

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่มนุษย์เราทุกคนมีความจำเป็นที่จะต้องรับประทานอาหารเพื่อความอยู่รอด ปัจจุบันอาหารเป็นธุรกิจสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจได้เนื่องจากความต้องการของคนในปัจจุบันที่มีจำนวนมากและมีปริมาณความต้องการในการบริโภคมาก ในขณะที่ผู้ผลิตก็ต้องมีการแข่งขันกันเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดและกำไรที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้ธุรกิจร้านอาหารยังเป็นธุรกิจที่มีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดใจให้ลูกค้ามาใช้บริการในร้านเพิ่มขึ้น

โดยทั่วไปการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารก็จะมีแตกต่างกันออกไปตามประเภทของร้านอาหารอยู่แล้ว เช่น ร้านอาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด ร้านอาหารมังสวิรัต ร้านอาหารประเภทอาหารจานเดียว เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการแข่งขันของร้านอาหารด้วย ซึ่งก็คือปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะตัวแปรทางด้านศาสนา เป็นปัจจัยสำคัญที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารเนื่องจากข้อกำหนดในแต่ละศาสนาจะมีความแตกต่างกัน เช่น ศาสนาอิสลามห้ามรับประทานอาหารที่ผลิตมาจากเนื้อหมู เป็นต้น ซึ่งในประเทศไทยนั้นถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของศาสนาประชาชนภายในประเทศนับถือศาสนาแตกต่างกันออกไป เช่น ศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ ศาสนาอิสลาม เป็นต้น ดังนั้นจึงมีผลต่อพฤติกรรมในการรับประทานอาหารด้วยนั่นเอง โดยเฉพาะผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามนั้นจะมีข้อกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าต้องรับประทานอาหารจากร้านที่ถูกหลักศาสนา "ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล" (HALAL Food) เป็นอาหารที่ได้รับอนุญาตตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และต้องมีคุณสมบัติครบถ้วน ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญในการเข้าถึงตลาดผลิตภัณฑ์อาหารของชาวมุสลิม ซึ่งนับว่าเป็นตลาดใหญ่และมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนับว่าจะช่วยเสริมให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ส่งออกของประเทศไทยขยายตัวมากยิ่งขึ้น เพราะหากมองแนวโน้มตลาดผู้นำเข้ากลุ่มประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามที่มีประชากรร่วม 1,500 ล้านคน หรือ 1 ใน 4 ของประชากรโลก กระจายอยู่ใน 160 ประเทศทั่วโลกแล้ว คนกลุ่มนี้บริโภคอาหารมากกว่าปีละ 350,000 ล้านบาท และประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดเพียง 10,000 ล้านบาท หรือเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น เท่ากับว่ายังมีช่องทางที่จะขยายตลาดได้อีกมาก สำหรับตลาดอาหารฮาลาลในประเทศก็นับว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ เนื่องจากประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามมีถึง 2.816 ล้านคน และเป็นตลาดที่ดูมองข้ามมา

โดยตลอด สำหรับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในระยะเริ่มแรกคาดว่าจะมีการส่งเสริมอย่างจริงจังในผลิตภัณฑ์ 6 กลุ่ม คือ อาหารทะเล ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโค เนื้อแพะ และเนื้อไก่ ผักและผลไม้แปรรูป

ประเทศไทยส่งออกอาหารฮาลาลมานานแล้วเริ่มจากการให้ตราฮาลาลกับผลิตภัณฑ์ไก่เนื้อที่ส่งออกไปยังประเทศในแถบตะวันออกกลาง ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ การใช้เครื่องหมายฮาลาลบนฉลากของผลิตภัณฑ์ฮาลาลทุกชนิด มีบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการขาย แม้ว่าผลิตภัณฑ์บางชนิดอาจไม่จำเป็นที่จะต้องแสดงเครื่องหมายฮาลาล เช่น ผลิตภัณฑ์จากอาหารทะเล ผักและผลไม้สด เป็นต้น แต่ถ้ามีเครื่องหมายฮาลาลแสดงอยู่ที่หีบห่อหรือฉลากก็จะมีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยประเทศไทยมีโอกาสในการที่จะก้าวขึ้นเป็นแหล่งผลิตอาหารฮาลาลที่สำคัญของโลก จากที่ในปัจจุบันประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไม่ถึงร้อยละ 1 ของอาหารฮาลาลทั้งหมดเท่านั้น โดยปัจจัยเอื้อจากการจัดตั้งสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล ซึ่งจะสร้างความน่าเชื่อถือและยกระดับให้กับตราสัญลักษณ์ฮาลาลของประเทศไทย ทำให้บรรดาประเทศที่นำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลยอมรับตราสินค้าอาหารฮาลาลของประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดทางในการขยายตลาดส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลของประเทศไทย

ปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งแก้ไขเพื่อให้อาหารฮาลาลของประเทศไทยคือ การสร้างความยอมรับในตลาดฮาลาลของประเทศไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนั้นจัดเป็นสินค้าพิเศษมีหลักความเชื่อศาสนาเป็นตัวกำกับ ดังนั้นอาหารที่ผลิตออกมานั้นต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยจะต้องมีการควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบ และกระบวนการผลิตอย่างเข้มงวด รวมทั้งเป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้า แม้ว่าในปัจจุบันรัฐบาลได้แก้ปัญหาลในส่วนของผู้มีอำนาจออกใบรับรองตราฮาลาลให้เหลือเพียงหน่วยงานเดียว คือ คณะกรรมการกลางศาสนาอิสลาม และมีการร่างกฎระเบียบใหม่ให้มีความเข้มงวดมากขึ้นแล้วก็ตาม คาดว่ารัฐบาลยังต้องเร่งสร้างการยอมรับของตราฮาลาลของประเทศไทย โดยการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเชิญผู้นำเข้ามาตรวจมาตรฐานการผลิตอาหารฮาลาลในประเทศไทย และการผลักดันให้มีการตั้งศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลให้เกิดขึ้นโดยเร็ว ทั้งนี้เพื่อเป็นแหล่งส่งออกอาหารฮาลาลที่สำคัญของประเทศไทยต่อไป นอกจากนี้การแก้ไขระเบียบกฎหมายที่เพิ่มความเข้มงวดในการควบคุมผู้ผลิตอาหารฮาลาลทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารฮาลาลต้องเร่งปรับตัวรับกับกระแสการเปลี่ยนแปลงด้วย แต่คาดว่าในระยะยาวแล้วผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์เนื่องจากผู้บริโภคจะมีความเชื่อถือในตราฮาลาลของประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งทำให้สามารถขยายตลาดได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สำหรับตลาดส่วนย่อย (Niche Market) ในประเทศ ร้านอาหารอิสลามกำลังได้รับความนิยมทั้งผู้นับถือศาสนาอิสลามและศาสนาอื่น ๆ เป็นร้านอาหารที่มีการผลิตอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม หรือเรียกว่า อาหารฮาลาลนั่นเอง โดย คำว่า ฮาลาล (Halal)

เป็นคำในภาษาอาหรับ แปลว่า ถูกต้องตามกฎหมาย (Lawful) หรืออนุญาต (Permit) ซึ่งตรงข้ามกับคำว่า ฮะรอม (Harom) ซึ่งแปลว่าผิดกฎหมาย (Unlawful) หรือต้องห้าม (Prohibit) โดยในการที่จะชี้ว่าอาหารอะไรเป็นสิ่งต้องห้ามนั้น ได้มีหลักการทางศาสนาที่ใช้เป็นแกนในการพิจารณา คือ บทบัญญัติของอัลลอฮ์ (ช.บ.) ที่ประทานลงมาในคัมภีร์อัลกุรอาน

