

ฐานรากถึงการสำรวจนวัตกรรมวิจัยฮาลาลในกลุ่มประเทศอาเซียนปี 2022 ส่งผลใน
การพัฒนาเชิงวิชาการและประยุกต์ใช้ผู้ประกอบการธุรกิจ
The Foundations Exploration of Halal Research 2022 ASEAN Countries
Resulting in Academic Development and Application of Business
Entrepreneurs

มีลินห์ ห่วนที¹ ทศพร มะหะหมัด²
My Linh Huynh Thi, Tosaporn Mahamud

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอเรื่องราววัฒนธรรมฮาลาลที่เกิดขึ้นในภูมิภาคอาเซียนในปี 2022 โดยผู้เขียนได้ทำการคัดเลือกผลงานวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารคุณภาพสูงที่มีการอ้างอิงจำนวนมากเพื่อศึกษาถึงความคืบหน้าในเชิงวิชาการฮาลาลในภูมิภาคอาเซียน และได้ทำการค้นพบบทความที่ตีพิมพ์เกี่ยวข้องกับฮาลาลทั้งในส่วนของการธุรกิจ บริการ การท่องเที่ยว เชิงวิทยาศาสตร์ การเข้าใจถึงพฤติกรรม โดยผลงานทั้งหมดถูกสร้างขึ้น โดยส่วนใหญ่มาจาก ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย และ ประเทศไทย ทั้งนี้ การรื้อฟื้นความเป็นไปตามวิถีคิดและการสังเคราะห์ให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการและประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการผู้เขียนขอยกย่องเชิญชูเกียรติผู้ผลิตผลงานที่ได้ทำการอ้างอิงขอพระผู้เป็นเจ้าประทานความสำเร็จและผลิตผลงานรับใช้สังคมในภูมิภาคอาเซียนสืบไป

คำสำคัญ (Keywords): อาเซียน; นวัตกรรม; ฮาลาล; ธุรกิจ

Abstract

This article aims to present the story of Halal culture occurring in the ASEAN region by 2022. The authors have selected academic papers published in high quality Impact factor journals with numerous citations. much to study the progress in academic Halal in the ASEAN region and has discovered articles published related to Halal in terms of business, services, tourism scientific behavior understanding All works were created. Most of them are from Indonesia, Malaysia, and Thailand. The

Received: 2022-08-30 **Revised:** 2023-03-24 **Accepted:** 2023-03-26

¹ สำนักศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต General of Education, Kasembundit University, Corresponding Author e-mail: tosaporn.mah@kbu.ac.th

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, Graduate School of Business Administration, Kasembundit University. e-mail: tosaporn.mah@kbu.ac.th

article reviews are based on a conceptual approach and synthesis for academic benefit and applicable to entrepreneurship would like to commend glorify exalt the owner of the work. Producers of works that have made references to ask God for success and produce work to serve society in the ASEAN region.

Keyword: Asean; Innovation; Halal; Business

บทนำ (Introduction)

นวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ที่โลกได้ก้าวไปสู่สิ่งใหม่เป็นความรู้และสติปัญญาที่พระผู้เป็นเจ้าได้มอบให้ นัยความหมายของฮะลาลหมายถึงการได้รับอนุญาตตามแนวคิดฮะลาลอยู่ในบริบทของคนที่เป็นเคร่งครัดและเป็นวินัยในตัวตนของผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามทั่วโลก ในเวลาที่โลกเปลี่ยนไปเพราะจากฐานรากของเรื่องศาสนาอิสลามได้กำหนดขึ้นเมื่อ 1400ปี(Sawyer,2002) ในตัวบทของพระมหาคำภีร์ อัลกุรอาน(คำภีร์ของศาสนาอิสลาม) ในส่วนของของรูปแบบการบริโภคอุตสาหกรรมการผลิต ทุกระดับชั้น นอกจากนี้ผู้เขียนได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องใช้ นอกจากนี้การตรวจสอบวรรณกรรมทางวิชาการจากวารสารวิชาการคุณภาพสูงที่ได้รับการอ้างอิงในระดับสูงหลายเรื่องราวล้วนแล้วแต่เป็นทั้งในส่วนของการนวัตกรรมและบริบทในแง่คิดที่ดีของวรรณกรรมในอดีตที่ผสมผสานในเนื้อหา โดยเฉพาะประเด็นที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมา ทั้งหลักการเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ หรือกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยที่ตีพิมพ์นั้นๆเป็นกรณีศึกษาได้อย่างดีและเมื่อได้รับการตีพิมพ์ในวารสารคุณภาพสูงถือเป็นเรื่องที่ได้รับการคัดกรองและน่าเชื่อถือ.ในงานแนวคิดฮะลาลที่ออกมาในนามปธรรมและไม่สมบูรณ์แบบกับนักอุตสาหกรรมที่ไม่ใช้มุสลิมรับทราบและเข้าใจอย่างไม่ลึกซึ้งตั้งแต่เมื่อโลกเปลี่ยนไปนักธุรกิจฮะลาลที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้นมีศีลธรรมและจริยธรรมในการดำเนินงานมากขึ้นกระบวนการคัดกรองตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การศึกษามุ่งเน้นสืบค้นติดตามนวัตกรรมทั้งในส่วนของการงานวิจัยจะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการและส่วนงานวิชาการที่ให้ความสำคัญจำเป็นในการติดตามเรื่องราวใหม่ๆธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมฮะลาลที่เรียกได้ว่าผู้บริโภคอยู่ในลำดับต้นๆของโลก. ผู้เขียนให้ให้ลำดับความสำคัญการสำรวจวรรณกรรมที่เป็นเหมือนวัตถุประสงค์ของการเขียนในครั้งนี้นำไปใช้ประโยชน์ทั้งในส่วนของการวิชาการ ผู้ประกอบการ การเรียนการสอน จนถึงผู้สนใจทั่วไป และการตั้งข้อสังเกตว่าวรรณกรรมฮะลาล ที่มาจากกลุ่มประเทศอาเซียน สิ่งที่จะเพิ่มจากเดิมคือนวัตกรรมใหม่ที่ให้ความน่าสนใจ และคำอธิบายผลที่หลากหลายถือเป็นลักษณะที่เหล่าบรรดานักวิจัยที่ศึกษาเพียรพยายามในส่วนของการวิธีการวิจัยให้ออกมาได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด เพราะการที่นักวิชาการระดับคุณภาพที่สามารถตีพิมพ์ผลงานของตนเองในวารสารที่มีการอ้างอิงสูงเป็นเรื่องที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพงานในตัวของมันเอง และในเวลาโลกก้าวเข้าสู่ปี2022 บทเรียนจากความล่าช้าของโลกลุมนิยมในช่วงสองปีที่ผ่านมาชี้ให้เห็นผลของการดำเนินงานที่ไม่มีหลักคุณธรรมถูกทำลายลงไปมากและในเวลาที่มีความรู้ในเชิงวิชาการได้ก้าวหน้าไปไกลนั้นการคัดเลือกงานวิจัยระดับคุณภาพมาเพื่อศึกษาเพื่อเติมเต็มและสร้างการเชื่อมโยงของงานที่ขาดหลาย

ไปเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเขียนบทความวิชาการที่ทันสมัยทำให้วัฒนธรรมฮะลาลก้าวไปสู่ความเข้าใจที่ชัดเจน. เนื้อหาในลำดับต่อไปจะเป็นการนำเสนอ สังเคราะห์ประมวลการณของฮะลาลในภูมิภาค อาเซียน โดยใช้ผลงานทางวิชาการในลำดับขั้นนำเป็นกรณีศึกษาและยังคงมีงานวิจัยอีกมากมายในภูมิภาคอาเซียน ที่เกี่ยวข้องกับ ฮะลาล นอกจากนี้ยังมีผลงานทางวิชาการอีกจำนวนมากที่ได้เขียนเอาไว้เกี่ยวข้องในหลายทิศทางทำให้มุมมองฮะลาลถูกมองออกไปในวงกว้างมากขึ้นและในตัวตุนของนักวิจัยที่เป็นประเด็นหลักและจำนวนที่มากจากผลงานวิจัยที่มาจาก อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่ผลิตนวัตกรรมขั้นสูงอันเป็นประโยชน์ให้กับสังคม. นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยนวัตกรรมฮะลาลที่เกี่ยวกับ การพัฒนาการฝึกอบรมงานทรัพยากรบุคคลการใช้คนหลักการระหว่างหญิงชายในที่ทำงาน (Mahamud, et al. 2021) นอกจากนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับฮะลาลในรูปแบบวิศวกรรมในประเทศอาเซียนงานวิจัยฮะลาลในบริบทของอาเซียนนั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจนักวิชาการจากประเทศเพื่อนบ้านที่แสดงออกทางมุมมองวิธีการเพราะการพัฒนาทางด้านฮะลาลถือเป็นความก้าวหน้าที่ทำให้คุณในทางปฏิบัติทั้งนักวิชาการ ผู้ประกอบการ ใน Table 1 ได้ทำการรวบรวมนวัตกรรมในปี 2022 จากวารสารระดับชั้นนำและมาจากนักวิจัยที่มีศักยภาพสูงที่เกิดขึ้นในภูมิภาคนี้ แม้ว่ายังไม่มีความจำกัดความที่เกิดขึ้นในปี 2023 นวัตกรรมไปที่เป็นเรื่องรอคอย นักวิชาการฮะลาล จากไทยที่ทำการเสนอ (Denyingyhot, et al (2022) ที่มาจากศูนย์วิทยาศาสตร์ฮะลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เป็นองค์กรมีส่วนในการช่วยเหลือสังคมและพัฒนานวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ส่งผลดีต่อบุคคล องค์กร และผู้ประกอบการ ผ่านหลักการวิทยาศาสตร์. และการพัฒนาผู้ประกอบการให้เกิดความสมบูรณ์

บทบาทที่มาจากนวัตกรรมทางวิชาการยังถือเป็นสิ่งสำคัญผลงานวิชาการที่มาจากภูมิภาคอาเซียน เพิ่มเป็นการสะสางปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่จาก ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ความเข้าใจ การบริการ พฤติกรรม ตลาดสินค้าและยังรวมถึงการดำเนินธุรกิจฮะลาลในรูปแบบต่างๆ การดำเนินงานทางด้านฮะลาลที่เป็นรูปแบบที่มากขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจว่า 600ล้านคนที่เป็นมุสลิมเป็นเหมือนปัจจัยหลักของผู้บริโภคกลุ่มใหญ่กำลังซื้อมหาศาล และให้เป็นไปในธรรมชาติของการวิจัยและสร้างคุณค่าที่กว้างใหญ่กับผลดีที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคจำนวนมหาศาลนั้น อาเซียนคงเป็กลุ่มเศรษฐกิจที่ได้รับความสนใจ และเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของบทความนี้เพื่อสำรวจรวบรวม นวัตกรรม ในภูมิภาคและศึกษาเนื้อหาเป็นกรณีศึกษาเพื่อเป็นศักยภาพที่แข็งแกร่งในภูมิภาคอาเซียน และผลงานวิจัยในเชิงประจักษ์ให้มากขึ้นทำความเข้าใจวัดผล คาดการณ์ถึงเรื่องราวในอนาคต เพื่อเป็นครรลองให้กับเศรษฐกิจในภูมิภาคต่อไป

