

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล
ในประเทศไทย

THE OPERATING PROBLEMS OF CANNED SEAFOODS
MANUFACTURERS UNDER HALAL CERTIFICATION
IN THAILAND

สิริมา อภิวัฒน์วาจา
SIRIMA APIWATWAJA

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2546

ISBN 974-324-326-9

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลระปองภายใต้เครื่องหมายฮาลาล
ในประเทศไทย

THE OPERATING PROBLEMS OF CANNED SEAFOODS
MANUFACTURERS UNDER HALAL CERTIFICATION
IN THAILAND



สิริมา อภิวัฒน์วาจา

SIRIMA APIWATWAJA

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิปริญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 48906
จน, เดือน, ปี 12 ส.ค. 2547

พ.ศ. 2546

ISBN 974-324-826-9

.บ.....
.ค.....

**THE OPERATING PROBLEMS OF CANNED SEAFOODS
MANUFACTURERS UNDER HALAL CERTIFICATION
IN THAILAND**

SIRIMA APIWATWAJA

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGEMENT
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2003
ISBN 974-324-826-9**

COPYRIGHT 2003

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

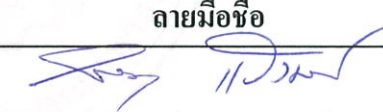

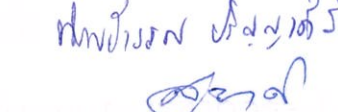
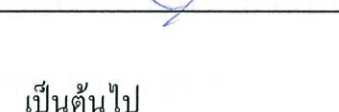

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล
ในประเทศไทย
THE OPERATING PROBLEM OF CANNED SEAFOODS MANUFACTURERS
UNDER THE HALAL CERTIFICATION IN THAILAND

ชื่อนักศึกษา นางสาวสิริมา อภิวัฒน์วาจา
รหัสประจำตัว 44064431
ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.วรรณารถ แสงมณี
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์
ผศ.ดร.วินัย พุทธกุล

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
รศ.ดร.วรรณารถ แสงมณี	
รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์	
ผศ.ดร.วินัย พุทธกุล	
ดร.ทิพย์วรรณ ปริญาศิริ	
รศ.สุชาติ เหล่าปรีดา	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 14 ตุลาคม 2546 เวลา 9.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องสมาคมศิษย์เก่าบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร.บุญวัฒน์ อัฐชู)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่...31...เดือน...ตุลาคม...พ.ศ....2546

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้ เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย
นักศึกษา	นางสิริมา อภิวัฒน์วาทา
รหัสประจำตัว	44064431
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
พ.ศ.	2546
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	รศ.ดร. วรนารถ แสงมณี
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม	รศ. อติคุณ กาญจนพิบูลย์ ผศ.ดร. วินัย พุทธกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ในด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการผลิตจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงานกับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ในด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก และผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 25 รายทั่วประเทศ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ส่วนสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) การทดสอบสมมุติฐานได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้คือ

1) ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง โดยที่ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก มีปัญหาอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการผลิต และด้านการตลาด มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี

ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก เป็นลำดับที่ 1 ปัญหาด้านการตลาด เป็นลำดับที่ 2 และปัญหาด้านการผลิต เป็นลำดับสุดท้าย

2) จากผลการศึกษาพบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาค่าดำเนินงานต่างกัน แต่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานไม่ต่างกัน

Thesis Title	The Operating Problems of Canned Seafoods Manufacturers under Halal Certification in Thailand.
Student	Mrs. Sirima Apiwatwaja
Student ID.	44064431
Degree	Master of Science
Programme	Industrial Management
Year	2003
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Dr.Worarat Sangmanee
Thesis Co-Advisor	Assoc. Prof. Atinuch Kanchanapiboon Asst. Prof. Dr. Winai Puttakul

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study the operating problems of canned seafoods manufacturers, under Halal certification in Thailand, in each area as follows: production problems, marketing problems and the external environment and; (2) to compare the manufacturer's background variables (such as investment size, production type and established time) with the differences of operating problems which are production problems, marketing problems and the external environment. The data were collected from 25 manufacturers in Thailand by questionnaire, and analyzed by a statistical software package. Percentage, arithmetic mean, standard deviation and one-way ANOVA were used for analyzing the data. The hypotheses were tested at a 0.05 level of significance.

The Research results were as follows:

1) The operating problems as a whole were at a moderate level. The ranking order of the operating problems from the highest to lowest was as follows: (1st) the external environmental effects (2nd) marketing problems and (3rd) production problems .

2) Manufacturers of different investment size had different operating problems at a 0.05 level of significance. However, manufacturers with different production types and established time had no differences in operating problems at a 0.05 level of significance.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี ด้วยคำปรึกษา ชี้แนะ จาก รศ.ดร.วรรณารด แสงมณี อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ รศ.อดิษฐ กาญจนพิบูลย์ และ ผศ.ดร.วินัย พุทธิกุล อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์จากท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ดร. ทิพย์วรรณ ปริญาศิริ และ รศ. สุชาติ เหล่าปรีดา ที่ได้สละเวลาในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ตลอดจนการให้คำแนะนำ เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบและแก้ไขแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ให้เป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและเหมาะสมสำหรับการวิจัย

ขอขอบพระคุณกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการอิสลามจังหวัดสงขลา หน่วยเครื่องมือกลางคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ และผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากล ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการทำการศึกษาวิจัยและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ เพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเพื่อนร่วมรุ่นมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือ ให้คำแนะนำต่าง ๆ และยังให้กำลังใจต่อผู้วิจัยตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง

สิริมา อภิวัฒน์วาจา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 กรอบแนวความคิดในวิจัย.....	5
1.4 สมมุติฐานการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	8
1.8 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต.....	11
2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม.....	11
2.1.2 ประเภทของระบบในการผลิต.....	15
2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	17
2.2 แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม.....	21
2.2.1 แนวคิดทางด้านการผลิต.....	21
2.2.1.1 การวางแผนการผลิต.....	22
2.2.1.2 การปฏิบัติการผลิต.....	23
2.2.1.3 การควบคุมการผลิต.....	23
2.2.1.4 การควบคุมสินค้าคงคลัง.....	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด.....	26
2.2.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product).....	26
2.2.2.2 ราคา (Price).....	28
2.2.2.3 จัดจำหน่าย(Place).....	29
2.2.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion).....	30
2.2.3 แนวคิดทางด้านสถานะแวดล้อมภายนอก.....	31
2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารทะเลกระป๋อง.....	34
2.3.1 พัฒนาการและบทบาทของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง.....	35
ในประเทศไทย	
2.3.2 โครงสร้างการผลิต.....	37
2.3.2.1 ภาวะการผลิต.....	37
2.3.2.2 ผลิตภัณฑ์.....	37
2.3.2.3 วัตถุดิบ.....	37
2.3.2.4 กระบวนการผลิต.....	39
2.4 หลักการและบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาล.....	43
2.4.1 บทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาล.....	43
2.4.2 ลักษณะตลาดและผู้บริโภคอาหารฮาลาล.....	45
2.4.3 การตรวจรับรองฮาลาล.....	46
2.4.4 นโยบายและการสนับสนุนของภาครัฐ.....	48
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาล.....	49
2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการดำเนินงานของอุตสาหกรรม.....	54
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	59
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	59
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	60
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ.....	61
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	62
3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	63
3.5 การกำหนดค่าของตัวแปร.....	63
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	64
3.7.1 สถิติพรรณนา.....	64
3.7.2 สถิติอนุมาน.....	65
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิต อาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	70
4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาใน การดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ในประเทศไทย.....	73
4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหา ในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ในประเทศไทยที่ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตแตกต่างกัน.....	93
4.3.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาใน การดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมาย ฮาลาลในประเทศไทยโดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน.....	93
4.3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาใน การดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมาย ฮาลาลในประเทศไทยโดยจำแนกตามประเภทของระบบในการผลิต.....	97
4.3.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาใน การดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมาย ฮาลาลในประเทศไทยโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	100

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.4 ตอนที่4 การวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) จากแบบสอบถาม ปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆจากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิต อาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยประสบ อยู่และต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไข.....	103
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	106
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	107
5.1.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	107
5.1.2 ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิต อาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย.....	108
5.1.3 ตอนที่ 3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้ประกอบ การผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล.....	108
5.2 อภิปรายผล.....	111
5.2.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋อง ภายใต้เครื่องหมายฮาลาล.....	111
5.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเล กระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย.....	113
5.2.3 ผลวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนิน งานในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน ประเภทของ ระบบในการผลิตและระยะเวลาในการดำเนินงานทั้ง	118
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	122
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้.....	122
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป.....	125
บรรณานุกรม.....	127
ภาคผนวก แบบสอบถาม.....	130
ประวัติผู้เขียน.....	138

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงข้อดี – ข้อเสีย ของเครื่องซีเมนต์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดอุตสาหกรรม.....	12
2.2 แสดงการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรมของแต่ละหน่วยงานจำแนกตามเครื่องซีเมนต์การใช้งานและสินทรัพย์ถาวร.....	13
2.3 แสดงภาวะการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องแยกตามรายการสินค้า.....	36
3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....	62
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	70
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาการวางแผนการผลิต.....	74
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิต.....	75
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาการควบคุมการผลิต.....	77
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง.....	79
4.6 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับในองค์กรประกอบของปัญหาต่างๆ 4 ด้าน ของปัญหาด้านการผลิตในภาพรวม.....	80
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์.....	81
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาด้านราคา.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย.....	83
4.10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด.....	84
4.11 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาด้านการตลาดในภาพรวม.....	85
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ.....	86
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม.....	87
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล.....	88
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยี.....	90
4.16 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกในภาพรวม.....	91
4.17 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยแต่ละด้านในภาพรวม.....	92
4.18 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน.....	94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดเงินลงทุนต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	96
4.20 ผลการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยโดยจำแนกตามประเภทของระบบในการผลิต.....	98
4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิตต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธี LSD.....	99
4.22 ผลการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน.....	101
4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีระยะเวลาในการทำงานต่างกันเป็นรายคู่โดยวิธีLSD.....	102

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	5
2.1 แสดงส่วนผสมทางการตลาด.....	31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้ชื่อว่า “เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของโลก” เป็นหนึ่งในผู้ผลิตอาหารป้อนตลาดโลกมาเป็นเวลานาน และมีการพัฒนาการผลิตที่มีคุณภาพ รูปแบบ รวมทั้งรสชาติให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารไทยเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในนานาประเทศจนสามารถเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศปีละหลายแสนล้านบาท แต่ในปัจจุบันโลกต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย หลายๆประเทศต้องประสบกับปัญหาเศรษฐกิจอย่างหนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นตลาดสำคัญในการส่งออกสินค้าอาหารของไทย จึงส่งผลให้มีการนำเข้าน้อยลง ประกอบกับปัญหาการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ ของประเทศผู้นำเข้าหลักดังกล่าว ดังนั้นในปี 2543 กระทรวงพาณิชย์จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ใหม่ๆ เพื่อลดการพึ่งพาดตลาดหลัก โดยผลักดันการส่งออกไปยังตลาดใหม่เพิ่มมากขึ้น และหนึ่งในยุทธศาสตร์นั้นก็คือการส่งเสริมการผลิตและส่งออกอาหารฮาลาล (กระทรวงพาณิชย์ “ผลงานกระทรวงพาณิชย์ปี 2544.” 2545 : 8)

ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล (HALAL FOOD) เป็นกุญแจสำคัญในการเข้าถึงตลาดผลิตภัณฑ์อาหารของชาวมุสลิม ซึ่งนับว่าเป็นตลาดใหญ่และมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง หากมองแนวโน้มตลาดผู้นำเข้ากลุ่มประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามที่มีประชากรร่วม 1,500 ล้านคน หรือประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรโลก ซึ่งกระจายอยู่ใน 160 ประเทศทั่วโลก (วารสารกระแสทัศน์ “ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล : ตลาดส่งออก 350,000 ล้านบาทที่น่าสนใจ.” 2544 :1)

“อาหารฮาลาล” คืออาหารที่ผลิตขึ้นสำหรับการบริโภคของชาวมุสลิม ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ถึงแม้ว่าการผลิตอาหารฮาลาลมีข้อกำหนดซึ่งดูเหมือนจะเป็นข้อจำกัดบางอย่างก็ตาม แต่โดยแท้จริงแล้วข้อบัญญัติดังกล่าวจะเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับโภชนาการโดยยึดหลักความสะอาดถูกหลักอนามัย ซึ่งเป็นผลดีต่อสุขภาพร่างกายของคนโดยทั่วไป (วารสารผู้ส่งออก “อาหารฮาลาล : อีกทางเลือกหนึ่งของผู้ส่งออกอาหารไทย.” 2542 : 64) การผลิตอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม จะต้องแยกสถานที่ผลิตไม่ให้ปะปนกับการผลิตอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาลในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต สถานที่เก็บรักษา ตลอดจนถึงการขนส่ง

ในปัจจุบันได้มีการออกพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดให้สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลตรวจสอบขั้นตอนการผลิต

อาหารฮาลาลให้เป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม พร้อมทั้งออกหนังสือรับรองฮาลาลและเครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผู้ผลิตอาหารฮาลาลที่ผลิตได้ตามมาตรฐาน การใช้เครื่องหมายฮาลาลบนฉลากของผลิตภัณฑ์ฮาลาลทุกชนิดจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคและเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้นำเข้าอาหารฮาลาลของไทย

ปัจจุบันความต้องการอาหารฮาลาลในตลาดโลกมีมูลค่ากว่า 80,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่ประเทศไทยสามารถส่งออกได้เพียงปีละประมาณ 6,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณร้อยละ 8 เท่านั้น ซึ่งนับว่ายังมีช่องทางที่จะขยายตลาดได้อีกมากโดยตลาดหลักสำหรับสินค้าอาหารฮาลาลของไทยในปัจจุบันได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย อินโดนีเซียและบรูไน ส่วนตลาดเป้าหมายใหม่ ได้แก่ กลุ่มประเทศในแอฟริกาเนื่องจากมีประชากรมุสลิมมากเป็นอันดับสองรองจากทวีปเอเชีย และการส่งออกสินค้าฮาลาลของไทยไปยังภูมิภาคนี้มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (วารสารผู้ส่งออก “ประสานพลังส่งออกอาหารฮาลาล.” 2545 :10) และประเทศในกลุ่มยุโรปตะวันออก และเอเชียใต้ ซึ่งมีประชากรมุสลิมเป็นจำนวนมากเช่นกัน

นอกจากนี้โอกาสทางการตลาดอาหารฮาลาลภายในประเทศ ก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าตลาดส่งออก นอกจากกลุ่มประชากรมุสลิมในประเทศไทยที่มีอยู่ประมาณ 5 ล้านคน (เอกสารการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ“เทคนิคการเป็นที่ปรึกษาสถานประกอบการและผู้ตรวจสอบสถานประกอบการ: คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย.” 2544 :1) แล้วยังมีกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในด้านอาหาร เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ต่างก็ให้ความสนใจที่จะมีอาหารฮาลาลไว้บริการลูกค้า ทั้งนี้เพราะในปัจจุบันการเดินทางเพื่อธุรกิจและการท่องเที่ยวมีมากขึ้น ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ในจำนวนนี้มีนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เป็นมุสลิมอยู่ไม่น้อย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เดินทางมาจากประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และบรูไน

การส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลของไทยสามารถจำแนกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ดังนี้

- | | |
|--------------------------------|------------|
| 1. อาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูป | ร้อยละ 64 |
| 2. ผักผลไม้สด แช่เย็นและแปรรูป | ร้อยละ 14 |
| 3. เนื้อสัตว์ปีกแช่แข็ง | ร้อยละ 8 |
| 4. ผลิตภัณฑ์ข้าวและข้าวสาลี | ร้อยละ 4.8 |
| 5. อื่นๆ | ร้อยละ 9.2 |

จะเห็นได้ว่ากลุ่มอาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูปเป็นกลุ่มสินค้าอาหารฮาลาลที่มีการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่ง (วารสารผู้ส่งออก “ประสานพลังส่งออกอาหารฮาลาล.” 2545 :10) โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารทะเลกระป๋องจะเป็นที่นิยม และมีการนำเข้าเป็นปริมาณมากในแต่ละปีโดยกลุ่มประ

