

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร นำมาสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้บริโภคมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. สถานภาพสมรส อาชีพค้าขาย/รับจ้าง และธุรกิจส่วนตัว รายได้ครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท และมีลักษณะความเป็นมุสลิมคือเป็นมุสลิมดั้งเดิม (อิสลามโดยกำเนิด)

##### 2. ปัจจัยความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

ปัจจัยความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ ส่วนด้านความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์เป็นอันดับสุดท้าย โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

1) ปัจจัยความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลด้านความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 6 ประเด็น อันดับแรก คือ ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น รองลงมา คือ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณค่าที่ได้รับ และสบายใจและมั่นใจเมื่อบริโภคอาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นผลิตภัณฑ์มีการควบคุมการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรก (น่ายีส) เป็นอันดับสุดท้าย

2) ปัจจัยความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 9 ประเด็น อันดับแรก คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับอาหารฮาลาล รองลงมา คือ ผู้ประกอบการมีมาตรฐานการควบคุม

คุณภาพการผลิตที่ดีและมีระเบียบข้อปฏิบัติเคร่งครัดทำถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจฮาลาล ตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นผู้ประกอบการเลือกใช้เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะอาด เป็นไปตามกฎระเบียบของการผลิตผลิตภัณฑ์ “ฮาลาล” เป็นอันดับสุดท้าย

3) ปัจจัยความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 8 ประเด็น อันดับแรก คือ สามารถสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมได้เป็นอย่างดี รองลงมา คือ การออกเครื่องหมายหรือใบรับรองอาหารฮาลาลนั้นไม่มีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องเพราะถือว่าผิดหลักการของศาสนาอิสลาม และมีความซื่อสัตย์ สุจริต ตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นการตรวจสอบและความจริงจังในการออกเครื่องหมายรับรองอาหารฮาลาลของสถาบันรับรองฮาลาลเป็นอันดับสุดท้าย

### 3. ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย

ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านครอบครัว รองลงมา คือ ด้านกลุ่มอ้างอิงโดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

1) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยด้านกลุ่มอ้างอิงในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ประเด็น อันดับแรก คือ นักวิชาการด้านอาหารที่เป็นมุสลิม รองลงมา คือ อิหม่ามประจำมัสยิดในชุมชนหรือหมู่บ้านและเพื่อนสนิท ตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นเพื่อนบ้านที่เป็นมุสลิมเป็นอันดับสุดท้าย

2) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยด้านครอบครัวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 7 ประเด็น อันดับแรก คือ พ่อแม่ แฟน รองลงมา คือ บิดา และแฟน/คู่สมรส ตามลำดับ นอกจากนี้อยู่ในระดับปานกลางโดยประเด็นพี่น้องเป็นอันดับสุดท้าย

### 4. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 12 ประเด็น อันดับแรก คือ ถ้าหากตกอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล จะยังคงแสวงหาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์นั้นมา รองลงมา คือ ได้รับข่าวสารเพียงพอสำหรับตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และสามารถควบคุมตนเองให้บริโภคเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ความต้องการบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของอิสลามเป็นสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

5. ความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม

ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมากจำนวน 13 ประเด็น อันดับแรกคือ มีความตั้งใจซื้ออาหารผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ในช่วงที่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย รongลงมา คือ หากต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเท่านั้น และจะแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองฮาลาลให้เพื่อน/คนรู้จักอื่นๆที่ไม่ใช่มุสลิมซื้อผลิตภัณฑ์ โดยประเด็นความพยายามค้นหาผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเพื่อที่จะซื้อเป็นอันดับสุดท้าย

#### 6. สรุปประเด็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 คน ดังกล่าวข้างต้น ซึ่งได้ให้ข้อคิดเห็นสอดคล้องกันเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมพอสรุปได้เป็นข้อใหญ่ๆ ได้ดังนี้

##### 1. ปัจจัยด้านความเชื่อถือ

- ความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นภายใต้ความคลางแคลงใจ เพราะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารว่าผลิตภัณฑ์บางประเภทถูกยกเลิกเครื่องหมายไปแล้วแต่ก็ยังมีคนฝ่าฝืนใช้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลอยู่

- ความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ หากเป็นผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิมจะเชื่อถือ 100% แต่ถ้าเป็นผู้ผลิตที่ไม่ใช่มุสลิมแต่ได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล ก็จะเชื่อถือได้บ้าง เพราะคิดว่าในกระบวนการผลิตและการควบคุมให้ปฏิบัติตามขั้นตอนของศาสนาอิสลาม สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยคงจะมีการตรวจสอบเป็นอย่างดี แต่สำหรับผู้บริโภคมุสลิมบางคน จะไม่ค่อยเชื่อถือผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมหรือเชื่อถือเพียงครั้งเดียวถึงแม้ว่าจะได้รับการอนุญาตให้ใช้ตราเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลก็ตาม รวมถึงยังไม่มั่นใจว่าผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมจะมีจรรยาบรรณต่อผู้บริโภคมุสลิม ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการอาจไม่เข้าใจในขั้นตอนของการผลิต และการทำความสะอาด ตามหลักการของศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่เคยได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลเฉพาะผลิตภัณฑ์หนึ่ง แต่ได้มีการนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไม่ได้รับการรับรอง ดังนั้นผู้บริโภคมุสลิมจึงไม่ค่อยมั่นใจในตัวผู้ผลิตหากไม่ใช่มุสลิม

- ความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล ผู้บริโภคมุสลิมส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยผู้ออกตรามาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล เพราะเป็นมุสลิมเช่นเดียวกัน จึงคิดว่ามีความเชื่อถือตรงต่อหน้าที่และมีวิธีการ มีระบบ และมาตรการกำกับตรวจสอบ ติดตาม ดูแลเป็นอย่างดีเพื่อให้ผู้บริโภคมุสลิมบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามหลักการของอิสลาม อย่างไรก็ตามมีผู้บริโภคบางส่วนที่มีความคิดเห็นว่า มีความไม่โปร่งใสในการอนุญาตให้ใช้

เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล รวมถึงผลประโยชน์จากการออกเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลนั้น สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ควรตรวจสอบอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนที่จะอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล อีกทั้งยังต้องมีการติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดหากพบว่ามีการทำผิดเงื่อนไขสัญญา ให้มีมาตรการการลงโทษที่รุนแรงเพื่อไม่ให้เป็นแบบอย่างที่ไม่ดีต่อไป

2. ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม คือ ครอบครัว ได้แก่ พ่อ แม่ ลูกสาว แฟน และตนเอง

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม คือ ผู้บริโภคมุสลิมมีความต้องการบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของอิสลามซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และมีความสามารถในการควบคุมตนเองให้บริโภคเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยจะพิจารณาเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลเท่านั้น

4. ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับตราเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลเป็นอันดับแรก โดยจะพิจารณาตราเครื่องหมายที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์และพิจารณาจากส่วนประกอบของอาหารเป็นสำคัญ

## 7. การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานครพบว่า ปัจจัยที่นำมาศึกษาในการวิจัยนี้มี 5 ด้านที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร โดยอันดับแรก คือ ด้านความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ( $X_1$ ) รองลงมา คือ ด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ ( $X_2$ ) ด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล ( $X_3$ ) ด้านครอบครัว ( $X_5$ ) และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ( $X_6$ ) ตามลำดับ โดยปัจจัยทั้ง 5 ด้านดังกล่าวสามารถอธิบายการผันแปรตามคือ ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 42.9

สมการในรูปคะแนนดิบ คือ

$$\text{ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรอง} \\ \text{ฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร} = 0.703 + 0.192 X_2 + 0.250 X_1 + 0.127 X_5 + \\ 0.131 X_3 + 0.096 X_6$$

## อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายผลดังนี้

### 1. การศึกษาปัจจัยด้านความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านความเชื่ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความเชื่อต่อสถาบันรับรองฮาลาล เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ความเชื่อต่อผู้ประกอบการ และความเชื่อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อนพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่า ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิม จะประกอบด้วยปัจจัยด้านความเชื่อ อันได้แก่ ความเชื่อต่อผู้ประกอบการ และความเชื่อต่อสถาบันรับรองฮาลาล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมตามแผนของไอเซน (Ajzen, 1991) ที่ได้อธิบายว่าการแสดงพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีความเชื่อเป็นพื้นฐานก่อนที่จะเกิดเป็นผลของความเชื่อและสอดคล้องกับ ชิฟแมน และกานุก (Schiffman & Kanuk, 2000) ซึ่งได้ทำการศึกษามุมมองเกี่ยวกับทัศนคติ ซึ่งทัศนคติประกอบด้วย มุมมองที่ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบร่วมกัน ได้แก่ ส่วนที่เกี่ยวกับความเชื่อหรือความเข้าใจ ส่วนของความรู้สึก และส่วนของพฤติกรรม โดยในส่วนที่เกี่ยวกับความเชื่อหรือความเข้าใจ จะแสดงถึงความรู้ ความเชื่อหรือความเข้าใจทั้งหมด เมื่อมีความเชื่อหรือความเข้าใจที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีก็จะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นดีไปด้วย นอกจากนี้ในส่วนความรู้สึกของผู้บริโภคจะเกิดจากความเชื่อหรือความเข้าใจที่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยในส่วนของพฤติกรรมจะเป็นผลมาจากความรู้ ความเข้าใจและความรู้สึก โดยความตั้งใจซื้อจัดเป็นพฤติกรรมในส่วนนี้

ความเชื่อต่อสถาบันรับรองฮาลาล และความเชื่อต่อผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อนพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรที่สามารถร่วมกันทำนายความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมตามลำดับความสำคัญได้แก่ ความเชื่อต่อสถาบัน

รับรองฮาลาล ความถี่ในการซื้อ ประสบการณ์การซื้อ ทักษะคิดต่อการซื้อ ความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ และอายุของผู้ซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับความสำคัญที่ให้กับเครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยผู้บริโภคชาวมุสลิมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร: กรณีศึกษาของชาวไทยมุสลิมใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานผู้ออกตราเครื่องหมายรับรองฮาลาล มีผลกระทบต่อระดับความสำคัญที่ให้กับเครื่องหมายรับรองฮาลาลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

ความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับความสำคัญที่ให้กับเครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยผู้บริโภคชาวมุสลิมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร: กรณีศึกษาของชาวไทยมุสลิมใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่ามีการให้ความสำคัญของเครื่องหมายรับรองฮาลาลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่ซื้อ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่า ชาวไทยมุสลิมมีทัศนคติที่ดีด้วยคะแนนสูงสุดคือ ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลว่าเป็นอาหารที่อนุมัติตามหลักศาสนาอิสลาม รองลงมาคือ ความสะอาดถูกสุขอนามัยของผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลและความสบายใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ความปลอดภัย (ไม่เสี่ยง) ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล และการไม่มีสิ่งปนเปื้อน (นาอิส) ในผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล นั้นเป็นอาหารที่ผลิตโดยถูกต้องตามบทบัญญัติของอิสลาม โดยคำนึงถึงความสะอาดและคุณค่าตามหลักโภชนาการเป็นสำคัญ มีการควบคุมการปนเปื้อนของสิ่งสกปรกตั้งแต่ขั้นตอน การคัดเลือก การเตรียมวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา การกระจายสินค้าจนถึงขั้นตอนการวางจำหน่าย เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านโดยเรียงอันดับแรกจนถึงอันดับสุดท้ายปรากฏผลดังนี้

