

แผนยุทธศาสตร์  
การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว  
สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม  
(พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)



# คำนำ

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) เป็นแผนยุทธศาสตร์เฉพาะด้านเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมฉบับแรก (ระยะที่ ๑) โดยนโยบายรัฐบาลที่ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม เพื่อขยายโอกาสสำหรับการตลาดท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก พร้อมทั้งรองรับโอกาสจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ฟื้นตัว และกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง รวมถึงเป็นการกระจายตลาดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยไม่พึ่งพาทลาดใดตลาดหนึ่งเป็นหลัก

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) นี้ได้นำนโยบาย สถานการณ์การท่องเที่ยว และแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวมุสลิม มาเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อส่งเสริม พัฒนา และยกระดับขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งเป็นไปอย่างสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นแผนแม่บทย่อยการท่องเที่ยว และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ที่มุ่งเน้นให้ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน รวมถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ ที่มุ่งเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจท่องเที่ยวที่มีคุณค่า และดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมฯ ฉบับนี้ ยังได้รับความเห็นชอบจากมติที่ประชุม คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ ๒/๒๕๖๖ แล้ว เมื่อวันที่ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๖

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จะให้ความสำคัญต่อการนำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการทุกภาคส่วน ทั้งภาคบริการ กิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ให้มีศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนยกระดับมาตรฐานการให้บริการให้เทียบเท่ากับมาตรฐานสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ประเทศไทยเป็น ๑ ใน ๕ ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อไป

กรมการท่องเที่ยว

กรกฎาคม ๒๕๖๖

# สารบัญ

	หน้า
<b>บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)</b>	๕
<b>ส่วนที่ ๑ ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้อง</b>	
๑. แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)	๘
๒. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)	๘
๓. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)	๙
๔. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)	๙
๕. การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้อง	๑๐
<b>ส่วนที่ ๒ สถานการณ์ แนวโน้ม และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม</b>	
๑. คำที่เกี่ยวข้อง/ความหมาย	๑๑
๒. สถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบัน	๑๒
๓. แนวโน้มการท่องเที่ยวมุสลิม	๑๖
๔. ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวมุสลิม	๑๗
<b>ส่วนที่ ๓ การวิเคราะห์ปัจจัยและทิศทางที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม</b>	
๑. จุดแข็ง	๒๑
๒. จุดอ่อน	๒๑
๓. โอกาส	๒๒
๔. ข้อจำกัด	๒๓
๕. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดใน TOWS Matrix	๒๔
๖. กรอบแนวคิดในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์	๒๕
<b>ส่วนที่ ๔ แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม</b>	
๑. วิสัยทัศน์	๒๖
๒. เป้าประสงค์	๒๖
๓. ตัวชี้วัดหลัก	๒๖
๔. ยุทธศาสตร์การพัฒนา	
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่มาตรฐาน	๒๗
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาสินค้า บริการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว	๒๗
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม	
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สนับสนุนการนำเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวมุสลิม	๒๘

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการรองรับ กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม	๒๙
ยุทธศาสตร์ที่ ๕ เพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างการรับรู้ความพร้อมของประเทศไทย ในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม	๓๐
๕. ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์	๓๐
<b>ส่วนที่ ๕ การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล</b>	
๑. หลักการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ	๓๕
๒. การติดตามและประเมินผล	๓๕
<b>ภาคผนวก</b>	๓๖

## บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ด้วยนโยบายรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม เพื่อการขยายโอกาสสำหรับการตลาดท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก พร้อมทั้งรองรับโอกาสจากนักท่องเที่ยวชาอุดีอาระเบีย และประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง และเป็นการกระจายตลาดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยไม่พึ่งพาทลาดใดตลาดหนึ่งเป็นหลัก

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ฉบับนี้ จึงได้นำนโยบาย สถานการณ์การท่องเที่ยว แนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวมุสลิม จุดแข็ง และโอกาสของประเทศไทย มาเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อส่งเสริม พัฒนา และยกระดับขีดความสามารถทางการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งให้ความสำคัญในการสนับสนุนการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทย่อยประเด็นด้านการท่องเที่ยว ที่มุ่งเป้าการพัฒนาเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ในหมวดหมู่ที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจท่องเที่ยวคุณค่าสูง (High Value Economy) อาทิ การเพิ่มค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว (Tourism Spending) และดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (High Quality Tourists) การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม การปรับสมดุลและลดการพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติ การยกระดับคุณภาพของบุคลากรและทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น โดยสาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ มุ่งให้ “ประเทศไทยเป็น ๑ ใน ๕ ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ภายในปี ๒๕๗๐” ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

### เป้าประสงค์

๑) เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการทุกภาคส่วน ทั้งภาคบริการ กิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ให้มีองค์ความรู้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และยกระดับมาตรฐานฮาลาลของไทยให้เทียบเท่ากับมาตรฐานในระดับสากล

๒) เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีรองรับความต้องการกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

๓) เพื่อบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันศาสนาในด้านการรับรอง เพื่อสร้างเอกภาพและความร่วมมือในการรับรองฮาลาล

๔) เพื่อประชาสัมพันธ์และสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

## ตัวชี้วัดหลัก ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

๑) อันดับดัชนีชี้วัดการท่องเที่ยวมุสลิม (Global Muslim Tourism Index : GMTI) ของประเทศไทย อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๕ ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก

๒) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการรองรับการท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้น

**ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้**

**ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่มาตรฐาน**

### แนวทาง/มาตรการ

๑.๑ เสริมสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นและทักษะเกี่ยวเนื่องกับภาคบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

๑.๒ พัฒนามาตรฐาน/หลักเกณฑ์คุณภาพการให้บริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการรองรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

๑.๓ ยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมเข้าสู่มาตรฐาน

๑.๔ พัฒนาต่อยอดผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานให้มีจุดขายเพิ่มขึ้น

**ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาสินค้า บริการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม**

### แนวทาง/มาตรการ

๒.๑ พัฒนาความพร้อมของสินค้า บริการ และกิจกรรมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

๒.๒ ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้า บริการ และกิจกรรมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม ทั้งเมืองท่องเที่ยวหลัก เมืองท่องเที่ยวรอง และชุมชน

๒.๓ สนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งสินค้า บริการและกิจกรรมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

๒.๔ สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

๒.๕ ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สินค้า บริการและกิจกรรมไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

**ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สนับสนุนการนำเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวมุสลิม**

### แนวทาง/มาตรการ

๓.๑ รวบรวมระบบสารสนเทศ Application หรือ Platform ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

๓.๒ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม

๓.๓ ส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

๓.๔ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขยายช่องทางการตลาด และบูรณาการฐานข้อมูลเชื่อมโยงไปสู่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัล

## **ยุทธศาสตร์ที่ ๔ บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม** **แนวทาง/มาตรการ**

๔.๑ ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์การศาสนาในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

๔.๒ สร้างองค์ความรู้ให้กับหน่วยงานจากองค์การศาสนาเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

๔.๓ กำหนดแนวทางและมาตรการในการดำเนินการให้ถูกต้อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

## **ยุทธศาสตร์ที่ ๕ เพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างการรับรู้ความพร้อมของประเทศไทยในการ** **รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม**

### **แนวทาง/มาตรการ**

๕.๑ สื่อสารและประชาสัมพันธ์ความพร้อมของประเทศไทยในการต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์

๕.๒ ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกผ่านการจัดกิจกรรม Media Fam Trip

ทั้งนี้ การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ มีแนวทางในการใช้กระบวนการบริหารงานคุณภาพเป็นกรอบแนวทาง ตั้งแต่กระบวนการวางแผน การปฏิบัติตามแผน การติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินงาน และการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานตามผลการตรวจสอบ เพื่อให้เกิดกระบวนการทำงานที่เป็นระบบและมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง แต่ที่สำคัญคือ การดำเนินงานโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่เป้าหมาย โดยเป็นการดำเนินงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบตามกฎหมายและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน รวมถึงความพร้อมในการขับเคลื่อนแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล และเป็นรูปธรรม

## ส่วนที่ ๑

### ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดในการจัดทำยุทธศาสตร์ฯ ได้วิเคราะห์ความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ๑. แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี มีวิสัยทัศน์ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมียุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ซึ่งมีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว คือ ประเด็นการสร้างควมหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่

#### ๒. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐)

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เป็นส่วนสำคัญในการถ่ายทอดเป้าหมายและประเด็นยุทธศาสตร์ของยุทธศาสตร์ชาติลงสู่แผนระดับต่าง ๆ ซึ่งมีประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ประเด็นที่ ๕ การท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อมไว้ได้ ซึ่งประกอบไปด้วย ๖ แผนย่อย ได้แก่ ๑) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ๒) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ๓) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ๔) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ๕) การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค และ ๖) การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ ๓ การเกษตร เกษตรปลอดภัย พัฒนาคุณภาพมาตรฐาน และระบบการรับรองความปลอดภัยในระดับต่างๆ รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตสินค้าเกษตรที่ได้คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงอาหารอย่างทั่วถึงและปลอดภัย



