



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาล  
สู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

**The factors influencing the creation of competitiveness for exporting Halal food  
to route logistics Thailand - ASEAN**



มาเรียม นะมิ

รายงานนี้เป็นทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปี พ.ศ. 2558

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาล  
สู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

**The factors influencing the creation of competitiveness for exporting Halal food  
to route logistics Thailand - ASEAN**



รายงานนี้เป็นทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปี พ.ศ. 2558  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน อันได้แก่ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากร ด้านความสามารถในการปฏิบัติการ การบริหารการเงิน ด้านกฎหมาย ด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ (2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากร ด้านความสามารถในการปฏิบัติการ การบริหารการเงิน ด้านกฎหมาย ด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาแบบผสม ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการส่งออกในประเทศไทยจำนวน 455 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 417.295 ค่าที่องศาอิสระ (df) 596 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 1.000 ไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.368 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.960 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.930 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.015

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ตัวแปรสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากร ความสามารถในการปฏิบัติการ การบริหารการเงิน ด้านกฎหมาย ด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ ด้านคุณภาพอาหารฮาลาล มีอิทธิพลบวกต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะให้ ผู้ประกอบการด้วยการให้ความสำคัญกับตัวแปรสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากร ด้านความสามารถในการปฏิบัติการ การบริหารการเงิน ด้านกฎหมาย ด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ และการสร้างมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล อันนำมาสู่การสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

**คำสำคัญ** สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากร ด้านความสามารถในการปฏิบัติการ การบริหารการเงิน ด้านกฎหมาย ด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ มาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน



## ABSTRACT

The research on the factors influencing the creation of competitiveness for exporting Halal food using Thailand - ASEAN logistics route was aimed (1) to study the factors that influenced the ability to compete for exporting Halal food using Thailand - ASEAN logistics route including economic environment, resources, and operational capabilities, financial administration, , legal administration, and logistics and (2) to examine the consistency of the causal model with the empirical data.

The variables used in this study were the independent variables including the economic organization, organization resources, financial administration, legal administration, and logistics. The independent variable was the ability to compete for exporting Halal food using Thailand - ASEAN logistics route.

The researchers used a mixed method of qualitative and quantitative study. Questionnaires were used to collect empirical data from 445 exporter samples. The statistical methods used to analyze data were the frequency, percentage, mean, standard deviation, and the analysis on the structural equation model.

The results revealed that the model was well consistent with the empirical data. The Chi – Square ( $\chi^2$ ) value was 417.295 at the degrees of freedom (df) of 569 with the probability (p-value) equal to 1.000. The chi - square relative ( $\chi^2/df$ ) was 1.368 with the index of harmony (GFI) equal to the probability p-value equal to 0.960. The modified harmony index measuring (AGFI) was equal to 0.930 and the index error in estimation parameters (RMSEA) was equal to 0.015.

Moreover, it was found that the variables were economic organization, organization resources, financial administration, legal administration, logistics, and Halal food quality had positive effect on the ability to compete for exporting Halal food using Thailand - ASEAN logistics route.

The research results suggested the entrepreneurs focus on environmental variables economic organization, organization resources, financial administration, legal administration, logistics, and Halal food quality which could lead to advantageous for the competition exporting Halal food using Thailand - ASEAN logistics route.

**Keywords:** economic environment, organization resources, operational capability, financial administration, legal administration, Halal food quality standard, advantageous for the competition exporting Halal food using Thailand - ASEAN logistics route



## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้โอกาสในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ในครั้งนี้ด้วยการให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ เพื่อน พี่น้องและบุตร ที่ให้กำลังใจ ตลอดจนทุกเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้วิจัยผ่านประสบการณ์การทำงานวิจัยมาจนประสบความสำเร็จและขอขอบคุณทุกกำลังใจในการทำงานที่ผ่านมา

สุดท้ายนี้ ความรู้และประสิทธิผลของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบความดีงามเหล่านี้ให้กับผู้มีพระคุณทุกท่าน ขออ้อลอสู (ซ.บ.) โปรดประทานความดีงามแก่ทุกท่านทั้งในโลกนี้และโลกหน้าด้วยเทอญ

มาเรียม นะมิ



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	9
ขอบเขตของงานวิจัย	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
นิยามศัพท์เฉพาะ	11
สรุป	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
ตอนที่ 1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ	13
ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อาหาร	26
ฮาลาล	
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร	27
ตอนที่ 4 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
สรุป	72
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	73
ประเภทของงานวิจัย	73
ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	73
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการในการเก็บข้อมูล	75
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	76
วิธีการเก็บข้อมูล	82
ระเบียบวิธีวิทยาการวิจัย	83
สรุป	83



## สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 สรุปผลการวิจัย	84
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	85
ตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ	87
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบเชิงยืนยัน	89
ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นในปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความ สามารถในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ ไทย-อาเซียน	100
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุด้วยโปรแกรมลิสเรล	109
ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	120
สรุป	130
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	131
สรุปผลการวิจัย	131
อภิปรายผลการวิจัย	133
ประโยชน์ที่ได้รับ	151
ข้อเสนอแนะ	154
สรุป	156
บรรณานุกรม	157
ภาคผนวก	160
ประวัตินักวิจัย	171

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตาราง 2.1 ชื่อตัวแปรและอักษรย่อของตัวแปร	64
ตาราง 2.2 สมมติฐานการวิจัย	70
ตาราง 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัด สำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Pre-test)	78
ตาราง 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัด สำหรับข้อมูลที่เก็บจริง	80
ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม	85
ตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์ห้อย้ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรล	91
ตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)	98
ตาราง 4.4 ระดับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	101
ตาราง 4.5 ระดับปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร	102
ตาราง 4.6 ระดับปัจจัยความสามารถในการปฏิบัติการ	103
ตาราง 4.7 ระดับปัจจัยด้านการบริหารการเงิน	104
ตาราง 4.8 ระดับปัจจัยระเบียบกฎหมาย	105
ตาราง 4.9 ระดับปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์	106
ตาราง 4.10 ระดับปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล	107
ตาราง 4.11 ระดับการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออก อาหารฮาลาล	108
ตาราง 4.12 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางค่าความผิดพลาดมาตรฐานและ ค่า t-value ของโมเดลสมการ โครงสร้างหลังจากปรับโมเดล สำหรับการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของ การสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหาร ฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน	109
ตาราง 4.13 อิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออก อาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน	119

## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	63
ภาพ 2.1 สมมติฐาน โมเดลสมการ โครงสร้างที่สร้างสมมติฐานแสดง โมเดล อิทธิพลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการ แข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทาง โลจิสติกส์ไทย-อาเซียน	
ภาพ 4.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ (standardized residual) กับค่าพยากรณ์ (standardized predicted value)	71
ภาพ 4.2 โมเดลสมการ โครงสร้างแสดง โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลต่อการสร้าง ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทาง โลจิสติกส์ไทย-อาเซียน	113



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับการสนับสนุนมาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีการทำเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศและในขณะเดียวกันเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนน้อยและใช้วัตถุดิบภายในประเทศ และสามารถนำทรัพยากรทางการเกษตรของประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปสู่การผลิต การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งในช่วงแรกประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อการทดแทนการนำเข้า ต่อมาเมื่อการผลิตขยายตัวมากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการมีความรู้และประสบการณ์มากขึ้น รวมทั้งในปัจจุบันประเทศไทยได้ทำการเปิดเสรีทางการค้า จึงทำให้ทิศทางการพัฒนาจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าไปสู่การผลิตเพื่อการส่งออก นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารยังก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการผลิตอื่น ๆ เช่น การผลิตกระป๋องผลิตภัณฑ์พลาสติกอื่นนำไปสู่การจ้างงานและรายได้ประชาชาติที่สูงขึ้นสินค้าอาหารไทยที่มีศักยภาพที่จะขยายตลาดได้ในกลุ่มประเทศอาเซียนมีหลายรายการ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ ผักกระป๋องและแปรรูป สิ่งปรุงรสอาหาร นมและผลิตภัณฑ์นม ผลิตภัณฑ์ข้าว เป็นต้น ซึ่งอาหารที่มีการส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 รวมทั้ง ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารสำคัญของโลก สามารถส่งออกข้าว ผักและผลไม้ ตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน ต่อมาเมื่ออุตสาหกรรมอาหารขยายตัวมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศไทย ได้ขยายปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก เช่น ไก่ เป็น ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทะเล เช่น ปลา กุ้ง ปู หอย ปลาหมึก ผลิตภัณฑ์จากพืช เช่น ผัก ผลไม้ มันสำปะหลัง ข้าวโพด ถั่วเหลือง เป็นต้น

ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันสูงและเป็นตลาดที่มีศักยภาพการแข่งขันในตลาด AEC โดยมีความสามารถที่สามารถพิจารณาได้จากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการผลิต ไทยมีวัตถุดิบเป็นจำนวนมากทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ และความหลากหลาย ปัจจัยด้านการตลาด ขนาด

ของไทยถือว่าใหญ่แต่กำลังซื้ออยู่ในระดับปานกลาง อุตสาหกรรมสนับสนุน ไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ดีกว่าประเทศกลุ่ม CLM โดยอุตสาหกรรมอาหารของไทยค่อนข้างมีความหลากหลาย ซึ่งรวมความว่าอุตสาหกรรมไทยมีศักยภาพในอันดับต้น ๆ ของอาเซียนเนื่องจากความเข้มแข็งในด้านปัจจัยการผลิต อาทิ วัตถุดิบมีคุณภาพและมีความหลากหลาย ทักษะฝีมือแรงงานเหมาะสมกับต้นทุนค่าจ้าง มีตลาดภายในประเทศที่มีศักยภาพรองรับความต้องการในอนาคต ขณะที่ในแง่ของตลาดส่งออกพบว่าอาหารไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดโลกเพราะสินค้ามีคุณภาพมาตรฐาน หากสามารถพัฒนาเครือข่ายการผลิตให้มีศักยภาพทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงานให้เกิดการเกื้อกูลกันมีการพัฒนาตราสินค้าที่เป็นของตัวเอง (Brand) รวมทั้งเพิ่มบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมจะช่วยสร้างโอกาสและความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทยในระดับอาเซียนรวมถึงระดับโลกได้

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปโดยเฉพาะอุตสาหกรรมผักผลไม้แปรรูปนั้นได้ดำเนินการมาแล้วมากกว่า 20 ปี และมีแนวโน้มการส่งออกจะเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ สำหรับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปนั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร และสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้ปีละหลายพันล้านบาท ซึ่งเป็นสินค้าที่มีส่วนในการลดดุลการค้าของประเทศได้นอกจากนี้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารยังเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงประโยชน์โดยตรงถึงเกษตรกร และมีสัดส่วนการใช้วัตถุดิบในประเทศ เกินกว่า 80% ของวัตถุดิบที่ใช้ในโรงงาน ซึ่งภาครัฐได้ให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยได้วางยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2545 ภาครัฐได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศในด้านต่าง ๆ รวมทั้งวิเคราะห์รายอุตสาหกรรม โดยได้เชิญ Michael Porter ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ประเทศสหรัฐอเมริกา Porter ได้ให้คำแนะนำในงานวิจัยเรื่อง “การสร้างความสามารถในเชิงการแข่งขันทางการค้าของประเทศไทย” ว่าควรมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มและให้ความสำคัญแก่ 2 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ อาหารและการท่องเที่ยว เพราะอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถใช้วัตถุดิบภายในประเทศมากกว่า 80% จึงมีความได้เปรียบ รวมทั้งยังสามารถรองรับผลผลิตทางการเกษตร โดยเป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพในการสร้างประเทศไทยให้เป็นคลังอาหารของโลก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ของ

ชัยยุทธ์ ปัญญาสวัสดิ์สุทธิ์ (2544) และผลการวิเคราะห์เมื่อปี พ.ศ. 2545 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กล่าวว่าสินค้าอาหารของไทยเป็นสินค้าที่มีลักษณะเด่นในด้านมูลค่าเพิ่ม มีการนำเข้าปัจจัยการผลิตต่ำ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสขยายตัว เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของโลกในระดับสูง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545) ฉะนั้นจึงกำหนดวิสัยทัศน์ของอุตสาหกรรมอาหารไทย ให้ไทยเป็นครัวของโลกในกรอบยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ในระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2548-2551) โดยประเทศไทยจะเป็นผู้นำในการผลิตอาหารที่มีความปลอดภัยและได้รับความไว้วางใจป้อนให้กับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกทั้งในรูปแบบสินค้าขั้นปฐม สินค้าสำเร็จรูป หรือสินค้าสำเร็จรูป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545ก) ข้อได้เปรียบของการประกอบอุตสาหกรรมอาหาร คือ การอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ และเป็นอุตสาหกรรมที่ควรมีพื้นที่ทำเกษตรกรรมเป็นของตนเอง เพื่อจะได้มีวัตถุดิบเข้าโรงงานได้ไม่น้อยกว่า 30% ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด การประกอบอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อยของชุมชนเกษตรกรที่เข้มแข็งจะช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี

ศูนย์สารสนเทศ สถาบันอาหาร ได้รายงานสถานการณ์การส่งออกสินค้าอาหารในช่วงไตรมาสแรกของปี 2554 ว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลของศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการขยายตัว คือการปรับตัวของวิสาหกิจโดยเฉพาะในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในนโยบายต่าง ๆ เช่น ครัวไทยสู่ครัวโลก (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554) นอกจากนี้ยุทธศาสตร์ของกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายในการพัฒนาจำนวน 5 อุตสาหกรรม ซึ่ง 1 ใน 5 อุตสาหกรรมเป้าหมายคือ อุตสาหกรรมอาหาร โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการเพิ่มศักยภาพในการส่งออก เพื่อให้สามารถในการแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งการส่งออกอาหารไปยังประเทศต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาคนั้นล้วนสร้างส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น และนำมาสู่เงินตราต่างประเทศในอัตราที่เพิ่มขึ้น โดยประเทศมาเลเซียเป็นตลาดส่งออกที่อยู่ใกล้กับประเทศไทยมากที่สุดประเทศหนึ่งที่มีมูลค่าการส่งออกผลิตอาหารอยู่ในอัตราที่เพิ่มขึ้น

ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันสูงและเป็นตลาดที่มีศักยภาพการแข่งขันในตลาด AEC โดยมีความสามารถที่สามารถพิจารณาได้จากปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการผลิต ไทยมีวัตถุดิบเป็นจำนวนมากทั้งในเชิงปริมาณ คุณภาพ และความหลากหลาย ปัจจัยด้านการตลาด ขนาดของไทยถือว่าใหญ่แต่กำลังซื้ออยู่ในระดับปานกลาง อุตสาหกรรมสนับสนุน ไทยมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ดีกว่าประเทศกลุ่ม CLM โดยอุตสาหกรรมอาหารของไทยค่อนข้างมีความหลากหลาย ซึ่งรวมความว่าอุตสาหกรรมไทยมีศักยภาพในอันดับต้น ๆ ของอาเซียนเนื่องจากความเข้มแข็งในด้านปัจจัยการผลิต อาทิ วัตถุดิบมีคุณภาพและมีความหลากหลาย ทักษะฝีมือแรงงานเหมาะสมกับต้นทุนค่าจ้าง มีตลาดภายในประเทศที่มีศักยภาพรองรับความต้องการในอนาคต ขณะที่ในแง่ของตลาดส่งออกพบว่าอาหารไทยยังเป็นที่ต้องการของตลาดโลกเพราะสินค้ามีคุณภาพมาตรฐาน หากสามารถพัฒนาเครือข่ายการผลิตให้มีศักยภาพทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงานให้เกิดการเกื้อกูลกันมีการพัฒนาตราสินค้าที่เป็นของตัวเอง (Brand) รวมทั้งเพิ่มบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมจะช่วยสร้างโอกาสและความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทยในระดับอาเซียนรวมถึงระดับโลกได้

ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ในโลกนี้ล้วนต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ ในทุก ๆ ภูมิภาค เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในดุลการค้า ซึ่งนำมาสู่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจภายในประเทศ อันจะส่งผลให้ประเทศเกิดการได้เปรียบดุลการค้า แต่การที่จะทำให้ประเทศได้เปรียบดุลการค้าได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวางแผนการส่งออกของประเทศเพื่อให้ประเทศมีความเจริญเติบโตและเจริญอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตอาหารตั้งแต่ในอดีต โดยสามารถผลิตอาหารเพื่อเลี้ยงประชาชนในประเทศและเหลือเพื่อการส่งออกมาโดยตลอด นอกจากนี้ภาครัฐยังได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาภาคเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิตมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนโยบายที่สำคัญในปัจจุบัน คือ การผลักดันให้ไทยเป็นครัวโลก โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ของโลก และสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในระดับสูงสุดด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย โดยสนับสนุนและส่งเสริมการนำความได้เปรียบจากภาคเกษตรที่เป็นแหล่งผลิตอาหารและวัตถุดิบที่หลากหลาย สามารถผลิตเป็นอาหารที่ได้มาตรฐานและความปลอดภัยเพื่อส่งออกไปยังประเทศ

ต่าง ๆ 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 ประเทศสิงคโปร์ ประเทศมาเลเซีย ประเทศสหรัฐอเมริกาอิมิเรตส์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ประเทศอียิปต์ ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศบรูไน

สำหรับสินค้าอาหารฮาลาลของไทย เป็นอุตสาหกรรมอาหารประเภทหนึ่ง ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพจากการที่ประเทศไทยมีแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายอุดมสมบูรณ์ แม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เป็นประเทศมุสลิม แต่ก็มีประชากรมุสลิมกว่า 10 ล้านคน และเนื่องจากการผลิตอาหารฮาลาลไม่ได้เป็นการผลิตสำหรับผู้บริโภคมุสลิมเท่านั้น แต่ผู้บริโภคทั่วไปก็สามารถบริโภคอาหารฮาลาลได้ และในปัจจุบันอาหารฮาลาลก็เป็นผลิตภัณฑ์อาหารส่งออกของไทยที่ทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ



โดยอาหารฮาลาลยังมีศักยภาพทางการตลาดสูง เนื่องจากประชากรมุสลิมทั่วโลกมีมากถึง 1,565 ล้านคน หรือร้อยละ 25 ของประชากรโลก มีการบริโภคอาหารฮาลาลเป็นมูลค่ากว่าปีละ 580,915 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้เพียงปีละ 316 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 0.18 ของมูลค่าอาหารฮาลาลของโลกเท่านั้น อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นอาหารฮาลาลจึงเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ไทยยังมีศักยภาพในการขยายตลาดส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ได้อีกมาก ดังนั้นจึงคาดว่าอาหารฮาลาลจะมีขนาดใหญ่กว่าที่ประมาณการไว้ (ประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

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

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

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

ปัจจุบันรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีการดำเนินการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างจริงจัง โดยจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอาหารฮาลาล ซึ่ง

ประกอบด้วย 3 แผนหลัก ได้แก่ แผนพัฒนาการตลาด แผนพัฒนาการผลิตและส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลและแผนปรับปรุงกลไกการรับรองมาตรฐานฮาลาล โดยมีเป้าหมายสำคัญในการเพิ่มมูลค่าส่งออกอาหารฮาลาลของไทยในต่างประเทศ และมีกลไกรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

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

การส่งออกไทยจำเป็นต้องมีการดูแลตลาดแอฟริกามากขึ้น นอกจากตลาดดังกล่าวแล้วยังมีตลาดประเทศมุสลิมใหม่ที่เริ่มมีการนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลจากไทย เช่น คาซัคสถาน เติร์กเมนิสถาน และภายหลังจากที่ภาครัฐได้มีนโยบายพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล พบว่า ตั้งแต่ปี 2545-2548 พบว่ามีบริษัทที่ได้รับการรับรองฮาลาล 1,124 บริษัท ซึ่งสูงกว่าช่วงก่อนที่จะมีนโยบายดังกล่าว ในปี 2541-2544 ที่มีเพียง 532 บริษัทที่ได้รับการรับรอง อย่างไรก็ตามในปี 2549 จำนวนสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโดยรวมมีจำนวนลดลง เนื่องจากมีสถานประกอบการที่ขาดการต่ออายุถึง 242 บริษัท ซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาด้านเศรษฐกิจของโลก ภาวะ

ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งปัญหาจากความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงส่งผลต่อการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาล (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพประเทศหนึ่งในการผลิตอาหาร สามารถที่จะเป็นศูนย์กลางของธุรกิจอาหารฮาลาล เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านวัตถุดิบ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นที่ยอมรับพร้อมที่จะผลักดันด้านมาตรฐานการผลิตสินค้าอาหารฮาลาล อย่างไรก็ตามยังมีผู้ประกอบการอาหารของไทยจำนวนมากยังขาดความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงในสินค้าอาหารฮาลาล อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดทิศทางที่ชัดเจนในการกำหนดยุทธศาสตร์ที่จะผลักดันให้ธุรกิจอาหารฮาลาลของไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล และมุ่งไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลต่อไป

ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลได้หาแนวทางการแข่งขันของไทยในการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบัน (2553) มีบริษัทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,000 แห่งทั่วประเทศ และมีสินค้าที่ได้รับการเครื่องหมายฮาลาลมากกว่า 10,000 รายการ ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งอุตสาหกรรมอาหารที่ใหญ่ที่สุดและมีความหลากหลายแห่งหนึ่งของโลก ดังนั้นในการผลิตอาหารที่มีเครื่องหมายฮาลาลของมุสลิม จะช่วยขยายโอกาสทางธุรกิจได้เพิ่มขึ้น โดยผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องมีความซื่อสัตย์ต่อการผลิตอาหารฮาลาลตามหลักศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด เพราะปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมอาหารที่มีตราฮาลาล ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544)

ปัจจุบันตลาดอาหารฮาลาลทั่วโลกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 80,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อ 10 ปีมาแล้ว กลายเป็น 256,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่การส่งออกสู่ประเทศสมาชิก OIE หรือโลกมุสลิมของไทยมีปริมาณมากขึ้น โดยปีที่ผ่านมามีมูลค่าสูงถึง 1,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2549 กว่า 50% ซึ่งรัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญจึงผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลของภูมิภาค โดยขณะนี้ไทยเป็นประธานคณะทำงานด้านผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลภายใต้โครงการ 3 เหลี่ยมเศรษฐกิจอินโดนีเซีย มาเลเซีย และไทย หรือ IMT-GT

สินค้าอาหารฮาลาลนับเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อตลาดส่งออก เนื่องจากประชากรในโลกมุสลิมที่มีอยู่ทั่วโลกกว่า 1,800 ล้านคน จาก 186 ประเทศ เป็นตลาดนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารสูงกว่า 80,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากสถิติการส่งออกของกลุ่มฮาลาลในปี 2549 มีมูลค่ารวม 11,309.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ประมาณ 11% และรัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 2-3 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ใน 5 ปีข้างหน้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าการส่งออกที่ชบเซาของไทยให้เพิ่มขึ้นด้วย

จากความสำคัญของการส่งออกอาหารเกษตรแปรรูปของไทยที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลทำให้ตลาดการส่งออกอาหารของไทยมีแนวโน้มที่ดีอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ส่งผลกระทบต่อทบวงกในการเปิดเส้นทางโลจิสติกส์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดในกลุ่มประเทศอาเซียนซึ่งมีจำนวนพลเมืองมุสลิมเพิ่มขึ้นร้อยละ 48 ทำให้เกิดอำนาจซื้อสูงและมีความต้องการอาหารฮาลาลด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรมความเชื่อในศาสนาอิสลาม ทั้งนี้ผลการวิจัยนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะประโยชน์ต่อภาครัฐในการนำไปสู่การกำหนดแนวทางการตลาดของธุรกิจส่งออกอาหารฮาลาลเพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการขยายตลาดอาหารฮาลาลในตลาดต่างประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ประกอบด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ป ปัจจัยด้านทรัพยากรภายใน ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจัยการสร้างเสริมเข้มแข็งของเครื่องหมายฮาลาล และ ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

### ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ประกอบด้วย (1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (2) ปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร (3) ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ (4) ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน (5) ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย (6) ปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์

ปัจจัยด้านคุณภาพอาหารฮาลาล และตัวแปรตาม (6) การสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลกอิสติกส์ไทย-อาเซียน

#### ขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์ของอาหารฮาลาล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายคุณภาพฮาลาล ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์อาหาร อาหารทะเล ผัก ผลไม้แปรรูปที่จะศึกษา จะจำแนกตามลักษณะการแปรรูปเป็น 7 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. ผลไม้รักษาไว้มิให้เสียในน้ำเชื่อม ผักผลไม้รักษาไว้มิให้เสียในน้ำเกลือ น้ำส้ม หรือน้ำปรุงรส

2. การทำ น้ำผัก และการทำน้ำผลไม้เข้มข้น

3. การทำเนื้อผลไม้บดใช้ในอุตสาหกรรม การทำแยมผลไม้และผลไม้กวน

4. ผักผลไม้ผง

5. ผักอบแห้ง ผลผลไม้แห้งอื่น ๆ

6. ผักผลไม้แช่แข็ง

7. อาหารทะเลแช่แข็ง และแปรรูปกระป๋อง

2. ผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้จากสัตว์ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ โค กระบือ แพะ แกะ ไก่ เป็ด เป็นต้น ทั้งนี้การวิจัยจะทำการวิจัยเฉพาะผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารในข้อที่ 1 (7 กลุ่ม) เท่านั้น

#### ขอบเขตด้านระยะเวลาของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านระยะเวลาของการวิจัยในรอบระยะเวลาของปีงบประมาณ 2558 โดยเริ่มทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และพัฒนาเครื่องมือการวิจัย รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปอภิปรายผล สำหรับการเก็บข้อมูลนั้นจะทำการเก็บข้อมูลในปี พ.ศ. 2558 ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ จะทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการอาหารที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายคุณภาพฮาลาลในประเทศไทย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ไม่ครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ไม่ได้รับเครื่องหมายการรับรองฮาลาล ดังนั้นจึงต้องระมัดระวังในการอ้างอิงผลการวิจัยที่จะนำไปใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารดังกล่าว

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

การเก็บข้อมูลเฉพาะเส้นทางโลกอิสติกส์ที่เริ่มต้นทางภาคกลางของประเทศไทยไปสู่ประเทศอาเซียนที่อยู่ทางภาคใต้ของไทยไปยังประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ เท่านั้น (ทั้งนี้

เพราะเป็นประเทศที่มีเส้นทางขนส่งโลจิสติกส์ที่มีความสมบูรณ์แล้วและเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมอยู่เป็นจำนวนมาก)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้องค์ความรู้ในการวิจัยต่อยอด นำไปสู่การวิจัยเพื่อให้เกิดการต่อยอดจากงานวิจัยไปสู่การวิจัยในบริบทของประเทศอื่น ๆ เพื่อให้ประเทศไทยมีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น
2. การนำองค์ความรู้ไปสู่การบริการความรู้แก่ภาคธุรกิจ และชุมชน ทำให้องค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลได้รับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการด้านการผลิตเพื่อให้เกิดความสะอาด ปลอดภัยด้วยการนำระบบการผลิตตามมาตรฐานอาหารฮาลาลไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับอุตสาหกรรมมากขึ้น
3. นำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ ทำให้ผู้ส่งออกอาหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของสัญลักษณ์เครื่องหมายอาหารปลอดภัยจากสัญลักษณ์ฮาลาล อันจะนำมาสู่การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก
4. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การมีกระบวนการตรวจสอบคุณภาพที่ได้มาตรฐานสากลจะทำให้สามารถส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศได้มากขึ้น
5. เป็นประโยชน์ต่อประชากรกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย เกษตรกรที่ทำการเพาะปลูกพืช ผัก ผลไม้ รวมทั้งเกษตรกรที่ทำการเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ โค เป็ด ไก่ เป็นต้น

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**อาหารส่งออกของไทย** หมายถึง การนำสินค้าประเภทอาหารที่ผลิตจากแหล่งเกษตรกรรมจากประเทศไทยส่งออกไปยังต่างประเทศ

**อาหารแปรรูปของไทย** หมายถึง การนำสินค้าทางการเกษตรมาเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อใช้เป็นอาหารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบริโภคได้นานขึ้น

**การสร้างความสามารถในการแข่งขัน** หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลของไทยให้มีความเข้มแข็งและได้รับการยอมรับจากลูกค้าชาวต่างประเทศ

**อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล** หมายถึง สินค้าในกลุ่มเกษตร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หรืออาหารซึ่งได้รับอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้

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

**เครื่องหมายฮาลาล** หมายถึง เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงบนฉลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอารบิก ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้งได้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้เครื่องหมายฮาลาลยังแสดงให้เห็นถึงความสะอาดปลอดภัยจากสารปนเปื้อนตั้งแต่ขั้นตอนการเพาะปลูกจนถึงการแปรรูปเป็นอาหารรวมตลอดทั้งการดูแล การเก็บรักษา พร้อมทั้งการขนส่งที่จะต้องมีความสะอาดทุกขั้นตอนเป็นไปตามหลักการของศาสนาอิสลาม อันเป็นเครื่องหมายยืนยันความสะอาดปลอดภัยให้กับผู้บริโภคทุกคนไม่เฉพาะมุสลิมเท่านั้น

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

## สรุป

บทนี้เป็นบทนำที่กล่าวถึงความจำเป็นและความสำคัญของปัญหาการวิจัย ประกอบด้วย ความสำคัญของการประกอบธุรกิจการค้าระหว่างประเทศในเรื่องการส่งออกอาหารไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน การกำหนดขอบเขตการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย และนิยามศัพท์เฉพาะในงานวิจัยฉบับนี้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ที่ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

1.2 ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-base Theory)

1.3 ทฤษฎีใหม่ทางการค้า (New Trade Theory)

1.4. ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Model)

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานอาหาร

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

แนวคิดและทฤษฎีการได้เปรียบทางการค้าเป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ โดยนักเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญและมีแนวคิดเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ คือ อาดัม สมิท (Adam Smith) และเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) อาดัม สมิท เป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษ สำนักคลาสสิก ได้เสนอทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ซึ่งอธิบายว่า แต่ละประเทศมีความสามารถในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดได้ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่ สภาพดินฟ้าอากาศ และความสามารถในการผลิต ดังนั้นในแต่ละประเทศควรเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่ประเทศเสียต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่น นั่นคือเลือกผลิตสินค้าที่ประเทศมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) เหนือประเทศอื่น ซึ่งต้นทุนการผลิตนั้นสามารถวัดได้จากจำนวนแรงงานที่ใช้ หรือจำนวนผลผลิตที่ได้ ดังนั้น การเสียต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นจึงหมายถึง การใช้จำนวนแรงงานน้อยกว่าในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนเท่ากัน หรือได้จำนวนผลผลิตมากกว่าเมื่อใช้แรงงานเท่ากันด้วยเหตุนี้แต่ละประเทศจะไม่ผลิตสินค้าทุกชนิดที่ต้องการบริโภค แต่จะเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่ประเทศตนได้เปรียบเท่านั้น ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของ อาดัม สมิท คือเน้นหลักการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) และการเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง



(Specialization) แล้วนำสินค้ามาแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น การค้าระหว่างประเทศตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์นี้มีผลทำให้ทุกประเทศได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้น คือมีสินค้าบริโภคแทบทุกชนิด ราคาถูก จำนวนผลผลิตโดยรวมของโลกสูงขึ้น เกิดการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศต่าง ๆ ในโลก เกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง และสวัสดิการของประชากรโลกสูงขึ้น อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตบางประการคือ เนื่องจากหลักการเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศสมัยคลาสสิกเกิดขึ้นในสมัยที่ปริมาณปัจจัยการผลิต และทรัพยากรในแต่ละประเทศ มีอยู่อย่างเหลือเฟือเมื่อเทียบกับความต้องการใช้ จะมีก็แต่ปัจจัยการผลิตประเภทแรงงานเท่านั้นที่มีจำนวนจำกัด ฉะนั้นการแบ่งงานระหว่างประเทศในทฤษฎีของ อาดัม สมิท จึงอาศัยความแตกต่างในเรื่องของแรงงานที่ประเทศต่าง ๆ มีอยู่เป็นหลักทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและแนวคิดที่สำคัญได้แก่ แนวคิดทฤษฎีหลักการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Principle of absolute advantage) จากทฤษฎีของ อาดัม สมิท มีข้อบกพร่องบางประการที่มีลักษณะไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงอยู่หลายประการ เช่น การที่ให้ความสำคัญต่อแรงงานเพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงปัจจัยการผลิตและทรัพยากรประเภทอื่น ๆ ซึ่งมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องนำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าแรงงาน การไม่นำเรื่องของค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเข้ามาพิจารณาประกอบในการเลือกผลิตสินค้าของประเทศต่าง ๆ ตลอดจนข้อสมมติที่ปัจจัยการผลิตไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ โดยเฉพาะปัญหากรณีที่ประเทศใดประเทศหนึ่งได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้า 2 ชนิด หรือหลายชนิดพร้อมกัน ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งไม่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์แม้เพียงอย่างเดียว สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้แต่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการบริหารงานในองค์กร ได้แก่

### 1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีส่วนสำคัญในเรื่องการเจรจาจัดทำข้อตกลงทางการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศนั้น โดยเฉพาะการเจรจาระดับทวิภาคี อันเป็นผลมาจากการเจรจาของประเทศสมาชิกองค์การการค้าโลกที่ซีแอตเติล สหรัฐอเมริกา ที่ผ่านมานี้ไม่ประสบผลสำเร็จ จึงทำให้หลายประเทศพิจารณาเห็นว่า การเจรจาระดับทวิภาคีจะมีความเป็นไปได้มากกว่า และมีความเหมาะสมมากกว่ากับสภาพเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน ที่ความเชื่อมโยงของปัจจัยต่างๆ เริ่มทวีความซับซ้อนมากขึ้น ทั้งนี้ หลักเกณฑ์โดยทั่วไปของการเจรจาระดับทวิภาคีส่วนใหญ่จะเป็นไปตามกรอบกติกาการค้าที่องค์การการค้าโลกกำหนด รวมทั้งกรอบข้อตกลงของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคที่แต่ละประเทศเป็นสมาชิกอยู่ การจัดทำข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจระดับทวิภาคี จะเป็นการช่วยให้ประเทศที่มีการกำหนดข้อตกลงดังกล่าวได้รับผลประโยชน์อย่างชัดเจน 2 ประการ ได้แก่

1) สิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรและความสะดวกในการปฏิบัติทางการค้าระหว่างประเทศมากกว่าที่กำหนดในกรอบขององค์การการค้าโลกและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค รวมทั้งความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาทรัพยากรบุคคลและความช่วยเหลือด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะกับประเทศที่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่น

2) การเข้าสู่ตลาดที่เกิดจากความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอื่นๆ แม้ว่าประเทศคู่เจรจานั้นจะมีได้เป็นสมาชิกหรืออยู่ในภูมิภาคนั้นก็ตามซึ่งจะช่วยให้ประเทศคู่เจรจามีความได้เปรียบประเทศอื่นที่ยังมิได้จัดทำข้อตกลงในการเข้าสู่ตลาดที่แต่ละประเทศเป็นสมาชิกอยู่ค่อนข้างมาก

นอกจากนี้ยังมีบางสิ่งที่เป็นผลทางอ้อมจากการตกลงในระดับทวิภาคีมากขึ้น ทำให้การเปิดเสรีทางการค้าโลกมีความก้าวหน้าตามไปด้วยทั้งนี้จะไม่ต้องรอผลการเจรจาในระดับพหุภาคี ดังนั้นแนวโน้มของความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ จึงขึ้นอยู่กับความพร้อมในการปรับปรุงโครงสร้างในกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster) ในประเทศนั้น ๆ เป็นหลัก ซึ่งจะต้องเริ่มจากการกำหนดนโยบายภาครัฐในเรื่องการปรับปรุงโครงสร้างภาษี การส่งเสริมอุตสาหกรรมและพิธีการทางศุลกากร สำหรับในภาคเอกชน เช่น การเตรียมความพร้อมทางเทคโนโลยีและบุคลากร และการสร้างความเข้มแข็งในการเชื่อมโยงขั้นตอนการผลิตต่างๆ หรือ ซัพพลายเชน(Supply Chain)

นอกจากความร่วมมือระหว่างประเทศในระดับต่างๆ แล้ว มาตรการทางค้ารูปแบบใหม่ๆ ที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสิ่งทอของไทยในระยะต่อไปที่สำคัญ ได้แก่

1. ข้อกำหนดเกี่ยวกับการติดฉลากสินค้าที่เข้มงวดมากขึ้น ประเทศผู้นำเข้าสิ่งทอเริ่มเข้มงวดกับการติดฉลากบนสินค้าสิ่งทอที่นำเข้า อาทิ กำหนดให้ผู้ส่งออกสิ่งทอต้องแสดงรายละเอียดให้ชัดเจนเกี่ยวกับสินค้า เช่น ยี่ห้อของสินค้า ขนาด วัสดุที่ใช้ การดูแลรักษาบริษัทผู้ผลิตและนำเข้า ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า คุณสมบัติบางประการของสิ่งทอ และอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้สิ่งทอ เป็นต้น รวมทั้งกำหนดให้ผู้ส่งออกต้องติดเครื่องหมายมาตรฐานสินค้าชนิดต่างๆ ลงบนผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ข้อมูลที่ระบุในฉลากของสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ส่งไปยังแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น หน่วยที่ใช้วัดขนาดและภาษาที่ใช้ เป็นต้น ซึ่งนับเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ผลิตและผู้ส่งออกสิ่งทอสำหรับประเทศที่กำหนดรายละเอียดของฉลากสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไว้ค่อนข้างละเอียด ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอียิปต์อาร์เจนตินา และประเทศอินเดีย เป็นต้น

2. ภาษี นอกจากภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีศุลกากรนำเข้าของแต่ละประเทศแล้ว ประเทศผู้นำเข้าสิ่งทอหลายประเทศยังมีการเก็บอากรหรือภาษีชนิดอื่นเพิ่มเติมเมื่อมีการนำเข้าสิ่งทอ อาทิ

อาร์เจนตินา จัดเก็บ Specific Duty บราซิล จัดเก็บ The Industrial Product Tax และอินเดีย จัดเก็บ Special Additional Duty เป็นต้น

3. ค่าธรรมเนียมอื่นๆ อาทิ อีอีพีต์ กำหนดค่าธรรมเนียมการตรวจสอบสินค้าสิ่งทอบางชนิด ในอัตราร้อยละ 1-4 ของราคาสินค้า บราซิล จัดเก็บค่าธรรมเนียมที่ต้องจ่ายให้กับกรมศุลกากรของ บราซิลประมาณร้อยละ 3 ของราคาสินค้านำเข้า เป็นต้น

4. มาตรฐานสินค้าที่เน้นการรักษาสภาพแวดล้อม เช่น ระเบียบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของ ญี่ปุ่นและสหภาพยุโรปโดยผู้ผลิตและผู้นำเข้าต้องรับผิดชอบในการนำบรรจุภัณฑ์ของตนไปทำลาย หรือนำกลับมาใช้ใหม่อย่างเหมาะสมตามระเบียบที่กำหนดขึ้นโดยประเทศผู้นำเข้านอกจากนี้ผู้นำ เข้าในหลายประเทศยังได้กำหนดมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมให้ผู้ส่งออกสิ่งทอปฏิบัติตามด้วยความ สมจริตใจ อาทิ Eco Mark ของญี่ปุ่น White Swan ของประเทศในกลุ่มNordic และ Eco-Label ของ ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป เป็นต้น

5. มาตรฐานความปลอดภัยของผู้บริโภค อาทิ สหภาพยุโรป ห้ามนำเข้าสิ่งทอที่ใช้สาร Azocolourants เป็นวัตถุเติมในการฟอกย้อมเข้าไปจำหน่ายในสหภาพยุโรป เนื่องจากเป็นสารเคมีที่ อาจก่อให้เกิดมะเร็ง เป็นต้น

## 2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม

ค่านิยมของผู้บริโภค คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมากที่สุด เนื่องจากแนวโน้มความนิยม ของโลกเริ่มหันมานิยมผ้าในเอเชีย นอกจากนี้จะมีชื่อเสียงเรื่องความสวยงามแล้วยังมีความ หลากหลายมากขึ้น พร้อมทั้งมีคุณสมบัติพิเศษ คือ ไม่ทำให้ระคายเคืองผิวหนัง คงทน รักษาดูแล ง่าย ราคาค่อนข้างต่ำ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

## 3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่มของไทยในอนาคตนั่นคือ การที่ประเทศสหรัฐอเมริกากำลังพิจารณาต่ออายุ Andean Trade Preferences Act (ATPA) เพื่อขยายการให้สิทธิพิเศษทางภาษีและสนับสนุนการส่งออกของ ประเทศในกลุ่มแอนเดียน ประกอบด้วย ประเทศโบลิเวีย เวนซูเอลา เอกวาดอร์ โคลัมเบีย และเปรู ไปยังสหรัฐอเมริกา ที่หมดอายุเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2544 ขณะที่ร่างกฎหมายฉบับใหม่กำลังจะ ออกมา และอยู่ระหว่างการพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎรและวุฒิสภา โดยเสนอให้ต่ออายุ ATPA ออกไปอีก 5 ปีและขยายประเภทของสินค้าให้ครอบคลุมสิ่งทอด้วย (โดยเป็นการเพิ่มจากก่อนหน้านี้ ที่มีเพียงสินค้าปลาทุ่นำกระป๋องเท่านั้น) พร้อมกันนี้ได้มีการพิจารณาให้สิทธิพิเศษทางภาษีแก่ ประเทศฟิลิปปินส์ในการส่งออก สินค้าสิ่งทอและปลาทุ่นำกระป๋องเข้าสหรัฐอเมริกาด้วย ทั้งนี้