1) ด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคมุสลิมมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า สถาบันรับรองฮาลาลสามารถสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมได้เป็นอย่างดี รองลงมา คือ การออกเครื่องหมายหรือใบรับรองอาหารฮาลาลนั้นไม่มีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องเพราะถือว่าผิดหลักการของศาสนาอิสลาม และมีความซื่อสัตย์ สุจริต ตามลำดับ ทั้งนี้เพราะสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และมีบทบาทและความรับผิดชอบที่สำคัญ คือ การพัฒนามาตรฐานการตรวจสอบ การออกใบรับรองอาหารฮาลาลของประเทศไทย เพื่อสร้างการยอมรับจากผู้ผลิตและผู้บริโภค นอกจากนี้ภาครัฐยังได้ให้การสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลเพื่อให้ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล ทำงานควบคู่ไปกับสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล โดยเป็นการรับรองอาหารฮาลาล ควบคู่กับการตรวจสอบทางวิทยาศาสตร์ เพื่อดูว่าผลิตภัณฑ์นั้นยังคงไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐานสากล และหลักการศาสนา

อิสลาม (สันติ บางอ้อ, 2556) สอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรที่สามารถร่วมกันทำนายความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล ความถี่ในการซื้อ ประสบการณ์การซื้อทัศนคติต่อการซื้อ ความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ อายุของผู้ซื้อ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิศักดิ์ พิศสุวรรณ (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับความสำคัญที่ให้กับเครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยผู้บริโภคชาวไทยมุสลิมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร: กรณีศึกษาของชาวไทยมุสลิมใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานผู้ออกตราเครื่องหมายรับรองฮาลาล มีผลกระทบต่อระดับความสำคัญที่ให้กับเครื่องหมายรับรองฮาลาลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7, 8 และ 9 คือ มีความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาลเพราะเป็นสถาบันที่น่าเชื่อถือ และผู้ดำเนินการเป็นมุสลิมเช่นเดียวกับผู้บริโภค จึงมีความเชื่อตรงต่อหน้าที่และมีการกำกับตรวจสอบ ติดตาม ดูแลผู้ผลิตเป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้บริโภคมุสลิมบริโภคอาหารที่ถูกต้องตามหลักการของอิสลาม

ดังนั้นหากผู้บริโภคมุสลิมมีความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล มากเท่าใดจะทำให้ผู้บริโภคมุสลิมมีความความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลมากขึ้น เท่านั้น ดังนั้นสถาบันรับรองฮาลาลจึงต้องดำเนินการรับรองฮาลาลให้เป็นไปตามระเบียบของการรับรองฮาลาล ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีระบบการติดตาม ตรวจสอบผู้ประกอบการให้ดำเนินการตามเงื่อนไขอย่างเคร่งครัด และมีมาตรการลงโทษผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนอย่างเด็ดขาด และมีการสื่อสารกับผู้บริโภคมุสลิมอย่างทั่วถึงในเรื่องต่างๆ จะทำให้สถาบันรับรองฮาลาลได้รับความน่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจ จากผู้ประกอบการและชาวไทยมุสลิม อันจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านการรับรองฮาลาลอย่างแน่นอน

ส่วนประเด็นการตรวจสอบความจริงจึ่งในการออกเครื่องหมายรับรองอาหารฮาลาลของสถาบันรับรองฮาลาล ได้รับความเชื่อถือปานกลาง อาจเนื่องมาจากทางสถาบันรับรองฮาลาลมีช่องทางในการสื่อสารกับผู้บริโภคมุสลิมน้อย จึงทำให้การรับรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบและความความจริงจึ่งในการออกเครื่องหมายรับรองอาหารฮาลาลให้กับผู้ประกอบการดังกล่าวไม่ครอบคลุมการรับรู้ของผู้บริโภคมุสลิมทั่วประเทศ อีกทั้งยังมีข่าวการปลอมแปลงตราเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการที่ขาดจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องผลประโยชน์ต่างๆ จึงทำให้ผู้บริโภคมุสลิมขาดความเชื่อถือเกี่ยวกับความเข้มงวดในการตรวจสอบและความจริงจึ่งในการออกเครื่องหมายรับรองอาหารฮาลาลของสถาบันรับรองฮาลาล ซึ่งสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 และ 5 คือ ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่ามีความไม่โปร่งใสในการให้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องผลประโยชน์จากการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้แก่ผู้ประกอบการ

2) ด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการมุสลิมมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับอาหารฮาลาล รองลงมา คือผู้ประกอบการมีมาตรฐานการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ดีและมีระเบียบข้อปฏิบัติเคร่งครัดทำถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม และผู้ประกอบการอาหารฮาลาลมีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจฮาลาลตามลำดับ ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการมุสลิมเชื่อว่าการที่ผู้ประกอบการได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้นผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขและหลักการของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัดตลอดสายการผลิตซึ่งจะต้องมีความถูกต้องตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม และจากพฤติกรรมกรการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป คือผู้บริโภคมีการมุ่งเน้นที่คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญต่อแหล่งที่มาของวัตถุดิบและการใช้ส่วนผสมที่จะนำมาใช้ผลิตอาหารนั้นจะต้องเป็นวัตถุดิบที่มาจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ มีการรับรองความปลอดภัย นอกจากนี้ผู้บริโภคก็ยังมีความตื่นตัวในเรื่องของมาตรฐานการผลิตต่างๆ เช่น การรับรองมาตรฐานและความปลอดภัยของอาหารจากองค์กรที่เกี่ยวข้อง (สำนักบริหารยุทธศาสตร์, 2552, หน้า 12-14) นอกจากนี้ฮาลาลที่ได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่ที่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้ออกเครื่องหมายรับรองหรือออกหนังสือรับรองตามกฎหมาย เป็นการรับประกันว่า ชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้โดยสนิทใจ ซึ่งใครจะเป็นผู้ผลิตหรือปรุง "อาหารฮาลาล" ก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม (อาหารมุสลิมกับอาหารฮาลาล, 2553)

และจากบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 และ 3 พบว่าการดำเนินการของผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจะถูกตรวจสอบจากฝ่ายตรวจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และจะต้องมีการขอต่ออายุใบอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลทุกปีจากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด หากพบว่าผู้ประกอบการไม่ต่อใบอนุญาต ผู้ประกอบการไม่สามารถใช้ตราเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามได้อีกต่อไป และทางสำนักงานคณะกรรมการจังหวัดสามารถถอนหนังสือรับรองและรายงานไปยังคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเพื่อให้ถอนใบอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลต่อไป ซึ่งความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการสอดคล้องกับแนวคิดความสัมพันธ์ทางอ้อมระหว่างปัจจัยภายนอกกับการก่อพฤติกรรม (Ajzen & Fishbien, 1980) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ จำนวนปีในการศึกษาสายสามัญ อาชีพ และรายได้ของครัวเรือน) ปัจจัยด้านความเชื่อ (วิถีชีวิตตามหลักศาสนา บางประการ ทศนคติต่อการซื้อ ความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ ความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล) ปัจจัยด้านการรับรู้ (การรับรู้ทัศนคติทางสังคม และการรับรู้การควบคุมการซื้อ) และปัจจัยด้านพฤติกรรมในอดีต (ประสบการณ์การซื้อและความถี่ในการซื้อ)

3) ความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมุสลิมมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น รองลงมา คือ ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณค่าที่ได้รับ และสบายใจและมั่นใจเมื่อบริโภคอาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลสอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อนพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่า ชาวไทยมุสลิมมีทัศนคติต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลแตกต่างกันไม่มากนักกล่าวคือมีทัศนคติต่อความสบายใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพีระกานต์ วสุธรพิพัฒน์ (2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคอาหาร“ฮาลาล” ของผู้บริโภคคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความถี่ในการบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภคคนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยราคาที่กำหนดเหมาะสมกับคุณภาพโดยรวมอีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 และ 8 คือ การตัดสินใจซื้อจะพิจารณาราคาที่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 คือสินค้าบางชนิดราคาสูงเกินไปไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณสินค้า และรวมถึงรสชาติของสินค้าที่ไม่ค่อยอร่อย

ส่วนประเด็นผลิตภัณฑ์มีการควบคุมการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรก (น่ายีส) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมุสลิมเห็นว่า การจัดวางสินค้าในห้างสรรพสินค้ามีการวางผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลปะปนกับอาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งที่ไม่ได้รับการรับรองฮาลาลและผลิตภัณฑ์อาหารนั้นมีส่วนประกอบที่ไม่อนุญาตสำหรับอิสลาม สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 คือ การตรวจสอบของสถาบันรับรองฮาลาลนั้น คณะกรรมการตรวจสอบจะตรวจสอบเฉพาะในโรงงาน แต่ยังไม่ครอบคลุมทั้งสายโซ่อาหาร (Supply chain) ซึ่งจะต้องมีการตรวจสอบตั้งแต่โรงงาน กระบวนการผลิตจนถึง ณ จุดขาย เพราะในบางครั้งการขนส่งมีการปะปนกับสิ่งที่ต้องห้ามในหลักการของอิสลามถึงแม้จะมีการบรรจุหีบห่อมาเป็นอย่างดีก็ตาม

## 2. ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยอันดับแรก คือ ด้านครอบครัว รองลงมา คือ ด้านกลุ่มอ้างอิง ด้านครอบครัวนั้น พ่อแม่แพนจะมีอิทธิพลมาก รองลงมา คือ บิดา และแพน/คู่สมรส ทั้งนี้เนื่องจากมุสลิมส่วนใหญ่มักจะอยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่ ญาติพี่น้องจะอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน เมื่อแต่งงานแล้วฝ่ายชายหรือฝ่ายหญิง ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะย้ายเข้ามาอยู่รวมครอบครัวเดียวกัน และปัจจุบันในสภาพการณ์ที่เร่งรีบสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในวัยทำงานนั้นทำงานหนักมากขึ้น อีกทั้งยังมีเวลาที่จำกัด พ่อแม่แพนซึ่งเป็นปู่ย่า ตายายของบุตรหลานต้องไปรับส่งบุตรหลานที่โรงเรียน อีกทั้งต้องดูแลเรื่องอาหารการกิน งานบ้านต่างๆ จึงมีเวลาในการเตรียมอาหารไม่เพียงพอ ดังนั้นจึงต้องการ

ความสะดวกสบายในการบริโภค ดังนั้นพ่อแม่แพนจึงมีอิทธิพลในการกำหนดการบริโภคของสมาชิกทุกคนในครอบครัว สอดคล้องกับวราภรณ์ เอื้อการณ์ และอิสระ อุดมประเสริฐ (2553) ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางสังคม ด้านครอบครัวซึ่งเป็นหน่วยสังคมที่เล็กที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรม และการตัดสินใจซื้อมากที่สุด อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 และ 5 คือ พ่อ แม่แพน เป็นผู้จัดเตรียมอาหารและกำหนดการบริโภคของสมาชิกทุกคนในครอบครัว

