



โรงแรมที่มีครัวฮาลาลกับโอกาสทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม Halal Kitchen Hoteland Its Opportunities in the Muslim Tourist Market

หมะหมุด หะยีหมัด^{1*} อริศ หัสมา¹ ธวัช น้อยพอม¹ และวันามินา บอสตันลี²

¹คณะวิทยาการอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

15 ถนนกาญจนวนิชย์ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

Mahmood Hayeemad^{1*} Aris Hasama¹ Tawat Noipom¹ and Wanamina BostanAli²

¹Faculty of Islamic Sciences, Prince of Songkla University, Pattani Campus, Thailand

²Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, Thailand

15 Karnjanavanich Rd., Hat Yai, Songkhla 90110

*E-mail: mahmood.h@psu.ac.th

บทคัดย่อ

นักท่องเที่ยวมุสลิมนับได้ว่าเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่และมีการเติบโตสูง การให้บริการโรงแรมที่ฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มองข้ามไม่ได้ของธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ อุปสรรคและแนวโน้มของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมที่มีครัวฮาลาล จำนวน 15 ตัวอย่าง จาก 8 ประเภทกิจการ ผลการศึกษาพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มีโรงแรมฮาลาลตามหลักกฎหมายอิสลามอย่างแท้จริง ซึ่งมีเพียงโรงแรมที่มีครัวฮาลาลหรือโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สอดคล้องกับหลักการอิสลามจะให้นักท่องเที่ยวมุสลิมเกิดความพึงพอใจ สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศในกลุ่มอาเซียนและจีน ปัญหาที่สำคัญในการจัดการโรงแรมที่มีครัวฮาลาลด้านพนักงานและผู้บริหารมืออาชีพที่เป็นมุสลิมยังมีไม่เพียงพอ หากมีการบริหารจัดการที่ดีโรงแรมที่มีครัวฮาลาลก็จะได้เปรียบแข่งขันในตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ นักท่องเที่ยวมุสลิม โรงแรมที่มีครัวฮาลาล

Abstract

Muslim tourist is considered a large and growing tourist market. Providing Halal hotel services to accommodate Muslim tourist is an indispensable element of business in the tourism industry. This research aims to examine the understanding about Halal kitchen hotel, its service marketing mix, obstacles and trends. In-depth interview was used to collect the



information from 15 stakeholders in 8 types of businesses in Halal tourism industry. The results indicated that, in Thailand context, there is no full-fledge Halal hotel which conform to Islamic law. However, there are 2 hotels with halal kitchen or Muslim friendly hotel. Moreover, service marketing mix that follow the Islamic principles will make Muslim tourists satisfied. For the Muslim tourism market, there is a growing trend from ASEAN countries and China. The main obstacles faced by Halal kitchen hotels were the lack of Muslim staffs and Muslim professional managers. Finally, Halal kitchen hotel with good management will gain more competitive advantage in the growing Muslim tourist market.

Keywords : Service marketing mix, Muslim tourists, Halal kitchen hotels

บทนำ

ประชากรมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1.6 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรโลกทั้งหมด และคาดการณ์ว่าจะมีจำนวน 2.2 พันล้านคน ในปี 2030 (Grim & Karim, 2011) และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.76 พันล้านคนในปี 2050 (Razali, 2019) กลุ่มประชากรมุสลิมเป็นกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดเมื่อเทียบกับผู้นับถือศาสนาอื่น โดยอัตราการขยายตัวร้อยละ 1.84 เทียบกับร้อยละ 1.12 ของอัตราเฉลี่ยของประชากรโลก (Borzooei&Asgari, 2013) และมูลค่าตลาดอาหารฮาลาลของโลกมีมูลค่า 1.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ในปี 2017 และมีการคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 2.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา ในปี 2023 (Shahbandeh, 2018)

ประชากรมุสลิมทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นสาเหตุทำให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับหลักการของศาสนาอิสลามเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น ตราฮาลาล (Halal Brand) จึงมีบทบาทสำคัญเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมอาหารและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคของมุสลิม (Isfahani, Pourezzat, Abdolmanafi&Shahnazari, 2013) เนื่องจากชาวมุสลิมมีความตระหนักว่าต้องบริโภคอาหารที่ฮาลาลเท่านั้น ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ให้ความสนใจกับตราฮาลาลและเข้าสู่ตลาดนี้เพิ่มมากขึ้น (Isfahani et al., 2013)

การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism) เป็นเรื่องใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม เริ่มจากการให้บริการในสถานที่ต้นทางไปจนถึงจุดหมายปลายทาง เช่น การโรงแรม การขนส่ง ร้านอาหาร การพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการให้ความบันเทิงต่าง ๆ ที่จะต้องไม่ขัดกับหลักการศาสนา และควรอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม เป็นต้น ซึ่งธุรกิจโรงแรมเป็นส่วนสำคัญที่สุดที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโต โรงแรมที่จัดเตรียมอาหารฮาลาลและห้องพักที่สะอาดนั้นจะมีความได้เปรียบในการดึงดูดลูกค้าจากมุสลิมทั้งในและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี (Zailani, Omar & Kopong, 2011) และ Salleh, Hamid, Hashim & Omain (2014) ได้ให้ความเห็นว่า มุสลิม



