



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

**Factors influencing the successful strengthening of supply chain management-oriented cooperation in export of Halal meat processing industry of Thailand to ASEAN countries**



มาเรียม นะมิ

รายงานนี้เป็นทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปี พ.ศ. 2556

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

(1)

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน และเพื่อทดสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการวิจัยเชิงปริมาณ

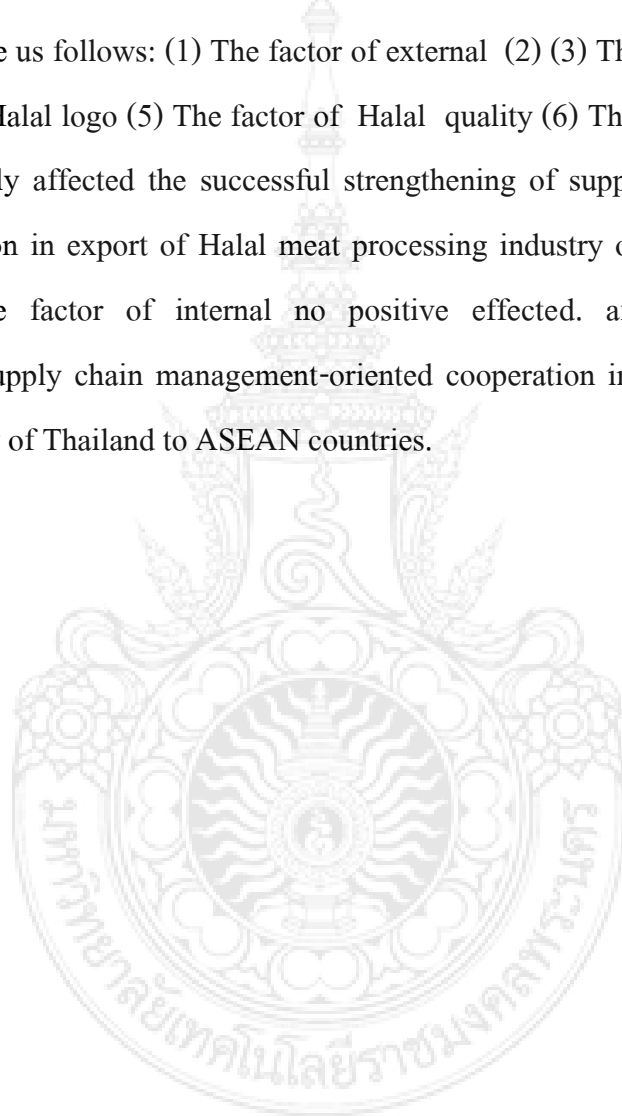
ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยด้านทรัพยากร ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่ฮาลาล ปัจจัยเครื่องหมายฮาลาล ปัจจัยด้านคุณภาพฮาลาล และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ยกเว้นปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความเชื่อเครื่องหมายฮาลาล และไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน



## ABSTRACT

This research objective is the Factors influencing the successful strengthening of supply chain management-oriented cooperation in export of Halal meat processing industry of Thailand to ASEAN countries. Examined the congruence of this model with empirical data, which used quantitative research methods.

Findings are as follows: (1) The factor of external (2) (3) The factor of cooperation (4) The factor of Halal logo (5) The factor of Halal quality (6) The factor of competitive advantage positively affected the successful strengthening of supply chain management-oriented cooperation in export of Halal meat processing industry of Thailand to ASEAN countries. But the factor of internal no positive effect. affected the successful strengthening of supply chain management-oriented cooperation in export of Halal meat processing industry of Thailand to ASEAN countries.



### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้โอกาสในการได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนในครั้งนี้ ที่เป็นเรื่อง que ผู้วิจัยมีความสนใจ ทั้งนี้เพราะการวิจัยด้านการส่งออกอาหารฮาลาลเป็นเรื่องที่ต้องการผู้ที่มีความรู้ในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจควบคู่กับความรู้ด้านหลักความเชื่อตามหลักศาสนาอิสลาม เพื่อให้สามารถบูรณาการความเชื่อตามหลักการอาหารสะอาด ปลอดภัยตามมาตรฐานสากล อันจะส่งผลดีต่อสุขภาพของประชาชนชาวไทย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	2
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	14
ขอบเขตของการวิจัย.....	14
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17
สรุป.....	17
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	18
ตอนที่ 1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ.....	19
ตอนที่ 2 การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.....	52
ตอนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมอิสลาม.....	74
ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	113
ตอนที่ 5 การกำหนดสมมติฐานการวิจัย.....	151
สรุป.....	160
3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	161
การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	161
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	165
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	167

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	171
สรุป.....	218
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	219
ส่วนที่ 1 ข้อมูลภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	220
ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอาหารแปรรูป เนื้อสัตว์ฮาลาล.....	222
ตอนที่ 3 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล.....	225
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด ของแต่ละตัวแปร.....	229
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบ สมมติฐาน.....	267
สรุป.....	285
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	286
สรุปผลการวิจัย.....	286
การอภิปรายผล.....	289
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	309
ข้อเสนอแนะ.....	314
สรุป.....	316
ภาคผนวก.....	317
แบบสอบถาม.....	318
อภิธานศัพท์.....	327
บรรณานุกรม.....	330
ประวัติผู้เขียน.....	334

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตลาดอาหารฮาลาลในกลุ่มประเทศมุสลิม.....	6
2 ตลาดอาหารฮาลาลในกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม.....	6
3 การส่งออกสินค้าทั้งหมด.....	7
4 แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป.....	8
5 มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมอาหารประเภทต่าง ๆ.....	11
6 เปรียบเทียบการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน.....	12
7 ชื่อตัวแปรและอักษรย่อของตัวแปร.....	144
8 สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย.....	158
9 สรุปผลการสัมภาษณ์.....	163
10 สรุปรวมตัวแปรที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	164
11 ตัวแปรและนิยามปฏิบัติการ.....	173
12 จำนวนข้อคำถาม.....	179
13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	203
14 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง.....	209
15 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง.....	220
16 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ.....	222
17 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ภายนอกด้วย.....	233
18 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน	237
19 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านห่วงโซ่อุปทาน.....	241
20 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านความเชื่อทาง วัฒนธรรม.....	244
21 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ.....	248
22 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านความได้เปรียบในการ แข่งขัน.....	252

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
23 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันอิทธิพลต่อความสำเร็จใน การสร้างเสริมเข้มแข็ง.....	256
24 ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์.....	259
25 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความตรงแบบ แตกต่าง.....	266
26 Path coefficients, standard errors.....	268
27 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงใน.....	274
28 เปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์....	275
29 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม.....	277
30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	282





## สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพ	
1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรในทฤษฎีทรัพยากรพื้นฐาน.....	33
2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	146
3 ตัวแบบสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล .....	147
4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ.....	228
5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ภายนอก.....	232
6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ภายใน.....	236
7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านความร่วมมือใน ห่วงโซ่อุปทาน.....	240
8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของความเชื่อทางวัฒนธรรม อิสลาม.....	243
9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ฮาลาล.....	247
10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยความได้เปรียบใน การแข่งขัน.....	251
11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของระดับความความสำเร็จในการ สร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือของ อุตสาหกรรมส่งออกอาหาร.....	255
12 โมเดลสมการโครงสร้างที่สร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการ สร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือของ อุตสาหกรรมอาหารส่งออก.....	271

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำเร็จในการแข่งขันการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารนั้นเป็นสิ่งที่มีผู้ประกอบการธุรกิจล้วนให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งไม่เฉพาะแต่ผู้ประกอบการในประเทศไทยเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวนี้ ทุกประเทศในโลกนี้ล้วนต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ ในทุก ๆ ภูมิภาค เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในดุลการค้า ซึ่งนำมาสู่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจภายในประเทศ อันจะส่งผลให้ประเทศเกิดการได้เปรียบดุลการค้า แต่การที่จะทำให้ประเทศได้เปรียบดุลการค้าได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวางแผนการส่งออกของประเทศ เพื่อให้ประเทศมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ จากการศึกษาประเทศในกลุ่มยุโรป พบว่าประเทศโปรตุเกส เป็นประเทศที่มีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ มากเป็นอันดับที่หนึ่งของยุโรป คือร้อยละหกสิบของมูลค่ารวมของยุโรป มีรายได้เข้าประเทศมากกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์ต่อปี ซึ่งการส่งออกส่งผลต่อการสร้างให้ประเทศมีมาตรฐานการครองชีพที่ดี (Gnepsa, 2000) ทำให้ประเทศยุโรปนั้นมีการเจริญอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตอาหารตั้งแต่ในอดีต โดยสามารถผลิตอาหารเพื่อเลี้ยงประชาชนในประเทศและเหลือเพื่อการส่งออกมาโดยตลอด นอกจากนี้ภาครัฐยังได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาภาคเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิตมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนโยบายที่สำคัญในปัจจุบัน คือการผลักดันให้ไทยเป็นครัวโลก โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ของโลก และสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในระดับสูงสุดด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย โดยสนับสนุนและส่งเสริมการนำความได้เปรียบจากภาคเกษตรที่เป็นแหล่งผลิตอาหารและวัตถุดิบที่หลากหลาย สามารถผลิตเป็นอาหารที่ได้มาตรฐานและความปลอดภัยเพื่อส่งออกไปยังประเทศต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีสินค้าอาหารส่งออกที่สำคัญ ทั้งที่เป็นวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ข้าว อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผักกระป๋องและแปรรูปผลไม้กระป๋องและแปรรูป เป็นต้น และในการผลักดันให้ไทยเป็นครัวของโลกนั้น ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอาหาร ทั้งในด้านการเพิ่มผลผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร เช่น ข้าว ซึ่งได้มีการพัฒนาพันธุ์ข้าว พร้อมทั้งกระจายพันธุ์ข้าวให้กับเกษตรกร และการวิจัยพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารให้มีความหลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) เพื่อเป็นการปรับปรุงคุณภาพสินค้าระบบไร่นาถึงโต๊ะอาหาร (Food Farm to Table) โดยการส่งเสริมระบบจัดการคุณภาพแบบบูรณาการตามมาตรฐาน GAP (Good Agriculture Practice) การพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ Traceability พร้อมทั้งการส่งเสริมวิจัยและตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะเป็นการสร้างความปลอดภัยให้กับสินค้าอาหารของไทย

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการผลิตการเกษตรและอาหารที่สำคัญมาตั้งแต่ในอดีต ตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้เป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญของโลก โดยแต่ละปีสามารถส่งออกอาหารเป็นมูลค่ากว่า 400,000 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 14 ของโลก ในจำนวนนี้เป็นอาหารที่ส่งออกไปยังประเทศมุสลิมปีละ 12,000 ล้านบาท โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย อียิปต์ อินโดนีเซีย และบรูไน

สำหรับสินค้าอาหารฮาลาลของไทย เป็นอุตสาหกรรมอาหารประเภทหนึ่งซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพจากการมีแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายอุดมสมบูรณ์ แม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เป็นประเทศมุสลิม แต่ก็มีประชากรมุสลิมกว่า 10 ล้านคน และเนื่องจากการผลิตอาหารฮาลาลไม่ได้เป็นการผลิตสำหรับผู้บริโภคมุสลิมเท่านั้น แต่ผู้บริโภคทั่วไปก็สามารถบริโภคอาหารฮาลาลได้ และในปัจจุบันอาหารฮาลาลเป็นผลิตภัณฑ์อาหารส่งออกของไทยที่ทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ โดยอาหารฮาลาลยังมีศักยภาพทางการตลาดสูง เนื่องจากประชากรมุสลิมทั่วโลกมีมากถึง 1,565 ล้านคน หรือร้อยละ 25 ของประชากรโลก มีการบริโภคอาหารฮาลาลเป็น

มูลค่ากว่าปีละ 580,915 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้เพียงปีละ 316 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือร้อยละ 0.18 ของมูลค่าอาหารฮาลาลของโลกเท่านั้น อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นอาหารฮาลาลจึงเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ไทยยังมีศักยภาพในการขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ได้อีกมาก ดังนั้นจึงคาดว่าอาหารฮาลาลจะมีขนาดใหญ่กว่าที่ประมาณการไว้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

ในการส่งออกสินค้าสำเร็จรูปของไทยไปยังกลุ่ม OIC ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย 6 ปี (2541-2547) ของมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารคิดเป็น 8% ขณะที่อัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ย 6 ปีของสินค้าอาหารสำเร็จรูปทั่วไปคือ 1% ปัจจุบันประเทศนำเข้าสินค้าอาหารไทยที่สำคัญ ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ตลาดที่มีศักยภาพในกลุ่มประเทศ OIC คือกลุ่มประเทศที่มีรายได้ประชาชาติรวมมากกว่า 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ได้แก่ บาร์เรน คูเวต โอมาน ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

กลุ่มประเทศที่ส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลมากเป็นลำดับแรก ๆ ได้แก่ NAAFTA, EU และ AN ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วแต่ไม่ใช่กลุ่มประเทศที่เป็นมุสลิม หากแต่ประเทศเหล่านี้มีศักยภาพในด้านเทคโนโลยี มาตรฐาน และวิสัยทัศน์ ที่จะเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าฮาลาลของโลก เช่น ประเทศแคนาดา ประกาศจะเป็น Food Hub ในขณะที่มีประชากรมุสลิมเพียง 300,000 คน

ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลที่สำคัญ คือประเทศสหรัฐอเมริกาและตลาดยุโรป โดยประเทศสหรัฐอเมริกา มีจำนวนมุสลิม 6 ล้านคน มูลค่าการบริโภคอาหารฮาลาล 1.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็น 0.3% ของจำนวนมุสลิมโลก และ 6% ของมูลค่าการบริโภคอาหารฮาลาล ส่วนตลาดยุโรปมีมุสลิม 12 ล้านคน มูลค่าการบริโภคอาหารฮาลาล 1.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็น 0.6% ของจำนวนมุสลิมโลก และ 9% ของมูลค่าการบริโภคอาหารฮาลาล

ปัจจุบันรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีการดำเนินการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างจริงจัง โดยจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอาหารฮาลาล ซึ่งประกอบด้วย 3 แผนหลัก ได้แก่ แผนพัฒนาการตลาด แผนพัฒนาการผลิตและส่งเสริม

อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลและแผนปรับปรุงกลไกการรับรองมาตรฐานฮาลาล โดยมีเป้าหมายสำคัญในการเพิ่มมูลค่าส่งออกอาหารฮาลาลของไทยในต่างประเทศ และมีกลไกรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

ผลการดำเนินงานตามแผนงานดังกล่าว ส่งผลให้ประเทศไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังประเทศมุสลิมได้เพิ่มขึ้นจากเฉลี่ย 8,189.65 ล้านบาท (198.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในช่วงปี 2541-2544 เป็น 14,679.28 ล้านบาท (364.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในช่วงปี 2545-2549 หรือขยายตัวร้อยละ 79.24 และเมื่อคิดเป็นสัดส่วนกับมูลค่าการส่งออกอาหารสำเร็จรูปทั้งหมดของไทยไปยังตลาดโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 3.65 ในช่วงปี 2541-2544 เป็นร้อยละ 6.15 ในช่วงปี 2545-2549 ซึ่งชี้ให้เห็นศักยภาพและการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของอาหารฮาลาลของไทย โดยสินค้าส่งออกสำคัญ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป นมและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ โดยตลาดอาหารฮาลาลที่สำคัญของไทย คือตลาดตะวันออกกลางและตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยสัดส่วนการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังตลาดดังกล่าวในช่วงปี 2541-2544 มีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 43.72 และ 28.37 และเพิ่มเป็นร้อยละ 49.74 และ 30.30 ในช่วงปี 2545-2549 ในขณะที่ตลาดเอเชียใต้แม้จะมีมูลค่าการส่งออกน้อย แต่ก็มีสัดส่วนเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มจากร้อยละ 2.96 ในช่วงปี 2541-2544 เป็นร้อยละ 3.69 ในช่วงปี 2545-2549 แต่ตลาดแอฟริกาใต้มีสัดส่วนลดลงจากร้อยละ 24.96 ในช่วงปี 2541-2544 เป็นร้อยละ 16.27 ในช่วงปี 2545-2549

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพประเทศหนึ่งในการผลิตอาหารที่สามารถที่จะเป็นศูนย์กลางของธุรกิจอาหารฮาลาล เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านวัตถุดิบ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นที่ยอมรับพร้อมที่จะผลักดันด้านมาตรฐานการผลิตสินค้าอาหารฮาลาล อย่างไรก็ตามยังมีผู้ประกอบการอาหารของไทยจำนวนมากยังขาดความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงในสินค้าอาหารฮาลาล อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดทิศทางที่ชัดเจนในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่จะผลักดันให้ธุรกิจอาหารฮาลาลของไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับสากลและมุ่งไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลต่อไป

ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลได้หาแนวทางการแข่งขันของไทยในการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบัน (2557) มีบริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,000 แห่งทั่วประเทศและมีสินค้าที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลมากกว่า 10,000 รายการ ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งอุตสาหกรรมอาหารที่ใหญ่ที่สุดและมีความหลากหลายแห่งหนึ่งของโลก ดังนั้นในการผลิตอาหารที่มีเครื่องหมายฮาลาลของมุสลิมจะช่วยขยายโอกาสทางธุรกิจได้เพิ่มขึ้น โดยผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องมีความซื่อสัตย์ต่อการผลิตอาหารฮาลาลตามหลักศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด เพราะปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมอาหารที่มีตราฮาลาล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544)

ในปัจจุบันมีสถาบันที่สนับสนุนการตรวจสอบมาตรฐานเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานทั่วโลกและผู้ผลิตควรจะมีมุ่งมั่นที่จะยอมรับระบบของการตรวจสอบอาหารฮาลาลทั่วโลกอยู่ในเกณฑ์ของการพัฒนาที่สำคัญที่ถือสัญญาของการเติบโตอย่างรวดเร็วและยั่งยืน ด้วยการตลาดอาหารฮาลาลในปัจจุบันมากที่สุดเท่าที่ร้อยละ 12 ของการค้าโลกในผลิตภัณฑ์อาหารเกษตรกรรมสร้างโอกาสในการเติบโตทั่วทั้งอุตสาหกรรมอาหารเกษตร โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดฮาลาลในเนื้อสัตว์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ขายภายใต้ชื่อเครื่องหมายฮาลาลแทบทุกผลิตภัณฑ์ที่มาจากอาหารเกษตรและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารเช่นเครื่องสำอางแม้กระทั่งผ้าซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายล้วนต้องการเครื่องหมายรับรองคุณภาพฮาลาลแทบทั้งสิ้นเช่น ซอส น้ำดื่มบรรจุขวดชากาแฟและเครื่องดื่มผลไม้ การกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือไปจากการตรวจสอบอาหารที่เป็นเนื้อสัตว์ รวมทั้งเนื้อสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ (กบและปูป่าชายเลน) และแมลงทั้งหมดตักแต่นที่ไม่ฮาลาล (Nzadeh Nikfarjam, 2009)

มูลค่าของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีมากกว่า 2100 ล้านดอลลาร์สหรัฐซึ่งแสดงให้เห็นว่ามูลค่าการค้าอาหารฮาลาลในโลกได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศมาเลเซียได้เป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาลของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารมาเลเซียไม่ได้เป็นเฉพาะผู้ผลิตอาหารเฉพาะมุสลิมเท่านั้นแต่ยังเป็นผู้ที่เชื่อมโยงระหว่าง

ประเทศมุสลิมและประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมในภูมิภาคเอเชียทั่วโลก ได้แก่ ประเทศบรูไน ประเทศไทย ประเทศฟิลิปปิน ประเทศออสเตรเลีย และประเทศนิวซีแลนด์ สหภาพอังกฤษ และฝรั่งเศส ล้วนเป็นประเทศผู้ค้าที่มีการนำเข้าอาหารฮาลาลทั้งสิ้น

### ตาราง 1

ตลาดอาหารฮาลาลในกลุ่มประเทศมุสลิม (Faryal Salman and Kamran Siddiqui, 2011)

Algeria	(33.1)	Qatar	(0.6 million)
Iraq	(26.9 million)	United Arab Emirates	(4.6 million)
Morocco	(31.8 million)	Indonesia	(226.7 million)
Tunisia	(10.1 million)	Lebanon	(3.8 million)
Bahrain	(0.8million)	Saudi Arabia	(24.9 million)
Jordan	(5.80 million)	Yemen	(21.9 million)
Oman	(3.1 million)	Iran	(71.1 million)
Turkey	(72.5 million)	Malaysia	(26.6 million)
Egypt	(72.6 million)	Syria	(18.9 million)
Kuwait	(2.5 million)		

### ตาราง 2

ตลาดอาหารฮาลาลในกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม (Faryal Salman and Kamran Siddiqui, 2011)

India	(140million)	France	(6 million)
China	(40 million)	Germany	(3 million)
USA	(8 million)	United Kingdom	(1.5million)
Philippines	(60 million)	Canada	(800000)

## ตาราง 3

การส่งออกสินค้าทั้งหมด สินค้าอาหารและส่งออกสำเร็จรูปไปยังต่างประเทศ ในช่วงปี  
2541- 2549

มูลค่าส่งออก/ กลุ่มประเทศ	มูลค่าการส่งออกเฉลี่ย (ล้านเหรียญสหรัฐ)		อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)			อัตราการขยายตัว เฉลี่ย 2541-2544 (ร้อยละ) อัตราการ เปลี่ยนแปลง 2541- 2544 (ร้อยละ)	
	2541-2544	2545-2549	2541 - 2542	2542- 2543	2543- 2544		
1. มูลค่าการส่งออกทั้งหมด	61,659.25	96,879.46	7.68	17.79	-5.91	6.52	19.35
2. มูลค่าการส่งออกอาหารทั้งหมด	9,883.83	12,323.01	3.30	-0.19	0.59	1.23	3.71
3. มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหาร สำเร็จรูป	5,454.16	5,880.33	2.58	6.97	-1.38	2.73	8.22
สัดส่วน(ร้อยละ) (3/2)	55.17	47.70					
4. มูลค่าส่งออกสินค้าอาหารสำเร็จรูป	198.72	364.50	-9.89	0.59	29.34	6.68	17.23
สัดส่วน (ร้อยละ)(4/3)	3.65	6.15					
5. เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	56.61	105.36	56.26	5.42	38.85	33.51	128.72
สัดส่วน (ร้อยละ) (5/4)	28.37	30.30					
6. เอเชียใต้	5.81	13.27	-36.84	5.93	-10.17	-13.69	-39.90
สัดส่วน (ร้อยละ) (6/4)	2.96	3.69					
7. ตะวันออกกลาง	86.59	185.49	-10.27	-22.79	37.80	1.58	-4.53
สัดส่วน (ร้อยละ) (7/4)	43.72	49.74					
8. แอฟริกา	49.71	60.38	-44.60	54.30	11.39	7.03	-4.78
สัดส่วน (ร้อยละ) (8/4)	24.96	16.27					

ที่มา : ข้อมูลสถาบันอาหาร กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศปี 2549

จากตาราง 3 พบว่าการส่งออกมีอัตราเพิ่มขึ้น ร้อยละ 17.23 ซึ่งตลาดสินค้าอาหาร  
เป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงทั้งจากสินค้านำเข้าและสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ



สินค้าอาหารไทยที่มีศักยภาพที่จะขยายตลาดได้ในกลุ่มประเทศอาเซียนมีหลายรายการ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ผักกระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร นมและผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์ข้าว เป็นต้น ซึ่งอาหารที่มีการส่งออกไปยังประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีอัตราการเติบโต ดังนี้

ตาราง 4

แสดงมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปไปยังกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	มูลค่าการส่งออก(ล้านเหรียญสหรัฐ)									อัตราการขยายตัว 2547-2548 (%)
	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	34.85	54.46	57.41	79.72	118.53	85.79	100.33	115.17	105.64	14.79
1. บรูไน										
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	0.33	0.41	0.40	0.59	0.55	0.60	0.69	0.85	1.14	23.83
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	0.14	0.50	0.25	0.25	0.35	0.51	0.45	0.48	0.75	5.49
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ	0.21	0.22	0.27	0.25	0.44	0.48	0.56	0.49	0.35	-12.89
ผักกระป๋องและแปรรูป	0.07	0.04	0.18	0.18	0.14	0.07	0.03	0.04	0.04	25.00
สิ่งปรุงรสอาหาร	0.17	0.11	0.13	0.12	0.13	0.12	0.18	0.26	0.25	41.89
ผลิตภัณฑ์ข้าว	0.24	0.29	0.30	0.42	0.40	0.37	0.51	0.53	0.47	3.92
นมและผลิตภัณฑ์นม	0.00	0.02	0.03	0.09	0.23	0.05	0.05	0.28	0.36	433.33
รวม	1.71	1.58	1.56	1.90	2.24	2.21	2.47	2.92	3.35	18.19

## ตาราง 4 (ต่อ)

กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	มูลค่าการส่งออก(ล้านเหรียญสหรัฐ)									อัตรา การ ขยายตัว 2547- 2548 (%)
	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	
2. มาเลเซีย										
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	9.60	11.99	13.33	14.81	15.05	16.46	21.48	22.29	22.46	3.77
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	3.96	10.73	9.78	8.44	10.53	13.77	9.21	12.45	10.60	35.28
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหาร สำเร็จรูปอื่น ๆ	5.96	8.08	8.34	8.75	11.32	12.61	12.30	14.06	15.09	14.33
ผักกระป๋องและแปรรูป	0.66	0.95	1.25	1.33	1.48	1.49	2.19	2.02	2.19	-7.49
สิ่งปรุงรสอาหาร	0.70	1.17	1.49	1.51	1.78	2.53	2.57	2.82	3.21	9.77
นมและผลิตภัณฑ์นม	0.07	2.13	20.92	22.47	52.58	9.80	13.60	12.82	12.65	-5.75
ผลิตภัณฑ์ข้าว	10.33	12.28	12.05	11.61	12.14	13.28	13.38	14.23	15.17	6.29
รวม	31.01	47.33	49.17	68.92	105.16	69.94	74.72	80.69	81.36	7.99
3. อินโดนีเซีย										
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหาร สำเร็จรูปอื่น ๆ	2.59	3.14	2.42	3.21	3.49	4.74	8.18	8.62	7.74	5.35
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	0.06	1.77	1.75	1.35	1.66	2.35	2.97	2.57	2.42	-13.47
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	0.01	0.42	0.83	0.53	1.09	1.58	1.57	7.20	1.86	357.82
นมและผลิตภัณฑ์นม	-	0.11	1.52	3.45	3.85	3.90	8.60	11.23	8.48	30.48
ผักกระป๋องและแปรรูป	0.01	0.02	0.03	0.06	0.09	0.13	0.18	0.17	0.19	-6.76
ผลิตภัณฑ์ข้าว	-	0.09	0.13	0.30	0.95	0.93	1.62	1.78	0.23	9.63
รวม	2.68	5.55	6.68	8.91	11.13	13.64	23.13	31.56	20.92	36.43

ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ปี 2549

จากตาราง 4 พบว่ามูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของไทยในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วง ปี 2541-2555 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นส่วนใหญ่ ถึงแม้ว่าสินค้าเกษตรดั้งเดิมจะเป็นสินค้าที่มีจุดอ่อนค่อนข้างมากก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาจากตัวเลขการส่งออกแล้ว ประเทศไทยน่าจะได้เปรียบ เพราะประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติที่เอื้ออำนวยให้ผลผลิตการเกษตรได้หลากหลายชนิดตลอดทั้งปี และมีคุณภาพดี

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปโดยเฉพาะอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์แปรรูปนั้นได้ดำเนินการมาแล้วมากกว่า 20 ปี และมีแนวโน้มการส่งออกจะเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ สำหรับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปนั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร และสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้ปีละหลายพันล้านบาท ซึ่งเป็นสินค้าที่มีส่วนในการลดดุลการค้าของประเทศได้ นอกจากนี้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารยังเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงประโยชน์โดยตรงถึงเกษตรกร และมีสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศ เกินกว่า 80% ของวัตถุดิบที่ใช้ในโรงงานซึ่งภาครัฐได้ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยได้วางยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2545 ภาครัฐได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศในด้านต่าง ๆ รวมทั้งวิเคราะห์รายอุตสาหกรรม โดยได้เชิญ Michael Porter ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ประเทศสหรัฐอเมริกา Porter ได้ให้คำแนะนำ ซึ่งปรากฏในงานวิจัยเรื่อง “การสร้างความสามารถในเชิงการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทย” ว่าควรมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มและให้ความสำคัญแก่ 2 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อาหารและการท่องเที่ยว เพราะอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถใช้วัตถุดิบภายในประเทศมากกว่า 80% จึงมีความได้เปรียบ รวมทั้งยังสามารถรองรับผลผลิตทางการเกษตร โดยเป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการสร้างประเทศไทยให้เป็นคลังอาหารของโลก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ของชัยยุทธ์ ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์ (2544) และผลการวิเคราะห์เมื่อปี พ.ศ. 2545 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กล่าวว่าสินค้าอาหารของไทยเป็นสินค้าที่มีลักษณะเด่นในด้านมูลค่าเพิ่ม มีการนำเข้าปัจจัยการผลิตต่ำ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสขยายตัว เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของโลกในระดับสูง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545) ฉะนั้นจึงกำหนด

วิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมอาหารไทย ให้ไทยเป็นครัวของโลกในกรอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2548-2551) โดยประเทศไทยจะเป็นผู้นำในการผลิตอาหารที่มีความปลอดภัยและได้รับความไว้วางใจป้อนให้กับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกทั้งในรูปแบบสินค้าขั้นปฐม สินค้าสำเร็จรูป หรือสินค้าสำเร็จรูป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545)ข้อได้เปรียบของการประกอบอุตสาหกรรมอาหาร คือ การอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ และเป็นอุตสาหกรรมที่ควรมีพื้นที่ทำเกษตรกรรมเป็นของตนเอง เพื่อจะได้มีวัตถุดิบเข้าโรงงานได้ไม่น้อยกว่า 30% ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด การประกอบอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อยของชุมชนเกษตรกรที่เข้มแข็งจะช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ได้เป็นอย่างดีแผนยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งได้ให้คำนิยามคำว่า “ธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทอาหาร ดังแสดงในตาราง 5

#### ตาราง 5

มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมอาหารประเภทต่าง ๆ

ประเภทของอุตสาหกรรมอาหาร	% มูลค่าเพิ่ม
ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ (ลูกชิ้น, ไส้กรอก, กุนเชียง ฯลฯ)	1.67
ผลิตภัณฑ์นม (นมพร้อมดื่ม, นมเปรี้ยว, ไอศกรีม ฯลฯ)	5.50
ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้บรรจุกระป๋อง	9.47
ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แช่แข็ง	4.80
ผลิตภัณฑ์แป้ง	5.37
ผลิตภัณฑ์ขนมปังและก๋วยเตี๋ยว	11.75

ที่มา : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2540

ศูนย์สารสนเทศ สถาบันอาหารได้รายงานสถานการณ์การส่งออกสินค้าอาหารในช่วงไตรมาสแรกของปี 2549ว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลของศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการขยายตัว คือการปรับตัวของวิสาหกิจ โดยเฉพาะในวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในนโยบายต่าง ๆ เช่น ครัวไทยสู่ครัวโลก (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2548, หน้า 32) นอกจากนี้ยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายในการพัฒนาจำนวน 5 อุตสาหกรรม ซึ่ง 1 ใน 5 อุตสาหกรรมเป้าหมายคือ อุตสาหกรรมอาหาร โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการเพิ่มศักยภาพในการส่งออก เพื่อให้สามารถในการแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งการส่งออกอาหารไปยังประเทศต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาคนั้นล้วนมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น และนำมาสู่เงินตราต่างประเทศในอัตราที่เพิ่มขึ้น

#### ยุทธศาสตร์ของภาครัฐ: การพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

แนวโน้มการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางมีผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างแน่นอน เป็นผลให้ต้องมีการปรับตัวและวางแผนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งจากการจัดอันดับในปี พ.ศ. 2555 ของสถาบันระดับนานาชาติ 2 แห่ง คือ สถาบันนานาชาติเพื่อการพัฒนาการจัดการ (International Institute for Management Development—IMD) และ สถาบัน World Economic Forum -- WEF พบว่าความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน (ดูตาราง 6)

#### ตาราง 6

##### เปรียบเทียบการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขัน

สถาบันจัดอันดับ	ประเทศ		
	ไทย	มาเลเซีย	สิงคโปร์
IMD	34	26	5
WEF	31	27	4

ที่มา: จากเผชิญความท้าทายจากกระแสโลกาภิวัตน์, โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545 ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2548, จาก

<http://www.nsedb.go.th>

หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาความสามารถของประเทศในด้านการแข่งขันทางการค้าและการลงทุนเป็นอย่างมาก โดยคณะรัฐบาลได้มีมติเมื่อปี พ.ศ. 2545 กำหนดให้การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศเป็นวาระแห่งชาติ (national agenda) และจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.) เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดกรอบนโยบาย และแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

นอกจากนี้มีความกังวลเพิ่มขึ้นในหมู่มุสลิมเกี่ยวกับ "ฮาลาล" อาหารและส่วนผสมของอุตสาหกรรมอาหารที่นำไปสู่การกระตุ้นความต้องการสำหรับอาหาร "ฮาลาล" (Sungkar, 2010). โลกอาหาร "ฮาลาล" ที่มีศักยภาพในตลาดจะเพิ่มขึ้นถึง 500 พันล้านเหรียญสหรัฐโดย 2010 (Dagha 2011) ตัวเลขกำไรดังกล่าวชี้ไปที่การรับรู้ที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับอาหาร "ฮาลาล" ในหมู่ผู้บริโภคชาวมุสลิม ความรู้เกี่ยวกับอาหาร "ฮาลาล" ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะกับชนชาวมุสลิมในประเทศมุสลิมเท่านั้น แต่ยังได้รับแรงผลักดันในประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมอีกด้วย (Faryal Salman and Kamran Siddizui, 2011) นอกจากนี้การรวมกลุ่มประชาชาติอาเซียนทำให้ประชากรมุสลิมเพิ่มมากขึ้น โดยมีประชากรทั้งสิ้นมากกว่า 300 ล้านคน ตลาดอาหารฮาลาลจึงมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นไปด้วย

จากความสำคัญของการส่งออกอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ของไทยที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลทำให้ตลาดการส่งออกอาหารของไทยมีแนวโน้มที่ดีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก ทั้งนี้ผลการวิจัยนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะประโยชน์ต่อภาครัฐในการนำไปสู่การกำหนดแนวทางการตลาดเพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการขยายตลาดอาหารฮาลาลในตลาดต่างประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม ปัจจัยความพร้อมด้านทรัพยากร ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจัยความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาล และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

### ขอบเขตของโครงการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based theory) เป็นแนวคิดหลัก โดยมุ่งเน้นดำเนินการศึกษาความสามารถในการแข่งขันในระดับองค์กรของกลุ่ม ผู้ส่งออกที่เป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารฮาลาลที่ส่งออกไปตามทะเบียนรายชื่อผู้ผลิตในประเทศไทย ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

ทฤษฎีฐานทรัพยากร เป็นทฤษฎีด้านการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นด้านปัจจัยของทรัพยากร และขีดความสามารถขององค์กร เป็นความสามารถภายในองค์กรธุรกิจ สำหรับปัจจัยภายนอกนั้นทำการศึกษาเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐในการส่งเสริมการค้าและการลงทุนที่มีส่วนในการสร้างโอกาสในการแข่งขัน รวมทั้งศึกษาในประเทศผลกระทบจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีระยะเวลารวบรวมข้อมูลในช่วงเวลา 1 ปี ทั้งนี้ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based theory) เป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมในการนำมาใช้ในการบริหารจัดการและการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจในหลายอุตสาหกรรม สำหรับในประเทศไทยเป็นทฤษฎีที่มีผู้นิยมนำมาใช้ในการวิจัยด้านการค้าการลงทุนระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ยังนำทฤษฎีใหม่ทางการค้า (New Trade Theory) ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Model) มาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ร่วมด้วย

แนวคิดด้านความเชื่อตามหลักการอาหารฮาลาล (Halal food) เป็นหลักการปฏิบัติตนของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามในเรื่องเกี่ยวกับการปรุงอาหารสำหรับการบริโภคที่จะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ตามข้อที่ศาสนานุญาตและหลีกเลี่ยงจากการบริโภคสิ่งที่จะต้องห้ามตามหลักการของศาสนาอิสลาม โดยจะต้องเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการผลิตแปรรูป การประกอบอาหาร ล้วนจะต้องเป็นไปตามหลักการของศาสนาทั้งสิ้น อาหารที่มุสลิมบริโภคได้จะต้องไม่ปนเปื้อนกับอาหารที่ต้องห้าม เช่น ห้ามบริโภคทุกส่วนของสุกร สัตว์ที่มีเขี้ยวเล็บ สัตว์ที่ตายเองโดยไม่ผ่านการเชือดตามหลักการของศาสนา สัตว์ที่มีพิษ เป็นต้น

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**อาหารส่งออกของไทย** หมายถึง การนำสินค้าประเภทอาหารที่ผลิตจากแหล่งเกษตรกรรมจากประเทศไทยส่งออกไปยังต่างประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง

**อาหารแปรรูปของไทย** หมายถึง การนำสินค้าทางการเกษตรมาเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อใช้เป็นอาหารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบริโภคได้นานขึ้น

**การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน** หมายถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลของไทยให้มีความเข้มแข็งและได้รับการยอมรับจากลูกค้าชาวต่างประเทศ

**อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล** หมายถึง สินค้าในกลุ่มเกษตร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หรืออาหารซึ่งได้รับอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้

**อาหารฮาลาล** หมายถึง อาหารที่ได้รับอนุญาตตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคได้และควรมีลักษณะดังนี้ 1) ไม่มีส่วนประกอบหรือปนเปื้อนสิ่งที่ไม่อนุญาตในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม 2) ในกระบวนการเตรียม การแปรรูป การขนส่ง หรือการเก็บรักษาต้องไม่ใช้เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ที่มีการปนเปื้อนสิ่งที่ไม่อนุญาตในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และ 3) ในกระบวนการเตรียม การแปรรูป การขนส่ง หรือการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีการสัมผัสโดยตรงกับสิ่งที่ไม่อนุญาตในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

**เครื่องหมายฮาลาล** หมายถึง เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำ



จังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงบนฉลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษา อหรับ ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้งได้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นต้นนอกจากนี้เครื่องหมายฮาลาลยังแสดงให้เห็นถึงความสะอาดปลอดภัยจากสารปนเปื้อนตั้งแต่ขั้นตอนการเพาะปลูกจนถึงการแปรรูปเป็นอาหารรวมถึงการดูแล การเก็บรักษา พร้อมทั้งการขนส่งที่จะต้องมีความสะอาดทุกขั้นตอนเป็นไปตามหลักการของศาสนาอิสลาม อันเป็นเครื่องหมายยืนยันความสะอาดปลอดภัยให้กับผู้บริโภคทุกคนไม่เฉพาะมุสลิมเท่านั้น

**การรับรองมาตรฐานฮาลาล** หมายถึง การที่องค์กรด้านการผลิตอาหารของไทยที่มีความประสงค์ที่จะได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลนั้นจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนเตรียมการ 2) ขั้นตอนยื่นคำขอและพิจารณาคำขอ 3) ขั้นตอนการตรวจโรงงาน/สถานประกอบการ 4) ขั้นตอนพิจารณาผลการตรวจสอบและให้หนังสือรับรอง และ 5) ขั้นตอนการติดตามและประเมินผล ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลจำเป็นต้องมีการขอการรับรองฮาลาลและขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

**อุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์** หมายถึง กลุ่มผู้ผลิตอาหารจากเนื้อสัตว์ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลของประเทศไทย

**ประเทศกลุ่มอาเซียน** หมายถึง ประเทศที่รวมกลุ่มเพื่อเศรษฐกิจการค้าระหว่างกันรวม 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศบรูไนดารุสสลาม ประเทศลาว ประเทศเวียดนาม ประเทศพม่า ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศกัมพูชา ประเทศสิงคโปร์ และประเทศไทย

## ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์ทางวิชาการ ดังนี้

1. ประโยชน์ด้านวิชาการ ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทย ที่จะเป็นองค์ความรู้ในศาสตร์ด้านการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศด้านอาหารเกษตรแปรรูปอาหารที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล
2. องค์ความรู้ที่เกิดวิธีการทำให้อาหารมีความสะอาดปลอดภัย ถูกหลักอนามัยตามหลักมาตรฐานด้านอาหาร เช่น เครื่องหมาย ออย. HACCP GMP HALAL เป็นต้น
3. ประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจด้านการส่งออก และหน่วยงานภาครัฐด้านการส่งออกอาหารฮาลาลสำหรับนำไปกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

## สรุป

บทนี้ได้นำเสนอความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย แนวโน้มเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์ภาครัฐ ในการให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันด้านการค้าการลงทุน ความสำเร็จของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งในการส่งออกอาหารฮาลาลแปรรูปของไทยไปยังตลาดในอาเซียนการส่งออกเนื้อสัตว์ฮาลาลแปรรูปของประเทศไปสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมจำนวนมากตามทฤษฎีแนวคิดฐานทรัพยากร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอรายงานเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง และทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งในการส่งออกอาหารฮาลาลแปรรูปของไทยไปยังตลาดในอาเซียน เป็นการนำเสนอรายละเอียดโดยอาศัยพื้นฐานจากทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยใน 6 ด้านได้แก่ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรม ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจัยความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาล ด้านคุณภาพอาหารฮาลาล และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมาเป็นเหตุผลสนับสนุนในการเชื่อมโยงตัวแปรต่าง ๆ ในการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้เชื่อมโยงปัจจัยทั้ง 6 ด้านเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อให้กรอบแนวคิดมีความเชื่อมโยงและเข้าใจง่าย ผู้วิจัยจึงได้จัดแบ่งสาระโดยมีหัวข้อเรื่องที่ศึกษา และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตอนที่ 1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

ตอนที่ 2 การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ตอนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมอิสลาม

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากภาพรวมวรรณกรรมทั้งหมดดังกล่าว ขอสรุปไว้ดังนี้

## ตอนที่ 1

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

#### ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ในระบบเศรษฐกิจแบบเปิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศในเรื่องการค้า เศรษฐกิจและการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจจะมีผลต่อรายได้ประชาชาติโดยตรงหน่วยงานสำคัญทางเศรษฐกิจของไทย ได้แก่ ธนาคารแห่งประเทศไทยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ต่างมีส่วนกำหนดให้ระบบเศรษฐกิจไทยมีการพัฒนาโดยการพึ่งพาต่างประเทศกิจกรรมทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ การค้าระหว่างประเทศ การชำระเงินระหว่างประเทศ การลงทุนระหว่างประเทศและความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

#### ความหมายของการค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศหมายถึง การซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศต่างๆ ประเทศที่ทำการซื้อขายสินค้าระหว่างกัน เรียกว่า "ประเทศคู่ค้า" สินค้าที่แต่ละประเทศซื้อเรียกว่า "สินค้าเข้า" (imports) และสินค้าที่แต่ละประเทศขายไปเรียกว่า "สินค้าออก" (exports) ประเทศที่ซื้อสินค้าจากต่างประเทศ เรียกว่า "ประเทศผู้นำเข้า" ส่วนประเทศที่ขายสินค้าให้ต่างประเทศ เรียกว่า "ประเทศผู้ส่งสินค้าออก" โดยทั่วไปแล้ว แต่ละประเทศจะมีฐานะเป็นทั้งประเทศ ผู้นำสินค้าเข้า และประเทศผู้ส่งสินค้าออกในเวลาเดียวกัน เพราะประเทศต่างๆ มีการผลิตสินค้า แตกต่างกันเช่นประเทศไทยส่งสาเหตุที่มีการค้าระหว่างประเทศ เหตุผลทางเศรษฐกิจที่ทำให้ประเทศต่างๆ ในโลกทำการค้าขายกันที่สำคัญมีอยู่ด้วยกัน 2 ประการ คือ

1. ความแตกต่างทางด้านทรัพยากรที่ใช้ผลิตในแต่ละประเทศเนื่องมาจากความแตกต่างในเรื่องสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ เช่น ประเทศไทยมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสมแก่การเพาะปลูกมากกว่าญี่ปุ่น คุเวตมีน้ำมันมากกว่าไทย จีนมีประชากรมากกว่า

ประเทศอื่นๆ ดังนั้น ประเทศใดที่มี ทรัพยากรชนิดใดมากก็จะผลิตสินค้าที่ใช้ทรัพยากรชนิดนั้นๆ เป็นปัจจัยการผลิตสินค้าออกเพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าอื่น

2. ความแตกต่างในเรื่องความชำนาญในการผลิตเนื่องจากผู้ผลิตของแต่ละประเทศจะมีความชำนาญและเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการแตกต่างกัน บางประเทศผู้ผลิตมีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษในการผลิตสินค้าบางชนิด เช่น ประเทศญี่ปุ่นมีความรู้ความชำนาญในการผลิตเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ประเทศเนเธอร์แลนด์มีความรู้ความชำนาญในการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตรประเทศสวีเดนและแคนาดาที่มีความรู้ความชำนาญในการผลิตนาฬิกา ความแตกต่างของปัจจัยดังกล่าวนี้ผลักดันให้แต่ละประเทศเล็งเห็นประโยชน์จากการเลือกผลิตสินค้าบางอย่างที่มีต้นทุนต่ำ มีความรู้ความชำนาญและเลือกตั้งซื้อสินค้าแต่ละประเภทที่ผู้บริโภคในประเทศของตนต้องการแต่ไม่สามารถผลิตได้ หรือผลิตได้ในต้นทุนที่สูงเกินไป และปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น

### สาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ

การค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้นเนื่องจากประเทศต่างๆ ผลิตสินค้าได้ด้วยต้นทุนไม่เท่ากันประเทศที่สามารถผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งด้วยต้นทุนที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ประเทศนั้นจะเป็นผู้ผลิตและส่งสินค้าไปขายที่อื่นๆ เหตุที่ประเทศต่าง ๆ ผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่างกันเพราะว่ามีความแตกต่างในปริมาณและทรัพยากร กล่าวคือ บางประเทศมีแร่ธาตุมากบางประเทศเป็นแหล่งน้ำมัน บางประเทศมีป่าไม้มาก เป็นต้น ประกอบกับความแตกต่างของสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศส่งผลให้สินค้าบางชนิดสามารถผลิตได้ในบางพื้นที่เท่านั้น เช่นยางพาราส่วนมากผลิตในประเทศมาเลเซีย และหมู่เกาะอินเดียนตะวันออกเฉียงใต้ออกกาแฟส่วนมากมาจากบราซิล เป็นต้น ประเทศที่มีทรัพยากรการผลิตชนิดใดมากจะได้เปรียบในการผลิตสินค้าซึ่งต้องใช้ทรัพยากรชนิดนั้นเป็นปัจจัยการผลิตเพราะราคาของปัจจัยการผลิตชนิดนั้นจะต่ำเนื่องจากมีมากเมื่อเทียบกับความต้องการซึ่งมีผลให้ต้นทุนการผลิตตลอดจนราคาขายต่ำไปด้วยประเทศจึงควรผลิตสินค้าดังกล่าวเพื่อส่งออกและนำเข้าสินค้าที่ขาดแคลนหรือสินค้าที่มีราคาสูงโดยเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ เช่นประเทศไทยมีที่ดินมากและสภาพภูมิอากาศเหมาะสมสำหรับเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรเมื่อเทียบกับ

ญี่ปุ่นดังนั้นไทยควรจะผลิตข้าวหรือสินค้าทางการเกษตรอย่างอื่นเป็นสินค้าส่งออกเพราะต้นทุนต่ำกว่าในขณะที่ญี่ปุ่นก็ควรผลิตสินค้าประเภททุน เช่น เครื่องจักรเครื่องมือ รถยนต์ เนื่องจากมีที่ดินน้อย แต่มีปัจจัยทุนมากส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าในญี่ปุ่นต่ำกว่าไทย จึงปรากฏว่าญี่ปุ่นต้องซื้อข้าวจากไทยต้องซื้อเครื่องจักรเครื่องมือจากญี่ปุ่นอย่างไรก็ตามความมากน้อยของทรัพยากรตลอดจนปัจจัยการผลิตที่มีอยู่เพียงอย่างเดียวมิใช่เป็นสิ่งที่กำหนดต้นทุนให้ต่ำกว่าประเทศอื่นเสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ด้วย เช่น ความชำนาญของประชากรระดับเทคโนโลยีเป็นต้น จริงอยู่ไทยและฟิลิปปินส์ต่างก็เป็นประเทศที่มีแรงงานเป็นจำนวนมากและค่าจ้างค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศแต่มิได้หมายความว่าไทยและฟิลิปปินส์จะมีความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิตเท่ากับญี่ปุ่นหรือ สวิตเซอร์แลนด์ เพราะว่า คุณภาพของประชากรในการผลิตตลอดจนความเจริญทางเทคโนโลยีของประเทศญี่ปุ่นและสวิตเซอร์แลนด์สูงกว่าไทยมากทำให้ต้นทุนการผลิตนาฬิกาของญี่ปุ่นหรือ สวิตเซอร์แลนด์ ต่ำกว่าไทย จึงปรากฏว่าไทยต้องซื้อนาฬิกาจากประเทศเหล่านี้ นั่นหมายถึงว่านอกจากปริมาณของทรัพยากรแล้วประสิทธิภาพการผลิตหรือความชำนาญของปัจจัยก็เป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดต้นทุนการผลิตสินค้าความแตกต่างดังกล่าวข้างต้นคือ ความแตกต่างในปริมาณและชนิดของทรัพยากรสภาพภูมิอากาศและความชำนาญในการผลิตประกอบกับความไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทุกชนิดที่ต้องการได้เองภายในประเทศจึงมีความต้องการแลกเปลี่ยนสินค้าบางอย่างที่ผลิตได้กับสินค้าที่ต้องการแต่ไม่สามารถผลิตได้ภายในประเทศหรือผลิตได้คุณภาพก็ไม่ดีพอการค้าระหว่างประเทศจึงเกิดขึ้นมาโดยมีหลักการสำคัญคือประเทศจะผลิตสินค้าที่ตนเองขาดแคลนหรือผลิตได้แต่ต้องใช้ต้นทุนสูงจากต่างประเทศการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันตามหลักการแบ่งงานกันทำย่อมทำให้การใช้ทรัพยากรของโลกที่มีอยู่อย่างจำกัดมีประสิทธิภาพสูงขึ้นซึ่งเราสามารถพิจารณาจากการค้าขายของบุคคลภายในประเทศ นั่นคือพ่อบ้านจะไม่ยอมตัดเสื้อเพื่อสวมใส่เองถ้าหากเขาสามารถซื้อเสื้อจากท้องตลาดในราคาที่ต่ำกว่าต้นทุนที่เขาผลิตเองในทำนองเดียวกันช่างตัดเสื้อย่อมไม่พยายามทำรองเท้าใช้เองแต่จะซื้อรองเท้าใช้จากช่างทำรองเท้าชานายอมไม่ตัดเสื้อหรือตัดรองเท้าโดยเขาจะจ้างช่างตัดเสื้อหรือจ้างช่างตัดรองเท้าเมื่อเขาเห็นว่าราคาที่เขาจ่ายไปต่ำกว่าต้นทุนที่เขาต้องจ่าย เป็นต้นทุกคนควรจะผลิตสินค้าที่ตัวเองมีความถนัดและ

ชำนาญและนำไปขายหรือแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ตนเองต้องการจะทำให้ทุกคนได้รับประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นหรือราคาที่ต่ำลงดังนั้นประเทศก็เช่นเดียวกับบุคคล โดยที่จะได้รับประโยชน์มากขึ้นถ้าหากประเทศสามารถซื้อสินค้าจากประเทศอื่น ๆ ในราคาต่ำกว่าต้นทุนที่ผลิตได้ภายในประเทศ

1. ทฤษฎีการได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ อดัม สมิท นักเศรษฐศาสตร์คลาสสิกในปลายศตวรรษที่ 18 ได้เสนอทฤษฎีการได้เปรียบโดยสัมบูรณ์โดยยึดหลักการแบ่งงานกันทำตามความถนัดมาใช้ในการค้าระหว่างประเทศจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศคู่ค้าเมื่อแต่ละประเทศยึดหลักในเรื่องการแบ่งงานกันทำหมายความว่า ประเทศใดที่ถนัดในการผลิตสินค้าอย่างใดก็ควรผลิตสินค้านั้นนำมาแลกเปลี่ยนกันจะส่งผลให้เพิ่มความมั่งคั่งในรูปของผลผลิตหรือรายได้ที่แท้จริงเพิ่มขึ้นสาระสำคัญของทฤษฎีการได้เปรียบโดยสัมบูรณ์คือประเทศหนึ่งจะได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ถ้าประเทศนั้นสามารถผลิตสินค้าชนิดหนึ่งได้มากกว่าอีกประเทศหนึ่งด้วยปัจจัยการผลิตจำนวนเท่ากันหรือผลิตได้จำนวนเท่ากันได้โดยการใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่าดังนั้นประเทศควรทำการผลิตสินค้าที่ตนได้เปรียบโดยสัมบูรณ์เพื่อการส่งออกแล้วซื้อสินค้าที่ตนเสียเปรียบโดยสัมบูรณ์เป็นสินค้าเข้า

2. ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของเดวิดริคาร์โด (David Ricardo) นักเศรษฐศาสตร์สมัยคลาสสิกได้พัฒนาทฤษฎีต่อจากทฤษฎีการได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ของอดัม สมิท โดยเขาไม่เห็นด้วยกับ สมิท ในประเด็นต่อไปนี้คือ

- ประเทศคู่ค้าที่ผลิตสินค้าและส่งออกนั้นควรจะเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ได้เสมอไป
- ประเทศสามารถผลิตสินค้าและส่งออกอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ได้ถ้าประเทศนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้า
- ประเทศที่มีความได้เปรียบโดยสัมบูรณ์ของประเทศคู่ค้าในทุกกรณีของการผลิตสินค้าก็มีได้หมายความว่า ประเทศนั้นสมควรผลิตสินค้าเสียทุกอย่างหากแต่สมควรที่จะเลือกผลิตสินค้าส่งออกชนิดที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า

- ในทางปฏิบัติ การค้าระหว่างประเทศยังคงเกิดขึ้นแม้ว่าประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (เสียเปรียบโดยสมบูรณ์)เหนืออีกประเทศหนึ่งและประโยชน์จากการค้าระหว่างประเทศยังคงเกิดขึ้นในรูปผลผลิตรวมที่เพิ่มขึ้น

### **ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยคลาสสิก (Classic Theory)**

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศในสมัยของคลาสสิกนี้จะถือว่าแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในการกำหนดมูลค่าของสินค้า ทฤษฎีที่น่าสนใจคือทฤษฎีการได้เปรียบโดยเด็ดขาดและทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งทั้งสองทฤษฎีจะทำการเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตของแต่ละประเทศและเลือกผลิตในสินค้าที่ประเทศของตนมีความได้เปรียบในการผลิตมากกว่าหรือประเทศจะเลือกผลิตสินค้าที่ตนถนัดโดยเปรียบเทียบระหว่างกันการแลกเปลี่ยนจะมีขอบเขตอยู่ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผลิตได้โดยเปรียบเทียบของประเทศทั้งสอง

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยนีโอคลาสสิก (Neo-classic Theory) ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศในสมัยนีโอคลาสสิกได้นำทฤษฎีในสมัยคลาสสิกมาปรับปรุงแก้ไข ทฤษฎีที่น่าสนใจคือทฤษฎีการค้าแบบต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) โดยต้นทุนค่าเสียโอกาสจะถูกนำมาเป็นหลักในการพิจารณาเนื่องจากต้นทุนค่าเสียโอกาสในการผลิตสินค้าในแต่ละประเทศสามารถวัดได้จากมูลค่าสูงสุดของสินค้าอื่นที่ประเทศนั้นไม่ได้ผลิตดังนั้นประเทศจะได้รับประโยชน์ที่สามารถระบายสินค้าที่ผลิตได้มากและซื้อสินค้าที่ตนผลิตได้ไม่พอกับการบริโภคเข้าประเทศและทฤษฎีการค้าที่พิจารณาปริมาณทรัพยากรธรรมชาติโดยใช้แนวคิดเส้นความเป็นไปได้ในการผลิตซึ่งในประเทศต่างๆจะแตกต่างกันไปตามปริมาณทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่ในประเทศ

### **ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ (Modern Theory)**

นักเศรษฐศาสตร์ได้ศึกษาและแก้ไขปรับปรุงทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยคลาสสิกโดยเพิ่มข้อสมมุติฐานในการพิจารณาคือมีปัจจัยการผลิตหลายชนิด การทดแทนกันของปัจจัยไม่สมบูรณ์การโยกย้ายปัจจัยการผลิตจะเกิดต้นทุนเพิ่ม และมีต้นทุนค่าเสียโอกาส



(Opportunity Cost) เกิดขึ้น การโยกย้ายปัจจัยการผลิตแยกได้ 3 ลักษณะ คือ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนเพิ่มขึ้นและต้นทุนลดลงประโยชน์ของการค้าระหว่างประเทศการดำเนินนโยบายการค้าระหว่างประเทศโดยเสรีนอกจากจะก่อให้เกิดผลผลิตหรือรายได้ที่แท้จริงเพิ่มขึ้นแล้วยังสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศคู่ค้าที่สำคัญอย่างน้อย 6 ประการด้วยกันได้แก่

1. ผลต่อแบบแผนการบริโภค และราคาของสินค้าเนื่องจากการค้าขายระหว่างประเทศทำให้จำนวนสินค้าที่อุปโภคและบริโภคมีเพิ่มมากขึ้นความเป็นอยู่ของผู้บริโภคจะดีขึ้นทั้งนี้ประเทศต่าง ๆ จะพากันผลิตสินค้าที่ตนได้เปรียบมากขึ้นและหันไปซื้อสินค้าที่ตนเสียเปรียบทางการผลิตจากประเทศอื่นมากขึ้นทำให้อุปทานของสินค้าเพิ่มมากขึ้นส่งผลในระดับราคาสินค้านั้นมีแนวโน้มต่ำลง

2. ผลต่อคุณภาพและมาตรฐานสินค้าการค้าระหว่างประเทศนอกจากจะทำให้ปริมาณการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นยังทำให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูงขึ้นเพราะมีการแข่งขันในด้านการผลิตมากยิ่งขึ้นทำให้ผู้ผลิตและผู้ส่งออกเข้มงวดในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเนื่องจากต้องเผชิญกับคู่แข่งทำให้ต้องพัฒนาการผลิตโดยใช้เทคนิคและวิทยาการให้ก้าวหน้าและทันสมัยเรามักจะได้ยินเสมอว่า สินค้าประเภทอุตสาหกรรมที่ผลิตในบางประเทศมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น ราคาต่ำ คุณภาพสูงและรูปร่างลักษณะสวยงามทำให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเป็นอันมาก เช่น วิทยุโทรทัศน์และวิดีโอ ของญี่ปุ่น เป็นต้นและนับวันสินค้าเหล่านี้เป็นที่ต้องการของประเทศอื่น ๆ มากยิ่งขึ้นนอกจากนี้ประเทศที่นำเข้าทั้งหลายสามารถควบคุมมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าได้เมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตเพื่อตอบสนองภายในประเทศเพราะการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าเป็นไปด้วยความยากลำบากกว่าเนื่องจากผู้ผลิตสินค้าจะอยู่กระจัดกระจายทั่วไป

3. ผลต่อความชำนาญเฉพาะอย่าง การค้าระหว่างประเทศทำให้ประเทศต่าง ๆ หันมาผลิตสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่สูงกว่าเพื่อส่งเป็นสินค้าออกมากขึ้นแต่เนื่องจากปัจจัยการผลิตมีจำนวนจำกัดฉะนั้นจึงต้องดึงปัจจัยการผลิตจากการผลิตสินค้าชนิดอื่น ซึ่งบัดนี้ผลิตน้อยลงเพราะมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative disadvantage)

เช่น ไทยดึงปัจจัยการผลิตจากการผลิตผ้ามาผลิตข้าวส่วนญี่ปุ่นก็จะดึงปัจจัยการผลิตจากข้าวมาผลิตผ้าแทน เพราะฉะนั้นปัจจัยการผลิตจะมีความชำนาญเฉพาะอย่างมากขึ้น เกิดการประหยัดต่อขนาด (economy of scale) เป็นผลให้ต้นทุนต่อหน่วยลดต่ำลง

4. ผลต่อการเรียนรู้ในด้านเทคโนโลยีการบริหารและการจัดการการค้าระหว่างประเทศ ทำให้สามารถเรียนรู้ทั้งด้านเทคนิคการผลิตโดยการนำเอาเทคนิคการผลิตหรือวิธีการผลิตที่เหมาะสมและทันสมัยมาใช้ในการผลิตสินค้าภายในประเทศเช่นเทคนิคหรือวิธีการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตทางด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมซึ่งถือว่าเป็นลักษณะของการเลียนแบบระหว่างประเทศซึ่งวิธีการนี้ประเทศญี่ปุ่นในอดีตได้นำไปใช้และได้ผลมาแล้วโดยได้เลียนแบบเทคนิคและวิธีการผลิตของอังกฤษและประเทศชั้นนำในยุโรปโดยการนำส่งไหมดิบออกไปขายแลกกับการนำเข้าสินค้าประเภททุนและเครื่องจักรส่งผลให้ญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมที่พัฒนาแล้วได้ในที่สุดในขณะที่เดียวกันการค้าระหว่างประเทศเปิดโอกาสให้ประเทศต่าง ๆ ได้เรียนรู้และนำเอาเทคนิคทางการจัดการ หรือเทคนิคทางด้านการบริหารจากประเทศที่ก้าวหน้าหรือพัฒนาแล้วไปสู่ประเทศกำลังพัฒนา ดังนั้นประเทศต่าง ๆ จึงนิยมเปิดการค้าขายติดต่อกับต่างประเทศการปิดประเทศไม่ติดต่อกับต่างประเทศนั้นจะทำให้ประเทศนั้นไม่มีโอกาสที่จะเรียนรู้เทคนิคดังกล่าว การเปิดประเทศติดต่อกับประเทศต่าง ๆ ของสาธารณรัฐประชาชนจีนในปัจจุบัน ก็ตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผลดังกล่าวแล้ว

5. ผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจนักเศรษฐศาสตร์โดยทั่วไปเชื่อว่าการค้าระหว่างประเทศเป็นตัวจักรที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาโดยผ่านกระบวนการส่งออกเพราะว่าประเทศกำลังพัฒนาโดยทั่วไปประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมีฐานะยากจน ตลาดภายในประเทศแคบจึงเป็นอุปสรรคต่อการค้าขายด้วยเหตุนี้จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วเนื่องจากประชากรมีระดับรายได้สูงตลาดภายในประเทศกว้างขวางตลอดจนการคมนาคมสะดวกสบายมีผลให้ความต้องการในซื้อสินค้าและบริการจากประเทศกำลังพัฒนาสูงขึ้นเพราะฉะนั้นการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศจึงเป็นทางออกที่สำคัญในระยะเริ่มแรกของการพัฒนาประเทศในขณะเดียวกันผลจากการที่มีรายได้จากการส่งออกมากขึ้นย่อมทำให้

ประเทศกำลังพัฒนามีเงินตราต่างประเทศเพื่อที่จะนำเข้าสินค้าทุนและเครื่องจักรเพื่อนำมาใช้ในการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจดังกล่าวย่อมใช้เงินทุนเป็นจำนวนมหาศาลเกินกว่าความสามารถของประเทศกำลังพัฒนาจะหามาได้ในระยะเวลาอันสั้น

6. ผลต่อรายได้และการจ้างงานการส่งออกเพิ่มขึ้นย่อมมีผลให้รายได้และการจ้างงานภายในประเทศเพิ่มขึ้นหรือเป็นการเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศนั่นเองการเพิ่มขึ้นของการส่งออกจะทำให้ประเทศได้รับรายได้จากการจำหน่ายสินค้าและบริการในต่างประเทศซึ่งมีผลให้กระแสหมุนเวียนของรายได้ในระบบเศรษฐกิจขยายตัวสูงขึ้นผู้ผลิตจะเพิ่มการใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจมากขึ้นค่าใช้จ่ายในการบริโภคของผู้ผลิตก็จะตกไปเป็นรายได้ของบุคคลกลุ่มอื่น ๆต่อไปกระบวนการเช่นนี้จะดำเนินไปเรื่อย ๆและเมื่อรวมรายได้ของบุคคลที่เพิ่มขึ้นในระบบเศรษฐกิจจะเห็นว่ารายได้ประชาชาติก็จะเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนสูงกว่ารายรับจากการส่งออกในครั้งแรกเป็นหลายเท่าและผลจากการเพิ่มของรายได้ประชาชาตินี้เองย่อมเป็นผลทำให้มีการเพิ่มอุปสงค์ของสินค้าและบริการภายในประเทศทำให้การผลิตรายได้และการจ้างงานภายในประเทศขยายตัวมากขึ้น

### ผลกระทบของการค้าระหว่างประเทศ

แม้ว่าการค้าระหว่างประเทศจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศคู่ค้าดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นการค้าระหว่างประเทศก็มีผลกระทบที่ไม่พึงปรารถนาแก่ประเทศคู่ค้าได้เหมือนกันผลกระทบที่สำคัญพอจะจำแนกได้ออย่างน้อย 6 ประการด้วยกันคือ

1. ผลต่อเสถียรภาพของราคารการค้าระหว่างประเทศที่มุ่งเน้นให้ประเทศผลิตสินค้าที่ตนได้เปรียบโดยเปรียบเทียบไม่ก็ชนิดหรือชนิดเดียวนั้นจะเป็นผลให้รายได้ของประเทศขึ้นอยู่กับ การจำหน่ายสินค้าออกเพียงไม่ก็ชนิดการผลิตและรายได้ของประเทศจึงเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ตัวอย่างเช่น ในอดีตที่ผ่านมารายได้จากการส่งออกของไทยมาจากข้าว ยามใดที่ไทยสามารถส่งข้าวออกได้มากเนื่องจากความต้องการข้าวในตลาดโลกมีสูงจะมีผลให้รายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นทำให้เศรษฐกิจรุ่งเรืองและประชาชนมีการใช้จ่ายมากจะทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อได้ในกรณีตรงข้ามหากอุปสงค์จากต่างประเทศในการเสนอซื้อข้าวลดลงอย่างฮวบฮาบก็จะทำให้รายได้จากการจำหน่ายข้าวลดลง การใช้จ่ายในประเทศลดลงจนทำ

ให้เกิดภาวะเงินฝืด เป็นต้น และถ้าระบบเศรษฐกิจมีการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศในระดับสูงก็จะก่อให้เกิดปัญหาของเสถียรภาพราคาได้เช่นกันเช่น การขึ้นราคาน้ำมันดิบอย่างฮวบฮาบของกลุ่ม ผู้ผลิตน้ำมันเพื่อส่งออก (OPEC) เมื่อ พ.ศ. 2516 และ พ.ศ. 2523 ทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อขึ้นทั่วโลกและมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอันมากเนื่องจากน้ำมันเป็นสิ่งจำเป็นในการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าสูงขึ้นราคาสินค้าจึงต้องสูงขึ้นตาม ทำให้ระดับราคาสินค้าโดยทั่ว ๆ ไปสูงขึ้นได้

2. ผลต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศการนิรนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่สนับสนุนให้ประเทศผลิตสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบนั้นมีผลให้หลายๆ ประเทศอาจต้องซื้อสินค้าเข้าประเทศเป็นมูลค่ามากกว่ามูลค่าสินค้าออกทำให้เกิดการขาดดุลในดุลการค้าอาจจะทำให้ดุลการชำระเงินระหว่างประเทศขาดดุลด้วยซึ่งจะทำให้ประเทศต้องสูญเสียทองคำ หรือทุนสำรองเงินตราต่างประเทศ (ดังจะได้กล่าวต่อไป) สาเหตุสำคัญเนื่องจาก อัตราการค้า (term of trade) ของประเทศคู่ค้าไม่เท่ากัน ในกรณีของประเทศกำลังพัฒนาโดยทั่วไปสินค้าส่งออกมักจะเป็นสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งระดับราคามักจะต่ำกว่าและขาดเสถียรภาพเมื่อเทียบกับราคาสินค้านำเข้า ซึ่งมักจะเป็นสินค้าจำพวกทุนและสินค้าอุตสาหกรรมผลที่ตามมาคืออัตราการค้าของประเทศกำลังพัฒนามีแนวโน้มลดลง นั่นคือมูลค่าจากการส่งสินค้าออกน้อยกว่ามูลค่าของสินค้านำเข้าส่งผลให้เกิดปัญหาเสถียรภาพเศรษฐกิจต่อประเทศคือปัญหาดุลการค้าและดุลการชำระเงินขาดดุลในที่สุด

3. ผลต่อความเป็นธรรมในการกระจายรายได้ระหว่างประเทศการที่อัตราการค้าระหว่างประเทศของประเทศกำลังพัฒนามีแนวโน้มลดลงนั้นทำให้การกระจายรายได้ในระดับนานาชาติซึ่งไม่เท่าเทียมกันอยู่แล้วยิ่งมีความไม่เป็นธรรมมากขึ้นทั้งนี้เพราะเป็นการโอนทรัพยากรจากประเทศกำลังพัฒนาไปสู่ประเทศพัฒนาโดยกระบวนการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินนั่นเองในขณะเดียวกันการล่อหลอมรสนิยมระหว่างประเทศให้อยู่ในแบบแผนเดียวกันก็เป็นกลไกสำคัญอีกประเภทหนึ่งที่ทำให้การกระจายรายได้ระหว่างประเทศเลวลงเพราะว่าบริษัทการค้าขนาดใหญ่ในประเทศที่ตามมาก็คือการบริโภคน้ำมันดิบ จำพวกอุปโภคและบริโภคในสินค้าอุตสาหกรรมนำเข้ามามีมากขึ้นทำให้ต้องเสียเงินตราต่างประเทศมากขึ้นในขณะที่รายได้จากการขายสินค้าออกเพิ่มขึ้นน้อยกว่า

4. ผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายทางเศรษฐกิจยิ่งภาคการค้าระหว่างประเทศขนาดใหญ่ขึ้นเพียงใดทำให้การดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจภายในประเทศจะมีประสิทธิภาพน้อยลงเท่านั้น เช่นเมื่อเกิดปัญหาเงินเฟ้อขึ้นภายในประเทศที่ผ่านกลไกของทั้งราคาสินค้าออกและราคาสินค้าเข้า นโยบายเพื่อแก้ปัญหาเงินเฟ้อจะมีความยุ่งยากมากขึ้นตามไปด้วย เพราะในกรณีเช่นนี้รัฐบาลไม่เพียงแต่จะต้องเข้าใจกลไกการทำงานของระบบเศรษฐกิจภายในประเทศว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรหากทว่ายังต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจและนโยบายทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าด้วยว่ามีผลกระทบอย่างไรต่อระบบเศรษฐกิจภายในประเทศทำให้กลไกแก้ไขปัญหาดังกล่าวซับซ้อนขึ้น

5. ผลต่อรายได้และการจ้างแรงงานประเทศที่มีการพึ่งพาทางการค้าระหว่างประเทศในระดับที่สูงหากรายได้จากการส่งออกลดลงก็ดี หรือการนำเข้าเพิ่มขึ้นมากก็ดี โดยที่ผลสุทธิของการนำเข้าสูงกว่าการส่งออกย่อมส่งผลให้รายได้และการจ้างงานของประเทศนั้นลดลงผลจะเป็นไปในทางตรงกันข้ามกับที่กล่าวมาแล้ว

6. ผลต่อปัญหาความมั่นคงของประเทศการค้าโดยเสรีที่มุ่งให้ประเทศผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบเพียงไม่กี่ชนิดหรือเพียงชนิดเดียวส่งผลต่อปัญหาความมั่นคงของประเทศได้ง่ายเพราะถ้าหากว่าการค้าต่างประเทศต้องหยุดชะงักลง ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลที่สำคัญเช่น การเกิดสงคราม การขัดแย้งทางด้านการเมืองกับบางประเทศ ความยุ่งยากทางการขนส่งระหว่างประเทศ เป็นต้นย่อมส่งผลให้ประชาชนภายในประเทศเดือดร้อน เนื่องจากการขาดแคลนสินค้าอุปโภค บริโภค ขาดแคลนวัตถุดิบ และสินค้าทุนในการพัฒนาประเทศ เป็นต้น จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ไม่มีประเทศใดในโลกนี้ยึดถือ นโยบายการค้าเสรีตามหลักการแบ่งงานการทำงานระหว่างประเทศของเดวิด ริคาร์โดและนักเศรษฐศาสตร์คลาสสิกอย่างแท้จริง แต่ได้หันมาใช้นโยบายการค้าแบบคุ้มกัน ซึ่งเป็นนโยบายที่มุ่งส่งเสริมอุตสาหกรรมหรือการผลิตสินค้าชนิดต่าง ๆ ขึ้นใช้เองในประเทศ เพื่อมิให้เศรษฐกิจของประเทศต้องขึ้นอยู่กับการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจนเกินไป เนื่องจากอุตสาหกรรมที่ตั้งขึ้นภายในประเทศอาจยังไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศได้รัฐจึงจำเป็นต้องให้ความช่วยเหลือและคุ้มกัน โดยใช้มาตรการที่สำคัญ คือกำแพงภาษีสินค้าขา

เข้า ( import tariffs) และ โควตานำเข้า เป็นต้นและการเลือกเก็บกำไรไว้กับบริษัทที่มีความเหมาะสมได้อย่างถูกต้อง

### ทฤษฎีการค้าได้เปรียบทางการค้า

เป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศโดยนักเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญและมีแนวคิดเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศคืออาดัมสมิธ (AdamSmith) และเดวิดริคาร์โด (David Ricardo)อาดัมสมิธเป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษสำนักคลาสสิกได้เสนอทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ซึ่งอธิบายว่าแต่ละประเทศมีความสามารถในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดได้ไม่เท่ากันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่สภาพดินฟ้าอากาศและความสามารถในการผลิตดังนั้นในแต่ละประเทศควรเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่ประเทศเสียต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นนั่นคือเลือกผลิตสินค้าที่ประเทศมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) เหนือประเทศอื่นซึ่งต้นทุนการผลิตนั้นสามารถวัดได้จากจำนวนแรงงานที่ใช้หรือจำนวนผลผลิตที่ได้ดังนั้นการเสียต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นจึงหมายถึงการใช้จำนวนแรงงานน้อยกว่าในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนเท่ากันหรือได้จำนวนผลผลิตมากกว่าเมื่อใช้แรงงานเท่ากันด้วยเหตุนี้แต่ละประเทศจะไม่ผลิตสินค้าทุกชนิดที่ต้องการบริโภคแต่จะเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่ประเทศตนได้เปรียบเท่านั้นซึ่งเป็นหลักการสำคัญของอาดัมสมิธคือเน้นหลักการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) และการเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) แล้วนำสินค้ามาแลกเปลี่ยนซื้อขายกันทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้นการค้าระหว่างประเทศตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์นี้มีผลทำให้ทุกประเทศได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้นคือมีสินค้าบริโภคแทบทุกชนิดราคาถูกจำนวนผลผลิตโดยรวมของโลกสูงขึ้นเกิดการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศต่างๆในโลกเกิดความชำนาญเฉพาะอย่างและสวัสดิการของประชากรโลกสูงขึ้นอย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตบางประการเนื่องจากหลักการเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศสมัยคลาสสิกเกิดขึ้นในสมัยที่ปริมาณปัจจัยการผลิตและทรัพยากรในแต่ละประเทศมีอยู่อย่างเหลือเฟือเมื่อเทียบกับความต้องการใช้จะมีก็แต่ปัจจัยการผลิตประเภทแรงงานเท่านั้นที่มีจำนวนจำกัดฉะนั้นการแบ่งงานระหว่างประเทศในทฤษฎีของอาดัมสมิธจึงอาศัยความแตกต่างในเรื่องของแรงงานที่ประเทศต่างๆ

มีอยู่เป็นหลักทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและแนวคิดที่สำคัญได้แก่แนวคิดทฤษฎีหลักการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Principle of absolute advantage) จากทฤษฎีของอาดัม สมิทมีข้อบกพร่องบางประการที่มีลักษณะไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงอยู่หลายประการเช่นการที่ให้ความสำคัญต่อแรงงานเพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงปัจจัยการผลิตและทรัพยากรประเภทอื่นๆซึ่งมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องนำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าแรงงานการไม่นำเรื่องของค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเข้ามาพิจารณาประกอบในการเลือกผลิตสินค้าของประเทศต่างๆตลอดจนข้อสมมติที่ปัจจัยการผลิตไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้โดยเฉพาะปัญหากรณีที่ประเทศใดประเทศหนึ่งได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้า 2 ชนิดหรือหลายๆชนิดพร้อมกันในขณะที่อีกประเทศหนึ่งไม่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์แม้เพียงอย่างเดียวสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้แต่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการทำงานในองค์กร

กล่าวโดยสรุปไม่ว่าประเทศจะอยู่ในฐานะมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์หรือเสียเปรียบโดยสมบูรณ์ในสินค้าทุกชนิดเมื่อเทียบกับประเทศอื่นแต่ทุกประเทศก็จะมีสินค้าชนิดหนึ่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นที่ผลิตได้ เดวิดริคาร์โดเริ่มต้นหลักการอย่างพื้นฐานกับประเทศ 2 ประเทศและสินค้า 2 ชนิดโดยให้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ (นั่นคือสามารถวัดต้นทุนการผลิตโดยดูจากจำนวนแรงงานที่ใช้หรือชั่วโมงการทำงาน) และแนวทางการค้าระหว่างประเทศจะเป็นไปตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้ตั้งอยู่ภายใต้ข้อสมมติดังต่อไปนี้ 1) ต้นทุนการผลิตสินค้าคงที่ 2) การค้าระหว่างประเทศเป็นไปโดยเสรีรวมทั้งไม่มีค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ 3) ไม่มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตไปยังต่างประเทศ

ต่อมานักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน 2 ท่านชื่ออีรีเฮกเซอร์ (Eli Heckscher) และเบอร์ทิลโอห์ลีน (Bertil Ohlin) ได้สร้างแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ (Heckscher-Olin Theory) เพื่ออธิบายว่าทำไมแต่ละประเทศจึงมีความแตกต่างในต้นทุนการผลิตและราคาของสินค้าระหว่างประเทศและให้แนวคิดว่าการค้าเกิดจากการที่แต่ละประเทศมีปริมาณทรัพยากรการผลิตที่แตกต่างกันและสิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้าคือความแตกต่างในกรรมสิทธิ์ของปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ (Factor

Endowments) และราคาปัจจัยการผลิต (Factor Price) ระหว่างประเทศต่างๆ ดังนั้นเมื่อแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบในปริมาณของทรัพยากรการผลิตหรือปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศแล้วต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบจะต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยอีกทั้งในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดมีการใช้ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตในสัดส่วนที่แตกต่างกันจึงทำให้ต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบแตกต่างกันด้วย

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเซอร์-โอห์ลีน ได้จัดความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบโดยใช้แบบจำลอง 2 ประเทศและ 2 ปัจจัยการผลิต โดยปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือ ทุนกับแรงงานและทั้ง 2 ประเทศมีลักษณะความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยการผลิตที่ต่างกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการค้าขายระหว่างประเทศขึ้นกล่าวคือประเทศจะส่งออกสินค้าที่เน้นการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มาก โดยเปรียบเทียบและนำเข้าสินค้าที่เน้นใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่น้อย โดยเปรียบเทียบนั่นคือถ้าประเทศใดเป็นประเทศที่มีแรงงานมาก (Labor Abundant) ก็จะเน้นการผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive Goods) และประเทศที่มีสินค้าประเภททุนมาก (Capital Abundant) ก็จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ทุนเป็นปัจจัยหลัก (Capital Intensive Goods) จากแนวคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตคือแรงงานและทุนตามข้อสมมติฐานที่ว่าปัจจัยสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้โดยไม่มีต้นทุนทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน ดังนั้นประเทศที่มีปัจจัยการผลิตในสิ่งใดมากก็จะส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่ตนเองมีมากจะเห็นได้ว่าทฤษฎีของเฮคเซอร์-โอห์ลีนทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการพัฒนาการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้นเนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายว่าประเทศควรจะผลิตสินค้าอะไรเพื่อการส่งออกโดยพิจารณาจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศ Balassa (1965) ได้เสนอคำดัชนีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) การที่จะวัดความได้เปรียบทางการค้าอย่างแท้จริงของอุตสาหกรรม

### **ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-base Theory)**

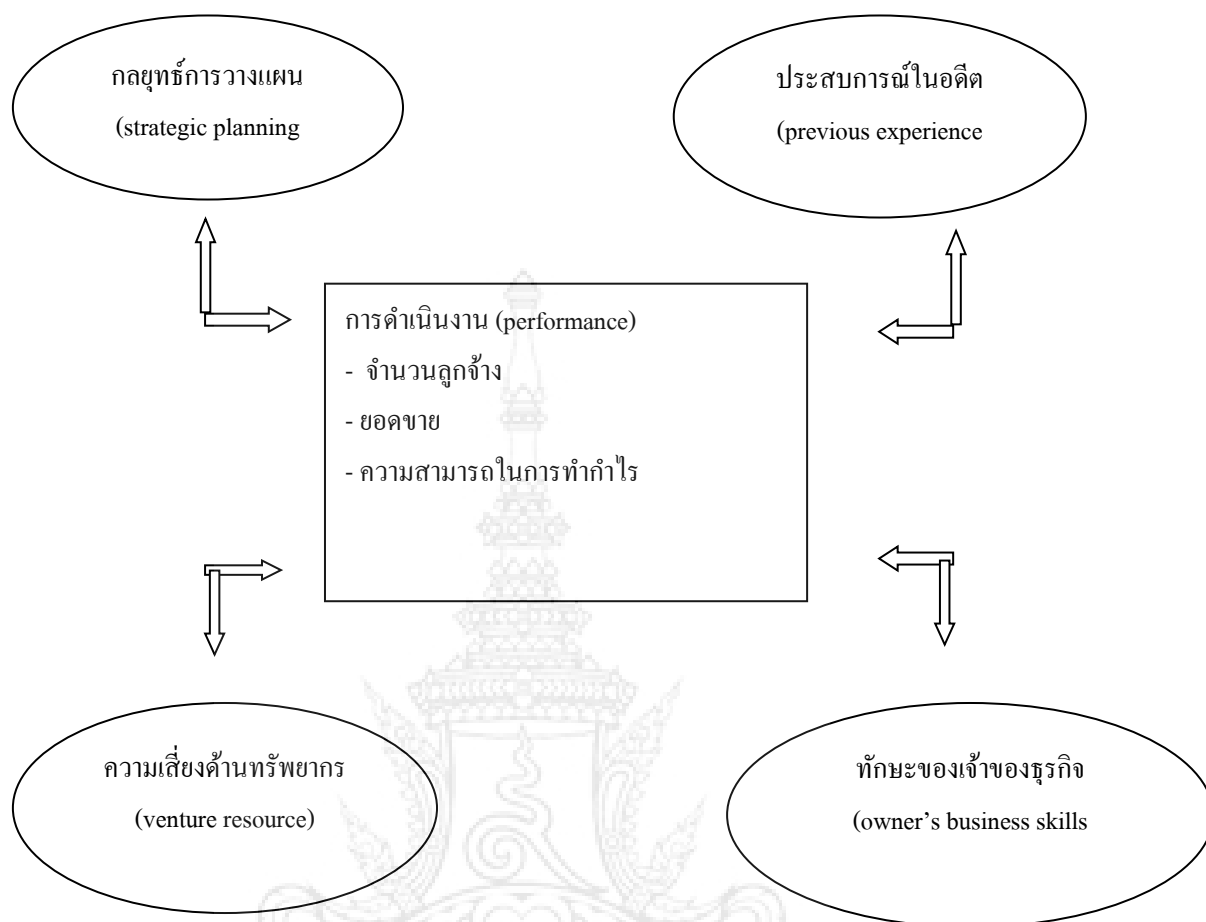
ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรเป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์ล่าสุด ซึ่งเป็นแนวคิดที่เป็นการรวมเข้าด้วยกันของปัจจัยทางการบริหาร โดยนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการดำเนินงานของ



กิจการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ นอกจากนี้ยังเป็นการผสมผสานของธุรกิจหลาย ๆ ฝ่ายที่จะสนับสนุน เพื่อนำมาสร้างเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งเป็นวิธีที่สำคัญของกิจการ

จากการศึกษาของ Conner and Prahalad (1996) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในทฤษฎีทรัพยากรพื้นฐาน พบว่า การใช้ทรัพยากรที่เคลื่อนที่ได้ ได้แก่ ความรู้ด้านเทคโนโลยี การจ้างแรงงานที่มีทักษะ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพของบุคลากร ประสิทธิภาพองค์กร การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ การมีเงินทุน การบริหารเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับประสิทธิผลที่ดี ทำให้สามารถนำองค์กรไปสู่ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการสร้างตราสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานสากล ได้รับการยอมรับจากลูกค้า และกลยุทธ์การวางแผน ความเสี่ยงด้านการนำทรัพยากรมาใช้ ประสิทธิภาพและทักษะของเจ้าของธุรกิจ มีผลต่อจำนวนลูกจ้าง การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขาย และความสามารถในการทำกำไรอันนำไปสู่การสร้างความสำเร็จเติบโตให้กับองค์กร ดังแสดงในภาพ 1





ภาพ 1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรในทฤษฎีทรัพยากรพื้นฐาน

ที่มาจาก Organization Science (p' 477), by K. R. Conner and C.K. Prahalad, 1996, INFORMS Publisher.

