Research Article

กลยุทธ์การให้บริการโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

The Service Strategies of Shariah-Compliant Hotel in Hat Yai District, Songkhla Province

ปาริฉัตร ตู้ดำ[1]
Parichat Thudam

Article History

Received: March 19, 2022
Revised: December 7, 2022
Accepted: December 9, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ และกลยุทธ์การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและผู้นำศาสนาอิสลาม ผลการศึกษาพบว่า การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์บางส่วน และ 2) การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์เต็มรูปแบบ ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ และสร้างการรับรู้การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ โดยการตั้งชื่อโรงแรมเป็นชื่อมุสลิม และใช้มาตรฐานการรับรองครัวฮาลาลเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า สำหรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการใช้ช่องทางการโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และการแนะนำโดยลูกค้าแบบบอกต่อปากต่อปาก ผลของการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ส่งผลดีต่อธุรกิจ ทำให้มีลูกค้ากลุ่มมุสลิมมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะรายได้จากการประชุมสัมมนา อย่างไรก็ตาม การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ไม่ส่งผลต่อการกำหนดราคาห้องพักของโรงแรม ราคาห้องพักเป็นไปตามมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม ระดับ 1-5 ดาว เนื่องจากโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์เป็นโรงแรมทางเลือกที่ลูกค้าจะเป็น

[1] คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, E-mail: Parichat.t@tsu.ac.th

ผู้ตัดสินใจเลือกเข้าพักเพื่อความสบายใจในบริการที่ได้รับว่าเป็นไปตามหลักศาสนา ปัญหาที่โรงแรมประสบอันเนื่องมาจากการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ ลูกค้าบางส่วนไม่เข้าใจรูปแบบการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ ซึ่งทำให้ไม่มีการให้บริการบางอย่าง

คำสำคัญ: *โรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ กลยุทธ์การให้บริการ คุณภาพบริการ*

Abstract

The purpose of this study was to study the characteristics of shariah-compliant hotel and the service strategies of shariah-compliant hotel in Hat Yai District, Songkhla Province. The study was conducted using qualitative research. Data was collected by interviewing hotel business entrepreneurs and Islamic leaders. The results of the study revealed that hotel services according to Shariah principles in Hat Yai District, Songkhla Province can be classified into 2 types, namely 1) partially shariah-compliant hotel and 2) fully shariah-compliant hotel. Entrepreneurs employ unique service differentiation strategies and create shariah hospitality awareness by naming hotels in muslim names and using halal kitchen certification standards to make their customers trust. In terms of public relations strategies, entrepreneurs use advertising channels through social media such as Facebook, Line and and word-of-mouth referrals of customers. The study of effect of shariah-based services on hotel business operations in Hat Yai District, Songkhla Province found that shariah-based services had a beneficial effect on the business, causing more muslim customers to use the service and have increased income, especially the revenue from the seminar. However, Shariah hotel services do not affect hotel room rates. Room rates are in accordance with 1-5 star hotel tourism accommodation standards. This is because hotels according to shariah principles are classified as alternative hotels which the customer will decide to choose to stay for the comfort of the service received that is in accordance with the religious principles. The problem that hotels encountered in providing shariah services was some customers did not understand that some services are not available in Shariah-compliant hotels.

Keywords: *Shariah-compliant hotel, Service Strategies, Service Quality*

บทนำ

การท่องเที่ยวฮาลาล (halal tourism) เป็นประเด็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจในปัจจุบัน จากจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่และมีอัตราการขยายตัวสูง (Mastercard-Crescentrating, 2017) ความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิมนั้นหากมองทั่วไปอาจจะไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ แต่หากพิจารณาอย่างลึกซึ้งตามหลักศาสนาอิสลาม นักท่องเที่ยวมุสลิมมีข้อกำหนดที่ต้องปฏิบัติและมีวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งนักท่องเที่ยวมุสลิมจะต้องยึดถือและปฏิบัติตามหลักการทางศาสนาอิสลาม ทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมีเงื่อนไขและความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งเรื่องการแต่งกาย การเลือกซื้อสินค้า อาหาร รวมทั้งที่พัก ซึ่งต้องไม่ขัดกับหลักศาสนา ดังนั้น การท่องเที่ยวฮาลาลเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ตั้งแต่จากสถานที่ต้นทางไปจนถึงจุดหมายปลายทาง ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร โรงแรมที่พัก แหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม ฯลฯ จากการเติบโตของการท่องเที่ยวฮาลาลทำให้ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้ากลุ่มมุสลิมเพิ่มขึ้น ความต้องการโรมแรมที่ให้บริการตามหลักศาสนาอิสลามมีเพิ่มขึ้นเช่นกัน แต่โรงแรมทั่วไปไม่ได้ออกแบบมาเพื่อรองรับการบริหารโดยใช้หลักการอิสลาม โรงแรมฮาลาลหรือโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์เป็นโรงแรมที่มีการให้บริการตามหลักศาสนาอิสลาม มีการออกแบบและจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น มีเครื่องหมายกิบลัต ห้องละหมาด ผ้าปูละหมาด อาหารฮาลาล ห้องน้ำที่มีสายฉีดชำระล้างร่างกายตามหลักศาสนาอิสลาม มีการบริหารการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม เป็นต้น (Omar & Adaha, 2019) ทำให้โรงแรมตามหลักชารีอะฮ์มีการให้บริการแตกต่างจากโรงแรมโดยทั่วไป

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางด้านต่าง ๆ ทั้งธุรกิจการค้า การขนส่ง การสื่อสาร การคมนาคม การศึกษา การท่องเที่ยวของภาคใต้ รวมทั้งเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ เป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย มีพื้นที่ติดต่อกับรัฐเคดาห์ของมาเลเซีย มีสถานที่ท่องเที่ยวน่าสนใจมากมายที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ตลาดกิมหยง สวนสาธารณะเมืองหาดใหญ่ ตลาดน้ำคลองแห น้ำตกโตนงาช้าง ตลาดสันติสุข ตลาดนัดกรีนเวย์ ฯลฯ ทำให้อำเภอหาดใหญ่เป็นจุดหมายของการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีโรงแรมที่พักในอำเภอหาดใหญ่มากกว่าพันโรงแรมที่พร้อมให้บริการแก่นักเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นนักท่องเที่ยวหลักของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากข้อมูลการตลาด จังหวัดสงขลา ประจำปี 2560 พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 จังหวัดสงขลามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง จำนวน 5,477,198 คน นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.95 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียเดินทางเข้ามา จำนวน 3,429,686 คน (Office Provincial Commercial Affairs Songkhla, 2018) นอกจากนี้ จากเหตุการณ์ความรุนแรงในพื้นที่ส่งผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตและการเดินทางของคนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาได้รับอานิสงส์จากเหตุการณ์ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยจากจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่เพิ่มขึ้น (Thudam, Amage, & Bunmak, 2017) ทำให้มีความต้องการโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์เพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันหลายโรงแรมมีความพยายามปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การให้บริการเพื่อเพิ่มความสามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวมุสลิมในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อาทิ การศึกษา Sukhom, Kraiwat, and Thawarom (2020) ซึ่งทำการศึกษาศักยภาพและความพร้อมเพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของจังหวัดท่องเที่ยวหลักในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาอุปสรรคที่พบ ได้แก่ ขาดความรู้ความเข้าใจหลักการให้บริการตามหลักศาสนาอิสลาม และขาดงบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนั้น การศึกษาของ Hayeemad, Hasama, Noipom, and BostanAli (2020) ซึ่งได้ทำการศึกษาโรงแรมที่มีครัวฮาลาลกับโอกาสทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาที่สำคัญในการจัดการโรงแรมที่มีครัวฮาลาล คือ พนักงานยังมีไม่เพียงพอ หากมีการบริหารจัดการที่ดีโรงแรมที่มีครัวฮาลาลก็มีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดมุสลิม สะท้อนภาพศักยภาพการให้บริการด้านการท่องเที่ยวตามหลักศาสนาอิสลามหรือหลักชารีอะฮ์ยังมีข้อจำกัดหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการขาดมาตรฐานของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการโรงแรมเกี่ยวกับการให้บริการที่ถูกต้องตามหลักชารีอะฮ์ ประกอบกับการให้บริการโรงแรมไม่ได้ให้บริการเฉพาะนักท่องเที่ยวมุสลิมเท่านั้น ทำให้จำนวนโรงแรมที่ให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ยังมีไม่มากนัก และการให้บริการอาจจะยังไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจโรงแรมที่พักในพื้นที่ แต่ยังขาด

ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการบริหารโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ในประเทศไทย ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพการให้บริการโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา รวมทั้งพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการโรงแรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวมุสลิม อันจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix หรือ 4 P's) เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้องค์การธุรกิจภาคบริการประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน การตลาดโรงแรมเป็นกระบวนการจัดการของโรงแรมที่มีวัตถุประสงค์จะทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของโรงแรมเป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของลูกค้า อีกทั้งยังขายได้และทำกำไรได้ตามวัตถุประสงค์ โดยสามารถแบ่งส่วนผสมทางการตลาดของโรงแรมออกเป็น 4 องค์ประกอบ (Chupchuwong, 2020) ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์โรงแรม (product) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์โรงแรม ได้แก่ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการกิจกรรมต่างๆ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศทั้งภายในและภายนอกโรงแรม นอกจากห้องพักซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าหลักของโรงแรมแล้ว ยังมีสินค้ารองที่โรงแรมสามารถเสนอขายและให้บริการได้ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ร้านอาหารภายในโรงแรม ฯลฯ การจัดเลี้ยง ได้แก่ งานแต่งงาน การจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ บริการด้านความบันเทิง ได้แก่ บาร์ คาราโอเกะ ห้องสนุกเกอร์ ฯลฯ บริการด้านสุขภาพ ได้แก่ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ห้องออกกำลังกาย ห้องนวดตัว ห้องอบไอน้ำ ฯลฯ การบริการอื่น ๆ ได้แก่ ร้านเสริมสวย ร้านขายของที่ระลึก เคาน์เตอร์รับจัดทัวร์ บริการที่จอดรถ เป็นต้น 2) ราคา (price) ราคาห้องพักเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การตั้งราคาห้องพักต้องคำนึงถึงคู่แข่ง ตลาดและอุปสงค์ และภาพลักษณ์ของโรงแรม นอกจากนั้นห้องพักแบบเดียวกันสามารถมีราคาแตกต่างกันได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับการขายให้กับลูกค้ากลุ่มใดหรือส่วนแบ่งตลาดใด ซึ่งโดยทั่วไปโรงแรมนิยมกำหนดโครงสร้างราคาเพื่อเสนอขายลูกค้าในส่วนแบ่งตลาดต่าง ๆ ได้แก่ ราคาเต็ม ราคาลด ราคาสำหรับบริษัทจากต่างประเทศ ราคาสำหรับเทรเวลเอเจนซี เป็นต้น ราคาห้องพักของโรงแรมอาจมีหลายระดับและสัมพันธ์กับลักษณะ ขนาด ที่ตั้ง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในห้องพัก 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การจัดจำหน่ายเป็นกระบวนการนำผลิตภัณฑ์ออกไปยังผู้ซื้อ หรือทำให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงและซื้อสินค้าได้ โรงแรมมีวิธีการจำหน่ายห้องพักแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การจำหน่ายตรงจากตัวโรงแรม คือ ลูกค้าจองโรงแรมโดยตรงเป็นวิธีการจัดจำหน่ายที่ง่ายและประหยัดค่าใช้จ่าย การจำหน่ายผ่านตัวแทนและโรงแรมในเครือข่ายเป็นการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนและการจำหน่ายผ่านตัวกลางการจัดจำหน่าย เป็นการจำหน่ายผ่านตัวกลางต่าง ๆ และ 4) การส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นกิจกรรมที่ทำขึ้นเพื่อเชิญชวนหรือเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการล่วงหน้าของโรงแรม

แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์

ชารีอะฮ์ (Shariah) เป็นคำภาษาอาหรับ หมายถึง แนวทางที่กำหนดให้มุสลิมทุกคนควรปฏิบัติตาม (Doi, 1984) นอกจากนี้ ชารีอะฮ์ยังหมายถึงบทบัญญัติของอัลลอฮซึ่งกำหนดการดำเนินชีวิตของมุสลิมทุกคนในทุกด้าน โรงแรมตามหลักชารีอะฮ์จึงหมายถึง โรงแรมที่ให้บริการตามหลักการของศาสนาอิสลาม ซึ่งไม่ได้หมายถึง เพียงการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลเท่านั้น แต่ยังหมายถึง การดำเนินงานทั่วทั้งโรงแรมที่ต้องจัดการตามหลักการของชารีอะฮ์ ทั้งการดำเนินงาน การออกแบบโรงแรมและระบบการเงินของโรงแรม สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมควรดำเนินการตามหลักการของชารีอะฮ์ (Sahida, Rahman, Awang, & Man, 2011) ขณะที่ Rosenberg and Choufany

(2009) ระบุว่า มีข้อกำหนดบางประการที่โรงแรมจะต้องปฏิบัติตามเพื่อให้เป็นไปตามหลักชารีอะฮ์หรือหลักการของศาสนาอิสลาม ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงาน ได้แก่ การหลีกเลี่ยงการให้บริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ การบริการอาหารฮาลาล พนักงานส่วนใหญ่เป็นมุสลิม มีคัมภีร์อัลกุรอาน และพรมละหมาดในห้องพัก การออกแบบของโรงแรม ได้แก่ การแบ่งพื้นที่การให้บริการตามเพศ มีการบ่งชี้ทิศสำหรับการละหมาด การจัดปลายเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทางทิศกิบลัต การตกแต่งโรงแรมไม่ใช้รูปปั้นหรือภาพคนและสัตว์ และระบบการเงินของโรงแรม มีการบริหารจัดการเงินของโรงแรมเป็นไปตามหลักการเงินอิสลาม ส่วน Jafari and Scott (2014) ให้ความหมายโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ว่าหมายถึง การให้บริการที่พักตามแบบวิถีมุสลิม ซึ่งมุสลิมเชื่อว่า หลักศาสนาเป็นวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้โรงแรมตามหลักชารีอะฮ์จะมีความแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป โดยผู้ประกอบการจะนำหลักชารีอะฮ์มาประยุกต์ใช้ในการ Omar, Islam, and Adaha (2013) ระบุคุณลักษณะของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์สามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ไม่มีการให้บริการแอลกอฮอล์ ให้บริการเฉพาะอาหารฮาลาล อุปกรณ์ทำอาหารให้อยู่ในสภาพที่สะอาดเป็นไปตามหลักศาสนา 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ แยกสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้หญิงและผู้ชาย มีอุปกรณ์ชำระล้างในห้องน้ำ มีห้องละหมาด มีคัมภีร์อัลกุรอาน ลูกศรแสดงทิศกิบลัต มีผ้าละหมาด คู่มือการปฏิบัติศาสนกิจ โทรศัพท์แจ้งเตือนการละหมาด ไม่มีสถานบันเทิงที่ไม่เหมาะสม 3) ด้านการเงิน ได้แก่ การบริหารจัดการเงินของโรงแรมเป็นไปตามหลักการเงินอิสลาม ยึดในหลักซากาตหรือมีการบริจาคเงินกลับคืนต่อชุมชน 4) ด้านการตกแต่งและออกแบบ ได้แก่ การตกแต่งโรงแรมไม่ใช้รูปปั้นหรือภาพคนและสัตว์ การตกแต่งด้วยศิลปะอิสลาม ตำแหน่งของเตียงและห้องน้ำไม่หันไปทิศกิบลัต 5) ด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ พนักงานแต่งกายตามหลักศาสนาอิสลาม สภาพแวดล้อมแบบมุสลิม พนักงานปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลาม Saad, Ali, and Abdel-Ati (2014) แบ่งระดับการให้บริการธุรกิจบริการที่พักที่เป็นมิตรกับวิถีมุสลิมได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) โรงแรมที่ไม่ให้บริการแอลกอฮอล์ (dry hotel) เป็นโรงแรมที่ไม่ให้บริการแอลกอฮอล์ในโรงแรม 2) โรงแรมที่เป็นชารีอะฮ์บางส่วน (partially sharia-compliant hotel) เป็นโรงแรมที่ให้บริการตามหลักอิสลามเพียงบางส่วน เช่น ให้บริการอาหารฮาลาล มีห้องละหมาด มีคัมภีร์อัลกุรอาน และพรมละหมาดในแต่ละห้องพัก และมีการแยกสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย เป็นต้น 3) โรงแรมที่เป็นชารีอะฮ์เต็มรูปแบบ (fully sharia-compliant hotel) เป็นโรงแรมที่มีการบริหารจัดการตามหลักชารีอะฮ์ทั้งหมด ทั้งการบริหารจัดการ การออกแบบตกแต่ง รวมทั้งการเงินของโรงแรมจากข้างต้นโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์หรือโรงแรมฮาลาลจึงหมายถึง โรงแรมที่มีการให้บริการโรงแรมตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งไม่เพียงแต่ให้บริการอาหาร เครื่องดื่มฮาลาลแต่เป็นการให้บริการที่คำนึงถึงการปฏิบัติศาสนกิจของมุสลิม คือ มีการออกแบบตกแต่งที่สอดคล้องกับหลักศาสนา เช่น ไม่มีรูปปั้น มีสัญลักษณ์แสดงทิศการละหมาดหรือทิศกิบลัต ให้บริการรายการทีวีที่ไม่ขัดกับหลักศาสนา ฯลฯ ทั้งนี้ โรงแรมตามหลักชารีอะฮ์หรือโรงแรมฮาลาลไม่มีข้อกำหนดหรือมาตรฐานตายตัวว่าต้องดำเนินการอย่างไร โรงแรมแต่ละแห่งจึงมีการประยุกต์ใช้แนวคิดของศาสนาอิสลามกับการให้บริการโรงแรมแตกต่างกัน ดังนั้น โรงแรมตามหลักชารีอะฮ์หรือโรงแรมตามหลักศาสนาอิสลามเป็นการนำแนวคิดศาสนาอิสลามมาปรับใช้ในการให้บริการของโรงแรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มมุสลิม ส่วนโรงแรมที่ไม่ได้เป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม คือ โรงแรมที่ไม่ได้นำแนวคิดศาสนาอิสลามมาปรับใช้ในการให้บริการโรงแรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Tongsamsi et al. (2018) ทำการศึกษาความต้องการรับบริการด้านที่พักของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบความต้องการที่พักตามหลักศาสนาอิสลาม ผลการศึกษาพบว่าสามารถจำแนกความต้องการของผู้เข้าพักได้ 7 ประเภท ได้แก่ การปฏิบัติศาสนกิจ การให้บริการของพนักงาน การออกแบบและการตกแต่งห้องพัก อุปกรณ์ที่ให้บริการในห้องพัก การบริการช่วงการถือศีลอด การเงิน และ

