีนัยยะสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปความคิดเห็นต่อทรัพยากรด้านกิจกรรมที่สำคัญ ที่โดดเด่นของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ งานกรุงเทพมหานคร กิจกรรมเคหะดาวน์ งานมัลลิต กิจกรรมพัฒนาคุณคลองอนุรักษ์สัตว์น้ำ กิจกรรมเรียนทำอาหารไทย ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล ศูนย์การค้า เช่น เอเชียรทีค ไอคอนสยาม งานกาชาด มหกรรมงานไทยเที่ยวไทย ตลาดนัดรถไฟ ปากคลองตลาด กิจกรรมทางศาสนาต่างๆ กิจกรรมการบำบัดรักษา กิจกรรมดำน้ำ กิจกรรมปลูกประการัง กิจกรรมเล่นกีฬาทางน้ำ นวดแผนไทย เทศกาลอาหารริมทาง กิจกรรมแสดงสินค้าตามฮอลล์ต่างๆ เช่น ไบเทค อิมแพ็ค ไนท์มาเก็ต หอศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร ถนนข้าวสาร เขาวราช เสาชิงช้า กิจกรรมนั่งเรือหางยาวริมแม่น้ำเจ้าพระยา กิจกรรมส่องเรือรับประทานอาหาร ร้านอาหารบรรยากาศดีริมแม่น้ำ พิพิธภัณฑสถานรัตนโกสินทร์ สยามพารากอน กิจกรรมทำอาหาร กิจกรรมเดินสำรวจชุมชน สตรีทอาร์ต นั่งรถตุ๊กตุ๊กเที่ยวย่านดัง ท้องฟ้าจำลอง เหล่านี้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่กิจกรรมที่น่าสนใจของกรุงเทพมหานคร

1.5 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ

ผู้แทนภาครัฐ โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาครัฐมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ ร้านนวดแผนไทย สปา ห้างสรรพสินค้า การบริการที่พัก โรงแรมฮาลาล โรงแรมสำหรับนักเดินทางถนนข้าวสาร ร้านอาหารฮาลาล มัลลิตจักรพงษ์ ร้านโรตี การแพทย์แผนไทยและแผนปัจจุบัน

ผู้แทนภาคเอกชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคเอกชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ การคมนาคมต่างๆ ท้องฟ้าจำลอง สนามกีฬาเวเบอร์ด ห้องจัดเลี้ยง ห้องจัดประชุมสัมมนา การบริการรักษาพยาบาล การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การนวดด้านสุขภาพ โรงพยาบาลเสริมความงาม โรงแรมฮาลาล ร้านอาหารฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาล

ผู้แทนประชาชน โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลภาคประชาชนมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ โรงแรมอัลมีรอซ ร้านอาหารและคาเฟ่ฮาลาล โรงแรมเฉพาะทางสถานพยาบาล ความรู้เฉพาะทางของผู้ให้บริการ การให้บริการเทคโนโลยีด้านสุขภาพ การคมนาคม ศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย โรงแรมซีเนท การบริการทางด้านการแพทย์ที่บริการดีมีคุณภาพ การบริการด้านการท่องเที่ยวครบวงจรและมีราคาถูก การบริการทางด้านที่พัก มีหลายแบบหลายราคาให้เลือกตามความต้องการของผู้รับบริการ

ผู้แทนนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญ ดังนี้ โรงแรมที่พักฮาลาล เช่น โรงแรมอัลมีรอซ ศูนย์การค้า

สปาเพื่อสุขภาพ ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดนัดสวนจตุจักร การเดินทางที่สะดวก มีทั้งบริการ MRTA และเรือสาธารณะ มีรถโค้ชนั่งชมเมือง รถสามล้อ เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทยที่ต่างชาติรับรู้ ร้านอาหารฮาลาล บริการทางการท่องเที่ยวและขนส่งฮาลาล มีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยวฮาลาลที่มีแผ่นพับ บ้ายบอกทาง แผนที่ที่ครอบคลุม

ผู้วิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชนประชาชน และนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญสอดคล้องกัน โดยมีบางความคิดเห็นที่คิดต่างบ้าง แต่ไม่มีนัยยะสำคัญ ผู้วิจัยจึงขอสรุปความคิดเห็นต่อทรัพยากรบริการที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร ดังนี้ การนวดด้านสุขภาพ (Wellness & Spa) เช่น ร้านนวดแผนไทยและสปา ห้างสรรพสินค้า การบริการที่พัก โรงแรมฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวแบบแบคแพคเกอร์ ถนนข้าวสาร เช่น โรงแรมตีวาน บางลำพู ร้านอาหารฮาลาล มัสยิดจักรพงษ์ ร้านโรตี การแพทย์แผนไทยและแผนปัจจุบัน การคมนาคมต่างๆ จัดเลี้ยง ห้องจัดประชุมสัมมนา การบริการรักษาพยาบาล การบริการอาหารและเครื่องดื่ม โรงพยาบาลเสริมความงาม ร้านอาหารฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาล ร้านอาหาร/ คาเฟ่ฮาลาล โรงแรมเฉพาะทาง สถานพยาบาล ความรู้เฉพาะทางของผู้ให้บริการ การให้บริการเทคโนโลยีด้านสุขภาพ การคมนาคม ศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย การบริการทางด้านการแพทย์ที่บริการดีมีคุณภาพ การบริการด้านการท่องเที่ยวครบวงจร และมีราคาถูก การบริการทางด้านที่พัก มีหลายแบบหลายราคาให้เลือก ตามความต้องการของผู้รับบริการโรงแรมที่พักฮาลาล เช่น โรงแรม อัลมिरอช โรงแรมซีเนท ศูนย์การค้า ตลาดน้ำต่างๆ เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน ตลาดน้ำคลองลัดมะยม ตลาดนัดสวนจตุจักร การเดินทางที่สะดวก มีทั้งบริการ MRT และเรือสาธารณะ มีรถโค้ชนั่งชมเมือง รถสามล้อ เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทยที่ต่างชาติรับรู้ บริการทางการท่องเที่ยวและขนส่งฮาลาล มีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยวฮาลาลที่มี แผ่นพับ บ้ายบอกทาง แผนที่ที่ครอบคลุม เหล่านี้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวบริการที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

2. รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

2.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ

2.1.1 ทิวทัศน์แม่น้ำเจ้าพระยา



ภาพ 9 แม่น้ำเจ้าพระยา

ที่มา: ภูเกิล, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง จากจังหวัดนนทบุรี แม่น้ำเจ้าพระยาไหลเข้าเขตกรุงเทพมหานคร ที่เขตบางซื่อ และไหลผ่านบางพลัด เขตดุสิต เขตบางกอกน้อย เขตพระนคร เขตบางกอกใหญ่ เขตสัมพันธวงศ์ เขตคลองสาน เขตบางรัก เขตสาทร เขตธนบุรี เขตบางคอแหลม เขตราชบุรีบูรณะ เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตพระโขนง และเขตบางนา ก่อนไหลลงสู่อ่าวไทยที่ ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

ประวัติความเป็นมา แม่น้ำเจ้าพระยา เป็นแม่น้ำสายหลักสายหนึ่งของประเทศไทย รวมตัวจากแม่น้ำสายหลักสี่สายจากภาคเหนือ ได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยม แม่น้ำน่าน และรวมตัวกันเป็นสายเดียวที่ปากน้ำโพ เรียกว่า "แม่น้ำเจ้าพระยา" และไหลออกสู่อ่าวไทยที่ปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ จุดเริ่มต้นของแม่น้ำเจ้าพระยาอยู่ที่จังหวัดนครสวรรค์ ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยามีขนาดถึง 160,400 ตารางกิโลเมตร และมีความยาวถึง 372 กิโลเมตร พื้นที่ลุ่มน้ำสายนี้ครอบคลุมพื้นที่ 15 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครสวรรค์ อุทัยธานี ลพบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง สระบุรี สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร และกรุงเทพมหานคร แม่น้ำเจ้าพระยาสายปัจจุบันนั้น บางช่วงเป็น คลองขุดลัดขึ้นมาเพื่อให้เดินทางสะดวกรวดเร็ว โดยการขุดคลองนั้นมียุ 3 สมัย ได้แก่ ครั้งแรก ขุดในสมัยของสมเด็จพระชัยราชา ตั้งแต่คลองบางกอกน้อย บริเวณหน้าสถานีรถไฟ บางกอกน้อยไปถึงคลองบางกอกใหญ่ เพื่อความสะดวกในการค้าขาย ซึ่งสมัยนั้นจะติดต่อกับโปรตุเกสและจีน ครั้งที่สอง ขุดในสมัยพระมหาจักรพรรดิ ขุดคลองบางกอกน้อยเชื่อมสายในระหว่างคลองบางกอกน้อย ส่วนที่เป็นแม่น้ำเจ้าพระยา

เดิมตรงวัดสุวรรณคีรีกับคลองบางกรวยตรงวัดชะลอ ครั้งที่สาม ชุดในสมัยพระเจ้าปราสาททองจากวัดเฉลิมพระเกียรติมาเชื่อมกับปากคลองบางกรวยในปัจจุบัน (แม่น้ำเจ้าพระยาเดิม) สองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยามีสถานที่ที่น่าสนใจมากมายการล่องเรือชมวิถีชีวิตผู้คน บ้านเรือนรูปร่างแปลกตาตามชุมชนต่างๆ วัดวาอารามและบรรยากาศที่เย็นสบาย

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นแม่น้ำสายหลักที่เปรียบเสมือนสายโลหิตของชุมชนชาวไทยในพื้นที่ ภาคกลาง โดยใช้ประโยชน์ทั้งด้านการอุปโภคและบริโภค เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ อุตสาหกรรม การคมนาคมขนส่งทางน้ำ ท่าเรือโดยสารและท่าเรือขนส่งสินค้า มีประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม กรุงเทพมหานครเป็นระบบน้ำใหญ่ในพื้นที่ภาคกลาง โดยมีความยาวครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง นครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มีความยาว 372 กิโลเมตร เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีขนาดใหญ่ อุดมสมบูรณ์ และมีความหลากหลายทางชีวภาพมีสาขาย่อยแยกออกเป็นแม่น้ำอื่นๆ อีก 3 สายด้วยกันคือ แม่น้ำลพบุรี ไหลจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่จังหวัดสิงห์บุรี แม่น้ำน้อย ไหลจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่จังหวัดชัยนาท และแม่น้ำท่าจีน ไหลแยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่จังหวัดชัยนาท

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ล่องเรือชมวิวน้ำเจ้าพระยา รับประทานอาหารบนเรือหรือร้านอาหารริมแม่น้ำเจ้าพระยา

สภาพปัจจุบัน ใช้ในการอุปโภคและบริโภค การเกษตรกรรม การประมง การคมนาคมขนส่งทางน้ำ ทั้งเป็นท่าเรือโดยสารสำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว และท่าเรือขนส่งสินค้าในบริเวณเขตคลองเตย เรียกว่า ท่าเรือคลองเตย หรือ ท่าเรือกรุงเทพ

อุปสรรคและปัญหา ปัญหาความต้องการใช้น้ำอุปโภคและบริโภคไม่เพียงพอในชุมชนท้องถิ่น ปัญหามลพิษทางน้ำ น้ำเน่าเสีย ขยะมูลฝอยจากชุมชน และสารพิษปนเปื้อนจากโรงงาน อุตสาหกรรม มลพิษจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและฟาร์มสุกร ทำให้การใช้ประโยชน์จากแหล่ง น้ำ และปริมาณสัตว์น้ำลดลง

โอกาสในการพัฒนา เนื่องจากขาดการดูแลเอาใจใส่จากหน่วยงานทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จึงมีการดำเนินโครงการรักษาลุ่มน้ำเจ้าพระยา การปรับปรุงคุณภาพน้ำเสียในเชิงอนุรักษ์ การบำบัดน้ำเสียจากชุมชน และโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึงมีการพัฒนาท่าเรือขนส่งสินค้าในโครงการ Docklands ในอนาคตควรพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ (Cruising) ในบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาจากกรุงเทพ – จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำ (Cruising)

2.1.2 คลองบางกอกใหญ่



ภาพ 10 แสดงคลองบางกอกใหญ่

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ปากคลองบางกอกใหญ่แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาทางฝั่งขวาของ บ่อมวิไชยประสิทธิ์ ไปสิ้นสุดที่คลองมอญ ตรงข้ามปากคลองชักพระ มีความยาวประมาณ 6 กิโลเมตร

ประวัติความเป็นมา คลองบางกอกใหญ่ หรือชื่อในอดีตว่า คลองบางหลวง เดิมเคยเป็นส่วนหนึ่งของแม่น้ำเจ้าพระยาหรือแม่น้ำเจ้าพระยาสายหลักตามธรรมชาติมาก่อน กล่าวคือ บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยาสายปัจจุบันตั้งแต่ปากคลองบางกอกน้อย ตรงข้ามมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไปจนถึงปากคลองบางกอกใหญ่ดังที่เห็นในปัจจุบันนั้น ในอดีตเคยเป็นแผ่นดิน และแม่น้ำเจ้าพระยาเดิมจะอ้อมเลี้ยวจากหน้า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นคูกว้างมาทะลุออกข้างวัดท้ายตลาด ต่อมาในรัชสมัยสมเด็จพระไชยราชาธิราช (พ.ศ. 2077 – 2089) โปรดเกล้าให้ขุดคลองลัดระหว่างคูกแม่น้ำทั้งสอง ในบริเวณดังกล่าว เพื่อย่นระยะทางและอำนวยความสะดวกให้กับบรรดาพ่อค้าทูตานุทูต ชาวตะวันตกที่เริ่มเข้ามาติดต่อค้าขายและเจริญสัมพันธไมตรีกับอาณาจักรเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในสมัยนั้น ต่อมาเมื่อกระแสน้ำส่วนใหญ่เปลี่ยนทิศทางมาไหลผ่านคลองชุดใหม่ คลองลัดนี้ก็ค่อยๆ กว้างใหญ่ขึ้นจนกลายเป็นแม่น้ำ ส่วนแม่น้ำเจ้าพระยาเดิมก็เริ่มเล็กลงจนกลายเป็นคลอง บางกอกน้อยและคลองบางกอกใหญ่ ถึงสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสิน ราชสำนักย้ายมาอยู่ที่กรุงธนบุรี คลองบางกอกใหญ่กลายเป็นชุมชนของข้าหลวง และโปรดเกล้าให้บรรดาชาวจีนซึ่งได้เคยช่วยเหลือพระองค์มาตั้งบ้านเรือนอยู่ริมคลองบางกอกใหญ่ ผู้คนจึงนิยมเรียกกันติดปากว่า "คลองบางข้าหลวง" หรือ "คลองบางหลวง" สืบมาถึงในปัจจุบัน รัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร กำหนดให้คลองบางกอกใหญ่เป็นคลองสำคัญซึ่งจะต้องอนุรักษ์ไว้ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อ

วันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2510 ปากคลองบางกอกใหญ่แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาทางฝั่งขวาของ บ่อมิไชยประสิทธิ์ สิ้นสุดที่คลองมอญ ตรงข้ามปากคลองชักพระ มีความยาวประมาณ 6 กิโลเมตร

ความสำคัญและลักษณะเด่น คลองบางกอกใหญ่ในปัจจุบันนั้นถือเป็นเส้นทางสัญจร และระบายน้ำ และด้วยเวลาที่เคยเป็นลำน้ำเจ้าพระยาสายเดิมมาก่อนในอดีตตั้งแต่ครั้ง กรุงศรีอยุธยายังเป็นราชธานี จึงมีสถานที่ทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ตั้งริมสองฝั่งมากมาย ทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างมากจนถึงปัจจุบัน มีศาสนสถานตั้งอยู่ อย่างหนาแน่นทั้งสองฝั่ง วัดและมัสยิดริมคลองบางกอกใหญ่

สภาพปัจจุบัน เป็นเส้นทางสัญจรและระบายน้ำ และด้วยเวลาที่เคยเป็นลำน้ำ เจ้าพระยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างมาก มีศาสนสถานตั้งอยู่ อย่างหนาแน่นทั้งสองฝั่ง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญอย่างมาก มีศาสนสถาน ตั้งอยู่อย่างหนาแน่นทั้งสองฝั่ง มีเส้นทางเดินเรือจากท่าเรือบางหว้าวิ่งไปตามแนว คลองบางกอกใหญ่ออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาสิ้นสุดที่ท่าเรือวัดใหม่ยายแป้น บริเวณคลอง บางกอกน้อย มีท่า 10 ท่า ได้แก่ ท่าเรือบางหว้า ท่าเรือภาษีเจริญ ท่าเรือตลาดพลู สะพานนาคราญ สะพานเจริญพาสน์ ท่าเรือสะพานพุทธ ท่าเรือราชินี ท่าเรือวัดอรุณฯ ท่าเรือมหาราช อุ้งจอดเรือพระราชพิธี วัดใหม่ (ยายแป้น)

อุปสรรคและปัญหา แหล่งโบราณสถาน ศาสนสถาน อาคารที่มีคุณค่า วิถีชีวิตดั้งเดิม กิจกรรมการค้า ประเพณีวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไป เส้นทางเดินเรือเข้าสู่พื้นที่ริมคลองบางกอกใหญ่ ย่อมมีความเสื่อมโทรมไปตามกาลเวลา และยังไม่ได้รับการวางแผนอย่างบูรณาการ/การพัฒนา ปัญหาขยะและวัชพืชผักตบชวา ไหลจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้ามาในคลองบางกอกใหญ่ เมื่อเปิดประตูระบายน้ำ คลองบางกอกใหญ่ตามกระแสน้ำขึ้น หรือจากการถ่ายเทเรือโดยสารผ่าน ประตูเรือสัญจร และปัญหาขยะมูลฝอยที่ถูกทิ้งจากบ้านเรือน ร้านค้า สถานประกอบการทั้ง 2 ริมฝั่ง คลองบางกอกใหญ่ เนื่องจากมีชุมชน ร้านค้า ตลาดและสถานประกอบการจำนวนมาก

โอกาสและแนวทางการพัฒนา พัฒนาระบบขนส่งมวลชนแบบรางและเส้นทาง การเดินเรือ คลองบางกอกใหญ่จะทำให้มีศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่มากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่สำคัญในการพัฒนา และฟื้นฟูย่านคลองบางหลวงให้ตอบรับกับการพัฒนา ในอนาคต พัฒนาระบบขนส่งทางน้ำ เพื่อสนับสนุนนโยบายการเชื่อมต่อบริเวณขนส่ง “ล้อ ราง เรือ” ของกรุงเทพมหานคร เพื่อบริหารจัดการความสะอาดให้แก่ประชาชนในการเดินทาง และการท่องเที่ยว เป็นการสร้างโอกาสและเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่น การบริหารจัดการขยะและ

วัชพืชตลอดแนวคลองบางกอกใหญ่ให้สะอาด การจัดการสิ่งกีดขวางที่ขวางการเดินเรือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเดินเรือและปรับปรุงทัศนียภาพในเขตคลองบางกอกใหญ่ให้เรียบร้อยสวยงาม มีมาตรการป้องกันการไหลของขยะมูลฝอยจากคลองสาขานี้ลงสู่คลองบางกอกใหญ่ โดยจัดทำตะแกรงหรือตาข่าย ดักขยะในคลองสาขาก่อนที่จะเข้าสู่คลองบางกอกใหญ่ และสำนักงานเขตทำการจัดเก็บขยะมูลฝอยในคลองสาขาที่รับผิดชอบเป็นประจำทุกวัน มีมาตรการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลรักษาความสะอาดคลอง รวมถึงมาตรการทางกฎหมายในการจับปรับอย่างจริงจังในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวทางแม่น้ำลำคลองพร้อมจุดและความชุมชนซึ่งเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์

2.1.3 คลองบางกอกน้อย



ภาพ 11 คลองบางกอกน้อย

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานครการเดินทาง : มีเรือจากท่าช้าง เส้นทางบางกอกน้อย-บางใหญ่

ประวัติความเป็นมา คลองบางกอกน้อย ตั้งอยู่ในเขตบางกอกน้อย เดิมเคยเป็นส่วนหนึ่งของแม่น้ำเจ้าพระยา จนกระทั่งรัชสมัยสมเด็จพระไชยราชาธิราชแห่งกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ. 2077 - 2089) ได้โปรดฯให้ขุดคลองลัดแม่น้ำขึ้นจากปากคลองบางกอกน้อยไปยังปากคลองบางกอกใหญ่ ซึ่งกล่าวกันว่าช่วยย่นระยะทางได้ถึง 1 วัน ต่อมากระแสน้ำส่วนใหญ่ได้ไหลเข้าสู่คลองลัดทำให้คลองกว้างขึ้นเรื่อยๆ กลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาสายใหม่ ส่วนแม่น้ำสายเดิมแคบลงกลายเป็นคลองบางกอกน้อย คลองชักพระ และคลองบางกอกใหญ่แทน คลองบางกอกน้อยเริ่มต้นตั้งแต่แม่น้ำเจ้าพระยาทางเหนือของสถานีรถไฟธนบุรี ไหลขึ้นไปบรรจบคลองชักพระ (คลองบางขุนศรี) และคลองลัดบางกรวย ตรงข้ามวัดสุวรรณคีรี มีความกว้างมากถึง 40 เมตร

และยาว 3.3 กิโลเมตร คณะรัฐมนตรีมีมติให้คลองบางกอกน้อยเป็นคลองสำคัญซึ่งจะต้องอนุรักษ์ไว้ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2510 ในปัจจุบันช่วง คลองลัดบางกรวย ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของคลองบางกอกน้อยไปด้วย รวมถึงคลองอ้อม หรือคลองอ้อมนนท์ ก็เรียกกันทั่วไปว่าคลองบางกอกน้อยเช่นกัน

ความสำคัญและลักษณะเด่น คลองบางกอกน้อยใช้ในการคมนาคม สัญจร ทศนาจร ท่องเที่ยว ใช้ขนส่งสินค้า ใช้เล่นกีฬาทางน้ำ ใช้อาบน้ำ ใช้ล้างภาชนะ ใช้ระบายน้ำ และยังเป็นเส้นทางซักพระของวัดนางชี ซึ่งมีขึ้นในวันแรม 2 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี โดยซักแหไปทางน้ำ ผ่านคลองซักพระ คลองบางกอกน้อย แล้ววกลงมาตามแม่น้ำเจ้าพระยา เข้าคลองบางกอกใหญ่ กลับไปยังวัดนางชีตามเดิม ไหลผ่านเขตบางกอกน้อย เขตตลิ่งชัน อ.บางกรวย อ.บางใหญ่ อ.เมืองนนทบุรี คลองบางกอกน้อย เริ่มตั้งแต่แม่น้ำเจ้าพระยาทางเหนือของสถานีรถไฟธนบุรี ไหลขึ้นไปบรรจบคลองซักพระ (คลองบางขุนศรี) และคลองลัดบางกรวย ตรงข้ามวัดสุวรรณคีรี มีความกว้าง 40 เมตร และยาว 3.3 กิโลเมตร คณะรัฐมนตรีมีมติให้คลองบางกอกน้อยเป็นคลองสำคัญซึ่งต้องอนุรักษ์ไว้ เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน พ.ศ. 2510

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว การนั่งเรือเที่ยวชมวัดในคลองบางกอกน้อย คูวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนเก่าริมคลอง บ้านไม้ทรงไทย คนพายเรือ เรือแม่ค้าขายของ ฯลฯ หรือรับประทานอาหารชมบรรยากาศริมน้ำ ชมประวัติศาสตร์ เส้นทางน้ำสายเก่า โรงเก็บเรือพระราชพิธี

สภาพปัจจุบัน คลองบางกอกน้อยใช้ในการคมนาคม สัญจร ทศนาจร ท่องเที่ยว ใช้ขนส่งสินค้า ใช้เล่นกีฬาทางน้ำ ใช้อาบน้ำ ใช้ล้างภาชนะ ใช้ระบายน้ำ

อุปสรรคและปัญหา น้ำขึ้น น้ำลง น้ำเหนือ และน้ำทะเลหนุน ครอบคลุมคลองบางกอกน้อย

โอกาสและแนวทางการพัฒนา กทม.เข้าไปดำเนินการก่อสร้างแนวป้องกันน้ำท่วมถาวร เรียงกระสอบทรายเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มระดับความสูงของแนวคันกันน้ำ เพื่อจะได้แก้ไขปัญหาน้ำล้นตลิ่งเข้าท่วมในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน ควรพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำพร้อมจุดแวะชมทางประวัติศาสตร์ มีโอกาสในการพัฒนาทัวร์คลองบางกอกน้อยและจุดแวะเยี่ยมชมสถานที่สำคัญและชุมชน

2.1.4 สวนลุมพินี



ภาพ 12 สวนลุมพินี

ที่มา: ภูเก็ต, 2565, สื่อบนออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ถนนพระรามที่ 4 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา เปิดบริการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2468 ถือเป็นสวนสาธารณะแห่งแรกของกรุงเทพมหานคร บนเนื้อที่ 360 ไร่ ในสมัยรัชกาลที่ 6 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานไว้สำหรับชาวกรุงเทพมหานครในช่วงที่ทรงครองราชย์สมบัติครบ 15 ปี พ.ศ. 2468 ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ทรงมีพระราชดำริจะจัดงานแสดงพิพิธภัณฑ์สรรพสินค้าและทรัพยากรธรรมชาติ หลังจากนั้นจึงทรงพระราชดำริว่า เมื่อเลิกการจัดงานแล้วควรจัดทำเป็นสวนพฤกษชาติ เพื่อให้ประชาชนได้ศึกษาและใช้พักผ่อน ทรงเลือกบริเวณทุ่งศาลาแดงที่ดินส่วนพระองค์ชุดสระกว้างสร้างเกาะกลางน้ำตัดถนน และสร้างหอนาฬิกาตึกแบบกรีก และทรงพระราชทานชื่อว่า "สวนลุมพินี" หมายถึง สถานที่ที่ประสูติแห่งพระพุทธเจ้า ณ ตำบลลุมพินีวัน ประเทศเนปาล แต่ด้วยทรงเสด็จสวรรคตก่อนกำหนดเปิดงานจึงต้องล้มเลิกงานไป ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 7 โครงการนี้จึงถูกรื้อฟื้นอีกครั้ง โดยทรงเช่าที่ดินด้านใต้ของสวนลุมพินี 90 ไร่ จัดเป็น "วนาเรียมย์" คล้ายสวนสนุก และค่าเช่านำมาปรับปรุงที่ดินส่วนที่เหลือเปิดเป็นสวนสาธารณะ นับแต่นั้นมา สวนลุมพินีจึงเป็นสถานที่ให้ความเพลิดเพลินสนุกสนานแก่ประชาชน การละเล่น แข่งว้าว วิ่งว้าว ชิงช้า ม้าหมุนโดยทรงพระราชทานที่ดินให้รัฐบาลดูแลและมีพระกระแสรับสั่งให้ใช้เพื่อสวนสาธารณะเท่านั้น ต่อมาในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 สวนลุมพินี กลายเป็นที่ตั้งค่ายของทหารญี่ปุ่น สวนแห่งนี้จึงลดบทบาทลง และต่อมาถูกใช้เป็นที่จัดงานฉลองรัฐธรรมนูญ และมีการประกวดนางสาวสยามบริเวณเกาะลอย

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นสวนสาธารณะเก่าแก่แห่งแรกของชาวกรุงเทพมหานคร มีลักษณะเป็นสวนอเนกประสงค์ โดยเป็นสวนสาธารณะเพื่อจัดกิจกรรม

นันทนาการหลากหลาย เช่น ดนตรีในสวน ห้องสมุดประชาชน เป็นต้น ที่จัดเตรียมไว้บริการประชาชนเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ อีกทั้งเป็นที่ตั้งของสมาคม ชมรมต่างๆ เป็นพื้นที่สีเขียวซึ่งมีเอกลักษณ์ที่ความร่มรื่นด้วยต้นไม้ขนาดใหญ่อายุเก่าแก่รายล้อมอยู่มาก ตกแต่งด้วยสระน้ำกว้างใหญ่ มีพันธุ์ไม้ และดอกไม้นานาชนิดซึ่งแสดงถึงความหลากหลายทางชีวภาพ

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว นิยมไปทำกิจกรรมนันทนาการ เช่น ออกกำลังกาย เล่นกีฬา เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจหรือเป็นสถานที่จัดกิจกรรมร่วมวัยเก็ก แอโรบิค และเป็นสถานที่ที่เหมาะสมเกี่ยวกับการถ่ายรูปหรือปิกนิกและทำกิจกรรมครอบครัว หรือรวมกลุ่มของคนชรามาพบปะพูดคุยเรื่องสุขภาพ

สภาพปัจจุบัน เป็นสถานที่จัดกิจกรรมและนันทนาการต่าง ๆ รวมถึงการออกกำลังกายและพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนและนักท่องเที่ยวทั่วไป

อุปสรรคและปัญหา การจัดภูมิทัศน์ไม่สวยงาม เช่น ร้านค้าที่เข้าไปขายในพื้นที่อย่างไม่เป็นระเบียบและความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในสวนสาธารณะ ประชากรสัตว์ที่มีมากมายจนทำลายระบบ นิเวศ เช่น ตัวเงินตัวทอง เป็นต้น

โอกาสและแนวทางการพัฒนา การจัดระเบียบสถานที่ ร้านค้าและการปรับปรุงภูมิทัศน์ รักษาระบบนิเวศให้สมดุล มีโอกาสในการพัฒนาเป็นปอดของกรุงเทพมหานคร และเป็นสวนสาธารณะ ที่ออกกำลังกายของคนในกรุงเทพมหานคร

2.1.5 สวนหลวง ร.9



ภาพ 13 แสดงสวนหลวง ร.9

ที่มา: ภูเก็ต, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ถนนสุขุมวิท 103 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา สวนหลวง ร.9 เป็นสวนสาธารณะและสวนพฤกษศาสตร์ที่ใหญ่ที่สุด พื้นที่ 500 ไร่ สร้างเพื่อน้อมเกล้าฯน้อมกระหม่อมถวายพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในศุภมงคลสมัยเจริญพระชนมพรรษาครบรอบ 60 พรรษา ในวันที่ 5

ธันวาคม พ.ศ. 2530 สร้างบนที่ดินหนองบอน เขตประเวศ เดิมเป็นพื้นที่รับน้ำก่อนระบายสู่แหล่งธรรมชาติ ซึ่งเป็นแนวทางตามพระราชดำริเพื่อแก้ไขปัญหาน้ำท่วมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 อีกทั้งเป็นการสร้างพื้นที่สีเขียวเพื่อใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นสวนสาธารณะและสวนพฤกษศาสตร์ที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร โดยมีพื้นที่ 500 ไร่ สร้างถวายพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในปี พ.ศ. 2530 ศุภมงคลสมัยเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ ด้วยความร่วมมือร่วมใจของปวงชนชาวไทยและ มูลนิธิสวนหลวง ร.9 สวนสาธารณะเฉลิมพระเกียรติ ส่งเสริมวิชาการรวบรวมพันธุ์ไม้ท้องถิ่นอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเป็น 6 จุด จุดที่ 1 บริเวณเฉลิมพระเกียรติ 21 ไร่ ส่วนนี้เรียก "อุทยานมหาราช" จุดที่ 2 "สวนพฤกษศาสตร์" สมบูรณ์แบบ 150 ไร่ จุด 3 “ตระพังแก้ว” 40 ไร่ พื้นที่รับน้ำขานเมืองตามแนวพระราชดำริจุดที่ 4 “สวนรมณี” 50 ไร่ เป็นสวนเลียนแบบธรรมชาติ จุดที่ 5 “สวนน้ำ” 40 ไร่ จำลองธรรมชาติจากป่าพรุใน จ.นราธิวาส, จุดที่ 6 “สนามราษฎร์” 70 ไร่ เป็นลานอเนกประสงค์ใช้เป็นสนามกีฬาหรือจัดกิจกรรมตามเทศกาล

สภาพปัจจุบัน เป็นสวนสาธารณะสร้างเพื่อน้อมเกล้าฯ ถวายพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในมหามงคลสมัยเฉลิมพระชนมพรรษาครบรอบ 50 ปี ในปีพุทธศักราช 2530 เป็นศูนย์กลางรวบรวมสะสมและอนุรักษ์พืชพันธุ์ไม้ทั้งในประเทศและต่างประเทศให้เป็นสวนพฤกษศาสตร์ที่สมบูรณ์แบบแห่งแรกในประเทศไทย ส่งเสริมวิชาการด้านการศึกษา ค้นคว้าวิจัยและเผยแพร่ความรู้ ด้านพฤกษศาสตร์แก่นักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไป และสำหรับเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ ทำกิจกรรมต่างๆ ออกกำลังกาย อีกทั้งสวนหลวง ร.9 ยังเป็นสถานที่ที่จะช่วยรองรับเก็บกักน้ำฝนที่มีปริมาณมากก่อนระบายลงแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อไม่ให้ท่วมถนนและบ้านเรือนประชาชน

อุปสรรคและปัญหา ปัญหาการจราจร ที่จอดรถยนต์ สิ่งอำนวยความสะดวกไม่ทั่วถึง

แนวทางการพัฒนา จัดระเบียบการจราจร บริหารจัดที่จอดรถและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ การบริหารจัดการขยะและการปรับปรุงภูมิทัศน์ด้วยหน่วยงาน ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการรณรงค์การทิ้งขยะให้ถูกที่จากประชาชนและนักท่องเที่ยว เพิ่มความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางชีวภาพ และ จัดเป็นศูนย์ศึกษาพันธุ์ไม้โดดเด่นของไทย สำหรับนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

2.1.6 ศูนย์บางกระเจ้าศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง ปตท.



ภาพ 14 คลองบางกระเจ้า

ที่มา: สถาบันปลูกป่าและระบบนิเวศ ปตท., 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 81 ถนน สุขุมวิท 2 แขวง ดอกไม้ เขต ประเวศ

กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา "ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง" ถ.สุขุมวิท 2 เป็นการพัฒนาพื้นที่สีเขียวในที่ดินของ ปตท. จำนวน 12 ไร่ 1 งาน 2 ตารางวา ภายใต้แนวทางการส่งเสริมพื้นที่สีเขียวในเขตเมืองของ กลุ่ม ปตท. หรือ "PTT Green in the City" ได้ออกแบบสัดส่วนเป็นพื้นที่ป่า 75% พื้นที่น้ำ 10% พื้นที่ใช้งาน 15% ป่าเป็นหลัก มีการออกแบบอาคารที่กลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมเป็นต้นแบบนวัตกรรมอาคารเขียว เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้การปลูกป่าของ ปตท. และการปลูกป่าเชิงนิเวศแบบยั่งยืน ซึ่งในอนาคตป่านี้จะเติบโตและสร้างคุณประโยชน์ให้กับพื้นที่ เป็นรูปแบบการศึกษาและเรียนรู้ป่าในเมือง เชื่อมโยงและสร้างความใกล้ชิดระหว่างคนกับป่า

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นปอดของกรุงเทพมหานคร ปลูกป่าเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับคนเมือง ปลูกป่าเชิงนิเวศแบบยั่งยืน เพื่อให้เกิดป่าที่ใกล้เคียงธรรมชาติดั้งเดิมในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องการปลูกป่าตามวิถีปตท. ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการปลูกป่า 1 ล้านไร่ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 ให้แก่ประชาชน นิสิต นักศึกษา และนักเรียนที่สนใจ สัดส่วนของพื้นที่แบ่งเป็น พื้นที่ป่า 75% (จำนวน 9 ไร่) พื้นที่น้ำ 10% (จำนวน 1.2 ไร่) พื้นที่ใช้งาน 15% (จำนวน 1.8 ไร่) ในพื้นที่มีการจัดสรรให้มีพันธุ์ไม้ตามลักษณะป่าชนิดต่างๆ เช่น ป่าดิบที่ลุ่ม ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง ป่าน้ำกร่อย ป่าชายเลน ป่ารอบน้ำตก/เขาหินปูน ซึ่งความหลากหลายของพันธุ์ไม้ที่ใช้ปลูกมีทั้งพันธุ์ไม้หายาก พันธุ์ไม้พื้นเดิมของกรุงเทพมหานคร และพันธุ์ไม้ป่าตามประเภทป่าชนิดต่างๆ มีจำนวนกว่า 200 ชนิด เช่น กรวยป่า กระเจียว ชันทองพยาบาท พระเจ้าห้าพระองค์ แดงสด จันทน์ชะมด ชุมแสง

ขำมะเรียง เต็งรัง ตะเคียนทอง มะกอกน้ำ มะเฒ่า สะตือ นุ่น สมพง ยางนา เหียง ฉนวน จัน-อิน สมอไทย ทองพันชั่ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการบริหารจัดการระบบน้ำ สำหรับใช้ในพื้นที่โครงการ โดยสัดส่วนพื้นที่ของน้ำ 10% (จำนวน 1.2 ไร่) เพื่อรองรับ ปริมาณน้ำฝน และเกิดระบบนิเวศอย่างครบวงจรของสิ่งมีชีวิต

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เข้าชมพร้อมรับชมบรรยากาศสีเขียว เรียนรู้ระบบป่านิเวศ

สภาพปัจจุบัน ปัจจุบัน "ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง" ได้เข้าร่วมเกณฑ์การประเมินอาคาร ประหยัดพลังงาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ของหน่วยงาน USGBC (US Green Building Council) ซึ่งระดับคะแนน ที่คาดว่าจะได้รับ อยู่ในระดับ Platinum

อุปสรรคและปัญหา พื้นที่รองรับคนได้จำกัด พื้นที่จอดรถมีจำกัด สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกไม่ทั่วถึง

โอกาสและแนวทางการพัฒนา บริหารจัดการขยายรับคนเข้าพื้นที่เพิ่มขึ้น สร้างคู่มือศึกษาระบบนิเวศชนิดต่างๆ และบริหารจัดการพื้นที่จอดรถสำรองสำหรับ นักท่องเที่ยว กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของบางกระเจ้า

2.1.7 สวนสัตว์คลองสามวา (ซาฟารีเวิลด์)



ภาพ 15 ซาฟารีเวิลด์

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 99 ถนนปัญญานิเทศ แขวง สามวาตะวันตก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510

ประวัติความเป็นมา ซาฟารีเวิลด์ สถานที่ท่องเที่ยวประเภทสวนสัตว์ และการแสดงโชว์ มีเนื้อที่ประมาณ 430 ไร่ เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ปัจจุบัน นาย ณรงค์ จุลชาติ เป็น ประธานกรรมการ นาย ผิน คีวคชา เป็น รองประธานกรรมการและ ประธานกรรมการบริหาร นาง อาภา คีวคชา เป็น กรรมการผู้จัดการใหญ่

ความสำคัญและลักษณะเด่น ซาฟารีเวิลด์ เป็นสวนสัตว์เปิดจำลองบรรยากาศ จากป่าซาฟารีแอฟริกา เป็นแหล่งรวมของสัตว์ป่านานาชนิด รวมถึงสัตว์ป่าคุ้มครอง และสัตว์อนุรักษ์ และสัตว์ที่หายากได้ยากจากจากทั่วมุมโลก สัตว์เหล่านี้อยู่ในอยู่ใน สภาพแวดล้อมเป็นส่วนๆตามประเภท และการอยู่อาศัยของสัตว์แต่ละชนิด นักท่องเที่ยว สามารถขับรถส่วนตัวเข้าชม หรือใช้บริการรถโคชซาฟารีเวิลด์เพื่อสัมผัสอย่างใกล้ชิดกับ สัตว์ป่า

กิจกรรมบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ซาฟารีเวิลด์ มีพื้นที่ประมาณ 450 ไร่ แบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วน คือ ซาฟารีปาร์ค ซึ่งเป็นสวนสัตว์เปิดให้นักท่องเที่ยวได้นั่งรถ ชมชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์ตามธรรมชาติ อาทิ เช่น ยีราฟ ม้าลาย นกกระจอกเทศ แรดขาว แบล็กบั๊ก นกกระเรียนหงอนพู่ สิงโต เสือโคร่ง หมีแคเนาดา เป็นต้น มารีนปาร์ค หรือ สวนน้ำ มีสัตว์น้ำ และการแสดงโชว์ต่างๆ เช่น การแสดงสิงอุรังอุตัง การแสดงสิงโตทะเล การแสดงสัตว์น้ำ การแสดงโลมาและวาฬขาว การแสดงสงครามจระเข้ การแสดงนก และยังมีสวนนกมาคอว์ สวนจระเข้และหมีขั้วโลกด้วย การแสดงสกีน้ำ และการแสดงช้าง และ จังเกิลวอลด์ ประกอบด้วยพื้นที่ป้อนอาหารยีราฟ นิทรรศการไชน่า สวนจัดแสดงนกแก้วชั้น คอนนัวร์ การแสดงวอลรัสจากรัสเซีย สวนจัดแสดงนกเงือก และยังมีสัตว์แปลกนานาชนิด เช่น นกฟิราบหงอนนาคตอเรีย ปลาช่อนอะเมซอน หนูยักษ์คาพิบาร์า แมวน้ำขนปุย ลีเมอร์หางวง แหวน จิงโจ้เทา เสือดาว กรงนกแก้วมาคอว์ใหญ่ ค่างห้าสี และสัตว์อื่น ๆ

สภาพปัจจุบัน ซาฟารีเวิลด์เพิ่มโซนเปิดใหม่หลากหลาย เช่น Parrot Lane ป่านกแก้ว สายพันธุ์หายาก Primate World โซนลิงสายพันธุ์หายาก และถ่ายรูปกับสัตว์ด้วยคอนเซ็ปต์ new normal

อุปสรรคและปัญหา สภาพแวดล้อมขาดการปรับปรุงพัฒนากลุ่มลูกค้า เปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ราคาอาหาร ค่าบัตรผ่านประตู และค่าของที่ระลึก แพงเกินไป

โอกาสและแนวทางการพัฒนา เพิ่มพื้นที่สีเขียวปลูกป่าในบริเวณ เพื่อเป็นศูนย์ แห่งการเรียนรู้เพิ่มจากสวนสนุก (Amusement Park) ควรพัฒนาและปรับปรุงสถานที่อยู่เสมอ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวมากขึ้น และในขณะเดียวกันก็ต้องมี

การพัฒนารูปแบบการจัดการแสดงของสัตว์ หรือกิจกรรมต่างๆอยู่เสมอด้วย ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ เช่น จัดให้มีส่วนลดหรือโปรโมชั่น ควรลดราคาค่าอาหาร ค่าบัตรผ่านประตู และค่าของที่ระลึกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้บ่อยขึ้น

2.1.8 สวนสยาม



ภาพ 16 สวนสยาม

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 203 ถนน สวนสยาม แขวง ดันนายาว เขตคันนายาว กรุงเทพมหานคร 10230

ประวัติความเป็นมา สยามอะเมซิงพาร์ค หรือชื่อเดิมคือ สวนสยาม เปิดดำเนินการมาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปี พ.ศ. 2523 ดำเนินงานโดย บริษัท อมรพันธ์นคร-สวนสยาม จำกัด โดย นายไชยวัฒน์ เหลืองอมรเลิศ เป็น ประธานกรรมการ แรกเริ่มมีเพียงสวนน้ำ ภายหลังจึงได้ซื้อเครื่องเล่นเดิมจากสวนสนุกแฮปปี้แลนด์ที่ได้ปิดกิจการมาให้บริการ สวนสยามจึงเป็นทั้งสวนน้ำและสวนสนุกที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีรางน้ำวน สปา พร้อมเครื่องเล่นทางน้ำครบครัน สไลเดอร์ที่สูงเท่ากับตึก 7 ชั้น ซูเปอร์สไปรรางน้ำคดเคี้ยว รถไฟเหาะวอร์เท็กซ์ รถไฟเหาะบูมเมอแรง และเครื่องเล่นอื่น ๆ อีกเกือบ 40 ชนิด

ความสำคัญและลักษณะเด่น สวนสยาม ทะเล-กรุงเทพฯ ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยนอกเหนือจากการเป็นอุทยานเอนกประสงค์เพื่อให้คนไทยได้มีโอกาสพักผ่อนร่วมกันโดยประหยัดค่าใช้จ่าย และเป็นการหมุนเวียนกระจายรายได้ในท้องถิ่นแล้ว

สวนสยาม ทะเล-กรุงเทพฯ ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อของประเทศไทย อันจะช่วยชักจูงนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาเที่ยวประเทศไทย มีจุดเด่นที่ภายในโครงการมีทะเลเทียมขนาดใหญ่ อันเป็นที่มาของฉายาว่า "ทะเลกรุงเทพ" โดยทะเลเทียมแห่งนี้เป็นทะเลเทียมที่ใหญ่ที่สุดในโลกโดยการรับรองของบันทึกสถิติโลกกินเนสส์

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว สวนน้ำ Water World ประกอบด้วยไฮแอมลากูน ทะเลน้ำจืด สไลเดอร์ยักษ์ ซูเปอร์สไปรล ธารน้ำวน สปา สวนสนุก มี 4 ส่วนคือ Extreme World, Small World, Adventure World, และ Family World มีเครื่องเล่นเกือบ 40 ชนิด อาทิ Vortex, Boomerang, Giant Drop, Ranger, และ Condor สวนสาระ เช่น พิพิธภัณฑ์ไดโนโซเปีย ผจญภัยแดนไดโนเสาร์ สัมมนาจัดเลี้ยง เป็นสถานที่รับรองสำหรับการประชุมหรืองานกิจกรรมต่างๆ ค่ายพักแรม สำหรับกิจกรรมการเข้าค่ายลูกเสือ มีฐานต่างๆ ห้องพักแบบเซลเตอร์และเรือนนอน 48 หลัง มีพัดลมปรับอากาศ ห้องน้ำในตัว สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บางกอก วิลด์ (โครงการจะแล้วเสร็จปี 2564) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยการนำสถาปัตยกรรมของกรุงรัตนโกสินทร์มาปรับใช้ เช่น ศาลาเฉลิมไทย ศาลาเฉลิมกรุง ห้างแบดแมนแอนด์โก ห้างบี.กริมแอนด์โก เขาวราชไข่นาทวน

สภาพปัจจุบัน สยามอะเมซิงพาร์คและบางกอกวิลด์มองเทรนด์ผู้บริโภคสร้างสวนสยามให้เป็น One Stop Service ยกกระตือรือร้นให้บริการภายใต้คอนเซ็ปต์ “Everyday is Amazing” นำเสนอประสบการณ์การผจญภัยแสนสนุกในดินแดนทั้ง 6 กับมาสคอต “Si-Am and Friends” โดย 5 ดินแดนแรกของสวนน้ำและสวนสนุก ประกอบด้วย Water World (วอเตอร์เวิลด์) Extreme World (เอ็กซ์ตรีมเวิลด์) Adventure World (แอดเวนเจอร์เวิลด์) Family World (แฟมิลี่เวิลด์) และ Small World (สมอลเวิลด์)

อุปสรรคและปัญหา ประชาชนยังขาดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของเครื่องเล่นสระน้ำ สวนน้ำ ห้องน้ำยังต้องปรับปรุงเรื่องความสะดวก ราคาอาหาร เครื่องดื่ม และเครื่องเล่นบางชิ้นแพง พื้นที่ของทะเลจำลองเล็กเกินไปเพราะคนมาใช้บริการเยอะ

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสวนสยามให้ประชาชนมีความมั่นใจในเครื่องเล่นมากกว่านี้ ควรปรับปรุงเรื่องความสะดวกของสถานที่ เช่น ความสะดวกสระน้ำ สวนน้ำ ห้องน้ำ ควรปรับราคาของอาหารเครื่องดื่ม และเครื่องเล่นบางชิ้น ให้มีราคาระดับปานกลาง ควรเพิ่มพื้นที่ของทะเลจำลองให้กว้างขึ้นกว่าเดิม เพิ่มพื้นที่จอดรถ สำหรับพื้นที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว

2.1.9 สวนน้ำโพโรโระ อควาพาร์ค กรุงเทพฯ



ภาพ 17 สวนน้ำโพโรโระ อควาพาร์ค กรุงเทพฯ

ที่มา: ทราเวลโลเก้, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ชั้น 6 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา บางนา 585 ซอย บางนา – ตราด 42 เขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ความสำคัญและลักษณะเด่น สวนน้ำพร้อมสไลเดอร์บนชั้น 6 ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซา บางนา สระน้ำทั้ง 9 โชน เครื่องดื่มในโซนพูลบาร์ ตัวการ์ตูนโพโรโระ การแสดงรอบต่างๆ ตลอดทั้งวัน สวนน้ำมีตัวการ์ตูนบนชั้นดาดฟ้าของห้างสรรพสินค้า มีทั้งสระว่ายน้ำ สไลเดอร์ และสแน็กบาร์

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว Pororo 's Funnel นำเข้าจากต่างประเทศ ด้วยความสูงกว่า 13.6 เมตร และความยาวของสไลเดอร์ถึง 158 เมตร Porong Porong 's River สระน้ำวนยาวล้อมรอบสวนน้ำ Pororo Aqua Park โซน Fun City เล่นเครื่องเล่นบังคับ Eddy's Adventure เป็นสไลเดอร์ที่หมุนวน คดเคี้ยว วนไปกับสายน้ำ

สภาพปัจจุบัน ทางสวนน้ำ Pororo AquaPark ออกแบบดีไซน์การตกแต่งที่นี่ในคาแรกเตอร์และคอนเซ็ปต์ตัวการ์ตูนน่ารักอย่างโพโรโระและผองเพื่อน ไม่ว่าจะเป็นเอ็ดดี้ ทองทอง, โปโป, ป๊ปปี้, โพปปี้, ครีองก์ และแฮรี่

อุปสรรคและปัญหา ชุมอาหารและที่นั่งพักผ่อนมีจำนวนน้อยเกินไป อากาศร้อน เพราะขาดความร่มรื่น ต้นไม้มีน้อยเกินไป ราคาอาหารและเครื่องดื่มแพงเกินไป

แนวทางการแก้ไข ปรับพื้นที่เพิ่มพื้นที่สีเขียว ปลูกต้นไม้เพื่อให้ความร่มรื่นมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้อากาศเป็นอากาศเย็นสดชื่นได้ และควรปรับราคาอาหารและเครื่องดื่มลงมา ระดับปานกลาง

2.1.10 SEA LIFE โลกใต้ท้องทะเลบางกอก



ภาพ 18 SEA LIFE โลกใต้ท้องทะเลบางกอก

ที่มา: ทราวิชโกบสล็อก, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ชั้น B1-B2 ศูนย์การค้าสยามพารากอน ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา หนึ่งในพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำที่เดินทางสะดวกที่สุดและเป็นพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าสยามพารากอน แต่เดิมอะควาเรียมนี้ชื่อว่า “สยาม โอเชียน เวิลด์” (Siam Ocean World) เปิดให้บริการพร้อมกับการเปิดสยามพารากอน เมื่อปี 2004 ก่อนจะถูกซื้อกิจการโดยบริษัทเมอร์ลิน เอ็นเตอร์เทนเมนต์ส จำกัด และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “ซีไลฟ์ แบงคอก โอเชียน เวิลด์” (Sea Life Bangkok Ocean World) ตามแบรนด์ “ซีไลฟ์” ของเมอร์ลิน ซึ่งเป็นแบรนด์อะควาเรียมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีสาขาทั่วโลกกว่า 40 แห่ง

ความสำคัญและลักษณะเด่น Sea Life Bangkok Ocean World แบ่งออกเป็น 2 ชั้นด้วยกัน ชั้น B1 เชื่อมต่อไปถึงชั้นล่างของชั้น B2 เมื่อผ่านโถงเข้ามา จะพบกับโซนแรก โพรพินอำพราง ซึ่งเป็นแหล่งรวมของสัตว์เล็กสัตว์น้อย ที่จะออกมาหาอาหารกิน ถ้าสังเกตดีๆ เราจะได้เห็น ปูแมงมุมยักษ์ ตัวขนาดใหญ่มากขาดคล้ายกับแมงมุม เขาจะพรางตัวตามโขดหินเพื่อออกมาล่าเหยื่อ ถือเป็นปูที่ใหญ่ที่สุดในโลก พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ หรืออะควาเรียมเป็นหนึ่งในสถานที่แห่งการเรียนรู้สัตว์ทะเลนานาชนิดที่สำคัญ และสะดวกต่อการศึกษารู้อยู่ แม้มีเวลาเพียงไม่กี่ชั่วโมงก็สามารถชมและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์นานาชนิดได้ในทีเดียว ถ้าเทียบกับการไปดำน้ำทะเลจริงๆ อันนั้นอาจจะสนุกและเป็นประสบการณ์ที่ทำหายกว่า แต่ก็เชื่อว่าเราจะได้เห็นสัตว์เหล่านี้มารวมกันอยู่ในที่เดียว ด้วยขนาดเดิมที่สยาม โอเชียน เวิลด์

สร้างไว้เป็นแท็งก์ความจุ 3,000,000 ลิตร ทำให้ซีไลฟ์ แบงคอก มีขนาดใหญ่เป็นอันดับต้น ๆ ของซีไลฟ์ทั่วโลก และมีสัตว์น้ำอยู่กว่า 12,000 ชีวิต

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เรียนรู้ชีวิตของเหล่าสัตว์น้ำในอควาเรียม และให้อาหารสัตว์หลากหลายประเภท ได้แก่ ปลาฉลาม นกเพนกวิน ปลาออกเตอร่า กิจกรรมดูปลาและถ่ายภาพ

สภาพปัจจุบัน ปรับแสงไฟ เสียงเพลง แต่ละแห่งก็ยังคงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอยู่ และมีความโดดเด่นเรื่องความหลากหลายของปลาเขตร้อน

อุปสรรคและปัญหา กิจกรรมและโชว์ยังไม่มีรายการเข้ามาใหม่เพิ่มเติม

โอกาสและแนวทางการพัฒนา เพิ่มนโยบายปรับเปลี่ยนกิจกรรม เพิ่มกิจกรรมใหม่ๆ เข้ามาดึงดูดนักท่องเที่ยว

2.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านวัฒนธรรม

2.2.1 พระบรมมหาราชวัง



ภาพ 19 พระบรมมหาราชวัง

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ถนน หน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

ประวัติความเป็นมา เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชปราบดาภิเษกขึ้นเป็นปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี พระองค์ทรงย้ายราชธานีจากกรุงธนบุรีมายังตำบลบางกอกซึ่งตั้งอยู่บริเวณฝั่งตรงข้ามแม่น้ำเจ้าพระยา และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังหลวงขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการปกครองประเทศ และเป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ในราชวงศ์จักรี การก่อสร้างพระราชวังหลวงเริ่มขึ้นพร้อมกับการสร้างพระนครเมื่อ พ.ศ. 2325 โดยสร้างขึ้นในบริเวณที่เคยเป็นที่อยู่ของพระยาราชานครศรีและชาวจีนทั้งหลาย ดังนั้น พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายไปอยู่สถานที่แห่งใหม่ตั้งแต่คลองใต้วัดสามปลื้มจนถึงคลองเหนือวัดสามเพ็ง เริ่มดำเนินการในวันที่ 22 เมษายน หลังพระราชพิธียกเสาหลักเมือง 1 วัน และเริ่มก่อสร้างพระบรมมหาราชวังในวันที่ 6 พฤษภาคม ก่อนจะมีการเฉลิมพระราชมนต์เตียรในวันที่ 13 มิถุนายน แต่ขณะนั้นพระราชมนต์เตียรสร้างด้วยเครื่องไม้และสร้างเสาระเนียดรายรอบพระราชวัง เพื่อประกอบพระราชพิธีปราบดาภิเษก ต่อมาในปี พ.ศ. 2326 พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชมนต์เตียร พระมหาปราสาท เปลี่ยนเสาระเนียดจากเครื่องไม้เป็นก่อกำแพงอิฐ สร้างประตูรายรอบพระบรมมหาราชวัง ตลอดจนสร้างพระอารามในพระราชวังหลวงคือวัดพระศรีรัตนศาสดาราม เพื่อประดิษฐานพระพุทธรูปมหามณีรัตนปฏิมากร (พระแก้วมรกต) เมื่อสร้างพระราชนิเวศน์มนต์เตียรเป็นการถาวรแล้วโปรดเกล้าฯ ให้มีการพระราชพิธีบรมราชาภิเษกเต็มตามแบบแผนราชประเพณีอีกครั้งหนึ่งในปี พ.ศ. 2328 พระบรมมหาราชวังได้มีการก่อสร้างเพิ่มเติมขยายอาณาเขตและบูรณปฏิสังขรณ์มาในทุกรัชกาล ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนาสมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้าจุฑามณี กรมขุนอิศเรศรังสรรค์ พระราชอนุชา ขึ้นเป็นพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงทรงบัญญัติให้เรียกพระราชวังหลวงว่า "พระบรมมหาราชวัง" นั่นคือ ทรงบัญญัติให้ใช้คำว่า "บรม" สำหรับฝ่ายวังหลวง และ "บวร" สำหรับฝ่ายวังหน้า พระราชวังบวรสถานมงคลหรือวังหน้าจึงเรียกว่า "พระบวรราชวัง" เมื่อพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จสวรรคตแล้วพระราชวังหลวงก็ยังคงใช้ว่า "พระบรมมหาราชวัง" มาจนกระทั่งปัจจุบัน

ความสำคัญและลักษณะเด่น พระบรมมหาราชวัง หรือ พระราชวังพระนคร เป็นพระราชวังที่ประทับของพระมหากษัตริย์แห่งราชอาณาจักรไทยในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชจนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ตั้งอยู่ที่แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

แม้ปัจจุบันจะไม่ใช่ที่ประทับของพระมหากษัตริย์แล้ว แต่พระบรมมหาราชวังก็ยังคงถูกใช้ในงานพระราชพิธีสำคัญต่างๆทุกปีจนถึงปัจจุบัน และยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย ทิศเหนือ ติดกับท้องสนามหลวง ทิศตะวันออก ติดกับกระทรวงกลาโหม ทิศใต้ ติดกับวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร ทิศตะวันตก ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมได้เข้าชมพระอุโบสถ พระบรมรูปสมเด็จพระบูรพมหากษัตริยาธิราชในปราสาทพระเทพบิดรได้ มีการแสดงโขน ณ โรงมหรสพหลวง ศาลาเฉลิมกรุง เฉพาะวันจันทร์-ศุกร์ รอบเวลา 10.30 น., 13.00 น., 14.30 น., 16.00 น. และ 17.30 น.

สภาพปัจจุบัน ปัจจุบันพระบรมมหาราชวังมิได้เป็นที่ประทับของพระมหากษัตริย์ในราชวงศ์จักรีแล้ว เนื่องจากมีสิ่งปลูกสร้างอยู่อย่างแออัด ทำให้ขวางทางลม ในฤดูร้อนที่ประทับในพระบรมมหาราชวังจึงร้อนจัด ทำให้พระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ประพวกันอยู่เสมอ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงย้ายที่ประทับถาวรไปอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างคลองผดุงกรุงเกษมกับคลองสามเสนที่พระราชวังดุสิตมาจนถึงปัจจุบัน

อุปสรรคและปัญหา ปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ เช่น ห้องสุขา ร้านจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม สถานที่หลบแดด หลบฝน ซึ่งบางครั้งนักท่องเที่ยวต้องเข้ามาขออนุญาตใช้ห้องสุขาของเจ้าหน้าที่ หรือขออนุญาตเข้ามาหลบแดดในบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ดังนั้น ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นขีดความสามารถในการรองรับของสถานที่ การให้บริการห้องสุขามีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สำนักพระราชวังมีบุคลากรทางการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย และยังมีปัญหาด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สำนักพระราชวังควรมีการเพิ่มจำนวนบุคลากรเพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สำนักพระราชวัง ควรมีการพัฒนาความรู้ความสามารถในด้านการให้บริการและพัฒนาด้านภาษาแก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีการใช้ภาษาต่างประเทศไม่ใช่เฉพาะภาษาอังกฤษ ควรจัดให้มีการอบรมภาษาอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ภาษาจีน ภาษารัสเซีย ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้มีนักท่องเที่ยวจาก

ประเทศดังกล่าวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในพระบรมมหาราชวังเป็นจำนวนมาก และนักท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ซึ่งในบางครั้งจึงเป็นอุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่สำนักพระราชวัง ควรมีการสำรวจพื้นที่ในบริเวณพระบรมมหาราชวัง เพื่อจัดสร้างห้องสุขาเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สำนักพระราชวังควรขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก เช่น กรุงเทพมหานครเพื่อขอให้จัด รถสุขาเข้ามาจอดเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในกรณีที่มีการจัดงานพระราชพิธีและอนุญาตให้ประชาชนและ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควรกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

2.2.2 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม



ภาพ 20 วัดพระศรีรัตนศาสดาราม

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ถนนหน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

ประวัติความเป็นมา วัดพระศรีรัตนศาสดาราม หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า วัดพระแก้ว เป็นวัดที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นในพร้อมกับการสถาปนากรุงรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2325 เป็นวัดในพระบรมมหาราชวังเช่นเดียวกับ วัดพระศรีสรรเพชญ์ ซึ่งเป็นวัดในพระราชวังหลวงในสมัยอยุธยา และมีพระราชประสงค์ให้วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธมหามณีรัตนปฏิมากร และเป็นสถานที่ทรงบำเพ็ญพระราชกุศล วัดพระศรีรัตนศาสดารามเป็นวัดที่ไม่มีพระสงฆ์จำพรรษาอยู่ เพราะมีแต่ส่วนพุทธาวาสไม่มีส่วนสังฆาวาส

ความสำคัญและลักษณะเด่น ภายในวัดพระศรีรัตนศาสดารามมีอาคารสำคัญแบ่งกลุ่มอาคารออกเป็น 3 กลุ่ม ตามตำแหน่งและความสำคัญ ดังนี้ กลุ่มพระอุโบสถ เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญสูงสุด มีพระอุโบสถเป็นอาคารประธานซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปมหาภิรมย์รัตน์ปฏิมากร ล้อมรอบด้วยศาลาราย พระโพธิ์ธาตุพิมาณ หอราชพงศานุสรณ์ หอราชกรมานุสรณ์ หอระฆัง และหอพระคันธารราษฎร์ พระศรีรัตนเจดีย์ตั้งอยู่ข้างพระมณฑป พระมณฑป ประดิษฐานพระไตรปิฎกไว้ภายใน หอระฆังของวัดพระแก้ว หอพระมณฑปเยียรธรรม หอสมุดแห่งแรกของกรุงเทพมหานคร หอพระคันธารราษฎร์ มีพระมณฑปยอดปราสาทอยู่ด้านหลัง พระปราสาทแปดองค์มีสีสันทันที่แตกต่างกันไป

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เปิดเข้าชมตั้งแต่เวลา 8.30 น. – 15.30 น. ลักการะพระแก้วมรกต ชมจิตรกรรมฝาผนัง ฟังเทศนาธรรม วันอาทิตย์และวันพระ

สภาพปัจจุบัน บรรยากาศภายในเต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาเยี่ยมชมทั้งวัดพระแก้ว เนื่องจากก่อนหน้านี้มีการปิดรับนักท่องเที่ยวจากสถานการณ์การระบาดของโควิดและกลับมาเปิดรับนักท่องเที่ยวได้เมื่อไม่นานมานี้

อุปสรรคและปัญหา ปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ เช่น ห้องสุขา ร้านจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม สถานที่หลบแดด หลบฝน ซึ่งบางครั้งนักท่องเที่ยวต้องเข้ามาขออนุญาตใช้ห้องสุขาของเจ้าหน้าที่ หรือขออนุญาตเข้ามาหลบแดดในบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ดังนั้น ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว การให้บริการห้องสุขามีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางกลุ่มได้พยายามฝ่าฝืนกฎระเบียบมัคคุเทศก์บางคนมีความประสงค์ไม่ดีต่อการนำเที่ยว

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สำนักพระราชวัง ควรมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัด เช่น ควรห้ามมิให้นักท่องเที่ยวสูบบุหรี่ภายในอาณาบริเวณพระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ควรมีการจับกุมและปรับเงินตามที่กฎหมายกำหนด เพราะบางรายสูบบุหรี่เป็นการทำให้สถานที่สกปรกและสร้างความรำคาญให้กับนักท่องเที่ยวรายอื่นๆ สำนักพระราชวัง ควรมีการสำรวจพื้นที่ในบริเวณพระบรมมหาราชวัง เพื่อจัดสร้างห้องสุขาเพิ่มเติมเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว สำนักพระราชวังควรขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก เช่น กรุงเทพมหานครเพื่อขอให้จัดรถสุขาเข้ามาจอดเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในกรณีที่มีการจัดงานพระราชพิธีและอนุญาตให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมได้ เพื่อเป็นการ

อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการจัดทำระเบียบประวัติสำหรับมัสยิดเทศก์ที่มีความประสงค์จะนำนักท่องเที่ยวเข้าชมพระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ผ่านการอบรมจากสถาบันใดและสังกัดบริษัทใด ควรจัดให้มีการอบรมสร้างจิตสำนึกให้แก่มัสยิดเทศก์ที่เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ในวัดพระศรีรัตนศาสดารามให้มีแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรกำหนดขีดความสามารถในการรองรับ

2.2.3 มัสยิดต้นสน



ภาพ 21 มัสยิดต้นสน

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 447 ถนน อรุณอมรินทร์ แขวง วัดอรุณ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 10600

ประวัติความเป็นมา มัสยิดต้นสน เป็นศาสนสถานที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เสด็จพระราชดำเนินมาประกอบพิธีศาสนาถึงฝั่งศพ เจ้าพระยาจักรีศรีอครักษ์ (หมุด) นายทหารคู่พระทัยและโปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์และพระราชทานที่ดินขยายพื้นที่จากเดิมที่เจ้าพระยาราชวังสันเสนีย์ (มะหมุด) บุตรเจ้าพระยารามเดโชชัยสร้างไว้ในแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ในอดีตมุสลิมชีอะฮ์ไม่มีมัสยิดสำหรับประกอบศาสนกิจ ก็ได้ใช้มัสยิดต้นสนในการปฏิบัติศาสนกิจทั่วไป รวมทั้งกิจในเดือนมุฮัรรอมของชีอะฮ์ หรือแม้แต่การใช้กุโบรร่วมกันนอกจากการปฏิบัติศาสนกิจแล้ว มัสยิดต้นสนยังเปิดสอนวิชาศาสนาและภาษาอาหรับสำหรับเยาวชนช่วงวันหยุด

ความสำคัญและลักษณะเด่น มัสยิดต้นสน หรือ กุฎีบางกอกใหญ่ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า กุฎีใหญ่ เป็นมัสยิดซุนนีที่เก่าแก่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ประมาณกันว่าเป็นมัสยิดที่เริ่มมีขึ้น

ตั้งแต่ก่อนสมัยสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม (พ.ศ. 2153-2171) ในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยา มัสยิดต้นสน เป็นศาสนสถานที่มีสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชเสด็จพระราชดำเนินมาประกอบพิธีศาสนกิจฝังศพเจ้าพระยาจักรีศรีอโศก

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ศึกษาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ได้แก่ ชุมทิศ (แผ่นกระดานไม้สักจำหลักลวดลาย) มีห์รอบ และ มิหมบร์ มีห์รอบ (ชุมชุมทิศ) ศิลปะแบบอยุธยาตอนปลาย คัมภีร์อัล-กุรอาน พระมหาคัมภีร์ฉบับคัดลายมือด้วยก้างปลาบางฉบับคัดด้วยเมล็ดข้าวเปลือก โคมไฟพระราชทาน ปรางค์ข้อความจารึกอยู่ที่โคมไฟ " ที่รฤกในงานพระบรมศพ ร.ศ.129 " อาคารรับเสด็จฯ สร้างขึ้นในปี พ.ศ.2458 ศาลาโถงแปดเหลี่ยม หลังคาทรงปั้นหยาประดับลวดลายแบบขนมปังขิง สะพานรบีอุสซานี สะพานข้ามคลองวัดหงส์รัตนาราม แท่นหลุมศพออกญาราชวงศ์สนั่นเสนีย์ (มะหมุด)

สภาพปัจจุบัน ปัจจุบันเหลือเพียงมัสยิดบางหลวงหรือกุฎีขาว ที่ตั้งอยู่ตรงข้ามคลองเพียงหลังเดียวที่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมไว้ได้ มัสยิดต้นสนกำลังทำการบูรณะอีกครั้งหนึ่ง มีการปรับพื้นที่แยกชุมชนออกเป็นสัดส่วนชัดเจน มีการบูรณะสถาปัตยกรรม ซึ่งยังคงรักษาสถาปัตยกรรมเดิมไว้

อุปสรรคและปัญหา เนื่องจากเป็นชุมชนเก่าแก่ ชุมชนพยายามปรับปรุงดูแลกุโบร์แห่งนี้ให้อยู่ในสภาพดีตามความเหมาะสมและทุนทรัพย์ที่จะทำได้ พื้นที่ละหมาดมีน้อยโดยเฉพาะเมื่อสัปดาห์ในชุมชนเพิ่มจำนวนขึ้น

แนวทางการพัฒนา เพิ่มนโยบายหรือผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบหรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐเข้ามาบริหารจัดการดูแล ขยายปรับพื้นที่ให้มีการความกว้างขึ้น

2.2.4 มัสยิดฮารูน



ภาพ 22 มัสยิดฮารูน

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 25 ถนน เจริญกรุง แขวง บางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา มัสยิดฮารูน เป็นมัสยิดเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ในย่านถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร มัสยิดฮารูนสร้างขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2371 โดยโต๊ะฮารูน บาฟาเดน ชาวเมืองปัตตานีจากเกาะบอร์เนียว โต๊ะฮิมามคนแรกของมัสยิด เพื่อเป็นมัสยิดของชุมชนหมู่บ้านต้นลำโรง (ปัจจุบันคือบริเวณชุมชนมัสยิดฮารูน) รีมแม่น้ำเจ้าพระยา ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2442 รัฐบาลไทยได้เวนคืนพื้นที่ตั้งมัสยิดซึ่งตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อสร้างอาคารศาลกษัตริย์ มัสยิดจึงย้ายมายังบริเวณที่ตั้งปัจจุบันซึ่งถอยร่นเข้ามาจากแม่น้ำเจ้าพระยา โดยสร้างอาคารมีลักษณะเป็นเรือนไม้สักยกพื้นชั้นเดียว หลังทึบเสียดชีวิตลง อาคารได้ทรุดโทรมลงมาก บุตรชายของท่านคือ หะยีมุฮัมมัด ยูซุป (ต่วนโส) ผู้เป็นโต๊ะฮิมามคนถัดมาได้รื้ออาคารมัสยิดเดิมลงและก่อสร้างอาคารก่ออิฐถือปูนขึ้น สร้างเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2477 และยังคงใช้งานสืบเนื่องมาจนปัจจุบัน

ความสำคัญและลักษณะเด่น มัสยิดฮารูน เป็นมัสยิดเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ในย่านถนนเจริญกรุง อาหารเป็นจุดเด่นของชุมชนแห่งนี้ก็เพราะว่าผู้คนในชุมชนมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม

สภาพปัจจุบัน ปัจจุบันคือบริเวณชุมชนมัสยิดฮารูน รีมแม่น้ำเจ้าพระยา นอกจากจะใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาของชุมชนมุสลิมฮารูนและชาวมุสลิมทั่วไปแล้ว ยังมีทั้งชาวต่างชาติรวมถึงประเทศในกลุ่มอาหรับก็ได้มาร่วมปฏิบัติศาสนกิจอยู่เสมอรวมถึงยังได้ต้อนรับบุคคลสำคัญจากต่างประเทศอีกมากมาย

อุปสรรคและปัญหา เนื่องจากเป็นชุมชนเก่าแก่ผู้คนสัญจรเข้ามาในพื้นที่มากมาย วัฒนธรรมต่างๆถูกสืบทอด

โอกาสและแนวทางการพัฒนา อรุณรักษ์วัฒนธรรมอันตั้งามสืบต่อรุ่นสู่รุ่นให้ยังคงอยู่

2.2.5 มัสยิดบางหลวง



ภาพ 23 มัสยิดบางหลวง

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 151 ถนน อรุณอมรินทร์ แขวง วัดกัลยา เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10600

ประวัติความเป็นมา มัสยิดบางหลวง (กุฎีโต๊ะหยา, กุฎีขาว) ตั้งอยู่บริเวณชุมชนริมคลองบางหลวง แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (คาดว่าราวปี พ.ศ. 2328) โดยโต๊ะหยา พ่อค้าแขกที่เดินทางมายังประเทศไทย ตัวมัสยิดมีความโดดเด่นกว่ามัสยิดทั่ว ๆ ไป ด้วยการก่ออิฐถือปูนขาวทั้งหลัง แล้วทาสีไม้ด้วยสีเขียว แทนที่การออกแบบอาคารเป็นโดมตามหลักสากล รวมไปถึงการตกแต่งภายในด้วยศิลปะ 3 ชาติ คือ แบบไทย จีน และยุโรป ซึ่งถือเป็นมัสยิดทรงไทยแห่งเดียวในโลกอีกด้วย

ความสำคัญและลักษณะเด่น บริเวณด้านหน้ามัสยิดบางหลวงเป็นสุสาน เชื่อกันมาทางด้านขวาเมื่อมองหันหน้าเข้าสู่มัสยิดเป็นศาลาทรงไทยที่ในอดีตโต๊ะหยาได้ขอซื้อพระตำหนักวังเก่ามาทำเป็นศาลา ใช้เป็นศาลาเลี้ยงและเก็บวัสดุต่างๆ ของมัสยิด ปัจจุบันมัสยิดแห่งนี้ได้จัดเป็น "อันซีนกรุงเทพ" แห่งหนึ่ง เนื่องจากไม่มีถนนใหญ่ตัดเข้าไปด้านใน การเดินทางจึงต้องเดินเท้าผ่านทางซอยแคบริมคลองของชุมชน

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เปิดให้เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมและศิลปะหลายชาติที่มาผสมผสานกันชมภูมิปัญญาและความสามารถด้านช่างฝีมือของบรรพบุรุษของชาวมุสลิม และวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ

สภาพปัจจุบัน ปัจจุบันมัสยิดแห่งนี้ได้จัดเป็น "อันซีนกรุงเทพ" แห่งหนึ่ง

อุปสรรคและปัญหา เป็นพื้นที่ใกล้ชุมชน การจราจรค่อนข้างแออัด

แนวทางการพัฒนา พัฒนาปรับปรุงพื้นที่ทางเข้าออกให้สามารถสัญจรสะดวกมากยิ่งขึ้น

2.2.6 มัสยิดบางอ้อ



ภาพ 24 มัสยิดบางอ้อ

ที่มา: ไปด้วยกัน, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 86 ซอย จรัญสนิทวงศ์ แขวง บางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700

ประวัติความเป็นมา มัสยิดบางอ้อสร้างขึ้นในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยชาวมุสลิมที่อพยพมาจากกรุงศรีอยุธยาเมื่อครั้งเสียกรุง พ.ศ. 2310 ได้ล่องแพมาตามแม่น้ำเจ้าพระยาและมาอาศัยบ้านอยู่บนแพก่อนจะขึ้นมาสร้างบ้านที่ริมฝั่งคลองละแวกคลองบางหลวง คลองบางกอกน้อย และปากคลองบางกอกน้อย ด้านเหนือจรดวัดดาวดึงส์ จากชุมชนมุสลิมที่มีบ้านไม้เกี๋ยหลัง ต่อมาเริ่มขยายกลายเป็นชุมชนที่ใหญ่ขึ้น แต่เดิมที่เคยสร้างเรือนไม้สี่เหลี่ยมบนแพเพื่อทำเป็นที่ละหมาดจึงต้องยกเรือนมาสร้างบนพื้นดินในระหว่างปี พ.ศ. 2448-2458 เป็นอาคารไม้ทรงปั้นหยา ปัจจุบันชื่อว่า ‘อาคารเจริญวิทยาคาร’ ตั้งชื่อตามอิหม่าม ตวนหมิด ซาลิมิ (นายเจริญ ซาลิมิ-บุญยศักดิ์) จนกระทั่งต่อมาจึงสร้างมัสยิดหลังปัจจุบันเป็นอาคารก่ออิฐถือปูนชั้นเดียวกว้าง 12 เมตร ยาว 24 เมตร

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นมัสยิดเก่าแก่ที่สร้างในสมัยปลายรัชกาลที่ 5 ลักษณะเป็นอาคารชั้นเดียวที่ยังคงอนุรักษ์สถาปัตยกรรมดั้งเดิมไว้ได้อย่างงดงาม ก่ออิฐถือปูนตามลักษณะของสถาปัตยกรรมเรือนของสังคมผสมผสานกับอิทธิพลของศาสนาอิสลาม หลังคาเป็นทรงปั้นหยา มีชายคาเป็นหลังคาคอนกรีตแบนและมีลูกกรงระเบียงที่มีลวดลายปูนปั้นและเครื่องประดับโดยรอบหลังคา โดยปัจจุบันมีการทำการบูรณะยกอาคารขึ้นเป็นสองชั้นทาสีใหม่

โดยทาสีอาคารเป็นเหลือง อาคารมัสยิด ใช้ในการประกอบศาสนกิจ 5 เวลา(ละหมาด) และวันสำคัญ

มัสยิดบางอ้อโดดเด่นทางด้านอาคารทางชุมชนจึงมีการเปิดร้านอาหารหรือขายอาหารเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีอาหารจานเด่นประจำชุมชนอยู่หลายเมนูซึ่งเป็นสูตรอาหารที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นและมักจะนิยมทำรับประทานกันเป็นประจำ เช่น หุ้ม ซึ่งเป็นภาษาอาหรับมีความหมายว่าโรมัน หมายถึงประเทศตุรกีซึ่งเคยเป็นอาณาจักรโรมันตะวันออก ชื่อนี้จึงถูกนำมาตั้งเป็นชื่อขนมของแขกจากประเทศตุรกี ซึ่งนิยมทำไว้รับประทานเป็นอาหารว่างพร้อมกับน้ำกุหลาบยำบูมีที่มาจากกุหลาบจากมุนหรือกุหลาบยามุน (Gulab Jamun) เป็นขนมหวานของชาวอินเดียตอนใต้ มักทำรับประทานในเทศกาลงานเลี้ยงสำคัญๆ ไม่ว่าจะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพราหมณ์ฮินดูหรืออิสลาม เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิดของอินเดียและ คนในแถบชมพูทวีป รวมไปถึงหมู่เกาะต่างๆ เช่น มอริเชียส ตรินิแดดฯ จาเมก้า ฯลฯ สำหรับชุมชนมัสยิดบางอ้อมักจะทำกุหลาบยำบูมีรับประทานกันในช่วงเทศกาลวันสำคัญต่างๆ อาทิ เดือนรอมฎอน วันตรุษอีดิลฟิตรี วันตรุษอีดิลอัฎฮา งานบุญ และงานแต่งงานเมนูอาหารอิสลามเก่าแก่ที่ชาวมุสลิมที่เป็นเจ้าของที่ดินของคนในชุมชนมุสลิมในอดีตมักทำไว้รับรองเวลาที่มีแขกมาเยี่ยมบ้านในงานบุญและงานสำคัญทางศาสนา ไม่ได้ทำรับประทานกันตามบ้านทั่วไปจึงทำให้ไม่มีสูตรตกทอดต่อมายังคนรุ่นลูกหลานในวงกว้าง ปัจจุบันกรอกจิ้มคั่วสามารถหารับประทานได้ที่ชุมชนมุสลิมบางอ้อเท่านั้น โดยคุณบัววรรณ เล็บขาว แม่ครัวเก่าแก่จะออกมาทำกรอกจิ้มคั่วขายให้คนในชุมชนเฉพาะวันศุกร์เท่านั้นกะบาบเป็นอาหารจากตะวันออกกลางที่แพร่หลายไปทั่วโลก

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เข้าเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมแบบเรอเนสซองซ์ บารอก โดมตามแบบศิลปะอินเดียในราชวงศ์โมกุล ออกแบบโดยสถาปนิกชาวมุสลิมอินเดีย ก่อสร้างโดยช่างชาวจีน รวมไปถึงเรือนไม้ “ขนมปังขิง” รูปแบบศิลปะที่นิยมกันในช่วงปลายรัชกาลที่ 5 และรับฟังประวัติศาสตร์ความเป็นมาของมุสลิมบางอ้อ

สภาพปัจจุบัน ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่อาศัยเป็นส่วนมากตามริมแม่น้ำ

อุปสรรคและปัญหา เป็นพื้นที่ชุมชนใกล้เคียงชุมชน ประชาชนบางกลุ่มยังไม่เห็นความสำคัญและยังไม่ให้ความร่วมมือ การปลูกฝังให้แก่เยาวชนอาจยังทำได้ไม่เต็มที่

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ทำการปรับปรุงพื้นที่พัฒนาให้มีความสะอาดยิ่งขึ้น เพิ่มพื้นที่สีเขียวมากขึ้นเพื่อทัศนียภาพที่สวยงาม จัดอบรมให้ประชาชนเห็นความสำคัญมากขึ้น

2.2.7 สถาบันศิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย



ภาพ 25 สถาบันศิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย

ที่มา: สถาบันศิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย, 2561, สื่อสังคมออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 27 ซอย เจริญกรุง 36 แขวง บางรัก เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา มูลนิธิเพื่อศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2994 โดยชาวมุสลิม ซึ่งนับถือศาสนาอิสลาม ได้รวมตัวกันเพื่อที่จะจัดสร้างสถานที่เพื่อประกอบกิจการทางด้านศาสนาและพิธีกรรมตามหลักความเชื่อถือของตนซึ่งเป็นสิทธิตามบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และมุ่งหวังที่จะให้มีสถานที่อันเป็นศูนย์รวมของประชากรไทย ผู้นับถือศาสนาอิสลามขึ้น เพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่น และความมั่นคงของศาสนาอิสลามในประเทศไทย

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นสถานที่ประกอบกิจการทางด้านศาสนาและพิธีกรรมตามหลักความเชื่อของตน และมุ่งหวังที่จะให้ได้มีสถานการณที่อันเป็นศูนย์รวมของประชากรไทย ผู้นับถือศาสนาอิสลาม ทั้งมีเพื่อสร้างความเป็นปึกแผ่น และความมั่นคงของศาสนาอิสลามในประเทศไทย

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เข้าเยี่ยมชมศิลปะอิสลาม ชมการถ่ายทอดสุนทรียศาสตร์และองค์ความรู้จากศาสตร์ศิลปะแบบอิสลามแก่บุคคลทั่วไป เช่น ลายเส้นที่สวยงามของภาษาอาหรับ

สภาพปัจจุบัน มีการออกแบบสร้างสรรค์ศิลปะออกมาให้ชมอย่างต่อเนื่อง

อุปสรรคและปัญหา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆยังมีไม่มาก พื้นที่ทางเข้าเป็นชุมชนมีความแออัด

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ปรับพื้นที่เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น

2.2.8 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ



ภาพ 26 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ซอยหน้าพระธาตุ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

ประวัติความเป็นมา เดิมพิพิธภัณฑสถานตั้งอยู่ในพระบรมมหาราชวัง ที่หอทองคองเดีย (ศาลาสหทัยสมาคม ในปัจจุบัน) เรียกว่า "มิวเซียม" หรือ "พิพิธภัณฑสถานหอทองคองเดีย" โดยมีพิธีเปิดเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2417 จนต่อมาเมื่อกรมพระราชวังบวรวิไชยชาญ เสด็จทิวงคต พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงให้ยกเลิกตำแหน่งกรมพระราชวังบวรสถานมงคลลง เป็นเหตุให้พระราชวังบวรสถานมงคลว่าง พระองค์จึงโปรดฯ ให้ย้ายพิพิธภัณฑสถานมาจัดแสดงโดยใช้พื้นที่ของพระราชวังบวรฯ บางส่วนจนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ส่วนพระราชมณเฑียรของพระราชวังบวรฯ ทั้งหมดได้เปลี่ยนเป็นพิพิธภัณฑสถานสำหรับพระนครและหอสมุดพระวชิรญาณเพื่อจัดตั้งเป็น พิพิธภัณฑสถานสำหรับพระนคร เมื่อ พ.ศ. 2469

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย ตั้งอยู่ในเขตพระนคร กรุงเทพมหานคร บริเวณพระราชวังบวรสถานมงคล หรือส่วนหนึ่งของที่ประทับวังหน้า ซึ่งก็คือพื้นที่พระราชวังของสมเด็จพระบวรราชเจ้าตั้งแต่รัชกาลที่ 1 เป็นต้นมา มีอาณาเขตตั้งแต่บริเวณมหาวิทยาลัยศิลปากร วังท่าพระมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มณฑลพิธีท้องสนามหลวงตอนตะวันตก อนุสาวรีย์ทหารอาสา และโรงละครแห่งชาติในปัจจุบัน ภายในพิพิธภัณฑสถานประกอบด้วยหมู่พระที่นั่งต่าง ๆ ได้แก่ พระที่นั่งคิวิโกกษพิมาน พระที่นั่งพุทไธสวรรย์

พระที่นั่งอิศราวินิจฉัย หมู่พระวิมาน พระที่นั่งอิศเรศราชานุสรณ์ อาคารประพาสพิพิธภัณฑสถาน และ อาคารมหาสุรสิงหนาท

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ชมพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระนคร ยามค่ำคืน นิทรรศการเทิดพระเกียรติฯ “ชุมชนได้ร่วมพระบารมี” การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม / การสาธิตอาหารเปิดต้นตำรับไทย การแสดงทางศิลปวัฒนธรรม

สภาพปัจจุบัน เปิดให้บริการเข้าชม วันพุธ-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ (ยกเว้นเทศกาลปีใหม่และสงกรานต์) เวลา 09.00-16.00 น.

อุปสรรคและปัญหา มีพื้นที่จอดรถจำกัด ในวันหยุดไม่สามารถรองรับรถของนักท่องเที่ยวได้

โอกาสและแนวทางการพัฒนา เพิ่มพื้นที่จอดรถหรือหาพื้นที่สำรองจอดสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้

2.2.9 มิวเซียมสยาม



ภาพ 27 มิวเซียมสยาม

ที่มา: พิพิธภัณฑการเรียนรู้มิวเซียมสยาม, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ตั้งอยู่บนถนนสนามไชยแขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑการเรียนรู้ นี้ ถือเป็นแหล่งการเรียนรู้หนึ่งที่เน้นจุดมุ่งหมายในการแสดงตัวตนของชนในชาติ ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าชม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้เข้าชมที่อยู่ในวัยเด็กและเยาวชน ได้เรียนรู้รากเหง้าของชาวไทย โดยเน้นไปที่กลุ่มชนในเขตเมืองบางกอก หรือที่เรียกในปัจจุบันว่า กรุงเทพมหานคร เป็นสำคัญ เนื่องจากตัวมิวเซียมสยามแห่งนี้ได้ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่มิได้หมายความว่าถ้าเป็นคนไทย

ต่างจังหวัด จะไม่สามารถมาเรียนรู้จากพิพิธภัณฑ์นี้ได้ ด้วยเพราะสิ่งที่จัดแสดงในตัว เน้นการนำเสนอความเป็นไทย ในมิติที่ร่วมสมัยมากขึ้น ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ผ่านการนำเสนอด้วยสื่อผสมหลายรูปแบบ ทำให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจผู้เข้าชมได้เป็นอย่างดี ทั้งยังตั้งอยู่ในสถานที่สวยงาม

ความสำคัญและลักษณะเด่น มิวเซียมสยามเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งใหม่และถือเป็นพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งแรก ที่เน้นการสร้างประสบการณ์สดใหม่ในการชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นต้นแบบของแหล่งเรียนรู้ที่น่ารื่นรมย์ และช่วยยกระดับมาตรฐานการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ให้กับประชาชน โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนไทยเกี่ยวกับการสร้างสำนึกในการรู้จักตนเอง รู้จักเพื่อนบ้าน และรู้จักโลก รวมถึงการสร้างแนวคิดและภาพลักษณ์ใหม่ของพิพิธภัณฑ์ในสังคมแห่งการเรียนรู้ ผ่านเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้การเรียนรู้ประวัติศาสตร์เป็นไปอย่างสนุกสนานยิ่งขึ้น

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีพื้นที่จัดแสดงและนิทรรศการต่างๆ

สภาพปัจจุบัน เปิดให้บริการวันอังคาร-วันอาทิตย์ (ปิดให้บริการทุกวันจันทร์)

10.00 – 18.00 น

อุปสรรคและปัญหา สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นโครงการที่ได้รับเงินสนับสนุนจำนวนมากกว่า 4,000 ล้านบาท

โอกาสและแนวทางการพัฒนา มิวเซียมสยาม ที่ทุกท่านรู้จักเราเป็นองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้ความเข้าใจของประชาชนในด้านประวัติศาสตร์ สังคม วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ ความเป็นไทย อย่างไรก็ตาม มิวเซียมสยามยังให้ความสำคัญเรื่องความหลากหลายของวัฒนธรรม ซึ่งถือได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่งในศตวรรษที่ 21 ดังนั้น นอกจากจะส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องอัตลักษณ์ความเป็นไทยในขอบเขตประเทศเราเองแล้ว ในบริบทของประชาคมโลกยังเป็นเรื่องสำคัญมากที่เราต้องทำความรู้จักและสร้างสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

2.2.10 พิพิธภัณฑสถานงู



ภาพ 28 พิพิธภัณฑสถานงู

ที่มา: สถานเสาวภา สภากาชาดไทย, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 1871 ถนนพระราม 4 เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ประวัติและความเป็นมา ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2466 เนื่องจากในประเทศไทยตั้งอยู่ในลักษณะภูมิประเทศที่มีงูอาศัยอยู่หลากหลายชนิดและในอดีตพบงูชุกชุมได้ทั่วไปจนเป็นสาเหตุให้มีประชาชนจำนวนมากถูกงูพิษกัด แต่ในสมัยนั้นยังไม่มีเซรุ่มแก้พิษงูรักษาผู้ที่ถูกงูพิษกัดในประเทศไทย ดร.เลโอโปลด์ โรแบร์ต ผู้อำนวยการคนแรกของสถานเสาวภา จึงได้จัดหาเงินทุนในการสร้างสวนงูขึ้นในบริเวณของสถานเสาวภา เพื่อใช้เป็นสถานที่เลี้ยงงูพิษ สำหรับบริดพิษงู และนำไปผลิตเซรุ่มแก้พิษงู จึงกล่าวได้ว่าสวนงู สถานเสาวภา ถูกก่อตั้งขึ้นเป็นแห่งที่ 2 ของโลก แห่งแรกของเอเชีย และยังเป็นหน่วยงานที่เป็นสัญลักษณ์โดดเด่นแห่งหนึ่งของสภากาชาดไทย

ความสำคัญและลักษณะเด่น สวนงู สถานเสาวภา จัดว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิชาการและเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้ที่สำคัญต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องงูที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในระดับสากล พิษงู อาการแสดงของการถูกงูพิษกัด การปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อถูกงูกัด การรักษา และการระวังและป้องกันตัวจากงู แก่ผู้สนใจ นักเรียน นิสิต นักศึกษาทางสาขาการแพทย์ สัตวแพทย์ พยาบาล เภสัชศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สหเวชศาสตร์ และบุคลากรทางการแพทย์จากสถาบันต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นในการให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องงูในรอบด้านแก่ผู้สนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวน มีการจัดโชว์การแสดงและเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวิชาการและเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้ที่สำคัญต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องงูที่มีชื่อเสียง

สภาพปัจจุบัน เปิดให้บริการวันจันทร์ – วันศุกร์ (เว้นวันหยุดราชการ) 08.30 น. – 16.00 น.

อุปสรรคและปัญหา สนวนุเคยมีกรณีประเด็นเรื่อง “สนวนุของสถานเสาวภาได้นำงูพิษไปปล่อยที่ อ.บางบาล จ.พระนครศรีอยุธยา จนทำให้ชาวบ้านในบริเวณดังกล่าวได้รับความเดือดร้อนเป็นอย่างมาก” ต่อมาได้มีการนำเสนอข่าวผ่านทางช่อง One 31 ในช่วงค่ำของวันศุกร์ที่ 26 มิถุนายน 2563 ว่าสิ่งที่เกิดขึ้น “ไม่เป็นความจริงแต่อย่างใด”

โอกาสและแนวทางการพัฒนา มีการคุมเข้มในเรื่องอาณาเขตของสัตว์มีพิษ ให้อยู่แต่ในสถานที่ที่ทางพิพิธภัณฑจัดไว้และดูแลให้มีความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพฤติกรรมและสัญชาตญาณของงูอย่างมากที่สุด

2.2.12 สถานเสาวภา



ภาพ 29 สถานเสาวภา

ที่มา: สถานเสาวภา, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 1871 ถนนพระราม 4 เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ประวัติและความเป็นมา สถานเสาวภาได้ก่อตั้งมาตั้งแต่วันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2465 มีความเจริญรุ่งเรืองมาโดยตลอด สถานเสาวภามุ่งมั่นที่จะสนองพระปณิธาน “เพื่อปิตุภูมิเพื่อวิทยา เพื่อมนุษยชาติ” ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวผู้ทรงสถาปนาสถาบันนี้ด้วยการผลิต การวิจัยและการบริการที่มีคุณภาพ แม้ประวัติของสถานเสาวภาจะเริ่มด้วย

โรคพิษสุนัขบ้า แต่ภารกิจของสถาบันครอบคลุมการผลิตเซรุ่มแก้พิษงู เซรุ่มป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า และวัคซีนป้องกันโรคต่างๆ อย่างกว้างขวาง มิได้เจาะจงวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าแต่อย่างเดียว มีการค้นคว้าในเรื่องสัตว์พิษและพืชพิษร่วมด้วย

ความสำคัญและลักษณะเด่น สถานเสาวภา มีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบนีโอคลาสสิกหลังคาปั้นหย่า มีจุดเด่นที่มุขทางเข้าโค้งครึ่งวงกลมสูงประมาณ 2 ชั้น ผนังขาวด้วยหอสีเหลือง ผนังเซาะร่องเลียนแบบการก่อหินซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากประติมากรรมโรมัน เมื่อแรกสร้างใช้เป็นที่ทำการแห่งใหม่ของสถานปาสเตอร์ ต่อมาเป็นที่ทำการของสภาอากาศไทย ซึ่งมีบริการผลิตวัคซีนและฉีดวัคซีนป้องกันโรคต่างๆ ภายในบริเวณมีสถานที่น่าสนใจ ได้แก่สวนงู ซึ่งเลี้ยงงูพิษพันธุ์ต่างๆไว้เพื่อใช้ในการทำเซรุ่มรักษาผู้ถูกงูพิษกัด

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีกำหนดการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการเปิดบ้าน ณ สถานเสาวภา สภากาชาดไทย โดยมุ่งหวังให้สมาชิกเครือข่ายได้รับองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตและควบคุมกำกับคุณภาพวัคซีน จากผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ และระหว่างสมาชิกด้วยกัน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในการปฏิบัติงาน และนำไปพัฒนางานด้านวัคซีนของประเทศสู่มาตรฐานสากล ต่อไป

สภาพปัจจุบัน เปิดบริการในวันจันทร์ – ศุกร์ 08.30 – 12.00 น. และ 13.00 – 16.00 น. วันเสาร์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ 08.30 – 12.00 น. หยุดทำการวันอาทิตย์

อุปสรรคและปัญหา อุปสรรคที่จะต้องแก้ไขหลายประการ เช่น ระบบการขึ้นทะเบียนที่มีความล่าช้า การรับรองรุ่นการผลิตที่ยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ผลิต การขาดโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล รวมทั้ง การขาดแคลนอัตรากำลังบุคลากรที่มีศักยภาพ

โอกาสและแนวทางการพัฒนา การพัฒนาวัคซีนมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยเทคโนโลยีที่นำมาในการวิจัยพัฒนา และผลิตวัคซีนมีกระบวนการที่ยากและซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้วัคซีนที่มีประสิทธิภาพและความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น แต่สิ่งที่มีความสำคัญควบคู่ตลอดกระบวนการผลิตจนกระทั่งได้ผลิตภัณฑ์ คือ ระบบการประกันคุณภาพที่ต้องพัฒนาขึ้นมาให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนามาตรฐานในด้านการผลิต (GMP)

2.2.13 ย่านเมืองเก่าเกาะรัตนโกสินทร์



ภาพ 30 ย่านเมืองเก่าเกาะรัตนโกสินทร์

ที่มา: มติชนออนไลน์, 2559, สื่อบริการ

ที่ตั้งและการเข้าถึง มีพื้นที่ประมาณ 1.8 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,125 ไร่ ตั้งอยู่ในท้องที่แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประวัติและความเป็นมา พื้นที่ตั้งเกาะรัตนโกสินทร์ ในอดีตคือตำบลบางกอกซึ่งมีพื้นที่ทั้งฝั่ง กรุงเทพมหานครและฝั่งธนบุรีรวมเป็นแผ่นดินผืนเดียวกันมาก่อน เป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชนมานานแล้ว ชุมชนนี้เจริญเติบโตและหนาแน่นขึ้นเป็นลำดับ พร้อมกับกับความเจริญรุ่งเรืองของอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา นับแต่สมัยพระเจ้าอู่ทองทรงสถาปนากรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เมื่อ พ.ศ. 1893 ชุมชนเมืองบางกอกนี้เจริญเติบโตขึ้นเนื่องจากเป็นเมืองที่อยู่ถัดมาจากเมืองพระประแดงซึ่งป็นเมืองด่านสำคัญที่รักษาพื้นที่บริเวณปากอ่าวไทย และในปี 2520 ทางราชการจึงได้กำหนดชื่อ “เกาะรัตนโกสินทร์” ขึ้น ด้วยมีวัตถุประสงค์จะกำหนดให้เป็นเขตปรับปรุงปฏิสังขรณ์ครั้งใหญ่ เพราะถือว่าเป็นอาณาเขตกรุงเทพมหานคร หรือกรุงรัตนโกสินทร์ระยะแรกเริ่ม

ความสำคัญและลักษณะเด่น นับจาก พ.ศ. 2325 ที่พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงเลือกทำเลทองทางฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาในการสร้างบ้านแปงเมืองพระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม และศาลหลักเมืองจึงถูกสร้างขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันในจุดกำเนิดของกรุงรัตนโกสินทร์ชั้นในที่เก่าแก่ที่สุด และอยู่ในอันดับต้น ๆ ของการท่องเที่ยวย่านนี้ โดยวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ภายในพระบรมมหาราชวัง เป็นที่ประดิษฐานองค์พระมหามณีนรัตนปฏิมากร หรือพระแก้วมรกต พระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองไทย เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยว จะได้สัมผัสงานศิลปกรรมของช่างไทยแห่งยุครัตนโกสินทร์ที่วิจิตรงดงามที่สุด

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมภายในหนึ่งวันด้วยการเดินทางปั่นจักรยาน หรือโดยสารรถขนส่งสาธารณะไปชมพระพุทธรูปไสยาสน์องค์ใหญ่ที่สุดในพระนครที่วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ชมโลหะปราสาทที่มีเพียง 1 ใน 3 ของโลกที่วัดราชนัสดาราม เพลิคเพลินชมงานฝีมือของช่างศิลป์ไทยในอดีต และกินลมชมสังคีตชมการเย็บมขมิพพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หรือสนุกไปกับการศึกษารากเหง้าความเป็นไทยภายในพิพิธภัณฑสมัยใหม่ที่มิวเซียมสยาม หากทอ้งร้องก็สามารถฝากทอ้งกับย่านของกินอรรอยรอบเกาะ เลือกได้ทั้งแบบบรรยายภาคศิริมน้ำย่านท่าเตียน และท่าพระจันทร์ หรือกลางเมืองอย่างเสาชิงช้า บางลำพู และข้าวสาร ฯลฯ

สภาพปัจจุบัน เปิดบริการทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ ตั้งแต่เวลา 09:00 – 17:00 น.

อุปสรรคและปัญหา เกิดความขัดแย้ง เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2559 ทางสำนักข่าวมติชน ได้เผยแพร่ข่าว กรณีชุมชนป้อมมหากาฬ ซึ่ง กทม.ขีดเส้นตายให้ย้ายออกภายใน 30 เมษายน 2559 หลังจากยึดเยื่อมายาวนานถึง 24 ปี เพื่อสร้างสวนสาธารณะอันเป็นโครงการที่ผุดขึ้นเมื่อหลายสิบปีก่อน หวังเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กรุงเทพมหานคร ในขณะที่ชาวบ้านและนักวิชาการหลากหลายสาขาร่วมคัดค้านด้วยเหตุผลที่ว่าพื้นที่ดังกล่าวเป็นชุมชนประวัติศาสตร์ที่มีความเป็นมายาวนาน เช่นเดียวกับชุมชนอีกหลายแห่งในเกาะรัตนโกสินทร์

โอกาสและแนวทางการพัฒนา คณะรัฐมนตรี อนุมัติให้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมใช้งบประมาณ 2.2 หมื่นล้าน ทำแผนแม่บทอนุรักษ์พัฒนากุรงรัตนโกสินทร์ฉบับใหม่ จากเดิมที่กำหนดไว้ 3 บริเวณ คือ กุรงรัตนโกสินทร์ชั้นใน กุรงรัตนโกสินทร์ชั้นนอก และบริเวณฝั่งธนบุรี ตรงข้ามกุรงรัตนโกสินทร์

2.2.14 ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร



ภาพ 31 ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร

ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง มัสยิดต้นสน ตั้งอยู่ที่ 447 ซอยวัดหงส์รัตนาราม ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงวัดอรุณ เขตบางกอกใหญ่ กทม. 10600 การเดินทาง สามารถนั่งเรือข้ามฟากจากท่าเตียนมายังวัดอรุณราชวราราม จากนั้นเดินออกมาที่ถนนอรุณอมรินทร์แล้วเลี้ยวซ้ายมาทางสะพานอนุทินสวัสดิ์ มัสยิดต้นสนจะอยู่บริเวณใต้สะพาน

ประวัติและความเป็นมา ชุมชนมุสลิมต้นสนนี้ เชื่อว่าน่าจะมีการรวมตัวกันเป็นชุมชนมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา โดยเป็นชาวมุสลิมเชื้อสายจามที่เข้ามาเป็นกองอาสาต่างชาติในสมัยสมเด็จพระชัยราชาธิราช (พ.ศ.2077-2111) ซึ่งเป็นช่วงของการเกณฑ์แรงงานอาสาต่างชาติเพื่อการศึกสงครามและบูรณะประเทศ โดยเฉพาะการขุดคลองลัดบางกอกในปี พ.ศ.2085 จึงทำให้มีชุมชนมุสลิมเกิดขึ้นในบริเวณท้ายป้อมเมืองบางกอกหรือป้อมวิชัยประสิทธิ์ในปัจจุบัน

ความสำคัญและลักษณะเด่น มัสยิดต้นสนนี้ยังมีสิ่งสำคัญที่จะไม่กล่าวถึงไม่ได้เลยก็คือ “กูโบร์” หรือสุสานของมัสยิด ซึ่งเป็นสถานที่ฝังศพบรรพชนชาวมุสลิมซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อประวัติศาสตร์ของสังคมไทยในแต่ละยุคสมัย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าพระยาจักรีศรีอริยวงศ์ (หมุด) ผู้ร่วมกอบกู้แผ่นดินในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช พระยาราชวังสัน (ฉิม) แม่ทัพเรือในรัชกาลที่ 3 หลวงโกษาอิสหาก (นาโคดาลี) ผู้ปฏิสังขรณ์มัสยิดต้นสนสมัย พ.ศ.2370 รวมทั้งยังเป็นสุสานที่ฝังศพของจุฬาราชมนตรีทั้ง 9 ท่าน ตลอดจนสมัยรัตนโกสินทร์

จนถึงเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 อีกทั้งเจ้าจอมองค์สำคัญที่เป็นชาวมุสลิมในสมัยรัตนโกสินทร์ เช่น เจ้าจอมหงส์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก รัชกาลที่ 1 เจ้าจอมจืดในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 เจ้าจอมละม้ายในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ก็ถูกฝังอยู่ในกุโบร์แห่งนี้

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีการรวมตัวกันเป็นชุมชนเป็นหลักเป็นฐานแล้วก็มักจะมีการสร้างศาสนสถานไว้เพื่อเป็นศูนย์กลางของชุมชนและเพื่อเป็นแหล่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ดังนั้นจึงมีการสร้างมัสยิดขึ้น โดยในช่วงแรกนั้นตัวมัสยิดสร้างขึ้นอย่างเรียบง่าย เป็นเรือนฝาไม้กระดานใต้ถุนสูง หลังคามุงกระเบื้องดินเผา

สภาพปัจจุบัน เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 05.00 – 20.00 น.

อุปสรรคและปัญหา ผู้นำชุมชนมุสลิมเก่าแก่ของกรุงเทพ เผยว่าพวกเขากำลังเผชิญวิกฤติถูกไล่รื้อ เว้นคืนที่ดิน หรือเผชิญหน้ากับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและความเจริญแบบตะวันตก ซึ่งคุกคามวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม

โอกาสและแนวทางการพัฒนา มีนักธุรกิจเสนอเงินเป็นร้อยล้าน ขอสร้างอาคารไว้เหนือกุโบร์ แต่ชุมชนไม่ยอมรับเพราะเห็นว่าไม่เหมาะสมหากมีคนสร้างบ้านค่อมสุสาน

2.2.15 ย่านเยาวราช



ภาพ 32 ย่านเยาวราช

ที่มา: ภูเก็ต, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ถนนเยาวราช แขวงเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา เป็นย่านเก่าแก่ของชุมชนชาวจีนและชาวไทยเชื้อสายจีนที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย-ถนนเยาวราชมีความยาวตลอดเส้นทาง 1.5 กิโลเมตรถูกขนานนามว่า “ถนนมังกร” สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5

เมื่อปี พ.ศ. 2443 สำหรับการค้าขาย เดิมชื่อ “ถนนยุพราช” และโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามใหม่ว่า “ถนนเยาวราช” ประกอบด้วยวงเวียนโอเดียน, ถนนเจริญกรุง เป็นยอดแห่งการค้าขาย การเงิน ร้านทอง ธนาคาร ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านค้าต่างๆ เป็นต้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “ย่านไชน่าทาวน์” (China Town) มีการค้าขายทั้งเวลากลางวันและกลางคืน

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นแหล่งรวมของชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวจีนทำธุรกิจด้านการค้าขายทั้งอุปโภคบริโภค ร้านขายยาไทย-จีน สมุนไพรจีน ห้างร้านทองคำเพชร รวมไปถึงโรงแรมที่พักต่างๆ ใกล้เคียงหลายเยาวราชได้ชื่อว่าเป็น “ถนนสายทองคำ” หลายๆร้านมีอายุเก่าแก่ตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 รวมมีร้านทองตั้งอยู่ในปัจจุบันประมาณ 40 ร้าน บริเวณรอบข้างอีกประมาณ 132 ร้าน ถือได้ว่าเป็นแหล่งรวมร้านขายทองมากที่สุดในไทย ร้านที่เก่าแก่ที่สุดคือ ห้างทองตั้งโต๊ะก๊ง

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว วัดมังกรกมลาวาส หรือวัดเล่งเน่ยยี่ วัดจีนที่มีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของย่านเยาวราช สร้างขึ้นตั้งแต่ปี 2414 ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปสี่องค์แบบจีน ท้าวจตุโลกบาล เจ้าแม่กวนอิม รวมถึงรูปปั้นของเทพเจ้าต่าง ๆ หรือที่คนส่วนใหญ่มักนิยมเรียกกันว่า “เจ้าแม่กวนอิม” โดยที่ศาลเจ้าแห่งนี้จะเป็นเจ้าแม่กวนอิน สลักจากไม้จันทน์ปางประทานพร ซึ่งถูกอัญเชิญมาจากประเทศจีน ศาลเจ้าไต้ฮงกง เป็นศาลเจ้าของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ประดิษฐานรูปจำลองของหลวงปู่ไต้ฮง นักบวชผู้มากด้วยความเมตตาในสมัยราชวงศ์ซ้อง ศาลเล่งบ้วยเอี้ย ศาลเจ้าของตระกูลแต้จิ๋ว ที่มีความเก่าแก่เป็นอย่างมาก คาดว่าจะก่อสร้างก่อนปี 2201 ตกแต่งด้วยกระเบื้องเคลือบสีและเสามังกรพันตามแบบสถาปัตยกรรมจีน ภายในศาลเจ้ามีแท่นบูชาเล่งบ้วยเอี้ยหรือเทพเจ้าหางมังกรและภรรยา เทพเจ้ากวนอู และพระแม่สวรรค์ และศาลเจ้ากวางตุ้ง (สมาคมกวางตุ้ง) สร้างขึ้นมาตั้งแต่ปี 2423 โดยเป็นที่ประดิษฐานของซำป้อหุกโจ้ว พระไตรรัตน์พุทธเจ้าตามความเชื่อของชาวจีน ตลอดจนเจียมชมแหล่งช้อปปิ้งที่ตลาดเยาวราช เช่น สมุนไพร เครื่องรางของขลัง ข้าวของเครื่องใช้ในบ้าน อาหารสูตรดั้งเดิม และอาหารชื่อดัง

สภาพปัจจุบัน เปิดบริการทุกวันช่วงเช้าเวลา 08.00-17.00 น. ช่วงเย็น 18.00-03.00 น.

อุปสรรคและปัญหา การจัดระเบียบพื้นที่ค้าขาย ความแออัดของประชาชนและนักท่องเที่ยวการจราจรติดขัด ปัญหาอาชญากรรม

แนวทางการพัฒนา พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

2.2.16 ย่านค้าเก่าแก่บางลำพู ถนนข้าวสาร ท่าพระจันทร์



ภาพ 33 ย่านค้าเก่าแก่บางลำพู ถนนข้าวสาร ท่าพระจันทร์

ที่มา: สืบประวัติ, 2559, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ถนนข้าวสาร ตลาดยอด พระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

ประวัติความเป็นมา เดิมทีบริเวณนี้เป็นย่านการค้าขายข้าวสารที่เจริญรุ่งเรืองมากในสมัย ร.6 แต่ในปัจจุบันกลายเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาเยือนมากที่สุดแห่งหนึ่ง เพราะบริเวณถนนข้าวสาร (Khao San Road) จะมีที่พักประเภทเกสต์เฮาส์จำนวนมาก จึงสะดวกเรื่องที่พัก ในส่วนของทำเลก็ถือว่าดีมาก อยู่ใจกลางเมือง ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง อย่างวัดพระแก้ว วัดบวรฯ วัดสระเกศ วัดราชินีผไท โดยพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ใกล้แหล่งช้อปปิ้งอย่างบางลำพู ท่าพระจันทร์ ถนนพระอาทิตย์ และใกล้กับสวนสันติชัยปราการอีกด้วย เส้นหนึ่งของถนนข้าวสารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจก็คือ ในยามค่ำคืน ถนนข้าวสารจะเป็นศูนย์รวมของร้านอาหารนานาชาติ ทั้งที่เป็นร้านประจำ และร้านที่ขายริมถนน (Bangkok Streetfood) ชาวต่างชาติได้ลองลิ้มชิมรสอาหารไทยต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีร้านสำหรับนั่งฟังเพลงอีกหลายร้าน รวมถึงร้านขายสินค้านานาชาติ ร้านรับบริการต่าง ๆ ถนนข้าวสาร (Khao San Road Bangkok) จึงนับเป็นแหล่งสังสรรค์ที่ได้รับความนิยมมากแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพฯ

ความสำคัญและลักษณะเด่น มีที่พักประเภทเกสต์เฮาส์จำนวนมาก จึงสะดวกเรื่องที่พัก ในส่วนของทำเลก็ถือว่าดีมาก อยู่ใจกลางเมือง ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญหลายแห่ง อย่างวัดพระแก้ว วัดบวรฯ วัดสระเกศ วัดราชินีผไท โดยพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ใกล้แหล่งช้อปปิ้งอย่างบางลำพู ท่าพระจันทร์ ถนนพระอาทิตย์ และใกล้กับสวนสันติชัยปราการอีกด้วย เส้นหนึ่งของถนนข้าวสารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจ

ก็คือ ในยามค่ำคืน ถนนข้าวสารจะเป็นศูนย์รวมของร้านอาหารนานาชาติ ทั้งที่เป็นร้านประจำ และร้านที่ขายริมถนน (Bangkok Streetfood) ชาวต่างชาติได้ลองลิ้มชิมรสอาหารไทยต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีร้านสำหรับนั่งฟังเพลงอีกหลายร้าน รวมถึงร้านขายสินค้านานาชาติ

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เส้นห์ของถนนข้าวสารที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจก็คือ ในยามค่ำคืน ถนนข้าวสารจะเป็นศูนย์รวมของร้านอาหารนานาชาติ ทั้งที่เป็นร้านประจำและร้านที่ขายริมถนน (Bangkok Streetfood) ชาวต่างชาติได้ลองลิ้มชิมรสอาหารไทยต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังมีร้านสำหรับนั่งฟังเพลงอีกหลายร้าน รวมถึงร้านขายสินค้านานาชาติ

สภาพปัจจุบัน เปิดบริการทุกวันเวลา 15.00-02.00 น. หยุดวันหยุดนักขัตฤกษ์

อุปสรรคและปัญหา ด้วยพื้นที่ที่มีความจำกัดและแออัด ทำให้บริเวณโดยรอบอากาศถ่ายเทไม่สะดวกและทำให้เกิดการปัญหาต่างๆมากมายตามมา เช่น การลักขโมย จกเหี่ยว รังราวตามทางเท้า

แนวทางการพัฒนา ระเบียบทางเท้าให้มีความเรียบร้อย และเพิ่มมาตรการดูแลนักท่องเที่ยวให้มีความปลอดภัยมากที่สุด



2.2.17 ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด



ภาพ 34 ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด

ที่มา: กระปุก, 2562, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง เกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยา ตั้งอยู่บริเวณ ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ประวัติความเป็นมา เกาะเกร็ดเกิดขึ้นจากการขุดคลองลัดแม่น้ำเจ้าพระยา ในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระ แห่งกรุงศรีอยุธยา เมื่อปี พ.ศ.2265 เรียกว่า คลองลัดเกร็ดน้อย ต่อมากระแสน้ำเปลี่ยนทิศทางแรงขึ้นเซาะตลิ่งทำให้คลองขยาย แผ่นดินตรงแหลมจึงกลายเป็นเกาะ ชื่อเดิมเรียกว่า เกาะศาลากุน เกาะเกร็ดมีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา สังกัดได้จากวัดวาอารามต่างๆบนเกาะ ส่วนใหญ่จะเป็นศิลปะในสมัยกรุงศรีอยุธยา แต่คงจะมาร้างคนเมื่อพม่ามายึดกรุงศรีอยุธยา หลังจากกอบกู้เอกราชได้ พระเจ้าตากสินมหาราชจึงโปรดให้ชาวมอญมาตั้งถิ่นฐานที่นี่ โดยชาวมอญบนเกาะเกร็ดนั้น มีทั้งที่เข้ามาในสมัยกรุงธนบุรี และสมัยรัชกาลที่ 2 ต่อมาเมื่อตั้งอำเภอปากเกร็ดขึ้นแล้ว เกาะศาลากุนจึงมีฐานะเป็นตำบล และเรียกว่า ตำบลเกาะเกร็ด เกาะนี้จึงมีชื่อว่า เกาะเกร็ด

ความสำคัญและลักษณะเด่น เกาะเกร็ด เป็นเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยา แหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อในจังหวัดนนทบุรี รู้จักกันดีในฐานะแหล่งชุมชนคนมอญที่มีชื่อเสียงในเรื่องของเครื่องปั้นดินเผา และประเพณีวัฒนธรรมแบบพื้นบ้านดั้งเดิม ที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ได้เป็นอย่างดี เกาะเกร็ดเป็นสถานที่ขึ้นชื่อของชุมชนกลุ่มชาวมอญและมีเครื่องปั้นดินเผาชั้นดี เป็นสินค้าประจำของเกาะเกร็ดโดยมีพระเจดีย์มูเตาของวัดปรมย์ยิกาวาส เป็นสัญลักษณ์ประจำฝั่งทำน้ำของเกาะ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวบนเกาะเกร็ด เพื่อเดินเที่ยว ช้อปปิ้ง นั่งเรือชม

รอบเกาะ สินค้าที่สิ่งที่เป็นสัญลักษณ์เด่นของ เกาะเกร็ดคือ เครื่องปั้นดินเผา โอ่ง กระถางเซรามิก รูปต่าง ๆ เกาะเกร็ดยังขึ้นชื่อเรื่องอาหารสมุนไพรเพื่อสุขภาพที่อร่อย เช่น ทอดมันหน่อ กล้วยทอด กล้วยทอด ข้าวแช่ เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เกาะเกร็ดมีกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการไหว้พระที่วัดวาอารามต่างๆ การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา การเดินช้อปปิ้ง หาของกินที่ตลาด การล่องเรือรอบเกาะเพื่อชมทัศนียภาพ สามารถติดต่อได้ที่ท่าเรือวัดปรายยี่กาवास โดยเรือจะพาเที่ยวชมวิถีชีวิตริมน้ำ และสถานที่ท่องเที่ยวและวัดวาอาราม ได้แก่ วัดใหญ่สว่างอารมณ์ วัดศาลากุน ชมการสาธิตการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เข้าคลองบางบัวทองชมการทำขนมหวานที่ขึ้นชื่อของเกาะเกร็ด ซึ่งจะมีบริการเรือส่วนตัวพิเศษธงเขียวออกทุก ๆ ชั่วโมง ใช้เวลาประมาณ 15-20 นาที เริ่มตั้งแต่เวลา 06.10-19.00 น.

สภาพปัจจุบัน ในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีร้านค้าเปิดให้บริการมากกว่าวันธรรมดา สามารถเที่ยวได้ตั้งแต่เวลา 08.00-19.00 น.

อุปสรรคและปัญหา การที่มีพื้นที่ที่มีจำกัด ทำให้การเพิ่มร้านค้าแบบตลาดอื่นไม่สามารถทำได้ นอกจากนี้เพราะการที่มีพื้นที่ต่ำ ทำให้เวลาน้ำขึ้นสูง หรือ เกิดน้ำท่วมในพื้นที่ดินปกติ จะทำให้เกาะเกร็ดเกิดน้ำขังหรือน้ำท่วมหนักกว่าที่อื่น นักท่องเที่ยวยังมีจำนวนน้อยเกินไป ทำให้คนในชุมชนขาดรายได้ คนรุ่นหลังไม่สืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิม การปั้นดินเผาจึงเหลือน้อยลง และยังมีปัญหาเรื่องความปลอดภัยและความสกปรกในพื้นที่

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ขยายกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เช่น กลุ่มนักเรียน นักศึกษา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว จัดให้มีโครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไป โดยให้ทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม และให้หน่วยงานเข้ามาดูแลความสะดวกสบายในพื้นที่ และซ่อมแซมส่วนที่เสื่อมโทรม และคอยดูแลรักษาให้คงอยู่ในสภาพที่ดี

2.2.18 ถนนอาหาร/งานวัด



ภาพ 35 ถนนอาหาร

ที่มา: กระปุก, 2562, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ตั้งอยู่ที่แขวงพระโขนงเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ

ประวัติความเป็นมา งานวัด มีความหมายสำหรับเด็กในสมัยก่อนมาก เพราะในสมัยนั้น ยังไม่มีแหล่งขายอาหารมากมายนัก ถ้าอยากรับซื้ออะไร ก็ต้องเดินไปตลาด ที่อยู่ค่อนข้างไกลบ้าน ซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างก็มีไม่มาก ไม่มีสวนสนุก ดังนั้นงานวัด จึงเป็นวันที่ทุกคนรอคอย เพราะจะมีขายอาหารนานาชนิด มีเครื่องเล่นต่างๆ มากมาย และเป็นที่พบปะกันของคนหนุ่มสาวในสมัยนั้น แต่ในสมัยนี้ เราไม่ค่อยเห็นการจัดงานวัดขึ้นใน กรุงเทพฯ ลักเท่าไร

ความสำคัญและลักษณะเด่น ที่เที่ยว ที่เดินเล่น สำหรับเด็กในกรุงเทพฯ ส่วนมาก ก็มักจะเป็นห้างสรรพสินค้า สวนสนุก หรือฟิฟิทัศน์ เด็กหลายคนอาจจะไม่มีโอกาสสัมผัส การเที่ยวแบบบ้านๆ ที่คล้ายเป็นประเพณีของคนไทย เวลามีนานรื่นเริง หรือฉลองเทศกาลอะไร ก็แล้วแต่ มักจัดขึ้นที่วัด ซึ่งเป็นศูนย์รวมของจิตใจ นั่นก็คืองานวัด

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ดี ๆ ที่ส่งต่อให้กับเด็ก รุ่นใหม่ ได้ลองเดินงานวัดแทนเดินห้างสรรพสินค้า เพื่อให้เด็กได้เห็นวิถีชีวิตของผู้คน อาหาร การกิน พฤติกรรมการเล่นเกมแบบไทย ในงานวัดแบบพื้นบ้านที่ควรอนุรักษ์ไว้ต่อไปในอนาคต

สภาพปัจจุบัน งานจัดตั้งแต่วันที่ : 13 – 21 ก.ค. 65. เวลา : 16.00–23.00 น. สถานที่จัดงาน : วัดธาตุทอง พระอารามหลวง การเดินทาง : BTS ลงสถานีเอกมัย

อุปสรรคและปัญหา อาจมีกลุ่มผลประโยชน์ไม่สนใจคำสั่ง "เขตวัฒนา" แจ้งยกเลิกจัดงาน "สืบสานงานประเพณี และกระตุ้นเศรษฐกิจ เขตวัฒนา" บริเวณหน้าลานจอดรถ 'วัดธาตุทอง' ช่วงเทศกาลเข้าพรรษา 13–21 กรกฎาคม ที่มีหนังสือขอแจ้งยกเลิกถึงเจ้าอาวาสวัดธาตุทองตั้งแต่ 8 ก.ค. แต่ยังดื้อรั้นเดินหน้าขึ้นป้ายโฆษณาหน้าวัดรับจองตั้งร้านๆ ละ 15,000 บาท

เริ่มมีการกางเต็นท์ ชนเก้อื้อเข้าเตรียมพร้อมจัดงานกันแล้ว ท่ามกลางความหวาดผวของการแพร่ระบาดของโควิดระลอกใหม่ ขณะที่กรรมการมูลนิธิวัดธาตุทองสันอาจมีการแจ้งความดำเนินคดีหากจัดงานขึ้นจริง

โอกาสและแนวทางพัฒนา มักจัดงานวัดขึ้นในเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่

2.2.19 ไนท์บาซ่า



ภาพ 36 ไนท์บาซ่า

ที่มา: ชิลไปไหน, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งการเข้าถึง ถนนรัชดาภิเษก แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา ผู้พัฒนาโครงการนี้เป็นเจ้าของเดียวกับสวนลุมไนท์บาซาร์แห่งเดิมที่อยู่ติดกับสวนลุมพินี คือ พี.คอน. ดีเวลอปเม้นท์ เนื่องจากสวนลุมไนท์บาซาร์แห่งเดิมหมดสัญญาเช่าที่ดินและต้องส่งมอบพื้นที่คืนให้แก่สำนักงานทรัพย์สินพระมหากษัตริย์ พ่อค้าและแม่ค้าส่วนใหญ่ที่ขายของที่สวนลุมไนท์บาซาร์แห่งเดิมจึงย้ายมาขายของในที่ตั้งใหม่แทน และในปัจจุบัน โครงการบนที่ดินของสวนลุมไนท์บาซาร์แห่งเดิมคือโครงการวัน แบงค็อก ก่อนจะเป็นสวนลุมไนท์บาซาร์ รัชดาภิเษก ที่ตั้งนี้เคยเป็นตลาดกลางคืนรัชดามาก่อน โดยในปี พ.ศ. 2553 – 2555 ผู้ค้าส่วนใหญ่ปิดตัวลงเพื่อหลีกเลี่ยงให้มีการก่อสร้างห้างสรรพสินค้าและตลาดกลางแจ้ง และมีหลายส่วนที่ย้ายไปขายที่ชุมชนทางสยามฮิปปี้แทน

ความสำคัญและลักษณะเด่น สวนลุมไนท์บาซาร์ รัชดาภิเษก สังเกตได้ง่ายมากเพราะตั้งอยู่ตรงหัวมุมของแยกรัชดาฯ – ลาดพร้าว โดยเฉพาะตั้งแต่ช่วงค่ำเป็นต้นไปจะคึกคัก

ด้วยผู้คนที่หลังไหลกันเข้ามา รวมทั้งแสงสีบริเวณโครงการก็สะดุดตา พร้อมด้วยไดโนเสาร์ยักษ์จำลอง 3 ตัว เรียกความสนใจจากเด็กได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว สวนลุมไนท์บาซาร์ รัชดาภิเษก เปิดบริการกันทุกวัน 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ เพราะสามารถมาเดินช้อปปิ้งได้ตั้งแต่ช่วงกลางวัน หรือใครที่ไม่สะดวกช่วงกลางวัน หลังเลิกงานหรือช่วงดึกที่การจราจรเริ่มทุเลาเบาบางก็สามารถเดินเล่น ผ่อนคลาย พบปะเพื่อนฝูง หรือช้อปปิ้งสินค้าหลากหลายกว่า 3,700 ร้านค้า 24 ชั่วโมง

สภาพปัจจุบัน เวลาเปิด-ปิด : เปิดทุกวัน 24 ชั่วโมง

อุปสรรคและปัญหา ช่วงศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ มีผู้คนจะมากันจำนวนมากเป็นพิเศษทำให้แออัด หายใจลำบาก และรถติดมาก

โอกาสและแนวทางพัฒนา ในอนาคตการเดินทางในพื้นที่จะสะดวกมากยิ่งขึ้น จากการที่ปัจจุบันมีการพัฒนารถไฟฟ้าสายสีเหลือง ช่วงลาดพร้าว - สำโรง ที่จะพัฒนาเชื่อมต่อพื้นที่ย่านรัชดา-ลาดพร้าวให้ใกล้กันมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงสามารถเชื่อมต่อไปถึงบริเวณสุขุมวิทตอนปลาย (ย่านสำโรง) ได้ ซึ่งมีระยะทางประมาณ 30.4 กิโลเมตร จำนวน 23 สถานี โดยโครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง

2.2.20 ตลาดฮาลาลเจริญกรุง



ภาพ 37 ตลาดฮาลาลเจริญกรุง

ที่มา: นิตยสารคลาวด์, 2563, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ช.เจริญกรุง 103 แขวงบางค้อแหลม เขตบางค้อแหลม กทม.

ประวัติความเป็นมา ตามประวัติศาสตร์ครั้งรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ได้บอกเล่าไว้ว่า บรรพบุรุษชาวมุสลิมของที่นี่เป็นชาวมุสลิมที่ถูกกวาดต้อนมา

จากจังหวัดปัตตานีและเป็นชาวมุสลิมเชื้อสายมาเลเซียเป็นส่วนใหญ่ ผู้คนในย่านนี้จึงมีทั้งชาวพุทธ ชาวจีน และชาวมุสลิม ประกอบอาชีพทำสวนทำไร่ และทำประมง เนื่องจากมีถิ่นฐานที่ตั้งอยู่ใกล้กับแม่น้ำเจ้าพระยา จึงมีอาชีพทางเกษตรกรรม และประมงร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ ในย่านนี้จึงมีสวนผลไม้มากมายหลายชนิดให้เลือกสรร พื้นที่ในชุมชนแห่งนี้จึงเป็นท้องร่องเสียเป็นส่วนใหญ่

ความสำคัญและลักษณะเด่น ก้าวแรกที่เข้ามาในชุมชนสัมผัสได้ถึงความเจียบสงบ ความเป็นระเบียบของชุมชนแห่งนี้ นับเป็นพื้นที่ชุมชนเข้มแข็งอีกแห่งของกรุงเทพมหานคร ที่มีรูปแบบในการพัฒนาตนเอง มีนโยบายการสร้างตลาดชุมชนที่น่าสนใจ เรียบง่าย ไม่หวือหวา แต่ยังคงความเป็นธรรมชาติได้อย่างดี ตลาดนัดฮาลาลจึงเป็นอีกหนึ่งความคิดที่ทำให้ชุมชนแห่งนี้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น ที่สำคัญยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนอีกด้วย

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ทุกวันอาทิตย์แรกของเดือน พ่อค้าแม่ค้าจะเปิดร้านอาหาร จำหน่ายทั้งของคาว ของหวาน อาหารฮาลาล และอาหารโบราณที่น่าทานและอร่อย บางเมนูนั้นเป็นเมนูอาหารโบราณ หน้าตาดูแปลกตา ไม่ว่าจะเป็น ยำทวาย ข้าวหมกสามสี ส้มตำมาเลย์ ข้าวเครื่องในทอด แกงกระหรี่ปลาโอ ข้าวมันส้มตำ ขนมปุดู ขนมหัวเราะ ขนมดอกโสน โรตีสายไหม ขนมซูชิ เป็นต้น ตลอดเส้นทางของชุมชน ที่เลียบคลองสายเล็กๆ จะมีบ้านเรือนของชาวชุมชนตั้งอยู่ 2 ฝั่ง มีร้านค้า สภากาแฟให้บริการนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนตลอดเส้นทาง

สภาพปัจจุบัน เปิดทุกวันเสาร์-อาทิตย์ สัปดาห์แรกของเดือน เวลา 09.00-14.00 น.

อุปสรรคและปัญหา ไม่ได้เปิดทุกวัน อาจต้องรอจนถึงวันเสาร์และวันอาทิตย์

โอกาสและแนวทางพัฒนา ตำราอาหารเป็นภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมบรรพบุรุษ ไม่ใช่เพียงแค่อาหาร แต่อุปกรณ์การครัว วิธีการกิน รวมทั้งวิถีการใช้ชีวิต โอกาสในการรื้อฟื้นตำนานเหล่านี้ให้กลับมามีชีวิตอีกครั้ง ต่อยอดให้กลายเป็นความภูมิใจ และเป็นวิชาชีพที่ลูกหลานจะนำไปใช้เลี้ยงตัวได้ในอนาคต

2.2.21 ตลาดพลู



ภาพ 38 ตลาดพลู

ที่มา: กูเกิล, 2565, สื่อดออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ตลาดพลู เป็นชื่อย่านและตลาดตั้งอยู่บริเวณถนนเทอดไท แขวงตลาดพลู เขตธนบุรี ติดกับคลองบางกอกใหญ่

ประวัติความเป็นมา พื้นที่ย่านตลาดพลูเป็นที่ราบลุ่มติดคลองบางหลวงซึ่งในอดีตเคยเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาสายเดิม เมื่อมีการขุดคลองลัดบางกอกในรัชสมัยสมเด็จพระไชยราชาธิราช (พ.ศ. 2077–2089) ทำให้ร่องน้ำเปลี่ยนสภาพคับแคบลง ชุมชนโบราณย่านตลาดพลูมีหลักฐานการอพยพเข้ามาตั้งบ้านเรือนของกลุ่มชนต่างๆ ตั้งแต่ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา ทั้งชาวมอญ มุสลิม และจีน จากหลักฐานในพงศาวดารกรุงธนบุรีได้กล่าวถึงพื้นที่บริเวณตลาดพลูว่ายังมีสภาพป่ารก ต่อมาเมื่อมีผู้อพยพมามากขึ้นในสมัยกรุงธนบุรีและรัตนโกสินทร์ตอนต้น ย่านตลาดพลูจึงกลายเป็นพื้นที่สวน

ความสำคัญและลักษณะเด่น ความโดดเด่นเรื่องสตรีทฟู้ดทั้งในแบบอาหารดั้งเดิมและอาหารสมัยใหม่ ประกอบกับการขยายตัวของชัฟฟลายคอนโดมิเนียมที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคตจะมีชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีนคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ เข้ามาอยู่อาศัยย่านนี้มากขึ้น เพราะเดินทางสะดวกทั้งรถไฟฟ้า BTS รถ BRT ที่วิ่งไปทางถนนพระราม 3 ซึ่งมีแหล่งงานขนาดใหญ่ของชาวจีน

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ย่านตลาดพลู นอกเหนือจากการเป็นย่านของกินยอดนิยมระดับประเทศแล้ว ยังเป็นย่านการค้าและสวนพลูเก่าแก่ เคียงคู่พระนครหลวงธนบุรี และกรุงเทพฯ มากกว่า 250 ปี โดยเป็นย่านที่สังสรรค์กลุ่มคนและวัฒนธรรมลูกผสม

“จีนสยาม” เป็นกลุ่มหลัก อยู่ร่วมกับชาวมลายูมุสลิม จนสังสมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น ศาลเจ้า โรงเจ วัด มัสยิดเก่าแก่ มีตึกแถวบ้านเรือนยุคสมัยต่างๆ ซ้อนทับกัน

สภาพปัจจุบัน เวลาเปิด – ปิด จันทร์ – ศุกร์ 10.00 – 14.00 , 16.30 – 22.00. เสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ 10.00 – 22.00. น.

อุปสรรคและปัญหา ตลาดพลู พบว่าชุมชนมีปัญหาระเบิดของขยะมูลฝอยและอยากให้ภาครัฐเข้ามาดูแลด้านการท่องเที่ยวมากกว่าในปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคที่พบในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนตลาดพลูพบว่าทุกๆบริเวณของตัวแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างสกปรก ขาดการดูแลรักษา

โอกาสและแนวทางพัฒนา ในอนาคตที่กำลังจะเกิดรถไฟฟ้า MRT ส่วนต่อขยายหัวลำโพง-บางแค บางซื่อ-ท่าพระ ซึ่งมีสถานีอินเตอร์เซนจ์ขนาดใหญ่ที่บริเวณแยกท่าพระ ใกล้กับย่านตลาดพลูมาก ก็จะทำให้คนที่อยู่อาศัยย่านตลาดพลูเข้าถึงรถไฟฟ้าทั้ง 2 ระบบง่ายขึ้น การเดินทางจากย่านตลาดพลูไปยังพื้นที่ต่างๆทั่วกรุงเทพมหานครจะสะดวกมากขึ้น

2.2.22 ตลาดนัดจตุจักร



ภาพ 39 ตลาดนัดจตุจักร

ที่มา: ตลาดนัดจตุจักร ออนไลน์, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ถนนกำแพงเพชร 2 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ การเดินทางมีหลายรูปแบบทางรถยนต์ส่วนตัวซึ่งต้องนำไปจอดที่ลานจอดรถตลาดนัดจตุจักร หรือ Park & Ride และมีรถรับส่งระหว่างลานจอดรถกลับตลาดนัดจตุจักร (ประตู 2) หรือนั่งรถประจำทางซึ่งมีหลายสายผ่าน และที่สะดวกมากก็คือโดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ลงที่สถานีหมอชิตหรือรถไฟฟ้าใต้ดิน ลงที่สถานีกำแพงเพชร นอกจากนี้ก็ยังมีรถแท็กซี่ และรถตุ๊กหลายสายให้บริการ

ประวัติความเป็นมา ตลาดแห่งนี้มีความเป็นมายาวนานกว่า 60 ปี เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2491 ในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรีรัฐบาล มีนโยบายให้จัดตั้งตลาดนัดขึ้นในทุกจังหวัด สำหรับกรุงเทพนั้นได้เลือกสนามหลวงเป็นสถานที่จัดตลาดนัด แต่เพียงไม่ถึงปีทางราชการก็ย้ายตลาดนัดไปอยู่ในพระราชอุทยานสราญรมย์ แล้วจึงย้ายออกไปตั้งอยู่บริเวณสนามชัย และย้ายตลาดนัดกลับไปอยู่ที่สนามหลวงในปี พ.ศ. 2501 ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 ได้มีนโยบายใช้สนามหลวงเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ และจัดงานกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงได้มอบที่ดินพลโยธินตอนต่อจากสวนจตุจักรด้าน ทิศใต้ให้แก่กรุงเทพมหานครเพื่อใช้ในการสาธารณะประโยชน์ และกรุงเทพมหานครได้ปรับพื้นที่เพื่อให้ผู้ค้าหาบเร่แผงลอยและขณะเดียวกันก็ พยายามย้ายผู้ค้าจากสนามหลวงมาด้วย จนกระทั่งดำเนินการสำเร็จ เมื่อปี พ.ศ. 2525 โดยใช้ชื่อว่าตลาดนัดย่านพลโยธิน ต่อมาเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “ตลาดนัดจตุจักร” ให้สอดคล้องกับสวนสาธารณะจตุจักรในบริเวณใกล้เคียง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 จนถึงปัจจุบัน หอนาฬิกาตลาดนัดจตุจักร หอนาฬิกาเป็นจุดนัดพบยอดนิยม ตลาดนัดจตุจักรสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2530 เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสเจริญพระชนมายุ 60 พรรษา ในวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2530 โดยมีความร่วมมือของกองอำนวยการตลาดนัดกรุงเทพมหานครและสมาคมพ่อค้าไทย

ความสำคัญและลักษณะเด่น ตลาดนัดจตุจักร (Jatujak Market) หรือที่เรียกกันว่า JJ Market เป็นแหล่งช้อปปิ้ง ยอดฮิตสุดสัปดาห์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่นี้เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่รวบรวมสินค้ามากมายจากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ มีสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือกสรร ได้ของที่ถูกใจในราคาที่ย่อมเยาว์ มีอนุสรณ์เป็นประจักษ์พยาน ตั้งแต่เมื่อครั้งเมื่อแรกสร้าง เป็นสัญลักษณ์ของสวนสาธารณะ ได้แก่ หอนาฬิกา นาฬิกาดอกไม้วัดประติมากรรมอาเซียน 6 ประเทศ

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เยี่ยมชมสินค้า ชื่อของต่างๆ เช่น ต้นไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และเบ็ดเตล็ด

สภาพปัจจุบัน ตลาดนัดสวนจตุจักรจะเปิดให้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นย่านที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากเดินซื้อของ

อุปสรรคและปัญหา พื้นที่ค้าขายแออัด ความแออัดของประชาชนและนักท่องเที่ยว การจราจรติดขัด ผลประกอบการของร้านค้าลดลง เนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 พื้นที่จอดรถไม่เพียงพอต่อปริมาณนักท่องเที่ยว

โอกาสและแนวทางการพัฒนา พัฒนาจัดระเบียบพื้นที่ขายของให้เป็นระเบียบมากขึ้น ส่งเสริมการ ขายเชิงชุมชนให้คนมาท่องเที่ยวมากขึ้น จัดสรรให้นักท่องเที่ยวมีพื้นที่จอดรถเพียงพอ

2.2.23 ตลาดวังหลัง



ภาพ 40 ตลาดวังหลัง

ที่มา: ภูเก็ต, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง

112/13 ซอยวังหลัง แขวงศิริราช เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700 การเดินทางมาตลาดวังหลังท่าพระจันทร์ รถโดยสารประจำทาง สาย 19, 30, 32, 33, 53, 60, 70, 201, 503, หรือสายอื่นๆ ที่ผ่านสนามหลวง รถโดยสารประจำทาง (ปรับอากาศ) ปอ.32, ปอ.59, ปอ.สาย 3, ปอ.7, ปอ.สาย 80, ปอ.สาย 91, ปอ.

ประวัติความเป็นมา

ตลาดแห่งหนึ่งที่ถูกว่าเป็นต้นแบบของตลาดสำหรับคนรุ่นใหม่ ที่นิยมของดีราคา ย่อมเยา และมีของแปลกใหม่ให้เลือกซื้อเลือกชมตลอดสองข้างทางริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ระหว่างท่าน้ำศิริราชและถนนอรุณอมรินทร์ มีตรอกเล็กๆ ที่คึกคักไปด้วยผู้คนมา สำหรับ ที่มาของชื่อเรียกติดปากว่าวังหลังนั้น ดั้งเดิมแล้วบริเวณที่ตั้งส่วนหนึ่งของตลาด ในปัจจุบันคือ พระราชวังของสมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระอนุรักษเทเวศร์กรมพระราชวังบวรสถานพิมุข ในสมัย พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ถัดจากวังหลังลงไปทางวัดระฆังโฆสิตาราม เป็น ตำบลสวนมั่งคุด ซึ่งมีวังที่ประทับเดิมของสมเด็จพระที่นั่งเธอเจ้าฟ้ากรมพระยาเทพสุดาวดี และยังมีร่องรอยแนวกำแพงอิฐเก่าแก่อายุกว่าร้อยปีให้เห็นอยู่ ในปัจจุบันวังหลังเป็นที่ตั้งของ โรงพยาบาลศิริราช แต่ก่อนเคยเป็นโรงเรียนสตรีแห่งแรกของประเทศ ชื่อว่าโรงเรียนกุลสตรีวัง

หลัง ต่อมาย้ายไปอยู่ที่ซอยวัฒนา ถนนสุขุมวิท คือโรงเรียนวัฒนาวิทยาลัยในปัจจุบัน ต่อมา สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมหลวงสงขลานครินทร์ ทรงจัดตั้งเป็นโรงพยาบาลศิริราชขึ้นแทน ตลาดวังหลัง เป็นย่านเก่าลักษณะเป็นซอยยาวมีตรอกแยกออกไป

ความสำคัญและลักษณะเด่น ปัจจุบันตลาดนี้เป็นที่รู้จักดีของคนวัยทำงาน นักศึกษา นักเรียน เพราะมีทั้งของอร่อยและสินค้าทันสมัยกับสินค้ามือสองให้เลือกซื้อมากมาย เส้นหัวของ ตลาดวังหลังอยู่ที่สินค้าราคาไม่แพง หากเป็นวัยรุ่นจะคุ้นเคยกับการเดินเลือกซื้อเสื้อผ้ามือสอง ราคาถูกที่หลายๆร้านก็มักจะรับมาจากตลาดโรงเกลือเพื่อนำมาขายในราคาที่แทบจะแจกฟรี วัยเรียนตลอดจนวัยทำงานที่นิยมแต่งตัวแนวๆ มีสไตล์ไม่ซ้ำใคร จึงสนุกสนานกับการจับกลุ่ม ชุมกลุ่มของเสื้อผ้าหาของดีไปแมทช์กับการแต่งตัว หรือใครอยากจะทำอัพเดทแฟชั่น คอลเลคชั่นใหม่ ก็มีให้เลือก

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เข้าชมแหล่งค้าขายอาหาร ขายเสื้อผ้า ที่สำคัญแห่งหนึ่งของฝั่งธนบุรี ในย่านนี้ยังมีทั้งโรงพยาบาลที่ใหญ่ที่สุดและเก่าแก่ที่สุดใน ประเทศ อย่างโรงพยาบาลศิริราช รวมถึงเป็นศูนย์กลางการเดินทางย่อยๆ เพราะมีทั้งท่าเรือ สถานีรถไฟ พร้อมทั้งมีบริการรถสามล้อเครื่อง รถสองแถว รถสี่ล้อเล็ก และรถตุ๊ก

สภาพปัจจุบัน ตลาดวังหลังเปิดเวลา 10.00–17.00 น. ร้านเสื้อผ้าต่างๆจะเริ่มเปิดช่วง บ่ายและมีร้านค้ารายใหม่เพิ่มมากขึ้น

อุปสรรคและปัญหา เป็นชุมชนแออัด สิ่งอำนวยความสะดวกยังมีไม่มาก เกิดปัญหา อาชญากรรม ด้านการค้าประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการรายย่อยประสบ ปัญหาด้านสภาพคล่องและภาระหนี้สิน

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ปรับพื้นที่พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว จัดนโยบาย ยกกระต๊อบคนค้าขาย ส่งเสริมการค้าให้มีการขาย 24 ชม. จัดระบบเสริมความปลอดภัย มีคนดูแลตรวจตรา เพิ่มห้องน้ำหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากขึ้น

2.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านมหกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ

2.3.1 ประเพณีสงกรานต์



ภาพ 41 ประเพณีสงกรานต์

ที่มา: กูเกิล, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งการเข้าถึง งานเทศกาลมหาสงกรานต์กรุงเทพมหานคร ในระหว่างวันที่ 12-14 เมษายน ณ ลานสแควร์ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ สีแยกราชประสงค์

ประวัติความเป็นมา วันสงกรานต์ หรือ วันมหาสงกรานต์ เป็นวันที่ได้รับอิทธิพลมาจากเทศกาลโฮลีของประเทศอินเดีย แต่วันสงกรานต์ของไทยเปลี่ยนจากการสาดสีเป็นการสาดน้ำใสกัน เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพอากาศที่ร้อนจัดในช่วงเดือนเมษายนและในอีกแห่งหนึ่งยังมีความเชื่อว่าเป็นการปัดเป่าสิ่งไม่ดีออกไป ทำให้นิยมเล่นสาดน้ำ และประแป้งกันในช่วงเทศกาลสงกรานต์ โดยจะไม่ถือโทษโกรธกัน คำว่าสงกรานต์มาจากภาษาสันสกฤต ที่มีความหมายว่าการเคลื่อนย้าย โดยเชื่อว่าในวันสงกรานต์เป็นช่วงเวลาการเคลื่อนย้ายของจักรราศี อีกนัยหนึ่งก็คือการเคลื่อนสู่ปีใหม่ ทำให้คนไทยยึดถือวันสงกรานต์เป็นวันขึ้นปีใหม่ไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณ จนกระทั่ง พ.ศ. 2483 ก่อนจะปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามแบบแผนสากลนิยม ซึ่งก็คือวันที่ 1 มกราคมของทุกปี

ความสำคัญและลักษณะเด่น วันสงกรานต์ถือเป็นวันสำคัญอีกวันหนึ่งของไทย เพราะวันนี้เป็นวันฉลองการขึ้นปีใหม่ไทยที่ยึดถือปฏิบัติกันมาช้านาน เป็นวันแสดงความกตัญญู กตเวทิตะถึงผู้ที่ล่วงลับไปแล้วและวันนี้ยังเป็นวันที่ครอบครัวจะได้อยู่พร้อมหน้า เนื่องจากหลายๆครอบครัว ที่มีลูกหลานที่ไปทำงานในต่างจังหวัดจะได้ใช้โอกาสนี้กลับมารวมตัวกันอีกครั้งหนึ่งและร่วมกันทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งกิจกรรมในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นการเล่นน้ำสงกรานต์ รดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ หรือเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อสังคม ทั้งการขนทรายเข้าวัด ทำบุญ ทำทาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้เสริมสร้างคุณค่า และความสำคัญของวันสงกรานต์ ให้ทวีคูณยิ่งขึ้นและส่งผลให้วันสงกรานต์เป็นวันที่มีคุณค่าและความหมาย

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

กิจกรรมทั่วไปในช่วงเทศกาลวันสงกรานต์ คนไทยนิยมเล่นน้ำ ประแป้ง รดน้ำดำหัว ผู้ใหญ่ ทำบุญตักบาตร สรงน้ำพระวันสงกรานต์ ใครที่อยู่ห่างไกลครอบครัว ก็จะเดินทางกลับภูมิลำเนาเพื่อฉลองวันปีใหม่ไทย รวมถึงกล่าวคำอวยให้แก่กัน

สภาพปัจจุบัน จัดขึ้นระหว่างวันที่ 12-14 เมษายน

อุปสรรคและปัญหา มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้สถานที่มีความแออัด และชอบมีปัญหากลุ่มวัยรุ่นทะเลาะวิวาทกัน อาจทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มโดนลูกหลงได้ นักท่องเที่ยวผู้หญิงมักถูกลวนลาม และมักชอบมีบุคคลฉวยโอกาสขโมยของ และพ่อค้าแม่ค้าเอาเปรียบนักท่องเที่ยวโดยการขึ้นราคาของ ทำให้ของแพงกว่าปกติ นอกจากนี้ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่และหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดูแล ตรวจสอบตรา อย่างเข้มงวด มีการจัดระเบียบคนในพื้นที่ไม่ให้แออัดมากเกินไป และมีการจัดเตรียมรถพยาบาล รถตำรวจ หน่วยรักษาความปลอดภัยเพื่อในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

โอกาสและแนวทางการพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยวสำหรับจัดงานเทศกาลสงกรานต์ สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเป็นจำนวนมาก ทำให้วันสงกรานต์ของไทยมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก

2.3.2 ประเพณีลอยกระทง



ภาพ 42 ประเพณีลอยกระทง

ที่มา: ทราเวลเอ็มไทย, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง นิยมจัดตามสถานที่ต่างๆที่มีแม่น้ำ ลำคลอง

ประวัติความเป็นมา วันลอยกระทงตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี ตามปฏิทินจันทรคติไทย หรือตรงกับเดือนยี่ตามปฏิทินจันทรคติล้านนา และราวเดือนพฤศจิกายนตามปฏิทินสุริยคติ ด้วยความที่เป็นวันพระจันทร์เต็มดวงทำให้บรรยากาศของเทศกาลมีความงดงามอย่างมาก และมีหลักฐานว่า มีการจัดงานลอยกระทงกันขึ้นในหลายๆ พื้นที่ในแถบเอเชีย ไม่ว่าจะเป็น อินเดีย เมียนมา หรือกระทั่ง ประเทศจีน ประเพณีลอยกระทงนั้น ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าเริ่มตั้งแต่เมื่อไหร่ รู้เพียงว่าเป็นประเพณีโบราณของอินเดียที่ประเทศไทยรับเข้ามาโดยปฏิบัติสืบต่อกันมายาวนานตั้งแต่สมัยสุโขทัย โดยในรัชสมัยพ่อขุนรามคำแหง เรียกประเพณีลอยกระทงนี้ว่า พิธีจองเปรียง หรือ การลอยพระประทีป ซึ่งแต่ก่อนนั้น พิธีลอยกระทงจะเป็นการลอยโคม จัดขึ้นเพื่อบูชาเทพเจ้า 3 องค์ คือ พระอิศวร พระนารายณ์ และ พระพรหม ต่อมาได้นำพระพุทธศาสนาเข้าไปเกี่ยวข้อง จึงให้มีการชักโคม เพื่อบูชาพระบรมสารีริกธาตุ และลอยโคมเพื่อบูชารอยพระบาทของพระพุทธเจ้า

ความสำคัญและลักษณะเด่น วันลอยกระทง ถือว่าเป็นวันสำคัญอีกวันหนึ่งของชาวไทยพุทธ ตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ประเพณีลอยกระทง นี้กำหนดขึ้น เพื่อเป็นการสะเดาะเคราะห์ และ ขอขมาต่อพระแม่คงคา บางหลักฐานเชื่อว่าเป็นการบูชารอยพระพุทธรูปที่ริมฝั่งแม่น้ำนัมมทานที และบางหลักฐานก็ว่าเป็นการบูชาพระอุปคุตอรหันต์หรือพระมหาสาวก สำหรับประเทศไทยประเพณีลอยกระทงได้กำหนดจัดในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริเวณที่ติดกับแม่น้ำ ลำคลอง หรือ แหล่งน้ำต่างๆ ซึ่งแต่ละพื้นที่ก็จะมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจแตกต่างกันไป

ความเป็นมาและความเชื่อ การลอยกระทงเป็นความเชื่อของชาวพุทธ เป็นการแสดงความสำนึกบุญคุณของแม่น้ำที่ได้ให้อาศัยดื่มกิน อีกทั้งขอขมาพระแม่คงคาที่ทำให้แหล่งน้ำต่างๆ ไม่สะอาด เพื่อเป็นการสักการะรอยพระพุทธรูปที่ริมฝั่งแม่น้ำ ลอยกระทงเพื่อเป็นการสะเดาะเคราะห์ โดยอาศัยความเชื่อในการลอยความทุกข์ ความโศก โรคภัยไข้เจ็บและสิ่งไม่ดีๆ ต่างให้ไปกับแม่น้ำ ลอยกระทง เพื่อบูชาพระอุปคุตที่ชาวไทยภาคเหนือเคารพ ซึ่งบำเพ็ญบริกรรมคาถาอยู่ในส่วนลึกของท้องทะเลหรือสระตือทะเล ลอยกระทงเพื่อรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีที่เก่าแก่ของไทยแต่โบราณ อีกทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการนัดพบปะสังสรรค์กันในหมู่ครอบครัว ให้ได้อยู่ร่วมกันในวันลอยกระทงและเพื่อส่งเสริมฝีมืองานอาชีพ อีกทั้งส่งเสริมให้แสดงความคิดสร้างสรรค์ในการแข่งขันทำกระทง การประกวดนางนพมาศ เป็นประจำทุกปีที่ต้องมีในวันลอยกระทง

กิจกรรมในวันลอยกระทง นำกระทงไปลอยตามแม่น้ำลำคลอง หรือตามแหล่งน้ำที่มีการจัดพิธีให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในวันลอยกระทง เช่น การประกวดกระทง ประกวด

นางนพมาศ การละเล่นพื้นเมือง เช่น รำวงเพลงเรือเพื่อสืบสานวัฒนธรรมไทย มีการจัดนิทรรศการหรือพิพิธภัณฑ์ เพื่อเผยแพร่และอนุรักษ์ประเพณีไทยและจัดจรรจงให้มีการใช้วัสดุจากธรรมชาติมาทำกระทง เพื่อไม่ให้เกิดมลภาวะแก่แม่น้ำลำคลอง

สภาพปัจจุบัน ประเพณีลอยกระทงมักจัดขึ้นตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 ตามปฏิทินจันทรคติไทยซึ่งเป็นวันพระจันทร์เต็มดวง

อุปสรรคและปัญหา ชาวไทยบางกลุ่มที่มองว่าประเพณีลอยกระทงเป็นงานสร้างขยะ เป็นการทิ้งขยะลงในแม่น้ำ ทำลายระบบนิเวศทางธรรมชาติ เพราะวัสดุในการทำกระทงนั้นมีการย่อยสลายยาก ก่อให้เกิดมลพิษทางน้ำ เช่น กระทงกล้วยใบตอง กีดขวางทางเดินน้ำและการระบายน้ำ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาน้ำท่วมได้โดยเฉพาะในฤดูกาลลอยกระทงและถ้าหากกำจัดช้าจะเกิดการเน่าเสีย กระทงขนมปังหากปลากินไม่หมดหรือในคลองน้ำไม่มีปลาก็ทำให้น้ำเน่าเสียและทำให้ปลาตายได้ในที่สุด กระทงไม่สามารถย่อยสลายได้ นอกจากนี้โฟมก็อาจแตกเป็นชิ้นเล็ก ๆ และเข้าสู่วงจรชีวิตของสัตว์น้ำ ทำให้สัตว์น้ำป่วยและเสียชีวิต รวมทั้งเมื่อคนนำสัตว์เหล่านั้นมากิน สารพิษจากโฟมก็จะเข้าสู่ร่างกายคนและเป็นอันตรายต่อคนอื่นอีก กระทงน้ำแข็ง เหมือนจะดีที่สุดในแง่ที่มีผลเสียตรงที่อาจจะทำให้อุณหภูมิน้ำเปลี่ยนแปลงได้ หากในปริมาณกระทงน้ำแข็งในปริมาณที่เยอะมาก อีกหนึ่งปัญหา คือ การลอยโคมลอย ที่บางคนมองว่าเป็นการสร้างปัญหามากกว่าประโยชน์ เพราะโคมลอยอาจลอยไปติดกับสิ่งที่ไวไฟได้ง่ายทำให้เกิดไฟไหม้ได้ หรืออาจลอยลงแม่น้ำก็เป็นการสร้างมลพิษทางแม่น้ำ

โอกาสและแนวทางการพัฒนา หากมีผู้ที่ต้องการลอยกระทง เพราะมองว่าการลอยกระทงเป็นสืบสานประเพณีไทย และเป็นการขอมาเจ้าแม่คงคา ก็ควรที่จะต้องเลือกกระทงที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย หรืออาจจะลอยกระทงออนไลน์แทนก็ย่อมได้ และหน่วยงานภาครัฐควรหันมาให้ความสนใจในเรื่องนี้มากขึ้น และส่งเสริมให้ประชาชนใช้กระทงที่ย่อยสลายได้ง่าย ไม่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำและช่วยกันรักษาความสะอาด อีกทั้งเทศกาลลอยกระทงสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเป็นจำนวนมาก ทำให้วันสงกรานต์ของไทยมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก

2.3.3 ประเพณีเทศกาลถือศีลอรอมฎอน



ภาพ 43 ประเพณีเทศกาลถือศีลอรอมฎอน

ที่มา: กูเกิล, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง เทศกาลถือศีลอดก็จะมีขึ้นในเช้าวันรุ่งขึ้น โดยในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้มีสถานที่ดูดวงจันทร์บริเวณศาลาดูดวงจันทร์ เขาปาเร๊ะ ตำบลยะหา อำเภอยะหา จังหวัดยะลา เพื่อกำหนดวันแรกของการถือศีลอดในเดือนรอมฎอน

ประวัติความเป็นมา มุสลิมถือว่าคัมภีร์ทั้งหมดถูกประทานในเดือนเราะมะฎอน ศาสนามุฮัมมัดกล่าวว่าท่านได้รับโองการแรกของอัลกุรอานในคืนลัยละตุลก็อดร์ ซึ่งเป็นหนึ่งในห้าคืนที่อยู่ในช่วงสิบวันสุดท้ายของเดือนเราะมะฎอน ถึงแม้ว่ามุสลิมถูกสั่งให้ถือศีลอดในปีที่ 2 ของ ฮิจเราะฮ์ (ค.ศ. 624) พวกเขาเชื่อว่าการฝึกถือศีลอดไม่ได้เป็นนวัตกรรมของเอกเทวนิยม แต่อาจเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับผู้ศรัทธาเพื่อตักวา (ความกลัวต่อพระเจ้า) [อัลกุรอาน 2:183]

ความสำคัญและลักษณะเด่น การถือศีลอดในเดือนรอมฎอนนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ถือศีลอดได้สัมผัสและรับรู้ถึงความทุกข์ยากลำบาก ได้เรียนรู้ถึงอุปสรรคต่างๆ ของการดำเนินชีวิต และเมื่อได้สัมผัส ได้รับรู้ถึงความทุกข์ยากแล้ว การถือศีลอดจึงส่งผลสืบเนื่องให้ผู้ถือศีลนั้นรู้จักอดกลั้นอดทนต่อความทุกข์ยากต่างๆ ด้วยความพากเพียรและสติปัญญา กล่าวคือ ฝึกฝนจิตใจของชาวมุสลิมทุกคนให้เป็นผู้มีสติ หนักแน่น มีจิตใจอดทนอดกลั้นทั้งต่อความหิวโหย ต่อความโกรธ ความปรารถนาแห่งอารมณ์ และสิ่งยั่วยวนนานับประการ ซึ่งผลที่ได้จากความเพียร คือ การพัฒนาตนเองไปในทางที่ดี มีความใฝ่สูงด้านจิตใจอยู่ตลอดเวลา จิตสงบ ไม่ฟุ้งซ่าน และพร้อมที่จะเผชิญและฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ นานา มุ่งสู่ความสำเร็จ การถือศีลอดในเดือนรอมฎอนของชาวมุสลิมจึงมีคุณประโยชน์อย่างยิ่ง

ต่อการดำเนินชีวิต ต่อหน้าที่การงาน และกิจวัตรประจำวันของชาวมุสลิม นอกเหนือไปจาก ความยำเกรง และศรัทธาอย่างแรงกล้าที่จะได้ใกล้ชิดพระผู้เป็นเจ้า

กิจกรรมในเทศกาลถือศีลอดรอมฎอน โดยการปฏิบัติตนเพื่อละเว้นจากการกระทำ ผิดนี้ เริ่มตั้งแต่รุ่งอรุณจนกระทั่งดวงอาทิตย์ตกดิน และแสดงให้เห็นว่าการถือศีลอดนั้นไม่ได้ จำกัดเพียงเฉพาะการอดอาหารดังที่เข้าใจกันโดยทั่วไปเท่านั้น หากยังรวมถึงการระมัดระวังตน มิให้ประพฤติดิในเรื่องอื่นๆด้วย ดังนั้น แก่นสาระของการถือศีลอดในเดือนรอมฎอน จึงมี จุดประสงค์ เพื่อให้อิสลามิกชนได้ตระหนักรู้ถึงความยากลำบาก ได้เรียนรู้อุปสรรคต่างๆ ใน การดำเนินชีวิต การถือศีลอดจึงเป็นการปฏิบัติศาสนกิจเพื่อให้รู้จักอดทนอดกลั้นต่อความทุกข์ ยากต่างๆ ด้วยความเพียรและสติปัญญา การถือศีลอดจึงเป็นการขัดเกลาจิตใจให้อิสลามิกชน เป็นผู้มีความอดทน อดทนต่อความหิวโหย อดทนต่อความโกรธ ไม่ปล่อยจิตใจไหลไปตามสิ่ง เย้ายวนอารมณ์

สภาพปัจจุบัน ตั้งแต่ดวงอาทิตย์ขึ้นจนถึงดวงอาทิตย์ตกตลอดทั้งเดือนรอมฎอน ของทุกปีซึ่งอาจจะมียะยะเวลา 29 หรือ 30 วัน โดยมีเจตนาว่าทำเพื่ออัลลอฮ์

อุปสรรคและปัญหา ผู้คนในบางศาสนาได้ถือเอาการถือศีลอดเป็นเครื่องมือทรมาน ร่างกายเพื่อความหลุดพ้นทางด้านจิตวิญญาณ ความเข้าใจผิดเช่นนี้ ปัจจุบันยังคงเห็นได้ในหมู่ พวกโยคีในอินเดียที่อดอาหารจนร่างกายซูบผอม

โอกาสและแนวทางการพัฒนา การถือศีลอดเป็นการฝึกจิตใจให้มีสมาธิแน่วแน่ ใน สิ่งที่ตัวเองยืนหยัดศรัทธา ประสบการณ์ของบุคคลสำคัญๆบางคนในโลกยืนยันถึงความจริง ในเรื่องนี้ได้เป็นอย่างดี

2.3.4 ประเพณีวันตรุษอีดิลฟิฏร์



ภาพ 44 ประเพณีวันตรุษอีดิลฟิฏร์

ที่มา: พีพีทีวี เอชดีสามสิบหก, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง การประกอบศาสนกิจมีหลักการว่าพระราชพิธีตรุษอีดิลฟิฏร์จะประกอบในประเทศมาเลเซีย บรูไน ซาอุดีอาระเบีย กาตาร์ โอมาน และประเทศอื่นๆที่มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก

ประวัติความเป็นมา เมื่อเสร็จสิ้นการถือศีลอดในเดือนรอมฎอนแล้ว จะมีการเฉลิมฉลองกันในวันที่ 1 ของเดือนเซาวาล เรียกว่า วันตรุษอีดิลฟิฏร์หรือวันออกบวช หรือวันอีดีเล็ก ส่วนใน ๓ จังหวัดภาคใต้ของไทย นิยมเรียกว่าวันฮารีรายอ เทียบเท่าวันออกพรรษาของชาวไทยพุทธนั่นเอง ซึ่งเป็นวันที่กลับมาสู่การเว้นจากการถือศีลอด นั่นคือ การกลับมาสู่สภาพเดิม มุสลิมทุกคนจะฉลองกันอย่างสนุกสนานหลังจากที่ถือศีลอดมานาน 1 เดือนเต็ม พิธีการทางศาสนาที่สำคัญในวันตรุษอีดิลฟิฏร์คือ การละหมาดวันอีดี ซึ่งเป็นการละหมาดในช่วงเช้า เพื่อขอพรให้พระองค์อัลลอฮ์ประทานความจำเริญแก่ชีวิต พร้อมทั้งขอภัยโทษในความผิดบาปต่าง ๆ

ทั้งนี้มุสลิมส่วนใหญ่มักจะนิยมเดินทางกลับภูมิลำเนาของตนเองเพื่อเฉลิมฉลองวันตรุษอีดิลฟิฏร์ร่วมกับครอบครัวและญาติพี่น้อง เพื่อขอขมาลาโทษซึ่งกันและกันและแต่งกายด้วยเสื้อผ้าชุดใหม่หรือที่สะอาดสวยงาม วันตรุษอีดิลฟิฏร์จึงถือเป็นวันรวมญาติครั้งยิ่งใหญ่ของพี่น้องมุสลิม โดยหลังจากละหมาดอีดีในช่วงเช้าแล้ว จะมีการเลี้ยงอาหารเพื่อสังสรรค์กันในครอบครัวหรือเลี้ยงอาหารแก่บุคคลทั่วไป รวมทั้งมอบของขวัญ ของกำนัล แก่กันด้วย ทั้งในรูปแบบของขนม สิ่งของต่างๆและเงิน เช่นเดียวกับอั่งเปาของชาวจีน นอกจากนี้ก็ยังนิยมเดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือไปเยี่ยมญาติ

