Digital Content plus

เพิ่มประสบการณ์การอ่าน

THE KNOWLEDGE

เดอะ โนวเลจ ปีที่ 3 ฉบับที่ 17

กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2564 ISSN 2539-5882

ธุรกิจฮาลาล

นิตยสารพัฒนาความรู้และความคิดสร้างสรรค์
เพื่อเพิ่มศักยภาพทุนมนุษย์ผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะ

www.okmd.or.th/knowledge/okmd-magazine

e - Book | SUBSCRIBE click

BY okmd

CONTENTS

03
WORD POWER
ธุรกิจฮาลาล
โอกาสใหม่ของ
ผู้ประกอบการไทย

10
THE KNOWLEDGE
เจาะลึกยุทธศาสตร์
ฮาลาลไทย

18
ONE OF A KIND
A-Z ธุรกิจฮาลาล

20
NEXT
มุสลิม มิลเลนเนียลส์
บุกวงการท่องเที่ยวโลก

26
INSIDE OKMD
การสร้างสังคม
แห่งการเรียนรู้
ในพื้นที่พหุวัฒนธรรม
ชายแดนใต้

32
DIGITONOMY
รวมมิตรข้อมูลตัวเลข
ธุรกิจฮาลาล

36
DECODE
CrescentRating
เคล็ดลับการเป็น
ผู้เชี่ยวชาญด้านฮาลาล

40
ความรู้กินได้
ปั้นเรื่องกิน
ให้กลายเป็น
อาชีพทำเงิน

42
NEXTPERT
กลยุทธ์ปั้นแบรนด์
เจาะเทรนด์ฮาลาล

46
5IVE
5 แอปพลิเคชัน
ยอดนิยมของ
นักท่องเที่ยวมุสลิม

50
TALK TO ZINE
สนุกสุดใจ..ไปกับ
Halal Tourism
โอกาสใหม่กับ
การท่องเที่ยวแบบฮาลาล

51
WHAT'S GOING ON
- Halal World Food 2021
- The 1st Saudi International Halal Expo 2021

okmd
Office of Knowledge Management and Development

ที่ปรึกษา
ดร.อธิปัตย์ บำรุง
ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

บรรณาธิการบริหาร
ดร.อภิชาติ ประเสริฐ
รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

ฝ่ายศิลปกรรมและภาพถ่าย
บริษัท โคคูน แอนด์ โค จำกัด
32 ซอยโชคชัย 4 ซอย 84 ถนนโชคชัย 4 แขวงลาดพร้าว
เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
โทรศัพท์ 0 2116 9959 และ 087 718 7324

จัดทำโดย
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
69 อาคารวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
ชั้น 18-19 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0 2105 6500 โทรสาร 0 2105 6556
อีเมล theknowledge@okmd.or.th
เว็บไซต์ www.okmd.or.th

CC BY NC SA
อนุญาตให้ใช้ได้ตามสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์ แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน 3.0 ประเทศไทย

จัดทำขึ้นภายใต้โครงการเผยแพร่กิจกรรมองค์ความรู้โดยสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการนำองค์ความรู้มาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ด้านการเรียนรู้ ต่อยอดธุรกิจ เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของประเทศ

สแกน QR Code
เพื่อรับชม
GIF

ธุรกิจฮาลาล
โอกาสใหม่ของผู้ประกอบการไทย

ศาสนาอิสลามไม่ได้เป็นเพียงศาสนา แต่เป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตของผู้นับถือ คำว่า ฮาลาล (Halal) เป็นภาษาอารบิก หมายถึง ถูกต้องตามกฎหรือได้รับอนุญาตตามหลักของอิสลาม สิ่งที่ตรงข้ามกับฮาลาลก็คือ ฮะรอม (Haram) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผิดกฎหรือเป็นข้อห้ามของอิสลาม ทั้งสองคำนี้ถูกนำไปใช้กับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตัว รวมทั้งอาหาร เนื้อสัตว์ เครื่องสำอาง สิ่งของที่ใช้กับร่างกาย ผลิตภัณฑ์ยา เครื่องปรุง และเครื่องใช้ที่สัมผัสกับอาหาร โดยมีข้อกำหนดว่าแต่ละกระบวนการต้องไม่ขัดต่อหลักศาสนาอิสลาม

โดยทั่วไปแล้วอะไรที่ไม่ได้ถูกห้ามไว้ในพระคัมภีร์กุรอาน (Qur'an) ถือว่าเป็นฮาลาล คือถูกต้องและได้รับอนุญาตตามหลักศาสนา ยกตัวอย่างเช่น อาหารฮาลาลคืออาหารที่ปราศจากส่วนประกอบที่เป็นข้อห้ามของอิสลาม ใช้ภาชนะและเครื่องมือเครื่องใช้ที่ผ่านการทำความสะอาดตามหลักศาสนา ส่วนอาหารและเครื่องดื่มที่ถือเป็นฮะรอม ได้แก่ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หรือทำให้มึนเมา ไขมันสัตว์ที่ไม่เป็นฮาลาล โปรตีนธรรมชาติที่มีอยู่ในกระดูกหรือหนังสัตว์และเนื้อเยื่อเกี่ยวพัน (Gelatins) เอนไซม์จากสัตว์และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเอนไซม์หมูและผลิตภัณฑ์จากหมู สัตว์กินเนื้อและผลิตภัณฑ์จากสัตว์กินเนื้อ เป็นต้น

โอกาสของธุรกิจฮาลาลในตลาดโลก

ปัจจุบันทั่วโลกมีจำนวนประชากรมุสลิมกว่า 1.9 พันล้านคน เฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน มีจำนวนประชากรมุสลิมมากถึง 240 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 42 ของประชากรทั้งหมดในภูมิภาค เมื่อประกอบกับแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่เติบโตทำให้ประเทศมุสลิมและชาวมุสลิมมีกำลังซื้อเพิ่มสูงขึ้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมเพิ่มขึ้น และความต้องการสินค้าฮาลาลเพิ่มขึ้นจึงมีความเป็นไปได้สูงว่าในอนาคตอันใกล้ตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการฮาลาลจะเป็นหนึ่งในตลาดที่สำคัญและมีมูลค่ามากที่สุดของโลก

Pew Research Center ยังคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2573 ทั่วโลกจะมีประชากรมุสลิมมากถึง 2.2 พันล้านคน การเพิ่มขึ้นของประชากรมุสลิมจะส่งผลให้มูลค่าตลาดสินค้าฮาลาลเพิ่มขึ้นเป็น 7.76 แสนล้านบาทในปี พ.ศ. 2567 ตามการประเมินของ Statista ซึ่งคงไม่ใช่เรื่องเกินจริงเพราะจากการศึกษาของ Imarc Group พบว่า ตลาดอาหารฮาลาลของโลกในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่าสูงถึง 1.8 หมื่นล้านบาท ซึ่งเป็นผลจากความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งจากผู้บริโภคมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม

ตัวเลขดังกล่าวแสดงถึงโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการผลิตและส่งออกอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปต่างๆ ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าฮาลาลอันดับต้นของโลก รองจากบราซิล อินเดีย สหรัฐอเมริกา จีน และออสเตรเลีย แต่ตลาดฮาลาลยังคงเปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตสินค้าคุณภาพ มีความคิดสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ มีการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับในตลาดฮาลาลโลก โดยสินค้าที่ได้รับความนิยม อาทิ เนื้อวัว เนื้อไก่ และอาหารทะเล ผัก และผลไม้ ผลิตภัณฑ์นม ข้าวและธัญพืช น้ำมันและไขมัน ขนมหวาน

ความเชื่อของชาวมุสลิม และสิ่งที่ต้องรู้ในการทำธุรกิจฮาลาล

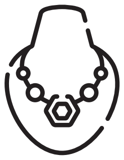
เมื่อ "ฮาลาล" ไม่ได้หมายถึงอาหารเพียงอย่างเดียว แต่ยังครอบคลุมกิจการของมุสลิมหรือที่เกี่ยวข้องกับชาวมุสลิม ดังนั้นวิถีชีวิตหรือความเชื่อของมุสลิมจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจเรียนรู้ในมิติเชิงเศรษฐกิจ เนื่องจากการปรับเปลี่ยนธุรกิจหรือการอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มลูกค้ามุสลิมเพื่อให้สอดรับกับวิถีชีวิตของมุสลิมดังกล่าว สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เกิดการต่อยอด และเพิ่มมูลค่าเชิงธุรกิจได้ รวมทั้งเป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น

ความเชื่อกับพฤติกรรมของมุสลิม

เมื่อศึกษาถึงวิถีชีวิตของมุสลิมที่เกี่ยวเนื่องจากความเชื่อทางศาสนาจะพบว่าชาวมุสลิมดำเนินชีวิตภายใต้กฎเกณฑ์ของศาสนาอย่างเคร่งครัด ทำให้ชีวิตประจำวันของมุสลิมทั่วโลกมีรูปแบบและการปฏิบัติที่คล้ายคลึงกัน โดยสามารถจำแนกรูปแบบการปฏิบัติของมุสลิมที่เกี่ยวเนื่องกับหลักความเชื่อ รวมถึงแนวทางการปรับเปลี่ยนธุรกิจให้สอดรับกับวิถีแบบมุสลิมออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1 ความเชื่อกับเครื่องประดับและของใช้ต่างๆ

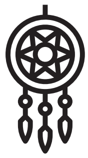
หลักอิสลามมีข้อห้ามในเรื่องของเครื่องประดับและของใช้ที่ทำจากวัสดุต้องห้ามที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรู้ อาทิ



• **เครื่องประดับทองคำ** ถือเป็นเครื่องประดับสำหรับเพศหญิง สตรีมุสลิมสามารถสวมใส่ทองคำได้เพื่อความสวยงาม แต่สำหรับเพศชายเครื่องประดับที่ทำมาจากทองคำ รวมถึงของใช้และภาชนะที่ทำมาจากทองคำถือเป็นสิ่งต้องห้าม

• **ของใช้ที่ทำมาจากหนังสัตว์** ตามความเชื่อของอิสลามสามารถแบ่งได้ ดังนี้

- **หนังของสัตว์ทุกชนิด** ยกเว้นหมูและสุนัข ถือว่าสะอาด สามารถนำมาทำเป็นเครื่องใช้เครื่องประดับได้ เช่น สายนาฬิกา เข็มขัด กระเป๋าสตางค์ รองเท้า หรือเครื่องหนังอื่นๆ
- **หนังของสัตว์ที่ห้ามรับประทานเนื้อ** เช่น จระเข้ ช้าง เสือ เมื่อมีการฟอกจะถือว่าสะอาดและนำมาใช้ได้



• **เครื่องรางของขลัง สินค้าประเภทบูชา ให้โชคลาภ รูปปั้นหรือรูปเคารพ** ถือเป็นสิ่งต้องห้ามเนื่องจากขัดกับหลักความเชื่อในศาสนาอิสลาม

2

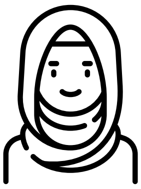
ความเชื่อกับการแต่งกาย

มุสลิมมีเอกลักษณ์การแต่งกายที่แตกต่างจากศาสนาอื่น คือ มีการปกปิดร่างกายมิดชิดในส่วนที่ศาสนาห้าม สำหรับผู้หญิงจะสามารถเปิดเผยส่วนของร่างกายได้แค่ใบหน้ากับฝ่ามือ ในขณะที่ผู้ชายต้องปกปิดร่างกายตั้งแต่สะดือจนถึงเข่า ส่งผลให้มีข้อจำกัดในการใช้บริการธุรกิจบางอย่าง

รู้ไว้ได้เปรียบ

ผ้าบางชนิดเป็นสิ่งต้องห้ามตามหลักความเชื่อของอิสลาม เช่น ผ้าไหม เป็นผ้าที่ห้ามผู้ชายสวมใส่ เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าไหม จะไม่ได้รับความนิยมในกลุ่มมุสลิมเพศชาย แต่ผู้หญิงสามารถใช้ผ้าไหมได้

- **ธุรกิจบริการ** เช่น สปา สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ร้านตัดผม รวมทั้งธุรกิจด้านความงามต่างๆ ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อให้สามารถตอบสนองข้อจำกัดของกลุ่มลูกค้ามุสลิมได้ เช่น การปรับเปลี่ยนพื้นที่เพื่อแยกส่วนบริการระหว่างลูกค้าชายและหญิงไม่ให้ปะปนกัน หรือการกำหนดช่วงเวลาในการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าชาย-หญิง

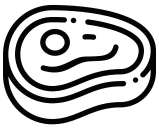


- **ธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม** มุสลิมในแต่ละภูมิภาคของโลกอาจแต่งกายแตกต่างกันตามบริบทของพื้นที่ เช่น รูปแบบของเครื่องแต่งกาย ลวดลาย สีสัน และชนิดของผ้าที่สวมใส่ เช่น มุสลิมเพศชายในตะวันออกกลางนิยมใส่ชุดโต๊ป (Thobe) ซึ่งเป็นชุดยาวคลุมข้อเท้าแขนยาว ส่วนใหญ่เป็นสีขาว ในขณะที่ผู้หญิง ส่วนใหญ่สวมชุดคลุมยาวสีเข้ม เรียกว่า อบายา (Abaya) ซึ่งหมายถึงชุดที่มีความเรียบง่ายทั้งด้านสีสันและรูปแบบ ในขณะที่มุสลิมในแถบประเทศเอเชียหรือแอฟริกามีการนำเอาแฟชั่นตะวันตกมาปรับรูปแบบให้เหมาะกับหลักศาสนา ผู้หญิงมีการปกปิดเส้นผมและศีรษะด้วยผ้าคลุมฮิญาบ (Hijab) ที่มีรูปแบบและสีสันที่แตกต่างกัน ดังนั้นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของมุสลิมจึงมีวิวัฒนาการของการออกแบบและแฟชั่นที่เกี่ยวข้องมากมาย มีการนำเอาแฟชั่นตะวันตกเข้ามาปรับใช้ทำให้ชุดดูแปลกตา สวยงาม นำสมัย มีลวดลายและสีสันหลากหลายมากขึ้น

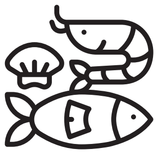
SCAN QR CODE
เพื่อรับฟัง Audio Text

3 ความเชื่อกับการบริโภค

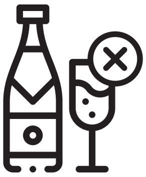
ศาสนาอิสลามมีข้อกำหนดเรื่องการกินดื่มที่เคร่งครัด นั่นคือ มุสลิมต้องบริโภคสิ่งที่เป็นฮาลาล ห้ามแตะต้องสิ่งที่เป็นฮะรอม ทั้งนี้ อาหารที่เป็นฮาลาล-ฮะรอมตามหลักศาสนบัญญัติแบ่งออกเป็น 3 เรื่อง หลักๆ ได้แก่



