# ไม่มีตราฮาลาลที่ตู้อาหาร: การต่อรองอำนาจผ่านฮิญาบ

## Absence of Halal Logo in the Pantry: Negotiating Power through the Hijab

**อัมพร หมาดเด็น***
Amporn Marddent**

**บทความนี้**
Received
6 มิถุนายน 2566
Revised
27 กรกฎาคม 2566
Accepted
18 สิงหาคม 2566

**บทคัดย่อ**

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณนาหลากพื้นที่ มีวัตถุประสงค์ศึกษาการต่อรองของผู้หญิงมุสลิมที่ทำการค้าในระดับจุลภาคกับการกำหนดมาตรฐานหลักการบริโภคตามความเชื่อที่ปรากฏในศาสนาอิสลามซึ่งส่งผลต่อปฏิบัติการทางการค้าอาหารฮาลาล การศึกษาให้ความสนใจการปะทะสังสรรค์ที่มีต่อระเบียบ นโยบาย และพลวัตการต่อรองของกลุ่มแม่ค้าที่มีโอกาสและกำลังจำกัดในการผลิตสินค้า ตลอดจนจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลระดับจุลภาคในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดปัตตานี

ในการศึกษานี้ ผู้หญิงมุสลิมที่ค้าขายผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาลดำเนินกิจการภายใต้โอกาสที่เหลื่อมล้ำและเข้าไม่ถึงช่องทางมาตรฐานฮาลาลที่กำหนดโดยรัฐและองค์กรศาสนา รวมทั้งจากนโยบายส่งเสริมการค้าและการลงทุนในจังหวัดชายฝั่งตะวันตกโครงการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอันดามัน และนโยบายขับเคลื่อนระเบียงเศรษฐกิจฮาลาลจังหวัดชายแดนภาคใต้ แม่ค้าผู้มีรายได้และกำลังในการลงทุนต่ำเหล่านี้อาศัยรอยต่อจากทิศทางที่รัฐ ระบบทุนสมัยใหม่ และสถาบันทางศาสนายึดโยงหลักความเชื่อกับมิติเศรษฐกิจรวมถึงขยายฐานรายได้เข้าด้วยกัน โดยใช้ฮิญาบซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นหญิงมุสลิมสวมใส่ระหว่างขายอาหารในร้านที่ถูกกำหนดว่าเป็นธุรกิจระดับจุลภาค ทั้งนี้เพื่อต่อรองสภาวะเหลื่อมล้ำในโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม ฮิญาบจึงถูกนับเป็นการแสดงความหมายฮาลาลและใช้แทนที่ตราสัญลักษณ์จากสถาบันที่รับรองมาตรฐานฮาลาล

คำสำคัญ: มุสลิม--บทบัญญัติทางโภชนา, สตรีมุสลิม, อาหารฮาลาล, ฮิญาบ

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ดร.)
** Assistant Professor, Faculty of Sociology and Anthropology, Thammasat University (Ph.D.)

## Abstract

This article is part of a multi-sited ethnographic research project that examines the negotiation processes of Muslim women operating micro-halal food enterprises and the principle of consumption ethics in Islam, which is impacted by halalization. The study sheds light on the intricate interactions between regulations, policies, and negotiation dynamics implemented by micro halal vendors, who often have limited resources for producing and selling halal food products in Phuket and Pattani.

In this study, Muslim women vendors who have been involved in Muslim-oriented consumption and micro-halal business practices face significant impediments due to limited access to halal certification standards imposed by the state and religious organizations. These challenges arise in the milieu of policies promoting trade and investment in the West Coast Provinces, the Andaman Halal Way of Tourism Project, and the Halal Economic Corridor in the Southern Border Provinces of Thailand. Despite economic and social inequalities, these women, with low incomes and investment capacities, navigate the influence of modern capitalist systems, the state, and religious institutions that leverage their beliefs to develop and expand their economic income base. As a strategic response, they adopt the practice of wearing the hijab during business operations to reflect their Muslim identity, which replaces the need for a halal logo certified by an Islamic institution.


Keywords: Muslims--Dietary laws, Muslim women, Halal food, Hijab (Islamic clothing)

## บทนำ

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564, ออนไลน์) ศึกษาการปรับตัวของแรงงานภาคการท่องเที่ยวช่วงเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) รวมทั้งกิจการธุรกิจขนาดไมโคร (Micro Enterprise) ซึ่งเป็นธุรกิจระดับจุลภาคของผู้ค้ารายจิ๋ว (OSMEP, 2020, online) ปรากฏตัวขึ้นเป็นจำนวนมากในรูปแบบการขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากอาหาร และเครื่องดื่ม เป็นการลงทุนด้วยตนเองหรือกลุ่มเครือญาติ ในกลุ่มผู้ค้ารายจิ๋วชาวมุสลิมใช้กลยุทธ์ของการค้าขายอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลเพิ่มสูงขึ้น โดยการติดป้ายสัญลักษณ์ทางศาสนา เช่น รูปดาวเดือน ตราสัญลักษณ์ฮาลาลที่เขียนหรือผลิตเอง รวมทั้งนามพระเจ้า หรือบทสวดสั้นๆ บริเวณสินค้าและร้านค้าเพื่อสะท้อนให้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่บริโภคได้ตามหลักการอิสลาม

แนวคิดฮาลาลนอกจากอธิบายในมิติศาสนา ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หน่วยงานด้านพาณิชย์ไทยให้การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพสินค้าเพื่อเข้าสู่มาตรฐานการส่งออก (กระทรวงพาณิชย์, 2565, ออนไลน์) การศึกษาว่าด้วยวัฒนธรรมอุตสาหกรรมในอิสลามและทุนนิยมกับการบริโภคมองสภาวะของฮาลาลในนัยที่สัมพันธ์กับการตลาดและการค้าโลก รวมทั้งการขยายตัวของทุนกับจิตวิญญาณอิสลาม ผ่านจุดตัดของการลงทุน การบริโภค ตลาดอาหารฮาลาล และผู้คน โดยเฉพาะผู้หญิงว่าเป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์ในสังคมมุสลิมมาช้านาน มีการทำความเข้าใจเงื่อนไขเพศสภาพที่ปรากฏในรูปแบบใหม่ตามวัฒนธรรมผู้บริโภค และเพศภาวะในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอิสลาม (Gokariksel & McLarney, 2010, pp. 1-18)

เมื่อภาครัฐกำหนดนโยบายท่องเที่ยวและธุรกิจอาหารฮาลาล รัฐจึงให้การสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันมาตรฐานฮาลาล เป็นการทำงานร่วมระหว่างนักวิทยาศาสตร์ด้านอาหาร นักลงทุนและผู้ทำการค้า รวมถึงนักการศาสนา ภายใต้การกำกับดูแลโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งให้ความสำคัญกับงานด้านนิติศาสตร์อิสลาม มีผู้เชี่ยวชาญหลายฝ่ายร่วมกันทำหน้าที่ตรวจสอบการรับรองฮาลาลกำหนด และประกาศหลักเกณฑ์เกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาลต่อสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดทั่วประเทศ มาตรฐานฮาลาลเหล่านี้มักได้รับการปรับปรุงตามมาตรฐานฮาลาลสากล คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดทุกแห่งจึงต้องปฏิบัติตามระเบียบของสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย และรับผิดชอบปัญหาเกี่ยวกับฮาลาลภายในภูมิภาคของตนเอง (Wannasiri et al., 2019, pp. 235-247)

ขณะที่ความสนใจในมิติปฏิบัติการฮาลาลที่ปรากฏในช่วงวิกฤตและสะท้อนความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจยังมีการศึกษาน้อย โดยเฉพาะกลุ่มของผู้ค้ารายจิ๋วหรือธุรกิจระดับจุลภาค ท่ามกลางการดิ้นรนเพื่อแสวงหารายได้เนื่องจากภาวะการตกงาน รวมทั้งระหว่างช่วงที่สูญเสียคนในครอบครัวและคนรู้จักเนื่องจากติดเชื้อโควิด-19 และจากสถานการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ บทความให้ความสำคัญกับวิธีการต่อรองทางการค้าในมิติศาสนาของผู้ค้าหญิงระดับจุลภาคซึ่งเป็นกลุ่มที่ขยับขยายธุรกิจช่วงวิกฤต (พัฒน์กมล อ่อนสำลี, 2564, น. 195-205; Tangsathaporn, 2023, online) ผู้ค้าเหล่านี้ต่อรองกับหลักการที่ถูกอธิบายความทางศาสนาผ่านกิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารฮาลาล กระบวนการทำให้ฮาลาล (halalization) การต่อรองกับนโยบายและระเบียบการที่กำกับการค้าอาหารฮาลาลในท้องถิ่นที่ผู้ประกอบการรายจิ๋วดำเนินการได้ยาก บทความสะท้อนความทับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างอิสลาม เพศสภาพ และทุนนิยม ขณะที่ผู้ค้าหญิงมุสลิมต่อรองกับภาพแทนตัวตนในความเชื่อของชุมชนโดยการสวมฮิญาบ

ซึ่งกลายเป็นตราสินค้าที่สามารถแทรกผ่านเข้าไปในโลกของทุนและได้รับการยอมรับความฮาลาลจากผู้บริโภค

## วิธีการศึกษาและสนามวิจัย

วิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณนาแบบพหุสนามหรือหลากพื้นที่ถูกเลือกใช้ในการศึกษาเรื่องราวของผู้หญิงสามคนที่ดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลขนาดจุลภาคตามที่ระบุในประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สสว. หรือ The Office of SMEs Promotion (OSMEP) ทั้งนี้มาตรา 16 (2) แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติฯ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2561 และมาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติ พ.ศ. 2543 ระบุวิสาหกิจระดับจุลภาคว่าเป็นการผลิต บริการ หรือการค้าปลีกที่มีพนักงานไม่เกินห้าคน หรือรายได้ไม่เกินหนึ่งล้านแปดแสนบาท/คน/ปี ตามระเบียบว่าด้วยการกำหนดลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563, ออนไลน์) ขณะที่องค์การแรงงานระหว่างประเทศกำหนดจำนวนของพนักงานในธุรกิจระดับเดียวกันที่ 2-9 คน และธนาคารโลกกำหนดไว้ที่ 0-9 คน (The Asia Foundation, 2021, online)

ทั้งนี้ เพื่อทำความเข้าใจพลวัตของฮาลาลและปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้หญิงทั้งสาม เมื่อฮิญาบในฐานะที่เป็นเครื่องหมายของผู้หญิงมุสลิมถูกนำมาใช้สวมระหว่างเวลาที่พวกเธอทำการค้า ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในสองหมู่บ้านเขตเมืองจังหวัดภูเก็ต และอีกหนึ่งหมู่บ้านเขตรอบนอกจังหวัดปัตตานี โดยใช้เวลาในการเข้าออกพื้นที่ดังกล่าวในงานศึกษานี้และโครงการวิจัยอื่นด้วยเป็นเวลาร่วม 20 ปี ทำให้เห็นภาพรวมของการเป็นอยู่ การซื้อขายและบริโภคอาหาร โดยติดตามความเป็นอยู่กับการจัดการชีวิตของผู้หญิงมุสลิมในพื้นที่วัฒนธรรมการค้าแบบเมืองท่องเที่ยวและเขตชายแดนภาคใต้

ระหว่างปี 2561-2563 ผู้วิจัยใช้เวลาร่วมกับนักวิจัยในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ในการสังเกตสถานะของผู้หญิงในการจัดการความรุนแรงและการค้าชายแดน ในแง่ของผู้ค้าหญิงรายย่อยที่ทำธุรกิจขนาดจุลภาคขายอาหารและเครื่องดื่มที่ใช้วัตถุดิบและสินค้าเพื่อการบริโภคจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะสินค้าในอุตสาหกรรมเบเกอรีและเครื่องปรุงอาหาร ชาวมลายูเชื่อว่าสินค้าและอาหารของแม่ค้ามลายูมุสลิมรายย่อยในพื้นที่ชายแดนใต้เป็นที่ยอมรับว่ามีมาตรฐานฮาลาลหรือบริโภคได้อย่างมั่นใจว่าถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม เนื่องด้วยวัตถุดิบจำพวกสินค้าที่ใช้สำหรับการปรุงอาหารถูกคัดสรรเป็นพิเศษจากบรรดาแม่ค้าแล้ว ขณะที่การเคลื่อนที่เคลื่อนย้ายของสินค้าที่เกิดขึ้นและดำเนินไปพร้อมกับผู้คนที่เป็นเครือข่ายทางการค้าในชุมชนมลายูมีมาอย่างต่อเนื่อง (มูฮำหมัดราพีร์ มะเก็ง, 2563, น. 40-62) ตลอดจนเกิดการแลกเปลี่ยนในวิถีบริโภคและอื่นๆ ทางสังคม โดยที่แม่ค้าจำนวนหนึ่งมีบทบาทในการรวมกลุ่มเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือครอบครัวผู้ประสบความรุนแรงที่เกิดกับผู้หญิง