ส่วนด้านกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ นักวิชาการด้านอาหารที่เป็นมุสลิม คือ อิหม่ามประจำมัสยิดในชุมชนหรือหมู่บ้าน และเพื่อนสนิทจะมีอิทธิพลมากทั้งนี้เนื่องจากวิถีชีวิตของชาวมุสลิมนั้นจะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติอิสลาม ดังนั้นนักวิชาการด้านอาหารที่เป็นมุสลิมจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารต่างๆที่มุสลิมสามารถบริโภคได้ มุสลิมจึงให้ความไว้วางใจ ส่วนอิหม่ามประจำมัสยิดในชุมชนหรือหมู่บ้านเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ทางศาสนาให้กับมุสลิมในชุมชนหรือหมู่บ้าน โดยชาวมุสลิมต่างให้ความเคารพและเชื่อถือ ดังนั้นทั้งนักวิชาการด้านอาหารที่เป็นมุสลิมและอิหม่ามประจำมัสยิดในชุมชนหรือหมู่บ้าน จึงมีอิทธิพลต่อชาวมุสลิมที่จะคล้อยตามคำแนะนำและคำบอกกล่าวในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลักการของศาสนาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ajzen & Fishbein (1980) ซึ่งสนับสนุนว่ากลุ่มของความเชื่อที่เกิดจากบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยหรือการคล้อยตามสิ่งอ้างอิงหรืออิทธิพลของสิ่งอ้างอิง (Subjective Norm) นับเป็นปัจจัยหนึ่งในการทำนายความตั้งใจในการกระทำด้วย (Ajzen & Fishvien, 1977 as cited in Fishbien, 1980) บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัยหรือกลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อการกระทำพฤติกรรมมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความสำคัญต่อบุคคลนั้นๆ และสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนที่ได้อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจไว้ประการหนึ่งคือ (Ajzen, 2002, p.179) ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ การคล้อยตามอิทธิพลของคนรอบข้างทั้งใกล้และ/หรือไกล เป็นปัจจัยทางสังคมที่บุคคลประเมินว่ากลุ่มผู้ใกล้ที่มีความสำคัญกับตน คิดว่าตนควรหรือไม่ควรกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ซึ่งการคล้อยตามอิทธิพลของคนรอบข้างทั้งใกล้และ/หรือไกลเป็นผลมาจากปัจจัย 2 ประการ คือ ความเชื่อเกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงในการกระทำพฤติกรรม และแรงจูงใจที่บุคคลจะปฏิบัติตามความคาดหวังของการคล้อยตามอิทธิพลของคนรอบข้างทั้งใกล้และ/หรือไกลในการกระทำพฤติกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริลักษณ์ มีธัญญากร (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงทั้ง 8 กลุ่ม คือ กลุ่มเพื่อน พ่อแม่ พี่น้อง ดารา/ผู้มีชื่อเสียง ญาติๆ สามเณร/ภรรยา ครู/อาจารย์ และนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงในกลุ่มพ่อแม่และนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีอำนาจร่วมกันในการพยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของไซยิด และนาซูล่า (Syed & Nazura, 2011) ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการจัดซื้ออาหารฮาลาล ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มอ้างอิงทางสังคมมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญความตั้งใจที่จะซื้อ โดยพบว่ากลุ่มอ้างอิงทางสังคมมีความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

### 3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า อันดับแรก คือ ถ้าตกอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลก็ยังคงแสวงหาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์นั้นมา รองลงมา คือ ได้รับข่าวสารเพียงพอสำหรับตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และสามารถควบคุมตนเองให้บริโภคเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามลำดับ โดยกรณีที่ว่ามุสลิมตกอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล ก็ยังคงแสวงหาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์นั้นมา ทั้งนี้เพราะมุสลิมที่ตอบแบบสอบถามมีลักษณะความเป็นมุสลิมโดยกำเนิด ได้รับการอบรมสั่งสอนให้อยู่ในหลักการของศาสนาตั้งแต่เยาว์วัย ดังนั้นจึงมีความเคร่งครัดในการบริโภคอาหารที่มีการผลิตขึ้นถูกต้องตามบทบัญญัติของอิสลามสอดคล้องกับ สุเมธ ริตหมัด (2556) ที่กล่าวถึงวิถีชีวิตมุสลิมด้านการบริโภคอาหารซึ่งเป็นคำสั่งของพระเจ้าที่ให้บริโภคสิ่งที่มีประโยชน์ ดังคำภีร์อัลกุรอานสอนว่า “มนุษย์ทั้งหลายจงบริโภคสิ่งอนุมัติที่มีประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ในแผ่นดิน” ดังนั้นมุสลิมที่เคร่งครัดจะต้องบริโภคอาหารที่ได้รับการอนุมัติจากพระเจ้า (ฮัลลอล) เท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bonne & Verbeke (2006) พบว่าชาวมุสลิมมีความเต็มใจที่จะใส่ความพยายามอย่างมากในการได้รับอาหารฮาลาล (Karijin, 2008)

ส่วนการได้รับข่าวสารเพียงพอสำหรับตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น ผู้บริโภคมุสลิมส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี อยู่ในวัยทำงานจึงสามารถหาข่าวสารตามช่องทางต่างๆได้ไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการสื่อสารกันระหว่างองค์กรของมุสลิมกับประชาชนชาวมุสลิมหรือระหว่างมุสลิมกับมุสลิมด้วยกันเองทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ คาริน (Karijin, 2008) ศึกษาเรื่องความไว้วางใจของผู้บริโภคชาวมุสลิมเกี่ยวกับเนื้อสัตว์ฮาลาลและการควบคุมในประเทศเบลเยียมผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสถาบันอิสลามได้รับความเชื่อมั่นมากที่สุดสำหรับการตรวจสอบและการควบคุมสถานะของเนื้อสัตว์ฮาลาลและการสื่อสารเกี่ยวกับเนื้อสัตว์ฮาลาล

ส่วนความสามารถควบคุมตนเองให้บริโภคเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น เป็นเพราะอิสลามคือวิถีชีวิตที่พระเจ้าประทานให้มนุษย์ซึ่งมีความเชื่อและรูปแบบการปฏิบัติตนเป็นของตนเองตามที่พระเจ้าประทานมาไม่ลอกเลียนแบบชนกลุ่มใด (สุเมธ ริตหมัด, 2556) โดยอิสลามเป็นทั้งศาสนาและแนวทางในการดำเนินชีวิตที่สมบูรณ์ของมุสลิมที่ปฏิบัติตามศาสนา ดังนั้นผู้ที่มีความศรัทธาในพระเจ้าองค์เดียวคือ อัลลอฮ์ จึงต้องดำเนินชีวิตทุกอย่างก้าวของเขาไปตามคำบัญชาของพระองค์ สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (2002) ในด้านความเชื่อเกี่ยวกับการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Control beliefs) ถ้าบุคคลเชื่อว่ามีความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลดังตั้งใจเขาก็มีแนวโน้มที่จำพฤติกรรมนั้น (สุวรรณา วิริยะประยูร, 2548) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเศษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อ

ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วยปัจจัยด้านความเชื่อ ได้แก่ วิธีชีวิตตามหลักศาสนาบางประการ ทศนคติต่อการซื้อ ความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ และความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล และปัจจัยด้านการรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ที่สถานทางสังคม และการรับรู้การควบคุมการซื้อ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Bonne & Verbeke (2006) พบว่าชาวมุสลิมมีความเต็มใจที่จะใส่ความพยายามอย่างมากในการได้รับอาหารฮาลาล (Karijin, 2008) ซึ่งหมายถึงการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการซื้ออาหารฮาลาล ในทำนองเดียวกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปถมาวดี เดชฤกษ์ปาน (2548) ศึกษาเรื่องเจตคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุม ความตั้งใจและพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่มีไขมันต่ำของวัยรุ่นหญิงในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ความสามารถในการควบคุมและเจตคติสามารถร่วมกันทำนายความแปรปรวนของความตั้งใจในการมีพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่มีไขมันต่ำได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4, 5, 7 และ 8 คือ การพิจารณาเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งนั้นจะเลือกเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล และจะให้ความสำคัญกับตราเครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นการควบคุมพฤติกรรมให้บริโภคเฉพาะอาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลเท่านั้น

#### 4. ความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม

จากการวิจัยพบว่าความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่าอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ความตั้งใจซื้ออาหารผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ในช่วงที่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย รองลงมา คือ หากเกิดความต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็ง จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเท่านั้น และจะแนะนำผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองฮาลาลให้เพื่อน/คนรู้จักอื่นๆ ที่ไม่ใช่มุสลิมซื้อผลิตภัณฑ์ โดยความตั้งใจซื้ออาหารผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ในช่วงที่มีกิจกรรมส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับทฤษฎีตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคของคอตเลอร์ (Kotler, 2006, p.184) คือสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ และสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 คือ หากผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งมีการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อ 1 แถม 1 หรือลดราคาก็ตัดสินใจซื้อได้ทันที นอกจากนี้

ประเด็นหากเกิดความต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเท่านั้น เนื่องจากผู้บริโภคมุสลิมต้องบริโภคอาหาร

ที่อนุวัติตามหลักการของศาสนา และผู้บริโภคมุสลิมมีทัศนคติที่ดีต่อตราเครื่องหมายรับรองฮาลาล เนื่องจากมีความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และสถาบันรับรองฮาลาล สอดคล้องกับ ฮาวาร์ด (Haward, 1994) ที่กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ความตั้งใจซื้อเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค และความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้าที่ผ่านมา อีกทั้งยังสอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2552) ที่กล่าวว่าทัศนคติของผู้บริโภคสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เพราะประโยชน์ของตราสินค้าที่มีต่อผู้บริโภค การใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาด โดยเฉพาะการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เป็นต้น

ส่วนประเด็นความพยายามค้นหาผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล เพื่อที่จะซื้อความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้บริโภคมุสลิมสามารถหาผลิตภัณฑ์อาหารชนิดอื่นที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลมาทดแทนผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลทดแทนได้ เพราะ "อาหารฮาลาล" นั้นหมายถึงอาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำผสม ปรุง ประกอบ หรือแปรรูปตามบัญญัติอิสลามโดยต้องได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่ที่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นผู้ออกเครื่องหมายรับรอง หรือออกหนังสือรับรองตามกฎหมาย เพื่อเป็นการรับประกันว่า ชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภคสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ได้โดยสนิทใจ ซึ่งใครจะเป็นผู้ผลิตหรือปรุง "อาหารฮาลาล" ก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม (อาหารมุสลิมกับอาหารฮาลาล, 2553)

##### **5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร มี 5 ปัจจัย คือ ด้านความเชื่อถือที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ด้านความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ ด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล ด้านครอบครัว และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถทำนายความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความเชื่ออันได้แก่ ทัศนคติต่อการซื้อความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ และความเชื่อต่อสถาบันรับรองฮาลาล ดังนั้นความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ จึงมีความสำคัญเพราะผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ส่วนใหญ่ไม่ใช่มุสลิม อาจขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารฮาลาล ซึ่งเป็นอาหารที่ได้รับอนุญาตตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามให้บริโภค อันประกอบด้วยลักษณะต่างๆ หลายนิตี โดยศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้อธิบายว่าอาหารฮาลาลนั้น มี 2 ลักษณะได้แก่ (1) ไม่มีส่วนประกอบหรือปนเปื้อนสิ่งที่ไม่อนุญาตในบทบัญญัติศาสนาอิสลามและ (2) ในกระบวนการเตรียม การแปรรูป การขนส่ง หรือการเก็บรักษา ต้องไม่ใช่เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่มี

