

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

เรื่อง
การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล
(Behavior of The Halal Product's Customers)

จัดทำโดย

นางสาวณัฐสุด ปาลีกุล รหัส 45040139

ได้รับการพิจารณาเห็นชอบจาก

..... 27 / 54 / 49 อาจารย์ที่
ปรึกษาปัญหาพิเศษ

(น.ส. น. น. น. น.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล

(Behavior of The Halal Product's Customers)



T096779



เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....

วัน,เดือน,ปี.....

รายงานฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคอมพิวเตอร์ปริญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

ภาควิชา อุตสาหกรรมเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ณัฐศุต ปาลีกุล 2548 : การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล

(Behavior of The Halal Product's Customers). ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร. ประภาพร ขอไพบูลย์

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้บริโภคมุสลิมเกี่ยวกับหลักการเบื้องต้นในการผลิตอาหารฮาลาล 2) ศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม 3) ศึกษาระดับการบริโภคอาหารสำเร็จรูปของผู้บริโภคมุสลิม โดยการศึกษาจะใช้แบบทดสอบร่วมกับแบบสอบถามสำรวจความรู้ พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภคมุสลิมในปัจจุบันเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูป กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคชาวมุสลิมที่มีอายุตั้งแต่ 16 ขึ้นไปย่านชอชครอกโรงน้ำแข็ง ถนน สาทร เขต ยานนาวา จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน โดยการตั้งสมมติฐานเบื้องต้น 2 ประการ ได้แก่ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและฮะรอมต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูปต่างกัน และแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป และนำข้อมูลการสำรวจมาวิเคราะห์ทางสถิติ หาความถี่และร้อยละ Paired-Samples t-test และ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

จากผลการศึกษาด้วย t-test ในสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและฮะรอมต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป ต่างกัน โดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่างกันในส่วนของความเข้าใจในความหมายของคำว่า “ฮาลาล” และ “อาหารฮาลาล” และไม่ต่างกัน ในส่วนของความเข้าใจในการได้รับมาตรฐาน “ฮาลาล” และ “ความหมายของฮะรอม”

จากผลการศึกษาด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในสมมติฐานที่ 2 พบว่า แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการศึกษานี้ แสดงให้เห็นว่า ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารฮาลาล และปัจจัยด้านการตลาด ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปฮาลาล

ณัฐศุต ปาลีกุล

(นางสาว ณัฐศุต ปาลีกุล)

(ผศ.ดร. ประภาพร ขอไพบูลย์)

22 มีนาคม พ.ศ. 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ในการนำเสนอปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิตของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และในการจัดทำครั้งนี้ล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับเกียรติจาก ผศ.ดร. ประภาพร ขอไพบุลย์ มาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาสละเวลามาคอยแนะนำให้คำที่ปรึกษาให้การอนุเคราะห์ข้อมูลในการจัดทำรวมทั้งเป็นผู้ตรวจแก้ไขปัญหาพิเศษและเนื้อหาในการนำเสนอให้มีความถูกต้องและมีความสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตรทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำ และช่วยให้ปัญหาพิเศษสำเร็จล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณคุณพ่อและคุณแม่ที่ช่วยเป็นแรงใจในการจัดทำรายงาน ให้ความสนับสนุนด้านกำลังทรัพย์ เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์วิจัยคอมพิวเตอร์ที่อำนวยความสะดวกในการจัดพิมพ์เอกสาร ตลอดจนเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือแก่ข้าพเจ้าเป็นอย่างดี

นางสาว ญัฐสุด ปาลีกุล

22 มีนาคม 2549

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก.
กิตติกรรมประกาศ	ข.
สารบัญ	
- สารบัญเนื้อหา	ค.
- สารบัญภาพ	ง.
บทที่ 1 บทนำ	
1.1) บทนำ	1.
1.2) วัตถุประสงค์	3.
บทที่ 2 วารสารปริทัศน์	
2.1) อาหารฮาลาลคืออะไร	4.
2.2) ความหมาย “Halal” และ “Haram”	5.
2.3) หลักการพื้นฐานของมาตรฐานสากล Halaalan Thoyyiba Global Standard	5.
2.4) ความสำคัญของฮาลาลต่อเศรษฐกิจโลก	6.
- สถานการณ์การจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ	6.
2.5) ภาพการผลิตในประเทศไทย	21.
บทที่ 3 อุปกรณ์และขั้นตอนการทดลอง	
3.1) อุปกรณ์	22.
3.2) ขั้นตอนและวิธีการทดลอง	22.
3.3) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	23.
บทที่ 4 ผลการทดลอง	
4.1) ผลการทดลองจากสมมติฐานที่ตั้งขึ้น	24.
4.2) ผลการทดลองจากการวิเคราะห์ข้อมูล โดย โปรแกรม SPSS	25-56.
บทที่ 5 สรุปผลการทดลอง วิเคราะห์ผลการทดลองและข้อเสนอแนะ	
5.1) สรุปผลจากการสำรวจ	57.
5.2) วิเคราะห์ผลการทดลอง	63.
- วิเคราะห์การทดลอง	67.
- ประโยชน์ที่ได้รับจากการทดลอง	67.
5.3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้บริโภค	67.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม
เอกสารอ้างอิง
ประวัติผู้เขียน

หน้า
68.
76.
77.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กราฟวงกลมแสดงความนิยมในการบริโภคอาหารที่เพิ่มขึ้น	1.
ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล	1.
ภาพที่ 3 จำนวนประชากรในทวีปต่าง ๆ	6.
ภาพที่ 4 ภาพรวมของตลาดฮาลาลในแถบทวีปต่าง ๆ	9.
ภาพที่ 5 ผลผลิตภัณฑ์เกษตรที่มีการนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรกของประเทศในปี 2546	10.
ภาพที่ 6 แผนภาพสัดส่วนของประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดการส่งออก	12.
ภาพที่ 7 ตารางสรุปประเทศส่งออกอาหารฮาลาล	13.
ภาพที่ 8 ตารางจำแนกประเภทของการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาล	21.
ภาพที่ 9 กราฟแสดงความสัมพันธ์ของความรู้เรื่องอาหารฮาลาลในกลุ่มผู้สำรวจแต่ละช่วงอายุ	63.
ภาพที่ 10 กราฟแสดงความสัมพันธ์ของช่วงอายุ-ระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อระดับความรู้เรื่องอาหารฮาลาล	63.
ภาพที่ 11 กราฟแสดงความสัมพันธ์ของความรู้เรื่องนิยาม”ฮาลาล”ในกลุ่มผู้สำรวจแต่ละช่วงอายุ	64.
ภาพที่ 12 กราฟแสดงความสัมพันธ์ของช่วงอายุ-ระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อระดับความเข้าใจในคำนิยาม”ฮาลาล”	64.
ภาพที่ 13 กราฟแสดงความสัมพันธ์ของความรู้เรื่องหลักการพิจารณาการได้รับมาตรฐานฮาลาลในกลุ่มผู้สำรวจแต่ละช่วงอายุ	64.
ภาพที่ 14 กราฟแสดงความสัมพันธ์ของช่วงอายุ-ระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อระดับความเข้าใจหลักการพิจารณาการได้รับมาตรฐานฮาลาล	65.
ภาพที่ 15 กราฟวงกลมแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเชื่อมั่น (%) ในสัญลักษณ์ฮาลาล	65.
ภาพที่ 16 กราฟวงกลมแสดงกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมที่บริโภคอาหารสำเร็จรูป	66.
ภาพที่ 17 กราฟวงกลมแสดงสัดส่วนของกลุ่มสำรวจที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จ	66.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

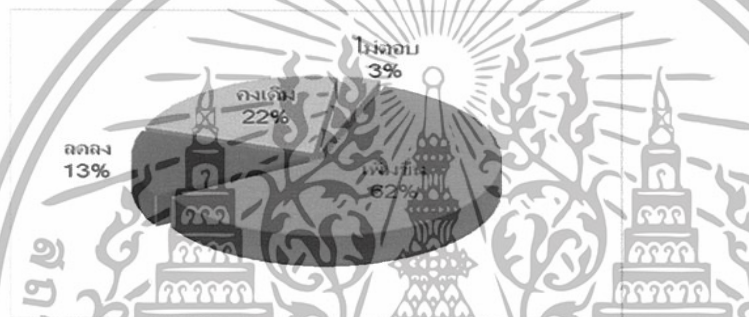
บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคมุสลิม

1. ความนิยมในการบริโภคอาหารฮาลาลที่เพิ่มขึ้น

ในปัจจุบันประเทศไทยมีชาวมุสลิมประมาณ 5 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 65 ล้านคน ซึ่งชาวมุสลิมเหล่านี้จะบริโภคเฉพาะอาหารฮาลาลเท่านั้น แต่อาหารฮาลาลในประเทศไทยมิได้จำกัดวงเฉพาะมุสลิมเท่านั้น ยังเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ที่มีใจมุสลิมด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่า ตลาดฮาลาลมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล, 2547)



ภาพที่ 1 : กราฟวงกลมแสดงความนิยมในการบริโภคอาหารที่เพิ่มขึ้น

ที่มา: จากการสำรวจผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล 305 ราย เมื่อช่วงเดือน พ.ค.-พ.ย. 2547

2. แนวโน้มการขยายตัวของตลาดอาหารฮาลาลในตลาดต่างประเทศ

การขยายตัวของตลาดผู้บริโภคร้านอาหารฮาลาลมิได้จำกัดอยู่เฉพาะตลาดภายในประเทศ แต่ยังสามารถขยายสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเน้นไปที่ 2 กลุ่มประเทศหลักคือ

- ประเทศแถบตะวันออกกลาง

ประเทศแถบตะวันออกกลางเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการซื้อสูง เนื่องจากรายได้หลักอยู่ที่น้ำมันและก๊าซธรรมชาติประกอบกับการผลิตที่ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ

- ประเทศทางแถบเอเชียกลาง

ประชากรมากกว่า 10 ล้านคนในประเทศทางแถบเอเชียกลางเป็นมุสลิม (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2540) แต่เนื่องจากพลเมืองในประเทศเหล่านี้เคยอยู่ภายใต้การปกครองของรัสเซีย ในช่วงสมัยสหภาพโซเวียตเป็นเวลานานเกือบ 80 ปี ทำให้ชาวคาซัค อุซเบก และทาจิก รวมทั้งประเทศในเอเชียกลางอื่นๆ ที่เป็นมุสลิม มีวิถีชีวิตแบบอิสลามที่ผสมผสานกับรัสเซีย ซึ่งแม้ว่าการส่งเสริมอาหารฮาลาลในตลาดประเทศเหล่านี้ อาจจะไม่ได้ผลมากเท่ากับในประเทศมุสลิมอื่น ๆ แต่ก็ยังเป็นตลาดที่มีศักยภาพและกำลังซื้อที่ผู้ผลิตฮาลาลเช่นประเทศไทยควรให้ความสนใจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

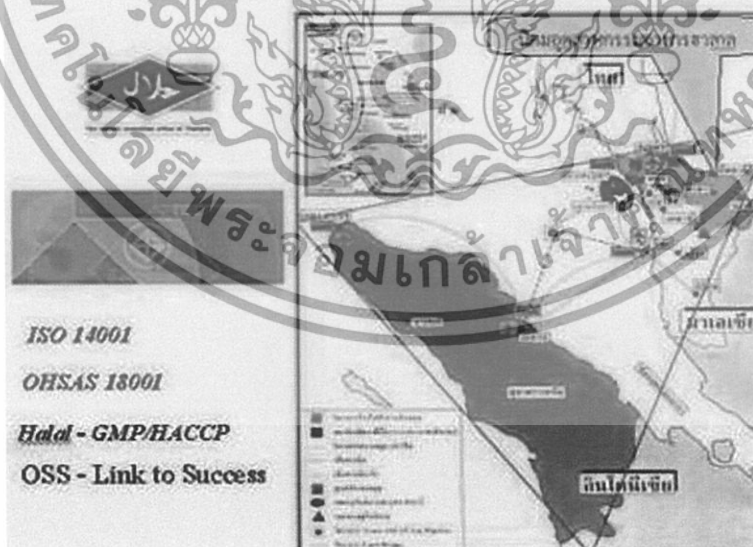
สนใจ รวมทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการเผยแพร่สินค้าอาหารไทยได้อย่างดียิ่ง โดยใช้สินค้าที่มี
สัญลักษณ์ฮาลาลเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมตามหลักศาสนา เพื่อเชิญชวนให้ผู้บริโภค
เห็นความแตกต่างและความพิเศษของสินค้าอาหารไทย

3. นโยบายของรัฐบาลไทยที่ต้องการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาล โครงการนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

ความเป็นมา

คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2546 เห็นชอบผลการประชุมคณะกรรมการ พัฒนา
อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ครั้งที่ 1/2546 เมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2546 เพื่อให้ในระยะยาว มีการ
ดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างมีระบบ ที่ประชุมจึงมีมติมอบให้ กระทรวง
อุตสาหกรรม (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย) เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบดำเนินการ ให้สอดคล้อง
กับเรื่องครัวโลก ให้มีมาตรฐาน และมีระบบการตรวจสอบจนเป็นที่ยอมรับต่อไป

การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เพื่อเป็นฐานการผลิต และ Logistic Base
สำหรับผลิตภัณฑอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานสากล พร้อมบริการเบ็ดเสร็จครบวงจร และ
สนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทย มุ่งสู่ครัวโลก (Kitchen
of the world)



ภาพที่ 2: แผนภาพแสดงที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์

- เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาให้จังหวัดปัตตานีเป็นศูนย์กลาง อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรใน 5 จังหวัด ชายแดนภาคใต้
- เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการวิจัยและพัฒนา การผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้อง ตามหลักเกณฑ์ทางศาสนาอิสลาม
- ส่งเสริมเกษตรกรหรือผู้ประกอบการ โดยมีการผลิตวัตถุดิบของอาหารฮาลาล ได้แก่ การเลี้ยงสัตว์ให้มีโอกาสและคู่ทางการพัฒนาในเชิงธุรกิจหรืออุตสาหกรรมการผลิตเพิ่มขึ้น
- เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิตอาหารฮาลาล
- เพื่อกำหนดทิศทาง หรือแนวทาง การพัฒนานิคมอุตสาหกรรม แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลอย่างครบวงจรและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน
- เพื่อดำเนินการศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น และศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม โครงการ นิคมอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ก่อนนำไปสู่การจัดตั้ง นิคมอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารฮาลาล

ที่ตั้ง

อำเภอแนะระ จังหวัดปัตตานี พื้นที่ประมาณ 900 ไร่

อุตสาหกรรมเป้าหมาย

อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารมุสลิม อันได้แก่ การแปรรูปอาหารเนื้อสัตว์ (ไก่-แพะ-แกะ) พืชผัก-ผลไม้ และอุตสาหกรรมต่อเนื่อง

บริษัทผู้ร่วมทุน

บริษัท ฟาตอนี อินดัสทรีส์ ซึ่งจะเป็นผู้ลงทุนร่วมกับการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ก

วัตถุประสงค์ในการจัดทำปัญหาพิเศษ

- 1) เพื่อประเมินความรู้พื้นฐานของผู้บริโภคมุสลิมเกี่ยวกับหลักการเบื้องต้นในการผลิตอาหารฮาลาล
- 2) ศึกษาแรงจูงใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

วารสารปริทัศน์

2.1 อาหารฮาลาลคืออะไร

เครื่องหมายภาษาอาหรับบนฉลากสินค้าหลายประเภท เช่น น้ำปลา อาหารกระป๋อง หรืออาหารสำเร็จรูปอื่นๆ มีชื่อเรียกตามภาษาอาหรับว่า "ฮาลาล" (Halal) มีความหมายว่า "ถูกต้องตามกฎหมายหรือการอนุญาต" เป็นเครื่องหมายที่แสดงว่าอาหารเหล่านั้น ได้ผลิตขึ้นตามหลักการของศาสนาอิสลาม ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามสามารถบริโภคได้ เนื่องจากเป็นอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการผลิตขึ้นตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามที่ยึดหลักโภชนาการและมีประโยชน์ต่อร่างกาย โดยมีหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติที่สำคัญดังนี้

1. ในการผลิตจะต้องแยกสถานที่ผลิตไม่ให้ปะปนกับการผลิตอาหารอื่น นับตั้งแต่การเตรียมการผลิต กระบวนการผลิตและสถานที่เก็บรักษา
2. ในขั้นตอนการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต การขนส่ง และการเก็บรักษา ต้องมีการตรวจสอบอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในทุกระดับ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดตามหลักการของศาสนาอิสลาม
3. วิธีการฆ่าหรือชำแหละสัตว์ที่นำมาใช้ทำอาหาร กำหนดให้ผู้ที่ทำกรฆ่าต้องเป็นชาวมุสลิม ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับการฆ่าสัตว์อย่างถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม สิ่งต้องห้ามที่ไม่สามารถนำมาใช้ทำอาหารฮาลาล ได้แก่

- อาหารประเภทเนื้อที่ได้จากงู ลิง สุนัข หมู หมูป่า สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีเล็บ เช่น สิงโต เสือ หมี สัตว์มีพิษ สัตว์ที่เป็นพาหะของโรค หรือสัตว์ที่น่ารังเกียจ เช่น ตะขาบ แมลงป่อง แมลงวัน หนอน หนู เหา สัตว์ที่ไม่อนุญาตให้ฆ่าตามหลักการของศาสนาอิสลาม เช่น นกหัวขวาน ผึ้ง มด ลา และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับสัตว์ที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมด

- อาหารที่มาจากพืชมีพิษหรือเป็นอันตรายทุกชนิด
- เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือมีส่วนประกอบที่เป็นอันตรายและเป็นพิษ

ผู้ทำหน้าที่อนุญาตการใช้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ได้แก่

- คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ซึ่งรับผิดชอบการผลิตเพื่อขายในประเทศ
- คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งรับผิดชอบทั้งทางการผลิตเพื่อขายใน

ประเทศและเพื่อการส่งออก

เครื่องหมายฮาลาลมีอายุเพียง 1 ปี แต่สามารถต่ออายุได้ทุกปี ซึ่งจะมีการตรวจสอบก่อนการต่ออายุใบอนุญาตทุกครั้ง

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีหน่วยงานของศาสนาอิสลามคอยกำกับและควบคุม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการผลิตทั้งเรื่องความสะอาดและสุขอนามัย ดังนั้น ผู้ที่ไม่ได้นับถือศาสนาอิสลามก็สามารถบริโภคอาหารฮาลาลได้เช่นกัน

2.2 ความหมายของ “Halal” และ “Haram”

“Halal” เป็นคำที่มีต้นกำเนิดที่ศักราชในคัมภีร์ Holy Quran โดยมีความหมายที่ว่า “สิ่งที่อนุญาตให้ใช้ได้หรือสอดคล้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม”

“Haram” หมายถึงสิ่งที่ตรงข้ามกับ Halal โดยหมายถึงสิ่งที่สกปรกตามข้อกำหนดของศาสนาอิสลาม และไม่อนุญาตให้ใช้ในผลิตภัณฑ์อาหาร

2.3 หลักการพื้นฐานของมาตรฐาน Halaalan Thoyyiba Global Standard

มาตรฐานสากล ฮาลาล ดอยยิบา เป็นมาตรฐานที่ถูกจัดทำขึ้นเพื่อแก้ไขจุดบกพร่องของหน่วยงานการรับรอง “ฮาลาล” อีกรุ่นอื่น ๆ โดยหลักการมาตรฐานสากล ฮาลาล ดอยยิบาจะเป็นการรวบรวมข้อกำหนดด้านคุณภาพ และความปลอดภัย และบทบัญญัติตามหลักศาสนาอิสลาม (Syariah Law) เพื่อให้ผู้ที่ได้รับรองฮาลาลไม่จำเป็นต้องขอการรับรองในเรื่องดังกล่าวจากองค์กรอื่น ๆ อีก

ส่วนสำคัญในมาตรฐานจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดจุดวิกฤติที่ต้องควบคุมสำหรับฮาลาล (Halal Critical Control Points ; HCCPs) ซึ่งจุด HCCPs ดังกล่าวจะเป็นจุดที่อ่อนไหวและมีโอกาสที่จะทำให้เกิดอันตรายและความเสี่ยงจึงต้องมีการบ่งชี้และเฝ้าระวังควบคุมอย่างเข้มงวด การปฏิบัติการแก้ไข และการทวนสอบระบบ เพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐาน ข้อกำหนดของมาตรฐานดังกล่าวต้องได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอในด้านเอกสาร การฝึกอบรม บุคลากร ระบบการตรวจประเมิน และพันธสัญญาของผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้มั่นใจว่าจะสามารถปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดมาตรฐานได้

หลัก 6 ประการของมาตรฐานสากล ฮาลาล ดอยยิบา (HT Global Standard) มีดังนี้

1. พันธสัญญา (Commitment)
2. ระบบฮาลาล ดอยยิบา (HT system)
3. ความสอดคล้อง (Compliance)
4. การตรวจสอบภายใน (Internal HT Audit)
5. การตรวจสอบโดยองค์กรภายนอก (External HT Audit)
6. การตรวจสอบได้ (Transparency)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยหลักการพื้นฐาน 6 ประการดังกล่าวนี้ ทุกข้อจะวิฤตต่อความเข้าใจ และวิธีปฏิบัติทางฮาลาล ความล้มเหลวในการไม่ปฏิบัติตามหลักการข้อใดข้อหนึ่ง ถือว่าเป็นสิ่งที่วิฤตและจะมีผลต่อข้อบัญญัติทางความเชื่อทางด้านศาสนา และความสะอาด บริสุทธิ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาล มาตรฐานสากล ฮาลาล ตอยยีบาได้เริ่มให้มีการรับรองระบบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543

2.4 ความสำคัญของฮาลาลต่อเศรษฐกิจโลก

ในปัจจุบัน ประชากรชาวมุสลิมมีอยู่ทั่วโลก ราว 1.9 พันล้านคน โดยประชากรเหล่านี้อยู่กระจัดกระจายกันทั่วโลก ตามทวีปต่างๆ ดังนี้

ทวีป	จำนวนประชากร (คน)
เอเชียใต้	386,000,000
แอฟริกา	327,000,000
เอเชียอื่นๆ	141,000,000
เอเชีย, ตะวันออกเฉียงใต้	246,000,000
ตะวันออกกลาง	252,000,000
ยุโรป รัสเซีย และเอเชียกลาง	101,000,000

ภาพที่ 3: จำนวนประชากรในทวีปต่างๆ

2.4.1) สถานการณ์การจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

- การผลิตเพื่อผู้บริโภคในประเทศ

ประเทศไทยมีมุสลิมซึ่งนับถือศาสนาอิสลามนับล้านคน มุสลิมจำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาล ดังนั้นการผลิตอาหารฮาลาลในระยะแรกจึงเป็นเรื่องของผู้ประกอบการมุสลิม ผลิตเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมด้วยกัน จึงไม่จำเป็นต้องมีการรับรองอาหารฮาลาล

ต่อมา เมื่อจำนวนประชากรมุสลิมมีมากขึ้น ความต้องการอาหารฮาลาลมีเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการผลิตอาหารซึ่งมิใช่มุสลิมมองเห็นช่องทางการตลาดในหมู่มุสลิม จึงต้องการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อจำหน่ายแก่มุสลิม แต่มีปัญหาว่า ทำอย่างไรจึงจะทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือว่าเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาหารฮาลาล ในที่สุดผู้ประกอบการจึงขอให้ “จุฬาราชมนตรี” ดำเนินการตรวจและให้การรับรองฮาลาล

การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยจุฬาราชมนตรีได้เริ่มมีขึ้น เมื่อปี 2491 ในสมัยที่อาจารย์ถ้วน สุวรรณศาสน์ เป็นจุฬาราชมนตรี และดำเนินการให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเรื่อยมา

การที่จุฬาราชมนตรีได้ให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผู้ประกอบการเพื่อแสดงบนผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคมุสลิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งมุสลิมไทยประมาณ 5 ล้านคนมีความมั่นใจในสินค้าฮาลาลมากขึ้น

- การผลิตอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออก

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารสำคัญของโลก สามารถส่งออกข้าว ผักและผลไม้ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ต่อมาเพื่ออุตสาหกรรมอาหารขยายตัวมากขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศไทยได้ขยายปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก เช่น ไข่ เป็ด ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทะเล เช่น ปลา กุ้ง ปู หอย ปลาหมึก ผลิตภัณฑ์จากพืช เช่น ผัก ผลไม้ น้ำมันลำปะหลัง ข้าวโพด ถั่วเหลือง เป็นต้น

เมื่อประเทศไทยมิใช่เป็นประเทศมุสลิมและผู้ประกอบการก็มีใช้มุสลิม การผลิตอาหารเพื่อส่งออกไปยังตลาดโลกมุสลิม จึงเป็นเรื่องยากที่จะได้รับการยอมรับเพราะผู้บริโภคมุสลิมต้องการอาหารฮาลาลเท่านั้น ผู้ประกอบการเข้าใจถึงปัญหาและความจำเป็นดังกล่าว จึงต้องการให้จุฬาราชมนตรีหรือองค์กรศาสนาอิสลาม คือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ให้การรับรองฮาลาลหรืออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผลิตภัณฑ์ของตน ซึ่งจุฬาราชมนตรีก็สนองตอบความต้องการดังกล่าว โดยดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์และให้การรับรองเมื่อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนั้นมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

การส่งออกอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดโลกมุสลิม คาดว่าเริ่มขึ้นอย่างจริงจังประมาณปี 2538 โดยพิจารณาจากการที่จุฬาราชมนตรี (อาจารย์ประเสริฐ มะหะหมัด) ได้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองฮาลาล เมื่อปี 2538 และกรมทะเบียนการค้าได้รับจดทะเบียนเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2539

จากการสำรวจอย่างไม่เป็นทางการเมื่อปี 2540 คาดว่า มีบริษัทที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลประมาณ 200 บริษัท และในปี 2545 มีบริษัทได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลประมาณ 800 บริษัท มีผลิตภัณฑ์ฮาลาลประมาณ 6,000 ผลิตภัณฑ์ แสดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ว่าเครื่องหมายรับรองฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ได้รับความเชื่อถือและยอมรับจากผู้ประกอบการและแน่นอนย่อมได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคมุสลิมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะการรับรองฮาลาลและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล คำนินการ โดยองค์กรศาสนาอิสลามซึ่งเป็นองค์กรนิติบุคคลคือ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด และคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

ก) ตลาดส่งออก

ในด้านตลาดส่งออกหลัก จากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการส่งออกไปในประเทศแถบเอเชีย เป็นหลัก ได้แก่ ประเทศ ญี่ปุ่น ใต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย รองลงมาได้แก่ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ยุโรป และตะวันออก

- แนวโน้มความต้องการบริโภคอาหารฮาลาลของประชากรที่มีศักยภาพ

จากการประมาณการณ์ขององค์กรที่คาดว่าประชากรชาวมุสลิม จะมีการเติบโต คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.4 ต่อปี เป็น 3.2 พันล้านคนในปี 2010 โดยเป็นประชากรในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 427 ล้านคน 653 ล้านคนในเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออก 238 ล้านคน ประเทศอาเซียน 416 ล้านคน แอฟริกา 352 ล้านคน และ 163 ล้านคนในเอเชียกลาง ยุโรปและรัสเซีย

สำหรับมูลค่าการส่งออกสินค้าฮาลาลของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิก OIC คาดว่าจะมีประมาณ 484,874.2 ล้านบาทในปี 2546 เพิ่มขึ้นจากปี 2545 ร้อยละ 24.43 และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตอีกกว่าร้อยละ 30.0 ในปี 2547 เป็น 630,336.4 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม สามารถจะสรุปเป็นภาพรวมของตลาดอาหารฮาลาลที่น่าสนใจได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

1. ประเทศอินโดนีเซีย
2. ประเทศสิงคโปร์
3. ประเทศบรูไน
4. ประเทศมาเลเซีย

ประเทศในกลุ่มเอเชียใต้

10. ประเทศบังกลาเทศ
11. ประเทศปากีสถาน

ประเทศมุสลิมในประเทศแถบยุโรป

17. ประเทศแอลบาเนีย

ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง

5. ประเทศซาอุดีอาระเบีย
6. ประเทศเลบานอน
7. ประเทศอิหร่าน
8. ประเทศโอมาน
9. ประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศในกลุ่มแอฟริกา

12. ประเทศแอลจีเรีย
13. ประเทศอียิปต์
14. ประเทศเบนิน
15. ประเทศกาบอง
16. ประเทศไนจีเรีย

ภาพที่ 4 : ภาพรวมของตลาดฮาลาลในแถบที่ปีต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5: ผลิตภัณฑ์เกษตรที่มีการนำเข้าสูงสุด 5 อันดับแรกของ 5 ประเทศ ปี 2546

ชายฝั่งเอเชีย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ออสเตรเลีย	ญี่ปุ่น
กลุ่มรัฐพืช	รัฐพืช	รัฐพืช	รัฐพืช	รัฐพืช
ผักและผลไม้	ผักและผลไม้	อาหารสัตว์	ผลิตภัณฑ์นม ไข่ สัตว์ปีก น้ำผึ้ง ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จาก สัตว์ที่บริโภค ได้	อาหารสัตว์
ผลิตภัณฑ์นม ไข่ สัตว์ปีก น้ำผึ้ง ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ที่บริโภคได้	เนื้อสัตว์และ ส่วนอื่นของ สัตว์ที่บริโภค ได้	น้ำตาล	ไขมันและ น้ำมันที่ได้จาก สัตว์หรือพืช	ยาสูบและใบ ยาสูบ
เนื้อสัตว์และส่วน อื่นของสัตว์ที่ บริโภคได้	ไขมันและ น้ำมันที่ได้จาก สัตว์หรือพืช	ผักและผลไม้	ผักและผลไม้	ไขมันและ น้ำมันที่ได้จาก สัตว์หรือพืช
สัตว์ที่มีชีวิต	ผลิตภัณฑ์นม ไข่ สัตว์ปีก น้ำผึ้ง ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จาก สัตว์ที่บริโภค ได้	ผลิตภัณฑ์นม ไข่ สัตว์ปีก น้ำผึ้ง ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จาก สัตว์ที่บริโภค ได้	น้ำตาล	ผลิตภัณฑ์นม ไข่ สัตว์ปีก น้ำผึ้ง ธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์จาก สัตว์ที่บริโภค ได้

ที่มา: www.FAO statistics

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แม้ว่าประเทศ มาเลเซียและอิน โดนีเซียจะเป็นประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงมากในกลุ่มสมาชิกของ OIC แต่จะพบว่าทั้ง 2 ประเทศก็เป็นผู้ส่งออกในกลุ่มอาหารที่สำคัญด้วย โดยจะพบว่าประเทศอิน โดนีเซีย จะเป็นผู้ส่งออกในกลุ่มปลา สัตว์น้ำ จำพวกครัสตาเซีย โมลลัสก์ และสัตว์น้ำที่ไม่มีกระดูกสันหลังอื่นๆ รองลงมาได้แก่ ชา กาแฟ และ โกโก้ เครื่องดื่มและยาสูบ และพวกไขมันและน้ำมันที่ได้จากพืชอื่น ส่วนประเทศมาเลเซีย เป็นผู้ส่งออกที่สำคัญในกลุ่มประเภท พวกไขมันและน้ำมันที่ได้จากไขมันพืชอื่นๆ รองลงมาได้แก่ กาแฟ ชา โกโก้ เครื่องดื่ม และพวกไขมันและน้ำมันที่ได้จากสัตว์ เป็นต้น

ข. ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก

สำหรับประเทศที่ผู้ประกอบการ โดยรวมเห็นว่า เป็นประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก ได้แก่ ประเทศจีน เวียดนาม มาเลเซีย และอิน โดนีเซีย เป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการมองว่าประเทศทางค้ำชูยุโรปและอเมริกา ก็เป็นคู่แข่งที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ ประเทศ ฝรั่งเศส สเปน เป็นต้น

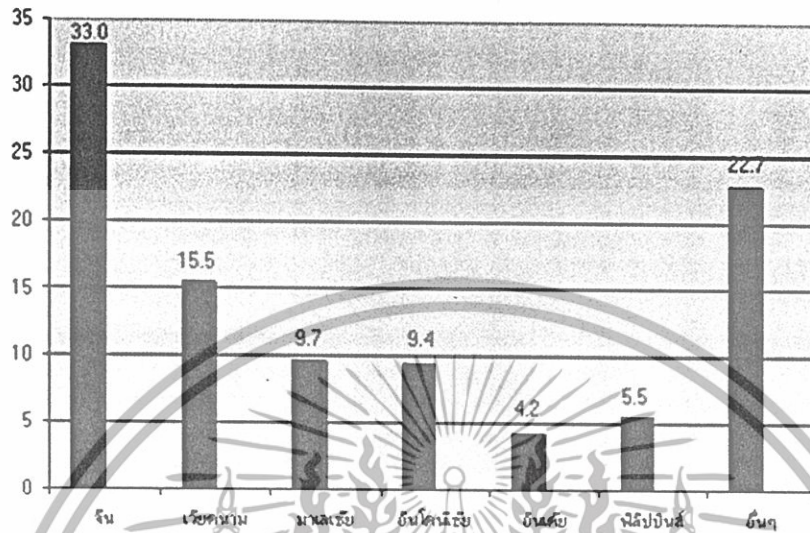
ทั้งนี้ สามารถแยกรายละเอียดของคู่แข่งในแต่ละตลาดส่งออกได้ดังนี้

1. ตลาดญี่ปุ่น ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จีน เวียดนาม มาเลเซีย อิน โดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ เป็นต้น
2. ตลาดสหรัฐอเมริกา ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นต้น
3. ตลาดสิงคโปร์ ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย อินเดีย เป็นต้น
4. ตลาดฮ่องกง ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จีน เวียดนาม มาเลเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เป็นต้น
5. ตลาดอินโดนีเซีย ประเทศคู่แข่ง ออสเตรเลีย เวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซีย และจีน เป็นต้น
6. ตลาดตะวันออกกลาง ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จีน ฮ่องกง อินโดนีเซีย เวียดนาม ออสเตรเลีย เป็นต้น
7. ตลาดมาเลเซีย ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จีน เวียดนาม อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ตลาดยุโรป ประเทศคู่แข่ง ได้แก่ จีน เวียดนาม ฟิลิปปินส์ อินเดีย เป็นต้น

ภาพที่ 6: แผนภาพสัดส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดส่งออก



ที่มา: จากผลสำรวจผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล 305 ราย เป็นช่วงเดือน พ.ค. - พ.ย.

2547

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้าของประเทศในกลุ่มมุสลิม โดยเฉพาะในด้านของเนื้อสัตว์ จะพบว่า ประเทศมุสลิมเหล่านี้นำเข้าอาหารในรูปของสัตว์และเนื้อสัตว์จากประเทศกลุ่มพัฒนาแล้วเป็นส่วนใหญ่ ส่วนอาหารประเภทผักสดและผลไม้ของกลุ่มนี้ จะกระจายตัวโดยนำเข้าจากประเทศที่พัฒนาแล้ว และกำลังพัฒนา โดยสามารถจะสรุปประเทศส่งออกอาหารฮาลาลได้ดังนี้

ภาพที่ 7: ตารางสรุปประเทศส่งออกอาหารฮาลาล

ประเภทอาหาร	ประเทศผู้ส่งออก	
เนื้อโค	กลุ่มประเทศพัฒนา	นิวซีแลนด์ ไอร์แลนด์ เยอรมัน ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา
	กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	ชูดาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จอร์เจีย โอมาน อินเดีย
เนื้อแพะและแกะ	กลุ่มประเทศพัฒนา	นิวซีแลนด์ ออสเตรเลีย
	กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	ชูดาน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จอร์เจีย โชมเลีย มาเซโดเนีย อูร์กวัย
สัตว์ปีก	กลุ่มประเทศพัฒนา	แคนาดา เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน ฝรั่งเศส สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อังกฤษ
	กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	จีน บราซิล
ผักและผลไม้	กลุ่มประเทศพัฒนา	เนเธอร์แลนด์ ฝรั่งเศสสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อิตาลี
	กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	จีน ตุรกี บราซิล ฟิลิปปินส์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อินเดีย ไทย
ธัญพืช	กลุ่มประเทศพัฒนา	ออสเตรเลีย แคนาดา เยอรมนี อิตาลี อังกฤษ ฝรั่งเศส
	กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	จีน อินเดีย ไทย
ปลา และสัตว์น้ำ	กลุ่มประเทศพัฒนา	แคนาดา แคนาดา นอร์เวย์ สหรัฐอเมริกา
	กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	จีน อินเดีย อินโดนีเซีย
เครื่องดื่ม	กลุ่มประเทศพัฒนา	เนเธอร์แลนด์ อิตาลี อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส
	กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	จีน อินเดีย อินโดนีเซีย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค) หลักเกณฑ์ หรือกฎระเบียบ ที่จำเป็นสำหรับการส่งออก

สำหรับหลักเกณฑ์ หรือกฎระเบียบ ที่จำเป็นสำหรับการส่งออก นอกเหนือจากเครื่องหมาย
ฮาลาลจากการสอบถามผู้ส่งออกจำนวนจำนวนผู้ตอบ 98 ราย

(www.depthai.go.th/thaihalal/showman.asp) พบว่า

- ร้อยละ 18.4 ระบุว่า ต้องได้รับมาตรฐาน HACCP
- ร้อยละ 12.2 ต้องได้รับมาตรฐาน GMP
- ร้อยละ 10.9 ผู้ส่งออกต้องได้รับเครื่องหมาย ISO
- ร้อยละ 7.5 ต้องได้รับ Kosher Certificate ร้อยละ 5 ต้องได้รับ FDA Registration ของแต่ละประเทศ
- ร้อยละ 5.4 ไม่มีกฎเกณฑ์พิเศษแต่อย่างใด
- ร้อยละ 40.6 จะเป็นการขอใบรับรองในแต่ละประเทศ เช่น ต้องใบรับรองสุขภาพที่กำหนดในแต่ละประเทศรวมถึงใบรับรองจากกรมปศุสัตว์ ได้รับ Food Safety หรือจะต้องมีส่วนผสมของสารเคมี หรือสารกันหืน บูด ได้หรือสืผสมอาหาร และไม่มีการใช้วัตถุที่เป็น GMO เป็นต้น

ง) ปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

1. กลุ่มผู้ผลิต มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้อ อันดับแรก ได้แก่ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การโฆษณา ที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน รองลงมา ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ การเข้าร่วมงานแสดง การขยายจำนวนตัวแทนและร้านค้า และอันดับที่สาม ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้า
2. กลุ่มผู้ผลิตและส่งออก มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้ออันดับหนึ่ง ได้แก่การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า รองลงมา การโฆษณา และอันดับที่สาม ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย
3. กลุ่มผู้นำเข้า มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้ออันดับหนึ่ง ได้แก่ การลด ราคาสินค้าลง รองลงมา คือ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และอันดับที่สาม ได้แก่การส่งเดตาสื่อ/โบชัวร์ ตามลำดับ
4. กลุ่มตัวแทนจำหน่าย มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้ออันดับหนึ่ง ได้แก่ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า รองลงมา คือ และการขยายจำนวนตัวแทนและร้านค้า และเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อันดับที่สาม ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณา การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์

จ) ปัญหาของผู้ประกอบการที่ประสบ

จากผลสำรวจผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาต่าง ๆ สามารถจำแนกออกเป็นปัญหาที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่

1. ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาหลักในเรื่องของการแข่งขันที่สูง รongลงมาได้แก่ ขนาดตลาดยังแคบ ผลกระทบจากปัญหาไข้หวัดนก และสถานการณ์ภาคใต้ การขาดประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และเศรษฐกิจที่ซบเซา ไม่มีตลาดรองรับ คู่แข่งที่เพิ่มขึ้น ขาดบุคลากรด้านการตลาด เป็นต้น
2. ปัญหาด้านการผลิต การผลิตในเรื่องของราคาวัตถุดิบที่ไม่แน่นอน ขนาดเคลนวัตถุดิบ และปรับราคาสูง การผลิตไม่เพียงพอ มีปัญหาแรงงานไม่พอ ขนาดเทคโนโลยีในการถนอมอาหาร ผลิตไม่ทันคำสั่งซื้อ อัตราภาษีของวัตถุดิบนำเข้าสูง เป็นต้น
3. ปัญหาด้านการเงิน เงินทุนน้อย ขนาดเคลนเงินทุนหมุนเวียน ขาดการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจน

ปัญหาอื่นๆ เช่น ปัญหาเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรรนำ 15 ใช้

ตัวแปรในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ศักยภาพในที่นี่จะพิจารณาจากตัวแปรทางเศรษฐกิจที่จะเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการสินค้าฮาลาลของประเทศต่างๆ สามารถสรุปปัจจัยที่สำคัญออกเป็น

1. สภาพทางเศรษฐกิจ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งบอกถึงฐานะความเป็นอยู่และรายได้ของประชากรในประเทศนั้นๆ ว่ามีอัตรากำลังซื้อสินค้าฮาลาลมากน้อยแค่ไหน
2. ประชากรและแรงงานมุสลิม จำนวนประชากรและแรงงานมุสลิม นับเป็นปัจจัยหลักอีกปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการอาหารฮาลาล โดยมีลักษณะที่แปรตามกันคือ ยิ่งมีประชากรมุสลิมมากความต้องการสินค้าฮาลาลก็จะสูงตาม
3. การคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน นับเป็นปัจจัยรองลงมาที่จะกระทบต่อความต้องการสินค้าฮาลาล ในกรณีนี้ประเทศที่มีการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่ดีสะดวกก็จะทำให้มีการเคลื่อนย้ายหรือความต้องการสินค้าฮาลาลมากขึ้นหากการคมนาคมขนส่งไม่สะดวกโอกาสที่จะค้าขายสินค้าฮาลาลจะลดลง เนื่องจากประเทศเหล่านั้นจะพึ่งพิงตนเองสูงและส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าฮาลาลเนื่องจากต้นทุนการขนส่งที่สูง
4. ทรัพยากรการผลิต หากประเทศใดมีความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องทรัพยากรการผลิตประเทศดังกล่าวก็จะมีอัตราการพึ่งพิงตนเองสูง การนำเข้าก็จะน้อย

5. เทคโนโลยีการผลิตที่มีความพร้อม เทคโนโลยีการผลิตส่งผลต่อความต้องการสินค้าในตลาดในลักษณะแปรผกผันกัน นั่นคือหากประเทศใดมีเทคโนโลยีการผลิตสูงก็จะลดความต้องการสินค้าในตลาดจากตลาดภายนอกประเทศ แต่หากมีเทคโนโลยีการผลิตต่ำความต้องการหรือพึงพิงสินค้าตลาดก็จะสูงตาม

6. การยอมรับของผู้บริโภค การผลิตสินค้าตลาดจะเป็นเรื่องของบทบัญญัติทางศาสนาที่จะต้องมีขั้นตอนตามกรรมวิธีทางศาสนา ดังนั้นสินค้าอาหารจำเป็นต้องได้รับเครื่องหมายฮาลาลที่เป็นที่ยอมรับของชาวมุสลิมโดยทั่วไป โดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตที่มีใช้ประเทศมุสลิมยิ่งต้องมียุทธศาสตร์กลางที่เป็นที่ยอมรับของชาวมุสลิมทั่วโลกรับรอง

7. นโยบายที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคจากภาครัฐ เช่น การออกกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้าของประเทศนั้นๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ^{ไป}ใช้

จากผลของการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวถึงเบื้องต้น สามารถสรุปประเทศที่มีความต้องการสินค้าฮาลาล และเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการนำเข้าสินค้าฮาลาลจากประเทศไทย ได้ดังนี้

1. ผลของการวิเคราะห์ตัวแปรทางด้านสภาพเศรษฐกิจ ที่ถือว่าเป็นประเทศที่มีระดับและฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี จะพบว่าประเทศสมาชิก OIC ซึ่งเป็นประเทศในกลุ่มมุสลิมที่สำคัญนั้น ประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่และน่าสนใจ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มตะวันออกกลาง เช่น ซาอุดีอาระเบีย อิหร่าน ตุรกี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คุเวต เป็นต้น รองลงมาได้แก่ ประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ประเทศ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศในกลุ่มเอเชียใต้ เช่น ปากีสถาน บังกลาเทศ และกลุ่มประเทศแอฟริกา เช่น ประเทศแอลจีเรีย ไนจีเรีย เป็นต้น
2. ประเทศที่มีประชากรและแรงงานมุสลิม เป็นจำนวนมาก ในกลุ่มประเทศสมาชิก OIC สามารถแบ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนประชากรมากกว่า 100 ล้านคน ได้แก่ ประเทศ อินโดนีเซีย ที่มีประชากรราว 211.7 ล้านคนในปี 2545 ปากีสถาน 144.9 ล้านคน บังกลาเทศ 135.7 ล้านคน ไนจีเรีย 132.8 ล้านคน รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีประชากรราว 50-100 ล้านคน ได้แก่ ประเทศตุรกี 69.9 ล้านคน อียิปต์ 66.4 ล้านคน อิหร่าน 65.5 ล้านคน และกลุ่มประเทศที่มีประชากรน้อยกว่า 50 ล้านคน ได้แก่ ประเทศซูดาน 32.8 ล้านคน แอลจีเรีย 31.3 ล้านคน และ โมร็อกโก 29.6 ล้านคน เป็นต้น ซึ่งจำนวนประชากรดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงปริมาณความต้องการสินค้าฮาลาล ส่วนหนึ่งต้องพิจารณาร่วมกับปัจจัยในด้านทรัพยากรการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต เช่น หากเป็นประเทศที่มีประชากรมาก แต่ทรัพยากรการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตไม่พร้อมหรือเพียงพอก็จะส่งผลต่อความต้องการสินค้าฮาลาลมาก และเป็นโอกาสต่อการส่งออกของไทย
3. ทรัพยากรการผลิตและเทคโนโลยีการผลิต ในที่นี้จะวัดจากตัวแปรทางเศรษฐกิจในด้านมูลค่าเพิ่มการผลิตสินค้าเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเป็นหลัก ถ้าประเทศใดที่มีมูลค่าดังกล่าวน้อย แสดงว่าทรัพยากรและเทคโนโลยีการผลิตน้อย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการสินค้าฮาลาลก็จะสูง ในที่นี้จะพิจารณาจากประเทศที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมน้อยกว่า 20 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากประเทศ OIC จะพบว่า ประกอบไปด้วยประเทศแอลจีเรีย อียิปต์ อินโดนีเซีย อิหร่าน จอร์แดน เลบานอน มาเลเซีย ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล ซูรินาม ตูนิเซีย ตุรกี ซึ่งสอดคล้องการที่ประเทศดังกล่าวต้องพึ่งพิงการนำเข้าสินค้าอาหารและสิ่งมีชีวิตค่อนข้างสูง

ฉ) ปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

1. กลุ่มผู้ผลิต มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้อ อันดับแรก ได้แก่ การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การโฆษณา ที่มีความสำคัญเท่าเทียมกัน รองลงมาได้แก่ การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ การเข้าร่วมงานแสดง การขยายจำนวนตัวแทนและร้านค้า และอันดับที่สาม ได้แก่ การให้ส่วนลดพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้า

2. กลุ่มผู้ผลิตและส่งออก มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้ออันดับหนึ่ง ได้แก่การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า รองลงมา การโฆษณา และอันดับที่สามได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย

3. กลุ่มผู้นำเข้า มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้ออันดับหนึ่ง ได้แก่ การลดราคาสินค้าลง รองลงมา คือ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า และอันดับที่สาม ได้แก่การส่งแคตตาล็อก/โบชัวร์ ตามลำดับ

4. กลุ่มตัวแทนจำหน่าย มองว่ากิจกรรมทางการตลาดที่สำคัญที่มีผลต่อคำสั่งซื้ออันดับหนึ่ง ได้แก่ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า รองลงมา คือ และการขยายจำนวนตัวแทนและร้านค้า และอันดับที่สาม ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณา การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์

ช) ปัญหาของผู้ประกอบการที่ประสบ

จากผลสำรวจผู้ประกอบการที่ประสบปัญหาต่าง ๆ สามารถจำแนกออกเป็นปัญหาที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่

1. ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาหลักในเรื่องของการแข่งขันที่สูง รองลงมาได้แก่ ขนาดตลาดยังแคบ ผลกระทบจากปัญหาไข้หวัดนก และสถานการณ์ภาคใต้ การขาดประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และเศรษฐกิจที่ซบเซา ไม่มีตลาดรองรับ คู่แข่งที่เพิ่มขึ้น ขาดบุคลากรด้านการตลาด เป็นต้น
2. ปัญหาด้านการผลิต การผลิตในเรื่องของราคาวัตถุดิบที่ไม่แน่นอน ขาดแคลนวัตถุดิบ และปรับราคาสูง การผลิตไม่เพียงพอ มีปัญหาแรงงานไม่พอ ขาดเทคโนโลยีในการถนอมอาหาร ผลิตไม่ทันคำสั่งซื้อ อัตราภาษีของวัตถุดิบนำเข้าสูง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ปัญหาด้านการเงิน เงินทุนน้อย ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน ขาดการจัดทำบัญชีภาวะเบียบการค้ำไม่ชัดเจนร้อยละ 25

4. ปัญหาอื่นๆเช่น การชำระเงินของลูกค้า , สินค้าไม่มีตลาดจำหน่ายไม่ได้, ปัญหาเอกสาร

ข) สาเหตุที่ผู้ประกอบการไม่ให้ความสนใจการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

สำหรับผู้ที่ไม่สนใจส่งออก จำนวน 27 ราย (www.depthai.go.th/thaihalal/showman.asp)
กล่าวว่าเหตุผลที่ไม่สนใจ เนื่องจากสาเหตุเรียงลำดับดังต่อไปนี้

- บริษัทไม่มีนโยบาย ร้อยละ 26
- ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ร้อยละ 11.1
- เอกสารมาก ร้อยละ 11.1
- ไม่รู้ความต้องการของประเทศมุสลิม ร้อยละ 11.1
- ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่นิยมในหมู่มุสลิม ร้อยละ 11.1
- อื่น ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5) ภาพการผลิตอาหารฮาลาลในประเทศไทย

ข้อมูลการผลิต

ผลสำรวจผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลจำนวน 305 ราย พบว่า ส่วนใหญ่จะมีที่ตั้งอยู่ที่ ภาคกลาง ร้อยละ 69 ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 19 ราย อุตสาหกรรม 2 ราย นครปฐม 13 ราย ราชบุรี 9 และปริมณฑล ได้แก่ สมุทรปราการ 42 ราย สมุทรสาคร 11 ราย ปทุมธานี 5 ราย รองลงมา ได้แก่ ภาคตะวันออก ร้อยละ 11.1 เช่น ชลบุรี 4 ราย ระยอง 3 ราย ภาคอีสาน ร้อยละ 8.9 เช่น จังหวัดนครราชสีมา 12 ราย ขอนแก่นและหนองคายอย่างละ 1 ราย เป็นต้น ภาคใต้ ร้อยละ 8.2 เช่น จังหวัดสงขลา 3 ราย ปัตตานี 1 ราย และภาคเหนือ ร้อยละ 3 เช่น เชียงใหม่และลำปาง โดยสามารถจำแนกประเภทของการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลออกเป็นสัดส่วนได้ดังนี้

1. การแปรรูปอาหารจากผลิตภัณฑ์ข้าวและแป้ง	35 ราย
2. ผลิตภัณฑ์เคมีในด้านวัตถุปรุงแต่งรส กลิ่น สี	19 ราย
3. การผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทขนมอบ	28 ราย
4. อาหารและขนมสำเร็จรูป	7 ราย
5. การแปรรูปและการเก็บถนอมและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	51 ราย
6. การแปรรูปผักและผลไม้	58 ราย
7. การผลิตเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	14 ราย
8. การผลิตผลิตภัณฑ์จากนม	14 ราย
9. เครื่องปรุงอาหาร เช่น เครื่องเทศ	6 ราย
10. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	25 ราย
11. การผลิตน้ำตาล	14 ราย
12. การผลิตน้ำมันจากพืช น้ำมันจากสัตว์และไขมันสัตว์	11 ราย
13. อื่นๆ	13 ราย

ภาพที่ 8 : ตารางจำแนกประเภทของการดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาล

ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทของผู้ประกอบการออกเป็น 4 ประเภท ได้ดังนี้ ผู้ผลิต ผู้ผลิตและส่งออก ผู้นำเข้า ตัวแทนจำหน่าย จากสัดส่วนจะพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 62 จะเป็นผู้ผลิตและส่งออก ร้อยละ 20 จะเป็นผู้ผลิต ร้อยละ 10 จะเป็นผู้นำเข้า และร้อยละ 8 จะเป็นตัวแทนจำหน่าย ตามลำดับ

บทที่ 3

อุปกรณ์และขั้นตอนการทดลอง

3.1 อุปกรณ์

- สอบถามและแบบสัมภาษณ์

โปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดใช้คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for window (Statistical Package For Social Science for Window)

3.2 ขั้นตอนและวิธีการทดลอง

3.2.1 ในการทดลอง ผู้จัดทำได้ตั้งสมมติฐาน 2 ข้อ คือ

สมมติฐานที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและฮะรอมต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูปต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป

3.2.2 จัดทำแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 สํารวจสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้

ตอนที่ 2-3 สอบถามเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นในหลักการผลิตอาหารฮาลาล

ตอนที่ 4 สํารวจทัศนคติต่อสัญลักษณ์ฮาลาลในปัจจุบัน

ตอนที่ 5 สํารวจความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่วางจำหน่ายตามท้องตลาดในปัจจุบันเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 4 ระดับ

ตอนที่ 6 สํารวจแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะผู้บริโภค (แบบสอบถามปลายเปิด)

3.2.3 ดำเนินการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นตามข้อ 3.2.1 โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคชาวมุสลิมในเขตตรอก โรงน้ำแข็ง (มัสยิดชะวาก) ถนนสาทร จำนวน 50 คน

3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

- ใช้โปรแกรม SPSS/PC+ทดสอบสมมติฐาน โดย การทดสอบแบบ t-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
- ข้อมูลจากการสำรวจมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+ แสดงผลสถิติค่าร้อยละ (แสดงผลในรูปแบบกราฟแท่งและกราฟวงกลม) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



บทที่ 4

ผลการทดลอง

4.1 ผลการทดลองจากสมมติฐานที่ตั้งขึ้น

สมมติฐานที่ 1 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและฮะรอมต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูปต่างกัน

ผลการทดลอง จากการทดสอบโดยวิธี t-test ด้วยโปรแกรม SPSS ได้ผลดังนี้

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับฮาลาล และฮะรอม	N	Mean	Std.Deviation	t	Sig
1. ท่านเข้าใจว่าอาหารฮาลาล หมายถึงอะไร					
- ตอบถูก	33	1.00	0.00	-6.64	.517
- ตอบไม่ถูก	10	0.80	0.41		
2. ในความเข้าใจของท่านคำว่า “ฮาลาล” หมายถึง					
- ตอบถูก	18	0.80	0.70	-2.54	.803
- ตอบไม่ถูก	25	0.40	0.50		
3. หลักในการพิจารณาการ ได้รับมาตรฐาน “ฮาลาล”					
- ตอบถูก	28	0.00	0.00	3.387	.004
- ตอบไม่ถูก	15	0.86	0.35		
4. ความหมายคำว่า “ฮะรอม”					
- ตอบถูก	27	0.00	0.00	2.657	.018
- ตอบไม่ถูก	16	0.80	0.41		

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป

ผลการทดลองด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ด้วยโปรแกรม SPSS ได้ผลดังนี้

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	
	r	Sig.(2-tailed)
- แบนด์สินค้า(ยี่ห้อ)	.092	.558
- สัญลักษณ์ฮาลาล	-.132	.398
- ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	-.062	.694
- ส่งเสริมการขาย(Promotion)	.101	.520
- ราคา	.179	.250
รวม	.055	.724

4.2) ผลการทดลองจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS

ตอนที่ 1 ดำรวจสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ ระดับรายได้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	18	41.9	41.9	41.9
	หญิง	25	58.1	58.1	100.0
Total		43	100.0	100.0	

อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 18 ปี	14	32.6	32.6	32.6
	18-25 ปี	11	25.6	25.6	58.1
	26-33 ปี	1	2.3	2.3	60.5
	34-41 ปี	5	11.6	11.6	72.1
	42-49	10	23.3	23.3	95.3
	50 ปีขึ้นไป	2	4.7	4.7	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า มัธยม ปส.	7	16.3	16.3	16.3
	มัธยม ปส./ปวช.	25	58.1	58.1	74.4
	อนุปริญญา /ปวส.	3	7.0	7.0	81.4
	ปริญญาตรี	7	16.3	16.3	97.7
	สูงกว่า ปริญญาตรี	1	2.3	2.3	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	นักเรียน/นิสิต/ นักศึกษา	19	44.2	44.2	44.2
	ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	7	16.3	16.3	60.5
	พนักงาน บริษัทเอกชน/ องค์กรเอกชน	8	18.6	18.6	79.1
	รับราชการ/ เจ้าหน้าที่ของ รัฐ	2	4.7	4.7	83.7
	ว่างงาน/ แม่บ้าน/ เกษียณอายุ	3	7.0	7.0	90.7
	อื่นๆ..(รับจ้าง)	4	9.3	9.3	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

สถานภาพสมรส

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	โสด	28	65.1	65.1	65.1
	สมรส/อยู่ ด้วยกัน	15	34.9	34.9	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีก้ารนำไปใช้

รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 5,000	22	51.2	51.2	51.2
	5,001-10,000 บาท	11	25.6	25.6	76.7
	10,001-20,000 บาท	6	14.0	14.0	90.7
	20,001-30,000 บาท	1	2.3	2.3	93.0
	30,001-40,000 บาท	2	4.7	4.7	97.7
	40,000 บาทขึ้นไป	1	2.3	2.3	100.0
	Total	43	100.0	100.0	

ตอนที่ 2 และ ตอนที่ 3 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ "ฮาลาล" และ "ฮะรอม"

ความเข้าใจในความหมาย "อาหารฮาลาล"

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	10	11.2	23.3	23.3
	ถูก	33	37.1	76.7	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ²⁸ไปใช้

ความเข้าใจในความหมาย “ฮาลาล”

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	25	28.1	58.1	58.1
	ถูก	18	20.2	41.9	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

ความเข้าใจในหลักการพิจารณาการได้รับมาตรฐาน “ฮาลาล”

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	15	16.9	34.9	34.9
	ถูก	28	31.5	65.1	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

ความเข้าใจในความหมายคำว่า “ฮะรอม”

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	16	18.0	37.2	37.2
	ถูก	27	30.3	62.8	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกอาหารที่ท่านคิดว่าเป็น “ฮาลาล”

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	3	3.4	7.0	7.0
	ถูก	40	44.9	93.0	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

การเลือกข้อความที่เป็นความรู้เบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ฮาลาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	26	29.2	60.5	60.5
	ถูก	17	19.1	39.5	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

การฆ่าสัตว์ตามหลักฮาลาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	37	41.6	86.0	86.0
	ถูก	6	6.7	100.0	
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

หน่วยงานเป็นผู้รับรองฮาลาลในประเทศไทย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผิด	25	28.1	58.1	58.1
	ถูก	18	20.2	41.9	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

ตอนที่ 4 ทักษะติดต่อสัญลักษณ์ฮาลาลในปัจจุบัน

ตำแหน่งในการวางสัญลักษณ์ "ฮาลาล"

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ระดับ1/ไม่ชัดมาก	4	4.5	9.3	9.3
	ระดับ2/ไม่ชัด	17	19.1	39.5	48.8
	ระดับ3/พอมองเห็น	6	6.7	14.0	62.8
	ระดับ4/ชัดเจน	2	2.2	4.7	67.4
	ระดับ5/ชัดเจนมาก	14	15.7	32.6	100.0
Total		43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

ขนาดตราสัญลักษณ์ที่ใช้

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ระดับ1/ไม่ชัดมาก	3	3.4	7.0	7.0
	ระดับ2/ไม่ชัด	20	22.5	46.5	53.5
	ระดับ3/พอมองเห็น	6	6.7	14.0	67.4
	ระดับ4/ชัดเจน	5	5.6	11.6	79.1
	ระดับ5/ชัดเจนมาก	9	10.1	20.9	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

ตอนที่ 5 ผลผลิตต่ออาหารสำเร็จรูป

ท่านเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จงานบ้างหรือไม่

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ซื้อ	15	16.9	34.9	34.9
	ซื้อ	28	31.5	65.1	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยี่ห้อของอาหารปรุงสำเร็จที่ท่านซื้อเป็นประจำ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	23	25.8	53.5	53.5
	อื่นๆ	3	3.4	7.0	60.5
	อิชี่โก	12	13.5	27.9	88.4
	S&P	1	1.1	2.3	90.7
	สุรพลฟู้ดส์	2	2.2	4.7	95.3
	รุชกี	1	1.1	2.3	97.7
	พรานทะเล	1	1.1	2.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

ท่านรับประทานอาหารปรุงสำเร็จเพียงยี่ห้อเดียวหรือไม่

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	16	18.0	37.2	37.2
	ใช่	9	10.1	20.9	58.1
	ไม่ใช่	18	20.2	41.9	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

สาเหตุที่ท่านเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จยี่ห้อดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เป็นยี่ห้อที่ท่านรู้จักจากการโฆษณามากที่สุด

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	35	39.3	81.4	81.4
ตอบ	8	9.0	18.6	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

รสชาติอร่อย มันใจในคุณภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	37	41.6	86.0	86.0
ตอบ	6	6.7	14.0	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

มีสัญลักษณ์ฮาลาล

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	21	23.6	48.8	48.8
ตอบ	22	24.7	51.2	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หาข้อได้ง่าย

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	34	38.2	79.1	79.1
ตอบ	9	10.1	20.9	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

วางบนชั้นที่หยิบสะดวกที่สุด

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	41	46.1	95.3	95.3
ตอบ	2	2.2	4.7	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

มีเมนูหลากหลายให้เลือก

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	40	44.9	93.0	93.0
ตอบ	3	3.4	7.0	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 35 ใช้

สาเหตุที่ท่านเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จรูป (เลือก 3 หัวข้อที่เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดของท่าน)

สะดวก ไม่ต้องคอยนานเหมือนซื้ออาหารปรุงสดทั่วไป

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	27	30.3	62.8	62.8
	ตอบ	16	18.0	37.2	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เป็นทางเลือกใหม่ ไม่ต้องการความจำเจ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	37	41.6	86.0	86.0
	ตอบ	6	6.7	14.0	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

วิธีรับประทานง่าย ทุกที่ทุกเวลา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	26	29.2	60.5	60.5
	ตอบ	17	19.1	39.5	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำข้อ

ราคาเหมาะสม

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	33	37.1	76.7	76.7
	ตอบ	10	11.2	23.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

รสชาติอร่อย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	33	37.1	76.7	76.7
	ตอบ	10	11.2	23.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

ช่วงเวลา que เลือกมารับประทานอาหารสำเร็จ (กรุณาเรียงตามความถี่ 4/3/2/1)

มือเข้า

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	29	32.6	67.4	67.4
	อันดับ1	8	9.0	18.6	86.0
	อันดับ2	4	4.5	9.3	95.3
	อันดับ4	2	2.2	4.7	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มือกลางวัน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	27	30.3	62.8	62.8
	อันดับ1	7	7.9	16.3	79.1
	อันดับ2	1	1.1	2.3	81.4
	อันดับ3	5	5.6	11.6	93.0
	อันดับ4	3	3.4	7.0	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

มือเย็น

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	25	28.1	58.1	58.1
	อันดับ1	7	7.9	16.3	74.4
	อันดับ2	3	3.4	7.0	81.4
	อันดับ3	4	4.5	9.3	90.7
	อันดับ4	4	4.5	9.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ³⁸ไปใช้

มอดิก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	23	25.8	53.5	53.5
	อันดับ1	12	13.5	27.9	81.4
	อันดับ2	4	4.5	9.3	90.7
	อันดับ3	2	2.2	4.7	95.3
	อันดับ4	2	2.2	4.7	100.0
Total		43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

สถานที่ที่ท่านเลือกซื้ออาหารสำเร็จบอยที่สุด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	15	16.9	34.9	34.9
	ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้าง	8	9.0	18.6	53.5
	ร้านสะดวกซื้อ	9	10.1	20.9	74.4
	ร้านค้าทั่วไป	10	11.2	23.3	97.7
	ร้านขายอาหารเฟรนช์	1	1.1	2.3	100.0
	ไซส์				
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการน้ 39 ใช้

ท่านคิดว่าปัญหาของอาหารสำเร็จคืออะไร

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	ไม่ตอบ	15	16.9	34.9	34.9	
	- การเก็บรักษา	5	5.6	11.6	46.5	
	- วิธีการอุ่น	2	2.2	4.7	51.2	
	- อายุการเก็บรักษาสั้น	1	1.1	2.3	53.5	
	- ราคาแพงกว่าเมื่อเทียบกับอาหารสด	3	3.4	7.0	60.5	
	- ไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล	11	12.4	25.6	86.0	
	- ไม่มั่นใจว่าถูกหลักศาสนาอิสลาม	6	6.7	14.0	100.0	
	Total	43	48.3	100.0		
	Missing	System	46	51.7		
		Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 40 ใช้

ความถี่ในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	17	19.1	39.5	39.5
	ระดับ1/น้อย	5	5.6	11.6	51.2
	ระดับ2/ ค่อนข้างน้อย	6	6.7	14.0	65.1
	ระดับ3/ปาน กลาง	11	12.4	25.6	90.7
	ระดับ4/ ค่อนข้างบ่อย	2	2.2	4.7	95.3
	ระดับ5/บ่อย	2	2.2	4.7	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
	Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0			

สถานที่ที่คุณมักเลือกเก็บรักษาอาหารสำเร็จรูป

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	15	16.9	34.9	34.9
	ตู้เย็น	22	24.7	51.2	86.0
	อุณหภูมิ ห้อง	5	5.6	11.6	97.7
	อื่นๆ	1	1.1	2.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7			
Total	89	100.0			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ⁴¹ไปใช้

การรับประทานอาหารสำเร็จของคุณ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	15	16.9	34.9	34.9
	ทันทีที่ซื้อ	11	12.4	25.6	60.5
	เก็บไว้ทาน ภายหลัง	17	19.1	39.5	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

ปริมาณอาหารสำเร็จที่คุณซื้อ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	15	16.9	34.9	34.9
	ซื้อเฉพาะกิน ใน ทันที	16	18.0	37.2	72.1
	ซื้อเก็บไว้เพื่อ ทานสำหรับ สมาชิกใน ครอบครัว	12	13.5	27.9	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
	Missing	System	46	51.7	
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า...
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 42 ใช้

ความมั่นใจในสัญลักษณ์ฮาลาลที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จของท่าน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	15	16.9	34.9	34.9
	100%	6	6.7	14.0	48.8
	75-99%	14	15.7	32.6	81.4
	50-74%	8	9.0	18.6	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

ราคาที่เหมาะสมสำหรับอาหารสำเร็จ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	16	18.0	37.2	37.2
	20-24 บาท	17	19.1	39.5	76.7
	25-29 บาท	5	5.6	11.6	88.4
	30-35 บาท	2	2.2	4.7	93.0
	อื่น ๆ 5-15	3	3.4	7.0	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ⁴³ไปใช้

เมนูอาหารสำเร็จรูปที่ท่านรับประทานเป็นประจำ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	26	29.2	60.5	60.5
	- ข้าวกระเพราไก่	8	9.0	18.6	79.1
	- เมนูอาหารทะเล	2	2.2	4.7	83.7
	- ข้าวแกงเสียบหวานไก่	2	2.2	4.7	88.4
	- ปลากระป๋อง	1	1.1	2.3	90.7
	- ข้าวราดแกง	2	2.2	4.7	95.3
	- ขนมจีบชาลูปา	1	1.1	2.3	97.7
	- อื่นๆ	1	1.1	2.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 44 ใช้

เมนูอาหารที่ท่านสนใจให้นำมาผลิตเป็นอาหารสำเร็จรูป

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	ไม่ตอบ	29	32.6	67.4	67.4	
	- บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	1	1.1	2.3	69.8	
	- บะหมี่ผัด	2	2.2	4.7	74.4	
	เย็นตาโฟ	1	1.1	2.3	76.7	
	- ประเภทเนื้อสัตว์	4	4.5	9.3	86.0	
	- ข้าวผัด	1	1.1	2.3	88.4	
	- โจ๊ก	1	1.1	2.3	90.7	
	- ผัดหมักกะโรนี,	2	2.2	4.7	95.3	
	สปาเก็ตตี้					
	- ข้าวหมก	1	1.1	2.3	97.7	
	- ผักจิ้ม	1	1.1	2.3	100.0	
	น้ำพริก					
	Total	43	48.3	100.0		
	Missing	System	46	51.7		
	Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ⁴⁵ไปใช้

ข้อเสนอแนะอื่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	36	40.4	83.7	83.7
	- ควรมีความหลากหลายของประเภทอาหาร	3	3.4	7.0	90.7
	- มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดี	2	2.2	4.7	95.3
	เก็บไว้ได้นาน				
	- พกพาสะดวก				
	หาซื้อและหา	1	1.1	2.3	97.7
	กินง่าย				
Valid	- การผลิตได้มาตรฐาน	1	1.1	2.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
	Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0			

สาเหตุที่ท่านไม่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ไม่มั่นใจในคุณภาพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	33	37.1	76.7	76.7
	ตอบ	10	11.2	23.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing System		46	51.7		
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 46 ใช้

ราคาแพงเกินไป เมื่อเทียบกับการซื้ออาหารปรุงสดทั่วไป

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	33	37.1	76.7	76.7
	ตอบ	10	11.2	23.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

ไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	23	25.8	53.5	53.5
	ตอบ	20	22.5	46.5	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการเพียงพอ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	41	46.1	95.3	95.3
	ตอบ	2	2.2	4.7	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ⁴⁷ไปใช้

รสชาติไม่อร่อย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	30	33.7	69.8	69.8
	ตอบ	13	14.6	30.2	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