ญาติของผู้วิจัยที่ประกอบอาชีพขายฮาหารฮาลาลในจังหวัดภูเก็ตให้ความเห็นที่เป็นประโยชน์ในการวางแนวทางของวิธีการศึกษาว่า จำนวนร้านค้าอาหารฮาลาลมากกว่าครึ่งในชุมชนมุสลิมพื้นที่ภาคใต้ตอนกลางชายฝั่งทะเลอันดามันมีกลุ่มแม่ค้าที่ย้ายถิ่นมาจากจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตั้งแต่ระลอกต้นของสถานการณ์ความไม่สงบช่วงทศวรรษ 2550 โดยเฉพาะการเลือกจังหวัดภูเก็ตเป็นเป้าหมายของการเข้ามาประกอบอาชีพต่างๆ และลงทุนขายอาหารฮาลาล

*“ตอนนั้นแม่ค้าแบบเราก็ไม่คลุมฮิญาบกัน ยกเว้นเวลาออกงาน เพราะว่าเราขายของฮาลาลก็ต้องคลุมอย่างตอนงานฮาลาลฟูด ฮิลาลทาวน์ เริ่มมาคลุมผ้ากันตอนออกร้าน ... ในภูเก็ตยังไม่ค่อยมีแม่ค้าจากชายแดนใต้มาร่วมงานหรือเปิดร้านมากนัก ส่วนใหญ่*

*เป็นคนพังงา ภูเก็ต คนมลายูที่ร่วมงานก็มีอยู่บ้าง แต่ทางปัตตานีเขามีงานฮาลาลอยู่บ่อยที่ มอ. คนปัตตานีที่อยู่ที่นี่บางคนเขามาเปิดร้านนานแล้วอย่างแถวราชภัฏ”*

(ฟาร่า, สัมภาษณ์, 2565, 22 เมษายน)

งานฮาลาลฟูด ฮิลาลทาวน์ ที่ญาติของผู้วิจัยกล่าวถึงเป็นกิจกรรมเมื่อปี 2548 องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ตเป็นเจ้าภาพหลัก มีเป้าหมายเปิดตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมจากตะวันออกกลาง เน้นจุดขายอาหารฮาลาล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548, ออนไลน์) ขณะที่กิจการขายอาหารและสินค้าฮาลาลโดยกลุ่มมุสลิมท้องถิ่นมีทั้งร้านค้าย่อยรวมถึงธุรกิจระดับจุลภาคที่ค้าขายบริเวณบ้าน ตลอดจนกิจการหรือร้านค้าที่ขอรับรองมาตรฐานฮาลาลและได้รับเครื่องหมายตราฮาลาลที่ผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยที่จำนวนหนึ่งดำเนินไปพร้อมกับธุรกิจบริการอื่น เช่น โรงแรมที่พัก ซึ่งเจ้าของธุรกิจไม่จำเป็นต้องเป็นชาวมุสลิม

ผู้วิจัยตระหนักในความซับซ้อนของมุสลิมในปฏิบัติการฮาลาลที่หลากหลาย จึงหาวิธีการที่จะทำความเข้าใจพลวัตของสิ่งที่กำลังศึกษา งานของ Falzon (2009, pp. 1-24) แนะนำนักมานุษยวิทยาในการเรียนรู้ความแตกต่างในแต่ละชุมชนให้เข้าไปพิจารณาอย่างถ่องแท้ในโลกที่หมุนเวียนเปลี่ยนไปของผู้ที่เราศึกษา การเข้าใจชุมชนโดยการศึกษาชาติพันธุ์วรรณนาเชิงลึกในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งอาจไม่เพียงพอ และเพื่อลดข้อจำกัดนี้ Marcus (1995, pp. 95-117) เสนอแนะแนวทางแบบพหุสนามที่เน้นการศึกษารอบด้าน งานชาติพันธุ์นิพนธ์พหุสนาม (multi-sited ethnography) เป็นแนวทางการวิจัยที่ใช้มาตั้งแต่ปลายคริสต์ทศวรรษ 1980 เมื่อการสร้างภาพตัวแทน (representation) ที่แข็งทื่อตายตัวถูกวิพากษ์อย่างหนักโดยเฉพาะภาพของชนพื้นเมือง จากการที่งานถูกสร้างโดยกลวิธีการเขียนงานชาติพันธุ์นิพนธ์ถูกวิจารณ์ว่าเป็นความจริงเพียงส่วนเสี้ยว กระทั่งนักวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาเสนอการศึกษางานที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงตัดข้ามพื้นที่ทางวัฒนธรรม ไม่จำกัดตัวเองอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญในการเรียนรู้ว่าผู้หญิงจากชนชั้นกลางระดับล่างที่เป็นเจ้าของธุรกิจอาหารฮาลาลเล็กๆ มีตำแหน่งแห่งที่อย่างไรในสังคมที่กระบวนการฮาลาลพัฒนาไปในระบบทุนอุตสาหกรรมข้ามชาติขนาดใหญ่ ผู้หญิงเหล่านี้กำหนดบทบาทตนเองอย่างไรในชุมชนท่ามกลางโครงสร้างเศรษฐกิจฮาลาลสากล ผู้วิจัยจึงเลือกอภิปรายข้อมูลจากคนในท้องถิ่นโดยรวบรวมประสบการณ์แม่ค้ารายจิ๋วจากการสนทนาระหว่างทำกิจกรรมประจำวันช่วงที่ผู้ประกอบการกลายเป็นผู้จัดการตนเอง แม่ค้าใช้ช่องทางของการเป็นมุสลิมต่อรองระหว่างอำนาจทางศาสนาและระเบียบทางการค้าที่ดำรงอยู่กับผู้คนมาสร้างการอธิบายความหมายและปฏิบัติการฮาลาลในชีวิตประจำวัน ผู้หญิงมุสลิมในการศึกษานี้ประกอบธุรกิจขนาดจุลภาคเนื่องจากไม่มีโอกาสในการทำงานประจำ ขาดเงินทุนหรือการเข้าถึงแหล่งทุนใหญ่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมในธุรกิจฮาลาลจำกัด

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลที่ภูเก็ตและปัตตานีแบบเข้า-ออกพื้นที่ช่วง พ.ศ. 2561 และอีกช่วงคือระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566 งานภาคสนามทำให้เห็นกระบวนการเปลี่ยนสถานะของความหมายอาหารฮาลาลในพื้นที่เหล่านี้กว้างขวางขึ้น ผู้วิจัยใช้เวลากับคนในท้องถิ่น พูดคุย สนทนา และสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับผู้หญิงมุสลิมภาคใต้จำนวน 8 คน ที่ดำเนินการค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลระดับจุลภาค อย่างไรก็ดี ด้วยข้อจำกัดของการเปิดเผยข้อมูล แม้ไม่ระบุอัตลักษณ์ส่วนบุคคลก็ตาม ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถอภิปรายเรื่องราวของผู้หญิงอีก 5 คน

ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ในงานเขียนนี้ได้ ข้อมูลที่ใช้เพื่อ อภิปรายกรณีศึกษาในบทความเน้นเรื่องเล่าและปฏิบัติการของผู้หญิง 3 คน จากสองพื้นที่เขตจังหวัด หัวข้อของการสนทนากับผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยมุ่งทำความเข้าใจอิทธิพลของการนำหลักการศาสนามาใช้ในชีวิตประจำวันพร้อมกับวิธีการต่อรองทั้งกับอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ในชีวิตทางเศรษฐกิจ ผู้วิจัยสนใจบริบทสังคมศาสนาที่ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมถูกกำกับควบคุมระหว่างการระบาดใหญ่ของโควิด-19 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสะท้อนกลับพบว่าผู้หญิงใช้อัตลักษณ์ทางศาสนาและเครือข่ายทางสังคมของตนอย่างมีกลยุทธ์

อัสนาและฟาร่าเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในเขตเมืองภูเก็ต ทั้งสองคนอาศัยอยู่ในละแวกหมู่บ้านเดียวกัน ผู้วิจัยสนทนากับเธอทั้งสองด้วยภาษาท้องถิ่นภาคใต้ ชุมชนที่พวกเธออาศัยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ธุรกิจฮาลาลขยายตัวอย่างสูงช่วงก่อนการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 อัสนาเริ่มเข้ามาช่วยงานที่ร้านของแม่และป้าในฐานะผู้ประกอบการอาหารฮาลาลรายจิ๋วเมื่อกลางปี 2562 เนื่องจากเธอตกงาน ภูเก็ตถูกจัดให้เป็นจังหวัดที่มีอัตราการว่างงานสูง ณ ช่วงเวลานั้น (Sincharoenkul, 2022, pp. 93–128) อัสนาจำเป็นต้องหารายได้ระหว่างที่สามีถูกพักงานเนื่องด้วยโรงแรมที่เขาเป็นพนักงานปิดตัวลงชั่วคราว แม่ของอัสนาจึงแบ่งพื้นที่หน้าร้านซึ่งขายอาหารเช้าให้เธอได้ค้าขายร่วมด้วย

ขณะที่ฟาร่าลงทุนเปิดร้านกาแฟในสวนช่วงต้นปี 2562 เธอขายอาหารฮาลาลและเครื่องดื่มในสวนที่ออกแบบให้เป็นแหล่งพักผ่อนซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศที่ใส่ใจการบริโภคอาหารฮาลาล ต้นปี 2563 เมื่อมีการประกาศให้ไวรัสโคโรนาเป็นโรคระบาดใหญ่ทั่วโลก เหตุการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของประเทศด้วยเหตุที่ภูเก็ตเป็นแหล่งรายได้สูงอันดับที่ 5 ทำให้เมืองตกอยู่ในสภาพซบเซาอย่างหนัก (Office of the National Economic and Social Development Council, 2019, online) การท่องเที่ยวซึ่งเป็นหนึ่งในตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักของประเทศกระทบอย่างรุนแรง เกิดการปรับตัวของทุกภาคส่วน รัฐประกาศมาตรการและระเบียบสำคัญ เช่น การจำกัดการเดินทางทั้งในและต่างประเทศ นโยบายการเว้นระยะห่างทางสังคม และการเคลื่อนไหวเพื่อปิดธุรกิจขนาดเล็กชั่วคราว (Baum & Hai, 2020, pp. 2397–2407)

ฟาร่าปรับกลยุทธ์การขายด้วยวิธีการนำอาหารท้องถิ่นมากำหนดเป็นผลิตภัณฑ์หลักของร้านผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ขณะที่สามจังหวัดภาคใต้ตอนกลางได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ และพังงา ซึ่งถูกกำหนดเป็นเขตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อธุรกิจฮาลาลต้องปรับตัวสูงมาก การศึกษาจำนวนหนึ่งแสดงให้เห็นว่าจังหวัดเหล่านี้ถูกนำเสนอในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมุสลิม เนื่องจากมีบริการที่พักและอาหารฮาลาล (Sujarinphong, 2021, pp. 28–54) เมื่อเกิดวิกฤตโควิดภาคส่วนธุรกิจพยายามใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เพื่อกระตุ้นรายได้ เช่น กิจกรรมการค้าออนไลน์ (Sincharoenkul, 2022, pp. 93–128)

ฮาญัรเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักอีกคนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เธอใช้ภาษามลายูและไทยในการสื่อสาร ฮาญัรอาศัยอยู่ในเขตรอบนอกของปัตตานีซึ่งเป็นพื้นที่ความขัดแย้งที่ดำเนินมาตั้งแต่เดือนมกราคม 2547 เธอทำกิจกรรมกับเครือข่ายผู้หญิงภาคประชาสังคมที่มีส่วนร่วมในการยุติความรุนแรงและขับเคลื่อนกระบวนการสันติภาพ ฮาญัรเป็นเจ้าของร้านกาแฟในชุมชนบ้านเกิด ธุรกิจของเธอและครอบครัวเปิดให้บริการช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19

