

ผลงานวิจัยตลาดอาหารฮาลาลไทยในโมร็อกโก

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงราบัต

ด้วยกระทรวงการต่างประเทศได้อนุมัติตามประเด็นยุทธศาสตร์แผนปฏิบัติการ 4 ปี (Flagship Projects) สำหรับปีงบประมาณ 2549 ในการจัดทำโครงการวิจัยตลาดสินค้าอาหารฮาลาลในประเทศมุสลิม โดยกำหนดให้โมร็อกโกเป็นหนึ่งในประเทศเป้าหมาย และให้นักศึกษาไทยมุสลิมมีบทบาทในโครงการวิจัยฯ ในครั้งนี้ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงราบัต จึงได้คัดเลือกนักศึกษาไทยมุสลิมในโมร็อกโกที่มีความสนใจเข้าร่วมโครงการนี้ จำนวน 8 คน โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทศนีย์ อนมาน เป็นที่ปรึกษาโครงการ ได้เริ่มดำเนินการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2549 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2549 บัดนี้ผลงานวิจัยดังกล่าวได้เสร็จสิ้นลงแล้ว และสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ส่งเอกสารวิจัย (140 หน้า) ให้กับกระทรวงการต่างประเทศเพื่อใช้ประโยชน์ต่อไปด้วยแล้ว



คณะวิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาเข้าพบเอกอัครราชทูตฯ



หน้าปกเอกสารวิจัย

ในโอกาสนี้ ขอนำสารจากเอกอัครราชทูต ณ กรุงราบัต และบทสรุปผลงานวิจัยมาเสนอ ณ ที่นี้

สารจากเอกอัครราชทูต ณ กรุงราบัต

(นายอัครสิทธิ์ อมาตยกุล)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ภายใต้ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ซึ่งตลาดอาหารฮาลาลมีแนวโน้มจะเพิ่มพูนความสำคัญต่อการส่งออกของไทยมากขึ้นเป็นลำดับ เนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ทั้งในด้านจำนวนประชากรมุสลิมที่มีมากกว่า 1,800 ล้านคน (1 ใน 4 ของประชากรโลก) อาศัยอยู่ในประเทศต่างๆ ทั่วหนึ่งร้อยประเทศ และด้านรายได้ที่เกิดจากอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลทั่วโลกซึ่งมีมูลค่าประมาณปีละ 8 ล้านล้านบาท (2 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในขณะที่ส่วนแบ่งของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไทยในปัจจุบันแม้จะมีแนวโน้มการขยายตัวที่ดี แต่มีมูลค่าเพียงประมาณ 1.5 หมื่นล้านบาท (375 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นร้อยละ 0.18 เท่านั้น ไทยยังมีโอกาสที่จะขยายการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลได้อีกมาก อันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารของไทยโดยรวมด้วย ดังนั้น ข้าพเจ้าจึงมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่กระทรวงการต่างประเทศโดยกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงราบัต ได้มีส่วนร่วมในโครงการวิจัยตลาดสินค้าอาหารฮาลาลไทยในประเทศโมร็อกโก ซึ่งเป็นโครงการย่อยโครงการหนึ่งของกระทรวงการต่างประเทศที่จะสามารถช่วยส่งเสริมและขยายตลาดสินค้าอาหารฮาลาลไทยออกสู่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ โดยให้นักศึกษาไทยมุสลิมในประเทศโมร็อกโกมีบทบาทในโครงการวิจัยนี้

ข้าพเจ้ามีความเชื่อมั่นว่า งานวิจัยที่นักศึกษาไทยมุสลิมในโมร็อกโกทั้ง 8 คน โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทศนีย์ อนมาน เป็นที่ปรึกษาโครงการ ได้ร่วมกันจัดทำขึ้นนี้จะป็นงานวิจัยชิ้นหนึ่งที่ประเทศไทยสามารถนำไปประกอบเป็นข้อมูลในการเจาะตลาดอาหารฮาลาลเพื่อขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไทยสู่โมร็อกโก กลุ่มประเทศอาหรับในแอฟริกาเหนือ รวมทั้งกลุ่มประเทศมุสลิมและกลุ่มประเทศที่ใช้ภาษาฝรั่งเศสในแอฟริกา ซึ่งหลายประเทศเป็นประเทศมุสลิมหรือมีประชากรมุสลิมเป็นส่วนใหญ่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