### ๓. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม มีแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ในหมวดหมู่ที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ซึ่งเชื่อมโยงกับเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ใน ๔ เป้าหมาย ได้แก่

เป้าหมายที่ ๑ การปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยยกระดับให้ภาคการท่องเที่ยวมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนสามารถเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าได้

เป้าหมายที่ ๒ การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่

เป้าหมายที่ ๓ การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม

เป้าหมายที่ ๔ การเปลี่ยนผ่านการผลิตและบริการไปสู่ความยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ทั้งนี้ การบรรลุเป้าหมายตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ จึงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ ๑) ส่งเสริมกิจกรรม สินค้าและบริการการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ๒) พัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ๓) ยกระดับการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล ๔) พัฒนาทักษะและศักยภาพของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว ๕) ปรับปรุงกฎหมาย/กฎระเบียบที่ล้าสมัยและเป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ และ ๖) พัฒนาระบบข้อมูลการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย

### ๔. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๗๐)

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม มีแนวทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและมีส่วนร่วม” โดยมุ่งเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็ง ยืดหยุ่น ยั่งยืน และมีส่วนร่วม เพื่อมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่า บนพื้นฐานของการบูรณาการเชื่อมโยงทุกภาคส่วน ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูง (Quality Tourism)

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience)

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

## ๕. การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย และแผนที่เกี่ยวข้อง

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมให้ความสำคัญในการสนับสนุนการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทย่อยประเด็นด้านการท่องเที่ยว ที่มุ่งเป้าการพัฒนาเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ในหมวดหมายที่ ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจท่องเที่ยวคุณค่าสูง (High Value Economy) อาทิ การเพิ่มค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว (Tourism Spending) และดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง (High Quality Tourists) การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรม การปรับสมดุลและลดการพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติ การยกระดับคุณภาพของบุคลากร และทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เป็นต้น

## ส่วนที่ ๒

### สถานการณ์ แนวโน้ม และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ได้มีการศึกษารวมรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้ม และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อใช้ประกอบการทำแผนฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### ๑. คำที่เกี่ยวข้อง/ความหมาย

๑.๑ **ฮาลาล** เป็นคำภาษาอาหรับ มีความหมายว่า “อนุญาต” “ยินยอม” โดยยึดตามโองการในอัลกุรอาน ให้บริโภคสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย

๑.๒ **การท่องเที่ยววิถีอิสลาม (Islamic Tourism) การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism)** คือ การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิมเริ่มจากการให้บริการจากสถานที่ต้นทางไปจนถึงจุดหมายปลายทาง เช่น การโรงแรม การขนส่ง ร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิงต่าง ๆ ที่จะต้องไม่ขัดกับหลักการศาสนา รวมทั้งการอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม เช่น การจัดเตรียมสถานที่ละหมาด เป็นต้น ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแบบฮาลาลมีการอธิบายว่า เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ ที่สอดคล้องตามหลักการอิสลาม โดยไม่คำนึงถึงสถานที่การท่องเที่ยว ซึ่งสามารถไปท่องเที่ยวสถานที่ใดก็ได้ เช่น ชายทะเล สปา โรงแรม ศูนย์การค้า หรือที่อื่น ๆ โดยมีเงื่อนไขเดียว คือ กิจกรรมทั้งหมดเหล่านี้เป็นไปตามหลักการฮาลาล หรือตามหลักเกณฑ์และข้อบังคับของศาสนาอิสลามและค่านิยมของสังคมมุสลิม

๑.๓ **ผลิตภัณฑ์ฮาลาล** หมายความว่า สิ่งของหรือการกระทำใด ๆ การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนาอิสลามผลิตภัณฑ์ฮาลาลจึงครอบคลุมทั้งสินค้าและบริการที่เป็นอาหารและมีโชอาหาร โดยเป็นการผลิต การให้บริการหรือการจำหน่ายที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม

๑.๔ **มุสลิม** หมายถึง ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม คำว่ามุสลิม ยังมีความหมายรวมถึงผู้ใฝ่สันติ ผู้ยอมมอบกายและหัวใจต่อพระเจ้า

๑.๕ **เครื่องหมายฮาลาล** คือ เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับหรือแสดงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล”

๑.๖ **ตราฮาลาล** คือ ตราที่ติดบนสลากผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ฮาลาล (อนุมัติ) สำหรับมุสลิมใช้บริโภค โดยจะมีคำว่า "ฮาลาล" (حلال) เป็นภาษาอาหรับประทับอยู่ ผู้ออกตราฮาลาลในประเทศไทยคือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ทั้งนี้ เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการ

อิสลามประจำจังหวัด อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ ๓ ฝ่าย คือ มุสลิมผู้บริโภค ผู้ประกอบการและประเทศชาติ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, ๒๐๑๔)

### ๑.๗ องค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of the Islamic Cooperation) หรือ OIC

เป็นองค์การระหว่างประเทศที่เป็นความร่วมมือของรัฐบาลประเทศต่าง ๆ ในโลกมุสลิมที่ใหญ่ที่สุด ตามหลักคำสอนของศาสนาอิสลามเกี่ยวกับความเป็นประชาชาติเดียวกัน (อุมมะฮฺ) โดยจัดตั้งขึ้นตามมติที่ประชุมสุดยอดของผู้นำประเทศมุสลิม ๒๕ ประเทศ ที่ราบัต โมร็อกโก เมื่อวันที่ ๒๕ กันยายน ๒๕๑๒ เจตนารมณ์ขององค์กรที่ต้องการเพิ่มการดำเนินการต่าง ๆ ให้มากขึ้นกว่าการเป็นเพียงแค่วิถีปฏิบัติหรือ ปัจจุบันมีสมาชิก ๕๗ ประเทศ/รัฐ ประกอบด้วย ประเทศในทวีปเอเชีย (๒๗ ประเทศ) ได้แก่ อัฟกานิสถานอาเซอร์ไบจาน บาห์เรน บังกลาเทศ บรูไน กาตาร์ อินโดนีเซีย อิหร่าน อิรัก จอร์แดน คาซัคสถาน คูเวตคีร์กีซสถาน เลบานอน มาเลเซีย มัลดีฟส์ โอมาน ปากีสถาน ปาเลสไตน์ ซาอุดีอาระเบีย ซีเรีย ทาจิกิสถาน ตุรกีเติร์กเมนิสถาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อุซเบกิสถาน และเยเมน ประเทศในทวีปแอฟริกา (๒๗ ประเทศ) ได้แก่ แอลจีเรีย เบนิน บูร์กินาฟาโซ แคเมอรูน ชาด คอโมโรส โกตดิวัวร์ จิบูตี อียิปต์ กาบอง แกมเบีย กินี กินีบิสเซา ลิเบีย มาลี มอริเตเนีย โมร็อกโก โมซัมบิก ไนเจอร์ ไนจีเรีย เซเนกัล เซียร์ราลีโอน โซมาเลีย ซูดาน โตโก ตูนิเซีย และยูกันดา ประเทศในทวีปอเมริกาใต้ (๒ ประเทศ) ได้แก่ กายอานา และซูรินาเม ประเทศในทวีปยุโรป (๑ ประเทศ) ได้แก่ แอลเบเนีย นอกจากนี้ยังมีประเทศและองค์กรที่ไ้รับสถานะผู้สังเกตการณ์ อีก ๕ ประเทศ และ ๘ องค์กร/สถาบัน ได้แก่ บอสเนียและเฮอร์เซโกวีนา รัสเซีย และรัฐตุรกีแห่งไซปรัสหรือไซปรัสเหนือ (ทวีปยุโรป) สาธารณรัฐแอฟริกากลาง (ทวีปแอฟริกา) ไทย (ทวีปเอเชีย) แนวร่วมปลดปล่อยแห่งชาติโมโร (MNLF) ในฟิลิปปินส์ สหภาพรัฐสภาแห่งรัฐสมาชิก OIC (PUOICM) ที่ประชุมเยาวชนอิสลามเพื่อการสานเสวนาและความร่วมมือ (ICYF-DC) สหประชาชาติ (UN) กลุ่มประเทศไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด (NAM) สันนิบาตอาหรับ (AL) สหภาพแอฟริกา (AU) และองค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจ

## ๒. สถานการณ์การท่องเที่ยวปัจจุบัน

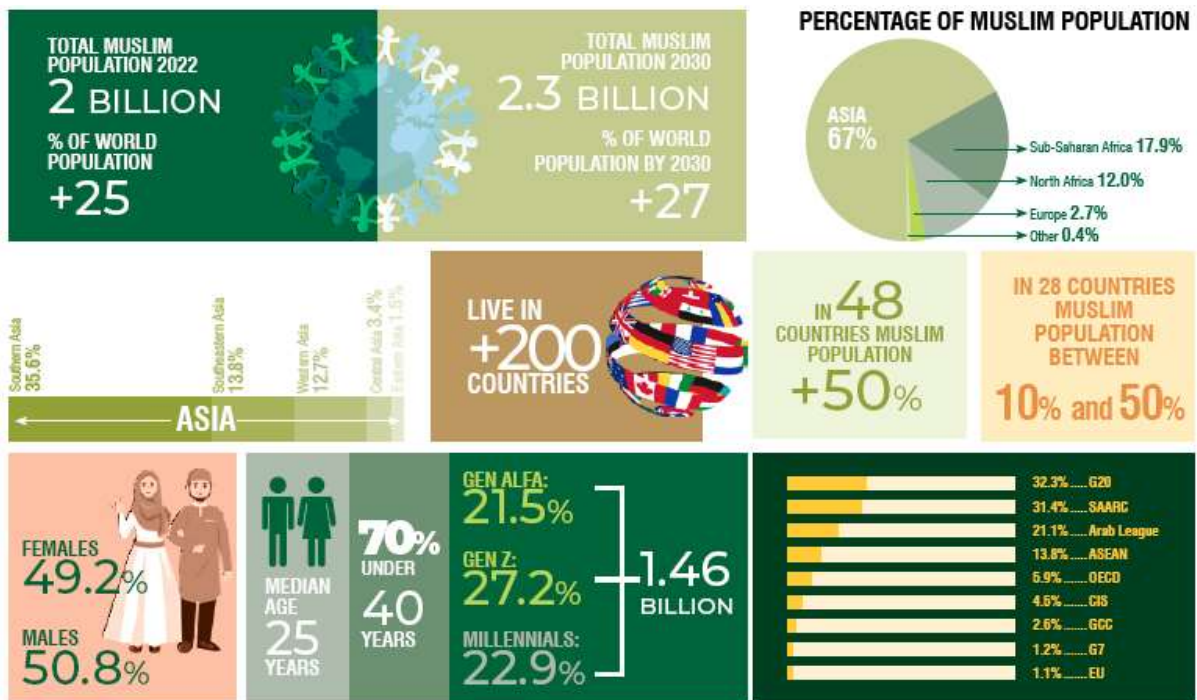
### ๒.๑ จำนวนประชากรมุสลิม

ปัจจุบันประชากรโลกมีจำนวนกว่า ๗,๐๐๐ ล้านคน ประกอบด้วยประชากรมุสลิมกว่า ๑,๗๐๐ ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๒๓.๖๙ กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ประเทศที่มีประชากรชาวมุสลิม มากที่สุด ๕ อันดับแรก ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย (ร้อยละ ๑๒.๗ ของประชากรมุสลิมทั่วโลก) ปากีสถาน (ร้อยละ ๑๑.๐) อินเดีย (ร้อยละ ๑๐.๙) บังกลาเทศ (ร้อยละ ๙.๒) และอียิปต์ (ร้อยละ ๔.๙)

รายงานจากการวิเคราะห์โดย Pew Research Center ที่ทำการสำรวจความเป็นไปได้และอัตราของการเติบโตจำนวนชาวมุสลิมในปี ๒๐๑๐ มีจำนวนชาวมุสลิมราว ๑.๖ พันล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๒๓.๒ ของประชากรโลกทั้งหมด และระบุว่าจำนวนชาวมุสลิมจะเพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ ๒๙.๗ ในปี ๒๐๕๐ นี้ และในปี ๒๑๐๐ จำนวนชาวมุสลิมจะมีสัดส่วนราวร้อยละ ๓๔.๙ เปรียบเทียบกับศาสนาคริสต์ จากการสำรวจในปี ๒๐๑๐ มีผู้นับถือศาสนาคริสต์จำนวนร้อยละ ๓๑.๔ และคาดการณ์ว่าจำนวนนี้จะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๓๓.๘

ในปี ๒๑๐๐ ทั้งนี้ เมื่อมองแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรศาสตร์ ช่วงระหว่างปี ๒๐๑๐ - ๒๐๕๐ ประชากรมุสลิมมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นสูงถึงร้อยละ ๗๓ ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่รวดเร็วที่สุด เมื่อเทียบกับศาสนาอื่นๆ ในขณะที่ศาสนาคริสต์มีอัตราเติบโตอยู่ที่ร้อยละ ๓๕ ส่วนฮินดูอยู่ที่ร้อยละ ๓๔ และยิวอยู่ที่ร้อยละ ๑๖ หากมองภาพรวมแยกเป็นประเทศๆ ในปี ๒๐๕๐ หรือกลางศตวรรษนี้ ชาวมุสลิมในสหรัฐจะเพิ่มจำนวนจากร้อยละ ๑ เป็นร้อยละ ๒.๑ ของประชากร ในขณะที่ทวีปยุโรปเองจะมีสัดส่วนชาวมุสลิมคิดเป็นร้อยละ ๑๐ ทั้งนี้ หากพิจารณาแล้ว จะพบว่าชาวมุสลิมจำนวนมากอาศัยอยู่ในเอเชีย มากกว่าตะวันออกกลาง หรือแอฟริกาเหนือ สำหรับอันดับประเทศที่มีจำนวนชาวมุสลิมมากที่สุดปัจจุบัน คือ อินโดนีเซีย ตามมาด้วยอินเดีย ปากีสถานบังกลาเทศ ไนจีเรีย อียิปต์ อิหร่าน และตุรกี

นอกจากนี้ จากผลการสำรวจดัชนีการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก ปี ๒๐๒๓ ของมาสเตอร์การ์ด และเครสเซนท์เรตติ้ง (The Master card-Crescent Rating) พบว่า ประชากรมุสลิมในปี ๒๐๒๒ มีประมาณ ๒ ล้านล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๒๕ ของประชากรทั่วโลก โดยมีการคาดการณ์ว่า ประชากรมุสลิมจะสูงถึง ๒.๓ ล้านล้านคน ในปี ๒๐๓๐ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ ๒๗ ของประชากรทั่วโลก ซึ่งอาศัยอยู่ในกว่า ๒๐๐ ประเทศทั่วโลก และมีถึง ๔๘ ประเทศที่มีประชากรเป็นมุสลิมเกินกว่าร้อยละ ๕๐ ทั้งนี้ คิดเป็นสัดส่วนเพศชายร้อยละ ๕๐.๘ และเพศหญิง ร้อยละ ๔๙.๒ รายละเอียดตามภาพประกอบ



ที่มา : GMTI, มิถุนายน ๒๐๒๓

ในส่วนของประชากรมุสลิม ในประเทศไทยมีจำนวน ๓,๒๑๑,๔๗๓ คน และมีจำนวนมัสยิดที่จดทะเบียนในประเทศไทย จำนวน ๔,๐๓๐ แห่ง

ชื่อศาสนา	ผู้นับถือศาสนาทั้งหมด	อายุ ๑๓ ปี ขึ้นไป
ศาสนาพุทธ	๕๔,๙๘๔,๘๘๕	๕๑,๕๑๙,๐๗๐
ศาสนาอิสลาม	๓,๒๑๑,๔๗๓	๒,๘๙๗,๖๑๒
ศาสนาคริสต์	๗๑๙,๑๒๐	๖๖๗,๒๖๓
ศาสนาพราหมณ์ – ฮินดู	๔,๐๙๔	๓,๘๑๑
ศาสนาซิกข์	๖,๙๑๕	๖,๖๐๙
ศาสนายูดาห์	๕๑	๓๗
ศาสนาบาไฮ	๓๐	๓๐
อื่นๆ	๔,๑๕๑	๔,๐๕๑
ไม่นับถือศาสนา	๔๙๖,๐๗๙	๔๕๘,๖๗๖
รวม	๕๙,๓๙๐,๗๙๘	๕๕,๕๕๗,๑๕๙

ข้อมูล ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๖๔ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

## ๒.๒ สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

ผลการสำรวจโดยมาสเตอร์การ์ดและเครสเซนต์เรตติ้ง ในการจัดอันดับดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก (Global Muslim Tourism Index : GMTI) ประจำปี ๒๐๒๓ ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ ๔ ของกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (Non-OIC) และอยู่ในอันดับที่ ๒๙ ของทั่วโลก จากการสำรวจทั้งสิ้น ๑๓๘ ประเทศ ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

ในส่วนของภาพรวมสถานการณ์การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้าไทยในช่วงปี ๒๕๖๕ (เดือน มกราคม-ธันวาคม) ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักจาก สถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ทั่วโลกและไทยลดความรุนแรงและควบคุมได้ เกือบทุกประเทศประกาศยกเลิกมาตรการควบคุมโรคและลดข้อจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป ตะวันออกกลาง และอเมริกาเป็นกลุ่มแรกที่มีการเดินทางเข้าไทย ตามมาด้วยภูมิภาคเอเชียใต้ โอเชียเนีย แอฟริกา เอเชีย และ กลุ่มท้ายสุดคือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ (เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ฮองกง ไต้หวัน) ททยลดข้อจำกัดการเดินทางและเงื่อนไขกักตัวเมื่อเดินทางกลับเข้าประเทศ การเปิดเส้นทางบินเข้าไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากภูมิภาคอาเซียน เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ และเอเชียใต้ รองรับความต้องการในการเดินทางที่เพิ่มสูงขึ้น ขยายตัวสูง ขณะเดียวกัน ประเทศไทย ได้ผ่อนคลายมาตรการการเดินทางเข้าประเทศเพื่อเตรียมพร้อมเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยเพิ่มสูงขึ้นแตะหลักล้านคนในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๕ หลังยกเลิกการลงทะเบียน “Thailand Pass” ประกอบกับ

การดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ปี ๒๕๖๕ อาทิ การทำบันทึกข้อตกลงส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่าง ไทย-อินเดีย (Air Travel Bubble) การส่งเสริมตลาดซาอุดีอาระเบียหลังการฟื้นความสัมพันธ์ในรอบ ๓๐ ปี ส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ และกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความงาม กลุ่มกอล์ฟ กลุ่ม Remote Worker กลุ่ม LGBTQ+ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยด้านการขนส่ง โดยสายการบิน Saudia Airlines เปิดเส้นทางบินตรงเข้าไทยในเส้นทาง Riyadh - กรุงเทพฯ ๓ เที่ยวบิน/สัปดาห์ ในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๕ และการบินไทย (TG) เปิดเส้นทางบินตรงเข้าไทยในเส้นทาง เจดดาห์ - กรุงเทพฯ ๔ เที่ยวบิน/สัปดาห์ ในเดือนสิงหาคม ๒๕๖๕ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวซาอุดีอาระเบีย

นอกจากนี้ ข้อมูลรายได้ทางการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ ช่วงเดือน มกราคม - ธันวาคม ๒๕๖๕ ยังพบว่า ตลาดนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มการฟื้นตัวจากปี ๒๕๖๒ ที่ดีที่สุด เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง ร้อยละ ๖๕ และภูมิภาคเอเชียใต้ร้อยละ ๕๐ สูงสุดตามลำดับ โดยมีปัจจัยสนับสนุน อาทิ การเดินทางเข้าไทยของนักท่องเที่ยวอินเดีย หลังการบรรลุข้อตกลงส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทย - อินเดีย (เดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๕) จนทำให้มีสายการบินพาณิชย์จากอินเดียเข้าไทยมาตั้งแต่วันที่ ๑ มีนาคม ๒๕๖๕ และการฟื้นความสัมพันธ์ไทย-ซาอุดีอาระเบีย ที่นำมาซึ่งเที่ยวบินแรกระหว่างไทยและซาอุดีอาระเบียในรอบ ๓๒ ปี โดยสายการบิน Saudia Airlines เส้นทาง Riyadh - กรุงเทพฯ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยเติบโตดีต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยหลักจาก ไทยเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วโลกเต็มรูปแบบตั้งแต่วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๕ อีกทั้งมาตรการขยายระยะเวลาพำนัก ผู้ที่ได้รับยกเว้นการตรวจลงตราประเภท Tourist Visa จากเดิม ๓๐ วัน เป็นไม่เกิน ๔๕ วัน และประเภท Visa on Arrival จากเดิม ๑๕ วัน เป็นไม่เกิน ๓๐ วัน

แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ทางการท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศ  
เดือนมกราคม - ธันวาคม 2565

ภูมิภาค	จำนวนนักท่องเที่ยว ต่างชาติ (คน)	อัตราการเติบโต เทียบกับปี 64 (%)	ร้อยละ การฟื้นตัว จากปี 2562	รายได้ ทางการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต เทียบกับปี 64 (%)	ร้อยละ การฟื้นตัว จากปี 2562
อาเซียน	4,526,645	+13,692	42%	158,300	+8,061	46%
เอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ	1,373,816	+3,283	8%	66,397	+2,240	8%
ยุโรป	2,551,651	+917	39%	190,244	+720	42%
อเมริกา	606,816	+1,180	39%	44,347	+897	42%
เอเชียใต้	1,182,826	+9,534	50%	56,515	+6,498	56%
โอเชียเนีย	374,929	+3,355	43%	28,547	+2,779	46%
ตะวันออกกลาง	469,682	+1,482	65%	40,698	+1,225	71%
แอฟริกา	66,661	+1,935	34%	4,785	+1,395	36%
รวมทั้งสิ้น	11,153,026	+2,507	28%	589,833	+1,466	31%

หมายเหตุ

- จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2565P เป็นข้อมูลเบื้องต้น (Nationality) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ วันที่ 24 มกราคม 2566
- รายได้ทางการท่องเที่ยวปี 2565F เป็นข้อมูลคาดการณ์ โดยงานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ (กทศ.)

๓. แนวโน้มการท่องเที่ยวมุสลิม

การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผนการท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงความพร้อมในการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความถูกต้องตามหลักศาสนา อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร รวมถึงการเพิ่มความตระหนักรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล พื้นที่ละหมาด และมัสยิดที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว หรือมัสยิดที่สร้างขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมุสลิมเกิดความรู้สึกสบายใจและมีความเชื่อมั่นในการเลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว

นอกจากนี้ จากผลการสำรวจดัชนีการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก ปี ๒๐๒๓ ของมาสเตอร์การ์ดและเครสเซนต์เรตติ้ง (The Master card-Crescent Rating) คาดการณ์แนวโน้มในอนาคตของนักท่องเที่ยวมุสลิม แบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มเป้าหมายสำคัญ ดังนี้

๑) กลุ่มนักท่องเที่ยวมิลเลนเนียลมุสลิม (ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุระหว่าง ๒๕ -๓๕ ปี) เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดี มีความเข้าใจในเทคโนโลยี มีการวางแผนสำหรับการท่องเที่ยวไว้อย่างดี โดยมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูง และพฤติกรรมสำคัญของกลุ่มมิลเลนเนียลคือการนำการท่องเที่ยว มาเป็นเป้าหมายหลักในการใช้ชีวิต มีความยืดหยุ่นในแผนการท่องเที่ยว และจะมีการศึกษาการแนะนำจากข้อมูลออนไลน์



เพื่อประกอบการตัดสินใจ จึงจำเป็นที่ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์และสื่อสารทางโลกออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น

๒) กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว หลังจากที่ได้มีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในระหว่างการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งจำเป็นอื่นๆ จากสถิติในปี ค.ศ. ๒๐๑๙ ช่วงก่อนสถานการณ์โควิด 19 มีจำนวนการเดินทางท่องเที่ยว ประมาณ ๗๒ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๔๕ ของนักท่องเที่ยวมุสลิมทั้งหมด โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมนิยมเดินทางเป็นครอบครัว มีการวางแผนการท่องเที่ยว และมีอำนาจตัดสินใจในเรื่องต่างๆในการวางแผนการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเดินทางในฐานะ แม่ ลูกสาว หรือเป็นคู่สมรส จึงจำเป็นที่ต้องตระหนักถึงทัศนคติและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว สำหรับพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น สถานที่ที่เหมาะสมสำหรับมุสลิม การบริการที่อำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก และสนใจท่องเที่ยวในวิถีชุมชนท้องถิ่น

๓) กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม GEN Z เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเติบโตด้วยเทคโนโลยี มีการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือทางเทคโนโลยี จำเป็นที่ต้องสร้างข้อมูลการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ไม่ใช่เป็นปัญหาสำหรับกลุ่ม GEN Z เพราะมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การเตรียมอาหารฮาลาลไว้รับประทานเอง หรือการหาสถานที่ที่เหมาะสม เป็นต้น

#### ๔. ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวมุสลิม

##### ๔.๑ แนวทางการพิจารณาอันดับดัชนีชี้วัดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับมุสลิมทั่วโลก (Global Muslim Travel Index : GMTI)

การพิจารณาอันดับดัชนีชี้วัดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับมุสลิมทั่วโลก (Global Muslim Travel Index : GMTI) ซึ่งเป็นผลจากการสำรวจของ Mastercard-Crescent Rating จะเป็นไปตามรูปแบบ Crescent Rating ACES คลอบคลุม ๔ ประเด็นหลักที่จะส่งเสริมให้จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมได้มากขึ้น ดังนี้

- ๑) ความง่ายในการเข้าถึง (Access)
- ๒) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (Communications)
- ๓) สภาพแวดล้อม (Environment)
- ๔) การบริการ (Services)

อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี ๒๐๑๗ เกณฑ์และตัวชี้วัดดังกล่าว ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้ทันกับแนวโน้มการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวมุสลิม รวมถึงแนวโน้มการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป และเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จึงเพิ่มประเด็นการมุ่งเน้นให้ประเทศจุดหมายปลายทางคำนึงถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ



ที่มา : Mastercard-CrescentRating Global.Muslim Travel Index , ๒๐๒๓

**๑) ความง่ายในการเข้าถึง (Access)** คิดเป็นร้อยละ ๑๐ จะกล่าวรวมถึงการตรวจลงตรา (Visa Requirements) การเชื่อมต่อทางอากาศ และการเข้าถึงภาคพื้นดิน โดยโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่ง อาทิ ถนน รถไฟ และการบริการขนส่งทางอากาศ ถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการเข้าถึงที่แตกต่างกัน ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นแนวทางการพิจารณาที่สำคัญในการเลือกให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการเดินทางและการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยว

**๒) การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ (Communications)** คิดเป็นร้อยละ ๒๐ โดยเกณฑ์การสื่อสาร จะรวมถึงความสามารถทางภาษาของพื้นที่ โดยประเมินจากการใช้ภาษาของนักท่องเที่ยวจากตลาดการท่องเที่ยวมุสลิม ๓๐ อันดับแรก ในส่วนของการสร้างการรับรู้แก่ผู้มีส่วนได้เสียเป็นอีกเกณฑ์ที่สำคัญ ซึ่งจะพิจารณาจากการดำเนินการในจุดหมายปลายทางผ่านการประชุม การประชุมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนา และกิจกรรมทางวิชาการอื่นๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ อาหารฮาลาล การท่องเที่ยวฮาลาล ผู้บริโภคมุสลิม เป็นต้น รวมถึงการวางกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมโดยตรง และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

