

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ศูนย์วิจัยพิวในสหรัฐอเมริกา (Pew Research Center) สรุปในรายงานการศึกษาวิจัยชื่อ “Mapping the Global Muslim Population: A Report on the Size and Distribution of the World’s Muslim Population” ว่า ประชากรมุสลิมทั่วโลกตามการสำรวจพบว่ามุสลิมมีจำนวนประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรทั้งโลก และชุมชนมุสลิมอยู่ในทวีปเอเชียมากกว่าส่วนอื่นๆ มุสลิมทั่วโลกมีจำนวนประมาณ 1.57 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรทั้งโลก ซึ่งอยู่ที่ 6.8 พันล้านคน การสำรวจข้อมูลจาก 232 ประเทศและภูมิภาคพบว่า มุสลิมร้อยละ 20 อยู่ในทวีปเอเชีย โดยมีอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก คือ 203 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 13 ของประชากรมุสลิมทั่วโลก รายงานยังระบุว่า มีมุสลิม 174 ล้านคน ในปากีสถาน 161 ล้านคน ในอินเดีย 145 ล้านคน ในบังกลาเทศ 74 ล้านคนเท่ากันทั้งในอิหร่านและตุรกี ทั้ง 6 ประเทศนี้มีมุสลิมรวมกันคิดเป็นร้อยละ 85 ของมุสลิมในเอเชีย และคิดเป็นกว่าครึ่ง (53 %) ของมุสลิมทั่วโลกสำหรับอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกมีแนวโน้มจะสูงถึงปีละ 1.5 เปอร์เซ็นต์ ในช่วง 2 ทศวรรษข้างหน้า ขณะที่ประชากรที่ไม่ใช่ชาวมุสลิมทั่วโลกอาจเพิ่มจำนวนขึ้นเพียง 0.7 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ซึ่งทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าภายในปี ค.ศ. 2030 สัดส่วนของชาวมุสลิมในโลกจะเพิ่มขึ้นจาก 23.4 เปอร์เซ็นต์ในขณะนี้ เป็น 26.4 เปอร์เซ็นต์ (2.2 พันล้านคน) หรือมากกว่า 1 ใน 4 ของประชากรทั้งโลก (มุสลิมไทยโพสต์, 2556)

ประเทศไทยมีมุสลิมนับถือศาสนาอิสลามนับล้านคน มุสลิมจำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาล ดังนั้นการผลิตอาหารฮาลาลในระยะแรกจึงเป็นเรื่องของผู้ประกอบการมุสลิมผลิตเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมด้วยกันจึงไม่จำเป็นต้องมีการรับรองอาหารฮาลาล ต่อมาเมื่อจำนวนประชากรมุสลิมมากขึ้นความต้องการอาหารฮาลาลมีเพิ่มขึ้นผู้ประกอบการผลิตอาหารซึ่งมิใช่มุสลิมมองเห็นช่องทางการตลาดในหมู่ผู้บริโภคมุสลิมจึงต้องการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อจำหน่ายแก่มุสลิม แต่มีปัญหาว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือว่าเป็นอาหารฮาลาล ผู้ประกอบการจึงขอให้ "จุฬาราชมนตรี" ดำเนินการตรวจและให้การรับรองฮาลาล การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยจุฬาราชมนตรีได้เริ่มมีขึ้นเมื่อปี 2491 ในสมัยที่อาจารย์ต่วน สุวรรณศาสน์เป็นจุฬาราชมนตรีและดำเนินการให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเรื่อยมาจนท่านจุฬาฯ ต่วนถึงแก่กรรม ต่อมาอาจารย์ประเสริฐ มะหะหมัด ได้รับพระมหากรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ ให้ดำรงตำแหน่งจุฬาราชมนตรี เมื่อวันที่ 10 กันยายน 2524 และได้ดำเนินการให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในนามคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ตามรายงานการประชุมคณะกรรมการกลางฯ ครั้งที่ 2/2525 เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2525 และดำเนินการเรื่อยมาโดยมิได้ขอจดทะเบียนเครื่องหมาย

การขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองฮาลาลตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ท่านจุฬาราชมนตรี (อาจารย์ประเสริฐ มะหะหมัด) ได้ยื่นคำขอเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2538 กรมทะเบียนการค้าได้รับจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองฮาลาล เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2539

โดยจุฬาราชมนตรีเป็นผู้ลงนามในหนังสือรับรอง ตลอดมาจนถึงแก่กรรมเมื่อปี 2540 การที่จุฬาราชมนตรีได้ให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผู้ประกอบการเพื่อแสดงบนผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคมุสลิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งมุสลิมไทยประมาณ 3 ล้านคนมีความมั่นใจในสินค้าฮาลาลมากขึ้น โดยผู้บริโภคชาวมุสลิมต้องการเลือกซื้อสินค้าและบริการจากผู้ขายที่ได้รับการรับรองฮาลาล ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะได้ง่ายขึ้นและรู้สึกมั่นใจมากขึ้นในการเลือกบริโภคสินค้าที่ได้รับการรับรองฮาลาล และผู้ผลิตยังได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคชาวมุสลิมในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอย่างต่อเนื่องด้วย (พิทักษ์ ก่อเกียรติพิทักษ์, 2543)

อาหารฮาลาล (Halal Food) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของชาวมุสลิมทั่วโลกซึ่งชาวมุสลิมทุกคนจะต้องบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม หรือที่เรียกว่าอาหารฮาลาล โดยพิจารณาตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบจะต้องได้มาอย่างถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลามและถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสากล ตลอดจนถึงความถูกต้องในกระบวนการปรุงแต่ง กระบวนการผลิตอย่างถูกต้องในทุกขั้นตอน ทั้งนี้อาหารฮาลาลเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากสังคมไทย มิใช่เพียงแต่ชาวมุสลิมที่จำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาลเท่านั้นแต่ยังรวมถึงผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตอาหารฮาลาลจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศและส่งออกในตลาดโลกมุสลิม (สมยศ หวังอัปดุลเลาะ, 2556)

ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่ชาวมุสลิมมีความเชื่อในอาหารฮาลาลที่เข้าสู่ร่างกายไปสร้างเป็นเนื้อเยื่อต่างๆ จะมีส่วนเสริมสร้างจิตวิญญาณให้บริสุทธิ์ อาหารฮาลาลไม่ได้เกี่ยวข้องแค่เฉพาะอาหารการกินเท่านั้นแต่ยังหมายรวมถึงของใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ เช่น เครื่องสำอาง ยารักษาโรค สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม และอื่นๆ อีกมากมาย สำหรับมุสลิมแล้วฮาลาลเป็นเรื่องของวิถีและการใช้ชีวิตตามหลักศาสนาอิสลามเป็นคำสั่งของพระเจ้า (Command of God) ซึ่งในแง่ของเศรษฐกิจแล้ว ถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่และเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าตลาดหลักๆ ยังคงเป็นเอเชียและตะวันออกกลาง แต่ตลาดดังกล่าวโดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคก็ได้รับอิทธิพลผลักดันจากตลาดอื่นๆ อย่างเช่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา และอังกฤษซึ่งทำให้ตลาดอาหารฮาลาลได้รับการยอมรับ และเติบโตมากขึ้นเนื่องจากเชื่อมโยงเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีก และซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำต่างๆ ในยุโรปตะวันตกมีการจำหน่ายอาหารฮาลาลให้กับมุสลิมประมาณ 30 ล้านคน ซึ่งมียอดจำหน่ายเฉพาะอาหารอย่างเดียวกว่า 45 พันล้านเหรียญยูโร และเติบโตขึ้นทุกปี (พิทักษ์ สุภนนท์การ, 2552)

สังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทำให้วิถีชีวิตของคน รวมทั้งวัฒนธรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วยตามกาลเวลา พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลด้านบวกต่ออุตสาหกรรมอาหารโดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพร้อมปรุง (Ready-to-cook) พร้อมทาน (Ready-to-eat) (ฝ่ายวิจัยและบริการข้อมูล สถาบันอาหาร, 2553, หน้า 6) ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารรูปแบบใหม่ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปและผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมสามารถบริโภคอาหารได้สะดวกยิ่งขึ้น และจากการที่ผู้บริโภคมุสลิมเน้นในเรื่องของความสะอาดสบายเป็นหลักจึงไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องฮาลาลหรือไม่ฮาลาล ซึ่งตามหลักความเป็นจริงสำหรับมุสลิมการบริโภคสินค้าที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนา คือ การบริโภคอาหารที่ฮาลาล (อนุมัติ) ปัญหาที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบันนี้ คือ การผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายที่หลากหลาย โดยไม่ทราบถึงกระบวนการผลิตว่าได้มาตรฐานและถูกต้องตามหลักศาสนาอย่างน้อยเพียงใด ผลิตภัณฑ์ที่มุสลิมบริโภคในชีวิตประจำวันบางครั้งอาจมีการปนเปื้อนสิ่ง

ที่ไม่ฮาลาลด้วยความเข้าใจผิดหรือขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล (ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552) ทั้งนี้ที่ผ่านมาได้มีการตรวจพบผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลว่าการปนเปื้อนสิ่งที่ไม่ฮาลาล ซึ่งปัจจุบันการออกเครื่องหมายรับรองอาหารฮาลาลของประเทศไทยอยู่ในภาวะที่หละหลวม จึงส่งผลให้อาหารฮาลาลของไทยไม่เป็นที่ยอมรับและเกิดความไม่มั่นใจต่อผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม เพราะเชื่อว่าสาเหตุส่วนหนึ่งอาจเกิดจากขั้นตอนการตรวจสอบที่ขาดความจริงจึ่งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกิจการอาหารฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยในฐานะผู้มีสิทธิออกเครื่องหมายรับรองให้แก่ผู้ประกอบการ (กุสตี กุบาฮา, 2556)

การที่ผู้บริโภคชาวมุสลิมจะเกิดความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่ตนซื้อก็ต่อเมื่อได้รับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอย่างสม่ำเสมอ ผู้ผลิตหรือผู้ขายยึดมั่นในการผลิตและการใช้วัตถุดิบซึ่งเป็นที่ยอมรับตามหลักการศาสนาอิสลาม และผู้บริโภคต้องการการรับรองจากหน่วยงานที่ได้รับความเชื่อถือเพื่อขจัดความสงสัยว่าผลิตภัณฑ์อาหารที่ตนเลือกซื้อนั้นเป็นที่ยอมรับตามหลักการศาสนาอิสลามหรือไม่ (วุฒิสกดิ์ พิศสุวรรณ, 2548) ปัจจุบันผู้บริโภคชาวมุสลิมให้ความสำคัญกับการเลือกซื้ออาหารซึ่งเป็นที่ยอมรับตามหลักการศาสนาอิสลาม (Halal Food) อย่างไรก็ตามโดยพฤติกรรมที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารนั้นผู้บริโภคชาวมุสลิมไม่ต้องการอ่านรายละเอียดส่วนผสมทุกครั้งก่อนที่การตัดสินใจซื้อว่ามีส่วนผสมที่ผิดหลักการศาสนาอิสลามหรือไม่อีกต่อไป แต่ผู้บริโภคต้องการความมั่นใจและความสะดวกโดยการเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบและได้รับการรับรองฮาลาลเท่านั้น (Riaz, 1998) สำหรับการใช้ออกหมายฮาลาลบนฉลากของผลิตภัณฑ์ฮาลาลทุกชนิดมีบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการขายแม้ว่าผลิตภัณฑ์บางชนิดอาจไม่จำเป็นต้องแสดงเครื่องหมายฮาลาล เช่น ผลิตภัณฑ์จากอาหารทะเล ผักและผลไม้สด เป็นต้นแต่ถ้ามีเครื่องหมายฮาลาลแสดงอยู่ที่หีบห่อหรือฉลากก็จะมีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น (วุฒิสกดิ์ พิศสุวรรณ, 2548) อนึ่งการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล (Halal Logo) จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความจำเป็นสำหรับผู้ผลิตอาหารชาวไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคชาวมุสลิมทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศว่า ผลิตภัณฑ์อาหารจากประเทศไทยนั้นอยู่ในสถานะที่ยอมรับให้บริโภคได้สำหรับมุสลิมตามหลักการของอิสลาม

ทุกวันนี้ผู้บริโภคให้ความสนใจด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้นทำให้อาหารฮาลาลได้รับความนิยมแม้ในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม และมองว่าอาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สะอาด และมีคุณค่าทางอาหารมากกว่า ทำให้การเลือกบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมถือเป็นไลฟ์สไตล์ของการใช้ชีวิต ซึ่งกว่า 90% ของสินค้าอาหารที่มุสลิมบริโภค ผลิตโดยผู้ประกอบการที่มีไม่มุสลิม อาหารฮาลาล (Halal Food) ในปัจจุบันเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากสังคมไทยมิใช่เพียงแต่ชาวไทยมุสลิมที่จำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาลเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการซึ่งต้องการผลิตอาหารฮาลาลจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศ และผลิตเพื่อการส่งออกในตลาดโลกมุสลิมก็จำเป็นต้องให้ความสนใจอย่างจริงจัง และดำเนินกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดแล้วแต่กรณี ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลกตลาดโลกมุสลิมมีประชากรผู้บริโภค

ประมาณ 2 พันล้านคน ดังนั้นอาหารฮาลาลจึงเป็นช่องทางการตลาด (Market Channel) ที่สำคัญซึ่งประเทศไทยควรจะต้องเจาะตลาดอาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Market Segmentation) ให้มากขึ้น รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออก และได้แปลงนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ การส่งเสริมผู้ประกอบการ การแสวงหาตลาดและการพัฒนากลไกการรับรองมาตรฐานฮาลาลให้เป็นที่น่าเชื่อถือยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรองและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ 3 ฝ่าย คือ มุสลิมผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และประเทศชาติ คือ มุสลิมได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่าอาหารถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ ในส่วนผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรงจนถึงการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพอาหารตามมาตรฐานฮาลาล สำหรับประเทศชาติจะได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจรทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการตลาดและการปรับปรุงกลไกการรับรอง "มาตรฐานอาหารฮาลาล" ขององค์กรศาสนาอิสลาม เพื่อส่งออกอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก

จากสภาพสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ทำให้วิถีชีวิตของคนรวมทั้งวัฒนธรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยตามกาลเวลาที่เน้นในเรื่องของความสะดวกสบายเป็นหลัก ประกอบกับความเป็นโลกาภิวัตน์ที่ทำให้มีการแบ่งปันแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมการกินอยู่จากความแตกต่างทางเชื้อชาติ ภาษา และความเชื่อ โดยมีระบบเศรษฐกิจเป็นตัวเชื่อมโยงความแตกต่างทั้งหลายเข้าหากัน (พีระกานต์ วสุธรพิพัฒน์, 2553) ทำให้วิถีการดำเนินชีวิตของชาวมุสลิมทั่วโลกต้องบริโภคอาหารจากผู้ประกอบการผลิตอาหารที่มีใช้มุสลิม และเมื่อความต้องการอาหารฮาลาลของชาวมุสลิมเพิ่มขึ้น การบริโภคอาหารที่ได้รับการอนุมัติตามหลักการของศาสนาอิสลามและได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่ได้รับความเชื่อถือที่ออกเครื่องหมายรับรองฮาลาล (Halal Logo) จึงมีความสำคัญเพื่อเป็นเครื่องมือสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคชาวมุสลิมทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศว่าผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนั้นอยู่ในสถานะที่อนุมัติให้บริโภคได้สำหรับมุสลิมตามหลักการของอิสลาม

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลามและตรงกับความต้องการของตลาดทั้งรูปแบบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องเหมาะสมกับผู้บริโภคชาวมุสลิม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานครกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ประชากรในการศึกษา เป็นมุสลิมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 382,385 คน (สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2553)

2. ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น

- 2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- สถานภาพ
- อาชีพ
- รายได้
- ลักษณะความเป็นมุสลิม

- 2) ปัจจัยด้านความเชื่อ ประกอบด้วย

- ความเชื่อที่มีต่อผลิตภัณฑ์
- ความเชื่อต่อผู้ประกอบการ
- ความเชื่อต่อสถาบันรับรองฮาลาล

- 3) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย ประกอบด้วย

- กลุ่มอ้างอิง
- ครอบครัว

- 4) ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

- 2.2 ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม

3. ประเด็นเนื้อหาที่ศึกษาในการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น

- ปัจจัยด้านความเชื่อ
- ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย
- ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม
- ความตั้งใจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมาย

รับรองฮาลาล

4. ระยะเวลาการทำวิจัย การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่างเดือน ธันวาคม 2556 – พฤศจิกายน 2557

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ลักษณะความเป็นมุสลิม ปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมรับประทาน ที่เก็บรักษาไว้ด้วยกระบวนการแช่แข็ง สะดวกในการบริโภค โดยสามารถเตรียมอาหารด้วยเตาไมโครเวฟ

ผู้บริโภคมุสลิม หมายถึง ผู้ซื้อที่นับถือศาสนาอิสลาม รู้จัก ตั้งใจ และเคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

ปัจจัยด้านความเชื่อ หมายถึง การรับรู้และความรู้สึกที่มีต่อการซื้อ ความเชื่อมั่นที่มีต่อผู้ประกอบการ และความเชื่อมั่นที่มีต่อสถาบันรับรองฮาลาล

ความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความคิดเห็นต่อผลที่จะได้รับการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

ความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ หมายถึง ความเชื่อมั่นของผู้ซื้อชาวมุสลิมที่มีต่อผู้ผลิตอาหารฮาลาลหรือผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

ความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล หมายถึง ความเชื่อมั่นต่อการดำเนินการของหน่วยงานที่มีบทบาทและหน้าที่ในการพัฒนามาตรฐาน กลั่นกรอง ตรวจสอบ การออกใบรับรองอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย หมายถึง การรับรู้ การเชื่อ การยอมรับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงหรือครอบครัว

กลุ่มอ้างอิง หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคล ได้แก่ เพื่อน กลุ่มทางศาสนา กลุ่มวิชาชีพ เป็นต้น

ครอบครัว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีความผูกพันและใช้ชีวิตร่วมกัน ได้แก่ สามี ภรรยา และบุตร

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หมายถึง การรับรู้อิทธิพลของปัจจัยที่อาจสนับสนุนหรือขัดขวางการกระทำในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมว่าต้องใช้ในการควบคุมตนเองอย่างน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับตนเองอย่างน้อยเพียงใด ในการเลือกซื้ออาหารที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนา รวมถึงการประชาสัมพันธ์ของสื่อต่างๆ ในการบริโภคอาหาร

ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล หมายถึง ความคาดหวังหรือความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในอนาคต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ใช้ประกอบการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องได้
2. ผลการศึกษาที่ได้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนเพื่อขยายการจำหน่ายเข้าสู่ตลาดมุสลิมภายในประเทศที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องได้
3. ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการพิจารณาให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล
4. ผู้ประกอบการสามารถใช้ข้อมูลที่ได้ในการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นด้วยการสร้างความชัดเจนในกระบวนการจัดหาวัตถุดิบเพื่อการผลิต กระบวนการผลิต และระบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล เพื่อสร้างการยอมรับของผู้บริโภคมุสลิม อันจะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคมากขึ้น