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ โดยแนวคิดของทฤษฎีจะทำการพิจารณากลับไปสู่แหล่งที่มาของความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันที่สำคัญ ซึ่งก็คือทรัพยากรขององค์กร โดยองค์กรควรจัดให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่จะมุ่งตอบสนองถึงความเปลี่ยนแปลงในตลาดการค้าและสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในตลาดการค้า รวมถึงมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยแนวคิดนี้จะเป็นการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กร เพื่อใช้สร้างโอกาสและต่อสู้กับอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (Barney, 2002; Dhanaraj & Beamish, 2003)

ทฤษฎีฐานทรัพยากรได้ให้ความหมายทรัพยากรของธุรกิจไว้ว่า หมายถึง สินทรัพย์ทั้งหมดของธุรกิจที่มีไว้เพื่อใช้ในการดำเนินงานและใช้เป็นแหล่งของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ จะเห็นได้ว่าทฤษฎีฐานทรัพยากรมองว่าการที่ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นเกิดจากปัจจัยภายในหรือทรัพยากรของธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยดังกล่าวออกได้เป็นทรัพยากรด้านการเงิน (financial resource) ทรัพยากรทางกายภาพ (physical resource) ทรัพยากรบุคคล (human resource) และความสามารถของธุรกิจ ซึ่งรวมถึงการใช้เทคโนโลยี (Barney, 2002; Dhanaraj & Beamish, 2003; Forsman, 2004) โดยทรัพยากรดังกล่าวของธุรกิจต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ 1) มีคุณค่าต่อองค์กรธุรกิจ 2) มีความแตกต่างจากคู่แข่ง 3) ยากที่จะลอกเลียนแบบได้ และ 4) ไม่สามารถทดแทนด้วยสิ่งอื่นได้ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจนั้นมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และ ความได้เปรียบในการแข่งขันนี้เป็นคุณค่าที่ธุรกิจสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านของต้นทุน และการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า (Porter, 1985)

#### ทรัพยากรทางการเงิน

ทรัพยากรทางการเงิน (financial resource) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ของธุรกิจ ปัญหาหลักของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก คือการขาดแคลนเงินทุนซึ่งเป็นอุปสรรคในการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจ โดยความพร้อมของทรัพยากรทางการเงินนั้น สามารถวัดได้จากความเพียงพอของเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน สภาพคล่องและความสามารถในการกู้ยืมของธุรกิจ (Forsman, 2004)

การมีเงินทุนที่เพียงพอและเหมาะสม หรือมีความสามารถในการจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำและความมั่นคงของแหล่งเงินทุน ทำให้องค์กรนั้น ๆ ไม่ต้องประสบปัญหาเรื่องของสภาพคล่องทางการเงิน และจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งได้ เนื่องจากต้นทุนการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากองค์กรใดมีต้นทุนของเงินทุนสูงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

### ทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคล (human resource) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว เนื่องจากเป็นทรัพยากรที่มีชีวิต มีสติปัญญา ซึ่งสามารถที่จะนำทรัพยากรที่ไม่มีชีวิตมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรได้ จะเห็นได้ว่าการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวนั้น ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของบุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์กรนั้น ซึ่งในองค์กรจะมีบุคลากรที่มาจากแหล่งต่าง ๆ มาอยู่รวมกัน ผู้บริหารจะต้องใช้ความรู้และเทคนิคในการจัดการบุคคลให้ได้

การเพิ่มขีดความสามารถของประเทศในการแข่งขันของประเทศนั้นหลาย ประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพราะเชื่อว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีค่าของธุรกิจ ซึ่งการมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ที่ต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและควรจัดให้มีความสำคัญอันดับต้น ๆ ของการบริหารจัดการ (Kaleka, 2002; Lehner, Bierter, & Charles, 2004; Tolentino, 2003)

### ทรัพยากรทางกายภาพ

ทรัพยากรทางกายภาพ (physical resource) เป็นทรัพยากรที่มีลักษณะทางกายภาพที่ธุรกิจมีไว้เพื่อใช้ในการดำเนินงานก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Barney, 2002; Forsman, 2004) ในยุคที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูง ทำให้ธุรกิจต่างมุ่งปรับตัวเองให้สามารถดำรงอยู่ในสภาวะการแข่งขันสูงได้ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรทางกายภาพมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการประกอบธุรกิจจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ช่วงในการดำเนินงานและอำนวยความสะดวกแก่พนักงานที่ทำหน้าที่นั้น ๆ โดยองค์กรธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมจะเน้นในเรื่องของเครื่องมือและเครื่องจักรที่ช่วยในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้า รวมถึงยังต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การผลิตสินค้ามีประสิทธิภาพ สามารถรองรับการกับการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและทันต่อความต้องการของตลาดในอนาคต

การลงทุนในเทคโนโลยีหรือการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้อย่างต่อเนื่องและเหมาะสมเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต สร้างนวัตกรรม และกระบวนการใหม่ ๆ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Alvarez, 2003; Craig, 1999; Stottinger & Hoizmuller, 2002; Wignaraga, 2002) นอกจากนี้ธุรกิจยังต้องการมีการแข่งขันด้านความเร็วเพื่อทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาดการพัฒนาศักยภาพในทุก ๆ ด้านอย่างต่อเนื่องโดยภาครัฐและเอกชนรวมทั้งกลุ่มของธุรกิจต้องร่วมมือกันอย่างจริงจังที่จะให้การสนับสนุนทั้งด้านเงินทุน การพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากร ในส่วนของธุรกิจเองจะต้องให้ความสำคัญกับการร่วมกันคิด ร่วมกันพัฒนา ร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันในรูปแบบของเครือข่ายธุรกิจ (Bhattacharyya, 2001; foundation, 2002; Porter, 1998a)

จากทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร และแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าว จึงควรนำแนวคิด และทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรมาเป็นกรอบในการศึกษาเพื่อหาข้อสรุปว่าความรู้ด้านเทคโนโลยี การจ้างแรงงานที่มีทักษะ ประสิทธิภาพ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ การมีเงินทุน การสร้างตราสินค้า การมีกลยุทธ์การวางแผน ความเสี่ยงด้านการนำทรัพยากรมาใช้ ประสิทธิภาพและทักษะของผู้บริหาร มีผลต่อยอดขาย และความสามารถในการสร้างกำไรของกลุ่มหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งประเด็นเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาล

จากทฤษฎีต่าง ๆ ทั้ง 6 ทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นที่ผู้วิจัยได้นำมาสู่การกำหนดกรอบแนวความคิดในการศึกษาครั้งนี้เพื่อนำไปสู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งออกของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย

### **ทฤษฎีใหม่ทางการค้า (New Trade Theory)**

Krugman (1980) ได้เสนอทฤษฎีใหม่ทางการค้า โดยมีแนวคิดที่ประเทศใดจะผลิตสินค้าใดหรือไม่ นั่น ไม่ได้มีสาเหตุมาจากความแตกต่างด้านปัจจัยการผลิตเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการมีตลาดรองรับอย่างเพียงพอ และผลิตสินค้าที่ตนมีความชำนาญ (Experience) มีความได้เปรียบเนื่องจากขนาด (Economics of Scale) และมีต้นทุนต่ำ (Low cost) ในขณะเดียวกันก็ซื้อสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ จากประเทศอื่น ๆ การทำ

การค้าตามทฤษฎีนี้ จะทำให้การบริโภคภายในประเทศมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น และมีต้นทุนการบริโภคเฉลี่ยลดลง (Krugman, 1983; Hill, 2001; 2004)

### **ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Model)**

ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ในแนวความคิดนี้ เริ่มต้นจากการที่องค์กรทำการพัฒนาสินค้าใหม่ ซึ่งไม่เพียงแต่สนองความต้องการภายในประเทศ ส่วนเกินของสินค้าจะถูกถ่ายเทในรูปแบบของการส่งออก เพื่อจุดประสงค์ให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขนาด อย่างไรก็ตาม เมื่อสินค้าผ่านพ้นเข้าสู่ช่วงอิ่มตัว เทคโนโลยีการผลิตและการจัดการในสินค้านี้ดังกล่าวก็จะถูกถ่ายเทไปสู่ประเทศที่เคยทำการนำเข้า ดังนั้นในช่วงนี้เริ่มจะมีการผลิตจากประเทศที่เคยนำเข้าเพื่อทดแทนการนำเข้าในสินค้านี้ดังกล่าว (Import substitution) จนถึงจุด ๆ หนึ่งที่มีการผลิตจากประเทศที่เคยนำเข้าเกิดการเรียนรู้และมีประสบการณ์ในการผลิตมากขึ้น จนได้สินค้าที่ได้มาตรฐาน ประเทศที่เคยนำเข้าก็จะทำการส่งออกสินค้านี้ดังกล่าว และเปลี่ยนนโยบายจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ามาเป็นการส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออก (Export promotion) เมื่อถึงจุด ๆ นี้ ประเทศที่เคยส่งออกอาจกลับกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้านี้ดังกล่าวแทน อันเนื่องมาจากการสูญเสียความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบไป

สำหรับทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ Raymond Vernon ได้ทำการพัฒนาทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Product Life Cycle Theory) จากการสังเกตพัฒนาการของชีวิตผลิตภัณฑ์ในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้จำแนกวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ชั้น คือ 1) สินค้าใหม่ (new product) 2) สินค้าที่เติบโตเต็มที่ (maturing product) และ 3) สินค้ามาตรฐาน (standardized product) โดยสรุปว่าช่วงที่เป็นสินค้าใหม่นั้น เกิดจากการคิดค้น วิจัยและพัฒนาของสหรัฐอเมริกา โดยที่สหรัฐอเมริกามีการคิดค้นสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ซึ่งมีรายได้สูงและราคาสินค้าก็ไม่ใช่ว่าปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามความต้องการของตลาดในต่างประเทศของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่มีความสามารถในการซื้อ เช่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ดังนั้นก็จะมีการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มดังกล่าว และเมื่อสินค้าอยู่ในขั้นของการเติบโตเต็มที่และเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานแล้ว ราคาก็จะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

ของผู้บริโภค ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงเป็นเรื่องสำคัญในขั้นนี้ ทำให้ต้องมีการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่มีความได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านทุนและเทคโนโลยีก็ไม่ได้มีความจำเป็นมากนัก โดยจะมีการลอกเลียนแบบกันมาก สำหรับขั้นของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ในช่วงนี้ ดังนั้นการได้เปรียบจะอยู่ที่ประเทศที่มีปัจจัยด้านแรงงานและทรัพยากรธรรมชาติมากนั่นเอง จึงทำให้สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้คิดค้นและส่งออกก่อนเปลี่ยนจากประเทศผู้ส่งออกเป็นประเทศผู้นำเข้าแทน (Vernon, 1966)

### แนวความคิดในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage Concept)

ในปี ค.ศ. 1990 ศาสตราจารย์ Michael E. Porter ได้เสนอแนวคิดเรื่องความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ โดย Porter เชื่อว่าความมั่งคั่งของประเทศในระยะยาวและคุณภาพชีวิตของประชาชนจะถูกกำหนดจากความสามารถในการใช้ทรัพยากรมนุษย์ เงินทุนและทรัพยากรธรรมชาติเพื่อผลิตของประเทศนั้น ๆ โดยมีหลักการที่สำคัญคือ โครงสร้างเศรษฐกิจมหภาคที่ดีและความสามารถในการพัฒนารากฐานการแข่งขันในระดับเศรษฐกิจระดับจุลภาคของประเทศ นอกจากนี้ Porter ยังได้มีการศึกษาโครงสร้างและกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมในหลาย ๆ ประเทศ โดยใช้เวลามากกว่า 10 ปี และได้มีการเสนอแนวคิดที่ได้จากการศึกษาไว้ 3 รูปแบบ คือ

1. กลยุทธ์ในการแข่งขัน (competitive strategy) กล่าวว่า ธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว นั้น จะต้องมีการเรียนรู้ถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมและการวางตำแหน่งของธุรกิจให้อุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้อย่างเหมาะสม โดย Porter ได้เสนอตัวแบบในการวิเคราะห์โครงสร้างและการแข่งขันของธุรกิจไว้ชื่อว่า The Five Force Model ซึ่งประกอบด้วยตัวกำหนดทางการแข่งขัน ดังนี้ 1) การคุกคามของกลุ่มแข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรม 2) การคุกคามจากสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนได้ 3) อำนาจในการต่อรองของผู้ส่งวัตถุดิบ 4) อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อ และ 5) สภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 นี้เป็นตัวกำหนดให้ธุรกิจสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อสร้างความสามารถของธุรกิจในระยะยาว (Porter, 1980)

2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) โดย Porter สรุปหัวใจสำคัญในการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือความได้เปรียบจากการมีต้นทุนที่ต่ำซึ่งการมีต้นทุนที่ต่ำคือความสามารถของธุรกิจในการผลิต การออกแบบสินค้า รวมถึงการทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง ในราคาที่ใกล้เคียงหรือต่ำกว่า ซึ่งจะทำให้ธุรกิจได้รับผลตอบแทนที่มากกว่า และความได้เปรียบจากการสร้างความแตกต่างให้ลูกค้ารับรู้ได้ ซึ่งการสร้างความแตกต่างก็คือความสามารถในการสร้างคุณค่าเฉพาะตัวที่ต้องเหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพและรูปแบบเฉพาะของตัวสินค้า มีการบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า การสร้างความแตกต่างจะทำให้ธุรกิจสามารถกำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้ (Porter, 1985)

3. ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ (competitive advantage of nations) โดย porter ได้กล่าวว่าความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศนั้นจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมภายในประเทศ และได้สรุปปัจจัยหรือตัวกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไว้ในแบบจำลองเพชรพลวัต (dynamic diamond model) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยภายใน 4 ประการ คือ 1) เงื่อนไขด้านปัจจัย 2) กลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขันของอุตสาหกรรม 3) เงื่อนไขด้านความต้องการ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และองค์ประกอบจากภายนอก 2 ประการ คือ นโยบายของภาครัฐและโอกาสจากภายนอก โดย Porter มุ่งเน้นที่ความต้องการอธิบายเหตุผลของความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจในประเทศ โดยกล่าวว่าความสัมพันธ์ของตัวกำหนดดังกล่าวนี้สามารถอธิบายได้ว่าประเทศจะมีความสามารถในการแข่งขันได้หรือไม่ อย่างไร (Porter, 1998b) ความสามารถในการแข่งขัน

พัฒนาการของแนวคิดความสามารถในการแข่งขัน จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในระดับประเทศ ระดับอุตสาหกรรม พบว่ามีนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ศึกษาเรื่องนี้โดยมีพัฒนาการของแนวคิดมาเป็นลำดับและมีมุมมองที่มีความหลากหลายในเรื่องที่เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ดังที่สถาบันด้านการบริหารจัดการ International Institute for Management Development (2003)



ได้สรุปไว้ดังนี้ คือความสามารถในการแข่งขันมีสาเหตุมาจากปัจจัยการผลิต 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านที่ดิน ปัจจัยด้านทุน ปัจจัยทรัพยากรธรรมชาติ และปัจจัยด้านแรงงาน ซึ่ง Ricardo ได้กล่าวไว้ว่าความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ Marx ได้สรุปว่าบทบาทของผู้ดำเนินธุรกิจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ Solow ได้มีมุมมองที่แตกต่างออกไปเพิ่มเติมด้านการศึกษานวัตกรรมทางเทคโนโลยี และการเพิ่มองค์ความรู้พิเศษ ส่วน Sloan และ Drucker ได้เน้นในเรื่องการบริหารจัดการองค์กร ในขณะที่ Negroponte ได้เพิ่มเติมปัจจัยที่กล่าวถึงองค์ความรู้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญของความสามารถในการแข่งขัน สำหรับ Porter ได้เสนอ โมเดลเพชร (Diamond Model) เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขันมีแนวคิดทั้งระดับประเทศและระดับระหว่างประเทศ ซึ่งในระดับประเทศนั้นเป็นความสามารถที่เกิดจากองค์กรภายในประเทศในการแข่งขันกับคู่แข่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันไว้ได้ สำหรับความสามารถในการแข่งขันในระดับระหว่างประเทศนั้นผู้บริหารจะต้องมีความสามารถที่เพิ่มเติมขึ้น เนื่องด้วยเป็นการแข่งขันจากอุตสาหกรรมเดียวกันที่มาจากความหลากหลายในทุก ๆ ด้าน ซึ่งความสามารถในการแข่งขันนี้จำเป็นต้องมีการพัฒนามาจากความพร้อมของทรัพยากรภายในองค์กร อาทิ ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรเงิน เทคโนโลยี และอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่า

### ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน

คำว่าความได้เปรียบในความหมายของ (Forsman, 2004, p. 17; Hu, 1995, p. 74; Kay, 1993, p. 17) ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (competitive advantage) คือการที่องค์กรหนึ่งมีความได้เปรียบเหนือองค์กรอื่น ๆ ในตลาดใดตลาดหนึ่ง หรืออุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่ง (Hu, 1995, p. 74) องค์กรหนึ่งอาจมีความได้เปรียบในหลาย ๆ ด้าน เช่น มีระบบการผลิตที่เหนือกว่า มีการบริการที่เหนือกว่า มีต้นทุนด้านเงินเดือนค่าจ้างที่ต่ำกว่า ความได้เปรียบที่สำคัญ คือการที่ลูกค้าให้ความสำคัญว่ามีคุณค่า (Coyne, 1986, p. 54) ซึ่งอาจสรุปได้ว่าสถานะของความได้เปรียบ คือ ความสามารถในการสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าหรือบริการที่มีลักษณะที่มีความเฉพาะอย่างที่ไม่มีการเหมือน หรือไม่เหมือนใครด้วยต้นทุนที่ต่ำ

กว่าคู่แข่งอื่น (Porter, 1985, pp. 11-14) หรือทั้งสองประการ (Fahy & Smithee, 1999, p.4) ในตลาดใดตลาดหนึ่ง อาจมีจำนวนองค์กรมากกว่า 1-2 องค์กรที่มีสถานะของความได้เปรียบ เช่น องค์กรหนึ่งมีความได้เปรียบขององค์กรที่สอง มีความได้เปรียบขององค์กรที่สาม หรือสี่ หรือมากกว่านั้น (Hu, 1995, pp. 74-75) แสดงให้เห็นว่า ระหว่างองค์กรที่หนึ่ง กับองค์กรที่สอง อยู่ในสถานะของความได้เปรียบทั้งสององค์กร แต่มีระดับการได้เปรียบที่มีความแตกต่างกัน

ความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) เป็นลักษณะที่มีการเปรียบเทียบกันระหว่างองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งอาจจะเปรียบเทียบจากปัจจัยหลายประการ เช่น ปัจจัยด้านขนาดของทุน ขนาดของทรัพยากรบุคคล ความรู้ความสามารถ เทคโนโลยีการผลิต การบริการ หรืออื่น ๆ อีกมากรวมทั้งผลประโยชน์ที่อาจหมายถึง จำนวนลูกค้า ขนาดของส่วนแบ่งทางการตลาด และความสามารถขององค์กรที่มีความเหนือกว่าในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลาย ๆ ด้านรวมกันระหว่างธุรกิจที่อยู่ภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน และหมายความถึงความมั่นคงยั่งยืนของการดำรงธุรกิจในระยะยาวตลอดไป (Barney, 1991, p. 103; McGrath, MacMillan, & Venkataraman, 1995, pp. 252-253) หากองค์กรใดสามารถบรรลุสถานะที่อยู่ในสภาพที่มีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งอื่นในเชิงกลยุทธ์ในกลุ่มอุตสาหกรรมได้อย่างยั่งยืน จะทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีความเป็นเลิศ (Fahy & Smithee, 1999, p.2) ได้เปรียบเหนือองค์กรที่ 3 (Hu, 1995, pp. 74-75) นั้นแสดงว่า ทั้งองค์กรที่ 1 และองค์กรที่ 2 อยู่ในสถานะของความได้เปรียบทั้ง 2 องค์กร แต่มีระดับของความได้เปรียบที่แตกต่างกัน ส่วนความได้เปรียบในเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน (sustainable competitive advantage) นั้น คำนี้ปรากฏแพร่หลายในปี 1985 เมื่อ Porter ได้กล่าวถึงกลยุทธ์พื้นฐานในการแข่งขันที่องค์กรใช้เพื่อบรรลุถึงความได้เปรียบในเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน (Cheng & Yeh, 2007, p.6)

เมื่อกล่าวถึง ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) เป็นการเปรียบเทียบความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งกับองค์กรอื่นๆ ในการสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ หรือผลตอบแทนจากการดำเนินงาน (International Institute for Management Development, 2003) องค์กรที่มีความสามารถในการแข่งขัน คือองค์กรที่มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าองค์กรอื่นๆ (Bharadwaj, Varadarajan, & Fahy 1993, p. 96) ส่วนความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (sustainable competitiveness) หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่มีอยู่

เหนือองค์กรคู่แข่ง และสามารถคงความเหนือกว่านั้นไว้ได้ในระยะยาว (Almor & Hashai, 2004, p.482) ความยั่งยืนนี้ไม่มีกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนว่าเป็นระยะเวลานานเท่าใด อีกทั้งไม่ได้หมายความว่า จะยั่งยืนตลอดไป (Barney, 1991, p. 103; McGrath, MacMillan, & Venkataraman, 1995, pp. 252-253) หากองค์กรใดสามารถบรรลุสถานะของความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน หรือมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ จะทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ (Fahy & Smithee, 1999, p. 2)

### ความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศและระดับองค์กร

หากพิจารณาความหมายของความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ จะพิจารณาถึงความสามารถของประเทศ ในการผลิตสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาดโลก และทำให้ประชาชนในประเทศมีมาตรฐานการครองชีพที่ดีและเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน (Organization for Economic Co-operation and Economic Development as cite in Emery, Ellis, & Montri Chulavatnatol, 2005, p.39) มีผลตอบแทนคุ้มค่ากับทรัพยากรที่ใช้ไป (Porter, 1998, p. 76)

เมื่อพิจารณาความหมายของความสามารถในการแข่งขันในระดับองค์กรและอุตสาหกรรม จะหมายถึง ความสามารถขององค์กรหรืออุตสาหกรรมที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในต่างประเทศ (International Institute for Management Development, 2003) โดยสามารถผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดในระดับนานาชาติได้ที่ต้นทุนที่ต่ำกว่าหรือความสามารถในการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์มากกว่า หรือคุณภาพที่เหนือผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (International Institute for Management Development, 2003; National Competitiveness Council, 1998; Quick MBA, 2005) นั่นคือผลิตภาพ ประสิทธิภาพ และความสามารถในการทำกำไร (National Competitiveness Council, 1998) ซึ่งก็คือ การมีผลประกอบการที่มีกำไรในระยะยาว (International Institute for Management Development, 2003) หรือพิจารณาความสามารถขององค์กร ในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดขณะที่คงผลกำไรไว้ได้ หรือเพิ่มผลกำไรขณะที่คงส่วนแบ่งทางการตลาดไว้ได้ ซึ่งความสามารถนี้ คือ ศักยภาพขององค์กร หรือความสามารถในการแข่งขันนั่นเอง (Cooper, 2005) ความสามารถ

ในการแข่งขันนี้นำไปสู่ผลการดำเนินการที่เหนือกว่า ซึ่งวัดโดยส่วนแบ่งทางการตลาดและความสามารถในการทำกำไร (Bharadwaj et al., 1993, pp. 87, 96) และเกณฑ์อื่น ๆ

### เกณฑ์การวัดความสามารถในการแข่งขัน

หากพิจารณาจากความหมายข้างต้นจะพบว่า ความสามารถในการแข่งขันของประเทศจะใช้มาตรฐานการครองชีพ (Organization for Economic Co-operation and Economic Development as cite in Emery, Ellis, & Montri Chulavatnatol, 2005, p. 39) การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความคุ้มค่าของทรัพยากรที่ใช้ไป เป็นเกณฑ์ในการวัด (Cockburn, Siggel, Coulibaly, & Vezina, 1998; Porter, 1998, pp. 159-161) ส่วนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรจะใช้เกณฑ์การวัดดังนี้

1. ผลกำไร (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545ข, 2545ค; Cooper, 2005)
2. กำไรในระยะยาว (International Institute for Management Development, 2003)
3. ความสามารถในการทำกำไร (Bharadwaj et al., 1993, p. 87; Hannula, 2002, p. 58; National Competitiveness Council, 1998)
4. ส่วนแบ่งทางการตลาด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545ก, 2545ค; Bharadwaj et al., 1993, p. 87; Cockburn et al., 1998; Cooper, 2005)
5. ความได้เปรียบด้านต้นทุนหรือราคา (Cockburn et al., 1998)
6. ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Bharadwaj et al., 1993, p. 85; Hannula, 2002, p. 58; National Competitiveness Council, 1998)
7. ผลิตภาพ (Hannula, 2002, p. 58; National Competitiveness Council, 1998, p.6)

การวัดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรโดยใช้ผลิตภาพ (productivity) ตามแนวคิดของ Porter นั้น เป็นการวัดความสามารถขององค์กรในการบรรลุผลิตภาพในระดับสูงและผลิตภาพที่เพิ่มขึ้น (Bernolak, 1997, p. 204) ซึ่ง Hannula (2002, p. 59) ได้ให้ความหมายว่า ผลิตภาพ เป็นความสำคัญระหว่างผลผลิต (outputs) ซึ่งอาจเป็นสินค้าหรือบริการ ที่ได้จาก

ระบบการทำงานขององค์กรกับสิ่งที่ใช้ไป (inputs) เพื่อให้ได้ผลผลิตนั้น ๆ ออกมาหรือ ผลิตภาพ หมายถึง ความสามารถในการผลิตโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ถ้าสามารถผลิตได้ปริมาณมากกว่า ดิกว่าเดิมโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม แสดงว่ามีผลิตภาพดีขึ้น หรือหากผลิตสินค้าได้เท่าเดิมแต่ใช้ทรัพยากรน้อยลง ก็แสดงว่ามีผลิตภาพดีขึ้นเช่นกัน (Bernolak, 1997, p. 204) จะเห็นว่าผลิตภาพเป็นความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรที่ใช้ไปในกระบวนการผลิตหรือระบบการทำงานกับผลที่ได้ออกมา กระบวนการผลิตหรือระบบทำงานนั้น เป็นความสามารถขององค์กรในการเปลี่ยนทรัพยากรให้เกิดเป็นผลผลิต แต่อาจมีการเพิ่มขึ้นบางประเภทที่ไม่ได้เกิดจากความสามารถขององค์กรที่เพิ่มขึ้น เช่น ยอดขายที่เพิ่มขึ้นอันเป็นผลมาจากภาวะเงินเฟ้อหรืออัตราแลกเปลี่ยน การเพิ่มขึ้นนี้ไม่ถือว่าองค์กรมีผลิตภาพดีขึ้น เพราะการเพิ่มขึ้นจากปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้มาจากความสามารถขององค์กรที่เพิ่มขึ้น (Bernolak, 1997, p. 204)

การวัดผลิตภาพและความสามารถในการทำกำไรนี้ มีประโยชน์มากในระดับองค์กร เพราะจะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริหารปรับปรุงผลิตภาพ และความสามารถในการทำกำไรขององค์กร ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ (Bernolak, 1997, p. 206)

Forsman (2000, p.6) ได้กล่าวถึง ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรว่า องค์กรที่มีความสามารถในการแข่งขัน คือ องค์กรที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งด้วบงชี้ความสำเร็จขององค์กร ก็คือผลการดำเนินงาน ซึ่ง Ondategui-Parra, Bhagwat, Gill Nathanson, Seltzer and Ros (2004, p. 559) และ Price (1997, p. 329) ได้ให้ความหมายผลการดำเนินงานขององค์กรว่าหมายถึง ผลที่เกิดจากกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ ซึ่งสามารถประเมินเปรียบเทียบกับเป้าหมาย มาตรฐาน ผลการดำเนินงานในอดีตหรือเปรียบเทียบกับองค์กรอื่น ๆ ได้ การวัดผลการดำเนินงาน มีหลากหลายมิติ (Morgan, Vorhies, & Schlegelmilch, 2006, p. 623) ซึ่งได้แก่เกณฑ์การวัดดังต่อไปนี้ คือ

1. เกณฑ์ด้านการเงิน ได้แก่ ผลกำไร ผลตอบแทนการลงทุน การวิเคราะห์มูลค่าของผู้ถือหุ้น (Doyle & Wong, 1998, p. 520) กระแสเงินสด ราคาหุ้น (Castanias & Helfat, 2001, p. 668)

2. เกณฑ์ด้านการตลาด ได้แก่ ส่วนแบ่งทางการตลาด การเติบโตของยอดขาย ( Dess & Robinson, 1984, p.265; Doyle & Wong, 1998, pp. 517-518; McDougall & Oviatt, 1996, p. 30; Pussadee Polsaram, 1998, p. 53; Zou, Taylor,& Osland,1998, p. 43)

3. เกณฑ์ด้านอื่น ๆ ได้แก่ ผลិតภาพ ความพอใจของลูกค้า (Ondategui-Parra et al., 2004, p. 559)ประสิทธิผล คือ การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Morgan et al., 2006, p.623) และการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งประเมินโดยผู้บริหาร (Doyle & Wong, 1998, p. 520;Pussadee Polsaram, 1998, p. 54)

จะเห็นว่า ในการวัดความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานนั้นใช้เกณฑ์ในการวัดที่คล้ายคลึงกัน เช่น เกณฑ์ด้านการเงิน ได้แก่ ผลกำไร ความสามารถในการทำกำไร เกณฑ์ด้านการตลาด ได้แก่ ยอดขาย ส่วนแบ่งทางการตลาด และเกณฑ์ด้านอื่น ๆ เช่น ผลิตภาพ เป็นต้น

### ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขัน

ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร มีแนวความคิดในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันที่หลากหลาย เช่น แนวความคิดในการพิจารณาเรื่อง จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กร (Wernerfelt, 1984, p. 172)แนวความคิดนี้นำไปสู่แนวความคิดการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)ซึ่งเป็นการแยกระหว่างปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นพื้นฐานของแนวความคิดกลยุทธ์ในการแข่งขันยุคใหม่ (Forsman, 2004, p. 21)หากใช้แนวความคิดการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคเป็นพื้นฐานแล้ว กลยุทธ์ในการแข่งขันก็คือ การจับคู่ระหว่าง (1) ทรัพยากรและความสามารถขององค์กร (2) โอกาสและความเสี่ยงที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก (Forsman, 2004, p. 21)กลยุทธ์การแข่งขันที่ดีจะต้องเป็นการผสมผสานระหว่างปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกที่เหมาะสม (Forsman, 2004, p.19) Hofer and Schendel (1978, pp. 25-26) ได้ให้ความหมาย กลยุทธ์ขององค์กรว่า หมายถึง วิธีการใช้ทรัพยากรและสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกันในการทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย จะเห็นว่ากลยุทธ์การแข่งขันพิจารณาเรื่องทรัพยากร และความสามารถ ขององค์กรที่เป็นปัจจัยภายใน และปัจจัยหรือ

สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based theory) อันเป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในขององค์กร คือ ทรัพยากรและความสามารถขององค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความสามารถในการ แข่งขัน รวมทั้งศึกษาบทบาทของภาครัฐอันเป็นปัจจัยภายนอก ซึ่งมีผลในการส่งเสริม ความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ รวมทั้งศึกษาแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ค้างนี้

### **ทฤษฎีการจัดสรรปันส่วนของปัจจัยการผลิต (Factor Proportion)**

เนื่องจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ของอดัม สมิท และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของเดวิด ริคาร์โด เป็น ทฤษฎีที่กล่าวถึงประเทศควรเลือกผลิตสินค้าที่มีความชำนาญและได้เปรียบด้านทรัพยากร แต่ ต่อมาได้มีนักเศรษฐศาสตร์ ชาวสวีเดน 2 คน คือ Eli Heckscher และ Bertil Ohlin ได้สร้าง ทฤษฎีการจัดสรรปันส่วน เป็นทฤษฎีที่ได้อธิบายถึงความแตกต่างของการใช้ปัจจัยการผลิต 3 อย่างๆ ได้แก่ แรงงาน ที่ดิน และทุน

Heckscher ได้ให้ข้อเสนอไว้ว่า เมื่อแต่ละประเทศมีทรัพยากร หรือปัจจัยการผลิต ได้แก่ แรงงาน ที่ดิน และทุน โดยเปรียบเทียบในปริมาณที่แตกต่างกันแล้ว ต้นทุนการผลิต สินค้าแต่ละชนิดก็ย่อมแตกต่างกัน จึงทำให้ต้นทุนการผลิต โดยเปรียบเทียบแตกต่างกันด้วย เช่น ถ้าแรงงานในประเทศมีปริมาณมาก เมื่อเทียบกับปริมาณที่ดิน และทุนแล้ว ทำให้ต้นทุน ของแรงงานในประเทศนั้นต่ำ และถ้าประเทศใดขาดแคลนแรงงาน ต้นทุนของค่าแรงงานใน ประเทศนั้นก็สูงเมื่อเปรียบเทียบกับเงินทุนและที่ดิน การเปรียบเทียบต้นทุนในด้านปัจจัย การผลิต จะทำให้แต่ละประเทศผลิตสินค้าและส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตมีจำนวนมาก ในประเทศของตน และสามารถผลิตได้ในราคาที่ถูกลงกว่า

สัดส่วนในการผลิตที่กล่าวถึงในเรื่องปัจจัยการผลิต ได้แก่

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ดินกับปัจจัยแรงงาน (Land-Labor relationship)
2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงานและปัจจัยทุน (Land-capital relationship)
3. ความสลับซับซ้อนของเทคโนโลยี (Technological complex)

### ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ดินกับปัจจัยแรงงาน (Land-Labor relationship)

จากพื้นฐานของทฤษฎีการจัดสรรปันส่วน จะเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนระหว่างประเทศศรีลังกากับประเทศฮ่องกง ซึ่งทั้ง 2 ประเทศมีความได้เปรียบเกี่ยวกับปัจจัยการผลิตแตกต่างกัน ประเทศฮ่องกง เป็นประเทศที่มีพื้นที่น้อย ที่ดินมีราคาแพงมาก จึงไม่สามารถผลิตสินค้าที่ต้องใช้พื้นที่มาก เช่น สินค้าทางการเกษตร แต่ฮ่องกงมีความสามารถในการผลิตสินค้าประเภทเสื้อผ้า โดยอาศัยแรงงานของแม่บ้าน ที่นำไปตัดเย็บที่บ้านของตนเองและเป็นประเทศที่ไม่เหมาะในการผลิตสินค้าที่ใช้พื้นที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม เช่น การผลิตรถยนต์ เป็นต้น ส่วนศรีลังกา มีความได้เปรียบในด้านมีแรงงานประเภทกึ่งชำนาญ (Semi Skilled) จึงถนัดในด้านผลิตสินค้าเกษตรกรรม เช่น ปลูกชา ซึ่งต้องใช้พื้นที่มาก

### ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงงานและปัจจัยทุน (Labor-capital relationship)

เป็นการเปรียบเทียบความสามารถระหว่างปัจจัยทุนกับปัจจัยแรงงาน คือ ถ้าประเทศใดมีปัจจัยแรงงานมาก เมื่อเทียบกับปัจจัยทุน อัตราค่าแรงงานจะถูกกว่าประเทศนั้นก็ควรผลิตสินค้าประเภทแรงงานส่งออก โดยใช้แรงงาน และในทางกลับกัน ถ้าประเทศใดขาดแคลนแรงงาน แต่มีทุนมาก ก็ควรผลิตสินค้าประเภททุนส่งออกสินค้าไปขาย และซื้อสินค้าประเภทแรงงานเข้ามา

แต่อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทุนกับปัจจัยแรงงาน ไม่ได้เป็นไปตามทฤษฎี Factor Proportion เสมอไป ยังมีแนวคิดของ Leontief Paradox ที่ค้นพบว่าประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ควรผลิตสินค้าประเภทอุตสาหกรรม และส่งออก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีปัจจัยทุนเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับปัจจัยแรงงาน แต่ปรากฏว่าสินค้าส่งออกของสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่เป็นประเภทแรงงานมากกว่าสินค้าประเภททุน ซึ่งก่อให้เกิดความขัดแย้งกับทฤษฎี Factor Proportion



### ความสลับซับซ้อนของเทคโนโลยี (Technological complex)

การวิเคราะห์การจัดสรรปัจจัยการผลิต จะมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น เมื่อผลิตภัณฑ์เหมือนกัน อาจจะใช้วิธีการผลิตที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น เรื่องแรงงานและทุนของประเทศแคนาดา มีการผลิตสินค้าโดยอาศัยปัจจัยการผลิตด้านทุนเป็นหลัก เนื่องจากเครื่องจักรมีราคาถูกกว่าค่าจ้างแรงงานและในทางตรงกันข้าม ประเทศอินเดียผลิตข้าวสาลีใช้เครื่องจักรจำนวนน้อยกว่า แต่มีการใช้แรงงาน ซึ่งมีราคาถูกกว่า แต่การจะเปรียบเทียบจากต้นทุนปัจจัยการผลิตว่าประเทศใดผลิตสินค้าได้ถูกกว่า เป็นเรื่องค่อนข้างยาก เพราะสินค้าชนิดเดียวกันขึ้นอยู่กับวิธีการผลิต สินค้าชนิดเดียวกันอาจใช้วิธีมากกว่า 1 วิธี

### คุณลักษณะของทรัพยากรที่เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความสามารในการแข่งขัน

ความมีคุณค่าของทรัพยากร คือ คุณลักษณะของทรัพยากรที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างคุณค่า และนำเสนอคุณค่านั้นสู่ลูกค้า (Fahy & Smithee, 1999, p. 5) หรือคุณลักษณะของทรัพยากร ที่ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล นั่นคือ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ หรืออีกนัยหนึ่งความมีคุณค่าของทรัพยากรพิจารณาจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้น ในการกำหนดกลยุทธ์ และนำกลยุทธ์นั้นสู่การปฏิบัติ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ในการดำเนินงานขององค์กร (Barney, 1001, p. 106)

ความหายากของทรัพยากร คุณลักษณะนี้ทำให้ทรัพยากรเป็นสิ่งที่หาได้ยาก คือ ทรัพยากรที่โดยทั่วไปแล้วองค์กรอื่น ๆ ไม่มี (Priem & Butler, 2001, p. 25) ตัวอย่างทรัพยากรที่หายาก เช่น ความลับทางการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เทคโนโลยี (Tsang, 1998, p. 210) ความหายากของทรัพยากร พิจารณาจากจำนวนองค์กรที่ครอบครองทรัพยากรนั้น เพราะหากองค์กรอื่น ๆ ทั้งที่เป็นคู่แข่งในปัจจุบัน หรือจะเป็นคู่แข่งในอนาคตสามารถครอบครองทรัพยากรชนิดนี้ได้ จะไม่ถือว่าทรัพยากรชนิดนี้หายาก เมื่อทรัพยากรไม่มีคุณลักษณะของความหายาก แม้จะเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า ทรัพยากรนั้นจะไม่เป็นที่มาของความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เพราะทุกองค์กรที่ครอบครอง สามารถใช้ทรัพยากรชนิดนี้ในการดำเนินกลยุทธ์

อย่างเดียวกัน เพราะองค์กรมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเมื่อดำเนินกลยุทธ์ที่แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ (Barney, 1991, p. 106)

แต่อย่างไรก็ตาม องค์กรที่สามารถอยู่รอดได้อย่างน้อยต้องมีทรัพยากรที่มีคุณค่าหากองค์กรครอบครองทรัพยากรที่มีคุณค่า และเป็นทรัพยากรที่มีความพิเศษเฉพาะตัวทรัพยากรนี้สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้แก่องค์กร หรือหากจำนวนองค์กรที่ครอบครองทรัพยากรที่มีคุณค่านี้น้อยกว่าจำนวนองค์กรที่ต้องการ ทรัพยากรนี้สามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันได้เช่นกัน (Hirshleifer as cited in Barney, 1991, p. 107)

ทรัพยากรที่มีคุณลักษณะของความมีคุณค่า และความหายากจะเป็นที่มาของความได้เปรียบในเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ ก็ต่อเมื่อไม่มีองค์กรอื่นใด สามารถหาทรัพยากรนี้มาครอบครองได้ ซึ่งตามแนวความคิดของ Lippman & Rumelt (1982) และ Barney (1986b) เรียกว่า การลอกเลียนแบบไม่ได้

การลอกเลียนแบบไม่ได้ คือ คุณลักษณะของทรัพยากร ที่ทำให้องค์กรอื่น ๆ หรือองค์กรคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ หรือสร้างขึ้นใหม่ (Priem & Butler, 2001, p. 25) หรือต้องใช้ต้นทุนสูงมากในการลอกเลียนแบบ (Zhuang & Lederer, 2006, p. 252) หรือ การที่คู่แข่งไม่สามารถจำลองทรัพยากรมีและใช้อยู่ (Lippman & Rumelt, 1982, p. 429; Morgan et al., 2006, p. 623) หากทรัพยากรมีความเป็นเอกลักษณ์และมีความซับซ้อน ทรัพยากรนั้นจะไม่ถูกลอกเลียนแบบอย่างสมบูรณ์ (Barney, 1991, p. 107-111; Dierickx & Cool, 1989, pp. 1504, 1509-1510; Lippman & Rumelt, 1982, p. 429)

การที่คู่แข่งไม่สามารถจำลอง หรือลอกเลียนแบบทรัพยากรที่องค์กรครอบครองเป็นการลดทอนความสามารถของคู่แข่ง ในการบรรลุถึงตำแหน่งของความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (Morgan et al., 2006, p. 623) การที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ อาจมาจากการที่คู่แข่งไม่มีข้อมูล อีกทั้งไม่ทราบอย่างแน่ชัดว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ จึงทำให้คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้อย่างสมบูรณ์

ทรัพยากรใดที่มีคุณลักษณะของความมีคุณค่า และเป็นทรัพยากรที่หาได้ยาก ไม่มีอยู่ทั่วไปล้วน เป็นทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันให้แก่องค์กร ทรัพยากรที่มีคุณค่า จะไม่สามารถทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในเชิงแข่งขันได้ หากมีองค์กรอื่น ๆ อีก

มากมายที่ครอบครองทรัพยากรชนิดนี้ เช่นเดียวกับการที่องค์กรอื่น ๆ สามารถลอกเลียนแบบทรัพยากรที่มีคุณค่า หรือทรัพยากรที่หายากได้ ทรัพยากรนั้น ๆ ก็จะไม่สามารถทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (Barney,1991,pp. 105-107) ฉะนั้นการครอบครองทรัพยากรที่มีคุณลักษณะที่ลอกเลียนแบบไม่ได้ จึงทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (Godfrey & Hill, 1995, p. 37)

ทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้ คือ การที่คู่แข่งไม่สามารถหาทรัพยากรประเภทใด ๆ มาใช้ทดแทนทรัพยากรประเภทที่องค์กรใช้อยู่ (Dierickx&Cool,1989,pp. 1505) ซึ่งทำให้คู่แข่งไม่สามารถใช้กลยุทธ์อย่างเดียวกันกับที่องค์กรใช้ (Barney,1991, p. 106)

ทรัพยากรที่มีคุณลักษณะที่ไม่สามารถทดแทนได้ คือ ทรัพยากรที่ไม่สามารถใช้ทรัพยากรประเภทใด ๆ หรือชนิดใดมาทดแทนในหน้าที่ ที่ใช้ทรัพยากรนั้น ๆ อยู่ (Priem & Butler,2001, p. 25)นี้ หากองค์กรครอบครองทรัพยากรที่มีคุณลักษณะที่ไม่สามารถทดแทนได้จะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (Barney,1991, pp.109, 111)

การทดแทนไม่ได้ พิจารณาได้จากการหาทรัพยากรที่เหมือนกัน มาทดแทนไม่ได้หรือลอกเลียนแบบไม่ได้ได้อย่างสมบูรณ์ หรือหาทรัพยากรที่มีความคล้ายคลึงกัน และสามารถนำมาใช้ในการดำเนินกลยุทธ์อย่างเดียวกันไม่ได้ นั่นคือ ทรัพยากรนั้นมีคุณลักษณะของการทดแทนไม่ได้ แต่บางองค์กรอาจสร้างทรัพยากรที่มีความเท่าเทียมกันในเชิงกลยุทธ์ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินกลยุทธ์อย่างเดียวกัน (Barney 1991, pp. 111-112)ตัวอย่างทรัพยากรที่มีความเท่าเทียมกันในเชิงกลยุทธ์ เช่น ความรู้ และ ประสบการณ์ของคณะผู้บริหาร ซึ่งเป็นทรัพยากรมนุษย์ ที่มีความสำคัญขององค์กรที่มีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน เป็นทรัพยากรที่องค์กรอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้อย่างสมบูรณ์ แต่อาจพัฒนาผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถขึ้นมา เพื่อดำเนินกลยุทธ์อย่างเดียวกัน ซึ่งคณะผู้บริหารของทั้ง 2 องค์กร มีความแตกต่างกันทั้งในด้านตัวบุคคลและวิธีการทำงาน แต่เมื่อสามารถดำเนินกลยุทธ์อย่างเดียวกันไม่ได้ นั่นหมายถึง เป็นทรัพยากรที่มีความเท่าเทียมกันในเชิงกลยุทธ์ (Barney,1991, pp.111) เมื่อเป็นดังนี้ทรัพยากรมนุษย์จึงไม่เป็นที่มาของความได้เปรียบในเชิงแข่งขันอีกต่อไป แม้ว่าทรัพยากรมนุษย์จะมีคุณลักษณะของควมมีคุณค่า ความหายาก และ

ลอกเลียนแบบไม่ได้ก็ตาม ฉะนั้นทรัพยากรที่มีคุณลักษณะทดแทนได้ในเชิงกลยุทธ์ จึงไม่เป็นที่มาของความได้เปรียบในเชิงแข่งขันขององค์กร

ทรัพยากรที่มีลักษณะของควมมีคุณค่า ความหายาก การลอกเลียนแบบไม่ได้ อย่างสมบูรณ์ และการทดแทนไม่ได้ ถือเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ ที่ทำให้องค์กรคงความสามารถในเชิงแข่งขันได้อย่างยั่งยืนได้ (Barney, 1991, pp. 105-112; Mahoney & Pandian, 1992, pp. 371-373)

Dess and Lumpkin (2003, p. 90) ได้สรุปแนวคิดของ Barney (1991) โดยนำคุณลักษณะทั้ง 4 ประการดังกล่าวข้างต้น มาใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการวัดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยหากองค์กรใดครอบครองทรัพยากรที่ไม่มีคุณลักษณะของควมมีคุณค่า ความหายาก การลอกเลียนแบบไม่ได้ และการทดแทนไม่ได้ องค์กรนั้นจะมีความเสียเปรียบในเชิงแข่งขัน ในทางตรงกันข้าม หากองค์กรใดครอบครองทรัพยากรที่มีคุณลักษณะครบทั้ง 4 ประการดังกล่าว องค์กรนั้นจะมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน

### สรุปทฤษฎีการค้า

(รัตนสายคณิต และพุทธกาล รัชช) (2549) ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ (รัตนสายคณิต และพุทธกาล รัชช) (2549) 1) ในช่วงปี 2043-2318 ได้มีลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism) มีความเชื่อว่าความมั่นคงของประเทศชาติขึ้นอยู่กับความสามารถในการสะสมโลหะที่มีค่าได้แก่ ทองคำ และเงิน เพราะโลหะมีที่ค่าสามารถนำไปใช้แลกเปลี่ยนสิ่งของกับประเทศอื่นได้ ดังนั้นจึงส่งผลให้มีการสำรวจเส้นทางเดินเรือไปยังดินแดนใหม่ การล่าอาณานิคมเพื่อแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ แรงงาน และตลาด นอกจากนี้แล้วยังมีการอุดหนุนการส่งออกและการกีดกันการนำเข้า 2) ในช่วงปี 2319 ถึงปัจจุบัน ได้มีแนวคิดจากนักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก (Classical Economist) มีความเชื่อแย้งกับความเชื่อของลัทธิพาณิชย์นิยมว่าความมั่งคั่งของประเทศชาติขึ้นอยู่กับปริมาณและความเติบโตของปัจจัยการผลิต ส่วนโลหะมีค่าเป็นเพียงเครื่องมือการแลกเปลี่ยนเท่านั้นซึ่งแนวคิดนี้สามารถอธิบายโดยทฤษฎี ดังนี้ (1) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ของอาดัม สมิทท์ ในปี 2319 หมายถึงการใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยกว่าประเทศอื่นในการผลิตสินค้าที่มีจำนวนที่เท่ากัน (2) ทฤษฎีความ

ได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของ เดวิด ริคาร์โด ในปี พ.ศ. 2360 หมายถึง การมีต้นทุนค่าเสียโอกาสต่ำกว่าประเทศอื่นในการผลิตสินค้าที่มีจำนวนที่เท่ากัน (3) ทฤษฎีสภาพปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในประเทศ (Factor Endowment Theory) ของ อีลิเฮค เซอร์ ในปี 2462 และ เบอร์ทิล โอห์ลิน ในปี 2476 หมายถึงความได้เปรียบในการผลิตเกิดจากความแตกต่างของปัจจัยการผลิตที่มีในประเทศ (4) ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Product Life Cycle Theory) ของ เรย์มอนด์ เวิร์นออน ในปี 2509 ประกอบด้วย (1) ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (2) ขั้นผลิตภัณฑ์เติบโตเต็มที่ (3) ขั้นผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานซึ่งระดับการพัฒนาของประเทศที่แตกต่างกันจะมีขั้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศที่แตกต่างกันและจะส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน (5) ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศแนวใหม่ (New Trade Theory) ในปี 2513 -2523 คือความได้เปรียบทางการค้า ประกอบด้วย (5.1) การประหยัดจากขนาด (5.2) การเป็นผู้เคลื่อนไหวรายแรก (5.3) การได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล (6) ทฤษฎีความได้เปรียบจากการแข่งขันระหว่างประเทศ ของ ไมเคิล พอร์เตอร์ ในปี 2533 ประกอบด้วย (6.1) สภาพปัจจัยการผลิต (6.2) สภาพอุปสงค์ (6.3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (6.4) กลยุทธ์ขององค์กร ธุรกิจ โครงสร้าง และคู่แข่ง

## ตอนที่ 2

### การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

#### 1. การรวมกลุ่มเศรษฐกิจในอาเซียน

ความสัมพันธ์ของการค้าระหว่างประเทศมีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปจากการค้าในอดีต ทั้งในรูปแบบทางการค้า ขอบข่ายกิจกรรมทางการค้า ประเทศคู่ค้า และเทคโนโลยีสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกทางการค้า การเจรจาทางการค้าเป็นเรื่องสำคัญ และเป้าหมายหลักของผู้เจรจาทางการค้าที่มาจากภาครัฐ คือ เพื่อสิทธิประโยชน์ทางการค้าของชาติตนเอง เนื่องจากการแข่งขันทางการค้า ประเทศต่าง ๆ จึงมีนโยบายและมาตรการที่ใช้บิดเบือนทางการค้า ซึ่งทำให้การค้าระหว่างประเทศขาดความเป็นธรรมและขาดความเป็นเสรี

การเจรจาทางการค้านั้น มุ่งหวังที่จะเป็นการแลกเปลี่ยนหรือลดหย่อนสิทธิพิเศษทางการค้า จัดทำข้อตกลงทางการค้า ความร่วมมือและพัฒนารูปแบบการค้า และเพื่อแก้ไขข้อพิพาททางการค้าระหว่างประเทศ รูปแบบการเจรจาต่อรองทางการค้าสามารถแบ่งได้ตามระดับของการเจรจา คือ ทวิภาคี (Bilateral) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศต่อประเทศการเจรจามากฝ่าย (Plurilateral) อาทิเช่น การเจรจา 3 ฝ่าย หรือการเจรจา 4 ฝ่าย การเจรจาหลายฝ่ายหรือพหุภาคี (Multilateral) ซึ่งเป็นการเจรจาที่มีประเทศเข้าร่วมและใช้เวลายาวนานกว่าจะได้ข้อสรุป การเจรจาต่อรองทางการค้าเหล่านี้นำไปสู่ระดับความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศในรูปแบบต่างๆ ในปัจจุบันระดับความสัมพันธ์ในระดับกลุ่มประเทศในภูมิภาคใกล้เคียงกันและมีข้อตกลงต่อกัน (Regional Trade Arrangements) เป็นกลุ่มเศรษฐกิจและเป็นเรื่องสำคัญต่อการพัฒนาที่นำไปสู่การค้าเสรีของโลก

### รูปแบบของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีได้หลายรูปแบบและมีวิวัฒนาการแตกต่างกันโดยแต่ละรูปแบบจะมีความเข้มข้นของความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันแตกต่างกันไป

1. **ข้อตกลงการให้สิทธิพิเศษทางศุลกากร (Preferential Tariff Agreement)** เป็นข้อตกลงเพื่อลดภาษีให้แก่กันและกัน โดยอัตราภาษีที่เรียกเก็บจะน้อยกว่าอัตราภาษีที่เรียกเก็บจากประเทศที่สาม เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม LAIA (Latin American Integration Association), ASEAN และ Trade Expansion and Cooperation Agreement เป็นต้น

2. **สหภาพศุลกากรบางส่วน (Partial Customs Union)** การรวมตัวทางเศรษฐกิจในรูปแบบนี้ประเทศที่ทำข้อตกลงกันยังคงอัตราภาษีไว้ในระดับเดิม แต่มีการกำหนดอัตราภาษีศุลกากรในการค้ากับประเทศภายนอกกลุ่มร่วมกัน (Common external tariff)

3. **เขตการค้าเสรี (Free Trade Areas)** ในเขตการค้าเสรี การซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศภาคีสามารถทำได้อย่างเสรีปราศจากข้อกีดกันทางการค้า ทั้งมาตรการทางภาษี และมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายในขณะเดียวกัน แต่ละประเทศสมาชิกยังคงสามารถดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้ากับประเทศนอกกลุ่มได้อย่างอิสระ เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม EFTA, NAFTA และ CER เป็นต้น

4. **สหภาพศุลกากร (Customs Union)** เป็นรูปแบบของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่มีระดับความเข้มข้นสูงขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง โดยการรวมกลุ่มในลักษณะนี้นอกจากจะขจัดข้อกีดกันทางการค้าออกไปแล้ว ยังมีการกำหนดพิกัดอัตราภาษีศุลกากรในการค้ากับประเทศภายนอกกลุ่มร่วมกัน และให้มีอัตราเดียวกันด้วย (Common external tariff) เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม MERCOSUR, Equatorial Customs Union and Cameroon และ African Common Market เป็นต้น

5. **ตลาดร่วม (Common Market)** รูปแบบของการรวมกลุ่มประเภทนี้นอกจากจะมีลักษณะเหมือนกับสหภาพศุลกากรแล้ว การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต (แรงงาน ทุน และเทคโนโลยี) สามารถทำได้อย่างเสรี เช่น การรวมตัวกันของกลุ่ม EU ก่อนปี 1992

6. **สหภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Union)** นอกจากจะมีการค้าเสรี การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตอย่างเสรี และนโยบายการค้าร่วมแล้ว ยังมีการประสานความร่วมมือกันในการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ ทั้งนโยบายการเงิน และการคลังอีกด้วย เช่น การรวมตัวของกลุ่ม EU ในปัจจุบันและการรวมตัวของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

7. **สหภาพทางเศรษฐกิจแบบสมบูรณ์ (Total Economic Union)** เป็นการรวมตัวทางเศรษฐกิจที่มีความเข้มข้นมากที่สุดตลอดช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จะมีการจัดตั้งรัฐบาลเหนือชาติ (Supranational government) และมีนโยบายทางเศรษฐกิจเดียวกัน

#### การมีข้อตกลงทางการค้าเสรีและบทบาทของ WTO

แอกต์หรือองค์การการค้าโลก (WTO) ในปัจจุบัน มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ ความต้องการให้การค้าโลกดำเนินไปอย่างเสรีด้านเศรษฐกิจ บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันคือ ไม่มีการเลือกปฏิบัติ (Non-discrimination) ระหว่างประเทศภาคีสมาชิก ดังจะเห็นได้จากการที่บทบัญญัติของแอกต์กำหนดหลักการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ ได้รับอนุเคราะห์ยิ่งหรือ MFN (Most-Favored Nation Treatment) ไว้ในมาตรา 1 (Article I) และหลักการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (National Treatment) ในมาตรา 3

การจัดตั้งกลุ่มเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคไม่ว่าจะอยู่ในรูปทวิภาคีหรือพหุภาคี โดยข้อเท็จจริงนั้นเป็นสร้างความเป็นเสรีทางการค้ามากขึ้นระหว่างประเทศในกลุ่ม แต่ไม่อาจ

หลีกเลี่ยงการกีดกันทางการค้าต่อประเทศนอกกลุ่มไปได้ แต่เมื่อพิจารณาจากบทบัญญัติของ WTO จะเห็นได้ว่า การรวมกลุ่มหรือการทำความตกลงทางการค้าระดับภูมิภาคเช่นนี้เป็นสิ่งที่ดำเนินการได้ ถือเป็น “ข้อยกเว้น” (Exceptions) อย่างหนึ่งของ WTO ที่ประเทศภาคีสมาชิกสามารถเลือกปฏิบัติได้ (Non-MFN) ระหว่างประเทศในกลุ่มกับประเทศนอกกลุ่ม แต่จะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในบทบัญญัติ มิฉะนั้นอาจจะขัดกับพันธกรณีภายใต้ WTO ได้

การจัดตั้งกลุ่มเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคไม่ว่าจะอยู่ในรูปทวิภาคีหรือพหุภาคี โดยข้อเท็จจริงนั้นเป็นสร้างความเป็นเสรีทางการค้ามากขึ้นระหว่างประเทศในกลุ่ม แต่ไม่อาจหลีกเลี่ยงการกีดกันทางการค้าต่อประเทศนอกกลุ่มไปได้ แต่เมื่อพิจารณาจากบทบัญญัติของ WTO จะเห็นได้ว่า การรวมกลุ่มหรือการทำความตกลงทางการค้าระดับภูมิภาคเช่นนี้เป็นสิ่งที่ดำเนินการได้ ถือเป็น “ข้อยกเว้น” (Exceptions) อย่างหนึ่งของ WTO ที่ประเทศภาคีสมาชิกสามารถเลือกปฏิบัติได้ (Non-MFN) ระหว่างประเทศในกลุ่มกับประเทศนอกกลุ่ม แต่จะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในบทบัญญัติ มิฉะนั้นอาจจะขัดกับพันธกรณีภายใต้ WTO ได้

การจัดตั้งกลุ่มเศรษฐกิจตามมาตรา 24 นั้นมีอยู่ 3 รูปแบบคือ

- (1) สหภาพศุลกากร (Customs Union)
- (2) เขตการค้าเสรี (Free-trade Area)
- (3) ข้อตกลงชั่วคราวก่อนที่จะจัดตั้งสหภาพศุลกากรหรือเขตการค้าเสรี (Interim

Agreement)

โดยในการดำเนินการนั้นจะต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไข (criteria and conditions) ที่ระบุไว้ในมาตรา 24 ดังนี้

(1) สหภาพศุลกากร (Customs Union) วรรค 8 (a) ระบุว่า การจัดตั้งสหภาพศุลกากรนั้น จะต้อง

- เป็นการขจัดข้อจำกัดทางการค้า (trade restrictions) ระหว่างประเทศสมาชิกของสหภาพลงอย่างมาก (substantially eliminated)



- มีการกำหนดข้อจำกัดทางการค้าที่ใช้กับประเทศที่มีได้เป็นสมาชิกสหภาพให้เป็นรูปแบบเดียวกัน (uniform restrictions)

- อัตราภาษี ค่าธรรมเนียม และข้อจำกัดทางการค้าทั้งหมด (the whole) ที่ประเทศสมาชิกสหภาพใช้กับประเทศที่มีได้เป็นสมาชิกสหภาพจะต้องไม่สูงกว่า หรือมีความเข้มงวด (more restrictive) กว่าอัตราหรือระดับเดิมของแต่ละประเทศสมาชิกที่ใช้อยู่ก่อนการจัดตั้งสหภาพ อย่างไรก็ตาม กระบวนการในการกำหนดอัตราภาษีเดียวกันต่อประเทศนอกกลุ่ม (common external tariff) อาจทำให้อัตราภาษีของแต่ละประเทศผูกพันไว้กับแกตต์หรือ WTO ในสินค้าชนิดเดียวกันเพิ่มขึ้นหรือลดลงบ้างแล้วแต่กรณี วรรค 6 จึงกำหนดว่าหากจะต้องมีการชดเชยความเสียหายแก่ประเทศนอกกลุ่ม (compensatory adjustment) ก็ให้ดำเนินการตาม มาตรา 28 (XXVIII) แต่การกำหนดวิธีการนี้ไว้ก็ไม่ได้หมายความว่า ประเทศที่จัดตั้งกลุ่มเศรษฐกิจจะต้องดำเนินการตาม มาตรา 28 เสมอไป หมายความว่า หากประเทศนั้นๆ มิได้ปฏิบัติตาม มาตรา 28 เพื่อชดเชยความเสียหายก็มีได้เป็นอุปสรรคต่อการจัดตั้งสหภาพแต่อย่างใด

### (2) เขตการค้าเสรี (Free-trade Area)

วรรค 8 (b) ระบุเงื่อนไขในการจัดตั้งเขตการค้าเสรีไว้ไม่น้อยกว่าการจัดตั้งสหภาพศุลกากร คือ กำหนดเพียงว่าจะต้องขจัดอัตราภาษี ค่าธรรมเนียม และข้อจำกัดทางการค้าทั้งหลายระหว่างประเทศสมาชิกเขตการค้าลงอย่างมาก (substantially all the trade) เท่านั้น แต่ละประเทศสามารถกำหนดอัตราภาษี ค่าธรรมเนียม และข้อจำกัดทางการค้าที่ใช้กับประเทศที่มีได้เป็นสมาชิกเขตการค้าได้โดยอิสระ แต่อัตราหรือระดับของอัตราภาษี ค่าธรรมเนียม และข้อจำกัดทางการค้าจะต้องไม่สูงหรือเข้มงวดกว่าเดิมก่อนที่จะเข้ามา ร่วมกันจัดตั้งเขตการค้า

### (3) ข้อตกลงชั่วคราวก่อนที่จะจัดตั้งสหภาพศุลกากรหรือเขตการค้าเสรี (Interim Agreement)

เป็นข้อตกลงที่ประเทศที่เข้าร่วมมักใช้เพื่อเริ่มดำเนินการในการจัดตั้งสหภาพศุลกากรหรือเขตการค้าเสรี หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นข้อตกลงที่ใช้เพื่อการปรับตัว (transition) ของ

ประเทศสมาชิกก่อนการจัดตั้งกลุ่มเศรษฐกิจ มาตรา 24 วรรค 5 (c) ระบุว่าประเทศที่ลงนามในข้อตกลงชั่วคราวนี้ต้องดำเนินการร่วมกันในการ

- กำหนดแผนและตารางเวลา (plan and schedule) เพื่อจะจัดตั้งสหภาพศุลกากรหรือเขตการค้าเสรี

- โดยต้องดำเนินการปรับตัวภายในระยะเวลาพอควรที่กำหนดไว้ (reasonable length of time)

#### **เหตุผลของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ**

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาจากสาเหตุหลายประการ เช่น ความล่าช้าในการเจรจาในรอบอุรุกวัย ซึ่งทำให้ประเทศต่าง ๆ เกรงถึงการล่มสลายของการเจรจา และทำให้เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มเศรษฐกิจกันมากขึ้น และรวมถึงการขยายขนาดของกลุ่มเศรษฐกิจที่มีอยู่แล้วเดิม โดยการรับสมาชิกเพิ่มเติม อีกเหตุผลหนึ่งของการเพิ่มขึ้นของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ คือ การมีวิวัฒนาการของการก่อตัวของเขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือจากเดิมเป็นลักษณะทวิภาคีระหว่างสหรัฐอเมริกาและแคนาดา เป็น NAFTA ซึ่งรวมเม็กซิโกไว้ด้วยในปี 1994 ในขณะที่กลุ่มสหภาพยุโรปเริ่มมีการปรับรับสมาชิกเพิ่มเติม และพัฒนาก้าวสู่ความเป็นยุโรปตลาดเดียว พัฒนาการจากทั้งสองกลุ่มเศรษฐกิจใหญ่กระตุ้นให้โดยเฉพาะประเทศเล็กที่กำลังพัฒนาก่อตัวเป็นกลุ่มเศรษฐกิจมากขึ้น นอกจากนี้ นานาประเทศตระหนักว่าการที่มีตลาดใหญ่ การร่วมใช้ทรัพยากร การแบ่งงานกันทำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะประเทศที่อยู่ในอาณาบริเวณใกล้เคียงกันจะนำไปสู่พัฒนาการทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและสามารถแข่งขันกับตลาดใหญ่ๆ ได้

กลุ่มเศรษฐกิจที่สำคัญในภูมิภาคต่างๆ ของโลก มีดังนี้

1. สหภาพยุโรป EU
2. เขตการค้าเสรีแห่งทวีปอเมริกา FTAA
3. เขตการค้าเสรีอเมริกาเหนือ NAFTA
4. กลุ่มตลาดร่วมอเมริกาใต้ตอนล่าง MERCOSUR
5. กลุ่มประชาคมแอนเดียน Andean Community
6. ประชาคมเพื่อการพัฒนาแอฟริกาตอนใต้ SADC

## 7. สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ASEAN

### สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations : ASEAN)

อาเซียนเป็นชื่อย่อในภาษาอังกฤษของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of South East Asian Nations : ASEAN) ก่อตั้งขึ้นตามปฏิญญากรุงเทพฯ (Bangkok Declaration) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 (1967) โดยมีประเทศผู้ก่อตั้ง 5 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ต่อมาบรูไน ดารุสซาราม เข้าเป็นสมาชิกในปี 2527 ตามด้วยเวียดนามในปี 2538 ลาวในปี 2540 และกัมพูชาซึ่งเป็นสมาชิกลำดับที่ 10 ในปี 2542 ทำให้ปัจจุบันอาเซียนเป็นกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคขนาดใหญ่ มีประชากรรวมกันเกือบ 500 ล้านคน

#### วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งอาเซียน

ในระยะเริ่มแรก อาเซียนมีการจัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมืองและความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเมื่อการค้าระหว่างประเทศในโลกมีแนวโน้มกีดกันการค้ารุนแรงขึ้น อาเซียนได้หันมามุ่งเน้นกระชับและขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจระหว่างกันมากขึ้น ดังนี้

- ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในภูมิภาค
- รักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความมั่นคงแห่งชาติ
- ใช้เป็นเวทีแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในภูมิภาค

#### กลไกการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจของอาเซียน

1. การประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit Meeting) หรือการประชุมระดับผู้นำของอาเซียน เป็นองค์กรที่มีอำนาจสูงสุดของอาเซียน กำหนดให้มีการประชุมปีละครั้ง ประมาณเดือนพฤศจิกายน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แนวทางในการดำเนินกิจกรรมความร่วมมือและริเริ่มกิจกรรมใหม่ๆของอาเซียน

## 2. การประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย

2.1 การประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Ministers : AEM) กำหนดให้มีการประชุมอย่างเป็นทางการปีละครั้ง ในช่วงเดือนตุลาคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวนโยบายความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอาเซียน รวมทั้งพิจารณาการขยายกรอบ/ริเริ่มความร่วมมือใหม่ๆ

2.2 การประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนอย่างไม่เป็นทางการ (AEM Retreat) กำหนดให้มีการประชุมปีละครั้ง ในช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้แนวทางและแก้ไขปัญหาความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่เป็นเรื่องจำเป็น เร่งด่วน หรือเป็นพิเศษ

3. การประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจอาเซียน (Senior Officials Economic Meeting : SEOM) ประชุมปีละ 4 ครั้งเป็นอย่างน้อย (ประมาณ 3 เดือนครั้ง) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดการดำเนินงาน/การขยาย/การแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอาเซียนในทุกด้าน และความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับประเทศต่างๆ

## 4. การประชุมคณะกรรมการ/คณะทำงานที่แต่งตั้งโดย SEOM

4.1 คณะกรรมการประสานงานการดำเนินการภายใต้ความตกลง CEPT (CCCA) ประชุมปีละ 4 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการลดภาษีและยกเลิกข้อกีดกันทางการค้าให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ภายใต้อาฟต้า และความตกลงอื่นที่เกี่ยวข้อง

4.2 คณะทำงานความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมของอาเซียน (Working Group on Industrial Cooperation : WGIC) ประชุมปีละ 3 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมของอาเซียน (AICO)

4.3 คณะกรรมการประสานงานด้านการลงทุน (Coordinating Committee on Investment: CCI) ประชุมปีละ 4 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการจัดตั้งเขตการลงทุนอาเซียน และความร่วมมือด้านการลงทุนต่างๆ

4.4 คณะทำงานระดับสูงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอิเล็กทรอนิกส์อาเซียน (e-ASEAN Task Force : EATF) และคณะทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอิเล็กทรอนิกส์อาเซียน (e-ASEAN Working Group : EAWG) ประชุมปีละ 3 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานภายใต้กรอบความตกลง e-ASEAN

4.5 คณะกรรมการประสานงานด้านบริการ (Coordinating Committee on Services: CCS) ประชุมปีละ 4 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางการจัดทำข้อผูกพันการเปิดเสรีการค้าบริการในอาเซียน และความร่วมมือด้านบริการอื่นๆ

5. สำนักเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat) เป็นหน่วยประสานงานและเสริมสร้างการดำเนินการตามนโยบาย โครงการและกิจกรรมขององค์กรต่างๆของอาเซียน รวมทั้งทำหน้าที่เลขานุการในการประชุมอาเซียน

### ความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่สำคัญ

ความร่วมมือ	ก่อตั้ง
- เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA)	2535
- การเปิดเสรีการค้าบริการในอาเซียน (AFAS)	2538
- ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมอาเซียน (AICO)	2539
- เขตการลงทุนอาเซียน (AIA)	2541
- กรอบความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดน (ASEAN Framework Agreement on the Facilitation of Goods in Transit)	
- วิสัยทัศน์อาเซียนและแผนปฏิบัติการฮานอย	2540-2541
- ความร่วมมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (e-ASEAN)	2543
- การริเริ่มการกระชับการรวมกลุ่มอาเซียน (IAI)	2544

#### 1. เขตการค้าเสรีอาเซียน

ประเทศสมาชิกตกลงที่จะร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมให้การค้าระหว่างกันในอาเซียนเป็นไปอย่างเสรี จึงได้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA) ขึ้นในปี 2535 เพื่อให้มีการดำเนินการเพื่อลด/เลิกอุปสรรคทางการค้า ทั้งด้านภาษีและมิใช่ภาษี โดยมี CEPT (Common Effective Preferential Tariff : อัตราภาษีที่เท่ากัน) เป็นกลไกหลักในการลดภาษีระหว่างกันให้อยู่ในระดับ 0-5% การลดภาษีภายใต้ CEPT ประเทศ

สมาชิกได้มีการเร่งการดำเนินการลดภาษีมาโดยตลอด ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 6 ในปี 2541 ผู้นำประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ ได้ตกลงร่วมกันที่จะเร่งการลดภาษีทุกรายการให้อยู่ในระดับ 0-5% ภายในปี 2545 โดยสินค้าอ่อนไหวบางรายการสามารถที่จะชะลอการลดภาษีไปได้ จนถึงปี 2546 และสำหรับสมาชิกใหม่ (CLMV) จะเร่งการลดภาษีทุกรายการให้อยู่ในระดับ 0-5% ภายในปี 2549 สำหรับเวียดนาม ภายในปี 2551 สำหรับลาว และพม่า และภายในปี 2553 สำหรับกัมพูชา

## 2. การเปิดเสรีบริการ

รัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (AEM) ได้ลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยการบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS) เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2538 โดยมีสาระสำคัญเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือด้านบริการของอาเซียน เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันในการบริการที่หลากหลายทั้งในและนอกอาเซียน ยกเลิกข้อจำกัดสำคัญในการค้าบริการในอาเซียน เปิดเสรีการค้าบริการทั้งในทางลึกและกว้างมากกว่าที่ประเทศสมาชิกได้ผูกพันไว้ในความตกลงการค้าบริการภายใต้ WTO (GATS) ที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน ครั้งที่ 33 เมื่อเดือนกันยายน 2544 เห็นชอบให้อาเซียนเปิดการเจรจาเปิดเสรีการค้าบริการรอบที่สาม ระหว่างปี 2545-2547 และมอบหมายให้เจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจอาเซียนปรับปรุงวิธีเจรจาเปิดเสรีเพื่อให้มีผลการเจรจาที่มีความคืบหน้ามากขึ้น

