



โครงการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาทักษะเพื่ออนาคต (Upskill/Reskill) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๘
หลักสูตร การจัดการธุรกิจอาหารฮาลาล และการเป็น
ผู้ประกอบการ

แนวโน้มตลาดอาหารฮาลาล ในปัจจุบันทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชารินทร์ ใจเอื้อ





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

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

การเติบโตของตลาดอาหารฮาลาลในประเทศไทย ไทย เกิดจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่

1. ประชากรมุสลิมในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาวมุสลิมที่เดินทางเข้าประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
3. ผู้บริโภคทั่วไปเริ่มให้ความสำคัญกับอาหารฮาลาลมากขึ้น



ประเภทสินค้าอาหารฮาลาลที่ไทยส่งออก

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาลรายใหญ่ของโลก โดยในปี 2564 มีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลรวมประมาณ 2.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นประมาณ 13% ของมูลค่าการส่งออกอาหารทั้งหมดของไทย

ประเภทสินค้าอาหารฮาลาลที่ไทยส่งออกไปยังกลุ่มประเทศ OIC ที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรกของปี 2564 ได้แก่

1. กล้วยไม้ มูลค่าการส่งออก 1,063.40 ล้านบาท
2. ของปรุงแต่งจากเนื้อสัตว์ ปลา สัตว์น้ำฯ มูลค่าการส่งออก 619.36 ล้านบาท
3. น้ำตาลและขนมทำจากน้ำตาล มูลค่าการส่งออก 522.53 ล้านบาท
4. ของปรุงแต่งจากกล้วยไม้ แป้ง สตาร์ช หรือนม ผลิตภัณฑ์อาหารจำพวกพาย มูลค่าการส่งออก 330.17 ล้านบาท
5. ของปรุงแต่งเบ็ดเตล็ด ที่บริโภคได้ มูลค่าการส่งออก 260.05 ล้านบาท

ตลาด ฮาลาลโลก



มูลค่า **2.1**
ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

อยู่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม
มูลค่า **1.3** ล้านล้าน
ดอลลาร์สหรัฐฯ

สัดส่วน 60%

ตลาดส่งออกสำคัญ

กลุ่มประเทศองค์การความร่วมมือ
อิสลาม 57 ประเทศ

เอเชีย อาเซียน และอื่น ๆ



การส่งออก อาหารฮาลาลไทย

ปี 2566
มูลค่า
220,000
ล้านบาท
+5%

2 เดือนแรก ปี 2567
มูลค่า
48,058
ล้านบาท
+19%

ผู้ผลิตอาหารฮาลาลไทย **15,043** ราย

➕ **ฐาน** INFO GRAPHIC

ที่มา : “ฐานเศรษฐกิจ” รวบรวมจากข้อมูลของสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป



A photograph of a busy outdoor food stall. In the foreground, a man in a black polo shirt with 'THAIFARM' on the sleeve is serving food. Behind him, several women wearing hijabs are also serving or eating. The stall is filled with various halal food items in metal trays, including what looks like fried chicken and rice. The background is slightly blurred, showing more people and the outdoor setting.

โอกาสทางธุรกิจสำหรับ ผู้ประกอบการ

ธุรกิจอาหารฮาลาลในประเทศไทยเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง มีความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากทั้งประชากรมุสลิมและผู้บริโภคทั่วไป ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ไทยส่งออก อาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาล



ติดอันดับที่
8 ของโลก

ส่วนแบ่งตลาดสินค้าส่งออกของไทย

อาหารฮาลาลโดยการรับรอง

เช่น

- อาหารทะเล กระป๋อง/แปรรูป
- เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

อาหารฮาลาลธรรมชาติ

เช่น

- ผลไม้ (สด/แช่เย็น แช่แข็ง)
- ข้าว น้ำตาลทราย



ตลาดคู่ค้าสำคัญ



รู้หรือไม่ว่า?

เป้าหมายของประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น
ASEAN Halal Hub ในปี 2571



ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย



ไทยส่งออกอาหาร และเครื่องดื่มฮาลาล อันดับที่ 8 ของโลก



ผู้ส่งออกอาหาร และเครื่องดื่มฮาลาลของโลก

- 1 The Netherlands
- 2 China
- 3 USA
- 4 Germany
- 5 Indonesia
- 6 Spain
- 7 India
- 8 Thailand

