

วารสารอิสลาม

แห่งประเทศไทย



THAILAND
ISLAMIC
JOURNAL

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2567
Vol. 1 No. 1 January-June 2567

المجلة الإسلامية التايلاندية

ISSN 3057-0409 (Print)

ISSN 3057-0417 (Online)

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย (Thailand Islamic Journal)

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย (Thailand Islamic Journal) ถือเป็นแหล่งรวบรวมผลงานทางวิชาการทางด้านอิสลาม ด้วยการเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ เผยแพร่องค์ความรู้ ความคิด และทัศนะ ตลอดจนงานวิจัย รวมถึงความเคลื่อนไหวทางด้านอิสลามในแง่มุมต่าง ๆ วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพเป็นหน่วยงานที่มีเจตนารมณ์เพื่อส่งต่อโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนมุสลิมรุ่นใหม่ ให้สามารถศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีทั้งศาสนาและสามัญควบคู่กันอย่างลงตัว และบูรณาการวิชาการในการบริหารธุรกิจร่วมกับหลักศาสนาอิสลาม ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเงินอิสลาม อุตสาหกรรมฮาลาล บริการจัดการฮัจญ์และอุมเราะห์ อย่างเป็นสหวิทยาการ และจัดตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ครั้ง ในเดือนมกราคม-มิถุนายน และกรกฎาคม-ธันวาคม โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้นักวิจัย นักวิชาการ นักเขียนอิสระ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้เผยแพร่บทความวิชาการและบทความวิจัย
2. เพื่อให้มีเครือข่ายแลกเปลี่ยนและสร้างความร่วมมือในระดับอาเซียนและสากล โดยมีการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณชน
3. เพื่อเป็นแหล่งการศึกษาค้นคว้าข้อมูล แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและวิทยาการความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมให้กับนิสิต นักศึกษา คณาจารย์ มหาวิทยาลัย ชุมชน ประชาชนผู้มีความสนใจ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

บทบรรณาธิการ

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย (Thailand Islamic Journal) เป็นวารสารที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการสร้างการรับรู้ผ่านผลงานทางวิชาการที่ครอบคลุม 5 สาขาวิชา ได้แก่ การบริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการและการบัญชี การบริหารธุรกิจและการจัดการระหว่างประเทศ องค์กรและการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การบริหารท่องเที่ยว โดยเผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ในเดือนมกราคม-มิถุนายน และเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

ทั้งนี้ วารสารอิสลามแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ในด้านสังคมศาสตร์ การบริหารธุรกิจ และการศึกษาที่มาจากคำสอนของศาสนาอิสลามเป็นด้านหลัก รวมไปถึงการบูรณาการร่วมระหว่างศาสตร์

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทยมีความมุ่งหวังที่จะส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย การพัฒนาด้านนวัตกรรม การพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาต่าง ๆ แก่อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษาและบุคคลทั่วไปทั้งในแวดวงวิชาการและสังคมทั่วไป

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารอิสลามแห่งประเทศไทยจะมีส่วนในการสร้างนักวิจัยที่สร้างองค์ความรู้และความก้าวหน้าให้แก่สังคมโดยรวมตลอดไป

ศาสตราจารย์ ดร.จรัญ มะลูลีม

บรรณาธิการ

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย

Thailand Islamic Journal

ISSN 3057-0409 (Print)

ISSN 3057-0417 (Online)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2567) Vol. 1 No. 1 (January-June 2024)

วัตถุประสงค์

- เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ และนวัตกรรมที่มีคุณภาพสูงในด้านสังคมศาสตร์ ใน 5 สาขาวิชา ได้แก่
(1) การบริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการและการบัญชี (2) การบริหารธุรกิจและการจัดการระหว่างประเทศ (3) องค์กรและการจัดการด้าน
ทรัพยากรมนุษย์ (4) การบริหารจัดการท่องเที่ยว (5) ด้านสังคมศาสตร์
- เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย การพัฒนานวัตกรรม และการพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ แก่อาจารย์
นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งแวดวงวิชาการและสังคมทั่วไป

เจ้าของ

วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.นพ. กระแส ชนะวงศ์	อธิการบดี มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ สุพัฒน์ อีร์เวจเจริญชัย	รองอธิการบดีวิชาการ
รองศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ จันทโรนานนท์	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัย และนวัตกรรม

บรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร. จริญญา มะลูลีม	รองอธิการบดีฝ่ายการต่างประเทศและคณบดีวิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ
--------------------------------	--

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร. อิมรอน มะลูลีม	สำนักจุฬาราชมนตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มะดาโอะ สุหลง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ยะมิน ชัตตาร์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกรี หลังปุเต๊ะ	วิทยาลัยเทคโนโลยีอานามันนาโตเลีย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยพันธ์ สุนทรพิพิธ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Asst.Prof.Dr. Mohd Faheem	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Asst.Prof. Mahmudul-Huq	University Sultan Zainal Abidin
Dr.Romi Adetio Setiawan	Fatmawati Sukarno State Islamic University
อาจารย์ ดร.อับดุลเราะฮมาน มูเก็ม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ ดร.รุตม์ หวันสุ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ดร.สรารุช และชัน	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ปริญญา ประหยัดทรัพย์	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.สมิธ อีซอ	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.บัณฑิต อารอมัน	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ชารีฮาน ขวัญคาวิ	มหาวิทยาลัยเกริก

บรรณาธิการจัดการ

อาจารย์กษมา เยี่ยมพัชรภูมิ	มหาวิทยาลัยเกริก
----------------------------	------------------

เลขานุการกองบรรณาธิการ

นางสาวชนานันท์ มุสตาฟาตี	มหาวิทยาลัยเกริก
--------------------------	------------------

ฝ่ายประชาสัมพันธ์และจัดรูปเล่ม

นางสาวศิริพร ยะลาน	มหาวิทยาลัยเกริก
--------------------	------------------

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – เดือนธันวาคม

ติดต่อกองบรรณาธิการ

วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

เลขที่ 3 ซ.รามอินทรา 1 (อาคาร 2 ชั้น 4)

แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220

โทร : +66 2970 5820 ต่อ 640, 641

อีเมล : Thailandislamicjournal@krirk.ac.th

ลิขสิทธิ์

บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารอิสลามแห่งประเทศไทย ถือเป็นกรรมสิทธิ์ของวิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก
ห้ามนำข้อความทั้งหมดไปตีพิมพ์ซ้ำ ยกเว้นได้รับอนุญาตจากมหาวิทยาลัยเกริก

สถานที่พิมพ์

บริษัท ธนอรุณการพิมพ์ จำกัด

ที่อยู่ ซอย พระสุลี แขวง วัดบวรนิเวศ เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200 โทรศัพท์ 086-378-8769

สารบัญ

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย

Thailand Islamic Journal

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2567)

บทความวิจัย

- 07 การมีส่วนร่วมของมุสลิมในเส้นทางแห่งความรุ่งเรืองของอัญมณีไทย
สมาน อิสมาแอล
- 25 Service Quality Outpatients at Kasemrad Hospital Ramkhamhaeng Bangkok
Kawalin Ninae, Tosaporn Mahamud

บทความวิชาการ

- 34 นโยบายการส่งเสริมฮาลาลและการสนับสนุนธุรกิจฮาลาลในประเทศไทย
บัณฑิต อารอมัน
- 51 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม
วิภาวี ขวัญช่วย, สุจิตรา ธรรมใจ, เพ็ญศรี ฉิรินัง
- 61 นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์
ปิ่นผกา เหล่าเกษม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviewers)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยพันธุ์ สุนทรพิพิธ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพล รอดแจ่ม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จริยะดา จันทรงษ์

Asst. Prof. Dr. Mohd Faheem

ดร.สมิธ อีซอ

ดร.บัณฑิต อารอมน

อาจารย์ซารีฮาน ขวัญดาวิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกริก

มหาวิทยาลัยเกริก

มหาวิทยาลัยเกริก

การมีส่วนร่วมของมุสลิมในเส้นทางแห่งความรู้เรื่องของอัญมณีไทย

สมาน อีสมาแอล^{1*}

^{1*}มัสยิดยามีอัลมุตตะกิน(ลำสาลี)

ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: saman.sumineen@gmail.com^{1*}

Received: 16 May 2024

Revised: 23 June 2024

Accepted: 27 June 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของมุสลิมในการถ่ายทอดวัฒนธรรม และค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทางทะเลในอดีต และทางอากาศในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของมุสลิมในสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี และ 3) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของมุสลิมเกี่ยวข้องกับอัญมณีหลายชนิดซึ่งถูกจัดอันดับว่าแพงที่สุดในโลก เป็นบทความวิจัยเชิงคุณภาพทั้งในภาคเอกสารและภาคสนาม อาศัยเครื่องมือตามหลักวิชาอรรถาธิบาย, มุศวะละหุลหะดีษ, อุกุูลฟิกี, ประวัติศาสตร์, ภูมิศาสตร์, ธรณีวิทยา และอัญมณีศาสตร์ และใช้หลักการวิเคราะห์ และแยกชนิดเป็น 6 ชนิด ตามกรอบเหตุการณ์

ผลการวิจัยสรุปว่า มุสลิมมีส่วนร่วมในการส่งผ่านวัฒนธรรม และค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทางทะเล และทางอากาศในปัจจุบัน มุสลิมมีส่วนร่วมในสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี และมุสลิมมีส่วนร่วมในขั้นตอนสำคัญที่ทำให้อัญมณีหลายชนิดถูกจัดอันดับว่าแพงที่สุดในโลกด้วยเช่นกัน ดังนั้น มุสลิมจึงมีส่วนร่วมในเส้นทางแห่งความรู้เรื่องกับอัญมณีไทย แต่ปัญหาสำคัญที่มีผลกระทบต่ออนาคตของธุรกิจอัญมณีไทยคือ ขาดการใช้นวัตกรรมอันหลากหลายแบบเชิงรุก และต่อเนื่อง สังเกตได้จากความสามารถเข้าถึงพลอยดิบได้ง่ายของคนไทย แต่คนไทยที่ครอบครองพลอยดิบกลับพบความลำบากในการตรวจสอบชนิด คุณภาพ และประเมินราคาจากสถาบันที่น่าเชื่อถือของรัฐ เนื่องจากสถาบันรับรองที่เชื่อถือได้ของรัฐบาลไทยยังมีไม่พอ และค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบยังแพงอยู่ การตรวจสอบโดยไม่มีค่าธรรมเนียมจากผู้เชี่ยวชาญมักจะออกมาในแนวทำลายฟันมากกว่าการสานฝัน จึงไม่สามารถกระตุ้นให้คนไทยสนใจยึดธุรกิจอัญมณีเป็นอาชีพเสริม ส่วนผู้เชี่ยวชาญด้านอัญมณีที่มีประสบการณ์ยาวนานยังไม่ได้ถูกส่งเสริมอย่างเพียงพอจากองค์กรภาครัฐ ซึ่งมีหน้าที่ทำให้สามารถสร้างสถาบันรับรองชนิด คุณภาพ และประเมินราคาของอัญมณีได้ตามมาตรฐานโลกได้โดยมีรัฐบาลคอยช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง และมีนวัตกรรมเชิงรุกอยู่เสมอ

คำสำคัญ: อัญมณีไทย เส้นทางสายไหมทางทะเล การเผาพลอย การเจียระไนพลอย ค่าความแข็ง

The Participation of Muslim in the Path of Prosperity of Thai Gems

Saman Isma-al^{1*}

^{1*}Yamee Unmuttageen Mosque (Lam Sali)

Corresponding Author; E-mail: saman.sumineen@gmail.com^{1*}

Received: 16 May 2024

Revised: 23 June 2024

Accepted: 25 June 2024

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the participation of Muslims in the transmission of culture and values related to gems through the ancient maritime Silk Road and the modern air routes, 2) to study the involvement of Muslims in professions related to gems, and 3) to examine the participation of Muslims in various types of gems ranked as the most expensive in the world. This is a qualitative research article, encompassing both document-based and field research, using tools from the principles of Usul al-Tafsir, Mustalah al-Hadith, Usul al-Fiqh, history, geography, geology, and gemology, and employing analysis principles and classification into six types based on the event framework.

The research findings conclude that Muslims have been involved in transmitting culture and values related to gems through both the maritime Silk Road and the modern air routes. Muslims participate in professions related to gems and play significant roles in the processes that have led to many types of gems being ranked as the most expensive in the world. Consequently, Muslims contribute to the path of prosperity with Thai gems. However, a significant issue affecting the future of the Thai gem business is the lack of proactive and continuous innovation. This is evident from the ease with which Thais can access raw gems, but those who possess raw gems face difficulties in verifying the type, quality, and price assessment from credible state institutions. This is due to the insufficient number of reliable certification institutions by the Thai government, and the high fees for such assessments. Assessments without fees by experts often result in discouraging outcomes rather than fulfilling dreams, making it hard to encourage Thais to pursue the gem business as a supplementary occupation. Additionally, experienced gem experts have not been sufficiently promoted by government organizations, whose duty is to establish

certification institutions for gem types, quality, and price assessment that meet global standards, with continuous government support and proactive innovation.

Keywords: Thai gemstones, Maritime Silk Road, Gemstone Burning, Gemstone Cutting, Hardness

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บทความนี้เป็นบทความวิจัยด้านมุสลิมศึกษา เกิดจากการศึกษาวิจัยต่อยอดวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกของผู้วิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของมุสลิมสายสุนีย์ และสายชีอะฮ์ในทางการเมืองสยาม โดยศึกษาวิจัยเจาะลึกลงไปเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของมุสลิมในการถ่ายทอดวัฒนธรรม และค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทางทะเลในอดีตของนักเดินเรืออาหรับโบราณในสมัยทวารวดี คือ ราว ค.ศ. 615 ซึ่ง สะอัด อิบน์ อับดัลกอซิม มุสลิมชาวอาหรับผู้เป็นอัครสาวกของท่านศาสนทูตมุฮัมหมัด (คือลัลลอฮ์อะลัยฮิอะซัลลัม) เริ่มอาศัยเรือสำเภาของกษัตริย์นัจญาซีย์ หรือกษัตริย์เนกษแห่งนคร “อะบิสซิเนีย” ซึ่งสมัยนั้นมีการเชื่อมสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างราชอาณาจักรออบิสซิเนียกับราชวงศ์สุยตอนปลายของจีน ซึ่งมีจุดประสงค์ในการเผยแผ่ศาสนา และทำการค้าด้วยหลักฐานที่บ่งชี้ว่ามีการเดินทางด้วยเรือสำเภาผ่านอ่าวทวารวดี คือ เรืออาหรับที่จมอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม นครปฐม เตาทุเรียงที่เรียงรายกันอยู่ริมแม่น้ำยม ตลาดปสานในจังหวัดสุโขทัย และวัดศรีชุม ซึ่งผู้วิจัยพบข้อบ่งชี้หลายประการที่บ่งบอกว่าเคยเป็นมัสยิดมาก่อน บ่งบอกถึงเส้นทางการค้าที่ผู้วิจัยเรียกว่าเส้นทางสังคโลกซึ่งตรงกับพงศาวดารในศิลาจารึกวัดศรีชุม ที่เล่าว่าพ่อขุนศรีนาวนำถมได้ขอฉันทานุมัติจากกษัตริย์แห่งละโว้ในการสร้างเมืองสุโขทัยขึ้นเป็นเมืองท่าทางการค้า โดยตลอดระยะเวลาดังกล่าวนั้น การส่งผ่านวัฒนธรรม และค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีที่ขุดหรือเก็บได้จากอุษาคเนย์ร่วมกับ ไม้หอม ไม้ฝาง เครื่องเทศ ของป่า และแร่ธาตุหายากอื่น ๆ รวมไปถึงถ้วยชามสังคโลก ได้ออกสู่นานาชาติอารยประเทศโดยผ่านเรือของพ่อค้ามุสลิมชาวอาหรับและเปอร์เซีย โดยเฉพาะอัญมณีที่ประดับอยู่ในทัชมาฮาลของอินเดียซึ่งสร้างขึ้นในรัชสมัยของจักรพรรดิชาฮัน (ค.ศ. 1628 -1666) ซึ่งตรงกับรัชสมัยของขุนหลวงพราเสาทอง (ค.ศ. 1630 - 1656) ซึ่งการพาณิชย์นาวีสมัยนั้นอยู่ภายใต้การดูแลของกรมท่าขวาโดยมีพระยาจุฬาราชมนตรีเป็นเจ้ากรม ในขณะที่การยุหนาวีนั้นอยู่ภายใต้การดูแลของกรมอาสาจาม ซึ่งมีพระยาราชบังสันเป็นเจ้ากรม เป็นหลักฐานว่า แม้จะตรงกับยุคที่โปรตุเกส ฮอลันดา และอังกฤษเข้ามามีอำนาจในเส้นทางเครื่องเทศของมหาสมุทรอินเดีย และแปซิฟิกแต่ยังไม่ทำให้มุสลิมหมดอำนาจควบคุมเส้นทางการเดินเรือในแถบนี้ อุษาคเนย์จึงเป็นภูมิภาคที่นักผจญภัยล่าสมบัติ และนักขุดทองหลายต่อหลายรุ่นที่มีเป้าหมายในการเดินทางเข้ามา

แสงหาทอง อัญมณี ไม้หอม เครื่องเทศ ของป่า และแร่ธาตุหายากต่าง ๆ ไปค้าหาทำไรเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวในดินแดนที่อยู่ในเส้นทางการค้า และแผ่นดินเกิดของแต่ละชนชาติมาจนถึงทุกวันนี้

อัญมณีที่คนไทยเรียกว่าพลอยนั้น มีทั้งเนื้ออ่อนและเนื้อแข็ง สามารถหาได้ทั่วประเทศไทยโดยเฉพาะตามเส้นทางการไหลของแม่น้ำสาละวิน และแม่น้ำโขงทั้งเก่าและใหม่ รู้กันโดยทั่วไปว่า พลอยน้ำหนึ่งหรือน้ำเพชรนั้น มีมากในจังหวัดจันทบุรีและตราด ทำให้เกิดสาขาอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีมายาวนานซึ่งมีมุสลิมจำนวนมาก ทั้งชาวยุโรป ชาวแอฟริกา ชาวเอเชียกลาง ชาวเอเชียใต้ มุสลิมไทย และมุสลิมจากประเทศเพื่อนบ้านของไทยเข้ามามีส่วนร่วมในสาขาอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีในทั่วทุกภาคของประเทศไทย ส่วนพลอยคุณภาพต่ำที่เก็บได้พร้อมกันหรือซื้อหามาได้แต่ขายไม่ออกนั้น จะถูกเก็บใส่ตู้เซฟหรือใส่ปี๊บไว้ก่อน เนื่องจากจะทิ้งไปก็เสียตาย แต่การเกิดไฟไหม้ตลาดเมืองจันทบุรีครั้งใหญ่ พ.ศ. 2511 ซึ่งบริเวณที่เกิดไฟไหม้ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าพลอยของคนจีน ซึ่งต้องใช้เวลารั้ง 2-3 วัน จึงสามารถควบคุมเพลิงได้ พลอยก้อนในร้านจึงถูกไฟไหม้จมดินอยู่ จนมีคนไปแกะพลอยกลับมาขาย ซึ่งพบว่าพลอยทุกเม็ดใสหมด แต่ก็แตกมาก มีดินน้อย เนื่องจากถูกน้ำฉีดดับไฟ แต่พลอยในตู้เซฟกลับแทบไม่มีรอยร้าวเลย จึงเป็นที่มาของการนำพลอยใส่เบ้าก่อนนำเข้าเตาเผา และเป็นแรงบันดาลใจให้มีการเริ่มต้นค้นคว้าเกี่ยวกับการเผาพลอยอย่างจริงจัง เริ่มจากเตาเผาธรรมชาติ ทำง่าย ๆ ใช้ไม้โก่งกางเป็นเชื้อเพลิง แต่ก็ยังเผาไม่สำเร็จ จนเปลี่ยนมาเป็นเตาน้ำมัน เตาแก๊ส และเตาไฟฟ้าในปัจจุบัน ซึ่งการควบคุมความร้อนและเวลาให้เหมาะกับพลอยแต่ละชนิดนั้นเป็นเรื่องสำคัญมาก เป็นที่มาของชื่อ “พลอยเผาเก่า” ส่วนการคัดค้นในการเผาพลอยคุณภาพต่ำ สักดิ์มีรอยร้าวด้วยการเติมสี เติมแร่ เคลือบแก้ว และตะกั่ว นั้น คิดและลองผิดลองถูกกันมาตามสูตรของแต่ละคน แต่ละตระกูล ซึ่งในภายหลัง เรียกว่า “พลอยเผาใหม่” ซึ่งสามารถปรับให้พลอยคุณภาพต่ำกลายเป็นพลอยน้ำงาม และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวในการเจียรไนนั้น สำหรับพลอยน้ำหนึ่งที่ถูกจัดลำดับให้มีราคาแพงมาก ๆ ไม่ว่าจะเป็นพลอยเนื้อแข็งหรือพลอยเนื้ออ่อน หากเจียรไนด้วยเครื่องเจียรไนอัตโนมัติ จะทำให้เสียเนื้อพลอยและน้ำหนักไปมาก ทำให้ราคาลดลงตามไปด้วย จึงมีความจำเป็นต้องนำพลอยน้ำงามเข้ามาจ้างช่างฝีมือคนไทยที่สามารถเจียรไนได้สวยงามเหลือเชื่อแต่เสียขนาด และน้ำหนักร้อยละน้อย ผู้วิจัยพบว่าอาชีพช่างเจียรไนนี้มีมุสลิมฝีมือดีทำอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งผู้วิจัยได้เข้ารับการฝึกดูพลอย และเจียรไนพลอยด้วย หลังจากเจียรไนแล้วพลอยเม็ดงามจะถูกเจ้าของหรือช่างออกแบบเครื่องประดับนำไปติดหัวแหวน ยอดตุ้มหู จี้ หรือสังวาล แล้วล้อมเพชรหรือพลอยเม็ดเล็กเพื่อให้พลอยเม็ดกลางนั้นโดดเด่นขึ้นอีก ซึ่งแน่นอนว่าหากเจียรไนไม่สวยพอ ก็ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้คนร่ำรวยที่มารสนิยมยอมซื้อไปสวมใส่ในราคาแพง จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของมุสลิมในเส้นทางแห่งความรู้เรื่องอัญมณีไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของมุสลิมในการถ่ายทอดวัฒนธรรมและค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทางทะเลในอดีตและทางอากาศในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของมุสลิมในสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของมุสลิมเกี่ยวข้องกับอัญมณีหลายชนิดซึ่งถูกจัดอันดับว่าแพงที่สุดในโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความนี้เป็นบทความวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาทั้งในภาคเอกสาร และภาคสนาม การศึกษาภาคเอกสารนั้นได้จากหนังสือประวัติศาสตร์อิสลาม เอกสารของจีน บันทึกการเดินทางของชาวอาหรับ เปอร์เซีย จีน มลายู แผนที่โบราณของเติร์กมองโกลและฝรั่ง บทความอิเล็กทรอนิกส์ รูปภาพ คลิปวิดีโอ และสารคดีจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี และประวัติความเป็นมาของมุสลิมในประเทศไทยที่มีบรรพบุรุษเดินทางผ่านสุวรรณภูมิในเส้นทางสังคโลก ซึ่งเป็นประโยชน์ในการส่งผ่านวัฒนธรรมและค่านิยมที่มีต่ออัญมณี แต่ในส่วนของการศึกษาภาคสนามนั้น ศึกษาวิจัยด้วยการเข้ารับการฝึกดูพลอยและเจียรไนพลอยในชมรมบ้านเจียรไนพลอย ของอาจารย์สุรเดช ขำเจริญ ในชุมชนบ้านทางควาย แขวงประเวศ เขตประเวศ จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์และเก็บตัวอย่างหินและอัญมณีในจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทยทั้งที่เป็นที่รู้จักและไม่เป็นที่รู้จักว่าเป็นแหล่งที่เคยมีการขุดพบอัญมณีที่มีค่าของไทยเพื่อนำมาทดลองทำความสะอาด คัดแยกชนิด และปรับปรุงคุณภาพของพลอย โดยใช้เวลาศึกษาอย่างต่อเนื่องมานับตั้งแต่ พ.ศ. 2557 มาจนถึงปัจจุบัน เพื่อพิสูจน์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของมุสลิมในเส้นทางแห่งความเจริญรุ่งเรืองของอัญมณีไทยตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย และพิสูจน์เส้นทางการไหลของอัญมณีแห่งเทือกเขาหิมาลัยลงสู่อ่าวทวารวดีซึ่งช่วงน้ำหลากจะมีพื้นที่กว้างและสูงขึ้นไปถึงจังหวัดลพบุรีและชัยนาท ซึ่งภายหลังได้เกิดการทับถมของหิน ตะกอนดิน และสินแร่ต่าง ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิศาสตร์ตามหลักธรณีวิทยาจนเกิดเป็นภาคอีสานตอนล่าง ภาคกลาง และภาคตะวันออกของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

ศึกษาประวัติการมีส่วนร่วมของมุสลิมไทยในการถ่ายทอดวัฒนธรรมและค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทางทะเล

ศึกษาการมีส่วนร่วมของมุสลิมในสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี

ศึกษาอัญมณีที่ได้รับการจัดอันดับว่าแพงที่สุดในโลกซึ่งมุสลิมมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลทั้งหมดจากการศึกษาทั้ง 5 ขั้นตอนมาวิเคราะห์โดยอาศัย ทฤษฎีการวิเคราะห์เหตุการณ์และแยกชนิดออกมาเป็น 6 ชนิดตามกรอบเหตุการณ์ (Lofland, 1971, p. 14 – 15) คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และทำไม เพื่อสืบค้นประวัติความเป็นมาของมุสลิมในประเทศไทยผ่านเส้นทางสังคมและเส้นทางเครื่องเทศซึ่งเป็นผลดีในการส่งผ่านวัฒนธรรมและค่านิยมที่มีต่ออัญมณี อาชีพที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี และการจัดลำดับอัญมณีที่แพงที่สุดในโลก 7 ชนิด โดยบอกถึงประวัติความเป็นมา ค่าของความแข็ง ค่าความถ่วงจำเพาะ องค์ประกอบของธาตุ สูตรองค์ประกอบทางเคมี ราคาต่อกะรัต และคุณสมบัติของอัญมณีแต่ละชนิดในการนำไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัย

1. ประวัติการมีส่วนร่วมของมุสลิมไทยในการถ่ายทอดวัฒนธรรมและค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทางทะเล

มุสลิมไทยมีส่วนร่วมในการส่งผ่านวัฒนธรรมและค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทั้งทางบกและทางทะเล โดยเส้นทางสายไหมทางบกนั้นนักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีเรียกว่าเส้นทางสายไหมทางบก ส่วนเส้นทางสายไหมทางทะเลนั้น นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีให้ชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า “เส้นทางเครื่องเทศ” จากการศึกษาแผนที่โบราณและบันทึกการเดินทางของชาวอาหรับ ชาวเติร์กมองโกล ชาวยุโรป และบันทึกของจีน นับแต่ ค.ศ. 639 ทำให้ผู้วิจัยค้นพบเส้นทางสายไหมอีกหนึ่งผ่านอ่าวทวารวดี โดยเฉพาะในฤดูน้ำหลากนั้น จะมีพื้นที่กว้างแลท่วมสูงชันมากจนรัฐละโว้ (จังหวัดลพบุรีและชัยนาท) เป็นจุดเริ่มต้นและเส้นทางหลักในการล่องเรือสำเภาสู่ประเทศจีน เริ่มจากท่าเรือของรัฐละโว้ผ่านแม่น้ำเจ้าพระยา ขึ้นสู่แม่น้ำยมซึ่งพบเตาทุเรียงที่ใช้เผาเครื่องสังคโลกเรียงรายอยู่หลายแห่ง ผ่านแม่น้ำกก เข้าสู่แม่น้ำล้านช้าง (แม่น้ำโขง) ผ่านเชียงแสน เชียงตุง เข้าสู่รัฐฉานของพม่า การศึกษาแผนที่ของมุฮัมหมัดอัลอิสรียะนิกเดินทางอาหรับและผ่านที่เก่าที่วาดขึ้นในสมัยจักรวรรดิมองโกลเรื่องอำนาจพบว่า ลักษณะภูมิประเทศของสุวรรณภูมิสมัยทวารวดีนั้น ภาคกลางตอนล่างของไทยยังไม่ได้เชื่อมต่อกับภาคใต้ตอนบน เพราะมีร่องน้ำขึ้นขวางอยู่ ทำให้น้ำทะเลสามารถพัดพาสนิมเหล็กและอัญมณีจากฝั่งอันดามันให้ไหลเข้าสู่อ่าวทวารวดีได้ แต่ต่อมาเมื่อแผ่นดินได้ยกตัวขึ้น น้ำทะเลลดลง ประกอบกับตะกอนหิน กรวด และดินจากทะเลสาบโบราณขนาดใหญ่ของเมียนมาด้วย ได้ถูกน้ำพัดลงมากองอยู่ในภาคกลางตอนล่างและภาคตะวันออกของประเทศไทย ทำให้เกิดที่ราบลุ่มภาคกลางและภาคตะวันออกของไทย อัญมณีและแร่ธาตุหายากมากมายจากเทือกเขาหิมาลัยซึ่งสันนิษฐานว่าเกิดจากอุกกาบาตเหล็กขนาดใหญ่ได้ตกลงมาระหว่างอนุทวีปอินเดียกับทวีปเอเชียทำให้เปลือกโลกบริเวณนั้นยุบลงไปจนทำให้สองทวีปเคลื่อนเข้าชนและเกยกัน กล่าวคือ แผ่นอนุทวีปอินเดียได้มุดลงใต้แผ่นทวีปเอเชียจึงเกิดการครูดและยกตัวของแผ่นทวีปเอเชียตั้งแต่ประเทศปากีสถานไปจนถึง

ประเทศเมียนมา ทำให้เกิดเทือกเขาหิมาลัยที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนับจากวันที่ชนกันจนถึงวันนี้ จึงเกิดการครูดเอาแร่ธาตุและอัญมณีได้แผ่นเปลือกโลกของทวีปเอเชียหลุดออกมาแล้วไหลไปกองกันในทะเลสาบขนาดใหญ่ที่เกิดจากธารน้ำแข็งของเทือกเขาหิมาลัยนับจากเมือง “ปูตาโอ” ไปจนถึงทะเลสาบ “อินดอจี” ในรัฐฉานแล้วแตกออกมาเป็นแม่น้ำ 4 สายคือ แม่น้ำโขงซึ่งเคยพัดผ่านกลางประเทศไทย แม่น้ำสาละวินที่ไหลไปออกปากน้ำตะวันออกของอ่าวมะตะมะ แม่น้ำสะโตงที่ไปออกทางตอนเหนือของอ่าวมะตะมะ และแม่น้ำอิระวดีซึ่งเป็นแม่น้ำที่ใหญ่ที่สุดในประเทศเมียนมาที่ไหลไปออกปากน้ำเมืองอ่องหล่าง ซึ่งสมัยทวารวดีตามที่ปรากฏในแผนที่โบราณของมุฮัมหมัด อัลอิตรีซียและแผนที่ของเติร์กมองโกลนั้น มีทะเลสาบขนาดใหญ่ที่มีเนื้อที่ครอบคลุมมาจากเมืองปูตาโอที่อยู่ตีนเขาหิมาลัยทางตอนใต้ของประเทศทิเบตลงมาถึงเนื้อที่ของเมืองโมก๊ก ซึ่งเป็นแหล่งอัญมณีในรัฐฉานจนถึงบริเวณทะเลสาบ “อินดอจี” ของเมียนมาในปัจจุบัน จึงมีแม่น้ำขนาดใหญ่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ที่ซึ่งท่านสะอัด อิบน์ อับบิวกอสและอัครสาวกกลุ่มหนึ่งของท่านนบีมุฮัมหมัด (คือลัลลอฮุอะลยฮิวะซัลลัม) อาศัยเรือของอบิสสิเนียเพื่อเดินทางเข้าสู่ประเทศจีน และอยู่ในจีนประมาณ 3 ปีจนได้รับฉันทานุมัติจากจักรพรรดิถังเกาชู่แห่งราชวงศ์ถังให้สร้างเมืองต้าหลี่ซึ่งมาจากคำในภาษาอาหรับว่า “ตาลี” หมายถึง พ่อค้า ขึ้นในประเทศจีน ต่อมาเมืองต้าหลี่ได้กลายเป็นศูนย์เผยแผ่ศาสนาอิสลามเรื่อยมาตลอดราชวงศ์ถังจนถึงราชวงศ์ซ่งใต้ ซึ่งผู้วิจัยเรียกเส้นทางจากละโว้ผ่านลุ่มน้ำโขง (ล้านช้าง) นี้ว่า “เส้นทางสังคโลก” แต่ในกาลต่อมาได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์และการเบี่ยงเบนเส้นทางไหลของแม่น้ำสายต่าง ๆ เช่น จากแผ่นดินไหวทางตอนเหนือสุดของไทยในอำเภอเชียงแสนและเกิดแผ่นดินไหวบริเวณภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย ณ รอยเลื่อนวังเจ้า จังหวัดพิษณุโลก ตามบันทึกในพงศาวดารฉบับหลวงประเสริฐซึ่งได้ข้อสรุปว่า ในราว พ.ศ. 2127 เกิดแผ่นดินไหวครั้งใหญ่ขึ้น ทำให้แม่น้ำเปลี่ยนทิศทางการไหล ซึ่งเป็นเหตุทำให้เส้นทางสังคโลก ซึ่งเคยเป็นเส้นทางสายไหมอีกเส้นทางที่สำคัญสูญหาย และถูกลืมเลือนไป แต่ถึงแม้เส้นทางสังคโลกจะถูกกลบเลือนหายไป ร้อยรอยของอารยธรรมอิสลาม และชาติพันธุ์ของมุสลิมในประเทศไทยยังคงปรากฏเป็นหลักฐานอยู่จนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังพบร่องรอยของสายแร่อัญมณีแห่งเทือกเขาหิมาลัยที่ไหลลงสู่อ่าวทวารวดีตามเส้นทางแม่น้ำโขงที่เชื่อมต่อกับแม่น้ำสายต่าง ๆ ในประเทศไทย ผสมอยู่ในตะกอนหิน ดิน ทราย ที่ทับถมจนกลายเป็นที่ราบลุ่มภาคกลางตอนบนและตอนล่าง ไปจนถึงภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งสินแร่และเส้นทางอัญมณีที่เลอค่า ให้ชุดค้นหาและเก็บตัวอย่างได้มากมายมาจนถึงปัจจุบันแม้จะถูกขาย ถูกสัมปทาน หรือถูกขโมยออกไปโดยบรรดานักแสวงโชค บริษัทข้ามชาติ และมหาอำนาจชาวตะวันตกผู้ล่าอาณานิคม แต่อัญมณีและสินแร่ล้ำค่าเหล่านั้นยังไม่ได้หมดไป เพราะยังมีอีกมากที่จมและถูกกลบฝังอยู่ใต้ผืนแผ่นดินไทย รอให้ลูกหลานได้พัฒนาความรู้ ความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีระดับสูงพอที่จะนำออกมาใช้ประโยชน์ในกาลข้างหน้าได้ โดยที่ปัจจุบันยังคงมีพอที่จะทำให้ประเทศไทยยังคงเป็นศูนย์กลางแห่งอัญมณีโลกและสินแร่หายากต่อไปในอนาคตอันยาวไกล (สมาน อิสมาแอล, 2563)

2. การมีส่วนร่วมของมุสลิมในสาขาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี

มุสลิมไทยและมุสลิมจากประเทศต่าง ๆ ที่มีแหล่งเพชรพลอยตกทั่วโลกล้วนมีส่วนร่วมในอาชีพที่เกี่ยวข้องอัญมณี เพราะการเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยอัญมณีและสินแร่ของไทยและประเทศมุสลิมหลายประเทศนับแต่โบราณมาจนถึงปัจจุบันนั้น ทำให้เกิดอาชีพต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอัญมณีขึ้นมากมายซึ่งชาวมุสลิมได้แสวงหาการมีส่วนร่วมในส่วนแบ่งทางการตลาดของอาชีพเหล่านั้นด้วยเช่นกัน เริ่มจาก 1. คนทำเหมืองหรือคนขุดพลอยที่เป็นนักแสวงหาอัญมณีในประเทศไทย เมียนมา อินเดีย ปากีสถาน อัฟกานิสถาน มาดากัสการ์ ทานซาเนีย ฯลฯ ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะค่อย ๆ สังเกตประสบการณ์ในการแยกแยะได้ว่า ที่ไหนมีอัญมณีและที่ไหนไม่มี อะไรคือหินธรรมดาอะไรคือพลอย พลอยที่ได้นั้นเป็นชนิดเนื้ออ่อนหรือเนื้อแข็ง เกรดพลอยอยู่ในระดับใด และมีความสามารถในการทำความสะอาดพลอย เช่น ถูร้อนเจาก็ใส่ปากอมไว้ก่อน 2. เจ้าของที่ดินซึ่งหากทราบว่ามีที่ดินของตนมีอัญมณีจะมีทางเลือกอยู่ 2 ทาง คือ กั้นอาณาเขตเพื่อทำเหมืองเองหรือเก็บค่าเช่าทำเหมือง 3. พ่อค้าขายอุปกรณ์ในการทำเหมือง โดยเริ่มจากง่าย ๆ คือ ขายอุปกรณ์ในการทำเหมือง เช่น จอบ เสียม ชะแลงชะดินและลูกร่อนที่มีสายแร่อัญมณีค่อนข้างเจาและทุบหิน กระถางตักดิน กระดังหรือตระแกรงที่ใช้ในการร่อนพลอย เสอและไม้ค้ำดินถล่ม แต่หากขยับขึ้นเป็นการทำเหมืองขนาดใหญ่ จะต้องใช้เครื่องขุดขนาดใหญ่ ต้องใช้รถแทรกเตอร์ รถแม็คโคร รถบรรทุกดิน เครื่องแยก และเครื่องฉีดน้ำ สามง่ามในการคุ้ยหาพลอย 4. ผู้เชี่ยวชาญในการทำทำความสะอาดพลอย 5. คนเผาพลอยหรือคนหุงพลอย ซึ่งรู้วิธีการเผาพลอยหรือปรับคุณภาพพลอย รู้ว่าพลอยชนิดใดเผาได้ ชนิดใดเผาไม่ได้ ควรเพิ่มคุณภาพพลอยด้วยการเผาเก่าหรือเผาใหม่ ชนิดที่เผาได้นั้นต้องใช้ความร้อน แรงดัน และเวลาในการหุงพลอยเท่าไร ก่อนเผาต้องเคลือบพลอยด้วยอะไร ต้องเติมแร่ธาตุอะไรลงไปบ้าง ต้องใส่เบ้าหุงแบบไหน และจะต้องเผานานเท่าไร 6. พ่อค้าแม่ค้าที่รับซื้อพลอยทั้งพลอยดิบธรรมดาที่ไม่ผ่านการเผา หรือที่เผาแล้วทั้งเผาเก่าและเผาใหม่ 7. คนเดินพลอย ซึ่งจะรับพลอยมาจากเจ้าของพลอยไม่ว่าจะเป็นพลอยที่เจียรไนแล้วหรือที่ยังไม่เจียรไน ซึ่งจะทำหน้าที่เดินหาคนรับซื้อพลอยที่มาตั้งโต๊ะและแปะป้ายไว้ว่าต้องการพลอยชนิดใด ลักษณะใด แบบไหน 8. คนเจียรไนพลอย ซึ่งมีขั้นตอนตั้งแต่การเลือกพลอยว่าใสหรือทึบ ตัดพลอย โกลนพลอย แต่งพลอย เจียรไนพลอยทั้งแบบหลังเบี้ยและขึ้นเหลี่ยม ซึ่งทั่วโลกยอมรับว่าช่างเจียรไนพลอยของไทย เจียรได้ประณีตงดงาม และสามารถรักษาน้ำหนักพลอยไว้ได้ดีมาก 9. นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับพลอย ในด้านการดูพลอย ตรวจสอบพลอย วัดค่าความแข็งของพลอย วัดความถ่วงจำเพาะ ตรวจสอบแร่ธาตุประกอบของพลอย วัดค่าการหักเหแสงของพลอย แยกแยะชนิดของพลอย และจัดลำดับคุณภาพของพลอย 10. ร้านขายอุปกรณ์ในการทำเจียรไนพลอย เช่น จานเจียรไน เครื่องเจียรไนแบบหมุนด้วยมือหรือใช้มอเตอร์, เชลล์หรือกาบติดก้อนพลอยที่โกลนแล้วกับไม้ทวน ไม้ทวน ตะเกียงเผา กระดาษทรายเบอร์ต่าง ๆ ผงเพชรขัดเงา โซดาไฟ 11. ช่างแกะสลักพลอยและหินหยกเป็นเครื่องประดับและงานประติมากรรมแบบต่าง ๆ 12. นักออกแบบเครื่องประดับ ซึ่งเป็นศิลปินที่เชี่ยวชาญการออกแบบความงามทั้งมวลลงไปเครื่องประดับ 13. ช่างทำตัวเรือน เช่น แหวน ล็อกเก็ต กำไล สายสร้อยข้อมือ

สายสร้อยคอ มีดหรือปืนที่ระดับเพชรพลอย 14. บรรดาผู้มีส่วนร่วมในการจัดงานแสดงและประชุมอัญมณีในสถานที่สำคัญต่าง ๆ 15. ร้านค้าทองและเครื่องประดับ 16. ธนาคารและแหล่งเงินทุนสนับสนุนในธุรกิจอัญมณี 17. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงอุตสาหกรรม และ กระทรวงพาณิชย์ 18. รัฐมนตรีเจ้ากระทรวงทั้ง 3 กระทรวง 19. นายแบบและนางแบบที่สวมเครื่องประดับและเครื่องใช้ประดับอัญมณี 20. นายหน้าซื้อขายพลอยทั้งดิบและที่ผ่านการเจียรไนแล้ว

3. อัญมณีที่ได้รับการจัดอันดับว่าแพงที่สุดในโลกซึ่งมุสลิมมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น

การมีส่วนร่วมในสาขาอาชีพเกี่ยวกับอัญมณีโดยเฉพาะการขุดพลอย คนเดินพลอย ช่างเจียรไน และเจ้าของร้านอัญมณีและเครื่องประดับนั้น ทำให้มุสลิมมีโอกาสทำให้อัญมณีทั้งเนื้อแข็งและเนื้ออ่อน ได้รับการเจียรไนอย่างประณีตจนได้รับการจัดลำดับให้เป็นอัญมณีที่มีค่าที่สุด เพราะถึงพลอยและหินมีค่าบางชนิดจะไม่ได้มีแหล่งกำเนิดในประเทศไทย แต่ความต้องการฝีมือในการเจียรไนทำให้พลอยต่างประเทศเหล่านั้นถูกลำเลียงเข้ามาในประเทศไทยโดยคนไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการเพิ่มมูลค่าพลอย ในขณะที่คนไทยเช่นกันที่ต้องการพลอยน้ำงามหลากชนิดจากต่างประเทศเข้ามาแปรรูป ซึ่งผู้วิจัยมีโอกาสได้เห็นและสัมผัสพลอยจากต่างประเทศหลายชนิดในชมรมบ้านเจียรไนพลอยของอาจารย์สุรเดช ขำเจริญ และจากการนำพลอยที่ขุดได้ไปตรวจในสถาบัน GIT ย่านสีลมพบว่า มีเจ้าหน้าที่ตรวจและออกใบรับรองบางท่านเป็นมุสลิม ซึ่งขณะนั้นมีมุสลิมชาวไนจีเรียนำพลอยของเขามาตรวจเช่นกัน และผู้วิจัยยังมีเพื่อนมุสลิมเชื้อสายปาทานเป็นพ่อค้าหยกอยู่ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากด้วย ซึ่งบทความนี้ผู้วิจัยขอเสนอตัวอย่างพลอยแพงเพียง 7 ชนิด โดยอ้างอิงราคาตามการซื้อขายในตลาดต่างประเทศ



ภาพที่ 1 Jeremejevite - 2,000 เหรียญ

ที่มา: <https://yavorsky.com/blogs/news/jeremejevite-the-new-rare-name-to-collect-and-treasure>

เจเรเมเยไวท์ (Jeremejevite) ถูกพบครั้งแรกในพื้นที่ไซบีเรีย บนภูเขาชกทุย ของประเทศรัสเซียในปี ค.ศ. 1883 / พ.ศ. 2426 โดย ศาสตราจารย์ พาเวล วลาดิมิโรวิช เจอเรเมเยฟ (Pavel Vladimirovitch Jeremejev) นักแร่วิทยา วิศวกรเหมืองแร่ และอาจารย์ประจำวิทยาลัยวิทยาศาสตร์แห่งเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก จึงตั้งชื่อเพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้ค้นพบ. เป็นอัญมณีหายากที่ประกอบด้วย อลูมิเนียม, บอเรต, ไฮดรอกไซด์ และฟลูออไรด์ ไอออน สูตรทางเคมี (chemical formula) ของมัน คือ $Al_6B_5O_{15}(F,OH)_3$ ค่าดัชนีหักเห (Refractive index) อยู่ที่ $n_{\omega} = 1.653$ $n_E = 1.640$ (birefringence) มีการโฆษณาว่า เจเรเมเยไวท์ ช่วยโน้มน้าวสู่ความคิดแบบอนุรักษนิยม ความมั่นคง ความสงบ และการเชื่อในประสบการณ์มากกว่าสัญชาตญาณ ช่วยให้ตระหนักถึงความมั่นคงทางการเงิน ปลอดภัย และเปิดเผยความสามารถที่ซ่อนอยู่ มีราคาประมาณ 2,000 ดอลลาร์ต่อกะรัต



ภาพที่ 2 Fire Opal - 2,300 เกรียน

ที่มา: <https://www.etsy.com/listing/906163451/ethiopian-opal-crystal-smooth-fire-opal>

โอปอลไฟ (Fire Opal) เป็นอัญมณีในตระกูลควอตซ์ (Quartz) เช่นเดียวกับอเมทิสต์ มีค่าความแข็ง (Hardness) ที่ 6 - 7 โมห์ ค่าความถ่วงจำเพาะ (Specific gravity) อยู่ที่ 1.97 to 2.22 ค่าดัชนีหักเห (Refractive index) อยู่ที่ 1.450 มีความแวววาวแบบแก้วเหลือบหรือยางสน โครงสร้างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือโมเลกุลซิลิคอนไดออกไซด์จับตัวกันแบบรูปปริมาตรโดยมีน้ำแทรกอยู่ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้เกิดการเล่นสีขึ้นคล้ายกับการเกิดรุ้งบนฟองสบู่, มีหลายสี เช่น สีขาว แดง เหลือง เขียว ม่วง และดำซึ่งพบมากในออสเตรเลียและมีราคาแพงกว่าสีอื่นๆ แต่สำหรับโอปอลไฟ (Fire opal) หรือ (Sun opal) นั้น จัดเป็นโอปอลที่มีค่าสูง รองจากโอปอลดำ บางเม็ดอาจมีค่า เทียบเท่า หรือแพงกว่าโอปอลดำ ขึ้นอยู่กับ ความสวยงามของแต่ละเม็ด มีทั้งแบบไม่มีสี (Colourless) สีน้ำตาล เหลืองอ่อน และสีน้ำตาลแดงเข้ม, โอปอลไฟสีแดง โดยปกติมีราคาดีกว่าโอปอลไฟสีเหลือง, เหตุที่เรียกกันว่า โอปอลไฟนั้นคือ เมื่อนำมาส่องดูภายใต้แสงไฟแล้ว จะเห็นสีสะท้อนบนผิวเหมือนลักษณะดวงไฟเกิดขึ้น คล้ายเปลวไฟธรรมดานี้เอง โอปอลไฟ จึงแตกต่างจากโอปอลดำตรงลักษณะเปลวไฟอันนี้เอง และโดยลักษณะสีนั้น สีของโอปอลไฟจะไม่สะดุดตาเท่าโอปอลดำ คือมีความสุกสว่างของประกายสีน้อยกว่าโอปอลดำ แต่ถ้าหากมีดวงไฟบน

พื้นหน้าที่เจียรระไนให้เห็นมากเท่าไร ราคาจะยิ่งแพงมากขึ้นเท่านั้น, พบโอปอลไฟมีมากที่เม็กซิโกและเอธิโอเปีย, แหล่งรองลงมาเป็นประเทศออสเตรเลีย, บราซิล, ฮอนดูรัส, กัวเตมาลาและสหรัฐอเมริกา, สูตรทางเคมีของมันคือ SiO_2 & H_2O ซึ่งเป็นการรวมกันของซิลิคอนไดออกไซด์ (หรือที่เรียกว่าซิลิกาซึ่งที่มักพบในทรายและควอตซ์) และน้ำ, มีคำโฆษณาว่า โอปอลไฟ นั้น ช่วยปรับสมดุลการทำงานของสมองที่ผิดปกติ รักษาความผิดปกติของระบบไหลเวียนโลหิต และแม้แต่ปัญหาเกี่ยวกับการทำงานของไตและตับ ซื้อหากันในราคาเพียง 2,300 ดอลลาร์ต่อกะรัต



ภาพที่ 3 Poudretteite - 3,000 เหรียญ

ที่มา: <https://en.wikipedia.org/wiki/Poudretteite>

พุดเรเตต (Poudretteite) ค้นพบครั้งแรกใน ค.ศ. 1960 ในเทือกเขาเซนต์ฮิล (Mont St. Hilaire) เมือง ควิเบ็ก ประเทศแคนาดา พลอยหายากชนิดนี้ได้รับการตั้งชื่อตามครอบครัวหนึ่งในเทือกเขาเซนต์ฮิล ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการทำเหมืองแร่และเป็นผู้พบแร่ชนิดนี้ในครั้งแรก สูตรทางเคมีของมันเกิดจากการเกาะตัวกันอย่างประหลาด คือ $\text{KNa}_2\text{B}_3\text{Si}_{12}\text{O}_{30}$ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นเป็นอนุพันธ์ของ โพแทสเซียม โซเดียม โบรอน และซิลิกेट ค่าความแข็งอยู่ที่ 5 โมห์สเกล จึงเป็นพลอยเนื้ออ่อน ค่าความถ่วงจำเพาะ (Specific gravity) อยู่ที่ 2.51 จึงมีความเปราะบางสูง ไม่นิยมใช้ประโยชน์ในทางอุตสาหกรรม, ค่าดัชนีหักเห (Refractive index) อยู่ที่ 1.511 to 1.532 เป็นที่เลื่องลือมากในด้านความงามของสีชมพูส้มอ่อน ๆ ผสมเหลืองเบา มีจำหน่ายอยู่ในราคาเพียง 3,000 ดอลลาร์ต่อกะรัต



ภาพที่ 4 Demantoid Garnet - 3,300 เหรียญ

ที่มา: <https://www.irocks.com/minerals/specimen/37451>

เดม็อนทอย โกเมน (Demantoid Garnet) ถูกค้นพบในรัสเซียราวต้น ค.ศ. 1800 และใน ค.ศ. 1854 Nils Gustaf Nordenskiöld (นิล กุสตาฟ นอร์เดนสกีโอลด์) นักแร่วิทยาได้ระบุว่าเป็นโกเมนแบบแอนดราไดต์ (Andradite) คือลักษณะทั่วไปนั้น มีความโปร่งใส มีสีเขียวอมเหลืองถึงเขียว และมีการกระจายแสง (Dispersion) สูง ซึ่งจัดเป็นโกเมนที่มีค่าและหายากที่สุด ค่าดัชนีหักเห (Refractive index) อยู่ที่ 1.855 - 1.895 ปกติ 1.880 (นับว่าสูงมาก) ที่เรียกว่า Demantoid นั้น เพราะมาจาก Demant ในภาษาดัตช์ แปลว่า เพชร อัญมณีสีเขียวนี้ งามนี้เกิดจากการเกาะตัวกันอย่างเหนียวแน่นของเกล็ดกับแคลเซียมซิลิเกต สูตรทางเคมี $\text{Ca}_3\text{Fe}_2(\text{SiO}_4)_3$, มีค่าโฆษณาว่า เดม็อนทอยโกเมนนั้น สามารถใช้ในการรักษาโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ ปัญหาระบบภูมิคุ้มกัน หลอดเลือดแดงอุดตัน และสายตา และซื้อหาได้ในราคา 3,300 เหรียญต่อกะรัต ซึ่งมีราคาสูงกว่าโกเมนทั่วไป



ภาพที่ 5 Black Opal - 3,500 เหรียญ

ที่มา: <https://www.pinterest.com/pin/561401909796669278/>

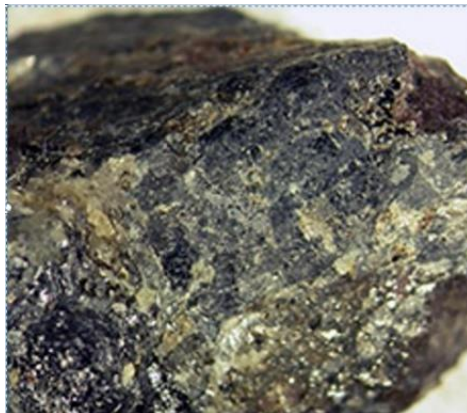
โอปอลดำ (Black Opal) แม้จะมีชื่อว่าดำ แต่อัญมณีชนิดนี้กลับมีสีรุ้งและพบได้ทั่วไปในออสเตรเลีย โดยเฉพาะในรัฐ นิวเซาท์เวลส์ สูตรทางเคมีของมัน คือ $\text{SiO}_2 \cdot n(\text{H}_2\text{O})$ หรือที่เรียกว่าไฮดรรัส ซิลิกา (Hydrous Silica) ไม่มีรูปร่างผลึกที่แน่นอน ค่าความแข็งอยู่ที่ 5.5 - 6.5 โมห์สเกล ค่าความถ่วงจำเพาะอยู่ที่ 1.98 - 2.50 ค่าความหักเหแสงเดี่ยว (Refractive index) อยู่ที่ 1.37 - 1.52 โอปอลดำจัดเป็นโอปอลที่หายาก และมีราคาแพง มีลักษณะกึ่งโปร่งแสงถึงทึบแสง มีประกายไฟ สวยงาม มีลักษณะสีเนื้อแร่ ในตัวเองเป็นสีดำ หรือเทาดำ หรือสีอื่น ๆ ที่ค่อนข้างมืดเข้ม เช่น น้ำเงินเข้ม เขียวเข้ม ดำ-น้ำตาลเข้ม และ ดำ เป็นต้น ซึ่งลักษณะสีเนื้อแร่ที่ค่อนข้างมืดนี้ จะทำให้ประกายสี ที่หลากหลาย ของโอปอลดำนั้น มีความงามที่เด่นชัดมาก มีคำโฆษณาเกี่ยวกับโอปอลดำว่า สีและลวดลายของอัญมณีชนิดนี้จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้เกิดความสงบ เป็นส่วนเสริมที่ยอดเยี่ยมสำหรับบ้านที่ต้องการความสงบ ซื้องาได้ในราคาเพียง 3,500 ดอลลาร์ต่ออะรัต!



