

การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบ  
ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

Management Certification of Halal Food. The Impact Created  
a Competitive Advantage for Operators Thailand



การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบ  
ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

Management Certification of Halal Food. The Impact Created  
a Competitive Advantage for Operators Thailand



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2558



©2559

อริยา ส่งแสงชัย

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการ  
แข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผู้วิจัย อริยา ส่งแสงชัย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ผศ.ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ดร.วิลาสินี ยนต์วิทย์)



(ดร.คันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

17 ธันวาคม 2559

อริยา ส่งแสงชัย. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ธันวาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย (84 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายจากกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาล ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจำนวน 44 คน ซึ่งสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่าย/ หัวหน้าแผนก ประเภทของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่คืออาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล 10 ปีขึ้นไป และส่วนใหญ่ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไปยังกลุ่มประเทศอื่น ๆ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม พม่า ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย คูเวต อิสราเอล ตุรกี และนอร์เวย์ และส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมากที่สุดในประเทศอื่น ๆ ได้แก่ ประเทศ เวียดนาม

ผลการศึกษาพบว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การจัดการด้านวัตถุดิบส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล และกระบวนการผลิต ตามลำดับ

*คำสำคัญ: การจัดการด้านวัตถุดิบ, การจัดการด้านกระบวนการผลิต, การจัดการด้านการบรรจุภัณฑ์ และขนส่ง, การจัดการด้านสุขลักษณะ, ความสามารถทางการแข่งขัน*

Songsangchai, A. M.B.A., December 2016, Graduate School, Bangkok University.  
Management Certification of Halal Food. The Impact Created a Competitive  
Advantage for Operators Thailand (84 pp.)  
Advisor: Asst.Prof.Sasiprapa Phanthanasaewee, Ph.D.

## ABSTRACT

This study aimed to investigate the management of halal certification. The impact created a competitive advantage for operators Thailand. The questionnaire was used to collect data. And samples for research using simple random sampling from the group.

Operators exporting halal food. The certified Halal standards 44 which statistics used were percentage, average, standard deviation. Simple regression analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that most respondents were female. A bachelor's degree Head office/ department head. The type of products mainly food and beverages. Which have been certified halal 10 years and mainly export products to other countries, including Vietnam, Myanmar, the Philippines, Indonesia, Malaysia, the United Arab Emirates Post. Saudi Arabia, Dubai Islamic el Turkey and Norway and exporter of halal food as possible. In other countries, including Vietnam.

The study indicated that Management certification of halal food. Have the effect of creating a competitive advantage for operators Thailand. Considering that it was found. Management of raw materials, resulting in the creation of competitive advantage fallback. Followed by packaging and transportation. Personal hygiene and production, respectively.

*Keywords: Materials Management, Process Management, Production Management, Packaging and Transport, Handling, Hygiene, Competitiveness*

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยอิสระในครั้งนี้ สามารถดำเนินการได้สำเร็จลุล่วง ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งท่านได้ให้ความรู้ คำแนะนำ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยจนทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ด้านต่าง ๆ ทำให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงการนำไปใช้ในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ในการประกอบอาชีพจริง และองค์การคลังสินค้าซึ่งเป็นผู้สนับสนุนทุนการศึกษา ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

อริยา ส่งแสงชัย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	21
2.3 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
2.4 สมมติฐานการวิจัย	31
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรที่ศึกษา	34
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ	35
3.4 องค์ประกอบของแบบสอบถาม	36
3.5 การแปรผลข้อมูล	36
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	38



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)	39
4.2 ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และกิจกรรมการดำเนินธุรกิจ ระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)	43
4.3 ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการผลิต ด้านสถานที่	50
4.4 ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพ และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า	55
4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการสรุปผล	59
บทที่ 5 สรุป และอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษา	65
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน	67
5.3 อภิปรายผล	68
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	74
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	75
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	78
ประวัติผู้เขียน	84
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

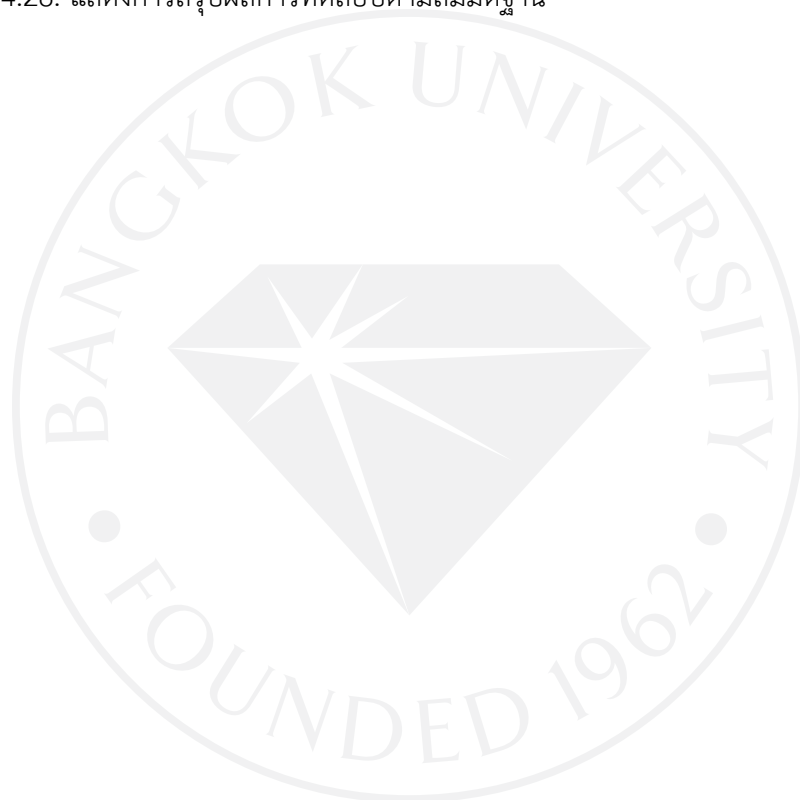
	หน้า
ตารางที่ 3.1: ผลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง	34
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	40
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	40
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	41
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในองค์กร	41
ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการทำงาน	42
ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	42
ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	43
ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของขนาดของสถานประกอบการ	43
ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของจำนวนพนักงานในองค์กร	44
ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	44
ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของระยะเวลาการได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล	45
ตารางที่ 4.12: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของการจดรับรองมาตรฐานสินค้าอาหารฮาลาล	45
ตารางที่ 4.13: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร	46
ตารางที่ 4.14: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของยอดการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี	47
ตารางที่ 4.15: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของกลุ่มประเทศที่ส่งออกสินค้า	48
ตารางที่ 4.16: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของประเทศที่ส่งออกสินค้ามากที่สุด	49

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของประเทศที่ส่งออกสินค้ามากที่สุด รายการประเทศอื่น ๆ	50
ตารางที่ 4.18: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ	51
ตารางที่ 4.19: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต	52
ตารางที่ 4.20: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง	53
ตารางที่ 4.21: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล	54
ตารางที่ 4.22: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพ	55
ตารางที่ 4.23: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ	56
ตารางที่ 4.24: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านนวัตกรรม	57
ตารางที่ 4.25: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความต้องการของลูกค้า	58
ตารางที่ 4.26: แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหาร ฮาลาลกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย	59

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27: แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหาร ฮาลาล ได้แก่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง สุขลักษณะส่วนบุคคล กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ อาหารไทย	60
ตารางที่ 4.28: แสดงการสรุปผลการทดสอบตามสมมติฐาน	63



## สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล และความได้เปรียบ  
ทางการแข่งขัน

หน้า

33



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

ตลาดอาหารฮาลาล เป็นเป้าหมายสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก เนื่องจากการเติบโตของประชากรมุสลิมที่มีมากถึง 1,900 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 23 ของประชากรโลก (อุเทน โชติชัย, 2558) กระจายอยู่ในทุกภูมิภาคในโลก ครอบคลุมพื้นที่ในเอเชีย ตะวันออกกลาง และพื้นที่ในประเทศเครือสมาชิกขององค์การความร่วมมือโลกอิสลาม OIC 57 ประเทศ อันเป็นพื้นที่ที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูง มีพื้นที่ที่อุดมด้วยแร่ธาตุ น้ำมัน แต่ขาดความมั่นคงด้านอาหาร ฉะนั้นในเชิงของอุตสาหกรรมอาหารในการส่งออก ตลาดนี้จึงมีความต้องการสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีศักยภาพมาก

ปัจจุบัน ผู้ประกอบการไทย มีศักยภาพในการส่งออกอาหารเป็นอย่างมาก ซึ่งมูลค่าในการส่งออกอาหารไทยในช่วง 6 เดือนแรก ปี 2558 มีมูลค่าถึง 424,900 ล้านบาท (“โอกาสใหม่ของอุตสาหกรรมอาหารไทย”, 2558) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ฮาลาล ปัจจุบันไทยอยู่ในอันดับ 1 ใน 5 ของโลก และเป็นประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม ที่ผลิตอาหารป้อนวงการอาหารฮาลาล เนื่องจากมีพื้นที่ด้านเกษตร รวมทั้งเนื้อสัตว์ เช่น ไก่ เป็นหลัก

สำหรับสินค้าที่จะเข้าสู่การเป็นสินค้าส่งออก นั้น จะต้องคำนึงถึงมาตรฐานก่อน เพราะถ้าหากไม่มีมาตรฐานตามที่กำหนดก็ไม่มีทางได้เปรียบในการแข่งขัน ฉะนั้นในกรณี มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอด “สายโซ่ การผลิต” จะต้อง “ฮาลาล” คือถูกต้องตาม บัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ได้แก่ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (วรรณดี มหรรณพกุล, 2558) จึงเป็นเรื่องที่ทั้งส่วนงานภาครัฐ และเอกชนต้องร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้เป็นมาตรฐาน เป็นที่น่าเชื่อถือ ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อเจาะตลาดอาหารฮาลาล ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญเนื่องจากประชากรชาวมุสลิมที่มีกว่า 1,900 ล้านคน กระจายอยู่ในทุกภูมิภาคในโลก ขนาดของตลาดอาหารฮาลาลโลก มีมูลค่าการตลาดโดยรวมที่ 1.1 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เติบโตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.4 ต่อปี โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2557 (มกราคม – มิถุนายน) ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลอยู่ที่ 2,980 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และคาดว่าภายในปี 2558 จะสามารถกระตุ้นยอดการส่งออกอาหารฮาลาลเพิ่มขึ้นได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 8 ต่อปี ทั้งนี้ตลาดส่งออกอาหารฮาลาลของไทยจะอยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียนเป็นหลัก ส่วนตลาดประเทศกลุ่มตะวันออกกลาง และยุโรปนั้นยังถือว่ามีการส่งออกน้อยกว่า เนื่องจากอาหารฮาลาลของ

ไทยส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์จำพวกอาหารทะเลซึ่งไม่เป็นที่นิยมบริโภคมากนักในกลุ่มประเทศดังกล่าว อีกทั้งกลุ่มประเทศดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นฝรั่งเศส หรือออสเตรเลีย ก็เป็นคู่แข่งสำคัญที่ส่งออกอาหารฮาลาลมาเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก โดยเน้นการเจาะตลาดกลุ่มประเทศอาหรับ และส่งออกอาหารหนักทั้ง ไก่ และเนื้อวัว ซึ่งเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญตั้งแต่อาหารที่ให้สัตว์กิน เช่น หญ้า ก็ได้จดทะเบียนรับรองว่าเป็นอาหารฮาลาลอีกด้วย ต่างกับของประเทศไทยที่ขอยอดทะเบียนเพียงแค่ตัวสัตว์เท่านั้น ซึ่งสิ่ง ๆ ต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการผลิตอาหารฮาลาลของไทยต้องนำไปคิด และร่วมกันหาแนวทางที่จะพัฒนาอาหารฮาลาลของไทย ให้มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มเพื่อที่จะสามารถเจาะตลาดใหม่ ๆ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการค้าอาหารฮาลาลให้มากขึ้นในอนาคต (อุเทน โชติชัย, 2558)

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องมีงานวิจัยของ กนกวรรณ จันทรอินทร์ (2556) ศึกษาการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทย งานวิจัยของ มาเรียม นะมิ (2552) ศึกษาการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย งานวิจัยของ อลิสร่า จันทรชิว (2543) ศึกษาแนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปกลุ่มประเทศตะวันออกกลางงานวิจัยของ วนิดา ศักดิ์ (2550) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยงานวิจัยของ สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทยงานวิจัยของ ศิรินารถ ศรีเมือง (2547) ศึกษาการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยในตลาดโลก งานวิจัยของ ดวงกมล ทองคำชุม (2549) ศึกษาแนวทางเตรียมความพร้อมเพื่อขอรับรองมาตรฐานฮาลาลของอุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลในประเทศ งานวิจัยของ กนกอร อ่อนเรือง (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยงานวิจัยของ แกมภาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้งานวิจัยของ สุพิชฌาย์ กลมรัตน์กุล (2554) ศึกษาศักยภาพการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา งานวิจัยของ ดุสิตา วงศ์ชื้อ (2548) ศึกษาเชิงกลยุทธ์ในการส่งออกกุ้งแช่แข็งไปประเทศเกาหลีใต้ของ บริษัทอาหารทะเลแช่แข็งจำกัดงานวิจัยของ สาริกา คำสุวรรณ (2554) ศึกษาภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมตะวันออกกลางงานวิจัยของ อารยา อายุบเคน (2557) ศึกษามาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยพบว่างานวิจัยเกี่ยวกับอาหารฮาลาลในอดีตส่วนใหญ่จะทำการศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารฮาลาล แต่ยังไม่เคยมีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลกระทบต่อส่งออก เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลให้เป็นมาตรฐาน เป็นที่

น่าเชื่อถือ ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศ และต่างประเทศดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่ศึกษาการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกอาหารฮาลาล นำข้อมูลจากผลการศึกษาในครั้งนี้ ไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการประกอบธุรกิจต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลผู้ประกอบการอาหารไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่มีผลต่อระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรการวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาล ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล จำนวน 419 ราย (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2558 อ้างใน วรรณดี มหรรณพกุล, 2558)

1.3.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการเทียบสัดส่วนจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan (1970 , pp. 607 – 610) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน ที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 201 ราย จากผู้ประกอบการทั้งสิ้น 419 ราย

1.3.3 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย

- 1) ตัวแปรต้น คือ จัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล อัสมัน แตอาลี (2552)
  - วัตถุประสงค์
  - กระบวนการผลิต
  - การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง
  - สุขลักษณะส่วนบุคคล
- 2) ตัวแปรตาม คือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน กนกอร อ่อนเรือง (2556)
  - ด้านประสิทธิภาพ
  - ด้านคุณภาพ



- ด้านนวัตกรรม
- ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย เดือนพฤศจิกายน 2558 – ธันวาคม 2559

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 องค์การคลังสินค้าสามารถนำเรื่องการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ไปใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ขององค์การคลังสินค้า ยกมาตรฐานการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานอาหารฮาลาล เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลต่อไปในอนาคต

1.4.2 ผู้ประกอบการอาหารไทย และผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีความสนใจจะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานอาหารฮาลาล สามารถนำข้อมูล และผลการวิจัยไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด

1.4.3 นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป สามารถนำข้อมูลและผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาค้นคว้าและต่อยอดในอนาคต

#### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ฮาลาล หมายถึง การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนาอิสลาม

อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ปปรุง ประกอบ หรือแปรสภาพ ตามศาสนบัญญัติ

เครื่องหมายฮาลาล หมายถึง เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับว่าภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้ง ใต้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

การรับรองมาตรฐานฮาลาล หมายถึง กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอด “สายโซ่การผลิต” จะต้อง “ฮาลาล” คือถูกต้องตาม บัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ

ผู้กำหนดมาตรฐาน หมายถึง อัลลอฮ์ (ช.บ.) พระผู้เป็นเจ้าของ ศาสดามูฮัมหมัด (ช.ล.)  
 หลักการสำคัญ หมายถึง ฮาลาล (อนุมัติ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม)  
 และตอยยิบ (ดี) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

การบริหารมาตรฐาน หมายถึง องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติศาสนา  
 อิสลาม และเจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิมที่ดีและมีความรู้ความสามารถในการ  
 ปฏิบัติหน้าที่

ระบบมาตรฐาน หมายถึง เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาลซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง  
 (ฮาลาล) และที่ดี (ตอยยิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ซึ่งระบบมาตรฐาน คือ ฮาลาล (Halal)

วัตถุดิบ หมายถึง วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต ต้องมั่นใจว่าวัตถุดิบนั้น ๆ เป็นไปตาม  
 บทบัญญัติของอาหารฮาลาล นั่นคือไม่เป็นสิ่งที่ต้องห้ามหรือจัดอยู่ในข่ายฮารอม และทราบแหล่งที่มา  
 ชัดเจน

กระบวนการผลิต หมายถึง การออกแบบโครงสร้างอาคารสถานที่ประกอบการ รวมถึงสิ่ง  
 อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เหมาะสมสำหรับการควบคุมกิจกรรมที่ขัดต่อบทบัญญัติของศาสนา  
 อิสลาม เช่น การจัดแบ่งบริเวณ High Care Area กับ Low Care Area ซึ่งหมายถึง การแบ่งบริเวณ  
 ที่ต้องได้รับการควบคุมสุขลักษณะอย่างเข้มงวดจากบริเวณทั่วไป หรือบริเวณที่ไม่ได้ใช้ในการผลิต  
 อาหารฮาลาล ออกจากกันอย่างเด็ดขาด ทำการแยกสถานที่ผลิตอาหารฮาลาล และอาหารไม่ฮาลาล  
 ในทุกขั้นตอนตั้งแต่การเตรียมการผลิตกระบวนการผลิต และสถานที่เก็บรักษา

การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง หมายถึง การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่ายจะต้อง  
 แยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาลไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล

สุขลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง พนักงานทุกคนต้องทราบและเข้าใจบทบาทของตนเองและ  
 รับผิดชอบในการป้องกันอาหารจากการปนเปื้อน หรือเสื่อมเสียจากอันตรายและสิ่งต้องห้ามตาม  
 บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ผู้ปฏิบัติกับอาหารควรมีความรู้และความชำนาญที่จำเป็น เพื่อให้  
 สามารถปฏิบัติต่ออาหารได้ถูกสุขลักษณะ และเป็นไปตามบทบัญญัติทางศาสนาและเพื่อให้การ  
 ปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการ หมายถึง การปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย หรือแผนที่วางไว้

ความเปรียบเทียบการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานจากการ  
 ผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรน้อยกว่าคู่แข่งในการ  
 ผลิตสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน เพื่อลดอัตราการสูญเสียการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงการ  
 พัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ เพื่อการบรรลุเป้าหมายสูงสุดของ  
 องค์กร ประสิทธิภาพมักจะถูกวัดในรูปของต้นทุนเมื่อเทียบกับผลงานที่ได้

คุณภาพ (Quality) หมายถึง เกณฑ์หรือระดับในการกำหนดมาตรฐาน เพื่อสร้างคุณภาพของสินค้าหรือบริการและความน่าเชื่อถือให้เป็นที่ยอมรับทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง

การตอบสนองต่อลูกค้า (Customer Responsiveness) หมายถึง การให้สินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย โดยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.3 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 สมมติฐานการวิจัย
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

Bartol และ Martin (1998 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550, หน้า 25) กล่าวว่าไว้ว่า “การจัดการเป็นกระบวนการในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการทำหน้าที่หลัก 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การชี้นำ และการควบคุมองค์กร”

Rue และ Byars (2002 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550, หน้า 25) กล่าวว่าไว้ว่า “การจัดการคือ รูปแบบของงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการประสานทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรอันได้แก่ ที่ดินแรงงาน และทุน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร”

Robbins และ DeCenzo (2005, p. 34) “การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร ซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ขบวนการ (Process) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) ขบวนการ (Process) ในความหมายของการจัดการนี้ หมายถึงหน้าที่ต่าง ๆ ด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผนการจัดการ การโน้มนำองค์กร และการควบคุม”

Druck (2006 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550, หน้า 25) กล่าวว่าไว้ว่า “การจัดการ หมายถึง การทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทางการจัดการ ซึ่งรวมถึงกิจกรรม 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การชี้นำ และการควบคุมองค์กร”

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 อ้างใน อุดม เจริญนิยมไพโร, 2553, หน้า 8) ได้อธิบายความหมายของการบริหารจัดการองค์กรว่ามีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือองค์กร แสดงให้เห็นจากกลุ่มบุคคลที่มาทำงานร่วมกัน ทำงานด้วยโครงสร้างและการประสานงานเป็นหลักการชัดเจนแน่ชัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย คน เงิน วัตถุดิบ เครื่องจักร วิธีการ และการบริหาร ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้การบริหาร การจัดการจะสัมฤทธิ์ผลได้ต้องมีองค์ประกอบอยู่ 5 อย่าง การวางแผน การจัดการ การจัดคนให้เหมาะกับงาน การสั่งการ การควบคุม

### 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอาหารฮาลาล

ความหมายของอาหารฮาลาล (หนังสือฮาลาล และฮารอมในอิสลามของเชคยูซุฟ อัลกอรอดอวีย์)

มุสลิมมีความศรัทธาว่า “ไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์ นบีมุฮัมมัดเป็นผู้สื่อ (รอซูล) ของอัลลอฮ์” และมุสลิมมีความเชื่ออย่างมั่นใจว่า อัลลอฮ์ คือผู้สร้างมนุษย์ และ สรรพสิ่งในจักรวาลตั้งนั้น คำบัญชาของอัลลอฮ์ (อัล - กรูอาน) คำสอนและแบบอย่างของนบีมุฮัมมัด (ซุนนะห์) จึงเป็นเรื่องที่มุสลิมจะต้องปฏิบัติตามด้วยจิตใจและจริงจัง กล่าวคือ ปฏิบัติในสิ่งที่อนุมัติ (ฮาลาล) และไม่ปฏิบัติสิ่งที่เป็นข้อห้าม (ฮารอม) ด้วยความเต็มใจ และยินดี

ฮาลาล - ฮารอมในอิสลามจึงมิได้หมายความว่าเพียงการบริโภคอาหารเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงวิธีการดำเนินชีวิตในทุกด้าน เพราะอิสลามคือระบอบแห่งการดำเนินชีวิตของมนุษย์

อาหารฮาลาล (Halal Food) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมในการบริโภค ส่วนผู้ที่มิใช่มุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้ประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกัน เพราะอาหารฮาลาลจะต้องมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ)

อัลลอฮ์ (ซ.บ.) ได้มีบัญชาไว้ในบทที่ 2 วรรคที่ 168 แห่งคัมภีร์อัล - กรูอาน ความว่า “โอ้มนุษย์ จงบริโภคสิ่งที่อนุมัติ (ฮาลาล) ที่ดี (ตอยยิบ) จากสิ่งที่อยู่ในแผ่นดิน และจงอย่าตามบรรดาก้าวเดินของมาร (ชัยตอน) แท้จริงมันคือศัตรูที่ซัดแฉ่งของพวกเขาเจ้า”

และอัลลอฮ์ (ซ.บ.) ได้กำชับผู้ศรัทธาไว้ในบทที่ 2 วรรคที่ 172 ความว่า

“โอ้บรรดาผู้ศรัทธา จงบริโภคสิ่งที่เราได้ให้เป็นปัจจัยยังชีพ ของพวกเขาจากสิ่งที่ดีทั้งหลาย และจงขอบคุนอัลลอฮ์เถิด เฉพาะพระองค์เท่านั้นที่พวกเขาจักเป็นผู้เคารพผู้สักการะ”

อาหารฮาลาลจึงมีความสำคัญต่อมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทั่วโลก

ความหมายของคำว่า “ฮาลาล ฮารอม ตอยยิบ มัสบูฮ” ในภาษาอาหรับมีดังนี้

ฮาลาล (Halal) แปลว่า อนุมัติ, อนุญาต

ฮารอม (Haram) แปลว่า ห้าม ตรงข้ามกับคำว่า ฮาลาล

ดอยยิบ (Toyyib) แปลว่า ดี มีคุณค่า ปราศจากอันตราย

มัสบูฮฺ (Musbuh) แปลว่า เคลือบแคลงสงสัยว่าฮาลาล หรือฮารอม

นบีมุฮัมมัด (ซ.ล.) ได้สอนว่า ฮาลาล คือ สิ่งที่อัลลอฮฺทรงอนุมัติให้เป็นสิ่งที่ถูกต้องในคัมภีร์ของพระองค์ และฮารอม คือสิ่งที่พระองค์ได้ทรงห้ามไว้ และที่เกี่ยวกับที่พระองค์ทรงนิ่งเงียบนั้น พระองค์ได้ทรงอนุมัติให้เป็นความโปรดปรานแก่ท่าน

สิ่งฮาลาลย่อมขัดแย้งและสิ่งฮารอมก็ขัดแย้ง แต่ระหว่างทั้งสองดังกล่าวมีสิ่งที่ไม่ชัดเจนอยู่ ซึ่งคนส่วนมากไม่รู้

บรรดานักวิชาการอิสลามได้ให้คำนิยามว่า

ฮาลาล คือ สิ่งที่อัลลอฮฺและรอซูล (นบีมุฮัมมัด) อนุมัติ

ฮารอม คือ สิ่งที่อัลลอฮฺและรอซูลทรงห้าม

มัสบูฮฺ คือ สิ่งที่ยังมีข้อเคลือบแคลงสงสัยและระบุไม่ได้ว่าฮาลาล หรือฮารอม จนกว่า จะวินิจฉัยให้ชัดเจนอย่างไรอย่างหนึ่ง

อาหารฮาลาล (Halal Food) หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ (สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล, 2548 อ้างในวรรณดี มหรรณพกุล, 2558)

จากความหมายที่กล่าวมาสรุปได้ว่า อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้

### 2.1.3 สิ่งสกปรก (น่ายิส) และการชำระล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

- น่ายิส คือ สิ่งสกปรกอันเป็นที่น่ารังเกียจตามที่ศาสนาอิสลามกำหนดไว้เช่นปัสสาวะ อุจจาระ โลหิต น้ำเหลือง น้ำหนอง อาเจียน สุนัข สุกร ซากสัตว์ที่มีได้เลือด เป็นต้น
- ประเภทของน่ายิส และวิธีการชำระล้าง

ก) มูค็อฟพะพะห์ ได้แก่ ปัสสาวะของเด็กชายซึ่งอายุไม่ถึง 2 ขวบ ไม่ได้กินหรือดื่ม สิ่งอื่นที่ทำให้อื่นนอกจากน้ำนมของแม่

วิธีการชำระล้าง ให้เช็ดน่ายิสออกเสียก่อน แล้วใช้น้ำพรมบนรอยเปื้อนน่ายิสนั้นให้ทั่วโดยไม่ต้องให้น้ำไหลผ่านก็ได้

ข) มูค็อวัสซิเตาะห์ ได้แก่ อาเจียน ปัสสาวะ โลหิต น้ำหนอง น้ำเหลือง ซากสัตว์ และน้ำนมของสัตว์ที่ห้ามรับประทาน

วิธีการชำระล้าง ให้เช็ดน่ายิสออกให้หมดเสียก่อน แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด โดยวิธีใช้น้ำไหลผ่าน 1 ครั้ง ก็ใช้ได้ แต่ถ้า 3 ครั้งจะดีกว่า

ค) มูค็อลลาเซาะห์ ได้แก่ สุนัข สุกร วิธีการชำระล้าง ให้ล้างด้วยน้ำสะอาด โดยวิธีใช้น้ำไหลผ่าน 7 ครั้ง แต่ 1 ใน 7 ครั้งนั้น ต้องเป็นน้ำดินที่สะอาด (อนึ่ง ควรใช้น้ำดินในการล้างครั้งที่ 1)

น้ำที่ใช้ทำความสะอาด มี 7 ชนิด คือ

- 1) น้ำฝน น้ำค้าง
- 2) น้ำทะเล
- 3) น้ำแม่น้ำ
- 4) น้ำบ่อ
- 5) น้ำหิมะ น้ำแข็ง
- 6) น้ำลูกเห็บ
- 7) น้ำตาน้ำ

ข้อพึงระวังเกี่ยวกับการทำความสะอาดโดยการชำระล้าง

1) สิ่งสกปรก (น้ำยีส) และวิธีทำความสะอาดตามบัญญัติอิสลาม มีความแตกต่างจากความรู้สึกของคนทั่วไป

2) น้ำที่ใช้ชำระล้างสิ่งสกปรก (น้ำยีส) จะต้องเป็นน้ำสะอาดตามบัญญัติอิสลาม

3) วิธีชำระล้างสิ่งสกปรก (น้ำยีส) แต่ละประเภทมีกฎเกณฑ์เฉพาะซึ่งต่างจากวิธีการทั่วไป เช่นจำนวนครั้งของการล้าง น้ำต้องไหลผ่าน หรือน้ำดินเป็นต้น

#### 2.1.4 สัตว์ พืชและอาหารที่ห้ามนำมาบริโภค (ฮาลาล)

1) สัตว์ที่ห้ามนำมาบริโภคตามระเบียบฯ ว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 คือ

- ก) สุกร สุนัข หมูป่า ลิง แมว
- ข) สัตว์ที่กินเนื้อเป็นอาหาร และมีกรงเล็บ เช่นสิงโต เสือ หมี
- ค) สัตว์มีพิษหรือสัตว์นำโรค เช่น หนู ตะขาบ แมงป่อง
- ง) สัตว์มีพิษ และเป็นอันตราย เช่น งู
- จ) สัตว์นารีรังเกี้ยว เช่น หนอน แมลงวัน
- ฉ) สัตว์ที่ไม่อนุญาตให้ฆ่า เช่น มด ผึ้ง นกหัวขวาน
- ช) สัตว์ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับลา เช่น ล่อ
- ซ) สัตว์ที่ตายเอง
- ฌ) สัตว์ที่ถูกรัดคอตาย ถูกตี หรือขว้างจนตาย ตกจากที่สูงลงมาตาย ถูกขวิดตาย

ถูกสัตว์อื่นกัดกินจนตาย

- ญ) สัตว์ที่ถูกเชือดเพื่อบูชายัญ
- ฎ) สัตว์ที่ถูกเชือดโดยกล่าวนามอื่นนอกจากอัลลอฮ์

2) พืชที่ห้ามนำมาบริโภค คือพืชมีพิษ และมีอันตราย

3) อาหารหรือเครื่องดื่มมีส่วนประกอบของแอลกอฮอล์ หรือมีสิ่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

(สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล, 2548 อ้างใน วรรณดี มหรรณพกุล, 2558)

### 2.1.5 กฎเกณฑ์การเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

#### 1) สัตว์ที่นำมาเชือด

- ก) เป็นสัตว์ที่ศาสนาอิสลามอนุมัติให้บริโภคได้เมื่อผ่านการเชือด
- ข) มีกรรมวิธีการเชือดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
- ค) ไม่มีการทรมานหรือทารุณสัตว์ก่อนหรือขณะที่เชือด

#### 1) ผู้เชือด

- ก) ต้องเป็นมุสลิมหรือชาวคัมภีร์ที่เชือดสัตว์ตามวิธีการอิสลาม
- ข) มีสุขภาพจิตสมบูรณ์
- ค) ไม่เป็นโรคติดต่อที่สังคมรังเกียจ

#### 2) วิธีการเชือด

- ก) ให้กล่าวนามของอัลลอฮ์ เมื่อเริ่มเชือด (บิสมิลลาร์อัลลอฮุอักบัร)
- ข) ควรฉินหน้าไปทางกิบลัต
- ค) ควรเชือดโดยต่อเนื่องในคราวเดียวกัน
- ง) เชือดให้หลอดลม หลอดอาหารและเส้นเลือดสองข้างลำคอขาดจากกัน
- จ) สัตว์ต้องตาย เพราะการเชือดก่อนนำไปดำเนินการอย่างอื่น

3) อุปกรณ์การเชือดเป็นของมีคม (ยกเว้นเล็บ กระดุก) อนึ่ง สัตว์น้ำศาสนาอิสลามอนุมัติให้บริโภคได้โดยไม่ต้องเชือด (สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล, 2548 อ้างใน วรณดี มหรรณพกุล, 2558)

### 2.1.6 จัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล (สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย, 2557 อ้างใน วรณดี มหรรณพกุล, 2558)

#### 1) ผู้กำหนดมาตรฐาน

- 1.1) อัลลอฮ์ (ช.บ.) พระผู้เป็นเจ้า
- 1.2) ศาสดามูฮัมมัด (ช.ล.)

#### 2) หลักการสำคัญ

- 2.1) ฮาลาล (อนุมัติ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
- 2.2) ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม)
- 2.3) ตอยยิบ (ดี) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
  - ความสะอาด
  - ความปลอดภัยจากสารพิษและสิ่งปนเปื้อน
  - คุณค่าทางโภชนาการ
  - รักษาสิ่งแวดล้อม



## 3) การบริหารมาตรฐาน

3.1) องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

3.2) เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิมที่ดีและมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่

## 4) ระบบมาตรฐาน

4.1) เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาลซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง (ฮาลาล) และที่ดี (ตอยยิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

4.2) ชื่อระบบมาตรฐาน คือ ฮาลาล (Halal)

## 5) ปัจจัยการผลิต

5.1) วัตถุดิบ ส่วนผสมและสารปรุงแต่งมีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า “ฮาลาล” ปราศจากสิ่ง “ฮารอม”

5.2) กระบวนการผลิต จะต้อง “ฮาลาล” ทุกขั้นตอน

5.3) สถานที่ผลิตจะต้องสะอาด ปลอดภัย จากสิ่งปนเปื้อน มีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิดและไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล

5.4) เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจะต้องสะอาดและไม่ได้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล

5.5) การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่ายจะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาลไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เพื่อป้องกันการสับสนและเข้าใจผิดของผู้บริโภค

5.6) การล้างวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน จะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

## 5.7) พนักงาน

(1) พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลในขณะที่ผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุนัข

(2) พนักงานเชือดสัตว์ ต้องเป็นมุสลิมมีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

อัสมัน แตอาลี (2552) กล่าวถึงอาหารฮาลาลในบทบัญญัติอิสลาม เรื่องข้อกำหนดในมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ให้ความสำคัญ 4 ด้าน คือ

1) วัตถุดิบ

2) กระบวนการผลิต

3) การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง

4) สุขลักษณะส่วนบุคคล

### วัตถุดิบ ได้แก่ พืช สัตว์ และน้ำ

แนวทางการเลือกอาหารฮาลาลที่มาจากพืชอิสลามมิได้ห้ามอาหารที่มาจากพืช ยกเว้นสิ่งต่อไปนี้

- ก) พืชที่มีอันตราย เช่น พืชที่มีพิษที่มีภัยต่อร่างกาย
- ข) พืชที่ปนเปื้อนสิ่งสกปรก (นะญิส)
- ค) พืชที่มีสารเสพติด

พืชทั้งสามชนิดที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ที่จริงแล้วการห้ามไม่ให้บริโภค อันเนื่องมาจากอันตราย และนะญิสสิ่งสกปรกที่ปนเปื้อนอยู่ในตัวของมัน ซึ่งถ้าหากสามารถชำระล้างหรือดึงสารพิษเสพติด ออกจากมัน ก็จะทำให้พืชทั้งสามชนิดนี้เป็นฮาลาลได้ เพราะฮารอม (ห้าม) ไม่ให้บริโภคเป็นการห้าม สาเหตุของผลที่จะเกิดขึ้นนั้นก็คืออันตราย หรือภาษาหลักกฎหมายอิสลามเรียกว่า *หะรอม ลีซอ ยริซี ( الحراملغيره )*, Prohibited for a reason other than itself

ด้วยเหตุนี้ พืชทุกชนิดจึงเป็นวัตถุดิบที่เป็นอาหารฮาลาลที่ไม่มีกระบวนการกำกับของศาสนา มากเหมือนสัตว์ ซึ่งผู้ผลิตวัตถุดิบสามารถนำพืชสด ๆ หรือมาแปรรูปเป็นสินค้าป้อนโรงงานอุตสาหกรรม อาหารฮาลาลในรูปแบบที่เป็นส่วนประกอบของอาหาร หรือสารปรุงแต่ง เช่น

