

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เชียงใหม่ นับเป็นเมืองใหญ่ และสำคัญที่สุดของภาคเหนือ มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว หลากหลาย เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม งดงามอุดมสมบูรณ์ นครเชียงใหม่ ยังเปี่ยมด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่า ทั้ง โบราณสถาน โบราณวัตถุ และ สถาปัตยกรรมล้านนาที่วิจิตรบรรจงสวยงาม อีกทั้งผู้คนที่มีไมตรีจิต และประเพณีอันงดงาม รวมถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนออกมาเป็นงานศิลปหัตถกรรมอันเลื่องชื่อ ทั้งไม้แกะสลัก เครื่องเงิน เครื่องเงิน การทำร่ม กระดาษสา การทอผ้าฝ้าย ผ้าไหม และอาหารพื้นเมืองรสเลิศ เป็นที่ถูกอก ถูกใจผู้มาเยือน ทั้งหลายเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเสน่ห์ของเมืองเชียงใหม่ที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และเมื่อปีพ.ศ. 2549 จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองน่าเที่ยว อันดับ 5 ของโลก จากผู้อ่านนิตยสาร Travel & Leisure นิตยสารท่องเที่ยวยอดนิยมของ สหรัฐอเมริกาที่มีผู้อ่านมากที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553: ออนไลน์)

การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศมี 2 ลักษณะ คือ การเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองและการใช้บริการจากบริษัทนำ เที่ยว โดยที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว นักทัศนาจร และผู้มาเยือน ประกอบด้วย โรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโล รีสอร์ท บ้านญาติ/เพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติต่างๆ บ้านรับรองของทางราชการและ เอกชนอื่นๆ เป็นต้น ในปีพ.ศ. 2550 จังหวัดเชียงใหม่มีการขยายตัวของเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว ในสัดส่วนที่ลดลง โดยอาจมีสาเหตุมาจากการชะลอการขยายตัวของเศรษฐกิจทั่วโลก และปัญหา หมอกควันในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแม้ว่าจะมีจำนวน โรงแรมที่พักเพิ่มขึ้น โดยมีจำนวน โรงแรมที่พัก รวมทั้งสิ้น 418 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2549 ร้อยละ 22.58 แต่กลับมีจำนวนผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว และนักทัศนาจร ทั้งสิ้น 10,713,734 คน ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.18 (สำนักงานเทศบาลนคร เชียงใหม่, 2553 : ออนไลน์)

จากการที่ในปัจจุบัน โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบกับปัญหาด้านการแข่งขัน เนื่องจากจำนวนห้องพักโรงแรมมีมากกว่าจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ส่งผลทำให้หลายๆ โรงแรมใช้กลยุทธ์การลดราคา ซึ่งส่งผลต่ออุตสาหกรรมโรงแรมทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ต้อง ปรับราคาลงมาด้วยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ซึ่งหากอุตสาหกรรมโรงแรมเชียงใหม่ยังมีสภาพแบบ นี้ต่อไป จะไม่ส่งผลดีต่อทั้งอุตสาหกรรมโรงแรมและผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่