5 อันดับแรก อาหาร และเครื่องดื่มฮาลาลส่งออกของไทย



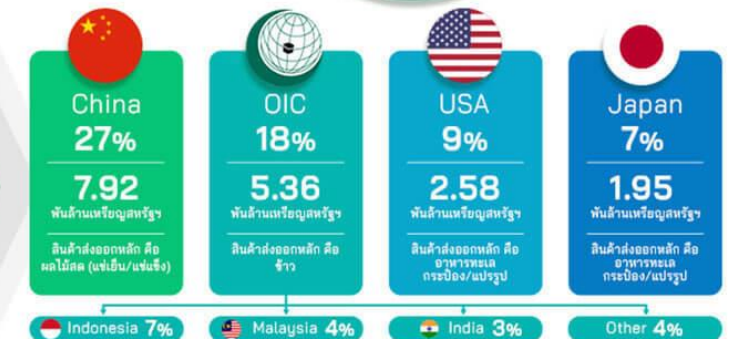
อาหาร และเครื่องดื่มฮาลาล แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

ฮาลาล
ผัก-ผลไม้สดและแปรรูป
ข้าว น้ำตาลทราย



ตลาดคู่ค้า รายสำคัญ

(% สัดส่วนมูลค่าการส่งออก
อาหารและเครื่องดื่ม
ฮาลาลของไทย)



ที่มา : MOC ITC (ข้อมูลปี 2566) รวบรวมและวิเคราะห์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ: 1) สินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล ได้แก่ ผักและผลไม้สด (แช่เย็น/แช่แข็ง) ข้าว สินค้าประมง ไข่สดแช่เย็น/แช่แข็ง / อาหารทะเลกระป๋อง/แปรรูป ผักและผลไม้กระป๋อง/แปรรูป ผลิตภัณฑ์จากข้าว นมและผลิตภัณฑ์ น้ำมันพืช และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

2) องค์การความร่วมมืออิสลาม (OIC) ประกอบด้วยประเทศมุสลิม 57 ประเทศทั่วโลก

เจาะกลยุทธ์ส่งออก สินค้าอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดโลก

ภาพรวมการส่งออกเดือน ม.ค. - ส.ค. 2567

ปัจจุบัน **4,740.58** ล้านเหรียญสหรัฐ อัตราขยายตัว **8.58%** ↑

ไทยส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลเป็นอันดับที่ 11 ของโลก

ส่งออกไปที่ไหนมากที่สุด 5 อันดับแรก ?

- 1 อินโดนีเซีย 31.79%
- 2 มาเลเซีย 20.04%
- 3 อียิปต์ 10.20%
- 4 สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 4.74%
- 5 ซาอุดีอาระเบีย 3.34%



หรือคิดเป็นสัดส่วน 70.11% ของตลาดส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปยังตลาด OIC

อุตสาหกรรมฮาลาลในตลาดโลก

มีมูลค่าการค้าทั่วโลกประมาณ 1.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ

ปัจจุบันประชากรมุสลิมของโลกมีจำนวนประมาณ 1,876 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 24% ของประชากรโลก ทั้งนี้คาดว่าจะมีจำนวนประชากรมุสลิมจะเพิ่มขึ้นเป็น 26% ภายในปี 2030

ในปัจจุบันประเทศไทยมีบริษัทที่ได้รับรองฮาลาลทั้งหมดประมาณ 6,000 บริษัท และมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลกว่า 180,000 รายการ

6,000 บริษัท 180,000 รายการ

กลุ่มสินค้าอาหารฮาลาล ที่ได้รับความนิยมในตลาดโลก



กลุ่มสินค้าอาหารหลัก
เช่น ข้าว แป้งเมล็ดธัญพืชต่าง ๆ และน้ำตาลทราย



กลุ่มเนื้อสัตว์
ไก่ และอาหารทะเล ในรูปแบบแช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป



กลุ่มผลไม้
ในรูปแบบสด แห้ง แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป



กลุ่มสินค้าอาหารฮาลาลพร้อมปรุง
ตลอดจนขนมหวาน ของขบเคี้ยว และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์

เจาะกลยุทธ์ส่งออก ที่น่าสนใจ

1 เน้นเจาะกลุ่มสินค้าอาหารฮาลาลที่ได้รับความนิยมในตลาดโลก

2 ขยายการส่งออกไปยังสินค้ากลุ่มใหม่ ๆ เช่น "สินค้าเพื่อสุขภาพ" และ "อาหารแห่งอนาคต" อาทิ น้ำนมมะพร้าวออร์แกนิก, เนื้อที่ทำจากพืช, ซุปเปอร์ฟู้ดส์

3 ขยายช่องทางการเข้าถึงสินค้า เน้นการทำแพลตฟอร์มออนไลน์และสร้างคอนเทนต์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย

4 ขยายตลาดอาหารฮาลาลในประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (Non-OIC) เช่น จีน อินเดีย สิงคโปร์ ซึ่งเป็นตลาดที่มีจำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวมุสลิมสูง

5 เข้าร่วมกิจกรรมกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

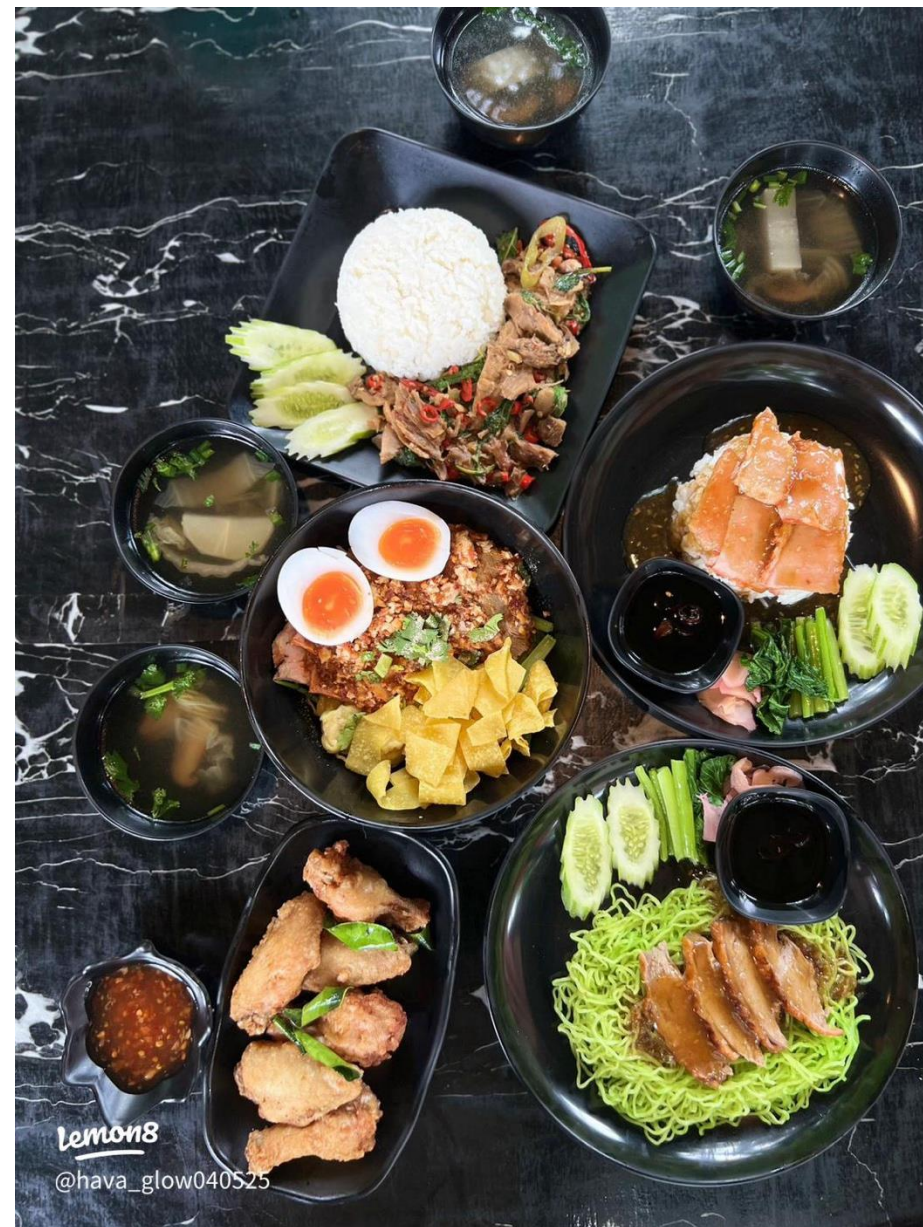
5.1 กิจกรรมจับคู่และเจรจาธุรกิจการค้า
5.2 งานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ เช่น Gulfood, THAIFEX-Anuga Asia
5.3 การเดินทางกับคณะผู้แทนการค้าเพื่อแสวงหาผู้ค้าและสำรวจตลาดสำคัญ

แนวโน้มของธุรกิจอาหารฮาลาลในประเทศไทย
ธุรกิจอาหารฮาลาลในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญได้แก่ ประชากรมุสลิมในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาวมุสลิมที่เดินทางเข้าประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคทั่วไปเริ่มให้ความสำคัญกับอาหารฮาลาลมากขึ้น

ผู้ประกอบการสามารถไขประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจดังกล่าวได้ ดังนี้

- พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลที่หลากหลายครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค
- ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการผลิตอาหารฮาลาล
- ขยายช่องทางการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ



4 วิธี



SME
SOCIAL PLANET
bangkokbanksme.com

ตลาดสินค้าฮาลาล ที่ผู้ประกอบการ SME ควรรู้



1 สร้างความเชื่อมั่น

มีการผลิตอาหารให้ได้คุณภาพ ปลอดภัย ถูกต้องตามสุขลักษณะ
พร้อมทั้งดำเนินการยื่นขอเครื่องหมายรับรองฮาลาล
เพื่อขออนุมัติการใช้เครื่องหมายจากคณะกรรมการกลาง
อิสลามแห่งประเทศไทย