**๓) สภาพแวดล้อม (Environment)** คิดเป็นร้อยละ ๒๐ โดยได้ให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางอย่างปลอดภัยไร้กังวลของประเทศปลายทาง ซึ่งเกณฑ์ย่อยจะรวมถึงการที่นักท่องเที่ยวมุสลิมจะมีพื้นที่ปลอดภัยจากข้อจำกัดด้านความเชื่อและการแต่งกาย และนอกจาก

ความปลอดภัยทั่วไปแล้ว ระดับความรุนแรงทางอาชญากรรมจากความเกลียดชัง จะเป็นการยืนยันระดับความปลอดภัยจากมุมมองของนักท่องเที่ยวมุสลิม นอกจากนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมขาเข้า เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญมากที่สะท้อนถึงความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวของประเทศปลายทาง และการปรับตัวต่อสภาพภูมิอากาศจะพิจารณาถึงศักยภาพทางนวัตกรรม เพื่อติดตามและตอบสนองให้ทันต่อแนวโน้มปัจจุบัน สำหรับประเด็นด้านความยั่งยืน ก็เป็นตัวชี้วัดใหม่ในปี นี้ที่จะพิจารณาถึงความพยายามในการจัดการขยะพลาสติก และการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก ซึ่งคาดว่าจะครอบคลุมข้อมูลด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนมากขึ้นในปีต่อ ๆ ไป

**๔) การบริการ (Services)** คิดเป็นร้อยละ ๔๐ ซึ่งการบริการต่างๆ ที่รองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมถือเป็นเกณฑ์ที่สำคัญที่สุด สิ่งอำนวยความสะดวกต้องจัดทำให้ถูกต้องตรงกับหลักความเชื่อของนักท่องเที่ยวมุสลิม เพื่อดึงดูดและสนับสนุนการเติบโตของนักท่องเที่ยวมุสลิม รวมถึงห้องอาหารฮาลาล และสถานที่ละหมาด นอกจากนี้ ยังรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ เช่น แหล่งมรดกโลก สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอิสลามท้องถิ่น

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ดังนี้

๑. สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรและเหมาะสำหรับการพักผ่อนแบบครอบครัว เป็นหนึ่งในหลักเกณฑ์ที่สำคัญที่ GMTI ได้คำนึงถึงความนิยมของปลายทางที่ท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมมากกว่าร้อยละ ๕๐ นิยมเดินทางพร้อมครอบครัว

๒. สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยเหมาะสมสำหรับการเดินทาง เป็นกุญแจที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังปลายทางการศึกษาเชิงประจักษ์เห็นความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมการเดินทางที่ปลอดภัยและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาถึงปลายทาง ดังนั้น สภาพแวดล้อมการเดินทางที่ปลอดภัยคือตัวเร่งปฏิกิริยาที่สำคัญ เมื่อเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป

๓. ความเชื่อมั่นในอาหารฮาลาล ความพร้อมของอาหารฮาลาลเป็นหนึ่งในสิ่งสำคัญที่สุดเมื่อพูดถึงการจัดเลี้ยงนักท่องเที่ยวมุสลิม เกณฑ์สำหรับเนื้อสัตว์ คือการถูกฆ่าในลักษณะฮาลาล นอกจากนี้ อาหารที่ไม่ใช่เนื้อสัตว์หรือส่วนผสมจากเนื้อสัตว์หรือแอลกอฮอล์ในการเตรียมอาหารถือว่าอนุญาตให้บริโภคได้ อุตสาหกรรมอาหารต้องมีการรับรองฮาลาลอิสระของร้านอาหารโดยหน่วยรับรองฮาลาล ทำให้ชาวมุสลิมรู้สึกสบายใจในการเลือกสถานที่รับประทานอาหาร

๔. ความสะอาดของสถานที่ละหมาด การละหมาด ๕ ครั้งต่อวันเป็นหนึ่งใน ๕ เสาหลักของศาสนาอิสลาม ซึ่งจะต้องมีการชำระล้างการทำความสะอาดตัวเองก่อนที่จะละหมาด การละหมาดสามารถทำได้ในสถานที่ สะอาด แต่นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่จะชอบมีสียิตสถานที่ที่กำหนดไว้สำหรับการละหมาด ดังนั้น ความสะอาดในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมได้รับความสะดวกสบาย โดยทั่วไปของสิ่งอำนวยความสะดวกในการละหมาดในประเทศปลายทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพร้อมในสถานที่ละหมาดควรมีจัดสรรในห้างสรรพสินค้า สวนสนุก ฯลฯ

๕. การบริการของสนามบินและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สนามบินควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักเดินทางทั่วโลก และผู้โดยสารที่มีจำนวนมาก

ตลอดทั้งปี ในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็นสิ่งสำคัญสนามบินต้องสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้ การบริการที่สำคัญที่สุดสองอย่างเพื่อสนองความต้องการของชาวมุสลิมในสนามบิน คือ การอำนวยความสะดวกในการละหมาด และบริการอาหารฮาลาล

๖. โรงแรมที่พักเหมาะสมที่เป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวมุสลิม การจัดหาทางเลือกที่พักซึ่งรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การเข้าถึงอาหารฮาลาลเครื่องหมายกิบลัตในการแสดงทิศละหมาด การไม่มีแอลกอฮอล์ และห้องน้ำที่เป็นมิตร เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ชาวมุสลิมจะมองหาจากโรงแรมหรือที่พักเพื่อความสะดวกสบาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่เดินทางกับเด็กและครอบครัว

๗. การรับรู้ความต้องการของตลาดท่องเที่ยวมุสลิมของประเทศปลายทาง เกณฑ์ตัวชี้วัดในการรับรู้ของตลาดการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมและความต้องการที่ปลายทาง ซึ่งรวมถึงแคมเปญการตลาดโดยหน่วยงานการท่องเที่ยวที่กำหนดเป้าหมายการท่องเที่ยวของมุสลิมโดยตรง

๘. ระดับความสามารถด้านภาษาในการสื่อสารของประเทศปลายทาง นักท่องเที่ยวมุสลิมส่วนใหญ่พูดภาษาอังกฤษ อาราบิก บาสซาซา (มาเลเซีย/อินโดนีเซีย) ตุรกี เปอร์เซียและฝรั่งเศส ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญในการประเมินความสามารถในการใช้ภาษาเหล่านี้โดยเฉพาะภาษาอาราบิกและภาษาอังกฤษที่มีนักท่องเที่ยวมุสลิมนิยมใช้กันแพร่หลาย

## ส่วนที่ ๓

### การวิเคราะห์ปัจจัยและทิศทางที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุด จึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ปัจจัยและทิศทางที่จะส่งผลต่อการพัฒนา ผ่านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ที่ได้จากระบบการวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งในระดับสากล และระดับประเทศ รวมถึงการวิเคราะห์ศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทย ดังนี้

#### ๑. จุดแข็ง

(๑) ภาคบริการของประเทศไทยมีศักยภาพ พร้อมในการให้บริการและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก เช่น **โรงแรมที่มีคุณภาพ ร้านอาหารถูกสุขลักษณะ การนวดเพื่อสุขภาพ และการบริการทางสาธารณสุข**

(๒) **รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนภาคบริการของไทยให้มีความเข้มแข็งและหลากหลาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก**

(๓) การมาตรฐานฮาลาล พระราชบัญญัติการบริหารองค์กรอิสลาม พ.ศ. ๒๕๔๐ รองรับการดำเนินงานด้านฮาลาล โดยกำหนดให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนด และประกาศใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้ถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและมาตรฐานสากล อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐได้กำหนดมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานร้านอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ : อาหารฮาลาล เป็นต้น

(๔) ความพร้อมทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและทางการแพทย์ หรือการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงในหลายรูปแบบ อาทิ สวนสนุก โรงละคร แหล่งช้อปปิ้ง และสถานบันเทิง

#### ๒. จุดอ่อน

(๑) ผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวบางส่วนยังขาด**ความเข้าใจ**ในการประกอบธุรกิจบริการฮาลาลให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ทั้งการรองรับการท่องเที่ยว การผลิต การตลาด เทคโนโลยี และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านที่จะพัฒนาธุรกิจบริการฮาลาลให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าไม่มากเท่าที่ควร

(๒) ขาดการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อรองรับการบริการกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

(๓) ขาดการควบคุมและรักษาระดับมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

(๔) **มักคุเทศก์ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอาหรับ/ภาษามลายู ไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว**

(๕) ภาครัฐขาดกฎหมายเฉพาะในการคุ้มครองผู้บริโภคฮาลาลของประเทศจึงส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นทั้งในตลาดโลกและตลาดภายในประเทศ

(๖) ขาดการดำเนินการพัฒนาแหล่งผลิตอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างครบวงจร

(๗) ข้อมูลอุตสาหกรรมฮาลาลยังไม่เป็นระบบ ไม่มีการจำแนกชัดเจนระหว่างสินค้าฮาลาลกับสินค้าอื่น ๆ

