

แนวทางการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี

อภิสิทธิ์ มากเกาะเลย์^{1*}, บัณฑิต อารอมัน²

^{1*,2}วิทยาลัยนานาชาติอิสลามนานาชาติกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: hage_em@hotmail.com^{1*}

Received: 11 July 2024

Revised: 26 November 2024

Accepted: 1 December 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการในกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิม การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบและอนุมัติการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีพบอุปสรรคหลายประการในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล ประกอบด้วยความซับซ้อนของกระบวนการ ความต้องการความรู้เฉพาะด้าน และค่าธรรมเนียมในการดำเนินการ นอกจากนี้ยังพบว่า การขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการขอรับรอง

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งรวมถึงการจัดฝึกอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ การลดความซับซ้อนของกระบวนการ และการสนับสนุนค่าธรรมเนียมการขอการรับรองเครื่องหมายฮาลาลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การปรับปรุงเหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดอุปสรรคที่ผู้ประกอบการต้องพบเจอ การวิจัยนี้มีความสำคัญเนื่องจากการได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลไม่เพียงแต่เพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดและการขยายฐานลูกค้า ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นและระดับชาติ ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในอนาคต

คำสำคัญ เครื่องหมายรับรองฮาลาล, ผู้ประกอบการ, คณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย

Guidelines for Obtaining Halal Certification for Entrepreneurs in Singburi Province

Apisid Maklohlay^{1*}, Bandit Aroman²

^{1*,2}International Islamic College Bangkok, Krirk University

Corresponding Author; E-mail: hage_em@hotmail.com^{1*}

Received: 11 July 2024 Revised: 26 November 2024 Accepted: 1 December 2024

Abstract

This research aims to study the guidelines for obtaining Halal certification among entrepreneurs in Singburi Province. This process is crucial for enhancing credibility and trust in products or services among Muslim consumers. The study employs qualitative research methods, including in-depth interviews with entrepreneurs who have experience in obtaining Halal certification and officials involved in the inspection and approval of Halal certification applications.

The findings reveal that entrepreneurs in Singburi Province face several obstacles in obtaining Halal certification. These challenges include the complexity of the process, the need for specialized knowledge, and the costs associated with the application process. Additionally, a lack of understanding about the Halal certification process emerged as a significant factor contributing to the difficulties faced by entrepreneurs.

Based on the findings, the researcher proposed several recommendations to improve the efficiency of the Halal certification process. These include organizing training programs and providing knowledge to entrepreneurs, simplifying the application process, and offering financial support for certification fees by relevant agencies. These improvements aim to enhance efficiency and reduce the obstacles encountered by entrepreneurs. This research highlights the importance of Halal certification in not only boosting the credibility and trustworthiness of products or services but also expanding market competitiveness and customer bases. Such benefits contribute to both the local and national economy. The results of this study can serve as a guideline for improving the Halal certification process in Singburi Province and other regions. Furthermore, it provides a foundation for future research on Halal certification procedures.

Keywords: Halal Certification, Entrepreneurs, Central Islamic Council of Thailand

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิถีชีวิตประจำวันของชาวมุสลิมนั้นได้ถูกกำหนดวิธีการดำเนินชีวิตโดยคัมภีร์อัลกรุอันและอัลหะดีษ ซึ่งจุดนี้ถือเป็นกรอบในการทำกิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวันโดยผลิตภัณฑ์ต่างๆจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาล ดังที่พระองค์อัลลอฮ์ได้ตรัสไว้ว่า

﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا﴾

ความว่า “โอ้มนุษย์เอ๋ย จงบริโภคสิ่งที่ได้รับอนุมัติและที่ดีจากสิ่งที่มีอยู่ในแผ่นดิน”

(อัลบะเกาะเราะฮ์ : 168) และยังได้ตรัสไว้อีกว่า

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ﴾

ความว่า “โอ้บรรดาผู้ศรัทธาทั้งหลาย จงบริโภคสิ่งที่ดีมีประโยชน์จากสิ่งที่เราได้ให้เป็นปัจจัยยังชีพแก่พวกเจ้า จากสิ่งที่ดีทั้งหลาย” (อัลบะเกาะเราะฮ์ : 172)

คำว่า "ฮาลาล" เป็นคำในภาษาอาหรับที่หมายถึง "อนุมัติ" หรือ "อนุญาต" (สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2557) โดยในบริบทของอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลนั้น หมายถึงสิ่งที่อนุญาตตามบัญญัติของศาสนาอิสลามให้มุสลิมสามารถบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งสินค้าฮาลาลจะต้องไม่มีสิ่งต้องห้าม เช่น เหล้าหรือไขมันหมูเจือปน และเนื้อสัตว์ที่จัดเป็นฮาลาลต้องผ่านการเชือดที่ถูกต้องตามหลักศาสนา (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564)

อาหารฮาลาลไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่ผู้บริโภคมุสลิม แต่เป็นอาหารที่มุสลิมต้องบริโภคให้ตรงต่อหลักการของศาสนาที่ระบุไว้ว่าความสะอาดของสถานที่ผลิตอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้ และกระบวนการขนส่ง ต้องอยู่ในกรอบการปฏิบัติตามหลักศาสนาอย่างเคร่งครัด เช่น การล้างทำความสะอาดสถานที่ผลิตด้วยน้ำที่สะอาด และการป้องกันสัตว์ต้องห้าม เช่น สุนัขและสุกรเข้าสู่พื้นที่ผลิต (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564)

ผู้ผลิตอาหารฮาลาลจำเป็นต้องยึดมั่นในกระบวนการผลิตที่ปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด และจำเป็นต้องมีเครื่องหมายรับรองฮาลาลในประเทศไทยออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558) ดังนั้นเครื่องหมายฮาลาลในอุตสาหกรรมอาหารจึงมีความจำเป็น เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมฮาลาลที่สร้างรายได้ให้กับประเทศทั้งในด้านการส่งออก และการส่งวัตถุดิบ การซึ่งจะเห็นได้ว่าการผลิตอาหารฮาลาลในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยมีทั้งผู้ประกอบการมุสลิมและผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมเข้าร่วมการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2491 ภายใต้การดูแลของจุฬาราชมนตรี และได้รับการพัฒนาต่อเนื่อง

ในสมัยของอาจารย์ประเสริฐ มะหะหมัด ที่ดำรงตำแหน่งจุฬาราชมนตรีในปี พ.ศ. 2524 (ตามรายงานการประชุม คณะกรรมการกลางฯ ครั้งที่ 2/2525 เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2525)

ปัจจุบัน ผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมก็ให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาล เนื่องจากมั่นใจในความสะอาดและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564) อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้จำกัดพื้นที่อยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นจังหวัดขนาดเล็กที่มีผู้ประกอบการด้านอาหาร เครื่องดื่ม ยารักษาโรค และโรงเชือดสัตว์ สินค้าในจังหวัดไม่ได้จำหน่ายเฉพาะภายในจังหวัดเท่านั้น แต่ยังคงส่งออกไปทั่วประเทศและต่างประเทศ การได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ และช่วยให้สินค้าเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564)

อย่างไรก็ตาม จังหวัดสิงห์บุรีมีประชากรชาวมุสลิมเพียงแค่ประมาณ 500 คน คิดเป็นร้อยละ 0.16 ของประชากรทั้งหมด มีมัสยิดเพียง 2 แห่ง ซึ่งไม่เพียงพอต่อการจัดตั้งคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดตามกฎหมาย (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564) ดังนั้น ผู้ประกอบการในสิงห์บุรีที่ต้องการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล ต้องติดต่อสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยโดยตรง ซึ่งอาจก่อให้เกิดอุปสรรคทั้งในด้านการติดต่อและความเข้าใจในกระบวนการขอรับรอง ด้วยเหตุนี้ การศึกษาแนวทางการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อเข้าใจถึงปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในสิงห์บุรี จึงเป็นการช่วยให้ผู้ประกอบการใหม่เข้าใจและสามารถเตรียมความพร้อมได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการที่มีต่อกระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในจังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี

การทบทวนวรรณกรรม

จากทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาล และการพัฒนากลยุทธ์การผลิต มีข้อค้นพบที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นงานของ อารยา อายุขาน (2557) ศึกษามาตรฐานการผลิตอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่าผู้ประกอบการมีการเตรียมความพร้อมด้านการวางแผน

การดำเนินงาน และกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับมาตรฐานอาหารฮาลาล โดยการปฏิบัติตามคู่มือและกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด การดำเนินการนี้อาศัยความร่วมมือจากทั้งผู้ประกอบการและพนักงานในองค์กร เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของศาสนาอิสลาม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นคุณภาพและความน่าเชื่อถือ โดยขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม

ในขณะที่การจัดการระบบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายฮาลาล มีอดีศร มุหะหมัดอารี (2548) ซึ่งได้ศึกษาบทบาทของพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 พบว่าคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาล กระบวนการขอรับรองประกอบด้วย การเตรียมความพร้อม การยื่นคำขอ การตรวจสอบสถานประกอบการ และการติดตามผล ผู้ประกอบการต้องดำเนินงานตามขั้นตอนที่กำหนดเพื่อให้ได้มาตรฐานฮาลาล ซึ่งช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในกระบวนการผลิต

นอกจากนี้ มาเรียม นะมิ (2552) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาล พบว่าผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาลที่ออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดไปยังประเทศมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความเข้มแข็งในระบบฮาลาลจึงมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มอัตราการส่งออกของประเทศไทย

วรรณกรรมจากต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการจัดการฮาลาล ก็มีซัยลานีย์และคณะ (Zailani et al., 2015) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานด้านฮาลาลของบริษัทอาหารฮาลาล พบว่าความต้องการของตลาด การสนับสนุนจากรัฐบาล และผลประโยชน์ทางธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดการระบบฮาลาล การศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเข้าใจปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่กระตุ้นให้บริษัทอาหารฮาลาลปรับตัวและปฏิบัติให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ร่วมกับการศึกษาของมูฮัมหมัดยูซุฟและวันยูโซะ (Mohd Yusof & Wan Jusoh, 2013) ศึกษาการสร้างตราสินค้าอิสลาม พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าการสร้างแบรนด์อิสลามต้องสอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม โดยกระบวนการผลิตและการรับรองต้องดำเนินการอย่างจริงจังและโปร่งใส การพัฒนาแบรนด์อิสลามต้องคำนึงถึงความไว้วางใจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

วิริยา บุญมาเลิศ (2558) ก็ได้ศึกษากลยุทธ์การตลาดของร้านค้าปลีกอาหารฮาลาลในกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามให้ความสำคัญกับความสะอาดและความสดใหม่ของอาหารเป็นหลัก นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและการเพิ่มมูลค่า เช่น การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และรสชาติ จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการขยายตลาด และกัสมิรัตน์ มะลูลิม (2557) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารที่ไม่มีตราฮาลาล พบว่าปัจจัยด้านตราสินค้า คุณภาพอาหาร และความตระหนัก

ในเครื่องหมายฮาลาลมีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่นผ่านตราสินค้าและคุณภาพอาหาร

สมทรง นาคศรีสังข์ และบุรพร กำบุญ (2561) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทยผ่านมาตรฐาน GMP โดยพบว่าปัจจัยแวดล้อมมหภาค เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน การจัดการระบบ GMP และมาตรฐานฮาลาลช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในสินค้าและส่งเสริมให้ไทยมีศักยภาพในตลาดโลก

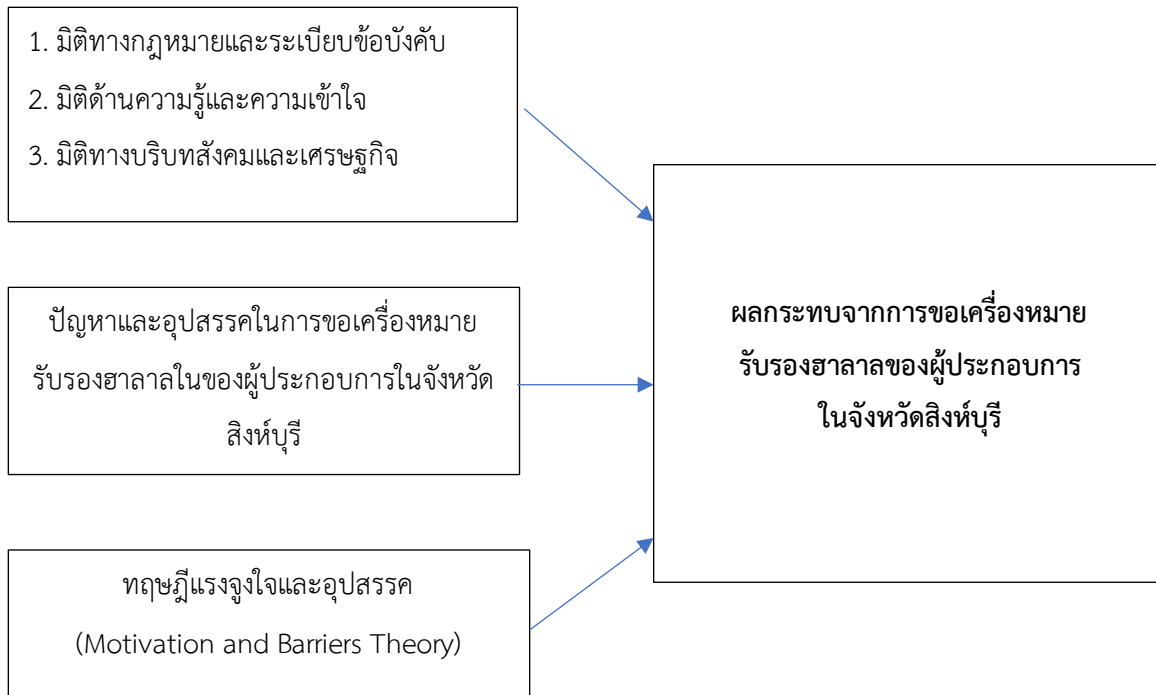
ด้วยความสำคัญดังกล่าว การศึกษานี้จึงได้ใช้กรอบทฤษฎีแรงจูงใจและอุปสรรค (Motivation and Barriers Theory) เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของบุคคล โดยพิจารณาทั้งแรงจูงใจที่กระตุ้นให้เกิดการกระทำและอุปสรรคที่ขัดขวางหรือยับยั้งการกระทำนั้น ทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้ในหลายสาขา เช่น การศึกษา การบริหารจัดการ และการส่งเสริมสุขภาพ