การปนเปื้อนสิ่งที่ไม่อนุญาตในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ดังนั้นสำหรับมุสลิมแล้วถือเป็นข้อบังคับที่ต้องบริโภคเฉพาะอาหารที่ฮาลาล และที่ตี(ตอยิบ) เท่านั้นเขาจึงจะเป็นผู้ศรัทธาต่อพระเจ้าผู้เป็นเจ้าอย่างแท้จริง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของบอนเน่ และเวอร์เบก (Bonne & Verbeke, 2006) ซึ่งพบว่าชาวมุสลิมมีความเต็มใจที่จะใส่ความพยายามอย่างมากในการได้รับอาหารฮาลาล (Karijin et al. 2007) ซึ่งหมายถึงการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการซื้ออาหารฮาลาล แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของไซยิด และนาซุรา (Syed & Nazura, 2011) ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการจัดซื้ออาหารฮาลาล ซึ่งผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมไม่ได้เป็นตัวทำนายที่สำคัญในพฤติกรรมความตั้งใจ

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 และ 6 พบว่าไม่ค่อยเชื่อถือผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมแม้ว่าจะได้รับการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลก็ตาม ซึ่งการรับรู้ที่ผ่านมา คือ ผู้ประกอบการที่เคยได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไม่ได้รับการรับรอง ดังนั้นจึงไม่ค่อยมั่นใจในตัวผู้ผลิตหากไม่ใช่มุสลิม ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 มีความเชื่อถือผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิม 100% ส่วนผู้ผลิตที่ไม่ใช่มุสลิมแต่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลมีความเชื่อถือได้บ้าง เพราะคิดว่าในกระบวนการผลิต มีการควบคุมและปฏิบัติตามขั้นตอนของศาสนาอิสลาม โดยมีสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการตรวจสอบอย่างดีแล้ว ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 และ 8 มีความเชื่อมั่นในกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมเพียงครึ่งหนึ่ง เพราะเกรงว่าผู้ประกอบการจะไม่เข้าใจในขั้นตอนของการผลิตและการทำความสะอาด รวมทั้งไม่มั่นใจว่าผู้ผลิตจะมีจรรยาบรรณต่อผู้บริโภคมุสลิมมากน้อยเพียงใด เพราะคิดว่าผู้ผลิตอาจเพียงต้องการขายสินค้าเท่านั้นแต่ไม่ได้คำนึงถึงความถูกต้องและคุณภาพที่มีต่อผู้บริโภคมุสลิม ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 มีความเชื่อมั่นต่อผู้ประกอบการสูงถึง 70% เพราะคิดว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่มุสลิมนั้นมีสถาบันที่ให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นผู้กำกับดูแล และตรวจสอบในกระบวนการผลิตอย่างใกล้ชิด ดังนั้นผู้ประกอบการอาหาร จึงควรเป็นมุสลิมหรือผู้ที่มีความเข้าใจในหลักการอิสลามเพราะเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม

อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมและส่วนมากจะยังขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติตามหลักการของศาสนาอิสลาม แต่เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการซึ่งไม่ใช่มุสลิมดังกล่าวคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด จึงได้กำหนดเงื่อนไขสำหรับผู้ประกอบการคือจะต้องรับพนักงานที่เป็นมุสลิมเข้าทำงานและจะต้องมีที่ปรึกษามุสลิมอย่างน้อย 1 คน ที่เห็นชอบโดยคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด อีกทั้งยังต้องพร้อมรับการตรวจตลอดเวลาซึ่งจะไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า (บทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 และ 3)

ส่วนความเชื่อที่ต่อผลิตภัณฑ์นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารภายใต้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาล มีพื้นฐาน

การจัดทำมาตรฐานตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามเพื่อให้ผู้บริโภคมุสลิมมั่นใจได้ว่าตลอดสายการผลิตมีความถูกต้องตามหลักการแห่งศาสนา สามารถบริโภคและใช้ประโยชน์ได้โดยไม่ขัดต่อหลักการของอิสลามตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอด “สายโซ่การผลิต” จะต้อง “ฮาลาล” คือ ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือ สิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุดิบส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ตอยยิบ)

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5, 7, 8 และ 9 พบว่าการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็ง จะพิจารณาจากตราเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ก่อนการตัดสินใจซื้อเพื่อความมั่นใจในการบริโภค นอกจากนี้ยังพิจารณาส่วนประกอบของอาหารควบคู่กันอีกด้วย ตรงกันข้ามกับผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 เกี่ยวกับความเชื่อมั่นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น มีความเชื่อมั่นภายใต้ความคลางแคลงใจ เพราะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารว่าผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทถูกยกเลิกเครื่องหมายไปแล้วแต่ก็ยังมีการฝ่าฝืนใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลอยู่ เช่นเดียวกับผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 คือ ผู้ประกอบการที่เคยได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลสำหรับผลิตภัณฑ์หนึ่งแต่ผู้ประกอบการนำเครื่องหมายรับรองฮาลาลไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ไม่ได้รับการรับรอง

ด้านครอบครัว นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก มุสลิมมีการอยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่ บุคคลในครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อซึ่งสอดคล้องกับ วราภรณ์ เอื้อการณ์ และอิสระ อุดมประเสริฐ. (2553) ได้กล่าวว่าปัจจัยทางสังคมด้านครอบครัว ซึ่งเป็นหน่วยสังคมที่เล็กที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อการกำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อมากที่สุดและสอดคล้องกับสิริลักษณ์ มีธัญญากร (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่าบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ในกลุ่มพ่อแม่มีอำนาจร่วมกันในการพยากรณ์ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังสอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 และ 5 คือ พ่อ แม่แฟน เป็นผู้จัดเตรียมอาหารและกำหนดการบริโภคของสมาชิกทุกคนในครอบครัว นอกจากนี้ลูก ยังเป็นผู้ที่ซื้ออาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาล มาให้ทุกคนในบ้านรับประทาน

ด้านความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร พิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ศึกษาเรื่องความตั้งใจก่อพฤติกรรมของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรหนึ่งที่สามารถทำนายความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือปัจจัยด้านความเชื่อ ซึ่งได้แก่ ความเชื่อต่อสถาบันรับรองฮาลาล ทั้งนี้เนื่องจากสถาบันรับรองฮาลาลภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย มีบทบาทและความรับผิดชอบที่สำคัญ คือการพัฒนา