จากข้อกำหนดในการรับประทานอาหารที่ผู้นับถือศาสนาอิสลามต้องปฏิบัติอย่างเคร่งครัด มีความละเอียดซับซ้อน แต่ก็ได้ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารอิสลามลดน้อยลงแต่กลับเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้นับถือศาสนาอิสลามมีจำนวนมากและปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด ประกอบกับผู้ที่นับถือศาสนาอื่น ๆ ก็นิยมรับประทานอาหารอิสลามดังนั้นกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายอาหารอิสลามจึงไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น แต่มีเพียงไม่กี่ร้านที่ได้รับความนิยมอย่างสูงทำให้ตลาดธุรกิจอาหารอิสลาม จึงยังสามารถที่จะขยายส่วนแบ่งการตลาดออกไปและมีการเติบโตขึ้นได้ในอนาคต ซึ่งสำหรับในเขต อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรีนั้น ได้มีร้านอาหารอิสลามเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการแข่งขันกันสูง มีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการของแต่ละร้าน โดยมีร้านที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนนทบุรีทั้งหมด 4 ร้าน คือ ร้านไอชะฮ์ ร้านอาอิชะฮ์ ร้านมานิตโกชนา ร้านฮาวาโกชนา

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดทำให้ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารอิสลามอยู่แล้วมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ที่รับประทานอาหารอิสลามว่า มีพฤติกรรมในการบริโภคอย่างไรบ้าง และมีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารอิสลามของผู้บริโภค เพื่อที่จะนำผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงการบริหารงานของกิจการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าของกิจการต่อไป

#### วัตถุประสงค์ในการทำวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่รับประทานอาหารอิสลาม
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารอิสลามของผู้บริโภค

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่รับประทานอาหารอิสลาม
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารอิสลามของผู้บริโภค
3. สามารถนำผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ไปใช้ในการพัฒนากิจการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
4. สามารถนำผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการขยายธุรกิจต่อไป
5. เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจในธุรกิจร้านอาหารใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ
6. เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่กำลังศึกษา หรือผู้สนใจได้ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัยต่อไป

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารอิสลาม โดยมีขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตของประชากร  
การศึกษานี้จะศึกษาจากผู้บริโภคที่มารับประทานอาหารในร้านอาหารอิสลามที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรี โดยมีได้จำเพาะเจาะจงไปที่ผู้นับถือศาสนาอิสลามเท่านั้น ซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Indefinite Population) จึงได้ประมาณการจำนวนประชากรไว้ 1,200 คน/วัน
2. ขอบเขตของเนื้อหา  
ศึกษาพฤติกรรม ได้แก่ ประเภทอาหารที่ซื้อ การเลือกรับประทาน ค่าใช้จ่ายในการรับประทาน ช่วงเวลาในการรับประทาน จำนวนผู้ที่รับประทานต่อครั้ง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารอิสลามของผู้บริโภค ที่เข้ามารับประทานอาหารในร้านอาหารอิสลามที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรี ซึ่งมีเนื้อหาดังนี้
  - 2.1 ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด
  - 2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ศาสนา อาชีพ รายได้

## นิยามศัพท์

**ผู้บริโภครวม** หมายถึง ลูกค้าที่มารับประทานอาหารในร้านอาหารอิสลามในเขต อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรี ทั้งผู้ที่เป็นมุสลิมและผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม

**อาหารอิสลาม** หมายถึง อาหารที่มีวัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต การบรรจุและ การเก็บรักษาที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ซึ่งก็คืออาหารฮาลาลนั่นเอง

**ร้านอาหารอิสลาม** หมายถึง สถานที่ประกอบและจำหน่ายอาหารที่ถูกต้องตาม บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม (อาหารฮาลาล) ในที่นี้หมายถึง ร้านอาหารอิสลามที่ตั้งอยู่ในเขต อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรี ซึ่งเป็นร้านที่มีความมั่นคงถาวร โดยไม่รวมถึง หาบเร่ แผงลอยต่างๆ

**ปัจจัย** หมายถึง สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารอิสลามของ ผู้บริโภคที่เข้ามารับประทานอาหารในร้านอาหารอิสลามในเขต อำเภอ เมือง จังหวัด นนทบุรี ซึ่งในการวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ศาสนา อาชีพ รายได้

**พฤติกรรมผู้บริโภค** หมายถึง พฤติกรรมในเลือกการรับประทานอาหารอิสลามของผู้บริโภคในเขต อ.เมือง จ.นนทบุรี ซึ่งในการวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมดังนี้ ประเภทอาหารที่ซื้อ การเลือกรับประทาน ค่าใช้จ่ายในการรับประทาน ช่วงเวลาในการรับประทาน จำนวนผู้รับประทานต่อครั้ง