

**รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์**  
**โครงการวิจัยทุนอุดหนุนวิจัย มก. ประจำปี 2545**  
**โครงการวิจัย รหัส 05011463**  
**การสำรวจศักยภาพ ปัญหา และอุปสรรคของการพัฒนาการผลิต**  
**อาหารไทยฮาลาลเพื่อการส่งออก**  
 Survey of Potentiality, Problem and Constraints of Thai Halal Food Production for Export

รศ.ดร. นภาพรณ นพรัตน์ภรณ์<sup>1</sup> นางสาวมาเรียม กอสนาน<sup>2</sup> นางสาวสุพรรณนิช พลเสน<sup>2</sup>  
 นางสาวรัชดา คชดาช<sup>2</sup> นางสาววันเพ็ญ มีสมญา<sup>3</sup> รศ. สิริพันธ์ จุลกรังคะ<sup>4</sup>  
 นายอนุวัตร แจ่มชัด<sup>5</sup> นางสาววันเพ็ญ นภาทิวาอำนวย<sup>2</sup> นางสุโร สุวรรณรัตน์<sup>2</sup>  
 นายพิสิษฐ์ รัตนมานพสกุล<sup>1</sup> นางสาวพวงทิพย์ เกิดทรัพย์<sup>6</sup>  
 Napavarn Noparatnaraporn<sup>1</sup> Mariem Kosanan<sup>2</sup> Supannij Polasen<sup>2</sup> Ratchada Khadat<sup>2</sup>  
 Wanpen Mesomya<sup>3</sup> Siripun Chulakarangka<sup>4</sup> Anuvat Jangchud<sup>5</sup> Wanpen Napatvaumnauy<sup>2</sup>  
 Surai Suwannarat<sup>1</sup> Pisit Rattanamanopsakul<sup>1</sup> Puangtip Kerdsap<sup>6</sup>

### บทคัดย่อ

ประเทศไทย มีโอกาสในการผลิตและส่งออกอาหารไทยฮาลาลสู่ตลาดโลก โดยความต้องการบริโภคอาหารไทยฮาลาลของประชากรทั้งที่นับถือศาสนาอิสลามและที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม มีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการทราบถึงปัญหา อุปสรรค กฎระเบียบ เครื่องหมายฮาลาล และบทบัญญัติของศาสนาอิสลามที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ศักยภาพการผลิต การตลาดและการส่งออก จะเป็นปัจจัยที่จะมีผลต่อการหาแนวทางในการพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุน พร้อมผลักดันให้มีการส่งออกอาหารไทยฮาลาลในปริมาณเพิ่มขึ้น โดยได้ทำการศึกษา รวบรวมข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิ ซึ่งการเก็บข้อมูลได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกเขตที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากที่สุด แบ่งเป็น พื้นที่ภาคกลาง คือ กรุงเทพมหานครได้แก่ เขตประเวศ หนองจอก บางกะปิ มีนบุรี และสวนหลวง จำนวน 500 คน สำหรับภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสงขลา ยะลาและปัตตานี จังหวัดละ 500 คน รวมทั้งสิ้น 2,000 คน นอกจากนี้ ยังเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ผลิต/จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล จำนวน 85 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามและสัมภาษณ์ เป็นการเก็บรวบรวมโดยนักวิจัยเองและนักศึกษาที่เป็นมุสลิม

จากการศึกษาข้อมูลในส่วนความต้องการของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการผลิตและการตลาดภายในประเทศของอาหารไทยฮาลาล พบว่าผู้บริโภคมีความความเคร่งครัดในศาสนาмаกดังนั้นจะมีการเลือกบริโภคอาหารที่มีการประกอบถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามเท่านั้น เครื่องหมายฮาลาล จึงมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เป็นอย่างยิ่ง หากผู้บริโภคไม่มีความมั่นใจต่อเครื่องหมายหรือร้านอาหารอิสลามก็จะทำการปรุงอาหาร/ประกอบอาหารรับประทานเอง ทำให้พบว่า การเลือกซื้ออาหารไทยฮาลาลยังมีน้อยและส่งผลกระทบต่อบริษัทผู้ผลิตอาหารไทยฮาลาลสำเร็จรูปด้วย ด้านผู้ประกอบการผลิต/จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารไทยฮาลาล พบว่ามีความพร้อมในด้านวัตถุดิบและการผลิตสูง สิ่งที่ต้องการได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากภาครัฐคือตลาดส่งออกและข้อมูลการส่งออกอาหารไทยฮาลาลซึ่งปัจจุบันรัฐบาลได้เข้ามามีบทบาทด้านการผลิตและส่งออกอาหารฮาลาลมากขึ้น โดยมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และกำหนดให้มีแผนงบประมาณการส่งเสริมและพัฒนาอาหารฮาลาลให้เป็นสินค้าส่งออก

<sup>1</sup> ศูนย์พัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีร่วมเอกชน (Public-Private Technology Development and Transfer Center)

<sup>2</sup> สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Kasetsart University Research and Development Institute)

<sup>3</sup> สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร (Institute of Food Research and Product Development)

<sup>4</sup> ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเกษตร (Department of Home Economics, Faculty of Agriculture)

<sup>5</sup> ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร (Department of Products Development, Faculty of Agro-Industry)

<sup>6</sup> ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ (Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Social Sciences)

## ABSTRACT

Thailand finds its opportunity to produce and export Thai Halal Food worldwide. Knowing that, demand of consumption of Thai Halal Food by both Islam and Non-Islam is abundant, it's useful to study on problems, constraints, rules and regulation, Halal emblem and commandment of Islamism which is connected to capability of production, marketing and export in order to find strategy to develop, support and promote and consequently increase the amount of Halal Food Export. Sets of primary and secondary data were collected from sample groups in the area where the majority of the population are Muslim. These areas are within 2 regions : Central and Southern Regions of Thailand Central Region which mainly focuses on Bangkok, 500 samples were collected from each of the selected districts including Prawate, Nong Jok, Bangkapi, Meanburi and Suan Luang. For Southern Region, 500 samples were collected from any of the following provinces, Songkhla, Yala and Pattani. Other than these 2,000 samples, the data were also obtained from 85 entrepreneurs and distributors of Halal products. Questionnaire and interview by researchers and Muslim students were the main tools to operate the surveys.

The study on consumers' demand which has an effect on production and local marketing of Thai Halal Food reveals that consumers obviously strict in Islamism so the products which have been processed as required by Islamic regulation would only satisfy their choices. Thus, the Halal emblem is very meaningful. It's also found that if the logo cannot assure the consumers, they will prepare their meals at home themselves. It indicates that it will decrease demand to purchase ready-to-cook Halal products which has an direct effect on producers. For entrepreneurs and distributors, they showed high sufficiency in both material preparation and know-how. How to search for markets and information of exporting is necessity to be supported and promoted by the government that, at present, takes more role in production and export. The government has determined the policy to develop Thai Halal Food Industry in 5 southern bordering provinces and setted up the budgeting plan to promote Thai Halal Food for Export.

Keywords :      Halal                      ฮาลาล  
                                  Halal Food                      อาหารฮาลาล  
                                  Thai Halal Food                      อาหารไทยฮาลาล