- **เนื้อสัตว์** มุสลิมต้องบริโภคแต่สัตว์ที่ถูกเชือดอย่างถูกต้องตามหลักอิสลาม เช่น การไม่ทำให้สัตว์ต้องเครียดหรือทรมานอย่างไม่จำเป็น สัตว์ต้องได้รับการดูแลอย่างดีก่อนโดนฆ่า สัตว์จะต้องไม่เห็นสัตว์ตัวอื่นถูกฆ่า ผู้ทำการเชือดสัตว์จะต้องเป็นมุสลิม ต้องเอ่ยพระนามของพระเจ้าก่อนการเชือด และจะต้องปล่อยให้เลือดไหลจนหมดก่อนทำการแปรรูป เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องทราบว่ามุสลิมไม่สามารถรับประทานเนื้อหมู เนื้อสุนัข ส่วนผสมที่ทำมาจากหมู เลือดของสัตว์ ซากสัตว์หรือสัตว์ที่ตายเองโดยธรรมชาติ รวมถึงสัตว์มีพิษ สัตว์ที่เป็นผู้ล่า สัตว์ที่มีกรงเล็บ สัตว์เลื้อยคลาน และสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ



- **สัตว์ทะเล** มุสลิมสามารถรับประทานสัตว์ทะเล เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา หรือสัตว์ทะเลอื่นๆ ได้โดยไม่ต้องผ่านการเชือด



- **เครื่องดื่ม** มุสลิมไม่สามารถดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เช่น เหล้า เบียร์ ไวน์ ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ รวมถึงเครื่องดื่มและอาหารที่ทำให้เกิดความมึนเมา

ธุรกิจร้านอาหารและธุรกิจอาหารแปรรูป รวมทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ จึงต้องคำนึงถึงข้อห้ามดังกล่าว และนำมาปรับใช้ในธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามุสลิม เช่น อาหารหรือส่วนผสมในอาหารจะต้องปราศจากสิ่งต้องห้ามข้างต้น หรืออาจเขียนแสดงส่วนประกอบและวัตถุดิบของอาหารให้ชัดเจน รวมถึงการแสดง “**เครื่องหมายฮาลาล**” ไว้ที่หน้าร้าน บนเมนูหรือบนบรรจุภัณฑ์ให้เห็นเด่นชัด เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าฮาลาล มุสลิมสามารถบริโภคได้ ส่วนผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิมจำเป็นต้องมีการยื่นขอใช้ “เครื่องหมายฮาลาล” ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงมาตรฐานสากลที่มุสลิมทั่วโลกให้การยอมรับ เพื่อแสดงว่าสินค้าดังกล่าวได้มาตรฐานฮาลาลจริง สามารถรองรับหรือขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มมุสลิม รวมทั้งส่งออกไปยังประเทศมุสลิมทั่วโลก

4

กิจวัตรของมุสลิม

กฎระเบียบที่เคร่งครัดของศาสนาอิสลามส่งผลให้ความต้องการของลูกค้ามุสลิมมีรายละเอียดปลีกย่อยมากมายแตกต่างจากลูกค้ากลุ่มอื่น อาทิ

• **การละหมาด 5 เวลา** เป็นกิจวัตรประจำวันที่สำคัญที่สุดซึ่งมุสลิมทุกคนต้องถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด สถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จึงควรจัดให้มีสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองต่อความต้องการของชาวมุสลิม เช่น ห้องละหมาด เครื่องหมายบอกทิศในการละหมาดซึ่งหันไปสู่กะอ์บะฮ์ในนครมักกะฮ์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย รวมถึงสถานที่ชำระร่างกายก่อนเข้าละหมาด ซึ่งเป็นบริการที่มอบความสะดวกในการปฏิบัติศาสนกิจของมุสลิม และส่งผลดีต่อสถานประกอบการ รวมถึงธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมในการเป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมทั้งในประเทศและนักเดินทางจากต่างประเทศ

• **การถือศีลอดในช่วงเดือนรอมฎอน** (Ramadan) เป็นกิจกรรมพิเศษประจำปี ซึ่งจัดขึ้นในเดือนที่ 9 ตามปฏิทินอิสลาม เรียกกันว่า "เดือนบวช" หลักศาสนากำหนดให้ชาวมุสลิมต้องถือศีลอดอย่างเคร่งครัด ยกเว้นเด็ก หญิงตั้งครรภ์ และผู้ป่วย โดยจะต้องงดอาหารและน้ำทุกชนิดตั้งแต่เวลาพระอาทิตย์ขึ้นจนถึงพระอาทิตย์ตกดิน รวมถึงลดละการกระทำบาป ผู้ประกอบการจึงควรอำนวยความสะดวกในการถือศีลอด งดเว้นการจัดกิจกรรมที่ขัดขวางการถือศีลอด รวมถึงจัดเตรียมอาหารฮาลาลให้นักท่องเที่ยวในช่วงเวลาก่อนพระอาทิตย์ขึ้น

ปัจจุบันในประเทศไทยมีที่พักฮาลาลหรือโรงแรมฮาลาลเปิดให้บริการแก่ชาวมุสลิมมากขึ้น โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครและหัวเมืองใหญ่ ข้อแตกต่างจากโรงแรมทั่วไปคือมีบริการเฉพาะสำหรับชาวมุสลิม เช่น การจัดบุฟเฟ่ต์อาหารในช่วงละศีลอดหลังพระอาทิตย์ตก การจัดอาหารไว้ให้บริการก่อนพระอาทิตย์ขึ้น

โรงแรมฮาลาลแห่งแรกของประเทศไทย คือ "โรงแรมอัลมีรอซ" (Al Meroz) ตั้งอยู่ในย่านรามคำแหง กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ได้ร่วมกันผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ทำธุรกิจการท่องเที่ยวฮาลาลมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการลงทุนใหม่ๆ ที่จะส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นในอนาคต

ภาครัฐกับการส่งเสริมธุรกิจฮาลาลในประเทศ

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เปิดตัวแอปพลิเคชัน “Thailand Muslim Friendly” เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มตลาดท่องเที่ยวมุสลิม โดยรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารฮาลาล มัสยิด และโรงแรมที่พักที่ตอบโจทย์การเดินทางของนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั่วประเทศ
- คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาลแห่งชาติ จัดทำ “ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาลปี พ.ศ. 2559-2563” เพื่อใช้เป็นแผนงานในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศ
- ในปี พ.ศ. 2560 สถาบันมาตรฐานและมาตรวิทยาประเทศอิสลาม (Standard and Metrology Institute for Islamic Countries: SMIIC) รับประเทศไทยเข้าเป็นสมาชิกองค์การความร่วมมือของกลุ่มประเทศอิสลาม หรือ OIC ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในตราสัญลักษณ์มาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย
- กระทรวงพาณิชย์ระบุประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารฮาลาลติดอันดับที่ 10 ของโลก
- ภาครัฐจัดทำนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก (Thai Kitchen to the World)” พร้อมหนุนอาหารฮาลาลสู่ชาติอาหรับ
- หน่วยงานพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล (Halal Industry Development Corporation: HDC) ประเทศมาเลเซีย และสภาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศไทย ร่วมลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) เพื่อส่งเสริมสร้างการค้า การลงทุน พร้อมทั้งขยายโอกาสและช่องทางการตลาดระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฮาลาลของทั้งสองประเทศ ในงานการประชุมฮาลาลโลก ประจำปี พ.ศ. 2561
- OKMD สร้างสรรค์เนื้อหาผ่านสื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบดิจิทัลและออนไลน์ เพื่อกระตุกต่อมคิดและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการยุคใหม่มองเห็นช่องทางและโอกาสในการต่อยอดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล

สิ่งสำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจเพื่อรองรับลูกค้ามุสลิม คือ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาปฏิบัติตามหลักของศาสนาอิสลามที่มีผลต่อพฤติกรรมและวิถีชีวิตของชาวมุสลิม รวมถึงทำความเข้าใจพฤติกรรมแบบฮาลาลอย่างรอบด้าน เพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อลูกค้ามุสลิมได้ตรงจุด ทำให้ธุรกิจสามารถขยายกลุ่มเป้าหมายและต่อยอดในเชิงธุรกิจในวงกว้าง รวมทั้งสร้างสภาพแวดล้อมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่มิตรกับชาวมุสลิม ตั้งแต่การเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร สถานพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมท่องเที่ยว ไปจนถึงสินค้าฮาลาลอย่างครบวงจร

เจาะลึกยุทธศาสตร์ฮาลาลไทย

แนวโน้มการเพิ่มจำนวนขึ้นของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม ส่งผลให้ธุรกิจฮาลาลมีการขยับขยายและหลากหลายยิ่งขึ้นในปัจจุบัน จึงเป็นที่คาดการณ์กันว่าตลาดเศรษฐกิจฮาลาลจะเป็นตลาดเกิดใหม่ที่ทรงอิทธิพลและมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วที่สุด และน่าจะเป็นหนึ่งในโอกาสใหม่ที่น่าสนใจมากที่สุดสำหรับผู้ประกอบการไทย

จับตาตลาดฮาลาลกับโอกาสที่กำลังเติบโต

ปัจจุบันชาวมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1,800 ล้านคน กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก สำหรับ 5 ประเทศที่มีจำนวนประชากรมุสลิมมากที่สุด ได้แก่

1. อินโดนีเซีย ร้อยละ **12.7**
2. ปากีสถาน ร้อยละ **11**
3. อินเดีย ร้อยละ **10.9**
4. บังกลาเทศ ร้อยละ **9.2**
5. อียิปต์ ร้อยละ **4.9**

เห็นได้ว่า 4 ใน 5 ของประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะอินโดนีเซียเพื่อนบ้านของไทยที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักลงทุนมองเห็นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจฮาลาลในเอเชีย เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของชาวมุสลิม ไม่เว้นแม้แต่ประเทศไทยเองที่ในระยะหลังก็มุ่งพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับธุรกิจฮาลาลเพื่อสร้างโอกาสใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เศรษฐกิจฮาลาลเติบโตอย่างรวดเร็วโดยมีชาวมุสลิมเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักมีดังนี้

01 ประชากรมุสลิมเพิ่มจำนวนมากขึ้น ถือเป็นสัดส่วน 1 ใน 4 ของโลก

02 สังคมยุคใหม่เปิดโอกาสให้ชาวมุสลิมเข้าทำงานในสาขาอาชีพที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศยุโรปมีชาวมุสลิมที่มีความสามารถเข้าไปเป็นเจ้าหน้าที่ระดับสูงขององค์กร

03 ในประเทศมุสลิม เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย รวมถึงกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง จำนวนชาวมุสลิมที่มีฐานะร่ำรวยและคนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

04 เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและสื่อสังคมช่วยให้ชาวมุสลิมสามารถเข้าถึงข้อมูลบนโลกออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย ทำให้สามารถสืบค้นแหล่งซื้อสินค้าในต่างประเทศ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และรายละเอียดการเดินทาง เพื่อนำไปวางแผนการจับจ่ายเงินและการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง

05 ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสและมีความตื่นตัวในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยเฉพาะอาหารฮาลาล รวมถึงสินค้า บริการ และสถานที่ท่องเที่ยว ที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม

SCAN QR CODE
เพื่อรับชม Clip

ตัวอย่างธุรกิจฮาลาลที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีมูลค่ามากที่สุด ได้แก่

1. **อุตสาหกรรมการผลิต**
อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง

2. **การท่องเที่ยว**
โรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร บริการที่เกี่ยวข้อง

3. **การเงิน**
ธนาคาร ประกันภัย พันธบัตร

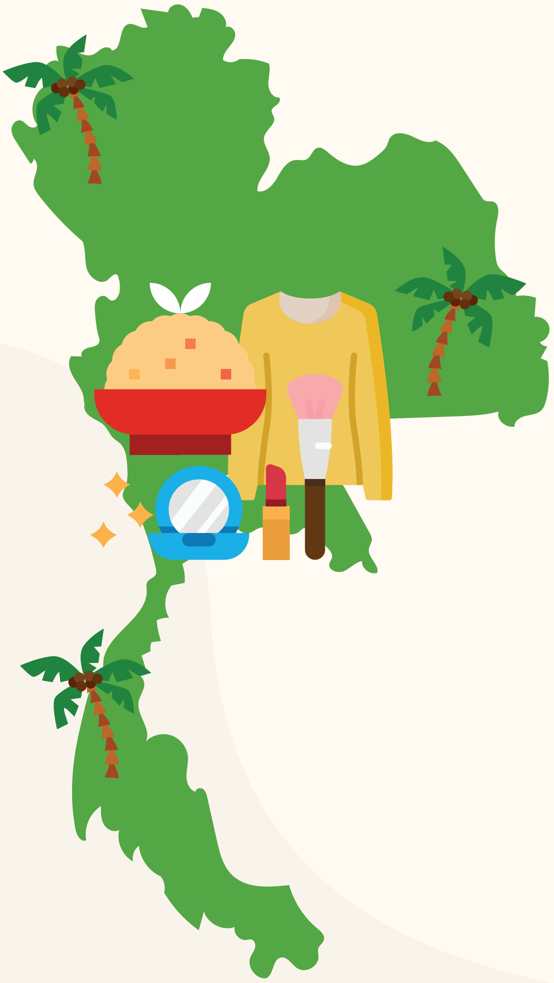
4. **การแพทย์**
ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ยารักษาโรค สมุนไพร

5. **สื่อสิ่งพิมพ์และบันเทิง**
หนังสือ นิตยสาร ภาพยนตร์ ดนตรี

6. **โครงสร้างพื้นฐาน**
มาตรฐานฮาลาล ระบบการผลิตห้องปฏิบัติการ การรับรองสินค้าฮาลาล

7. **ไอซีที**
ซอฟต์แวร์ เว็บไซต์

ที่มา: สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ประเทศไทยอยู่ตรงไหนในตลาดฮาลาลโลก

ประเทศไทยมีประชากรที่เป็นชาวมุสลิมประมาณ 5% ของประชากรทั้งประเทศ หรือราว 3.5 ล้านคน นอกจากนี้จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2562 พบว่าประเทศไทยอยู่ในอันดับ 2 ของประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม (Non-OIC) ที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก เป็นรองเพียงแค่สาธารณรัฐสิงคโปร์

ในแง่ของศักยภาพการผลิต ประเทศไทยมีความพร้อมสูงในการผลิตสินค้าฮาลาลเพื่อส่งออกไปยังกลุ่มประเทศมุสลิม (OIC) โดยในปีพ.ศ. 2561 ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าฮาลาลเป็นอันดับ 9 ของโลก

สินค้าฮาลาลส่งออกที่สำคัญของไทย ได้แก่

- **อาหาร**
  มูลค่า **1.83** แสนล้านบาท
- **แฟชั่น เครื่องนุ่งห่ม**
  มูลค่า **3.22** พันล้านบาท
- **เครื่องสำอาง**
  มูลค่า **1.38** หมื่นล้านบาท

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

SCAN QR CODE
เพื่อรับฟัง Audio Text

เพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจ พิชิตตลาดฮาลาล

ประเทศไทยมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการแข่งขันในระดับนานาชาติ โดยเป็นการสำรวจและประเมิน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของไทย เพื่อมองหาโอกาสในการพัฒนาและลงทุนในอนาคต

จุดแข็ง

ภาคบริการของไทย มีความโดดเด่นและหลากหลาย

ประเทศไทยมีภาคบริการที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย โดยเฉพาะบริการด้านสาธารณสุขและบริการด้านท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มีความพร้อมในการให้บริการเป็นที่ยอมรับในระดับต้นๆ ของโลก และมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นบริการฮาลาลในระยะต่อไป เช่น โรงแรมและที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ร้านอาหารถูกสุขลักษณะ ห้องน้ำสะอาดได้มาตรฐาน ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นจุดเด่นที่จะผลักดันอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศให้เติบโตยิ่งขึ้น

ประเทศไทยมีศักยภาพ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งด้านสินค้าและบริการ

ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากร จนได้ชื่อว่าเป็น “ครัวโลก” ถือเป็นแหล่งวัตถุดิบในการผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศมุสลิม โดยในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารฮาลาลลำดับที่ 13 ของโลก ทั้งนี้ประเทศไทยมีความพร้อมหลายด้านที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล เช่น วัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการแปรรูปที่ทันสมัย สามารถสนองตอบความต้องการบริโภคสินค้าและบริการฮาลาลในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน กิจกรรมในภาคบริการของไทย เช่น การท่องเที่ยวและการบริการสาธารณสุขก็เป็นที่ยอมรับ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ในระดับโลก

ประเทศไทยมีองค์กรสนับสนุน อุตสาหกรรมฮาลาลอย่างชัดเจน

ภาครัฐได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลโดยเฉพาะ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งไทยมีความชัดเจนในการพัฒนามาตรฐานอาหารฮาลาล ทั้งในด้านนโยบายและด้านการตรวจรับรองฮาลาลตามหลักการศาสนา มีการประกาศใช้มาตรฐานอาหารฮาลาลภายใต้ พรบ. สินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มีหน่วยงานหลักอย่าง “คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” เป็นผู้กำหนดและประกาศใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้ถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและมาตรฐานสากล รวมทั้งเป็นผู้อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลเพื่อขยายโอกาสในการแข่งขันในตลาดสินค้าฮาลาลทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ประเทศไทยมีความร่วมมือ ที่เข้มแข็งกับต่างประเทศ

หน่วยงานของไทย เช่น ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย ได้มีการลงนามบันทึกความเข้าใจกับองค์กรมุสลิมในต่างประเทศ เพื่อความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังมีการสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการพัฒนาบริเวณพื้นที่ชายฝั่งด้านตะวันออก แถบชายแดนไทย-มาเลเซีย ซึ่งให้ความสำคัญกับการขยายความร่วมมือด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งส่วนที่เป็นอาหารมิใช่อาหาร และการบริการ เพื่อผลักดันเขตพื้นที่อันดามันให้เป็นศูนย์ธุรกิจฮาลาลและศูนย์การท่องเที่ยวฮาลาล ขณะเดียวกันก็เร่งขับเคลื่อนให้พื้นที่ภาคใต้ตอนล่างเข้าสู่การเป็นศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฮาลาลในส่วนพื้นที่อ่าวไทย

จุดอ่อน

การพัฒนาบริการฮาลาลของไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น

ผู้ประกอบการ SME ของไทยส่วนหนึ่งยังขาดความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจบริการฮาลาลให้สอดคล้องกับหลักศาสนาและความต้องการของลูกค้ามุสลิม เนื่องจากยังขาดข้อมูลด้านเทคโนโลยี และบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านที่จะพัฒนาธุรกิจบริการฮาลาลให้มีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดกลุ่มผู้บริโภคฮาลาล รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมที่เพิ่มจำนวนในตลาดท่องเที่ยวโลกอย่างต่อเนื่อง

ประเทศไทยยังขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในการตรวจรับรองฮาลาล

การรับรองเครื่องหมายมาตรฐานฮาลาลในประเทศไทยไม่ว่าจะสำหรับสินค้า อาหาร หรือการบริการจำเป็นต้องให้องค์กรทางศาสนาอิสลามเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีงานด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลเข้ามาช่วยสนับสนุน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค แม้องค์กรศาสนาจะมีความเข้มแข็งในระดับหนึ่งในด้านการตรวจรับรอง แต่ก็ยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลให้มีความพร้อมมากขึ้นทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ

ระบบคุ้มครองผู้บริโภคฮาลาลโดยรวมยังไม่เข้มแข็ง

ในประเทศไทยยังพบปัญหาการปนเปื้อนสิ่งต้องห้ามในอาหารฮาลาลอยู่บ่อยครั้ง ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของต่างประเทศที่มีต่ออาหารฮาลาลจากประเทศไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการฮาลาลที่มีความรัดกุม ชัดเจน รวมถึงมีมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคที่เข้มแข็ง เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการฮาลาลไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

ประเทศไทยขาดการจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างเป็นระบบ

ประเทศไทยยังขาดการจำแนกชัดเจนระหว่างสินค้าฮาลาลกับสินค้าอื่นๆ ทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการพิจารณากำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลแบบครบวงจรได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังส่งผลให้ขาดการบูรณาการและความต่อเนื่องในการดำเนินงานพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โอกาสของประเทศไทยในตลาดฮาลาล

สินค้าและบริการฮาลาลไทยยังมีโอกาสทางการตลาดสูง

ผู้บริโภคชาวมุสลิมมีจำนวนมากและส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเอเชีย อีกทั้งยังนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเป็นโอกาสให้ประเทศไทยขยายส่วนแบ่งในตลาดโลกให้สูงขึ้น ขณะเดียวกันชาวมุสลิมในกลุ่มประเทศยุโรปและอ่าวอาหรับที่มีกำลังซื้อสูง นิยมบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น จึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงอีกแห่งหนึ่งสำหรับการส่งออกสินค้าฮาลาลของไทยในอนาคต

วิกฤตการณ์อาหารโลกเป็นโอกาสสำหรับการส่งออกอาหารฮาลาลของไทย

ปัญหาโรคระบาด ภัยธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก สร้างความเสียหายให้แก่พื้นที่และผลผลิตทางการเกษตรในหลายประเทศทั่วโลก ส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหารในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศยากจน สำหรับประเทศไทยวิกฤตนี้จัดว่าเป็นโอกาสสำหรับการส่งออกผลผลิตทางการเกษตรและอาหาร รวมทั้งอาหารฮาลาลของไทยซึ่งเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรและอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

ความต้องการบริการฮาลาลในต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น

เมื่อการท่องเที่ยวฮาลาลเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถอำนวยความสะดวกด้านอาหารและกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิมเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบริการทางการแพทย์และการรักษาพยาบาล บริการครัวฮาลาลในโรงพยาบาลและโรงแรม รวมถึงบริการดูแลผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 ซึ่งประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศที่ฟื้นตัวจากโรคโควิด -19 เป็นอันดับ 1 จาก 184 ประเทศทั่วโลก ทำให้ความต้องการบริการด้านการแพทย์ของไทยเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

ประเทศไทยมีเครือข่ายการค้าที่ดีกับประเทศมุสลิม

ประเทศไทยมีความร่วมมือในระดับภูมิภาค ภายใต้กรอบ ASEAN IMT-GT และ BIMSTEC โดยประชากรมุสลิมภายใต้กรอบความร่วมมือดังกล่าวมีอยู่ถึง 578 ล้านคน ซึ่งเปิดโอกาสให้ประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศมุสลิมทั่วโลก (OIC) และมีแนวโน้มจะส่งออกเพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าที่นิยมส่งออก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวและเครื่องปรุงรส อาหารทะเลแปรรูป ผักและผลไม้บรรจุกระป๋อง ผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น

กรุงเทพมหานครกับเส้นทางท่องเที่ยวของชาวมุสลิม

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงและจุดหมายปลายทางสำคัญที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมจากทั่วโลก ซึ่งมีแนวโน้มจะเติบโตเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักในอนาคต เนื่องจากมีความพร้อมในทุกด้าน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว บุคลากรที่มีทักษะในการทำงาน การบริการ และสามารถสื่อสารภาษาต่างๆ กับชาวต่างชาติ รวมถึงยังมีสินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมอยู่มากมาย

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จนนำไปสู่การออกแบบรูปแบบการบริการฮาลาลที่เหมาะสม โดยได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้เชี่ยวชาญด้านมุสลิม บล็อกเกอร์ (Blogger) สายท่องเที่ยว และตัวแทนท่องเที่ยวทั่วประเทศกว่า 700 แห่ง เพื่อสร้างคู่มือท่องเที่ยวฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลโรงแรม ร้านอาหาร มัสยิด ธุรกิจบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นำเสนอเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- **กลุ่มเลือกซื้อสินค้า**

แหล่งท่องเที่ยวในย่านใจกลางเมือง เดินทางสะดวกด้วยการคมนาคมที่เชื่อมโยงผ่านรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) และรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที (MRT) โดยเน้นประสบการณ์จับจ่ายซื้อของให้นักท่องเที่ยวแบบครบวงจร เช่น ศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี ศูนย์การค้าสยามพารากอน พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ ซี ไลฟ์ โอเชียน เวิลด์ กรุงเทพฯ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ศูนย์การค้าเกษร วิลเลจ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ชิดลม ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เอ็มบาสซี เดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ ฯลฯ ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้มีร้านอาหารฮาลาลและห้องละหมาดไว้รองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม นอกจากนี้บริเวณใกล้เคียงยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์และศิลปวัฒนธรรม เช่น หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์บ้านจิม ทอมป์สัน ชุมชนมุสลิมบ้านครัว ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนความเป็นไทยสู่สายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างวัฒนธรรม

- **กลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา**

สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา สามารถเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส เชื่อมต่อกับเรือด่วนเจ้าพระยา เพื่อเที่ยวชมสถานที่ที่มีความเชื่อมโยงถึงประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชุมชนของไทย เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม พิพิธภัณฑ์บ้านกุฎีจีน มัสยิดบางหลวง มัสยิดโกซา มิสยิดฮารูณ มัสยิดต้นสน โรงภาษีสไตล์ยุโรป เป็นต้น ขณะเดียวกันก็มีสถานที่ท่องเที่ยวทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันซึ่งนักท่องเที่ยวฮาลาลสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ในบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ศูนย์การค้าเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ ไปจนถึงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบอย่างการล่องเรือชมความสวยงามของแม่น้ำเจ้าพระยา และการรับประทานอาหารบนเรือพร้อมชมวิวแม่น้ำ เป็นต้น

กระตุ้นเศรษฐกิจชายแดนใต้ด้วย SME ฮาลาล

ภาคใต้ของประเทศไทยมีประชากรชาวมุสลิมอาศัยอยู่มากที่สุด โดยเฉพาะในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งหน่วยงานอย่าง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ได้จัดทำโครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการ SME เพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยจัดการอบรม ให้คำปรึกษาในการขอทุน และการจัดตั้งธุรกิจ โดยที่ผ่านมามี SME ที่ได้ริเริ่มธุรกิจและประสบความสำเร็จมาแล้วยกตัวอย่างเช่น

- Fiin Delivery แพลตฟอร์มให้บริการรับ-ส่งอาหาร เปิดช่องทางสั่งซื้ออาหารออนไลน์
- เบญจเมธา โรงงานเซรามิกจากเนื้อดินท้องถิ่น ผสมผสานเอกลักษณ์และกลิ่นอายวัฒนธรรมมุสลิมในพื้นที่ชายแดนใต้
- NASREEN ข้าวเกรียบปลาทอดกรอบไอเดียใหม่ ผลิตในรูปแบบแท่งและแบบแผ่นเพื่อให้สะดวกต่อการรับประทาน

หน่วยงานให้คำปรึกษาธุรกิจฮาลาล

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
www.cicot.or.th

สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย
www.halalstandard.or.th

ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
www.halalscience.org

กรมการท่องเที่ยว
www.dot.go.th/home

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
thai.tourismthailand.org/home

ในยุคที่ทุกคนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแบบรอบด้านผ่านโลกออนไลน์นักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษเฉพาะตัวก็สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเชิงลึกได้มากขึ้นเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นจุดหมายปลายทางที่ให้บริการอาหารฮาลาล ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจของชาวมุสลิม รวมถึงประสบการณ์ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในลักษณะอื่นที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิม แน่นอนว่าประเทศใดที่สามารถพัฒนาศักยภาพ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างรอบด้าน สามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการฮาลาลในประเทศ มีการสร้างมาตรฐานสินค้าฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลอย่างครบวงจร ประเทศนั้นย่อมได้เปรียบ ในการแข่งขันและช่วงชิงความได้เปรียบในตลาดการค้าและการท่องเที่ยวฮาลาล

เห็นได้ว่าการเจาะตลาดฮาลาลต้องอาศัยการวางแผนยุทธศาสตร์อย่างรอบด้าน และไม่มองข้ามรายละเอียดแม้เพียงเล็กน้อย เพราะทุกองค์ประกอบมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้อุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศเติบโต สุดท้ายแล้วผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากที่สุดก็คือประชาชนในชาติ ซึ่งหากไม่เร่งช่วงชิงพื้นที่ทางการตลาด ประเทศไทยเราอาจถูกประเทศที่พัฒนาด้านฮาลาลได้ดีกว่ามา “ดิสรัป” ก็เป็นได้!