ไม่มีเมนูที่อยากรับประทาน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	34	38.2	79.1	79.1
	ตอบ	9	10.1	20.9	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เก็บรักษายาก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	40	44.9	93.0	93.0
	ตอบ	3	3.4	7.0	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 48 ใช้

มีเมนูที่ทำจากเนื้อหมูหรือส่วนผสมที่ Haram เป็นเมนูรวมในยี่ห้อของอาหารสำเร็จรูปดังกล่าว จึง
 ไม่มั่นใจว่าถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามเพียงพอหรือไม่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	33	37.1	76.7	76.7
ตอบ	10	11.2	23.3	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

ตอนที่ 6 แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

เรียงลำดับแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

แบรนด์สินค้า (ยี่ห้อ)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ไม่ตอบ	2	2.2	4.7	4.7
อันดับ1	32	36.0	74.4	79.1
อันดับ2	2	2.2	4.7	83.7
อันดับ3	5	5.6	11.6	95.3
อันดับ4	1	1.1	2.3	97.7
อันดับ5	1	1.1	2.3	100.0
Total	43	48.3	100.0	
Missing System	46	51.7		
Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 49 ใช้

****สัญลักษณ์ฮาลาล****

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	2	2.2	4.7	4.7
	อันดับ1	32	36.0	74.4	79.1
	อันดับ2	2	2.2	4.7	83.7
	อันดับ3	5	5.6	11.6	95.3
	อันดับ4	1	1.1	2.3	97.7
	อันดับ5	1	1.1	2.3	100.0
Total		43	48.3	100.0	
Missing System		46	51.7		
Total		89	100.0		

ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	14	15.7	32.6	32.6
	อันดับ1	1	1.1	2.3	34.9
	อันดับ2	4	4.5	9.3	44.2
	อันดับ3	6	6.7	14.0	58.1
	อันดับ4	6	6.7	14.0	72.1
	อันดับ5	12	13.5	27.9	100.0
Total		43	48.3	100.0	
Missing System		46	51.7		
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ 50 ใช้

การส่งเสริมการขาย (Promotion)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	17	19.1	39.5	39.5
	อันดับ1	2	2.2	4.7	44.2
	อันดับ2	5	5.6	11.6	55.8
	อันดับ3	3	3.4	7.0	62.8
	อันดับ4	10	11.2	23.3	86.0
	อันดับ5	6	6.7	14.0	100.0
	Total		43	48.3	100.0
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

ราคา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	16	18.0	37.2	37.2
	อันดับ1	5	5.6	11.6	48.8
	อันดับ2	11	12.4	25.6	74.4
	อันดับ3	7	7.9	16.3	90.7
	อันดับ4	2	2.2	4.7	95.3
	อันดับ5	2	2.2	4.7	100.0
	Total		43	48.3	100.0
Missing	System	46	51.7		
	Total	89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การมีข้อมูลใหม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่มีเลย	15	16.9	34.9	34.9
	น้อย	16	18.0	37.2	72.1
	ค่อนข้างน้อย	8	9.0	18.6	90.7
	ค่อนข้างมาก	2	2.2	4.7	95.3
	มาก	2	2.2	4.7	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
	Missing	System	46	51.7	
Total		89	100.0		

การเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ฮาลาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่มีเลย	14	15.7	32.6	32.6
	น้อย	16	18.0	37.2	69.8
	ค่อนข้างน้อย	7	7.9	16.3	86.0
	ค่อนข้างมาก	5	5.6	11.6	97.7
	มาก	1	1.1	2.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
	Missing	System	46	51.7	
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำใบใช้

เรียงลำดับสื่อที่ท่านสามารถรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ฮาลาล (4/34/2/1)

วิทยุ, โทรทัศน์

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	14	15.7	32.6	32.6
	อันดับ1	12	13.5	27.9	60.5
	อันดับ2	4	4.5	9.3	69.8
	อันดับ3	5	5.6	11.6	81.4
	อันดับ4	8	9.0	18.6	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

หนังสือพิมพ์, นิตยสารทั่วไป

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	11	12.4	25.6	25.6
	อันดับ1	11	12.4	25.6	51.2
	อันดับ2	6	6.7	14.0	65.1
	อันดับ3	13	14.6	30.2	95.3
	อันดับ4	2	2.2	4.7	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

****วารสาร, จุลสารด้านศาสนา****

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	11	12.4	25.6	25.6
	อันดับ1	19	21.3	44.2	69.8
	อันดับ2	7	7.9	16.3	86.0
	อันดับ3	2	2.2	4.7	90.7
	อันดับ4	4	4.5	9.3	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

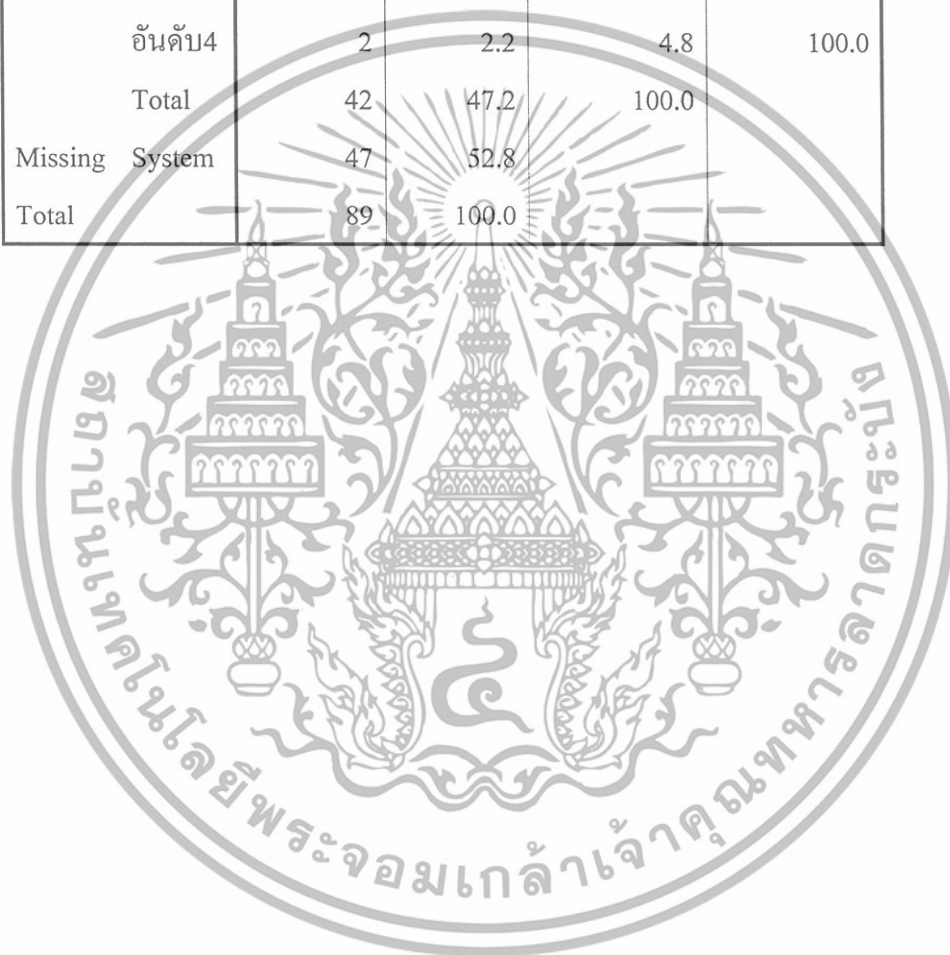
อินเทอร์เน็ต

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	20	22.5	46.5	46.5
	อันดับ1	2	2.2	4.7	51.2
	อันดับ2	9	10.1	20.9	72.1
	อันดับ3	3	3.4	7.0	79.1
	อันดับ4	9	10.1	20.9	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		
Total		89	100.0		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนํ้า 54 ใช้

การมีบริการค้นหาข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ฮาลาล

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่มีเลย	4	4.5	9.5	9.5
	มีบ้าง	27	30.3	64.3	73.8
	มีปานกลาง	9	10.1	21.4	95.2
	อันดับ4	2	2.2	4.8	100.0
	Total	42	47.2	100.0	
Missing	System	47	52.8		
Total		89	100.0		



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำ⁵⁵ไปใช้

ตอนที่ 7 แสดงความเห็นเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ฮาลาลในปัจจุบัน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ตอบ	21	23.6	48.8	48.8
	- ออกผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายใหม่ๆ	7	7.9	16.3	65.1
	มาให้กับผู้บริโภค				
	- ผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีตราชัดเจนและถูกต้องตามหลักศาสนา	4	4.5	9.3	74.4
	- การให้ตราเครื่องหมายควรมีมาตรฐานที่คงที่	5	5.6	11.6	86.0
	และมีการควบคุมที่เข้ม				
	- ให้ผู้วิจัย, ผู้ผลิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำความเข้าใจกับผล	1	1.1	2.3	88.4
	- ให้มีผู้ผลิต, มีร้านค้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากขึ้น	2	2.2	4.7	93.0
	สะอาดถูกหลักฮาลาล				
	อนามัย มีคุณภาพ	3	3.4	7.0	100.0
	Total	43	48.3	100.0	
Missing	System	46	51.7		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการน้ 56 ใช้

บทที่ 5

สรุปผลการทดลอง วิเคราะห์ผลการทดลองและข้อเสนอแนะ

5.1) สรุปผลการสำรวจ

ตอนที่ 1 สำรวจสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการน57ไปใช้

ตอนที่ 2-3 สอบถามเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นในหลักการผลิตอาหารฮาลาล

จากผลการศึกษาคด้วย t-test ในสมมติฐานที่ 1 พบว่า

- ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและฮะรอมต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป ต่างกัน โดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่างกัน ในส่วนของความเข้าใจในความหมายของคำว่า “ฮาลาล” และ “อาหารฮาลาล”
- ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและฮะรอมต่างกันจะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป ไม่ต่างกัน โดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนของความเข้าใจในการได้รับมาตรฐาน “ฮาลาล” และ “ความหมายของฮะรอม”

จากผลการศึกษาคด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในสมมติฐานที่ 2 พบว่า

- แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำเร็จรูป ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำถาม	ผู้ตอบคำถามถูก (%)
1. ความเข้าใจในความหมาย”อาหารฮาลาล”	76.7
2. ความเข้าใจในความหมาย “ฮาลาล”	41.9
3. ความเข้าใจในหลักการพิจารณาการได้รับมาตรฐาน “ฮาลาล”	65.1
4.ความเข้าใจในความหมายคำว่า “ฮะรอม”	62.8
5.เลือกอาหารที่ท่านคิดว่าเป็น “ฮาลาล”	93.0
6.การเลือกข้อความที่เป็นความรู้เบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ฮาลาล	39.5
7.การฆ่าสัตว์ตามหลักฮาลาล	14.0
8.หน่วยงานเป็นผู้รับรองฮาลาลในประเทศไทย	41.9

ตอนที่ 4 ทศนคติต่อสัญลักษณ์ฮาลาลในปัจจุบัน

คำถาม	ผู้ตอบที่มากที่สุด
1.ตำแหน่งในการวางสัญลักษณ์ “ฮาลาล” - ระดับ 4 ชัดเจนมากที่สุด - ระดับ 3 ชัดเจน - ระดับ 2 ชัดเจนน้อย - ระดับ 1 ชัดเจนน้อยที่สุด	ระดับ 2 (39.5%)
2. ขนาดตราสัญลักษณ์ที่ใช้ - ระดับ 4 ชัดเจนมากที่สุด - ระดับ 3 ชัดเจน - ระดับ 2 ชัดเจนน้อย - ระดับ 1 ชัดเจนน้อยที่สุด	ระดับ 2 (46.5%)

ตอนที่ 5 ผลผลิตภัณฑอาหารสำเร็จรูป

คำถาม	คำตอบที่มากที่สุด	% ผู้ตอบ
1. ท่านเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จทานบ้างหรือไม่	ใช่	65.1
2. ยี่ห้อของอาหารปรุงสำเร็จที่ท่านซื้อเป็นประจำ	อีซีโก	27.9
3. ท่านรับประทานอาหารปรุงสำเร็จเพียงยี่ห้อเดียวหรือไม่	ไม่ใช่	41.9
4. สาเหตุที่ท่านเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จยี่ห้อดังกล่าว	มีสัญลักษณ์ฮาลาล	51.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.สาเหตุที่ท่านเลือกซื้ออาหาร ปรุงสำเร็จรูป	- วิธีรับประทานง่าย ทุกที่ทุก เวลา - สะดวก ไม่ต้องคอยนาน เหมือนซื้ออาหารปรุงสด ทั่วไป - ราคาเหมาะสม - รสชาติอร่อย	39.5 37.2 23.3 23.3
6.ช่วงเวลาที่คุณเลือกรับประทาน อาหารสำเร็จ	มื้อดึก	27.9
7.สถานที่ที่ท่านเลือกซื้ออาหาร สำเร็จบ่อยที่สุด	- ร้านค้าทั่วไป - ร้านสะดวกซื้อ	23.3 20.9
	- ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้าง	18.6
8.ท่านคิดว่าปัญหาของอาหาร สำเร็จคืออะไร	- ไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล - ไม่มั่นใจว่าถูกหลักศาสนา อิสลาม	25.6 14.0
9.ความถี่ในการเลือกซื้ออาหาร สำเร็จรูป	ระคับ3/ปานกลาง	25.6
10.สถานที่ที่คุณมักเลือกเก็บ รักษาอาหารสำเร็จรูป	ตู้เย็น	51.2
11.การรับประทานอาหารสำเร็จ ของคุณ	เก็บไว้ทานภายหลัง	39.5
12.ปริมาณอาหารสำเร็จที่คุณซื้อ	ซื้อเฉพาะกิน1คน	37.2
13.ความมั่นใจในสัญลักษณ์ฮา ลาลที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร	75-99%	32.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำเร็จของท่าน		
14.ราคาที่เหมาะสมสำหรับ อาหารสำเร็จ	20-24 บาท	39.5
15.เมนูอาหารสำเร็จรูปที่ท่าน รับประทานเป็นประจำ	ข้าวกระเพราไก่	18.6
16.เมนูอาหารที่ท่านสนใจให้ นำมาผลิตเป็นอาหารสำเร็จรูป	- ประเภทเนื้อสัตว์ - บะหมี่ผัด - ผัดมักกะโรนี,สปาเก็ตตี้ - เย็นตาโฟ - ข้าวหมก - ผักจิ้มน้ำพริก	9.3 4.7 4.7 2.3 2.3 2.3
17.ข้อเสนอแนะอื่นเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จ	ควรมีความหลากหลายของ ประเภทอาหาร	7.0
18.สาเหตุที่ท่านไม่เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป	- ไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล -รสชาติไม่อร่อย -ราคาแพงเกินไป เมื่อเทียบกับ การซื้ออาหารปรุงสด ทั่วไป, ไม่มั่นใจในคุณภาพ, มีเมนูHaram ปนในอาหาร ยี่ห้ออื่น ๆ	46.5 30.2 23.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 6 แรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

