

หัวข้อการวิจัย	การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เดชวิทย์ นิลวรรณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์มานพ ชุ่มอ่อน อาจารย์สุวลักษณ์ อ้วนสอาด
สังกัด	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ปี พ.ศ.	2559

บทคัดย่อ

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงตำแหน่งการแข่งขันทางการตลาด รูปแบบการรองรับการท่องเที่ยว และการพัฒนาคุณภาพการบริการ ธุรกิจนำเที่ยวการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อย แบบประเมินความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว แบบสอบถามพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และแบบประเมินสมรรถนะ ในกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรผู้ให้บริการ จำนวน 22 แห่ง บุคลากรในธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 24 แห่ง และนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 800 ราย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า ตำแหน่งการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ ระยะสั้นคือ *วิถีมุสลิมการเดินทางที่มีความหมาย* โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวมุสลิมไทย ตำแหน่งทางการตลาด คือ *“ชุมชนท่องเที่ยว เรียนรู้วิถีชีวิตมุสลิมเชียงใหม่”* นักท่องเที่ยวมุสลิมต่างชาติ คือ *“Smart Halal Tourism”* สำหรับตำแหน่งการตลาดระยะยาว คือ *“Amazing ChiangMai HALAL”* โดยเน้นความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิมใน 3 ประเด็น คือ แหล่งท่องเที่ยว อาหาร และนวดสปา สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวฮาลาล มี 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและ ช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและครอบครัว และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้การพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจนำเที่ยวใน 4 ตำแหน่งงาน ได้แก่ ผู้จัดการทั่วไป ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป หัวหน้าผู้แนะนำการเดินทาง และผู้แนะนำการเดินทางนั้น พบว่าสมรรถนะพิเศษเฉพาะตำแหน่ง (ฮาลาล) นั้นยังมีข้อบกพร่อง จึงได้มีการพัฒนาความรู้ในเรื่องของขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวมุสลิมและเรื่องอาหารฮาลาลเพิ่มเติม จากการทดสอบแบบประเมินก่อนและหลังการอบรม พบว่ามีความรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

Title	The potential Increase of halal tourism in Chiang Mai Province
Researcher	Asst. Prof. Dejawit Nilwan Asst. Prof. Manop Chum-Un Lecturer Suwaluck Uansa-ard
Faculty	Management Science, Rajabhat Chiang Mai University
Year	2016

Abstract

The study of The potential Increase of halal tourism in Chiang Mai Province is the study of marketing competition, the tourism serving format and the development of quality of Halal tourism service in Chiang Mai. The study tools are in-depth interview, focus group discussion, tourism site readiness assessment form, tourists behavior questionnaire and capability assessment form used towards 3 target groups; entrepreneurs in tourism sites and service providers from 22 enterprises, staff in 24 tourism guide business and 800 Thai and foreign Muslim tourists. After the gained information is analyzed in quantitative and qualitative means, it is found that the short term competitive position in Halal tourism market of Chiang Mai is “*The Muslim Way: The Meaningful Trip*”, which is divided into 2 groups: Thai Muslim tourists group called “*Tourism Community: Learning Chiang Mai Muslim living style*” and the group of Foreign Muslim tourists called “*Smart Halal Tourism*”. For the long term position, there is a project called “*Amazing ChiangMai HALAL*”, focusing on being friendly with Muslim tourists in 3 aspects: tourism site, food and spa massage. There are 3 tourism styles that is suitable for Halal tourism: business tourism and shopping, natural and family tourism and cultural tourism. On the quality development of the tourism guide service in 4 positions; general manager, assistant manager, tourist tour leader and tourist guide, it is found that the special capability (for Halal) is defective. Thus, there is additional knowledge development project on Muslim culture and Halal food. From the result of the pre-training and post training assessment, it is found that the knowledge is significantly increased.