## 3. ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมอาเซียน

รัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนได้ลงนามในความตกลงว่าด้วยโครงการความร่วมมือด้านอุตสาหกรรม (ASEAN Industrial Cooperation : AICO) เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2539 โดยเป็นโครงการที่เกิดขึ้นเพื่อทดแทนโครงการร่วมลงทุนทางอุตสาหกรรม (ASAEN Investment Joint Venture : AIJV) และโครงการแบ่งผลิตชิ้นส่วนรถยนต์เฉพาะยี่ห้อและรุ่นของอาเซียน (Brand-to-Brand Complementation Scheme : BBC) ที่ยกเลิกไป โดย AICO มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนของอาเซียน เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันสินค้าอุตสาหกรรมของอาเซียน สินค้าที่อยู่ในโครงการจะได้รับการลดภาษีลงเหลือ 0-5% ทันที โดยไม่ต้องเป็นไปตามแผนการลดภาษีภายใต้อาฟต้า ทั้งนี้ ในปี 2541 สมาชิกอาเซียนได้

เห็นชอบที่จะให้มีการยกเว้นกฎเกณฑ์ในเรื่องการกำหนดสัดส่วนการถือหุ้น โดยนักลงทุนในประเทศที่กำหนดไว้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ซึ่งปัจจุบันได้มีการขยายระยะเวลาการยกเว้น ไปจนถึงปี 2545

#### 4. เขตการลงทุนอาเซียน

มีการลงนามเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2541 หลักการสำคัญ คือ ให้เปิดเสรีการลงทุนในอุตสาหกรรม และให้มีการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติแก่นักลงทุนอาเซียน และในปี 2542 ประเทศสมาชิกอาเซียน ได้ตกลงที่จะขยายขอบเขตของข้อตกลงให้ครอบคลุมภาคบริการ เกษตร ประมง ป่าไม้ และเหมืองแร่ ทั้งนี้ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ และประเทศสมาชิกใหม่ จะต้องดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวภายในปี 2553 และปี 2558 ตามลำดับ ล่าสุด ในปี 2543 ที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน ได้ตัดสินใจเร่งโครงการให้ครอบคลุมถึงนักลงทุนจากประเทศที่ไม่ใช่สมาชิกอาเซียนด้วยในทุกสาขาที่กล่าวมาแล้วจากเดิมภายในปี 2563 เป็นภายในปี 2553 สำหรับประเทศสมาชิกเดิม และปี 2558 สำหรับประเทศสมาชิกใหม่ ตามลำดับ

#### 5. การอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดน

รัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนได้ลงนามในความตกลงอาเซียนว่าด้วยการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดน เมื่อเดือนธันวาคม 2541 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดนในอาเซียน สนับสนุนการดำเนินการของอาฟต้า และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอาเซียน หลักการสำคัญคือ ประเทศสมาชิกสามารถขนส่งสินค้าผ่านแดน (Transit) จากประเทศหนึ่งไปยังประเทศที่สาม โดยไม่มีการเปิดเจรจาตรวจสินค้าโดยไม่จำเป็น ไม่มีการจัดเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากสินค้าผ่านแดนและไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนพาหนะในการขนส่งสินค้า

ปัจจุบัน ประเทศสมาชิกได้ให้สัตยาบันกรอบความตกลงฯ แล้ว และได้ลงนามในพิธีสารฯ แบบท้าย 4 ฉบับ ได้แก่ พิธีสารฉบับที่ 3 ประเภทและปริมาณของรถ (Types and Quantity of Road Vehicles) และ พิธีสารฉบับที่ 4 ข้อกำหนดทางเทคนิคของรถ (Technical Requirement of Vehicles) ในการประชุมรัฐมนตรีขนส่งอาเซียน (ASEAN Transport Ministers Meeting : ATM) ครั้งที่ 5 เมื่อเดือนกันยายน 1999 พิธีสารฉบับที่ 5 ในการประชุม

รัฐมนตรีคลังอาเซียน (ASEAN Finance Ministers Meeting : AFMM) ครั้งที่ 5 ในวันที่ 8 เมษายน 2001 ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ และพิธีสารฉบับที่ 8 มาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures) ในการประชุมรัฐมนตรีเกษตรและป่าไม้อาเซียน (AMAF) ครั้งที่ 22 เมื่อเดือนตุลาคม 2000 ส่วนที่เหลืออีก 5 ฉบับ อยู่ระหว่างดำเนินการร่างของหน่วยงานต่างๆ ของอาเซียนที่เกี่ยวข้อง

### **ประโยชน์ที่จะได้รับ**

1. สนับสนุนการขยายการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาค
2. ลดต้นทุนและเวลาในการขนส่งสินค้าผ่านแดน เนื่องจากไม่มีการเก็บภาษีสินค้านำเข้าจากสินค้าผ่านแดน และไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนพาหะในการขนส่งสินค้า
3. ปรับประสานกฎระเบียบด้านการขนส่งของประเทศสมาชิกอาเซียนให้สอดคล้องกัน ได้แก่ข้อกำหนดทางเทคนิคของรถ ระบบศุลกากรในการผ่านแดน การประกันรถยนต์ภาคบังคับ และมาตรการด้านสุขอนามัย เป็นต้น

### **6. วิสัยทัศน์อาเซียนและแผนปฏิบัติการสานรอย**

ผู้นำอาเซียนประกาศวิสัยทัศน์ปี 2020 เพื่อใช้เป็นเป้าหมายของการดำเนินความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียนในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วยแนวทางความร่วมมือที่สำคัญ 2 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเมืองและสังคม

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการสานรอยในส่วนของเศรษฐกิจ ได้แก่ เสริมสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจมหภาคและการเงิน ส่งเสริมการรวมตัวทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาอาเซียนให้เป็นภูมิภาคเศรษฐกิจที่มั่นคง รุ่งเรือง และมีความสามารถในการแข่งขันสูง โดยมีระบบการค้า การบริการ และการลงทุนที่เสรี มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ทัดเทียม

### **7. ความตกลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอาเซียน**

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน เมื่อปลายปี 2542 ผู้นำของอาเซียนได้ประกาศการริเริ่มที่เรียกว่า “e-ASEAN Initiative” หรือ “อาเซียนอิเล็กทรอนิกส์” เพื่อที่จะส่งเสริมให้ภูมิภาคอาเซียนมีความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในตลาดโลก โดยจะทำให้เป็นเขตเดียวกันในเรื่องของ การสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะต้องเชื่อมโยงกันโดยไม่มีตะเข็บ เหมือนกับว่าเป็นเขตหรือประเทศเดียวกันในเรื่องของอิเล็กทรอนิกส์



สาระสำคัญของกรอบความตกลงด้านอิเล็กทรอนิกส์ของอาเซียน ได้แก่ การกำหนดมาตรการที่จะพัฒนาอาเซียนให้เข้าสู่ยุคเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างแท้จริงใน 5 ด้านหลัก คือ

- (1) การวางโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- (2) การส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- (3) การเปิดเสรีด้านการค้า การบริการ และการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร

- (4) การพัฒนาสังคมแห่งเทคโนโลยี
- (5) การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริการของรัฐ

ปัจจุบัน อาเซียนได้เริ่มขยายความร่วมมือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไปสู่ประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลี สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และออสเตรเลีย ได้เคยแสดงความสนใจที่จะให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีเช่นกัน แต่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร และล่าสุดประเทศอินเดียได้แสดงความสนใจเข้าร่วมโครงการ e-ASEAN ในส่วนของ e-Governance, IT education, Training, Multimedia industry

### 8. การริเริ่มการกระชับการรวมกลุ่มอาเซียน

ในการประชุมสุดยอดอาเซียนอย่างไม่เป็นทางการครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 24-25 พฤศจิกายน 2543 ณ ประเทศสิงคโปร์ ผู้นำอาเซียนเห็นพ้องถึงความจำเป็นที่อาเซียนจะต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่งของภูมิภาค ด้วยการส่งเสริมกระชับการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจ (Initiative ASEAN Integration : IAI) เพื่อลดช่องว่างระดับการพัฒนาของประเทศสมาชิกเดิมและสมาชิกใหม่ (CLMV) และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของทั้งภูมิภาคโดยรวม เพื่อเผชิญหน้ากับสิ่งท้าทายต่าง ๆ อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ และมีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ประเทศสมาชิกใหม่ของอาเซียน (ASEAN Integration System of Preferences : AISP) ในลักษณะการให้ฝ่ายเดียว (Unilateral) เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม 2545

#### บทบาทของอาเซียนในเวทีโลก

1. เป็นกลุ่มการค้าภูมิภาคที่มีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก
2. มีบทบาทในการผลักดันประเด็นที่เป็นประโยชน์ของประเทศกำลังพัฒนา

3. สร้างอำนาจการเจรจาต่อรองทางการค้าของประเทศสมาชิกแต่ละประเทศกับประเทศมหาอำนาจ โดยเจรจาในนามอาเซียน

#### ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยกับอาเซียน

อาเซียนเป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย นอกเหนือไปจากสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น การค้าระหว่างไทยกับอาเซียนมีปริมาณเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา สัดส่วนการค้าของไทยกับอาเซียนได้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.7 ในปี 2535 เป็นร้อยละ 17.8 ในปี 2544

ในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา (2540-2544) การค้ารวมของไทยกับอาเซียนมีมูลค่าเฉลี่ยปีละ 20,490.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยในปี 2544 การค้ารวมมีมูลค่าทั้งสิ้น 22,656.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในปี 2545 (ม.ค.-พ.ค.) การค้ารวมมีมูลค่า 9,564.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 18.61 ของมูลค่าการค้ารวมทั้งหมดของไทย เพิ่มขึ้นจากระยะเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 0.5 ประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยในอาเซียน (ปี 2544) ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยการค้าระหว่างกันมีมูลค่าคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.9 25.6 และ 12.0 ตามลำดับ

โครงสร้างการส่งออกของไทยไปอาเซียน (ปี 2544) ประกอบด้วย สินค้าอุตสาหกรรม ร้อยละ 72.7 สินค้าแร่และเชื้อเพลิง ร้อยละ 8.3 สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ร้อยละ 7.5 สินค้าเกษตรกรรม ร้อยละ 6.7 และสินค้าอื่นๆ ร้อยละ 4.7 โดยสินค้าออกสำคัญ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า น้ำมันสำเร็จรูป น้ำตาลทราย และเคมีภัณฑ์ เป็นต้น

โครงสร้างการนำเข้าของไทยจากอาเซียน (ปี 2544) ประกอบด้วย สินค้าทุน ร้อยละ 45.0 สินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ร้อยละ 26.2 สินค้าเชื้อเพลิง ร้อยละ 17.6 สินค้าอุปโภคบริโภค ร้อยละ 8.4 สินค้ายานพาหนะและอุปกรณ์ขนส่ง ร้อยละ 1.7 และสินค้าอื่นๆ ร้อยละ 1.0 โดยสินค้าเข้าสำคัญ เช่น เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบ แผงวงจรไฟฟ้า เคมีภัณฑ์ น้ำมันดิบ และเป็นต้น

### ขอบเขตความร่วมมือของอาเซียนในอนาคต

ผู้นำอาเซียนกับผู้นำจีนได้ตกลงจัดทำเขตการค้าเสรี (FTA) ระหว่างกัน โดยในการประชุม เจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจอาเซียน ครั้งที่ 1/33 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 31 มกราคม – 1 กุมภาพันธ์ 2545 ณ กรุงเทพฯ เห็นชอบให้จัดตั้งคณะเจรจาการค้าอาเซียน (ASEAN Trade Negotiating Group) โดยมอบหมายให้ประเทศไทยเป็นหัวหน้าคณะเจรจาของอาเซียน ในการเจรจาจัดทำความตกลงดังกล่าว เพื่อเป็นข้อผูกพันทางการเมืองของทั้งสองฝ่าย ซึ่งจะประกอบด้วยขอบเขตการเจรจา รูปแบบ และกรอบเวลา รวมทั้งการเจรจาให้สิทธิประโยชน์ทางการค้าระหว่างกันก่อนการเปิดเสรี (Early Harvest) ทั้งนี้ ให้มีการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ภายในระยะเวลา 10 ปี ซึ่งจะมีผลให้เป็นเขตการค้าเสรีที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นการเพิ่มความสำคัญของอาเซียนในเวทีโลก

นอกจากนี้ ที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนกับรัฐมนตรีเศรษฐกิจออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ (CER) ได้เห็นชอบการจัดทำความร่วมมือทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดยิ่งขึ้น (Closer Economic Partnership : CEP) ระหว่างอาเซียนกับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ และที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนกับรัฐมนตรีกระทรวงเศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น ได้เห็นชอบการจัดทำ CEP ระหว่างกันเช่นกัน สมาชิกในเพื่อตอบสนองต่อการพึ่งพาทางเศรษฐกิจ (interdependence)

### การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของไทยในภูมิภาคเอเชีย

#### 1. องค์การความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิกหรือเอเปค (Asia-Pacific Economic Cooperation : APEC)

เกิดจากการประชุมรัฐมนตรีต่างประเทศ และรัฐมนตรีเศรษฐกิจของประเทศใน ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 12 ประเทศ เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2532 สมาชิกก่อตั้ง คือ ออสเตรเลีย แคนาดา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์และไทย ประเทศที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกในเวลาต่อมาคือ จีน ฮองกง ไต้หวัน เม็กซิโก ปาปัวนิวกินี และซิลี ล่าสุด คือเปรู สหพันธรัฐรัสเซีย และเวียดนาม เอเปคจึงมีสมาชิกทั้งสิ้น 21 ประเทศเป็นองค์การทางเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลก

วัตถุประสงค์สำคัญของเอเปคเพื่อให้เป็นเวทีปรึกษาหารือกันในการส่งเสริม และลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุน การร่วมมือในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก การถ่ายทอดเทคโนโลยี ฯลฯ เอเปคมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศสิงคโปร์

### ประโยชน์ที่ไทยได้จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ

1. **เพิ่มอำนาจต่อรอง** การรวมกลุ่มเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันย่อมเป็นการเพิ่มพลังทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิก และเพิ่มอำนาจต่อรองกับประเทศคู่ค้าในอันที่จะติดต่อค้าขายให้เป็นประโยชน์แก่ประเทศสมาชิก

2. **เพิ่มปริมาณการค้า** การที่ประเทศสมาชิกของกลุ่มผ่อนคลายกฎเกณฑ์ทางการค้า การลดกำแพงภาษีและด้านการตลาดให้แก่กันและกัน ย่อมเป็นการส่งเสริมให้ปริมาณการค้าของประเทศสมาชิกขยายตัว

3. **เพิ่มการผลิตสินค้าเฉพาะอย่าง** การตกลงให้ประเทศสมาชิกทำการผลิตสินค้าเฉพาะอย่างทีตนถนัดและมีทรัพยากรที่เหมาะสม จะช่วยให้มีต้นทุนต่ำผู้ผลิตมีกำไรดีขึ้นจากการผลิตปริมาณมากอย่างมีประสิทธิภาพ

4. **เพิ่มขนาดของตลาด** การลดเงื่อนไขทางการค้าและการลดหย่อนภาษีให้แก่ประเทศสมาชิกในกลุ่มและนอกกลุ่ม ช่วยให้ประเทศต่าง ๆ มีตลาดที่จะส่งสินค้าออกไปขายได้กว้างขวางมากขึ้น เช่น กลุ่มอาเซียนและกลุ่มประเทศเศรษฐกิจประชาคมหรือยกเลิภาษีสำหรับสินค้านำเข้าจากประเทศสมาชิกเจรจาการค้าทวิภาคีกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สิงหาคม 2545 โดยมุ่งเน้นความเจริญเติบโตและการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก และภูมิภาค นอกจากนั้น เอเปคยังมีเป้าหมายในการผลักดันให้การเจรจาการค้าหลายฝ่าย รอบอุรุกวัยประสบผลสำเร็จ เพื่อให้ระบอบการค้าพหุภาคีดำรงอยู่ต่อไป ขณะเดียวกัน เอเปคต้องการถ่วงดุลอำนาจทางเศรษฐกิจของกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มสหภาพยุโรปซึ่งมีแนวโน้มเป็นกลุ่มทางเศรษฐกิจที่ **ปิดกั้น** การค้าจากภายนอก เนื่องจากเอเปคสนับสนุนอุดมการณ์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจแบบเปิด (open regionalism) การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจแบบเปิด มีลักษณะเฉพาะ คือ การให้สิทธิประโยชน์ที่สมาชิกเอเปคให้แก่กันจะมีผลต่อผู้ที่

มิได้เป็นสมาชิกเอเปคด้วย ทั้งนี้ เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีของการเปิดเสรีและกระตุ้นให้ ผู้ที่มีได้ เป็นสมาชิกเอเปคเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนกลุ่มและนอกกลุ่มบางประเทศ ทำให้ สินค้าเกษตรของไทยมีตลาดกว้างขวางมากขึ้น

### บทวิเคราะห์เรื่อง เขตการค้าเสรีอาเซียน

- AFTA เป็นเป้าหมายหนึ่งของความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งนำไปสู่ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
- จากการรวบรวมผลการศึกษาวิจัยต่างๆ เกี่ยวกับผลกระทบของการเปิดเสรีการค้า ภายใต้กรอบ AFTA ต่อเศรษฐกิจไทยและอาเซียน พบว่า AFTA ส่งผลให้สัดส่วน การค้าระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน (Intra-regional Trade) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มขึ้นของสวัสดิการทางเศรษฐกิจและการขยายตัวทาง เศรษฐกิจตามมาด้วย
- การเปิดการค้าเสรีภายใต้กรอบ AFTA เป็นเพียงความสำเร็จในขั้นแรกของการ รวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น ความท้าทายในระยะต่อไป อยู่ที่ความ คืบหน้าของอาเซียนในการดำเนินตามพันธกิจหลักอื่นๆ อย่างเป็นรูปธรรม สำหรับ นายต่อประเทศไทยในระยะนี้ รัฐบาลควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามา ใช้สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้กรอบ AFTA
- ในระยะปานกลางถึงระยะยาว รัฐบาลควรสนับสนุนให้ภาคเอกชนเพิ่มประสิทธิภาพ ในการผลิต เพื่อสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบริษัทเอกชนไทยให้กลายเป็น บริษัทระดับภูมิภาค (ASEAN Company)

#### 1.1 ที่มาของเขตการค้าเสรีอาเซียน

เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Agreement : AFTA) ได้ถูกจัดทำขึ้นในปี 2535 ภายใต้สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nation : ASEAN) โดยเป็นปัจจัยสำคัญในการขีดความสามารถในการแข่งขันของ อาเซียนในตลาดโลก

ผ่านการลดอัตราภาษีศุลกากรและข้อจำกัดทางการค้าอื่นๆ ที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers) และการปรับเปลี่ยน โครงสร้างภาษีศุลกากรเพื่อเอื้ออำนวยต่อการค้าเสรีระหว่าง

ประเทศสมาชิก อันจะนำไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) อย่างแท้จริง

ในปี 2546 ประเทศสมาชิกอาเซียนได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีเป้าหมายย่อยในการ

- (1) ส่งเสริมการเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน
- (2) เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน
- (3) พัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคและ
- (4) บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

เพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีระหว่างประเทศสมาชิก รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น ในการนี้อาเซียนได้จัดทำแผนงานเพื่อการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) อันเป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจของอาเซียนให้ชัดเจนตามระยะเวลาที่กำหนด ดังมีสาระสำคัญคือ

**1.1 การปรับลดอัตราภาษีศุลกากร** โดยประเทศสมาชิกจะต้องปรับลดภาษีศุลกากรลงเหลือร้อยละ 0 ทุกรายการในบัญชี Inclusion List (IL) ภายในปี 2553 สำหรับประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ และภายในปี 2558 สำหรับประเทศสมาชิกใหม่<sup>2</sup> โดยในส่วนของประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ ให้ลดภาษีสินค้าในบัญชี Inclusion List (IL) เหลือร้อยละ 0 ถึงร้อยละ 5 ภายในวันที่ 1 มกราคม 2546 และลดให้เป็นร้อยละ 0 ภายในปี 2553

ในส่วนของประเทศสมาชิกใหม่กำหนดให้ลดภาษีลงเหลือร้อยละ 0 ถึงร้อยละ 5 ให้ได้มากที่สุด เช่น ประเทศเวียดนาม ประเทศกัมพูชา ประเทศลาวและประเทศพม่า กำหนดให้เริ่มต้นลดภาษีภายในปี 2543 ปี 2553 ปี 2551 และ 2551 ตามลำดับ

**1.2 การยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี** กรอบการตกลง AFTA กำหนดให้ประเทศสมาชิกอาเซียนยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษีภายใน 5 ปี หลังจากที่ประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ปรับลดภาษีลงแล้ว และให้ยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณ (Quantitative Restriction) ทั้งนี้สำหรับสินค้าที่ได้รับประโยชน์จากการลดภาษีจากประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ

นอกจากนี้ ให้พัฒนากฎหมายด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (Rule of Origin) ด้วยการทบทวนกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าที่ใช้โดยประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งในภาพรวมและรายประเทศ อำนวยความสะดวกทางการค้า ปรับประสานกฎระเบียบ ขั้นตอนและวิธีการให้เป็ผนแนวเดียวกัน เพื่อลดต้นทุนทางธุรกรรมในอาเซียนและช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุน

**1.3 การเคลื่อนย้ายบริการเสรี** โดยการลดข้อจำกัดต่อผู้ให้บริการของอาเซียน การให้บริการและการประกอบธุรกิจในประเทศสมาชิกอื่น การเจรจาการค้าบริการบางสาขา เช่น การเงินและการขนส่งทางอากาศ โดยยกเลิกข้อกีดกันการเปิดเสรีการค้าบริการตามข้อตกลงภายใต้ AEC Blueprint ใน 4 สาขาสำคัญ ได้แก่ ขนส่งทางอากาศ เทคโนโลยีสารสนเทศ สุขภาพ และท่องเที่ยว ภายในปี 2553 และบริการโลจิสติกส์ ภายในปี 2556

**1.4 การเคลื่อนย้ายการลงทุนเสรี** เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และการลงทุนระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยภายใต้กรอบความตกลงเขตการลงทุนของอาเซียนระบุให้มีการเสรีในทุกภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ การผลิต เกษตร ประมง ป่าไม้และเหมืองแร่ และบริการที่เกี่ยวข้องอีกทั้งให้การปฏิบัติเยี่ยงคนชาติ (Nation Treatment) แก่ นักลงทุนและการลงทุนที่เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด ทั้งนี้ การเปิดเสรีการลงทุนใหม่และการนำผลกำไรกลับมามลงทุนใหม่จะช่วยสนับสนุนและพัฒนาเศรษฐกิจภายในของอาเซียน

**1.5 การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรี** โดยการอำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับบุคคลธรรมดาที่เกี่ยวกับการค้าสินค้า บริการ และการลงทุน เช่น การออกวีซ่าและใบอนุญาตทำงานสำหรับผู้เชี่ยวชาญและแรงงานฝีมือ

ทั้งนี้ การเคลื่อนย้ายสินค้าเสรีนับเป็นเป้าหมายที่อาเซียนได้มีการดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมที่สุด ดังนั้น ในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้กรอบ AFTA ต่อการค้า สวัสดิการทางเศรษฐกิจ (Economic Welfare) และอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ของประเทศสมาชิกอาเซียน

## ทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

1. ทฤษฎีพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างประเทศ (Interdependence Theory) วิชาการที่โดดเด่นคือโรเบิร์ต โอ. เคียวเฮน และโจเซฟ เอช. ไน ซึ่งป็นบิดาของทฤษฎีพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เคียวเฮนและไน กล่าวว่าความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในปัจจุบันมีลักษณะการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เช่นการพึ่งพาสินค้า พึ่งพาการลงทุน พึ่งพาเทคโนโลยี พึ่งพาทรัพยากรต่างๆ และความสัมพันธ์ในแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันจะทำให้เกิดเหตุการณ์ระหว่างประเทศขึ้น แม้ว่าการพึ่งพาอาจจะเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน แต่โลกทั้งโลกก็ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ทฤษฎีนี้สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางการค้าและเศรษฐกิจ

2. ทฤษฎีบูรณาการทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (International Integration Theory) เป็นทฤษฎีที่สนับสนุนให้ประเทศต่างๆมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความร่วมมือในทางเศรษฐกิจ ปัจจุบันเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับมากขึ้น ดังจะเห็นจากทั่วโลกได้เกิดการรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆมากมาย ทฤษฎีบูรณาการทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศมีนักวิชาการนำเสนอหลายคนแต่ที่มีชื่อเสียงคือทฤษฎีการบูรณาการทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคของ Bela Balassa (เบลลา บาลาสซา) เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายการบูรณาการของยุโรป ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในโลก บาลาสซาเสนอว่าขั้นตอนของการบูรณาการทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคมี 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. **ความร่วมมือจัดตั้งเขตการค้าเสรี (Free Trade Area / Agreement: FTA)** หมายถึง การร่วมมือกันของประเทศสมาชิกในภูมิภาคเพื่อขจัดอุปสรรคทางการค้า ยกเลิกภาษีทางการค้าระหว่างกัน มีการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยเสรีระหว่างประเทศสมาชิก โดยประเทศสมาชิกยังจัดเก็บภาษีศุลกากรกับประเทศนอกกลุ่มได้ตามนโยบายของตนเองเวลานี้การรวมตัวของประเทศในกลุ่มอาเซียนยังอยู่ในขั้นตอนนี้คือการจัดเป็นเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA)

2. **สหภาพศุลกากร (Custom Union)** หมายถึง ประเทศสมาชิกนอกจากจะยกเลิกภาษีทางการค้าอุปสรรคระหว่างกันแล้วยังใช้ระบบภาษีศุลกากรกับประเทศนอกกลุ่มในอัตราเดียวกัน หรือมี Common Custom Policy



3. ตลาดร่วม (Common Market) หมายถึง การขยายความร่วมมือด้านการค้าถึงขนาดที่เปิดโอกาสให้ทุน แรงงาน การประกอบการเคลื่อนไหวอย่างเสรีภายในกลุ่ม เช่น แรงงานในเยอรมันไปทำงานในฝรั่งเศส ในอังกฤษ และประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปอื่นๆ ได้อย่างเสรี

4. สหภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Union) เป็นการรวมตัวกันตั้งแต่ขั้นตอนที่1+2+3 รวมกับการกำหนดนโยบายสังคม เศรษฐกิจ การเงิน การคลังร่วมกัน

5. สหภาพการเมือง (Political Union) ถือเป็นจุดสุดท้ายของการบูรณาการทางเศรษฐกิจ หมายถึง การใช้นโยบายการเมืองและความมั่นคงอันเดียวกัน เช่นเดียวกับ United States of America ขั้นตอนนี้ยังคงเป็นไปได้ยากเพราะรัฐต่าง ๆ ยังอยากสงวนอำนาจอธิปไตยในการกำหนดนโยบายการเมืองและความมั่นคงของตนเองอยู่

### ทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ความร่วมมือทางการเมือง

ทฤษฎีดุลแห่งอำนาจ (Balance of Power) เป็นทฤษฎีที่บอกว่าโลกจะไม่เกิดปัญหาความรุนแรง ไม่มีสงคราม หากมีความได้ดุลในอำนาจของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เนื่องจากต่างฝ่ายต่างต้องกลัวอำนาจของอีกฝ่าย เช่นรัสเซียก็พยายามสร้างดุลอำนาจกับสหรัฐอเมริกา หรือในยุคของสงครามเย็นฝ่ายคอมมิวนิสต์ก็พยายามรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างดุลอำนาจกับฝ่ายโลกเสรี

### ทฤษฎีที่ใช้วิเคราะห์ความขัดแย้งทางเศรษฐกิจ

1. ทฤษฎีพึ่งพิง (Dependency Theory) จะมองว่าในโลกนี้จะแบ่งรัฐออก รัฐแกนกลาง (Core) ซึ่งเป็นประเทศพัฒนาแล้วกับรัฐปริมณฑล (Periphery) ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา ที่รัฐแกนกลางได้เข้ามาครอบงำผลประโยชน์ด้านต่างๆ จากประเทศปริมณฑล ส่งผลให้ประเทศปริมณฑลต้องด้อยพัฒนา ไม่มีโอกาสในการพัฒนาตนเอง

2. ทฤษฎีระบบโลก (World System Theory) บิดาของทฤษฎีนี้คือเอ็ดมันูเอล วอลเลอ์ไฮต์ทน์ ทฤษฎีระบบโลกก็จะเน้นการอธิบายความขัดแย้ง (ทำให้กลายเป็น

จุดอ่อนเพราะไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ความร่วมมือที่เกิดขึ้นได้ เช่นทำไม WTO ไม่มี การรวมกลุ่มในระดับภูมิภาค

สาระสำคัญของทฤษฎีระบบโลกมองว่าประเทศต่าง ๆ ในโลกแบ่งเป็นสามกลุ่มคือ

- ประเทศศูนย์กลาง (Core) ได้แก่ประเทศที่พัฒนาแล้ว สหรัฐฯ และยุโรปตะวันตก แคนาดา

- ประเทศกึ่งปริมาตร (Semi-periphery) ได้แก่ ญี่ปุ่น ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NICs)คือเกาหลีใต้ สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน บราซิล เม็กซิโก อาเจนตินาร์

- ประเทศปริมาตร (Periphery) ได้แก่ ประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายทั้งในเอเชียและแอฟริกา

ทฤษฎีระบบโลกกล่าวว่า ประเทศศูนย์กลางจะกอบโกยผลประโยชน์จากประเทศรอบนอกและกึ่งรอบนอก รวมทั้งยังกีดกันทางการค้าจากประเทศรอบนอกและกึ่งรอบนอกโดยมาตรการต่างๆ

ส่วนประเทศกึ่งรอบนอกจะทำหน้าที่สองอย่างคือถูกกอบโกยจากประเทศศูนย์กลาง และในเวลาเดียวกันก็เข้าไปกอบโกยผลประโยชน์จากประเทศรอบนอกด้วย รวมทั้งกีดกันทางการค้าไม่ให้สินค้าจากประเทศรอบนอกเข้าไปในตลาด ทำให้ประเทศรอบนอกเป็นผู้ที่เดือดร้อนมากที่สุด ยิ่งทำให้ประเทศรอบนอกที่เป็นประเทศกำลังพัฒนาไม่มีโอกาสพัฒนาขึ้นมาได้เลย สุดท้ายก็จะนำมาซึ่งความขัดแย้ง

**3. แนวคิดพาณิชย์นิยม (Mercantilism)** เป็นทฤษฎีที่บอกว่ารัฐแต่ละรัฐจะสร้างความมั่งคั่งของตนเองด้วยการพยายามส่งออกให้มากที่สุดแต่นำเข้าให้น้อยที่สุด เป็นแนวคิดการปกป้องทางการค้า (Protectionism) ในปัจจุบันแนวคิดนี้ถูกเรียกว่าการปกป้องแบบใหม่ (New Protectionism) เนื่องจากเครื่องมือที่ประเทศต่างนำมาใช้ในการปกป้องทางการค้าจะมีการพัฒนารูปแบบไปจากเดิมที่ใช้มาตรการทางภาษี (Tariff Barrier) ด้วยการตั้งภาษีนำเข้าแพงๆ มาเป็นมาตรการแบบใหม่ เช่น

- มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม
- มาตรการด้านแรงงาน
- มาตรการด้านสิทธิมนุษยชน

- มาตรการด้านคุณภาพสินค้า  
เราจะพบว่าประเทศที่พัฒนาแล้วมักจะอ้างเหตุผลเหล่านี้เพื่อกีดกันการนำเข้าจากประเทศกำลังพัฒนา

### ตอนที่ 3

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมอิสลาม

##### 3.1 วัฒนธรรมและความเชื่อในศาสนาอิสลาม

คำว่า “อิสลาม” เป็นคำภาษาอาหรับ แปลว่า สันติ หรือการเข้าสู่สันติ เป็นการมอบกาย และจิตใจให้แก่พระเจ้า ซึ่งในภาษาอาหรับเรียกว่า “อัลเลาะห์” อย่างสิ้นเชิงในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะ เรียกคำว่า อัลเลาะห์ แทนคำว่าพระเจ้า

สำหรับคำว่า “มุสลิม” หมายถึง ผู้ที่ศรัทธาในศาสนาอิสลาม โดยเป็นผู้ที่ดำเนินชีวิต ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีความสัมพันธ์กับ หลักศรัทธาและหลักปฏิบัติอย่างแนบแน่นตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่สำคัญศาสนาหนึ่งใน โลก ถือกำเนิดขึ้นเมื่อประมาณ 1400 กว่าปีมาแล้วตรงกับปี ค.ศ. 610หรือ ปี พ.ศ.1153 ณ ประเทศซาอุดีอาระเบีย

ศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่ถูกจัดอยู่ในประเภทเอกเทวนิยม คือศาสนาที่นับถือพระเจ้าองค์เดียวไม่นับถือเทพเจ้าอื่นใด ห้ามการเคารพบูชาเทวรูป รูปปั้น ภาพจำลองหรือวัตถุอื่นใด ทุกชนิด รวมทั้งห้ามการบูชาตัวบุคคล ห้ามเชื่อถือผีสิง เทวดา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไชคกลางของขลัง ดวงชะตา

ศาสดาในศาสนาอิสลามคือศาสดามูฮัมมัด (ซ.ล.) ผู้ที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่อำนาจ สอนของอัลเลาะห์มาสู่มวลมนุษยชาติมุสลิมทุกคนล้วนปฏิบัติตามหลักการของศาสนา อิสลาม โดยยึดหลักจาก 2 แหล่งได้แก่ พระดำรัสของอัลเลาะห์ (คัมภีร์อัลกุรอาน) และจากแบบฉบับท่านศาสดามูฮัมมัด (ซุนนะห์ หรือ หะดีษ)

วิถีชีวิตตามหลักศาสนาอิสลามได้วางพื้นฐานอยู่บนหลักการสำคัญ 2 ประการคือหลัก ศรัทธา 6 ประการ และหลักปฏิบัติ 5 ประการ ดังนี้

หลักศรัทธา (อะกีดะฮ์) ในศาสนาอิสลาม ประกอบด้วยหลัก 6 ประการ ดังนี้

1. การศรัทธาในพระเจ้าองค์เดียว คือการศรัทธาว่าไม่มีพระเจ้าอื่นใดที่ควรเคารพ นอกจากพระเจ้า (อัลเลาะห์) องค์เดียวผู้สร้างชั้นฟ้า แผ่นดิน และสรรพสิ่งทั้งหลาย และจะไม่เคารพสักคิพระเจ้าอื่นใด การเคารพสักคิต่อสิ่งอื่นทั้งหลายถือเป็นการตั้งภาคีต่อพระเจ้า บุคคลนั้นจะถือว่าเป็นผู้ออกนอกรศาสนาทันที และต้องกลับตัว (เตาบัต) เพื่อเข้ารับอิสลามใหม่โดยการกล่าวปฏิญาณตนใหม่ด้วยการกล่าวว่า “ลาอิลลาฮะอิลลัลลอฮุ มุฮัมมัดร่อซูลลัลลอฮุ” แปลว่า “ไม่มี พระเจ้าอื่นใดที่ควรเคารพสักคินอกจากอัลเลาะห์ (ซ.บ.) และศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) เป็นศาสนทูตของพระองค์”
2. การศรัทธาในบรรดามะลาอิกะฮ์ (เทวทูตของพระเจ้า) ซึ่งมะลาอิกะฮ์ทำหน้าที่ตามที่ พระเจ้ากำหนด
3. การศรัทธาในบรรดาคัมภีร์ หรือหลักธรรมของพระเจ้าที่มายังศาสดาในทุกยุคทุกสมัย สำหรับคัมภีร์ฉบับสุดท้ายที่ถูกนำมาเผยแพร่ให้กับชาวโลกได้แก่คัมภีร์อัลกุรอาน โดยส่งผ่านมาสู่ท่านศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.)
4. การศรัทธาในบรรดาศาสดา ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ศาสนาของพระเจ้าในแต่ละยุคสมัย ซึ่งศาสดาที่สำคัญมี 25 ท่าน และศาสดาองค์สุดท้ายคือศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.)
5. การศรัทธาในวันตัดสินและการเกิดใหม่ในปรโลก มุสลิมทุกคนมีความเชื่อว่าชีวิตของเขามีได้เกิดมาโดยบังเอิญแต่อัลเลาะห์ (ซ.บ.) เป็นทรงสร้างให้มีชีวิตใน โลกนี้เพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง และทุกชีวิตจะต้องประสบกับความตาย และในวันหนึ่ง โลกจะแตกสลาย หลังจากนั้นทุกชีวิตจะถูกทำให้ฟื้นขึ้นมาเพื่อรับการตัดสินผลตอบแทนจากผลของการกระทำในโลกรนี้

6. การศรัทธาในกฎกำหนดศภาวะ คือศรัทธาว่า นอกจากอัลเลาะห์ (ซ.บ.) จะสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ขึ้นมาแล้ว พระองค์ยังกำหนดกฎศภาวะแห่งธรรมชาติ เช่น ให้ดวงจันทร์โคจรรอบโลก โลกโคจรรอบดวงอาทิตย์ เป็นต้น

<http://www.usc.edu/dept/MSA/introduction/alaqidah.html>

**หลักการปฏิบัติในศาสนาอิสลาม (อิบาเดห์)**มุสลิมที่ศรัทธาในหลักความเชื่อในศาสนาอิสลาม จะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติที่วางไว้อย่างเคร่งครัด โดยมีหลักการที่ต้องปฏิบัติ 5 ประการ ดังนี้

1. การกล่าวคำปฏิญาณตนว่า “ไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลเลาะห์ (ซ.บ.) และ ศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) เป็นศาสนทูตของพระองค์”
2. การปฏิบัติศาสนกิจประจำเวลา ด้วยการดำรงนมาซ (ละหมาด) คือการเข้าเฝ้าพระเจ้า และขอวิงวอนต่อพระองค์ ซึ่งเป็นการขัดเกลาจิตวิญญาณของผู้ละหมาดให้บริสุทธิ์ และเป็นการป้องกันการกระทำชั่วต่าง ๆ ด้วยการปฏิบัติ ละหมาดวันหนึ่งกับคืนหนึ่ง 5 เวลา ได้แก่ ช่วงเวลาประมาณ 0.5.00-05.45 น., 12.30-15.30 น., 15.30-18.25 น., 18.25-20.00 น. และ 20.00-05.00 น.
3. การถือศีลอดในเดือนรอมะฎอน เป็นเวลาประมาณ 29-30 วัน ในรอบหนึ่งปี ด้วยการงดเว้นจากการกิน การดื่ม ตั้งแต่แสงอรุณขึ้นจนกระทั่งพระอาทิตย์ตก และประกอบกิจกรรมความดีทั้งหลาย ละเว้นจากการประพฤดิชั่วทั้งร่างกาย วาจา และจิตใจ การถือศีลอดเป็นการขัดเกลากิเลสตัณหาในตนเอง เป็นการฝึกความอดทนต่อความทุกข์ยาก และสิ่งยั่วยวนต่าง ๆ อีกทั้งนำมาซึ่งความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่นทั้งในที่ลับและเปิดเผย
4. การบริจาคชะกาต เมื่อสิ้นสุดเดือนรอมะฎอน สำหรับผู้ที่มีทรัพย์สินเหลือในรอบหนึ่งปีจะต้องบริจาคทรัพย์สินจำนวน ร้อยละ 2.5 ให้กับบุคคล 8 จำพวกที่ศาสนากำหนด
5. การไปประกอบพิธีฮัจย์ หรือการไปแสวงบุญที่ประเทศซาอุดีอาระเบีย 1 ครั้งในชั่วชีวิตหากมีความสามารถ

จากหลักความเชื่อและหลักปฏิบัติดังกล่าวมีผลต่อการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันของมุสลิมนับตั้งแต่เช้าจรดค่ำ และจากเกิดจนกระทั่งตาย ดังนั้นวิถีชีวิตของมุสลิมเป็นผลมาจากความเชื่อ ความศรัทธาในหลักคำสอนของศาสนา นำไปสู่การปฏิบัติตนของมุสลิมในทุก ๆ เรื่อง ได้แก่ หลักการดำรงชีวิตส่วนตัว ครอบครัว สังคม การค้า การลงทุน ล้วนเป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามทั้งสิ้น

### ความเชื่อทางวัฒนธรรม

คำว่า “วัฒนธรรม”(Culture) ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2542 (หน้า 757) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมคือ ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงามแก่หมู่คณะหรือวิถีชีวิตของหมู่คณะ

วัฒนธรรม คือ ความรู้ ความคิด สิ่งของหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเป็นสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมา เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเจริญงอกงามของสังคมมนุษย์ (นิภา มานะการ, 2456, หน้า 13)

ความหมายความเชื่อทางวัฒนธรรม มีนักวิชาการกล่าวถึงไว้มากกว่า 200 ความหมาย ในลักษณะที่แตกต่างกันทั้งรูปธรรมและนามธรรม (Hanna and Wozniak, 2001) สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ระบุขอบเขตความหมายของวัฒนธรรมในลักษณะปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมในมิติของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและค่านิยมที่มีต่อข้อห้ามเกี่ยวกับดอกเบี้ยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของมุสลิมในการเลือกใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

ดังนั้นความเชื่อทางวัฒนธรรมในการวิจัยครั้งนี้ จึงหมายถึงความเชื่อตามวิถีชีวิตตามหลักศาสนา ค่านิยมของคนในสังคม ซึ่งเป็นแบบแผนปฏิบัติ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 2543) ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ การแบ่งปัน การพึ่งพิง จากผลของการอยู่ร่วมกันซึ่งคนในสังคมมีความเชื่อว่าเป็นการกระทำที่มีคุณค่า นำความเจริญงอกงาม และเป็นระเบียบมาสู่สังคมเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ และมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น (Hofstede 1984,1987) โดยการถ่ายทอดสู่รุ่นต่อมา อีกทั้งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และปรับให้สอดคล้องกับธรรมชาติแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปบนฐานของหลักความดีงาม (พระธรรมปิฎกม 2537) แต่สำหรับวัฒนธรรมความเชื่อใน

ศาสนาอิสลามนั้นแตกต่างจากหลักวัฒนธรรมโดยทั่วไป เพราะว่าวัฒนธรรมอิสลามจะไม่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย แต่จะคงเป็นไปตามหลักความเชื่อในศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด (Sauer, James B., 2002)

ในขณะที่ศาสนา ความเชื่อ พิธีกรรม ตามแนวคิดของนักวิชาการที่มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน คือ ยศ สันติสมบัติ (2540) และปราณี วงษ์เทศ(2540) กล่าวว่า ระบบศาสนากับความเชื่อเป็นพัฒนาการของกระบวนการทางสังคมที่ทำให้เกิดสัญลักษณ์เพื่อการดำรงอยู่ อาจมีการเปลี่ยนแปลงความเชื่อเพื่อให้เกิดความเข้าใจตามกาลเวลา วิวัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรมสังคมแต่ละแห่งจึงมีระบบความเชื่อความสลับซับซ้อนแตกต่างกัน ดังนั้นศาสนา พิธีกรรม จึงเป็นข้อสรุปในการควบคุมมนุษย์

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (cultural factors) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคมและกำหนดความแตกต่างของสังคม รวมทั้งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล (Stanton and Futrell, 1987)

วัฒนธรรมเป็นอิทธิพลที่มีความสำคัญต่อบุคคลในสังคม วัฒนธรรม หมายถึง ทุกสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวเราที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ประกอบด้วยสิ่งที่มีตัวตนจับต้องได้ (tangible items) เช่น เสื้อผ้า อาหาร เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ และสิ่งที่ไม่มีความจับต้องไม่ได้ (intangible items) เช่น ความชอบ ทัศนคติ เป็นต้น ซึ่งทั้งสองประเภทเป็นสิ่งที่ได้รับสืบทอดกันระหว่างคนรุ่นต่อ ๆ กันมา และได้มีการแบ่งวัฒนธรรมออกเป็นวัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (sub-cultural) และชั้นของสังคม อิทธิพลของวัฒนธรรมย่อย หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน เป็นลักษณะของพฤติกรรมที่มีลักษณะพิเศษ เป็นส่วนย่อยของสังคมนขนาดใหญ่ วัฒนธรรมย่อยนี้ หมายถึงความเป็นเชื้อชาติ (nationality group) กลุ่มศาสนา (religious group) กลุ่มท้องถิ่น (region) หรือกลุ่มอาชีพ (occupational)(Gerrard, Philin, Cunningham, J. Barton, 1997) นอกจากนี้วัฒนธรรมย่อยที่เป็นเรื่องของค่านิยม ประเพณี ความเชื่อทางศาสนาที่ส่งผ่านมายังบุคคล หรือการสืบทอดของบุคคล จากพ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของกลุ่มย่อย ๆ ที่มีอยู่ในสังคมกลุ่ม

ใหญ่อันนำไปสู่การเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างในเรื่องของเชื้อชาติ ศาสนา ซึ่งวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อยนำไปสู่ทัศนคติที่เหมือนกันของสมาชิกภายในสังคม (Hofstede, 1980; Khalid al-Khatib, 1999)

Soeters and Schreuder (1988) อ้างใน (Violet,1983) ได้กล่าวว่า วัฒนธรรมเป็นการเรียนรู้ความแตกต่างทางพฤติกรรม จากการกระทำของสัญชาติญาณ (Tylor, 1929) ได้กล่าวว่า วัฒนธรรม คือการกล่าวถึงความเชื่อ ประเพณีที่มีความสัมพันธ์กับสังคม วัฒนธรรมจะสะท้อนให้เห็นความตั้งใจของบุคคลในการดำเนินการภายใต้สิ่งที่อยู่ภายใน สำหรับ (Hofstede's,1980,1991, 2001)ให้ความหมายของวัฒนธรรม ในทางมนุษยศาสตร์วัฒนธรรม คือ การจัดลำดับความเชื่อและนิสัยซึ่งนำไปสู่การบรรยายความสัมพันธ์ของสังคม สำหรับแนวคิดทางวิทยาศาสตร์ วัฒนธรรมเป็นการอธิบายถึงกลุ่มของมาตรฐานสำหรับอำนาจในการพิจารณาพฤติกรรมในสังคม เป็นการอธิบายวิถีชีวิตของสังคม การดำรงอยู่ของวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มีผลกระทบต่อกันอย่างลึกซึ้งของคนในสังคม วัฒนธรรมเป็นผลผลิตของจิตใจ ไปสู่รูปแบบการเรียนรู้ของสมาชิกในสังคม (Voilet,1983)

Faruqi (1989) ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับศาสนา ซึ่งศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญมากและเป็นองค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมย่อย ซึ่งศาสนาเป็นแนวคิดที่หลอมรวมที่สมบูรณ์และเป็นการยากในการให้ความหมายที่ชัดเจน (Acquaviav, 1979; Clark, 1958; Geertz,1973) และ (Faruqi,1989) ได้อธิบายความหมายของศาสนาไว้ว่า เป็นระบบของสัญลักษณ์ซึ่งกระทำให้เกิดพลังอำนาจที่แพร่กระจายปกคลุมไปทั่วและนำไปสู่จิตใจและเป็นแรงจูงใจที่เป็นหนึ่งเดียวอย่างแท้จริง (Geetz,1973) สำหรับ(Spiro and D'Andrade's,1958) ได้อธิบายความหมายของศาสนาไว้ว่า ศาสนาเป็นสิ่งที่ประกอบด้วยข้อบังคับ รูปแบบของวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบต่อแนวคิดของศาสนาไปสู่พิธีกรรมทางศาสนาที่เหมือนกับหลักทฤษฎีด้านตรรกวิทยาสังคมที่กล่าวถึงความสำคัญของศาสนาที่มีบทบาทในการกำหนดขนาดของสังคม พฤติกรรมทางศาสนา ความเชื่อ เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ถูกถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นแล้วรุ่นเล่าในวิถีชีวิตกลายเป็นกิจวัตร (Arggle and Beit-Hallahmi, 1975)

Aczuavira (1979) ได้อธิบายว่า ศาสนามีอิทธิพลที่มีความลึกซึ้งที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตของมนุษย์และบุคลิกภาพของบุคคล ของสังคม กฎระเบียบ รวมทั้งกิจวัตรและลักษณะนิสัย



ของบุคคล (Gilkey, 1981) กล่าวว่าศาสนาเป็นสิ่งที่ส่องให้เห็นความชัดเจนของความเข้าใจ กระบวนการทางความคิดนำไปสู่การกระทำ ดังนั้นแนวคิดของการปฏิบัติศาสนาเป็นศูนย์รวมของการปฏิบัติกิจกรรมของมนุษย์

สำหรับพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของศาสนาไว้ ดังนี้

ศาสนา หมายถึง ลัทธิความเชื่อของมนุษย์อันมีหลัก คือแสดงกำเนิดและความสิ้นสุดของโลกเป็นต้น อันเป็นไปในฝ่ายปรมาตม์ประการหนึ่ง แสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบุญบาปอันเป็นไปในฝ่ายศีลธรรมประการหนึ่ง พร้อมทั้งพิธีที่กระทำตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อนั้น ๆ

ในภาษาอังกฤษ คำว่า (religion) หมายถึง ความศรัทธาซึ่งผูกพันความรู้สึกของมนุษย์ให้รู้สึกว่ามีความสูงส่งอยู่เหนือตน อันเป็นทางนำไปมีพิธีปฏิบัติสืบเนื่องจากการศรัทธานั้น

ความหมายในภาษาอารบ คำว่าศาสนามาจากคำว่า “ดิน” อ่านเต็มว่า ดินฺนุ หมายถึง การนอบน้อม การภักดี และคำว่า อัลดินฺลิลลาฮิ (การภักดีปฏิบัติตามคำสั่งของอัลเลาะห์ (ซ.บ.) คือคำสั่งสอนที่มีการศรัทธา อัล-อิมาน และมีการปฏิบัติต่าง ๆ “อัช-ชะรีอะฮ์” อันเป็นหน้าที่ของมนุษย์ต่อพระเจ้า เพื่อความผ่องแผ้วแห่งจิตใจของตนเอง อันเป็นปรมาตม์ฝ่ายหนึ่ง และหน้าที่ของมนุษย์ต่อมนุษย์ เพื่อดำรงไว้ซึ่งสิทธิของมนุษย์และสวัสดิภาพของสังคมอันเป็นศีลธรรมฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นธรรมเนียมที่พระเจ้าเป็นเจ้าของได้ทรงบัญญัติไว้แก่มนุษย์ผ่านนบีตามยุคตามสมัย (อ้างใน หลักการศรัทธา โดย ดิเรก กุลศิริสวัสดิ์, 2546)

วัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่อยู่รอบตัวของบุคคลซึ่งมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทุกคนล้วนเป็นผลผลิตของวัฒนธรรม (Abbot and Moran, 1994) กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันของกลุ่มชนในสังคมในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านศาสนา ประเพณี ทัศนคติ การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มในสังคมส่งผลต่อวัฒนธรรม (Chen; Peng and Saporito, 2002; Foster, 1992; Parson and Shils, 1951) วัฒนธรรมเป็นความเชื่อและส่งผ่านได้ด้วยการรับรู้ไปสู่แรงจูงใจและทัศนคติ (Hofstede, 1980)

แนวทางการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้นมีประเด็นที่แตกต่างกันในแต่ละศาสตร์ที่จะทำการศึกษาด้านนักทฤษฎีแต่ละท่าน สำหรับข้อค้นพบเกี่ยวกับความเชื่อทางวัฒนธรรมของนักการตลาดทั้งหลาย อาทิ เช่น (Kotler, 2006) เป็นต้นที่ได้รับความสนใจนำมาศึกษาและอ้างอิง ที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ คือความเชื่อทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของนักทฤษฎี โฮฟสเตด (Hofstede's value survey model: VSM (Hofstede 1984, 1997) ที่ได้อธิบายคุณลักษณะของวัฒนธรรมที่ครอบคลุม 5 มิติ ซึ่งประกอบด้วย ความเลื่อมล้ำของอำนาจ ปึงเจกชนนิยมหรือกลุ่มนิยม ภาวะความเป็นเพศชาย หรือหญิง การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน และการมุ่งสานสัมพันธ์ระยะยาวและระยะสั้น

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการให้เกิดประโยชน์ทางการตลาดและการบริหารในธุรกิจด้านการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล จึงได้ดัดแปลงตัวแปรด้านวัฒนธรรมมาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

Acquavira (1979) ได้อธิบายว่า ศาสนาเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลที่มีความหมายลึกซึ้งของวิถีชีวิตของมนุษย์และบุคลิกภาพของบุคคล และสังคม ศาสนาเป็นการส่องให้เห็นความชัดเจนของความเข้าใจที่เกิดจากความคิด การตัดสินใจ การกระทำ ดังนั้นแนวคิดของศาสนาและการปฏิบัติทุก ๆ กิจกรรมเป็นศูนย์กลางของการปฏิบัติกิจกรรมทั้งหมดของมนุษย์

ดังนั้นศาสนาจึงเป็นสิ่งที่สามารถให้เหตุผลได้ว่าเป็นการรวมกลุ่มของคุณค่าทางวัฒนธรรมของสังคม (Hofstede, 1980) ได้ตั้งสมมติฐานของวัฒนธรรมว่าเป็นความเชื่อและคุณค่าที่รับรู้โดยบุคคลที่ดำเนินการตามสถานการณ์ ซึ่งมีความเป็นธรรม สามารถส่งผ่านได้โดยการรับรู้ แรงจูงใจและทัศนคติ

ดังนั้นตัวแปรปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ซึ่งอาจเกิดวัฒนธรรมย่อย (sub-cultural) หมายถึงวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ที่อาจเหมือนหรือแตกต่างกับสังคมกลุ่มใหญ่เช่น กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว หรือ กลุ่มทางด้านอาชีพ เช่น กลุ่มชาวนา ผู้ใช้แรงงาน ข้าราชการ เป็นต้น (Anne M. Brumbaugh, 2002)

## สรุป

จากหลักความศรัทธา ความเชื่อและหลักปฏิบัติตามหลักการของศาสนาตามหลักคำสอนของพระเจ้า (อัลลอฮ์) นั้นมีผลต่อการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันของมุสลิมทุกคน นับตั้งแต่เช้าจรดค่ำ และจากเกิดจนกระทั่งตาย ดังนั้นมุสลิมทุกคนจึงต้องประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในกรอบของศาสนาโดยเคร่งครัด ไม่เฉพาะแต่เรื่องการค้ารงชีวิตทั่วไปเท่านั้นแต่รวมไปถึงในการประกอบสัมมาอาชีพในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการผลิตอุตสาหกรรม การบริการ การค้าขาย ล้วนได้รับอิทธิพลมาจากความเชื่อของศาสนาทั้งสิ้น มุสลิมทุกคนล้วนปฏิบัติตามหลักศาสนาอย่างเคร่งครัดเพราะยึดมั่นในหลักความเชื่อของการประกอบความดีที่บุคคลกระทำในโลกนี้ (โลกดุนยา) จะมีผลต่อการได้รับผลของความดีในโลกหน้า (โลกอาคีเราะห์) คือการได้อยู่บนสรวงสวรรค์ตามที่อัลลอฮ์ (ช.บ.) ได้ทรงสัญญาไว้ ดังนั้นตัวแปรปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมในงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งเป็นความเชื่อที่เป็นผลมาจากศาสนาและวัฒนธรรม ดังนั้นความเชื่อทางวัฒนธรรมในการวิจัยครั้งนี้จึงหมายถึง วิธีชีวิตตามหลักศาสนา ทศนคติ และความเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลเนื้อสัตว์แปรรูปไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน

### 3.2 หลักการฮาลาลในอิสลาม

#### บทบัญญัติที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

ฮาลาล(อาหรับ: **حلال**) (บ้างสะกดว่า สะลาล หรือ หะลาล) เป็นศัพท์นิติศาสตร์อิสลาม จากภาษาอาหรับ หมายความว่า กฎบัญญัติอนุมติให้มุกัลลัฟ (มุสลิมที่อยู่ในศาสนานิติภาวะ) กระทำได้ อันได้แก่ การนึกคิด วาจา และการกระทำที่ศาสนาได้อนุมัติให้ เช่น การรับประทานเนื้อปศุสัตว์ที่ได้รับการเชือดอย่างถูกต้อง การค้าขายโดยสุจริตวิธี การสมรสกับสตรีตามกฎหมายที่ได้ระบุไว้ เป็นต้น ในเมืองไทย คำว่า "ฮาลาล" เป็นที่รู้จักในความหมายอาหารหรือสิ่งเจือปนที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม อาหารสำเร็จรูปประเภทนี้จะมีตราฮาลาล

มุสลิมหมายถึง ผู้ที่ยอมรับนับถือศาสนาอิสลามต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติ คำสั่งห้าม/ ไข่ ตามกัมกีร์อัล-กุรอาน ซึ่งเป็นวะยูห์จากพระเจ้า และคำสั่งสอนของท่านนบีมุฮัมมัด (คือลลอลลอสุอะลัยฮิอะซัลลัม)ผู้เป็นศาสนทูต คนสุดท้ายของอิสลาม

ตัวอย่างของบทบัญญัติในอิสลาม มีดังนี้

'มนุษย์เอียงบริ โภคสิ่งที่อนุมัติและที่ดีจากที่มีอยู่ในแผ่นดิน และอย่าปฏิบัติตามรอยเท้าของมาร แท้จริง มันเป็นศัตรูที่เปิดเผยสำหรับสุเจ้า ' จากอัลกุรอาน อัลบะเกาะเราะฮ บทที่ 2 : โองการที่168

'พระองค์ทรงห้ามพวกเจ้านั้นเพียงแต่สัตว์ที่ตายเอง และเลือด และเนื้อสุกรและสัตว์ที่ถูกกล่าวนามอื่นนอกจากอัลลอฮฺ(เมื่อถูกเชือด) แต่ผู้ใดได้รับความคับขันโดย และมิใช่เจตนา ขัดขึ้น และมิใช่เป็นผู้ละเมิดขอบเขตแล้วไซ้ร์ ก็ไม่มีบาปใด ๆ แก่เขา แท้จริงอัลลอฮฺเป็นผู้ทรง อภัยโทษผู้ทรงเมตตาเสมอ ' (จากอัลกุรอาน อัลบะเกาะเราะฮ บทที่ 2 : โองการ173)

'แท้จริง พระองค์เพียงแต่ทรงห้ามสุเจ้า (มิให้บริ โภค) สัตว์ที่ตายเอง และเลือดและเนื้อ ของสุกร และที่ถูกเปล่งนามอื่นนอกจากอัลลอฮฺ (เมื่อเชือด) แต่ผู้ใดก็ดีที่อยู่ในภาวะคับขันไม่ เจตนาคือดิ่ง และมิใช่ละเมิด ฉะนั้นแท้จริง อัลลอฮฺเป็นผู้ทรงให้อภัย ผู้ทรงเมตตาเสมอ ' จากอัลกุรอาน อันนะหฺล บทที่ 16 : โองการ115

คำว่าอนุมัตินั้น ภาษาอาหรับเรียกว่า 'ฮาลาล ' ไม่เฉพาะกับสิ่งที่เราได้รับประทานเท่านั้น ยังหมายถึงถึง วิธีการได้มาซึ่งเงิน และสิ่งอื่น ๆ ที่ต้องห้าม สิ่งใดที่ห้าม การทุจริตคดโกง ล้วนเป็นสิ่งที่ไม่อนุมัติเรียกว่า ' ฮารอม ' ด้วยเช่นกัน ดังนั้น สิ่งที่ได้รับประทานเข้าไปล้วน ส่งผลต่อเลือดเนื้อของมนุษย์ หากรับประทานสิ่งไม่ดีสิ่งเหล่านี้ก็จะถูกดูดซึมหมุนเวียนเข้าสู่ ร่างกาย หัวใจและสมอง เลือดเนื้อในร่างกายก็จะเป็นสิ่งที่ไม่ดีตามไปด้วย ทำให้มีผลต่อ ธรรมชาติจิตใจของมนุษย์ซึ่งจะมีผลต่อการทำอิความดีงาม (อิบาดะฮฺ) และการขอพร (ดูอา) จากพระองค์อัลลอฮฺซุบปะฮานะฮฺวะตะอะลา ด้วย หากบริ โภคสิ่งต้องห้าม ก็จะกลายเป็น เชื้อเพลิงของไฟนรก

จากพระมหากัมกีร์อัลกุรอาน ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ ไว้ดังนี้ “ก่อนเนื้อทุกชิ้นที่เติบโตมา จากสิ่งสะอาด(ก่อนเนื้อนั้น) ไฟนรกจะเผาผลาญเป็นเบื้องแรก” (รายงาน โดย:ฎ็อบเราะนิย์) “พึงทราบเถิด ในร่างกายมีก้อนเนื้ออยู่ก้อนหนึ่ง หากว่ามันดีร่างกายก็จะดีไปด้วยทั้งหมด หาก

ว่ามันเสียหาย ร่างกายทั้งหมดก็จะเสียหายไปด้วย มันคือหัวใจ” (รายงาน โดย:บุคอรียะและมุสลิม)

### บทบัญญัติอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อการบริโภคนั้นมี 3 ประเภทคือ

- อาหารฮาลาล หมายถึงอาหารที่อนุมัติ
- อาหารหะรอม หมายถึงอาหารที่ไม่อนุมัติ
- อาหารมัชบูฮฺ หรือ ชุบฮาด หมายถึงอาหารที่ยังมีข้อเคลือบแคลงหรือน่าสงสัย ที่ยังไม่สามารถระบุได้ว่าฮาลาลหรือหะรอมจนกว่าจะผ่านการตรวจสอบ พิสูจน์ และวินิจฉัยซึ่งตามหลักการแล้วให้หลีกเลี่ยง

### หลักการต่างๆ เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

1. ฮาลาลด้วยตัวของมันเอง ลักษณะฮาลาล ณที่นี้ หมายถึง ต้องไม่เป็นสิ่งสกปรกนะญิส(นะญิส)ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

- 1) นะญิส มุค็อฟพะพะฮฺ (เบา) ได้แก่ปัสสาวะเด็กชายอายุไม่เกินสองปีที่กินแต่นมแม่
- 2) นะญิส มุตะวัตสิฎะฮฺ (ปานกลาง) ได้แก่อุจจาระ ปัสสาวะ เลือด มูลสัตว์ ซากสัตว์และอื่นๆ

3) นะญิส มุฆ็อลละซะฮฺ (หนัก) ได้แก่สุกรและสุนัข

- ต้องไม่เป็นสัตว์ที่มีเขี้ยวเล็บ งาและกรงเล็บที่แข็งแรง และใช้อวัยวะดังกล่าวนี้ในการหาอาหาร เช่น สิงโต เสือ หมีช้าง และสัตว์อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายกันนี้รวมถึงนกทุกชนิดที่มีกรงเล็บ เช่น แร้งเหยี่ยว เป็นต้น

- ต้องไม่เป็นสัตว์ที่ไม่อนุญาตให้ฆ่าตามหลักการศาสนาอิสลาม เช่น มดและนกหัวขวาน

- ต้องไม่เป็นสัตว์ที่พิจารณาโดยทั่วไปแล้วว่าเป็นสัตว์ที่น่ารังเกียจ เช่น เหาแมลงวัน หนอน ค้างคาว และสัตว์อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน

- ต้องไม่เป็นสัตว์เลื้อยคลานหรือมีพิษร้ายเช่น กิ้งก่า งู และและสัตว์อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน

- ต้องไม่เป็นสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ

อัลลอฮ์ (ซ.บ.) ได้ตรัสในพระมหาคัมภีร์อัลกุรอาน บทที่ 2 อัลบะเกาะเราะฮ์ โองการที่ 173 ว่า

ความว่า "แท้จริงพระองค์ทรงห้ามรับประทานซากสัตว์ เลือด เนื้อสุกรและสัตว์ที่เชือดเพื่อสิ่งอื่นนอกเหนือจากอัลลอฮ์"

ท่านนบี ศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลัม ได้กล่าวความว่า "ท่านรอซูลศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลัม ได้ห้ามรับประทานสัตว์ที่มีเขี้ยวและนกที่มีกรงเล็บ" (บันทึกโดยมุสลิม 3574)

## 2. วิธีการได้มาอาหารดังกล่าวก็ต้องฮาลาล

ท่านนบีศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลัม ได้กล่าวความว่า

"แท้จริงอัลลอฮ์ทรงโปรดสิ่งที่ดี ดังนั้นพระองค์จะไม่ทรงตอบรับ ยกเว้นสิ่งที่ดีเท่านั้น"

(บันทึกโดยมุสลิม ในkitab อัซชะกาต บาบเกาะบูลเศาะอะอะฮ์ มุมนัฎกะตบิฎฎ็อยยิบ)

## 3. ต้องเป็นสิ่งที่มีประโยชน์

อัลลอฮ์ได้ตรัสในพระมหาคัมภีร์อัลกุรอาน ได้ตรัสว่า ความว่า "และจงบริโภคจากสิ่งที่ยอดเยี่ยที่ได้ทรงให้ เครื่องยังชีพแก่ผู้เจ้าซึ่งสิ่งที่อนุญาติและที่ดีมีประโยชน์และจงยำเกรงต่ออัลลอฮ์ผู้ซึ่งพวกเจ้าศรัทธาในพระองค์" (อัลมาอิดะฮ์ : 88)

## 4. ต้องมีความสะอาดไม่มีสิ่งเจือปนจากนะญิส

อิสลามถือว่าอาหารที่ฮาลาลจะต้องเป็นอาหารที่ อัลลอฮ์อนุมัติสามารถบริโภคได้และต้องไม่ปนเปื้อนสิ่งที่เป็นนะญิสหรือสิ่งสกปรกใดๆ อิสลามได้กำหนดน้ำที่จะต้องชำระล้างวัตถุดิบที่จะเอาไปประกอบเป็นอาหารจะต้องเป็นน้ำสะอาดและเป็นน้ำที่อนุญาตให้ใช้ได้ตลอดจนได้กำหนดกฎเกณฑ์วิธีการชำระล้างที่ละเอียดเพื่อให้ได้อาหารที่สะอาด

## 5. ต้องผ่านกระบวนการเชือดที่ถูกต้องตามหลักการ

สัตว์บกและสัตว์ปีกทุกชนิดที่ได้รับการอนุมัติให้บริโภคได้นั้นจะต้องผ่านกระบวนการเชือดที่ถูกต้องตามหลักการอิสลามก่อนจะนำมาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ฮาลาล ดังนั้นสัตว์บกหรือสัตว์ปีกที่ตายเอง เป็นโรคตาย ถูกรถชนตาย ถูกตีตายตกเขาหรือจากที่สูงตาย ฯลฯ รวมถึงที่ถูกเชือดโดยผู้อื่นที่มีชัมมุสลิมหรือมิได้กล่าวด้วยพระนามของอัลลอฮ์ ถือว่าเป็นซากสัตว์ซึ่งอิสลามถือว่าหะรอมนำมาบริโภคไม่ได้

6. อุปกรณ์ภาชนะที่บรรจุอาหารและสถานที่ในการผลิตต้องสะอาดเช่นกัน

อิสลามยัง ได้กำหนดถึงสถานที่และภาชนะ อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตอาหารต้องสะอาดด้วยท่านนบีศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลัมได้กล่าวความว่า

ท่านนบี ศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลัมได้กล่าวว่า

"ถ้าหากสุนัขเลียภาชนะของพวกท่านก็จงล้างด้วยน้ำเจ็ดครั้ง โดยครั้งแรกให้ล้างด้วยน้ำผสมดิน" (บันทึกโดยอันนะชาอีย์ 337)

ท่านนบีศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลัมได้กล่าวความว่า ท่านอะบี ษะอูละบะฮุ ถามท่านนบี ศ็อลลัลลอฮุ อะลัยฮิ วะสัลลัมว่า เรามีเพื่อนบ้านเป็นชาวคัมภีร์ซึ่งพวกเขาจะนำเนื้อสุกรมาทำอาหารในหม้อของเขา และใช้ภาชนะใส่สุราเพื่อดื่มกินท่านจึงตอบว่า

"ถ้าหากท่านสามารถหาภาชนะอื่นได้ก็ใช้ภาชนะอื่นไว้ดื่มกินแต่หากไม่มีก็จงนำภาชนะดังกล่าวมาชำระล้างให้สะอาด และใช้ดื่มกินได้" (บันทึกโดยอบู ดาวูด อัล-อัลบานีย์ กล่าวในเศาะฮีหฺ คูในเศาะฮีหฺ อิบิ ดาวูด เล่ม 2 หน้า 727)



ตราฮาลาลของประเทศไทย

**ตราฮาลาล** คือ ตราที่ติดบนสลากผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ฮาลาล (อนุมัติ) สำหรับมุสลิมใช้บริโภค โดยจะมีคำว่า "ฮาลาล" (อาหรับ: **حلال**) เป็นภาษาอาหรับประทับอยู่ ผู้ออกตราฮาลาลในประเทศไทยคือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

อาหารฮาลาล คือ อาหารที่ไม่มีสิ่งต้องห้ามเจือปน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อสัตว์นั้นจะต้องเป็นเนื้อฮาลาล และไม่เจือปนสิ่งฮะรอม (Haram) หรือสิ่งต้องห้ามบริโภค เช่น เหล้าหรือไขมันหมู เป็นต้น เนื้อสัตว์ หรือ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ฮาลาล จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสัตว์นั้นผ่านการเชือดที่ถูกต้องตามแนวทางอิสลามดังต่อไปนี้

1. ผู้เชือดเป็นมุสลิมที่เข้าใจ และรู้วิธีการเชือดแบบอิสลามอย่างแท้จริง

2. สัตว์ที่จะนำมาเชือดจะต้องไม่เป็นสัตว์ต้องห้าม เช่น สุกร สัตว์ที่ล่าหรือบริโภคนสัตว์อื่นเป็นอาหาร เช่น เสือ สุนัข สัตว์ปีกที่ล่าหรือบริโภคสัตว์อื่นเป็นอาหาร เช่น เหยี่ยว อินทรี สัตว์เลื้อยคลาน เช่น งู

3. สัตว์ยังมีชีวิตขณะทำการเชือด

4. การเชือดต้องเริ่มต้น ด้วยการเปล่งคำว่า "บิสมิลลาฮฺ" อันมีความหมายว่า ด้วยพระนามของอัลลอฮฺ (ช.บ.)

5. การเชือดโดยใช้มีดคมตัดเส้นเลือดใหญ่ หลอดลม หลอดอาหาร ที่ลำคอให้ขาดจากกัน เพื่อให้สัตว์ตายโดยไม่ทรมาน

6. สัตว์ต้องตายสนิทก่อนที่จะแกะเนื้อ หรือดำเนินการใด ๆ ต่อไป

ชนิดของสัตว์ที่มุสลิมนำมาบริโภคได้ ได้แก่ สัตว์บก เช่น แพะแกะ โค กระบือ กวาง ฯลฯ และสัตว์น้ำจำพวกปลา กุ้ง หอย และสัตว์ทะเลทั้งหมด ส่วนสัตว์ที่ไม่สามารถบริโภคได้แก่ สุกร สุนัข แตน หมูป่า งู สัตว์มีกรงเล็บ สัตว์มีพิษหรือสัตว์นำโรค สัตว์ที่ไม่อนุญาตฆ่าตามหลักศาสนา เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน สัตว์นำรังเกียจ สัตว์ที่ไม่เชื่อตามหลักศาสนา เลือด รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ และสัตว์ลักษณะเดียวกับลา<sup>[1]</sup>

พืชและเครื่องดื่มทุกชนิดที่ไม่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์สามารถบริโภคได้เช่นกัน แต่ถ้ายิ่งดื่อกว่าปนเปื้อนด้วยสิ่งสกปรก (นะญิส) ซึ่งหมายถึง สิ่งสกปรกตามหลักศาสนาอิสลาม คือ สุนัข สุกร สุรา ซากสัตว์ (สัตว์ไม่ได้เชือดตามหลักการอิสลามยกเว้นปลาและตุ๊กแต่น) เลือด น้ำเหลือง น้ำหนอง สิ่งขับถ่าย นมลา นมแมว นมสุกรจะกลายเป็นอาหารต้องห้ามทันที<sup>[1]</sup>

การบริโภคอาหารควรเลือกอาหารที่ฮาลาลถึงแม้ว่าอาหารบางประเภทจะฮาลาลด้วยหลักการแต่วิธีการปรุงในร้านอาหารอาจปนเปื้อนสิ่งที่เป็นของหะรอม เช่น ผัดขี้เมาทะเล อาจปนเหล้าหรือแอลกอฮอล์ กุ้งอบวุ้นเส้นหรือปูอบวุ้นเส้นที่อาจมีมันหมูแข็งวางไว้ในชาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมทั้งขนมและเบเกอรี่ที่ผลิตปนกัน การใส่เจลาตินแผ่นใส(จะทำจากหมู) ร้านอาหารฟาสฟูสค์ เช่น KFC และเชสเตอร์กริล



### 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

#### แนวคิดเกี่ยวกับการส่งออกอุตสาหกรรมอาหาร

การประกอบธุรกิจอาหารเพื่อการส่งออกให้ประสบความสำเร็จ นอกจากจะต้องความเข้าใจในเรื่องสถานการณ์ด้านการผลิตอาหารแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องมีพื้นฐานความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างระบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจอาหาร เนื่องจากการประกอบธุรกิจอาหารจะต้องทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน ตั้งแต่การผลิต (production) การแปรรูป (processing) การตลาด (marketing) และการบริโภค (consumption) การทำความเข้าใจเพียงระบบใดระบบหนึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในการวิเคราะห์การประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะหากต้องการผลิตอาหารเพื่อการส่งออก

ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตอาหารของโลกทำให้ผู้ประกอบการค้าสามารถประเมินสถานการณ์ด้านปริมาณการผลิตตามแหล่งผลิต รวมทั้งศักยภาพของบางประเทศที่สามารถบ่งชี้ความเป็นผู้นำด้านการส่งออกสินค้าอาหาร ซึ่งสินค้าอาหารเป็นสินค้าเกษตรที่เป็นอาหารเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เพราะอาหารเป็นปัจจัยในการดำรงชีพและผู้บริโภคอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ทั้งนี้เนื่องจากการบริโภคอาหารที่ไม่สะอาด มีจุลินทรีย์หรือการปนเปื้อนของสารเคมีที่เป็นพิษมากเกินไป อาจทำให้ผู้บริโภคเจ็บป่วยหรือเสียชีวิตได้ ตัวอย่างเช่น การบริโภคอาหารกระป๋องที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนไม่เพียงพอ อาจทำให้ผู้บริโภคถึงกับชีวิต เนื่องจากสารพิษของเชื้อแบคทีเรียคลอสทริเดียม โบทูลินัม (*Clostridium botulinum*) หรือการล้างผักผลไม้ไม่สะอาด อาจมียาฆ่าแมลงตกค้างเป็นอันตราย เป็นต้น ดังนั้นการดำเนินการอุตสาหกรรมอาหาร จึงมีหน่วยงานของรัฐเข้ามากำกับดูแลอย่างน้อย 2 กระทรวง คือ กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุข ผู้ประกอบการจะต้องขออนุญาตตั้งโรงงานและขออนุญาตดำเนินการจากทั้งกรมโรงงานอุตสาหกรรมและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการแปรรูปอาหารบางชนิดยังต้องขอขึ้นทะเบียนอาหารกับอย. และแสดงฉลากอาหาร ซึ่งนับเป็นมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค

ในปัจจุบันนอกเหนือจากอาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง อาหารฉายรังสีแล้ว อาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อย (Minimally Processed Foods, MPF) ซึ่งผ่านการแปรรูป

เบื้องต้น เช่น การล้าง การตัดแต่ง การบรรจุ และการเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำเพื่อจำหน่ายเป็นอาหารพร้อมปรุงสำหรับการบริโภคในครัวเรือน หรือเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปที่จะรับช่วงไปแปรรูปต่อกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น แม้ว่าอุตสาหกรรม MPF จะลงทุนไม่มากหากทำในปริมาณน้อย หน่วยงานราชการบางแห่ง เช่น กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรุงเทพมหานคร และ อย. ก็ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยของผู้บริโภค และมีการสุ่มตัวอย่างอาหารที่วางจำหน่ายเป็นครั้งคราวเพื่อตรวจสอบ เนื่องจากกระบวนการผลิตที่ใช้ยังไม่สามารถทำลายเชื้อจุลินทรีย์ที่ติดมากับวัตถุดิบหรือจากการแปรรูป นอกจากนั้นการหันหรือตัดเป็นชิ้นกลับเป็นการเร่งให้อาหารเสียได้เร็วขึ้น ผลการตรวจสอบยังคงตรวจพบว่าอาหารประเภท MPF มีการปนเปื้อนของจุลินทรีย์และสารเคมีที่เป็นอันตรายเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดอยู่ในบางท้องที่ จึงต้องมีมาตรการตรวจสอบและควบคุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค

ในการประกอบธุรกิจอาหารเพื่อการส่งออก นอกจากผู้ประกอบการจะต้องแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลกแล้ว ยังต้องแข่งขันกับผู้ผลิตภายในประเทศผู้นำเข้าด้วยในหลายกรณี นโยบายของรัฐเป็นปัจจัยที่ทำให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเสียเปรียบในการแข่งขันเพื่อเข้าสู่ตลาด เพื่อนำผลที่คาดหวังนี้ไปปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้เกิดความเสียเปรียบน้อยที่สุด

#### กระบวนการผลิตอาหาร

ประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ความสามารถในการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ยังไม่ทั่วถึง ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะมีปัญหาด้านเทคโนโลยีและขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ระบบการผลิตยังไม่ถูกสุขลักษณะขาดความรู้ความเข้าใจทั้งในการผลิตและการบริหารจัดการ ขาดเงินทุนหมุนเวียน ทำให้มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำคุณภาพไม่สม่ำเสมอ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐยังส่งเสริมไม่ตรงกับสภาพของปัญหาและกระจายไม่ทั่วถึงตลอดจนขาดการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากภาครัฐและการรวมตัวของกลุ่มผู้ผลิต

การแปรรูปจากวัตถุดิบชนิดใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เป็นทางเลือกให้ลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาคุณภาพของ

อาหารแปรรูปให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ โดยต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต เพื่อให้มีคุณภาพดี มีมาตรฐานและเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายมากกว่าในอดีต มีการตรวจสอบความสะอาด มีการอบรมผู้ผลิตในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีได้นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ซึ่งจะเป็นการนำมาซึ่งยอดขาย นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างตราสินค้าให้อยู่ในความทรงจำและความสนใจในสายตาของลูกค้า (ปราโมทย์ ธรรมรัตน์, 2545 ว Kennedy & Fhrenberg, 2001; Lucy, 2003; Remus, 1995; Rice, 1998)

ในการแปรรูปอาหารผู้ผลิตจะต้องมีการจัดการด้านคุณภาพของสินค้าในด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพ เนื่องจากอาหารเป็นสินค้าที่ส่งผลต่อร่างกายต่อผู้บริโภคโดยตรง ในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารจะต้องคำนึงถึงคุณภาพความปลอดภัยควบคู่กันไปเสมอ (ก้าวสู่ตลาดอาหารโลกด้วย HACCP : Hazard and Critical Control Point นำไทยสู่ Food for the World, 2545) ในการจัดการด้านทักษะจัดว่าเป็นปัจจัยที่เป็นกิจกรรมหลักของการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีการผลิตเป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งในการจัดการต้องประกอบไปด้วยเทคโนโลยีการผลิต ต้องใช้ความรู้พื้นฐานและภูมิปัญญา มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการควบคุมคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาด กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีคุณภาพสู่ตลาดสากล

ในการผลิตอาหารจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะที่เป็นสัญลักษณ์เฉพาะ โดยต้องมีความเหนือกว่าคู่แข่งอื่น รวมทั้งต้องพิจารณาความพร้อมของทรัพยากรในการเข้าถึงตลาดทุกระดับได้ เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบและหลีกเลี่ยงการแข่งขันโดยตรง

#### **ลักษณะของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล**

ฮาลาลหรือฮะลาล (Halal) ตามความหมายในสารานุกรมอิสลามระบุว่า สิ่งที่ถูกกฎหมายอิสลามหรือบัญญัติของอัลลอฮ์ (ช.บ.) อนุมัติให้กระทำ และถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องตลอดไปจนถึงวันสิ้นโลก ดังนั้น อาหารฮาลาลก็คืออาหารที่ถูกต้องตามหลักบัญญัติของศาสนาอิสลาม อนุมัติให้บริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ ประเภทของอาหารฮาลาล ได้แก่ นมจากสัตว์ที่อนุญาต

ให้กินเนื้อได้ เช่น โค กระบือ แพะ แกะ น้ำผึ้ง ปลา สัตว์ทะเลทุกชนิด พืชตระกูลถั่ว เช่น ถั่วเหลือง ถั่วลิสง เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ลูกวอลนัท ฯลฯ และ สัตว์จำพวกวัว แกะ แพะ กวาง ไก่ เป็ด นก ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งสัตว์ที่ฮาลาลจะต้องผ่านกระบวนการฆ่าโดยการเชือดตามหลักการอิสลามด้วย

ส่วนอาหารฮาลาลหมายถึงอาหารต้องห้าม มีความหมายตรงข้ามกับอาหารฮาลาล ได้แก่ สัตว์จำพวกสุกร สุนัข หมูป่า ลิง แมว สัตว์ที่กินเนื้อเป็นอาหารและมีกรงเล็บ เช่น สิงห์โต เสือ หมี พืชมีพิษและอันตราย และอาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หรือมีสิ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ฯลฯ เป็นต้น

ปัจจุบัน อาหารฮาลาลเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากสังคมไทย ไม่ใช่เพียงแต่คนไทยมุสลิมเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการโดยทั่วไปซึ่งต้องการผลิตอาหารฮาลาลจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศ และผลิตเพื่อการส่งออกในตลาดโลกมุสลิม ก็จำเป็นต้องให้ความสนใจอย่างจริงจัง และดำเนินกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดแล้วแต่กรณี

หากผู้ขอรับรองฮาลาลประสงค์จะใช้ “เครื่องหมายรับรองฮาลาล” จะต้องได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าว จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยก่อน ประกอบกับประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ตลาดโลกมุสลิมมีประชากรผู้บริโภคประมาณ 2,000 ล้านคน อาหารฮาลาลจึงเป็นช่องทางตลาดที่สำคัญ รัฐบาลปัจจุบันจึงมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เพื่อการส่งออกและได้กำหนดนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ การส่งเสริมผู้ประกอบการ การแสวงหาตลาด และการพัฒนากลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ให้เป็นที่น่าเชื่อถือยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรองและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนา

อิสลามเท่านั้น คือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด

อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ 3 ฝ่ายคือมุสลิมผู้บริโภคร ผู้ประกอบการ และประเทศชาติ กล่าวคือมุสลิมได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่าอาหารถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยตระหนักถึงการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และปฏิบัติตามระเบียบของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพอาหารตามมาตรฐานฮาลาล และประเทศชาติได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจร ทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการ และการปรับปรุงกลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลขององค์กรศาสนาอิสลาม เพื่อส่งออกอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก การผลิตอาหารฮาลาลต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือหลักการซึ่งอาจจะดูเป็นข้อจำกัดบางอย่าง แต่ในความเป็นจริงแล้ว การผลิตอาหารฮาลาลจะยึดหลักในเรื่องของโภชนาการและความสะอาด ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพของคนโดยทั่วไป ซึ่งประเภทของอาหารฮาลาลนั้น ได้แก่

- นมจากสัตว์ที่อนุญาตให้กินเนื้อได้ เช่น โค กระบือ แพะ แกะ
- น้ำผึ้ง
- ปลา
- สัตว์ทะเลทุกชนิด
- พืชที่ไม่มีสารที่เป็นพิษ
- ผัก ผลไม้
- พืชตระกูลถั่ว เช่น ถั่วเหลือง ถั่วลิสง เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ถั่ววอลนัท ฯลฯ
- พืชตระกูลข้าว เช่น ข้าวสาลี ข้าวเจ้า ข้าวไรย์ ข้าวบาร์เลย์ ข้าวโอ๊ต ฯลฯ
- สัตว์จำพวกวัว แกะ แพะ กวาง ไก่ เป็ด นก ฯลฯ ซึ่งสัตว์ที่ฮาลาลจะต้องผ่าน

กระบวนการฆ่าโดยการเชือดตามหลักการอิสลาม

ส่วนอาหารฮาลาลหมายถึงอาหารต้องห้าม มีความหมายตรงข้ามกับอาหารฮาลาล ได้แก่ สัตว์ประเภทต่าง ๆ ดังนี้

- สุนัข สุนัข หมูป่า ลิง แมว
- สัตว์ที่กินเนื้อเป็นอาหารและมีกรงเล็บ เช่น สิงโต เสือ หมี
- สัตว์มีพิษหรือสัตว์นำโรค เช่น หนู ตะขาบ แมงป่อง
- สัตว์มีพิษและเป็นอันตราย เช่น งู ฯลฯ
- พืชมีพิษและอันตราย
- อาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์ หรือมีสิ่งเป็นอันตรายต่อ

สุขภาพ

ทั้งนี้ การผลิตและการประกอบอาหารฮาลาลทุกชนิด จะต้องมีการปฏิบัติทุกขั้นตอนอย่างถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ตั้งแต่วิธีการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่งและการเก็บรักษา ซึ่งมีหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติดังต่อไปนี้

#### 1) สถานที่

สภาพโรงงานหรือสถานที่ผลิตอาหารต้องสะอาดถูกต้องตามสุขอนามัย ปราศจาก” น่ายีส”

#### 2) เครื่องมือ/อุปกรณ์การผลิต

จะต้องทำความสะอาดตามหลักศาสนาอิสลาม ในกรณีที่ผลิตอาหารทั้งที่ฮาลาลและฮาลาลโดยใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์เดียวกัน ก่อนเปลี่ยนกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล จะต้องล้างเครื่องมือให้สะอาด โดยผู้ประกอบการจะต้องแจ้งให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยทราบก่อน เพื่อจัดส่งเจ้าหน้าที่มาควบคุมวิธีการล้างและทำความสะอาดให้ถูกต้อง

#### 3) บุคลากรที่ประกอบการ

หัวหน้าควบคุมการผลิตควรเป็นมุสลิม เพื่อความน่าเชื่อถือมากขึ้น ส่วนเจ้าหน้าที่อื่นๆ ในสายการผลิตไม่จำเป็นต้องมุสลิมก็ได้

#### 4) การดำเนินธุรกิจการผลิตอาหารฮาลาล

จะต้องได้รับการรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยในกรณีที่สถานประกอบการไม่ได้อยู่ในจังหวัดที่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ส่วนสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่มีคณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัด จะต้องได้รับการรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัดก่อน จึงจะสามารถจำหน่ายหรือโฆษณาได้ หากสถานประกอบการใดได้รับการรับรองฮาลาลแล้ว ประสงค์จะขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ให้ยื่นขอต่อคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์แต่เพียงองค์กรเดียวในประเทศไทย ทั้งนี้ การขอรับรองหรือขอใช้เครื่องหมายฮาลาลก็ดี จะต้องเป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545

ทั้งนี้ มาตรฐานอาหารฮาลาลเป็นระบบเชิงบูรณาการ (integrated standard system) โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด คือตลอดสายโซ่การผลิตจะต้อง “ฮาลาล” ปราศจาก “ฮารอม” เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) จึงสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาล จะแตกต่างกันในหลักการสำคัญคือ มาตรฐานอาหารฮาลาลต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหาร โดยไม่จำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม

### กฎระเบียบและบทบัญญัติทางศาสนา

#### 1. การกำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาล: มาตรฐานฮาลาลโคเด็กซ์

การผลิตอาหารให้ฮาลาลตามหลักการอิสลาม จำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางที่ชัดเจนเพื่อสร้างความสะดวกให้แก่ทั้งผู้ที่เป็นมุสลิมและมีใจมุสลิม เพื่อให้สามารถผลิตอาหารฮาลาลให้มุสลิมบริโภคได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่แน่ชัดในการคัดเลือกวัตถุดิบต้องรู้ว่าอะไรที่ใช้ได้หรือใช้ไม่ได้ การเตรียมเนื้อสัตว์ที่เป็นปัญหาจะต้องมีข้อแนะนำถูกต้องและแนวทางที่ชัดเจน ทุกฝ่ายต้องมีความเข้าใจตรงกันต้องยอมรับกันทั้งหมดนี้จึงเรียกได้ว่าเป็นมาตรฐาน

การดำเนินการเพื่อให้การจัดเตรียมอาหารฮาลาลในทางอุตสาหกรรมมีมาตรฐาน เป็นไปตามมาตรฐานสากล เริ่มนานหลายปีและสำเร็จลงเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2540 ผู้รับหน้าที่ในการจัดทำคือ คณะกรรมาธิการ โครงการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศหรือโคเด็กซ์ (Codex Alimentarius Commission – CAC) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำงานภายใต้องค์กรของสหประชาชาติสององค์กร ได้แก่ องค์กรอาหารและการเกษตร (Food and Agriculture Organization : FAO) และองค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) มีบทบาทสำคัญในเรื่องการวางมาตรฐานตลอดจนการควบคุมอาหาร วัตถุประสงค์หลักของโคเด็กซ์คือ เพื่อคุ้มครองสุขภาพอนามัยของผู้บริโภคและเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในด้านการค้าระหว่างประเทศ มาตรฐานอาหารที่ออกมาจากหน่วยงานแห่งนี้จึงมีความสำคัญและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง โคเด็กซ์มีจำนวนสมาชิกทั้งโลกรวม 165 ประเทศ (ข้อมูล ณ พ.ศ. 2550)

เนื่องจากฮาลาลเป็นหลักการทางศาสนา ความเห็นของนักวิชาการศาสนาอิสลามจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุด วิธีการดำเนินงานที่โคเด็กซ์ปฏิบัติคือ มอบหมายให้นักวิชาการทางศาสนาอิสลามร่วมกับนักวิชาการทางวิทยาศาสตร์ร่างแนวทางมาตรฐานฮาลาลขึ้น (ประเทศมาเลเซียเป็นผู้ทำหน้าที่นี้) จากนั้นจึงให้องค์กรศาสนาอิสลามที่มีอยู่ในแต่ละประเทศสมาชิกทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งตัดส่วนที่เกินและเติมส่วนที่ขาดจนในที่สุดจึงเกิดเป็นมาตรฐานที่ใช้ร่วมกัน

ทางสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรมในฐานะผู้แทนโคเด็กซ์ประจำประเทศไทยได้มีการถอดความหมายมาตรฐานฮาลาลโคเด็กซ์ภาคภาษาอังกฤษ และจัดทำคำแปลเป็นภาษาไทย ซึ่งภายหลังได้มีการประกาศใช้เป็นมาตรฐานอุตสาหกรรม “มอก.1701-2541”(CAC-GL 24/2997) มีเนื้อหาโดยสรุปดังนี้

1. กำหนดนิยาม อาหารฮาลาล (Halal Food) หมายถึงอาหารที่ได้รับอนุญาตตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และควรมีคุณสมบัติครบถ้วนคือ ไม่ประกอบด้วยหรือไม่บรรจุสิ่งใดที่ไม่ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ต้องไม่ถูกเตรียม แปรรูป ขนส่ง หรือเก็บรักษาโดยใช้เครื่องมือหรือสิ่งอุปกรณ์ที่ไม่ได้ปลอดจากสิ่งผิดบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ต้องไม่อยู่



ในขั้นตอนการเตรียม การแปรรูป การขนส่ง หรือการเก็บรักษาโดยสัมผัสโดยตรงกับอาหารที่ไม่ถูกกฎเกณฑ์ของอิสลาม

2. กำหนดข้อปฏิบัติบริเวณและสถานที่ใช้ในการเตรียม แปรรูป หรือเก็บรักษาอาหารฮาลาลที่แยกออกจากกันหรือสายการผลิตที่แยกจากกันภายในสถานที่ผลิตเดียวกันกับการผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาล ทั้งนี้โดยจัดมาตรการที่จำเป็นที่ควรดำเนินการเพื่อป้องกันการสัมผัสกันระหว่างอาหารฮาลาลกับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล

3. กำหนดข้อปฏิบัติในการใช้อุปกรณ์ และภาชนะต่างๆ ในการเตรียม แปรรูป ขนส่ง หรือเก็บรักษาโดยอุปกรณ์ที่ผ่านการใช้กับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล โดยให้จัดหาวิธีล้างทำความสะอาดที่เหมาะสมตามข้อกำหนดของศาสนาอิสลามที่สามารถสังเกตเห็นได้

4. กำหนดประเภทอาหารที่ได้พิจารณาแล้วว่าถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้ บทบัญญัติศาสนาอิสลาม โดยถือว่า แหล่งอาหารทั้งหมดถูกต้องตามกฎหมาย ยกเว้นแหล่งอาหารต่อไปนี้ รวมทั้งผลิตภัณฑ์และสิ่งที่ได้จากแหล่งอาหารดังกล่าวซึ่งได้รับการพิจารณาว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยจำแนกเป็นอาหารแต่ละประเภท ดังนี้

#### อาหารที่ได้จากสัตว์

- (1) หมูและหมูป่า
- (2) สุนัข งูและลิง
- (3) สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีเขี้ยวและกรงเล็บ เช่น สิงโต เสือ หมี และสัตว์อื่นที่คล้ายกัน
- (4) นกกินเหยื่อที่มีกรงเล็บ เช่น นกอินทรี นกแร้ง และนกที่คล้ายกันอื่นๆ
- (5) สัตว์ทำลาย เช่น หนู ตะขาบ แมลงป่อง และสัตว์ที่คล้ายกันอื่นๆ
- (6) สัตว์ที่ห้ามฆ่าในศาสนาอิสลาม เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน
- (7) สัตว์ที่น่ารังเกียจโดยทั่วไป เช่น เหย็บ หมัด ไร เหา แมลงวัน หนอน และสัตว์ที่คล้ายกัน อื่นๆ
- (8) สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ เช่น กบ จระเข้ และสัตว์ที่คล้ายกันอื่นๆ
- (9) ล่อและลาที่เป็นสัตว์เลี้ยง
- (10) สัตว์ที่มีพิษและเป็นอันตรายตามกฎหมายศาสนาอิสลาม

(11) สัตว์อื่นๆ ที่ไม่ได้ฆ่าถูกต้องตามกฎศาสนาอิสลาม

(12) เลือด (โลหิต)

อาหารที่ได้จากพืช ได้แก่ พืชที่มีพิษและเป็นอันตราย ยกเว้นเมื่อสารพิษและอันตรายได้ถูกจำกัดออกกระหว่างกระบวนการผลิตแล้ว เครื่องดื่ม ได้แก่ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มทุกชนิดที่เป็นพิษและอันตราย วัตถุเจือปนอาหาร ได้แก่ วัตถุเจือปนอาหารทั้งหมดที่มาจากทุกแหล่งที่ห้าม

5. กำหนดหลักเกณฑ์ในการเชือดสัตว์อย่างอิสลามหรือที่เรียกว่า “ซาบิฮา”(Zabaha) ซึ่งเน้นและผลิตภัณฑ์จากสัตว์อนูมัตจะบริโภคได้ต่อเมื่อผ่านวิธีการฆ่าสัตว์ตามหลักเกณฑ์ดังนี้

(1) คนฆ่าสัตว์ต้องเป็นมุสลิมผู้ยึดมั่นในหลักการศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด และมีความรู้ในวิธีการฆ่าสัตว์ตามหลักการของศาสนาอิสลาม

(2) สัตว์ที่จะถูกฆ่าต้องเป็นสัตว์อนูมัตตามหลักการในศาสนาอิสลาม

(3) สัตว์ยังมีชีวิตหรือเชื่อว่ายังมีชีวิต ณ เวลาที่ฆ่าสัตว์นั้น

(4) ก่อนจะฆ่าสัตว์แต่ละตัวต้องกล่าวคำว่า “บิสมิลลาฮ์” (ในนามของพระเจ้าผู้เป็นเจ้า)

(5) อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการฆ่าต้องมีความคมและไม่แยกออกจากตัวสัตว์ ในระหว่างการฆ่า

(6) การฆ่าควรตัดหลอดเลือด หลอดอาหาร เส้นเลือดแดงใหญ่ และเส้นเลือดดำใหญ่ที่คอให้ขาดโดยให้สัตว์ตายอย่างรวดเร็วและไม่ทรมาน

วัตถุประสงค์ในการนำมาตรฐานของโคเด็กซ์นี้ไปใช้เพื่อเป็นข้อแนะนำทั่วไปสำหรับการใช้คำว่า “ฮาลาล” หรือคำอื่นที่เทียบเท่า เพื่ออ้างบนฉลากอาหารตามที่กำหนดในมาตรฐานทั่วไปสำหรับการแสดงฉลากของอาหารบรรจุหีบห่อ (General Standard for the Labeling of Prepackaged Foods) และรวมถึงการใช้เครื่องหมายการค้า ชื่อยี่ห้อและชื่อทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การนำข้อแนะนำนี้ไปใช้ปฏิบัติ และการออกใบรับรองตามมาตรฐานดังกล่าวภายในประเทศผู้ส่งออกยังคงต้องได้รับการยอมรับในหลักการจากประเทศผู้นำเข้าด้วย

ข้อสังเกตเกี่ยวกับมาตรฐานที่โคเด็กซ์กำหนดขึ้นนี้ ยังไม่มีสถานะเป็นกฎหมาย เป็นเพียงข้อเสนอแนะทั่วไปเพื่อประโยชน์ในการใช้คำว่า “ฮาลาล” ในทางการค้าเท่านั้น จึงไม่มีผลในทางก่อกฎบังคับโดยตรงแก่ผู้ค้าในประเทศสมาชิกหรือประเทศสมาชิกเองที่จะต้องรับหลักการดังกล่าวมาอนุวัติเป็นกฎหมายภายใน ซึ่งขึ้นกับความสมัครใจของประเทศสมาชิคนั้นๆ ส่วนคำนิยามอาหารฮาลาล คุณลักษณะของอาหารฮาลาล ตลอดจนเลือกวัตถุดิบการจัดเตรียม การฆ่าสัตว์ การแปรรูป การบรรจุ การเก็บรักษา หรือการทำความสะอาดที่ปรากฏในมาตรฐานฮาลาลโคเด็กซ์นั้น เป็นไปได้ที่ประเทศสมาชิกอาจไม่เลือกอนุวัติข้อกำหนดเหล่านี้ไปใช้ได้ เนื่องจากข้อกำหนดการผลิตส่วนใหญ่ของโคเด็กซ์ยังคงอนุญาตให้เกี่ยวกับสิ่งต้องห้าม(หะรอม) ได้ เช่น การอนุญาตให้สามารถดำเนินการจัดเตรียมอาหารฮาลาล แปรรูป ขนส่ง หรือเก็บรักษาโดยใช้อุปกรณ์ที่ผ่านการใช้กับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาลได้ แม้จะมีการทำความสะอาดก็ตามถือว่าการนำมาตรฐานในส่วนนี้มาใช้ ย่อมจะก่อให้เกิดความเสี่ยงที่จะทำให้ผู้บริโภคมุสลิมเกิดความเข้าใจผิดได้ นอกจากนี้ลำพังการใช้มาตรฐานฉบับนี้เพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ แต่จะต้องอิงหรือต้องใช้ควบคู่กับมาตรการหรือมาตรฐานของโคเด็กซ์ด้านอื่นอีกด้วย เช่น การจัดทำมาตรการที่จำเป็นที่ควรดำเนินการเพื่อป้องกันการสัมผัสระหว่างอาหารฮาลาล กับอาหารไม่ฮาลาล หรือการใช้หลักเกณฑ์ทั่วไปเกี่ยวกับสุขลักษณะอาหารของโคเด็กซ์ (Codex General Principles on Food Hygienic) เป็นต้นอย่างไรก็ดี เนื่องจากเป็นมาตรฐานที่ออกร่วมกันโดยประเทศสมาชิก การอนุวัติการมาตรฐานดังกล่าวเป็นกฎหมายภายในก็สามารถจะสร้างการยอมรับให้กับบรรดาประเทศสมาชิกได้ในระดับหนึ่ง

## 2. ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองมาตรฐานฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ.2548

ในอดีตการขอออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้กับผลิตภัณฑ์ใดนั้น สำนักจุฬาราชมนตรีโดยท่านจุฬาราชมนตรีจะเป็นผู้ออกให้ภายใต้เครื่องหมายรูปวงกลม ซึ่งภายในเขียนคำว่า “ฮาลาล”เป็นภาษาอาหรับและข้างใต้เขียนคำว่า “SHAIKHUL ISLAM” โดยมีการใช้เครื่องหมายดังกล่าวในครั้งแรกสมัย ท่านต่วน สุวรรณศาสตร์ ดำรงตำแหน่งจุฬาราชมนตรี และได้มีการจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายรับรองตามกฎหมายกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาใน

สมัยท่านจุฬาราชมนตรีประเสริฐมะหะหมัด (พ.ศ. 2539) ในรูปของเครื่องหมายสี่เหลี่ยม ซึ่งที่ผ่านมารับรองฮาลาลโดยท่านจุฬาราชมนตรีได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ เพราะถือเป็นการรับรองโดยท่านจุฬาราชมนตรีในฐานะผู้ดำรงตำแหน่งสูงสุดในทางศาสนา

ในช่วงปี พ.ศ. 2539 ซึ่งขณะนั้นพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ยังไม่ได้ประกาศใช้ องค์กรทางศาสนาไม่ว่าจะเป็นสำนักจุฬาราชมนตรี หรือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ต่างก็ยังไม่มีสถานภาพเป็นนิติบุคคล สำนักจุฬาราชมนตรีเองก็ไม่มีชื่อปรากฏในกฎหมายเก่าฉบับใด ส่วนคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยนั้น ปรากฏชื่อในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการศาสนูปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม พ.ศ. 2488 แต่ก็ไม่มีสถานภาพทางกฎหมายมีหน้าที่เพียงให้คำปรึกษาหารือแก่กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงศึกษาธิการในกิจการที่เกี่ยวข้องแก่ศาสนาอิสลามเท่านั้น

จนกระทั่งเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการบริหารองค์กรอิสลาม พ.ศ. 2540 (วันที่ 9 พฤศจิกายน 2540) และยกเลิกพระราชบัญญัติมัสยิดอิสลาม พ.ศ. 2540 พระราชกฤษฎีกาศาสนูปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม พ.ศ. 2488 และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการศาสนูปถัมภ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2491 เป็นผลให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายใหม่ซึ่งทางคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา โดยใช้รูปสัญลักษณ์เหมือนกับของสำนักจุฬาราชมนตรีแต่มีส่วนแตกต่างกันโดยเปลี่ยนชื่อคำกำกับใต้รูปจาก “สำนักจุฬาราชมนตรี” เป็น “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” ในขณะที่สำนักจุฬาราชมนตรียังไม่มี การเปลี่ยนสถานะเป็นนิติบุคคล ซึ่งในช่วงการเปลี่ยนถ้ายดังกล่าว ได้เริ่มเกิดความขัดแย้งเกี่ยวกับองค์กรผู้ทำหน้าที่ในการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลและเกิดความสับสนในด้านอำนาจหน้าที่ขององค์กรที่รับรองกิจการศาสนาอิสลามระหว่างสำนักจุฬาราชมนตรีกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยขึ้น จนในท้ายที่สุดปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องมีการนำเข้หารือกับทางคณะกรรมการกฤษฎีกา

โดยในครั้งนั้น ได้มีข้อสรุปออกมาว่าสิทธิในเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ทางสำนักจุฬาราชมนตรี โดยจุฬาราชมนตรีได้จดทะเบียนไว้ก่อนหน้านั้นไม่เป็นไปตามกฎหมาย เพราะ

ผู้ที่ได้รับการจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองต้องเป็นบุคคล ซึ่งอาจเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ แต่เมื่อสำนักจุฬาราชมนตรีมิใช่นิติบุคคลและมีใช้บุคคลธรรมดา จึงไม่มีสภาพบุคคล การจดทะเบียนให้สำนักจุฬาราชมนตรีมีสิทธิในเครื่องหมายรับรองจึงไม่ถูกต้องตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 นอกจากนี้ยังมีคำวินิจฉัยของคณะกรรมการกฤษฎีกาที่อธิบายถึงเรื่องอำนาจในการออกประกาศของจุฬาราชมนตรีตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ไว้ว่า อำนาจดังกล่าวเป็นอำนาจหน้าที่ที่จะออกประกาศเกี่ยวกับการวินิจฉัยเรื่องต่างๆ ที่เป็นปัญหาเกี่ยวข้องกับหลักศาสนาหรือบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ว่าถูกต้องตามหลักการหรือบทบัญญัติศาสนาหรือไม่อย่างไร แต่สำหรับอำนาจการออกประกาศหรือรับรองเกี่ยวกับกิจการศาสนาอิสลาม เช่น การรับรองเอกสาร การรับรองบุคคลว่าเป็นมุสลิม ซึ่งรวมถึงการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลด้วยนั้น เป็นอำนาจของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดตามมาตรา 18 (9) และมาตรา 26 (13) ของกฎหมายเดียวกัน

ดังนั้น ในปัจจุบัน องค์กรศาสนาอิสลามที่ทำหน้าที่รับรองฮาลาลในส่วนกิจการศาสนาอิสลามนั้น จึงมีเพียงคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดเท่านั้น และในการดำเนินการดังกล่าว คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้มีการออกระเบียบมาใช้ควบคู่กัน ซึ่งได้มีการกำหนดเรื่องบทบาทและอำนาจหน้าที่ในการให้คำรับรองฮาลาลในส่วนกิจการศาสนาอิสลาม และกิจการศาสนาอิสลามในแต่ละจังหวัดไว้อย่างชัดเจน โดยหากจังหวัดใดมีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดอยู่แล้ว การรับรองฮาลาลภายในเขตจังหวัดนั้นให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด หากจังหวัดใดไม่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ก็ให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นผู้รับรอง

ระเบียบที่ออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ได้เคยผ่านการแก้ไขมาแล้วถึง 4 ครั้งซึ่งระเบียบฉบับปัจจุบันได้แก้ไขเปลี่ยนแปลงระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการรับรองมาตรฐานฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2548 โดยส่วยรายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่ของผู้ที่ขอการรับรองหรือขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจากทางคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย จะต้องปฏิบัติตาม

หลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยกำหนด ซึ่งพอจะสรุปหน้าที่ยังกล่าวได้พอสังเขป ดังนี้

1. สถานที่ประกอบการค้าต้องสะอาดตามมาตรฐานอุตสาหกรรม และมาตรฐานอื่นๆ ที่ควบคุมสถานประกอบการ

2. วัตถุประสงค์และส่วนประกอบอาหารและการเก็บรักษา

- วัตถุประสงค์และส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิตต้องเป็นสิ่งที่ศาสนาอิสลามอนุญาตให้บริโภคได้และต้องไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ โดยพิจารณาได้จากระเบียบข้อ 25

- วัตถุประสงค์ที่เตรียมไว้ใช้ในการผลิต ต้องเก็บรักษาในสถานที่ที่สะอาดไม่มีสัตว์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น สุนัข แมว และอื่นๆ

- วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ต้องเก็บรักษาแยกออกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาดไม่เกี่ยวข้องกัน

3. การล้างวัตถุดิบและน้ำที่ใช้ทำความสะอาด

การล้างวัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต เมื่อล้างน้ำ

การล้างวัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต เมื่อล้างน้ำโดยการจุ่มหรือน้ำขังในภาชนะแล้ว ต้องล้างน้ำสะอาดที่ไหลผ่าน วัตถุประสงค์หรือส่วนประกอบที่ใช้โดยทั่วถึงในการล้างครั้งสุดท้าย น้ำที่ใช้ล้างไหลผ่านกระบวนการนี้แล้วจะนำมาใช้ล้างวัตถุดิบหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการผลิตอีกไม่ได้

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทุกอย่างถ้าใช้ในการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลมาก่อน ต้องได้รับการล้างทำความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลามก่อนจึงจะใช้ผลิตอาหารฮาลาลได้

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลจะใช้และเก็บรักษาปะปนกับอุปกรณ์ในการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลไม่ได้

4. สถานที่ที่ใช้ผลิต

- สถานที่ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ต้องไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล และแยกออกจากการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยชัดเจน เช่น มีกำแพงกั้นการติดต่อ แยกโรงงาน

- สถานที่ผลิตอาหารฮาลาล ต้องไม่มีสัตว์เข้าไปเกี่ยวข้องในบริเวณการผลิต หรือนำอาหารหรือเครื่องดื่มน้ำที่ไม่ฮาลาลเข้าไปเกี่ยวข้องอย่างเด็ดขาด

5. พนักงานที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ต้องไม่ยุ่งเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาด เช่น เนื้อสุกร และแอลกอฮอล์ หรือการเล่นแต่ต้องกับสุนัขขณะหยุดพักก่อน

#### 6. การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และการขนส่ง

- ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแล้วต้องเก็บรักษาแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาดถึงแม้ว่าจะแยกอยู่ในกล่องบรรจุภัณฑ์แล้วก็ตาม

- การขนส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาล ต้องแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาด

#### 7. การจัดจำหน่าย

- ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะต้องแยกจำหน่าย ออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาด ไม่ปะปนถึงแม้ว่าจะจัดจำหน่ายอยู่ในบรรจุภัณฑ์ก็ตาม

- การจัดจำหน่ายโดยไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือแกะถุงบรรจุออกจำหน่ายต้องแจ้งให้ฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการอิสลามกลางแห่งประเทศไทยทราบในฐานะผู้ควบคุมดูแลการใช้ตรารับรองฮาลาล โดยจะต้องจัดให้พนักงานขายที่เป็นมุสลิมคอยดูแลให้ถูกต้องตลอดเวลา

- อุปกรณ์เครื่องใช้ในการจัดจำหน่ายทุกชนิด จะต้องไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เมื่อปะปนกันแล้วต้องล้างให้สะอาดด้วยวิธีตามหลักการศาสนาอิสลาม

#### 8. การบริการอาหารฮาลาล (ร้านอาหาร)

- สถานที่บริการอาหารฮาลาลต้องไม่ปะปนกับการบริการสิ่งที่ไม่ฮาลาลทุกชนิด เช่น ไม่บริการอาหารฮาลาลร่วมกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือการแสดงอนาจารต่างๆ เป็นต้น

#### การขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

ผู้ที่ต้องการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจากทางคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จะต้องดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการยื่นคำขอใช้เครื่องหมายฮาลาลต่อฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยจะต้องยื่นเอกสารประกอบคำขอ ดังนี้
  - (1) สำเนาจดทะเบียนนิติบุคคล หรือสำเนাজดทะเบียนพาณิชย์ หรือ สำเนাজดทะเบียนการค้า
  - (2) สำเนาใบอนุญาตตั้งโรงงานแบบ รง.2 หรือ รง.4
  - (3) สำเนาใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) หรือคำขอรับเลขสถานที่ ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1)
  - (4) สำเนาคำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (แบบ อ.17) และใบสำคัญ การขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (แบบ อ.18) หรือคำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร (แบบ สบ.3) หรือ ใบจดทะเบียนอาหาร/แจ้งรายละเอียดอาหาร (แบบ สบ.5)
  - (5) สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจาก กรมทรัพย์สินทางปัญญา
  - (6) หนังสือรับรองรายละเอียด กรรมวิธีการผลิต ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต และจุดประสงค์ที่ใช้สารปรุงแต่งต่างๆ รับรองโดยผู้รับ อนุญาตผลิต
  - (7) สำเนาเอกสารสรุปผลการวิเคราะห์จากหน่วยงานวิเคราะห์
  - (8) บัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ขอให้รับรองเครื่องหมายรับรองฮาลาล
  - (9) แผนที่แสดงที่ตั้งของโรงงาน/สถานที่ผลิตพอสังเขป
  - (10) ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง จำนวนหนึ่งเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น
2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการฮาลาลตรวจสอบคำขอและเอกสารว่าครบถ้วนและถูกต้อง หรือไม่
3. ชำระค่าธรรมเนียมการตรวจโรงงานและค่าพาหนะในการเดินทางตามใบแจ้งหนี้ที่ ได้รับ
4. รอนัดหมายกำหนดการเข้าตรวจสอบสถานประกอบการทางโทรศัพท์
5. รอจดหมายแจ้ง วัน เวลา ชื่อกรรมการตรวจที่จะเข้าตรวจสอบสถานประกอบการ ทางแฟกซ์



6. คณะกรรมการการตรวจสอบฝ่ายกิจการฮาลาลเข้าตรวจสอบสถานที่ผลิตตามหลักการศาสนาอิสลาม (กรณีที่วัตถุดิบหรือส่วนที่ใช้ในการผลิตมีสิ่งต้องสงสัยตามหลักการศาสนาอิสลาม ต้องส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์ตรวจสอบในห้องปฏิบัติการ ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตรวจวิเคราะห์)

7. ฝ่ายกิจการฮาลาล รายงานผลการตรวจรับรองผลิตภัณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.) และสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (สกอจ.) ต่างๆ ต่อที่ประชุมอนุกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล ก่อนการประชุมกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เพื่ออนุมัติรับรองฮาลาล

8. ฝ่ายกิจการฮาลาลนำผลการอนุมัติในที่ประชุมอนุกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยอีกครั้งเพื่อขออนุมัติที่ประชุมใหญ่ในแต่ละเดือน

9. รอรับใบแจ้งยอดค่าธรรมเนียมหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

10. ติดต่อขอรับหนังสือพร้อมชำระเงินค่าธรรมเนียมตามใบแจ้งหนี้ที่ได้รับ

#### การควบคุมมาตรฐานภายหลังที่ผู้ขอได้รับหนังสือหรือเครื่องหมายรับรองฮาลาล

การควบคุมมาตรฐานอาจเกิดขึ้นได้จากภายนอกโรงงานหรือสถานประกอบการ ตามระเบียบฯ ข้อ 28 โดยกำหนดให้ทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต สถานที่ประกอบการและการให้บริการที่ได้รับอนุญาตแล้ว โดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้าเป็นระยะตามความเหมาะสมและรายงานผลการติดตามให้คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลทราบทุกครั้ง ซึ่งการตรวจสอบโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้านี้อาจมอบหมายให้คณะทำงานหรือเจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบก็ได้ อีกทั้งระเบียบฯ ยังได้เพิ่มตำแหน่งหน้าที่ คือ “ผู้ตรวจการฮาลาล” ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เพื่อทำหน้าที่ติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาดหรือจากสถานที่ผลิต หรือสืบสวนข้อเท็จจริงในกรณีที่ผู้ประกอบการปฏิบัติผิดคำมั่นสัญญาและระเบียบฯ หรือละเมิดการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามระเบียบฯ ข้อ 39

การควบคุมมาตรฐานอาหารกระทำได้ภายในโรงงานหรือสถานประกอบการ โดยอาศัยตามระเบียบฯ ข้อ 37 กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องแต่งตั้งที่ปรึกษา ซึ่งเป็นมุสลิมเพื่อทำหน้าที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการและคอยรายงานผลปฏิบัติงานเกี่ยวกับการผลิตหรือกิจการที่ขอรับรองต่อคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล ซึ่งการกรณีเป็นกิจการเชือดสัตว์ หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ หรือชิ้นส่วนจากสัตว์ จะต้องมีการแต่งตั้งที่ปรึกษาพิเศษประจำโรงงานหรือสถานที่ผลิตดังกล่าว และต้องจัดให้มีหัวหน้าคนงานเชือดสัตว์หรือแปรรูปสัตว์เป็นมุสลิม เพื่อทำหน้าที่ควบคุมการเชือดสัตว์ตลอดเวลา ตามระเบียบฯ ข้อ 38

ในส่วนการลงโทษผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนนั้น ตามระเบียบฯ ข้อ 41 กำหนดให้คณะกรรมการมีอำนาจยกเลิกการรับรองฮาลาลแล้วแต่กรณี เมื่อปรากฏว่าผู้ประกอบการใดขัดต่อระเบียบนี้หรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยมีการประกาศเผยแพร่ให้ทราบทั่วกัน และผู้ประกอบการที่ถูกยกเลิกจะต้องจัดเก็บผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลในท้องตลาดออกภายใน 90 วัน ซึ่งผู้ที่ถูกยกเลิกการรับรองฮาลาลหรือใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น จะถูกห้ามยื่นขอรับรองและขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลใหม่อีกเป็นเวลาอย่างน้อยหนึ่งปี ตามระเบียบฯ ข้อ 44 และหากกระทำผิดซ้ำอีกหลังจากการรับรองหรือให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลใหม่จะไม่ได้รับการพิจารณารับรองฮาลาลอีกต่อไป ตามระเบียบฯ ข้อ 45

จากข้อมูลดังกล่าวนี้ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องมาตรฐานอาหารทั่วไป การประยุกต์ใช้มาตรฐาน GMP/HACCP การปรับปรุงระเบียบของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยที่ว่าด้วยการรับรองฮาลาลใหม่ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นภาพรวมที่ดีสำหรับแนวทางการดำเนินงานด้านอาหารของประเทศไทย ซึ่งน่าจะมีความชัดเจนและเพียงพอสำหรับการช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้าอาหารฮาลาลได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากการค้าอาหารที่ผิดหลักศาสนาในปัจจุบัน จะพบว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มักเป็นผลจากการฝ่าฝืนของผู้ผลิตผู้ค้าทั้งหลายที่จงใจฝ่าฝืนมาตรฐานทั้งสิ้น จึงทำให้มีการตั้งคำถามว่า เหตุใดมาตรฐานที่ออกมาอย่างดีจึงยังมีการฝ่าฝืนมาตรฐานเกิดขึ้นอีก คำตอบย่อมไม่ได้อยู่ที่การมีหรือไม่มีมาตรฐานเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งสำคัญ คือมาตรฐานที่ออกมานั้นสามารถบังคับให้เป็นไปตามมาตรฐานได้หรือไม่ โดยเฉพาะ

การที่ผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองภายใต้มาตรฐานอย่างเท่าเทียมกัน แม้เกิดการฝ่าฝืนมาตรฐานขึ้นก็ตาม ซึ่งถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคทุกคนสมควรได้รับรอง เรื่องดังกล่าวนี้กระทำได้จริงหรือไม่ เพียงไร หรือแม้แต่ในส่วนมาตรฐานเอง ซึ่งคุณ่าจะมีความสมบูรณ์ทั้งในแง่มาตรฐานและองค์การกำกับดูแลก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติก็ยังคงติดปัญหาข้อกฎหมายประการที่ทำให้การบังคับใช้มาตรฐานไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์

### ภาวะการณ์ตลาดอาหารฮาลาล

ในช่วงก่อน พ.ศ. 2545 นั้น ประเทศไทยมีการผลิตและส่งออกอาหารฮาลาลอยู่บ้างแล้ว แต่หลังจากภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2544 เห็นชอบแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ขึ้น ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลทั้งด้านการผลิตและการส่งออก เกิดผลที่ชัดเจนมากขึ้น

ช่วงปี 2541-2544 ก่อนที่ภาครัฐจะมีนโยบายอย่างเป็นทางการ ประเทศไทยมีการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังภูมิภาคต่างๆ มูลค่าเฉลี่ย 8,189.65 ล้านบาทต่อปี (198.72 ล้านเหรียญสหรัฐ) หรือคิดเป็นร้อยละ 3.65 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปทั้งหมดของไทย โดยอาหารฮาลาลส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูปข้าว มีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และตลาดแอฟริกา

ทั้งนี้ ตลาดตะวันออกกลางมีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยมากที่สุดเมื่อเทียบกับตลาดอื่น โดยในช่วงปี 2541-2544 มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลสูงถึง 3,556.85 ล้านบาท (86.59 ล้านเหรียญสหรัฐ) คิดเป็นร้อยละ 43.72 โดยมีประเทศนำเข้าสำคัญคือ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และเลบานอน ผลิตภัณฑ์ฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป

ส่วนตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น เป็นตลาดที่มีสัดส่วนการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเป็นอันดับที่ 2 รองจากตลาดตะวันออกกลาง มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลในช่วงปี 2541-2544 ถึง 2,338.60 ล้านบาท (56.61 ล้านเหรียญสหรัฐ) คิดเป็นร้อยละ 28.37

ประเทศนำเข้าสำคัญคือมาเลเซีย อินโดนีเซีย ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋องแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวและข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ

สำหรับตลาดแอฟริกา มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทย 2,056.08 ล้านบาท (49.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) คิดเป็นร้อยละ 24.96 โดยมีประเทศผู้นำเข้าสำคัญคือ อียิปต์ และไนจีเรีย ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป

ทั้งนี้ยังมีตลาดเอเชียใต้อีกหนึ่งแห่งที่มีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเช่นกัน แต่มีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยในช่วงปี 2541-2544 ไม่มากนัก คือ 238.13 ล้านบาท (5.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) คิดเป็นสัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 2.96 เท่านั้น ประเทศนำเข้าสำคัญคือ ปากีสถาน ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ เครื่องเทศและสมุนไพร

หลังจากรัฐบาลมีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในปี 2544 สถานการณ์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังประเทศมุสลิมได้เพิ่มขึ้นจากเฉลี่ย 8,189.65 ล้านบาทต่อปี (202.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในช่วงปี 2541-2544 เป็น 18,778.40 ล้านบาท (494.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2549 หรือขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 129.29 โดยสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นคือ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ และนมและผลิตภัณฑ์นม เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงในแต่ละตลาด พบว่ามีการนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มขึ้น ดังนี้

ตลาดตะวันออกกลางมีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 3,556.85 ล้านบาท (86.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในช่วงปี 2541-2544 เป็น 10,267 ล้านบาท (270.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2549 ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 188.67 โดยประเทศที่มีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนคือ ลิเบีย

ส่วนตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น มีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 2,338.60 ล้านบาท (105.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2549 ขยายเพิ่มขึ้นร้อยละ 71.69 โดยมีประเทศผู้นำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มขึ้นคืออินโดนีเซีย

สำหรับตลาดแอฟริกา มีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 2,056.08 ล้านบาท (49.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) เป็น 3,960 ล้านบาท (104.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2549

มีประเทศที่นำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มอย่างชัดเจน ได้แก่ แอลจีเรีย ไนจีเรียและซูดาน ส่วนตลาดเอเชียใต้ มีมูลค่าการนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นไม่มากนักในช่วงที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 238.13 ล้านบาท (5.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2541-2544 เป็น 535.80 ล้านบาท (14.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2549 เท่านั้น

ในส่วนของตลาดเอเชียใต้นั้น มีมูลค่าการนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นไม่มากนักโดยมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มจาก 238.13 ล้านบาท (5.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2541-2544 เป็น 535.80 ล้านบาท (14.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2549

การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่ได้เริ่มดำเนินงานอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมมาตั้งแต่ปี 2544 นั้นมีเป้าหมายสำคัญอยู่ 2 ประการคือ 1) มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยไปยังตลาดต่างประเทศ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ตะวันออกกลาง 2) ประเทศไทยมีกลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือและเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสถาบันรับรองมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากลโดยการดำเนินการในระยะแรก กล่าวคือ ในช่วงปี 2544-2547 พบว่ายอดการส่งออกโดยรวมมีปริมาณเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในตลาดที่มีศักยภาพสูง เช่น ตลาดตะวันออกกลางและตลาดเอเชียใต้ แต่การส่งออกกลับมีความผันผวนมากในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะความผันผวนที่เกิดจากประเทศมาเลเซียซึ่งถือเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาลที่สำคัญของโลกและการส่งออกที่ลดลงสำหรับตลาดอาหารฮาลาลในทวีปแอฟริกา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาที่เป้าหมายแรก กล่าวได้ว่าประสบผลสำเร็จในแง่ของตัวเลขการส่งออกที่เพิ่มขึ้นแต่สำหรับการสร้างกลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับนั้น ยังไม่เห็นผลสำเร็จที่ชัดเจนนัก เนื่องจากยังคงประสบปัญหาความน่าเชื่อถือของกระบวนการรับรองเครื่องหมายฮาลาล การครอบคลุมมาตรฐานฮาลาลหลังจากนั้น และปัญหาภายในขององค์กร

#### **ความสำคัญของอาหารฮาลาล**

ปัจจุบันประชากรโลกที่นับถือศาสนาอิสลามกระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ประกอบด้วย ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ อาเซียน แอฟริกา เอเชียกลาง รวมทั้งยุโรป และ

อเมริกาได้ รวมเรียกว่า Organization of the Islamic Conference (OIC) ทั้งนี้ยังไม่ได้นับรวมประเทศอื่น ๆ ที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ด้วย ปัจจุบันแม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกของ OIC แต่ก็ได้รับเกียรติเข้าร่วมในฐานะผู้สังเกตการณ์สามารถเข้าร่วมกิจกรรมของ OIC ได้ทุกครั้ง เพียงแต่ไม่มีสิทธิในการออกเสียงเพื่อลงมติในการประชุมเท่านั้น ประมาณว่าประชากรมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 2,000 ล้านคน โดยขณะนี้ประเทศไทยมีประชากรมุสลิมประมาณกว่า 10 ล้านคน ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มักประสบกับปัญหาการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากไม่มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีกระบวนการผลิตถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามที่เรียกว่าฮาลาล และถูกสุขลักษณะปลอดภัยปราศจากการปนเปื้อนต่อการบริโภคหรือไม่ และเมื่อพิจารณาถึงขนาดของตลาดแล้วจะเห็นว่าตลาดอาหารฮาลาลมีขนาดใหญ่มีมูลค่าการส่งออกถึง 580,915 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2549 (เอกสารประกอบการสัมมนา World Halal Forum)

ดังนั้นการพัฒนาสินค้าอาหารฮาลาลจึงนับเป็นหนึ่งในนโยบายหลักของการนำประเทศไทยมุ่งไปสู่การเป็น “ครัวของโลก” โดยหน่วยงานของรัฐหลายหน่วยงานและหน่วยงานของศาสนาอิสลามต่างร่วมมือกันเพื่อให้สินค้าอาหาร “ฮาลาล” ส่งออกให้ได้มากขึ้น ถึงแม้ว่าปัจจุบันไทยจะเป็นผู้ผลิตอาหารเพื่อการส่งออกรายใหญ่ของโลกก็ตาม โดยมีตลาดหลักของไทย คือ ญี่ปุ่น อาเซียน สหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป แต่ตลาดโลกมุสลิมมีความสำคัญต่อการส่งออกอาหารของไทยเช่นกัน เพราะเป็นตลาดขนาดใหญ่กระจายอยู่ในประเทศต่าง ๆ กว่าร้อยประเทศ แต่การส่งออกอาหารฮาลาลเป็นตลาดที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว (Niche Market) ซึ่งมีเรื่องของศาสนา ความเชื่อ และวัฒนธรรม และวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมารัฐบาลได้สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในหลายรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการพัฒนามาตรฐานอาหารฮาลาล ภายใต้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย การสนับสนุนให้จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล รวมทั้งการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่จังหวัดปัตตานี และกิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลักดันให้อาหารฮาลาลซึ่งมีศักยภาพสามารถเพิ่มพูนความสำคัญด้านการค้าและเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น

### หลักการของการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

สินค้าอาหารฮาลาลเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เพราะมีเรื่องของศาสนา วัฒนธรรม และความเชื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตอาหารฮาลาลจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบท และลักษณะการบริโภคของชาวมุสลิมในแต่ละภูมิภาค รวมถึงมาตรฐานอาหารฮาลาลในแต่ละประเทศ เพื่อให้การผลิตอาหารฮาลาลเป็นไปตาม บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ควรให้ความสำคัญทั้งในด้านการผลิตการตลาด และการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ดังนี้

**ด้านการผลิต** จำเป็นต้องให้ความสำคัญตั้งแต่คุณภาพวัตถุดิบ ตลอดจนวิธีการฆ่าสัตว์ การเตรียมอาหาร การแปรรูปอาหาร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การเก็บรักษาอาหาร ซึ่งต้องไม่ให้มีสิ่งต้องห้ามเจือปน โดยสินค้าอาหารฮาลาลที่ผลิตได้จะต้องได้รับการรับรองคุณภาพ และมาตรฐาน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

**ด้านการตลาด** ต้องให้ความสำคัญกับตลาดส่งออกที่เป็นตลาดหลักของประเทศอยู่แล้ว ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตลาดแอฟริกา และตลาดเอเชียใต้ รวมทั้งต้องให้ความสำคัญกับตลาดใหม่ที่เริ่มมีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทย เช่น คาซัคสถาน และเติร์กเมนิสถาน ที่มีแนวโน้มการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยมากขึ้น

**การรับรองมาตรฐาน** ปัจจุบันการขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจะอยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ในขณะที่คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดมีหน้าที่ออกประกาศและให้คำรับรองเกี่ยวกับกิจการทางศาสนาอิสลามในจังหวัด โดยจังหวัดที่ไม่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ให้ผู้ประกอบการสามารถขอการรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้โดยตรง โดยในการรับรองฮาลาลและขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล มีขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน 1) ขั้นตอนเตรียมการ 2) ขั้นตอนยื่นคำขอและพิจารณาคำขอ 3) ขั้นตอนตรวจโรงงาน/สถานประกอบการ 4) ขั้นตอนพิจารณาผลการตรวจสอบและให้หนังสือรับรอง และ 5) ขั้นตอนการติดตามและประเมินผล ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลจำเป็นต้องมีการขอการรับรองฮาลาลและขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้อาหารฮาลาลไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก จำเป็นต้องพัฒนาการผลิตอาหารฮาลาลไทยให้ได้มาตรฐานในระดับสากล เช่น มาตรฐานของคณะกรรมการโครงการมาตรฐานอาหารของ FAO/WHO หรือที่เรียกว่า CODEX ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับมาตรฐาน และความปลอดภัยด้านอาหารและได้กำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาลไว้แล้ว

### **การจัดการฟาร์ม (Farm management)**

ในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเกษตรกรหรือผู้ประกอบการผลิตมีหน้าที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจฟาร์ม คือ การจัดการฟาร์ม การจัดการฟาร์ม หมายถึง การจัดการทรัพยากรของหน่วยธุรกิจฟาร์มที่มีอยู่จำนวนจำกัด ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน ในการผลิตพืช เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ที่ฟาร์มต้องการภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน (สุภาวดี, 2549) โดยการจัดการดังกล่าว ผู้จัดการฟาร์มต้องตัดสินใจแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์ม ซึ่งปัญหาที่ต้องการการตัดสินใจ สามารถแยกได้เป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. การตัดสินใจทางการผลิต การตัดสินใจทางการผลิต ได้แก่ การตัดสินใจว่าจะผลิตอะไร (what to produce) ผลิตจำนวนเท่าไร (how much to produce) และผลิตอย่างไร (how to produce various products) โดยการผลิตอย่างไรนั้นจะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้ปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีทางการผลิต นอกจากนี้การตัดสินใจทางการผลิตยังรวมถึงการหาแหล่งเงินทุนในการผลิตตลอดจนการใช้เงินทุนในการผลิต

2. การตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาด ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับการซื้อปัจจัยการผลิตและการจำหน่ายผลผลิตว่าควรซื้อหรือขายที่ไหน เมื่อไหร่ และซื้อขายอย่างไร ซึ่งมีความสำคัญต่อกำไร หรือรายได้ที่เกษตรกรได้รับอย่างยิ่ง เพราะการซื้อหรือขายปัจจัยการผลิต และผลผลิตในสถานที่แตกต่างกัน ต่างเวลากัน ด้วยวิธีที่ต่างกัน จะส่งผลให้ราคาที่ได้รับแตกต่างกันด้วย

นอกจากการตัดสินใจทั้งสองด้านนี้แล้ว ยังอาจมีการตัดสินใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเรื่องของความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ซึ่งเกษตรกรหรือผู้จัดการฟาร์มอาจต้องแก้ปัญหาจากความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ผู้ผลิต ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี โดยใช้หลักทาง



เศรษฐศาสตร์และคณิตศาสตร์เข้ามาช่วยในการตัดสินใจแต่ในที่นี่จะกล่าวถึงวิธีที่เกษตรกรหรือผู้ผลิตสามารถลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนได้โดยสรุป ดังนี้

1. การประกันราคาพืชผล (Formal Crop insurance) การประกันพืชผลเป็นการประกันทางด้านรายได้ขั้นต่ำที่เกษตรกรจะได้รับ ในกรณีที่พืชผลเสียหายจากภัยธรรมชาติ เช่น ประกันพืชผลเสียหายจากความแห้งแล้ง ไฟป่า หรืออุทกภัย ในการประกันพืชผลนี้เกษตรกรจะต้องประกันภัยกับบริษัทประกันภัย โดยเสียเบี้ยประกันจำนวนหนึ่ง ซึ่งมูลค่าของเบี้ยประกันนี้นั้นจะขึ้นอยู่กับมูลค่าที่จะเอาประกันกับ โอกาสที่จะเกิดความไม่แน่นอนเหล่านั้น

2. การดำเนินกิจกรรมแบบผสมผสาน (Diversification) เป็นการดำเนินกิจกรรมมากกว่า 1 อย่าง เช่น แทนที่จะปลูกข้าวเพียงอย่างเดียวเกษตรกรอาจจะขุดบ่อเลี้ยงปลาด้วย นอกจากนี้บริเวณรอบบ่อยังสามารถปลูกพืชยืนต้น เช่น มะพร้าว มะม่วง หรือมะละกอนำไปสู่การปฏิบัติภายใต้โครงการไร่นาสวนผสม ซึ่งนอกจากเกษตรกรจะสามารถเพิ่มรายได้จากกิจการเสริมหลายอย่างแล้ว ยังเป็นการลดความเสี่ยงภัยได้อีกด้วย

3. การเลือกกิจกรรมที่มีความคล่องตัว (Flexibility) คือกิจกรรมที่ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนเป็นกิจกรรมอื่นได้ง่ายและเสียค่าใช้จ่ายน้อย ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ให้ผลตอบแทนสูงสุดก็ได้

4. การรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ (Liquidity) หมายถึง การถือครองทรัพย์สินที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดตามราคาท้องตลาด ทั้งนี้เพื่อที่จะได้นำมาใช้ในธุรกิจยามที่เกิดความไม่แน่นอน

5. การเก็บสำรองปัจจัยการผลิตที่สำคัญ (Reserved Resources) เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการเสี่ยงภัย หรือป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น ผู้ผลิตควรจะมีสำรองปัจจัยการผลิตที่จำเป็น เช่น อาหารสัตว์ ปุ๋ย และยาฆ่าแมลง ให้เพียงพอต่อความต้องการในยามเกิดวิกฤติการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจหาไม่ได้ในท้องตลาด

6. การตกลงทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (contractual Arrangement) เรื่องการใช้ปัจจัยทางการผลิตและปริมาณการผลิต การหลีกเลี่ยงเสี่ยงภัยประการสุดท้าย คือการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าโดยตกลงราคาซื้อขายกันไว้ก่อน เพื่อประกันว่าจะมีตลาดที่แน่นอนสำหรับผลผลิต วิธีนี้เป็นการป้องกันราคาตกต่ำในช่วงขายผลผลิตผู้ผลิตสามารถคาดคะเนรายได้

เนื่องจากราคาถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าแต่หากช่วงที่ขายผลผลิต ราคาในท้องตลาดสูงกว่าราคาที่ตกลงไว้เกษตรกรก็จะสูญเสียโอกาสในการทำกำไรไปบ้าง

#### ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐะปะนีย์ มะลิซ้อน (2539) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในประเทศคู่ค้าที่สำคัญและเพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญได้แก่เวียดนามเอกวาดอร์อินเดียน โคนีเซีย เม็กซิโกและจีน โดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลใน 3 ช่วงเวลาคือปี 2525-2529, 2530-2534 และ 2535-2536 ปรากฏว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสำหรับไทยมีแนวโน้มที่ความได้เปรียบดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่มีอัตราการเพิ่มที่ลดลงในทำนองเดียวกันกับเวียดนามเอกวาดอร์และอินเดียน โคนีเซีย เม็กซิโกและจีนมีความได้เปรียบดังกล่าวลดลงสำหรับผลการศึกษารายการขยายตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงเวลาเช่นเดียวกับช่วงเวลาข้างต้นพบว่ามูลค่าการส่งออกระหว่าง 2 ช่วงเวลาแรกเพิ่มขึ้นเป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขันที่แท้จริงลดลงมาคือผลด้านทิศทางการส่งออกและผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกตามลำดับแต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลการกระจายตลาดสำหรับการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกของ 2 ปี หลังพบว่าเพิ่มขึ้นเช่นกันเป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริงลดลงมาคือผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกและผลด้านทิศทางการส่งออกตามลำดับแต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลการกระจายตลาดผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยใน ญี่ปุ่นสหรัฐอเมริกาและสิงคโปร์ระหว่างปี 2523-2534 2509-2537 และ 2517-2537 ตามลำดับ

ปรากฏว่าตัวแปรรายได้ประชาชาติต่อหัวของแต่ละประเทศและราคาส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยไปยังประเทศดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดอุปสงค์เพื่อการนำเข้าดังกล่าวโดยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศดังกล่าวเท่ากับ 7.1836 7.0844 และ 5.0065 ตามลำดับและค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาส่งออกของไทยของประเทศข้างต้นเท่ากับ -2.3662 -0.8361 และ -1.7393 ตามลำดับ

วิชัย คิชฐอุดม (2541) การผลิตขั้นปลายมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วจนทำให้ปัจจัยการผลิตขั้นต้นและขั้นกลางไม่สามารถตอบสนองอุตสาหกรรมขั้นปลายได้ทั้งในปริมาณและคุณภาพของสินค้าทำให้ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบในแต่ละขั้นเป็นจำนวนมากนอกจากนี้อุตสาหกรรมสิ่งทอยังมีปัญหาค่าการปรับโครงสร้างการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตตลอดจนปัญหาการขาดสภาพคล่องทำให้แต่ละสถานประกอบการขาดเงินทุนหมุนเวียนส่งผลให้การบริหารการผลิตติดขัดหรือล่าช้าไม่สามารถส่งมอบสินค้าตามกำหนดได้การแก้ไขปัญหานี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาระบบการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ (2542) ได้ศึกษาแนวทางและวิธีการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีสู่การตลาดโดยได้วางหลักแนวคิดเชิงกลยุทธ์หลักโดยเฉพาะสำหรับผู้นำตลาดดังนี้ 1) ขยายความพิเศษมุ่งผลิตและขายสินค้าเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเป็นพิเศษ (Focus) 2) ขยายความแตกต่างโดยผลิตและทำจุดยืนสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่งขั้นจนผู้บริโภคเลือกซื้อได้ (Differentiation) 3) มุ่งปรับสมรรถภาพในการลดต้นทุนจนถึงราคาต่ำสุดเพื่อให้ได้ยอดขายสูงสุด (Cost Advantage)

นอกจากนี้การพัฒนากลยุทธ์ระดับรองกล่าวคือ 1) การสร้างแนวร่วมธุรกิจ (Strategic Partnership) เป็นการรวมตัวของคู่แข่งขั้นตั้งแต่สองรายขึ้นไปเพื่อเพิ่มยอดขายและอำนาจการต่อรองหรือเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยการใช้ทรัพยากรสำคัญร่วมกัน 2) การทำการตลาดข้ามชาติ (Internationalization) ซึ่งอาจจะมีการลงทุนร่วมกันที่เรียกว่า Joint Venture คือมีการร่วมทุนเพื่อตั้งบริษัทใหม่ในต่างประเทศเพื่อดูแลผลประโยชน์จนถึงการปฏิบัติใน

ต่างประเทศเสมือนกับบริษัทอิสระบริษัทหนึ่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมการส่งออก

สายฝน ตระกูลสุทรัพย์ (2543) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกข้าวของประเทศไทยในปี 2529-2539 โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการตลาดและการส่งออกข้าวของไทยวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของไทยและประเทศคู่แข่งคือสหรัฐอเมริกา อินเดีย เวียดนาม จีนและปากีสถาน โดยทำการศึกษา 2 กรณีคือกรณีพิจารณาเปรียบเทียบสินค้าทุกประเภทที่ส่งออกและกรณีพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะสินค้าเกษตรที่ส่งออกและวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกข้าวของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าข้าวในระหว่างปี 2529-2539 ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏว่าทุกประเทศที่ศึกษามีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าข้าวทั้ง 2 กรณีศึกษาโดยไทยสหรัฐอเมริกาเวียดนามจีนและปากีสถานมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ลดลงยกเว้นประเทศอินเดียที่มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นส่วนผลการศึกษาของแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่การขยายการส่งออกข้าวของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น โดยจากปัจจัยภายนอกคือการขยายตัวการส่งออกทั้งหมดของโลกและการกระจายตลาดที่ทำให้ไทยมีการขยายตัวการส่งออกข้าวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยการส่งออกข้าวของโลกส่วนผลที่ทำให้การขยายการส่งออกข้าวไม่เพิ่มเท่าที่ควรเป็นผลจากปัจจัยภายในประเทศ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงและการปรับการส่งออกของไทย

ฉัตร กสิบุตร (2544) ทำการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรวมทั้งศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งคือประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยคือประเทศฮ่องกง กลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทยเป็นโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

(Monopolistic Competition) โดยในอดีตการกระจุกตัวมีแนวโน้มลดลงโดยมีอัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลางในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใช้แนวความคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และจากการวิเคราะห์ค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่ามีความมากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานนอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดฮ่องกงตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้อยกเว้นประเทศฮ่องกงแต่จากแนวโน้มอัตราการขยายตัวในการส่งออกทั้ง 3 ตลาดดังกล่าวจะพบว่าประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ผุสดี พลสารัมย์ (2541) ได้ศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย โดยได้ใช้ทฤษฎี Resource-base พบว่าทรัพยากรมนุษย์ (human resource) เป็นกลยุทธ์และปัจจัยที่จะอธิบายสัดส่วนที่สำคัญของตัวแปรในการดำเนินงานมากกว่ากลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยส่วนครองตลาด และยังพบว่าเทคโนโลยี (technology) มีความสัมพันธ์กับการส่งออก โดยนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับต่างประเทศ และสามารถช่วยในการลดต้นทุนในการส่งออกได้

งานวิจัยเรื่องศักยภาพการผลิตอาหารฮาลาล กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี สรุปผลการวิจัยดังนี้ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 รัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อนโยบายการกระจายอุตสาหกรรม ไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเพื่อเป็นการสร้างฐานการผลิตในด้านการลงทุนและการส่งออกให้กับประชาชนในภูมิภาค นอกจากนี้คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2541 อนุมัติแผนแม่บท การปรับโครงสร้าง อุตสาหกรรม (พ.ศ.2541-2545) ซึ่งได้กำหนดให้อุตสาหกรรมอาหาร เป็นสาขาหนึ่งใน 13 สาขา ภายใต้แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม และตั้งเป้าไว้ว่า

ภายใน 3 ปี ข้างหน้าจะสามารถส่งออกอาหารไปยังภูมิภาคตะวันออกกลาง ได้ 10,000 ล้านบาทสำหรับรัฐ

ตลาดอาหารฮาลาลมีจุดเด่นสืบเนื่องมาจากสินค้าอาหารเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของประเทศไทย ทำรายได้ให้ประเทศ ปีละกว่าแสนล้านบาทและมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่ม ตามจำนวนความต้องการบริโภคอาหารของประชากรโลกที่เพิ่มจำนวน ขึ้นอย่างรวดเร็วและในบรรดาผลิตภัณฑ์อาหารของไทยที่ส่งออกไปสู่ตลาดตลาดโลกนั้นมีอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น สำหรับมุสลิม โดยเฉพาะซึ่งสังเกตได้จากเครื่องหมายที่ติดอยู่บนภาชนะหรือหีบห่อ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ยอมรับของมุสลิมเป็นตลาดที่สำคัญและไม่ควรมองข้ามเนื่องจากปัจจุบันมีประชากรโลกที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่า 2,000 ล้านคน อาศัยอยู่ใน ประเทศต่าง ๆ กว่า 100 ประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรโลก ดังนั้น โอกาสที่ผู้ผลิตอาหารของไทย จะขยาย ขอบเขตการส่งออกไปสู่ตลาดอาหารฮาลาลยังมีความเป็นไปได้สูงมาก

เมื่อมองย้อนถึงศักยภาพการผลิตอาหาร เพื่อการส่งออกของจังหวัดปัตตานีมูลค่าการส่งออกมีมูลค่าปีละไม่ต่ำกว่า 2000 ล้านบาท แยกเป็นผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลประมาณ 500 ล้านบาทต่อปี และที่ไม่ใช่ฮาลาลประมาณปีละ 1500 ล้านบาทต่อปี และในส่วนนี้มีการส่งออกไปยังประเทศมุสลิมแถบตะวันออกกลางเช่นกัน

ในด้านศักยภาพของจังหวัดปัตตานีเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม และเมื่อรวมกับจังหวัดใกล้เคียงประกอบด้วย จังหวัดยะลา นราธิวาส สตูล สงขลาจะมีประชากรมุสลิมประมาณ 2.5 ล้านคน โดยกลุ่มประชาชน เหล่านี้คือตัวแปรสำคัญในการนำมาพิจารณาด้านการผลิตอาหารฮาลาล รวมไปถึงจะเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิตอาหาร ฮาลาลที่ต้องใช้แรงงานที่เป็นมุสลิมเพื่อเป็นการดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม

แนวคิดในการกำหนดให้จังหวัดปัตตานีเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลจึงได้รับการรับรองในการประชุม โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย(สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ) ระหว่าง ประเทศ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย (IMT-GT) ครั้งที่ 7 พ.ศ. 2540 ณ เมืองลุมพทุรัฐเปรัก ประเทศมาเลเซีย โดยใช้ความได้เปรียบในการเป็นเมืองที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือ

ศาสนาอิสลามและภาพลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ปัตตานีมีความเกี่ยวพัน กับโลกอิสลามมานานเคยเป็นศูนย์กลางของศาสนา อิสลามในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และโลกอิสลามจะรู้จักกันดีในชื่อว่า " ฟาฏอนี " การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาลของจังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล

แหล่งข้อมูลการวิจัย คือ 1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ( Primary Data ) 2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ( Secondary Data ) ที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสัมภาษณ์ที่เป็นแนวประเด็นการสัมภาษณ์แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับตัวแปรต้น ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับทรัพยากรการผลิต การลงทุนการจัดการและการตลาด การสนับสนุน จากภาครัฐ การยอมรับนับถือของผู้บริโภค

การเก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ นักวิชาการ นักธุรกิจ และองค์กรทางศาสนาอิสลามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาความและวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค S W O T และการเปรียบเทียบ เชิงบริบท

#### แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามบทบัญญัติศาสนาอิสลามเกี่ยวกับ อาหารฮาลาลและกระบวนการ ผลิตอาหารฮาลาล
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต
4. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ
5. แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการวิเคราะห์แบบ S W O T

#### ผลการศึกษาพบว่า

- 1.ด้านทรัพยากรการผลิต วัตถุดิบในท้องถิ่นจำพวกสัตว์ทะเลนั้นมีความพร้อมสูงเพราะปัตตานีมีการทำประมงมานาน มีท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับเรือ ประมงขนาดใหญ่เพื่อขนถ่ายปลาและสัตว์ทะเลอื่นๆ ได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังมีวัตถุดิบด้านการเกษตร

อื่น ๆ อีก เช่น พืช ผัก ผลไม้ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง รวมไปถึงจังหวัดใกล้เคียงมีวัดอุทิศที่พร้อมจะรองรับการผลิตอาหารฮาลาลได้เต็มที่เช่นกัน

2.ด้านการลงทุนสถานการณ์และการจูงใจการลงทุนมีสูง เนื่องจากมีเขตอุตสาหกรรมปัตตานีรองรับและได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ให้เป็นพื้นที่การลงทุนในเขต 3 ซึ่งจะได้รับสิทธิ ประโยชน์การลงทุนหลายประการ

3.ด้านการตลาด แบ่งเป็นด้านแรงงาน มีความพร้อมสูงเนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ซึ่งสามารถรองรับการเกิดขึ้นของ อุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลได้เต็มที่ รวมไปถึงมีสถานศึกษาที่สามารถพัฒนาฝีมือแรงงานหลายแห่งทั้งระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษาด้านการคมนาคมขนส่งมีความพร้อมสูง สะดวกรวดเร็วได้หลายทาง เช่น การขนถ่ายเพื่อขึ้นเรือที่ท่าเรือ น้ำลึกสงขลาด้านเทคโนโลยีการผลิตมีความพร้อมสูงมีเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีระบบควบคุมการผลิตที่ได้มาตรฐาน โลก เช่น ISO 9000 HACCP ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีความพร้อมด้านเขตอุตสาหกรรมปัตตานีมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า โทรศัพท์ ระบบบำบัดน้ำเสียระบบกำจัดขยะมูลฝอย และจัดตั้งศูนย์บริการแก่นักลงทุนแบบเบ็ดเสร็จ ( One stop service )

ด้านการตลาดและอุปสงค์ สามารถขยายตลาดได้อีกมากเนื่องจากมี ประชากรโลกที่เป็นมุสลิมประมาณ 1,500 ล้านคน และไม่ใช่มุสลิมอีก 4,500 ล้านคนที่ต้องบริโภคอาหารอยู่แล้ว

4.ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐรัฐบาลให้การสนับสนุนโดยการออกเป็นมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2543 อนุมัติให้สำนักงานคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (สพบ) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช) ร่วมกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ และจังหวัดปัตตานีเป็นหน่วยงานหลักในการเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลของประเทศไทย

5.ด้านการยอมรับนับถือของผู้บริโภคปัตตานีเป็นเมืองที่มีความสัมพันธ์กับโลกอิสลามมาที่รู้จักกันดีในนาม " ฟาฏูนี " จากภาพลักษณ์อันนี้จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่



ผู้บริโภคได้ว่าเป็นอาหารฮาลาลที่ผลิตโดยมุสลิมที่ปัตตานี นอกจากนี้ยังมีระบบการตรวจสอบมาตรฐานอาหารฮาลาลจากองค์กรทางศาสนาอิสลามคือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

6. การร่วมมือและการแข่งขัน มีโครงการร่วมมือภายในประเทศโดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนประสานการทำงาน เช่น กระทรวงพาณิชย์กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการต่างประเทศ จังหวัดปัตตานี สภาอุตสาหกรรมปัตตานีสภาอุตสาหกรรมปัตตานี ทั้งนี้เพื่อให้แผนดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยเร็ว สำหรับความร่วมมือระหว่างประเทศนั้น ปัจจุบันยังไม่มีลักษณะที่เด่นชัดที่เกิดขึ้นแล้วคือนักลงทุนจากต่างประเทศได้จ้าง ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิต และนำไปติด Brand name ของประเทศผู้จ้างผลิตเพื่อนำไปจัดจำหน่ายต่อไป

Kumar and Chadee (2002) กล่าวถึงงานวิจัยในเรื่องความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจระหว่างประเทศนั้น ซึ่งในอดีตจะมุ่งเน้นในเรื่องของการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศมากที่สุด และมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในจำนวนไม่มากนัก เป็นเหตุให้เกิดการหดตัวของตลาดการค้าโลก แต่แต่ละประเทศได้ใช้มาตรการผลักดันการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ ในขณะเดียวกันก็ใช้ความพยายามในการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มการอุดหนุนจากภาครัฐ รวมทั้งมีการกำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าให้มากขึ้น แต่ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ปัจจัยชี้วัดความสามารถในการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของธุรกิจ (efficiency) โดยมีปัจจัยในการชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน 5 ประการ ได้แก่ 1) เทคโนโลยี 2) ทรัพยากรมนุษย์ 3) โครงสร้างขององค์กร 4) การจัดหาเงินทุน และ 5) การกำหนดนโยบายภาครัฐ ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ประการดังกล่าวนี้เป็นทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร

ความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) ในระดับประเทศที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจด้านการนำเข้าและส่งออก ที่หมายถึง การที่ธุรกิจมีความสามารถในการออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (John & Ken, 1998) ทำการผลิตและบริหารการตลาดของสินค้าและบริการให้มีความเหนือกว่าคู่แข่ง รวมทั้งสามารถเพิ่มอัตราการ

ขยายตัวของการส่งออกสินค้าไปได้อย่างมีเสถียรภาพโดยมีการเพิ่มการลงทุนได้ในอัตราส่วนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง (Park, 1999) มีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ มาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจ มีการลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการทำวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Wignaraja, 2002)

การวัดความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness measure) สามารถกระทำได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การวัดที่เป็นรูปธรรม (objective measure) มีตัวชี้วัด เช่น ความสามารถในการทำกำไร (profitability) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (return on asset) ยอดการส่งออก (export sales) ส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) กำไรจากการส่งออก (export profit) และอัตราการเติบโตของธุรกิจ (growth rate) เป็นต้น (Kumar & Chadee, 2002; Wu & Lin, 2003)

Mohd Rizal Razalli (2011) นักวิจัยในประเทศมาเลเซียได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ในการทำงานขององค์กรภายใต้กระบวนการรับรองฮาลาล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยของมนุษย์ที่มีอิทธิพลของต่อความรับผิดชอบการจัดการลักษณะพนักงานและนโยบายในการทำงานพนักงานใน EDCUUM มีการวัดตัวแปรด้วยมาตราส่วน 5 ระดับ ซึ่งเป็นแบ่งออกเป็น 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรความรับผิดชอบการจัดการประสิทธิภาพ ลักษณะการทำงานของพนักงาน นโยบายประสิทธิภาพพนักงาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า ด้านรับผิดชอบและนโยบายพนักงาน และผลการดำเนินงาน EDC-UUM มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวกในขณะเดียวกันลักษณะพนักงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงาน EDC-UMM การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าขั้นตอนการรับรองฮาลาลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยมนุษย์ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขา ความรับผิดชอบการจัดการและนโยบายพนักงานที่พบว่ามีอิทธิพลต่อความเชื่อถือในประสิทธิภาพ EDC-UUM

Nor aini Haji Idris (2012) สรุปผลการวิจัยเรื่องเครือข่ายธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย จากกลุ่มตัวอย่าง 220 ตัวอย่างของ บริษัท แปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย พบว่าส่วนใหญ่ บริษัท ต้องเผชิญกับปัญหาในการจัดตั้งเครือข่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายในตลาดโลก โดยมีข้อจำกัดในระดับโลกทั้งที่มีโอกาสสูง ปัจจัยในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซียสอดคล้องกับงานวิจัยของชูชาน (2003) คือ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยสนับสนุนและปัจจัยจากภายนอก

นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายเครือข่ายธุรกิจของพวกเขาผ่านเครือข่ายร่วมในสังคมเช่นในหมู่เพื่อน พันธมิตรทางธุรกิจและสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้มีงานวิจัยที่ระบุอุปสรรคหลายอย่างในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจคือความยากลำบากในการปลูกฝังความเข้าใจร่วมกันและความน่าเชื่อถือในหมู่พันธมิตรทางธุรกิจให้เกิดขึ้น รวมทั้งทำให้ค่าใช้จ่ายของหน่วยงานสูงขึ้น สำหรับจุดอ่อนคือปัญหาด้านสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้การขยายโอกาสการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในประเทศบริษัท ควรมีการพัฒนาตัวเองและมีการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ทันสมัยและแสวงหาผลประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ การที่บริษัทพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะเป็นช่องทางสนับสนุนข้อมูลเช่นเดียวกับช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น ที่จะนำไปสู่ตลาดโลก

เสกสรร สุธรรมานนท์ (2545) สรุปโครงการเรื่อง “แนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการฮาลาลโลกจิตติศักดิ์ของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล กรณีศึกษา ประเทศมาเลเซีย” กล่าวว่าจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่ผ่านมา ทำให้มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลสูงกว่า 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ซึ่งนับเป็นจำนวนเงินมหาศาล ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมทั้งด้านแหล่งวัตถุดิบอาหารฮาลาลที่ใหญ่กว่าประเทศอื่นๆ และมีศูนย์วิทยาศาสตร์อาหารฮาลาลตรวจรับรอง แต่พบว่าอาหารฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่นิยมในต่างประเทศเท่าที่ควร ซึ่งจากการเก็บข้อมูลและประชุมกับตัวแทนผู้ประกอบการได้ข้อสรุปว่า การดำเนินงานด้านอาหารฮาลาลของไทยมีปัญหาหลักเนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแต่ขาดการประสานงานแบบบูรณาการที่เป็น

เอกภาพ ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินการได้ล่าช้า และเกิดความซับซ้อน เช่น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ให้การรับรองตราฮาลาล ซึ่งจะพิจารณาเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่รับรองกระบวนการฮาลาล (HAL-Q) ในขณะที่คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ให้การสนับสนุนงานวิจัยผลิตภัณฑ์ฮาลาล

1.กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2.ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีผลต่อการลงทุนสร้างระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และภาคเอกชนไม่กล้าลงทุนกิจการในพื้นที่ดังกล่าว

ปัจจุบันถึงแม้ว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลเป็นอันดับ 5 ของโลก แต่จากภาวะการแข่งขันของตลาดอาหารฮาลาลที่สูงขึ้น ทำให้หลายประเทศสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศตนเอง โดยเฉพาะประเทศมาเลเซียได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการผลักดันประเทศให้ป็นศูนย์กลางฮาลาลโลก พร้อมสร้างมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ขึ้นเพื่อเพิ่มระดับความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ฮาลาลของตน ทำให้กลุ่มผู้บริโภคมุสลิมในต่างประเทศหันมาสนใจมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ และมีแนวโน้มว่าในอนาคตมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์อาจเป็นมาตรฐานกลาง มาตรฐานเดียวที่ประเทศชาวมุสลิมใช้ร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมาตรฐานฮาลาลของสถาบันมาตรฐานฮาลาลประเทศไทย ทำให้ผู้ผลิตต้องหันไปพึ่งใบรับรองมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย

สุดาพร มะหะหมัด (2541) วิจัยเรื่องการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทย : กรณีศึกษา อุปสงค์ การนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ บทความย่อในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง3ประเทศคือประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตซาอุดีอาระเบียและคูเวต ซึ่งได้ทำการศึกษาเฉพาะการนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งกัน โดยจะเปรียบเทียบความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาดเมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบ

กำลังสองน้อยที่สุด และเพื่อวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพของการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปยังทั้ง 3 ประเทศ โดยการคำนวณดัชนีความไม่มีเสถียรภาพ รวมทั้งเพื่อพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยในทั้ง 3 ตลาด จากแนวโน้มในอดีต ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งของทั้ง 3 ประเทศจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งชั้นพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็ง โดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งชั้น รายได้ประชาชาติของประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ราคาเนื้อวัว และราคาเนื้อแกะที่ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์นำเข้ารวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศนี้ที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่งของประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากไทย และคู่แข่งชั้น รายได้ของประชาชาติของประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ทดแทนเนื้อไก่ที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับในประเทศคูเวตปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็ง จากทั้ง 2 แหล่ง คือ ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาไก่สดแช่แข็งจากไทยและคู่แข่งชั้น รายได้ประชาชาติของประเทศคูเวต ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ประเทศคูเวตนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศคูเวต รวมถึงตัวแปรหุ่นที่แสดงช่วงเวลาหลังสงครามอ่าวเปอร์เซีย ผลการวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางทั้ง 3 ประเทศ พบว่าการขาดเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์และคูเวตมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านอุปสงค์ โดยอุปทานมีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งมาตรการที่ประเทศไทยสามารถใช้ในการรักษาอุปสงค์ไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยให้มีเสถียรภาพไม่เปลี่ยนแปลงลดลงจากเดิมคือ การเจรจากับประเทศผู้นำเข้าเพื่อนำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า สำหรับกรณีของประเทศซาอุดีอาระเบียพบว่า สาเหตุของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยมาจากการเปลี่ยนแปลงอุปทาน โดยอุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งนโยบายที่ใช้

ในการรักษาเสถียรภาพคือ การทำให้ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังประเทศนี้มีปริมาณที่เพียงพอ สำหรับแนวโน้มการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางยังมีช่องทางที่แจ่มใส โดยผลการพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในทั้ง 3 ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 พบว่า ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์และคูเวตมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นตลอดช่วงที่ทำการพยากรณ์ ส่วนการพยากรณ์ซาอุดีอาระเบียพบว่า ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2539-2542 มีแนวโน้มลดลง แต่ในปี พ.ศ. 2543 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังนั้น ถ้าผู้ส่งออกของไทยมีการศึกษารูปแบบความต้องการ รวมทั้งทำให้ผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ จะทำให้การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยสามารถขยายไปต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น

Mohd Hafiz Zulfakar, (2010) ได้ทำการวิจัยที่ประเทศออสเตรเลียเรื่อง ห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลหมายถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมอาหารได้จากการยึดหลักแห่งคุณธรรมอันดีงามที่ทำให้มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนใบรับรองคุณภาพและความต้องการทางด้านจิตใจของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลปัจจุบันนี้อาหารฮาลาลได้กลายเป็นคำถามสำหรับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจขององค์กรและเป็นการแสดงความมีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ ของอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีการคาดเป็นพิเศษว่าอาหารฮาลาลนั้นไม่ได้เป็นอาหารเฉพาะแต่ประเทศมุสลิมเท่านั้นยังรวมถึงประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องอาหารฮาลาลพบว่าการเตรียมการในการให้ความรู้เชิงวิชาการด้านอาหารฮาลาลให้กับผู้สนใจและผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรมโดยทำให้เกิดเป็นความรู้แก่สาธารณะชนเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แนวคิดของงานนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการบริหารจัดการซัพพลายเชนของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เช่น การตรวจสอบย้อนกลับ, สิทธิทรัพย์สิน, การประกันคุณภาพ และความไว้วางใจและการทำสัญญาร่วมกัน

ฐะปะณี มะลิซ้อน (2539) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต

และการตลาดวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏวิเคราะห์การขยายตัวของ การส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการ นำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญและเพื่อเสนอแนวทางใน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผลการศึกษาคความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ เวียดนาม เอกวาดอร์ อินเดีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน โดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลใน 3 ช่วงเวลาคือปี 2525-2529, 2530-2534 และ 2535-2536 ปรากฏว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏสำหรับไทยมี แนวโน้มที่ความได้เปรียบดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่มีอัตราการเพิ่มที่ลดลงในทำนอง เดียวกันกับเวียดนามเอกวาดอร์และอินเดียขณะที่อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน มีความ ได้เปรียบดังกล่าวลดลงสำหรับผลการศึกษารายการขยายตัวของ การส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง ของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงเวลาเช่นเดียวกับช่วงเวลา ข้างต้นพบว่ามูลค่าการส่งออกระหว่าง 2 ช่วงเวลาแรกเพิ่มขึ้นเป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขันที่ แท้จริงรองลงมาเป็นผลด้านทิศทางการส่งออกและผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลก ตามลำดับแต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลการกระจายตลาดสำหรับการเปรียบเทียบมูลค่าการ ส่งออกของ 2 ปีหลังพบว่าเพิ่มขึ้นเช่นกันเป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริงรองลงมาเป็นผลจาก อัตราการขยายตัวของตลาดโลกและผลด้านทิศทางการส่งออกตามลำดับแต่ลดลงเล็กน้อย เพราะผลการกระจายตลาดผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็น แช่แข็งของประเทศไทยในญี่ปุ่นสหรัฐอเมริกาและสิงคโปร์ระหว่างปี 2523-2534 2509-2537 และ 2517-2537 ตามลำดับปรากฏว่าตัวแปรรายได้ประชาชาติต่อหัวของแต่ละประเทศและราคา ส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยไปยังประเทศดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดอุปสงค์ เพื่อการนำเข้าดังกล่าวโดยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ประชาชาติต่อหัวของ ประเทศดังกล่าวเท่ากับ 7.1836 7.0844 และ 5.0065 ตามลำดับและค่าความยืดหยุ่นของอุป สงค์ต่อราคาส่งออกของไทยของประเทศข้างต้นเท่ากับ -2.3662 -0.8361 และ -1.7393 ตามลำดับ

ไกรฤทธิ บุญเกียรติ (2542) ได้ศึกษาแนวทางและวิธีการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธี ผู้การตลาดโดยได้วางหลักแนวคิดเชิงกลยุทธ์หลัก โดยเฉพาะสำหรับผู้นำตลาดดังนี้) ขยาย

ความพิเศษมุ่งผลิตและขายสินค้าเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเป็นพิเศษ (Focus) 2) ขายความแตกต่างโดยผลิตและทำจุดยืนสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่งชั้นจวนผู้บริโภคเลือกซื้อได้ (Differentiation) 3) มุ่งปรับสมรรถภาพในการลดต้นทุนจนถึงราคาต่ำสุดเพื่อให้ได้ยอดขายสูงสุด (Cost Advantage)

นอกจากนี้การพัฒนากลยุทธ์ระดับรองกล่าวคือ 1) การสร้างแนวร่วมธุรกิจ (Strategic Partnership) เป็นการรวมตัวของคู่แข่งชั้นตั้งแต่สองรายขึ้นไปเพื่อเพิ่มยอดขายและอำนาจการต่อรองหรือเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยการใช้ทรัพยากรสำคัญร่วมกัน 2) การทำการตลาดข้ามชาติ (Internationalization) ซึ่งอาจจะมีการลงทุนร่วมกันที่เรียกว่า Joint Venture คือมีการร่วมทุนเพื่อตั้งบริษัทใหม่ในต่างประเทศเพื่อดูแลผลประโยชน์จนถึงการปฏิบัติในต่างประเทศเสมือนกับบริษัทอิสระบริษัทหนึ่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมการส่งออก

สายฝน ตระกูลสุทรัพย์ (2543) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกข้าวของประเทศไทยในปี 2529-2539 โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการตลาดและการส่งออกข้าวของไทยวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของไทยและประเทศคู่แข่งคือสหรัฐอเมริกาอินเดียเวียดนามจีนและปากีสถาน โดยทำการศึกษา 2 กรณีคือกรณีพิจารณาเปรียบเทียบสินค้าทุกประเภทที่ส่งออกและกรณีพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะสินค้าเกษตรที่ส่งออกและวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกข้าวของไทยโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าข้าวในระหว่างปี 2529-2539 ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏว่าทุกประเทศที่ศึกษามีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าข้าวทั้ง 2 กรณีศึกษาโดยไทยสหรัฐอเมริกาเวียดนามจีนและปากีสถานมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ลดลงยกเว้นประเทศอินเดียที่มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้นส่วนผลการศึกษาของแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่การขยายการส่งออกข้าวของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น โดยจากปัจจัยภายนอกคือการขยายตัวการส่งออกทั้งหมดของโลกและการกระจายตลาดที่ทำให้ไทยมีการขยายตัวการส่งออกข้าวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยการส่งออกข้าวของโลกส่วนผลที่ทำให้การขยายการ



ส่งออกข้าวไม่เพิ่มเท่าที่ควรเป็นผลจากปัจจัยภายในประเทศ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริงและการปรับการส่งออกของไทย

ฉัตร กสิบุตร (2544) ทำการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานรวมทั้งศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งคือประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยคือประเทศฮ่องกง กลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทยเป็นโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) โดยในอดีตการกระจุกตัวมีแนวโน้มลดลงโดยมีอัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลางในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใช้แนวความคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และจากการวิเคราะห์ค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่ามีความมากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานนอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดฮ่องกงตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้ยกเว้นประเทศฮ่องกงแต่จากแนวโน้มอัตราการขยายตัวในการส่งออกทั้ง 3 ตลาดดังกล่าวจะพบว่าประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยเรื่องศักยภาพการผลิตอาหารฮาลาล กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี สรุปผลการวิจัยดังนี้ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 รัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อนโยบายการกระจายอุตสาหกรรม ไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเพื่อเป็นการสร้างฐานการผลิตในด้านการลงทุนและการส่งออกให้กับประชาชนในภูมิภาค นอกจากนี้คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2541 อนุมัติแผนแม่บท การปรับโครงสร้าง อุตสาหกรรม (พ.ศ.2541-2545) ซึ่งได้กำหนดให้อุตสาหกรรม

อาหาร เป็นสาขาหนึ่งใน 13 สาขา ภายใต้แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม และตั้งเป้าไว้ว่า ภายใน 3 ปี ข้างหน้าจะสามารถส่งออกอาหารไปยังภูมิภาคตะวันออกกลาง ได้ 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตลาดอาหารฮาลาลมีจุดเด่นสืบเนื่องมาจากสินค้าอาหารเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของประเทศไทย ทำรายได้ให้ประเทศ ปีละกว่าแสนล้านบาทและมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่ม ตามจำนวนความต้องการบริโภคอาหารของประชากรโลกที่เพิ่มจำนวน ขึ้นอย่างรวดเร็วและในบรรดาผลิตภัณฑ์อาหารของไทยที่ส่งออกไปสู่ตลาดตลาดโลกนั้นมีอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น สำหรับมุสลิม โดยเฉพาะซึ่งสังเกตได้จากเครื่องหมายที่ติดอยู่บนภาชนะหรือหีบห่อ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ยอมรับของมุสลิมเป็นตลาดที่สำคัญและไม่ควรมองข้ามเนื่องจากปัจจุบันมีประชากรโลกที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่า 2,000 ล้านคน อาศัยอยู่ใน ประเทศต่าง ๆ กว่า 100 ประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรโลก ดังนั้น โอกาสที่ผู้ผลิตอาหารของไทย จะขยาย ขอบเขตการส่งออกไปสู่ตลาดอาหารฮาลาลยังมีความเป็นไปได้สูงมาก

เมื่อมองย้อนถึงศักยภาพการผลิตอาหาร เพื่อการส่งออกของจังหวัดปัตตานีมูลค่าการส่งออกมีมูลค่าปีละไม่ต่ำกว่า 2000 ล้านบาท แยกเป็นผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลประมาณ 500 ล้านบาทต่อปี และที่ไม่ใช่ฮาลาลประมาณปีละ 1500 ล้านบาทต่อปี และในส่วนนี้มีการส่งออกไปยังประเทศมุสลิมแถบตะวันออกกลางเช่นกัน

ในด้านศักยภาพของจังหวัดปัตตานีเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม และเมื่อรวมกับจังหวัดใกล้เคียงประกอบด้วย จังหวัดยะลา นราธิวาส สตูล สงขลาจะมีประชากรมุสลิมประมาณ 2.5 ล้านคน โดยกลุ่มประชาชน เหล่านี้คือตัวแปรสำคัญในการนำมาพิจารณาด้านการผลิตอาหารฮาลาล รวมไปถึงจะเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการผลิตอาหาร ฮาลาลที่ต้องใช้แรงงานที่เป็นมุสลิมเพื่อเป็นการดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม

แนวคิดในการกำหนดให้จังหวัดปัตตานีเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลจึงได้รับการรับรองในการประชุม โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย(สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ) ระหว่าง ประเทศ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย (IMT-GT) ครั้งที่ 7 พ.ศ. 2540 ณ.เมืองลุมพุก

รัฐเปรัก ประเทศมาเลเซีย โดยใช้ความได้เปรียบในการเป็นเมืองที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามและภาพลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ปัตตานีมีความเกี่ยวพัน กับโลกอิสลามมานานเคยเป็นศูนย์กลางของศาสนา อิสลามในอนุภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และโลกอิสลามจะรู้จักกันดีในชื่อว่า " ฟาฏอนี " การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาลของจังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล

แหล่งข้อมูลการวิจัย คือ 1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) 2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ( Secondary Data ) ที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสัมภาษณ์ที่เป็นแนวประเด็นการสัมภาษณ์แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับตัวแปรต้น ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับทรัพยากรการผลิต การลงทุนการจัดการและการตลาด การสนับสนุน จากภาครัฐ การยอมรับนับถือของผู้บริโภค

การเก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม คือ ภาครัฐ นักวิชาการ นักธุรกิจ และองค์กรทางศาสนาอิสลามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาความและวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค S W O T และการเปรียบเทียบ เชิงบริบท

**แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง**

1. แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามบทบัญญัติศาสนาอิสลามเกี่ยวกับ อาหารฮาลาลและกระบวนการ ผลิตอาหารฮาลาล
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิต
4. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ
5. แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการวิเคราะห์แบบ S W O T

**ผลการศึกษาพบว่า**

- 1.ด้านทรัพยากรการผลิต วัตถุดิบในท้องถิ่นจำพวกสัตว์ทะเลนั้นมีความพร้อมสูงเพราะปัตตานีมีการทำประมงมานาน มีท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับเรือ ประมงขนาดใหญ่เพื่อขนถ่ายปลาและสัตว์ทะเลอื่นๆ ได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังมีวัตถุดิบด้านการเกษตร

อื่น ๆ อีก เช่น พืช ผัก ผลไม้ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง รวมไปถึงจังหวัดใกล้เคียงมีวัดอุคิบบที่พร้อมจะรองรับการผลิตอาหารฮาลาลได้เต็มที่เช่นกัน

2.ด้านการลงทุนสถานการณ์และการจูงใจการเข้ามาลงทุนมีสูง เนื่องจากมีเขตอุตสาหกรรมปัตตานีรองรับและได้รับ การสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ให้เป็นพื้นที่การลงทุนในเขต 3 ซึ่งจะได้รับสิทธิ ประโยชน์การลงทุนหลายประการ

3.ด้านการตลาด แบ่งเป็นด้านแรงงาน มีความพร้อมสูงเนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ซึ่งสามารถรองรับการเกิดขึ้นของ อุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลได้เต็มที่ รวมไปถึงมีสถานศึกษาที่สามารถพัฒนาฝีมือแรงงานหลายแห่งทั้งระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษาด้านการคมนาคมขนส่งมีความพร้อมสูง สะดวกรวดเร็วได้หลายทาง เช่นการขนถ่ายเพื่อขึ้นเรือที่ท่าเรือ น้ำลึกสงขลาด้านเทคโนโลยีการผลิตมีความพร้อมสูงมีเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีระบบควบคุมการผลิตที่ได้มาตรฐานโลก เช่น ISO 9000 HACCP

ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน มีความพร้อมด้านเขตอุตสาหกรรมปัตตานีมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า โทรศัพท์ ระบบบำบัดน้ำเสียระบบกำจัดขยะมูลฝอย และจัดตั้งศูนย์บริการแก่นักลงทุนแบบเบ็ดเสร็จ (One stop service)

ด้านการตลาดและอุปสงค์ สามารถขยายตลาดได้อีกมากเนื่องจากมี ประชากรโลกที่เป็นมุสลิมประมาณ 1,500 ล้านคน และไม่ใช่มุสลิมอีก 4,500 ล้านคนที่ต้องบริโภคอาหารอยู่แล้ว

4.ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐรัฐบาลให้การสนับสนุนโดยการออกเป็นมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2543 อนุมัติให้สำนักงานคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (สพบ) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช) ร่วมกับศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ และจังหวัดปัตตานีเป็นหน่วยงานหลักในการเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลของประเทศไทย

5.ด้านการยอมรับนับถือของผู้บริโภคปัตตานีเป็นเมืองที่มีความสัมพันธ์กับโลกอิสลามมานานที่รู้จักกันดีในนาม " ฟาฏอนี " จากภาพลักษณ์อันนี้จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่

ผู้บริโภคได้ว่าเป็นอาหารฮาลาลที่ผลิตโดยมุสลิมที่ปัตตานี นอกจากนี้ยังมีระบบการตรวจสอบมาตรฐานอาหารฮาลาลจากองค์กรทางศาสนาอิสลามคือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

6. การร่วมมือและการแข่งขัน มีโครงการร่วมมือภายในประเทศโดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนประสานการทำงาน เช่น กระทรวงพาณิชย์กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการต่างประเทศ จังหวัดปัตตานี สภาอุตสาหกรรมปัตตานีสภาอุตสาหกรรมปัตตานี ทั้งนี้เพื่อให้แผนดำเนินการเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน โดยเร็ว สำหรับความร่วมมือระหว่างประเทศนั้น ปัจจุบันยังไม่มีลักษณะที่เด่นชัดที่เกิดขึ้นแล้วคือนักลงทุนจากต่างประเทศได้จ้าง ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิต และนำไปติด Brand name ของประเทศผู้จ้างผลิตเพื่อนำไปจัดจำหน่ายต่อไป

Kumar and Chadee (2002) กล่าวถึงงานวิจัยในเรื่องความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจระหว่างประเทศนั้น ซึ่งในอดีตจะมุ่งเน้นในเรื่องของการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศมากที่สุด และมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในจำนวนไม่มากนัก เป็นเหตุให้เกิดการหดตัวของตลาดการค้าโลก แต่ละประเทศได้ใช้มาตรการผลักดันการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ ในขณะเดียวกันก็ใช้ความพยายามในการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มการอุดหนุนจากภาครัฐ รวมทั้งมีการกำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าให้มากขึ้น แต่ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ปัจจัยชี้วัดความสามารถในการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของธุรกิจ (efficiency) โดยมีปัจจัยในการชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน 5 ประการ ได้แก่ 1) เทคโนโลยี 2) ทรัพยากรมนุษย์ 3) โครงสร้างขององค์กร 4) การจัดหาเงินทุน และ 5) การกำหนดนโยบายภาครัฐ ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ประการดังกล่าวนี้เป็นทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร

ความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) ในระดับประเทศที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจด้านการนำเข้าและส่งออก ที่หมายถึง การที่ธุรกิจมีความสามารถในการออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (John & Ken, 1998) ทำการผลิตและบริหารการตลาดของสินค้าและบริการให้มีความเหนือกว่าคู่แข่ง รวมทั้งสามารถเพิ่มอัตราการ

ขยายตัวของการส่งออกสินค้าไปได้อย่างมีเสถียรภาพโดยมีการเพิ่มการลงทุนได้ในอัตราส่วนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง (Park, 1999) มีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ มาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจ มีการลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการทำวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Wignaraja, 2002)

การวัดความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness measure) สามารถกระทำได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การวัดที่เป็นรูปธรรม (objective measure) มีตัวชี้วัด เช่น ความสามารถในการทำกำไร (profitability) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (return on asset) ยอดการส่งออก (export sales) ส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) กำไรจากการส่งออก (export profit) และอัตราการเติบโตของธุรกิจ (growth rate) เป็นต้น (Kumar & Chadee, 2002; Wu & Lin, 2003)

Mohd Rizal Razalli (2011) นักวิจัยในประเทศมาเลเซียได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ในการทำงานขององค์กรภายใต้กระบวนการรับรองฮาลาล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยของมนุษย์ที่มีอิทธิพลของต่อความรับผิดชอบการจัดการลักษณะพนักงานและนโยบายในการทำงานพนักงานใน EDCUUM มีการวัดตัวแปรด้วยมาตราส่วน 5 ระดับ ซึ่งเป็นแบ่งออกเป็น 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรความรับผิดชอบการจัดการประสิทธิภาพ ลักษณะการทำงานของพนักงาน นโยบายประสิทธิภาพพนักงาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า ด้านรับผิดชอบและนโยบายพนักงาน และผลการดำเนินงาน EDC-UUM มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวกในขณะเดียวกันลักษณะพนักงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงาน EDC-UMM การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าขั้นตอนการรับรองฮาลาลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยมนุษย์ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขา ความรับผิดชอบการจัดการและนโยบายพนักงานที่พบว่ามีอิทธิพลต่อความเชื่อถือในประสิทธิภาพ EDC-UUM

Nor aini Haji Idris (2012)สรุปผลการวิจัยเรื่องเครือข่ายธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย จากกลุ่มตัวอย่าง 220 ตัวอย่างของ บริษัท แปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย พบว่าส่วนใหญ่ บริษัท ต้องเผชิญกับปัญหาในการจัดตั้งเครือข่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายในตลาดโลก โดยมีข้อจำกัดในระดับโลกทั้งที่มีโอกาสสูง ปัจจัยในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซียสอดคล้องกับงานวิจัยของชูชาน (2003) คือ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยสนับสนุนและปัจจัยจากภายนอก

นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายเครือข่ายธุรกิจของพวกเขาผ่านเครือข่ายร่วมในสังคมเช่นในหมู่เพื่อน พันธมิตรทางธุรกิจและสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้มีงานวิจัยที่ระบุอุปสรรคหลายอย่างในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจคือความยากลำบากในการปลูกฝังความเข้าใจร่วมกันและความน่าเชื่อถือในหมู่พันธมิตรทางธุรกิจให้เกิดขึ้น รวมทั้งทำให้ค่าใช้จ่ายของหน่วยงานสูงขึ้น สำหรับจุดอ่อนคือปัญหาด้านสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้การขยายโอกาสการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในประเทศบริษัท ควรมีการพัฒนาตัวเองและมีการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ทันสมัยและแสวงหาผลประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ การที่บริษัทพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะเป็นช่องทางสนับสนุนข้อมูลเช่นเดียวกับช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น ที่จะนำไปสู่ตลาดโลก

สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลทั่วโลกที่มีการจัดโอกาสมากมายสำหรับซัพพลายเออร์ โอกาสที่มีอยู่ในหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมเกือบทุกประเภทอาหาร เดิมตลาดฮาลาลที่ได้รับการมองว่าเป็นส่วนใหญ่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ แต่ผู้บริโภคมากขึ้นและกำลังมองหาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลในอุตสาหกรรมอาหารทั้งกำหนดลักษณะการแข่งขันของตลาดฮาลาลทั่วโลกเข้าใหม่ที่มีศักยภาพควรพิจารณาที่ตรงกับ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ของพวกเขาที่ตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้เชี่ยวชาญบางคนชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเข้าที่มีศักยภาพควรคิดในแง่ของ "ฮาลาลบวก" หมายถึงผู้ประกอบการควรถามสิ่งที่จะพวกเขาจะนำเสนอที่ไม่ได้อยู่แล้วในตลาดเป้าหมาย เพียงป้อนตลาดที่มีการเสนอคล้ายกับที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่น่าจะประสบความสำเร็จ โอกาสที่ผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จจะมี

แนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น โดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแตกต่างกับตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ช่วงของการตลาดที่มีศักยภาพเป็นที่กว้างมากผู้เชี่ยวชาญดูเหมือนจะยอมรับว่ามีแนวโน้มมากที่สุดเป็นประเทศที่เติบโตอย่างรวดเร็วของตะวันออกกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกของ GCC อาเซียนยุโรปตะวันออกและสหรัฐอเมริกา ยุโรปถูกมองว่าเป็นตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลบนพื้นฐานของกำลังซื้อที่สูงขึ้นมากกว่าขนาดของประชากร นอกจากความตั้งใจที่ไม่ใช่มุสลิม ที่จะซื้ออาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของตลาดยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาหนึ่งได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวคัทซ์ทั่วไปยินดีที่จะซื้อสินค้าฮาลาลอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อว่าการผลิตดังกล่าวมีความปลอดภัย ฝรั่งเศสเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลระหว่างประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม ค่าของตลาดฝรั่งเศสสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ได้รับประมาณกว่า \$ 130000000000 ทำเรื่อรอดเตอร์ดจะพยายามที่จะกลายเป็นที่ยอมรับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญฮาลาลสำหรับตลาดยุโรป พอร์ตมีความตั้งใจที่จะแสดงให้เห็นอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เพียงผู้เดียวคลังสินค้ากับผลิตภัณฑ์ฮาลาลและจึงไปไกลต่อการสร้างความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลไม่ได้เข้ามาสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ฮาลาล ในบางประเทศในยุโรปขนาดของผู้ประกอบการชาวมุสลิมจะลดลงและนำไปสู่การลดความสำคัญของอาหารครอบครัวอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ที่อยู่อาศัยมากขึ้นมีการติดตั้งเตาอบความจุแช่แข็งเป็นพิเศษและไม่โครเวฟ แนวโน้มทั้งสองจะเพิ่มความสำคัญของอาหารที่สะดวก

ประเทศหลักในการผลิตอาหารฮาลาลในยุโรปคือสหราชอาณาจักรฝรั่งเศสและเยอรมนีตลาดสหรัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลคือประมาณ 12000000000 \$ ต่อปีและยอดขายในประเทศมีการเจริญเติบโต ประมาณการการเติบโตของยอดขายเป็นเรื่องยากที่จะได้รับ แต่ยอดขายของสหรัฐอาหารฮาลาลได้เพิ่มขึ้นแล้วร้อยละ 70 ตั้งแต่ปี 1995 ออสเตรเลียเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีการส่งออกไปกว่า 70 ประเทศทั่วโลก เปรียบในการแข่งขันของออสเตรเลียในตลาดฮาลาลทั่วโลกเกิดจากชื่อเสียงในฐานะผู้ผลิตที่ปลอดภัยและปราศจากโรคผลิตภัณฑ์อาหาร มันเป็นประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมแรกที่จะวางการรับรองฮาลาลภายใต้กฎหมายแม้ว่าความคิดเห็นแตกต่างกันในความสำคัญของการออกกฎหมาย เอเชียมีประชากรมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดของภูมิภาคใดก็ตาม แต่ประชากรที่มีรายได้เยี่ยมเนื้อเยี่ยมตัวต่อ



หัวและการบริโภคอาหารจึงลดลงรวมกว่าพื้นที่อื่น ตัวอย่างเช่นประเทศที่มีประชากรสูงเช่น อินเดียและปากีสถานมีรายได้ของผู้บริโภคที่ค่อนข้างต่ำและจึงแสดงลดลงต่อการบริโภคโปรตีนหัว แม้จะมีการลดระดับรายได้ในภูมิภาคนี้ได้รับอยู่ในระดับแนวหน้าของการพะวงในตลาดฮาลาลที่เพิ่มขึ้น มาเลเซีย, ไทย, สิงคโปร์, ฟิลิปปินส์, บรูไน, จีนและอินเดียได้ทุกขั้นตอนที่จะเข้าไปในตลาดฮาลาลทั่วโลก มาเลเซียโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการออกแบบที่กลายเป็นศูนย์กลางฮาลาลระหว่างประเทศและรัฐบาลได้ดำเนินการจำนวนของมาตรการที่จะสนับสนุนวัตถุประสงค์ที่รวมทั้งการจัดตั้ง บริษัท พัฒนาฮาลาลอุตสาหกรรมอาหารสิงคโปร์ยังนำจำนวนขั้นตอนสู่การเป็นศูนย์กลางฮาลาลรวมถึงแคมเปญโฆษณาในตะวันออกกลาง ประเทศไทยได้ย้ายไปเป็นศูนย์กลางฮาลาลได้รับการยอมรับของความเป็นเลิศในด้านวิทยาศาสตร์และการทดสอบ บรูไนเป็นที่ร่วมงานกับ บริษัท ในออสเตรเลียเพื่อที่จะรวมบทบาทในโลกมุสลิมมีประวัติของออสเตรเลียในที่ปลอดภัยในการผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูง อุตสาหกรรมฮาลาลของจีนมีการเติบโตและการขยายบทบาทของตัวเองในตลาดโลก ในขณะที่ความได้เปรียบที่สำคัญของอุตสาหกรรมฮาลาลของจีนคือการเข้าถึงไปยังราคาถูก labour.China เพิ่งลงนามในบันทึกความเข้าใจกับคณะกรรมการยุโรป (EC) และแล้วมีหลาย บริษัท ECApproved พร้อมทั้งจะส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังตลาดยุโรป ผู้ส่งออกที่อินเดียมีความพยายามที่จะได้รับการยอมรับผ่านความสำเร็จของ HACCP, ISO และการรับรองฮาลาล ในขณะที่เอเชียเป็นตลาดที่น่าสนใจเพียงเพราะขนาดของมันเป็นที่ของชาวมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดจะต้องมีการตั้งข้อสังเกตว่าผู้เล่นที่สำคัญในภูมิภาคนี้กำลังดำเนินการที่จะเป็นซัพพลายเออร์ที่สำคัญหรือใบรับรอง ความพยายามของพวกเขาในวันที่มีการขยายตัวอยู่แล้วเกินขอบเขตภูมิภาคของตัวเองและพวกเขาโกรธจะเป็นผู้เล่นสำคัญในตลาดฮาลาลทั่วโลก ในด้านบวกเป็นตลาดที่มีความสามารถทางการเกษตร จำกัด พยายาม

Mohamed Syazwan Bin Ab Talib, Lim Rubin, Vincent Khor Zhengyi (2011) ได้สรุปว่าฮาลาลไม่ได้ จำกัด เฉพาะกับชาวมุสลิมและเป็นมากกว่าเรื่องทางศาสนา ฮาลาลที่อยู่ในขอบเขตของธุรกิจและการค้าและได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของโลกสำหรับการประกันคุณภาพและทางเลือกการดำเนินชีวิต แม้ว่าฮาลาลจะเฟื่องฟูและมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่มีการศึกษาและการเผยแพร่ที่จำกัดมากโดยเฉพาะในเรื่องของซัพพลายเชนและโลจิสติกส์ฮาลาล

ลและการวิจัยทางวิชาการในเรื่องนี้เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก การศึกษาครั้งนี้คือการสำรวจใน  
 ธรรมชาติและได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่ม นอกจากนี้การศึกษานี้ใช้  
 การสุ่มตัวอย่างและการตัดสินใจสุ่มตัวอย่างเป็นข้อมูลที่มีจากกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง  
 ผลที่ได้รับจากการศึกษานี้ค้นพบประเด็นต่างๆที่มีประโยชน์กับผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ฮา  
 ลาลโดยแบ่งออกเป็นห้าประเภทคือปัญหาทั่วไปฮาลาล (BARRIER 1) ประเด็นที่บูรณาการ  
 ระหว่างผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ให้บริการ (BARRIER 2) ปัญหาการทำงานร่วมกันระหว่าง  
 หน่วยงานฮาลาลและผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ (BARRIER 3) ปัญหาทางการเงินและการรับรู้  
 ของการดำเนินการ โลจิสติกส์ฮาลาล (BARRIER 4) และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน  
 ของรัฐบาลและการส่งเสริมการขาย (BARRIER 5) โดยมีข้อจำกัด ของการวิจัย คือขาด  
 หลักฐานเชิงประจักษ์ต่อบแบบสอบถามจาก บริษัท โลจิสติกส์ที่ไม่ดำเนินธุรกิจด้านฮาลาล  
 โดยเลือกศึกษาที่มุ่งเน้นไปที่โลจิสติกส์ฮาลาลเท่านั้น เช่นยาฮาลาลและการท่องเที่ยวฮาลาล  
 นอกจากนี้ยังมีประเด็นอีกมากที่ควรจะต้องวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับศักยภาพ ปัญหาอุปสรรค  
 และปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจด้านฮาลาลโลจิสติกส์

**นอกจากนี้ยังมีการวิจัยที่กล่าวถึงระบบประกันคุณภาพอาหารฮาลาล** หนึ่งในวิธีการ  
 เพื่อให้แน่ใจว่ามีความเชื่อมั่นในหมู่ผู้ซื้อชาวมุสลิมเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลคือการมี  
 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาล นอกจากระบบตรวจสอบย้อนกลับฮาลาล, เครื่องหมาย  
 รับรองฮาลาลเป็นเครื่องหมายแสดงให้เห็นว่าบอกว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากสถาบัน  
 ด้านศาสนาอิสลามหรือได้รับการพิสูจน์โดยหน่วยงานของฮาลาลรับรอง เพื่อยืนยันความ  
 มั่นใจให้กับลูกค้ามุสลิมซึ่งมีความกระตือรือร้นแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองฮาลาลไม่  
 เพียง แต่ในระหว่างกิจกรรมการซื้อ แต่หมายรวมไปถึงในสถานที่รับประทานอาหารใด ๆ  
 เช่น การซื้อกลับบ้าน ในร้านอาหาร ภัตตาคาร และอื่น ๆ โดยจะต้องแสดงใบรับรองฮา  
 ลาลหรือโลโก้ที่พวกเขาจะรู้ว่าผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ ทำหน้าที่จัดเตรียมอาหาร  
 สอดคล้องกับกฎหมายอิสลาม ในคำอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลที่สอดคล้องและมีความ  
 พร้อมที่จะบริโภคโดยไม่ต้องสงสัยใด ๆ ตามที่ใบรับรองเป็นอำนาจที่เป็นอิสระและมีความ  
 น่าเชื่อถือพยานหลักฐานที่สนับสนุน foodclaim ฮาลาล' อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันจากการ  
 ละเมิดหรือการประพฤติผิดใด ๆ ใบรับรองฮาลาลต้อง beissued การรับรองจากองค์กรที่มี

ชื่อเสียง [48] ปัจจุบันมีไม่มีมาตรฐานฮาลาลที่เป็นมาตรฐานในโลก ทุกประเทศมีมาตรฐานฮาลาลเฉพาะของตนเองที่ต้องปฏิบัติตามหลักการฮาลาลในประเทศนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่สำหรับบางประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมได้มีมาตรฐานฮาลาลหลายเนื่องจาก หน่วยงานของเจ้าหน้าที่ฮาลาลต่างๆ นี้ได้นำไปสู่ความสับสนเข้าใจผิดและ evenabuse ในการตรวจสอบและการรับรองฮาลาลกระบวนการแล้ว โลกประธาน ฟอรัมฮาลาล, KhairyJamaluddin ที่ยกมาโดย Wan ฮัสซัน กรณีที่ไม่มีมาตรฐานฮาลาลทั่วโลกได้ resulted in การเจริญเติบโตซ้ำของอุตสาหกรรมฮาลาลแม้จะมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล worldwide.Variation

จากการทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการสร้างความเข้มแข็งของตราผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยอันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาหารไทยสู่ตลาดต่างประเทศมีน้อยมาก แต่มีงานวิจัยในต่างประเทศทั้งในบริบทของประเทศที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามซึ่งแตกต่างจากบริบทของประเทศไทย

ประกอบด้วย ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทฤษฎีฐานทรัพยากร ทฤษฎีใหม่ทางการค้า ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแนวคิดด้านหลักการในการผลิตอาหารฮาลาลตามหลักการของศาสนาอิสลาม ทั้งหมดดังกล่าวนี้นำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้ ดังนั้นในการกำหนดความสัมพันธ์ของตัวแปรในโมเดลกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยจึงศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการส่งออกอาหารแปรรูปฮาลาลของประเทศไทย

ผู้วิจัยได้บูรณาการเชื่อมโยงแนวคิด ของทฤษฎีต่าง ๆ ร่วมกับแนวคิดอิทธิพลของปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการก่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้ได้ระบุปัจจัยด้านต่าง ๆ ซึ่งแต่ละปัจจัยล้วนส่งผลต่อความสัมพันธ์กับความเชื่อของบุคคลที่มีผลต่อความตั้งใจในการก่อพฤติกรรมและเชื่อมโยงผลการศึกษาของ (Sheth, J. N., 1974) ที่กล่าวถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ผลกระทบ ที่นำไปสู่ความตั้งใจของพฤติกรรม (Mohammad, 1991) ได้ระบุว่า การก่อพฤติกรรมของมุสลิมหรือผู้นับถือศาสนาอิสลามได้รับอิทธิพลมาจาก

ความเชื่อตามหลักการศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เชื่อมโยงผลการศึกษาด้านการส่งออกอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการมุสลิมในประเทศมาเลเซีย (Marco Tiemen, 2011)

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ได้พบตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล โดยสามารถสรุปตัวแปรได้ 7 ตัวแปร ดังนี้

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว ได้แก่ ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ การกำหนดนโยบายภาครัฐ ด้านสังคมและด้านการเมือง

2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัว ได้แก่ ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงินและความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต

3. ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัว ได้แก่ ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ ด้านความจงรักภักดี ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม ด้านความเชื่อถือ และความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วน

4. ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล เป็นความเชื่อทางวัฒนธรรมที่มาจากหลักคำสอนของศาสนาผู้ปฏิบัติ เป็นวิถีการดำรงชีวิตของมุสลิม ซึ่งเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยคาดว่าจะมีความสำคัญมากที่สุด ปัจจุบันจะพบว่ามุสลิมที่เคร่งครัดในหลักคำสอนของศาสนาในด้านต่าง ๆ ก็มักจะเป็นผู้ที่มีความเคร่งครัดในเรื่องข้อห้ามเกี่ยวกับการซื้อสินค้าอาหารแปรรูปฮาลาลของบุคคลนั้น ๆ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อหลักการศาสนาอิสลาม เชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการ

เชื่อมั่นต่อคุณภาพ เชื่อมั่นต่อกระบวนการ และการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม

5. ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาลที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ โซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว ได้แก่ ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ ด้านความจงรักภักดี ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม ด้านความเชื่อถือ และการตรวจสอบย้อนกลับ

6. ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหารฮาลาลที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ โซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความรับผิดชอบต่อคุณภาพการผลิต ภาพลักษณ์องค์กร ชื่อเสียง และความเจริญเติบโตขององค์กร

7. ปัจจัยตัวแปรตามความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ โซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ โซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยแบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร 3) ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล 3) ปัจจัยความเชื่อถือของเครื่องหมายรับรองฮาลาล 4) ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล 5) ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาลและ 6) ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยทั้ง 6 ปัจจัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในรูปที่เป็นสาเหตุโดยตรงต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง

ของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ในโมเดลการวิจัยผู้วิจัยเริ่มต้นจากปัจจัยด้านความเชื่อถือของบุคคลต่อการรับรองเครื่องหมายฮาลาลของสินค้าอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ของผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิม ที่ส่งผลต่อปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของมุสลิมที่เป็นผู้บริโภคอาหาร จากผลการศึกษาของ Warlopa et al., 2005b พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีต

จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงคาดว่าความเชื่อถือไว้วางใจต่อตราผลิตภัณฑ์รับรองเครื่องหมายฮาลาล น่าจะส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

**ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยแบ่งออกเป็น

**ตัวแปรแฝงนอก** ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (EXCC) ที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน มีตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว ได้แก่ ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ (GRO) การกำหนดนโยบายภาครัฐ (GOV) ด้านสังคม (SOC) และ ด้านการเมือง (PRO)

2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (INCC) ที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปร

4 ตัว ได้แก่ ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ (HUM) ความพร้อมด้านกายภาพ (PHI) ความพร้อมด้านการเงิน (FIN) และความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต (PRD)

3. ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล(CORR) ที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัว ได้แก่ ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ (TRU) ด้านความจงรักภักดี(LOY) ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม(HON) ด้านความเชื่อถือ (HON) และความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วน (COV)

4. ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล(BELI) เป็นความเชื่อทางวัฒนธรรมที่มาจากหลักคำสอนของศาสนาสู่การปฏิบัติ เป็นวิถีการดำรงชีวิตของมุสลิม ซึ่งเป็นตัวแปรที่ผู้วิจัยคาดว่ามีความสำคัญมากที่สุด ปัจจุบันจะพบว่ามุสลิมที่เคร่งครัดในหลักคำสอนของศาสนาในด้านต่าง ๆ ก็มักจะเป็นผู้ที่มีความเคร่งครัดในเรื่องข้อห้ามเกี่ยวกับการซื้อสินค้าอาหารแปรรูปฮาลาลของบุคคลนั้น ๆ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อมั่นต่อหลักการศาสนาอิสลาม (ISL) เชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการ(CLE) เชื่อมั่นต่อคุณภาพ(QUE) เชื่อมั่นต่อกระบวนการ (PRC)และการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม(SPE)

5. ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (QULI) ที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัว ได้แก่ ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ (TUE) ด้านความจงรักภักดี (LOY) ด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล( HAL) และการตรวจสอบย้อนกลับ (TAC)

6. ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหารฮาลาล(QULI)ที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อถือองค์กร(LOL)ความ

รับผิดชอบต่อคุณภาพการผลิต (LOY) ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงองค์กร (RIP) และความเจริญเติบโตขององค์กร(GRE)

ตัวแปรตาม (SUCC) คือความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร(EXCC) สภาพแวดล้อมภายในองค์กร(INCC) ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล (CORR)ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELI)มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (QUALI)ความได้เปรียบในการแข่งขัน(QULE)

#### **การพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย**

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ในหัวข้อเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ”นั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยโดยการศึกษารทบทวนวรรณกรรมด้านอาหารฮาลาลด้านการขนส่งฮาลาล ด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามจากงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศแล้วทำการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จด้านการส่งออกอาหารฮาลาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการจะทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการที่อยู่ในเครือข่ายการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน ผู้วิจัยขอเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้แสดงดังตารางที่ 7



## ตาราง 7

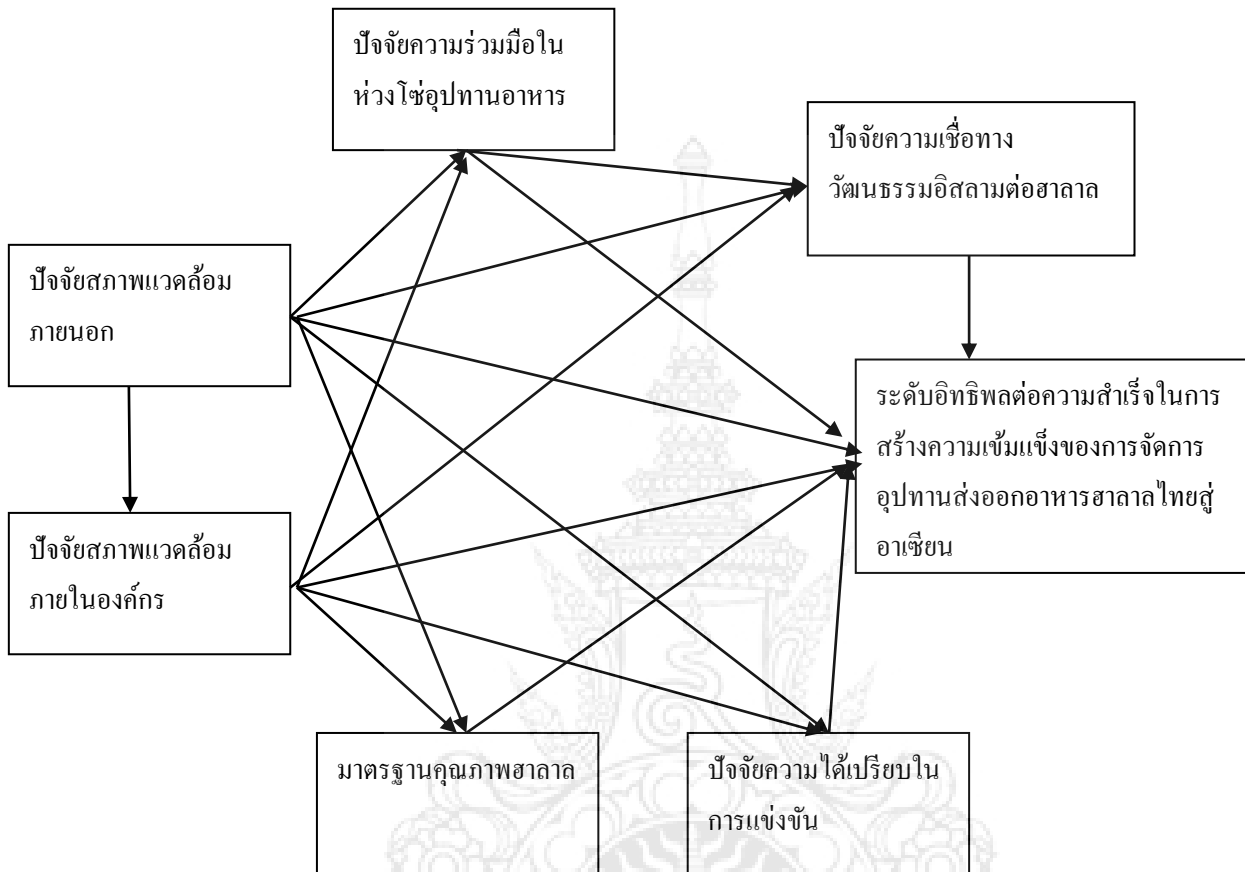
## ชื่อตัวแปรและอักษรย่อของตัวแปร

ชื่อตัวและตัวแปรย่อย	อักษรย่อ
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	EXCC
ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ	GRO
ด้านสังคมและการเมือง	SOC
การกำหนดนโยบายภาครัฐ	PRO
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	INCC
ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์	HUM
ความพร้อมด้านกายภาพ	PHI
ความพร้อมด้านการเงิน	FIN
ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต	PRD
ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	CORR
ด้านความจงรักภักดี	LOY
ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม	HOS
ความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วน	COV
ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล	BELI
ความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม	ISL
เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ	QUE
การระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม	SPE

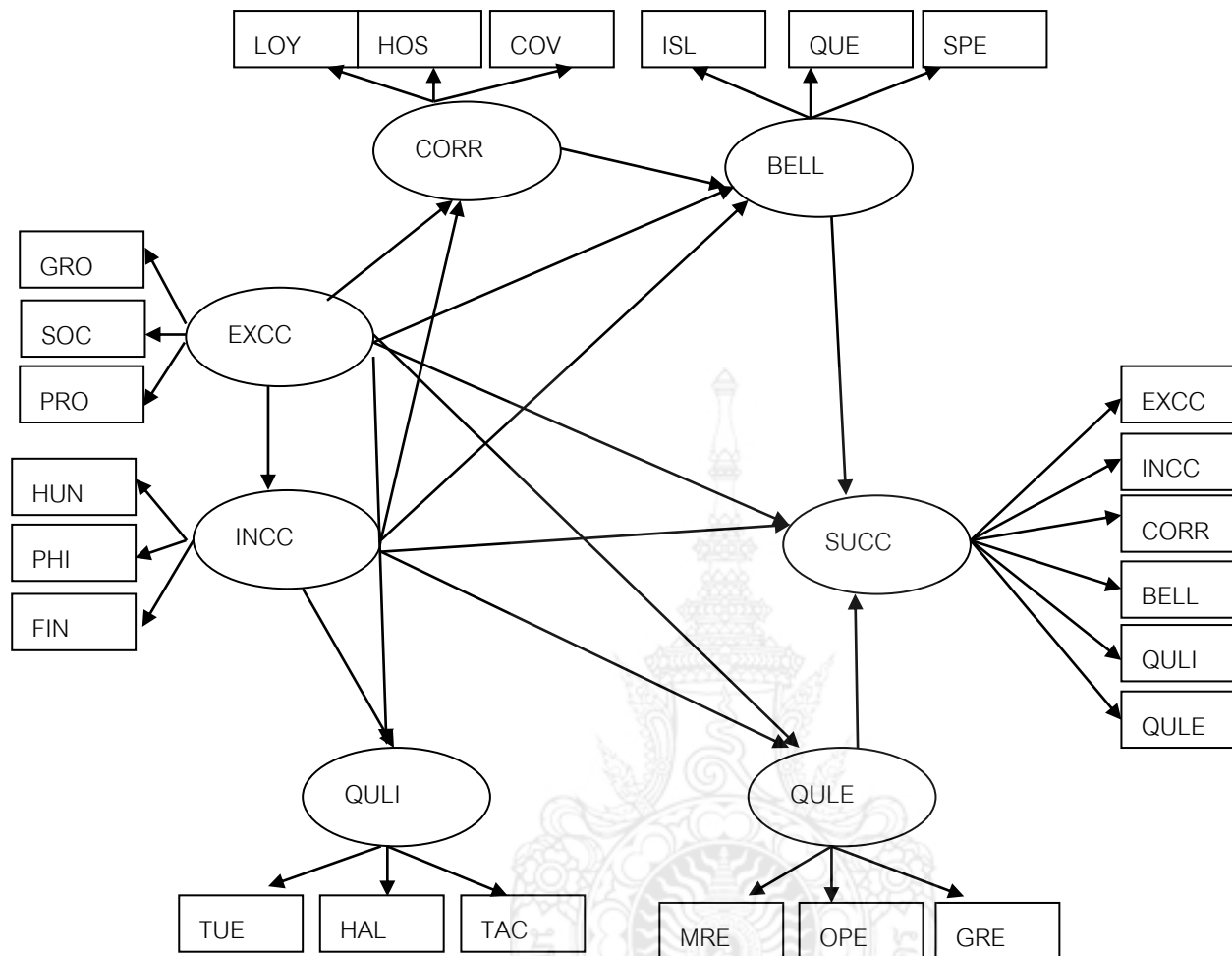
## ตาราง 7 (ต่อ)

## ชื่อตัวแปรและอักษรย่อของตัวแปร

ชื่อตัวและตัวแปรย่อย	อักษรย่อ
มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล	QULI
ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ	TUE
ด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล	HAL
การตรวจสอบย้อนกลับ	TAC
ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน	QULI
ประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด	MRE
ประสิทธิภาพการดำเนินงาน	OPE
ความเจริญเติบโตขององค์กร	GRE
ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง	SUCC
สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร	EXCC
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	INCC
ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	CORR
ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล	BELI
มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล	QULI
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	QULE



ภาพ 2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพ 3 ตัวแบบสมมติฐานความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

โมเดลลิสเรดดังกล่าวแสดงดังภาพ 3 โดยใช้สัญลักษณ์ในภาพที่มีความหมาย ดังนี้

EXCC

หมายถึง ตัวแปรแฝงสภาพแวดล้อมภายนอก

INCC

หมายถึง ตัวแปรสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

CORR

หมายถึง ตัวแปรความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหาร  
ฮาลาล

BELI

หมายถึง ตัวแปรความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อ  
เครื่องหมายฮาลาล

QULI

หมายถึง ตัวแปรมาตรฐานคุณภาพฮาลาล

QULE

หมายถึง ตัวแปรความได้เปรียบในการแข่งขัน

SUCC

หมายถึง ตัวแปรระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อความ  
ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการ  
จัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออก  
ของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์

SOC	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ
PRO	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ด้านสังคมและเศรษฐกิจ
HUM	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้การกำหนดนโยบายภาครัฐ
PHI	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์
FIN	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความพร้อมด้านกายภาพ
PRD	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความพร้อมด้านการเงิน
LOY	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความพร้อมด้านเทคโนโลยี
HOS	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ด้านความจงรักภักดี
COV	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเชื่อศรัทธามีคุณธรรม
ISL	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้า
QUE	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเชื่อด้านความสะอาดตามหลักการอิสลาม
SPE	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ
TUE	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ระบุนายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม
HAI	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ
TAC	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล

MRE	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด
OPE	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ประสิทธิภาพการดำเนินงาน
GRE	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเจริญเติบโตขององค์กร
SUC1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านสภาพแวดล้อมภายนอก
SUC2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านสภาพแวดล้อมภายนอก
SUC3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านสภาพแวดล้อมภายนอก
SUC4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านสภาพแวดล้อมภายใน
SUC5	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านสภาพแวดล้อมภายใน
SUC6	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านความร่วมมือในโซ่อุปทาน
SUC7	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านความร่วมมือในโซ่อุปทาน
SUC8	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านมาตรฐานฮาลาล
SUC9	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านมาตรฐานฮาลาล
SUC10	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านความได้เปรียบ
SUC11	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความเข้มแข็งด้านความได้เปรียบ
→	หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยจากตัวแปรสาเหตุที่มีต่อ ตัวแปรผล
↪	หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อน ของตัวแปรสังเกตได้

## การกำหนดสมมติฐานการวิจัย

## ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจตามมาอย่างต่อเนื่อง การจ้างงานเพิ่มขึ้น การผลิต การบริโภคเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัวโดยเฉพาะปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อองค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อพิจารณาแนวโน้มทางประชากรศาสตร์นั้นพบว่า ประชากรของโลกเพิ่มขึ้นสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าจำนวนประชากรโลกในปี ค.ศ. 2050 จะเพิ่มขึ้นเป็น 9 พันล้านคน (สถาบันอาหาร, 2555ก)

ด้านสังคมและการเมืองประเทศเป็นผลของการรวมกลุ่มที่เกิดขึ้นทางสังคมที่อยู่ร่วมกันของกลุ่มทางวัฒนธรรม การดำรงชีวิต วิถีชีวิต ที่ประกอบการขึ้นและอยู่ร่วมกันด้วยการใช้การปกครองของระบบการเมืองเป็นตัวกำหนดบทบาท กฎหมาย การอยู่ร่วมกันเพื่อให้เกิดความสงบสุข โดยการให้เสรีภาพในการประกอบกิจการค้า การลงทุนทั้งด้าน การเกษตรกรรม การปลูกพืชไร่ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรสู่ภาคอุตสาหกรรม

การกำหนดนโยบายภาครัฐเป็นการใช้ข้อกำหนดของรัฐในการสนับสนุนส่งเสริมให้องค์กรเอกชนมีอำนาจต่อรอง มีความได้เปรียบ เป็นการสร้างโอกาสให้กับภาครัฐของไทย ได้มีการพัฒนากิจกรรมการส่งเสริมการส่งออกในหลายรูปแบบมีทั้งการมุ่งเน้นในการให้ความรู้เพื่อสร้างศักยภาพให้กับองค์กรและการบริการเพื่อการส่งออก ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ การสัมมนา การให้ความช่วยเหลือด้านการเงิน การลดอัตราภาษี การช่วยเหลือเหล่านี้ก็เพื่อให้ผู้ส่งออกสามารถทำกำไรจากการส่งออกให้เพิ่มสูงขึ้น ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจส่งออก

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ที่ประกอบด้วย เจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมือง รวมทั้งการกำหนดนโยบายภาครัฐที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล มาตรฐานคุณภาพฮาลาล ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน และระดับอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของ



การจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน และนำมาตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

สมมติฐานที่ 2 (H2) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

สมมติฐานที่ 3 (H3) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล

สมมติฐานที่ 4 (H4) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล

สมมติฐานที่ 5 (H5) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 6 (H6) สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

#### **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร**

ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในการบริหารจัดการภายในองค์กร จำเป็นที่จะต้องกำหนดยุทธวิธี กลยุทธ์ แนวทางในการเพิ่มศักยภาพของบุคลากร ด้วยการฝึกอบรม การเพิ่มค่าจ้างแรงงาน การสร้างขวัญและกำลังใจ การเพิ่มสมรรถนะของบุคลากรให้สามารถผลิตสินค้าด้วยการพัฒนานวัตกรรมการผลิตที่มีคุณภาพดีขึ้น เพื่อให้องค์กรเดินไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

ความพร้อมด้านกายภาพสภาพการบริหารจัดการองค์กรให้มีสุขลักษณะที่ดีงามทางด้านกายภาพแสดงถึงความพร้อมขององค์กรที่มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าในการบริหารจัดการ สภาพแวดล้อมที่ดีจะทำให้พนักงานมีความสุขจากการทำงาน ซึ่งส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ความพร้อมด้านการเงินการบริหารการเงินด้วยวิธีการนำเงินมาร่วมลงทุน การกู้ยืมเพื่อการลงทุนมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขององค์กร การส่งเสริมการลงทุนของรัฐด้วยการให้กู้เงินด้วยอัตราดอกเบี้ยขั้นต่ำ หรือการให้การสนับสนุนการตั้งโรงงาน การขยายสาขาในประเทศและต่างประเทศ

ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิตการนำนวัตกรรมการผลิตใหม่ ๆ มาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าทั้งจาก เครื่องจักร เครื่องมือ กระบวนการผลิต รวมทั้งระบบการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบในระหว่างกระบวนการผลิตจนถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าสำเร็จรูปสู่สถานที่กระจายสินค้าและถึงมือผู้บริโภค จำเป็นต้องอาศัยระบบการบริหารจัดการที่เกิดจากความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ที่ประกอบด้วยความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงิน และความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล มาตรฐานคุณภาพฮาลาล ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน และระดับอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน และนำมาตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 7 (H7) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

สมมติฐานที่ 8 (H8) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล

สมมติฐานที่ 9 (H9) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ มาตรฐานคุณภาพฮาลาล

สมมติฐานที่ 10 (H10) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 11 (H11) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

### ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

ในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโค ผู้ประกอบการซื้อ โรงงานฆ่า กระบวนการจัดการการไหลของสินค้าฮาลาลและการไหลของข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เป็นไปตามกระบวนการที่ไม่ขัดกับหลักการที่กำหนดในวิถีชีวิตมุสลิมไปยังการไหลของสินค้าที่ครอบคลุมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค

ด้านความจงรักภักดีเป็นสิ่งที่บุคลากรภายในองค์กรจะต้องมีความรู้สึกสำนึกและปฏิบัติร่วมกัน มีการเชื่อมโยงจนเกิดความไว้วางใจ ทำงานร่วมกันและส่งต่อไปยังเครือข่ายภายในอุตสาหกรรมอาหารและลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ต่อคุณภาพสินค้าและมีการซื้อซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรมผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจภายใต้กฎเกณฑ์ที่ค้ำประกันถึงความเป็นผู้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า การรักษาและปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ

ความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้าการประกอบธุรกิจที่ต้องอาศัยการเชื่อมโยงเครือข่ายภายในอุตสาหกรรม ที่ประกอบด้วยหุ้นส่วนภายในองค์กร ได้แก่ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหุ้นส่วนภายในอุตสาหกรรม ได้แก่ ผู้ขายปัจจัยการผลิต หุ้นส่วนด้านการบริการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตและสินค้า ทุกภาคส่วนล้วนต้องมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรร่วมกันทั้งสิ้น

สมมติฐานที่ 12 (H12) ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล

สมมติฐานที่ 13 (H13) ปัจจัย ด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

## ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล

ความเชื่อมั่นต่อหลักความสะอาดของศาสนาอิสลาม มาจากหลักการที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่อนุญาต (ฮาลาล) ในที่นี้หมายถึงผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลที่ครอบคลุมความถูกต้องของกฎหมายฮาลาล อาหารฮาลาลจัดได้ว่าเป็นอาหารสุขภาพทั้งนี้เพราะ อาหารฮาลาลคืออาหารที่สะอาดมีคุณค่าทางโภชนาการและไม่เป็นอันตรายปลอดภัยไม่มีส่วนผสมที่เป็นพิษ

เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพการผลิต การแปรรูปเนื้อสัตว์ที่ผ่านกระบวนการตามหลักการของศาสนาอิสลาม โดยเริ่มจากการเชือดสัตว์ด้วยการกล่าวนามของพระเจ้า (อัลลอฮ์) กระบวนการชำระล้างเนื้อสัตว์ที่ต้องให้น้ำไหลผ่าน การปรุงอาหารที่ไม่ปนเปื้อนสิ่งที่อาจสะสมสิ่งไม่สะอาดต่าง ๆ และการบรรจุในภาชนะที่สะอาดรวมทั้งการเคลื่อนย้ายสินค้าที่ไม่ปนเปื้อนกับสินค้าที่ต้องห้าม (หะรอม) เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากส่วนหนึ่งส่วนใดของหมู เป็นต้น

การระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม เป็นการระบุหลักปฏิบัติทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตสินค้าอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ฮาลาล ด้วยการระบุกระบวนการในการปฏิบัติตามหลักศาสนาอิสลาม โดยการทำความสะอาด และปราศจากนะยีส (majis) ในบางกรณีต้องมีกระบวนการเพื่อให้แน่ใจว่ามีการกำจัดของตกค้างออกอย่างหมดสิ้น โดยปราศจากกลิ่นและสีที่ปนเปื้อนจากบรรดานะยีสตามหลักการศาสนาอิสลาม เช่น หมู เลือด น้ำเหลือง ซากสัตว์ที่ไม่ฮาลาลหรือสัตว์ที่ไม่ได้ฆ่าตามหลักการศาสนาอิสลาม เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาลที่ประกอบด้วยความเชื่อมั่นต่อหลักความสะอาดของศาสนาอิสลาม เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ และการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน และนำมาตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 14 (H14) ปัจจัย ด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

### ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล

ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการที่องค์กรที่ผลิตสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ อาหารแปรรูปสำหรับการส่งออกมีการสร้างเครือข่ายร่วมกันกับกลุ่มอุตสาหกรรมรวมทั้งกับ องค์กรศาสนาอิสลามจะต้องมีความเชื่อถือ เชื่อมั่นระหว่างกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มี คุณภาพตามมาตรฐานฮาลาลตามหลักการศาสนาอิสลามตามข้อกำหนดของสถาบันกำหนด มาตรฐานของประเทศไทย

ความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาลเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อกระบวนการ วิธีการทำความสะอาดที่มีการระบุไว้ในการปฏิบัติตามหลักการศาสนาอิสลาม การกำหนด มาตรฐานอาหารตราฮาลาลนั้นเป็นความรับผิดชอบขององค์กรที่ทำหน้าที่ในการกำหนด มาตรฐานอาหารฮาลาล คือ สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด รับทำหน้าที่ในการตรวจสอบ ดูแล การรับรองสินค้า ให้ คำปรึกษากับของให้มีความเข้าใจในการผลิตอาหารฮาลาล และหรือผู้ควบคุมการเชือดใน กรณีสถานประกอบการการเชือด

การตรวจสอบย้อนกลับเป็นการทวนกลับไปสู่กระบวนการผลิตสินค้าประเภทสินค้า เกษตรแปรรูป โดยเฉพาะการแปรรูปเนื้อสัตว์ที่ผ่านการเชือดที่ถูกต้องตามหลักการของ ศาสนาอิสลาม กระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) เป็นกระบวนการเพื่อสร้าง ความปลอดภัยด้านคุณภาพและสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ เป็นมาตรการนี้ได้ถูกนำมา เป็นปัจจัยสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหาร ส่งออกเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของสินค้าไทยในตลาดโลก

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ที่ประกอบด้วย ความ ไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ ความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล และการตรวจสอบ ย้อนกลับ

มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออก อาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน และนำมาตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 15 (H15) ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล อิทธิพลทางตรงเชิง บวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทย สู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหาร  
ฮาลาล

ประสิทธิภาพการตอบสนองตลาดคือความสามารถทางการตลาดขององค์กรที่ทำให้  
เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจ ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและเกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการซื้อ  
สินค้าขององค์กร

ประสิทธิภาพการดำเนินงานมีพื้นฐานมาจากแนวคิดของทฤษฎีฐานทรัพยากรที่  
อธิบายถึงความสามารถขององค์กรในการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่หมายความรวมถึง  
ทรัพยากรที่สามารถจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ที่ผสมผสานระหว่างประสิทธิภาพของ  
พนักงานกับประสิทธิภาพของการบริหารจัดการด้านการผลิตส่งผลต่อผลลัพธ์ขององค์กร

ความเติบโตขององค์กรการเติบโตขององค์กรมาจากการบริหารจัดการที่มี  
ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ผลที่ได้จากระบบการดำเนินงาน ขอบข่ายของการวัด  
ประสิทธิภาพในมุมมองความสามารถในการแข่งขันของการผลิตที่มุ่งเน้นไปที่การ  
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือการนำเสนอสิ่งใหม่ที่สร้างสรรค์ตามรูปแบบทางการ  
แข่งขัน ซึ่งลำดับความสำคัญของความสามารถในการสร้างความเติบโตนั้นมาจาก คุณภาพ  
ต้นทุน เวลา ความยืดหยุ่น และความสามารถในการสร้างความเติบโตให้กับองค์กร

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหาร  
แปรรูปอาหารฮาลาล ที่ประกอบด้วยประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด ประสิทธิภาพการ  
ดำเนินงาน และความเติบโตขององค์กร มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง  
ของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน และนำมา  
ตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่16 (H16) ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม  
อาหารแปรรูปอาหารฮาลาลมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ  
อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ตัวแปรตาม (SUCC) ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทาน  
เชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศ  
ไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร ได้แก่สภาพแวดล้อม  
ภายนอกองค์กร (EXCC) สภาพแวดล้อมภายในองค์กร(INCC)ความร่วมมือในห่วงโซ่

อุปทานอาหารฮาลาล (CORR)ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELI)มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (QULI)ความได้เปรียบในการแข่งขัน(QULE)

### สรุปรวมสมมติฐานของการวิจัย

ผู้วิจัยนำสมมติฐานการวิจัยที่ได้จากการพัฒนารอบแนวความคิดการวิจัยมาสรุปรวมสมมติฐานการวิจัยไว้ดังตาราง 8

#### ตาราง 8

##### สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย

##### สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย

- H1: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน
- H2: ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล
- H3: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความเชื่อวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล
- H4: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาล
- H5: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน
- H6: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
- H7: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

## ตาราง 8 (ต่อ)

## สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย

- H8: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล
- H9: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล
- H10: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล
- H11: ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
- H12: ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล
- H13: ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
- H14: ปัจจัย ด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
- H15: ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน



สมมติฐานที่ 16 (H16) ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหารฮาลาลมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

### สรุป

บทที่ 2 กล่าวถึงการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ ความเชื่อตามวัฒนธรรมอิสลามที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาลที่มาจากการแปรรูปเนื้อสัตว์ นำมาสู่การพัฒนาตัวแปรและกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่สภาพแวดล้อมภายนอกองค์การสภาพแวดล้อมภายในองค์การ ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ความได้เปรียบในการแข่งขันตัวแปรตาม ได้แก่ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน นำมาสู่สมมติฐานการวิจัยจำนวน 16 สมมติฐาน



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ในรูปของการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (causal relationship model) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้หลักการวิเคราะห์โมเดลลิสเรลส์ผู้วิจัยศึกษาจากประชากรผู้ประกอบการส่งออกของไทยมุสลิมในทุกภูมิภาคโดยได้นำระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยหลายวิธีมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีการศึกษา 2 วิธีคือ

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)
2. การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research)

ในระเบียบวิธีการศึกษาวิจัยทั้ง 2 วิธีดังกล่าวข้างต้นมีรายละเอียดดังนี้

#### การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research)

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลและสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กรวม 20 สถานประกอบการเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้านอาหารส่งออกไปยังประเทศกลุ่มอาเซียนทำให้ได้ข้อมูลและผลที่ได้จากการสอบถามเพื่อรวบรวมสรุปประเด็นและช่วยให้สามารถกำหนดรายละเอียดของตัวแปรต่างๆที่ปรากฏในกรอบแนวคิดได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น และสามารถนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย

การสัมภาษณ์เจาะลึกมีโครงสร้างของข้อคำถามดังต่อไปนี้

1. เหตุผลสำคัญที่ท่านส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศกลุ่มอาเซียน
  1. เป็นภูมิภาคที่น่าสนใจ
  2. มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก
  3. มีกำลังการซื้อสูง
  4. เป็นผู้มีความเคร่งครัดในหลักศาสนา
2. ท่านคิดว่าสิ่งที่ทำให้ท่านประสบความสำเร็จในการส่งออกอาหาร
  1. ความได้เปรียบในการแข่งขัน
  2. จำนวนประชากรมุสลิม
  3. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
  4. ความสามารถในการติดต่อกับต่างประเทศ
  5. ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์
  6. ความเชื่อถือในตราสินค้าฮาลาล
3. ท่านคิดว่าสิ่งที่มีอิทธิพลในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ
  1. ความน่าเชื่อถือ
  2. อัตราแลกเปลี่ยน
  3. กำไรขาดทุนที่เป็นธรรม
  4. ชื่อเสียงขององค์กร
  5. บริการที่รวดเร็ว
  6. อัตราผลตอบแทน
4. ท่านคิดว่าเหตุผลใดทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ
  1. คุณภาพสินค้า
  2. การบริการ
  3. การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม
  4. เหตุผลอื่นๆ

5. ท่านคิดว่า การได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลมีความสำคัญเพราะเหตุผลใด

1. สร้างความเชื่อถือ
2. เป็นที่ยอมรับของมุสลิม
3. มีโอกาสทางการตลาดสูง
4. เพิ่มส่วนแบ่งตลาดมากขึ้น
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

#### ตาราง 9

##### สรุปผลการสัมภาษณ์

คำถามการสัมภาษณ์	สรุปผลการสัมภาษณ์
1. เหตุผลสำคัญที่ท่านส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศกลุ่มอาเซียน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก</li> <li>2. มีกำลังซื้อสูง</li> <li>3. เป็นภูมิภาคที่น่าสนใจ</li> </ol>
2. ท่านคิดว่า สิ่งที่ทำให้ท่านประสบความสำเร็จในการส่งออกอาหาร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. จำนวนประชากรมุสลิม</li> <li>2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน</li> <li>3. ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์</li> </ol>
3. ท่านคิดว่า สิ่งที่มีอิทธิพลในการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สมาชิกในครอบครัว</li> <li>2. เพื่อน</li> <li>3. ผู้ปฏิบัติงานของธนาคารอิสลาม</li> </ol>
4. ท่านคิดว่า เหตุผลใดทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เข้มงวดเกี่ยวกับข้อห้ามเรื่องคอกเบียร์</li> <li>2. ศาสนาและกำไร</li> <li>3. การแบ่งกำไรขาดทุน</li> </ol>
5. ท่านมีความเข้าใจในเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลในระดับใด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เป็นที่ยอมรับของมุสลิม</li> <li>2. มีโอกาสทางการตลาดสูง</li> <li>3. มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น</li> <li>4. สร้างความเชื่อถือ</li> </ol>

## ตาราง 10

สรุปรวมตัวแปรที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวแปร	ตัวแปรย่อย
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้านสังคมการเมือง การกำหนดนโยบายภาครัฐ
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงิน ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต
ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	ความจงรักภักดี ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม ความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วน
ความเชื่อทางวัฒนธรรมแบบอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล	ความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ การระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการ

## ตาราง 10 (ต่อ)

กลุ่มตัวแปร	ตัวแปรย่อย
มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล	<p>ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ</p> <p>ด้านความเชื่อถือองค์กรรับรองมาตรฐาน</p> <p>การตรวจสอบย้อนกลับ</p>
ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน	<p>ประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด</p> <p>ประสิทธิภาพการดำเนินงาน</p> <p>ความเจริญเติบโตขององค์กร</p>

## การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการหลังจากการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงประจักษ์ของข้อมูลที่สอดคล้องกับโมเดลตามสมมติฐานที่พัฒนาขึ้น โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการวิจัย ตามรายละเอียด และขั้นตอนของการวิจัยเชิงปริมาณ ดังต่อไปนี้

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอหนังสือจากมหาวิทยาลัย การแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน 2555 จนถึงเดือนมิถุนายน 2555 รวมเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 3 เดือน ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นดังนี้

ขั้นที่ 1 ส่งจดหมายขอความร่วมมือในการเก็บแบบสอบถามไปยังองค์กรด้านการส่งออกอาหารฮาลาลที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานฮาลาลด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในประเทศไทย

ขั้นที่ 2 เดินทางพร้อมผู้ช่วยนักวิจัยไปยังจังหวัดต่าง ๆ ควบคู่กับการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

ขั้นที่ 3 ประเมินแบบสอบถามทั้งสองส่วนเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจำนวน 380 ชุด และคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 495 ชุด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการหลังจากการทบทวนวรรณกรรมนำข้อมูลจากการข้อมูลเชิงคุณภาพมาสร้างและกำหนดปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยและนำไปสู่การพัฒนามาตรวัดตัวแปรที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลและจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

รูปแบบการวิจัยที่ใช้คือการวิจัยเชิงพรรณนา (descriptive research) สำหรับประเภทของการวิจัยเชิงพรรณนาที่ผู้วิจัยเห็นว่าเหมาะสมที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) วิธีการสำรวจที่ใช้คือการให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (self-administered questionnaires)

ผู้วิจัยจะสร้างแบบสอบถามแบบปลายปิดและได้ทำการทดสอบแบบสอบถามที่จะทำการสอบถามก่อนการใช้จริงซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวนี้ประกอบด้วยมาตรวัดตัวแปรที่อยู่ในกรอบแนวคิดด้วยการทดสอบความถูกต้อง (validity) และทดสอบความเชื่อถือได้ (reliability) ของมาตรวัดและผู้วิจัยจะนำข้อมูลดิบที่ได้มาลงรหัสเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนและจะทำการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยจะทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง

## รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ในรูปของการพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (causal relationship model) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น ด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL)

การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้การวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-experimental Design) ซึ่งถือเป็นแบบการวิจัยที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (สุชาติประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) การวิจัยแบบไม่ทดลองในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเลือกใช้การวิจัยสนาม (Field research) การเลือกการวิจัยแบบตัดขวาง (Cross-sectional design) จะเป็นการเก็บข้อมูลจากหลายๆ หน่วยวิเคราะห์เพียงครั้งเดียวจากนั้นจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ในการต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนในการวิจัยครั้งนี้หน่วยวิเคราะห์ได้แก่หน่วยวิเคราะห์เป็นองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกอาหารฮาลาลที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายคุณภาพในประเทศไทยเท่านั้น

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการด้านการผลิตอาหารฮาลาลที่ส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งมีจำนวน 1,900 องค์กร (ตามข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย ปี 2555) กลุ่มประชากรดังกล่าวดำเนินการสุ่มตัวอย่าง (sampling frame)



### การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง กลุ่มของตัวอย่างที่จะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้นั้น ต้องมาจากตัวอย่างที่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องไม่มีความลำเอียงและมีขนาดที่เหมาะสม (ณรงค์ โพธิ์พฤษานันท์, 2551, หน้า 181 : สุวิมล ตีรกานันท์, 2549, หน้า 178) ผู้วิจัยจึงได้ใช้การกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยการคำนวณตามสูตรของ Yamane ดังนี้ (Yamane, 1973, p. 728)

ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลมีจำนวน 330 ตัวอย่าง จึงจะสามารถประมาณค่าโดยมีความผิดพลาดไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และเมื่อตรวจสอบกับตารางการสุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) ซึ่งใช้ได้สะดวกกว่าตารางอื่นเนื่องจากมีความสะดวกกว่า (สุวิมล ตีรกานันท์, 2549, หน้า 180) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เมื่อความคลาดเคลื่อนเป็น 5% พบว่า จำนวนประชากรที่หลัก 1,800 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 317 ตัวอย่าง และประชากรที่หลัก 1,900 ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 320 ตัวอย่าง (สุวิมล ตีรกานันท์, 2549, หน้า 179) เทียบเคียงกับขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เห็นได้ว่าตัวอย่างจากตารางการสุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) มีจำนวนน้อยกว่าตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane ดังนั้นจึงใช้ขนาดจำนวน 330 ตัวอย่าง เนื่องจากมีจำนวนตัวอย่างที่มากกว่าจำนวนตัวอย่างที่ได้จากตารางคำนวณและที่สำคัญคือได้มีการคำนวณจากจำนวนประชากรที่แท้จริง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้หลักการจากวิจัยด้วยสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural equation modeling :SEM) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมลิสเรล ซึ่งต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่พอสมควร ซึ่งการใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมลิสเรลนั้นได้มีผู้กล่าวถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมว่าควรมีอยู่จำนวนเท่าใดไว้ ดังนี้

Saris, W.E. และ Stronkhorst, L.H. (1984 : 213-214) อ้างถึงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) กำหนดว่าข้อมูลในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงปกติพหุนามทุกตัว ควรใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเท่ากับหรือมากกว่า 100 คน ส่วน Linderman,

Merenda และ Gold (1980 : 163) และ Weiss (1972) อ้างถึงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย 2542 ให้กล้วย ๆ ว่า อัตราส่วนจำนวนหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์ หรือตัวแปรควรจะเป็น 20 ต่อ 1 และ Stevens, J. (1986: 58, 345 อ้างถึงใน ศศิคาพร อุทิศ, 2539) ได้เสนอแนะว่า งานวิจัยทางสังคมศาสตร์ จำนวนหน่วยตัวอย่างที่นำมาศึกษาควรมีประมาณ 15 ต่อตัวแปรทำนาย 1 ตัวแปร แต่ไม่ควรต่ำกว่า 100 คน สำหรับการวิเคราะห์แต่ละครั้ง ในงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยค่อนข้างมากคือ 27 แปร สำหรับการประมาณค่ากลุ่มตัวอย่างตามข้อตกลงของ Stevens, J. (1986) มีจำนวน 540 คน ส่วนของ Linderman และคณะ (1980) และ Schumacker and Lomax (1996) Hair and others (1988 อ้างถึงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) ที่ได้เสนอแนะกฎแห่งความชัดเจน (rule of thumb) ที่นักสถิติวิเคราะห์พึงใช้กันอย่างแพร่หลาย คือใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10-20 คน ต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร ซึ่งโมเดลเชิงสาเหตุความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 24 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดเป็น 20 เท่าของตัวแปร ทำให้ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เป็น 300 คน ทั้งนี้เพื่อให้การวิเคราะห์โมเดลมีความแข็งแกร่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ตัวอย่างจากผู้ส่งออกในกลุ่มสินค้าประเภทอาหารฮาลาลจำนวน 330 องค์กร เป็นตัวอย่างในการวิจัยตามสูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เป็นขนาดที่เหมาะสมเพียงพอในการวิจัย

การกำหนดจำนวนแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้คำนวณอัตราการตอบกลับ โดยศึกษาจากงานวิจัยของ Leonidou et al. (2002, p. 56) พบว่าอัตราการตอบกลับมีตั้งแต่ 7% ถึง 83% สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sousa (2004, pp.5-7) พบว่า อัตราการตอบกลับมีตั้งแต่ 9.80% ถึง 80.90% ซึ่งมีช่วงการตอบกลับกว้างมาก ดังนั้นเพื่อให้ได้ตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการและสอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้