(๘) การประชาสัมพันธ์หรือสร้างการรับรู้ยังไม่เพียงพอ ที่จะสร้างความตระหนักถึงความสำคัญ  
ของธุรกิจฮาลาล

(๙) ขาดการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs มุสลิม ในประเทศให้มีศักยภาพมากขึ้น

### ๓. โอกาส

(๑) ความต้องการทางด้านบริการฮาลาลจากต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะบริการ  
ด้านการท่องเที่ยว การบริการครัวฮาลาลตามโรงพยาบาลและโรงแรม และการรักษาพยาบาลล้วนมีแนวโน้ม  
เพิ่มสูงขึ้น และเป็นธุรกิจที่ประเทศไทยมีศักยภาพ สามารถพัฒนาให้ขยายตัวต่อไปได้

(๒) แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่มีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ทำให้มีความต้องการ  
บริการด้านการแพทย์เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

(๓) ภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล โดยสอดคล้องกับแผนระดับชาติ  
ซึ่งเป็นทิศทางการพัฒนาประเทศ และมีการกำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นประเทศผู้นำในการพัฒนา  
ผลิต และส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับความเชื่อมั่นในระดับสากลสู่ตลาดโลกด้วยมาตรฐาน  
ฮาลาลไทย โดยใช้หลักศาสนา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในปี ๒๕๗๐

(๔) การมีกลไกขับเคลื่อนและบุคลากรสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เป็นหน่วยงานระดับกระทรวง  
คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมีภารกิจในการกำหนดแนวทาง การจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์  
การพัฒนาและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการพัฒนาของประเทศ  
รวมไปถึงสร้างให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกับทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง

(๕) การรื้อฟื้นความสัมพันธ์ทางการทูตกับซาอุดีอาระเบียเป็นการจุดประกายการให้ความสำคัญกับ  
ตลาดการท่องเที่ยวมุสลิมมากขึ้น โดยทางซาอุดีอาระเบียได้มีการแถลงชัดเจนในระหว่างการเยือนของรัฐมนตรี  
ต่างประเทศของไทย ว่าต้องการร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวกับประเทศไทย นอกเหนือจากความร่วมมือ  
ด้านการเกษตร ถือเป็นโอกาสอันดีของประเทศไทยที่จะสามารถใช้ซาอุดีอาระเบียเป็นประตูสู่ตะวันออกกลาง  
(Gateway to Middle East) ในการขยายตลาดการท่องเที่ยวสู่ประเทศต่าง ๆ ในอ่าวอาหรับและอื่น ๆ อีกทั้ง  
เป็นการสนับสนุนนโยบายเศรษฐกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาที่มั่นคง และยั่งยืน

(๖) ผลสำรวจโดยมาสเตอร์การ์ดและแคสเซนส์เรตติ้ง GMTI ๒๐๒๓ ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับ  
๔ ในฐานะจุดหมายปลายทางยอดนิยมในกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (Non-OIC) และอันดับ ๒๙ ของทั่วโลก  
ทั้งกลุ่มประเทศมุสลิมและประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (OIC และ NON-OIC)

(๗) สินค้าอาหารฮาลาลไทยยังมีโอกาสทางการตลาดสูง เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้บริโภคที่เป็นประชากร  
มุสลิมทั่วโลกอยู่จำนวน ๑,๗๐๐ ล้านคน หรือคิดเป็น ๑ ใน ๔ ของประชากรโลก และคาดว่าในอนาคตจำนวน  
จะเพิ่มเป็น ๒ ใน ๓ ของโลก และยังเป็นตลาดที่มีศักยภาพด้วย

(๘) มีเครือข่ายการค้ากับประเทศมุสลิมที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน โดยประเทศไทยมีการส่งออก  
ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังประเทศมุสลิมทั่วโลก

(๔) ความร่วมมือในระดับภูมิภาคภายใต้กรอบ แผนงานการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย - มาเลเซีย - ไทย (IMT-GT) และความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการ และเศรษฐกิจ (BIMSTEC) โดยประชากรภายใต้กรอบความร่วมมือดังกล่าว มีอยู่ถึง ๑,๘๖๕ ล้านคน แบ่งเป็น ประชากรมุสลิมประมาณ ๕๗๘ ล้านคน

#### ๔. ข้อจำกัด

(๑) ภาวะเศรษฐกิจโลกมีความผันผวนไม่แน่นอน เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งตัดสินใจไม่เดินทางท่องเที่ยว หรือวางแผนใช้จ่ายเพื่อกิจกรรมในการท่องเที่ยวลดน้อยลง

(๒) ภัยจากธรรมชาติต่าง ๆ เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ภัยจากน้ำท่วม เป็นต้น

(๓) ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีประชากรนับถือศาสนาพุทธเป็นหลัก จึงไม่ใช่ประเทศกลุ่มมุสลิม เมื่อเทียบกับประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นหลัก เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ส่งผลต่อจำนวนสินค้า บริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

(๔) ประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น ใต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์เป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย

๕. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดใน TOWS Matrix

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>ปัจจัยภายนอก</p>	<p><b>จุดแข็ง (Strength)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ภาคบริการ/สาธารณสุขเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ</li> <li>รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุน</li> <li>มีมาตรฐานฮาลาลด้านการท่องเที่ยว</li> <li>มีการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม</li> </ol>	<p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจการประกอบธุรกิจบริการฮาลาลให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค</li> <li>ขาดการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อรองรับการบริการกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม</li> <li>มักคุเทศก์ภาษาอาหรับไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว</li> </ol>
<p><b>โอกาส (Opportunity)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>ความต้องการทางด้านบริการฮาลาลจากต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น</li> <li>แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่มีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น</li> <li>การรื้อฟื้นความสัมพันธ์ทางการทูตกับซาอุดีอาระเบีย</li> <li>ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับ ๔ ในฐานะจุดหมายปลายทางยอดนิยมในกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (NON-OIC)</li> </ol>	<p>จากจุดแข็งของประเทศไทยที่ภาคบริการและสาธารณสุขเป็นที่ยอมรับอีกทั้งมีการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งยังมีมาตรฐานจากหน่วยงานหลายหน่วยงานประกอบด้วยโอกาสกลุ่มชาวมุสลิมมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นที่ต้องการมาเที่ยวประเทศไทยอยู่แล้วและการรื้อฟื้นความสัมพันธ์กับประเทศที่มีศักยภาพจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวและยกระดับการเข้าสู่มาตรฐานและสร้างมาตรฐานแรงจูงใจให้กับกลุ่มนี้โดยเฉพาะ</p>	<p>กลุ่มมุสลิมมีแนวโน้มในการเติบโตเพิ่มขึ้นและรัฐบาลได้รื้อฟื้นความสัมพันธ์กับซาอุดีอาระเบีย อีกทั้งประเทศไทยยังเป็นจุดหมายสำคัญของกลุ่มมุสลิมแต่ผู้ประกอบการในประเทศยังขาดความรู้ความเข้าใจในการรองรับนักท่องเที่ยวหรือยังไม่มีมัคคุเทศก์เพียงพอในบางภาษาที่จำเป็น รวมทั้งขาดการนำเทคโนโลยีมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการทุกส่วนทั้งภาคบริการ กิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ให้มองเห็นความรู้และพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อรองรับความต้องการกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม</p>
<p><b>ข้อจำกัด (Threat)</b></p> <p>ประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์เป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย</p>	<p>ประเทศไทยที่ภาคบริการและสาธารณสุขเป็นที่ยอมรับอีกทั้งมีการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งยังมีมาตรฐานจากหน่วยงานหลายหน่วยงาน แต่ยังมีคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียหลายประเทศไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็น ไต้หวัน มาเลเซีย หรือสิงคโปร์ โดยอาจต้องดึงความแข็งแกร่งของภาคบริการและสาธารณสุขเป็นตัวนำ รวมทั้งเร่งให้ภาคอุตสาหกรรมผลิต ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับกลุ่มมุสลิม</p>	<p>ภาคธุรกิจท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและควรให้ความสำคัญต่อการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันศาสนาในด้านการรับรอง เพื่อสร้างเอกภาพและความร่วมมือในการรับรองฮาลาล ซึ่งจะส่งผลให้มีความชัดเจนในการสนับสนุนกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ</p>



## ๖. กรอบแนวคิดในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์

กรอบแนวคิดสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน และสภาพแวดล้อม รวมทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ดังนี้

๑) การดำเนินการโดยยึดหลักศาสนบัญญัติเป็นแกนหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

๒) ดำเนินการเชิงบูรณาการทำงาน ทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันศาสนาในด้านการรับรอง เพื่อสร้างเอกภาพและความร่วมมือในการรับรองนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งจะส่งผลให้มีความชัดเจนในการสนับสนุนกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และเป็นระบบทั้งกระบวนการ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

๓) การพัฒนามาตรฐานให้กับสถานประกอบการ เพื่อยกระดับและเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างเหมาะสม

๔) การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

## ส่วนที่ ๔

### แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

#### ๑. วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็น ๑ ใน ๕ ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ภายในปี ๒๕๗๐