การบริการทั่วไป จากความต้องการดังกล่าวสามารถจำแนกระดับการให้บริการตามวิถีมุสลิมในระดับต้น กลาง และสูง ผลการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานด้านการจัดการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการออกแบบบริการที่เหมาะสมเพื่อรองรับการท่องเที่ยววิถีมุสลิม ขณะที่ Tantasuntisakul and Wongkit (2019) ทำการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาโรงแรมฮาลาล กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาโรงแรมฮาลาลเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมุสลิมนิยมเดินทางในรูปแบบครอบครัวขนาดใหญ่มากกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมฮาลาลของนักท่องเที่ยวมีทั้งสิ้น 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ที่ตั้งของโรงแรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม ลูกค้ามักจะมองหาโรงแรมที่มีที่ตั้งตรงกับความต้องการของตนโดยพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทาง และด้านสถานที่ท่องเที่ยว 2) พนักงานการให้บริการที่ประทับใจจะส่งผลต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการโรงแรมของลูกค้า ความสุภาพการเอาใจใส่ลูกค้า ความอ่อนน้อม การให้บริการที่เท่าเทียมกันในลูกค้าทุกกลุ่ม ตลอดจนการที่พนักงานสามารถสื่อสารภาษาของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ 3) ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมในกลุ่มลูกค้าที่พักระยะยาว ลูกค้าผู้สูงอายุและลูกค้าประเภทครอบครัว สำหรับกลุ่มครอบครัวที่นับถือศาสนาอิสลาม เช่น ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาอยู่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้และชาวมาเลเซีย สถานที่จอดรถเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกที่พัก เพราะลูกค้ากลุ่มนี้นิยมเดินทางด้วยรถยนต์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต้องตอบสนองความต้องการของสมาชิกในครอบครัวได้ทุกคน 4) คะแนนรีวิวของผู้ใช้บริการโรงแรมผ่านระบบตัวแทนจำหน่ายห้องพักออนไลน์ (OTA) 5) การมีช่องทางการขายผ่านระบบตัวแทนจำหน่ายห้องพักออนไลน์ (OTA) เป็นการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน 6) การสร้างความแตกต่างของโรงแรม การมีเอกสารหลักฐานรับรองมาตรฐานคุณภาพฮาลาลเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างให้กับโรงแรมได้เป็นอย่างดี และ 7) การเข้าร่วมเป็นสมาชิกและการจัดตั้งเครือข่ายพันธมิตรสร้างความเข้มแข็งและส่งเสริมให้ลูกค้ารู้จักโรงแรมฮาลาลเพิ่มขึ้น นอกจากนั้น Benrit and Saiyasopon (2018) ทำการศึกษาการบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลไทย กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดปัตตานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะทั่วไปของโรงแรมฮาลาล ผลจากการศึกษา พบว่า โรงแรมในจังหวัดปัตตานีมีการปฏิบัติตามคุณลักษณะต่าง ๆ ของโรงแรมฮาลาล คือ การให้บริการอาหารที่ได้รับมาตรฐานอาหารฮาลาล และได้รับมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีการบริการห้องละหมาด ผ้าละหมาดและพรมสำหรับปูละหมาด มีสัญลักษณ์บ่งชี้ทิศสำหรับละหมาด ในห้องน้ำมีท่อน้ำต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาดในห้องน้ำในการชำระล้าง สำหรับพนักงานที่ให้บริการส่วนใหญ่ เป็นมุสลิมและมีการแต่งกายที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ส่วนความคิดเห็นของสถานประกอบการเกี่ยวกับนำนโยบายฮาลาลไปปฏิบัติ ส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการนำนโยบายฮาลาลจะส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรมตนเอง

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) แบบปรากฏการณ์วิทยา (phenomenology method) เป็นหลักเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมที่เป็นพลวัตด้วยพื้นฐานการเข้าใจมนุษย์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอย่างเป็นธรรมชาติ (Gubrium & Holstein, 1997) การวิจัยครั้งนี้จึงเลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูลคุณลักษณะของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์จากเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้นำศาสนา 2) รวบรวมข้อมูลกลยุทธ์การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม และผู้นำศาสนา โดยผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากเป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักและมีนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และนักท่องเที่ยวมุสลิมเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญ ผู้วิจัยได้จำแนกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษานี้ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ

ธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีเกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ดังนี้ 1) เป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการฝ่ายการตลาดของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ได้รับมาตรฐานครัวฮาลาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมุสลิม 2) เป็นสถานประกอบการที่มีการนำหลักการศาสนาอิสลามมาปรับใช้ในการให้บริการ จำนวน 6 แห่ง แห่งละ 2 คน ได้แก่ โรงแรมญันนะตีย์ โรงแรมอัลฟาฮัจย์ โรงแรมสยามเซ็นเตอร์ฮาลาล โรงแรมสยามออเรียนทัล โรงแรม วี. แอล หาดใหญ่ และโรงแรมบีพี แกรนด์ทาวน์เวอร์ และ 2) ตัวแทนศาสนาอิสลาม ได้แก่ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา และกรรมการฮาลาล จำนวน 3 คน

เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือ โดยมีแนวคำถาม ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรม และ 2) กลยุทธ์การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ของโรงแรมที่พักในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จ.สงขลา วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) ติดต่อประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขออนุญาตเข้าทำการสัมภาษณ์ 2) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อแจ้งความประสงค์ในการขอสัมภาษณ์ในหัวข้อที่กำหนด 3) นัดหมายวัน เวลา และสถานที่สำหรับการสัมภาษณ์ และ 4) ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะมีการชี้แจงให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทราบวัตถุประสงค์และขั้นตอนการวิจัย โดยชี้แจงสิทธิที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสามารถตัดสินใจโดยอิสระในการเข้าร่วมการวิจัยหรือสามารถปฏิเสธที่จะไม่ให้สัมภาษณ์หรือไม่เข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ได้ โดยจะไม่มีผลใด ๆ สำหรับข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะไม่มีการเปิดเผยให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมและนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์ โดยทำการสัมภาษณ์ ใช้เวลาคนละประมาณ 1-1.30 ชั่วโมง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการจัดระเบียบข้อมูล โดยเป็นขั้นตอนการถอดเทปการสัมภาษณ์เชิงลึกและการตรวจสอบข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยการเขียนบันทึกพร้อมสรุปข้อมูลและจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบแยกประเภทข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการถอดเทปบันทึกเสียงคำสัมภาษณ์ทันทีหลังการเก็บข้อมูลเสร็จสิ้นในแต่ละครั้ง หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพหรือการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) นำข้อมูลมาจัดการให้เป็นระเบียบ โดยรวมกันเข้าเป็นหมวดหมู่ รูปแบบเดียวกันในลักษณะเดียวกัน จัดเป็นหน่วยย่อย ๆ ตามความหมายเฉพาะของแต่ละหน่วย เพื่อทำให้ข้อมูลมีความชัดเจน และให้ความสำคัญแก่ความหมายของข้อมูลอธิบายรูปแบบความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องระหว่างมิติต่าง ๆ ของข้อมูล (Yoddamnoen-Attig & Tangchonlathip, 2009) เพื่อการจัดกลุ่มความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้ทำการโดยรวบรวมข้อมูลการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 6 แห่ง มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของโรงแรม

1) โรงแรมญันนะตีย์ เป็นโรงแรมระดับ 4 ดาว ตั้งอยู่ใจกลางเมืองหาดใหญ่ เลขที่ 186 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 3 ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โรงแรมญันนะตีย์ได้รับมาตรฐานการบริหารอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นโรงแรมอิสระไม่ได้เป็นโรงแรมในเครือ มีห้องพักทั้งหมด จำนวน 230 ห้อง มีห้องประชุมสัมมนาทั้งหมดจำนวน 5 ห้อง

2) โรงแรมอัลฟาฮัจย์ เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ตั้งอยู่ถนนบายพาส ใกล้กับมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ เลขที่ 132 หมู่ที่ 1 ถนนบายพาส ตำบลควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โรงแรมอัลฟาฮัจย์ได้รับมาตรฐานการบริหารอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นโรงแรมอิสระไม่ได้เป็นโรงแรมในเครือ มีห้องพัก จำนวน 79 ห้อง มีห้องประชุมสัมมนาพร้อมให้บริการ

3) โรงแรมสยามเซ็นเตอร์ฮาลาล เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ตั้งอยู่ในตัวเมืองหาดใหญ่ ใกล้ตลาดกิมหยง เลขที่ 23-25 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 2 เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โรงแรมสยามเซ็นเตอร์ฮาลาลได้รับมาตรฐานการบริหารอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นโรงแรมอิสระไม่ได้เป็นโรงแรมในเครือ มีห้องพักจำนวน 140 ห้อง มีห้องประชุมสัมมนาพร้อมให้บริการ

4) โรงแรมสยามออเรียนทัล เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ตั้งอยู่บนถนนศรีภูวนารถ เลขที่ 181 ถนนศรีภูวนารถ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โรงแรมสยามออเรียนทัลได้รับมาตรฐานการบริหารอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นโรงแรมอิสระไม่ได้เป็นโรงแรมในเครือ มีห้องพักทั้งหมด 215 ห้อง พร้อมห้องประชุมสัมมนากว่าสิบห้อง

5) โรงแรม วี. แอล. หาดใหญ่ เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้ตลาดกิมหยง เลขที่ 1-3-5-7 ถนนนิพัทธ์อุทิศ 1 เทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โรงแรม วี. แอล. หาดใหญ่ได้รับมาตรฐานการบริหารอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เป็นโรงแรมอิสระไม่ได้เป็นโรงแรมในเครือ มีห้องพักทั้งหมด 100 ห้อง

6) โรงแรม B.P. Grand Tower เป็นโรงแรมระดับ 3 ดาว ตั้งอยู่ใจกลางเมือง เลขที่ 74 ถนนเสน่หานุสรณ์ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โรงแรม B.P. Grand Tower ได้รับมาตรฐานการบริหารอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวเป็นโรงแรมอิสระไม่ได้อยู่ในเครือโรงแรม มีห้องพักทั้งหมด 253 ห้อง ห้องประชุมขนาดใหญ่ 1 ห้อง ห้องประชุมขนาดกลาง 2 ห้อง และห้องประชุมขนาดเล็ก 4 ห้อง

1.2 คุณลักษณะการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้จัดการโรงแรมในพื้นที่เกี่ยวกับข้อมูลคุณลักษณะการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ พบว่า การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ของโรงแรมมีความแตกต่างกันไปในแต่ละโรงแรม ในที่นี้ สามารถจำแนกลักษณะการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์บางส่วน เป็นการให้บริการของโรงแรมที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการพื้นฐานของลูกค้ามุสลิม ซึ่งลูกค้ามุสลิมเรียกร้องและให้ความสำคัญ โดยทั่วไปโรงแรมจะจัดให้มีบริการตามหลักชารีอะฮ์ด้านการปฏิบัติศาสนกิจและด้านอาหารฮาลาลเป็นหลัก เช่น มีครัวฮาลาล สัญลักษณ์แสดงทิศกิบลัต มีท่อน้ำที่ต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาดในห้องน้ำในการชำระล้าง เป็นต้น ซึ่งโรงแรมส่วนใหญ่ที่มีการให้บริการในลักษณะนี้เป็นโรงแรมที่ไม่ได้มีแนวคิดจะบริหารจัดการตามหลักชารีอะฮ์ตั้งแต่แรก แต่ทำการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นการให้บริการเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มมุสลิม การจัดให้มีบริการดังกล่าวไม่ได้ยุ่งยากในการดำเนินการและโรงแรมไม่ได้ดำเนินการตามหลักชารีอะฮ์อย่างเต็มรูปแบบ เป็นการปรับเปลี่ยนสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ากลุ่มมุสลิมและดึงดูดให้ลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการโรงแรมเพิ่มมากขึ้น จากโรงแรมที่ศึกษา จำนวน 6 โรงแรม พบว่าเป็นโรงแรมที่ให้บริการตามหลักชารีอะฮ์บางส่วน จำนวน 3 โรงแรม

2) การให้บริการตามชารีอะฮ์เต็มรูปแบบ เป็นการให้บริการของโรงแรมที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้ามุสลิมอย่างเต็มรูปแบบ โดยโรงแรมจัดให้มีครัวฮาลาล สัญลักษณ์แสดงทิศกิบลัตมีท่อน้ำที่ต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาดในห้องน้ำในการชำระล้าง มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการแยกเพศชายและเพศหญิง มีการสร้างห้องละหมาดและพื้นที่อาบน้ำละหมาดแยกชายหญิง ไม่มีเครื่องดื่มต้องห้ามหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอลล์ให้บริการในโรงแรม มีการจัดการการเงินของโรงแรมเป็นไปตามหลักการเงินอิสลาม ไม่มีไนต์คลับหรือสถานเริงรมย์ที่ขัดกับหลักการศาสนาอิสลาม ซึ่งการให้บริการดังกล่าวเป็นการปรับรูปแบบการให้บริการทั้งระบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มมุสลิมทั้งในการปฏิบัติศาสนกิจและสร้างความสบายใจในการใช้บริการ โรงแรมที่มีการให้บริการในลักษณะนี้เป็นโรงแรมที่มีแนวคิดที่จะบริหารจัดการตามหลักชารีอะฮ์ตั้งแต่แรก ทำให้การให้บริการเป็นการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์เต็มรูปแบบ จากโรงแรมที่ศึกษาจำนวน 6 โรงแรม พบว่าเป็นโรงแรมที่ให้บริการตามหลักชารีอะฮ์เต็มรูปแบบ จำนวน 3 โรงแรม

นอกจากนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า การให้บริการที่แตกต่างกันส่วนหนึ่งมีเหตุปัจจัยเนื่องมาจากแนวความคิดของผู้ประกอบการเกี่ยวกับ

การให้บริการโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ หากผู้ประกอบการมีศรัทธาหรือมีเป้าหมายที่จะนำคุณลักษณะโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ไปปฏิบัติในโรงแรมโดยคำนึงถึงความถูกต้องตามหลักการชารีอะฮ์เป็นหลักทำให้มีการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์อย่างเต็มรูปแบบ ขณะที่ผู้ประกอบการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจและดึงดูดให้ลูกค้ามุสลิมให้มาใช้บริการ จะเน้นจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของลูกค้ามุสลิม ดังนั้น การนับถือศาสนาของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการนำคุณลักษณะโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ไปปฏิบัติในโรงแรม หากผู้ประกอบการเป็นมุสลิมจะมีความเข้าใจในหลักปฏิบัติตามหลักศาสนาและนำคุณลักษณะโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ไปปฏิบัติด้วยความศรัทธามากกว่ามุ่งเน้นผลกำไรเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้นำศาสนาไม่มีข้อกำหนดว่าโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ต้องมีเจ้าของหรือผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิม แต่ผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจในหลักปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลามและสามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง และการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ไม่ได้มีข้อกำหนดหรือบทบัญญัติกำหนดไว้อย่างชัดเจน ทำให้สถานประกอบการที่นำหลักการชารีอะฮ์มาปรับใช้ในการให้บริการโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์มีความแตกต่างกันไป

2. กลยุทธ์การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมเกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดไว้ให้กับแขกหรือลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการเน้นจัดบริการของโรงแรมตามหลักศาสนาอิสลามเพื่อทำให้ลูกค้ากลุ่มมุสลิมเกิดความพึงพอใจ โดยจัดให้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มมุสลิม ซึ่งทำให้การให้บริการมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากการให้บริการโรงแรมทั่วไป หรือเป็นการใช้กลยุทธ์สร้างความโดดเด่นให้แก่บริการของตนเอง นั่นคือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในเรื่องการให้บริการแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ในที่นี้หมายถึงลูกค้ากลุ่มมุสลิม ซึ่งผู้ประกอบการพยายามปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและความสบายใจให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ในการเข้ามาใช้บริการโรงแรม อาทิเช่น มีครัวฮาลาล สัญลักษณ์แสดงทิศกิบลัต มีท่อน้ำที่ต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาดในห้องน้ำในการชำระล้าง มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการแยกเพศชายและเพศหญิง มีการสร้างห้องละหมาดและพื้นที่อาบน้ำละหมาดแยกชายหญิง เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้เป็นเรื่องนอกเหนือไปจากการมีห้องพักที่สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น ทีวี ตู้เย็น และเครื่องปรับอากาศ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปที่โรงแรมจัดให้แก่ผู้ใช้บริการ นอกจากนั้น เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มประชุมสัมมนาจากหน่วยงานราชการในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โรงแรมจึงใช้กลยุทธ์ปรับปรุงการให้บริการห้องอาหารเป็นครัวฮาลาล

นอกจากกลยุทธ์การสร้างความโดดเด่นให้แก่บริการของตนเองแตกต่างจากการให้บริการของโรงแรมทั่วไปแล้ว โรงแรมที่ให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ยังใช้กลยุทธ์สร้างการรับรู้การให้บริหารตามหลักชารีอะฮ์ให้แก่ลูกค้าผ่านชื่อโรงแรม โดยการตั้งชื่อโรงแรมเพื่อสะท้อนลักษณะการให้บริการ ได้แก่ โรงแรมญัณณะตีย์ โรงแรมอัลฟาฮัจย์ โรงแรมสยามเซ็นเตอร์ฮาลาล การตั้งชื่อเป็นชื่อมุสลิมดังกล่าวสะท้อนลักษณะการให้บริการที่เน้นให้บริการตามหลักชารีอะฮ์เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้ากลุ่มมุสลิมโดยเฉพาะ ลูกค้าผู้รับบริการจะรับรู้ลักษณะการให้บริการผ่านชื่อโรงแรม ดังนั้น ลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการโรงแรมจะเข้าใจและยอมรับรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างไปจากโรงแรมทั่วไป อาทิเช่น ไม่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้บริการในโรงแรม มีการจัดพื้นที่ให้บริการแยกสำหรับผู้ชายผู้หญิง นอกจากนี้ ในการตกแต่งสถานที่ยังมีการตกแต่งสถานที่ด้วยสไตล์มุสลิม ไม่มีการตกแต่งสถานที่ด้วยรูปปั้นหรือภาพคนและสัตว์ การเคารพบูชาสิ่งอื่นเป็นการไม่เชื่อในพระเจ้า เพื่อสะท้อนตัวตนการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ นอกจากนั้น โรงแรมยังใช้มาตรฐานการรับรองครัวฮาลาล เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการอาหาร ซึ่งได้รับการรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสบายใจในการเข้ามาใช้บริหาร

ห้องอาหาร และสร้างภาพลักษณ์การให้บริการที่เป็นมิตรและเป็นไปตามหลักการศาสนาอิสลาม

ในทัศนะของผู้ประกอบการระบุว่าโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์เป็นโรงแรมทางเลือกที่ลูกค้าจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกเข้าพักเพื่อความสบายใจในบริการที่ได้รับว่าเป็นไปตามหลักศาสนา การให้บริการจะเน้นให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลัก ดังนั้น การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ไม่ส่งผลต่อการกำหนดราคาห้องพัก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงใช้กลยุทธ์การกำหนดราคาห้องพักให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบริการที่ได้รับมากกว่าปรับราคาห้องพักให้มากกว่าราคาห้องพักในโรงแรมทั่วไป ราคาห้องพักเป็นไปตามมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม ระดับ 1-5 ดาว สำหรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการใช้ช่องทางการโฆษณาผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ และการแนะนำโดยผู้ที่เคยเข้ามาใช้บริการและบอกต่อปากต่อปากว่าโรงแรมมีการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ในลักษณะใดบ้าง นอกจากนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลของการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรม โดยส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงแรม ลูกค้ากลุ่มมุสลิมมีความมั่นใจในบริการ ทำให้มีลูกค้ากลุ่มมุสลิมมาใช้บริการเพิ่มขึ้น เป็นการขยายฐานลูกค้าจากลูกค้าทั่วไปเป็นลูกค้ากลุ่มมุสลิม โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มประชุมสัมมนา ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะรายได้จากการประชุมสัมมนา สำหรับปัญหาที่โรงแรมประสบอันเนื่องมาจากการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ พบว่า บางครั้งลูกค้าไม่เข้าใจรูปแบบการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ ซึ่งจะไม่มีการให้บริการบางอย่าง เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายการทีวีที่ขัดต่อหลักศาสนา เป็นต้น ดังนั้น ก่อนเข้าพักโรงแรมจะแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดการเข้าพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเข้าพัก

อภิปรายผลการวิจัย

1. การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถจำแนกลักษณะการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์บางส่วน และการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์เต็มรูปแบบ สอดคล้องกับการศึกษาของ Saad et al. (2014) ซึ่งได้แบ่งระดับการให้บริการธุรกิจบริการที่พักที่เป็นมิตรกับวิถีมุสลิมได้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ โรงแรมที่ไม่ให้บริการแอลกอฮอล์ โรงแรมที่เป็นชารีอะฮ์บางส่วน และโรงแรมที่เป็นชารีอะฮ์เต็มรูปแบบ นอกจากนั้น ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลามีลักษณะเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม มีลูกค้าหลากหลายกลุ่ม การให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่โรงแรมให้ความสำคัญ

2. โรงแรมใช้มาตรฐานการรับรองครัวฮาลาล ซึ่งได้รับการรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัด เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการอาหาร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสบายใจในการเข้ามาใช้บริการห้องอาหาร และสร้างภาพลักษณ์การให้บริการที่เป็นมิตรและเป็นไปตามหลักการศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะเพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มประชุมสัมมนาจากหน่วยงานราชการในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สอดคล้องกับ Tantasuntisakul and Wongkit (2019) ซึ่งระบุว่า การได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพฮาลาลนั้นเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างให้กับโรงแรมได้เป็นอย่างดี

3. ผลของการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรมในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า การให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรม โดยส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงแรม ลูกค้ากลุ่มมุสลิมมีความมั่นใจในบริการ ทำให้มีลูกค้ากลุ่มมุสลิมมาใช้บริการเพิ่มขึ้น เป็นการขยายฐานลูกค้าจากลูกค้าทั่วไปเป็นลูกค้ากลุ่มมุสลิม โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มประชุมสัมมนา ส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะรายได้จากการประชุมสัมมนา สอดคล้องกับการศึกษาของ Benrit and Saiyasopon (2018) ซึ่งระบุความคิดเป็นของสถานประกอบการเกี่ยวกับนำนโยบายฮาลาลไปปฏิบัติ ส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าการนำนโยบายฮาลาลจะส่งผลดีต่อธุรกิจโรงแรมตนเอง

4. กลยุทธ์การให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์สร้างความโดดเด่นให้แก่บริการของตนเองโดยพยายามปรับรูปแบบการให้บริการเพื่อ

สร้างความพึงพอใจและความสบายใจให้แก่ลูกค้ามุสลิมในการเข้ามาใช้บริการโรงแรม อาทิเช่น สัญลักษณ์แสดงทิศกิบลัต มีท่อน้ำที่ต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาดในห้องน้ำในการชำระล้าง มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการแยกเพศชายและเพศหญิง มีการสร้างห้องละหมาดและพื้นที่อาบน้ำละหมาดแยกชายหญิง เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Hayeemad et al. (2020) ซึ่งระบุว่า โรงแรมที่เป็นมิตรกับมุสลิมควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ เช่น อาหารฮาลาล สายฉีดชำระล้างในห้องน้ำ ป้ายบอกทิศละหมาดหรือกิบลัตในห้องพัก โปรแกรมทัวร์ฮาลาล ระบบการจองผ่านอินเตอร์เน็ต และลักษณะทางกายภาพที่เหมาะสมกับหลักการอิสลาม ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่สอดคล้องกับหลักการอิสลามจะทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมเกิดความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปเข้าใจลักษณะของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์หรือโรงแรมฮาลาลให้มากขึ้น เนื่องจากบางครั้งลูกค้าไม่เข้าใจรูปแบบการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ ซึ่งจะไม่มีการให้บริการบางอย่าง เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รายการทีวีที่ขัดต่อหลักศาสนา เป็นต้น ดังนั้น โรงแรมควรจะแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดการเข้าพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ก่อนเข้าพักแก่ลูกค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจของลูกค้า นอกจากนั้น โรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ควรสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าตระหนักถึงลักษณะการให้บริการที่แตกต่างจากโรงแรมทั่วไป โดยสามารถสร้างภาพลักษณ์และการจัดจำแก่ลูกค้าผ่านการตั้งชื่อมุสลิมหรือใช้สัญลักษณ์เพื่อสะท้อนตัวตนการให้บริการของโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์