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้การทบทวนบทความคุณภาพสูงจากวารสารที่มีการอ้างอิงจำนวนมากในปี 2022ที่ที่อยู่ในฐานข้อมูลในประเทศไทยให้การรับรอง ถือเป็น การเชิญชวนเกียรติทางวิชาการที่พร้อมจะเปิดเผยต่อที่สาธารณะที่เกิดขึ้นในปีนี้แม้ว่ากระบวนการของบทความจะผ่านขั้นตอนที่ยากลำบากแต่ผลลัพธ์ของงานที่สร้างคุณค่าให้กับสังคมโดยรวมสิ่งพิมพ์เหล่านี้ครอบคลุมในหลายหัวข้อ และสามารถดาวโหลดเพื่อทำการศึกษาเรียนรู้ โดยเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมฮะลาลงานวิจัยที่อธิบายถึง เจตจำนงในเชิงพฤติกรรม

ผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ระบบอุปทานสินค้าฮาลาลที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล การส่งเสริมการขายสำหรับบริษัทที่ได้รับการรับรองฮาลาล การท่องเที่ยวฮาลาลประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวฮาลาล รูปแบบของ บล็อกเชน สำหรับการตรวจสอบคุณภาพฮาลาล ข การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ผู้ประกอบการฮาลาลทางเลือกและการจ้างงาน ถึงการศึกษานโยบายกระบวนการจัดการเพื่อเพิ่มผลกระทบมาภิบาลของผู้ประกอบในประเทศอาเซียน การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการตรวจสอบการปลอม การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในอินโดนีเซียการเสริมสร้างลักษณะของแบรนด์ฮาลาล การท่องเที่ยวฮาลาลในอินโดนีเซีย การบริโภค พฤติกรรมที่แตกต่างกันในเรื่องการบริโภค การยอมรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในหมู่ผู้บริโภค ผลกระทบคุณค่าที่แสดงออกในหมู่ผู้บริโภคฮาลาล การทบทวนฐานรากพื้นฐานทางศาสนาอิสลาม กฎหมายอิสลามความเข้าใจและการประยุกต์ใช้เพื่อสร้างเศรษฐกิจในชุมชนมุสลิม

Table 1.

	ผู้ประพันธ์	ปีที่ตีพิมพ์	ชื่อเรื่อง	วารสาร	เนื้อหา
1	Denyinghot, et al	2022	Modern on-site tool for monitoring contamination of halal meat with products from five non-halal animals using multiplex polymerase chain reaction coupled with DNA strip	Food Control	การพัฒนาเทคนิคที่ตรวจสอบสัตว์ต้องห้ามในอาหารฮาลาล 5 ชนิดแบบพร้อมกันโดยใช้เทคนิค multiplex PCR
2	Jaiyeoba, et al	2022	Measurement invariance across gender for the CSR as a promotional tool for halal certified companies in Malaysia	Journal of Islamic Marketing	การทำงานบริการสังคม CSR เพื่อส่งผลดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาล
3	Suhartanto, et al	2022	Millennial loyalty in Halal tourism: a destination-based analysis.	Current Issues in Tourism	แรงจูงใจนักท่องเที่ยว คุณค่า ความพอใจ ที่มาจากวัฒนธรรมอิสลาม
4	Tan, Gliğor & Ngah	2022	Applying Blockchain for Halal food traceability, International	Journal of Logistics Research and Applications	พฤติกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สื่อสังคมออนไลน์โซเชียมมีเดียของชาวมุสลิมที่มีต่อการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าฮาลาล
5	Septiarini, et al.	2022	"Drivers of behavioral intention among non-Muslims toward halal cosmetics: evidence from Indonesia, Malaysia, and Singapore	Journal of Islamic Accounting and Business Research	ภาพลักษณ์ของตราสินค้าฮาลาลและการรับรู้ตราสินค้าของผู้บริโภคไม่ได้เป็นชาวมุสลิม ในกรณีสินค้า คอสเมติก
6	Fachrurazi,et.al	2022	Building halal industry in Indonesia: the role of electronic word of mouth to strengthen the halal brand image	Journal of Islamic Marketing	โซเชียมมีเดียของชาวมุสลิมที่มีต่อการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าฮาลาล และอิทธิพลที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อ
7	Lestari et al	2022	Effect of destination competitiveness attributes on tourists' intention to visit halal tourism destination in Indonesia.	Journal of Islamic Marketing	ปัจจัยสนับสนุนและการจัดการจุดหมายปลายทางต่อการควบคุมพฤติกรรมมารับรู้ของนักท่องเที่ยวฮาลาล
8	Arifin, et al.	2022	Do young Muslim choose differently? Identifying consumer behavior in halal industry.	. Journal of Islamic Marketing	พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยศึกษาว่าคุณภาพเนื้อหา จิตสำนึกทางศาสนา และการรับรู้ถึงตราสินค้าส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคและความภักดี

9	Farhan,	2022	The Acceptance of Halal Food Products Among Non-Muslim Consumers in Indonesia.	Journal of International Food & Agribusiness Marketing	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคที่ไม่ใช่ชาวมุสลิม
10	Aji, H.M. and Muslichah, I.	2022	"Is halal universal? The impact of self-expressive value on halal brand personality, brand tribalism, and loyalty: case of Islamic hospitals	Journal of Islamic Marketing	ตราฮาลาลการบริหารจัดการโรงพยาบาล การบริการลูกค้าที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม
11	Mursid,	2022	"Examining revisit intention from the basic foundation of Islam: the role of halal destination attributes and perceived value".	Journal of Islamic Marketing	พฤติกรรมของชาวมุสลิม ได้แก่ ความเชื่อและการปฏิบัติของอิสลาม คุณค่าการทำงาน และคุณค่าทางอารมณ์ ความเข้าใจต่อหลักการฮาลาลในศาสนาอิสลาม

1. Denyinghot, et al (2022) ได้กล่าวถึงการพัฒนาเทคนิคที่ง่ายรวดเร็วตรวจสอบได้ทีละหลายสปีชีส์ และประยุกต์ใช้แบบ onsite เพื่องานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่ถูกต้องตามฉลาก หลีกเลี่ยงปัญหาที่มาจากอาหารและปัญหาความเชื่อทางศาสนา งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่การพัฒนาเทคนิคที่ตรวจสอบสัตว์ต้องห้ามในอาหารฮาลาล 5 ชนิดแบบพร้อมกันโดยใช้เทคนิค multiplex PCR ซึ่งเป็นเทคนิคทางดีเอ็นเอที่มีความเฉพาะเจาะจงและความไวสูงตรวจได้อาหารดิบอาหารปรุงสุกและอาหารแปรรูป เมื่อทำ amplification เสร็จแล้ว สามารถตรวจสอบผลผลิตปฏิกิริยาด้วย DNA strip ที่ติด tag ที่ complementary กับสัตว์ต้องห้ามแต่ละชนิด สามารถตรวจสอบผลวิเคราะห์ได้ด้วยตาเปล่าเทคนิคที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการทวนสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทยได้ ลดค่าใช้จ่ายของการใช้เครื่องมือที่ราคาสูงและนักเทคนิคที่ชำนาญการ อีกทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือในการคัดกรองตัวอย่างของสถานประกอบการก่อนส่งไปตรวจที่ห้องปฏิบัติการเพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนได้นวัตกรรมนี้ถือว่าเป็นครั้งแรกของประเทศไทยที่สามารถตรวจสัตว์ต้องห้าม 5 ชนิด(สุกร สุนัข แมว หนู และลิง) พร้อมกันและตรวจหน้างานได้

2. Jaiyeoba, et al (2022) ได้อธิบายถึงความแปรปรวนการตรวจสอบมุมมองระหว่างเพศ ในการทำCSR เพื่อเป็นงานในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมการทำงานบริการสังคมที่ส่งผลต่อธุรกิจของกลุ่มบริษัทที่ได้รับตรารับรองฮาลาลในมาเลเซียว่าเป็นไปได้อย่างไร ผลงานวิจัยของ Jaiyeoba, ได้เผยให้เห็นมุมมองสองประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาครั้งนี้การทดสอบค่าคงที่การวัดที่ระดับแบบจำลองชี้ให้เห็นความแตกต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างเพศชายและเพศหญิงในระดับหนึ่ง และยังเผยให้เห็นว่ามีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการแบ่งแยกทางเพศที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อกับลูกค้าอย่างมีความรับผิดชอบและในทางกฎหมายแต่ถึงอย่างไรก็ตามมีความแตกต่างเล็กน้อยระหว่างพวกเขาที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งมั่นในแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดของฮาลาลชะกาทและการบริจาคเพื่อการกุศลความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจฮาลาล และสวัสดิภาพพนักงาน อย่างไรก็ตามกิจกรรม CSR จะส่งเสริมบริษัทที่ได้รับการรับรองฮาลาลหากกิจกรรม

เหล่านี้ได้รับการสื่อสารอย่างเหมาะสมกับผู้บริโภคงานวิจัยที่ถือเป็นนวัตกรรมในงานบริการสังคมที่ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศอีกด้วย

3. Suhartanto, et al (2022) ได้กล่าวถึงเรื่องราวการศึกษาการท่องเที่ยวฮาลาลในอดีต กล่าวคือความภักดีของนักท่องเที่ยวมุสลิมยุคมิลเลนเนียล Gen Y เกิดขึ้นได้เมื่อพวกเขาไปเยือนจุดหมายปลายทางในประเทศหรือต่างประเทศอย่างไร ข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้รวบรวมจากกลุ่ม Gen Y ชาวมุสลิมชาวอินโดนีเซียจำนวน 432 คน งานวิจัยนี้ใช้แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ฮาลาลและประสบการณ์การที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว แม้ว่าประสบการณ์ฮาลาลถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจของเมื่อไปเยือน นอกจากนี้ การรับรู้ถึงคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดีนั้นได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าประสบการณ์ฮาลาล งานของ Suhartanto, ได้กล่าวถึง รายงานข้อค้นพบที่สำคัญบางประการ แต่ต้องตีความสิ่งเหล่านี้ในบริบทที่เกี่ยวข้องคือข้อจำกัดและการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในภูมิภาคบันดุงของอินโดนีเซีย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นมุสลิมและอินโดนีเซียเป็นประเทศและแหล่งท่องเที่ยวที่มีชาวมุสลิมเป็นส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามอาจไม่ได้เป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวแบบฮาลาล แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอิสลาม การศึกษาในอนาคตยังสามารถมุ่งเน้นไปที่ความแตกต่างตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น ระหว่างนักท่องเที่ยวชายและหญิงชาวมุสลิม ตลอดจนระหว่างคนรุ่นมิลเลนเนียลกับคนรุ่นอื่นๆ ข้อเสียอีกประการหนึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่เลือกแบบจำลองประสบการณ์การท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และรูปแบบความภักดี แต่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็ได้รับผลกระทบจากภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง แรงจูงใจ และปัจจัยด้านประชากรด้วย