A-B ธุรกิจฮาลาล

A — AL MEROZ

อัลมีรอซ คือโรงแรมฮาลาลแห่งแรกของไทย มีสถานที่ประกอบศาสนกิจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะกับชาวมุสลิม

BLEISURE TRAVEL

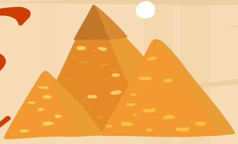
การเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ผสมระหว่างคำว่า Business และ Leisure หมายถึงการพักผ่อนหย่อนใจระหว่างไปทำงานต่างถิ่น

CRESCENT RATING

บริษัทชั้นนำสัญชาติสิงคโปร์ที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาล

DR. AHMAD ELNAGGAR

นักเศรษฐศาสตร์ชาวอียิปต์ผู้ก่อตั้งธนาคาร Mit Ghamr Savings Bank ซึ่งปราศจากดอกเบี้ยตามหลักศาสนาอิสลาม



EGYPT

ประเทศที่ให้กำเนิดธนาคารอิสลามครั้งแรกของโลก ซึ่งกลายเป็นรากฐานของธนาคารอิสลามทั่วโลกในเวลาต่อมา

FRIENDLY TRAVEL

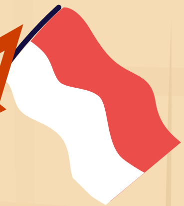
การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เมื่อใช้ในบริบทของการท่องเที่ยวฮาลาลจะหมายถึงที่ท่องเที่ยวซึ่งรองรับชาวมุสลิม

GLOBAL MUSLIM TRAVEL INDEX

ผลสำรวจดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก เพื่อให้เห็นทิศทางการพัฒนาและการลงทุนในธุรกิจฮาลาลในประเทศต่างๆ

HALAL

ในภาษาอาหรับ แปลว่า อนุมัติ เมื่อใช้ในบริบททางศาสนาอิสลามจะหมายถึงสิ่งที่ศาสนาอนุมัติให้กิน ดื่ม และปฏิบัติ



INDONESIA

อินโดนีเซียมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 87 ของประเทศ ถือเป็นประเทศที่มีชาวมุสลิมมากที่สุดในโลก

JOURNEY.CLOUD

แอปพลิเคชันสำหรับเขียนบันทึกประจำวันออนไลน์ เป็นชุมชนที่เน้นแบ่งปันเรื่องราวน่าสนใจระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

KEBAB

อาหารอาหรับที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมุสลิม มีลักษณะคล้ายกับบาร์บีคิวที่นำเนื้อวัว ไก่ แพะ แกะ และผักมาเสียบไม้ย่าง

LOW SEASON

ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อยเพราะไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ ข้อดีคือคนไม่เยอะ ตั๋วเดินทางและที่พักราคาไม่สูง

MUSLIM-FRIENDLY HOTEL

โรงแรมที่จัดเตรียมสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น ห้องละหมาด อาหารฮาลาล

NON-OIC

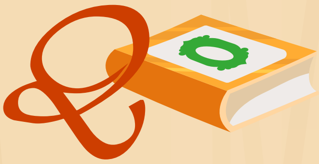
กลุ่มประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม ประเทศไทยจัดเป็นประเทศ Non-OIC ที่มีนักท่องเที่ยวมุสลิมมาเยือนมากเป็นอันดับ 2 รองจากสิงคโปร์

ORGANIZATION OF ISLAMIC COOPERATION: OIC

องค์การความร่วมมืออิสลาม ตั้งขึ้นในปี 2512 เพื่อความร่วมมือด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมระหว่างประเทศมุสลิม 57 ประเทศ

PRAYER MAT

ผ้าปูสำหรับละหมาด เป็นผ้าสะอาดขนาดประมาณ 3 x 5 ฟุต นิยมใช้ผ้ากำมะหยี่ที่มีสัญลักษณ์แสดงถึงความภักดีต่อพระเจ้า



QURAN

อัลกุรอาน คือคัมภีร์ศักดิ์สิทธิ์ของศาสนาอิสลาม ชาวมุสลิมเชื่อว่าเป็นคัมภีร์สุดท้ายที่อัลลอฮ์มอบให้แก่มนุษยชาติ

RAMADAN

ชื่อเรียกเดือนแห่งการถือศีลอดของชาวมุสลิม คนไทยเรียกว่าเดือนรอมฎอน ซึ่งห้ามชาวมุสลิมบริโภคอาหารตั้งแต่พระอาทิตย์ขึ้นจนถึงตกดิน

SALAH

การละหมาดเป็นการแสดงความเคารพต่ออัลลอฮ์ วันละ 5 เวลา ทุกครั้งจะต้องหันหน้าไปทางทิศตะวันตก ซึ่งเป็นที่ตั้งของนครมักกะฮ์

THE CENTRAL ISLAM COUNCIL OF THAILAND

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (กอท.) ให้คำปรึกษาเรื่องที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม และออกใบรับรองผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

UMRAH

อุมเราะห์ คือการเดินทางไปแสวงบุญและปฏิบัติศาสนากิจที่นครมักกะฮ์ ซึ่งถือเป็นการแสวงบุญเล็กก่อนเข้าสู่เทศกาลฮัจญ์

VISA

ชาวมุสลิมจะต้องยื่นขอวีซ่าสำหรับแสวงบุญ หรือ Hajj Visa จากทางการซาอุดีอาระเบีย ก่อนที่จะเดินทางไปร่วมพิธีฮัจญ์ ณ นครมักกะฮ์

WORLD HALAL FEST

มหกรรมสินค้าและบริการฮาลาลระดับนานาชาติ เพื่อส่งเสริมและยกระดับธุรกิจฮาลาลของไทยให้แข่งขันได้ในระดับโลก

XE CURRENCY

แอปพลิเคชันเช็คอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา เหมาะสำหรับผู้ที่เดินทางระหว่างประเทศ สามารถแปลงค่าของหลายสกุลเงินได้ภายในครั้งเดียว

YANA RESTAURANT

ร้านอาหารฮาลาลในศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ ให้บริการอาหารไทยและอาหารฮาลาลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม

ZAKAT

ซะกาต คือการทำทานประจำปี โดยชาวมุสลิมต้องนำอาหารหรือทรัพย์สินส่วนหนึ่งมอบให้แก่ผู้อื่นในเดือนรอมฎอนเพื่อลดความตระหนี่

มุสลิม มิลเลนเนียลส์ บุกวงการท่องเที่ยวโลก

เมื่อชาวมุสลิมกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลกที่ไม่จำกัดการเดินทางเฉพาะในกลุ่มประเทศมุสลิมด้วยกันอีกต่อไป เมืองท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกตรงตามหลักศาสนาอิสลามมากที่สุดย่อมกลายเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวมุสลิมรุ่นใหม่ได้ไม่ยาก

สิ่งที่เติบโตตามมาคือ “การท่องเที่ยวฮาลาล” (Halal Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิมที่มีรายละเอียดปลีกย่อยแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ตั้งแต่โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานพักผ่อนหย่อนใจ และที่สำคัญคือ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติศาสนกิจประจำวันของชาวมุสลิม นำไปสู่เทรนด์ที่เรียกว่า “Muslim-Friendly Tourism” หรือการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวมุสลิม ซึ่งผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมสำหรับขยายโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“Millennials” ผู้บริโภคหลักที่มีอิทธิพลต่อตลาด

การแยกกลุ่มคนตามช่วงวัยและอายุจะทำให้เข้าใจพฤติกรรมและแรงขับเคลื่อนทางความคิดของคนในแต่ละรุ่นหรือเจเนอเรชันได้ดียิ่งขึ้น ในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีคำหนึ่งที่ใช้กันแพร่หลายในวงการสื่อและการตลาดนั่นคือ “มิลเลนเนียลส์” (Millennials) หรือเรียกอีกชื่อว่า “เจเนอเรชันมี” (Generation Me) หมายถึงกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 ถึง 2539 หรือมีอายุประมาณ 24-39 ปี ณ ปี พ.ศ. 2563 อย่างไรก็ดี การให้คำนิยามคนกลุ่มมิลเลนเนียลส์จะเน้นที่อุปนิสัยมากกว่าอายุ

ลักษณะเด่นของคนกลุ่มนี้ คือมีความเป็นตัวของตัวเองสูง บางครั้งอาจถือตัวเองเป็นศูนย์กลาง มีการศึกษาดี ใช้เทคโนโลยีเก่ง ทำงานได้หลายอย่างในเวลาเดียวกัน ให้ความสำคัญกับคุณค่ามากกว่าปริมาณ แสวงหาความสำเร็จ เปลี่ยนงานบ่อย วิถีชีวิตและความชอบของคนกลุ่มมิลเลนเนียลส์มีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อทิศทางตลาดในปัจจุบัน โดยเฉพาะแนวคิดที่เน้นความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิต (Work-Life Balance) ชาวมิลเลนเนียลส์จึงนิยมใช้วันหยุดหรือเวลาว่างในการออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ และนำแบ่งปันพร้อมแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมอยู่เสมอ

เมื่อชาวมิลเลนเนียลส์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานจึงมีกำลังซื้อ บวกกับความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและวิธีคิดที่ส่งเสริมให้ออกไปใช้ชีวิต ทำให้ “การท่องเที่ยว” กลายเป็นกิจกรรมที่ตอบโจทย์คนกลุ่มนี้ได้มาก ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศหรือต่างประเทศ โดยอาศัยเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่เป็นจำนวนมากช่วยในการวางแผนและจัดการการเดินทาง

ทำความรู้จัก มุสลิม มิลเลนเนียลส์ (MMT)

ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมกลายเป็นผู้บริโภคหลักที่เข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก ผ่านการเดินทางและการใช้บริการสถานประกอบการต่างๆ ที่ยึดโยงกับหลักปฏิบัติทางศาสนา ทั้งนี้ชาวมุสลิมที่เดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดคือคนกลุ่มมุสลิมมิลเลนเนียลส์ หรือ “Muslim Millennials Travelers: MMT” โดยคาดว่าในอีก 2-3 ปีข้างหน้าตลาดท่องเที่ยวมุสลิมมีแนวโน้มจะขับเคลื่อนด้วยคนกลุ่มนี้อย่างเต็มรูปแบบ ผู้ประกอบการจึงควรทำความเข้าใจความต้องการของคนกลุ่มมุสลิมมิลเลนเนียลส์ให้ถ่องแท้ เพื่อโอกาสในการสร้างหรือปรับเปลี่ยนธุรกิจให้สอดรับกับเทรนด์การท่องเที่ยวฮาลาลในอนาคต

เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค กลุ่ม MMT

ร้อยละ 40
ของนักท่องเที่ยวมุสลิม คือ
คนกลุ่ม MMT

ท่องเที่ยวเพื่อ
การพักผ่อนและการพัฒนาตนเอง

อายุประมาณ
24-39 ปี
(ในปี พ.ศ. 2563)

เดินทางท่องเที่ยวปีละ **2-5 ครั้ง**
ครั้งละประมาณ **5-6 วัน**

ส่วนใหญ่เดินทางมาจาก
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้
(อาเซียน)

ใช้จ่ายในการ
ท่องเที่ยวทริปละ
16,000 - 63,000 บาท

นิยมไปเที่ยวกับ
เพื่อนและครอบครัว

ใช้บริการขนส่งสาธารณะ
เน้น**สถานที่ที่ไปถึงง่าย**
เดินทางสะดวก

วางแผนล่วงหน้า
ก่อนเดินทางราว **1-6 เดือน**

ใช้อินเทอร์เน็ต
ในการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก

ที่มา: งานวิจัย Global Muslim Travel Index

มุสลิมมิลเลนเนียลส์กับ การเลือกจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

การที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MMT จะเลือกประเทศ เมือง หรือแหล่งท่องเที่ยวใดเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในแต่ละทริปอาศัยปัจจัยต่อไปนี้ในการประกอบการตัดสินใจ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักๆ ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความเป็นของแท้ (Authentic)	จุดหมายปลายทางมีเอกลักษณ์ที่เป็นของแท้	อาหารท้องถิ่นรองรับความเป็นฮาลาล	แผนการเดินทางยืดหยุ่น สามารถปรับให้เข้ากับวิถีมุสลิม
ราคาเหมาะสม (Affordable)	โรงแรมและที่พักราคาคุ้มค่า	บริการขนส่งสาธารณะสะดวก	การสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ในราคาสมเหตุสมผล
เข้าถึงง่าย (Accessible)	เทคโนโลยีทันสมัย รองรับการออนไลน์และการติดต่อทางไกล	การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร บริการด้านการท่องเที่ยวได้ง่าย	การแบ่งปันประสบการณ์ได้ทันที

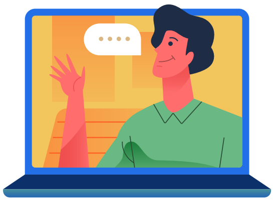
ที่มา: TAT Review Magazine

โอกาสในการดึงดูด
นักท่องเที่ยว MMT ผ่านโลกออนไลน์

จากประชากรมุสลิมทั่วโลกที่มีเกือบ 2 พันล้านคน ในจำนวนนี้ร้อยละ 60 คือชาวมุสลิมที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ซึ่งก็คือคนกลุ่ม MMT ที่สามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างชำนาญ ก่อนที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมักใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลและวางแผนทริปท่องเที่ยว โดยจากผลสำรวจดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลกประจำปี พ.ศ. 2561 (Global Muslim Travel Index: GMTI 2018) ระบุว่าคนกลุ่ม MMT มักศึกษาข้อมูลผ่านโลกออนไลน์ด้วยวิธีการต่อไปนี้

ติดตามอินฟลูเอนเซอร์
สายท่องเที่ยว

ชมคลิปวิดีโอ
เพื่อดูบรรยากาศจริง



แบ่งปันประสบการณ์
ได้ทันที

มองหาอะไร?

ร้านอาหารฮาลาล

มัสยิดหรือสถานที่
ละหมาดที่อยู่ใกล้ๆ

โรงแรม/ที่พักที่เป็นมิตร
กับชาวมุสลิม

กิจกรรมท่องเที่ยวที่มอบ
ประสบการณ์แปลกใหม่

เห็นได้ชัดว่ากลุ่ม MMT มีแนวโน้มที่จะเลือกจุดหมายปลายทางที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ดีที่สุด โดยข้อมูลออนไลน์และสื่อสังคมมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง รวมถึงซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นหน้าที่ของผู้ประกอบการจึงไม่เพียงที่จะต้องพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมมิลเลนเนียลส์ แต่ยังต้องเข้าใจทิศทางของการท่องเที่ยวฮาลาล รวมถึงรู้เท่าทันพฤติกรรมของคนกลุ่ม MMT พร้อมคิดหากลยุทธ์ทางการตลาดที่จะมัดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ได้ ใครเคลื่อนไหวก่อน ย่อมได้เปรียบ

การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ในพื้นที่พหุวัฒนธรรมชายแดนใต้

โลกยุคข้อมูลข่าวสารทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงชุดความรู้ต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย ยิ่งมีความรู้และมุมมองที่กว้างไกลมากเท่าไรก็ยิ่งมีโอกาสในการพัฒนาและสร้างอาชีพให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาดปัจจุบันมากขึ้นเท่านั้น

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD เป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการจัดการ พัฒนา และส่งต่อองค์ความรู้ให้แก่ประชาชน ภายใต้แนวคิด “Knowledge is Opportunity” หรือความรู้เปรียบดังประตูนำไปสู่โอกาสใหม่ในชีวิต โดยเฉพาะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก สามารถสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้คนรุ่นใหม่เห็นโอกาสและการเตรียมพร้อมในการพัฒนาทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21

สถาบันอุทยานการเรียนรู้ เป็นหน่วยงานในสังกัด OKMD จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการปลูกฝังและส่งเสริมนิสัยรักการอ่านการเรียนรู้ และการแสวงหาความรู้อย่างสร้างสรรค์ต่อเนื่องตลอดชีวิต รวมถึงการพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ อันเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมและต่อยอดให้เกิดการเรียนรู้ยิ่งขึ้น โดยร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรที่สนใจและมีความพร้อมในการพัฒนาอุทยานการเรียนรู้ขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ

ปัจจุบันมีอุทยานการเรียนรู้เครือข่ายที่เปิดให้บริการแล้วในระดับจังหวัด รวม 29 แห่ง ใน 22 จังหวัด และพื้นที่เรียนรู้ขนาดเล็ก 20 แห่ง รวมทั้งพื้นที่ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้างหรือปรับปรุง อีก 7 แห่ง โดยในภาคใต้มีอุทยานการเรียนรู้เครือข่ายมากที่สุด รวม 10 แห่ง ได้แก่

1. อุทยานการเรียนรู้ยะลา
2. อุทยานการเรียนรู้ปัตตานี
3. อุทยานการเรียนรู้นราธิวาส
4. อุทยานการเรียนรู้นครหาดใหญ่
5. อุทยานการเรียนรู้สงขลา
6. อุทยานการเรียนรู้บ้านพรุ
7. อุทยานการเรียนรู้สตูล
8. อุทยานการเรียนรู้นครภูเก็ต
9. อุทยานการเรียนรู้สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนเคหะรัษฎา จังหวัดภูเก็ต
10. อุทยานการเรียนรู้นครศรีธรรมราช

แผนที่เครือข่าย
TK Park Network

สถาบันอุทยานการเรียนรู้ยังได้ร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในระดับโรงเรียนและชุมชน ได้แก่