นอกจากนี้ โครงการวิจัยดังกล่าวยังสามารถช่วยเสริมสร้างประสบการณ์และทักษะให้กับนักศึกษาไทยมุสลิมนำประสบการณ์การทำวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพได้ในอนาคต รวมทั้งเป็นการช่วยให้ผู้ผลิต/ประกอบอาหารฮาลาลในประเทศไทยสามารถผลิตอาหารฮาลาลตามความต้องการของตลาดผู้บริโภคได้ในระยะยาว

บทสรุปโครงการวิจัยตลาดอาหารฮาลาลไทยในโมร็อกโก

(เรียบเรียงโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทศนีย์ อนมาน ผู้เชี่ยวชาญศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติและหัวหน้าภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

การดำเนินการวิจัยตลาดอาหารฮาลาลไทยใน โมร็อกโกมีรูปแบบและแนวทางการทำงานดังนี้ คือ ศึกษาภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศโมร็อกโก พฤติกรรมการบริโภค ประเภท และปริมาณสินค้าอาหารฮาลาลที่โมร็อกโกนำเข้าจากต่างประเทศ กฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าและการจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาล ตลอดจนการวิเคราะห์ศักยภาพสินค้าอาหารฮาลาลของไทยในโมร็อกโก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ระบบการชำระเงิน และระบบการธนาคารใน โมร็อกโก เพื่อเตรียมวางแผนการลงทุนขยายตลาดสินค้าอาหารฮาลาลไทยใน โมร็อกโกต่อไป สุดท้ายคือข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลในประเทศโมร็อกโก โดยได้ค้นคว้าและออกแบบสำรวจตลาด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 325 คน จาก 18 เมือง ทั้งนี้ จากการตรวจแบบสอบถามพบว่า มีผู้ที่ทราบว่าเป็นคนไทยมีผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลคิดเป็นร้อยละ 53 และพบว่าผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไทยที่ได้รับความนิยมมากตามลำดับ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ข้าวสาร และผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงอย่างมากในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไทย คือ ความสะอาด การรับรองมาตรฐาน และเครื่องหมายฮาลาล ตามลำดับ

การวิเคราะห์ศักยภาพสินค้าอาหารฮาลาลของไทยในโมร็อกโกพบว่า สินค้าอาหารฮาลาลของไทยมีจุดอ่อน คือ ยังกระจายได้ไม่ทั่วถึง ส่วนใหญ่จะมีขายในห้างใหญ่ๆ และเมืองใหญ่เท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคอาหารไทยมีข้อจำกัดอยู่เฉพาะผู้มีฐานะเท่านั้น นอกจากนี้ยังไม่มีศูนย์พาณิชย์ของไทยในโมร็อกโกที่ทำการเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารด้านการค้าการลงทุน ดังเช่น สำนักงานอัครราชทูตที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ของไทยประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงไคโรในประเทศอียิปต์

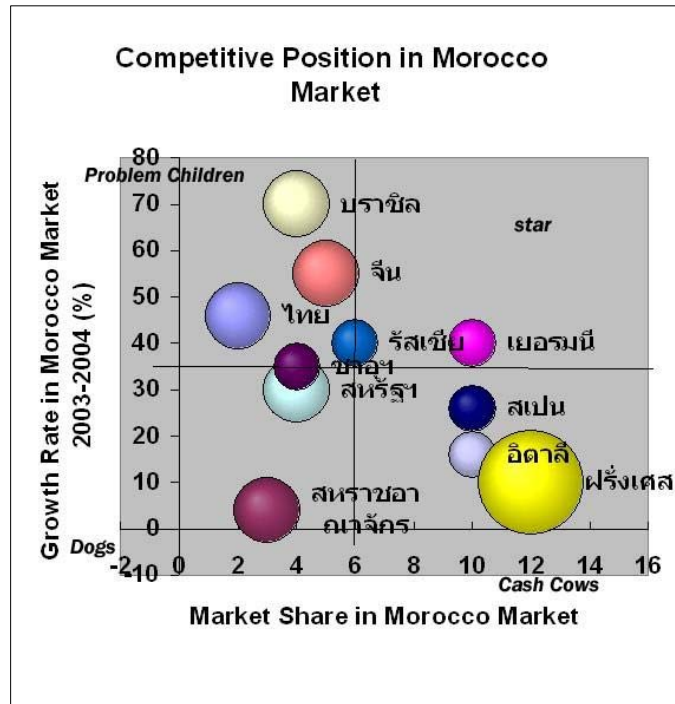
จุดแข็ง ประเทศโมร็อกโกเป็นจุดยุทธศาสตร์เชื่อมต่อทวีปยุโรป แอฟริกาและโลกอาหรับ มีเสถียรภาพทางการเมืองสูง และมีระบบการปกครองในระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข มีเขตเศรษฐกิจพิเศษสำหรับนักลงทุนต่างประเทศที่จะเข้าไปลงทุน มีแรงงานพร้อมทำงานจำนวนมาก และค่าแรงงานค่อนข้างต่ำทำให้เหมาะสมสำหรับการลงทุน จากการสัมภาษณ์