ภาพที่ 6 Benitoite - 4,000 เหรียญ

ที่มา: <https://en.wikipedia.org/wiki/Benitoite>

เบนิทอยท์ (Benitoite) เป็นผลึกแก้วคริสตัลจากหินสีน้ำเงินที่มีลักษณะคล้ายน้ำค้างที่เกาะอยู่บนน้ำแข็ง ซึ่งมีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับไพลินอย่างมาก ถูกค้นพบครั้งแรกใน ค.ศ. 1907 / พ.ศ. 2450 และความงามที่หายากนี้ ถูกจัดให้เป็นอัญมณีอย่างเป็นทางการของรัฐแคลิฟอร์เนียตั้งแต่ ค.ศ. 1985 / พ.ศ. 2528 มีการขุดพบเกือบจะเรียกได้ว่าเฉพาะในแคลิฟอร์เนียเท่านั้น แร่นี้มีองค์ประกอบของ แบเรียม, ไททาเนียม, และโซโคโลซิลเกต ซึ่งส่วนใหญ่พบในที่ที่มีอุณหภูมิต่ำและความดันสูง มีค่าความแข็งอยู่ที่ 6 - 6.5 โมห์สเกล จัดอยู่ในกลุ่มพลอยเนื้ออ่อน ค่าความถ่วงจำเพาะอยู่ที่ 3.65 มีค่าดัชนีหักเห (Refractive index) อยู่ที่ 1.757-1.804 ความหายากของพลอยชนิดนี้ ทำให้เป็นที่ต้องการของนักสะสมอย่างมาก และมีราคาเพียง 4,000 ดอลลาร์ต่ออะรัตเท่านั้นเอง จึงจัดอยู่ในจำพวกของเครื่องประดับที่มีราคาแพงลิบลิ่ว



ภาพที่ 7 Musgravite - 6,000 เหรียญ

ที่มา: <https://geologyscience.com/gemstone/musgravite/>

มัสโคไวท์ (Musgravite) เป็นแร่ธาตุอีกชนิดหนึ่งของออสเตรเลียซึ่งค้นพบครั้งแรกใน ค.ศ. 1967 / พ.ศ. 2510 ซึ่งในตอนแรกนั้นเรียกว่า พิตช์แห่งมัสเกรฟ (Musgrave Range) ในออสเตรเลียใต้ พบครั้งแรกในเทือกเขามัสเกรฟ ประเทศออสเตรเลีย และต่อมาพบในมาดากัสการ์และกรีนแลนด์ และเป็นที่รู้จักเช่นกันในชื่อ แม็กเนสิโอ แทฟไฟต์ 6 เอ็น 35 เอส (magnesio taaffeite-6N'3S), มีสูตรทางเคมี คือ $\text{Be}(\text{Mg}, \text{Fe}, \text{Zn})_2\text{Al}_6\text{O}_{12}$ มีองค์ประกอบของ แมกนีเซียม เหล็ก และสังกะสี รวมถึงสารเคมีอื่น ๆ อีกมากมาย แร่ธาตุนี้มีสีสดใสและเป็นเงา มีค่าความแข็งอยู่ที่ 8 - 8.5 โมห์สเกล จัดอยู่ในกลุ่มพลอยที่มีเนื้อค่อนข้างแข็ง มีความแข็งพอเหมาะสำหรับการแกะสลักและเจียรในรูปทรงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ค่าความถ่วงจำเพาะ 2.76 - 2.88 ค่าดัชนีหักเห (Refractive index) อยู่ที่ 1.719 - 1.739 พลอยชนิดนี้มีหลายขนาด แต่ปกติจะหาได้ในขนาดเล็ก และเนื่องจากค่อนข้างหายาก จึงซื้อขายได้ในราคา 6,000 เหรียญต่อกะรัต

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยได้ข้อสรุปว่า มุสลิมมีประวัติยาวนานเกี่ยวกับส่วนร่วมในการถ่ายทอดวัฒนธรรม และค่านิยมเกี่ยวกับอัญมณีผ่านเส้นทางสายไหมทางทะเล, มุสลิมมีส่วนร่วมในสาขาอาชีพระดับต้นน้ำจนถึงปลายน้ำที่เกี่ยวข้องกับอัญมณี และมุสลิมมีส่วนร่วมในการทำให้อัญมณีหลากหลายชนิดถูกจัดอันดับว่าแพงที่สุดในโลก ข้อมูลภาคเอกสารบอกว่าพลอยและสินแร่ล้ำค่าต่าง ๆ ในประเทศไทยถูกขุด และสัมปทานออกไปจากประเทศไทยจนเกือบหมดแล้ว เหลืออยู่แต่เพียงพลอยก้อนเล็กและหายากเท่านั้น แต่การลงพื้นที่จริงภาคสนามในจังหวัดต่าง ๆ ทั้งใน

บริเวณที่ทราบกันทั่วไปว่าเคยมีการขุดพบอัญมณี และที่ไม่มีรายงานการขุดพบอัญมณี กลับพบข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับรายงานภาคเอกสาร เพราะยังคงมีพลอยขนาดใหญ่และเล็ก ที่ยังหลงเหลืออยู่ในประเทศไทยนอกเหนือจากจันทบุรีและตราดอีกเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากคนไทยนิยมพลอยเนื้อแข็ง ทำให้ไม่สนใจพลอยเนื้ออ่อนที่ยังไม่เป็นที่นิยมซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากยิ่งกว่าพลอยเนื้อแข็งในประเทศไทย เพราะไม่มีการกระตุ้นให้เกิดความนิยม จึงมีราคาไม่มากพอที่จะเอามาลงทุนแปรรูปขาย ผู้วิจัยยังพบสิ่งสะท้อนถึงการปิดบังข้อมูลที่แท้จริงเกี่ยวกับสินแร่ในประเทศไทยต่อสาธารณะชนด้วย นอกจากนี้ ยังพบอีกว่ามีการนำเข้าพลอยดิบหลายชนิดทั้งคุณภาพดี และคุณภาพด้อยแต่ปรับปรุงให้สวยงามเป็นที่นิยมได้จากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย ทั้งจากทวีปแอฟริกา เกษมาดากัสการ์ ศรีลังกา และจากประเทศต่าง ๆ ในทวีปเอเชียที่ขุดพบจากเหมืองเก่าและเหมืองใหม่เข้ามาปรับปรุงคุณภาพ และแปรรูปขายในประเทศไทย ทำให้ประเทศไทยไม่เคยขาดแคลนอัญมณีหมุนเวียนเพื่อการแปรรูปเลย นอกจากนี้ยังมีพลอยที่นักสะสมรุ่นเก่าเก็บไว้ ยังไม่ได้เอามาเจียรไนอีกเป็นจำนวนมาก

อภิปรายผล

ในขณะที่ความสามารถด้านการปรับปรุงคุณภาพพลอยของคนไทยมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ขาดคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจและเห็นความสำคัญ ในตลาดพลอยของไทยนั้น ยังคงพบการผลิตและปรับปรุงคุณภาพพลอยทั้งที่ผ่านการเผ่าเก่า เผ่าใหม่ และเผาแบริลออกมาอยู่เสมอ จึงมองไม่เห็นว่าการค้าอัญมณีของไทยจะล่มสลายได้อย่างไรถ้าคนไทยยังมีกำลังซื้อสูง แต่สิ่งที่น่าวิตกที่จะทำให้กำลังซื้อของคนไทยลดลงอย่างต่อเนื่องคือ กฎหมายสัมปทานสินแร่ในประเทศไทยที่เป็นปัญหาใหญ่ซึ่งต้องไล่ทั้ง เขียนใหม่ และต้องทำให้ผ่านการรับรองในรัฐสภาและปรากฏการณ์ที่เข้าขั้นวิกฤติคือ ประชาชนคนไทยมีความสามารถในการเข้าถึงอัญมณี แต่ไม่มีทุนทรัพย์และความรู้พอที่จะเข้าถึงสถาบันที่จะช่วยรับรองคุณภาพของอัญมณีเหล่านั้น เพราะรัฐไทยยังคงติดค่านิยมของนอกสถาบันรับรองของต่างประเทศดีกว่าของไทย และยังคิดว่าการพยายามทำเองต้องเสียงบประมาณมากไม่คุ้ม จึงไม่ได้สนับสนุนให้มาตรฐานการรับรองของไทยทัดเทียมของนอก แต่ผู้วิจัยกลับเห็นว่าชาวต่างชาติเหล่านั้นเห็นค่าและทักษะด้านอัญมณีของคนไทยมากกว่ารัฐบาลไทย เพราะเขานิยมหอบพลอยของเขาข้ามน้ำข้ามทะเลมาให้คุณคนไทยปรับปรุงคุณภาพ รวบรวมนำเข้าแรงงานช่างเจียรไนของไทยจากประเทศไทยเขาไปรับจ้างเจียรไนในประเทศของพวกเขาอยู่เขาหลายประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้เชิงนโยบาย

1. รัฐต้องจัดให้มีสถาบันตรวจสอบ รับรอง และประเมินค่าอัญมณีที่น่าเชื่อถือตามมาตรฐานสากลให้มากขึ้น หากมีข้อยุ่งยากเกี่ยวกับมาตรฐานสากล รัฐต้องจัดให้มีสถาบันขึ้นตามมาตรฐานของรัฐ และมีนวัตกรรมเชิงรุกในการกระตุ้นให้คนรู้จักอัญมณี มีการตั้งโต๊ะตรวจฟรีเพื่อรับรองและประเมินค่าอัญมณีฟรีอย่างน้อย 2 ครั้งต่อเดือน
2. รัฐต้องส่งเสริมให้มีความนิยมใหม่ต่อพลอยชนิดใหม่ที่ค้นพบในประเทศไทยและทำให้มีราคาสูงเพื่อกระตุ้นความสนใจในการลงทุนแปรรูปและขายพลอยชนิดนั้น และเก็บค่าธรรมเนียมราคาถูกในการตรวจสอบและประเมินราคาอัญมณี แต่ไปทำกำไรจากการจัดประมูลอัญมณีแทนเหมือนที่ในทำประเทศเมียนมา และประเทศในยุโรปทำเพื่อสร้างรายได้และกระตุ้นความสนใจให้ประชาชน
3. รัฐต้องรับผู้เชี่ยวชาญด้านอัญมณีผู้มากประสบการณ์มาประกอบการทำงานในสถาบันรับรองของรัฐ ผู้เชี่ยวชาญที่สามารถพิสูจน์พลอยได้ด้วยตาเปล่าควรได้รับการสนับสนุนด้านเครื่องมือตรวจและมีการจัดอบรมฟรีมีประกาศนียบัตรให้ และจัดหลักสูตรฝึกฝนต่อแก่คนรุ่นใหม่ในระดับ ปวช. , ปวส., ป. ตริ, ป. โท และ ป. เอก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. รัฐต้องทำให้อัญมณีมีมูลค่ามั่นคงจนเป็นหลักทรัพย์ที่สามารถนำไปจำนำในร้านรับจำนำ นำไปจำนองในธนาคาร เพื่อที่ผู้วิจัยและประชาชนผู้ครอบครองพลอยจะสามารถเปลี่ยนสินทรัพย์ให้เป็นทุน
2. รัฐควรสนับสนุนผู้วิจัยด้วยการเชิญเข้าร่วมเสนอโครงการวิจัย หรือเชิญเข้าร่วมโครงการวิจัยด้านอัญมณี และสินแร่ที่มีกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงอุตสาหกรรม และ กระทรวงพาณิชย์ร่วมกันออกทุนให้

บรรณานุกรม

- โทมัสอาร์เธอร์ (2008). *อัญมณี: คุณสมบัติประจำตัวประชาชนและการใช้งาน*. สำนักพิมพ์นิวฮอลแลนด์.
- ปีเตอร์ จี (2005). *อัญมณีวิทยา*. บัตเตอร์เวิร์ธ-ไฮเนมันน์.
- สมาน อิสมาแอล. (2563). *การมีส่วนร่วมของมุสลิมสายสุนนีย์และสายชีอะฮ์ในทางการเมืองสยาม*. ปรินซ์นิพนธ์ดุซงึนบัณฑิต,ปัตตานี, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี
- Rob L., Danmekis, Didier D., Don G., Alextryan, David W., Kelly N., Dave D., and M. (2023). *The Rarest and Most Expensive Gemstones Across the World*. สืบค้น June 12, 2023 from www.ba-bamail.com/nature/the-rarest-and-most-expensive-gemstones-across-the-world/

- Daniel Howell. (2012). Strain-induced birefringence in natural diamond: A review. *European Journal of Mineralogy*, 24(4), 575-585
- PWsalestone. (2023). *เยออามีแยไวต์ (Jeremejevite)*, สืบค้น June 12, 2023 from <https://www.pwsalestone.com/category/264/%E0%B9%80%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%A2%E0%B9%84%E0%B8%A7%E0%B8%95%E0%B9%8Cjeremejevite>
- Minikar. (2023). *แร่ธาตุที่หายากที่สุดในโลก*, สืบค้น June 4, 2023 จาก <https://minikar.ru/th/money/samye-udivitelnye-mineraly-samye-redkie-i-dorogie-kamni-v-mire/>
- BGL (2020), *ข้อมูลอัญมณี/Gemstone Information*, สืบค้น June 12, 2023 จาก <https://bgl.chanthaburi.buu.ac.th/2018/gallery.php>
- Gemstones. (2023) *Opal information*, สืบค้น June 17 2023 จาก <https://gemstones.comprenature.com/>
- Yavorskyy. (2024). *Largest Faceted Jeremejevite in Yavorskyy collection*. Retrieved January 12, 2024 from <https://yavorskyy.com/blogs/news/jeremejevite-the-new-rare-name-to-collect-and-treasure>
- Wie W. (2009), *Fire Opal*. Retrieved June 12, 2023 from <https://the-gemstones.blogspot.com/2009/05/fire-opal.html>
- Etsy. (2022). *Crystal Universe Shops: Ethiopian Opal Crystal*. Retrieved June 12, 2023 from <https://www.etsy.com/listing/906163451/ethiopian-opal-crystal-smooth-fire-opal>
- Ebay. (2024). *POUDRETTEITE*, Retrieved May 5, 2024 from <https://www.ebay.pl/itm/134601581124>
- CushionGem. (2016), *5.70 Cushion Russian Demantoid Andradite Garnet*. Retrieved January 5, 2023 from <https://www.cushiongem.com/exotic/570cushion-russian-demantoid-garnet-ooeo300oe>
- ZHUANBA. (2024). *8X10mm Black Opal Stone Loose Beads Oval Shape for Jewelry Making*. Retrieved January 5, 2023 from <https://www.ubuy.vn/en/product/S846HM0-8x10mm-black-opal-stone-loose-beads-gemstones-oval-shape-flat-base-cabochon-created-gemstone-for-jew>

- Lore Kiefert. (2014). *Pieces of black opal from the Stayish mine*. Retrieved January 5, 2023 from <https://www.ubuy.vn/en/product/S846HM0-8x10mm-black-opal-stone-loose-beads-gemstones-oval-shape-flat-base-cabochon-created-gemstone-for-jew>
- Edy Suryanto. (2003). *1.83 ct Rich Violet Blue Benitoite - Bijoux Extraordinaire*, Retrieved January 5, 2023 from <https://id.pinterest.com/pin/430234570646020028/>
- Pavel Kartashov. (2007). *Magnesiotaaffeite-6N'3S*. Retrieved January 5, 2023 from https://www.mindat.org/gallery-2490.html?frm_id=pager&cform_is_valid=1&min=&loc=&u=2490&potd=&pco=&d=&showtype=0&photoclass=0&phototype=0&checkall=0&rockmin=1&filtmin=0&filtcountry=0&loctxt=&keywords=Magnesiotaaffeite-6N%E2%80%993S&mycol=0&orderxby=1&submit_pager=Filter+Search
- DonGuennie. (2015). *Musgravit-G-EmpireTheWorldOfGems.jpg*. Retrieved January 5, 2023 from <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=40342231>

Service Quality Outpatients at Kasemrad Hospital Ramkhamhaeng Bangkok

Kawalin Ninae¹, Tosaporn mahamud^{2*}

^{1,2*}Graduate School of Business Administration, Kasembundit University, Bangkok

Corresponding Author; E-mail: tosaporn.mah@kbu.ac.th^{2*}

Received: 13 May 2024

Revised: 25 June 2024

Accepted: 27 June 2024

Abstract

The objective of this study was to evaluate the quality of service in the outpatient department at Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng. The statistical methods employed for hypothesis testing included the t-test and ANOVA analysis, utilizing the F-test (One-way ANOVA), Pearson Product Moment Correlation, and Multiple Regression Analysis.

Findings and Recommendations: The study highlights several recommendations for improving healthcare services. It is essential for healthcare facilities to have doctors, professional nurses, and specialized staff with expertise. There should be a preparation of standard and modern equipment to ensure readiness for service at all times. The staff should be attentive to patients, dispense quality medication, and facilitate treatment services that are both accurate and reliable. Services should be delivered with promptness and gentleness, following a sequence of uncomplicated steps, allowing users easy access to the service. Additionally, cost estimates and information on various rights should be clearly communicated to service recipients. Providing useful advice and follow-up after service is also crucial.

Keywords: Quality of Service, Hospital Outpatient Department, Satisfaction

Introduction

The World Health Organization (WHO) defines "health" as a state of complete physical and mental well-being, including living happily in society, and not merely the absence of disease or infirmity (Lee, 2008). In the era of globalization, significant influences on economic and social development are evident through various changes, including demographic shifts and industrial development, which contribute to environmental degradation (Clammer, 2013). These changes have notable impacts on physical health, leading to increased attention to healthcare and a growing demand for health-related products and services. The liberalization of trade, such as the ASEAN Economic Community, has spurred continuous growth in health-related businesses, including health food industries and medical services for both treatment and prevention (Plummer & Click, 2009).

Thailand acknowledges the importance of this trend and aims to promote health tourism development in line with the National Health Development Plan under the National Economic and Social Development Plan No. 12. This plan sets the foundation for strengthening the health system over the next five years, transforming public health practices into concrete actions that contribute to the country's economic growth both directly and indirectly (Teh, 2007).

Key strategies focus on enhancing the health of Thai people by fostering collaboration between the government and private sectors to develop a robust health system capable of adapting to future changes (Bosworth, 2005). These strategies include establishing disease prevention and health risk control systems, promoting fairness and reducing inequality in health services, improving health workforce management, and advancing technology and targeted industries within the public health service sector. The ultimate goal is to position Thailand as the Medical Hub of ASEAN by 2025 (Gozzoli, ----). The satisfaction of health service recipients reflects their attitude toward the service, measured by the alignment between their expectations and the actual service received. It is a multi-dimensional perspective that serves as a component in healthcare evaluation, partially indicating service quality and organizational efficiency in enhancing medical care and meeting recipient expectations. When service recipients are satisfied, their specific needs are met, fostering trust and encouraging repeat use of the service. This satisfaction also enhances the hospital's reputation and image, leading to an increase in service utilization (Harryono et al., 2006).

Based on this information, the researcher is interested in conducting a study titled "Quality of Service in the Outpatient Department at Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital" to develop high-quality and impressive services for recipients. The objectives of the study are to evaluate the quality of service in the outpatient department and to assess the level of satisfaction among outpatient department service recipients at Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital.

Literature Review

It is noted that the quality of service is derived from the expectations of consumers. When service users receive satisfactory service that meets their expectations in five key areas, their satisfaction is positively impacted. These areas are as follows:

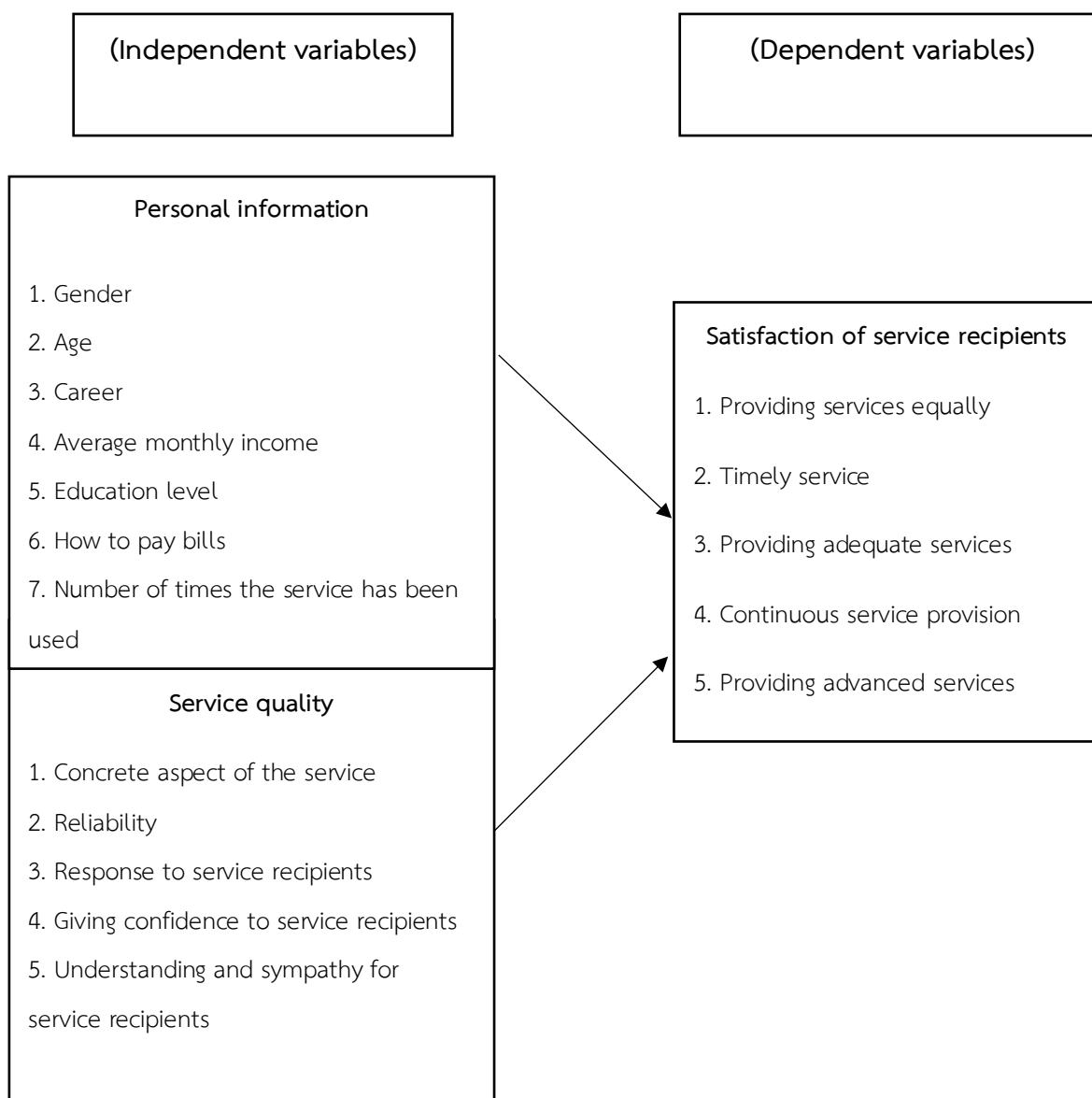
1. **Tangibility of Service:** This includes various facilities such as location, cleanliness of the premises, seating arrangements for waiting, and parking convenience.
2. **Reliability:** This encompasses the knowledge about diseases, diagnosis, and medical treatment, as well as the provision of information and advice on all related matters by hospital personnel, such as guidance on treatment procedures.
3. **Responsiveness:** This refers to the readiness and willingness to provide timely services, addressing the needs of service recipients promptly and efficiently, without long waiting times.
4. **Assurance:** This implies that the service provider possesses the skills, knowledge, and abilities to deliver services with politeness, good manners, and professionalism, instilling trust and confidence in service recipients.
5. **Empathy:** This pertains to the service provider's personality traits, including knowledge, abilities, behavior, hospitality, and friendliness (Bebko, 2000).

In conclusion, the concept of service involves assisting or operating for the benefit of others. Good service leaves service recipients impressed and admiring the organization, thus enhancing the organization's image. The success of any task often relies on effective service as a supporting tool. This encompasses public relations, academic matters, and collaboration from officials at all levels, which are essential in driving the development of quality and effective services (Greenhalgh et al., 2014).

Conceptual Framework

From the above research the study has relied on theories about service and service quality, and theories related to satisfaction in order to summarize and coordinate the conceptual framework for studying user satisfaction with the quality of service in the outpatient department of Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng.