## ทบทวนบริบทแนวคิด

### ฮาลาล

"ฮาลาล" เป็นคำภาษาอาหรับที่แปลว่า "อนุญาต" หรือ "ชอบด้วยระเบียบและ/หรือกฎหมาย" ในเอกสารวิชาการและองค์กรศาสนาระบุว่าเป็นสิ่งที่ถูกอนุมัติตามหลักการอิสลามโดยไม่มีข้อจำกัด ตรงกันข้ามกับคำว่า "ฮารอม" แปลว่า "ต้องห้าม" "ห้ามโดยเด็ดขาด" หรือ "ผิดกฎหมาย" คำศัพท์ทั้งสองเกี่ยวข้องกับข้อกำหนดการใช้ชีวิตหลากมิติ รวมทั้งการผลิตและบริโภคอาหารของชาวมุสลิม เช่น เลือด ซากสัตว์ และเนื้อหมูถือว่าเป็นสิ่งต้องห้าม หรือเนื้อสัตว์ที่ฮาลาลต้องมาจากสัตว์ที่ถูกเชือดตามหลักการอิสลาม การกำหนดเส้นแบ่งระหว่างฮาลาลและฮารอมได้รับอิทธิพลจากนักคิดมุสลิมสายกระบวนการฟื้นฟูอิสลาม โดยเฉพาะงานเขียนของเชคยูซุฟ ก็อรฎอวีย์ นักวิชาการมุสลิมผู้มีชื่อเสียงจากเล่ม *Al halal wa al-haram fi al-Islam* (ปีพิมพ์ 1980) ถูกแปลเป็นไทยในชื่อ *หะลาลและหะรอมในอิสลาม* เมื่อปี 2547 น้ำหนักของการใช้คำว่าฮาลาลในปัจจุบันเกี่ยวโยงกับผลิตภัณฑ์อาหารที่จัดการอย่างเข้มงวดภายใต้ข้อกำหนดของกฎระเบียบด้านอาหาร (Syaifulzafni & Aziz, 2020, pp. 9-10) อย่างไรก็ตามความหมายฮาลาลยังขึ้นอยู่กับประเด็นที่เกี่ยวข้องและปรากฏข้อถกเถียง เช่น เนื้อสัตว์ที่เชือดโดยชาวยิวหรือชาวคริสต์ถูกนิยามว่าฮาลาลหรือไม่ นอกจากนี้ข้อพิพาทเกี่ยวกับหลักปฏิบัติด้านฮาลาลยังนำไปสู่การสร้างมาตรฐานและระเบียบข้อบังคับอีกมากมาย

การพัฒนาการรับรองฮาลาลในประเทศไทยมีขึ้นก่อน พ.ศ. 2492 สถานะของผลิตภัณฑ์และบริการได้รับการประเมินมาตราฐานฮาลาลโดยผู้นำศาสนา มีการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในปี 2538 ภายใต้บทบาทขององค์การศาสนาอิสลาม ได้แก่ สำนักจุฬาราชมนตรี และคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ต่อมาเมื่อมีประกาศใช้พระราชบัญญัติการบริหารองค์การศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 การบริหารกิจการฮาลาลถือเป็นพันธกิจของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด รัฐบาลสนับสนุนการจัดตั้งสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก (ปกรณ์ ปรียากร, 2560, น. 151-181) พร้อมกับการขยายตัวของสถาบันฮาลาลในมหาวิทยาลัยภูมิภาค ขณะที่ตราฮาลาลเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งชี้ว่าผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ได้รับการรับรองความถูกต้องหรือความฮาลาลตามหลักการศาสนาอิสลาม ทั้งมีแนวโน้มที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Nawawi et al., 2017, pp. 302-307)

**เครื่องหมายตราฮาลาลที่ผ่านการรับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.).**

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2565). *โลโก้ฮาลาล.* สืบค้นจาก https://www.halal.or.th/th/home

จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นพื้นที่เชิงยุทธศาสตร์การลงทุนสำคัญของอุตสาหกรรมฮาลาล ปี 2552 คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาระบบ รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนระบบการประกันคุณภาพฮาลาลที่รอบด้านมากขึ้น (Somboonsuke et al., 2015, pp. 568–576) รวมถึงแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผนวกรวมอยู่ในแผนพัฒนาของประเทศตั้งแต่ พ.ศ. 2552-2555 โดยที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นเขตอุตสาหกรรมสำหรับการผลิตอาหารฮาลาลตามแผนการพัฒนาพื้นที่พิเศษห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้รับการอนุมัติเพื่อดำเนินยุทธศาสตร์การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมฮาลาล มีการก่อตั้งสถาบันและสนับสนุนการพัฒนาอาหารฮาลาลที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

เมื่อรัฐบาลไทยเริ่มโครงการเปลี่ยนพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้จากพื้นที่ความขัดแย้งให้กลายเป็นครัวฮาลาลโลก (แนวหน้า ออนไลน์, 2565, ออนไลน์; สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์, 2565, ออนไลน์; ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนใต้, 2565, ออนไลน์) จึงเกิดการศึกษาด้านอาหารและผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ขยายขอบข่ายงานมากขึ้น รัฐพยายามดึงดูดนักเดินทางและผู้มาเยือนผ่านนโยบายการท่องเที่ยวฮาลาลเพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับนักลงทุนและนักท่องเที่ยวมุสลิม รวมทั้งส่งเสริมโรงงานแปรรูปอาหารให้พัฒนากิจการตามมาตรฐานอาหารฮาลาล ส่งผลให้สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทยได้รับงบประมาณจากรัฐบาลไทยเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไทยให้เป็นครัวของโลก ในแง่นี้การกำหนดมาตรฐานฮาลาลและการรับรองฮาลาลจึงกลายเป็นแนวทางของรัฐในการอำนวยความสะดวกด้านการตลาดการท่องเที่ยว และส่งผลให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารต้องทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะที่เส้นทางธุรกิจฮาลาลของกลุ่มผู้ค้ารายจิ๋วยังเผชิญกับข้อท้าทายในหลากมิติ

**ฮิญาบ**

จากบริบททางประวัติศาสตร์ ฮิญาบที่หญิงมุสลิมสวมใส่เป็นเครื่องบ่งชี้ตัวตนมุสลิมที่ปรากฏชัดเจน การสวมฮิญาบมีนัยยะทางการเมืองและความสัมพันธ์ทางสังคมด้วย ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคต่อการศึกษาของผู้หญิง นับตั้งแต่มีการเคลื่อนไหวของมุสลิมในทศวรรษ 1990 นับเป็นช่วงเวลาโดดเด่นของการปกป้องอัตลักษณ์หญิงมุสลิมในขบวนการปฏิรูปอิสลาม นักวิชาการและนักกิจกรรมมุสลิมหลายคนในประเทศไทยชี้ให้เห็นว่าตั้งแต่การประท้วงฮิญาบที่วิทยาลัยฝึกหัดครูยะลา (พ.ศ. 2530-2531) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่ก่อให้เกิดเรื่องเล่าเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของฮิญาบ เกิดการเรียกร้องสิทธิในการปฏิบัติหลักการศาสนาทั้งโดยกลุ่มผู้ชายและผู้หญิงในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์หญิงมุสลิม (Satha-Anand, 1994, pp. 279-300)

การคลุมฮิญาบเริ่มมีให้เห็นมากขึ้นในสังคมไทย กลายเป็นสัญลักษณ์แห่งความกล้าหาญของหญิงมุสลิมในการเป็นตัวแทนของชุมชนในพื้นที่สาธารณะ การเคลื่อนไหวของผู้หญิงมุสลิมจึงเป็นสนามการต่อสู้ปัญหาอัตลักษณ์ของชนกลุ่มน้อยในสังคมไทย ทั้งแสดงอยู่ในบริบทที่กว้างขึ้นของปัญหาการเมืองไทยสมัยใหม่ (รอมฎอน ปันจอร์, 2555, น. 18-34) นอกจากนี้ ฮิญาบยังเป็นคำที่เผยให้เห็นในบทสนทนาประจำวัน ที่มาพร้อมกับเรื่องเล่าความรู้สึกการถูกกีดกัน จากการถูกเลือกปฏิบัติทางชาติพันธุ์และศาสนา ฮิญาบสะท้อนประเด็นเพศสภาพ ตัวตนผู้หญิงในพื้นที่สาธารณะ ตลอดจนบทบาทของผู้หญิงว่าได้ดำเนินไปเช่นไรในวัฒนธรรมทางการเมืองที่ผู้หญิงเข้าไปมีส่วนร่วม (Marddent, 2016, pp. 114-149)

ฮิญาบถูกเคลื่อนไปเป็นภาพสะท้อนการแสดงตัวตนของผู้หญิงมุสลิมหลังช่วงเหตุการณ์ 9/11 และสถานการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000 เป็นต้นมามากยิ่งขึ้น ทำให้เวทีวิชาการศาสนากลายเป็นช่องทางในการอธิบายความหมายของหลักการศักดิ์สิทธิ์บนพื้นที่ทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม จากเดิมที่ผู้หญิงมุสลิมและชุมชนยุคก่อนหน้ามีการกำหนดตลอดจนจัดแจงอัตลักษณ์ทางศาสนากับผู้หญิงน้อยกว่า ความรู้ในมิติศาสนาและการเมืองที่ปรากฏในตำราวิชาการและข้อถกเถียงถูกใช้เพื่อการวินิจฉัยหลักคำสอนขยายตัวท่ามกลางกระแสการฟื้นฟูอิสลาม โดยเฉพาะในหมู่คนชั้นกลางที่มีการศึกษา เมื่อผู้หญิงมุสลิมหันมาแสดงตัวตนทางศาสนาโดยการสวมฮิญาบการให้ความหมายจึงมีหลายเหตุผล

กระทั่งปัจจุบันฮิญาบไม่ได้เป็นเพียงการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ทางศาสนาเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นอุตสาหกรรมแฟชั่นอีกด้วย (วิภาวี พงษ์ปิ่น, 2558, น. 56-78; สวท. ยะลา, 2566, ออนไลน์) การทบทวนสถานะของฮิญาบได้ขยายให้เห็นถึงมุมมองที่ศาสนาเชื่อมโยงกับประเด็นการเมืองในหลักการศาสนาว่าด้วยการแต่งกายของผู้หญิง (Mukherjee, 2014, pp. 22-75) ฮิญาบจึงเป็นมากกว่าเสื้อผ้าธรรมดา ขณะเดียวกันประเด็นฮิญาบก็ไม่สามารถลดทอนความหมายของสิ่งที่ถูกทำให้ฮาลาลไว้เพียงแค่เรื่องความพิเศษในการทำอาหารของชาวมุสลิม หรือเป็นเพียงเรื่องของการกินอาหารได้ ทั้งฮิญาบและฮาลาลกลายเป็นประเด็นเกี่ยวโยงกับปฏิบัติการของผู้คนในชีวิตประจำวัน

## ภูมิทัศน์ฮาลาลจุลภาค

การศึกษาด้านมานุษยวิทยาอาหาร (Mintz & Du Bois, 2002, pp. 99-119) เผยให้เห็นว่านักชาติพันธุ์วรรณาให้ความสนใจในการทำความเข้าใจอาหารของวัฒนธรรมเฉพาะว่ามีปฏิสัมพันธ์กับอัตลักษณ์ทางเพศและค่านิยมทางสังคม การศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณนาร่วมสมัยได้นำเสนอองค์ประกอบของการสร้างสังคมผ่านการบริโภคอาหาร วิเคราะห์อาหารในฐานะการแสดงออกของชาติพันธุ์ เชื้อชาติ หรือเอกลักษณ์ประจำชาติ (Caplan, 1997, pp. 1-31) นอกจากนี้อาหารเป็นสิ่งยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดของอาหารเอง เช่นอาหารฮาลาลกับมาตรฐานฮาลาลที่ก่อตัวและกำหนดมาตรการอย่างเป็นเอกภาพกับมาตรฐานฮาลาลสากล ฮาลาลในความหมายเช่นนี้ไม่ได้จำกัดการมองไปที่สิ่งของ วัตถุดิบ และส่วนผสม แต่ยังรวมเอาเรื่องมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทั้งหมดในการจัดการผลิตภัณฑ์และขั้นตอนบริการให้สัมพันธ์สอดคล้องกับบัญญัติของหลักการและขนบธรรมเนียมศาสนา