ต้องการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับหลักการปฏิบัติ และหลักการศรัทธา เนื่องจากมุสลิมมีความเชื่อและปฏิบัติตามหลักการข้างต้น มิฉะนั้นจะถือว่าเป็นบาป ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวมุสลิมต้องปฏิบัติตามศาสนกิจประจำวัน เช่น ละหมาดห้าเวลาต่อวัน และบริโภคอาหารฮาลาลในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่จะต้องเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมุสลิมได้ปฏิบัติตามศาสนกิจประจำวันได้ เช่น การจัดป้ายบอกทิศทางของเมืองมัสยิดภายในห้องพัก บริการพรมละหมาดในขณะที่ใช้คอนิ การบริการอาหารฮาลาล และการบอกเวลาการเข้าเวลาละหมาด ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นว่า การวิเคราะห์ถึงความจำเป็นทางศาสนาของลูกค้าจะส่งผลให้โรงแรมจัดเตรียมบริการได้เหมาะสมและถือว่าเป็นการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้จัดการโรงแรมในการทำความเข้าใจและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิม

ด้วยความสำคัญดังกล่าวข้างต้น โรงแรมที่มีครัวฮาลาลจึงเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวฮาลาลและตอบสนองความต้องการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงความเข้าใจของโรงแรมฮาลาล ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับโรงแรมที่มีครัวฮาลาลและหรือเป็นแนวทางในกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวฮาลาล

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมฮาลาล

โรงแรมฮาลาล คือ โรงแรมที่ให้บริการที่ฮาลาลแก่นักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งมีได้หมายความว่าเพียงแค่การให้บริการอาหารฮาลาลเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมถึงขั้นตอนการให้บริการและการจัดการของโรงแรมซึ่งอยู่ภายใต้หลักการอิสลามหรือหลักชาริอะฮ์ (Henderson, 2010)

ลักษณะโรงแรมตามหลักชาริอะฮ์

ลักษณะของโรงแรมที่อยู่ภายใต้หลักชาริอะฮ์หรือกฎหมายอิสลาม (Samori and Rahman, 2013 และ Henderson, 2010) มีดังนี้

- 1) บริการอาหารฮาลาลและอาหารที่ไม่มีแอลกอฮอล์
- 2) มีอัลกุรอาน พรมละหมาดและลูกศรที่ชี้ทิศไปยังกิบลัตในห้องพัก
- 3) เตียงและห้องน้ำไม่หันไปในทิศกิบลัต
- 4) มีห้องละหมาดในบริเวณโรงแรม
- 5) ไม่มีสิ่งบันเทิงที่ไม่เหมาะสม
- 6) พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และสวมชุดทำงานที่เหมาะสมกับหลักการอิสลาม
- 7) มีการแยกการให้บริการร้านเสริมสวย สิ่งอำนวยความสะดวกและสระว่ายน้ำ ระหว่าง หญิงชาย
- 8) มีการแยกห้องพักและชั้นระหว่างหญิงชายสำหรับนักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้แต่งงาน



- 9) มีข้อกำหนดการแต่งกายของนักท่องเที่ยว
- 10) ไม่มีการเล่นการพนันและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในล็อบบี้และร้านอาหารของโรงแรม
- 11) ไม่มีอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นที่ต้งห้ามในตู้เย็นที่อยู่ในห้องพัก
- 12) มีการระดมทุนตามหลักการอิสลาม

นอกจากนี้ Rosenberg & Choufany (2009) ได้แบ่งลักษณะของโรงแรมภายใต้หลักชาริอะฮ์ออกเป็น 3 ด้านดังนี้

- 1) ด้านการปฏิบัติงาน ประกอบไปด้วย เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ บริการอาหารฮาลาลเท่านั้น พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม มีพนักงานบริการตรงตามเพศในแต่ละชั้น บริการช่องโทรทัศน์ที่ไม่ผิดหลักศาสนา มีอัลกุรอานและพระมหามุฮัมมัดบริการในห้องพัก
- 2) ด้านการออกแบบและตกแต่งภายใน ประกอบด้วย แยกห้องสำหรับการให้บริการต่าง ๆ ระหว่างชายและหญิง มีป้ายบอกทิศทางไปยังเมืองมักกะฮ์ในห้องพัก ไม่มีสถานบันเทิง เติงและห้องน้ำไม่ควรหันหน้าไปทางเมืองมักกะฮ์ งานศิลปะภายในโรงแรมไม่ควรเป็นรูปมนุษย์ แยกสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างชายและหญิง แยกชั้นระหว่างบริการระหว่างชายโสด หญิงโสด และครอบครัว
- 3) ด้านการเงิน ประกอบด้วยการจัดการทางการเงินถูกต้องตามหลักการอิสลาม และมีการจ่ายซะกาต (การบริจาคทานภาคบังคับ)

การจัดระดับโรงแรมที่สอดคล้องกับผู้บริโภคมุสลิม

Ramli (2009) ได้จัดระดับโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมไว้ในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม

ระดับ	ระดับความเป็นมิตรกับมุสลิม	
หนึ่ง	ป้ายชี้ทิศกิบลัต และ มี พ ร ม ละ ห ม า ด ใน ห้องพัก	
สอง	ครัวฮาลาล/ ห้องละหมาด/ อาหารฮาลาล สุเหร่า	ป้ายชี้ทิศกิบลัต และ มี พ ร ม ละ ห ม า ด ใน ห้องพัก
สาม	บริการอาหาร มีห้องละหมาด/ ฮาลาล และ สุเหร่า และมี เครื่องดื่มที่ไม่มี สถานที่อาบน้ำ แอลกอฮอล์ ละหมาด	ป้ายชี้ทิศกิบลัต มีชั่วโมงการใช้ และ มี พ ร ม ให้บริการสถานที่ ละ ห ม า ด ใน ออกกำลังกาย ห้องพัก และ ร้อย และสระว่ายน้ำ



ระดับ	ระดับความเป็นมิตรกับมุสลิม			
เท่านั้น	ละ 50 เป็น สำหรับสตรีเป็น ห้องพักปลอด การเฉพาะ บุหรี			
ดี	บริการอาหาร มีห้องละหมาด/ บ่ายซึกิติกบิลัต แยกสถานที่ออก ฮาลาล และ สุหร่า และมี และ มี พ ร ม กำลังกาย และ เครื่องดื่มที่ไม่มี สถานที่อาบน้ำ ละหมาดใน สระว่ายน้ำแบบ แอลกอฮอล์ ละหมาด และมี ห้องพัก และ ปิดสำหรับสตรี เท่านั้น อี ห ม า ม น ำ บริการห้องพัก ละหมาดเป็น ปลอดบุหรีเท่านั้น ประจำ			
ห้า	บริการอาหาร มีห้องละหมาด/ บ่ายซึกิติกบิลัต แยกสถานที่ออก ความบันเทิง ฮาลาล และ สุหร่า และมี และ มี พ ร ม กำลังกาย และ ภายใต้อาคาร เครื่องดื่มที่ไม่มี สถานที่อาบน้ำ ละหมาดใน สระว่ายน้ำแบบ ริ อะ ฮ์ และ แอลกอฮอล์ ละหมาด และ ห้องพัก และ ปิดสำหรับสตรี สถานที่พักผ่อน เท่านั้น มี อี ห ม า ม น ำ บริการห้องพัก มีสปาและบริการ สำหรับทุกวัย ละหมาดเป็น ปลอดบุหรีเท่านั้น ทาง สุข ภาพ ประจำ สำหรับสตรี			

ที่มา: Ramli (2009)

นอกจากนี้ Rosenberg & Choufany (2009) ได้แบ่งลักษณะของโรงแรมภายใต้หลักชาริอะฮ์ออกเป็น 3 ด้านดังนี้

1) ด้านการปฏิบัติงาน ประกอบไปด้วย เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ บริการอาหารฮาลาลเท่านั้น พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม มีพนักงานบริการตรงตามเพศในแต่ละชั้น บริการช่องโทรทัศน์ที่ไม่ผิดหลักศาสนา มีอัลกุรอานและพรมละหมาดบริการในห้องพัก

2) ด้านการออกแบบและตกแต่งภายใน ประกอบด้วย แยกห้องสำหรับการให้บริการต่าง ๆ ระหว่างชายและหญิง มีป้ายบอกทิศทางไปยังเมืองมักกะฮ์ในห้องพัก ไม่มีสถานบันเทิง เตียงและห้องน้ำไม่ควรหันหน้าไปทางเมืองมักกะฮ์ งานศิลปะภายในโรงแรมไม่ควรเป็นรูปมนุษย์ แยกสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างชายและหญิง แยกชั้นระหว่างบริการระหว่างชายโสด หญิงโสด และครอบครัว

3) ด้านการเงิน ประกอบด้วย การจัดการทางการเงินถูกต้องตามหลักการอิสลาม และมีการจ่ายซะกาต (บริจาคทานภาคบังคับ)



การศึกษาเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาลในบริบทของประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาลในบริบทของประเทศไทย ซึ่งอรพรรณ จันทรอินทร์ และคณะ (2556) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวฮาลาล ผังทะเลอันดามันของประเทศไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการพักในโรงแรมที่ภายในห้องพักมีเครื่องหมายแสดงทิศทางสำหรับการละหมาด มีอาหารหรือร้านอาหารฮาลาลในโรงแรม มีคัมภีร์อัลกุรอาน ผ้ารองละหมาด และตารางเวลาการละหมาดในห้องพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของธรรมจักร เล็กบรรจง (2558) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมในจังหวัดภูเก็ต

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของปริชาติ เบญญฤทธิ์ และสุชุมวิทย์ ไสยโสภณ (2561) ศึกษาการบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลไทย กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดปัตตานี พบว่า โรงแรมในจังหวัดปัตตานีมีการปฏิบัติตามคุณลักษณะต่าง ๆ ของโรงแรมฮาลาล คือ การให้บริการอาหารที่ได้รับมาตรฐานอาหารฮาลาล และอีกทั้งได้รับมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการบริการห้องละหมาด ผ้าละหมาด และพรมสำหรับปูละหมาด ในห้องละหมาดและห้องนอนมีสัญลักษณ์บ่งชี้ทิศสำหรับละหมาด ในห้องน้ำมีท่อน้ำที่ต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาดในห้องน้ำในการชำระล้าง สำหรับพนักงานที่ให้บริการส่วนใหญ่เป็นมุสลิม และแต่งกายที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และงานวิจัยของกันยปริน ทองสามสี และคณะ (2561) ศึกษาความต้องการรับบริการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวมุสลิม พบว่า ความต้องการรับบริการที่พักที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลามสามารถจำแนกความต้องการของผู้เข้าพักได้ 7 ประเภท ได้แก่ การปฏิบัติศาสนกิจ การให้บริการของพนักงาน การออกแบบและการตกแต่งห้องพัก อุปกรณ์ที่ให้บริการในห้องพัก การบริการช่วงการถือศีลอด การเงิน และการบริการทั่วไป