As follows:



Research Methodology

A study on the quality of service in the outpatient department of Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng. The objective was to study the quality of service in the outpatient department of Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng. Level of satisfaction with the services provided by the outpatient department at Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng. Comparison of satisfaction with the services provided with the outpatient department at Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng, classified by personal information. and service quality has an influence on satisfaction with services provided by the outpatient department at Kasemrad Hospital. Ramkhamhaeng to lead to suggestions and guidelines for further improvement regarding the quality of outpatient services at Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital, the study methods were determined as follows.

$$\text{Substitute } n = (.50)(1-.50)(1.962)/(.052)$$

$$n = (.5)(.5)(3.8416)/.0025$$

$$n = .9604/.0025$$

$$n = 384.16$$

Results

study of Quality of service in the outpatient department of Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng. The study population was service recipients of the outpatient department of Kasemrad Hospital, Ramkhamhaeng. A total of 400 sets of questionnaires were used as data collection tools and 400 sets were returned. It is 100 percent of the questionnaire on service quality influencing satisfaction with services in the outpatient department of Kasemrad Hospital Ramkhamhaeng.

Quality of service	Std.		Test		
	B	Error	Beta	t	Sig
(Constant)	-.549	.101		-5.462	.000
Concrete aspect of service	-.270	.037	-.453	-7.236	.000**
Reliability and trust in the service	.310	.059	.365	5.284	.000**
Response to service recipients	.145	.034	.189	4.249	.000**

In terms of providing confidence to

service recipients	.628	.051	.685	12.331	.000**	yes
sympathy for service recipients	.060	.041	.090	1.470	.142	No

Statistically significant at the .01 level (2-tailed).

Service quality influences satisfaction with outpatient services at Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital. It was found that service quality Aspects of the concreteness of the service, trust in the service Response to service recipients and providing confidence to service recipients It has a significant influence on service satisfaction at the .05 level.

Summary of Results

The study of the quality of services in the outpatient department of Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital has the objectives. To study the quality of services provided by the outpatient department of Kasemrad Hospital Ramkhamhaeng. The level of satisfaction in the services provided by the outpatient department of Kasemrad Hospital Ramkhamhaeng. Compare satisfaction with the services provided by the outpatient department of Kasemrad Hospital. Ramkhamhaeng residents classified by personal information and service quality has an influence on satisfaction with the outpatient services at Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital, using 400 sets of questionnaires as a tool for collecting data and using statistics to analyze the data, namely percentages, averages, Hypotheses were tested using t-test, (One-Way ANOVA) and Multiple Regression Analysis. The results of data analysis can be summarized as follows.

Information on the level of satisfaction with the outpatient services of Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital.

From studying the data, it was found that the level of satisfaction in the service was provided. The average value is included in form of the level of high satisfaction. And when considering the level of satisfaction at the high opinion level, 5 items consisted of continuous service provision. Adequate service provision providing services in a timely manner, providing services equally and advanced services, respectively.

Providing services equally the average value is included in the level of high satisfaction. And when considering the level of satisfaction, three items were at a very satisfied level,

consisting of receiving services without discrimination. 1 item was at a moderate level of satisfaction, consisting of ordering services using a queue system in order.

Providing services in a timely manner, the average value is included in the level of high satisfaction. And when considering the level of satisfaction, three items were at a very satisfied level, consisting of the medication withdrawal process. and various equipment at the appropriate time There are doctors ready to provide treatment 24 hours a day, and the waiting times for payment and receiving medicine are within reasonable time, respectively.

Adequate service provision, the average value is included in the level of high satisfaction. And when considering the level of satisfaction 3 items were at a very satisfied level, consisting of a sufficient number of bathrooms for service users. There are facilities for service recipients who need them. and there is an adequate shuttle service to the parking location, respectively. Continuous service provision the average value is included in the level of high satisfaction. And when considering the level of satisfaction, 2 items were at a very satisfied level, consisting of having facilities available 24 hours a day and having security guards stationed at service points, respectively.

Advanced service provision the average value is included in the level of high satisfaction. And when considering the level of satisfaction 1 item was at a very satisfied level, consisting of there being regular improvements to buildings. Two items were at a moderate level of satisfaction, consisting of being informed of various benefits or promotions through the QR CODE system and being able to check the doctor's examination date via online channels, respectively.

Suggestions

From the research results It was found that the quality of service that affects satisfaction with the outpatient services of Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital is the concreteness of the service. Reliability and trust in the service Response to service recipients and providing confidence to service recipients the researcher has additional suggestions as follows:

1) Concrete aspect of the service Hospitals should set up a place to prepare equipment used for medical treatment - to help doctors to facilitate diagnosis and treatment and be available at all times. There are staff who pay attention to patients. pay quality and facilitate patients during treatment

2) Reliability and trust in services Hospitals should provide standard and modern tools and equipment to provide services, have doctors, professional nurses, and specialized staff to provide services. that is accurate and reliable

3) Response to service recipients Hospitals should provide services quickly. Enthusiastic and willing to provide services Provide service with gentleness There is a service that is in a sequence of steps that are not complicated. Service users can easily access the service and the service must be distributed evenly. To prevent service recipients from having to wait a long time.

4) In terms of providing confidence to service recipients Hospitals should have specialized doctors to provide accurate explanations about diseases and care 24 hours a day, and be serviced by employees who have the skills, knowledge and ability to provide accurate information. Estimate costs and notify various rights Let service recipients know including Ask for information about the service recipient before treatment.

5) In terms of understanding and sympathy for service recipients, the hospital should take care of the service recipient and give advice that is beneficial to the service recipient. And there is follow-up after receiving the service.

Suggestions for next study

The next research study should focus on expectations for receiving services in the outpatient department of Kasemrad Ramkhamhaeng Hospital.

References

- Bebko, C. P. (2000). Service intangibility and its impact on consumer expectations of service quality. *Journal of services marketing*, 14(1), 9-26.
- Bosworth, B. (2005). *Economic growth in Thailand: The macroeconomic context*. world Bank project on the investment climate, firm competitiveness and growth in Thailand. Available at:
<http://www.brookings.edu/es/research/projects/develop/develop.htm>.
- Clammer, J. (2013). *Culture, development and social theory: towards an integrated social development*. Zed Books Ltd.
- Gozzoli, P. C. Medical Tourism, Medical Hub and Thailand 4.0.

- Greenhalgh T, Swinglehurst D, Stones R. (2014). Rethinking resistance to 'big IT': a sociological study of why and when healthcare staff do not use nationally mandated information and communication technologies. Southampton (UK): *NIHR Journals Library*; 2014 Nov. PMID: 27466649.
- Harryono, M., Huang, Y. F., Miyazawa, K., & Sethaput, V. (2006). Thailand medical tourism cluster. *Harvard Business School Microeconomics of Competitiveness*, 1-31.
- Lee, K. (2008). *The World Health Organization (WHO)*. Routledge.
- Plummer, M. G., & Click, R. W. (2009). *The ASEAN economic community and the European experience. In Towards Monetary and Financial Integration in East Asia*. Edward Elgar Publishing.
- Teh, I. (2007). Healthcare tourism in Thailand: Pain ahead?. *Asia-Pacific Biotech News*, 11(8), 493-497.

นโยบายการส่งเสริมฮาลาลและการสนับสนุนธุรกิจฮาลาลในประเทศไทย

บัณฑิต อารอมัน^{1*}

^{1*}วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: banditalya@gmail.com^{1*}

Received: 29 May 2024

Revised: 25 June 2024

Accepted: 27 June 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนโยบายการส่งเสริมฮาลาลและการสนับสนุนธุรกิจฮาลาลในประเทศไทย มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์การดำเนินการของรัฐบาลในการส่งเสริมธุรกิจฮาลาล โดยการศึกษาเน้นการวิเคราะห์นโยบายของภาครัฐ กลไกการดำเนินงาน และการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจฮาลาล ซึ่งมีศักยภาพสูงในการเพิ่มจีดีพี (GDP) ให้กับประเทศ

ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลไทย มีการขับเคลื่อนนโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมและธุรกิจฮาลาลผนวกเข้ากับนโยบายการค้าของกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรม รวมถึงการผลักดันการมีส่วนร่วมขององค์กรต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ การบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ช่วยให้การพัฒนาและส่งออกสินค้าฮาลาลของไทยมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การส่งเสริมนโยบายของรัฐบาลโดยการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ และการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง ช่วยส่งเสริมการพัฒนาและการส่งออกสินค้าฮาลาลของไทย ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจีดีพี (GDP) ให้กับประเทศอย่างมีนัยสำคัญ การมีนโยบายที่ชัดเจนและการสนับสนุนที่ครอบคลุมทุกด้าน เช่น นโยบายการจัดตั้งกรมฮาลาล นโยบายจัดตั้งสถาบันฮาลาลแห่งประเทศไทย และนโยบายสนับสนุน Soft Power ที่ใช้อาหารฮาลาลเป็นแรงจูงใจกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจฮาลาลในประเทศไทยมีความก้าวหน้าและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

คำสำคัญ: นโยบาย, ฮาลาล, ตลาดมุสลิม, เศรษฐกิจ

Policies to Promote Halal and Support Halal Businesses in Thailand

Bandit Aroman^{1*}

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

Corresponding Author; E-mail: banditalya@gmail.com^{1*}

Received: 29 May 2024

Revised: 25 June 2024

Accepted: 27 June 2024

Abstract

The study on the policy of promoting halal and supporting halal businesses in Thailand aims to analyze the government's actions in promoting the halal business. This study focuses on analyzing government policies, operational mechanisms, and the integration between agencies related to the halal business, which has high potential to increase the country's GDP.

The study found that the Thai government has been driving policies to support the halal industry and businesses by integrating these policies with the trade policies of the Ministry of Commerce and the Ministry of Industry. Additionally, systematic involvement of various organizations has been encouraged. This integration between different agencies helps strengthen and increase the efficiency of developing and exporting Thai halal products.

The government's promotion policies through the integration between various agencies and the continuous drive of these policies have significantly contributed to the development and export of Thai halal products, which are likely to increase the country's GDP. Clear policies and comprehensive support in all areas, such as the policy to establish the Halal Department, the policy to establish the Halal Institute of Thailand, and the policy to support Soft Power by using halal food as an incentive for Muslim tourists, are crucial factors that help advance the halal business in Thailand and enhance its competitiveness in the global market.

Keywords: Policy, Halal, Muslim, Economy

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกอาหารฮาลาลใหญ่เป็นอันดับที่ 11 ของโลก โดยมีมูลค่าการส่งออกรวมประมาณ 35,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 2.44 ของตลาดโลก สินค้าอาหารฮาลาลหลักที่ไทยส่งออก ได้แก่ ข้าว แป้งมันสำปะหลัง น้ำตาลทราย ผลไม้สด ผัก ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ สินค้าประมง ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ (เนื้อไก่) และอาหารทะเลแปรรูป ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปต่าง ๆ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2564)

ปัจจุบัน สหรัฐฯ เป็นผู้ส่งออกอาหารฮาลาลรายใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 8.91 ตามมาด้วยเนเธอร์แลนด์ เยอรมนี จีน และฝรั่งเศส สำหรับไทย น่าสนใจว่าแม้จะไม่ใช่ประเทศมุสลิม แต่ก็เป็นหนึ่งในผู้ส่งออกอาหารฮาลาลที่สำคัญ มีผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลในประเทศประมาณ 140,000 ราย โดยร้อยละ 95 หรือกว่า 133,000 ราย ไม่ใช่ผู้ประกอบการมุสลิม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดฮาลาลเปิดกว้างในการนำเข้าสินค้าจากทั่วโลก รวมถึงผู้ประกอบการ SME ไทยที่มีโอกาสขยายตลาดอาหารฮาลาลในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ นโยบายการส่งเสริมฮาลาลและการสนับสนุนธุรกิจฮาลาลในประเทศไทยจึงต้องประเมินตลาดอาหารฮาลาลของกลุ่มประเทศมุสลิม (OIC) โดยเฉพาะกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง กลุ่มประเทศตะวันออกกลางมีประชากรรวม 396 ล้านคน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศความร่วมมือรัฐอ่าวอาหรับ (GCC) ซึ่งประกอบด้วย บาห์เรน คูเวต โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ที่มีประชากรมุสลิมมากกว่าร้อยละ 90 และต้องพึ่งพาการนำเข้าอาหารฮาลาลเป็นส่วนใหญ่ ไทยส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลไปยังตลาดเหล่านี้รวมกันประมาณปีละ 1,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสินค้าหลักที่ส่งออก ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปร้อยละ 43.6 ข้าวร้อยละ 17.6 ผัก-ผลไม้กระป๋องและแปรรูป รวมถึงน้ำผัก-ผลไม้ร้อยละ 8.3 ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปร้อยละ 5.5 น้ำตาลทรายร้อยละ 3.3 และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 2.7 (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564)

นอกจากกลุ่มประเทศมุสลิมแล้ว ประเทศนอกกลุ่ม OIC ที่มีความต้องการอาหารฮาลาลสูง ได้แก่ อินเดีย จีน และสิงคโปร์ โดยเฉพาะอินเดียซึ่งมีประชากรมุสลิมถึง 195 ล้านคน และรัฐทางภาคเหนือที่นิยมบริโภคมังสวิรัต อาจขยายฐานไปสู่ตลาดฮาลาลได้ง่าย อย่างไรก็ตาม การเข้าตลาดอาหารฮาลาลในประเทศเหล่านี้จำเป็นต้องพิจารณาโอกาสและข้อจำกัดของแต่ละตลาดอย่างรอบคอบ

บทบัญญัติอิสลามกับฮาลาล

“ฮาลาล” เป็นคำมาจากภาษาอาหรับ แปลว่า อนุมัติ อนุญาต หมายความว่า สิ่งของ หรือการกระทำใด ๆ การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนาอิสลาม ครอบคลุมทั้งสินค้าและบริการที่เป็นอาหารและมิใช่อาหาร ครอบคลุมไปถึงส่วนประกอบ ส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตอาหาร สารเคมีต่าง ๆ

เครื่องสำอาง ตลอดจนโรงงาน รวมทั้งสถานบริการต่าง ๆ อาทิ ร้านอาหาร โรงแรม โรงพยาบาล กิจการท่องเที่ยว สายการบิน เป็นต้น ในส่วนของสินค้าอาหารฮาลาล มีข้อกำหนดหลักคือ ต้องเป็นสินค้าที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อหมู ตลอดจนสารต้องห้ามเจือปน และเป็นเนื้อสัตว์ที่ได้รับการฆ่าอย่างถูกต้องตามข้อกำหนดของศาสนาอิสลาม สำหรับเครื่องดื่มต้องไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์

ฮาลาล จึงจำเป็นต้องมีมาตรฐานฮาลาลตั้งแต่ต้นจนถึงมือผู้บริโภค ฮาลาล ต้องไม่มีการปนเปื้อนของสิ่งต้องห้ามตามหลักการของศาสนาอิสลาม อย่างไรก็ตาม ก็มีอาหารบางชนิดที่ถือว่าเป็นอาหารฮาลาลได้ เช่น น้ำบริสุทธิ์ที่มาจากธรรมชาติ ผัก ผลไม้ นม และไข่ ดังนั้นอาหารฮาลาล สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม นั่นคือ กลุ่มที่ถือว่าเป็นอาหารฮาลาลโดยธรรมชาติ และกลุ่มอาหารฮาลาลที่ต้องมีขั้นตอนถูกต้อง ตามหลักศาสนาอิสลาม โดยกลุ่มอาหารฮาลาลที่ต้องมีขั้นตอนถูกต้อง ตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งมีสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานที่รับรองว่าสินค้าเป็นอาหารฮาลาล

มุสลิมบริโภคอาหารฮาลาลที่มั่นใจว่าเป็นไปตามหลักศาสนา มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย ถูกสุขอนามัย ปราศจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนา (ฮารอม) และไม่มีสารปนเปื้อนที่ไม่ได้รับอนุญาต ส่วนในด้านผู้ประกอบการที่ได้รับประโยชน์ทางธุรกิจ ต้องใส่ใจในกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และปฏิบัติตามข้อกำหนดของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยอย่างเคร่งครัดในการรับรองอาหารฮาลาล มุสลิมจึงมีวิถีการดำเนินชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ภายใต้การ “อนุมัติ” หรือ “อนุญาต” หรือเรียกว่า “ฮาลาล” ตามหลักคำสอนทางศาสนา อาทิ การรับประทานอาหาร เครื่องดื่ม ยารักษาโรคที่มีวัตถุดิบและกระบวนการปรุง การผลิตที่ฮาลาล (สฤติย์พงษ์ มั่นหล้า และวัชรกร มยุรี, 2561)

ความสำคัญของธุรกิจฮาลาล

รัฐบาลไทยมีรายได้จากสินค้าฮาลาลกว่า 1 ล้านล้านบาท มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกมุสลิมเฉพาะอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลถือเป็นประเทศผู้ส่งออกอันดับที่ 8 ของโลก และเป็นอันดับที่ 2 ของอาเซียน โดยประเภทอาหารที่ส่งออกมากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่ 1) ผลไม้สด แช่แข็ง แช่เย็น จำนวน 6,941 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 2) ข้าว จำนวน 5,144 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 3) อาหารทะเลกระป๋องแปรรูป จำนวน 3,744 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ 4) น้ำตาลทราย จำนวน 3,452 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และ 5) ผลไม้กระป๋องแปรรูป จำนวน 1,793 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566)

ธุรกิจฮาลาลไม่ได้หมายความว่า เป็นธุรกิจของมุสลิมเท่านั้น แต่เป็นธุรกิจที่ใช้ให้สอดคล้องกับตลาดมุสลิม โดยประเทศที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่จำนวนมากจะเป็นตลาดสำคัญของธุรกิจฮาลาล โดยเฉพาะจีน (ประชากรมุสลิมประมาณ 25 ล้านคน) อินเดีย (ประชากรมุสลิมประมาณ 209 ล้านคน) และกลุ่มประเทศมุสลิมหรือ OIC (ประชากรมุสลิมประมาณ 1,900 ล้านคน) กลุ่มตลาดมุสลิมมีความต้องการกระบวนการรับรอง

มาตรฐานฮาลาลภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับตามหลักการศาสนา สอดคล้องกับข้อมูลสถิติประชากรโลกของ ศูนย์วิจัยพิว (Pew Research Center) พบว่า ในปี พ.ศ. 2565 มีประชากรนับถือศาสนาอิสลาม 1,900 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.54 ของประชากรโลก แสดงให้เห็นว่าตลาดผู้บริโภคชาวมุสลิม ถือเป็นตลาดขนาดใหญ่ ที่มีศักยภาพ อีกทั้งผู้บริโภคชาวมุสลิมมีแนวโน้มการใช้จ่ายขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2564 ตลาดอุตสาหกรรมฮาลาลโลกมีขนาดถึง 2.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มที่มี ส่วนแบ่งอยู่ที่ประมาณ 1.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 60 ของอุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งหมด ทั้งนี้ คาดว่าในช่วง 5 ปีข้างหน้า การเติบโตของตลาดอุตสาหกรรมฮาลาลทั้งหมด จะขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ ร้อยละ 7.5 ทั้งนี้ ณ เดือนกันยายน 2566 ไทยมีบริษัทที่ได้รับรองมาตรฐานฮาลาลกว่า 15,000 บริษัท มี ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลมากกว่า 166,000 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คิด เป็นร้อยละ 82.1 (ชีวานนท์ กันยัภวัฒน์, 2567)

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังไม่พบว่า มาตรฐานฮาลาลที่ถูกนำมาใช้จริงนั้นมีรูปแบบเป็นอย่างไร ไม่ว่าจะเป็น ร้านอาหารฮาลาล โรงแรมฮาลาล การท่องเที่ยววิถีฮาลาล ซึ่งแม้ว่าจะมีโลโก้ฮาลาลหรือสัญลักษณ์ มาตรฐานฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยแล้ว ยังไม่สามารถสร้างมาตรฐานเดียวกันว่าโล โก้ดังกล่าวจะสอดคล้องกับมาตรฐานฮาลาลที่เป็นที่ยอมรับอย่างแท้จริง โดยมาตรฐานฮาลาลใช้ได้เพียงการยืนยัน ว่ากระบวนการผลิตมีการใช้วัตถุดิบที่ไม่ขัดต่อหลักการศาสนาอิสลาม และเป็นที่อนุญาตในการใช้ดื่มใช้บริโภค และรับประทาน อย่างไรก็ตาม มาตรฐานฮาลาลไม่ได้ใช้กับเพียงสินค้าอุปโภคบริโภคเพียงอย่างเดียว แต่หมาย รวมไปถึงการบริการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร โรงพยาบาล ซึ่งการรับรองมาตรฐานฮาลาลในภาคส่วนนี้ยังไม่อยู่ใน การรับรู้กระแสหลักมากนัก

จากผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับตลาดอาหารฮาลาลโลกยังมีข้อค้นพบที่มีนัยสำคัญต่อการเติบโตใน อนาคตว่า ตลาดมุสลิมมีแนวโน้มเติบโตขึ้นในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า โดยมีการคาดการณ์มูลค่าทางการค้าในปี 2028 ถึง 11.5 ล้านล้านบาท เนื่องจากจำนวนประชากรมุสลิมมีแนวโน้มเติบโตขึ้นตามลำดับ ด้วยเหตุนี้ธุรกิจฮา ลาลที่นอกเหนือจากประเภทอาหาร ยังมีธุรกิจฮาลาลอื่น ๆ ที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจการท่องเที่ยวฮาลาล ธุรกิจโรงแรมฮาลาล ธุรกิจเครื่องสำอางและยาฮาลาล ด้วยเหตุนี้ การศึกษานโยบายการส่งเสริมฮาลาลและการ สนับสนุนธุรกิจฮาลาลในประเทศไทย ถือเป็นส่วนสำคัญในการวิเคราะห์ว่า รัฐบาลมีพัฒนาการอย่างไร และมี แนวโน้มอย่างไรต่อการรองรับการเติบโตของธุรกิจฮาลาลในอนาคต ตลอดจนการศึกษาวិเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนของรัฐบาลในมิติของการค้า การส่งออก และการลงทุนระหว่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศมุสลิมในอาเซียนและตะวันออกกลาง รวมถึงกลุ่มมุสลิมชนกลุ่มน้อยในประเทศที่มี ศักยภาพสูง เช่น จีน อินเดีย และรัสเซีย

ในช่วงเดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน ปี 2566 ประเทศไทยมีมูลค่าส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลรวม 216,698 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่เป็นวัตถุดิบตามธรรมชาติ เช่น ข้าว ธัญพืช และน้ำตาลทราย ประเทศไทยมีผู้ผลิตอาหารฮาลาลมากกว่า 15,043 ราย และร้านอาหารฮาลาลมากกว่า 3,500 ร้าน ทั้งนี้ ยังมีโอกาสขยายสัดส่วนการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังตลาดที่กำลังซื้อสูง เช่น ซาอุดีอาระเบียและบรูไน ในขณะที่ซาอุดีอาระเบียเป็นประเทศผู้นำเข้าอาหารฮาลาลรายสำคัญของโลก โดยมีมูลค่านำเข้าในปี 2565 สูงถึง 22,571 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 และยังเป็นศูนย์กระจายสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางอื่นๆ เช่น คูเวต โอมาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ยูเออี) กาตาร์ และบาห์เรน ส่วนบรูไน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเทศในอาเซียนที่มีศักยภาพสูง มีมูลค่านำเข้าสินค้าฮาลาลรวม 580 ล้านดอลลาร์ฯ และมีอัตราเติบโตร้อยละ 7.8 จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการฮาลาลไทยในการขยายตลาดเข้าสู่บรูไนเพิ่มขึ้น (จตุรงค์ กอบแก้ว, 2567)

ผลการรายงานจากธนาคารเพื่อการนำเข้าและการส่งออกแห่งประเทศไทยมีข้อค้นพบว่าตลาดอาหารฮาลาลโลกมีมูลค่า 1,369 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 17 ของเงินค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มทั่วโลก ในจำนวนนี้เป็นมูลค่านำเข้าอาหารของประเทศหรือรัฐสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Conference : OIC) จำนวน 57 ประเทศรัฐ รวมกันราว 210 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 15 ของมูลค่าตลาดอาหารฮาลาลโลก ทั้งนี้ ตลาดอาหารฮาลาลโลกมีโอกาสเติบโตด้วย 3 ปัจจัยหลักดังนี้ (ธนาคารเพื่อการนำเข้าและการส่งออกแห่งประเทศไทย, 2565)

1) ปัจจัยเรื่องจำนวนประชากรมุสลิมโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาของ Pew Research Center คาดการณ์ว่า ภายในปี 2593 จำนวนประชากรมุสลิมโลกเพิ่มขึ้น 2.8 พันล้านคน จากในปี 2553 ที่มีเพียง 1.6 พันล้านคน ซึ่งขยายตัวถึงร้อยละ 73 สูงกว่าอัตราการขยายตัว ของจำนวนประชากรจากทุกศาสนา โดยคิดเป็นสัดส่วน 29.67% ของประชากรโลกทั้งหมด

2) มูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลทั่วโลก ในปี 2563 มีมูลค่ารวม 1.53 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ประมาณ 48 ล้านล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.28 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 71 ล้านล้านบาท ภายในปี 2569 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี

3) ปัจจัยเรื่องความมั่นคงทางอาหารต่ำของประเทศมุสลิม โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาตอนเหนือ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศและสภาพอากาศในบริเวณนี้ไม่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกพืชและการทำปศุสัตว์ ส่วนใหญ่จึงยังต้องนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารจากต่างประเทศ

นโยบายการสนับสนุนธุรกิจฮาลาล

เพ็ญพิชชา มุ่งงาม ได้วิเคราะห์ว่า มุสลิมในประเทศไทยอาศัยอยู่ในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ติดกับมาเลเซีย มีวัฒนธรรม ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของมุสลิม การศึกษาประเด็นของนโยบายการสนับสนุนธุรกิจฮาลาลเป็นโอกาสสำคัญของประเทศไทย ระเบียงเศรษฐกิจฮาลาล (Halal Economic Corridor: HEC) ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากนอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคภายนอกแล้ว ยังเป็นโอกาสสำหรับการยกระดับเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ครอบคลุมไปยังพื้นที่ 4 จังหวัด 4 อำเภอ คือ จังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส สตูล และอีก 4 อำเภอของจังหวัดสงขลา ได้แก่ อำเภอเทพา จะนะ นาทวี และสะบ้าย้อย โดยระเบียงเศรษฐกิจฮาลาลเป็นโอกาสสำหรับพี่น้องชายแดนใต้ทุกคน ไม่ใช่แค่ชาวมุสลิม จะคนพื้นที่ไหนหรือนับถือศาสนาอะไรก็ตามดำเนินการได้หมด เพราะคำว่าฮาลาลคือได้มาตรฐานตามหลักศาสนาอิสลาม ไม่ได้ผูกขาดว่าผู้ประกอบการต้องเป็นมุสลิมเท่านั้น (เพ็ญพิชชา มุ่งงาม, 2566)