ภายใต้ขั้นตอนการพิจารณาร่างกฎหมายดังกล่าว มีแนวโน้มที่จะมีการขยายสิทธิประโยชน์ให้สมาชิกอาเซียนเพียงฟิลิปปินส์ประเทศเดียว ทั้งที่ก่อนหน้านี้ ทั้งไทย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ได้ร่วมมือกันในการผลักดันให้สหรัฐอเมริกาให้สิทธิพิเศษทางการค้าเช่นกับกลุ่มแอนเดียน เนื่องจากการยกประเด็นทางการเมืองเกี่ยวกับการต่อต้านการก่อการร้ายอาชญาวิทยาในเขตมินดาเนา และการมีกองกำลังของสหรัฐอเมริกาปฏิบัติการในเขตดังกล่าวมาเป็นปัจจัยในการผลักดันให้ฝ่ายนิติบัญญัติให้ความสำคัญกับข้อเรียกร้องของฟิลิปปินส์เป็นการพิเศษ

หากกฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ จะส่งผลกระทบต่อการส่งออกสิ่งทอของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาอย่างมาก เพราะสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกอันดับหนึ่งของไทย ขณะที่คู่แข่งของไทยคือ ฟิลิปปินส์จะได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้เข้าประเทศ จากการส่งออกสิ่งทอทั้งหมดแต่ละปีมากถึง 120,000 ล้านบาท ก่อนหน้าที่ร่างกฎหมายดังกล่าวจะเข้าสู่การพิจารณาของสภาองเกรสของสหรัฐอเมริกา อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยก็ได้รับผลกระทบค่อนข้างมากในตลาดสหรัฐอเมริกามาแล้ว เช่น การที่สหรัฐอเมริกาได้ตรากฎหมายสิ่งทอ US-Vietnam Textile Act ให้สิทธิสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปและสิ่งทอเวียดนามที่ใช้ผ้าจากแหล่งผลิตสหรัฐอเมริกา ส่งเข้าไปโดยได้รับโควตาและไม่เสียภาษีทำให้ขณะนี้สินค้าจากประเทศเวียดนามที่มีข้อได้เปรียบในด้านราคาที่ต่ำกว่าสินค้าไทย สามารถเข้ามาแข่งขันกับสินค้าไทยทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศที่เป็นคู่ค้าของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ และมาเลเซีย เนื่องจากปัจจุบันสินค้าที่มีชื่อเสียงของไทยหลายยี่ห้อได้รับการยอมรับอย่างมากทั้งในสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยมีสินค้าหลายยี่ห้อที่สามารถเข้าไปจำหน่ายได้เป็นอย่างดี

#### 4. ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีการผลิตเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตที่ดีส่งผลถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และต้นทุนการผลิตต่ำ ดังนั้นต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต อุตสาหกรรมทอผ้ามีความจำเป็นอย่างมาก ในการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากเครื่องทอผ้าแบบไร้กระสวยมีประสิทธิภาพการผลิตสูงกว่าเครื่องทอผ้าแบบมีกระสวยประมาณ 3 เท่า ความเร็วสูงกว่า เสียเบากว่าคุณภาพสูงกว่า และในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้ว เครื่องทอผ้าแบบไร้กระสวยจะนำมาใช้แทนเครื่องทอผ้าแบบมีกระสวยในสัดส่วนที่สูง นอกจากนี้ความต้องการซื้อผ้าที่ทอด้วยเครื่องทอไร้กระสวยเพิ่มมากขึ้นถ้าอธิบายตามทฤษฎีนี้ การค้าระหว่างประเทศจะไม่เกิดขึ้นแม้ในความเป็นจริงแล้วทั้ง 2 ประเทศยังคงค้าขายกันตามปกติ ดังนั้น เดวิด ริคาร์โด จึงได้พัฒนาทฤษฎีนี้และเรียกว่า ทฤษฎีการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ทฤษฎีการได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ ของ เดวิด ริคาร์โด (Theory of Comparative Advantage) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของนักเศรษฐศาสตร์สำนัก

คลาสสิกเช่นกัน โดยเควิด ริคาร์โด ได้พัฒนาหลักการตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของ อาดัม สมิธ กล่าวคือประเทศต่างๆ ไม่ควรผลิตสินค้าทุกชนิดที่ประเทศมีความได้เปรียบในการผลิตมากกว่าประเทศอื่นแต่ควรเลือกผลิตและส่งออกสินค้าที่มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) มากกว่า หรือเสียต้นทุน โดยเปรียบเทียบต่ำกว่า และสั่งเข้าสินค้าที่ประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่ำกว่าหรือเสียต้นทุนโดยเปรียบเทียบสูงกว่า ทฤษฎีนี้จึงอาจเรียกว่า ทฤษฎีต้นทุน โดยเปรียบเทียบด้วยเหตุนี้ประเทศที่ไม่มีมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าชนิดใดเลยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น (ประเทศที่เสียเปรียบในการผลิต) ก็ไม่ต้องเป็นผู้สั่งเข้าสินค้าของประเทศอื่นแต่เพียงอย่างเดียว แต่จะเลือกผลิตและส่งออกสินค้าซึ่งประเทศมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยกว่าและสั่งเข้าสินค้าที่ประเทศมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า นั่นคือ แม้ว่าประเทศที่มีความเสียเปรียบโดยสมบูรณ์ในสินค้าทุกชนิด แต่ประเทศนั้นก็สามารถเลือกผลิตและส่งออกสินค้าที่เมื่อเปรียบเทียบกับแล้วมีความได้เปรียบมากกว่าสินค้าอื่นๆ ได้

กล่าวโดยสรุป ไม่ว่าประเทศจะอยู่ในฐานะมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ หรือเสียเปรียบโดยสมบูรณ์ในสินค้าทุกชนิดเมื่อเทียบกับประเทศอื่น แต่ทุกประเทศก็จะมีสินค้าชนิดหนึ่งที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นที่ผลิตได้ เควิด ริคาร์โด เริ่มต้นหลักการอย่างพื้นฐานกับประเทศ 2 ประเทศ และสินค้า 2 ชนิดโดยให้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ (สามารถวัดต้นทุนการผลิตโดยดูจากจำนวนแรงงานที่ใช้หรือชั่วโมงการทำงาน) และแนวทางการค้าระหว่างประเทศจะเป็นไปตามทฤษฎีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบได้ต้องอยู่ภายใต้ข้อสมมติดังต่อไปนี้ 1) ต้นทุนการผลิตสินค้าคงที่ 2) การค้าระหว่างประเทศเป็นไปโดยเสรีรวมทั้งไม่มีค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ 3) ไม่มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตไปยังต่างประเทศ

ต่อมานักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน 2 ท่าน ชื่อ อีรี เฮกเชอร์ (Eli Heckscher) และ เบร์ทิล โอห์ลิน (Bertil Ohlin) ได้สร้างแนวคิดเกี่ยวกับ ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศสมัยใหม่ (Heckscher-Olin Theory) เพื่ออธิบายว่าทำไมแต่ละประเทศจึงมีความแตกต่างในต้นทุนการผลิตและราคาของสินค้าระหว่างประเทศ และให้แนวคิดว่าการค้าเกิดจากการที่แต่ละประเทศมีปริมาณทรัพยากรการผลิตที่แตกต่างกัน และสิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบก่อนการค้าคือความแตกต่างในกรรมสิทธิ์ของปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ (Factor Endowments) และราคาปัจจัยการผลิต (Factor Price) ระหว่างประเทศต่างๆ ดังนั้นเมื่อแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบ ในปริมาณของทรัพยากรการผลิตหรือปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศแล้ว ต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบจะต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วย อีกทั้งในการผลิตสินค้าแต่ละชนิด มีการใช้ปัจจัยต่างๆ ในการผลิตในสัดส่วนที่ต่างกัน จึงทำให้ต้นทุนการผลิตโดยเปรียบเทียบแตกต่างกันด้วย

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของ เฮกเซอร์-โอห์ลิน ได้จัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยใช้แบบจำลอง 2 ประเทศ และ 2 ปัจจัยการผลิต โดยปัจจัยการผลิต 2 ประเภท คือทุนกับแรงงาน และทั้ง 2 ประเทศ มีลักษณะความอุดมสมบูรณ์ในปัจจัยการผลิตที่ต่างกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดการค้าขายระหว่างประเทศขึ้น กล่าวคือประเทศจะส่งออกสินค้าที่เน้นการใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากโดยเปรียบเทียบ และนำเข้าสินค้าที่เน้นใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่น้อยโดยเปรียบเทียบ นั่นคือถ้าประเทศใดเป็นประเทศที่มีแรงงานมาก (Labor Abundant) ก็จะเน้นการผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive Goods) และประเทศที่มีสินค้าประเภททุนมาก (Capital Abundant) ก็จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ทุนเป็นปัจจัยหลัก (Capital Intensive Goods) จากแนวคิดนี้เป็นการอธิบายภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตคือ แรงงาน และทุนตามข้อสมมติฐานที่ว่าปัจจัยสามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้โดยไม่มีต้นทุน ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตและผลผลิต ในแต่ละประเทศเหมือนกัน ดังนั้น ประเทศที่มีปัจจัยการผลิตในสิ่งใดมาก ก็จะส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่ตนเองมีมาก จะเห็นได้ว่าทฤษฎีของเฮกเซอร์-โอห์ลิน ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการพัฒนาการค้าและอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายว่าประเทศควรจะผลิตสินค้าอะไรเพื่อการส่งออก โดยพิจารณาจากปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากในประเทศ Balassa (1965) ได้เสนอคำดัชนีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) การที่จะวัดความได้เปรียบทางการค้าอย่างแท้จริงของอุตสาหกรรม

## 1.2 ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-base Theory)

ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรเป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์ล่าสุด ซึ่งเป็นแนวคิดที่เป็นการรวมเข้าด้วยกันของปัจจัยทางการบริหาร โดยนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการดำเนินงานของกิจการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ นอกจากนี้ยังเป็นการผสมผสานของธุรกิจหลาย ๆ ฝ่ายที่จะสนับสนุนเพื่อนำมาสร้างเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งเป็นวิธีที่สำคัญของกิจการ

จากการศึกษาของ Conner and Prahalad (1996) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรในทฤษฎีทรัพยากรพื้นฐาน พบว่า การใช้ทรัพยากรที่เคลื่อนที่ได้ ได้แก่ ความรู้ด้านเทคโนโลยี การจ้างแรงงานที่มีทักษะ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพของบุคลากร ประสิทธิภาพองค์กร การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ การมีเงินทุน การบริหารเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และได้รับประสิทธิผลที่ดี ทำให้สามารถนำองค์กรไปสู่ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการสร้างตราสินค้าที่มีความน่าเชื่อถือ ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานสากล ได้รับการยอมรับจากลูกค้า และกลยุทธ์การวางแผน ความเสี่ยงด้านการนำทรัพยากรมาใช้ ประสิทธิภาพและทักษะของเจ้าของธุรกิจ มีผลต่อจำนวนลูกค้า

การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขาย และความสามารถในการทำกำไรอันนำไปสู่การสร้างความสำเร็จเติบโตให้กับองค์กร

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

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

#### **ทรัพยากรทางการเงิน**

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

การมีเงินทุนที่เพียงพอและเหมาะสม หรือมีความสามารถในการจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำและความมั่นคงของแหล่งเงินทุน จำทำให้องค์กรนั้น ๆ ไม่ต้องประสบปัญหาเรื่องของสภาพคล่องทางการเงิน และจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งได้

เนื่องจากต้นทุนการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากองค์กรใดมีต้นทุนของเงินทุนสูงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

### ทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรบุคคล (human resource) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว เนื่องจากเป็นทรัพยากรที่มีชีวิต มีสติปัญญา ซึ่งสามารถที่จะนำทรัพยากรที่ไม่มีชีวิตมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรได้ จะเห็นได้ว่าการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว นั้น ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของบุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์กรนั้น ซึ่งในองค์กรจะมีบุคลากรที่มาจากแหล่งต่าง ๆ มาอยู่ร่วมกัน ผู้บริหารจะต้องใช้ความรู้และเทคนิคในการจัดการบุคคลให้มีคุณภาพ

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

### ทรัพยากรทางกายภาพ

ทรัพยากรทางกายภาพ (hysical resource) เป็นทรัพยากรที่มีลักษณะทางกายภาพที่ธุรกิจมีไว้เพื่อใช้ในการดำเนินงานก่อให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ เช่น เครื่องมือ 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 ซึ่งจะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Alvarez, 2003; Craig, 1999; Stottinger & Hoizmuller, 2002; Wignaraga, 2002) นอกจากนี้ธุรกิจยังต้องการมีदारแข่งขันด้าน



ความรวดเร็วเพื่อทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาดการพัฒนาศักยภาพในทุก ๆ ด้านอย่างต่อเนื่องโดยภาครัฐและเอกชนรวมทั้งกลุ่มของธุรกิจต้องร่วมมือกันอย่างจริงจังที่จะทำให้ การสนับสนุนทั้งด้านเงินทุน การพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากร ในส่วนของธุรกิจเอง จะต้องให้ความสำคัญกับการร่วมกันคิด ร่วมกันพัฒนา ร่วมมือช่วยเหลือซึ่งกันและกันในรูปแบบของ เครือข่ายธุรกิจ (Bhattacharyya, 2001; foundation, 2002; Porter, 1998a)

จากทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร และแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าว จึงควรนำแนวคิดและ ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรมาเป็นกรอบในการศึกษาเพื่อหาข้อสรุปว่าความรู้ด้านเทคโนโลยี การจ้าง แรงงานที่มีทักษะ ประสิทธิภาพ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ การมีเงินทุน การสร้างตราสินค้า การมีกล ยุทธ์การวางแผน ความเสี่ยงด้านการนำทรัพยากรมาใช้ ประสิทธิภาพและทักษะของผู้บริหาร มีผล ต่อยอดขาย และความสามารถในการสร้างกำไรของกลุ่มหรือไม่ อย่างไร รวมทั้งประเด็นเหล่านี้เป็น ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาล

### 1.3 ทฤษฎีใหม่ทางการค้า (New Trade Theory)

Krugman (1980) ได้เสนอทฤษฎีใหม่ทางการค้า โดยมีแนวคิดที่ว่าประเทศใดจะผลิตสินค้า ไตหรือไม่นั้น ไม่ได้มีสาเหตุมาจากความแตกต่างด้านปัจจัยการผลิตเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการมี ตลาดรองรับอย่างเพียงพอ และผลิตสินค้าที่ตนมีความชำนาญ (Experience) มีความได้เปรียบ เนื่องจากขนาด (Economics of Scale) และมีต้นทุนต่ำ (Low cost) ในขณะเดียวกันก็ซื้อสินค้าที่ไม่ สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ จากประเทศอื่น ๆ การทำการค้าตามทฤษฎีนี้ จะทำให้การ บริโภคภายในประเทศมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น และมีต้นทุนการบริโภคเฉลี่ยลดลง (Krugman, 1983; Hill, 2001; 2004)

### 1.4 ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Model)

ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ในแนวความคิดนี้ เริ่มต้นจากการที่องค์กรทำการ พัฒนาสินค้าใหม่ ซึ่งไม่เพียงแต่สนองความต้องการภายในประเทศ ส่วนเกินของสินค้าจะถูกถ่ายทอด ในรูปแบบของการส่งออก เพื่อจุดประสงค์ให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขนาด อย่างไรก็ตาม เมื่อ สินค้าผ่านพ้นเข้าสู่ช่วงอิ่มตัว เทคโนโลยีการผลิตและการจัดการในสินค้านี้ก็จะถูกถ่ายทอด ไปสู่ประเทศที่เคยทำการนำเข้า ดังนั้นในช่วงนี้เริ่มจะมีการผลิตจากประเทศที่เคยนำเข้าเพื่อทดแทน การนำเข้าในสินค้านี้ (Import substitution) จนถึงจุด ๆ หนึ่งที่มีการผลิตจากประเทศที่เคย นำเข้าเกิดการเรียนรู้และมีประสิทธิภาพในการผลิตมากขึ้นจนได้สินค้านี้ได้มาตรฐาน ประเทศที่เคย นำเข้าก็จะทำการส่งออกสินค้านี้ และเปลี่ยนนโยบายจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ามา เป็นการส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออก (Export promotion) เมื่อถึงจุด ๆ นี้ ประเทศที่เคยส่งออกอาจ

จกลั้บกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้าดังกล่าวแทน อันเนื่องมาจากการสูญเสียความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบไป

สำหรับทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ Raymond Vernon ได้ทำการพัฒนาทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Product Life Cycle Theory) จากการศึกษาพัฒนาการของชีวิตผลิตภัณฑ์ในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้จำแนกวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ชั้น คือ 1) สินค้าใหม่ (new product) 2) สินค้าที่เดิมโตเต็มที่ (maturing product) และ 3) สินค้ามาตรฐาน (standardized product) โดยสรุปว่าช่วงที่เป็นสินค้าใหม่นั้น เกิดจากการคิดค้น วิจัยและพัฒนาของสหรัฐอเมริกา โดยที่สหรัฐอเมริกามีการคิดค้นสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ซึ่งมีรายได้สูงและราคาสินค้าก็ไม่ใช่ว่าจะสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามความต้องการของตลาดในต่างประเทศจะขายตัวตามตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่มีความสามารถในการซื้อ เช่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ดังนั้นก็จะมีการเคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มดังกล่าว และเมื่อสินค้าอยู่ในขั้นของการเติบโตเต็มที่และเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานแล้ว ราคาจะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงเป็นเรื่องสำคัญในขั้นนี้ ทำให้ต้องมีการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่มีความได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านทุนและเทคโนโลยีที่ไม่มีความจำเป็นมากนัก โดยจะมีการลอกเลียนแบบกันมากสำหรับขั้นของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ในช่วงนี้ ดังนั้นการได้เปรียบจะอยู่ที่ประเทศที่มีปัจจัยด้านแรงงานและทรัพยากรธรรมชาติมากนั่นเอง จึงทำให้สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้คิดค้นและส่งออกก่อนเปลี่ยนจากประเทศผู้ส่งออกเป็นประเทศผู้นำเข้าแทน (Vernon, 1966)

### 1.5 ทฤษฎีการจัดสรรปันส่วนของปัจจัยการผลิต (Factor Proportion)

เนื่องจากทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) ของอดัม สมิท และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของเดวิด ริคาร์โด เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงประเทศควรเลือกผลิตสินค้าที่มีความชำนาญและได้เปรียบด้านทรัพยากร แต่ต่อมาได้มีนักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน 2 คน คือ Eli Heckscher และ Bertil Ohlin ได้สร้างทฤษฎีการจัดสรรปันส่วน เป็นทฤษฎีที่ได้อธิบายถึงความแตกต่างของการใช้ปัจจัยการผลิต 3 อย่าง ๆ ใด ๆ หนึ่ง แรงงาน ที่ดิน และทุน

Heckscher ได้ให้ข้อเสนอไว้ว่า เมื่อแต่ละประเทศมีทรัพยากร หรือปัจจัยการผลิต ได้แก่ แรงงาน ที่ดิน และทุน โดยเปรียบเทียบในปริมาณที่แตกต่างกันแล้ว ต้นทุนการผลิตสินค้าแต่ละชนิดก็ย่อมแตกต่างกัน จึงทำให้ต้นทุนการผลิต โดยเปรียบเทียบแตกต่างกันด้วย เช่น ถ้าแรงงานในประเทศมีปริมาณมาก เมื่อเทียบกับปริมาณที่ดิน และทุนแล้ว ทำให้ต้นทุนของแรงงานในประเทศ

นั้นต่ำ และถ้าประเทศใดขาดแคลนแรงงาน ต้นทุนของค่าแรงงานในประเทศนั้นก็สูงเมื่อเปรียบเทียบกับเงินทุนและที่ดิน การเปรียบเทียบต้นทุนในด้านปัจจัยการผลิต จะทำให้แต่ละประเทศผลิตสินค้าและส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตมีจำนวนมากในประเทศของตน 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)**

เป็นการเปรียบเทียบความสามารถระหว่างปัจจัยทุน ปัจจัยแรงงาน คือ ถ้าประเทศใดมีปัจจัยแรงงานมาก เมื่อเทียบกับปัจจัยทุน อัตราค่าแรงงานจะถูกกว่าประเทศนั้นก็ควรผลิตสินค้าประเภทแรงงานส่งออก โดยใช้แรงงาน และในทางกลับกัน ถ้าประเทศใดขาดแคลนแรงงาน แต่มีทุนมาก ก็ควรผลิตสินค้าประเภททุนส่งออกสินค้าไปขาย และซื้อสินค้าประเภทแรงงานเข้ามา

แต่อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทุนกับปัจจัยแรงงาน ไม่ได้เป็นไปตามทฤษฎี Factor Proportion เสมอไป ยังมีแนวคิดของ Leontief Paradox ที่ค้นพบว่าประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่ควรผลิตสินค้าประเภทอุตสาหกรรม และส่งออก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีปัจจัยทุนเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับปัจจัยแรงงาน แต่ปรากฏว่าสินค้าส่งออกของสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่ เป็นประเภทแรงงานมากกว่าสินค้าประเภททุน ซึ่งก่อให้เกิดความขัดแย้งกับทฤษฎี Factor Proportion

### ความสลับซับซ้อนของเทคโนโลยี (Technological complex)

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

### แนวความคิดในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage Concept)

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

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

2. ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) โดย Porter สรุปหัวใจสำคัญในการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือความได้เปรียบจากการมีต้นทุนที่ต่ำซึ่งการมีต้นทุนที่ต่ำ คือความสามารถของธุรกิจในการผลิต การออกแบบสินค้า รวมถึงการทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง ใน

ราคาที่ใกล้เคียงหรือต่ำกว่า ซึ่งจะทำให้ธุรกิจได้รับผลตอบแทนที่มากกว่า และความได้เปรียบจากการสร้างความแตกต่างให้ลูกค้ารับรู้ได้ ซึ่งการสร้างความแตกต่างก็คือความสามารถในการสร้างคุณค่าเฉพาะตัวที่ต้องเหนือกว่าคู่แข่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านคุณภาพและรูปแบบเฉพาะของตัวสินค้า มีการบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า การสร้างความแตกต่างจะทำให้ธุรกิจสามารถกำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่งขึ้นได้ (Porter, 1985)

3. ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศ (competitive advantage of nations) โดย Porter ได้กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศนั้น จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมภายในประเทศ และได้สรุปปัจจัยหรือตัวกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไว้ในแบบจำลองเพชรพลวดีตร (dynamic diamond model) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยภายใน 4 ประการ คือ 1) เงื่อนไขด้านปัจจัย 2) กลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขันของอุตสาหกรรม 3) เงื่อนไขด้านความต้องการ 4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และองค์ประกอบจากภายนอก 2 ประการ คือ นโยบายของภาครัฐและโอกาสจากภายนอก โดย Porter มุ่งเน้นที่ความต้องการอธิบายเหตุผลของความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจในประเทศ โดยกล่าวว่า ความสัมพันธ์ของตัวกำหนดดังกล่าวนี้ สามารถอธิบายได้ว่าประเทศจะมีความสามารถในการแข่งขันได้หรือไม่ อย่างไร (Porter, 1998b)

## ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อาหารฮาลาล

แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อาหารฮาลาลในยุคโลกาภิวัตน์และการแข่งขันในตลาดที่สูงมากในยุคปัจจุบันได้เกิดหลักการใหม่ในการบริหารธุรกิจ การตลาด และอุตสาหกรรมขึ้นมาว่า ธุรกิจไม่สามารถดำเนินอยู่ได้เพียงลำพังผู้เดียว การดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมในยุคนี้จำเป็นที่จะต้องหันมาจับมือกับธุรกิจรอบตัว ธุรกิจรอบตัวที่กล่าวถึงนี้จะรวมถึงรอบตัวในแนวดิ่งและแนวราบ ความร่วมมือระหว่างธุรกิจในแนวดิ่งจะรวมถึงธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลผลิตจริงในสายการผลิตของตน ตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้จัดส่ง ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้าและลูกค้า ส่วนความร่วมมือในแนวราบนั้นจะรวมถึงธุรกิจที่มีลักษณะส่งเสริมหรือสนับสนุนหรือเป็นคู่ค้าที่มีประโยชน์ก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิต หรือยกระดับความสามารถของตนได้ ซึ่งอาจจะเป็นธุรกิจที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน แนวคิดการหันมาจับมือกับธุรกิจรอบตัวเป็นแนวคิดที่เรียกว่า ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain)

### ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร

#### 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งออกอุตสาหกรรมอาหาร

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

ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตอาหารของโลกทำให้ผู้ประกอบการการค้าสามารถประเมินสถานการณ์ด้านปริมาณการผลิตตามแหล่งผลิต รวมทั้งศักยภาพของบางประเทศที่สามารถบ่งชี้ความเป็นผู้นำด้านการส่งออกสินค้าอาหาร ซึ่งสินค้าอาหารเป็นสินค้าเกษตรที่เป็นอาหาร เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เพราะอาหารเป็นปัจจัยในการดำรงชีพและผู้บริโภค อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ทั้งนี้เนื่องจากการบริโภคอาหารที่ไม่สะอาด มีจุลินทรีย์หรือการปนเปื้อนของสารเคมีที่เป็นพิษมากเกินไป อาจทำให้ผู้บริโภคเจ็บป่วยหรือเสียชีวิตได้ ตัวอย่างเช่น การบริโภคอาหารกระป๋องที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนไม่เพียงพอ อาจทำให้ผู้บริโภคถึงกับชีวิต เนื่องจากสารพิษของเชื้อแบคทีเรียที่เรียกลอสเทรียม โบทูลินัม (Clostridium botulinum) หรือการล้างผัก ผลไม้ไม่สะอาด อาจมียาฆ่าแมลงตกค้างเป็นอันตราย เป็นต้น ดังนั้นการดำเนินการอุตสาหกรรมอาหาร จึงมีหน่วยงานของรัฐเข้ามากำกับดูแลอย่างน้อย 2 กระทรวง คือ กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุข ผู้ประกอบการจะต้องขออนุญาตตั้งโรงงานและขออนุญาตดำเนินการจากทั้งกรมโรงงานอุตสาหกรรมและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการแปรรูปอาหารบางชนิดยังต้องขอขึ้นทะเบียนอาหารกับอย. และแสดงฉลากอาหาร ซึ่งนับเป็นมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค

ในปัจจุบันนอกเหนือจากอาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง อาหารฉายรังสีแล้ว อาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อย (Minimally Processed Foods, MPF) ซึ่งผ่านการแปรรูปเบื้องต้น เช่น การล้าง การตัดแต่ง การบรรจุ และการเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำเพื่อจำหน่ายเป็นอาหารพร้อมปรุงสำหรับการบริโภคในครัวเรือน หรือเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปที่จะรับช่วงไปแปรรูปต่อกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น แม้ว่าอุตสาหกรรม MPF จะลงทุนไม่มากหากทำในปริมาณน้อย หน่วยงานราชการบางแห่ง เช่น กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรุงเทพมหานคร และ อย. ก็ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยของผู้บริโภค และมีการสุ่มตัวอย่าง

อาหารที่วางจำหน่ายเป็นครั้งคราวเพื่อตรวจสอบ เนื่องจากกระบวนการผลิตที่ใช้ยังไม่สามารถทำลายเชื้อจุลินทรีย์ที่ติดมากับวัตถุดิบหรือจากการแปรรูป นอกจากนั้นการหั่นหรือตัดเป็นชิ้นกลับเป็นการเร่งให้อาหารเสียหรือบูดได้เร็วขึ้น ผลการตรวจสอบยังคงตรวจพบว่าอาหารประเภท MPF มีการปนเปื้อนของจุลินทรีย์และสารเคมีที่เป็นอันตรายเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดอยู่ในบางท้องถิ่น จึงต้องมีมาตรการตรวจสอบและควบคุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค

ในการประกอบธุรกิจอาหารเพื่อการส่งออก นอกจากผู้ประกอบการจะต้องแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลกแล้ว ยังต้องแข่งขันกับผู้ผลิตภายในประเทศผู้นำเข้าด้วยในหลายกรณี นโยบายของรัฐเป็นปัจจัยที่ทำให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเสียเปรียบในการแข่งขันเพื่อเข้าสู่ตลาดเพื่อนำผลที่คาดหวังนี้ไปปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้เกิดความเสียเปรียบน้อยที่สุด

#### กระบวนการผลิตอาหาร

ประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ความสามารถในการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ยังไม่ทั่วถึง ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะมีปัญหาด้านเทคโนโลยีและขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ระบบการผลิตยังไม่ถูกสุขลักษณะขาดความรู้ความเข้าใจทั้งในการผลิตและการบริหารจัดการ ขาดเงินทุนหมุนเวียน ทำให้มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำคุณภาพไม่สม่ำเสมอ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐยังส่งเสริมไม่ตรงกับสภาพของปัญหาและกระจายไม่ทั่วถึง ตลอดจนขาดการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากภาครัฐและการรวมตัวของกลุ่มผู้ผลิต

การแปรรูปจากวัตถุดิบชนิดใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เป็นทางเลือกให้ลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันจำเป็นต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาคุณภาพของอาหารแปรรูปให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ โดยต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต เพื่อให้มีคุณภาพดีมีมาตรฐานและเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เช่น การบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายมากกว่าในอดีต มีการตรวจสอบความสะอาด มีการอบรมผู้ผลิตในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีได้นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมผลิตภัณฑ์ซึ่งจะเป็นการนำมาซึ่งยอดขาย นักการตลาดจำเป็นต้องสร้างตราสินค้าให้อยู่ในความทรงจำและความสนใจในสายตาของลูกค้า (ปราโมทย์ ธรรมรัตน์, 2545; Kennedy & Fhrenberg, 2001; Lucy, 2003; Remus, 1995; Rice, 1998)

ในการแปรรูปอาหารผู้ผลิตจะต้องมีการจัดการด้านคุณภาพของสินค้าในด้านความปลอดภัยต่อสุขภาพ เนื่องจากอาหารเป็นสินค้าที่ส่งผลต่อร่างกายต่อผู้บริโภคโดยตรง ในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารจะต้องคำนึงถึงคุณภาพความปลอดภัยควบคู่กันไปเสมอ (ก้าวสู่ตลาด

อาหารโลกด้วย HACCP : Hazard and Critical Control Point, นำไทยสู่ Food for the World, 2545) ในการจัดการด้านทักษะจัดว่าเป็นปัจจัยที่เป็นกิจกรรมหลักของการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีการผลิตเป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งในการจัดการต้องประกอบไปด้วยเทคโนโลยีการผลิต ต้องใช้ความรู้ พื้นบ้านและภูมิปัญญา มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ การควบคุมคุณภาพ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาด กลยุทธ์ที่ใช้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารมีคุณภาพสู่ตลาดสากล

ในการผลิตอาหารจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะที่เป็นสัญลักษณ์เฉพาะ โดยต้องมีความเหนือกว่าคู่แข่ง รวมทั้งต้องพิจารณาความพร้อมของทรัพยากรในการเข้าถึงตลาดทุกระดับได้ เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบและหลีกเลี่ยงการแข่งขันโดยตรง

### 3.2 ลักษณะของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

ฮาลาลหรือฮะลาล (Halal) ตามความหมายในสารานุกรมอิสลามระบุว่า สิ่งที่ถูกกฎหมายอิสลามหรือบัญญัติของพระเจ้า (อัลลอฮ์) อนุมัติให้กระทำ และถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องตลอดไปจนถึงวันสิ้นโลก ดังนั้น อาหารฮาลาลก็คืออาหารที่ถูกต้องตามหลักบัญญัติของศาสนาอิสลาม อนุมัติให้บริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ ประเภทของอาหารฮาลาล ได้แก่ นมจากสัตว์ที่อนุญาตให้กินเนื้อได้ 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 สุกร สุนัข หมูป่า ลิง แมว สัตว์ที่กินเนื้อเป็นอาหารและมีกรงเล็บ เช่น ลิงโต เสือ หมี พืชมีพิษและอันตราย และอาหารหรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หรือมีสิ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ฯลฯ เป็นต้น

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

หากผู้ขอรับรองฮาลาลประสงค์จะใช้ “เครื่องหมายรับรองฮาลาล” จะต้องได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าว จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยก่อน ประกอบกับประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ตลาดโลกมุสลิมมีประชากรผู้บริโภคประมาณ 2,000



ด้านคน อาหารฮาลาลจึงเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญ รัฐบาลปัจจุบันจึงมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เพื่อการส่งออกและได้กำหนดนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ การส่งเสริมผู้ประกอบการ การแสวงหาตลาด และการพัฒนากลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ให้เป็นที่น่าเชื่อถือยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรองและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด

อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ 3 ฝ่ายคือ มุสลิม ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และประเทศชาติ กล่าวคือมุสลิมได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อๆได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่าอาหารถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยตระหนักถึงการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และปฏิบัติตามระเบียบของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพอาหารตามมาตรฐานฮาลาล และประเทศชาติได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจร ทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ บังคับการผลิตของผู้ประกอบการ และการปรับปรุงกลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลขององค์กรศาสนาอิสลาม เพื่อส่งออกอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก การผลิตอาหารฮาลาลต้องมีการปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือหลักการ ซึ่งอาจจะดูเป็นข้อจำกัดบางอย่าง 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 ซึ่งสัตว์ที่ฮาลาลจะต้องผ่านกระบวนการ

ฆ่าโดยการเชือดตามหลักการอิสลาม

- ส่วนอาหารฮาลาลหมายถึงอาหารต้องห้าม มีความหมายตรงข้ามกับอาหารฮาลาล ได้แก่
- สัตว์

ส่วนอาหารฮาลาล หมายถึง อาหารต้องห้าม มีความหมายตรงข้ามกับอาหารฮาลาล ได้แก่

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

- อาหารหรือเครื่องคัมที่มีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์ หรือมีสิ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ทั้งนี้ การผลิตและการประกอบอาหารฮาลาลทุกชนิด จะต้องมีการปฏิบัติทุกขั้นตอนอย่างถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ตั้งแต่วิธีการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่งและการเก็บรักษา ซึ่งมีหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติดังต่อไปนี้

#### 1) สถานที่

สภาพโรงงานหรือสถานที่ผลิตอาหารต้องสะอาดถูกต้องตามสุขอนามัย ปราศจาก"น้ำยิส"

#### 2) เครื่องมือ/อุปกรณ์การผลิต

จะต้องทำความสะอาดตามหลักศาสนาอิสลาม ในกรณีที่ผลิตอาหารทั้งที่ฮาลาลและฮารอม โดยใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์เดียวกัน ก่อนเปลี่ยนกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลจะต้องล้างเครื่องมือให้สะอาด 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 ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยไม่จำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม

### 3.3 กฎระเบียบและบทบัญญัติทางศาสนา

#### 3.3.1 การกำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาล: มาตรฐานฮาลาลโคเด็กซ์

การผลิตอาหารให้ฮาลาลตามหลักการอิสลาม จำเป็นต้องมีการกำหนดแนวทางที่ชัดเจน เพื่อสร้างความสะดวกให้แก่ทั้งผู้ที่เป็นมุสลิมและมีไม่มุสลิม เพื่อให้สามารถผลิตอาหารฮาลาลให้มุสลิมบริโภคได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่แน่ชัดในการคัดเลือกวัตถุดิบต้องรู้ว่าอะไรที่ใช้ได้หรือใช้ไม่ได้ การเตรียมเนื้อสัตว์ที่เป็นปัญหาจะต้องมีข้อแนะนำถูกต้องและแนวทางที่ชัดเจน ทุกฝ่ายต้องมีความเข้าใจตรงกันต้องยอมรับกัน ทั้งหมดนี้จึงเรียกได้ว่าเป็นมาตรฐาน

การดำเนินการเพื่อให้การจัดเตรียมอาหารฮาลาลในทางอุตสาหกรรมมีมาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานสากล เริ่มนานหลายปีและสำเร็จลงเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2540 ผู้รับหน้าที่ในการจัดทำคือ คณะกรรมาธิการ โครงการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศหรือ โคเด็กซ์ (Codex Alimentarius Commission – CAC) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำงานภายใต้องค์การของสหประชาชาติสององค์กร ได้แก่ องค์การอาหารและการเกษตร (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 มอบหมายให้นักวิชาการทางศาสนาอิสลามร่วมกับนักวิชาการทางวิทยาศาสตร์ร่างแนวทางการมาตรฐานฮาลาลขึ้น (ประเทศมาเลเซียเป็นผู้ทำหน้าที่นี้) จากนั้นจึงให้ห้องกรศาสนาอิสลามที่มีอยู่ในแต่ละประเทศสมาชิกทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้อง ทั้งตัดส่วนที่เกินและเติมส่วนที่ขาดจนในที่สุดจึงเกิดเป็นมาตรฐานที่ใช้ร่วมกัน

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

1. กำหนดนิยาม อาหารฮาลาล (Halal Food) หมายถึงอาหารที่ได้รับอนุญาตตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และควรมีคุณสมบัติครบถ้วนคือ ไม่ประกอบด้วยหรือไม่บรรจุสิ่งใดที่ไม่ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ต้องไม่ถูกเตรียม แปรรูป ขนส่ง หรือเก็บรักษาโดยใช้เครื่องมือหรือสิ่งอุปกรณ์ที่ไม่ได้ปลอดจากสิ่งผิดบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ต้องไม่อยู่ในขั้นตอนการเตรียม การแปรรูป การขนส่ง หรือการเก็บรักษาโดยสัมผัสโดยตรงกับอาหารที่ไม่ถูกกฎหมายของอิสลาม

2. กำหนดข้อปฏิบัติบริเวณและสถานที่ใช้ในการเตรียม แปรรูป หรือเก็บรักษาอาหารฮาลาลที่แยกออกจากกันหรือสายการผลิตที่แยกจากกันภายในสถานที่ผลิตเดียวกันกับการผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาล ทั้งนี้โดยจัดมาตรการที่จำเป็นที่ควรดำเนินการเพื่อป้องกันการสัมผัสกันระหว่างอาหารฮาลาลกับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล

3. กำหนดข้อปฏิบัติในการใช้อุปกรณ์ และภาชนะต่างๆ ในการเตรียม แปรรูป ขนส่งหรือเก็บรักษาโดยอุปกรณ์ที่ผ่านการใช้กับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาล โดยให้จัดหาวิธีล้างทำความสะอาดที่เหมาะสมตามข้อกำหนดของศาสนาอิสลามที่สามารถสังเกตเห็นได้

4. กำหนดประเภทอาหารที่ได้พิจารณาแล้วว่าถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้ บทบัญญัติศาสนาอิสลามโดยถือว่า แหล่งอาหารทั้งหมดถูกต้องตามกฎหมาย ยกเว้นแหล่งอาหารต่อไปนี้ รวมทั้งผลิตภัณฑ์และสิ่งที่ได้จากแหล่งอาหารดังกล่าวซึ่งได้รับการพิจารณาว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยจำแนกเป็นอาหารแต่ละประเภท ดังนี้

#### อาหารที่ได้จากสัตว์

- (1) หมูและหมูป่า
- (2) สุนัข งูและลิง
- (3) สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีเขี้ยวและเกรงเล็บ 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) สัตว์ที่มีพิษและเป็นอันตรายตามกฎหมายอิสลาม
- (11) สัตว์อื่นๆ ที่ไม่ได้ฆ่าถูกต้องตามกฎหมายอิสลาม
- (12) เลือด (โลหิต)

อาหารที่ได้จากพืช ได้แก่ พืชที่มีพิษและเป็นอันตราย ยกเว้นเมื่อสารพิษและอันตรายได้ถูกกำจัดออกระหว่างกระบวนการผลิตแล้ว เครื่องดื่ม ได้แก่ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เครื่องดื่มทุกชนิดที่เป็นพิษและอันตราย วัตถุเจือปนอาหาร ได้แก่ วัตถุเจือปนอาหารทั้งหมดที่มาจากทุกแหล่งที่ห้าม

5. กำหนดหลักเกณฑ์ในการเชือดสัตว์อย่างอิสลามหรือที่เรียกว่า “ซาบิฮา” (Zabaha) ซึ่งเน้นและผลิตภัณฑ์จากสัตว์อนุมัติจะบริโภคได้ต่อเมื่อผ่านวิธีการฆ่าสัตว์ตามหลักเกณฑ์ดังนี้