กลยุทธ์หนึ่งที่จะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวคือการทำตลาดเฉพาะ(Niche Market) ที่เป็นตลาดที่มีความต้องการเฉพาะด้านและเจาะจงเพื่อสร้างความแตกต่างและโอกาสในการแข่งขันในภาวะที่อุตสาหกรรมโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันสูง โดยทางผู้ศึกษามองว่าตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นและมีมูลค่าสูง ซึ่งโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะทำให้ความสนใจและนำมาเป็นจุดเด่นในการสร้างข้อได้เปรียบในการทำการตลาดโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ในประเทศไทยตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมจากตะวันออกกลางเวลานี้มีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น โดยในปีพ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้น 393,000 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ถึง ร้อยละ 34.13 และสำหรับปีพ.ศ. 2551 สถานการณ์การท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนมกราคม-กรกฎาคม พบว่ามีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางเข้ามาประมาณ 500,000 คน คิดเป็นอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 20 ทั้งนี้ยังไม่รวมถึงประเทศมุสลิมในภูมิภาคอื่น ๆ เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย ฯลฯ ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมกันแล้วมากกว่า 2 ล้านคน (สถาบันมาตรฐานสากลแห่ง ประเทศไทย, 2551; ออนไลน์) ซึ่งรายงานทางสถิติแสดงให้เห็นว่าในปี พ.ศ. 2550 นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางใช้เวลาในประเทศไทย 9.48 วัน ต่อคน และมีการใช้จ่ายประมาณ 4,276.14 บาทต่อวัน (เวทีธุรกิจการค้ามุสลิม, 2551: ระบบออนไลน์) ซึ่งในปีพ.ศ. 2550 จังหวัดเชียงใหม่มีนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศแถบตะวันออกกลาง อินโดนีเซีย และมาเลเซีย รวมทั้งสิ้น 165,990 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551; ระบบออนไลน์) ด้วยเหตุนี้เอง รัฐบาลไทยโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงได้กำหนดกลยุทธ์ในการจัดทำมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งนอกเหนือจากการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว เรื่องของอาหารก็ถือเป็นปัจจัยหลักที่มีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งบนวิถีแห่งมุสลิมการดำเนินชีวิตจะอยู่ภายใต้กรอบปฏิบัติแห่งหลักการศาสนา อย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุนี้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการอุปโภค หรือบริโภคจึงล้วนแล้วแต่ต้องเป็นสิ่งที่ศาสนาอนุมัติหรือที่เรียกกันว่า “ฮาลาล” นั่นเอง และอาหารที่มีสัญลักษณ์ฮาลาลจะเป็นอาหารที่ชาวมุสลิมวางใจได้ว่าพวกเขาสามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย ฉะนั้นการที่ประเทศไทยจะส่งเสริมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น จำเป็นที่จะต้องจัดเตรียมสถานประกอบการอาหารฮาลาลให้มีเพียงพอกับความต้องการ รวมทั้งสร้างความเข้าใจกับผู้ให้บริการถึงข้อบังคับและวัฒนธรรมอาหารการกินที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามด้วย

ในปีพ.ศ. 2552 พบว่าในประเทศไทยมีสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้รับการรับรองมาตรฐานบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 58 แห่ง จาก 17 จังหวัด โดยในจังหวัดเชียงใหม่มีสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานดังกล่าว 4 แห่ง ได้แก่ ภัตตาคารเงินเปา, อ่างขางวิลล่า, ร้านอาหารอัสมา และเต้า การ์เด็นท์ เฮลธ์รีสอร์ท (สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2552; ระบบออนไลน์) ซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีโรงแรมในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่แห่งใดขอรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยวนี้ ดังนั้นทางผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพร้อมของโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการขอการรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนำไปเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่กับประเทศมุสลิม และเป็นข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคเหนือในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพร้อมของธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการขอการรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบความพร้อมของโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการขอการรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการโรงแรมในอำเภอเมืองเชียงใหม่ขอรับรองมาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์

ความพร้อม หมายถึง ทฤษฎีความพร้อมองค์กรของ Davis and Salasin (1975) ซึ่งได้แบ่งองค์ประกอบของความพร้อมองค์กรออกเป็น 8 เกณฑ์ได้แก่ ความสามารถ ค่านิยม มุมมอง สภาวะแวดล้อม เวลา ความเป็นภาระหน้าที่ แรงต้าน และผลที่ได้

โรงแรมอำเภอเมืองเชียงใหม่ หมายถึง โรงแรมที่จดทะเบียนประกอบธุรกิจโรงแรมอย่างถูกต้องตามกฎหมายที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ให้บริการทั้งห้องพักและห้องอาหาร

มาตรฐานการบริการอาหารศาลาเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง เกณฑ์มาตรฐานการประเมินสถานประกอบการอาหารศาลา ด้านความถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม ซึ่งมีขอบเขตหลักในการดำเนินงาน 2 ด้าน คือ 1) ด้านเนื้อหา ใช้กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานเป็นแนวทางการประเมิน มีจำนวน 11 องค์ประกอบ อันได้แก่ สถานที่ วัดดูดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร กระบวนการ บุคลากรผู้สัมผัสอาหาร ภาชนะ/อุปกรณ์ การกำจัดขยะมูลฝอย ความปลอดภัย การให้บริการ ความรับผิดชอบต่อสังคม การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม และความสัมพันธ์กับชุมชน 2) ด้านพื้นที่ดำเนินการ หมายถึง สถานประกอบการด้านธุรกิจอาหารศาลา ได้แก่ ร้านอาหาร จำหน่ายอาหาร โรงอาหาร ห้องอาหารในโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเชื่อมั่นในการรับประทานอาหารศาลา และสอดคล้องกับนโยบายที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการ และบริการอย่างมีคุณภาพระดับนานาชาติ