2 พัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์

ให้ความสำคัญกับเรื่อง R&D ซึ่งเป็นสำคัญในการยกระดับ
พัฒนาสินค้าให้มีรสชาติโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง
และต้องศึกษา - วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
เพื่อนำไปพัฒนาสินค้า ให้ตอบโจทย์ตามความต้องการผู้บริโภค



3 สร้าง Business Connection

สร้าง Connection กับเครือข่ายเป็นคนในวงการธุรกิจ
ที่เกี่ยวข้องเพื่อเปิดช่องทางให้สามารถนำสินค้า
ไปขายในตลาดต่างประเทศ

4 ออกบูธแสดงสินค้า

ลูกค้าที่มาเดินภายในงานส่วนใหญ่มักสนใจสินค้าที่เกี่ยวข้อง
กับงานที่จัดแสดงอยู่แล้ว ทำให้การออกบูธสามารถสื่อสาร
ได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งวิธีนี้ยังช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า
ที่มาเดินภายในงานได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

IOT



Blockchain



เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



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 เพื่อกระตุ้นต่อยอดคิดและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการยุคใหม่มองเห็นช่องทางและโอกาสในการต่อยอดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวฮาลาล



THAILAND
Muslim
Friendly

สิ่งสำคัญที่สุดในการประกอบ
ธุรกิจเพื่อรองรับลูกค้ามุสลิม คือ
ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษา
ปฏิบัติตามหลักของศาสนาอิสลาม
ที่มีผลต่อพฤติกรรมและวิถีชีวิตของ
ชาวมุสลิม รวมถึงทำความเข้าใจ
พฤติกรรมแบบฮาลาลอย่างรอบด้าน
เพื่อให้สามารถนำเสนอสินค้าและ
บริการที่เป็นมิตรต่อลูกค้ามุสลิม
ได้ตรงจุด ทำให้ธุรกิจสามารถ
ขยายกลุ่มเป้าหมายและต่อยอด
ในเชิงธุรกิจในวงกว้าง รวมทั้งสร้าง
สภาพแวดล้อมให้ประเทศไทย
เป็นจุดหมายปลายทางที่มีมิตรกับ
ชาวมุสลิม ตั้งแต่การเดินทาง ที่พัก
ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ
กิจกรรมท่องเที่ยว ไปจนถึงสินค้า
ฮาลาลอย่างครบวงจร 





เจาะลึกยุทธศาสตร์ฮาลาลไทย

แนวโน้มการเพิ่มจำนวนขึ้นของประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม ส่งผลให้ธุรกิจฮาลาลมีการขยายและหลากหลายยิ่งขึ้นในปัจจุบัน จึงเป็นที่คาดการณ์กันว่าตลาดเศรษฐกิจฮาลาลจะเป็นตลาดเกิดใหม่ที่ทรงอิทธิพลและมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วที่สุด และน่าจะเป็นหนึ่งในโอกาสใหม่ที่น่าสนใจมากที่สุดสำหรับผู้ประกอบการไทย

จับตลาดฮาลาลกับโอกาสที่กำลังเติบโต

ปัจจุบันชาวมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1,800 ล้านคน กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก สำหรับ 5 ประเทศที่มีจำนวนประชากรมุสลิมมากที่สุด ได้แก่

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

เห็นได้ว่า 4 ใน 5 ของประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะอินโดนีเซียเพื่อนบ้านของไทยที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักลงทุนมองเห็นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจฮาลาลในเอเชีย เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ ของชาวมุสลิม ไม่เว้นแม้แต่ประเทศไทยเองที่ในระยะหลังก็มุ่งพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับธุรกิจฮาลาลเพื่อสร้างโอกาสใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน

ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เศรษฐกิจฮาลาลเติบโตอย่างรวดเร็วโดยมีชาวมุสลิมเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักมีดังนี้



SCAN QR CODE

เพื่อรับชม Clip



ตัวอย่างธุรกิจขนาดเล็กที่มีมูลค่ามากที่สุด ได้แก่

1

อุตสาหกรรม

การผลิต

อาหาร เครื่องดื่ม
เครื่องสำอาง
เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง

2

การท่องเที่ยว

โรงแรม ที่พัก
ภัตตาคาร
บริการที่เกี่ยวข้อง

3

การเงิน

ธนาคาร
ประกันภัย
พันธบัตร

4

การแพทย์

ผลิตภัณฑ์
ทางการแพทย์
ยารักษาโรค
สมุนไพร

5

สื่อสิ่งพิมพ์

และบันเทิง

หนังสือ นิตยสาร
ภาพยนตร์ ดนตรี

6

โครงสร้างพื้นฐาน

มาตรฐานฮาลาล
ระบบการผลิตห้อง
ปฏิบัติการ การรับรอง
สินค้าฮาลาล

7

ไอซีที

ซอฟต์แวร์
เว็บไซต์



ประเทศไทยอยู่ตรงไหน ในตลาดฮาลาลโลก

ประเทศไทยมีประชากรที่เป็นชาวมุสลิมประมาณ 5% ของประชากรทั้งประเทศ หรือราว 3.5 ล้านคน นอกจากนี้จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2562 พบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 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 พืชคณาชาลา

ประเทศไทยมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการชาลา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในการแข่งขันในระดับนานาชาติ โดยเป็นการสำรวจและประเมิน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของไทย เพื่อมองหาโอกาสในการพัฒนาและลงทุนในอนาคต

จุดแข็ง



ภาคบริการของไทย มีความโดดเด่นและหลากหลาย

ประเทศไทยมีภาคบริการที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย โดยเฉพาะบริการด้านสาธารณสุขและบริการด้านท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มีความพร้อมในการให้บริการเป็นที่ยอมรับในระดับต้นๆ ของโลก และมีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นบริการชาลา ในระยะต่อไป เช่น โรงแรมและที่พักที่เป็นมิตรกับชาวมุสลิม ร้านอาหารถูกสุขลักษณะ ห้องน้ำสะอาด ได้มาตรฐาน ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นจุดเด่นที่จะผลักดันอุตสาหกรรมชาลาของประเทศไทยให้เติบโตยิ่งขึ้น



ประเทศไทยมีองค์กรสนับสนุน อุตสาหกรรมชาลาอย่างชัดเจน

ภาครัฐได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมชาลาโดยเฉพาะ ทั้งระยะสั้น และระยะยาว อีกทั้งไทยมีความชัดเจนในการพัฒนา มาตรฐานอาหารชาลา ทั้งในด้านนโยบายและด้านการตรวจรับรองชาลาตามหลักการศาสนา มีการประกาศใช้มาตรฐานอาหารชาลาภายใต้ พรบ. สินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มีหน่วยงานหลักอย่าง “คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” เป็น ผู้กำหนดและประกาศใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชาลา ให้ถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและมาตรฐาน ชาลา รวมทั้งเป็นผู้อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายชาลา เพื่อขยายโอกาสในการแข่งขันในตลาดสินค้าชาลา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ



ประเทศไทยมีศักยภาพ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมชาลา ทั้งด้านสินค้าและบริการ

ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ด้านทรัพยากร จนได้ชื่อว่าเป็น “ครัวโลก” ถือเป็นแหล่งวัตถุดิบในการผลิต และส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศมุสลิม โดยในปี พ.ศ. 2556 ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและ อาหารชาลาลำดับที่ 13 ของโลก ทั้งนี้ประเทศไทย มีความพร้อมหลายด้านที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม ชาลา เช่น วัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์ เครื่องจักรและเทคโนโลยีในการแปรรูปที่ทันสมัย สามารถสนองตอบ ความต้องการบริโภคสินค้าและบริการชาลาในประเทศ และต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกัน กิจกรรม ในภาคบริการของไทย เช่น การท่องเที่ยวและการบริการ สาธารณสุขก็เป็นที่ยอมรับ และสามารถตอบสนอง ความต้องการของตลาดได้ในระดับโลก



ประเทศไทยมีความร่วมมือ ที่เข้มแข็งกับต่างประเทศ

หน่วยงานของไทย เช่น ศูนย์วิทยาศาสตร์ชาลา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันมาตรฐานชาลา แห่งประเทศไทย ได้มีการลงนามบันทึกความเข้าใจกับ องค์กรมุสลิมในต่างประเทศ เพื่อความร่วมมือในการ พัฒนาอุตสาหกรรมชาลาอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังมี การสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการ พัฒนาบริเวณพื้นที่ชายฝั่งด้านตะวันออก แถบชายแดน ไทย-มาเลเซีย ซึ่งให้ความสำคัญกับการขยายความร่วมมือ ด้านธุรกิจและอุตสาหกรรมชาลา ทั้งส่วนที่เป็นอาหาร มิใช่อาหาร และการบริการ เพื่อผลักดันเขตพื้นที่ อันตามันให้เป็นศูนย์ธุรกิจชาลาและศูนย์การท่องเที่ยว ชาลา ขณะเดียวกันก็เร่งขับเคลื่อนให้พื้นที่ภาคใต้ ตอนล่างเข้าสู่การเป็นศูนย์อุตสาหกรรมชาลา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชาลาในส่วนพื้นที่ชาวไทย



จุดอ่อน



การพัฒนาบริการชาลาของไทย ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น

ผู้ประกอบการ SME ของไทยส่วนหนึ่งยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจบริการชาลาให้ สอดคล้องกับหลักศาสนาและความต้องการของลูกค้า มุสลิม เนื่องจากยังขาดข้อมูลด้านเทคโนโลยี และ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านที่จะพัฒนา ธุรกิจบริการชาลาให้มีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็น ต้องเร่งพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด กลุ่มผู้บริโภคชาลา รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ที่เพิ่มจำนวนในตลาดท่องเที่ยวโลกอย่างต่อเนื่อง



ระบบคุ้มครองผู้บริโภคชาลา โดยรวมยังไม่เข้มแข็ง

ในประเทศไทยยังพบปัญหาการปนเปื้อนสิ่งต้องห้าม ในอาหารชาลาอยู่บ่อยครั้ง ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น ของต่างประเทศที่มีต่ออาหารชาลาจากประเทศไทย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะ ต้องสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการชาลาที่มีความ รัดกุม ชัดเจน รวมถึงมีมาตรฐานการคุ้มครอง ผู้บริโภคที่เข้มแข็ง เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและ บริการชาลาไทยให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก



ประเทศไทยยังขาดบุคลากรที่มี ความชำนาญในการตรวจรับรองชาลา

การรับรองเครื่องหมายมาตรฐานชาลาในประเทศไทย ไม่ว่าจะสำหรับสินค้า อาหาร หรือการบริการจำเป็น ต้องให้องค์กรทางศาสนาอิสลามเป็นผู้ดำเนินการ โดยมีงานด้านวิทยาศาสตร์ชาลาเข้ามาช่วยสนับสนุน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค แม้้องค์กร ศาสนาจะมีความเข้มแข็งในระดับหนึ่งในการ ตรวจรับรอง แต่ก็ยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาบุคลากร ด้านวิทยาศาสตร์ชาลาให้มีความพร้อมมากขึ้น ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ



ประเทศไทยขาดการจัดเก็บข้อมูล อุตสาหกรรมชาลาอย่างเป็นระบบ

ประเทศไทยยังขาดการจัดเก็บข้อมูลระหว่าง สินค้าชาลากับสินค้าอื่นๆ ทำให้ไม่สามารถใช้ ประโยชน์เพื่อประกอบการพิจารณากำหนดทิศทางการ พัฒนาอุตสาหกรรมชาลาแบบครบวงจรได้อย่าง เต็มที่ นอกจากนี้ยังส่งผลให้ขาดการบูรณาการและ ความต่อเนื่องในการดำเนินงานพัฒนาอุตสาหกรรม ชาลาระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โอกาสของประเทศไทยในคลาคลาชาลา

สินค้าและบริการชาลาไทยยังมีโอกาสทางการตลาดสูง

ผู้บริโภคชาวมุสลิมมีจำนวนมากและส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเอเชีย อีกทั้งยังนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงเป็นโอกาสให้ประเทศไทยขยายส่วนแบ่งในตลาดโลกให้สูงขึ้น ขณะเดียวกันชาวมุสลิมในกลุ่มประเทศยุโรปและอาหรับที่มีกำลังซื้อสูง นิยมบริโภคอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้น จึงเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงอีกแห่งหนึ่งสำหรับการส่งออกสินค้าชาลาของไทยในอนาคต



วิกฤตการณ์อาหารโลกเป็นโอกาสสำหรับการส่งออกอาหารชาลาของไทย

ปัญหาโรคระบาด ภัยธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก สร้างความเสียหายให้แก่พื้นที่และผลผลิตทางการเกษตรในหลายประเทศทั่วโลก ส่งผลต่อความมั่นคงทางอาหารในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศยากจน สำหรับประเทศไทยวิกฤตนี้จัดว่าเป็นโอกาสสำหรับการส่งออกผลผลิตทางการเกษตรและอาหาร รวมทั้งอาหารชาลาของไทย ซึ่งเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรและอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก

ความต้องการบริการชาลาในต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น

เมื่อการท่องเที่ยวชาลาเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสามารถอำนวยความสะดวกด้านอาหารและกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อชาวมุสลิมเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบริการทางการแพทย์และการรักษาพยาบาล บริการครัวชาลาในโรงพยาบาลและโรงแรม รวมถึงบริการดูแลผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 ซึ่งประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศที่ฟื้นตัวจากโรคโควิด -19 เป็นอันดับ 1 จาก 184 ประเทศทั่วโลก ทำให้ความต้องการบริการด้านการแพทย์ของไทยเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย



ประเทศไทยมีเครือข่ายการค้าที่ดีกับประเทศมุสลิม

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

กรุงเทพมหานครกับเส้นทางท่องเที่ยวของชาวมุสลิม

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

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการศึกษาวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จนนำไปสู่การออกแบบรูปแบบการบริการสาธารณะที่เหมาะสม โดยได้ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้เชี่ยวชาญด้านมุสลิม บล็อกเกอร์ (Blogger) สายท่องเที่ยว และตัวแทนท่องเที่ยวทั่วประเทศกว่า 700 แห่ง เพื่อสร้างคู่มือท่องเที่ยวสาธารณะ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลโรงแรม ร้านอาหาร มัสยิด ธุรกิจบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมุสลิม โดยเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมุสลิม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