บทความวิจัยทางมานุษยวิทยาฉบับนี้ให้พื้นที่ผู้หญิงที่ค้าขายอาหารฮาลาลในระดับจุลภาค แต่ไม่จัดวางผลิตภัณฑ์และอาหารจากร้านค้าตนด้วยเครื่องหมายฮาลาล หรือเอกสารเพื่อบ่งชี้ความหมายฮาลาลเชิงสถาบัน (institutionalized form of halal) ตามตัวแบบที่กำหนดโดยรัฐ องค์กรศาสนา หรือมาตรฐานฮาลาลสากล แม่ค้าเหล่านี้สะท้อนความหมายฮาลาลมากกว่าการตรวจสอบในฐานะที่อาหารเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ พวกเธอกำหนดความสัมพันธ์ของความไว้วางใจในการบริโภคอาหารสำหรับชาวมุสลิมไว้ที่ตนเอง อัตลักษณ์ และตัวตนของผู้หญิง กระบวนการฮาลาล (halalization) ที่พบในสนามวิจัยสะท้อนความแพร่หลายของความหมายฮาลาลที่อยู่นอกอาณาบริเวณการกำกับมาตรฐาน ผู้ให้ข้อมูลบางคนกังขาต่อการทำงานตรวจสอบและรับรองตราฮาลาลของนักการศาสนาและเจ้าหน้าที่รัฐ เมื่อนโยบายที่ประกาศสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจจากแนวคิดอิสลามกลับไม่ได้ช่วยให้แนวคิดฮาลาลถูกนำมาปฏิบัติได้ง่าย ทางออกที่ผู้หญิงในบทความนี้กล่าวถึงคือการสร้างพื้นที่ฮาลาลใหม่ผ่านการสวมฮิญาบซึ่งถือปฏิบัติอยู่แล้ว และเน้นให้ความหมายของฮาลาลยึดโยงกับชีวิตคนธรรมดา

สามัญ และกระตุ้นให้มุสลิมต่อรองฮาลาลในสนามการบริโภคประจำวัน

เนื่องจากฮาลาลมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับการเมืองในชีวิตประจำวันของผู้คน ผู้วิจัยให้ความสำคัญและอภิปรายถึงความใกล้ชิดของการค้าในท้องถิ่นที่ผูกโยงกับความเชื่อและวัฒนธรรม แนวทางการศึกษาทางชาติพันธุ์วรรณนาหลากพื้นที่เปิดให้สามารถทำความเข้าใจกิจกรรมทางเศรษฐกิจของแม่ค้ามุสลิมที่ขายอาหารฮาลาลในท้องถิ่นต่างๆ ช่วยให้ผู้วิจัยเห็นปฏิบัติการที่ดำเนินอยู่ระหว่างชีวิตทางศาสนากับการค้าของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป ขณะที่ผู้ประกอบการหญิงมุสลิมรายใหม่จำนวนมากมีส่วนร่วมในการสร้างธุรกิจท้องถิ่นเพื่อหารายได้เลี้ยงดูครอบครัว รวมถึงอัสนาและฟาร่าที่ยังมีลูกเล็ก ทั้งสองคนต้องแสวงหาวิธีการสร้างสมดุลระหว่างงานกับการดูแลลูกและครอบครัว

ผู้วิจัยมีโอกาสพูดคุยกับอัสนาหลังจากที่เธอเก็บของและปิดร้านช่วงสาย ระหว่างการสนทนายังมีลูกค้าประจำแวะมาขอซื้อกาแฟสำเร็จรูปแบบซอง ในหมู่บ้านและละแวกใกล้เคียงผู้คนส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก น้อยครั้งที่นักท่องเที่ยวที่พักในโรงแรมบริเวณหมู่บ้านแวะซื้ออาหารเช้า ขณะที่ร้านขายอาหารเช้าลักษณะใกล้เคียงกันนี้มีอีก 11 แห่ง อัสนาบอกว่าไม่มีร้านใดขอรับรองมาตรฐานฮาลาล ยกเว้นร้านที่ใช้สำหรับเป็นที่รับประทานอาหารเช้าของผู้เดินทางและนักท่องเที่ยวรวมทั้งมีธุรกิจที่พักร่วมด้วย อัสนาให้เหตุผลว่า *“ถ้าขอฮาลาลจะไม่คุ้มค่าทางการตลาด”* เนื่องจากช่วงเวลาประกอบการโดยประมาณเพียงแค่ 4 ชั่วโมง และสินค้าแทบทั้งหมดเป็นอาหารปรุงสดใหม่ในแต่ละวัน

อัสนาเรียนจบด้านบริหารธุรกิจและเป็นลูกจ้างบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดภูเก็ต เมื่อถูกเลิกจ้างเธอจึงหารายได้จากช่องทางด้วยการขายสินค้าอุปโภคและเครื่องสำอางออนไลน์ แต่ยังไม่พอค่าใช้จ่ายในครอบครัว ทุกวันนี้เธอตื่นนอนเวลา 04.00 น. เพื่อเตรียมปรุงอาหารหลากเมนู หมี่ไทยโบราณหรือผัดหมี่เต้าหู้เป็นเมนูที่ขึ้นชื่อ รวมทั้งเป็นอาหารยอดนิยมของคนเชื้อสายจีนและมุสลิมในภูเก็ต หลังจากนั้นอีกหนึ่งชั่วโมงเธอแต่งตัวและสวมฮิญาบแล้วขี่จักรยานยนต์พร้อมตะกร้าที่เต็มไปด้วยหมี่ไทยไปวางขายที่แผงและตู้ขายอาหารเช้า ร้านค้าที่เธออยู่ประจำตั้งอยู่ติดกับถนนสายหลักเป็นเส้นทางสัญจรระหว่างหมู่บ้านกับเขตเมืองภูเก็ต ผู้คนที่ผ่านไปมาสามารถแวะซื้ออาหารฮาลาลท้องถิ่นในราคาประหยัดได้ง่าย นอกจากผัดหมี่เต้าหูแล้ว แผงอาหารที่ร้านยังมีสินค้าอื่นที่อัสนาและคนในชุมชนใกล้เคียงเตรียมบรรจุห่อหรือกล่องเพื่อนำมาฝากขาย เช่น ข้าวเหนียวสังขยา ข้าวต้มมัด ข้าวคลุกกะปิ ข้าวมันไก่ ขนมจีน หากแต่ไม่มีสินค้าชิ้นใดในร้านที่มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลที่รับรองโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

*“อาหารของเราพอขายได้ ช่วยเลี้ยงครอบครัวตั้งแต่ช่วงโควิด เราไม่มีเงินไปขอฮาลาล ที่เขาแซวกันว่าจ่ายห้าล้านนั่นแหละ มันยุ่งยากด้วย อีกอย่างขายของกินเล็กๆ น้อยๆ แบบนี้ก็ไม่จำเป็นต้องมีใบรับรอง ตอนนี้เอาอาหารที่ทำมาขายเองที่ร้านมะ (แม่) หวา (ป้า) เขารับอาหาร กับขนมที่คนสองสามหมู่บ้านนี้ทำเองมาขาย”*

*“ส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นคนละแวกบ้าน ยังมีพนักงานบริษัท โรงแรมที่เขาแวะซื้อช่วงเช้ากับเอาไว้ทานกลางวัน ฝรั่งกับคนจีนที่ชอบเดินตอนเช้านานทีมีแวะมาบ้าง ที่เยอะก็คนงานพม่า เขาซื้อทีละเยอะๆ”*

*“ตอนขายของก็ใส่ผ้าคลุม ฮิญาบมันช่วยการันตีว่าอาหารเราฮาลาลแน่นอน ที่ตู้อาหารก็ไม่ต้องแปะโลโก้ตราฮาลาลแล้ว บางร้านเขาเขียนตราฮาลาลเองเลย แบบนั้นเราว่าก็ได้นะ พวกของในร้าน บนแผง รวมทั้งในตู้อาหารเดี๋ยวนี้เราไม่มีสัญลักษณ์ดาวเดือนแล้ว ใส่ฮิญาบก็พอแล้ว คนซื้อเขารู้แล้วว่าเป็นอาหารของคนอิสลามเรา”*

(อัสนา, สัมภาษณ์, 2565, 24 เมษายน)

อัสนาบอกว่าแม่และป้าของเธอซึ่งเป็นเจ้าของร้านลงทุนร่วมกันไม่เคยยื่นความจำนงขอรับรองมาตรฐานฮาลาล ทุกคนทราบถึงขั้นตอนดำเนินการ ค่าธรรมเนียม และระเบียบปฏิบัติ เนื่องจากเคยสอบถามเจ้าของธุรกิจอาหารฮาลาลคนอื่นๆ อัสนาเผยว่ากระบวนการแลดูซับซ้อนมีหลายขั้นตอน ทั้งร้านค้าในระดับนี้อาศัยเงินทุนหมุนเวียนที่จำกัด ตลอดจนยังไม่มีระเบียบบังคับให้เจ้าของธุรกิจต้องขอรับรองอีกด้วย ระหว่างที่คุยกันอัสนาแนะนำให้ผู้วิจัยเปิดหาเว็บไซต์คู่มือการขอรับรองฮาลาลผ่านระบบออนไลน์ (สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2564, ออนไลน์) เธอบอกว่าหากมีเงินทุนและธุรกิจขนาดใหญ่เธออาจต้องยื่นความจำนงขอรับรองเพื่อความก้าวหน้าในตลาดการแข่งขัน

ขณะที่ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันตามแผงอาหารและร้านค้าทั้งสามบทข้างต้นสะท้อนความหมายฮาลาลและภูมิทัศน์ฮาลาลที่ผูกโยงกับชีวิตของผู้ค้า ผู้บริโภค และคนในชุมชนระดับล่างได้มากกว่า ฮิญาบในฐานะอัตลักษณ์ทางศาสนาของผู้หญิงมุสลิมดำเนินไปเพื่อประโยชน์ทางการค้าในภาวะที่สินค้าเหล่านั้นฮาลาลด้วยตัวของมันเอง ทั้งผ่านการผลิตโดยมุสลิมที่คัดสรรวัตถุดิบฮาลาล ขาดเพียงใบรับรองและตราสัญลักษณ์ฮาลาลเพื่อประกาศและจำแนกความถูกต้องตามหลักการศาสนา เนื่องจากการได้รับการรับรองและคงสถานะการผลิตสินค้าฮาลาลผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีเงินทุนในการชำระค่าธรรมเนียม (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2557, ออนไลน์) ดังที่อัสนาเอ่ยแกมประชดประชันถึงคำว่า “ห้าล้าน” ซึ่งพ้องเสียงกับคำว่า “ฮาลาล” เพื่อสะท้อนปัญหาการเข้าถึงระบบรับรองและตรวจสอบกระบวนการทำงานฮาลาลในไทยว่าผู้ที่ขอการรับรองต้องจ่ายเงินในราคาสูง

การเปิดเผยความรู้สึกของอัสนา ซึ่งเป็นแม่ค้าที่หารายได้จากการขายอาหารฮาลาลอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 อย่างหนักเมื่อกลางปี 2564 กระทั่งปัจจุบัน อัสนาพบว่าตนเองไม่สามารถหางานประจำทำได้ ธุรกิจจำนวนมากในจังหวัดภูเก็ตปิดตัวลง สามีของเธอถูกพักงานหลายเดือนและถูกลดเงินเดือน เธอเองต้องทำหน้าที่ดูแลลูกชายสองคนเป็นหลัก อัสนายังสะท้อนให้เห็นว่าฮิญาบหรือผ้าคลุมศีรษะผู้หญิงมุสลิมเป็นสัญลักษณ์ทางศาสนาที่ทำหน้าที่เสมือนเครื่องมือสำหรับการดำเนินธุรกิจในชุมชนมุสลิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพที่ปรากฏอธิบายว่า “สินค้าและคน” ถูกต้องตามระเบียบปฏิบัติอิสลาม ผ้าคลุมศีรษะแสดงถึงจุดตัดของเศรษฐกิจการเมืองและหน่วยในการแสดงสถานะบุคคลในลักษณะที่ทำให้เกิดการถกเถียงเชิงอุดมการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน สำหรับผู้หญิงมุสลิมการสวมฮิญาบเป็นสัญลักษณ์ที่มองเห็นได้ชัดเจนที่สุดและถูกยอมรับในชุมชนศาสนาว่าเป็นเครื่องเตือนใจถึงศรัทธา (วราภรณ์ สำเภา และอนุชา แพ่งเกษร, 2565, น. 106-128) ฮิญาบในฐานะสัญลักษณ์ของอัตลักษณ์มุสลิมส่งผลให้ผู้ที่มาจับจ่ายซื้อของมั่นใจ ไม่ตั้งคำถามว่าอาหารในจานบนแผง และในตู้นั้นปลอดภัยสำหรับการบริโภคหรือไม่ การรับรองด้วยฮิญาบของแม่ค้า เช่น อัสนามีความสำคัญเนื่องจากแผงขายอาหารและร้านค้าขนาดจิ๋วไม่มีความจำเป็นต้องขอการรับรองฮาลาล