ในขณะที่รัฐบาลของนายเศรษฐา ทวีสินมีเป้าหมายในการขับเคลื่อนธุรกิจฮาลาลผ่านการยกระดับอุตสาหกรรมฮาลาลไทยสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมฮาลาลในภูมิภาค หรือ ASEAN Halal Hub ภายในปี 2571 โดยได้วางแนวทางการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมฮาลาล ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมฮาลาลในภูมิภาค โดยการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ฮาลาลของไทยให้มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เพื่อสร้างการรับรู้และการยอมรับในผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทยผ่านการเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยวและภาคบริการ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลให้ยังคงมีอัตลักษณ์ความเป็นไทย เชื่อมโยงวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนซอฟพาวเวอร์ของไทยไปในตัว ควบคู่กับการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสร้างอาชีพ กระจายรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชนในพื้นที่ ซึ่งจะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำ ตลอดจนสร้างความเข้มแข็ง และความมั่นคงให้กับประเทศอย่างยั่งยืน

นายกรัฐมนตรี เศรษฐา ทวีสิน ได้ตั้งเป้าส่งเสริมการท่องเที่ยว พัฒนาอาหารฮาลาล ดันปัตตานีเป็นเมืองมรดกโลก โดยให้พื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ตั้งศักยภาพที่สามารถทำประโยชน์ หรือสร้างรายได้ให้กับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้ตลาดในท้องถิ่นกว้างขึ้น เพิ่มมูลค่าสินค้าในพื้นที่ พร้อมตั้งคณะกรรมการอุตสาหกรรมฮาลาลแห่งชาติและศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ของไทยให้เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้มีการหารือกับชาอู่อิอาระเบียและบรูไน เพื่อพัฒนาศูนย์อาหารฮาลาลร่วมกันอีกด้วย (THE STANDARD, 2567)

นอกจากนี้ โอกาสสำหรับธุรกิจฮาลาลที่รัฐบาลให้ความสำคัญเพื่อต่อยอดยังมีแนวโน้มทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือจีดีพีภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 หรือ 55,000 ล้านบาท ภายใน 5 ปี ข้างหน้านี้ ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจฮาลาลจำเป็นต้องมีผลิตภัณฑ์และมีการบริการ มีการส่งเสริมอาหารฮาลาล โดยในระยะแรกที่ต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามก่อน โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารฮาลาล

เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล อาหารแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน อาหารฮาลาลโดยธรรมชาติ ในขณะที่ธุรกิจสมัยใหม่ที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ก็มีนัยสำคัญต่อการเติบโตมากยิ่งขึ้น เช่น Snack bar ด้านแพชั่นฮาลาล สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้าและเครื่องหนัง ยาสมุนไพรและเครื่องสำอางฮาลาล โกโก้ฮาลาล สินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องบริการ และท่องเที่ยวฮาลาลด้วย (ผู้จัดการออนไลน์, 2567)

อย่างไรก็ตาม งานศึกษาของเลอพงษ์ ชาร์ยิต และกฤษฎณา ไวสำรวจ ได้ศึกษาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนนโยบายอุตสาหกรรมกิจการฮาลาลและการจัดการ โดยมีเน้นย้ำว่า คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการกิจการฮาลาล ในการสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ซึ่งควรมีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพอาหารฮาลาลที่เข้มงวด ทั้งด้านมาตรฐานการผลิตอาหารฮาลาลมาตรฐานการตรวจรับรองฮาลาลสำหรับผู้ตรวจประเมินและมาตรฐานหน่วยรับรองฮาลาล (Certified Body) เพื่อสนับสนุนให้สินค้าอาหารฮาลาลส่งออกของไทยมีคุณภาพตามมาตรฐานอาหารฮาลาลสากล และสร้างความน่าเชื่อถือของตรารับรองสินค้าฮาลาลของไทยในตลาดโลกมากขึ้น และควรมุ่งพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการฮาลาลให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และรัฐบาลต้องดำเนินการติดต่อคู่ค้าให้กับผู้ประกอบการ และผู้ส่งออกสินค้าให้มากขึ้น (เลอพงษ์ ชาร์ยิต และกฤษฎณา ไวสำรวจ, 2562)

ในขณะที่งานศึกษาของ นฤมล วลีประทานพรและคณะ เรื่อง นโยบายขอรับรองฮาลาลสู่การส่งออกตลาดอาเซียนควรมีรายละเอียดในการพัฒนาหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเกี่ยวกับสถานประกอบการที่ต้องแยกเป็นสัดส่วน เพื่อไม่ให้ปนเปื้อนและควบคุมความสะอาด ดังนั้น ควรจัดพื้นที่เพื่อจัดทำสถานที่ผลิตบ้านสมาชิกคนใดคนหนึ่ง และระดมทุนในกลุ่มเพื่อจัดทำโรงเรือนใช้เป็นสถานประกอบการการผลิตเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานฮาลาล อุปกรณ์ ต้องไม่ใช้ร่วมกับการผลิตอาหารอื่น ๆ และสิ่งที่ต้องห้ามตามหลักการศาสนาอิสลาม ดังนั้น ผู้ประกอบต้องมีการการระดมทุนเพื่อจัดหาอุปกรณ์สำหรับการผลิตสินค้าของกลุ่ม และผู้ประกอบการรายเดียวต้องมีการบริหารจัดการเงินในกิจการเพื่อให้มีทุนในการซื้ออุปกรณ์ไว้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุปกรณ์สำหรับผู้ประกอบการ และความรู้เรื่องมาตรฐานฮาลาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและสนับสนุนจัดหาวิทยากรให้ความรู้มาตรฐานฮาลาลผ่านกระบวนการอบรมให้สมาชิกในกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผู้ผลิตที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประกอบธุรกิจในการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิตให้ถูกต้องตามมาตรฐานฮาลาล (นฤมล วลีประทานพร และคณะ, 2566)

ด้วยเหตุนี้การส่งเสริมนโยบายเพื่อสนับสนุนธุรกิจฮาลาลจึงจำเป็นต้องมีเงื่อนไขทางด้านองค์ประกอบของบทบัญญัติของศาสนาเป็นหลัก และสร้างมาตรฐานในการรองรับจากสากล และปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของความต้องการในแต่ละประเทศ

1. นโยบายการจัดตั้งกรมฮาลาล

ตามมติคณะรัฐมนตรีในยุคของรัฐบาลเศรษฐา ทวีสิน เล็งเป้าหมายยกระดับอุตสาหกรรมฮาลาล ให้เป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาลในภูมิภาค (Halal Hub) เล็งส่งออกในตะวันออกกลาง หรือแอฟริกา เพื่อการยกระดับอุตสาหกรรมฮาลาลที่เป็นอุตสาหกรรมอาหารเศรษฐกิจที่สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกไปยังพี่น้องชาวมุสลิม ทั้งในตะวันออกกลางหรือแอฟริกาได้อย่างมาก ด้วยความสำคัญต่อนัยทางการตลาด รัฐบาลตระหนักถึงการยกระดับความสำคัญของหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องนี้ให้มีสถานะเป็น “กรมฮาลาล” อยู่ภายใต้สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ในขณะที่ พิมพ์ภัทรา วิชัยกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาลในภูมิภาค (Halal Hub) ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทั้งในประเทศ และแถบตะวันออกกลาง ทั้งนี้ กระทรวงฯ จะเร่งดำเนินการหารือและเตรียมข้อมูลที่สำคัญเพื่อประกอบการสนับสนุนการจัดตั้งกรมฮาลาล โดยจะมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ ซึ่งที่ผ่านมา เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นไปอย่างมีทิศทาง และสอดคล้องกับศักยภาพ กระทรวงฯ ก็ได้เร่งขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเศรษฐกิจตามศักยภาพเชิงพื้นที่ให้ครอบคลุม และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายไปสู่พื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ 4 ภาค เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในพื้นที่ และช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้ (Southern Economic Corridor หรือ SEC) ที่ประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม ทั้งยังมีอาณาเขตติดกับประเทศมาเลเซีย สามารถส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาลในภูมิภาค หรือ ฮาลาลฮับ (Halal Hub) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่และสามารถส่งออกไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่มีศาสนาอิสลามเป็นศาสนาประจำชาติ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2566)

ความกระตือรือร้นในการยกระดับหน่วยงานในการกำกับดูแลกิจการฮาลาลภายใต้หน่วยงานภาครัฐ ยังเป็นข้อถกเถียงมากมาย ทั้งในเรื่องของผู้ที่รับผิดชอบโดยเฉพาะต้องใช้มิติของหลักการตัดสินใจตามข้อบัญญัติของศาสนาอิสลาม หลักนิติศาสตร์อิสลาม หลักการปราศจากการปนเปื้อนจากสิ่งที่ไม่ได้รับอนุญาต (น่ายิส) ซึ่งต้องใช้บุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านศาสนาอิสลาม ซึ่งปัจจุบันมีคณะกรรมการกลางอิสลามในแต่ละพื้นที่เป็นผู้รับผิดชอบ ดังนั้น การจัดตั้งกรมฮาลาลจึงควรมีการบูรณาการระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อตอบสนองกับหลักการที่ถูกต้องของศาสนาอิสลาม และไม่กระทบต่อกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจฮาลาลที่ต้องการให้มีความต่อเนื่องในการพัฒนาระบบฮาลาล สามารถตรวจสอบได้ มีความโปร่งใส ยุติธรรม และค่าใช้จ่ายไม่สูงเกินไป จนทำให้การขออนุญาตฮาลาลไม่ได้เป็นสิ่งที่ต้องการของตลาดระดับล่าง ซึ่งถือเป็นรากฐานของธุรกิจที่สำคัญของประเทศ

2. นโยบายสถาบันฮาลาลแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้มีนโยบายต่อการจัดตั้ง “ศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาล” เพื่อมุ่งเป้ารายได้ประเทศให้ถึงจีดีพี 5.5 หมื่นล้านบาท โดยมีกลไกการบริหารงานศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลระยะสั้น 3 เดือน มีการแต่งตั้ง

ผู้แทนการค้าไทยที่รับผิดชอบเรื่องฮาลาล ขับเคลื่อนวาระและกำกับดูแลศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาล โดยพิมพ์ภัทรา วิชัยกุล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ได้กล่าวถึงความคืบหน้าการผลักดันอุตสาหกรรมฮาลาลสู่ตลาดโลก ว่า

“กระทรวงอุตสาหกรรมได้เสนอคณะรัฐมนตรี(ครม.) เพื่อขออนุมัติการดำเนินการจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาล และคณะทำงาน เพื่อขยายบทบาท และยกระดับศักยภาพสถาบันอาหารให้เป็นเจ้าภาพและศูนย์กลางการประสานงานเกี่ยวกับศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศ (National Focal Point) และขับเคลื่อนนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศ (Nation Agenda) ในขณะที่กระทรวงอุตสาหกรรม จะมีนโยบายในการขอยืมตัวข้าราชการ (Secondment) พนักงานราชการ หรือบุคลากรจากหน่วยงานของรัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อปฏิบัติงานในศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลที่จัดตั้งขึ้นในระยะทดลอง 1 ปี และต้องขอรับงบอุดหนุนจากสำนักงบประมาณตามนโยบายของรัฐบาล” (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2566)

รัฐบาลมุ่งหวังว่าในระยะยาวสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) จะประเมินผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินการ 1 ปีแรก ตามตัวชี้วัดของการจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลเพื่อปรับบทบาทตามความเหมาะสม ทั้งนี้ เมื่อมีคณะทำงานแล้วคาดว่าจะเบื้องต้นอาจต้องใช้งบประมาณ 630 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการกิจส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ฐานเศรษฐกิจ, 2566) ได้แก่

- 1) ขยายตลาดการค้าอุตสาหกรรมฮาลาลทั้งในและต่างประเทศ เช่น ซาอุดีอาระเบีย แอฟริกา จีน เป็นต้น โดยคาดว่าจะต้องใช้งบประมาณ 550 ล้านบาท
 - 1.1) เจรจาจัดทำกรอบความร่วมมือในการขยายตลาดสินค้า และบริการฮาลาล 150 ล้านบาท
 - 1.2) สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายฮาลาล (Thai Halal Network), ส่งเสริมและขยายตลาดผ่านกิจกรรมการจัดงาน HaLal Expro 2024/กิจกรรมทางการช้อปปิ้ง (งาน Thai Night) เพื่อเผยแพร่สินค้าฮาลาลไทย 300 ล้านบาท
 - 1.3) ส่งเสริมประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์สินค้า และบริหารฮาลาลไทยในการกิจ MICE เช่น ท่องเที่ยว การบิน การประชุม/นิทรรศการนานาชาติ 100 ล้านบาท
- 2) การพัฒนาการผลิตและมาตรฐาน เพื่อยกระดับการผลิตและพัฒนาต้นแบบสินค้าฮาลาล 75 ล้านบาท
 - 2.1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลต้นแบบสำหรับผู้บริโภคมุสลิม 25 ล้านบาท

2.2) พัฒนา/จัดทำ Role Model เพื่อยกระดับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อการส่งออก เช่น โรงงานแปรรูป โรงฆ่าสัตว์ 50 ล้านบาท

วรวรรณ ชิตอรุณ ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.) เน้นย้ำว่า สินค้าเป้าหมายในระยะแรกประกอบด้วย เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ในรูปแบบของอาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-EAT) และอาหารฮาลาลโดยธรรมชาติ อาหารมุสลิมรุ่นใหม่ (Snack Bar) อีกทั้งยังมีสินค้าประเภทแพชั่นฮาลาล เครื่องสำอาง ยาสมุนไพร และท่องเที่ยว (มติชนออนไลน์, 2566) โดยหน่วยงานที่จะต้องบูรณาการทำงานร่วมกันเบื้องต้นประกอบด้วย กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.) สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย กรมประมง/กรมปศุสัตว์/กรมวิชาการเกษตร กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก/กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ สถาบันอาหาร ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) สถาบันฮาลาล (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์) และห้องปฏิบัติการกลาง ปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลมีหลายหน่วยงาน ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาปรับรวบรวมนทุกหน่วยงานเข้ามาทำงานร่วมกัน เพื่อให้ขับเคลื่อนนโยบายไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ (เศรษฐกิจ, 2566)

3. นโยบายสนับสนุน Soft Power

รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการขับเคลื่อน Soft Power ใน 12 สาขา โดยเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีเพื่อต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งหนึ่งในสาขา Soft Power ที่สำคัญ คือ อาหาร โดยเฉพาะอาหารฮาลาลที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวฮาลาลได้ อาทิ มัสมันเนื้อ ข้าวซอยไก่ ข้าวยาปักซี่ได้ แกงเหลือง ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพ มีมูลค่า และอัตราการเติบโตสูงตามสัดส่วนประชากรมุสลิมโลกที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมมีการขยายตัวจึงเป็นโอกาสที่ไทยจะเร่งรัดการส่งเสริมและพัฒนายกระดับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และสินค้าฮาลาลอื่น ๆ เพื่อให้ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิต การส่งออกสินค้าฮาลาล และการท่องเที่ยวฮาลาลในภูมิภาค (รัฐสภา, 2566)

การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลเป็นหนึ่งในกลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทยซึ่งต้องมีการพัฒนาระบบนิเวศฮาลาล (Halal Ecosystem) 5 ด้าน (รัฐสภา, 2566) ที่สำคัญประกอบด้วย 1) ด้านการผลิต ที่ครอบคลุมหลายสาขา เช่น อาหารและเครื่องดื่ม เครื่องสำอาง ยา อุปกรณ์ทางการแพทย์ 2) ด้านการบริการ เช่น ระบบโลจิสติกส์ฮาลาล บริการสาธารณสุขอิสลาม การเงินและประกันภัยอิสลาม การท่องเที่ยวและสันทนาการที่ตีแบบอิสลาม 3) ด้านการพัฒนาบุคลากร ทั้งการพัฒนาทักษะแรงงาน ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ตรวจสอบฮาลาล

ลาล รวมถึงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลในสถาบันการศึกษา 4) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ประกอบด้วย การวางมาตรฐาน การให้การรับรอง และระบบตรวจสอบย้อนกลับ และ 5) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น นิคมอุตสาหกรรมและคลัสเตอร์ฮาลาล ห้องปฏิบัติการเพื่อการวิจัยและพัฒนาฮาลาล

นอกจากนี้ นโยบายการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลและระบบนิเวศฮาลาลของไทยต้องมีการวางระบบการขับเคลื่อนในแต่ละด้านให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม รวมทั้งมุ่งเน้นการบูรณาการดำเนินงานระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งองค์การฯ ซึ่งประกอบด้วยสองแนวทาง คือ 1) แนวทางการจัดตั้งคณะกรรมการอุตสาหกรรมฮาลาลแห่งชาติ (กอสช.) มีหน้าที่และอำนาจสำคัญในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลทั้งระบบ และ 2) แนวทางการจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อรองรับภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 4 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การเจรจาหรือการขยายตลาด การตรวจสอบและรับรองมาตรฐาน การผลิตสินค้าและบริการ และการวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน เช่น กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กรมปศุสัตว์ ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นต้น รวมถึงการแต่งตั้งผู้แทนการค้าไทยด้านฮาลาล และการตั้ง “ศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาล” ขึ้นภายใต้สถาบันอาหารเพื่อเป็นเจ้าภาพและศูนย์กลางการประสานงาน (รัฐสภา, 2566)

การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบนิเวศฮาลาล 5 ด้าน ดังที่กล่าวข้างต้น ให้เกิดความเข้มแข็งอย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดตั้งคณะกรรมการอุตสาหกรรมฮาลาลแห่งชาติ (กอสช.) และการจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบอุตสาหกรรมฮาลาล ซึ่งมีผลิตภัณฑ์เป้าหมายในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล ประกอบด้วย อาหารและเครื่องดื่ม แพชั่น เครื่องสำอาง สมุนไพร ยา อาหารเสริม รวมทั้งการบริการ เช่น นวด สปา คลินิก การแพทย์ การท่องเที่ยว เป็นต้น

โอกาสของตลาดฮาลาล

รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา และรัฐบาลเศรษฐา ทวีสิน มีเป้าหมายชัดเจนต่อการส่งเสริมตลาดฮาลาลของไทยให้เติบโตสู่ตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน โดยที่ผ่านมาได้มีการขับเคลื่อนในหลายมิติ ซึ่งไทยเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาล และเป็นผู้ผลิตอาหารฮาลาลรายใหญ่ของโลก อุตสาหกรรมฮาลาลไทยเป็นที่ยอมรับในหลายประเทศ โดยอาหารฮาลาลคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของการส่งออกอาหารทั้งหมดของประเทศไทย โดยร้อยละ 60 ของการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และบรูไน คิดเป็นมูลค่าเกือบ 6 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2564/2565 ซึ่งรัฐบาลในสมัยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ตั้งเป้าเพิ่ม

มูลค่าขึ้นร้อยละ 3 ภายในปี 2566 นอกจากนี้ ยังเล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย ยังครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์และบริการอื่น ๆ ที่หลากหลาย เช่น เครื่องสำอาง แพชั่น เวชภัณฑ์ และการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาล (Halal tourism) ถือเป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันกระแสความต้องการท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคชาวมุสลิม และประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็น 1 ใน 5 จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมใน Global Muslim Travel Index ปี 2565 โดยอดีตนายกรัฐมนตรีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา “เชื่อมั่นในศักยภาพชื่อเสียงของไทย และการทำงานสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่เดินทางขับเคลื่อนความร่วมมือเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจฮาลาลอย่างต่อเนื่อง ทั้งการค้าและการลงทุน ผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล รวมถึงการท่องเที่ยว ซึ่งมั่นใจว่า ด้วยระบบสนับสนุนที่แข็งแกร่ง และชื่อเสียง คุณภาพที่เป็นที่ยอมรับมายาวนานของผลิตภัณฑ์ไทยที่ผ่านการรับรองฮาลาล ส่งผลให้อุตสาหกรรมฮาลาลของไทยมีความพร้อม และมีศักยภาพที่จะเติบโตในระดับสากลได้อีกมาก” (ไทยโพสต์, 2566)

ในขณะที่รัฐบาลนายกเศรษฐา ทวีสิน มีโอกาสและการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศไทย โดยมองว่าตลาดฮาลาลทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 2.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2567 เป็น 2.325 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ด้วยอัตราเติบโตเฉลี่ย 7.5% ต่อปี ในปี 2565 การส่งออกอาหารฮาลาลของไทยมีมูลค่า 213,816 ล้านบาท คิดเป็น 2.7% ของตลาดโลก และไทยอยู่ในอันดับที่ 11 ของโลก สินค้าฮาลาลที่ส่งออกส่วนใหญ่ (78%) เป็นฮาลาลโดยธรรมชาติ ส่วนที่เหลือ (22%) ต้องผ่านการรับรองฮาลาล โดยเฉพาะเนื้อสัตว์และอาหารพร้อมรับประทาน รัฐบาลไทยได้พัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลผ่านคณะกรรมการอุตสาหกรรมฮาลาลแห่งชาติ (กอฮช.) และศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาล ซึ่งมีภารกิจหลักในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ พัฒนาการผลิตและมาตรฐาน และการวิจัยนวัตกรรมเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ฮาลาล (ฐานเศรษฐกิจ, 2567)

การดำเนินงานของศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลประกอบด้วย การขยายตลาดต่างประเทศที่เน้นตลาดในอาเซียน, OIC GCC (เช่น UAE, ซาอุดีอาระเบีย), แอฟริกา, และจีน โดยผ่านการเจรจาการค้าและกิจกรรมต่างๆ เช่น Halal Expo 2024 และ Thai Night พัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลต้นแบบจัดอบรม วิจัยและพัฒนา (R&D) ยกระดับบุคลากร และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยกำหนดสินค้าฮาลาลเป้าหมาย เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล อาหารแปรรูป อาหารฮาลาลโดยธรรมชาติ อาหารมุสลิมรุ่นใหม่ แพชั่นฮาลาล เครื่องสำอาง ยา สมุนไพร และการท่องเที่ยว โดยศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลคาดว่าจะช่วยขยาย GDP ภาคอุตสาหกรรมได้ 1.2% ภายใน 3 ปี (รัฐสภา, 2566) ด้วยเหตุนี้ แนวโน้มในอนาคตคาดว่าตลาดอาหารฮาลาลโลก (Halal Food) จะเติบโตมากขึ้นตามความต้องการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และตรวจสอบแหล่งที่มาได้จากผู้บริโภคทั้งที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม และในฐานะที่ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกอาหารชั้นนำของโลก ทั้งยังมีชื่อเสียงด้านเทคโนโลยีการ

ผลิตอาหารที่ทันสมัย ผู้ประกอบการสินค้าอาหารในไทยจึงไม่ควรพลาดโอกาสที่จะขยายการส่งออกไปยังตลาดดังกล่าว

แนวโน้มตลาดอาหารฮาลาลโลก

อาหารฮาลาล ทุกคนรับประทานได้ โอกาสของการขยายตลาดจึงเกิดขึ้นได้ง่าย ตลาดอาหารฮาลาลสำหรับผู้นับถือศาสนาอิสลาม (มุสลิม) เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลาดที่มีผู้บริโภคเป้าหมายจำนวนมากและหลากหลายกลุ่มได้ภายในระยะเวลาเพียงไม่กี่ทศวรรษ โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนหลักจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรมุสลิมโลก และกระแสบริโภคอาหารปลอดภัย ด้วยเหตุนี้ แนวโน้มตลาดสินค้าและบริการฮาลาลที่สำคัญ 5 กลุ่ม

1. เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลฮาลาล ผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลสำหรับชาวมุสลิมเป็นตลาดเฉพาะ สำหรับไทยซึ่งมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกเครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคล ในปี 63 ไทยส่งออกเครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์ มูลค่า 2,916 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วน 1.26% ของการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย โดยส่งออกไปยังตลาดสำคัญ อาทิ ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และกัมพูชา จึงถือว่าไทยมีโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ไปยังตลาดชาวมุสลิมได้อีกมาก (ธนาคารกรุงเทพ, 2565)

2. อาหารฮาลาล ปัจจุบันไทยมีการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อจำหน่ายแก่ชาวมุสลิมในประเทศ และส่งออกต่างประเทศ ซึ่งไทยมีจุดแข็งด้านการเกษตรซึ่งเป็นต้นน้ำของอุตสาหกรรมอาหาร ทำให้มีวัตถุดิบคุณภาพดีที่หลากหลาย และปริมาณที่เพียงพอป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตตลอดทั้งปี อีกทั้งอุตสาหกรรมอาหารของไทยมีความเข้มแข็ง ผู้ผลิตมีความชำนาญและเชี่ยวชาญด้านการผลิตและแปรรูปอาหาร มีชื่อเสียงที่ดีในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม เนื่องจากไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิม ที่ผ่านมามีข้อจำกัดในการส่งออกสินค้าอาหารไปยังตลาดมุสลิมไทย จึงต้องเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาล โดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการรับรองมาตรฐานฮาลาลเพื่อให้ผู้บริโภคมุสลิมเชื่อมั่นในอาหารฮาลาลไทยมากขึ้น

3. การท่องเที่ยวฮาลาล ข้อมูลจาก Mastercard-Crescent Rating พบว่า ในปี 61 ไทยเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมายที่ชาวมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด และจากการจัดอันดับประเทศปลายทางที่ไม่ใช่กลุ่มประเทศ OIC ที่เป็นมิตรกับมุสลิมที่สุด ในปี 62 ไทยได้อันดับที่ 2 รองจากสิงคโปร์ ดังนั้นภายหลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ไทยอาจพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับชาวมุสลิมมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของไทยด้วย

4. แฟชั่นสำหรับชาวมุสลิม จากแนวโน้มการเติบโตของชาวมุสลิมทั่วโลก ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องแต่งกายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ชาวมุสลิมจึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งที่มีศักยภาพ และมีการเติบโตอย่างมากในตลาดแฟชั่น ประเทศที่ครองตำแหน่งอันดับประเทศที่มีการใช้จ่ายสำหรับเครื่องแต่งกายและรองเท้า

มากที่สุด ได้แก่ อิหร่าน ตุรกี และซาอุดีอาระเบีย อย่างไรก็ตาม แม้การแพร่ระบาดของโควิด19 จะส่งผลกระทบ แต่กลับส่งผลดีต่อการค้าแบบออนไลน์ซึ่งมียอดขายเพิ่มขึ้น

5. เวชภัณฑ์ฮาลาล เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมที่ได้รับอนุญาตภายใต้กฎหมายชาเรียห์ และต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขของศาสนาอิสลาม ประเทศที่มีการใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ยามากที่สุด คือ ตุรกี ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐฯ

ปัจจุบันยังไม่มียาและส่วนผสมที่ได้รับการรับรองฮาลาลเพียงพอที่จะครอบคลุมความต้องการใช้ยาของชาวมุสลิม เนื่องจากมาตรฐานฮาลาลที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลยังไม่ถูกนำมาใช้ การระบาดของโควิด19 เป็นปัจจัยผลักดันนวัตกรรมในภาคการดูแลสุขภาพ ประกอบกับแนวโน้มการดูแลสุขภาพส่วนตัวดึงดูดความสนใจของนักลงทุนมากขึ้นจึงทำให้อุตสาหกรรมในด้านนี้เติบโตได้ในอนาคต

ตลาดอาหารฮาลาลมีการแข่งขันสูง มีหลายๆ ประเทศที่พยายามผลักดันตนเองให้เข้าไปสู่การเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของโลก สำหรับประเทศไทยมีศักยภาพด้านวัตถุดิบต้นน้ำ อาทิ เนื้อไก่ อาหารทะเล ผัก ผลไม้ที่มีการผลิตเพียงพอต่อความต้องการบริโภคในประเทศ รวมถึงการส่งออก แต่ไทยต้องเร่งพัฒนาคุณภาพมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับจากผู้บริโภคชาวมุสลิมอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน ควรศึกษาถึงแนวโน้มความต้องการบริโภคอาหารรูปแบบใหม่ ๆ ตามไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการพิจารณาขยายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีศักยภาพการตลาดสูง โดยใช้ฐานวัตถุดิบในประเทศเป็นตัวสนับสนุน

สรุป

นโยบายการสนับสนุนของรัฐบาลต่อการส่งเสริมธุรกิจฮาลาลไทย โดยรัฐบาลไทยได้ดำเนินนโยบายต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจฮาลาลอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจฮาลาลในประเทศ และสร้างโอกาสในการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

นโยบายการสนับสนุนทางการค้า โดยเปิดตลาดใหม่และขยายตลาดเดิม มีกระทรวงพาณิชย์ได้เน้นย้ำการเปิดตลาดใหม่และขยายตลาดเดิมสำหรับสินค้าฮาลาล โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศมุสลิมในตะวันออกกลาง และกลุ่มอาเซียน การจัดกิจกรรมแสดงสินค้าและการประชุมสัมมนา เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าและสร้างเครือข่ายธุรกิจ รัฐบาลได้จัดงานแสดงสินค้าฮาลาลและการประชุมสัมมนาต่างๆ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ

นโยบายการสนับสนุนทางอุตสาหกรรม โดยการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าฮาลาล มีกระทรวงอุตสาหกรรมได้จัดตั้งโครงการและกิจกรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าฮาลาล รวมถึงการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ไทยสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก พร้อมร่วมผลักดันการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ ในการสร้างความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ

มีรัฐบาลเป็นหน่วยงานเชื่อมสร้างความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับฮาลาล เช่น องค์กรความร่วมมืออิสลาม (OIC) และสถาบันรับรองฮาลาลจากประเทศต่างๆ เพื่อให้มาตรฐานฮาลาลของไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล นอกจากนี้ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐและภาคเอกชน โดยรัฐบาลได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาและการส่งออกสินค้าฮาลาล

นโยบายการจัดตั้งกรมฮาลาลและสถาบันฮาลาลแห่งประเทศไทยโดยบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่างๆ ทำงานร่วมกันระหว่างกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การสนับสนุนธุรกิจฮาลาลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ ด้วยเหตุนี้ นโยบายการสนับสนุนของรัฐบาลต่อการส่งเสริมธุรกิจฮาลาลไทยนั้น มีการดำเนินงานอย่างครอบคลุมทั้งในด้านการค้า อุตสาหกรรม และการมีส่วนร่วมขององค์กรต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจฮาลาลไทยสามารถเติบโตและแข่งขันได้ในตลาดโลก ทั้งนี้ ทิศทางนโยบายที่ชัดเจนและการสนับสนุนที่ครอบคลุมทุกด้านจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจฮาลาลในประเทศไทยมีความก้าวหน้า และสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2566). สูดปัง! “พิมพ์ภัทรา” ปิดดีลอุตสาหกรรม “ฮาลาล” สั่งตั้ง “กรมฮาลาล” ภายใต้การกำกับ ก.อุตสาหกรรม. <https://www.industry.go.th/th/secretary-of-industry/12697>
- <https://www.salika.co/2024/02/27/thailand-becoming-center-of-halal-industry-in-asean>
- จตุรงค์ กอบแก้ว. (2567). ไทยกับโอกาสก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมฮาลาลในภูมิภาคอาเซียน. <https://www.salika.co/2024/02/27/thailand-becoming-center-of-halal-industry-in-asean>
- ชีวานนท์ กันย์วิวัฒน์. (2567). การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลและระบบนิเวศฮาลาล (Halal Ecosystem) ของไทย. <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2567-jan2>
- นฤมล วลีประทานพร และคณะ. (2566). แนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชาเพื่อการขอรับรองฮาลาลสู่การส่งออกตลาดอาเซียน. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 7(2), 89-110.
- เพ็ญพิชชา มุ่งงาม. (2566). ระเบียงเศรษฐกิจฮาลาล: โอกาสและความเป็นไปได้ของเศรษฐกิจปลายด้ามขวาน. <https://www.the101.world/halal-economic-corridor>
- หอสมุดรัฐสภา. (2566). การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลและระบบนิเวศฮาลาล (Halal Ecosystem) ของไทย. <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2567-jan2>

- เลอพงษ์ ชาร์ยิต และกฤษณา ไวก้าว. (2562) การขับเคลื่อนนโยบายอุตสาหกรรมกิจการฮาลาลและการจัดการ. วารสารดุซุญบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 9(1), 44-57
- สฤติพงษ์ มั่นหล้า และวัชรกร มยุรี (2562) การขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลและโอกาสของธุรกิจอาหารฮาลาลในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานีปีที่ 12(ฉบับพิเศษ), 368-380.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2564). มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ.
https://www.acfs.go.th/halal/halal_cert.php
- THE STANDARD. (2567). เศรษฐาหลุย 3 จังหวัดชายแดนใต้วันแรก ตั้งเป้าส่งเสริมการท่องเที่ยว พัฒนาอาหารฮาลาล ดันปัตตานีเป็นเมืองมรดกโลก. <https://thestandard.co/srettha-pattani-27022567/>
 27.02.2024
- ไทยโพสต์. (2566). 'บิ๊กตุ' เชื่อมมันศักยภาพอุตสาหกรรมฮาลาลไทย พร้อมยกระดับธุรกิจให้เป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลก. <https://www.thaipost.net/economy-news/379270/>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2566) "พิมพ์ภัทรา"เตรียมขงกรม.ตั้ง"ศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาล"ดันจีดีพี 5.5 หมื่นล. %.
<https://www.thansettakij.com/business/economy/582651>
- ธนาคารเพื่อการนำเข้าและการส่งออกแห่งประเทศไทย. (2565). เจาะตลาดอาหารฮาลาลท่ามกลางการระบาดของ Covid 19. https://www.ditp.go.th/contents_attach/709499/709499.pdf
- ผู้จัดการออนไลน์. (2567.) รัฐบาลตั้งเป้าส่งเสริมฮาลาลไทย สู่ ASEAN Halal Hub.
<https://mgronline.com/uptodate/detail/9670000019462>
- มติชนออนไลน์. (2566). ดึงรัฐ-เอกชน 10 หน่วยงาน ตั้งศูนย์ฮาลาล ใช้ 630 ล้าน พิมพ์ภัทรา มั่นใจจีดีพีไทย 1.2%.
https://www.matichon.co.th/economy/news_4319002
https://www.matichon.co.th/economy/news_4319002

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม

วิภาวี ขวัญช่วย^{1*}, สัจจิรา ธรรมใจ², เพ็ญศรี ฉิรินัง³

^{1*,2,3}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: wipawee.khw@rmutr.ac.th^{1*}

Received: 13 May 2024

Revised: 28 June 2024

Accepted: 28 June 2024

บทคัดย่อ

ปัจจุบันมีการนำแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้เกิดองค์กรแห่งนวัตกรรมมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน องค์กรที่จะอยู่รอดได้จำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอกในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านอุตสาหกรรม คู่แข่ง ลูกค้า สินค้า เศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรม เป็นต้น หากองค์กรไม่เรียนรู้ที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง องค์กรก็จะสูญเสียประสิทธิภาพในการแข่งขันในที่สุด องค์กรนวัตกรรมต้องมีการจัดการด้านการเปลี่ยนแปลง เพราะการเปลี่ยนแปลงทำให้องค์กรมีความเคลื่อนไหว ผู้นำต้องกระตุ้นบุคลากรในองค์กรให้ทำงานและมีความมุ่งมั่นสร้างความภาคภูมิใจต่อองค์กรในหมู่บุคลากร และมีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่ตนเองทำ บทความนี้ได้ทบทวนเกี่ยวกับนวัตกรรมองค์กร ได้แก่ โครงสร้างองค์กร วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย แรงจูงใจ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ทรัพยากร วัฒนธรรมองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ ผู้นำ ปัจจัยภายนอก จากนั้นได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บทบาทของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

คำสำคัญ: การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ องค์กรแห่งนวัตกรรม นวัตกรรมองค์กร

Development of Human Resources Towards Innovative Organizations

Wipawee Khwanchuai^{1*}, Sujitra Thammajai², Pensri Chirinang³

^{1*}Master of Public Administration Program in Public Management Innovation

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Corresponding Author; E-mail: wipawee.khw@rmutr.ac.th^{1*}

Received: 13 May 2024

Revised: 28 June 2024

Accepted: 28 June 2024

Abstract

Currently, there is a trend of developing human resources to foster innovative organizations, aiming to enhance work efficiency. Organizations that strive to survive must adapt quickly to external changes in all aspects, such as industry, competitors, customers, products, economy, society, and innovation. Failure to adapt to these changes will ultimately result in decreased competitiveness. Innovative organizations must manage change because it creates dynamism within the organization. Leaders must inspire employees to work diligently and foster a sense of loyalty towards the organization among them, as well as possess expertise in their respective fields. This article reviews organizational innovation, including organizational structure, vision, mission, goals, motivation, learning organization, resources, organizational culture, creativity, leadership, and external factors. Furthermore, it outlines the principles of human resource development, the role of human resource developers, and strategic human resource development.

Keywords: Human Resource Development, Innovative Organizations, Organizational Innovation

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการพัฒนาองค์กร องค์กรใดมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพสูง และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ องค์กรนั้นก็เจริญก้าวหน้าและมีความมั่นคง แต่ถ้าหากองค์กรใดขาดทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าหรือไม่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ องค์กรนั้นก็พัฒนาไปได้อย่างยาก ความเจริญหรือความอยู่รอดขององค์กรจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยทรัพยากรมนุษย์เป็นสำคัญ องค์กรต่าง ๆ จึงมุ่งหวังที่จะมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและมีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

ในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างสังคม สภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น รวมถึงนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้เป็นบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ และมีพฤติกรรมการทำงานที่เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบ ซึ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรเป็นอย่างมาก

การแข่งขันระหว่างองค์กรมีมากขึ้น องค์กรต่าง ๆ ต้องการให้พนักงานเสนอกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรในท่ามกลางตลาดของการแข่งขัน จึงจำเป็นต้องมีแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะช่วยให้พนักงานมีผลผลิตที่สูงขึ้น สำหรับผู้บริหาร การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้หมายถึง การที่จะต้องให้ความสนใจในเรื่องความรู้ของพนักงานและทุนมนุษย์ ซึ่งหมายถึง ความรู้ การศึกษา ฝึกอบรม ทักษะและความเชี่ยวชาญของพนักงานขององค์กร ด้วยเหตุนี้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการอยู่รอดขององค์กร

ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ได้ส่งผลต่อทรัพยากรมนุษย์เท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อองค์กรเช่นกัน องค์กรต้องมีการเรียนรู้ และปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้เป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการแข่งขัน และมีความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งการเป็นองค์กรที่จะสามารถอยู่รอดได้ในปัจจุบันจะต้องเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม คือ ต้องเป็นองค์กรแนวใหม่ ที่มีการในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะองค์กร โดยการนำแนวความคิดใหม่ ๆ มาพัฒนา ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องกระบวนการปฏิบัติงาน การพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ และการสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพ เพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างและเป็นประโยชน์ต่อเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นการผลักดันองค์กรให้เติบโตอย่างยั่งยืนและก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีความจำเป็นและมีความสำคัญต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพราะบุคลากรถือเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้เกิดความสำเร็จ หากบุคลากรก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ก็จะมีศักยภาพในการพัฒนาองค์กรที่ได้เปรียบกว่าองค์กรอื่นๆ บทความนี้ได้

ทบทวนเกี่ยวกับนวัตกรรมองค์กร หลักการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บทบาทของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

นวัตกรรมองค์กร

นวัตกรรมองค์กร หมายถึง การสร้าง การปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานภายในองค์กร ทำในสิ่งที่แตกต่างจากสิ่งเดิมที่เคยประพฤติปฏิบัติอยู่ เพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างกันและเป็นประโยชน์ และสร้างความสามารถในการแข่งขันและการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น โดยทั่วไปมักจะเน้นการนำเสนอแนวคิดใหม่ หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2553) อธิบายเพิ่มเติมว่าองค์กรแห่งนวัตกรรม (innovative organization) มีความหมายที่ต่างออกไป 2 ประการ คือ การเป็นองค์กรที่เป็นต้นกำเนิดของนวัตกรรม หรือเป็นองค์กรที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมของบุคลากรภายในองค์กร โดยการสร้างนวัตกรรมจะใช้ปัจจัยที่หลากหลาย ไม่ใช่แค่การทำการวิจัยและพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งการที่องค์กรจะกลายเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมได้นั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงลักษณะขององค์กร โดยมีการสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ พนักงานในองค์กรมีการเลือกใช้ความคิดใหม่หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อพัฒนาเครื่องมือ ระบบ กระบวนการ นโยบาย สินค้า หรือการบริการที่มีความใหม่ต่อองค์กร และทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม (พยัต วุฒิรงค์, 2557)

การสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่างๆ (พิมพ์ชนก ไชยรัตน์, 2562) ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง คือ โครงสร้างองค์กร โดยโครงสร้างองค์กรควรมีความเหมาะสมสอดคล้องกับการพัฒนานวัตกรรมในองค์กรเพื่อให้การพัฒนานวัตกรรมสามารถทำได้ง่ายและไม่เกิดการจำกัดทางด้านความคิดของพนักงานในองค์กร ส่วนที่สอง คือ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์กรว่าจะพัฒนาไปอย่างไร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรแห่งนวัตกรรม ส่วนที่สาม คือ แรงจูงใจ การที่บุคคลจะสามารถคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ได้ จำเป็นต้องอาศัยแรงจูงใจให้คิดหรือกระทำสิ่งนั้น อาจเกิดจากความสนใจ ความพึงพอใจ หรือผลตอบแทน ส่วนที่สี่ คือ องค์กรแห่งการเรียนรู้ องค์กรควรส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้และช่องทางการแลกเปลี่ยน และแบ่งปันความรู้ของพนักงานในองค์กร โดยการพัฒนากลยุทธ์ด้านการเรียนรู้ เพราะการเรียนรู้เป็นปัจจัยพื้นฐานของการสร้างนวัตกรรมในองค์กร นวัตกรรมสามารถถูกนำเสนอผ่านทางวงจรของการเรียนรู้ได้ ส่วนที่ห้า คือ ทรัพยากร องค์กรนวัตกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรที่เพียงพอ ซึ่งทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม คือ เวลา บุคลากร ข้อมูลสารสนเทศ และงบประมาณสนับสนุน ส่วนที่หก คือ วัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเปรียบเสมือนกับกฎเกณฑ์ที่บังคับระดับนวัตกรรมที่มีอยู่ในองค์กร ดังนั้นองค์กรจะต้องสนับสนุนให้มีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม กล้าคิด กล้าเสี่ยง เปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็น หรือแนวความคิดใหม่ๆ โดยไม่มีการทำโทษต่อความล้มเหลวหรือผิดพลาดที่เกิดจากการสร้างนวัตกรรม พยายามปรับเปลี่ยนแนวความคิดของผู้คนในทุกๆระดับให้มีความเชื่อและพฤติกรรมที่สนับสนุน นวัตกรรม โดยการเปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน และต้องสร้างให้พนักงานเห็น

ความสำคัญของนวัตกรรมด้วย (Christiansen, 2000) ส่วนที่เจ็ด คือ ความคิดสร้างสรรค์ โดยถือเป็นกลไกทางความคิดที่อาศัยจินตนาการและประสบการณ์มาผสมผสานอย่างลงตัว จนได้แนวคิดสำหรับการแก้ไขปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหานั้นต้องมีประโยชน์ต่อองค์กรและเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งองค์กรที่ต้องการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมจะต้องมีการจัดการความคิดสร้างสรรค์ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2553) ส่วนที่แปด คือ ผู้นำ โดยผู้นำองค์กรต้องเล็งเห็นคุณค่าและให้ความสำคัญกับนวัตกรรม พร้อมทั้งมีการปรับใช้การบริหารจัดการและมาตรการที่จูงใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางนวัตกรรมขององค์กร รวมทั้งต้องมีความเห็นชอบอย่างกระตือรือร้น และมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในการสนับสนุนการสร้างสรรคของนวัตกรรม ส่วนที่เก้า คือ ปัจจัยภายนอก ลักษณะขององค์กรนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จนั้นมีความจำเป็นต้องเปิดรับและเข้าใจมุมมองภายนอก ซึ่งจะเป็นการบ่งบอกสัญญาณของโอกาสและอุปสรรค องค์กรจึงควรมีวิธีการรับรู้และสื่อสารกับปัจจัยภายนอกด้วยการพัฒนาการกำหนดทิศทางจากภายนอก โดยให้ความสำคัญไปที่ลูกค้า และการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี Tidd & Bessant (2009) ได้มีการศึกษาตัวชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการสร้างนวัตกรรม โดยพบว่า การมีความสามารถในการรับรู้และเข้าใจความต้องการของลูกค้าและตลาดมีความสำคัญต่อการสร้างองค์กรนวัตกรรม การพัฒนารูปแบบการรับรู้ความต้องการของลูกค้าและเข้าใจในตลาดภายนอก การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการสื่อสารที่ชัดเจนอาจเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและเป็นที่มาของนวัตกรรม

กล่าวได้ว่า นวัตกรรมองค์กร (organizational innovation) คือ การพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนองค์กรให้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างๆ โดยการบริหารจัดการองค์กรให้มีความพร้อมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

หลักการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ทรัพยากรมนุษย์ เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในองค์กรในการขับเคลื่อนงานให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายขององค์กร เมื่อบุคลากรมีความตั้งใจปฏิบัติงานด้วยความร่วมมือ องค์กรนั้นย่อมจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ดังนั้นการจะให้บุคลากรมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอ ซึ่งมีความจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานให้ทันต่อความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี (เปรี๊ญ กิจรัตน์, 2536, หน้า 19) ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นการวางแผนเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาและส่งเสริมให้บุคคลมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน และมีความพร้อมที่จะทำงานในหน้าที่ให้ได้ผลดีต่อองค์กรมากที่สุด รวมทั้งมีพฤติกรรมการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม และทัศนคติที่ดี เพื่อให้สามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีหลักการที่สำคัญ (พิมพ์ชนก ไชยรัตน์, 2562) คือ

1) หลักการเสริมสร้างความเชื่อถือและศรัทธาในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีหลักการที่สำคัญ คือ ผู้ที่เข้ารับการอบรมและพัฒนา รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องมีความเชื่อและศรัทธาเกิดขึ้นก่อน และเมื่อนั้นแล้ว

ก็จะทำให้การพัฒนาประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและความคาดหวังได้ เช่น ความเชื่อถือและศรัทธาต่อหน่วยงานที่ดำเนินการ หรือชื่อเสียงและประสบการณ์ของวิทยากร เป็นต้น

2) หลักการรักษาระดับความสนใจให้อยู่ในระดับสูงอยู่เสมอในการพัฒนา โดยมีหลักการที่สำคัญคือ จะต้องทำให้ผู้ที่เข้ารับการพัฒนากำลังดำเนินการอยู่นั้นรับรู้และรับฟัง โดยวิทยากรควรที่จะสามารถสร้างความสนใจแก่ผู้ที่เข้ารับการพัฒนาก็อบรม เช่น มีกิจกรรมต่างๆ ใช้เทคนิคหรือวิธีการใหม่ๆ ในการฝึกอบรม เป็นต้น

3) หลักการเสริมสร้างภาวะสมองในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีหลักการที่สำคัญคือ จะต้องทำให้ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมมีการเสริมสร้างภาวะของสมองด้วยการฝึกให้รู้จักคิด ฝึกให้ปฏิบัติ รวมทั้งฝึกให้โต้ตอบและมีส่วนร่วม ซึ่งวิธีการต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ผู้ที่เข้าฝึกอบรมเกิดทักษะ และความรู้ความสามารถมากขึ้น

4) หลักการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีในหัวข้อต่างๆ ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีหลักการที่สำคัญ คือ จะต้องทำให้ผู้ที่เข้าฝึกอบรมได้เข้าใจและรับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญ และความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ในเนื้อหาและหัวข้อนั้นๆ ที่กำหนดไว้ในหลักสูตรของการฝึกอบรม ดังนั้นจึงเป็นหลักการที่สำคัญว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะต้องยึดหลักการเพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีในเรื่องต่างๆ ให้กับผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรม

5) หลักการเสริมสร้างความเข้าใจในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีหลักการที่สำคัญคือ จะต้องทำให้ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความเข้าใจ และสามารถนำความรู้ต่างๆ ที่ได้รับการฝึกอบรมไปปฏิบัติงานและประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปได้ กล่าวคือ ผู้ที่ได้รับการฝึกอบรม เมื่อได้ความรู้จากการฝึกอบรมแล้ว จะต้องมีความเข้าใจเพิ่มเติมด้วยว่าจะนำความรู้ที่ได้เหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงานได้อย่างไร ดังนั้นจึงเป็นหลักการสำคัญที่จะต้องเสริมสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วย

6) หลักการเน้น หรือย้ำในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีหลักการที่สำคัญ คือ จะต้องทำให้ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรมสามารถจดจำจากสิ่งที่ได้รับการพัฒนาและฝึกอบรมให้ได้ การที่จะทำให้การจดจำเป็นไปได้ดีนั้น วิธีการหนึ่งที่นิยมใช้ก็คือ การเน้นย้ำนั่นเอง เช่น การที่คนบางคนร้องเพลงได้ทั้งๆ ที่ไม่เคยเห็นเนื้อเพลงมาก่อน อาจจะเพราะได้ยินและได้ฟังเพลงนั้นบ่อยๆ ทำให้จดจำและร้องเพลงนั้นได้ในที่สุด ดังนั้นการเน้นย้ำจึงเป็นหลักการสำคัญสำหรับการเข้าฝึกอบรมนั่นเอง

สรุปได้ว่า หลักในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คือการเสริมสร้างความเชื่อถือและศรัทธา พยายามทำให้ผู้ที่เข้ารับการพัฒนากำลังดำเนินการอยู่นั้นรับรู้และรับฟัง โดยวิทยากรควรมีทักษะในการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ฝึกให้รู้จักคิด ฝึกให้ปฏิบัติ รวมทั้งฝึกให้โต้ตอบและมีส่วนร่วม ทำให้ผู้ที่เข้าฝึกอบรมได้เข้าใจและรับรู้ถึงประโยชน์ และความสำคัญของหลักสูตรการฝึกอบรม

บทบาทของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

องค์กรถือเป็นระบบเปิด คือการที่องค์กรต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก การพัฒนาเพื่อให้องค์กรอยู่ต่อไปได้จำเป็นต้องทำให้หน่วยต่างๆ ภายในองค์กรเกิดการทำงานแบบบูรณาการร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ ดังนั้นบุคลากรในองค์กรต้องปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทของตนเอง

ในส่วนของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจบทบาทของตนเองเพราะถือเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เมื่อเกิดกิจกรรมการพัฒนา องค์กรก็จะบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ปัจจุบันบทบาทของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงจาก “หน้าที่นิยม” (Functionalism) มาสู่บทบาทงานที่มีลักษณะ “เชิงกลยุทธ์” มากขึ้นโดยสมบัติ กุสุมาวสี (2540) ได้เสนอบทบาทของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แนวใหม่ในการที่จะนำองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ดังนี้

1. เป็นนักอำนวยความสะดวกเชิงกลยุทธ์ (Strategic Facilitator) มีการแสดงบทบาทในเชิงรุกมากขึ้น โดยมีบทบาทเป็นหน่วยนำแห่งการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะต้องมีส่วนร่วม ในการวางแผนกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร ดังนั้น นักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต้องมีคุณสมบัติสำคัญคือต้องเป็นผู้ที่เรียนรู้ในการคิดแบบผู้ประกอบการ

2. ลดความสำคัญของการฝึกอบรมในห้องเรียน (Classroom-Based Training) แล้วหันมาสนใจการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรได้มีโอกาสเรียนรู้ตลอดเวลา แต่ทั้งนี้ก็ยังให้คงการฝึกอบรมในห้องเรียนไว้ เพราะการฝึกอบรมยังเป็นเทคนิควิธีการ และเครื่องมือในการพัฒนาทักษะขั้นพื้นฐาน และสามารถแก้ไขปัญหาการขาดทักษะได้ (Skill Shortage) โดยองค์กรจะต้องสร้างสภาพแวดล้อมและกระตุ้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ที่สามารถจะนำสิ่งที่เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

3. เพิ่มบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ทั้งในการสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ ออกแบบโครงสร้างที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ ออกแบบระดับที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างพนักงานและผู้บริหาร และทำหน้าที่เป็นฝ่ายสนับสนุนและให้คำปรึกษาเพื่อสร้างโอกาสให้พนักงานได้พัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา

4. พัฒนพนักงานให้มีวิธีคิดอย่างเป็นระบบในการทำงาน โดยเน้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เอาใจใส่ต่อการตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สร้างเครือข่าย ความสัมพันธ์กับชุมชนภายนอก

5. เปลี่ยนแปลงขนาดและจำนวนบุคลากรของหน่วยงาน รวมทั้งเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการทำงานของหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และเพิ่มขีดความสามารถของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น พร้อมกับกระจายหน้าที่ความรับผิดชอบด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไปสู่ผู้บริหารตามสายงานต่างๆ และพนักงานจะต้องมีความรับผิดชอบในการพัฒนาตนเองมากขึ้น

6. มุ่งเน้นไปที่เป้าหมายสำคัญ คือ การปรับปรุงผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง (Performance Improvement)

ดังนั้น การตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของการเป็นนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะเมื่อนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ใช้วิธีการพัฒนาในเชิงกลยุทธ์ก็จะเกิดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานขึ้น องค์กรก็จะเกิดการพัฒนามาได้ด้วย

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์

กลยุทธ์ เป็นแนวทางที่ทำให้เกิดการกระทำ หรือเป็นตัวกำหนดทิศทางในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งทำให้รู้ว่า องค์กรอยู่ ณ จุดใด ต้องการไปทิศทางใด จะไปถึงจุดนั้นอย่างไร ด้วยวิธีการใด และจะอย่างไรให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือบรรลุเป้าหมายได้อย่างไร และเป็นข้อได้เปรียบขององค์กรที่จะเพิ่มความสามารถการแข่งขันกับองค์กรอื่นๆ ได้ โดยอาศัยความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร เป้าหมาย ความต้องการ และสภาพแวดล้อมองค์กร ในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์และการทบทวนสถานการณ์ กำหนดทิศทางการดำเนินงาน การตัดสินใจ กำหนดแผนงาน การดำเนินงานหลัก และการควบคุมโดยรวมอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้และมีกระบวนการบริหารจัดการที่มีความต่อเนื่อง (วัชรพงษ์ ยอดเพชร, 2560)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ เป็นกระบวนการที่องค์กรใช้เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาความสามารถของบุคลากรให้เป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะต่างๆ เพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามเป้าหมาย กลยุทธ์หรือวิสัยทัศน์ขององค์กร และสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จโดยใช้วิธีการ เช่น การสร้างแผนการพัฒนาบุคลากร การประเมินและพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากร การส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนา เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ เป็นการดำเนินงานเชิงรุก ที่มีความสำคัญในการสร้างสมรรถนะในองค์กรและให้ความเชื่อมั่นในการทำงานร่วมกันเพื่อให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันและประสบความสำเร็จในระยะยาว รวมทั้งยังมีผลต่อความพึงพอใจของพนักงาน และสามารถรักษานักงานที่มีความสามารถและประสพการณ์ให้พร้อมที่จะทำงานกับเป้าหมายขององค์กรในระยะยาว ซึ่งวิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์มีหลากหลาย ตามลักษณะของธุรกิจและวัตถุประสงค์ขององค์กร ตัวอย่างเช่น การเปิดโอกาสให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ การสนับสนุนการศึกษาต่อ หรือการสร้างผลตอบแทนเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

กล่าวได้ว่าในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ดังนั้นองค์กรจำเป็นต้องแสวงหากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้และการพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

สรุป

ปัจจุบันกระแสโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันระหว่างองค์กรมีมากขึ้น องค์กรต่าง ๆ ต้องการให้พนักงานเสนอกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรท่ามกลางตลาดของการแข่งขัน ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม ส่วนสำคัญคือการพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนงานให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายขององค์กร เมื่อบุคลากรมีความตั้งใจปฏิบัติงานด้วยความร่วมมือ องค์กรนั้นย่อมจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ดังนั้นการจะให้บุคลากรมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ จึงต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อรองรับต่อการเปลี่ยนแปลง หลักในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือการเสริมสร้างความเชื่อถือนและศรัทธา พยายามทำให้ผู้ที่เข้ารับการพัฒนากำลังดำเนินการอยู่นั้นรับรู้และรับฟังโดยวิทยากรต้องกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ฝึกให้รู้จักคิดฝึกให้ปฏิบัติ รวมทั้งฝึกให้โต้ตอบและมีส่วนร่วม ให้ผู้ที่เข้าฝึกอบรมได้เข้าใจและรับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของหลักสูตร การฝึกอบรม เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ส่วนสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คือ บทบาทของนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องทำให้หน่วยต่างๆ ภายในองค์กรเกิดการงานแบบบูรณาการร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก การผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยใช้ลักษณะ “เชิงกลยุทธ์” มากขึ้น เพื่อการทำงานให้เกิดผลลัพธ์ที่ตรงกับเป้าหมายและความต้องการขององค์กร และนำพาองค์กรสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและมีคุณค่า สอดคล้องตามวิสัยทัศน์องค์กรได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาระดับความสามารถนั้นให้สูงขึ้น เพื่อขับเคลื่อนการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สนับสนุนการเติบโตที่มั่นคงให้กับองค์กรในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- เปรี๊ยะ กิจรัตน์. (2536). แนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. (ออนไลน์), สืบค้นจาก:
[http://opacbook.payap.ac.th/cgi-bin/koha/opac detail](http://opacbook.payap.ac.th/cgi-bin/koha/opac%20detail). (2567, 27 เมษายน).
- พยัต วุฒิรงค์. (2557). การจัดการนวัตกรรมการ : ทรัพยากร องค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ชนก ไชยรัตน์. (2562). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนให้เกิดองค์กรแห่งนวัตกรรม. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วัชรพงษ์ ยอดเพชร. 2560. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์. (ออนไลน์), สืบค้นจาก:
<http://www3.ru.ac.th/mpa-abstract/index.php/abstractData/viewIndex/101>. (2567, 27 เมษายน).
- สมบัติ กุสุมาลี. (2540). ประเทศไทยในทศวรรษหน้าการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้. [เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการเนื่องในวาระครบรอบ 30 ปีแห่งการสถาปนาสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). *การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 3. ฝ่ายส่งเสริมวัฒนธรรม
นวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.

Christiansen, J.A. (2000). *Building the innovative organization: Management systems that
encourage innovation*. Hampshire: MacMillan.

Tidd, J., & Bessant, J.R. (2009). *Managing innovation: Integrating Technological, market and
organizational change*. 4th ed. Chichester: John Wiley and Sons.

นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์

ปิ่นผกา เหล่าเกษม^{1*}

^{1*}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: pinpakaspy28@gmail.com^{1*}

Received: 29 May 2024

Revised: 27 June 2024

Accepted: 28 June 2024

บทคัดย่อ

ความเจริญก้าวหน้าในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประสิทธิภาพขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการเรียนรู้ถึงสถานการณ์ แนวคิด เทคนิคการดำเนินงาน และเทคโนโลยีต่าง ๆ จากภายนอก เรียนรู้จากประสบการณ์จากภายในและภายนอกองค์กร และพัฒนาให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดนวัตกรรมต่อไป ต้องมีการคำนึงถึงกระบวนการบริหารจัดการ เพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ โดยการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานให้เหมาะสมกับงาน และสอดคล้องกับตำแหน่งงาน บทความนี้ได้ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ การเปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรได้เสนอแนวความคิดได้อย่างอิสระ โดยความรู้ที่มีด้านเทคโนโลยีเป็นตัวสนับสนุนตามขั้นตอนต่าง ๆ ของนวัตกรรม จากนั้นได้ชี้ให้เห็นถึงการนำนวัตกรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์ และนวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เพื่อติดตามและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนงานในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเติบโตอย่างมั่นคง

คำสำคัญ: นวัตกรรม, การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์

Innovations in Human Resource Management

Pinpaka Laokasame^{1*}

^{1*}Master of Public Administration, Program in Public Management Innovation,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Corresponding Author; E-mail: pinpakaspy28@gmail.com^{1*}

Received: 29 May 2024

Revised: 27 June 2024

Accepted: 28 June 2024

Abstract

Thriving in a rapidly changing environment the effectiveness of an organization depends on the organization's ability to learn about situations, concepts, operating techniques, and various technologies from outside. Learn from experiences from inside and outside the organization. and develop creativity causing further innovation Management processes must be taken into account. To make human resources efficient and quality by selecting personnel to work that are suitable for the job and consistent with the job position. This article reviews the concept of innovation in human resource management, namely allowing everyone in the organization to freely propose ideas. The knowledge of technology is used to support the various stages of innovation. Then, it was pointed out Bringing innovation in human resource management and innovation in human resource management in organizations to continuously monitor and improve to be an important force in driving work in the organization to get the most benefit and grow steadily.

Keywords: Innovation, Human Resource Management

บทนำ

ในปัจจุบัน เป็นยุคแห่งการก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแวดวงธุรกิจ และอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย ทั้งนี้ เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนให้เกิดนวัตกรรม (Innovation) ในธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ หรือแม้แต่ในเรื่องของการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ ความเจริญก้าวหน้าในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ก็ต้องมีการปรับตัวเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น มีการพัฒนานวัตกรรมอยู่เสมอ เพื่อให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของธุรกิจหรือองค์กรได้อย่างเต็มที่ รวมไปถึงประสิทธิผลขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการเรียนรู้ถึงสถานการณ์ แนวคิด เทคนิคการดำเนินงาน และเทคโนโลยีต่าง ๆ การเรียนรู้จากประสบการณ์จากกันและกัน ภายในและภายนอกองค์กร การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากอีกส่วนหนึ่ง เพราะองค์กรที่ประสบความสำเร็จด้านนวัตกรรมพื้นฐานต้องเรียนรู้ว่าจะบริหารจัดการ กระตุ้น และให้รางวัลกับพนักงานเช่นกัน

การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่น และความสำเร็จในองค์กร นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์มีบทบาทสำคัญในการปรับตัวและตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสมัยปัจจุบัน โดยการนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ เช่น เทคโนโลยีดิจิทัล การเรียนรู้เชิงลึก (deep learning) และการใช้ข้อมูลให้เป็นพลังงานในการตัดสินใจ องค์กรสามารถสร้างพฤติกรรมที่ยืดหยุ่น และเปิดกว้างต่อการนำนวัตกรรมเข้าสู่การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ได้ ซึ่งจะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ และการมีแรงจูงใจในการทำงานเพื่อสร้างความสำเร็จในองค์กรอย่างมั่นคงและยั่งยืน การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นนวัตกรรมจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างพฤติกรรมและวัฒนธรรมองค์กร ที่สนับสนุนนวัตกรรม และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในองค์กร ซึ่งในบทความนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลกระทบในองค์กรในสมัยปัจจุบัน และวิเคราะห์การนำ นวัตกรรมเหล่านี้มาปรับใช้ในองค์กรในอนาคต โดยเน้นที่เทคโนโลยีดิจิทัล และการใช้ข้อมูลในการบริหารงาน ทรัพยากรมนุษย์ในสมัยปัจจุบันและอนาคต

จะเห็นได้ว่า คนยุคใหม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมที่นำมาใช้ในองค์กรค่อนข้างมาก ซึ่งถ้าเทียบในอดีตกับปัจจุบัน จะเห็นว่าสภาพแวดล้อมในองค์กร และการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมพอสมควร เพราะคนยุคใหม่คำนึงถึงเรื่องดังกล่าวด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น สภาพแวดล้อมและทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร คนยุคใหม่คำนึงถึงเรื่องของคนในองค์กรมากขึ้น อาทิเช่น คนทำงานยุคใหม่มีการเปลี่ยนงานบ่อยขึ้น สาเหตุหลักมาจากสภาพแวดล้อมของการทำงาน ซึ่งฝ่ายบริหารงาน ทรัพยากรมนุษย์ต้องมีการคำนึงถึงเรื่องนี้มากขึ้นด้วยเช่นกัน การดึงคนที่มีความสามารถเข้ามาร่วมงาน คนที่สามารถเข้ากับคนในองค์กรได้ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงต้องคิดค้นหาวิธีการให้คนยุคใหม่ให้อยู่กับองค์กร ซึ่งในปัจจุบันนั้นไม่ได้จำกัดเพียงแค่เรื่องผลตอบแทนในรูปแบบของตัวเงิน อย่างในอดีตเท่านั้น ต้องคำนึงถึงสวัสดิการ การสร้างความพึงพอใจแก่พนักงาน รวมไปถึงการสร้างความสุข

ของพนักงานต้องครัดด้วยเช่นกัน อย่างในปัจจุบันนี้ องค์การมีความแตกต่างหลากหลายของพนักงานมากขึ้น ดังนั้นองค์กรต้องมีกิจกรรมหรือแนวทางต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่เราทุกคนเป็นหนึ่งเดียวกัน รวมถึงการปรับทัศนคติความแตกต่างของแต่ละคนสู่การมีวัฒนธรรมร่วมกัน เพื่อสร้างคุณค่าแก่องค์กร เปลี่ยนความแตกต่างของแต่ละคนมาเป็นจุดแข็งให้องค์กร เพื่อให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ความหมายนวัตกรรม

คำว่า “นวัตกรรม” มาจากคำกริยาภาษาละติน Innovare ซึ่งหมายถึงการต่ออายุนวัตกรรม คือ การปรับปรุง หรือทดแทนบางสิ่งบางอย่าง เช่น กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เป็นกระบวนการที่ทำให้บางสิ่งบางอย่างได้รับการต่ออายุหรือทำให้ทันสมัย โดยใช้กระบวนการใหม่ การแนะนำเทคนิคใหม่ หรือการสร้างแนวคิดที่ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างมูลค่าใหม่ขึ้นมา อย่างที่เราได้บอกไปแล้วว่าคำว่า นวัตกรรม มีคำจำกัดความจากหลายแหล่งที่มา เราจึงขอยกคำจำกัดความจากบุคคลที่มีชื่อเสียงบางท่านมาประกอบ ดังนี้

ปีเตอร์ เฟอร์ดินานด์ ดร็กเกอร์ (Peter Ferdinand Drucker) นักคิดแนวคิดด้านการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ กล่าวว่า “นวัตกรรมเป็นเครื่องมือเฉพาะของผู้ประกอบการ... การจัดการทรัพยากรด้วยความสามารถใหม่เพื่อเพิ่มผลกำไรยิ่งขึ้น” เป็นแนวคิดในการมอบทรัพยากรจากความสามารถใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

สกอตต์ เบอร์กิน (Scott Berkun) นักเขียนและนักพูดชาวอเมริกัน “นวัตกรรม คือ การเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่สำคัญ” แต่คำจำกัดความนี้เน้นที่ผลลัพธ์มากกว่ากระบวนการ หากคุณยังไม่รู้หรือยังไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก็เป็นการยากที่จะนำคำจำกัดความนี้ไปใช้

ทิม แคสเทลล์ (Tim Kastelle) ผู้ให้คำปรึกษาด้านนวัตกรรม “นวัตกรรมไม่ใช่แค่มีความคิด แต่เป็นการดำเนินการเพื่อสร้างมูลค่า” เป็นการให้คำจำกัดความโดยรวมเอาแนวคิดหลักๆ สามอย่าง คือ ความคิด การดำเนินการ และการสร้างมูลค่านวัตกรรม เป็นกระบวนการที่ต้องการความคิดสร้างสรรค์ และความเต็มใจที่จะเสี่ยงกว่าการดำเนินโครงการแบบทั่วไป เพื่อให้โครงการนวัตกรรมนั้นประสบความสำเร็จ (Good Material , 2564)

นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์

นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ คือ การเปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรได้เสนอแนวความคิดได้อย่างอิสระ โดยความรู้ที่มีด้านเทคโนโลยีเป็นตัวสนับสนุนตามขั้นตอนต่าง ๆ ของนวัตกรรม คือ 1. นวัตกรรมที่ใจ 2. นวัตกรรมที่ความคิด (ทัศนคติ) 3. นวัตกรรมที่พฤติกรรม 4. นวัตกรรมที่กระบวนการ 5. นวัตกรรมที่ระบบ การจะใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขึ้นอยู่กับเป้าหมายจะต้องให้บุคลากรนั้นมีใจรักที่จะพัฒนาความคิดแต่สิ่งนั้นต้องถูกต้องดีงาม และมีพฤติกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนา

ทั้งตนเอง หมู่คณะ และองค์กรจึงเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่พึงประสงค์นวัตกรรมและการใช้ IT ในการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นมีการพัฒนาการทั้งในรูปแบบของการใช้เทคโนโลยี และการปรับเปลี่ยนแนวความคิดด้านการบริหารจัดการ หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการนำระบบคอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสาร และความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาผนวกเข้าด้วยกันเพื่อใช้ในกระบวนการจัดหา จัดเก็บสร้าง และเผยแพร่สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น อาจกล่าวได้ว่าประกอบขึ้นจากเทคโนโลยี สองสาขาหลัก คือ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสื่อสาร อันเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งที่เอื้อให้การจัดการ ความรู้ประสบความสำเร็จ ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ช่วยการแลกเปลี่ยนความรู้สามารถทำได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัย ก็มีส่วนช่วยให้การจัดการความรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง และมีบทบาทในการจัดการความรู้ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1. เทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) ช่วยให้บุคลากรสามารถเข้าถึงความรู้ต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้นสะดวกขึ้น รวมทั้งสามารถติดต่อสื่อสารกับ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ ค้นหาข้อมูลสารสนเทศ และความรู้ที่ต้องการได้ผ่านทางเครือข่ายออนไลน์ต่าง ๆ 2. เทคโนโลยีสนับสนุนการทำงานร่วมกัน (Collaboration Technology) ช่วยให้การประสานการทำงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพลดอุปสรรคในเรื่องของระยะทาง 3. เทคโนโลยีในการจัดเก็บ (Storage Technology) ช่วย ในการจัดเก็บและจัดการความรู้ต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดการความรู้ขององค์กรนั้น ประกอบด้วยเทคโนโลยีที่สามารถครอบคลุมกระบวนการต่าง ๆ ในการจัดการความรู้ได้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ 4. สังคมเครือข่าย (Social Networking) ปัจจุบันเครื่องมือด้านเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และ มีการปรับเปลี่ยนพัฒนาตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคปัจจุบัน ระบบสังคมเครือข่ายบนโลกออนไลน์ กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูง เนื่องจากการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม กระบวนการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ไม่ใช้เทคโนโลยี แต่เทคโนโลยีกลายเป็นเครื่องมือ สำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้การจัดการความรู้ประสบความสำเร็จ องค์กรส่วนใหญ่จึงมีการจัดสรรงบประมาณ ใน การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาเป็นเครื่องมือช่วยในการจัดการความรู้ขององค์กร ดังนั้น เทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ หรือซอฟต์แวร์เพียงเท่านั้น แต่ในปัจจุบันได้หมายรวมถึงความสำคัญของ คน เป้าหมายที่คนวางหรือกำหนดในการใช้เทคโนโลยีนั่น ๆ คุณค่าในการเลือกใช้เทคโนโลยี ตลอดจนเกณฑ์ ในการประเมินที่ใช้ ในการตัดสินใจในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในงานต่าง ๆ ด้วย (webportal.bangkok , 2566)

การนำนวัตกรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์

ในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะ หรือพฤติกรรมขององค์กร โดยการนำนวัตกรรมอย่างมีระบบที่มุ่งเน้นศักยภาพ หรือความแตกต่างให้สามารถนำไปต่อยอดหรือสร้างธุรกิจแนวใหม่ได้ (Drucker, 2015) อันสามารถเข้าถึงความรู้ได้อย่างสร้างสรรค์ (Ardashkin, Martyushev, & Bezborodov, 2015) และให้ความสำคัญกับความรู้เพื่อเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการสร้างนวัตกรรม (Tarichkul & Punthai, 2017)

การนำนวัตกรรมเป็นการพัฒนาองค์กรให้มีความสามารถซึ่งปัจจัยสำคัญที่สรรค์สร้างให้เกิดนวัตกรรมก็คือ คน ปัญญาความรู้ และทักษะความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ เป็นหัวใจหลักของการสร้างประสิทธิภาพของการทำงาน และขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง ดังนั้น จึงต้องมีการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ต้องคิดวิเคราะห์ และวางแผนโดยคาดคะเนถึงการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมให้เท่าทัน และตรงเงื่อนไขใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยผู้บริหารระดับสูงต้องมีความมุ่งมั่นในการนำองค์กรไปสู่องค์กรนวัตกรรม รวมทั้งการใช้รางวัลเป็นตัวกระตุ้นให้บุคลากรขององค์กรได้

ในปัจจุบัน การนำนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการที่องค์กรต้องมีการพัฒนา และต้องมีการปรับตัวตามสถานการณ์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถรักษาความมีคุณภาพและความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหนึ่งในแนวทาง ที่สำคัญในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบบริหารจัดการบุคคลที่อัตโนมัติ (HRIS) ที่ช่วยให้การจัดการข้อมูลของพนักงานเป็นเรื่องง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้นกว่าเดิม รวมถึงการใช้งานซอฟต์แวร์การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจที่สำคัญเกี่ยวกับการจัดการบุคคลในองค์กร รวมถึงการมีเทคโนโลยีที่เป็นมาตรฐานใหม่ๆ เช่น การใช้งานศักยภาพของเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเสริมสร้างประสบการณ์ในการทำงาน เช่น การนำเทคโนโลยีเสมือนจริง หรือเทคโนโลยีมาใช้ในการประเมินความเสี่ยงและภาพ ใช้เพื่อการฝึกอบรม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ซึ่งจะกล่าวว่า การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมาช่วยเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการพัฒนาบุคลากรในองค์กร

การขับเคลื่อนนวัตกรรมในองค์กร

การขับเคลื่อนนวัตกรรมในองค์กรได้ ต้องอาศัยวัฒนธรรมของผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ คือ ต้องสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ต้องไม่ขัดขวางการเปลี่ยนแปลง และสนับสนุนให้กล้าคิด กล้าทำ นวัตกรรมต้องเกิดจากผู้ตาม หรือผู้ปฏิบัติงาน และมีผู้นำคอยสนับสนุนทำเป็นตัวอย่าง และต้องอาศัยวัฒนธรรมของผู้ตาม หรือผู้ปฏิบัติงาน กล่าว คือ Engage for Success Survey หรือที่มักจะรู้จักในฐานะรายงาน MacLeod ได้สำรวจองค์กรต่างๆ ทั่ว

สหราชอาณาจักรเพื่อหาความเชื่อมโยงระหว่างความร่วมมือของพนักงานที่สูงกับประสิทธิภาพที่สูง รายงานดังกล่าว เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การปลดล็อกศักยภาพของวัฒนธรรมในที่ทำงานในเชิงนวัตกรรม การกำหนดหลักคุณธรรม การสร้างความเชื่อมั่น รวมถึงความมุ่งมั่น และการสื่อสารแบบสองทาง คือ ภูเขาสำคัญที่จะทำให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมอย่างแท้จริง ข้อควรพิจารณาต่างๆ ในการก้าวเป็นองค์กรที่มีนวัตกรรมมากขึ้น มีดังนี้

1. เตรียมพร้อมสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ต้องระบุปัญหาและอุปสรรคทั้งหมดให้เรียบร้อยก่อนเริ่มต้นจัดทำกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม ตระหนักถึงข้อจำกัดของความคิดเชิงนวัตกรรม เช่น การขาดความมั่นใจ เวลาที่ไม่เพียงพอ และการพึ่งพาวิธีดำเนินงานแบบเก่าๆ มากจนเกินไป ตลอดจนส่งเสริมวิธีคิดใหม่ๆ ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงความก้าวหน้าจะนำมาซึ่งนวัตกรรมอย่างแท้จริง ก็ต่อเมื่อองค์กรดำเนินงานด้วยมุมมองเชิงบวก และมีอิสระในการท้าทายสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่

2. ให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม ซึ่งเป็นวัฒนธรรมบริษัทในเชิงนวัตกรรมล้วนเกี่ยวข้องกับทุกคน ลองใช้แบบสำรวจ กล้องรับฟังข้อเสนอแนะ และเซสชันรับฟังคำติชมเป็นประจำ เพื่อแสดงความเปิดกว้างสำหรับไอเดียใหม่ๆ และสร้างวิธีแสดงความเห็นเกี่ยวกับความคืบหน้าและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น บริษัทที่นำหลักการเรื่องความหลากหลายและการไม่แบ่งแยกไปปฏิบัติจริงจะได้รับประโยชน์จากประสบการณ์ และมุมมองที่หลากหลายเมื่อทุกคนได้รับการส่งเสริมให้มีส่วนร่วม

3. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าทุกคนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง คือ การมีส่วนร่วมนั้นขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ และเป็นความมุ่งมั่นจากทั้งสองฝ่าย ซึ่งก็คือ องค์กรและพนักงานในองค์กร โดยงานวิจัยจาก Gallup พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้น และระดับของนวัตกรรมที่เพิ่มขึ้นนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างมา

4. ชื่นชมและให้รางวัลแก่ความคิดเชิงนวัตกรรม การชื่นชมพนักงานเป็นภูเขาสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับวัฒนธรรมด้านนวัตกรรม งานวิจัยเผยให้เห็นว่า พนักงานราว 88% ที่รายงานว่าตนได้รับคำชมจากการทำงานได้ดี กล่าวว่าที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะตนได้รับการส่งเสริมให้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อย่างแข็งขัน

5. ทลายระบบลำดับชั้นแบบเก่าๆ เมื่อเป็นเรื่องของความคิดและหลักปฏิบัติในเชิงนวัตกรรม ทุกคนต่างมีบทบาทที่เท่าเทียมกัน ไม่ว่าแต่ละคนจะมีประสบการณ์มากน้อยเพียงใด หรืออยู่ในตำแหน่งใดของธุรกิจก็ตาม แบบสำรวจเมื่อไม่นานมานี้พบว่า 45% ของพนักงานเห็นพ้องต้องกันว่า การก้าวข้ามอุปสรรคเกี่ยวกับระดับการจัดการที่ต่างกันเป็นหนึ่งในความท้าทายครั้งใหญ่ที่สุดสำหรับการคิดเชิงนวัตกรรมภายในบริษัท

6. ว่าจ้างทีมที่มีความหลากหลาย ซึ่งบริษัทที่ก้าวล้ำนำสมัยอย่างแท้จริงจะพยายามว่าจ้างบุคลากรที่มีใจเปิดกว้างต่อนวัตกรรม แต่สิ่งที่สำคัญกว่านั้นคือ การที่บุคคลนั้นเป็นตัวแทนของภูมิหลังและประสบการณ์ที่หลากหลายจริงๆ ซึ่งสามารถมอบมุมมองที่หลากหลายยิ่งขึ้น และมีคุณค่าให้กับการพูดคุยและกระบวนการต่างๆ ได้

7. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าความคิดเชิงนวัตกรรมนั้นมีความเป็นธรรม อย่ามองข้ามประเด็นความปลอดภัย การเปิดกว้าง ความหลากหลาย และความยั่งยืนเมื่อต้องทดสอบไอเดียสร้างสรรค์ใหม่ๆ

8. ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน คือ ผสมผสานทีมและบุคลากรจากระดับการจัดการและแผนกต่างๆ เพื่อท้าทาย และทดสอบไอเดียจากมุมมองที่หลากหลาย วิธีนี้สามารถนำไปใช้กับลูกค้าเก่าและลูกค้าปัจจุบัน ซึ่งทุกคนอาจมีข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อนวัตกรรมได้ด้วย

9. ให้และรับฟังคำติชม คือ พนักงานต่างให้ความสำคัญกับการให้คำติชมทั้งแบบทางการและไม่ทางการ โดยมองว่าเป็นโอกาสในการเรียนรู้กันมากยิ่งขึ้น คนยุคมิลเลนเนียล และคน Gen Z ต่างมีความต้องการมากเป็นพิเศษเมื่อเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเลือกที่ทำงาน ทั้งยังคอยมองหาการทำงานแบบร่วมมือกันมากขึ้น

10. ให้เวลาและอิสระในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ มีการตรวจสอบให้มั่นใจว่าทุกคนเข้าใจตรงกันว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงเปิดโอกาสให้ได้ "คิดนอกกรอบ" เมื่อต้องระดมสมองหรือพูดคุยแลกเปลี่ยนไอเดียใหม่ๆ ลองจัดแผนกิจกรรมกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ เช่น เวิร์คช็อปงานศิลปะ การเขียน หรือการทำอาหาร เซสชันการแสดงบทบาท หรือเกมแนวแก้ไขปัญหา โดยสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาผูกโยงกับประเด็นในธุรกิจ หรือจะแค่ใช้เป็นโอกาสในการลองคิด ทำงานร่วมกัน และเรียนรู้ผ่านแนวทางใหม่ๆ ก็ได้เช่นกัน

11. กล้าที่จะล้มเหลว ซึ่งความล้มเหลวหรือความผิดหวังไม่ใช่จุดจบของนวัตกรรม แต่เป็นโอกาสในการปรับเปลี่ยน ปรับตัว และเรียนรู้

12. ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ ซอฟต์แวร์และเครื่องมือจัดการโปรเจกต์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อช่วยเรื่อง นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ในที่ทำงานนั้นมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งรวมไปถึงการใช้เครื่องมือทำงานร่วมกัน ตลอดจน Virtual Reality และเมตาเวิร์สเพื่อช่วยให้ไอเดียของคุณเป็นรูปเป็นร่างและพัฒนาไปมากยิ่งขึ้น (Workplace from Meta, 2024 : นวัตกรรมในที่ทำงาน | นวัตกรรมสำหรับที่ทำงาน | Workplace from Meta)

การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมจะประสบความสำเร็จได้ต้องเกิดจากการผสมผสานที่ดีของ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) เป็นสิ่งใหม่หรือนวัตกรรม โดยจะต้องคำนึงถึงด้านจริยธรรม (Ethic) เป็นหลัก จากการนำความรู้เดิม หรือความรู้ใหม่ที่เกิดจากการวิจัยนำมาพัฒนาขึ้นใหม่ให้เกิดเป็นสิ่งที่ใหม่ ที่เรียกว่า นวัตกรรม

2) นำมาทำหรือปฏิบัติให้เกิดได้ (Getting, Done) เกิดผลเป็นจริงตรงประเด็น (Reality, Relevancy)

3) เป็นประโยชน์ต่อด้านเศรษฐกิจและสังคม จากการใช้นวัตกรรมนั้น และนวัตกรรมจะไม่ประสบผลสำเร็จ หากเกิดจากสาเหตุดังต่อไปนี้

3.1) Communication Change หมายถึง บุคลากรไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงในการสื่อสารของนวัตกรรมนั้น

3.2) Customer Base หมายถึง นวัตกรรมเหล่านั้นไม่ตอบโจทย์ หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้

3.3) Command Control หมายถึง การควบคุมสั่งการไม่เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง เหมาะสม กับนวัตกรรมนั้น เมื่อเกิดความสำเร็จของนวัตกรรมขึ้นมา ควรมีการให้รางวัลกับบุคลากรเหล่านั้นที่ คิดค้นจนสามารถนำมาประดิษฐ์เป็นสิ่งใหม่ ๆ จัดเป็นผลงานในด้านนวัตกรรม (Innovation) ได้เป็น ผลสำเร็จ เพื่อเป็นแรงจูงใจ และเป็นตัวอย่างแก่บุคลากรอื่น ๆ ต่อไป (ประไพศรี ธรรมวิริยะวงศ์. (2564 : 520)

นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

องค์กรต่างๆ มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานไม่มีวิธีการที่ตายตัวและนวัตกรรมเองก็มีได้หลายรูปแบบ เช่น 1. นวัตกรรมที่ยั่งยืนหรือเพิ่มพูน นวัตกรรมประเภทนี้จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้อาจดูไม่ยิ่งใหญ่ แต่ก็สามารถสร้างรากฐานของวัฒนธรรมที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ครอบคลุมบุคลากร ทุกคน นวัตกรรมประเภทนี้ทำให้ทุกแผนก และบุคลากรทุกคนได้ร่วมคิดเขีนวัตกรรมกันเป็นปกติ รวมถึง ได้หาโอกาสในการมีส่วนร่วม ทดลอง และพัฒนาไอเดียต่างๆ 2. นวัตกรรมที่ก้าวล้ำหรือเกิดขึ้นแบบฉับพลัน อาจ เกิดขึ้นโดยตั้งใจผ่านโครงการริเริ่มที่จัดทำเพียงครั้งเดียวเท่านั้น หรือการระดมความคิด หรือเกิดขึ้นจากปัญหา หรือประเด็นที่เกิดขึ้นในที่ทำงาน หรืออาจมีแรงผลักดันมาจากความต้องการของลูกค้า การจัดการธุรกิจในรูปแบบใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงของตลาดในวงกว้างก็ได้เช่นกัน และ 3. นวัตกรรมที่สร้างการเปลี่ยนแปลงครั้ง สำคัญ อาจเกิดขึ้นได้เมื่อสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดผลักดันให้ต้องมีการดำเนินการในทันที หรือเกิดขึ้นได้ในบริษัทที่ เปิดกว้าง และมีความมั่นใจมากพอที่จะลองสิ่งใหม่ๆ แม้ไม่มีสิ่งใดเป็นตัวกระตุ้นเลยก็ตาม นวัตกรรมประเภทนี้ มักจะถูกมองว่าเป็นเรื่องโชคดีโดยบังเอิญหรือโชคช่วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำมาซึ่งความสำเร็จ ทว่าในความ เป็นจริงนั้น สิ่งนี้จำเป็นต้องอาศัยการทำงานเชิงกลยุทธ์และความมั่นใจ และผลประโยชน์สูงสุดที่ได้ก็จะตก อยู่กับบริษัทต่างๆ ที่พร้อมปรับตัวอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยอื่นๆ อีกมากมายต่างก็มีส่วนขับเคลื่อนนวัตกรรมด้วยเช่นกัน โดยอาจเป็นได้ทั้งในส่วนของการลงทุน และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การทำงานร่วมกันภายในอย่างตั้งใจหรือโดยบังเอิญ การมีส่วนร่วม ของลูกค้า หรือไอเดียและประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น

กรณีตัวอย่างบริษัทที่นำการสร้างนวัตกรรมใหม่ โดยอาศัยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไปใช้

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หรือ KBANK ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ธุรกิจหลักทรัพย์ และ ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง แต่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้บริการ Digital Banking เติบโตแบบก้าวกระโดด ธนาคารเล็งเห็นถึงความสำคัญจึงประกาศจัดตั้งกสิกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป (KBTG) ขึ้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน

2559 โดยเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่มุ่งคิดค้นนวัตกรรมร่วมกับพันธมิตรทางเทคโนโลยี และให้การสนับสนุน FinTech และ Tech Startup เพื่อสร้างนวัตกรรมทางการเงินให้กับบริษัทแม่ธนาคารกสิกร ด้วยงบประมาณปีละ 5,000 ล้านบาท

ต่อมาในปี 2563 KBTG ประกาศวิสัยทัศน์ Beyond The Future Day 2020 ตั้งเป้า 5 ปีข้างหน้า เป็นหนึ่งในบริษัทเทคโนโลยีที่ดีที่สุดในอาเซียน ด้วยการทำทรานส์ฟอร์มเมชันภายใต้แนวคิด "วันเคบีทีจี" (One KBTG) โดยมีแกนสำคัญในการปฏิรูปเพื่อให้เป้าหมายเกิดขึ้นจริง ล่าสุดเมื่อปี 2565 KBTG ได้ประกาศแนวคิด 'Human First, Universe of Technology' โดยใช้ความเชี่ยวชาญ และความคิดสร้างสรรค์ของชาว KBTG มาขับเคลื่อนนวัตกรรมรูปแบบต่างๆ เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรเทคโนโลยีที่ดีที่สุดในอาเซียน ด้วยความพร้อม 3 ด้าน ได้แก่

1. การพัฒนาบุคลากร ด้วยการจัดกิจกรรมให้ความรู้เพื่ออัปสเกลบุคลากรในวงการไอทีอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งเปิดรับพนักงานที่มีทักษะความสามารถทั้งด้าน Dev, Data, Design รวมถึงสาย DeFi, Blockchain เพื่อบริการใหม่

2. การพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยี ด้วยการเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ให้สอดคล้องกับเทรนด์การใช้งานทั่วโลกบริการทางการเงินปัจจุบันและโลกอนาคต

3. ยกระดับขีดความสามารถทางนวัตกรรม เผยโฉม KBTG Labs หน่วยงานที่รวมพลคนมีความรู้ด้าน ธุรกิจและผลิตภัณฑ์ การออกแบบ UX/UI และการทำวิจัยด้านเทคโนโลยีวัฒนธรรมองค์กร การปฏิรูปกระบวนการทำงาน และให้พนักงานมีส่วนร่วมในบริษัท ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนให้บริษัทแม่ก้าวขึ้นเป็นเทคคอมพานีได้ในที่สุด (Thairath, 2566)

บทสรุป

องค์กรที่จะอยู่รอดได้ คือ องค์กรที่สร้างนวัตกรรม ผู้สร้างนวัตกรรม คือ มนุษย์ มนุษย์ที่จะสร้างนวัตกรรมได้ ขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้นำ ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และวัฒนธรรมองค์กร นวัตกรรมในองค์กร คือ สิ่งใหม่ ๆ คิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อแก้ไข ป้องกันปัญหาเพื่อพัฒนาองค์กร นวัตกรรมเกิดขึ้นได้ด้วยฝีมือมนุษย์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มุ่งมั่นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทรัพยากรมนุษย์ที่จะสร้างนวัตกรรมได้ต้องมีทุนความรู้ ทุนทักษะ ทุนปัญญา ทุนความสุข ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้นำองค์กรต้องสรรหา ต้องสร้าง ต้องรักษาทุนเหล่านั้นให้มีขึ้นในทรัพยากรมนุษย์ การจะนำนวัตกรรมในองค์กรได้ต้องอาศัยวัฒนธรรมของผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ คือ ต้องสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง ต้องไม่ขัดขวางการเปลี่ยนแปลง และสนับสนุนให้กล้าคิด กล้าทำ นวัตกรรมต้องเกิดจากผู้ปฏิบัติงานและมีผู้นำคอยสนับสนุนทำเป็นตัวอย่าง

ปัจจุบันการนำนวัตกรรมในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จะเน้นในเรื่องหลักสำคัญ 3 เรื่อง คือ 1. นวัตกรรมที่ยั่งยืนหรือเพิ่มทุน 2. นวัตกรรมที่ก้าวล้ำหรือเกิดขึ้นแบบฉับพลัน 3. นวัตกรรมที่สร้างการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ รวมตลอดถึงนวัตกรรมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศด้านทรัพยากรมนุษย์ HRIS

บรรณานุกรม

- ประไพศรี ธรรมวิริยะวงศ์. (2564). แนวทางการสร้างนวัตกรรมในงานบริหารทรัพยากรมนุษย์. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(1), 516-528.
- พยัต วุฒิรงค์. (2559). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในศตวรรษหน้า. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวิภา ธรรมโชติ. (2561). นวัตกรรมการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของไทยเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน กรณีศึกษา บริษัทปูนซีเมนต์ไทย มหาชน จำกัด และบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). วารสารรัชต์ภาคย์, 12(6), 186-198.
- เสาวลักษณ์ มิ่งมิตรสุภาพร. (2562). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรมนุษย์กับองค์กรนวัตกรรม. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Goodmaterial. (2564). นวัตกรรมคือทุกเรื่องควรรู้ความสำคัญของนวัตกรรม. สืบค้นจาก.
<https://www.goodmaterial.co/what-is-innovation/>
- Workplace. (2567). นวัตกรรมในที่ทำงาน. สืบค้นจาก. <https://th-th.workplace.com/blog/workplace-Innovation>
- Thairath. (2566). รวม 6 ธุรกิจยักษ์ใหญ่ตลาดหุ้นไทย ที่ประกาศวิสัยทัศน์ก้าวสู่ Tech Company. สืบค้นจาก.
https://www.thairath.co.th/money/tech_innovation/digital_transformation/2691254



คำแนะนำในการเตรียมและการส่งต้นฉบับ

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย

Thailand Islamic Journal

วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย โดยวิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก เป็นวารสารทางวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพทางด้านทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ใน 5 สาขาวิชา ได้แก่ 1. การบริหารธุรกิจทั่วไป การจัดการและการบัญชี 2. การบริหารธุรกิจและการจัดการระหว่างประเทศ 3. องค์กรและการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ 4. การบริหารจัดการท่องเที่ยว 5. ด้านสังคมศาสตร์สำหรับแนวทางการเตรียมต้นฉบับและส่งต้นฉบับของวารสารนวัตกรรมการจัดการ มีดังนี้

ประเภทของบทความ

1. **บทความวิจัย (Research Article)** หมายถึง บทความที่เขียนขึ้นจากงานศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Study) หรือที่เรียกว่า งานวิจัย สารของบทความสะท้อนให้เห็นขั้นตอนการดำเนินการศึกษา ซึ่งได้แก่ การกล่าวถึงความเป็นมาของปัญหาหรือวัตถุประสงค์การวิจัย การดำเนินการศึกษา การแสดงข้อค้นพบหรือผลวิจัย และการบอกความหมาย และความสำคัญของผลที่ได้จากการศึกษาในทางทฤษฎีหรือปฏิบัติ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ ระเบียบวิธีวิจัย ทฤษฎีกรอบแนวคิด ผลการวิจัย สรุปผล ข้อเสนอแนะ และการอ้างอิงข้อมูลอย่างเป็นระบบ

บทความวิจัย ประกอบด้วยหน้าชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ โดยมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนสังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมล ของผู้เขียนสำหรับติดต่อ ในส่วนบทคัดย่อต้องระบุถึงแบบแผนของการวิจัย วัตถุประสงค์ ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย ความยาวไม่เกิน 250 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่องไม่เกิน 5 คำ

2. **บทความวิชาการ (Academic Article)** หมายถึง บทความที่เขียนขึ้นที่ผู้เขียนตั้งใจหยิบยกประเด็นใดประเด็นหนึ่งหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในแวดวงวิชาการ วิชาชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หรือวิพากษ์ทัศนะหรือแนวคิดเดิมและ/หรือนำเสนอหรือเผยแพร่แนวคิดใหม่ เพื่อมุ่งให้ผู้อ่านเปลี่ยนหรือปรับเปลี่ยนแนวคิด ความเชื่อมาสู่ความคิดของผู้เขียน บทความวิชาการเน้นการให้ความรู้เป็นสำคัญ และต้องอาศัยข้อมูลทางวิชาการ เอกสารอ้างอิง และเหตุผลที่พิสูจน์ได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้อ่าน



บทความวิชาการ ประกอบด้วยชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ โดยมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมลของผู้นิพนธ์ สำหรับติดต่อ ในส่วนบทคัดย่อ ต้องระบุถึงวัตถุประสงค์ หัวข้อที่นำเสนอ สรุป และข้อเสนอแนะ โดยเนื้อหาในบทคัดย่อความยาวไม่เกิน 250 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่องไม่เกิน 5 คำ ในส่วนเนื้อหาของบทความ ให้เริ่มต้นจากบทนำ ตามด้วยเนื้อหาสาระที่นำเสนอหัวข้อต่างๆ ตามหลักวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะทางวิชาการของตนเองได้ ส่วนสุดท้ายจะเป็นส่วนสรุปและข้อเสนอแนะ

3. บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) หมายถึง บทความที่วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระคุณค่า และคุณภาพของหนังสือ บทความ หรือผลงานด้านศิลปะ เช่น นิทรรศการทัศนศิลป์ และการแสดงละครหรือดนตรี โดยใช้หลักวิชา และดุลยพินิจอันเหมาะสม

บทวิจารณ์หนังสือ ประกอบด้วยชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมลของผู้เขียน สำหรับติดต่อ ชื่อเรื่องของบทวิจารณ์หนังสือควรเรียกร้องความสนใจของผู้อ่านและสื่อความหมายได้ชัดเจน ในส่วนบทนำเป็นการเขียนนำเกี่ยวกับหนังสือที่จะวิจารณ์ ในส่วนเนื้อหาเป็นส่วนแสดงความคิดเห็นและรายละเอียดในการวิจารณ์ โดยนำเสนอจุดเด่นและจุดบกพร่องของเรื่องอย่างมีหลักเกณฑ์และมีเหตุผล และส่วนสุดท้ายเป็นบทสรุปเป็นการเขียนสรุปความคิดทั้งหมดที่วิจารณ์และให้แง่คิด หรือข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน

การเตรียมต้นฉบับ

1. ขนาดของบทความ: ควรจัดพิมพ์บทความด้วย Microsoft Word บนกระดาษขนาด A4 หน้าเดียว ประมาณ 25 บรรทัด ต่อ 1 หน้า แบบแนวตั้ง (Portrait) รูปแบบตัวอักษร (Font) ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร (Font size) เท่ากับ 16 และใส่เลขหน้าตั้งแต่ต้นจนจบบทความที่ด้านบนขวาของกระดาษ (ยกเว้นหน้าแรก) ความยาวของบทความไม่ควรเกิน 15 หน้า สำหรับการตั้งค่าหน้ากระดาษ (Page setup) และส่วนระยะขอบ (Margins) กำหนดดังนี้

ด้านบน (Top)	3.50 ซม.	ด้านล่าง (Bottom)	2.54 ซม.
ด้านซ้าย (Left)	2.54 ซม.	ด้านขวา (Right)	2.54 ซม.
หัวกระดาษ (Header)	1.25 ซม.	ท้ายกระดาษ (Footer)	1.25 ซม.

2. ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน และสังกัด (Title, Author's name, Author's affiliation): ชื่อเรื่องภาษาไทย และภาษาอังกฤษจัดกึ่งกลาง ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนา ส่วนชื่อ-นามสกุลผู้เขียน และสังกัด ให้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งนี้ ชื่อผู้เขียนให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวหนา และไม่ต้องระบุค่านำหน้าชื่อ ส่วนสังกัดให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวหนา ให้ระบุสาขาวิชา ภาควิชา คณะ สถาบัน หรือหน่วยงานที่สังกัด พร้อมอีเมลในการติดต่อ ทั้งนี้ กรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน ให้ระบุด้วยว่าใคร คือ ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)



3. บทคัดย่อ (Abstract): หัวข้อบทคัดย่อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนาและขีดซ้าย ส่วนเนื้อความในบทคัดย่อและคำสำคัญให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวธรรมดา หากเป็นบทความภาษาไทยให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หากเป็นบทความภาษาอังกฤษ ให้เขียนบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษ (หรืออาจมีบทคัดย่อภาษาไทยด้วยหรือไม่ก็ได้) ทั้งนี้ บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมกันไม่ควรเกิน 1 หน้ากระดาษ A4 ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ มีความยาวประมาณ 250 คำ จะต้องพิมพ์คำสำคัญในบทคัดย่อภาษาไทย และพิมพ์ Keywords ในบทคัดย่อภาษาอังกฤษของบทความเรื่องนั้นด้วยจำนวนไม่เกิน 5 คำ

4. เนื้อหา (Content): หัวข้อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนาและขีดซ้าย ส่วนเนื้อความในแต่ละหัวข้อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวธรรมดา

5. รูปภาพและตารางประกอบ: ควรมีภาพที่ชัดเจน ถ้าเป็นรูปถ่ายควรมีภาพถ่ายจริงแนบมาด้วย หากเป็นภาพที่คัดลอกมาจากแหล่งอื่นควรเขียนแหล่งอ้างอิงนั้นด้วยตามหลักวิชาการ กรณีรูปภาพให้ใช้คำว่า “ภาพที่” กรณีตารางให้ใช้คำว่า “ตารางที่”

6. เอกสารอ้างอิง (References): การเขียนอ้างอิงให้ใช้ระบบ APA 7 โดยมีเงื่อนไขดังนี้

6.1 เอกสารที่นำมาอ้างอิงต้องมีไม่เกิน 20 รายการ และควรมีอายุไม่เกิน 15 ปี ยกเว้นแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกิดขึ้นก่อน 10 ปีและในปัจจุบันยังมีผู้นำมาใช้ โอนโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้

6.2 การอ้างอิงในเนื้อหา ใช้ระบบนามปี [นามสกุล, ปี หรือ นามสกุล (ปี)] และอ้างอิงโดยใช้นามสกุลภาษาอังกฤษเท่านั้น เช่น Yaempoklarn (2012) หรือ (Yaempoklarn, 2012) เป็นต้น ทั้งนี้ หากมีผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่นามสกุลทั้งสองคน เช่น Klinkul and Sarthnonnut (2009) หรือ (Klinkul and Sarthnonnut, 2009) หากมีผู้แต่งมากกว่า 2 คน ให้ใส่นามสกุลของผู้แต่งคนแรก และตามด้วย “et al.” เช่น Hair et al. (1998) หรือ (Hair et al., 1998) เป็นต้น

6.3 ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ และเรียงตามลำดับตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หากรายการเอกสารอ้างอิงทุกรายการ หากมีผู้เขียนไม่เกิน 6 คน ให้ใส่ชื่อให้ครบทุกคน แต่หากมีมากกว่า 6 คน ให้ใส่ชื่อทั้ง 6 คน หลังจากคนที่ 6 ให้ตามด้วย “และคณะ” หรือ “et al.”

ตัวอย่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ตัวอย่างที่ 1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อหนังสือ. พิมพ์ครั้งที่ (ถ้ามี). สถานที่พิมพ์ (เมือง): สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

Sri sa-ard, B. (1998). *Statistical methods for research I*. 2nd ed. Bangkok: Suwiriyan.

บุญชม ศรีสะอาด. (2541). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. 1. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสา.



ตัวอย่างที่ 2 วารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Klinkul, K. and Sartnonnut, M. (2009). Study of Critical Success Factors of Continuous Improvement Program in American-style versus Japanese-style Management: Case Studies of Electronics Industry. *Journal of Science and Technology*, 17(1), 15-30.

กิตติพงศ์ กลิ่นกุล และมณฑล ศาสนนนท์. (2552). การศึกษาปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จของกระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในองค์กรที่บริหารแบบอเมริกันและแบบญี่ปุ่น: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 17(1), 15-30.

ตัวอย่างที่ 3 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก: URL.

Phetchaburi Province. (2017). *Province information*. [Online]. Retrieved January 17, 2017, from: <http://www.phetchaburi.go.th>

จังหวัดเพชรบุรี. (2560). *ข้อมูลจังหวัด* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 17 มกราคม 2560 จาก: <http://www.phetchaburi.go.th/>

ตัวอย่างที่ 4 รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ (ชื่อเอกสาร), วัน เดือน ปี สถานที่จัด, หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Sorntanong, M. (2018). Guidelines for Tourism Management by Identity and Community in the Cultural Tourism of Elephant's Village Pa-Nied Luang at Pranakorn Sri Ayutthaya Province. *The Proceedings of the 13th National and International Sripatum University Conference (SPUCON2018)*, 20 December 2018 at Sripatum University (Bangkhen Campus), 2112-2122.

มานะศิลป์ ศรีทงศ์. (2561). “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์และวิถีชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านช้างเพนียดหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 13 ประจำปี 2561, วันที่ 20 ธันวาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2112-2122.



ตัวอย่างที่ 5 วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับปริญญาของวิทยานิพนธ์, ชื่อมหาวิทยาลัย.

Thepsuporn, P. (2006). *A study of the success of continuous improvement by Kaizen: A Case study of Sony Technology Co., Ltd.* Thesis of the Degree of Master of Business Administration Program in General Management. Patumthani: Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

ภูวนาท เทพสุกร. (2549). *ศึกษาความสำเร็จของการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่องด้วยวิธี Kaizen กรณีศึกษา บริษัท โซนี่ เทคโนโลยี จำกัด*. ปทุมธานี: วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

7. บทความทุกเรื่องที่ส่งให้กองบรรณาธิการพิจารณา ต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ใดมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเผยแพร่ของวารสารอื่นๆ

8. การส่งต้นฉบับบทความ (Submission) ส่งต้นฉบับบทความในรูปแบบของไฟล์ word และ pdf ตามรูปแบบที่วารสารกำหนดมาที่

สำนักงานกองบรรณาธิการ วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย

วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

เลขที่ 3 ซ.รามอินทรา 1 (อาคาร 2 ชั้น 4)

แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220

โทร : +66 2970 5820 ต่อ 640, 641

อีเมล : Thailandislamicjournal@krirk.ac.th



วารสารอิสลามแห่งประเทศไทย

THAILAND ISLAMIC JOURNAL

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2567

บทความวิจัย

07

การมีส่วนร่วมของมุสลิมในเส้นทางแห่งความรุ่งเรืองของอัญมณีไทย
สมาน อิสมาแอล

25

Service Quality Outpatients at Kasemrad Hospital Ramkhamhaeng Bangkok
Kawalin Ninae, Tosaporn mahamud

บทความวิชาการ

34

นโยบายการส่งเสริมฮาลาลและการสนับสนุนธุรกิจฮาลาลในประเทศไทย
บัณฑิต อารอมัน

51

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มุ่งสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม
วิภาวี ขวัญช่วย, สุจิตรา ธรรมใจ, เพ็ญศรี ฉิรินัง

61

นวัตกรรมในการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์
ปิ่นพกา เทล่ำเกษม

ติดต่อกองบรรณาธิการ

วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกริก

เลขที่ 3 ซ.รามอินทรา 1 (อาคาร 2 ชั้น 4) แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220

โทร : +66 2970 5820 ต่อ 640, 641

อีเมล : Thailandislamicjournal@krirk.ac.th