4. Tan, et al (2022) ได้กล่าวถึงเรื่องงานที่โลก มีความกังวลเพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับความสมบูรณ์ของอาหารฮาลาล เนื่องจากห่วงโซ่อุปทานกลายเป็นสากล งานวิจัยนี้ระบุความท้าทายในการตรวจสอบย้อนกลับในปัจจุบันสำหรับห่วงโซ่อุปทานอาหารในมาเลเซียเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดฮาลาล เราวางตำแหน่งความท้าทายเหล่านี้ในบริบทของทฤษฎีสถาบันและทฤษฎีหน่วยงาน ต้นฉบับของเรากล่าวถึงการเรียกร้องของ จากข้อมูลในชีวิตจริงเพื่อจัดการกับการนำ Blockchain ไปใช้ในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ด้วยเหตุนี้ ทำให้เกิดห่วงโซ่อุปทานฮาลาลที่แตกต่างกัน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างกรอบแนวคิดที่รวมทั้งกระบวนการและเทคโนโลยีฮาลาลเพื่อปรับปรุงการตรวจสอบย้อนกลับของห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลจากฟาร์มสู่ทางแยก

5. Septiarini, et al. (2022) ได้กล่าวถึง กลุ่มคน Gen y การศึกษาการท่องเที่ยวฮาลาลในอดีต กล่าวคือ ความภักดีของนักท่องเที่ยวมุสลิมยุค Gen y เกิดขึ้นเมื่อพวกเขาไปเยือนจุดหมายปลายทางในประเทศหรือต่างประเทศอย่างไร ข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้รวบรวมจากกลุ่มมิลเลนเนียล(Gen y) ชาวมุสลิมอินโดนีเซียจำนวน 432 คน งานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ฮาลาลมีอิทธิพลต่อคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดีของนักท่องเที่ยว Gen Y ที่รับรู้ แม้ว่าประสบการณ์ฮาลาลถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจเมื่อไปเยือนจุดหมายปลายทาง

ในประเทศ แต่ประสบการณ์ฮาลาลก็ไม่ได้ถือว่ามีความสำคัญเมื่อไปเยือนจุดหมายปลายทางในต่างประเทศ.งานของ Septiarini ถือเป็นนวัตกรรมที่สื่อให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่และแรงยึดมั่นศรัทธาในกลุ่มคน Gen y เป็นนวัตกรรมที่ส่งเสริมคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวในอินโดนีเซีย นอกจากนี้ เมือง บันดุงแล้ว อินโดนีเซียถือเป็นประเทศที่แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามอีกมากมาย

6. Fachrurazi, et al (2022) ได้กล่าวถึง ผลการวิจัย นักการตลาดฮาลาลชาวอินโดนีเซีย ประสบปัญหาในการพัฒนาภาพลักษณ์ฮาลาลในฐานะตัวสร้างความแตกต่างที่สำคัญสาเหตุหลักมาจากการรับรองฮาลาลที่เพิ่มขึ้นจำนวนมากและการรับรู้ของผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในตลาดมีฮาลาลการศึกษานี้เสนอกลยุทธ์ทางเลือกสำหรับนักการตลาดชาวอินโดนีเซียในการเสริมความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชาวมุสลิมท่ามกลางแบรนด์ฮาลาลที่รุ่มร่าใน ตลาดและยังส่งผลกระทบทางสังคมในเรื่องการพัฒนาร่วมกับการโต้ตอบทางโซเชียลมีเดียจะช่วยเร่งการรับรู้และการใช้ตราสินค้าฮาลาลในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศมุสลิม รายใหญ่ การศึกษาในปัจจุบันนี้ให้หลักฐานเชิงประจักษ์ว่าสื่อสังคมออนไลน์ e-WoM แม้จะขาดปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพและโอกาสในการถกเถียงคุณลักษณะฮาลาล แต่ก็สร้างมีอิทธิพลต่อในหมู่ชาวมุสลิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. Lestari, et al (2022) เพื่อสำรวจคุณลักษณะความสามารถในการแข่งขันปัจจัยสนับสนุนและการจัดการต่อการควบคุมพฤติกรรมกรรับรู้ของนักท่องเที่ยว การรับรู้คุณค่า ความไว้วางใจ ของนักท่องเที่ยวที่จะเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวฮาลาลในอินโดนีเซีย ผลการวิจัย พบว่าพฤติกรรมทางคุณค่าและความไว้วางใจส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะเยี่ยมชมการท่องเที่ยวฮาลาลนอกจากนั้นปัจจัยสนับสนุนก็ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวฮาลาลหรือคุณลักษณะอื่นๆ จุดหมายปลายทางเป็นแหล่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือน.การท่องเที่ยวฮาลาลในอินโดนีเซียมีอนาคตทางเศรษฐกิจที่สดใส อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มรายได้ของรัฐบาลเท่านั้น แต่ยังมีส่วนทำให้เกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ผลการศึกษาเผยให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวฮาลาล ดังนั้น ในการทำให้อินโดนีเซียเป็นประเทศชั้นนำด้านการท่องเที่ยวฮาลาล อินโดนีเซียจำเป็นต้องเติมเต็มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาใช้และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริม บริการ และสิ่งแวดล้อม การศึกษานี้เสนอรูปแบบกรอบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบฮาลาลที่เน้นความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะมาเยือนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการให้ความรู้ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสามารถอ้างอิงสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ใดๆ เกี่ยวกับการดึงดูดความตั้งใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว

8. Arifin, et al (2022) ได้กล่าวด้วยประชากรมุสลิมจำนวนในอินโดนีเซียจึงมีศักยภาพทางเศรษฐกิจในการบริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดเฉพาะเนื่องจากผู้บริโภคในอุตสาหกรรมนี้มีลักษณะเฉพาะเนื้อหาของงานได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยศึกษาว่า

คุณภาพเนื้อหาจิตสำนึกทางศาสนาและการรับรู้ถึงตราสินค้าส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และความภักดีของผู้บริโภค ผลการศึกษาว่าด้วยจิตสำนึกทางศาสนาและคุณภาพเนื้อหาที่มีอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคและนัยสำคัญระหว่างพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และความภักดีของผู้บริโภคนั้นถูกควบคุมโดยผู้บริโภคเอง ความหมายเชิงปฏิบัติคือ ผลการศึกษาที่ได้ จะเป็นข้อมูลเชิงลึกแก่ผู้ปฏิบัติงานด้านการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดผู้บริโภคจำนวนมากให้ซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลแล้วขยายธุรกิจของตน การศึกษานี้ทำให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นว่าผู้บริโภคผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะกับผลิตภัณฑ์แบบเดิมๆ จึงมีความจำเป็นต้องได้รับการชักจูงด้วยวิธีการที่มีเหตุผลของกลยุทธ์การตลาด เนื้อหาการนำเสนอที่เหมาะสม

9. Farhan, & Sutikno, (2022) ได้กล่าวถึงความรู้เรื่องฮาลาล ความน่าเชื่อถือของโลโก้ฮาลาล การรับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ฮาลาล และแรงจูงใจทางศาสนา ส่งผลในทางบวกต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของผู้บริโภคที่ไม่ใช่ชาวมุสลิมที่เป็นวัฒนธรรมกลั่นกรองความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งหมดระหว่างตัวแปรอิสระและการยอมรับของผู้บริโภคอย่างไรก็ตามในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของโลโก้ฮาลาลนี้เป็นหนึ่งในการศึกษาแรกๆ ที่ศึกษาการยอมรับอาหารฮาลาลในหมู่ผู้บริโภคที่ไม่ใช่ชาวมุสลิมในประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิม (อินโดนีเซีย)

10. Aji, & Muslichah, (2022) ได้กล่าวว่า การศึกษานี้ให้ข้อมูลเชิงประจักษ์เชิงประจักษ์ แก่วรรณกรรมของแบรนด์ โดยแสดงให้เห็นว่าฮาลาลเป็นแนวคิดที่เป็นสากลและครอบคลุม ซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคโดยไม่คำนึงถึงภูมิหลังทางศาสนา การศึกษานี้ยังนำเสนอข้อมูลเชิงลึกด้านการบริหารจัดการสำหรับผู้กำหนดนโยบายของโรงพยาบาลในการพัฒนาโปรแกรมเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างบุคลิกของแบรนด์ฮาลาลของโรงพยาบาลอิสลาม

11. Mursid, A. (2022) ได้กล่าวถึง การเดินทางของชาวมุสลิมที่เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางผลการศึกษาเพื่อให้เกิดความกระจ่างในลักษณะพื้นฐานของพฤติกรรม ได้แก่ ความเชื่อและการปฏิบัติของอิสลาม เนื้อหาเรื่องราวได้กล่าวว่าความเชื่อของอิสลามส่งผลต่อการปฏิบัติของนักเดินทางท่องเที่ยวชาวมุสลิมอย่างไรและการตรวจสอบผลกระทบในเชิงปฏิบัติของศาสนาอิสลามต่อคุณลักษณะในทางฮาลาลและความน่าดึงดูดใจและการศึกษานี้ยังระบุคุณลักษณะทางฮาลาลที่ส่งผลต่อความน่าดึงดูดใจในแง่ของ คุณค่าการทำงาน และคุณค่าทางอารมณ์ การสำรวจเพิ่มเติมถึงผลกระทบของความน่าดึงดูดใจทั้งในส่วนของการทำงานและคุณค่าทางอารมณ์ ผลงานของ Mursid, ได้ทำการตรวจสอบว่าคุณค่าการทำงานและคุณค่าทางอารมณ์ส่งผลต่อความตั้งใจและผล การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าความเชื่อในอิสลามส่งผลในทางบวกและมีนัยสำคัญต่อการปฏิบัติใน หลักการของศาสนาอิสลามที่ส่งผลในเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อคุณลักษณะของฮาลาลและความน่าดึงดูดใจนอกจากนี้ปลายทางฮาลาลส่งผลในเชิงบวกและอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกับคุณค่าการทำงานและคุณค่าทางอารมณ์ความน่าดึงดูดใจของปลายทางส่งผลในเชิงบวกและอย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งคุณค่าการทำงานและคุณค่าทางอารมณ์และได้กล่าวอีกว่าเพียงคุณค่าทางอารมณ์เท่านั้นที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะกลับไปทำการทบทวน

กลุ่มประเทศอาเซียนกับการสร้างนวัตกรรมเชิงวิชาการในปี 2022

ความยั่งยืนถือเป็นความสำคัญในการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั้งในส่วนของ อุตสาหกรรม ะลา อาหาร สินค้าสาธิตประเภค และสิ่งทีสำคัญของฐานรากในการพัฒนาคนด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Eksan, 2020) นอกจากนี้การพิจารณาให้เกิดขึ้นในระดับบุคคลและระดับองค์กรการพัฒนาประเทศไปในด้านต่างๆ ทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นเหมือนบุคคลสำคัญกลไกหลักในการพัฒนาการประกอบการชีพนอกจากนี้การสำรวจสิ่งพิมพ์ถือได้ว่าเป็นตัวแทนทางความคิดที่นักวิชาการจะนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นเหตุผลในการสร้างชิ้นงานจนถึงเหล่าบรรดาบทความที่ได้รับ การตีพิมพ์ในปี 2022ที่เรื่องราวเหล่านี้ถูกนำมาประยุกต์ศึกษาเพื่อสร้างพัฒนาอุตสาหกรรมะลา ผู้เขียนเองได้พยายามสืบค้นนวัตกรรมเพราะถือว่าการพัฒนานวัตกรรมอันเป็นส่วนหนึ่งของบทความที่ ได้รับการตีพิมพ์ในช่วงเวลาก่อนหน้านี้ การตรวจสอบวรรณกรรม ทั้งในส่วนบทความวิจัย บทความวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับะลาเป็นการวิเคราะห์และทำการศึกษาและเป็นการตรวจสอบรูปแบบของ เนื้องานและเนื้อหาเรื่องราวที่เป็นถ้อยคำที่เกี่ยวข้องและบางเรื่องราวที่ตรวจสอบการทำงานงานวิจัยจากรายงานฉบับสมบูรณ์นอกจากนี้การตรวจสอบสิ่งพิมพ์เนื้อหาที่มีการวิเคราะห์ที่เป็นกิจการะลา กระบวนการตรวจสอบและการจดบันทึกทั้งการศึกษาจากเนื้อหาในเนื้อหาที่เป็นฉบับเต็มและ เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าเนื้อหาเรื่องราวมีความสอดคล้องกันในแง่ของหมวดหมู่ผลงานวิจัยด้านะลาที่สามารถเป็นต้นแบบในการศึกษาและรู้เท่าทันความคืบหน้าในวงการวิจัยะลาในภูมิภาคได้อย่างดีอย่างกรณีภูมิภาคอาเซียน.สมาชิกจำนวน 10กว่าประเทศที่เป็นองค์กรระดับชั้นนำถือเป็น ประการมุสลิมจำนวนมหาศาลและเป็นแหล่งแรงงานสำคัญคิดเป็น 9.6% ของแรงงานโลก และ 3.5 % ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลกการก่อตั้งโดยตอนแรกจำนวน 5 ประเทศ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และ ไทย โดยส่วนใหญ่มีความพยายามเสริมสร้างศักยภาพและความมั่นคงเพื่อ รักษาอธิปไตย ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางการเมืองที่เป็นรากฐานสำหรับการมุ่งเน้น และเติบโตและการพัฒนาประชาชนในภูมิภาค ทั้งนี้ อาเซียนถือเป็นการเติบโตของประชากรมุสลิมจำนวนมหาศาล อิสลามจะเป็นศาสนาที่เติบโตเร็วที่สุดในอีก 20ปี ข้างหน้า เพิ่มขึ้นเป็น 35% จาก 1.6 พันล้านเพิ่มเป็น 2.2พันล้าน ในปี 2030ในช่วงสองทศวรรษข้างหน้าอัตราการเติบโต1.5% สำหรับชาวมุสลิม และเทียบกับ0.7% ที่ไม่ใช่ชาวมุสลิม หากเป็นเช่นนั้น ประชากรมุสลิมเพิ่มขึ้นเป็น 26.4% ในปี 2030 (Pew Research,2011) และหากจะกล่าวถึงสถานะในประชาคมอาเซียน อุตสาหกรรมะลาที่เป็นนวัตกรรมที่ผู้ประกอบการไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นมุสลิมวิธีการแนวคิด สามารถดำเนินงานภายใต้แนวคิดะลากระบวนการอุปทานสินค้า ธุรกิจบริการ หลักวิทยาศาสตร์ ที่มารองรับการตั้งข้อสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคการให้บริการที่ตรงใจกับผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม ประโยชน์โอกาสที่ผู้ประกอบการจะได้รับรู้เพราะเมื่อเวลาที่โลกก้าวเข้าสู่ยุคที่เป็นดิจิทัลในขั้นต้นที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจได้ถึงกรรมวิธีในการให้บริการ เพราะกรณีศึกษาที่ผ่านมาการดำรงอยู่ของอาเซียนในฐานะประชาคมอาเซียนะลายังคงมุ่งมั่นในการพัฒนาและถือเป็นเศรษฐกิจะลา และเป็นเหมือนกลไกเศรษฐกิจโลก (Sihotang, 2022, February) การเขียนบทความในครั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจถึงความคืบหน้าศึกษาถึงศักยภาพของการผลิตผลงานในเชิงวิชาการที่ถูก

คัดเลือกมาจากประเทศอินโดนีเซียมาเลเซียและไทย อย่าง ผลงานของ Denyingyhot, และ คณะหรือนักวิจัยส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการที่มีคุณภาพสูงแม้สิ่งนี้จะไม่ใช่ตัวชี้วัดถึงความสามารถในการดำเนินงานทางวิชาการในภาพรวมทั้งหมดแต่เป็นที่รับรู้ถึงการทำงานหนักทุ่มเทเพื่อเป็นชุมชนนวัตกรรมฮาลาลให้เป็นเหมือนเพชรนวัตกรรมในอาเซียนเพื่อความทัดเทียมความสามารถฮาลาลในระดับโลก เพราะผู้เขียนจะนำเสนอสถานะทางความสัมพันธ์ที่ไม่เห็นถึงความแตกต่างและพอที่จะสรุปได้ในเบื้องต้นว่า ปัจจัยที่เป็นนวัตกรรมของอาเซียนจะเป็นศูนย์กลางที่สร้างความเข้าใจอิสลามกับผู้บริโภคมุสลิมและไม่ใช้มุสลิมได้เป็นอย่างดีอาจจะต่างจากภูมิภาคอาหรับในบางกรณีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในระดับที่ดีขึ้นต่อไป

สรุปและข้อเสนอแนะขอบทความ

การการศึกษาประเด็นเนื้อหาและนวัตกรรมมาจากประเทศ ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ข้อมูลจากวารสารที่ทำการอ้างอิงสูงและสืบค้นเนื้อหาในบางส่วนมาจากสำนักวิจัย PEW Research สื่อทุกรูปแบบเป็นการพัฒนาการทางด้านฮาลาลที่เติบโตอย่างรวดเร็วในปี 2020 เป็นต้นมาขั้นตอนมาตรฐานที่มีการปรับเปลี่ยนขั้นตอนมาตรฐาน กฎหมายที่ปรับเปลี่ยนและเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาค้นต่อไป เพราะการดำเนินฮาลาลไม่ได้จำกัดเอาไว้เฉพาะด้านหนึ่งด้านใดเท่านั้น แต่การดำเนินงานของคำว่า ฮาลาลเป็นเหมือนศูนย์รวมบทบาทของศาสนาอิสลามที่แสดงออกให้ทุกกลุ่มชนมีความเข้าใจและเข้าใจถึงกฎหมายอิสลามมาตรฐานแนวทางการปฏิบัติขั้นตอนความเข้าใจกระบวนการประเด็นที่เกิดขึ้นอันเป็นผลต่อการสร้างจิตวิญญาณและตราสัญลักษณ์เพื่อเพิ่มผลกำไรให้กับผู้ประกอบการในอนาคต

เอกสารอ้างอิง (References)

- Aji, H.M. and Muslichah, I. (2022), "Is halal universal? The impact of self-expressive value on halal brand personality, brand tribalism, and loyalty: case of Islamic hospitals", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2021-0327>
- Albert Tan, David Gligor & Azizi Nghah (2022) Applying Blockchain for Halal food traceability, *International Journal of Logistics Research and Applications*, 25:6, 947-964, DOI: 10.1080/13675567.2020.1825653
- Arifin, M. R., Raharja, B. S., & Nugroho, A. (2022). Do young Muslim choose differently? Identifying consumer behavior in halal industry. *Journal of Islamic Marketing*
- Denyingyhot, A., Srinulgray, T., Mahamad, P., Ruangprach, A., Sa, S., Saerae, T., ... & Keeratipibul, S. (2022). Modern on-site tool for monitoring contamination of halal meat with products from five non-halal animals using multiplex

- polymerase chain reaction coupled with DNA strip. Food Control, 132, 108540.
- Eksan, S. H. R. (2020). Halal Risk Management: A Systematic Literature Review. Journal of Management and Muamalah, 10(2), 58-70.
- Fachrurazi, F., Silalahi, S. A. F., Hariyadi, H., & Fahham, A. M. (2022). Building halal industry in Indonesia: the role of electronic word of mouth to strengthen the halal brand image. Journal of Islamic Marketing, (ahead-of-print)
- Farhan, F., & Sutikno, B. (2022). The Acceptance of Halal Food Products Among Non-Muslim Consumers in Indonesia. Journal of International Food & Agribusiness Marketing, 1-22
- Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., & Hossain, S. (2022). Measurement invariance across gender for the CSR as a promotional tool for halal certified companies in Malaysia. Journal of Islamic Marketing, (ahead-of-print).
- Lestari, Y. D., Saidah, F., & Putri, A. N. A. (2022). Effect of destination competitiveness attributes on tourists' intention to visit halal tourism destination in Indonesia. Journal of Islamic Marketing
- Mahamud, T. (2021). New Normal Mindset in Human Resources Strategies of Entrepreneurs for Sustainability in Thailand. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 12(11), 4565-4575.
- Mursid, A. (2022), "Examining revisit intention from the basic foundation of Islam: the role of halal destination attributes and perceived value", Journal of Islamic Marketing, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2021-0232>
- Sawyer, C. (2002). Revising alexander: structure and evolution ahmedi's ottoman iskendername (c. 1400). Edebiyat, 13(2), 225-243.
- Septiarini, D.F., Ratnasari, R.T., Salleh, M.C.M., Herianingrum, S. and , S. (2022), "Drivers of behavioral intention among non-Muslims toward halal cosmetics: evidence from Indonesia, Malaysia, and Singapore", Journal of Islamic Accounting and Business Research, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
<https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0064>
- Sihotang, M. K. (2022, February). Consumption Of Halal Product As Islamic Economic Culture In Indonesia. In Proceeding International Conference on Language, Literature and Culture (Vol. 1, p. 132). umsu press.

Suhartanto, D., Dean, D., Wibisono, N., Lu, C. Y., & Amin, H. (2022). Millennial loyalty in Halal tourism: a destination-based analysis. *Current Issues in Tourism*, 25(9), 1467-1480

The Future of the Global Muslim Population (Report). Pew Research Center. 27 January 2011.

Archived from the original on 24 December 2018. Retrieved 27 December 2017.