ระหว่างทางไปร้านกาแฟของฟาร่า ผู้วิจัยพบว่าร้านขายอาหารมื้อเที่ยงและมื้อเย็นในละแวกชุมชนจำนวนมากโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารของตนโดยมีทั้งตราสัญลักษณ์หรือโลโก้สินค้าฮาลาล “ทำมือ” หรือพิมพ์และตัดภาพจากที่อื่นวางเป็นป้ายแสดงให้ผู้ผ่านไปมารับรู้ว่าเป็นสินค้าฮาลาล ทั้งที่เป็นภาษาไทย ภาษาอาหรับ และภาษาอังกฤษปะปนกันไป แต่ป้ายฮาลาลที่ผลิตขึ้นโดยทั่วไปเช่นนี้ไม่พบในร้านของอัสนาและร้านกาแฟของฟาร่า ด้วยเหตุผลหลักที่อัสนากล่าวไว้ รวมทั้งธุรกิจระดับจุลภาคของเธอทั้งสองมีปริมาณการขายไม่สูง การลงทะเบียนเพื่อได้รับการรับรอง

ฮาลาลจึง “เกินความจำเป็น” เนื่องจากต้องใช้เวลามีค่าใช้จ่ายสูง และต้องรักษามาตรฐานตามที่สถาบันทางศาสนากำหนด อัสนาระบุว่าร้านค้าบริเวณหมู่บ้าน รวมทั้งแผงขายอาหารใกล้สถานที่ท่องเที่ยวใช้วิธีการสร้างความไว้วางใจในสินค้าต่อผู้บริโภค มั่นใจว่าผู้ผลิตอาหารใช้วัตถุดิบที่ฮาลาล รวมทั้งขั้นตอนการผลิตต่างๆ มีความปลอดภัย กล่าวอีกนัยหนึ่งอัสนามองว่าความไว้วางใจจะส่งผลดีต่อการเก็บรักษากลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอีกด้วย เพราะคนเหล่านี้จะกลับมาเที่ยว บอกต่อ และส่งต่อข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์

การรับรองตราฮาลาลเป็นประเด็นที่ธุรกิจมุสลิมขนาดจุลภาคประสบปัญหาในการดำเนินตามขั้นตอน เนื่องจากจำเป็นต้องทำให้สินค้ารวมทั้งบริการของตนได้มาตรฐานเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดฮาลาลที่ต้องอาศัยเงินทุนจำนวนมาก ขณะที่ผู้ประกอบการเหล่านี้รวมทั้งตัวอย่างจากการบอกเล่าของอัสนาที่สะท้อนถึงปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน มีข้อจำกัดและช่องทางจำกัดสำหรับการลงทุน อัสนาและผู้หญิงมุสลิมชนชั้นกลางระดับล่างอื่นๆ พบวิธีในการบรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้ประกอบการ เมื่อฮิญาบเป็นสัญลักษณ์ของอัตลักษณ์อิสลามสากล พวกเธอหวังว่าในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ธุรกิจอาหารฮาลาลเล็กๆ จะช่วยให้เกิดความคล่องตัวทางการเงิน อย่างไรก็ตาม แม้หลายรายไม่ได้ขอและรับการรับรองฮาลาล แต่ผู้ค้าซึ่งส่วนมากเป็นผู้หญิงพยายามปฏิบัติตามแนวทางการบริโภคอาหารในอิสลาม เช่น ใช้ จัดเก็บ และเลือกวัตถุดิบที่ฮาลาลเพื่อให้อาหารและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย ตรงตามความต้องการของตลาดอาหารฮาลาลในแต่ละที่

ฟาร่าเริ่มต้นธุรกิจอาหารฮาลาลขนาดจิ๋วด้วยเงินสะสมและการสนับสนุนจากครอบครัว เธอพยายามใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้าขาย เช่น โฆษณาขนมท้องถิ่นที่ผลิตในภูเก็ตและเมนูประกอบภาพอาหาร ฟาร่าเปิดร้านกาแฟในสวน ระหว่างขายกาแฟและอาหารเธอมักสวมฮิญาบ หรือการสวมฮิญาบกระทำเป็นบางครั้ง “เมื่ออยู่ในช่วงของการทำงาน” ซึ่งเป็นเหตุผลที่ประกอบการอธิบายความหมายของพื้นที่ว่า

*“ร้านกาแฟอยู่ในสวนบริเวณบ้าน และบ้านคือที่ของฉัน แค่อยากให้ลูกค้าลองรสชาติอาหารท้องถิ่นและกาแฟดีๆ สักแก้ว แล้วก็กลับมาที่ร้านบ่อยๆ”*

(ฟาร่า, สัมภาษณ์, 2565, 20 เมษายน)

การเสิร์ฟกาแฟและของว่างท้องถิ่นที่ร้านกาแฟบ้านสวนเป็นวิธีหนึ่งในการใช้ประโยชน์พื้นที่ว่างเปล่า ทั้งได้ช่วยเหลือผู้หญิงในหมู่บ้านที่เธอสนิทสนมและมีทักษะในการค้าขายหารายได้ จุดเริ่มต้นของการเปิดร้านกาแฟทางเลือกประเภทนี้เกิดขึ้นเมื่อปี 2562 คนในหมู่บ้านเริ่มกลับมาทำสวนและปลูกพืชผักพื้นบ้านหลังจากที่ถูกเลิกจ้าง และไม่สามารถเริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กหรือแม้แต่ระดับจุลภาค ฟาร่าเรียกร้านกาแฟในสวนของเธอว่าเป็น “โฮมการ์เด้นคาเฟ่” ช่วงปลายปี 2563 เมื่อการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเริ่มควบคุมได้ ลูกค้าท้องถิ่นเริ่มเดินทางพักผ่อน ฟาร่าใช้เมนูอาหารท้องถิ่นภูเก็ตประชาสัมพันธ์ร้านกาแฟในสวน เธอเห็นว่ารัฐบาลท้องถิ่นควรให้ความสนใจและสนับสนุนผู้ประกอบการหญิงที่มีความคิดสร้างสรรค์

ฟาร่าให้ความเห็นว่า

*“...จริงๆ แล้ว ถ้ารัฐตาถึง เขาต้องเห็นค่าของวัฒนธรรม อาหารท้องถิ่น ชีวิตการเป็นอยู่ของคน ของพวกนี้ผันเป็นรายได้ได้หมด นโยบายส่งเสริมความก้าวหน้าธุรกิจระหว่างประเทศและการท่องเที่ยวได้ หรือทำแบบจำลองผู้ประกอบการฮาลาลอันดามันที่โปรโมต ช่วยเอื้อพวกเราที่ทุนน้อยในการเข้าระบบฮาลาล แต่ที่ผ่านมารัฐเพียงแค่ประกาศนโยบายฮาลาลอันดามัน จัดงานแล้วก็เงียบ มีแต่รายใหญ่ ผลประโยชน์กลับไม่ตกถึงคนในท้องถิ่น*

*ที่เผชิญกับสภาพยากลำบากช่วงนี้เลย อย่างอินโดนีเซีย การรับรองฮาลาลวิสาหกิจขนาดเล็กเขาทำได้ ทำไมระบบฮาลาลในไทยดูยุ่งยากและแพง”*

(ฟาร่า, สัมภาษณ์, 2565, 20 เมษายน)

ข้อเสนอของฟาร่าสะท้อนภาพการจัดการขององค์กรศาสนา ภาครัฐ และภาคธุรกิจ รวมถึงการขยายข้อบังคับทางศาสนาและการรับรองฮาลาล ขณะที่ผลิตภัณฑ์ใหม่ในภาคเศรษฐกิจถูกนำเสนอว่าเป็นกระบวนการฮาลาล (halalization) อย่างแพร่หลาย โดยที่อำนาจทางศาสนาไม่สามารถควบคุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจสมัยใหม่ได้เพียงลำพัง ดังนั้น เมื่ออธิบายกระบวนการทำให้สินค้า-สิ่งของฮาลาล จึงเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องจัดการความสัมพันธ์ระหว่างหลักนิติศาสตร์อิสลามกับการตลาดและระเบียบข้อบังคับทางกฎหมาย เมื่อผู้ประกอบการหญิงรายจิ๋วเหล่านี้อธิบายการรับรองความถูกต้องของสิ่งของ สินค้า อาหาร ในหลักการศาสนาตามระบอบที่กฎแบบรัฐฆราวาสเอื้ออำนวยให้ตลาดเสรีดำเนินการไปได้ โดยการสร้างความหมายทางศาสนาผ่านการบริโภคในบริบทของโลกาภิวัตน์จะช่วยให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีส่วนใช้แง่มุมทางศาสนาและบริบททางวัฒนธรรมท้องถิ่นขับเคลื่อนสินค้าสู่ตลาด ในมุมมองของฟาร่า การรับรองฮาลาลอาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับศาสนาและวิทยาศาสตร์เท่านั้น แต่คือลักษณะแห่งภววิทยาโครงสร้างพื้นฐานที่ดำรงอยู่ (จักรกริช สังขมณี, 2560, น. 33-57) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน วัตถุสิ่งของหรือสินค้า ระเบียบกลไกแวดล้อมซึ่งมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง ขัดแย้งและตอบโต้ ความเข้าใจแบบที่ฟาร่าเห็นนี้ถือเป็นการมองการเปลี่ยนแปลงสังคมที่ตระหนักถึงผลลัพธ์ของอำนาจรัฐ การพัฒนาของโลกใหม่ที่ใช้ความรู้วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีจัดการความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน

แง่มุมในการให้ความหมายฮาลาลของอัสนากับฟาร่ามีความแตกต่างกันอยู่บ้าง แต่ปฏิบัติการต่อรองสถานะของสินค้าเพื่อแสวงหารายได้ทางเศรษฐกิจจากมุมมองทางศาสนาถูกนำมาใช้อย่างเห็นได้ชัด อัสนาไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักกับการต่อรองเชิงระบบ หรือเสนอทางออกกลับไปยังผู้มีบทบาทในฐานงานฮาลาล เช่น รัฐบาล กับสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย อัสนาดึงความหมายฮาลาลมาจากการสวมผ้าคลุมหรือฮิญาบระหว่างที่นำเสนอสินค้าหรือณ โมงยามของการค้าขาย ซึ่งช่วยให้เธอได้รับการยอมรับและสินค้าของเธอมีหลักประกันความฮาลาลผ่านปฏิบัติการสำแดงอัตลักษณ์แม่ค้ามุสลิม ขณะที่ฟาร่ามองว่าระบบฮาลาลที่มีอยู่ไม่เอื้อประโยชน์ทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายจิ๋ว ฮิญาบอาจเป็นเครื่องมือในการต่อรองเพื่อขยับขยายฐานการค้าของเธอ แต่ปัญหาเชิงระบบคือผู้มีอำนาจทางศาสนากับกลไกรัฐยังต้องพัฒนาศักยภาพในการกระจายผลประโยชน์ในการทำความฮาลาลสู่ท้องถิ่น

## พื้นที่สร้างสันติภาพทางเลือก

สนามในพื้นที่ความขัดแย้งบริเวณจังหวัดชายแดนภาคใต้เต็มไปด้วยเรื่องเล่าและการต่อสู้ที่ซับซ้อน เสียงสนทนาในร้านกาแฟแบบดั้งเดิมหยุดลงเมื่อผู้วิจัยแวะสอบถามความมั่นใจว่าอยู่ในเส้นทางไปร้านกาแฟของฮาญัร สิ่งหนึ่งที่ตรึงความสนใจผู้เดินทางผ่านร้านกาแฟนี้คือกระป๋องนมที่วางเรียงซ้อนเป็นชั้นๆ อยู่ด้านหน้าเคาน์เตอร์ชงชาและกาแฟ *“ตะแป (ข้างหน้า) เดินตรงไปตามถนนชุมชนอีกนิด คาเฟ่อยู่ทางซ้าย”* ผู้วิจัยก็จะถึงที่หมาย ชายวัยกลางคนและชายวัยชราที่นั่งร้านน้ำชาโต๊ะติดกับทางเดินเท้าบอกผู้วิจัยเป็นภาษาไทยปนมลายูถิ่น

ผู้วิจัยนัดพบกับฮาญัรซึ่งเปิดร้านกาแฟอยู่ชานเมืองปัตตานี ก่อนหน้านั้นได้คุยกันในวงสนทนาออนไลน์ระหว่างดำเนินโครงการให้คำปรึกษาผู้หญิงที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ความขัดแย้งก่อนขอมาคุยที่ร้าน ฮาญัรกำลังเตรียมกาแฟให้ลูกค้า เธออยู่ในชุดกุรุงแบบมลายู เป็นชุดที่

เสื้อตัดแบบไม่เข้ารูป เสื้อยาวถึงเข่า กระโปรงยาวปิดตาตุ่ม เธอสวมฮิญาบสีเดียวกับชุดโดยใช้หมวกผ้าปิดคลุมผมก่อนพันผ้าฮิญาบเพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีไรผมโผล่ออกมานอกผืนผ้า ฮาญัรใช้เข็มหมุดเพื่อยึดผ้าคลุมศีรษะให้เข้าที่และเข้ากับใบหน้า

ฮาญัรเติบโตที่ปัตตานี ได้รับการเลี้ยงดูและเรียนรู้วิชาการศาสนาจากครอบครัว เธอเป็นลูกสาวของนักวิชาการชาวมลายูปัตตานีซึ่งคนท้องถิ่นให้ความนับถืออย่างสูงในฐานะครูผู้สอนศาสนาแบบดั้งเดิม หรือที่ Scupin (1998, pp. 229-259) เรียกว่าเป็นมุสลิมคณะเก่า (traditionalist Muslim หรือ kaum tua) ฮาญัรทำกิจกรรมร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมด้านสื่อและศิลปะเพื่อสร้างสันติภาพ เธอมีส่วนร่วมในงานสร้างสรรค์โครงการ ENOUGH ซึ่งเกี่ยวข้องกับการยุติความรุนแรงทางเพศและเสริมศักยภาพผู้หญิง ความตั้งใจเดิมในการเปิดร้านกาแฟของฮาญัรคือเป็นที่หารายได้เสริมของครอบครัว และเป็นสถานที่ที่ผู้หญิงมลายูมุสลิมสามารถรวมตัวกันเพื่อหารือ พบปะตลอดจนสามารถดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับบทบาทของผู้หญิงในพื้นที่ความขัดแย้ง

ฮาญัรให้การช่วยเหลือผู้ช่วยของเธอ 2 คน โดยฝึกหัดให้ทำงานที่ร้านกาแฟ ทั้งสองรอดพ้นจากการถูกทารุณกรรมและความรุนแรงในครอบครัว ซึ่งขณะนี้อยู่ในการดูแลของโครงการเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจที่ดำเนินการและสนับสนุนโดยองค์กรพัฒนาเอกชนระหว่างประเทศ วันหยุดช่วงบ่ายถึงเย็นเมื่อว่างจากงานในบ้านและงานสวน ฮาญัรชวนผู้หญิงในโครงการและละแวกบ้านมาพบปะที่ร้านกาแฟเพื่อแลกเปลี่ยน และเตรียมการสนับสนุนให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจรายจิ๋วตามที่แต่ละคนสนใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้หญิงที่เผชิญกับความรุนแรงได้รับการส่งเสริมด้านสิทธิและรู้ถึงบทบาทการมีส่วนร่วมในทุกด้าน เมื่อต้องการทำกิจกรรมเสริมพลังทางเศรษฐกิจ ฮาญัรใช้เรื่องราวของเคาะดิยะห์ ภรรยาศาสดามูฮัมหมัดซึ่งเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในประวัติศาสตร์ที่ถูกบอกเล่ากันในชุมชนมุสลิม สำหรับเธอเสียงของผู้หญิงและการมีส่วนร่วมในสังคมตลอดจนชีวิตสาธารณะมีผลอย่างมากในการช่วยสร้างความเข้าใจ เพราะเรื่องเล่าสะท้อนโอกาส ทางเลือก และการเข้าถึงทรัพยากรที่เท่าเทียมกัน

อิทธิพลของแนวคิดเพศสภาพกับการพัฒนาที่ดำรงอยู่ในพื้นที่ความขัดแย้งช่วยให้ผู้วิจัยเห็นการเสริมรับกันอย่างสอดคล้องระหว่างการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้หญิงกับมิติเพศสภาพ ธุรกิจร้านกาแฟของฮาญัรเป็นพื้นที่แสดงผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลแปรรูปต่างๆ ที่จัดทำโดยกลุ่มวานีตา หรือกลุ่มผู้หญิงท้องถิ่นจากหมู่บ้านต่างๆ ในปัตตานี ผู้มีรายได้น้อย หรือหญิงที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบโดยตรง วานีตาผลิตสินค้าฮาลาลภายในประเทศหลายชนิด เช่น ข้าวเกรียบปลา กล้วยอบกรอบ ทุเรียนทอด และผ้าบาติก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือโอท็อป (OTOP, One Tambon One Product) เป็นโครงการสร้างพลังทางเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยรัฐบาล สำหรับธุรกิจวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กและจิ๋ว (Small and Micro Community Enterprises หรือ SMCE) โครงการโอท็อปสอดรับกับนโยบายส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจและถูกนำมาใช้ในยุครัฐบาลทักษิณ ชินวัตร (พ.ศ. 2544-2549) เพื่อแก้ปัญหาความยากจนในชนบท และถูกวิพากษ์ว่ารัฐบาลทักษิณออกแบบนโยบายเพื่อดึงดูดผู้มีสิทธิเลือกตั้งผ่านริเริ่มโครงการต่างๆ เช่น กองทุนพัฒนาไมโครเครดิตระดับหมู่บ้าน OTOP และโครงการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในชนบท นโยบายเหล่านี้ระบุว่ามุ่งเสริมสร้างการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในการใช้ความรู้ดั้งเดิมควบคู่กับความรู้ปัจจุบันเพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงตลาดได้ (McCargo & Ukrist, 2005, p. 82)

ร้านกาแฟได้รับผลกระทบจากวิกฤตโรคระบาดเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดจุลภาคที่อื่น นอกจากนี้ ห้วงเวลาสองทศวรรษของความขัดแย้งที่นำไปสู่การใช้ความรุนแรงพบผู้หญิงในพื้นที่ชายแดนภาคใต้มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ประกอบการที่บ้านมากกว่าผู้ชาย นับเป็นสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันกับเขตความขัดแย้งอื่นๆ (Bullough, Renko, & Myatt, 2014, pp. 473-499) ผู้หญิงเผชิญกับความท้าทายมากกว่าผู้ชายเนื่องจากความอยุติธรรมทางสังคม ความสูญเสีย การบาดเจ็บ การเคลื่อนที่เคลื่อนไหวที่ถูกจำกัด การถูกกีดกัน และความรุนแรงอันเนื่องมาจากเพศสภาพ (Marddent, 2017, pp. 229-246) นอกจากนี้ บทบาทของผู้หญิงและผู้ชายมักถูกนิยามใหม่ในระหว่างความขัดแย้ง เมื่อผู้หญิงถูกผลักให้เข้าไปอยู่ในบทบาทผู้สร้างรายได้ให้กับครอบครัว

ฮาญัรเป็นเสมือนภาพผู้หญิงมลายูมุสลิมรุ่นใหม่ที่ครอบครัวให้ความสำคัญกับการเรียนศาสนา และใช้ชีวิตในทางธุรกิจไปพร้อมๆ กัน เมื่อเธอเข้าสู่งานกิจกรรมรณรงค์การยุติความรุนแรง ร้านกาแฟฮาลาลในชุมชนแห่งนี้กลายเป็นพื้นที่ของผู้หญิง บทสนทนาที่ฮาญัรให้ความสำคัญผูกโยงกับร้านกาแฟฮาลาลคือ พื้นที่ของกลุ่มผู้หญิงที่ต่อสู้กับความรุนแรงในครอบครัวและผู้หญิงที่สามีเสียชีวิตระหว่างสถานการณ์ความขัดแย้ง ซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดการสร้างอำนาจทางเศรษฐกิจและความเป็นอิสระ เป้าหมายของฮาญัรคือการแนะนำวิธีการหารายได้ด้วยตนเองเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรอง การปกป้องผู้หญิงในชุมชนที่ไม่สามารถหาเลี้ยงตนเองได้ถือเป็นภารกิจของเธอที่จะต้องผลักดันและให้ความช่วยเหลือ ฮาญัรมักเชิญผู้หญิงที่มีส่วนร่วมในการรณรงค์ไปที่ร้านกาแฟของเธอและอธิบายว่าผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นแบบไหนที่เหมาะสมกับร้านกาแฟสมัยใหม่ เป็นพื้นที่ที่นักเคลื่อนไหวทางสังคมรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนกับเจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนระดับชาติและนานาชาติ ดังนั้น แทนที่ฮาญัรจะตกแต่งร้านกาแฟด้วยการแสดงใบรับรองฮาลาลบนผนังร้านเหมือนร้านอาหารและร้านกาแฟขนาดใหญ่ในเมืองปัตตานี ฮาญัรกลับนำเอาสินค้าจากกลุ่มวิสาหกิจท้องถิ่นมาจัดแสดงและตกแต่งร้าน มุมกาแฟของร้านจึงเป็นแกลเลอรีที่เต็มไปด้วยผ้าพันคอและผ้าคลุมศีรษะที่ออกแบบลวดลายดั้งเดิม มีดีไซน์หลากหลาย รวมถึงลายดอกไม้เช่นเดียวกับผ้าเลอปัสผืนยาว (kain lepas) ที่เพิ่มสีสันและลวดลายท้องถิ่น

ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ร้านกาแฟเป็นพื้นที่สำหรับผู้ชายในการพบปะ และร้านกาแฟเป็นที่รู้จักในฐานะสถานที่สนทนาทางการเมืองและธุรกิจที่ไม่เป็นทางการในหลายส่วนของโลก (Benhabib, 1998, pp. 65-99) ในเมืองใหญ่หลายแห่ง พลเมืองชนชั้นนายทุนใช้เวลาว่างไปร้านกาแฟเพื่อพูดคุยประเด็นร่วมสมัยกัน จากนั้นจึงนำไปสู่การเกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะ ซึ่งการสนทนาในที่สาธารณะถูกจัดขึ้นในลักษณะของการอภิปราย ร้านกาแฟค่อยๆ พัฒนาไปสู่พื้นที่ที่เข้าถึงได้และเข้าถึงได้มากขึ้น ซึ่งได้รับการสนับสนุนความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี นับเป็นกระบวนการเปลี่ยนผ่านเช่นเดียวกับสังคมปัตตานี แม้สมัยก่อนร้านกาแฟแบบดั้งเดิมหลายแห่งในปัตตานีมีลูกค้าเป็นผู้ชายเท่านั้น (Mohamad, 2007, pp. 34-35; ภาวิตา แจ่มคล้าย, สุชานันท์ เสมหิรัญ และทิฆัมพร บุญมี, 2564, ออนไลน์) มีผู้หญิงไม่มากนักที่เป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สาธารณะ ทุกวันนี้ ร้านกาแฟในปัตตานีออกแบบให้เป็นคาเฟ่ร่วมสมัย จนกลายเป็นพื้นที่ที่กลุ่มคนหลากหลายเข้าไปใช้สอย

เหตุนี้ ร้านกาแฟจำนวนหนึ่งในชายแดนภาคใต้ให้พื้นที่แก่ผู้หญิงในการยืนยันกิจการของตนเอง ไม่เพียงแต่มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมพลังให้กับผู้หญิงในการบรรลุเป้าหมายและความตั้งใจ งานของรอฮานี ดาโอ๊ะพบว่ากิจกรรมการเป็นผู้ประกอบการของผู้หญิงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชน (Da-oh, 2021, Online) การก่อตั้ง