เจ้าหน้าที่บริษัทใหญ่ๆ ในโมร็อกโก เช่น บริษัท Zoubairi สินค้าอาหารฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของบริษัทมากกว่าสินค้าจากบางประเทศ เช่น จีน เวียดนาม ซึ่งผู้คุณภาพสินค้าไทยไม่ได้ นอกจากนี้จุดแข็งที่สำคัญที่สุดอีกประการหนึ่ง คือ ประเทศไทยได้ใช้ระบบมาตรฐานอาหาร HACCP (Hazard Analysis and Control Point) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ว่าด้วยระบบวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการชี้เฉพาะเจาะจงประเมินและควบคุมอันตรายที่มีโอกาสเกิดขึ้นในกระบวนการผลิตให้ได้อาหารที่ปราศจากอันตรายจากเชื้อจุลินทรีย์ สารเคมี และสิ่งแปลกปลอมต่างๆ เช่น เศษแก้ว โลหะ เป็นต้น ยิ่งกว่านั้นยังมีระบบ GMP หรือ Good Manufacturing Practice ที่ว่าด้วยสุขลักษณะทั่วไปของอาหาร การจัดการด้านความพร้อมของสภาวะแวดล้อมในกระบวนการผลิต การควบคุมแมลงและสัตว์นำโรค การทำความสะอาดสถานที่การผลิต เครื่องจักรรวมทั้งอุปกรณ์การผลิต ประการสำคัญสุดท้าย คือ ฮาลาลันตอยิบา (Halalan Thoyyiba Standard) คือมาตรฐานที่มีการนำข้อกำหนดที่เกี่ยวกับหลักหรือกฎหมายอิสลามมาบูรณาการร่วมกันกับมาตรฐานด้านความปลอดภัยและระบบคุณภาพที่เป็นสากลในปัจจุบัน อันเป็นมาตรฐานอาหารฮาลาลอีกหนึ่งมาตรฐานที่เพิ่มข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ และเข้าถึงตลาดผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามทั้งภายในและต่างประเทศ

ขณะนี้ถือเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยในการที่จะทำการลงทุนในประเทศโมร็อกโก เพราะขณะนี้รัฐบาลโมร็อกโกส่งเสริมให้มีการลงทุนจากต่างประเทศ เพื่อนำเงินตราเข้าประเทศ เช่นภาคธุรกิจโทรคมนาคม อุตสาหกรรม การธนาคาร หลักทรัพย์ และธุรกิจอื่นๆ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กรมศุลกากรพบว่า โมร็อกโกเป็นประเทศที่เปิดกว้างในการนำเข้าสินค้าจากทุกประเทศ ทำให้เป็นโอกาสของไทยที่จะเพิ่มปริมาณการส่งออกมายังโมร็อกโก มีนโยบายผ่อนปรนภาษีอากรแก่ผู้ร่วมโครงการลงทุนกับรัฐบาล จึงเป็นโอกาสดีที่รัฐบาลของไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้เล็งเห็นความสำคัญของจุดนี้ เพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น และเพื่อปูทางสำหรับนักธุรกิจไทยที่จะทำการลงทุนในโมร็อกโก ขณะเดียวกันโมร็อกโกกำลังสร้างท่าเรือเพิ่มขึ้นที่เมืองแทนเจียร์บนฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนทางตอนเหนือของประเทศ และทำการขยายท่าเรือคาซาบลังการิมฝั่งมหาสมุทรแอตแลนติกด้วย จึงเป็นโอกาสดีที่จะทำให้สินค้าของไทยครอบคลุมอยู่ทุกมุมของโมร็อกโก และทำให้โมร็อกโกเป็นจุดศูนย์กลางในการกระจายสินค้าไปยังทวีปยุโรป ทวีปแอฟริกา และโลกอาหรับได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามธุรกิจการค้าระหว่างไทย - โมร็อกโกยังเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ ดังนี้คือ การสื่อสารระหว่างนักธุรกิจไทยกับโมร็อกโกที่มีปัญหาเรื่องภาษา โมร็อกโกใช้ภาษาอาหรับเป็นภาษา

ราชการ และใช้ภาษาฝรั่งเศสในการดำเนินธุรกิจ ส่วนนักธุรกิจไทยจะใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร นอกจากนี้ ระยะทางระหว่างสองประเทศยังใกล้เคียงกันมาก ทำให้ระยะเวลาการขนส่งสินค้าต่ำซ้ำมาก และมีค่าขนส่งค่อนข้างสูง อีกทั้งระบบการเงินของโมร็อกโกมีความล่าช้า ทำให้การติดต่อการค้าค่อนข้างมีปัญหา



ส่วนแบ่งของตลาดในโมร็อกโก (ที่มา: การศึกษาศักยภาพการแข่งขันและการวิเคราะห์
บอสดันโมเดล เพื่อการพัฒนาค้าและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ)

ตลาดของโมร็อกโกมีประเทศมหาอำนาจ เช่น ฝรั่งเศส จีน สเปน และสหรัฐฯ เข้าไป
ดำเนินการค้าการลงทุนในโมร็อกโกสูง ส่วนสหรัฐฯ ถึงแม้ยังไม่ติดอันดับผู้นำเข้าสินค้าไปยังตลาด
โมร็อกโก 1 ใน 5 ก็ตาม แต่แนวโน้มการนำเข้าและการลงทุนของสหรัฐฯ จะเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจาก
โมร็อกโกได้ทำข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศสหรัฐฯ ทำให้การเก็บภาษีศุลกากรสินค้าส่งออกที่
สหรัฐฯ ส่งมาโมร็อกโกจะอยู่ในระดับต่ำหรือเป็นศูนย์ในกรณีที่มีปริมาณมาก ซึ่งทำให้สหรัฐฯ มี
ศักยภาพในการส่งสินค้ามาโมร็อกโกเป็นปริมาณมาก ซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการตลาดโมร็อกโก
ของสินค้าไทย



**คณะวิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาเข้าพบอธิบดีกรมการดูแลการทุจริตผลิตภัณฑ์อาหาร
กระทรวงการเกษตร พัฒนาชนบท และการประมงทะเล ของโมร็อกโก**

สรุปปัญหา ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็น

1. ตลาดสินค้าอาหารในประเทศโมร็อกโกเป็นตลาดที่กว้าง แต่สินค้าบางประเภท ประเทศไทยมีข้อจำกัดในการขยายตลาด เช่น เนื้อไก่ จากการระงับเรื่องโรคไข้หวัดนก โมร็อกโกจึงคดการนำเข้าจากบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ของไทย แต่ใช้วิธีนำเข้าลูกไก่จากประเทศฝรั่งเศสมาเพาะเลี้ยงเพื่อการบริโภค สินค้าที่ไทยสามารถส่งออกไปยังโมร็อกโกได้ คือ สินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูป และสินค้าเครื่องกระป๋องต่างๆ เช่น ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ผักกระป๋อง

2. ปัญหาการขนส่งสินค้าทางเรือ ไทยยังไม่มีกองเรือเป็นของตนเอง จำเป็นต้องเช่าของประเทศอื่นทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30 ของราคาสินค้า ขณะที่จีนและไต้หวันเสียแค่ร้อยละ 7-10 เท่านั้น

3. ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานด้านเศรษฐกิจการค้า หรือให้มีเจ้าหน้าที่ด้านการค้าของไทยในเมืองคาซาบลังกา เพื่อช่วยเผยแพร่ กระจายข่าวสาร และข้อมูลของสินค้าไทยแก่ผู้บริโภคให้สนใจ สินค้าไทยได้มากขึ้น ขณะนี้มีนักธุรกิจโมร็อกโกที่สนใจจะติดต่อค้าขายกับไทยโดยตรงได้เสนอพื้นที่ในอาคารของบริษัท AAS สำหรับเป็นศูนย์แสดงและกระจายสินค้าไทยในประเทศตลาดใหม่

4. การรู้จักคุ้นเคยกันระหว่างไทยกับโมร็อกโกนั้นยังน้อยมาก ประเทศไทยยังขาดผู้แทนที่เป็นคนไทยที่เข้าใจประเพณี ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นนักธุรกิจเองโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางหรือนายทุนชาวต่างชาติ

5. ฝ่ายโมร็อกโกเสนอให้ร่วมมือเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการประมง และประมงที่ที่จะส่งเสริมการลงทุนใน Free Zone ในแถบท่าเรือ Tangier เพื่อส่งออกไป EU จึงเชิญชวนไทยเข้ามาลงทุน

6. ฝ่ายโมร็อกโกขอความช่วยเหลือทางวิชาการจากไทยในการเพิ่มผลผลิตข้าวในพื้นที่น้ำท่วม โดยจะกำหนดพื้นที่ Duty free quota สำหรับข้าวไทยเป็นการตอบแทน

7. สินค้าไทยควรคำนึงถึงผลิตภัณฑ์และเครื่องหมายการค้า ดังต่อไปนี้คือ ฉลากบรรจุภัณฑ์ที่ระบุชื่อประเทศไทยตัวเล็กมาก ยากต่อการสังเกต หรือบางผลิตภัณฑ์ไม่มีการระบุเลยว่ามาจากไทย แต่ตรวจพบและทราบได้เพราะมีตราเครื่องหมาย ออ. ที่เป็นภาษาไทย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถรู้จักสินค้าและผลิตภัณฑ์ของไทยได้อย่างแท้จริง ซึ่งจะมีผลในด้านปัจจัยการซื้อของผู้บริโภคในครั้งต่อไป

8. การแข่งขันทางตลาดและการเสียโอกาสทางการค้าในตลาดต่างประเทศนั้น เป็นปัญหาที่ไทยกำลังประสบอยู่ ดังเช่นร้านอาหารไทยใน โมร็อกโกที่เปิดบริการในเมืองใหญ่ และเมืองท่องเที่ยว เช่น คาซาบลังกา และมาร์ราเกช พบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร รวมถึงเครื่องปรุงรส ต้องมีการนำเข้าจากประเทศอื่น เช่น จากสเปน หรือเวียดนาม เป็นต้น นั่นก็หมายถึงไทยต้องเสียส่วนแบ่งทางตลาด

การที่จะทำให้อาหารฮาลาลไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับโลกนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาการผลิตอาหารไทยให้ได้มาตรฐานในระดับสากล เช่น มาตรฐานของคณะกรรมการโครงการมาตรฐานอาหารของ FAO/WHO ที่เรียกว่า Codex Alimentations ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับมาตรฐานและความปลอดภัยด้านอาหาร และได้กำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาลไว้แล้ว แต่เนื่องจากตรามาตรฐานฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในตลาดมุสลิม จึงเป็นหน้าที่ของภาครัฐและเอกชนของไทยที่จะต้องร่วมมือกันสร้างความคุ้นเคยและการยอมรับในตราฮาลาลของไทย

อนึ่ง ถึงแม้โมร็อกโกจะเป็นประเทศมุสลิมที่อนุญาตให้มีการนำเข้าและขายอาหารที่ไม่มีตรารับรองฮาลาล แต่ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพบว่าตราฮาลาลมีส่วนช่วยชาวโมร็อกโกในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเป็นอย่างมาก เพราะจะมั่นใจในสินค้าที่มีตราฮาลาลมากกว่าที่ไม่มีตรา โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากประเทศที่ผลิตสินค้าไม่ใช่ประเทศมุสลิม นอกจากนี้ การที่จะให้โมร็อกโกเป็นเสมือนประตูไปสู่ประเทศอื่นในทวีปยุโรปและแอฟริกาซึ่งมีประชากรมุสลิมอยู่มาก อันเป็นการ

สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลกนั้น ประเทศไทยควรวางแผนการดำเนินงานให้ตรารับรอง
 ฮาลาลของไทยเป็นที่รู้จักในภูมิภาคแถบนี้มากขึ้น โดยให้มีการยอมรับจากกระทรวงศาสนาของ
 ประเทศในกลุ่มอาหรับ รวมทั้งจากกลุ่มผู้บริโภครวมมุสลิม อีกทั้งให้มีการยอมรับในระดับสากลด้วย

รายชื่อนักศึกษาผู้ทำการวิจัย

1 นาย วินัย ชลเจริญ	ประธานผู้ร่วมทำวิจัย
2 นาย สาหะ เจ๊ะแว	ผู้วิจัยและเลขานุการ
3 นาย ซาอิมาน กาจิ	ผู้วิจัยและผู้ช่วยเลขานุการ
4 นาย อับดุลฮาгим หะยีอับดุลเลาะ	ผู้วิจัย
5 นาย มะดานียา เรโค	ผู้วิจัย
6 นาย อนันต์ เจ๊ะเฮ	ผู้วิจัย
7 นาย คัยดี โต๊ะเตียะ	ผู้วิจัย
8 นาย ประจักษ์ พลิบัตร์	ผู้วิจัย