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ปัจจัยที่กระตุ้นหรือผลักดันให้บุคคลมีพฤติกรรมหรือดำเนินการบางอย่าง แรงจูงใจอาจมาจากภายใน (เช่น ความพึงพอใจส่วนบุคคล) หรือภายนอก (เช่น รางวัลหรือการยอมรับจากสังคม) ในขณะที่อุปสรรค (Barriers) หมายถึง ปัจจัยที่ขัดขวางหรือยับยั้งการกระทำของบุคคล อุปสรรคอาจเป็นทางกายภาพ (เช่น ขาดทรัพยากร) หรือทางจิตใจ (เช่น ความกลัวหรือความไม่มั่นใจ) ด้วยเหตุนี้ ทฤษฎีแรงจูงใจและอุปสรรคถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่ต้องการ โดยการเพิ่มแรงจูงใจและลดอุปสรรค ตัวอย่างเช่น ในการส่งเสริมการออกกำลังกาย นักวิจัยอาจศึกษาว่าแรงจูงใจใดที่ทำให้บุคคลต้องการออกกำลังกาย และอุปสรรคใดที่ขัดขวางการออกกำลังกาย เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม (Prentice-Dunn, S., & Rogers, R.W., 1986)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่ามีช่องว่างของวรรณกรรม (Research Gaps) เช่น ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในระดับพื้นที่หรือชุมชน เช่น ในจังหวัดที่ไม่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด หรือพื้นที่ที่ผู้ประกอบการขาดความรู้เกี่ยวกับการขอรับรองฮาลาล และแม้ว่ามีกระบวนการที่ชัดเจนแต่ยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของกระบวนการรับรองฮาลาล และวิธีลดขั้นตอนหรืออุปสรรคที่ผู้ประกอบการเผชิญ

การรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมยังขาดการศึกษาการรับรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมที่บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล ในขณะที่การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐก็ยังไม่มีการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของหน่วยงานรัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการที่ต้องการขอรับรองฮาลาล เช่น การให้คำปรึกษา การลดต้นทุนหรือการอำนวยความสะดวก แม้จะมีการพูดถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ฮาลาล แต่ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมหรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลง

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย คือ 1. ผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี 2. เจ้าหน้าที่ที่ปรึกษาพิเศษฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยประจำสถานประกอบการ 3. เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรมจังหวัดสิงห์บุรี นอกจากนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและชัดเจนผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มย่อยดังต่อไปนี้

- 1.1 ผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลแล้ว
- 1.2 ผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยขอรับเครื่องหมายรับรองฮาลาล
- 1.3 ผู้ประกอบการที่ยกเลิกหรือไม่ต่ออายุการขอรับเครื่องหมายรับรองฮาลาล
- 1.4 เจ้าหน้าที่ที่ปรึกษาพิเศษฝ่ายกิจการฮาลาลคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ประจำสถานประกอบการ
- 1.5 เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรมจังหวัดสิงห์บุรี

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลผู้เกี่ยวข้อง สถานประกอบการ การขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล การรักษามาตรฐานในการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล การสื่อสารกับผู้บริโภคภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล แนวทางการพัฒนาการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี และข้อเสนอแนะหรือข้อปรับปรุงในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยจากวิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก ส่งถึงผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลทำวิทยานิพนธ์
- 3.2 กำหนดวันเพื่อเข้าสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง
- 3.3 เมื่อได้คำตอบจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูล และดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง “แนวทางการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี” โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์นั้นจะเป็นแนวคำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้มาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ จะเกี่ยวข้องกับรูปแบบและลักษณะของการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล และในที่นี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากหนังสือ ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยผลการวิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีมีต่อเครื่องหมายรับรองฮาลาล

ตอนที่ 2 ปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรี สามารถวิเคราะห์และอธิบายผลตามกรอบทฤษฎีแรงจูงใจและอุปสรรค (Motivation and Barriers Theory)

1. แรงจูงใจของผู้ประกอบการในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

ผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีมองว่าเครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นสัญลักษณ์ที่เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิมซึ่งมีความไว้วางใจในมาตรฐานฮาลาลเป็นอย่างสูง การได้รับเครื่องหมายนี้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผู้บริโภคยินดีที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังพบว่าเครื่องหมายฮาลาลช่วยให้สามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้น ทั้งในกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิมและกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มยอดขายและผลกำไรของธุรกิจอย่างชัดเจน

2. อุปสรรคในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

แม้ว่าผู้ประกอบการจะเห็นคุณค่าและประโยชน์ของเครื่องหมายฮาลาล แต่กลับต้องเผชิญกับอุปสรรคที่หลากหลายในการดำเนินการ อุปสรรคสำคัญที่พบคือความซับซ้อนของกระบวนการขอรับรอง ซึ่งในกรณีของจังหวัดสิงห์บุรี ผู้ประกอบการจำเป็นต้องติดต่อคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยที่อยู่นอกพื้นที่ ทำให้เกิดความลำบากทั้งในด้านเวลาและค่าใช้จ่ายอีกหนึ่งอุปสรรคสำคัญคือค่าธรรมเนียมในการขอรับรอง ซึ่งสำหรับสถานประกอบการขนาดเล็กมีค่าใช้จ่ายประมาณ 40,000 บาท ซึ่งถือว่าสูงเมื่อเปรียบเทียบกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานอื่นๆ ค่าใช้จ่ายที่สูงนี้ทำให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกที่จะไม่ต่ออายุการรับรองเมื่อครบกำหนด นอกจากนี้ การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านการลดหย่อนค่าธรรมเนียมและการให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการรับรอง ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนไม่สามารถดำเนินการขอรับรองได้อย่างเต็มที่

3. แนวทางการปรับปรุงกระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

จากการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีมีความต้องการให้มีการจัดตั้งสำนักงานกิจการฮาลาลในพื้นที่ เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อและดำเนินการขอรับรอง ลดความซับซ้อนของกระบวนการ และลดความลำบากในการเดินทาง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังเสนอให้ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนด้านค่าธรรมเนียม เช่น การลดค่าธรรมเนียมหรือการสนับสนุนทางการเงินสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก

การปรับปรุงกระบวนการขอรับรองฮาลาลให้มีความสะดวกและประหยัดต้นทุนมากขึ้น ไม่เพียงแต่จะช่วยลดอุปสรรคที่ผู้ประกอบการเผชิญ แต่ยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจำนวนมากขึ้นหันมาขอรับรองมาตรฐานนี้ ซึ่งจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลในพื้นที่มีความน่าเชื่อถือ เพิ่มโอกาสทางการตลาด และสร้างประโยชน์ให้กับเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับชาติได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

1. กระบวนการและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบในจังหวัดสิงห์บุรีในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

1.1 กระบวนการและความเชื่อมั่นในการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาล

จากการศึกษาพบว่า เนื่องด้วยจังหวัดสิงห์บุรีมีมัสยิดตั้งอยู่ 2 แห่ง จากพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม ว่าด้วยระเบียบการจัดตั้งคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดนั้น การที่จังหวัดจะมีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดได้นั้น จะต้องมัสยิดไม่น้อยกว่า 3 แห่ง แต่ที่จังหวัดสิงห์บุรีมีมัสยิดอยู่เพียง 2 แห่งเท่านั้น การที่ผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น จะต้องทำการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ อดิศร มุหะหมัดอารี (2548) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ.2540 ศึกษากรณีองค์กรที่มีอำนาจออกเครื่องหมายฮาลาล พบว่าผู้ที่มิชอบหน้าที่ในการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาล ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ตามมาตรา 18 (9) แห่งพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ.2540 โดยผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในการขอเครื่องหมายขอรับรองฮาลาล ในทุกกระบวนการ มีมาตรฐานการตรวจสอบที่ดีและมีความโปร่งใส และยังสอดคล้องกับ มาเรียม นะมิ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่าการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นว่าเครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับรองคุณภาพจากสำนักคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในสินค้าที่ส่งออกไปขายยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศมุสลิมมีผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทยมากถึงร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทยสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเครื่องหมายฮาลาลของไทยได้มากเพียงใด ย่อมส่งผลต่ออัตราการส่งออกของประเทศสูงตามไปด้วย

1.2 ผลตอบรับจากผู้บริโภคหลังจากได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาล

1.2.1 ด้านความคิดเห็นของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่า การที่ผู้บริโภคเลือกสินค้าและบริการที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น เพราะสินค้าและบริการมักจะไม่มีส่วนผสมของสารเคมีหรือสารปรุงแต่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพ และแสดงให้เห็นถึงความ สด สะอาด มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับ วิริยา บุญมาเลิศ และคมสัน โสมณวัตร (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล พบว่า ผู้บริโภคมองว่าร้านอาหารต้องมีสัญลักษณ์และเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค รวมไปถึงมีสินค้าที่มีหลากหลายและมีคุณภาพ เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นเครื่องหมายที่ใช้บ่งบอกว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้รับการรับรองว่าเป็นที่

อนุมัติหรือถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมสามารถรู้และเข้าใจได้ว่าสินค้าหรือบริการนั้นเหมาะสมสามารถบริโภคได้อย่างสบายใจ

1.2.2 ด้านยอดขาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้นมียอดขายและกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มขึ้น สินค้าได้เป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม ทั้งผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม โดยยอดขายที่เพิ่มขึ้น เพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้าที่รับสินค้าไปจำหน่ายต่อทั้งในและต่างประเทศ ด้วยยอดขายจากลูกค้าที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้ลูกค้าต้องการให้ผู้ประกอบการต่ออายุการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลอยู่ทุกปี

2. ปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาของผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

2.1 ปัญหาและอุปสรรคในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในจังหวัดสิงห์บุรี

2.1.1 ด้านการติดต่อขอรับเครื่องหมายรับรองฮาลาล

จากการศึกษาพบว่า การที่ผู้ประกอบการในจังหวัดสิงห์บุรีจะขอรับรองเครื่องหมายรับรองฮาลาลจะต้องเดินทางไปติดต่อที่สำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นอุปสรรคกับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการใหม่ ที่ยังไม่เคยขอรับเครื่องหมายรับรองฮาลาล เพราะผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ยังขาดความรู้ และความเข้าใจเบื้องต้น ในการที่จะขอรับเครื่องหมายรับรองฮาลาล จะมีความรู้เบื้องต้นก็มาจากการอบรมจากหน่วยงานต่างๆ หรือจากการบอกต่อๆมาจากผู้ประกอบการด้วยกัน ซึ่งอาจจะทำให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจผิดพลาดได้ในบางเรื่อง

2.1.2 ด้านค่าธรรมเนียม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบจะต้องเสียค่าธรรมเนียมการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล จะการพิจารณาจากขนาดของสถานประกอบการ แบ่งออกเป็น 3 ขนาด คือ เล็ก กลาง และขนาดใหญ่ โดยค่าธรรมเนียมในแต่ละครั้ง ผู้ประกอบการจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมทั้งหมด โดยประมาณราว ๆ 40,000 บาท คิดจากสถานประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งค่าธรรมเนียมดังกล่าวนี้ เมื่อเทียบกับค่าธรรมเนียมมาตรฐานอื่นๆ ถือว่าเป็นค่าธรรมเนียมที่สูง ซึ่งค่าธรรมเนียมสูงนี้ จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ประกอบการไม่ขอหรือต่ออายุการรับรองเครื่องหมายฮาลาล

2.1.3 ด้านกรอบระยะเวลา

1) ระยะเวลาในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล

จากการศึกษาพบว่า ระยะเวลาในการขอหรือต่ออายุเครื่องหมายรับรอง จนกระทั่งได้รับเครื่องหมายรับ โดยเริ่มตั้งแต่การส่งเอกสารคำร้องขอใหม่ หรือคำร้องขอต่ออายุ การเข้าตรวจสอบสถานประกอบการ การพิจารณาผล จนกระทั่งนำเข้าไปประชุมคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยเพื่ออนุมัติผล และประกาศผล

ซึ่งการประชุมของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยจะจัดขึ้นแค่เดือนละ 1 ครั้ง เท่านั้น กระบวนการทั้งหมดจะอยู่ในระยะเวลา ประมาณ 3-4 เดือน ซึ่งสำหรับผู้ประกอบการแล้ว ระยะเวลาที่เสียไปจะทำให้ผู้ประกอบการเสียผลประโยชน์ หรือสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการต่ออายุเครื่องหมายรับรองฮาลาล ผู้ประกอบการจึงมีความต้องการให้คณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย จัดการประชุมเพื่ออนุมัติผลการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลมากกว่าเดือนละ 1 ครั้ง และเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลให้เหมาะสมกับจำนวนผู้ประกอบการที่มีอยู่และได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาล

2) ระยะเวลาในการจัดการอบรมให้ผู้ประกอบการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการให้คณะผู้ตรวจสอบและผู้ให้การอบรมกับผู้ประกอบการที่ต้องการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลใหม่ หรือต่ออายุ เพิ่มระยะเวลาในการอบรมให้กับผู้ประกอบการให้มากกว่าเดิม หรือเป็นการจัดการอบรมเป็นรายครั้งเพื่อให้ผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้เกี่ยวข้อง ได้รับความรู้และเพื่อเป็นการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ

2.2 แนวทางพัฒนาการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในจังหวัดสิงห์บุรี

2.2.1 ด้านอำนวยความสะดวก

1) การจัดตั้งสำนักงานกิจการฮาลาลในจังหวัด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลแล้ว และผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล และกำลังจะขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น มีความต้องการให้หน่วยงานที่รับผิดชอบในการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาล ได้มีการพิจารณาการจัดตั้งสำนักงานกิจการฮาลาลในจังหวัดสิงห์บุรีขึ้น เพื่อให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในจังหวัดสิงห์บุรี มีความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อประสานงานในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล และยังสามารถกำกับดูแล ให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหา ให้คำแนะนำกับผู้ประกอบการได้ทันที และการจัดตั้งสำนักงานกิจการฮาลาลในจังหวัดสิงห์บุรี ยังสามารถให้ความรู้และความเข้าใจ เชิญชวนผู้ประกอบการใหม่ๆ ให้สามารถขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลได้อีกด้วย ซึ่งการที่จังหวัดสิงห์บุรีไม่มีสำนักงานกิจการฮาลาลประจำจังหวัด ก็จะเป็นอีกสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่ขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล เพราะเนื่องด้วยไม่มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องเครื่องหมายรับรองฮาลาลคอยให้คำแนะนำ และเข้าถึงผู้ประกอบการโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับ พิระพงศ์ ทีฆสกุล (2553) ที่กล่าวถึงด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายวิจัยฮาลาลและผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ด้วยฮาลาลส่งเสริมการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านฮาลาลเป็นแหล่งบริการทางวิชาการในการให้ความรู้และพัฒนาด้านการแปรรูปอาหารและสินค้า รวมทั้งการบริการตามมาตรฐานฮาลาลและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ต้องการลงทุนและผู้ประกอบการเกี่ยวกับกิจกรรมฮาลาล

2) การจัดตั้งกรมอุตสาหกรรมฮาลาล

ผู้วิจัยพบว่า กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาล ในภูมิภาค ที่จะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการและผู้บริโภคในระดับสากล โดยกระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีนโยบายจะจัดตั้งกรมอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อยกระดับและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ตลาดอุตสาหกรรมฮาลาลโลกมีมูลค่าและเติบโตเพิ่มขึ้น โดยประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลก เป็นอันดับที่ 11 ของโลก ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านคุณภาพวัตถุดิบ อีกทั้งอุตสาหกรรมอาหารของไทยยังมีความเข้มแข็ง มีชื่อเสียงที่ดีในตลาดโลก ทั้งในด้านมาตรฐาน คุณภาพ และรสชาติอาหารไทย สำหรับอาหารฮาลาลส่งออกของไทยส่วนใหญ่เป็นฮาลาลโดยธรรมชาติ ส่วนที่เหลือต้องผ่านการรับรองฮาลาล โดยเฉพาะกลุ่มเนื้อสัตว์และอาหารพร้อมรับประทาน นับว่าเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลแล้วนั้น สามารถมีโอกาสเติบโตและจะยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความหวังว่าหลังจากการจัดตั้งกรมอุตสาหกรรมฮาลาล การขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล จะสะดวก รวดเร็ว และมีค่าธรรมเนียมที่ถูกลดลงจากเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) เรื่องระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่ฮาลาล พบว่า ผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมฮาลาลมีผลทำให้การผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลผลิตจากสัตว์ต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาด และการขยายตัวจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคเฉพาะประเทศเป็นเพื่อการส่งออกและการรองรับอุตสาหกรรมบริการฮาลาล เช่น ท่องเที่ยวฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาลและโรงแรมฮาลาลซึ่งทำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้น การกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิต และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศ จากสิ่งที่จะต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีโลก

3) ด้านความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาครัฐ

3.1 การยกระดับมาตรฐานฮาลาล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนายกระดับมาตรฐานฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เนื่องจากเครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทยก็ไม่ใช่เป็นที่ยอมรับในบางประเทศ หรือเครื่องหมายรับรองฮาลาลบางประเทศก็ไม่ใช่เป็นที่ยอมรับของประเทศไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการสับสนที่จะนำวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิต หรือการที่ผู้ประกอบการจะส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ เครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทยก็ไม่ใช่เป็นที่ยอมรับของประเทศปลายทาง ผู้ประกอบจึงมีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือภาครัฐ เข้ามาพูดคุย สร้างความร่วมมือ หาแนวทางในการยกระดับมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลให้มากยิ่งขึ้น