• กลุ่มเลือกซื้อสินค้า

แหล่งท่องเที่ยวในย่านใจกลางเมือง เดินทางสะดวกด้วยการคมนาคมที่เชื่อมโยงผ่านรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) และรถไฟฟ้าใต้ดินเอ็มอาร์ที (MRT) โดยเน้นประสบการณ์จับจ่ายซื้อของให้นักท่องเที่ยวแบบครบวงจร เช่น ศูนย์การค้าเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี ศูนย์การค้าสยามพารากอน พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำซี โลก ไอเซียน เวิลด์ กรุงเทพฯ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ศูนย์การค้าเกษร วิลเลจห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ซิตี้ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล เอ็มบาสซี เดอะ แพลทินัม แฟชั่น มอลล์ ฯลฯ ซึ่งพื้นที่บริเวณนี้มีร้านอาหารฮาลาลและห้องละหมาดไว้รองรับนักท่องเที่ยวมุสลิม นอกจากนี้บริเวณใกล้เคียงยังมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์และศิลปวัฒนธรรม เช่น หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร พิพิธภัณฑ์บ้านจิม ทอมป์สัน ชุมชนมุสลิมบ้านครัว ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนความเป็นไทยสู่สายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างวัฒนธรรม

• กลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา

สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาสามารถเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส เชื่อมต่อกับเรือด่วนเจ้าพระยา เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ที่มีความเชื่อมโยงถึงประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชุมชนของไทย เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดอรุณราชวราราม พิพิธภัณฑ์บ้านภูมิไฉน มัสยิดบางหลวง มัสยิดโกษา มัสยิดฮารูน มัสยิดต้นสน โรงภาพยนตร์สโตนีโร เป็นต้น ขณะเดียวกันก็มีสถานที่ท่องเที่ยวทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันซึ่งนักท่องเที่ยวฮาลาลสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ในบริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยา เช่น ศูนย์การค้าไอคอนสยาม ศูนย์การค้าเอเชียทีค เดอะ ริเวอร์ฟรอนท์ ไปจนถึงกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบอย่างการล่องเรือชมความสวยงามของแม่น้ำเจ้าพระยา และการรับประทานอาหารบนเรือพร้อมชมวิวน้ำ เป็นต้น

5
อันดับ

จุดหมายปลายทางยอดนิยม
ของนักท่องเที่ยวมุสลิม

กลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (Non-OIC)



ที่มา : The Mastercard-Crecent Rating Global Muslim Travel Index หรือ GMTI 2024

INFO GRAPHIC



Halal Goodies
ฮาลาลกู๊ดดี

3 - 13 ก.ค. 68
เวลา 10.00 - 21.00 น.

Q ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 3

0802847222



HALAL GOODIE

20 + 26 ก.ค. 68
Q Terminal 21

080 284 7222



Halal Goodies
ฮาลาลกู๊ดดี

3 - 13
กรกฎาคม 2568
เวลา 10.00 - 21.00 น.

Q ศูนย์การค้าแฟชั่นไอส์แลนด์ ชั้น 3

จัดเต็ม
11 วัน

จองบูธ 080 284 7222



กระตุ้นเศรษฐกิจชายแดนได้ด้วย SME ชาลาล

ภาคใต้ของประเทศไทยมีประชากรชาวมุสลิมอาศัยอยู่มากที่สุด โดยเฉพาะในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งหน่วยงานอย่าง สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) ได้จัดทำโครงการพัฒนาธุรกิจวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการ SME เพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยจัดการอบรม ให้คำปรึกษาในการขอทุน และการจัดตั้งธุรกิจ โดยที่ผ่านมามี SME ที่ได้รับธุรกิจและประสบความสำเร็จมาแล้วด้วยกันอย่างเช่น

- **Filin Delivery** แพลตฟอร์มให้บริการรับ-ส่งอาหาร เปิดช่องทางสั่งซื้ออาหารออนไลน์
- **เบญจเมธา** โรงงานเซรามิกจากเนื้อดินท้องถิ่น ผสมผสานเอกลักษณ์และกลิ่นอายวัฒนธรรมมุสลิมในพื้นที่ชายแดนใต้
- **NASREEN** ข้าวเกรียบปลาทอดกรอบโอเคียใหม่ ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบแท่งและแบบแผ่นเพื่อให้สะดวกต่อการรับประทาน