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับโรงแรมที่มีครัวฮาลาลในจังหวัดกระบี่ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก 15 ตัวอย่างจาก 8 ประเภทกิจการ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการโรงแรมที่มีครัวฮาลาล สมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทย - อาเซียน คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดกระบี่ สมาพันธ์การท่องเที่ยวฮาลาล บริษัททัวร์ ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล ชมรมกระบี่ฮาลาลและเพื่อนมุสลิม และสหกรณ์ออมทรัพย์อิสลาม ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ประเภทกิจการ จำนวนประชากร จำนวนตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประเภทกิจการ	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง	ผู้ให้ข้อมูลหลัก
โรงแรมที่มีครัวฮาลาล	9 โรงแรม	2 โรงแรม	ผู้จัดการ 3 ท่าน
สมาคมการค้าการท่องเที่ยวฮาลาลไทย-อาเซียน	1 หน่วยงาน	1 หน่วยงาน	ผู้จัดการ 1 คน
สำนักงานคณะกรรมการอิสลามอิสลามประจำจังหวัดกระบี่	1 องค์กร	1 องค์กร	ประธานกรรมการและคณะกรรมการรวม 3 ท่าน
สมาพันธ์การท่องเที่ยวฮาลาลกระบี่	1 องค์กร	1 องค์กร	ผู้จัดการ 1 ท่าน
บริษัททัวร์ (นิติบุคคลและบุคคลธรรมดา)	800 องค์กร	2 องค์กร	ผู้จัดการ 2 ท่าน
ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับรองครัวฮาลาล	13 องค์กร	2 องค์กร	เจ้าของกิจการ 3 ท่าน
ชมรมกระบี่ฮาลาลและเพื่อนมุสลิม	1 องค์กร	1 องค์กร	ประชาสัมพันธ์ชมรม 1 ท่าน
สหกรณ์ออมทรัพย์อิสลาม	4 องค์กร	1 องค์กร	ผู้จัดการใหญ่ 1 ท่าน
รวม			15 ท่าน

การวิเคราะห์เนื้อหา โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาทำการถอดเทป และสรุปเนื้อหาที่สำคัญ โดยจำแนกประเด็นสำคัญออกเป็นข้อ ๆ ในด้านความเข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาล ส่วนประสมทางตลาดบริการของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมุสลิม แนวโน้มและอุปสรรคของโรงแรมที่ครัวฮาลาล

ผลการวิจัย

ความเข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นความเข้าใจเกี่ยวโรงแรมฮาลาล ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“เราใช้คำว่า Muslim hotel and halal food เราไม่ใช่ Halal hotel เพราะยังไม่สามารถปฏิบัติได้จริงตามหลักการหรือทฤษฎีของโรงแรมฮาลาล” ซึ่งอีกท่านได้ให้ข้อมูลสอดคล้องกันไว้ว่า

“คำว่าโรงแรมฮาลาลในประเทศไทย อาจเป็นไปได้ตามแนวคิดหรือหลักการของโรงแรมฮาลาล แต่ถ้าโรงแรมที่มีครัวฮาลาลนั้น ใช่ เพราะตามนิยามของโรงแรมฮาลาลจริงจะต้องตรวจสอบแม้กระทั่งการเข้าพักของผู้มาใช้บริการว่าเป็นคู่สมรสกันจริง ๆ มั้ย ซึ่งในทางปฏิบัติเราไม่สามารถปฏิบัติได้หรือถ้าจะกระทำคงทำได้ยากมาก” และกล่าวเสริมในบริบทของประเทศมาเลเซียว่า



“ในประเทศมาเลเซียโรงแรมส่วนใหญ่จะใช้คำว่าโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิม ซึ่งส่วนใหญ่จะมีครัวฮาลาลไว้บริการอยู่แล้วแม้ว่าเจ้าของโรงแรมจะมีไม่มุสลิมก็ตาม และบางโรงแรมก็สามารถใช้กฎหมายชาเรียฮ์กับผู้เข้าพักที่เป็นมุสลิมได้ ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ที่จะเป็นโรงแรมฮาลาลได้”

จากข้อมูลข้างต้น สามารถตีความและสรุปได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ในประเทศไทยยังไม่มีโรงแรมฮาลาลตามหลักกฎหมายอิสลามอย่างแท้จริง แต่มีโรงแรมที่มีครัวฮาลาลหรือโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของโรงแรมที่มีต่อนักท่องเที่ยวมุสลิม สามารถสรุปเนื้อหาที่ได้ดังนี้

ในเบื้องต้นผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของตลาดโรงแรมที่มีครัวฮาลาลนั้นเกิดจากการความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมที่ใช้บริการโรงแรม แต่ทางโรงแรมไม่มีอาหารฮาลาลไว้บริการ จึงเป็นหน้าที่ของมัคคุเทศก์ที่จะต้องจัดหาและบริการอาหารฮาลาลจากข้างนอก ทั้ง ๆ ที่โรงแรมก็มีบริการอาหารเข้าอยู่แล้ว โดยผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลว่า

“ในช่วงแรก ๆ ก็จะมีประเด็นเรื่องอาหารการกินที่ไม่มีโรงแรมใดเลยให้บริการอาหารฮาลาล มัคคุเทศก์ก็เลยตัดปัญหาไม่ขอรับบริการอาหารเข้าจากโรงแรม และนำลูกทัวร์ที่เป็นมุสลิมไปรับประทานอาหารอิสลามข้างนอกแทน” และได้ให้ข้อมูลเพิ่มอีกว่า

“เรื่องของห้องน้ำภายในโรงแรมไม่มีสายฉีดชำระ ทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมที่ใช้บริการมีความลำบากมากทางมัคคุเทศก์ได้ขอความร่วมมือให้ทางโรงแรมจัดเตรียมขันน้ำพลาสติกไว้บริการในห้องน้ำภายในห้องพักของโรงแรม ซึ่งบางโรงแรมก็ให้ความร่วมมือที่ดี”

ในปัจจุบันโรงแรมที่มีครัวฮาลาลทุกโรงแรมและโรงแรมทั่ว ๆ ไป จะมีสายฉีดชำระล้างภายในห้องน้ำ ทำให้ปัญหาดังกล่าวสามารถแก้ไขได้ นอกจากนี้ยังมีบริการอื่น ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลว่า

“หลาย ๆ โรงแรมที่มีครัวฮาลาล ส่วนใหญ่ก็จะมีห้องละหมาดรวมไว้ให้บริการ หรือแม้แต่บางโรงแรมที่ไม่มีครัวฮาลาล ก็เคยเจอว่ามีห้องละหมาดไว้บริการสำหรับลูกค้ามุสลิมด้วย” และยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า “ภายในห้องพักก็มีเครื่องหมายบอกทิศทางกิบลัตด้วย”

ทั้งนี้โรงแรมที่มีครัวฮาลาลส่วนใหญ่ที่เปิดบริการในปัจจุบันมักไม่ใช่โรงแรมที่เกิดขึ้นใหม่ แต่กลับเป็นโรงแรมที่ปรับปรุงมาจากโรงแรมทั่ว ๆ ไปให้กลายเป็นโรงแรมที่มีครัวฮาลาล ดังนั้น ทำให้บางองค์ประกอบไม่สามารถปรับปรุงให้สอดคล้องกับหลักการของโรงแรมฮาลาลได้ อย่างทิศของห้องน้ำที่หันไปทางทิศกิบลัต เป็นต้น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“ถ้าเป็นโรงแรมฮาลาล แม้แต่ห้องน้ำก็ต้องไม่หันหน้าไปทางทิศกิบลัต หรือการจัดวางเตียงนอน ก็เช่นกัน ต้องไม่หันเท้าไปทางทิศกิบลัต”



สำหรับการส่งเสริมการขายและช่องทางการตลาดของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล รูปแบบการดำเนินการก็ไม่ได้มีความแตกต่างไปจากโรงแรมทั่วไป ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“โปรแกรมทัวร์ฮาลาล ทางเราก็จะใส่เครื่องหมายฮาลาลไว้บนแผ่นโบรชัวร์” และได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า “สำหรับกลุ่มลูกค้ามุสลิมเราก็จัดหาไกด์ที่เป็นมุสลิมไว้คอยบริการ และจัดหาร้านอาหารฮาลาลไว้รองรับตลอดโปรแกรมของการท่องเที่ยว”

นอกจากนี้ยังการทำการตลาดโดยการทำโรดโชว์ และผ่านตัวแทนจำหน่ายด้วย ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“ทางเราก็ได้มีการออกบูธการท่องเที่ยวร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในหลาย ๆ งาน และมีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ” ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะจองผ่านตัวแทนจำหน่าย โดยมีผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า

“ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้าพักจะจองห้องพักผ่าน Booking.com และ Agoda.com ส่วนของการจองผ่านเว็บไซต์จะมีน้อยมาก”

ในส่วนของคุณลักษณะทางกายภาพ โรงแรมที่มีครัวฮาลาลส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมทั่วไปที่ปรับปรุงเป็นโรงแรมที่มีครัวฮาลาล ยกเว้น โรงแรมที่ก่อสร้างขึ้นใหม่ที่มีความเฉพาะเพื่อบ่งบอกความเป็นมุสลิมอย่างชัดเจนถึงจะมีลักษณะทางกายภาพที่สื่อความเป็นมุสลิม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลว่า

“โรงแรมเราออกแบบสถาปัตยกรรมทั้ง ๆ รูปแบบโมร็อกโค เพื่อสื่อถึงความเป็นมุสลิม ให้ผู้พบเห็นสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นโรงแรมของมุสลิมผ่านลักษณะทางกายภาพของโรงแรม”

แนวโน้มและอุปสรรคของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลถึงความเป็นไปได้การท่องเที่ยวฮาลาลว่ามีแนวโน้มหรือทิศทางอย่างไรบ้าง จากการสัมภาษณ์ มีผู้ให้ข้อมูลเล็งเห็นว่า

“ตลาดการท่องเที่ยวฮาลาลน่าจะมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น เพราะว่าพวกเราได้มีการรวมกลุ่มนักธุรกิจมุสลิม เวลาออกบูธในการจัดนิทรรศการต่าง ๆ พวกเราก็จะไปเป็นกลุ่ม และมองว่านักท่องเที่ยวมุสลิมก็มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นด้วยในแต่ละปี”

นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดกระบี่สู่มาตรฐานการท่องเที่ยวฮาลาล เพื่อรองรับการเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิมโดยแนวโน้มจำนวนโรงแรมที่มีครัวฮาลาลมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลว่า

“ทิศทางโรงแรมที่มีครัวฮาลาลมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยผู้ประกอบการเดิมได้มีการปรับปรุงห้องอาหารใหม่ให้เป็นครัวฮาลาลเพิ่มขึ้น เพราะโรงแรมที่มีบริการอาหารฮาลาลได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนการก่อสร้างโรงแรมใหม่ให้มีลักษณะทางกายภาพที่บ่งบอกว่าเป็นโรงแรมฮาลาลก็อาจจะมีเพิ่มขึ้นด้วย แต่ในช่วงนี้คิดว่ายังคงมีไม่เยอะเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ” โดยมีผู้ให้ข้อมูลเสริมอีกว่า “ตลาดโรงแรมฮาลาลมีแนวโน้มรุ่งแน่นอนหากเศรษฐกิจดี”



ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมจะมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียนมากกว่ากลุ่มตะวันออกกลาง ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“นักท่องเที่ยวมุสลิมในแถบอาเซียนจะให้ความสำคัญกับฮาลาลเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ รองลงมา คือนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศจีน ส่วนนักท่องเที่ยวมุสลิมกลุ่มอาหรับจากตะวันออกกลาง ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับอาหารฮาลาลมากนัก”

แสดงให้เห็นว่าการทำการตลาดการท่องเที่ยวฮาลาลน่าจะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวมุสลิมในอาเซียนมากกว่านักท่องเที่ยวมุสลิมในตะวันออกกลาง ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลกล่าวไว้ว่า

“ตลาดการท่องเที่ยวฮาลาล นักท่องเที่ยวมุสลิมจากมาเลเซียจะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวมุสลิมจากโซนตะวันออกกลางยังมีน้อยมาก” และมีผู้ให้ข้อมูลเสริมว่า “จังหวัดกระบี่ไม่ใช่จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวอาหรับ”

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงแรมที่มีครัวฮาลาลจะมี 2 กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรกจะเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีลักษณะเป็นครอบครัว อีกกลุ่มจะเป็นกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุซึ่งส่วนใหญ่จะมีมุสลิมผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลไว้ว่า “ส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้ามุสลิมจะมาเป็นกลุ่มครอบครัว และถ้าหากเป็นนักท่องเที่ยวที่มีมุสลิมมักเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการความสะอาด สงบ และไม่เน้นสิ่งบันเทิง ก็จะมาเลือกพักที่เรา”

สำหรับปัญหาหรืออุปสรรคในการบริหารจัดการโรงแรมที่มีครัวฮาลาล จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่า ร้านอาหารริมทางที่ผู้ประกอบการเป็นมุสลิม ส่วนใหญ่จะไม่ขอเครื่องหมายฮาลาล แต่จะเขียนเครื่องหมายฮาลาลขึ้นมาด้วยตนเอง ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลไว้ว่า

“ตราฮาลาลตามร้านอาหารริมทางหรืออาหารรถเข็น ควรมีมาตรฐานความสะอาด ครอบคลุมการบริการที่ดี ใจมองแค่เรื่องอาหารเพียงอย่างเดียว”

อีกอุปสรรคในการบริหารจัดการให้กลายเป็นโรงแรมที่มีครัวฮาลาลได้ ผู้ให้ข้อมูลได้มองว่า

“ในการอำนวยความสะดวกของหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการออกเครื่องหมายฮาลาล ควรลดความยุ่งยากของกระบวนการดำเนินการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล เพราะหากยุ่งยากมากเกินไป ถ้าผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิมอยู่แล้วก็จะไม่สนใจขอเครื่องหมายฮาลาลเลย แต่ถ้าผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมก็คงไม่สนใจเช่นกัน” นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า

“เครื่องหมายฮาลาลปลอมหรือแม้แต่ฮาลาลไวเนล สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดควรเข้าไปจัดการดูแลให้เป็นระบบและพัฒนาให้ได้มาตรฐาน”

นอกจากนี้ยังมีประเด็นปัญหาอื่น ๆ ในการจัดการของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล พบว่า โรงแรมที่มีครัวฮาลาลยังขาดแคลนพนักงานที่เป็นมุสลิมที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการ ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลว่า

“พนักงานมุสลิมที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะหรือทำงานในด้านนี้ยังมีอยู่น้อยมาก”

นอกจากพนักงานที่เป็นมุสลิมจะมีน้อยแล้วยังพบอีกว่าผู้ประกอบการมุสลิมเองก็ยังขาดทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจที่ดี ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลเสริมว่า



“โรงแรมที่มีครัวฮาลาลขนาดใหญ่ที่มีเจ้าของเป็นมุสลิม ส่วนใหญ่ก็จะจ้างผู้จัดการที่ไม่ใช่มุสลิมมาเป็นผู้บริหาร”

หากเป็นโรงแรมที่มีครัวฮาลาลจะมีต้นทุนสูงกว่าโรงแรมทั่วไปหรือไม่ ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลว่า “ต้นทุนคงไม่ต่างจากโรงแรมทั่วไป” ดังนั้น ต้นทุนจึงไม่ได้เป็นอุปสรรคสำคัญในการบริหารจัดการโรงแรมที่มีครัวฮาลาล

ประเด็นสุดท้าย โรงแรมที่มีครัวฮาลาล มีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันกับโรงแรมทั่วไปอย่างไรบ้าง ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“ขึ้นอยู่กับทำเลทำเลและการประชาสัมพันธ์ที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพราะคำว่าฮาลาลมักจะอยู่ในใจของนักท่องเที่ยวมุสลิมทุกคน แต่จะอย่างไรให้เขาเข้าถึงเราให้ได้ ฮาลาลไม่ใช่ทางเลือก แต่ฮาลาลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคน มีฮาลาลตรงไหน นักท่องเที่ยวมุสลิมก็มุ่งไปตรงนั้น นี่คือข้อได้เปรียบที่ซื้อหาไม่ได้ เป็นการผูกมัดลูกค้าด้วยหลักการศาสนา แต่สิ่งเหล่านี้เราไม่เคยคิดทำให้เป็นขึ้นเป็นอัน”

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถสรุปใจความสำคัญได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ประเด็น	ข้อค้นพบ
ความเข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมฮาลาล	ในบริบทของประเทศไทยยังไม่มีโรงแรมฮาลาลตามหลักการอิสลามอย่างแท้จริง เนื่องจากในทางปฏิบัติยังไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดของหลักการอิสลามได้อย่างครบถ้วน ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมหรือโรงแรมที่มีครัวฮาลาล
ส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงแรมที่มีครัวฮาลาล	ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการต่าง ๆ เช่น อาหารฮาลาล สายฉีดชำระล้างในห้องน้ำ ป้ายบอกทิศละหมาดหรือกิบลัตในห้องพัก โปรแกรมทัวร์ที่ฮาลาล ระบบการจองผ่านอินเทอร์เน็ต และลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกับหลักการอิสลาม
แนวโน้มตลาดโรงแรมที่มีครัวฮาลาล	กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมที่น่าสนใจ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมจากประเทศอาเซียนและจีน
อุปสรรคโรงแรมที่มีครัวฮาลาล	ผู้บริหารมุสลิมมีอาชีพและพนักงานมุสลิมที่เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา การโรงแรมและท่องเที่ยวยังมีอยู่ในปริมาณจำกัด

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัย

อภิปรายผล

ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลข้างต้น สามารถตีความและสรุปได้ว่า ตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมุสลิมในกลุ่มประเทศอาเซียน และจีน ปัญหาในการ



จัดการโรงแรมที่มีครัวฮาลาล พนักงานและผู้บริหารมีอาชีพที่เป็นมุสลิมยังมีไม่เพียงพอ หากมีการบริหารจัดการที่ดีโรงแรมที่มีครัวฮาลาลก็จะได้เปรียบแข่งขันในตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงแรมที่มีครัวฮาลาลนั้นมีผลต่อความต้องการใช้บริการโรงแรมที่มีครัวฮาลาลในโอกาสหน้า จะเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อโรงแรมที่มีครัวฮาลาล มีความเต็มใจที่จะใช้บริการโรงแรมที่มีครัวฮาลาลแม้ในราคาที่สูงกว่าโรงแรมทั่วไป และจะพิจารณาโรงแรมที่มีครัวฮาลาลเป็นตัวเลือกแรกในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Garcia, Bakker & Grau (2011) ศึกษาความภักดีของลูกค้าที่มีผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมและธุรกิจร้านอาหาร พบว่า เมื่อลูกค้าได้รับบริการที่มีคุณภาพที่สามารถสัมผัสได้ถึง ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การเอาใจใส่ของพนักงาน ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อสถานประกอบการ ทำให้มีอิทธิพลต่อทัศนคติของลูกค้าก่อให้เกิดพฤติกรรมความภักดีต่อการใช้บริการจากสถานประกอบการนั้นๆ โดยการกลับมาใช้บริการซ้ำ และส่งผลให้ลูกค้าแนะนำสถานประกอบการต่อผู้อื่นอีกด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nikhashemi, Paim&Khatibi (2015) ศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการไฮเปอร์มาร์เก็ตในประเทศมาเลเซีย พบว่า ความภักดีต่อตราสินค้าอันประกอบด้วย ความไว้วางใจต่อตราสินค้า การรับรู้คุณค่าและคุณภาพของการให้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความภักดีของลูกค้า

ความภักดีในการบริการ เป็นความสมัครใจของลูกค้าที่ยังใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดิมเป็นประจำ และตัดสินใจเลือกใช้บริการเดิมเป็นตัวแรก ถึงแม้ว่าจะมีช่องทางหรือโอกาสเลือกใช้บริการอื่นก็ตาม ความภักดีนี้เป็นผลจากทัศนคติและพฤติกรรมเชิงบวกต่อผู้ให้บริการจึงทำให้ลูกค้ามีความภักดีต่อบริการนั้น และทำใหัรักษาความสัมพันธ์ที่ดีของลูกค้าไม่ให้เปลี่ยนไปใช้บริการรายอื่น (Pong & Yee, 2001) โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรม ความภักดีของลูกค้าถือเป็นกุญแจความสำเร็จที่ยั่งยืน โดยสร้างความท้าทายให้กับโรงแรมต่างๆ ที่ไม่เพียงแต่ดึงดูดลูกค้า แต่ยังหมายถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อรักษาลูกค้าให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด (Liang, 2008)

ทั้งนี้ เนื่องด้วยผู้บริโภคมุสลิมมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ความผูกมัดกับหลักการศาสนา โดยที่ศาสนาเป็นรูปแบบคำสอนที่มั่นคงและเป็นเสาหลักของสังคม (Khraim, 2012) ซึ่งพลังของความศรัทธาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือรูปแบบในการบริโภค (Mokhlis, 2009) ดังนั้น การบริหารจัดการของโรงแรมในส่วนประสมทางการตลาดบริการควรที่จะสอดคล้องกับหลักการอิสลาม เช่น มีบริการอาหารฮาลาล ห้องละหมาด สายซิดิซาระล้าในห้องน้ำ มีพนักงานบริการที่เป็นแต่งกายถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม และจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวชอบที่จะใช้บริการโรงแรมที่มีครัวฮาลาลเป็นประจำมากกว่าการทดลองใช้บริการโรงแรมทั่วไป และจะพิจารณาโรงแรมที่มีครัวฮาลาลเป็นตัวเลือกแรกในการใช้บริการครั้งต่อ ๆ ไป เสมอ



ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ธุรกิจโรงแรมที่มีครัวฮาลาล ในการทำตลาดกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมในอาเซียน โดยเฉพาะชาวมาเลเซีย สิงคโปร์ และนักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมที่น่าสนใจจากประเทศจีน โดยกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวมุสลิม ควรมุ่งเน้นการทำตลาดกับกลุ่มครอบครัว เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการซื้อซ้ำและบอกต่อ แต่ถ้าหากเป็นนักท่องเที่ยวที่มีไข่มุสลิม ควรทำการตลาดกับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการความสะดวก สงบ และไม่เน้นสิ่งบันเทิง

นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่ว่าจะเป็นอาหารฮาลาล สายฉีดชำระล้างในห้องน้ำ ป้ายบอกทิศละหมาดหรือกิบละตในห้องพัก โปรแกรมทัวร์ที่ฮาลาล ระบบการจองผ่านอินเทอร์เน็ต ลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกับหลักการอิสลาม พนักงานมุสลิมเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาการโรงแรมและท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยวและแต่งกายถูกต้องตามหลักการอิสลาม เป็นต้น เพราะปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้จะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมุสลิม

สุดท้าย ฮาลาลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทุกคน “มนุษย์เอ๋ย จงบริโภคสิ่งอนุมัติที่ดี ๆ และจงอย่าตามบรรดาก้าวเดินของชัยฏอน แท้จริงมันคือศัตรูอันชัดแจ้งของพวกเจ้า” (2 : 168) (สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับประเทศไทย, ม.ป.ป.) คำว่า “ฮาลาล” จะอยู่ในใจของผู้บริโภคมุสลิมทุกคน ฮาลาลจึงไม่ใช่ทางเลือกแต่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคน ดังนั้น หากโรงแรมที่มีครัวฮาลาล มีการบริหารจัดการที่ดีได้ โรงแรมที่มีครัวฮาลาลก็จะเป็นตลาดของนักท่องเที่ยวมุสลิม

บรรณานุกรม

- กันยปริณ ทองสามสี เอมอร เจริญมาศ อิสระ ทองสามสี ญัฐ หลักชัยกุล เพ็ญพัทธ์ ทองแท้ และศรีณยา บุณนาถ. (2561). ความต้องการรับบริการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวมุสลิม. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 38(3), หน้า 127-147.
- ธรรมจักร เล็กบรรจง (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมุสลิมชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. วิทยาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ เป็ญฤทธิ์ และสุภูมิวิทย์ ไสยโสภณ. (2561). การบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลไทย กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดปัตตานี. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 13(2) หน้า 66-77.
- สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับประเทศไทย. (ม.ป.ป.). พระมหาคัมภีร์อัลกุรอานพร้อมความหมายภาษาไทย. นครมะดีนะฮ์: ศูนย์กษัตริย์พะฮัดเพื่อการพิมพ์อัลกุรอาน.
- อรพรรณ จันทรอินทร์ เพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ และจิราภา ซาลาฮาว์วัฒน์. (2556). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวนฮาลาลฝั่งทะเลอันดามันของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศมุสลิม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย



- Borzooei, M., & Asgari, M. (2013). Halal branding and purchase intention: a brand personality appeal perspective. *International Journal of Business and Management Invention*, 2(8), 23-27.
- Gracia, E. , Bakker, A. B. ,& Grau, R. M. (2011) . Positive emotions: The connection between Customer quality evaluations and loyalty. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52 (4), 458-465.
- Grim, B.J., & Karim, M.S. (2011). The future of the global Muslim population: projections for 2010-2030. Washington DC: Pew Research Center.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), 246.
- Isfahani, A. N., Pourezzat, A. A., Abdolmanafi, S., & Shahnazari, A. (2013). To Investigate influential factors on halal brand in the global market. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(1), 958-963.
- Khraim, H. (2000). Measuring religiosity in consumer research from Islamic perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), 166-179.
- Liang, L. (2008). The determining factors of customer loyalty for luxury hotels in US. *The Journal of International Management Studies*, 3(2), 167-175.
- Mokhlis, S. (2009). Relevancy and measurement of religiosity in consumer behavior research. *International of Business Research*, 9, 175-179.
- Nikhashemi, S.R., Paim, L.H., & Khatibi, A. (2015). The role of brand loyalty in generating positive word of mouth among Malaysian hypermarket customers. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 9(5), 1647-1652.
- Pong, J. L. T., & Yee, E. T. P. (2001). An integrated model of service loyalty. Retrieved May 30, 2009, from CiteSeerx Website: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.199.1430&rep=rep1&type=pdf>
- Razalli, M. R., Yusoff, R. Z., & Roslan, M. W. M. (2013). A framework of halal certification practices for hotel industry. *Asian Social Science*, 9(11), 316.
- Ramli, N. (2009). Halal Tourism: The Way Forward. Retrieved May 27, 2019, from Salaam Gateway Website: <https://repository.salaamgateway.com/images/iep/galleries/documents/201509120653414951.pdf>
- Rosenberg, P. , & Choufany, H. M. (2009) . Spiritual lodging– The Sharia- compliant hotel concept. Dubai: HVS Global Hospitality Services.



- Salleh, N. Z. M., Hamid, A. B. A., Hashim, N. H., & Omain, S. Z. (2014). The Practice of Shariah-Compliant Hotel in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(1), 26.
- Samori, Z., & Rahman, F. A., (2013). Towards the formation of Shariah complaint hotel in Malaysia: An exploratory study on its opportunities and challenges. *WEI International Academic Conference on Business, Education and Social Sciences*, 16-19 June, 2013 Istanbul, Turkey. West Chester: The West East Institute.
- Shahbandeh, M. (2018). Global market value of halal food 2017-2023. Retrieved June 5, 2019, from Statista Website: <https://www.statista.com/statistics/562857/market-value-of-halal-product-worldwide/>
- Zailani, S., Omar, A., & Kopong, S. (2011). An Exploratory Study on the Factors Influencing the Non-Compliance to Halal among Hoteliers in Malaysia. *International Business Management*, 5(1), 1-12.