เทศในตะวันออกกลาง ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 95 นับถือศาสนาอิสลามและเป็นภูมิภาคที่มีอำนาจในการซื้อสูง

ในปัจจุบันมีโรงงานผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องที่ได้รับการรับรองฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นจำนวน 27 รายทั่วประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดชายฝั่งทะเลของภาคกลางและภาคใต้ และโรงงานเหล่านี้จะเป็นผู้ผลิตทั้งเพื่อจำหน่ายในประเทศและเพื่อการส่งออก

ถึงแม้ว่าผู้ทางด้านการตลาดของอาหารฮาลาลจะมองคว้าสดใส แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการผลิตอาหารฮาลาลโดยเฉพาะอาหารทะเลกระป๋อง ยังประสบกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ มากมาย เช่น ปัญหาค่านาและคุณภาพของวัตถุดิบ ปัญหาปริมาณวัตถุดิบที่ไม่แน่นอนขึ้นกับฤดูกาล ปัญหาค่าต้นทุนการผลิต ปัญหาการขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัญหาค่ามาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ ปัญหาการขาดแคลนแรงงานและบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในบทบัญญัติศาสนาอิสลามว่าด้วยกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล ปัญหาผู้บริโภคและผู้นำเข้าขาดความเชื่อถือความเป็นอาหารฮาลาลไทย ปัญหาการกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เช่น มาตรการด้านสุขอนามัย การกำหนดมาตรฐานสินค้า มาตรการด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และปัญหาการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า เช่น เวียดนาม อินเดีย บังกลาเทศ อินโดนีเซีย มาเลเซีย จีนและฟิลิปปินส์ จะเห็นได้ว่าปัญหาของผู้ประกอบการผลิตอาหารฮาลาลนั้นจะมีลักษณะความเป็นเฉพาะและเป็นปัญหาทางด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตที่ต่างกัน ซึ่งได้แก่ ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดอุตสาหกรรม ประเภทของระบบในการผลิต และประสิทธิภาพหรือระยะเวลาในการดำเนินงานจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้า หรือการมีอุปสรรคในการดำเนินงานที่ต่างกัน เนื่องจาก

1) **ขนาดของเงินลงทุน** ที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรม พบว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยยังมีปัญหาและข้อจำกัดหลายประการ ที่ต่างจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่นการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อนเนื่องจากลงทุนต่ำจึงทำให้การพัฒนารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานที่ดี ปัญหาค่าแรงงานที่มีอัตราค่าจ้างสูง ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้าและปัญหาค่าต้นทุนการตลาดที่ยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ (วีรพันธ์ สิทธิพงศ์. 2542 : 39-40)

2) **ประเภทของระบบในการผลิต** แบ่งในแง่ของเป้าหมายการผลิตอย่างกว้างๆ ได้เป็น 2 ประเภทคือ การผลิตตามคำสั่งซื้อ (Made-to-Order) และการผลิตเพื่อรอการจำหน่าย (Made-to-Stock) (วิชัย แหวนเพชร. 2543 : 28) ซึ่งการผลิตทั้ง 2 ระบบนี้มีความแตกต่างกันตั้งแต่ขั้นตอน

การเตรียมการผลิต วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ ตลอดจนความสามารถ และความชำนาญของพนักงาน (กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. 2543 : 9-10)

3) **ประสบการณ์หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน** องค์การส่วนมากจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดอย่างไรมัน ตัวกำหนดที่สำคัญคือ ประสบการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านั้น มากกว่าที่จะขึ้นอยู่กับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้า ลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤต หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้น ในที่สุดแนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโตหลังจากการเกิดวิกฤตดังกล่าว เมื่อเป็นเช่นนี้ระยะเวลาในการดำเนินงานก็ย่อมจะส่งผลถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกันนั่นเอง วรรณารถ แสงมณี (2544 :11-12)

จากสภาพปัญหาค้างกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยปัญหาทางด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก แนวทางการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นทั่วไปในแต่ละด้านของการดำเนินงาน โดยเปรียบเทียบปัญหาจำแนกตามลักษณะของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ซึ่งได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน ซึ่งแนวคิดในการศึกษาได้มาจากงานวิจัยของ พงศกร ทวีสุข เรื่อง “การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งได้ทำการศึกษาประเด็นปัญหาในการดำเนินงาน ด้านการจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและการบัญชี โดยกลุ่มประชากรที่ทำการสำรวจเป็นประชากรผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เปิดดำเนินงานมาแล้วประมาณ 1-3 ปี และส่วนใหญ่มีลักษณะการประกอบการแบบเจ้าของคนเดียว โดยรวมพบว่ามีปัญหาในระดับน้อย ทั้งด้านการจัดการ การผลิต และการตลาด ส่วนปัญหาด้านการเงินและการบัญชีมีปัญหในระดับน้อยที่สุด

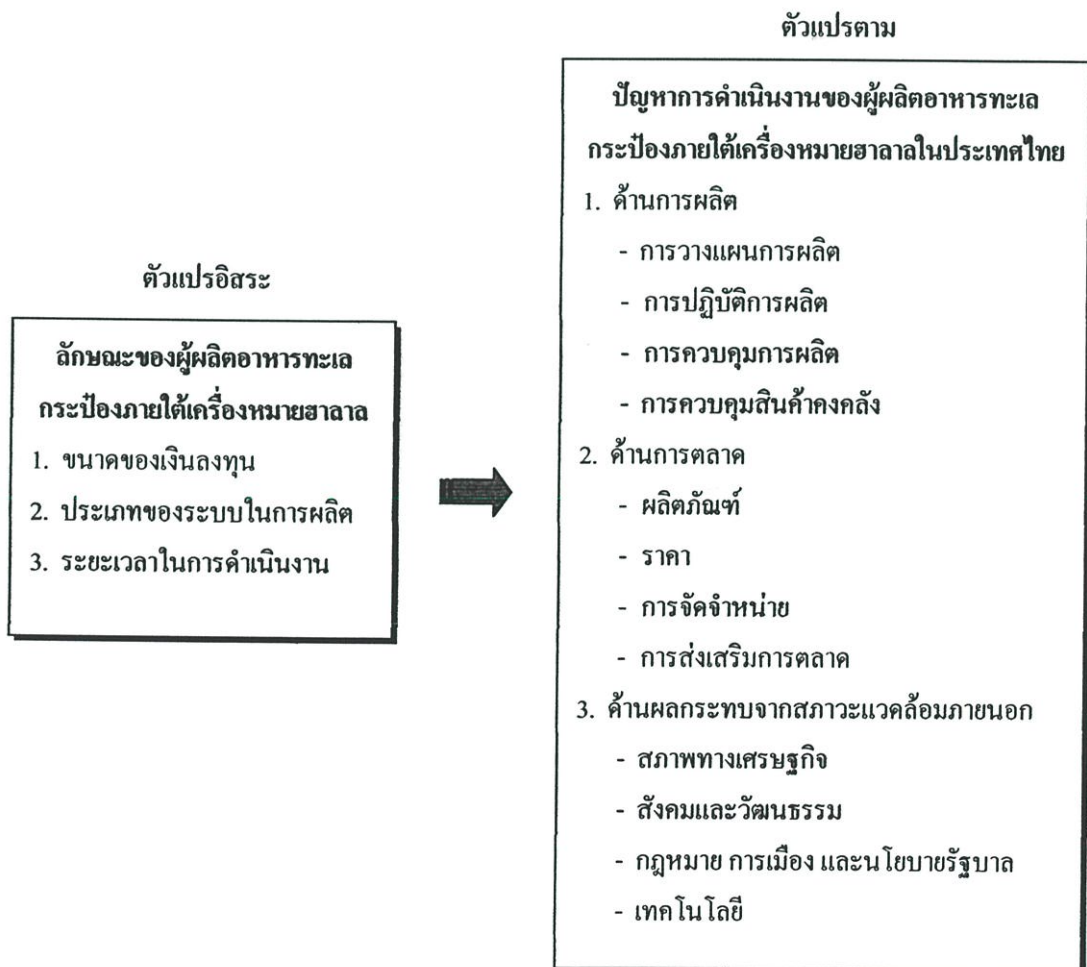
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ในด้านการผลิต ด้านการตลาดและด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

1.2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการผลิตจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

1.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาดังปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงาน ของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋อง ภายใต้อุปกรณ์ผลิตในประเทศไทย รวมถึงศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการผลิตที่ต่างกัน ใน ด้านขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิตและระยะเวลาในการดำเนินงานเป็นตัวแปร ที่มีผลต่อปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้อุปกรณ์ผลิตในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้แบ่งปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้อุปกรณ์ ผลิตในประเทศไทย ในด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อม ภายนอก โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ พงศกร ทวีสุข เรื่อง “ การดำเนินงานของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่” แล้วนำมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับงานวิจัย ฉบับนี้ ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

ภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยผู้วิจัยทำการศึกษาถึงทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับแนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารทะเลกระป๋อง หลักการและบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาลเพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการทำวิจัยและสรุปผลการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

- 1) ขนาดของเงินลงทุน
- 2) ประเภทของระบบในการผลิต
- 3) ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตัวแปรตาม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในด้านต่าง ๆ ซึ่งได้แก่

- 1) ด้านการผลิต ประกอบด้วย
 - (1) การวางแผนการผลิต
 - (2) การปฏิบัติการผลิต
 - (3) การควบคุมการผลิต
 - (4) การควบคุมสินค้าคงคลัง
- 2) ด้านการตลาด ประกอบด้วย
 - (1) ผลิตภัณฑ์
 - (2) ราคา
 - (3) การจัดจำหน่าย
 - (4) การส่งเสริมการตลาด
- 3) ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย
 - (1) สภาพทางเศรษฐกิจ
 - (2) สังคมและวัฒนธรรม
 - (3) กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล
 - (4) เทคโนโลยี

1.5.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับการรับรองฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย จำนวน 27 ราย

จากทั่วประเทศ รวบรวมรายชื่อโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องที่ได้รับการรับรองฮาลาล จาก สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545

1.5.3 ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษา เกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสรุปผลการศึกษาคั้งแต่เดือน มิถุนายน - สิงหาคม 2546

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล นำไปใช้ประกอบในการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ เป็นคู่มือในการแก้ปัญหาและปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานให้สอดคล้องตามขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิตและระยะเวลาในการดำเนินงานของตน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.6.2 เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ที่ต้องการจะเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ได้นำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจนี้อย่างเหมาะสม ตามสภาพลักษณะธุรกิจของตน

1.6.3 ทำให้ทราบถึงปัญหาการดำเนินงานในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เพื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องได้นำข้อมูลไปทำการปรับปรุง แก้ไขการดำเนินงานของตนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น

1.7.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบแบบสอบถามตรงตามความจริงและเชื่อถือได้

1.7.2 การคำนวณตัวเลขสุดท้าย จะใช้วิธีการปัดทศนิยมเพิ่มหรือลด เพื่อให้ได้จำนวนเต็ม 100% โดยยึดหลักสากลของมาตรฐานการเงินและการบัญชีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป

1.8 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของผู้ประกอบการผลิต หมายถึง ลักษณะขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ผลิต

ปัญหาการดำเนินงาน หมายถึง ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่ผลิตขึ้นอย่างถูกต้องตามบทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม ซึ่งชาวมุสลิมสามารถบริโภคได้

เครื่องหมายรับรองฮาลาล หมายถึง เครื่องหมายที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ได้อนุญาตให้แก่ผู้ขอใช้เพื่อแสดงว่า สินค้า ผลิตภัณฑ์ การบริการ และการจำหน่ายเป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม

อาหารทะเลกระป๋อง หมายถึง อาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋องทุกชนิดซึ่งได้แก่ ปลากระป๋อง กุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง ปลาหมึกกระป๋อง และหอยลายกระป๋อง

ขนาดของเงินลงทุน หมายถึง ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรมดังนี้ (Suranart Khamanarong. International Conference, Japan. 2000 : 35)

1. อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท
2. อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุน ไม่เกิน 200 ล้านบาท
3. อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเงินลงทุนเกินกว่า 200 ล้านบาท

สภาวะแวดล้อมภายนอก หมายถึง สภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ซึ่งสภาวะแวดล้อมเหล่านี้จะไม่มีความสัมพันธ์กับองค์กรโดยตรง แต่สามารถมีอิทธิพลหรือผลกระทบทางอ้อมต่อองค์กรได้ ซึ่งได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง กฎหมาย และเทคโนโลยี (พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เศษะรินทร์. 2542 : 71)

1. **สภาพเศรษฐกิจ** ประกอบด้วย แนวโน้มของเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนภาวะเงินเฟ้อ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้น (Gross National Product : GNP) และผลิตภัณฑ์ในประเทศรวม (Gross Domestic Product : GDP)

2. **สังคมและวัฒนธรรม** ประกอบด้วย ค่านิยม ทศนคติ ความต้องการ ความคาดหวัง ความเชื่อ การนับถือศาสนา ระดับการศึกษา อัตราการเพิ่มประชากร ลักษณะของครอบครัวหรือชุมชน วิธีการดำเนินชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีของบุคคลหรือกลุ่มในสังคม

3. **กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล** ประกอบด้วย กฎหมาย ข้อกำหนด ระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ และนโยบายต่างๆ ของหน่วยงานของรัฐบาลและองค์กรทางศาสนาอิสลาม และกิจกรรมขององค์กรเหล่านั้น รวมถึงบทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม

4. **เทคโนโลยี** ประกอบด้วย ความรู้ กระบวนการ เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์และระบบที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงสู่กระบวนการแปรสภาพเป็นผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศ

การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี หมายถึง การกีดกันทางการค้าด้วยการตั้งกำแพงภาษี การเพิกถอนสิทธิพิเศษทางด้านภาษี การกำหนดอัตราภาษีที่เรียกเก็บจากประเทศผู้นำเข้าหลายระดับ และการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีสำหรับบางประเทศ

การกีดกันทางการค้าด้วยการกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้า หมายถึง การกีดกันทางการค้าที่ประเทศผู้นำเข้ากำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้าของประเทศคู่ค้า ในเรื่องของฉลากสินค้า ปริมาณสารตกค้าง การใช้สารเจือปนที่ไม่ถูกต้องและต้องห้าม สิ่งปลอมปนในอาหาร

การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย หมายถึง มาตรการที่ใช้กฎระเบียบเกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้บริโภค เช่น การตรวจสอบสภาพสินค้าด้วยวิธีประสาทสัมผัสหรือการดมกลิ่น เพื่อตรวจการเน่าเสีย ระบบการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอนผลิต HACCP

การกีดกันทางการค้าในประเด็น GMOs หมายถึง การกีดกันการนำเข้าสินค้าที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบที่ผ่านการตัดแต่งทางพันธุกรรม เช่น การห้ามนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องในน้ำมันพืชที่เป็นส่วนประกอบของเมล็ดถั่วเหลืองที่ผ่านการตัดแต่งทางพันธุกรรม

การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึง มาตรการการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การกีดกันการนำเข้าปลาทูน่ากระป๋องซึ่งผลิตจากปลาทูน่าพันธุ์ Yellow Fin เนื่องจากกฎหมายอนุรักษ์ปลาโลมา ซึ่งอาศัยในแหล่งเดียวกัน หรือการกีดกันการนำเข้ากุ้งทะเลจากประเทศที่ทำการประมงโดยไม่ได้ติดตั้งเครื่องมือแยกเต่าทะเล

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเล กระทบภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าทฤษฎีความรู้และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต
 - 2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม
 - 2.1.2 ประเภทของระบบในการผลิต
 - 2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน
- 2.2 แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม
 - 2.2.1 แนวคิดทางการผลิต
 - 2.2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด
 - 2.2.3 แนวคิดทางด้านสถานะแวดล้อมภายนอก
- 2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารทะเลกระป๋อง
- 2.4 หลักการและบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาล
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทางด้านลักษณะของผู้ประกอบการผลิต

ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตซึ่งประกอบด้วย ขนาดของเงินลงทุนที่ใช้ในการแบ่งขนาดของอุตสาหกรรม ประเภทของระบบในการผลิต และประสิทธิภาพหรือระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้า หรือการมีปัญหาลุप्तรรคในการดำเนินงานที่ต่างกัน จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจในลักษณะของอุตสาหกรรมนั้นๆ ดังนี้

2.1.1 ขนาดของสินทรัพย์ลงทุนตามขนาดอุตสาหกรรม การจำแนกขนาดของอุตสาหกรรมที่นิยมจะวัดด้วยเกณฑ์ที่สำคัญ 4 ประการคือ ขนาดการจ้างงาน สินทรัพย์ถาวร ทุนจดทะเบียน และยอดขาย ซึ่งในบางประเทศจะใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งเป็นเครื่องวัดเพียงเกณฑ์เดียว และบางประเทศอาจจะใช้ประกอบกันหลายๆ เกณฑ์

สมชัย ดันดิธนวนวัฒน์ (2542 : 25-26) ได้กล่าวถึงข้อดีข้อเสีย ของเครื่องชี้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของธุรกิจอุตสาหกรรม ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงข้อดี-ข้อเสีย ของเครื่องใช้เกณฑ์ที่จะนำมาใช้ในการวัดขนาดของอุตสาหกรรม

เกณฑ์ที่ใช้	ข้อดี	ข้อเสีย
ขนาดการจ้างงาน	- ง่ายในการจัด - สามารถใช้เกณฑ์เป็นเวลานาน	- ไม่สามารถจำแนกประเภทอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมากหรือใช้ทุนมาก
สินทรัพย์ถาวรสุทธิ	- ง่ายในการจำแนกอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนมากหรือน้อย	- ต้องคำนึงถึงภาวะเงินเฟ้อ - ตัวเลขที่ได้มาเชื่อถือได้ยาก
ทุนจดทะเบียน	- ง่ายในการจัดเก็บ - สามารถใช้ต่อเนื่องกันเป็นเวลานาน	- ไม่ได้สะท้อนการประกอบกิจการจริง
ยอดขาย		- จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ - ไม่สามารถใช้เกณฑ์เดียวกับอุตสาหกรรมที่ต่างกัน

ที่มา : สมชัย ดันดิชนวัฒน์. 2542 :26

ต่อมาเมื่อมีการตั้งสำนักงานเงินกู้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดเล็กขึ้นในกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเมื่อ พ.ศ.2507 (เปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานธนกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อมในปัจจุบัน) จึงมีการกำหนดความหมายของอุตสาหกรรมขนาดย่อมไว้แตกต่างไปจากเดิม คือถือเอาเงินลงทุนเป็นเกณฑ์โดยกำหนดว่าหมายถึงกิจการอุตสาหกรรมประเภทโรงงาน ประเภทบริษัท หรือประเภทอุตสาหกรรมในครอบครัว ที่มีทุนจดทะเบียน หรือลงทุนในสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 2 ล้านบาทเป็นเกณฑ์ในการจำแนก

อย่างไรก็ตามในการศึกษาอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อมที่จัดทำขึ้นภายในประเทศในช่วงที่ผ่านมานิยมใช้เกณฑ์การจ้างงานเป็นเกณฑ์สำคัญที่ใช้ในการจำแนกประเภทของอุตสาหกรรม โดยแบ่งออกเป็น

- 1) อุตสาหกรรมในครัวเรือน จ้างงาน 1-9 คน
- 2) อุตสาหกรรมขนาดย่อม จ้างงาน 10-49 คน
- 3) อุตสาหกรรมขนาดกลาง จ้างงาน 50-199 คน
- 4) อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จ้างงาน 200 คนขึ้นไป

จนถึงปี 2534 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้นำเกณฑ์การจำแนกประเภทอุตสาหกรรมแบบ 2 เกณฑ์มาใช้คือ พิจารณาร่วมกันระหว่างการจ้างงาน และมูลค่าสินทรัพย์ถาวร แต่ในเวลาเดียวกันนั้นหน่วยงานอื่นของภาครัฐกลับมีการใช้เกณฑ์ในการจำแนกที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 แสดงการวัดขนาดของของธุรกิจอุตสาหกรรม ของแต่ละหน่วยงานจำแนกตามเครื่องชี้
เกณฑ์การจ้างงานและสินทรัพย์ถาวร

หน่วยงาน/ขนาดอุตสาหกรรม	การจ้างงาน	สินทรัพย์ถาวร
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม		
- ขนาดย่อม	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 20 ล้านบาท
- ขนาดกลาง	มากกว่า 50-200 คน	มากกว่า 20-100 ล้านบาท
- ขนาดใหญ่	มากกว่า 200 คน	มากกว่า 100 ล้านบาท
บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม ขนาดย่อม		
- ขนาดย่อม		ไม่เกิน 50 ล้านบาท
ธนาคารแห่งประเทศไทย		
- ขนาดย่อม		ไม่เกิน 50 ล้านบาท
บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย (IFCT)		
- ขนาดย่อม/ขนาดใหญ่		ไม่เกิน 100 ล้านบาท
- ขนาดกลาง/ขนาดใหญ่		เกิน 100 ล้านบาท

ที่มา : สมชัย ดันดิชนวิวัฒน์. 2542 : 25

สำหรับคำจำกัดความของขนาดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินการลงทุนจากการประชุมและสัมมนาระดับนานาชาติ เรื่อง "การดำเนินงานในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม"

ที่ประเทศญี่ปุ่นทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้าและภาคการบริการในปี 2542 จึงมีคำจำกัดความใหม่ (Suranart Khamanarong. International Conference, Japan. 2000 : 35) ดังนี้

ภาคการผลิต

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานเกิน 200 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคการบริการ

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานเกิน 200 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคการขายส่ง

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 100 ล้านบาทหรือมีการจ้างงานเกิน 100 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 100 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุน ไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

ภาคการขายปลีก

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนเกิน 60 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานเกิน 30 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลาง หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 60 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 30 คน

อุตสาหกรรมขนาดย่อม หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทรัพย์สินการลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานไม่เกิน 10 คน

วีรพันธ์ สิทธิพงศ์ (2542 :12-13) ได้กล่าวถึงการแบ่งขนาดอุตสาหกรรมไว้ดังนี้

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ (Large or Heavy Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีทรัพย์สินมากกว่า 100 ล้านบาท มีคนงานตั้งแต่ 200 คนขึ้นไป

อุตสาหกรรมขนาดกลางหรืออุตสาหกรรมเบา (Medium or Light Scale Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีทรัพย์สินตั้งแต่ 51-100 ล้านบาท จำนวนแรงงาน 50-199 คน

อุตสาหกรรมขนาดเล็กหรือขนาดย่อม (Small Scale Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีทรัพย์สินต่ำกว่า 50 ล้านบาท จำนวนแรงงาน 10-49 คน

อุตสาหกรรมในครอบครัว (Cottage Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่ดำเนินกิจการภายในบ้าน หรือ

บริเวณใกล้บ้าน ใช้เงินทุนไม่มากนัก ระบบการบริหารใช้ระบบ Owner Worker คือเจ้าของกิจการ ทั้งบริหารและเป็นแรงงาน

2.1.2 ประเภทของระบบในการผลิต

วิชัย แหวนเพชร (2543 : 28-29) ได้กล่าวเกี่ยวกับประเภทของระบบในการผลิตว่า ในกระบวนการผลิตนั้นจะต้องมีการจัดวิธีการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิต ให้เป็นผลผลิตออกม การวิเคราะห์แบ่งประเภทของระบบในการผลิต แบ่งได้หลายมุมมอง ดังนี้

1. แบ่งในแง่ของเป้าหมายการผลิต แบ่งอย่างกว้างๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1.1 การผลิตตามคำสั่งซื้อ เป็นวิธีการผลิตที่มีการรับรู้เรื่องคุณลักษณะเฉพาะของสินค้า รวมทั้งรู้ปริมาณของสินค้าที่จะสั่งทำด้วย หรือสรุปก็คือผลิตออกมาแล้วมีเจ้าของ

1.2 การผลิตเพื่อรอการจำหน่าย เป็นวิธีการผลิตที่วิจัยแล้วคาดว่าจะขายได้ดังนั้นลักษณะงานที่จะผลิตจึงต้องเป็นแบบกลางๆ ผลิตออกมาเป็นจำนวนมากๆ ผลิตออกมาแล้วยังไม่มีเจ้าของ ผลิตออกมาเพื่อรอจำหน่าย

2. แบ่งตามกระบวนการแปรสภาพ หากมองกันที่กระบวนการแปรสภาพแล้ว พอจะแบ่งกระบวนการแปรสภาพได้ 3 ชนิดคือ

2.1 การแปรสภาพโดยการแยกออก (disintegration) ได้แก่ การผลิตที่มีวัตถุดิบป้อนเข้าเพียงชนิดเดียว แล้วแยกสภาพออกเพื่อใช้งาน เช่น การกลั่นน้ำมัน การแยกแร่ธาตุต่างๆ การทำอุตสาหกรรมป่าไม้ เป็นต้น

2.2 การแปรสภาพโดยการรวมตัวกัน (integration) การผลิตแบบนี้จะมีวัตถุดิบเข้าหลายชนิด แล้วรวมกันออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ เช่น การผลิตแก้ว ผลิตปูนซีเมนต์และผลิตคอนกรีต เป็นต้น

2.3 การแปรสภาพโดยการบริการ (service) การแปรสภาพชนิดนี้เป็นการบริการเพื่อความสะดวก เช่น การให้คำปรึกษา การบริการโรงแรม และการบริการธนาคาร เป็นต้น

3. แบ่งตามเทคนิควิธีการจัดการผลิต ถ้ามองตามเทคนิควิธีการและรูปแบบการจัดการผลิตแล้ว สามารถที่จะจัดประเภทการผลิตได้ 3 ลักษณะดังนี้

3.1 การผลิตแบบเป็นครั้งคราว (jobbing production) เป็นลักษณะการผลิตปริมาณที่ไม่มากและทำเป็นงานๆ รูปแบบของงานแต่ละอย่างก็หลากหลาย

3.2 การผลิตแบบต่อเนื่อง (continuous production) เป็นลักษณะการผลิตที่มีปริมาณมาก รูปแบบของงานมักจะเป็นแบบมาตรฐาน

3.3 การผลิตแบบไม่ต่อเนื่อง (intermittent production) เป็นการผลิตคล้ายๆ กับแบบต่อเนื่องแต่ปริมาณอาจไม่มากเท่า รูปแบบอาจมีหลากหลายบ้าง

เรียราย จัดตั้ง (2541:195-207) ได้จำแนกประเภทของการผลิตเป็น 4 กลุ่มตามหลักเกณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการจำแนก ได้แก่

1. คำสั่งซื้อ
2. ลักษณะผลิตภัณฑ์
3. ปริมาณการผลิต
4. วิธีการจัดการในการผลิต

1. ประเภทของการผลิตจำแนกตามคำสั่งซื้อ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 การผลิตตามใบสั่ง (Production to Order) จะทำการผลิตสินค้าหลังจากได้รับคำสั่งซื้อของลูกค้าแล้ว

1.2 การผลิตเพื่อเก็บเข้าคลัง (Production to Stock) เป็นการผลิตล่วงหน้าตามแผนการผลิตโดยไม่ต้องรอให้มีคำสั่งซื้อจากลูกค้าก่อน ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเสร็จแล้วจะเก็บไว้ในคลังสินค้า เมื่อลูกค้ามีคำสั่งซื้อก็จะจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่เตรียมไว้ล่วงหน้าไปให้ลูกค้า

2. ประเภทการผลิตจำแนกตามลักษณะผลิตภัณฑ์ (Production Make-up of Product) แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การผลิตแบบประกอบ (Discrete-Part Production) ได้แก่ การผลิตซึ่งมีการนำชิ้นส่วนต่างๆ มาประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์อาจจะแยกออกเป็นชิ้นส่วนต่างๆ หรือนำชิ้นส่วนต่างๆ มาประกอบกันขึ้นใหม่เป็นผลิตภัณฑ์ได้ ตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ โทรทัศน์ เป็นต้น

2.2 การผลิตแบบกระบวนการ (Process Production) ได้แก่ การผลิตซึ่งเมื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้วส่วนประกอบต่างๆ ไม่สามารถแยกออกมาหรือถอดประกอบออกมาเป็นชิ้นส่วนได้อีก ตัวอย่างเช่น การผลิตเหล็กกล้า สารเคมี การทอผ้า เป็นต้น

3. ประเภทการผลิตจำแนกตามปริมาณการผลิต แบ่งตามปริมาณการผลิตสินค้าแต่ละอย่างในช่วงเวลาหนึ่งๆ จากน้อยไปหามากได้เป็น 5 ประเภทดังนี้ คือ

3.1 การผลิตแบบโครงการ (Project) หน่วยงานที่ทำการผลิตแบบโครงการนี้ จะผลิตสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัว ผลิตให้กับลูกค้าแต่ละราย ตัวอย่างเช่น บริษัทรับเหมาก่อสร้างรับจ้างก่อสร้างอาคาร ซึ่งแต่ละอาคารก็ถือว่าเป็นโครงการหนึ่ง

3.2 การผลิตแบบงานเป็นครั้งคราว (Job Shop) ได้แก่ การผลิตครั้งละจำนวนไม่มากซึ่งสินค้าแต่ละอย่างก็มีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป ทำให้ต้องใช้ขั้นตอนในการผลิตต่างกัน ตัวอย่างเช่น งานพิมพ์ตามโรงพิมพ์ต่างๆ

3.3 การผลิตแบบเป็นรุ่นหรือเป็นชุด (Batch) พิจารณาในแง่ของคุณลักษณะของสินค้าในแต่ละครั้งที่ทำการผลิตจะมีความเป็นมาตรฐานมากขึ้นเมื่อเทียบกับการผลิตประเภทที่สอง

ทำให้ปริมาณการผลิตอาจไม่มากพอที่จะจัดกระบวนการผลิตไว้ผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะเดียวกัน โดยเฉพาะได้ ยังคงใช้อุปกรณ์การผลิตในการผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะคล้ายๆกัน หลาย ๆ กลุ่ม

3.4 การผลิตเป็นสายการประกอบ (Assembly line) ได้แก่ การผลิตสินค้าครั้งละเป็นจำนวนมากๆ มีคุณลักษณะเหมือน ๆ กัน ทำให้ใช้การผลิตแบบเดิมได้ตลอดเวลา จึงสามารถจัดกระบวนการผลิตไว้ได้คงที่ตายตัว เช่น การประกอบรถจักรยานยนต์

3.5 การผลิตต่อเนื่อง (Continuous) เป็นการผลิตที่มีการไหลของวัสดุและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเป็นการต่อเนื่องมากที่สุด ตัวอย่างเช่น โรงงานอุตสาหกรรมเคมี โรงกลั่นน้ำมัน

4. ประเภทการผลิตจำแนกตามวิธีการจัดการในการผลิต เมื่อพิจารณาในแง่ของวิธีการจัดการในการผลิตแล้ว ประเภทการผลิตที่แยกไว้เป็น 5 ประเภทในข้อสาม อาจรวมได้เป็นเพียง 3 ประเภทเท่านั้น คือ

4.1 การผลิตแบบโครงการ

4.2 การผลิตแบบไม่ต่อเนื่อง (Intermittent Production) ซึ่งรวมการผลิตแบบเป็นครั้งคราว และการผลิตเป็นรุ่นเข้าด้วยกัน

4.3 การผลิตแบบต่อเนื่อง (Continuous Production) ซึ่งรวมการผลิตในลักษณะรายการประกอบ และการผลิตต่อเนื่องจริงๆเข้าด้วยกัน

2.1.3 ระยะเวลาในการดำเนินงาน (วงจรชีวิตขององค์กร)

วรรณารต แสงมณี (2544 :11-17) ได้อธิบายถึงหัวข้อนี้ไว้ว่าในขณะที่กิจการได้มีความเจริญเติบโตก้าวหน้าผ่านขั้นตอนต่างๆ ของการพัฒนาการนั้น ในแต่ละขั้นตอนวิวัฒนาการดังกล่าว ต่างก็จะมีการปฏิวัติอย่างใดอย่างหนึ่งภายในของตนเองได้ ยกตัวอย่าง เช่น ในการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมากๆ ในที่สุดเมื่อมากเกินไปก็จะนำไปสู่การเรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจหรือในอีกทางหนึ่ง ลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤตหรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้นนั้นในที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโต หลังจากการเกิดเหตุวิกฤตดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการพิจารณาการเจริญเติบโตของวงจรชีวิต (Stages of Life Cycle Development) ขององค์กรมีอยู่ประมาณ 5 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่องค์กรได้เข้าไปอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าว ย่อมหมายถึงการเข้าไปสู่ขั้นตอนใหม่ของวงจรชีวิตองค์กร อันมีความหมายถึงการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์กรเกี่ยวข้อง ขั้นตอนต่างๆดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