- 1) Jelly (เยลลี่) ที่เตรียมจากพืช
- 2) Diglyceride (ไดกลีเซอไรด์) ที่เตรียมจากไขมันพืช ซึ่งนิยมใช้ทำสารอิมัลซิฟายเออร์ ทำให้ไขมันแขวนลอยในน้ำได้
- 3) Enzyme (เอนไซม์) ที่เตรียมจากพืช ซึ่งเป็นสารช่วยเร่งปฏิกิริยา
- 4) Fatty Acid กรดไขมัน ที่เตรียมจากไขมันพืช
- 5) Lecithin (เลซิทิน) ที่เตรียมจากถั่วเหลือง
- 6) Maltodextrin (มอลโตเด็คทรีน) ที่ได้จากพืช
- 7) Monoglyceride (โมโนกลีเซอไรด์) ที่เตรียมจากไขมันพืช ซึ่งเป็นสารที่นิยมใช้ทำเป็นสารอิมัลซิฟายเออร์ ทำให้ไขมันแขวนลอยในน้ำได้

- 8) Phospholipids (ฟอสโฟลิปิด) ที่เตรียมจากพืช

หรือสารอื่น ๆ ที่สามารถเตรียมจากพืชได้ ก็เป็นสิ่งที่อนุญาตที่เป็นส่วนประกอบและสารปรุงแต่งของผลิตภัณฑ์ของอาหารฮาลาลได้ แต่สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ต้องไม่ปนเปื้อนหรือปะปนกับสิ่งที่ต้องห้ามจะเป็นสิ่งสกปรก หรือการเตรียมการที่ต้องห้าม เช่น แซ่กับสุรา

แม้ว่า พืชจะเป็นวัตถุดิบที่โดยรวมแล้วเป็นที่อนุมัติทุกชนิด แต่หากมีการแปรรูปเป็นสิ่งที่ มีนเมา เช่น การนำองุ่น อินทผลัม ข้าวบาร์เลย์ ไปหมักจนกลายเป็นสุรา หรือสกัดเป็นสารแอลกอฮอล์ และการสกัดสารจากพืชบางชนิดจนเป็นสารเสพติด เช่น เฮโรอีน มอร์ฟิน หรืออื่น ๆ ก็จะทำให้สิ่งที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ไม่เป็นที่อนุมัติและต้องห้ามไม่ให้ผสมหรือเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร

ฮาลาล ถึงแม้ว่าไม่มีปฏิกริยาทำให้มีนเมาหรือมีฤทธิ์ทำให้เสพติดได้ก็ตาม เพราะถือว่าสิ่งที่ได้กล่าวมานี้เป็นสิ่งที่ต้องห้ามในตัวของมันเอง ด้วยเหตุที่ได้แปรสภาพเป็นสิ่งสกปรก (นะญิส) แล้ว

สำหรับการเตรียมวัตถุดิบที่มาจากพืชนั้น ตามที่เราทราบมาแล้วว่าพืช เป็นวัตถุดิบที่ฮาลาล เว้นแต่เป็นอันตรายกับมนุษย์ ทำให้มีนเมา หรือปนเปื้อนนะญิส ให้ทำการล้างจนสะอาด และทำให้สารอันตรายหมดไปก็จะทำให้พืชกลับมาเป็นวัตถุดิบที่ฮาลาลสามารถนำมาประกอบเป็นอาหารและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้

ขั้นตอนการล้างวัตถุดิบที่มาจากพืช

1) นำผักใส่ภาชนะที่มีรู (ตะแกรงหรือกระชอน) เปิดน้ำ หรือราดน้ำใส่ผักในภาชนะ ให้น้ำชำระล้างให้ทั่ว และไหลผ่านออกไป

2) นำผักที่ล้างแล้วตั้งให้สะเด็ดน้ำ หรือนำไปใส่ในภาชนะที่ไม่มีรู เพราะน้ำที่ไหลออกมาข้างอยู่นั้น คือ นะญิส เมื่อถูกกับผักก็จะทำให้ผักเป็นนะญิสไปด้วย

ข้อควรระวัง การล้างผักที่มีกลีบใบเป็นชั้น ๆ เช่น ผักกาดขาว กระหล่ำ ให้แกะใบแต่ละกลีบออกเสียก่อน คัดส่วนที่ไม่ต้องการทิ้งไป แล้วจึงนำมาทำการล้างตามขั้นตอนที่ได้กล่าวมาแล้ว

แนวทางการเลือกวัตถุดิบที่มาจากสัตว์

การเตรียมวัตถุดิบที่มาจากสัตว์ทะเล

เนื้อสัตว์ทะเลไม่ต้องผ่านกระบวนการเชือดเหมือนกับสัตว์บก และสัตว์ทะเลที่ตายแล้วก็สามารถนำมาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ แต่การเตรียมวัตถุดิบที่มาจากสัตว์ทะเลก็ควรปฏิบัติเพื่อชำระล้าง จากนะญิส และทำให้เนื้อสัตว์ทะเลสะอาดถูกต้องตามหลักการอิสลาม มีดังต่อไปนี้

1) สัตว์ประเภทปลา ให้ขอดเกล็ด หรือขูดเมือกออกให้สะอาดแล้ว ผ่าท้องเอาเครื่องในออกให้หมด

2) สัตว์ประเภทหอย ปู ถ้านำมาประกอบอาหารทั้งเปลือกให้ทำความสะอาดเปลือก จนแน่ใจว่าสะอาดแล้วเสียก่อน

3) สัตว์ประเภทกุ้ง ให้ตัดส่วนที่แหลมออก แล้วผ่าหัวดึงเส้นดำทิ้งเสียก่อน

4) นำเนื้อสัตว์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนี้ใส่ในภาชนะที่มีรู (ตะแกรง หรือกระชอน)

ทำการล้างให้เลือดหรือสิ่งสกปรกออกให้หมด

5) เปิดน้ำหรือราดน้ำใส่เนื้อสัตว์ในภาชนะนั้นอีกครั้งให้น้ำชำระล้างให้ทั่วและไหลผ่านออกไป

6) นำเนื้อสัตว์ที่ล้างแล้วตั้งให้สะเด็ดน้ำ หรือนำไปใส่ในภาชนะที่ไม่มีรู เพราะน้ำที่ไหลออกมาข้างอยู่นั้น คือ น้ำนะญิส เมื่อถูกกับเนื้อสัตว์ก็จะทำให้เนื้อสัตว์นั้นเป็นนะญิสไปด้วย

ข้อควรระวัง การนำเนื้อสัตว์ทะเลแช่แข็งไปแช่น้ำ เพื่อให้เนื้อสัตว์นั้นอ่อนตัวลง ไม่ถือเป็นการล้าง และน้ำนั้นไม่สามารถนำมาทำการล้างเนื้อสัตว์ได้อีก เพราะได้มีการปนเปื้อนนะญิสแล้ว

การเตรียมวัตถุดิบที่มาจากสัตว์บก

สัตว์บกและสัตว์ปีกทุกชนิดที่ได้รับการอนุมัติให้บริโภคได้ต้องผ่านกระบวนการเชือดก่อนจะนำมาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ ส่วนสัตว์บกหรือสัตว์ปีกที่ตายเอง เป็นโรคตาย ถูกรถชนตาย ถูกตีตาย ตกเขาตาย ฯลฯ รวมถึงถูกเชือดโดยผู้อื่นที่มีใช้ด้วยพระนามของอัลลอฮ์เป็นซากสัตว์ ซึ่งอิสลามถือว่าหะรอมนำมาบริโภคไม่ได้

หลักเกณฑ์ในการเชือดสัตว์ตามหลักการอิสลาม ประกอบด้วย

1) สัตว์ที่นำมาเชือด

- ก) เป็นสัตว์ที่ศาสนาอนุมัติให้บริโภคได้เมื่อผ่านกระบวนการเชือด
- ข) ไม่มีการทรมานหรือทรมานสัตว์ก่อนการทำการเชือด
- ค) สัตว์ต้องตายเพราะการเชือดก่อนนำไปดำเนินการอย่างอื่น

2) ผู้เชือด

- ก) ต้องเป็นมุสลิม หรือชาวคัมภีร์ที่เชือดสัตว์ตามวิธีการอิสลาม
- ข) มีสติสัมปชัญญะที่สมบูรณ์
- ค) ไม่เป็นโรคติดต่อที่สังคมรังเกียจ

3) วิธีเชือด

- ก) ให้กล่าวนามของอัลลอฮ์เมื่อเริ่มเชือด (บิสมิลลาฮฺ อัลลอฮุอักบัร)
- ข) ควรฉินหน้าไปทางกิบลัต
- ค) ควรเชือดโดยต่อเนื่องในคราวเดียวกัน โดยไม่ควรยกมีดขึ้นขณะทำการเชือด
- ง) เชือดให้หลอดลมขาด หลอดอาหารและเส้นเลือดสองข้างของลำคอขาดจากกัน

4) อุปกรณ์การเชือด เป็นของมีคมที่คมกริบ

ส่วนตักแตนและสัตว์อื่นที่มีลักษณะเดียวกัน เป็นสัตว์ที่ถูกยกเว้นไม่ต้องผ่านกระบวนการเชือด โดยเป็นสัตว์ที่อนุมัติสามารถบริโภคได้โดยไม่ต้องทำการเชือด

ขั้นตอนการล้างวัตถุดิบที่มาจากสัตว์บก

1) ให้หัน หรือสับ เป็นขนาดที่ต้องการจะปรุงเสียก่อนหรือหันเป็นก้อนพอประมาณ จึงจะนำมาทำการล้าง การล้างเนื้อสัตว์ทั้งก้อนหรือทั้งตัวก่อนจะนำมาหันหรือสับ ทำให้มีเลือดติดค้าง ถือเป็นนะญิส (สิ่งสกปรก) และในกรณีที่จะสับเนื้อให้ละเอียดให้หันเป็นชิ้นเล็ก ๆ แล้วนำมาล้างก่อนที่จะทำการสับ

2) สัตว์ประเภทไก่ เป็ด หรือนก เมื่อเอาเครื่องในออกแล้ว ให้ถึงหลอดลม หลอดอาหาร ปอด และเมือกเหนียว ๆ ที่มีอยู่ข้างปีกออกด้วย

3) นำเนื้อใส่ในภาชนะที่มีรู (ตะแกรง หรือกระชอน) ทำการล้างให้เลือดหรือสิ่งสกปรกออกให้หมด

- 4) เปิดน้ำหรือรดน้ำใส่เนื้อในภาชนะอีกครั้ง ให้น้ำชำระล้างให้ทั่ว และไหลผ่านออกไป
- 5) นำเนื้อสัตว์ที่ล้างแล้วตั้งให้สะเด็ดน้ำ หรือนำไปใส่ในภาชนะที่ไม่มีรู เพราะน้ำที่จะไหลออกมาซึ่งอยู่นั้น คือ น้ำเนะญิส เมื่อถูกกับเนื้อสัตว์จะทำให้เนื้อสัตว์เป็นเนะญิสไปด้วย

#### ข้อควรระวัง

การนำเนื้อสัตว์แช่แข็งไปแช่ น้ำ เพื่อให้เนื้อสัตว์นั้นอ่อนตัวลง ไม่ถือเป็นการล้างและน้ำนั้นไม่สามารถมาทำการล้างเนื้อสัตว์ได้อีก เพราะได้มีการปนเปื้อนเนะญิสแล้ว

#### การเลือกใช้น้ำ

ศาสนาอิสลามได้บัญญัติถึงน้ำประเภทต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- 1) น้ำสะอาด คือ น้ำที่สะอาด และสามารถนำไปทำความสะอาดอื่น ๆ ได้ทุกอย่าง น้ำประเภทนี้มี 7 ชนิด คือ

- 1.1) น้ำฝน
- 1.2) น้ำทะเล
- 1.3) น้ำคลอง แม่น้ำ ห้วยน้ำ หรือแหล่งน้ำที่คล้ายกัน
- 1.4) น้ำบ่อ
- 1.5) น้ำจากตาน้ำ น้ำบาดาล
- 1.6) น้ำจากหิมะ
- 1.7) น้ำจากลูกเห็บ

- 2) น้ำที่ใช่แล้ว คือ น้ำที่สะอาดแต่ถูกนำไปใช้ชำระล้างสิ่งอื่นก่อนแล้ว จะนำมาใช้ทำความสะอาดอื่นไม่ได้

- 3) น้ำสะอาดที่เปลี่ยนสภาพ คือ น้ำสะอาดที่สามารถนำมาใช้ทำความสะอาดสิ่งอื่น ๆ ได้ แต่ไม่สมควรใช้ เช่น น้ำที่ถูกแดดเผาจนร้อนอยู่ในสภาพที่อาจเกิดสนิมได้

- 4) น้ำสกปรก (นายิส) คือ น้ำที่มีสิ่งสกปรกเจือปนอยู่และน้ำนั้นมีจำนวนไม่ถึง 196 ลิตร หรือประมาณ 11 ปีบ

- ถ้าน้ำนั้นมีจำนวนมากกว่า 196 ลิตร และมีสิ่งสกปรกปนเปื้อนอยู่ และทำให้เปลี่ยนสี เปลี่ยนกลิ่น หรือรสเดิม ถือว่าเป็นเนะญิส ห้ามนำไปทำความสะอาด

- ส่วนน้ำชา กาแฟ น้ำส้ม น้ำหวาน น้ำดอกไม้ น้ำใส่ยาอุทัย หรืออื่น ๆ ที่มีลักษณะเดียวกัน เป็นน้ำสะอาด สามารถนำไปเป็นส่วนประกอบของอาหารได้ แต่จะเอาไปชำระล้างทำความสะอาดสิ่งอื่นไม่ได้

#### กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตอาหารฮาลาล จะต้องฮาลาลทุก ๆ ขั้นตอน และอาหารที่ถือว่าผ่านกระบวนการฮาลาลได้ต่อเมื่อเข้าเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- 1) วัตถุประสงค์หรือองค์ประกอบของอาหารฮาลาลไม่มีสารปรุงแต่ง สารประกอบวัตถุประสงค์ต้องห้ามตามหลักการอิสลาม
  - 2) อาหารต้องไม่ปนเปื้อนกับนะญิสไม่ว่ามากหรือน้อย
  - 3) อาหารที่เตรียม ผ่านกระบวนการ หรือผ่านการผลิตโดยสถานที่ผลิตอุปกรณ์ เครื่องมือปราศจากการปนเปื้อนด้วยนะญิส
  - 4) การเก็บรักษาต้องไม่ปะปนหรือต้องไม่สัมผัสกับภาชนะบรรจุที่ต้องห้าม  
ข้อเสนอแนะ
    - 1) พนักงานผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล ในขณะที่ผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุนัข เป็นต้น
    - 2) ถ้าหากจำเป็นต้องใช้พนักงานที่มีไม่มุสลิมก็ควรมีผู้ควบคุมที่เป็นมุสลิม
    - 3) การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ควรแยกเก็บรักษาในสภาพที่เฉพาะไม่ปะปนกับผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่ฮาลาล
    - 4) ภาชนะบรรจุที่เก็บรักษาอาหารฮาลาลจะต้องสะอาดปราศจากนะญิส
- อุปกรณ์ สถานที่ การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง**
- ด้วยอาหารฮาลาลจะต้องผ่านกระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นเตรียมการผลิต เลือกวัตถุดิบ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง การปรุงอาหาร ตลอดจนสายโซ่การผลิต” เช่น สถานที่ผลิต อุปกรณ์ ภาชนะบรรจุภาชนะเก็บรักษา จะต้องฮาลาลถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งหะรอมตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม
- แนวปฏิบัติต่อสถานที่ผลิต อุปกรณ์การผลิต และการขนส่งผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล มีดังนี้
- 1) สถานที่ผลิต จะต้องสะอาด ปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนที่เป็นนะญิส มีระบบป้องกันสัตว์ต้องห้ามเช่น สุกร สุนัข เข้าในบริเวณสถานที่ผลิตอาหารฮาลาล และไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล
  - 2) เครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์การผลิตจะต้องสะอาด และไม่ได้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล
  - 3) การขนส่งจะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาล ไม่ปะปนกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล
  - 4) การล้างสถานที่ผลิต เครื่องมือ อุปกรณ์และการขนส่งจะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม เช่น
    - 4.1) น้ำที่ใช้ต้องเป็นน้ำสะอาด และเป็นน้ำที่อนุญาตให้ใช้ได้
    - 4.2) เปิดน้ำหรือรดน้ำให้น้ำไหลผ่านให้ทั่วบริเวณสถานที่ผลิต เครื่องมือ อุปกรณ์ หรือรถขนส่ง ต้องให้น้ำไหลผ่านออกได้ เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำขัง และทำให้เป็นนะญิสได้

ในกรณีที่สถานที่ผลิต เครื่องมือ อุปกรณ์ผ่านการใช้ ผลิตอาหารที่ไม่ปลอดภัยให้เชื้อดื้อยาอาหาร ที่ติดอยู่ในสถานที่ผลิต หรือติดอยู่กับเครื่องมือ อุปกรณ์ ออกให้หมดเสียก่อน แล้วทำการล้างเหมือนที่ ได้อธิบายข้างต้นหากสถานที่ผลิต มีสุกรหรือสุนัขเข้ามาปนเปื้อน เครื่องมือ อุปกรณ์ผ่านการใช้กับเนื้อ สุกร เนื้อสุนัข หรือผลิตภัณฑ์จากสุกรและสุนัข รถขนส่งผ่านการบรรทุกสุกร หรือสุนัข ให้ทำการล้าง ด้วยน้ำสะอาด 7 ครั้ง โดยให้หนึ่งในนั้นเป็นน้ำผสมดิน

### สัญลักษณ์ส่วนบุคคล

- การแต่งกายของพนักงานจะต้องมีความสะอาดโดยไม่ให้ก่อให้เกิดความสกปรกที่จะเป็นเหตุ ให้เกิดการปนเปื้อนสู่อาหารที่ผลิต

- ผู้ปฏิบัติงานควรล้างมืออย่างสม่ำเสมอ เช่น

- 1) ก่อนการปฏิบัติงานที่ต้องสัมผัสอาหาร
- 2) ทุกครั้งหลังออกจากห้องน้ำ
- 3) หลังรับประทานอาหาร โดยเฉพาะเมื่ออาหารที่พนักงานรับประทานนั้นมี

ส่วนผสมของสิ่งที่หะรอม

- 4) หลังสัมผัสสิ่งที่หะรอมหรือสิ่งปนเปื้อนนะญิส ซึ่งอาจจะนำไปสู่การปนเปื้อน

อาหารในกระบวนการผลิตได้

- ควรสวมถุงมือในการประกอบอาหาร
- ควรสวมหมวกคลุมศีรษะกันเส้นผมตกลงในอาหาร

**กระบวนการรับรองและขอใช้เครื่องหมาย** (มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ, 2557 อ้างใน วรรณดี มหรรณพกุล, 2558)