ตามต่างจังหวัด เพื่อแสดงความรักความห่วงใยที่มีต่อกัน และกระชับสายสัมพันธ์ระหว่างกัน ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น บางประเทศได้ประกาศให้วันตรุษอีดิลฟิตรีเป็นวันหยุดราชการพร้อมกันทั้งประเทศ แต่สำหรับประเทศไทยซึ่งมีผู้นับถือศาสนาอิสลามกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศไทยได้ประกาศให้วันอีดเป็นวันหยุดราชการเฉพาะ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ได้แก่ จังหวัดสตูล จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส เท่านั้น

ความสำคัญและลักษณะเด่น วันตรุษอีดิหรือวันอีด เป็นวันเฉลิมฉลองในศาสนาอิสลาม ภาษามลายูปัตตานีเรียกวันนี้ว่า ฮารีรายอ หรือ ฮารีรายา (Hari Raya) ภาษามลายูกลาง แปลว่า วันใหญ่หรือวันอีด ในอินโดนีเซียเรียกว่าฮารีเลอบาราน โดยในรอบ 1 ปีจะมีวันฮารีรายอ 2 ครั้ง คือ อีดุลฟิฏริ หรือ อีดิลฟิตรี ตรงกับวันขึ้น 1 ค่ำ เดือนเซาวาล ซึ่งเป็นเดือน 10 ตามปฏิทินอิสลาม เป็นวันออกบวชและอีดุลอัฎฮา หรือ อีดิลอัฎฮา ตรงกับวันที่ 10 เดือนซุลฮิจญะ หรือตรงกับเดือน 12 ของปฏิทินอิสลาม ซึ่งเป็นการฉลองวันออกฮัจญ์

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

พิธีกรรมในวันตรุษอีดิลฟิฏริ มีดังนี้

1. การปฏิบัติตนในตอนเช้าของวันตรุษอีดิลฟิฏริ โดยชาวมุสลิมจะตื่นนอนแต่เช้าตรู โดยเฉพาะผู้หญิงจะเป็นผู้ตกแต่งบ้านเรือนให้สะอาดสวยงามเป็นพิเศษ จัดเตรียมอาหารขนมต่างๆ ไว้ต้อนรับเพื่อนญาติพี่น้อง และแขกที่มาเยี่ยมเยียน ทุกคนต้องปฏิบัติบริจาคซะกาตฟิตเราะห์ก่อนที่จะไปละหมาดในวันตรุษอีดิลฟิฏริ สิ่งของที่ใช้ในการบริจาคจะใช้สิ่งของที่บริโภคเป็นอาหารหลักในประเทศไทยนิยมบริจาคข้าวสารเป็นหลัก

2. การอาบน้ำในวันตรุษอีดิลฟิฏริ เมื่อปฏิบัติภารกิจเสร็จ จะอาบน้ำชำระร่างกายให้สะอาด เรียกว่าอาบน้ำสุนัต กำหนดเวลาอาบน้ำตั้งแต่เที่ยงคืนเริ่มต้นวันตรุษอีดิลฟิฏริ จนถึงพระอาทิตย์ตก แต่เวลาที่ดียิ่งที่สุดและเป็นที่ยอมรับอาบน้ำสุนัต คือเมื่อแสงอรุณขึ้นขอบฟ้าในวันตรุษอีดิลฟิฏริ ในขณะที่อาบน้ำสุนัตทุกคนจะต้องกล่าวดุอาร์เป็นการขอพร

3. การประกอบพิธีกรรม ชาวมุสลิมจะเดินทางไปประกอบพิธีกรรมที่มัสยิดในวันตรุษอีดิลฟิฏริ โดยจะไปมัสยิดเวลาประมาณ 8.30 น. การปฏิบัติตนเมื่อเดินทางถึงมัสยิดทุกคนจะอาบน้ำละหมาด จากนั้นจึงเข้าไปในมัสยิดและทำการละหมาดเคราหมัสยิด มีการแบ่งแยกหญิงชาย โดยใช้ม่านหรือฉากกั้นกลาง เสร็จแล้วจัดแถวนั่งรอฟังอิหม่ามซึ่งเป็นผู้ดำเนินการทำพิธีละหมาด

4. การปฏิบัติตนเมื่อละหมาดเสร็จ หลังจากละหมาดเสร็จแล้ว มุสลิมทุกคนจะนั่งฟังอิหม่ามกล่าวคุฏบะฮ์ (คำอบรม) เพื่อแนะแนวทางชีวิตด้านความศรัทธาที่กระตุ้นเตือนให้ปฏิบัติ

แต่ความดีละเว้นความชั่ว และปฏิบัติตามแนวทางของอิสลาม เพื่อให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ขณะนั่งฟังนั้นทุกคนจะอยู่ในความสำรวม สงบนิ่ง ตั้งใจฟัง ไม่พูดจาใดๆทั้งสิ้น และเมื่ออิหม่ามอ่านคุฏบะฮ์จบแล้ว อิหม่ามจะขอพรจากอัลลอฮ์เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง และบรรดามุสลิมที่มาร่วมประกอบพิธีกรรม และอีกสิ่งหนึ่งที่จะขาดไม่ได้ในเทศกาลแห่งความสุขหลังเดือนรอมฎอนก็คือ คำอวยพร

สภาพปัจจุบัน ในรอบ 1 ปีจะมีวันฮารีรายอ 2 ครั้ง คือตรงกับวันขึ้น 1 ค่ำ เดือนเซาวาล ซึ่งเป็นเดือน 10 ตามปฏิทินอิสลาม เป็นวันออกบวชและตรงกับวันที่ 10 เดือนชุลฮิจญะ หรือตรงกับเดือน 12 ของปฏิทินอิสลามซึ่งเป็นการฉลองวันออกฮัจญ์

อุปสรรคและปัญหา เศรษฐกิจในปัจจุบันที่ผันผวนอยู่ตลอดเวลาทำให้ บรรดาผู้ใหญ่ ไม่มีกำลังในการจ่ายแจก ยิ่งเพิ่มบรรยากาศของงานให้กร่อยลงไป

โอกาสและแนวทางพัฒนา เทศกาลฮารีรายอนี้ก็ยังคงเป็นวันสำคัญทางศาสนา ที่จะสร้างความสุขให้กับชาวมุสลิมและจะยืนยงต่อไปไม่มีวันดับ

2.3.5 ประเพณีกวนข้าวอาซุร



ภาพ 45 ประเพณีกวนข้าวอาซุร

ที่มา: กระทรวงวัฒนธรรม, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง การกวนข้าวอาซุร (ขนมอาซุร) เป็นประเพณีท้องถิ่นของชาวไทยมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ คำว่าอาซุร เป็นภาษาอาหรับ หมายถึงวันที่ 10 ของเดือนมุฮรอม อันเป็นเดือนแรกของปฏิทินอาหรับ ซึ่งเป็นเดือนทางคักราฮอิสลาม

ประวัติความเป็นมา การกวนข้าวอาซุร หรือการกวนขนมอาซุรสืบเนื่องมาแต่สมัยนบีมุฮัมมัด (ส) สมัยนั้นเกิดภาวะน้ำท่วมใหญ่ยังความเสียหายให้แก่ทรัพย์สินไร่นาของ

ประชาชนทั่วไป บรรดาสาวกของนบีนุส(อล) และคนทั่วไปขาดอาหาร นบีนุส(อล) จึงประกาศให้ผู้ที่มิสิ่งของเหลือพอจะรับประทานได้ ให้เอามากองรวมกัน เนื่องจากต่างคนต่างมีกันคนละอย่างไม่เหมือนกัน นบีนุส(อล)ให้เอาของเหล่านั้นมากรวณเข้าด้วยกัน ในที่สุดสาวกของท่านก็ได้รับประทานอาหารทั่วกันและเหมือนกัน ในสมัยนบีมุฮัมมัด(ศ็อลฯ) เหตุการณ์ทำนองเดียวกันนี้เกิดขึ้นอีก ขณะที่กองทหารของท่านกลับจากการรบที่บาศร์ ปรากฏว่าทหารมีอาหารไม่พอกิน ท่านสมัยนบีมุฮัมมัด(ศ็อลฯ) จึงใช้วิธีการของนบีนุส(อล) โดยให้ทุกคนเอาข้าวของที่รับประทานได้มากองเข้าด้วยกันแล้วแบ่งกันรับประทานในหมู่ทหารทั้งปวง ประเพณีดังกล่าวจึงสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

คำว่า อาซุรือเป็นภาษาอาหรับ หมายถึงวันที่ ๑๐ ของเดือนมุฮัรรอหม อันเป็นเดือนแรกของปฏิทินอาหรับ ซึ่งเป็นเดือนทางศักราชอิสลาม มีรากศัพท์มาจากภาษาอาหรับ แปลว่า การผสมหรือรวมกัน หมายถึง คือการนำสิ่งของที่รับประทานได้หลายสิ่งหลายอย่างมารวมกัน มีทั้งชนิดดาวและชนิดหวาน การกรวนอาซุรือมิได้เป็นพิธีกรรมหรือศาสนกิจที่บังคับให้ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามต้องปฏิบัติ แต่เป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติเพื่อรำลึกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต การกรวนข้าวอาซุรือจะใช้คนในหมู่บ้านมาช่วยกันคนละไม้คนละมือ เพื่อความสามัคคีและสร้างความพร้อมเพรียงเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน อันมีผลต่อการอยู่ร่วมกันของสังคมอย่างมีความสุข ก่อนจะแจกจ่ายให้คนทั่วไปรับประทานกัน

ความสำคัญและลักษณะเด่น การกรวนอาซุรือ หรือประเพณีทำบุญอาซุรือจะจัดให้มีในวันที่ 9-10 ของเดือนมุฮัรรอหม(เป็นเดือนที่ ๑ ตามปฏิทินอิสลาม) จะนิยมให้มีขึ้นในฤดูกาลที่ว่างเว้นจากการทำนา ทำไร่ เป็นวันทำบุญร่วมกันทั้งหมู่บ้าน โดยจะไปทำกันที่มัสยิดเป็นกิจกรรมที่ทำขึ้นเพื่อแสดงออกถึงความศรัทธาของมุสลิมที่มีต่อพระเจ้า ปรงอาหารที่มีของสดและของแห้งมารวมกัน อาจเป็นพวกเผือก มัน ฟักทอง ถั่วฝักยาว หรือข้าวโพดก็ได้ สิ่งสำคัญคือต้องเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เมื่อปรงเสร็จแล้วจึงนำมาแจกจ่ายให้ทุกคนรับประทาน ประเพณีนี้ได้ให้คุณค่าทางด้านการระลึกถึงคุณงามความดีของท่านนบีนุส คุณค่าทางด้านความสามัคคี และคุณค่าทางด้านการรักษาประเพณีอันดีงามทางศาสนาเอาไว้

กิจกรรม การกรวนข้าวอาซุรือ เริ่มด้วยการที่เจ้าภาพประกาศเชิญชวนนัดหมายให้ชาวบ้านทราบว่าจะมีการกรวนข้าวอาซุรือกันที่ไหน เมื่อใด เมื่อถึงกำหนดนัดหมาย ชาวบ้านก็จะนำอาหารดิบ เช่น เผือกมัน ฟักทอง มะละกอ ถั่วฝักยาว ข้าวสาร ถั่ว เป็นต้น มารวมเข้าด้วยกันแล้วปอกหั่น ตัดให้เป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อย จากนั้นนำเครื่องปรุง เช่น ข้าว ตะไคร้ หอม กระเทียม ผักชี ยี่หระ เกลือ น้ำตาล กะทิ เป็นต้น มาเป็นเครื่องผสม โดยหั่นตัดให้เป็นชิ้นเล็กๆ เช่นเดียวกัน สำหรับกะทิจะคั้นเฉพาะนำมาผสม ก่อนจะแจกจ่ายอาซุรือให้รับประทานกัน

มีพิธีกรรมเชิญบุคคลที่นับถือของชุมชน เช่น อิหม่าม โต๊ะครูหรือบุคคลที่ได้ศึกษาด้านศาสนา ขั้นสูงสุดของชุมชน ขึ้นมากล่าวขอพร(ดูอา) แล้วจึงแจกจ่ายให้คนทั่วไปรับประทานกัน

สภาพปัจจุบัน ช่วงเดือนพฤศจิกายนของทุกปี หรือตรงกับวันที่ 10 ของเดือนมุฮัรรอม

อุปสรรคและปัญหา ประเพณีกวนข้าวอาชูรอกำลังถูกมองข้ามจากเด็กมุสลิมสมัยใหม่

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น ที่แฝงไปด้วยอัตลักษณ์แห่งความสามัคคีในหมู่ประชาชาติมุสลิมยังเป็นกลไกที่จะคงค่าแห่งความดีงามบนรางธารแห่งศาสนา ที่จักถูกยึดโยงสืบสานยังรุ่นหลังต่อไป

2.3.6 พิธีละหมาด



ภาพ 46 พิธีละหมาด

ที่มา: สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ทุกมัสยิดในกรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา การละหมาด เป็นการปฏิบัติศาสนกิจอย่างหนึ่งในศาสนาอิสลาม เพื่อเป็นการภักดีต่ออัลลอฮ์ มุสลิมทุกคนจะต้องละหมาด วันละ 5 เวลา เรียกว่า ละหมาดฟัรฎู ละหมาด หมายถึง การขอพร ความหมายทางศาสนา หมายถึง การกล่าวและการกระทำ ซึ่งเริ่มต้นด้วยดักบิร และจบลงด้วยสลาม การละหมาดเป็นการสร้างเอกภาพอย่างหนึ่งของมุสลิม เมื่อละหมาดมุสลิมทั่วโลก หันหน้าไปทางกิบละฮ์ เพื่อเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์ การละหมาดฝึกฝนให้เป็นคนตรงต่อเวลา มีความอดทน และขัดเกลาคิดใจ ให้บริสุทธิ์ผ่องแผ้ว ไม่ประพฤติ

สิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางชั่วร้าย ดังอัลกุรอ่านระบุไว้ ความว่า "และจงละหมาด แท้จริงการละหมาดจะยับยั้งความลามกอนาจารและสิ่งต้องห้าม"

ความสำคัญและลักษณะเด่น ละหมาดหรือนมาซ คือการนมัสการพระเจ้า อันเป็นศาสนกิจอย่างหนึ่งในศาสนาอิสลาม เพื่อแสดงถึงความเคารพสักการะ ความขอบคุณ และความภักดีต่ออัลลอฮ์ โดยทั่วไปการละหมาดคือการขอพร ส่วนทางศาสนาหมายถึงการกล่าวและการกระทำ การละหมาดจะกระทำ 5 เวลา ได้แก่ ยามรุ่งอรุณ (ซุบฮิ), ยามบ่ายช่วงตะวันตกล้อย (ดุฮรี), ยามเย็น (อัสริ), ยามอาทิตย์ตกดิน (มักริบ) และยามค่ำคืน (อิชาอ์) ซึ่งการละหมาดทุกครั้งจะต้องหันหน้าไปทางทิศกิบลัตในเมืองมักกะฮ์ ชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลามทุกคนต้องปฏิบัติศาสนกิจอย่างเคร่งครัดเพราะ การละหมาดเป็นศาสนกิจเพื่อเข้าเฝ้าต่อเบื้องพระพักตร์ของพระผู้เป็นเจ้าอัลลอฮ์ (ซุบฮาย) ด้วยความสงบ สำรวม จึงเป็นหน้าที่ของมุสลิมทุกคนที่จะต้องปฏิบัติเป็นกิจวัตรประจำวันวันละ 5 เวลาตลอดไป

กิจกรรม ในการละหมาดนั้นจะเริ่มปฏิบัติตั้งแต่อายุ 7 ขวบ การละหมาดฟัรฎูทั้ง 5 เวลาคือ ซุบฮิ ดุฮรี อัสริ มักริบ และอิชา ซึ่งมีจำนวนรอกาอัตที่แตกต่างกันคือ 2, 4, 4, 3 และ 4 รอกาอัต ในรอกาอัตหนึ่งประกอบด้วยท่ายืน ท่าก้มโค้ง (รูกู) ท่าก้มกราบ(สุญูด) และทำนั่งด้วยความสงบสำรวม การก้มกราบ(สุญูด) มุสลิมจะก้มกราบได้เฉพาะกับพระเจ้าอัลลอฮ์ (ซุบฮาย) องค์เดียวเท่านั้น เวลาละหมาดให้หันหน้าไปทางกิบละฮ์ ซึ่งกิบละฮ์ของไทยอยู่ทางทิศตะวันตก สำหรับการละหมาดละหมาดวันศุกร์เป็นละหมาดฟัรฎู จำเป็นหรือบังคับสำหรับผู้ชายที่จะต้องไปละหมาดรวมกันโดยมีอิหม่ามเป็นผู้นำละหมาด หลังจากการกล่าวคุฏบะฮ์ (คำอบรมของอิหม่าม) สถานที่ควรเป็นมัสยิด หากบริเวณนั้นไม่มีมัสยิดก็ให้รวมกันเพื่อการละหมาดในสถานที่ที่สะอาด โดยให้มีผู้ทำหน้าที่มูอ์ซซินกล่าวคุฏบะฮ์และนำละหมาด

สภาพปัจจุบัน ละหมาดภาคบังคับวันละ 5 เวลา (การละเว้นละหมาดชนิดนี้เป็นบาป) ประกอบด้วย ย่ำรุ่ง (ซุบฮิ) ประมาณ 5.00 – 6.00 น. บ่าย (ซุหรี) ประมาณ 12.30 – 15.30 เย็น (อัสริ) ประมาณ 15.30 – 17.30 น. พลบค่ำ (มักริบ) ประมาณ 18.30 – 19.30 น. กลางคืน (อิชาอ์) ก่อนนอน ประมาณ 19.00 เป็นต้นไป ละหมาดวันศุกร์ (ญุมอะฮ์) เป็นการละหมาดร่วมกันในเวลาบ่าย ก่อนละหมาดจะมีเทศนา (คุฏบะฮ์) เป็นข้อบังคับเฉพาะผู้ชาย

อุปสรรคและปัญหา การละหมาดภาคบังคับและการละหมาดวันศุกร์ อาจเป็นอุปสรรคสำหรับการใช้ชีวิตประจำวันที่ต้องทำงานทุกวันและที่ทำงานไม่มีสถานที่ให้ละหมาด

โอกาสและแนวทางพัฒนา การละหมาดที่ดีและจริงจังในระดับโรงเรียน ครูต้องสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการละหมาด เพื่อให้นักเรียนจะเกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับการละหมาดอย่างแท้จริงและลึกซึ้ง ทำให้นักเรียน

ปฏิบัติการละหมาดอย่างเข้าถึงการละหมาดอย่างเที่ยงแท้ มีความใกล้ชิดต่อพระเจ้า เข้าถึงพระเจ้า รู้สึกกำลังสนทนา ขอพร เข้าเฝ้าพระเจ้าอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างบุคลิกภาพที่เปี่ยมด้วยคุณธรรม จริยธรรมทั้งดงาน สร้างบรรยากาศที่ดีในห้องเรียน มีความสุขกับการเรียนรู้ ตลอดจนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความซื่อสัตย์ในหน้าที่การงานต่อไป

2.3.7 เทศกาลอาหารฮาลาล



ภาพ 47 เทศกาลอาหารฮาลาล

ที่มา: ศูนย์ข่าวท้องถิ่นภาคใต้, 2560, สื่อดออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ที่ลานน้ำพุ ห้างสรรพสินค้าซีคอนสแควร์ ชั้น1 ศูนย์สรรพสินค้าซีคอนสแควร์ ถนนศรีนครินทร์

ประวัติความเป็นมา สำหรับการจัดงานแสดงสินค้าและการประชุมสัมมนานานาชาติ ด้านฮาลาล หรือ World HAPEX ในครั้งนี้ ถือเป็นครั้งที่ 10 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความสามารถและสร้างโอกาสให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการฮาลาลไทยสู่ตลาดฮาลาลโลก รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนงานด้านวิชาการฮาลาลให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการเชิงสุขภาพ ด้านสินค้าและบริการฮาลาลในยุค COVID-19

ความสำคัญและลักษณะเด่น อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสมปรุง ประกอบ หรือแปรรูปตามศาสนบัญญัติ ซึ่งเป็นการรับประกันว่าชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหารหรืออุปโภคสินค้าและบริการต่างๆได้โดยสนิทใจ ตามหลักศาสนาอิสลาม เพราะคำว่าฮาลาล แปลว่าอนุมัติ ซึ่งหมายความว่าอนุมัติให้ดื่ม อนุมัติให้ทำ อนุมัติให้รับประทาน ที่กินความกว้างไกลกว่าแค่เรื่องอาหาร แต่หมายรวมถึงวิถีชีวิตของชาวมุสลิม ใน

แห่งของอาหาร ฮาลาลมีความหมายตรงข้ามคำกับว่าสารอัมที่แปลว่าต้องห้ามหรือไม่อนุมัติ อาหารฮาลอัมก็หมายความว่า เป็นอาหารที่ห้ามบริโภคตามหลักศาสนาอิสลาม

กิจกรรมและบริการของนักท่องเที่ยวนอก ภายในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ ปาฐกถาพิเศษเรื่องฮาลาลเพื่อสุขภาพหลังวิกฤตโควิด-19 โดย ดร.ชอฟวาน มุฮัมหมัด ริฎอ อาลี อูฏอยบาต มุฟตี และผู้อำนวยการฝ่ายตรวจสอบและรับรองด้านฮาลาลของสำนักงานกฤษฎีกาอิสลาม ประเทศจอร์แดน การเสวนาทางวิชาการจากวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่อเสียงด้านฮาลาลทั้งในและต่างประเทศ การประชุมองค์การความร่วมมือด้านฮาลาลระดับนานาชาติ ในส่วนภาคภาษาอังกฤษเสวนาในหัวข้อเรื่อง ฮาลาลเพื่อสุขภาพหลังวิกฤตโควิด-19 ในประเทศอาเซียนซึ่งเป็นการเสวนาแบบออนไลน์ ได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิด้านสุขภาพประเทศบรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทยและภาคภาษาอาหรับ การเสวนาในหัวข้อเรื่องกิจการฮาลาลไทยและจอร์แดน ได้รับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิประเทศจอร์แดน และบาร์เรน ในส่วนเสวนาภาษาไทย ได้แก่ หัวข้อมาตรฐานตอยยิบ์สู่การยกระดับผลิตภัณฑ์ฮาลาลชั้นพรีเมียม และแนวทางการปรับตัวการท่องเที่ยวนฮาลาลเชิงสุขภาพหลังวิกฤตโควิด-19 การเปิดตัวหลักสูตรโลจิสติกส์ฮาลาลและกิจกรรม Halal Business Matching

สภาพปัจจุบัน จัดขึ้นในเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม

อุปสรรคและปัญหา การต่อต้านฮาลาลบนผลิตภัณฑ์อาหาร

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ข้อมูลทางสถิติล่าสุดในปี 2560 อาหารฮาลาลในตลาดโลก มีผู้บริโภคเป็นชาวมุสลิมทั่วโลกถึง 2,140 ล้านคน เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง มีมูลค่าได้ถึงประมาณ 162,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับสินค้าที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพในการผลิตและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคอาหารฮาลาลโลก ได้แก่ อาหารแปรรูปต่างๆ ที่ผู้ประกอบการ SME ไทย และวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการผลิต อาทิ ผัก และผลไม้ท้องถิ่นแปรรูป เครื่องปรุงรส ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มสมุนไพร

2.3.8 เทศกาลอาหารไทย



ภาพ 48 เทศกาลอาหารไทย

ที่มา: สนุก, 2556, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ลานกิจกรรมเซ็นทรัลเวิลด์สแควร์ โซน B และ C

ประวัติความเป็นมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นความสำคัญ คุณค่าของอาหารไทยซึ่งเป็นอาหารประจำชาติที่มีการสั่งสมภูมิปัญญา และมีการถ่ายทอดกันมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน ถือเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติไทย อาหารไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วโลก ดังเห็นได้จากพ.ศ. 2555 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับจากเว็บไซต์ www.CNNgo.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ให้บริการข้อมูลท่องเที่ยวชั้นนำของโลกว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีอาหารริมทางหรือ Street Foods ที่ดีที่สุดเมืองหนึ่งของโลก โดยมี 10 เมนูอาหารไทย ที่ได้รับการจัดอันดับว่าเป็นสุดยอดอาหารริมทาง ได้แก่ แกงเขียวหวานไก่และเนื้อ ก๋วยเตี๋ยวเรือ ผัดซีอิ๊ว ข้าวผัดปู ส้มตำ-ไก่ย่าง ไก่ย่าง-ข้าวเหนียว ขนมหครก ซาเย็น และ ข้าวเหนียวมะม่วง เทศกาลอาหารไทยจัดขึ้นภายใต้แนวคิด Easy Tasty Street Foods ซึ่งนำเสนอจุดเด่นของประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถทานอาหารอร่อยได้ตลอด 24 ชั่วโมงตามท้องถนนทั่วไป

ความสำคัญและลักษณะเด่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้รวบรวมร้านอาหาร Street Foodชื่อดังจากย่านต่างๆในกรุงเทพมหานครมาร่วมกิจกรรมภายในงานกว่า 50 ร้าน ซึ่งแต่ละร้านมีเมนูอาหารที่ขึ้นชื่อและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากลูกค้า โดยมีความหลากหลายของเมนูอาหารที่ได้คัดสรรมานำเสนอ ไม่ว่าจะเป็น อาหารไทย ขนมหวาน และเครื่องดื่ม อาทิ ร้านคุณแดงก๋วยจั๊บญวน ร้านเผือกหิมะเจ๊ณี ร้านมัสมั่นแม่น้อย ร้านนายอ้วนเย็นตาโฟ นะโมน้ำมันต์ฟาร์มสลัด เจ๊จิมติ่มซำ คิริคุณซีฟู้ด ข้าวมันไก่ประตูน้ำ ข้าวผัดปูฮ่องกง

ไถ่อย่างบางตาล ก้วยเตี่ยวหน้าคั้ง ผัดไทยมะละกอ ขนมจีนป้าดวงดี หอยทอดดีใหญ่ ครั้วถั่วแระก้วยเตี่ยวต้มยำ ไข่เต๋จิว สนั่นหอยจ้อ ไก่ต้มเงินล้าน ส้มตำป้าวิไล ข้าวเหนียวมูลมูฮำหมัตรีดี เงาะก้วยเฮฮา ชาตรามือ ไอติมโบราณลุงชวน ขนมไทยบางกรวย เป็นต้น

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีร้านอาหารไทยหลากหลายมากมาย ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองรสชาติและสัมผัสความเป็นไทยผ่านอาหารไทย นอกจากนี้ยังได้จัดกิจกรรมให้ความบันเทิง เช่น การแสดงดนตรี การแข่งขันประกอบอาหาร การแสดงจำอวด หน้าม่านจากน้ำโย่ง เชิญยิ้มและอาหารตามสั่ง

สภาพปัจจุบัน จัดขึ้นระหว่างเดือนมิถุนายน

อุปสรรคและปัญหา บางร้านอาจยังไม่มีศักยภาพหรือไม่ก็มีค่าใช้จ่ายสูง

โอกาสและแนวทางพัฒนา คาดว่าการจัดงานเทศกาลอาหารไทย Thai Food Festival ครั้งนี้จะช่วยเผยแพร่อาหารไทยหลากชนิดทั้งคาวและหวานให้เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมากยิ่งขึ้นและยังกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักการลิ้มลองอาหาร พร้อมทั้งยังส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย และภาพลักษณ์การเป็น World Destination ทางด้านอาหารของประเทศไทย

2.3.9 เทศกาลอาหารนานาชาติ



ภาพ 49 เทศกาลอาหารนานาชาติ

ที่มา: โพสต์ทูเดย์, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง โรงแรมและที่รวมชื่อดังในย่านราชประสงค์ที่เข้าร่วม (โดยแต่ละโรงแรมจะคิดเมนูสำหรับ เทศกาลอาหารนานาชาติ “Taste It All @Ratchaprasong 2022: The Royal Delights – From Hearts To Table”

ประวัติความเป็นมา สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์(RSTA) ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และมูลนิธิโครงการหลวงหนุญยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

เชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) จัดเทศกาลอาหารนานาชาติ “Taste It All @Ratchaprasong 2022: The Royal Delights” โดยเน้นสุดยอดวัตถุดิบเฉพาะฤดูกาล สด สะอาดจากโครงการหลวงสู่ 9 เมนูพิเศษรังสรรค์โดย 9 เชฟ จากโรงแรมและที่ร่มชื่อดังในย่านราชประสงค์ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “From Hearts To Table”

ข้อมูลรายงาน Global Culinary Tourism Market 2022–2027 ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลกกำลังเติบโตเฉลี่ยปีละ 16.6% โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึง 5.4 พันล้านคนต่อปี ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเห็นถึงโอกาสอันดีที่จะนำอาหารไทยและการท่องเที่ยวมาตอบสนองความต้องการตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน กระตุ้นให้เดินทางมายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังสอดคล้องนโยบายภาครัฐยกระดับให้เมืองไทย เป็น ‘เมืองหลวงของอาหาร’ ในภูมิภาคเอเชีย ผลักดัน Soft Power ที่แข็งแกร่งของประเทศไทย

อาหารคือจุดขายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก ด้วยศักยภาพของย่านราชประสงค์ที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร และเป็นหนึ่งในศูนย์รวมด้านอาหารและเครื่องดื่มจากเชฟฝีมือระดับโลก ทำให้เทศกาลอาหารนานาชาติ หรือ Taste It All @Ratchaprasong ถือเป็นซิกเนเจอร์เฟสติวัล ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่อยากสัมผัสในรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์จากฝีมือเชฟระดับแถวหน้าของเมืองไทย

ความสำคัญและลักษณะเด่น ไฮไลท์ของเทศกาลอาหารนานาชาติ “Taste It All @Ratchaprasong 2022: The Royal Delights – From Hearts To Table” ที่นักท่องเที่ยวและเหล่านักชิมไม่ควรพลาด คือ 9 เมนูพิเศษเลิศรสด้วยฝีมือการรังสรรค์เมนูจากความใส่ใจทุกรายละเอียดของเชฟบริติชเชฟจาก 9 โรงแรมและร้านอาหารชั้นนำในย่านราชประสงค์ ไม่ว่าจะเป็นเมนู น้ำพริกไข่ปูและผักโครงการหลวงแกะสลักและข้าวซอยซอสมือ โดย เชฟพร-ธัญญานันท์ อริยศิริรัชต์ จากห้องอาหาร เวนดิชี โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ พาสต้าหมึกดำคาเวียร์ ไข่หอยเม่นและหอยเชลล์โดย เชฟแก้ว-เกศินี ดำรงสกุล จากห้องอาหาร วูว์ โรงแรมเดอะ เซนต์ รีจิส กรุงเทพฯ ปลาเทราต์สีรุ้งทรงเครื่อง โดย เชฟสเตฟาน ฌอง จาก ห้องอาหาร ลา ทาโวล่า โรงแรมเรเนซองส์ กรุงเทพฯ ราชประสงค์ ไพรวงซาล บาอัลดี โดย เชฟเดวิด ซีเนียร์ จากห้องอาหาร สปาสโซ บิสโทร โรงแรม แกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพฯ ซีโครกแกะออสเตรเลียย่าง เสิร์ฟกับบาร์บีคิวกะหล่ำปม และ เบบีแครอทย่าง ราดซอสเกรวี่แกะและสมุนไพรไทม์ โดย เชฟอุทัยรัตน์ อูระพันธ์มาศ จาก ห้องอาหาร บูล แอนด์ แบร์ โรงแรมวอลดอร์ฟ แอสโทเรีย กรุงเทพฯ ข้าวโพดปิ้งเม็กซิกัน โดย เชฟแอร์อน คาร์เตอร์ จากห้องอาหาร เปียร์ รีพับริค โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ กรุงเทพฯ

ยำปลาเทราต์พูกับผักออแกนิกโครงการหลวง โดย เชฟหมิว –สมฤทัย นิลบรรจง จาก ห้องอาหารโมโม คาเฟ่ โรงแรมคอร์ทยาร์ด โดย แมริออท ปลาหิมะอบพร้อมฟองครีมไข่ขาว เสิร์ฟคู่กับควินัวและสลัดโครงการหลวง โดย เชฟผิง–กานต์กมล มงคลมิตร จากห้องอาหาร เดอะสแควร์ โรงแรมโนโวเทล กรุงเทพฯ แพลทินัม ประตูนํ้า และชุดน้ำชา Royal Delight High Tea Set โดย คุณตี๋ – วรภัทร พรประเสริฐสม จาก ร้าน 1823 ที่เล้าจ๋ บาย รอนเนอเฟล จาก เกษรวิล

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเลือกชิมอาหาร ทั้ง 9 เมนูได้ โดยการที่ดูเมนูที่สนใจ แล้วเข้าไปชิมได้ตามสถานที่ที่กำหนดไว้ นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์การลิ้มลองอาหารจากเชฟชื่อดังในรสชาติที่แปลกใหม่

สภาพปัจจุบัน มีการจัดงานเทศกาลในเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน

อุปสรรคและปัญหา อาหารในแต่ละเมนูจะอยู่กันคนละที่ คนละโรงแรม ทำให้การที่จะไปชิมอาหารให้ครบทั้ง 9 เมนู เป็นเรื่องที่ยากลำบากและอาจไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวบางคน ทำให้บางคนเลือกชิมได้ 1-2 เมนูเท่านั้น ทำให้ขาดประสบการณ์การลิ้มลองอาหารเมนูอื่นๆ

โอกาสและแนวทางพัฒนา ในการจัดงานครั้งต่อไป อาจจัดงานในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่เป็นลานกว้างใจกลางย่านราชประสงค์ ที่สามารถให้แต่ละร้าน แต่ละโรงแรม จัดบูท และคิดเมนูชิกเนเจอร์ของตนมานำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองและสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ ครบจบในที่เดียว เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้เดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้น และสามารถชิมอาหารได้ครบถ้วนทุกเมนู

2.3.10 เทศกาลอาหารทะเล



ภาพ 50 เทศกาลอาหารทะเล

ที่มา: ทูริบิซิเนส, 2565, สื่อดออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พระราม 2

ประวัติความเป็นมา เทศกาลอาหารทะเลเกิดขึ้นจากความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานกรุงเทพมหานครร่วมกับศูนย์การค้าเซ็นทรัล พระราม 2 สำนักงานเขตบางขุนเทียน บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และ บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการค้าอาหารทะเล บริเวณชายทะเลบางขุนเทียน ทะเลแห่งเดียวของกรุงเทพมหานคร และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในเขตบางขุนเทียน

ความสำคัญและลักษณะเด่น สำหรับไฮไลท์ของงาน เป็นการประชันฝีมือของเชฟไทย เชฟญูญธรรม ภาคโพธิ์ เชฟกระทะเหล็ก และเชฟญี่ปุ่น Sunami Yasunori เชฟรายการทีวีแชมป์เปี้ยน นำสุดยอดปูจาก 2 ประเทศ คือปูทองเหลือง ปูคัดพิเศษของดีเขตบางขุนเทียน จากประเทศไทย และปูทาราบะ จากประเทศญี่ปุ่นมารังสรรค์เป็นเมนูสุดพิเศษ พร้อมด้วยดารานักแสดง

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ภายในงานจะมีร้านปลสดมาจำหน่ายมากที่สุดในเมืองไทย การออกร้านจำหน่ายปูทะเลสด อาหารเมนูปูและเมนูอาหารทะเลหลากหลายรวมกว่า 200 ร้านค้า ศิลปิน ดารา นักร้อง ร่วมสร้างความสุขทุกวันตลอดงาน และออร์่อยกับ Special Menu ราคาพิเศษ Taraba King Crab เฉพาะเทศกาลกินปู

สภาพปัจจุบัน จัดขึ้นระหว่างเดือนมิถุนายน –กรกฎาคม

อุปสรรคและปัญหา การจราจรติดขัด เพราะคนมาร่วมงานกันมาก ทำให้รถติดเป็นพิเศษกว่าวันอื่นๆ

โอกาสและแนวทางพัฒนา ผู้ผลิตปลสดจากฟาร์มที่จะมาจำหน่ายตรงถึงมือผู้บริโภคมากที่สุดในเมืองไทย มีการออกร้านจำหน่ายปูทะเลสด เมนูปู และเมนูอาหารทะเลหลากหลายมากกว่า 200 ร้านค้า

2.3.11 เทศกาลผลไม้



ภาพ 51 เทศกาลผลไม้

ที่มา: ร้านเศรษฐกิจ, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง สยามพารากอน (Siam Paragon) 991 ถนน พระรามที่ 1 แขวง ปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

ประวัติความเป็นมา Siam Paragon Tropical Fruit Parade เทศกาลผลไม้ไทยที่ส่งตรงจากสวนคุณภาพอันดับต้นๆของเมืองไทย โดยศูนย์การค้าสยามพารากอนและกูร์เมต์ มาร์เก็ต ซูเปอร์มาร์เก็ตระดับโลก ผลไม้ไทยนานาชนิด ทั้งพันธุ์พิเศษและหาทานได้ยาก รวมถึงผลไม้ตามฤดูกาลซึ่งเดือนพฤษภาคมเป็นเดือนที่ผลไม้ไทยมีรสชาติดีที่สุดและหลากหลาย

ความสำคัญและลักษณะเด่น ไฮไลต์ของงาน คือ ทูเรียน ราชาแห่งผลไม้รวมกว่า 20 สายพันธุ์ ได้แก่ ทูเรียนหลงลับแล เนื้อสีเหลืองทอง และยังมีทูเรียนจากชมรมอนุรักษ์และฟื้นฟูทูเรียนนนท์ ซึ่งนำทูเรียนนนท์ GI ที่เป็นเอกลักษณ์และความภูมิใจของชาวนนนท์มาในงาน เช่น ทูเรียนพานพระศรีและทูเรียนทองน้อยฉัตร ทูเรียนพันธุ์โบราณหารับประทานยาก ถือเป็น การเปิดประสบการณ์ของของผู้เข้าชม

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว รวบรวมเมนูผลไม้รสเด็ดจากร้านดัง อาทิ ข้าวเหนียวมะม่วงแม่วารี เจ้าเก่าเจ้าดัง ไอศกรีมลับประด จากลับประดระยองของ รสเปรี้ยวอมหวาน ราดแยมลับประดสโตร์โฮมเมด น้ำมั่งคุดสกัดเย็นจากสุขสมดุลงาจากผลไม้แท้

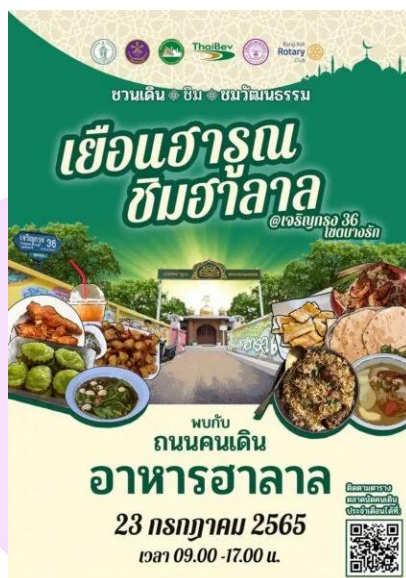
สภาพปัจจุบัน จัดขึ้นระหว่างเดือนพฤษภาคม

อุปสรรคและปัญหา ผู้คนมางานค่อนข้างเยอะ อาจจะทำให้ติดโควิดและอาจทำให้รถติด ตลอดจนอาจประสบปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ

โอกาสและแนวทางพัฒนา นอกจากผลไม้ไทยจะถูกปากและถูกใจคนไทยแล้ว ยังเป็น

อีกหนึ่งไฮไลท์ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ได้ มีโอกาสสัมผัสสัมผัสผลไม้ไทยที่เรารวบรวมคัดสรรมาอย่างดีไว้ที่งานนี้อีกด้วย

2.3.12 เทศกาลอาหารฮาลาล



ภาพ 52 เทศกาลอาหารฮาลาล

ที่มา: มีค่า, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ชุมชนมัสยิดฮารูน ซอยเจริญกรุง 36 (ซอยสถานทูตฝรั่งเศส)

ประวัติความเป็นมา ชุมชนมัสยิดฮารูน อยู่ในซอยเจริญกรุง 36 (ซอยสถานทูตฝรั่งเศส) เป็นชุมชนที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีมัสยิดเก่าแก่กว่า 124 ปี ในทุกๆปีจะมีการจัดเทศกาลอาหารฮาลาล “เชื่อนฮารูน ชิมฮาลาล” เพื่อเป็นการรักษาวัฒนธรรม อาหารท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไปและเป็นการสร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่น และยังเป็น การเผยแพร่วัฒนธรรม เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและเรียนรู้วัฒนธรรมอิสลาม ผ่านอาหารการกิน วิถีชีวิตและศิลปะอิสลามสวยๆภายในมัสยิดเก่าแก่

ความสำคัญและลักษณะเด่น ถนนคนเดินอาหารฮาลาลที่จัดเต็มความอร่อยจากฝีมือพี่น้องมุสลิมแท้ๆ มีกิจกรรม การแสดงต่างๆภายในงาน และท่องเที่ยวชมความสวยงามของมัสยิดเก่าแก่กว่า 124 ปี สำนักงานเขตบางรัก ร่วมกับ ชุมชนซอยวัดม่วงแค มัสยิดฮารูน สภาวัฒนธรรมเขตบางรัก ภายในงานเทศกาลตลาดนัดอาหารฮาลาล มีร้านอาหารมาเปิดมากมาย เพื่อให้ทุกคนได้มาลิ้มอร่อยไปกับอาหารฮาลาลที่เรียกได้ว่าเป็นของอร่อยระดับตำนานกว่า 50 ร้าน พร้อมชิมซัปปรรยาการคดีๆ และการต้อนรับอันอบอุ่นของชาวชุมชนมัสยิดฮารูนไปกับตลาดนัดอาหารสุดยิ่งใหญ่ที่รวบรวมของดี ของเด็ด และเมนูที่ซุกซ่อนอยู่

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเดินช้อปปิ้งชิมชิลได้ โดยภายในงานมีร้านอาหารฮาลาลมากกว่า 50 ร้าน และยังมีกิจกรรมให้ร่วมสนุก และมีการแสดงให้รับชม และยังสามารถชมวัฒนธรรมชมความสวยงามของมัสยิดเก่าแก่กว่า 124 ปี ได้อีกด้วย

สภาพปัจจุบัน งานจัดขึ้นเดือนกรกฎาคม

อุปสรรคและปัญหา การดูแลความปลอดภัยและการดูแลรักษาความสะอาดยังไม่ทั่วถึง ทำให้เมื่อจบงานแล้ว มีขยะและเศษอาหารอยู่ตามทางเดิน

โอกาสและแนวทางพัฒนา จัดให้มีการควบคุมดูแลอย่างเข้มงวดทั้งในเรื่องของความปลอดภัยและความสะอาด โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยยืนประจำจุด และจัดให้มีถังขยะตามจุดต่างๆ

2.3.13 มหกรรมวิชาการ Thailand Halal Assembly



ภาพ 53 มหกรรมวิชาการ Thailand Halal Assembly

ที่มา: สภาฮาลาลประเทศไทย, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์

ประวัติความเป็นมา Thailand Halal Assembly หรือ THA คือการประชุมวิชาการที่มีเป้าหมายในเรื่องของกฎข้อบังคับและกิจกรรมต่างๆในแวดวงของชาวมุสลิม เช่น การประชุมวิชาการวิทยาศาสตร์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของชาวมุสลิม การประชุมวิชาการอุตสาหกรรม และธุรกิจการประชุมวิชาการทางอาหารมุสลิม การประชุมวิชาการทางด้านคุณภาพและการรับรอง

ความสำคัญและลักษณะเด่น การจัดประชุมวิชาการในหลายหัวข้อ เช่น หัวข้ออาหาร หัวข้อธุรกิจและหัวข้อเทคโนโลยี ทั้งนี้ ยังมีการพบปะพูดคุยกับผู้คนที่เป็นเชื้อสายมุสลิมที่มา

จากหลากหลายประเทศและผลประโยชน์ในการจัดวิชาการทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรที่ดี

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว การประชุมหารือในหัวข้อต่างๆ มีการจัดบูทเพื่อให้คนที่มางานได้เข้าถึงผู้รู้มากขึ้น มีการจัดกิจกรรมและการแจกของรางวัล

สภาพปัจจุบัน มีการจัดงานขึ้นที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เดือนธันวาคม

อุปสรรคและปัญหา เนื่องจากงานค่อนข้างใหญ่ ทำให้เกิดความแออัด สถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อจำนวนคนที่มาเข้าร่วมงาน

โอกาสและแนวทางพัฒนา เพิ่มพื้นที่จอดรถเพื่อแก้ปัญหาจราจรติด

2.3.14 มหกรรมงานดนตรี



ภาพ 54 มหกรรมงานดนตรี

ที่มา: ชิปปี้แอนด์, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย

ประวัติความเป็นมา งานมหกรรมศิลปะการแสดงและดนตรีนานาชาติ กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะกลับมาเปิดการแสดงแบบเต็มรูปแบบอีกครั้ง โดยงานจะจัดขึ้น ณ ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย

ความสำคัญและลักษณะเด่น การแสดงทางศิลปะจากคณะแห่งชาติว่า โซวโธเดส ที่ผนวกเทคนิคการเต้นอันหลากหลายเข้ากับลีลาการร่ายรำ และนักเต้นเท้าไฟ เซลติกเลเจนส์ เสน่ห์ของดนตรีและการเต้นรำตามขนบธรรมเนียมของชาวไอริช คณะบอลชอย บัลเลต์แห่งเบลารุส นำบัลเลต์คลาสสิกประจำเทศกาลเฉลิมฉลอง เดอะนัทแครกเกอร์ ต่อด้วยการแสดงบัลเลต์ 1 องก์ 2 เรื่อง เซอเฮเรอซาด คาร์เมน สวิต และปิดท้ายด้วย เจ้าหญิงนิทรา นอกจากนี้ ยังนำการแสดงบัลเลต์อมตะอย่าง สวอนเลค มาให้รับชมสองเวอร์ชัน ฉบับคลาสสิกจากคณะบัลเลต์สตานิสลาฟสกี และฉบับตีความใหม่จากบัลเลต์ เปรลโจจากจากฝรั่งเศส

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว การแสดงที่เต็มไปด้วยเหล่าศิลปินมากมายความสามารถ สถานที่งานสร้างสรรค์และสร้างแรงบันดาลใจในมหกรรมศิลปะการแสดงและดนตรีนานาชาติ กรุงเทพมหานคร

สภาพปัจจุบัน จัดขึ้นระหว่างเดือนกันยายน – ตุลาคม

อุปสรรคและปัญหา เนื่องจากผู้ชมมีจำนวนมากจึงทำให้เกิดความแออัด

โอกาสและแนวทางพัฒนา จัดคนเข้าชมเป็นรอบและจำกัดจำนวนผู้เข้าชม

2.3.15 งานแสดงสินค้าแห่งเอเชีย



ภาพ 55 งานแสดงสินค้าแห่งเอเชีย

ที่มา: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง มหาวิทยาลัยรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา ทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการได้จัดตั้งให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยได้ให้การสนับสนุนด้านบริการต่างๆ เน้นการบริการเป็นหลักสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลจากทั่วโลก ผู้เข้าร่วมการประชุมสัมมนาและการจัดแสดงนิทรรศการ

ความสำคัญและลักษณะเด่น ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค ที่อำนวยความสะดวกในการขับเคลื่อนและเจรจาในตลาดสินค้า ด้วยตำแหน่งที่ภูมิศาสตร์ที่ได้เปรียบในการทำการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างและเชื่อมต่อเครือข่ายได้อย่างกว้างขวางในฐานะของเมืองแห่งการเชื่อมต่อของอาเซียน และทางแยกของทวีปเอเชีย ทำให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของโลก

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสรรพสินค้า โรงแรม ซุปเปอร์สโตร์ เป็นต้น ได้มาค้นหาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม พร้อมเจรจากับผู้ผลิตรายใหม่ๆ รวมทั้งเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการจะได้ค้นหานวัตกรรม เทคโนโลยีการผลิต บรรจุภัณฑ์

อุปสรรคและปัญหา เนื่องจากเป็นงานที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ทำให้มีผู้คนเข้าร่วมงานมากมาย เกิดความแออัดได้

โอกาสและแนวทางพัฒนา เป็นงานที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย สามารถสร้างและเชื่อมต่อเครือข่ายได้อย่างกว้างขวางในฐานะของเมืองแห่งการเชื่อมต่อของอาเซียน และทางแยกของทวีปเอเชีย ทำให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของโลก อีกทั้งหากเลือกสถานที่จัดงานที่กว้างขวาง มีทางเข้า-ออกหลายทาง จะทำให้งานมีความราบรื่นขึ้น

2.3.16 มหกรรมกีฬา



ภาพ 56 งานกีฬาแห่งชาติ ครั้งที่ 32

ที่มา: สารานุกรมเสรี, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง สนามราชกรีฑาสถาปัตยกรรม กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา วันกีฬาแห่งชาติ ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นการระลึกถึงพระปรีชาสามารถของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ที่ทรงเป็นนักกีฬาตัวแทนของชาติไทย ในการแข่งขันกีฬาแหลมทองครั้งที่ 4 และเพื่อเป็นการกระตุ้นเตือนให้ประชาชนชาวไทยเห็นคุณค่าความสำคัญของการกีฬา ด้วยเหตุนี้ การกีฬาแห่งประเทศไทย จึงได้มีมตินำเสนอคณะรัฐมนตรีลงความเห็นชอบ เมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ.2529 กำหนดให้วันที่ 16 ธันวาคม ของทุกปี เป็นวันกีฬาแห่งชาติ โดยได้วิวัฒนาการมาจาก กีฬาเขตแห่งประเทศไทย โดยได้ริเริ่มขึ้นพร้อมกับการ ก่อตั้งองค์การส่งเสริมกีฬาแห่งประเทศไทย ซึ่งได้วางโครงการที่จะขยายการส่งเสริมกีฬาออกไปให้ทั่วราชอาณาจักรด้วยการจัดการแข่งขันระหว่างจังหวัดภายในภาคต่างๆของประเทศขึ้นพร้อมกัน โดยการแข่งขันครั้งแรก แบ่งกลุ่ม

นักกีฬาออกเป็น 5 เขตจากภูมิภาคต่างๆ คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้

ความสำคัญและลักษณะเด่น การแข่งขันกีฬาแห่งชาติหรือมหานครเกมส์เป็นการแข่งขันกีฬาหลายชนิดระดับประเทศของประเทศไทย การแข่งขันครั้งนี้จัดที่กรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนธันวาคม มีการแข่งขัน 45 ชนิดกีฬา มีนักกีฬาและเจ้าหน้าที่จากเขตต่างๆเข้าร่วมการแข่งขัน การแข่งขันครั้งนี้เป็นการเปลี่ยนการแข่งขันรูปแบบใหม่ โดยเปลี่ยนจากการแข่งขันระบบเขตเป็นในนามจังหวัดโดยตรง และเปลี่ยนระยะเวลาจัดการแข่งขันจากการแข่งขันจาก 1 ปี ต่อครั้ง เป็น 2 ปี ต่อครั้ง เรียกการแข่งขันแบบคัดเลือกตัวแทนเขตเป็นคัดเลือกตัวแทนภาค โดยแบ่งออกเป็น 5 ภาค

กิจกรรมและการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ที่ชอบในการดูกีฬา สามารถดูถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์ได้ หรือกีฬาบางประเภทสามารถเข้าไปดูและร่วมเชียร์ที่สนามได้

สภาพปัจจุบัน การแข่งขันครั้งนี้จัดที่กรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนธันวาคม

อุปสรรคและปัญหา ด้านงบประมาณและสวัสดิการ พบว่าในการจัดงานครั้งนี้มีงบประมาณที่บานปลาย และมีการใช้จ่ายที่เกินความจำเป็นเป็นจำนวนมาก และมีสวัสดิการที่ไม่ทั่วถึง ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์มีความล่าช้าและไม่ชัดเจน ทำให้การสื่อสารผิดพลาด ส่งผลให้การดำเนินงานบางส่วนไม่เป็นไปตามแผน ด้านอุปกรณ์ในการแข่งขันและอุปกรณ์ในการดำเนินงานต่างๆไม่เพียงพอ ทำให้การดำเนินงานในบางส่วนไม่ราบรื่น เกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งทั้งจากนักกีฬาขณะทำการแข่งขันและจากผู้ชม

โอกาสและแนวทางพัฒนา ภาครัฐต้องจัดทำงบประมาณขึ้นมาใหม่อย่างเหมาะสม ไม่ใช้จ่ายเกินความจำเป็นและควรมีเอกสารงบประมาณอย่างเป็นรูปธรรม การประชาสัมพันธ์ควรมีความรวดเร็วและมีความชัดเจนมากกว่านี้ ด้านอุปกรณ์ในการแข่งขันและอุปกรณ์ในการดำเนินงานต่างๆ ควรมีเอกสารระบุอย่างชัดเจน ว่าอุปกรณ์ไหนควรใช้กับกีฬาไหนบ้าง ด้านความปลอดภัย ควรจัดให้มีหน่วยรักษาความปลอดภัยตามจุดต่างๆ และควรมีหน่วยรักษาพยาบาล หน่วยฉุกเฉิน รถพยาบาล รถฉุกเฉิน เพื่อเตรียมความพร้อมในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน

2.3.1 งานเมาลิดกลาง



ภาพ 57 งานเมาลิดกลาง

ที่มา: มัลยิตออนไลน์, 2565, สื่อบอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ศูนย์กิจการศาสนาอิสลามแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ คลองแก้ว หนองจอก กรุงเทพมหานคร

ความเป็นมา การทำเมาลิดเป็นพิธีกรรมหรือกิจกรรมของพี่น้องมุสลิม ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นการรำลึกถึงท่านศาสดามุฮัมมัดซอลลัลลอฮุอลัยฮิวะซัลลัม นิยมทำกันในวันเกิด หรือเดือนเกิดของท่านศาสดาซึ่งท่านเกิดในวันที่ 12 เดือนรอปิอุลเอาวัล (เดือนที่ 3) ก่อนฮิจเราะห์ศักราช 53 ปี หรือในปี ค.ศ. 570 ณ มหานครมักกะห์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ปัจจุบันพิธีดังกล่าวนิยมทำกันทั้งที่บ้านและมัสยิด แต่มุสลิมบางกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยและคัดค้าน เพราะถือว่าไม่ใช่หลักการศาสนาเป็นสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ ท่านศาสดาเองก็ไม่เคยใช้ให้ทำ ความคิดเห็นที่ขัดแย้งนี้มีมาช้านานแล้วในโลกมุสลิม แต่การทำเมาลิดก็มีการปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่องมากกว่าพันปีในประเทศมุสลิม

การจัดงานเมาลิดระดับชาติในประเทศมุสลิมมุ่งเน้นไปถึงพิธีสดุดีท่านศาสดามุฮัมมัดซอลลัลลอฮุอลัยฮิวะซัลลัม มีการอ่านร้อยแก้ว ร้อยกรอง เกี่ยวกับชีวประวัติของท่านศาสดา มีการจัดเลี้ยงอาหารแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง มีการจัดวิชาการด้านนิติธรรมและการบรรยายของนักวิชาการ เพื่อเผยแพร่จริยวัตรด้านต่างๆ ของท่านศาสดามุฮัมมัดซอลลัลลอฮุอลัยฮิวะซัลลัม และการจัดงานลักษณะนี้หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นข้อห้าม โดยเฉพาะกิจกรรมบันเทิงและกิจกรรมร่วมกันระหว่างหญิงกับชาย แต่สำหรับประเทศซึ่งไม่ใช่ประเทศมุสลิม (Non Muslim) ที่มีประชากรมุสลิมเพียงประมาณ 8 เปอร์เซ็นต์ อย่างประเทศไทยก็มีการทำเมาลิดมานานแล้วเช่นกัน โดยเป็นการทำตามบ้านและมัสยิดในชุมชน โดยการจัดระดับชาติ

เพิ่งมีมาประมาณ 60 กว่าปีที่ผ่านมา และการจัดงานเมาลิดในประเทศไทยก็มีความแตกต่างกับการจัดงานเมาลิดระดับชาติในประเทศมุสลิมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการอยู่ภายใต้กฎหมายและการปกครองของรัฐบาลที่ไม่ใช่มุสลิม จึงทำให้การจัดงานต้องมีความเกี่ยวข้องกับพี่น้องร่วมชาติที่ไม่ใช่มุสลิมมาโดย ตลอดทั้งในส่วนของผู้ร่วมงานกิจกรรมและการสนับสนุนด้านต่างๆ

หลังจากสิ้นสุดตำแหน่งจุฬาราชมนตรีในสายท่านเอก อะหมัดคือ ท่านจุฬาราชมนตรี สอน อะหมัดจุฬา ใน ปีพ.ศ. 2479 ก็ไม่มีการสานต่อตำแหน่งจุฬาราชมนตรี สังคมมุสลิมในยุคนั้นเป็นช่วงที่มีปัญหาหนัก โดยเฉพาะปัญหาความวุ่นวายที่เริ่มก่อตัวขึ้นอีกครั้งในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบกับความไม่แน่นอนของการบริหารประเทศในระบอบประชาธิปไตยที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียง 4 ปี คือในปี พ.ศ. 2475 ความมีอคติต่อมุสลิมทั้งของเจ้าหน้าที่รัฐและผู้บริหารประเทศบางคนเริ่มรุนแรงขึ้น แต่ยังมีมุสลิมบางกลุ่มที่พอจะมีบทบาทในสังคมอยู่บ้าง โดยอาศัยที่เคยมีส่วนร่วมกับคณะราษฎรทำการปฏิวัติ ใน ปี พ.ศ. 2475 บุคคลกลุ่มนี้เริ่มมองเห็นวิกฤตที่กำลังเกิดขึ้นกับพี่น้องมุสลิมว่า ค่อยๆหมดความสำคัญและโอกาสในสังคมไป และมุสลิมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มาจากภาคใต้ ซึ่งแทบจะไม่มีสายพันธุ์กับมุสลิมกลุ่มที่เคยเป็นจุฬาราชมนตรี ซึ่งบางส่วนได้เปลี่ยนศาสนาไปบ้าง แล้วบางส่วนใกล้ชิดกับเจ้าขุนมูลนายในระบบศักดินา ความคิดที่จะให้มีการรวมกลุ่มสำหรับพี่น้องมุสลิมในส่วนกลางจึงเกิดขึ้น และความคิดนี้คงไม่สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นเพราะอาจถูกเพ่งเล็งไปในทางที่ไม่ดีได้ มุสลิมกลุ่มนี้จึงได้เอาแนวทางคิดทางศาสนาเข้ามาโดยเลียนแบบวิธีการจากประเทศอียิปต์ที่คนกลุ่มนี้เคยไปร่ำเรียนมา การจัดการเมาลิดในระดับชาติจึงเกิดขึ้นโดยใช้ชื่อว่า “เมาลิดินนบี”

จาก ปี พ.ศ. 2504 งานเมาลิดส่วนกลางได้ถูกจัดมาอย่างต่อเนื่องไม่เคยขาด ได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น “งานเมาลิดกลาง” ใน ปี พ.ศ. 2515-2522 และได้เปลี่ยนชื่ออีกครั้งเป็น “งานเมาลิดกลางแห่งประเทศไทย” ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2525 จนถึงปัจจุบัน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ได้เสด็จ มาเป็นองค์ประธานในพิธี ในปีใดที่ไม่สามารถเสด็จมาได้ก็จะให้ผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ และในระยะหลังตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2521 ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร เป็นผู้แทนพระองค์ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากงานเมาลิดกลางเป็นงานระดับชาติที่พี่น้องมุสลิมจำนวนมากมาเที่ยวและร่วมกิจกรรม อีกทั้งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเป็นองค์ประธานในพิธี สถานที่สำหรับจัดงานจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้เหมาะสมและเพียงพอที่จะรองรับผู้มาร่วมงานได้ ดังนั้น การจัดงานจึงต้องใช้สถานที่ที่สามารถรองรับผู้คนได้จำนวนมาก เช่น ลุมพินีสถาน สถานที่กีฬาหัวหมาก สนามกีฬาแห่งชาติ และจาก ปี พ.ศ. 2529 ได้ใช้

สวนอัมพร มาจนถึงปัจจุบันได้เปลี่ยนสถานที่เป็นศูนย์กิจการศาสนาอิสลามแห่งชาติ เฉลิมพระเกียรติคลองแก้ว

ความสำคัญและลักษณะเด่น นอกจากจะเฉลิมฉลองวันคล้ายวันประสูติของท่าน ศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) ศึกษาและเผยแพร่จริยวัตรและคำสอนของท่านศาสดามุฮัมมัด (ช.ล.) แล้ว ยังเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพี่น้องมุสลิมระหว่างพี่น้องต่างศาสนิก รวมถึงเป็นการส่งเสริมกิจกรรมสังคมสังเคราะห์เพื่อสาธารณะประโยชน์ และเป็นการส่งเสริมกิจกรรมทางวิชาการ ตลอดจนเพื่อเป็นการจัดทดสอบผู้อ่านอัลกุรอานในการเป็นผู้แทนประเทศไทยไปร่วมทดสอบในระดับนานาชาติและสนับสนุนโครงการรัฐบาล อันไม่ขัดกับหลักศาสนา นอกจากนี้ ในการจัดปีนี่ยังมีหลักที่สำคัญ คือ เพื่อสนับสนุนและทำนุบำรุงมัสยิดในถิ่นทุรกันดารอีกด้วย วัตถุประสงค์การจัดงาน เมื่อการจัดงานเมาลิดกลางแห่งประเทศไทยเป็นงานประจำปีของพี่น้องมุสลิมโดย มีสำนักงานจุฬาราชมนตรีและองค์กรมุสลิมเป็นองค์ประกอบ กฎเกณฑ์และวัตถุประสงค์จึงได้ถูกกำหนดขึ้นเป็นหลักการไว้เพื่อเฉลิมฉลองวันประสูติของท่านศาสดามุฮัมมัดซอลลัลลอฮุอลัยฮิวะซัลลัม ศึกษาวิเคราะห์เผยแพร่จริยวัตรและคำสอนของท่านศาสดา ส่งเสริมความสามัคคีระหว่างพี่น้องมุสลิม ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีงามกับผู้นับถือศาสนาอื่น ส่งเสริมกิจกรรมสังคมสังเคราะห์ตามหลักการของอิสลาม ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านวิชาการและกิจกรรมอื่นอันไม่ขัดกับหลักการอิสลาม จัดทดสอบผู้อ่านอัลกุรอาน (กอรี) เพื่อเป็นผู้แทนประเทศไทยไปร่วมทดสอบในระดับนานาชาติ ณ ประเทศมาเลเซีย ตามที่คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมอบหมาย สนับสนุนโครงการของรัฐอันไม่ขัดต่อหลักการศาสนาอิสลาม

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีกิจกรรมที่หลากหลายและเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อยๆ ส่วนกิจกรรมหลักๆ ประกอบด้วยการอ่านคัมภีร์อัลกุรอานของเยาวชน พิธีการสดุดีท่านศาสดามุฮัมมัดซอลลัลลอฮุอลัยฮิวะซัลลัม พิธีการรับเสด็จ ทดสอบกอรี กิจกรรมเยาวชน สัมมนาวิชาการและนิทรรศการและที่ดูจะยิ่งใหญ่กว่ากิจกรรมอื่นๆ คือ การออกร้านขายสินค้าทุกชนิดจากทั่วทุกมุมโลก ส่วนการทดสอบกอรีก็เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ถูกกล่าวหาว่ามีความสำคัญที่สุดและอยู่คู่กับงานเมาลิดกลางมาตั้งแต่เริ่มโดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการคัดผู้แทนไปทดสอบในระดับนานาชาติที่ประเทศมาเลเซีย และต่อมาได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงมหาดไทย ซึ่งนักกอรีของประเทศไทยสามารถทำชื่อเสียงให้กับประเทศมาโดยตลอด บางครั้งสามารถคว้าตำแหน่งชนะเลิศมาครอง

สภาพปัจจุบัน งานเมาลิดกลางและงานย่อย จะมีมุสลิมไปเที่ยวพบปะสังสรรค์ ฟังบรรยายธรรม และร่วมรำลึกถึงท่านศาสดานบีมุฮัมมัด(ศ็อล)กันอย่างล้นหลาม สำหรับบาง

พื้นที่ก็มีการจัดงานเมาลิดที่บ้าน เชิญชวนให้บรรดาเพื่อนบ้าน คนในชุมชนมาร่วมอ่าน อัลกุรอาน และร่วมรับประทานอาหาร พร้อมทั้งแจกจ่ายอาหารให้กับคนยากไร้อีกด้วย

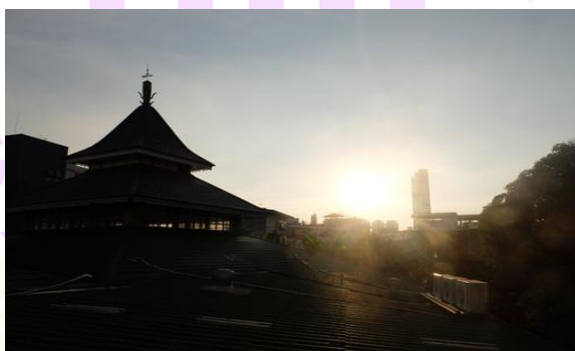
อุปสรรคและปัญหา คณะกรรมการเมาลิดกลางแห่งประเทศไทย มีหนังสือขอรับเงินสนับสนุนต่อกรุงเทพมหานครลำช้า ทำให้การเบิกจ่ายเงินงบประมาณไม่ทันกำหนด และอีกหนึ่งปัจจัยคือ มุสลิมบางกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยและคัดค้านเพราะถือว่าไม่ใช่หลักการศาสนาเป็นสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ ท่านศาสดาเองก็ไม่เคยใช้ให้ทำ ความคิดเห็นที่ขัดแย้งนี้มีมาช้านานแล้วในโลกมุสลิม

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องกิจกรรมศาสนาและจัดระบบผู้รับผิดชอบ ทำหน้าที่ให้ตรงเป้าหมาย ควรจัดทำระเบียบ ข้อบังคับให้อิหม่ามแต่ละมัสยิดนำกิจกรรมของเด็กมาแสดง เพื่อให้เด็กเหล่านั้นได้แสดงออกถึงความสามารถของแต่ละคนในแต่ละวัน การจัดกิจกรรมในช่วงโรคระบาด ผู้เข้าร่วมมีน้อยกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม ถ้าเกิดเหตุการณ์ลักษณะแบบนี้ ควรเลื่อนการจัดกิจกรรม เพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาด

2.4 ทรรศนะที่โดดเด่นด้านกิจกรรมที่สำคัญ

2.4.1 เยี่ยมชมชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร

2.4.1.1 ชุมชนยะวา วิถีมุสลิมกลางกรุง



ภาพ 58 ชุมชนยะวา วิถีมุสลิมกลางกรุง

ที่มา: คลังข้อมูลชุมชน, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง บริเวณซอยเจริญราษฎร์ 1 แยก 9 แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา เป็นชื่อชุมชนมุสลิมกลุ่มหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่ใช้เรียกกลุ่มของตนเอง ชื่อ “ยะวา” เป็นที่รู้จักกันของชาวไทยว่า “ชวา” มุสลิมที่มาจากเกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย ออกเสียงชวา เป็น ยะวา ตามศัพท์สำเนียงที่ใช้กันในบ้านเกิดของเมืองนน

ของตน เอกสารทางราชการในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ใช้คำว่าชาวและยะวาปะปนกันไป ปัจจุบันชื่อของสถานที่ทำพิธีกรรมทางศาสนาหรือเรียกว่า “มัสยิด” ก็จดทะเบียนต่อทางการในนามของมัสยิดยะวา ในพื้นที่เขตสาทร หรือในอดีตที่เรียกว่า “อำเภอบ้านทวาย” นั่นพื้นที่ที่มีการเข้ามาของคนต่างชาติมาตั้งแต่สมัยอยุธยาตอนปลาย

ความสำคัญและลักษณะเด่น มัสยิดยะวาได้ใช้เป็นสถานที่นมัสการพระผู้เป็นเจ้า มีอิหม่ามทำหน้าที่เป็นผู้นำทางศาสนาในมัสยิด จนถึงปี พ.ศ. 2539 เป็นจำนวน 6 ท่านด้วยกัน ซึ่งมีทั้งชาวยะวา และชาวมุสลิม เชื้อสายมาเลย์ ในหมู่บ้านเดียวกันคือ อัยยิฮ์อับดุลรามัน (ยะวา) อัจยิฮ์อิสมาแอล (มาเลย์) อัจยิฮ์สุโกมี อิหม่ามญุบ (ยะวา) อัจยิฮ์อับดุลเราะห์มาน หรือ อัจยิฮ์อรุณพิทยายน (มาเลย์) อิหม่ามของมัสยิดยะวาพิจารณาจากเชื้อสายของอิหม่ามแต่ละคน จะเห็นว่า มีทั้งชาวยะวาและมาเลย์ทำหน้าที่ ซึ่งมีทั้งชาวยะวาและมุสลิมเชื้อสายมาเลย์ในหมู่บ้านเดียวกัน และมุสลิมชอยวัดปรกก็ใช้มัสยิดยะวา เป็นสถานที่นมัสการด้วยนับตั้งแต่สร้างมัสยิดเสร็จ

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวเชิงชุมชนวิถีชีวิตแบบชาวที่อยู่ในประเทศไทย

2.4.1.2 ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์



ภาพ 59 ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์

ที่มา: อีสานร้อยแปด, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 70 ตรอกสุเหร่าจักรพงษ์ ถนนจักรพงษ์ แขวงชนะสงคราม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา เมื่อปี 2329 กลุ่มมุสลิมที่เรียกว่า แหกตานี ในเมืองปัตตานี ถูกกวาดต้อนขึ้นมามาอาศัยในพระนคร รวมถึงเจ้านาย ขุนนาง และช่างฝีมือ ซึ่งได้ให้อยู่ในสังกัดวังหน้า พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชพระราชทานพื้นที่ตอนเหนือระหว่าง

คลองรอบกรุง ใกล้วัดชนะสงครามให้แขกตานีอาศัย จึงเกิดเป็นชุมชนมุสลิม ในบรรดาช่างฝีมือที่กวาดต้อนมานั้น จำนวนมากทำอาชีพช่างทองเป็นที่ขึ้นชื่อมาจนถึงปัจจุบัน และได้รับราชการทำงานช่างทองในพระบรมมหาราชวัง ต่อมาชุมชนมุสลิมจึงรวมตัวกันสร้างศาสนสถานขึ้นแรกเริ่มเป็นเพียงอาคารไม้ยกสูง เรียกชื่อว่า "สุเหร่าตองปู" นามชื่อของวัดตองปู (วัดชนะสงคราม) ซึ่งอยู่ใกล้กัน หลังอาคารทรวดโถมและค้ำแคบจึงรื้อลงและสร้างเป็นอาคารคอนกรีตสามชั้น สถาปัตยกรรมอาหรับผสมผสานเปอร์เซีย และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น "มัสยิดจักรพงษ์"

ความสำคัญและลักษณะเด่น มัสยิด ถือเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตชาวมุสลิม จนเรียกได้ว่า หากมีชุมชนชาวมุสลิมที่ไหน ต้องมีการสร้างมัสยิดที่นั่น ย่านบางลำพูเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีชาวมุสลิมอยู่อาศัย คือ ชุมชนตรอกสุเหร่า ชาวมุสลิมในชุมชนนี้ส่วนใหญ่อพยพมาจากทางภาคใต้ของไทยตั้งแต่ต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีทักษะในการทำทอง จนทำให้พื้นที่นี้เป็นแหล่งช่างทองหลวงที่มีฝีมือแห่งเกาะรัตนโกสินทร์ ทักษะฝีมือช่างที่มีชื่อเสียงทำให้ชุมชนเติบโตและมีบทบาทมากขึ้น จนมีศักยภาพในการสร้างมัสยิดขึ้นเองภายในชุมชน

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เยี่ยมชมความสวยงามของมัสยิดและเรียนรู้การเป็นอยู่การดำรงชีวิตและคู่มือการท่องเที่ยวเครื่องอิสริยาภรณ์



2.4.1.3 ชุมชนมัสยิดตึกดิน



ภาพ 60 ชุมชนมัสยิดตึกดิน

ที่มา: ห้องสมุดเพื่อการเรียนรู้มูลนิธิเพื่อศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2565, ออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ชุมชนมัสยิดบ้านตึกดิน ตั้งอยู่ในซอยดำเนินกลางเหนือ ด้านข้างโรงเรียนสตรีวิทยา แขวงบวรนิเวศ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา ชุมชนมัสยิดบ้านตึกดินเป็นชุมชนดั้งเดิมมีอายุกว่า 80 ปี เนื้อที่ประมาณ 4.3 ไร่ ที่ดินเป็นของเอกชนและที่สาธารณะ โดยเฉพาะบริเวณที่ดินที่เป็นที่สาธารณะ มีโครงการจะทำถนนตามโครงการเชื่อมถนนตะนาวกับถนนประชาธิปไตย คนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม เดิมชาวมุสลิมเหล่านี้อาศัยอยู่แถบจังหวัดปัตตานี แล้วย้ายมาอยู่กรุงเทพฯ ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 แต่ก่อนมีครอบครัวชาวมุสลิมอาศัยอยู่มาก เมื่อเกิดไฟไหม้ใหญ่ในปี พ.ศ.2524 บ้านเรือนในละแวกนี้ถูกไฟไหม้เกือบหมด จึงพากันแยกย้ายไปหาที่อยู่ใหม่ ส่วนใหญ่นิยมไปอยู่แถบบางกะปิ เพราะมีพี่น้องชาวมุสลิมอาศัยอยู่ก่อนแล้ว บางส่วนก็ย้ายไปอยู่แถวตลิ่งชันก่อน เมื่อสร้างบ้านใหม่แล้วก็ย้ายกลับมาอยู่ที่ชุมชนมัสยิดบ้านตึกดินหลายครอบครัว

ความสำคัญและลักษณะเด่น มัสยิดบ้านตึกดิน ได้รวบรวมเงินมาซื้อที่ดินจากเจ้าของเดิมได้สำเร็จและเริ่มก่อสร้างตัวมัสยิดในปี พ.ศ. 2525 ซึ่งในการก่อสร้างทางชุมชน ได้หาทุนจากการจัดงานการกุศลมุสลิมบ้านตึกดิน โดยจะจัดขึ้นในวันที่ 4-5 ธันวาคมของทุกปี

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีการจัดงานการกุศลมุสลิมและมีการท่องเที่ยวเชิงชุมชนชมความงามรอบมัสยิด

2.4.1.4 ชุมชนมัสยิดมหานาค



ภาพ 61 ชุมชนมัสยิดมหานาค

ที่มา: ekprapai, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ชุมชนมัสยิดมหานาค ตั้งอยู่ในเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

ประวัติความเป็นมา ชุมชนมัสยิดมหานาค เดิมประกอบด้วยชุมชนที่อยู่ด้านหลังมัสยิดมหานาค และชุมชนที่ปลูกบุกกรุก ที่ดินสาธารณะริมคลองมหานาค ประชาชนปลูกสร้างบ้านเรือนอยู่ในบริเวณนี้กว่า 100 ปี ซึ่งในระยะหลังๆเริ่มหนาแน่นขึ้น บ้านเรือนโดยทั่วไปปลูกชิดกันมาก ลักษณะการครอบครองที่ดินแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ที่ดิน ส่วนใหญ่เป็นของกรมธนารักษ์ และสำนักงานส่วนพระมหากษัตริย์ และมีบางส่วนเป็นของเอกชน มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 23 ไร่ 67 งาน ประกอบด้วยพื้นที่ที่เป็นสุสานประมาณ 18 ไร่ และพื้นที่ที่เป็นที่อยู่อาศัย ประมาณ 5 ไร่ บ้านเรือนปลูกชิดกันมาก มีลักษณะเป็นบ้านไม้ชั้นเดียว สองชั้นและครึ่งตึกครึ่งไม้สองชั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นบ้านไม้สองชั้น สำหรับบ้านของผู้เช่าของสำนักงานทรัพย์สินฯจะสร้างเป็นบ้านไม้อยู่ติดกับคลองมหานาค อยู่สภาพคงทนแข็งแรง ทางเดินเท้าภายในชุมชนเป็นคอนกรีตทั้งหมด เชื่อมติดต่อกันทั้งชุมชน ส่วนที่เป็นทางเดินไม้มีเพียงเล็กน้อย แต่ก็อยู่ในสภาพดีพอสมควร สำหรับส่วนที่เป็นคอนกรีตอยู่ในสภาพดี

ความสำคัญและลักษณะเด่น ชุมชนมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเศรษฐกิจมากมาย แบ่งเป็น 5 แขวง คือ แขวงป้อมปราบ มีพื้นที่ 0.475 ตารางกิโลเมตร แขวงวัดเทพศิรินทร์ มีพื้นที่ 0.340 ตารางกิโลเมตร แขวงคลองมหานาค มีพื้นที่ 0.355 ตารางกิโลเมตร แขวงบ้านบาตร มีพื้นที่ 0.305 ตารางกิโลเมตร และแขวงวัดโสมนัส มีพื้นที่ 0.445 ตารางกิโลเมตร โดยอาณาเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ทิศเหนือจดเขตดุสิต ทิศใต้จดเขตสัมพันธวงศ์ ทิศตะวันออกจดเขตปทุมวัน และทิศตะวันตกจดเขตพระนคร สภาพสังคมของ

เขตมีลักษณะเป็นชุมชนเมืองชั้นใน ปัจจุบันมีชุมชนที่ได้รับการจัดตั้ง จำนวน 15 ชุมชน ชุมชนมัสยิดมหานาคเป็นหนึ่งใน 15 ชุมชนของเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย โดยจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2536 ตั้งอยู่ที่หลังมัสยิดมหานาค ใกล้ตลาดโป๊เป้ แขวงคลองมหานาค เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีการชมมัสยิดและดูวิถีการใช้ชีวิตของคนในชุมชน

2.4.1.5 ชุมชนอิพอินอินทรีฟาร์มเวิลด์พอเพียง



ภาพ 62 ชุมชนอิพอินอินทรีฟาร์มเวิลด์พอเพียง

ที่มา: ดาราเดลี, 2562, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง นาคนิवास 30 ถ.นาคนิवास (ลาดพร้าว71) ลาดพร้าว กรุงเทพฯ

ประวัติความเป็นมา แต่ในช่วงปี 2554 กรุงเทพมหานครน้ำท่วมบ้านและสนามฟุตบอลรอดพ้นจากน้ำท่วมและเริ่มปลูกผักรับประทานเองในช่วงที่การเดินทางไปซื้ออาหารไม่สะดวก

ความสำคัญและลักษณะเด่น เป็นการอยู่แบบพอเพียง และไม่จำเป็นต้องใช้เงินมากมาย เจ้าของจึงตัดสินใจเปลี่ยนสนามฟุตบอลที่เคยปล่อยเช่าทำเป็นสวนเกษตรอินทรีย์ โดยที่ไม่มีความรู้ด้านการเกษตรเลย

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมต่างๆไว้สำหรับผู้สนใจ รวมทั้งทุกวันอาทิตย์สิ้นเดือนมีตลาดนัดให้ร้านค้านำสินค้าเกษตร สินค้าแปรรูป สินค้าเพื่อสุขภาพ มาแลกเปลี่ยนกัน

2.4.1.6 พิธีละหมาดในมัสยิดโบราณกรุงเทพมหานคร



ภาพ 63 พิธีละหมาดในมัสยิดโบราณกรุงเทพมหานคร

ที่มา: มุสลิมไทยโพสต์, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 447 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงวัดอรุณ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา ละหมาด หรือ นมาซ หรือเรียกกันในภาษามลายูปัตตานีว่า มาแย คือการนมัสการพระเจ้า อันเป็นศาสนกิจอย่างหนึ่งในศาสนาอิสลาม เพื่อแสดงถึงความเคารพสักการะ ความขอบคุณ และความภักดีต่ออัลลอฮ์ โดยทั่วไปการละหมาด คือ การขอพรส่วนทางศาสนา หมายถึง การกล่าวและการละหมาดจะทำ 5 เวลา ได้แก่ ยามรุ่งอรุณ (ซุบฮิ), ยามบ่ายช่วงตะวันตกล้อย (ดูฮรี) ยามเย็น (อัสรี), ยามอาทิตย์ตกดิน (มัฆริบ) และยามค่ำคืน (อิชาอ์) ซึ่งการละหมาดทุกครั้งจะต้องหันหน้าไปทางทิศกิบลัตในเมืองมักกะฮ์ มัสยิดต้นสน หรือ กุฎีบางกอกใหญ่ หรือเรียกสั้นๆว่า กุฎีใหญ่ และเคยถูกเรียกว่า สุเหร่าคลองนางหงษ์ เป็นมัสยิดชุมชนที่เก่าแก่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ประมาณกันว่าเป็นมัสยิดที่เริ่มมีขึ้นตั้งแต่ก่อนสมัยสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม (พ.ศ. 2153–2171) ในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยา ชื่อกุฎีบางกอกใหญ่ หรือกุฎีใหญ่นั้น ก็เพราะมัสยิดตั้งอยู่ปากคลองบางกอกใหญ่ ส่วนชื่อมัสยิดต้นสนนั้น ได้มาจากต้นสนคู่ที่ปลูกใหม่ในสมัย รัชกาลที่ 3 หน้าประตูกำแพง หลังเสร็จสิ้นการก่อสร้างอาคารหลังใหม่ จึงเรียกชื่อดังกล่าวสืบมา

ความสำคัญและลักษณะเด่น ชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลามทุกคนต้องปฏิบัติศาสนกิจอย่างเคร่งครัดเพราะ การละหมาดเป็นศาสนกิจเพื่อเข้าเฝ้าต่อเบื้องพระพักตร์ของพระผู้เป็นเจ้าอัลลอฮ์ (ซุบฮาย) ด้วยความสงบ สำรวม จึงเป็นหน้าที่ของมุสลิมทุกคนที่จะต้องปฏิบัติเป็นกิจวัตรประจำวัน วันละ 5 เวลาตลอดไป

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมพิธีละหมาดในมัสยิดของกรุงเทพมหานครได้ โดยการแต่งกายให้มิดชิดและทำความสะอาดก่อนเยี่ยมชมมัสยิดด้วยความเรียบร้อยและสงบเรียบร้อย

2.4.1.7 พิธีถือศีลอดในกรุงเทพมหานคร



ภาพ 64 พิธีถือศีลอดในกรุงเทพมหานคร

ที่มา: มุสลิมไทยโพสต์, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย 87/2 ซอยรามคำแหง 2 (มูลทรัพย์ 2) แขวง/เขต สวนหลวง กรุงเทพมหานคร 10250

ประวัติความเป็นมา ในทุกๆปี ศาสนิกชนมุสลิมจะปฏิบัติภารกิจถือศีลอดเดือนรอมฎอน เป็นการทดสอบความศรัทธาอันแรงกล้าต่อองค์พระผู้เป็นเจ้าที่ประทานพระบัญญัติแก่มวลมนุษย์ เพื่อฝึกฝนให้มวลมนุษย์รู้จักความอดกลั้นอดทน มีจิตใจหนักแน่น และไม่ทอดทิ้งอย่างง่ายดายต่อความยากลำบาก เมื่อเข้าเดือนรอมฎอนชาวมุสลิมจะเริ่มถือศีลอดตลอดช่วงเดือนนี้เป็นเวลา 29 – 30 วัน เป็นการปฏิบัติตามบทบัญญัติข้อที่ 4 ในหลักปฏิบัติศาสนบัญญัติ 5 ประการ คือ 1) การกล่าวปฏิญาณตนว่าไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลเลาะห์ และ นบีมุฮัมมัดเป็นศาสนทูตของพระองค์ 2) ดำรงละหมาด 3) การบริจาคทาน (ซะกาต) 4) ถือศีลอดในเดือนรอมฎอน 5) ประกอบพิธีฮัจย์ที่นครมักกะฮ์

ความสำคัญและลักษณะเด่น การถือศีลอดในเดือนรอมฎอนนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ถือศีลอดได้สัมผัสและรับรู้ถึงความทุกข์ยากลำบาก ได้เรียนรู้ถึงอุปสรรคต่างๆของการดำเนินชีวิต และเมื่อได้สัมผัสได้รับรู้ถึงความทุกข์ยากแล้ว การถือศีลอดจึงส่งผลสืบเนื่องให้ผู้ถือศีลนั้นรู้จักอดกลั้นอดทนต่อความทุกข์ยากต่างๆ ด้วยความพากเพียรและสติปัญญา กล่าวคือ ฝึกฝนจิตใจของชาวมุสลิมทุกคนให้เป็นผู้มีสติ หนักแน่น มีจิตใจอดทนอดกลั้นทั้งต่อความหิวโหย ต่อความโกรธ ความปรารถนาแห่งอารมณ์ และสิ่งยั่วยวนนานับประการ ซึ่งผลที่ได้จากความเพียร คือ การพัฒนาตนเองไปในทางที่ดี มีความใฝ่สูงด้าน

จิตใจอยู่ตลอดเวลา จิตสงบ ไม่ฟุ้งซ่าน และพร้อมที่จะเผชิญและฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ นานา มุ่งสู่ความสำเร็จ การถือศีลอดในเดือนรอมฎอนของชาวมุสลิมจึงมีคุณประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตต่อหน้าที่การงานและกิจกรรมประจำวันของชาวมุสลิม นอกเหนือไปจากความยำเกรง และศรัทธาอย่างแรงกล้าที่จะได้ใกล้ชิดพระผู้เป็นเจ้า

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว พี่น้องมุสลิมในพื้นที่และนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้ออาหารคาว หวาน และอินทผลัมเพื่อเตรียมไว้ละศีลอดร่วมกันในช่วงเย็นหรือแจกจ่ายให้กับผู้ใหญ่ที่ตนเองเคารพนับถือ หรือทำบุญมอบให้กับคนจน ผู้ยากไร้ และมอบให้กับทางมัสยิดเพื่อนำไปแจกชาวบ้าน

อุปสรรคและปัญหา คนเยอะเนื่องจากเป็นวันที่ชาวมุสลิมต้องมาละศีลอดร่วมกัน

โอกาสและแนวทางการพัฒนา พัฒนาเพิ่มสถานที่ละศีลอด

2.4.1.8 ขอบปิงศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์



ภาพ 65 ขอบปิงศูนย์การค้าเอ็มควอเทียร์

ที่มา: พันทิพย์, 2556, สืบออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง 689 693 และ 695 ถนนสุขุมวิท 8 ซอยสุขุมวิท 35 (เจริญนิเวศน์) ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ประวัติความเป็นมา เป็นศูนย์การค้าแห่งที่สองในกลุ่มดิเอ็มดิสทริค ซึ่งประกอบไปด้วยศูนย์การค้า โรงภาพยนตร์ และอาคารสำนักงาน บริหารงานโดย บริษัท ซิตี้มอลล์ กรุ๊ป จำกัด ในกลุ่มเดอะมอลล์ และบริษัท ภิรัชบุรี จำกัด ในลักษณะของการร่วมทุน ตั้งอยู่ริมถนนสุขุมวิท ผังตรงข้ามกับอาคารศูนย์การค้าเอ็มโพเรียมเดิมในพื้นที่ แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร เน้นความสำคัญกับตลาดลูกค้าชาวต่างชาติ และลูกค้าระดับกลางถึงสูง เช่นเดียวกับสยามพารากอน

ความสำคัญและลักษณะเด่น ดิ เอ็มควอเทียร์ เป็นส่วนหนึ่งในโปรเจกต์ยักษ์ใหญ่ของ ดิ เอ็มดีสทริค ที่ต้องการตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนเมืองอย่างแท้จริง ซึ่งประกอบด้วย ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน ที่อยู่อาศัย และแหล่งท่องเที่ยว โดยศูนย์การค้าดิ เอ็มควอเทียร์ ตั้งอยู่ตรงข้ามกับห้างดิ เอ็มโพเรียม โดยจะมีทางเชื่อมผ่านบีทีเอส สถานีพร้อมพงษ์เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางยิ่งขึ้น สำหรับภายในพื้นที่ของห้างดิ เอ็มควอเทียร์ จะถูกแบ่งออกเป็น 3 โซน คือ The Glas Quartier , Quarter Waterfall และ The Helix Quartier ในห้างดิ เอ็มควอเทียร์ ได้รวบรวมแบรนด์เนมชั้นนำระดับโลก และชั้นนำของไทยกว่า 400 แบรนด์ มีจุดเด่นนอกจากร้านค้าและร้านอาหารแบบครบทุกแบรนด์ดังแล้ว ยังเป็นห้างที่นำธรรมชาติมาเป็นส่วนหนึ่ง ทั้งน้ำตกใจกลางห้าง การทำสวนลอยฟ้า และการตกแต่งโดยรอบ กลายเป็นอีกหนึ่งจุดเด่นของที่นี่ทันที และทำให้มาได้บ่อย เพราะไม่ใช่แค่ห้างไว้ซื้อของแต่มาใช้ชีวิตได้

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปที่ห้างดิ เอ็มควอเทียร์ เพื่อผ่อนคลาย เดินช้อปปิ้งของแบรนด์เนม ข้าวของเครื่องใช้ และอื่นๆ รับประทานอาหาร ซึ่งมีร้านอาหารให้เลือกทานมากมาย และยังสามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้อีกด้วย

อุปสรรคและปัญหา ปัญหาด้านการจราจร เนื่องจากห้างดิ เอ็มควอเทียร์ ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ทำให้การจราจรติดขัด มีรถแออัดแน่น ส่งผลให้ผู้เดินทางมาด้วยรถส่วนตัวเดินทางลำบาก และเสียเวลาในการเดินทาง

โอกาสและแนวทางการพัฒนา ภาครัฐต้องเข้ามาจัดการดูแลและจัดระเบียบการจราจรให้มีระเบียบ จัดการปัญหาเรื่องรถติด และภาครัฐควรให้ความสำคัญกับรถสาธารณะมากขึ้น ปรับปรุงให้ทันสมัย สะดวก ปลอดภัย และผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย ผู้คนจะได้หันมาขึ้นรถสาธารณะมากขึ้น เป็นการแก้ปัญหารถติดอีกวิธีหนึ่ง

2.4.1.9 ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์



ภาพ 66 ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์

ที่มา: TruelD, 2564, สื่อดออนไลน์

ที่ตั้งและการเข้าถึง ซอยศรีนครินทร์ 51 (หลังห้างซีคอนสแควร์) กรุงเทพฯ 10900 การเดินทางไปตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ รถยนต์ (Car) จากอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิไปยังตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ มีระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 40 นาที รถประจำทาง (Bus) จากอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ ขึ้นรถประจำทางสาย 26 ไปลงที่ซีคอนสแควร์ แล้วเดินต่อไปยังตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที

ประวัติและความเป็นมา ตลาดนัดรถไฟ เริ่มจากคุณไพโรจน์ ร้อยแก้ว ประสบการณ์มองธุรกิจตลาดนัดขาด แฉงเกิดตลาดนัดได้ในเวลาไม่นาน พ่อค้าและคนทั่วไป รู้จักในนาม “โรจน์” เจ้าของร้านขายของเก่าย่านจตุจักร Rod's Antique คุณโรจน์เปิดเส้นทางพ่อค้าสู่เจ้าของตลาดว่าเข้าสู่สนามปราบเซียนในตลาดคลองถม ตั้งแต่อายุ 21 ปี จนอายุขึ้นสู่เลข 3 ต้นๆ จึงย้ายมาเช่าร้านค้าในตลาดจตุจักร นับได้ว่าเป็นเจ้ายุทธจักรนักค้าขายอย่างแท้จริง กระทั่งปั่นแบรนด์ “ตลาดนัดรถไฟ จตุจักร” ตรงข้ามมอตก. แหล่งรวมคนซื้อ คนขาย ทั้งของใหม่ของเก่ามือสองไปจนถึงของโบราณ (Antique) จนตลาดนัดรถไฟจตุจักร ปิดตัวลง (การรถไฟฯ ต้องการพื้นที่คืนเพื่อทำโครงการรถไฟฟ้าสายสีแดง) จึงย้ายมาอยู่ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์

ความสำคัญและลักษณะเด่น ตลาดนัดรถไฟศรีนครินทร์ ตั้งอยู่ในซอยศรีนครินทร์ 51 ด้านหลังห้างซีคอนสแควร์ ถือเป็นตลาดกลางคืนที่เอาใจคนที่ชื่นชอบของโบราณ ในบรรยากาศคล้ายกับตลาดรถไฟจตุจักรที่คล้ายกับย้อนเข้าไปสู่ยุคเก่า เพราะเป็นแหล่งรวมเฟอร์นิเจอร์ ของสะสม ของตกแต่งบ้านสุดคลาสสิก รถโบราณ อะไหล่รถคลาสสิก จักรยานโบราณ เสื้อผ้าวินเทจ ของฝากสุดชิค ตุ๊กตาหลากหลายแบบ และสินค้าอื่นๆ ให้เลือกชมเลือกซื้อ

มากมายตลาดรถไฟ ศรีนครินทร์ มีสองโซนให้เลือกเดิน คือ โซนพลาซ่า เปิดวันอังคาร-อาทิตย์ และโซนตลาดนัด เปิดวันพุธ และศุกร์-เสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 17.00-24.00 น. รับเป็นสถานที่ที่ถูกออกแบบในสไตล์วินเทจผสมผสานกลิ่นความเป็นเรโทรเอาไว้ได้อย่างลงตัว

กิจกรรมและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เดินเล่นช้อปปิ้ง ของกิน เสื้อผ้า ของสะสม แนววินเทจ นั่งเล่นฟังดนตรีสด

สถาปัตยกรรม เปิดวันพฤหัสบดี-วันอาทิตย์ 16:00 น. - 24:00 น. ปิดวันจันทร์-วันพุธ

อุปสรรคและปัญหา หลังจากการระบาดของโควิด 19 ทำให้ตลาดนัดรถไฟรัชดา และตลาดนัดกลางคืนอีกหลายแห่งต้องปิดตัวลง เนื่องจากตลาดไม่มีผู้ใช้บริการ และผู้ประกอบการแบกรับต้นทุนการดำเนินการเอาไว้ไม่ไหว มีพื้นที่จำกัดและมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้มีความแออัดเสียดยัดเยียด แย่งกันเดิน แย่งกันซื้อของ อาจทำให้ขาดอากาศหายใจและเป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวได้

โอกาสและแนวทางการพัฒนา จัดผังตลาดให้เชื่อมต่อร้านอาหารมากขึ้น มีการจัดทำพื้นที่ส่วนกลางที่เชื่อมต่อธุรกิจร้านอาหารที่จะมาเปิดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะกินข้าวที่มีแทบทุกล็อกของตลาด รวมไปถึงจุดที่นั่งชียะที่ทั่วถึง Brand CI หรือ อัตลักษณ์ของแบรนด์ที่แข็งแกร่ง กระตุ้นให้เกิด FOMO (Fear of Missing Out) จากสถิติระบุว่า ผู้บริโภครู้จักตลาดนัดกลางคืนผ่านโซเชียลมีเดียถึง 65% ดังนั้น ความสวยงามของสถานที่นั้นจึงสำคัญเป็นอย่างมาก

2.5 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นด้านบริการที่สำคัญ

2.5.1 ระบบขนส่งสาธารณะ

กรุงเทพมหานครมีสายการบิน รถไฟ บริษัทขนส่งจำกัด ให้บริการดังตารางสรุปต่อไปนี้

ทางบก

เป็นเส้นทางการเดินทางหลักที่ไปได้ทั่วถึงทุกจังหวัดในประเทศไทย พาหนะสำหรับการเดินทางทางบกมีให้เลือกหลากหลาย ได้แก่ รถประจำทาง มีบริการทั้งระยะใกล้ ระยะไกล รถเมล์ รถไฟ รถไฟฟ้า รถตู้ รถสองแถว รถแท็กซี่ รถสามล้อเครื่องที่มีเอกลักษณ์ทางด้านดีไซน์ จนกลายเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของประเทศไทย จัดเป็นรถแท็กซี่ประเภทหนึ่ง มีเฉพาะในกรุงเทพฯและบางจังหวัด รถมอเตอร์ไซด์ ให้บริการตามซอยต่างๆ สามารถเรียกให้ไปส่งตามจุดหมายที่ต้องการ แต่นิยมใช้บริการในระยะใกล้ๆ รถเช่า มีศูนย์บริการรถเช่าอยู่ทั่วไปทั้งรถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ และรถจักรยาน เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากเดินทางไปไหนมาไหนอย่างอิสระ ออกนอกเส้นทางหลัก และไม่ยากเสียเวลารอรถออกตามกำหนดเวลาอย่างรถประจำทาง บางแห่งจะมีบริการรถเช่าพร้อมคนขับ ศูนย์บริการรถเช่ามีบริการ และ

การเดินทางโดยขัปรถยนต์ มอเตอร์ไซด์ หรือรถจักรยาน มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

ระบบขนส่งมวลชนทางราง 12 สาย ได้แก่ 1) รถไฟฟ้าสายสีแดง ธรรมศาสตร์ – บางซื่อ – หัวลำโพง – มหาชัย 2) รถไฟฟ้าสายสีแดงอ่อน ศาลายา – ดลิ่งชัน – บางซื่อ – มักกะสัน – หัวหมาก 3) รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ดอนเมือง – บางซื่อ – พญาไท – มักกะสัน – สุวรรณภูมิ 4) รถไฟฟ้าสายสีเขียว ลำลูกกา – หมอชิต – สมุทรปราการ – บางปู 5) รถไฟฟ้าสายสีเขียวอ่อน ยศเส – บางหว้า 6) รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ท่าพระ – บางซื่อ – หัวลำโพง – บางแค – พุทธมณฑลสาย 7 7) รถไฟฟ้าสายสีม่วง บางใหญ่ – บางซื่อ – ราษฎร์บูรณะ 8) รถไฟฟ้าสายสีส้ม ดลิ่งชัน – ศูนย์วัฒนธรรม – บางกะปิ – มีนบุรี 9) รถไฟฟ้าสายสีชมพู แคราย – ปากเกร็ด – มีนบุรี 10) รถไฟฟ้าสายสีเหลือง ลาดพร้าว – พัฒนาการ – ลำโพง 11) รถไฟฟ้าสายสีเทา รัชพล – พระราม 4 – สะพานพระราม 9 12) รถไฟฟ้าสายสีฟ้า ดินแดง – มักกะสัน – สาทร



Bangkok Mass Transit



Copyright © by The Cluster of Logistics and Rail Engineering, Faculty of Engineering, Mahidol University / Version. 12 Jan 2022

ภาพ 67 เส้นทางรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

ที่มา: สาขาวิชาโลจิสติกส์และระบบขนส่งทางราง คณะวิศวกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล, 2565

ทางน้ำ

กรุงเทพมหานครมีแม่น้ำลำคลองอยู่ทั่วไป มีการสัญจรทางน้ำมาตั้งแต่โบราณ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครเองนั้น สมัยก่อนเคยได้ชื่อว่าเป็นเมืองเวนิสตะวันออก เพราะมีคลองอยู่ทั่วเมือง ปัจจุบันแม้กรุงเทพมหานครจะเหลือคลองน้อยลง แต่ก็ยังมีหลายคลองที่มีเรือโดยสารวิ่งรับส่งคนตามท่าเรือต่างๆ นอกจากนี้มีเรือโดยสารที่รับส่งคนตามท่าเรือต่างๆ แล้ว ยังมีเรือที่ให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ อย่างเช่น นั่งเรือชมวิวเรือชนล่อง เช่น เรือหางยาว เป็นต้น

ทางอากาศ

กรุงเทพมหานคร มีสนามบินหลัก (Bangkok Airport) 2 แห่งคือ ท่าอากาศยานดอนเมือง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นอกจากนี้ ยังมีเครื่องบินแบบเหมาลำให้เช่า สำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางทางเครื่องบินที่ต้องการความเป็นส่วนตัวและมีอิสระในการเดินทางมากขึ้น

2.5.2 ที่พัก

กรุงเทพมหานครมีจำนวนห้องพักในปี พ.ศ.2562 จำนวน 1,113,000 ห้อง มีจำนวนผู้เข้าพัก 25.7 ล้านคน ผู้เข้าพักในกรุงเทพมหานคร แยกออกเป็น ผู้เข้าพักชาวไทย 7.2 ล้านคน และชาวต่างชาติ 18.5 ล้านคน ผู้เข้าพักส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ กรุงเทพมหานครมีสถานประกอบการที่พักแรม จำนวน 1,217 แห่ง สถานประกอบการที่พักแรมจำแนกตามการมีห้องประชุมสัมมนา จำนวนประมาณ 500 แห่ง ไม่มีห้องประชุมสัมมนา จำนวน 700 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

โรงแรมและที่พักฮาลาลในกรุงเทพมหานคร

Al Meroz Hotel Bangkok



ภาพ 68 Al Meroz Hotel Bangkok

ที่มา: Booking.com, 2565, สื่อดิจิทัลออนไลน์

ที่ตั้ง 4 รามคำแหง ซอย 5 ถนนรามคำแหง เขตสวนหลวง รัชดาภิเษก กรุงเทพฯ 10250

การบริการ โรงแรม อัล มีรอส เป็นโรงแรมฮาลาลชั้นนำของกรุงเทพมหานคร มีห้องพักทั้งหมด 242 ห้อง ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ และเข้าสู่ตัวเมืองกรุงเทพฯ นอกจากนี้ ยังอยู่ใกล้กับมัสยิดเพื่อศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นสถานที่ประกอบศาสนกิจและให้คำแนะนำแก่ชุมชนมุสลิม โรงแรมได้รับการออกแบบมาเป็นพิเศษเต็มรูปแบบตามมาตรฐานฮาลาลสากล เพื่อสร้างความสะอาดสบาย และความเป็นอยู่ที่ดีแก่แขกชาวมุสลิมและที่มีใช้มุสลิม อาหารทุกมื้อได้รับการรับรองฮาลาล และปราศจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Aleaf Bangkok Hotel



ภาพ 69 Aleaf Bangkok Hotel

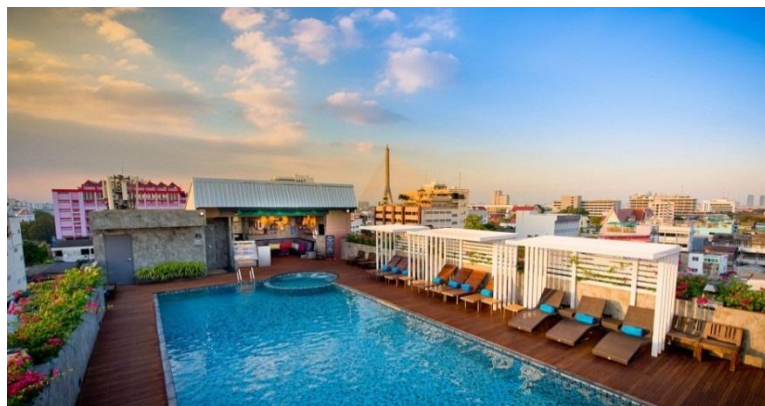
ที่มา: ฮาลาลรุท, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้ง ซอยรามคำแหง 12 ติดกับเดอะมอลล์ รามคำแหงห่างจากปากซอยเพียง50เมตร

การบริการ โรงแรมอสิฟ กรุงเทพฯ มีทั้งหมด 16 ห้อง เป็นโรงแรมปลอดบุหรี่ ภายในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันตามมาตรฐานของโรงแรมระดับ 3 ดาว



Nouvo City Hotel



ภาพ 70 Nouvo City Hotel

ที่มา: นูโวซิตีโฮเทล, 2565, สื่อดออนไลน์

ที่ตั้ง 2 สามเสนซอย 2 ถนนสามเสน พระนคร กรุงเทพฯ 10200

การบริการ โรงแรมนูโว ซิตี้ มีห้องพักทั้งหมด 270 ห้อง ระดับ 4 ดาว เป็นโรงแรมในย่านเมืองเก่าที่นักท่องเที่ยวสามารถรับลมชมวิวยามเย็นน้ำเจ้าพระยา ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเขตพระนคร เช่น สยามหลวง ท่าพระอาทิตย์ ถนนข้าวสาร และมัสยิดจักรพงษ์ และพิพิธภัณฑ์บางลำพู บริการด้วยระบบมาตรฐานสากล มีบริการสปาในรูปแบบความเป็นไทย



Bed By City Hotel



ภาพ 71 Bed By City Hotel

ที่มา: เชียงดาวดอทคอม, 2565, สืบออนไลน์

ที่ตั้ง 59/1-5 ซอย สุขสันต์ สี่พระยา บางรัก กรุงเทพฯ 10500

การบริการ โรงแรม เบด บาย ซิตี้ มีห้องพักทั้งหมด 42 ห้อง เป็นโรงแรมขนาดเล็ก ตั้งอยู่ใกล้ย่านแหล่งธุรกิจกลางเมือง สามย่านและมาบุญครอง ที่นี้เปิดต้อนรับพี่น้องมุสลิมให้มาใช้บริการ มีโซนอาหารฮาลาลให้รับประทาน เดินทางด้วยการเดินทางจาก MRT สามย่าน และ BTS ศาลาแดง มายังที่พักได้ใน 3 นาที



@Ram 21 Place



ภาพ 72 @Ram 21 Place

ที่มา: ฮาลาลูท, 2565, สื่อดออนไลน์

ที่ตั้ง 104 ซอยรามคำแหง 21 หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

การบริการ โรงแรมมุสลิม ราม 21เพลส มีห้องพักทั้งหมด 150 ห้อง ก่อกำเนิดขึ้นจากการรวมตัวของกลุ่มสตรีมุสลิมไทย เพื่อให้คนมุสลิมมีสถานที่พักใหม่ สวยงาม สะอาด สามารถรองรับกับการใช้ชีวิตที่สะดวกสบายตามแบบฉบับไลฟ์สไตล์ของคนสมัยใหม่ มีทางเลือกที่มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ในช่วงของการเดินทางท่องเที่ยว หรือการเดินทางเพื่อมาทำธุรกิจในกรุงเทพมหานคร หรือแม้แต่มาเพื่อเยี่ยมลูกหลานที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

Darul Hijroh Hotel



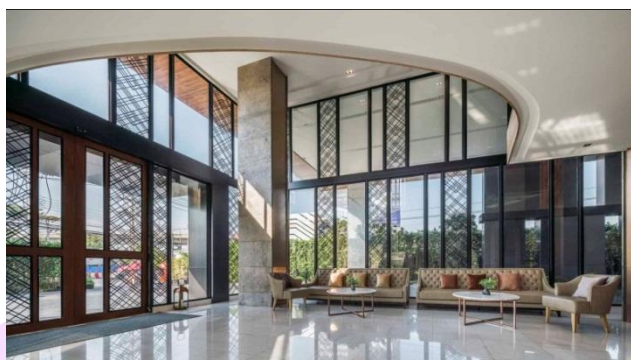
ภาพ 73 Darul Hijroh Hotel

ที่มา: Hotelmix, 2565, สื่อดอนไลน์

ที่ตั้ง 17 ซอย รามคำแหง 2 ถนนรามคำแหง กรุงเทพฯ 10250 ตั้งอยู่ห่างจาก ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ รามคำแหง 10 นาที และห่างจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ 20 นาที

การบริการ โรงแรมดาร์ลุ ฮิจเราะห์ (ชื่อเดิม โรงแรมตราทิพย์ – Tratip Hotel) มีห้องพักทั้งหมด 28 ห้อง เป็นโรงแรมสำหรับชาวมุสลิม ที่ให้บริการห้องพักเงียบสงบ และรูปแบบการบริการแบบเป็นกันเอง

Zayn Hotel



ภาพ 74 Zayn Hotel

ที่มา: เซนโฮเทลแวงคอก, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้ง 595 ถ.ศรีนครินทร์ สวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 ตั้งอยู่บนถนนศรีนครินทร์ ใกล้รถไฟฟ้าสายสีเหลือง และ Airport Rail Link สถานีหัวหมาก ห่างจากสนามบินสุวรรณภูมิเพียง 15 นาที

การบริการ โรงแรมเซน กรุงเทพ มีห้องพักทั้งหมด 100 ห้อง ให้บริการตามมาตรฐานฮาลาล ตกแต่งด้วยโทนสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น นอกจากการให้บริการพี่น้องชาวมุสลิมแล้ว โรงแรมสำหรับชาวมุสลิมเปิดให้บริการกับนักท่องเที่ยวทุกศาสนาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร พร้อมให้ความสะดวกสบายสำหรับการเดินทางในเมืองใหญ่ โดยจะมีพนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม โดยโรงแรมจะยึดหลักซกาตหรือมีการบริจาคเงินกลับคืนสู่ชุมชนต่อไป

2.5.3 ภัตตาคารและร้านอาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร

Fat Lamb BKK



ภาพ 75 Fat Lamb BKK

ที่มา: Fat Lamb Dine & Feast, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้ง พระราม 9 ซอย 45 แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ

การบริการ ร้านอาหารเมดิเตอร์เรเนียนและอเมริกัน เช่น เนื้อย่าง เบอ์เกอร์ พาสต้า ตกแต่งเรียบหรู บริการอาหารที่ผสมผสานระหว่างความเป็นเมดิเตอร์และอเมริกัน อาหารฮาลาลแบบ Fine Dining ร้านเปิดบริการ: 12.00–22.00 น.

Origami Japanese Restaurant



ภาพ 76 Origami Japanese Restaurant

ที่มา: origamijapaneserestaurant, 2565, สื่อออนไลน์

ที่ตั้ง ซอยรามคำแหง 24 แยก 20 แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ

การบริการ ร้านอาหารญี่ปุ่นแบบสาลาล ร้านจะเน้นเป็นแนวญี่ปุ่นแบบฟิวชั่น เป็น
ร้านอาหารญี่ปุ่น เช่น สลัด อาหารญี่ปุ่นต่าง

Al Sa ray



ภาพ 77 Al Sa ray

ที่มา: alsarayrestaurant, 2565, สื่อออนไลน์

ที่อยู่ 60/2, สีส้มซอย 2/1 สุริยวงศ์ บางรัก กรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร
(ตรงข้ามสีลม คอมเพล็กซ์)

การบริการ ร้านอาหารฮาลาล ตกแต่งหรูหรา เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งนำเข้าจากเลบานอน เป็นร้านอาหารเลบานอนและอาหารฮาลาล เช่น แป้งนานไส้ชีส ถั่วลูกไก่บด



Makan Cuisine



ภาพ 78 Makan Cuisine

ที่มา: HALALROUTE, 2565, สืบออนไลน์

ที่อยู่ ถนนประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร

การบริการ ร้านอาหารฮาลาลบรรยากาศดี มีเมนูให้เลือกมากมาย ทั้งอาหารและคาวหวาน เช่น เมนูสเต็ก เบเกอรี่ฮาลาล อาหาร เช่น ข้าวผัดกิมจิหน้าไก่ ขนมหวาน และยำ สล่ำร่าย



Royal Indian Paragon



ภาพ 79 Royal Indian Paragon

ที่มา: PANASM'S BLOG, 2561, สืบออนไลน์

ที่ตั้ง สยามพารากอน ชั้นG Foodcourt ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

การบริการ ร้าน รอยัล อินเดีย ถือได้ว่าเป็นร้านอาหารอินเดียร้านแรกของประเทศไทย มีประสบการณ์มากกว่า 50 ปี และได้ขยายสาขามาที่สยามพารากอนเป็นเวลา 15 ปีแล้ว จุดเด่นของ ร้านรอยัลอินเดีย สยามพารากอน คือ การใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ทุกวันและปรุงอาหารกับเครื่องเทศได้ออกมาลงตัวโดยไม่มีกลิ่นฉุน จากเชฟจากอินเดียโดยตรง ประสบการณ์มากกว่า 20ปี วัตถุดิบจำพวกเนื้อ ส่วนใหญ่จะผ่านการย่างด้วยเตาทันดูร์ ซึ่งเป็นเตาของประเทศอินเดียโดยเฉพาะ จะทำให้ความหอมของเครื่องเทศยิ่งมากขึ้น

3.รายงานผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร (SWOT and TOWS)

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาสังเคราะห์ทำ TOWS คือกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร

1.1 จุดแข็ง (Strengths) กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียนเข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิมในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยาสองฟากฝั่ง ลำคลอง สวนสาธารณะ กรุงเทพมหานครมีโครงการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ด้านพหุวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถาน วัด โบสถ์คริสต์ มัสยิด ศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิมมีมัสยิดที่สวยงาม มีโรงแรมและภัตตาคาร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก มีสตรีทฟู้ดดีที่สุดในโลกและเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workcation)

1.2 จุดอ่อน (Weakness) ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน ขาดความร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ ขาดแผนการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการขายท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างมาตรฐานของบริการ ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวกที่พอเพียง เช่น ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

1.3 โอกาส (Opportunities) มีกระแสการท่องเที่ยวโลกในอนาคต ด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม อาหาร สุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิต และการท่องเที่ยวมิติจิต กระแสการท่องเที่ยวฮาลาลที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก ใน ค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9,000 ล้านคน ซึ่งจะเป็นประชากรมุสลิม 2,000 ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดโอกาสในการทำการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต

3.4 อุปสรรค (Threats) มีเมืองใหญ่ที่เป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยว เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ไทเป โตเกียว โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง สงครามเย็นโลก มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติทางชีววิทยา เช่น โรคระบาดโควิด 19 โลกมีปัญหาด้านก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ยาเสพติด

หลังจากการร่วมกันระดมสมองทำการวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครแล้ว ที่ประชุมกลุ่มย่อยได้ร่วมกันพิจารณาภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการดังกล่าวและได้ร่วมกันกำหนดทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครในอนาคต ดังนี้

กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีคุณภาพ ได้แก่ ทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา สวนบางกระเจ้าศูนย์การเรียนรู้ป่าในเมือง ปตท. มีศิลปะวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีชุมชนที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และศรัทธาทางความเชื่อ ศาสนา รวมทั้งมีสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอันทรงคุณค่าและสินค้าทางการเกษตรที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นสินค้าที่ระลึกในการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าให้กับชุมชน ในขณะที่ชุมชนควรมีการพิจารณาเชื่อมโยงระบบการจัดการจุดหมายปลายทางและการจัดการของเสียที่ดิน น้ำ ใช้ให้พอเพียงสำหรับรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นโอกาสในการเป็นศูนย์กลางและเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวที่กระจายออกไปทุกทิศทางด้านโลจิสติกส์ตามนโยบายสนับสนุนในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับนานาชาติและการสร้างตลาดแบบ Digital Marketing เพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครต่อไป

หลังการประชุม ผู้วิจัยและที่ประชุมกลุ่มย่อยได้ร่วมกันวิเคราะห์ SWOT แล้ว ผู้วิจัยและที่ประชุมได้ร่วมกันสังเคราะห์ผลการวิเคราะห์ SWOT มาสร้าง TOWS เพื่อการนำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครมาร่วมกันพิจารณาในภาพรวมเพื่อสร้างแนวทางแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร ดังนี้



ตาราง 11 แสดง SWOT และ TOWS ของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
1. กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิมในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง 2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยาสองฟากฝั่ง ลำคลองสวนสาธารณะ มีโครงการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว 3. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลายด้าน พหุวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถาน วัด โบสถ์คริสต์ มัสยิด ศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรม อาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิม มีมัสยิดที่สวยงาม 4. เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย 5. ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร 6. กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก 7. มีสตรีทฟู้ดดีที่สุดในโลกและเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workcation)	1.ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน 2.ขาดความร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ 3.ขาดแผนการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการขายท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร 4. ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างมาตรฐานของบริการ 5. ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

โอกาส (O)	กลยุทธ์เชิงรุก จุดแข็ง+โอกาส (SO)	กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น จุดอ่อน+อุปสรรค (WO)
1. มีกระแสการท่องเที่ยวโลกในขนาดค ด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม อาหาร สุขภาพ การที่ อ ง เ ที่ ย ว 2. ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก 3. ในค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9,000 ล้านคน ซึ่งจะเป็นประชากรมุสลิม 2,000 ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล 4. ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดโอกาสในการทำตลาดตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต	1. แปรนต์ท่องเที่ยวฮาลาลด้าน ธรรมชาติเชิงอนุรักษ์เที่ยวกรุงเทพฯ 2. แปรนต์ท่องเที่ยวฮาลาลด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์เยือนกรุงเทพฯ 3. แปรนต์ท่องเที่ยวฮาลาลสัมผัสสังคม เมืองหลวงบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง 4. แปรนต์ท่องเที่ยวฮาลาลเชิง วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ	1. สร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการท่องเที่ยวฮาลาล 2. ตั้ง คณะ กรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกทม. 3. สร้างแผนการตลาดดิจิทัลของการท่องเที่ยวฮาลาล 4. สร้าง แผน อนุรักษ์ วัฒนธรรมและธรรมชาติในชุมชนมัสยิดในกทม. 5. สร้างแผนพัฒนาสิ่งแวดล้อม สะดวกสำหรับการท่องเที่ยวฮาลาลในกทม. 6.สร้างเครือข่ายท่องเที่ยวฮาลาลในมัสยิดและชุมชนอิสลามในกทม.
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์รักษา เสถียรภาพชุมชน จุดแข็ง+อุปสรรค (ST)	กลยุทธ์ การเตรียมความพร้อม จุดอ่อน+อุปสรรค (WT)
1. มีเมืองใหญ่ที่เป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยวฮาลาล เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย 2. โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหา การเมือง สงครามเย็น 3. โลกมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก 4. โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ ฯลฯ 5. โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติทางชีววิทยา เช่น โรคระบาด โคโรนา 19 6. โลกมีปัญหาด้านก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ยาเสพติด	1. เปลี่ยนคู่แข่งเป็นพันธมิตร 2. พัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดน 3. สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวฮาลาลในอาเซียน 4. พัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานเศรษฐกิจ พื้นฐาน ประชาธิปไตยแบบปกครองตนเอง 5. ระดมทุนและความร่วมมือจากภายในประเทศ และชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล	1. อบรมการเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติทุกรูปแบบ 2. สร้างเครือข่ายด้านความปลอดภัย 3. เชะ ล อ ก การ พัฒนาการท่องเที่ยวไม่ให้ป็นรายได้หลักของชาติ 4. อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจต่อการดูแลรักษาทรัพยากร

1. รายงานผลการศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวศาลาลในกรุงเทพมหานคร

จากการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวศาลาลในกรุงเทพมหานคร พบว่าในภาพรวมความคิดเห็นของผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชนประชาชนและนักท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกันผู้วิจัยขอสรุปประเด็นสำคัญในด้านต่างๆ ดังนี้

4.1 ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่

4.1.1 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บำบัดบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

4.1.2 สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว

4.1.3 วิถีชีวิตที่สวຍงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

4.1.4 มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ

4.1.5 มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์

4.1.6 ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมความสะอาดในอนาคด

4.2 ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

4.2.1 มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ

4.2.2 การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมความสะอาด

4.2.3 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร

4.2.4 การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว การจัดการขยะคุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ

4.2.5 การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ

4.3 ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4.3.1 ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ

4.3.2 มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว

4.3.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง

4.3.4 มีโอกาสในการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ

4.3.4 มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4.4 ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้การสื่อความหมายและการปลูกจิตสำนึก

4.4.1 มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว

4.4.2 มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว

4.4.3 กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

4.4.4 กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชนนักท่องเที่ยวและองค์กรต่างๆ

รายงานผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

รายงานผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยกับผู้แทน 4 กลุ่มได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมผู้ให้ข้อมูลได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ ในแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ ที่ประชุมลงความเห็นร่วมกันในการสร้างวิสัยทัศน์ในรูปแบบของแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร โดยมีตำแหน่งการตลาด (Positioning) 4 ดังนี้

ตำแหน่งที่ 1 กรุงเทพมหานครมีความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงธรรมชาติ ในอีก 5-10 ปีข้างหน้า โดยกรุงเทพมหานครจะเป็นเมืองนำอยู่ สร้างการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ เยือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด ล่องลอยไปตามลำน้ำเจ้าพระยาและลำคลองที่คดเคี้ยวไปตามเรือสวนผลไม้นานาชาติ สวนลั่นจี่อายุร้อยปีเขตจอมทอง ชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวล เหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าแสม ป่าโกงกาง ชานมहनครที่เขตลาดกระบัง พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงใต้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธี

ละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่บนฟากฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานคร เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ตำแหน่งที่ 2 กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถี “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เทียบบางกอกมหานครแห่งทวยเทพ (City of angles) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและสุขภาพกายใจ เชื้อคร่ากายผ่าตัดหัวใจ รับการรักษาพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก ณ โรงพยาบาลชั้นนำพร้อมแพทย์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ล้ำยุคที่สุด เข้าโปรแกรมเสริมสร้างสุขภาพเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคทุกชนิดที่ศูนย์สุขภาพชีวาธรรม ร่วมมหกรรมศิลปะ ดนตรี กีฬา และความบันเทิงตลอดปี ชอปปิงสินค้าแบรนด์เนม และสินค้าแฟชั่นสุดหรูระดับโลกที่ย่านชอปปิง ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนสาทรร่วมเทศกาล สตรีทฟู้ด อาหารทะเลสดๆ กลางกรุงสไตล์ฮาลาล ร่วมมหกรรมภาพยนตร์ สินค้าอุปโภคบริโภคฮาลาล เทียวตลาดนัด ตลาดน้ำ ถนน วัฒนธรรม ถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุกริมฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครและเพื่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน

ตำแหน่งที่ 3 กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคม เยือนกรุงเทพมหานคร เพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกันได้ฟ้าบางกอก มาตั้งแต่สมัยอยุธยาเมื่อ 500 กว่าปีมาแล้วอย่างกลมกลืนและสันติสุข เยี่ยมเยือนชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่งเจ้าพระยา เมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบๆ มัสยิดที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสวิถีชีวิตคนจีน โปรตุเกส ในหมู่บ้านกุฎีจีนเพื่อชิมอาหารแต่จิว อาหารโปรตุเกส อาหารไทย โบราณ ชมถนนสตรีทฟู้ด ยามราตรีที่ยังสะท้อนวิถีชีวิตคนจีนบางกอกอย่างมั่นคงที่ไชน่าทาวน์ เยี่ยมหมู่บ้านช่างกลาง กรุงเทพมหานคร ที่บ้านบาตร บ้านช่างหล่อ บ้านบุที่ทำชั้นลงหิน สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา ศาสนาและกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุง เพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

ตำแหน่งที่ 4 กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ มหานครแห่งศิลปะวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ผ่านการค้าโบราณ สองฝั่งแม่เจ้าพระยา ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนถนนสายวัฒนธรรม บนเกาะรัตนโกสินทร์ ชมความงามอลังการของเรือพระราชพิธีเสด็จทางชลมารค ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย ชมความงามของประณีตศิลป์ของวัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นและงดงามที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดที่งดงามที่สุด 10

อันดับในกรุงเทพมหานครและมีโอกาสในการทำละหมาดในมัสยิดดังกล่าว เพื่อความสงบสันติในจิตใจและเพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม

โดยที่ประชุมได้กำหนดยุทธศาสตร์ 4 ด้านพร้อมกลยุทธ์และโครงการของแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนา ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงการอนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว (Zoning) เชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานบนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี โครงการจัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี โครงการกำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองพร้อมจุดแวะชมวัดและชุมชนสองฝากฝั่ง โครงการกำหนดเขต (Zoning) ระเบียบช้อปปิ้ง (Shopping Corridor) ผ่านสุขุมวิท สาทร สีลมและพื้นที่ช้อปปิ้งรอบๆกรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งช้อปปิ้งระดับโลก โครงการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร 50 เขต เพื่อเป็นมหานครสีเขียวสะดวกสบายและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว โครงการกรุงเทพมหานครมีมาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำรับมือกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำหนุนและน้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร (Resource Management) ประกอบด้วย โครงการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียรวมของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพ โครงการจัดสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร โครงการธนาคารขยะ ร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต กรุงเทพมหานครโครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยน้ำ EM ในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในที่พักแรมอาคารสูงและบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร โครงการจัดการทรัพยากรด้วยรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ B.E.G. Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ=Bio) เศรษฐกิจหมุนเวียน (circular) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green) เพื่อความยั่งยืนในทันที 50 เขตของกรุงเทพมหานคร ทั้งระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร และการกระจายรายได้สู่ชุมชน

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด ประกอบด้วย โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร โครงการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ

ตลาดออนไลน์ โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปสำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้ที่มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์ โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวสากล ให้กับผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์เชื่อมโยงตลาดมุสลิม โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook Youtube Tripadvisor โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัดนานาชาติ โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานคร เมืองนวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย โครงการพัฒนาธุรกิจ Hostel และ Poshtel ใน กรุงเทพมหานคร โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐาน อย. และฮาลาลของผลิตภัณฑ์อาหาร ของฝากของที่ระลึก สมุนไพรและเวชสำอางฮาลาล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับชุมชน โครงการตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล กรุงเทพมหานคร โครงการพัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้ ประกอบด้วยโครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพรร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง โครงการสร้างเครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อบูรณาการวัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน ประกอบด้วย โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรรและแพทย์แผนไทย เพื่อก้าวการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการสนับสนุนการจัดมหกรรมแพทย์ทางเลือกนานาชาติ โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์ โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม โครงการอบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนากการท่องเที่ยวฮาลาล โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก ประกอบด้วย โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตใจและปัญญาแห่งโลก โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม โครงการฝึกปฏิบัติจิต ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญาในทุกชุมชน ที่ประชุมกลุ่มย่อยได้สรุปแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนากการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำไปเป็นฐานข้อมูลในการทำวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

รายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนากการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนากการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน

กรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มโดยให้โควตากลุ่มละ 100 ตัวอย่าง รวม 400 ตัวอย่าง ซึ่งนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ ดังผลการศึกษา ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป และข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ



ตารางที่ 12 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้										
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	5.0	8	8.0	16	16.0	19	19.0	48	12.0
5,001–10,000 บาท	12	12.0	16	16.0	22	22.0	17	17.0	67	16.8
10,001–15,000 บาท	24	24.0	14	14.0	17	17.0	13	13.0	68	17.0
15,001–20,000 บาท	25	25.0	10	10.0	19	19.0	10	10.0	64	16.0
20,001–25,000 บาท	6	6.0	12	12.0	2	2.0	4	4.0	24	6.0
25,001–30,000 บาท	9	9.0	6	6.0	6	6.0	7	7.0	28	7.0
30,001–35,000 บาท	4	4.0	6	6.0	7	7.0	13	13.0	30	7.5
35,001–40,000 บาท	5	5.0	6	6.0	1	1.0	4	4.0	16	4.0
40,001–45,000 บาท	6	6.0	3	3.0	3	3.0	4	4.0	16	4.0
45,001 บาทขึ้นไป	4	4.0	19	19.0	7	7.0	9	9.0	39	9.8
รวม	100	100.0	100	100.0	100	100.0	100	100.0	400	100.0
7. ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร										
เพื่อน/ญาติ/ปากต่อปาก							19	19.0	19	19.0
บริษัทท่องเที่ยว/ศูนย์ข้อมูล							4	4.0	4	4.0
ท่องเที่ยว										
เอกสารแผ่นพับ/โบรชัวร์/							4	4.0	4	4.0
วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง							5	5.0	5	5.0
สื่อออนไลน์/วิทยุ/โทรทัศน์/							66	66.0	66	66.0
ป้ายประชาสัมพันธ์										
สื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียล							2	2.0	2	2.0
มีเดีย/เฟสบุ๊ก/ยูทูบ/										
บล็อกเกอร์/รีวิว อื่นๆ										
รวม							100	100.0	100	100.0
8. ซื้อตั๋วเครื่องบิน ด้วยสาร จงที่พักรถเช่า และบริการทางการท่องเที่ยวต่างๆเพื่อมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร										
ซื้อผ่านบริษัทท่องเที่ยว/							24	24.0	24	24.0
ซื้อโดยตรงกับผู้ให้บริการ										
ซื้อผ่าน Agoda							24	24.0	24	24.0
ซื้อผ่าน Booking.com							10	10.0	10	10.0
ซื้อผ่าน Expedia							3	3.0	3	3.0
ซื้อผ่าน Travalloka							14	14.0	14	14.0
ซื้อผ่านเว็บไซต์ หรือ							20	20.0	20	20.0
แอปพลิเคชันอื่นๆ							5	5.0	5	5.0
รวม							100	100.0	100	100.0

จากตาราง 12 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นรายกลุ่ม พบว่าภาครัฐส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 สถานภาพโสด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 การศึกษาระดับ

ปริญญาตรี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 อาชีพข้าราชการ พนักงานของรัฐและ
รัฐวิสาหกิจ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 98.0 รายได้อยู่ระหว่าง 15,000 ถึง 20,000 บาท
จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ภาคเอกชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 มีอายุระหว่าง
17 - 24 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 สถานภาพโสด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ
67.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 อาชีพพนักงาน
บริษัทเอกชน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รายได้อยู่ระหว่าง 45,000 บาทขึ้นไป จำนวน
19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีอายุระหว่าง
17 - 24 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 สถานภาพโสด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ
82.0 การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 อาชีพ
นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รายได้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000
บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 มีอายุระหว่าง
17 - 24 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 สถานภาพโสด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ
66.0 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา
จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รายได้อยู่ระหว่าง ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 19 คน คิด
เป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวน 269 คน
คิดเป็นร้อยละ 67.3 เพศชาย จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 มีอายุระหว่าง 17 ถึง 24 ปี
จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา มีอายุ 25 ถึง 34 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็น
ร้อยละ 23.8 และมีอายุ 35 ถึง 44 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ สถานภาพ
โสด จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 สถานภาพสมรส จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ
26.8 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมา ระดับ
ปริญญาโท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และระดับมัธยมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็น
ร้อยละ 7.3 ตามลำดับ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0
รองลงมา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และนักเรียน/
นักศึกษา จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 ถึง
15,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 รายได้ระหว่าง 5,000 ถึง 10,000 บาท

จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และรายได้ระหว่าง 15,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครจากสื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย/เฟสบุ๊ก/ยูทูบ/บล็อกเกอร์/รีวิว มากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาได้รับข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/ปากต่อปาก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 รับข้อมูลจากสื่อออฟไลน์/วิทยุ/โทรทัศน์/ป้ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 จากบริษัทท่องเที่ยว/ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และรับข้อมูลจากเอกสาร แผ่นพับ โบรชัวร์/วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวซื้อตั๋วโดยสาร จองที่พัก รถเช่า และบริการทางการท่องเที่ยวต่างๆเพื่อมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครผ่านทางบริษัทท่องเที่ยว/ซื้อโดยตรงกับผู้ให้บริการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมา ซื้อผ่าน Agoda จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 ซื้อผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันอื่น ๆ จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 20 ซื้อผ่าน Traveloka จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และซื้อผ่าน Booking.com จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวนร้อยละของแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
9. โดยทั่วไปท่านมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอย่างไร				
ไปคนเดียว	13	13.0	13	13.0
ไปกับครอบครัว	54	54.0	54	54.0
ไปกับกลุ่มเพื่อน	29	29.0	29	29.0
ไปกับบริษัทนำเที่ยว	2	2.0	2	2.0
ไปกับกลุ่มหน่วยงาน	1	1.0	1	1.0
องค์กร	1	1.0	1	1.0
อื่นๆ				
รวม	100	100.0	100	100.0
10. ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร				
รถยนต์ส่วนตัว	72	72.0	72	72.0
รถโดยสารประจำทาง	11	11.0	11	11.0
รถไฟ	1	1.0	1	1.0
รถเช่า	0	0	0	0
เรือ	0	0	0	0
รถจักรยานยนต์	4	4.0	4	4.0
รถทัวร์บริษัทขนส่ง	2	2.0	2	2.0
เครื่องบินพาณิชย์	9	9.0	9	9.0
อื่นๆ	1	1.0	1	1.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตาราง 13 เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว พบว่า โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครกับครอบครัวมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมา เดินทางกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 เดินทางกับกลุ่มหน่วยงานองค์กร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 เดินทางคนเดียวจำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 13 เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเลือกใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากที่สุดเป็นรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมา เป็นรถโดยสารประจำทาง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 เครื่องบินพาณิชย์จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 รถจักรยานยนต์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และนักท่องเที่ยวเลือกใช้รถไฟ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
11. เมื่อท่านเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครท่านมีการพักค้างคืนหรือไม่				
พักค้างคืน	82	82.0	82	82.0
ไม่พักค้างคืน	18	18.0	18	18.0
รวม	100	100.0	100	100.0
12. ถ้าท่านพักค้างคืนที่กรุงเทพมหานครท่านเลือกที่พักประเภทใด				
โรงแรม	53	53.0	53	53.0
รีสอร์ท	22	22.0	22	22.0
โฮมสเตย์	4	4.0	4	4.0
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	1	1.0	1	1.0
โฮสเทล/เกสต์เฮ้าส์	1	1.0	1	1.0
วัด/โรงเรียน	0	0.0	0	0.0
อื่นๆ	1	1.0	1	1.0
รวม	100	100.0	100	100.0
13. ท่านใช้เวลาพักค้างในกรุงเทพมหานครกี่คืน				
1 คืน	30	30.0	30	30.0
2 คืน	36	36.0	36	36.0
มากกว่า 2 คืน	14	14.0	14	14.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตาราง 14 เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร มีการพักค้างคืน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 82 และไม่พักค้างคืนจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวเลือกพักโรงแรมมากที่สุด จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา เป็นรีสอร์ท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 โฮมสเตย์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 บ้านญาติ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และโฮสเทล/เกสต์เฮ้าส์ จำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวพักค้างคืน 2 คืน ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา นักท่องเที่ยวพักค้างคืน 1 คืนจำนวน 30 คนคิดเป็นร้อยละ 30.0 และนักท่องเที่ยวค้างคืนมากกว่า 2 คืน มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยว		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
14. โดยทั่วไปท่านใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครกี่บาทต่อวัน				
ต่ำกว่า 1,000 บาท	9	9.0	9	9.0
1,001 – 3,000 บาท	54	54.0	54	54.0
3,001 – 4,000 บาท	19	19.0	19	19.0
4,001 – 5,000 บาท	6	6.0	6	6.0
5,000 บาทขึ้นไป	12	12.0	12	12.0
รวม	100	100.0	100	100.0
15. แรงจูงใจที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร				
ธรรมชาติ	23	23.0	23	23.0
ศิลปวัฒนธรรม	16	16.0	16	16.0
ประเพณี	5	5.0	5	5.0
กิจกรรมนันทนาการ	12	12.0	12	12.0
แหล่งช้อปปิ้ง	40	40.0	40	40.0
ที่พัก	2	2.0	2	2.0
มัลลียด	2	2.0	2	2.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตาราง 15 เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร โดยรวมใช้ จ่ายเงินระหว่าง 1,001 – 3,000 บาทต่อครั้งมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาใช้จ่ายเงินระหว่าง 3,001 – 4,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ใช้จ่ายเงินมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ใช้จ่ายเงินต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และใช้จ่ายเงินระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่าเป็นแหล่งช้อปปิ้งมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาเป็นธรรมชาติ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ศิลปวัฒนธรรม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และกิจกรรม นันทนาการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ประเพณี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ที่ พักและมัลลียด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 รายงานผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติในกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม		
	<u>X</u>	S.D.	แปลผล	<u>X</u>	S.D.	แปลผล	<u>X</u>	S.D.	แปลผล	<u>X</u>	S.D.
1. ทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย	4.18	.808	มาก	4.03	.846	มาก	3.86	.984	มาก	4.07	.843
2. สวนลุมพินี สวนหลวงร.9 สวนบางกระเจ้า ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุงปตท.	3.96	.839	มาก	3.72	.888	มาก	3.50	1.04	มาก	3.72	.954
3. สวนสัตว์คลองสกลมาศ สวนสยาม สวนน้ำโพโรธ อควาพาร์ค กรุงเทพฯ	4.10	.797	มาก	3.76	.933	มาก	3.76	.965	มาก	3.73	.983
4. SEA LIFE โลกใต้ทะเลบางกอก ซาฟารีเวิลด์ สวนสนุก Siam Amazing Park	4.23	.722	มากที่สุด	3.98	.864	มาก	3.97	1.00	มาก	4.04	.973
รวม	4.11	.634	มาก	3.87	0.64	มาก	3.77	.683	มาก	3.89	.700
										3.91	.914

จากตาราง 16 พบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.913 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า SEA LIFE โลกใต้ทะเลบางกอก ซาฟารีเวิลด์ สวนสนุก Siam Amazing Park มีค่าเฉลี่ย 4.055 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย มีค่า 4.035 สวนสัตว์คลองสกลมาศ สวนสยาม สวนน้ำโพโระ อดิศาพาร์ค กรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.838 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สวนลุมพินีสวนหลวงร 9 สวนบางกระเจ้า ศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุงปตท มีค่าเฉลี่ย 3.725 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม						
	<u>χ</u>	S.D.	<u>χ</u>	S.D.	<u>χ</u>	S.D.	<u>χ</u>	S.D.	<u>χ</u>	S.D.					
1. พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม มัสยิดต้นสน มัสยิดยารูม มัสยิดบางหลวง มัสยิดบางอ้อ สถาบันศิลปะอิสลาม	4.24	.854	มากที่สุด	4.13	.906	มาก	3.73	1.108	มาก	4.00	.932	มาก	4.02	.970	มาก
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์มรดกวัฒนธรรมอิสลาม และศูนย์การเรียนรู้คัมภีร์อัลกุรอาน มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์สวนมู สถานเสาวภา	4.09	.842	มาก	3.93	.855	มาก	3.69	1.051	มาก	3.90	.958	มาก	3.90	.938	มาก
3. ย่านเมืองเก่าเกว๋นโกสินทร์ ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่มาก กรุงเทพมหานคร ย่านชุมชนจีน ไชนทาวน์เยาวราช ย่านการค้าเก่าแก่ บางลำพูถนนข้าวสาร/ท่าพระจันทร์ ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด	4.11	.839	มาก	4.11	.851	มาก	3.84	.992	มาก	4.12	.890	มาก	4.04	.900	มาก
4. วัดมเหยงคณ์อาหาร จีน ไทย มุสลิม ถนนอาหาร ถนนคนเดิน ไน้ที่ป่าช้า ตลาดสาละวินเจริญกรุง ตลาดพลู ตลาดจตุจักร ตลาดวังหลัง	4.23	.789	มากที่สุด	4.13	.872	มาก	4.08	.939	มาก	4.16	.907	มาก	4.15	.877	มาก
รวม	4.16	.699	มาก	3.98	.674	มาก	3.83	.873	มาก	4.04	.776	มาก	4.03	.921	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.030 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า วัดมเหยงคณ์อาหาร จีน ไทย มุสลิม ถนนอาหาร ถนนคนเดิน ไน้ที่ป่าช้า ตลาดสาละวินเจริญกรุง ตลาดพลู ตลาดจตุจักร ตลาดวังหลัง มีค่าเฉลี่ย 4.150 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ย่านเมืองเก่าเกว๋นโกสินทร์ ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่มาก กรุงเทพมหานคร ย่านชุมชนจีน ไชนทาวน์เยาวราช ย่านการค้าเก่าแก่มากบางลำพู ถนนข้าวสารท่าพระจันทร์ ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด มีค่าเฉลี่ย 4.045 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พระบรมมหาราชวังวัดพระศรีรัตนศาสดาราม มัสยิดต้นสน มัสยิดยารูม มัสยิดบางหลวง มัสยิดบางอ้อ สถาบันศิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย 4.025 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์มรดกวัฒนธรรมอิสลาม และศูนย์การเรียนรู้คัมภีร์อัลกุรอาน มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์สวนมู สถานเสาวภา มีค่าเฉลี่ย 3.903 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรม ปรากฏการณ์ที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรม ปรากฏการณ์ที่สำคัญ	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม			
	<u>X</u>	S.D.	แปรผล	<u>X</u>	S.D.	แปรผล	<u>X</u>	S.D.	แปรผล	<u>X</u>	S.D.	แปรผล
1. ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เทศกาลถือศีลศตรอมบุญ วันออกพรรษา ประเพณีกวนข้าวอาชูร พิธีละหมาด	4.08	.895	มาก	4.07	.879	มาก	3.85	.998	มาก	3.95	.931	มาก
2. พิธีกรรมขึ้นเสาตึ๊ก พิธีกรรมรดกวัฒนธรรมอิสลาม และศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรม มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์สวนงู สวนเสวยภา	4.18	.808	มาก	4.02	.751	มาก	3.82	1.018	มาก	3.99	.895	มาก
3. มหรหรมลิ้นค้ำชาลาล มหรหรมวิชาการอิสลามศึกษา 4.0 มหรหรมงานดนตรี งานแสดงลิ้นค้ำแห่งเอเชีย มหรหรมกีฬา	4.08	.872	มาก	3.87	.848	มาก	3.72	1.005	มาก	3.85	.953	มาก
รวม	4.11	.728	มาก	3.98	.674	มาก	3.76	.825	มาก	3.93	.926	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรมและปรากฏการณ์สำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.933 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เทศกาลอาหารชาลาล เทศกาลอาหารไทย เทศกาลอาหารนานาชาติ เทศกาลอาหารทะเล เทศกาลผลไม้ไทยเลิศรส ทุเรียน มังคุด มะม่วง มีค่าเฉลี่ย 3.990 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง เทศกาลถือศีลศตรอมบุญ วันออกพรรษา ประเพณีกวนข้าวอาชูร พิธีละหมาด มีค่าเฉลี่ย 3.953 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมหรหรมลิ้นค้ำชาลาล มหรหรมวิชาการอิสลามศึกษา 4.0 มหรหรมงานดนตรี งานแสดงลิ้นค้ำแห่งเอเชีย มหรหรมกีฬา มีค่าเฉลี่ย 3.858 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรมในกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม	
	X	S.D.	แปรผล	X	S.D.	แปรผล	X	S.D.	แปรผล	X
1. เยี่ยมชมชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ชุมชนมัสยิดดีกดิน ชุมชนมัสยิดมหานาค	4.17	.739	มาก	3.83	.932	มาก	3.56	1.076	มาก	3.79
2. ชุมชนฮิฟฮินทรี พาร์มเวิร์ดพอเพียง	4.06	.749	มาก	3.68	.919	มาก	3.44	1.094	มาก	3.65
3. พิพิธภัณฑ์โบราณกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์ลวดใน กรุงเทพมหานคร	4.08	.800	มาก	3.60	.953	มาก	3.37	1.125	ปาน	3.63
4. ร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนสตรีทฟู้ดย่าน ไข่มุกท่าเรือ ขอบัง ดูนกยักดำ ถนนสุขุมวิท ตลาดนัดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ	4.26	.824	มาก	4.16	.837	มาก	4.14	.932	มาก	4.20
รวม	4.14	.833	มาก	4.08	.806	มาก	3.62	.872	มาก	3.82

จากตารางที่ 19 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.8202 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน สตรีทฟู้ดย่านไข่มุกท่าเรือ ขอบัง ดูนกยักดำ ตลาดนัดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ มีค่าเฉลี่ย 4.200 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก รองลงมาคือ เยี่ยมชมชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ชุมชนมัสยิดดีกดิน ชุมชนมัสยิดมหานาค มีค่าเฉลี่ย 3.793 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ชุมชนฮิฟฮินทรี พาร์มเวิร์ดพอเพียง มีค่าเฉลี่ย 3.658 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก พิพิธภัณฑ์ลวดใน กรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.630 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการในกรุงเทพมหานคร

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	<u>X</u>	S.D.	แปรผล	<u>X</u>	S.D.	แปรผล	<u>X</u>	S.D.	แปรผล	<u>X</u>	S.D.	แปรผล	<u>X</u>	S.D.	แปรผล
1. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	4.09	.817	มาก	4.11	.863	มาก	3.90	1.039	มาก	4.08	.860	มาก	4.04	.900	มาก
2. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวสากลที่เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม	4.11	.815	มาก	3.93	.977	มาก	3.75	1.018	มาก	3.98	.963	มาก	3.94	.952	มาก
3. มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ฟาร์มสเตย์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม	4.14	.841	มาก	4.21	.935	มากที่สุด	4.05	.957	มาก	4.11	1.004	มาก	4.12	.934	มาก
4. มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านค้า ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองมุสลิม/ฮาลาล	4.17	.865	มาก	4.24	.866	มากที่สุด	4.05	1.018	มาก	4.13	.928	มาก	4.14	.920	มาก
5. หอสมุด ตู้ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน ห้องละหมาด	4.03	.797	มาก	4.10	.989	มาก	3.97	.958	มาก	4.10	.958	มาก	4.05	.927	มาก
6. มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว	3.94	.930	มาก	3.90	1.087	มาก	3.84	1.107	มาก	3.96	.952	มาก	3.91	1.019	มาก
รวม	4.08	.710	มาก	4.02	.663	มาก	3.92	.827	มาก	4.06	.797	มาก	4.03	.942	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ความคิดเห็นจากการตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.037 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อร้านอาหาร ภัตตาคารศูนย์อาหารร้านขายของ ที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหารมุสลิม/ฮาลาล มีค่าเฉลี่ย 4.128 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก รองลงมาคือ มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ฟาร์มสเตย์ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 4.128 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ห้องน้ำ ตู้ATM โรงพยาบาล คลินิกปั้มน้ำมัน ห้องละหมาด มีค่าเฉลี่ย 4.050 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมากมีระบบ สาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีค่าเฉลี่ย 4.045 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวฮาลาลที่เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 3.943 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ห้องน้ำ ตู้ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน ห้องละหมาด มีค่าเฉลี่ย 4.045 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมากตามลำดับ



ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน

กรุงเทพมหานคร

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์จุดแข็งของการท่องเที่ยวสำหรับตลาด

นักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

จุดแข็ง	ภาครัฐ				เอกชน				ประชาชน				นักท่องเที่ยว				รวม	
	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.
1. กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิมในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง	3.98	.864	มาก	มาก	3.99	.915	มาก	มาก	3.79	.913	มาก	มาก	3.91	1.03	มาก	มาก	3.91	.934
2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยาสองฟากฝั่ง ลำคลองสวนสาธารณะ กรุงเทพมหานครมีโครงสร้างการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว	3.97	.869	มาก	มาก	3.99	.822	มาก	มาก	3.85	.925	มาก	มาก	4.01	.915	มาก	มาก	3.95	.883
3. มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางที่หลากหลายด้านวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถาน วัด โบสถ์คริสต์ มัสยิด ศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิม มีมัสยิดที่สวยงาม	4.10	.785	มาก	มาก	4.09	.900	มาก	มาก	3.94	.919	มาก	มาก	4.06	.930	มาก	มาก	4.04	.884
4. เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวก	4.03	.869	มาก	มาก	4.04	.898	มาก	มาก	3.86	.943	มาก	มาก	4.03	.858	มาก	มาก	3.99	.892
5. ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร	3.97	.934	มาก	มาก	3.88	.832	มาก	มาก	3.84	.849	มาก	มาก	3.89	.993	มาก	มาก	3.89	.878
6. กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก มีสตรีที่ผู้ดีที่สุดในโลก และเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workcation)	4.17	.829	มาก	มาก	4.14	.841	มาก	มาก	4.03	.958	มาก	มาก	4.15	.773	มาก	มาก	4.12	.851
รวม	4.03	.703	มาก	มาก	4.02	.663	มาก	มาก	3.88	.727	มาก	มาก	4.00	.692	มาก	มาก	3.98	.887

จากตารางที่ 21 พบว่าความคิดเห็นของการวิเคราะห์ด้านจุดแข็งของการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.988 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก มีสตรีทฟู้ดดีที่สุดในโลก และเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workcation) มีค่าเฉลี่ย 4.123 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางที่หลากหลายด้านพหุวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถาน วัด โบสถ์คริสต์ มัสยิดศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิม มีมัสยิดที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.048 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.990 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยาสองฟากฝั่ง ลำคลอง สวนสาธารณะ กรุงเทพมหานครมีโครงสร้างการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว มีค่าเฉลี่ย 3.955 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียน เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิมในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.918 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และชุมชนต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.895 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์จุดอ่อนของการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

จุดอ่อน	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	แปร ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปร ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปร ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปร ผล	$\bar{X}$	S.D.
1.ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวสากลอย่างยั่งยืน	4.00	.898	มาก	3.96	.886	มาก	3.63	1.088	มาก	3.94	.919	มาก	3.88	.959
2.ขาดร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวสากลในกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ	4.06	.951	มาก	4.06	.885	มาก	3.79	1.040	มาก	3.96	.909	มาก	3.96	.953
3.ขาดแผนการดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการขายท่องเที่ยวสากลของกรุงเทพมหานคร	4.01	.979	มาก	4.07	.855	มาก	3.76	1.111	มาก	3.98	.963	มาก	3.95	.985
4.ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างมาตรฐานของบริการ	3.94	.972	มาก	4.07	.819	มาก	3.76	1.083	มาก	3.97	.968	มาก	3.93	.968
5.ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารสากล สถานที่จอดรถ สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม	3.97	.090	มาก	3.93	.819	มาก	3.76	1.083	มาก	3.97	.968	มาก	3.90	.929
รวม	3.99	.851	มาก	4.01	.722	มาก	3.74	.947	มาก	3.95	.829	มาก	3.92	.959

จากตารางที่ 22 พบว่า ความคิดเห็นของการวิเคราะห์ด้านจุดอ่อนของการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.929 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ขาดแผนการดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการขายการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 3.955 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสร้างมาตรฐานของบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.935 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ขาดร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ มีค่าเฉลี่ย 3.968 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน ค่าเฉลี่ย 3.883 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาดสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 3.905 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์โอกาสของการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

โอกาส	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.
1. มีการแสดงการท่องเที่ยวโลกในขนาดด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและอาหารสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิตและการท่องเที่ยวที่มีจิต	4.02	.778	มาก	3.98	.828	มาก	3.94	.838	มาก	4.18	.769	มาก	4.03	.812
2. ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อ ราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก	3.88	.913	มาก	3.93	.807	มาก	3.73	.877	มาก	4.15	.808	มาก	3.92	.870
3. ใน ค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9,000 ล้านคน ซึ่งจะเป็นประชากรมุสลิม 2,000 ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวสากล	4.00	.852	มาก	3.84	.800	มาก	3.92	.928	มาก	3.93	.912	มาก	3.88	.863
4. ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดโอกาสในการทำการค้า การตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต	4.02	.778	มาก	3.93	.807	มาก	3.76	.876	มาก	4.17	.804	มาก	4.03	.848
รวม	3.99	.712	มาก	3.92	.658	มาก	3.83	.730	มาก	4.10	.635	มาก	3.96	.849

จากตาราง 23 พบว่า ความคิดเห็นของการวิเคราะห์ด้านโอกาสของการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.967 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการแสดงการท่องเที่ยวโลกในขนาดด้านการท่องเที่ยว ธรรมชาติ วัฒนธรรม อาหารสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิตและการท่องเที่ยวที่มีจิต มีค่าเฉลี่ย 4.030 ค่าความคิดเห็น อยู่ระดับมาก รองลงมาคือ ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดโอกาสในการทำการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 4.035 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อ ราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก มีค่าเฉลี่ย 3.923 ค่าความคิดเห็น อยู่ระดับมาก ใน ค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9,000 ล้านคน ซึ่งเป็นประชากรมุสลิม 2,000 ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวสากล มีค่าเฉลี่ย 3.883 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของการวิเคราะห์อุปสรรคของการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

อุปสรรค	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.
1. มีเมืองใหญ่ที่แข่งขันทางการท่องเที่ยว เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ไทเป โตเกียว	3.99	.822	มาก	4.12	.794	มาก	3.9	1.039	มาก	4.16	.992	มาก	4.04	.920
2. โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง สงครามเย็น	3.93	.855	มาก	4.04	.931	มาก	3.78	1.142	มาก	3.94	1.013	มาก	3.92	.991
3. โลกมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก	3.98	.803	มาก	4.04	.952	มาก	3.86	1.128	มาก	4.19	0.837	มาก	4.01	.943
4. โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ ฯลฯ	4.05	.796	มาก	4.03	.809	มาก	3.89	1.081	มาก	4.12	.856	มาก	4.02	.893
5. โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติทางชีววิทยา เช่น โรคระบาดโควิด 19	4.29	.769	มากที่สุด	4.37	.733	มากที่สุด	4.41	.865	มากที่สุด	4.42	.793	มากที่สุด	4.37	.790
6. โลกมีปัญหาด้านการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ยาเสพติด	3.98	.864	มาก	4.37	.904	มากที่สุด	3.80	1.082	มากที่สุด	4.07	.912	มากที่สุด	3.96	.946
รวม	4.03	.628	มาก	4.09	.613	มาก	3.94	.823	มาก	4.15	.601	มาก	4.05	.914

จากตาราง 24 พบว่า ความคิดเห็นของการวิเคราะห์ด้านอุปสรรคของการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.056 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติทางชีววิทยา เช่น โรคระบาดโควิด 19 มีค่าเฉลี่ย 3.373 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ โลกมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก มีค่าเฉลี่ย 4.018 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีเมืองใหญ่ที่แข่งขันทางการท่องเที่ยว เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ไทเป โตเกียว มีค่าเฉลี่ย 4.043 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 4.023 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โลกมีปัญหาด้านการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ยาเสพติด มีค่าเฉลี่ย 3.960 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง สงครามเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.923 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล
ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล															
สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร															
1. ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร															
1.1 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถ	3.90	.870	มาก	3.74	.991	มาก	3.68	1.052	มาก	3.82	.988	มาก	3.78	.977	มาก
ประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว															
1.2 สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการ	3.82	.757	มาก	3.81	.884	มาก	3.81	1.031	มาก	3.86	.974	มาก	3.82	.914	มาก
ท่องเที่ยว															
1.3 วิถีชีวิตที่เรียบง่าย เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการ	4.05	.770	มาก	3.81	.960	มาก	4.00	.887	มาก	4.04	.898	มาก	3.97	.883	มาก
ท่องเที่ยว															
1.4 มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์วิถีชีวิตที่เอกลักษณ์และดึงดูดใจ	3.99	.822	มาก	3.90	.904	มาก	4.06	.814	มาก	4.15	.833	มาก	4.02	.846	มาก
1.5 มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์	3.90	.881	มาก	3.76	.975	มาก	3.91	.975	มาก	3.86	1.073	มาก	3.85	.977	มาก
1.6 ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	.901	มาก	3.69	.928	มาก	3.87	.970	มาก	3.99	.822	มาก	3.87	.911	มาก
รวม	3.93	.656	มาก	3.69	.928	มาก	3.88	.743	มาก	3.95	.680	มาก	3.88	.918	มาก
2. ปัจจัยปัจจัยศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน															
2.1 มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ	3.85	.845	มาก	3.79	.960	มาก	3.68	.919	มาก	3.79	1.047	มาก	3.77	.922	มาก
2.2 การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก	3.88	.879	มาก	3.63	.960	มาก	3.57	.977	มาก	3.64	1.000	มาก	3.68	.959	มาก
2.3 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อ	3.89	.839	มาก	3.74	.970	มาก	3.70	.893	มาก	3.67	1.045	มาก	3.75	.940	มาก
ป้องกันผลกระทบต่อการ															
2.4 การจัดการด้านการให้บริการที่คุณภาพแก่นักท่องเที่ยว	3.72	.886	มาก	3.79	.977	มาก	3.71	.891	มาก	3.87	.939	มาก	3.81	.923	มาก
2.5 การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ	3.72	1.181	มาก	3.46	1.086	มาก	3.25	1.258	ปาน กลาง	3.51	1.226	มาก	3.48	1.197	มาก
2.6 การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อม	3.69	1.051	มาก	3.38	1.117	มาก	3.31	1.260	ปาน กลาง	3.54	1.192	มาก	3.48	1.163	มาก
รับมือภัยพิบัติ															
รวม	3.82	.768	มาก	3.73	.792	มาก	3.53	.835	มาก	3.67	.896	มาก	3.66	1.017	มาก

ตาราง 25 (ต่อ)

ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวสากล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร	ภาครัฐ		ภาคเอกชน		ประชาชน		นักท่องเที่ยว		รวม						
	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล	X	S.D.	แปร ผล			
3. ปัจจัยชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง															
3.1 ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม	3.95	.857	มาก	3.66	.955	มาก	3.88	.997	มาก	3.79	.997	มาก	3.82	.956	มาก
3.2 มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.94	.951	มาก	3.81	.950	มาก	3.86	.899	มาก	3.86	.974	มาก	3.86	.941	มาก
3.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง	3.95	.891	มาก	3.70	.915	มาก	3.74	1.011	มาก	3.70	1.077	มาก	3.77	.978	มาก
3.4 มีโอกาสในการรับการลงทุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรต่างๆ	3.97	.915	มาก	3.75	.957	มาก	3.66	1.084	มาก	3.68	1.127	มาก	3.76	1.028	มาก
3.5 มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.95	.821	มาก	3.77	.827	มาก	3.84	.918	มาก	3.77	1.108	มาก	3.83	.925	มาก
รวม	3.95	.770	มาก	3.77	.827	มาก	3.79	.854	มาก	3.76	.954	มาก	3.81	.966	มาก
4. ปัจจัยชี้ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ และการปลูกจิตสำนึก															
4.1 มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว	3.91	.877	มาก	3.78	.847	มาก	3.74	.938	มาก	3.77	.993	มาก	3.80	.914	มาก
4.2 มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว	3.84	.800	มาก	3.80	.876	มาก	3.80	864	มาก	3.71	1.008	มาก	3.78	.888	มาก
4.3 กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว	4.01	.810	มาก	3.90	.926	มาก	3.79	.891	มาก	3.89	.993	มาก	3.89	.907	มาก
4.4 กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากร แก่ชุมชนนักท่องเที่ยวและองค์กรต่างๆ	3.90	.858	มาก	3.85	.891	มาก	3.84	.884	มาก	3.83	1.025	มาก	3.85	.914	มาก
รวม	3.91	.733	มาก	4.02	.690	มาก	3.79	.789	มาก	3.80	.902	มาก	3.83	.906	มาก

จากตาราง 25 พบว่าความคิดเห็นปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.889 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.150 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก รองลงมาคือ วิถีชีวิตที่สนุกสนาน เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.040 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 3.990 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์ มีค่าเฉลี่ย 3.860 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งที่เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.860 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.664 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การจัดการด้านการให้บริการที่คุณภาพแก่นักท่องเที่ยว 3.870 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก รองลงมาคือ มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.790 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร มีค่าเฉลี่ย 3.670 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.640 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ มีค่าเฉลี่ย 3.540 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก การจัดการขยะคุณภาพน้ำใช้และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.510 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.811 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว 3.860 รองลงมาคือ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.790 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.770 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง มีค่าเฉลี่ย 3.700 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก มีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.680 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ

ปัจจัยชี้ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึก โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.83 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว 3.890 รองลงมาคือ กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยวและองค์กรต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.830 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.770 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.710 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ



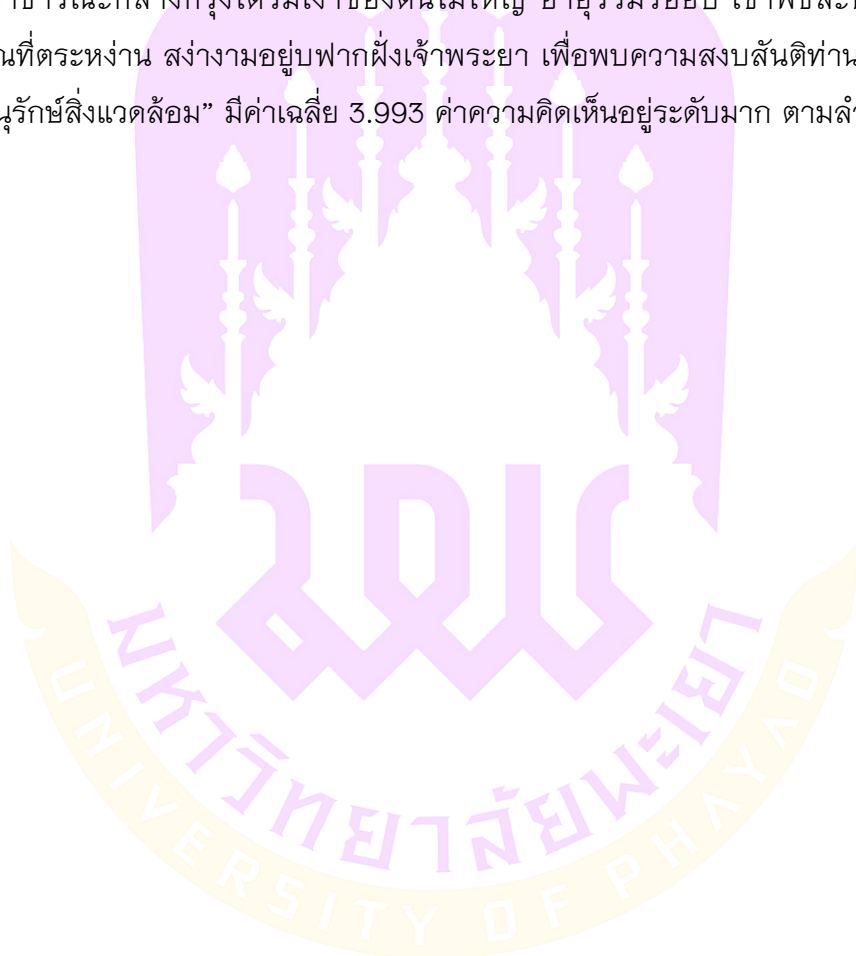
จากตาราง 26 พบว่าด้านวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน กรุงเทพมหานครโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.00 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนาจิตใจ เยือนมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี และกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ผ่านการค้าโบราณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนสายวัฒนธรรม บนเกาะรัตนโกสินทร์ ชมความอลังการของเรือพระราชพิธีเสด็จทางชลมารค ตึกประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติศาสตร์ศิลปะ และโบราณคดีในประเทศไทยชมความงาม ของมรดกศิลป์ของวัฒนธรรมไทย ที่โดดเด่นและงดงามที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดที่งดงามที่สุด 10 อันดับในกรุงเทพมหานคร เพื่อมีโอกาสในการทำละหมาดในมัสยิดดังกล่าว เพื่อความสงบสันติในจิตใจ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ตามแนววิถีของศาสนาของอิสลาม 4.000 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก

รองลงมาคือ กรุงเทพมหานครสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถี “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เทียวบางกอกมหานครแห่งทวยเทพ (City of Angles) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ ชีวิตและสุขภาพกายใจ เช็คร่างกาย รับการรักษาพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก ที่โรงพยาบาลชั้นนำพร้อมแพทย์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ล้ำยุคที่สุดในการกรุงเทพมหานคร เข้าโปรแกรมเสริมสร้างสุขภาพ เพิ่มภูมิคุ้มกันโรคทุกชนิด ที่ศูนย์สุขภาพชีวาศรม ร่วมมหกรรมภาพยนตร์ สินค้าอุปโภคบริโภคฮาลาล เทียวตลาดนัดตลาดน้ำ ถนนวัฒนธรรม ถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุกริมฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครและกระจายรายได้สู่ชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.030 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก

กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคมเยือนกรุงเทพมหานครเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกันได้ฟ้าบางกอกมาตั้งแต่สมัยอยุธยา 500 กว่าปีมาแล้วอย่างกลมกลืนและสันติสุข ชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่ง เจ้าพระยาเมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบมัสยิดทั้งความที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสวิถีชีวิตคนจีน โปรตุเกส ในหมู่บ้านกุฎีจีนเพื่อชิมอาหารแท้ๆ อาหารโปรตุเกส อาหารไทยโบราณ ชมถนนสตรีทฟู้ดยามราตรี ที่ยังสะท้อนวิถีชีวิตคนจีน บางกอกอย่างมั่นคง ไซนาทาวน์ เยี่ยมหมู่บ้านช่างกลางกรุงเทพ ที่บ้านบาตร บ้านช่างหล่อ บ้านบุที่ทำชั้นลงหิน สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา

ศาสนา และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุง เพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 3.895 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก

กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวศาลาทางธรรมชาติ เยือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด เมื่อล่องลอยไปตามลำน้ำเจ้าพระยาและลำคลองที่คดเคี้ยวไปตามเรือสวนผลไม้ นานาชนิด สวนส้มบางมดที่หวานสนิท สวนลิ้นจี่อายุร้อยปี เขตจอมทอง ชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวล เหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าแสม ป่าโกงกาง ชานมมหานครที่เขตอบขุนเทียน พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงได้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธีละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่ปากฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานคร เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” มีค่าเฉลี่ย 3.993 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ



ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ยุทธศาสตร์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D.	แปร ผล	<u>X</u>	S.D. ผล
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน	4.13	.812	มาก	3.98	.840	มาก	4.04	.827	มาก	4.04	.851	มาก	4.04	.831
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และการจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน	4.16	.825	มาก	4.08	.800	มาก	4.00	.828	มาก	4.08	.849	มาก	4.08	.824
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน	4.13	.825	มาก	4.05	.757	มาก	3.97	.881	มาก	4.04	.803	มาก	4.04	.822
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ	4.14	.853	มาก	4.05	.757	มาก	4.03	.771	มาก	3.94	.951	มาก	4.01	.859
รวม	4.14	.751	มาก	4.00	.659	มาก	4.01	.752	มาก	4.02	.734	มาก	4.04	.834

จากตาราง 27 พบว่า ด้านยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.048 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามประเด็นยุทธศาสตร์ พบว่ายุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.080 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.048 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ยุทธศาสตร์ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย 4.048 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ มีค่าเฉลี่ย 4.018 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสากล เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กลยุทธ์ 1.2 บริการจัดการทรัพยากร

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว														
โครงการที่ 1 โครงการอนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว (Zoning)เชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี	4.18	.783	มาก	4.13	.774	มาก	4.01	.822	มาก	4.06	.789	มาก	4.09	.792
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี	4.09	.817	มาก	3.97	.822	มาก	4.08	.837	มาก	4.06	.826	มาก	4.05	.824
โครงการที่ 3 โครงการจัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี	4.11	.815	มาก	3.93	.781	มาก	3.92	.824	มาก	3.98	.803	มาก	3.98	.807
โครงการที่ 4 โครงการกำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลอง พร้อมจุดแวะจอดและชุมชนสองฟากฝั่ง	4.08	.812	มาก	4.04	.803	มาก	3.94	.896	มาก	4.11	.802	มาก	4.04	.829

ตาราง 28 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว															
โครงการที่ 5 โครงการกำหนดเขต (Zoning) 4.15	.833	มาก	3.99	.834	มาก	4.03	.858	มาก	4.12	.844	มาก	4.07	.842	มาก	
ระเบียบข้อบังคับ (Shopping Corridor) ผ่านสุขุมวิท															
สหกรณ์และพื้นที่ชื้อบึงรอบกรุงเทพมหานครเพื่อ															
ยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งชื้อบึงระดับโลก															
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่ 4.18	.783	มาก	4.13	.774	มาก	4.01	.822	มาก	4.06	.789	มาก	4.09	.792	มาก	
สีเขียวในกรุงเทพมหานคร 50 เขต เพื่อเป็น															
มหานครสีเขียวสะอาดสวยงามและปลอดภัย															
สำหรับนักท่องเที่ยว															
โครงการที่ 7 โครงการกรุงเทพมหานครมี 4.09	.817	มาก	3.97	.822	มาก	4.08	.837	มาก	4.06	.826	มาก	4.05	.824	มาก	
มาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการ															
น้ำ รับเอื้อกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำท่วมและ															
น้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ															
รวม	4.11	.686	มาก	4.00	.659	มาก	3.99	.722	มาก	4.06	.665	มาก	4.04	.840	มาก

จากตาราง 28 ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.01 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ด้านกลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารายโครงการพบว่า โครงการที่ 1 โครงการอนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว (Zoning) เชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี และโครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร 50 เขต เพื่อเป็นมหานครสีเขียวสะดวกสบายและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.09 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ โครงการที่ 5 โครงการกำหนดเขต (Zoning) ระเบียงช้อปปิ้ง (Shopping Corridor) ผ่านสุขุมวิทสาทร สีลมและพื้นที่ช้อปปิ้งรอบๆกรุงเทพฯ เพื่อยกระดับกรุงเทพฯ เป็นแหล่งช้อปปิ้งระดับโลก มีค่าเฉลี่ย 4.07 05 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานบนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี และ โครงการที่ 7 โครงการกรุงเทพมหานครมีมาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำ รับมือกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำหนุนและน้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 4 โครงการกำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลอง พร้อมจุดแวะชมวัดและชุมชนสองฟากฝั่ง มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และโครงการที่ 3 โครงการจัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี มีค่าเฉลี่ย 3.98 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านกลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร (Resource Management) ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.01 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายโครงการพบว่า โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในที่พักแรม อาคารสูงและบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาโครงการที่ 1 โครงการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียรวมของกรุงเทพมหานคร ให้มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 6 โครงการจัดการทรัพยากรด้วยรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ B.E.G economy (เศรษฐกิจชีวภาพ = Bio) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green) เพื่อความยั่งยืนในทันที 50 เขตของกรุงเทพมหานครทั้งระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการจัดสร้างโรงงานไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.000 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะ ร้านศูนย์

บาทในบ้าน วัด โรงเรียน ทั้ง 50 เขต และโครงการที่ 4 โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยน้ำ EM
ในบ้าน วัด โรงเรียน ทั้ง 50 เขต มีค่าเฉลี่ย 3.993 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ



ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวสากลในกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาลิขสิทธิ์และบริการการท่องเที่ยว

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด															
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร	4.17	.766	มาก	4.10	.717	มาก	4.16	.800	มาก	4.05	.857	มาก	4.12	.785	มาก
โครงการที่ 2 โครงการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์	4.23	.708	มากที่สุด	4.18	.757	มาก	3.97	.869	มาก	4.10	.846	มาก	4.12	.801	มาก
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล	4.09	.829	มาก	4.23	.736	มากที่สุด	4.09	.853	มาก	4.09	.888	มาก	4.12	.828	มาก
โครงการที่ 4 โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปลำหรับสื่อชุมชนออนไลน์ บล็อกเกอร์ และผู้ที่มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์	4.14	.804	มาก	4.17	.766	มาก	4.09	.853	มาก	4.11	.827	มาก	4.12	.811	มาก

ตารางที่ 29 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด														
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวของ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว	4.05	.857	มาก	4.09	.697	มาก	4.13	.812	มาก	4.06	.814	มาก	4.08	.795
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวด้วยการตลาดออนไลน์เชื่อมโยงตลาดมุสลิม	4.09	.779	มาก	4.15	.716	มาก	4.08	.860	มาก	4.10	.904	มาก	4.10	.815
โครงการที่ 7 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการตลาดออนไลน์เชื่อมโยง Facebook Youtube Tripadvisor	4.15	.743	มาก	4.17	.711	มาก	4.07	.934	มาก	4.27	.862	มากที่สุด	4.16	.818
โครงการที่ 8 โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	4.01	.810	มาก	3.96	.942	มาก	3.78	1.151	มาก	3.95	1.008	มาก	3.92	.985
รวม	4.11	.638	มาก	4.13	.559	มาก	4.04	.732	มาก	4.09	.701	มาก	4.09	.830

ตารางที่ 29 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ				ภาคเอกชน				ภาคประชาชน				นักท่องเที่ยว				รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางท่องเที่ยว																		
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	4.21	.807	มากที่สุด	4.09	.842	มาก	4.11	.886	มาก	4.09	.943	มาก	4.12	.869	มาก			
โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัดนานาชาติ	4.15	.770	มาก	3.99	.834	มาก	4.08	.960	มาก	4.13	.939	มาก	4.08	.878	มาก			
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ	4.15	.783	มาก	4.08	.837	มาก	4.07	.831	มาก	4.06	.982	มาก	4.09	.859	มาก			
โครงการที่ 4 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวศาลาลงทุนมหานคร	4.16	.837	มาก	4.10	.834	มาก	4.14	.864	มาก	4.14	.932	มาก	4.13	.865	มาก			
โครงการที่ 5 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและภูมิชาติพันธุ์ที่หลากหลาย	4.12	.794	มาก	4.00	.852	มาก	4.05	.857	มาก	4.13	.860	มาก	4.07	.840	มาก			

ตารางที่ 29 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางท่องเที่ยว														
โครงการที่ 6 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานคร เมืองนวัตกรรมโลกที่ปลอดภัย	4.15	.833	มาก	4.08	.800	มาก	4.10	.893	มาก	4.11	.930	มาก	4.11	.863
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาธุรกิจ Hotel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร	4.16	.748	มาก	4.05	.845	มาก	4.15	.845	มาก	4.11	.897	มาก	4.11	.833
โครงการที่ 8 โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐาน อย. และฮาลาลของผลิตภัณฑ์อาหารของฝากของที่ระลึก สมนไพร และเวชสำอางค์	4.22	.798	มากที่สุด	4.11	.851	มาก	4.06	.951	มาก	4.23	.827	มากที่สุด	4.15	.859
รวม	4.16	.667	มาก	4.06	.668	มาก	4.09	.774	มาก	4.12	.759	มาก	4.11	.858

จากตาราง 29 ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.096 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านกลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการที่ 7 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยง Facebook Youtube Tripadvisor มีค่าเฉลี่ย 4.105 มีค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก รองลงมา โครงการที่ 4 โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปสำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้ที่มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.128 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาช่องทาง การจองจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล มีค่าเฉลี่ย 4.125 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร และโครงการที่ 2 โครงการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 4.120 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 6 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 4.105 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวฮาลาลให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.083 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก และโครงการที่ 8 โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.925 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก ตามลำดับ

ด้านกลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.112 มีค่าความคิดเห็นระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายโครงการพบว่า โครงการที่ 8 โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐาน อย. และฮาลาลของผลิตภัณฑ์อาหาร ของฝาก ของที่ระลึก สมุนไพรและเวชสำอางฮาลาล มีค่าเฉลี่ย 4.155 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก รองลงมา โครงการที่ 4 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.135 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 1 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีค่าเฉลี่ย 4.125 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาธุรกิจ Hotel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.118 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 6 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานคร เมืองนวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.110 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริม

กรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.090 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัดนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.088 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก และ โครงการที่5 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.075 มีค่าความคิดเห็นระดับมาก ตามลำดับ



ตารางที่ 30 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ				ภาคเอกชน				ภาคประชาชน				นักท่องเที่ยว				รวม	
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการท่องเที่ยว																		
โครงการที่ 5 โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับ วิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	4.07	.843	มาก	4.10	.772	มาก	4.07	.867	มาก	4.02	.953	มาก	4.06	.858	มาก			
โครงการที่ 6 โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุน ภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร	4.00	.828	มาก	4.14	.804	มาก	4.01	.904	มาก	4.10	.926	มาก	4.06	.866	มาก			
โครงการที่ 7 โครงการสร้างแบบประเมินผลการ พัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	4.03	.858	มาก	4.15	.687	มาก	3.98	.931	มาก	4.05	.925	มาก	4.05	.855	มาก			
รวม	4.03	.683	มาก	4.06	.630	มาก	3.97	.758	มาก	4.03	.734	มาก	4.02	.866	มาก			
กลยุทธ์ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้																		
โครงการที่ 1 โครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้าน ปลูกสมุนไพร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ	4.04	.898	มาก	4.02	.875	มาก	3.97	.881	มาก	4.16	4.190	มาก	4.04	.870	มาก			
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วน เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	4.09	.829	มาก	4.16	.761	มาก	4.03	.881	มาก	4.19	.917	มาก	4.04	.870	มาก			
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง	4.07	.794	มาก	4.06	.789	มาก	4.05	.857	มาก	4.07	.879	มาก	4.11	.848	มาก			

ตารางที่ 30 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้															
โครงการที่ 4 โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระดับหมู่บ้าน	4.11	.851	มาก	4.04	.839	มาก	4.02	.898	มาก	4.12	.832	มาก	4.06	.827	มาก
โครงการที่ 5 โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ	4.13	.824	มาก	4.14	.804	มาก	4.05	.821	มาก	4.05	.857	มาก	4.07	.853	มาก
โครงการที่ 6 โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (StartUp) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	4.13	.774	มาก	4.19	.774	มาก	4.07	.794	มาก	4.22	.882	มากที่สุด	4.09	.820	มาก
โครงการที่ 7 โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.11	.790	มาก	4.11	.920	มาก	4.01	.926	มาก	4.18	.833	มาก	4.15	.806	มาก
รวม	4.09	.703	มาก	4.10	.662	มาก	4.02	.761	มาก	4.14	.703	มาก	4.08	.843	มาก

จากตาราง 30 ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคมโดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.0851 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.883 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 5 โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.065 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล กรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ย 4.043 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 6 โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร 4.063 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการการตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.883 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.043 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 1 โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับชุมชน 4.028 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ

กลยุทธ์ 3.2 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โครงการที่ 6 โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน 4.093 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 1 โครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพรเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.048 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 4 โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.063 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 7 โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.153 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 4 โครงการพัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ฮาลาลให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 4.063 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก โครงการที่ 5 โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.073 โครงการที่ 7 โครงการสร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร มีค่าเฉลี่ย 4.153 ค่าความคิดเห็นอยู่ระดับมาก ตามลำดับ

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวสากลในกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

กลยุทธ์	ภาครัฐ			ภาคเอกชน			ภาคประชาชน			นักท่องเที่ยว			รวม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล	$\bar{X}$	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน															
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	4.17	.779	มาก	4.11	.839	มาก	4.06	.850	มาก	4.20	.804	มาก	4.13	.817	มาก
โครงการที่ 2 โครงการสนับสนุนการจัดมหกรรมแพทย์ทางเลือกนานาชาติ	4.21	.782	มากที่สุด	4.16	.787	มาก	4.00	.864	มาก	4.06	.908	มาก	4.10	.838	มาก
โครงการที่ 3 โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์	4.15	.796	มาก	4.10	.858	มาก	4.07	.877	มาก	4.07	.867	มาก	4.09	.839	มาก
โครงการที่ 4 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวสากลเชิงศิลปวัฒนธรรม	4.22	.871	มากที่สุด	4.10	.797	มาก	4.09	.877	มาก	4.08	.872	มาก	4.12	.854	มาก
โครงการที่ 5 อบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารสากลท้องถิ่น	4.33	.804	มากที่สุด	4.06	.838	มาก	4.07	.923	มาก	4.12	.966	มาก	4.14	.889	มาก

ตารางที่ 31 (ต่อ)

กลยุทธ์	ภาครัฐ				ภาคเอกชน				ภาคประชาชน				นักท่องเที่ยว				รวม	
	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน																		
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล	4.22	.798	มากที่สุด	4.10	.785	มาก	4.10	.834	มาก	4.06	.972	มาก	4.12	.849	มาก			
โครงการที่ 7 โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล	4.01	.832	มาก	4.12	.794	มาก	4.12	.844	มาก	4.20	.852	มาก	4.16	.829	มาก			
รวม	4.21	.703	มากที่สุด	4.10	.678	มาก	4.07	.729	มาก	4.11	.748	มาก	4.12	.845	มาก			
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก																		
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาแห่งโลก	4.13	.799	มาก	4.10	.846	มาก	3.97	.881	มาก	4.02	.909	มาก	4.05	.859	มาก			
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแพดเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย	4.19	.837	มาก	4.05	.868	มาก	4.07	1.008	มาก	4.07	.956	มาก	4.09	.879	มาก			
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพดเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม	4.15	.891	มาก	4.08	.860	มาก	3.95	.903	มาก	3.99	.969	มาก	4.04	.934	มาก			
โครงการที่ 4 โครงการฝึกปฏิบัติจิตตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในทุกชุมชน	4.13	.759	มาก	4.10	.948	มาก	3.98	.810	มาก	4.06	.962	มาก	4.04	.934	มาก			
รวม	4.13	.759	มาก	4.08	.741	มาก	3.98	.810	มาก	4.03	.830	มาก	4.06	.901	มาก			

จากตารางที่ 31 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และพัฒนาจิตใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.1274 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โครงการที่ 7 โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล 4.163 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ โครงการที่ 5 อบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.145 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.135 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 4 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ย 4.123 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล มีค่าเฉลี่ย 4.120 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการสนับสนุนการจัดมหกรรมแพทย์ทางเลือกนานาชาติ มีค่าเฉลี่ย 4.108 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 3 โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านวัฒนธรรม กลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์ มีค่าเฉลี่ย 4.098 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.0602 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิตรักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม มีค่าเฉลี่ย 4.043 ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ โครงการที่ 4 โครงการฝึกปฏิบัติจิตตามหลักศีล สมาธิ ปัญญาในทุกชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.048 มีค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาแห่งโลก มีค่าเฉลี่ย 4.055 ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โครงการที่ 2 โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย มีค่าเฉลี่ย 4.0095 ค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 6 ผลข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด ในประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือและสนับสนุนสิ่งแวดล้อมและให้ความรู้เกี่ยวกับผลดีผลเสียที่จะตามมา เพื่อให้คนตระหนักถึงผลที่จะตามมายิ่งขึ้น
2. ให้ความสำคัญกับศักยภาพการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น มีการร่วมมือกันพัฒนาสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอด
3. อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ปรับปรุงให้อยู่ในสภาพเดิมและสมบูรณ์มากขึ้นเรื่อยๆ

ข้อเสนอแนะจากศาสตร์ด้านเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน

1. ทุกฝ่ายต้องทำความเข้าใจ และหาแนวทางร่วมกันในการแก้ไขสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางที่จะฟื้นฟูและป้องกันปัญหาไปพร้อมกัน
2. การร่วมมือกันวางแผนที่จะรับมือกับเศรษฐกิจ การปรับเปลี่ยนกลวิธีการพัฒนาการตลาด
3. จัดจ่ายใช้สอยเพื่อความยั่งยืน
4. เน้นการประชาสัมพันธ์และจัดงานออกสื่ออย่างต่อเนื่อง มีการจัดงานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ด้านพัฒนาสังคมและชุมชน

1. ส่งเสริมให้มีความภาคภูมิใจในสังคม ประเพณี วัฒนธรรมในรูปแบบดั้งเดิมแต่ไม่ทิ้งความรู้ใหม่ๆและนำมาแบ่งปันซึ่งกันและกันเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในอนาคต
2. สร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้แก่สังคม ให้ชุมชนมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
3. รวมใจกันต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยว
4. อนุรักษ์สิ่งที่ดีงามในสังคมเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิต

1. ควรปลูกฝังตั้งแต่เยาว์วัย เพราะร่ำลึกต่างๆมักเกิดขึ้นจากการส่งเสริมให้เด็กได้เรียนรู้และซึมซับจนเกิดเป็นความภาคภูมิใจต่อสิ่งต่างๆในชีวิต

2. เสริมสร้างคุณค่าให้แก่ตนเอง ขยันหาความรู้และปรับปรุงตนเองสู่การพัฒนาไปในอนาคต

3. ปลุกจิตสำนึกการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี รู้สิทธิหวงแหน และอยากเผยแพร่สิ่งดี ๆ ในชุมชน

รายงานผลการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็น

กรณีศึกษาและประเมินผลการดำเนินงาน

ในการประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานครไปดำเนินการในโครงการนำร่องโดยใช้เทคนิค A-I-C (Application + Influence + Control) สร้างการรับรู้ร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน มีการร่วมกันดำเนินการพัฒนาชุมชน ติดตาม ประเมินผลสัมฤทธิ์เชิงลึกและการจัดประชุมกลุ่มย่อย โดยผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสำนักงานเขตบางพลัด ว่าพื้นที่ที่เหมาะสมกับการดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาและประเมินผลการดำเนินงาน ได้แก่ ชุมชนมัสยิดบางอ้อ ซอยเจริญสนิทวงศ์ 86 ตำบลบางอ้อ อำเภอบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700 เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสม เป็นชุมชนที่รายล้อมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังคงขาดในเรื่องการดำเนินการท่องเที่ยวชุมชนและที่สำคัญคนในพื้นที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีความพร้อมในการเรียนรู้และการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน ผู้วิจัยจึงได้เลือกสถานที่ดังกล่าวในการดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาในการพัฒนาระหว่างปี พ.ศ. 2564-2565 โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 สำรวจตรวจสอบและสัมฤทธิ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ชุมชนดังกล่าวโดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบรายงานการศึกษาชุมชน แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวและแบบสัมฤทธิ์เชิงลึก ในการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวและความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ หลังจากที่ได้ประเมินพื้นที่ชุมชนแล้ว พบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการนำร่อง ผู้วิจัยได้ประชุมกับชุมชนเพื่ออภิปรายและตัดสินใจร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

ขั้นที่ 2 กระบวนการรับรู้ร่วมกัน ผู้วิจัยจัดประชุมกลุ่มย่อยที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนเข้าร่วม ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวร่วมกันระดมสมองในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยผลการประชุมกลุ่มย่อยที่ประชุมมีความเห็นตรงกันว่า ควรมีการจัดตั้งชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ เพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ใช้กระบวนการมีส่วนร่วม

ร่วมของคนในชุมชน ผู้วิจัยจึงได้นำมติจากที่ประชุมกลุ่มย่อยมาเตรียมการดำเนินโครงการนำร่องในพื้นที่ชุมชนต่อไป

ขั้นที่ 3 ขั้นเตรียมความพร้อมและขั้นดำเนินการ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ร่วมกันวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของชุมชนวิเคราะห์ ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและร่วมกันสร้างแผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการนำร่อง และนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติการในชุมชน

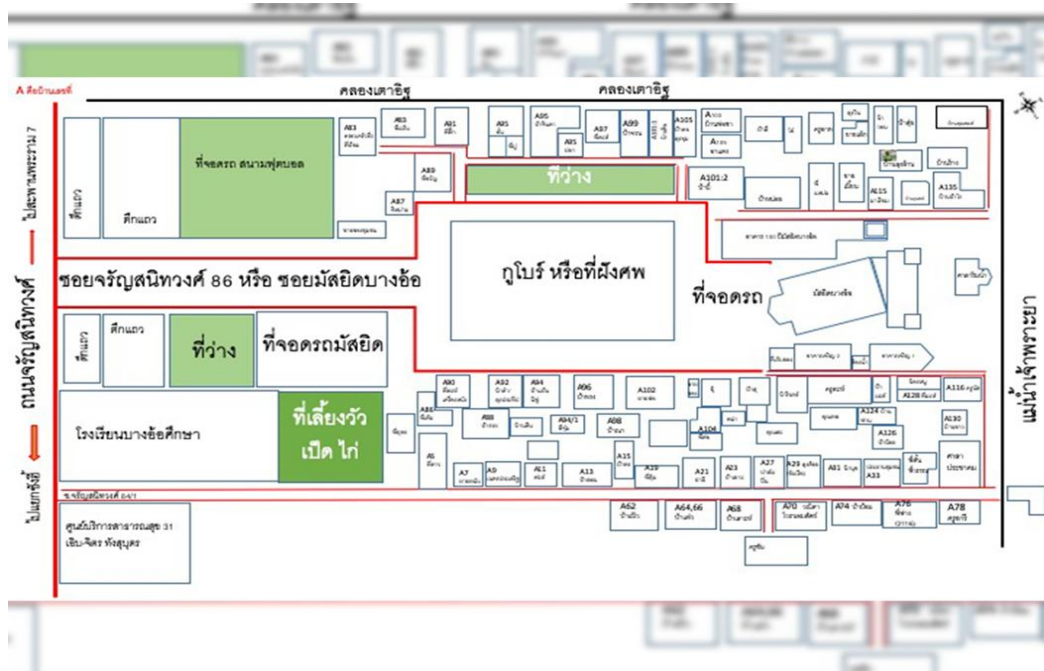
ขั้นที่ 4 ติดตามและประเมินผลจากประชุมร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขั้นประเมินผลการดำเนินโครงการ ผู้วิจัยได้นำคณานักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ จำนวน 33 คนและทำการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม และผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนและคณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนโดยชุมชน ผู้วิจัยขอรายงานผลการศึกษานำผลแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อและประเมินผลการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้



รายงานผลการศึกษาร่วมชุมชน

1.1 ข้อมูลทางกายภาพ

1.1.1 ที่ตั้งชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร



ภาพ 80 ที่ตั้ง ชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร

ที่มา: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2565, สืบออนไลน์

1.1.2 อาณาเขต ตอนเหนือสุดของกรุงเทพมหานคร ฝั่งธนบุรี ทิศตะวันออกติดลำน้ำเจ้าพระยา ทิศเหนือและทิศตะวันตกจรดทางรถไฟสายใต้ และทิศใต้ติดแขวงบางพลัด ตามแนวคลองบางพลัด

1.1.3 การเดินทาง รถประจำทาง เดินทางด้วยรถประจำทาง สาย 18, 110, 203 และเดินทางด้วยรถประจำทางปรับอากาศ ปอ.170 รถไฟฟ้า เดินทางด้วยรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) สายเฉลิมรัชมงคล MRT BLUE LINE ลงสถานีบางอ้อ

1.2 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

1.2.1 ลักษณะภูมิประเทศ ตั้งอยู่ระหว่างละติจูด (Latitude) หรือเส้นรุ้งที่พิกัด 13.794550° N ลองจิจูด (Longitude) หรือเส้นแวงที่พิกัด 100.511169° E เป็นที่ราบลุ่มติดริมแม่น้ำเจ้าพระยา แหล่งน้ำตามธรรมชาติ คือ น้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ลุ่มน้ำต่างๆ ลำน้ำ ลำคลอง ลักษณะของดิน เป็นดินเหนียวที่ราบดินดอนสามเหลี่ยม แม่น้ำเจ้าพระยาเหมาะแก่การเพาะปลูก

1.2.2 ลักษณะภูมิอากาศ อยู่ภายใต้อิทธิพลของมรสุม 2 ชนิด คือ มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งพัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือปกคลุมในช่วงฤดูหนาว ทำให้มีอากาศหนาวเย็นและแห้งแล้ง กับมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งพัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ ปกคลุมในช่วงฤดูฝน ทำให้อากาศชุ่มชื้นและมีฝนตกทั่วไป ซึ่งก่อให้เกิดฤดูกาลแตกต่าง 3 ฤดู ได้แก่ ฤดูร้อน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนเมษายน ฤดูฝนระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม และ ฤดูหนาว ระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม อุณหภูมิเฉลี่ยในปี 2560 28–30 องศาเซลเซียส อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดเฉลี่ย 32–34 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 24–26 องศาเซลเซียส

1.2.3 ลักษณะของพืช สัตว์ และความหลากหลายทางชีวภาพ พื้นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา

1.3 การใช้พื้นที่ปัจจุบัน แขวงบางอ้อ พื้นที่ประมาณ 2.846 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่ 3 ไร่ 62 ตารางวา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นสวนผลไม้ นานาชนิด ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่อาศัยเป็นสวนมากตามริมแม่น้ำ แต่ก่อนเป็นที่จอดแพซุง เป็นตลาดค้าไม้ซุง และเป็นที่อยู่อาศัยอย่างหนาแน่นติดต่อกันไป เนื่องจากเป็นที่ลาดชายตลิ่ง จึงเหมาะแก่การเจริญเติบโตของพันธุ์ไม้นานาชนิด เช่น ต้นอ้อ ต้นพง ต้นลำพู หญ้าคา มีลักษณะเป็นป่าหญ้าเป็นส่วนมาก ถิ่นนี้มีต้นอ้อมากที่สุด จึงเป็นเหตุให้แขวงนี้ชื่อว่าบางอ้อ ตามชื่อต้นอ้อ

1.4 ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์ ชุมชนมัสยิดบางอ้ออยู่บนพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่านก่อนออกสู่อ่าวไทยที่ปากน้ำ อำเภอสุมทิวราการ ปัญหา น้ำท่วม ซึ่งเกิดจากระดับน้ำทะเลที่เพิ่มสูงขึ้นประกอบกับปัญหาเรื่องระบบการระบายน้ำ ทำให้ฝนตกแม้ปริมาณไม่มากก็ทำให้เกิดน้ำท่วมได้ พื้นที่ชายฝั่งจะถูกกัดเซาะ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลา 35 ปีที่ผ่านมา แผ่นดินทรุดตัวลง ซึ่งเกิดจากการสูบน้ำบาดาล เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้แผ่นดินทรุดลงไป แต่ในปัจจุบันไม่มีการอนุญาตให้สูบน้ำบาดาลในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล หากมีการสูบน้ำแต่คิดค่าธรรมเนียมแพงมาก ซึ่งได้มีการตรวจสอบวัดดูพบว่าน้ำบาดาลเพิ่มขึ้นจำนวนมาก และการทรุดตัวน้อยลง

1.4 ข้อมูลด้านสังคม

1.4.1 ประวัติความเป็นมา

ในสมัยอยุธยา ก่อนกรุงศรีอยุธยาถูกเผา พ.ศ. 2310 ชาวเมืองอยุธยาได้มีภัยสงคราม โดยการล้อมแพมาทางใต้ แยกกันไปคนละทิศละทางทั้งทหารและพลเรือน จนกระทั่งพระเจ้าตากสินยกทัพเรือมาจากจันทบุรีขับพม่าออกไปจากกรุงศรีอยุธยาได้ และตั้งกรุงธนบุรีเป็นเมืองหลวงแทนกรุงศรีอยุธยา บ้านเมืองเป็นปกติสุขดังเดิม ชาวบ้านที่กระจัดกระจายกันอยู่ก็เข้ามารวมกันอยู่ ณ ศูนย์กลางแห่งนี้ เนื่องจากในคลองบางหลวงมีศูนย์กลางของมุสลิมอยู่แล้ว คือ มีชุมชน มีมัสยิด มีที่ฝังศพ (สุสาน) และอาคารอื่นๆ ที่ใช้ในกิจการศาสนา โดยมีหลวงนายศักดิ์เป็นหัวหน้าชุมชนและมีบรรดาศักดิ์เป็นเจ้าพระยาจักรี (หมุด) เป็นคนแรกของกรุงธนบุรี ชุมชนนี้ประกอบด้วยข้าราชการ ทหาร พลเรือน มีที่มาต่างกัน โดยชาวมุสลิมและอาสาจามาจากคลองประจาม เป็นมุสลิมสายซุนนี ส่วนชีอะห์ ได้แก่ ลูกหลานของเชคอะหมัด ซึ่งรับราชการในกรมท่าขวา กลุ่มที่ 3 ได้แก่ สายสุลต่านสุไลมาน ซึ่งรับราชการในกองอาสาจาม ในนามบรรดาศักดิ์พระยาราชวังสัน ตำแหน่งจางวาง อาสาจามซ้าย-ขวา มุสลิมเหล่านี้ นอกจากจะอาศัยอยู่ในคลองบางหลวงแล้วยังขยายมาจอดแพอยู่ในคลองบางกอกน้อยและปากคลองบางกอกน้อยด้านเหนือไปจนจรดวัดดาวดึงส์ อยู่ใกล้กับที่ทำงาน คือ วังหน้า ส่วนอาสาจามและครอบครัวนั้นก็อยู่ใกล้เครื่องมือของตน คือโรงเก็บเรือรบของพระเจ้าตากสินเพื่อสะดวกและรวดเร็วเมื่อถูกใช้ในราชการ จะเห็นได้ว่าชาวบางอ้อมมิได้สืบสายสกุลมาจากปัตตานีตามที่เข้าใจกัน

มัสยิดบางอ้อมสร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ ในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยชาวมุสลิมที่อพยพมาจากกรุงศรีอยุธยาเมื่อครั้งเสียกรุง โดยการล่องมาตามแม่น้ำเจ้าพระยา จึงเรียกชาวมุสลิมเหล่านี้อีกอย่างหนึ่งว่า “แขกแพ” เพราะอาศัยบ้านที่อยู่บนแพซุงมาก่อนที่จะนำบ้านมาสร้างบนที่ดินริมฝั่งแม่น้ำ เนื่องจากประชากรมากขึ้นชุมชนก็เติบโตจากบ้านไม่กี่หลัง จนถึงในปัจจุบันก็ เกือบ 100 หลังคาเรือน อาชีพของคนในชุมชนก็มีอาชีพเกี่ยวกับการค้าไม้ ทำซุง เเดินเรือ ค้าขาย ทำสวนผลไม้ จากที่ผู้ใหญ่ได้เล่าต่อกันมาว่าสร้างเรือนไม้สี่เหลี่ยมบนแพทำเป็นที่ละหมาด ต่อมาเมื่อมีคนเยอะขึ้น ก็ยกเรือนมาสร้างบนพื้นดินในระหว่างพ.ศ. 2448 – 2458 เป็นอาคารไม้ทรงปั้นหยาที่ใหญ่กว่าเดิม เพื่อใช้เป็นที่ละหมาด สร้างเสร็จในพ.ศ. 2452 ปัจจุบันชื่อว่า “อาคารเจริญวิทยาคาร” ตั้งชื่อตามอิหม่ามตวนหมัด ซาลิมี่ (นายเจริญ ซาลิมี่ – บุญยศักดิ์) จนกระทั่งต่อมาอีก 10 ปี จึงสร้างมัสยิดหลังปัจจุบันเสร็จในพ.ศ. 2462 เป็นอาคารก่ออิฐถือปูนชั้นเดียวกว้าง 12 เมตร ยาว 24 เมตร

1.4.2 จำนวนประชากร

จำนวนประชากรแขวงบางอ้อ 24,030 คน ประกอบด้วยประชากรชาย จำนวน 10,982 คน และประชากรหญิง จำนวน 13,048 คน (ข้อมูลเดือนกันยายน 2564) สำหรับชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีจำนวนประชากรทั้งหมด 984 คน ประกอบด้วยประชากรชาย จำนวน 531 คน และประชากรหญิง จำนวน 453 คน มีครอบครัวรวมทั้งหมด 257 ครอบครัว และบ้านที่อยู่อาศัยทั้งหมด 207 หลังคาเรือน

1.4.3 ลักษณะการตั้งบ้านเรือน

แขวงบางอ้อ มีบ้านเรือน จำนวน 14,364 หลัง ชุมชนมัสยิดบางอ้อ ตั้งชุมชนอยู่อาศัยเป็นแนวยาวริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและลี้กลงไปด้านใน ต่อมาเมื่อมีผู้คนมากขึ้น ประกอบกับมีถนนจรัลสนิทวงศ์ตัดผ่าน ชุมชนจึงแยกออกเป็นสองส่วน ส่วนที่ตั้งบ้านเรือนริมฝั่งน้ำ และส่วนที่ขยับขยายสร้างบ้านไม้ทรงสี่เหลี่ยมบนพื้นดิน โดยชุมชนทั้งสองส่วนต่างมีการสืบสายสกุลกันมาอย่างต่อเนื่องยาวนานหลายชั่วอายุ โดยสายสกุลต่างๆ ของคนในชุมชนนี้ เช่น โยธาสุมุท บางอ้อ ยูซุฟี มานะจิตต์ เพชรทองคำ มุขตารี บุญศักดิ์ เป็นต้น

1.4.4 ความเชื่อและศาสนา

มัสยิดบางอ้อสร้างขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ ในช่วงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยชาวมุสลิมที่อพยพมาจากกรุงศรีอยุธยาเมื่อครั้งเสียกรุง โดยการล่องมาตามแม่น้ำเจ้าพระยา จึงเรียกชาวมุสลิมเหล่านี้อีกอย่างหนึ่งว่า “แขกแพ” เพราะอาศัยบ้านที่อยู่บนแพซุงมาก่อนที่จะนำบ้านมาสร้างบนที่ดินริมฝั่งแม่น้ำ เนื่องจากประชากรมากขึ้นชุมชนก็เติบโตจากบ้านไม้เกี๋ยหลัง จนถึงในปัจจุบันก็ ชุมชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม นิกายซุนนี

1.4.5 วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร ภูมิปัญญาท้องถิ่น และภาษาถิ่น

ที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีอาหารจานเด่นประจำชุมชนอยู่หลายเมนู ซึ่งเป็นสูตรอาหารที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นและมักจะนิยมทำรับประทานกันเป็นประจำ ดังนี้

หริ่ม

หริ่ม เป็นภาษาอาหรับมีความหมายว่า โรแมนติก หมายถึง ประเทศตุรเคียซึ่งเคยเป็น อาณาจักรโรมันตะวันออก ชื่อนี้จึงถูกนำมาตั้งเป็นชื่อขนมของแขกจากประเทศตุรเคีย ซึ่งนิยม ทำไว้รับประทานเป็นอาหารว่างพร้อมกับน้ำชา



ภาพ 81 หริ่ม

ที่มา: sarakadeelite, 2565, สื่อออนไลน์

ข้าวอาซุร

ข้าวอาซุร เมนูที่ปีหนึ่งจะปรุงครั้งเดียว โดยปรุงกันตอนเช้าตรู่ของเสาร์ต้นกันยายน เข้าสู่ช่วงเดือนสำคัญที่พี่น้องชาวมุสลิมเรียกว่า เดือนอาซุร โดยกลุ่มแกนหลักของชาวมุสลิม มัสยิดบางอ้อช่วยกันขนบรรดาเครื่องปรุงกว่า 20 ชนิดมาร่วมกันปรุงอาหารอย่างพิเศษ เริ่มจากนำสมุนไพรมารวนน้ำมันกะทิให้หอมฟุ้ง ก่อนจะตามด้วยน้ำซุ๊ปไก่สูตรลับที่เคี่ยวข้ามคืน และข้าวเหนียวแดงที่เป็นวัตถุดิบแกน พร้อมธัญพืชและพืชหัวนานาชนิด ไม่ว่าจะเป็น งา ลูกเดือย เผือกกวน ข้าวโพด สาคุ เม็ดบัว ฯลฯ โดยมีลำดับก่อนหลัง



ภาพ 82 ข้าวอาซุร

ที่มา: sarakadeelite, 2565, สื่อออนไลน์

กุหลาบยำบู

กุหลาบยำบูมีที่มาจากกุหลาบจามูนหรือกุหลาบยามูน (Gulab Jamun) เป็นขนมหวานของชาวอินเดียตอนใต้ มักทำรับประทานในเทศกาลงานเลี้ยงสำคัญๆ ไม่ว่าจะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพราหมณ์ฮินดูหรืออิสลาม เช่น งานแต่งงาน งานวันเกิดของอินเดีย และคนในแถบชมพูทวีป รวมไปถึงหมู่เกาะต่างๆ เช่น มอริเชียส จาเมกา ฯลฯ สำหรับชุมชนมัลลียิตบางอ้อ มักจะทำกุหลาบยำบูรับประทานกันในช่วงเทศกาลวันสำคัญต่างๆ อาทิ เดือนรอมฎอน วันตรุษอีดิลฟิตรี วันตรุษอีดิลอัฎฮา งานบุญ และงานแต่งงาน



ภาพ 83 กุหลาบยำบู

ที่มา: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2565, สืบออนไลน์

กรอกจิ้มคั่ว

เมนูอาหารอิสลามเก่าแก่ที่ชาวมุสลิมที่เป็นเจ้าของที่ดินของคนในชุมชนมุสลิมในอดีตมักทำไว้รับรองเวลาที่มีแขกมาเยี่ยมบ้านในงานบุญและงานสำคัญทางศาสนา ไม่ได้ทำรับประทานกันตามบ้านทั่วไป จึงทำให้ไม่มีสูตรตกทอดต่อมายังคนรุ่นลูกรุ่นหลานในวงกว้าง ปัจจุบันกรอกจิ้มคั่วสามารถหารับประทานได้ที่ชุมชนมุสลิมบางอ้อเท่านั้น โดยคุณป้าวรรณ เล็บขาว แม่ครัวเก่าแก่จะออกมาทำกรอกจิ้มคั่วขายให้คนในชุมชนเฉพาะวันศุกร์เท่านั้น



ภาพ 84 กรอกจิ้มคั่ว

ที่มา: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2565, สื่อออนไลน์



แกงกะباب

กะبابเป็นอาหารจากตะวันออกกลางที่แพร่หลายไปทั่วโลก อินเดียเรียก แทนโดรี แคมมลายู เรียกว่า สะเต๊ะ ญี่ปุ่นเรียก ยากิโทริ กรีกเรียก ซูลาฟกี ชาวตุรกีและเปอร์เซียนำกะبابเข้าไปเผยแพร่ในยุโรป นักนิรุกติศาสตร์บอกว่า กะباب รากมาจากภาษาเซมิติก แปลว่าเผาหรือย่าง ส่วนแกงกะبابในชุมชนมุสลิมบางอื้อเป็นการประยุกต์ขึ้นมาเป็นเนื้อบดปั้นเป็นก้อนแล้วนำมาทอด



ภาพ 85 แกงกะباب

ที่มา: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2565, สืบออนไลน์



1.4.6 สุขภาพอนามัย

ชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีโรงพยาบาลใกล้เคียง จำนวน 4 แห่ง คือ โรงพยาบาลยันฮี โรงพยาบาลชั่งอี โรงพยาบาล ตาหุ คอ จมูก และ โรงพยาบาลอนันต์พัฒนา และมีศูนย์บริการสาธารณสุข จำนวน 1 แห่ง คือศูนย์บริการสาธารณสุข

1.4.7 การศึกษา

ชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีโรงเรียนใกล้เคียงจำนวน 12 แห่ง ได้แก่ โรงเรียนบางอ้อศึกษา โรงเรียนบางอีชั้นวิทยาคม โรงเรียนวัดคฤหบดี(จันทร์สถิตย์) โรงเรียนวัดฉัตรแก้วจงกลณี โรงเรียนวัดเทพากร (เชี่ยมมาตุทิศ) โรงเรียนวัดบางพลัด (ป.สุวณโณ) โรงเรียนวัดเปาโรหิตย์ โรงเรียนวัดรวก โรงเรียนวัดวิมุตยาราม โรงเรียนวัดพระยาศิริโอยสวรรค์ โรงเรียนวัดสามัคคี สุทธาวาส โรงเรียนวัดอาวรุทวิกลิตาราม

1.4.8 เศรษฐกิจ

ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีร้านขายของชำ ร้านอาหาร รายล้อมรอบๆชุมชน โดยมีทั้งร้านอาหารพื้นถิ่นและร้านอาหารตามสั่งทั่วไป ร้านขนม ร้านขายของชำ ซึ่งเป็นร้านของคนในชุมชน

1.4.9 การจัดการด้านพื้นที่และการจัดการทรัพยากรในชุมชน

การจัดการพื้นที่โดยชุมชนให้ชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเกิดความยั่งยืน ภายใต้การดูแลของสำนักงานเขตบางพลัด ครอบคลุมมิติด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ คือ มุ่งเน้นการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับอาชีพการเกษตรในพื้นที่ที่มีศักยภาพตามวิถีชีวิตชุมชนร่วมกันรักษาความสะอาดความปลอดภัยและภูมิทัศน์ภายในชุมชนและสร้างจิตสำนึกของประชาชนให้รักและช่วยกันรักษาทรัพยากรให้ยั่งยืนไปถึงลูกหลานต่อไป

1 รายงานการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

2.1 ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา สวนผลไม้

2.2 ทรัพยากรวัฒนธรรม ได้แก่ ท่ามกลางชุมชนมุสลิมบางอ้อ เป็นมัสยิดเก่าแก่ที่สร้างในสมัยปลายรัชกาลที่ 5 ลักษณะเป็นอาคารชั้นเดียวที่ยังคงอนุรักษ์สถาปัตยกรรมดั้งเดิมไว้ได้อย่างงดงาม ก่ออิฐถือปูนตามลักษณะของสถาปัตยกรรมเรือนของสัสมพสานกับอิทธิพลของศาสนาอิสลาม หลังคาเป็นทรงปั้นหยา มีชายคาเป็นหลังคาคอนกรีตแบนและมีลูกกระรกระเบียงที่มีลวดลายปูนปั้นและเครื่องประดับโดยรอบหลังคา โดยปัจจุบันมีการทำการบูรณะยกอาคารขึ้นเป็นสองชั้นทาสีใหม่ โดยทาสีอาคารเป็นเหลือง ติดกับมัสยิด คือ อาคาร

เจริญวิทยาการ 1 เป็นอาคารไม้ 2 ชั้น เป็นสถาปัตยกรรมเรือนไม้สักแบบขนมปังขิง ลวดลายฉลุตกแต่งพร้อมมระบายอากาศงดงามดูคลาสสิกมาก ถัดจากอาคารเจริญวิทยา 1 คือ อาคารเจริญวิทยา 2 เป็นอาคารครึ่งไม้ ครึ่งปูนสองชั้น ตกแต่งด้วยไม้สัก และช่องแสงกระจกสี นอกจากนี้ตัวมัสยิดที่โดดเด่นแล้ว ยังมีอาคาร 100 ปี มัสยิดบางอ้อเป็นอาคารที่สร้างขึ้นใหม่ที่มัสยิดสร้างขึ้นในวาระครบรอบ 100 ปี มัสยิดบางอ้อ เพื่อใช้เป็นอาคารอเนกประสงค์และทางเดินเชื่อมไปยังมัสยิด โดยเน้นสถาปัตยกรรมแบบอาหรับโมร็อกโค ตัวอาคารโอ้อ่าเป็นสีครีมโดดเด่นด้วยลวดลายกระจกบริเวณบานประตูที่ประดับไว้อย่างสวยงาม เรียกได้ว่าเมื่อมาถึงพื้นที่ของมัสยิดบางอ้อ ต้องสะดุดตาและตะลึงไปกับความสวยงามของอาคารดังกล่าว

2.3 ทรรศนการท่องเที่ยวเทศกาลงานประเพณีศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ฮารีรายอ



ภาพ 86 ฮารีรายอ

ที่มา: สยามรัฐ, 2565, สืบออนไลน์

การประกอบพิธีกรรมในวันฮารีรายอ ช่วงเวลาในรอบปีหนึ่ง ชาวมุสลิมมีวันฮารีรายอ 2 ครั้ง คือ อีดิลฟิตรี ซึ่งเป็นวันออกบวช และอีดิลอัฎฮา ซึ่งเป็นการฉลองวันออกฮัจญ์

ความสำคัญ วันฮารีรายอ เป็นวันรื่นเริงประจำปี ชาวมุสลิมจะไปเยี่ยมเยียนพ่อแม่ ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน เพื่ออภัยต่อกันในสิ่งที่ผ่านมา เป็นวันที่ทุกคนมีความสุขมาก มุสลิมจะมีการประกอบพิธีกรรมไทยพร้อมเพรียงกันทั่วโลก ในวันอีดิลฟิตรี มุสลิมทุกคนจะต้องจ่ายซะกาต ฟิตเราะห์ บริจาคทานแก่คนยากจน ส่วนในวันอีดิลอัฎฮา จะมีการเชือดสัตว์พลี แล้วจะทำกุรบัน แจกจ่ายเนื้อเพื่อเป็นทานแก่ญาติมิตร สัตว์ที่ใช้ในการเชือดพลี ได้แก่ ฐฐ วัว แพะ เป็นการขัดเกลาจิตใจของมนุษย์ให้เป็นผู้บริจาค เป็นการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนมนุษย์

ในวันฮารีรายอ ชาวมุสลิมจะเดินทางกลับภูมิลำเนาของตน มาร่วมประกอบพิธีกรรมทางศาสนาโดยพร้อมเพรียงกัน ได้พบปะสังสรรค์กับเพื่อน ญาติพี่น้อง เพื่อจะได้ขอยกยต่อกัน

พิธีกรรม

การปฏิบัติตนในตอนเช้าของวันฮารีรายอ โดยตื่นนอนแต่เช้าตรู่ ผู้หญิงจะเป็นผู้ตกแต่งบ้านเรือนให้สะอาดสวยงามเป็นพิเศษ จัดเตรียมอาหาร ขนมต่างๆไว้ต้อนรับเพื่อน ญาติพี่น้อง และแขกที่มาเยี่ยมเยียน ทุกคนต้องปฏิบัติบริจาคซากาตฟิดเราะห์ก่อนที่จะไปละหมาดในวันอีดิลฟิตรี สิ่งของที่ใช้ในการบริจาค โดยใช้สิ่งของที่บริโภคเป็นอาหารหลัก

การอาบน้ำในวันฮารีรายอ เมื่อปฏิบัติภารกิจเสร็จ จะอาบน้ำชำระร่างกายให้สะอาด เรียกว่าอาบน้ำสุนัต กำหนดเวลาอาบน้ำตั้งแต่เที่ยงคืน เริ่มต้นวันฮารีรายอจนถึงพระอาทิตย์ตก แต่เวลาที่ดีที่สุดและเป็นที่นิยมอาบน้ำสุนัต คือ เมื่อแสงอรุณขึ้นขอบฟ้าในวันฮารีรายอ ในขณะที่อาบน้ำสุนัตทุกคนจะต้องกล่าวดุอาร์เป็นการขอพร

การประกอบพิธีกรรม ชาวมุสลิมจะเดินทางไปประกอบพิธีกรรมที่มัสยิด วันอีดิลฟิตรีจะไปมัสยิดเวลา 8.30 น. วันอีดิลฮัจญ์จะไปมัสยิดเวลา 7.30 น. การปฏิบัติตนเมื่อเดินทางถึงมัสยิด ทุกคนจะอาบน้ำละหมาด จากนั้นจึงเข้าไปในมัสยิด ทำการละหมาดตะฮิญะตุลมัสยิด มีการแบ่งแยกหญิงชาย โดยใช้ม่านกั้นกลาง เสร็จแล้วจัดแถวนั่งรอฟังโตะอิหม่าม ซึ่งเป็นผู้นำในการทำพิธีละหมาด

การละหมาด จะมีโตะอิหม่ามเป็นผู้นำละหมาด เริ่มพิธีด้วยการยืนตรงเท้าห่างกันประมาณ 1 คืบ หันหน้าไปทางกิบลัต (ทิศตะวันตก) สรรวมจิตใจแน่วแน่มุ่งตรงต่ออัลลอฮ์ อิหม่ามจะอ่านนำจนเสร็จสิ้นการละหมาด การปฏิบัติตนเมื่อละหมาดเสร็จ หลังจากละหมาดเสร็จแล้ว มุสลิมทุกคนจะนั่งฟังอิหม่ามกล่าวคุฏบะ (คำอบรม) เพื่อแนะแนวทางชีวิตด้านความศรัทธาที่กระตุ้นเตือนให้ปฏิบัติแต่ความดีละเว้นความชั่ว และปฏิบัติตามแนวทางของอิสลาม เพื่อให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ขณะนั่งฟังนั้นทุกคนจะอยู่ในความสำรวม สงบนิ่ง ตั้งใจฟัง ไม่พูดจาใดๆทั้งสิ้น และเมื่ออิหม่ามอ่านคุฏบะจบแล้ว อิหม่ามจะขอพรจากพระองค์อัลลอฮ์เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ตนเอง และบรรดามุสลิมที่มาร่วมประกอบพิธีกรรม จะมีการขอยกยต่อกันโดยผู้น้อยจะเข้าไปขอยกยผู้อาวุโสกว่า

งานโกนผมไฟ อากีเกาะห์ เป็นสุนัตมุฮักกัต อากีเกาะห์ คือ สิ่งที่จะถูกนำมาเชือดในวันที่ 7 ของวันที่เด็กเกิด ซึ่งสิ่งที่จะถูกเชือดให้กับเด็กผู้ชาย คือ แกะ 2 ตัว และให้กับเด็กผู้หญิง คือ แกะ 1 ตัว อากีเกาะห์ตามหลักภาษาแล้ว คือ ชื่อของเส้นผมที่อยู่บนหัวของเด็กแรกเกิด และความหมายของอากีเกาะห์ตามหลักนิติบัญญัติ ก็คือชื่อของสิ่งที่จะถูกเชือดในวันที่ 7 ของการเกิดของเด็ก ซึ่งเป็นวันที่มีการโกนผมไฟเด็ก หลักฐานในการทำอากีเกาะห์เป็นสุนัต ซึ่งได้มี

รายงานจากพระนางอาอีซะห์และฮาดีษของท่านอื่นๆ เช่น ฮาดีษของท่านสัมเราะห์ ได้กล่าวว่า ความว่า: ท่านศาสนทูตแห่งอัลลอฮ์ (คือล) ได้กล่าวว่า เด็กนั้นถูกประกันด้วยกับอากีเกาะห์ของเขา ซึ่งอากีเกาะห์ของเขาจะถูกเชือดแทนเขาในวันที่ 7 (ของวันที่เด็กเกิด) และเด็กจะถูกโกนผมไฟ และถูกตั้งชื่อในวันนั้น อากีเกาะห์จะถูกเชือดให้กับเด็กผู้ชายด้วยกับแกะ 2 ตัว และให้กับเด็กผู้หญิงด้วยกับแกะ 1 ตัว ดังที่มีรายงาน จากอุมมูกัรซุ ว่าความว่า: แท้จริงท่านนบี (คือล) ได้กล่าวว่า จะแทนเด็กผู้ชาย 2 ตัวแกะ และจะแทนเด็กผู้หญิง 1 ตัวแกะ

งานวะลีมะห์ (งานแต่งงาน) นิเคห์เป็นพิธีแต่งงานของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เริ่มต้นเมื่อชายหญิงตกลงใจกันและฝ่ายชายจะส่งผู้ใหญ่ไปสู่ขอ การสู่ขอนี้จะตกลงกันระหว่างผู้ใหญ่ทั้งสองฝ่ายเกี่ยวกับเรื่องมะฮัร หรือสินสอดทองหมั้น และตกลงเรื่องกำหนดวันแต่งงาน (นิเคห์) การทำพิธีนิเคห์ จะต้องมืองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ผู้ปกครองของฝ่ายเจ้าสาว เรียกว่า วะลี คือชายที่มีสิทธิในการประกอบพิธีนิเคห์ให้แก่หญิง ซึ่งจะต้องเป็นชายที่นับถือศาสนาอิสลามที่ไม่เป็นคนวิกลจริต และไม่อยู่ในระหว่างประกอบพิธีฮัจญ์ ผู้ทำพิธีนิเคห์ ผู้ปกครองอาจทำพิธีนิเคห์เอง หรือมอบให้โต๊ะอิหม่าม พยาน 2 คน ต้องเป็นชายมุสลิมที่เชื่อถือได้

ชั้นเรียนศาสนาสำหรับผู้สนใจในอิสลาม มัสยิดบางอ้อเปิดการเรียนการสอนศาสนาสำหรับสัปบุรุษและผู้สนใจอิสลามทั่วไป ดังนี้ โครงการสอนศาสนาสำหรับผู้ใหญ่ ณ อาคารเจริญวิทยาคาร สอนอ่านกุรอาน และหลักศรัทธา วิชาวฟิกฮ์ สอนการละหมาดสุนัตต่างๆ โครงการผู้สนใจอิสลาม สอนหลักเตาฮีด (การศรัทธา) วิชาวฟิกฮ์หรือหลักปฏิบัติ โครงการศึกษากุรอานเบื้องต้น 3 ระดับ

การละหมาดหรือการนมาซ

การละหมาด เป็นการปฏิบัติศาสนกิจอย่างหนึ่งในศาสนาอิสลาม เพื่อเป็นการภักดีต่ออัลลอฮ์ มุสลิมทุกคนจะต้องละหมาด วันละ 5 เวลา เรียกว่า ละหมาดฟัรฎู ละหมาด หมายถึง การขอพร ความหมายทางศาสนา หมายถึง การกล่าวและการกระทำ ซึ่งเริ่มต้นด้วยตักบิรและจบลงด้วยสละม การละหมาดเป็นการสร้างเอกภาพอย่างหนึ่งของมุสลิม เมื่อละหมาดมุสลิมทั่วโลก หันหน้าไปทางกิบละฮ์ เพื่อเคารพภักดีต่ออัลลอฮ์ การละหมาดฝึกฝนให้เป็นคนตรงต่อเวลา มีความอดทน และขัดเกลาคิดใจให้บริสุทธิ์ผ่องแผ้ว ไม่ประพฤติดังสิ่งใดในทางชั่วร้าย ดังอัลกุรอานระบุไว้ ความว่า และจงละหมาดแท้จริงการละหมาดจะยับยั้งความลามกอนาจารและสิ่งต้องห้าม "อัล - อังกะบูต : 45 คุณสมบัติของผู้ที่ต้องละหมาด คือ เป็นมุสลิม บรรลุนิติภาวะ มีสติสัมปชัญญะ

การละหมาดฟัรฎู อัลลอฮ์ทรงกำหนดให้มุสลิมทำการละหมาด วันละ 5 เวลา คือ ละหมาดศุบหฺ เวลา เริ่มตั้งแต่ฟ้าสางจนถึงก่อนดวงอาทิตย์ขึ้น ละหมาด ซุฮฺริ เวลาเริ่มตั้งแต่

ดวงตะวันคล้อยจนเงาของสิ่งหนึ่งสิ่งใดทอดยาวออกไปเท่าตัว ละหมาดอัศร เวลาเริ่มตั้งแต่เมื่อเงาของสิ่งหนึ่งสิ่งใดยาวกว่าเท่าตัวของมันเอง จนถึงดวงอาทิตย์ตกดิน ละหมาดมักริบ เวลาเริ่มตั้งแต่ดวงอาทิตย์ตกดิน จนถึงสิ้นแสงอาทิตย์ คือเวลาพลบค่ำ และละหมาดอิซาอ เวลาเริ่มตั้งแต่เวลาค่ำจนถึงก่อนฟ้าสว่าง

ความสำคัญ ชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลามทุกคนต้องปฏิบัติศาสนกิจอย่างเคร่งครัด เพราะ การละหมาดเป็นศาสนกิจเพื่อเข้าเฝ้าต่อเบื้องพระพักตร์ของพระผู้เป็นเจ้าอัลลอฮ์ (ซุบฮาน) ด้วยความสงบ สำรวม จึงเป็นหน้าที่ของมุสลิมทุกคนที่จะต้องปฏิบัติเป็นกิจวัตรประจำวัน วันละ 5 เวลา

เงื่อนไขของการละหมาด นอกจากมีกฎเกณฑ์ดังกล่าวแล้ว ผู้ละหมาดยังต้องคำนึงถึงเงื่อนไขของการละหมาดอีก 8 ประการ คือ

1. ต้องปราศจากหะดัษใหญ่และหะดัษเล็ก คือ ต้องไม่มีญะนาบะฮ์ หัยฎ์ นิฟาส หรือ วิลาดะฮ์ และต้องมีน้ำละหมาด
2. ร่างกาย เครื่องนุ่งห่ม และสถานที่ละหมาดต้องสะอาด
3. ต้องปกปิดเอาเราะฮ์ กล่าวคือ ผู้ชายต้องปิดตั้งแต่สะดือถึงหัวหัวเข่า ผู้หญิงจะต้องปกปิดทั่วร่างกาย ยกเว้นมือและใบหน้า
4. ต้องหันหน้าไปทางกิบละฮ์
5. ต้องรู้ว่าได้เวลาละหมาดแล้ว
6. ต้องรับว่ามุสลิมทุกคนต้องปฏิบัติการละหมาด
7. ต้องไม่ตั้งใจเปลี่ยนการละหมาดเป็นอย่างอื่น
8. ต้องห่างไกลจากสิ่งที่ทำให้เสียละหมาด

ทรัพยากรกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่



ภาพ 87 อาคาร 100 ปี
ที่มา: ชญานี โยธาสุมทร, 2565

อาคารมัสยิด

สถาปัตยกรรมของมัสยิดบางอ้อเป็นการผสมกันระหว่างศิลปะเรือนของส ีผสมบาโรก โมกุล บันหยะ อาหรับ และเปอร์เซีย โดยมีช่างผู้ก่อสร้างเป็นคนจีน อาคารมัสยิดเป็นอาคารชั้นเดียวก่ออิฐถือปูน ประดับลายปูนปั้นไว้โดยรอบ โดยโครงสร้างหลักของอาคารเป็นเรือนของส ีที่เน้นถึงเรื่องความสมมาตรและความเป็นสัดส่วนของรูปทรงเรขาคณิต ที่หน้าบันหรือจั่วมีความหรูหราแบบศิลปะบาโรก ขณะที่หลังคามัสยิดเป็นทรงบันหยะ ส่วนโดมสีเขียวบนหลังคา หออะซานได้รับอิทธิพลจากรูปดอกบัวใหญ่ตามคติฮินดูและรูปหม้อน้ำของชาวอาหรับ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของศิลปะโมกุล ทางขึ้นของหออะซานทั้งสองข้างเป็นบันไดวนทำด้วยไม้สัก มีความแข็งแรงและสวยงาม อาคารมัสยิดแบ่งเป็นสองส่วน คือ ส่วนโถงด้านหน้า เป็นอาคารสี่เหลี่ยมผืนผ้าทอดตัวขนานไปกับแนวลำน้ำเจ้าพระยา ส่วนอาคารที่ 2 เป็นส่วนที่ทำพิธีละหมาด เป็นอาคารเกือบสี่เหลี่ยมจัตุรัสที่ไม่ประกบติดกับส่วนโถง แต่เฉียงไปตามทิศทางที่ตรงกับทิศตะวันตก ซึ่งมีความหมายว่าผู้ทำละหมาดจะหันหน้าไปในทิศทางที่มุ่งสู่มักกะฮ์

ศูนย์การเรียนรู้ อาคารเจริญวิทยาคาร 1 เป็นอาคารไม้ 2 ชั้น เป็นสถาปัตยกรรมเรือนไม้สักแบบขนมปังขิง ลวดลายฉลุตกแต่งพร้อมระบายอากาศ งดงามดูคลาสสิก อาคารเจริญวิทยา 2 เป็นอาคารครึ่งไม้ ครึ่งปูนสองชั้น ตกแต่งด้วยไม้สัก และช่องแสงกระจกลี อาคาร 100 ปี มัสยิดบางอ้อเป็นอาคารที่สร้างขึ้นใหม่ สร้างขึ้นในวาระครบรอบ 100 ปี มัสยิดบางอ้อ เพื่อใช้เป็นอาคารเอนกประสงค์และทางเดินเชื่อมไปยังมัสยิด โดยเน้นสถาปัตยกรรมแบบอาหรับโมร็อกโก ตัวอาคารโอบอ้าเป็นสัตรีมโดดเด่นด้วยลวดลายกระจ

บริเวณบานประตูที่ประดับไว้อย่างสวยงาม เรียกได้ว่าเมื่อมาถึงพื้นที่ของมัสยิดบางอ้อ ต้องสะดุดตาและตะลึงไปกับความสวยงามของอาคารดังกล่าว ไม่น่าเชื่อว่าจะมีอาคารที่มีสไตล์ชุกช่อนอยู่ในย่านชุมชนของถนนจรัญสนิทวงศ์ที่เรารู้จักชื่อและคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี และใช้สัญจรไปมาอยู่บ่อยครั้ง นอกจากลวดลายของกระจก และกระเบื้องที่สวยงามแล้ว รูปทรงของอาคารด้านข้างมีลักษณะเป็นทรงสี่เหลี่ยมทอดยาว ภายในอาคารสร้างเป็นซุ้มประตูเรียงต่อกัน บริเวณผนังตกแต่งด้วยกระเบื้องสีฟ้าพาสเทลมีความคลาสสิก มีแสงของดวงอาทิตย์สาดส่องเข้ามาในระหว่างช่องประตู กลายเป็นมุมถ่ายภาพแสนเก๋ ความรู้สึกเหมือนเดินอยู่ในอาคารแบบโมร็อกโกผสมผสานกับตะวันออกกลาง

วัฒนธรรมอาหาร ในอดีตชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นชุมชนมุสลิมที่มีความโดดเด่นด้านการทำอาหารเป็นอย่างดี เพราะที่นี่มีแม่ครัวพ่อครัวที่คนในชุมชนเรียกกันว่า ช่างแกง ช่างอาหารหวาน ที่มีรสมือเป็นเอกลักษณ์เป็นผู้รับหน้าที่ทำอาหารเลี้ยงผู้ที่มาร่วมงานประจำปีของอิสลามเสมอๆ โดยในแต่ละปี ชวามุสลิมจะมีงานประจำปี 2 งานใหญ่ แต่ละงานจะต้องมีการหุงอาหารตลอดคืน เพื่อให้ทันเลี้ยงผู้ที่มาร่วมงานในตอนเช้า ซึ่งทุกครั้งจะมีชาวบ้านออกมาช่วยเหลือกัน เป็นบรรยากาศที่รื่นเริงสนุกสนาน แต่ปัจจุบันสภาพกิจกรรมเหล่านั้นได้จางหายไปจากชุมชน เพราะพ่อครัวแม่ครัวผู้มีความรู้ด้านการปรุงอาหารมุสลิมเริ่มเข้าสู่วัยชราไม่มีเรี่ยวแรงออกมาทำงานตามความถนัดของตนเองอีกต่อไปแล้ว ทุกครั้งที่มีการเทศกาลประจำปี ชุมชนจึงใช้วิธีการจ้างแม่ครัวจากนอกชุมชนมาทำอาหาร ทำให้ขาดการมีปฏิสัมพันธ์ของคนในชุมชนเหมือนในอดีต ไม่มีความอบอุ่นแบบที่พี่บ้านอำมารวมตัวกันทำอาหารเหมือนเก่า ส่งผลให้วัฒนธรรมการทำอาหารและการส่งต่อความรู้ด้านการปรุงอาหารมุสลิมในชุมชนมัสยิดบางอ้อกำลังจะขาดช่วงไป โครงการอาหารสานใจจึงเป็นความตั้งใจที่ชาวชุมชนมัสยิดบางอ้อร่วมกันจัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมองค์ความรู้และเรื่องราวของชุมชนตั้งแต่อดีตผ่านเมนูอาหารจานเด่นของชุมชน เช่น หุ้ม ข้าวมะเขือเทศ แกงกะبابเนื้อ ข้าวอาซุรอ ฯลฯ เพื่อส่งต่อความรู้เหล่านี้ไปยังคนรุ่นใหม่ในชุมชนต่อไป

1.4 ทรัพยากรบริการ ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายของ ห้องน้ำปกติและห้องน้ำต้นแบบ ผู้สูงอายุ ศาลาพักผ่อน ห้องรับประทานอาหาร ไฟฟ้า ประปา สถานีตำรวจจำนวน 3 สถานี คือ สถานีตำรวจนครบาลบางพลัด สถานีตำรวจนครบาลบางยี่ขัน และสถานีตำรวจนครบาลบวรเมงคล สถานีดับเพลิงจำนวน 2 สถานี ได้แก่ สถานีดับเพลิงบางอ้อ และสถานีดับเพลิงบวรเมงคล การคมนาคม ได้แก่ รถไฟฟ้า เรือ ถนน การขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟฟ้าใต้ดิน สายเฉลิมรัชมงคล MRT BLUE LINE รถบัส: 110 170 (ปอ.) (AC) 18 (ปอ.) (AC) 203

2 รายงาน SWOT และ TOWS ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ

จากการประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยขอสรุปความคิดเห็นของผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในชุมชนมัสยิดบางอ้อ ดังนี้

ตารางแสดง SWOT ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ

จากผลการวิเคราะห์ SWOT ของที่ประชุมที่ได้ทำร่วมกัน ผู้วิจัยได้ร่วมสังเคราะห์ TOWS ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ซึ่งได้ผลดังตาราง ดังนี้

ตาราง 32 ตารางแสดง TOWS ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ

จุดแข็ง (Strength: S)		จุดอ่อน (Weakness: W)	
1. มัสยิดบางอ้อตั้งอยู่กลางกรุงเทพมหานคร เข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ 2. มีธรรมชาติ คือ แม่น้ำเจ้าพระยา สวน กุโบร์ สวนครัวชุมชน 3. มีวิถีชีวิตมุสลิม อาหารฮาลาล อาคารศิลปะบาโรก เลอเนสของขนมปังขิง โมร็อคโค 4. มีระบบสาธารณสุขปลอดภัย และระบบสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตบางพลัด 5. มีชื่อเสียงด้านอาหารฮาลาล 6. สามารถเที่ยวได้ตลอดปี 7. ชุมชนมีความสามัคคีร่วมมือพัฒนาท่องเที่ยวฮาลาล		1. ขาดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล 2. ขาดแผนการตลาดดิจิทัล 3. ขาดคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน 4. ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาล 5. ขาดกองทุนและการระดมทุนจากภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว 6. ขาดองค์ความรู้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	
โอกาส (Opportunity: O)	กลยุทธ์เชิงรุก จุดแข็ง+โอกาส (SO)	กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น จุดอ่อน+โอกาส (WO)	
1. กระแสโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สุขภาพ วัฒนธรรม วิถีชีวิต มิติจิต คาสนา 2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายท่องเที่ยว ฮาลาล 2,000 ล้านคน ในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง 3. มีโอกาสเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยวทั่วโลกด้วยระบบโลจิสติกส์ 4. มีโอกาสนำเสนอ มัสยิดบางอ้อบนอินเทอร์เน็ต	1. สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา 2. สร้างการท่องเที่ยวอาหารฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ 3. สร้างการท่องเที่ยววิถีชีวิตของศาสนาอิสลาม 4. สร้างการท่องเที่ยวพัฒนาจิตใจตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม	1. สร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในชุมชน 2. สร้างแผนการตลาดดิจิทัลของการท่องเที่ยวฮาลาล 3. ตั้งชมรมและคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว 4. สร้างแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน 5. จัดโครงการระดมทุนจากภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว 6. สร้างแผนเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านวิชาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	

ตาราง 32 (ต่อ)

อุปสรรค (Threats: T)	กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน จุดแข็ง+อุปสรรค (ST)	กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม จุดอ่อน อุปสรรค (WT)
1. มีชุมชนมุสลิมและมัสยิดที่เป็นคู่แข่ง ในกรุงเทพมหานครและริมฝั่งแม่น้ำ เจ้าพระยา 2. โลกมีปัญหาด้านความขัดแย้งทาง ภูมิรัฐศาสตร์ สงคราม มหาอำนาจ สองขั้ว 3. มีวิกฤตเศรษฐกิจโลก 4. มีภัยพิบัติธรรมชาติ ปัญหาโลกร้อน การปล่อยCO2 โรคระบาดโควิด-19 5. มีปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติ การก่อการร้ายสากล ยาเสพติด ปัญหาสังคม	1. สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ฮาลาลริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา 2. รักษาความสัมพันธ์และความ ร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ	1. อบรมองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการ ท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตต่างๆ 2. อบรมทักษะในการเผชิญกับภัยพิบัติ รูปแบบต่างๆ 3. สร้างชุมชนที่เข้มแข็งทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อเผชิญกับปัญหาต่างๆ

4. รายงานศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ

4.1 ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีทรัพยากรธรรมชาติ คือ แม่น้ำเจ้าพระยา มีทรัพยากรวัฒนธรรม คือ มัสยิดบางอ้ออาคาร 100 ปี และอาหารพื้นถิ่น ทรัพยากรท่องเที่ยวเทศกาล งานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม คือ เดือนรอมฎอน วันอีดิลฟิฏรี วันอีดิลอัฎฮา งานวาสีมะห์ (งานแต่งงาน) และงานโกนผมไฟ มีทรัพยากรด้านกิจกรรม คือ กลุ่มขนมหม้อ รุ่ม กลุ่มกุหลาบยี่บา กลุ่มข้าวมะเขือเทศ กลุ่มเมี่ยงซ่า กลุ่มยำไถนา กลุ่มวันลาย กลุ่มข้าวแขกและกลุ่มกรอกจิ้มตัว

4.2 ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว ชาวชุมชนมัสยิดบางอ้อให้ความสำคัญและให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน มีความสนใจและส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากร มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการด้านการตลาด และมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสังคม โดยอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชน

4.3 ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมและการสร้างเครือข่าย ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีความสนใจและมีความต้องการโดยมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนในทุกภาคส่วน ได้มีการอภิปรายถึงศักยภาพของชุมชน เพื่อนำมาเป็นสมรรถนะของชุมชนในการสร้างแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว โดยยินดีเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติการ ตลอดจนเป็น SMEs และ Startups ด้านการท่องเที่ยว

4.4 ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย ชุมชนมัลลิตบางอ้อ มีศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่สามารถสร้างประสบการณ์และความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจที่มีศักยภาพในการสื่อความหมายที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้อย่างยั่งยืน

5. การสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัลลิตบางอ้อ

กระบวนการวางแผนยุทธศาสตร์ในครั้งนี้ จัดทำขึ้นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนซึ่งชุมชนได้ร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และโครงการที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ภายในระยะเวลา 5-10 ปีในอนาคตข้างหน้า ดังนี้

5.1 แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัลลิตบางอ้อ

5.1.1 วิสัยทัศน์

1) ชุมชนมัลลิตบางอ้อจะสร้างการท่องเที่ยวธรรมชาติ ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศึกษาเส้นทางเดินทางทางน้ำ ผ่อนคลายบรรยากาศเลียบชายฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานครและเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2) ชุมชนมัลลิตบางอ้อจะสร้างการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ สร้างแพคเกจท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา อาหารพื้นถิ่น เข้าถึงหลักการความพอเพียง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้

3) ชุมชนมัลลิตบางอ้อจะสร้างการท่องเที่ยวเชิงสังคม เยือนหมู่บ้าน ปกครองตนเองบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง สัมผัสวิถีชีวิตมุสลิมที่แฝงความเรียบง่ายอยู่กันอย่างสงบสุข เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

4) ชุมชนมัลลิตบางอ้อจะสร้างการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ อบรมศาสนาสำหรับผู้สนใจในอิสลาม ศึกษาความเป็นมาของประเพณีท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชาวชุมชนมัลลิตบางอ้อ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

5.1.2 ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

- 1.1.1) โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบมัสยิดบางอ้อ
- 1.1.2) โครงการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดบางอ้อ

กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากร

- 1.2.1) โครงการแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ในชุมชน
- 1.2.2) โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว

- 2.1.1) โครงการอบรมการประกอบอาชีพด้านอาหารฮาลาล
- 2.1.2) โครงการประชาสัมพันธ์สร้างWebsiteท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

Online

กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว

- 2.2.1) โครงการรณรงค์ผลไม้ดั้งเดิมในเขตบางพลัด
- 2.2.2) โครงการสร้างแพคเกจสุขสันต์วันเที่ยวมัสยิดบางอ้อ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

- 3.1.1) โครงการเสริมสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนชุมชนมัสยิดบางอ้อเพื่อพัฒนากองเที่ยวฮาลาล
- 3.1.2) โครงการความร่วมมือเพื่อสร้างเสริมการท่องเที่ยวมัสยิดริมฝั่งเจ้าพระยา

กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้

- 3.2.1) โครงการอบรมภาษาอาหรับเพื่อมัคคุเทศก์และล่าม
- 3.2.2) โครงการการสร้างเครือข่ายชุมชนมุสลิมของมัสยิดริมฝั่งเจ้าพระยา

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากองเที่ยวฮาลาลแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตมุสลิม

- 4.1.1) โครงการสร้างชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตของวิถีมุสลิม
- 4.1.2) โครงการเส้นทางจักรยานเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนมัสยิดบางอ้อ

กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4.2.1) โครงการสอนศาสนาสำหรับผู้ใหญ่เบื้องต้น

4.2.2) โครงการผู้สนใจอิสลามและศึกษาการอ่านเบื้องต้น

การดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล

ผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนมัสยิดบางอ้อได้ร่วมกันดำเนินการโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล ดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. การตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

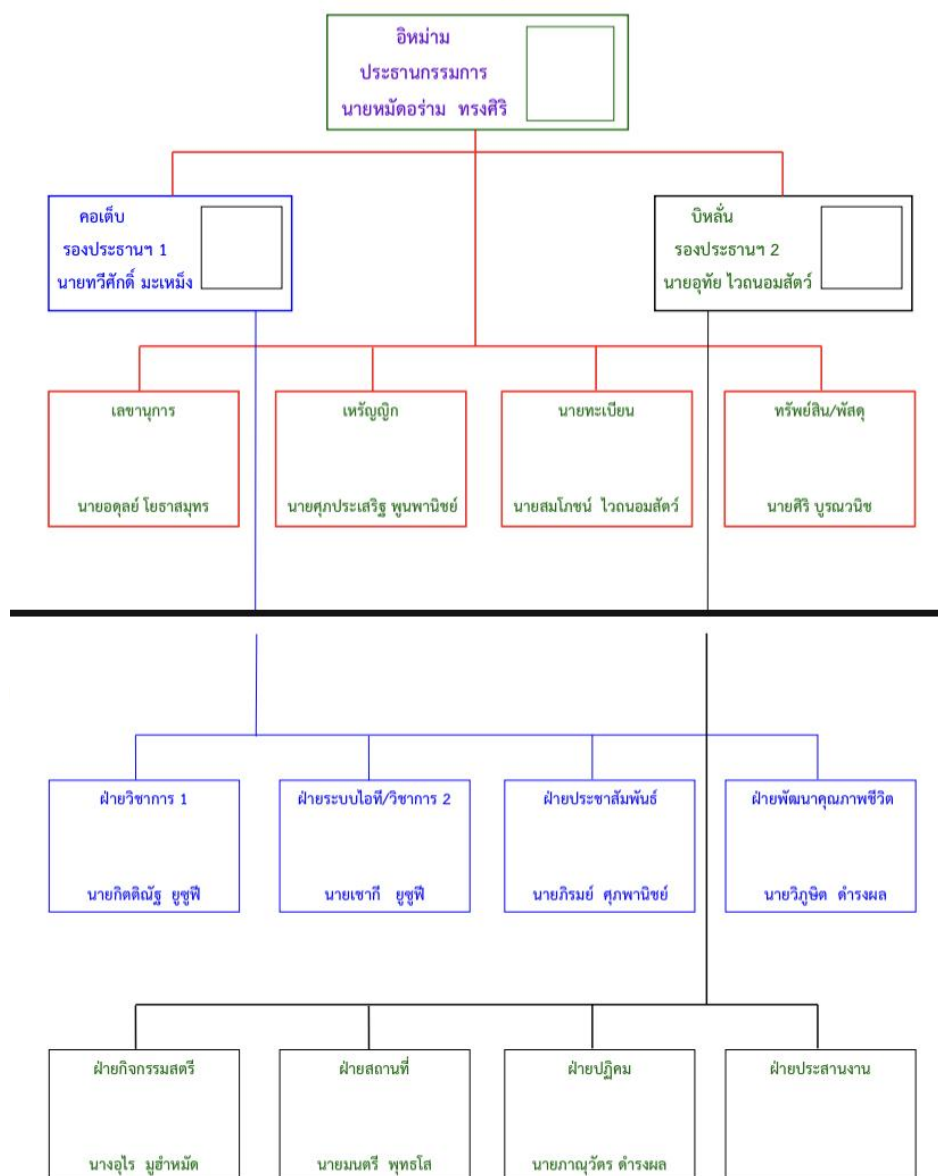
เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและรวมตัวกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ จึงได้จัดตั้งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อ ณ ศูนย์ประสานงานชุมชนมัสยิดบางอ้อ จากผลการคัดเลือกประธานโดยการเสนอชื่อและลงคะแนนเสียง ปรากฏว่านายหมัดอร่าม ทรงศิริ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นประธานชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อ จากนั้นได้มีการประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดโครงสร้างการบริหารงานของชมรม ตำแหน่ง และความรับผิดชอบ โดยที่ประชุมได้ตั้งคณะกรรมการ ดังนี้

คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อ

- 1.1 นายหมัดอร่าม ทรงศิริ ประธานชมรม
- 1.2 นางสาวชญาณี โยธาสุมุท ที่ปรึกษาชมรม
- 1.3 รศ.ดร.พยอม ธรรมบุตร ที่ปรึกษาชมรม
- 1.4 นายทวีศักดิ์ มะเหม้ง รองประธานชมรม 1
- 1.5 นายอุทัย ไถนอมสัตรว์ รองประธานชมรม 2
- 1.6 นายอดุลย์ โยธาสุมุท เลขานุการ
- 1.7 ศุภประเสริฐ พูนย์พานิช เกร็ดญิก
- 1.8 นายสมโภช ไถนอมสัตรว์ นายทะเบียน
- 1.9 นายศิริ บุรณวนิช กรรมการชมรม (ฝ่ายทรัพย์สินและพัสดุ)
- 1.10 นายกิตติณัฐ ยูชูพี กรรมการชมรม (ฝ่ายวิชาการ)
- 1.11 นายเชากี้ ยูชูพี กรรมการชมรม (ฝ่ายระบบไอที)
- 1.12 นายภิรมย์ ศุภพานิชย์ กรรมการชมรม (ฝ่ายประชาสัมพันธ์)
- 1.13 นายวิภูษิต ดำรงผล กรรมการชมรม (ฝ่ายพัฒนาคุณภาพชีวิต)
- 1.14 นางอุไร มุฮำหมัด กรรมการชมรม (ฝ่ายกิจกรรมสตรี)

- 1.15 นายมนตรี พุทโธโส กรรมการชมรม (ฝ่ายสถานที่)
- 1.16 นายภาณุวัตร ดำรงผล กรรมการชมรม (ฝ่ายปฏิคม)

คณะกรรมการประจําสมัยติดบางอ้อ กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2563–2567



ภาพ 88 คณะกรรมการประจําสมัยติดบางอ้อ กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2563 – 2567

ที่มา: อดุลย์ โยธาสุมพร, 2565

2. การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ผู้วิจัยใช้ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นที่จัดอบรมหลักการท่องเที่ยววิสาหกิจ จำนวน 1 วัน ซึ่งเนื้อหาการจัดอบรมประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิสาหกิจและการจัดการการท่องเที่ยววิสาหกิจโดยชุมชน การตลาด และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยววิสาหกิจ การออกแบบเส้นทางเดินศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในชุมชนมัสยิดบางอ้อ ฝึกปฏิบัติสำรวจและจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน อบรมนักสื่อความหมาย การท่องเที่ยวชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฝึกปฏิบัติการเป็นมัคคุเทศก์ ซึ่งการอบรมครั้งนี้เป็นการสร้างทักษะในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับสมาชิกในชมรมและประชาชนในชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและเกิดความยั่งยืนของการพัฒนา

3. การกำหนดรูปแบบกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยประธานและสมาชิกชมรมได้ร่วมกันออกแบบและคัดเลือกกิจกรรมการบริการที่สอดคล้องกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีอยู่ ได้แก่ เส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา โดยมีฐานการเรียนรู้ ดังนี้ มัคคุเทศก์ชุมชนเล่าประวัติความเป็นมาของชุมชนมัสยิดบางอ้อ อาหารพื้นถิ่นกับกลุ่มอาชีพของชุมชน ศาสนสถานตลอดจนพิพิธภัณฑ์ชุมชน ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้ได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อกำหนดรายละเอียดเส้นทางต่อไป

4. การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ



ภาพ 89 ภาพแผนผังการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

ที่มา: ชญานี โยธาสุมุท, 2565

5. การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการสนทนากลุ่ม กับคณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ เพื่อระดมความคิดเห็นในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ท่องเที่ยว 1 วันสุขสันต์ที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ

โปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

- 08.30 – 09.00 น. ลงทะเบียนทานของว่างต้อนรับ (น้ำชา- กุหลาบยำ)
- 09.00 – 10.00 น. รับฟังข้อมูลทางประวัติศาสตร์
- 10.00 – 11.00 น. เยี่ยมชมพื้นที่ (มัสยิด, อาคาร 100 ปี และสุสาน)
- 11.00 – 11.30 น. ทดลองทำขนมหมຽม/ลำเตี๋ยง
- 11.30 – 12.30 น. รับประทานอาหารกลางวัน (ข้าวมะเขือเทศ และซूप)



อาคาร 100 ปี

อาคารเจริญวิทยาการ 1 เป็นอาคารไม้ 2 ชั้น เป็นสถาปัตยกรรมเรือนไม้สักแบบชนบทปึงซิง ลวดลายฉลุตกแต่งพร้อมระบายอากาศ รูปทรงของอาคารด้านข้างมีลักษณะเป็นทรงสี่เหลี่ยมทอดยาว ภายในอาคารสร้างเป็นหุ้มประตูเรียงต่อกัน บริเวณผนังตกแต่งด้วยกระเบื้องสีฟ้าพาสเทลคลาสสิก มีแสงของดวงอาทิตย์สาดส่องเข้ามาในระหว่างช่องประตู

อาคารเจริญวิทยา 2 เป็นอาคารครึ่งไม้ ครึ่งปูนสองชั้น ตกแต่งด้วยไม้สัก และช่องแสงกระจกสี



อาหารพื้นถิ่น

หุ้ม/ลำเตียง
กุหลาบย่าน
พายไก่
กรอกจิ้มคั่ว
ข้าวมะเขือเทศ
ขนมโก๋ใส่ไส้
ข้าวแขก
วุ้นม้วน
วุ้นลาย
ยำไถนา
เบียงป่า

กำหนดการเยี่ยมชม มัสยิดบางอ้อ

วันเสาร์ที่ 2 กรกฎาคม 2565
เวลา 8.30 – 13.00 น.

8.30 - 9.00 น.
ลงทะเบียน
ท่านของว่างต้อนรับ
(น้ำชา + กุหลาบย่าน)

9.00 - 10.00 น.
รับฟังข้อมูลทางประวัติศาสตร์

10.00 - 11.00 น.
เยี่ยมชมพื้นที่ (มัสยิด, อาคาร 100 ปี และ สุสาน)
(แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มละ 10 คน)

11.00 - 11.30
ทดลองทำขนมหุ้ม/ลำเตียง

11.30 - 12.30 น.
รับประทานอาหารกลางวัน
(ข้าวมะเขือเทศ และสุป)

หมายเหตุ : กรุณาแต่งกายสุภาพเพื่อเข้ามัสยิด

*โปรแกรมอาจเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

ภาพ 90 แสดงกำหนดการเยี่ยมชมมัสยิดบางอ้อ

ที่มา: ชญาณี โยธาสมุทร, 2565

6. การกำหนดราคาค่าบริการ

คณะกรรมการชมรมได้ประชุมร่วมกันในการกำหนดอัตราค่าบริการของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งมีมติตั้งรายละเอียดคือ ค่าอาหารกลางวัน อาหารว่างและเครื่องดื่ม คนละ 100 บาท ค่าดำเนินการของชมรม คนละ 100 บาท ค่ากิจกรรมที่กลุ่มอาชีพขึ้นอยู่กับการต้องการของนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจโดยทางกลุ่มอาชีพจะแสดงราคาค่าบริการให้ทราบที่กลุ่ม

7. การเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง

7.1 การเตรียมความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีฝ่ายประสานงานการท่องเที่ยวเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกันในแหล่งท่องเที่ยว 2 ประเภท คือ

7.1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ เส้นทางศึกษาธรรมชาติในชุมชน เรียนรู้ระบบนิเวศริมฝั่งเจ้าพระยา เรียนรู้วิถีชาวสวนผลไม้ฝั่งธนบุรี เรียนรู้วิถีแห่งความพอเพียง การทำอาหารฮาลาล คณะกรรมการชมรมได้มีการจัดเตรียมสถานที่ และเส้นทางให้มีความสะดวกและปลอดภัย มีป้ายแสดงเส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน

7.1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ เส้นทางเดินศึกษาวัฒนธรรมวิถีมุสลิม ชมสถาปัตยกรรมอันงดงามของมัสยิดบางอ้อ เรือนขนมปังขิง อาคารวิทยาคารและสถาปัตยกรรมโดดเด่นสไตล์โมร็อกโคของอาคาร 100 ปี ซึ่งทางคณะกรรมการชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรวมของชุมชน ดูแลรักษาความสะอาด ปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงาม ดูแลด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว การต้อนรับ นำชมโดยมัคคุเทศก์ในชุมชน และการสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวฮาลาล สาธิตกิจกรรมการประกอบอาหารฮาลาล เพื่อสอนนักท่องเที่ยว

7.1.3 การบริการอาหารและเครื่องดื่ม สมาชิกชมรมได้จัดบริการอาหารกลางวัน และอาหารว่างให้นักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นอาหารฮาลาล และให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสร่วมทำอาหาร โดยเน้นในเรื่องความสะอาด คุณภาพของอาหาร และการบริการที่ได้มาตรฐาน

7.3 การเตรียมความพร้อมแก่ประชาชนทั่วไปในชุมชน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางการประชุมที่มีขึ้นประจำทุกเดือน รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านหออาซานของมัสยิด เพื่อเตรียมตัวต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยขอให้ชาวบ้านในชุมชนต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การดูแลนักท่องเที่ยว และรักษาความสะอาดบ้านเรือน บริเวณบ้านของตนเอง และสภาพแวดล้อมโดยรอบ เพื่อสร้างบรรยากาศและภูมิทัศน์ให้สวยงาม รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า ขอให้มีการมีส่วนร่วมจากทุกคนในชุมชน โดยเข้ามาช่วยเหลืออย่างจริงจัง ซึ่งแรงถึงประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

8. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ภายนอก

เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน ชมรมได้ร่วมกันจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วิดีทัศน์ออนไลน์ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ลูกค้ารู้จักและมาเยือน โดยได้นำสื่อประชาสัมพันธ์ไปวางไว้ตามศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร รวมถึงการบอกกล่าวปากต่อปาก หน่วยงานราชการ และบริษัทเอกชนที่สนใจ ซึ่งผลของการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์พบว่า ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ให้ความสนใจในการจัดนำเที่ยวลักษณะนี้นัก ซึ่งการทำสื่อประชาสัมพันธ์ของชมรมในครั้งนี้ แบ่งได้ 2 ประเภทคือ

8.1 การจัดทำโปสเตอร์ โดยทางชมรมได้ประชุมร่วมกันเพื่อจัดทำโปสเตอร์ที่มีขนาด A3 หรืออาจจะใหญ่กว่า มีลักษณะเป็นรูปและข้อความหน้าเดียวที่เป็นรูปภาพสถานที่ท่องเที่ยว และรายละเอียดเกี่ยวกับราคาและการติดต่อชมรม โดยภาพประกอบมีรูปภาพบรรยายแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมัสยิดบางอ้อ

8.2 แผ่นพับประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ เป็นแผ่นพับขนาดกระดาษ A4 แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 หน้า ประกอบด้วยด้านหน้าของแผ่นพับจำนวน 2 หน้า หน้าปกเป็นรูปทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อ และข้อความเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวที่ชุมชนมัสยิดบางอ้อ ด้านหลังเป็นข้อมูลเพื่อติดต่อกับชมรม ส่วนด้านในของแผ่นพับ จำนวน 2 หน้าเป็นแผนที่โปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

9. การทดลองจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมัสยิดบางอ้อในรูปแบบ FAM TRIP

เพื่อให้คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อได้เกิดกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการลงมือปฏิบัติประสานงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนรู้ พักผ่อนและท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงการประเมินผลเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกิจกรรมและการบริการการท่องเที่ยวของชุมชนให้เหมาะสม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีการทดลองจัด FAM Trip (Familiarization Trip) เพื่อรับนักท่องเที่ยวจำนวน 33 คน ที่ได้มาจากการประชาสัมพันธ์ของชมรม ผ่านทางผู้วิจัย ประธาน และสมาชิกชมรม

10. การติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในชุมชนมัสยิดบางอ้อ

10.1 การประเมินผลเชิงปริมาณด้านการเรียนรู้ ประสบการณ์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยร่วมกับสมาชิกชมรมได้ดำเนินการประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวจำนวน 33 คน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้แก่ 1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย 2) ด้านการเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร และการนำเที่ยว 3) ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และสินค้าที่ระลึก 4) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ได้รับ 5) ข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบความพึงพอใจของตนตามการบริการที่ได้รับ โดยได้กำหนดค่าคะแนนตามระดับความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ คือ 5 เท่ากับพึงพอใจมากที่สุด 4 เท่ากับพึงพอใจมาก 3 เท่ากับพึงพอใจปานกลาง 2 เท่ากับพึงพอใจน้อย และ 1 เท่ากับพึงพอใจน้อยที่สุด” จากนั้นนำคะแนนที่ได้มารวมกันและคำนวณหาน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ยโดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 มีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 มีความพึงพอใจมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 มีความพึงพอใจน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 มีความพึงพอใจน้อยมาก

จากนั้นได้รวบรวมผลการประเมิน และนำเสนอในรูปแบบของตารางข้อมูลประกอบคำบรรยาย ดังมีรายละเอียดดังนี้



รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในโครงการนำร่อง

ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มทดลอง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	8	24.2
หญิง	25	75.8
รวม	33	100.0
2.อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	1	3.0
15-24 ปี	3	9.1
25-34 ปี	15	45.5
35-44 ปี	5	15.2
45-54 ปี	3	9.1
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	6	18.2
รวม	33	100.0
3.สถานภาพ		
โสด	21	63.6
สมรส	9	27.3
หม้าย	2	6.1
หย่าร้าง	1	3.0
รวม	33	100.0
4.ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	2	6.1
มัธยมศึกษา/ปวช.	-	-
อนุปริญญาตรี/ปวส.	-	-
ปริญญาตรี	16	48.5
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	15	45.5
รวม	33	100.0
5.อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	4	12.1
ธุรกิจส่วนตัว	3	9.1
พนักงานบริษัท	19	57.6
เกษตรกร	2	6.1
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	-	-
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2	6.1
อื่นๆ	2	6.1
รวม	33	100.0

ตาราง 33 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้ต่อเดือน		
5,001-10,000 บาท	2	6.1
10,001-15,000 บาท	2	6.1
15,001-20,000 บาท	2	6.1
20,001-25,000 บาท	2	6.1
25,001-30,000 บาท	4	12.1
30,001-35,000 บาท	4	12.1
35,001-40,000 บาท	4	12.1
40,001-45,000 บาท	3	9.1
45,001 บาทขึ้นไป	10	30.3
รวม	33	100.0

จากตาราง 33 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 33 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 เพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีอายุมากกว่า 54 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รองลงมา ช่วงอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ช่วงอายุระหว่าง 15-24 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 อายุระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 และมีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ส่วนมากสถานภาพโสด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมา สถานภาพสมรส จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และสถานภาพหม้าย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ระดับศึกษาส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 คน รองลงมา สูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมา ข้าราชการ/พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 เกษตรกร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมา รายได้ต่อเดือน 35,001 - 40,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 รายได้ต่อเดือน 30,001 - 35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 รายได้ต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 รายได้ต่อเดือน 40,001 - 45,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1

มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ตาราง 34 แสดงค่าความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประเด็นที่ประเมิน	X	S.D.	แปลผล
การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย			
1. มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.42	.613	มากที่สุด
2. ทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม	4.60	.555	มากที่สุด
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	4.30	.684	มากที่สุด
4. มีการใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ และน้ำเสียของชุมชน	3.60	.966	มาก
5. ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	4.03	1.015	มาก
รวม	4.56	.603	มากที่สุด
การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว			
1. มีระบบไฟฟ้า ประปา ถนน บริการเข้าถึงได้สะดวก	4.57	.613	มากที่สุด
2. ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น	4.72	.452	มากที่สุด
3. มีร้านอาหาร ห้องสุขา สิ่งอำนวยความสะดวก	4.39	.934	มากที่สุด
4. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ และแผนที่ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.54	.665	มากที่สุด
รวม	4.56	.526	มากที่สุด
อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก			
1. อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.66	.736	มากที่สุด
2. สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพ และราคาเหมาะสม	4.18	1.014	มาก
รวม	4.42	.730	มากที่สุด
กิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ			
1. มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสม ปลอดภัย	4.21	.739	มากที่สุด
2. ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น มีการเพิ่มพื้นที่	4.63	.603	มากที่สุด
สีเขียวในชุมชน	4.51	.618	มากที่สุด
3. เส้นทางศึกษาศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชน มีความโดดเด่น น่าสนใจ	4.45	.617	มากที่สุด
4. กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลาย สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น			
รวม	4.45	.539	มากที่สุด
ภาพรวม	4.40	.506	มากที่สุด

จากตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 โดยความพึงพอใจสูงสุด คือ ชุมชนมัสยิดบางอ้อมมีทรัพยากรท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 รองลงมาชุมชนมัสยิดบางอ้อมมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.42 ชุมชนมัสยิดบางอ้อมมีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 มีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.03 และมีการใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ และน้ำเสียของชุมชนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ด้านการเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร และการนำเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 โดยความพึงพอใจสูงสุด คือ ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.72 รองลงมาชุมชนมีระบบไฟฟ้า ประปา ถนน บริการเข้าถึงได้สะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผ่นพับ และแผนที่ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 และมีร้านอาหาร ห้องสุขา สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.39 ตามลำดับ

ด้านอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึกพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42 โดยมีความพึงพอใจสูงสุด คือ อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.66 และสินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพ และราคาเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.45 โดยมีความพึงพอใจภูมิทัศน์ มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 รองลงมา มีเส้นทางศึกษาศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน มีความโดดเด่นน่าสนใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลาย สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.45 และมีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสมปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.21 ตามลำดับ

10.2 การประเมินผลเชิงคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการ นาร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อโดยชุมชน

ประธานชมรมและคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อและชุมชน ตลอดจนผู้วิจัยได้ร่วมกันประเมินคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อมาปฏิบัติในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งผลการประเมินมีรายละเอียด ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีความเห็นร่วมกันว่า การพัฒนาบรรจุเป้าประสงค์ในระดับมากที่สุด โดยได้มีการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบมัสยิดบางอ้อให้มีพื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้นและชุมชนได้ปลูกพืชผักสมุนไพรบริเวณรอบๆบ้านอีกเช่นกัน ส่วนโครงการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดบางอ้อ ทางชุมชนและชาวบ้านได้ร่วมกันสร้างกลุ่มอาหารสานใจเพื่อผลิตข้าวทางวัฒนธรรมอาหารฮาลาลแก่เยาวชนและนักท่องเที่ยว ซึ่งประสบความสำเร็จในระดับมากทำให้ชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในสื่อออนไลน์

กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร โครงการแยกขยะบรรจุเป้าหมาย โดยได้มีการแยกขยะอินทรีย์ เพื่อนำมาทำปุ๋ยอินทรีย์ใช้ในการปลูกพืชผักสวนครัวในชุมชน ส่วนโครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน ที่ประชุมของชุมชนได้ร่วมกันแสวงหาผู้สนับสนุนงบประมาณ อุปกรณ์และผู้เชี่ยวชาญติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ โดยอาจติดตั้งบริเวณอาคารและบ้านที่มีพื้นที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการริเริ่มการเปลี่ยนถ่ายสู่พลังงานทดแทนเพื่อลดการสร้างการก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว ชุมชนได้อบรมทักษะการประกอบอาหารฮาลาล เช่น ห่อหมก ข้าวมะเขือเทศ กุหลาบยำบู แกะยาวชนและนักท่องเที่ยว โดยได้ทำการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชน โครงการดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์มากและควรสนับสนุนให้มีอุตสาหกรรมครัวเรือน ด้านการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อเป็นสินค้าชุมชนต่อไป

กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนได้ริเริ่มวิจัยพื้นที่สวนผลไม้ของชุมชนบางอ้อที่มีอยู่เพื่อพัฒนาเป็นสวนผลไม้อินทรีย์ ซึ่งจะเพิ่มคุณค่าแก่ผลไม้ดังกล่าว ในส่วนที่เกี่ยวกับการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวมัสยิดบางอ้อ ชุมชนคิดว่าโครงการประสบความสำเร็จมาก โดยผลการจัด FAM Trip 1 วัน มีการประเมินผลความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวนั้นในระดับมากที่สุด จึงมีความเห็นว่า ควรจัดโปรแกรมท่องเที่ยวดังกล่าวขึ้นเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวออนไลน์

กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนพบว่าการจัดตั้งชมรมท่องเที่ยวฮาลาลมัสยิดบางอ้อ ได้ปลูกจิตสำนึกและกระตุ้นให้ทุกคนในชุมชนมีความสนใจและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาดังกล่าวทั่วทั้งชุมชน โดยเฉพาะจากผู้สูงอายุและจากเยาวชนในชุมชนตามกลยุทธ์ 3.1 และร่วมกันสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา

กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและการกระจายรายได้ ชุมชนพบว่าโครงการอบรมภาษาอาหรับเพื่อมัคคุเทศน์และล่ามมีความสำเร็จในระดับมาก โดยผู้สูงวัยและเยาวชนในชุมชนมีความสนใจในการเรียนภาษาอาหรับ เพื่อนำเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อสำหรับโครงการสร้างเครือข่ายชุมชนมุสลิมของมัสยิดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ได้มีการติดต่อประสานงานกับชุมชนมัสยิดต่างๆริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อร่วมกันสร้างเส้นทางเยี่ยมชมมัสยิดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น มัสยิดต้นสน มัสยิดรียาดิสนั่น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตมุสลิม ชุมชนพบว่าโครงการสร้างชุมชนมัสยิดบางอ้อทั้งชุมชนให้เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตกลางแจ้งของวิถีชีวิตมุสลิมมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยมีทางเส้นทางเดินเท้าและเส้นทางจักรยาน เพื่อเป็นตัวอย่างของแนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่ในพื้นที่กลางแจ้งของทั้งชุมชน เพื่อตอบสนององวิถีการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning Education)

กลยุทธ์ 4.2 การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยว ชุมชนมีความเห็นว่าโครงการสอนศาสนาสำหรับผู้ใหญ่เบื้องต้นประสบความสำเร็จมาก เพราะนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปได้มีโอกาสในการศึกษาเกี่ยวกับศาสนาอิสลามอย่างลึกซึ้งขึ้น ซึ่งในโครงการผู้สนใจอิสลามและศึกษากุรอานเบื้องต้นประสบผลสำเร็จมากเช่นกัน และการอบรมได้มีผู้เข้ารับศาสนาอิสลามเพิ่มขึ้น

ตอนที่ 3 ผลข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนมัสยิดบางอ้อ ตำบลบางอ้อ อำเภอบางพลัด กรุงเทพมหานคร

1. ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม

- 1.1 ปรับปรุงป้ายชื่อมัสยิดและเพิ่มป้ายบอกทางส่วนทางเข้าให้เห็นชัดมากขึ้น
- 1.2 ปรับปรุงห้องน้ำภายในอาคารเดิมให้มีความสะอาด น่าเข้าใช้บริการ
- 1.3 พื้นที่บริเวณลานอาคารร้อยละ ๖๖.๖๖ ยังมีสิ่งสกปรกอยู่ภายในอาคาร ควรมีการทำความสะอาดเป็นประจำ

2. ข้อเสนอแนะจากศาสตร์ด้านเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน

- 2.1 การหมุดปักใน Google ไม่ตรงกับสถานที่ ทำให้เกิดความสับสน

3. ข้อเสนอแนะยุทธศาสตร์ด้านพัฒนาสังคมและชุมชน

- 3.1 อาหารมีรสชาติที่อร่อยมาก และมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นที่หาจากที่อื่นไม่ได้
- 3.2 อยากให้มีการจัดประชุมปีละครั้ง เพื่อจะได้มีการสื่อสารพบปะกับคนในชุมชนมากขึ้น
- 3.3 อยากให้คนในชุมชนมีความร่วมมือกันให้มากกว่าเดิม

4. ข้อเสนอแนะด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

- 4.1 สถานที่มีความสวยงาม วิถีการและคนภายในชุมชนมีการให้ความต้อนรับอย่างอบอุ่น ประทับใจและชื่นชมเป็นอย่างมาก
- 4.2 ควรระมัดระวังในการถือกุรอ่าน และควรเห็นถึงความสำคัญของกุรอ่านที่มีความศักดิ์สิทธิ์

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด จำแนกตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
2. เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
3. เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

สรุปผลการศึกษาชุมชน (Community Study)

ผู้วิจัยขอสรุปเกี่ยวกับการศึกษาชุมชน ดังนี้ กรุงเทพมหานคร (Bangkok) เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีคลองจำนวนมาก เป็นมหานครใหญ่ มีพื้นที่ 1,568.737 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยเขตการปกครองทั้ง 50 เขต เป็นศูนย์กลางความเจริญด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมพหุวัฒนธรรม โดยมีเมืองบริวารเป็นพื้นที่โดยรอบ เช่น นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรสงคราม นครปฐม ฯลฯ มีระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัยและเชื่อมโยงพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ เข้าด้วยกัน มีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น อากาศดี สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดปี ประชากรมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและชาติพันธุ์ จำนวนประมาณ 10 ล้านคน มีสวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว พื้นที่อุตสาหกรรม พื้นที่เกษตรกรรม ในขณะเดียวกันก็เป็นเมืองชั้นนำในด้านเศรษฐกิจภาคบริการ มีศูนย์การค้าในบริเวณย่านสุขุมวิท และริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา มีระบบสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักระดับมาตรฐาน ตลอดจนบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครมีชุมชนมุสลิมจำนวนมาก ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันตก เช่น เขตบางกอกใหญ่ เขตบางกอกน้อย เขตบางพลัด และเขตมีนบุรี จะมีมัสยิดจำนวนมากที่สุด มีโรงแรมฮาลาล โดยเฉพาะในบริเวณย่านรามคำแหง มีภัตตาคารฮาลาลในเขตต่างๆ และในบริเวณศูนย์การค้า เช่น สยามพารากอน มาบุญครอง เซ็นทรัล เอ็มบาสซี เอเซียทีก และไอคอนสยาม สิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลแห่งอาเซียน

ผู้วิจัยขอสรุปผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา สวนลุมพินี สวนสยาม ซาฟารีเวิลด์ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม(วัดโพธิ์) มัสยิดสำคัญ เช่น มัสยิดต้นสน มัสยิดบางอ้อ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหกรรม เทศกาลและประเพณี ได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง เทศกาลฉลองปีใหม่ มหกรรมอาหารริมทาง (Street Food) งานเมาลิตกลางแห่งประเทศไทย เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ได้แก่ ชุมชนมุสลิมเก่าแก่ พิธีละหมาด ถนนคนเดิน และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ มีการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ มีบริการโรงแรมที่พักตั้งแต่ระดับหนึ่งถึงห้าดาว รวมถึงเกสต์เฮาส์ เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีศูนย์บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ธนาคาร ปั้มน้ำมัน กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงนำข้อมูลที่ได้มาจากการทำชุมชนศึกษามาใช้วิเคราะห์ SWOT

ในการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS พบว่า จุดแข็งของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร คือ การมีที่ตั้งอยู่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นประตูเชื่อมนานาชาติในเอเชีย โดยมีจุดอ่อนของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร คือขาดแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล แต่ยังมีโอกาสของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร คือกระแสโลกด้านการท่องเที่ยวฮาลาล วิถีชีวิตมุสลิมดั้งเดิม ทั้งนี้ อุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร คือการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นในระดับจังหวัดและระดับประเทศ จากนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ SWOT มาสังเคราะห์ TOWS เพื่อหากลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ได้แก่ การท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์เที่ยวกรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวเศรษฐกิจสร้างสรรค์เยือนกรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวสัมผัสสังคมเมืองหลวงบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาจิตใจในเมืองหลวง

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ได้แก่ สร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างแผนการตลาดดิจิทัล สร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติในท้องถิ่น

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ได้แก่ เชื่อมโยงเศรษฐกิจด้วยดิจิทัลเน็ตเวิร์กিং(Digital Networking) พัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดน สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยรอบ เปลี่ยนยุทธศาสตร์มาพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชน (Community) พัฒนาการท่องเที่ยวแบบพอเพียงระดับชุมชน ระดมทุนและความร่วมมือจากภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ได้แก่ อบรมการเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติทุกรูปแบบ สร้างเครือข่ายด้านความปลอดภัย ชะลอการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ให้เป็นรายได้หลักของชาติ อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจต่อการดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว

จากนั้นผู้วิจัยนำผลการวิจัยชุมชนศึกษา การตรวจสอบทรัพยากร และการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS มาประมวลเข้าด้วยกัน เพื่อกำหนดศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน บ้ายรถประจำทาง รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน นำเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมามีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์อยู่ในระดับมาก และมีสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก รองลงมาในการกำหนดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากรดินอยู่ในระดับมาก และมีการแบ่งพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก รองลงมามีการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมาก และมีโอกาสในการรองรับการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆอยู่ในระดับมาก และศักยภาพด้านกิจกรรมการเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึกของกรุงเทพมหานคร ได้แก่ กิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และเอื้อต่อการปลูกจิตสำนึกอยู่ในระดับมาก มีกิจกรรมเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว องค์กรต่างๆ และมีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรม สามารถให้ประสบการณ์ที่ได้พึงพอใจและคุณค่าในการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวในระดับมาก

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวในการพัฒนามาเป็นข้อมูลในการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ในการวางแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว ได้มีการสร้างวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ดังนี้

วิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทยคือในอนาคต 10 – 15 ปี กรุงเทพมหานครจะพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในเอเชีย มีตราสินค้าที่มีจุดยืน 4 ด้าน

กรุงเทพมหานครจะเป็นเมืองนำอยู่เพื่อสร้างตำแหน่งการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ เอือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด เมื่อล่องลอยไปตามลำน้ำเจ้าพระยาและลำคลองที่คดเคี้ยวไปตามเรือกสวนผลไม้ นานาชนิด สวนส้มบางมดที่หวาดสนิท สวนลิ้นจี่อายุร้อยปี เขตจอมทอง ชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวล เหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าแสม ป่าโกงกาง ชานมมหานครที่เขตลาดกระบัง พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงใต้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธีละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่บนฟากฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานครและเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

กรุงเทพมหานครจะสร้างตำแหน่งการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถี “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เทียวบางกอกมหานครแห่งทวยเทพ (City of angles) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและสุขภาพกายใจ เชื้อสร้างกาย ผ่าตัดหัวใจ รับการรักษาพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก ณ โรงพยาบาลชั้นนำ พร้อมแพทย์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ล้ำยุคที่สุด เข้าโปรแกรมเสริมสร้างสุขภาพเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคทุกชนิดที่ศูนย์สุขภาพชีวาศรม ร่วมมหกรรมศิลปะ ดนตรี กีฬา และความบันเทิงตลอดปี ชอปปิงสินค้าแบรนด์เนม และสินค้าแฟชั่นสุดหรูระดับโลกที่ย่านชอปปิง ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนสาทร ร่วมเทศกาล สตรีทฟู้ด อาหารทะเลสดๆ กลางกรุงสไตล์ฮาลาล ร่วมมหกรรมภาพยนตร์ สินค้าอุปโภคบริโภคฮาลาล เทียวตลาดนัด ตลาดน้ำ ถนนวัฒนธรรม ถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุกริมฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครและเพื่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน

กรุงเทพมหานครจะสร้างตำแหน่งการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคม เอือนกรุงเทพมหานคร เพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกัน ได้ฟ้าบางกอก มาตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้วอย่างกลมกลืนและสันติสุข เยี่ยมเยือนชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่งเจ้าพระยา เมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบๆ มัสยิดทั้งความที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิต

วัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสวิถีชีวิตคนจีน โปรตุเกส ในหมู่บ้านกุ๊จิ้นเพื่อชิมอาหารแต้จิ๋ว อาหารโปรตุเกส อาหารไทยโบราณ ชมนอนสตรีทฟู้ดยามราตรี ที่ยังสะท้อนวิถีชีวิตคนจีนบางกอกอย่างมั่นคงที่ไชน่าทาวน์ เยี่ยมหมู่บ้านช่างกลางกรุงเทพ ที่บ้านบาตร บ้านช่างหล่อ บ้านบุที่ทำชั้นลงหิน สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา ศาสนา และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุงเพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

กรุงเทพมหานครจะสร้างตำแหน่งการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เยือนมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ผ่านการค้าโบราณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนถนนสายวัฒนธรรม บนเกาะรัตนโกสินทร์ ชมความงามอลังการของเรือพระราชพิธีเสด็จทางชลมารค ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติศาสตร์ศิลปและโบราณคดีในประเทศไทย ชมความงามของประณีตศิลป์ของวัฒนธรรมไทย ที่โดดเด่นและงดงามที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดที่งดงามที่สุด 10 อันดับในกรุงเทพมหานคร เพื่อมีโอกาสในการทำละหมาดในมัสยิดดังกล่าว เพื่อความสงบสันติในจิตใจ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร จากความคิดเห็นของภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานครและการกระจายรายได้สู่ชุมชน 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน และ 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ มีกลยุทธ์และโครงการ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีโครงการ ดังนี้ โครงการอนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว (Zoning) เชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานบนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี โครงการจัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี โครงการกำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลอง พร้อมจุดแวะชมวัดและชุมชนสองฟากฝั่ง โครงการกำหนดเขต (Zoning) ระเบียบ

ชอปปิง (Shopping Corridor) ผ่านสุขุมวิท สาทร สีลมและพื้นที่ชอปปิงรอบๆกรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งชอปปิงระดับโลก โครงการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่สีเขียว ในกรุงเทพมหานคร 50 เขต เพื่อเป็นมหานครสีเขียวสะดวกสบายและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว โครงการกรุงเทพมหานครมีมาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำ รับมือกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำหนุนและน้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีโครงการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียรวมของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพ โครงการจัดสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของ กรุงเทพมหานคร โครงการธนาคารขยะ ร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยน้ำ EM ในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในที่พักแรมอาคารสูงและบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต โครงการจัดการทรัพยากร ด้วยรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ B.E.G. Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ=Bio) เศรษฐกิจหมุนเวียน (circular) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green) เพื่อความยั่งยืนในทันที 50 เขตของ กรุงเทพมหานครทั้งระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวสากลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของ กรุงเทพมหานครและการกระจายรายได้สู่ชุมชน

กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด โดยมีโครงการ ดังนี้ โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์ การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร โครงการ ศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์ โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล โครงการ สร้างการรับรู้ข้อมูลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปสำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์ โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและ การท่องเที่ยวสากลให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้าน การท่องเที่ยว โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดมุสลิม โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook Youtube Tripadvisor โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว

กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว มีโครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยว ธรรมชาติ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัดนานาชาติ โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย โครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานครเมือง นวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย โครงการพัฒนาธุรกิจ Hostel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐาน ออย. และฮาลาลของผลิตภัณฑ์อาหาร ของฝากของที่ระลึก สมุนไพร และเวชสำอางค์ฮาลาล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน

กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมีโครงการ ดังนี้ โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับชุมชน โครงการตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล กรุงเทพมหานคร โครงการพัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้มีโครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง โครงการสร้างเครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบปกครองตนเอง ระดับหมู่บ้าน โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

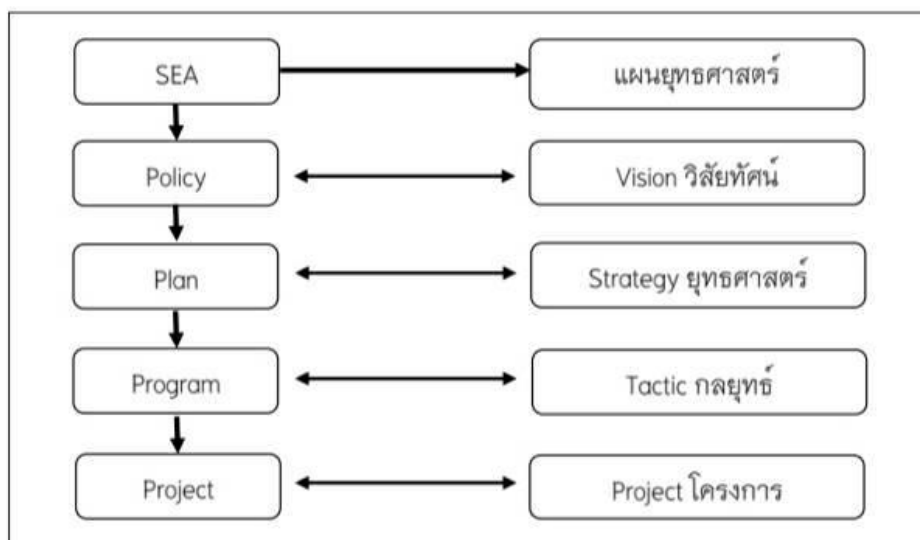
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน โดยมีโครงการ ดังนี้ โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โครงการสนับสนุนการจัดมหกรรมแพทย์ทางเลือกนานาชาติ โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์ โครงการอบรมความรู้สร้าง

ยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม โครงการอบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล

กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกมีโครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาแห่งโลก โครงการสร้างแพ็กเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย โครงการสร้างแพ็กเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม โครงการฝึกปฏิบัติจิตตามหลักศีล สมาธิ ปัญญาในทุกชุมชน

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด โดยขอเสนอข้อมูลทั้งหมดในภาพรวมเชิงบูรณาการ โดยใช้รูปแบบของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment: SEA) ซึ่งมีการกำหนดนโยบาย (Policy) ซึ่งมาจากวิสัยทัศน์อันเป็นกรอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร ตามแผนภูมิ ดังนี้



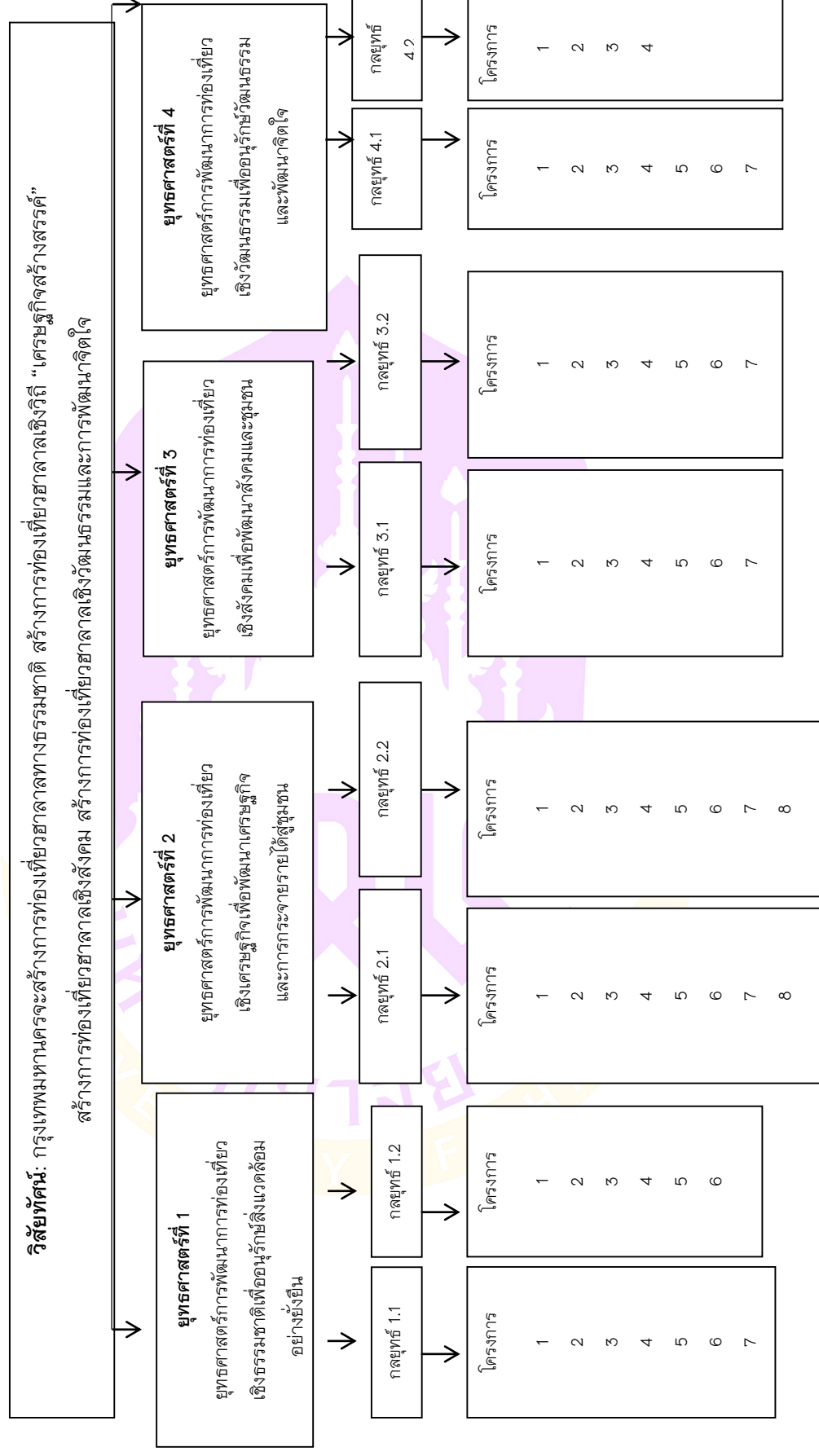
ภาพ 91 แผนภูมิกรอบแนวคิดการวางแผนยุทธศาสตร์โดยใช้รูปแบบการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (SEA)

ที่มา: พยอ ม ธรรมบุตร, 2559

พยอม ธรรมบุตร (2559) นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน จัดเป็นกรอบของการพัฒนาในระดับสูง (Top Level) ภายใต้แต่ละแผนงานหลักจะมีแผนปฏิบัติการระดับกลยุทธ์ (Tactics) หรือกลุ่มของโครงการ (Programs) ซึ่งจะอยู่ในลำดับที่ 3 ของแผนการพัฒนาในภาพรวม ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์จะมีจำนวนกลยุทธ์ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ กลยุทธ์ทั้งหมดจะมีผลกระทบและความสัมพันธ์ต่อกันและเมื่อมีการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์แต่ละด้านจะมีโครงการ (Project) ที่จำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้กลยุทธ์เหล่านั้น บรรลุตามวัตถุประสงค์เป็นลำดับที่ 4 และโครงการทุกโครงการจะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระดับปฏิบัติการเช่นกัน การวางแผนระดับกลยุทธ์และโครงการนั้นจัดเป็นการวางแผนระดับล่าง (Down Level) ซึ่งก็คือ แผนในระดับปฏิบัติการซึ่งต้องอยู่ภายใต้แผนในระดับบน ด้วยเหตุนี้การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจเข้าด้วยกันในลักษณะแบบบูรณาการ ผู้วิจัยขอเสนอแผนดังกล่าวโดยใช้แนวทางการนำเสนอแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ของการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Environmental Assessment) เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของแต่ละแผนซึ่งจะมีผลต่อกัน

ผู้วิจัยขอนำเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบของ SEA และตารางแผนปฏิบัติการ ดังนี้

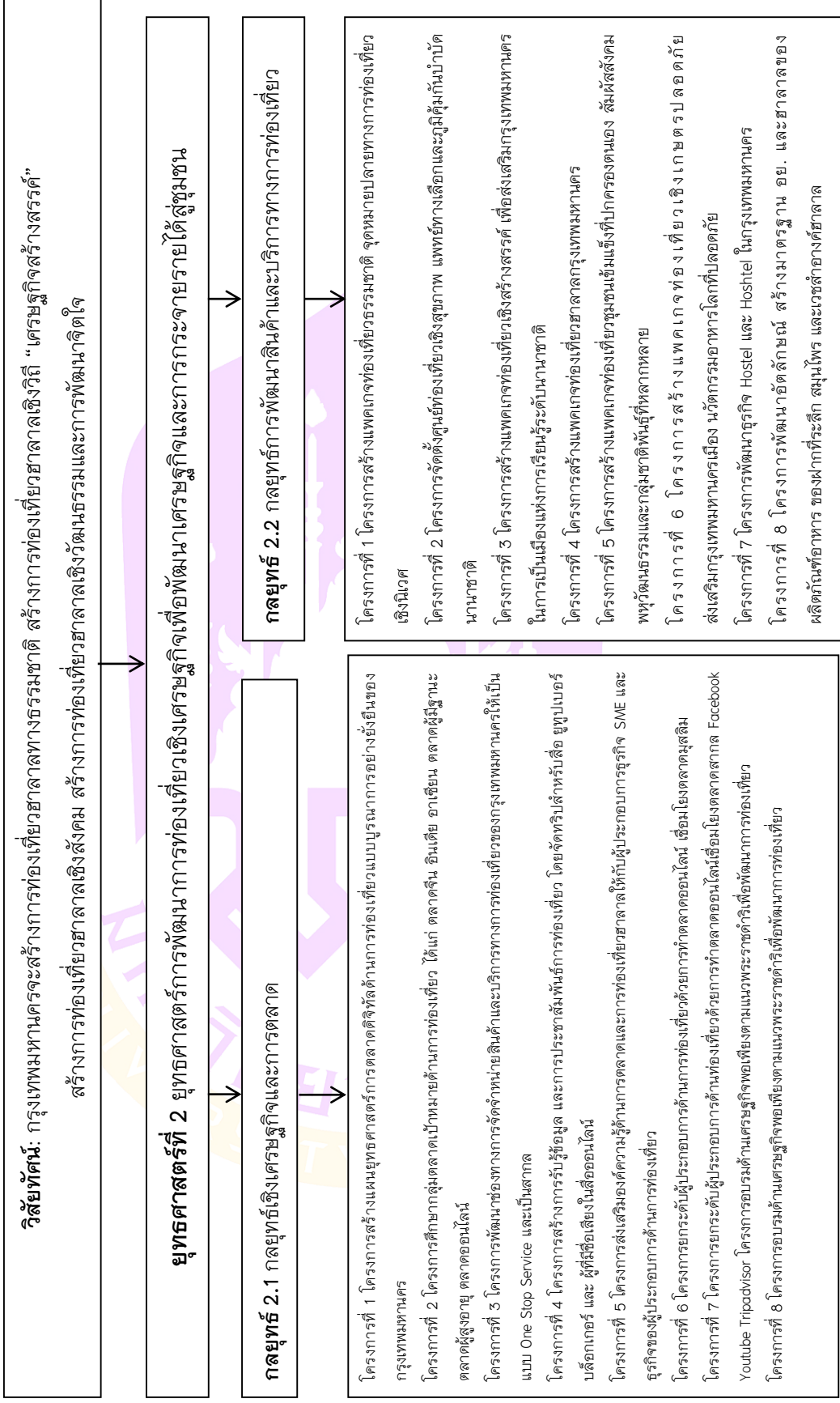
ภาพ 92 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศไทย



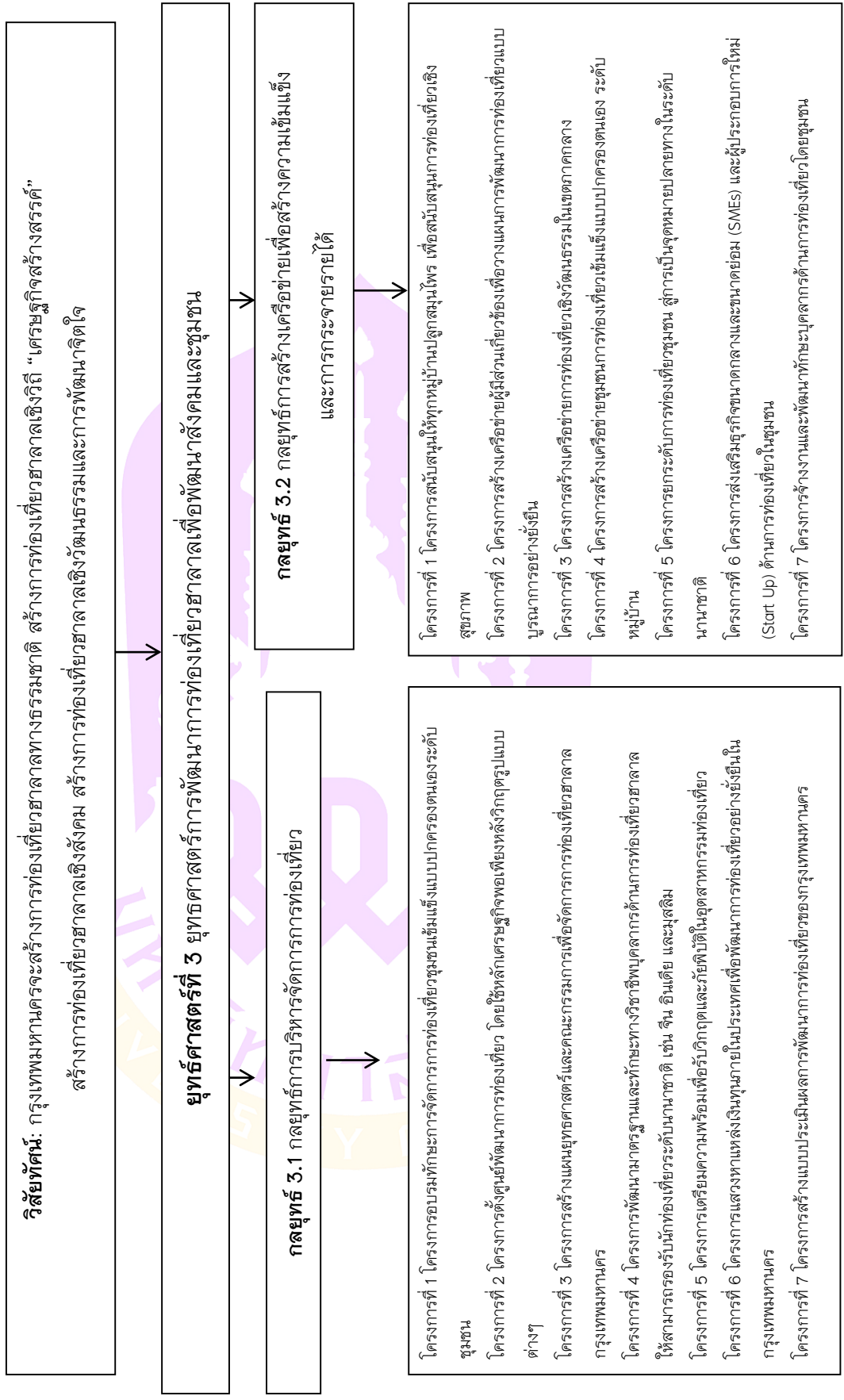
ภาพ 93 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร



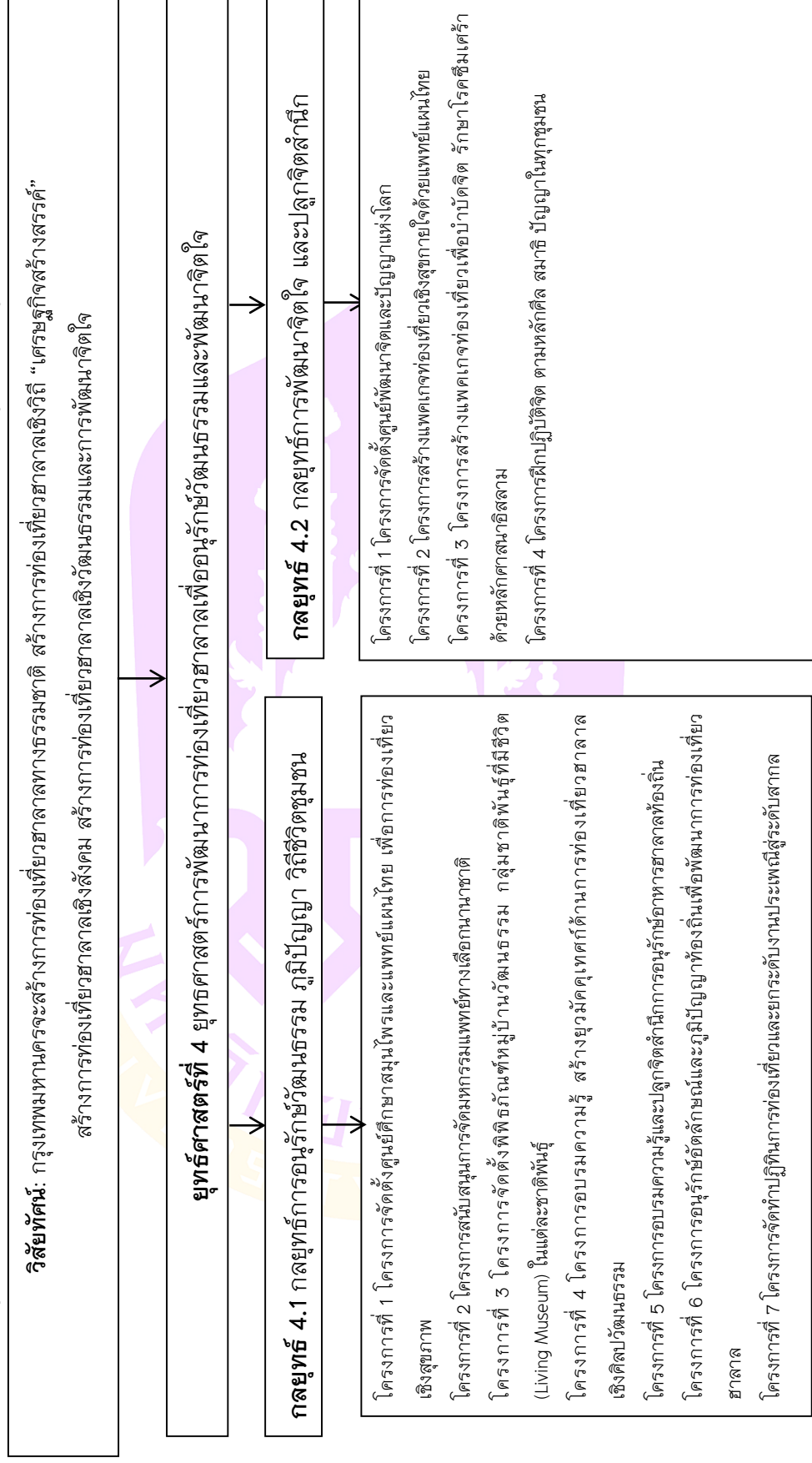
ภาพ 94 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร



ภาพ 95 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร



ภาพ 96 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร



สรุปแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร
ตาราง 35 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด(KPI)	เป้าหมาย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	แผนระยะ
กลยุทธ์ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว						
1.อนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว (Zoning) เชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี		มีการจัดการ zoning อย่างน้อย 1 เส้นทาง	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2.สร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานบนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี		มีเส้นทางท่องเที่ยวทางจักรยานอย่างน้อย 1 เส้นทาง	✓	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3.จัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี		มีบริการ Hop on hop off อย่างน้อย 1 เส้นทาง	✓	✓		แผนระยะกลาง 3-5 ปี
4.กำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลัดลองพร้อมจุดแวะชมวัดและชุมชนสองฝั่ง		มีเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาอย่างน้อย 1 จุด	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5.กำหนดเขต (Zoning) ระเบียบข้อบังคับ (Shopping Corridor) ผ่านสุขุมวิท สารม และพื้นที่ช้อปปิ้งรอบปทุมธานี กรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งช้อปปิ้งระดับโลก		มีการจัด zoning อย่างน้อย 1 จุด	✓	✓		แผนระยะยาว 5-10 ปี
6.อนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร 50 เขต เพื่อเป็นมหานครสีเขียวและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว		มีพื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 เขต	✓	✓	✓	แผนระยะยาว 5-10 ปี
7.กรุงเทพมหานครมีความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำ รับมือกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำท่วมและน้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ		มีการจัดโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓			แผนระยะยาว 5-10 ปี

ตาราง 35 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด(KPI)		หน่วยงานที่รับผิดชอบ		แผนระยะ
	เป้าหมาย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร (Resource Management)					
1.พัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียรวมของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพ	นำในลำดับความสำคัญ	✓			แผนระยะยาว 5-10 ปี
2.จัดสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร โครงการธนาคารขยะ ร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต กรุงเทพมหานคร	ปริมาณขยะลดลง	✓			แผนระยะยาว 5-10 ปี
3.นำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ย EM ในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต	มีธนาคารขยะอย่างน้อย 1 เขต	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4.ส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในที่พักแรมอาคารสูงและบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร	สามารถดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะกลาง 3-5 ปี
5.จัดการทรัพยากรด้วยรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ B.E.G. Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ=Bio) เศรษฐกิจหมุนเวียน (circular) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green) เพื่อความยั่งยืนในพื้นที่ 50 เขตของกรุงเทพมหานครทั้งระดับ อุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน	สามารถดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓	✓	แผนระยะยาว 5-10 ปี

ตาราง 36 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร และการกระจายรายได้สู่ชุมชน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)		หน่วยงานที่รับผิดชอบ		แผนระยะ
	เป้าหมาย	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด					
1. สร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ของกรุงเทพมหานคร	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
2. ศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้สูงอาย ตลาดออนไลน์	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
3. พัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
4. สร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปลำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้ที่สื่อเสียงในสื่อออนไลน์	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
5. ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวของตลาดให้กับผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
6. ยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดมุสลิม	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
7. ยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook Youtube Tripadvisor	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓		แผนระยะ สั้น 1-2 ปี
8. อบรมด้านเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มตามแนวพระราชดำริ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓		✓	แผนระยะกลาง3-5ปี

ตาราง 36 (ต่อ)

โครงการ			ตัวชี้วัด (KPI)	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	แผนระยะ
กลยุทธ์ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว							
1. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ				✓		✓	แผนระยะยาว 5-10 ปี
2. จัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิปัญญาพื้นบ้านมาหาดี				✓	✓		แผนระยะยาว 5-10 ปี
3. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ				✓	✓		แผนระยะยาว 5-10 ปี
4. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวตลาดกรุงเทพมหานคร				✓	✓	✓	แผนระยะยาว 5-10 ปี
5. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย							แผนระยะยาว 5-10 ปี
6. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานครเมืองนวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย				✓		✓	แผนระยะยาว 5-10 ปี
7. พัฒนารัฐกิจ Hostel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร					✓		แผนระยะยาว 5-10 ปี
8. พัฒนาวัยอาสาสมัคร สร้างมาตรฐาน อย. และตลาดของผลิตภัณฑ์ อาหาร ของฝากของที่ระลึก สมุนไพร และเวชสำอางค์ยาลา				✓	✓		แผนระยะยาว 5-10 ปี

ตาราง 37 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสากลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	ภาคีรัฐ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ		ชุมชน	แผนระยะ
กลยุทธ์ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว						
1.อบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับชุมชน	มีการอบรมอย่างน้อย 1 ชุมชน				✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2.ตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ	มีศูนย์พัฒนาอย่างน้อย 1 แห่ง	✓			✓	แผนระยะกลาง3-5ปี
3.สร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวสากล กรุงเทพมหานคร	มีแผนยุทธศาสตร์	✓				แผนระยะกลาง3-5ปี
4.พัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวสากล ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม	มีการดำเนินโครงการ 1 โครงการ	✓		✓	✓	แผนระยะยาว 5-10ปี
5.เตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	มีการดำเนินโครงการ 1 โครงการ	✓		✓		แผนระยะยาว 5-10ปี
6.แสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร	มีแหล่งเงินทุนอย่างน้อย 1 แห่ง	✓		✓		แผนระยะยาว 5-10ปี
7.สร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	มีแบบประเมิน	✓		✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 37 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด(KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ		แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	
กลยุทธ์ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้				
1.สนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	มีหมู่บ้านปลูกสมุนไพร	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2.สร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน	มีเครือข่าย	✓	✓	แผนระยะกลาง3-5ปี
3.สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง	มีเครือข่าย	✓	✓	แผนระยะกลาง3-5ปี
4.สร้างเครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบครบวงจรเอง ระดับหมู่บ้าน	มีเครือข่าย	✓	✓	แผนระยะกลาง3-5ปี
5.ยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทาง ในระดับนานาชาติ	มีการดำเนินโครงการ 1โครงการ	✓	✓	แผนระยะยาว 5-10ปี
6.ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน	มีการดำเนินโครงการ 1โครงการ	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
7.จ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	มีการจ้างงาน	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 38 แสดงยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสากลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ		แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน ชุมชน	
กลยุทธ์ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน				
1. จัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	จัดตั้งศูนย์อย่างน้อย 1 แห่ง	✓	✓	แผนระยะยาว5-10ปี
2. สนับสนุนการจัดมหกรรมแพทย์ทางเลือกนานาชาติ	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓	แผนระยะกลาง3-5ปี
3. จัดตั้งพิพิธภัณฑ์บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์	จัดตั้งอย่างน้อย 1 แห่ง	✓	✓	แผนระยะยาว5-10ปี
4. อบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวสากลเชิงศิลปวัฒนธรรม	มีการอบรมอย่างน้อย 1 ครั้ง		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
5. อบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น	มีการอบรมอย่างน้อย 1 ครั้ง		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
6. อนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากล	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
7. จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับโลก	มีการจัดทำปฏิทิน	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 38 (ต่อ)

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ		แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	
กลยุทธ์ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึก				
1. จัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตใจและปัญญาแห่งโลก	มีการจัดตั้งอย่างน้อย 1 แห่ง	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย	มีการจัดทำแพคเกจอย่างน้อย 1 แพคเกจ		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
3. สร้างแพคเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม	มีการจัดทำแพคเกจอย่างน้อย 1 แพคเกจ		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
4. ฝึกอบรมผู้บำบัดจิต ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญาในทุกชุมชน	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาและประเมินผลการดำเนินงาน

ในการพัฒนาพื้นที่ของโครงการนำร่องผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าพื้นที่ที่เหมาะสมกับการดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา และประเมินผลการดำเนินงาน ได้แก่ ชุมชนมัสยิดบางอ้อ แขวงบางอ้อ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยใช้วิธีสร้างกระบวนการรับรู้ร่วมกันติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการในพื้นที่นำร่องร่วมกันโดยสามารถสรุปผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ชุมชนมัสยิดบางอ้อ ตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มติดริมแม่น้ำเจ้าพระยาแหล่งน้ำตามธรรมชาติ คือ น้ำในลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ลุ่มน้ำต่างๆ ลำน้ำ ลำคลอง ลักษณะของดิน เป็นดินเหนียวที่ราบดินดอนสามเหลี่ยมรูปแม่น้ำเจ้าพระยาเหมาะแก่การเพาะปลูก ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีจำนวนประชากรทั้งหมด 984 คนแบ่งเป็นเพศชาย 984 คนแบ่งเป็นเพศหญิง 453 คนมีครอบครัวรวมทั้งหมด 257 ครอบครัวและบ้านที่อยู่อาศัยทั้งหมด 207 หลังคาเรือน ชุมชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม นิกายซุนนี

ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ดังนี้ จุดแข็ง ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งไม่ไกลจากศูนย์กลางเมืองกรุงเทพมหานคร ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความโดดเด่น มีแม่น้ำเจ้าพระยาและมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย พหุวัฒนธรรม ศาสนสถาน ชุมชนมุสลิมเก่าแก่ จุดอ่อน ได้แก่ ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล ขาดความร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชน แต่ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีโอกาสจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรม อาหาร สุขภาพ ประชากรมุสลิม 2,000 ล้านคนใน ค.ศ.2030 เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล และมีอุปสรรค ได้แก่ มีหมู่บ้านที่จัดการท่องเที่ยวที่โดดเด่นในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียง เกิดภาวะเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจประเทศกำลังถดถอย มีความเสี่ยงต่อการเกิดภัยธรรมชาติ ดินถล่ม อุทกภัยและภัยแล้ง มีปัญหาการเมืองการก่อการร้าย ยาเสพติดและโรคระบาด

กลยุทธ์การพัฒนาชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (จุดแข็ง+โอกาส: SO) ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ คือการท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงอนุรักษ์เที่ยวชมชุมชนมัสยิดบางอ้อ การท่องเที่ยวเศรษฐกิจสร้างสรรค์เยือนชุมชนมัสยิดบางอ้อ การท่องเที่ยวสัมผัสชุมชนมัสยิดบางอ้อพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียงและสร้างท้องถิ่นฐานใหม่ประชาธิปไตย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาจิตใจในชุมชนมัสยิดบางอ้อ กลยุทธ์เชิงพลิกฟื้น (จุดอ่อน+โอกาส :WO)

คือ สร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ ตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว สร้างแผนการตลาดดิจิทัลสร้างแผนอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติในท้องถิ่นสื่อสารสินค้าและบริการเป็นแบรนด์ กลยุทธ์รักษาเสถียรภาพชุมชน (จุดแข็ง+อุปสรรค: ST) คือ เชื่อมโยงเศรษฐกิจด้วยดิจิทัล เน็ตเวิร์กกิง (Digital Networking) พัฒนาการท่องเที่ยวไร้พรมแดน สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยรอบเปลี่ยนยุทธศาสตร์มาพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชุมชน (Community) แทนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาการท่องเที่ยวแบบพอเพียงระดับชุมชน ระดมทุนและความร่วมมือจากภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์การเตรียมความพร้อม (จุดอ่อน+อุปสรรค: WT) คืออบรมการเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติทุกรูปแบบ สร้างเครือข่ายด้านความปลอดภัยชะลอการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ให้เป็นรายได้หลักของชาติ อบรมการเตรียมความพร้อมด้านร่างกายและจิตใจต่อการดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวมีทรัพยากรธรรมชาติ คือ แม่น้ำเจ้าพระยามีทรัพยากรวัฒนธรรม คือ มัสยิดเก่าแก่ที่สร้างในสมัยปลายรัชกาลที่ 5 อาคารติดกับมัสยิดคือ อาคารเจริญวิทยาคาร 1 เป็นอาคารไม้ 2 ชั้น เป็นสถาปัตยกรรมเรือนไม้สักแบบขนมปังขิง ลวดลายฉลุตกแต่งพร้อมระบายอากาศ และอาคารเจริญวิทยาคาร 2 เป็นอาคารครึ่งไม้ ครึ่งปูนสองชั้น ตกแต่งด้วยไม้สัก และช่องแสงกระจกลี และอาคาร 100 ปี สถาปัตยกรรมแบบอาหรับโมร็อกโคซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีทรัพยากรด้านกิจกรรม คือ เดือนรอมฎอน งานโกนผมไฟ วันสารีรายอ งานละศีเมะฮ์ (งานแต่งงาน) การเรียนการสอนศาสนา การละหมาดหรือการนมาซ เป็นต้น นอกจากนี้ในชุมชนยังมีศูนย์การเรียนรู้อาหารसानใจ มีศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวฮาลาล ชาวบ้านในชุมชนมัสยิดบางอ้อให้ความสำคัญและมีความร่วมมือต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีความสนใจส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสังคม นอกจากนี้ชุมชนมัสยิดบางอ้อ มีความสนใจและต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ โดยได้ร่วมกันวางแผนยุทธศาสตร์ การนำแผนไปปฏิบัติการตามกลยุทธ์และโครงการ เพื่อสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย สร้างประสบการณ์และความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลทั้งด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

สำหรับการสร้างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนบางอ้อ จากผลการตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนมัสยิดบางอ้อและศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยที่ประชุมได้ลงความคิดเห็นร่วมกันว่า

ชุมชนควรมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยที่ประชุมร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วิสัยทัศน์

“ชุมชนมัสยิดบางอ้อจะสร้างการท่องเที่ยวธรรมชาติ ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศึกษาเส้นทางการเดินทางทางน้ำ ผ่อนคลายบรรยากาศสบายชายฝั่ง แม่น้ำเจ้าพระยา สร้างการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ แพ็กเกจท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา อาหารพื้นถิ่น เข้าถึงหลักการความพอเพียง เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายรายได้ ชุมชนมัสยิดบางอ้อจะสร้างการท่องเที่ยวเชิงสังคม เยือนหมู่บ้านปกครองตนเองบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง สัมผัสวิถีชีวิตมุสลิมที่แฝงความเรียบง่ายอยู่กันอย่างสงบสุข เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน สร้างการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ อบรมศาสนาสำหรับผู้สนใจในอิสลาม ศึกษาความเป็นมาของประเพณีท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชาวชุมชนมัสยิดบางอ้อเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ” ภายใต้วิสัยทัศน์ดังกล่าวผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อคือ 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาชุมชนและสังคม 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ โดยมีกลยุทธ์และโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบมัสยิดบางอ้อ โครงการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดบางอ้อ ส่วนกลยุทธ์ด้านการจัดการทรัพยากรมีโครงการแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ในชุมชนและโครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น กลยุทธ์การตลาด โครงการอบรมด้านอาหารฮาลาลประกอบอาชีพด้านอาหารพื้นถิ่นและโครงการประชาสัมพันธ์สร้างเว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อออนไลน์ กลยุทธ์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โครงการรณรงค์ผลไม้ดั้งเดิมในเขตบางพลัดและโครงการสร้างแพ็กเกจสุขสันต์วันเที่ยวมัสยิดบางอ้อ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีโครงการเสริมสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในชุมชนมัสยิดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองฮาลาล โครงการความร่วมมือเพื่อสร้างเส้นทาง

ท่องเที่ยวมัลยิดริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ มีโครงการอบรมภาษาอาหรับเพื่อมัคคุเทศก์และล่าม โครงการการสร้างเครือข่ายชุมชนมุสลิมของมัลยิดริมฝั่งเจ้าพระยา ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตมุสลิม โครงการสร้างชุมชนมัลยิดบางอ้อเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตของวิถีมุสลิม โครงการเส้นทางจักรยานเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนมัลยิดบางอ้อ กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยว โครงการสอนศาสนาสำหรับผู้ใหญ่เบื้องต้น โครงการผู้สนใจอิสลามและศึกษากุรอานเบื้องต้น

ผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนมัลยิดบางอ้อได้ร่วมกันดำเนินการโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล โดยเริ่มจากตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนมัลยิดบางอ้อ การจัดตั้งชมรมโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและรวมตัวกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในพื้นที่ชุมชนมัลยิดบางอ้อ ณ ศูนย์ประสานงานชุมชนมัลยิดบางอ้อ จากผลการคัดเลือกประธานชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัลยิดบางอ้อ จากนั้นได้มีการประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดโครงสร้างการบริหารงานของชมรม ตำแหน่งและความรับผิดชอบของรองประธานชมรมที่ปรึกษาชมรม เลขานุการ เหรัญญิก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และการต้อนรับ ฝ่ายที่พัก นำชมวิถีชีวิตชาวมุสลิมริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ฝ่ายประสานงานการท่องเที่ยว

สรุปผลการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลจากการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวชุมชนมัลยิดบางอ้อเป็นสถานที่จัดอบรมจำนวน 1 วัน ซึ่งเนื้อหาการอบรมประกอบด้วย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การออกแบบเส้นทางเดินศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน ฝึกปฏิบัติสำรวจและจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน นักสื่อความหมาย การท่องเที่ยวชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฝึกปฏิบัติการเป็นมัคคุเทศก์ ซึ่งการอบรมครั้งนี้เป็นการสร้างทักษะในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้กับสมาชิกในชุมชนและประชาชนในชุมชนเพื่อที่จะให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและเกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

สรุปผลของรูปแบบกิจกรรมและบริการท่องเที่ยวชมรมได้ตกลงกันในที่ประชุมว่า กระบวนการคิดค้นและกำหนดรูปแบบกิจกรรมและบริการต่างๆ ประธานและสมาชิกชมรมได้ร่วมกันออกแบบและคัดเลือกกิจกรรมการบริการที่สอดคล้องกับศักยภาพของ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีอยู่ ได้แก่ เส้นทางถนนวัฒนธรรมชาวไทยมุสลิมฝั่งธนบุรี โดยมีฐานการเรียนรู้ ดังนี้ มัคคุเทศก์ชุมชนเล่าข้อมูลทางประวัติศาสตร์และความเป็นมาของมัสยิดบางอ้อ เยี่ยมชมพื้นที่มัสยิดบางอ้อ อาคาร 100 ปีและสุสาน ทดลองทำขนมห่อหมกและรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ ข้าวมะเขือเทศและซูปไก่ ซึ่งรูปแบบกิจกรรมทั้งหมดนี้ได้นำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยวต่อไป

สรุปผลการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้ร่วมกันออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน จากนั้นได้ร่วมกันสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์โดยนักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านในชุมชน เพื่อตรวจสอบว่ามีความเหมาะสมและควรปรับปรุง และได้จัดทำแผนผังเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 33 คน

สรุปผลจากการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อได้จัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นในการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลายและสรุปเส้นทางท่องเที่ยวเส้นทางมัสยิดบางอ้อ อาคาร 100 ปีและสุสาน

สรุปผลการกำหนดราคาค่าบริการคณะกรรมการชมรม ได้ประชุมร่วมกันในการกำหนดอัตราค่าบริการของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งมีมติดังนี้ ค่าอาหารกลางวันอาหารว่างและเครื่องดื่มคนละ 100 บาท ค่าดำเนินการของชมรมคนละ 100 บาท ค่ากิจกรรมที่กลุ่มอาชีพขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวจะตัดสินใจโดยทางกลุ่มอาชีพจะแสดงราคาค่าทำกิจกรรมให้ทราบที่กลุ่ม

สรุปผลการเตรียมความพร้อมแหล่งท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีฝ่ายประสานงานการท่องเที่ยวเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกัน คือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือเส้นทางเดินศึกษาถนนวัฒนธรรมชาวไทยมุสลิมฝั่งธนบุรี ฟังมัคคุเทศก์ชุมชนเล่าข้อมูลทางประวัติศาสตร์และความเป็นมาของมัสยิดบางอ้อ เยี่ยมชมพื้นที่มัสยิดบางอ้อ อาคาร 100 ปีและสุสาน ทดลองทำขนมห่อหมกและรับประทานอาหารท้องถิ่น คือ ข้าวมะเขือเทศและซูปไก่ ซึ่งทางคณะกรรมการชมรมได้ร่วมกันพัฒนาสภาพแวดล้อมโดยรวมของชุมชน ดูแลรักษาความสะอาด ปรับปรุงทัศนียภาพให้สวยงาม ดูแลด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว การต้อนรับ นำชมโดยมัคคุเทศก์ในชุมชนและการสื่อความหมายท้องถิ่น สาธิตกิจกรรมและนำผลิตภัณฑ์ชุมชนมาแสดงให้แก่นักท่องเที่ยวชมและเลือกซื้อ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม สมาชิกชมรมได้จัดบริการอาหารกลางวันและอาหาร

ว่างให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นอาหารพื้นบ้านและให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสร่วมทำอาหาร โดยเน้นในเรื่องความสะดวก คุณภาพของอาหารและการบริการที่ได้มาตรฐาน การเตรียมความพร้อมแก่ประชาชนทั่วไปในชุมชน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางการประชุมชุมชนที่มีขึ้นประจำทุกเดือน รวมถึงประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายเสียงของชุมชนเพื่อเตรียมตัวต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยขอให้ชาวบ้านในชุมชนต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยไมตรีจิต ยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การดูแลนักท่องเที่ยวและรักษาความสะอาดบ้านเรือนบริเวณบ้านของตนเองและสภาพแวดล้อมโดยรอบเพื่อสร้างบรรยากาศและภูมิทัศน์ให้สวยงาม รวมถึงการสร้างความรู้เข้าใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า ทุกคนเป็นส่วนหนึ่ง จึงขอให้มีส่วนร่วมจากทุกคนในชุมชน โดยเข้ามาช่วยเหลืออย่างจริงจัง ซึ่งแจ้งถึงประโยชน์ที่จะจะได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยว

สรุปผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่ภายนอก สำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน ทางชมรมได้ร่วมกันในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์คือแผ่นพับ เพื่อแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนให้สังคมภายนอกรู้จักและมาเยือน โดยได้นำสื่อประชาสัมพันธ์ไปวางไว้ตามศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร รวมถึงผ่านทางสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ การบอกกล่าวปากต่อปากของสมาชิกชมรม ตลอดจนหน่วยงานราชการและบริษัทเอกชนที่สนใจ ซึ่งผลของการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการจัดนำเที่ยวลักษณะนี้เป็นอย่างมาก ซึ่งการทำสื่อประชาสัมพันธ์ของชมรมในครั้งนี้แบ่งได้ 2 ประเภทคือ การจัดทำโปสเตอร์โดยทางชมรมได้จัดทำโปสเตอร์ที่มีขนาด A3 มีลักษณะเป็นรูปและข้อความหน้าเดียว ซึ่งเป็นรูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวและรายละเอียดเกี่ยวกับราคาและการติดต่อชมรม โดยภาพประกอบมีรูปภาพบรรยายแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมัสยิดบางอ้อ แผ่นพับประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นแผ่นพับขนาดกระดาษ A4 แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 หน้าประกอบด้วย ด้านหน้าของแผ่นพับ หน้าปกเป็นรูปทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ประวัติความเป็นมา ตำแหน่งที่ตั้ง ด้านหลังเป็นข้อมูลเพื่อติดต่อกับชมรม แผนที่เส้นทางประกอบโปรแกรมท่องเที่ยวของชมรม อาหารพื้นถิ่น และตารางการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อ

สรุปผลการทดลองจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนมัสยิดบางอ้อ คณะกรรมการชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อได้ดำเนินการระดมการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงและเป็นการเตรียมความพร้อมของชุมชนในการลงมือประสานงานกับฝ่ายต่างๆ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเรียนรู้ พักผ่อนและท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงประเมินผลเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกิจกรรมและการบริการการท่องเที่ยวของชุมชนให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมาก

ยิ่งขึ้น โดยมีการทดลองจัด FAM trip (Familiarization Trip) เพื่อรับนักท่องเที่ยวจำนวน 33 คนที่ได้มาจากการประชาสัมพันธ์ของชมรมผ่านทางผู้วิจัย ประธานและสมาชิกชมรม

สรุปผลการติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในชุมชนเขตบางอ้อ สรุปผลการประเมินเชิงปริมาณด้านการเรียนรู้ประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำนวน 33 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 15 คน สถานภาพโสด จำนวน 21 คน ระดับการศึกษาส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 16 คน เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 19 คน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,001 บาท จำนวน 10 คน

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจสูงสุดคือ ชุมชนมัสยิดบางอ้อมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมากที่สุด ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด และมีการใช้พลังงานทดแทนการจัดการขยะและน้ำเสียของชุมชนอยู่ในระดับมาก

ด้านการเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร และการนำเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ความพึงพอใจสูงสุดคือ ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น อยู่ในระดับมากที่สุด มีระบบไฟฟ้าประปาถนนบริการเข้าถึงได้สะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวแผ่นพับและแผนที่ให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด และมีร้านอาหารห้องสุขาส่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านที่พัก อาหาร เครื่องดื่มและสินค้าที่ระลึกนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีความพึงพอใจสูงสุด คือมีอาหารและเครื่องดื่มสะอาด ถูกสุขอนามัย มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่นมีคุณภาพและราคาเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

ด้านกิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์ มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด มีเส้นทางศึกษาศิลปะวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชนมีความโดดเด่นน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีกิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลาย สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสม ปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการประเมินเชิงคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยชุมชนมีมติที่ประชุมร่วมกันประเมินผลเชิงคุณภาพของการนำแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อมาปฏิบัติในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งผลการประเมินมีรายละเอียดดังนี้

สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ด้านกลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ที่ประชุมลงความเห็นต่อโครงการนำร่องทั้ง 2 โครงการว่ามีความเหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างเอกลักษณ์ให้ชุมชน โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบมัสยิดเป็นโครงการที่จะเป็นกลไกช่วยให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนรักและหวงแหนความหลากหลายทางชีวภาพของระบบนิเวศของชุมชน ซึ่งเป็นแหล่งน้ำ แหล่งอาหาร แหล่งเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว และยังเป็นแหล่งทรัพยากรชุมชน เพื่อให้ประกอบอาชีพและสร้างรายได้ต่อไปอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร การดำเนินงานในโครงการแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ในชุมชน ได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ในการช่วยกันเก็บขยะ แยกขยะ และลดการใช้พลาสติกในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และโครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้ประหยัดทรัพยากร โดยใช้พลังงานทดแทนเพื่อนำไปใช้ผลิตกระแสไฟฟ้าเพื่อใช้ในชุมชนในทุกครัวเรือน

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดท่องเที่ยว ที่ประชุมมีข้อเสนอแนะว่าให้ทำโบรชัวร์เพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นเส้นทางท่องเที่ยว 1 วัน ที่ประชุมลงมติช่วยกันกำหนดจุดแวะทำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว โดยใช้เส้นทางท่องเที่ยวผ่านทางด้านหน้ามัสยิดบางอ้อไปจนถึงอาคาร 100 ปี ผ่านด้านหน้าสุสาน และจัดให้มีการสอนทำอาหารท้องถิ่น เช่น หมู่ม และนำข้าวมะเขือเทศและซูปไก่ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นมาเป็นอาหารกลางวันสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้วิถีชีวิตการเป็นอยู่แบบชาวมุสลิม สำหรับกลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ประชุมเห็นว่าโครงการสร้างแพ็กเกจสุขสันต์วันเที่ยวมัสยิดบางอ้อและโครงการที่สอดคล้องกันคือ โครงการรณรงค์ผลไม้ดั้งเดิมในเขตบางพลัด จากการสังเกตพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวสัมผัสธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนแล้ว มักจะหาซื้ออาหารท้องถิ่นกลับไปเป็นของที่ระลึก และที่ประชุมมีข้อสังเกตถึงสินค้าที่นักท่องเที่ยวหาซื้อ ส่วนมากจะเป็นอาหารท้องถิ่นที่ไม่สามารถหาซื้อที่ใดได้ จึงขอให้กลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้องได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้และหานักวิชาการมาเพิ่มความรู้ให้กลุ่มอาชีพ

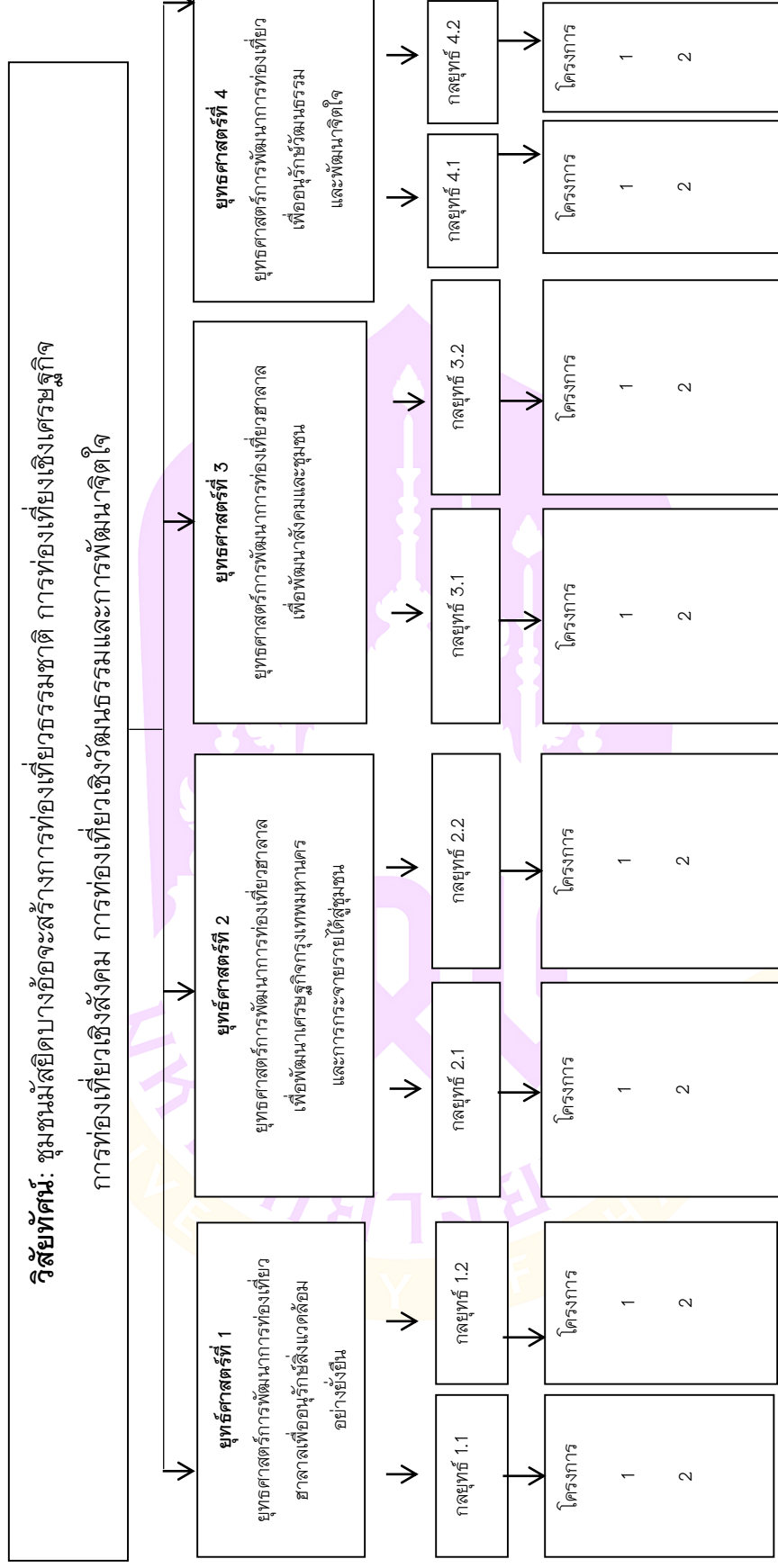
ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน สำหรับกลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว โครงการเสริมสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในชุมชนมัสยิดบางอ้อเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล และเพื่อเป็นจุดหมายปลายทาง (DMO) โดยชุมชนได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการและมีการดำเนินการในรูปแบบชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีการประชุมคณะกรรมการชมรมเป็นประจำทุกเดือน เพื่อปรับปรุงการดำเนินการให้เป็นที่น่าพอใจ สำหรับโครงการความร่วมมือเพื่อสร้างเส้นทางท่องเที่ยวริมฝั่งเจ้าพระยา ชาวบ้านในชุมชนได้ให้ความร่วมมือในการเข้าอบรมเป็นอย่างดี สมาชิกในชมรมมีความภาคภูมิใจที่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ตลอดจน ร่วมให้บริการนักท่องเที่ยวโดยเป็นเจ้าของบ้านที่ดี มีใจพร้อมให้บริการและกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและกระจายรายได้ โครงการอบรมภาษาอาหรับเพื่อมัสยิดเทศก์และลาม และโครงการสร้างเครือข่ายชุมชนมุสลิมของมัสยิดริมฝั่งเจ้าพระยา โดยเริ่มต้นจากชมรมได้จัดอบรมเยาวชนในหมู่บ้านให้นำนักท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนมัสยิดบางอ้อและให้รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมและความเป็นมาให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ชมรมยังเป็นพี่เลี้ยงในการให้ความช่วยเหลือสมาชิกในชุมชนที่ต้องการทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรมภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชมรมมีโครงการสร้างชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตของวิถีมุสลิมและโครงการเส้นทางจักรยานเพื่อเรียนรู้วิถีชุมชนมัสยิดบางอ้อ ตามข้อเสนอแนะในการประชุมร่วมกัน ทางชุมชนเห็นว่า ประเพณีต่างๆของชาวมุสลิม การละหมาดในมัสยิดอายุ 100 ปี ความเป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร นอกจากนี้ ชมรมยังสนับสนุนเพื่อส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ อันจะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ชมรมได้เล็งเห็นถึงผลิตภัณฑ์อาหารมากมายและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนจึงร่วมกันวางแผนจัดเทศกาลอาหารชุมชนมัสยิดบางอ้อ ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ประชุมพอใจกับโครงการทั้ง 2 โครงการคือ โครงการสอนศาสนาสำหรับผู้ใหญ่เบื้องต้นและโครงการผู้สนใจอิสลามและศึกษาอ่านเบื้องต้น โดยให้ความร่วมมือในการเข้ารับการดำเนินโครงการเป็นอย่างดี ตลอดจนมีครูสอนศาสนามาเป็นที่ปรึกษาให้แก่คนในชุมชนมัสยิดบางอ้อและในส่วนของโครงการและศึกษาการอ่านเบื้องต้น ชุมชนได้ให้ความร่วมมือในการช่วยกันเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการแนะนำและแสดงอัญมณีด้วยการอธิบายหลักการเบื้องต้นตามศาสนบัญญัติ ให้ความรู้เกี่ยวกับคัมภีร์อัลกุรอานในเบื้องต้น

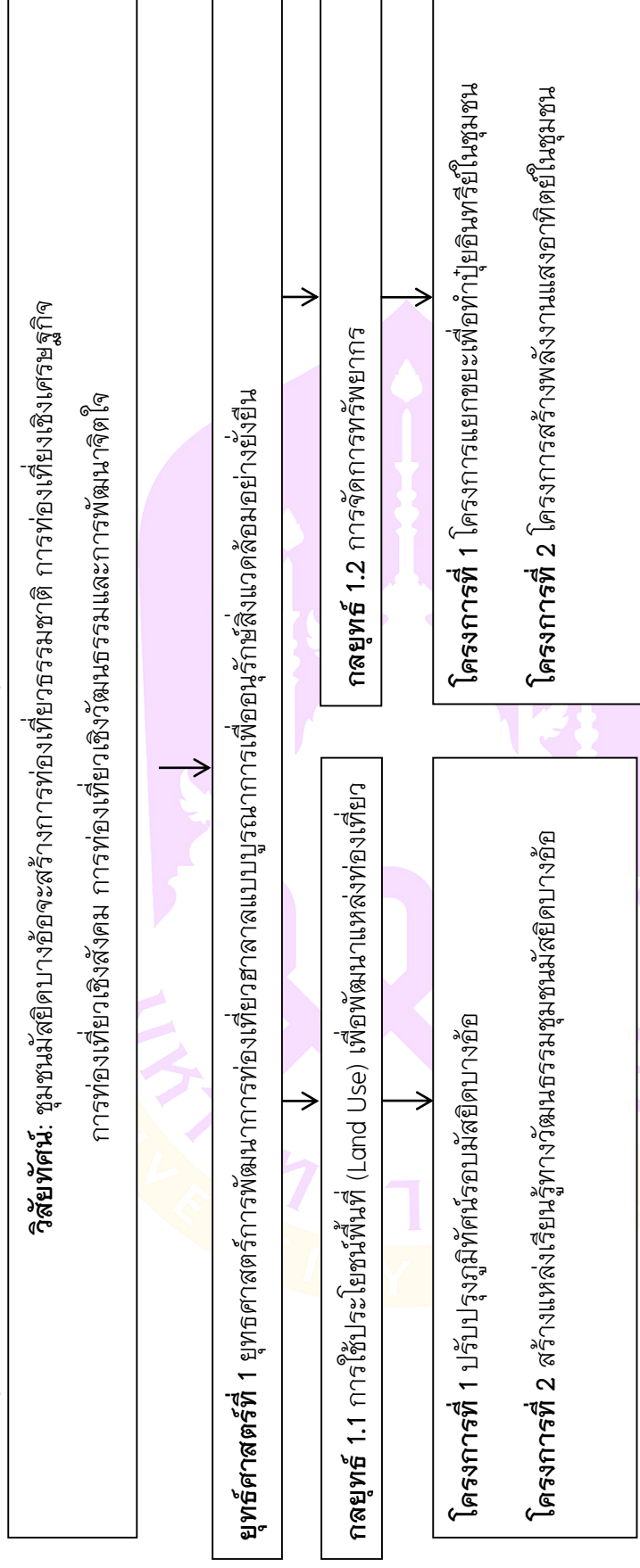
สรุปผลข้อเสนอแนะอื่นๆ ชมรมควรให้ความสำคัญในเรื่องของการปรับปรุงป้ายบอกทางให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และความสะดวกในหลายพื้นที่ เช่น ห้องน้ำภายในอาคารเดิม ลานอาคาร 100 ปี ตลอดจนชมรมอาจต้องปักหมุด Google ให้ตรงกับสถานที่ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสน ซึ่งสอดคล้องกับผลของแบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านการบริการการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ ทางชมรมควรทำโครงการอบรมให้ความรู้กับชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ให้ช่วยกันดูแลรักษาความสะดวกและคำนึงถึงประโยชน์ในด้านภูมิทัศน์ที่สวยงามจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวต่อไปในภาพรวมชุมชน มีความพึงพอใจต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับหนึ่ง แต่ชุมชนมีความเห็นร่วมกันว่าจะต้องมีการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ทันกับเหตุการณ์โลกปัจจุบันที่เกิดสถานการณ์ต่างๆ เช่น ปรากฏการณ์โลกร้อน โรคระบาด covid-19 เป็นต้น ชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนมีสภียดบางอาคารเลือกใช้สื่อออนไลน์เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ตเพื่อทำการท่องเที่ยวเสมือนจริง (Virtual Tour) ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้เตรียมความพร้อมก่อนมาท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชนต่อไป



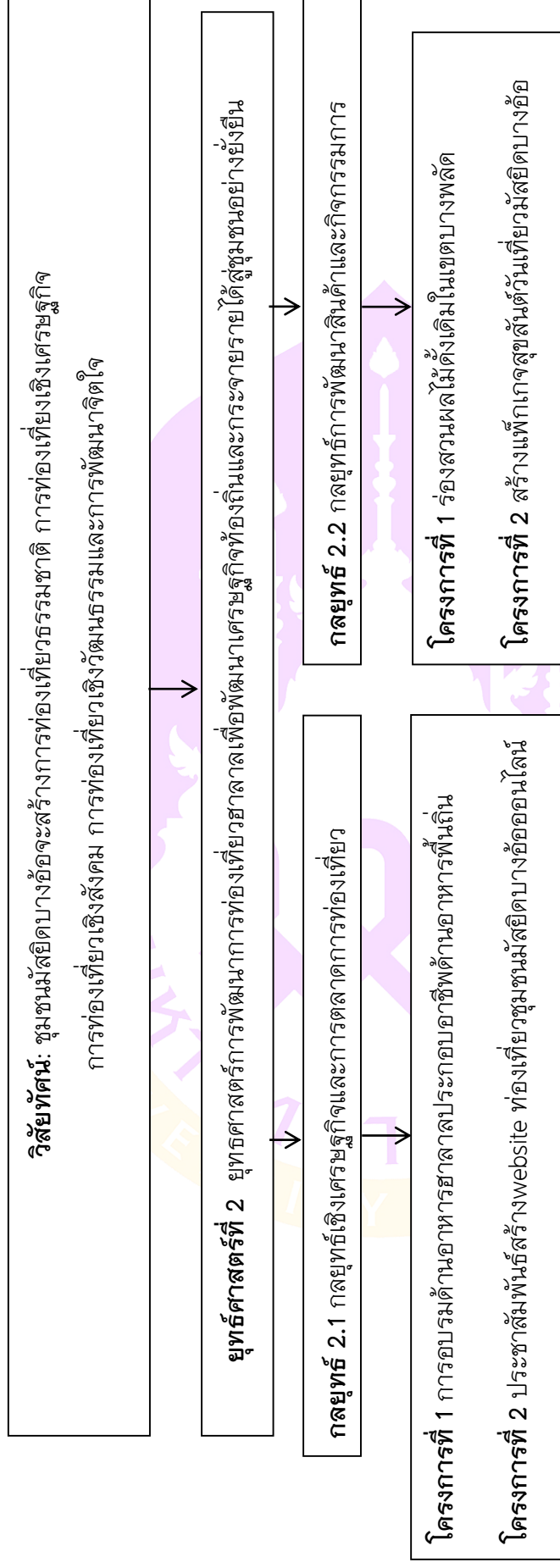
ภาพ 97 ยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนสมัยโบราณ



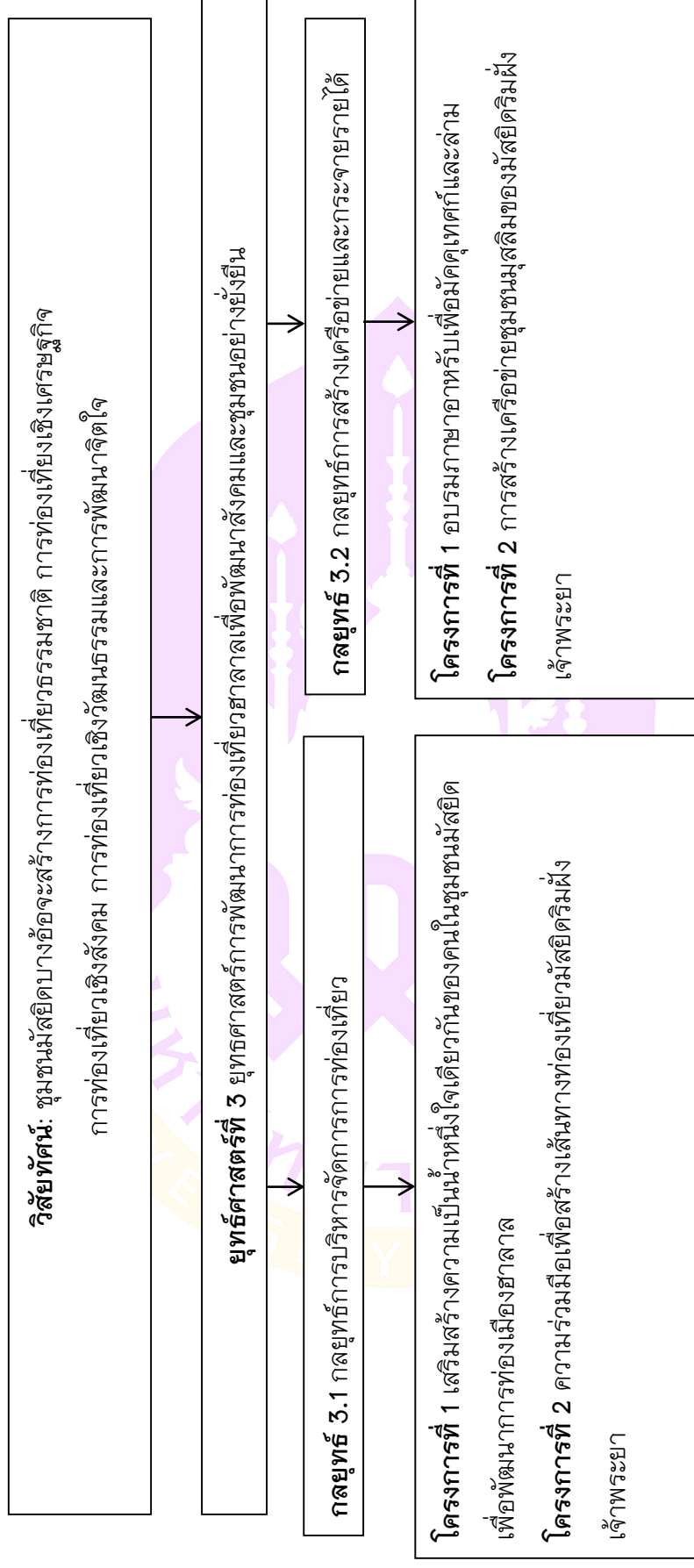
ภาพ 98 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ



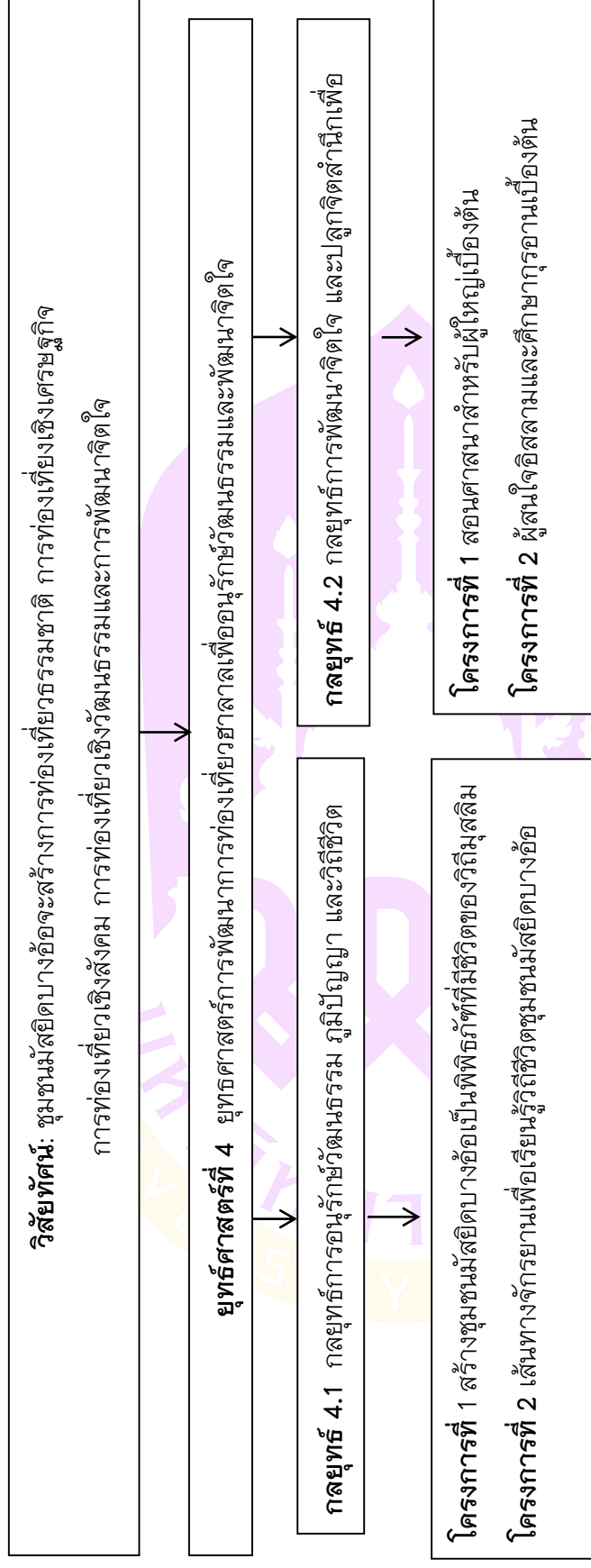
ภาพ 99 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวศาลของชุมชนมัลลียิตบางอ้อ



ภาพ 100 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลของชุมชนมัสยิดบางอิ้อ



ภาพ 101 แผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ



สรุปแผนปฏิบัติการตามแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสากลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ
แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสากลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
ตาราง 39 แสดงแผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 1.1 การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
1. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบมัสยิดบางอ้อ	ภูมิทัศน์มีความสวยงามมากขึ้น	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดบางอ้อ	มีแหล่งเรียนรู้อย่างน้อย 1 แหล่ง	✓		✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
กลยุทธ์ที่ 1.2 การจัดการทรัพยากร					
1. โครงการแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ในชุมชน	มีการแยกขยะอย่างเป็นรูปธรรม			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน	มีการใช้พลังงานแสงอาทิตย์อย่างน้อย 1 แห่ง	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 40 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสากลของชุมชนมัสยิดบางอ้อแบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ท้องถิ่น และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ			แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาดการท่องเที่ยว					
1. โครงการอบรมการประกอบอาชีพด้านอาหารสากล	มีการอบรมอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการประชาสัมพันธ์สร้างเว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชนมัสยิดบางอ้อออนไลน์	มีการดำเนินงานโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓	✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1. โครงการรณรงค์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในเขตบางพลัด	มีการจัดตั้งอย่างน้อย 1 แห่ง			✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
2. โครงการสร้างแพ็คเกจสุสานต้นเทียนมัสยิดบางอ้อ	มีการจัดทำแพ็คเกจอย่างน้อย 1 แพ็คเกจ			✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 41 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ		แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว				
1. โครงการเสริมสร้างความเข้มแข็งใจเดียวกันของคนในชุมชนมัลติเดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองฮาลาล	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการความร่วมมือเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวมัลติคริมฝั่งเจ้าพระยา	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓	✓	แผนระยะกลาง 3-5 ปี
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและการกระจายรายได้				
1. โครงการอบรมภาษาอาหรับเพื่อมัคคุเทศน์และล่าม	มีการอบรมอย่างน้อย 1 ครั้ง		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการการสร้างเครือข่ายชุมชนมัลติคริมฝั่งเจ้าพระยา	มีเครือข่ายอย่างน้อย 1 เครือข่าย		✓	แผนระยะสั้น 1-2 ปี

ตาราง 42 แสดงแผนปฏิบัติงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน

โครงการ	ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วยงานที่รับผิดชอบ		แผนระยะ
		ภาครัฐ	ภาคเอกชน ชุมชน	
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตมุสลิม				
1. โครงการสร้างชุมชนมัสยิดบางอ้อยเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตของวิถีมุสลิม	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการเส้นทางจักรยานเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนมัสยิดบางอ้อย	มีการดำเนินโครงการอย่างน้อย 1 โครงการ	✓		แผนระยะกลาง 3-5 ปี
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึกเพื่อการท่องเที่ยว				
1. โครงการการสอนศาสนาสำหรับผู้ใหญ่เบื้องต้น	มีการอบรมอย่างน้อย 1 ครั้ง	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี
2. โครงการผู้สนใจอิสลามและศึกษาการอ่านเบื้องต้น	มีเครือข่ายอย่างน้อย 1 เครือข่าย	✓		แผนระยะสั้น 1-2 ปี

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย” ผู้วิจัยขออภิปรายตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ผู้วิจัยขออภิปรายผลว่า การวิจัยในครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัยภาครัฐภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว และผู้วิจัยได้ร่วมกันค้นพบว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ในส่วนที่เกี่ยวกับศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่มีชุมชนมุสลิมจำนวนมากอาศัยอยู่ในเขต และโดยเฉพาะบนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยามีมัสยิดที่ตั้งงามของชาวมุสลิมที่อพยพตามเสด็จสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชมาจากกรุงศรีอยุธยาใน พ.ศ. 2310 การที่กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรด้านมัสยิดและชุมชนมัสยิดจำนวนมาก จึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลซึ่งสอดคล้องกับจิราภา ชาลาธราวัฒน์และคณะ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาศาพองค์ประกอบการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ เช่น มัสยิด และอีกหนึ่งปัจจัยคือการมีส่วนร่วมของชุมชนในมัสยิด เนื่องจาก ศักยภาพด้านทรัพยากรของกรุงเทพมหานครที่โดดเด่นมากที่สุด ได้แก่ ที่ตั้ง สภาพภูมิอากาศ และระบบโลจิสติกส์ ตลอดจนศักยภาพด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมของบริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา และความโดดเด่นของมรดกทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยขอสรุปว่า การมีศักยภาพด้านทรัพยากรดังกล่าวจะเอื้อต่อการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวฮาลาล

ในส่วนของศักยภาพด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยขออภิปรายว่า กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลที่โดดเด่น จึงจำเป็นต้องมีระบบการจัดการทรัพยากรดังกล่าวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์บริการฮาลาลที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลในนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆด้านการตลาดเฉพาะกลุ่มของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ให้มีความสำคัญในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลไทยให้มีมาตรฐานชั้นนำในตลาดฮาลาลโลก ภายใต้หลักการศาสนารับรอง วิทยาศาสตร์รองรับ โดยเฉพาะศักยภาพด้านการจัดการการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวและการมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการ

ท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ โดยใช้จุดเด่นด้านสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับ สิ่งอำนวยความสะดวกมาเสริมสร้างความโดดเด่นและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวฮาลาลของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวฮาลาล คือกรุงเทพมหานคร

การมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลดังกล่าวสอดคล้องกับการวิจัยของ Alwafi Ridho Subarkah, Junita Budi Rachman และ Akim (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้อธิบายถึงการท่องเที่ยวฮาลาลสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยผลจากการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการดำเนินการตาม เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนการท่องเที่ยวฮาลาลสามารถสร้างงานและส่งเสริมวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นเพิ่มการตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่นในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในภาพรวมผู้วิจัยมีความเห็นว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับสูง สืบเนื่องมาจากแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2575) ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 มหานครสีเขียว สะดวกสบาย

ในส่วนที่เกี่ยวกับศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของกรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการให้บริการฮาลาลระดับชุมชนและมีศักยภาพในการบูรณาการบทบาทของทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างบทบาทหน้าที่นิยม (Structural Functionalism Theory) โดยทัลคอตต์ พาร์สัน (Talcott Parsons) ได้สรุปว่า สังคมเป็นระบบและมีหน้าที่คือการทำงานกิจกรรมเป็นกลุ่มๆ เพื่อสนองความต้องการของระบบดังนั้นการมีศักยภาพด้านความร่วมมือของภาคทุกฝ่ายในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 3

การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ในส่วนของศักยภาพของกรุงเทพมหานครในด้านกิจกรรมการเรียนรู้และการปลูกจิตสำนึกของการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลนั้นกรุงเทพมหานครมีวิธีการสื่อความหมายด้านการท่องเที่ยวฮาลาลที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว และมีศักยภาพด้านกิจกรรมซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจ คุ่มค่าต่อการเรียนรู้และยังได้ทำกิจกรรมซึ่งเสริมสร้างความตระหนักรู้ต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว หน่วยงาน องค์กรต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว

ประเทศไทยในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาคุณภาพและการส่งเสริมความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งกล่าวถึงการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมความยั่งยืนของวัฒนธรรมโดยการเชิดชูและรักษาเอกลักษณ์ของไทย คุณค่าดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวฮาลาล เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยไปอย่างยั่งยืนผ่านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ของประเทศไทย

ในภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของกรุงเทพมหานครด้านต่างๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยขออภิปรายสรุปว่า กรุงเทพมหานครมีศักยภาพและความพร้อมด้านทรัพยากรการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล การมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และการปลูกจิตสำนึก ซึ่งเป็นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยครั้งนี้ จึงตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของงานวิจัยอย่างสมบูรณ์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ผู้วิจัยขออภิปรายว่า การวิจัยครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 อย่างสมบูรณ์ โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว ตลอดจนนักวิชาการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ร่วมกันทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ในการสร้างแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานคร จึงทำให้งานวิจัยบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 อย่างสมบูรณ์ ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของประเทศไทยและของโลกให้บรรลุเป้าประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลโลก การสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวฮาลาล และมีขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลนานาชาติ (Halal Tourism Hub)

ผู้วิจัยขออภิปรายวิสัยทัศน์ที่เป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ กรุงเทพมหานครจะสร้างตำแหน่งการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงธรรมชาติ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครในการสัมผัสธรรมชาติที่สงบสันติท่ามกลางมหานครผู้วิจัยขออภิปรายว่ากรุงเทพมหานครมีความโดดเด่นในด้านการมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา สวนหลวงร. 9 และสวนบางกระเจ้าที่ทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมีโอกาสศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพของพืชพรรณไม้สมุนไพรต่างๆ ในบริเวณศูนย์สูตรเขตร้อนที่

จะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2556 – 2575) ยุทธศาสตร์ที่ 2 มหานครสีเขียว สะดวกสบาย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างการเสริมสร้างตำแหน่งท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยขออภิปรายเกี่ยวกับวิสัยทัศน์อันดับที่ 2 ดังนี้ กรุงเทพมหานครจะพัฒนาศูนย์กลางของการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครและกระจายรายได้สู่ชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งกล่าวถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยใช้ทรัพยากรพื้นฐานทางธรรมชาติและวัฒนธรรมร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ (creativity) นวัตกรรม (innovation) เทคโนโลยี (Technology) เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจและคุณค่าเพิ่มทางสังคมและชุมชนทำให้เกิดการบูรณาการอย่างยั่งยืนเชื่อมโยงตั้งแต่ระดับบนสุดคือระดับโลกถึงระดับล่างสุดคือชุมชนท้องถิ่นในยุทธศาสตร์อันดับที่ 2 นี้แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานครมีโครงการสนับสนุนเพื่อบรรลุเป้าหมายของวิสัยทัศน์ได้แก่โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษา วิจัยการพัฒนการท่องเที่ยว 5 ล้านโครงการสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐภาคเอกชนประชาชนและนักวิชาการตลอดจนโครงการอบรมทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลที่ยั่งยืนในชุมชนให้แก่ผู้นำชุมชนและชาวบ้าน อันจะนำไปสู่วิสัยทัศน์อันดับที่ 3

ผู้วิจัยขออภิปรายวิสัยทัศน์อันดับที่ 3 ดังนี้

กรุงเทพมหานครจะเป็นสร้างตำแหน่งการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคมเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายโดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน โดยกรุงเทพมหานครมีศักยภาพในด้านการเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวฮาลาลแห่งโลกทั้งมิติร่างกายและจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Arin Fathruana และ Woro Nopitasari ได้ศึกษาเรื่องกระแสแบบเนิบช้า: ความคิดสร้างสรรค์ทางการทูตในการสนับสนุนการท่องเที่ยวฮาลาลพบว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาลการมีส่วนร่วมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวฮาลาล ความคิดสร้างสรรค์ในการใช้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วโลกซึ่งมีผลกระทบเชิงบวกต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้วิจัยจึงขออภิปรายว่า กรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการเป็นศูนย์วิจัยและค้นคว้าด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางฮาลาลนานาชาติ (พ.ศ.2559-2563)

ในวิสัยทัศน์ว่าสรรค์สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลไทยให้มีมาตรฐานชั้นนำในตลาดฮาลาลโลกภายใน 10 ปีข้างหน้า ซึ่งกล่าวถึงเป้าประสงค์การเป็นศูนย์กลางการบริการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล (Tourism Halal Hub) ได้แก่ เอกอัครราชทูตมุสลิม สังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ตลอดจนกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในบ้านกลางกรุง เป็นต้น อันจะนำไปสู่วิสัยทัศน์อันดับที่ 4

ในการอธิบายวิสัยทัศน์อันดับที่ 4 ผู้วิจัยขอเสนอ ดังนี้ กรุงเทพมหานครจะสร้างตำแหน่งการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครทั้งมิติร่างกายและจิตใจ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ กรุงเทพมหานครมีศักยภาพในด้านการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลแห่งโลกทั้งมิติร่างกายและจิตใจซึ่งสอดคล้องกับ มาเรียม นะมิและคณะ (2557) ได้ทำวิจัยเรื่องแนวทางการเตรียมความพร้อมเชิงกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรองรับการเปิดเส้นทางโลจิสติกส์อาเซียนผลจากการวิจัยพบว่า เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นและสามารถนำมาเป็นโอกาสทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพความพร้อมด้านทรัพยากรปัจจัยด้านการบริการปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมปัจจัยด้านชีวิตบุคลากรและปัจจัยด้านการขนส่งมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกที่มีผลต่อศักยภาพผู้ให้บริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของพยอม ธรรมบุตร (2560) เรื่องการท่องเที่ยวในมิติจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ กล่าวถึงการดูแลรักษาสุขภาพกายและจิตด้วยการฝึกปฏิบัติจิตให้มีสมาธิและมีสติเมื่อจิตมีสมาธิและสติจะมีปัญญาสามารถเห็นสรรพสิ่งในโลกสมมุติทางวัตถุตามสภาพความเป็นจริง ปลอ่ยวางการยึดโลกวัตถุ จิตจะสะอาดผ่องใสอยู่สูงกว่าโลกวัตถุ อยู่เหนือโลกวัตถุ อยู่เหนือโลกกายและโรคจิตทุกโรคไปพร้อมกัน ในยุทธศาสตร์อันดับที่ 4 นี้ แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมใน กรุงเทพมหานครมีโครงการสนับสนุนเพื่อบรรลุเป้าหมายของวิสัยทัศน์ ได้แก่ โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาโลกโครงการสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิตรักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลามและโครงการฝึกปฏิบัติจิตตามหลักศีลสมาธิปัญญาในชุมชน

ผู้วิจัยขออธิบายโดยสรุปผลและนำเสนอแนะที่เป็นประโยชน์หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขออธิบายผลในประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

ด้านสิ่งแวดล้อมผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าควรมีการออกกฎเกณฑ์หรือมาตรการในการดูแลรักษาสีสิ่งแวดล้อมใน เช่น แม่น้ำ ลำคลอง สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียว เป็นต้น จัดแบ่งเขตพื้นที่ (Zoning) ให้เป็นสัดส่วน พื้นที่ท่องเที่ยวสาธารณะ พื้นที่อุตสาหกรรม พื้นที่การเกษตรในเขตเมืองรวมถึงดูแลควบคุม การบำบัดน้ำเสีย การกำจัดขยะมูลฝอยของภาคส่วนต่างๆอย่างถูกต้องภาคเอกชนต้องมีความรับผิดชอบและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เพิ่มมากขึ้นอาจร่วมมือกับภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว สร้างการปลูกจิตสำนึกให้มีการพัฒนาการบริการทางการท่องเที่ยวสาธารณะ ให้คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)กล่าวถึงการพัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดการขยะมูลฝอย ระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว หากมีการดำเนินการดังกล่าว กรุงเทพมหานครจะพัฒนาไปสู่การสร้างแบรนด์เมืองนวัตกรรมสีเขียวด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวิถีธรรมชาติแห่งโลก เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ด้านวัฒนธรรม ภาครัฐและภาคเอกชนให้การสนับสนุนทรัพยากรการท่องเที่ยวสากลทางวัฒนธรรมในทุกๆด้านประชาชนท้องถิ่นควรร่วมมือร่วมใจการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาด้านการดูแลรักษาสุขภาพในแต่ละท้องถิ่นพัฒนาให้เป็นสินค้าทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณค่ามีเอกลักษณ์ มีการสืบทอดภูมิปัญญาโดยตลอดเช่น การนวดแผนไทย การใช้สมุนไพรในการรักษาสุขภาพเป็นต้นนักท่องเที่ยวก็ควรให้ความเคารพให้เกียรติและปฏิบัติตามกฎระเบียบจารีตประเพณีของชุมชนท้องถิ่นนั้นๆซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 4การสร้างความสุขให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)กล่าวถึงการพัฒนาส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยในแต่ละท้องถิ่นด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นด้วยความเป็นไทย (Thainess) ในเป็นสิ่งที่เข้าใจในระดับโลก หากมีการดำเนินการดังกล่าวกรุงเทพมหานครจะพัฒนาไปสู่การสร้างแบรนด์ศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแพทย์ทางเลือกแห่งโลกทั้งมิติร่างกายและจิตใจ เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

ด้านการพัฒนาจิตใจภาครัฐควรมีโครงการพัฒนาจิตใจให้ภาคเอกชนประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวรักและห่วงใยในแหล่งท่องเที่ยวและภูมิปัญญาเชิงสุขภาพของชุมชนท้องถิ่นมี

จิตสำนึกมีความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานครอย่างแท้จริงเพื่อความยั่งยืนต่อไปในอนาคตซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยพยอม ธรรมบุตร (2558) ได้กล่าวถึงการนำเสนอสี่เสาหลักแห่งความยั่งยืนที่ถูกรับรองด้วยจิตที่มีปัญญาอธิบายว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะไม่บรรลุ ผลสู่ความยั่งยืนถ้าไม่ได้ถูกรับรองด้วย”คน“ ซึ่งมีการพัฒนาจิตใจ3ด้านได้แก่ 1) มีจิตใจที่ควบคุมพฤติกรรมการทำงานให้เป็นสัมมาอาชีวะไม่โลภมีจิตใจที่มีความรัก 2) เมตตาต่อเพื่อนร่วมโลกและสิ่งแวดล้อมไม่ทำลาย 3) มีจิตที่มีปัญญามีความเห็นชอบมีชีวิตอย่างสมดุลงานและกลมกลืนกับธรรมชาติหากมีการดำเนินการดังกล่าว กรุงเทพมหานครจากพัฒนาไปสู่การสร้างแบรนด์ศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแพทย์ทางเลือกแห่งโลกทั้งมิติร่างกายและจิตใจเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

ดังนั้น ผลจากการอภิปรายผลการวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสุขภาพสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ผู้วิจัยจะนำเสนอในภาพรวมเชิงบูรณาการ โดยเริ่มจากการกำหนดนโยบายซึ่งนำมาจากวิสัยทัศน์เป็นกรอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระยะ 20 ปี ระยะที่ 2 (พ.ศ.2561-2565) โดยผู้วิจัยได้บูรณาการแผนยุทธศาสตร์ แผนงานหลักกรุงเทพมหานครจะสร้างศูนย์กลางการท่องเที่ยวสุขภาพเชิงธรรมชาติ เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกทั้งยังสร้างการท่องเที่ยวสุขภาพเชิงวิถีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้สู่ชุมชน ตลอดจน สร้างการท่องเที่ยวสุขภาพเชิงสังคมเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลายและ เพื่อสร้างสังคมอย่างยั่งยืน และสร้างการท่องเที่ยวสุขภาพเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม โดยทั้ง 4 ยุทธศาสตร์มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน เพื่อสร้างความสมดุลในการพัฒนายุทธศาสตร์ภายใต้กรอบของนโยบายของกรุงเทพมหานคร ให้ประสบความสำเร็จได้

ในภาพรวมผู้วิจัยขออภิปรายสรุปเกี่ยวกับงานวิจัยเรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสุขภาพสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ดังนี้ นอกจากการวิจัยครั้งนี้จะตอบเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ทั้ง 2 ประการโดยสมบูรณ์แล้ว งานวิจัยครั้งนี้ยังได้มีค้นพบสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสุขภาพของประเทศไทยได้แก่การค้นพบกลไกในการเชื่อมโยงการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับวิถีการดำเนินชีวิตตามหลักศาสนาอิสลาม จึงเป็นการพัฒนาแบบองค์รวมไม่แยกส่วน โดยเฉพาะการค้นพบ

การนำศาสนาบัญญัติมาใช้ในเชิงการท่องเที่ยว โดยไม่แยกส่วน แต่สามารถนำหลักการศาสนา มาใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของชาวโลกได้อย่างบูรณาการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินผลการนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไป ดำเนินโครงการ นำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

การดำเนินโครงการนำร่องด้วยกระบวนการ A-I-C เป็นเทคนิคการประชุมวางแผน แบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ใช้การระดมสมองเพื่อเข้าใจถึงปัญหา ความต้องการ ศักยภาพ ของผู้เกี่ยวข้องในเรื่องต่างๆ เพื่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และรับผิดชอบต่อชุมชน ท้องถิ่น โครงการดังกล่าวได้มีการดำเนินการในพื้นที่ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ให้เกิดการบริหารจัดการท่องเที่ยวฮาลาลโดยชุมชน ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากร ท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชน ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม มหกรรม กิจกรรม และบริการ โดยมีการ จัดตั้งชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อ เพื่อร่วมกำหนดการวางแผน การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาล ให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดความเหมาะสมอย่างยั่งยืน เกิดผลกระทบต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุด เกิด ความยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ในส่วนที่เกี่ยวกับบริบทชุมชนและทรัพยากรของชุมชนมัสยิดบางอ้อเพื่อพัฒนาการ ท่องเที่ยวฮาลาล ชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นชุมชนที่มีศักยภาพและทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาล โดยทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลที่มีความโดดเด่นของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้แก่ ทรัพยากรการ ท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ ชุมชนมัสยิดบางอ้อเป็นชุมชนที่ตั้งชนาบริมแม่น้ำ เจ้าพระยา จึง ทำให้มีทิวทัศน์ที่สวยงาม โดยมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญคือ แม่น้ำเจ้าพระยา ท่าเรือ รัชสภากับสะพานพระราม 8 เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวฮาลาลทางวัฒนธรรม ได้แก่ มัสยิดบางอ้อ สถาปัตยกรรมของมัสยิดที่งดงามที่สุด 10 อันดับในกรุงเทพมหานคร พิธีละหมาดในมัสยิด พิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีเปิดให้ประชาชน เข้ามาศึกษาหาความรู้ได้ ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาเปรียบเสมือนกับมหาวิทยาลัยเปิดของประเทศ ไทย ทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลทางเทศกาล งานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ เดือนรอมฎอน วันอีดิลอัฎฮาและวันอีดิลฟิฏรงานแต่งงาน งานโกนผมไฟ ทรัพยากรการ ท่องเที่ยวด้านกิจกรรมการเรียนรู้ การทำอาหารพื้นถิ่น ไม่ว่าจะเป็นกุหลาบยำบู ขนมหล่ม สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ.2559-2563) ในวิสัยทัศน์ว่า ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของโลก ภายใน 10 ปีข้างหน้าซึ่งกล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการมุ่งพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวเข้าสู่การเป็น

ศูนย์กลางการท่องเที่ยวสาลาลานานาชาติ โดยให้ความสำคัญในการพัฒนาและบูรณาการ
ทำงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การนำศักยภาพและขีดความสามารถของ
ทรัพยากรสาลาลและทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่อย่างจำกัด ภูมิปัญญาไทย
วิถีชุมชนมาสร้างบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ จนสามารถเพิ่มสัดส่วน
รายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ ทำให้ประเทศไทยเกิดความมั่นคงและ
ความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบริการ บริเวณชุมชน
มัสยิดบางอ้อ มีระบบสาธารณูปโภคพร้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ได้แก่ ไฟฟ้า
น้ำประปา ถนน การสื่อสาร ห้องน้ำสาธารณะ ร้านสะดวกซื้อ ธนาคาร พิพิธภัณฑ์ ท่าเรือ
สวนสาธารณะ แหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้อง
กับยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการ
ขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-
2564) กล่าวถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุงป้ายบอกทาง
และป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแห่ง เพิ่มจุด
บริการ Free WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการ
ท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

ด้านกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมัสยิดบางอ้อ ชุมชนมัสยิดบางอ้อถือเป็นชุมชนเก่าแก่มากกว่า 100 ปี ริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีลักษณะพื้นที่ที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลง
ทางกายภาพ ทั้งในเรื่องแนวคิดการใช้ที่ดิน อาคารประเภทต่างๆ และการขยายตัวของชุมชน
ตามลำดับ ตั้งแต่ปลายรัชกาลที่ 5 มาจนถึงปัจจุบัน ช่วยให้เข้าใจถึงวิวัฒนาการตั้งแต่สมัย
รัชกาลที่ 5 ซึ่งมีพื้นที่มัสยิดบางอ้อเป็นชุมชนเก่าแก่ที่สำคัญนับเป็นส่วนหนึ่งของการทำความเข้าใจ
ประวัติศาสตร์ กรุงเทพมหานครจึงถือเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และ
วัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้แบ่งประเภทองค์ประกอบ
ที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ 3 องค์ประกอบ คือ แหล่งท่องเที่ยวประเภท
ศิลปวัฒนธรรม เช่น สถาปัตยกรรม โบราณสถานโบราณวัตถุ ชุมชน หมู่บ้าน และวิถีชีวิต
เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทประเพณีและแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรม เช่น
สวนสาธารณะ การประกอบอาหารพื้นถิ่น เป็นต้น ปัจจุบันชุมชนมัสยิดบางอ้อมีการบริหาร
จัดการภายในชุมชนที่ดี ชุมชนเข้มแข็งโดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน และการจัดการของ
ชุมชนปัจจุบัน ถือเป็นชุมชนดีเด่นของสำนักงานเขตบางพลัดที่สามารถบริหารจัดการและพึ่งพา
ตนเองได้ โดยมุ่งเน้นการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการสื่อสารภายในชุมชน
ที่ดีซึ่งสอดคล้องกับจิราภา ชาลาธราวัฒน์และคณะ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนา

ศักยภาพการท่องเที่ยวหาลาดฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวหาลาดประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ การคมนาคมและขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การมีส่วนร่วมของชุมชนและการบริการ ในปัจจุบันชุมชนมัลลิตบางอ้อมีการรวมกลุ่มชุมชน 2 ลักษณะ คือ ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งและเหนียวแน่น สามารถก่อให้เกิดพลังอำนาจในการต่อรองทางการเมืองได้ ถือเป็นข้อเด่นที่ควรมีการสนับสนุนให้ชุมชนมีการดำเนินต่อไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาปรับใช้ในการวางแผนเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในชุมชนมัลลิตบางอ้อเข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชน ร่วมดำเนินกิจกรรมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวหาลาด ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กล่าวถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวหาลาดว่าต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกัน และต้องขึ้นนำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวหาลาดของชุมชนมัลลิตบางอ้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวหาลาดของชุมชนมัลลิตบางอ้ออยู่ในระดับดีมากถึงดีมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการประเมินด้านแผนยุทธศาสตร์ 1) การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการใช้พื้นที่ การใช้ทรัพยากรน้ำ พื้นที่ และการจัดการขยะ 2) การจัดการด้านเศรษฐกิจมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงหาลาด มีการพัฒนาสินค้าและบริการหาลาด และมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวหาลาดอย่างยั่งยืน 3) การจัดการด้านสังคมมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนมัลลิตบางอ้อ มีเครือข่ายประสานงานการท่องเที่ยวและมีการจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 4) การจัดการด้านวัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจมีการอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชุมชนมัลลิตบางอ้อ และมีการบริการส่งเสริมพัฒนาจิตใจ ผักสมมติ สติ ซึ่งสอดคล้องกับพยอม ธรรมบุตร (2558) ได้กล่าวถึง 4 เสาหลักแห่งความยั่งยืนควบคู่ด้วยจิตที่มีปัญญาของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีแนวทางการพัฒนาและการจัดการ จึงต้องนำมาใช้กับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบในทุกพื้นที่ จุดหมายปลายทาง โดยมีหลักการที่ครอบคลุมการพัฒนาในด้านสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะต้องเป็นการพัฒนาที่มีความสมดุลของทุกด้านดังกล่าว เพื่อประกันความยั่งยืนระยะยาว ได้แก่ 1) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ การพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุนการสร้างงานและสร้างรายได้ชุมชนของเจ้าของท้องถิ่นของการท่องเที่ยว

ระยะยาว โดยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่ไปพร้อมกัน 2) ความยั่งยืนทางสังคม มุ่งเน้นการแบ่งปันผลกำไรจากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม โดยเคารพสิทธิมนุษยชนและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตท้องถิ่นโดยยึดหลักเศรษฐกิจแบบพอเพียง 3) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม เพื่อการดูแลรักษาและการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม โดยกำหนดขอบเขตของการพัฒนาและ 4) ความยั่งยืนทางวัฒนธรรม ด้านการจัดการสินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยวฮาลาล 1) ความพึงพอใจต่อการบริการจัดการสินค้าและบริการการท่องเที่ยวฮาลาล 2) การเข้าถึง การต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืนในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาว่า 1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐานโดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและให้บริการครอบคลุมทุกรูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวฮาลาล การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เป็นต้น และ 2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ในแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้มีการสร้างวิสัยทัศน์ของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ผู้วิจัยร่วมกับคณะกรรมการบริหารชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลชุมชนมัสยิดบางอ้อร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพและกระบวนการมีส่วนร่วม PAR ได้มีมติที่ประชุมกำหนดวิสัยทัศน์ของชุมชนว่า “ชุมชนมัสยิดบางอ้อจะสร้างการท่องเที่ยวธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงสังคม เยือนหมู่บ้านปกครองตนเองบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง และการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ” ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ 2559 – 2563) ในวิสัยทัศน์ที่ว่า ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของโลกภายใน 10 ปีข้างหน้า ซึ่งกล่าวถึงเป้าประสงค์การจะเป็นศูนย์กลางบริการฮาลาล (Halal Hub) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวฮาลาล และเป็นศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัยรวมถึงศูนย์กลางในการผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism Hub) เป็นต้น ตลอดจนสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ซึ่งกล่าวถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการรักษาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ สร้างสมดุลของการอนุรักษ์และใช้

ประโยชน์อย่างยั่งยืนและเป็นธรรม และส่งเสริมการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ.2556 – 2575) ยุทธศาสตร์ที่ 3 มหานครสำหรับทุกคน โดยชาวกรุงเทพมหานครทุกคน ทุกชนชั้นอยู่ร่วมกันอย่างเสมอภาคและสมานฉันท์ เกื้อกูลซึ่งกันและกัน เคารพสิทธิซึ่งกันและกัน ได้รับโอกาสที่จะเรียนรู้พัฒนาดตนเองและเข้าถึงบริการสาธารณะ ในขณะเดียวกันชาวกรุงเทพมหานครแต่ละกลุ่มสามารถดำรงรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรมของตนเองเป็นมหานครที่โดดเด่นในเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย

ในด้านยุทธศาสตร์ต่างๆ สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสากลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน มีกลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสากล ซึ่งมีโครงการที่มติที่ประชุมกำหนดให้มีการดำเนินการในชุมชนมัสยิดบางอ้อ ได้แก่ โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์รอบมัสยิดบางอ้อ ซึ่งเดิมมีการปลูกต้นไม้ในพื้นที่ดังกล่าวอยู่แต่จัดสรรแบ่งพื้นที่การปลูกให้เพิ่มมากขึ้นและสวยงามยิ่งขึ้น โดยแบ่งเป็นสัดส่วนและจัดตกแต่งให้สวยงาม สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ.2556–2575) ซึ่งกล่าวถึงวิสัยทัศน์กรุงเทพมหานครกับการก้าวขึ้นเป็นมหานครแห่งเอเชียในปี 2575 ในด้านที่ 2 มหานครสีเขียวสะอาดสวยงาม เมืองกรุงเทพมหานครมีพื้นที่สาธารณะ พื้นที่สีเขียว มีวิถีชีวิตใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีภูมิทัศน์สวยงาม พื้นที่สวนสาธารณะ พื้นที่สีเขียวกระจายทั่วทุกพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร โครงการสร้างแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดบางอ้อ โดยพัฒนาโครงการดังกล่าว เป็นฐานการเรียนรู้เพื่อสอนให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว เสริมสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น โครงการแยกขยะเพื่อทำปุ๋ยอินทรีย์ในชุมชน ดำเนินโครงการโดยได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน โดยมีประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการลดปริมาณขยะและแยกขยะ สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี (พ.ศ.2556–2575) ซึ่งกล่าวถึงการเป็นมหานครแห่งเอเชียในปี พ.ศ.2575 ที่ปลอดภัยโดยเมืองกรุงเทพมหานครมีระบบการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทั่วพื้นที่เขตเมือง และโครงการสร้างพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน โดยประสานความร่วมมือกับภาครัฐ สำนักงานเขตบางพลัดให้มีการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อลดมลพิษ ประหยัดการใช้พลังงานใน

ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืนรักษาฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืนและเป็นทางสร้างความมั่นคงและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ บริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและลดมลพิษให้มีคุณภาพดีขึ้น พัฒนาขีดความสามารถในการลดก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการรับมือภัยพิบัติ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่ชุมชน มีกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาล มีโครงการวางแผนการผลิตสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวฮาลาล โดยตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และภูมิปัญญามนุษยชาติ โดยการจัดทำ “แผนธุรกิจชุมชนมัสยิดบางอ้อ” เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดของชุมชนให้ตอบสนองสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559–2563) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมศักยภาพการพัฒนามาตรฐานและการตรวจรับรองฮาลาล เพื่อส่งเสริมศักยภาพธุรกิจฮาลาลในชุมชนและพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ตลอดจนส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์กลยุทธ์การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Thailand Branding เพื่อรักษาตำแหน่งที่ 1 ของโลกและการทำการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจฮาลาลจากกลุ่มเป้าหมายหลักและโครงการส่งเสริมการจัดตั้งธุรกิจ SMEs และสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลระดับชุมชน ภาคเอกชน และชมรมพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งตรงกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563) กล่าวถึงยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยวฮาลาล การพัฒนาโมเดลต้นแบบและ Business Model ที่มีประสิทธิภาพ สอดรับกับความต้องการในแต่ละพื้นที่และการพัฒนาระบบเพื่อช่วยเหลือและเยียวยาตามสถานการณ์

ในส่วนของกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว มีโครงการพัฒนาส่วนกลางของการท่องเที่ยวฮาลาลแห่งโลกมิติร่างกายและจิตใจ โดยทางชมรมได้มีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวฮาลาลของชุมชนให้หลากหลาย โดยเฉพาะด้านอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและโครงการสร้างแพ็คเกจทัวร์ฮาลาลแบบครบวงจรสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยชมรมจัดทำเป็นแพ็คเกจท่องเที่ยวฮาลาลแบบครบวงจรของชุมชน

มัสยิดบางอ้อ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งกล่าวถึงยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะ กลุ่มการส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวแนวทางการพัฒนาและ ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยว ภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์และ การส่งเสริมการขายแพคเกจการท่องเที่ยว ร่วมกับภาคเอกชนและส่งเสริมไทยเที่ยวไทยโดย การสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยให้แก่คนไทยทุกคน

ในส่วนของกลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวฮาลาล มีโครงการอบรม บุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล การอนุรักษ์ภูมิปัญญาสืบทอดความรู้ทางด้านศาสนาใน ชุมชน ติดต่อบริษัทความร่วมมือจากมัสยิดดารุ้ลเอียซานและโรงเรียนบางอ้อศึกษา ขอวิทยากร เพื่ออบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล การอนุรักษ์ภูมิปัญญาสืบทอดความรู้ทางด้าน ศาสนาให้แก่บุคลากรท้องถิ่น สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจ ลินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ.2559-2563) ซึ่งกล่าวถึงการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการ ท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการร่วมกันวางนโยบายการใช้ทรัพยากรและงบประมาณที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการตามขอบเขต หน้าที่ความรับผิดชอบของตน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีส่วนร่วมของการใช้ กลไกภาคีเครือข่ายต่างๆ ที่ให้ความสำคัญกับความร่วมมือภาครัฐ เอกชนและประชาชน รวมถึง ระบบการจัดสรรงบประมาณที่มีประสิทธิภาพที่ต้องตอบสนองต่อการพัฒนาเชิงบูรณาการและ มีความต่อเนื่องมีการพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของภาครัฐที่ สอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาตามแผนอย่างแท้จริง

ในยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืน มี กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อการสร้างความเข้มแข็ง มีโครงการสร้างเครือข่ายระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล โดยมีการ จัดทำโครงการส่งเสริมสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในชุมชนและโครงการ ความร่วมมือเพื่อสร้างการเดินทางน้ำและจักรยาน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ.2559-25623) ซึ่งกล่าวถึงการ กำหนดมาตรฐานมาตรฐานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดการบริการฮาลาล ร่วมกัน (Public Private Partnership : PPP) รวมทั้งการนำเสนอโครงการด้านธุรกิจฮาลาล ภายใต้พระราชบัญญัติการให้เอกชนร่วมลงทุนในกิจการของรัฐพ.ศ 2556 และโครงการจัดตั้ง ศูนย์อิสลามศึกษา โดยประสานความร่วมมือกับศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทยและ

กระทรวงวัฒนธรรม สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ.2559–2563) กล่าวถึงยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างศักยภาพและการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล ส่งเสริมพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลและจัดตั้งให้มีมาตรฐานสากลเพียงพอ

ในส่วนของกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายและการกระจายรายได้สู่ชุมชน มีโครงการอบรมทักษะจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ผลิตโดยชุมชน มีการพัฒนาและฝึกอบรมทักษะการจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชนในชุมชน โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการจัดตั้งและพัฒนาธุรกิจของตนเอง สอดคล้องกับแผนประเทศไทย 4.0 (ระยะ 20 ปี) โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน กล่าวถึงกลุ่มเป้าหมาย SMEs เพื่อการพัฒนาตามศักยภาพยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ได้กำหนดเป้าหมายในการส่งเสริมไว้ 3 กลุ่มด้วยกันคือ กลุ่ม Turn Around SMEs เป็นกลุ่มที่ต้องการให้ความช่วยเหลือในหลายๆส่วน โดยที่ผ่านมามีภาครัฐมีนโยบายช่วยเหลือให้ SMEs กลุ่มนี้ผ่านโครงการและ Rescue SMEs และกลุ่ม Regular SMEs เป็นกลุ่มที่มีความพร้อมอยู่แล้วในระดับหนึ่งและสามารถขยับตัวเองโดยจะต้องมีมาตรฐานที่อยู่ในระดับสากลมีการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยผลผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรม มาตรการต่างๆที่รัฐบาลดำเนินการอยู่ในปัจจุบันเพื่อสนับสนุนกลุ่มและ SMEs ประกอบไปด้วยแหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs จัดตั้ง One Stop Service สำหรับ SMEs เป็นต้น และกลุ่ม SMEs เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและความพร้อมที่จะพัฒนาไปสู่การเป็น Smart SMEs มาตรการระยะสั้นภายใน 1-3 ปี และโครงการอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการจัดการที่พัก ร้านอาหารและบริการฮาลาล ประสานความร่วมมือกับภาครัฐ จัดอบรมทักษะด้านบริการทางการท่องเที่ยวฮาลาล โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชนในชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564) ซึ่งกล่าวถึงพันธกิจด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีคุณภาพ และมาตรฐานระดับสากลการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมบูรณาการ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมและการบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนให้มีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาวิถีชีวิตชุมชน มีโครงการอบรมความรู้สร้าง ยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม โดยมีความร่วมแรงร่วมใจของชมรมภาคเอกชนและประชาชนในท้องถิ่นร่วมจัดประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาวิถีชีวิตชุมชนเพื่อปลูกจิตสำนึกและสร้างบุคลากรเยาวชนในชุมชนท้องถิ่น เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) กล่าวถึง องค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 6 ด้าน ซึ่งมีด้านที่เกี่ยวกับการพัฒนาการมีส่วนร่วมของทางท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความห่วงใยและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป และองค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวเป็น การพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และการสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ให้ทุกฝ่ายเกิดความรัก และห่วงใยทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และโครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลโดยชมรมและโรงเรียนบางอันร่วมกัน จัดงานสืบสานภูมิปัญญาการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ชุมชนมัธยมบางอัน มีการออกร้านขายสินค้าและบริการที่หลากหลาย เช่น โชนอาหารทั่วไป โชนท้องถิ่น โชนวิถีชีวิตมุสลิมดั้งเดิม โชนพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560- 2564) ซึ่งกล่าวถึงในยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยมีการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัดผ่านการสร้างตำแหน่งและการเล่าเรื่องส่งเสริมชุมชนสร้างสรรค์สินค้าและบริการสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและผ่านสื่อกิจกรรมต่างๆ

ในส่วนของกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ ปลูกจิตสำนึก ได้แก่ โครงการการท่องเที่ยวฮาลาลด้านการปฏิบัติจิตตามหลักศาสนาอิสลามระดับนานาชาติ ด้วยความร่วมมือของสำนักจุฬาราชมนตรีศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทยและมัธยมบางอัน เป็นเจ้าภาพร่วมกันในการจัดโครงการ สอดคล้องกับพยอม ธรรมบุตร (2560) กล่าวถึงการ

ท่องเที่ยวในมิติจิตวิญญาณ (Spiritual Health Tourism) ว่าเป็นแนวปฏิบัติจิตของการท่องเที่ยว ฮาลาลมิติจิตวิญญาณว่า ในปัจจุบันการท่องเที่ยวฮาลาลเป็นการท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางแห่งใดแห่งหนึ่งในโลก เพื่อจุดประสงค์ในการเสริมสร้างสุขภาพกายและใจ และเพื่อรักษาโรคทั้งทางกายและใจ การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวได้ใช้ความคิดหลักทางศาสนาในการเสริมสร้างสุขภาพกายและรักษาโรคต่างๆ ทั้งโรคทางกายและใจได้โดยหายเด็ดขาด การเดินทางท่องเที่ยวฮาลาลนี้จะเป็นการจะเป็นทั้งการเดินทางด้วยเท้า ด้วยตัวเครื่องบินไปยังจุดหมายปลายทางที่จะมีการที่จะมีการเสริมสร้างทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่สำคัญที่สุด คือ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวจาริกไปด้วยจิตเพื่อไปให้ถึงต้นตอสาเหตุของโรคภัยไข้เจ็บทั้งกายและใจ ความทุกข์ทั้งปวง เพื่อค้นพบการใช้หลักการตามหลักศาสนาอิสลามรักษาโรคและโครงการอบรมเพื่อปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยความร่วมมือร่วมใจของชมรม ภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ร่วมจัดประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนในท้องถิ่นและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งกล่าวถึงยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยการสร้างการรับรู้ ความตระหนัก จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว วัฒนธรรมไทย อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน พร้อมการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการวิจัยพบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวสาธิตจำเป็นต้องมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสาธิตทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน/ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการบูรณาการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสาธิตในกรุงเทพมหานครไปปฏิบัติตาม ดังนี้

1. หน่วยงานด้านยุทธศาสตร์ของกรุงเทพมหานครและสำนักงานเขตสามารถนำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวสาธิตของกรุงเทพมหานครมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสาธิต นำกลยุทธ์และโครงการที่เหมาะสมไปทดลองใช้ในพื้นที่ต่างๆ ของกรุงเทพมหานครได้ในอนาคต
2. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั่วประเทศและการท่องเที่ยวสาธิตเห็นถึงความสำคัญและนำแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสาธิตไปปรับใช้และบูรณาการกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสาธิตระดับชาติ
3. หน่วยงานภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสาธิต นำไปปรับใช้ในการวางแผน สร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจการท่องเที่ยวสาธิต โดยการร่วมกันฟื้นฟู อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวสาธิตทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม
4. ภาคประชาชน ได้แก่ ธุรกิจระดับ SMEs ผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่นต่างๆ นำไปใช้วางแผนพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสาธิต เพื่อสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนในอนาคต ตลอดจนมีส่วนร่วมในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างจิตสำนึกในการหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวสาธิตและวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวสาธิตของกรุงเทพมหานคร
5. นักท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวสาธิต เพื่อเลือกแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของตนเอง สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเกิดการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กรุงเทพมหานคร ยังมีประเด็นในการศึกษาวิจัยในด้านอื่นๆที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร

1. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อส่งเสริมยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563) ในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวฮาลาลของโลก (Thailand Halal Tourism and Service Hub) ภายใน 10 ปีข้างหน้า รองรับประชากรโลกที่กำลังจะเพิ่มขึ้นเป็น 9,000 ล้านคน และประชากรมุสลิม 2,000 ล้านคนที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

2. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครเป็นเมืองนวัตกรรมแห่งฮาลาล (Halal Innopolis) ส่งเสริมนโยบายของภาครัฐและเอกชน

3. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ อีกทั้งยังไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม

4. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ในการจัดรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวฮาลาลในแต่ละพื้นที่



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2546). ภาพอนาคตและคุณลักษณะของคนไทยที่พึงประสงค์.
กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2556). ยุทธศาสตร์การพัฒนา: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก. นนทบุรี:
ปั๊ด พอยท์.
- กรมการศาสนา. (2556). จำนวนมัสยิดในกรุงเทพมหานครแบ่งตามเขต. สืบค้นเมื่อ 15
ธันวาคม 2563, จาก <https://www.dra.go.th/th/index.php>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). ชุมชนมุสลิมอีกแรงที่ร่วมสร้างกรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม
2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/674660>
- กองนโยบายและแผนงาน สำนักการวางแผนและพัฒนาเมือง กรุงเทพมหานคร. (2561). ข้อมูล
ชุมชนที่จัดตั้งตามระเบียบกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, จาก
<http://cpd.bangkok.go.th:90/web2/AnnualReport63/6.pdf>
- จอร์จ เอฟ แกนท์. (1950). **Management, Global Edition.** England: Pearson Education
Limited.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:
อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชูศักดิ์ จรุธวัสถ์. (2555). ระบบเศรษฐกิจและพัฒนาระบบเศรษฐกิจไทย. กรุงเทพฯ: ส.เสริม
มิตรการพิมพ์.
- ดอน แอปสก็อต. (2016). เศรษฐกิจดิจิทัล (พรีคต์ อัจฉริยะรัตน์ แปล) (พิมพ์ครั้งที่ 1).
กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี.
- ดำรง วัฒนา. (2545). ทฤษฎีองค์การ. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนรัตน์ ทับทิมไทย. (2559). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2561,
จาก <file:///C:/User/User/desktop/การทท.สร้างสรรค์.pdf>
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.
อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอ
เดียนสโตร์.
- บ้านจอมยุทธ. (2559). ทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่ (Structural-functional Theory). สืบค้น
เมื่อ 30 มกราคม 2563, จาก [http://www.baanjommyut.com/library_2/extension-3/socail change/03.html](http://www.baanjommyut.com/library_2/extension-3/socail%20change/03.html)

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรสเอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: ธรรมสาร.
- ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). **BRANDiNG 4.0**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อมรินทร์ฮาวทู.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2551). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่อง อาหารไทยกับการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พยอม ธรรมบุตร. (2558). เอกสารประกอบการสอนวิชาสัมมนา 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2560). เอกสารประกอบการสอนวิชาปรัชญา แนวคิด ทฤษฎีในการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พรณี บัวเล็ก. (2543). ลักษณะของนายทุนไทยในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2457-2482. กรุงเทพฯ: มูลนิธิขอมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2537). ความสำคัญของพระพุทธศาสนาในฐานะศาสนาประจำชาติ. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- ฟิลิป คอทเลอร์, เหมะวัน การตะจายา และไฉวัน เซเตียวาน. (2560). (ธงลักษณ์ จารุวัฒน์, แปล). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊ค. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 2017).
- มานิต กิตติจุจิต. (2555). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง วิถีชีวิตแห่งความสมดุล. กรุงเทพฯ: แสงจันทร์การพิมพ์.
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). ความหมายการตลาด. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2563, จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/11/marketing-theory-dba08/html>

ราชบัณฑิตสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คพับลิเคชั่น.

วัชรระ งามจิตกรเจริญ. (2554). แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศรัณญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้าพรินติ้ง.

ศิริรัตน์ แอดสกุล. (2555). ความรู้เบื้องต้นทางสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ชีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ ประเทศไทย. (2542). พระมหาคัมภีร์อัลกุรอานพร้อมความหมายภาษาไทย. อัลมะดีนะฮ์ อัลมุเนาะเราะฮ์. กรุงเทพฯ: ศูนย์กษัตริย์ฟ้าฮัด เพื่อการพิมพ์อัลกุรอาน.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2550). ทฤษฎีสังคมวิทยา: เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2551). ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สาริกา คำสุวรรณ และรศ.ดร.รชชพร โกมลเสวิน. (2554). โครงการภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ผูกโยงกับสุขภาพของประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกออกกลาง. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.).

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). จำนวนประชากรมุสลิมจำแนกตามศาสนาและเพศในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2563, จาก

<http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2560). แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ 20 ปี ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2561-2565). สืบค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://www.moj.go.th>

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2560). การจัดทำแผนกลยุทธ์. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2560, จาก <http://moj.go.th>

- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์, พิเชฐ สายพันธ์, อรุณา เตพละกุล และธีระ สันเดชารักษ์. (2556). หนังสือคู่มือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism). กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2539). วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2551). ทฤษฎีสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2559). สำเพ็ง: ประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนในกรุงเทพฯ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิทย์ ยิ่งวรพันธ์. (2551). พัฒนาชนบทในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุวีณา ตังโพธิสุวรรณ. (2556). การแบ่งส่วนการตลาด. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2563, จาก <http://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/pr33572.pdf>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ
- Aditya Wibowo and Bambang Prasetyo. (2019). The Influence of Halal Tourism Destination Branding on Visitor's satisfaction and Revisit Intention (A Study of Domestic Tourist in Lombok, West Nusa Tenggara). 2431–2439.
- Alfonso Vargas–Sánchez and Mirko Perano. (2018). Halal Tourism through the Lens of Generation Z in a Muslim Majority Country: Implications on Tourist Services. **International Journal of Business and Management**, 13, 36–49.
- Alwafi Subarkah and Junita Rachman. (2019). Halal Tourism for Sustainable Development Goals. **Conference National Ilmu Administration**.
- Arin Fithriana and Woro Nopitasari. (2018). Modest Fashion: Diplomatic Creativity in Supporting Halal Tourism. **The 1st International Conference on Halal Tourism, Products and Services**, 28–38.
- Awang Lanui and Saranya Bunnag. (2017). The Responses of Halal Tourism of Tourism Entrepreneurs in Southern Border Provinces of Thailand. **Canadian International Journal of Social Science and Education**, 12, 269–283.

- Crispin Raymond and Greg Richards. (2010). **Creative Tourism and Local Development**. In Wurzburger, R. (Ed.). **Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe**. New Mexico: USA.
- Dewi Andriany and Mutia Ardai. (2019). Effect Of Halal Tourism On Interest For Visit Of Tourists In Medan City. **Proceeding International Seminar on Islamic Studies**, 560–567.
- Dickman, S. (1997). **Tourism: An Introductory Text** (3rd ed.). Rydalmere, New South Wales: Hodder Education
- Farida Zulaikha and Hartopo Putro. (2019). Use of Social Media in the Development of Halal Tourism in Madura. **Advances in Social Science, Education and Humanities Research**, 339, 12–18.
- Fatemeh Shafaei. (2015). **The Influence of Muslim's Involvement with Traveling to Islamic Destinations on Malaysia's Islamic Brand Equity**. Thesis submitted in fulfillment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy University Sains, Malaysia,
- Fusun Dincera and Mithat Dincera. (2015). The Economic Contribution of Turkish Tourism Entrepreneurship on the Development of Tourism Movements. **Islamic Countries World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurshi**, 413–422.
- Genoveva and Iqbal Kamal. (2019). Analyzing The Perspective of Halal Tourism Development: City Branding in Jakarta. **Advances in Economics. Business and Management Research**, 98, 142–146.
- Kotler Philip. (1999). **Marketing Management** (ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค). อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541: 124 – 125)
- Kotler, P. (2003). **A Framework for Marketing Management**. (11th ed.). New Jersey: University Of Phonenix.

Kotler, P. (2003). **Marketing Management** (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Person Prentice-Hall.

Mevlüt AKYOL and Özgür KILINÇ. (2014). Internet and Halal Tourism Marketing.

International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 9(8), 171–186.

Mohamed Battour and Mohd Ismail. (2014). The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism. **EDP Sciences**. จาก <http://dx.doi.org/10.1051/shsconf/20141201077>

Mohamed Battour and Moustafa Battor. (2010). Toward a Halal Tourism Market. **Tourism Analysis**, 15, 1–10.

Muhammad Sindhu and Yunia Wardi. (2018). The Effect of Halal Tourism on Customer Satisfaction. **Advances in Economics, Business and Management Research**.

Pedro Cuesta-Valiño and Estela Núñez-Barriopedro. (2020). **Sustainable, Smart and Muslim-Friendly Tourist Destinations**. Department of Economics and Business Management University of Alcalá,

Piangpis Sriprasert and Hamzah Rahman. (2014). Understanding Behavior and Needs of Halal Tourism in Andaman Gulf of Thailand: A Case of Asian Muslim. **Journal of Advanced Management Science**, 2(3), 216–219.

Robert Merton. (2002). **Apprenticeship and employee training**. In Richard, E. B., Robert, M.K., Hal, B.J., (Ed.), **The newencyclopedia britannica, macropedia** (pp. 15–16). Philadelphia: W. B. Saunders.

Shirzad Mansouri. (2014). Role of Halal Tourism Ideology in Destination Competitiveness: A Study on Selected Hotels in Bangkok, Thailand. **International Conference on Law, Education and Humanities**, 20–23.

Tajzadeh Namin. (2013). Value Creation in Tourism: An Islamic Approach International Research. **Journal of Applied and Basic Sciences**.

United Nations. (2004). **Creative Industries and development**. สืบค้นเมื่อ 30 April 2017, จาก https://unctad.org/en/Docs/tdxibpd13_en.pdf.

Wan Rusni and Suhaimi Rahman. (2015). Halal Malaysia Logo or Brand: The Hidden Gap.

FIFTH INTERNATIONAL CONFERENCE ON MARKETING AND RETAILING,
254–261.

World tourism Organization. (2015). **Tourism Vision**. สืบค้นเมื่อ December 20, 2014, จาก
<http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>

Zakiah Samoria and Noorsalwati Sabtub. (2012). Developing Halal Standard for Malaysian
Hotel Industry: An Exploratory Study. **International Halal Conference, PWTC,**
Kuala Lumpur, Malaysia, 144–157.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบรายงานการตรวจสอบการศึกษาชุมชน

แบบรายงานการตรวจสอบการศึกษาชุมชน

(Checklist for Community Study)

รายการที่ต้องการตรวจสอบ

1. ข้อมูลกายภาพ

1.1 ที่ตั้ง (Location)

1.1.1 หมู่บ้าน ตำบล (อบต.) อำเภอ จังหวัด ภาค

1.1.2 อาณาเขตติดต่อ

1.1.3 กลุ่มจังหวัดใกล้เคียง

1.2 การเข้าถึงและความเชื่อมโยง (Accessibility and Connectivity)

1.2.1 การเดินทางเข้าถึงชุมชนมีกี่ทาง

1.2.2 มี Get Way การเข้าถึงคืออะไร

1.2.3 ทางหลวงแผ่นดิน ถนนสายหลัก ถนนสายรอง

1.2.4 ถนนคอนกรีต ถนนลูกรัง ถนนดินโคลน

1.2.5 บริการรถเข้าถึงชุมชน จาก กทม. จากตัวจังหวัด มี/ไม่มี

บริการทุกวัน/บางวัน ราคาเหมารถเข้าชุมชน

2. ข้อมูลภูมิศาสตร์

2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

2.1.1 ความสูงจากระดับน้ำทะเลกี่เมตร/ฟุต

2.1.2 ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่_____และเส้นแวงที่_____

2.1.3 มีเนื้อที่ประมาณ_____ไร่

2.1.4 ลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นเนินเขา/พื้นที่เขา/พื้นที่รวม/เกาะ/ที่ราบ

ลุ่มแม่น้ำ/ที่ราบสูง/ที่ราบลุ่ม/ที่ปากแม่น้ำ/พื้นที่ต้นน้ำลำธาร

2.1.5 แหล่งน้ำทางธรรมชาติ ต้นน้ำลำธาร แม่น้ำ ห้วยหนอง คลอง บึง

2.1.6 ลักษณะของดิน: ดินตะกอน ดินปนทราย ดินปนกรวด มีการชะล้างพังทลายสูง/ต่ำ มีพืชปกคลุมน้อย/มาก ลักษณะของดินแบ่งได้เป็น 3 ชนิด: ชุดดินโคราช ชุดดินแม่ริม ชุดดินสติก (ร่วนหยาบ)

2.2 ลักษณะภูมิอากาศ

2.2.1 สภาพอากาศจำแนกตามฤดูแบบ Kopper เช่น ภูมิอากาศแบบฝนเมืองร้อน

2.2.2 มีกี่ฤดู ช่วงเวลาของฤดูต่างๆ

2.2.3 ลมมรสุม ช่วงเวลาของลมมรสุม

2.2.4 ปริมาณน้ำฝนที่มีลิเมตรต่อปี

2.2.5 ลักษณะอุณหภูมิ ลักษณะอุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี ลักษณะอุณหภูมิสูงสุด/ต่ำสุด ในเดือนอะไร

2.3 ลักษณะของพืช สัตว์ ความหลากหลายทางชีวภาพ

2.3.1 ทรัพยากรป่าไม้ในพื้นที่ สังคมพืชป่าผลัดใบ/เต็งรัง/ป่าเบญจพรรณ/ทุ่งหญ้า/ป่าไม้ผลัดใบ/ป่าดิบชื้น/ป่าดิบแล้ง/ป่าดิบเขา/ป่าพรุ/ป่าชายเลน/ป่าบึง ป่าทาม/ความโดดเด่นของป่าในพื้นที่

2.3.2 การปกคลุมพืชชั้นล่าง ความชื้น ความสมบูรณ์ของป่า การตัดไม้ทำลายป่า

2.3.3 พันธุ์ไม้ ดอกไม้ พืชเด่นท้องถิ่น

2.3.4 สัตว์ป่าชนิดต่างๆ นกประจำถิ่น นกย้ายถิ่น ผีเสื้อ

2.4 การใช้พื้นที่ในปัจจุบัน

2.4.1 พื้นที่อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยาน ป่าสงวน พื้นที่เขตทหารที่ราชพัสดุ ฯลฯ

2.5 ภัยธรรมชาติและภัยจากมนุษย์

2.5.1 ลมมรสุม คลื่นยักษ์ ดินถล่ม โคลนถล่ม อุทกภัย วาตภัย การก่อเหตุร้าย ยาเสพติด

3. ข้อมูลด้านสังคม

3.1 ประวัติความเป็นมาของพื้นที่/ชุมชน

3.1.1 ตั้งเป็นชุมชนมานานแล้วประมาณกี่ปี

3.1.2 ชาวบ้านชาวเมืองเดิมเป็นใครมาจากไหน

3.1.3 ผู้ก่อตั้งชุมชนรุ่นแรกคือใคร มาเริ่มตั้งรกรากบริเวณใดเป็นที่แรก

3.1.4 ที่มาของการตั้งชื่อชุมชน ตามลักษณะของภูมิประเทศ/พืชเด่นของพื้นที่/

ผู้ก่อตั้ง ฯลฯ

3.2 จำนวนประชากร

3.2.1 มีประชากรกี่คน กี่ครัวเรือน เพศหญิง/ชายกี่คน เป็นคนไทยพื้นเมือง

หรือชนเผ่า

3.2.2 ลักษณะประชากรส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุใด เด็ก หนุ่มสาว คนสูงอายุ

3.2.3 ประชากรส่วนมากอาศัยอยู่ในชุมชนมากี่ปี และเป็นภูมิลำเนาเดิมตั้งแต่

เกิด หรือมีการย้ายถิ่น

3.3 ลักษณะการตั้งบ้านเรือน

3.3.1 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณใด เช่น ที่ราบเชิงเขา ที่ราบลุ่มแม่น้ำ ริม

หนอง คลองบึง

3.3.2 บริเวณสวน ใกล้พื้นที่นา ใกล้ป่า

3.3.3 ลักษณะบ้านส่วนใหญ่ทำด้วยวัสดุอะไร บ้านไม้ บ้านอิฐ บ้านดิน สล

หลังคาจาก สังกะสี กระเบื้อง ฯลฯ

3.3.4 ลักษณะการปลูกบ้านเรือนเป็นอย่างไร เป็นบ้านกะตอบ บ้านชั้นเดียว

พื้นเป็นดิน บ้าน 2 ชั้นยกพื้นสูง ยังฉาง ไต้ถุน ครัว ล้าม เป็นล้ามซิมหรือล้ามหลุม

3.3.5 ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่ติดกัน กระจุกเป็นกลุ่ม เช่น เป็นคุ้ม หรือตั้ง

บ้านเรือน กระจายตามพื้นที่สวน ไร่ นา

3.4 ความเชื่อ ศาสนาของชุมชน

3.4.1 ประชาชนนับถือศาสนาอะไร ลัทธิ นิกายอะไร นับถือผี บรรพบุรุษ

3.4.2 มีการปฏิบัติธรรม พิธีการทางศาสนา

3.4.3 มีการศาสนสถานสำคัญอะไรบ้าง

3.5 วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร การแต่งกาย

- 3.5.1 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชน ของเผ่าต่าง ๆ
- 3.5.2 อาหารท้องถิ่น อาหารโภชนาบำบัด
- 3.5.3 ลักษณะการแต่งกายของคนในชุมชน การทอผ้า
- 3.5.4 ในชุมชนมีแหล่งประวัติศาสตร์ ตำนาน โบราณสถาน โบราณวัตถุ

แหล่งโบราณคดี

- 3.5.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการทำมาหากิน การเกษตร อาหาร
- 3.5.6 วรรณกรรม ดนตรี การฟ้อนรำ ศิลปะในชุมชน

3.6 สุขภาพ อนามัยของชุมชน

- 3.6.1 มีอนามัย โรงพยาบาล คลินิก กี่แห่ง
- 3.6.2 มีสาธารณสุขพื้นฐาน มีหน่วยแพทย์เคลื่อนที่
- 3.6.3 อยู่ห่างจากโรงพยาบาลในจังหวัดกี่กิโลเมตร
- 3.6.4 อัตราการเกิด อัตราการตาย ของทารกแรกเกิด
- 3.6.5 อายุเฉลี่ยของคนในชุมชน
- 3.6.6 การรักษาแพทย์พื้นบ้าน สมุนไพร: นวด การรักษาตามความเชื่อดั้งเดิม

3.7 การศึกษาในชุมชน

- 3.7.1 มีโรงเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีวะ มหาวิทยาลัยแห่ง
- 3.7.2 มีนักเรียนประถม มัธยม วิทยาลัย อาชีวะ มหาวิทยาลัยกี่คน
- 3.7.3 มีการศึกษานอกระบบ (กศน.)
- 3.7.4 มีโครงการอบรมวิชาชีพต่าง ๆ
- 3.7.5 มีโครงการอบรมด้านเกษตรทฤษฎีใหม่ เศรษฐกิจแบบพอเพียง
- 3.7.6 มีห้องสมุดชุมชน ห้องสมุดเคลื่อนที่ ที่อ่านหนังสือชุมชน

3.8 เศรษฐกิจชุมชน

- 3.8.1 ภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม ภาคบริการ
- 3.8.2 ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน เช่น ป่า เหมืองแร่ แหล่งน้ำธรรมชาติ

คุณภาพดิน

- 3.8.3 อาชีพหลักของชุมชน เช่น ทำนา ทำไร่ ทำสวน ปลูกพืชสมุนไพร รับจ้าง
- ค้าขาย การเก็บของป่าเพื่อดำรงชีวิต การประมง การรับจ้าง

- 3.8.4 การเลี้ยงสัตว์: วัว ควาย ช้าง ม้า หมู เป็ด ไก่ ฯลฯ

3.8.5 การผลิตสินค้า OTOP หัตถกรรม จักสาน การแปรรูปผลผลิตทาง
การเกษตร การทอผ้า ฯลฯ

3.9 การจัดการด้านการใช้พื้นที่ และการจัดการทรัพยากรในชุมชน

3.9.1 การ Zoning ของ Land use

3.9.2 การจัดการทรัพยากร

3.9.3 การจัดการมลพิษทางอากาศ น้ำ เสียง

3.9.4 การจัดการของเสีย

3.9.5 การจัดการน้ำ บำบัดน้ำเสีย



ภาคผนวก ข การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว

1. รายการทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติ	ชื่อและ ลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว ใคร/มาจาก ไหน	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/ โทรสาร
ภูมิทัศน์และ ภูมิอากาศ: หาดถ้ำ ปะการัง เกาะ เขา ที่ราบสูง ภูเขาไฟ ทะเล ที่ดอน ฤดูกาล อุณหภูมิ ชายฝั่งทะเล ลม ฯลฯ							
พืช ต้นไม้ ดอกไม้: ป่า ไร่เขา สวนผลไม้ ฟาร์ม ต้นไม้ ดอกไม้ ทุ่งหญ้า สมุนไพร ความหลากหลายทาง ชีวภาพ สวนครัว ป่า ชายเลน ป่าเขตร้อน ฯลฯ							
สัตว์: นก สัตว์บก สัตว์น้ำ สัตว์ใกล้สูญพันธุ์ แมลง สัตว์ป่า สัตว์ เลี้ยงลูก ด้วยนม สัตว์ เลี้ยง ปศุสัตว์ สัตว์ครึ่ง บกครึ่งน้ำ ฯลฯ							
น้ำ แม่น้ำ ลำคลอง สระน้ำ ลำธาร แม่น้ำ น้ำพุร้อน บึง หนอง มหาสมุทร ทะเล หิมะ ฝน น้ำแข็ง อ่างเก็บน้ำ เขื่อน คลอง ฯลฯ							

2. รายการทรัพยากรวัฒนธรรม

ทรัพยากรวัฒนธรรม	ชื่อและ ลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว ใคร/มาจาก ไหน	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/ โทรสาร
มรดกวัฒนธรรม: ปราสาท บ៉่อม ที่เกิดคน สำคัญ อุทยาน ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรม พื้นบ้าน พิพิธภัณฑ อนุสาวรีย์ ศูนย์ข้อมูล ศูนย์ วัฒนธรรม สนามรบ ถิ่นโบราณ หมู่บ้าน ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ฯลฯ							
มรดกด้านศาสนา: โบสถ์ วิหาร สุเหร่า โบสถ์คริสต์ วัด สุสาน เมรุ ศาสนสถาน ปราสาทขอม เจดีย์ ปราสาท พระพุทธรูป ปางต่างๆ สถาปัตยกรรม ด้านศาสนาจิตรกรรมฝาผนัง ไบเบิล ประติมากรรม พระไตรปิฎก อัลกุรอาน							
ศิลปะชาติพันธุ์: ชนกลุ่มน้อย ชาวเขา คนพื้นเมือง การฟ้อนรำ ดนตรี ภาษาถิ่น อาหาร เครื่องดื่ม บ้านเรือน หัตถกรรม อุตสาหกรรม ครั้วเรือน รายการทีวี การแสดง ขนบธรรมเนียม ประเพณี							

3. รายการทรัพยากรมหกรรมและปรากฏการณ์ที่สำคัญ

ทรัพยากรมหกรรม และปรากฏการณ์ที่ สำคัญ	ชื่อและ ลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การ เข้าถึง	ผู้ใช้ ประโยชน์	บริการ นักท่องเที่ยว	ข้อมูล นักท่องเที่ยว ใคร/มาจาก ไหน	ชื่อผู้ที่จะ ติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/ โทรสาร
มหกรรม: เฟสติวล ดนตรีชนิด ต่างๆ แจ๊ส ป๊อป การแสดง ละคร เต้นรำ บัลเล่ย์ ลีเก หนึ่งใหญ่ หุ่นกระบอก มหกรรม ผลไม้ งานแสดงสินค้า							
การแข่งขัน: กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอล มวย ระดับชาติ/โลก กรีฑา ถ้วยคิงส์คัพ โซว์/การแข่งขัน/ ประกวดสุนัข การแข่งขันเรือ การแข่งขันจักรยาน ฯลฯ งานแสดงสินค้า							
ธุรกิจ: งานแสดงสินค้า เกษตรกรรม เรือ รถยนต์ อุปกรณ์กีฬา งานประชุมธุรกิจ ประชุมสมาคมโลก งานแสดงอื่น ๆ วันชาติ งานฉลอง ขบวนแห่ มหกรรม แสงบุญ ประกวด งานแสดงด้าน การทหาร การถ่ายรูป							

4. รายการทรัพยากรด้านกิจกรรม

ทรัพยากรด้านกิจกรรม	ชื่อและลักษณะ	ที่ตั้ง (แผนที่)	การเข้าถึง	ผู้ใช้ประโยชน์	บริการนักท่องเที่ยว	ข้อมูลนักท่องเที่ยว ใคร/มาจากไหน	ชื่อผู้ที่จะติดต่อ สถานที่ โทรศัพท์/โทรสาร
กิจกรรมนันทนาการ: สนามเด็กเล่น สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เส้นทาง ศึกษาศรมชาติ กระโดคร่ม จักรยาน ว่ายน้ำ วาดรูป สนามกรีฑา สระน้ำ พายเรือ ดำน้ำ ล่องแพ ล่าสัตว์ ตกปลา ยิงปืน ฯลฯ							
กิจกรรมด้านบริการ: ข่ายปลีกอุปกรณ์ แค้มป์ อุปกรณ์เล่นสกี หอดิลป์ เสื้อผ้าเฉพาะ เซรามิค แก้ว สินค้า โรงงาน ศูนย์ประชุม สินค้ามือสอง SPA การ อบสมุนไพร การนวด การรักษา							
สิ่งอำนวยความสะดวก: ทิวทัศน์สวนผลไม้ ทิว อุทยานแห่งชาติ ฟาร์ม สวนพฤกษชาติ ห้องฟ้า จำลอง สวนสนุก ทิวทัศน์โรงงาน เขื่อน เหมือง ท่าเรือ สถานี รถไฟ รถกระเช้า สวนสาธารณะ							

ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย

เรื่องแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล

สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ให้สัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด” ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ

นางสาวชญาณี โยธาสมุทร

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

มหาวิทยาลัยพะเยา

แบบสัมภาษณ์

หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ☐ ภาครัฐ ☐ ภาคเอกชน ☐ ภาคประชาชน
☐ นักท่องเที่ยว
 วันที่..... เดือน..... พ.ศ. เวลา
 สถานที่ทำการสัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของพื้นที่ ได้แก่

ทรัพยากรธรรมชาติ 1).....2).....3).....
 ทรัพยากรวัฒนธรรม 1).....2).....3).....
 ทรัพยากรมรดก 1).....2).....3).....
 ทรัพยากรกิจกรรม 1).....2).....3).....
 ทรัพยากรบริการ 1).....2).....3).....