2.1.3.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage)

เมื่อองค์การกำเนิดขึ้นนั้น ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์การมีความมุ่งหมายเป็นพิเศษในเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการคืบคลานเพื่อการดำรงอยู่ให้ได้ในตลาด ผู้ประกอบการจะอุทิศพลังกายพลังใจทั้งหมดให้กับกิจกรรมการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์รูปแบบขององค์การในช่วงเวลานี้มักไม่เป็นทางการ (Informal) และไม่เป็นระบบราชการหรือระบบเจ้าขุนมูลนายแต่อย่างใด (Nonbureaucratic) การบริหารควบคุมมักขึ้นอยู่กับผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ ความเจริญเติบโตขององค์การจะเป็นผลมาจากการที่องค์การสามารถค้นคว้าหาสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่องค์การจะเสนอกับตลาดหรือลูกค้าได้

ขั้นตอนในระบอบนี้ขององค์การเสมือนหนึ่งเป็นเด็กแรกเกิด กิจกรรมมักมีขนาดเล็กและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของคนภายในองค์การในสิ่งใหม่จะทำได้มาก ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มักมีจำนวนประเภทน้อย ความจำเป็นของการเป็นผู้นำที่มีความสามารถ จะเป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์การ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการจะต้องหาทางปรับโครงสร้างเพื่อเตรียมพร้อมกับการที่องค์การจะเข้าสู่ช่วงของการเติบโตมากในอนาคต กิจกรรมจะต้องจัดหาและธำรงรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ทำงานให้มากและมั่นคงเพียงพอ ดังนั้นรูปแบบของการบริหารแบบระบบเปิดจะเป็นเกณฑ์ที่สำคัญในอันที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลให้กับองค์การได้

2.1.3.2 ขั้นตอนการรวมกำลัง (Collectivity Stage)

เมื่อองค์การสามารถมีผู้นำที่มีความสามารถในการนำพาองค์การเจริญเติบโตได้ในแวดวงของธุรกิจนั้น ๆ แล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการที่องค์การเริ่มกิจกรรมงานมากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการจัดแผนงานพร้อมกับการจัดระดับชั้นการบังคับบัญชา พนักงานขององค์การมีความกระตือรือร้นในการทำงานและพร้อมใจในการนำมาซึ่งเป้าหมายขององค์การ และแสดงออกถึงความผูกพันที่มีต่อองค์การสูงมาก อย่างไรก็ตามการติดต่อสื่อสารและการควบคุมยังคงมีความไม่เป็นทางการอยู่ (Mostly Informal) ถึงแม้ว่าองค์การจะเริ่มสร้างระบบโครงสร้างองค์การที่มีความเป็นทางการให้เห็นบ้างแล้วก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในองค์การเป็นการเสริมสร้างบรรยากาศของการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวและการร่วมแรงร่วมใจของสมาชิก ทำให้มีการพัฒนารูปแบบของมนุษย์สัมพันธ์ต่างๆ เข้ามาใช้ภายในองค์การมากขึ้นด้วย

ความจำเป็นขององค์การ ในช่วงขั้นตอนนี้เป็นความจำเป็นในด้านการมอบหมายงานให้พนักงานแต่ละคนไปทำ พร้อมกับการควบคุมในระดับหนึ่งจากผู้บริหารระดับสูง พนักงานเองก็มีความต้องการที่จะได้มาซึ่งความเชื่อมั่น และความเป็นอิสระในกิจกรรมงานที่พวกเขากระทำและผู้บริหารระดับสูงคงมีความต้องการที่จะเห็นการร่วมมือทำงานด้วยกัน และสามารถนำกิจกรรมงานต่าง ๆ เหล่านั้นในแต่ละแผนกมาประสานงานกัน ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องหาเครื่องมือและระบบที่ดีในการควบคุมและประสานสัมพันธ์กันในแต่ละ

แผนกให้สามารถปฏิบัติงานและตัดสินใจในงานต่างๆ ได้เองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องคอยรับคำสั่งจากผู้บริหารระดับสูงเสมอไป

2.1.3.3 ขั้นตอนการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม (Formalization And Control Stage) ขั้นตอนนี้องค์การสามารถตั้งหลักได้แล้วและกำลังใช้ระบบเพื่อสร้างกฎระเบียบกระบวนการและการควบคุมให้มีขั้นตอนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินการ ซึ่งกฎและระเบียบรวมทั้งแนวทางต่างๆ ที่กำหนดขึ้นเพื่อการธำรงรักษาสิ่งต่างๆ ให้คงไว้ภายในองค์การ รูปแบบการบริหารในช่วงเวลานี้เป็นการมุ่งเน้นกระบวนการวิธีทำงาน และการมุ่งเป้าหมายผลงาน

สิ่งที่ผู้บริหารจะต้องระมัดระวังในขั้นตอนนี้ก็คือ การที่องค์การมีกฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนของการเป็นระบบราชการ (Bureaucratic) มากจนเกินไป จนทำให้เป็นข้อจำกัดในการที่พนักงานขององค์การจะมีความคิดสร้างสรรค์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ได้ องค์การเองก็มีโครงสร้างที่แข็งกระด้างขาดความยืดหยุ่นฉับไว องค์การเองก็มีขนาดที่ดูเหมือนว่าจะใหญ่เกินไปและซับซ้อนมากจนเกินกว่าจะจัดการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ การติดต่อสื่อสารไม่ค่อยเกิดบ่อยครั้งนักและมักเป็นไปในลักษณะที่เป็นทางการ ผู้บริหารระดับสูงมักให้ความสนใจในการวางแผนด้านกลยุทธ์ต่าง ๆ ทางธุรกิจและปล่อยให้การดำเนินงานต่าง ๆ ภายในองค์การเป็นภาระความรับผิดชอบที่ผู้บริหารระดับกลางเป็นผู้ตัดสินใจและจัดการ ระบบการให้ความคิดความชอบและสวัสดิการต่างๆ ขึ้นอยู่กับผลกำไร ซึ่งถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการจูงใจให้ผู้บริหารและพนักงานทุ่มเทการปฏิบัติงานให้กับองค์การ

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในขั้นตอนนี้ดังกล่าว โครงสร้างขององค์การเริ่มจะปรับตัวลงที่และเข้ารูปโดยกฎและระเบียบทางการต่างๆ จะถูกกำหนดขึ้นมาบังคับใช้ แต่การริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ จะลดความสำคัญลงและจะมีการหันกลับไปเน้นถึงความมีประสิทธิภาพและความมั่นคงต่าง ๆ ผู้มีอำนาจตัดสินใจเริ่มจะถูกสงวนไว้โดยเฉพาะกับเจ้าหน้าที่บริหารที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่มีอำนาจมาก ซึ่งเป็นตำแหน่งที่อยู่สูงภายในโครงสร้าง วิธีการตัดสินใจที่กระทำไปจะมีลักษณะค่อนข้างไปในทางอนุรักษ์นิยมซึ่ง ณ ขั้นนี้องค์การจะมีสภาพเป็นโครงสร้างใหญ่ที่มีใ้ภาพลักษณ์ของคนใดคนหนึ่งแล้วบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ จะมีการวางขอบเขตไว้แจ้งชัด ซึ่งหากมีการลาออกไปก็จะสามารถหาคนแทนได้โดยไม่เกิดความเสียหายต่อองค์การ

2.1.3.4 ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว (Elaboration Of Structure stage)

วิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่องค์การมีระเบียบแบบแผนมากเกินไปก็คือการสร้างความสำนึกของการร่วมมือกันทำงานในลักษณะเป็นทีมงาน (Teamwork) และมีหน่วยประสานงาน (Task Force) ในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึง

ระดับพนักงานชั้นต่ำขององค์กร ให้พัฒนาความรู้ความสามารถและความชำนาญเพื่อเผชิญหน้ากับปัญหาและร่วมมือทำงานด้วยกัน ทีมงานมักจะได้รับการวางตัวจากหลาย ๆ แผนกภายในองค์กร ในขณะที่เดียวกันองค์กรก็มักจะแยกตัวออกเป็นหลาย ๆ แผนกงานหรือฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งปรัชญาของการเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก

ผู้บริหารในขั้นตอนนี้จะต้องระมัดระวังถึงการที่องค์กรเริ่มก้าวเข้ามาสู่ช่วงที่องค์กรมีสภาพใกล้สุกงอม หรืออาจเริ่มมีแนวโน้มของการถดถอยชั่วคราว ดังนั้นความจำเป็นในการที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่เพื่อความพร้อมขององค์กรในการฝ่าฟันกับสิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ ทางธุรกิจจึงเป็นสิ่งจำเป็นต้องกระทำ ในหลายๆองค์กรถึงขนาดมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารระดับสูงเพื่อหาคนที่มีความสามารถมากยิ่งขึ้นมาบริหารงานกิจการ และในองค์กรเองก็จำเป็นต้องหาวิธีการกระตุ้นให้พนักงานขององค์กรคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือแม้แต่การตัดค่าใช้จ่ายจำนวนมากเพื่อให้องค์กรยังคงมีพลังกำลังและความสามารถในการแข่งขันได้ต่อไป ซึ่งถ้าหากผู้บริหารไม่สามารถนำพาให้องค์กรรอดพ้นจากวิกฤติการณ์ที่กำลังจะบีบคานเข้ามา และปรับตัวเองให้เข้าสู่ขั้นตอนใหม่ของความรุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่งได้ องค์กรก็อาจต้องพบกับขั้นตอนของการถดถอยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

โดยทั่วไปแล้วองค์กรในขั้นตอนนี้เป็นส่วนช่วงของการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ ขนาดขององค์กรมักจะมีความใหญ่และระบบการบริหารงานมีลักษณะของการเป็นระบบราชการ หรือเจ้าขุนมูลนายอย่างเต็มตัว องค์กรเต็มไปด้วยระบบการควบคุมที่แน่นหนาและเข้มงวด มีการใช้กฎเกณฑ์และระเบียบการต่าง ๆ อย่างมาก ผู้บริหารองค์กรมีความพยายามที่จะพัฒนาการทำงานเป็นทีมทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้องค์กรเป็นระบบราชการมากเกินไป สิ่งที่สำคัญมากและผู้บริหารมักพยายามรณรงค์ให้คนภายในองค์กรตระหนักถึงความสำคัญก็คือ สถานะและความมีชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งผู้บริหารขององค์กรมักนำมากล่าวอ้างถึงเพื่อทำการรณรงค์ พร้อมกันไปกับการปลุกจิตสำนึกถึงความยิ่งใหญ่ขององค์กร โดยมีการเน้นถึงสัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือสิ่งแสดงแทนความเป็นองค์กร เพื่อให้พนักงานทั้งหลายเกิดความสำนึกที่จะทุ่มเทความพยายามในการทำงานให้กับองค์กรอยู่เสมอ

ในขั้นตอนนี้สามารถสรุปได้ว่าเป็นขั้นตอนที่องค์กรได้มีการขยายตลาดผลิตภัณฑ์และบริการออกไป ซึ่งฝ่ายจัดการจะเสาะหาผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาพร้อมกับการมองหาทางใหม่ ๆ เพื่อการเติบโตต่อไปอีก โครงสร้างองค์กรจึงมีความสลับซับซ้อนและแบ่งบานออกไปมากเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งการตัดสินใจจะเริ่มมีการกระจายออกไปตามจุดต่าง ๆ ด้วย

2.1.3.5 การถดถอยขององค์กร

ในที่สุดแล้วผู้บริหารหลายคนอาจต้องเผชิญกับความจริงที่เจ็บปวด ในความล้มเหลวอันเนื่องมาจากการที่พบว่า การเจริญเติบโตและขยายตัวขององค์กรไม่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้

อีก ยิ่งกว่านั้นยังอาจต้องหยุดการดำเนินงานที่กำลังกระทำอยู่อีกด้วย สภาพเช่นนี้ในที่สุดแล้วก็เป็นสิ่งที่ต้องการหลายแห่งไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ในการยอมรับถึงการที่ต้องปิดโรงงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการปลดพนักงานออกจากองค์กรในที่สุดหรือในอนาคตอันใกล้

การที่องค์กรจะมีสภาพของการถดถอย หรือเข้าสู่ขั้นตอนของการเสื่อมถอย (Decline Stage) ได้นั้นโดยมากแล้วเหตุผลสำคัญมักมาจากเหตุผลหลายประการดังต่อไปนี้ เช่น การที่องค์กรไม่สามารถปรับตัวรับมือให้เข้ากันได้กับสิ่งแวดล้อมที่เข้ามากระทบกับองค์กร เช่นการที่ความต้องการหรือรสนิยมในการบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปจากผลิตภัณฑ์เดิมขององค์กร ไปสู่ผลิตภัณฑ์ หรือรสนิยมรูปแบบอื่นแทน แม้ว่าผู้บริหารจะพยายามหากลยุทธ์แก้ไขต่างๆก็ไม่สามารถกู้สถานการณ์เดิมกลับคืนมาได้ อีกประการหนึ่งของเหตุผลในการถดถอยลงขององค์กรซึ่งมักจะมีสัญญาณเตือนมาก่อนบ้างแล้ว ถ้าหากผู้บริหารรู้จักสังเกตและหมั่นพิจารณาก็คือ การที่ระบบและสภาพขององค์กรเองมีโครงสร้างองค์กรที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีความซับซ้อนใหญ่โตทะเยอทะยานเกินไป องค์กรขาดการประสานงานที่ดี การติดต่อสื่อสารต้องผ่านหลายขั้นตอน และในบางครั้งเกิดความขัดแย้งระหว่างแผนงานกันเองรวมทั้งการมีพนักงานจำนวนมากเกินไปที่ไม่จำเป็นกับปริมาณกิจกรรมงาน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นผลพวงร่วมกัน และสะสมความเสียหายต่อเนื่องจนทำให้องค์กรเสื่อมถอยได้ในที่สุดทั้งสิ้น

เหตุผลประการสุดท้ายของการที่องค์กรเข้าสู่สภาพการถดถอยนั้นก็คือสภาพของสิ่งแวดล้อมเองที่ไม่สามารถเกื้อกูลหรืออำนวยความสะดวกสนับสนุนส่งเสริมทรัพยากรหรือปัจจัยต่างๆ ที่องค์กรต้องการและจำเป็นต่อไปอีกได้ โดยทั่วไปแล้วทรัพยากรจากสิ่งแวดล้อมประเภทนี้จะเป็นปัจจัยหลักขององค์กรที่กิจการจะขาดเสียมิได้ ในกรณีเช่นนี้มักจะเป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติหรือโอกาสทางธุรกิจบางอย่างที่เป็นกรณีพิเศษ ดังนั้นถ้าหากองค์กรต้องขาดสิ่งเหล่านี้ ชีวิตขององค์กรก็ย่อมที่จะเป็นไปไม่ได้ในการที่จะดำรงคงอยู่ตลอดไป

2.2 แนวคิดการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

การจะศึกษาปัญหาในกระบวนการของการดำเนินงานในอุตสาหกรรมใดๆ ได้นั้นจำเป็นที่จะต้องทราบถึงวิธีการและแนวความคิดในการดำเนินงานในอุตสาหกรรมในแต่ละด้านดังนี้

2.2.1 แนวคิดทางด้านการผลิต

สุบัญญัติ ไชยชาญ (2543 :3) ได้กล่าวถึงแนวคิดทางด้านการผลิตไว้ว่าเกี่ยวข้องกับขั้นตอนหลัก ๆ 3 ขั้นตอน คือ

2.2.1.1 การวางแผนการผลิต หมายถึง การกำหนดแนวทางการดำเนินการผลิต เช่น การพิจารณาตัดสินใจว่าจะเลือกผลิตสินค้าหรือบริการชนิดใด จำนวนเท่าใด และจะใช้ระบบการปฏิบัติการแบบใด

2.2.1.2 การปฏิบัติการผลิต หมายถึง การลงมือปฏิบัติงานทางด้านการผลิต เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ล่วงหน้า

2.2.1.3 การควบคุมการผลิต หมายถึง การตรวจสอบและติดตามผลการผลิตเพื่อให้มั่นใจว่าผลงานมีความก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จทุกประการ