หน่วยงานที่รับผิดชอบ ในประเทศไทยการขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือ รับรองการผลิตอาหารฮาลาล ผู้ผลิตจะต้องติดต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ “สำนักงานคณะกรรมการ กลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท)”

### กระบวนการรับรองและขอใช้เครื่องหมาย

ขั้นที่ 1 เตรียมการ

- ผู้ประกอบการยื่นความจำนงขอรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล
- ที่ปรึกษาโครงการตรวจประเมินและให้คำปรึกษาแนะ
- จัดอบรมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการ
- ผู้ประกอบการจัดทำระบบเอกสารและกระบวนการผลิตตามมาตรฐานอาหารฮาลาล
- ผู้ประกอบการเตรียมเอกสารตามที่สถาบันฯ กำหนด
- ที่ปรึกษาจัดทำรายงานสรุปการปรึกษาโครงการฯ



## ขั้นที่ 2 ยื่นคำขอและพิจารณาคำขอ

1) ผู้ประกอบการยื่นคำขอรับการตรวจรับรองต่อสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท) หรือสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (สกอจ) แล้วแต่กรณี เอกสารเพื่อขอรับรองฮาลาลบุคคลธรรมดา (มีแรงม้ารวม 5-20 แรงม้า และ/ หรือมีคนงาน 7-20 คน ยกเว้นโรงงานที่มีมลภาวะ

- สำเนาบัตรประชาชน
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน
- คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.17)
- ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)
- หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (คม.1)
- คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ. 3 หรือ สำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1
- แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕)
- หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต, ขั้นตอน, วัตถุดิบ, ส่วนผสม
- ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น
- แผนที่ตั้งโรงงาน

### นิติบุคคล

- ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนบริษัท
- หนังสือรับรองจากสำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท (อายุไม่เกิน 6 เดือน)
- ใบอนุญาตตั้งโรงงานแบบ รง.2 หรือ รง.4 (ขึ้นอยู่กับขนาดของโรงงาน)
- ใบอนุญาตผลิตอาหาร (อ.2)
- คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.17)
- ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)
- หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (คม.1)
- คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ.3 หรือ สำเนาการใช้ฉลากอาหาร แบบ ฉ.1
- แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕)
- หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต, ขั้นตอน, วัตถุดิบ, ส่วนผสม
- ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น
- แผนที่ตั้งโรงงาน



- 2) เจ้าหน้าที่ที่ตรวจความถูกต้องของเอกสารที่ประกอบคำขอแล้วนำเสนอสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด
  - 3) เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ตัวอย่างผลิตภัณฑ์
  - 4) จ่ายค่าธรรมเนียม
  - 5) นิตหมายการตรวจสอบสถานประกอบการ
- ขั้นที่ 3 การตรวจสอบสถานประกอบการ
- 1) คณะผู้ตรวจสอบ ไปตรวจโรงงาน/ สถานประกอบการ ตามที่นัดหมาย
  - 2) ประชุมชี้แจงร่วมกันระหว่าง คณะผู้ตรวจสอบของฝ่าย กิจการฮาลาล กับฝ่ายสถานประกอบการ ก่อนดำเนินการตรวจสอบ ใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยมีขั้นตอนดังนี้
    - แนะนำตัวเพื่อทำความรู้จักกัน
    - หัวหน้าคณะผู้ตรวจสอบชี้แจง หลักการ ระเบียบฯ เหตุผล และความจำเป็นในการตรวจพิจารณา ก่อนให้การรับรอง ฮาลาล
    - ฝ่ายสถานประกอบการบรรยายสรุป เกี่ยวกับกระบวนการผลิต วัตถุดิบ ส่วนผสมหรือสารปรุงแต่ง การบรรจุ การเก็บรักษา การขนส่ง ฯลฯ ให้คณะผู้ตรวจสอบทราบ อนึ่ง คณะผู้ตรวจสอบประกอบด้วย หัวหน้าคณะผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนาอิสลาม ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิทยาศาสตร์ และผู้มีประสบการณ์ด้าน การผลิต ส่วนฝ่ายประกอบการ จะต้องประกอบด้วย ผู้จัดการโรงงาน ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายผลิต ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ เป็นสำคัญ หากจะมีผู้จัดการฝ่ายอื่นร่วมประชุม ชี้แจงด้วยก็ได้
  - 3) ฝ่ายสถานประกอบการ นำคณะผู้ตรวจสอบพิจารณา กระบวนการ ผลิต วัตถุดิบ สถานที่ผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา สถานที่จำหน่าย ฯลฯ ตามที่บรรยายสรุป
  - 4) คณะผู้ตรวจสอบให้คำแนะนำแก่ผู้ยื่นคำขอ เมื่อเห็นว่า ผู้ประกอบการ ดำเนินการไม่ถูกต้อง หรือมีข้อบกพร่อง เพื่อจะได้ดำเนินการให้ถูกต้องต่อไป
  - 5) คณะผู้ตรวจสอบรายงานผลให้คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลพิจารณา
- ขั้นที่ 4 พิจารณาผลการตรวจสอบและให้หนังสือรับรอง
- คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลรายงานผลการพิจารณา ให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดพิจารณาอนุญาต
- เรียกเอกสารหรือผลวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ เพิ่มเติมในกรณีที่จำเป็น
  - คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลแจ้งผลพิจารณาของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ คณะกรรมการ อิสลามประจำจังหวัดให้ผู้ขอรับรองฮาลาลทราบ
  - ในกรณีที่คณะกรรมการฯให้การรับรอง เมื่อผู้ขอรับรอง ฮาลาล ทำสัญญายอมรับ ปฏิบัติตามเงื่อนไข การรับรอง และการชำระค่าธรรมเนียมแล้ว คณะกรรมการกลาง อิสลามแห่งประเทศไทย

ไทย หรือคณะกรรมการอิสลาม ประจำจังหวัดจึงออกหนังสือรับรองฮาลาลให้แก่ผู้ขอ โดยมีอายุการรับรองไม่เกินหนึ่งปี

- ผู้ขอซึ่งได้หนังสือรับรองฮาลาลแล้ว และมีความประสงค์ ขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล คณะกรรมการกลาง อิสลามแห่งประเทศไทยจะออกหนังสือสำคัญ ให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล แก่ผู้ขอ เมื่อผู้ขอชำระ ค่าธรรมเนียม แล้ว

ขั้นที่ 5 การติดตามและประเมินผล

- ดำเนินการติดตามและกำกับดูแลสถานประกอบการ ซึ่งได้รับรองฮาลาล และหรือให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฮาลาล ให้ปฏิบัติตามสัญญาและระเบียบอย่างเคร่งครัด โดยใช้กลไกการ ตรวจสอบดังนี้

- ให้มี ผู้ตรวจการอาหารฮาลาล เพื่อตรวจสอบสินค้าอาหาร ฮาลาลในตลาด
- ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากรายงาน การปฏิบัติงานของ ที่ปรึกษาสถานประกอบการ
- ฝ่ายกิจการฮาลาลตรวจสอบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต สถานประกอบการ และการ ให้บริการที่ได้รับอนุญาตแล้ว โดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า เป็นระยะตามความเหมาะสม
- ฝ่ายกิจการฮาลาลรายงานผลการตรวจสอบ ให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดทราบหรือพิจารณา

จากการศึกษาแนวคิดทางด้านการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ทำให้เข้าใจ ถึงบทบาทและความสำคัญของการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตที่ยึดหลักการตาม ศาสนาอิสลาม อันประกอบไปด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต การบรรจุ ภัณฑ์และการขนส่ง และสุขลักษณะส่วนบุคคล เพื่อให้เกิดมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ดี และสร้างความ มั่นใจในการบริโภคให้แก่ชาวมุสลิม หรือคนทั่วไป ซึ่งถือว่าเป็นพื้นฐานของการทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน ที่จะสามารถเจาะตลาดใหม่ ๆ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการค้าอาหารฮาลาลให้มากขึ้น

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถที่ องค์กรดำเนินงานได้ดีกว่าองค์กรอื่น ทำกำไรได้สูงกว่ามาตรฐานของอุตสาหกรรมหรือ องค์กรสามารถสร้างให้เกิดคุณค่าแก่องค์กรมากกว่าคู่แข่ง

Porter (1990) ได้ให้แนวคิดไว้ว่าในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้ธุรกิจ อยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงมี ความสอดคล้องกับทรัพยากรและความพร้อมของธุรกิจ โดยกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขันทั้ง 3 กลยุทธ์ ได้แก่

1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) เป็นการให้ผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกันกับคู่แข่ง ในขณะที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า แต่การลดต้นทุนยังมีความเสี่ยงแอบแฝงอยู่ด้วย เช่นความล้าสมัยในกระบวนการผลิตหรือนวัตกรรมหรือการบริการและกระจายสินค้า ซึ่งคู่แข่งอาจมีการพัฒนาให้ทันสมัยกว่า หรือการลดต้นทุนมากเกินไป อาจทำให้เกิดต้นทุนในการสร้างการรับรู้ของลูกค้ามากขึ้น สุดท้ายเกิดการเปลี่ยนแปลงการเนื่องจากกำไรของธุรกิจเท่ากับราคาขาย-ต้นทุนขาย ดังนั้นหากต้องการให้มีกำไรสูงขึ้นมีสองวิธีคือ การเพิ่มราคาขายและ/ หรือลดต้นทุนขาย องค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะเลือกใช้วิธีการลดต้นทุนมากกว่าการเพิ่มราคาขาย ซึ่งเป็นวิธีที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวคิดทางการจัดการคือ การเพิ่มประสิทธิภาพ

2) การสร้างความแตกต่าง (Differentiate) หมายถึง การสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในตัวของสินค้าและบริการที่นำมาซึ่งความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นรายอื่น เป็นกลยุทธ์ที่ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาตลอดเวลา เพราะคุณค่าที่เคยมีในอดีตอาจไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเมื่อเวลาเปลี่ยนไป อีกเหตุผลหนึ่งเพราะการแข่งขันในตลาดมีสูงมาก ส่วนสินค้าและบริการที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบันมีความคล้ายคลึงกันมาก องค์กรจึงต้องสร้างสินค้าและบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสูงสุด

3) การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดนั้น ที่มีความแตกต่างในเรื่องความต้องการสินค้า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ สี สัน คุณภาพ และความคาดหวัง ที่มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังนั้นการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ธุรกิจเดียวกันในทุกตลาด จึงเป็นการดำเนินธุรกิจที่ไม่เหมาะสม

พัชสิริ ชมพุกำ (2553) กล่าวว่า การจัดการเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้กิจการสามารถเอาชนะคู่แข่งและอยู่รอดได้ องค์กรต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งหมายความว่าองค์กรจะต้องสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง การทำจะทำได้ดีกว่าในสายตาลูกค้า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ความได้เปรียบในเรื่องต้นทุน (Cost Competitiveness) ในยุคที่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลหลากหลายได้ง่ายขึ้น ไม่เป็นการยากสำหรับผู้บริโภคที่จะตรวจสอบข้อมูลเปรียบเทียบราคาสินค้า และบริการก่อนตัดสินใจซื้อ ธุรกิจใดที่สามารถนำเสนอสินค้าดีในราคาที่ต่างจึงมีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่า ความได้เปรียบในแง่ต้นทุนนั้นวิธีการหนึ่งคือ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์มากที่สุดและมีของเสียหรือความเสียหายน้อยที่สุด ซึ่งถึงแม้จะเป็นเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ หากธุรกิจไม่มองข้ามแล้วก็สามารถช่วยประหยัดต้นทุนและสามารถให้ตั้งราคาสินค้าหรือบริการที่ดึงดูดใจลูกค้าได้

2) คุณภาพ (Quality) ปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการมากขึ้น ไม่เพียงแต่ต้องการสินค้าและบริการที่มีราคาถูก แต่ยังต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ นั่นคือคุณภาพอยู่ที่ความพึงพอใจของลูกค้าในอดีตที่ผ่านมา มองการควบคุมคุณภาพเกิดขึ้นเมื่อสินค้าผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วและได้รับการตรวจสอบข้อมูลตัวเลขจำนวนสินค้าที่ชำรุดเสียหายก่อนที่จะถึงมือลูกค้า แต่ในปัจจุบันการควบคุมคุณภาพจะเห็นตั้งแต่ในแนวทาง “ป้องกัน” เพื่อไม่ให้ความเสียหายเกิดขึ้น การใช้แนวคิดของการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ทุกด้านของการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ไม่เพียงแต่ธุรกิจที่จะผลิตสินค้าเท่านั้นที่จะให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ ธุรกิจในส่วนของการบริการก็เน้นในเรื่องของคุณภาพของการบริการเช่นกัน เพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้า อันจะนำมาซึ่งความเป็นหนึ่งเดียวของธุรกิจ

3) นวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมเป็นการคิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมาโดยไม่จำเป็นต้องเป็นเพียงสินค้าหรือบริการใหม่เท่านั้น แต่ยังอาจหมายถึงกระบวนการใหม่ในการทำงาน ในปัจจุบันและอนาคตองค์กรอาจจำเป็นต้องมีนวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความแตกต่างเกิดขึ้นในธุรกิจ องค์กรใหญ่หลายองค์กร การที่องค์กรจะได้มาซึ่งนวัตกรรมก็มาจากบุคลากรขององค์กรที่มีความคิดสร้างสรรค์ และการท างานร่วมกันเป็นทีม

4) ความรวดเร็ว (Speed) นอกจากราคาและคุณภาพแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ลูกค้าต้องการคือ ความรวดเร็ว ถ้ากำหนดให้ทุกอย่างเท่ากัน ใครที่เร็วกว่าย่อมเป็นผู้ชนะ ไม่ว่าจะเป็ความรวดเร็วในการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความเร็วในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ความเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความรวดเร็วจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจเร็วกว่าคู่แข่ง บางธุรกิจใช้ความเร็วเป็นจุดขาย

กนกอร อ่อนเรือง (2556) กล่าวว่า ความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานจากการผลิตสินค้า หรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งั้น เพราะในภาวะปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี สังคม และวัฒนธรรม เป็นปัจจัยส่งผลให้ผู้บริโภคต้องการสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายมากขึ้น แนวคิดเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมีความสำคัญมากต่อผลประกอบการในอนาคตขององค์กร และทำให้องค์กรมีโอกาสในการสร้างกำไรระยะสั้น และระยะยาวได้สูงกว่าคู่แข่ง ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรน้อยกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน เพื่อลดอัตราการสูญเสียการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพ เพื่อการบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร ประสิทธิภาพมักจะถูกวัดในรูปของต้นทุนเมื่อเทียบกับผลงานที่ได้

2) ด้านคุณภาพ (Quality) หมายถึง เกณฑ์หรือระดับในการกำหนดมาตรฐาน เพื่อสร้างคุณภาพของสินค้าหรือบริการและความน่าเชื่อถือให้เป็นที่ยอมรับ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

3) ด้านนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง

4) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Customer Responsiveness) หมายถึง การให้สินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

จากแนวคิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอาจสรุปได้ว่าองค์กรจะสามารถดำรงอยู่ในธุรกิจ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันและสามารถคาดการณ์อนาคตเพื่อปรับเปลี่ยนให้อยู่ในธุรกิจได้นั้น องค์กรต้องให้ความสำคัญกับการสร้างการได้เปรียบทางการแข่งขัน 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย

ด้านประสิทธิภาพ หมายถึง องค์กรต้องสามารถดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วงตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ ได้แก่ทันตามกำหนดเวลา และมีคุณภาพ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์มากที่สุด ได้แก่ประหยัดต้นทุน ประหยัดทรัพยากร และประหยัดเวลา สินค้าและบริการต้องมีคุณภาพ

ด้านคุณภาพ หมายถึง องค์กรต้องสามารถจัดระบบและวินัยในการทำงานเพื่อป้องกันความผิดพลาดเสียหาย และมุ่งสร้างคุณค่าในกระบวนการทำงานทุก ๆ ขั้นตอน เพื่อให้สามารถรักษามาตรฐานสินค้าไว้ได้ อีกทั้งยังต้องพัฒนาบุคลากรให้สามารถใช้ศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่ ด้วยการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงงานและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ

ด้านนวัตกรรม หมายถึง องค์กรต้องสามารถรวบรวมความรู้ทักษะทางเทคโนโลยี และประสบการณ์ต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์และนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ ในสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และยังรวมถึงการพัฒนา ปรับปรุงกระบวนการหรือขั้นตอนการทำงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในขณะนั้น

ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า องค์กรต้องสามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อเสนอสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการหรือเกินไปกว่าความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งในคุณภาพสินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลา

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของ กนกอร อ่อนเรือง (2556) 4 ด้าน คือ ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มาใช้เป็นตัวแปรตามในการศึกษาค้นคว้า เพื่อวิเคราะห์ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

### 2.3 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชัญ จงเจริญ (2554) ศึกษาพัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง พบว่าด้านการผลิตมีการบริหารจัดการด้านการผลิตโดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะที่คล้ายกันเกือบทุกร้าน คือ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ กะปิ และอาหารทะเลแห้ง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ อยู่ที่ความสดใหม่ และความสะอาดของผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตที่ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการออกวางจำหน่าย ด้านราคา ผู้ประกอบการมีการตั้งราคาสินค้าที่มีความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย ร้านจำหน่ายสินค้ามีการจัดวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม และสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นกันเองกับลูกค้า มีการสื่อสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าหน้าร้านด้วยตนเอง สภาพและปัญหา ผู้ประกอบการเห็นว่าร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง ยังไม่มีกลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดลูกค้า ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ในด้านการตลาดหรือการจัดการผลิตภัณฑ์เท่าที่ควร