แหล่งเรียนรู้	ภาคีเครือข่าย
• ห้องสมุดมีชีวิตในรูปแบบตู้คอนเทนเนอร์ในโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล 76 แห่ง ใน 76 จังหวัด	• กรมโยธาธิการและผังเมือง
• แหล่งเรียนรู้มีชีวิตระดับตำบล	• ภาคีเครือข่ายที่มีศูนย์เรียนรู้ - สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ - สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย - กรมการพัฒนาชุมชน - สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
• E-Library ในห้องสมุดประชาชนเฉลิมราชกุมารี 103 แห่งทั่วประเทศ	• สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

อุทยานการเรียนรู้ยะลากับการสร้างความเท่าเทียมทางการเรียนรู้ในพื้นที่ชายแดนใต้

อุทยานการเรียนรู้ยะลา บริหารงานโดยเทศบาลนครยะลา นับเป็นอุทยานการเรียนรู้ในระดับภูมิภาคแห่งแรกของสถาบันอุทยานการเรียนรู้ เปิดให้บริการเมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 โดยมีการจัดการเรียนรู้ภายใต้บริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นชายแดนใต้ผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย นำเสนอสาระความรู้ผ่านหนังสือ ดนตรี กิจกรรม และสื่อมัลติมีเดีย ให้ประชาชนทุกเชื้อชาติและศาสนาได้เรียนรู้ร่วมกัน อันเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในกระบวนการพัฒนา การสร้างสันติสุข ความเข้าใจ ความสามัคคี และความเท่าเทียมกันให้เกิดขึ้นในสังคมพหุวัฒนธรรมแห่งนี้ ผ่าน 4 กลุ่มกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย

1 กิจกรรมส่งเสริมการอ่าน

เพื่อปลูกฝังและสร้างนิสัยรักการอ่านผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น

- การเล่านิทาน
- โครงการห้องสมุดเคลื่อนที่ TK Mobile Library
- โครงการ Reading Power ปล่อยพลังรักการอ่าน
- การประกวดการอาซาน หรือเสียงเรียกสู่การละหมาด
- โครงการครอบครัวอัจฉริยะ...ด้วยการอ่าน

TK Mobile Library

โครงการ Reading Power

โครงการครอบครัวอัจฉริยะ...ด้วยการอ่าน

2 การส่งเสริมทักษะชีวิต

เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้แก่เด็กและเยาวชน อันจะนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สมานฉันท์ และเอื้ออาทรต่อกัน ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น

- โครงการเยาวชนจิตอาสาพัฒนาทีเค ปลูกฝังจิตสำนึกด้านจิตสาธารณะต่อการทำงานเพื่อชุมชน
- โครงการอบรมการทำอาหาร บูดู มากกว่าทรงเครื่อง
- โครงการอบรมภาษามาลายู แกแจะนายู
- โครงการเลี้ยงลูกอย่างไรไม่ให้ถูกบูลลี่
- โครงการอบรมทำอาหาร สูตรอร่อยกับอินทผาลัม

อบรมการทำอาหาร บูดู มากกว่าทรงเครื่อง

อบรมภาษามาลายู แกแจะนายู

โครงการเลี้ยงลูกอย่างไรไม่ให้ถูกบูลลี่

3 การส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม

เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการสร้างจินตนาการ ผ่านการใช้สื่อศิลปะและกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น

- โครงการเรียนรู้ทักษะทางศิลปะ
- โครงการอักษรศิลป์ภาษาอาหรับ/ภาษาจีน
- โครงการลุย ล่อง เล่าเรื่อง เมืองยะลา
- โครงการ Creative Food หมี่เบตง สร้างสรรค์จัดจาน สร้างศิลป์

โครงการ Creative Food

โครงการอักษรศิลป์ภาษาอาหรับ/ภาษาจีน

โครงการลุย ล่อง เล่าเรื่อง เมืองยะลา

4 การส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เพื่อให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการแสวงหาความรู้และเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถนำความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และไอทีไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น

โครงการแล็บวิทย์

- โครงการแล็บวิทย์
- โครงการ Brain เกมคณิต วิทย์สนุก
- โครงการ Smart App สมาร์ตแอปผู้สูงอายุ
- โครงการ Go Green โก กรีน เพื่อการแยกขยะในครัวเรือน

โครงการ Brain เกมคณิต วิทย์สนุก

โครงการ Go Green

โครงการ Smart App สมาร์ตแอปผู้สูงอายุ

ความรู้ไม่ได้อยู่แค่ในห้อง

ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด -19 อุทยานการเรียนรู้ยะลาและห้องสมุดมีชีวิตไม่อาจทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้กันได้ แพลตฟอร์มออนไลน์และอินเทอร์เน็ตจึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างห้องเรียนและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนยังสามารถเรียนรู้ได้ แม้ไม่สามารถเดินทางมาที่อุทยานการเรียนรู้ยะลา เช่น

- โครงการสอนภาษาออนไลน์
- โครงการสอนศิลปะออนไลน์
- โครงการรู้และเข้าใจ Food Loss, Food Waste ตอน Save Food Good Life บุกบ้านคนรักษ์โลก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และนำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ฟุ่มเฟือย

กิจกรรมอื่นๆ ของ OKMD เพื่อการส่งเสริมธุรกิจฮาลาล

- ศูนย์ความรู้กินได้ของ OKMD ร่วมกับวิทยาลัยชุมชนยะลา จัดกิจกรรม กล่องความรู้กินได้ วิเคราะห์ทรัพยากรและอาชีพในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มโอกาสในการพัฒนาต่อยอดและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น อาชีพช่างตัดเย็บฮิญาบสตรีมุสลิม อาชีพช่างตัดเย็บชุดโต๊ป (มุสลิมชาย)
- รายการ Knowledge Box จัดกิจกรรมไลฟ์สดผ่านสื่อสังคม เรื่อง Halal Tourism โอกาสใหม่สำหรับการท่องเที่ยวแบบฮาลาล เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจสามารถมองเห็นช่องทางและโอกาสในการต่อยอดธุรกิจ และเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิมมากยิ่งขึ้น

รวมมิตรข้อมูลตัวเลข ธุรกิจฮาลาล (HALAL BUSINESS)

ผู้บริโภคมุสลิมทั่วโลก

1,900 ล้านคน

คิดเป็น **24.36%** ของประชากรโลก

ที่มา: World Population Review

คาดการณ์ปี พ.ศ. 2603

ประชากรมุสลิมทั่วโลก จะมีมากกว่า

3 พันล้านคน

คิดเป็น **31.1%** ของประชากรโลก

ที่มา: ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว (CTRD) สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

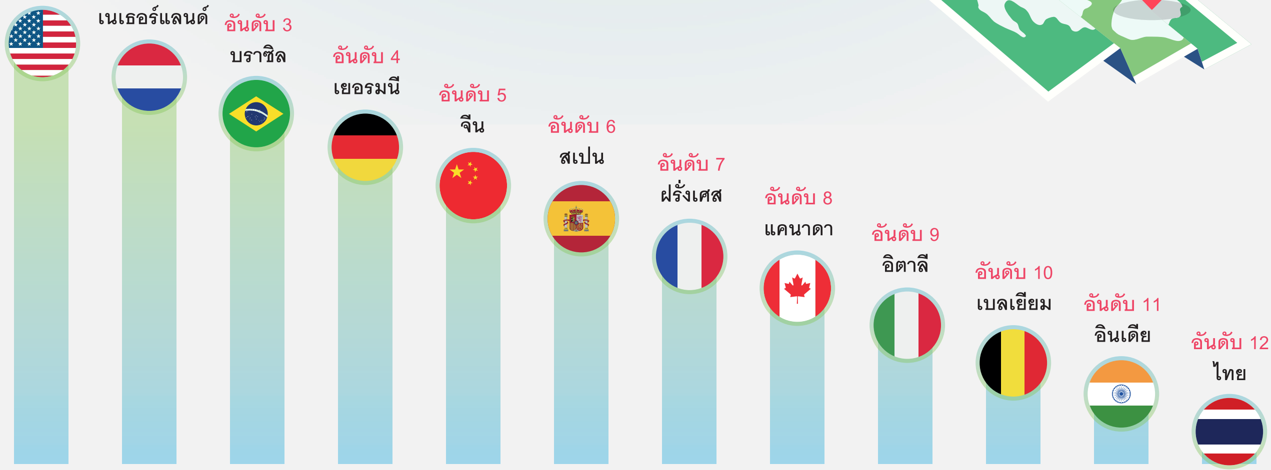
มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลทั่วโลก ปี พ.ศ. 2562 ประมาณ

35 ล้านล้านบาท

ปี	มูลค่า	การเปลี่ยนแปลง
พ.ศ. 2562	34,366 ล้านล้านบาท	▼ 1.11%
พ.ศ. 2561	34,754 ล้านล้านบาท	▲ 3.55%
พ.ศ. 2560	33,561 ล้านล้านบาท	▲ 8.27%
พ.ศ. 2559	30,995 ล้านล้านบาท	

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

อันดับประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาล พ.ศ. 2562



ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

มูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทย พ.ศ. 2562

- **อันดับ 12** ของโลก
- **อันดับ 3** ของเอเชีย (รองจากจีนและอินเดีย)
- **อันดับ 1** ในอาเซียน

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

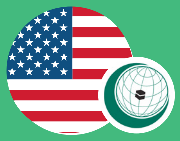
มูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทย พ.ศ. 2559-2562

ปี	มูลค่า	การเปลี่ยนแปลง
พ.ศ. 2562	8.75 แสนล้านบาท	▼ 2.23%
พ.ศ. 2561	8.95 แสนล้านบาท	▲ 6.17%
พ.ศ. 2560	8.43 แสนล้านบาท	▲ 11.21%
พ.ศ. 2559	7.58 แสนล้านบาท	

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

3 อันดับตลาดส่งออกอาหารฮาลาลของไทย พ.ศ. 2562

จีน


สหรัฐอเมริกา/กลุ่มประเทศองค์การความร่วมมืออิสลาม

ญี่ปุ่น

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

ผลิตภัณฑ์
152,636 ผลิตภัณฑ์

โรงงาน
3,386 โรงงาน

ผู้ทำธุรกิจฮาลาลไทย
4,703 ราย

เครื่องหมายการค้า
12,517 รายการ

ใบรับรอง
6,955 รายการ

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

SCAN QR CODE
เพื่อรับชม GIF

COVID-19 และผลกระทบต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคมุสลิม

มูลค่าการบริโภคสินค้าฮาลาลของชาวมุสลิมทั่วโลก
มากกว่า
60.26
ล้านล้านบาท

อาหารฮาลาล
34.9
ล้านล้านบาท
▼0.2%

เครื่องแต่งกายและแฟชั่น
8.36
พันล้านบาท
▼2.9%

เครื่องสำอางและความงาม
1.97
พันล้านบาท
▼2.5%

สื่อและความบันเทิง
6.62
พันล้านบาท
▼3.7%

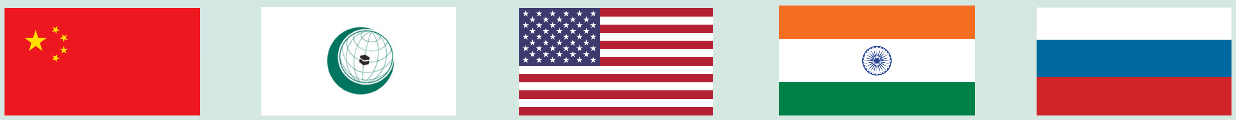
ยาและเวชภัณฑ์
2.8
พันล้านบาท
▼6.9%

ภาคการเดินทางและท่องเที่ยว
5.79
พันล้านบาท
▼70%

ที่มา: State of the Global Islamic Economy Report, 2563-2564

ตลาดสินค้าฮาลาลที่ไทยส่งออกมากที่สุด 5 อันดับแรก

1. จีน (ประชากรมุสลิม 137.8 ล้านคน)
2. กลุ่มประเทศมุสลิม (OIC) 57 ประเทศ
3. สหรัฐฯ (ประชากรมุสลิม 6.8 ล้านคน)
4. อินเดีย (265.8 ล้านคน)
5. รัสเซีย (24.7 ล้านคน)



ที่มา: State of the Global Islamic Economy Report, 2563-2564

หน่วยงานอนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาลในประเทศไทย คือ สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท)

ประเภทการรับรองฮาลาลในประเทศไทย

สถาน
ประกอบการเชือด

สถานประกอบการ
ผลิตอาหาร

สินค้านำเข้า
(สารปรุงแต่ง อาหารสำเร็จรูป
เนื้อสัตว์)

การบริการ
(ร้านอาหาร โรงแรม
สปา โรงพยาบาล)

ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถอดรหัสเลขรับรองฮาลาลไทย

ฮาลาล
เป็นภาษาอาหรับอยู่สี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ซึ่งมีพื้นหลังเป็นแถบเส้นตรงแนวตั้ง

สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

กอส.ฮล. XX XXX XXX XX XX

- XX — รหัสผลิตภัณฑ์/กลุ่มประเภทสินค้า
- XXX — รหัสบริษัท/เลขทะเบียน
- XXX — รหัสสินค้าผลิตภัณฑ์บริษัท/เลขตามลำดับรายการ
- XX XX — เดือน ปี ที่อนุมัติ/เดือน ปี ที่ออกรหัสผลิตภัณฑ์

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

crescent rating

เคล็ดลับการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านฮาลาล

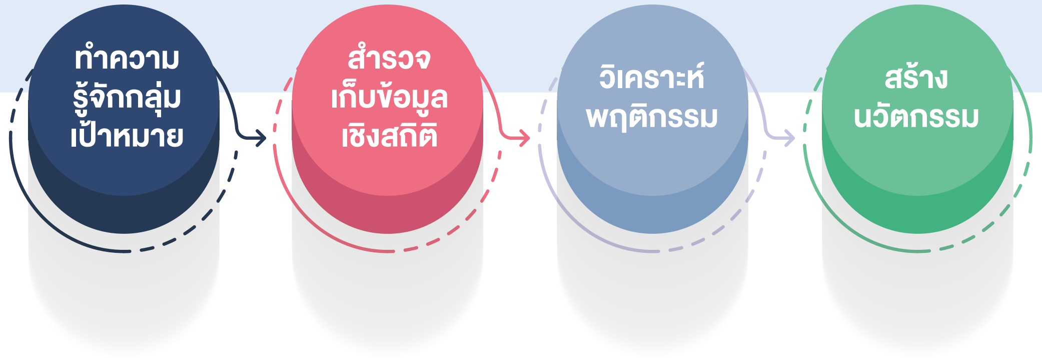
ประชากรมุสลิมเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตรวดเร็วที่สุด ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามอาจจะคุ้นเคยกับการรองรับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ตรงข้ามกับประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมที่ต้องทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบบริการให้เหมาะสม

เครสเซนต์เรตติ้ง (CrescentRating) บริษัทสัญชาติสิงคโปร์ ซึ่งถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2551 กลายเป็นบริษัทระดับโลกที่ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวแบบฮาลาล หลังหันมาเจาะตลาดเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวแบบฮาลาลเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2554 ปัจจุบันบริษัทกลายเป็นผู้ให้บริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาล มีการทำแบบสำรวจและเก็บสถิติที่น่าเชื่อถือที่หลายหน่วยงานนำไปใช้อ้างอิง รวมถึงให้บริการให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนทั่วโลกในการส่งเสริมธุรกิจฮาลาลแบบครบวงจร ความสำเร็จและการเติบโตแบบก้าวกระโดดของเครสเซนต์เรตติ้งจึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจธุรกิจที่เกี่ยวกับฮาลาลทุกประเภท

สร้างธุรกิจจากการวิเคราะห์พฤติกรรม

ในการเริ่มทำธุรกิจ สิ่งสำคัญคือต้องรู้จักและเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรก ทว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แม้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกจะเริ่มตื่นตัวกับการเพิ่มขึ้นของกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีการเดินทางและการใช้จ่ายเงินนอกประเทศมากขึ้นแต่กลับไม่มีการเก็บข้อมูล อย่างเป็นระบบเพื่อนำมาอธิบายปรากฏการณ์ท่องเที่ยวที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนบัญญัติของอิสลาม ขณะที่ประเทศสิงคโปร์มีประชากรมุสลิมคิดเป็นร้อยละ 16 ของประเทศ และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ถูกแวดล้อมด้วยประเทศเพื่อนบ้านที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ได้แก่ มาเลเซีย ซึ่งมีประชากรมุสลิมร้อยละ 66 บรูไนดารุสซาลาม ร้อยละ 75 และอินโดนีเซีย ร้อยละ 87 เมื่อเล็งเห็นโอกาสจากสถานการณ์ทั้งสองประการนี้ บริษัท เครสเซนต์เรตติ้ง จำกัด จึงพลิกโฉมธุรกิจด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเก็บรวบรวม จัดการและสร้างฐานข้อมูลเชิงลึกจากข้อมูลผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมจำนวนมาก ซึ่งทำให้บริษัทสามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวฮาลาลระดับโลกในปัจจุบัน

งานของเครสเซนต์เรตติ้งคือการสำรวจและเก็บข้อมูลเชิงสถิติ ทั้งเรื่องการเดินทาง การจับจ่ายใช้สอย และการท่องเที่ยวของชาวมุสลิม เพื่อช่วยในการทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล (Big Data) และสรุปออกมาเป็นชุดข้อมูลที่สามารถช่วยอธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างแม่นยำ ก่อนจะนำข้อมูลเหล่านั้นมาบูรณาการเป็นแผนงานภาคปฏิบัติและส่งมอบให้หน่วยงานรัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจประเภทต่างๆ นำไปปรับใช้จริง เพื่อรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดการท่องเที่ยวฮาลาล โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักท่องเที่ยวมุสลิมเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ทั่วโลกได้อย่างถูกต้องตามหลักบัญญัติของศาสนาอิสลาม ส่วนผู้ประกอบการก็สามารถพัฒนาและนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

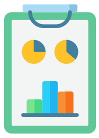


สร้างนวัตกรรมที่ส่งเสริมตลาดฮาลาลให้เติบโต

นอกเหนือจากการบริการให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่องค์กร หน่วยงาน และผู้ประกอบการที่ต้องการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวฮาลาล เครสเซนต์เรตติ้งยังได้สร้างนวัตกรรมของตนเองเพื่อสนับสนุนธุรกิจในอุตสาหกรรมฮาลาลให้เติบโตมากยิ่งขึ้นผ่านรูปแบบการสร้างนวัตกรรมที่พัฒนามาจากชุดข้อมูล ดังต่อไปนี้

จัดทำแผนที่ระบุพิกัดธุรกิจฮาลาลทั่วโลก

มีการรวบรวมข้อมูลและระบุพิกัดที่ตั้งของธุรกิจฮาลาลในพื้นที่ต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบว่าในแต่ละพื้นที่มีธุรกิจฮาลาลประเภทใดอยู่บ้าง ขณะที่นักท่องเที่ยวมุสลิมเองก็มีคู่มือช่วยเลือกที่พักร้านอาหาร และบริการที่ตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม ทำให้การวางแผนการท่องเที่ยวทำได้ง่ายและมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น



ทำการสำรวจเทรนด์ท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก

มีการร่วมมือกับผู้ให้บริการเครือข่ายชำระเงินผ่านบัตรรายใหญ่อย่างมาสเตอร์การ์ด (Mastercard) ทำการสำรวจดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก และจัดทำเป็นรายงานประจำปีที่ช่วยชี้แนะทิศทางการพัฒนาและการลงทุนสำหรับการทำธุรกิจฮาลาลในประเทศต่างๆ

นำเสนอรายงานความเคลื่อนไหวของตลาดฮาลาลในปัจจุบัน

มีการอัปเดตเทรนด์ตลาด ผลิตและเผยแพร่ชุดข้อมูลที่เท่าทันสถานการณ์ออกมาสู่สังคม เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทำความเข้าใจความเคลื่อนไหวและการเติบโตของตลาดฮาลาลอย่างทันสถานการณ์

มองหานวัตกรรมสำหรับอนาคต

มีการแนะนำกลยุทธ์เฉพาะทางที่เหมาะสมกับการประกอบธุรกิจฮาลาลสมัยใหม่ ช่วยมองหาทางเลือกและแนวทางแก้ปัญหาให้แก่ผู้ประกอบการฮาลาล เพื่อเพิ่มศักยภาพและยกระดับความสามารถให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดในระยะยาว ทำการสำรวจเทรนด์ท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก มีการร่วมมือกับผู้ให้บริการเครือข่ายชำระเงินผ่านบัตรรายใหญ่อย่าง มาสเตอร์การ์ด (Mastercard) ทำการสำรวจดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก (Global Muslim Travel Index: GMTI) และจัดทำเป็นรายงานประจำปีที่ช่วยชี้แนะทิศทางการพัฒนาและการลงทุนสำหรับการทำธุรกิจฮาลาลในประเทศต่างๆ

ที่มา: www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html

บริการครบวงจร คือกลยุทธ์แห่งความสำเร็จ

เคล็ดลับสำคัญที่ช่วยผลักดันให้เครสเซนต์เรตติ้งเติบโตเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้นำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบฮาลาลคือ การให้บริการครบวงจร (One-Stop Service) ที่ครอบคลุมทุกความต้องการ รวมถึงการคาดการณ์และจัดเตรียมสินค้าและบริการที่เหนือความคาดหมายไว้ตอบสนองความจำเป็นในอนาคตของลูกค้าอีกด้วย

1 Training Academy
การก่อตั้งสถาบันซีอาร์อะคาเดมี (CR Academy) เปิดสอนหลักสูตรการตลาดและการบริหารทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อผลิตบุคลากรออกมารองรับการเติบโตของธุรกิจฮาลาล

2 Halal-in-Travel Consultancy Conference
การจัดประชุมและเสวนาทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในแวดวงธุรกิจการท่องเที่ยวฮาลาล

3 Reports
การจัดทำและเผยแพร่รายงานและผลสำรวจด้านต่างๆ ที่มีส่วนช่วยชี้แนะและส่งเสริมธุรกิจและการลงทุนในอุตสาหกรรมสินค้าบริการ และการท่องเที่ยวฮาลาล โดยสามารถติดตามอ่านได้ผ่านเว็บไซต์ www.crescentrating.com

4 Business Intelligence (BI)
การนำเสนอเทคโนโลยีซอฟต์แวร์ที่ช่วยสรุปภาพรวมในเชิงธุรกิจการท่องเที่ยวฮาลาลผ่านรูปภาพ กราฟ สถิติ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจวางแผนธุรกิจได้ง่ายขึ้น

5 Consultancy
การให้บริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจ การหาแนวทางในการแก้ปัญหา การปรับทิศทางการพัฒนาและการลงทุนสำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการฮาลาล รวมถึงนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

6 Rating Service
การเป็นสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือที่ได้รับการยอมรับในระดับเอเชียและระดับโลก โดยเน้นการสำรวจ เก็บข้อมูล รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวแบบฮาลาลเป็นหลัก

ผลตอบรับจากการใช้กลยุทธ์ด้านต่างๆ ในการบริหารจัดการ ส่งผลให้เครสเซนต์เรตติ้งเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงระดับสากล ได้ร่วมงานกับหน่วยงานรัฐ สำนักข่าว และองค์กรระดับโลกมากมาย พร้อมทั้งขยายฐานลูกค้าครอบคลุมธุรกิจหลากหลายแขนงที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบฮาลาล ยกตัวอย่างเช่น

ที่มา: Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index (GMTI)

GMTI หรือ Mastercard - Crescentrating Global Muslim Travel Index เป็นหนึ่งในผลสำรวจที่ทรงอิทธิพลที่สุดในแวดวงอุตสาหกรรมฮาลาล เนื่องจากมีข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลในหลากหลายมิติ อาทิ การจัดอันดับรายชื่อประเทศยอดนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวและใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การรายงานข้อมูลเชิงลึกถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งทำให้ทราบว่าธุรกิจหรือสินค้าฮาลาลประเภทใดกำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมุสลิมช่วยผู้ประกอบการมีความเข้าใจในการทำธุรกิจฮาลาลมากยิ่งขึ้น รวมถึงยังเป็นแหล่งอ้างอิงสำคัญที่ช่วยให้รัฐบาลประเทศต่างๆ นำมาใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อจะได้ลงทุนและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้พร้อมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมยิ่งขึ้น

ปัจจัยพื้นฐานที่ GMTI ให้ความสำคัญ

รายชื่อประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมุสลิมและประเภทธุรกิจฮาลาลที่ปรากฏในผลสำรวจ GMTI กลายเป็นที่สนใจของบรรดานักลงทุนที่ต้องการเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจในธุรกิจฮาลาล ซึ่งประเทศหรือธุรกิจที่จะติดอันดับของ GMTI ได้นั้น จะต้องผ่านเกณฑ์พื้นฐาน 4 ประการซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในประเทศหรือธุรกิจของตนเอง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิมให้มากขึ้น

การเข้าถึง (ACCESS)
- การขอวีซ่าง่ายหรือไม่
- การคมนาคมพื้นฐานเพียงพอหรือไม่

การสื่อสาร (COMMUNICATIONS)
- การสื่อสารต้นทางและปลายทางสะดวกและมีประสิทธิภาพหรือไม่
- ความเข้าใจเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะของความเป็นฮาลาลหรือไม่

การบริการ (SERVICES)
- บริการอาหารฮาลาลและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวมุสลิมหรือไม่
- สนามบินและสถานประกอบการเป็นมิตรต่อชาวมุสลิมหรือไม่

สภาพแวดล้อม (ENVIRONMENT)
- สภาพอากาศเหมาะสมกับการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่
- จุดหมายปลายทาง สถานที่ เทคโนโลยี รองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมหรือไม่

SCAN QR CODE
เพื่อรับชม Clip

ปั้นเรื่องกิน ให้กลายเป็นอาชีพทำเงิน

สแกน QR Code
เพื่อรับชม Clip

อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในชีวิตประจำวันที่ขาดไม่ได้ ในมุมมองของผู้บริโภคล้วนต้องการเข้าถึงอาหารที่มีความหลากหลาย รสชาติอร่อย และราคาไม่แพง ส่วนผู้ประกอบการก็ต้องติดตามทิศทางเทรนด์โลก เพื่อให้จับกระแสความนิยมได้อย่างทันท่วงที โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ผู้นับถือศาสนาอิสลามทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้น รวมถึงมีนักท่องเที่ยวมุสลิมเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจอาหารฮาลาลเติบโตรวดเร็ว กลายเป็นธุรกิจที่น่าส่งเสริมทั้งในแง่ของการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออกไปยังต่างประเทศ

ข้อได้เปรียบของประเทศไทยคือมีความพร้อมด้านวัตถุดิบการเกษตร อีกทั้งวิถีชีวิตของคนไทยยังให้ความสำคัญกับการกิน ทำให้มีร้านอาหารและธุรกิจ SME ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเกิดขึ้นมากมาย รวมถึงมีบริการเดลิเวอรีที่เข้ามาเสริมให้ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารการกินขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สำหรับผู้ที่มีความสนใจเรื่องอาหาร ไม่ว่าจะชอบกิน ชอบดื่ม ชอบทำ หรือชอบถ่ายรูปอาหาร ก็สามารถผันตัวเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ได้หากมองเห็นช่องทางในการสร้างอาชีพผ่านวัฒนธรรมการกิน

ลักษณะเฉพาะของอาหารฮาลาล

สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ระบุว่า "อาหารฮาลาล" หมายถึงอาหารที่ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ปรุงประกอบ หรือแปรสภาพตามบัญญัติอิสลาม และต้องได้รับการเครื่องหมายรับรองฮาลาลตามกฎหมาย เพื่อรับประกันว่าชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถกินอาหาร ใช้สินค้า หรือใช้บริการต่างๆ ได้โดยไม่ขัดต่อหลักศาสนบัญญัติของอิสลาม ไม่ว่าผู้ผลิตอาหารฮาลาลจะเป็นมุสลิมหรือไม่ก็ตาม

ผู้ประกอบการที่สนใจจะต้องให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาลอย่างจริงจัง ต้องศึกษาเรียนรู้และทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแหล่งที่มาของอาหาร วิธีการฆ่าสัตว์ การแปรรูป การขนส่ง และการเก็บรักษาอาหาร อาทิ

1. **ห้ามกินเนื้อสัตว์ที่ตายเอง**
สัตว์ที่ตายเองอาจตายด้วยโรคระบาดซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ดังนั้นศาสนาอิสลามจึงบัญญัติให้กินแต่สัตว์ที่เชือดอย่างถูกต้องตามกรรมวิธีของศาสนา โดยผู้เชือดต้องเป็นมุสลิมที่เปล่งพระนามของอัลลอฮ์ก่อนลงมือ

2. **ห้ามกินเนื้อสัตว์ต้องห้าม**
หมูเป็นสัตว์ที่กินสิ่งปฏิกูลและสิ่งสกปรก ศาสนาอิสลามจึงห้ามบริโภคเนื้อหมู รวมถึงเนื้อสัตว์ต้องห้ามอื่นๆ เช่น สุนัข เสือ งู ฯลฯ รวมถึงห้ามบริโภคเลือดสัตว์เนื่องจากอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

3. **ห้ามใช้ภาชนะปะปนกัน**
ศาสนาอิสลามไม่อนุญาตให้นำภาชนะประกอบอาหารไปใช้ปะปนกับภาชนะที่ใส่เนื้อหมูหรือสิ่งต้องห้ามทางศาสนา เช่น ห้ามนำจานที่เคยใส่เนื้อหมูมาใช้ทำอาหารหรือใส่อาหาร เป็นต้น

4. **ห้ามใส่ส่วนผสมของแอลกอฮอล์**
อาหารและเครื่องดื่มทุกชนิดต้องไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบ เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ขัดต่อหลักศาสนบัญญัติของอิสลามอย่างร้ายแรง

จากข้อกำหนดที่มีรายละเอียดปลีกย่อยมากมายที่แตกต่างจากศาสนาอื่น การได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล จึงถือเป็นเครื่องรับประกันให้ชาวมุสลิมมั่นใจได้ว่าจะได้กินอาหารที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนา ซึ่งการจะได้รับเครื่องหมายฮาลาลจะต้องผ่านการตรวจสอบและได้รับอนุญาตจาก สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (ฝ่ายกิจการฮาลาล) หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด

สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

อักษรภาษาอาหรับอยู่ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน ใต้กรอบมีคำว่า "สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย" เป็นองค์กรรับรอง ป้ายกิจการและฉลากผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลจะต้องประทับหรือแสดงเครื่องหมายนี้

ขั้นตอนการขอเครื่องหมายฮาลาล

ในประเทศไทยจะต้องขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและขอหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลได้ที่ฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด หากจังหวัดที่พักอาศัยไม่มีหน่วยงานดังกล่าวจะต้องติดต่อสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเท่านั้น โดยสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มคำขอใช้เครื่องหมายฮาลาล ผ่านเว็บไซต์ www.cicot.or.th โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ปรึกษาเจ้าหน้าที่โครงการตรวจประเมิน
2. เตรียมเอกสารให้ครบถ้วนตามที่กำหนด
3. ยื่นเอกสาร ณ องค์กรหรือหน่วยงานที่รับรอง
4. รอเจ้าหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง
5. ชำระค่าธรรมเนียมตรวจสอบสถานประกอบการ
6. รีบนัดหมายตรวจโรงงานหรือกิจการในทุกขั้นตอน
7. ได้รับแจ้งผ่านการตรวจสอบ
8. อนุมัติให้ใช้เครื่องหมายฮาลาล
9. ชำระค่าธรรมเนียมเพื่อรับหนังสือรับรองฮาลาล
10. นำเครื่องหมายประทับหรือแสดงบนสลาก

SCAN QR CODE
เพื่อรับฟัง Audio Text

ธุรกิจอาหารฮาลาลที่น่าลงทุน

- ร้านน้ำชา โรตี-ชาชัก
- บุปเฟต์เนื้อโคขุนย่าง
- อาหารสำเร็จรูปพร้อมทาน
- อาหารออร์แกนิก
- อาหารฮาลาลสำหรับผู้สูงอายุ
- อาหารฮาลาลเดลิเวอรี

ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่ประสบความสำเร็จและได้รับความนิยมยังสามารถต่อยอดสู่ธุรกิจในรูปแบบแฟรนไชส์และการส่งออก ยิ่งหากมีการทำประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศก็จะยิ่งเพิ่มโอกาสที่จะเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งช่วยให้กิจการเติบโตได้อย่างรวดเร็วและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

ที่มา:
สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ www.acfs.go.th
Thai SMEs Center www.thaismescenter.com

กลยุทธ์ปั้นแบรนด์ เจาะเทรนด์ฮาลาล

ศูนย์วิจัยพิว (Pew Research Center) แห่งสหรัฐอเมริกา ตีพิมพ์รายงานที่ระบุว่า ภายในปี พ.ศ. 2613 จำนวนประชากรมุสลิมมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีจำนวนมากกว่าผู้นับถือศาสนาคริสต์ โดยคาดว่าร้อยละ 62 จะอาศัยอยู่ในเอเชียแปซิฟิก สะท้อนให้เห็นว่าชาวมุสลิมคือกลุ่มผู้บริโภคหลักที่กำลังเติบโตและมีอิทธิพลต่อทิศทางเศรษฐกิจในอนาคต

ตลอดเวลาที่ผ่านมา แบรนด์ระดับโลกรับรู้ถึงแนวโน้มนี้ จึงมีการทดลองผลิตสินค้าและบริการรูปแบบต่างๆ ออกมาตอบโจทย์ผู้บริโภคชาวมุสลิม รวมถึงการหมั่นสร้างการรับรู้ (Brand Awareness) โดยสื่อสารไปยังผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่าทางแบรนด์ใส่ใจในความต้องการของชาวมุสลิมและคำนึกถึงความเป็นฮาลาล เพื่อให้แบรนด์สามารถก้าวเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคมุสลิมซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงในปัจจุบัน

ดังที่ทราบกันดีว่าความเป็นฮาลาลจะต้องสอดคล้องกับหลักการปฏิบัติตนตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งไม่เพียงเกี่ยวข้องกับอาหาร แต่ยังครอบคลุมอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ตั้งแต่การผลิต การบริการ การท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจที่รองรับการใช้ชีวิตประจำวันของชาวมุสลิม โดยเฉพาะธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นที่ผู้ผลิตพยายามตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิมในด้านการแต่งกายให้สวยงาม แต่ยังคงความถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และยังเป็นการแสดงเอกลักษณ์อันน่าภาคภูมิใจของชาวมุสลิม

เห็นได้ว่าอุตสาหกรรมฮาลาลมีความกว้างขวางและหลากหลาย ทั้งยังคงมีโอกาสและความท้าทายที่รออยู่อีกมาก จึงกลายเป็นตลาดที่ดึงดูดนักลงทุนและผู้ประกอบการให้หันมาพัฒนาสินค้าและการบริการที่รองรับความต้องการของผู้บริโภคชาวมุสลิม ซึ่งการจะเริ่มต้นทำธุรกิจฮาลาลหรือปรับแบรนด์ให้เป็นมิตรกับผู้บริโภคมุสลิมมากขึ้น ควรเริ่มจาก 4 ขั้นตอนต่อไปนี้

1

ประเมินขนาดตลาด

ศึกษาข้อมูลและสำรวจตลาดฮาลาลในพื้นที่ของตนเองว่ามีศักยภาพเหมาะแก่การลงทุนหรือไม่ รวมทั้งพิจารณาสิ่งอำนวยความสะดวกตามหลักศาสนาว่ามีความพร้อมรองรับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้หรือไม่

2

เลือกประเภทของสินค้าและบริการ

วางแผนว่าจะดำเนินธุรกิจประเภทใด มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนกลุ่มใด และเน้นชูจุดเด่นอะไรเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย โดยควรคำนึงถึงความต้องการพื้นฐานควบคู่ไปกับการนำเสนอความแปลกใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง

3

สื่อสารให้ตรงใจกลุ่มผู้บริโภค

ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มแบบเจาะลึก และใช้หลักการตลาดเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงจุดและสอดคล้องกับพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน รวมถึงการสร้างสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่โดนใจเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์

4

สร้างกลยุทธ์และจุดยืนทางการตลาด

สร้างจุดยืนของแบรนด์ที่มีต่อผู้บริโภคมุสลิม โดยเน้นที่การสร้างความพึงพอใจ มอบประสบการณ์ที่แปลกใหม่ รวมถึงมุ่งตอบสนองความต้องการและวิถีชีวิตของชาวมุสลิมโดยคำนึงถึงความถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

ที่มา: www.dinarstandard.com/4-step-muslim-market-strategy

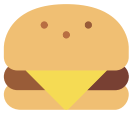
กรณีศึกษา: การปรับตัวของแบรนด์ระดับโลกเพื่อช่วงชิงพื้นที่ในตลาดฮาลาล

โมดานิซา (Modanisa)

แบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2554 เพื่อมอบทางเลือกให้ผู้หญิงมุสลิมได้สวมใส่เสื้อผ้าและฮิญาบที่สวยงามและมีดีไซน์หลากหลายมากขึ้น โดยยังคำนึงถึงหลักอิสลามที่กำหนดให้ผู้หญิงต้องแต่งกายมิดชิด ขณะที่ผู้ชายก็สามารถเลือกชุดโต๊ปที่เหมาะกับบุคลิกภาพและรสนิยมส่วนตัวได้ ธุรกิจนี้ตอบโจทย์ชาวมุสลิมอย่างมาก จนทำให้มีลูกค้าใน 120 ประเทศทั่วโลกและมีผู้เข้ามาชมเว็บไซต์ปีละอย่างน้อย 100 ล้านคน/ครั้ง

ไนกี้ (Nike) เอชแอนด์เอ็ม (H&M) และยูนิโคล่ (Uniqlo)

ไนกี้ผลิตชุดว่ายน้ำคอลเลกชันพิเศษสำหรับสตรีมุสลิม โดยคำนึงถึงหลักปฏิบัติทางศาสนาอิสลามที่ห้ามผู้หญิงแต่งตัวด้วยเสื้อผ้ารัดรูป หรือเผยให้เห็นเรือนร่างภายใน ส่วนแบรนด์เสื้อผ้าแฟชั่นอย่างเอชแอนด์เอ็มและยูนิโคล่ก็หันมาผลิตเครื่องแต่งกายสำหรับสตรีมุสลิม โดยมีสินค้าอย่างฮิญาบหรือผ้าคลุมศีรษะออกมาวางจำหน่ายเช่นกัน



เคเอฟซี (KFC) ซับเวย์ (Subway) และแมคโดนัลด์ (McDonald’s)

แฟรนไชส์อาหารฟาสต์ฟู้ดอย่างเคเอฟซีและซับเวย์ในบางประเทศมีการจำหน่ายเมนูอาหารฮาลาลเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิม ขณะที่แมคโดนัลด์เห็นว่าเดือนรอมฎอนถือเป็นช่วงเวลาศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวมุสลิมทั่วโลกต้องงดรับประทานอาหารตั้งแต่พระอาทิตย์ขึ้นจนถึงพระอาทิตย์ตกดิน จึงริเริ่มแคมเปญโฆษณาในประเทศมุสลิมโดยทำเป็นรูปนาฬิกาทราย และไม่นำเสนอภาพอาหารในช่วงเวลาดังกล่าว

เป๊ปซี่ (Pepsi) และโคคา-โคลา (Coca-Cola)

ผู้ผลิตเครื่องดื่มยักษ์ใหญ่อย่างเป๊ปซี่ผลิตสินค้าในรูปแบบกระป๋องที่มีตัวอักษรภาษาอาหรับและกราฟิกอาร์ตที่สื่อถึงกลุ่มชาวมุสลิมในช่วงเดือนรอมฎอน ส่วนโคคา-โคลาก็เคยทำโฆษณานำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการแบ่งปัน โดยนำเสนอเรื่องราวของสตรีมุสลิมที่กำลังรอพระอาทิตย์ตกดินในระหว่างช่วงถือศีลอด

5 คุณค่าต้องใส่ใจ หากคิดทำธุรกิจฮาลาล

เป้าหมายของการทำธุรกิจคือการสร้างรายได้มากที่สุด แต่ขณะเดียวกันควรคำนึงถึงคุณค่า (Value) ที่จะมอบกลับคืนให้แก่ผู้บริโภคและสังคมด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจและอุตสาหกรรมฮาลาลที่มีความเกี่ยวพันกับศาสนาอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ผู้ประกอบการยิ่งควรคำนึงถึงปัจจัยที่ควรนำมาเสริมเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้แก่ธุรกิจฮาลาล ได้แก่

• บูรณาการความศรัทธาเข้ากับความหลากหลาย

สินค้าฮาลาลอาจดูเหมือนเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มชาวมุสลิมเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการยังสามารถเพิ่มเติมความหลากหลายเพื่อจับใจลูกค้ากลุ่มอื่นได้ด้วยเช่นกัน

ตัวอย่าง: ร้านอาหารฟิวชั่นที่ผสมผสานวัตถุดิบพื้นเมืองเข้ากับอาหารฮาลาล

• เชื่อมต่ออัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม

ธุรกิจและการท่องเที่ยวฮาลาลสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวมุสลิมเข้ากับชุมชนท้องถิ่นที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ตัวอย่าง: บริการนวดแผนไทยที่มีห้องนวดแยกชาย-หญิง

• ศึกษาข้อมูลเชิงลึกเสริมความเข้าใจในชุมชน

นักท่องเที่ยวมุสลิมมีข้อจำกัดปลีกย่อยมากมายที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ชุมชนและธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวฮาลาลจึงควรเพิ่มพูนความรู้เพื่อนำมาปรับใช้กับธุรกิจและสร้างชุมชนเป็นมิตรกับชาวมุสลิม

ตัวอย่าง: การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม เช่น ห้องละหมาด สายฉีดชำระในห้องน้ำ ป้ายบอกทางไปห้องละหมาด และไกด์ท้องถิ่นที่สามารถพูดภาษาอาหรับได้

• พัฒนานวัตกรรม

การสร้างและพัฒนาธุรกิจฮาลาลให้ก้าวหน้าควรคำนึงถึงการพัฒนานวัตกรรมควบคู่ไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นการคิดค้นสินค้าใหม่ๆ การออกแบบอุปกรณ์ที่ช่วยแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือการสร้างสรรค์เครื่องมือที่ช่วยให้การผลิตสินค้าฮาลาลมีคุณภาพและประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจฮาลาลเติบโตก้าวหน้า

ตัวอย่าง: การสร้างนวัตกรรมระบบค้นหาวัตถุเจือปนในอาหารฮาลาล

• รับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องตระหนักถึงความรับผิดชอบที่พึงมีต่อสังคม ควรดำเนินธุรกิจที่สร้างผลกระทบต่อชุมชนส่วนรวมและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมถึงสร้างประโยชน์ให้แก่ท้องถิ่นตามสมควร เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ตัวอย่าง: การจัดให้มีบ่อบำบัดน้ำเสียในโรงงานก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ

5 แอปพลิเคชันยอดนิยมของนักท่องเที่ยวมุสลิม

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อทุกกิจกรรมในชีวิต แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนกลายเป็นผู้ช่วยส่วนตัวที่ช่วยให้การทำงานและการใช้ชีวิตสะดวกสบายและง่ายขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมุสลิมที่สามารถใช้ประโยชน์จากแอปพลิเคชันเพื่อให้การท่องเที่ยวราบรื่นไม่สะดุด ไม่ว่าจะเป็นการแจ้งเตือนเวลาปฏิบัติศาสนกิจ การค้นหาที่พักและร้านอาหารฮาลาลระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว

ขอแนะนำ 5 แอปพลิเคชันสำหรับชาวมุสลิมที่ควรมีติดเครื่องไว้ในระหว่างการเดินทาง ได้แก่

SCAN QR CODE

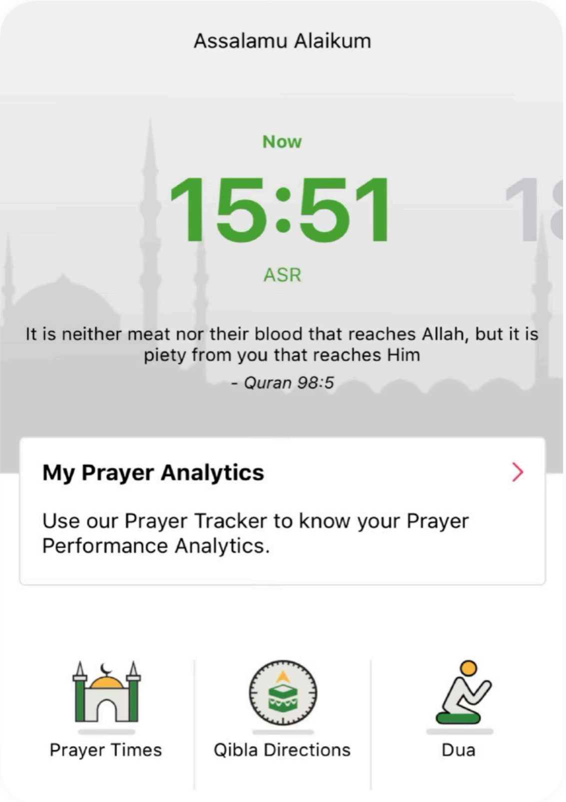
เพื่อรับฟัง Audio Text

1. Muslim Pro

แอปพลิเคชันบอกเวลาละหมาดแม่นยำที่สุดและได้รับความนิยมจากชาวมุสลิมกว่า 80 ล้านคนทั่วโลก จากรูปแบบการใช้งานที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน มีไอคอนประกอบแต่ละหัวข้อที่เห็นได้ชัดเจน เช่น เวลาละหมาด เครื่องหมายบอกทิศในการละหมาด แผนที่มัสยิดและร้านอาหารฮาลาล รวมถึงพระคัมภีร์อัลกุรอานออนไลน์ฉบับสมบูรณ์ พร้อมคำแปลกว่า 40 ภาษา รวมถึงภาษาไทยในรูปแบบของเสียงอ่าน คำแปล และเสียงสวด

จุดเด่นของ Muslim Pro

- บอกเวลาละหมาดอย่างถูกต้องแม่นยำตามตำแหน่งที่อยู่
- แจ้งเตือนทั้งภาพและเสียง เสียงเรียกละหมาดมีความหลากหลาย
- เปิดอ่านและฟังอัลกุรอานได้ พร้อมหมวดแปลความหมาย
- แนะนำร้านอาหารฮาลาลและตำแหน่งมัสยิดที่อยู่ใกล้เคียง
- ปฏิทินบอกวันสำคัญทางศาสนาอิสลาม



2. Halal Trip

ตอบโจทย์ทุกเรื่องการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวมุสลิม เพิ่มความสะดวกสบายเมื่อต้องเดินทางไปต่างประเทศด้วยบริการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวและที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ร้านอาหารฮาลาล สถานที่ละหมาด และสถานที่ท่องเที่ยวน่าสนใจที่ผู้ใช้งานรายอื่นแนะนำ

จุดเด่นของ Halal Trip

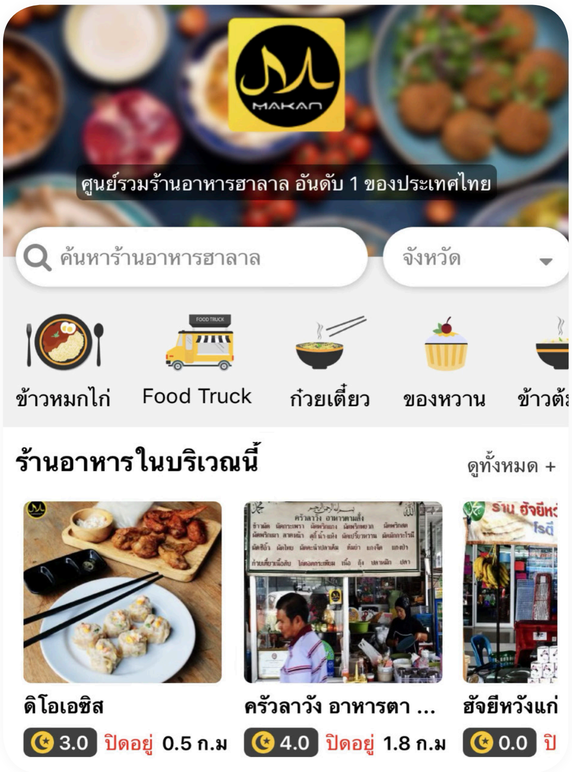
- เริ่มต้นวันใหม่ด้วยคำพูดสร้างแรงบันดาลใจของชาวมุสลิม
- แจ้งเตือนเวลาละหมาดและระบุทิศในการละหมาดได้ทุกที่แม้อยู่บนเครื่องบิน
- ค้นหาที่พักและร้านอาหารได้จากตำแหน่งปัจจุบัน พร้อมรีวิวจากผู้ใช้งานรายอื่น
- ค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมถึงที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการชาวมุสลิมโดยเฉพาะ
- มีโปรโมชันและสิทธิพิเศษสำหรับนักเดินทาง

3. Pinsouq

อาลีบาบาฉบับอิสลาม คือนิยามของแอปพลิเคชันจากฝีมือของสตาร์ตอัปชาวมุสลิมที่รู้ทันเทคโนโลยีและสามารถปรับตัวให้เข้ากับโลกยุคดิจิทัลจนเป็นที่มาของ Pinsouq (พินซูก) ตลาดกลางซื้อขายสินค้าฮาลาลที่รวมสินค้าทั่วไทยมาไว้ในที่เดียว ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันหรือ www.pinsouq.com ตลอด 24 ชั่วโมงโดยสินค้าทุกชิ้นบนแพลตฟอร์ม Pinsouq จะได้รับการตรวจสอบเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ซื้อจะได้รับสินค้าที่ดีที่สุดภายใต้หลักการของศาสนาอิสลาม

จุดเด่นของ Pinsouq

- รวบรวมสินค้าฮาลาลทุกประเภทไว้ในที่เดียว ตั้งแต่เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี หนังสือศาสนา แบบเรียนภาษาอาหรับ
- มีสินค้าพรีเมียมจากสถานีโทรทัศน์มุสลิมชั้นนำ เช่น White Channel, Yateem TV, TV Muslim, TMTV
- มั่นใจในคุณภาพ สินค้าทุกชิ้นจำหน่ายโดยร้านค้าแบรนด์ชื่อดัง หรือผู้ผลิตโดยตรง
- มั่นใจได้ว่าสินค้าทุกชิ้นถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ด้วยมาตรฐานการตรวจสอบจาก Pinsouq



4. Makan – Thailand Halal Restaurant guide

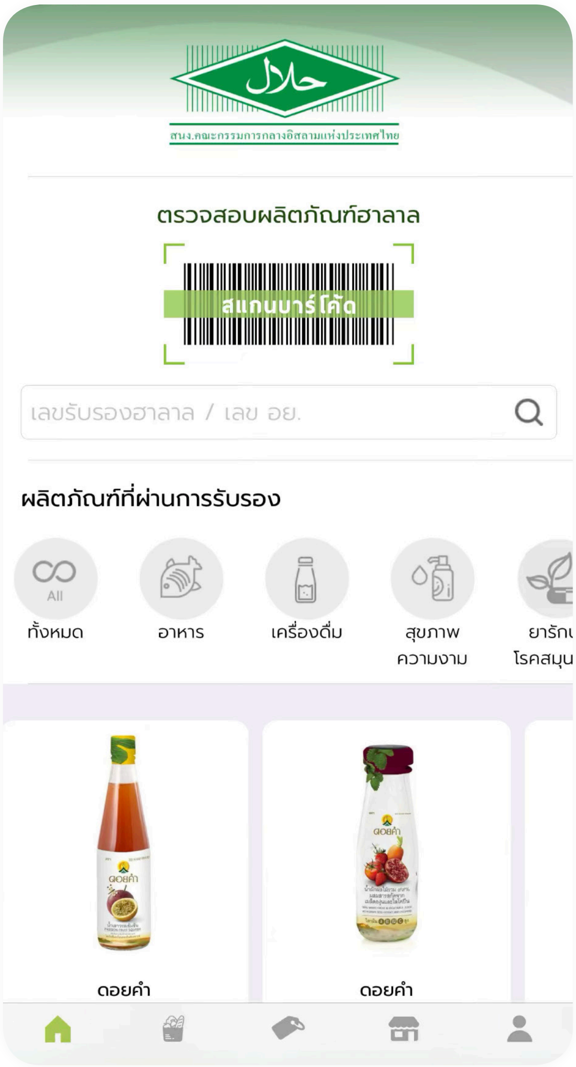
ค้นหาร้านอาหารฮาลาลทั่วไทยได้ง่ายเพียงปลายนิ้วตั้งแต่ร้านรถเข็นไปจนถึงร้านอาหารในโรงแรม มีบทความแนะนำร้านอาหาร รีวิวจากชาวมุสลิมที่เคยใช้บริการ รวมถึงเครื่องมือค้นหาร้านอาหารฮาลาลจากพิกัดที่อยู่ ซึ่งช่วยให้การเลือกร้านอาหารง่ายขึ้น หมดกังวลเรื่องการหาร้านอาหารฮาลาลเมื่อต้องเดินทางไปต่างจังหวัดหรือพื้นที่อื่น

จุดเด่นของ Makan -Thailand Halal Restaurant guide

- ค้นหาร้านอาหารฮาลาลได้ทั่วประเทศ
- บอกข้อมูลร้านอาหารฮาลาลอย่างละเอียด
- แนะนำร้านอาหารฮาลาลหลากหลายประเภท
- มีภาพประกอบชัดเจน ช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น
- มีรีวิวประสบการณ์การใช้บริการจริงจากผู้ใช้งานรายอื่น

5. Halal Thai

แอปพลิเคชันที่รวบรวมสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยจัดแยกเป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกในการค้นหา เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สุขภาพ ยารักษาโรค นอกจากนี้ยังสามารถตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยหรือผู้ประกอบการฮาลาลด้วยการป้อนหมายเลขรับรองฮาลาล เลข อย. สแกนบาร์โค้ดหรือสแกนคิวอาร์โค้ดที่อยู่บนผลิตภัณฑ์



จุดเด่นของ Halal Thai

- ตรวจสอบผลิตภัณฑ์หรือผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรองฮาลาลได้ทันที
- แบ่งประเภทของสินค้าและบริการไว้อย่างชัดเจน ใช้งานง่าย
- ติดต่อผู้ประกอบการผ่านแอปพลิเคชันได้โดยตรง
- มีรายละเอียดสินค้า ข้อมูลใบรับรอง ข้อมูลผู้ประกอบการครบถ้วน
- มีความน่าเชื่อถือ เพิ่มความมั่นใจให้ชาวมุสลิม

แนะนำแอปพลิเคชันที่ช่วยขยายโอกาสทางธุรกิจอาหารฮาลาลแก่ผู้ประกอบการ SME

Halal UFU

แพลตฟอร์มอาหารฮาลาลเดลิเวอรีที่ช่วยเพิ่มช่องทางการขายให้กว้างขึ้น โดยสามารถใช้รับคำสั่งซื้อ กำหนดเวลาเปิดร้าน กำหนดราคาสินค้าและค่าจัดส่งสินค้าได้บนแอปพลิเคชันเดียว

HAL Plus

แพลตฟอร์มตัวกลางให้ผู้ประกอบการฮาลาลใช้ติดต่อสื่อสาร จับคู่ธุรกิจ และหาพันธมิตรทางการค้า รวมถึงรับชมข้อมูลข่าวสารองค์ความรู้เกี่ยวกับฮาลาล ข้อมูลกิจกรรมต่างๆ และสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ

สนุกสุดใจ..ไปกับ “Halal Tourism”

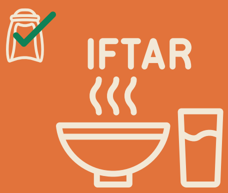
Halal Tourism
โอกาสใหม่กับการท่องเที่ยวแบบฮาลาล

ปัจจุบันธุรกิจฮาลาลกำลังเป็นตลาดใหม่ที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจ ด้วยเล็งเห็นโอกาสจากจำนวนประชากรมุสลิมที่เพิ่มขึ้น คุณรัดใจ เปียแก้ว และคุณกนกวรรณ ยีหวังเจริญ ชวนทุกคนมาทำความเข้าใจวิถีชีวิตแบบมุสลิม เพื่อไขความลับสู่เส้นทางอาชีพที่ตอบโจทย์ในการสร้างสินค้าและบริการสำหรับชาวมุสลิมในรายการ Knowledge Box ช่วง สนุกสุดใจ... ไปกับ “Halal Tourism”

“ตั้งแต่ต้นปีเรามีภัยคุกคามในเรื่องของโรคระบาด ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาลอาจได้รับผลกระทบ แต่ตลาดอีคอมเมิร์ซหรือตลาดออนไลน์ยังคงมีศักยภาพสูงที่จะรองรับสินค้าและบริการฮาลาล ซึ่งผู้ประกอบการควรต้องปรับตัวและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการสร้างอาชีพ สร้างรายได้จากธุรกิจฮาลาล”

พร้อมประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจ อาทิ

สิ่งที่ควรรู้ก่อนสร้างบริการที่ดี ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวมุสลิม



ความเข้าใจผิดเรื่องอาหารอินเดีย และอาหารฮาลาล

สิ่งของต้องห้ามของชาวมุสลิม เดินเกมดีมีชัยไปกว่าครึ่ง

มูลค่าการท่องเที่ยวของชาวมุสลิม โดยเฉพาะสตรีมุสลิมซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักเพิ่มสูงขึ้นทุกปี คุณมองเห็นโอกาสจากธุรกิจฮาลาลหรือไม่ อย่ารอช้ารีบดูรายการนี้ แล้วออกไปคว้าโอกาสมาเป็นของคุณ

อ้างอิง: www.facebook.com/OKMDInspire/videos/647366292550887

SCAN QR CODE
ดูเพิ่มเติม สแกนเลย!

WHAT'S GOING ON

21 - 25 Feb 2021

Halal World Food 2021

ดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

Halal World Food จัดภายใต้แนวคิด “มหกรรมแสดงสินค้าอาหารฮาลาลใหญ่ที่สุดในโลก” เปิดกว้างให้ทุกคนเข้าร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการในแวดวงธุรกิจอาหารฮาลาล ผู้ที่กำลังจะสร้างธุรกิจ ไปจนถึงบุคคลทั่วไปที่มีความสนใจได้เปิดโลกแห่งอาหารฮาลาลที่มีความหลากหลายอาทิ อาหารเจและมังสวิรัติ อาหารจากเนื้อสัตว์ อาหารกระป๋อง และอื่นๆ รวมถึงเป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายและมองหาผู้ลงทุนจากต่างประเทศ

www.gulfood.com/show-features/halal-world-food

29 Nov - 1 Dec 2021

The 1st Saudi International Halal Expo 2021

ริยาด ซาอุดีอาระเบีย

มหกรรมธุรกิจฮาลาลนานาชาติครั้งสำคัญ จัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลและผู้ที่สนใจได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าฮาลาล การเจาะตลาดสินค้าและบริการฮาลาล การเยี่ยมชมบูธสินค้าและบริการฮาลาลของผู้ประกอบการจากนานาประเทศ รวมถึงการนำสินค้าฮาลาลของไทยไปเปิดตัวในตลาดต่างประเทศ

saudihalalexpo.com

KEBAB
QURAN
ZAKAT
THE CENTRAL ISLAM COUNCIL OF THAILAND
MUSLIM MILLENNIALS
-กล่องความรู้...สู่โอกาส-
KNOWLEDGE BOX
แหล่งเรียนรู้ออนไลน์สำหรับคนรุ่นใหม่
และผู้สนใจประกอบอาชีพอิสระ
ดูได้...
ได้ความรู้
เกี่ยวกับแนวโน้ม
อาชีพใหม่ในยุคดิจิทัล
ดูดี...
มีไอเดีย
และทักษะความรู้ที่จำเป็น
สำหรับการประกอบอาชีพ
حلال
HALAL
PRAYER MAT
FRIENDLY TRAVEL
MUSLIM FRIENDLY HOTEL
เปิดกล่องความรู้
สแกน!
SCAN
okmd
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
The Office of Knowledge Management & Development