- (1) คนฆ่าสัตว์ต้องเป็นมุสลิมผู้ยึดมั่นในหลักการศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัดและมีความรู้ในวิธีการฆ่าสัตว์ตามหลักการของศาสนาอิสลาม
- (2) สัตว์ที่จะถูกฆ่าต้องเป็นสัตว์อนุมัติตามหลักการในศาสนาอิสลาม
- (3) สัตว์ยังมีชีวิตหรือเชื่อว่ายังมีชีวิต ณ เวลาที่ฆ่าสัตว์นั้น
- (4) ก่อนจะฆ่าสัตว์แต่ละตัวต้องกล่าวคำว่า “บิสมิลลา ฮิรเราะห์มาน นิรเราะห์ฮีม” (ด้วยพระนามของพระเจ้า)
- (5) อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการฆ่าต้องมีความคมและไม่ยกออกจากตัวสัตว์ในระหว่างการฆ่า
- (6) การฆ่าควรตัดหลอดลม หลอดอาหาร เส้นเลือดแดงใหญ่ และเส้นเลือดดำใหญ่ที่คอให้ขาดโดยให้สัตว์ตายอย่างรวดเร็วและไม่ทรมาน

วัตถุประสงค์ในการนำมาตรฐานของโคเด็กซ์นี้ไปใช้เพื่อเป็นข้อแนะนำทั่วไปสำหรับการใช้คำว่า “ฮาลาล” หรือคำอื่นที่เทียบเท่า เพื่ออ้างบนฉลากอาหารตามที่กำหนดในมาตรฐานทั่วไปสำหรับการแสดงฉลากของอาหารบรรจุหีบห่อ (General Standard for the Labeling of Prepackaged Foods) และรวมถึงการใช้เครื่องหมายการค้า ชื่อยี่ห้อและชื่อทางธุรกิจ ใดๆ ก็ดี

การนำข้อเสนอแนะนี้ไปใช้ปฏิบัติ และการออกใบรับรองตามมาตรฐานดังกล่าวภายในประเทศผู้ส่งออกยังคงต้องได้รับการยอมรับในหลักการจากประเทศผู้นำเข้าด้วย

ข้อสังเกตเกี่ยวกับมาตรฐานที่โคเด็กซ์กำหนดขึ้นนี้ ยังไม่มีสถานะเป็นกฎหมาย เป็นเพียงข้อเสนอแนะทั่วไปเพื่อประโยชน์ในการใช้คำว่า “ฮาลาล” ในทางการค้าเท่านั้น จึงไม่มีผลในทางก่อกองบังคับโดยตรงแก่ผู้ค้าในประเทศสมาชิกหรือประเทศสมาชิกเองที่จะต้องรับหลักการดังกล่าวมาอนุวัติเป็นกฎหมายภายใน ซึ่งขึ้นกับความสมัครใจของประเทศสมาชิกนั้นๆ ส่วนคำนิยามอาหารฮาลาล คุณลักษณะของอาหารฮาลาล ตลอดจนขั้นตอนเลือกวัตถุดิบการจัดเตรียม การฆ่าสัตว์ การแปรรูป การบรรจุ การเก็บรักษา หรือการทำความสะอาดที่ปรากฏในมาตรฐานฮาลาลโคเด็กซ์นั้น เป็นไปได้ที่ประเทศสมาชิกอาจไม่เลือกอนุวัติข้อกำหนดเหล่านี้ไปใช้ก็ได้ เนื่องจากข้อกำหนดการผลิตส่วนใหญ่ของโคเด็กซ์ยังคงอนุญาตให้เกี่ยวกับสิ่งต้องห้าม(หะรอม) ได้ เช่น การอนุญาตให้สามารถดำเนินการจัดเตรียมอาหารฮาลาล แปรรูป ขนส่ง หรือเก็บรักษาโดยใช้อุปกรณ์ที่ผ่านการใช้กับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาลได้ แม้จะมีการทำความสะอาดก็ตาม ซึ่งถ้าหากพิจารณาตามกรณีปัญหาที่เคยยกขึ้นในบทที่ 1 ถือว่าการนำมาตรฐานในส่วนนี้มาใช้ ย่อมจะก่อให้เกิดความเสี่ยงที่จะทำให้ผู้บริโภคมุสลิมเกิดความเข้าใจผิดได้ นอกจากนี้ลำพังการใช้มาตรฐานฉบับนี้เดี่ยวยังไม่เพียงพอ แต่จะต้องอิงหรือต้องชี้ควบคู่กับมาตรการหรือมาตรฐานของโคเด็กซ์ด้านอื่นอีกด้วย เช่น การจัดหามาตรการที่จำเป็นที่ควรดำเนินการเพื่อป้องกันการสัมผัสระหว่างอาหารฮาลาล กับอาหารไม่ฮาลาล หรือการใช้หลักเกณฑ์ทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะอาหารของโคเด็กซ์ (Codex General Principles on Food Hygienic) เป็นต้นอย่างไรก็ดี เนื่องจากเป็นมาตรฐานที่ออกร่วมกันโดยประเทศประชากรมุสลิม การอนุวัติการมาตรฐานดังกล่าวเป็นกฎหมายภายในก็สามารถจะสร้างการยอมรับให้กับบรรดาประเทศสมาชิกได้ในระดับหนึ่ง

### 3.3.2 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองมาตรฐานฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ.2548

ในอดีตการขออนุญาตเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้กับผลิตภัณฑ์ใดนั้น สำนักจุฬาราชมนตรีโดยท่านจุฬาราชมนตรีจะเป็นผู้ออกให้ภายใต้เครื่องหมายรูปวงกลม ซึ่งภายในเขียนคำว่า “ฮาลาล” เป็นภาษาอาหรับและข้างใต้เขียนคำว่า “SHAIKHUL ISLAM” โดยมีการใช้เครื่องหมายดังกล่าวในครั้งแรกสมัย ท่านต่วน สุวรรณศาสตร์ ดำรงตำแหน่งจุฬาราชมนตรี และได้มีการจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายรับรองตามกฎหมายกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาในสมัยท่านจุฬาราชมนตรีประเสริฐมะหะหมัด (พ.ศ. 2539) ในรูปของเครื่องหมายสี่เหลี่ยม ซึ่งที่ผ่านมากการรับรองฮาลาลโดยท่านจุฬาราชมนตรีได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ เพราะถือเป็นการรับรองโดยท่านจุฬาราชมนตรีในฐานะผู้ดำรงตำแหน่งสูงสุดในทางศาสนา

ในช่วงปี พ.ศ. 2539 ซึ่งขณะนั้นพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ.2540 ยังไม่ได้ประกาศใช้ องค์กรทางศาสนาไม่ว่าจะเป็นสำนักจุฬาราชมนตรี หรือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ต่างก็ยังไม่มียุติบัตรเป็นนิติบุคคล สำนักจุฬาราชมนตรีเองก็ไม่มีชื่อปรากฏในกฎหมายเก่าฉบับใด ส่วนคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยนั้น ปรากฏชื่อในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการศาสนูปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม พ.ศ. 2488 แต่ก็ไม่มีสถานภาพทางกฎหมายมีหน้าที่เพียงให้คำปรึกษาหารือแก่กระทรวงมหาดไทยและกระทรวงศึกษาธิการในกิจการที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามเท่านั้น

จนกระทั่งเมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติการบริหารองค์กรอิสลาม พ.ศ. 2540 (วันที่ 9 พฤศจิกายน 2540) และยกเลิกพระราชบัญญัติมัสยิดอิสลาม พ.ศ. 2540 พระราชกฤษฎีกาศาสนูปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม พ.ศ. 2488 และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการศาสนูปถัมภ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2491 เป็นผลให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายใหม่ ซึ่งทางคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการขอยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา โดยใช้รูปสัญลักษณ์เหมือนกับของสำนักจุฬาราชมนตรีแต่มีส่วนแตกต่างกัน โดยเปลี่ยนชื่อคำกำกับใต้รูปจาก “สำนักจุฬาราชมนตรี” เป็น “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” ในขณะที่สำนักจุฬาราชมนตรียังไม่มี การเปลี่ยนสถานะเป็นนิติบุคคล ซึ่งในช่วงการเปลี่ยนถ่วงดังกล่าว ได้เริ่มเกิดความขัดแย้งเกี่ยวกับองค์กรผู้ทำหน้าที่ในการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลและเกิดความสับสนในด้านอำนาจหน้าที่ขององค์กรที่รับรองกิจการศาสนาอิสลามระหว่างสำนักจุฬาราชมนตรีกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยขึ้น จนในท้ายที่สุดปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องมีการนำเข้าหารือกับทางคณะกรรมการกฤษฎีกา

โดยในครั้งนั้น ได้มีข้อสรุปออกมาว่าสิทธิในเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ทางสำนักจุฬาราชมนตรี โดยจุฬาราชมนตรีได้จดทะเบียนไว้ก่อนหน้านั้นไม่เป็นไปตามกฎหมาย เพราะผู้ที่ได้รับการจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองต้องเป็นบุคคล ซึ่งอาจเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ได้ แต่เมื่อสำนักจุฬาราชมนตรีมิใช่นิติบุคคลและมีใช้บุคคลธรรมดา จึงไม่มีสภาพบุคคล การจดทะเบียนให้สำนักจุฬาราชมนตรีมีสิทธิในเครื่องหมายรับรองจึงไม่ถูกต้องตามบทบัญญัติของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 นอกจากนี้ยังมีคำวินิจฉัยของคณะกรรมการกฤษฎีกาที่อธิบายถึงเรื่องอำนาจในการออกประกาศของจุฬาราชมนตรีตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ไว้ว่า อำนาจดังกล่าวเป็นอำนาจหน้าที่ที่จะออกประกาศเกี่ยวกับการวินิจฉัยเรื่องต่างๆ ที่เป็นปัญหาเกี่ยวข้องกับหลักศาสนาหรือบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ว่าถูกต้องตามหลักการหรือบทบัญญัติศาสนาหรือไม่ อย่างไร แต่สำหรับอำนาจการออกประกาศหรือรับรอง

เกี่ยวกับกิจการศาสนาอิสลาม เช่น การรับรองเอกสาร การรับรองบุคคลว่าเป็นมุสลิม ซึ่งรวมถึงการรับรองผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลด้วยนั้น เป็นอำนาจของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดตามมาตรา 18 (9) และมาตรา 26 (13) ของกฎหมายเดียวกัน

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

ระเบียบที่ออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ได้เคยผ่านการแก้ไขมาแล้วถึง 4 ครั้ง ซึ่งระเบียบฉบับปัจจุบันได้แก้ไขเปลี่ยนแปลง ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการรับรองมาตรฐานฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2548 โดยช่วยรายละเอียดเกี่ยวกับหน้าที่ของผู้ที่ขอการรับรองหรือขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจากทางคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย จะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยกำหนด ซึ่งพอจะสรุปหน้าที่ดังกล่าวได้พอสังเขป ดังนี้

1. สถานที่ประกอบการค้าต้องสะอาดตามมาตรฐานอุตสาหกรรม และมาตรฐานอื่นๆ ที่ควบคุมสถานประกอบการ
2. วัตถุประสงค์และส่วนประกอบอาหารและการเก็บรักษา
  - วัตถุประสงค์และส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิตต้องเป็นสิ่งที่ศาสนาอิสลามอนุญาตให้บริโภคได้และต้องไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ โดยพิจารณาได้จากระเบียบฯ ข้อ 25
  - วัตถุประสงค์ที่เตรียมไว้ใช้ในการผลิต ต้องเก็บรักษาในสถานที่ที่สะอาดไม่มีสัตว์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น สุนัข แมว และอื่นๆ
  - วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ต้องเก็บรักษาแยกออกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยเด็ดขาดไม่เกี่ยวข้องกัน

### 3. การล้างวัตถุดิบและน้ำที่ใช้ทำความสะอาด

การล้างวัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต เมื่อล้างน้ำโดยการจุ่มหรือน้ำขังในภาชนะแล้ว ต้องล้างน้ำสะอาดที่ไหลผ่าน วัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่ใช้โดยทั่วถึงในการล้างครั้ง



สุดท้าย น้ำที่ใช้ล้างไหลผ่านกระบวนการนี้แล้วจะนำมาใช้ล้างวัตถุดิบหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการผลิตอีกไม่ได้

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารทุกอย่างถ้าใช้ในการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลมาก่อน ต้องได้รับการล้างทำความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลามก่อนจึงจะใช้ผลิตอาหารฮาลาลได้

- อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลจะใช้และเก็บรักษาปะปนกับอุปกรณ์ในการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลไม่ได้

#### 5. สถานที่ที่ใช้ผลิต

- สถานที่ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ต้องไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล และแยกออกจากการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาลโดยชัดเจน เช่น มีกำแพงกั้นการติดต่อ แยกโรงงาน

- สถานที่ผลิตอาหารฮาลาล ต้องไม่มีสัตว์เข้าไปเกี่ยวข้องในบริเวณการผลิต หรือนำอาหารหรือเครื่องดื่มน้ำที่ไม่ฮาลาลเข้าไปเกี่ยวข้องอย่างเด็ดขาด

6. พนักงานที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล ต้องไม่ยุ่งเกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาด เช่น เนื้อสุกร และแอลกอฮอล์ หรือการเล่นและต้องกับสุนัขขณะหยุดพักผ่อน

#### 7. การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และการขนส่ง

- ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแล้วต้องเก็บรักษาแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาดถึงแม้ว่าจะแยกอยู่ในกล่องบรรจุภัณฑ์แล้วก็ตาม

- การขนส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาล ต้องแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาด

#### 8. การจัดจำหน่าย

- ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะต้องแยกจำหน่าย ออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล โดยเด็ดขาด ไม่ปะปนถึงแม้ว่าจะจัดจำหน่ายอยู่ในบรรจุภัณฑ์ก็ตาม

- การจัดจำหน่ายโดยไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือแกะถุงบรรจุออกจำหน่ายต้องแจ้งให้ฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการอิสลามกลางแห่งประเทศไทยทราบในฐานะผู้ควบคุมดูแลการใช้ตรารับรองฮาลาล โดยจะต้องจัดให้พนักงานขายที่เป็นมุสลิมคอยดูแลให้ถูกต้องตลอดเวลา

- อุปกรณ์เครื่องใช้ในการจัดจำหน่ายทุกชนิด จะต้องไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เมื่อปะปนกันแล้วต้องล้างให้สะอาดด้วยวิธีตามหลักการศาสนาอิสลาม

#### 9. การบริการอาหารฮาลาล (ร้านอาหาร)

- สถานที่บริการอาหารฮาลาลต้องไม่ปะปนกับการบริการสิ่งที่ไม่ฮาลาลทุกชนิด เช่น ไม่บริการอาหารฮาลาลร่วมกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือการแสดงอนาจารต่างๆ เป็นต้น

### การใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

ผู้ที่ต้องการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจากทางคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยจะต้องดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการยื่นคำขอใช้เครื่องหมายฮาลาลต่อฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยจะต้องยื่นเอกสารประกอบคำขอ ดังนี้

(1) สำเนาจดทะเบียนนิติบุคคล หรือสำเนাজดทะเบียนพาณิชย์ หรือสำเนাজดทะเบียนการค้า

(2) สำเนาใบอนุญาตตั้งโรงงานแบบ รง.2 หรือ รง.4

(3) สำเนาใบอนุญาตผลิตอาหาร (แบบ อ.2) หรือคำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน (แบบ สบ.1)

(4) สำเนาคำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (แบบ อ.17) และใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (แบบ อ.18) หรือคำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร (แบบ สบ.3) หรือใบจดทะเบียนอาหาร/แจ้งรายละเอียดอาหาร (แบบ สบ.5)

(5) สำเนาหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา

(6) หนังสือรับรองรายละเอียด กรรมวิธีการผลิต ขั้นตอนการผลิตวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในการผลิต และจุดประสงค์ที่ใช้สารปรุงแต่งต่างๆ รับรองโดยผู้รับอนุญาตผลิต

(7) สำเนาเอกสารสรุปผลการวิเคราะห์จากหน่วยงานวิเคราะห์

(8) บัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ขอให้รับรองเครื่องหมายรับรองฮาลาล

(9) แผนที่แสดงที่ตั้งของโรงงาน/สถานที่ผลิตพอสังเขป

(10) ผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง จำนวนหนึ่งเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น

2. เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการฮาลาลตรวจสอบคำขอและเอกสารว่าครบถ้วนและถูกต้องหรือไม่

3. ชำระค่าธรรมเนียมการตรวจโรงงานและคำพาหนะในการเดินทางตามใบแจ้งหนี้ที่ได้รับ

4. รอนัดหมายกำหนดการเข้าตรวจสอบสถานประกอบการทางโทรศัพท์

5. รอคจดหมายแจ้ง วัน เวลา ซึ่งกรรมการตรวจที่จะเข้าตรวจสอบสถานประกอบการทางแฟกซ์

6. คณะกรรมการการตรวจสอบฝ่ายกิจการฮาลาลเข้าตรวจสอบสถานที่ผลิตตามหลักการศาสนาอิสลาม (กรณีที่วัตถุดิบหรือส่วนที่ใช้ในการผลิตมีสิ่งต้องสงสัยตามหลักการศาสนาอิสลาม ต้องส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์ตรวจสอบในห้องปฏิบัติการ ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตรวจวิเคราะห์)

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

8. ฝ่ายกิจการฮาลาลนำผลการอนุมัติในที่ประชุมอนุกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล เสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยอีกครั้งเพื่อขออนุมัติที่ประชุมใหญ่ในแต่ละเดือน

9. รอรับใบแจ้งยอดค่าธรรมเนียมหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

10. ติดต่อขอรับหนังสือพร้อมชำระค่าธรรมเนียมตามใบแจ้งหนี้ที่ได้รับ

**การควบคุมมาตรฐานภายหลังที่ผู้ขอได้รับหนังสือหรือเครื่องหมายรับรองฮาลาล**

การควบคุมมาตรฐานอาจเกิดขึ้นได้จากภายนอกโรงงานหรือสถานประกอบการ ตามระเบียบฯ ข้อ 28 โดยกำหนดให้ทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต สถานที่ประกอบการ และการให้บริการที่ได้รับอนุญาตแล้ว โดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้าเป็นระยะตามความเหมาะสม และรายงานผลการติดตามให้คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลทราบทุกครั้ง ซึ่งการตรวจสอบโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้านี้อาจมอบหมายให้คณะทำงานหรือเจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบก็ได้ อีกทั้งระเบียบฯ ยังได้เพิ่มตำแหน่งหน้าที่ คือ “ผู้ตรวจการฮาลาล” ซึ่งแต่งตั้งโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เพื่อทำหน้าที่ติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามท้องตลาดหรือจากสถานที่ผลิต หรือสืบสวนข้อเท็จจริงในกรณี que ผู้ประกอบการปฏิบัติผิดคำมั่นสัญญาและระเบียบฯ หรือละเมิดการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ตามระเบียบฯ ข้อ 39

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

ในส่วนการลงโทษผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนนั้น ตามระเบียบฯ ข้อ 41 กำหนดให้คณะกรรมการมีอำนาจยกเลิกการรับรองฮาลาลแล้วแต่กรณี เมื่อปรากฏว่าผู้ประกอบการใดขัดต่อระเบียบนี้หรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยมีประกาศเผยแพร่ให้ทราบทั่วกัน และผู้ประกอบการที่ถูกยกเลิกจะต้องจัดเก็บผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลในท้องตลาดออกภายใน 90 วัน ซึ่ง

ผู้ที่ถูกยกเลิกการรับรองฮาลาลหรือใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น จะถูกห้ามยื่นขอให้รับรองและขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลใหม่อีกเป็นเวลาอย่างน้อยหนึ่งปี ตามระเบียบฯ ข้อ 44 และหากกระทำผิดซ้ำอีกหลังจากการรับรองหรือให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลใหม่จะไม่ได้รับการพิจารณารับรองฮาลาลอีกต่อไป ตามระเบียบฯ ข้อ 45

จากเนื้อหาที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องมาตรฐานอาหารทั่วไป การประยุกต์ใช้มาตรฐาน GMP/HACCP การปรับปรุงระเบียบของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยที่ว่าด้วยการรับรองฮาลาลใหม่ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นภาพรวมที่ดีสำหรับแนวทางการดำเนินงานด้านอาหารของประเทศไทย ซึ่งน่าจะมีความชัดเจนและเพียงพอสำหรับการช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้าอาหารฮาลาลได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากการค้าอาหารที่ผิดหลักศาสนาในปัจจุบัน จะพบว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มักเป็นผลจากการฝ่าฝืนของผู้ผลิตผู้ค้าทั้งหลายที่จงใจฝ่าฝืนมาตรฐานทั้งสิ้น จึงทำให้มีการตั้งคำถามว่า เหตุใดมาตรฐานที่ออกมาอย่างดีจึงยังมีการฝ่าฝืนมาตรฐานเกิดขึ้นอีก คำตอบย่อมไม่ได้อยู่ที่การมีหรือไม่มีมาตรฐานเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งสำคัญ คือมาตรฐานที่ออกมานั้นสามารถบังคับให้เป็นไปตามมาตรฐานได้หรือไม่ โดยเฉพาะการที่ผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองภายใต้มาตรฐานอย่างเท่าเทียมกัน แม้เกิดการฝ่าฝืนมาตรฐานขึ้นก็ตาม ซึ่งถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่ผู้บริโภคทุกคนสมควรได้รับรอง เรื่องดังกล่าวนี้กระทำได้จริงหรือไม่ เพียงไร หรือแม้แต่ในส่วนมาตรฐานเอง ซึ่งน่าจะมีความสมบูรณ์ทั้งในแง่มาตรฐานและองค์การกำกับดูแลก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติก็ยังคงติดปัญหาข้อกฎหมายประการที่ทำให้การบังคับใช้มาตรฐานไม่เป็นไปตามเจตนารมณ์

### 3.3.3 ภาวะการณ์ตลาดอาหารฮาลาล

ในช่วงก่อน พ.ศ. 2545 นั้น ประเทศไทยมีการผลิตและส่งออกอาหารฮาลาลอยู่บ้างแล้ว แต่หลักจากภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2544 เห็นชอบแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลทั้งด้านการผลิตและการส่งออก เกิดผลที่ชัดเจนมากขึ้น

ช่วงปี 2541-2544 ก่อนที่ภาครัฐจะมียุทธศาสตร์นโยบายอย่างเป็นทางการ ประเทศไทยมีการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังภูมิภาคต่างๆ มูลค่าเฉลี่ย 8,189.65 ล้านบาทต่อปี (198.72 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) หรือคิดเป็นร้อยละ 3.65 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปทั้งหมดของไทย โดยอาหารฮาลาลส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ข้าว มีตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และตลาดแอฟริกา

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

ส่วนตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น เป็นตลาดที่มีสัดส่วนการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเป็นอันดับที่ 2 รองจากตลาดตะวันออกกลาง มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลในช่วงปี 2541-2544 ถึง 2,338.60 ล้านบาท (56.61 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นร้อยละ 28.37 ประเทศนำเข้าสำคัญคือมาเลเซีย อินโดนีเซีย ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋องแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวและข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ

สำหรับตลาดแอฟริกา มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทย 2,056.08 ล้านบาท (49.71 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นร้อยละ 24.96 โดยมีประเทศผู้นำเข้าสำคัญคือ อียิปต์และไนจีเรีย ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป

ทั้งนี้ ยังมีตลาดเอเชียใต้อีกแห่งหนึ่งที่มีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเช่นกัน แต่มีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยในช่วงปี 2541-2544 ไม่น่านัก คือ 238.13 ล้านบาท (5.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นสัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 2.96 เท่านั้น ประเทศนำเข้าสำคัญคือปากีสถาน ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ เครื่องเทศและสมุนไพร

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

ตลาดตะวันออกกลางมีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 3,556.85 ล้านบาท (86.59 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในช่วงปี 2541-2544 เป็น 10,267 ล้านบาท (270.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) 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 ประเทศแอลจีเรีย ประเทศไนจีเรียและประเทศซูดาน ส่วนตลาดเอเชียใต้ มีมูลค่าการนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นไม่มากนักในช่วงที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 238.13 ล้านบาท (5.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2541-2544 เป็น 535.80 ล้านบาท (14.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ในปี 2549 เท่านั้น

ในส่วนของตลาดเอเชียใต้นั้น มีมูลค่าการนำเข้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่มากนัก โดยมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มจาก 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 โดยเฉพาะความผันผวนที่เกิดจากประเทศมาเลเซียซึ่งถือเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาลที่สำคัญของโลก และการส่งออกที่ลดลงสำหรับตลาดอาหารฮาลาลในทวีปแอฟริกา

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาที่เป้าหมายแรก กล่าวได้ว่าประสบผลสำเร็จในแง่ของตัวเลขการส่งออกที่เพิ่มขึ้นดังในแผนภูมิข้างต้น แต่สำหรับการสร้างกลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับนั้น ยังไม่เห็นผลสำเร็จที่ชัดเจนนัก เนื่องจากยังคงประสบปัญหาความน่าเชื่อถือของกระบวนการการรับรองเครื่องหมายฮาลาล การควบคุมมาตรฐานฮาลาลหลังจากนั้น และปัญหาภายในขององค์กร

### 3.4 ความสำคัญของอาหารฮาลาล

ปัจจุบันประชากรโลกที่นับถือศาสนาอิสลามกระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ประกอบด้วย ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้งยุโรป และอเมริกาใต้

รวมเรียกว่า Organization of the Islamic Conference (OIC) ทั้งนี้ยังไม่ได้นับรวมประเทศอื่น ๆ ที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ด้วย ปัจจุบันแม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกของ OIC แต่ก็ได้รับเกียรติเข้าร่วมในฐานะผู้สังเกตการณ์สามารถเข้าร่วมกิจกรรมของ OIC ได้ทุกครั้ง เพียงแต่ไม่มีสิทธิในการออกเสียงเพื่อลงมติในการประชุมเท่านั้น ประมาณว่าประชากรมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1,500 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 เพื่อทำให้การผลิตอาหารฮาลาลเป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนา

อิสลาม ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ควรให้ความสำคัญทั้งในด้านการผลิตการตลาด และการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ดังนี้

**ด้านการผลิต** จำเป็นต้องให้ความสำคัญตั้งแต่คุณภาพวัตถุดิบ ตลอดจนวิธีการฆ่าสัตว์ การเตรียมอาหาร การแปรรูปอาหาร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การเก็บรักษาอาหาร ซึ่งต้องไม่มีสิ่งต้องห้ามเจอปน โดยสินค้าอาหารฮาลาลที่ผลิตได้จะต้องได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

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

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

อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้อาหารฮาลาลไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับโลกจำเป็นต้องพัฒนาการผลิตอาหารฮาลาลไทยให้ได้มาตรฐานในระดับสากล เช่น มาตรฐานของคณะกรรมการอาหาร โครงการมาตรฐานอาหารของ FAO/WHO หรือที่เรียกว่า CODEX ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับมาตรฐาน และความปลอดภัยด้านอาหารและได้กำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาลไว้แล้ว

### 3.5 การจัดการฟาร์ม (Farm management)

ในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเกษตรหรือผู้ประกอบการผลิตมีหน้าที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจฟาร์ม คือ การจัดการฟาร์ม การจัดการฟาร์ม หมายถึง การจัดการทรัพยากรของหน่วยธุรกิจฟาร์มที่มีอยู่จำนวนจำกัด ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน ในการผลิตพืช เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ที่ฟาร์มต้องการภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน (สุภาวดี, 2549) โดยการจัดการดังกล่าว



ผู้จัดการฟาร์มต้องตัดสินใจแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์ม ซึ่งปัญหาที่ต้องการการตัดสินใจสามารถแยกได้เป็น 2 ด้าน ดังนี้

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

2. การตัดสินใจทางการตลาด การตัดสินใจทางการตลาด ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับการซื้อปัจจัยการผลิตและการจำหน่ายผลผลิตว่าจะซื้อหรือขายที่ไหน เมื่อไหร่ และซื้อขายอย่างไร ซึ่งมีความสำคัญต่อกำไร หรือรายได้ที่เกษตรกรได้รับอย่างยิ่ง เพราะการซื้อหรือขายปัจจัยการผลิต และผลผลิตในสถานที่แตกต่างกัน ต่างเวลากัน ด้วยวิธีที่ต่างกัน จะมีผลให้ราคาที่ได้รับแตกต่างกันด้วย

นอกจากการตัดสินใจทั้งสองด้านนี้แล้ว ยังอาจมีการตัดสินใจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกันเรื่องความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ซึ่งเกษตรกรหรือผู้จัดการฟาร์มอาจต้องแก้ปัญหาจากความเสี่ยงและความไม่แน่นอน ผู้ผลิต ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี โดยใช้หลักทางเศรษฐศาสตร์และคณิตศาสตร์เข้ามาช่วยในการตัดสินใจ แต่ในที่นี้จะกล่าวถึงวิธีที่เกษตรกรหรือผู้ผลิตสามารถลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนได้โดยสรุป ดังนี้

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

2. การดำเนินกิจกรรมแบบผสมผสาน (Diversification) เป็นการดำเนินกิจกรรมมากกว่า 1 อย่าง เช่น แทนที่จะปลูกข้าวเพียงอย่างเดียวเกษตรกรอาจจะปลูกปลาดูด้วย นอกจากนี้บริเวณรอบบ่อยังสามารถปลูกพืชยืนต้น เช่น มะพร้าว มะม่วง หรือมะละกอ นำไปสู่การปฏิบัติภายใต้โครงการไร่นาสวนผสม ซึ่งนอกจากเกษตรกรจะสามารถเพิ่มรายได้จากกิจการเสริมหลายอย่างแล้ว ยังเป็นการลดความเสี่ยงภัยได้อีกด้วย

3. การเลือกกิจกรรมที่มีความคล่องตัว (Flexibility) คือกิจกรรมที่ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนเป็นกิจกรรมอื่นได้ง่ายและเสียค่าใช้จ่ายน้อย ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้ให้ผลตอบแทนสูงสุดก็ได้

4. การรักษาสภาพคล่องของธุรกิจ (Liquidity) หมายถึง การถือครองทรัพย์สินที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดตามราคาท้องตลาด ทั้งนี้เพื่อที่จะได้นำมาใช้ในธุรกิจยามที่เกิดความไม่แน่นอน

5. การเก็บสำรองปัจจัยการผลิตที่สำคัญ (Reserved Resources) เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการเสี่ยงภัย หรือป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้น ผู้ผลิตควรจะสำรองปัจจัยการผลิตที่จำเป็น เช่น อาหาร สัตว์ ปุ๋ย และยาฆ่าแมลง ให้เพียงพอต่อความต้องการในยามเกิดวิกฤติการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจหาไม่ได้ในท้องตลาด

6. การตกลงทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า (contractual Arrangement) เรื่องการใช้ปัจจัยทางการผลิตและปริมาณการผลิต การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงประการสุดท้าย คือการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า โดยตกลงราคาซื้อขายกันไว้ก่อน เพื่อประกันว่าจะมีตลาดที่แน่นอนสำหรับผลผลิต วิธีนี้เป็นการป้องกันราคาตกต่ำในช่วงขายผลผลิต ผู้ผลิตสามารถคาดคะเนรายได้ เนื่องจากราคาถูกกำหนดไว้ล่วงหน้าแต่หากช่วงที่ขายผลผลิต ราคาในท้องตลาดสูงกว่าราคาที่ตกลงไว้เกษตรกรก็จะสูญเสียโอกาสในการทำกำไรไปบ้าง

#### ตลาดส่งออกอาหารฮาลาล

การส่งออกสินค้าอาหารของประเทศไทยสามารถจำแนกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ คืออาหารทะเลแช่เย็น แช่แข็งและแปรรูป ผัก ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป เนื้อสัตว์ปีกแช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวและข้าวสาลี ซึ่งสินค้าเหล่านี้สามารถจัดอยู่ในกลุ่มอาหารฮาลาลได้อยู่แล้ว เพียงแต่ต้องปรับกระบวนการผลิตให้ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะอาหารที่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์อาหารของไทยซึ่งเป็นที่นิยมของประเทศมุสลิมหลายประเทศ ได้แก่ ไก่แช่แข็งและแปรรูป อาหารทะเลแช่แข็ง อาหารทะเลแปรรูป ผักและผลไม้สดและกระป๋อง ซอสปรุงรสต่าง ๆ อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เป็นต้น

#### ตอนที่ 4 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นवलพร ดวงทวีทรัพย์ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการวัดประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานในคลังสินค้าของบ้านไร่กาแฟ พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดจากประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัท ทางกลุ่มเห็นว่าทางบ้านไร่กาแฟมีการดำเนินงานที่ไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ยังมีการทำงานที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าแก่ลูกค้า เป็นต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ทางกลุ่มวิจัยจึงต้องการเข้าไปศึกษาว่าจุดใดที่สามารถปรับปรุงเพื่อให้บ้านไร่กาแฟเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการที่บ้านไร่กาแฟมีคลังสินค้า ซึ่งเป็นสถานที่ใน

การเก็บรวบรวมสินค้า เพื่อกระจายไปยังสาขาต่าง ๆ ดังนั้นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในคลังสินค้า ถือว่าเป็นส่วนสำคัญก่อนที่สินค้าจะไปถึงลูกค้า

ฐะปะณี มะลิซ้อน (2539) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ ศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด วิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ วิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออก โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญและเพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษาความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ เวียดนาม เอกวาดอร์ อินเดีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน

โดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลใน 3 ช่วงเวลาคือ ปี 2525-2529, 2530-2534 และ 2535-2536 ปรากฏว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ สำหรับไทยมีแนวโน้มที่ความได้เปรียบดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่มีอัตราการเพิ่มที่ลดลงในทำนองเดียวกันกับเวียดนาม เอกวาดอร์ และอินเดีย ขณะที่อินโดนีเซีย เม็กซิโกและจีน มีความได้เปรียบดังกล่าวลดลง สำหรับผลการศึกษารายการขยายตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงเวลาเช่นเดียวกับช่วงเวลาข้างต้น พบว่ามูลค่าการส่งออกระหว่าง 2 ช่วงเวลาแรกเพิ่มขึ้นเป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขันที่แท้จริง รองลงมาคือผลด้านทิศทางการส่งออก และผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลการกระจายตลาด 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

โมยิต บันเปี่ยมรัมย์ (2540) ได้ศึกษาวิเคราะห์อุตสาหกรรมสิ่งทอกับการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ทิศทางและความจำเป็นในการต้องปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม สิ่งทอในระยะยาว โดยมุ่งการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศว่าจะเปิดโอกาสให้ประเทศไทยในทิศทางต่างๆ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยทั้งภายในและ

ภายนอกประเทศได้ก่อให้เกิดผลสรุปกว้างๆว่า อุตสาหกรรมแทบทุกกลุ่มต้องมีการปรับตัว ปรับโครงสร้าง ไม่ว่าจะอุตสาหกรรมบางกลุ่มของประเทศที่เคยเจริญรุ่งเรืองอย่างรวดเร็วในอดีตที่ผ่านมา อาทิ อุตสาหกรรมสิ่งทอ คงจะถึงทางตันและกลายเป็นอุตสาหกรรมประเภทตะวันตกดิน ซึ่งแปลว่าไม่มีโอกาสหรือมีโอกาสน้อยมากที่จะแข่งขันต่อไปได้อีกในเวทีการค้าของโลก

วิชัย ดิษฐอุดม ( 2541 ) การผลิตขั้นปลายมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้ปัจจัยการผลิตขั้นต้นและขั้นกลางไม่สามารถตอบสนองอุตสาหกรรมขั้นปลายได้ ทั้งในปริมาณและคุณภาพของสินค้าทำให้ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบในแต่ละขั้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้อุตสาหกรรมสิ่งทอยังมีปัญหาการปรับโครงสร้าง การปรับเปลี่ยนเครื่องจักร การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนปัญหาการขาดสภาพคล่อง ทำให้แต่ละสถานประกอบการขาดเงินทุนหมุนเวียนส่งผลให้การบริหารการผลิตติดขัดหรือล่าช้า ไม่สามารถส่งมอบสินค้าตามกำหนดได้ การแก้ไขปัญหาจะต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาระบบการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ (2542) ได้ศึกษาแนวทางและวิธีการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธีสู่การตลาด โดยได้วางหลักแนวคิดเชิงกลยุทธ์หลัก โดยเฉพาะสำหรับผู้นำตลาดโดย

1. ขยายความพิเศษ มุ่งผลิตและขายสินค้าเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเป็นพิเศษ (Focus)

2. ขยายความแตกต่าง โดยผลิตและทำจุดยืนสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่งจนผู้บริโภคเลือกซื้อได้ ( Differentiation )

3. มุ่งปรับสมรรถภาพในการลดต้นทุนจนถึงราคาต่ำสุด เพื่อให้ได้ยอดขายสูงสุด (Cost Advantage) ส่วนการพัฒนากลยุทธ์รอง กล่าวคือ

1. การสร้างแนวร่วมธุรกิจ (Strategic Partnership) เป็นการรวมตัวของคู่แข่งตั้งแต่สองรายขึ้นไป เพื่อเพิ่มยอดขายและอำนาจการต่อรองหรือเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ

โดยการใช้ทรัพยากรสำคัญร่วมกัน

2. การทำการตลาดข้ามชาติ (Internationalization) ซึ่งอาจจะมีการลงทุนร่วมกันที่เรียกว่า Joint Venture คือ มีการร่วมทุนเพื่อตั้งบริษัทใหม่ในต่างประเทศ เพื่อดูแลผลประโยชน์จนถึงการปฏิบัติในต่างประเทศเสมือนกับบริษัทอิสระบริษัทหนึ่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม การส่งออก

สายฝน ตรีกลสุทรทรัพย์ (2543) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกข้าว

ของประเทศไทยในปี 2529-2539 โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการตลาดและการส่งออกข้าวของไทย วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของไทย และประเทศคู่แข่ง คือสหรัฐอเมริกา อินเดีย เวียดนาม จีน และปากีสถาน โดยทำการศึกษา 2 กรณีคือ กรณีพิจารณาเปรียบเทียบสินค้าทุกประเภทที่ส่งออก และกรณีพิจารณาเปรียบเทียบเฉพาะสินค้าเกษตรที่ส่งออก และวิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกข้าวของไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการค้าข้าวในระหว่างปี 2529-2539 ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ปรากฏว่าทุกประเทศที่ศึกษามีค่า RCA มากกว่า 1 แสดงว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้าข้าวทั้ง 2 กรณีศึกษา โดยไทย สหรัฐอเมริกา เวียดนาม จีน และปากีสถาน มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ลดลงยกเว้นประเทศอินเดีย ที่มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เพิ่มขึ้น ส่วนผลการศึกษาของแบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ การขยายการส่งออกข้าวของไทยมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น โดยจากปัจจัยภายนอกคือการขยายตัวการส่งออกทั้งหมดของโลก และการกระจายตลาดที่ทำให้ไทยมีการขยายตัวการส่งออกข้าวสูงกว่าอัตราเฉลี่ยการส่งออกข้าวของโลก ส่วนผลที่ทำให้การขยายการส่งออกข้าวไม่เพิ่มเท่าที่ควร เป็นผลจากปัจจัยภายในประเทศคือ ผลจากการแข่งขันที่แท้จริง และการปรับการส่งออกของไทย

ฉัตรกร กลีบตร (2544) ทำการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของไทยในตลาดส่งออกที่สำคัญ วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน รวมทั้งศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย คือ ประเทศฮ่องกง กลุ่มประเทศสหภาพยุโรปและประเทศเกาหลีใต้ จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างตลาดอุตสาหกรรมข้าวโพดหวานในประเทศไทยเป็น โครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition) โดยในอดีตการกระจุกตัวมีแนวโน้มลดลง โดยมีอัตราส่วนการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมอยู่ในระดับปานกลางในการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใช้แนวความคิดของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และจากการวิเคราะห์ค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าทั้ง 2 ประเทศมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวาน นอกจากนี้ยังได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบค่า RCA ของประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดฮ่องกง ตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป และประเทศเกาหลีใต้ จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเหนือกว่าประเทศสหรัฐอเมริกาในตลาดกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป และประเทศเกาหลีใต้ ยกเว้นประเทศ

ฮ่องกง แต่จากแนวโน้มอัตราการขยายตัวในการส่งออกทั้ง 3 ตลาดดังกล่าว จะพบว่าประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ศุสดี พลสารัมย์ (2541) ได้ศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย โดยได้ใช้ทฤษฎี Resource-base พบว่า ทรัพยากรมนุษย์ (human resource) เป็นกลยุทธ์และปัจจัยที่จะอธิบายสัดส่วนที่สำคัญของตัวแปรในการดำเนินงานมากกว่ากลยุทธ์ทางการตลาดและปัจจัยส่วนครองตลาด และยังพบว่าเทคโนโลยี (technology) มีความสัมพันธ์กับการส่งออก โดยนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับต่างประเทศ และสามารถช่วยในการลดต้นทุนในการส่งออกได้

Kumar and Chadee (2002) กล่าวถึงงานวิจัยในเรื่องความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจระหว่างประเทศนั้น ซึ่งในอดีตจะมุ่งเน้นในเรื่องของการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศมากที่สุด และมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศในจำนวนไม่มากนัก เป็นเหตุให้เกิดการหดตัวของตลาดการค้าโลก แต่ละประเทศได้ใช้มาตรการผลักดันการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันก็ใช้ความพยายามในการลดต้นทุนการผลิต และเพิ่มการอุดหนุนจากภาครัฐ รวมทั้งมีการกำหนดมาตรการกีดกันทางการค้าให้มากขึ้น แต่ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ปัจจัยชี้วัดความสามารถในการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของธุรกิจ (efficiency) โดยมีปัจจัยในชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน 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 รวมทั้งสามารถเพิ่มอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าไปได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการเพิ่มการลงทุนได้ในอัตราส่วนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง (Park, 1999) การพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต 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) ก็เป็นต้น (Kumar & Chadee, 2002; Wu & Lin, 2003)

Mohd Rizal Razalli (2011) นักวิจัยในประเทศมาเลเซีย ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ในการทำงานขององค์กรภายใต้กระบวนการรับรองฮาลาล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยของมนุษย์ที่มีอิทธิพลของต่อความรับผิดชอบต่อการจัดการลักษณะพนักงานและนโยบายในการทำงานพนักงานใน EDCUUM มีการวัดตัวแปรด้วยมาตราส่วน 5 ระดับ ซึ่งเป็นแบ่งออกเป็น 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรความรับผิดชอบต่อ การจัดการประสิทธิภาพ ลักษณะการทำงานของพนักงาน นโยบายประสิทธิภาพพนักงาน ทำ การวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิเคราะห์ความ น่าเชื่อถือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษา พบว่า ด้านรับผิดชอบต่อและนโยบายพนักงาน และผลการดำเนินงาน EDC-UUM มีอิทธิพลอย่างมี นัยสำคัญในเชิงบวก ในขณะที่เดียวกันลักษณะพนักงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงาน EDC-UUM การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าขั้นตอนการรับรองฮาลาลมีความสัมพันธ์กับปัจจัย มนุษย์ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขา ความรับผิดชอบต่อการจัดการและนโยบาย พนักงานที่พบว่ามีอิทธิพลต่อความเชื่อถือในประสิทธิภาพ EDC-UUM

Nor aini Haji Idris (2012) วิจัยเรื่อง เครือข่ายธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลใน ประเทศมาเลเซีย จากกลุ่มตัวอย่าง 220 ตัวอย่างของ บริษัท แปรรูปอาหารฮาลาลใน ประเทศ มาเลเซีย พบว่าส่วนใหญ่ บริษัท ต้องเผชิญกับปัญหาในการจัดตั้งเครือข่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครือข่ายในตลาดโลก โดยมีข้อจำกัดในระดับโลกทั้งที่มีโอกาสสูง ปัจจัยในการสร้างเครือข่ายทาง ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซียสอดคล้องกับงานวิจัยของชูชาน (2003) คือ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยสนับสนุนและปัจจัยจากภายนอก

นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายเครือข่ายธุรกิจของพวกเขาผ่านเครือข่าย ร่วมในสังคมเช่นในหมู่เพื่อนพันธมิตรทางธุรกิจและสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้มีงานวิจัยที่ ระบุดูอุปสรรคหลายอย่างในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจคือความยากลำบากในการปลูกฝังความ เข้าใจร่วมกันและความน่าเชื่อถือในหมู่พันธมิตรทางธุรกิจให้เกิดขึ้น รวมทั้งทำให้ค่าใช้จ่ายของ หน่วยงานสูงขึ้น สำหรับจุดอ่อนคือปัญหาด้านสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้ การขยาย

โอกาสการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในประเทศ บริษัท ควรมีการพัฒนาตัวเองและมีการเก็บรวบรวมข้อมูลความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ทันสมัยและแสวงหาผลประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ การที่บริษัทพัฒนาด้านเทคโนโลยีจะเป็นช่องทางสนับสนุนข้อมูลเช่นเดียวกับช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น ที่จะนำไปสู่ตลาดโลก

เสกสรร สุธรรมานนท์ (2545) สรุปโครงการเรื่อง “แนวปฏิบัติที่ดีในการจัดการฮาลาลโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล กรณีศึกษา ประเทศมาเลเซีย” กล่าวว่าจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่ผ่านมา ทำให้มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลสูงกว่า 150,000 ล้านดอลลาร์ต่อปี ซึ่งนับเป็นจำนวนเงินมหาศาล ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมทั้งด้านแหล่งวัตถุดิบอาหารฮาลาลที่ใหญ่กว่าประเทศอื่นๆ และมีศูนย์วิทยาศาสตร์อาหารฮาลาลตรวจรับรอง แต่พบว่าอาหารฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่นิยมนต่างประเทศเท่าที่ควร ซึ่งจากการเก็บข้อมูลและประชุมกับตัวแทนผู้ประกอบการ ได้ข้อสรุปว่า การดำเนินงานด้านอาหารฮาลาลของไทยมีปัญหาหลักเนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแต่ขาดการประสานงานแบบบูรณาการที่เป็นเอกภาพ ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินการได้ล่าช้า และเกิดความซับซ้อน เช่น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ให้การรับรองตราฮาลาล ซึ่งจะพิจารณาเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่รับรองกระบวนการฮาลาล (HAL-Q) ในขณะที่คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ให้การสนับสนุนงานวิจัยผลิตภัณฑ์ฮาลาล

1. กฎระเบียบ ข้อบังคับ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน
2. ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีผลต่อการลงทุนสร้างระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และภาคเอกชนไม่กล้าลงทุนกิจการในพื้นที่ดังกล่าว

ปัจจุบันถึงแม้ว่าประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลเป็นอันดับ 5 ของโลก แต่จากภาวะการแข่งขันของตลาดอาหารฮาลาลที่สูงขึ้น ทำให้หลายประเทศสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศตนเอง โดยเฉพาะประเทศมาเลเซียได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการผลักดันประเทศให้เป็นศูนย์กลางฮาลาลโลก พร้อมสร้างมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ขึ้นเพื่อเพิ่มระดับความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ฮาลาลของตน ทำให้กลุ่มผู้บริโภคมุสลิมในต่างประเทศหันมาสนใจมาตรฐานฮาลาล โลจิสติกส์ และมีแนวโน้มว่าในอนาคตมาตรฐานฮาลาล โลจิสติกส์อาจเป็นมาตรฐานกลาง มาตรฐานเดียวที่ประเทศชาวมุสลิมใช้ร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมาตรฐานฮาลาลของสถาบันมาตรฐานฮาลาลประเทศไทย ทำให้ผู้ผลิตต้องหันไปพึ่งไปรับรองมาตรฐานฮาลาล โลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย



อย่างไรก็ตามหากกลุ่มประเทศลูกค้านุสลิมมีความต้องการให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดฮาลาล โลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เนื่องจากการดำเนินงานขอการรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศมาเลเซียมีต้นทุนสูงกว่าการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย ทั้งนี้หากพิจารณาถึงผลกระทบของทางผู้ประกอบการแล้วสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายใหญ่ การกำหนดมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์ไม่ได้เป็นปัญหาหลักสำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ เนื่องจาก ข้อกำหนดของฮาลาลโลจิสติกส์ประยุกต์มาจากหลักการ Food Safety ซึ่งในปัจจุบันทางโรงงานมีการดำเนินงานระบบนี้อยู่แล้ว การปรับตัวได้โดยง่ายโดยไม่จำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มมากนัก แต่อาจมีอุปสรรคในเรื่องการขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการผลิตฮาลาลอย่างแท้จริง โดยเฉพาะในขั้นตอนการ เชือดสัตว์ ซึ่งยังต้องได้รับความช่วยเหลือจากทางภาครัฐในการจัดฝึกอบรมบุคลากรทางด้านนี้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น แพปลา ทำเรือ และบริษัทขนส่ง

2. ผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายย่อย การกำหนดมาตรฐานฮาลาลโลจิสติกส์จะมีผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายย่อยมากกว่าผู้ประกอบการรายใหญ่ เนื่องจากสถานประกอบการของผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่มีโครงสร้างพื้นฐานและระบบการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับมาตรฐานการผลิตฮาลาล ดังนั้นต้องมีปรับปรุงด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการจัดการระบบคุณภาพ ภายในโรงงาน จะทำให้ต้นทุนสูงขึ้นมาก

สำหรับหน่วยงานที่ควรปรับปรุงเพื่อควบคุมให้สอดคล้องกับหลักการมาตรฐานฮาลาล ได้แก่ ในส่วนของท่าเรือรับวัตถุดิบ บริษัทขนส่ง และท่าเรือส่งออกสินค้า จำเป็นต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยต้องจัดการแยกการขนส่ง พื้นที่จัดเก็บระหว่างสินค้าฮาลาลออกจากสินค้าไม่ฮาลาล ตามหลักการทางศาสนาอิสลาม ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐบาล

ทั้งนี้หากหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านมาตรฐานฮาลาลคือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ไม่สามารถรวบรวมความรับผิดชอบการดำเนินงานด้านฮาลาลไว้ได้เพียงหน่วยเดียว จะส่งผลให้ทางผู้ประกอบการจำเป็นต้องขอการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งจะทำให้ต้นทุนสูงกว่าการขอรับรองฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

แนวทางการดำเนินงานสำหรับผู้ประกอบการในกรณีที่มีความต้องการตราฮาลาลโลจิสติกส์ประเทศมาเลเซียจากกลุ่มลูกค้าประเทศชาวมุสลิม มีดังนี้

1. ประสิทธิภาพการประเทศไทยร่วมทุนกับผู้ประกอบการมาเลเซีย โดยผลิตสินค้าในโรงงานประเทศไทย และประทับตราฮาลาลของมาเลเซีย เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพและข้อได้เปรียบ

ด้านวัตถุดิบ แรงงาน และบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกระบวนการผลิตอาหาร แต่มาตรฐานฮาลาลของไทยยังไม่ได้รับความนิยมในตลาดลูกค้าชาวมุสลิม ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยมาตรฐานฮาลาลของประเทศมาเลเซีย โดยประเทศไทยมีบทบาทรับจ้างผลิต และประเทศมาเลเซียซึ่งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มประเทศชาวมุสลิมเป็นผู้ทำการตลาด การที่ผู้ประกอบการไทยเป็นผู้รับจ้างผลิตมากกว่าเป็นผู้ค้าที่สามารถควบคุมช่องทางการตลาด หรือการเป็นเจ้าของแบรนด์ จะต้องเสียกำไรส่วนหนึ่งให้กับมาเลเซีย แต่จะเป็นโอกาสในการขยายตลาดประเทศชาวมุสลิมต่อไป

2.ผู้ประกอบการไทยควรเจาะตลาดผู้ร่วมลงทุนจากตะวันออกกลางเข้ามาแทนมาเลเซียและอินโดนีเซีย จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในแถบเอเชียทำให้การค้าระหว่างประเทศสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ ในปัจจุบันประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ มีปริมาณการนำเข้า-ส่งออกที่สูงมาก การสร้างพันธมิตรกับประเทศชาวมุสลิมถือเป็นกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดผู้บริโภคในต่างประเทศ โดยภาครัฐควรประสานงานกับกองทุนการเงินจากประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งมีทิศทางขยายการลงทุนเข้ามาในกลุ่มประเทศเอเชียได้ และสนใจนำเงินจำนวนมากเข้ามาลงทุนอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแบบครบวงจร เช่น กลุ่มกองทุนเพื่อความมั่นคงแห่งชาติอาหรับ (SWF) และอุตสาหกรรมอาหารทะเล โดยอาจร่วมทำอุตสาหกรรมประมงน่านน้ำและแปรรูปสัตว์น้ำในน่านน้ำตะวันออกกลางเพื่อตอบสนองการบริโภคอาหารทะเลของผู้บริโภคในตะวันออกกลางให้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้าในกลุ่มประเทศดังกล่าว มีความสัมพันธ์ที่ดีและเชื่อมั่นในการควบคุมกระบวนการผลิตของไทยว่า เป็นไปตามหลักการผลิตอาหารฮาลาล อีกทั้งผู้ร่วมลงทุนจากกลุ่มประเทศมุสลิมจะทำการตลาดอาหารฮาลาลให้ประเทศไทย

3. แจ้งขอให้ผู้ตรวจประเมิน (Auditor) ของมาเลเซียมาตรวจสอบ และดำเนินการขอตราฮาลาลมาเลเซียเพื่อส่งออก เนื่องจากมาตรฐานการตรวจประเมินฮาลาลของประเทศมาเลเซียได้รับการยอมรับจากนานาชาติ การขอตราฮาลาลของประเทศมาเลเซียจะทำให้ลูกค้าชาวมุสลิมเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าอาหารฮาลาลของไทย ซึ่งจะช่วยให้มูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลไทยสูงขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการอาจต้องประสบปัญหาเรื่องต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นจากการดำเนินการขอตราฮาลาล และการใช้ตราฮาลาลมาเลเซียระยะเวลานานจะทำให้ประเทศไทยพัฒนามาตรฐานฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับจากกลุ่มประเทศชาวมุสลิมได้ยากขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าจะเกิดความเชื่อมั่นในตราฮาลาลของประเทศมาเลเซียเพียงผู้เดียว

สุดาพร มะหะหมัด (2541) วิจัยเรื่องการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทย : กรณีศึกษา อุปสงค์ การนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ บทคัดย่อ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 3 ประเทศคือ ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย และคูเวต ซึ่งได้

ทำการศึกษาเฉพาะการนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้า ไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยจะเปรียบเทียบความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาดเมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุด และเพื่อวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพของการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปยังทั้ง 3 ประเทศ โดยการคำนวณดัชนีความไม่มีเสถียรภาพ รวมทั้งเพื่อพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยในทั้ง 3 ตลาด จากแนวโน้มในอดีต ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งของทั้ง 3 ประเทศจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งโดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ราคาเนื้อวัว และราคาเนื้อแกะที่ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์นำเข้ารวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศนี้ที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่งของประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากไทย และคู่แข่ง รายได้ของประชาชาติของประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ทดแทนเนื้อไก่ที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับในประเทศคูเวตปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็ง จากทั้ง 2 แหล่ง คือ ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาไก่สดแช่แข็งจากไทยและคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศคูเวต ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ประเทศคูเวตนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศคูเวต รวมถึงตัวแปรหุ่นที่แสดงช่วงเวลาหลังสงครามอ่าวเปอร์เซีย ผลการวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางทั้ง 3 ประเทศ พบว่าการขาดเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์และคูเวตมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านอุปสงค์ โดยอุปทานมีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งมาตรการที่ประเทศไทยสามารถใช้ในการรักษาอุปสงค์ไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยให้มีเสถียรภาพไม่เปลี่ยนแปลงลดลงจากเดิมคือ การเจรจากับประเทศผู้นำเข้าเพื่อนำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า สำหรับกรณีของประเทศซาอุดีอาระเบียพบว่า สาเหตุของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยมาจากการเปลี่ยนแปลงอุปทาน โดยอุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งนโยบายที่ใช้ในการรักษาเสถียรภาพคือ การทำให้ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังประเทศนี้มีปริมาณที่เพียงพอสำหรับแนวโน้มการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางยังมี

ลู่ทางที่แจ่มใส โดยผลการพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในทั้ง 3 ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 พบว่า ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และคูเวตมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นตลอดช่วงที่ทำการพยากรณ์ ส่วนการพยากรณ์ซาอุดีอาระเบียพบว่า ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในช่วงปี พ.ศ. 2539-2542 มีแนวโน้มลดลง แต่ในปี พ.ศ. 2543 แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังนั้น ถ้าผู้ส่งออกของไทยมีการศึกษารูปแบบความต้องการ รวมทั้งทำให้ผลิตภัณฑ์ไก่แปรรูปของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ จะทำให้การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยสามารถขยาย

บทสรุปงานวิจัย ของ Mohamed Syazwan Bin Ab Talib, Lim Rubin, Vincent Khor Zhengyi, (2012) บทคัดย่อ ฮาลาลไม่ได้ จำกัด เฉพาะกับชาวมุสลิมและเป็นมากกว่าเรื่องทางศาสนา ฮาลาลที่อยู่ในขอบเขตของธุรกิจและการค้าและได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของโลกสำหรับการประกันคุณภาพและทางเลือกการดำเนินชีวิต แม้ว่าฮาลาลจะเฟื่องฟูและมีแนวโน้มสูงขึ้นแต่ในเชิงวิชาการนั้นยังมีการศึกษาในเรื่องนี้ค่อนข้างน้อย รวมทั้งยังขาดการเผยแพร่ในเรื่องโลจิสติกส์ฮาลาลและรวมทั้งการขาดการวิจัย การสำรวจ การศึกษาและข้อมูลจะถูกเก็บรวบรวมผ่านชุดของการสัมภาษณ์กลุ่ม นอกจากนี้การศึกษานี้ใช้การสุ่มตัวอย่างและการตัดสินใจจากการสุ่มตัวอย่างเป็นข้อมูลที่มีความสะดวกในการใช้งานโดยใช้กลุ่มเป้าหมายที่มีเฉพาะเจาะจง ผลที่ได้รับจากการศึกษานี้ค้นพบประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ฮาลาลต้องเผชิญซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประการ ได้แก่ 1) ประเด็นที่บูรณาการระหว่างผู้ให้บริการโลจิสติกส์กับผู้ให้บริการ 2) ปัญหาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานฮาลาลและผู้ให้บริการ โลจิสติกส์ 3) ปัญหาทางการเงินและการรับรู้ของการดำเนินการ โลจิสติกส์ฮาลาล 4) และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนของรัฐบาลและการส่งเสริมการขาย 5) นักวิจัยพยายามที่จะขีดเส้นใต้ข้อ จำกัด ของการวิจัย เช่น การขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ การศึกษานี้ที่มุ่งเน้นไปที่โลจิสติกส์ฮาลาลที่เกี่ยวข้องกับอาหาร แต่ไม่ได้ครอบคลุมไปถึงธุรกิจฮาลาลอื่น ๆ เช่น ยาฮาลาลและการท่องเที่ยวฮาลาล นอกจากนี้ประเด็นที่ยังสามารถค้นหาคำตอบจากงานวิจัยยังมีอีกมากในอนาคต โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพหรือปัญหาอุปสรรคและปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในการนำโลจิสติกส์ฮาลาลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

### ระบบประกันคุณภาพ

วิธีการหนึ่งที่จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในหมู่ผู้ซื้อชาวมุสลิมเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตราฮาลาล คือการมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล นอกจากระบบตรวจสอบย้อนกลับฮาลาล เครื่องหมายฮาลาลเป็นเครื่องหมายระบุความเป็นสินค้าที่มีข้อกำหนดไว้ด้วยตัวอักษรหรือฉลากที่มีไว้ที่กล่องสินค้า ซึ่งเป็นคำตอบว่าเป็นอาหารตามหลักการของศาสนาอิสลาม หรือได้รับ

การพิสูจน์โดยหน่วยงานที่มีการรับรอง นอกจากนี้ลูกค้ามุสลิมต่างมีความต้องการที่จะแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองฮาลาลไม่เพียง แต่ในระหว่างกิจกรรมการซื้อสินค้าของพวกเขา ยังรวมทั้งการรับประทานอาหารในลักษณะต่าง ๆ เช่น การซื้อกลับบ้าน ภัตตราคาร หรือในศูนย์การค้า พวกเขาล้วนต้องการเอกสารที่ แสดงใบรับรองความฮาลาลหรือโลโก้ที่พวกเขาจะ ได้รู้ว่าผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ ทำหน้าที่ในการจัดเตรียมอาหาร ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับกฎหมายอิสลาม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลที่สอดคล้องและมีความพร้อมที่จะบริโภคโดยไม่ต้องสงสัยใด ๆ และมีความน่าเชื่อถือพยานหลักฐานที่สนับสนุนอาหารฮาลาล' อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันจากการละเมิดหรือการประทุพผิตใด ๆ ใบรับรองฮาลาลต้องได้รับการรับรองจากองค์กรที่มีชื่อเสียง ปัจจุบันไม่มีมาตรฐานฮาลาลที่เป็นมาตรฐานใน โลก ทุกประเทศมีมาตรฐานฮาลาลเฉพาะของประเทศของตน เท่านั้นที่ต้องปฏิบัติตามหน่วยงานในประเทศของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมได้มีมาตรฐานฮาลาลหลายเนื่องจากการดำเนินงาน ของเจ้าหน้าที่ฮาลาลต่างๆ นี้ได้นำไปสู่ความสับสนเข้าใจผิดและ การตรวจสอบที่ไม่เข้มงวดในการตรวจสอบและการรับรองฮาลาลกระบวนการแล้ว โลกประชานฟอรัมฮาลาล, Khairy Jamaluddin ที่ยกมาโดย Wan ฮัสซัน [60] กรณีที่ไม่มีมาตรฐานฮาลาลทั่วโลกได้ resulted in การเจริญเติบโตซ้ำของอุตสาหกรรมฮาลาลแม้จะมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลไปทั่วโลก แต่ ของมาตรฐานปัจจุบันทั่วทั้งองค์กรที่แตกต่างกัน หลีกเลียงไม่ได้เนื่องจากความแตกต่างกันของการเรียนการสอนในการปฏิบัติศาสนาอิสลาม เพราะเหตุนี้มัน เป็นไปไม่ได้ที่จะพัฒนา 'ฮาลาลเพียงหนึ่งเดียวแต่ใช้ได้ทั่วโลก' มาตรฐานอาหารฮาลาลที่สามารถนำมาใช้โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม foodrelated ฮาลาล [19] อาบูโอมาร์ [5]

#### ความไว้วางใจและความมุ่งมั่น

ไว้วางใจซึ่งกันและกันและความมุ่งมั่นในระยะยาวเป็นส่วนประกอบหนึ่งของหุ้นส่วนในอุปทานที่ประสบความสำเร็จ ความไว้วางใจในความร่วมมือห่วงโซ่อุปทานสามารถกำหนดเป็นความตั้งใจที่จะพึ่งพากันระหว่าง คู่ค้าต้องมี ความเชื่อมั่นความไว้วางใจต้องมีความโปร่งใสระหว่างโซ่ อุปทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการใช้ข้อมูลร่วมกันมากที่สุดของเวลาที่ guarded information บริษัท เช่นปริมาณการขาย การวางแผนการผลิตและค่าใช้จ่ายและกระบวนการ โดยทั่วไปหมายถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของพันธมิตรแต่ละคนที่จะใช้ความพยายามในการสร้าง ความสัมพันธ์ระยะยาวตามปกติ ตัวอย่างเช่นความมุ่งมั่นของ บริษัท ในการลงทุน กับคู่ค้าของพวกเขาจะต้องพิจารณาใน

เรื่อง ทรัพยากรทางกายภาพหรือมนุษย์ได้แสดงให้เห็นว่าโดยกระทำการลงทุนดังกล่าว ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่อยู่ในโซ่ อุปทานได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นและในที่สุดเพิ่มการทำธุรกรรมในอนาคตซึ่งในการศึกษานี้ได้แบ่งห่วงโซ่อุปทานฮาลาลเป็นสี่ขั้นตอนของความไว้วางใจ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในครั้งแรก (บริษัท ของชาวมุสลิม) และครั้งที่สอง (ผลิตภัณฑ์ฮาลาล) ขั้นตอนที่ ขั้นตอนแรกซึ่งต้อง เป็นไปด้วยความไว้วางใจโดยผู้ขายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ผู้ขายจะต้องมี ภาระกับพระเจ้าเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ที่เขาขายอยู่ในสถานะถูกต้องตามหลักฮาลาลอย่าง แน่นนอน และผู้ซื้อจะมีความเชื่อมั่นว่า ผลิตภัณฑ์ที่เขาบริโภคต้องฮาลาลเช่นเดียวกันนอกจากนี้ใน องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องคือความไว้วางใจที่เกิดขึ้นในรูปแบบของการยอมรับในเครื่องหมาย ฮาลาล จะไว้วางใจการรับรองฮาลาลหรือเครื่องหมายฮาลาลที่วางอยู่บนสินค้าอุปโภคบริโภคหรือร้านค้าที่ ได้รับใบรับรองหรือเครื่องหมายที่ออกโดยการรับรองมั่นใจผลิตภัณฑ์ และแจ้งถึงสถานที่ตาม แจ้ง ไว้ในเครื่องหมายฮาลาลอย่างชัดเจน เครื่องหมายฮาลาลของชาวมุสลิมในประเทศยุโรปต้องการที่ จะซื้ออุปทานของพวกเขาจากร้านขายเนื้อสัตว์ฮาลาลในท้องถิ่นมากกว่าการซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกัน จากร้านค้าในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีก แม้จะมีความจริงที่ว่าซูเปอร์มาร์เก็ตหลัก / ร้านค้า ปลีก ให้มีคุณภาพสูงขึ้นในการให้บริการและผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคชาวมุสลิมในประเทศฝรั่งเศส และรวมทั้งชาวเบลเยียม ยังคงซื้อเนื้อสัตว์ฮาลาลที่ได้จากการขายเนื้อท้องถิ่นของพวกเขาเพราะของ ความไว้วางใจและความเชื่อที่เนื้อสัตว์ฮาลาลในพื้นที่เฉพาะมากกว่าเพราะพวกเขาสามารถสร้าง ความมั่นใจให้พวกเขาว่าไม่มีการปนเปื้อนที่เกิดขึ้นและเนื้อสัตว์อื่นอย่างแน่อนและในสหรัฐ อเมริกา และแคนาดา พบความไว้วางใจที่เป็นหลักที่มีอิทธิพลต่อลูกค้ามุสลิมตัดสินใจซื้อ เนื้อสัตว์ในหมู่ชาวมุสลิมและเผยให้เห็นว่าผู้ผลิตอาหารรวมทั้งอาหารทุกอย่างจะต้องผ่านขั้นตอน การผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดฮาลาลและต้องมี ความไว้วางใจที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ด้วย

**สรุป** ตลาดอาหารฮาลาลเป็นตลาดที่สามารถสร้างผลกำไร และคาดว่าจะเติบโตอย่างมี นัยสำคัญในอนาคต ดังนั้นผู้มีส่วนได้เสียห่วงโซ่อุปทานฮาลาลจะต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าไม่มีการ ปนเปื้อนจะ โดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจระหว่างผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลและไม่ฮาลาล ความสมบูรณ์ของ ได้รับความคุ้มครองโดยมั่นใจว่าจะไม่มีการสัมผัสโดยตรงกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล รวมทั้งห่วง โซ่อุปทานทั้งหมดอาหารฮาลาลจะต้องไม่มีการปนเปื้อนจะนำไปสู่และการสูญเสียและเพิ่ม ค่าใช้จ่ายในห่วงโซ่อุปทานไม่ได้ได้อย่างเด็ดขาดและจากการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคพบว่า

อุตสาหกรรมในห่วงโซ่อาหารสาละนนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม และการศึกษาครั้งนี้มีกรอบแนวคิด ในปัจจัยต่างๆเช่นตรวจสอบย้อนกลับการทดสอบระบบคุณภาพ และความไว้วางใจและความมุ่งมั่นและความสัมพันธ์ที่มีต่อการเสริมสร้างความสมบูรณ์ของโซ่อุปทาน อาหารสาละน นอกจากนี้ยังมีนักวิจัยอื่น ๆ การทบทวนวรรณกรรมที่มีอยู่เกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของอาหารสาละน ซึ่งยังใช้ได้เพื่อให้ การ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหล่านี้ของกรอบแนวคิดนี้ โดยมีการดำเนินการในขั้นตอนของงานวิจัย อาจจะปรับปรุงกรอบนี้โดยการมองไปยังปัจจัยอื่น ๆ ที่ยังไม่สมบูรณ์ของห่วงโซ่อุปทานสาละน การศึกษาดังกล่าวอาจช่วยให้คุณลักษณะเฉพาะที่จะจำเป็นในรายละเอียดมากขึ้น สำหรับในด้านอื่น ๆ ของการวิจัยอาจใช้การสำรวจในอนาคต นักวิจัยอื่น ๆ เพื่อเติมช่องว่างความรู้ในเรื่องนี้

Jurgita Bruneckiene, Dovile Paltanaviciene, (2012) ได้สรุปบทความเกี่ยวกับเรื่องการวัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของประเทศแถบบอลติกโดยองค์ดัชนีประกอบด้านทฤษฎีและการปฏิบัติของการวัดของการแข่งขันการส่งออกมีการวิเคราะห์มีการวิเคราะห์ในบทความนี้ ความเกี่ยวข้องและทันเวลาของการวิเคราะห์แนวคิดของการแข่งขันการส่งออกพิสูจน์ความจริงที่ว่า การแข่งขันเป็นสิ่งสำคัญที่สุดซึ่งมีผลต่อประสิทธิผลของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ภายใต้เงื่อนไขของโลกาภิวัตน์ การวิจัยของแนวคิดของการแข่งขันการส่งออกและวิธีการในการปรับปรุงการแข่งขันของเศรษฐกิจของประเทศมีความเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับประเทศในช่วงของการฟื้นตัวจากผลสัมฤทธิ์ ของวิกฤตทางเศรษฐกิจของ 2008-2009 ที่ ในสหภาพยุโรปมีอิทธิพลที่เลวร้ายที่สุดของภาวะเศรษฐกิจถดถอยเศรษฐกิจศาสตร์ถูกนำไปในรัฐบอลติกซึ่ง ได้แก่นึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดซึ่งสามารถกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศคือการส่งออก การพัฒนาของมันเป็น especially จำเป็นสำหรับประเทศขนาดเล็กซึ่งมีขนาดเล็กเกินไปที่จะบริโภคในการผลิตทั้งหมดที่ทำโดยประเทศเหล่านี้ การแข่งขันการส่งออกสูงขึ้นจะช่วยให้ประเทศที่จะเอาชนะผลกระทบหลังของภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจและกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ส่งออกมักจะเกี่ยวข้องกับการแข่งขันของประเทศในระดับนานาชาติ ในขณะที่ความเข้าใจทางวิชาการของการแข่งขันระหว่างประเทศของประเทศยังคงขึ้นรูปปัจจัยการแข่งขันระหว่างประเทศ ยังคงถูกระบุไว้ในวรรณกรรมทางวิทยาศาสตร์, การแข่งขันการส่งออกสามารถวัดได้ในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายปัจจัยของการส่งออกของประเทศในการสร้างดัชนี องค์ประกอบปัจจัยการวิเคราะห์และเงื่อนไขซึ่งกระตุ้นให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ ฯลฯ เป็นทุกวิธีมีข้อดีและข้อเสียของนักวิทยาศาสตร์พยายามที่จะหาที่นำเชื่อถือที่สุดด้วยระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยเพื่อให้เกิดความ เข้าใจที่สะดวกในการใช้งานจริงซึ่งอาจจะได้รับการยอมรับ

โดยทั่วไปและ ใช้กันอย่างแพร่หลายในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการปรับปรุงการแข่งขันของการส่งออกในระดับชาติและเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม แต่ทำไมการวัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกเป็นสิ่งสำคัญเพื่อสิ่งใด คำตอบสำหรับคำถามนี้จะเกี่ยวข้องกับความจริงที่ว่าถ้าการแข่งขันไม่สามารถวัดได้ก็จะไม่ได้รับการปรับปรุง ในฐานะที่เป็นบอติคสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่น ๆ แข่งขันกันโดยตรงระหว่างกันสำหรับตลาดส่งออกบัตรประจำตัวของสถานการณ์ปัจจุบันของการแข่งขันการส่งออกในการเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ และการเปลี่ยนแปลงในช่วงระยะเวลาที่จะให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับรัฐบาลธุรกิจและนักวิทยาศาสตร์ ภาคซึ่งจะมีการสร้างการปรับปรุงการดำเนินการและการประเมินประสิทธิภาพของกลยุทธ์การปรับปรุงการส่งออกและวิธีการต่าง ๆ สำหรับการกระตุ้นการส่งออกให้เพิ่มขึ้น

บทความนี้นำเสนอปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของการแข่งขันการส่งออกในประเทศแถบกลุ่มประเทศบอติค ปัจจัยที่เสริมสร้างการพัฒนาการส่งออกมีความโดดเด่นเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้แบบจำลองการแข่งขันพื้นฐานและวิธีการของพวกเขาและการประยุกต์ใช้ในการวัดของการแข่งขันการส่งออกมีการวิเคราะห์ บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางทฤษฎีการดำเนินการของดัชนีวัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกบอติคก่อตั้งขึ้นจึงช่วยให้การระบุปัจจัยหลักที่กำหนดในการแข่งขันของการส่งออกบอติคและตัวชี้วัดเชิงปริมาณในการแข่งขันของการส่งออกบอติคสหรัฐอเมริกา ดัชนีที่จัดตั้งขึ้นตามสังเกตเมื่อมีการประเมินศักยภาพการแข่งขันของการส่งออกบอติคภายในระยะเวลา 2005-2010 บทความนี้จบลงโดยการให้ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในการส่งออกของลิทัวเนีย

ที่สร้างขึ้นใหม่บอติคดัชนีการส่งออกการแข่งขันนำเสนอในบทความที่เป็นหนึ่งในความทะเยอทะยานที่จะเลื่อนตำแหน่งพื้นที่หลังระเบียบวิธีในการวัดของการแข่งขันการส่งออกและส่งเสริมการจัดตั้งเงื่อนไขการกระตุ้นผู้ประกอบการแห่งชาติเพื่อการส่งออกและสามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ

จากการทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการสร้างความเข้มแข็งของตราผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยอันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอาหารไทยสู่ตลาดตะวันออกกลาง อันประกอบด้วย ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทฤษฎีฐานทรัพยากร ทฤษฎีใหม่ทางการค้า ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์



รวมทั้งแนวคิดด้านหลักการในการผลิตอาหารฮาลาลตามหลักการของศาสนาอิสลาม ทั้งหมดดังกล่าวนี้นำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย

**สรุป** จากการทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันด้วยการสร้างความเข้มแข็งของตราผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยอันจะนำไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน อันประกอบด้วย ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน ทฤษฎีฐานทรัพยากร ทฤษฎีใหม่ทางการค้า ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแนวคิดด้านหลักการในการผลิตอาหารฮาลาลตามหลักการของศาสนาอิสลาม ทั้งหมดดังกล่าวนี้นำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

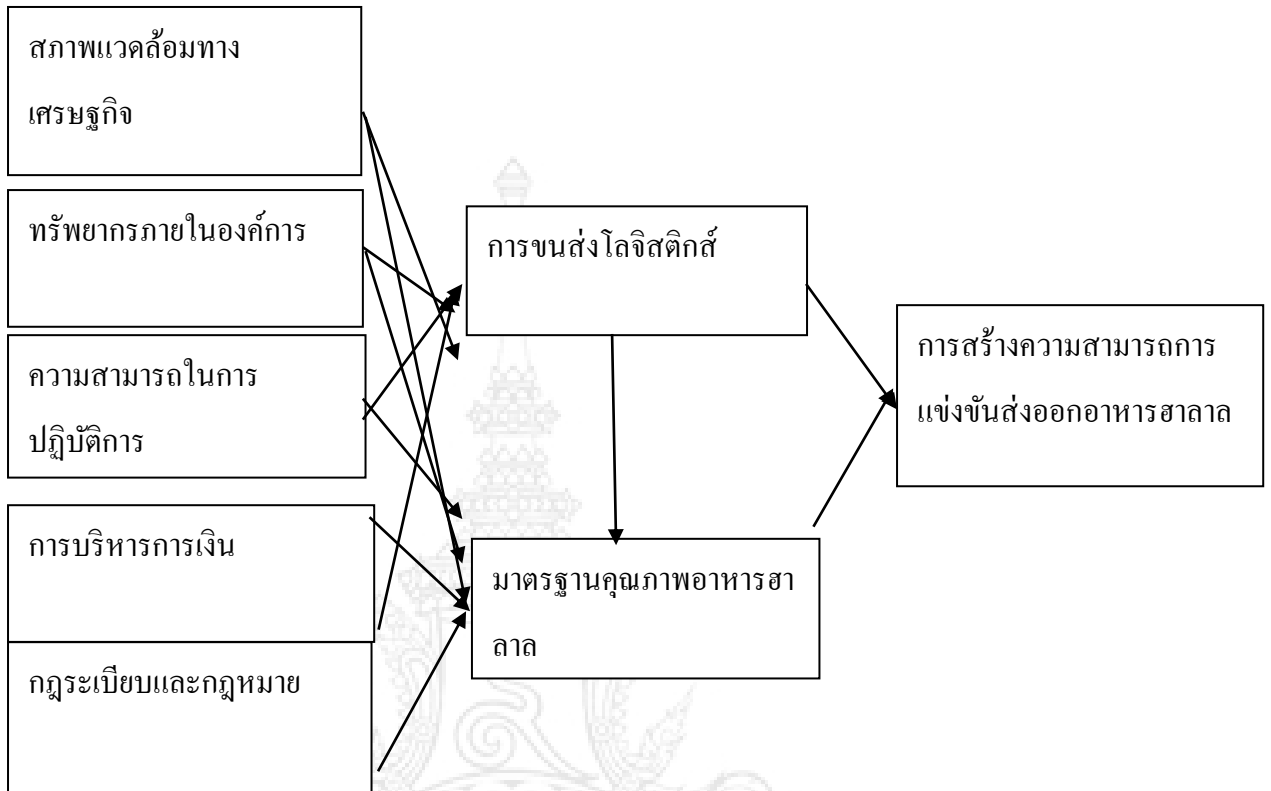
#### **การพัฒนากรอบแนวความคิดและการกำหนดสมมติฐาน**

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวความคิดการวิจัยในครั้งนี้ตาม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก การค้าระหว่างประเทศ แนวคิดอาหารฮาลาล การขนส่งโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำมาสู่การพัฒนากรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัย

#### **กรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัย**

กรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากรภายในองค์กร ด้านความสามารถในการปฏิบัติการ ด้านการบริหารการเงิน ด้านระเบียบกฎหมาย ตัวแปรต้นกลาง คือ ด้านการขนส่งโลจิสติกส์ ด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล และตัวแปรตาม คือ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ดังภาพประกอบ 1.1

ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย



เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดอักษรรย่อของแต่ละตัวแปรดังตาราง  
ชื่อตัวแปร และอักษรของตัวแปร ตารางที่ 2.1

ตาราง 2.1 ชื่อตัวแปรและอักษรย่อของตัวแปร

ชื่อตัวแปร	อักษรย่อ
สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	ECO
ทรัพยากรภายในองค์กร	SOR
ความสามารถในการปฏิบัติการ	ABI
การบริหารการเงิน	FIN
กฎระเบียบและกฎหมาย	LEG
การขนส่ง โลจิสติกส์	LOG
มาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล	STA
ความสามารถในการแข่งขันในการส่งออก	COMP
อาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน	

จากกรอบแนวความคิดในการวิจัย ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยครั้งนี้ในรูปแบบโมเดลลิสเรล หรือ โมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเชิงเส้น (LISREL—Linear Structural Relationship Model) แบบมีตัวแปรแฝง (Latent Variables) โดยนำเสนอ โมเดลลิสเรลแสดงโมเดลเชิงเส้นของอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายใน ด้านทรัพยากร ด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน ด้านความเข้มแข็งของเครื่องหมายฮาลาล ต่อมาตรฐานกระบวนการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและมาตรฐานความปลอดภัยของอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์แปรรูปในประเทศไทยเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ECO	หมายถึง	ตัวแปรแฝงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
SOR	หมายถึง	ตัวแปรแฝงของความพร้อมด้านทรัพยากร
ABI	หมายถึง	ตัวแปรแฝงความสามารถในการปฏิบัติการ
FIN	หมายถึง	ตัวแปรแฝงการบริหารการเงิน
LEG	หมายถึง	ตัวแปรแฝงระเบียบกฎหมาย
LOG	หมายถึง	ตัวแปรแฝงการขนส่ง โลจิสติกส์
HAL	หมายถึง	ตัวแปรแฝงมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
COMP	หมายถึง	ตัวแปรแฝงความสามารถในการแข่งขันในการส่งออก อาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

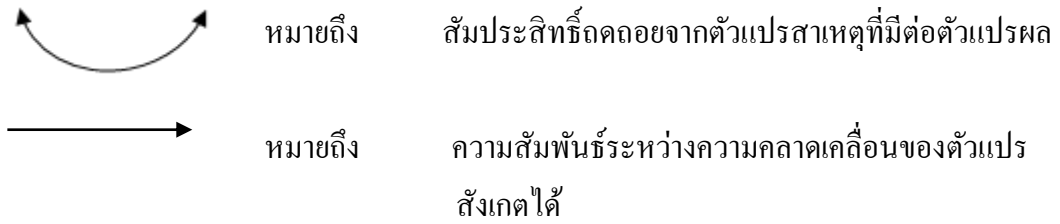
ECO1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ เศรษฐกิจภายในส่งผลต่อการส่งออก
ECO2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลต่อการส่งออก
ECO3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
ECO4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ การกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล
ECO5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ การตกลงการค้าระหว่างประเทศ
SOR1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ทำเลที่ตั้งเหมาะสม
SOR2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ความพร้อมของทรัพยากรทุกด้าน
SOR3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ การบริหารจัดการภายในมีประสิทธิภาพ
SOR4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ วิสัยทัศน์ในการบริหารการส่งออก
SOR5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ระบบการบริหารงานได้มาตรฐานในระดับสากล
ABI1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บริหารการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

ABI2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บริหารปัจจัยการผลิตอย่างเป็นระบบ
ABI3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บุคลากรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
ABI4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บุคลากรมีทักษะในการปฏิบัติงานสูง
ABI5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ
FIN1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ
FIN2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงได้ดี
FIN3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ป้องกันความเสี่ยงอัตราแลกเปลี่ยนเงิน
FIN4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บุคลากรด้านการเงินมีความสามารถในระดับสูง
FIN5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บริหารการหมุนเวียนทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ
LEG1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บุคลากรด้านกฎหมายมีคุณภาพ
LEG2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ปฏิบัติด้านภาษีอย่างเคร่งครัด

LEG3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ดำเนินนโยบายภายใต้ตามหลักสากล
LEG4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ อัตราภาษีอากรระหว่างประเทศมีความยืดหยุ่นสูง
LEG5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ รัฐบาลสนับสนุนด้านภาษีส่งออก
LEG6	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ สิทธิพิเศษทางการค้าสินค้าฮาลาล
LOG1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ การจัดการขนส่งมีประสิทธิภาพ
LOG2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ การขนส่งแยกสินค้าฮาลาลออกจากสินค้าที่ไม่ฮาลาล
LOG3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ การขนส่งภายในมีประสิทธิภาพ
LOG4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บริหารโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
LOG5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ขนส่งภายนอกมีประสิทธิภาพ
LOG6	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่งที่ได้มาตรฐานสากล
HAL1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ เครื่องหมายคุณภาพฮาลาลของไทยมีความน่าเชื่อถือ
HAL2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ มีการตรวจสอบมาตรฐานฮาลาลขั้นตอน
HAL3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ควบคุมการผลิตตามมาตรฐานสากล

HAL4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ตรวจสอบคุณภาพอาคารที่มีความชำนาญและเป็นมุสลิม
HAL5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ รับรองมาตรฐานอาคารอย่างต่อเนื่อง
HAL6	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ เครื่องหมายอาคารได้รับการยอมรับจากกลุ่มประเทศอาเซียน
COMP1	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ขนาดของบริษัทที่มีผลต่อความสามารถ
COMP2	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ ความสามารถในการปฏิบัติงานดี
COMP3	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ มีแรงงานที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน
COM4	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ รัฐให้การสนับสนุนด้านการเงินและยกเว้นภาษี
COM5	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ บริษัทมีนโยบายการลงทุนในต่างประเทศ
COM6	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ เส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของไทยเป็นโอกาสที่ดีในการส่งออก
COM7	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ เครื่องหมายอาคารของไทยสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

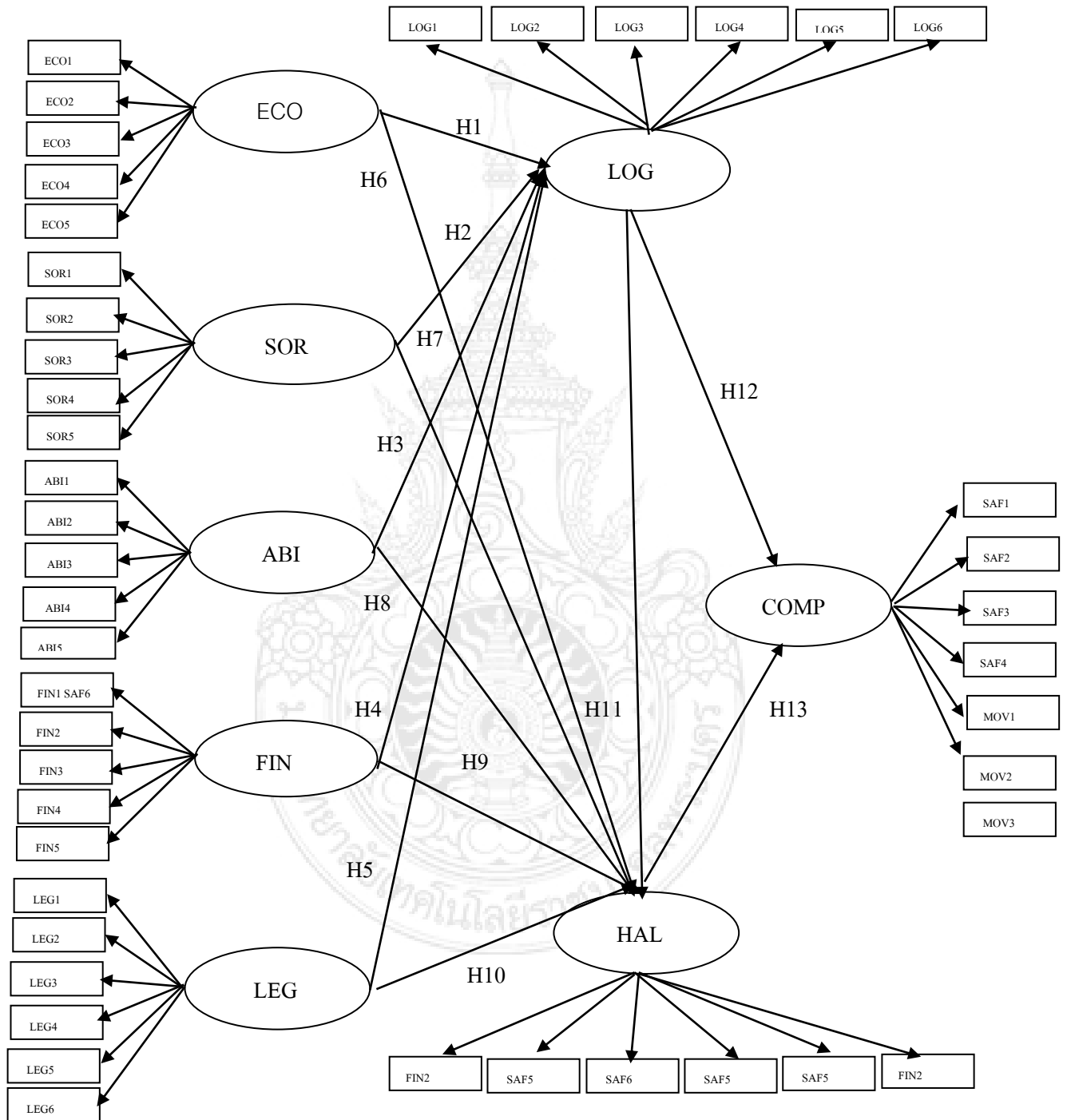




ตาราง 2.2 สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย

สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย	
H1	: สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H2	: ทรัพยากรภายในองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H3	: ความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H4	: การบริหารการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H5	: กฎระเบียบกฎหมาย มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H6	: สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
H7	: ทรัพยากรภายในองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
H8	: ความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
H9	: การบริหารการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
H10	: กฎระเบียบกฎหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
H11	: การขนส่ง โลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
H12	: การขนส่ง โลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
H13	: มาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

ภาพ 2.1 สมมติฐานโมเดลสมการ โครงสร้างที่สร้างสมมติฐานแสดงโมเดลอิทธิพลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ ไทย-อาเซียน



## สรุป

บทนี้กล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แนวคิดด้านการค้าระหว่างประเทศ แนวคิดด้านทรัพยากร แนวคิดด้านอาหารฮาลาล ซึ่งได้รวบรวมบทความที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกอาหารระหว่างประเทศ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศนำมาสรุปเป็นตัวแปรการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอกรอบแนวความคิดที่มาจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการกำหนดสมมติฐานการวิจัยนำสู่โมเดลอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประเภทของงานวิจัย
2. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การทดสอบเครื่องมือ
5. วิธีการเก็บข้อมูล
6. วิธีการทางสถิติ

#### 1. ประเภทของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์ และเสริมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) โดยวิธีการสำรวจและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารอุตสาหกรรมอาหารที่ได้เครื่องหมายรับรองคุณภาพฮาลาลของไทยอาหารที่ดำเนินการในประเทศไทย ด้วยการรวบรวมข้อมูลสถิติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อนำมาสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 2. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ผู้ประกอบการส่งออกธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 9,439 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศไทย ศึกษา เฉพาะผู้ที่ส่งสินค้าที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายคุณภาพฮาลาลไปยังประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางเท่านั้น

2. ผู้ประกอบการด้านการผลิตสินค้าที่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพฮาลาล

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกธุรกิจอุตสาหกรรม

อาหารฮาลาล และ ผู้ประกอบการด้านการผลิตสินค้าที่ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพฮาลาล  
จำนวน 450 ตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การประชุมกลุ่ม Focus group กับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการให้การรับรองคุณภาพอาหารทั้ง กลุ่มเครื่องหมายรับรองฮาลาล กลุ่มรับรองมาตรฐาน GMP HACCP รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่กำหนดกฎระเบียบเรื่องอาหารปลอดภัย และผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมส่งออกอาหาร กลุ่มละ 3 คน รวมประมาณ 10-12 คน การจัด Focus group ในขั้นตอนนี้ทำหลังจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อนำสรุปรวมกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มาจากประชากร จะใช้วิธีการ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 43) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และด้วยการสุ่มแบบหลายขั้นตอนและอาศัยหลักความน่าจะเป็น ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ประชากรมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน (สุวิมล ติรกานันท์, 2548, หน้า 166) เพื่อจะได้ตัวอย่างที่กระจาย และครอบคลุมกลุ่มประชากรให้มากที่สุด

นอกจากนี้การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โมเดลสมการ โครงสร้างด้วยโปรแกรม ลิสเรล Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham (2006, pp. 741-742) แนะนำว่าตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 200 ตัวอย่างขึ้นไป สำหรับกรณีที่ไม่ทราบค่าความน่าจะเป็น (Golob (2003, p. 9) แนะนำว่า การวิเคราะห์โมเดลลิสเรลด้วยวิธีประมาณค่าแบบ maximum likelihood ควรมีขนาดตัวอย่างอย่างน้อยเป็น 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ในงานวิจัยนี้มีตัวแปร 45 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างของการวิจัยนี้ควรมีอย่างน้อยเท่ากับ  $45 \times 10 = 450$  กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับพื้นที่ในการวิจัย คือ กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศไทยที่ส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศในประเทศในอาเซียนเท่านั้น

สำหรับการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัยด้วยตนเอง โดยเก็บข้อมูลในช่วงปี 2558

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการในการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยหลายวิธี เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed method) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นเครื่องมือในการวิจัยจึงมี 2 ประเภท ได้แก่ เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ และเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

1. เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ และการทำประชุมกลุ่ม Focus group โดยใช้ใน 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ส่งออกอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จำนวน 12 คน ด้วยข้อคำถามที่มีโครงสร้าง เพื่อหาคำตอบเพื่อการยืนยันกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวรรณกรรม และทำการสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรที่เป็นผู้จัดส่งปัจจัยการผลิต จำนวน 12 คน หลังจากเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเรียบร้อยแล้วเพื่อนำมาสรุปร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 2 ใช้การประชุมกลุ่ม Focus group กับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการให้การรับรองคุณภาพอาหารทั้ง กลุ่มเครื่องหมายรับรองฮาลาล กลุ่มรับรองมาตรฐาน GMP HACCP รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐที่กำหนดกฎระเบียบเรื่องอาหารปลอดภัย และผู้เกี่ยวข้องกับการส่งออกอาหาร กลุ่มละ 3 คน รวมประมาณ 10-12 คน การจัด Focus group ในขั้นตอนนี้ทำหลังจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อนำมาสรุปร่วมกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

2. เครื่องมือเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม สอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาลไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนที่อยู่ทางใต้ของไทย และผู้ประกอบการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 7 ปัจจัย ได้แก่ มีจำนวน ข้อคำถาม 45 ข้อ

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 สอบถามผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่มจำนวนข้อคำถาม 45 ข้อ มีรายละเอียดในการให้คะแนน ดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการสร้างความสามารถในการแข่งขันของในการส่งออกอาหารฮาลาลในระดับน้อยที่สุด

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลในระดับน้อย

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลในระดับมาก

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการ  
สร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลในระดับมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00-1.49	ระดับต่ำมาก
1.50-2.49	ระดับต่ำ
2.50-3.49	ระดับปานกลาง
3.50-4.49	ระดับสูง
4.50-5.00	ระดับสูงมาก

#### 4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้ดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ 1) การตรวจสอบความตรง (validity) ประกอบด้วย การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) และ 2) การตรวจสอบความเที่ยง (reliability) ขั้นตอนในการตรวจสอบเครื่องมือเชิงปริมาณมีดังนี้

##### 1. การตรวจสอบความตรง (Validity)

การตรวจสอบความตรงเพื่อให้เกิดความแม่นยำของเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการจะวัดหรือสิ่งที่เครื่องมือควรจะวัด และคะแนนที่ได้จากเครื่องมือที่มีความตรงสูงสามารถบอกให้ทราบถึงสภาพที่แท้จริง และการพยากรณ์ได้ถูกต้องแม่นยำ แบบสอบถามจึงต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องในด้านภาษาเชิงเนื้อหา (สุวิมล ศิริกาพันธ์, 2548)

##### 2. ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ในการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือสำหรับการวัดการศึกษามาตรฐานกระบวนการการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบการผลิตและความปลอดภัยของอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์แปรรูปในประเทศไทยเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้ทั้งแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารเนื้อสัตว์แปรรูปในการสร้างแบบสอบถาม รวมทั้งได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การคำนวณหาความตรงของเนื้อหา ผู้วิจัยได้จัดทำแบบประเมินผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 (จิตรรา บัวสุวรรณ, 2553) ทำการประเมินให้คะแนนความเหมาะสมของเนื้อหา ก่อน ซึ่งข้อคำถามใด มีค่าเฉลี่ยออกมาต่ำกว่า 0.50 หรือค่าเป็นลบ ได้ทำการตัดข้อคำถามนั้นออกไป (สุวิมล ติรกานันท์, 2548) โดยผู้เชี่ยวชาญต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด  
 ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด  
 ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด  
 หลังจากนั้นนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสมการ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

$\sum R$  = ผลรวมของคะแนนตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อคำถาม  
 $n$  = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ผลจากการทำ IOC นี้ ไม่มีการปรับลดข้อคำถาม ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน ยังได้ให้ ทักแนะและข้อแนะนำในการปรับและแก้ไขคำพูดในบางคำถาม เพื่อสื่อความหมายที่ตรงกับความหมายในนิยามศัพท์ปฏิบัติการ และนิยามเชิงทฤษฎี

#### การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เป็นวิธีที่ถูกใช้ในการ วัดค่าความเที่ยงอย่างกว้างขวางมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของมาตรวัด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาควรมีค่า ในระดับ .70 ขึ้นไป (Hair, et al., (2006) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item–Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Field, 2005) ในการตรวจสอบความเที่ยงผู้วิจัย ได้ตรวจสอบความเที่ยงทั้งข้อมูลทดลองใช้ ( $n = 74$ ) และ ( $n = 410$ ) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การตรวจสอบความเที่ยงสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Pre-test) ( $n = 74$ ) จากผลการวิเคราะห์ ความเที่ยงผู้วิจัยไม่ได้ทำการตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากการวัดตัวแปร เนื่องจากผลการวิเคราะห์ ความเที่ยงของแต่ละตัวแปรได้ค่าตามมาตรฐานที่กำหนดคือ มากกว่า 0.7 และค่า Corrected Item Total Correlation มีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป



ตาราง 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Pre-test) (n=50)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	Corrected Item- Total Correlation	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา
สภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจ	5	ECO1	.767	.976
		ECO2	.813	
		ECO3	.813	
		ECO4	.826	
		ECO5	.779	
ด้านทรัพยากร ภายในองค์กร	5	SOR1	.758	.908
		SOR2	.710	
		SOR3	.699	
		SOR4	.734	
		SOR5	.779	
ความสามารถในการ ปฏิบัติการ	5	ABI1	.715	.886
		ABI2	.734	
		ABI3	.743	
		ABI4	.694	
		ABI5	.723	
การบริหารการเงิน	5	FIN1	.707	.879
		FIN2	.714	
		FIN3	.726	
		FIN4	.690	
		FIN5	.712	

ตาราง 3.1 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	Corrected Item- Total Correlation	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา
กฎระเบียบของ กฎหมาย	6	LEG1	.768	.870
		LEG2	.758	
		LEG3	.859	
		LEG4	.765	
		LEG5	.749	
		LEG6	.673	
การขนส่งโลจิสติกส์	6	LOG1	.768	.918
		LOG2	.759	
		LOG3	.790	
		LOG4	.845	
		LOG5	.781	
		LOG6	.675	
มาตรฐานคุณภาพ อาหารฮาลาล	6	HAL1	.764	.912
		HAL2	.747	
		HAL3	.787	
		HAL4	.819	
		HAL5	.732	
		HAL6	.759	
การสร้าง ความสามารถในการ แข่งขันอาหาร ฮาลาล	7	COMP1	.678	.908
		COMP2	.786	
		COMP3	.729	
		COMP4	.746	
		COMP5	.816	
		COMP6	.790	
		COMP7	.668	

ในการตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลที่เก็บจริง (n=510) จากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของข้อมูลงานวิจัยในการเก็บข้อมูลจริง พบว่า มีข้อคำถามหลายข้อไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่า Corrected Item Total Correlation มีค่ามากกว่า 0.3 และตัวแปรทุกตัวมีค่าความเที่ยงมากกว่า 0.7 ผู้วิจัยจึงยังคงใช้ข้อคำถามโดยไม่ตัดออก

ตาราง 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลที่เก็บจริง (n=510)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	Corrected Item- Total Correlation	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา
สภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจ	5	ECO1	.692	.865
		ECO2	.698	
		ECO3	.675	
		ECO4	.790	
		ECO	.724	
ด้านทรัพยากร ภายในองค์กร	5	SOR1	.587	.858
		SOR2	.678	
		SOR3	.690	
		SOR4	.845	
		SOR5	.770	
ความสามารถในการ ปฏิบัติการ	5	ABI1	.786	.885
		ABI2	.810	
		ABI3	.819	
		ABI4	.816	
		ABI5	.792	
การบริหารการเงิน	5	FIN1	.654	.826
		FIN2	.670	
		FIN3	.789	
		FIN4	.740	
		FIN5	.741	

ตาราง 3.2 (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	Corrected Item- Total Correlation	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา
กฎระเบียบของ กฎหมาย	6	LEG1	.689	.870
		LEG2	.719	
		LEG3	.844	
		LEG4	.767	
		LEG5	.780	
		LEG6	.709	
การขนส่งโลจิสติกส์	6	LOG1	.675	.876
		LOG2	.749	
		LOG3	.687	
		LOG4	.719	
		LOG5	.698	
		LOG6	.679	
มาตรฐานคุณภาพ อาหารฮาลาล	6	HAL1	.717	.874
		HAL2	.689	
		HAL3	.767	
		HAL4	.657	
		HAL5	.690	
		HAL6	.761	
การสร้าง ความสามารถในการ แข่งขันอาหาร ฮาลาล	7	COMP1	.769	.872
		COMP2	.802	
		COMP3	.790	
		COMP4	.806	
		COMP5	.759	
		COMP6	.845	
		COMP7	.893	

ในการตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลที่เก็บจริง (n=450) จากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของข้อมูลที่เก็บจริง พบว่าข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่า Corrected Item Total Correlation มากกว่า 0.3 และตัวแปรทุกตัวมีค่าความเที่ยงรวมมากกว่า 0.7 ผู้วิจัยจึงใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้วทุกข้อ

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ความเที่ยงสำหรับผู้ประกอบการด้านการส่งออกสินค้าอาหารในประเทศไทย เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าองค์ประกอบเชิงยืนยัน และนำไปสู่การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

## 5. วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการลงพื้นที่ร่วมกับทีมนักวิจัยที่เป็นคณาจารย์และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ประกอบการในประเทศไทยซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกสินค้าจำนวนมาก และได้ข้อมูลรวมทั้งสิ้น 450 ตัวอย่าง ซึ่งใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเป็นเวลานานหลายเดือน

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล รายละเอียดของขั้นตอนการเก็บมีดังต่อไปนี้

1. ส่งจดหมายแจ้งความประสงค์เพื่อขอเข้าเก็บข้อสอบถามกับผู้ประกอบการตามรายชื่อในแต่ละจังหวัด
2. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลกับทีมนักวิจัย
3. จัดส่งข้อมูลแบบสอบถามตามรายชื่อสถานประกอบการเพิ่มเติมจากการลงพื้นที่
4. ประเมินจกนวนแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกข้อมูลแบบสอบถามไปจำนวนทั้งสิ้น 900 ชุด ได้รับการตอบกลับจากข้อมูลทั้งสองวิธี ได้รับตอบกลับจำนวน 460 ฉบับ และมีฉบับที่สมบูรณ์ 450 ฉบับ

## 6. ระเบียบวิธีวิทยาการวิจัย

ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการก่อนในช่วงก่อนออกแบบเครื่องมือเพื่อยืนยันกรอบแนวความคิด และดำเนินการอีกครั้งหลังจากเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแล้วเพื่อยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นสถิติที่ใช้ในการวิจัยสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ คือ การบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปร โมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Model) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติค่าร้อยละ จำนวน

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลกอิสติกส์ไทย-อาเซียน สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 การทดสอบโมเดลเชิงโครงสร้างของอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางไทย-อาเซียน สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model)

ส่วนที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้บริหารขององค์การที่ส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ เพื่อนำไปสรุปผลการวิจัยร่วมกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ รวมทั้งเพื่อใช้ในการประกอบการสรุปข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

### สรุป

บทนี้กล่าวถึงระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยกล่าวถึง ประเภทของงานวิจัย ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบเครื่องมือการวิจัย วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพควบคู่กัน และการเก็บข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ได้ร่วมทำงานกับผู้ช่วยนักวิจัยและนักศึกษาในการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลพร้อมทั้งการจัดส่งข้อมูลทางไปรษณีย์เพิ่มเติมหลังจากการลงพื้นที่เป็นบางส่วน

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

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

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติประกอบด้วยการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลตามข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติอนุมานในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมทางสังคมศาสตร์ (โปรแกรมลิสเรล) ซึ่งข้อตกลงเบื้องต้น คือ การลักษณะการแจกแจงข้อมูลแบบปกติ (Normality) การตรวจสอบความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) และการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม (Linearity)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ของข้อมูลเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียนโดยทำการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุด้วยโปรแกรมลิสเรล เวอร์ชัน 8.52

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	217	49.32
หญิง	223	49.55
รวม	440	100.00
อายุ		
25-30 ปี	9	2.00
31-35 ปี	43	9.55
36-40 ปี	102	22.66
41-45 ปี	124	28.18
46-50 ปี	102	23.18
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	50	11.11
รวม	440	100.00
ขนาดของกิจการ (เงินลงทุน)		
5 -10 ล้านบาท	86	19.11
11-15 ล้านบาท	215	48.86
16 ล้านบาทขึ้นไป	139	30.88
รวม	440	100.00
ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ		
1-5 ปี	124	28.18
6-10 ปี	209	47.50
11 ปีขึ้นไป	107	24.32
รวม	440	100.00



ตาราง 4.1 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
ผลประกอบการ		
ต่ำกว่า 5 ล้านบาทต่อปี	98	22.27
6 - 10 ล้านบาทต่อปี	110	25.00
11 - 20 ล้านบาทต่อปี	210	47.72
มากกว่า 21 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป	22	5.00
รวม	440	100.00
ประเภทธุรกิจ		
กิจการเจ้าของคนเดียว	176	40.00
ห้างหุ้นส่วน (จำกัด)	163	37.05
บริษัท จำกัด	78	17.73
อื่น ๆ	23	5.23
รวม	440	100.00

จากตาราง 4.1 แสดงถึงจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 440 คน เป็นเพศชาย 217 คน คิดเป็นร้อยละ 49.32 เพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 49.55

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.18 รองลงมา ระหว่างอายุ 36-40 ปี และ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.18 และน้อยที่สุดอยู่ระหว่าง 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00

ขนาดของกิจการ (เงินลงทุน) ส่วนใหญ่มีเงินลงทุน 11-15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.86 รองลงมา มีเงินลงทุน 16 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.88 และน้อยที่สุดขนาดกิจการ 5 -10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.11

ผลประกอบการ ส่วนใหญ่มีผลประกอบการอยู่ที่ 11-20 ล้านบาทต่อปี จำนวน 210 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 47.72 รองลงมา 6 - 10 ล้านบาทต่อปี จำนวน 110 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดผลประกอบการที่ มากกว่า 21 ล้านบาทต่อปีขึ้นไป จำนวน 22 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.00

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.50 จำนวน 209 คน รองลงมาอยู่ระหว่าง 1-5 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 28.18 และน้อยที่สุดอยู่ระหว่าง 11 ปีขึ้นไป จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 24.32

ประเภทธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว จำนวน 176 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วน (จำกัด) จำนวน 163 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.05 และน้อยที่สุดธุรกิจที่ไม่ระบุประเภท จำนวน 23 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.23

## ตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติด้วยการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลตามข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งข้อตกลงเบื้องต้น คือ การล้กษณะการแจกแจงข้อมูลแบบปกติ (Normality) การตรวจสอบความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) ของการใช้สถิติอนุมานในการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างด้วยโปรแกรมทางสังคมศาสตร์ (โปรแกรมลิสมเรล) ได้แก่ (1) การตรวจสอบล้กษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (2) การตรวจสอบความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย และ (3) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (นงล้กษณ์ วิรัชชัย, 2542, pp. 14-17)

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพหุตัวแปร การตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลกับข้อตกลงเบื้องต้นของสถิตินั้นถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นมาก เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีตัวแปรหลายตัวนั้น หากมีคุณสมบัติไม่สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะพรางล้กษณะที่ไม่สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้นส่งผลทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลอาจเกิดการผิดพลาดจากผู้ที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น โดยที่ผู้วิจัยไม่สามารถสังเกตได้ (นงล้กษณ์ วิรัชชัย, 2542, p. 14) ดังนั้นข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติวิเคราะห์พหุตัวแปรสำหรับสถิติวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง จำเป็นต้องมีการตรวจสอบข้อมูลว่าเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นดังต่อไปนี้

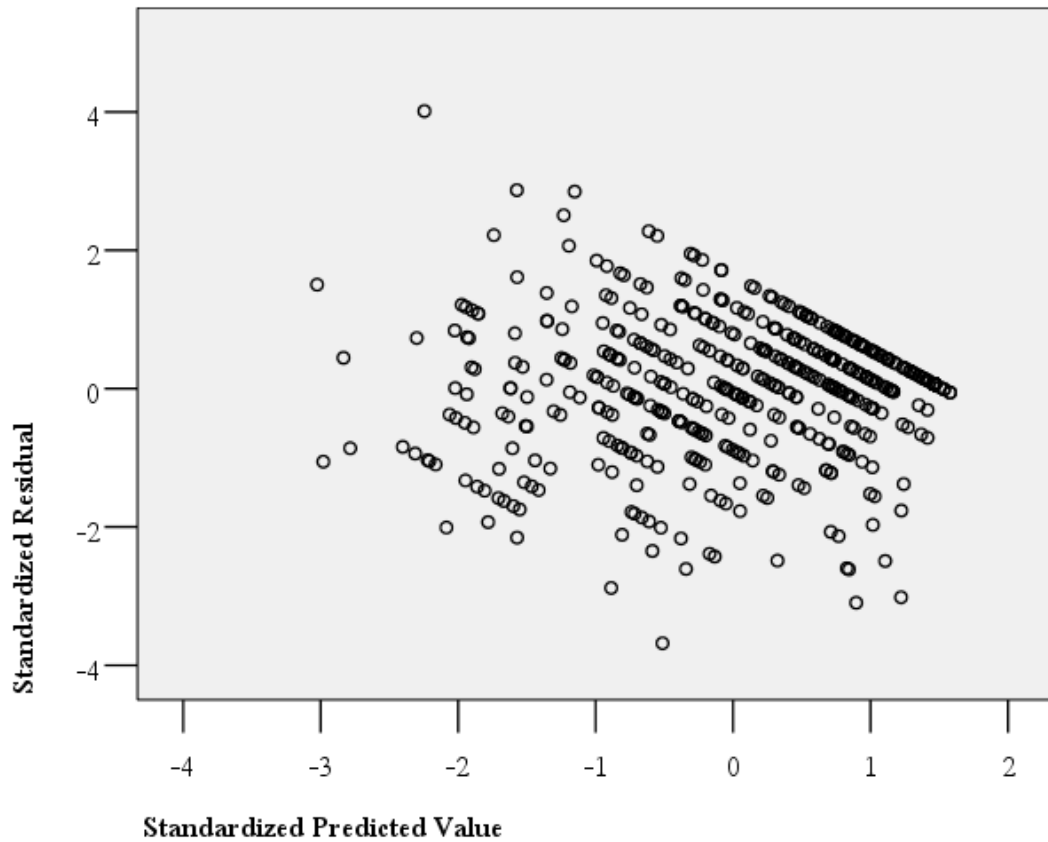
1. การตรวจสอบล้กษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของการประมาณค่าของตัวแปรหรือความแกร่ง (Robustness) ของการประมาณค่าสถิติวิเคราะห์ที่ใช้ในการทดสอบแบบ t และ F มีข้อตกลงเบื้องต้นว่าตัวแปรต้องมีการแจกแจงแบบปกติ (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2010, p. 71; นงล้กษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 15) ควรทำการตรวจสอบล้กษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูลสำหรับตัวแปรต่อเนื่อง (Metric) ทุกตัวแปรที่อยู่ในการวิเคราะห์ในสมการ (Hair, et al., 2010, p. 71)

การตรวจสอบล้กษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูลทำได้โดยการตรวจสอบแผนภาพ Normal Q-Q Plot ผลการวิเคราะห์แผนภาพ พบว่า ได้เส้นตรงในแนวทแยง สรุปได้ว่า ตัวแปรแต่ละตัวมีล้กษณะการแจกแจงแบบโค้งปกติ (Hair et al., p. 71; Hair, et al., 2006, p. 81; นงล้กษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 15)

2. ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) ใช้กับการวิเคราะห์การหาค่าถดถอย ซึ่งตัวแปรต้นและตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Metric Variable) ส่วนความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Homogeneity of Variances) นั้นใช้กับการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Metric Variable) สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบลักษณะความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย เนื่องจากทั้งตัวแปรต้นและตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่องโดยนิยามลักษณะความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย หมายถึง คุณสมบัติของตัวแปรตามที่มีการกระจายไม่ต่างกันทุกค่าของตัวแปรต้น (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, pp. 16-17) วิธีการตรวจสอบทำได้โดยการสร้างแผนภาพกระจายที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ (Standardized Residual) กับค่าพยากรณ์ (Standardized Predicted Value) ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Pedhazur, 1997, pp. 36-37) พิจารณาจากค่า Standardized Residual) หากมีการกระจายตัวแบบสุ่มโดยไม่มี的增加ขึ้น หรือลดลงอย่างมีแบบแผนจึงจะสรุปได้ว่ามีความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Hair, et., al. 2010, p. 221; Hair, et al., 2006, pp. 251-252)

จากภาพ 4.1 พบว่า เศษที่เหลือมีการกระจายอย่างไม่มีแบบแผน โดยไม่พบว่าเศษที่เหลือมีรูปแบบแนวโน้มไปในทางมากขึ้นหรือลดลงอย่างมีแบบแผน สรุปได้ว่าข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการมีเอกพันธ์ของการกระจาย และมีความแปรปรวนที่สม่ำเสมอแสดงผลดังภาพ 4.1





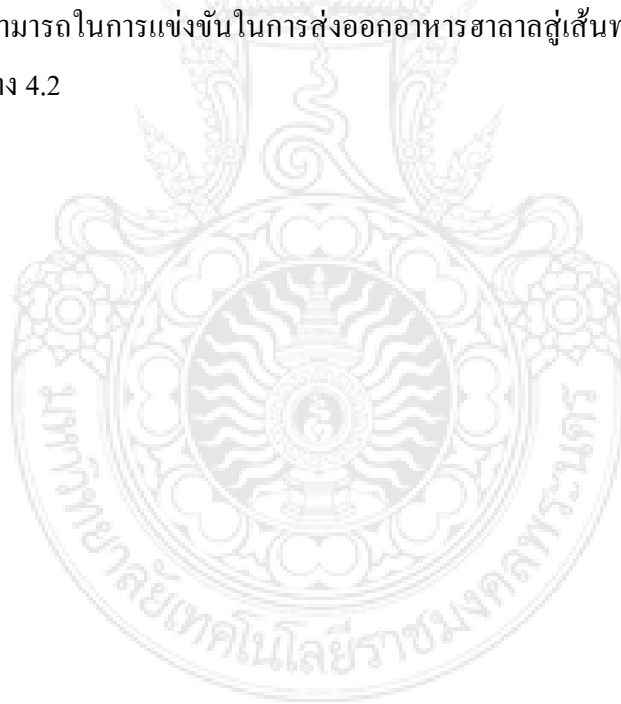
ภาพ 4.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเศษที่เหลือ (standardized residual) กับค่าพยากรณ์ (standardized predicted value)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่เกิดจากการวัดโดยตัวแปรโครงสร้าง (Construct Variable) ให้เป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากทฤษฎีแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการวัดค่าของตัวแปรที่ได้จากตัวอย่างสามารถแทนค่าจริงที่มีอยู่ในประชากรได้ (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tahtam, 2006, p. 776) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยการทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์

ผู้วิจัยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงที่มีลักษณะเป็นนามธรรม และยากในการวัด ซึ่งไม่สามารถวัดได้โดยตรง ประกอบด้วยตัวแปรสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ENV) ด้านทรัพยากรภายในองค์กร (SOR) ความสามารถในการปฏิบัติการ (ABI) การบริหารการเงิน (FIN) ระเบียบกฎหมาย (LEG) ด้านการขนส่งโลจิสติกส์ (LOG) มาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล (HAL) และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการด้านการส่งออกจำนวน 440 ตัวอย่าง ข้อมูลจาก

แบบสอบถาม จำนวน 45 ข้อ ผลการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงในรูปแบบโมเดลการวัด (Measurement Model) ประกอบด้วยโมเดลการวัดตัวแปรแฝงนอกและตัวแปรแฝงใน โดยตัวแปรแฝงนอกประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ECO) ทรัพยากรภายในองค์กร (SOR) ความสามารถในการปฏิบัติการ (ABI) การบริหารการเงิน (FIN) กฎระเบียบและกฎหมาย (LOG) ตัวแปรแฝงใน คือ การขนส่งโลจิสติกส์ (LOG) มาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล (HAL) และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน (COMP) ดังตาราง 4.2



ตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรล

ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์	(R <sup>2</sup> )
	Loading	SE	t-value	ค่าความเที่ยง
ECO1	0.746	0.048	12.841	0.556
ECO2	0.709	0.036	15.782	0.502
ECO3	0.789	0.039	17.817	0.624
ECO4	0.731	0.042	15.686	0.534
ECO5	0.788	0.040	16.272	0.622
SOR1	0.772	0.052	12.369	0.568
SOR2	0.789	0.043	15.563	0.616
SOR3	0.769	0.045	16.120	0.597
SOR4	0.815	0.039	18.522	0.659
SOR5	0.790	0.038	26.792	0.626
ABI1	0.839	0.038	19.279	0.699
ABI2	0.789	0.036	18.889	0.624
ABI3	0.797	0.039	19.946	0.635
ABI4	0.845	0.047	18.189	0.766
ABI5	0.795	0.039	21.867	0.629
FIN1	0.765	0.037	17.879	0.587
FIN2	0.746	0.039	16.259	0.569
FIN3	0.779	0.045	15.789	0.619
FIN4	0.704	0.046	14.256	0.586
FIN5	0.879	0.048	13.169	0.426
LEG1	0.812	0.044	13.368	0.658
LEG2	0.789	0.036	16.375	0.712
LEG3	0.765	0.037	16.657	0.554
LEG4	0.817	0.039	24.982	0.780
LEG5	0.903	0.029	26.338	0.815
LET6	0.886	0.030	25.605	0.788

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ		ค่าสัมประสิทธิ์	(R <sup>2</sup> )
	Loading	SE	t-value	ค่าความเที่ยง
LOG1	0.895	-	-	0.453
LOG2	0.912	0.033	16.574	0.829
LOG3	0.906	0.032	16.221	0.821
LOG4	0.809	0.036	12.314	0.655
LOG5	0.874	0.032	14.793	0.765
LOG6	0.881	0.034	15.226	0.776
HAL1	0.869	-	-	0.422
HAL2	0.835	0.039	12.963	0.696
HAL3	0.782	0.042	13.733	0.613
HAL4	0.864	0.033	14.241	0.746
HAL5	0.896	0.043	13.290	0.765
HAL6	0.712	0.045	12.143	0.527
COMP1	0.678	-	-	0.432
COMP2	0.690	0.037	15.504	0.459
COMP3	0.687	0.043	12.809	0.465
COMP4	0.832	0.045	13.754	0.692
COMP5	0.747	0.040	13.936	0.559
COMP6	0.688	0.040	12.993	0.479
COMP7	0.632	0.045	11.200	0.398

$\chi^2 = 417295$ ,  $df = 569$ ,  $\chi^2/df = 1.368$ ,  $p\text{-value} = 1.000$ ,  $GFI = 0.960$ ,  $AGFI = 0.930$ ,  $RMSEA = 0.00$

จากตาราง 4.2 โมเดลการวัดตัวแปรสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย ECO3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.917 รองลงมา คือ ECO 5 มีค่าน้ำหนัก 0.788 และน้อยที่สุด ENV 2 มีค่าเท่ากับ 0.709 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า ECO3 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.624 รองลงมาคือ ECO3 มีค่าเท่ากับ 0.622 และน้อยที่สุด ECO2 มีค่าเท่ากับ 0.502

โมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยด้านทรัพยากรภายใน พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย SOR 4 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.815 รองลงมา คือ SOR 5 มีค่าน้ำหนัก 0.790 และน้อยที่สุด SOR 3 มีค่าเท่ากับ 0.769 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า SOR 4 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.659 รองลงมาคือ SOR5 มีค่าเท่ากับ 0.626 และน้อยที่สุด SOR1 มีค่าเท่ากับ 0.568

โมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย ABI4 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.845 รองลงมา คือ ABI1 มีค่าน้ำหนัก 0.839 และน้อยที่สุด ABI2 มีค่าเท่ากับ 0.789 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า  $R^2$  ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า ABI4 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.766 รองลงมาคือ ABI1 มีค่าเท่ากับ 0.699 และน้อยที่สุด ABI2 มีค่าเท่ากับ 0.624

โมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยด้านการบริหารด้านการเงิน พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย FIN



มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด FIN5 เท่ากับ 0.798 รองลงมา คือ FIN1 มีค่าน้ำหนัก 0.765 และน้อยที่สุด FIN4 มีค่าเท่ากับ 0.704 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ  $t$  พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า  $R^2$  ซึ่งเป็นค่าที่บอกลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า FIN3 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.619 รองลงมาคือ FIN1 มีค่าเท่ากับ 0.587 และน้อยที่สุด FIN4 มีค่าเท่ากับ 0.586

โมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย LEG5 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.9103 รองลงมา คือ LEG6 มีค่าน้ำหนัก 0.886 และน้อยที่สุด LEG3 มีค่าเท่ากับ 0.789 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ  $t$  พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า  $R^2$  ซึ่งเป็นค่าที่บอกลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า LEG2 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.829 รองลงมาคือ LEG6 มีค่าเท่ากับ 0.776 และน้อยที่สุด LEG มีค่าเท่ากับ 0.655

โมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย LOG 2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.881 รองลงมา คือ LOG 6 มีค่าน้ำหนัก 0.881 และน้อยที่สุด LOG5 มีค่าเท่ากับ 0.874 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ  $t$  พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า LOG2 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.829 รองลงมาคือ LOG6 มีค่าเท่ากับ 0.776 และน้อยที่สุด LOG4 มีค่าเท่ากับ 0.655

โมเดลการวัดตัวแปรมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.881 รองลงมา คือ HAL3 มีค่าน้ำหนัก 0.782 และน้อยที่สุด HAL3 มีค่าเท่ากับ 0.712 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ  $t$  พบว่า

น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า HAL 5 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.765 รองลงมาคือ HAL มีค่าเท่ากับ 0.746 และน้อยที่สุด HAL6 มีค่าเท่ากับ 0.527

โมเดลการวัดตัวแปรการสร้างความสามารถการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.05 โดย COMP4 มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ 0.832 รองลงมา คือ COMP5 มีน้ำหนัก 0.747 และน้อยที่สุด COMP7 มีค่าเท่ากับ 0.632 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนค่า ( $R^2$ ) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า COMP4 มีค่า ( $R^2$ ) มากที่สุดเท่ากับ 0.692 รองลงมาคือ COMP5 มีค่าเท่ากับ 0.559 และน้อยที่สุด COMP 7 มีค่าเท่ากับ 0.398

#### การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

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

1) น้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) หากค่าของน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าสูงแสดงให้เห็นถึงการมีจุดศูนย์รวมร่วมกันสูง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบควรมีค่ามากกว่า 0.5 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบคู่ได้จากค่า  $\lambda^2$ -X หรือ  $\lambda^2$ -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) หรือก็คือ

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

ใน output file ของ lisrel

n = จำนวนข้อคำถามที่วัดตัวแปร

3) ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (construct reliability) ค่าที่ยอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้น

ไป 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 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่า variance extracted มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป (Hair et al., 2006, pp. 777-779) รายละเอียดของน้ำหนัก องค์ประกอบ ค่า variance extracted และความเที่ยงเชิง

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

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 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ต้องมีค่าตั้งแต่ 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 4.3

ตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	LambdaX ( $\lambda_i$ )	Thetadelta ( $\delta_i$ )	Variance extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
ECO	ECO1	0.746	0.446	0.568	0.869
	ECO2	0.709	0.498		
	ECO3	0.789	0.378		
	ECO4	0.730	0.467		
	ECO5	0.789	0.389		
SOR	SOR1	0.773	0.405	0.588	0.885
	SOR2	0.786	0.384		
	SOR3	0.766	0.409		
	SOR4	0.801	0.341		
	SOR5	0.707	0.376		
ABI	ABI1	0.554	0.302	0.656	0.906
	ABI2	0.748	0.379		
	ABI3	0.809	0.369		
	ABI4	0.784	0.304		
	ABI5	0.717	0.376		
FIN	FIN1	0.779	0.396		
	FIN2	0.659	0.514		
	FIN3	0.779	0.577		
	FIN4	0.699	0.670		

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	LambdaX ( $\lambda_i$ )	Thetadelta ( $\delta_i$ )	Variance extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
FIN	FIN5	0.822	0.326	0.505	0.834
LEG	LEG1	0.812	0.342	0.624	0.869
	LEG2	0.787	0.383		
	LEG3	0.743	0.449		
	LEG4	0.815	0.354		
	LEG5	0.678	0.365		
	LEG6	0.765	0.387		
LOG	LOG1	0.673	0.548	0.505	0.883
	LOG2	0.713	0.494		
	LOG3	0.700	0.509		
	LOG4	0.717	0.489		
	LOG5	0.735	0.462		
	LOG6	0.764	0.473		

ตาราง 4.3 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	LambdaX ( $\lambda_i$ )	Thetadelta ( $\delta_i$ )	Variance extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
HAL	HAL1	0.649	0.578	0.503	0.876
	HAL2	0.672	0.399		
	HAL3	0.682	0.537		
	HAL4	0.777	0.565		
	HAL5	0.692	0.524		
	HAL6	0.724	0.479		
COMP	COMP1	0.709	0.499	0.507	0.878
	COMP2	0.653	0.576		
	COMP3	0.705	0.506		
	COMP4	0.831	0.309		
	COMP5	0.747	0.442		
	COMP6	0.688	0.528		
	COMP7	0.632	0.602		

**ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน**

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพลุ่มทางด้านเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากรภายในองค์กร ความสามารถในการปฏิบัติการ การบริหารการเงิน ด้านระเบียบกฎหมาย ด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ ด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน แบ่งออกเป็น 6 ส่วนใหญ่ ๆ คือ สภาพลุ่มทางด้านเศรษฐกิจ (ECO) ด้านทรัพยากรภายในองค์กร (SOR) ความสามารถในการปฏิบัติการ (ABI) การบริหารการเงิน (FIN) ด้านระเบียบกฎหมาย (LEG) ด้านการขนส่งโลจิสติกส์ (LOG) ด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล (HAL) และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน (COMP)

ตาราง 4.4 ระดับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความหมาย
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	3.407	.862	ระดับสูง
- เศรษฐกิจภายในประเทศมี			
ผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าของ	3.748	.820	ระดับสูง
บริษัท (ECO1)			
- โอกาสที่เพิ่มขึ้นของการเติบโตทาง	3.778	.805	ระดับสูง
เศรษฐกิจส่งผลต่อยอดการส่งออก			
(ECO2)	3.779	.881	ระดับสูง
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน			
เงินตราต่างประเทศส่งผลต่อการส่งออก	3.554	.918	ระดับสูง
(ECO3)			
- การกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล	3.649	.828	ระดับสูง
ส่งผลต่อการส่งออก (ECO4)			
- การตกลงการค้าของรัฐบาลส่งผลดี	3.546	.657	ระดับสูง
ต่อบริษัท (ECO5)			

จากตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ECO) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า โดยภาพรวมผู้ประกอบการ แสดงความคิดเห็น พบว่า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศส่งผลต่อการส่งออก (ECO3) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 3.779 อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ โอกาสที่เพิ่มขึ้นของการเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลต่อยอดการส่งออก (ECO2) มีค่าเฉลี่ย 3.778 อยู่ในระดับสูง และ น้อยที่สุด คือ การกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลส่งผลต่อการส่งออก (ECO4) มีค่าเฉลี่ย 3.554 อยู่ในระดับสูง



ตาราง 4.5 ระดับปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความหมาย
ทรัพยากรภายในองค์กร (SOR)	3.277	.849	ระดับปานกลาง
- บริษัทตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม (SOR1)	3.838	.819	ระดับสูง
- บริษัทได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากภาครัฐบาล (SOR2)	3.848	.819	ระดับสูง
- บริษัทมีการบริหารจัดการภายในที่ทุกด้าน (SOR3)	3.693	.859	ระดับปานกลาง
- บริษัทมีทรัพยากรที่มีความพร้อมใน (SOR4)	3.685	.849	ระดับสูง
- บริษัทมีระดับการบริหารงานที่ได้มีประสิทธิภาพ (SOR5)	3.752	.819	ระดับสูง
มาตรฐานในระดับสากล (SOR5)			

จากตาราง 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร พบว่า บริษัทได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากภาครัฐบาล (SOR2) ระดับมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 0.848 อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ บริษัทตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม (SOR1) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.838 อยู่ในระดับสูง และน้อยที่สุด คือบริษัทมีการบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพ (SOR4) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.685 อยู่ในระดับสูง

ตาราง 4.6 ระดับปัจจัยความสามารถในการปฏิบัติการ (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความหมาย
ปัจจัยด้านความสามารถในการ ปฏิบัติการ	3.533	.883	ระดับสูง
- บริษัทมีการบริหารการผลิตได้อย่างมี ประสิทธิภาพ (ABI1)	3.829	.867	ระดับสูง
- บริษัทมีการบริหารปัจจัยการผลิต อย่างเป็นระบบ (ABI2)	3.701	.857	ระดับสูง
- บุคลากรของบริษัทได้รับการพัฒนา อบรมอย่างต่อเนื่อง (ABI3)	3.613	.896	ระดับสูง
- บุคลากรเป็นผู้มีทักษะในการ ปฏิบัติงานในระดับสูง (ABI4)	3.665	.829	ระดับสูง
- บริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ (ABI5)	3.698	.849	ระดับสูง

จากตาราง 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยความสามารถในการปฏิบัติการ พบว่า บริษัทมีการบริหารการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ABI1) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 3.829 อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ บริษัทมีการบริหารปัจจัยการผลิตอย่างเป็นระบบ (ABI2) มีค่าเฉลี่ย 3.701 อยู่ในระดับสูง และน้อยที่สุด คือ บุคลากรของบริษัทได้รับการพัฒนาอบรมอย่างต่อเนื่อง (ABI3) มีค่าเฉลี่ย 3.613 อยู่ในระดับสูง

ตาราง 4.7 ระดับปัจจัยด้านการบริหารการเงิน (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
------------------	-----------	--------------	-------------

	มาตรฐาน		
ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน	3.355	.826	ระดับปานกลาง
- บริษัทมีการบริหารการเงินที่มี	3.845	.807	ระดับสูง
ประสิทธิภาพ (FIN1)			
- ผู้บริหารมีความสามารถในการ	3.889	.847	ระดับสูง
บริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ			
(FIN2)	3.552	.982	ระดับสูง
- บริษัทมีความสามารถในการป้องกัน			
ความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (FIN3)	3.579	.935	ระดับสูง
- บุคลากรด้านการเงินมี			
ความสามารถอยู่ในระดับสูง (FIN4)	3.729	.814	ระดับสูง
- การบริหารการหมุนเวียนทาง			
การเงินของบริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ			
(FIN5)			

จากตาราง 4.7 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (FIN2) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 3.889 อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ บริษัทมีการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพ (FIN1) มีค่าเฉลี่ย 3.845 อยู่ในระดับสูง และน้อยที่สุด คือ บริษัทมีความสามารถในการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (FIN3) มีค่าเฉลี่ย 3.552 อยู่ในระดับสูง

ตาราง 4.8 ระดับปัจจัยระเบียบกฎหมาย (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
------------------	-----------	--------------	-------------

	มาตรฐาน		
ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย	3.093	.852	ระดับปานกลาง
- บริษัทมีบุคลากรด้านกฎหมายที่มี	3.487	.877	ระดับสูง
คุณภาพ(LEG1)			
- บริษัทปฏิบัติตามด้านภาษีอย่าง	3.398	.928	ระดับสูง
เคร่งครัด(LEG2)			
- บริษัทดำเนินนโยบายด้านภาษีตาม	3.397	.938	ระดับปานกลาง
หลักสากล (LEG3)			
- พิกัดอัตราภาษีอากรระหว่าง	3.150	.986	ระดับปานกลาง
ประเทศมีความยืดหยุ่นสูงในประเทศ			
กลุ่มอาเซียน (LEG4)			
- รัฐบาลสนับสนุนด้านภาษีการ	3.667	.788	ระดับปานกลาง
ส่งออกสินค้าฮาลาลเพิ่มมากขึ้น (LEG5)			
- รัฐบาลให้สิทธิพิเศษทางการค้าของ	3.733	.799	ระดับปานกลาง
สินค้าฮาลาลสำหรับประเทศในกลุ่ม			
อาเซียนเพิ่มขึ้น (LEG6)			

จากตาราง 4.8 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ รัฐบาลให้สิทธิพิเศษทางการค้าของสินค้าฮาลาลสำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้น (LEG6) มีค่าเฉลี่ย 3.733 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ รัฐบาลสนับสนุนด้านภาษีการส่งออกสินค้าฮาลาลเพิ่มมากขึ้น (LEG5) และน้อยที่สุด คือ พิกัดอัตราภาษีอากรระหว่างประเทศมีความยืดหยุ่นสูงในประเทศกลุ่มอาเซียน (LEG4) มีค่าเฉลี่ย 3.150 อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4.9 ระดับปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์ (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
------------------	-----------	--------------	-------------

	มาตรฐาน		
ปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์	3.492	.877	ระดับปานกลาง
- บริษัทที่มีการบริหารจัดการจัดส่งสินค้า ได้มีประสิทธิภาพ(LOG1)	3.599	.706	ระดับสูง
- บริษัทมีการขนส่งและจัดแยกสินค้า ฮาลาลออกจากสินค้าไม่ฮาลาลอย่าง ชัดเจน (LOG2)	3.614	.736	ระดับสูง
- การขนส่งภายในโรงงานมี ประสิทธิภาพสูง (LOG3)	3.385	.759	ระดับสูง
- บริษัทที่มีการบริหารโลจิสติกส์ และซัพพลายเชนได้อย่างเหมาะสม (LOG4)	3.493	.876	ระดับปานกลาง
- บริษัทมีนโยบายการขนส่งภายนอก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (LOG5)	3.598	.759	ระดับสูง
- บริษัทมีสิ่งอำนวยความสะดวกใน กระบวนการขนส่งที่ได้มาตรฐานสากล (LOT6)	3.538	.755	ระดับสูง

จากตาราง 4.9 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยการขนส่งโลจิสติกส์ คือ บริษัทที่มีการบริหารจัดการจัดส่งสินค้าได้มีประสิทธิภาพ(LOG1) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 3.599 อยู่ในระดับปานกลางรองลงมาคือบริษัทมีนโยบายการขนส่งภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (LOG5) มีค่าเฉลี่ย 3.598 อยู่ในระดับสูง และน้อยที่สุด คือ การขนส่งภายในโรงงานมีประสิทธิภาพสูง (LOG3) มีค่าเฉลี่ย 3.385 อยู่ในระดับสูง

ตาราง 4.10 ระดับปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	แปลความหมาย
------------------	-----------	--------------	-------------

		มาตรฐาน	
ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮา	4.277	.884	ระดับสูง
ลาล	3.716	.760	ระดับสูง
- บริษัทมีความเชื่อถือเครื่องหมาย			
รับรองคุณภาพอาหารฮาลาลของไทย	3.641	.808	ระดับสูง
(HAL1)			
- มีการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานฮา	3.553	.842	ระดับสูง
ลาลทุกขั้นตอน(HAL2)			
- มีการควบคุมคุณภาพการผลิตตาม	3.762	.815	ระดับสูง
มาตรฐานอาหารสากล (HAL3)			
- มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพที่มี			
ความชำนาญและเป็นมุสลิม (HAL4)	3.699	.799	ระดับสูง
- บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน			
เครื่องหมายฮาลาลอย่างต่อเนื่อง (HAL5)	3.559	.765	ระดับสูง
- กระบวนการผลิตมีการป้องกันการ			
ปนเปื้อนจากสิ่งไม่ฮาลาลทุกขั้นตอน			
(HAL6)			

จากตาราง 4.10 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ - มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพที่มีความชำนาญและเป็นมุสลิม (HAL4) มีค่าเฉลี่ย 3.762 อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือบริษัทมีความเชื่อถือเครื่องหมายรับรองคุณภาพอาหารฮาลาลของไทย (HAL1) มีค่าเฉลี่ย 3.716 อยู่ในระดับสูง และน้อยที่สุด มีการควบคุมคุณภาพการผลิตตามมาตรฐานอาหารสากล (HAL3) คือมีค่าเฉลี่ย 3.553 อยู่ในระดับสูง

ตาราง 4.11 ระดับการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาล (n=440)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลความหมาย
การสร้างความสามารถในการแข่งขัน	4.157	.892	ระดับสูง
- ขนาดของกิจการมีผลต่อ	3.519	.706	ระดับสูง
ความสามารถในการแข่งขัน (COMP1)			
- ความสามารถในการปฏิบัติการของ	3.559	.719	ระดับสูง
บริษัทอยู่ในระดับดี (COMP2)			
- บริษัทมีแรงงานที่มีทักษะในการ	3.467	.775	ระดับปานกลาง
ปฏิบัติงาน (COMP3)			
- บริษัทได้รับการสนับสนุนด้าน	3.489	.798	ระดับปานกลาง
การเงินและการยกเว้นภาษี (COMP4)			
- บริษัทมีนโยบายการลงทุนใน	3.432	.775	ระดับปานกลาง
ต่างประเทศในอนาคต (COMP5)			
- เส้นทางขนส่งสินค้าระหว่าง	3.496	.789	ระดับสูง
ประเทศของไทยเป็นโอกาสดีในการ			
ส่งออก (COMP6)			
- เครื่องหมายฮาลาลของไทย	3.309	.810	ระดับปานกลาง
สามารถสร้างความได้เปรียบในการ			
แข่งขัน (COMP7)			

จากตาราง 4.11 ระดับการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาล ผลการวิเคราะห์พบว่าความสามารถในการปฏิบัติการของบริษัทอยู่ในระดับดี (COMP2) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.559 อยู่ในระดับสูง ขนาดของกิจการมีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน (COMP1) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.519 อยู่ในระดับสูง เครื่องหมายฮาลาลของไทยสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (COMP7) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.309 อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุด้วยโปรแกรมลิสเรล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ โมเดลสมการโครงสร้างหลังการปรับ แสดงอิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ ปัจจัยการบริหารการเงิน ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย ปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ซึ่งประกอบด้วย ตัวแปรแฝงนอก คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ECO) ปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร (SOR) ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ (ABI) ปัจจัยการบริหารการเงิน (FIN) ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย (LEG) และตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ ปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน และได้มีการปรับโมเดลเพื่อให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Variance) มีความสัมพันธ์กันได้ตามความเป็นจริง ค่าความคลาดเคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันรายละเอียดการวิเคราะห์แสดงไว้ในตาราง 4.12

ตาราง 4.12 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางค่าความผิดพลาดมาตรฐานและค่า t-value ของโมเดลสมการโครงสร้างหลังจากปรับ โมเดลสำหรับการวิเคราะห์โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ ปัจจัยการบริหารการเงิน ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย ปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล และการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Errors	t-values
LAMBDA-Y			



LOG → LOG1	0.835**	-	-
LOG → LOG2	0.883**	0.028	28.206
LOG → LOG3	0.876**	0.027	29.451
LOG → LOG4	0.902**	0.029	26.357
LOG → LOG5	0.885**	0.029	25.367
LOG → LOG6	0.886**	0.032	24.754
HAL → HAL1	0.749**	-	-
HAL → HAL2	0.861**	0.045	18.587
HAL → HAL3	0.805**	0.039	18.587
HAL → HAL4	0.878**	0.043	18.595
HAL → HAL5	0.779**	0.040	17.615
HAL → HAL6	0.878**	0.045	18.612
HAL → HAL7	0.814**	0.035	18.354
COMP → COMP1	0.894**	-	-
COMP → COMP2	0.913**	0.027	30.763
COMP → COMP3	0.907**	0.028	30.415
COMP → COMP4	0.807**	0.031	25.156
COMP → COMP5	0.872**	0.032	22.345
COMP → COMP6	0.879**	0.032	27.123
LAMDA-X			
ECO → ECO1	0.754**	-	-
ECO → ECO2	0.765**	0.031	21.145
ECO → ECO3	0.654**	0.034	19.876
ECO → ECO4	0.876**	0.054	17.145
ECO → ECO5	0.543**	0.346	18.098

ตาราง 4.12 (ต่อ)

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Errors	t-values
--------------	-------------------	-----------------	----------

LAMBDA-X					
SOR	→	SOR1	0.754**	0.034	20.054
SOR	→	SOR2	0.865**	0.027	28.765
SOR	→	SOR3	0.859**	0.031	25.879
SOR	→	SOR4	0.865**	0.054	26.023
SOR	→	SOR5	0.914**	0.030	13.500
ABI	→	ABII	0.828**	0.032	11.650
ABI	→	ABI2	0.914**	0.027	21.781
ABI	→	ABI3	0.928**	0.032	20.690
ABI	→	ABI4	0.870**	0.043	13.780
ABI	→	ABI5	0.786**	0.054	21.898
FIN	→	FIN1	0.790**	0.045	12.665
FIN	→	FIN2	0.876**	0.065	20.321
FIN	→	FIN3	0.765**	0.061	15.097
FIN	→	FIN4	0.678**	0.053	12.342
FIN	→	FIN5	0.658**	0.058	6.470
LEG	→	LEG1	0.376**	0.087	11.440
LEG	→	LEG2	0.378**	0.065	12.598
LEG	→	LEG3	0.341**	0.087	13.481
LEG	→	LEG4	0.456**	0.065	12.489
LEG	→	LEG5	0.453**	0.051	10.254
BETA					
LOG	→	HAL	0.463	0.073	6.089
LOG	→	COMP	0.167**	0.093	4.900
HAL	→	COMP	0.234**	0.092	4.698

ตาราง 4.12 (ต่อ)

Path Diagram	Path Coefficients	Standard Errors	t-values
--------------	-------------------	-----------------	----------

## GAMMA

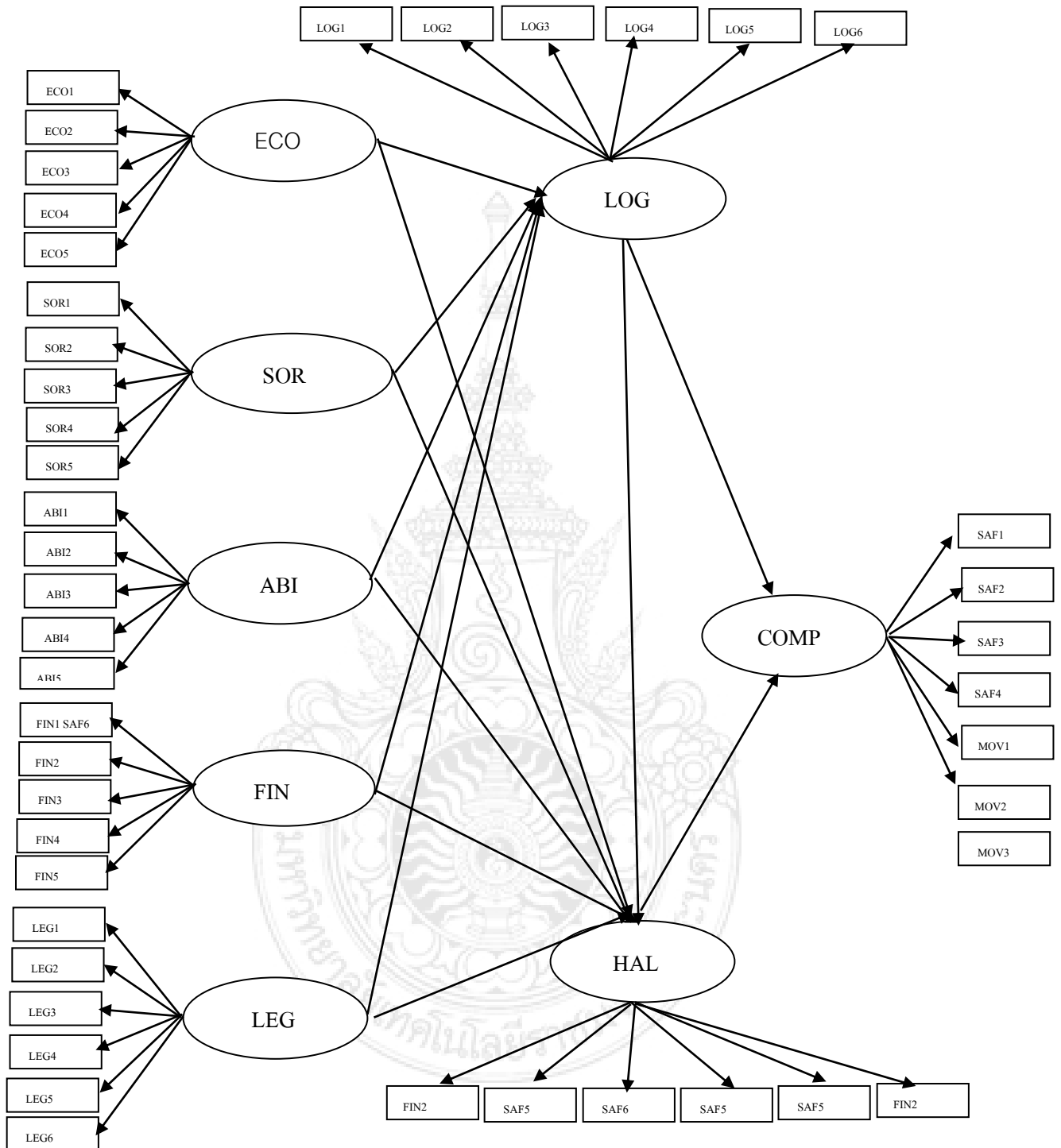
ECO	→	LOG	0.137**	0.065	2.075
ECO	→	HAL	0.040	0.055	0.836
SOR	→	LOG	0.145**	0.069	2.049
SOR	→	HAL	0.003	0.062	0.052
ABI	→	LOG	0.135*	0.067	2.004
ABI	→	HAL	0.082	0.063	1.252
FIN	→	LOG	0.132	0.078	1.739
FIN	→	HAL	0.144*	0.068	2.059
LEG	→	LOG	0.322**	0.059	5.529
LEG	→	HAL	0.259**	0.054	4.716

หมายเหตุ: Path Diagram คือแผนภาพเส้นทาง, Path Coefficients คือ สัมประสิทธิ์เส้นทาง

\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $1.960 < t\text{-value} < 2.576$ )

\*\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $1.960 < t\text{-value} < 2.576$ )

ภาพ 4.2 โมเดลสมการโครงสร้างแสดงโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน



จากตาราง 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โมเดลสมการโครงสร้าง โมเดลที่ปรับใหม่ (Modified Model) สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากที่ได้ทำการปรับ โมเดล 367 ครั้ง แสดง

ว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้พิจารณาจากค่าสถิติค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) มีค่าเท่ากับ 423.16 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 574 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 1.000 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่ามากกว่า .05 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) มีค่าเท่ากับ 0.737 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีน้อยกว่า 2 เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.959 ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.9 และค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.000 ผ่านเกณฑ์ คือ ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05

ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ตามโมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับเปลี่ยน (Modified Model) แสดงอิทธิพลการสร้างความสามารถการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน โดยขอนำเสนอเป็นสองส่วน คือ ส่วนประกอบส่วนแรกประกอบด้วย (1) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายนอกกับตัวแปรแฝงภายนอก (LAMBDA-X) และ (2) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายใน (LAMBDA-Y) และส่วนของโครงสร้าง ประกอบด้วย (1) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกกับตัวแปรแฝงภายใน (GAMMA) และ (2) เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายในกับตัวแปรแฝงภายใน (BETA) ผลการวิเคราะห์ดูตามตาราง 4.13 และภาพ 4...

1. ผลการวิเคราะห์ในส่วนขององค์ประกอบ โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับเปลี่ยน แสดงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลการสร้างความสามารถการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

- ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายนอกกับตัวแปรแฝงภายนอก การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการนำเสนอรายละเอียดของผลการพิจารณาตัวแปรองค์ประกอบที่สำคัญของตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ ตัวแปรแฝงอิทธิพลการสร้างความสามารถการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียนการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดของผลการพิจารณาจากตัวแปรองค์ประกอบที่สำคัญของตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ECO)

จากตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (ECO) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ตัวแปรองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่สามารถอธิบายขององค์ประกอบตัวแปรอิทธิพลสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยมีมิติภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศมีผลกระทบต่อส่งออกสินค้าของบริษัท (ECO1) บริษัทได้รับโอกาส

เพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลต่อยอดการส่งออกของบริษัท (ECO2) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการส่งออก (ECO3) การกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลส่งผลต่อการส่งออก (ECO4) และการตกลงการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาลส่งผลดีต่อบริษัท (ECO5) โดยภาพรวมผู้ประกอบการแสดงความคิดเห็น พบว่า ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลต่อการส่งออก (ECO3) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.732 รองลงมาคือ การกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลส่งผลต่อการส่งออก (ECO4) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.758 และน้อยที่สุด คือ การตกลงการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาลส่งผลดีต่อบริษัท (ECO5) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.703

ตัวแปรแฝงอิทธิพลของปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร (SOR) โดยมีมิติองค์ประกอบ (SOR1) องค์ประกอบของตัวแปรย่อย คือ บุคลากรทุกระดับในองค์กรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ (SOR) บุคลากรสายปฏิบัติการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจในการทำงาน (SOR2) ทุกคนในองค์กรมีการปฏิบัติงานตามสายการบังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด (SOR3) บริษัทมีการบริหารการเงินได้อย่างพอเพียงกับความต้องการในการผลิต (SOR4) การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบมีต้นทุนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ (SOR5) บริษัทมีสภาพคล่องในการบริหารการเงิน (SOR6) พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง มีค่าสูงสุด สามารถอธิบายของค์ประกอบตัวแปรอิทธิพลของปัจจัยด้านทรัพยากรภายในได้มากที่สุดคือ บริษัทมีระบบการบริหารงานที่ได้มาตรฐานระดับสากล (SOR5) รองลงมาคือ บริษัทตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจส่งออก (SOR1) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.777 และน้อยที่สุดคือ บริษัทมีการบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพ (SOR3) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.650

ตัวแปรแฝงอิทธิพลของปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ (ABI) โดยมีมิติองค์ประกอบของตัวแปรย่อย คือ บริษัทมีการบริหารการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ABI1) บริษัทมีการบริหารปัจจัยการผลิตอย่างเป็นระบบ (ABI2) ) บริษัทมีบุคลากรของบริษัทได้รับการพัฒนาอบรมอย่างต่อเนื่อง (ABI3) ) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ (ABI5)

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง มีค่าสูงสุด สามารถอธิบายองค์ประกอบตัวแปรอิทธิพลของปัจจัยความสามารถในการปฏิบัติการได้มากที่สุดคือ บริษัทมีบุคลากรของบริษัทได้รับการพัฒนาอบรมอย่างต่อเนื่อง (ABI3) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.876 บริษัทมีการบริหารปัจจัยการผลิตอย่างเป็นระบบ (ABI2) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ

0.790 และน้อยที่สุด คือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ (ABI5) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.658

ตัวแปรแฝงอิทธิพลของปัจจัยด้านการบริหารการเงิน (FIN) โดยมีมิติบริษัทมีการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพ (FIN1) ด้านผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (FIN2) บริษัทมีความสามารถในการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (FIN3) บุคลากรด้านการเงินมีความสามารถอยู่ในระดับสูง (FIN4) และ การบริหารการหมุนเวียนทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ (FIN5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุด คือด้านผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (FIN2) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดเท่ากับ 0.876 รองลงมา บริษัทมีความสามารถในการป้องกันความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน (FIN3) ) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดเท่ากับ 0.790 และน้อยที่สุด คือ การบริหารการหมุนเวียนทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ (FIN5) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุดเท่ากับ 0.658

ตัวแปรแฝงอิทธิพลของปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย (LEG) โดยมีมิติ บริษัทมีบุคลากรด้านกฎหมายที่มีคุณภาพ (LEG1) บริษัทปฏิบัติตามด้านภาษีอย่างเคร่งครัด (LEG2) บริษัทดำเนินนโยบายด้านภาษีตามหลักสากล (LEG3) พักชำระภาษีอากรระหว่างประเทศมีความยืดหยุ่นสูงในประเทศกลุ่มอาเซียน (LEG4) รัฐบาลสนับสนุนด้านภาษีการส่งออกสินค้าฮาลาลเพิ่มมากขึ้น (LEG5) มิติรัฐบาลให้สิทธิพิเศษทางการค้าของสินค้าฮาลาลสำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้น (LEG6) ) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุด คือพักชำระภาษีอากรระหว่างประเทศมีความยืดหยุ่นสูงในประเทศกลุ่มอาเซียน (LEG4) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุด เท่ากับ 0.456 รองลงมาคือ รัฐบาลสนับสนุนด้านภาษีการส่งออกสินค้าฮาลาลเพิ่มมากขึ้น (LEG5) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.453 และน้อยที่สุด คือ บริษัทดำเนินนโยบายด้านภาษีตามหลักสากล (LEG3) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.341

ผลการวิเคราะห์เส้นทางสัมพันธระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายใน

จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายในของปัจจัยด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ ในมิติองค์ประกอบ คือ บริษัทมีการบริหารจัดการขนส่งสินค้า ได้มีประสิทธิภาพ (LOG1) บริษัทมีการขนส่งและจัดแยกสินค้าฮาลาลออกจากสินค้าไม่ฮาลาลอย่างชัดเจน (LOG2) การขนส่งภายในโรงงานมีประสิทธิภาพสูง (LOG3) บริษัทมีการบริหารโลจิสติกส์และซัพพลายเชนได้อย่างเหมาะสม (LOG4) บริษัทมีนโยบายด้านการขนส่งภายในและภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ (LOG5) และบริษัทมีสิ่งอำนวยความสะดวกในกระบวนการขนส่งที่ได้มาตรฐานสากล (LOG6) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุด คือ บริษัทมีการขนส่งและจัดแยกสินค้าฮาลาลออกจากสินค้าไม่ฮาลาลอย่างชัดเจน (LOG2) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.768

รองลงมา คือ บริษัทมีนโยบายด้านการขนส่งภายในและภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ(LOG5) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.732 และน้อยที่สุด คือบริษัทมีการบริหาร โลจิสติกส์และซัพพลายเชนได้อย่างเหมาะสม (LOG4) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.711

จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายในของปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล ในมิติองค์ประกอบ คือ บริษัทมีความเชื่อถือเครื่องหมายรับรองคุณภาพอาหารฮาลาลของประเทศไทย (HAL1) มีการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานฮาลาลทุกขั้นตอน (HAL2) มีการควบคุมคุณภาพการผลิตตามมาตรฐานอาหารสากล (HAL3) มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพที่มีความชำนาญและเป็นมุสลิม (HAL4) บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาลอย่างต่อเนื่อง (HAL5) สถาบันรับรองเครื่องหมายคุณภาพฮาลาลของไทยได้รับการยอมรับจากประเทศในกลุ่มอาเซียน (HAL6) กระบวนการผลิตมีการป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งไม่ฮาลาลทุกขั้นตอน (HAL7) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุด คือ มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพที่มีความชำนาญและเป็นมุสลิม (HAL4) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.775 รองลงมา คือสถาบันรับรองเครื่องหมายคุณภาพฮาลาลของไทยการยอมรับจากประเทศในกลุ่มอาเซียน (HAL6) ) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.718 และน้อยที่สุด คือ บริษัทมีความเชื่อถือเครื่องหมายรับรองคุณภาพอาหารฮาลาลของประเทศไทย (HAL1) ) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.650

จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรใน โดยมีมิติองค์ประกอบการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน โดยมีองค์ประกอบในมิติต่าง ๆ คือ ขนาดของบริษัทมีผลต่อความสามารถในการได้เปรียบทางการแข่งขัน (COMP1) ความสามารถในการปฏิบัติการของบริษัทอยู่ในระดับดี (COMP2) บริษัทมีแรงงานที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน (COMP3) บริษัทได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐบาลในการสนับสนุนด้านการเงินในการได้รับการยกเว้นภาษีระหว่างประเทศ (COMP4) บริษัทมีนโยบายการลงทุนในต่างประเทศในอนาคต (COMP5) เส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของไทยเป็นโอกาสที่ดีของการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน (COMP6) เครื่องหมายฮาลาลของไทยสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (COMP7) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางสูงสุด คือ บริษัทได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐบาลในการสนับสนุนด้านการเงินในการได้รับการยกเว้นภาษีระหว่างประเทศ (COMP4) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.748





สาเหตุ									
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ECO	0.137* (0.065)		0.137* (0.066)	0.049 (0.056)	0.065	0.114 (0.056)		0.103 (0.046)	0.103* (0.046)
SOR	0.146* (0.069)		0.146* (0.069)	0.004 (0.064)	0.067	0.071 (0.067)		0.090 (0.049)	0.090 (0.049)
ABI	0.137* (0.069)		0.137* (0.069)	0.083 (0.062)	0.064	0.147* (0.066)		0.119 (0.048)	0.119 (0.048)
FIN	0.135 (0.76)		0.135 (0.76)	0.146 (0.069)	0.063	0.209 (0.074)		0.140 (0.055)	0.140** (0.055)
LEG	0.32** (0.059)		0.32** (0.059)	0.259 (0.054)	0.149	0.409 (0.060)		0.299 (0.012)	0.299** (0.012)
LOG				0.464** (0.074)	0.000	0.464** (0.074)	0.431** (0.093)	0.184 (0.012)	0.184** (0.012)
HAL							0.399** (0.092)	0.000 (0.000)	0.398** (0.092)

$X^2=423$ ,  $df=574$ ,  $X^2/df=0.739$ ,  $p\text{-value}=1.000$ ,  $GFI=0.929$ ,  $NFI=0.994$ ,  $NNFI=1.005$ ,  $CFI=1.000$ ,  
 $RMSEA=0.000$ ,  $RMR=0.0194$ ,  $SRMR=0.02888$ ,  $CN=684.989$

หมายเหตุ: DE=Direct Effect, IE=Indirect Effect, TE= Total Effect

\*หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $1.960 < t\text{-value} < 2.576$ )

\*\*หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $t\text{-value} > 2.57$ )

#### ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลของเส้นทางความสัมพันธ์ของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน รายละเอียดของการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำเสนอค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุในแต่ละเส้นทาง นำมาทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อตามลำดับดังนี้

สมมติฐานที่ 1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์

ผลการวิจัยจากตารางและภาพ พบว่า มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.74 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 45 ( $R^2=0.45$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ทรัพยากรภายในองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์

ผลการวิเคราะห์พบว่า ทรัพยากรภายในองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์

ผลการวิเคราะห์ พบว่าความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์ ความสามารถในการปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.23 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของสภาพแวดล้อมนอกที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.23 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 89 ( $R^2=0.89$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยสภาพแวดล้อมนอกอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.97 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 85 ( $R^2=0.85$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.63 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 84 ( $R^2=0.84$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเครื่องหมายฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเครื่องหมายฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.37 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.29 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 84 ( $R^2=0.84$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.62 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาลอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.66 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.66 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 14 ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยความเชื่อทางวัฒนธรรมอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.66 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

ผลการวิเคราะห์.พบว่า ปัจจัยปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.66 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 16 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ผลการวิเคราะห์.พบว่าปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.66 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของวัฒนธรรมที่เป็นไปในทางสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 77 ( $R^2=0.77$ ) ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

#### ตาราง 4.13 สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย

สรุปรวมสมมติฐานการวิจัย	
H1	: สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H2	: ทรัพยากรภายในองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H3	: ความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H4	: การบริหารการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์
H5	: กฎระเบียบกฎหมาย มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่ง โลจิสติกส์

- 
- H6 : สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
- H7 : ทรัพยากรภายในองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
- H8 : ความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
- H9 : การบริหารการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
- H10 : กฎระเบียบกฎหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
- H11 : การขนส่งโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล
- H12 : การขนส่งโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- H13 : มาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- 

ตาราง 4.14 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
H1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H2 ทรัพยากรภายในองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H3 ความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวก	สอดคล้อง

ต่อการขนส่งโลจิสติกส์	กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H4 การบริหารการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์	ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H5 กฎระเบียบกฎหมาย มีอิทธิพลทางบวกต่อการขนส่งโลจิสติกส์	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H6 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล	ไม่สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H7 ทรัพยากรภายในองค์กร มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H8 ความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพมาตรฐานอาหารฮาลาล	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H9 การบริหารการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H10 กฎระเบียบกฎหมายมีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## ตาราง 4.14 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
H11 การขนส่งโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H12 การขนส่งโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้
H13 มาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล มีอิทธิพล	สอดคล้อง



ทางบวกต่อการสร้างความสามารถในการ  
แข่งขัน กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

### สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายส่งออก ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบด้านการกระจายสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยได้สัมภาษณ์ผู้บริหารทั้งหมดจำนวน 12 คน โดยประเด็นสัมภาษณ์จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรทั้ง 8 ตัวหลักของงานวิจัย ได้แก่ ตัวแปรสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ ปัจจัยการบริหารการเงิน ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย ปัจจัยด้านการขนส่ง โลจิสติกส์ ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล และ การสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน ด้วยการใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาจากการสอบถามเชิงลึกในงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ โดยมีประเด็นคำถามคือ ท่านคิดว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน อย่างไรบ้าง ผู้ประกอบการจำนวนมากต่างมีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ต่างต้องการผลักดันให้ประเทศไทยให้เป็นประเทศกำลังพัฒนาในทุกๆ ด้าน ปัญหาด้านเศรษฐกิจเป็นปัญหาใหญ่ของประเทศไทย สิ่งที่ผู้ประกอบการต่างมีความต้องการที่เห็นประเทศไทยมีความเจริญทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเรื่องนี้คงเกี่ยวข้องกับภาครัฐในการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจ แต่หลายท่านมีความเห็นว่าในฐานะองค์กรภาคเอกชนพร้อมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยไปพร้อมกับภาครัฐ และมีความหวังว่าถ้ารัฐบาลบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจดีย่อมส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบในเชิงการค้าการลงทุนของประเทศ รวมทั้งหากสินค้าอาหารของไทยสามารถส่งไปขายยังประเทศต่าง ๆ ได้มากขึ้นย่อมทำให้ประเทศไทยเกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่า หากภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศดีก็จะช่วยให้ประชาชนมีกำลังซื้อมากขึ้นรวมทั้งทำให้ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กร ท่านคิดว่าปัจจัยด้านทรัพยากรภายในองค์กรส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน อย่างไรบ้าง ผู้บริหารส่วนใหญ่มีความเห็นที่สอดคล้องกันในประเด็นด้านทรัพยากรภายในองค์กรของตนเอง โดยมองถึงหลักการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกล่าวว่า ทรัพยากร

ที่เป็นสินทรัพย์ของบริษัทนั้นจะมีการตรวจสอบควบคุมคุณภาพเพื่อให้เครื่องจักรทำงานเต็มประสิทธิภาพ แต่สิ่งที่ยังต้องพัฒนานั้น ผู้บริหารส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า ทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่ในโรงงานนั้นส่วนใหญ่เป็นแรงงานกึ่งฝีมือ ที่มักจะขาดทักษะในการปฏิบัติงานจำเป็นต้องใช้การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการที่จะทำให้ทรัพยากรที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิตนั้นคงเป็นหน้าที่หลักของแต่ละโรงงานที่จะต้องพัฒนาทักษะของบุคลากรของตนให้มีสมรรถนะที่สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายให้ทัศนะว่าการมีทรัพยากรนั้นรวมทั้งทรัพยากรของประเทศที่มีอยู่ในเรื่องอาหารนั้นจะเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตและต้นทุนวัตถุดิบได้มากขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ ท่านคิดว่าปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ ส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลกอิสติกส์ไทย-อาเซียน อย่างไรบ้าง ผู้ประกอบการได้เห็นพ้องกันว่าในส่วนของปฏิบัติการด้านการผลิต การจัดจำหน่าย การลงทุนเพื่อการผลิตสินค้าอาหารฮาลาลของกลุ่มอุตสาหกรรมนั้นทำได้ในระดับดีพอสมควร แต่ยังคงขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเชื่อและความแตกต่างระหว่างอาหารฮาลาลกับอาหารไม่ฮาลาล สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการเป็นอย่างมากคือการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานเอกชน หรือ องค์กรศาสนาอิสลามในการให้ความรู้ ความเข้าใจในหลักการศาสนาอิสลามที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งนี้เพราะการผลิตเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมุสลิมนั้นจำเป็นต้องใช้ความรู้เฉพาะที่มีความละเอียดลึกซึ้งเป็นอย่างมาก สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการมากเป็นพิเศษคือการใช้พนักงานปฏิบัติงานในโรงงานที่เป็นมุสลิมในการปฏิบัติหน้าที่ แต่ถือว่าเป็นกลุ่มที่ขาดแคลน ส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดโอกาสในการผลิตสินค้าอาหารสะอาด ปลอดภัย และเป็นไปตามหลักการศาสนาอิสลาม ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องมีส่วนร่วมกันพัฒนา เพื่อให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็งและสามารถเป็นแหล่งอาหารของชาวโลกได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายให้ทัศนะว่าการปฏิบัติการด้านการผลิตนั้นควรที่จะนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิตเพราะจะช่วยในการลดต้นทุนการผลิตและยังทำให้สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มากขึ้นด้วย

ปัจจัยการบริหารการเงิน ท่านคิดว่าปัจจัยการบริหารการเงิน ส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลกอิสติกส์ไทย-อาเซียน อย่างไรบ้าง ผู้บริหารมีความเห็นในเรื่องการบริหารการเงินแตกต่างกันค่อนข้างมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีขนาดแตกต่างกัน ความพร้อมด้านการเงินของแต่ละแห่งมีไม่เท่ากัน รวมทั้งข้อจำกัดเฉพาะของแต่ละแห่งก็แตกต่างกัน จึงมองเห็นว่า การที่จะสามารถแข่งขันในเรื่องการส่งออกไปยังต่างประเทศนั้น ควรเป็นหน้าที่ของผู้บริหารในองค์กรนั้น ๆ เป็น

หลัก และหากองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีพันธมิตรทางธุรกิจมาก มีเครือข่ายการลงทุน การร่วมทุนที่กว้างขวาง โดยเฉพาะการร่วมทุนกับชาวต่างประเทศ ย่อมเป็นองค์กรที่มีความได้เปรียบมากกว่าองค์กรขนาดเล็กที่มีเงินทุนจำกัด

ปัจจัยด้านระเบียบกฎหมาย ท่านคิดว่าระเบียบกฎหมายของประเทศไทยส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน อย่างไรบ้าง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นว่า กฎระเบียบของกฎหมายในการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยเริ่มได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐมากขึ้นตั้งแต่ปี 2544 โดยที่คณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบในการดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างจริงจัง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีการบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งองค์กรศาสนาอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ แต่กระบวนการขับเคลื่อนนั้นจำเป็นต้องมีเรื่องของกฎหมายเข้ามาสนับสนุนอย่างจริงจัง และผู้ประกอบการจำนวนมาก รัฐควรมีการผลักดันนโยบายให้เกิดเป็นรูปธรรมให้มากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ โดยอาจเกิดจากผลนโยบายด้านกฎหมายของภาครัฐขาดหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักที่ชัดเจน ขาดการระดมกลุ่มเป้าหมายและกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน ทั้งนี้เป็นความเห็นในมุมมองของหน่วยงานภาคเอกชน สำหรับหน่วยงานภาครัฐมีความเห็นต่างในประเด็นดังกล่าวนี้ คือ การขาดความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหลายฝ่ายจึงทำให้การใช้กฎหมายไม่ผลเท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อให้เกิดเป็นความได้เปรียบของประเทศไทย ควรมีการกำหนดความชัดเจนในส่วนที่เกี่ยวข้องและมีผู้รับผิดชอบหลักในเรื่องนี้อย่างจริงจัง ผู้ประกอบการบางรายให้ทัศนะว่า การมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่เป็นสากล หรือใช้แนวทางในการปฏิบัติเดียวกันจะช่วยให้การส่งออกนั้นสะดวกต่อผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นด้วย

ปัจจัยด้านการขนส่งโลจิสติกส์ ท่านคิดว่า ระบบการขนส่งโลจิสติกส์ของประเทศไทยส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน อย่างไรบ้าง ปัจจัยดังกล่าวนี้ผู้บริหารจำนวนมากเห็นพ้องต้องกันว่าหากประเทศไทยได้รับการพัฒนาด้านระบบการขนส่งทั้งระบบราง ถนน ทางน้ำ และทางอากาศ ประเทศไทยน่าจะกลายเป็นประเทศศูนย์กลางการขนส่งอาหารออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านและไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ได้มากขึ้น แต่ด้วยเหตุผลจากปัญหาภายในประเทศในระยะที่ผ่านมาทำให้การขับเคลื่อนด้านการขนส่งและการสร้างถนนหนทางของประเทศไทยมีความล่าช้าไม่เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้ ผู้ประกอบการต่างต้องการที่จะเห็นประเทศไทยเส้นทางทางการขนส่งที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้หากประเทศไทยสามารถพัฒนาท่าเรือน้ำลึกเพิ่มมากขึ้นก็จะเป็นการเพิ่มศักยภาพการขนส่งโลจิสติกส์ของไทยไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาการบุคลากรด้านขนส่งที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นไปด้วย

ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล ผู้บริหารได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาล ต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน อย่างไรก็ตาม อย่างไรบ้าง ในประเด็นดังกล่าวนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารรายใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการบริหารอาหารฮาลาลทั้งนี้ เป็นแหล่งที่มีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบการผลิต รวมทั้งแรงงาน แต่พบว่าประเทศไทยสูญเสียโอกาสในการขยายตลาดส่งออก คือการขาดการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการฮาลาลให้แพร่หลายไปยังต่างประเทศ ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งให้ความเห็นว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจตามความต้องการของตลาดเพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ แต่ยังคงขาดการสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง และปัญหาเรื่องมาตรฐานการผลิตและความปลอดภัยในอาหาร โดยมักเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการรายย่อยซึ่งกระบวนการการผลิตที่ขาดมาตรฐานสากลเป็นเหตุให้สินค้าไม่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการบางรายไม่ให้ความเอาใจใส่กับคุณภาพด้านความสะอาดของสินค้าเท่าที่ควร รวมทั้งการใส่วัตถุเจือปนที่มีอันตรายต่อร่างกายสำหรับผู้บริโภคอีกด้วย ดังนั้นการที่จะทำให้ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณภาพมาตรฐานอาหารฮาลาลนั้นถือเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตทุกรายเพราะอาหารฮาลาล หมายถึง สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพ อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่ผลิตขึ้นถูกต้องตามบทบัญญัติของอิสลาม โดยคำนึงถึงความสะอาดและคุณค่าตามหลักโภชนาการเป็นสำคัญ มีการควบคุมการปนเปื้อนของสิ่งสกปรก หรือสารเคมีในส่วนผสมของอาหารตั้งแต่ขั้นตอนแรก ได้แก่ การคัดเลือกวัตถุดิบ การเตรียมวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุหีบห่อ การจัดจำหน่าย นอกจากนี้อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่บริโภคได้ทั้งมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไก่แช่แข็งและการแปรรูปอาหารทะเลแช่แข็ง ผัก ผลไม้ อาหารกระป๋องและอาหารสำเร็จรูปต่าง ๆ ซึ่งหากผลิตตามกระบวนการด้านมาตรฐานอาหารปลอดภัยแล้ว อาหารฮาลาลจัดได้ว่าเป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับทุกคน ซึ่งผู้บริหารส่วนใหญ่เข้าใจในกระบวนการของการผลิตอาหารที่ปลอดภัยแต่ยังขาดความเข้าใจในมาตรฐานอาหารฮาลาล แต่มีความเห็นตรงกันว่าหากประเทศไทยพัฒนาคุณภาพอาหารฮาลาลให้ได้มาตรฐานแล้วจะทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบและสามารถเป็นศูนย์กลางอาหารฮาลาลในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างแน่นอน

ท่านคิดว่าความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทในด้านการผลิต และการตลาด ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกของบริษัทในระดับใด เพราะเหตุใด

สรุป

เนื้อหาในบทที่ 4 เป็นการสรุปผลการศึกษาจากข้อมูลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ข้อคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูลสำหรับสถิติวิเคราะห์พหุตัวแปรที่นำไปสู่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามด้วยสมการโครงสร้างเชิงเส้นด้วยโปรแกรมลิสเรล และผลการทดสอบสมมติฐาน

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติพหุตัวแปรของสมการ โครงสร้างเชิงเส้น ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล 2) การตรวจสอบความแปรปรวนที่สม่ำเสมอ 3) ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย 4) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม 5) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน สำหรับการวิเคราะห์โมเดลการวัดของแต่ละตัวแปรแฝง โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ และความตรงแบบแตกต่าง

นอกจากนี้ได้ทำการสรุปผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ วิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อมูล โครงสร้างเชิงเส้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่าผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าสมมติฐานการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 11 สมมติฐานจาก 13 สมมติฐานการวิจัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในบทนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ เพื่อสรุปผลการศึกษาทั้งหมด (conclusion) ให้เกิดความกระชับง่ายต่อการอ่าน และทำความเข้าใจ พร้อมกับการอภิปรายผลการวิจัย (discussion) ในประเด็นสำคัญ ๆ เพื่อให้เห็นทศนะของผู้วิจัยที่มีต่อประเด็นเหล่านี้ และในท้ายที่สุดเป็นการเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน

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

### สรุปผลการวิจัย

#### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 440 คน เป็นเพศชาย 217 คน คิดเป็นร้อยละ 49.32 เพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 49.55

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.18 รองลงมา ระหว่างอายุ 36-40 ปี และ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.18 และน้อยที่สุดอายุระหว่าง 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00

ขนาดของกิจการ (เงินลงทุน) ส่วนใหญ่มีเงินลงทุน 11-15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 48.86 รองลงมา มีเงินลงทุน 16 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.88 และน้อยที่สุดขนาดกิจการ 5 -10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 19.11

ผลประกอบการ ส่วนใหญ่มีผลประกอบการอยู่ที่ 11-20 ล้านบาทต่อปี จำนวน 210 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 47.72 รองลงมา 6 - 10 ล้านบาทต่อปี จำนวน 110 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดผลประกอบการที่ มากกว่า 21 ล้านบาทต่อปีขึ้น จำนวน 22 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.00 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่ระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.50

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการส่งออกอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ฮาลาลในประเทศไทยมีความเห็นในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ในระดับสูง ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอยู่ในระดับสูง ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอยู่ในระดับสูง ปัจจัยด้านความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาลอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านคุณภาพตราฮาลาลอยู่ในระดับสูงมาก ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการ

แข่งขันอยู่ในระดับสูง และปัจจัยความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรอยู่ในระดับสูงมาก

### การสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยทำการสรุปผลการวิจัยด้วยการเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังต่อไปนี้

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

สภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งประกอบด้วยมิติความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคมและการเมือง และมิติการกำหนดนโยบายภาครัฐ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูง มีน้ำหนักรองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ซึ่งประกอบด้วยมิติความพร้อมพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงิน และความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน อยู่ในระดับสูงมีน้ำหนักรองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ปัจจัยด้านความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยมิติความจงรักภักดี มิติความซื่อสัตย์มีคุณธรรม และมิติด้านความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้ามีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมีน้ำหนักรองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ความเชื่อทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ซึ่งประกอบด้วยมิติความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม มิติเชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ และมิติการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม มีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงในระดับสูง มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

มาตรฐานคุณภาพตราฮาลาลมาตรฐานคุณภาพตราฮาลาล ประกอบด้วย ความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ มิติความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล และมิติการตรวจสอบย้อนกลับมีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยมิติประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด มิติประสิทธิภาพการดำเนินงาน และมิติความเจริญเติบโตขององค์กรมีอิทธิพลต่อระดับความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ในระดับสูงมากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

### อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลของข้อค้นพบต่าง ๆ ที่ได้จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในอาเซียน

ผู้วิจัยนำเสนอการตีความ และประเมินข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำมาอธิบายและยืนยันผลการวิจัยที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องระหว่างข้อค้นพบกับสมมติฐานการวิจัย ด้วยการอธิบายข้อค้นพบที่กล่าวถึงการสนับสนุนทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลสำหรับข้อมูลที่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานและอภิปรายผลข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### การอภิปรายผลสำหรับผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐาน

ความสัมพันธ์ของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์



ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนรายละเอียดของการวิเคราะห์ 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 ลูกค้ำมุสลิมล้วนต้องการการซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากการบรรจุหีบห่อ การติดฉลากที่แสดงถึงความสะอาดตามหลักการฮาลาลทั้งสิ้น

ตลาดสินค้าฮาลาลเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างและมีสิ่งที่จะต้องร่วมกันพิจารณาระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคถึงความตระหนักในสินค้าที่ต้องสร้างความมั่นใจให้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ผลิตต่างเข้าใจในความยากลำบากของการเติบโตทางเศรษฐกิจและการรวมกลุ่มประชาคมต่าง ๆ ที่มีขึ้นที่ส่งผลต่อการผลิตสินค้าฮาลาลทั้งระบบ

สำหรับในประเทศไทยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลเกี่ยวกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้านสังคมและการเมืองและการกำหนดนโยบายภาครัฐนั้นส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและให้ความสำคัญ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไทยเห็นว่าการที่ภาครัฐ ภาคการเมืองในส่วนต่าง ๆ ของประเทศไทยได้กำหนดกฎหมายเพื่อให้เป็นนโยบายในเรื่องการส่งออกอาหารฮาลาลนั้นมีประโยชน์ต่อประเทศในส่วนรวมทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

สมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัย ความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยสอดคล้องใกล้เคียงกับงานวิจัยของสุดาพร มะหะหมัด (2541) วิจัยเรื่องการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทย : กรณีศึกษา อุปสงค์ การนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 3 ประเทศคือ ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตชาติอาระเบียและคูเวต ซึ่งได้ทำการศึกษาเฉพาะการนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง

โดยจะเปรียบเทียบความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาดเมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งมีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อนในรูปกำลังสองน้อยที่สุด และเพื่อวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพของการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปยังทั้ง 3 ประเทศ โดยการคำนวณดัชนีความไม่มีเสถียรภาพ รวมทั้งเพื่อพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยในทั้ง 3 ตลาด จากแนวโน้มในอดีต ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งของทั้ง 3 ประเทศจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งพบว่า มีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งโดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งในประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ราคาเนื้อวัว และราคาเนื้อแกะที่ประเทศสาธารณรัฐอาหรับเอมิเรตส์นำเข้ารวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศนี้ที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากทั้ง 2 แหล่งของประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากไทยและคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ทดแทนเนื้อไก่ที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบีย สำหรับในประเทศคูเวต ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็ง จากทั้ง 2 แหล่ง คือ ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาไก่สดแช่แข็งจากไทยและคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศคูเวต ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ประเทศคูเวตนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศคูเวต รวมถึงตัวแปรหุ่นที่แสดงช่วงเวลาหลังสงครามอ่าวเปอร์เซีย ผลการวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางทั้ง 3 ประเทศ พบว่าการขาดเสถียรภาพจากการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐอาหรับ เอมิเรตส์และคูเวตมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงด้านอุปสงค์ โดยอุปทานมีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งมาตรการที่ประเทศไทยสามารถใช้ในการรักษาอุปสงค์ไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยให้มีเสถียรภาพไม่เปลี่ยนแปลงลดลงจากเดิมคือ การเจรจากับประเทศผู้นำเข้าเพื่อนำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า สำหรับกรณีของประเทศซาอุดีอาระเบียพบว่า สาเหตุของการขาดเสถียรภาพในการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยมาจากการเปลี่ยนแปลงอุปทาน โดย อุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูงและคงที่ ซึ่งนโยบายที่ใช้ในการรักษาเสถียรภาพคือ การทำให้ปริมาณการส่งออกไก่สดแช่แข็งไปยังประเทศนี้มีปริมาณที่เพียงพอสำหรับแนวโน้มการส่งออกไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลางยังมีช่องทางที่แจ่มใส โดยผลการพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในทั้ง 3 ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 พบว่า ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของไทยในประเทศสาธารณรัฐอาหรับ เอ

มิเรตส์และคูเวตมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นตลอดช่วงที่ทำการพยากรณ์ 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 ห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลหมายถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมอาหารได้จากการยึดหลักแห่งคุณธรรมอันดีงามที่ทำให้มีการเพิ่มขึ้นของจำนวนใบรับรองคุณภาพและความต้องการทางด้านจิตใจของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจุบันนี้อาหารฮาลาลได้กลายเป็นคำถามสำหรับผู้ที่มิอำนาจในการตัดสินใจขององค์กร และเป็น การแสดงความมีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ ของอุตสาหกรรมอาหารโดยมีการคาดเป็นพิเศษว่า อาหารฮาลาลนั้น ไม่ได้เป็นอาหารเฉพาะแต่ประเทศมุสลิมเท่านั้นยังรวมถึงประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องอาหารฮาลาลพบว่าการเตรียมการในการให้ความรู้เชิงวิชาการด้านอาหารฮาลาลให้กับผู้สนใจและผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรมโดยทำให้เกิดเป็นความรู้แก่สาธารณะชนเพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา แนวคิดของงานนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการบริหารจัดการซัพพลายเชนของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เช่น การตรวจสอบย้อนกลับ สิทธิทรัพย์สิน การประกันคุณภาพ และความไว้วางใจ และการทำสัญญาร่วมกัน

สมมติฐานที่ 4 สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ทำให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีการวิจัยที่แสดงให้เห็นผลการวิจัยสอดคล้องและเป็นผลกระทบต่อการสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเรื่องศักยภาพการผลิตอาหารฮาลาล กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี สรุปผลการวิจัยดังนี้ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 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 จะสามารถส่งออกอาหารไปยังภูมิภาคตะวันออกกลาง ได้ 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

นอกจากนี้ยังมีรายงานการวิจัยจำนวนมากกล่าวถึงตลาดอาหารฮาลาลมีจุดเด่นสืบเนื่องมาจากสินค้าอาหาร เป็นสินค้าส่งออกสำคัญของประเทศไทย ทำรายได้ให้ประเทศ ปีละกว่าแสนล้านบาท และมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่ม ตามจำนวนความต้องการบริโภคอาหาร ของประชากรโลกที่เพิ่มจำนวน ขึ้นอย่างรวดเร็ว และในบรรดาผลิตภัณฑ์อาหารของไทยที่ส่งออกไปสู่ตลาดโลกนั้น มีอาหารและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น สำหรับมุสลิม โดยเฉพาะซึ่งสังเกตได้จากเครื่องหมาย ที่ติดอยู่บนภาชนะหรือหีบห่อทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ยอมรับของมุสลิม เป็นตลาดที่สำคัญและไม่ควรมองข้ามเนื่องจากปัจจุบันมีประชากร โลกที่นับถือศาสนาอิสลามมากกว่า 2,000 ล้านคน อาศัยอยู่ใน ประเทศ ต่าง ๆ กว่า 100 ประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรโลก ดังนั้น โอกาสที่ผู้ผลิตอาหารของไทย จะขยาย ขอบเขต การส่งออกไปสู่ตลาดอาหารฮาลาลยังมีความเป็นไปได้สูงมาก

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 ที่ต้องใช้แรงงานที่เป็นมุสลิมเพื่อเป็นการดำเนินการผลิตให้เป็นไปตาม บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม โดยผลการศึกษาพบว่า

1. ด้านทรัพยากรการผลิต วัตถุประสงค์ในท้องถิ่นจำพวกสัตว์ทะเลนั้น มีความพร้อมสูง เพราะปัตตานีมีการทำประมงมานาน มีท่าเทียบเรือ ขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับเรือ ประมงขนาดใหญ่เพื่อขนถ่ายปลาและสัตว์ทะเลอื่น ๆ ได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังมีวัตถุประสงค์ด้านการเกษตรอื่น ๆ อีก เช่น พืช ผัก ผลไม้ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง รวมไปถึงจังหวัดใกล้เคียงมีวัตถุประสงค์ที่พร้อมจะรองรับการผลิตอาหารฮาลาลได้เต็มที่เช่นกัน

2. ด้านการลงทุน สถานการณ์และการจูงใจการลงทุนมีสูง เนื่องจากมีเขตอุตสาหกรรมปัตตานีรองรับและ ได้รับ การสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุน ( 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) 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 รวมทั้งสามารถเพิ่มอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าไปได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยมีการเพิ่มการลงทุนได้ในอัตราส่วนที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง (Park, 1999) มีการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต โดยการนำเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ มาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจ มีการลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการทำวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Wignaraja, 2002)

การวัดความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness measure) สามารถกระทำได้ใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การวัดที่เป็นรูปธรรม (objective measure) มีตัวชี้วัด เช่น ความสามารถในการทำ

กำไร (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 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยมีงานวิจัยจำนวนมากที่กล่าวถึงผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลทั่วโลกที่มีการจัดโอกาสมากมายสำหรับซัพพลายเออร์ โอกาสที่มีอยู่ในหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมเกือบทุกประเภทอาหาร เดิมตลาดฮาลาลที่ได้รับการมองว่าเป็นส่วนใหญ่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ แต่ผู้บริโภคมากขึ้นและกำลังมองหาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลในอุตสาหกรรมอาหารทั้ง กำหนดลักษณะการแข่งขันของตลาดฮาลาลทั่วโลกเข้าใหม่ที่มีศักยภาพควรพิจารณาที่ตรงกับคำแนะนำผลิตภัณฑ์ของพวกเขาในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้เชี่ยวชาญบางคนชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมเข้าที่มีศักยภาพควรคิดในแง่ของ "ฮาลาลบวก" หมายถึงผู้ประกอบการควรถามสิ่งที่พวกเขาจะนำเสนอที่ไม่ได้อยู่แล้วในตลาดเป้าหมาย เพียงป้อนตลาดที่มีการเสนอคล้ายกับที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่น่าจะประสบความสำเร็จ โอกาสที่ผู้ส่งออกที่ประสบความสำเร็จจะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น โดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแตกต่างกับตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ช่วงของการตลาดที่มีศักยภาพเป็นที่กว้างมากผู้เชี่ยวชาญดูเหมือนจะยอมรับว่ามีแนวโน้มมากที่สุดเป็นประเทศที่เติบโตอย่างรวดเร็วของตะวันออกกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกของ GCC อาเซียนยุโรปตะวันตกและสหรัฐอเมริกา ยุโรปถูกมองว่าเป็นตลาดที่สำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลบนพื้นฐานของกำลังซื้อที่สูงขึ้นมากกว่าขนาดของประชากร นอกจากความตั้งใจที่ไม่ใช่มุสลิม 'ที่จะซื้ออาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของตลาดยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาหนึ่งได้ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวคัตซ์ทั่วไปยินดีที่จะซื้อสินค้าฮาลาลอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความปลอดภัย ฝรั่งเศสเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลระหว่างประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม ค่าของตลาดฝรั่งเศสสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ได้รับประมาณกว่า \$ 13000000000 ทำเรื่อรอดเตอร์ดัมจะพยายามที่จะกลายเป็นที่ยอมรับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญฮาลาลสำหรับตลาดยุโรป พอร์ตมีความตั้งใจที่จะแสดงให้เห็นอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เพียงผู้เดียวคลังสินค้ากับผลิตภัณฑ์ฮาลาลและจึงไปไกลต่อการสร้างความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลไม่ได้เข้ามาสัมผัสกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ฮาลาล ใน

บางประเทศในยุโรปขนาดของผู้ประกอบการชาวมุสลิมจะลดลงและนำไปสู่การลดความสำคัญ  
ของอาหารครอบครัวอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ที่อยู่อาศัยมากขึ้นมีการติดตั้งเตาอบความจุแช่แข็ง  
เป็นพิเศษและไม่โครเวฟ แนวนอนทั้งสองจะเพิ่มความสำคัญของอาหารที่สะดวก

ประเทศหลักในการผลิตอาหารฮาลาลในยุโรปคือสหราชอาณาจักรฝรั่งเศสและเยอรมนี  
ตลาดสหรัฐสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลคือประมาณ 12000000000 \$ ต่อปีและยอดขายในประเทศมี  
การเจริญเติบโต ประมาณการการเติบโตของยอดขายเป็นเรื่องยากที่จะได้รับ แต่ยอดขายของ  
สหรัฐอาหารฮาลาลได้เพิ่มขึ้นแล้วร้อยละ 70 ตั้งแต่ปี 1995. ออสเตรเลียเป็นผู้จัดจำหน่ายรายใหญ่  
ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีการส่งออกไปกว่า 70 ประเทศทั่วโลก เปรียบในการแข่งขันของ  
ออสเตรเลียในตลาดฮาลาลทั่วโลกเกิดจากชื่อเสียงในฐานะผู้ผลิตที่ปลอดภัยและปราศจากโรค  
ผลิตภัณฑ์อาหาร มันเป็นประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมแรกที่จะวางการรับรองฮาลาลภายใต้กฎหมายแม้ว่า  
ความคิดเห็นแตกต่างกันในความสำคัญของการออกกฎหมาย เอเชียมีประชากรมุสลิมที่ใหญ่ที่สุด  
ของภูมิภาคใดก็ตาม แต่ประชากรที่มีรายได้เฉลี่ยเมื่อเทียบกับหัวและการบริโภคอาหารจึงลดลง  
รวมกว่าพื้นที่อื่น ตัวอย่างเช่นประเทศที่มีประชากรสูงเช่นอินเดียและปากีสถานมีรายได้ของ  
ผู้บริโภคที่ค่อนข้างต่ำและจึงแสดงลดลงต่อการบริโภคโปรตีนหัว แม้จะมีการลดระดับรายได้ใน  
ภูมิภาคนี้ได้รับอยู่ในระดับแนวหน้าของการพะวงในตลาดฮาลาลที่เพิ่มขึ้น มาเลเซีย, ไทย,  
สิงคโปร์, ฟิลิปปินส์, บรูไน, จีนและอินเดียได้ทุกขั้นตอนที่จะเข้าไปในตลาดฮาลาลทั่วโลก  
มาเลเซียโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการออกแบบที่กลายเป็นศูนย์กลางฮาลาลระหว่างประเทศและรัฐบาล  
ได้ดำเนินการจำนวนของมาตรการที่จะสนับสนุนวัตถุประสงค์ที่รวมทั้งการจัดตั้ง บริษัท พัฒนาฮา  
ลาลอุตสาหกรรมอาหารสิงคโปร์ยังนำจำนวนขั้นตอนสู่การเป็นศูนย์กลางฮาลาลรวมถึงแคมเปญ  
โฆษณาในตะวันออกกลาง ประเทศไทยได้ย้ายไปเป็นศูนย์กลางฮาลาลได้รับการยอมรับของความ  
เป็นเลิศในด้านวิทยาศาสตร์และการทดสอบ บรูไนเป็นที่ร่วมงานกับ บริษัท ในออสเตรเลียเพื่อที่จะ  
รวมบทบาทใน โลกมุสลิมมีประวัติของออสเตรเลียในที่ปลอดภัยในการผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูง  
อุตสาหกรรมฮาลาลของจีนมีการเติบโตและการขยายบทบาทของตัวเองในตลาดโลก ในขณะที่  
ความได้เปรียบที่สำคัญของอุตสาหกรรมฮาลาลของจีนคือการเข้าถึงไปยังแรงงานราคาถูกเพียงลง  
นามในบันทึกความเข้าใจกับคณะกรรมการยุโรป (EC) และแล้วมีหลาย บริษัทในเอเชียจำนวน  
มากพร้อมที่จะส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังตลาดยุโรป ผู้ส่งออกที่อินเดียมีความพยายามที่จะได้รับ  
การยอมรับผ่านความสำเร็จของ HACCP, ISO และการรับรองฮาลาล ในขณะที่เอเชียเป็นตลาดที่  
น่าสนใจเพียงเพราะขนาดของมันเป็นพื้นที่ของชาวมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดจะต้องมีการตั้งข้อสังเกตว่าผู้  
เล่นที่สำคัญในภูมิภาคนี้กำลังดำเนินการที่จะเป็นซัพพลายเออร์ที่สำคัญหรือใบรับรอง ความ  
พยายามของพวกเขาในวันที่มีการขยายตัวอยู่แล้วเกินขอบเขตภูมิภาคของตัวเองและพวกเขาโกรธ

จะเป็นผู้เล่นสำคัญในตลาดสากลทั่วโลก ในด้านบวกเป็นตลาดที่มีความสามารถทางการเกษตร จำกัด (Sakho, Seynabou, Calvo-Oscae; 2009), Faryal Salman and Kamran Siddiqu, 2011)

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารสากล

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohani Abdul, Hashanah Ismail, Haslina Hashim (2009) ได้ทำการวิจัยในเรื่อง กระบวนการของการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกซื้ออาหารสากลในประเทศมาเลเซีย พบว่า จากการวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า ลูกค้ามุสลิมในประเทศมาเลเซียจำนวน 213 ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามยืนยันว่า มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ “สากล” โดยกังวลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมที่นำมาปรุงเป็นอาหารสากล การศึกษาครั้งนี้ได้ยืนยันว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองในเรื่องหลักการศาสนา และมุมมองสัญลักษณ์สากล และส่วนผสมหรือเครื่องปรุงทั้งหลายมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจอย่างมาก ในขณะที่ข้อมูลด้านคุณภาพจากการประชุมกลุ่มแบบสัมภาษณ์ถึงความคิดเห็นในการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าอาหารสากล ต่างเห็นตรงกันว่าเป็นความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมั่นใจในสินค้าอาหารสากลและต้องป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดจากการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่มั่นใจว่าจะสากลโดยสิ้นเชิง รวมทั้งความมั่นใจในคุณภาพการบริการ การศึกษาครั้งนี้การแสดงความรับประกันด้วยความซื่อสัตย์ในเรื่องสากลถือเป็นสัญญาของผู้ผลิต ความซื่อสัตย์ต่อผลิตภัณฑ์ และเชื่อมั่นในการคงคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมและต้องเป็นไปตามที่แสดงไว้ในฉลากของสินค้าที่ได้แสดงไว้ที่ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Karijn Bonne and Wim Verbeke (2007) เกี่ยวกับคุณค่าของค่านิยมของศาสนากับผลิตภัณฑ์อาหารเนื้อสัตว์สากลและการกระจายสินค้าสากลอย่างมีคุณภาพ พบว่าการบูรณาการโครงสร้างทางสังคมเทคโนโลยี การควบคุมคุณภาพของ อาหารสากลในโซ่อุปทานเนื้อสัตว์ ตามทฤษฎี Actor Network Theory และ ทฤษฎี economic conventions จากกฎหมายอิสลามที่ได้กล่าวถึงการนำไปสู่การผลิตและกระบวนการมาตรฐานคุณภาพอาหาร (HACCP) มาตรฐานคุณภาพสากลเป็นพื้นฐานที่มีความแข็งแกร่งภายใต้พื้นฐาน ความเชื่อและ ความสมเหตุสมผลที่มาจากสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของลูกค้ามุสลิมที่มีต่อผู้ค้าเนื้อมุสลิมที่เป็นผลนำไปสู่การเข้าใจร่วมกันในจริยธรรม และศาสนาที่เกี่ยวข้องกับความสะอาด HACCP มีความเหมือนและใกล้เคียงกับการควบคุมมาตรฐานของอาหารสากลอันเป็นสิ่งที่มีความสอดคล้องเรื่องมือคุณภาพที่จะรับประกันไปสู่ความเชื่อถือไว้วางใจที่มีต่อคุณภาพสากลด้วยที่รวมไปถึงผลิตภัณฑ์หรือตราเครื่องหมายของเนื้อสัตว์ โครงสร้างทางสังคมเทคโนโลยีของคุณภาพสากลนั้นเริ่มจากการเชือด



สัตว์ที่ต้องเป็นไปตามหลักการของการฆ่าตามหลักการอิสลามซึ่งเป็นการยืนยันตามความเชื่อของลูกค้ามุสลิมทั่วโลก

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อมาตรฐานคุณภาพฮาลาล

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

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

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

โดยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ของวิชัย ดิษฐอุดม (2541) การผลิตขั้นปลายมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว จนทำให้ปัจจัยการผลิตขั้นต้นและขั้นกลางไม่สามารถตอบสนองอุตสาหกรรมขั้นปลายได้ ทั้งในปริมาณและคุณภาพของสินค้าทำให้ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบในแต่ละขั้นเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้อุตสาหกรรมสิ่งทอยังมีปัญหาการปรับโครงสร้าง การปรับเปลี่ยนเครื่องจักร การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนปัญหาการขาดสภาพคล่อง ทำให้แต่ละสถานประกอบการขาดเงินทุนหมุนเวียนส่งผลให้การบริหารการผลิตติดขัดหรือล่าช้า ไม่สามารถส่งมอบสินค้าตามกำหนดได้ การแก้ไขปัญหาจึงต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐบาลและเอกชนเพื่อส่งเสริมการพัฒนากระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ

นอกจากนี้ Mohd Rizal Razalli (2011) นักวิจัยในประเทศมาเลเซีย ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของปัจจัยมนุษย์ในการทำงานขององค์กรภายใต้กระบวนการรับรองฮาลาล การวิจัยครั้งนี้มี

วัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยของมนุษย์ที่มีอิทธิพลของต่อความรับผิดชอบการจัดการลักษณะพนักงานและนโยบายในการทำงานพนักงานใน EDCUUM มีการวัดตัวแปรด้วยมาตราส่วน 5 ระดับ ซึ่งเป็นแบ่งออกเป็น 4 ตัวแปร ประกอบด้วย ตัวแปรความรับผิดชอบ การจัดการประสิทธิภาพ ลักษณะการทำงานของพนักงาน นโยบายประสิทธิภาพพนักงาน ทำ การวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษาพบว่า ด้านรับผิดชอบและนโยบายพนักงาน และผลการดำเนินงาน EDC-UUM มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวก ในขณะที่เดียวกันลักษณะพนักงานไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงาน EDC-UMM การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าขั้นตอนการรับรองฮาลาลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยมนุษย์ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ระบุข้อตกลงของพวกเขา 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

นอกจากนี้การบริโภคนิสลามของมุสลิมนั้นจะต้องอยู่ภายใต้ความไว้วางใจและความมุ่งมั่นในระยะยาวเป็นส่วนประกอบหนึ่งของโซ่อุปทานของหุ้นส่วนที่ประสบความสำเร็จความไว้วางใจในความร่วมมือห่วงโซ่อุปทานสามารถกำหนดเป็นความตั้งใจที่จะพึ่งพาผู้ค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นความไว้วางใจต้องมีความโปร่งใสระหว่าง โซ่อุปทานของหุ้นส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการใช้ข้อมูลร่วมกันมากที่สุดรวมทั้งเรื่อง เกี่ยวกับข้อมูลของบริษัท เช่นปริมาณการขาย การวางแผนการผลิตและค่าใช้จ่ายและกระบวนการ โดยทั่วไปหมายถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของพันธมิตรแต่ละคนที่จะ

ใช้ความพยายามในการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวตามปกติ เช่น ความมุ่งมั่นของ บริษัท ในการลงทุนเพื่อสร้างลักษณะพิเศษกับลูกค้าของพวกเขาไม่ว่าจะเป็นการศึกษาด้านการลงทุน ทรัพยากรทางกายภาพหรือมนุษย์ได้แสดงให้เห็นว่าโดยกระทำการลงทุนดังกล่าวความสัมพันธ์ระหว่าง ใช้อุปทานของหุ้นส่วน ได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นและในที่สุดเพิ่มการทำธุรกรรมในอนาคต (Tieman, 2011 p.59)ในการศึกษาได้แบ่งห่วงโซ่อุปทานฮาลาลเป็นสี่ขั้นตอนของความไว้วางใจซึ่งเป็นองค์ประกอบ ของหลักการพื้นฐานและที่สำคัญในครั้งแรก (บริษัท ของชาวมุสลิม) และครั้งที่สอง (ผลิตภัณฑ์ฮาลาล) ขั้นตอน ที่ ขั้นตอนแรกตามที่ (Tieman, 2011) ได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องความไว้วางใจโดยผู้ขายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ผู้ผลิตที่เป็นมุสลิมจะต้องมีภาระกับพระเจ้าเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ที่เขาขายอยู่ในสถานะของอาหารที่ฮาลาลอย่างแท้จริง และเพื่อให้ผู้ซื้อจะมีความเชื่อมั่นว่า ผลิตภัณฑ์ที่เขาบริโภคนั้นฮาลาล ในระยะที่สององค์ประกอบความไว้วางใจที่เกิดขึ้นในรูปแบบของ ใบรับประกันให้กับผู้ซื้ออาหารฮาลาลจะไว้วางใจการรับรองฮาลาลหรือเครื่องหมายฮาลาลที่ติดอยู่บนสินค้าอุปโภคบริโภคหรือร้านค้าปลีก ใบรับรองหรือเครื่องหมายที่ออกโดยการรับรองมั่นใจผลิตภัณฑ์ และสถานที่ตามฉลากที่บอกให้ทราบว่าฮาลาลสำหรับมุสลิม นอกจากนี้ยังพบว่าชาวมุสลิมในประเทศยุโรปต้องการที่จะซื้ออาหารพวกเขาของ การซื้อเนื้อสดที่ฮาลาล จากร้านเนื้อในท้องถิ่นมากกว่าการซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกัน จาก หรือร้านค้าปลีก แม้จะมีความจริงที่ว่าซูเปอร์มาร์เก็ตหลัก หรือร้านค้าปลีก นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศฝรั่งเศสและประเทศเบลเยียมยังคงซื้อเนื้อสัตว์ฮาลาลที่ได้จากการขายเนื้อท้องถิ่นของพวกเขาเพราะมีความไว้วางใจและความเชื่อต่อผู้ขายเนื้อในท้องถิ่นเพราะ สามารถสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่าไม่มีการปนเปื้อนในเนื้อสัตว์ ของพวกเขา และสำหรับในสหรัฐอเมริกาหรืออเมริกา และแคนาดา พบว่าความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสัตว์ในหมู่ชาวมุสลิมและแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตอาหาร จะต้องทำทุกอย่างในขั้นตอนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดฮาลาลที่จะสร้างความไว้วางใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Mohamad, AB Hassan, H., 2011) ทั้งนี้หมายความว่า ระดับความคิดเห็นของมุสลิมในการเลือกซื้อสินค้าอาหารฮาลาลนั้นขึ้นอยู่กับความไว้วางใจที่มีต่อผู้ขาย จากผลการวิจัยพบว่า คณะกรรมการด้านศาสนา (ชารีอะห์) ของประเทศนั้นต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและให้ความสนใจในหลักการศาสนาอิสลามหรือชะรีอะห์อย่างแท้จริงและลึกซึ้ง สามารถนำเอาหลักการของกฎหมายอิสลามมาประยุกต์ใช้กับ

นวัตกรรมทางการผลิตสินค้าได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการผลิตสินค้าฮาลาลด้วย เนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรงของการผลิตสินค้าและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจ จำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมได้อย่างครบถ้วน จึงมีความจำเป็นที่ผู้บริหารอุตสาหกรรมอาหารเนื้อสัตว์ต้องให้ความสำคัญภายใต้หลักการอิสลาม ซึ่งสิ่งที่สำคัญคือจะต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์ด้านศาสนาอิสลามเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

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

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ Mohd Hafiz Zulfakar, (2010) ได้ทำการวิจัยที่ประเทศออสเตรเลีย เรื่อง ห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล หมายถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมอาหารได้จากความต้องการของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ปัจจุบันนี้อาหารฮาลาลได้กลายเป็นคำถามสำหรับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจขององค์กร และเป็นการแสดงความมีคุณธรรม ความซื่อสัตย์ ของอุตสาหกรรมอาหารโดยมีการคาดเป็นพิเศษว่า อาหารฮาลาลนั้นไม่ได้เป็นอาหารเฉพาะแต่ประเทศมุสลิมเท่านั้นยังรวมถึงประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมเรื่องอาหารฮาลาลพบว่าการเตรียมการในการให้ความรู้เชิงวิชาการด้านอาหารฮาลาลให้กับผู้สนใจและผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอย่างมากในกลุ่มอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nzadeh Nikfarjam (2011) กล่าวถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ฮาลาล โดยกล่าวถึงความกังวลของมุสลิมในการบริโภคเนื้อสัตว์แปรรูปนั้นมิใช่เริ่มจากการบริโภค แต่จะพิจารณาจากประเภทของสัตว์ที่จะนำมาฆ่าเพื่อเป็นอาหารนั้นต้องเป็นสัตว์ที่ได้รับอนุญาต เช่น สัตว์ปีก จะต้องมีการฆ่าตามพิธีกรรมของศาสนา