และการพัฒนาธุรกิจของผู้หญิงไม่เพียงแต่มีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมโดยรวมเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการปลดปล่อยและเสริมอำนาจให้กับผู้หญิงเพื่อบรรลุเป้าหมายในการผลักดันงานสันติภาพ (Parker & Dales, 2014, pp. 164-167) ฮาญัรกล่าวว่าร้านกาแฟที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของและบริหารโดยผู้หญิงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ถูกปรับรูปแบบของพื้นที่จากการเป็นสถานที่เพื่อบริโภคไปสู่การเป็นสถานที่ของการต่อสู้ทางสังคม เนื่องจากผู้หญิงจำนวนมากตระหนักดีว่าพื้นที่เชิงโครงสร้างอำนาจทางการ เช่น หอประชุมคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด มัสยิด และโรงเรียนสอนศาสนามีกฎและระเบียบที่ผู้คนต้องปฏิบัติตาม ฮาญัรมองว่าร้านกาแฟของเธอเป็นพื้นที่ให้ผู้หญิงใช้สิทธิในการเป็นผู้นำธุรกิจของสังคม

อย่างไรก็ดี ด้วยการที่แนวคิดฮาลาลถูกนำมาใช้ในภาคธุรกิจ จึงยังคงเป็นที่ถกเถียงในแง่ของผลประโยชน์และอำนาจภายในของมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง ผู้หญิงมุสลิมเช่นฮาญัรสามารถต่อรองขอบเขตของอุดมการณ์ดั้งเดิมผ่านบทสนทนาและกิจกรรมในร้านกาแฟที่เธอค้าขายอยู่ประจำวัน พื้นที่ร้านกาแฟฮาลาลมีความซับซ้อนทั้งสะท้อนสนามความขัดแย้งและภาพสะท้อนนี้เองเผยให้เห็นการเคลื่อนตัวของนักเคลื่อนไหวผู้หญิงที่เรียกร้องสันติภาพในปัตตานี ทั้งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการหญิงและสร้างการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ฮะญัรกล่าวทิ้งทายบทสนทนาว่า

> *“ในเมื่อโครงการขนาดใหญ่ในพื้นที่อย่างระเบียงเศรษฐกิจฮาลาลชายแดนภาคใต้มันเงียบหาย ไม่พบร่องรอยว่าคนมลายูบ้านๆ จะต้องรอคอยงานฮาลาลหรือจะมาถึงเมื่อไร เราก็เลยสร้างพื้นที่นี้เอาเอง ไม่ให้คนที่นี่ตกเป็นเหยื่อความขัดแย้งซ้ำๆ”*
>
> (ฮาญัร, สัมภาษณ์, 2565, 1 พฤษภาคม)

ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนนี้ว่าคนท้องถิ่นในพื้นที่วิจัยที่ดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลขนาดเล็กและรายจิ๋วไม่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการรับรองฮาลาลอย่างเป็นทางการเนื่องจากสาเหตุหลายประการนอกจากที่อัสนาระบุไว้ตอนต้น เช่น การขอรับรองฮาลาลยังไม่เป็นภาคบังคับหรือเป็นไปโดยสมัครใจ นอกจากนี้ ผู้คนที่ซื้ออาหาร เช่น เนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ต้องได้รับการรับรองฮาลาลหรือมีฉลากฮาลาลอยู่ก่อนนี้แล้ว ถือเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจ SMEs รวมทั้งผู้ค้ารายจิ๋ว (Ratnasari et al., 2019, pp. 510-525) ยังพบอีกว่าสาเหตุของการไม่ขอรับรองฮาลาลนั้นเนื่องจากผู้ค้าจำนวนมากไม่ทราบขั้นตอนดำเนินการ ทั้งถูกมองว่าค่อนข้างซับซ้อน ต้องใช้เวลาและเงินในการดำเนินการหรือมีค่าใช้จ่ายที่จำเป็นอื่นในการลงทุนมากกว่า (Sudarmiatin, Khoirul Anam & Wafaretta, 2020, pp. 141-155)

เรื่องเล่าประสบการณ์ของผู้หญิงในฐานะเจ้าของธุรกิจอาหารฮาลาลระดับจุลภาคส่วนใหญ่แต่งกายที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางศาสนา การเลือกสวมฮิญาบระหว่างค้าขายคือหนึ่งในเหตุผลหลักที่น่าสนใจที่ผู้หญิงจำนวนมากบอกว่าพอเพียงต่อการรับรองสถานะของสินค้า จึงไม่มีความจำเป็นใดๆ สำหรับพวกเธอในการขอการรับรองฮาลาล ทั้งผู้บริโภคไม่เคยถามเกี่ยวกับสถานะฮาลาลของอาหารที่ซื้อ แต่ผู้บริโภคให้ความมั่นใจและไว้วางใจในตัวผู้ค้า นอกเหนือจากการทำความเข้าใจเรื่องเล่าจากอัสนาแล้ว มุมมองของฮาญัรที่ผู้วิจัยพบว่าการคลุมฮิญาบของผู้หญิงที่เข้าร่วมโครงการ ENOUGH ได้แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการในชีวิตประจำวันและการเสื้อผ้าที่สวมทับร่างกายเป็นเครื่องมือต่อรองกับระเบียบการที่เป็นทางการ เรื่องเล่าของพวกเธอสะท้อนถึงอำนาจในการเจรจาต่อรอง การแสดงออกของผู้ประกอบการตามแนวทางปฏิบัติการสร้างความไว้วางใจในอาหารฮาลาลจากมุมมองของแม่ค้าหญิงในภาคธุรกิจขนาดจิ๋วในภูเก็ต พบการนำสถานะและอัตลักษณ์ทาง

ศาสนาที่ผู้หญิงใช้ในการต่อรอง

## บทส่งท้าย

การศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับมุสลิมในสังคมไทยมุ่งเน้นไปที่งานชายแดนภาคใต้ที่มีประวัติศาสตร์ของการต่อรองอำนาจทางการเมืองระหว่างผู้นำการปกครองในรัฐต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อผู้คนหลากมิติ ขณะที่งานวิจัยเกี่ยวกับมุสลิมในภาคใต้ตอนบนและคนบริเวณทะเลฝั่งตะวันตกยังมีการศึกษาที่จำกัดไม่ว่าประเด็นความเหลื่อมล้ำ การจัดการทรัพยากร และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ในที่นี้เป็นการศึกษาภาวะการต่อรองกับอำนาจระนาบใหญ่สืบเนื่องจากการขยายตัวของโลกาภิวัตน์ โดยที่ความคิดทางศาสนาเรื่องฮาลาลขยับขยายมาในอาณาบริเวณนี้พร้อมกับกลุ่มพ่อค้าจากอาหรับและใกล้เคียง กระทั่งแนวคิดฮาลาลและปฏิบัติการของมันดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของชาวมุสลิม โดยที่พื้นที่ของผลิตภัณฑ์การบริโภคสัมพันธ์กับเรื่องฮาลาล จนเกิดความเข้าใจว่าฮาลาลเป็นเรื่องของอาหารที่มุสลิมบริโภคได้หรือไม่ได้ ด้วยเหตุการขยายตัวทางเศรษฐกิจการค้าและการลงทุน กระทั่งแนวคิดฮาลาลถูกนำมาใช้เป็นหนึ่งในระบบมาตรฐานกลางท่ามกลางมาตรฐานการตลาด และการค้าอื่นๆ

ขณะเดียวกัน การวิเคราะห์อำนาจของตลาดและบทบาททางศาสนาไม่เพียงพอที่จะเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่กำลังดำเนินอยู่ ในการศึกษานี้จึงคำนึงถึงความสัมพันธ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมของผู้คน ผ่านคำอธิบายการกระทำทางชาติพันธุ์วิทยาหลากพื้นที่ แนวคิดและการปฏิบัติทางศาสนานำมาซึ่งการเมืองของอัตลักษณ์ที่แตกต่างในกลุ่มผู้หญิงมุสลิม ประเด็นสำคัญของบทความนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อและการปฏิบัติของผู้หญิงมุสลิมในบริบททางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม การผลิตรวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลด้วยการนำเสนอภาพปฏิบัติการในอิสลามช่วงเวลาทำการค้ารูปแบบธุรกิจที่มีรายได้น้อย ช่วยให้เห็นถึงการต่อรองอำนาจที่สอดรับกับกระบวนการทำให้ฮาลาล

การที่ผู้หญิงในงานศึกษานี้ใช้ฮิญาบและการสร้างพื้นที่ใหม่เป็นเครื่องหมายระบุตัวตนที่มองเห็นได้ทั้งในและนอกตลาดแบบฆราวาส เนื่องด้วยรัฐจัดตั้งหน่วยงานกำกับดูแลความฮาลาลเพื่อรับรองมาตรฐานในลักษณะที่เป็นโครงสร้างเชิงระบบ ทั้งผู้ดำเนินการในระบบดังกล่าวไม่สามารถดำรงอยู่ได้โดยอิสระยังต้องพึ่งพิงอำนาจของรัฐ โดยที่รัฐขยับขยายนโยบายการท่องเที่ยวและตลาดธุรกิจฮาลาลด้วยคาดหวังว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีลูกค้ามุสลิมมากขึ้นจากการประกาศนโยบายส่งเสริมทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น ขณะที่กลุ่มชาวบ้านเห็นว่า พวกเขาทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารฮาลาลได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องผ่านการรับรองโดยอำนาจรัฐ หรือหากใช้ระบบรัฐขยายกิจการย่อมถือว่าเป็นโอกาสที่ดำเนินไปท่ามกลางการลงทุนที่ยังมีข้อจำกัด ดังที่ผู้หญิงในการศึกษานี้ตระหนักว่านโยบายจากรัฐส่วนกลางในเรื่องธุรกิจฮาลาลอันดามันและครัวฮาลาลโลกขาดการเชื่อมต่อประโยชน์ในวงกว้างระหว่างมุสลิมในท้องถิ่นกับความต้องการของรัฐด้วยเงื่อนไขที่ต้องการการลงทุนทางการเงินและการจัดการในระดับสูง

ข้อมูลจากพหุสนามเผยให้เห็นว่ากระบวนการฮาลาลซ้อนอยู่ในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมีการใช้แนวคิดฮาลาลเป็นแนวทางร่วม เกิดภาวะปริแตกแยกส่วนความหมายจากวัฒนธรรมฮาลาลในชุมชน เมื่อเส้นทางความรู้ และโอกาสการลงทุนของรัฐระบุภาพความร่วมมือกับวิถีบริโภคนิยมของศาสนา ดังนั้น จึงเป็นไปไม่ได้ที่จะแยกระหว่างการลงทุนกับความมั่งคั่งจากกระบวนการฮาลาลเชิงระบบ ในขณะที่ผู้ประกอบการฮาลาลระดับจุลภาคเน้นการลงทุนสร้างความไว้วางใจด้วยการรับผิดชอบโดยตรงต่อสินค้ากับโอกาสที่จำกัดและใช้กระบวนการฮาลาลของฮิญาบซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงตัวตนในปฏิบัติการทางการเมืองศาสนากับการสร้าง

พื้นที่ต่อรอง ดังที่ Mises (1998, pp. 610-624) อภิปรายว่าผู้ประกอบการหญิงทำความเข้าใจรูปแบบตลาดและนวัตกรรมใหม่เช่นเดียวกับการเรียนรู้บทบาทเพศภาวะซึ่งเกี่ยวพันกับโอกาสและการต่อรองความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เช่น ผู้หญิงและผู้ค้าที่มีทุนน้อยเผชิญกับปัญหาเงินทุนหมุนเวียน ผู้หญิงเห็นว่าตนได้อุทิศเวลาและทุนเพื่อทำให้พื้นที่ของการเป็นผู้ประกอบการรายจิ๋วขยับไปได้ภายใต้โครงสร้างการสนับสนุนทางสังคมและครอบครัวหรือทุนทางสังคมที่เหมาะสมจะช่วยทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างมีความหมายมากกว่าทุนเชิงระบบที่จัดการโดยรัฐ ดังเช่นบทสนทนาของอัสนา ฟาร่า และ ฮาญัร ที่สมาชิกในครอบครัวขยายมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนธุรกิจในระดับจุลภาคของพวกเธอซึ่งบ่งชี้ความเชื่อมโยงระหว่างชีวิตประจำวันของผู้หญิงมุสลิมกับโลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจจากเบื้องล่าง (Ribeiro, 2006, pp. 233-249)