คำถาม	คำตอบที่มากที่สุด	% ผู้ตอบ
1.เรียงลำดับแรงจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล	- สัญลักษณ์ฮาลาล - ราคา, ยี่ห้อสินค้า - การส่งเสริมการขาย	74.4 11.6 4.7
2.การมีข้อมูลใหม่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	น้อย	37.2
3.การเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ฮาลาล	น้อย	37.2
4.เรียงลำดับสื่อที่ท่านสามารถรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ฮาลาล (4/34/2/1)	- วารสาร, จุลสารด้านศาสนา - วิทยุ, โทรทัศน์ - หนังสือพิมพ์	44.2 27.9 25.6
5.การมีบริการค้นหาข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ฮาลาล(4/34/2/1)	มีบ้าง (อันดับ 2)	64.3

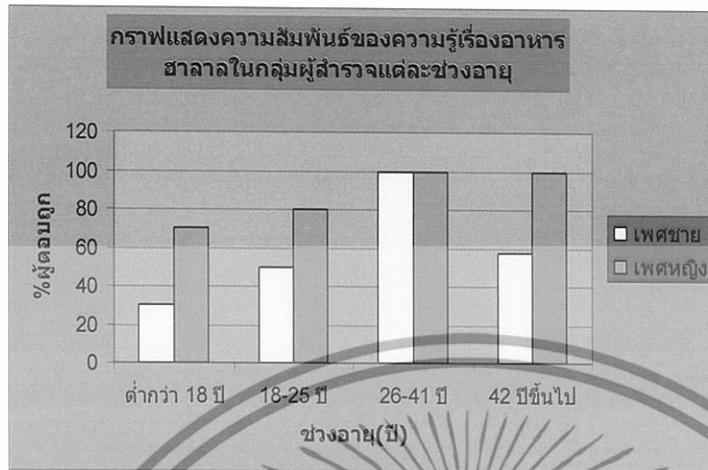
ตอนที่ 7 แสดงความเห็นเพิ่มเติม

คำถาม	คำตอบที่มากที่สุด	% ผู้ตอบ
1. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ฮาลาลในปัจจุบัน	ออกผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายใหม่ ๆ มาให้กับผู้บริโภค	16.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีคำนำไปใช้

5.2) วิเคราะห์ผลการทดลอง

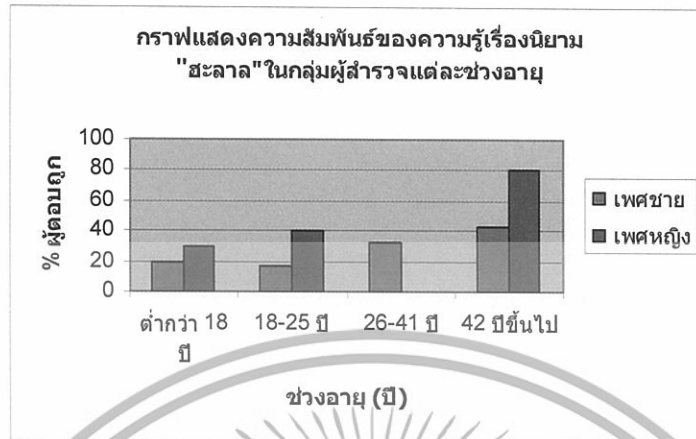
ภาพที่ 9



ภาพที่ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

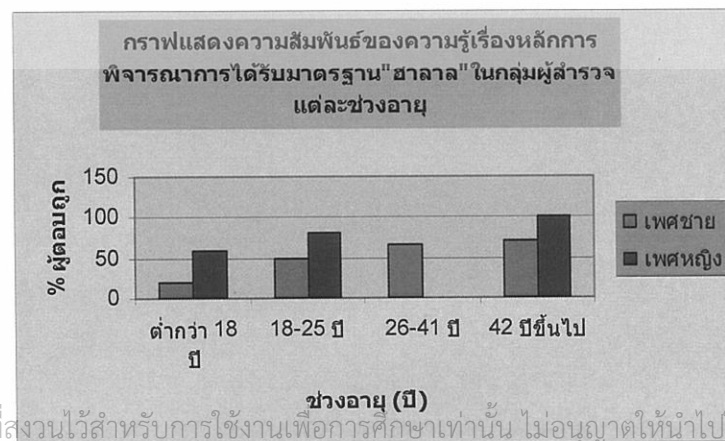
ภาพที่ 11



ภาพที่ 12

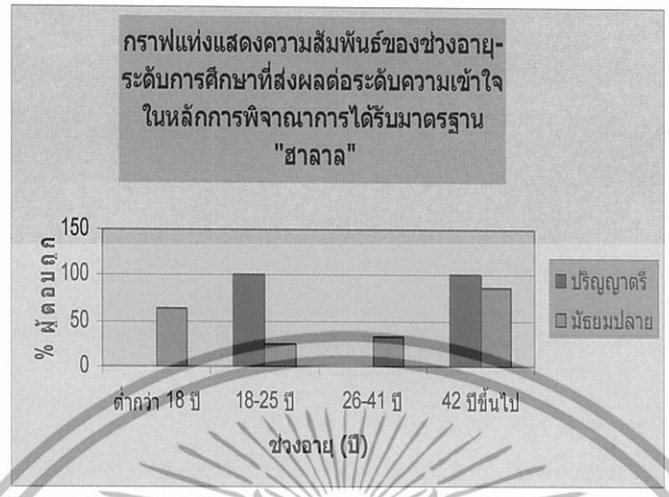


ภาพที่ 13



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

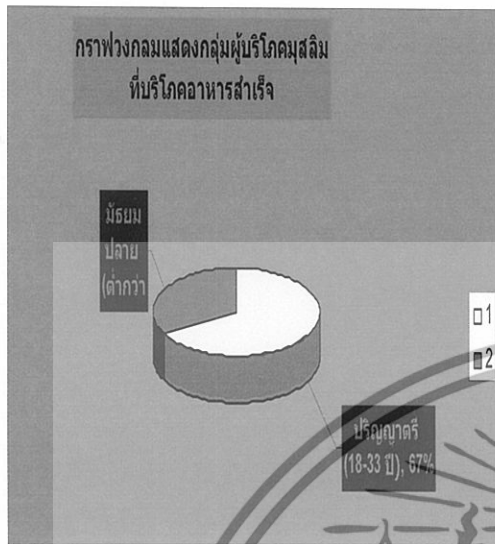
ภาพที่ 14



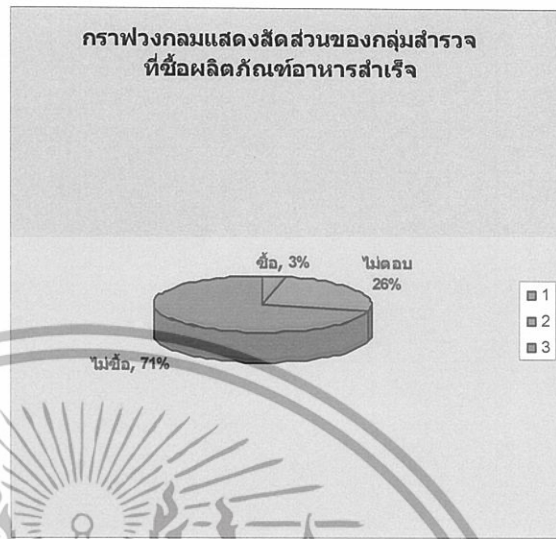
ภาพที่ 15



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 16



ภาพที่ 17

วิเคราะห์ผลการประเมินความรู้พื้นฐานของผู้บริโภคมุสลิมเกี่ยวกับอาหารฮาลาล โดยอาศัยข้อมูลจากกราฟได้ดังนี้

- เมื่อเปรียบเทียบระหว่าง ความเข้าใจในความหมายของคำว่า “อาหารฮาลาล” และหัดกในการพิจารณาการได้รับมาตรฐาน “ฮาลาล” แล้ว พบว่าผู้บริโภคมุสลิมมีความเข้าใจในเรื่องความหมายของคำว่า “ฮาลาล” อยู่่น้อยที่สุด และความเข้าใจในความหมายของ “อาหารฮาลาล” ของชาวมุสลิมสูงที่สุด
- มุสลิมในช่วงอายุระหว่าง 42 ปีขึ้นไป มีความรู้พื้นฐานของอาหารฮาลาลสูงกว่าชาวมุสลิมในช่วงอายุอื่น ๆ
- มุสลิมเพศหญิงมีความรู้พื้นฐานของฮาลาลสูงกว่าเพศชาย
- ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดความเข้าใจที่ต่างกัน และส่งผลอย่างมากในชาวมุสลิมช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี แต่ปัจจัยดังกล่าวไม่ส่งผลต่อชาวมุสลิมในช่วงอายุ 42 ปีขึ้นไป (จากกราฟที่แสดงถึงความเข้าใจที่ต่างกันน้อยมากของมุสลิมในช่วงอายุดังกล่าว)
- ชาวมุสลิมที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปในช่วงอายุระหว่าง 18-41 มีความเข้าใจความรู้พื้นฐานของอาหารฮาลาลในระดับดีมาก (100%)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. เมื่อเปรียบเทียบกันเฉพาะมุสลิมที่จบการศึกษาระดับมัธยมปลายและเยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมปลายอยู่ พบว่าเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่มีความรู้พื้นฐานดีกว่ามุสลิมในช่วงวัยทำงานที่จบการศึกษาระดับมัธยมปลาย

วิเคราะห์ผลการทดลอง

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความรู้และความเข้าใจพื้นฐานของอาหารฮาลาล

1. ระดับการศึกษา
2. เพศ
3. อายุ
4. สถานภาพ
5. ฯลฯ

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

1. ระดับการศึกษา
2. อายุ
3. ระดับรายได้

- วิจารณ์การทดลอง

1. คำถามในแบบสอบถามค่อนข้างซับซ้อน ปริมาณมากเกินไป ส่งผลต่อคำตอบที่ได้จากกลุ่มสำรวจ ซึ่งจะพบในรูปแบบต่าง ๆ กัน เช่น ไม่ตอบคำถาม รีบตอบให้เสร็จโดยเร็ว ซึ่งอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ผลการวิเคราะห์คลาดเคลื่อนได้

- ประโยชน์ที่ได้รับจากการทดลอง

1. สามารถนำผลการสำรวจ และผลการวิเคราะห์การทดลอง ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานทางการตลาดที่เป็นประโยชน์ในอุตสาหกรรมฮาลาลในการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคมุสลิมมากยิ่งขึ้น

2. สามารถนำผลสำรวจที่ได้ต่อยอดในการตั้งสมมติฐานการทดลองในแง่มุมอื่น ๆ ได้ต่อไป

5.3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้บริโภค

1. ควรมีการพัฒนาและวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้บริโภคมุสลิมให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. ผู้ผลิตยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลอยู่น้อย แก้ไขโดย ควรให้ชาวมุสลิมมีส่วนร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล
3. ผู้บริโภคชาวมุสลิมส่วนใหญ่ยังขาดความมั่นใจในสัญลักษณ์การรับรอง “ฮาลาล” ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ขายตามท้องตลาด
4. ราคาของอาหารที่แพงเกินไปเป็นสาเหตุที่อาหารสำเร็จดังกล่าวไม่ได้รับความนิยมในกลุ่ม

ผู้บริโภคมุสลิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล
(Behavior of The Halal Product Cistomers)

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 7 ตอน คือ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล
2. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ “ฮาลาล” และ “ฮะรอม”
3. ฮะลาล กับอุตสาหกรรมอาหาร
4. ทักษะคิดต่อสัญลักษณ์ฮาลาลในปัจจุบัน
5. ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จ
6. แรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล
7. แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

ตอนที่ 1

ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง : โปรดคลิกที่ช่อง หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 18 ปี

18-25 ปี

26-33 ปี

34-41 ปี

42-49 ปี

50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด
ของท่าน
(รวมทั้งที่กำลังศึกษาอยู่)

ต่ำกว่ามัธยมปลาย

มัธยมปลาย/
ปวช.