2. โรงแรมที่มีการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการปฏิบัติศาสนกิจให้เพียงพอและครบถ้วน อาทิ ควรจัดให้ทิศแสดงสัญลักษณ์กิบลัตในห้องพัก จัดให้มีห้องละหมาดและที่อาบน้ำละหมาดแยกชายหญิง มีท่อน้ำที่ต่อออกมาจากก๊อกน้ำสะอาดในห้องน้ำในการชำระล้าง นอกจากนั้น การได้รับมาตรฐานการรับรองครัวฮาลาลเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการอาหาร และสร้างภาพลักษณ์การให้บริการที่เป็นมิตรและเป็นไปตามหลักการศาสนาอิสลาม

3. แม้ว่าการให้บริการตามหลักชารีอะฮ์จะเน้นการให้บริการเฉพาะอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้ากลุ่มมุสลิม อย่างไรก็ตาม ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดก็ยังคงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมตามหลักชารีอะฮ์ควรมีการพัฒนาการให้บริการให้มีมาตรฐานและมีความหลากหลาย เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีการแข่งขันกันสูงและมีลูกค้าหลายกลุ่ม ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงการให้บริการที่ครบถ้วนและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

บรรณานุกรม

Benrit, P., & Saiyasopon, S. (2018). Kān borihān čhatkān rongræm hālān Thai korani suksā rongræm nai čhangwat Pattānī [The management of Thai halal hotels: A case study of hotels in Pattani]. *Journal of Thai Hospitality & Tourism, 13*(2), 66-77.

Chupchuwong, M. (2020). *Kāntalāt rongræm* [Hotel marketing]. Bangkok: Chulalongkorn University Press.

Doi, A. R. I. (1984). *Shari'ah: The islamic law.* London: Ta-Ha Publishers Ltd.

Gubrium, J. F., & Holstein, J. A. (1997). *The new language of qualitative method.* Oxford: Oxford University Press.

Hayeemad, M., Hasama, A., Noipom, T., & BostanAli, W. (2020). Rongræm thī mī khruā hālā lakap 'okāt thāngkān talāt samrap nakthongthīeo Mutsalim [Halal kitchen hotel and its opportunities in the Muslim tourist market]. *Business Review, 12*(1), 104-118.

Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research, 44,* 1-19.

Mastercard-Crescentrating. (2017). Global Muslim Travel Index 2017 (GMTI 2017). Retrieved January, 4, 2018, from https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2017/05/Report-Mastercard-CrescentRating-GMTI-2017-20mb.pdf

Office Provincial Commercial Affairs Songkhla. (2018). Khọ̄mūn kān talāt čhangwat Songkhlā pračham pī sọ̄ngphanhārọ̄ihoksip [Songkhla province market data 2017]. Retrieved January, 4, 2022, from www.aecthaibiz.com › wapppcoc › upload › File_IPD.

Omar, C. M. C., & Adaha, N. M. A. (2019). An operational shariah compliant hotel requirements: Malaysia experience. *Journal of Hospitality and Networks, 1,* 23-33.

Omar, C. M. C., Islam, M. S., & Adaha, N. M. (2013). Perspectives on Islamic tourism and shariah compliance in the hotel management in Malaysia. *Islamic Economics and Business, 1*(1), 1-8.

Rosenberg, P., & Choufany, H. M. (2009). *Spiritual lodging the shariah-compliant hotel concept.* Dubai: HVS Global Hospitality Services-Dubai.

Saad, H. E., Ali, B. N., & Abdel-Ati, A. M. (2014). Sharia-compliant hotels in Egypt: Concept and challenges. *Advances in Hospitality and Tourism Research, 2*(1), 1-15.

Sahida, W., Rahman, S. A., Awang, K., & Man, Y. C. (2011). The implementation of shariah compliance concept hotel: De Palma hotel Ampang, Malaysia. *Humanities, Historical and Social Sciences (IPEDR), 17,* 138-142.

Sukhom, A., Kraiwat, K., & Thawarom, U. (2020). Sakkayaphāp læ khwām phrọ̄m phūa rọ̄ng rap kānthọ̄ngthīeo withīhālān khọ̄ng čhangwat thọ̄ngthīeo lak nai prathēt Thai [Potential and readiness to support the halal tourism of main travel province in Thailand]. *NRRU Community Research Journal, 14*(2), 233-244.

Tantasuntisakul, W., & Wongkit, M. (2019). Konlayut kānphatthanā rongræm hālāl kọ̄ranī suksā čhangwat Krabī [The strategic development for halal hotel: A case study of Krabi province]. *Ratchaphruek Journal, 17*(3), 122-128.

Tongsamsi, K., Jiaramat, A., Tongsamsi, I., Luxchaigul, N., Thongthæ, P., & Bunnak, S. (2018). Khwāmtọ̄ngkān rap bọ̄rikān dān thī phak khọ̄ng nakthọ̄ngthīeo Mutsalim [Demands of Muslim touristsfor halal-friendly accommodations]. *Silpakorn University Journal, 38*(3), 127-147.

Thudam, P., Amage, N., & Bunmak, S. (2017). *Sathānakān læ kān prap tūa khọ̄ng phūprakọ̄pkān thurakit thī phak nai phūnthī sām čhangwat chaīdæn phāk tai* [Situation and adjustment of accommodation business in 3 southern border provinces]. Bangkok: The Thailand Research Fund.

Yoddamnoen-Attig, B., & Tangchonlathip, K. (2009). *Kān wikhrọ khọ̄mūn chœ̄ng khunnaphāp: Kānčhatkān khọ̄mūn kān tīkhwām læ kān hākhwām maī* [Qualitative data analysis: Data management, interpretation and semantics]. Nakhonpathom: Institute for Population and Social Research, Mahidol University.