ความแตกต่างทางเพศสภาพและประสิทธิภาพของธุรกิจที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของ งานของ Brush and Hisrich (2000, pp. 62-75) ช่วยสะท้อนแง่มุมความพอใจและความสำเร็จจากการที่ผู้หญิงถูกกำหนดบทบาทและตำแหน่งแห่งที่โดยอำนาจปิตาธิปไตยและต่อรองผ่านบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมนั้น กระทั่งอาจกลายเป็นการเปิดม่านความคิดและการต่อรองในธุรกิจฮาลาลระดับจุลภาค ผู้หญิงสามารถเข้าไปดำเนินการได้ง่ายกว่าไม่ว่างานนั้นทำในบ้านหรือละแวกบ้าน และนอกบ้าน ซึ่งผูกโยงกับบทบาททางเพศในการรับผิดชอบงานทั้งในและนอกบ้านของผู้หญิง โดยเฉพาะการดูแลคนในครอบครัว ทั้งนี้เมื่อประเด็นการตลาดของฮาลาลถูกพิจารณาจากมุมมองศาสนา (McAlexander et al., 2014, pp. 858-875) ปฏิบัติการชีวิตประจำวันของผู้หญิงเหล่านี้ต่างแยกไม่ขาดออกจากกัน

## รายการอ้างอิง

**ภาษาไทย**


กระทรวงพาณิชย์, สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2565). *สถานการณ์สินค้าอาหารฮาลาล.* สืบค้นจาก http://www.tpso.moc.go.th/sites/default/files/khaaw_aahaarhaalaal.pdf

ก็อรฎาวี, ยูซุฟ. (2547). *หะลาลและหะรอมในอิสลาม [Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam]* (บรรจง บินกาซัน, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 1980).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). (2548). *อบจ.ภูเก็ต ร่วมกับ ททท.จัดฮาลาลฟูด ฮิลาล ทาวน์ "Halal Food Hillal Town".* สืบค้นจาก https://www.ryt9.com/s/prg/18856

จักรกริช สังขมณี. (2560). ชาติพันธุ์วรรณนาว่าด้วยโครงสร้างพื้นฐาน. *วารสารธรรมศาสตร์,* 36(2), 33-57.

แนวหน้า ออนไลน์. (2565). *เกษตรฯ ลุยดันอุตสาหกรรมฮาลาลพื้นที่ชายแดนใต้ สู่ 'ครัวฮาลาลของโลก.* สืบค้นจาก https://www.naewna.com/local/677502

ปกรณ์ ปรียากร. (2560). วิวัฒนาการและแนวโน้มในอนาคตของการพัฒนามาตรฐานฮาลาล และกระบวนการตรวจรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ วันคล้ายวันสถาปนาครบรอบ 51 ปี สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ประจำปี 2560 เรื่อง เศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารการพัฒนา: จากปรัชญาสู่การปฏิบัติ (น. 151-181).* กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

พัฒน์กมล อ่อนสำลี. (2564). การปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนในสภาวะการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์,* 23(1), 195-205.

ฟาร่า (นามสมมติ). ร้านกาแฟแห่งหนึ่ง ตำบลวิชิต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. (2565, 22 เมษายน). สัมภาษณ์.

ภาวิตา แจ่มคล้าย, สุชานันท์ เสมหิรัญ และทิฆัมพร บุญมี. (2564). *ร้านน้ำชาชายแดนใต้ พื้นที่สร้างความสัมพันธ์ในความขัดแย้ง.* สืบค้นจาก https://nisitjournal.press/2020/01/02/tea-shop-thailand

มูฮำหมัดราพีร์ มะเก็ง. (2563). ชายแดนไทย-มาเลเซีย: เครือข่ายความสัมพันธ์ทางการค้าของผู้ค้ามลายูรายย่อย. *วารสารการเมืองการปกครอง,* 10(3), 40-62.

รอมฎอน ปันจอร์. (2555). ประท้วงฮิญาบที่ยะลา: ความทรงจำของการต่อรอง. *วารสารรูสะมิแล มหาวิยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี,* 33(1), 18–34.

วราภรณ์ สำเภา และอนุชา แพ่งเกษร. (2565). วัฒนธรรมการแต่งกายสตรีมุสลิม: มุมมองอัตลักษณ์การดำรงอยู่ของความศรัทธาและความงามในบริบทปัจจุบัน. *ศิลปกรรมสาร,* 15(2), 106-128.

วิภาวี พงษ์ปิ่น. (2558). ยุวมุสลิมะห์บ้านริมน้ำ: ใต้เงาฮิญาบกับความท้าทายในโลกสมัยใหม่. *วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา,* 34(1), 56-78.

ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนใต้ (ศอ.บต.). (2565). *ศอ.บต. ดัน!!! ระเบียงเศรษฐกิจฮาลาล..เตรียมนำเชฟชื่อดังระดับประเทศ รังสรรเมนูอาหารจากวัตถุดิบในพื้นที่ ยกระดับครัวไทยสู่ครัวโลก.* สืบค้นจาก https://www.sbpac.go.th/?p=99652

สวท. ยะลา. (2566). *ยะลา จัดแฟชั่นโชว์ "ปากายัน มลายู" ครั้งที่ 2 ดันยะลาศูนย์กลางแฟชั่นเครื่องแต่งกาย-สร้างแบรนด์สู่สากล.* สืบค้นจาก https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG230522083214443

สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์. (2565). *ขับเคลื่อนระเบียงเศรษฐกิจฮาลาลจังหวัดชายแดนภาคใต้ผลักดันสู่ตลาดโลกมุสลิม.* สืบค้นจาก https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG221101094808010

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2565). *โลโก้ฮาลาล.* สืบค้นจาก https://www.halal.or.th/th/home

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2564). *คู่มือการขอรับรองฮาลาลผ่านระบบออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.halal.or.th/storages/manual/HOmanual.pdf

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2557). *มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ.* สืบค้นจาก https://www.acfs.go.th/halal/general.php

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2563). *ประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เรื่องการกำหนดลักษณะของวิสาหกิจรายย่อย.* สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210210174152.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *ภาวะสังคมไทย.* สืบค้นจาก https://www.moj.go.th/attachments/20210813135828_85697.pdf

อัสนา (นามสมมติ). ร้านอาหารเช้าแห่งหนึ่ง ตำบลวิชิต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. (2565, 24 เมษายน). สัมภาษณ์.

ฮาญัร (นามสมมติ). ร้านกาแฟแห่งหนึ่ง ตำบลยะรัง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี. (2565, 1 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.

**ภาษาอังกฤษ**

Al-Qaradawi, Y. (1980). *Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam.* Beirut: al-Maktab al-Islami.

Baum, T., & Hai, N. T. T. (2020). Hospitality, Tourism, Human Rights and the Impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 32(7), 2397–2407.

Benhabib, S. (1998). Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jurgen Habermas. In Joan B. Landes (Ed.), *Feminism: The Public and the Private Realm* (pp. 65–99). Oxford: Oxford University Press.

Brush, C.G. & Hisrich, R.D. (2000). Women-owned Businesses: An Exploratory Study Comparing Factors Affecting Performance. *Journal of Management Policy and Practice,* 16(1), 62-75.

Bullough, A., Renko, M. & Myatt, T. (2014). Danger Zone Entrepreneurs: The Importance of Resilience and Self–Efficacy for Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 38(3), 473–499.

Caplan, P. (1997). Approaches to the Study of Food, Health and Identity. In Pat Caplan (Ed.), *Food, Health and Identity* (pp.1–31). London & New York: Routledge.

Da-oh, R. (2021). *Mak Yoh: A Breadwinner with Hope for Local Food Preservation along the Southern Border [เมาะเยาะ หญิงผู้โอบอุ้มครอบครัว และความหวังในการสืบสานอาหารพื้นบ้านชายแดนใต้].* Retrieved from https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/th/UNDP_TH_Neomind_Thai.pdf

Falzon, M.A. (2009). Introduction: Multi-sited Ethnography: Theory, Praxis and Locality in Contemporary Research. In Mark-Anthony Falzon (Ed.), *Multi-sited Ethnography: Theory, Praxis and Locality in Contemporary Research* (pp. 1-24). Farnham, UK: Ashgate.

Gokariksel, B., & McLarney, E. (2010). Introduction: Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industry. *Journal of Middle East Women's Studies,* 6(2), 1-18.

Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review in Anthropology,* 24(1), 95–117.

Marddent, A. (2016). *Gender Piety of Muslim Women in Thailand. (Doctoral Dissertation) Johann Wolfgang Goethe University, Faculty of Philosophy and History.* Germany.

Marddent, A. (2017). Women Political Participation in Peacebuilding in Southern Thailand. *AL ALBAB,* 6(2), 229-246.

McAlexander, J.H. et al. (2014). The Marketization of Religion: Field, Capital, and Consumer Identity. *Journal of Consumer Research,* 41(3), 858–875.

McCargo, D. & Ukrist P. (2005). *The Thaksinization of Thailand.* Copenhagen: NIAS.

Mintz, S.W. & Du Bois, C. M. (2002). The Anthropology of Food and Eating. *Annual Review of Anthropology,* 31(1), 99–119.

Mises, Von L. (1998). *Human Action: A Treatise in Economics.* Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute.

Mohamad, M. A. B. (2007). *Memories of Martyrdom and Landscape of Terror: Fear and Resistance among the Malays of Southern Thailand.* (Master's Thesis, Southeast Asian Studies) National University of Singapore. Singapore.

Mukherjee, S. R. (2014). Global Halal: Meat, Money, and Religion. *Religion,* 5(1), 22–75.

Nawawi, M. S. A. M. et al. (2017). *Halal Food Industry in Thailand: History, Prospects, and Challenges*. Seoul, South Korea: Sejong University.

Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2019). *Gross Regional and Provincial Product Chain Volume Measure 2019 Edition.* Retrieved from https://www.opsmoac.go.th/udonthani-dwl-files-431291791070

OSMEP. (2020). *Announcement of the Office of Small and Medium Enterprises Promotion, Subject: Designation of Characteristics of Micro Nterprises.* Retrieved from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20201014121854.pdf

Parker, L. & Dales, L. (2014). Introduction: The Everyday Agency of Women in Asia. *Asian Studies Review,* 38(2), 164–167.

Ratnasari, Tri et al. (2019). Halal Food Certification for Improving the Competitiveness of Small and Medium Enterprise. *Opción,* 35(22s), 510-525.

Ribeiro, G. L. (2006). Economic Globalization from Below. *Etnográfica,* 10(2), 233–249.

Satha-Anand, C. (1994). Hijab and Moments of Legitimation: Islamic Resurgence in Thai Society. In Charles F. Keyes, Laurel Kendall & Helen Hardacre (Eds.), *Asian Visions of Authority: Religion and the Modern States of East and Southeast Asia* (pp. 279–300). Honolulu: University of Hawaii Press.

Scupin, R. (1998). Muslim Accommodation in Thai Society. *Journal of Islamic Studies,* 9(2), 229–258.

Sincharoenkul, K. (2022). COVID-19 Management and the Effectiveness of Government Support of the Tourism SMEs in Phuket. *Journal of International Studies, Prince of Songkla University,* 12(2), 93–128.

Somboonsuke, B. et al. (2015). Micro Halal Community Enterprise Database System: Case Study in Pattani and Songkhla Provinces. *Kasetsart Journal* (Soc. Sci), 36(1), 568–576.

Sudarmiatin, S., Khoirul Anam, F. & Wafaretta, V. (2020). The Intention of Halal Certification by Micro Business. *KnE Social Sciences,* 4(9), 141-155.

Sujarinphong, P. (2021). Muslim Tourism Promotion in Thailand: Investigation and Evaluation on Tourism Activities and Routes. *Manutsayasart Wichakan,* 28(2), 28–54.

Syaifulzafni M. & Aziz, A. (2020). *Halal Certification in Malaysia and Singapore: Culinary Infrastructure at the Intersection of Religion and Politics.* (Master's Thesis, Applied Finance and Investment). University of Tasmania. Australia.

Tangsathaporn, P. (2023). *Off to the Halal Market.* Retrieved from https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2473437/off-to-the-halal-market

The Asia Foundation. (2021). *Barley Staying Afloat: The Impact of COVID-19 on MSMEs in Southeast Asia.* Retrieved from https://asiafoundation.org/wp-content/uploads/2021/08/GovAsia-1.3-Barely_Staying_Afloat-The_Impact-of-Covid-19-on-MSMEs-in-Southeast-Asia_Aug20.pdf