2.2.1.1 การวางแผนการผลิต

พิชิต สุขเจริญพงษ์ (2538 : 25-26) กล่าวว่า การวางแผนการใช้ระบบการผลิต เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวางแผนเพื่อให้ระบบการผลิตและแปลงสภาพที่มีอยู่ เพื่อผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยกิจกรรมนั้นประกอบด้วย การพยากรณ์การผลิต การวางแผนการผลิตรวม การจัดลำดับการผลิต การควบคุมการผลิต การวางแผนและจัดลำดับโครงการ และการวางแผนกำลังคน ดังนี้

1) การพยากรณ์การผลิต (Product Forecasting) การพยากรณ์การผลิตจัดว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการผลิตและปฏิบัติการด้วยพยากรณ์ที่ถูกต้อง ผู้บริหารจะสามารถวางแผนการผลิตและปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพยากรณ์การผลิตเป็นการคาดหมายถึงความต้องการของสินค้าและบริการในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลจากอดีตที่ผ่านมา

2) การวางแผนผลิตรวม (Aggregate Planning) เป็นการวางแผนการผลิตในช่วงเวลาที่ต้องการ ซึ่งอาจเป็น 3 เดือน หรือ 6 เดือน การวางแผนการผลิตรวมจะเป็นการศึกษาและกำหนดอย่างคร่าวๆ ถึงกลยุทธ์ที่ใช้ในการผลิตสำหรับช่วงที่จะวางแผน โดยพิจารณาถึงความต้องการกำลังคนและเครื่องจักร ตลอดจนสินค้าคงเหลือ แล้วกำหนดว่าจะใช้กลยุทธ์ในการผลิตอย่างไร เช่น อาจผลิตสินค้าเท่ากับความต้องการในแต่ละเดือน โดยไม่เก็บสินค้าคงเหลือหรืออาจผลิตสินค้าเท่า ๆ กันทุกเดือน ถ้าเดือนใดความต้องการไม่มากพอก็เก็บสินค้าที่เหลือไว้เพื่อจำหน่ายในเดือนถัดไป เป็นต้น

3) การจัดลำดับการผลิต (Job Scheduling) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการผลิตตามงาน (job-shop production) เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเพราะประสิทธิภาพของระบบการผลิตมีผลจากลำดับการผลิตมาก การจัดลำดับการผลิตคือ การจัดลำดับความสำคัญของงานหรือสินค้าที่อยู่ระหว่างการผลิต เพื่อเข้ารับการผลิตในเครื่องจักร งานที่ให้ความสำคัญมากกว่าก็จะได้รับการจัดให้ทำก่อน

4) การควบคุมการผลิต (Production Control) เมื่อถึงขั้นตอนการผลิตสินค้าและบริการ สิ่งที่ทำเป็นประจำหนึ่งคือ การควบคุมการผลิต และการแปลงสภาพเพื่อให้ได้สินค้าและบริการในปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ และทันตามเวลาที่กำหนด

5) การวางแผนและจัดลำดับโครงการ (Project Planning and Scheduling)

เมื่อองค์กรมีโครงการที่จะต้องจัดทำวางแผนและจัดลำดับโครงการ ก็จะเป็นกิจกรรมหลักที่ผู้บริหารต้องทำ งานการวางแผนและจัดลำดับโครงการประกอบด้วย

- (1) การกำหนดกิจกรรมที่ต้องทำในโครงการ
- (2) การกำหนดลำดับก่อนหลังของการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ
- (3) การประมาณการเวลาของกิจกรรมที่ต้องทำ
- (4) การคำนวณหาเวลาแล้วเสร็จของโครงการ

6) การวางแผนกำลังคน (Personnel Planning) เนื่องจากงานส่วนใหญ่ในองค์กรต้องทำโดยคน การวางแผนกำลังคนจึงเป็นกิจกรรมหลักอย่างหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ คือ การจัดทำรายละเอียดงาน การจัดเลือกและว่าจ้างคนงาน การจัดปฐมนิเทศคนงานใหม่ การประเมินผลการทำงานของคนงาน การกำหนดระดับเงินเดือน และผลตอบแทนในการทำงาน

2.2.1.2 การปฏิบัติการผลิต

เปรื่อง กิจรัตน์ภร (2543 :14)ได้จำแนกการปฏิบัติทางด้านการผลิตว่าประกอบด้วยโครงสร้างย่อยๆ คล้ายลูกโซ่ ในแต่ละส่วนของโครงสร้างย่อยจะมีความเกี่ยวพันและเชื่อมโยงต่อกันดังนี้

- 1) กระบวนการก่อนผลิต ทำหน้าที่เตรียมการก่อนปฏิบัติการ ซึ่งวัตถุดิบยังอยู่ในสภาพเดิมและยังไม่ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างไปจากเดิม โดยประกอบด้วยกิจกรรมย่อยๆดังนี้ คือ การรับสั่งของ การเอาของออก และอื่น ๆ (ถ้ามี)
- 2) กระบวนการผลิต เป็นกระบวนการที่วัตถุดิบกำลังเปลี่ยนแปลงและรูปร่างไปจากเดิม ทั้งนี้ขั้นตอนกระบวนการผลิตประกอบด้วย การขึ้นรูปทรง การแบ่งแยก การตัดชิ้นส่วน การประกอบเข้า และอื่น ๆ (ถ้ามี)
- 3) กระบวนการหลังผลิตเป็นกิจกรรมขั้นตอนที่เกิดขึ้นภายหลังกระบวนการผลิต และกลายเป็นผลผลิตสินค้าออกมาแล้ว แต่ยังคงต้องมีกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวข้องอยู่ ได้แก่ การติดตั้ง การบำรุงรักษา การซ่อมแซม การดัดแปลง

2.2.1.3 การควบคุมการผลิต

เพื่อให้การจัดการด้านการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและใช้ต้นทุนประหยัดที่สุด จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมการผลิตที่มีประสิทธิภาพ หลักการควบคุมการผลิต อาจจำแนกได้เป็น 2 ด้าน คือ การควบคุมด้านปริมาณ ซึ่งหมายรวมถึงการควบคุม

เรื่องเวลาที่ใช้ในการผลิตด้วย และการควบคุมด้านคุณภาพ ดังนี้ (พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ. 2541:33-34)

1) การควบคุมด้านปริมาณ (Quantity Control) จะมุ่งเน้นให้กระบวนการผลิตได้ผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่กำหนด โดยใช้เวลา (Time) ในการผลิตอย่างเหมาะสม ในการควบคุมด้านปริมาณและเวลา มีเทคนิคที่นิยมใช้ คือ แผนภูมิแกนต์ (Gantt Chart) เทคนิค CPM (Critical Path Method) เทคนิค PERT (Project Evaluation and Review Method)

2) การควบคุมด้านคุณภาพ (Quality Control) โดยปกติคุณภาพของสินค้าหรือสิ่งของที่ผลิตอาจไม่คงที่สม่ำเสมอ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของพนักงาน เครื่องจักร หรือสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ฉะนั้น จึงจำเป็นต้องควบคุมไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าระดับที่ยอมรับได้ การควบคุมคุณภาพโดยทั่วไปจะทำการตรวจสอบลักษณะที่สำคัญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

(1) การตรวจสอบเชิงคุณภาพ (Attribute Inspection) เป็นการตรวจสอบเพื่อต้องการรู้ว่าของนั้นใช้งานได้หรือไม่ เป็นของดีหรือไม่

(2) การตรวจสอบความผันแปร (Variable Inspection) เป็นการตรวจสอบระหว่างของแต่ละชิ้นในปริมาณที่วัดได้ เป็นค่าต่อเนื่องเช่น น้ำหนัก ความยาว ความเข้มข้น เป็นต้น

การควบคุมด้านคุณภาพ สามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ซื้อมาจากภายนอก
- 2) การควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต โดยการสุ่มหรือตรวจทุกชิ้น
- 3) การควบคุมคุณภาพสินค้าสำเร็จรูปโดยการสุ่มหรือตรวจทุกชิ้น

นอกจากนี้ ยังมีเทคนิคการควบคุมคุณภาพการผลิตที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เรียกว่า “ความเสียหายเป็นศูนย์หรือ Zero Defect” เทคนิคนี้ยึดหลักการขจัดความผิดพลาดทุกทาง โดยกระตุ้นให้คนงานเข้าใจและทราบถึงสาเหตุของความผิดพลาด เพื่อหาแนวทางแก้ไขสาเหตุนั้นๆ ร่วมกับผู้บริหาร

2.2.1.4 การควบคุมสินค้าคงคลัง (Inventory Control)

พิชิต สุขเจริญพงศ์ (2538 :57-58) ได้กล่าวถึง สินค้าคงคลัง (Inventory) ว่าหมายถึง สินค้าหรือวัสดุที่เก็บไว้เพื่อการใช้งานหรือจำหน่ายในอนาคต องค์การต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์การเพื่อการผลิตหรือการให้บริการอาจเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากหรือหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจการที่องค์การนั้นทำอยู่ แต่โดยทั่วไปสินค้าคงคลังที่เก็บไว้ในองค์การหรือหน่วยงานใด ๆ อาจจำแนกเป็นประเภทใดประเภทหนึ่งใน 4 ประเภทต่อไปนี้ คือ วัตถุดิบและชิ้นส่วนเพื่อการ

ผลิต สินค้าคงคลังในระหว่างกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป หรือชิ้นส่วนของเครื่องจักร เครื่องมือต่าง ๆ

การเก็บสินค้าคงคลังขององค์การต่าง ๆ มีสาเหตุและเหตุผลของการเก็บแตกต่างกันไป และเหตุผลทั่วไปที่ทำให้ต้องทำการเก็บสินค้าคงคลัง ได้แก่

1) เพื่อให้มีจำหน่ายเมื่อลูกค้าต้องการ ลูกค้าที่ต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อาจสั่งซื้อสินค้าเมื่อใดก็ได้โดยที่ไม่อาจคาดหมายได้ การเก็บสินค้าคงคลังจะช่วยประกันว่า จะไม่เสียโอกาสในการทำกำไรจากการจำหน่ายสินค้าเมื่อลูกค้าต้องการ

2) เพื่อปรับเรียบการผลิต (Production Smoothing) สำหรับกรณีที่ต้องการมีลักษณะเป็นไปตามฤดูกาล และกรณีที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณมากน้อยตามแต่ฤดูกาล

3) เพื่อประโยชน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนคราวละจำนวนมากเนื่องจากการสั่งซื้อทีละจำนวนมากจะทำให้ได้ราคาต่อหน่วยถูกกว่าการสั่งซื้อทีละน้อย ๆ ในทำนองเดียวกันกับการผลิตทีละมากๆ จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ดังนั้นเมื่อเกิดการสั่งซื้อวัตถุดิบหรือผลิตทีละมาก ๆ ก็จำเป็นต้องมีการเก็บสินค้าคงคลังในรูปของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

4) เพื่อแก้ปัญหากรณีที่วัตถุดิบอาจเน่าเสียได้ ในอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้วัตถุดิบจากพืชผลการเกษตร วัตถุดิบเหล่านี้จะเกิดการเน่าเสียได้ถ้าปล่อยทิ้งไว้นานเกินไป ดังนั้นการผลิตจะต้องแปรสภาพสินค้าเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปให้หมดในเวลาอันสั้น และเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในลักษณะของสินค้าคงเหลือเพื่อให้จำหน่ายต่อไป

5) เพื่อป้องกันการขาดแคลน โดยเฉพาะวัตถุดิบและชิ้นส่วนเครื่องจักรที่จำเป็นต้องใช้ในการซ่อมบำรุงเครื่องจักร ถ้าเกิดขาดแคลนจะทำให้เกิดผลเสียหายต่อกระบวนการผลิต จากการผลิตหยุดการผลิต จึงจำเป็นต้องเก็บสินค้าคงเหลือในรูปวัตถุดิบและชิ้นส่วนเครื่องจักรเครื่องมือต่าง ๆ

6) เพื่อแยกกระบวนการผลิตให้เป็นอิสระจากกัน การเก็บสินค้าคงคลังในรูปผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จระหว่างการผลิต จะช่วยให้การดำเนินงานของแต่ละส่วนในกระบวนการผลิต แยกออกจากกันอย่างอิสระ เมื่อเกิดปัญหาขัดข้องในกระบวนการหนึ่ง จะไม่ทำให้กระบวนการถัดไปเกิดปัญหาเพราะสามารถใช้ผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปที่เก็บไว้เพื่อผลิตต่อไปได้ ทำนองเดียวกันกับกระบวนการก่อนหน้าก็ไม่ต้องหยุดการผลิต เพราะสามารถผลิตและเก็บไว้เป็นสินค้าคงเหลือได้

นอกจากนี้การควบคุมสินค้าคงคลังมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ เพื่อให้ต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังมีค่าต่ำสุด และเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการ เกิดความพึงพอใจมากที่สุดจากการได้รับผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่ต้องการตามเวลาที่กำหนดโดยทั่วไปวัตถุประสงค์ 2 ข้อนี้มีลักษณะที่ขัดแย้งกัน เพราะการพยายามลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลัง จะทำให้ระดับความพอใจของลูกค้าต่ำลง ทั้งนี้การลดต้นทุนสินค้าคงคลัง โดยเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อย ก็มีโอกาสสูงที่ลูกค้าจะไม่ได้ผลิตภัณฑ์ตามที่ต้องการ ในทางตรงกันข้ามถ้าต้องการเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมาก จะทำให้

ต้นทุนการเก็บสินค้าสูงขึ้น ดังนั้นการเก็บสินค้าคงคลังไว้มากเกินไป จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง แต่ถ้าเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อยเกินไป ก็จะทำให้ลูกค้าขาดความนิยม เนื่องจากสินค้าขาดแคลนบ่อย และยังส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ซึ่งอาจต้องรอกอขายและเกิดการสูญเสียดัชนีทุน เนื่องจากขาดวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนเครื่องจักร

ปัญหาการตัดสินใจของผู้บริหารระบบสินค้าคงคลัง จึงเป็นการถ่วงดุลวัตถุประสงค์ทั้งสอง โดยหลีกเลี่ยงการเก็บสินค้าคงคลังมากเกินไป หรือน้อยเกินไป ปัญหาการตัดสินใจในเรื่องการควบคุมสินค้าคงคลังจึงมีอยู่ 2 ประการ คือ

- 1) จำนวนที่จะสั่งซื้อหรือผลิตในแต่ละครั้งว่า ควรมีปริมาณเท่าใดจึงจะเหมาะสม
- 2) เวลาที่เหมาะสมในการสั่งซื้อหรือสั่งผลิต นอกจากการควบคุมสินค้าคงคลังจะช่วยให้สินค้ามีปริมาณที่เหมาะสมไม่มากหรือน้อยจนเกินไป ดังนั้นการควบคุมสินค้าคงคลังจึงมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) วัตถุประสงค์ทางการเงิน เพื่อไม่ให้เกิดเงินทุนจมในวัสดุ กรณีที่มีการจัดเก็บสินค้าคงคลังไว้เป็นจำนวนมากเกินความต้องการ จะทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา

- 2) วัตถุประสงค์ด้านการผลิตและการขาย เพื่อให้มีวัสดุเพียงพอต่อการผลิตและมีสินค้าไว้พร้อมที่จะสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีและต่อเนื่อง

- 3) วัตถุประสงค์ด้านการเก็บรักษา เพื่อให้มีวัสดุอยู่ในสภาพพร้อมจะใช้ในการผลิตหรือขายตลอดเวลา โดยมุ่งให้เกิดการหมุนเวียนที่เหมาะสม เนื่องจากวัสดุทุกชนิดมีการเสื่อมสภาพตามเวลา

2.2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2535 : 99-105) ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ว่าหมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

ส่วนประสมทางการตลาด เรียกอีกอย่างว่า ปัจจัยภายในทางการตลาด หรือปัจจัยทางการตลาด (Internal Marketing Factor หรือ Marketing Factor) เป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ โดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือเรียกว่า 4Ps ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.2.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ หรือสนใจให้เกิดความต้องการ มีกรรมสิทธิ์ การใช้ การบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่

เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ ความคิด องค์การหรือบุคคล

ผลิตภัณฑ์สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ระดับ คือ

- 1) ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง อรรถประโยชน์หรือผลประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ให้แก่ผู้ซื้อ เช่น ปากกาให้เขียนได้ รถยนต์ใช้เป็นพาหนะ
- 2) รูปร่างผลิตภัณฑ์ (Actual Product) หรือ (Formal Product) หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยระดับคุณภาพ คุณสมบัติหรือลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์นั้น รูปแบบ ครายี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งเป็นลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ ทั้งนี้ตัวผลิตภัณฑ์อาจเป็นการบริการก็ได้ เช่น โรงแรม ประกอบด้วยคุณภาพเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งหรือชั้นสอง ลักษณะการบริการโรงแรมเป็นห้องคู่ ห้องเดี่ยว ส่วนรูปแบบคือ รูปร่างของโรงแรม ส่วนครายี่ห้อ คือ ชื่อโรงแรม ส่วนการบรรจุหีบห่อก็เปรียบเหมือนตัวตึกของโรงแรม เป็นต้น
- 3) ประโยชน์เพิ่มเติมของผลิตภัณฑ์ (Augmented Product) เป็นประโยชน์เพิ่มเติมที่ผู้ซื้อจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น อาทิเช่น บริการติดตั้ง บริการขนส่ง การรับประกัน ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการแข่งขัน

การตัดสินใจในการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Decisions) หมายถึง กิจกรรมในการออกแบบ และผลิตสิ่งภาชนะสำหรับบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มสินค้า

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มี 3 ลักษณะ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ขั้นแรก (Primary Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
2. บรรจุภัณฑ์ขั้นสอง (Secondary Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมา ใช้ป้องกันบรรจุภัณฑ์ในระดับแรกอีกทีหนึ่ง และใช้ป็นสิ่งดึงดูดความต้องการของผู้ซื้อหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ อันเป็นการเพิ่ม โอกาสด้านการส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่ง
3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่จำเป็น สำหรับการขนส่ง การเก็บรักษา และระบุดึงผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้าย และป้องกันมิให้ผลิตภัณฑ์แตกหัก หรือชำรุดเสียหาย

ดังนั้นหน้าที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ประการแรกก็คือใช้บรรจุและป้องกันสินค้าแต่ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญอีกอันหนึ่ง ทั้งนี้เพราะ

1. การเพิ่มขึ้นของร้านค้าแบบบริการตนเอง (Self-Service)
2. ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำตราของสินค้าได้
3. บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาให้ทันสมัยช่วยให้ได้เปรียบคู่แข่ง

4. บรรจุกฎเกณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าใหม่เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องพิจารณาถึงขนาด รูปร่าง วัสดุที่ใช้ สี ครายี่ห้อ สิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าใหม่ให้เด่นชัดขึ้น

2.2.2.2 ราคา (Price)

ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง ซึ่งปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตั้งราคา มีดังนี้

1) ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจตั้งราคา ประกอบด้วย

- (1) วัตถุประสงค์ทางการตลาด
 - (2) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy)
 - (3) ต้นทุน
 - (4) ข้อพิจารณาด้านองค์การเนื่องจากแต่ละองค์การจะมีฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ในด้านการตั้งราคาที่แตกต่างกัน ปกติแล้วฝ่ายบริหารจะเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์ และนโยบายด้านราคา

2) ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจตั้งราคา ได้แก่

- (1) ตลาดและความต้องการของตลาด
- (2) การรับรู้ของผู้บริโภคในราคาและผลิตภัณฑ์
- (3) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและความต้องการ (Demand)
- (4) ราคาและข้อเสนอของคู่แข่ง
- (5) ปัจจัยอื่นๆ

วิธีการในการตั้งราคา มีดังนี้

1. การตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นหลัก ได้แก่
 - 1.1 วิธีต้นทุนบวก (Cost-Plus Pricing)
 - 1.2 การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและการตั้งราคาเพื่อให้ได้กำไรตามต้องการ (Breakeven Analysis and Target Profit Pricing)
2. การตั้งราคาโดยยึดผู้ซื้อเป็นหลัก (Perceived-Value Pricing)
3. การตั้งราคาโดยยึดการแข่งขันเป็นหลัก ได้แก่
 - 3.1 การตั้งราคาเพื่อเผชิญการแข่งขัน (Going-Rate Pricing)
 - 3.2 การตั้งราคาแบบประมูล (Sealed-Bid Pricing)

2.2.2.3 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

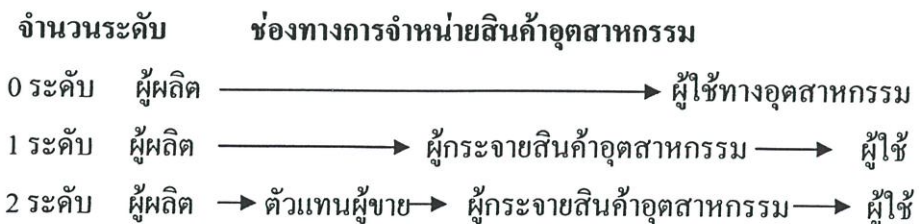
การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและ กิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันตลาด ส่วนกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

องค์ประกอบของการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด เป็นกลไกที่เกี่ยวข้องกับการทำให้สินค้าผ่านมือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ซึ่งมีหน้าที่นำสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม รวมทั้งผู้บริโภค อนึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายต่าง ๆ จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นจะขึ้นอยู่กับว่า ช่องทางนั้น ๆ จะตอบสนองความต้องการและเหมาะสมกับอุปนิสัยในการซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แค่ไหน เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ผู้ขายจะต้องใช้จ่ายไปเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดจำหน่ายสินค้า

จำนวนระดับช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่าย เริ่มจากผู้ผลิตซึ่งเป็นเจ้าของหรือที่ผู้รับผิดชอบต่อการขาย ความยาวของช่องทางการจัดจำหน่าย จึงขึ้นอยู่กับจำนวนของคนกลางในช่องทางนั้น ๆ ดังนี้



2) การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

การกระจายสินค้า ประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

- (1) การขนส่ง (Transportation)
- (2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)
- (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

2.2.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) **การโฆษณา (Advertising)** เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดที่ต้องการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น การโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

2) **การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)** เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล กรณีเช่นนี้เป็นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า ระหว่างผู้ขายหรือผู้ผลิตกับลูกค้าที่คาดหวัง

3) **การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)** หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน และการให้ข่าว ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขาย อาจกระตุ้นผู้บริโภค เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ กระตุ้นคนกลาง และพนักงานขาย เช่น การจัดประชุม การแข่งขันการขาย

4) **การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)** การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน จากองค์การที่ได้รับผลประโยชน์ ตัวอย่างเช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคคล การจัดประชุมสัมมนาแก่สื่อมวลชน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่ง เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป ผู้ถือหุ้น หน่วยราชการ วิธีการประชาสัมพันธ์อาจทำโดย เช่น การตีพิมพ์ การให้ข่าวเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ของบริษัท การจัดเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ (ประชุม สัมมนา จัดกีฬาหรือเป็นสปอนเซอร์) และการให้บริการชุมชน (การบริจาค การสนับสนุนกีฬา การอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม) เป็นต้น

<p style="text-align: center;">ผลิตภัณฑ์ (Product)</p> <p>รูปลักษณะ (Features)</p> <p>คุณภาพ (Quality)</p> <p>รูปแบบ (Style)</p> <p>ขนาด (Size)</p> <p>ตราสินค้า (Brand)</p> <p>การบรรจุหีบห่อ (Packaging)</p> <p>ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)</p> <p>สายผลิตภัณฑ์ (Product Line)</p> <p>การรับประกัน (Warranty)</p> <p>การติดตั้ง (Installation)</p> <p>การให้บริการ (Servicing)</p> <p>ฯลฯ</p>	<p style="text-align: center;">ราคา (Price)</p> <p>การกำหนดวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Pricing Objective)</p> <p>วิธีการตั้งราคา (Pricing Market)</p> <p>นโยบายและกลยุทธ์ราคา (Pricing Policies and Strategies)</p> <p>ฯลฯ</p>
<p>ลูกค้า (Customer)</p>	
<p style="text-align: center;">การจัดจำหน่าย (Place)</p> <p>การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution)</p> <p>การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution)</p>	<p style="text-align: center;">การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</p> <p>การโฆษณา (Advertising)</p> <p>การขายโดยใช้พนักงานขาย(Personal Selling)</p> <p>การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)</p> <p>การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)</p>

ภาพที่ 2.1 แสดงส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2535 :105

2.2.3 แนวคิดทางด้านสภาวะแวดล้อมภายนอก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539 : 45-73) ได้กล่าวถึงสภาวะแวดล้อมภายนอกขององค์กรไว้ดังนี้ คือ

สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร (External environment) ได้แก่ แรงผลักดันที่อยู่ภายนอกองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการบริหารองค์กร และความสามารถในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อมทั่วไป (General Environment) เป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งมีอิทธิพลแบบทั่วไป ไม่เจาะจงต่อองค์กร ซึ่งประกอบด้วย

1.1 สิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic) จะเกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 1) **เงินทุน (Capital)** ทุกองค์การต้องการเงินทุนเพื่อลงทุนในด้านเครื่องจักร อาคาร สินค้าคงคลัง อุปกรณ์ เครื่องมือทุกชนิด ซึ่งสินค้าเหล่านี้จะต้องจัดหาและจะเกี่ยวข้องกับราคาสินค้า ซึ่งราคาสินค้าเหล่านี้ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ
- 2) **แรงงาน (Labor)** คุณภาพและราคาของแรงงานเป็นปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่สำคัญขององค์การ ค่าจ้างแรงงานที่สูงทำให้เป็นต้นทุนที่สูงด้วย
- 3) **ระดับราคา (Price levels)** ระดับราคาจะมีผลกระทบต่อปัจจัยนำเข้าขององค์การ โดยเฉพาะมีผลกระทบด้านต้นทุน แรงงาน วัตถุดิบ และวัตถุดิบอื่นๆ
- 4) **นโยบายการเงินและการคลังของรัฐบาล (Government fiscal and tax policies)** เช่น การเปลี่ยนแปลงอัตราเงินสำรองตามกฎหมายของธนาคาร นโยบายภาษีของรัฐ ฯลฯ ลักษณะนี้เป็นสิ่งแวดล้อมทางการเมือง และมีผลกระทบด้านเศรษฐกิจในทุกองค์การ
- 5) **ลูกค้า (Customers)** สิ่งที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าก็คือ อำนาจซื้อของลูกค้า ซึ่งได้รับอิทธิพลจากภาวะเศรษฐกิจ

1.2 สิ่งแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี (Technology) การพิจารณาสิ่งแวดล้อมทางเทคโนโลยี จะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้

ผลกระทบของเทคโนโลยี : ประโยชน์และปัญหา ผลกระทบด้านเทคโนโลยีก็คือ ผลกระทบด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องจักรใหม่ เครื่องมือใหม่ วัสดุใหม่ และบริการใหม่ ผลประโยชน์ของเทคโนโลยีจะสามารถเพิ่มผลผลิตสูงขึ้น เพิ่มมาตรฐานการครองชีพ เพิ่มเวลาในการพักผ่อน และมีสินค้าให้เลือกมากมาย ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี

- 1) การเพิ่มขึ้นของความสามารถควบคุมเวลาและระยะทางในการเคลื่อนย้ายในการขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร ในถนนหนทาง เช่น รถยนต์ เครื่องบิน อื่นๆ
- 2) การเพิ่มขึ้นของความสามารถในการสร้าง เก็บรักษา ขนส่ง และจัดจำหน่ายพลังงาน เช่น พลังงานไฟฟ้า พลังงานนิวเคลียร์ และเลเซอร์
- 3) การเพิ่มขึ้นของความสามารถที่จะออกแบบวัตถุดิบและสินค้าใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น เช่น พลาสติก ไฟเบอร์ โยสังเคราะห์ เหล็ก และยาใหม่ๆ
- 4) เครื่องยนต์หรือความเป็นอัตโนมัติในกระบวนการทางกายภาพ เครื่องมือในการประหยัดแรงงาน
- 5) กลไกอัตโนมัติ หรือความเป็นอัตโนมัติของกระบวนการด้านสถิติปัญญา เช่น คอมพิวเตอร์
- 6) การขยายตัวของความสามารถมนุษย์เกี่ยวกับ เรดาร์ อิเล็กตรอน ไมโครสโคป และอุปกรณ์การมองในเวลากลางคืน

7) การเพิ่มขึ้นของการรักษา ความเข้าใจในโรคร้ายและการรักษาต่างๆ

1.3 **สิ่งแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture)** ซึ่งกำหนดจากทัศนคติ ความต้องการ ความคาดหวัง ระดับสติปัญญา การศึกษา ความเชื่อถือและขนบธรรมเนียมประเพณีของบุคคลในกลุ่มหรือสังคม

สิ่งแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal) ประกอบด้วย

1) **สิ่งแวดล้อมด้านการเมือง** เป็นทัศนคติและการกระทำของผู้นำ ด้านการเมืองและผู้นำรัฐบาล และกฎหมายต่างๆ การทำงานของรัฐบาลมีผลกระทบต่อธุรกิจ และทุกลักษณะของชีวิตในสังคม บทบาทของรัฐบาลมี 2 ประการคือ ส่งเสริมธุรกิจ และกำหนดข้อจำกัดของธุรกิจ การส่งเสริมธุรกิจโดยการกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยให้ความช่วยเหลือธุรกิจขนาดเล็กในรูปของการยกเว้นภาษี การให้เงินช่วยเหลือสนับสนุน การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา การคุ้มครองธุรกิจโดยใช้นโยบายภาษี

2) **สิ่งแวดล้อมด้านกฎหมาย** เป็นบทบาทของรัฐบาลในการกำหนดข้อจำกัดและควบคุมธุรกิจ ผู้บริหารทุกคนอยู่ภายใต้กฎหมายและข้อกำหนด การตัดสินใจนั้นจะต้องคำนึงถึงระดับประเทศ ระดับท้องถิ่น และระดับโลก ในบางครั้งกฎหมายจะออกแบบเพื่อคุ้มครองแรงงาน ผู้บริโภคและชุมชน หรือออกแบบเพื่อคุ้มครองสิทธิส่วนตัว เพื่อควบคุมพฤติกรรมผู้บริหารผู้ได้บังคับบัญชาในธุรกิจและองค์การต่างๆ

2. **สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับงานที่มีผลกระทบโดยตรงต่อองค์การ (Task Environment)** เป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์การที่มีผลกระทบโดยตรงต่อองค์การ และการดำเนินกิจการขององค์การมากกว่าสิ่งแวดล้อมทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย

2.1 **ลูกค้า (Customers) และผู้ใช้บริการ (Constituents)** ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นผู้ที่จะซื้อสินค้าและมาใช้บริการ ที่แสดงถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การ

2.2 **คู่แข่ง (Competitors)** หมายถึง ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการแข่งขัน องค์การทุกธุรกิจต้องมีคู่แข่งจะเกิดการพัฒนา

2.3 **ผู้ส่งวัตถุดิบ (Supplier)** คือผู้ที่ทำหน้าที่ส่งวัตถุดิบให้แก่ธุรกิจต่างๆ

2.4 **ตลาดแรงงาน (Labor Supply)** เป็นสิ่งแวดล้อมที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึงเพราะบางครั้งธุรกิจจำเป็นต้องแสวงหาบุคลากรที่มีความชำนาญด้านต่างๆ โดยเฉพาะในสาขาวิชาชีพที่ขาดแคลน บางหน่วยงานมีความจำเป็นต้องจ้างแรงงานต่างชาติ จึงจะเพียงพอในการดำเนินกิจการ

2.5 **เจ้าหน้าที่ของรัฐ (Regulators)** เป็นผู้ที่มิบทบาทสำคัญที่ส่งผลต่อการบริหารองค์การ เนื่องจากเป็นผู้ที่บังคับใช้กฎหมายที่อาจกระทบกับธุรกิจได้ ตัวอย่างเช่น หน่วยงานของรัฐ

ที่เข้ามาควบคุมดูแลธุรกิจการเงินการธนาคาร หรือการควบคุมดูแลในเรื่องอื่นๆ เช่น คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการอาหารและยา เป็นต้น

2.6 ผู้ร่วมลงทุน (Partners) ในปัจจุบันธุรกิจอาจจะแปรสภาพเป็นผู้ร่วมธุรกิจได้ ซึ่งสามารถให้บริการบางอย่างร่วมกัน เป็นการลดต้นทุนและสามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ ซึ่งจำเป็นต้องมีผู้ร่วมลงทุน

อัญญา สังข์สุวรรณ (2540 : 30) ได้กล่าวถึงสภาพแวดล้อมภายนอกไว้ดังนี้ คือ สภาพแวดล้อมภายนอก ที่องค์กรควรตรวจสอบในการประเมินภายนอก ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment) องค์กรที่ดำเนินธุรกิจเฉพาะภายในประเทศ จะต้องสนใจสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่ดำเนินธุรกิจอยู่ แต่ถ้าเป็นองค์การที่ประกอบธุรกิจหลายประเทศ จะต้องประเมินสถานการณ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้วย อย่างไรก็ตามทั้งสองกรณีจะต้องเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเกี่ยวกับแผนการตลาด เช่น การเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนแปลงในความต้องการข้อมูลด้านเงินทุน การเปลี่ยนแปลงในรายได้ และค่าใช้จ่ายของผู้บริโภค การคาดคะเนภาวะเงินเฟ้อ เป็นต้น

2. สภาพแวดล้อมทางการเมืองการปกครอง (Political Environment) องค์กรจะต้องประเมินสภาพแวดล้อมทางการเมือง ในเรื่องของความมั่นคง วิธีการตัดสินใจทางการเมืองที่มีผลกระทบต่อธุรกิจขององค์กร การปฏิบัติการของรัฐบาลนั้น

3. สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย (Legal Environment) การประเมินภายนอกต้องตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางกฎหมาย เช่น กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายแรงงาน เนื่องจากถ้ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

4. สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) สภาพแวดล้อมทางสังคมจะมีผลกระทบต่อองค์การธุรกิจ ค่านิยมของกลุ่มผู้บริโภค การยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภค แบบแผนการดำเนินชีวิต การเปลี่ยนแปลงของประชากร เหล่านี้ล้วนมีผลต่อการกำหนดกระบวนการผลิตทั้งสิ้น

5. สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technological Environment) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เช่น การเปลี่ยนแปลงในการใช้วัตถุดิบ วิธีการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอาหารทะเลกระป๋อง

อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องของไทย เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรที่สำคัญ อุตสาหกรรมหนึ่ง โดยการนำวัตถุดิบที่ผลิตได้ในประเทศ และวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ประเภทสัตว์น้ำ มาสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added) ด้วยการแปรสภาพเป็นอาหารทะเลกระป๋อง และ

นับว่าเป็นอุตสาหกรรมสินค้าเกษตร ที่มีการเติบโตและพัฒนาในมูลค่าการส่งออกอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา

2.3.1 พัฒนาการและบทบาทของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย

การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทยเริ่มมีขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2501 เนื่องจากปริมาณสัตว์น้ำที่ได้จากการทำประมงมีเป็นจำนวนมากเกินต้องการของผู้บริโภคและมีราคาถูกลง จึงได้มีการนำสัตว์น้ำเหล่านี้มาแปรรูปบรรจุกระป๋อง โดยมีการตั้งเป็นโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องขึ้น แต่กรรมวิธีการผลิตยังล้าสมัยและไม่ได้มาตรฐาน การผลิตก็เพื่อจำหน่ายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่เกี่ยวกับการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากต่างประเทศก็มีอยู่บ้าง แต่เนื่องจากอาหารทะเลสดหาได้ง่ายและราคาถูกลง รวมทั้งผู้บริโภคเคยชินกับการบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่า อาหารทะเลกระป๋องจึงไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค ทำให้จำนวนโรงงานเพิ่มขึ้นไม่มากนัก หลังจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (2503-2508) รัฐบาลได้เร่งดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่นโยบายการผลิตสินค้าเพื่อการทดแทนการนำเข้า แต่อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องก็ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร

เมื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ได้ดำเนินการต่อเนื่องตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (2514-2518) และฉบับที่ 4 (2519-2523) แนวนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมได้ก้าวไปสู่การสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออก รัฐบาลจึงได้ตั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนขึ้นในปี 2515 เพื่อสนับสนุนการลงทุนของภาคเอกชนและให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีอากรซึ่งในแผนพัฒนาฉบับที่ 3 ก็ได้มุ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องไว้ด้วยจึงเป็นสิ่งจูงใจให้ชาวต่างชาติสนใจเข้าร่วมลงทุนกับคนไทยตั้งโรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องขนาดใหญ่เพิ่มขึ้น และขยายตัวไปสู่อุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออกเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องมีการพัฒนา ไปอย่างรวดเร็วในช่วงนั้นก็คือวัตถุดิบมีจำนวนมากและราคาต่ำ สืบเนื่องมาจากการประมงไทยได้นำเอาเทคนิคการประมงแบบใหม่มาใช้ มีการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีขั้นสูงทำให้จับสัตว์น้ำได้ปริมาณเพิ่มขึ้นมากจนเกินความต้องการใช้บริโภคภายในประเทศ ส่วนการส่งออกสัตว์น้ำไปต่างประเทศก็ทำได้จำกัดรวมทั้งการที่เข้าร่วมทุนกับต่างประเทศได้ก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการผลิต มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของลูกค้าชาวต่างชาติ จนสามารถทำรายได้จากการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลายปีติดต่อกัน

อาหารทะเลกระป๋องของไทยที่มีการผลิตและส่งออกมากที่สุดในปี 2545 คือปลาทูนากะป๋อง รองลงมาได้แก่ ปูกระป๋อง และกุ้งกระป๋อง มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยตั้งแต่ปี 2540 ถึง 2545 ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 แสดงภาวะการส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องแยกตามรายการสินค้า

หน่วย : ล้านบาท

สินค้า	2540	2541	2542	2543	2544	2545
อาหารทะเลกระป๋อง	48,587.38	66,961.00	65,123.95	30,453.48	32,210.30	29,101.51
กุ้งกระป๋อง	28,112.60	37,011.19	38,902.82	18,659.02	25,678.85	21,999.93
ทูน่ากระป๋อง	17,324.54	25,153.84	21,869.18	2,689.42	2,974.59	3,090.51
ปูกระป๋อง	1,429.04	2,401.97	2,460.33	6,993.32	1,339.23	2,043.69
ชาร์คินกระป๋อง	1,299.40	1,807.86	1,440.67	1,560.46	1,520.77	1,478.82
หอยลายกระป๋อง	323.78	397.66	351.95	432.8	568.04	368.11
ปลาหมึกกระป๋อง	98.01	188.48	99.01	118.46	128.33	120.45
รวมทั้งสิ้น	48,587.38	66,961.00	65,123.95	30,453.48	32,210.30	29,101.51

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์

ถ้าหากจะกล่าวถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ คงพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าสัตว์น้ำมากกว่าการจำหน่ายเป็นสินค้าสดไปต่างประเทศ ซึ่งจะเกิดความไม่สะดวกในการเก็บรักษาและขนส่ง
2. เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างงานให้กับคนไทยในประเทศ เนื่องลักษณะการผลิตจำเป็นต้องใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก
3. เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง ขยายตัวตามไปด้วย เช่น อุตสาหกรรมกระป๋อง สิ่งพิมพ์ กล่องกระดาษ อุตสาหกรรมน้ำปลา และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์
4. เป็นแหล่งรองรับผลผลิตจากชาวประมง สร้างความมั่นใจทางด้านการตลาด ให้แก่ชาวประมงว่าสามารถจำหน่ายได้แน่นอน ซึ่งจะช่วยสนับสนุนอาชีพการประมง ให้มีการพัฒนาก้าวหน้ายิ่งขึ้นและเป็นการช่วยยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นด้วย
5. เป็นการช่วยเหลือและส่งเสริม ในด้านการพัฒนาแหล่งชุมชนในท้องถิ่นชนบท เพราะอุตสาหกรรมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะไปตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ ตามจังหวัดชายฝั่งทะเลที่สำคัญ
6. ก่อให้เกิดการปรับปรุงเทคนิคการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพแรงงานไทยให้มีมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

2.3.2 โครงสร้างการผลิต

2.3.2.1 ภาวะการผลิต

ในปี 2544 ประเทศไทยมีโรงงานผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง ที่มีขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ เงินลงทุนตั้งแต่ 10-300 ล้านบาทขึ้นไป และเป็นโรงงานที่ได้มาตรฐานการส่งออกเป็นจำนวน 58 โรงงาน ในจำนวนนี้เป็นโรงงานผลิตปลาทูน่ากระป๋องจำนวน 34 โรงงานที่เหลือเป็นโรงงานผลิตอาหารทะเลอื่นๆบรรจุกระป๋อง โรงงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในแถบชายฝั่งทะเลที่มีท่าเทียบเรือสำคัญ เช่น จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ ระยอง และสงขลา เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการขนส่งวัตถุดิบป้อนโรงงาน และขนถ่ายสินค้าไปต่างประเทศ โรงงานเหล่านี้มักจะผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋องหลายๆชนิดไปพร้อม ๆ กัน เพราะความผันผวนของปริมาณสัตว์น้ำในแต่ละฤดูกาล ทำให้ไม่สามารถดำเนินการผลิตอาหารทะเลเฉพาะชนิดหนึ่งชนิดใดได้

กำลังการผลิตรวมของอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องประมาณปีละ 900,000 เมตริกตัน และมีอัตราการใช้กำลังการผลิตจริงเฉลี่ยร้อยละ 70-80 ของกำลังการผลิตรวม ทั้งนี้เป็นเพราะปริมาณวัตถุดิบที่จะนำมาใช้ในการผลิตมีไม่เพียงพอและไม่สม่ำเสมอ ในการนี้เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ 90 ของกำลังการผลิตจริง ส่วนที่เหลือเป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศประมาณร้อยละ 10 ของกำลังการผลิตจริง

2.3.2.2 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ

1) ประเภทปลาบรรจุกระป๋อง เช่น ปลาทูน่ากระป๋อง ปลาซาร์ดีนกระป๋อง ปลาอื่นๆ บรรจุกระป๋อง ซึ่งปลาทูน่ากระป๋องถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมากที่สุด

2) ประเภทสัตว์น้ำทะเลอื่นๆ บรรจุกระป๋อง เช่น กุ้งกระป๋อง ปูกระป๋อง ปลาหมึกกระป๋อง และหอยลายกระป๋อง

นอกจากนี้ยังมีการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงบรรจุกระป๋อง เช่น อาหารแมว ซึ่งเป็นผลผลิตส่วนหนึ่งของโรงงานขนาดใหญ่ที่ต้องการใช้วัตถุดิบให้เป็นประโยชน์ โดยไม่มีการสูญเสีย แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะไม่รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยง

2.3.2.3 วัตถุดิบ

แหล่งทำการประมงที่สำคัญของไทย คือบริเวณอ่าวไทยตอนนอก ติดกับทะเลจีนใต้ และชายฝั่งทะเลมหาสมุทรอินเดีย แต่สัตว์น้ำทะเลที่จับได้ส่วนหนึ่งจะถูกขายในตลาด

ต่างประเทศ นอกจากนี้สัตว์น้ำที่มีคุณภาพสูงจะถูกคัดไปทำอาหารทะเลแช่แข็ง ขณะที่สัตว์น้ำทะเลคุณภาพรองลงมาจะถูกส่งเข้าโรงงานเพื่อนำไปผลิตอาหารทะเลกระป๋อง ส่วนสัตว์น้ำที่มีคุณภาพไม่ถึงระดับก็จะถูกส่งไปทำอาหารสัตว์และปลาป่นวัตถุดิบที่จะนำมาผลิตอาหารทะเลกระป๋องนั้นจะต้องมีคุณภาพตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานของโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาดนั้นด้วย ในด้านการผลิตนั้นจะมีความสามารถในการแข่งขันมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านวัตถุดิบและราคาวัตถุดิบเป็นสำคัญ นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและการจัดการ ทั้งนี้การจัดหาวัตถุดิบได้อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอตลอดปีจะก่อให้เกิดความแน่นอนในขบวนการผลิตและการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ส่วนราคาวัตถุดิบที่ต่ำกว่าจะทำให้ได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิต อันจะเกี่ยวโยงไปถึงราคาขายและการแข่งขันในตลาดโลกด้วย

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง ได้แก่ ปลาทูน่า ปลาซาร์ดีน ปลาแมคเคอเรล กุ้ง ปู ปลาหมึก และหอยลาย เป็นต้น

ปลาทูน่ากระป๋อง การผลิตปลาทูน่ากระป๋องต้องอาศัยวัตถุดิบจากการนำเข้าเป็นหลักประมาณร้อยละ 80-90 ของความต้องการรวม เนื่องจากปริมาณปลาทูน่าที่ทำประมงได้ภายในประเทศจะมีเพียงร้อยละ 10-20 ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็วทำให้ต้องใช้วัตถุดิบเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณปลาทูน่าตามธรรมชาติทดแทนไม่ทันกับปริมาณการใช้เป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรม ประกอบกับประเทศไทยไม่มีกองเรือประมงทูน่าในการออกไปทำประมงในทะเลน้ำลึก ทำให้ปริมาณปลาทูน่ามีไม่เพียงพอต่อความต้องการรวมทั้งปลาทูน่าที่จับได้เป็นปลาทูน่าขนาดเล็กที่เรียกว่าปลาโอ ได้แก่ ปลาโอดำ และปลาโอลาย ที่มีขนาดความยาวเฉลี่ย 37 ซม. ในขณะที่ปลาทูน่าชนิดอื่นๆ เมื่อมีขนาดโตเต็มที่จะมีความยาวระหว่าง 40-150 ซม.

ส่วนอีกร้อยละ 80-90 ของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตปลาทูน่ากระป๋องต้องนำเข้าจากต่างประเทศปีละไม่ต่ำกว่า 3 แสนตัน ซึ่งปลาทูน่าที่นำเข้าเป็นสายพันธุ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ โดยปลาทูน่าสดและแช่แข็งที่นิยมนำเข้ามาใช้ในการบรรจุกระป๋องมี 3 ชนิด คือ ปลาโอแถบ (Skipjack) ปลาทูน่าครีบลีง (Yellow Fin) และปลาทูน่าครีบบาว (Albacore) แหล่งนำเข้าที่สำคัญได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน ฝรั่งเศส สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเกาหลีใต้ เป็นต้น

ส่วนวัตถุดิบสำหรับอาหารทะเลกระป๋องชนิดอื่นๆ ส่วนใหญ่ยังใช้วัตถุดิบที่ได้จากการทำประมงภายในประเทศและการทำประมงในน่านน้ำของประเทศเพื่อนบ้านเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันปริมาณสัตว์น้ำที่ทำประมงได้ในอาณาเขตประเทศไทยเริ่มลดน้อยลง เนื่องจากสภาพเสื่อมโทรมของแหล่งน้ำและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีคุณภาพที่ไม่แน่นอน จึงทำให้มีการนำเข้าวัตถุดิบบางชนิดจากต่างประเทศ

ปลาจารีดินกระป๋อง วัตถุดิบที่ใช้คือปลาลังเขิว โดยเกือบร้อยละ 90 เป็นปลาลังเขิวที่ทำการประมงโดยใช้วนล้อมในบริเวณอ่าวไทย

ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง ใช้ปลาทูแวก และปลาตีกุนดาโค ส่วนใหญ่ได้จากการทำประมงภายในประเทศ

กุ้งกระป๋อง กุ้งสดที่นำมาแปรรูปบรรจุกระป๋องนั้นเริ่มแรกเป็นกุ้งที่จับได้จากน่านน้ำไทย และประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด และเป็นกุ้งประเภท กุ้งทราย กุ้งดาและ และกุ้งเปลือกแข็งหรือกุ้งหิน ปัจจุบันปริมาณกุ้งที่ได้จากการทำประมงภายในประเทศ ไม่เพียงพอับความต้องการของอุตสาหกรรมจึงต้องมีการนำเข้ากุ้งทะเลจากต่างประเทศ แหล่งนำเข้าที่สำคัญได้แก่ อินเดียน บังกลาเทศ แคนาดา ไชล์แลนด์ เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน

ปูกระป๋อง เนื้อปูที่ใช้บรรจุกระป๋อง เป็นเนื้อปูม้า ซึ่งส่วนใหญ่จะจับได้ในน่านน้ำมหาสมุทรแปซิฟิก วัตถุดิบจะถูกแปรรูปขึ้นต้นโดยการต้มและแกะเปลือก การรับซื้อจะแยกออกตามลักษณะเนื้อที่แกะ เป็นเนื้อก้าม เนื้อกรรเชียง เนื้ออก เป็นต้น

ปลาหมึกกระป๋อง ใช้ปลาหมึกกล้วย ภายในประเทศ

หอยลายกระป๋อง แหล่งหอยลายในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่มีจำนวนน้อยมาก ประกอบกับกรมประมงห้ามใช้วนลากในการทำประมง จึงทำให้จับหอยลายได้น้อยในปัจจุบันได้นำเข้าหอยลายจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย จีน อินโดนีเซีย เป็นต้น