ศึกษาอัตราการตอบกลับเฉพาะงานวิจัยที่ศึกษาผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในประเทศไทยพบว่า มีอัตราการตอบกลับ ดังนี้ 12.4% (รวดี สุริสระพันธ์, 2542, หน้า 59) 15.10% (Julian, 2003, p.215) 36.86% (มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย, 2550 หน้า 178) 51.02% (Tanompong Best Panich, 2008, p. 62) และ 53.09% (Pussader Plosaram, 1998, p. 65) ผู้วิจัยจึงได้ทำการประมาณการคำนวณอัตราการตอบกลับโดยทำการเฉลี่ยผลการตอบกลับของงานวิจัยที่ผ่านมา ดังนี้

$$\frac{12.47 + 15.10 + 36.86 + 51.02 - 53.09}{5} = 33.70$$

ผลที่ได้จากการเฉลี่ยอัตรา การตอบกลับข้างต้นเท่ากับ 33.70% เป็นอัตราที่คาดว่าจะได้รับจากการตอบกลับจากการกระจายแบบสอบถาม ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณไว้ จึงคำนวณหาจำนวนแบบสอบถามที่ต้องใช้ในการกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\frac{330 \times 100}{33.70} = 979.22$$

ผลที่ได้จากการคำนวณดังกล่าวนี้ เห็นได้ว่าจำนวนแบบสอบถามที่ต้องใช้ในการกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลครบ 330 ตัวอย่าง ตามขนาดที่ต้องการคือแบบสอบถามจำนวน 979.22 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการกระจายแบบสอบถามจำนวน 985 ชุด และได้แบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์จำนวน 495 ชุด

## วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาลในประเทศไทยตามบัญชีกรมส่งเสริมการส่งออกและสำนักงานคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งมีจำนวน 1,900 องค์กร (ปี 2555) ได้ทำการตรวจสอบรายการบัญชีหน่วยงานพบว่าไม่มีความซ้ำซ้อนกัน จึงได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ด้วยการจับสลากให้ได้เท่ากับจำนวนที่ต้องการใช้ในการกระจายแบบสอบถามคือ 980 องค์กร

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยเชิงประจักษ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยพัฒนาแบบสอบถามจากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผลการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ประกอบการส่งออกผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า การสัมภาษณ์จากนิยามตัวแปรและมาตรวัดที่ใช้ในการวิจัยในอดีต เช่น Cavusgil and Zou (1994), Hultman (2008) โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในระดับองค์กรและเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (unit of analysis) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยสอบถามจากผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ ในฐานะเป็นตัวแทนขององค์กรในการส่งออกอาหารฮาลาล ซึ่งการให้ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ประเมินนั้นมีความเชื่อถือได้และถูกต้องตรงกับการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลข

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร แบ่งเป็นตัวแปรตัวแปรแฝงภายใน 6 ตัวแปร ได้แก่

1. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร
2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในองค์กร
3. ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล
4. ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล
5. ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล
6. ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหารฮาลาล

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### เครื่องมือและการวัดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและนิยามเชิงปฏิบัติการ

การศึกษาในครั้งนี้แบ่งตัวแปรออกเป็น 2 กลุ่มตัวแปร คือ (1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และ ตัวแปรตาม (Dependent Variables) โดยมีรายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการและการวัดตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

### เครื่องมือและการวัดตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรอิสระของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ รายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการและการวัดตัวแปรอิสระมีดังนี้ (ดังตาราง 11)

### เครื่องมือและการวัดตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ตัวแปรตามของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ **ดังตาราง 11** รายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการและการวัดตัวแปรตามมีดังนี้

## ตาราง 11

## ตัวแปรและนิยามปฏิบัติการ

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	การเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กรส่งผลต่อการดำเนินการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้
ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ	การที่องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินการโดยได้ผลกระทบจากความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม
ด้านสังคมและการเมือง	การที่ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลและส่งผลต่อการผลิตสินค้าอาหารขององค์กรและการซื้ออาหารการการที่ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลและการเมืองที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การกำหนดมาตรการการส่งออกและการบริหารจัดการของประเทศ
การกำหนดนโยบายภาครัฐ	การใช้นโยบายในการบริหารจัดการด้านการส่งออกอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	การที่องค์กรมีทรัพยากรสนับสนุนให้มีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกอันเป็นทรัพยากรที่จะทำให้องค์กรมีความเข้มแข็ง

ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ
ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์	บุคคลากรในองค์กรที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่จะนำมาซึ่งทำให้องค์กรได้รับประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก
ความพร้อมด้านกายภาพ	การมีสภาพแวดล้อมที่สะดวก สะอาด ปลอดภัยจะช่วยให้องค์กรได้รับการยอมรับในคุณภาพของสินค้า
ความพร้อมด้านการเงิน	บริษัทมีการหมุนเวียนระบบการเงินในกบริหารงานอย่างต่อเนื่อง
ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต	การผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหารจำเป็นต้องมีเครื่องจักรที่มีคุณภาพสูงทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนด
ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	การดำเนินธุรกิจด้านส่งออกอาหารจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับเครือข่ายภายในอุตสาหกรรมอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร โดยเฉพาะอาหารแปรรูปจากสัตว์ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล
ด้านความจงรักภักดี	การให้ความเชื่อถือเป็นกระบวนการเชื่อมโยงจนเกิดความไว้วางใจและอยู่ร่วมในอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง

ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ
ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม	ระบบความไว้วางใจนำมาสู่การดำเนินธุรกิจที่ยึดหลักศีลธรรมระหว่างองค์กรต่อองค์กรและระหว่างบุคลากร
ด้านความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้า	ความเชื่อมั่นระหว่างกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน
ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล	การมีความเชื่อมั่นในหลักคำสอนของศาสนาอิสลามเกี่ยวกับการผลิตอาหารให้ถูกต้องตั้งแต่ขั้นเตรียมเครื่องปรุงที่สะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัยตามบัญญัติของศาสนาทุกขั้นตอน
ความเชื่อมั่นต่อหลักความสะอาดศาสนาอิสลาม	การมีความเชื่อมั่นต่อวิธีการดำรงชีวิตของมุสลิมที่บริโภคอาหารที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม
เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ	กระบวนการผลิตสินค้าอยู่ภายใต้หลักความเชื่อมั่นต่อกระบวนการที่มีการตรวจสอบคุณภาพการตรวจสอบวัสดุตั้งแต่ต้นของกระบวนการผลิตจนกลายมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป
การระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม	ในการผลิตสินค้าประเภทอาหารจำเป็นต้องมีความละเอียดในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตโดยเฉพาะการผลิตอาหารฮาลาลสำหรับมุสลิมนั้นต้องเป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม



## ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ
มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล	ผู้ผลิตสินค้าอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นที่เข้าใจในหลักการรับรองมาตรฐานอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม
ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ	เครือข่ายผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีความเกี่ยวข้องระหว่างกันเป็นอย่างดี
ด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล	การได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลเกิดจากการความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่มีต่อองค์กรศาสนาของอิสลามในประเทศไทย
การตรวจสอบย้อนกลับ	กระบวนการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานสินค้าจะต้องมีกระบวนการทวนสอบที่มาของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำของปัจจัยการผลิตอย่างครบวงจร
ด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน	ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนต้องอาศัยความรู้เชิงธุรกิจในการหาช่องทางที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบจากคู่แข่งตลอดเวลา

ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ
ประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด	ความสามารถทางการตลาดขององค์กรที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม การซื้อสินค้าขององค์กร
ประสิทธิภาพการดำเนินงาน	ความสามารถในการจัดการงานภายในองค์กรที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ทางธุรกิจในด้านต้นทุน การส่งมอบสินค้า และคุณภาพตามที่ต้องการ
ความเจริญเติบโตขององค์กร	การดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสามารถขยายกิจการไปยังธุรกิจต่างประเทศได้เป็นผลสำเร็จ
ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง	ในการดำเนินธุรกิจการค้าส่งออกให้ประสบความสำเร็จจะต้องดำเนินการภายใต้ความพร้อมของทรัพยากรความสามารถในการปรับเปลี่ยนต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก การร่วมมือระหว่างองค์กรในอุตสาหกรรมเดียวกัน
สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร	การเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กรส่งผลกระทบต่อการค้าส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	การที่องค์กรมีทรัพยากรสนับสนุนให้มีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกอันเป็นทรัพยากรที่จะทำให้องค์กรมีความเข้มแข็ง
ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	การดำเนินธุรกิจด้านส่งออกอาหารจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับเครือข่ายภายในอุตสาหกรรมอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารโดยเฉพาะอาหารแปรรูปจากสัตว์ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล
ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล	การมีความเชื่อมั่นในหลักคำสอนของศาสนาอิสลามเกี่ยวกับการผลิตอาหารให้ถูกต้องตั้งแต่ขั้นเตรียมเครื่องปรุงที่สะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัยตามบัญญัติของศาสนาทุกขั้นตอน
มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล	ผู้ผลิตสินค้าอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นต้องใส่ใจในหลักการรับรองมาตรฐานอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนต้องอาศัยความรู้เชิงธุรกิจในการหาช่องทางที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบจากคู่แข่งตลอดเวลา

## ตาราง 12

## จำนวนข้อคำถาม

องค์ประกอบที่วัด	ความคิดเห็นที่ต้องการวัด	จำนวนข้อ
1. ปัจจัยด้านบุคคล	1.1 เพศ 1.2 อายุ 1.3 ขนาดของกิจการ 1.4 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	รวม 4 ข้อ
1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร	ความเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมือง การกำหนดนโยบายภาครัฐ	รวม 12 ข้อ
2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร	ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงิน ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต	รวม 19 ข้อ

## ตาราง 12 (ต่อ)

องค์ประกอบที่วัด	ความคิดเห็นที่ต้องการวัด	จำนวนข้อ
3.ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	ความจงรักภักดี ความซื่อสัตย์มีคุณธรรม ความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้า	รวม 16 ข้อ
4.ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล	ความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม	รวม 15 ข้อ
5.มาตรฐานคุณภาพฮาลาล	ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล การตรวจสอบย้อนกลับ	รวม 14 ข้อ
6.ความได้เปรียบในการแข่งขัน	ประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความเจริญเติบโตขององค์กร	รวม 17 ข้อ
7.ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน	สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหาร ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลาม มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ความได้เปรียบในการแข่งขัน	รวม 6 ข้อ

## การพัฒนาเครื่องมือ

การพัฒนาแบบสอบถาม ที่เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการพัฒนาเครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถามซึ่งมีลักษณะแบบมาตราประเมินค่า (rating scale) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโดยมีระดับการวัด 5 ระดับคือ

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเท่ากัน(เห็นด้วยปานกลาง)
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแบ่งระดับคะแนนใช้การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยซึ่งมีวิธีการคำนวณความกว้างของชั้นข้อมูลดังนี้

คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด

จำนวนระดับและสามารถแบ่งระดับคะแนนได้ดังนี้

ระดับคะแนนที่	คะแนนเฉลี่ย	แปลความว่า
1	1.00 – 1.80	ระดับต่ำมาก
2	1.81 - 2.60	ระดับต่ำ
3	2.61 - 3.40	ระดับปานกลาง
4	3.41 - 4.20	ระดับสูง
5	4.21 – 5.00	ระดับสูงมาก

มาตรวัดแบบประเมินค่า (rating scale) รูปแบบของมาตรประเมินค่ามีส่วนของคำตอบเป็นตัวเลือกที่แสดงถึงความเข้มและ/หรือทิศทางที่ใช้อยู่มีหลายลักษณะ (สุวิมล ตีรกานันท์, 2550) โดยผู้วิจัยเลือกใช้มาตรประเมินค่าจากคะแนนรวม (summated rating scale) ซึ่ง Likert คิดวิธีการนี้ในปี ค.ศ. 1932 เพื่อใช้สร้างแบบวัดเจตคติ (attitude) เป็นการสร้างข้อคำถามขึ้นจำนวนหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะเป็นตัวบ่งชี้รวม (composite indicator) เพื่อวัดเจตคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คะแนนที่ได้ในแต่ละข้ออยู่ในมาตรนามบัญญัติ (nominal scale) จากนั้นนำคะแนนที่ได้จากข้อความทั้งหมดมารวมกันเพื่อประเมินปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนอีกครั้งหนึ่ง คะแนนรวมที่ได้จะอยู่ในมาตรวัดระดับอันตรภาค (interval scale)

### การสร้างมาตรวัดตัวแปรในการวิจัย

สุวิมล ตีรกานันท์ (2543) และ ศิริชัย กาญจนวาที (2544) ได้แนะนำการสร้างเครื่องมือวัดตัวแปร หรือมาตรวัดเพื่อพัฒนาเป็น “แบบวัด” สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณไว้ว่า ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนสำคัญที่ต้องมีการตรวจสอบความตรงเชิงทฤษฎี โดยส่วนของการสร้างข้อความ (statement) เป็นส่วนที่ทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้ตอบแสดงลักษณะที่ต้องการวัดออกมานั้น ซึ่งในหัวข้อนี้ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงที่มาของการสร้างมาตรวัดและจากการให้คำนิยามปฏิบัติการของตัวแปรที่อยู่ในกรอบแนวความคิดของการวิจัยดังนั้นผู้วิจัยได้สร้างมาตรวัดต่างๆจากการปรับปรุงจากมาตรวัดที่นักวิจัยท่านอื่นเคยใช้มาแล้วรวมทั้งมาตรวัดที่ผู้วิจัยได้ออกแบบเองจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตลอดจนข้อมูลจากเอกสารต่างๆที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมดังรายละเอียด ดังนี้

### เครื่องมือและการวัดตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรอิสระของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยมีรายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการและการวัดตัวแปรอิสระมีดังนี้

#### มาตรวัดตัวแปรอิสระ

##### มาตรวัดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลหมายถึงลักษณะเฉพาะของบุคคลที่เป็นคุณสมบัติที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 4 ตัวแปร คือ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน ขนาดของกิจการ (ผลประกอบการ) ทุนจดทะเบียนระยะเวลาดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลาอย่างน้อย จำนวนพนักงานที่ทำงาน และยอดขายจากการส่งออกสินค้าอาหาร และลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002), (Mohd Kroes (200,p.86), Moore (2002,p.3) นักวิชาการเหล่านี้ล้วนทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์การส่งออกแล้วแสดงให้เห็นความสัมพันธ์กับข้อมูลประชากรศาสตร์และบริบทด้านการส่งออกในการเลือกใช้สร้างความเข้มแข็งของการส่งออกอาหารของประเทศไทย

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวนี้ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมาตรวัดตัวแปรดังกล่าวนี้ได้ประยุกต์มาจากมาตรวัดของ Abdul Qawi Othman & Lynn Owen, (2000) ดังนี้



1. เพศ  1.ชาย  2. หญิง
2. อายุ  1. 20-25 ปี  2. 21-30 ปี
3. 31-35ปี  4. 41-45 ปี
5. มากกว่า 46 ปีขึ้นไป

3. ขนาดของกิจการ (เงินลงทุน)

1. ต่ำกว่า 5 ล้านบาท  2. 6-10 ล้านบาท
3. 11-20 ล้านบาท  4. มากกว่า 21 ล้านบาท

4. บริษัทดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลาอย่างน้อย ..... ปี

**มาตรวัดปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก**

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีนักวิชาการด้านการส่งออกได้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถควบคุมหรือกำหนดได้แต่มีผลกระทบต่อองค์กรพบตัวแปรที่สำคัญ 3 ตัวแปรคือความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมือง และด้านการกำหนดนโยบายภาครัฐผู้วิจัยจึงสร้างมาตรวัดปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกตามลำดับดังนี้

**มาตรวัดความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ**

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีนักวิชาการจำนวนมากที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาวะการค้า การลงทุน ยอดขาย และหรือกำไรที่เกิดขึ้นของธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น การที่องค์กรธุรกิจจะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว หรือยั่งยืนนั้นเป็นผลมาจากการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจในระดับองค์กรด้วยการกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์ ด้วยการกำหนดเป้าหมาย พัททกิจ โดยมีวิสัยทัศน์ที่บ่งบอกถึงความเจริญเติบโตในลักษณะใดลักษณะหนึ่งหรือหลายลักษณะ สำหรับการเติบโตของอุตสาหกรรมส่งออกเนื้อสัตว์อาหารฮาลาลนั้น ได้เติบโตในทั่วทุกภูมิภาคของโลกในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี

โดยปรับมาจากแนวคิดของ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002), (Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

ผู้วิจัยจึงได้สร้างมาตรวัดตัวแปรความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจมาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 คะแนนตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งดังนี้

ดังนั้นในการวัดความเจริญเติบโตของบริษัทที่ส่งออกไปต่างประเทศนั้นจะต้องใช้มาตรวัดจากตัวบ่งชี้ 5 ตัวโดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วย ดังนี้

- (1) บริษัทมีความมั่นคงและมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- (2) เศรษฐกิจที่ฟื้นตัวทำให้สินค้าส่งออกได้รับผลกระทบในทางที่ดีขึ้น
- (3) การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนส่งผลต่อความเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารเพิ่มขึ้น
- (4) ประเทศไทยมีแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่กำลังเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

แหล่งที่มา คัดแปลงมาจากมาตรวัด การที่องค์กรธุรกิจจะเจริญเติบโตที่มาจาก การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002), (Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

ผู้วิจัยได้สร้างมาตรวัดตัวแปรสังคมและการเมือง หมายถึงการที่ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคอาหารฮาลาลและส่งผลต่อการผลิตสินค้าอาหารฮาลาลและอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพเพิ่มขึ้นและการเมือง หมายถึง การที่หน่วยงานภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการส่งออกตามกรอบความร่วมมืออาเซียนไปสู่การกำหนดมาตรการส่งออกอาหารของไทยที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น

- (1) การบริโภคอาหารของประชาชนนิยมการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์
- (2) การพิจารณาอาหารคำนึงถึงความสะอาดปลอดภัยเพิ่มขึ้น
- (3) ประชาชนนิยมบริโภคอาหารที่มีตราฮาลาลเพิ่มขึ้น

แหล่งที่มาคัดแปลงมาจากมาตรวัดของ(Mohd Hafiz Zulfakar (2002),(Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

มาตรวัดด้านการกำหนดนโยบายภาครัฐหมายถึงการใช้นโยบายในการบริหารจัดการด้านการส่งออกอาหารไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนอย่างต่อเนื่องโดยรัฐได้กำหนดนโยบายสนับสนุนการส่งออกอย่างต่อเนื่อง และทำให้เกิดการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งเป็นผลมาจากการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลกรวมทั้งการเพิ่มขึ้นของประชากรมุสลิมในภูมิภาคอาเซียนด้วย

ผู้วิจัยจึงได้สร้างมาตรวัดตัวแปร ด้านสังคมมาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 คะแนน ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนี้

- (1) มีการสนับสนุนจากภาครัฐในเชิงนโยบายอย่างจริงจัง
- (2) องค์กรภาครัฐมีการผลักดันให้เกิดการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ
- (3) การจัดกิจกรรมสนับสนุนการส่งออกเป็นประจำ
- (4) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับอุตสาหกรรมอาหารอย่างเป็นรูปธรรม
- (5) จัดให้มีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหารส่งออกในต่างประเทศ
- (6) ผลักดันกฎระเบียบสำหรับการส่งออกให้มีความคล่องตัวมากขึ้น
- (7) มีการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านการลงทุนอย่างจริงจัง
- (8) มีการอำนวยความสะดวกด้านศุลกากรเป็นอย่างดี

แหล่งที่มาคัดแปลงมาจากมาตรวัดของ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002),(Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่านักวิชาการจำนวนมากที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (Mohd Hafiz Zulfakar, 2005) ผู้วิจัยจึงสร้างมาตรวัดปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในตามลำดับดังนี้

### มาตรวัดความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์

1. ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง บุคลากรในองค์กรเป็นผู้ที่มีทักษะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพด้วยสื่อแบบใหม่ ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่จะนำมาซึ่งทำให้องค์กรได้รับประโยชน์ต่อการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งดังนี้

- (1) บุคลากรในองค์กรได้การทำงานเต็มประสิทธิภาพ
- (2) มีการพัฒนาการทำงานให้กับพนักงานจนเป็นผู้มีทักษะวิชาชีพระดับสูง
- (3) พนักงานทำงานอย่างมืออาชีพ
- (4) การมีทักษะวิชาชีพของพนักงานทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น
- (5) พนักงานได้รับการอบรมด้านมาตรฐานความปลอดภัย
- (6) มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้วยวิธีการใหม่ เช่น การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

แหล่งที่มาดัดแปลงจากมาตรวัดของ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002),(Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดความพร้อมด้านกายภาพ

ความพร้อมด้านกายภาพหมายถึงการมีสภาพแวดล้อมที่สะดวก สะอาดปลอดภัยจะ

ช่วยให้องค์กรได้รับการยอมรับในคุณภาพของสินค้า

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับพนักงาน
- (2) มีบรรยากาศภายในและภายนอกที่ร่มรื่น
- (3) การจัดเรียงวัสดุอุปกรณ์คำนึงถึงความปลอดภัยก่อนเสมอ
- (4) เครื่องมือ เครื่องจักรได้รับการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ

แหล่งที่มาดัดแปลงจากมาตรวัด(Mohd Hafiz Zulfakar (2002),(Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

#### มาตรวัดความพร้อมด้านการเงิน

ความพร้อมด้านการเงิน หมายถึง บริษัทมีการหมุนเวียนระบบการเงินในบริหารงานอย่างต่อเนื่องการก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้ การเพิ่มขึ้นของกำไร การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาด การเพิ่มขึ้นจากการลงทุน

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) องค์กรมีเงินทุนหมุนเวียนที่พร้อมจะลงทุนในผลิตภัณฑ์ใหม่
- (2) มีรายได้จากยอดขายในต่างประเทศเพิ่มขึ้น
- (3) มีการเพิ่มทุนในการขยายกิจการ
- (4) มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเพิ่มขึ้น
- (5) บริษัทเพิ่มเงินลงทุนผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการสินค้าของลูกค้าในกลุ่มอาเซียน

อาเซียน

แหล่งที่มาดัดแปลงจากมาตรวัดของ Mohd Hafiz Zulfakar (2002),(Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต

ผู้วิจัยได้ให้ความสนใจในเรื่องกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมีส่วนช่วยเป็นอย่างมากที่จะทำให้อินค้ามีคุณภาพดี เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต หมายถึงการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จำเป็นต้องมีเครื่องจักรที่มีคุณภาพสูงทำให้สามารถผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนดและพนักงานมีความรู้ความสามารถในการใช้งานเป็นอย่างดี

มาตรวัดประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนน จากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนใช้เครื่องจักรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านอาหาร
- (2) กระบวนการแปรรูปเนื้อสัตว์ถูกสุขลักษณะอาชีวอนามัยทุกขั้นตอน
- (3) พนักงานมีความชำนาญในการใช้เครื่องจักร
- (4) มีการนำเครื่องจักร เครื่องมือ เครื่องใช้ หรืออุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในองค์กร เช่น เครื่องวัดรสชาติระบบเซ็นเซอร์ เป็นต้น

แหล่งที่มาคัดแปลงจากมาตรวัดของ(Mohd Hafiz Zulfakar (2002),(Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

1. ด้านความจงรักภักดี หมายถึง การให้ความเชื่อถือนระหว่างผู้ประกอบการเนื้อสัตว์แปรรูปที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร มีความไว้วางใจและมีการประสานงานร่วมกันภายในอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) องค์กรมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมอาหารอย่าง

### สมำเสมอ

- (2) องค์กรได้รับความไว้วางใจการติดต่อให้ความช่วยเหลือระหว่างกันเป็นประจำ
- (3) มีความร่วมมือด้านกับผู้ค้าเนื้อสัตว์ภายในอุตสาหกรรมอาหาร
- (4) เมื่อมีปัญหาด้านการขาดแคลนปัจจัยการผลิตสามารถขอความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมอาหารได้ทันที
- (5) ท่านมีการประชุมร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการส่งออกเนื้อสัตว์สมำเสมอ
- (6) ท่านให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมองค์กร สมาคม ผู้ประกอบการด้านการส่งออกเนื้อสัตว์

แหล่งที่มาคัดแปลงจากมาตรวัดของ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002),(Mohd Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม

ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม หมายถึง มีการประกอบธุรกิจด้วยการยึดหลักศีลธรรม คุณธรรม ความดีงามระหว่างองค์กรต่อองค์กรและระหว่างบุคลากรต่อบุคลากร

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) องค์กรของท่านมีการนำหลักธรรมคำสอนในศาสนามาใช้ในการประกอบธุรกิจ
- (2) ท่านยอมรับว่าการคำนึงถึงคุณธรรมในการทำงานเป็นสิ่งที่ดี
- (3) มีการใช้หลักธรรมมาสู่การปฏิบัติระหว่างพนักงานทุกคน
- (4) พนักงานได้รับการอบรมให้เป็นผู้มีความซื่อสัตย์และมีศีลธรรม
- (5) มีโครงการอบรมธรรมะอย่างต่อเนื่อง
- (6) มีกิจกรรมพัฒนาบุคลากรด้านจริยธรรม

### มาตรวัด ด้านความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้า

หมายถึง ความเชื่อมั่นระหว่างกันตลอดห่วงโซ่อุปทานความร่วมมือในการกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมจำเป็นต้องอาศัยความเชื่อถือว่าหน่วยงานมีการบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ประกอบการอาหาร

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ประกอบการอาหารด้วยกัน
- (2) มีการใช้กลยุทธ์การรวมกลุ่มธุรกิจ
- (3) มีการใช้แนวทางการบริหารแบบการมีส่วนร่วมภายในและภายนอกองค์กร
- (4) องค์กรของท่านมีเครือข่ายในอุตสาหกรรมอาหารทุกบริษัท

แหล่งที่มาดัดแปลงจากมาตรวัดของ (Mohd Hafiz Zulfakar, 2000), Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล

มาตรวัดความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม หมายถึงการมีความเชื่อมั่นต่อวิถีการดำรงชีวิตของมุสลิมที่บริโภคอาหารที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลามและยอมรับในการผลิตอาหารให้สะอาดตามหลักโภชนาการร่วมกับหลักความสะอาดของศาสนาอิสลาม

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปสู่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) ผู้บริโภคในกลุ่มอาเซียนบริโภคอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น
- (2) กลุ่มลูกค้ามุสลิมในอาเซียนมีความเคร่งครัดในการบริโภคอาหาร
- (3) ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ที่มี



เครื่องหมายรับรองฮาลาลจากประเทศไทย

- (4) มุสลิมทุกคนล้วนต้องบริโภคอาหารที่ได้รับอนุญาต (ฮาลาล)
  - (5) การบริโภคอาหารฮาลาลเป็นหลักความเชื่อของมุสลิมผู้เคร่งครัดในหลักการ
- แหล่งที่มาคัดแปลงมาจากมาตรวัดของ(Mohd Hafiz Zulfakar, 2000),Kroes (2007, p.

86), Moore (2002, p. 3)

**มาตรวัดความเชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ**

หมายถึงกระบวนการผลิตสินค้าอยู่ภายใต้หลักความเชื่อมั่นต่อกระบวนการที่มีการตรวจสอบคุณภาพการตรวจสอบวัสดุตั้งแต่ต้นของกระบวนการผลิตจนกลายมาเป็นสินค้าสำเร็จรูปและปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าอย่างต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัยของ Voss, Parasuraman and Grewal (1998) พบว่าความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วน

ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือความพึงพอใจของลูกค้าดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือความพึงพอใจของลูกค้ายังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันมีผู้พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าจะต่างกันไปตามประเภทของสินค้าหรือบริการ (อ้างใน Sautter, 1990; Oliver, 1993; Saad A. Metawa, Mohammed Almosawi, 1998; Sudin Haron, Norafifah Ahmad, Sandra L. Planisek. 1994)

มาตรวัดความพึงพอใจ ที่ใช้ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปสู่มิเห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) ลูกค้ายอมรับในคุณภาพสินค้าของท่าน
- (2) คุณภาพของสินค้าขององค์กรของท่านตรงตามความต้องการของลูกค้า
- (3) มาตรฐานคุณภาพด้านอาหารของไทยเป็นไปตามหลักการตรวจสอบแบบสากล

- (4) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับการรับรองมาตรฐานสากลเพิ่มขึ้น
  - (5) มีการปรับเปลี่ยนตราหือใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมฮาลาล
- แหล่งที่มาคัดแปลงจากมาตรวัดของ(Mohd Hafiz Zulfakar (2002),Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

#### มาตรวัดการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม

การระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม หมายถึง ในการผลิตสินค้าประเภทอาหารจำเป็นต้องมีความละเอียดในทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต โดยเฉพาะการผลิตอาหารฮาลาลสำหรับมุสลิมนั้นต้องเป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนนจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปสู่มไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) วัตถุประสงค์ในการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย
- (2) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารแปรรูปเพราะคุณภาพ
- (3) มุสลิมที่เคร่งครัดจะไม่ซื้ออาหารที่ไม่ฮาลาล
- (4) หลักศาสนาอิสลามในเรื่องฮาลาลมีอิทธิพลต่อการซื้ออาหารแปรรูป
- (5) มุสลิมในประเทศไทยปฏิบัติตามหลักการของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด

แหล่งที่มาคัดแปลงจากมาตรวัด(Mohd Hafiz Zulfakar (2002),Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

#### มาตรวัดมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล

หมายถึง ผู้ผลิตสินค้าอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาลจำเป็นที่เข้าใจในหลักการรับรองมาตรฐานอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามประกอบด้วยความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ ความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล และการตรวจสอบย้อนกลับ

1. ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ หมายถึง ในการประกอบธุรกิจที่อาศัยเครือข่ายการค้าควรร่วมมือกันระหว่างองค์กรภายในอุตสาหกรรมจนมีความเชื่อถือต่อกัน มีเครือข่ายผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีความเกี่ยวข้องระหว่างกันเป็นอย่างดี และมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

มาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนน จากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) มาตรฐานอาหารแปรรูปของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
- (2) มาตรฐานอาหารแปรรูปของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก
- (3) องค์กรมีการประชุมร่วมกับกลุ่มอุตสาหกรรมอย่างสม่ำเสมอ
- (4) สินค้าอาหารไทยมีมาตรฐานคุณภาพระดับสากล
- (5) มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการผลิตกับหน่วยงานอื่น
- (6) มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการผลิตระหว่างพนักงานอยู่เสมอ
- (7) มีความร่วมมือด้านการผลิตกับหน่วยงานเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ

แหล่งที่มา ดัดแปลงมาจากมาตรวัดของ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002), Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

#### มาตรวัดด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล

หมายถึงการได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลเกิดจากการความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่มีต่อองค์กรศาสนาของอิสลามในประเทศไทย

มาตรวัดความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ที่ใช้ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ โดยใช้มาตรวัดลิเคิท (Likert scale) แบบ 5 คะแนน จากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) ลูกค้านุสลิมในกลุ่มอาเซียนเชื่อถือตราฮาลาลของไทย
- (2) เครื่องหมายฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดอาเซียน
- (3) ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาลในภูมิภาคอาเซียน

(4) ผู้ตรวจสอบคุณภาพขององค์กรของท่านเป็นมุสลิม

แหล่งที่มา คัดแปลงมาจากมาตรวัดของ (Mohd Hafiz Zulfakar (2002), Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดการตรวจสอบย้อนกลับ

หมายถึงกระบวนการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานสินค้าจะต้องมีกระบวนการทวนสอบที่มาของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำของปัจจัยการผลิตอย่างครบวงจร

ผู้วิจัยจึงได้สร้างมาตรวัดตัวแปรด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาลมาตรวัดที่ใช้ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) ประกอบด้วย 5 คะแนนโดยเริ่มจากเห็นด้วยอย่างยิ่งไปสู่มิเห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) มีการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทานอย่างสม่ำเสมอ
- (2) การพิจารณาสินค้าแปรรูปเป็นการพิจารณาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- (3) มีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ
- (4) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาระบบและกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับ

สินค้า

แหล่งที่มาคัดแปลงมาจากมาตรวัดของ(Mohd Hafiz Zulfakar (2002), Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนต้องอาศัยความรู้เชิงธุรกิจในการหาช่องทางที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบจากคู่แข่งตลอดเวลา ประกอบด้วย ความเชื่อถือองค์กร ความรับผิดชอบต่อคุณภาพการผลิตภาพลักษณ์ ชื่อเสียงองค์กร และความเติบโตขององค์กร

1. ประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด หมายถึง ความสามารถในการบริหารการตลาด

ขององค์กรที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ในการประกอบธุรกิจ คือ ทำให้เกิดความพึงพอใจและเกิดการซื้อสินค้าขององค์กรเพิ่มขึ้น

- (1) สินค้าของท่านได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี
- (2) นโยบายด้านราคาของท่านเป็นที่ยอมรับของลูกค้า
- (3) ลูกค้าของท่านมีการสั่งซื้อสินค้าจากท่านในปริมาณที่เพิ่มขึ้น
- (4) ลูกค้าของท่านซื้อสินค้าจากท่านอย่างต่อเนื่อง
- (5) กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดที่ใช้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ
- (6) องค์กรของท่านมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

แหล่งที่มาคัดแปลงมาจากมาตรวัดของ(Mohd Hafiz Zulfakar, (2002),Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

**2. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน** หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่หมายถึง กำไรขององค์กร การส่งมอบสินค้า และคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า

ดังนั้นมาตรวัดกระบวนการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานสินค้าจะต้องมีกระบวนการทวนสอบที่มาของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำของปัจจัยการผลิตอย่างครบวงจรนั้นประกอบด้วยตัวบ่งชี้ 6 ข้อ โดยใช้มาตรวัดที่เกิดขึ้นตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

- (1) องค์กรของท่านสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (2) องค์กรของท่านสามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี
- (3) องค์กรของท่านสามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว
- (4) องค์กรของท่านสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามกำหนด
- (5) ลูกค้ายอมรับในคุณภาพสินค้าขององค์กรของท่าน
- (6) คุณภาพสินค้าของท่านตรงตามความต้องการของลูกค้า

แหล่งที่มา คัดแปลงมาจากมาตรวัด (Mohd Hafiz Zulfar (2002), Kroes (2007, p. 86),

Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดความเจริญเติบโตขององค์กร

การที่องค์กรจะได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็นบุคลากรภายในองค์กรหรือบุคคลผู้มีส่วนได้เสีย หรือลูกค้านั้นจะต้องเป็นองค์กรที่ดำเนินกิจการด้วยความซื่อสัตย์ ยุติธรรมแก่ลูกค้า มีความรับผิดชอบต่อทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ให้บริการที่เป็นเลิศ นอกจากนี้ยังมีส่วนในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม ดำเนินกิจกรรมดังกล่าวอย่างจริงจังและต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับจากบุคคลทั่วไป อันจะนำมาซึ่งชื่อเสียง การยอมรับว่าเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือและอาจถึงขั้นได้รับประกาศเกียรติคุณในด้านต่าง ๆ อีกด้วย

ดังนั้นในการที่จะได้ชื่อว่าเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงหรือไม่นั้นจะต้องวัดคุณภาพด้วยมาตรวัดจากตัวบ่งชี้ 5 ข้อ โดยใช้มาตรวัดลึกลับตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วย

แหล่งที่มา ดัดแปลงมาจากมาตรวัด (Mohd Hafiz Zulfar (2002), Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

**3. ความเติบโตขององค์กร** หมายถึงการดำเนินธุรกิจด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสามารถขยายกิจการไปยังธุรกิจต่างประเทศได้เป็นผลสำเร็จ

- (1) องค์กรมีการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ
- (2) องค์กรได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปตามความต้องการของตลาด
- (3) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพส่งออกได้ตามมาตรฐานตลาดสากล
- (4) องค์กรท่านสามารถส่งสินค้าไปยังประเทศที่เป็นมุสลิมได้ปริมาณเพิ่มขึ้น
- (5) มียอดการส่งออกเพิ่มขึ้น

แหล่งที่มา ดัดแปลงมาจากมาตรวัด (Mohd Hafiz Zulfar (2002), Kroes (2007, p. 86), Moore (2002, p. 3)

### มาตรวัดความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง

ดังนั้นในการที่จะได้ชื่อว่าเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนนั้นจะต้องวัดด้วยมาตรวัดจากตัวบ่งชี้ 6 ข้อ โดยใช้มาตรวัดลิเคิท ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปยังไม่เห็นด้วย ดังนี้

ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน หมายถึงในการดำเนินธุรกิจการค้าส่งออกให้ประสบความสำเร็จจะต้องดำเนินการภายใต้ความพร้อมของทรัพยากร ความสามารถในการปรับเปลี่ยนต่อการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก การร่วมมือระหว่างองค์กรในอุตสาหกรรมเดียวกัน ประกอบด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล และปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน

- (1) องค์กรของท่านมีอัตราส่วนกำไรจากการส่งออกที่เกิดจากการเจริญทางด้านเศรษฐกิจและประโยชน์จากการส่งเสริมการส่งออกของรัฐเพิ่มขึ้น
- (2) องค์กรของท่านมียอดขายมียอดขายจากการส่งออกเพิ่มขึ้น
- (3) ปริมาณการส่งออกขององค์กรท่านเพิ่มขึ้นเนื่องจากความพร้อมด้านทรัพยากรในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง
- (4) องค์กรของท่านได้รับการยอมรับว่าเหนือกว่าคู่แข่งในตลาดส่งออก
- (5) องค์กรของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น
- (6) ผลการดำเนินงานจากการส่งออกขององค์กรท่านเกิดจากความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลในประเทศไทย

แหล่งที่มาดัดแปลงจากมาตรวัดของCavusgil and Zou (1994, pp.18-19), Lages, Lages, and Lages (2004, p. 20), Morgan et al. (2004, p. 105), Sousa and Bradley (2008, p. 317) และ Zou et al. (1998, p. 48)

### **การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ**

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดำเนินการโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) (สุวิมล ติรกานันท์, 2548, p. 145) ขั้นตอนในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีดังนี้

#### **ความตรง (Validity)**

เพื่อให้เกิดความแม่นยำของเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการจะวัดหรือสิ่งที่เครื่องมือควรจะวัด และคะแนนที่ได้จากเครื่องมือที่มีความตรงสูงสามารถบอกถึงสภาพที่แท้จริงและพยากรณ์ได้ถูกต้องแม่นยำ (สุวิมล ติรกานันท์, 2548, p. 145) แบบสอบถามจึงต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องทั้งในด้านภาษา ในเชิงเนื้อหา และในเชิงโครงสร้าง

#### **ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)**

ความตรงเชิงเนื้อหา หมายถึง คุณภาพของเครื่องมือวัดที่สร้างขึ้นมีความถูกต้องตรงตามเนื้อเรื่องที่ต้องการวัดหรือวัด ได้ครอบคลุมเนื้อเรื่องทั้งหมด (วัลลภ ลำพาย, 2547, p. 115) เป็นความตรงที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ตรวจสอบเนื้อหาของเครื่องมือว่าเนื้อหาของข้อคำถามวัดได้ตรงตามเนื้อหาของตัวแปรที่ต้องการวัดหรือไม่ ความตรงชนิดนี้นิยมใช้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้น ๆ ตรวจสอบโดยการพิจารณาจากนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการและตารางแสดงประเด็นหลักและประเด็นย่อยหรือพฤติกรรมบ่งชี้ควบคู่กับข้อคำถามว่าเครื่องมือนี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อเรื่องทั้งหมดหรือไม่ (สุวิมล ติรกานันท์, 2548, pp. 145-146)



### ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC)

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจะต้องดำเนินการก่อนนำไปทดลองใช้ (Pre-Test) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยวิธีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ทำได้โดยการนำนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ โครงสร้างการสร้างข้อคำถามควบคู่กับแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง การให้โครงสร้างข้อคำถามแก่ผู้เชี่ยวชาญทำให้ผู้เชี่ยวชาญทราบที่มาของข้อคำถามแต่ละข้อว่ามาจากประเด็นใด ครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องนั้นหรือไม่ จำนวนผู้เชี่ยวชาญควรมีตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปเพื่อหลีกเลี่ยงความคิดเห็นที่แบ่งเป็น 2 ขั้ว (สุวิมล ติรกันันท์, 2546, pp. 137-138)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรึกษาคณาจารย์ที่ปรึกษาคุณวุฒิในพนธ์เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องทางด้านภาษา หลังจากนั้นทำการแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาทำได้โดยการนำนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ และโครงสร้างการสร้างข้อคำถามควบคู่กับเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง ผู้เชี่ยวชาญรอกผลการพิจารณาผู้วิจัยทำการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นที่ต้องการทราบ จากนั้นนำผลของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมารวมกันคำนวณหาความตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับคือ

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนดให้  
 คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนดให้คะแนน  
 -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนดหลังจากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสมการ

$\Sigma R$  = ผลรวมของคะแนนตาม  
ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ  
ในแต่ละข้อคำถาม

$$IOC = \frac{\Sigma R}{n}$$

$n$  = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

เกณฑ์ในการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่กำหนด

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าความตรงผ่านเกณฑ์ สามารถนำไปใช้ในการทดสอบก่อนการใช้งาน (Pre-test) ได้
2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ไม่ผ่านเกณฑ์ ต้องปรับปรุงแก้ไข (สุวิมล ตีรกานันท์, 2548, pp. 145-148)

ผลจากการทำ IOC นี้ทำให้มีการปรับลดข้อคำถามเหลือ 101 ข้อคำถาม ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านยังได้ให้ทัศนะและข้อเสนอแนะในการปรับและแก้ไขคำพูดในข้อคำถามบางข้อให้สื่อความหมายที่ตรงกับความหมายในนิยามศัพท์ปฏิบัติการและนิยามเชิงทฤษฎีรวมถึงปรับให้มีภาษาที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

### การวิเคราะห์องค์ประกอบและความเที่ยง (N=495 )

#### การวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis)

ความตรงเชิงโครงสร้างเป็นความตรงที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของเครื่องมือที่สามารถวัดได้ครอบคลุมขอบเขตของความหมายหรือครบตามคุณลักษณะประจำตามทฤษฎีที่ใช้สร้างเครื่องมือหรือไม่ โดยปกติความตรงเชิงโครงสร้างจะใช้กับตัวแปรที่สังเกตได้ (observe variable) เพื่อตรวจสอบว่าแบบวัดนั้นวัดคุณลักษณะได้ตรงตามทฤษฎีหรือไม่ (สุวิมล ตีรกานันท์, 2548, หน้า 150) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาความตรงเชิงโครงสร้างด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis) โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ด้านสังคมศาสตร์ (SPSS) เพื่อทดสอบว่ามาตรวัดประกอบด้วยตัวแปรตามที่กำหนดไว้หรือไม่ ขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบคือ (1) สกัดองค์ประกอบ (factor extraction) แบบการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (principal

component analysis) เพื่อให้ได้ตัวแปรที่มีองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ด้วยกัน  
 (2) การหมุนแกน 90 องศา (orthogonal rotation) ด้วยวิธี varimax เพื่อให้องค์ประกอบที่ได้มีความชัดเจนมากขึ้น

การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวชี้วัดในแบบสอบถาม โดยเลือกตัวชี้วัดของแต่ละมิติของตัวแปรมาทำการวิเคราะห์ ตัวชี้วัดแต่ละตัวซึ่งเป็นมาตรวัดของแต่ละมิติของตัวแปรนั้น เป็นผลมาจากการที่ผู้วิจัยได้พัฒนาประยุกต์และปรับปรุงจากการสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของแต่ละมิติของตัวแปรนั้นเป็นไปตามข้อกำหนดที่ว่า ค่า kaiser-meyer-olkin measure of sampling adequacy ซึ่งก็คือค่าผลรวมของ measure of sampling adequacy (MSA) ของแต่ละมิติของตัวแปรต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.5 รวมถึงค่า MSA ของแต่ละตัวชี้วัด (anti-image correlation) ที่ดูได้จาก anti-image matrices ในแนวทแยงแต่ละตัวต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.5 เช่นกัน หากค่า MSA ของแต่ละตัวชี้วัดมีค่าน้อยกว่า 0.5 ต้องทำการตัดตัวชี้วัดนั้นทิ้งไป (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998, p. 99; Hair et al., 2006, p. 115) ขณะเดียวกันค่านัยสำคัญทางสถิติของ bartlett's test of sphericity ต้องมีระดับนัยสำคัญที่ .05 นั่นคือค่า Sig. ต้องมีค่าน้อยกว่า .05 (Hair et al., 2006, p. 115) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ซึ่งเป็นค่าที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดกับมิติของตัวแปรหรือองค์ประกอบควรมีค่าน้อยกว่า .30 (Hair et al., 2006, pp. 128-129) จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบผู้วิจัยได้ทำการตัดข้อคำถามบางส่วนออกเนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดตัวแปร แสดงรายละเอียดในตาราง 13

## ตาราง 13

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) ในแต่ละมิติของตัวแปร (N=495)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	น้ำหนักองค์ประกอบ
GRO	GEO1	.866
	GEO2	.921
	GEP3	.901
	GEO4	.912
	GEO5	.889
	GEO6	.783
SOC	SOC1	.798
	<b>SOC2</b>	<b>.898</b>
	SOC3	.902
	SOC4	.867
	SOC5	.980
	SOC6	.891
	SOC7	.790
PRO	PRO1	.784
	PRO3	.783
	<b>PRO4</b>	<b>.784</b>
	PRO5	.783
	PRO6	.860
	PRO7	.834
	PRO8	.880
	HUM	HUM1
HUM2		.866
HUM3		.760

ตาราง 13 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	น้ำหนักองค์ประกอบ
	HUM4	.804
	<b>HUM5</b>	.901
	HUM6	.790
	HUM7	.809
PHI	PHI1	.681
	PHI2	.829
	PHI3	.847
	PHI4	
	PHI5	
	PHI6	
FIN	FIN1	.867
	FIN2	.883
	FIN3	.903
	FIN4	.779
	FIN5	.790
	FIN6	.807
PRD	PRD1	.901
	PRD2	.783
	PRD3	.789
	PRD4	.821
	PRD5	.785
	PRD6	.831

## ตาราง 13 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	น้ำหนักองค์ประกอบ
LOY	LOY1	.744
	LOY2	.843
	LOY3	.856
	LOY4	.859
	LOY5	.818
	LOY6	.790
HOS	HOS1	.714
	HOS2	.872
	HOS3	.845
	HOS4	.677
	HOS5	.796
	HOS6	.785
COV	COV1	.790
	COV2	.798
	COV3	.757
	COV4	.686
	COV5	.827
	COV6	.745
	FRI1	.826
	FRI2	.598
	FRI3	.898
	FRI4	.879

ตาราง 13 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	น้ำหนักองค์ประกอบ
ISL	ISL1	.844
	ISL2	.880
	ISL3	.804
	ISL4	.883
	ISL5	.830
QUE	QUE1	.422
	QUE2	.829
	QUE3	.839
	QUE4	.848
	QUE5	.852
SPE	SPE1	.864
	SPE2	.848
	SPE3	.836
	SPE4	.849
	SPE5	.828
TUE	TUE1	.840
	TUE2	.823
	<b>TUE3</b>	<b>.060</b>
	TUE4	.847
	TUE5	.892
	TUE6	.919
	TUE7	.854
	TUE8	.791
	TUE9	.806

ตาราง 13 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	น้ำหนักองค์ประกอบ
HAL	HAL1	.778
	HAL2	.796
	HAL3	.786
	HAL4	.798
TAC	TAC1	.826
	TAC2	.823
	TAC3	.847
	TAC4	.847
MRE	MRE1	.817
	MRE2	.873
	MRE3	.886
	MRE4	.880
	MRE5	.880
	MRE6	.863
OPE	OPE1	.798
	OPE2	.859
	OPE3	.825
	OPE4	.871
	OPE5	.654
	OPE6	.724
	OPE7	.861



ตาราง 13 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	น้ำหนักองค์ประกอบ
GRA	GRA1	.864
	GRA2	.881
	GRA3	.902
	GRA4	.856
	GRA5	.796
SUCC	SUCC1	.734
	SUCC2	.764
	SUCC3	.833
	SUCC4	.830
	SUCC5	.775
	SUCC6	.730
	SUCC7	.870
	SUCC8	.778
	SUCC9	.870
	SUCC10	.778

#### การวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (reliability) (N=495)

หลังจากเสร็จสิ้นขั้นตอนการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างแล้ว ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบไปวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (cronbach's alpha) ซึ่งเป็นวิธีที่ถูกใช้ในการวัดค่าความเที่ยงอย่างกว้างขวางมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ ทางด้านสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของมาตรวัด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาฯ ควรมีค่าในระดับ .70 ขึ้นไป อย่างไรก็ตามค่าตั้งแต่ .60 ก็ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006, p. 137) จากผลการ

วิเคราะห์ความเที่ยงผู้วิจัยได้ทำการตัดข้อคำถามบางข้อออกจากการวัดตัวแปรเนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาถ้าตัวชี้วัดถูกตัดทิ้งมากกว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟารวม เพื่อให้มิติของตัวแปรมีความเที่ยงในการวัดผลการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัด แสดงรายละเอียดในตาราง 14

#### ตาราง 14

ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (*reliability*) ของมาตรวัด ( $N=495$ )

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า
		แอลฟาถ้าตัวชี้วัดถูกตัดทิ้ง	สัมประสิทธิ์แอลฟา
GRO	GRO1	.871	
	GRO2	.785	
	GRO3	.820	
	GRO4	.789	
	GRO5	.901	
	GRO6	.890	.877
SOC	SOC1	.876	
	SOC3	.821	
	SOC4	.817	
	SOC5	.837	
	SOC6	.786	
	SOC7	.870	.876

ตาราง 14 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า
		แอลฟาถ้าตัวชี้วัด ถูกตัดทิ้ง	สัมประสิทธิ์ แอลฟา
PRO	PRO1	.877	
	PRO2	.849	
	PRO3	.845	
	PRO5	.840	
	PRO6	.857	
	PRO7	.845	
	PRO8	.812	.884
HUM	HUM1	.773	
	HUM2	.661	
	HUM3	.689	
	HUM5	.785	
	HUM6	.789	.786
PHI	PHI1	.786	
	PHI3	.853	
	PHI4	.709	
	PHI5	.854	
	PHI6	.812	.878
FIN	FIN1	.816	
	FIN2	.823	
	FIN4	.821	
	FIN5	.835	
	FIN6	.853	.854

ตาราง 14 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาถ้าตัวชี้วัด ถูกตัดทิ้ง	ค่า สัมประสิทธิ์ แอลฟา
PRD	PRD1	.894	
	PRD2	.884	
	PRD3	.958	
	PRD4	.958	
	PRD5	.958	
	PRD6	.958	.898
LOY	LOY1	.957	
	LOY2	.958	
	LOY3	.958	
	LOY5	.958	
	LOY6	.958	.890
	HOS	HOS1	.958
HOS2		.958	
HOS4		.959	
HOS5		.875	
HOS6		.789	.961
COV		COV1	.882
	COV2	.871	
	COV3	.893	
	COV4	.870	
	COV5	.886	.902

ตาราง 14 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า
		แอลฟาถ้าตัวชี้วัดถูกตัดทิ้ง	สัมประสิทธิ์แอลฟา
ISL	ISL1	.930	
	ISL2	.929	
	ISL3	.930	
	ISL4	.929	
	ISL5	.927	.910
QUE	QUE1	.928	
	QUE2	.926	
	QUE3	.926	
	QUE4	.928	.936
SPE	SPE1	.898	
	SPE2	.894	
	SPE3	.895	
	SPE4	.912	
	SPE5	.897	.918
TUE	TUE1	.855	
	TUE2	.874	
	TUE4	.843	
	TUE6	.848	
	TUE7	.755	
	TUE8	.760	.887

ตาราง 14 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า
		แอลฟาถ้า ตัวชี้วัด ถูกตัดทิ้ง	สัมประสิทธิ์ แอลฟา
HUL	HUL1	.875	
	HUL2	.865	
	HUL3	.851	
	HUL4	.880	.898
TAC	TAC1	.783	
	TAC2	.840	
	TAC3	.789	
	TAC4	.780	.912
MRE	MRE1	.862	
	MRE2	.851	
	MRE3	.840	
	MRE4	.844	
	MRE5	.855	
	MRE6	.863	.874
OPE	OPE1	.789	
	OPE2	.765	
	OPE3	.876	
	OPE4	.782	
	OPE6	.761	
	OPE7	.790	

ตาราง 14 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	ตัวชี้วัด	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่า
		แอลฟาถ้า ตัวชี้วัด ถูกตัดทิ้ง	สัมประสิทธิ์ แอลฟา
GRE	GRE1	.875	
	GRE2	.865	
	GRE3	.851	
	GRE4	.880	.898
SUCC	SUCC1	.783	
	SUCC2	.840	
	SUCC2	.789	
	SUCC4	.780	.912
	SUCC5	.710	
	SUCC6	.862	
	SUCC7	.851	
	SUCC8	.840	
	SUCC9	.844	
	SUCC10	.855	.870

### อัตราการตอบกลับ (response rate)

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามออกไปจำนวนทั้งสิ้น 989 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 495 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 86.61 จากการตรวจสอบพบว่า มีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 68 ชุด จึงทำการแยกแบบสอบถามเหล่านี้ออกโดยไม่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้เหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวนทั้งสิ้น 495 ชุด คิดเป็นสัดส่วนต่อจำนวนแบบสอบถามที่แจกออกไปที่ร้อยละ 76.15

### การตรวจสอบความลำเอียงในการตอบกลับ (non-response bias)

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความลำเอียงในการตอบกลับโดยการเปรียบเทียบการตอบแบบสอบถามระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในช่วงแรก และช่วงหลัง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในช่วงแรกและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 250 ราย ตอบกลับมากภายใน 6 สัปดาห์หลังจากแจกแบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ในช่วงหลังมีจำนวน 313 ราย การตรวจสอบความลำเอียงในการตอบกลับ ใช้สถิติ two sample t-test ในการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยไปสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนพบว่า การประเมินระดับความเห็นต่อตัวแปรตามทั้งหมด ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในช่วงแรกกับกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามในช่วงหลัง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงสรุปได้ว่าไม่มีความลำเอียงในการตอบกลับ (Hair et al., 2006, pp. 388-389)

### ความคาดหวังที่จะได้รับจากระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยแบบที่ผสมผสาน (mixed methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) กับการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative research) ให้เกิดความกลมกลืนด้วยการสร้างโมเดลการวิจัยตามแนวทางอนุমান



(deductive method) นำมาสร้างกรอบแนวคิดที่เป็นผลมาจากการทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีแนวคิดต่างๆและตรวจสอบความเหมาะสมของโมเดลดังกล่าวด้วยการวิเคราะห์ตามแนวทางอุปมาน (inductive method) ด้วยการทำการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจและสำคัญเป็นพิเศษในปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมและความเชื่อถือที่มีต่อคุณภาพของคณะกรรมการด้านศาสนาที่มีต่อการผลิตอาหารส่งออกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพฮาลาลซึ่งคาดว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ในการนำระเบียบวิธีวิทยาในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลายตัวด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์ในการหาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (structural equation modeling SEM) ทำการวิเคราะห์ด้วยโมเดลลิสเรล (LISREL MODEL) ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ในโมเดลลิสเรลเป็นวิธีการวิเคราะห์ซึ่งได้นำค่าความคลาดเคลื่อนในการวัดเข้ามาในโมเดลทำให้มีการสะท้อนความเป็นจริงของข้อมูลมากขึ้นซึ่งในอดีตที่ผ่านตามาตามหลักการวัดตัวแปรมักไม่นำความคลาดเคลื่อนที่อาจจะเกิดขึ้นจากการวัดเข้ามาไว้ในแบบจำลองการวัดซึ่งนักวัดผลมักจะหวังดีว่าเป็นการวัดที่ไม่ถูกต้องตามหลักทฤษฎีการวัดนั้นหมายความว่าคะแนนที่ได้จากการวัดย่อมประกอบด้วยคะแนนที่แท้จริงรวมกับค่าความคลาดเคลื่อน

2. ในโมเดลลิสเรลได้นำหลักการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) มาช่วยในการสร้างตัวแปรที่เกิดขึ้นใหม่หรือเรียกว่า “ตัวแปรแฝง” (Latent variable) ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm factor analysis :CFA) ส่งผลให้สามารถวัดตัวแปรได้ตรงตามโครงสร้าง (Construct validity) นอกจากนี้โมเดลลิสเรลยังนำเอาจุดเด่นของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมาช่วยกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple regression) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Path analysis) ระหว่างตัวแปรแฝงภายในนอกและตัวแปรแฝงภายใน ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

3. โมเดลอิสระสามารถทำให้ผู้วิจัยปรับโมเดลที่อาศัยหลักทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลให้ความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์สอดคล้องกันมากที่สุด
4. โมเดลอิสระเปิดโอกาสให้ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการวัดมีความสัมพันธ์กันได้ส่งผลสะท้อนให้เห็นความจริงมากที่สุด
5. โมเดลอิสระสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ทุกระดับ
6. โมเดลอิสระสามารถวิเคราะห์โมเดลย้อนกลับ (Non-Recursive Model) ได้

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในส่วนของงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปร โมเดลสมการ โครงสร้าง (structural equation model : SEM) มีชนิดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์แต่ละข้อแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของมุสลิมที่ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติที่เป็นจำนวนและร้อยละ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นในปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาล และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง (structural equation model)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรแฝง

ส่วนที่ 5 การทดสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยใช้สถิติ คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model) และใช้โปรแกรมลิสเรล เวอร์ชัน 8.52 เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถิติ สาเหตุที่เลือกใช้โมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

### สรุป

บทนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนการดำเนินการวิจัยที่ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพนั้นผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เจาะลึก พบว่า สอดคล้องและสนับสนุนกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณเป็นลำดับต่อไป ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหารที่ได้รับการรับรองคุณภาพอาหารฮาลาลด้วยการคำนวณค่าตัวอย่างโดยการประมาณค่าร้อยละและครอบคลุมขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ด้วยวิธีการของสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมลิสเรล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างหลายวิธีแบบอาศัยดำเนินการโดยใช้วิธีการสุ่มตามแนวคิดความน่าจะเป็น (probability) เข้าช่วยเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดี (สุชาติประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเองร่วมกับการส่งทางไปรษณีย์ร่วมด้วย ได้ข้อมูลตอบกลับเป็นจำนวน 495 ชุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ ผู้วิจัยรายงานผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) และใช้สถิติแบบพหุตัวแปร (multivariate statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดเบื้องต้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 6 ขั้นตอนตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับระดับอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารอิตาลีแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูลประกอบด้วยการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลตามข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมลิสเรล ซึ่งข้อตกลงเบื้องต้นเหล่านี้ประกอบด้วย ลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (normality) การตรวจสอบความแปรปรวนที่สม่ำเสมอ (constant variance) และความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (homoscedasticity) และการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม (linearity)

ตอนที่ 4 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) สำหรับการวิเคราะห์โมเดลการวัด (measurement model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (latent variable) รวมถึงการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity) และความตรงแบบแตกต่าง (discriminant validity)

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นแสดงอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารอิตาลีแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

โดยทำการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุด้วยโปรแกรมลิสเรล เวอร์ชัน 8.52  
ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**ตอนที่ 1**

**ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงดังตาราง

**ตาราง 15**

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	220	44.50
หญิง	275	55.50
	495	100.00
อายุ		
20-25 ปี	13	2.63
21-30 ปี	57	11.52
31-35 ปี	105	21.21
36-40 ปี	112	22.62
41-50 ปี	130	26.27
มากกว่า 46 ปี	78	15.76
รวม	495	100.00

## ตาราง 15 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดของกิจการ (เงินลงทุน)		
5 -10 ล้านบาท	112	22.62
11-15 ล้านบาท	240	48.48
16 ล้านบาทขึ้นไป	143	28.88
รวม	495	100.00
ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ		
1-5 ปี	119	24.04
6-10 ปี	275	55.50
11 ปีขึ้นไป	101	20.40
รวม	495	100.00

จากตาราง 15 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 495 คน

เป็นเพศชาย 222 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 เพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.27 รองลงมา ระหว่างอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.62 และน้อยที่สุดอยู่ระหว่าง 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.63

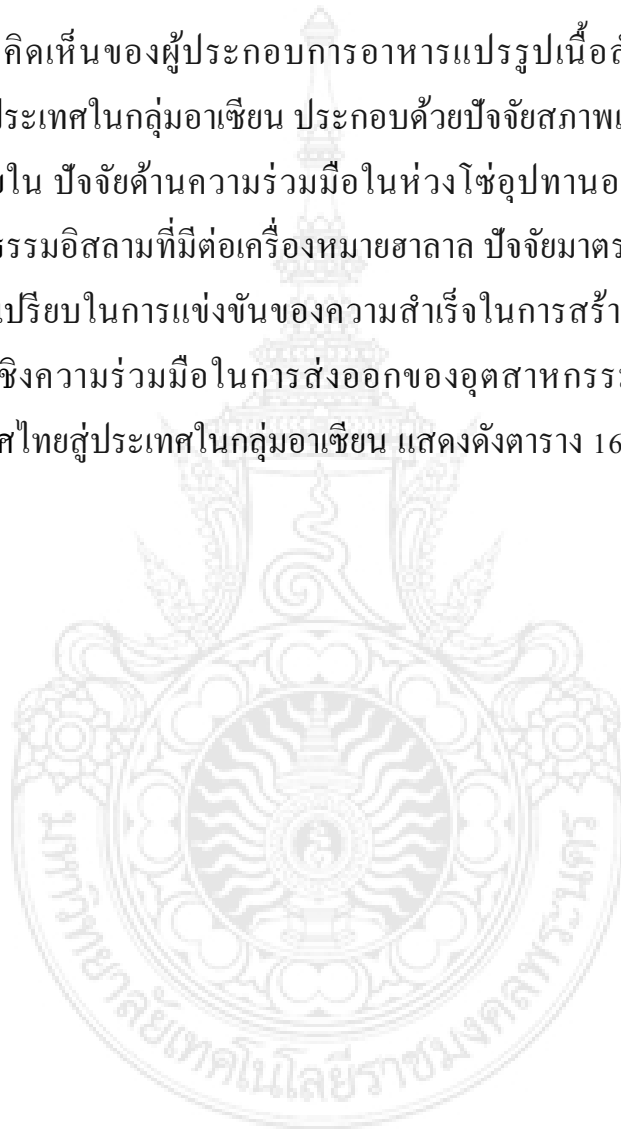
ขนาดของกิจการ (เงินลงทุนส่วนใหญ่มีเงินลงทุน 11-15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.48 และน้อยที่สุดขนาดกิจการ 5 -10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.62

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 24.04 และน้อยที่สุดมีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40

## ตอนที่ 2

ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ส่งออกฮาลาลของประเทศไทย  
ไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน

ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ส่งออกฮาลาลของประเทศไทยไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน แสดงดังตาราง 16



## ตาราง 16

ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

(n=495)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปล ความหมาย
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก</b>	<b>4.163</b>		
ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ	4.330	.574	ระดับสูง
ด้านสังคมและการเมือง	4.120	.687	ระดับสูง
การกำหนดนโยบายภาครัฐ	4.040	.520	ระดับสูง
<b>ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน</b>	<b>4.249</b>		
ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์	4.331	.540	ระดับสูง
ความพร้อมด้านกายภาพ	4.152	.604	ระดับสูง
ความพร้อมด้านการเงิน	4.191	.589	ระดับสูง
ความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต	4.324	.612	ระดับสูง
<b>ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน</b>	<b>4.115</b>	.675	ระดับสูง
<b>อาหารฮาลาล</b>			
ด้านความจงรักภักดี	4.327	.876	ระดับสูง
ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม	4.016	.899	ระดับสูง
ด้านความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วน	4.004	.519	ระดับสูง
<b>ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อ</b>	<b>4.312</b>		
<b>เครื่องหมายฮาลาล</b>			
ความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการ	4.561	.674	ระดับสูงมาก
เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ	4.339	.780	ระดับสูงมาก
ระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการ	4.035	.512	ระดับสูงมาก



ตาราง 16 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความหมาย
<b>มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล</b>	<b>4.302</b>	.618	ระดับสูงมาก
ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ	4.535	.640	ระดับสูงมาก
ความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล	4.326	.709	ระดับสูงมาก
การตรวจสอบย้อนกลับ	4.044	.591	ระดับสูง
<b>ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน</b>	<b>4.229</b>	.589	ระดับสูง
ประสิทธิภาพในการตอบสนองตลาด	4.336	.540	ระดับสูง
ประสิทธิภาพการดำเนินงาน	4.157	.574	ระดับสูง
ความเจริญเติบโตขององค์กร	4.194	.689	ระดับสูง
<b>ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง</b>	<b>4.119</b>	.856	ระดับสูงมาก
สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร	4.323	.576	ระดับสูง
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร	4.014	.599	ระดับสูง
ความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน	4.001	.519	ระดับสูง
ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลาม	4.122	.819	ระดับสูงมาก
มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาลฮาลาล	4.091	.857	ระดับสูงมาก
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	4.160	.557	ระดับสูง

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน พบว่า ในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งได้แก่ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูง

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูง

ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูง

ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาลมีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมาก

มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาลมีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมาก

ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมาก

ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนในระดับสูงมาก

## ตอนที่ 3

## การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติของข้อมูล

การตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้เทคนิคการวิเคราะห์พหุตัวแปร (multivariate analysis) สำหรับโมเดลสมการโครงสร้าง ได้แก่ (1) การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (2) การตรวจสอบความแปรปรวนที่สม่ำเสมอและความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย และ (3) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 14-17) นอกจากนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โมเดลการวัด ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ และความตรงแบบแตกต่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพหุตัวแปร การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลกับข้อตกลงเบื้องต้นของสถิตินั้นถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีตัวแปรหลายตัวนั้นหากตัวแปรมิคุณสมบัติไม่สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะพรางลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้น ส่งผลทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลอาจเกิดการผิดพลาดจากข้อมูลที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น โดยที่ผู้วิจัยไม่สามารถสังเกตได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 14) ดังนั้นข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติวิเคราะห์พหุตัวแปรสำหรับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง จำเป็นต้องมีการตรวจสอบข้อมูลว่าเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นดังต่อไปนี้

**การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (normality)**

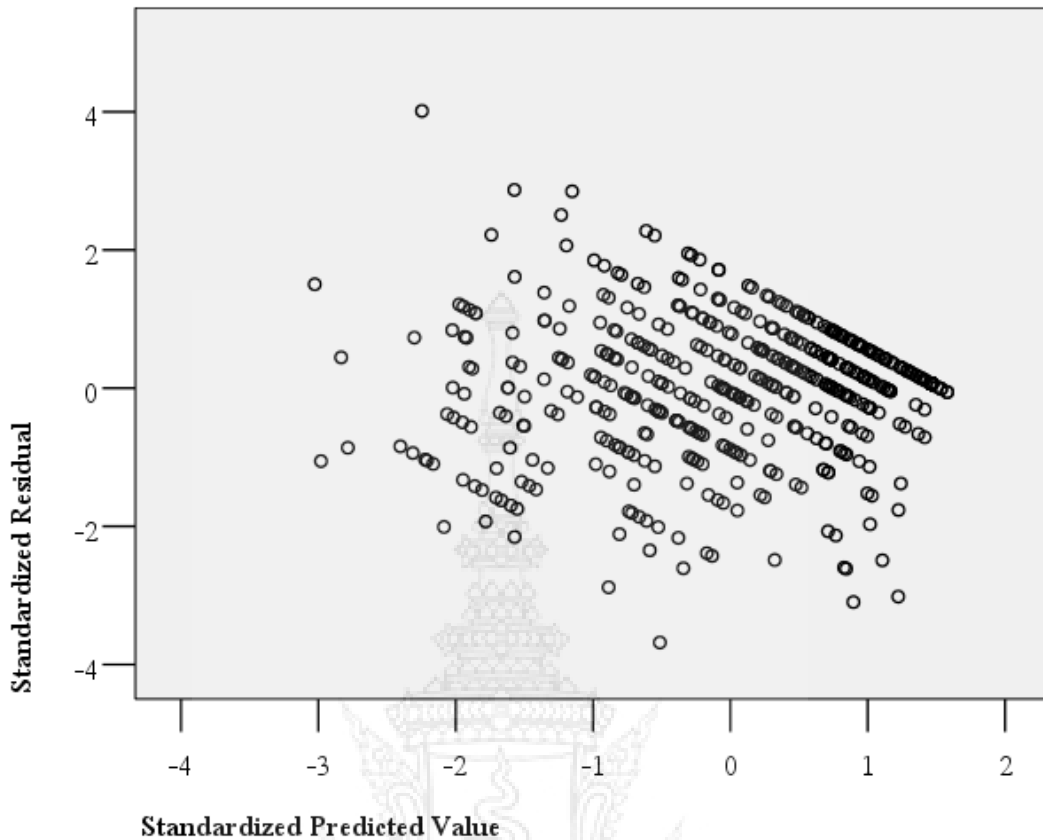
การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของการประมาณค่าของตัวแปร หรือความแกร่ง (robustness) ของการประมาณค่า สถิติวิเคราะห์ที่ใช้ในการทดสอบแบบ  $t$  และ  $F$  มีข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรต้องมีการแจกแจงแบบปกติ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 15) การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูลทำได้โดยการตรวจสอบแผนภาพกระจาย (scatter plot) ผลจากการวิเคราะห์แผนภาพกระจายของแต่ละตัวแปรพบว่า ได้เส้นตรงในแนวทแยง สรุปได้ว่าตัวแปร

แต่ละตัวมีลักษณะการแจกแจงแบบโค้งปกติ (Hair et al., 2006, p. 81; นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 15)

### การตรวจสอบความแปรปรวนที่สม่ำเสมอ (constant variance) และความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (homoscedasticity)

ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (homoscedasticity) ใช้กับการวิเคราะห์การถดถอย ซึ่งตัวแปรต้น และตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (metric variable) ลักษณะความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย หมายถึง คุณสมบัติของตัวแปรตามที่มีการกระจายไม่ต่างกันทุกค่าของตัวแปรต้น (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 16-17) วิธีการตรวจสอบทำได้โดยการสร้างแผนภาพการจัดกระจาย ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ (standardized residual) กับค่าพยากรณ์ (standardized predicted) เพื่อตรวจสอบความแปรปรวนที่สม่ำเสมอ และความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Pedhazur, 1997, pp. 36-37) โดยพิจารณาจากค่า standardized residual หากมีการกระจายตัวแบบสุ่ม โดยไม่มีการเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างมีแบบแผนจึงจะสรุปได้ว่ามีเอกพันธ์ของการกระจาย และมีความแปรปรวนที่สม่ำเสมอ (Hair et al., 2006, pp. 251-252)

จากภาพ 32 พบว่า ค่าเศษที่เหลือมีการกระจายอย่างไม่มีแบบแผน โดยไม่พบว่าค่าเศษที่เหลือมีรูปแบบแนวโน้มไปในทางมากขึ้นหรือลดลงอย่างมีแบบแผน สรุปได้ว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการมีเอกพันธ์ของการกระจาย และมีความแปรปรวนที่สม่ำเสมอ แสดงผลดัง ภาพ 4



ภาพ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ (standardized residual) กับค่าพยากรณ์ (standardized predicted value)

#### การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (linearity)

สถิติวิเคราะห์ทุกประเภทที่มีพื้นฐานการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันต้องมีข้อตกลงเบื้องต้นว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่เป็นแบบเส้นตรง วิธีการตรวจสอบทำได้โดยการตรวจสอบแผนภาพกระจาย (scatter plot) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ (standardized residual) กับตัวแปรอิสระแต่ละตัว (independent variable) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปร (J. C.-C. Lin & Lu, 2000, p. 203; นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 17) จากแผนภาพกระจายพบว่า ค่าเศษที่เหลือมีการกระจายอย่างไม่มีแบบแผนโดยไม่พบว่า ค่าเศษที่เหลือมีรูปแบบแนวโน้มไปในทางมากขึ้นหรือลดลงอย่างมีแบบแผน สรุปได้ว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

#### ตอนที่ 4

##### การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของแต่ละตัวแปรแฝง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โมเดลการวัด ของตัวแปรแฝง (latent variable) ที่เกิดจากการวัดโดยตัวแปรสร้าง (construct variable) ให้เป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากการสำรวจวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่า สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ และ ความตรงแบบแตกต่าง

ผู้วิจัยศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการอาหารฮาลาลส่งออกเป็นตัวแปรแฝงอันมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถวัดได้โดยตรง ประกอบด้วย (1) ตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (2) ตัวแปรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน (3) ตัวแปรปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล (4) ตัวแปรปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล (5) ตัวแปรปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (6) ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน และ (7) ตัวแปรตามความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้ตัวอย่างจำนวน 495 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงในรูปโมเดลการวัด (measurement model) ประกอบด้วยโมเดลการวัดตัวแปรแฝงนอก ได้แก่ โมเดลการวัดตัวแปรปัจจัย(1) ตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) (2) ตัวแปรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) (3) ตัวแปรปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล (CORR) (4) ตัวแปรปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELI) (5) ตัวแปรปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (QUALI) (6) ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน (QULE) และ (7) ตัวแปรตามความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน (SUCC)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์โมเดลการวัดของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรล โดยการตรวจสอบมิติของตัวแปร 3 มิติ ได้แก่ มิติความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ (GRO) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้มีติด้านสังคมและการเมือง (SOC) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถามและมิติการกำหนดนโยบายภาครัฐ (PRO) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม รวมข้อคำถาม 12 ข้อ

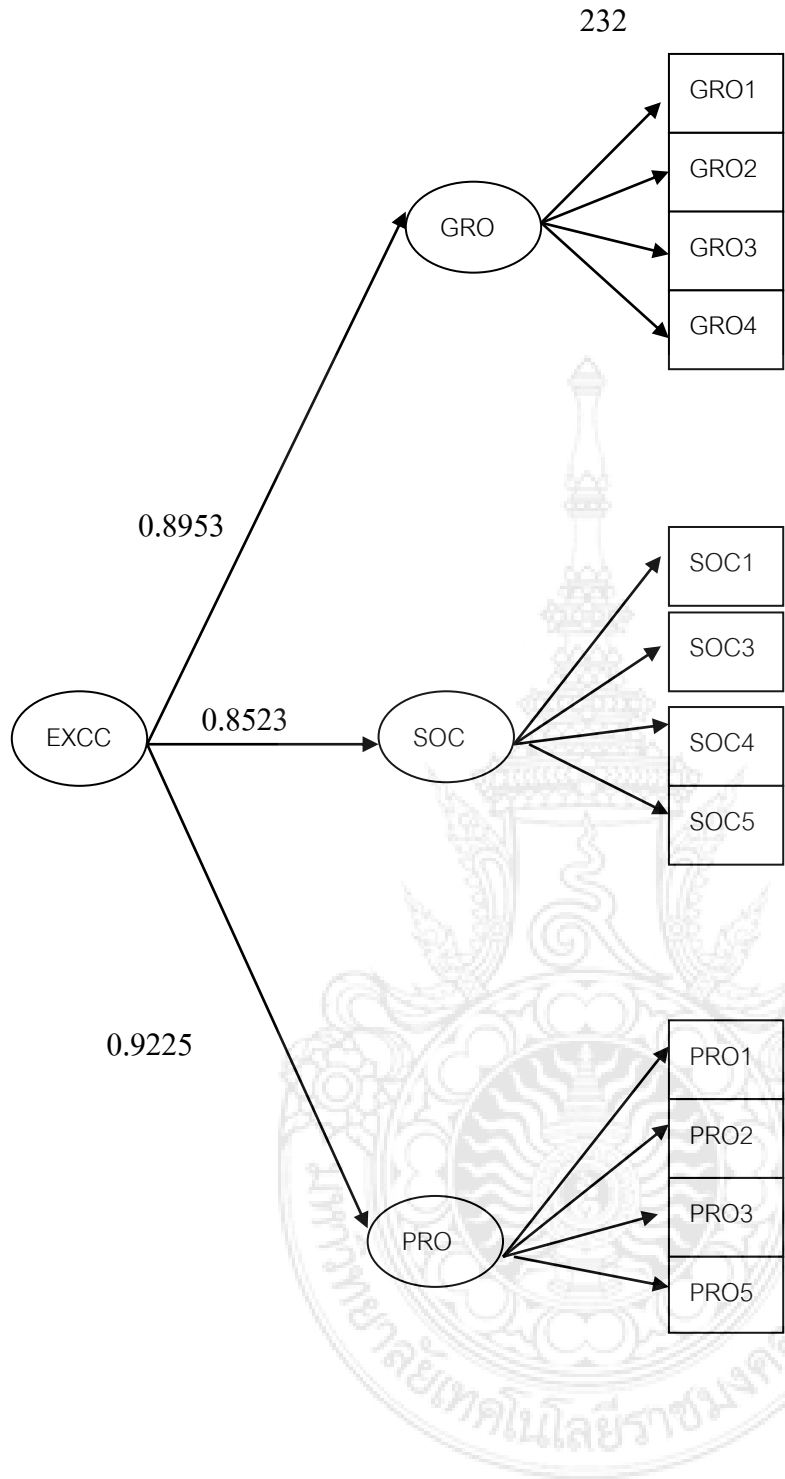
ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยเฉพาะในส่วนของโมเดลการวัด มีข้อตกลงที่ยอมรับให้ความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันได้ ซึ่งตรงกับสภาพความเป็นจริง หลังจากทำการปรับโมเดลพบว่า โมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 5.40 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 3 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (relative chi-square) ซึ่งหาได้จากสมการ  $\chi^2/df$  มีค่าเท่ากับ 1.80 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือต้องมีค่าไม่เกิน 2 (ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ และสมชาติ สว่างเนตร, 2535, หน้า 41; สุกมาศ อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์, 2548, หน้า 97) โดย RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.040 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, กรรณิการ์ สุขเกษม, โสภิต พ่องเสรี และถนอมรัตน์ ประสิทธิ์เมตต์, 2549, หน้า 208; สุกมาศ อังศุโชติ และคนอื่น ๆ, 2548, หน้า 97) ขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.997 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือต้องมากกว่า 0.9 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่า 0.976 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือต้องมีค่ามากกว่า 0.9 (ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ และสมชาติ สว่างเนตร, 2535, หน้า 41-42; สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคนอื่น ๆ, 2549, หน้า 214)

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) พบว่า ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือมีค่ามากกว่า 0.5 (Hair et al., 2006, pp. 777, 779) เมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปร (construct reliability หรือ CR) พบว่า ทุกค่าผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่ว่าค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรต้องมีค่าน้อย 0.6 (Hair et al., 2006, p. 778) เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปรแฝงของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกพบว่า ค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบผ่านเกณฑ์ โดยความเที่ยงเชิงโครงสร้างมีค่า 0.92 และค่า variance extracted (VE) มีค่า 0.85 ซึ่งผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดที่ VE ควรมีค่ามากกว่า 0.5 (Hair et al., 2006, pp. 777, 779) รายละเอียดดูได้จากตาราง 18 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง โมเดลการวัดของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก แสดงดังรูปภาพที่ 5







ภาพ 5 ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงย้ันย้ันของโมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยด้ำนสภาพแวดล้อมภายนอก

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ด้วยโปรแกรมลิสเรล ประกอบด้วยการวิเคราะห์ในแต่ละมิติที่ประกอบกันเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ผลการวิเคราะห์แสดงดังตาราง 17