#### ๒. เป้าประสงค์

๑) เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการทุกภาคส่วน ทั้งภาคบริการ กิจกรรม แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยว และมีภาคเทศก์ ให้มีองค์ความรู้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และยกระดับมาตรฐานฮาลาลของไทยให้เทียบเท่ากับมาตรฐานในระดับสากล

๒) เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีรองรับความต้องการกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

๓) เพื่อบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันศาสนาในด้านการรับรอง เพื่อสร้างเอกภาพและความร่วมมือในการรับรองฮาลาล

๔) เพื่อประชาสัมพันธ์และสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

#### ๓. ตัวชี้วัดหลัก ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐)

๑) อันดับดัชนีชี้วัดการท่องเที่ยวมุสลิม (Global Muslim Tourism Index : GMTI) ของประเทศไทย อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๕ ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก

๒) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการรองรับการท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้น

#### ๔. ยุทธศาสตร์การพัฒนา

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และตัวชี้วัดของแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา ออกเป็น ๕ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่มาตรฐาน

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาสินค้า บริการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สนับสนุนการนำเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวมุสลิม

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ เพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างการรับรู้ความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

## ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่มาตรฐาน

### เป้าประสงค์

- ๑) สร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม
- ๒) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่มาตรฐาน
- ๓) ยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเข้าสู่มาตรฐาน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ ภาคบริการท่องเที่ยวในการรองรับ นักท่องเที่ยวมุสลิม

### ตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์

- ๑) จำนวนผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว มุสลิมเพิ่มขึ้นปีละ ๕๐๐ ราย
- ๒) จำนวนผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาเข้าสู่มาตรฐานเพิ่มขึ้นร้อยละ ๕ ต่อปี

### แนวทาง/มาตรการ

๑.๑ เสริมสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นและทักษะเกี่ยวเนื่องกับภาคบริการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวมุสลิม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพและอบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาล และการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

๑.๒ พัฒนามาตรฐาน/หลักเกณฑ์คุณภาพการให้บริการสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในการรองรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม อาทิ การจัดทำหลักเกณฑ์คุณภาพ /มาตรฐาน บริการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่อง เช่น มาตรฐานโรงแรมฮาลาล มาตรฐานสปาฮาลาล

๑.๓ ยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมเข้าสู่มาตรฐาน อาทิ การพัฒนาสมรรถนะ และเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักการมาตรฐานฮาลาล การจัดทำคลินิกให้คำปรึกษา ด้านมาตรฐาน

๑.๔ พัฒนาต่อยอดผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานให้มีจุดขายเพิ่มขึ้น โดยให้ความสำคัญ ต่อการพัฒนาต่อยอดผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในสินค้า บริการ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว อาทิ การจัดอบรมองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการฮาลาล การพัฒนา “โมเดลต้นแบบ” ผู้ประกอบการฮาลาล

## ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาสินค้า บริการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

### เป้าประสงค์

- ๑) ส่งเสริมการพัฒนาสินค้า บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม
- ๒) ส่งเสริมการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

### ตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์

- ๑) จำนวนสินค้าบริการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มมากขึ้น
- ๒) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้า บริการ และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

### แนวทาง/มาตรการ

**๒.๑ พัฒนาความพร้อมของสินค้า บริการ และกิจกรรมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม**  
โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง อาทิ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สปาฮาลาล

**๒.๒ ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาสินค้า บริการ และกิจกรรมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม** ทั้งเมืองท่องเที่ยวหลัก เมืองท่องเที่ยวรอง และชุมชน อาทิ การส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวฮาลาลเชิงวัฒนธรรม การสร้างตราสินค้าฮาลาลทางการท่องเที่ยว (Halal Tourism Product Branding)

**๒.๓ สนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวทั้งสินค้า บริการและกิจกรรม รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม** อาทิ การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวใหม่เชื่อมโยงประวัติศาสตร์กับวัฒนธรรมมุสลิม การส่งเสริมการจัดจตุรัส

**๒.๔ สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม**  
โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว สถานประกอบการ และชุมชน อาทิ ห้องน้ำ ห้องละหมาด ตามแหล่งท่องเที่ยว ให้เพียงพอ ปลอดภัย และเหมาะสม

**๒.๕ ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สินค้า บริการและกิจกรรมไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม**  
อาทิ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ การส่งเสริม MICE สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

**ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สนับสนุนการนำเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวมุสลิม**

### เป้าประสงค์

ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีความทันสมัย สามารถเข้าถึง และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์

- ๑) จำนวนข้อมูลสารสนเทศที่สามารถเข้าถึงและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิม
- ๒) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าถึงและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

### แนวทาง/มาตรการ

**๓.๑ รวบรวมระบบสารสนเทศ Application หรือ Platform ที่มีอยู่ในปัจจุบัน** โดยการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน

๓.๒ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยการจัดทำและพัฒนาข้อมูลสารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีประสิทธิภาพ อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว

๓.๓ ส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลสารสนเทศไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์ในการเข้าถึงข้อมูลสินค้า บริการ และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม อาทิ การจัดทำมาตรการส่งเสริมการขายบนระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

๓.๔ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลขยายช่องทางการตลาด และบูรณาการฐานข้อมูลเชื่อมโยงไปสู่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

#### เป้าประสงค์

สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างเอกภาพในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

#### ตัวชี้วัด

ร้อยละของแนวทาง/มาตรการ/โครงการที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ได้รับผลสำเร็จ

#### แนวทาง/มาตรการ

๔.๑ ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์การศาสนาในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคีเครือข่าย รวมถึงการจัดทำกรอบความร่วมมือ (MOU) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความร่วมมือร่วมใจในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว

๔.๒ สร้างองค์ความรู้ให้กับหน่วยงานจากองค์การศาสนาเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยให้ความสำคัญกับการสนับสนุนความร่วมมือทางวิชาการ อาทิ การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การจัดทำหลักสูตรการอบรม

๔.๓ กำหนดแนวทางและมาตรการในการดำเนินการให้ถูกต้อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม อาทิ การกำหนดและจัดทำแนวทาง/มาตรการต่างๆ ผลักดันเป็นวาระแห่งชาติในการดำเนินการ

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ เพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างการรับรู้ความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

**เป้าประสงค์**

๑) สร้างการรับรู้ประเทศไทยมีความพร้อมในการต้อนรับตลาดกลุ่มมุสลิมแก่ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเป้าหมาย

๒) ตอกย้ำภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดมุสลิม

**ตัวชี้วัด**

๑) อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

๒) ร้อยละความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศไทย

**แนวทาง/มาตรการ**

๕.๑ สื่อสารและประชาสัมพันธ์ความพร้อมของประเทศไทยในการต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิมผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์ อาทิ การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศและต่างประเทศ

๕.๒ ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกผ่านการจัดกิจกรรม Media Fam Trip

**๕. ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์**

เพื่อให้การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ฯ สามารถบรรลุตามวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์ จึงได้จัดทำตัวอย่างโครงการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดของโครงการ แนวทางการดำเนินงาน และหน่วยงานที่รับผิดชอบ ดังนี้

**๕.๑ ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่มาตรฐาน**

โครงการ	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
โครงการพัฒนาสมรรถนะและเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวตามหลักการมาตรฐานฮาลาล	จัดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรธุรกิจนำเที่ยวผู้ประกอบการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ในการให้ความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมของชาวมุสลิม และอาหารฮาลาล ได้รับรู้รับทราบ เกิดความเข้าใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการได้	กก. รง. สกอท. / สกอก.
โครงการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานและกระบวนการรับรองมาตรฐานฮาลาลตามแนวทางสากล	จัดทำและพัฒนาหลักเกณฑ์คุณภาพ /มาตรฐานบริการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานโรงแรมฮาลาล มาตรฐานสปาฮาลาล	กก. สกอท.

โครงการพัฒนาทักษะและความรู้ มัคคุเทศก์ภาษาต่างประเทศเพื่อ รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม	จัดอบรมให้ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ ในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม ให้แก่ มัคคุเทศก์	กก. กต.
โครงการพัฒนา “โมเดลต้นแบบ” ผู้ประกอบการฮาลาล	พัฒนาศักยภาพและยกระดับผู้ประกอบการ ท่องเที่ยวต้นแบบ เพื่อเป็นแบบอย่างในการ บริหารจัดการองค์กรที่ถูกต้องและตรงตาม หลักการฮาลาล	กก. สกอท. / สกอจ.