ตอนที่ 3 ท่านคิดว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ ได้แก่

จุดแข็ง
 1).....2).....3).....
 จุดอ่อน
 1).....2).....3).....
 โอกาส
 1).....2).....3).....
 อุปสรรค
 1).....2).....3).....

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบันซึ่งต่อไปนี้อย่างไร

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (เช่น มีความหลากหลาย สะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความโดดเด่นเฉพาะถิ่น เป็นต้น)

.....

.....

.....

ด้านการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เช่น มีการจัด Zoning การปรับแต่งภูมิทัศน์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน มีการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน)

.....

.....

.....

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (เช่น มีการวางแผนร่วมกับชุมชนในด้านการอนุรักษ์ การกระจายรายได้อย่างทั่วถึง)

.....

.....

.....

ด้านการสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ การสื่อความหมาย (เช่น มีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่และบริบทของแหล่งท่องเที่ยว มีการสื่อความหมายชัดเจนเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว)

.....

.....

.....



ตอนที่ 5 ท่านคิดว่าพื้นที่นี้ควรมีวิสัยทัศน์ หมายถึง ความปรารถนา ความใฝ่ฝัน ความต้องการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนไปสู่ความสำเร็จสูงสุด ในระยะเวลา 5-10 ปี ข้างหน้าในอนาคตคืออะไร

วิสัยทัศน์ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านเศรษฐกิจ

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านสังคม

.....

.....

.....

วิสัยทัศน์ด้านการพัฒนาจิตใจ

.....

.....

.....



ตอนที่ 6 ท่านคิดว่า เพื่อพัฒนาพื้นที่ไปสู่วิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ พื้นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ คือ
แผนงานหลักที่สำคัญในด้านต่างๆ กลยุทธ์ ได้แก่ แผนงานกลุ่มโครงการ และโครงการอะไรบ้าง

- 1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
 - 1.1) กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
 - โครงการ
 - โครงการ
 - โครงการ
 - 1.2) กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร
 - โครงการ
 - โครงการ
 - โครงการ
- 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น
 - 2.1) กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจและการตลาด
 - โครงการ
 - โครงการ
 - โครงการ
 - 2.2) กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - โครงการ
 - โครงการ
 - โครงการ
- 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม
 - 3.1) กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว
 - โครงการ
 - โครงการ
 - โครงการ
 - 3.2) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายจากการท่องเที่ยวชุมชน
 - โครงการ
 - โครงการ
 - โครงการ
- 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ
 - 4.1) กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน
 - โครงการ
 - โครงการ
 - โครงการ

4.2) กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจและปลูกจิตสำนึก

โครงการ.....

โครงการ

โครงการ.....

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะด้านต่างๆในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

ด้านสิ่งแวดล้อม

.....

ด้านเศรษฐกิจ

.....

ด้านสังคม

.....

ด้านการพัฒนาจิตใจ

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์



**ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยหน่วยงานภาครัฐ
ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล**

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน
ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล
เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม
ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

1. ภาครัฐ

- 1.1 นางสาววรธีรา สุวรรณศรี
ผู้อำนวยการกองพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร
- 1.2 นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
- 1.3 นางสุชาติพิทย์ สนเี่ยม ผู้อำนวยการ
สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล กรุงเทพมหานคร
- 1.4 นายสุกรีย์ สิทธิวิช
อดีตรองผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 1.5 นางสาวปัญชพัฒน์ หลักดี
ผู้อำนวยการ สำนักงานเขตบางพลัด
- 1.6 รศ.ดร.อิสมาแอ อาลี
กรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
- 1.7 นางสรินญา แสงประสพ
พนักงานอาวุโส ธนาคารออมสิน สาขาปากคลองตลาด
- 1.8 คุณอดุลย์ โยธาสุมุท
อดีตสมาชิกสภาเขตบางพลัด

2. ภาคเอกชน

2.1 รศ.ดร. วินัย ดะห์ลัน

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล สถาบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2 ดร. อาณัฐ เด่นยิ่งโยชน์

ผู้ช่วยผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.3 นางสาวณัฐพร ละออจันทร์

ผู้จัดการฝ่ายขายอาวุโส โรงแรมอัลมีรอซ

2.4 นางสาวนัจมา แสงเกษมสานต์

ผู้จัดการศูนย์ขยายงานการรับประกันภัยตะกาฟูล

(ประกันภัยการท่องเที่ยวฮาลาล) บริษัททิพย์ประกันภัย

2.5 อีหม่ามสมบัติ ชูโอ๊ะ

อีหม่ามมัสยิดอรรเราะห์มาน หนองตาหมอ เขตหนองจอก

2.6 นายมุฮัมหมัดอาลี รามบุตร

กรรมการผู้จัดการร้านเนื้อแท้

2.7 นายต่อศักดิ์ สุทธิชาติ

ผู้เชี่ยวชาญพัฒนาธุรกิจ SMEs สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)

2.8 นางจรรุวรรณ สุวรรณศาสตร์

ผู้อำนวยการฝ่าย MICE Intelligence & นวัตกรรม

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (TCEP)

3. ภาคประชาชน

ประชาชนทั่วไปที่สนใจและมีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวฮาลาลในพื้นที่

กรุงเทพมหานคร จำนวน 8 คน

4. นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวฮาลาลในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

จำนวน 8 คน

ภาคผนวก จ แบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ

แบบสอบถามความคิดเห็นของภาครัฐ เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมีศักยภาพสูง” การวิจัย ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะแรงจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

นางสาวชญาณี โยธาสุมทร
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ 17-24 ปี ☐ 25-34 ปี
☐ 35-44 ปี ☐ 45-54 ปี
☐ 55-64 ปี ☐ 65 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส
☐ หม้าย ☐ หย่าร้าง
4. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา
☐ ประกาศนียบัตร ☐ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท
☐ ปริญญาเอก ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไปนี้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย					
2. สวนลุมพินี สวนหลวงร.9 สวนบางกระเจ้าศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง ปตท.					
3. สวนสัตว์คลองสามวา สวนสยาม สวนน้ำโพโรระ อควาพาร์ค กรุงเทพฯ					
4. SEA LIFE โลกใต้ทะเลบางกอก ซาฟารีเวิลด์ สวนสนุก Siam Amazing Park					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม มัสยิดต้นสน มัสยิดอาหรับ มัสยิดบางหลวง มัสยิดบางอ้อ สถาบันศิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย					
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์มรดกวัฒนธรรมอิสลามและศูนย์การเรียนรู้คัมภีร์อัลกุรอาน มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์สวนสูง สถานที่เสภา					
3. ย่านเมืองเก่าเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ย่านชุมชนจีน ไชน่าทาวน์เยาวราช ย่านค้าเก่าแก่บางลำพู ถนนข้าวสาร ท่าพระจันทร์ ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด/ ตลาดพลู ตลาดจตุจักร ตลาดวังหลัง					

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรหรม เทศกาลและประเพณี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง ประเพณีเทศกาลถือศีลตรอมฏอน ประเพณีวันออกบวช ประเพณีกวนข้าวอาซูรอ พิธีละหมาด					
2. เทศกาลอาหารฮาลาล เทศกาลอาหารไทย เทศกาลอาหารนานาชาติ เทศกาลอาหารทะเล เทศกาลผลไม้ไทยเลิศรส ทูเรียน มังคุด มะม่วง					
3. มหกรรมสินค้าฮาลาล มหกรรมวิชาการอิสลามศึกษา 4.0 มหกรรมงานดนตรี งานแสดงสินค้าแห่งเอเชีย มหกรรมกีฬา					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม					
1. เยี่ยมชมชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ชุมชนยะวาทิมุสลิมกลางกรุง ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ ชุมชนมัสยิดคึกคัก ชุมชนมัสยิดมหานาค					
2. ชุมชนอิพอินทรีย์ฟาร์มเวิร์ลด์ฟอเพียง					
3. พิธีละหมาดในมัสยิดโบราณกรุงเทพมหานคร พิธีถือศีลอดในกรุงเทพมหานคร					
4. ร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนสตรีทฟู้ดย่านไชน่าทาวน์ ซอปปิงศูนย์การค้าถนนสุขุมวิท ตลาดนัดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ					
1. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
2. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวฮาลาลที่เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม					
3. มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ฟาร์มสเตย์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม					
4. มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหารมุสลิมฮาลาล/					
5. ห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน ห้องละหมาด					
6. มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
คำชี้แจง ท่านคิดว่าคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
 แต่ละข้อต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียนเข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิม ในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง					
2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยาสองฟากฝั่ง ลำคลอง สวนสาธารณะ กรุงเทพมหานคร มีโครงการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว					
3. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านพหุวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถาน วัด โบสถ์คริสต์ มัสยิด ศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิมมีมัสยิดที่สวยงาม					
4. เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย					
5. ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลใน กรุงเทพมหานคร					
6. กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก มีสตรีทฟู้ดที่สุดในโลกและเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workcation)					
จุดอ่อน					
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน					
2. ขาดความร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ					
3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการขายท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร					
4. ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างมาตรฐานของบริการ					
5. ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม					
โอกาส					
1. มีกระแสการท่องเที่ยวโลกในอนาคต ด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติวัฒนธรรม อาหาร สุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิตและการท่องเที่ยวมีจิต					
2. ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก					
3. ใน ค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9 , 000ล้านคน ซึ่งจะเป็นประชากรมุสลิม 2 , 000ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล					
4. ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดโอกาสในการทำการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต					

อุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีเมืองใหญ่ที่เป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยว เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ไทเป โตเกียว					
2. โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง สงครามเย็น					
3. โลกมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก					
4. โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ ฯลฯ					
5. โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติทางชีววิทยา เช่น โรคระบาดโควิด 19					
6. โลกมีปัญหาด้านก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ยาเสพติด					

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่แห่งนี้มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจัยต่อไปนี้อย่างไร

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร แต่ละข้อต่อไปนี้ อยู่ในระดับใด

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว					
2. สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว					
3. วิถีทัศน์ที่สวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
4. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์					
6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ					
2. การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก					
3. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร					
4. การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว					
5. การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ					
6. การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม					
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว					
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง					
4. มีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ					
5. มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					

ปัจจัยชี้ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมาย	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว					
2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว					
4. กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชนนักท่องเที่ยว และองค์กรต่าง ๆ					

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมีวิสัยทัศน์ คือความใฝ่ฝัน ความปรารถนา ความต้องการในการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีชื่อเสียงโดดเด่นระดับโลก โดยการสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจุดยืน (Positions) 4 ด้านในระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า ดังต่อไปนี้ในระดับใด

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ “เยือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด เมื่อล่องลอยไปตามลำน้ำเจ้าพระยาและลำคลองที่คดเคี้ยวไปตามเรือสวนผลไม้ นานาชนิด สวนส้มบางมดที่หวานสนิท สวนลิ้นจี่อายุร้อยปี เขตจอมทอง ชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวลเหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าแสม ป่าโกงกาง ชานมมหานครที่เขตอบอุ่นเย็น พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงใต้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธีละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่บนปากฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานครเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”					
2. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถี “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เที่ยวบางกอก มหานครแห่งทวยเทพ (City of Angles) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและสุขภาพกายใจ เชื้อร่างกาย ผ่าตัดหัวใจ รับการรักษาพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก ที่โรงพยาบาลชั้นนำพร้อมแพทย์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ล้ำยุคที่สุดในกรุงเทพมหานคร เข้าโปรแกรมเสริมสร้างสุขภาพเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคทุกชนิด ที่ศูนย์สุขภาพชีวภาพ ร่วมชมกรรมศิลป์ ดนตรี กีฬา และความบันเทิงตลอดปี ขอบปัสสิณค้าแบรนด์เนมและสินค้าแฟชั่นสุดหรูระดับโลกที่ย่านช้อปปิ้ง ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนสาทร ร่วมเทศกาลสตรีทฟู้ด อาหารทะเลสดๆกลางกรุงสไตล์ฮาลาล ร่วมชมกรรมภาพยนตร์ สินค้าอุปโภคบริโภคฮาลาลเที่ยวตลาดนัด ตลาดน้ำ ถนนวัฒนธรรม ถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุกริมฝั่งเจ้าพระยาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครแล้วกระจายรายได้สู่ชุมชน					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคม เอือนกรุงเทพมหานครเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกันได้ฟ้าบางกอก มาตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้วอย่างกลมกลืนและสันติสุข เอี่ยมเอือนชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่งเจ้าพระยา เมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบๆมัสยิดทั้งความที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสวิถีชีวิตคนจีน โปรตุเกส ในหมู่บ้านกุฎีจีนเพื่อชิมอาหารแต้จิ๋ว อาหารโปรตุเกส อาหารไทยโบราณ ชมถนนสตรีทฟู้ดยามราตรี ที่ยังสะท้อนวิถีชีวิตคนจีนบางกอกอย่างมั่นคงที่ไชน่าทาวน์ เอี่ยมหมู่บ้านช่างกลางกรุงเทพที่บ้านบาตร บ้านช่างหล่อ บ้านบุที่ทำขันลงหิน สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา ศาสนา และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุง เพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน					
4. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เอือนมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ผ่านการค้าโบราณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนถนนสายวัฒนธรรม บนเกาะรัตนโกสินทร์ ชมความงามอลังการของเรือพระราชพิธีเสด็จทางชลมารค ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย ชมความงามของประณีตศิลป์ของวัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นและงดงามที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดทั้งงดงามที่สุด 10 อันดับในกรุงเทพมหานคร เพื่อมีโอกาสในการทำละหมาดในมัสยิดดังกล่าวเพื่อความสงบสันติในจิตใจ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมียุทธศาสตร์ คือ แนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามความต้องการที่จะให้กรุงเทพมหานครพัฒนาไปในทิศทางที่ดีที่สุดในระดับใด

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
2. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น					
3. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
4. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครในแต่ละยุทธศาสตร์ควรมีกลยุทธ์ คือ แผนปฏิบัติการและโครงการเพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของวิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนด ในระดับใด

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการอนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว)Zoning(เชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานบนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 3 โครงการจัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 4 โครงการกำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองพร้อมจุดแวะชมวัดและชุมชนสองฝากฝั่ง					
โครงการที่ 5 โครงการกำหนดเขต)Zoning (ระเบียบข้อปึง)Shopping Corridor (ผ่านสุขุมวิท สาทร สีลมและพื้นที่ชอปปิงรอบกรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งชอปปิงระดับโลก					
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร 650 เขต เพื่อเป็นมหานครสีเขียวสะอาดสวยงามและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 7 โครงการกรุงเทพมหานครมีมาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำรับมือกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำหนุนและน้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ					
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร) Resource Management(					
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียรวมของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการจัดสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะ ร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต กรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 4 โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยน้ำ EM ในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต					
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในที่พักแรมอาคารสูงและบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 6 โครงการจัดการทรัพยากรด้วยรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ B.E.G. Economyเศรษฐกิจชีวภาพ) =Bio(เศรษฐกิจหมุนเวียน)circular(และเศรษฐกิจสีเขียว)Green(เพื่อความยั่งยืนในทันที 50 เขตของกรุงเทพมหานครทั้งระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร					
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 2 โครงการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์					
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปสำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้ที่มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์					
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์เชื่อมโยง ตลาดมุสลิม					
โครงการที่ 7 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์เชื่อมโยง ตลาดสากล Facebook Youtube Tripadvisor					
โครงการที่ 8 โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว					
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัด นานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานคร ในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 5 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัส สังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย					
โครงการที่ 6 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานครเมือง นวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาธุรกิจ Hostel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 8 โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐานอยและฮาลาล .ของผลิตภัณฑ์อาหาร ของฝาก ของที่ระลึก สมุนไพร และเวชสำอางฮาลาล					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเอง ระดับชุมชน					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 2 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล กรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม					
โครงการที่ 5 โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 7 โครงการสร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร					
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้					
โครงการที่ 1 โครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพรรักษาสุขภาพ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างเครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน					
โครงการที่ 5 โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 6 โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน					
โครงการที่ 7 โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสนับสนุนการจัดมหรธรมแพทยทางเลือกนานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์					
โครงการที่ 4 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปะวัฒนธรรม					
โครงการที่ 5 โครงการอบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น					
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล					
โครงการที่ 7 โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึก					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาแห่งโลก					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม					
โครงการที่ 4 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในทุกชุมชน					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ประเทศไทย

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

.....
.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

.....
.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

.....
.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

.....
.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ
ผู้วิจัย

ภาคผนวก จ แบบสอบถามความคิดเห็นของเอกชน

แบบสอบถามความคิดเห็นของเอกชน

เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม
ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมุสลิมบางอ้อ เขตบางพลัด ” การวิจัย ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะแรงจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว
- ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

นางสาวชญาณี โยธาสุมทร
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

3. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
4. อายุ ☐ 17-24 ปี ☐ 25-34 ปี
☐ 35-44 ปี ☐ 45-54 ปี
☐ 55-64 ปี ☐ 65 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส
☐ หม้าย ☐ หย่าร้าง
5. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา
☐ ประกาศนียบัตร ☐ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท
☐ ปริญญาเอก ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไปนี้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย					
2. สวนลุมพินี สวนหลวงร.9 สวนบางกระเจ้าศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง ปตท.					
3. สวนสัตว์คลองสามวา สวนสยาม สวนน้ำโพโรโร อควาพาร์ค กรุงเทพฯ					
4. SEA LIFE โลกใต้ทะเลบางกอก ซาฟารีเวิลด์ สวนสนุก Siam Amazing Park					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม มัสยิดต้นสน มัสยิดฮารูน มัสยิดบางหลวง มัสยิดบางอ้อ สถาบันศิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย					
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์มรดกวัฒนธรรมอิสลามและศูนย์การเรียนรู้คัมภีร์อัลกุรอาน มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์สวนจตุรมิตร สวนเสวยภา					
3. ย่านเมืองเก่าเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ย่านชุมชนจีนไชน่าทาวน์เยาวราช ย่านค้าเก่าแก่บางลำพูถนนข้าวสาร ท่าพระจันทร์ ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด/ตลาดพลู ตลาดจตุจักร ตลาดวังหลัง					

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมทรรรม เทศกาลและประเพณี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง ประเพณีเทศกาลถือศีลตรอมฏอน ประเพณีวันออกบวช ประเพณีกวนข้าวอาซูรอ พิธีละหมาด					
2. เทศกาลอาหารฮาลาล เทศกาลอาหารไทย เทศกาลอาหารนานาชาติ เทศกาลอาหารทะเล เทศกาลผลไม้ไทยเลิศรส ทุเรียน มังคุด มะม่วง					
3. มทรรรมสินค้าฮาลาล มทรรรมวิชาการอิสลามศึกษา 4.0 มทรรรมงานดนตรี งานแสดงสินค้าแห่งเอเชีย มทรรรมกีฬา					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม					
1. เยี่ยมชมชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ชุมชนยะวาห์มุสลิมกลางกรุง ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ ชุมชนมัสยิดตึกดิน ชุมชนมัสยิดมหานาค					
2. ชุมชนอิพอินทรีย์ฟาร์มเวิลด์พอเพียง					
3. พิธีละหมาดในมัสยิดโบราณกรุงเทพมหานคร พิธีถือศีลอดในกรุงเทพมหานคร					
4. ร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนสตรีฟู้ดย่านไชน่าทาวน์ ขอปิงศูนย์การค้าถนนสุขุมวิท ตลาดนัดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ					
1. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
2. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวฮาลาลที่เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม					
3. มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ฟาร์มสเตย์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม					
4. มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหารมุสลิมฮาลาล/					
5. ห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน ห้องละหมาด					
6. มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร แต่ละข้อต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียนเข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิมในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง					
2. มีทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยาสองฟากฝั่ง ลำคลอง สวนสาธารณะ กรุงเทพมหานคร มีโครงการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว					
3. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านพหุวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถาน วัด โบสถ์คริสต์ มัสยิด ศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิมมี มัสยิดที่ สวยงาม					
4. เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย					
5. ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล ในกรุงเทพมหานคร					
6. กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก มีสตรีทฟู้ดดีที่สุดในโลกและเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workcation)					
จุดอ่อน					
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน					
2. ขาดความร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ					
3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการขายท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร					
4. ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างมาตรฐานของบริการ					
5. ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม					
โอกาส	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีกระแสการท่องเที่ยวโลกในอนาคตด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม อาหาร สุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิตและการท่องเที่ยววิถีจิต					
2. ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก					
3. ใน ค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9 , 000ล้านคน ซึ่งจะเป็นประชากรมุสลิม 2 , 000ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล					
4. ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดโอกาสในการทำตลาดดิจิทัล บนอินเทอร์เน็ต					

อุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
1. มีเมืองใหญ่ที่เป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยว เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ไทเป โตเกียว					
2. โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง สงครามเย็น					
3. โลกมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก					
4. โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ ฯลฯ					
5. โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติทางชีววิทยา เช่น โรคระบาดโควิด 19					
6. โลกมีปัญหาด้านก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ยาเสพติด					

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่แห่งนี้มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบันต่อไปอย่างไร

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร แต่ละข้อต่อไปนี้ อยู่ในระดับใด

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว					
2. สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว					
3. วิถีชีวิตที่สวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
4. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์					
6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ					
2. การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก					
3. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร					
4. การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว					
5. การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ					
6. การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม					
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว					
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง					
4. มีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ					
5. มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					

ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมาย					
1. มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว					
2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว					
4. กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และองค์กรต่าง ๆ					

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมีวิสัยทัศน์ คือความใฝ่ฝัน ความปรารถนา ความต้องการในการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีชื่อเสียงโดดเด่นระดับโลก โดยการสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจุดยืน (Positions) 4 ด้านในระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า ดังต่อไปนี้ในระดับใด

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ “เยือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด เมื่อล่องลอยไปตามลำน้ำเจ้าพระยาและลำคลองที่คดเคี้ยวไปตามเรือสวนผลไม้แม่น้ำนาชนิด สวนส้มบางมดที่หวานสนิท สวนลิ้นจี่อายุร้อยปี เขตจอมทอง ชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวลเหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าเสม ป่าโกงกาง ชานมมหานครที่เขตอบขุนเทียน พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงใต้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธีละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่บนปากฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานครเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”					
2. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถี “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เที่ยวบางกอกมหานครแห่งทวยเทพ (City of Angles) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและสุขภาพกายใจ เชื้อร่างกาย ผ่าตัดหัวใจ รับการรักษาพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก ที่โรงพยาบาลชั้นนำพร้อมแพทย์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ล้ำยุคที่สุดใน กรุงเทพมหานคร เข้าโปรแกรมเสริมสร้างสุขภาพเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคทุกชนิด ที่ศูนย์สุขภาพชีวาธรรมร่วมมหกรรมศิลปะ ดนตรี กีฬา และความบันเทิงตลอดปี ขอบปิ้งสินค้าแบรนด์เนมและสินค้าแฟชั่นสุดหรูระดับโลกที่ย่านขอบปิ้ง ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนสาทร ร่วมเทศกาล สตรีทฟู้ด อาหารทะเลสดๆกลางกรุงสไตล์ฮาลาล ร่วมมหกรรมภาพยนตร์ สินค้าอุปโภคบริโภคฮาลาล เที่ยวตลาดนัดตลาดน้ำ ถนนวัฒนธรรม ถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุกริมฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครแล้วกระจายรายได้สู่ชุมชน					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคม เยือนกรุงเทพมหานครเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกัน ได้ฟ้าบางกอก มาตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้วอย่างกลมกลืนและสันติสุข เยี่ยมเยือน ชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่งเจ้าพระยา เมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบ ๆ มัสยิดทั้งความที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสวิถีชีวิตคนจีน โปรตุเกส ในหมู่บ้านกุฎีจีนเพื่อชิมอาหารแต้จิ๋ว อาหารโปรตุเกส อาหารไทยโบราณ ชมถนนสตรีทฟู้ดยามราตรี ที่ยังสะท้อนวิถีชีวิตคนจีนบางกอกอย่างมั่นคงที่ไชน่าทาวน์ เยี่ยมหมู่บ้านช่างกลางกรุงเทพ ที่บ้านบาตร บ้านช่างหล่อ บ้านบุที่ทำชันลงหิน สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา ศาสนา และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุง เพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน					
4. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เยือนมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ผ่านการค้าโบราณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนถนนสายวัฒนธรรม บนเกาะรัตนโกสินทร์ ชมความงามอลังการของเรือพระราชพิธีเสด็จทางชลมารค ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย ชมความงามของประณีตศิลป์ของวัฒนธรรมไทย ที่โดดเด่นและงดงามที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดทั้งงดงามที่สุด 10 อันดับในกรุงเทพมหานคร เพื่อมีโอกาสในการทำละหมาดในมัสยิดดังกล่าวเพื่อความสงบสันติในจิตใจ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมียุทธศาสตร์ คือ แนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามความต้องการที่จะให้กรุงเทพมหานครพัฒนาไปในทิศทางที่ดีที่สุดในระดับใด

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
2. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น					
3. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
4. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครในแต่ละยุทธศาสตร์ควรมีกลยุทธ์ คือ แผนปฏิบัติการและโครงการเพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของวิสัยทัศน์ภายในรอบเวลาที่กำหนด ในระดับใด

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการอนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว)Zoning(เชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานบนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 3 โครงการจัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 4 โครงการกำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองพร้อมจุดแวะชมวัดและชุมชนสองฝากฝั่ง					
โครงการที่ 5 โครงการกำหนดเขต)Zoning (ระเบียบข้อบังคับ)Shopping Corridor (ผ่านสุขุมวิท สาทร สีลมและพื้นที่ช้อปปิ้งรอบ กรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งช้อปปิ้งระดับโลก					
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร 650 เขต เพื่อเป็นมหานครสีเขียวสะอาดสวยงามและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 7 โครงการกรุงเทพมหานครมีมาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำ รับมือกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำหนุนและน้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ					
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร) Resource Management(					
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียรวมของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการจัดสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะ ร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต กรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 4 โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยน้ำ EM ในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต					
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในที่พักแรมอาคารสูงและบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 6 โครงการจัดการทรัพยากรด้วยรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ B.E.G. Economyเศรษฐกิจชีวภาพ) =Bio(เศรษฐกิจหมุนเวียน)circular(และเศรษฐกิจสีเขียว)Green(เพื่อความยั่งยืนในทันที 50 เขตของกรุงเทพมหานครทั้งระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร					
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 2 โครงการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์					
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปสำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้ที่มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์					
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวฮาลาลให้กับ ผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยง ตลาดมุสลิม					
โครงการที่ 7 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยง ตลาดสากล Facebook Youtube Tripadvisor					
โครงการที่ 8 โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ เพื่อพัฒนา การท่องเที่ยว					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัดนานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 5 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย					
โครงการที่ 6 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานครเมืองนวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาธุรกิจ Hostel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 8 โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐาน อ้อยและฮาลาล ของผลิตภัณฑ์อาหารของฝาก ของที่ระลึก สมุนไพร และเวชสำอางค์ฮาลาล					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับชุมชน					
โครงการที่ 2 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม					
โครงการที่ 5 โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 7 โครงการสร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร					
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้					
โครงการที่ 1 โครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างเครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน					
โครงการที่ 5 โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 6 โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน					
โครงการที่ 7 โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสนับสนุนการจัดมหกรรมแพทย์ทางเลือกนานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์					
โครงการที่ 4 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม					
โครงการที่ 5 โครงการอบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น					
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล					
โครงการที่ 7 โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล					
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึก					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาแห่งโลก					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม					
โครงการที่ 4 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในทุกชุมชน					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ประเทศไทย

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

.....

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

.....

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ
ผู้วิจัย



ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชน

แบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด” การวิจัย ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะแรงจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว
- ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร
- ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

นางสาวชญาณี โยธาสุมทร
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ 17-24 ปี ☐ 25-34 ปี
☐ 35-44 ปี ☐ 45-54 ปี
☐ 55-64 ปี ☐ 65 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส
☐ หม้าย ☐ หย่าร้าง
4. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา
☐ ประกาศนียบัตร ☐ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโท
☐ ปริญญาเอก ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไปนี้ เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย					
2. สวนลุมพินี สวนหลวงร.9 สวนบางกระเจ้าศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง ปตท.					
3. สวนสัตว์คลองสามวา สวนสยาม สวนน้ำโพโรโร อควาพาร์ค กรุงเทพฯ					
4. SEA LIFE โลกใต้ทะเลบางกอก, ซาฟารีเวิลด์, สวนสนุก Siam Amazing Park					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม มัสยิดต้นสน มัสยิดฮารูน มัสยิดบางหลวง มัสยิดบางอ้อ สถาบันศิลปะอิสลามแห่งประเทศไทย					
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์มรดกวัฒนธรรมอิสลามและศูนย์การเรียนรู้คัมภีร์อัลกุรอาน มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์สวนงู สถานเสาวภา					
3. ย่านเมืองเก่าเกาะรัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ย่านชุมชนจีนไชน่าทาวน์เยาวราช ย่านค้าเก่าแก่บางลำพู ถนนข้าวสาร ท่าพระจันทร์ ย่านชุมชนมอญเกาะเกร็ด/					
4. วัฒนธรรมอาหาร จีน ไทย มุสลิม ถนนอาหาร ถนนคนเดิน ไนท์บาซ่า ตลาดฮาลาลเจริญกรุง ตลาดพลู ตลาดจตุจักร ตลาดวังหลัง					

ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมทรรรม เทศกาลและประเพณี	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง ประเพณีเทศกาลถือศีลตรอมฏอน ประเพณีวันออกบวช ประเพณีกวนข้าวอาซูรอ พิธีละหมาด					
2. เทศกาลอาหารฮาลาล เทศกาลอาหารไทย เทศกาลอาหารนานาชาติ เทศกาลอาหารทะเล เทศกาลผลไม้ไทยเลิศรส ทุเรียน มังคุด มะม่วง					
3. มทรรรมสินค้าฮาลาล มทรรรมวิชาการอิสลามศึกษา 4.0 มทรรรมงานดนตรี งานแสดงสินค้าแห่งเอเชีย มทรรรมกีฬา					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม					
1. เยี่ยมชมชุมชนมุสลิมเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ชุมชนยะวาวิถีมุสลิมกลางกรุง ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ ชุมชนมัสยิดตึกดิน ชุมชนมัสยิดมหานาค					
2. ชุมชนอิฟอานทรีฟาร์มเวิลด์ฟอเพียง					
3. พิธีละหมาดในมัสยิดโบราณกรุงเทพมหานคร พิธีถือศีลอดในกรุงเทพมหานคร					
4. ร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนสตรีฟู้ดย่านไชน่าทาวน์ ขอปิงศูนย์การค้าถนนสุขุมวิท ตลาดนัดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ					
1. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
2. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวฮาลาลที่เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวมุสลิม					
3. มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ฟาร์มสเตย์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม					
4. มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหารมุสลิมฮาลาล/					
5. ห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน ห้องละหมาด					
6. มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร แต่ละข้อต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียนเข้าถึงสะดวก เชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิม ในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง					
2. มีทรัพยากรท่องเที่ยว ธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยาสองฟากฝั่ง ลำคลอง สวนสาธารณะ กรุงเทพมหานคร มีโครงการพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นมหานครสีเขียว					
3. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านพหุวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถาน วัด โบสถ์คริสต์ มัสยิด ศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิมมี มัสยิดที่สวยงาม					
4. เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย					
5. ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล ในกรุงเทพมหานคร					
6. กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก มีสตรีทฟู้ดดีที่สุดในโลกและเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workcation)					
จุดอ่อน					
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน					
2. ขาดความร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพมหานครแบบบูรณาการ					
3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการขายท่องเที่ยวฮาลาลของกรุงเทพมหานคร					
4. ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างมาตรฐานของบริการ					
5. ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม					
โอกาส					
1. มีกระแสการท่องเที่ยวโลกในอนาคตด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม อาหาร สุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิตและการท่องเที่ยวมีจิต					
2. ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก					
3. ใน ค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9 , 000ล้านคน ซึ่งจะเป็นประชากรมุสลิม 2 , 000ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล					
4. ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เปิดโอกาสในการทำตลาดดิจิทัล บนอินเทอร์เน็ต					

อุปสรรค	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. มีเมืองใหญ่ที่เป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยว เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ไทยเป โตเกียว					
2. โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง สงครามเย็น					
3. โลกมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก					
4. โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ ฯลฯ					
5. โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติทางชีววิทยา เช่น โรคระบาดโควิด 19					
6. โลกมีปัญหาด้านก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ยาเสพติด					

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่แห่งนี้มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบันต่อไปอย่างไร

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร แต่ละข้อต่อไปนี้ อยู่ในระดับใด

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว					
2. สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว					
3. วิถีชีวิตที่สวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
4. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์					
6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ					
2. การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก					
3. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อทรัพยากร					
4. การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว					
5. การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ					
6. การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม					
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว					
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง					
4. มีโอกาสในการรับการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่าง ๆ					
5. มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					

ปัจจัยปัจจัยศักยภาพด้านการทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมาย					
1. มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว					
2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว					
4. กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชนนักท่องเที่ยว และองค์กรต่าง ๆ					

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมีวิสัยทัศน์ คือความใฝ่ฝัน ความปรารถนา ความต้องการในการพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีชื่อเสียงโดดเด่นระดับโลก โดยการสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจุดยืน (Positions) 4 ด้านในระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า ดังต่อไปนี้ในระดับใด

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ “เยือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด เมื่อล่องลอยไปตามลำน้ำเจ้าพระยาและลำคลองที่คดเคี้ยวไปตามเรือสวนผลไม้ นานาชนิด สวนส้มบางมดที่หวานสนิท สวนลิ้นจี่อายุร้อยปี เขตจอมทอง ชมธรรมชาติชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวลเหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าเสม ป่าโกงกาง ชานมมหานครที่เขตอบอุ่นเย็น พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงใต้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธีละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่บนปากฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานครเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”					
2. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถี “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เที่ยวบางกอกมหานครแห่งทวยเทพ (City of Angles) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและสุขภาพกายใจ เชื้อสร้างกาย ผ่าตัดหัวใจ รับการรักษาพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก ที่โรงพยาบาลชั้นนำพร้อมแพทย์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ล้ำยุคที่สุด ในกรุงเทพมหานคร เข้าโปรแกรมเสริมสร้างสุขภาพเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคทุกชนิด ที่ศูนย์สุขภาพชีวาธรรม ร่วมมหกรรมศิลปะ ดนตรี กีฬา และความบันเทิงตลอดปี ขอบปิ้งสินค้าแบรนด์เนมและสินค้าแฟชั่นสุดหรูระดับโลกที่ย่านขอบปิ้ง ถนนสุขุมวิท ถนนสีลม ถนนสาทร ร่วมเทศกาล สตรีทฟู้ด อาหารทะเลสดๆ กลางกรุงสไตล์ฮาลาล ร่วมมหกรรมภาพยนตร์ สินค้าอุปโภคบริโภคฮาลาล เที่ยวตลาดนัด ตลาดน้ำ ถนนวัฒนธรรม ถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุกริมฝั่งเจ้าพระยา เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครแล้วกระจายรายได้สู่ชุมชน					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. กรุงเทพมหานครจะการแบรนด์ท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคม เยือนกรุงเทพมหานครเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกัน ได้ฟ้าบางกอก มาตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 กว่าปีมาแล้วอย่างกลมกลืนและสันติสุข เยี่ยมเยือน ชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่งเจ้าพระยา เมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบๆมัสยิดทั้งความที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสวิถีชีวิตคนจีน โปรตุเกส ในหมู่บ้านกุฎีจีนเพื่อชิมอาหารแต้จิ๋ว อาหารโปรตุเกส อาหารไทยโบราณ ชมถนนสตรีทฟู้ดยามราตรี ที่ยังสะท้อนวิถีชีวิตคนจีนบางกอกอย่างมั่นคงที่ไชน่าทาวน์ เยี่ยมหมู่บ้านช่างกลางกรุงเทพ ที่บ้านบาตร บ้านช่างหล่อ บ้านบุที่ทำขึ้นลงหิน สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา ศาสนา และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุง เพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน					
4. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เยือนมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ผ่านการค้าโบราณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนถนนสายวัฒนธรรมบนเกาะรัตนโกสินทร์ ชมความงามอลังการของเรือพระราชพิธีเสด็จทางชลมารค ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย ชมความงามของประณีตศิลป์ของวัฒนธรรมไทย ที่โดดเด่นและงดงามที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดทั้งงดงามที่สุด 10 อันดับในกรุงเทพมหานคร เพื่อมีโอกาสในการทำละหมาดในมัสยิดดังกล่าวเพื่อความสงบสันติในจิต เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ตามแนววิถีของศาสนาอิสลาม					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมียุทธศาสตร์ คือ แนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามความต้องการที่จะให้กรุงเทพมหานครพัฒนาไปในทิศทางที่ดีที่สุดในระดับใด

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และโครงการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
2. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น					
3. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
4. ยุทธศาสตร์กลยุทธ์และโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครในแต่ละยุทธศาสตร์ควรมีกลยุทธ์ คือ แผนปฏิบัติการและโครงการเพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของวิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนด ในระดับใด

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการอนุรักษ์และกำหนดเขตการท่องเที่ยว)Zoning(เชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวและเส้นทางจักรยานบนพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 3 โครงการจัดบริการแบบ Hop-on Hop-off บริเวณเกาะรัตนโกสินทร์และเมืองเก่าฝั่งธนบุรี					
โครงการที่ 4 โครงการกำหนดเส้นทางทัวร์แม่น้ำเจ้าพระยาและลำคลองพร้อมจุดแวะชมวัดและชุมชนสองฝากฝั่ง					
โครงการที่ 5 โครงการกำหนดเขต)Zoning (ระเบียบข้อบังคับ) Shopping Corridor (ผ่านสุขุมวิท สาร สีสมและพื้นที่ช้อปปิ้งรอบกรุงเทพมหานคร เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครเป็นแหล่งช้อปปิ้งระดับโลก					
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์และเพิ่มพื้นที่สีเขียวในกรุงเทพมหานคร 650 เขต เพื่อเป็นมหานครสีเขียวสะอาดสวยงามและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว					
โครงการที่ 7 โครงการกรุงเทพมหานครมีมาตรการและความพร้อมในการบริหารจัดการน้ำ รับมือกับน้ำท่วมจากน้ำฝน น้ำหนุนและน้ำหลากอย่างมีประสิทธิภาพ					
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร) Resource Management(					
โครงการที่ 1 โครงการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียรวมของกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการจัดสร้างโรงไฟฟ้าจากขยะของกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 3 โครงการธนาคารขยะ ร้านศูนย์บาทในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต กรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 4 โครงการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยน้ำ EM ในบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขต					
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในที่พักแรมอาคารสูงและบ้าน วัด โรงเรียนทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 6 โครงการจัดการทรัพยากรด้วยรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบ B.E.G. Economyเศรษฐกิจชีวภาพ =Bio(เศรษฐกิจหมุนเวียน)circular(และเศรษฐกิจสีเขียว)Green(เพื่อความยั่งยืนในทันที 50 เขตของกรุงเทพมหานครทั้งระดับอุตสาหกรรมและระดับครัวเรือน					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร					
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงเศรษฐกิจและการตลาด					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 2 โครงการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์					
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปลำดับสำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์					
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์เชื่อมโยง ตลาดมุสลิม					
โครงการที่ 7 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์เชื่อมโยง ตลาดสากล Facebook Youtube Tripadvisor					
โครงการที่ 8 โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว					
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัด นานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานคร ในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 5 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย					
โครงการที่ 6 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานคร เมืองนวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาธุรกิจ Hostel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 8 โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐาน อยู่และฮาลาล ของผลิตภัณฑ์อาหาร ของฝาก ของที่ระลึก สมุนไพร และเวชสำอางค์ฮาลาล					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเอง ระดับชุมชน					
โครงการที่ 2 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลักวิถีฤดู รูปแบบต่างๆ					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาล กรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม					
โครงการที่ 5 โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 7 โครงการสร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร					
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้					
โครงการที่ 1 โครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างเครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบปกครองตนเอง ระดับหมู่บ้าน					
โครงการที่ 5 โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทาง ในระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 6 โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน					
โครงการที่ 7 โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสนับสนุนการจัดมหรสพแพทย์ทางเลือกนานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์					
โครงการที่ 4 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม					
โครงการที่ 5 โครงการอบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น					
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล					
โครงการที่ 7 โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล					
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึก					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาแห่งโลก					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม					
โครงการที่ 4 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญา ในทุกชุมชน					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ประเทศไทย

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

.....

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

.....

.....

.....

โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ
ผู้วิจัย



ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามความคิดเห็น

เรื่อง แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม
ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำดัชนีชี้วัด เรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และโครงการนำร่องในชุมชนมัสยิดบางอ้อ เขตบางพลัด” การวิจัย ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ตรวจสอบทรัพยากร ตลอดจนวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ อย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ลักษณะแรงจูงใจและวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

นางสาวชฎานี โยธาสมุทร
นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านอยู่ในภาคใด

☐ ภาครัฐ	☐ ภาคเอกชน
☐ ภาคประชาชน	☐ ภาคนักท่องเที่ยว
2. เพศ

☐ ชาย	☐ หญิง
3. อายุ

☐ 17-24 ปี	☐ 25-34 ปี
☐ 35-44 ปี	☐ 45-54 ปี
☐ 55-64 ปี	☐ 65 ปีขึ้นไป
4. สถานภาพ

☐ โสด	☐ สมรส
☐ หม้าย	☐ หย่าร้าง
5. การศึกษา

☐ ประถมศึกษา	☐ มัธยมศึกษา
☐ ประกาศนียบัตร	☐ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
☐ ปริญญาตรี	☐ ปริญญาโท
☐ ปริญญาเอก	☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)
6. อาชีพ

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	☐ ธุรกิจส่วนตัว
☐ พนักงานบริษัทเอกชน	☐ เกษตรกร
☐ นักเรียน/นักศึกษา	☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)
7. รายได้/เดือน

☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท	☐ 5,001-10,000 บาท
☐ 10,001-15,000 บาท	☐ 15,001-20,000 บาท
☐ 20,001-25,000 บาท	☐ 25,001-30,000 บาท
☐ 30,001-35,000 บาท	☐ 35,001-40,000 บาท
☐ 40,001-45,000 บาท	☐ 45,001 บาทขึ้นไป
8. ท่านศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งใด

☐ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก/คำแนะนำปากต่อปาก
☐ บริษัทท่องเที่ยว/ศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยว
☐ เอกสารแผ่นพับ/โบว์ชาร์/วารสาร/นิตยสาร/คู่มือเดินทาง
☐ สื่อออฟไลน์/วิทยุ/โทรทัศน์/ป้ายประชาสัมพันธ์
☐ สื่อออนไลน์/เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย/เฟสบุ๊ค/ยูทูบ/บล็อกเกอร์/รีวิว
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
9. โดยทั่วไป ท่านซื้อตั๋วเครื่องบิน ตัวโดยสาร จองที่พัก รถเช่า และบริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านช่องทางใด

☐ ซื้อผ่านบริษัทท่องเที่ยว/ซื้อโดยตรงกับผู้ให้บริการ	☐ ซื้อผ่าน Agoda	☐ ซื้อผ่าน Booking.com	☐ ซื้อผ่าน Expedia
☐ ซื้อผ่าน Traveloka	☐ ซื้อผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน		
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....			

10. โดยทั่วไป ลักษณะการเดินทางของท่าน คือ

- ☐ เที่ยวคนเดียว ☐ เที่ยวกับครอบครัว
☐ เที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ☐ เที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว
☐ เที่ยวกับกลุ่มหน่วยงานองค์กร ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. โดยทั่วไป ยานพาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางคือ

- ☐ รถยนต์ส่วนตัว ☐ รถโดยสารประจำทาง ☐ รถไฟ
☐ รถเช่า ☐ เรือ ☐ รถจักรยานยนต์
☐ รถทัวร์บริษัทนำเที่ยว ☐ เครื่องบิน
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยทั่วไป ท่านพกค้ำคืนหรือไม่

- ☐ พกค้ำคืน ☐ ไม่พกค้ำคืน (หากเลือกข้อนี้ ให้ข้ามไปทำข้อ 14.)

13. ถ้าท่านพกค้ำคืน ท่านเลือกที่พักประเภทใด

- ☐ โรงแรม ☐ รีสอร์ท ☐ โฮมสเตย์
☐ บ้านญาติ/เพื่อน ☐ โฮสเทล/เกสต์เฮาส์ ☐ วัด/โรงเรียน
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

14. ระยะเวลาที่ท่านพักค้ำคืน

- ☐ 1 คืน ☐ 2 คืน ☐ มากกว่า 2 คืน

15. โดยทั่วไป ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันของท่านคือ

- ☐ ต่ำกว่า 1,000 บาท ☐ 1,001-3,000 บาท ☐ 3,001-4,000 บาท
☐ 4,001-5,000 บาท ☐ มากกว่า 5,000 บาท (โปรดระบุ).....

16. แรงจูงใจที่ทำให้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

- ☐ ธรรมชาติ สวนลุมพินี สวนสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์(จตุจักร) สวนหลวง ร.๙ บางกระเจ้า(พระประแดง)
☐ วัฒนธรรม พระบรมมหาราชวังและวัดพระศรีรัตนศาสดาราม(วัดพระแก้ว) วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม(วัดโพธิ์) วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร (วัดแจ้ง) เขาวราช
☐ ประเพณี เสาชิงช้า งานว่าวสวนหลวง พระราชพิธีพืชมงคลจรดนังคัลแรกนาขวัญ งานงานมาลิตกลางแห่งประเทศไทย
☐ กิจกรรมนันทนาการ ล่องเรือชมวิวดงผึ่งแม่น้ำเจ้าพระยา ชมวิวดงผึ่งแม่น้ำเจ้าพระยา ชมวิวดงผึ่งแม่น้ำเจ้าพระยา
☐ แหล่งช้อปปิ้ง ไอคอนสยาม เซ็นทรัลเวิลด์ สยามพารากอน เอ็มควอเทียร์
☐ ที่พัก โรงแรมอัลมัวร์ส กรุงเทพฯ โรงแรมบูโด ซิตี้ โรงแรมเซน กรุงเทพฯ โรงแรม เบต บาย ซิตี้
☐ มัสยิด มัสยิดต้นสน มัสยิดดารุลมุตากิน (เกาะกลาง) มัสยิดดาริสสลาม มัสยิดบางอ้อ ศูนย์กลางอิสลามแห่งประเทศไทย

ตอนที่ 2 การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไปนี้เป็นสถานที่น่าท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในระดับใด

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ทรัพยากรท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
1. ทั้งทัศนียริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา คลองบางกอกใหญ่ คลองบางกอกน้อย					
2. สวนลุมพินี สวนหลวง ร.9 สวนบางกระเจ้าศูนย์เรียนรู้ป่าในกรุง ปตท					
3. สวนสัตว์คลองสามวา สวนสยาม สวนสวนน้ำโพโรโระ					
4. Sea life โลกใต้ทะเลบางกอก ซาฟารีเวิลด์ สวนสนุก Siam Amazing park					
ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม					
1. พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม มัสยิดต้นสน มัสยิดอาวัน มัสยิดบางหลวง มัสยิดบางอ้อ สถาบันศิลปะอิสลาม					
2. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์มรดกวัฒนธรรมอิสลามและศูนย์การเรียนรู้คัมภีร์ อัลกุรอาน มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์					
3. ย่านเมืองเก่ารัตนโกสินทร์ ย่านชุมชนมุสลิมเก่าแกในกทม. ย่านชุมชนจีนไชน่าทาวน์เยาวราช ย่านค้าเก่าแกบางลำพู ถนนข้าวสาร ท่าพระจันทร์ ย่านชุมชนเกาะเกร็ด/					
4. วัฒนธรรมอาหาร จีน ไทย มุสลิม ถนนอาหาร ถนนคนเดิน ไนท์บาซ่า ตลาดฮาลาลเจริญกรุง ตลาดพลู ตลาดจตุจักร					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านมหรนรม เทศกาลและประเพณี					
1. ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง ประเพณีเทศกาลถือศีลออก ประเพณีวันออกบวช ประเพณีกวนข้าวอาชูรอ พิธีละหมาด					
2. เทศกาลอาหารฮาลาล เทศกาลอาหารไทย เทศกาลอาหารนานาชาติ เทศกาลอาหารทะเล เทศกาลผลไม้ไทยเลิศรส ทูเรียน มังคุดมะม่วง					
3. มหกรรมสินค้าฮาลาล มหกรรมวิชาการอิสลามศึกษา 4.0 มหกรรมงานดนตรี งานแสดงสินค้าแห่งเอเชีย มหกรรมกีฬา					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม					
1. เยี่ยมชมชุมชนมุสลิมเก่าแกในกทม. ชุมชนพระवाद วิถีมุสลิมกลางกรุง ชุมชนมัสยิดจักรพงษ์ ชุมชนมัสยิดตึกดิน ชุมชนมัสยิดมหานาค					
2. ชุมชนอิฟอินทรีฟาร์มวิลล์ ชุมชนย่านคลองยาง					
3. พิธีละหมาดในมัสยิดโบราณ กทม พิธีถือศีลออกในกทม					
4. ร่วมกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนสตรีทฟู้ดย่านไชน่าทาวน์ ซ้อปปิง ศูนย์การค้าถนนสุขุมวิท ตลาดนัดจตุจักร ตลาดนัดรถไฟ					
ทรัพยากรท่องเที่ยวด้านบริการ					
1. มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ					
2. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เว็บไซต์ โบรชัวร์ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ป้ายสื่อความหมาย แหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวฮาลาลที่เป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม					
3. มีที่พัก โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ ฟาร์มสเตย์ ที่มีคุณภาพและจำนวนที่เหมาะสม รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม					

ทรัพยากรท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. มีตลาด ศูนย์การค้า ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ภัตตาคาร ศูนย์อาหาร ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง ร้านอาหารมุสลิมฮาลาล/					
5. ห้องน้ำ ตู้ ATM โรงพยาบาล คลินิก ปั้มน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า					
6. มีตำรวจท่องเที่ยว และกล้อง CCTV ในแหล่งท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่าคิดว่าจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร แต่ละข้อต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

จุดแข็ง	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครตั้งอยู่กลางอาเซียนเข้าถึงการเชื่อมโยงกับกลุ่มตลาดมุสลิมในอินโดนีเซีย มาเลเซีย ตะวันออกกลาง					
2. มีทรัพยากรท่องเที่ยว ธรรมชาติที่โดดเด่น แม่น้ำเจ้าพระยา สองฟากฝั่ง ลำโพง สวนสาธารณะ กทม .มีโครงการพัฒนา กทม .เป็นมหานครสีเขียว					
3. มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านพหุวัฒนธรรม ศิลปะ ศาสนสถานโบสถ์คริสต์ มัสยิด ศาลเจ้า โดยเฉพาะมีชุมชนมุสลิมเก่าแก่ วิถีชีวิต วัฒนธรรมอาหารฮาลาล ประเพณีมุสลิม มีมัสยิดที่สวยงาม					
4. เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ศูนย์กลางการปกครอง ศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและความทันสมัย เป็นศูนย์กลางของการค้าโลก มีระบบโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัย					
5. ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมกับภาครัฐภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกรุงเทพ					
6. กรุงเทพมหานครได้รับการจัดอันดับให้เป็นมหานครที่มีคนมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก มีสตรีทูตที่สุดในโลก และเป็นเมืองที่คนทั่วโลกเลือกเป็นอันดับหนึ่งในการมาทำงานในระหว่างท่องเที่ยว (Workation)					
จุดอ่อน					
1. ขาดแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลอย่างยั่งยืน					
2. ขาดความร่วมมือและประสานงานภาครัฐภาคเอกชนและประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลในกทม.แบบบูรณาการ					
3. ขาดแผนการตลาดดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการขายท่องเที่ยวฮาลาลของกทม.					
4. ขาดแผนอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างมาตรฐานของบริการ					
5. ขาดองค์ความรู้และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม					

โอกาส					
1. มีกระแสการท่องเที่ยวโลกในอนาคตด้านการท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม อาหาร สุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสบการณ์ชีวิตและการท่องเที่ยวมิติจิต					
2. ระบบโลจิสติกส์ทางอากาศ ล้อราง เรือ สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้โดยสะดวกและรวดเร็วทั่วโลก					
3. ใน ค.ศ.2030 จะมีประชากรโลก 9 , 000ล้านคน ซึ่งจะเป็นประชากรมุสลิม 2 , 000ล้านคน จึงเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญของการท่องเที่ยวฮาลาล					
4. ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเปิดโอกาสในการทำการตลาดดิจิทัลบนอินเทอร์เน็ต					
อุปสรรค					
1. มีเมืองใหญ่ที่เป็นคู่แข่งทางการท่องเที่ยว เช่น กัวลาลัมเปอร์ สิงคโปร์ ไทเป โตเกียว					
2. โลกมีปัญหาด้านวิกฤตเศรษฐกิจและปัญหาการเมือง สงครามเย็น					
3. โลกมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความแปรปรวนของภูมิอากาศโลก					
4. โลกมีปัญหาด้านภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้น เช่น อุทกภัย พายุ ฯลฯ					
5. โลกมีปัญหาด้านภัยพิบัติ ทางชีววิทยาเช่นโรคระบาดโควิด 19					
6. โลกมีปัญหาด้านก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติยาเสพติด					

ตอนที่ 4 ท่านคิดว่าพื้นที่แห่งนี้มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในปัจจุบันอย่างไร

คำชี้แจง ท่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร แต่ละข้อต่อไปนี้ อยู่ในระดับใด

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่ มีถนน ป้ายบริการรถประจำทาง บริการรถประจำทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว					
2. สภาพภูมิอากาศและที่ตั้งเหมาะสมต่อการท่องเที่ยว					
3. วิถีทัศน์สวยงาม เหมาะสมกับการพักผ่อนและทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
4. มีทรัพยากรวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจ					
5. มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น ความอุดมสมบูรณ์ของพืชและสัตว์					
6. ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน					
1. มีแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระดับนานาชาติ					
2. การแบ่งเขตพื้นที่ที่กลมกลืนกับ สภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก					
3. การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่เพื่อป้องกันผลกระทบต่อการทรัพยากร					
4. การจัดการด้านการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว					

ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
5. การจัดการขยะ คุณภาพน้ำใช้ และน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ					
6. การจัดการด้านความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การเตรียมความพร้อมรับภัยพิบัติ					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม					
2. ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจมีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว					
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความเข้มแข็ง					
4. มีโอกาสในการบริการสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาท่องเที่ยวจากภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรต่างๆ					
5. มีการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ การสื่อความหมาย					
1. มีกิจกรรมหลากหลายที่เหมาะสมกับพื้นที่และเอื้อต่อการส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว					
2. มีวิธีการสื่อความหมายที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมสามารถให้ประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจและมีความคุ้มค่าในการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว					
4. กิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมสร้างความตระหนักต่อผลกระทบด้านทรัพยากรแก่ชุมชน นักท่องเที่ยว และองค์กรต่างๆ					

ตอนที่ 5 วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการในการพัฒนาการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมีวิสัยทัศน์ คือความใฝ่ฝัน ความปรารถนาความต้องการในการพัฒนา กรุงเทพมหานครให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาลที่มีชื่อเสียงโดดเด่นระดับโลกโดยการสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลที่กรุงเทพมหานครซึ่งมีจุดยืน (Position) 4 ด้านในระยะเวลา 10 ปีข้างหน้าดังต่อไปนี้ในระดับใด

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลทางธรรมชาติ “เยือนบางกอก มหานครผู้ได้สมญา “เวนิสแห่งตะวันออก” สัมผัสความร่มเย็นสายลม แสงแดด เมื่อล่องเรือไปตามลำน้ำเจ้าพระยา และลำคลอง ที่คดเคี้ยวไปตามเรือกลั่นผลไม้มาชนิด สวนส้มบางมด ที่หวานสนิท ส่วนลิ้นจี่อายุร้อยปี เขตจอมทอง ชมธรรมชาติ ชายฝั่งทะเลที่เต็มไปด้วยฝูงนกนางนวล เหยี่ยว ล่องเรือปลุกป่าชายเลน ป่าแสม ป่าโกงกาง ชามมหานครที่เขตบางขุนเทียน พักผ่อนในสวนสาธารณะกลางกรุงได้ร่มเงาของต้นไม้ใหญ่ อายุร่วมร้อยปี เข้าพิธีละหมาดในมัสยิดโบราณที่ตระหง่าน สง่างามอยู่บนฟากฝั่ง เจ้าพระยา เพื่อพบความสงบสันติท่ามกลางมหานครเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
2. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวิถีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เที่ยวบางกอกมหานครแห่งทวยเทพ (City of Angels) ร่วมทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิตและสุขภาพกายใจ เชิดชวรางกาย ผ่าตัดหัวใจ รับการรักษาพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก ที่โรงพยาบาลชั้นนำ พร้อมแพทย์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ล้ำยุคที่สุดในกรุงเทพมหานคร เข้าโปรแกรมเสริมสร้าง สุขภาพเพิ่มภูมิคุ้มกันโรคทุกชนิด ที่ศูนย์สุขภาพ ชีวาคม ร่วมมหกรรมศิลปะ ดนตรี กีฬา และความบันเทิงตลอดปี ขอบปิ้งสินค้าแบรนด์เนมและสินค้าแฟชั่นสุดหรูระดับโลกที่ย่านช้อปปิ้งถนน สุขุมวิท ถนนสีลม ถนนสาทร รวมเทศกาลสตรีทฟู้ด อาหารทะเลสดๆกลางกรุงสโตร์ฮาลาลร่วมมหกรรมภาพยนตร์สินค้าอุปโภคบริโภคฮาลาล เที่ยวตลาดนัดตลาดน้ำ ถนนวัฒนธรรมถนนสายอาหาร สนุกสนานที่สวนสนุก ริมฝั่งเจ้าพระยาเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครแล้วกระจายรายได้สู่ชุมชน					

วิสัยทัศน์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
3. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงสังคมเยือนกรุงเทพมหานครเพื่อสัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอยู่ร่วมกันได้ฟ้าบางกอก มาตั้งแต่สมัยอยุธยา เมื่อ 500 ปี มาแล้วอย่างกลมกลืนและสันติสุข เยี่ยมเยือนชุมชนมุสลิมเก่าแก่ที่อพยพมาตั้งรกรากริมฝั่งเจ้าพระยา เมื่อ 254 ปีมาแล้ว รอบุ้มนัดทั้งความที่ยังคงรักษา เอกลักษณ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมอาหารฮาลาลไว้ได้อย่างมั่นคง สัมผัสวิถีชีวิตคนจีน โปรตุเกสในหมู่บ้านกุฎีจีน เพื่อชิมอาหารแต่จีวอาหารโปรตุเกส อาหารไทยโบราณ ชมถนนสตรีทฟู้ดยามราตรี ที่ยังสะท้อนวิถีชีวิตคนจีนบางกอกอย่างมั่นคงที่ไชน่าทาวน์ เยี่ยมหมู่บ้านช่างกลางกรุงเทพ ที่บ้านบาตร บ้านช่างหล่อ บ้านผู้ทำขึ้นลงหิน สัมผัสความกลมกลืนของความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศรัทธา ศาสนา และกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังมีชีวิตอยู่ร่วมกันในหมู่บ้านกลางกรุง เพื่อร่วมพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน					
4. กรุงเทพมหานครจะสร้างการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาจิตใจ เยือนมหานครแห่งศิลปวัฒนธรรมยุคกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ ชมศาสนสถานผ่านประวัติศาสตร์ ผ่านการค้าโบราณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล่องเรือดูพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิตบนถนนสายวัฒนธรรมบนเกาะรัตนโกสินทร์ ชมความงามอลังการของเรือพระราชพิธีเสด็จทางชลมารค ศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติศาสตร์ศิลปะและโบราณคดีในประเทศไทย ชมความงามของประเพณีศิลปของวัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นและงดงามที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมของมัสยิดที่งดงามที่สุด อันดับในกรุงเทพมหานคร เพื่อมีโอกาสในการทำ 10 ละหมาดในมัสยิดดังกล่าวเพื่อความสงบสันติในจิตใจ เพื่อร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ ตามแนวทางวิสัยทัศน์ของศาสนาอิสลาม					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครควรมียุทธศาสตร์ คือ แนวทางในการทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงตามความต้องการที่จะให้กรุงเทพมหานครพัฒนาไปในทิศทางที่ดีที่สุดในระดับใด

ยุทธศาสตร์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น					
3. ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					

คำชี้แจง ท่านคิดว่ากรุงเทพมหานครในแต่ละยุทธศาสตร์ควรมีกยุทธ์ คือ แผนปฏิบัติการและโครงการเพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของวิสัยทัศน์ภายในกรอบเวลาที่กำหนด ในระดับใด

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน					
กลยุทธ์ที่ 1.1 กลยุทธ์การใช้ประโยชน์พื้นที่ (Land Use) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการประเมินผลกระทบเชิงยุทธศาสตร์ของการขยายพื้นที่การท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขีดจำกัดการใช้ทรัพยากรแบบพอเพียง					
โครงการที่ 2 โครงการอาหารฮาลาลเพื่อเป็นเมืองนวัตกรรมอาหารฮาลาลโลก					
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนากการท่องเที่ยวทางน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อการอนุรักษ์และกิจกรรมสันทนาการ					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
โครงการที่ 4 โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบโบราณสถานและย่านประวัติศาสตร์					
โครงการที่ 5 โครงการพัฒนาเส้นทางจักรยาน กรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 6 โครงการ กิจกรรมแสงสีเสียงภาคกลางคืน					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาท่องเที่ยวย่านการค้าโบราณ ตลาด และถนนคนเดินเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว					
กลยุทธ์ที่ 1.2 กลยุทธ์การจัดการทรัพยากร					
โครงการที่ 1 โครงการเที่ยวกรุงเทพมหานครเมืองสีเขียวต้นแบบในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) บนหลังคาบ้าน วัด โรงเรียน และแหล่งท่องเที่ยว					
โครงการที่ 2 โครงการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร แม่น้ำเจ้าพระยาสาย คลองสาย น้ำใส ปราศจากวัชพืช เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวทางน้ำ					
โครงการที่ 3 โครงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานครเมืองสะอาด หน้าบ้านน่ามอง					
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น					
กลยุทธ์ที่ 2.1 กลยุทธ์เชิงการตลาด					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์การตลาดดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 2 โครงการศึกษากลุ่มตลาดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดจีน อินเดีย อาเซียน ตลาดผู้มีฐานะ ตลาดผู้สูงอายุ ตลาดออนไลน์					
โครงการที่ 3 โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ของกรุงเทพมหานครให้เป็นแบบ One Stop Service และเป็นสากล					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างการรับรู้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยจัดทริปสำหรับสื่อ ยูทูบเบอร์ บล็อกเกอร์ และผู้มีชื่อเสียงในสื่อออนไลน์					
โครงการที่ 5 โครงการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดและการท่องเที่ยวฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs และธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ด้านการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดมุสลิม					
โครงการที่ 7 โครงการยกระดับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวด้วยการทำตลาดออนไลน์ เชื่อมโยงตลาดสากล Facebook Youtube Tripadvisor					
โครงการที่ 8 โครงการอบรมด้านเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 2.2 กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวธรรมชาติ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ					
โครงการที่ 2 โครงการจัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แพทย์ทางเลือกและภูมิคุ้มกันบำบัดนานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมกรุงเทพมหานครในการเป็นเมืองแห่งการเรียนรู้ระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 5 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งที่ปกครองตนเอง สัมผัสสังคมพหุวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย					
โครงการที่ 6 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ส่งเสริมกรุงเทพมหานครเมืองนวัตกรรมอาหารโลกที่ปลอดภัย					
โครงการที่ 7 โครงการพัฒนาธุรกิจ Hostel และ Poshtel ในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 8 โครงการพัฒนาอัตลักษณ์ สร้างมาตรฐาน อ้อยและฮาลาล ของผลิตภัณฑ์อาหารของฝากของที่ระลึก สมุนไพร และเวชสำอางค์ฮาลาล					
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม					
กลยุทธ์ที่ 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว					
โครงการที่ 1 โครงการอบรมทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับชุมชน					
โครงการที่ 2 โครงการตั้งศูนย์พัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงหลังวิกฤตรูปแบบต่างๆ					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแผนยุทธศาสตร์และคณะกรรมการเพื่อจัดการการท่องเที่ยวฮาลาลกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 4 โครงการพัฒนามาตรฐานและทักษะทางวิชาชีพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวฮาลาล ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น จีน อินเดีย และมุสลิม					
โครงการที่ 5 โครงการเตรียมความพร้อมเพื่อรับวิกฤตและภัยพิบัติในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว					
โครงการที่ 6 โครงการแสวงหาแหล่งเงินทุนภายในประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร					
โครงการที่ 7 โครงการสร้างแบบประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร					

กลยุทธ์	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 3.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการกระจายรายได้					
โครงการที่ 1 โครงการสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านปลูกสมุนไพร เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลาง					
โครงการที่ 4 โครงการสร้างเครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวเข้มแข็งแบบปกครองตนเองระดับหมู่บ้าน					
โครงการที่ 5 โครงการยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในระดับนานาชาติ					
โครงการที่ 6 โครงการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ด้านการท่องเที่ยวในชุมชน					
โครงการที่ 7 โครงการจ้างงานและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ					
กลยุทธ์ที่ 4.1 กลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิตชุมชน					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์ศึกษาสมุนไพรและแพทย์แผนไทย เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
โครงการที่ 2 โครงการสนับสนุนการจัดมหรธรมแพทยทางเลือกนานาชาติ					
โครงการที่ 3 โครงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์หมู่บ้านวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชีวิต (Living Museum) ในแต่ละชุมชนชาติพันธุ์					
โครงการที่ 4 โครงการอบรมความรู้สร้างยุวมัคคุเทศก์ด้านการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงศิลปวัฒนธรรม					
โครงการที่ 5 โครงการอบรมความรู้และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์อาหารฮาลาลท้องถิ่น					
โครงการที่ 6 โครงการอนุรักษ์อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล					
โครงการที่ 7 โครงการจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวและยกระดับงานประเพณีสู่ระดับสากล					
กลยุทธ์ที่ 4.2 กลยุทธ์การพัฒนาจิตใจ และปลูกจิตสำนึก					
โครงการที่ 1 โครงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาจิตและปัญญาแห่งโลก					
โครงการที่ 2 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจด้วยแพทย์แผนไทย					
โครงการที่ 3 โครงการสร้างแพคเกจท่องเที่ยวเพื่อบำบัดจิต รักษาโรคซึมเศร้าด้วยหลักศาสนาอิสลาม					
โครงการที่ 4 โครงการฝึกปฏิบัติจิต ตามหลักศีล สมาธิ ปัญญาในทุกชุมชน					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร
ประเทศไทย

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

.....

.....

.....

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

.....

.....

.....

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคม

.....

.....

.....

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ
ผู้วิจัย



ภาคผนวก ฉ แบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวยุทธมณฑลบางอ้อ

แบบสอบถามความคิดเห็น

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
และกิจการมรดกทางวัฒนธรรม โดยยุทธมณฑลบางอ้อ ตำบลบางอ้อ อำเภอบางพลัด

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและกิจการมรดกทางวัฒนธรรมโดยยุทธมณฑล
บางอ้อ ตำบลบางอ้อ อำเภอบางพลัด กรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลและความคิดเห็นของ
ท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำไปปรับปรุงกิจกรรมและคุณภาพการบริการที่
เหมาะสมยิ่งขึ้น

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวยุทธมณฑล
บางอ้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 15 ปี ☐ 15-24 ปี
☐ 25-34 ปี ☐ 35-44 ปี
☐ 45-54 ปี ☐ มากกว่า 54 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส
☐ หม้าย ☐ หย่าร้าง
4. การศึกษา ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา/ปวช.
☐ ประกาศนียบัตร ☐ อนุปริญญา/ปวส.
☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)
5. อาชีพ ☐ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ
☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ เกษตรกร ☐ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
☐ แม่บ้าน/พ่อบ้าน ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)
6. รายได้/เดือน ☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 5,001-10,000 บาท
☐ 10,001-15,000 บาท ☐ 15,001-20,000 บาท
☐ 20,001-25,000 บาท ☐ 25,001-30,000 บาท
☐ 30,001-35,000 บาท ☐ 35,001-40,000 บาท
☐ 40,001-45,000 บาท ☐ 45,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโดย

ชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับการรับรู้ตามสภาพความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เกี่ยวกับกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยวศาลาลงของชุมชนมัสยิดบางอ้อ ตำบลบางอ้อ อำเภอบางพลัด

กรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

ประเด็นที่ประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและความปลอดภัย					
1. มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวศาลาลง					
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม					
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
4. มีการใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ และน้ำเสียของชุมชน					
5. ชุมชนมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
การเข้าถึงการต้อนรับ ความเป็นมิตร การนำเที่ยว					
1. มีระบบไฟฟ้า ประปา ถนน บริการการเข้าถึงได้สะดวก					
2. ชุมชนให้การต้อนรับอย่างเป็นมิตรและอบอุ่น					
3. มีร้านอาหาร ห้องสุขา สิ่งอำนวยความสะดวก					
4. มีศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว แผนที่ และแผนที่บริการนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน					
อาหาร เครื่องดื่ม สินค้าที่ระลึก					
1. อาหารและเครื่องดื่ม สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น					
2. สินค้าและของที่ระลึกมีความเป็นท้องถิ่น มีคุณภาพและราคาเหมาะสม					
กิจกรรมการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ					
1. มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ มีป้ายสื่อความหมาย ระยะทางเหมาะสม ปลอดภัย					
2. ภูมิทัศน์มีความงดงาม มีพืชพรรณและต้นไม้ที่ร่มรื่น มีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชน					
3. เส้นทางศึกษาศิลปวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน มีความโดดเด่นน่าสนใจ					
4. กิจกรรมและศูนย์การเรียนรู้มีความหลากหลาย สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่น					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

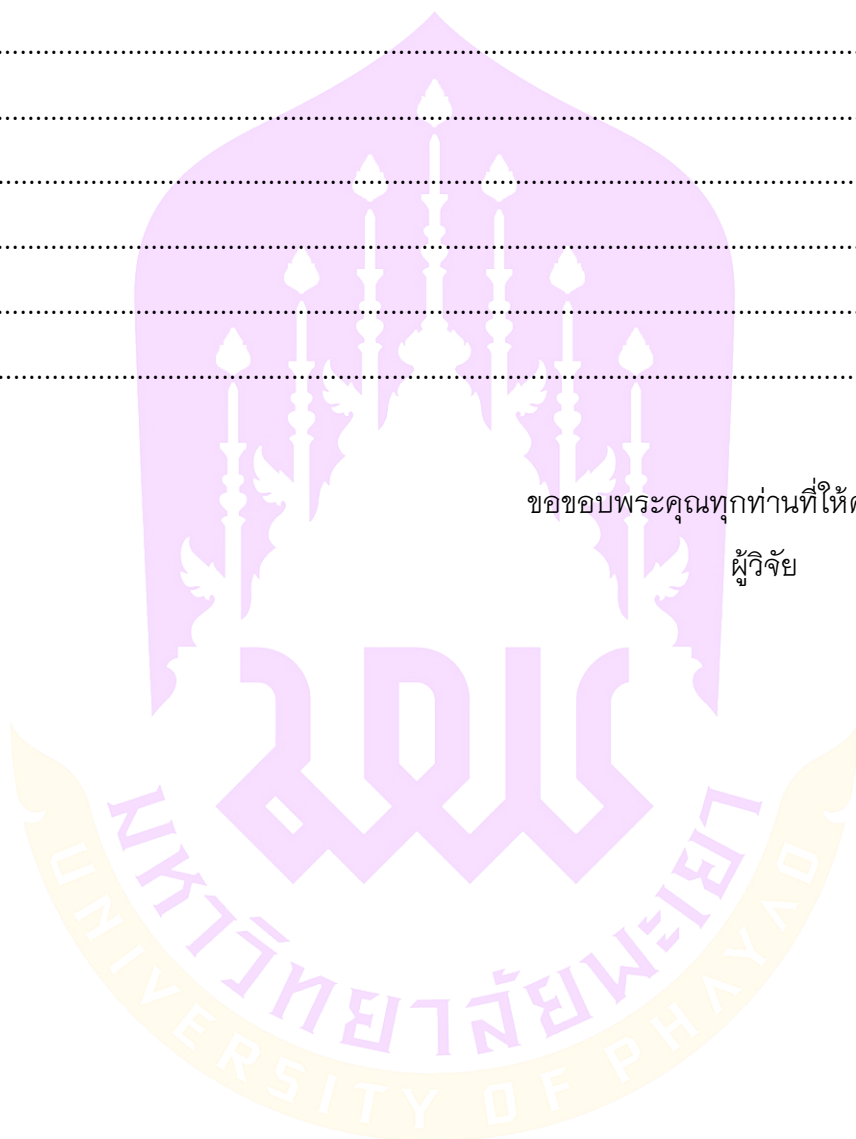
.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

ผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	ชญาณี โยธาสุมุทร
วัน เดือน ปี เกิด	20 มิถุนายน 2525
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2548 ศศ.บ. (รัฐศาสตรการปกครอง) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, ปัตตานี พ.ศ. 2553 M.A. (Tourism and Travel Management) Anna Adarsh College for Woman, Chennai, India
ที่อยู่ปัจจุบัน	448 ซ.เจริญสนิทวงศ์ 94 ถ.เจริญสนิทวงศ์ ต.บางอ้อ อ.บางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ผลงานตีพิมพ์	ชญาณี โยธาสุมุทร, พยอ ม ธรรมบุตร, เสรี วงษ์มณฑา และกาญจน์ ภา พงศ์พนรัตน์. (2566). แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาแบรนด์การ ท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขต ร้อยเอ็ด, 13(1) ชญาณี โยธาสุมุทร, พยอ ม ธรรมบุตร, เสรี วงษ์มณฑา และกาญจน์ ภา พงศ์พนรัตน์. (2565). ศักยภาพเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาล ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย. วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก, 8(2), 64-80 Witsathit Somrak and Chayanee Yodhasmutr. (2019). The positive and negative of social media on the tourism and hospitality products in Thailand. The 9th National Conference and the 2nd International Conderence. Phetchabun: Phetchabun Ratchapat University. ชญาณี โยธาสุมุทร และพรพิมล ชูติศิลป์. (2560). ความคิดเห็นของ ผู้ชมชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของหอศิลป์วัฒนธรรมแห่ง กรุงเทพมหานคร, รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 “Asean 50 Plus: Uniqueness in Diversity”, 257-268.