มาตรฐานการตรวจสอบ การออกใบรับรองอาหารฮาลาลของประเทศไทย เพื่อสร้างการยอมรับจากผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมถึงการคุ้มครองผู้บริโภคชาวไทยมุสลิมในประเทศ (สันติ บางอ้อ, 2556 และ สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล, 2556) สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์แบบเจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8, 9 ที่มีความเชื่อมั่น 100% ในคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยเพราะสถาบันมีความน่าเชื่อถือ มีวิธีการ ระบบ และมาตรการในการตรวจสอบการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการค่อนข้างดีจึงสามารถมั่นใจและเชื่อมั่นในสถาบันรับรองได้ ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 ซึ่งได้รับรู้ว่าคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีวิธีการในการตรวจสอบ กำกับ ติดตาม ดูแล หลังจากให้ผู้ประกอบการได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ซึ่งมีแนวโน้มที่ดีขึ้นแต่ก็ยังไม่สามารถสร้างความมั่นใจได้ทั้งหมด ตรงกันข้ามกับผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 และ 5 ที่ไม่ค่อยมั่นใจในสถาบันที่ให้ตราเครื่องหมายรับรองฮาลาล เพราะไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องผลประโยชน์จากการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ และความไม่โปร่งใสในการอนุญาตให้ใช้ตราเครื่องหมายรับรองฮาลาล

ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นอีกด้านหนึ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก มุสลิมทุกคนไม่ว่าจะเป็นมุสลิมมาแต่ดั้งเดิมหรือมุสลิมใหม่ที่เข้ารับอิสลามในภายหลัง ต่างให้ความสำคัญกับการประพฤติปฏิบัติตนตามหลักการของศาสนา เนื่องจาก อัลลอฮ์ได้ทรงตรัสความว่า "และจงบริโภคจากสิ่งที่อัลลอฮ์ได้ทรงให้เครื่องยังชีพแก่ผู้เจ้าซึ่งสิ่งที่อนุมัติและที่ดีมีประโยชน์และจงยำเกรงต่ออัลลอฮ์ ผู้ซึ่งพวกเจ้าศรัทธาในพระองค์" ดังนั้นมุสลิมผู้ศรัทธาทุกคนจึงต้องควบคุมพฤติกรรมของตนให้บริโภคเฉพาะอาหารที่ฮาลาล ซึ่งเป็นอาหารที่ผลิตขึ้นถูกต้องตามบทบัญญัติของอิสลามเท่านั้น ดังนั้นปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจึงส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับบอนเน่ และเวอร์เบก (Bonne & Verbeke, 2006) พบว่าชาวมุสลิมมีความเต็มใจที่จะใส่ความพยายามอย่างมากในการได้รับอาหารฮาลาล (Karijin et al. 2007) ซึ่งหมายถึงการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการซื้ออาหารฮาลาล

สำหรับด้านกลุ่มอ้างอิงที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ต่างๆที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ซึ่งผู้บริโภคเชื่อถือและมั่นใจว่าสามารถบริโภคได้โดยไม่ต้องได้รับคำแนะนำหรือบอกกล่าวจากกลุ่มอ้างอิงใดๆ ดังนั้นปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิงจึงไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงพร้อมทานแช่แข็งภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในกรุงเทพมหานคร

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณแก่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการอิสลาม ประจำจังหวัด เพื่อจัดอบรมหรือให้ความรู้กับผู้ประกอบการด้านอาหารที่ต้องการเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล เกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล ที่ถูกต้องตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม และระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีการผลิตอาหารฮาลาลที่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศวางใจได้ รวมถึงการต่อยอดส่งออกไปยังตลาดโลกมุสลิมในอนาคตของผู้ประกอบการ

2. สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ผู้ออกตราเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรสื่อสารกับผู้บริโภคมุสลิมอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านต่างๆ เช่น ด้านการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลแก่ผู้ประกอบการอาหารต่างๆ ด้านมาตรการการลงโทษผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคมุสลิมรับรู้ และเชื่อมั่นในการดำเนินงานที่โปร่งใส รวมทั้งสามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารของผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่มีความเป็นปัจจุบันได้ตลอดเวลา

### ข้อเสนอแนะสำหรับสถานประกอบการ

1. ผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมและต้องการเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติของศาสนาอิสลามเพื่อให้ผู้นับถือศาสนาอิสลามสามารถบริโภคได้อย่างวางใจ

2. ผู้ประกอบการอาหารภายใต้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรสร้างความไว้วางใจแก่ผู้บริโภคมุสลิมด้วยการจัดหาพนักงานที่เป็นมุสลิมมาอยู่ในสายการผลิตและมีผู้ตรวจสอบ (QA และ QC) ที่เป็นมุสลิมที่มีความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร อีกทั้งจัดหาที่ปรึกษาซึ่งเป็นนักวิชาการมุสลิมมาคอยให้คำปรึกษา แนะนำอย่างถูกต้อง

3. ผู้ประกอบการอาหารฮาลาล ควรสื่อสารกับผู้บริโภคมุสลิมอย่างต่อเนื่องว่าผลิตภัณฑ์อาหารมีการรับรองเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม และมีการสนับสนุนอาหารภายใต้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล แก่สถาบันทางศาสนา โรงเรียนสอนศาสนา เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ สร้างการยอมรับ และสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคมุสลิมเกี่ยวกับอาหารภายใต้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่ครอบคลุมทั้งสายโซ่อาหาร (Supply chain) ตั้งแต่ กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิตจนถึง ณ จุดขาย
2. ควรศึกษาถึงแนวทางการส่งเสริมผู้ประกอบการอาหารภายใต้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลสู่ตลาดอาหารฮาลาลโลก