3.2 ค่าธรรมเนียม

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือภาครัฐ ช่วยเหลือค่าธรรมเนียมในการขอหรือต่ออายุเครื่องหมายรับรองฮาลาล เพราะเมื่อเปรียบเทียบกับค่าธรรมเนียมการขอเครื่องหมายฮาลาลกับเครื่องหมายอื่นๆแล้วนั้น ค่าธรรมเนียมการขอเครื่องหมายฮาลาลสูงกว่าเครื่องหมายอื่นๆ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือภาครัฐ อาจจะทำโปรโมชั่นหรือมาตรการการช่วยเหลือผู้ประกอบการบางส่วน เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล เพราะเนื่องด้วยค่าธรรมเนียมที่สูง จึงทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนไม่ต่ออายุเครื่องหมายรับรองฮาลาล

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. การขยายขอบเขตการวิจัย การวิจัยในครั้งต่อไปควรพิจารณาขยายขอบเขตการศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดสิงห์บุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เห็นภาพรวมของปัญหาและอุปสรรคในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในประเทศไทยทั้งหมด
2. การใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ นอกจากการวิจัยเชิงคุณภาพแล้ว ควรมีการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถวัดและประเมินผลได้ชัดเจนขึ้น เช่น การใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปวิเคราะห์ทางสถิติได้
3. การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจของการได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาล ว่ามีผลต่อรายได้และการขยายตลาดของผู้ประกอบการอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ที่แท้จริงของการมีเครื่องหมายรับรองฮาลาล
4. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล เช่น การเปลี่ยนแปลงทางกฎหมาย นโยบายของรัฐบาล และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจบริบทและปัจจัยที่มีผลต่อการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลอย่างครบถ้วน
5. การวิจัยเชิงเปรียบเทียบ ควรมีการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศที่มีระบบการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่แตกต่างกัน เช่น การเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย หรืออินโดนีเซีย เพื่อหาข้อดีและข้อเสียของแต่ละระบบ และนำไปปรับปรุงกระบวนการในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
6. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล เช่น การใช้ระบบออนไลน์ในการยื่นขอรับรอง การใช้ฐานข้อมูลดิจิทัลในการตรวจสอบวัตถุดิบ และการใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนในการติดตามและยืนยันความถูกต้องของผลิตภัณฑ์

ฮาลาล การดำเนินการตามข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยให้การวิจัยในอนาคตมีความครอบคลุมและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและมาตรฐานสูงยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- Mohd Yusof, S. A., & Wan Jusoh, W. N. H. (2013). Islamic branding: The understanding and perception. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 130, 179–185.
- Prentice-Dunn, S., & Rogers, R. W. (1986). Protection motivation theory and preventive health: Beyond the health belief model. *Health Education Research*, 1(3), 153–161.
<https://doi.org/10.1093/her/1.3.153>
- Zailani, S., Kanapathy, K., & Iranmanesh, M. (2015). Halal orientation strategy: Impacts on business performance in Halal food industry. *Journal of Islamic Marketing*, 6(3), 292–309.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2558). รายงานการประชุมคณะกรรมการกลางฯ ครั้งที่ 2/2558. กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- กัสมิรัตน์ มะลูลิ้ม. (2557). ปัจจัยความตระหนักในเครื่องหมายฮาลาล คุณภาพอาหาร ตราสินค้าของชาวอิสลาม และส่วนผลของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารที่ไม่มีตราฮาลาลบนบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคชาวมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มาเรียม นะมิ. (2552). การตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิริยา บุญมาเลิศ. (2559). กลยุทธ์การตลาดร้านค้าปลีกธุรกิจอาหารฮาลาล ตามยุทธศาสตร์การค้าการลงทุน. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร.
- สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2557). ฮาลาลในประเทศไทย. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. “ภาพรวมของอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศไทย” [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.halinst.psu.ac.th>.
- สมทรง นาคศรีสังข์ และบุรพร กำบุญ. (2561). ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทยผ่านมาตรฐาน GMP. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(2), 159-163.

สมาคมศิษย์เก่าอาหรับ.1419, พระมหาคัมภีร์อัลกุรอานพร้อมความหมายภาษาไทย, มาติเนฮฺศุนย์กษัตริย์พะฮัด
เพื่อการพิมพ์อัลกุรอาน.

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. “มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ” [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ
10 พฤษภาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://www.acfs.go.th/halal/general.php>.

อดิสร มุหะหมัดอารี. (2543). ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540
ศึกษากรณีองค์กรที่มีอำนาจออกเครื่องหมายฮาลาล [วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.

อารยา อายุบเคน. (2557). มาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการ
ธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี.