

ตลาดท่องเที่ยวมุสลิม โอกาสของไทยภายใต้ AEC

จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (ITD)

ตีพิมพ์ : หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Section : ASEAN+

ปีที่ 3 ฉบับที่ 112 วันอังคารที่ 12 พฤศจิกายน 2556

หน้า 1 คอลัมน์ "อาเซียน Business Forum"

ปัจจุบัน ศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมเริ่มเป็นที่จับตามองมากขึ้น ทั้งโลกมีประชากรมุสลิม 1.57 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรโลก โดยมีมุสลิมร้อยละ 20 อยู่ในทวีปเอเชีย ประเทศที่มีมุสลิมมากที่สุดในโลกคือ อินโดนีเซีย มีมากถึง 203 ล้านคน จากประชากรของประเทศ 243 ล้านคน มาเลเซีย 17 ล้านคน ปากีสถาน 174 ล้านคน อินเดีย 161 ล้านคน บังกลาเทศ 145 ล้านคน ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่รวมกันถึง 300 ล้านคน เช่น จีน รัสเซียและเยอรมนี มีมุสลิมอยู่ 22 ล้านคน 16 ล้านคน และ 4 ล้านคน ตามลำดับ

จากการวิจัยของ Crescentrating ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในสิงคโปร์ร่วมกับ DinarStandard บริษัทในสหรัฐฯที่ติดตามตลาดในวิถีชีวิตของมุสลิม พบว่า ปี 2554 นักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีมูลค่าตลาด 126,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คาดว่าความต้องการจะเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 4.8 ต่อปีไปจนถึงปี 2563 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่คิดเป็นร้อยละ 3 และจำนวนชาวมุสลิมทั่วโลกจะเพิ่มจากตัวเลขปัจจุบัน 1,600 ล้านคน ไปเป็น 2,200 ล้านคนในปี 2573 คิดเป็นร้อยละ 26.4 ของประชากรโลก

เมื่อก้าวสู่ AEC ในปี 2558 อินโดนีเซียจะกลายเป็นโอกาสที่เพิ่มขึ้นในการสร้างรายได้เข้าสู่ไทย เพราะนอกจากอินโดนีเซียจะเป็นประเทศที่มีประชากรชาวมุสลิมมากที่สุดในโลกแล้วยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุดในอาเซียนอีกด้วย โดยร้อยละ 20 ของจำนวนมุสลิมในประเทศ หรือ 40 ล้านคนจัดอยู่ในกลุ่มมีกำลังซื้อสูงและนิยมที่จะเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ หลายประเทศพยายามที่จะเข้าไปเจาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอินโดนีเซียเพราะเห็นศักยภาพในขนาดตลาดและกำลังซื้อ ประกอบกับเศรษฐกิจอินโดนีเซียยังอยู่ในช่วงขาขึ้น GDP เติบโตที่ร้อยละ 6.2 ต่อปี

จีนและญี่ปุ่นกำลังมุ่งเป้าไปยังตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในอินโดนีเซียเช่นกัน โดยจีนใช้กลยุทธ์โมเดลเป็นกรณีศึกษาการเปิดตลาดท่องเที่ยวในประเทศมุสลิมเพื่อนำเสนอเส้นทางและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศอินโดนีเซีย พร้อมก่อตั้งเครือข่ายพันธมิตรการท่องเที่ยวขึ้นเพื่อดึงดูดลูกค้ามุสลิมโดยเฉพาะ และเตรียมดึงดูดให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนก่อสร้างโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหารสำหรับชาวมุสลิม เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมแก่ชาวมุสลิม

ส่วนญี่ปุ่นเน้นการรุกรอบรม จัดสัมมนาให้ความรู้แก่ทุกภาคส่วนเกี่ยวกับวัฒนธรรมมุสลิม การต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิม จัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับวัฒนธรรมมุสลิมโดยเฉพาะเพื่อให้ชาวญี่ปุ่นโดยทั่วไปได้ศึกษา

โรงแรมในญี่ปุ่นได้เตรียมห้องละหมาดที่จัดทำอย่างถูกต้อง มีอาหารฮาลาลไว้บริการนักท่องเที่ยว มีรายชื่อร้านอาหารที่มีอาหารฮาลาลไว้สำหรับพาทัวร์ชาวมุสลิมไปทาน นอกจากนี้ ยังมีแผนพัฒนาธุรกิจอาหารฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวในญี่ปุ่นอย่างชัดเจน รวมไปถึงการยกเว้นวีซ่าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ประเทศไทยมีโอกาสเข้าไปเจาะนักท่องเที่ยวจากตลาดอินโดนีเซียได้ เนื่องจากมีปัจจัยบวกทั้งระยะการเดินทางที่ใกล้และสะดวก สามารถบินตรงได้โดยใช้เวลาเพียง 3 ชั่วโมงเศษ ชาวอินโดนีเซียมีความนิยมชมชอบในอาหารไทย ประเทศไทยมีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวและราคาไม่แพง จากข้อมูลของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย (อาชีต่า) ระบุว่า จำนวนนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยมีอยู่ 200,000 คน ซึ่งยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

แนวโน้มตลาดท่องเที่ยวมุสลิมอินโดนีเซียยังคงสดใสสำหรับประเทศไทย หากเพียงแต่จะต้องเข้าใจในเบื้องต้นก่อนว่าการท่องเที่ยวอิสลามหรือการท่องเที่ยวเชิงชารีอะฮ์ นั้นมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปตรงที่การท่องเที่ยวเชิงชารีอะฮ์ นั้นไม่ใช่การเดินทางทางศาสนาหรือการเดินทางไปแสวงบุญ แต่คือการพักผ่อนและท่องเที่ยวที่เป็นไปตามหลักการอิสลาม เช่น อาหารและเครื่องดื่มจะต้องไม่มีเนื้อหมูและแอลกอฮอล์ และการแยกผู้ชายผู้หญิงในงานหรือสถานที่ท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมุสลิมมีเงื่อนไขและความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งเรื่องเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย อาหาร ที่พัก การเดินทางและการเลือกซื้อสินค้า ดังนั้น นักท่องเที่ยวมุสลิมจะกังวลในเรื่องการได้รับการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ในระหว่างการท่องเที่ยวว่าจะผิดหรือขัดต่อหลักศาสนาหรือไม่ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับชาวมุสลิม ได้แก่ โรงแรมที่มีเครื่องหมายกิบลัต (บอกทิศทางของมัสยิด) ป้ายบอกทางไปยังห้องละหมาด ผ้าปูละหมาด อาหารฮาลาล ห้องน้ำที่มีสายฉีดน้ำสำหรับชำระล้างร่างกาย และการท่องเที่ยวที่มีเวลาสำหรับการละหมาดประจำวัน ประเทศไทยยังขาดการเตรียมความพร้อมในสิ่งเหล่านี้

หากประเทศไทยต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมนี้ ควรจะต้องสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับบริการนักท่องเที่ยวมุสลิม ศึกษาแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวและนำโมเดลการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมของจีนและญี่ปุ่นมาเป็นแบบอย่าง แนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับและเตรียมความพร้อมบริการนักท่องเที่ยวมุสลิมให้รู้สึกสบายเหมือนอยู่บ้าน เพิ่มอาหารและสินค้าที่เป็นฮาลาลให้มากขึ้น รวมถึงมีไกด์ที่สามารถพูดภาษาอินโดนีเซียได้พอเพียงกับความต้องการ นอกจากนี้ ภาครัฐจำเป็นต้องร่วมมืออย่างเต็มที่กับโรงแรม ตัวแทนการท่องเที่ยวและร้านอาหาร วางแผนที่จะส่งเสริมและสร้างแพคเกจทัวร์ที่มีเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิม สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมให้เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยได้อย่างแน่นอน