**๕.๒ ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาสินค้า บริการและกิจกรรมด้านการ  
ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม**

โครงการ	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงาน รับผิดชอบ
โครงการพัฒนาคุณภาพสินค้าและ บริการทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวมุสลิม	คัดเลือกและพัฒนาสินค้าและบริการทาง การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับ นักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพสำหรับกลุ่มตะวันออกกลาง การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ผลิตภัณฑ์สปาฮาลาล	กก. สธ. ทส.
โครงการส่งเสริมและพัฒนาการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม	พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม	กก. วธ.
โครงการพัฒนาสินค้าและบริการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	สร้างสรรค์และพัฒนา Content ของสินค้า บริการทางการท่องเที่ยวไทย เพื่อนำเสนอ คุณค่าการท่องเที่ยว หรือต่อยอดทุน วัฒนธรรมท้องถิ่นเอกลักษณ์ท้องถิ่น และ จุดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติ	กก. พณ. อว. CEA
โครงการพัฒนาและส่งเสริมย่าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative District)	พัฒนาย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวทาง การจัดทำแผนพัฒนาเมือง/ย่านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ให้เป็นต้นแบบของการสร้างย่าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นวัฒนธรรมท้องถิ่น อิสลาม เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม	กก. CEA

โครงการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยว ฮาลาลเชิงวัฒนธรรม	พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ ท่องเที่ยว เชื่อมโยงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม อิสลาม เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่	กก. วธ.
โครงการสร้างตราสินค้าฮาลาล ทางการท่องเที่ยว (Halal Tourism Product Branding)	พัฒนานวัตกรรมการสร้างตราสินค้าฮาลาล ทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิม	กก. พณ. อก. สกอท.
โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวมุสลิม	พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ห้องน้ำ ห้องละหมาด ในแหล่งท่องเที่ยว ให้ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ	กก. ทส. วธ. คค.
โครงการพัฒนาศักยภาพการ ท่องเที่ยวตามเขตพัฒนาการ ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม	พัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวมุสลิมที่ เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ ตามเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อาทิ เขต พัฒนาการท่องเที่ยวลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา หรือเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน	กก. ทส. คค.
โครงการสำรวจความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อการรองรับการ ท่องเที่ยวมุสลิม	จัดทำแผนการสำรวจ และพัฒนาแบบสำรวจ ทัศนคติ ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความ ต้องการ ของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เดินทาง ท่องเที่ยวในประเทศไทย	กก.
โครงการประเมินผลกระทบจากการ ท่องเที่ยวมุสลิม	ศึกษา วิเคราะห์ และประเมินผลกระทบที่ ได้รับจากการท่องเที่ยวมุสลิม พร้อมจัดทำ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการส่งเสริมและ พัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว มุสลิม	กก.



๕.๓ ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สนับสนุนการนำเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวมุสลิม

โครงการ	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการท่องเที่ยวมุสลิม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำรวจ รวบรวม และศึกษาแพลตฟอร์มอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว (OTA) ที่มีศักยภาพในการเติบโตและมีขีดความสามารถสูง</li> <li>- จัดทำและพัฒนาข้อมูลสารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมให้เป็นปัจจุบัน สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีประสิทธิภาพ อาทิ ที่พัก ร้านอาหาร</li> </ul>	กก. ดีอีเอส สกอท.
โครงการพัฒนาและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แพลตฟอร์ม Online Travel Agency (OTA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สนับสนุนการพัฒนาแพลตฟอร์ม เพื่อให้สามารถขยายพื้นที่ให้บริการและมีบริการที่ครบถ้วนที่จำเป็นในการท่องเที่ยว</li> <li>- สื่อสารการตลาดโดยตรงไปยังนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติด้วยสื่อกลางที่มีประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หันมาใช้แพลตฟอร์ม OTA</li> <li>- สนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลร่วมมือกันสร้างเครือข่ายผลักดันให้ผู้ประกอบการชาวไทยนำนวัตกรรมนี้มาบูรณาการกับธุรกิจของตน</li> <li>- สนับสนุนช่องทางการเสนอขาย (Platform) แก่พันธมิตร (บริษัทนำเที่ยว โรงแรมที่พัก เป็นต้น)</li> </ul>	กก. ดีอีเอส สกอท.

๕.๔ ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๔ บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม

โครงการ	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
โครงการส่งเสริมการพัฒนาข้อมูลทางการท่องเที่ยวตามหลักการศาสนา	จัดทำข้อมูลทางวิชาการตามหลักการศาสนา เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และสามารถเผยแพร่ไปยังผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง	สกอท. / สกจ. อว.

โครงการพัฒนาเครือข่ายและองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวมุสลิม	พัฒนาต่อยอดการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยว ฮาลาลทั้งในประเทศและในภูมิภาคอาเซียน	สกอท. / สกจ. อ. กก. กต.
--	--	----------------------------------

**๕.๕ ตัวอย่างโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ ๕ เพิ่มโอกาสทางการตลาดและสร้างการรับรู้ความพร้อมของประเทศไทยในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม**

โครงการ	แนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
โครงการสร้างการสื่อสารเชิงรุก เพื่อการท่องเที่ยวคุณภาพสูงด้วยสื่อดิจิทัล	จัดทำ Digital Content ที่สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างและเผยแพร่เรื่องราว โดยดึงเอาจุดเด่นของวัฒนธรรม และวิถีชีวิตมุสลิม ประยุกต์ให้นำสนใจ และเป็นกระแสผ่านสื่อต่างๆ	กก. (ททท.)
โครงการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวมุสลิม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรม Online Marketing สร้างกระแสการเดินทางท่องเที่ยว ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบอกต่อประสบการณ์การเดินทาง</li> <li>- มอบสิทธิพิเศษในการเดินทาง ท่องเที่ยว อาทิ ส่วนลดการซื้อสินค้า/บริการ คະແນວສະສມ พิเศษของที่ระลึก</li> <li>- จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและเอกชนเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว</li> <li>- จัดกิจกรรม Event Marketing หรือเทศกาล ประเพณีท้องถิ่นในพื้นที่กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยว</li> </ul>	กก. (ททท.)

## ส่วนที่ ๕

### การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

#### ๑. หลักการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ

๑.๑ การใช้กระบวนการบริหารงานคุณภาพเป็นกรอบแนวทาง โดยครอบคลุมการดำเนินงาน ๔ ขั้นตอนที่มีความเชื่อมโยงกัน ได้แก่ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล การดำเนินงาน และการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานตามผลการตรวจสอบ เพื่อให้เกิดกระบวนการทำงานที่เป็นระบบและมีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

๑.๒ การมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ โดยให้ความสำคัญกับการวัดผลสำเร็จของการดำเนินงานด้วยเป้าหมาย ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม ทั้งในเชิงประสิทธิภาพและประสิทธิผล

๑.๓ การดำเนินงานโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่เป้าหมาย โดยเป็นการดำเนินงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบตามกฎหมายและความเชี่ยวชาญของหน่วยงาน รวมถึงความพร้อมในการขับเคลื่อนแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ ผ่านการมองภาพเชิงองค์รวมในระดับภาคและจังหวัด ซึ่งให้ความสำคัญกับการดำเนินงานที่เชื่อมประสานกันและมีเป้าหมายร่วมกัน

#### ๒. การติดตามและประเมินผล

การติดตามและประเมินผลความก้าวหน้าของการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม เป็นการติดตามและประเมินผลสำเร็จในภาพรวม ระดับของยุทธศาสตร์ และโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ต่าง ๆ โดยมีแนวทางการติดตามและประเมินผล ดังต่อไปนี้

๒.๑ การติดตามผลรายปี โดยจะติดตามในส่วนของการดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัดหลัก (ภาพรวม) การดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัดแต่ละยุทธศาสตร์ และการดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัดรายโครงการ เพื่อกำกับให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปตามเป้าหมายของแผนฯ

๒.๒ การประเมินผลในแต่ละระยะ โดยจะประเมินผลความคืบหน้า/ความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนฯ แบ่งออกเป็น ๒ ระยะ ได้แก่ ระยะ ๒ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๖ - ๒๕๖๘) เพื่อทบทวนและปรับปรุงแผนฯ ให้สอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น และระยะสิ้นสุดยุทธศาสตร์ (พ.ศ. ๒๕๗๐) เพื่อประเมินความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนฯ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรค เพื่อจัดทำแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมต่อไป

## ภาคผนวก

### คำอธิบายตัวชี้วัดหลัก

๑) อันดับดัชนีชี้วัดการท่องเที่ยวมุสลิม (Global Muslim Tourism Index : GMTI) ของประเทศไทย อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๕ ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก

๒) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการรองรับการท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้น

ลำดับ	ตัวชี้วัด	ประเภท ของ ข้อมูล	คำอธิบายตัวชี้วัด	แหล่งที่มา	ปีฐาน	ค่าปีฐาน
๑	อันดับดัชนีชี้วัดการท่องเที่ยวมุสลิม (GMTI) ของประเทศไทย อยู่ในอันดับ ๑ ใน ๕ ของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก	อันดับ	อันดับดัชนีชี้วัดการท่องเที่ยวมุสลิม (GMTI) ของประเทศไทย ในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลก ทั้งกลุ่มประเทศ OIC และ Non-OIC	ผลการจัดอันดับดัชนีชี้วัด GMTI ของ Mastercard-CrescentRating	๒๕๖๖	อันดับที่ ๒๙
๒	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการรองรับการท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมต่อขีดความสามารถในการรองรับของประเทศไทย	-	N/A	ร้อยละ ๘๐



**กรมการท่องเที่ยว**  
**DEPARTMENT OF TOURISM**

ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐  
อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B) ศูนย์ราชการฯ แจ้งวัฒนะ ชั้น ๒ - ๓  
[WWW.DOT.GO.TH](http://WWW.DOT.GO.TH)