อนุปริญญา/ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญา
ตรี

4. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา

ค่าขาย/ธุรกิจ
ส่วนตัว

พนักงานบริษัท/องค์กร
เอกชน

รับราชการ/เจ้าหน้าที่
ของรัฐ

รัฐวิสาหกิจ

วางงาน/แม่บ้าน/
เกษียณอายุ

ประกอบอาชีพอื่นๆ (โปรดระบุ)

6. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส/อยู่
ด้วยกัน

ม่าย/หย่าร้าง/แยกกัน
อยู่

6. รายได้

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ
5,000 บาท

5,001-10,000 บาท

10,001-20,000 บาท

20,001-30,000 บาท

30,001-40,000 บาท

40,000 บาทขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ”ฮาลาล” และ “ฮะรอม”

2.1 ท่านเข้าใจว่าอาหารฮาลาล หมายถึงอะไร

1. อาหารที่อนุมัติให้ใช้ได้ ในสายคาพระผู้เป็นเจ้า(อัลเลาะห์) ถูกต้องตามหลักอิสลามเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องถูกสุขลักษณะ
2. อาหารที่มีการผลิตถูกต้องตามกฎหมาย และถูกสุขลักษณะ
3. อาหารที่ถูกต้องทั้งตามหลักอิสลามและถูกสุขลักษณะ
4. อาหารที่จำหน่ายทั่วไป และมีราคาถูก

2.2 ในความเข้าใจของท่าน คำว่า “ฮาลาล” หมายถึง

1. ฮาลาลจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงการผลิตที่ได้มาตรฐาน ตามหลักศาสนาและมีความสะอาดปลอดภัยตามหลักสุขอนามัย
2. ฮาลาล เป็นชื่อของผลิตภัณฑ์อาหารอิสลามที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในตลาดมุสลิม
3. ฮาลาล เป็นหลักในการดำเนินชีวิตที่สำคัญของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม
4. ฮาลาล เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงการผลิตที่ได้มาตรฐาน ตามหลักศาสนาและมีความสะอาดปลอดภัยตามหลักสุขอนามัย โดยฮาลาลเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารเท่านั้น
5. ฮาลาล เป็นสัญลักษณ์ของการได้รับมาตรฐานการผลิตของ โรงงานอุตสาหกรรมที่เน้นด้านสุขอนามัย

2.3 หลักในการพิจารณาการได้รับมาตรฐาน “ฮาลาล”

1. ความถูกต้องตามหลักศาสนา , ราคาประหยัด
2. ความถูกต้องตามหลักศาสนา , รสชาติที่ได้มาตรฐาน , ราคาประหยัด
3. ความปลอดภัยตามหลักสุขอนามัย , ราคาประหยัด
4. การผลิตในโรงงานที่มีชาวมุสลิมเป็นผู้ดำเนินการผลิต
5. ความถูกต้องตามหลักศาสนา , ความปลอดภัยตามหลักสุขอนามัย

2.4 ความหมายคำว่า “ฮะรอม”

1. “ฮะรอม” เป็นชื่อของผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในตลาดมุสลิม
2. “ฮะรอม” เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับการประเมินว่ามีขั้นตอนการดำเนินการผลิตต่ำกว่ามาตรฐาน
3. “ฮะรอม” เป็นสัญลักษณ์ที่ถูกกำหนดโดยประเทศแถบตะวันตก (เป็นคู่แข่งกับสัญลักษณ์ฮาลาล)
4. “ฮะรอม” เป็นหลักในการดำเนินชีวิตที่สำคัญของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. “สะอาด” เป็นสัญลักษณ์ที่ตรงข้ามกับฮาลาลโดยถ้าใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร จะใช้อ้างถึงสิ่งสกปรกตามข้อกำหนดของศาสนาอิสลามและไม่อนุญาตให้ใช้ในผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3

ฮาลาลกับอุตสาหกรรมอาหาร

3.1 เลือกอาหารที่ท่านคิดว่าเป็นฮาลาลทั้งหมด

(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- _____ 1. เนื้อกบ, เนื้อไก่, เนื้อวัว
- _____ 2. รัญพืช, เครื่องใน (เว้นเลือด)วัว, เนื้อสันในวัว
- _____ 3. เนื้อไก่, เนื้อวัว, เนื้อแกะ, น้ำคอกสมองวัว
- _____ 4. เค้าหู้, พืชทุกชนิด, ไข่เป็ด, เนื้อวัว
- _____ 5. เนื้อจระเข้, อู้งดินหมี, หนอนทอด (รอก่วน)
- _____ 6. อาหารทะเล, เป็ดย่าง, กุ้งทอด

3.2 ข้อความต่อไปนี้เป็นความรู้เบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ฮาลาล เลือกข้อความที่ท่านคิดว่าถูกต้อง

(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- _____ 1. โรงงานที่ผลิตอาหารฮาลาล จะต้อง ‘ห้าม’ ผลิตผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีมาตรฐานฮาลาล
- _____ 2. การผลิตอาหารฮาลาล จะต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดทางด้านระบบวิเคราะห์อันตรายและควบคุมจุดวิกฤต (HACCPs)
- _____ 3. ไม่อนุญาตให้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคิดแต่งพันธุกรรม (GMOs) เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารฮาลาล

3.3 การฆ่าสัตว์คามหลักฮาลาล เลือกข้อความที่ท่านคิดว่าถูกต้อง

(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- _____ 1. ผู้ที่ทำการฆ่าจะนับถือศาสนาใดก็ได้ แต่จะต้องกล่าวคำว่า “บิสมิลลาหฺ” ก่อนทำการฆ่าทุกครั้ง
- _____ 2. สัตว์ที่จะฆ่าจะต้องมีสติอยู่ตลอดเวลาในขณะที่ฆ่า โดยชาวมุสลิมเชื่อว่าดวงวิญญาณจะเข้าไปสู่สวรรค์
- _____ 3. สัตว์สามารถถูกทำให้สลบก่อนฆ่าโดยวิธีการช็อคไฟฟ้าได้ (Electrical Stunning) หลังจากการฆ่าสัตว์ หากสัตว์มีกะโหลกแตกร้าว แต่ภายในไม่มีเลือดคั่ง ยังอนุญาตให้เป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาล

3.4 ฮาลาลในประเทศไทยที่ใช้ในปัจจุบันออกโดยหน่วยงานใด

- _____ 1. คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (กอฟ. ฮล.)
- _____ 2. สำนักจุฬาราชมนตรี
- _____ 3. มัสยิดกลางแห่งประเทศไทย
- _____ 4. สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. กรมส่งเสริมการส่งออก

ตอนที่ 4

ทัศนคติต่อสัญลักษณ์ฮาลาลในปัจจุบัน

4.1 ตำแหน่งในการวางสัญลักษณ์

ระดับความเห็น						
ชัดเจน	5	4	3	2	1	ไม่ชัดเจน

- ตำแหน่งที่ต้องการให้วางสัญลักษณ์ฮาลาล 1. _____ มุมบนซ้าย (ด้านหน้า) 5. _____ มุมบนซ้าย (ด้านหลัง)
2. _____ มุมบนขวา (ด้านหน้า) 6. _____ มุมบนขวา (ด้านหลัง)
3. _____ มุมล่างซ้าย (ด้านหน้า) 7. _____ มุมล่างซ้าย (ด้านหลัง)
4. _____ มุมล่างขวา (ด้านหน้า) 8. _____ มุมล่างขวา (ด้านหลัง)

4.2 ขนาดตราสัญลักษณ์ที่ใช้

ระดับความเห็น						
ชัดเจน	5	4	3	2	1	ไม่ชัดเจน

ตอนที่ 5

ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จ

- 5.1 ท่านซื้ออาหารปรุงสำเร็จรับประทานบ้างหรือไม่ 1. _____ ซื้อ
2. _____ ไม่ซื้อ

(หากเลือกท่านซื้ออาหารปรุงสำเร็จรับประทาน กรุณาตอบคำถาม _____ (หากเลือก ไม่ซื้อกรุณา _____)

- 5.2 ยี่ห้อของอาหารปรุงสำเร็จที่ท่านซื้อเป็นประจำ (โปรดระบุ) _____

- 5.3 ท่านรับประทานอาหารปรุงสำเร็จเพียงยี่ห้อเดียวหรือไม่ 1. ใช่ _____
2. ไม่ใช่ _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 สาเหตุที่ท่านเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จยี่ห้อดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. เป็นยี่ห้อที่ท่านรู้จักจากการโฆษณามากที่สุด
- 2. รสชาติอร่อย มั่นใจในคุณภาพ
- 3. มีสัญลักษณ์ฮาลาล
- 4. หาซื้อได้ง่าย
- 5. วางบนชั้นที่หยิบสะดวกที่สุด
- 6. มีเมนูให้เลือกหลากหลาย

5.5 สาเหตุที่เลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ (กรุณาเลือก 3 หัวข้อที่เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดของท่าน)

- 1. สะดวก ไม่ต้องคอยนานเหมือนซื้ออาหารปรุงสดทั่วไป
- 2. เป็นทางเลือกใหม่ ไม่ต้องการความจำเจ
- 3. วิธีรับประทานง่าย ทุกที่ทุกเวลา
- 4. ราคาเหมาะสม
- 5. รสชาติอร่อย

5.6 ช่วงเวลาที่เลือกรับประทานอาหารสำเร็จ (กรุณาเรียงตามลำดับความถี่ 4/3/2/1)

- 1. มื้อเช้า
- 2. มื้อกลางวัน
- 3. มื้อเย็น
- 4. มื้อดึก

5.7 สถานที่ที่ซื้ออาหารสำเร็จบ่อยที่สุด

- 1. ห้างสรรพสินค้า (ซูเปอร์มาร์เก็ต)
- 2. ร้านสะดวกซื้อ
- 3. ร้านค้าทั่วไป
- 4. ร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน
- 5. ร้านขายอาหารเฟรนไชส์

5.8 ท่านคิดว่าปัญหาของอาหารสำเร็จคืออะไร

- 1. การเก็บรักษา
- 2. วิธีการอุ่น
- 3. อายุการเก็บรักษาสั้น
- 4. ราคาแพงกว่ามากเมื่อเทียบกับอาหารปรุงสด
- 5. ไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล
- 6. ผู้บริโภคไม่มั่นใจว่าถูกหลักศาสนาอิสลามเพียงพอหรือไม่ (สำหรับผู้บริโภคอิสลาม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.9 ความถี่ในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จ

ระดับความเห็น						
สม่ำเสมอ	5	4	3	2	1	นานๆ ครั้ง

5.10 สถานที่ที่คุณมักเก็บรักษาอาหารสำเร็จ

- _____ 1. ตู้เย็น
 _____ 2. อุณหภูมิห้อง
 _____ 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5.11 การรับประทานอาหารสำเร็จของคุณ

- _____ 1. ทันทีที่ซื้อ
 _____ 2. เก็บไว้รับประทานภายหลัง

5.12 ปริมาณอาหารสำเร็จที่คุณซื้อ

- _____ 1. ซื้อเฉพาะรับประทาน 1 คน
 _____ 2. ซื้อเก็บไว้เพื่อรับประทานสำหรับสมาชิกในครอบครัว

5.13 ความมั่นใจในสัญลักษณ์ฮาลาลที่มีเครื่องหมายอาหารสำเร็จของท่าน

- _____ 1. 100 %
 _____ 2. 75 - 100 %
 _____ 3. 50 - 75 %
 _____ 4. 25 - 50 %
 _____ 5. 0 - 25 %

5.14 ราคาที่เหมาะสมสำหรับอาหารสำเร็จ

- _____ 1. 20-25 บาท
 _____ 2. 25-30 บาท
 _____ 3. 30-35 บาท
 _____ 4. อื่น (โปรดระบุ)

5.15 เมนูอาหารสำเร็จที่ท่านรับประทานเป็นประจำ _____

5.16 เมนูอาหารที่ท่านสนใจให้นำมาผลิตเป็นอาหารสำเร็จ _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.18 ข้อเสนอแนะอื่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จ

(หากท่านไม่เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารปรุงสำเร็จ)

5.19 สาเหตุที่ท่านไม่เลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- _____ 1. ไม่มั่นใจในคุณภาพ
- _____ 2. ราคาแพงเกินไป เมื่อเทียบกับการซื้ออาหารปรุงสดทั่วไป
- _____ 3. ไม่มีสัญลักษณ์ฮาลาล
- _____ 4. ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการเพียงพอ
- _____ 5. รสชาติไม่อร่อย
- _____ 6. ไม่มีเมนูที่อยากรับประทาน
- _____ 7. เก็บรักษายาก
- _____ 8. มีเมนูที่ทำจากเนื้อหมูหรือส่วนผสมที่ Haram เป็นส่วนผสมในยี่ห้อของอาหารสำเร็จดังกล่าวด้วย จึงไม่มั่นใจว่าถูกต้องตามหลักศาสนา อิสลามเพียงพอหรือไม่

ตอนที่ 6

แรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

6.1 กรุณาเรียงลำดับสิ่งดึงดูดใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

- _____ 1. แบรินด์สินค้า (ชื่่อ)
- _____ 2. สัญลักษณ์ฮาลาล
- _____ 3. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์
- _____ 4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)
- _____ 5. ราคา
- _____ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6.2 การมีข้อมูลใหม่ ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ระดับความเห็น						
มีมากมาย	5	4	3	2	1	ไม่มีเลย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.3 การเข้าถึงข้อมูล ผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ระดับความเห็น						
มีมากมาย	5	4	3	2	1	ไม่มีเลย

6.4 กรุณารายลำดับสื่อที่ท่านสามารถรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ฮาลาล

- _____ 1. วิทยุ, โทรทัศน์
- _____ 2. หนังสือพิมพ์, นิตยสารทั่วไป
- _____ 3. วารสาร หรือจุลสารด้านศาสนา
- _____ 4. อินเทอร์เน็ต

6.5 การมีบริการค้นหาข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ระดับความเห็น						
มีมากมาย	5	4	3	2	1	ไม่มีเลย



ตอนที่ 7

แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

7.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ฮาลาลในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา : การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows 2542

พิมพ์ครั้งที่ 3 โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กัลยา วานิชย์บัญชา : การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย

พิมพ์ครั้งที่ 7 โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Opinion by Mufti Ebrahim Desai from Darul Ifta Madrasah Inaa'miyyah,
Camperdown, South Africa.

Opinion by Dr. Suaad Saalih, Professor of Islamic Jurisprudence at Al Azhar
University.

Fatwa by Islam Online Fatwa Committee.

IMPLEMENTING HT GLOBAL STANDARD.30 MARCH - 1 APRIL

2002.RETAIL SUPPLY LINKS CO., LTD. ILHAM DAYA CONSOLIDATE
SDN BHD

www.childdept.com/childdept/ppt 3 January 2006

www.classroom.psu.ac.th 27 December 2005

Ordc.rta.mi.th 27 December 2005

Advisor.anamai.moph.go.th 27 December 2005

www.afic.com/h.au/wc.html 12 October 2005

www.agrolink.moa.my/jph/dvs/kav/halal/h-australia.html 12 October 2005

www.depthai.go.th/th/dbc/dbimages/27h_th 3 January 2006

www.halalthailand.com/content.php 10 January 2006

www.depthai.go.th/thailand/showman.asp 10 January 2006

office.cmru.ac.th/pran/document/evaluation/eval.pdf 15 February 2006

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

นางสาวณัฐสุด ปาลีกุล เกิดเมื่อวันที่ 16 กันยายน พ.ศ. 2526 ปัจจุบันอาศัยอยู่บ้านเลขที่ 288 ถนน พัฒนาการ 52 ตำบล สวนหลวง อำเภอ สวนหลวง จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10250 ปี พุทธศักราช 2543 ได้สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปทุมวัน ปีพุทธศักราช 2548 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตรบัณฑิต (อุตสาหกรรมเกษตร) คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ระหว่างปีการศึกษา 2545-2548



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้