อิสลามที่จะทำให้สัตว์เหล่านั้นฮาลาลตามหลักการ นอกจากนี้ยังเป็นไปตามมาตรฐานที่เข้มงวดในด้านสุขอนามัย การรับรองมาตรฐานฮาลาลนั้นเริ่มต้นขึ้นในประเทศมาเลเซียตั้งแต่ปี 1982 โดยกรมพัฒนาอิสลามแห่งมาเลเซีย ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบภายใต้สหประชาชาติสำหรับกฎระเบียบการเตรียมการด้านอาหารของโลก และเป็นประเทศเดียวที่มีกฎเกณฑ์มาตรฐานด้านอาหารฮาลาลอย่างครบวงจร (Shambavi Rajagopal, Sitalakshmi Ramanan, Ramanan Visvanathan, 2012)

นอกจากนี้ Nor Aimi Haji Idris (2012) สรุปผลการวิจัยเรื่องเครือข่ายธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย จากกลุ่มตัวอย่าง 220 ตัวอย่างของ บริษัท แปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซีย พบว่าส่วนใหญ่ บริษัท ต้องเผชิญกับปัญหาในการจัดตั้งเครือข่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายในตลาดโลก โดยมีข้อจำกัดในระดับโลกทั้งที่มีโอกาสสูง ปัจจัยในการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศมาเลเซียสอดคล้องกับงานวิจัยของชูชาน (2003) คือ ความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยสนับสนุน

นอกจากนี้ บริษัทส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะขยายเครือข่ายธุรกิจของพวกเขาผ่านเครือข่ายร่วมในสังคมเช่นในหมู่เพื่อนพันธมิตรทางธุรกิจและสมาชิกในครอบครัว 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) ทั้งนี้หมายความว่าวัฒนธรรมอิสลาม และค่านิยมตามวิถีชีวิตอิสลามส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคมุสลิมอันมาจากความเชื่อในเรื่องของศาสนาเกี่ยวกับข้อห้ามการบริโภคอาหารที่ไม่สะอาด ซึ่งส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเนื้อแปรรูป อันเป็นปัจจัยที่เกิดจากความต้องการที่อยู่ภายในจิตใจของมุสลิมที่มีกระบวนการที่ผ่านจิตสำนึกที่มีอิทธิพลที่ทำให้มุสลิมจะต้องมีการวางแผนและคิดก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอาหารฮาลาลซึ่งมีผลมาจากความเชื่อทางศาสนา เป็นไปตามทฤษฎีที่มีการวางแผนและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้ามุสลิมที่แตกต่างจากผู้บริโภคในศาสนาอื่น เพราะพฤติกรรมของมุสลิมในการ นั้นจะต้องพิจารณาถึงหลักการของศาสนาอย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุผลของข้อห้ามในอิสลาม (Allam Ahmed, 2008)

สมมติฐานที่ 15 ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพฮาลาลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ประเทศในภูมิภาคอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับการวิจัยที่กล่าวถึงระบบประกันคุณภาพอาหารฮาลาล หนึ่งในวิธีการเพื่อให้แน่ใจว่ามีความเชื่อมั่นในหมู่ผู้ซื้อชาวมุสลิมเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลคือการมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาล นอกจากระบบตรวจสอบย้อนกลับฮาลาล เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นเครื่องหมายแสดง ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันด้านศาสนาอิสลาม หรือได้รับการพิสูจน์โดยหน่วยงานของฮาลาลรับรอง เพื่อยืนยันความมั่นใจให้กับลูกค้ามุสลิม ซึ่งมีความกระตือรือร้นแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองฮาลาลไม่เพียง แต่ในระหว่างกิจกรรมการซื้อ แต่หมายรวมไปถึงในสถานที่รับประทานอาหารใด ๆ เช่น การซื้อกลับบ้าน ในร้านอาหาร ภัตตาคาร และอื่น ๆ โดยจะต้องแสดงใบรับรองฮาลาลหรือ โลโก้ที่พวกเขาจะรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นฮาลาลอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ ทำหน้าที่จัดเตรียมอาหารต้องเป็นไปและ สอดคล้องกับกฎหมายอิสลาม ผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลที่สอดคล้องและมีความพร้อมที่จะบริโภคโดยไม่ต้องสงสัยใด ๆ ตามที่แจ้ง ใบรับรองเป็นอำนาจที่เป็นอิสระและมีความน่าเชื่อถือพยานหลักฐานที่สนับสนุนด้าน ฮาลาล อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันจากการละเมิดหรือการประพฤติดีใด ๆ ใบรับรองฮาลาลต้องมีระยะเวลาการรับรองจากองค์กรที่มีชื่อเสียง ปัจจุบันนี้ไม่มีมาตรฐานฮาลาลที่เป็นมาตรฐานในโลกทุกประเทศมีมาตรฐานฮาลาลเฉพาะของตนเองที่ต้องปฏิบัติตามหลักการฮาลาลในประเทศนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ สำหรับบางประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม ได้มีมาตรฐานฮาลาลเนื่องจากหน่วยงานของเจ้าหน้าที่ฮาลาลต่าง ๆ นี้ได้นำไปสู่ความสับสนเข้าใจผิดและ เกิดความผิดพลาดใน

การตรวจสอบและการรับรองฮาลาลประธานฟอรัมฮาลาล, Khairy Jamaluddin ที่ยกมาโดย Wan ʿIzzat ได้กล่าวถึงกรณีที่ไม่มีมาตรฐานฮาลาลทั่วโลกทำให้ การเจริญเติบโตซ้ำของอุตสาหกรรมฮาลาลแม้จะมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ของมาตรฐานปัจจุบันทั่วทั้งองค์กรที่แตกต่างกัน หลีกเลียงไม่ได้เนื่องจาก ในการเรียนการสอนในการปฏิบัติศาสนอิสลาม เพราะเหตุนี้มันเป็นไปได้ที่จะพัฒนาที่เรียกว่ามีเพียงหนึ่งเดียวและเพียงพอกับทุกระดับโลกมาตรฐานอาหารฮาลาลที่สามารถนำมาใช้โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมวัฒนธรรม ฮาลาล

สมมติฐานที่ 16 บัญญัติความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการอุปทานส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐะปะนีย์ มะลิซ้อน (2539) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ ศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด วิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ วิเคราะห์การขยายตัวของการส่งออกโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยในประเทศลูกค้าที่สำคัญและเพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผลการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ของประเทศไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญได้แก่ เวียดนาม เอกวาดอร์ อินเดีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และจีน โดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลใน 3 ช่วงเวลาคือ ปี 2525-2529, 2530-2534 และ 2535-2536 ปรากฏว่าทุกประเทศมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ สำหรับไทยมีแนวโน้มที่ความได้เปรียบดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่มีอัตราการเพิ่มที่ลดลงในทำนองเดียวกันกับเวียดนาม เอกวาดอร์ และอินเดีย ขณะที่อินโดนีเซีย เม็กซิโกและจีน มีความได้เปรียบดังกล่าวลดลงสำหรับผลการศึกษการขยายตัวของการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทย โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งการตลาดคงที่ในช่วงเวลาเช่นเดียวกับช่วงเวลาข้างต้น พบว่ามูลค่าการส่งออกระหว่าง 2 ช่วงเวลาแรกเพิ่มขึ้นเป็นผลเนื่องมาจากการแข่งขันที่แท้จริง รองลงมาคือผลด้านทิศทางการส่งออก และผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลการกระจายตลาด สำหรับการเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกของ 2 ปีหลัง พบว่าเพิ่มขึ้นเช่นกันเป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริงรองลงมาคือผลจากอัตราการขยายตัวของตลาดโลกและผลด้านทิศทางการส่งออกตามลำดับ แต่ลดลงเล็กน้อยเพราะผลการกระจายตลาด ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการนำเข้ากุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยในญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกาและสิงคโปร์ ระหว่างปี 2523-2534 2509-2537 และ 2517-2537 ตามลำดับ ปรากฏว่าตัวแปรรายได้ประชาชาติต่อหัวของแต่ละ

ละประเทศ 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 ล้านดอลลาร์ต่อปี ซึ่งนับเป็นจำนวนเงินมหาศาล ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมทั้งด้านแหล่งวัตถุดิบอาหารฮาลาลที่ใหญ่กว่าประเทศอื่นๆ และมีศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลตรวจรับรอง แต่พบว่าอาหารฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่นิยมในต่างประเทศเท่าที่ควร ซึ่งจากการเก็บข้อมูลและประชุมกับตัวแทนผู้ประกอบการได้ข้อสรุปว่า การดำเนินงานด้านอาหารฮาลาลของไทยมีปัญหาหลักเนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ฮาลาลของไทยมีหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแต่ขาดการประสานงานแบบบูรณาการที่เป็นเอกภาพ ทำให้ผู้ประกอบการดำเนินการได้ล่าช้า และเกิดความซับซ้อน เช่น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ให้การรับรองตราฮาลาล ซึ่งจะพิจารณาเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่รับรองกระบวนการฮาลาล (HAL-Q) ในขณะที่คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ให้การสนับสนุนงานวิจัยผลิตภัณฑ์ฮาลาล

#### อภิปรายผลสำหรับผลการวิจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเชื่อทางวัฒนธรรมต่อเครื่องหมายฮาลาล

โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยสอดคล้องไม่กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งนี้อาจเป็นผลจากการที่พนักงานในองค์กรที่ทำการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารของไทยไม่เข้าใจในองค์ความรู้และหลักความเชื่อของศาสนาอิสลามเกี่ยวกับหลักการทำความสะอาดตามหลักชารีอะห์ อาจเป็นเพราะขาดบุคลากรที่เป็นมุสลิมในการปฏิบัติหน้าที่ด้านการผลิต ตั้งแต่กระบวนการรับปัจจัยการผลิตเข้าสู่โรงงาน

นอกจากนี้อาจเกิดจากความรู้ด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลของผู้ปฏิบัติในโรงงานผลิตอาหารที่ขาดความรู้ในหลาย ๆ ประเด็น คือ ไม่มีความเข้าใจในเรื่องขั้นตอนเตรียมส่วนผสมที่ใช้ในการผลิต เริ่มตั้งแต่ การบริหารจัดการฟาร์มเลี้ยงสัตว์ขั้นตอนของส่วนผสม การให้อาหารสัตว์ การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต วัสดุคูป การขนส่ง รวมทั้งการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นแนวคิด



พื้นฐานที่ต้องมาจากความรู้ด้านศาสนาอิสลามในเรื่องของหลักการจากอัลกุรอานและอัลหะดีษ (Mohamed Syazwan Bin Ab Talib, Lim Rubin, Vincent Khor Zhengyi, 2011)

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานส่งออกอาหารฮาลาลไทยสู่ตลาดในภูมิภาคอาเซียน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังมีการวิจัยที่กล่าวถึงระบบประกันคุณภาพอาหารฮาลาล หนึ่งในวิธีการเพื่อให้แน่ใจว่ามีความเชื่อมั่นในหมู่ผู้ซื้อชาวมุสลิมเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลคือการมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาล แต่เนื่องจากผู้ประกอบการ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้และเห็นว่าผู้บริโภคไม่สามารถทราบถึงกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังขาดระบบตรวจสอบย้อนกลับฮาลาล เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นเครื่องหมายแสดง ให้เห็นว่าบอกว่าผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสถาบันด้านศาสนาอิสลาม หรือได้รับการพิสูจน์โดยหน่วยงานของฮาลาลรับรอง เพื่อยืนยันความมั่นใจให้กับลูกค้ามุสลิม ซึ่งมีความ กระตือรือร้นแสวงหาผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองฮาลาลไม่เพียง แต่ในระหว่างกิจกรรมการซื้อ แต่หมายรวมไปถึงในสถานที่รับประทานอาหารใดในลักษณะต่าง ๆ กับกฎหมายอิสลาม ในคำอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นฮาลาลที่สอดคล้องและมีความพร้อมที่จะบริโภคโดยไม่ต้องสงสัยใด ๆ ตามที่ ไบรับรองของผู้ประกอบการ และองค์กรผู้ให้การรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่สามารถนำมาใช้โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม

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

## ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ประโยชน์ด้านวิชาการ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### ประโยชน์ด้านวิชาการ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการแสดงผลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอาหารแปรรูปฮาลาลในประเทศไทยในการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน การวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดมุมมองใหม่ในทางวิชาการดังต่อไปนี้

1. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยผ่านมิติความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมการเมือง และการกำหนดนโยบายภาครัฐ ผ่านปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
2. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในผ่านความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมด้านกายภาพ ความพร้อมด้านการเงิน และความพร้อมด้านเทคโนโลยีการผลิต ไปยังปัจจัยความร่วมมือในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลไปสู่ตัวแปรตามระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
3. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ผ่านมิติด้านความจงรักภักดี มิติด้านความซื่อสัตย์มีคุณธรรม และมิติความเชื่อมั่นต่อหุ้นส่วนการค้า โดยผ่านปัจจัยความเชื่อถือทางวัฒนธรรมอิสลามที่มีต่อเครื่องหมายฮาลาล ไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
4. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ผ่านมิติความไว้วางใจระหว่างผู้ประกอบการ มิติด้านความเชื่อถือองค์กรอาหารฮาลาล และมิติการตรวจสอบย้อนกลับ ไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน
5. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยความเชื่อถือทางวัฒนธรรมอิสลามฮาลาล โดยผ่านมิติความเชื่อมั่นต่อความสะอาดตามหลักการศาสนาอิสลาม มิติ เชื่อมั่นต่อกระบวนการคุณภาพ และมิติการระบุรายละเอียดเฉพาะตามหลักการอิสลาม ไปสู่ตัวแปรตาม คือ

ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร

ฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

6. การแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุ คือปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านมิติประสิทธิภาพการตอบสนองตลาด มิติประสิทธิภาพการดำเนินงาน และมิติความเจริญเติบโตขององค์กรไปสู่ตัวแปรตาม คือระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทั้ง 7 ปัจจัยในการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการวิจัยนี้เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น โดยยังไม่พบงานวิจัยในลักษณะการจับวางตัวแปร 7 ตัวแปรดังกล่าวข้างต้นใน 1 โมเดล ซึ่งถือได้ว่าโมเดลการวิเคราะห์ครั้งนี้เป็นข้อค้นพบใหม่สำหรับสังคมมุสลิม

**ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน**

จากผลการวิจัย ก่อให้เกิดความรู้ และความเข้าใจต่อการบริหารจัดการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน

ดังนั้นองค์กรกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ดำเนินการด้านการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยแต่ละด้านความสัมพันธ์ต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในระดับสูง ดังนั้นลูกค้าผู้ประกอบการควรด้วยนำผลตัวแปรความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับข้อสมมติฐานมาใช้ในการสร้างความมั่นใจแก่เครือข่ายความร่วมมือในอุตสาหกรรมมากขึ้นเพื่อให้ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจการค้า การส่งออกระหว่างประเทศ ทั้งนี้จะทำให้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ในห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาลของประเทศไทย ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการอาหารฮาลาลจำนวนมากที่ยังขาดความเข้าใจในหลักการของการผลิตอาหารเพื่อให้เป็นอาหารฮาลาลนั้นเป็นผลมาจากความเชื่อ

ของผู้นับถือศาสนาอิสลาม หากผู้ประกอบการสามารถเข้าใจในปรัชญาที่แท้จริงก็จะช่วยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับโอกาสจากการเติบโตของตลาดฮาลาลโลกได้

3. ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การสร้างเครือข่ายของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลนั้นยังขาดการเชื่อมต่อในระดับโลก ทั้งนี้เป็นผลมาจากการขาดเอกภาพของเครื่องหมายฮาลาลและขาดการเชื่อมต่อในด้านของข้อมูลข่าวสารด้านสารสนเทศและเทคโนโลยี หากได้รับการพัฒนาในเรื่องดังกล่าวนี้ย่อมส่งผลให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ

ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้จะมีส่วนทำให้การบริหารธุรกิจด้านการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยมีความชัดเจนมากขึ้น ส่งผลทำให้สามารถส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์การอาหารฮาลาลตามหลักการแบบอิสลามกับกลุ่มเป้าหมายได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสในการทำการตลาดสินค้าอาหารไปยังกลุ่มมุสลิมทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ดียิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้อีกด้วย

นอกจากนี้ผลการวิจัย ทำให้เห็นความชัดเจนทางความคิดของมุสลิมสู่การก่อพฤติกรรมอันนำไปสู่กระบวนการผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน ทำให้เกิดมุมมองในด้านการบริหารจัดการประเทศไทยสู่การค้าการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหาร นอกจากนี้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการภายในองค์กร รวมทั้งนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดสำหรับลูกค้ามุสลิมทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะฝ่ายของธุรกิจการค้าการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของผู้ประกอบการส่งออกของนักธุรกิจไทยไปสู่ประเทศกลุ่มอาเซียนได้มากยิ่งขึ้น

ทั้ง 7 ปัจจัยส่งผลต่อการบริหารจัดการของธุรกิจการค้าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทย ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ ผู้วิจัยขอให้ข้อเสนอแนะดังนี้

1. เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายด้านการบริหารจัดการสำหรับอุตสาหกรรมการค้าสินค้าอาหารฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศในอาเซียน โดยเฉพาะประเทศที่มีประชากรมุสลิมจำนวนมาก เช่น ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศพม่า เป็นต้น อันส่งผลต่อการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น

2. เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล เพิ่มมากขึ้น ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบุคลากร การให้ความรู้ในรูปแบบการอบรมให้มีความรู้ตามหลักการอิสลามเพิ่มมากขึ้น

3. ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ แพะ รวมทั้งสัตว์ปีก เช่น เป็ด ไก่ ให้มีความเข้าใจในกระบวนการผลิตสินค้าแปรรูปให้มีคุณภาพมาตรฐานฮาลาลได้อย่างทั่วถึง เพื่อ

ก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ

### **ประโยชน์สำหรับองค์กรมุสลิมในประเทศไทย**

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จทางวัฒนธรรมอิสลามและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กรไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกอาหารฮาลาลไปสู่อาเซียน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจในบริบทของหลักการความสะอาดแบบฮาลาลของอิสลาม ดังนั้นผลการวิจัยนี้ขอมแนะนำให้องค์กรผู้นำศาสนาอิสลามใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่ต้องการใบรับรองคุณภาพฮาลาลได้เรียนรู้และเข้าใจแนวคิดอิสลามที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลอย่างจริงจังและอย่างครบวงจร โดยสถาบันด้านศาสนาอิสลามและหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการพัฒนาแนวคิดนี้ให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้นในอนาคต

### **ข้อเสนอแนะ**

ผู้วิจัยได้นำข้อค้นพบที่สำคัญของการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการระบบการบริหารภายในองค์กร อุตสาหกรรมอาหารองค์กรภาคศาสนาอิสลามและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล รวมทั้งเกษตรกรผู้ประกอบการธุรกิจด้านการปศุสัตว์ โดยผู้วิจัยประมวลผลการวิจัยเป็นข้อเสนอแนะ สำหรับการวิจัยในอนาคต ดังนี้

#### **ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต**

สำหรับนักวิจัยที่มีความสนใจเกี่ยวกับองค์การธุรกิจด้านอุตสาหกรรมการผลิตอาหารประเภทอื่น หรือการบริการซึ่งแตกต่างกัน หากนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียนไปใช้กับองค์การธุรกิจในลักษณะอื่น หรือกลุ่มตัวอย่างอื่นเพื่อการพัฒนาแบบจำลองที่เหมาะสม และสามารถนำไปอธิบายปัจจัยการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในบริบทอื่น ๆ ทั้งนี้อาจปรับเปลี่ยนตัวแปรบางตัวเพื่อให้เกิดความเหมาะสม หรืออาจใช้ในกลุ่มตัวอย่างเดิมของอุตสาหกรรมอาหารในลักษณะที่มีตัวแปรบางตัวที่เปลี่ยนไป หรืออาจนำไปทดลองในสถานที่ เวลา และสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่ควรศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต เพื่อประโยชน์ทางวิชาการและการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแบบอิสลามในอันที่จะทำให้ได้ความรู้ และข้อยืนยันที่กว้างขวางและชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะใน 5 ประเด็น ดังนี้

1. ควรทำวิจัยเชิงลึกเพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นมุสลิมทั้งในธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่
2. ควรทำการวิจัยเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการมุสลิมในประเทศไทย กับมุสลิมในประเทศเพื่อนบ้านที่มีบริบทใกล้เคียงกับประเทศไทย เช่น ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย เป็นต้น
3. ควรทำการวิจัยในมิติของตัวแปรความเชื่อด้านวัฒนธรรมอิสลามแต่ละมิติเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอื่น ๆ โดยตรง เพื่อให้สามารถอธิบายความแตกต่างของอำนาจการทำนายแต่ละมิติของตัวแปรตามได้ดียิ่งขึ้น
4. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของคณะกรรมการด้านศาสนา (ชาริอะฮ์) ที่มีต่อการบริหารจัดการความรู้ของระบบการรับรองคุณภาพอาหารฮาลาล เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปเผยแพร่ต่อมุสลิมในประเทศไทยเพื่อสร้างความเชื่อถือไว้วางใจเพิ่มมากขึ้น
5. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยเปรียบเทียบกับในประเทศเพื่อนบ้าน
6. การวิจัยครั้งนี้ได้ทดสอบตัวแบบสมมติฐานกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลาง ผลการศึกษาครั้งนี้อาจไม่ครอบคลุมกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรืออุตสาหกรรมข้ามชาติอื่น ๆ ดังนั้นจึงควรนำตัวแบบที่ได้สร้างขึ้นนี้ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หรือในพื้นที่อื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ผลสรุปการวิจัยที่สามารถกระจายไปสู่ประชากรหรือเป็นตัวแทนของประชากรในขอบเขตที่กว้างขวางยิ่งขึ้น และเพื่อต่อยอดงานวิจัยครั้งนี้

#### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร

1. สำหรับหน่วยงานที่ควรปรับปรุงให้เกิดระบบของการตรวจสอบ เพื่อควบคุมให้สอดคล้องกับหลักการมาตรฐานฮาลาล ทั้งในส่วนของสถานประกอบการจะต้องดูแลระบบตั้งแต่ภายในโรงงาน รวมทั้งในส่วนของการนำเข้า ผู้ส่งวัตถุดิบ บริษัทขนส่ง และทำเรือส่งออกสินค้า จำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยต้องจัดการแยกการขนส่ง พื้นที่จัดเก็บ ระหว่างสินค้าฮาลาลออกจากสินค้าไม่ฮาลาล ตามหลักการทางศาสนาอิสลาม
2. สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงปศุสัตว์ ประกอบด้วย ผู้เลี้ยงโค แพะ แกะ หรือสัตว์อื่น ๆ ที่เป็นสัตว์ที่อนุญาตให้บริโภคตามหลักการศาสนาอิสลามได้ต้องได้รับการพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้เชิงวิชาการและการปฏิบัติด้านการบริหารจัดการฟาร์มให้เป็นไปตามหลักการของความสะอาด ถูกสุขลักษณะอาชีวอนามัยตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร และความปลอดภัย ถูกสุขอนามัยตามหลักการฮาลาลแบบอิสลามด้วยการเข้าร่วมกับหน่วยงาน องค์กรศาสนาอิสลามที่สามารถให้

ความรู้ด้านกระบวนการเลี้ยง แปรรูป ผลิตภัณฑ์ที่ต้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรได้อย่างแท้จริง

### สรุป

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



## บรรณานุกรม

- ธนาคารกสิกรไทย. (2544). เศรษฐกิจคู่ค้าหลักชะลอตัว : ผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าเกษตรไทย กระแสทรรศน์ แหล่งที่มา : <http://www.tfrc.co.th> (ค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2544)
- นลินี โหมาศวิน. (2548). อาหารฮาลาลทางเลือกใหม่ในการส่งออกอาหาร (ตอนที่ 1) วารสารผู้ส่งออก ปีที่ 18 ฉบับที่ 421 (กุมภาพันธ์) หน้า 47-54.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลอิสระ: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2544). “อาหารทะเลกระป๋องปี 45 : ส่งออก..เผชิญปัญหาหนัก” มองเศรษฐกิจ แหล่งที่มา: <http://www.tfrc.co.th> (ค้น 1 กรกฎาคม 2551)
- พัศตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. (2542) การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฝ่ายข้อมูลการส่งออก. (2544). “อาหารฮาลาล” รายงานเรื่องอาหารฮาลาลปี 2544 ฝ่ายข้อมูลการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุขโขไช. (2544). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บุญศิริการพิมพ์
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2545). สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์แนะนำธุรกิจ สถาบันคีนันแห่งเอเชีย. 2547. อุตสาหกรรมอาหารไทย: สิ่งท้าทายและโอกาสในตลาดโลก เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงวิชาการ.
- ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก (2544). โครงการการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และศึกษาความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนใต้ รายงานการศึกษาวิจัย คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ, กรมส่งเสริมการส่งออก, อนาคตสินค้าไทยในโลกยุคใหม่, TRADE INFORMATION SHEET ฉบับที่ 369 วันอังคารที่ 2 มีนาคม 2548.
- สังวร ังคระโทก (2545). “หลักการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุแบบพหุระดับ การวิเคราะห์องค์ประกอบแบบพหุระดับและการวิเคราะห์โมเดล ใ้ซึ่งพัฒนาการแบบพหุระดับ:



- วิธีการของ Muthen” วารสารวิธีวิทยาการวิจัย ฉบับที่ 15 เล่ม 1 หน้า 85-103.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร:  
สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้า พรินติ้ง
- สุกมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญโญภานะวัฒน์. (2552). สถิติวิเคราะห์  
สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม  
LISREL, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุวิมล ตีรกันันท์ (2543). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ.  
กรุงเทพ โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2546). ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเศรษฐกิจ  
ยั่งยืนของประเทศไทย วารสารเศรษฐกิจสังคม ฉบับ มี.ค. – เม.ย. 2546.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรอบยุทธศาสตร์การปรับ  
โครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในระยะ 4 ปี (2548-2551)  
11 มกราคม 2548 (คืนเมื่อ 30 มีนาคม 2551) จาก [www.nsedb.go.th](http://www.nsedb.go.th).
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) การพัฒนาอุตสาหกรรม  
ฮาลาล ปี 2544-2549.
- สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป (2537) โครงการศึกษาวิจัยความสามารถในการแข่งขันของ  
อาหารทะเลกระป๋องในตลาดต่างประเทศ ในระยะ 5 ปีข้างหน้า. รายงานการศึกษา  
วิจัย มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย
- สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป. (2544) “สถิติการส่งออกอาหารทะเลกระป๋อง” แหล่งที่มา  
<http://www.thaifood.org.thml>. 22 มิถุนายน 2545 และ 15 พฤศจิกายน 2545.
- อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง (2543). ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธนรัช-  
การพิมพ์.
- ฮาลาลประเทศไทย (2545). ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล <http://www.halalthailand.com> 22 มิถุนายน  
2545. (คืนเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2551)
- Fazeli (2000), ‘The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: a Conceptualization  
With focus on Entrepreneurial Competencies’, in Thomas, W., Theresa, L. and K.F.  
Chan (ed.), Journal of Business Venturing 17 (2000), pp. 126.
- Kortbech-Olsen, Rudy (1998). Exportin organic foods, International Trade Forum, (3), pp. 4-9

Kotler, Philip. (1997). Marketing management: Analysis, planning, implementation and control.

9 th ed. New jersey: a simon & Schuster Company.

Nelson (1992), 'The Cometitiveness of Small and Medium Enterprises: a conceptualization with

Focus on Entrepreneurial Competencies', in Thomas, W., Theresa, L. and K.F. Chan (ed.),

Journal of Business Venturing 17 (2000), pp. 123.

Porter, Michael E. (1986a). Competition in Global Industries. Harvard Business

School press, Boston.

Porter, Michael E. (1990). The competitive advantage of Nations with a new introduction,

The Free Press, 1990, p. 133.

Song (2004). 'The export competitiveness of ASEAN, China and the East Asian NIEs,

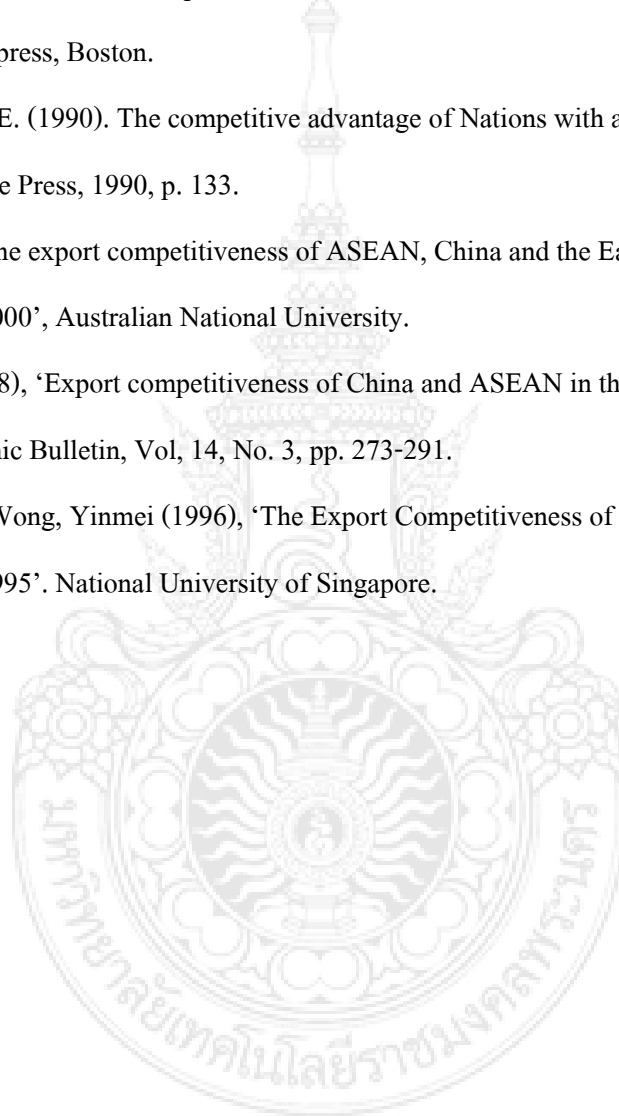
1987-2000', Australian National University.

Voon, J. P. (1998), 'Export competitiveness of China and ASEAN in the U.S. Market', ASEAN

Economic Bulletin, Vol, 14, No. 3, pp. 273-291.

Wilson, P. and Wong, Yinmei (1996), 'The Export Competitiveness of ASEAN Economics

1986-1995'. National University of Singapore.



ภาคผนวก



## แบบสอบถาม

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย-อาเซียน”

คณะผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะเป็นความลับ และจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ชื่อผู้ให้ข้อมูล..... เลขที่..... ถนน.....

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

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามในช่องว่าง โดยใส่เครื่องหมาย X หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  1.ชาย  2. หญิง

2. อายุ  1. ต่ำกว่า 30 ปี  2. 30-40 ปี

3. 40-50 ปี  4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

3. ขนาดของกิจการ (ผลประกอบการ) หากเป็นพนักงาน ข้ามข้อ 3-5

1. ต่ำกว่า 5 ล้านบาท  2. 6-10 ล้านบาท

3. 11 - 20 ล้านบาท  4. มากกว่า 21 ล้านบาทขึ้นไป

4. ทุนจดทะเบียน

1. ต่ำกว่า 5 ล้านบาท  2. 5-10 ล้านบาท

3. 11-20 ล้านบาท  4. มากกว่า 21 ล้านบาท

ขึ้นไป

5. กิจการของท่านดำเนินธุรกิจในรูปแบบใด

1. กิจการเจ้าของคนเดียว  2. ห้างหุ้นส่วน (จำกัด)

3. บริษัท จำกัด  4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 คำชี้แจง ให้ใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องที่เหมาะสม ตามเหตุผลที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านแต่ละข้อมีระดับความคิดเห็นให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

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

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – อาเซียน

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. ภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศมีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าของบริษัท					
2. บริษัทได้รับโอกาสเพิ่มขึ้นจากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจส่งผลต่อยอดการส่งออกของบริษัท					
3. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลกระทบต่อส่งออก					
4. การกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลส่งผลต่อการส่งออก					
5. การตกลงการค้าระหว่างประเทศของรัฐบาลส่งผลดีต่อบริษัท					
6. บริษัทได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง					
7. อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรมุสลิมในอาเซียนมีผลกระทบต่อส่งออกอาหารของบริษัทเป็นอย่างมาก					

ปัจจัยด้านทรัพยากร มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาล  
สู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – เอเชีย

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. บริษัทตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจส่งออก					
2. บริษัทตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมที่ได้รับการบริการช่วยเหลือจากภาครัฐ					
3. บริษัทมีทรัพยากรที่มีความพร้อมในทุกด้าน					
4. บริษัทมีการบริหารจัดการภายในที่มีประสิทธิภาพ					
5. ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ในการบริหารการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศอย่างชัดเจน					
6. บริษัทมีระบบการบริหารงานด้านการผลิตที่ได้มาตรฐานระดับสากล					

ปัจจัยด้านความสามารถในการปฏิบัติการ มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการ  
ส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – อาเซียน

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. บริษัทบริหารการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
2. บริษัทมีการบริหารปัจจัยการผลิตอย่างเป็นระบบ					
3. บุคลากรได้รับการพัฒนาอบรมอย่างต่อเนื่อง					
4. บุคลากรเป็นผู้มีทักษะในการประสิทธิภาพในระดับสูง					
5. มีการตรวจสอบเครื่องมือ วัสดุภายในโรงงานเพื่อให้มีความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ					
6. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ					
7. บริษัทมีการวิจัยเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ดีอยู่ตลอดเวลา					

ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออก  
อาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – อาเซียน

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. บริษัทที่มีการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพ					
2. ผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง					
3. บริษัทมีความสามารถในการควบคุมความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนงานตราระหว่างประเทศ					
4. บุคลากรด้านการเงินมีความสามารถอยู่ในระดับสูง					
5. การบริหารการหมุนเวียนของเงินของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ					





ปัจจัยด้านกฎหมายมีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่  
เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – อาเซียน

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. บริษัทมีบุคลากรด้านกฎหมายที่มีประสิทธิภาพ					
2. บริษัทปฏิบัติตามด้านภาษีอย่างเคร่งครัด					
3. บริษัทดำเนินนโยบายด้านภาษีตามหลักการสากล					
4. พิกัดอัตราภาษีอากรระหว่างประเทศมีความยืดหยุ่นสูง ในประเทศกลุ่มอาเซียน					
5. รัฐบาลกำหนดมาตรการให้การสนับสนุนการส่งออก สินค้าฮาลาลเพิ่มมากขึ้น					
6. รัฐบาลให้สิทธิพิเศษทางการค้าของสินค้าฮาลาลสำหรับ ประเทศในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้น					



ปัจจัยด้านการขนส่งมีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่  
เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – อาเซียน

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. บริษัทที่มีการบริหารจัดการขนส่งสินค้าได้มีประสิทธิภาพ					
2. บริษัทที่มีการขนส่งและจัดแยกสินค้าฮาลาลออกจาก สินค้าไม่ฮาลาลอย่างชัดเจน					
3. การขนส่งภายในโรงงานมีประสิทธิภาพสูง					
4. บริษัทที่มีการบริหาร โลจิสติกส์และซัพพลายเชนได้อย่าง เหมาะสม					
5. บริษัทมีนโยบายด้านการขนส่งภายในและภายนอกได้มี ประสิทธิภาพ					
6. บริษัทมีสิ่งอำนวยความสะดวกในกระบวนการขนส่งที่ ได้มาตรฐานสากล					

ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพอาหารฮาลาลมีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันในการ  
ส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – เอเชีย

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. บริษัทที่มีความเชื่อถือเครื่องหมายรับรองคุณภาพอาหารฮาลาลของประเทศไทย					
2. มีการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานฮาลาลทุกขั้นตอน					
3. มีการควบคุมคุณภาพการผลิตตามมาตรฐานอาหารสากล					
4. มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพที่มีความชำนาญและเป็นมุสลิม					
5. บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาลตลอดทุกปี					
6. สถาบันรับรองเครื่องหมายคุณภาพฮาลาลของไทยได้รับการยอมรับจากประเทศในกลุ่มอาเซียน					
7. กระบวนการผลิตมีการป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งไม่ฮาลาลทุกขั้นตอน					

การสร้างความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกอาหารฮาลาลสู่เส้นทางโลจิสติกส์ไทย – เอเชีย

ข้อความ	5	4	3	2	1
1. ขนาดของบริษัทที่มีผลต่อความสามารถในการได้เปรียบทางการแข่งขัน					
2. ความสามารถในการปฏิบัติการของบริษัทอยู่ในระดับดี					
3. บริษัทมีแรงงานที่มีความสามารถในระดับสูง					
4. บริษัทได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐบาลในการได้รับยกเว้นภาษีระหว่างประเทศ					
5. บริษัทมีนโยบายการลงทุนในต่างประเทศในอนาคต					
7. เส้นทางขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของไทยเป็นโอกาสที่ดีของการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน					
8. เครื่องหมายฮาลาลของไทยสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน					

**ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

1. ปัจจัยอื่น ๆ ที่ท่านคิดว่ามีผลต่อความสามารถในการส่งออกอาหารของไทย

.....  
.....  
.....

2. ท่านคิดว่าการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยให้เกิดความสามารถในการส่งออกของไทยหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....  
.....  
.....  
.....

3. การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนที่มีประชากรมุสลิมเกือบร้อยละ 50 ท่านคิดว่าจะได้รับโอกาสในเรื่องนี้อย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

4. ท่านคิดว่าภาครัฐควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านใดบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

**ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งในความร่วมมือและการสละเวลาอันมีค่าของท่าน**

## ประวัตินักวิจัย

### ประวัติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาเรียม นะมิ

ชื่อ -นามสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มาเรียม นะมิ

หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก

สาขาวิชาการจัดการ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เลขที่ 86 ถนนพิบูลย์โลก แขวงสวนจิตรลดา

เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์

02 2829101 ต่อ 1221, 083 -1983021

e-mail address

mariamnami@gmail.com

### ประวัติการศึกษา

ปริญญาเอก - ปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต (ปร.ค.) บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาโท - บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (ค.อ.ม.)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปริญญาตรี - บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) การแนะแนว

การศึกษา การประชาสัมพันธ์

### ผลงานด้านงานวิจัย

“ภาวะการมีงานทำของบัณฑิตและคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์” งบประมาณ  
ผลประโยชน์คณะบริหารธุรกิจ ปีงบประมาณ 2549

“แนวโน้มความต้องการบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจ” งบประมาณผลประโยชน์คณะ  
บริหารธุรกิจ ปีงบประมาณ 2551

“การตัดสินใจเลือกอาชีพของนักศึกษาบริหารธุรกิจ” งบประมาณผลประโยชน์คณะ  
บริหารธุรกิจ ปีงบประมาณ 2552

“การตัดสินใจส่งออกอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการในประเทศไทย”  
จากงบประมาณแผ่นดิน ปี 2552

“การเกิดขึ้นและการดำรงอยู่ของการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”  
งบประมาณผลประโยชน์คณะบริหารธุรกิจ ปีงบประมาณ 2554 (วิจัยร่วม)

“การวิจัยเชิงนโยบายเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายอุปทานอาหารฮาลาลประเภทเนื้อสัตว์และ  
อาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทยสู่ภูมิภาคอาเซียน” งบประมาณสำนักงานคณะกรรมการวิจัย  
แห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2554

“การศึกษาความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ  
อาหารแปรรูปของชาวมาเลเซีย” จากงบประมาณแผ่นดิน ปี 2554

“ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน  
ของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลสู่ตลาดตะวันออกกลาง” (ปีงบประมาณ 2555)

“ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีงานทำของบัณฑิตภายใต้ผลกระทบของการ  
เสรีด้านแรงงานของกลุ่มประชาคมอาเซียนในประเทศไทย” (ปีงบประมาณ 2555)

“ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่มีต่อการบริหารจัดการแบบ green logistics ในธุรกิจการขนส่งทาง  
บกในประเทศไทย” (ปีงบประมาณ 2555) วิจัยร่วม

แผนงานวิจัย“แนวทางการเตรียมความพร้อมเชิงกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลเพื่อรองรับการเปิดเส้นทางโลจิสติกส์อาเซียน”  
(ปีงบประมาณ 2557)

1. โครงการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ให้บริการ  
ธุรกิจสปาฮาลาลเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจ  
อาเซียน” หัวหน้าโครงการวิจัย

2. โครงการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการผู้  
ให้บริการธุรกิจสปาฮาลาลเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของการเปิดเสรีประชาคม  
เศรษฐกิจอาเซียน” ผู้ร่วมวิจัย

3. โครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษามาตรฐานธุรกิจสปาฮาลาลเพื่อรองรับอุตสาหกรรม  
การท่องเที่ยวของการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”ผู้วิจัยร่วม

หนังสือ และตำรา

วิชาการเลขานุการส่วนตัว

วิชาพิมพ์ดีดไทย เล่ม 1

วิชาพิมพ์ดีดไทย เล่ม 2

วิชาพิมพ์ดีดอังกฤษ เล่ม 1

วิชาพิมพ์ดีดอังกฤษ เล่ม 2

วิชาการบริหารการผลิต

