

แนวทางการส่งเสริมร้านอาหารมุสลิมในการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลของ ร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร

Guidelines for Promoting Muslim Restaurants in Requesting Halal Certification of Restaurants in Bangkok

◆ ณิชฐา คาลเคน*

นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรมหาบัณฑิตบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Natcha Khankel*

Student, Master of Business Administration, Stamford International University,

Email: 1804190004@students.stamford.edu

◆ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย

ดร, อาจารย์, หลักสูตรมหาบัณฑิตบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Boonyarat Samphanwattanachai

Ph.D., Lecturer, Master of Business Administration, Stamford International University

Email: boonyarat.samphanwattanachai@stamford.edu

*Corresponding Author E-mail: 1804190004@students.stamford.edu

Received: April 6, 2023; Revised: April 22, 2023; Accepted: April 28, 2023

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the factors that prevent Muslim restaurants from not having Halal logo, 2) To create a guideline to promote the obtaining of the Halal logo of Muslim restaurants.

The key informants were 20 Muslim restaurant entrepreneurs and 5 working staff in the Central Islamic Council of Thailand. The research tools were interview forms, Analytic Induction was used for data analysis.

The results of the research revealed that the factors that prevented Muslim restaurants from having Halal logos were knowledge about requesting Halal logos. mismatched communication service quality fees are too high Not paying attention to requesting Halal symbols Difficult steps, etc.Guidelines for development include: establishments should follow up on delayed documents. Buy ingredients that have a Halal mark. recruiting qualified employees according to the specified criteria environment should

be studied Improve locations, locations, target groups Sources of raw materials, employees, working capital And there are controls to make the raw material procurement process production process And the service is correct according to the provisions of Islam. and requirements for Halal food standards There is a systematic structure and requirements of the store.and the public sector should improve public relations and communication, requesting procedures for the establishment of responsible agencies that provide up-to-date information and are easy to verify recruiting skilled personnel knowledge of science and halal formulate laws to support Integrate different departments to work in the same direction. and reduce certification costs

Keywords: Halal certification, Muslim restaurants, promotion guidelines

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาล 2) เพื่อจัดทำแนวทางการส่งเสริมในการได้รับเครื่องหมายฮาลาลของร้านอาหารมุสลิม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิม รวมทั้งสิ้น 20 ร้าน และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาล ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการขอเครื่องหมายฮาลาล การสื่อสารที่ไม่ตรงกัน คุณภาพในการให้บริการ ค่าธรรมเนียมสูงเกินไป การไม่ให้ความสำคัญในการขอเครื่องหมายฮาลาล ขั้นตอนยุ่งยาก เป็นต้น แนวทางในการพัฒนา ได้แก่ สถานประกอบการควรติดตามเอกสารที่ล่าช้า ข้อวัตุถุคที่มีเครื่องหมายฮาลาล สรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด ควรมีการศึกษาสภาพแวดล้อม ปรับปรุงสถานที่ ทำเลที่ตั้ง กลุ่มเป้าหมาย แหล่งวัตถุดิบ พนักงาน เงินทุนหมุนเวียน และมีการควบคุมเพื่อให้กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการบริการถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และข้อกำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาล มีการจัดโครงสร้างและข้อกำหนดของร้านที่เป็นระบบ และภาครัฐควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร ขั้นตอนการขอตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบที่ให้ข้อมูลที่ทันสมัยและง่ายต่อการตรวจสอบ สรรหาบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และฮาลาล กำหนดกฎหมายเพื่อรองรับ บูรณาการหน่วยงานต่าง ๆ ให้ทำงานในแนวทางเดียวกัน และลดค่าใช้จ่ายในการรับรอง

คำสำคัญ : เครื่องหมายรับรองฮาลาล, ร้านอาหารมุสลิม, แนวทางการส่งเสริม

บทนำ

จากธุรกิจท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ประเทศไทยจึงต้องจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกเช่นมัสยิดที่พักและอาหารและเครื่องดื่มที่ผลิตตามข้อกำหนดและหลักการศาสนาอิสลามที่กำหนดไว้ ธุรกิจทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะร้านอาหารฮาลาลต้องได้รับการรับรองตราฮาลาลอย่างเป็นทางการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า (Karoui and Khemkhem, 2016)

ประเทศไทยมีการพัฒนาการด้านกิจการฮาลาลมาโดยตลอด อีกทั้งสร้างมาตรฐานฮาลาลที่อยู่บนพื้นฐานวิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีในด้านฮาลาลในการรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจอาหารฮาลาล ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ปัจจัยการผลิตอาหารของผู้ประกอบการและการตลาด นั้นควรปรับปรุงกลไกการรับรอง “มาตรฐานอาหารฮาลาล” ขององค์กรศาสนาอิสลามให้ดีขึ้นเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าให้กับกลุ่มประชากรมุสลิมทั้งในและต่างประเทศ

ปัญหาและโอกาสในการเติบโตของร้านอาหารมุสลิมซึ่งค่อนข้างละเอียดอ่อนในเรื่องของการเลือกรับประทานอาหารของกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิม และผู้วิจัยเองนั้นมีประสบการณ์ในการรับประทานอาหารในร้านอาหารที่มีความเป็นฮาลาลที่ถูกต้องตามหลักศาสนา แม้จะถูกต้องตามหลักศาสนาก็ตามแต่ก็ยังไม่ได้รับตราฮาลาลรับรองจากทางสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย สิ่งที่ผู้วิจัยพบปัญหาในการเลือกเข้ารับบริการร้านอาหารมุสลิมนั้นคือ ความสะอาด ในบางครั้งผู้วิจัยพบเจอสิ่งแปลกปลอมในอาหาร แมลง หรือแม้แต่อาการท้องร่วงหลังจากเข้ารับบริการร้านอาหารนี้ถึงหลายครั้ง และโดยส่วนมากแล้วร้านอาหารเหล่านั้นไม่มีเครื่องหมายฮาลาล จึงเกิดข้อสงสัยต่อความสะอาดและความถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามอย่าง 100% หรือไม่ ซึ่งสิ่งที่พบในการสำรวจเบื้องต้นนี้ โดยส่วนมากคือ ผู้บริโภคต้องการเข้าร้านอาหารมุสลิมที่มีคุณภาพ สะอาดมากกว่าร้านอาหารที่ต้องมีเครื่องหมายฮาลาล จึงทำให้ทราบถึงความตระหนักในการเลือกเข้าร้านอาหารที่แท้จริงของผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภค และจากงานวิจัย Monirul et al. (2018) ได้ทำการศึกษาถึงการตระหนักรับรู้ของผู้บริโภคชาวมุสลิมต่อคุณภาพบริการสำหรับอุตสาหกรรมบริการอาหารฮาลาล ได้พบว่า โดยทั่วไปผู้บริโภคชาวมุสลิมให้ความสำคัญกับความสะอาดและคุณภาพอาหารเป็นอย่างมากในการประเมินคุณภาพการบริการ ความสะอาดของอาหารและความปลอดภัยในการบริโภคเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคุณภาพการบริการโดยเฉพาะร้านอาหารฮาลาล เพราะศาสนาอิสลามสนับสนุนความสะอาดเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของชาวมุสลิม ทั้งทางร่างกายหรือทางจิตวิญญาณ งานวิจัยของ Wannasiri et al.(2019) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มและโอกาสในปัจจุบันของร้านอาหารฮาลาลในประเทศไทย ที่พบว่า การมีตราฮาลาลรับรองจะช่วยให้ความได้เปรียบในการแข่งขันและรองรับการขยายส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มลูกค้ามุสลิมและไม่ใช่มุสลิม อย่างไรก็ตามมีโอกาสเพิ่มจำนวนร้านอาหารฮาลาลขึ้นมาใหม่ สถานประกอบการฮาลาลในบางภูมิภาคของประเทศไทยยังไม่เพียงพอสำหรับผู้ที่ต้องการอยากลองอาหารฮาลาล นอกจากนี้ร้านอาหารฮาลาลบางแห่งดำเนินการโดย

เจ้าของชาวมุสลิมซึ่งไม่ได้รับการรับรองฮาลาลโดยหน่วยงานรับรอง เนื่องจากการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลแล้วไม่ผ่านการรับรอง

ผู้วิจัยจึงต้องการเป็นส่วนหนึ่งที่ได้เข้าไปศึกษาถึงปัญหาของผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล และหาแนวทางการส่งเสริมให้กับร้านอาหารมุสลิมที่ยังไม่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายที่มากขึ้นให้กับผู้ประกอบการ และเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ารับบริการในร้านอาหารมุสลิมอีกด้วย

วัตถุประสงค์

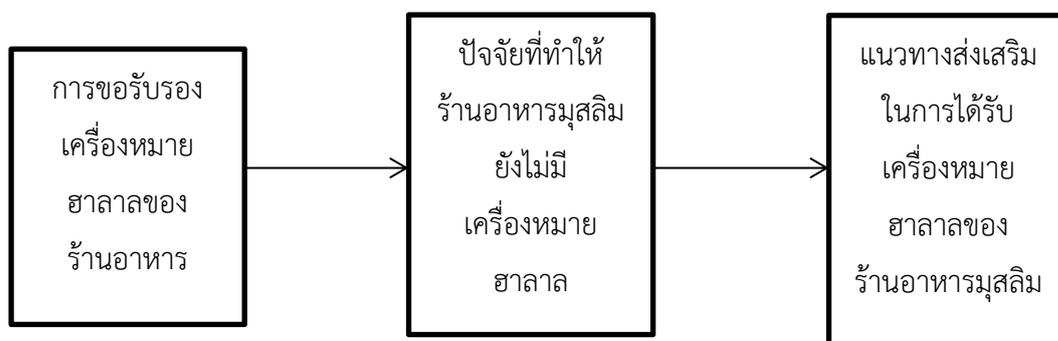
1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาล
2. เพื่อจัดทำแนวทางการส่งเสริมในการได้รับเครื่องหมายฮาลาลของร้านอาหารมุสลิม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในการทำการศึกษา จำนวน 5 พื้นที่ของเขต ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง และเขตทุ่งครุ โดยพื้นที่ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้ มีจำนวนประชากรมุสลิมและมีผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยผู้วิจัยทำการศึกษาตามพื้นที่ของแต่ละเขต โดยแบ่งเป็นร้านอาหารมุสลิมจำนวน 4 ร้านอาหารต่อพื้นที่ของเขตนั้น รวมทั้งสิ้น 20 ร้านอาหาร และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 25 คน

ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลา 20 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือน 30 สิงหาคม 2564 ถึงเดือนเมษายน 2566

กรอบแนวคิดในการวิจัย



นิยามศัพท์

ฮาลาล หมายถึง อนุญาต ดังนั้นอาหารฮาลาล จึงเป็นอาหารที่อนุญาตหรือสามารถบริโภคได้ตามหลักศาสนาอิสลาม โดยอาหารฮาลาลจะต้องปรุงจากสัตว์ถูกฆ่าโดยคนมุสลิม ขณะฆ่าสัตว์ต้องหันหน้าไป

ทางทิศตะวันตก โดยใช้การเชือดสัตว์เพียงครั้งเดียวเพื่อให้ที่คอของสัตว์ตัดเส้นเลือดคอและหลอดเลือดแดง ด้วยมีดที่คมมาก

เครื่องหมายฮาลาล หมายถึง เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับหรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า ฮาลาล

ฮารอม หมายถึง สิ่งของหรือการกระทำใดๆ ซึ่งได้รับการห้ามตามบทบัญญัติอิสลาม

กฎหมายชารีอะห์ หมายถึง เป็นร่างกฎระเบียบและคำสอนของศาสนาอิสลามที่ควบคุมตั้งแต่ความสัมพันธ์ที่มุสลิมมีต่อกัน ครอบครัว สังคมและประเทศชาติ

ปัจจัยที่ไม่มีเครื่องหมายฮาลาล หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิม ผู้บริโภค หรือภาครัฐที่ทำให้ร้านอาหารไม่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลในกรุงเทพมหานคร

แนวทางการส่งเสริมในการได้รับเครื่องหมายฮาลาลของร้านอาหารมุสลิม หมายถึง แนวทางในการส่งเสริมที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ ผู้บริโภค หรือภาครัฐที่แก้ไขปัจจัยที่ทำให้ไม่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลของร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับฮาลาล

Al-Jallad (2008) ได้อธิบายความหมายนิยามของคำว่าฮาลาล ในมุมมองของผู้ที่ไม่เจ้าของภาษาอาหรับมักเข้าใจคำว่าฮาลาล หมายถึง อาหารที่อนุญาตตามหลักศาสนาและกฎหมายอิสลาม และปกรณ์ปริยากร (2558) ได้อธิบายความหมายของอาหารฮาลาล หมายถึงอาหารที่ได้รับอนุญาตตามศาสนบัญญัติอิสลาม รวมถึงสิ่งอื่นที่มีความหมายเช่นเดียวกันและมีคุณสมบัติครบถ้วน ตามข้อกำหนดในมาตรฐานทุกฉบับ โดยคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา ได้อธิบายถึงหลักเกณฑ์และข้อกำหนดเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้สอดคล้องกับมาตรฐานฮาลาล ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานการผลิตอาหารฮาลาลตามกระบวนการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล (คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดสงขลา, 2563) ประกอบด้วย สถานที่ วัตถุประสงค์ กระบวนการล้างวัตถุดิบ อุปกรณ์ และน้ำที่ใช้ชำระล้าง พนักงานผู้ประกอบการต้องมีระบบการควบคุมสัตว์พาหะนำโรค กระบวนการควบคุมการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การขนส่ง การจำหน่าย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

Kotler and Armstrong (2018) ได้ให้ความหมายนิยามของคุณภาพการบริการ คือ ความสามารถของบริษัทหรือองค์กรให้บริการที่จะติดต่อกับลูกค้า กล่าวคือในการรักษาและคงไว้ซึ่งพื้นที่เพื่อให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเป็นตัววัดที่ดีที่สุดของคุณภาพการบริการ และ Zeithaml et al (1988) ได้อธิบาย

นิยามความหมายของคุณภาพการบริการ คือ การเปรียบเทียบในระดับและทิศทางระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการบริการที่ลูกค้าได้รับ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Wannasiri et al. (2019) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มและโอกาสในปัจจุบันของร้านอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่า มีโอกาสเพิ่มจำนวนร้านอาหารฮาลาลขึ้นมาใหม่ สถานประกอบการฮาลาลในบางภูมิภาคของประเทศไทยยังไม่เพียงพอสำหรับผู้ที่ต้องการอยากลองอาหารฮาลาล นอกจากนี้ร้านอาหารฮาลาลบางแห่งดำเนินการโดยเจ้าของชาวมุสลิมซึ่งไม่ได้รับการรับรองฮาลาลโดยหน่วยงานรับรอง

Monirul et al. (2018) ได้ทำการศึกษาถึงการตระหนักรับรู้ของผู้บริโภคชาวมุสลิมต่อคุณภาพบริการสำหรับอุตสาหกรรมบริการอาหารฮาลาล พบว่า ผู้บริโภคชาวมุสลิมให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารและความปลอดภัยในการบริโภค

Norazah et al. (2014) ได้ทำการศึกษา การวัดประเมินการตัดสินใจของผู้บริโภคชาวมุสลิมในการสนับสนุนร้านค้าฮาลาล จากการศึกษาพบว่า การยึดถือแคมเปญโฆษณาที่ดีขึ้น การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ การแสดงสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค และหากบุคลากรร้านอาหารมีความสุภาพและมีบริการที่มีประสิทธิภาพจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำของลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะทำให้ได้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึก (In-depth) ที่มีรายละเอียดชัดเจนสามารถนำมาวิเคราะห์ในเชิงตรรกะได้ (Analytic Induction) ของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิมในพื้นที่ 5 เขตของกรุงเทพมหานคร คือ เขตหนองจอก เขตคลองสามวา เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง และ เขตทุ่งครุ พื้นที่ละ 4 ร้าน รวมทั้งสิ้น 20 ร้าน และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ประกอบด้วย รองประธาน รองประธานกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างชนิดปลายเปิด (Structure In-depth Interview) โดยดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ระบุรายการข้อมูลที่ต้องการของแต่ละประเด็น
2. จัดทำร่างแบบสัมภาษณ์และรายการคำถามแต่ละประเด็น
3. ตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ โดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาว่าตรงตามเนื้อหา และมีข้อมูลครบถ้วนหรือไม่ จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
4. แก้ไขและปรับปรุงให้เป็นแบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ แล้วจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษา มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) เป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือและเอกสารงานวิชาการต่าง ๆ ทั้งที่เป็นหนังสือ และสื่อสิ่งพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ งานเขียนทางวิชาการ บทความทางวิชาการ ตลอดจนหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ในการนี้ผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะในส่วนที่เชื่อมโยงหรือที่มีส่วนสัมพันธ์กับเนื้อหาสาระ และกรอบแนวคิดในการวิจัย และเป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทสัมภาษณ์

2. การสัมภาษณ์ (Interview) การวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Semi Formal Interview) ดำเนินการ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิมในพื้นที่ 5 เขตของกรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คนและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน โดยคำถามที่จะใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งสภาพ ปัญหา และแนวทางการแก้ไขปัญหาร้านอาหารมุสลิมที่ยังไม่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลในกรุงเทพมหานคร และให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบตามกรอบแนวคิดการศึกษา และมีอิสระในการตอบโดยข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ทั้งหมดทำให้ทราบภาพสะท้อนข้อเท็จจริงตามกรอบ แนวคิด โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

2.1 ขั้นเตรียมการสัมภาษณ์ได้แก่ ก่อนลงสนามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ ที่จะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมเตรียมและศึกษาวิธีใช้เครื่องมือในการบันทึกเสียง เตรียมสมุด จดบันทึก และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

2.2 ขั้นการสัมภาษณ์ได้แก่ ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สนทนาร่างความคุ้นเคยกับผู้ให้สัมภาษณ์พร้อมแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียง ในขณะที่สัมภาษณ์ รวมทั้งแจ้งให้ทราบว่าข้อมูลต่าง ๆ ที่บันทึกเสียงไว้โดยผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ ทั้งนี้หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียงในช่วงใด ผู้วิจัยก็จะไม่บันทึกเสียง

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ จึงมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารเนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความหมายเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ โดยทำไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อจะได้ศึกษาประเด็นต่าง ๆ ได้ลึกซึ้ง เมื่อประเด็นใดวิเคราะห์แล้วไม่มีความชัดเจนก็จะตามไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อตอบคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพได้ นำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาล ดังนี้

1.1 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาล คือ ลักษณะของอาหารที่ทำตามลักษณะของศาสนาอิสลามกำหนด ซึ่งชาวมุสลิมเข้าใจดี และปฏิบัติตาม แต่มีผู้ประกอบการอิสลามบางร้านไม่ใช่ชาวมุสลิม ต้องจ้างพนักงานที่เป็นมุสลิมมาให้ความรู้และประกอบอาหารตามมาตรฐาน บางร้านยังไม่ให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาล โดยร้านอาหารที่ชาวมุสลิมไปใช้บริการ มักมีการบอกปากต่อปาก หรือเห็นคนมุสลิมไปใช้บริการ ก็เข้าไปใช้บริการตามด้วย หรือผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการอื่น ๆ เช่น รสชาติอาหาร ความสะอาด ที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น มีที่เล่นสำหรับเด็ก เป็นต้น อุปสรรคที่พบของร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาลตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการเกิดความกลัวและความยุ่งยากในการขอรับรองฮาลาล คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดกรุงเทพมหานครไม่มีข้อกำหนดห้ามผู้ที่ใช้เครื่องหมายฮาลาลที่ไม่ถูกต้อง และไม่มีการรวบรวมและจัดทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบันที่ง่ายต่อการตรวจสอบและตรวจความซ้ำซ้อนของข้อมูลสถานประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาล สถานที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติตามข้อกำหนดมาตรฐานฮาลาล วัตถุประสงค์บางประเภทไม่มีเครื่องหมายฮาลาล คุณสมบัติเฉพาะด้านหรือความสามารถของพนักงานไม่เป็นไปตามที่ผู้ประกอบการกำหนด ผู้ประกอบการร้านอาหารไม่ได้ให้ความสำคัญกับการมีเครื่องหมายฮาลาล รัฐบาลเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง ค่าธรรมเนียมในการขอรับรองค่อนข้างสูง และการไม่ให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาลของตัวผู้บริโภค

1.2 ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ พบว่า ภาครัฐพยายามให้ความรู้เกี่ยวกับฮาลาลกับผู้ประกอบการเพื่อให้เข้าใจตรงกัน พยายามสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ความรู้และขั้นตอนในการขอเพื่อให้ปฏิบัติได้ถูกต้อง นอกจากนี้การที่ผู้ประกอบการไม่ได้เครื่องหมายการรับรองมาตรฐานฮาลาล อันมีสาเหตุจากเอกสารไม่ครบ ผู้ประกอบการไม่ทราบการนัดวัน เวลาเข้าตรวจ ทำให้ผู้ประกอบการขาดการเตรียมความพร้อม ค่าธรรมเนียมที่ผู้ประกอบการเห็นว่าสูงเกินไป มีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ทำให้ผู้ประกอบการไม่อยากจะขอและผู้ประกอบการบางคนไม่ตระหนักถึงความสำคัญหรือประโยชน์ที่จะได้รับจากเครื่องหมายรับรองฮาลาล อุปสรรคที่พบของร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาลตามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ พบว่าเกิดจากการสื่อสารที่ไม่ตรงกัน เกิดจากความผิดพลาดจากการระบุข้อมูลผู้รับที่ไม่ชัดเจน ปัญหาการประชาสัมพันธ์ ขาดบุคลากรที่เข้าใจหรือมีความรู้ฮาลาลอย่างแท้จริง ภาครัฐเห็นว่าผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจอาหารฮาลาลทั้งในส่วนของการผลิต กระบวนการรับรองมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาล

2. แนวทางส่งเสริมของร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาล ดังนี้

2.1 แนวทางส่งเสริมสำหรับผู้ประกอบการ พบว่า สถานประกอบการต้องได้รับใบแจ้งหนี้หลังจากส่งเอกสารขอรับรองฮาลาลไม่เกิน 15 วัน ถ้าเกินระยะเวลาดังกล่าว ผู้ประกอบการควรทวงถาม

มาที่ฝ่ายกิจการฮาลาล ควรปรับปรุงสถานที่ในการให้บริการที่สอดคล้องของมาตรฐานของเครื่องหมายรับรองฮาลาล ควรซื้อวัตถุดิบที่มีเครื่องหมายฮาลาล เพราะรับรองและสร้างความมั่นใจในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลได้ ควรสรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด หรือมาเพิ่มเติมความรู้ภายหลัง ควรมีการศึกษาสภาพแวดล้อม ทำเลที่ตั้ง กลุ่มเป้าหมาย แหล่งวัตถุดิบ พนักงาน เงินทุนหมุนเวียน และมีการควบคุมเพื่อให้กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการบริการถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และข้อกำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาล ควรมีการจัดโครงสร้างและข้อกำหนดของร้านที่เป็นระบบ การจัดหาวัตถุดิบฮาลาลที่มีคุณภาพ พนักงานมีทักษะกับหน้าที่ที่รับผิดชอบ และควรมีการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานด้านสวัสดิการต่าง ๆ และพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับหลักฮาลาล

2.2 แนวทางส่งเสริมสำหรับภาครัฐ พบว่า ควรแจ้งให้ผู้ประกอบการทำการแก้ไขเอกสารและควรแจ้งวัตถุดิบให้ตรงกับเอกสารด้วยความรอบคอบ ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์และหน้าเว็บไซต์ ควรปรับปรุงขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลให้เป็นปัจจุบันและรวดเร็ว กำหนดระเบียบ ข้อบังคับที่ใช้สำหรับผู้ที่ใช้เครื่องหมายฮาลาลที่ไม่ถูกต้อง และตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการรวบรวมและจัดทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ควรสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ทางวิทยาศาสตร์และมีความเข้าใจเกี่ยวกับฮาลาลให้มากขึ้น ควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการขอ ความสำคัญ และขั้นตอนการดำเนินการควรมีกฎหมายรองรับและให้อำนาจหน้าที่ในการดำเนินการและควบคุมผู้ที่ใช้เครื่องหมายฮาลาลหมดอายุหรือละเมิดการใช้เครื่องหมายฮาลาล มีการบูรณาการของหน่วยงานต่าง ๆ และปรับปรุงกระบวนการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลที่กระชับ สิ่งที่จะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการได้ขอเครื่องหมายฮาลาล คือ ต้องมีกฎหมายหรือข้อบังคับว่าทุกร้านอาหารอิสลามที่จะขายอาหารสำหรับอิสลามต้องมีเครื่องหมายฮาลาลเท่านั้น ถ้าไม่มีจะมีโทษจำคุกและปรับ จึงจะบังคับให้ผู้ประกอบการร้านอาหารอิสลาม ต้องขอเครื่องหมายฮาลาลเท่านั้นถึงจะดำเนินธุรกิจได้ เป็นการสร้างความจำเป็นให้เกิดขึ้น จึงจะมีการปฏิบัติการดำเนินการตามขั้นตอนของภาครัฐ ในขณะที่เดียวกันรัฐก็ต้องมีระเบียบ ขั้นตอนที่ง่าย เข้าใจได้ มีมาตรฐาน ค่าใช้จ่ายไม่สูง เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุน

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารมุสลิมยังไม่มีเครื่องหมายฮาลาล

สิ่งที่เป็นสาเหตุการไม่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่สำคัญ คือ การขาดความรู้ ความเข้าใจในความหมายฮาลาลและขั้นตอนที่การขอรับเครื่องหมายฮาลาล นอกจากนี้ขั้นตอนของการขอรับเครื่องหมายรับรองฮาลาล ซึ่งเป็นการปฏิบัติงานของหน่วยราชการที่ล่าช้า ยุ่งยาก และต้องใช้เวลา ภาครัฐยังขาดกฎหมายที่บังคับการมีเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ชัดเจนและเข้มงวด เจ้าหน้าที่ของภาครัฐยังขาดเจ้าหน้าที่ที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เพื่อทดสอบผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคยังไม่ให้ความสำคัญของเครื่องหมายรับรองฮาลาล แต่เพียงพิจารณาว่าผู้ขายเป็นมุสลิม หรือเห็นว่าในร้านมีคนมุสลิมเข้ามารับประทานอาหาร หรือการมีการบอกปากต่อปากเท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดของคณะกรรมการอิสลาม

ประจำจังหวัดสงขลา (2563) ได้อธิบายถึงหลักการพื้นฐานการผลิตอาหารฮาลาลตามกระบวนการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ประกอบด้วย สถานที่ วัตถุประสงค์ กระบวนการล้างวัตถุดิบ อุปกรณ์ และน้ำที่ใช้ชำระล้าง พนักงาน ระบบการควบคุมสัตว์พาหะนำโรค กระบวนการควบคุมการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และการขนส่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wannasiri et al.(2019) ที่พบว่า ภาคการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มสามารถรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมโดยใช้มาตรฐานการรับรองฮาลาลเพื่อสื่อสารกับพวกเขา นักท่องเที่ยวชาวมุสลิมทั้งในและต่างประเทศจำเป็นต้องมีความมั่นใจว่าโลโก้ฮาลาลซึ่งหมายถึงสถานประกอบการนั้นได้รับการรับรองโดยหน่วยงานรับรองฮาลาลของประเทศไทย งานวิจัยของ Monirul et al. (2018) ที่พบว่า ผู้บริโภคชาวมุสลิมต้องการตรารับรองว่าอาหารที่พวกเขาบริโภคนั้นเป็นอาหารฮาลาล ผู้บริโภคชาวมุสลิมจะรู้สึกมั่นใจในการรับประทานอาหารเมื่อมองเห็นโลโก้ฮาลาลหรือได้รับการรับรองฮาลาล งานวิจัยของ Norazah et al. (2014) ที่พบว่า ผู้บริโภคชาวมุสลิมพัฒนาทัศนคติที่ดีในการสนับสนุนร้านค้าที่มีสัญลักษณ์ฮาลาลในระดับสูง รู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่รู้ว่าแต่ละรายการที่มีในร้านอาหารมีฮาลาลรับรอง เพื่อที่จะอุดหนุนร้านค้าบ่อยครั้งมากขึ้น ทัศนคติของผู้บริโภคชาวมุสลิมผ่านมุมมองทางสังคมและความพร้อมของผลิตภัณฑ์ฮาลาล การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ การแสดงสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค คุณสมบัติทั่วไปอีกอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญในการตัดสินใจคุณภาพการบริการคือการส่งมอบบริการ บุคลากรร้านอาหารมีความสุภาพและมีการบริการที่มีประสิทธิภาพซึ่งทำให้เกิดการซื้อซ้ำของลูกค้า

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อจัดทำแนวทางในการได้รับเครื่องหมายฮาลาลของร้านอาหารมุสลิม

ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิม ควรมีความตั้งใจ ซื่อสัตย์ จริงใจในการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล ที่แสดงถึงการให้เกียรติกับผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม มีการปฏิบัติตามเกณฑ์ฮาลาลอย่างเข้มงวดและถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม และหน่วยงานภาครัฐต้องมีวิสัยทัศน์และการพัฒนากระบวนการขอรับเครื่องหมายฮาลาลให้รวดเร็ว ง่าย และสร้างคุณประโยชน์ให้กับกลุ่มคนที่นับถือศาสนาอิสลามอย่างแท้จริง ทำให้ผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมได้บริการร้านอาหารที่สะอาด ปลอดภัย ไม่ขัดกับหลักการฮาลาล สอดคล้องกับแนวคิดของ Deming (1986) ไว้ว่า คุณภาพเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และการผลิตให้ได้ตรงตามที่กำหนด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค นั่นคือ คุณภาพจะประกอบด้วยสองด้าน คือ ด้านคุณภาพในการออกแบบ และคุณภาพของความถูกต้อง ซึ่งเป้าหมายของแนวทางการพัฒนา คือ การสร้างคุณภาพให้เกิดขึ้นนั่นเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hashem et al. (2017) ที่พบว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศไทยนั้นน่าประทับใจและแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาในเชิงบวกต่อการตระหนักถึงความทะเยอทะยานของประเทศไทยเพื่อให้เป็นประเทศหลักในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ฮาลาลสู่เวทีโลก ความร่วมมือและเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทยและศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลแห่งมหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิม ควรหาความรู้เพิ่มเติมในการปฏิบัติตามมาตรฐานอาหารฮาลาลและมาตรฐานการได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาล และกระบวนการขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้ถูกต้อง ควรมีการอบรมพนักงานภายในร้านให้บริการตามหลักฮาลาลและตามหลักศาสนาอิสลาม และควรให้บริการแก่ผู้บริโภคด้วยความจริงใจ ซื่อสัตย์ และด้วยใจรักบริการ

2. ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิมควรจัดโครงสร้างของระบบของร้านให้มีคุณภาพ เช่น การบริการของพนักงาน คุณภาพของวัตถุดิบ รสชาติ สถานที่ และที่จอดรถ เป็นต้น แสดงว่าผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิมมีการวางแผนงานของร้านอย่างมีระบบและเป็นแบบแผน ทำให้คุณภาพการให้บริการเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

3. หน่วยงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดควรศึกษาเรื่องการส่งเสริมเพิ่มช่องทางในการสื่อสารจากคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดเพื่อส่งต่อข้อมูลและส่งเสริมให้กับผู้ประกอบการในทุกด้าน เช่น การดำเนินการและควบคุม กฎหมายรองรับและให้อำนาจหน้าที่ในการดำเนินการและควบคุม การประชาสัมพันธ์ตราฮาลาลที่ถูกละเลยหรือเพิ่มเติม เป็นต้น

4. ภาครัฐ ควรมีนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เอื้อต่อการพัฒนาระบบและการให้บริการแก่ประชาชนที่มีความต้องการของเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้รวดเร็ว ถูกต้อง และได้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ควรมีกฎหมายที่เอื้อกับผู้ละเมิดสิทธิ และบังคับใช้กับผู้ทำผิดระเบียบ ควรเตรียมบุคลากรที่พร้อมในการตรวจสอบรับรองตามมาตรฐานเครื่องหมายรับรองฮาลาล เช่น มีความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ที่พร้อมในการตรวจสอบ

5. ภาครัฐ ควรลดค่าธรรมเนียมในการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง และจูงใจให้ผู้ประกอบการต้องการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลให้มากขึ้น เนื่องจากต้นทุนในการดำเนินการลดลง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่อง เช่น การศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมุสลิมได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลได้อย่างถูกต้อง ความต้องการของภาคเอกชนที่จะได้รับการส่งเสริม สนับสนุนจากภาครัฐในการขอรับเครื่องหมายรับรองฮาลาล ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารมุสลิมที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านอาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นต้น

2. ควรศึกษาประชากรอื่น ๆ เช่น ผู้บริโภค ผู้ขายวัตถุดิบ เจ้าหน้าที่ที่มาตรวจสอบสถานประกอบการ

3. ควรศึกษาด้วยเครื่องมืออื่น ๆ เช่น แบบสอบถาม แบบสังเกต

Reference

- Al-Jallad, N. (2008). *The concepts of al-halal and al-haram in the arab-muslim culture: A translational and lexicographical study*. *Language Design*,10 (2008), 77-86. Retrieved from <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/ahkam/article/view/4459/3187#>.
- Deming, W. Edwards (1986). *Out of the Crisis*. MIT Press.
- Islamic Committee of Songkhla Province. (2020). *A manual for training courses, criteria and requirements regarding the production of products in accordance with Halal standards*. Songkhla: PSU
- Karoui, S., & Khemkhem, R. (2016). To more understanding the halal market and the Islamic consumer-factors affecting the Islamic purchasing behavior. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(8), 65-99.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2018). *Principles of Marketing*. (17th Edition). New York: Pearson Education.
- Marso1,M. and Hasan,H.(2017).). *Religiosity and its consequence in halal food purchasing behavior*.The 8th International Conference of the Asian Academy of Applied Business (pp. 1-10).Kota Kinabalu,Sabah
- Md. Monirul,I. & Mohammad A.F.C. (2018). Consumers' buying decision process toward halal product: a study in Bangladesh. *Int. J. Business Innovation and Research*, 6 (3):285-301. doi:10.1504/IJBIR.2018.10009474.
- Norazah Mohd Suki, et al. (2014). Measuring Muslim Consumers' Decision to Patronize Halal Stores: Some Insights from Malaysia. *Malaysian Journal of Business and Economics* ,1(2),77 – 87.
- Pakorn Priyakorn. (2015). *The Path to Development of Halal Affairs of Thailand Workshop Program. Halal Standards for Consumer Protection, Halal Standards Workshop for Halal Consumer Protection*. Bangkok: P.L.T.
- Wannasupchue, W., Othman ,M., Abidin U.F.UZ., &Ishak, F.A.C.(2019). Current trends and opportunities for halal restaurants in Thailand: A conceptual framework. *International Journal of Academic Research in Business&Social Science*,9 (1), 235 – 247.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12–40. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple_Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality



Natcha Khankel

Student, Master of Business Administration,
Stamford International University



Boonyarat Samphanwattanachai

Ph.D., Lecturer, Master of Business Administration,
Stamford International University