

มิติใหม่ในการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลภายใต้หลักการของอิสลาม

The Dimension Halal Food Business Management under Islamic Principles

◆ สรวรรณ เรื่องกัลป์ปวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Sarawan Ruangkalapawongse

Assistant Professor, DBA., Bachelor of Business Administration Program in Human Resource
Management, Suan Dusit University, E-mail: saruangk@hotmail.com

◆ อรรณพ เรื่องกัลป์ปวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Annop Ruangkalapawongse

Assistant Professor, DBA., Bachelor of Business Administration Program in Human Resource
Management, Suan Dusit University, E-mail: aruangk@hotmail.com

Received: January 21, 2022; Revised: May 28, 2022; Accepted: July 29, 2022

Abstract

The halal food market is very important and has the opportunity to grow even more as the world's Muslim population continues to increase. In addition, the COVID-19 outbreak has made non-Muslim consumers more likely to choose halal food to consume. This article therefore aims to present a new dimension in the management of Halal food business under Islamic principles. The data analysis method uses content analysis that the author has studied and researched from various sources to present in the form of an essay. The study found that halal food business entrepreneurs need to have knowledge. A thorough understanding of Halal cooking and must strictly adhere to Islamic provisions including Halal food standard requirements for raw material procurement, production process, storage, transportation and delivery of Halal products to consumers. For the new dimension of halal food business management Entrepreneurs should use the production process from innovation and advanced technology to meet the needs of modern consumers who focus on “Responsible consumption” with consideration for the environment. They should also develop a variety of products and focus on creating added value for products and services. There is recruitment

and selection of personnel to suit the nature of work and organizational culture. In addition, the halal status of food products should be checked from the shipping documents, labels and markings displayed on the products.

Keywords: Dimension, Halal food, Business management, Islamic

บทคัดย่อ

ตลาดอาหารฮาลาลนับว่ามีความสำคัญและมีโอกาสเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากประชากรมุสลิมโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การระบาดของ COVID-19 ทำให้ผู้บริโภคที่มีใจมุสลิมมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้ออาหารฮาลาลมาบริโภคมากขึ้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอมิติใหม่ในการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลภายใต้หลักการของอิสลาม วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ที่ผู้เขียนได้ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มานำเสนอในรูปแบบของความเรียง ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบอาหารฮาลาลและต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามรวมทั้งข้อกำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาลอย่างเคร่งครัดในการจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง รวมทั้งส่งมอบผลิตภัณฑ์ฮาลาล จนถึงมือผู้บริโภค สำหรับมิติใหม่ของการจัดการธุรกิจอาหาร ฮาลาลนั้น ผู้ประกอบการควรใช้กระบวนการผลิตจากนวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อตอบสนองต่อผู้บริโภคยุคใหม่ที่ทำให้มีความสำคัญกับ “การบริโภคอย่างรับผิดชอบ” โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม อีกทั้งควรพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายรวมทั้งมุ่งเน้นสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรให้เหมาะสมกับลักษณะงานและวัฒนธรรมองค์กร นอกจากนี้ควรมีการตรวจสอบสถานะฮาลาล (halal status) ของผลิตภัณฑ์อาหารจากเอกสารการขนส่ง ฉลาก และเครื่องหมายที่แสดงบนผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ : มิติใหม่ อาหารฮาลาล การจัดการธุรกิจ อิสลาม

บทนำ

ตลาดอาหารฮาลาล (Halal Food) หรือตลาดอาหารสำหรับผู้ที่ยึดถือศาสนาอิสลาม (ชาวมุสลิม) มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ จนสามารถปรับเปลี่ยนจากการเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ไปเป็นตลาดหลัก (Mass Market) ซึ่งเป็นตลาดที่มีผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากและหลากหลายภายในระยะเวลาไม่กี่ทศวรรษ ทั้งนี้ปัจจัยขับเคลื่อนหลักคือการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรมุสลิมโลกรวมทั้งกระแสการบริโภคอาหารปลอดภัย ซึ่งเป็นกระแสที่มาแรงอย่างมากในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 คาดว่าในอนาคตตลาดอาหารฮาลาลโลกจะยิ่งเติบโตมากขึ้นตามความต้องการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยและสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ของผู้บริโภคทั้งที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ซึ่งอาหารฮาลาลนั้นเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทุกคน โดยลักษณะสำคัญของอาหารฮาลาลได้แก่ การห้ามมิให้มีวัตถุดิบหรือ

ส่วนประกอบใด ๆ อันเป็นสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม (หรือที่เรียกว่า "ฮาลาล") ในอาหารฮาลาล นอกจากนี้อาหารฮาลาลยังจะต้องผ่านกระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับบทบัญญัติของศาสนาอิสลามในทุกขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นในขั้นตอนของการจัดเตรียมวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ และการเก็บรักษาตลอดจนกระบวนการของการขนส่งอาหาร นอกจากนี้ยังต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการผลิตรวมถึงสถานที่ผลิตจะต้องมีความสะอาด ดังนั้นอาหารฮาลาลจึงเป็นอาหารที่ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าเป็นอาหารที่สะอาดและปลอดภัยเพราะได้ผ่านกระบวนการผลิต การแปรรูปอาหารที่มีระบบควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานสากล ซึ่งการผลิตอาหารฮาลาลนั้นจะเน้นยึดถือคุณค่าและความถูกต้องตามบทบัญญัติของหลักการศาสนาอิสลาม (Export-Import Bank of Thailand, 2021) ดังนั้นผู้บริโภคมุสลิมส่วนใหญ่จึงไม่มั่นใจหรือไม่เชื่อถืออาหารที่ไม่มีตรารับรองฮาลาล โดยเฉพาะอาหารที่ผลิตโดยผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิม นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมยังมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลไม่เท่ากัน ทั้งนี้หากผู้ประกอบการธุรกิจอาหารธรรมดาต้องการพัฒนาธุรกิจอาหารที่มีสัญลักษณ์ฮาลาลเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมุสลิม จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ในภาพรวมของการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามข้อกำหนดของหลักศาสนาอิสลามอันจะทำให้ได้รับการยอมรับและเกิดความน่าเชื่อถือในคุณภาพสินค้าทั้งจากผู้บริโภคมุสลิม ผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมรวมทั้งการเป็นที่ยอมรับในตลาดฮาลาลโลกในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

ตลาดมุสลิมในปัจจุบันนับว่ามีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ จากปัจจัยในด้านจำนวนประชากรและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศมุสลิม โดยแนวโน้มตลาดสินค้าและบริการฮาลาลที่สำคัญ ๆ มีด้วยกัน 5 กลุ่ม ได้แก่ เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลฮาลาล อาหารฮาลาล การท่องเที่ยวฮาลาล แฟชั่นสำหรับชาวมุสลิมรวมทั้งเวชภัณฑ์ฮาลาล ตามลำดับ (MGRonline, 2021) สำหรับอุตสาหกรรมฮาลาลที่เป็นที่รู้จักกันมากที่สุดคือ อุตสาหกรรมอาหาร ทั้งนี้เนื่องจากมุสลิมจะบริโภคอาหารฮาลาลเท่านั้น

“ฮาลาล”(**حلال**) เป็นคำที่มาจากภาษาอาหรับแปลว่าอนุมัติหรืออนุญาต หมายความว่า สิ่งของหรือการกระทำใด ๆ รวมทั้งการผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ต้องไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนาอิสลาม ดังนั้นผลิตภัณฑ์ฮาลาลจึงครอบคลุมสินค้าและบริการทั้งที่เป็นอาหารและมีโภชนาการ สำหรับอาหารฮาลาลนั้นคือสิ่งที่หลักการอิสลามได้อนุญาตหรืออนุมัติให้กิน ดื่ม หรือนำเข้าสู่ร่างกายทางสายางสำหรับผู้ป่วย โดยต้องปราศจากสิ่งปนเปื้อนที่ฮาลาล (สิ่งต้องห้าม) หรือนาญิส (สิ่งโสโครกปฏิญูและอื่น ๆ อันเป็นที่รังเกียจ) ซึ่งมุสลิมทุกคนจะต้องบริโภคอาหารที่ฮาลาลและตอยยิบัน (ดี บริสุทธิ์ มีประโยชน์ ปลอดภัยต่อร่างกาย) เท่านั้น จึงจะถือว่าเป็นมุสลิมที่มีความศรัทธาอย่างสมบูรณ์ และหากผู้ใดก็ตามที่ฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตามก็จะต้องถูกลงโทษในโลกหน้า ส่วนอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลนั้น หมายถึงอาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสมปรุง ประกอบหรือแปรรูปตามบทบัญญัติของอิสลาม โดยบุคคลใดจะเป็นผู้ผลิตหรือปรุงอาหารฮาลาลก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม แต่จะต้องได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้ออกเครื่องหมาย

รับรองฮาลาลหรือออกหนังสือรับรองฮาลาลตามกฎหมายเพื่อเป็นการรับประกันว่ามุสลิมทุกคนสามารถบริโภคอาหารได้อย่างสนิทใจ โดยสามารถสังเกตได้จากตราฮาลาลที่ข้างบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นสำคัญ (Taeali, 2021)

คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นองค์การที่มีส่วนสำคัญมากในการขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลโดยตรง โดยการดำเนินงานของคณะกรรมการควบคุมมาตรฐานฮาลาล ผ่านสถาบันมาตรฐานฮาลาล ซึ่งเป็นหน่วยงานของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเพื่อดำเนินการกำหนดมาตรฐานฮาลาล วางระบบมาตรฐานฮาลาล การควบคุมมาตรฐานฮาลาล การตรวจและการรับรองฮาลาล รวมถึงการอนุญาตหรือยกเลิกให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์หรือการให้บริการอื่นใดตามที่คณะกรรมการกำหนด ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวครอบคลุมผลิตภัณฑ์ฮาลาล ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือสิ่งที่ผลิตขึ้นตามกระบวนการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลและรวมถึงการจำหน่าย การบริการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การโลจิสติกส์ (Logistic) และนวัตกรรมที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ซึ่งการควบคุมดังกล่าวเพื่อรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจรทั้งในด้านวัตถุดิบ การผลิตของผู้ประกอบการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้มาตรฐานในการจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมทั้งในประเทศและผลิตเพื่อการส่งออกในตลาดมุสลิมทั่วโลก (Sayid & Vaisamruat, 2019)

2.1 แนวคิดธุรกิจอิสลาม

อิสลามได้ให้ความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตมุสลิมที่มีความสมบูรณ์และครอบคลุมในกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในระบบเศรษฐกิจ สำหรับแนวคิดทางธุรกิจ ในอิสลามที่สำคัญมีดังนี้ (Abubakr, 2021) แนวคิดที่ 1 ธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และศาสนา โดยนักธุรกิจมุสลิมต้องดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์อันจะนำไปสู่การปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความยุติธรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับมนุษยชาติ แนวคิดที่ 2 ในธุรกิจอิสลามการแสวงหากำไรนั้นจะต้องสมดุลกับการให้บริการที่ดี มีคุณภาพ เชื่อถือได้ มีประโยชน์ และมีราคาที่เหมาะสมกับผู้บริโภค นอกจากนี้กิจกรรมธุรกิจในอิสลามยังก่อให้เกิดผลประโยชน์อื่น ๆ กล่าวคือ 1) การสร้างโอกาสในการจ้างงานให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ 2) สร้างช่องทางธุรกิจให้กับผู้ที่มีความสามารถทางการค้าโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3) ทำให้มีการบริจาคสำหรับผู้ที่ยากไร้ในชุมชน 4) เป็นแหล่งที่มาของภาษีธุรกิจและภาษีอื่น ๆ เนื่องจากนักธุรกิจมุสลิมจำเป็นต้องจ่ายภาษีต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์และตรงเวลา แนวคิดที่ 3 คือ การสร้างความพึงพอใจและความเห็นชอบของทั้งสองฝ่าย กล่าวคือ ผู้ซื้อและผู้ขายจะต้องได้รับผลประโยชน์รวมทั้งความพึงพอใจในขณะเดียวกันผู้ผลิต พ่อค้าคนกลางและผู้ขาย ต้องพยายามไม่ให้ผู้บริโภคขาดทุน เช่น ต้องซื้อสินค้าที่ตนไม่ต้องการ หรือต้องซื้อสินค้าจำนวนมากเนื่องจากได้รับข้อเสนอที่ว่าสินค้านั้นมีคุณภาพดีกว่าหรือราคาต่ำกว่า ต้องซื้อเนื่องจากเกิดความกลัวว่าสินค้าจะขาดตลาดหรือราคามีแนวโน้มจะสูงขึ้นในอนาคต แนวคิดที่ 4 นักธุรกิจมุสลิมต้องมีความซื่อสัตย์ในการทำการค้าทั้งหมด เพื่อให้ได้รับความโปรดปรานจากอัลลอฮ์ และความซื่อสัตย์ในการค้าขายจะทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายต่างได้รับความพึงพอใจ แนวคิดที่ 5 การเข้าไปแทรกแซงกลไกของตลาดและการแข่งขันอย่างเปิดเผยนั้นไม่สามารถรับได้ในอิสลาม อย่างไรก็ตามธุรกิจส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บนพื้นฐาน

ของกำไรทางการเงินเป็นสำคัญ แต่ธุรกิจอิสลามนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของทั้งกำไรทางการเงินและทางจิตวิญญาณ ดังนั้นแนวคิดธุรกิจอิสลามดังกล่าวจึงเหมาะสมกับการแก้ปัญหาจริยธรรมทางธุรกิจของโลกปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมีมุสลิมรุ่นใหม่ที่มีสนใจจะเป็นผู้ประกอบการ มีการส่งเสริมพัฒนามุสลิมรุ่นใหม่ให้เป็นผู้ประกอบการ (New Gen Muslim Startup) ที่นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากโลกได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นโลกที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสร้างธุรกิจให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญคนรุ่นใหม่มีความสามารถสูงในการใช้เทคโนโลยี รวมถึงความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล การให้โอกาสและปรับทัศนคติผู้ที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้เยาวชนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้ ค้นหาความต้องการที่แท้จริง สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการที่ยึดมั่นภายใต้หลักการของศาสนา นอกจากนี้ต้องปลูกฝังคนรุ่นใหม่ให้ทำธุรกิจด้วยความสุจริต ยุติธรรม และมีจริยธรรมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม (Bangkokbiznews, 2020)

จะเห็นได้ว่าแนวคิดธุรกิจอิสลามที่กำหนดให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลใส่ใจในทุก ๆ ขั้นตอนของการประกอบการในธุรกิจผลิตอาหารฮาลาล ตั้งแต่กระบวนการในการจัดการผลิตอาหาร ฮาลาล การตลาดในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจอาหารฮาลาล การจัดการด้านการเงินวิถีอิสลาม การจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามแบบอิสลาม

2.2 การประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาล

ในการดำเนินธุรกิจผลิตอาหารฮาลาลจำเป็นต้องให้ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้เป็นอย่างดี และต้องมีความเข้าใจในบริบทของการประกอบการที่ยึดหลักในการผลิตอาหารที่เป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม โดยต้องเข้มงวดในทุกกระบวนการผลิตรวมไปถึงขั้นตอนในการจัดเก็บ ระบบการขนส่ง จนกระทั่งถึงการส่งมอบผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่สะอาดจนถึงมือผู้บริโภค ใส่ใจในทุกรายละเอียดตลอดโซ่อุปทานเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคได้อย่างสบายใจ มีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 การจัดการการผลิตอาหารฮาลาล

การผลิตอาหารฮาลาลนั้นจะต้องปฏิบัติตามหลักการหรือบทบัญญัติของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด โดยอาหารทุกชนิดจะต้องมีการเตรียม ผลิต ปูรง ผ่านกระบวนการบรรจุ การขนส่งและการเก็บรักษา ตามที่ศาสนาอิสลามได้บัญญัติไว้ สำหรับข้อปฏิบัติในการผลิตอาหารฮาลาลนั้น มีรายละเอียดดังนี้ (Institute of Food Research and Product Development, 2021 ; Halal Institute, Prince of Songkla University, 2021) 1) สถานประกอบการหรือสถานที่ผลิตนั้นจะต้องสะอาดเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมและมาตรฐานอื่น ๆ ที่ควบคุมสถานประกอบการ โดยสถานที่ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลจะต้องมีความปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนและต้องแยกออกจากการผลิตในสิ่งที่ไม่ฮาลาลอย่างชัดเจน นอกจากนี้สถานที่ทำการผลิตอาหารฮาลาลต้องมีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิด รวมทั้งต้องไม่มีสัตว์เลี้ยงเข้าไปเกี่ยวข้องในบริเวณการผลิต นอกจากนี้ต้องไม่นำอาหารหรือเครื่องมือที่ไม่ฮาลาลเข้าไปอย่างเด็ดขาด 2) วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้

สำหรับการผลิตต้องเป็นสิ่งที่ศาสนาอิสลามอนุญาตให้บริโภคได้ รวมทั้งไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ ส่วนผสมและสารปรุงแต่งต้องมีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า “ฮาลาล” (ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม) ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” (สิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม) โดยการแสดงหนังสือรับรองฮาลาลหรือคุณสมบัติยืนยันวัตถุดิบที่เตรียมไว้ใช้ในการผลิต ต้องมีการเก็บรักษาในสถานที่ที่สะอาดไม่มีสัตว์ต่าง ๆ เข้าไปเกี่ยวข้อง นอกจากนี้วัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิตอาหารฮาลาลจะต้องเก็บรักษาแยกออกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาดและจะต้องไม่เกี่ยวข้องกัน 3) กระบวนการผลิต จะต้อง “ฮาลาล” ทุกขั้นตอน โดยกระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดตลอด “สายโซ่การผลิต” จะต้อง “ฮาลาล” ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” ไม่ว่าจะเป็นในส่วน of วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ หรือสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าทางอาหาร และเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ตอยยิบ) 4) เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจะต้องสะอาดและไม่ใช้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทุกชนิดหากเคยใช้ในการผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อนจะต้องล้างทำความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลามเสียก่อนจึงจะนำมาใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลได้ ในทำนองเดียวกัน อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการผลิตอาหารฮาลาลจะใช้หรือเก็บรักษาปะปนกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลไม่ได้ 5) การล้างวัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต เมื่อล้างน้ำโดยวิธีการจุ่มหรือน้ำขังในภาชนะแล้วจำเป็นต้องล้างน้ำสะอาดที่ไหลผ่านวัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่ใช้โดยทั่วถึงในการล้างครั้งสุดท้าย สำหรับน้ำที่ไหลผ่านกระบวนการนี้แล้วจะไม่สามารถนำมาใช้ล้างวัตถุดิบหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการผลิตได้อีก 6) พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิมทั้งนี้หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาด เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุรา และควรจะต้องมีพนักงานมุสลิมในสถานประกอบการที่ทำการผลิตอาหารฮาลาล โดยเฉพาะแผนกจัดซื้อ แผนกผลิต ส่วนพนักงานเชือดสัตว์ต้องเป็นมุสลิมที่มีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคที่ส่งผลกระทบต่อรสชาติและจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม 7) การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์/การขนส่งผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ต้องเก็บรักษาและต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาลโดยไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เพื่อป้องกันการสับสนและการเข้าใจผิดของผู้บริโภค 8) การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ต้องแยกจำหน่ายออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาดและต้องไม่ปะปนกันถึงแม้ว่าจะอยู่ในบรรจุภัณฑ์ก็ตาม การจัดจำหน่ายโดยไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือแกะถุงบรรจุออกจำหน่ายจะต้องแจ้งให้สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลทราบและต้องจัดให้ถูกต้องตลอดเวลาโดยอุปกรณ์เครื่องใช้ในการจัดจำหน่ายทุกชนิดจะต้องไม่ใช้ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล หากเกิดการปะปนขึ้นขึ้นจำเป็นต้องล้างให้สะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม 9) การบริการอาหารฮาลาล (กรณีที่เป็นร้านอาหาร/โรงแรม) ผู้ประกอบการหรือผู้ควบคุมการประกอบอาหารจะต้องเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เป็นสถานที่เฉพาะไม่ปะปนกับสถานที่ที่ใช้สำหรับประกอบอาหารหรือสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการประกอบอาหารหรือให้บริการจะต้องเป็นไปตามบัญญัติศาสนาอิสลาม นอกจากนี้การทำความสะอาดภาชนะที่ใช้สำหรับประกอบอาหารหรือให้บริการต้องแยกไม่ปะปนกับภาชนะอื่นที่นำไปใช้กับสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติ

ศาสนาอิสลาม จะเห็นได้ว่ากระบวนการผลิตอาหารฮาลาลนั้นจำเป็นต้องฮาลาลในทุก ๆ ขั้นตอน และอาหารที่ถือว่าผ่านกระบวนการฮาลาลนั้น วัตถุดิบหรือองค์ประกอบของอาหารฮาลาลจะต้องไม่มีสารปรุงแต่ง สารประกอบวัตถุดิบที่ต้องห้ามตามหลักการอิสลาม อาหารจะต้องไม่ปนเปื้อนกับเนเชอริส รวมทั้งอาหารที่เตรียมผ่านกระบวนการหรือผ่านการผลิต สถานที่ผลิต อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ต้องปราศจากการปนเปื้อนเนเชอริส และการเก็บรักษาต้องไม่ปะปนหรือต้องไม่สัมผัสกับภาชนะบรรจุที่ต้องห้าม ดังนั้นมุสลิมจึงสามารถรับประทานอาหารฮาลาลได้อย่างถูกต้องตามหลักศาสนา และผู้ที่ไม่นับถือศาสนาอิสลามก็ได้รับประทานอาหารที่สะอาดปลอดภัย ดีต่อสุขภาพด้วยเช่นกัน

2.2.2 การตลาดในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

การตลาดในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลนั้นเป็นการตลาดแบบอิสลามซึ่งนับว่าเป็นภูมิปัญญาในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าโดยผ่านความประพจน์ที่ดีงามในการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการฮาลาล ที่บริสุทธิ์ ยุติธรรมและถูกกฎหมายด้วยความยินยอมร่วมกันของผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์และความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิญญาณทั้งในโลกนี้และโลกหน้า (Alom & Haque, 2011) สำหรับเรื่องของการตลาดนั้นอิสลามมองว่าการตลาดที่ดีต้องมีความยุติธรรมต่อลูกค้า ไม่โฆษณาเกินความเป็นจริงไม่มีวิธีการที่เป็นภัยต่อสังคม การตลาดในมุมมองของอิสลามยังมีวัตถุประสงค์เพื่อความพึงพอใจของอัลลอฮ์ (ซบ.) โดยศาสนาอิสลามส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมุสลิมทำธุรกิจต่าง ๆ ด้วยความตั้งใจ พยายามไฝ่หาความรู้ พัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างดีที่สุด (Chumat, 2019)

สำหรับส่วนประสมการตลาดในอิสลาม นั้น Evony (2021); Abuznaid (2012) ได้กล่าวถึงส่วนประสมการตลาดอิสลามประกอบด้วย 9 P's ซึ่งประกอบด้วย Product (ผลิตภัณฑ์) ต้องไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือความชุ่นข้องหมองใจแก่ผู้ซื้อ ต้องมีสินทรัพย์สำรองและส่งมอบได้ ต้องระบุคุณลักษณะที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงผลกระทบอย่างมากต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ Place (สถานที่) ตามหลักการของศาสนาอิสลามช่องทางการจัดจำหน่ายไม่ควรสร้างภาระให้กับลูกค้าขั้นสุดท้าย ในแง่ของราคาที่สูงชันและความล่าช้า Price (ราคา) นโยบายการกำหนดราคาควรปราศจากการกำหนดราคาที่เป็นการหลอกลวง การเปลี่ยนแปลงราคาควรสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปริมาณหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ศาสนาอิสลามห้ามมิให้มีการโฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเท็จเกี่ยวกับราคา Promotion (การส่งเสริมการตลาด) ไม่อนุญาตให้ยกย่องสินค้าหรือบริการหรือพูดเกินจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยหลีกเลี่ยงการโฆษณาที่หลอกลวงและทำให้ผู้ซื้อเข้าใจผิด หรือการส่งเสริมการขายที่หลอกลวงและบิดเบือน จริยธรรมอิสลามห้ามผู้หญิงในการโฆษณา การใช้จินตนาการมากเกินไป การใช้ภาษาและพฤติกรรมที่เป็นการชี้นำ และการใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุเพื่อล่อและดึงดูดลูกค้า People (คน) ในส่วนของลูกค้า เน้นความสำคัญของ "อิสระ" และ "วิจารณ์งานที่เป็นอิสระ" รวมทั้งนักการตลาดต้องแสดงความรับผิดชอบต่อพระเจ้า สังคม สิ่งแวดล้อม และการเคารพสวัสดิภาพของนักการตลาดเอง Process (กระบวนการ) นักการตลาดต้องมีค่านิยมพื้นฐานเช่น ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบต่อ ความยุติธรรม ความเคารพ การเปิดกว้าง และความเป็นพลเมือง นักการตลาด

ควรให้ความไว้วางใจและให้คำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้า มีการสื่อสารและฝึกฝนพื้นฐานค่านิยมทางจริยธรรมที่จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในความสมบูรณ์ของระบบแลกเปลี่ยนการตลาด Physical Evidence (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) ความสามารถและสภาพแวดล้อมในการส่งมอบบริการทั้งภายนอกอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร รวมทั้งสิ่งอื่น ๆ ที่จับต้องได้ นอกจากนี้ในส่วนประสมการตลาดอิสลามนั้นยังห้ามเกี่ยวกับการพนัน ชองทีวีลามกอนาจาร บรรยาศและสิ่งอำนวยความสะดวกที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความรักติมากขึ้น Promise (สัญญา) องค์ประกอบทางการตลาดแบบอิสลามแท้ๆ ต้องได้รับและดูแลร่วมกัน นักการตลาดไม่ควรให้คำมั่นสัญญาปลอม ๆ โดยคำมั่นสัญญาใด ๆ ที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องรักษาไว้และต้องเคารพในสัญญานั้น Patience (ความอดทน) เป็นลักษณะสำคัญของการสื่อสารที่ดีโดยอิสลามกระตุ้นให้ผู้คนมีความอดทนในการติดต่อกับลูกค้า

2.2.3 การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจอาหารฮาลาล

การจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจอาหารฮาลาลเป็นกระบวนการหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการจัดการเคลื่อนไหลของสินค้า และข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) โดยครอบคลุมเริ่มจากผู้ผลิต ผลิตสินค้าแล้วนำส่งไปตามกระบวนการจนถึงมือผู้บริโภค กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ต้องเกิดขึ้นตามหลักการที่กำหนดในวิถีมุสลิม โดยระบบการขนส่งสินค้าในธุรกิจอาหารฮาลาลต้องมีการระบุชื่อ รหัสที่ใช้อ้างอิงติดไว้ที่สินค้านั้นๆ เพื่อให้สามารถดำเนินการตรวจสอบย้อนกลับไปถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่าได้ดำเนินการตามกระบวนการขั้นตอนการผลิตได้อย่างถูกต้อง และเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าเครื่องหมายฮาลาลนี้ได้รับการดูแลอย่างดีที่สุดตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้หลักพื้นฐานของระบบจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจอาหารฮาลาลนั้นประกอบด้วย 3 ด้านคือ (Khueankaew, 2017) (1) ให้หลีกเลี่ยงการสัมผัส และการปนเปื้อนทางตรงกับสิ่งที่เปื้อนห้าม (ฮารอม) (2) ให้ทำการลดความเสี่ยงที่อาจมีการปนเปื้อนได้จากการนำสินค้าทั้งที่เป็นของแข็ง หรือของเหลววางปะปนกันกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ และ (3) มีการระบุข้อกำหนดและการยอมรับของลูกค้าที่เป็นตลาดกลุ่มมุสลิม

สำหรับองค์ประกอบของโลจิสติกส์ในธุรกิจอาหารฮาลาลนั้น จะประกอบไปด้วย 3 ส่วนหลักที่สำคัญ ได้แก่ (Khueankaew, 2017) คลังสินค้า (Warehousing) การขนส่ง (Transportation) และการดำเนินงานสถานีปลายทาง (Terminal Operations) ทั้งนี้ในการดำเนินการจัดการในแต่ละภาคส่วนต้องมุ่งเน้นไปที่การพิจารณาการดำเนินงานตามข้อบัญญัติของศาสนา ดังนี้ 1) ด้านคลังสินค้า ในระบบการจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจอาหารฮาลาล คลังสินค้าจะทำหน้าที่จัดเก็บสินค้าที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล เพื่อเตรียมการขนส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ หากดำเนินขนส่งไปยังประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิมให้ดำเนินการจัดเก็บสินค้าในคลังที่ไม่มีการปนเปื้อนโดยแยกส่วนออกจากสินค้าอื่น ผู้ที่ทำหน้าที่จัดการดูแลคลังสินค้านำสินค้าที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลวางในจุดต่างจากสินค้าที่ไม่ได้รับการรับรองบนแท่นวางหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการขนถ่ายอื่นๆ หากเป็นสินค้าแช่แข็ง แช่เย็นให้ดำเนินการจับแยกเก็บสินค้าออกจากสินค้าที่มีส่วนประกอบของสุกรและ/หรือ แอลกอฮอล์ อย่างเด็ดขาดเพื่อลดการสัมผัสและเกิดการปนเปื้อน 2) ด้านการขนส่ง ในระบบการจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจอาหารฮาลาล การขนส่งจะใช้แนวทางการจัดการเหมือนกับ

ระบบการจัดการด้านคลังสินค้าที่ส่งออกไปในประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิม สามารถขนส่งสินค้าฮาลาลร่วมกับสินค้าปกติได้ แต่หากเป็นสินค้าแช่แข็ง แช่เย็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลไม่สามารถขนส่งร่วมกับสินค้าที่ผิดข้อบัญญัติตามหลักการของศาสนาได้ รถบรรทุกหรือตู้ขนส่งสินค้าที่บรรทุกสินค้าต้องห้ามมาจากการขนส่งก่อนหน้านี้ ศาสนากำหนดหลักการให้ต้องทำความสะอาด 7 ครั้งก่อนที่จะใช้รถบรรทุกหรือตู้ขนส่งนั้นเพื่อขนส่งสินค้าที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล การดำเนินการดังกล่าวเป็นการขจัดสิ่งปนเปื้อนที่อาจติดจากการขนส่งในครั้งก่อนได้ 3) ด้านสถานีปลายทาง สถานีปลายทางนั้นหมายถึง ท่าเรือ หรือสนามบิน สถานที่ที่ภายในของสถานีปลายทางมักจะมีระบบการขนส่งการไหลสินค้าแบบปะปนร่วมกันของทั้งสินค้าที่มีการรับรองเครื่องหมายฮาลาล และไม่ใช่สินค้าที่มีการรับรองเครื่องหมายฮาลาล อาจเนื่องจากคลังสินค้าของสถานีปลายทาง ตู้บรรทุกสินค้า ห้องแช่เย็นในสถานีปลายทางของประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิมมีพื้นที่จำกัด ในการบริหารจัดการของระบบโลจิสติกส์ในธุรกิจอาหารฮาลาลที่สถานีปลายทางควรต้องเพิ่มอุปกรณ์ บรรจุภัณฑ์ หรือกล่องเพื่อรองรับสินค้าที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การกำหนดกิจกรรมที่สนับสนุนกระบวนการไหล การกระจายของสินค้าที่มีการรับรองเครื่องหมายฮาลาลนี้เพื่อให้การเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บมีความเหมาะสมเกิดความมั่นใจไม่มีการปนเปื้อนระหว่างรอกการนำส่งไปจำหน่ายยังผู้บริโภค

2.2.4 การจัดการด้านการเงินอิสลาม

การจัดการในระบบการเงินและเศรษฐกิจของอิสลาม รวมทั้งสถาบันการเงินต่าง ๆ ของระบบอิสลาม ดำเนินการอยู่บนพื้นฐานหลักการที่สำคัญ คือ การจัดการที่ก่อให้เกิดความสงบสุข การมีเสถียรภาพ มั่นคง และให้เกิดอัตราเสี่ยงภัยน้อยเมื่อเทียบกับระบบเศรษฐกิจปกติที่กำหนดเศรษฐกิจการเงินบนพื้นฐานของระบบดอกเบี้ย สำหรับกฎเกณฑ์ที่สำคัญของระบบการเงินและเศรษฐกิจของอิสลามมีดังนี้ (Bin Tuan, 2021) กฎเกณฑ์ที่ 1 ระบบการเงิน ระบบเศรษฐศาสตร์อิสลามวางอยู่บนบรรทัดฐานของหลักจริยธรรมและคุณธรรม เช่น ความมีสำนึก เชื่อถือ ไว้วางใจได้ โปร่งใส ชัดเจน มีการชี้แจงในรายละเอียด การสนับสนุนช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ซึ่งหลักการอิสลามห้ามทุกการดำเนินการของกิจกรรมทางการเงินหรือเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการโกหก หลอกลวง การพนัน ฉ้อโกง ไม่ชี้แจงข้อเท็จจริง การกักตุนใด ๆ การแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ ความละโมภ การอธรรมและการกินทรัพย์สินสมบัติของเพื่อนมนุษย์โดยปราศจากความชอบธรรม กฎเกณฑ์ที่ 2 ระบบการเงินและเศรษฐศาสตร์อิสลามตั้งมั่นอยู่บนพื้นฐานของการเป็นหุ้นส่วน ร่วมกันในด้านผลกำไร และในด้านผลการขาดทุน ดำเนินกิจกรรมบนฐานของทรัพย์สินที่มีตัวตน นอกจากนี้ นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์อิสลามได้วางกฎเกณฑ์ รูปแบบของการลงทุน การกำหนดสัญญาการลงทุน การระดมทุนตามระบบการเงิน และระบบเศรษฐศาสตร์อิสลามให้วางอยู่บนหลักบัญญัติของศาสนาอิสลาม โดยมีรายละเอียดดังนี้ การร่วมลงทุน การเป็นหุ้นส่วน การค้าที่เอาผลกำไร การสร้างงานและอาชีพ การซื้อสินค้าโดยการจ่ายเงินล่วงหน้า การเช่าหรือว่าจ้าง การร่วมลงทุนในการเพาะปลูก สัญญาการดูแลต้นไม้พืช และอื่น ๆ ต้องไม่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการกู้ยืมที่มีระบบดอกเบี้ยซึ่งเป็นสิ่งที่ศาสนาไม่อนุมัติให้กระทำ การลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมบางอย่างที่ต้องห้าม เช่น การผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือเนื้อหมู ซึ่ง

กิจกรรมดังกล่าวถือเป็นการกระทำที่ต้องห้าม ดังนั้นจึงห้ามลงทุนในกิจกรรมดังกล่าว กฎเกณฑ์ที่ 3 บทบัญญัติตามหลักการของศาสนาอิสลามไม่อนุญาตให้มีการดำเนินกิจกรรมทางการเงินที่อยู่ในรูปแบบของตัวเงินสมมติ กล่าวคือ ไม่ให้ดำเนินกิจกรรมทางการเงินอยู่บนบรรทัดฐานของการเดาที่มีความสุ่มเสี่ยงหรือมีการเสี่ยงโชคอันเป็นสาเหตุของการนำไปสู่การโกหก หลอกลวง กฎเกณฑ์ที่ 4 ตามหลักการในบทบัญญัติของศาสนาอิสลามจะไม่อนุญาตให้มีการซื้อขายหนี้ ห้ามการซื้อขายหนี้ด้วยหนี้ไม่ว่าจะเป็นหนี้ใด ๆ ในทุกรูปแบบ เช่น การลดมูลค่าพันธบัตร หรือการลดมูลค่าเชคในกรณีที่ผู้กู้ยืมเงินไม่สามารถนำเงินมาชำระหนี้ได้ตามเวลาในงวดใดงวดหนึ่ง นอกจากนี้ตามหลักการของศาสนาอิสลามไม่อนุญาตให้มีระบบการผ่อนชำระหนี้ด้วยการขึ้นราคาดอกเบี้ยแทน เพราะการกระทำในลักษณะดังกล่าวถือว่าการซื้อขายหนี้ด้วยหนี้ กฎเกณฑ์ที่ 5 ระบบการเงินและระบบเศรษฐกิจอิสลามได้วางอยู่บนหลักพื้นฐานของการให้ความสะดวกในแบบเรียบง่าย และสามารถดำเนินการผ่อนปรนให้กับผู้ที่หนี้สินที่ยังไม่สามารถนำเงินมาชำระได้ ซึ่งผู้เป็นหนี้ได้พยายามมาเงินเพื่อมาชำระอย่างสุดความสามารถแล้วซึ่งมีเหตุอันสมควร และมีเหตุสุดวิสัยจริง ๆ

2.2.5 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามวิถีอิสลาม

การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญอย่างมากในการบริหารจัดการทุก ๆ องค์การ สำหรับในทัศนะของศาสนาอิสลามแล้ว มนุษย์ทุกคนมีความสำคัญมากกว่าทรัพยากรใด ๆ ศาสนาอิสลามมองมนุษย์ว่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าและสำคัญที่สุด ทั้งนี้มีการอธิบายถึงหลักการจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามแบบอิสลามไว้โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Emaedueh, 2015) ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์แบบอิสลามต้องเตรียมความพร้อมวางแผนการดำเนินการในหลายด้าน ได้แก่ การวางแผนกำลังคน การวางแผนทรัพยากรบุคคล และการวางแผนวิทยาการใหม่ ๆ เนื่องจากต้องรู้เท่าทันการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของสังคมโลก โดย Robbins & Coulter (2000) ได้กล่าวเสริมว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์นั้นต้องทำการประเมินทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบัน มีการประเมินความต้องการของมนุษย์ในอนาคต รวมไปถึงการพัฒนาโปรแกรมในเรื่องต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตได้ ด้านการสรรหาและการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ในอิสลาม หลักคิดของศาสนาในการสรรหาบุคคลเข้ามาร่วมดำเนินการกำหนดให้ต้องจัดหาบุคคลที่มีคุณภาพ มีความเหมาะสม รวมทั้งมีความสามารถในปฏิบัติงานในส่วนงานนั้น ๆ โดยการคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ในอิสลามให้ทำการคัดเลือกคนที่ดี มีความเหมาะสมมากที่สุดเพื่อเข้ามาทำงานในองค์กร ด้วยวิธีการที่ถูกต้อง คัดเลือกบุคคลอย่างเป็นธรรม ยุติธรรม และทั่วถึงเพื่อผลประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญ ด้านการจ้างและการจ่ายตอบแทนในอิสลามนั้น ค่าตอบแทนเป็นสิ่งที่องค์กร นายจ้างมอบคืนกลับไปให้ผู้ปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่อิสลามให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าประเด็นอื่นด้วยเหตุที่ว่าปกติค่าตอบแทนของผู้ปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่พึงจะได้รับเมื่อมีการปฏิบัติงานไปตามเวลาที่กำหนด นายจ้างจะต้องมีความรับผิดชอบจ่ายค่าตอบแทนตามที่ตกลงอย่างเป็นธรรม ถูกต้องตามหลักกฎหมายอิสลามและหลักวิชาสมัยใหม่ โดยไม่เอารัดเอาเปรียบ ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอิสลาม เมื่อองค์กรพิจารณาตัดสินใจรับบุคคลเข้ามาร่วมปฏิบัติงานแล้ว องค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาบุคลากรในทุกๆระดับ สำหรับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักการของอิสลามนั้นมองใน 4

ด้านคือ การพัฒนาด้านจิตวิญญาณ การพัฒนาด้านกายภาพและร่างกาย การพัฒนาด้านความรู้และสติปัญญา รวมถึงการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรม โดย 1) ด้านจิตวิญญาณ ศาสนาส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกคนทำความดี และให้เร่งรีบตักตวงเก็บเกี่ยวความดีตลอดเวลา ให้ยึดมั่นและมุ่งเน้นการทำความดีเพื่อโลกอาคีเราะฮ์ (โลกหน้าซึ่งเป็นโลกถาวร) 2) ด้านสุขภาพร่างกาย อิสลามให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านร่างกายของทุกคนให้สมบูรณ์แข็งแรงตลอดเวลา ฝ่ายที่เกี่ยวข้องและฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ต้องเล็งเห็น และจัดการให้มีระบบการดูแลสุขภาพของผู้ปฏิบัติงาน และสนับสนุนให้มีกิจกรรมเพื่อเป็นการพัฒนาสุขภาพบุคลากรให้สมบูรณ์แข็งแรง 3) ในการพัฒนาด้านความรู้และสติปัญญา ศาสนากำหนดให้ทุกคนรู้จักที่จะแสวงหาความรู้ พร้อมทั้งนำความรู้ที่ได้มาไปดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้การทำงานประสบความสำเร็จ โดยการปฏิบัติสิ่งต่าง ๆ อิสลามส่งเสริมให้ต้องมีองค์ความรู้ในเรื่องนั้น ๆ องค์การจึงควรสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนได้ทำการศึกษาหาความรู้อย่างหลากหลายให้มากที่สุด 4) การพัฒนาด้านบุคลิกภาพและจริยธรรมนั้น ศาสนากำหนดให้มุสลิมและองค์กรมุสลิมต้องมีคุณธรรมจริยธรรม มีความดีพร้อมในทุกด้าน พร้อมทั้งต้องดำเนินการพัฒนาบุคลิกภาพและจริยธรรมของผู้ปฏิบัติงานในองค์กรให้เป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ดี และมีจริยธรรมอันดีงาม สุขภาพและความปลอดภัยในอิสลาม การดูแลสุขภาพพลานามัยของบุคลากรและการให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยในชีวิตนั้นเป็นส่วนที่ศาสนาได้กำหนดขอบเขตหลักการให้กระทำและถือปฏิบัติ ได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดของตนเองทั้งในเรื่องการดูแลสุขภาพทางร่างกาย และสุขภาพทางใจโดยต้องทำจิตใจให้สดใสร่าเริงอย่างสม่ำเสมอ เลือกบริโภคในสิ่งที่ดีและหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่เป็นอบายมุข ให้อยู่กับสิ่งแวดล้อมที่ดี ปลอดภัยเพื่อจะได้หลีกเลี่ยงและป้องกันภัยอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น ด้านแรงงานสัมพันธ์ในอิสลาม ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันเป็นสิ่งที่ทุกคนพึงต้องมี อิสลามตระหนักและให้ความสำคัญกับคนทุกคนในการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เนื่องจากทุกคนอยู่ในฐานะที่ไม่แตกต่างกัน มีศักดิ์ และสิทธิเท่าเทียมกัน จำเป็นต้องให้เกียรติและปฏิบัติต่อกันอย่างเสมอภาค ช่วยเหลือเกื้อกูลกันตามสมควร พร้อมทั้งจะรับคำแนะนำ คำตักเตือนจากคนอื่น สนับสนุนให้มีสัมพันธภาพที่ดีกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยไม่มีการแบ่งแยกภายใต้กรอบของศาสนา ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานในอิสลาม เนื่องจากการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นการสะท้อนสภาพความเป็นจริงที่เกิดจากการดำเนินการในรอบระยะเวลาที่กำหนด เป็นส่วนหนึ่งที่น่าไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาระบบการทำงานให้ดีขึ้น และใช้เป็นข้อมูลประกอบในการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งสร้างขวัญกำลังใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน

3. โอกาสทางการตลาดของอาหารฮาลาล

ผลจากการศึกษา Pew Research Center รายงานว่าในปี 2563 มูลค่าการตลาดอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลทั่วโลกมีมูลค่ารวม 1.53 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 48 ล้านล้านบาท คาดการณ์ว่ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 20% ต่อปี อย่างไรก็ตามภายในปี 2569 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.28 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 71 ล้านล้านบาท โดยประเมินว่าในปี 2593 ประชากรมุสลิมโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.8 พันล้านคน (Export-Import Bank of Thailand, 2021) จึงถือเป็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจอาหารฮาลาล สำหรับ

ตลาดอาหารฮาลาลที่สำคัญของกลุ่มประเทศมุสลิม (OIC) ได้แก่ ภูมิภาคตะวันออกกลางและภูมิภาคแอฟริกาตอนเหนือมีความต้องการสินค้าที่เป็นทั้งอาหารแห้ง อาหารกระป๋อง อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-Cook) และอาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) โดยเฉพาะกระแสความต้องการอาหารฮาลาลเพื่อสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น

สำหรับตลาดนอกกลุ่มประเทศมุสลิม (Non-OIC) มีความต้องการอาหารฮาลาลจำนวนมากเช่นกัน ได้แก่ ประเทศอินเดีย จีน และสิงคโปร์ โดยเฉพาะประเทศจีนและอินเดียนับเป็นตลาดอาหารฮาลาลขนาดใหญ่ซึ่งนิยมรับประทานอาหารสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง และอาหารบรรจุกระป๋องมากขึ้น ส่วนสิงคโปร์มีแนวโน้มเปิดรับอาหารฮาลาลในกลุ่มอาหารแห่งอนาคต (Future Food) อาทิ อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) ที่เติมสารอาหารหรือส่วนผสมอันเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมทั้งกลุ่มอาหารใหม่ (Novel Food) ที่ได้จากแหล่งอาหารใหม่ เช่น สาหร่าย ยีสต์ ซึ่งเป็นอาหารที่ผลิตจากเทคโนโลยีสมัยใหม่มีผลให้อาหารมีรสชาติดีขึ้น (Export-Import Bank of Thailand, 2021)

ในทำนองเดียวกันจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ที่ผ่านมามีโอกาสทางการตลาดของธุรกิจอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมมีความต้องการอาหารที่สะอาดมีมาตรฐานความปลอดภัย ตลาดอาหารฮาลาลจึงเป็นที่ต้องการมากขึ้น เพราะเชื่อมั่นในเรื่องความสะอาด และมีระบบตรวจสอบย้อนกลับที่ชัดเจน (7HDOOnline, 2019) นอกจากนี้โอกาสทางการตลาดของธุรกิจอาหารฮาลาลอีกประการ คือ การมีผู้ผลิตอาหารฮาลาลจำนวนน้อยรายในขณะที่ความต้องการอาหารฮาลาลมีแนวโน้มเติบโตอย่างมากส่งผลให้ตลาดอาหารฮาลาลเป็นตลาดใหม่ที่ทรงอิทธิพล (Brand inside, 2560)

นอกจากนี้ในส่วนของภาครัฐได้ให้การสนับสนุน ส่งเสริมผลผลิตการเกษตรมาตรฐาน “ฮาลาล” โดยภายในปี 2570 มีเป้าหมายให้เป็นประเทศผู้นำการผลิต แปรรูป ส่งออกอาหารฮาลาลที่ได้รับความเชื่อมั่นในระดับสากล พร้อมวางแผนทางการขับเคลื่อน ได้แก่ (1) การเพิ่มศักยภาพหน่วยงานรับรองมาตรฐานฮาลาล (2) การสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรและอาหาร (3) การเสริมสร้างองค์ความรู้ในการผลิต และการบริหารจัดการตั้งแต่ระดับฟาร์มจนถึงผู้บริโภค (4) การเพิ่มศักยภาพทางตลาด และโลจิสติกส์ และ (5) การยกระดับความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ กำหนดเป็นแผนแม่บทสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยให้มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (Public Relations Department, 2021)

4. มิติใหม่ของการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาล

กระแสความนิยมการบริโภคอาหารเปลี่ยนแปลงไป และความต้องการบริโภคอาหารของผู้บริโภคที่สะอาด ปลอดภัย และมีคุณค่าที่แตกต่างจากเดิมทำให้ผู้ประกอบการหลายรายเล็งเห็นถึงความต้องการนี้และต้องการตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการความแตกต่างของอาหารในแบบเดิม ๆ โดยในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลก็ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับกับบริบทที่เปลี่ยนไปโดยมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการจะนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการของบริโภคให้ได้มากที่สุด รวมถึงการค้นหานวัตกรรมจัดการการผลิต โดยกระบวนการการประกอบอาหารที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมาช่วยในการผลิตอาหารหรือพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ การนำวิทยาการใหม่ ๆ ทางด้านการปรุงอาหารมาปรับใช้ในขั้นตอนการผลิตเพื่อให้คงคุณค่าทางโภชนาการและได้สารอาหารที่หลากหลายครบถ้วน ตลอดจนการมีระบบการจัดการทางธุรกิจสมัยใหม่ที่สร้างมุมมองในเชิงบวกให้กับผู้บริโภค และสังคมโดยรวมในระยะยาว มิติต่อมาเป็นการจัดการทางการตลาด ธุรกิจอาหารฮาลาลนอกจากต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่างและตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคแล้ว ธุรกิจอาหารฮาลาลควรมุ่งสร้างคุณค่าเพิ่มให้เกิดกับสินค้าและบริการโดยการเล่าเรื่องเกี่ยวกับความสำคัญของการบริโภคอาหารฮาลาล มีการนำเสนอในมุมมองที่หลากหลายโดยแสดงออกถึงการยึดมั่นและตั้งมั่นในหลักการของศาสนาอิสลามที่มุ่งเน้นการรักษาคุณภาพของอาหารโดยใส่ใจทุกขั้นตอนการดำเนินงาน นอกจากนี้ควรมีการอธิบายเรื่องราวตั้งแต่เริ่มการจัดหาเมล็ดพันธุ์ที่ไม่มีการตัดต่อทางพันธุกรรม กระบวนการปลูกที่ได้มาตรฐานจนได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งนำเสนอด้วยการสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลแบบออนไลน์ผ่านการโพสต์ลงเพจ Facebook หรือช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ โดยบอกถึงการเป็นอาหารที่สะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับ Banmonta (2020) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจอาหารฮาลาลควรเน้นภูมิปัญญาดั้งเดิมที่คิดค้นสูตรและสั่งสมกันมา ซึ่งเป็นรสชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของอาหารฮาลาล นอกจากนี้ผู้ประกอบการเริ่มหันมาต่อยอดด้วยการสร้างสรรค์เมนูอาหารฮาลาลแบบใหม่ พร้อมให้ความสำคัญกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้บริโภคซึ่งมีความต้องการการบริโภคอาหารฮาลาลอยู่แล้วตัดสินใจซื้อเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงการให้ความสำคัญในการวิจัย และพัฒนาอาหารฮาลาลให้อาหารฮาลาลมีความโดดเด่น มีความแปลกใหม่ทั้งตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างหลากหลายกลุ่มทั้งผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมและบริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม ที่สำคัญผู้ประกอบการศึกษาหาวิธีในการแปรรูปอาหารฮาลาลให้มีระยะเวลาการจัดเก็บให้นานมากขึ้นจะทำให้สามารถจัดจำหน่ายได้ไกลมากขึ้นโดยการดำเนินการดังกล่าวยังคงคำนึงถึงหลักการของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด

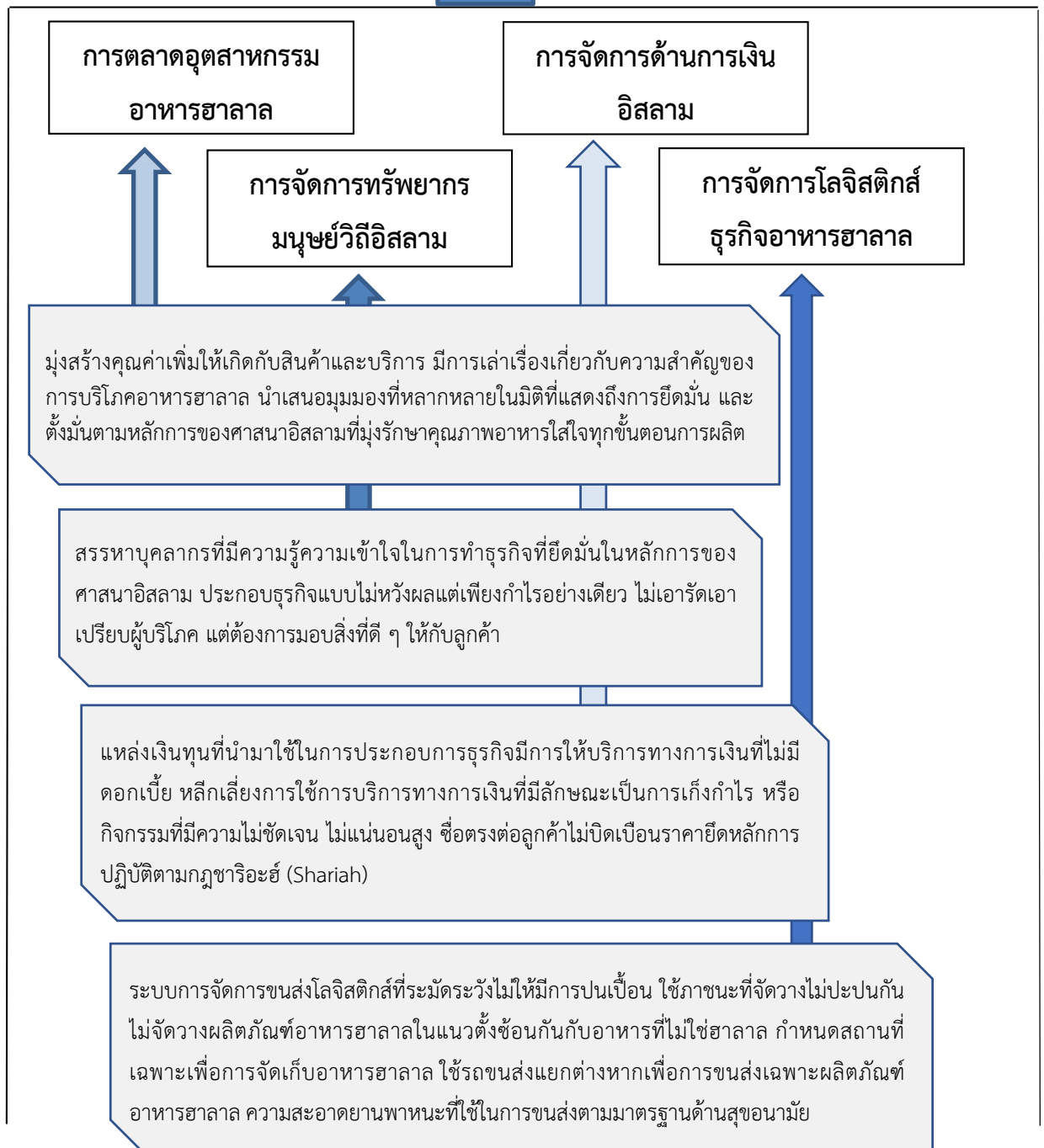
อย่างไรก็ตามนอกจากการที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับมิติด้านการจัดการทางการตลาดเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดี สะอาดตรวจสอบต้นทางของแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ พร้อมจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปยังลูกค้าโดยสามารถตอบสนองต่อความต้องการการบริโภคในยุคปัจจุบันที่ต้องการความแปลกใหม่ด้านรสชาติ โดยยังคงคุณค่าทางอาหาร และเสริมคุณค่าทางโภชนาการแบบไม่ละทิ้งหลักบัญญัติของศาสนาอิสลาม ประเด็นต่อมาที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญคือมิติด้านการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากบุคลากรถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการมุสลิมต้องมองเป็นโอกาสที่ได้รับประโยชน์จากการที่ธุรกิจได้พัฒนาบุคลากรโดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการในการสรรหาพิจารณาบุคลากรที่มีคุณภาพ มีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจที่ยึดมั่นในหลักการของศาสนาอิสลามซึ่งดำเนินการประกอบธุรกิจแบบไม่หวังผลแต่เพียงกำไรอย่างเดียว ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค แต่ต้องการมอบสิ่งที่ดี ๆ ให้กับลูกค้า ดังนั้นบุคลากรจึงต้องมีคุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมแบบอิสลาม เพื่อให้สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า ดังนั้นการจัดการด้านทรัพยากรบุคคลจึงมีความสำคัญต่อการ

ประกอบการ โดยผู้ประกอบการต้องค้นหาผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการเข้าร่วมงานพร้อมกับพัฒนาระบบการทำงานด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อลดขั้นตอนการดำเนินงาน พัฒนาศักยภาพการทำงานผ่านการฝึกอบรมด้วยการปฏิบัติจริง (On the Job Training) ซึ่งปัจจุบันการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์สามารถทำได้โดยสะดวกและง่ายดาย มีให้เลือกอย่างมากมายและหลากหลาย

อีกประการหนึ่งซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลจำเป็นต้องตระหนักถึง และให้ความสนใจเป็นอย่างมากในการดำเนินธุรกิจคือ มิติในเรื่องของ**การจัดการด้านเงินทุน** ตามที่ทราบกันอยู่แล้วว่า เงินทุนมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจ กิจกรรมต้องใช้เงินทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อจำหน่ายและตอบโต้ความต้องการของตลาดโดยใช้แหล่งเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ แต่สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการมุสลิมพึงต้องระวัง คือ แหล่งเงินทุนที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจมีการให้บริการทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับดอกเบี้ยซึ่งถือเป็นสิ่งต้องห้ามในอิสลาม ดังนั้น ผู้ประกอบการมุสลิมจึงต้องหลีกเลี่ยงการใช้บริการทางการเงินที่มีดอกเบี้ย นอกจากผู้ประกอบการมุสลิมต้องจัดการด้านเงินทุนให้ถูกต้องแล้ว ในการดำเนินการทำธุรกรรม สัญญาต่าง ๆ ถ้าสิ่งนั้นมีลักษณะเป็นการเก็งกำไร หรือกิจกรรมนั้นขาดความชัดเจน ไม่แน่นอนสูงมาก (gharar) ให้พึงหลีกเลี่ยง ดังนั้นการประกอบกิจการค้าขายจึงต้องดำเนินไปด้วยความซื่อตรงต่อลูกค้าไม่บิดเบือนราคายึดหลักการปฏิบัติตามกฎฮาริอะฮ์ (Shariah) ซึ่งเป็นทั้งระบบกฎหมายและจริยธรรมของอิสลามที่มีความชัดเจน (Hongthong, Singthong, Udomsap & Khiyapat, 2021; CP All Public Company Limited, 2021; Ripattanawijitkul, 2019; Siamrath Online, 2020) ในด้าน**มิติการจัดการโลจิสติกส์**สำหรับธุรกิจอาหารฮาลาลซึ่งเป็นขั้นตอนของการขนส่งภายหลังจากที่ธุรกิจได้ดำเนินการตามกระบวนการผลิตอาหารที่ยึดหลักการของศาสนาอิสลามแล้ว ในขั้นตอนนี้ถือได้ว่าเป็นขั้นตอนที่จะเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย และส่วนหนึ่งของกระบวนการขนส่งสินค้าอาจมีบุคคลที่ไม่ใช่มุสลิม ไม่มีความรู้เกี่ยวกับบทบัญญัติของศาสนาอิสลามที่มีข้อห้าม และสิ่งที่อนุญาตให้ดำเนินการได้เข้าร่วมในขั้นตอนของการขนส่งก่อนที่จะจำหน่ายถึงมือผู้บริโภค ระบบการขนส่งโลจิสติกส์ต้องมีการจัดการที่ถูกต้อง ต้องระมัดระวังไม่ให้มีการปนเปื้อนจึงควรใช้ภาชนะที่ใช้ในการจัดวางแตกต่างกันระหว่างผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลและที่ไม่ใช่อาหารฮาลาล ไม่จัดวางผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในแนวตั้งซ้อนกันกับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล หรือผสมปนกันบนพาเลทเดียวกัน รวมไปถึงการกำหนดสถานที่เฉพาะเพื่อการจัดเก็บอาหารฮาลาลในชั้นวางที่ไม่ปะปนกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญคือ ต้องใช้รถขนส่งแยกต่างหากเพื่อการขนส่งเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ทั้งนี้หากผู้ประกอบการรู้สึกไม่มั่นใจในความสะอาดหรือการปนเปื้อนจากการจัดส่งสินค้าในครั้งก่อนให้ทำความสะอาดภาชนะและยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งให้เรียบร้อยตามมาตรฐานด้านสุขอนามัย และตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามก่อนการดำเนินการทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นก็เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมุสลิมว่าผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารฮาลาลใส่ใจในทุกขั้นตอนของการดำเนินการและเป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาโดยแท้ (Nami, Shoosanuk, Shoosanuk & Charoernpornpanichkul, 2017) ทั้งนี้ได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดที่อธิบายภาพมิติใหม่ในการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลภายใต้หลักการของอิสลามได้ดังนี้

มิติใหม่ในการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลภายใต้หลักการของอิสลาม

แนวคิดธุรกิจอิสลาม : มุสลิมต้องดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์อันจะนำไปสู่การปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความยุติธรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ธุรกิจอิสลามแสวงหากำไรบนความสมดุลกับการให้บริการที่ดี มีคุณภาพ เชื่อถือได้ มีประโยชน์ และมีราคาที่เหมาะสมกับผู้บริโภค



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

จากภาพกรอบแนวคิดข้างต้น เป็นการอธิบายสรุปถึงมิติใหม่ในการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลภายใต้หลักการของอิสลามที่มีมุมมองเกี่ยวกับแนวคิดธุรกิจอิสลามว่า มุสลิมต้องดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติที่ก่อให้เกิดความยุติธรรม โดยที่ธุรกิจอิสลามต้องแสวงหากำไรบนความสมดุลกับการให้บริการที่ดี มีคุณภาพ เชื่อถือได้ มีประโยชน์ และมีราคาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคยึดหลักการหรือบทบัญญัติของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคอาหารฮาลาลได้อย่างสบายใจ

3. บทวิเคราะห์ วิจัย

ตลาดอาหารฮาลาลเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภค เนื่องจากปัจจุบันนอกจากความต้องการในการบริโภคอาหารฮาลาลของตลาดในกลุ่มประเทศมุสลิมมีปริมาณที่สูงแล้ว ตลาดนอกกลุ่มประเทศมุสลิมก็ให้ความสนใจและเติบโตอย่างรวดเร็ว ผลิตภัณฑ์อาหารที่จะเข้าไปเจาะตลาดในกลุ่มประเทศต่าง ๆ ดังกล่าวจะต้องเป็นอาหารที่ได้รับการรับรองว่าเป็นอาหารที่ได้รับอนุญาตให้สามารถบริโภคได้ภายใต้บัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งการจะประกอบการตามหลักการธุรกิจอาหารฮาลาลได้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความรู้ มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบการอาหารฮาลาลซึ่งได้แก่ ความรู้ในเรื่องการนำสัตว์ซึ่งต้องเป็นสัตว์ที่ได้รับอนุมัติ (ฮาลาล) มาเป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหาร รวมถึงยังต้องมีความรู้ในเรื่องที่ศาสนาได้บัญญัติห้าม (ฮารอม) ไม่ให้นำสัตว์บางชนิดมาปรุงอาหารเพื่อการบริโภค และความรู้เกี่ยวกับขั้นตอน กระบวนการในการประกอบอาหารที่ผู้ประกอบการต้องเชื่อดสัตว์ตามแบบที่ศาสนากำหนดไว้ รวมถึงความรู้เกี่ยวกับการทำความสะอาดสิ่งสกปรก (นะยิส) ที่ติดมากับวัตถุดิบที่จะประกอบอาหาร รวมทั้งสิ่งปนเปื้อนถือเป็นสิ่งที่ไม่สะอาดต้องทำการชำระล้างตามหลักวิธีการของศาสนาอิสลามก่อนที่จะนำไปปรุงอาหาร

อย่างไรก็ตาม นอกจากความรู้ที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีและต้องใส่ใจในทุกขั้นตอนการดำเนินงานแล้ว ประเด็นที่ผู้ประกอบการผลิตอาหารฮาลาลต้องพึงตระหนักอย่างมากโดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปที่ไม่ใช่มุสลิมที่ขอเข้ามาร่วมประกอบการผลิตอาหารฮาลาล และได้รับคำรับรองการผลิตตามมาตรฐานการจัดการอาหารฮาลาลจากคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย ต้องให้ความสำคัญโดยแยกพื้นที่ส่วนในการประกอบการอาหารฮาลาลออกจากการผลิตผลิตภัณฑ์ปกติทั่วไป เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทำการผลิตอาหารฮาลาลจะต้องไม่ใช่ปะปนร่วมกันในทุกขั้นตอนตั้งแต่การจัดเตรียม จัดหาวัตถุดิบ เครื่องปรุงรส ขั้นตอนระหว่างกระบวนการผลิตการบรรจุภัณฑ์ต้องไม่ให้มีการไปสัมผัสกับสิ่งปนเปื้อน รวมทั้งต้องดูแลเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ระหว่างการขนส่งด้วยระบบโลจิสติกส์ที่ได้มาตรฐานส่งถึงมือผู้บริโภคอย่างมั่นใจ (Suwannawat, 2017)

จากความจำเป็นที่ผู้ประกอบการผลิตอาหารฮาลาลต้องรู้และต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานข้างต้น ทำให้เมื่อพิจารณาถึงกระบวนการผลิตสำหรับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมอาจดูแล้วค่อนข้างยุ่งยาก และมีข้อที่ต้องปฏิบัติมากมายในทุกขั้นตอนการผลิตกว่าที่จะทำการปรุงอาหารเพื่อจำหน่ายถึงมือผู้บริโภคได้ แต่หากมองให้ลึกซึ่งตลาดอาหารฮาลาลเติบโตเป็นอย่างมาก และมี

แนวโน้มขยายไปในตลาดที่ไม่ใช่กลุ่มประเทศมุสลิม ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองฮาลาลจะสามารถใช้ตราฮาลาลเพื่อเข้าไปเจาะตลาดได้ ซึ่งที่ผ่านมาผู้ประกอบการที่ทำการผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายรับรองฮาลาลกว่า 95% ไม่ใช่ชาวมุสลิม โดยผู้ประกอบการกลุ่มนี้เล็งเห็นความสำคัญของการจำหน่ายสินค้าในตลาดอาหารฮาลาลซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงมาก และหากพิจารณาถึงจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองให้สามารถใช้ตราฮาลาลเพื่อทำการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในปัจจุบันยังมีผู้ได้รับการรับรองตราฮาลาลไม่มากرایจึงนับเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการทั่วไปให้สามารถยื่นคำขอรับรองการผลิตและจำหน่ายอาหารฮาลาลได้ เนื่องจากโลกธุรกิจอาหารฮาลาลนั้นเปิดกว้างให้กับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมสามารถทำการผลิตเพื่อการค้าได้และเป็นที่ยอมรับ (Business Today, 2020) อย่างไรก็ตามผู้บริโภคชาวมุสลิมอาจขาดความมั่นใจ และไม่มี ความเชื่อถือในอาหารที่มีการรับรองฮาลาลที่ผลิตจากผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิม เนื่องจากผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมเมื่อได้รับการรับรองให้สามารถใช้ตราฮาลาลเพื่อผลิตและจำหน่ายแล้ว ในเวลาผ่านไปผู้ประกอบการบางรายไม่ได้ดำเนินการตามกระบวนการขั้นตอนการผลิตที่กำหนดไว้ตามหลักการของศาสนาอิสลามและถูกยกเลิกให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่ไม่ใช่มุสลิมที่ตั้งใจดำเนินการผลิตอาหารฮาลาลตามขั้นตอนที่กำหนดตามบทบัญญัติของหลักการศาสนาอิสลาม

4. สรุปผล และข้อเสนอแนะ

ตลาดอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลเป็นตลาดที่เติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากประชากรมุสลิมโลกที่เพิ่มขึ้นรวมทั้งกระแสความนิยมในการบริโภคอาหารที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณค่าและสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ของผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม โดยในการประกอบธุรกิจอาหารฮาลาลนั้น ผู้ประกอบการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้รับมาตรฐานฮาลาล เพราะเครื่องหมายรับรองฮาลาลจะเป็นการรับประกันว่าผลิตภัณฑ์อาหารได้รับการดูแลอย่างดีที่สุดตลอดโซ่อุปทาน มุสลิมสามารถบริโภคได้อย่างสบายใจ โดยในส่วนของ การผลิตอาหารฮาลาลจะต้องปฏิบัติตามหลักการหรือบทบัญญัติของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด โดยอาหารทุกชนิดจะต้องมีการเตรียม ผลิต บรรจุ ผ่านกระบวนการบรรจุ การขนส่งและการเก็บรักษาตามที่ศาสนาอิสลามได้บัญญัติไว้จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการควรตระหนักถึงความสำคัญของระบบจัดการโลจิสติกส์ในธุรกิจอาหารฮาลาล ได้แก่ ด้านคลังสินค้า ด้านการขนส่งและด้านสถานีปลายทาง ซึ่งจะต้องมั่นใจได้ว่าการเคลื่อนย้ายและการจัดเก็บมีความเหมาะสม ไม่มีการปนเปื้อนระหว่างรอการนำส่งไปจำหน่ายยังผู้บริโภค สำหรับประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการมุสลิมไม่ควรละเลยคือ การตลาดในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลซึ่งเป็นการตลาดแบบอิสลาม การจัดการด้านการเงินอิสลาม และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามวิถีอิสลาม โดยการทำการตลาดแบบอิสลามนั้นเป็นการมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยผ่านความประพฤติอันดีงามในการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการฮาลาล ที่บริสุทธิ์ ยุติธรรมและถูกกฎหมาย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และความเป็นอยู่ที่ดีทางจิตวิญญาณทั้งในโลกนี้และโลกหน้ารวมทั้งเพื่อความพึงพอใจของพระผู้เป็นเจ้า ส่วน

การจัดการด้านการเงินอิสลามนั้นจะต้องอยู่ภายใต้กรอบหลักศาสนาอิสลามโดยมีข้อห้ามหลักๆ ในการทำธุรกรรมด้านการเงินอิสลาม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องดอกเบี้ย ความไม่โปร่งใส การพนัน หรือการกักตุนสินค้า เพื่อเก็งกำไร เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการมุสลิมต้องปฏิบัติตามหลักการจัดการทรัพยากรมนุษย์แบบอิสลามที่ให้ความสำคัญกับมนุษย์ทุกคนมากกว่าทรัพยากรใด ๆ มุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักการของอิสลามใน 4 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านจิตวิญญาณ การพัฒนาด้านกายภาพและร่างกาย การพัฒนาด้านความรู้และสติปัญญา รวมถึงการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรมเพื่อให้เป็นบุคลากรขององค์กรที่สมบูรณ์แบบทั้งด้านร่างกาย และจิตใจ ทำธุรกิจบนพื้นฐานของกำไรทางการเงินและทางจิตวิญญาณที่ยึดมั่นอยู่ในหลักการคำสอนของศาสนา ไม่เอาเปรียบเอื้ออาทรช่วยเหลือดูแลซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดการการผลิตอาหารฮาลาล ในระหว่างการผลิตผู้ประกอบการต้องระมัดระวังการปนเปื้อนด้วยองค์ประกอบที่ไม่ใช่ฮาลาลซึ่งจะสามารถทำให้อาหารไม่ฮาลาลได้ โดยอุปกรณ์และเครื่องใช้ในการเตรียมอาหารฮาลาลจะต้องปราศจากส่วนผสมที่ไม่ฮาลาลด้วย ซึ่งผู้ประกอบการอาจมองข้ามเช่น น้ำยาทำความสะอาดและสารฆ่าเชื้อที่มีแอลกอฮอล์หรือติดฉลากที่มีส่วนผสมของเจลาติน เป็นต้น
2. การตลาดในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ผู้ประกอบการทั้งที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมต้องมีความยุติธรรมต่อลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์ต้องไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่สร้างภาระให้กับลูกค้าคนสุดท้ายในแง่ของราคาที่สูงขึ้นและความล่าช้า ไม่กำหนดราคาที่เป็นการหลอกลวง ไม่โฆษณาชวนเชื่อหรือการโฆษณาเท็จเกี่ยวกับราคา หลีกเลี่ยงการโฆษณาที่หลอกลวงและทำให้ผู้ซื้อเข้าใจผิด หรือการส่งเสริมการขายที่หลอกลวงและบิดเบือน นักการตลาดต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รักษาสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า เป็นต้น
3. การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจอาหารฮาลาล บริษัทที่ได้รับการรับรองฮาลาลจะต้องควบคุมดูแลห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดเพื่อให้แน่ใจว่าการขนส่ง การจัดเก็บและการจัดการเป็นไปตามหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลามและความต้องการของตลาดมุสลิมเพราะมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการปนเปื้อนของผลิตภัณฑ์ระหว่างกระบวนการจัดจำหน่ายอยู่เสมอ
4. การจัดการด้านการเงินอิสลาม ผู้ประกอบการมุสลิมควรตระหนักเกี่ยวกับการทำธุรกรรมและการลงทุนในอิสลามโดยจะต้องไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับดอกเบี้ย การพนัน และธุรกิจที่ขัดต่อหลักการของศาสนา นอกจากนี้การลงทุนนั้นจะต้องปราศจากความคลุมเครือและความไม่โปร่งใส
5. การจัดการทรัพยากรมนุษย์แบบอิสลาม ผู้ประกอบการควรดำเนินกิจกรรมด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งเน้นเรื่องความซื่อสัตย์และความยุติธรรม รวมทั้งการกระจายความมั่งคั่งในสังคมอย่างยุติธรรมเพื่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์กร
6. ในการจัดการธุรกิจอาหารฮาลาล เพื่อให้การจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลครอบคลุมในทุกมิติของการดำเนินการและสามารถตอบโจทย์ความคาดหวังของลูกค้าซึ่งต้องการสุขภาพที่ดีแบบองค์รวม อีกทั้งยัง

สามารถหาประสบการณ์ใหม่ๆ จากอาหารอาหารไม่ว่าจะเป็นรสชาติ ตัวผลิตภัณฑ์ รสสัมผัส รวมไปถึงจนถึงบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ควรดำเนินวิธีการวิจัยแบบการผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในธุรกิจอาหารฮาลาลที่ชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Abubakr, I. (2021). *Islamic Business Concepts*. Retrieved from <https://www.islammore.com/view/1664>.
- Abuznaid, S. (2012). Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market. *An-Najah Univ. J. Res. (Humanities)*, 26(6), 2012.
- Alom, Md. and Haque, Md. (2011). Marketing: An Islamic Perspective. *World Journal of Social Sciences*, 1(3), 71-81.
- Bangkokbiznews. (2020). *Young startups in the south, raising the "new generation of Muslim entrepreneurs"*. Retrieved September 18, 2022, from <https://www.bangkokbiznews.com/tech/869034>
- Banmonta, C. (2020). Value Adding Strategy in Halal Food. *Industrial Business Administration Journal*, 2(1), 21-34.
- Bin Tuan, M. (2021). *Rules for stability and stability in Islamic economic regimes*. Retrieved from file:///C:/Users/April/Desktop/Economics%201.pdf.
- Brand inside. (2017). *Introducing food business entrepreneurs. Accelerate the machine to enter the "Halal" market, a huge expansion opportunity*. Retrieved 18 September 2022 from <https://brandinside.asia/halal-food-thai/>.
- Business Today. (2020). *Golden opportunity of Halal*. Retrieved 18 September 2022 from <https://www.businesstoday.co/opinions/13/08/2020/47382/>.
- Chumat, M. (2019). *Islamic Perspective and Competitive Strategy*. Retrieved from <https://pattanieconomy.wordpress.com/2019/08/17>.
- CP All Public Company Limited. (2021). *Innovation and Value Creation*. Retrieved 17 September 2022 from <https://www.cpall.co.th/sustain/economic-dimension/innovation-management>.
- Emaeduerh, M. (2015). *The Relationship between Islamic Human Resource Management and the Performance Efficiency of Staff of Ibnu Affan Islamic Cooperative Limited*. Retrieved from <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/11061>

- Evony, S. V. (2021). *Islamic Marketing*. Retrieved from https://ocw.ui.ac.id/pluginfile.php/982/mod_resource/content/2/week8%20MODUL%20Islamic%20Marketing.pdf.
- Export-Import Bank of Thailand. (2021). *Penetrating the Halal Food Market amid the COVID-19 Pandemic*. Retrieved from file:///C:/Users/April/Desktop/709 499.pdf.
- Halal Institute, Prince of Songkla University. (2021). *Differences between Halal Standards and General Industry Standards*. Retrieved from <http://www.halinst.psu.ac.th/th/knowledge-th/ knowhalal- th/ 111- the- difference- between- halal- standards- with- general- industry- standards.html>.
- Hongthong, R., Singthong, P., Udomsap, T. and Khiyapat, T. (2021). Business Management Model of Local Processed Seafood and Operational Effectiveness of Entrepreneurs in Ban Laem District, Phetchaburi Province *Journal of the Human Society Review*, 23(1), 182-196.
- Institute of Food Research and Product Development. (2021). *Halal food production practices*. Retrieved from <http://halalinfo.ifrpd.ku.ac.th/index.php/th/general/91-halal-content/94-the-halal-food-production-practices-th>.
- Khueankaew, C. (2017). Logistics Management for Halal Food Business. *FEU Academic Review*, 11(1), 9-19.
- MGROnline. (2021). *Halal Market "Rung" Opportunity for Thais to penetrate the market to receive global trends*. Retrieved from <https://mgronline.com/news1/detail/9640000034134>.
- Nami, M., Shoosanuk, M., Shoosanuk, C. and Charoernpornpanichkul, K. (2017). Influence of logistics management on logistics performance of thai halal food industry. *Panyapiwat Journal*, 9(Special Issue July 2017), 43-56.
- Public Relations Department. (2021). *Accelerating the Thai Hub Halal World approved the blueprint 2027, moving forward with "1 Vision, 5 Ways"*. Retrieved September 18, 2022, from <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/37/iid/15445>.
- Ripattanawijitkul, P. (2019). *CPF Raises the standard of human resource management to become an organization of excellence*. Retrieved September 16, 2022 from <https://www.wearecp.com/cpf-29062022/>.
- Robbins, S. P. and Coulter, M. (2000). *Management*. India: Prentice-Hall.

- Siamrath Online. (2020). “NRF” Plans to penetrate future food products joint venture partner Targets the world's leading food producers. Retrieved 18 September 2022 from <https://siamrath.co.th/n/168366>.
- Sayid, L. and Vaisamruat, K. (2019). The Mobilizing of Halal Sector Industry and Management. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 9(1), 44-57.
- Suwannawat, C. (2017). A study of knowledge and understanding of Halal food business in communities around Bansomdejchaophraya Rajabhat University to meet the expectations of the ASEAN community. *Journal of Information*, 16(1), 99-112.
- Taeali, A. (2021). *Halal food in Islamic law*. Songkla: Prince of Songkla University.
- 7HOnline. (2019). *Halal food market in the era of Covid*. Retrieved September 16, 2022 from <https://news.ch7.com/detail/559786>.



Assistant Professor, Sarawan Ruangkalapawongse, DBA., Doctor of Business Administration (Human Resource Management) Suan Sunandha Rajabhat University, Current Position is Lecturer in Bachelor of Business Administration (Human Resource Management), Faculty of Management Science, Suan Dusit University.



Assistant Professor, Annop Ruangkalapawongse, DBA., Doctor of Business Administration (Human Resource Management) Suan Sunandha Rajabhat University, Current Position is Lecturer in Bachelor of Business Administration (Human Resource Management), Faculty of Management Science, Suan Dusit University.