ตาราง 17

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์	
	loading	SE	t-value	ความเที่ยง(R <sup>2</sup> )
การเติบโตเศรษฐกิจ(GRO)	0.89	0.05	18.67	0.84
GRO1	0.82	-	-	0.67
GRO2	0.96	0.04	26.11	0.91
GRO3	0.90	0.04	24.96	0.81
GRO4	0.87	0.03	24.46	0.83
สังคมและการเมือง (SOC)	0.75			0.85
SOC1	0.96	-	-	0.92
SOC 3	0.78	0.04	18.40	0.60
SOC4	0.68	0.05	15.58	0.76
SOC5	0.59	0.08	18.03	0.87
นโยบายภาครัฐ (PRO)	0.83			0.86
PRO1	0.78	-	-	0.61
PRO2	0.78	0.03	23.05	0.60

ตาราง 17 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าสัมประสิทธิ์		
	loading	SE	t-value	ความเที่ยง(R <sup>2</sup> )
นโยบายภาครัฐ (PRO)				
PRO3	0.82	-	-	0.67
PRO5	0.96	0.04	26.11	0.91

จากภาพ 7 และตาราง 18 โมเดลการวัดปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นโมเดลระบุค่าจำเพาะค่าเดียวได้พอดี (just identify) ในส่วนของน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) SOC มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.92 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนค่าความเที่ยง (R<sup>2</sup>) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม (communalities) พบว่า PRO มีค่า R<sup>2</sup> มากที่สุดเท่ากับ 0.92

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับตัวแปรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์คือมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.6 และค่า variance extracted ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5

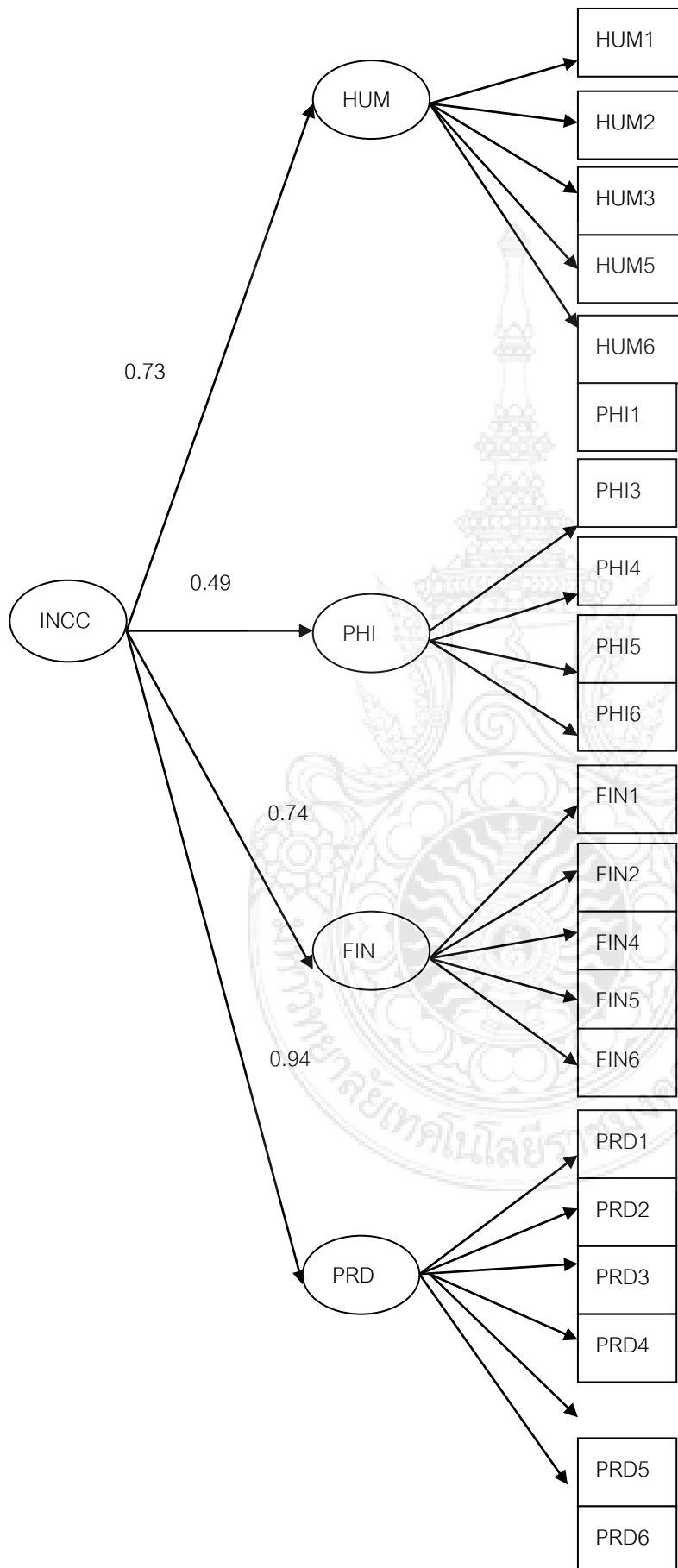
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์โมเดลการวัดของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรลโดยการตรวจสอบมิติของตัวแปร 4 มิติ ได้แก่ มิติความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ (HUM) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ และ HUM 6 มิติความพร้อมด้านกายภาพ (PHI) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้มิติความพร้อมด้านการเงิน (FIN) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อ

คำถาม มิตีความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต (PRD) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถามทั้งสิ้น 19 ข้อ

ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยมีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 191.44 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 101 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์หาได้จากสมการ  $\chi^2/df$  มีค่าเท่ากับ 1.90 โดย RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.043 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.961 และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่า 0.926

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ข้อคำถาม HUM4 และ HUM7 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่าเกณฑ์ คือมีค่าน้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยจึงทำการตัดข้อคำถามทั้งสองออกจากการวัดตัวแปร HUM หลังจากนั้นเมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรพบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยที่ความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ HUM มีค่าเท่ากับ 0.77, PHI มีค่าเท่ากับ 0.87, FIN มีค่าเท่ากับ 0.84 และ PRD มีค่าเท่ากับ 0.62 เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปรแฝงของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยจากการคำนวณพบว่า ความเที่ยงเชิงโครงสร้างมีค่าเท่ากับ 0.95 ซึ่งผ่านเกณฑ์ และค่า variance extracted (VE) มีค่าเท่ากับ 0.80 ซึ่งผ่านเกณฑ์

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดเต็มรูปแบบของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วยตัวแปรย่อย HUM, PHI, FIN และ PRD แสดงดัง ภาพ 6



**ภาพ 6** ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของโมเดลการวัดตัวแปร ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน (INCC)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในด้วยโปรแกรมลิสเรล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ในแต่ละมิติที่ประกอบกันเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน และข้อคำถามที่ประกอบขึ้นเป็นแต่ละมิติ ผลการวิเคราะห์แสดงดังตาราง 18

**ตาราง 18**

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายใน

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์	
	loading	SE	t-value	ความเที่ยง(R <sup>2</sup> )
ทรัพยากรมนุษย์(HUM)	0.76	0.04	18.37	0.91
HUM1	0.84	-	-	0.61
HUM2	0.76	0.04	20.23	0.60
HUM3	0.75	0.05	14.36	0.45
HUM5	0.74	0.05	14.98	0.52
HUM6	0.70	0.05	15.24	0.50
ด้านกายภาพ(PHI)	0.71	0.04	12.09	0.64
PHI1	0.74	-	-	0.38
PHI 3	0.76	0.07	14.13	0.45
PHI4	0.85	0.11	11.81	0.46
PHI5	0.65	0.10	12.61	0.55
PHI6	0.54	0.09	13.51	0.70
การเงิน (FIN)	0.76	0.04	18.34	0.90
FIN1	0.84	-	-	0.61
FIN2	0.79	0.04	20.23	0.60
FIN4	0.75	0.05	14.36	0.45
FIN5	0.74	0.05	14.98	0.52
FIN6	0.70	0.05	14.24	0.50

ตาราง 18 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ			ค่าสัมประสิทธิ์
	loading	SE	t-value	
เทคโนโลยีการผลิต (PRD)	0.68	0.07	15.59	0.95
PRD1	0.59	-	-	0.34
PRD2	0.60	0.04	16.92	0.35
PRD3	0.65	0.05	13.66	0.40
PRD4	0.53	0.04	12.83	0.26
PRD5	0.96	0.08	12.34	0.92
PRD6	0.74	0.05	13.57	0.53

จากภาพ 7 และตาราง 18 โมเดลปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในเป็นโมเดลระบุค่าจำเพาะค่าเดียวได้พอดีในส่วนของน้ำหนักองค์ประกอบ PHI มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.85 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกระดับส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม พบว่า PHR มีค่า  $R^2$  มากที่สุดเท่ากับ 0.95

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายในพบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยผู้วิจัยทำการตัดข้อคำถามบางข้อออกจากโมเดลการวัด ที่เหลือมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์คือมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.6 และค่า variance extracted ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล (CORR) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์โมเดลการวัดของปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรล โดยการตรวจสอบมิติของตัวแปร 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านความจงรักภักดี

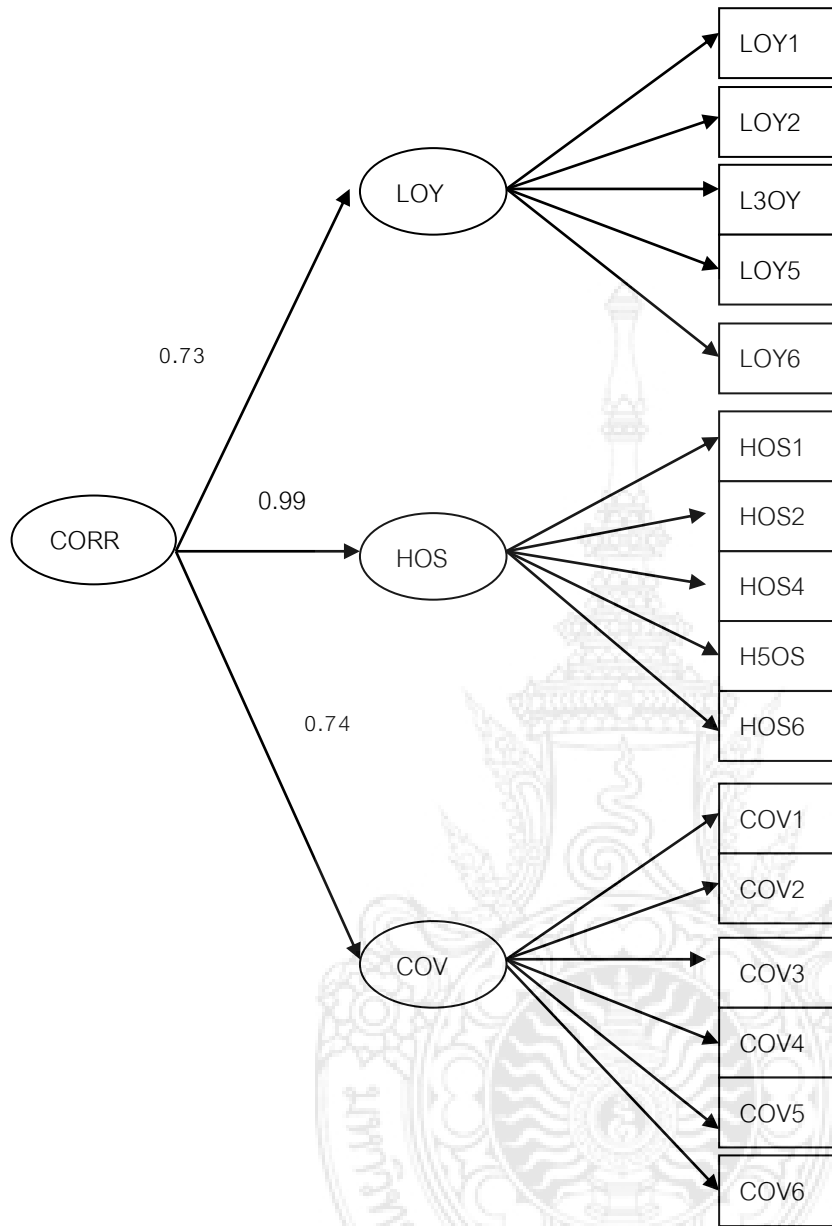
(LOY) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม ด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม และมีติความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้า (COV) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม รวม 16 ข้อ

ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยมีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 6.98 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 7 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ได้จากสมการ  $\chi^2/df$  มีค่าเท่ากับ 0.997 โดย RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.000 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจาก ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.983 และ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่า 0.996

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรพบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยที่ความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ LOY มีค่าเท่ากับ 0.90 HOS มีค่าเท่ากับ 0.90 และ COV มีค่าเท่ากับ 0.83 เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปรแฝงของปัจจัยสังคมพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ COV ผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยจากการคำนวณพบว่า ความเที่ยงเชิงโครงสร้างของปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีค่าเท่ากับ 0.97 ซึ่งผ่านเกณฑ์ และค่า variance extracted (VE) มีค่าเท่ากับ 0.95 ซึ่งผ่านเกณฑ์ รายละเอียดดูได้จากตาราง 19

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดเต็มรูปแบบของปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ประกอบด้วย LOY, HOS และ COV แสดงดัง ภาพ 7





ภาพ 7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปร ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล (CORR)

โปรแกรมลิสมรล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ในแต่ละมิติที่ประกอบกันเป็นปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล และข้อคำถามที่ประกอบขึ้นเป็นแต่ละมิติ ผลการวิเคราะห์แสดงดังตาราง 19

## ตาราง 19

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านห่วงโซ่อุปทาน

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์	
	loading	SE	t-value	ความเที่ยง(R <sup>2</sup> )
ความจงรักภักดี(LOY)	0.63	0.04	18.37	0.91
LOY1	0.84	-	-	0.61
LOY2	0.76	0.04	20.23	0.60
LOY3	0.75	0.05	14.36	0.45
LOY5	0.74	0.05	14.98	0.52
LOY6	0.70	0.05	15.24	0.50
ความซื่อสัตย์คุณธรรม (HOS)	0.53	0.04	12.09	0.64
HOS1	0.74	-	-	0.38
HOS 2	0.65	0.07	14.13	0.45
HOS4	0.53	0.11	11.81	0.46
HOS5	0.56	0.10	12.61	0.55
HOS6	0.71	0.09	13.51	0.70
เชื่อมั่นหุ้นส่วน (COV)	0.76	0.04	18.34	0.90
COV1	0.84	-	-	0.61
COV2	0.79	0.04	20.23	0.60
COV3	0.75	0.05	14.36	0.45
COV4	0.74	0.05	14.98	0.52
COV5	0.70	0.05	14.24	0.50
COV6	0.71	0.05	13.25	0.58

จากภาพ 7 และตาราง 19 โมเดลการวัดปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารสากลเป็นโมเดลระบุค่าจำเพาะค่าเดียวได้พอดี ในส่วนของน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า HOS มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.99 และ LOY มีค่าเท่ากับ 0.93 เมื่อ

พิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม พบว่า LOY มีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.91

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัย ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลพบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์คือมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.6 และค่า variance extracted ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELI) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

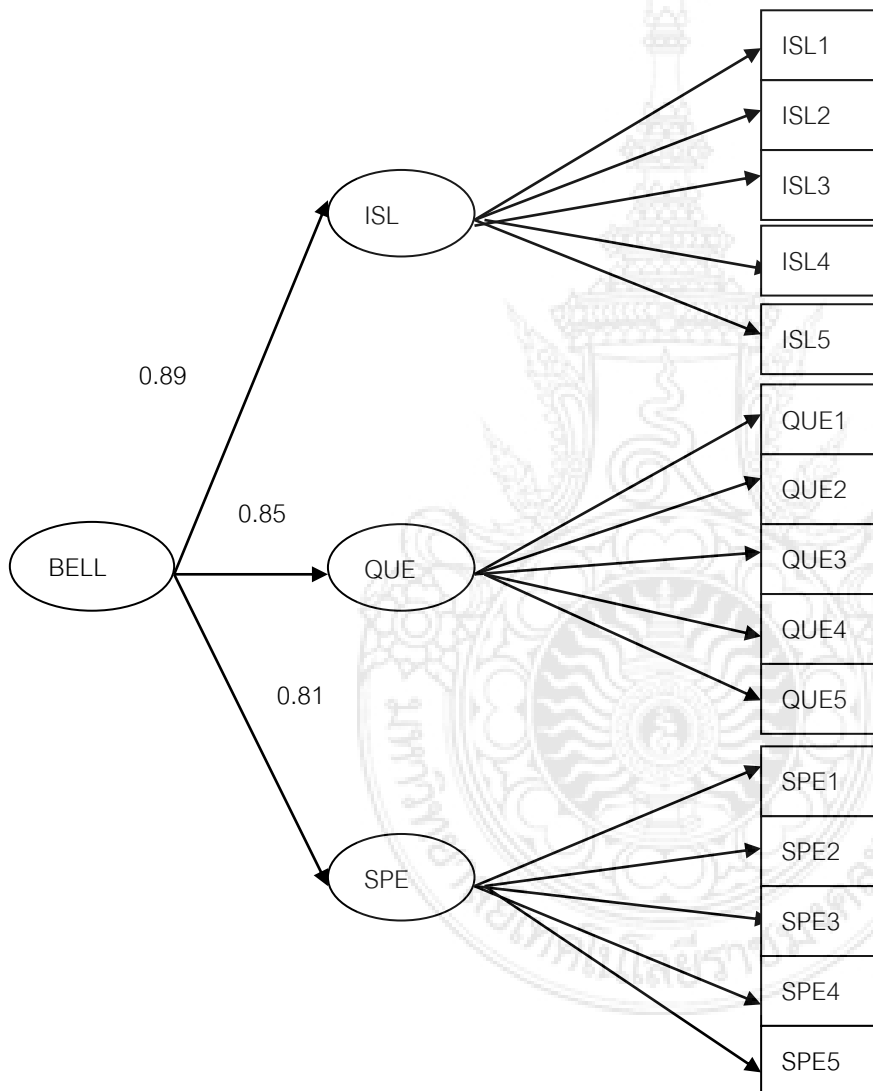
การวิเคราะห์โมเดลการวัดของปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELL) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองด้วยโปรแกรมลิสเรล โดยการตรวจสอบมิติของตัวแปร 3 มิติ ได้แก่ มิติความเชื่อมั่นต่อความสะอาดต่อหลักการศาสนาอิสลาม (ISL) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ มิติเชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ (QUE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ และมิติการระบุนายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม (SPE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม รวม 15 ข้อ

ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยมีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 473.27 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 241 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ได้จากสมการ  $\chi^2/df$  มีค่าเท่ากับ 1.96 โดย RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.044 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.93 และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่า 0.90

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรพบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยที่ความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ ISL มีค่าเท่ากับ 0.79 เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปรแฝงปัจจัยความเชื่อทาง

วัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล(BELL) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยพบว่า ความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ มีค่าเท่ากับ 0.97 ซึ่งผ่านเกณฑ์ และค่า variance extracted (VE) มีค่าเท่ากับ 0.88 ซึ่งผ่านเกณฑ์ รายละเอียดดูได้จากตาราง 20

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองโมเดลการวัดเต็มรูปแบบของปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ประกอบด้วย ISL, QUE และ SPE แสดงดัง ภาพ 8



ภาพ 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELL)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ด้วยโปรแกรมลิสเรล ประกอบด้วยการวิเคราะห์ในแต่ละมิติที่ประกอบกันเป็นปัจจัย ที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาลและข้อคำถามที่ประกอบขึ้นเป็นแต่ละมิติ ผลการวิเคราะห์แสดงดังตาราง 20

## ตาราง 20

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์		ความเที่ยง(R <sup>2</sup> )
	loading	SE	t-value		
ความเชื่อฮาลาล(BELI)	0.78	0.05	18.91		0.78
ISL1	0.83	-	-		0.68
ISL2	0.76	0.04	17.60		0.58
ISL3	0.80	0.03	19.55		0.64
ISL4	0.80	0.03	19.38		0.64
ISL5	0.70	0.05	15.24		0.50
กระบวนกรคุณภาพ (QUE)	0.71	0.05	16.50		0.73
QUE1	0.77	-	-		0.60
QUE2	0.67	0.04	13.93		0.45
QUE3	0.61	0.03	12.89		0.37
QUE4	0.72	0.04	13.32		0.51
QUE5	0.78	0.05	17.41		0.54
หลักอิสลาม (SPE)	0.78	0.05	17.41		0.65
SPE1	0.84	-	-		0.70
SPE2	0.80	0.03	20.20		0.64
SPE3	0.82	0.03	20.67		0.67
SPE4	0.74	0.04	16.11		0.55
SPE5	0.70	0.05	14.24		0.50

จากภาพ 8 และตาราง 20 โมเดลการวัดปัจจัยความพึงพอใจเป็นโมเดลระบุค่าจำเพาะค่าเดียวได้พอดี ในส่วนของน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ความเชื่อเครื่องหมายฮาลาล BELI มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.78 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม พบว่า BELI มีค่า  $R^2$  มากที่สุดเท่ากับ 0.78

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยผู้วิจัยทำการตัดข้อคำถามบางตัวออกเนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อย 0.5 ที่เหลือมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์คือมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.6 และค่า variance extracted ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5

**ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (QULI) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์**

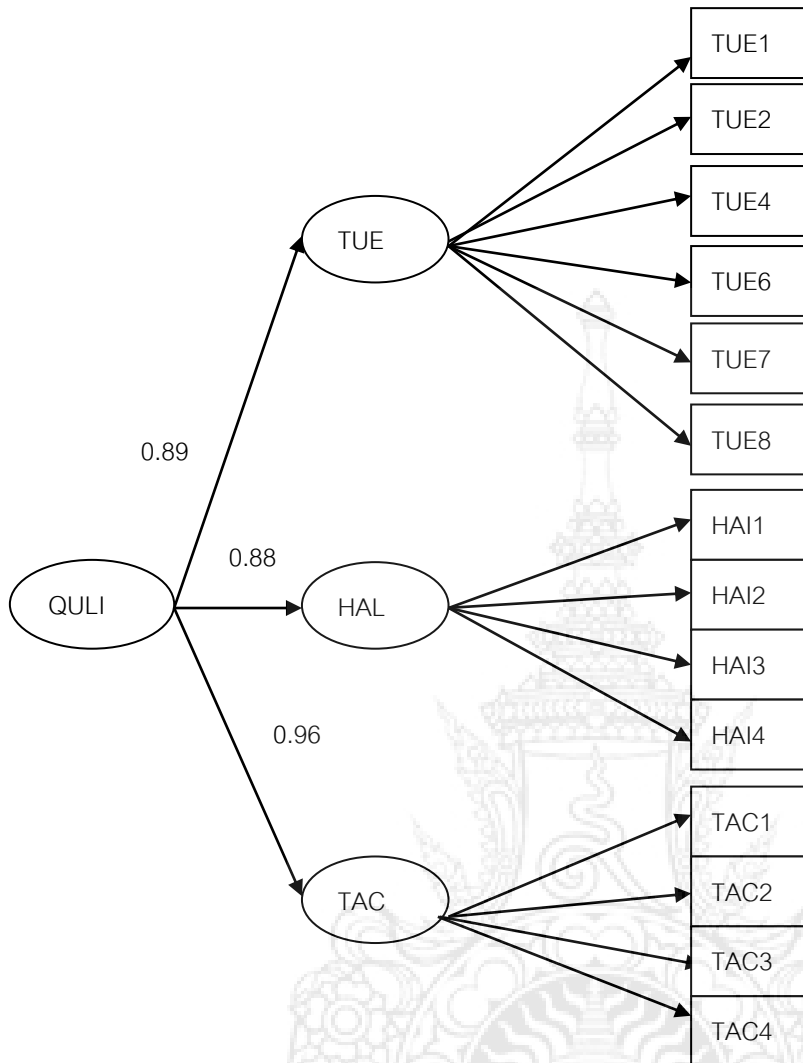
การวิเคราะห์โมเดลการวัดของปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (QULI) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองด้วยโปรแกรมลิสเรล โดยการตรวจสอบมิติของตัวแปร 3 มิติ ได้แก่ มิติความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ (TUE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม มิติความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล (HAL) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม มิติการตรวจสอบย้อนกลับ (TAC) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม รวม 14 ข้อ

ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยมีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 194.83 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 194 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์หาได้จากสมการ  $\chi^2/df$  มีค่าเท่ากับ 1.00 โดย RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.003 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.971 และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่า 0.947

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรพบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ TUE มีค่าเท่ากับ 0.95 HAL มีค่าเท่ากับ 0.94 และ TAC มีค่าเท่ากับ 0.92 เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปรแฝงของปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล (QULI) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ QULI มีค่าเท่ากับ 0.96 ซึ่งผ่านเกณฑ์ และค่า variance extracted (VE) มีค่าเท่ากับ 0.83 ซึ่งผ่านเกณฑ์ รายละเอียดดูได้จากตาราง 20

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดเต็มรูปแบบของ QULI ประกอบด้วย TUE, HAL และ TAC แสดงดัง ภาพ 9





**ภาพ 9** ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยมาตรฐาน  
คุณภาพตราฮาลาล (QULI)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ด้วยโปรแกรมลิสเรล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ในแตละมิติที่ประกอบกันเป็นปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล และข้อคำถามที่ประกอบขึ้นเป็นแตละมิติ ผลการวิเคราะห์แสดงดังตาราง



## ตาราง 21

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ			ค่าสัมประสิทธิ์
	loading	SE	t-value	
มาตรฐานฮาลาล(TUE)	0.79	0.05	17.91	0.89
TUE1	0.83	-	-	0.68
TUE2	0.75	0.04	17.00	0.58
TUE4	0.82	0.03	18.05	0.62
TUE6	0.83	0.03	19.18	0.64
TUE7	0.70	0.05	15.14	0.59
TUE8	0.85	0.05	16.54	0.74
ความเชื่อถือฮาลาล (HAL)	0.75	0.05	17.01	0.78
HAL1	0.67	-	-	0.57
HAL2	0.82	0.03	18.44	0.68
HAL3	0.72	0.03	19.98	0.78
HAL4	0.78	0.04	18.14	0.63
การตรวจสอบย้อนกลับ (TAC)	0.76	0.05	17.77	0.91
TAC1	0.74	-	-	0.55
TAC2	0.80	0.04	19.70	0.63
TAC3	0.82	0.03	14.23	0.40
TAC4	0.74	0.04	16.02	0.55

จากภาพ 9 และตาราง 21 โมเดลการวัดปัจจัยคุณภาพมาตรฐานฮาลาล เป็นโมเดลระบุค่าจำเพาะค่าเดียวได้พอดี ในส่วนของน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า TUE มีค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.79 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม พบว่า TAC มีค่า  $R^2$  มากที่สุดเท่ากับ 0.89

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์คือมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.6 และค่า variance extracted ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5

**ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน (QULE) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์**

การวิเคราะห์โมเดลการวัดของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน (QULE) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองด้วยโปรแกรมลิสเรล โดยการตรวจสอบมิติของตัวแปร 3 มิติ ได้แก่ มิติประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด (MRE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม มิติประสิทธิภาพการดำเนินงาน (OPE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม มิติความเจริญเติบโตขององค์กร (GRE) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม รวม 17 ข้อ

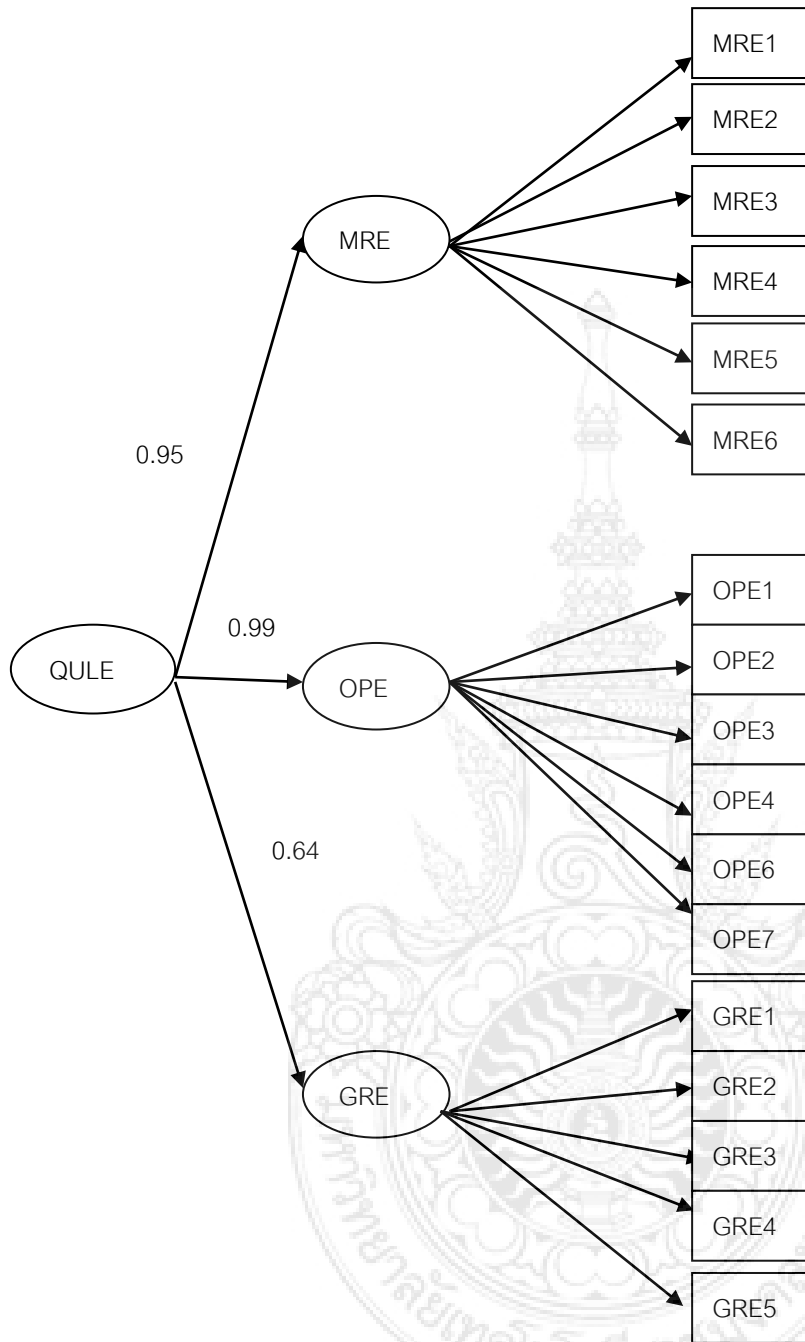
ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยมีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 194.83 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 194 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ได้จากสมการ  $\chi^2/df$  มีค่าเท่ากับ 1.00 โดย RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.003 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.971 และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่า 0.947

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปร พบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ MRE มีค่าเท่ากับ 0.95 OPE มีค่าเท่ากับ 0.94 และ GRE มีค่าเท่ากับ 0.92 เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปรแฝงของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน (QULE) พบว่า ค่า

น้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยความเที่ยงเชิงโครงสร้างของ QULI มีค่าเท่ากับ 0.96 ซึ่งผ่านเกณฑ์ และค่า variance extracted (VE) มีค่าเท่ากับ 0.83 ซึ่งผ่านเกณฑ์ รายละเอียดดูได้จากตาราง 21

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง โมเดลการวัดเต็มรูปแบบของ QULI ประกอบด้วย TUE, HAL และ TAC แสดงดัง ภาพ 10





ภาพ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยความ  
ได้เปรียบในการแข่งขัน (QULE)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ด้วยโปรแกรมลิสเรล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ในแต่ละมิติที่ประกอบกันเป็นปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และข้อคำถามที่ประกอบขึ้นเป็นแต่ละมิติ ผลการวิเคราะห์แสดงดังตาราง 22

## ตาราง 22

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์		ความเที่ยง(R <sup>2</sup> )
	loading	SE	t-value		
ประสิทธิภาพตลาด(MRE)	0.66	0.06	16.21		0.91
MRE1	0.69	-	-		0.48
MRE2	0.55	0.03	14.81		0.30
MRE3	0.64	0.04	13.03		0.41
MRE4	0.67	0.05	13.56		0.45
MRE5	0.76	0.04	14.43		0.57
MRE5	0.66	0.05	14.56		0.46
การดำเนินงาน (OPE)	0.78	0.05	20.04		0.99
OPE1	0.78	-	-		0.61
OPE2	0.78	0.03	23.05		0.60
OPE3	0.79	0.03	21.75		0.63
OPE4	0.78	0.05	18.94		0.62
OPE6	0.81	0.03	19.74		0.66
OPE7	0.79	0.04	18.34		0.62

ตาราง 22 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ			ค่าสัมประสิทธิ์
	loading	SE	t-value	
ความเค็มโตองค์กร (GRE)	0.73	0.06	11.32	0.89
GRE1	0.53	-	-	0.28
GRE2	0.86	0.07	12.59	0.58
GRE3	0.75	0.07	10.32	0.48
GRE4	0.82	0.08	18.34	0.91
GRE5	0.67	0.04	13.09	0.72

จากภาพ 10 และตาราง 22 โมเดลการวัดปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เป็นโมเดลระบุค่าจำเพาะค่าเดียวได้พอดี ในส่วนของน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า OPE มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.78 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกลัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม พบว่า OPE มีค่า  $R^2$  มากที่สุดเท่ากับ 0.99 รองลงมาคือ GRE มีค่าเท่ากับ 0.91 RIP และน้อยที่สุดคือ GRE มีค่าเท่ากับ 0.89

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ปัจจัยความเชื่อถือไว้วางใจพบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยไม่มีการตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์คือมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.6 และค่า variance extracted ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5

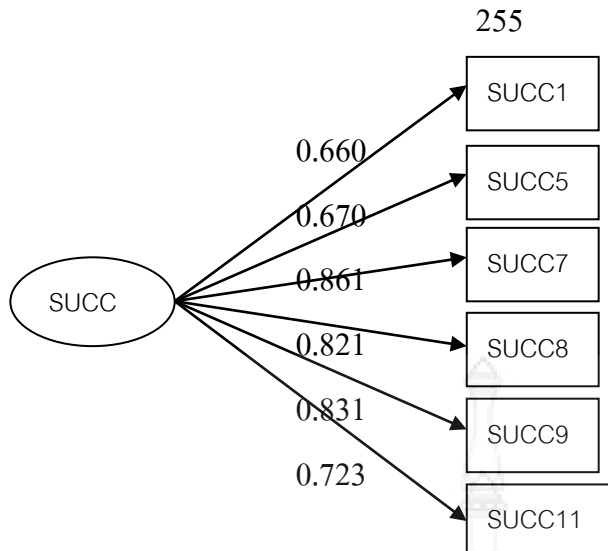
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน (SUCC) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์โมเดลการวัดอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน (SUCC) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้วยโปรแกรมลิสเรล โดยการตรวจสอบข้อคำถาม 6 ข้อ ได้แก่ ข้อคำถาม SUCC1, SUCC5, SUCC7, SUCC8, SUCC9 และ SUCC11

ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลการวัดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยมีค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 1.01 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 5 ส่งผลให้ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ได้จากสมการ  $\chi^2/df$  มีค่าเท่ากับ 0.20 โดย RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.000 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่า 0.997

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า ทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5 เมื่อพิจารณาความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรพบว่า ผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยที่ความเที่ยงเชิงโครงสร้างของอิทธิพลที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนมีค่าเท่ากับ 0.89 ซึ่งผ่านเกณฑ์ และค่า variance extracted (VE) มีค่าเท่ากับ 0.58 ซึ่งผ่านเกณฑ์ รายละเอียดดูได้จากตาราง 22

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลการวัดเต็มรูปแบบของอิทธิพลที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วย ข้อคำถาม SUCC1 SUCC5, SUCC7, SUCC8, SUCC9 และ SUCC11 แสดงดัง ภาพ 11



**ภาพ 11** ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน (SUCC)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ในแต่ละข้อคำถามที่ประกอบของอิทธิพลที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปฮาลาล



## ตาราง 23

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานแปรรูปเนื้อสัตว์ฮาลาล

ตัวแปร/ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์	
	loading	SE	t-value	ความเที่ยง ( $R^2$ )
SUCC1	0.66	0.04	15.50	0.43
SUCC5	0.67	0.04	16.12	0.45
SUCC7	0.86	0.04	23.07	0.74
SUCC8	0.82	0.04	21.42	0.67
SUCC9	0.83	0.04	21.62	0.69
SUCC11	0.72	0.04	17.42	0.51

จากภาพ 11 และตาราง 23 โมเดลการวัดอิทธิพลที่มีต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นโมเดลระบุค่าจำเพาะค่าเดียวได้พอดีในส่วน of น้ำหนักองค์ประกอบ ข้อคำถาม SUCC7 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ DEC9 มีค่าเท่ากับ 0.83 SUCC8 มีค่าเท่ากับ 0.82 SUCC11 มีค่าเท่ากับ 0.72 SUCC5 มีค่าเท่ากับ 0.67 และน้อยที่สุดคือ SUCC1 มีค่าเท่ากับ 0.66 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนค่าความเที่ยง ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวมพบว่า ข้อคำถาม SUCC7 มีค่า  $R^2$  มากที่สุดเท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ SUCC9 มีค่าเท่ากับ 0.83, SUCC8 มีค่าเท่ากับ 0.82, SUCC11 มีค่าเท่ากับ 0.72, SUCC5 มีค่าเท่ากับ 0.67 และน้อยที่สุดคือ SUCC1 มีค่าเท่ากับ 0.66

สรุปผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากทำการปรับโมเดล โดยไม่มี

การตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากโมเดลการวัด ค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกค่าผ่านเกณฑ์คือมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปรทุกค่าผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.6 และค่า variance extracted ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์ คือมีค่ามากกว่า 0.5

### การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity) เป็นรายการหรือตัวชี้วัดที่มีความแปรปรวนร่วมกันเพื่อตรวจสอบว่ารายการหรือตัวชี้วัดเหล่านี้วัดตัวแปรเดียวกัน วิธีการวัดความตรงแบบรวมศูนย์มีข้อกำหนด 3 ประการดังนี้ (Hair et al., 2006, pp. 776-778)

1) น้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) หากค่าของน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าสูง แสดงให้เห็นถึงการมีจุดศูนย์รวมร่วมกันสูง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบควรมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบคู่ได้จากค่า lambda-X หรือ lambda-Y จากหัวข้อ completely standardized solution ใน output file ของ lisrel

2) variance extracted (VE) ค่าที่ยอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป  
คำนวณได้จากสมการ

$$VE = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n}$$

VE = variance extracted ของแต่ละตัวแปร

$\lambda_i$  = น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized factor loading) หรือก็คือค่า lambda-X หรือ lambda-Y จาก completely standardized solution ใน output file ของ lisrel

n = จำนวนข้อคำถามที่วัดตัวแปร

3) ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (construct reliability) ค่าที่ยอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป คำนวณได้จากสมการ

$$CR = \frac{\left( \sum_{i=1}^n \lambda_i \right)^2}{\left( \sum_{i=1}^n \lambda_i \right)^2 + \left( \sum_{i=1}^n \delta_i \right)}$$

CR = ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของตัวแปร (construct reliability)

$\lambda_i$  = น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized factor loading) หรือก็คือ

ค่า lambda-X หรือ lambda-Y จาก completely standardized solution

ใน output file ของ lisrel

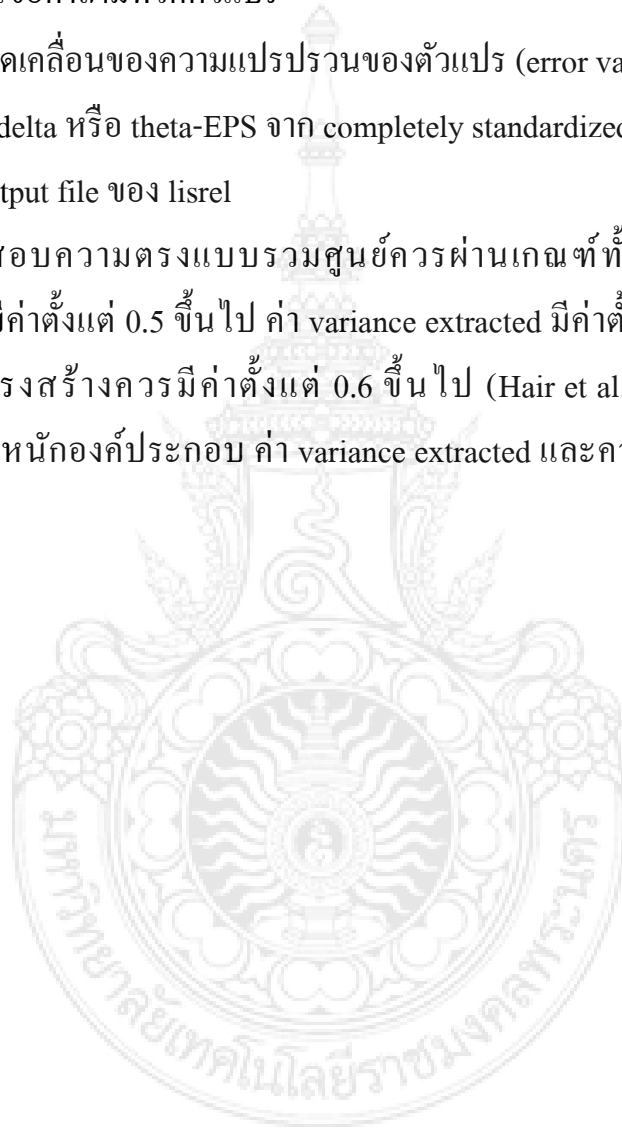
n = จำนวนข้อคำถามที่วัดตัวแปร

$\delta_i$  = ค่าคลาดเคลื่อนของความแปรปรวนของตัวแปร (error variance) หรือก็คือค่า

theta-delta หรือ theta-EPS จาก completely standardized solution

ใน output file ของ lisrel

การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ควรผ่านเกณฑ์ทั้ง 3 ข้อคือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่า variance extracted มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Hair et al., 2006, pp. 777-779) รายละเอียดของน้ำหนักองค์ประกอบ ค่า variance extracted และความเที่ยงเชิงโครงสร้างแสดงในตาราง 24



## ตาราง 24

ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Lambda X ( $\lambda_i$ )	theta- delta ( $\delta_i$ )	variance extracted (VE)	construct reliability (CR)
EXCC	GRO	0.16	0.16	0.85	0.92
	SOC	0.15	0.15		
	PRO	0.16	0.15		
GRO	GRO1	0.33	0.33	0.92	
	GRO2	0.09	0.09		
	GRO3	0.19	0.19		
	GRO4	0.15	0.15		
	GRO5	0.16	0.16		
	GRO6	0.09	0.19		
SOC	SOC1	0.94	0.11	0.81	0.95
	SOC3	0.95	0.90		
	SOC4	0.87	0.25		
	SOC5	0.80	0.36		
	SOC6	0.92	0.16		
	SOC7	0.76	0.25		
	PRO	PRO1	0.58		
PRO2		0.59	0.65		
PRO3		0.59	0.65		
PRO5		0.64	0.60		

ตาราง 24 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Lambda X ( $\lambda_i$ )	theta- delta ( $\delta_i$ )	variance extracted (VE)	construct reliability (CR)
	PRO6	0.51	0.74		
	PRO7	0.96	0.08		
	PRO8	0.73	0.47		
INCC	HUM	0.90	0.11		
	PHI	0.95	0.09		
	FIN	0.87	0.25		
	PRD	0.80	0.36	0.81	0.95
HUM	HUM1	0.78	0.39		
	HUM2	0.78	0.40		
	HUM3	0.67	0.40		
	HUM5	0.72	0.48		
	HUM6	0.71	0.50		0.86
PHI	PHI1	0.94	0.11		
	PHI3	0.95	0.09		
	PHI4	0.87	0.25		
	PHI5	0.80	0.36		

ตาราง 24 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Lambda X ( $\lambda_i$ )	theta- delta ( $\delta_i$ )	variance extracted (VE)	construct reliability (CR)
	PHI6	0.92	0.16		0.77
FIN	FIN1	0.69	0.52		
	FIN2	0.55	0.70		
	FIN4	0.64	0.59		
	FIN5	0.67	0.55		
	FIN6	0.76	0.43		0.80
	PRD	PRD1	0.81	0.34	
PRD2		0.79	0.38		
PRD3		0.80	0.36		
PRD4		0.80	0.36		
PRD5		0.75	0.43		
PRD6		0.77	0.41		0.95
CORR	LOY	0.97	0.05		
	HOS	0.98	0.05		
	COV	0.97	0.05	0.95	0.97
LOY	LOY1	0.61	0.63		
	LOY2	0.67	0.55		
	LOY3	0.68	0.54		
	LOY5	0.74	0.45		
	LOY6	0.84	0.30		0.83

ตาราง 24 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Lambda X ( $\lambda_i$ )	theta- delta ( $\delta_i$ )	variance extracted (VE)	construct reliability (CR)
HOS	HOS1	0.78	0.50		
	HOS2	0.78	0.39		
	HOS4	0.78	0.40		
	HOS5	0.67	0.40		
	HOS6	0.72	0.50		0.86
	COV	COV1	0.74	0.45	
COV2		0.80	0.37		
COV3		0.63	0.60		
COV4		0.74	0.45		
COV5		0.78	0.39		0.86
BELI	ISL	0.86	0.26		
	QUE	0.80	0.36		
	SPE	0.92	0.17	0.80	0.94
ISL	ISL1	0.84	0.30		
	ISL2	0.83	0.31		
	ISL3	0.84	0.30		
	ISL4	0.82	0.32		
	ISL5	0.72	0.48		0.90

ตาราง 24 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Lambda X ( $\lambda_i$ )	theta- delta ( $\delta_i$ )	variance extracted (VE)	construct reliability (CR)
QUE	QUE1	0.83	0.32		
	QUE2	0.76	0.42		
	QUE3	0.80	0.36		
	QUE4	0.80	0.36		
	QUE5	0.77	0.40		0.87
SPE	SPE1	0.78	0.46		
	SPE2	0.67	0.55		
	SPE3	0.61	0.63		
	SPE4	0.72	0.46		
	SPE5	0.84	0.34		0.78
QULI	TUE	0.87	0.25		
	HAL	0.80	0.36		
	TAC	0.92	0.26	0.80	0.94
TUE	TUE1	0.65	0.58		
	TUE2	0.73	0.46		
	TUE4	0.74	0.46		
	TUE6	0.68	0.54		
	TUE7	0.72	0.49		
	TUE8	0.74	0.45		0.91



ตาราง 24 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Lambda X ( $\lambda_i$ )	theta- delta ( $\delta_i$ )	variance extracted (VE)	construct reliability (CR)
HAL	HAL1	0.93	0.04		
	HAL2	0.97	0.04		
	HAL3	0.78	0.1		
	HAL4	0.86	0.25		0.93
TAC	TAC1	0.78	0.45		
	TAC2	0.78	0.39		
	TAC3	0.76	0.43		
	TAC4	0.82	0.32		0.85
QULE	MRE	0.94	0.11		
	OPE	0.95	0.09		
	GRE	0.87	0.36	0.76	0.91
MRE	MRE1	0.78	0.39		
	MRE2	0.78	0.40		
	MRE3	0.79	0.37		
	MRE4	0.79	0.38		
	MRE5	0.81	0.34		
	MRE6	0.79	0.38		0.92
OPE	OPE1	0.81	0.36		
	OPE2	0.80	0.36		
	OPE3	0.75	0.43		

ตาราง 24 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Lambda X ( $\lambda_i$ )	theta- delta ( $\delta_i$ )	variance extracted (VE)	construct reliability (CR)
	OPE4	0.77	0.41		
	OPE6	0.75	0.43		
	OPE7	0.75	0.46		0.92
GRE	GRE1	0.80	0.36		
	GRE2	0.77	0.40		
	GRE3	0.67	0.55		
	GRE4	0.61	0.63		
	GRE5	0.72	0.49		0.78
SUCC	SUCC1	0.56	0.68		
	SUCC5	0.59	0.66		
	SUCC7	0.78	0.39		
	SUCC8	0.77	0.41		
	SUCC9	0.76	0.43		
	SUCC11	0.58	0.67	0.58	0.83

#### การตรวจสอบความตรงแบบแตกต่าง (discriminant validity)

การตรวจสอบความตรงแบบแตกต่าง เป็นการตรวจสอบว่าตัวแปรทั้งหมดมีความแตกต่างกัน นั่นคือตัวแปรแต่ละตัวมีเอกลักษณ์ และไม่ซ้ำซ้อนกับตัวแปรอื่น ๆ (Hair et al., 2006, p. 778) การตรวจสอบความตรงแบบแตกต่างทำได้โดยการเปรียบเทียบค่า variance extracted (VE) กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง ( $r^2$ ) หากค่า VE มีค่ามากกว่า  $r^2$  แสดงว่าตัวแปรคู่นั้นมีค่าความตรงแบบแตกต่าง (Hair et al., 2006, p. 778)

ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบแตกต่างกันพบว่า ค่า VE ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสองของแต่ละคู่ตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงอื่น ๆ จึงสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดมีค่าความตรงแบบแตกต่างกัน แสดงผลดังตาราง 25

#### ตาราง 25

ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความตรงแบบแตกต่าง

	correlation coefficient (r)/square of correlation coefficient (r <sup>2</sup> )							
	VE	EXCC	INCC	CORR	BELI	QULI	QULE	SUCC
EXCC	0.85	1.00	0.40	0.28	0.26	0.34	0.32	0.25
INCC	0.81	0.63	1.00	0.46	0.55	0.56	0.51	0.31
CORR	0.95	0.53	0.68	1.00	0.44	0.44	0.42	0.31
BELI	0.80	0.51	0.74	0.66	1.00	0.61	0.60	0.42
QULI	0.80	0.58	0.75	0.66	0.78	1.00	0.56	0.45
QULE	0.76	0.57	0.74	0.67	0.75	0.45	1.00	0.38
SUCC	0.58	0.50	0.56	0.56	0.65	0.67	0.59	1.00

จากตาราง 25 ค่าในสามเหลี่ยมด้านล่างทางซ้ายคือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ส่วนค่าในสามเหลี่ยมด้านบนทางขวาเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง ซึ่งใช้ในการเปรียบเทียบกับค่า VE ในการพิจารณาตรวจสอบความตรงแบบแตกต่าง

## ตอนที่ 5

## การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างที่ถูกพัฒนามาจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาบูรณาการเทียบเคียงเพื่อสร้างเป็นโมเดลในการศึกษา แม้ว่าการสร้างกรอบแนวความคิดนี้จะอยู่บนพื้นฐานของการศึกษาทฤษฎี และเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง แต่ผู้วิจัยเกรงว่าอาจยังมีจุดอ่อน โดยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการนำเสนอโมเดลเป็น 2 โมเดล โดยโมเดลแรกเป็นโมเดลสมมติฐาน (hypothesized model) ส่วนโมเดลที่สองเป็นโมเดลที่ได้รับการปรับ (modified model)

ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ตามโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่สร้างตามสมมติฐานแสดงอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ตาม โมเดลสมการ โครงสร้างเชิงเส้นที่สร้างตามสมมติฐาน แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนประกอบด้วย ตัวแปรแฝงนอก คือ ปัจจัยความสภาพแวดล้อมภายนอก และตัวแปรแฝงใน ได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

รายละเอียดของการวิเคราะห์แสดงไว้ในตาราง 26 และภาพ 57

## ตาราง 26

*Path coefficients, standard errors, t-values of parameter estimations of the hypothesized structural equation model (N=495)*

path diagram	path coefficients	standard errors	t-values
<b>LAMBDA-Y</b>			
INCC → HUM	0.72	-	-
INCC → PHI	0.714	0.024	21.50**
INCC → FIN	0.719	0.031	17.86**
INCC → PRD	0.736	0.040	15.76**
CORR → LOY	0.912	-	-
CORR → HOS	0.690	0.032	16.65**
CORR → COV	0.652	0.040	15.75**
BELI → ISL	0.917	-	-
BELI → QUE	0.881	0.019	28.86**
BELI → SPE	0.863	0.023	24.04**
QULI → TUE	0.872	-	-
QULI → HAL	0.867	0.018	31.67**
QULI → TAC	0.826	0.022	23.06**
QULE → MRE	0.817	-	-
QULE → OPE	0.876	0.019	28.45**
QULE → GRE	0.794	0.021	21.32**

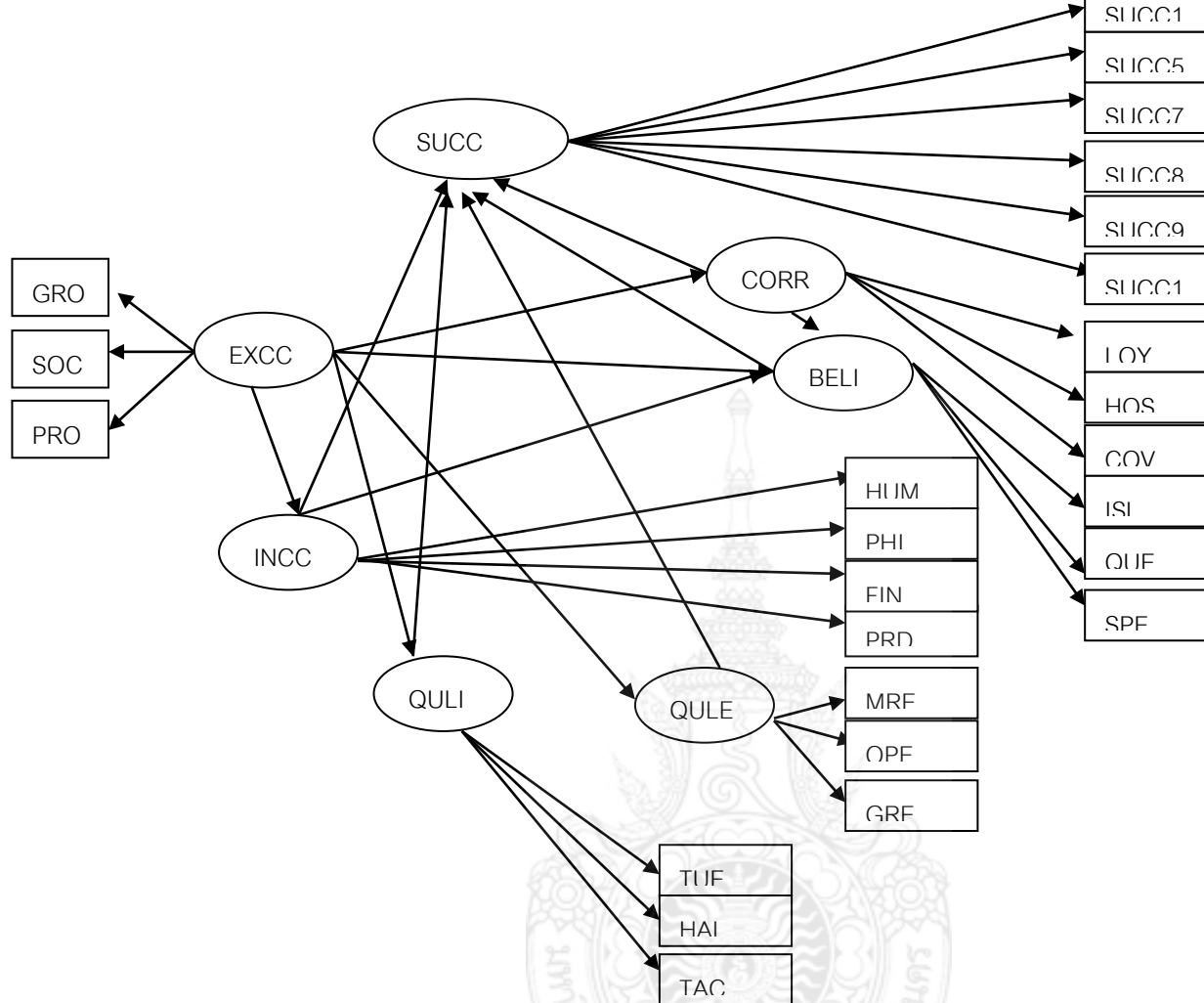
ตาราง 26 (ต่อ)

path diagram	path coefficients	standard errors	t-values
<b>LAMBDA-Y →</b>			
SUCC → SUCC1	0.704	-	-
SUCC → SUCC 5	0.725	0.033	13.92**
SUCC → SUCC 7	0.648	0.034	12.55**
SUCC → SUCC 8	0.693	0.044	12.42**
SUCC → SUCC9	0.590	0.036	11.52**
SUCC → SUCC11	0.480	0.029	9.27**
<b>LAMBDA-X</b>			
EXCC → GRO	0.820	0.027	19.61**
EXCC → SOC	0.087	0.029	19.82**
EXCC → PRO	0.765	0.026	19.76**
<b>BETA</b>			
INCC → CORR	0.792	0.069	12.44**
INCC → BELI	0.972	0.084	12.75**
INCC → BELT	0.615	0.143	4.51**
INCC → QULE	0.255	0.159	1.81
INCC → SUCC	0.280	0.105	2.36
CORR → SUCC	0.566	0.171	3.42**
BELI → SUCC	0.700	0.209	3.90**
BELT → SUCC	0.645	0.178	4.54**
QULE → SUCC	0.706	0.145	4.41**

ตาราง 26 (ต่อ)

path diagram	path coefficients	standard errors	t-values
<b>GAMMA</b>			
EXCC → INCC	0.693	0.058	10.91
EXCC → CORR	0.143	0.056	2.51*
EXCC → BELI	0.010	0.068	0.16
EXCC → QULT	0.063	0.050	1.22
EXCC → QULE	0.051	0.043	1.45
EXCC → SUCC	0.147	0.082	1.99*

หมายเหตุ: path diagram คือ แผนภาพเส้นทาง path coefficients คือ สัมประสิทธิ์เส้นทาง \* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (1.960 t-value < 2.576) \*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (t-value 2.576)



ภาพ 12 โมเดลสมการโครงสร้างที่สร้างตามสมมติฐานแสดงอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน



จากตาราง 26 และภาพ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กรอบแนวความคิดที่ปรับใหม่ (modified model) สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้พิจารณาจากค่าสถิติไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 232.75 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 185 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.0099 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) มีค่าเท่ากับ 1.26 (ตามมาตรฐานไม่ควรเกิน 2) เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.96 (ตามมาตรฐานควรมีค่าตั้งแต่ 0.9 ขึ้นไป) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 (ตามมาตรฐานควรมีค่าตั้งแต่ 0.9 ขึ้นไป) ค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.02 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05)

ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ตามโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับใหม่ (modified model) แสดงอิทธิพลของ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน นำเสนอเป็นสองส่วน คือ 1) ส่วนขององค์ประกอบ ซึ่งประกอบไปด้วย (1) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกสังเกตได้กับตัวแปรแฝงนอก LAMBDA-X) และ (2) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายในสังเกตได้กับตัวแปรแฝงใน (LAMBDA-Y) และ 2) ส่วนของโครงสร้าง ประกอบด้วย (1) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนอกกับตัวแปรแฝงใน (GAMMA) และ (2) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในกับตัวแปรแฝงใน (BETA)

1. ผลการวิเคราะห์ในส่วนขององค์ประกอบ โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับใหม่แสดงอิทธิพลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

1.1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกสังเกตได้กับตัวแปรแฝงนอก (LAMBDA-X)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ เป็นการนำเสนอรายละเอียดของผลการพิจารณาตัวแปรองค์ประกอบที่สำคัญของตัวแปรแฝงนอกในที่นี้คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) โดยมีมิติองค์ประกอบของตัวแปรย่อยคือ ความเจริญเติบโต

ทางด้านเศรษฐกิจ(GRO) ด้านสังคมและการเมือง (PRO) และการกำหนดนโยบายภาครัฐ (PRO) พบว่า ตัวแปรองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่สามารถอธิบายองค์ประกอบตัวแปรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกคือ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.83 ด้านสังคมและการเมือง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.87 และ การกำหนดนโยบายภาครัฐ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.82

1.2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายในสังเกตได้กับตัวแปรแฝงใน (LAMBDA-Y)

2. ผลการวิเคราะห์ในส่วนของโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับใหม่แสดงมีอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลความสำเร็จในการสร้างความสำเร็จในความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

2.1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนอกจากตัวแปรแฝงในการนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างระหว่างตัวแปรแฝงนอกและตัวแปรแฝงในพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) กับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) มีค่ามากที่สุด คือมีค่าเท่ากับ 0.69 รองลงมาคือสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) กับสร้างความสำเร็จในการสร้างเข้มแข็ง (SUCC) มีค่าเท่ากับ 0.15 สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรปัจจัยด้าน ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) กับปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทาน (CORR) มีค่าเท่ากับ 0.14 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก (EXCC) กับปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาล (QULT) มีค่าเท่ากับมีค่าเท่ากับ 0.15 สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกับปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาลมีค่าเท่ากับ 0.063และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกกับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน (QULE) มีค่าเท่ากับ 0.05

2.2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในกับตัวแปรแฝงใน

## ตารางที่ 27

## ผลการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงใน

## BETA

INCC → CORR	0.792	0.069	12.44**
INCC → BELI	0.972	0.084	12.75**
INCC → BELT	0.615	0.143	4.51**
INCC → QULE	0.255	0.159	1.81
INCC → SUCC	0.280	0.105	2.36
CORR → SUCC	0.566	0.171	3.42**
BELI → SUCC	0.700	0.209	3.90**
BELT → SUCC	0.645	0.178	4.54**
QULE → SUCC	0.706	0.145	4.41**

เมื่อพิจารณาโครงสร้างระหว่างตัวแปรแฝงในตัวแปรแฝงในพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (INCC) กับปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELI) มีค่ามากที่สุด คือมีค่าเท่ากับ 0.97 รองลงมาคือสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) กับปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล (CORR) มีค่าเท่ากับ 0.79 ลำดับต่อมาได้แก่สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน (QULE) กับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง (SUCC) มีค่าเท่ากับ 0.71 ส่วนสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามต่อเครื่องหมายฮาลาล (BELI) กับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง (SUCC) มีค่าเท่ากับ 0.70 ด้านสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล (CORR) กับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง (SUCC) มีค่าเท่ากับ 0.64 ส่วนสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) กับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง (SUCC) มีค่าเท่ากับ 0.615 สัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) กับปัจจัยความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็ง (SUCC) มีค่า

เท่ากับ 0.28 สุตท้ายค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน (INCC) กับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 0.25

การเปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน (**hypothesized model**) และโมเดลที่ปรับเปลี่ยน (**modified model**)

เมื่อนำผลการวิเคราะห์ทั้งสองโมเดลมาเปรียบเทียบกันพบว่า หลังจากปรับโมเดลตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สถิติด้วยโปรแกรมลิสเรล ซึ่งยอมให้ความคลาดเคลื่อน (error variance) มีความสัมพันธ์กันได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 312) ส่งผลทำให้โมเดลที่ได้รับการปรับเปลี่ยนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังรายละเอียดในตาราง 28

#### ตาราง 28

เปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่าง *hypothesized model* และ *modified model*

test statistics	hypothesized model	modified model
chi-square ( $\chi^2$ )	1117.82	232.75
df	240	185
p-value	0.000	0.0099
$\chi^2/df$	4.66	1.26
GFI	0.84	0.96
AGFI	0.80	0.94
RMSEA	0.086	0.020

หมายเหตุ: goodness of fit index--GFI, adjusted goodness of fit index--AGFI, root mean square error of approximation--RMSEA

จากตาราง 28 เป็นการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์โมเดลที่สร้างจากสมมติฐานและโมเดลที่ปรับใหม่ แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ไปในทางที่ดีขึ้น โดยมีค่าสถิติ 2 กลุ่ม คือกลุ่มแรกเป็นค่าสถิติที่ลดลง ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ค่าองศาอิสระ (df) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) และค่า RMSEA และกลุ่มที่สองเป็นค่าสถิติที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (goodness of fit index--GFI) และดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (adjusted goodness of fit index--AGFI)

ผลการเปรียบเทียบค่าสถิติในกลุ่มแรกที่ลดลง ได้แก่ ค่า  $\chi^2$  ก่อนการปรับโมเดลมีค่า 1117.82 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 232.75 ค่า df ก่อนการปรับโมเดลมีค่า 240 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 185 ค่า  $\chi^2/df$  ก่อนการปรับโมเดลมีค่า 4.66 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 1.26 และค่า RMSEA ก่อนการปรับโมเดลมีค่า 0.086 และหลังการปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 0.020

ค่าสถิติในกลุ่มที่สองที่เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ค่า GFI แสดงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายด้วยโมเดล ค่าก่อนการปรับโมเดลมีค่า 0.84 และหลังการปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเป็น 0.96 ส่วนค่า AGFI เป็นค่าที่แสดงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายด้วยโมเดล โดยปรับแก้ด้วยองศาอิสระค่า AGFI ก่อนการปรับโมเดลมีค่า 0.80 และหลังการปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเป็น 0.94 โดยสรุป ภาพรวมของโมเดลหลังจากได้รับการปรับใหม่แล้วมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้น และผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ดังนั้นในการศึกษานี้ใช้โมเดลที่ปรับใหม่ (modified model) ในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ผลการทดสอบสมมติฐานจากโมเดลที่ปรับแล้ว โดยการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรแฝงต่าง ๆ โดยมีตัวแปรแฝงนอกคือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

## ตาราง 29

## อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของโมเดล

		ตัวแปรต้น						
ตัวแปรตาม	R <sup>2</sup>	อิทธิพล	EXCC	INCC	CORR	BELI	QULI	QULE
INCC	0.48	DE	0.69**	-	-	-	-	-
		IE	-	-	-	-	-	-
		TE	0.69**	-	-	-	-	-
CORR	0.81	DE	0.14*	0.78**	-	-	-	-
		IE	0.55**	-	-	-	-	-
		TE	0.69**	0.79	-	-	-	-
BELI	0.82	DE	0.01	0.91**	-	-	-	-
		IE	0.63**	-	-	-	-	-
		TE	0.64**	0.91**	-	-	-	-
QULI	0,85	DE	0.06	0.62**	-	0.28	-	-
		IE	0.61**	0.23*	-	-	-	-
		TE	0.67**	0.87**	-	0.28	-	-
QULE	0.81	DE	0.01	0.91**	-	-	-	-
		IE	0.63**	-	-	-	-	-
		TE	0.64**	0.91**	-	-	-	-
SUCC	0.75	DE	0.15*	-0.76	0.26	0.57**	-	0.70**
		IE	0.48**	1.33**	-	-	0.26**	-
		TE	0.63**	0.57**	0.26**	0.83**	-	0.70**

DE=direct effect, IE=indirect effect, TE=total effect, \* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (1.960 t-value < 2.576), \*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (t-value 2.576)

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของเส้นทางความสัมพันธ์ของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน รายละเอียดของการวิเคราะห์ผู้วิจัยนำเสนอค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุ ในแต่ละเส้นทางนำมาทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อตามลำดับดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01

สมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 สภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

เส้นทางเท่ากับ 0.23 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเครื่องหมายฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเครื่องหมายฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล

ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาลอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหาร

ฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้น ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานแสดงดัง ตาราง 30

## ตาราง 30

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H2	สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H3	สภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H4	สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H5	สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H6	สภาพแวดล้อมภายนอกอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H7	สภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## ตาราง 30 (ต่อ)

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H8	ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเครื่องหมายฮาลาล	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H9	ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H10	ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H11	ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H12	ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H13	ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## ตาราง 30 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H14 ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอาหารฮาลาล มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H15 ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H16 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน	สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## สรุป

เนื้อหาในบทที่ 4 เป็นการสรุปผลการศึกษาคือการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูลสำหรับสถิติวิเคราะห์พหุตัวแปรที่นำไปสู่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามด้วยสมการโครงสร้างเชิงเส้นด้วยโปรแกรมลิสเรล และผลการทดสอบสมมติฐาน

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติพหุตัวแปรของสมการโครงสร้างเชิงเส้นประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล 2) การตรวจสอบความแปรปรวนที่สม่ำเสมอ 3) ความเป็นเอกพจน์ของการกระจาย 4) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม 5) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน สำหรับการวิเคราะห์โมเดลการวัดของแต่ละตัวแปรแฝง โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ และความตรงแบบแตกต่าง

นอกจากนี้ได้ทำการสรุปผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ วิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อมูลโครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่าผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าสมมติฐานการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 14 สมมติฐานจาก 16 สมมติฐานการวิจัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในบทนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ เพื่อสรุปผลการศึกษาทั้งหมด (conclusion) ให้เกิดความกระชับง่ายต่อการอ่าน และทำความเข้าใจ พร้อมกับการอภิปรายผลการวิจัย (discussion) ในประเด็นสำคัญ ๆ เพื่อให้เห็นทัศนะของผู้วิจัยที่มีต่อประเด็นเหล่านี้ และในท้ายที่สุดเป็นการเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในอาเซียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการไทยที่ดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศในอาเซียน โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลาม ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ปัจจัยด้านคุณภาพตราฮาลาล ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งขององค์กร ผู้วิจัยนำเสนอการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังรายละเอียดต่อไปนี้

### สรุปผลการวิจัย

#### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 495 คน เป็นเพศชาย 222 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 เพศหญิงจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.27 รองลงมาอยู่ระหว่างอายุ 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.62 และน้อยที่สุดอยู่ระหว่าง 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.63

ขนาดของกิจการ (เงินลงทุนส่วนใหญ่มีเงินลงทุน 11-15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.48 และน้อยที่สุดขนาดกิจการ 5 -10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.62

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 24.04 และน้อยที่สุดมีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการส่งออกอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ฮาลาลในประเทศไทยมีความเห็นในปัจจุบันที่เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับสูง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอยู่ในระดับสูง ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอยู่ในระดับสูง ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาลอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านคุณภาพตราฮาลาลอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับสูง และปัจจัยความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรอยู่ในระดับสูงมาก

#### การสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัยด้วยการเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของไทยไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ปัจจัยด้านคุณภาพตราฮาลาล ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

สภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งประกอบด้วยมิติความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคมและการเมือง และมิติการกำหนดนโยบายภาครัฐ



ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูง มีน้ำหนักรองค้ำประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งประกอบด้วยมิตិความพร้อมพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงิน และความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน อยู่ในระดับสูงมีน้ำหนักรองค้ำประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยมิตិความจงรักภักดี มิติความซื่อสัตย์มีคุณธรรม และมิติด้านความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้ามีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมีน้ำหนักรองค้ำประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยมิติความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม มิติเชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ และมิติการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมีน้ำหนักรองค้ำประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาลมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ประกอบด้วย ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ มิติความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล และมิติการตรวจสอบย้อนกลับมีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทย

ไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยมิติประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด มิติประสิทธิภาพการดำเนินงาน และมิติความเจริญเติบโตขององค์กรมีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

### อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลของข้อค้นพบต่าง ๆ ที่ได้จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในอาเซียน

ผู้วิจัยนำเสนอการตีความ และประเมินข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำมาอธิบาย และยืนยันผลการวิจัยที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องระหว่างข้อค้นพบกับสมมติฐานการวิจัย ด้วยการอธิบายข้อค้นพบที่กล่าวถึงการสนับสนุนทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลสำหรับข้อมูลที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานและอภิปรายผลข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### การอภิปรายผลสำหรับผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐาน

ความสัมพันธ์ของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน รายละเอียดของการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำเสนอค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุ ในแต่ละเส้นทาง นำมาตอบสมมติฐานแต่ละข้อตามลำดับดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

โดยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohd Hafiz Zulfakar (2011), Linda (2012), Harlina Suzana Jaafar and Emi Normalina Omar (2011) โดยกล่าวถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในทุก ๆ ภูมิภาคในโลก ได้แก่ เอเชีย จีน ยุโรป อเมริกา ล้วนมีความต้องการอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะจำนวนประชากรมุสลิมมีจำนวนเพิ่มขึ้น ลูกค้านุสลิมล้วนต้องการการซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากการบรรจุหีบห่อ การติดฉลากที่แสดงถึงความสะอาดตามหลักการฮาลาลทั้งสิ้น

ตลาดสินค้าฮาลาลเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างและมีสิ่งที่จะต้องร่วมกันพิจารณาระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคถึงความตระหนักในสินค้าที่ต้องสร้างความมั่นใจให้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ผลิตต่างเข้าใจในความยากลำบากของการเติบโตทางเศรษฐกิจและการรวมกลุ่มประชาคมต่าง ๆ ที่มีขึ้นที่ส่งผลต่อการผลิตสินค้าฮาลาลทั้งระบบ

สำหรับในประเทศไทยสภาพแวดล้อมภายในมีเกี่ยวกับความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมืองและการกำหนดนโยบายภาครัฐนั้นส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและให้ความสำคัญ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไทยเห็นว่าการที่ภาครัฐ ภาคการเมืองในส่วนต่าง ๆ ของประเทศไทยได้กำหนดกฎหมายเพื่อให้เป็นนโยบายในเรื่องการส่งออกอาหารฮาลาลนั้นมีประโยชน์ต่อประเทศในส่วนรวมทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

สมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัย ความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของสุดาพร มะหะหมัด (2541) วิจัยเรื่องการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทย : กรณีศึกษา อุปสงค์ การนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 3 ประเทศคือ ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตซาอุดีอาระเบีย และคูเวต ซึ่งได้ทำการศึกษาเฉพาะการนำเข้าไก่สด

แช่แข็งใน 3 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยจะเปรียบเทียบความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาดเมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุด และเพื่อวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพของการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปยังทั้ง 3 ประเทศ โดยการคำนวณดัชนีความไม่มีเสถียรภาพ รวมทั้งเพื่อพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยในทั้ง 3 ตลาด จากแนวโน้มในอดีต ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งของทั้ง 3 ประเทศจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็ง โดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง รายได้ประชากรของประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ราคาเนื้อวัว และราคาเนื้อแกะที่ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์นำเข้ารวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศนี้ที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่งของประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากไทย และคู่แข่ง รายได้ของประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ทดแทนเนื้อไก่ที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับในประเทศคูเวตปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็ง จากทั้ง 2 แหล่ง คือ ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาไก่สดแช่แข็งจากไทยและคู่แข่ง รายได้ประชากรของประเทศคูเวต ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ประเทศคูเวตนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศคูเวต รวมถึงตัวแปรหุ่นที่แสดงช่วงเวลาหลังสงครามอ่าวเปอร์เซีย ผลการวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางทั้ง 3 ประเทศ พบว่าการขาดเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์และคูเวตมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านอุปสงค์ โดยอุปทานมีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งมาตรการที่ประเทศไทยสามารถใช้ในการรักษาอุปสงค์ไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยให้มีเสถียรภาพไม่เปลี่ยนแปลงลดลงจากเดิมคือ การเจรจากับประเทศผู้นำเข้าเพื่อนำ

สัญญาซื้อขายล่วงหน้า สำหรับกรณีของประเทศซาอุดีอาระเบียพบว่า สาเหตุของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยมาจากการเปลี่ยนแปลงอุปทานโดย อุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งนโยบายที่ใช้ในการรักษาเสถียรภาพคือ การทำให้ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังประเทศนี้มีปริมาณที่เพียงพอ สำหรับแนวโน้มการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางยังมีช่องทางที่แจ่มใส โดยผลการพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในทั้ง 3 ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 พบว่า ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในประเทศสาธารณรัฐอาหรับ เอมิเรตส์และคูเวตมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นตลอดช่วงที่ทำการพยากรณ์ ส่วนการพยากรณ์ซาอุดีอาระเบียพบว่า ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2539-2542 มีแนวโน้มลดลง แต่ในปี พ.ศ. 2543 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังนั้น ถ้าผู้ส่งออกของไทยมีการศึกษารูปแบบความต้องการ รวมทั้งทำให้ผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ จะทำให้การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยสามารถขยายไปต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น

สมมติฐานที่ 3 สภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้มีการวิจัยในต่างประเทศที่ได้ทำการวิจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรของMohd Hafiz Zulfakar, (2010) ได้ทำการวิจัยที่ประเทศออสเตรเลีย เรื่อง ห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลหมายถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมอาหาร ได้จากการยึดหลักแห่งคุณธรรมอันดีงามที่ทำให้มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนใบรับรองคุณภาพและความต้องการทางด้านจิตใจของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจุบันนี้อาหารฮาลาลได้กลายเป็นคำถามสำหรับผู้ที่มิอำนาจในการตัดสินใจขององค์กร และเป็นการแสดงความมีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ ของอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีการคาดเป็นพิเศษว่า อาหารฮาลาลนั้นไม่ได้เป็นอาหารเฉพาะแต่ประเทศมุสลิมเท่านั้นยังรวมถึงประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องอาหารฮาลาลพบว่าการเตรียมการในการให้ความรู้เชิงวิชาการด้านอาหารฮาลาลให้กับผู้สนใจและผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรมโดยทำให้เกิดเป็นความรู้แก่สาธารณะชนเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แนวคิดของงานนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการบริหาร

จัดการซัพพลายเชนของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เช่น การตรวจสอบย้อนกลับ สินทรัพย์พิเศษ การประกันคุณภาพ และความไว้วางใจ และการทำสัญญาร่วมกัน

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยมีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นผลการวิจัยสอดคล้องและเป็นผลกระทบต่อการสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเรื่องศักยภาพการผลิตอาหารฮาลาล กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี สรุปผลการวิจัยดังนี้ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 รัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อนโยบายการกระจายอุตสาหกรรม ไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารเพื่อเป็นการสร้างฐานการผลิตในด้านการลงทุน และการส่งออกให้กับ ประชาชนในภูมิภาค นอกจากนี้คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2541 อนุมัติแผนแม่บท การปรับโครงสร้าง อุตสาหกรรม (พ.ศ.2541-2545 ) ซึ่งได้กำหนดให้อุตสาหกรรมอาหาร เป็นสาขาหนึ่งใน 13 สาขา ภายใต้แผนปรับโครงสร้าง อุตสาหกรรม และตั้งเป้าไว้ว่าภายใน 3 ปี ข้างหน้า จะสามารถส่งออกอาหาร ไปยังภูมิภาคตะวันออกกลาง ได้ 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

นอกจากนี้ยังมีรายงานการวิจัยจำนวนมากกล่าวถึงตลาดอาหารฮาลาลมีจุดเด่นสืบเนื่องมาจากสินค้าอาหาร เป็นสินค้าส่งออกสำคัญของประเทศไทย ทำรายได้ให้ประเทศ ปีละกว่าแสนล้านบาท และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่ม ตามจำนวนความต้องการบริโภคอาหารของประชากรโลกที่เพิ่มจำนวน ขึ้นอย่างรวดเร็ว และในบรรดาผลิตภัณฑ์อาหารของไทยที่ส่งออกไปสู่ตลาดตลาดโลกนั้น มีอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น สำหรับมุสลิมโดยเฉพาะซึ่งสังเกตได้จากเครื่องหมาย ที่ติดอยู่บนภาชนะหรือหีบห่อทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ยอมรับของมุสลิม เป็นตลาดที่สำคัญและไม่ควรมองข้ามเนื่องจากปัจจุบันมีประชากร โลกที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่า 2,000 ล้านคน อาศัยอยู่ใน ประเทศ ต่าง ๆ กว่า 100 ประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรโลก ดังนั้นโอกาสที่ผู้ผลิตอาหารของไทย จะขยาย ขอบเขต การส่งออก ไปสู่ตลาดอาหารฮาลาลยังมีความเป็นไปได้สูงมาก

เมื่อมองย้อนถึงศักยภาพการผลิตอาหาร เพื่อการส่งออกของจังหวัดปัตตานี มูลค่าการส่งออกมีมูลค่าปีละไม่ต่ำกว่า 2000 ล้านบาท แยกเป็น ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลประมาณ 500

ล้านบาทต่อปี และที่ไม่ใช่ฮาลาลประมาณปีละ 1500 ล้านบาทต่อปี และในส่วนนี้มีการส่งออก ไปยังประเทศมุสลิมแถบตะวันออกกลางเช่นกัน

ในด้านศักยภาพของจังหวัดปัตตานี เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม และเมื่อรวมกับ จังหวัดใกล้เคียงประกอบด้วย จังหวัดยะลา นราธิวาส สตูล สงขลา จะมีประชากรมุสลิมประมาณ 2.5 ล้านคน โดยกลุ่มประชาชน เหล่านี้คือตัวแปรสำคัญ ในการนำมาพิจารณาด้านการผลิตอาหารฮาลาล รวมไปถึงจะเป็นปัจจัยสำคัญ ในกระบวนการผลิตอาหาร ฮาลาล ที่ต้องใช้แรงงานที่เป็นมุสลิมเพื่อเป็นการดำเนินการผลิตให้ เป็นไปตาม บทบัญญัติของศาสนาอิสลามโดยผลการศึกษาพบว่า

1. ด้านทรัพยากรการผลิต วัตถุดิบในท้องถิ่นจำพวกสัตว์ทะเลนั้น มีความพร้อมสูง เพราะปัตตานีมีการทำประมงมานาน มีท่าเทียบเรือ ขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับเรือ ประมงขนาดใหญ่เพื่อขนถ่ายปลาและสัตว์ทะเลอื่น ๆ ได้ตลอดเวลาอีกทั้งยังมีวัตถุดิบด้านการเกษตรอื่น ๆ อีก เช่น พืช ผัก ผลไม้ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง รวมไปถึงจังหวัดใกล้เคียงมีวัตถุดิบที่พร้อมจะรองรับการผลิตอาหารฮาลาลได้เต็มที่เช่นกัน

2. ด้านการลงทุน สถานการณ์และการจูงใจการเข้ามาลงทุนมีสูง เนื่องจากมีเขตอุตสาหกรรมปัตตานีรองรับและ ได้รับ การสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ( BOI ) ให้เป็นพื้นที่การลงทุนในเขต 3 ซึ่งจะได้รับสิทธิ ประโยชน์การลงทุนหลายประการ

3. ด้านการตลาด แบ่งเป็นด้านแรงงาน มีความพร้อมสูง เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ซึ่งสามารถรองรับการเกิดขึ้นของ อุตสาหกรรม การผลิตอาหารฮาลาลได้เต็มที่ รวมไปถึงมีสถานศึกษาที่สามารถพัฒนาฝีมือแรงงานหลายแห่ง ทั้งระดับอาชีวศึกษา และระดับอุดมศึกษา ด้านการคมนาคมขนส่งมีความพร้อมสูง สะดวกรวดเร็วได้หลายทาง เช่น การขนถ่ายเพื่อขึ้นเรือที่ท่าเรือ น้ำลึกสงขลา ด้านเทคโนโลยีการผลิตมีความพร้อมสูง มีเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีระบบควบคุมการผลิตที่ได้มาตรฐานโลก เช่น ISO 9000 HACCP

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของKumar and Chadee (2002) กล่าวถึงงานวิจัยในเรื่องความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจระหว่างประเทศ

นั้น ซึ่งในอดีตจะมุ่งเน้นในเรื่องของการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศมากที่สุด และมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในจำนวนไม่มากนัก เป็นเหตุให้เกิดการหดตัวของตลาดการค้าโลก แต่แต่ละประเทศได้ใช้มาตรการผลักดันการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ ในขณะเดียวกันก็ใช้ความพยายามในการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มการอุดหนุนจากภาครัฐ รวมทั้งมีการกำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าให้มากขึ้น แต่ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ปัจจัยชี้วัดความสามารถในการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของธุรกิจ (efficiency) โดยมีปัจจัยในการชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน 5 ประการ ได้แก่ 1) เทคโนโลยี 2) ทรัพยากรมนุษย์ 3) โครงสร้างขององค์กร 4) การจัดหาเงินทุน และ 5) การกำหนดนโยบายภาครัฐ ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ประการดังกล่าวนี้เป็นทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร

ความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) ในระดับประเทศที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจด้านการนำเข้าและส่งออก ที่หมายถึง การที่ธุรกิจมีความสามารถในการออกแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า (John & Ken, 1998) ทำการผลิตและบริหารการตลาดของสินค้าและบริการให้มีความเหนือกว่าคู่แข่ง รวมทั้งสามารถเพิ่มอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการเพิ่มการลงทุนได้ในอัตราส่วนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง (Park, 1999) มีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ มาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจ มีการลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการทำวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Wignaraja, 2002)

การวัดความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness measure) สามารถกระทำได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การวัดที่เป็นรูปธรรม (objective measure) มีตัวชี้วัด เช่น ความสามารถในการทำกำไร (profitability) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (return on asset) ยอดการส่งออก (export sales) ส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) กำไรจากการส่งออก (export profit) และอัตราการเติบโตของธุรกิจ (growth rate) เป็นต้น (Kumar & Chadee, 2002; Wu & Lin, 2003), (Mohd Iskandar Illyas, 2012)

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการ



ส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยมีงานวิจัยจำนวนมากที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลทั่วโลกที่มีการจัดโอกาสมากมายสำหรับซัพพลายเออร์ โอกาสที่มีอยู่ในหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมเกือบทุกประเภทอาหาร เดิมตลาดฮาลาลที่ได้รับการมองว่าเป็นส่วนใหญ่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ แต่ผู้บริโภคมากขึ้นและกำลังมองหาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลในอุตสาหกรรมอาหารทั้ง กำหนดลักษณะการแข่งขันของตลาดฮาลาลทั่วโลกเข้าใหม่ที่มีศักยภาพควรพิจารณาที่ตรงกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของพวกเขาในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เชี่ยวชาญบางคนชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเข้าที่มีศักยภาพควรคิดในแง่ของ "ฮาลาลบวก" หมายถึงผู้ประกอบการควรถามสิ่งที่พวกเขาจะนำเสนอที่ไม่ได้อยู่แล้วในตลาดเป้าหมายเพียงป้อนตลาดที่มีการเสนอคล้ายกับที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่น่าจะประสบความสำเร็จ โอกาสที่ผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จจะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นโดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแตกต่างกับตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ช่วงของการตลาดที่มีศักยภาพเป็นที่กว้างมากผู้เชี่ยวชาญดูเหมือนจะยอมรับว่ามีแนวโน้มมากที่สุดเป็นประเทศที่เติบโตอย่างรวดเร็วของตะวันออกกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกของ GCC อาเซียนยุโรปตะวันตกและสหรัฐอเมริกา ยุโรปถูกมองว่าเป็นตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลบนพื้นฐานของกำลังซื้อที่สูงขึ้นมากกว่าขนาดของประชากร นอกจากความตั้งใจที่ไม่ใช่มุสลิม 'ที่จะซื้ออาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของตลาดยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาหนึ่งได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวคัตซ์ทั่วไปยินดีที่จะซื้อสินค้าฮาลาลอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อที่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความปลอดภัย ฝรั่งเศสเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลระหว่างประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม ค่าของตลาดฝรั่งเศสสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ได้รับประมาณกว่า \$ 13000000000 ทำเรื่อรอดเตอร์ดัมจะพยายามที่จะกลายเป็นที่ยอมรับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญฮาลาลสำหรับตลาดยุโรป พอร์ตมีความตั้งใจที่จะแสดงให้เห็นอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เพียงผู้เดียวคลังสินค้ากับผลิตภัณฑ์ฮาลาลและจึงไปไกลต่อการสร้างความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลไม่ได้เข้ามาสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ฮาลาล ในบางประเทศในยุโรปขนาดของผู้ประกอบการชาว

มุสลิมจะลดลงและนำไปสู่การลดความสำคัญของอาหารครอบครัวอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ที่อยู่อาศัยมากขึ้นมีการติดตั้งเตาอบความจุแช่แข็งเป็นพิเศษและไมโครเวฟ แนวโน้มทั้งสองจะเพิ่มสำคัญของอาหารที่สะดวก

ประเทศหลักในการผลิตอาหารฮาลาลในยุโรปคือสหราชอาณาจักรฝรั่งเศสและเยอรมนีตลาดสหรัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลคือประมาณ 12000000000 \$ ต่อปีและยอดขายในประเทศมีการเจริญเติบโต ประมาณการการเติบโตของยอดขายเป็นเรื่องยากที่จะได้รับ แต่ยอดขายของสหรัฐอาหารฮาลาลได้เพิ่มขึ้นแล้วร้อยละ 70 ตั้งแต่ปี 1995. ออสเตรเลียเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีการส่งออกไปกว่า 70 ประเทศทั่วโลก เปรียบในการแข่งขันของออสเตรเลียในตลาดฮาลาลทั่วโลกเกิดจากชื่อเสียงในฐานะผู้ผลิตที่ปลอดภัยและปราศจากโรคผลิตภัณฑ์อาหาร มันเป็นประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมแรกที่จะวางการรับรองฮาลาลภายใต้กฎหมายแม้ว่าความคิดเห็นแตกต่างกันในความสำคัญของการออกกฎหมาย เอเชียมีประชากรมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดของภูมิภาคใดก็ตาม แต่ประชากรที่มีรายได้เยี่ยมเนื้อเยี่ยมตัวต่อหัวและการบริโภคอาหารจึงลดลงรวมกว่าพื้นที่อื่น ตัวอย่างเช่นประเทศที่มีประชากรสูงเช่นอินเดียและปากีสถานมีรายได้ของผู้บริโภคที่ค่อนข้างต่ำและจึงแสดงลดลงต่อการบริโภคโปรตีนหัว แม้จะมีการลดระดับรายได้ในภูมิภาคนี้ได้รับอยู่ในระดับแนวหน้าของการพะวงในตลาดฮาลาลที่เพิ่มขึ้น มาเลเซีย, ไทย, สิงคโปร์, ฟิลิปปินส์, บรูไน, จีนและอินเดียได้ทุกขั้นตอนที่จะเข้าไปในตลาดฮาลาลทั่วโลก มาเลเซียโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการออกแบบที่กลายเป็นศูนย์กลางฮาลาลระหว่างประเทศและรัฐบาลได้ดำเนินการจำนวนของมาตรการที่จะสนับสนุนวัตถุประสงค์ที่รวมทั้งการจัดตั้ง บริษัท พัฒนาฮาลาลอุตสาหกรรมอาหารสิงคโปร์ยังนำจำนวนขั้นตอนสู่การเป็นศูนย์กลางฮาลาลรวมถึงแคมเปญโฆษณาในตะวันออกกลาง ประเทศไทยได้ย้ายไปเป็นศูนย์กลางฮาลาลได้รับการยอมรับของความเป็นเลิศในด้านวิทยาศาสตร์และการทดสอบ บรูไนเป็นที่ร่วมงานกับ บริษัท ในออสเตรเลียเพื่อที่จะรวมบทบาทในโลกมุสลิมมีประวัติของออสเตรเลียในที่ปลอดภัยในการผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูง อุตสาหกรรมฮาลาลของจีนมีการเติบโตและการขยายบทบาทของตัวเองในตลาดโลก ในขณะที่ความได้เปรียบที่สำคัญของอุตสาหกรรมฮาลาลของจีนคือการเข้าถึงไปยังแรงงานราคาถูก เพิ่งลงนามในบันทึกความเข้าใจกับคณะกรรมการยุโรป (EC) และแล้วมีหลาย บริษัท ในเอเชียจำนวนมากพร้อมที่จะส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังตลาดยุโรป ผู้ส่งออกที่อินเดียมีความ

พยายามที่จะได้รับการยอมรับผ่านความสำเร็จของ HACCP, ISO และการรับรองฮาลาล ในขณะที่เอเชียเป็นตลาดที่น่าสนใจเพียงเพราะขนาดของมันเป็นที่ของชาวมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดจะต้องมีการตั้งข้อสังเกตว่าผู้เล่นที่สำคัญในภูมิภาคนี้กำลังดำเนินการที่จะเป็นซัพพลายเออร์ที่สำคัญหรือใบรับรอง ความพยายามของพวกเขาในวันนี้ที่มีการขยายตัวอยู่แล้วเกินขอบเขตภูมิภาคของตัวเองและพวกเขาอาจจะเป็นผู้เล่นสำคัญในตลาดฮาลาลทั่วโลก ในด้านบวกเป็นตลาดที่มีความสามารถทางการเกษตร จำกัด (Sakho, Seynabou, Calvo-Oscae; 2009), Faryal Salman and Kamran Siddiqu, 2011)

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohani Abdul, Hashanah Ismail, Haslina Hashim (2009) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง กระบวนการของการตัดสินใจของลูกค้านในการเลือกซื้ออาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย” พบว่า จากการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า ลูกค้านมุสลิมในประเทศมาเลเซียจำนวน 213 ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามยืนยันว่า มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ “ฮาลาล” โดยกังวลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมที่นำมาปรุงเป็นอาหารฮาลาล การศึกษาครั้งนี้ได้ยืนยันว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองในเรื่องหลักการศาสนา และมุมมองสัญลักษณ์ฮาลาล และส่วนผสมหรือเครื่องปรุงทั้งหลายมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจอย่างมาก ในขณะที่ข้อมูลด้านคุณภาพจากการประชุมกลุ่มแบบสัมภาษณ์ถึงความคิดเห็นในการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าอาหารฮาลาล ต่างเห็นตรงกันว่า เป็นความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมั่นใจในสินค้าอาหารฮาลาลและต้องป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดจากการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่มั่นใจว่าจะฮาลาลโดยสิ้นเชิง รวมทั้งความมั่นใจในคุณภาพการบริการ การศึกษาครั้งนี้การแสดงความรับประกันด้วยความซื่อสัตย์ในเรื่องฮาลาลถือเป็นสัญญาของผู้ผลิต ความซื่อสัตย์ต่อผลิตภัณฑ์ และเชื่อมั่นในการคงคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและต้องเป็นไปตามที่แสดงไว้ในฉลากของสินค้าที่ได้แสดงไว้ที่ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Karijn Bonne and Wim Verbeke (2007) เกี่ยวกับคุณค่าของค่านิยมของศาสนากับผลิตภัณฑ์อาหารเนื้อสัตว์ฮาลาลและการกระจายสินค้าฮาลาลอย่างมีคุณภาพ พบว่าการบูรณาการโครงสร้างทางสังคมเทคโนโลยี การควบคุมคุณภาพของ อาหารฮาลาลในโซ่

อุปทานเนื้อสัตว์ ตามทฤษฎี Actor Network Theory และ ทฤษฎี economic conventions จากกฎหมายอิสลามที่ได้กล่าวถึงการนำไปสู่การผลิตและกระบวนการมาตรฐานคุณภาพอาหาร (HACCP) มาตรฐานคุณภาพฮาลาลเป็นพื้นฐานที่มีความแข็งแกร่งภายใต้พื้นฐาน ความเชื่อ และ ความสมเหตุสมผลที่มาจากสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของลูกค้านุสลิมีที่มีต่อผู้ค้าเนื้อมุสลิมที่เป็นผลนำไปสู่การเข้าใจร่วมกันในจริยธรรม และศาสนาที่เกี่ยวข้องกับความสะอาด HACCP มีความเหมือนและใกล้เคียงกับการควบคุมมาตรฐานของอาหารฮาลาลอันเป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องเครื่องมือคุณภาพที่จะรับประกันไปสู่ความเชื่อถือไว้วางใจที่มีต่อคุณภาพฮาลาลด้วยที่รวมไปถึงผลิตภัณฑ์หรือตราเครื่องหมายของเนื้อสัตว์ โครงสร้างทางสังคมเทคโนโลยีของฮาลาลนั้นเริ่มจากการเชือดสัตว์ที่ต้องเป็นไปตามหลักการของการฆ่าตามหลักการอิสลามซึ่งเป็นการยืนยันตามความเชื่อของลูกค้านุสลิมีทั่วโลก

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ไกรฤทธิ บุญเกียรติ (2542) ได้ศึกษาแนวทางและวิธีการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีสู่การตลาด โดยได้วางหลักแนวคิดเชิงกลยุทธ์หลักโดยเฉพาะสำหรับผู้นำตลาด ดังนี้ 1) ขยายความพิเศษ มุ่งผลิตและขายสินค้าเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเป็นพิเศษ (Focus) 2) ขยายความแตกต่าง โดยผลิตและทำจุดยืนสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่งชั้นจวนผู้บริโภคเลือกซื้อได้ (Differentiation) 3) มุ่งปรับสมรรถภาพในการลดต้นทุนจนถึงราคาต่ำสุด เพื่อให้ได้ยอดขายสูงสุด (Cost Advantage)

นอกจากนี้การพัฒนากลยุทธ์ระดับรอง กล่าวคือ 1) การสร้างแนวร่วมธุรกิจ (Strategic Partnership) เป็นการรวมตัวของคู่แข่งชั้นตั้งแต่สองรายขึ้นไป เพื่อเพิ่มยอดขายและอำนาจการต่อรองหรือเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ โดยการใช้ทรัพยากรสำคัญร่วมกัน 2) การทำการตลาดข้ามชาติ (Internationalization) ซึ่งอาจจะมีการลงทุนร่วมกันที่เรียกว่า Joint Venture คือ มีการร่วมทุนเพื่อตั้งบริษัทใหม่ในต่างประเทศ เพื่อดูแลผลประโยชน์จนถึงการปฏิบัติในต่างประเทศเสมือนกับบริษัทอิสระบริษัทหนึ่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมการส่งออก

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

โดยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ของวิชัย คิชฐอุคม ( 2541 ) การผลิตขั้นปลายมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วจนทำให้ปัจจัยการผลิตขั้นต้นและขั้นกลางไม่สามารถตอบสนองอุตสาหกรรมขั้นปลายได้ทั้งในปริมาณและคุณภาพของสินค้าทำให้ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบในแต่ละขั้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้อุตสาหกรรมสิ่งทอยังมีปัญหาคารับโครงสร้าง การปรับเปลี่ยนเครื่องจักร การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนปัญหาการขาดสภาพคล่อง ทำให้แต่ละสถานประกอบการขาดเงินทุนหมุนเวียนส่งผลให้การบริหารการผลิตติดขัดหรือล่าช้า ไม่สามารถส่งมอบสินค้าตามกำหนดได้ การแก้ไขปัญหาจะต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาระบบการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ

นอกจากนี้ Mohd Rizal Razalli (2011) นักวิจัยในประเทศมาเลเซีย ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ในการทำงานขององค์กรภายใต้กระบวนการรับรองฮาลาล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยของมนุษย์ที่มีอิทธิพลของต่อความรับผิดชอบการจัดการลักษณะพนักงานและนโยบายในการทำงานใน EDCUUM มีการวัดตัวแปรด้วยมาตราส่วน 5 ระดับ ซึ่งเป็นแบ่งออกเป็น 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรความรับผิดชอบการจัดการประสิทธิภาพ ลักษณะการทำงานของพนักงาน นโยบายประสิทธิภาพพนักงาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า ด้านรับผิดชอบและนโยบายพนักงาน และผลการดำเนินงาน EDC-UUM มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวก ในขณะที่เดียวกันลักษณะพนักงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงาน EDC-UMM การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าขั้นตอนการรับรองฮาลาลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยมนุษย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขา ความรับผิดชอบการจัดการและนโยบายพนักงานที่พบว่ามีอิทธิพลต่อความเชื่อถือในประสิทธิภาพ EDC-UUM

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของมุสดี พลสารัมย์ (2541) ได้ศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย โดยได้ใช้ทฤษฎี Resource-base พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ (human resource) เป็นกลยุทธ์และปัจจัยที่จะอธิบายสัดส่วนที่สำคัญของตัวแปรในการดำเนินงานมากกว่ากลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยส่วนรองตลาด และยังพบว่าเทคโนโลยี (technology) มีความสัมพันธ์กับการส่งออก โดยนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับต่างประเทศ และสามารถช่วยในการลดต้นทุนในการส่งออกได้

นอกจากนี้การบริโภคฮาลาลของมุสลิมนั้นจะต้องอยู่ภายใต้ความไว้วางใจและความมุ่งมั่นในระยะยาวเป็นส่วนประกอบหนึ่งของโซ่อุปทานของหุ้นส่วนที่ประสบความสำเร็จ ความไว้วางใจในความร่วมมือห่วงโซ่อุปทานสามารถกำหนดเป็นความตั้งใจที่จะพึงพาคู่ค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจต้องมีความโปร่งใสระหว่าง โซ่อุปทานของหุ้นส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการใช้ข้อมูลร่วมกันมากที่สุดรวมทั้งเรื่อง เกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท เช่นปริมาณการขาย การวางแผนการผลิตและค่าใช้จ่ายและกระบวนการ โดยทั่วไปหมายถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของพันธมิตรแต่ละคนที่จะใช้ความพยายามในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวตามปกติ เช่น ความมุ่งมั่นของ บริษัท ในการลงทุนเพื่อสร้างลักษณะพิเศษกับคู่ค้าของพวกเขาไม่ว่าจะเป็นการศึกษาด้านการลงทุน ทรัพยากรทางกายภาพหรือมนุษย์ได้แสดงให้เห็นว่าโดยกระทำการลงทุนดังกล่าวความสัมพันธ์ระหว่าง โซ่อุปทานของหุ้นส่วน ได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นและในที่สุดเพิ่มการทำธุรกรรมในอนาคต (Tiemann, 2011 p.59) ในการศึกษาได้แบ่งห่วงโซ่อุปทานฮาลาลเป็นสี่ขั้นตอนของความไว้วางใจซึ่งเป็นองค์ประกอบของหลักการพื้นฐานและที่สำคัญในครั้งแรก (บริษัท ของชาวมุสลิม) และครั้งที่สอง (ผลิตภัณฑ์ฮาลาล) ขั้นตอนที่ ขั้นตอนแรกตามที่ (Tiemann, 2011) ได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องความไว้วางใจโดยผู้ขายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ผู้ผลิตที่เป็นมุสลิมจะต้องมีภาระกับพระเจ้าเพื่อให้

แน่ว่าผลผลิตภัณฑ์ที่เขาขายอยู่ในสถานะของอาหารที่ฮาลาลอย่างแท้จริง และเพื่อให้ผู้ซื้อจะมีความเชื่อมั่นว่า ผลผลิตภัณฑ์ที่เขาบริโภคนั้นฮาลาล ในระยะที่สององค์ประกอบความไว้วางใจที่เกิดขึ้นในรูปแบบของ ใบรับประกันให้กับผู้ซื้ออาหารฮาลาลจะไว้วางใจการรับรองฮาลาลหรือเครื่องหมายฮาลาลที่ติดอยู่บนสินค้าอุปโภคบริโภคหรือร้านค้าปลีก ใบรับรองหรือเครื่องหมายที่ออกโดยการรับรองมั่นใจผลผลิตภัณฑ์ และสถานที่ตามฉลากที่บอกให้ทราบว่าฮาลาลสำหรับมุสลิม นอกจากนี้ยังพบว่าชาวมุสลิมในประเทศยุโรปต้องการที่เป็นอุปทานที่จะซื้ออาหารพวกเขาของ การซื้อเนื้อสัตว์ฮาลาล จากร้านเนื้อในท้องถิ่นมากกว่าการซื้อผลผลิตภัณฑ์เดียวกัน จาก หรือร้านค้าปลีก แม้จะมีความจริงที่ว่าซูเปอร์มาร์เก็ตหลัก หรือร้านค้าปลีก นอกจากนี้ผลผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคชาวมุสลิมในประเทศฝรั่งเศสและประเทศเบลเยียมยังคงซื้อเนื้อสัตว์ฮาลาลที่ได้จากการขายเนื้อท้องถิ่นของพวกเขาเพราะมีความไว้วางใจและความเชื่อถือผู้ขายเนื้อในท้องถิ่นเพราะ สามารถสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่าไม่มีการปนเปื้อนในเนื้อสัตว์ ของพวกเขา และสำหรับในสหรัฐอเมริกาอเมริกา และแคนาดา พบว่าความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสัตว์ในหมู่มุสลิมและแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตอาหาร จะต้องทำทุกอย่างในขั้นตอนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดฮาลาลที่จะสร้างความไว้วางใจที่มีต่อผลผลิตภัณฑ์ (Mohamad, AB Hassan, H., 2011) ทั้งนี้หมายความว่า ระดับความคิดเห็นของมุสลิมในการเลือกซื้อสินค้าอาหารฮาลาลนั้นขึ้นอยู่กับความไว้วางใจที่มีต่อผู้ขาย จากผลการวิจัยพบว่า คณะกรรมการด้านศาสนา (ชารีอะห์) ของประเทศนั้นต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและให้ความสนใจในหลักการศาสนาอิสลามหรือชะรีอะห์อย่างแท้จริงและลึกซึ้ง สามารถนำเอาหลักการของกฎหมายอิสลามมาประยุกต์ใช้กับนวัตกรรมทางการผลิตสินค้าได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการผลิตสินค้าฮาลาลด้วย เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงของการผลิตสินค้าและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจ จำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมได้อย่างครบถ้วน จึงมีความจำเป็นที่ผู้บริหารอุตสาหกรรมอาหารเนื้อสัตว์ต้องให้ความสำคัญภายใต้หลักการอิสลาม ซึ่งสิ่งที่สำคัญคือจะต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ด้านศาสนาอิสลามเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของความเชื่อถือว่าไว้วางใจที่มุสลิมมีต่อคณะกรรมการบริหารธนาคารอิสลามที่ทำหน้าที่ในการรับรองมาตรฐานอาหารนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hume (2004), Mohd Hafiz(2011) และ Mohamad, AB, Hassan, H. (2011) ทั้งนี้หมายความว่าหากคณะกรรมการบริหารขององค์กรมีความรับผิดชอบ ต่อกระบวนการในการรับรองเครื่องหมายคุณภาพฮาลาลจะทำให้โอกาสทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเพิ่มมากยิ่งขึ้น (Kotler, P. & Armstrong, G. (1993)

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ Mohd Hafiz Zulfakar, (2010) ได้ทำการวิจัยที่ประเทศออสเตรเลีย เรื่องห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล หมายถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมอาหารได้จากความต้องการของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจุบันนี้อาหารฮาลาลได้กลายเป็นคำถามสำหรับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจขององค์กร และเป็นการแสดงความมีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ ของอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีการคาดเป็นพิเศษว่า อาหารฮาลาลนั้น ไม่ได้เป็นอาหารเฉพาะแต่ประเทศมุสลิมเท่านั้นยังรวมถึงประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องอาหารฮาลาลพบว่ามีเตรียมการในการให้ความรู้เชิงวิชาการด้านอาหารฮาลาลให้กับผู้สนใจและผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nzadeh Nikfarjam (2011) กล่าวถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ฮาลาล โดยกล่าวถึงความกังวลของมุสลิมในการบริโภคเนื้อสัตว์แปรรูปนั้นมิใช่เริ่มจากการบริโภค แต่จะพิจารณาจากประเภทของสัตว์ที่จะนำมาฆ่าเพื่อเป็นอาหารนั้นต้องเป็นสัตว์ที่ได้รับอนุญาต เช่น สัตว์ปีก จะต้องมีการฆ่าตามพิธีกรรมของศาสนาอิสลามที่จะทำให้สัตว์เหล่านั้นฮาลาลตามหลักการ นอกจากนี้ยังเป็นไปตามมาตรฐานที่เข้มงวดในด้านสุขอนามัย การรับรองมาตรฐานฮาลาลนั้นเริ่มต้นขึ้นในประเทศมาเลเซียตั้งแต่ปี 1982 โดยกรมพัฒนาอิสลามแห่งมาเลเซีย ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบภายใต้สหประชาชาติสำหรับกฎระเบียบการเตรียมการด้านอาหารของโลก และเป็นประเทศ



เดียวที่มีกฎเกณฑ์มาตรฐานด้านอาหารฮาลาลอย่างครบวงจร (Shambavi Rajagopal, Sitalakshmi Ramanan, Ramanan Visvanathan, 2012)

นอกจากนี้ Nor Aini Haji Idris (2012) สรุปผลการวิจัยเรื่องเครือข่ายธุรกิจ ในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย จากกลุ่มตัวอย่าง 220 ตัวอย่างของ บริษัทแปรรูปอาหารฮาลาลใน ประเทศมาเลเซีย พบว่าส่วนใหญ่ บริษัท ต้องเผชิญกับปัญหาในการจัดตั้งเครือข่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายในตลาดโลก โดยมีข้อจำกัดในระดับโลกทั้งที่มีโอกาสสูง ปัจจัยในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซียสอดคล้องกับงานวิจัยของชูชาน (2003) คือ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยสนับสนุน

นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายเครือข่ายธุรกิจของพวกเขาผ่านเครือข่ายร่วมในสังคมเช่นในหมู่เพื่อน พันธมิตรทางธุรกิจและสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้มีงานวิจัยที่ระบุอุปสรรคหลายอย่างในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจคือความยากลำบากในการปลูกฝังความเข้าใจร่วมกันและความน่าเชื่อถือในหมู่พันธมิตรทางธุรกิจให้เกิดขึ้น รวมทั้งทำให้ค่าใช้จ่ายของหน่วยงานสูงขึ้น สำหรับจุดอ่อนคือปัญหาด้านสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้ การขยายโอกาสการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในประเทศ บริษัท ควรมีการพัฒนาตัวเองและมีการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ทันสมัยและแสวงหาผลประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ การที่บริษัทพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะเป็นช่องทางสนับสนุนข้อมูลเช่นเดียวกับช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น ที่จะนำไปสู่ตลาดโลก

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haron, Ahmad (2002), Ahmad and Planisek (1994), Angel (1995), Ali (1946 p. 48),

Bellalah and Ellouz (2004), Burton (1996), Chaiken (1993; 1994), Donthu and Yoo (1998) Eagly and Chaiken (1993; 1994), El-Qorch (2005) Hadyn and Durkin (2002), Hofstede (1994), Kardes and Cronley (2000), Katz (1960), Liu, Ferrer and Sudharshan (2000, 2001), McLean (2001), Othman and Owen (1999), Parasuraman (2000), Rahaman, (1994), Sauer (2002), Sauer (2002); Rahaman, (1994) ทั้งนี้หมายความว่าวัฒนธรรมอิสลามและค่านิยมตามวิถีชีวิตอิสลามส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภคมุสลิมอันมาจากความเชื่อในเรื่องของศาสนาเกี่ยวกับข้อห้ามการบริโภคอาหารที่ไม่สะอาด ซึ่งส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเนื้อแปรรูป อันเป็นปัจจัยที่เกิดจากความต้องการที่อยู่ภายในจิตใจของมุสลิมที่มีกระบวนการที่ผ่านจิตสำนึกที่มีอิทธิพลที่ทำให้มุสลิมจะต้องมีการวางแผนและคิดก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้ซื้อสินค้าอาหาร

ฮาลาลซึ่งมีผลมาจากความเชื่อทางศาสนา เป็นไปตามทฤษฎีที่มีการวางแผนและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้ามุสลิมที่แตกต่างจากผู้บริโภคในศาสนาอื่น เพราะพฤติกรรมของมุสลิมในการ นั้นจะต้องพิจารณาถึงหลักการของศาสนาอย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุผลของข้อห้ามในอิสลาม (Allam Ahmed, 2008)

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับการวิจัยที่กล่าวถึงระบบประกันคุณภาพอาหารฮาลาล หนึ่งในวิธีการเพื่อให้แน่ใจว่ามีความเชื่อมั่นในหมู่ผู้ซื้อชาวมุสลิมเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลคือการมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาล นอกจากระบบตรวจสอบย้อนกลับฮาลาล เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นเครื่องหมายแสดง ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันด้านศาสนาอิสลาม หรือได้รับการพิสูจน์โดยหน่วยงานของฮาลาลรับรอง เพื่อยืนยันความมั่นใจให้กับลูกค้ามุสลิม ซึ่งมีความ กระตือรือร้นแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองฮาลาลไม่เพียง แต่ในระหว่างกิจกรรมการซื้อ แต่หมายรวมไปถึงในสถานที่รับประทานอาหารใด ๆ เช่น การซื้อกลับบ้าน ในร้านอาหาร ภัตตาคาร และอื่น ๆ โดยจะต้องแสดงใบรับรองฮาลาลหรือโลโก้ที่พวกเขาจะรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นฮาลาลอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่

ทำหน้าที่จัดเตรียมอาหารต้องเป็นไปและ สอดคล้องกับกฎหมายอิสลาม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลที่สอดคล้องและมีความพร้อมที่จะบริโภคโดยไม่ต้องสงสัยใด ๆ ตามที่แจ้ง ใบบรรองเป็นอำนาจที่เป็นอิสระและมีความน่าเชื่อถือพยานหลักฐานที่สนับสนุนด้าน ฮาลาล อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันจากการละเมิดหรือการประพฤติดิใด ๆ ใบบรรองฮาลาลต้องมีระยะเวลาการรับรองจากองค์กรที่มีชื่อเสียง ปัจจุบันมีไม่มีมาตรฐานฮาลาลที่เป็นมาตรฐานใน โลก ทุกประเทศมีมาตรฐานฮาลาลเฉพาะของตนเองที่ต้องปฏิบัติตามหลักการฮาลาลในประเทศนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ สำหรับบางประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมได้มีมาตรฐานฮาลาลเนื่องจาก หน่วยงานของเจ้าหน้าที่ฮาลาลต่าง ๆ นี้ได้นำไปสู่ความสับสนเข้าใจผิดและ เกิดความผิดพลาดในการตรวจสอบและการรับรองฮาลาลประธานฟอรัมฮาลาล, Khairy Jamaluddin ที่ยกมาโดย Wan ฮัสซัน ได้กล่าวถึงกรณีที่ไม่มีความมาตรฐาน

ฮาลาลทั่วโลกทำให้ การเจริญเติบโตซ้ำของอุตสาหกรรมฮาลาลแม้จะมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ของมาตรฐานปัจจุบันทั่วทั้งองค์กรที่แตกต่างกัน หลีกเลียงไม่ได้เนื่องจาก ในการเรียนการสอนในการปฏิบัติศาสนาอิสลาม เพราะเหตุนี้มันเป็นไปได้ที่จะพัฒนาที่เรียกว่ามีเพียงหนึ่งเดียวและเพียงพอกับทุกระดับ โลกมาตรฐานอาหารฮาลาลที่สามารถนำมาใช้โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมวัฒนธรรม ฮาลาล

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุระปะณี มะลิซ้อน (2539) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ วิเคราะห์การขยายตัวของส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญและเพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ เวียดนาม เอกวาดอร์ อินเดีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน โดยใช้ค่าเฉลี่ยของ

ข้อมูลใน 3 ช่วงเวลาคือ ปี 2525-2529, 2530-2534 และ 2535-2536 ปรากฏว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ สำหรับไทยมีแนวโน้มที่ความได้เปรียบดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่มีอัตราการเพิ่มที่ลดลงในทำนองเดียวกันกับเวียดนาม เอกวาดอร์ และอินเดีย ขณะที่อินโดนีเซีย เม็กซิโกและจีน มีความได้เปรียบดังกล่าวลดลง สำหรับผลการศึกษายาวตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนการแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงเวลาเช่นเดียวกับช่วงเวลาข้างต้น พบว่ามูลค่าการส่งออกระหว่าง 2 ช่วงเวลาแรกเพิ่มขึ้นเป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขันที่แท้จริง รองลงมาคือผลด้านทิศทางการส่งออก และผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อย เพราะผลการกระจายตลาด สำหรับการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกของ 2 ปีหลัง พบว่าเพิ่มขึ้นเช่นกันเป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริงรองลงมาคือผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกและผลด้านทิศทางการส่งออกตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลการกระจายตลาด ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและสิงคโปร์ ระหว่างปี 2523-2534 2509-2537 และ 2517-2537 ตามลำดับ ปรากฏว่าตัวแปรรายได้ประชาชาติต่อหัวของแต่ละประเทศ และราคาส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยไปยังประเทศดังกล่าวเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดอุปสงค์เพื่อการนำเข้าดังกล่าว โดยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศดังกล่าวเท่ากับ 7.1836 7.0844 และ 5.0065 ตามลำดับ และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาส่งออกของไทยของประเทศข้างต้นเท่ากับ -2.3662 -0.8361 และ -1.7393 ตามลำดับ

นอกจากนี้เสกสรร สุธรรมานนท์ (2545) สรุปโครงการเรื่อง “แนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการ ฮาลาล โลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล กรณีศึกษา ประเทศมาเลเซีย” กล่าวว่าจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่ผ่านมา ทำให้มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลสูงกว่า 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี ซึ่งนับเป็นจำนวนเงินมหาศาล ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมทั้งด้านแหล่งวัตถุดิบอาหารฮาลาลที่ใหญ่กว่าประเทศอื่นๆ และมีศูนย์วิทยาศาสตร์อาหารฮาลาลตรวจรับรอง แต่พบว่าอาหารฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่นิยมในต่างประเทศเท่าที่ควร ซึ่งจากการเก็บข้อมูลและประชุมกับตัวแทนผู้ประกอบการได้ข้อสรุปว่า การดำเนินงานด้านอาหารฮาลาลของไทยมีปัญหาหลักเนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ฮาลาลของไทยมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแต่ขาดการประสานงาน

แบบบูรณาการที่เป็นเอกภาพ ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินการได้ล่าช้า และเกิดความซับซ้อน เช่น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ให้การรับรองตราฮาลาล ซึ่งจะพิจารณาเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่รับรองกระบวนการฮาลาล (HAL-Q) ในขณะที่คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ให้การสนับสนุนงานวิจัยผลิตภัณฑ์ฮาลาล

### อภิปรายผลสำหรับผลการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเครื่องหมายฮาลาล

โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องไม่กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้อาจเป็นผลจากการที่พนักงานในองค์กรที่ทำการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารของไทยไม่เข้าใจในองค์ความรู้และหลักความเชื่อของศาสนาอิสลามเกี่ยวกับหลักการทำความสะอาดตามหลักซารีอะห์ อาจเป็นเพราะขาดบุคลากรที่เป็นมุสลิมในการปฏิบัติหน้าที่ด้านการผลิตตั้งแต่กระบวนการรับปัจจัยการผลิตเข้าสู่โรงงาน

นอกจากนี้อาจเกิดจากความรู้ด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลของผู้ปฏิบัติในโรงงานผลิตอาหารที่ขาดความรู้ในหลาย ๆ ประเด็น คือ ไม่มีความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนเตรียมส่วนผสมที่ใช้ในการผลิต เริ่มตั้งแต่ การบริหารจัดการฟาร์มเลี้ยงสัตว์ขั้นตอนของส่วนผสม การให้อาหารสัตว์ การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต วัสดุคูป การขนส่ง รวมทั้งการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นแนวคิดพื้นฐานที่ต้องมาจากความรู้ด้านศาสนาอิสลามในเรื่องของหลักการจากอัลกุรอานและอัลหะดีษ (Mohamed Syazwan Bin Ab Talib, Lim Rubin, Vincent Khor Zhengyi, 2011)

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน

โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังมีการวิจัยที่กล่าวถึงระบบประกันคุณภาพอาหารฮาลาล หนึ่งในวิธีการเพื่อให้แน่ใจว่ามีความเชื่อมั่นในหมู่ผู้ซื้อชาวมุสลิมเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลคือการมีผลิตภัณฑ์

ที่ได้รับการรับรองฮาลาล แต่เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้และเห็นว่าผู้บริโภคไม่สามารถทราบถึงกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังขาดระบบตรวจสอบย้อนกลับฮาลาล เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นเครื่องหมายแสดง ให้เห็นว่าบอกว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันด้านศาสนาอิสลาม หรือได้รับการพิสูจน์โดยหน่วยงานของฮาลาลรับรอง เพื่อยืนยันความมั่นใจให้กับลูกค้ามุสลิม ซึ่งมีความ กระตือรือร้นแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองฮาลาลไม่เพียง แต่ในระหว่างกิจกรรมการซื้อ แต่หมายรวมไปถึงในสถานที่รับประทานอาหารใดในลักษณะต่าง ๆ กับกฎหมายอิสลาม ในคำอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลที่สอดคล้องและมีความพร้อมที่จะบริโภคโดยไม่ต้องสงสัยใด ๆ ตามที่ ใบรับรองของผู้ประกอบการ และองค์กรผู้ให้การรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่สามารถนำมาใช้โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม

นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่าการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของมุสลิมซึ่งมีผลมาจากความเชื่อทางศาสนา เป็นไปตามทฤษฎีที่มีการวางแผนและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมที่แตกต่างจากผู้บริโภคในศาสนาอื่น เพราะพฤติกรรมของมุสลิมในการเลือกซื้ออาหารบริโภค โดยเฉพาะการเลือกซื้ออาหารนั้นจะต้องพิจารณาถึงหลักการของศาสนาอย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุผลของข้อห้ามในอิสลามที่ห้ามการเลือกสิ่งที่ต้องห้าม (หะรอม) ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกห้ามทั้งในคัมภีร์อัลกุรอาน และในคำสอนของศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) ที่กล่าวถึงบทลงโทษที่รุนแรงไว้ในหลายโองการ เช่น Weber (1949) ได้ทำการค้นหารูปแบบของความคิดของปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยการเริ่มจากการสังเกตการณ์ไปถึงการวิเคราะห์ ซึ่งนำไปสู่รูปแบบความรู้เบื้องต้นของพฤติกรรมทางความคิดของการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของลูกค้าในอุตสาหกรรมการผลิต

### ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์

ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ประโยชน์ด้านวิชาการ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### ประโยชน์ด้านวิชาการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการแสดงผลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอาหารแปรรูปฮาลาลในประเทศไทยในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน การวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดมุมมองใหม่ในทางวิชาการดังต่อไปนี้

1. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยผ่านมิติความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมการเมือง และการกำหนดนโยบายภาครัฐ ผ่านปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

2. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในผ่านความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงิน และความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิตไปยังปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลไปสู่ตัวแปรตามระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

3. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ผ่านมิติด้านความจงรักภักดี มิติด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม และมิติความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้า โดยผ่านปัจจัยความเชื่อถือทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

4. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ผ่านมิติความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ มิติด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล และมิติการตรวจสอบย้อนกลับ ไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

5. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามฮาลาล โดยผ่านมิติความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม มิติ เชื่อมั่นต่อ

กระบวนการคุณภาพ และมีติการระบุนรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม ไปสู่ตัวแปรตาม  
คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร

ฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

6. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน  
ผ่านมิติประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด มิติประสิทธิภาพการดำเนินงาน และมิติความ  
เจริญเติบโตขององค์กร ไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ  
อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทั้ง 7 ปัจจัยในการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็น  
ความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยความ  
ร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ปัจจัยความได้เปรียบในการ  
แข่งขัน ผลการวิจัยนี้เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น โดยยังไม่พบงานวิจัยในลักษณะการจัด  
วางตัวแปร 7 ตัวแปรดังกล่าวข้างต้นใน 1 โมเดล ซึ่งถือได้ว่าโมเดลการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นข้อ  
ค้นพบใหม่สำหรับสังคมมุสลิม

### ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่ม อาเซียน

จากผลการวิจัย ก่อให้เกิดความรู้ และความเข้าใจต่อการบริหารจัดการของ  
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยปัจจัย  
สภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยมาตรฐาน  
คุณภาพ ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ  
อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ดังนั้นองค์กรกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ดำเนินการด้านการส่งออกอาหารฮาลาลของ  
ประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยแต่ละด้านความสัมพันธ์ต่อการ  
สร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในระดับสูง ดังนั้นลูกค้าผู้ประกอบการ  
ควรด้วยนำผลตัวแปรความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับข้อสมมติฐานมาใช้ในการสร้างความ  
มั่นใจแก่เครือข่ายความร่วมมือในอุตสาหกรรมมากขึ้นเพื่อให้ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจ



การค้า การส่งออกระหว่างประเทศ ทั้งนี้จะทำให้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของลูกค้านั้นในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลของประเทศไทย ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการอาหารฮาลาลจำนวนมากที่ยังขาดความเข้าใจในหลักการของการผลิตอาหารเพื่อให้อาหารฮาลาลนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อของผู้นับถือศาสนาอิสลาม หากผู้ประกอบการสามารถเข้าใจในปรัชญาที่แท้จริงก็จะช่วยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับโอกาสจากการเติบโตของตลาดฮาลาลโลกได้

3. ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การสร้างเครือข่ายของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลนั้นยังขาดการเชื่อมต่อในระดับโลก ทั้งนี้เป็นผลมาจากการขาดเอกภาพของเครื่องหมายฮาลาลและขาดการเชื่อมต่อในด้านของข้อมูลข่าวสารด้านสารสนเทศและเทคโนโลยี หากได้รับการพัฒนาในเรื่องดังกล่าวนี้ย่อมส่งผลให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ

ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้จะมีส่วนทำให้การบริหารธุรกิจด้านการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยมีความชัดเจนมากขึ้น ส่งผลทำให้สามารถส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลตามหลักการแบบอิสลามกับกลุ่มเป้าหมายได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสในการทำการตลาดสินค้าอาหารไปยังกลุ่มมุสลิมทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ดียิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้อีกด้วย

นอกจากนี้ผลการวิจัย ทำให้เห็นความชัดเจนทางความคิดของมุสลิมผู้การค้าอพลุติกรรมอันนำไปสู่กระบวนการผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ทำให้เกิดมุมมองในด้านการบริหารจัดการประเทศไทยสู่การค้าการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหาร นอกจากนี้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการภายในองค์กร รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสำหรับลูกค้านุสลิมทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะฝ่ายของธุรกิจการค้าการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของผู้ประกอบการส่งออกของนักธุรกิจไทยไปสู่ประเทศกลุ่มอาเซียนได้มากยิ่งขึ้น

ทั้ง 7 ปัจจัยส่งผลต่อการบริหารจัดการของธุรกิจการค้าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ ผู้วิจัยขอให้อธิบายแนะดังนี้

1. เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายด้านการบริหารจัดการสำหรับอุตสาหกรรมการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก เช่น ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศพม่า เป็นต้น อันส่งผลต่อการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น

2. เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล เพิ่มมากขึ้น ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การพัฒนาบุคลากร การให้ความรู้ในรูปแบบการอบรมให้มีความรู้ตามหลักการอิสลามเพิ่มมากขึ้น

3. ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ แพะ รวมทั้งสัตว์ปีก เช่น เป็ด ไก่ ให้มีความเข้าใจในกระบวนการผลิตสินค้าแปรรูปให้มีคุณภาพมาตรฐานฮาลาลได้อย่างทั่วถึง เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ

### ประโยชน์สำหรับองค์กรมุสลิมในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จทางวัฒนธรรมอิสลามและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ โซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกอาหารฮาลาลไปสู่อาเซียนแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจในบริบทของหลักการความสะอาดแบบฮาลาลของอิสลามดังนั้นผลการวิจัยนี้ย่อมทำให้องค์กรผู้นำศาสนาอิสลามใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กร อุตสาหกรรม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่ต้องการใบรับรองคุณภาพฮาลาลได้เรียนรู้และเข้าใจแนวคิดอิสลามที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลอย่างจริงจังและอย่างครบวงจร โดยสถาบันด้านศาสนาอิสลามและหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการพัฒนาแนวคิดนี้ให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้นในอนาคต

## ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบที่สำคัญของการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการระบบการบริหารภายในองค์กร อุตสาหกรรมอาหารองค์กรภาคศาสนาอิสลามและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล รวมทั้งเกษตรกรผู้ประกอบการด้านการปศุสัตว์ โดยผู้วิจัยประมวลผลการวิจัยเป็นข้อเสนอแนะ สำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

สำหรับนักวิจัยที่มีความสนใจเกี่ยวกับองค์การธุรกิจด้านอุตสาหกรรมการผลิตอาหารประเภทอื่น หรือการบริการซึ่งแตกต่างกัน หากนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนไปใช้กับองค์การธุรกิจในลักษณะอื่น หรือกลุ่มตัวอย่างอื่นเพื่อการพัฒนาแบบจำลองที่เหมาะสม และสามารถนำไปอธิบายปัจจัยการส่งผลการตัดสินใจของกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในบริบทอื่น ๆ ทั้งนี้อาจปรับเปลี่ยนตัวแปรบางตัวเพื่อให้เกิดความเหมาะสม หรืออาจใช้ในกลุ่มตัวอย่างเดิมของอุตสาหกรรมอาหารในลักษณะที่มีตัวแปรบางตัวที่เปลี่ยนไป หรืออาจนำไปทดลองในสถานที่ เวลา และสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่ควรศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต เพื่อประโยชน์ทางวิชาการและการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแบบอิสลามในอนาคตที่จะทำให้ได้ความรู้ และข้อยืนยันที่กว้างขวางและชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะใน 5 ประเด็น ดังนี้

1. ควรทำวิจัยเชิงลึกเพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิมทั้งในธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่
2. ควรทำการวิจัยเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการมุสลิมในประเทศไทย กับมุสลิมในประเทศเพื่อนบ้านที่มีบริบทใกล้เคียงกับประเทศไทย เช่น ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย เป็นต้น

3. ควรทำการวิจัยในมิติของตัวแปรความเชื่อด้านวัฒนธรรมอิสลามแต่ละมิติเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอื่น ๆ โดยตรง เพื่อให้สามารถอธิบายความแตกต่างของอำนาจการทำนายแต่ละมิติของตัวแปรตามได้ดียิ่งขึ้น

4. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของคณะกรรมการด้านศาสนา (ชารีอะฮ์) ที่มีต่อการบริหารจัดการความรู้ของระบบการรับรองคุณภาพอาหารฮาลาล เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปเผยแพร่ต่อมุสลิมในประเทศไทยเพื่อสร้างความเชื่อที่ไว้วางใจเพิ่มมากขึ้น

5. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยเปรียบเทียบกับในประเทศเพื่อนบ้าน

6. การวิจัยครั้งนี้ได้ทดสอบตัวแบบสมมติฐานกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลาง ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้อาจไม่ครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรืออุตสาหกรรมข้ามชาติอื่น ๆ ดังนั้นจึงควรนำตัวแบบที่ได้สร้างขึ้นนี้ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หรือในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ผลสรุปการวิจัยที่สามารถกระจายไปสู่ประชากรหรือเป็นตัวแทนของประชากรในขอบเขตที่กว้างขวางยิ่งขึ้น และเพื่อต่อยอดงานวิจัยครั้งนี้

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร

1. สำหรับหน่วยงานที่ควรปรับปรุงให้เกิดระบบของการตรวจสอบ เพื่อควบคุมให้สอดคล้องกับหลักการมาตรฐานฮาลาล ทั้งในส่วนของการประกอบอาหารจะต้องดูแลระบบตั้งแต่ภายในโรงงาน รวมทั้งในส่วนของการท่าเรือรับ ผู้ส่งวัตถุดิบ บริษัทขนส่ง และท่าเรือส่งออกสินค้า จำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยต้องจัดการแยกการขนส่ง พื้นที่จัดเก็บ ระหว่างสินค้าฮาลาลออกจากสินค้าไม่ฮาลาล ตามหลักการทางศาสนาอิสลาม

2. สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงปศุสัตว์ ประกอบด้วย ผู้เลี้ยงโค แพะ แกะ หรือสัตว์อื่น ๆ ที่เป็นสัตว์ที่อนุญาตให้บริโภคตามหลักการศาสนาอิสลามได้ต้องได้รับการพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้เชิงวิชาการและการปฏิบัติด้านการบริหารจัดการฟาร์มให้เป็นไปตามหลักการของความสะอาด ถูกสุขลักษณะอาชีวอนามัยตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร และความปลอดภัย ถูกสุขอนามัยตามหลักการฮาลาลแบบอิสลามด้วยการเข้าร่วมกับหน่วยงาน องค์กร

ศาสนาอิสลามที่สามารถให้ความรู้ด้านกระบวนการเลี้ยง แปรรูป ผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรได้อย่างแท้จริง

### สรุป

บทนี้เป็นบทสรุปงานวิจัยทั้งหมดที่นำมาจากผลการวิจัยในบทที่ 4 ด้วยการนำสรุปผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย นำมาสู่การอภิปรายผลที่มีทั้งผลการวิจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานและไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน โดยนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนผลการวิจัย รวมทั้งนำข้อมูลจากข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการ ที่ได้รับจากแบบสอบถามมาสรุป วิเคราะห์ และบูรณาการจากข้อค้นพบเชิงประจักษ์ ที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในด้านวิชาการ จากปัจจัยที่เป็นสาเหตุทั้ง 7 ปัจจัยในมุมมองของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยที่ประกอบธุรกิจส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่ได้จากข้อค้นพบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบตามวิธีวิทยาการวิจัย มาสู่การนำไปใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ รวมทั้งได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคตอันจะเป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการต่อไป

ภาคผนวก



## แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทาน  
เชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศ  
ไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการ  
สร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรม  
อาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนเพื่อนำผลการวิจัยไป  
ใช้ด้านธุรกิจระหว่างประเทศ

ทั้งนี้ดิฉันใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในประเด็นต่าง ๆ ซึ่ง  
ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นความลับ และจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ชื่อหน่วยงาน/บุคคล..... เลขที่ ..... ถนน .....

แขวง..... เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามในช่องว่าง โดยใส่เครื่องหมาย X หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริง  
มากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ถูกสัมภาษณ์

- |         |   |                                      |
|---------|---|--------------------------------------|
| 1. เพศ  | <input type="checkbox"/> 1. ชาย                 | <input type="checkbox"/> 2. หญิง     |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1. 20-25 ปี            | <input type="checkbox"/> 2. 21-30 ปี |
|         | <input type="checkbox"/> 3. 31-35 ปี            | <input type="checkbox"/> 4. 41-45 ปี |
|         | <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 46 ปีขึ้นไป |                                      |

3. ขนาดของกิจการ (เงินลงทุน)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 5 ล้านบาท | <input type="checkbox"/> 2. 6-10 ล้านบาท       |
| <input type="checkbox"/> 3. 11-20 ล้านบาท     | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 21 ล้านบาท |

4. บริษัทดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลาอย่างน้อย ..... ปี

**ตอนที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จ**ในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

**คำชี้แจง** ให้ใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องที่เหมาะสม ตามเหตุผลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านแต่ละข้อมีระดับความคิดเห็นให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

- 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง      2 = ไม่เห็นด้วย      3 = เห็นด้วยปานกลาง  
4 = เห็นด้วยมาก                5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ข้อความ	1	2	3	4	5
1.บริษัทมีความมั่นคงและมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
2. เศรษฐกิจที่ฟื้นตัวทำให้สินค้าส่งออกได้รับผลกระทบในทางที่ดีขึ้น					
3. การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนส่งผลต่อความเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารเพิ่มขึ้น					
4. ประเทศไทยมีแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่กำลังเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น					
5. การบริโภคอาหารของประชาชนนิยมการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์					
7.การพิจารณาอาหารคำนึงถึงความปลอดภัยลดภัยเพิ่มขึ้น					
8. มีการปฏิบัติตามหลักความร่วมมือระหว่างการค้าไทย-อาเซียนอย่างเป็นทางการ					



ข้อความ	1	2	3	4	5
9.การส่งออกสินค้าของไทยอยู่ภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างไทยกับอาเซียน					
10.มาตรการส่งออกของไทยเกิดจากความเข้มแข็งของภาครัฐ					
11.ความมั่นคงทางการเมืองทำให้ภาวการณ์ส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้น					
12.มีการสนับสนุนจากภาครัฐในเชิงนโยบายอย่างจริงจัง					
13.องค์กรภาครัฐมีการผลักดันให้เกิดการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ					
14.การจัดกิจกรรมสนับสนุนการส่งออกเป็นประจำ					

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ข้อความ	1	2	3	4	5
1. บุคลากรในองค์กรได้การทำงานเต็มประสิทธิภาพ					
2. มีการพัฒนาการทำงานให้กับพนักงานจนเป็นผู้มีทักษะวิชาชีพระดับสูง					
3. พนักงานทำงานอย่างมืออาชีพ					
4. การมีทักษะวิชาชีพของพนักงานทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น					
5. พนักงานได้รับการอบรมด้านมาตรฐานความปลอดภัย					
6. มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้วยวิธีการใหม่ เช่น การส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น					
7. มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับพนักงาน					
8. มีบรรยากาศภายในและภายนอกที่ดูร่มรื่น					
9. การจัดเรียงวัสดุอุปกรณ์คำนึงถึงความปลอดภัยก่อนเสมอ					

ข้อความ	1	2	3	4	5
10.เครื่องมือ เครื่องจักร ได้รับการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ					
11.องค์กรมีเงินทุนหมุนเวียนที่พร้อมจะลงทุนในผลิตภัณฑ์ใหม่					
12.มีรายได้จากยอดขายในต่างประเทศเพิ่มขึ้น					
13.มีการเพิ่มทุนในการขยายกิจการ					
14.มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนเพิ่มขึ้น					
15.บริษัทเพิ่มเงินลงทุนผลิตสินค้าเพื่อรองรับความต้องการสินค้าของลูกค้าในกลุ่มอาเซียน					
16.กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนใช้เครื่องจักรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านอาหาร					
17.กระบวนการแปรรูปเนื้อสัตว์ถูกสุขลักษณะอาชีวอนามัยทุกขั้นตอน					
18.พนักงานมีความชำนาญในการใช้เครื่องจักร					
19.มีการนำเครื่องจักร เครื่องมือ เครื่องใช้ หรืออุปกรณ์ที่เป็นเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในองค์กร เช่น เครื่องวัดสชาติระบบเซ็นเซอร์ เป็นต้น					

ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ข้อความ	1	2	3	4	5
1. องค์กรมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมอาหารอย่างสม่ำเสมอ					
2. องค์กรได้รับความไว้วางใจติดต่อให้ความช่วยเหลือระหว่างกันเป็นประจำ					
3. มีความร่วมมือด้านกับผู้ค้าเนื้อสัตว์ภายในอุตสาหกรรมอาหาร					
4. เมื่อมีปัญหาด้านการขาดแคลนปัจจัยการผลิตสามารถขอความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมอาหารได้ทันที					
5. ท่านมีการประชุมร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการส่งออกเนื้อสัตว์สม่ำเสมอ					
6. ท่านให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมองค์กร สมาคมผู้ประกอบการด้านการส่งออกเนื้อสัตว์					
7. องค์กรของท่านมีการนำหลักธรรมคำสอนในศาสนามาใช้ในการประกอบธุรกิจ					
8. ท่านยอมรับว่าการคำนึงถึงคุณธรรมในการทำงานเป็นสิ่งที่ดี					
9. มีการใช้หลักธรรมะมาสู่การปฏิบัติระหว่างพนักงานทุกคน					
10. พนักงานได้รับการอบรมให้เป็นผู้มีความซื่อสัตย์และมีศีลธรรม					
11. มีโครงการอบรมธรรมะอย่างต่อเนื่อง					
12. มีกิจกรรมพัฒนาบุคลากรด้านจริยธรรม					
13. มีกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ประกอบการอาหารด้วยกัน					
14. มีการใช้กลยุทธ์การรวมกลุ่มธุรกิจ					
15. มีการใช้แนวทางการบริหารแบบการมีส่วนร่วมภายในและภายนอกองค์กร					
16. องค์กรของท่านมีเครือข่ายในอุตสาหกรรมอาหารทุกบริษัท					

**ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล** ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ โข่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ข้อความ	1	2	3	4	5
1. ผู้บริโภคในกลุ่มอาเซียนบริโภคอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้น					
2. กลุ่มลูกค้ามุสลิมในอาเซียนมีความเคร่งครัดในการบริโภคอาหาร					
3. ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลจากประเทศไทย					
4. มุสลิมทุกคนล้วนต้องบริโภคอาหารที่ได้รับอนุญาต (ฮาลาล)					
5. การบริโภคอาหารฮาลาลเป็นหลักความเชื่อของมุสลิมผู้เคร่งครัดในหลักการ					
6. ลูกค้ายอมรับในคุณภาพสินค้าของท่าน					
7. คุณภาพของสินค้าขององค์กรของท่านตรงตามความต้องการของลูกค้า					
8. มาตรฐานคุณภาพด้านอาหารของไทยเป็นไปตามหลักการตรวจสอบแบบสากล					
9. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับการรับรองมาตรฐานสากลเพิ่มขึ้น					
10. มีการปรับเปลี่ยนตราหือใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมฮาลาล					
11. วัตถุประสงค์ในการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย					
12. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารแปรรูปเพราะคุณภาพ					
13. มุสลิมที่เคร่งครัดซื้อจะไม่ซื้ออาหารที่ไม่ฮาลาล					
14. หลักศาสนาอิสลามในเรื่องฮาลาลมีอิทธิพลต่อการซื้ออาหารแปรรูป					
15. มุสลิมในประเทศไทยปฏิบัติตามหลักการของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด					

มาตรฐานคุณภาพสากล ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารสากลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ข้อความ	1	2	3	4	5
1.มาตรฐานอาหารแปรรูปของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล					
2.มาตรฐานอาหารแปรรูปของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก					
3.องค์กรมีการประชุมร่วมกับกลุ่มอุตสาหกรรมอย่างสม่ำเสมอ					
4.สินค้าอาหารไทยมีมาตรฐานคุณภาพระดับสากล					
5.มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการผลิตกับหน่วยงานอื่น					
6.มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการผลิตระหว่างพนักงานอยู่เสมอ					
7.ลูกค้ามุสลิมในกลุ่มอาเซียนเชื่อถือตราฮาลาลของไทย					
8.เครื่องหมายฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดอาเซียน					
9.ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาลในภูมิภาคอาเซียน					
10.ผู้ตรวจสอบคุณภาพขององค์กรของท่านเป็นมุสลิม					
11.มีการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าตลอดห่วงโซ่อย่างสม่ำเสมอ					
12.การพิจารณาสินค้าแปรรูปเป็นการพิจารณาตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ					
13.มีการตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ					
14.มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาระบบและกระบวนการตรวจสอบย้อนกลับสินค้า					

ความได้เปรียบในการ แข่งขันที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการ  
โซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของ  
ประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ข้อความ	1	2	3	4	5
1.สินค้าของท่านได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี					
2.นโยบายด้านราคาของท่านเป็นที่ยอมรับของลูกค้า					
3.ลูกค้าของท่านมีการสั่งซื้อสินค้าจากท่านในปริมาณที่เพิ่มขึ้น					
4. ลูกค้าของท่านซื้อสินค้าจากท่านอย่างต่อเนื่อง					
5.กลยุทธ์การส่งเสริมทางการตลาดที่ใช้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ					
6.องค์กรของท่านมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น					
7.องค์กรของท่านสามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
8.องค์กรของท่านสามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี					
9.องค์กรของท่านสามารถส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
10.องค์กรของท่านสามารถส่งมอบสินค้าได้ตรงตามกำหนด					
11.ลูกค้ายอมรับในคุณภาพสินค้าขององค์กรของท่าน					
12.คุณภาพสินค้าของท่านตรงตามความต้องการของลูกค้า					
13. องค์กรมีการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ					
14.องค์กรได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปตามความต้องการของตลาด					
15.ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพส่งออกได้ตามมาตรฐานตลาดสากล					
16.องค์กรท่านสามารถส่งสินค้าไปยังประเทศที่เป็นมุสลิมได้ปริมาณเพิ่มขึ้น					
17.มียอดการส่งออกเพิ่มขึ้น					

ความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการ  
ส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่ม  
อาเซียน

ข้อความ	1	2	3	4	5
1. องค์กรของท่านมีอัตราส่วนกำไรจากการส่งออกที่เกิดจากการเจริญทางด้านเศรษฐกิจและประโยชน์จากการส่งเสริมการส่งออกของรัฐเพิ่มขึ้น					
2. องค์กรของท่านมียอดขายมียอดขายจากการส่งออกเพิ่มขึ้น					
3. ปริมาณการส่งออกขององค์กรท่านเพิ่มขึ้นเนื่องจากความพร้อมด้านทรัพยากรในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง					
4. องค์กรของท่านได้รับการยอมรับว่าเหนือว่าคู่แข่งในในตลาดส่งออก					
5. องค์กรของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น					
6. ผลการดำเนินงานจากการส่งออกขององค์กรท่านเกิดจากความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลในประเทศไทย					

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ปัจจัยอื่น ๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลทำให้องค์กรของท่านประสบความสำเร็จ

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าเครื่องหมายมาตรฐานฮาลาลมีความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของกิจการ  
เพราะเหตุใดบ้าง

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการสละเวลาในการตอบข้อคำถาม

## อภิธานศัพท์

ซารีอะห์	หมายถึง	หลักการปฏิบัติศาสนาตามบทบัญญัติอิสลาม
นะยีส	หมายถึง	สิ่งปฏิบัติที่ถือเป็นสิ่งสกปรกที่จะต้องมีการชำระล้างให้สะอาด โดยมีลำดับชั้นของนะยีส 3 ระดับ คือ นะยีสระดับสูง นะยีสระดับกลาง และนะยีสระดับต่ำ แต่ละระดับมี วิธีการทำความสะอาด แตกต่างกัน เช่น นะยีสระดับสูง ได้แก่ สุนัข สุกร ถ้าหากผู้ใด สัมผัสกับนะยีสระดับนี้จะต้องชำระล้าง ร่างกายด้วยน้ำคิน 7 น้ำ ทั้งนี้เพราะนะยีสระดับสูงนี้สามารถนำไปสู่โรคร้ายไข้เจ็บได้
มะลาอิกะฮ์	หมายถึง	เทวดาที่ทำหน้าที่ตามพระบัญชาจากอัลลอฮ์
มุกีฮัตตะละห์	หมายถึง	นะยีสระดับสูง ได้แก่ สุนัข สุกร เป็นต้น
มูอัลลัฟ	หมายถึง	ผู้เข้ารับนับถือศาสนาอิสลาม
ฟิกซ์	หมายถึง	กฎหมายอิสลาม
เตาบัต	หมายถึง	การกลับตัวของผู้ที่กระทำผิด
รอมะฎอน	หมายถึง	เดือนแห่งการถือศีลอดของมุสลิมด้วยการละเว้นการกิน การดื่ม การละเว้นด้วยกาย วาจา ใจ จากสิ่งที่เป็นเรื่องไร้สาระ การอดอาหารทุกชนิดตั้งแต่รุ่งสางจนกระทั่งพระอาทิตย์ตก
ซารีอะฮ์	หมายถึง	หลักปฏิบัติตามหลักกฎหมายอิสลามอันเป็นรูปแบบของการปฏิบัติอย่างจริงจังของโดยมุสลิมที่มีต่อการแสดงความศรัทธาและความเชื่อของเขาซารีอะฮ์ถูกกำหนดให้เป็นด้านการปฏิบัติในชีวิตประจำวันของชาวมุสลิมซึ่ง ประกอบด้วย 3 ส่วน <ol style="list-style-type: none"> <li>1. อิบาดะฮ์ การเคารพและปฏิบัติตามคำสอนของอัลลอฮ์ (พระเจ้า) เพียงองค์เดียว</li> <li>2. มูอามาลัต การปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์</li> </ol>



3. มุอามาละต การปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับ  
ความสัมพันธ์ของมนุษย์

ชีอะห์	หมายถึง	ชื่อนิกายหนึ่งในศาสนาอิสลาม
ซุนนีย์	หมายถึง	ชื่อนิกายหนึ่งในศาสนาอิสลามที่มีจำนวนผู้นับถือมาก
ซุนนะห์	หมายถึง	แบบฉบับท่านศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.)
ชะกาต	หมายถึง	การบริจาคทรัพย์สินที่เหลือในรอบหนึ่งปี โดยบริจาคหลังสิ้นสุดเดือนรอมะฎอน
ซ.ล.	หมายถึง	คำย่อของคำว่า ซอลลอนลอฮ์อะลัยฮิวะซัลลัม แปลว่า ขอความ จำเริญแด่ท่าน เป็นคำกล่าวที่แสดงความเคารพยกย่องต่อ ศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.)
ซ.บ.	หมายถึง	คำย่อของคำว่า ซุบฮานะฮฺวะตะอะลา แปลว่า เป็นคำกล่าวที่ แสดงความสรรเสริญอัลลอฮ์
เศาะหาบะฮ์	หมายถึง	ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้สืบทอดศาสนาในยุคหลังการจากไปของ ศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.)
ฮักรุอาน	หมายถึง	ชื่อพระมหาคัมภีร์ที่ถูกประทานลงมาจากอัลลอฮ์โดยผ่านเทว ทูตมายังศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) เพื่อเผยแพร่มายังมวลมนุษยชาติ เป็นพระคัมภีร์ของอัลลอฮ์เป็นภาษาอารบ
อัลลัค	หมายถึง	พฤติกรรมด้านทัศนคติและจริยธรรมในการทำงานของมุสลิม ในการดำเนินชีวิตประจำวัน
อะกีดะห์	หมายถึง	หลักของความเชื่อและความศรัทธาของชาวมุสลิม มี 6 ประการ ได้แก่ ความเชื่อและศรัทธาในพระเจ้าองค์เดียว ศรัทธาในบรรดามะลาอิกะฮ์ (เทวทูต) ศรัทธาในบรรดาคัมภีร์ ของอัลลอฮ์ การศรัทธาในบรรดาศาสดา การศรัทธาในวัน ตัดสิน และการศรัทธาในการเกิดใหม่ในปกโลกและการศรัทธา ในกฎกำหนดสภาวะ
อิบาดะห์	หมายถึง	หลักการปฏิบัติในศาสนาอิสลาม มี 5 ประการ ได้แก่ 1) การกล่าว ปฏิญาณตนว่า “ไม่มีพระเจ้าอื่นใดที่ควรเคารพยกย่องนอกจาก

		อัลลอฮ์องค์เดียว และศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) เป็นศาสนทูตของพระองค์” 2) การศรัทธาในบรรดาคัมภีร์ 3) การศรัทธาในบรรดาศาสดา 4) การศรัทธาในวันตัดสินและเกิดใหม่ในปรโลก และ 5) การศรัทธาในกฎกำหนดสภาวะ
อูลูฮียะฮ์	หมายถึง	ผู้ทรงคุณบูชา
ฮะดีษ	หมายถึง	คำพูดของศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) ที่เป็นบทคำสั่งสอนและหลักปฏิบัติเป็นแบบฉบับที่ท่านปฏิบัติในช่วงที่มีชีวิตอยู่ และถือเป็นแบบอย่างที่มุสลิมทุกคนจะต้องประพฤติปฏิบัติตามแบบอย่าง
ฮาลาล	หมายถึง	กิจกรรมหรือการกระทำที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายหรือภายใต้หลักศาสนาอิสลาม
ฮะรอม	หมายถึง	กิจกรรมหรือการกระทำที่ไม่ได้รับอนุญาตให้นี้มาตรฐานนี้ และสิ่งหรือการกระทำที่เป็นที่ต้องห้ามหรือผิดกฎหมายภายใต้หลักศาสนาอิสลาม



### บรรณานุกรม

- คำนาย อภิปรัชญาสกุล การจัดการ โลจิสติกส์เพื่ออุตสาหกรรมไทย กรุงเทพฯ: นั้ฐปรการพิมพ์ 2554
- กัลยา ครอบแก้ว แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมผักและผลไม้แปรรูปเพื่อการส่งออก กรุงเทพมหานคร 2531.
- กฤษณี รื่นรมย์. 2548. แนวโน้มความต้องการของตลาดสินค้าอาหารไทยสำเร็จรูป ประเภทอาหารฮาลาลในประเทศสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล การจัดการ โลจิสติกส์เพื่ออุตสาหกรรมไทย กรุงเทพฯ: นั้ฐปรการพิมพ์ 25545
- สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2550 การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ฮาลาล ปี 2544-2549
- มลศิริ วีโรทัย. 2544. อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม. มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุดาพร สิริทวีชัย. 2540. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กับการเติบโตทางเศรษฐกิจ กรณีศึกษาของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันอาหาร, แผนวิเคราะห์ข้อมูล. 2549. พยากรณ์การส่งออกอาหารของไทย ปี 2549. ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2552, จาก <http://www.nfi.or.th>.
- สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. โครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาอาหาร). กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม, 2545.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของ ไทย กรุงเทพฯ 2548.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์การพัฒนา โลจิสติกส์ของประเทศไทย (พ.ศ. 2549-2553) กรุงเทพฯ, 2549

- พินทิพย์ ปิยะบงการ. 2547. การศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ  
ซื้ออาหารเสริมที่ช่วยการทำงานของระบบขับถ่ายในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิเชษฐ์ พรหมใหม่. 2549. ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีตราฮาลาลของชาวไทย  
ไทยมุสลิมตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน. คุษฎีนิพนธ์ มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง.
- ทิพานันท์ ลิขัณฑกสมิตร. 2547. ทศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่มีผล  
ต่อการเลือกซื้อนมสดพร้อมดื่มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3).  
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. 2550. การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร : กรณีศึกษากลุ่มผู้  
ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก. คุษฎีนิพนธ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิทยา สุหฤทธดำรง การจัดการ โซ่อุปทาน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น  
อินโดไชน่า, 2546.

### ภาษาอังกฤษ

- Al-Qaradawi, Y. (2007). *The Lawful and the Prohibited in Islam*, Islamic Book Trust, Malaysia.
- Allam Ahmed. (2008). Marketin of halal meat in the United Kingdom supermarkets versus Local shops. *British Food Journal*, 110 (7), 655-670.
- Alvensleben, R.v. (1997). Consumer attitudes and behavior on the meat market in Germany. In:Alvensleben, R.v. S.v. Cramon-Taubadel & A. Rohr, K. Schleyerbach, Problems of meat Marketing, seven essays. Arbeitsbericht Nr. 2. Lehrstuhl fuir Agramarketing, Universitat Kiel.
- Bruill, R. R. (2010) Halal logistics and the impact of consumer perception. University of Twente.
- Department of Standards Malaysia (2004). MS 1500:2004: Halal Food-production, Preparation Handling and storage-general guidelines (first revision), Malaysia.
- Department of Islamic Development Malaysia (2005). Manual Procedure of Halal certification Malaysia.
- Department of Standards Malaysia (2010a). MS 24001-2-2010 (P): Halalan-Toyyiban Assurance Pipeline-Part 1: Management system requirements for transportation of goods and/or cargo chain services,Malaysia.
- Department of Standards Malaysia (2010a). MS 24001-2-2010 (P): Halalan-Toyyiban Assurance Pipeline-Part 2: Management system requirements warehouse and related activities, Malaysia.
- Department of Islamic Development Malaysia (2005). Manual Procedure of Halal certification Malaysia,Malaysia.
- Emi Normalina Omar ( 2011). Halal Supply Chain in the Food Industry –A conceptual Model.
- Hair, J. F., Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis* (5 ed.). Upper Sadder Revier, New Jersey: Prentice Hall.

- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6 ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Halal supply chain in the food industry - A conceptual model, [Omar, E.N.](#) Malaysia Inst. of Transp. (MITRANS), Univ. Teknol. MARA (UiTM), Shah Alam, Malaysia, 25-28 Sept. 2011 [Jaafar, H.S.](#) Page(s): 384 – 389
- Halal Food Authority (HFA). (2002-2003). Safety launch halal meat. Retrieved from <http://www.halalfoodauthority.co.uk/front.html>.
- Hussaini. M.M. (1993). *Islamic Dietary Concepts & Practices*, The Islamic Food & Nutrition Council of America, USA.
- IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications (ISBIA), Langkawi, Malaysia.
- Kotler. P.& Armstrong, G. (1993). *Marketing: An introduction* (3re.ed). N.Y.: Prentice Hall.
- Marco Tieman (2013) *Establishing The Principles In Halal Logistics* . Journal of Emerging Economies and Islamic Research. Vol 1 No. 1.
- Mohani Abdul, Hashanah Ismail, Haslina Hashim, Juliana Johari. (2009). Consumer decision making Process in shopping for halal food in Malaysia, *China-USA Business Review*, Volume 8.
- Tieman, M. (2011). The application of Halal in supply chain management: in-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186-195.
- Talib,Z., Zailani, S., & Zainuddin, Y. (2010). Conceptualization on the Dimensions for Halal Orientation for Food Manufacturers: A Case Study in the context of Malaysia. *Pakistan Journal of social sciences*, 7(2), 56-61.
- Tieman, Marco; Maznah Che Ghazali; Jack G.A.J. van der Vorst. (2013). *British Food Journal* 115.8.

## ประวัตินักวิจัย

ชื่อ -นามสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาเรียม นามิ
ชื่อ-นามสกุล(ภาษาอังกฤษ)	Assoc.Prof. Dr. Mariam Nami
หมายเลขบัตรประชาชน	31009 01917 13 7
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก	สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เลขที่ 86 ถนนพินิจโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตคูสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์	02 2829101 ต่อ 1221, 083 -1983021
e-mail address	mariamnami@gmail.com
ประวัติการศึกษา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ค.) บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (ค.อ.ม.) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) การแนะแนวการศึกษา การประชาสัมพันธ์
ผลงานด้านงานวิจัย	“ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตและคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์” งบประมาณผลประโยชน์คณะบริหารธุรกิจ ปีงบประมาณ 2549 “แนวโน้มความต้องการบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจ” งบประมาณ ผลประโยชน์คณะบริหารธุรกิจ ปีงบประมาณ 2551 “การตัดสินใจเลือกอาชีพของนักศึกษาบริหารธุรกิจ” งบประมาณผลประโยชน์คณะบริหารธุรกิจ ปีงบประมาณ 2552

“การตัดสินใจส่งออกอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการ  
ในประเทศไทย” จากงบประมาณแผ่นดิน ปี 2552

“การเกิดขึ้นและการดำรงอยู่ของการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดปรัชญา  
เศรษฐกิจพอเพียง” งบประมาณผลประโยชน์คณะบริหารธุรกิจ  
ปีงบประมาณ 2554 (วิจัยร่วม)

“การวิจัยเชิงนโยบายเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายอุปทานอาหารฮาลาล  
ประเภทเนื้อสัตว์และอาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทยสู่  
ภูมิภาคอาเซียน” งบประมาณสำนักงานคณะกรรมการวิจัย  
แห่งชาติ (วช.)

“การศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
อาหารแปรรูปของชาวมาเลเซีย” จากงบประมาณแผ่นดิน ปี 2554

“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการ  
แข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลสู่ตลาดตะวันออกกลาง”  
(ปีงบประมาณ 2555)

“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีงานทำของบัณฑิตภายใต้ผลกระทบของ  
การเสริมด้านแรงงานของกลุ่มประชาคมอาเซียนในประเทศไทย”  
(ปีงบประมาณ 2555)

“ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่มีต่อการบริหารจัดการแบบ green logistics  
ในธุรกิจการขนส่งทางบกในประเทศไทย” (ปีงบประมาณ 2555)