อารยา อายุบเคน (2557) ศึกษามาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า รูปแบบและลักษณะของธุรกิจอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จัดทะเบียนเป็นรูปแบบบริษัท โดยลักษณะเป็นธุรกิจที่ผลิตอาหารในการจัดจำหน่าย และเป็นผู้รับจ้างผลิต การบริหารการดำเนินงานเป็นระบบและแบบแผนตามโครงสร้างของบริษัท ซึ่งควบคุมการทำงานโดยผู้บริหารและหัวหน้างานฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งการดำเนินงานอาหารฮาลาลเป็นการบริหารจัดการที่เน้นถึงกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยเป็นการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิต ซึ่งพบว่ามีเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดโดยเป็นความร่วมมือทั้งผู้ประกอบการ และพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลโดยมาตรฐานฮาลาลเป็นการดำเนินงานเหมือนกับมาตรฐานคุณภาพอื่น ๆ เพียงแต่มีข้อกำหนดตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งจากการศึกษาผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพิจารณาด้านการบริหารจัดการในการวางกลยุทธ์การนำผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลเข้าสู่ตลาดโดยที่เน้นถึงคุณภาพ และประโยชน์ในการบริโภคทั่วไปโดยที่อาจไม่จำกัดเฉพาะชาวมุสลิมเท่านั้น



กนกวรรณ จันทรอินทร์ (2556) ศึกษาการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทย พบว่า อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยอยู่ในตำแหน่งที่มีจุดแข็ง และมีโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ คือต้องให้ความสนใจในการศึกษากฎระเบียบการนำเข้าของแต่ละประเทศ การส่งเสริมการพัฒนา การขอมาตรฐานฮาลาล กลยุทธ์การพัฒนาตลาด การเจาะตลาด กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสนับสนุนแก่ผู้ผลิตที่มีความรู้ความถนัด ความชำนาญในการผลิต การส่งออก

มาเรียม นะมิ (2552) ศึกษาการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่าการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นว่าเครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับรองคุณภาพจากสำนักคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในสินค้าที่ส่งออกไปขายยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศมุสลิมมีผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทยมากถึงร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทยสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเครื่องหมายฮาลาลของไทยได้มากเพียงใด ย่อมส่งผลต่ออัตราการส่งออกของประเทศสูงตามไปด้วย

อลิสรา จันทรชิว (2543) ศึกษาแนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง พบว่า ประเทศไทยมีโอกาสและมีแนวโน้มที่ดี ในการส่งออกอาหารฮาลาล กรณีอาหารทะเลกระป๋องไปยังประเทศซาอุดีอาระเบียสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และจอร์แดน แต่ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออก พบว่า ความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อการขยายตัวของการส่งออกค่อนข้างน้อยในประเทศสหรัฐอเมริกาและเม็กซิโก และทำให้การขยายตัวของการส่งออกลดลงในประเทศจอร์แดน ดังนั้นจึงควรเพิ่มความสามารถในการแข่งขันใน 2 ประเทศนี้ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง

วนิดา ศักดิ์ (2550) ศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถในแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทย พบว่า (1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตและส่งออกอาหารทะเลแปรรูปรายสำคัญของโลก และอาหารทะเลแปรรูปเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร (2) ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปทุกผลิตภัณฑ์ในตลาดโลก และตลาดส่งออกสำคัญ สำหรับตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉพาะผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าแปรรูป และปลาซาร์ดีนแปรรูป (3) ในตลาดโลกและตลาดส่งออกสำคัญ พบว่า มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ยเท่านั้น สำหรับตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ยและผลจากการกระจายตลาดตามลำดับ (4) อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย มีศักยภาพการแข่งขันในด้านของโครงสร้าง

พื้นฐานและบุคลากรที่มีความชำนาญในการผลิต นอกจากนี้คุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิตของไทยยังเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคต่างประเทศ สำหรับปัญหาที่ทำให้ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยลดลงมากที่สุด คือการขาดแคลนและการลดลงของคุณภาพวัตถุดิบ ทำให้มีการนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น รวมทั้งการไม่มีบทบาทในเวทีการค้าโลกทำให้ประเทศไทยไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานสินค้าอาหารต่าง ๆ

สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ (2555) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทย พบว่า (1) ผู้บริหารเห็นว่าปัจจัยที่มีผลกระทบของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2) ผู้บริหารเห็นว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3) ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือด้านความสามารถของบุคลากร ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านความเข้มข้นของการวิจัย และพัฒนา ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือด้านความสามารถในการจัดการ โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 62.0

ศิรินารณ ศรีเมือง (2547) ศึกษาการส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยในตลาดโลก พบว่า ช่วงหลักจากมีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นในทั้ง 2 ตลาด โดยในกลุ่มที่มีใช้ประเทศมุสลิม เป็นผลเนื่องมาจากการกระจายตัวของตลาด รองลงมา คือ การปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง การขยายตัวของตลาดโลก และความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง ตามลำดับ ส่วนตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลมาจากการขยายตัวของตลาดโลกเป็นสำคัญรองลงมาคือ ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง การกระจายตลาด และการส่งออกถูกหรือผิดทิศทางตามลำดับ แต่การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกกลับลดลงในสินค้าพิกัด SITC 0114 (ประเภทเนื้อ และส่วนอื่นที่บริโภคได้ของสัตว์ปีก สด แช่เย็น หรือแช่แข็ง) และ SITC 042 (ประเภทข้าว) เนื่องจากการกระจายตัวของตลาด ผลการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง (ยกเว้นสินค้าพิกัด SITC 0114) และผลจากการแข่งขันที่แท้จริง จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าควรปรับปรุงผลทั้ง 3 ด้านให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสามารถขยายตลาดได้ตามเป้าหมาย โดยผลจากการกระจายตัวของตลาดอาจขาดข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คู่แข่ง และการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ของอาหารฮาลาล ให้เป็นที่ยอมรับ อีกทั้งควรแสวงตลาดใหม่ที่มีการขยายตัวสูง เพื่อเป็นตลาดเป้าหมายในอนาคต ส่วนผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทิศทาง ภาครัฐบาลควรประชาสัมพันธ์ถึงจุดแข็งของคุณภาพสินค้าประเภทข้าว รวมทั้งวิธีการรับประทานข้าวของประเทศไทย สำหรับผลการแข่งขันที่แท้จริง ควรมีการปรับปรุงด้านการผลิตให้



มีต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และควบคุมการใช้สารเคมีในการผลิต เพื่อให้อาหารฮาลาลของไทยเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับในตลาดประเทศมุสลิมมากยิ่งขึ้น

ดวงกมล ทองคำชุม (2549) ศึกษาแนวทางเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับมาตรฐานฮาลาลของอุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลในประเทศ พบว่า ปัญหาโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านงบประมาณ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ความรู้พื้นฐานของพนักงานเกี่ยวกับข้อกำหนดฮาลาล การปฏิบัติงานของพนักงานให้เป็นไปตามข้อกำหนด เครื่องจักรและอุปกรณ์ต้องเป็นไปตามข้อกำหนด การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินของหน่วยงานเอกชน และการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินของรัฐ

กนกอร อ่อนเรือง (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่ โดยกระตุ้นการเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างกลยุทธ์เพื่อนำสิ่งใหม่ ๆ ไปพัฒนาปรับปรุงช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และนำไปใช้ในการบริหารงานได้อย่างรวดเร็ว และถูกต้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจต่อไป

แกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ พบว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงต่อหัวของสหรัฐอเมริการาคาส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของเอกวาดอร์และจำนวนประชากรของสหรัฐอเมริกามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนราคาส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 13.927, 1.537, 30.406 และ -1.133 ตามลำดับ สำหรับการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่าราคาส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของเวียดนามและจำนวนประชากรของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ส่วนราคาส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไต้หวันมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.623, 102.066 และ -1.685 ตามลำดับ และการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยัง

ประเทศเกาหลีใต้ พบว่า ราคาส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยไปยังประเทศเกาหลีใต้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.909

สุพิชฌาย์ กลมรัตน์กุล (2554) ศึกษาศักยภาพการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่า ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของประเทศไทยกับประเทศเวียดนามไปยังสหรัฐ ไทยยังคงส่งออกไปเป็นอันดับหนึ่ง แต่มีความผันผวนในบ้างในบางปี ตามปัจจัยทางด้านต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งที่เกิดขึ้นกับประเทศผู้ส่งออกเอง ประเทศคู่ค้า และประเทศคู่แข่งในการส่งออก ต่างก็ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยในปีนั้น ๆ ส่วนประเทศเวียดนามนั้นแม้จะมีแนวโน้มค่า RCA เป็นไปในแนวเดียวกับไทย แต่โดยเฉลี่ยแล้วมีค่า RCA น้อยกว่าไทยค่อนข้างมาก ค่าส่วนแบ่งตลาด (Market Share) พบว่า ตลอดระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งการตลาด ในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไปประเทศสหรัฐอเมริกามากกว่าประเทศเวียดนามค่อนข้างมาก แม้จะมี ส่วนแบ่งตลาดลดลงในบางปี เพราะนโยบายการเก็บภาษีการทุ่มตลาดของสหรัฐอเมริกา แต่โดยรวม แล้วประเทศไทยก็ยังมีส่วนแบ่งตลาดในสินค้ากุ้งสดแช่แข็งของตลาดสหรัฐอเมริกาสูงกว่าประเทศ เวียดนามอยู่มาก พิจารณาร่วมกันระหว่างค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (ค่า RCA) และส่วนแบ่งตลาด (Market Share) โดยเฉลี่ยแล้ว พบว่า ประเทศไทยนั้นมีความสามารถในการ แข่งขันมาก และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น เวียดนามแม้จะมีความสามารถในการแข่งขันไม่ สูงนัก แต่ก็ยังมีแนวโน้มที่จะครองส่วนแบ่งตลาดได้มากขึ้น สรุปได้ว่าประเทศไทยยังมีความสามารถใน การแข่งขันในการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งไปยังสหรัฐอเมริกาค่อนข้างมาก ถึงแม้มีบางช่วงที่สถานการณ์ การส่งออกกุ้งสดแช่แข็งชะลอตัวลงตามสถานการณ์ รวมทั้งประเทศคู่แข่งอาจมีการพัฒนา ประสิทธิภาพในการผลิตมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจึงควรให้การสนับสนุนการพัฒนาระบบให้มี ประสิทธิภาพ และกำหนดมาตรการที่จะช่วยสนับสนุนการส่งออก เพื่อกุ้งสดแช่แข็งของไทยจะยังมี ความสามารถในการแข่งขันในสหรัฐอเมริกายังอยู่ในอันดับหนึ่ง ต่อไป

ดุสิตา วงศ์ชื้อ (2548) ศึกษาเชิงกลยุทธ์ในการส่งออกกุ้งแช่แข็งไปประเทศเกาหลีใต้ของ บริษัทอาหารทะเลแช่แข็งจำกัด พบว่า กลยุทธ์ที่เลือกใช้ในระดับ Corporate Level คือ กลยุทธ์การ เจริญเติบโต (Growth Strategy) เป็นการลดต้นทุนการผลิตและสามารถควบคุมคุณภาพสินค้าได้ดีขึ้น กลยุทธ์ที่เลือกใช้ในระดับ Business Level คือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost-Leadership) สามารถป้องกันคู่แข่งและช่วยให้บริษัททำกำไรต่อไปได้ในระหว่างที่มีการแข่งขันสูง และกลยุทธ์ที่ เลือกใช้ในระดับ Functional Level คือ กลยุทธ์ด้านการจัดหาวัตถุดิบ เน้นความมีประสิทธิภาพและ ต้นทุนต่ำในการผลิต โดยมีสถิติข้อมูลของมูลค่าการส่งออกกุ้งแช่แข็งของไทยและการนำเข้ากุ้งแช่แข็ง ของเกาหลีใต้ รวมถึงแสดงผลประกอบ การงบกำไรขาดทุนของบริษัทฯ ใช้ประกอบการตัดสินใจ

การวางแผนปฏิบัติการ การวางกลยุทธ์เพื่อก่อประโยชน์สูงสุดกับบริษัทในด้านการแข่งขันและได้ผลตอบแทนสูงสุด โดยมีการนำเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปสมัยใหม่มาปรับให้เข้ากับการลงทุนของบริษัทฯ ต่อไปในอนาคต

สาริกา คำสุวรรณ (2554) ศึกษาภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมตะวันออกกลาง พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและโอกาสอีกมากในการขยายตลาดส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลไปยังภูมิภาคตะวันออกกลาง อาหารฮาลาลไทยได้รับการยอมรับเรื่องคุณภาพ มีเอกลักษณ์โดดเด่นเรื่องรสชาติ และการเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ อีกทั้งชาวตะวันออกกลางยังให้ความเชื่อมั่นในมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร การรับรองฮาลาล และเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทย แต่จากการที่นักธุรกิจไทยไม่ให้ความสำคัญกับการทำตลาดเชิงรุก ขาดการสร้างตราสินค้าของตนเอง อาหารฮาลาลไทยจึงไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ยังพบว่า จากต้นทุนการผลิตที่สูง สินค้าอาหารฮาลาลไทยจึงมีราคาสูงกว่าประเทศคู่แข่งส่งผลให้การนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลไทยในตลาดตะวันออกกลางมีปริมาณน้อย

ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ศึกษากระบวนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่ฮาลาล พบว่า ผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมฮาลาลมีผลทำให้การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลผลิตจากสัตว์ต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาดและการขยายตัวจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคเฉพาะประเทศเป็นเพื่อการส่งออก และการรองรับอุตสาหกรรมบริการฮาลาล เช่นการท่องเที่ยวฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาลและโรงแรมฮาลาล ซึ่งทำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นการกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิต และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีโลก

Zailani, Kanapathy และ Iranmanesh (2015) ศึกษากลยุทธ์การวางแผนแนวทางฮาลาลของบริษัทอาหารฮาลาล พบว่า ความต้องการของตลาดฮาลาล การสนับสนุนของรัฐบาลผลประโยชน์ทางธุรกิจที่คาดหวังและความสมบูรณ์ในเชิงบวกส่งผลกระทบต่อ HOS. หมายถึง ในทางปฏิบัติ ผลการศึกษจะช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหารของบริษัท อาหารฮาลาลสามารถเข้าใจทั้งปัจจัยภายในและภายนอกของ HOS. ซึ่งอาจนำไปสู่การประสบความสำเร็จในการสร้างแรงจูงใจการดำเนินงานของ HOS. การศึกษาครั้งนี้จึงก่อให้เกิดความก้าวหน้าของความรู้ที่เกี่ยวกับปัจจัยที่กระตุ้นให้ บริษัทอาหารฮาลาลที่จะปฏิบัติ HOS.

## 2.4 สมมติฐานการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้าน วัตถุประสงค์ อัสมัน แตะอาลี (2552) คือการจัดการด้านวัตถุประสงค์ให้ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดอาหารฮาลาล ในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายุบเคน (2557) เรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่าการเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดโดยเป็นความร่วมมือทั้งผู้ประกอบการ และพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาล และจากการอ้างอิงตามแนวคิดการจัดการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 อ้างใน อุตม เจริญนิมไพโร, 2553, หน้า 8) สรุปได้ว่าการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล สามารถส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้าน วัตถุประสงค์ อัสมัน แตะอาลี (2552) คือการจัดการด้านวัตถุประสงค์ให้ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดอาหารฮาลาล ในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายุบเคน (2557) เรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรีพบว่าการเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดโดยเป็นความร่วมมือทั้งผู้ประกอบการ และพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาล และจากการอ้างอิงตามแนวคิดการจัดการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 อ้างใน อุตม เจริญนิมไพโร, 2553, หน้า 8) สรุปได้ว่าการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านวัตถุประสงค์ สามารถส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านวัตถุดิบ มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านกระบวนการผลิต อัสมัน แดอาลี (2552) คือการจัดการด้านกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดอาหารฮาลาลในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา आयुบเคน (2557) เรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่าการเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดโดยเป็นความร่วมมือทั้งผู้ประกอบการ และพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาล และจากการอ้างอิงตามแนวคิดการจัดการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 อ้างใน อุตม เจริญนิมไพร, 2553, หน้า 8) สรุปได้ว่าการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านกระบวนการผลิต สามารถส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านกระบวนการผลิต มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านการบรรจุ และการขนส่ง อัสมัน แดอาลี (2552) คือการจัดการด้านการบรรจุ และการขนส่งให้ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดอาหารฮาลาลในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา आयुบเคน (2557) เรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่าการเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดโดยเป็นความร่วมมือทั้งผู้ประกอบการ และพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาล และจากการอ้างอิงตามแนวคิดการจัดการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 อ้างใน อุตม เจริญนิมไพร, 2553, หน้า 8) สรุปได้ว่าการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านสุขลักษณะส่วนบุคคลสามารถส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

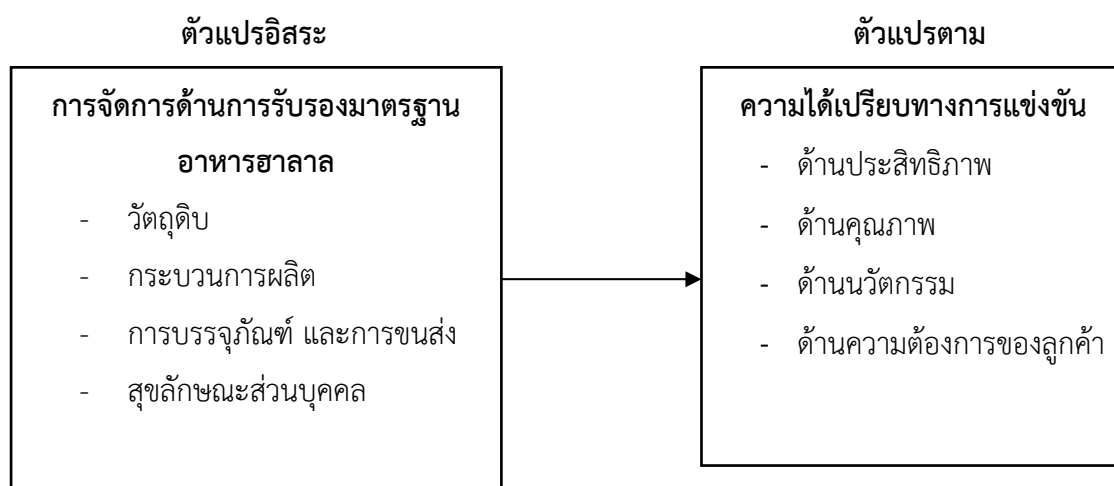
**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล อัสมัน แตอาลี (2552) คือการจัดการด้านสุขลักษณะส่วนบุคคลให้ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดอาหารฮาลาลในบทบัญญัติศาสนาอิสลาม มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายุบเคน (2557) เรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดโดยเป็นความร่วมมือทั้งผู้ประกอบการ และพนักงานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาล และจากการอ้างอิงตามแนวคิดการจัดการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545 อ่างใน อุดม เจริญนิมไพร, 2553, หน้า 8) สรุปได้ว่าการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล สามารถส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 5** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

## 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 2.1: ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล และความได้เปรียบทางการแข่งขัน





### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ และดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

#### 3.1 ประชากรที่ศึกษา

1) ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาล ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล จำนวน 419 ราย (กรมส่งเสริมการส่งออก , 2558 อ้างใน วรรณดี มหรรณพกุล, 2558)

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาใช้สูตรคำนวณของ Krejcie และ Morgan (1970, pp. 608-609) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 201 ราย จากผู้ประกอบการทั้งสิ้น 419 ราย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ได้นั้นผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าผู้ประกอบการทุกคนที่เป็นประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน โดยผลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างได้ผล ดังนี้

ตารางที่ 3.1: ผลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

ผลการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง		คิดเป็น เปอร์เซ็นต์ (%)	หมายเหตุ
1. สมบูรณ์	จำนวน 44 ราย	22	ส่งจดหมาย 37 ฉบับ โทรศัพท์ 5 ฉบับ
2. ไม่ได้รับการตอบกลับ	จำนวน 156 ราย	78	ไม่ได้รับการตอบกลับ เจ้าหน้าที่ไม่ชัดเจน โทรศัพท์ไปไม่สามารถ ติดต่อได้ ติดต่อไปไม่ สะดวกในการให้ข้อมูล
รวม	จำนวน 201 ราย	100	กลุ่มตัวอย่างที่แจกจริง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่เรียบเรียงขึ้นเองจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารงานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2) สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย
- 3) นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข
- 4) ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
- 5) นำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
- 6) ทำการปรับปรุงและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
- 7) แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ตามรายชื่อ ที่อยู่ และจำนวนที่กำหนด

### 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของคำถามก่อนจำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของคำถามที่เป็นระดับ Scale โดยใช้วิธีหาค่า Reliability ของสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient)

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น	
	30 ชุด	44 ชุด
<u>การจัดการด้านมาตรฐานฮาลาล</u>	0.930	0.937
- วัตถุประสงค์	0.825	0.861
- กระบวนการผลิต	0.926	0.933
- การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง	0.800	0.856
- สุขลักษณะส่วนบุคคล	0.725	0.737
<u>ความได้เปรียบทางการแข่งขัน</u>	0.933	0.949
- ด้านประสิทธิภาพ	0.802	0.856
- ด้านคุณภาพ	0.892	0.915
- ด้านนวัตกรรม	0.931	0.948
- ด้านความต้องการของลูกค้า	0.917	0.934



ค่าความเชื่อมั่นรวม คือ 0.933 เมื่อเปรียบเทียบกับค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (นงนุช ภัทรাত্র, 2538, หน้า 339) ซึ่งได้ระบุว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไม่ควรต่ำกว่า 0.70 ดังนั้น เครื่องมือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจึงอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ได้

### 3.4 องค์ประกอบของแบบสอบถาม

องค์ประกอบของแบบสอบถามสามารถแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และกิจกรรมการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ดัชนีวัดกรรม ด้านความต้องการของลูกค้า

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ในรูปแบบ Likert's Scale ซึ่งผู้ตอบคำถามสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยกำหนดการให้คะแนนไว้ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

### 3.5 การแปลผลข้อมูล

การแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยมีเกณฑ์คะแนนตามวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548, หน้า 193-194) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{จากสูตรความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5 - 1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

การแปลผลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนความหมาย

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อยที่สุด

### 3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ใช้แหล่งข้อมูลในการศึกษาค้างนี้ ดังนี้

1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ได้แก่ บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากทางอินเทอร์เน็ต และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้

2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่รวบรวมได้ทั้งหมด 45 ราย จากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาล จำนวน 201 ราย โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้น และเป็นผู้ดำเนินการในการเก็บเองซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

2.1) ผู้วิจัยได้ขอหนังสือรับรองจากสาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาล

2.2) ส่งแบบสอบถาม ไปให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ตามข้อมูลรายชื่อ และที่อยู่ของผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาล (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2558 อ่างใน วรรณดี มหรรณพกุล, 2558) ทางไปรษณีย์ โดยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามของทางมหาวิทยาลัยแนบไปด้วย พร้อมทั้งระบุช่องทางการส่งคืนแบบสอบถามกลับมายังผู้วิจัย ได้แก่ รับกลับคืนทางตู้ไปรษณีย์ตามช่องที่ระบุที่อยู่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งเป็นของผู้วิจัยส่งไปพร้อมแบบสอบถามโดยส่งกลับมาที่ ตู้ ปณ.

24 ปณฝ. กระทรวงพาณิชย์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11005 และทางโทรสารทาง E-mail พร้อมกับ

กำหนดเวลาส่งคืนแบบสอบถามภายใน 1 เดือน

2.3) ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของบริษัทฯ ที่ได้ทำการจัดส่งแบบสอบถามไปเพื่อขอความอนุเคราะห์ และติดตามการตอบกลับแบบสอบถามต่อไป

2.4) นำแบบสอบถามฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัสเพื่อนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

### 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

#### 1) สถิติเชิงพรรณนา

1.1) ค่าร้อยละ ใช้บรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา

1.2) ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้บรรยายข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง สุขลักษณะส่วนบุคคล และข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

2) สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา คือ

2.1) การวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression)

2.2) การวิเคราะห์ความมีอิทธิพลระหว่างการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง สุขลักษณะส่วนบุคคล กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่องการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง สุขลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 44 ชุด คิดเป็นร้อยละ 22 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 201 ชุด สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และกิจกรรมการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของผู้ประกอบการ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการผลิต ด้านสถานที่

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพ และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการสรุปผล

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 4.1 ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การสรุปข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ จำนวน 44 ตัวอย่าง และนำผลการวิจัยมาอธิบายในเชิงพรรณนา ซึ่งจะแสดงผลในรูปของค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	16	36.4
หญิง	28	63.6
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 และเป็นเพศชายจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	-	-
21 – 30 ปี	5	11.4
31 – 40 ปี	21	47.7
41 – 50 ปี	11	25.0
51 – 60 ปี	7	15.9
มากกว่า 60 ปี	-	-
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ 41 – 50 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 51 – 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	4.5
ปริญญาตรี	26	59.1
ปริญญาโท	15	34.1
ปริญญาเอก	1	2.3
<b>รวม</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมา ระดับปริญญาโท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และระดับปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งในองค์กร

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้บริหารระดับสูง	11	25.2
ผู้บริหารระดับกลาง	12	27.3
หัวหน้าฝ่าย/ หัวหน้าแผนก	16	36.4
พนักงานแผนกธุรกิจระหว่างประเทศ	5	11.4
อื่น ๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่าย/ หัวหน้าแผนก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ผู้บริหารระดับสูง 11 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และพนักงานแผนกธุรกิจระหว่างประเทศ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม  
ระยะเวลาการทำงาน

ระยะเวลาการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	6	13.6
5 – 10 ปี	17	38.6
11 – 15 ปี	8	18.2
16 – 20 ปี	6	13.6
มากกว่า 20 ปี	7	15.9
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงาน 5 – 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา 11 – 15 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 มากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.9 และ 16 – 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม  
รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30,001 บาท	15	34.1
30,001 – 45,000 บาท	12	27.3
45,001 – 60,000 บาท	5	11.4
ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป	12	27.3
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 30,001 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมา 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	24	54.5
สมรส	18	40.9
หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่	2	4.5
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 และสถานภาพหม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

#### 4.2 ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทางธุรกิจและกิจการการค้าเนินธุรกิจระหว่างประเทศของผู้ตอบแบบสอบถาม

การสรุปข้อมูลทางธุรกิจและกิจการการค้าเนินธุรกิจระหว่างประเทศของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ จำนวน 44 ตัวอย่าง และนำผลการวิจัยมาอธิบายในเชิงพรรณนา ซึ่งจะแสดงผลในรูปของค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของขนาดของสถานประกอบการ

ขนาดของสถานประกอบการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท	8	18.2
มีทุนจดทะเบียนเกิน 10 – 80 ล้านบาท	22	50.0
มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 80 ล้านบาท	14	31.8
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ขนาดของสถานประกอบการมีทุนจดทะเบียนเกิน 10 – 80 ล้านบาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 80 ล้านบาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของจำนวนพนักงานในองค์กร

พนักงานที่ปฏิบัติงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 คน	7	15.9
50 – 150 คน	10	22.7
มากกว่า 150 คน	27	61.4
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่มีพนักงานในองค์กรมากกว่า 50 คน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือ 50 – 150 คน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และไม่เกิน 50 คน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	4	9.1
5 – 10 ปี	16	36.4
11 – 15 ปี	9	20.5
16 – 20 ปี	7	15.9
มากกว่า 20 ปี	8	18.2
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5 – 10 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือ 11 – 15 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ระยะเวลา มากกว่า 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ระยะเวลา 16 – 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.9 และระยเวลา น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของระยะเวลาการได้รับการรับรองมาตรฐาน  
ฮาลาล

ระยะเวลาการได้รับการรับรองมาตรฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	4	9.1
5 ปี ไม่เกิน 10 ปี	18	40.9
10 ปีขึ้นไป	22	50.1
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 รองลงมาคือ 5 ปี ไม่เกิน 10 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 และน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของการจดรับรองมาตรฐานสินค้าอาหารฮาลาล

มาตรฐานสินค้าอาหารฮาลาล	เลือก		ไม่เลือก		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มาตรฐานหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP)	44	100	-	-	44	100
มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)	4	9.1	44	90.9	44	100
มาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัย (HACCP)	39	88.6	5	11.4	44	100
มาตรฐานองค์การอาหารและยา (อย.)	30	68.2	14	31.8	44	100
มาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ (ISO 9000)	21	47.7	23	52.3	44	100
มาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO 14000)	10	22.7	34	77.3	44	100
มาตรฐานฮาลาล	42	95.5	2	4.5	44	100
อื่น ๆ	23	52.3	21	47.7	44	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่จัดรับรองมาตรฐานสินค้าอาหารฮาลาลประเภท มาตรฐานหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ มาตรฐานฮาลาล จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 มาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัย (HACCP) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 มาตรฐานอาหารและยา (อย.) จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 มาตรฐานอื่น ๆ ได้แก่ มาตรฐานการรับรองความปลอดภัยสำหรับการผลิตอาหาร (FSSC 22000) มาตรฐานระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร (ISO 22000) มาตรฐานความปลอดภัยทางด้านอาหาร (BRC) จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 มาตรฐานระบบการบริหารงานคุณภาพ (ISO 9000) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 มาตรฐานระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ISO14000) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม (มอก.) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แป้ง	8	18.2
น้ำผลไม้	1	2.3
อาหารสำเร็จรูป	2	4.5
อาหารประเภทเนื้อ	-	-
ข้าว	2	4.5
อาหารทะเล	3	6.8
เครื่องปรุงรส	3	6.8
ขนมขบเคี้ยว	7	15.9
น้ำอัดลม	-	-
อาหารเสริม	-	-
ผักและผลไม้	7	15.9
อาหารและเครื่องดื่ม	11	25.0
อื่น ๆ	-	-
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ส่งออกอาหารฮาลาลประเภทอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือแป้ง จำนวน 8 คน คิดเป็น 18.2 ขนมขบเคี้ยว ผัก และผลไม้ ประเภทละจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 อาหารทะเล เครื่องปรุงรส ประเภทละ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 อาหารสำเร็จรูป ข้าว ประเภทละจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้ำผลไม้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของยอดการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี

ยอดการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท	12	27.3
มากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท	1	2.3
มากกว่า 20 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30 ล้านบาท	9	20.5
มากกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 40 ล้านบาท	-	-
มากกว่า 40 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท	2	4.5
มากกว่า 50 ล้านบาท	20	45.5
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่มียอดการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือยอดเฉลี่ยต่อปีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ยอดเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 20 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30 ล้านบาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ยอดเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 40 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาทจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และมากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของกลุ่มประเทศที่ส่งออกสินค้า

กลุ่มประเทศ ที่ส่งออกสินค้า	เลือก		ไม่เลือก		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อัฟกานิสถาน	3	6.8	41	93.2	44	100
แอลจีเรีย	-	-	44	100	44	100
สาธารณรัฐอาเซอร์ไบจาน	-	-	44	100	44	100
บาหลีเรน	3	6.8	41	93.2	44	100
บังกลาเทศ	6	13.6	38	86.4	44	100
จีน	16	36.4	28	63.6	44	100
ฝรั่งเศส	3	6.8	41	93.2	44	100
อินเดีย	9	20.5	35	79.5	44	100
รัสเซีย	6	13.6	38	86.4	44	100
สหรัฐอเมริกา	19	43.2	25	56.8	44	100
ออสเตรเลีย	17	38.6	27	61.4	44	100
ญี่ปุ่น	19	43.2	25	56.8	44	100
สหราชอาณาจักร	9	20.5	35	79.5	44	100
อื่นๆ	31	70.5	13	29.5	44	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ส่งออกสินค้าไปยังกลุ่มประเทศอื่น ๆ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม พม่า ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย ตุบิ อิสลาเอล ตุรกี และนอร์เวย์จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาคือประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่นประเทศละจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 ประเทศออสเตรเลีย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 ประเทศจีน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 ประเทศอินเดีย และสหราชอาณาจักร ประเทศละจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ประเทศบังกลาเทศ และประเทศรัสเซีย ประเทศละจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และประเทศอัฟกานิสถาน บาหลีเรน ฝรั่งเศส ประเทศละจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของประเทศที่ส่งออกสินค้ามากที่สุด

ประเทศที่ส่งออกสินค้ามากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อัฟกานิสถาน	2	4.5
แอลจีเรีย	-	-
สาธารณรัฐอาเซอร์ไบจาน	-	-
บาหลีเรน	-	-
บังกลาเทศ	1	2.3
จีน	7	15.9
ฝรั่งเศส	-	-
อินเดีย	-	-
รัสเซีย	-	-
สหรัฐอเมริกา	6	13.6
ออสเตรเลีย	-	-
ญี่ปุ่น	-	-
สหราชอาณาจักร	3	6.8
อื่นๆ	25	56.8
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ส่งออกสินค้ามากที่สุดไปยังประเทศอื่น ๆ ได้แก่ ประเทศ เวียดนาม พม่า มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย คูเวต อิสราเอล ตุรกี นอร์เวย์ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือประเทศจีน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 สหราชอาณาจักร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ประเทศอัฟกานิสถาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ ประเทศบังกลาเทศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17: แสดงจำนวนและค่าร้อยละ (Percentage) ของประเทศที่ส่งออกสินค้ามากที่สุด  
รายการประเทศอื่น ๆ

ประเทศที่ส่งออกสินค้ามากที่สุดรายการ ประเทศอื่น ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เวียดนาม	10	22.7
พม่า	2	4.5
อินโดนีเซีย	1	2.3
ฟิลิปปินส์	1	2.3
มาเลเซีย	4	9.0
สหรัฐอเมริกา	1	2.3
ซาอุดีอาระเบีย	2	4.5
อิสราเอล	1	2.3
ตุรกี	1	2.3
คูเวต	1	2.3
นอร์เวย์	1	2.3

จากตาราง 4.17 พบว่า ตุรกีมีส่วนใหญ่ส่งออกสินค้าไปยังประเทศอื่น ๆ คือประเทศเวียดนาม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาคือมาเลเซีย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ประเทศพม่า ซาอุดีอาระเบีย ประเทศละ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกาอิสราเอล ตุรกี คูเวต นอร์เวย์ ประเทศละ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

#### 4.3 ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์ตัวแปรต้น คือ การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย ได้แก่ วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง สุกลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย ซึ่งนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตารางที่ 4.18: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ

ด้านวัตถุดิบ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
มีความสะอาดบนพื้นฐานของแนวคิดฮาลาล	4.55	.504	เห็นด้วยมากที่สุด
มีคุณภาพตามแนวคิดฮาลาล	4.41	.583	เห็นด้วยมากที่สุด
วัตถุดิบจากผู้ผลิตมีการรับรองฮาลาลที่ถูกต้อง	4.32	.857	เห็นด้วยมากที่สุด
ส่วนผสมและสารปรุงแต่งเลือกจากแหล่งที่เป็นฮาลาล	4.43	.587	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.42</b>	<b>.527</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21-5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบมีความสะอาดบนพื้นฐานของแนวคิดฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55) รองลงมา คือ มีส่วนผสมและสารปรุงแต่งเลือกจากแหล่งที่เป็นฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) มีคุณภาพตามแนวคิดฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) และวัตถุดิบจากผู้ผลิตมีการรับรองฮาลาลที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.19: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต

ด้านกระบวนการผลิต	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปรผล
สถานที่ผลิตมีความสะอาดปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนและแยกออกจากการผลิตที่ไม่ฮาลาล	4.55	.761	เห็นด้วยมากที่สุด
เครื่องจักรเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตมีความสะอาดและไม่ปะปนกับการผลิตที่ไม่ฮาลาล	4.39	.813	เห็นด้วยมากที่สุด
การใช้หรือเก็บรักษาอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลมีการแยกออกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาล	4.36	.780	เห็นด้วยมากที่สุด
อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อนมีการล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	4.43	.625	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.43</b>	<b>.678</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21–5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านกระบวนการผลิต ในเรื่องสถานที่ผลิตมีความสะอาดปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนและแยกออกจากการผลิตที่ไม่ฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55) รองลงมา คือ อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อนมีการล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) เครื่องจักรเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตมีความสะอาดและไม่ปะปนกับการผลิตที่ไม่ฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) และการใช้หรือเก็บรักษาอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลมีการแยกออกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง

ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
มีการเก็บรักษาโดยแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล	4.52	.505	เห็นด้วยมากที่สุด
มีการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล	4.30	.734	เห็นด้วยมากที่สุด
มีการวางจำหน่ายแยกสัดส่วนเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล	4.09	.884	เห็นด้วยมาก
สถานที่จัดเก็บมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย	4.52	.590	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.35</b>	<b>.571</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21–5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ในเรื่องมีการเก็บรักษาโดยแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) และสถานที่จัดเก็บมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) รองลงมาคือ มีการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30) และสถานที่จัดเก็บมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล

ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
พนักงานได้รับการฝึกอบรมที่เพียงพอในการจัดการกับอาหารฮาลาล	4.32	.518	เห็นด้วยมากที่สุด
พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดการอาหารฮาลาล	4.23	.565	เห็นด้วยมากที่สุด
การปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปตามข้อกำหนดการผลิตอาหารฮาลาล	4.36	.613	เห็นด้วยมากที่สุด
พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม	3.02	1.131	เห็นด้วยปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.98</b>	<b>.556</b>	<b>เห็นด้วยมาก</b>

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21–5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ในเรื่องการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปตามข้อกำหนดการผลิตอาหารฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) รองลงมาคือ พนักงานได้รับการฝึกอบรมที่เพียงพอในการจัดการกับอาหารฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32) พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดการอาหารฮาลาล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) และพนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02) ตามลำดับ

#### 4.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์ตัวแปรตาม คือ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมีตัววัดความได้เปรียบ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านความต้องการของลูกค้า ซึ่งนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตารางที่ 4.22: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพ

ด้านประสิทธิภาพ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด	4.32	.561	เห็นด้วยมากที่สุด
มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้	4.23	.642	เห็นด้วยมากที่สุด
สามารถผลิตสินค้าให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้	4.30	.509	เห็นด้วยมากที่สุด
สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี	4.02	.664	เห็นด้วยมาก
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>	<b>.487</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21-5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านประสิทธิภาพ โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21) หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพ ในเรื่องมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32) รองลงมา คือสามารถผลิตสินค้าให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30) มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23) และสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ

ด้านคุณภาพ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้ามีกระบวนการผลิตที่เชื่อถือได้	4.43	.759	เห็นด้วยมากที่สุด
สามารถลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน เช่น ลดปริมาณของเสีย	4.07	.846	เห็นด้วยมาก
สามารถรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ	4.36	.780	เห็นด้วยมากที่สุด
มีการพัฒนาอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญ สามารถผลิตสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี	4.25	.719	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>.688</b>	<b>เห็นด้วยมากที่สุด</b>

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21–5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27) หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพ ในเรื่องมีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้ามีกระบวนการผลิตที่เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43) รองลงมา คือสามารถรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) มีการพัฒนาอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญ สามารถผลิตสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25) และสามารถลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน เช่น ลดปริมาณของเสีย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านนวัตกรรม

ด้านนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ	4.34	.805	เห็นด้วยมากที่สุด
สามารถพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง	4.18	.843	เห็นด้วยมาก
มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น	4.09	.802	เห็นด้วยมาก
สามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัย และง่ายต่อการปฏิบัติงาน	4.20	.795	เห็นด้วยมาก
<b>รวม</b>	<b>4.20</b>	<b>.751</b>	<b>เห็นด้วยมาก</b>

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21–5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านนวัตกรรม โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) หากพิจารณารายข้อพบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม ในเรื่องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) รองลงมา คือสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัย และง่ายต่อการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) สามารถพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18) และมีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25: แสดงข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความต้องการของลูกค้า

ด้านความต้องการของลูกค้า	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลผล
ให้บริการและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.52	.628	เห็นด้วยมากที่สุด
สร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ	4.66	.526	เห็นด้วยมากที่สุด
ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.36	.685	เห็นด้วยมากที่สุด
ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.41	.658	เห็นด้วยมากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.48</b>	<b>.562</b>	เห็นด้วยมากที่สุด

\*\*ค่าเฉลี่ย: 4.21–5.00 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 3.41-4.20 เท่ากับเห็นด้วยมาก 2.61-3.40 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 1.81-2.60 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.00-1.80 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความต้องการของลูกค้า โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48) หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความต้องการของลูกค้าในเรื่องสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66) รองลงมาคือให้บริการและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) และผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) ตามลำดับ

#### 4.5 ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการสรุปผล

ตารางที่ 4.26: แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ตัวแปรอิสระ การจัดการด้านการรับรองมาตรฐาน อาหารฮาลาล	B	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	2.307		3.686	0.001
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	0.461	0.438	3.160	0.003*

$R^2 = 0.192$ , Adj.  $R^2 = 0.173$ ,  $F = 9.988$ , Std. Error = 0.503, \*มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.26 อภิปรายผลการวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยอย่างง่าย โดยการนำข้อมูลเข้าโปรแกรมสำเร็จรูปทดสอบ (Simple Regression: SPSS) สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ 1 ได้ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_0$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลไม่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_1$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านวัตถุดิบส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผู้ศึกษาพบว่า การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.003) และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.461 หมายถึง ตัวแปรอิสระในที่นี้คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยในทิศทางเดียวกัน ค่า Beta มีค่าเท่ากับ 0.438 หมายถึง การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยเพิ่มขึ้น 0.438 หน่วย หรือร้อยละ 43.8 และมีค่าความผันแปร ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.173 ซึ่งหมายความว่า การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลสามารถอธิบายความผันแปรของความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ร้อยละ 17.3 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  และปฏิเสธ  $H_0$



ตารางที่ 4.27: แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ วัตถุประสงค์ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง สุขลักษณะส่วนบุคคล กับ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ตัวแปรอิสระ การจัดการด้านการรับรองมาตรฐาน อาหารฮาลาล	B	Beta	t	Sig
ค่าคงที่	2.774		5.025	0.000
วัตถุประสงค์	0.466	0.479	3.538	0.001*
กระบวนการผลิต	0.252	0.321	2.200	0.033*
การบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง	0.356	0.385	2.703	0.010*
สุขลักษณะส่วนบุคคล	0.328	0.338	5.287	0.025*

$R^2 = 0.148$ , Adj.  $R^2 = 0.128$ ,  $F = 7.517$ , Std. Error = 0.515, \*มีอิทธิพลที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.27 อภิปรายผลการวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุ โดยการนำข้อมูลเข้าโปรแกรมสำเร็จรูปทดสอบ (Multiple Regression: SPSS) พบว่า ค่าความผันแปร ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.128 ซึ่งหมายความว่าจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลสามารถอธิบายความผันแปรของความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ร้อยละ 12.8 และสามารถอภิปรายตามสมมติฐาน ได้ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านวัตถุประสงค์ มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_0$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านวัตถุประสงค์ ไม่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_1$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านวัตถุประสงค์ ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผู้ศึกษาพบว่า การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุประสงค์ ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $P$ -Value = 0.001) และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.466 หมายถึง ตัวแปรอิสระในที่นี้คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุประสงค์ ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยในทิศทางเดียวกัน ค่า Beta มีค่าเท่ากับ 0.479 หมายถึง การจัดการ

ด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยเพิ่มขึ้น 0.479 หน่วย หรือร้อยละ 47.9 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  และปฏิเสธ  $H_0$

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_0$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต ไม่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_1$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผู้ศึกษาพบว่า การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.033) และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.252 หมายถึง ตัวแปรอิสระในที่นี้คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยในทิศทางเดียวกัน ค่า Beta มีค่าเท่ากับ 0.321 หมายถึงการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยเพิ่มขึ้น 0.321 หน่วย หรือร้อยละ 32.1 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  และปฏิเสธ  $H_0$

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_0$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง ไม่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_1$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผู้ศึกษาพบว่า การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่งส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.010) และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.356 หมายถึง ตัวแปรอิสระในที่นี้คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยในทิศทางเดียวกัน ค่า Beta มีค่าเท่ากับ 0.385 หมายถึงการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยเพิ่มขึ้น 0.385 หน่วย หรือร้อยละ 38.5 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  และปฏิเสธ  $H_0$

**สมมติฐานการวิจัยที่ 5** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_0$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ไม่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

$H_1$ : การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผู้ศึกษาพบว่า การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.025) และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.328 หมายถึง ตัวแปรอิสระในที่นี้คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยในทิศทางเดียวกัน ค่า Beta มีค่าเท่ากับ 0.338 หมายถึงการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยเพิ่มขึ้น 0.338 หน่วย หรือร้อยละ 33.8 ดังนั้น จึงยอมรับ  $H_1$  และปฏิเสธ  $H_0$

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.28: แสดงการสรุปผลการทดสอบตามสมมติฐาน

สมมติฐาน	Sig	Beta	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 1</b> การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย	0.003*	0.438	<b>สอดคล้อง</b>
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 2</b> การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย	0.001*	0.479	<b>สอดคล้อง</b>
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 3</b> การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย	0.033*	0.321	<b>สอดคล้อง</b>
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 4</b> การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย	0.010*	0.385	<b>สอดคล้อง</b>
<b>สมมติฐานการวิจัยที่ 5</b> การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย	0.025*	0.338	<b>สอดคล้อง</b>

ผลการทดสอบสมมติฐานตามตารางที่ 4.28 สามารถสรุปได้ว่า

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 5** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผลของการทดสอบสมมติฐานทำให้ทราบว่าจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การจัดการด้านวัตถุดิบส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล และกระบวนการผลิต ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุป และอภิปรายผล

บทนี้เป็นสรุปผลการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐาน การอภิปรายผลของการศึกษา เปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นและนำเสนอไว้ในบทที่ 2 การนำผลการศึกษาไปใช้ในทางปฏิบัติและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 44 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด และดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่าย/ หัวหน้าแผนก ระยะเวลาการทำงาน 5 – 10 ปี รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 30,001 บาท สถานภาพโสด

##### 5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และกิจกรรมการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

ผลการศึกษา พบว่าธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีขนาดของสถานประกอบการโดยมีทุนจดทะเบียนเกิน 10 – 80 ล้านบาท มีพนักงานในองค์กรมากกว่า 150 คน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งออก 5 – 10 ปี และได้รับการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล 10 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ได้รับการรับรองมาตรฐานหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (GMP) ประเภทของผลิตภัณฑ์คืออาหาร และเครื่องดื่ม ยอดการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 50 ล้านบาท ซึ่งส่วนใหญ่ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไปยังกลุ่มประเทศอื่น ๆ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม พม่า ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ซาอุดีอาระเบีย คูเวต อิซราเอล ตุรกี และนอร์เวย์ และส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมากที่สุด ในประเทศอื่น ๆ ได้แก่ ประเทศ เวียดนาม

##### 5.1.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบรรจุภัณฑ์และขนส่ง ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ดังนี้

- 1) ด้านวัตถุประสงค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุประสงค์ หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านวัตถุประสงค์ในเรื่องมีความสะอาดบนพื้นฐานของแนวคิดฮาลาล รองลงมา คือ มีส่วนผสมและสารปรุงแต่งเล็อกจากแหล่งที่เป็นฮาลาล มีคุณภาพตามแนวคิดฮาลาล และวัตถุประสงค์จากผู้ผลิตมีการรับรองฮาลาลที่ถูกต้อง ตามลำดับ

2) ด้านกระบวนการผลิต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านกระบวนการผลิต ในเรื่องสถานที่ผลิตมีความสะอาดปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน และแยกออกจากการผลิตที่ไม่ฮาลาล รองลงมา คือ อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อนมีการล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม เครื่องจักรเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตมีความสะอาดและไม่ปะปนกับการผลิตที่ไม่ฮาลาล และการใช้หรือเก็บรักษาอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาลมีการแยกออกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาล ตามลำดับ

3) ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าต่อการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ในเรื่องมีการเก็บรักษาโดยแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล สถานที่จัดเก็บมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย มีการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยปานกลางเกี่ยวกับสถานที่จัดเก็บมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย ตามลำดับ

4) ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดว่าต่อการจัดการด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าการบริหารจัดการด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ในเรื่องการปฏิบัติงานของพนักงาน เป็นไปตามข้อกำหนดการผลิตอาหารฮาลาล รองลงมาคือพนักงานได้รับการฝึกอบรมที่เพียงพอในการจัดการกับอาหารฮาลาล พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดการอาหารฮาลาล ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยปานกลางเกี่ยวกับพนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิมตามลำดับ

#### 5.1.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านความต้องการของลูกค้า ดังนี้

1) ด้านประสิทธิภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพ หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพ ในเรื่องมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด รองลงมา คือ สามารถผลิตสินค้าให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ และการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในเรื่องสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี



2) ด้านคุณภาพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพ หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านคุณภาพ ในเรื่องการกำหนดมาตรฐานในการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สินค้ามีกระบวนการผลิตที่เชื่อถือได้ รองลงมาคือสามารถรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ และมีการพัฒนาอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญสามารถผลิตสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากในเรื่องสามารถลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน เช่น ลดปริมาณของเสีย

3) ด้านนวัตกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากกว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม ในเรื่องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ รองลงมาคือสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติงาน และสามารถพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องมีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

4) ด้านความต้องการของลูกค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความต้องการของลูกค้า หากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเห็นด้วยมากที่สุดว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความต้องการของลูกค้า ในเรื่องการสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ รองลงมาคือให้บริการและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามลำดับ

5.1.5 การวิเคราะห์ผลกระทบของการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่มีผลต่อระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (P-Value = 0.003\*) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ซึ่งเป็นค่าคงที่เท่ากับ 2.307

## 5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย



**สมมติฐานการวิจัยที่ 2** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

**สมมติฐานการวิจัยที่ 5** ผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐาน คือการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

### 5.3 อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์เรื่อง การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยการทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย เนื่องจากผู้ประกอบการตระหนักว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง และด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ให้เป็นไปแนวคิตฮาลาลจะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการอาหารไทยได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายุกเคน (2557) ที่ศึกษาเรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การดำเนินงานอาหารฮาลาลเป็นการบริหารจัดการที่เน้นถึงกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยเป็นการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิต ซึ่งพบว่ามี การเตรียมความพร้อมในด้าน การวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลโดยมาตรฐานฮาลาล ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาเรียม นะมิ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิต

อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่าการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นว่าเครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับรองคุณภาพจากสำนักคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในสินค้าที่ส่งออกไปขายยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศมุสลิมมีผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทยมากถึงร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทยสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเครื่องหมายฮาลาลของไทยได้มากเพียงใด ย่อมส่งผลต่ออัตราการส่งออกของประเทศสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่ฮาลาล พบว่าผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมฮาลาลมีผลทำให้การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลผลิตจากสัตว์ต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาดและการขยายตัวจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคเฉพาะประเทศเป็นเพื่อการส่งออก และการรองรับอุตสาหกรรมบริการฮาลาล เช่นการท่องเที่ยวฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาลและโรงแรมฮาลาลซึ่งทำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นการกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิต และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกอร อ่อนเรือง (2556) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยพบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

**สมมติฐานงานวิจัยที่ 2** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย เนื่องจากผู้ประกอบการตระหนักว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบให้มีความสะอาดตามแนวคิดฮาลาล มีคุณภาพตามแนวคิดฮาลาล วัตถุดิบส่วนผสมและสารปรุงแต่งมีการรับรองฮาลาลที่ต้องถูกต้องจะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการอาหารไทยได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายุบเคน (2557) ที่ศึกษาเรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การดำเนินงานอาหารฮาลาลเป็นการบริหารจัดการที่เน้นถึงกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยเป็นการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิต ซึ่งพบว่ามีเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลโดยมาตรฐานฮาลาลตาม

บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาเรียม นะมิ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่าการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นว่าเครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับรองคุณภาพจากสำนักคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในสินค้าที่ส่งออกไปขายยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศมุสลิมมีผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทยมากถึงร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทยสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเครื่องหมายฮาลาลของไทยได้มากเพียงใดย่อมส่งผลต่ออัตราการส่งออกของประเทศสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่ฮาลาล พบว่าผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมฮาลาลมีผลทำให้การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลผลิตจากสัตว์ต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาดและการขยายตัวจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคเฉพาะประเทศเป็นเพื่อการส่งออก และการรองรับอุตสาหกรรมบริการฮาลาล เช่นการท่องเที่ยวฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาลและโรงแรมฮาลาลซึ่งทำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นการกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิต และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีโลกและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกอร อ่อนเรือง (2556) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 3** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิตมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย เนื่องจากผู้ประกอบการตระหนักว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาลในเรื่องของสถานที่ผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต การใช้หรือเก็บรักษาอุปกรณ์ ให้มีความสะอาด ปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนและแยกออกจากการผลิตที่ไม่ฮาลาล จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ผู้ประกอบการอาหารไทยได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายูบเคน (2557) ที่ศึกษาเรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การดำเนินงานอาหารฮาลาลเป็นการบริหารจัดการที่เน้นถึงกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยเป็นการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิต ซึ่งพบว่ามีเตรียมความพร้อมในด้านวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและ

เป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบ การดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงาน การผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลโดยมาตรฐานฮาลาล ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาเรียม นะมิ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิต อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่าการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาลของ ผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นว่าเครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับรองคุณภาพจากสำนัก คณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงทำให้ผู้ประกอบการมีความ มั่นใจในสินค้าที่ส่งออกไปขายยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศมุสลิมมีผู้ประกอบการมี ความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทยมากถึงร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทย สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเครื่องหมายฮาลาลของไทยได้มากเพียงใด ย่อมส่งผลต่ออัตราการ ส่งออกของประเทศสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ที่ศึกษา เรื่องระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่ฮาลาล พบว่า ผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรม ฮาลาลมีผลทำให้การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลผลิตจากสัตว์ต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาดและการขยายตัวจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคเฉพาะประเทศเป็นเพื่อการส่งออก และการรองรับอุตสาหกรรมบริการฮาลาล เช่นการท่องเที่ยวฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาลและโรงแรม ฮาลาลซึ่งทำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นการกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วย สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลว่าวัตถุประสงค์ที่ใช้ในสายการผลิต และ กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศจากสิ่งที่จะต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม ซึ่งจะ ช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกอร อ่อนเรือง (2556) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยพบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กร สมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 4** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย เนื่องจาก ผู้ประกอบการตระหนักว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์ให้ เป็นไปตามแนวคิดฮาลาลในเรื่องของสถานที่ในการเก็บรักษาที่มีความสะอาด การขนส่ง และการวาง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่แยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายุบเคน (2557) ที่ศึกษาเรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจ อาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การดำเนินงานอาหารฮาลาลเป็นการบริหารจัดการที่เน้นถึง กระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยเป็นการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิต ซึ่งพบว่ามี การ

เตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลโดยมาตรฐานฮาลาล ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาเรียม นะมิ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่าการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นว่าเครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับรองคุณภาพจากสำนักคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในสินค้าที่ส่งออกไปขายยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศมุสลิมมีผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทยมากถึงร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทยสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเครื่องหมายฮาลาลของไทยได้มากเพียงใด ย่อมส่งผลต่ออัตราการส่งออกของประเทศสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุสลิมฮาลาล พบว่าผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมฮาลาลมีผลทำให้การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลผลิตจากสัตว์ต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาดและการขยายตัวจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคเฉพาะประเทศเป็นเพื่อการส่งออก และการรองรับอุตสาหกรรมบริการฮาลาล เช่นการท่องเที่ยวฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาลและโรงแรมฮาลาลซึ่งทำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นการกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิต และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศจากสิ่งที่จะต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกอร อ่อนเรือง (2556) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยพบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

**สมมติฐานการวิจัยที่ 5** การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย เนื่องจากผู้ประกอบการตระหนักว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาลในเรื่องการฝึกอบรมให้พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามข้อกำหนดการผลิตอาหารฮาลาล จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทยได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา อายุบเคน (2557) ที่ศึกษาเรื่องมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี พบว่า การดำเนินงานอาหารฮาลาลเป็นการบริหารจัดการที่เน้นถึง



กระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ โดยเป็นการจัดการและควบคุมกระบวนการผลิต ซึ่งพบว่ามีเตรียมความพร้อมในด้านการวางแผนการดำเนินงาน การดำเนินงานกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล การดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปของการผลิตอาหารฮาลาลและเป็นการดำเนินงานตามหลักมาตรฐานอาหารฮาลาลทุกประการโดยมีการปฏิบัติตามคู่มือ กฎระเบียบการดำเนินงานของพนักงานภายในองค์กรอย่างเคร่งครัดเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลโดยมาตรฐานฮาลาล ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาเรียม นะมิ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่าการตัดสินใจส่งออกอาหารฮาลาลของผู้ประกอบการในประเทศไทยมีความเชื่อมั่นว่าเครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับรองคุณภาพจากสำนักคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในสินค้าที่ส่งออกไปขายยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศมุสลิมมีผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศไทยมากถึงร้อยละ 90 แสดงให้เห็นว่าหากประเทศไทยสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับเครื่องหมายฮาลาลของไทยได้มากเพียงใด ย่อมส่งผลต่ออัตราการส่งออกของประเทศสูงตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไชยวรรณ วัฒนจันทร์ (2555) ที่ศึกษาเรื่องระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มุ่งสู่ฮาลาล พบว่าผลจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมฮาลาลมีผลทำให้การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผลผลิตจากสัตว์ต้องปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านการตลาดและการขยายตัวจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคเฉพาะประเทศเป็นเพื่อการส่งออก และการรองรับอุตสาหกรรมบริการฮาลาล เช่น การท่องเที่ยวฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาลและโรงแรมฮาลาลซึ่งทำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นการกำหนดมาตรฐานสากลร่วมกับมาตรฐานฮาลาลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจฮาลาลว่าวัตถุดิบที่ใช้ในสายการผลิต และกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนปลอดภัยและปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามหลักศาสนาบัญญัติอิสลาม ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกอร อ่อนเรือง (2556) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยพบว่า กลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากผลการศึกษา เรื่องการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย ผู้ศึกษาได้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- 1) สำหรับผู้ประกอบการอาหารไทย จากผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาลนั้น สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารไทยควรมุ่งเน้นสร้างความมั่นใจในการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาล เพื่อให้สามารถมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2) การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านวัตถุดิบ จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการมุ่งเน้นจัดการด้านวัตถุดิบให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาล สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารไทยควรตระหนักถึงการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบ ทั้งการจัดหา แหล่งที่มา ความสะอาด ความปลอดภัย ให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาล ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าได้บริโภคอาหารฮาลาลอย่างแท้จริง เพื่อให้สามารถมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 3) การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านกระบวนการผลิต จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการมุ่งเน้นจัดการด้านกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาล สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารไทยควรเน้นถึงกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล ทั้ง สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการผลิตให้มีความสะอาดปลอดภัยเป็นไปตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม รวมถึงเป็นไปตามมาตรฐานการผลิตอาหารฮาลาล เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 4) การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการมุ่งเน้นจัดการด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง ให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาล สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารไทย ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเก็บรักษา สถานที่จัดเก็บ รวมถึงการขนส่ง การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 5) การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการมุ่งเน้นจัดการด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามแนวคิดฮาลาล สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับ

ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารไทย ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้สามารถเข้าใจถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามข้อกำหนด การผลิตอาหารฮาลาล เพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

### 5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านการศึกษากิจการด้านการรับรองมาตรฐานอาหาร ฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย หรือปัญหา อื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้ทำวิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

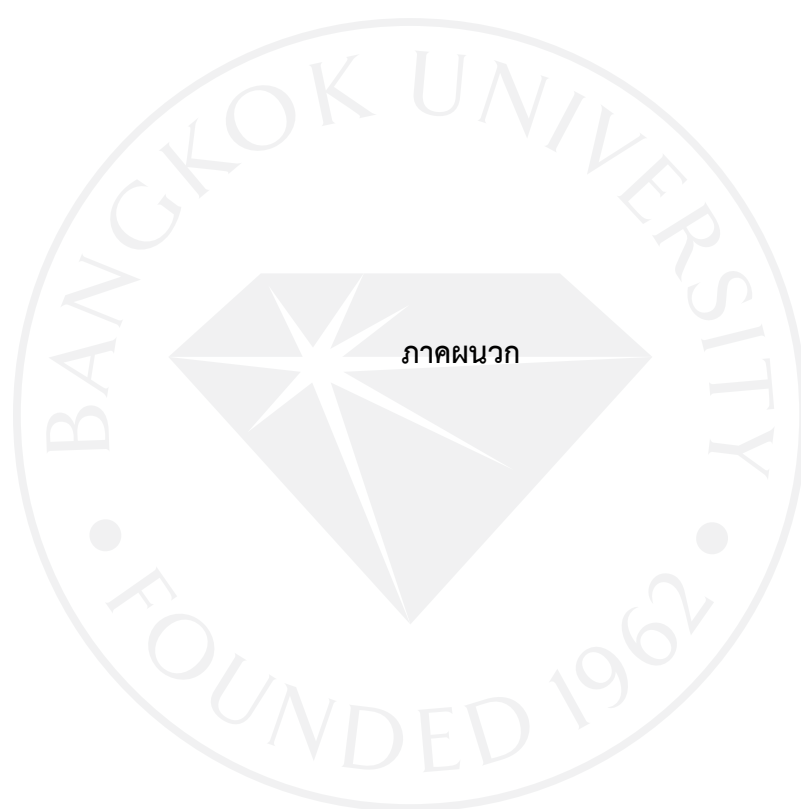
- 1) ควรศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาล เฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็น ประโยชน์เชิงลึกของการประกอบธุรกิจในกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
- 2) ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการมาตรฐานฮาลาล ในธุรกิจอื่นนอกจากผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์ความงาม แพชั่นและเครื่องประดับ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ใน การต่อยอดธุรกิจต่อไป



### บรรณานุกรม

- กนกวรรณ จันทรอินทร์. (2556). การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กนกอร อ่อนเรือง. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการองค์กรสมัยใหม่และความ  
ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- แกมกาญจน์ เหลืองวิรุจน์กุล. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย  
ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไชยวรรณ วัฒนจันทร์. (2555). ระบบการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์มีงูฮาลาล. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ดุสิตา วงศ์ชื้อ. (2548). กลยุทธ์ในการส่งออกกุ้งแช่แข็งไปประเทศเกาหลีใต้ของ บริษัทอาหารทะเลแช่  
แข็งจำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ดวงกมล ทองคำชุม. (2549). แนวทางเตรียมความพร้อมเพื่อขอรับรองมาตรฐานฮาลาลของ  
อุตสาหกรรมผลิตอาหารฮาลาลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- มาเรียม นะมิ. (2552). การตัดสินใจส่งออกของผู้ผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาลในประเทศไทย.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วนิดา ศักดิ์ดี. (2550). การวิเคราะห์ความสามารถในแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทย.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วรรณดี มหรรณพกุล. (2558). มาตรฐานฮาลาลเพื่อการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมไทยเพื่อการ  
ส่งออก. วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ, 21.
- ศิรินารถ ศรีเมือง. (2547). การส่งออกอาหารฮาลาลของประเทศไทยในตลาดโลก. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย ทิรัญกิตติ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สาคร สุขศรีวงศ์. (2550). การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จี พี ไฮเบอร์พริ้นท์.
- สาริกา คำสุวรรณ. (2554). ภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมตะวันออกกลาง.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์. (2555). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของ  
อุตสาหกรรมส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัย  
นครพนม*, 39-46.
- สุพิชฌาย์ กลมรัตน์กุล. (2554). *ศักยภาพการส่งออกกุ้งสดแช่แข็งของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อลิสรา จันทร์ขาว. (2543). *แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปกลุ่ม  
ประเทศตะวันออกกลาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัสมัน แดอาลี. (2552). *อาหารฮาลาลในอิสลาม*. สืบค้นจาก [https://islamhouse.com/th/articles/  
193797/](https://islamhouse.com/th/articles/193797/).
- อัญชัญ จงเจริญ. (2554). *พัฒนารูปแบบและมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP  
และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
สวนสุนันทา.
- อารยา อายุกเคน. (2557). *มาตรฐานการดำเนินงานการผลิตอาหารภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของ  
ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในจังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร.
- อุดม เจริญนิมไพร. (2553). *ความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการบริหารจัดการองค์กรของ  
สมาคมศูนย์รวมการศึกษาและวัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อุเทน โชติชัย. (2558). *อุตสาหกรรมสารอาหารฮาลาล*. *วารสารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม*, 57, 35.
- โอกาสใหม่ของอุตสาหกรรมอาหารไทย*. (2558). สืบค้นจาก [http://www.manager.co.th/  
iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000136298](http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9580000136298).
- Zailani, S., Kanapathy, K., & Iranmanesh, M. (2015). *Drivers of halal orientation strategy  
among halal food firms*. Kuala Lumpur, Malaysia: University of Malaya.





Motto  
Knowledge with Virtue

Identity  
Creativity  
Entrepreneurial Spirit  
Internationalization

คำขวัญ  
ความรู้คู่ความดี

อัตลักษณ์  
มีความคิดสร้างสรรค์  
มีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ  
มีความเป็นสากล

ชุดที่.....

### แบบสอบถาม

เรื่อง การจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน จำนวน 4 หน้า ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และกิจกรรมการค้าเงินธุรกิจระหว่างประเทศ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล

ส่วนที่ 4 ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ  
 ชาย  หญิง
2. อายุ  
 น้อยกว่า 21 ปี  21 - 30 ปี  31 - 40 ปี  
 41 - 50 ปี  51 - 60 ปี  มากกว่า 60 ปี
3. ระดับการศึกษา  
 ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  
 ปริญญาเอก
4. ตำแหน่งงานในองค์กร  
 ผู้บริหารระดับสูง  ผู้บริหารระดับกลาง  หัวหน้าฝ่าย/ หัวหน้าแผนก  
 พนักงานแผนกธุรกิจระหว่างประเทศ  อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....
5. ระยะเวลาการทำงาน  
 น้อยกว่า 5 ปี  5 - 10 ปี  11 - 15 ปี  
 16 - 20 ปี  มากกว่า 20 ปี

6. รายได้ต่อเดือน
- น้อยกว่า 30,001 บาท       30,001 – 45,000 บาท       45,001 – 60,000 บาท
- ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป
7. สถานภาพ
- โสด       สมรส       หม้าย/ หย่า/ แยกกันอยู่

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ และกิจกรรมการค้าเงินธุรกิจระหว่างประเทศ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ขนาดของสถานประกอบการของท่าน
- มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท
- มีทุนจดทะเบียนเกิน 10 - 80 ล้านบาท
- มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 80 ล้านบาท
2. จำนวนของพนักงานในองค์กรของท่าน
- พนักงานไม่เกิน 50 คน
- พนักงาน 50 - 150 คน
- พนักงานมากกว่า 150 คน
3. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจด้านส่งออกอาหารฮาลาล
- น้อยกว่า 5 ปี       5 - 10 ปี       11 - 15 ปี
- 16 - 20 ปี       มากกว่า 20 ปี
4. ธุรกิจของท่านได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลมาแล้วกี่ปี
- น้อยกว่า 5 ปี       5 ปี ไม่เกิน 10 ปี       10 ปีขึ้นไป
5. ปัจจุบันกิจการของท่านได้การรับรองมาตรฐานใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- GMP       มอก.       HACCP
- อย.       ISO 9000       ISO 14000
- ฮาลาล       อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
6. ประเภทผลิตภัณฑ์อาหารของท่าน คือ
- แป้ง       น้ำผลไม้       อาหารสำเร็จรูป
- อาหารประเภทเนื้อ       ข้าว       อาหารทะเล
- เครื่องปรุงรส       ขนมขบเคี้ยว       น้ำอัดลม
- อาหารเสริม       ผักและผลไม้       อาหารและเครื่องดื่ม
- อื่น ๆ

## 7. ยอดการส่งออกของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี

- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท                       มากกว่า 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 20 ล้านบาท  
 มากกว่า 20 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30 ล้านบาท                       มากกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 40 ล้านบาท  
 มากกว่า 40 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 50 ล้านบาท                       มากกว่า 50 ล้านบาท

## 8. ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- อัฟกานิสถาน                       แอลจีเรีย                       สาธารณรัฐอาเซอร์ไบจาน  
 บาห์เรน                       บังกลาเทศ                       จีน  
 ฝรั่งเศส                       อินเดีย                       รัสเซีย  
 สหรัฐอเมริกา                       ออสเตรเลีย                       ญี่ปุ่น  
 สหราชอาณาจักร                       อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 9. จากข้อ 8. ส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปในประเทศใดมากที่สุด (ระบุประเทศ)

ประเทศ .....

## ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการด้านการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล

คำชี้แจง โปรดพิจารณาคำตอบโดยทำเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ระดับความคิดเห็น	5	=	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	4	=	เห็นด้วย
	3	=	ไม่แน่ใจ
	2	=	ไม่เห็นด้วย
	1	=	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การจัดการด้านมาตรฐานฮาลาล	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>วัตถุดิบ</b>					
1. มีความสะอาดบนพื้นฐานของแนวคิดฮาลาล					
2. มีคุณภาพตามแนวคิดฮาลาล					
3. วัตถุดิบจากผู้ผลิตมีการรับรองฮาลาลที่ถูกต้อง					
4. ส่วนผสมและสารปรุงแต่งเลือกจากแหล่งที่เป็นฮาลาล					
<b>กระบวนการผลิต</b>					
1. สถานที่ผลิตมีความสะอาด ปลอดภัย จากสิ่งปนเปื้อน และแยกออกจากการผลิตที่ไม่ฮาลาล					
2. เครื่องจักรเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตมีความสะอาด และไม่ปะปนกับการผลิตที่ไม่ฮาลาล					
3. การใช้หรือเก็บรักษาอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหารฮาลาล มีการแยกออกจากสิ่งที่ไม่ฮาลาล					
4. อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน มีการล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม					

การบรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง					
1. มีการเก็บรักษาโดยแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล					
2. มีการขนส่งโดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล					
3. มีการวางจำหน่ายแยกสัดส่วนเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล					
4. สถานที่จัดเก็บมีความสะอาดและถูกสุขอนามัย					
สุขลักษณะส่วนบุคคล					
1. พนักงานได้รับการฝึกอบรมที่เพียงพอในการจัดการกับอาหารฮาลาล					
2. พนักงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดการอาหารฮาลาล					
3. การปฏิบัติงานของพนักงานเป็นไปตามข้อกำหนดการผลิตอาหารฮาลาล					
4. พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม					

#### ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำชี้แจง โปรดพิจารณาคำตอบโดยทำเครื่องหมาย  ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ระดับความคิดเห็น	5	=	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	4	=	เห็นด้วย
	3	=	ไม่แน่ใจ
	2	=	ไม่เห็นด้วย
	1	=	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านประสิทธิภาพ					
1. มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด					
2. มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้					
3. สามารถผลิตสินค้าให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้					
4. สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี					
ด้านคุณภาพ					
1. มีการกำหนดมาตรฐานในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้ามีกระบวนการผลิตที่เชื่อถือได้					
2. สามารถลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน เช่น ลดปริมาณของเสีย					
3. สามารถรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับ					
4. มีการพัฒนาอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญ สามารถผลิตสินค้าและบริการได้เป็นอย่างดี					

ด้านนวัตกรรม					
1. สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ					
2. สามารถพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง					
3. มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น					
4. สามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัย และง่ายต่อการปฏิบัติงาน					
ด้านความต้องการของลูกค้า					
1. ให้บริการและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
2. สร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า และบริการ					
3. ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
4. ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพ ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า					

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม



**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ – นามสกุล

อริยา ส่งแสงชัย

อีเมล

ariya\_yo@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนชัยบาดาลวิทยา

ระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน

ตำแหน่งงานปัจจุบัน พนักงานตรวจสอบภายใน 6

สถานที่ทำงาน องค์การคลังสินค้า กระทรวงพาณิชย์



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 18 เดือน ม.ค. พ.ศ. 2560

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) อริยา ช่างแสงชัย อยู่บ้านเลขที่ 60 ม. 1

ซอย ถนน ตำบล/แขวง รัชดา

อำเภอ/เขต ทุ่งนาเกลือ จังหวัด ลพบุรี รหัสไปรษณีย์ 15130

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว

ระดับปริญญา  ดรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

การจัดการด้านตรารองภัตตาคารอาหารศาลา ที่ ส่วนต่อต่อกร สว่าง ตาม  
ได้เปรียบทอกรแจ้งจ้างองผู้ปรกอบนี้ กร อาหารไทย

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ห้าขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( นส. อริษา ส่วแสงจ้อย )

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์ อัญฉิภา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร