

## บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสิ่งจูงใจ ทศนคติ ตลอดจนศึกษาความรู้ความเข้าใจในการประกอบอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจร้านอาหารเพื่อกำหนดสิ่งจูงใจในการพัฒนาธุรกิจไปสู่ธุรกิจฮาลาลที่มีใบรับรองด้วยคุณภาพบริการที่ดี และศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริม สนับสนุน และอุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพร้านอาหารไปสู่ร้านอาหารฮาลาล ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานของร้านอาหาร เครื่องมือทางสถิติประกอบด้วยข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นคู่ ( Pairwise Test) แบบจำลองโพรบิต (Probit Model) และแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM)

ผลจากแบบจำลองสถิติแสดงผลว่าโดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มร้านอาหารฮาลาลที่มีใบรับรองและร้านอาหารในโรงแรมมีระดับความพร้อมในการให้บริการสูงกว่ากลุ่มร้านอาหารที่ไม่มีใบรับรองฮาลาล ซึ่งปัจจัยที่จะส่งผลให้ร้านอาหารยกระดับการให้บริการขึ้นอยู่กับปัจจัยเดียวเป็นหลักเท่านั้นคือ การมีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอันประกอบด้วยการพัฒนาความคิดใหม่ๆ หาดตลาดใหม่ๆ มีการพัฒนาวิธีการผลิตและรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ๆ ในขณะที่หากร้านอาหารที่มีความเข้มงวดทางการเงินมีแนวโน้มที่จะยกระดับการให้บริการน้อยลง

สำหรับปัจจัยด้านการพัฒนาธุรกิจให้เป็นได้ใบรับรองฮาลาลพบว่าความต้องการของตลาดสูงชัน (HMD) การแข่งขันจากคู่แข่ง (IC) และการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐ (GS) การปฏิบัติที่สอดคล้องหลักฮาลาล (PRAC) ข้อมูลและความรู้ต่อหลักฮาลาลไทย ( IIRb) และทัศนคติเกี่ยวกับใบรับรองฮาลาลสอดคล้องกับผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม ( ATHf) (การมีใบรับรองเพิ่มความต้องการของลูกค้าที่ไม่ใช่ชาวมุสลิม ใบรับรองเป็นที่ยอมรับและยอมรับของคนท้องถิ่นทั้งชาวมุสลิมและไม่ใช่ชาวมุสลิม) ส่งผลต่อการนำไปสู่การขอใบรับรองฮาลาลเช่นกัน แต่ทัศนคติด้านภาระทางต้นทุนและเวลาในการขอใบรับรองมีผลทางลบ (ATHe)

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ ปรากฏความไม่ชัดเจนของกฎระเบียบ และค่าใช้จ่ายในการออกใบรับรองฮาลาลของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย รวมทั้งนักวิจัยพบข้อสังเกตว่าเกณฑ์การพิจารณาร้านอาหารให้ได้รับการอนุมัติใบรับรองฮาลาลคิดค่าใช้จ่ายตามหลักเกณฑ์ของภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เคยทำกิจกรรมส่งเสริมร้านอาหารฮาลาลด้วยการออกใบรับรองในนามของททท.เช่นกันซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งมองข้ามความหมายที่แท้จริงของใบรับรองฮาลาลของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย

จากผลการศึกษามีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้เป็น 5 ด้านดังนี้

- 1. ด้านการสนับสนุนการพัฒนาบริการของสถานประกอบการ** ควรจะต้องส่งเสริมและสร้างบรรยากาศในการประกอบการ ให้ผู้ประกอบการในกลุ่มร้านอาหารทั่วไป มีแรงผลักดันในการสร้างกำไรในระบบทุนนิยมให้มากขึ้น ผ่านการให้ความคิดในการสร้างนวัตกรรม และมีความคิดใหม่ๆ
- 2. ด้านการสื่อสารและการให้ข้อมูล** รัฐควรเลือกหรือสร้างสื่อที่สามารถสื่อสารกับผู้ประกอบการในมิติของการกระตุ้นให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เพื่อจะนำมาซึ่งการพัฒนาบุคลิกภาพการตกแต่ง และการบริการ รูปแบบใหม่ๆ ที่สะอาดและทันสมัย นอกจากนี้รัฐยังควรสื่อสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการขอใบรับรองฮาลาล ให้ผู้ประกอบการได้รับรู้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการทราบว่า การขอใบรับรอง ไม่เป็นภาระ จะกระตุ้นให้มีความต้องการขอใบรับรองมากขึ้น การสร้างความเข้าใจและสร้างให้ใบรับรองฮาลาลเป็นที่เชื่อถือและที่ยอมรับของศาสนิกอื่น ไม่ว่าจะเป็นคนท้องถิ่นหรือนักท่องเที่ยวศาสนิกอื่น ก็เป็นปัจจัยในการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาธุรกิจเข้าสู่วิถีฮาลาลที่มีใบรับรองเช่นกัน

**3. ด้านความไม่พร้อมของบุคลากร** รัฐควรสนับสนุนการฝึกอบรมบุคลากร ทั้งชาวไทยมุสลิม และชาวศาสนิกอื่นๆ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการ และภาคปฏิบัติในวิถีฮาลาลอย่างถูกต้อง และพิจารณาบรรจุประเด็นความขาดแคลน บุคลากรด้านฮาลาลเข้าไปในแผนพัฒนากำลังคนของประเทศ และรัฐอาจจะพิจารณาเพิ่มช่องทางการให้สิทธิ์อนุญาตทำงาน ( Work Permit) ของชาวต่างชาติที่มีความสามารถ เฉพาะเจาะจงที่คนไทยท้องถิ่นไม่มี ทั้งด้านผู้ประกอบการร้านอาหาร รวมทั้งการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการขาดแคลน บุคลากรให้กลไกตลาดได้รับรู้เพื่อที่จะให้ตลาดทำงานได้เองหลังจากได้ข้อมูลสถานการณ์

**4. ด้านผู้ประกอบการโรงแรม** รัฐบาลควรกระตุ้นให้ผู้ประกอบการโรงแรมเห็นความสำคัญของตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นให้ตระหนักว่าตลาดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมสามารถเป็นแหล่งรายได้ที่มีศักยภาพที่สำคัญของผู้ประกอบการได้ โดยเลือกช่องทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสารถึงผู้ประกอบการ เช่น ผ่านการประชุมสัมมนาของสมาคมผู้ประกอบการโรงแรม และสมาคมท่องเที่ยว เป็นต้น และแสดงให้เห็นว่ามูลค่าตลาดคุ่มค่าต่อการลงทุนปรับเปลี่ยนโครงสร้างให้กับโรงแรมขนาดใหญ่

**5. ด้านผู้ออกกฎระเบียบและหน่วยงานสนับสนุน** เนื่องจากแต่ละจังหวัดประสบความสำเร็จในเกิดขึ้นของร้านอาหารที่มีใบรับรองที่แตกต่างกัน รัฐควรส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ภายในคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยให้เข้าใจถึงเหตุผลการเข้าสู่ ธุรกิจฮาลาลของผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อจะได้สามารถกระตุ้นและส่งเสริมในพื้นที่ของตนเองได้ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยอาจจะพิจารณาแยกภาคธุรกิจร้านอาหารออกจากอุตสาหกรรม และพิจารณาการให้ใบรับรองฮาลาลออกเป็นประเภทครัว และร้านอาหารออกจากกัน รวมทั้งการคิดค่าใช้จ่ายอาจจะพิจารณาตามขนาดของร้านอาหาร การส่งเสริมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอาจจะพิจารณาทำภายใต้ความร่วมมือกับ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยในรูปแบบเดียวกันกับโครงการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลด้านปศุสัตว์ซึ่งทำงานร่วมกันระหว่างกรมปศุสัตว์และคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและออกใบรับรองฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นหลัก

## Abstract

This research aims to study the strengths, attitudes and Halal knowledge of entrepreneurs and related people in the restaurant business in order to create incentives to develop to be certified Halal restaurant with good customer service. Also this research studies both supporting factors and barriers to Halal potential restaurants, succeeding in turning Halal certified restaurant. Statistical tools consist of descriptive statistic, Pairwise tests, Probit model, and Structural Equation Model (SEM). We divide restaurants into 3 categories namely certified Halal restaurant, non-certified Halal restaurant, and Halal potential restaurant.

The results display on average certified Halal restaurants and restaurants in hotels have higher level of service than non-certified Halal restaurant. Main factor resulting in restaurant upgrading services is to the creativity and innovation composing of developing new ideas, new production methods, new service, and new markets. Restaurants that are financially rigorous tend to leverage less service.

Factors resulting in restaurant maintain and apply for Halal certificate are to high market demand (HMD), industrial competition (IC), government support (GS), Halal practice (PRAC), information and knowledge about Thai Halal certification (IIRb), Halal attitudes towards non-Muslim consumers (ATHf) (Having a certificate increases non-Muslim consumer demand, and the certificates are familiar and accepted by both local-Muslim and local-non-Muslim consumers). On the other hand, cost and time of Halal certification procedure affect negative direction (ATHe).

In-depth interviewing shows that Halal certification procedure which manage by the Central Islamic Council of Thailand (CICOT), regulation and cost, is not clear. We also observe that Halal certification procedure fee for restaurant approval is based on manufacturing definition. In addition Tourism Authority of Thailand (TA) also conducts activities promoting and issuing certificates on behalf of TAT. This causes certain restaurant owners overlook the matter of the Halal certification issuing by CICOT.

This study succeeds in giving 5 policy recommendations.

- 1) Supporting for upgrading of restaurant customer service:** Enhancing market environment in order to have restaurant entrepreneur see the potential profit via innovation and creativity.

- 2) **Communication and Providing Information:** Government agents should choose or create media that can encourage entrepreneur in a way that create new opportunities for development. This impacts the development of tangible decorations, style and services to become cleaner and modern. Beside, government should communicate and promote the procedures of applying a Halal Certificate to the entrepreneur; specifically, clarifying that Halal Certificate is not a burden to the restaurants. The understanding will encourage the entrepreneurs applying the Halal Certificate. If Halal Certificate is trustworthy and accepted by local and tourists, this is also a factor to motivate entrepreneurs to develop their business to Halal way.
- 3) **Lacking of personal on Halal:** Government agent ought to support training program on Halal understating targeting both Muslim and non-Muslim. Also government should include lacking of personal on Halal into the human development plan of the country. In addition, work permit for foreigners who have specific abilities that local Thai do not have. Providing information about lacking of personal on Halal to the market mechanism in order that the market could do by itself.
- 4) **Hotel Entrepreneur:** Government agent should keep letting hotel entrepreneur to realize the important of Muslim market. The key message is to Muslim market can be a potential source of revenue. Efficient and suitable channels of message to hotel entrepreneur are matter such as hotel and tourism associations.
- 5) **Halal Regulator and Supportive agents:** Since each province has different key success, government agent should encourage CICOT to review lesson learned from each province. The CICOT may consider separate restaurant business from manufacturing sector, separate the kitchen from the whole restaurant, and divide Halal certification fee by size of customers. Since TOT also promote Halal restaurant, TOT may consider co-projects with CICOT and issue certification by CICOT only.