หน่วยงานให้คำปรึกษา
ธุรกิจฮาลาล

ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

www.halalscience.org



สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลาม
แห่งประเทศไทย

www.cicot.or.th



กรมการท่องเที่ยว

www.dot.go.th/home



สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย

www.halalstandard.or.th



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

thai.tourismthailand.org/home

ในยุคที่ทุกคนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแบบรอบด้านผ่านโลกออนไลน์ นักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพิเศษเฉพาะตัวก็สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเชิงลึกได้มากขึ้นเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นจุดหมายปลายทางที่ให้บริการอาหารฮาลาลที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการปฏิบัติศาสนกิจของชาวมุสลิม รวมถึงประสบการณ์ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในลักษณะอื่นที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมุสลิมแน่นอนว่าประเทศไทยจะสามารถพัฒนาศักยภาพ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวฮาลาลได้อย่างรอบด้าน สามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าและบริการฮาลาลในประเทศ มีการสร้างมาตรฐานสินค้าฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับ รวมถึงมีการส่งเสริม

ผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลอย่างครบวงจร ประเทศนั้นย่อมได้เปรียบ ในการแข่งขันและช่วงชิงความได้เปรียบในตลาดการค้าและการท่องเที่ยวฮาลาล

เห็นได้ว่าการเจาะตลาดฮาลาลต้องอาศัยการวางแผนยุทธศาสตร์อย่างรอบด้าน และไม่มองข้ามรายละเอียดแม้เพียงเล็กน้อย เพราะทุกองค์ประกอบมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้อุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศเติบโต สุดท้ายแล้วผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากที่สุดก็คือประชาชนในชาติ ซึ่งหากไม่เร่งช่วงชิงพื้นที่ทางการตลาด ประเทศไทยเราอาจถูกประเทศที่พัฒนาด้านฮาลาลได้ดีกว่ามา "ดิสรัป" ก็เป็นไปได้! ¹⁸

A-B

ธุรกิจฮาลาล



BLEISURE TRAVEL

การเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ผสมระหว่างคำว่า Business และ Leisure หมายถึงการพักผ่อนหย่อนใจระหว่างไปทำงานต่างถิ่น



CRESCENT RATING

บริษัทชั้นนำนำมาตรฐานฮาลาลไปให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาล



DR. AHMAD ELNAGGAR

นักเศรษฐศาสตร์ชาวอียิปต์ ผู้ก่อตั้งธนาคาร Mit Ghamr Savings Bank ซึ่งปราศจากดอกเบี้ยตามหลักศาสนาอิสลาม



EGYPT

ประเทศที่ให้กำเนิดศาสนาอิสลามครั้งแรกของโลก ซึ่งกลายเป็นรากฐานของธนาคารอิสลามทั่วโลกในเวลาต่อมา



AL MEROZ

อัลมีรอซ คือโรงแรมฮาลาลแห่งแรกของไทย มีสถานที่ประกอบศาสนกิจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับชาวมุสลิม



FRIENDLY TRAVEL

การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เมื่อใช้ใบบริบทของการท่องเที่ยวฮาลาลจะหมายถึงนักท่องเที่ยวซึ่งรองรับชาวมุสลิม



GLOBAL MUSLIM TRAVEL INDEX

ผลสำรวจดัชนีการท่องเที่ยวของชาวมุสลิมทั่วโลก เพื่อให้เห็นทิศทางการพัฒนาและการลงทุนในธุรกิจฮาลาลในประเทศต่างๆ



HALAL

ในภาษาอาหรับ แปลว่าอนุมัติ เมื่อใช้ในบริบททางศาสนาอิสลามจะหมายถึงสิ่งที่ศาสนาอนุมัติให้กิน ดื่ม และปฏิบัติ



INDONESIA

อินโดนีเซียมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามร้อยละ 87 ของประเทศ ถือเป็นประเทศที่มีชาวมุสลิมมากที่สุดในโลก



JOURNEY.CLOUD

แอปพลิเคชันสำหรับเขียนบันทึกประจำวันออนไลน์ เป็นชุมชนที่เน้นแบ่งปันเรื่องราวน่าสนใจระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว



KEBAB

อาหารอาหรับที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมุสลิม มีลักษณะคล้ายกับบาร์บีคิวที่นำเนื้อสัตว์ไก่แพะ แกะ และผักมาเสียบไม้ย่าง



LOW SEASON

ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อยเพราะไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ ข้อดีคือคนไม่เยอะ ตัวเดินทางและที่พักราคาไม่สูง



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 (กทอ.) ให้คำปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม และออกใบรับรองผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล



UMRAH

ฮุมเราะห์ คือการเดินทางไปแสวงบุญและปฏิบัติศาสนากิจที่นครมักกะฮ์ ซึ่งถือเป็นการแสวงบุญเล็ก ก่อนเข้าสู่ศกศาลฮัจญ์



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 โดยชาวมุสลิมต้องนำอาหารหรือทรัพย์สินส่วนหนึ่งมอบให้แก่ผู้ยากไร้ในเดือนรอมฎอนเพื่อลดความตระหนี่