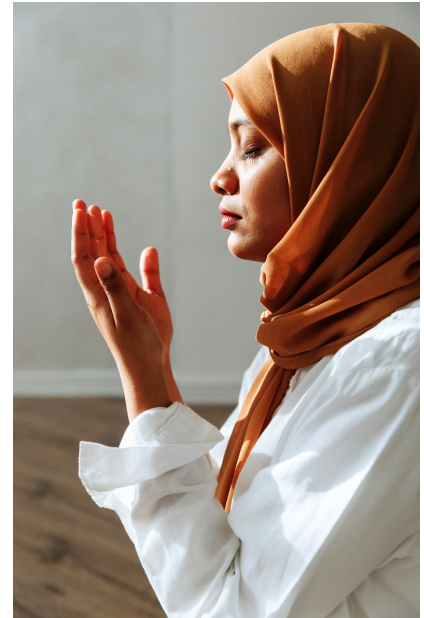


ท่องเที่ยวฮาลาลเติบโตแรง มูลค่าใช้จ่ายทะลุ 200 พันล้าน \$US



การท่องเที่ยวแบบ “Halal-friendly” ไม่ใช่แค่เรื่องอาหารฮาลาล แต่คือการออกแบบประสบการณ์เดินทางทั้งระบบให้เคารพศรัทธาและวัฒนธรรม ส่งผลให้ประเทศที่ลงทุนจริงจังได้ทั้งรายได้ ภาพลักษณ์ และความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจ

การท่องเที่ยวมุสลิมเป็นหนึ่งในตลาดที่เติบโตเร็วและมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจสูง โดยได้รับแรงหนุนจากประชากรวัยหนุ่มสาวที่เชื่อมต่อดิจิทัล รายได้ชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้นในเอเชีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา รวมถึงความต้องการท่องเที่ยวต่างประเทศที่สูงขึ้น จน “การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมุสลิม” ในช่วงกลางทศวรรษ 2020 สูงเกิน 200 พันล้าน \$US ต่อปี และมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องเร็วกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม

ความหมายของ Halal-friendly ในปี 2569 ถูกนิยามแบบ “องค์รวม” มากกว่าแค่อาหารฮาลาล ได้แก่ มีร้านอาหารฮาลาลหลายระดับราคา มีพื้นที่ที่เหมาะสมในสนามบิน ห้าง โรงแรม แหล่งท่องเที่ยวและระบบขนส่ง ที่พักที่ใส่ใจศรัทธา (เช่น เครื่องหมายทิศกิบลาต์ เสื้อคลุมในห้องพักแนวครอบครัว) ตัวเลือกสินค้าบริการที่คำนึงเรื่องความสุภาพเรียบร้อย/ความเป็นส่วนตัว และบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรม (cultural literacy) พร้อมระบบตรวจสอบฮาลาลที่โปร่งใส นอกจากนี้เทคโนโลยีดิจิทัลและแอปแนะนำแบบเรียลไทม์ที่ใช้ AI ช่วยให้ผู้คนทางเข้าถึงร้าน/โรงแรม/พื้นที่ที่เหมาะสมที่ “ยืนยันได้” ได้ง่ายขึ้น

ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่านักท่องเที่ยวมุสลิมมักใช้จ่ายสูงและกระจายหลายหมวด ตั้งแต่ที่พัก อาหารเชิงประสบการณ์ แหล่งมรดกวัฒนธรรม ค่าปลีก/แพคเกจจิ้งจริยธรรม ไปจนถึงกิจกรรมสำหรับครอบครัว ทำให้เกิดการจ้างงานและการเติบโตของ SME ผ่านห่วงโซ่อุปทานฮาลาล หน่วยงานรับรอง บริษัททัวร์เฉพาะทาง สถาบันฝึกอบรม และแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการค้นหาและจองบริการฮาลาล

สำหรับ “จุดหมายยอดนิยม” กลุ่มผู้นำเดิม ได้แก่ มาเลเซีย (ระบบรับรองและนโยบายบูรณาการ), ตุรกี (มรดกอิสลามพาสานบริการสมัยใหม่) และ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ฮาลาลระดับลักซ์วารี) ขณะเดียวกันปลายทางนอกประเทศมุสลิมก็ขยายตัวเด่น เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ที่ลงทุนด้านอาหารฮาลาล บริการหลายภาษา และพื้นที่ที่เหมาะสมในที่สาธารณะ, สเปน ที่ดันเส้นทางท่องเที่ยว “มรดกอิสลามในยุคอัลอันดะลุส”, และประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้บางแห่งรวมถึง ไทย ที่เริ่มได้รับการยอมรับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบครอบคลุมและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญคือ มาตรฐานฮาลาล “ไม่เป็นสากล” ทำให้เกิดความสับสนข้ามประเทศ และช่องว่างด้านการฝึกอบรม/ความเข้าใจวัฒนธรรมของบุคลากรหน้างาน ซึ่งอาจกระทบความเชื่อมั่นผู้เดินทาง บทความเสนอว่าแนวทางนำคือ การใช้ดิจิทัล (แพลตฟอร์มวางแผนทริป, ระบบยืนยันฮาลาลแบบเรียลไทม์, การพาสานสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองอัจฉริยะ) และการลงทุนเชิงยุทธศาสตร์ผ่านความร่วมมือรัฐ-เอกชน เพื่อสร้าง “อัตลักษณ์ประเทศ” ด้านฮาลาลท่องเที่ยว และเพิ่มความยืดหยุ่นของตลาดท่องเที่ยวในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

- ยกระดับจาก “มีอาหารฮาลาล” สู่ “Halal-friendly Journey”: ทำแพ็คเกจบริการครบวงจร (อาหาร-ที่พัก-พื้นที่ที่เหมาะสม-กิจกรรมครอบครัว-ความเป็นส่วนตัว) ให้ลูกค้ารับรู้ได้ตั้งแต่ก่อนจอง
- ลงทุน “ความน่าเชื่อถือ” ด้วยระบบยืนยันที่โปร่งใส: ใช้การรับรอง/การสื่อสารที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ และอัปเดตข้อมูลบนแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ ลดปัญหามาตรฐานต่างกันข้ามประเทศด้วยการสื่อสารที่ชัดเจน
- ฝึกอบรมบุคลากรเรื่อง cultural literacy: เน้นเหตุผลและมารยาทบริการ (ไม่ใช่แค่ “ทำตามเช็คลิสต์”) เพราะความผิดพลาดเล็กน้อยอาจทำลายความเชื่อมั่นได้
- ใช้ดิจิทัลเป็นตัวเร่งยอดขาย: ลงทะเบียนในแอป/แพลตฟอร์มที่นักท่องเที่ยวใช้ค้นหาร้านอาหาร-ที่พัก-โรงแรม และทำคอนเทนต์หลายภาษาเพื่อให้ “หาเจอง่าย-จองง่าย”
- ออกแบบสินค้า/ประสบการณ์ “คุณภาพคุ้มค่า” สำหรับครอบครัว: ตลาดนี้มักเดินทางเป็นกลุ่มครอบครัว พักนาน และใช้จ่ายหลากหลายหมวด-ควรทำข้อเสนอแบบ bundle และประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แท้จริง

ที่มา : <https://www.halaltimes.com>