2.3.2.4 กระบวนการผลิต

กรรมวิธีการผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋อง เป็นหลักวิธีการถนอมอาหารลักษณะหนึ่ง เป็นการป้องกันการเน่าเสียหรือเสื่อมสภาพหรือยืดอายุของอาหาร โดยกำจัดเชื้อจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดการเน่าเสีย และในขณะเดียวกันก็พยายามรักษาสภาพและรสชาติของอาหารให้คงสภาพ ในที่นี้จะกล่าวถึงกระบวนการผลิตปลาบรรจุกระป๋อง และสัตว์น้ำทะเลอื่นๆ บรรจุกระป๋อง เพื่อประกอบเป็นความรู้เบื้องต้น

1) ปลาทูน่ากระป๋อง มีขั้นตอนในการผลิตดังนี้

- (1) รับปลาจากห้องเย็น
- (2) ละลายความเย็นของปลาที่ออกจากห้องเย็นด้วยการฉีดน้ำ หรือปล่อยให้ น้ำไหลผ่าน อุณหภูมิไม่เกิน 10-15 องศาเซลเซียส
- (3) ตัดหัว ตัดหาง ควักไส้ ขอดเกล็ด ผ่าท้อง เอาเครื่องในออกทั้งหมด จากนั้นนำปลาที่ตัดแต่งแล้วขึ้นบนสายสะพานซึ่งมีการพ่นน้ำตลอดเวลา จากนั้นฉีดน้ำ ล้างทำความสะอาดของเหลวที่ค้างอยู่ในท้องปลาออกจนหมด ในขั้นตอนนี้ทำให้น้ำหนักปลาสูญเสียไปประมาณร้อยละ 3-8 ของน้ำหนักทั้งหมด ส่วนหัวและส่วนท้องจะถูกแยกไปทำอาหารสัตว์ ซึ่ง

เป็นส่วนที่ให้วิตามิน A และ D โดยเฉพาะไต บางโรงงานจะแยกไว้ต่างหาก เพราะสามารถนำไปทำวิตามินบำรุงร่างกายได้

(4) เรียงปลาบนตะแกรงลงในถาดเพื่อส่งเข้าเครื่องนึ่ง ที่อุณหภูมิ 100-105 องศาเซลเซียส โดยใช้เวลา 1-12 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับขนาดของตัวปลา โดยปกติการนึ่งจะอยู่ที่อุณหภูมิ 85 องศาเซลเซียส ซึ่งในขั้นตอนนี้จะทำให้น้ำหนักหายไปร้อยละ 25 ของน้ำหนักปลาที่ตัดหัวและควักไส้แล้ว

(5) นำปลาออกจากเครื่องนึ่ง ปล่อยให้เย็น และให้เนื้อปลาก่อนข้างแห้งในที่ที่มีอากาศถ่ายเทได้ดีพอสมควร ซึ่งขั้นตอนนี้จะใช้เวลาประมาณ 1-20 ชั่วโมง ขึ้นอยู่กับขนาดและชนิดของเนื้อปลา

(6) หลังจากปลาเย็นได้ระดับแล้วถาดปลาจะถูกส่งไปตามรางล้อเลื่อน เข้าไปในห้องปฏิบัติการที่มีคนงาน ยืนเรียงอยู่สองข้างโต๊ะสแตนเลส เพื่อทำการแยกส่วน เช่น ถอดก้าง ครีบ ขูดหนัง และตัดเนื้อปลาหรือเลือกที่มีสีดำออกจากเนื้อปลาที่มีสีขาว โดยระมัดระวังไม่ให้เนื้อปลาแตก่วน ขั้นตอนนี้มีความจำเป็นจะต้องใช้คนงานที่มีความชำนาญ และมีศิลปะในการทำอย่างมากซึ่งนับเป็นความสามารถของคนงานไทย จะมีการเรียนรู้และมีความได้เปรียบกว่าประเทศผู้ผลิตอีกหลายประเทศ และส่วนที่คัดออกจะอยู่ในรางสแตนเลสด้านข้างของโต๊ะ ซึ่งจะเห็นว่าปลาถูกแบ่งออกเป็นสี่ส่วน คือ ส่วนที่เป็นเนื้อก้อนๆ ส่วนที่เป็นเศษเนื้อสีดำ ส่วนก้างและครีบ ในส่วนที่เป็นก้อนเนื้อปลาเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด ซึ่งจะถูกตัดเป็นแบบใดขึ้นอยู่กับ รูปแบบของการบรรจุ (Style of Pack) ซึ่งรูปแบบมาตรฐานในการบรรจุปลาทูน่ากระป๋องนั้นจะมีอยู่ 4 แบบด้วยกัน คือ

(6.1) Solid Pack คือการบรรจุเนื้อปลาเป็นก้อนใหญ่ ตัดขวางตัวปลาและเนื้อปลาเป็นลิ้ม ส่วนใหญ่จะตัดและตัดปลาให้ได้ขนาดหนึ่งก้อนต่อหนึ่งกระป๋อง หรือถ้ามีเนื้อปลามากกว่าหนึ่งชิ้น ก็ต้องเป็นเนื้อปลาชิ้นเล็กไม่เกินร้อยละ 18 ของน้ำหนัก การบรรจุแบบนี้เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา แต่ต้องใช้เทคนิคการผลิตสูงและต้นทุนการผลิตสูง จึงไม่นิยมผลิตกันในประเทศไทย

(6.2) Chunk Pack คือการบรรจุชิ้นเนื้อปลาที่ยังคงรูปแบบเป็นก้อน แต่มีขนาดเล็กกว่า Solid จะต้องมีเนื้อปลาชิ้นเล็กไม่เกินร้อยละ 50 ของน้ำหนักทั้งหมด การบรรจุแบบนี้เป็นที่นิยมกันมาก เนื่องจากไม่ต้องใช้เทคนิคการผลิตสูงนัก อีกทั้งยังจำหน่ายได้ราคาดี นิยมบริโภคกันมากในตลาดยุโรป

(6.3) Flake Pack คือการบรรจุเนื้อปลาชิ้นเล็กๆ ได้มากกว่าร้อยละ 50 ของน้ำหนักทั้งหมด เป็นเนื้อปลาที่ไม่มีสภาพเป็นก้อนเนื้อแล้ว

(6.4) Grated Pack คือการบรรจุเศษเนื้อปลาชิ้นเล็ก ชิ้นน้อยหลายขนาดรวม ๆ ลงไปในกระป๋อง ซึ่งการบรรจุแบบนี้ไม่ค่อยมีแล้ว เพราะปัจจุบันผู้ผลิตจะส่งเข้าโรงงานผลิตอาหารสัตว์บรรจุกระป๋อง

(7) กระป๋องที่ผ่านขั้นตอนการทำความสะอาดจะถูกเรียงเข้ารางล้อเลื่อนเพื่อบรรจุเนื้อปลาลงกระป๋อง ผ่านเครื่องตรวจสอบน้ำหนัก ผ่านไปถึงขั้นตอนการบรรจุเครื่องปรุงรสสำหรับการบรรจุปลาทูน่ากระป๋อง มีเครื่องปรุงรสซึ่งผู้ผลิตอาจใส่เครื่องเทศหรือเครื่องชูรสอื่นๆ ลงไปได้ แล้วแต่วัตถุประสงค์ในการใช้

(8) กระป๋องที่บรรจุเนื้อปลา และเครื่องปรุงรสแล้ว จะผ่านรางเพื่อไปผ่านเครื่องปิดฝา โดยจะมีการทำให้เป็นสุญญากาศในกระป๋อง โดยการไล่อากาศด้วยไอน้ำ หรือใช้เครื่องดูดอากาศออกเวลาปิดฝา หลังจากนั้นกระป๋องทั้งหมด จะถูกส่งเข้าเครื่องเพื่อต้มฆ่าเชื้อ (Sterilization) ที่มีความร้อนระหว่าง 180-200 องศาฟาเรนไฮด์ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการบรรจุแบบใด และเครื่องปรุงรสอะไร

(9) หลังจากผ่านการต้มเพื่อฆ่าเชื้อแล้ว กระป๋องจะถูกทำให้เย็นลงอย่างรวดเร็ว โดยการแช่กระป๋องในบ่อน้ำ เพื่อไม่ให้กระป๋องเกิดการบวม หรือบยุบ

(10) เมื่อกระป๋องเย็นลงแล้วจะถูกส่งขึ้นมาทำความสะอาด โดยการเช็ดให้แห้งแล้วปิดฉลากบรรจุหีบห่อ

2) ปลาซาร์ดีนกระป๋อง การผลิตปลาซาร์ดีนและปลาแมคเคอเรลกระป๋อง มีขั้นตอนการผลิตคล้ายกับการผลิตปลาทูน่ากระป๋อง ต่างกันที่ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบคือหลังจากล้างทำความสะอาดวัตถุดิบแล้ว บรรจุปลาลงกระป๋องเลย จากนั้นก็ชั่งน้ำหนัก ینگด้วยไอน้ำ เติมเครื่องปรุงรส ต่อจากนี้ขั้นตอนการผลิตจะเหมือนกับการผลิตปลาทูน่ากระป๋องทุกประการ

3) กุ้งกระป๋อง สำหรับการผลิตกุ้งบรรจุกระป๋องนั้น ต้องมีการควบคุมอย่างละเอียด คือต้องมีการควบคุมความเป็นกรด เป็นด่าง (pH) เนื่องจากสีและลักษณะของกุ้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งการผลิตมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- (1) นำกุ้งที่ปอกเปลือกไว้ มาทำความสะอาด
- (2) ต้มในน้ำเกลือที่มีความเข้มข้นเป็นเวลา 8 นาที จนกุ้งสุก
- (3) ทิ้งไว้ให้เย็นและเทน้ำทิ้ง เพื่อทำการคัดเลือก คุณภาพ สี และรูปร่าง ในขั้นนี้จะมีการชั่งตัวอย่าง เพื่อตรวจหาค่า pH โดยทั่วไปแล้วจะเติม Citric Acid เพื่อรักษา pH ให้อยู่ในระดับ 6.5-6.6

- (4) เติมส่วนปรุงแต่งก่อนที่จะปล่อยให้กระป๋องวิ่งผ่านเข้าเครื่องไล่อากาศ และปิดฝากระป๋อง

(5) ผ่านกระป๋องเข้าเครื่องฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ (Retort) หรือ (Autoclave) ก่อนที่จะปิดฉลากและบรรจุกล่อง เพื่อรอจำหน่ายต่อไป

4) ปูกระป๋อง การผลิตปูกระป๋องทางโรงงานมีการแบ่งเกรดลักษณะของ สี กลิ่น รส และลักษณะเนื้อของปู ดังนี้

ลักษณะของสี เกรด A คือสีขาวหรือขาวอมชมพู เกรด B คือสีขาวคล้ำ เกรด C คือสีเทา และเกรดรองลงมา ได้แก่ สีน้ำตาล สีฟ้า และสีเหลือง

ลักษณะของกลิ่นรส เกรด A คือกลิ่นรสตามธรรมชาติของเนื้อปู และเกรด B คือไม่มีกลิ่นรสตามธรรมชาติของเนื้อปู

ลักษณะของเนื้อปู เกรด A คือเนื้อแน่นตามธรรมชาติ เกรด B คือเนื้อแน่นพอควร และเกรด C คือเนื้อแห้งกระด้าง

กระบวนการแปรรูปของเนื้อปูบรรจุกระป๋องนั้นต้องการความสะอาดอย่างมากในทุกขั้นตอน โดยทั่วไปสามารถแยกเป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

- (1) รับประทานและคัดขนาดปู
- (2) ถอดกระดองปูออก
- (3) แยกตัวปูเป็นระยางค์และทำให้สุก
- (4) เอาเนื้อออกจากระยางค์
- (5) คัดและล้างเนื้อปู
- (6) สะเด็ดน้ำและชั่งน้ำหนัก
- (7) บรรจุกระป๋องตามเกรดต่างๆ
- (8) เข้าเครื่องสุญญากาศ
- (9) ปิดฝากระป๋อง
- (10) ฆ่าเชื้อด้วยความร้อน
- (11) ทำให้เย็น
- (12) ติดฉลากและบรรจุหีบห่อ

การบรรจุเนื้อปูในกระป๋อง จะต้องทำตามมาตรฐานที่ลูกค้าต่างประเทศระบุอย่างเคร่งครัด เช่น จำนวนและปริมาณของเนื้อก้อนโต เนื้อชิ้นเล็กบาง เนื้อข้อต่อ เนื้อโคนขา เนื้อก้ามหนีบขาและเนื้อแตกชิ้นเล็ก คุณภาพของเนื้อปูที่บรรจุกระป๋องจะต้องถูกตรวจคุณลักษณะทางเคมีและตรวจทางจุลชีววิทยา ลักษณะการบรรจุและคุณภาพของภาชนะที่บรรจุ อัตราส่วนของเนื้อปูจากส่วนต่าง ๆ ของปู เนื้อปูจะต้องแน่น ไม่มีกลิ่นและรสที่ผิดปกติ พร้อมทั้งน้ำในเนื้อปูจะต้องใสและไม่มีกลิ่น

ส่วนการผลิตปลาหมึกกระป๋อง และหอยลายกระป๋อง มีขั้นตอนเช่นเดียวกับการผลิตปูกระป๋องและกุ้งกระป๋อง แต่เพิ่มความเข้มงวดในเรื่องการควบคุมอุณหภูมิของน้ำที่ใช้ต้ม และการควบคุมเวลา (ชัยวัฒน์ คนจริงและคณะ. 2540 : 2-4)

2.4 หลักการและบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

ศาสนาอิสลามมีความแตกต่างจากศาสนาอื่นในด้านที่มีการกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิต (Way of Life) ตั้งแต่เกิดจนเสียชีวิตไว้ทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ในคำสอนของศาสนาจะกำหนดรูปแบบตามแบบอย่างของศาสนาอิสลามอย่างครอบคลุม จนทำให้ผู้นับถือศาสนาอื่นบางท่านไม่เข้าใจในศาสนาอิสลาม ว่าทำไมจึงเคร่งครัดและเข้มงวด แตกต่างกับผู้ที่นับถือศาสนาอื่นในวิถีการดำเนินชีวิต เช่น ลักษณะอาหารการกินที่ต้องเป็นอาหารฮาลาลเท่านั้น

อาหารถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ และเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ โดยอาหารที่นำมาบริโภคนั้นต้องไม่เป็นพิษ หรือบั่นทอนสุขภาพอนามัย เนื่องจากอาหารนั้นควรหมายถึงสิ่งที่บริโภคและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งการบริโภคอาหารทั่วไปในแต่ละมื้อควรจะบริโภคให้ครบทั้ง 5 หมู่ คือ โปรตีน ไขมัน คาร์โบไฮเดรต วิตามิน และเกลือแร่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสารอาหารที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อร่างกาย

สำหรับมุสลิมการบริโภคอาหารนอกจากให้สารอาหารครบดังกล่าวแล้ว ยังต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดภายใต้บทบัญญัติศาสนาอิสลาม ซึ่งในเนื้อหาของบทบัญญัติมีไว้เพื่อให้ชาวมุสลิม ได้บริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ฉะนั้นหลักการของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับการบริโภคอาหารจึงไม่ใช่เป็นเพียงความเชื่อ แต่เป็นเหตุผลที่สามารถพิสูจน์ได้ในทางวิทยาศาสตร์ ดังนั้นจึงถือได้ว่าอาหารฮาลาลเป็นประโยชน์กับทุกคนทั้งชาวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ด้วยเหตุนี้ในการผลิตอาหารฮาลาลผู้ผลิตจึงควรมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและบทบัญญัติต่างๆ เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

“ฮาลาล” (HALAL) เป็นภาษาอาหรับแปลว่าถูกต้องตามกฎหมาย (LAWFUL) หรืออนุญาต (PERMIT) ซึ่งตรงกันข้ามกับคำว่า “ฮะรอม” (HARAM) ซึ่งแปลว่าผิดกฎหมาย (UNLAWFUL) หรือต้องห้าม (PROHIBIT) สำหรับกรณีที่ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหาร คำว่า “อาหารฮาลาล” หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นสำหรับชาวมุสลิมบริโภค ซึ่งเป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม

2.4.1 บทบัญญัติทางศาสนาอิสลามที่เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

การผลิตและประกอบอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม มีหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติดังต่อไปนี้

2.4.1.1 การผลิตอาหารฮาลาล จะต้องแยกสถานที่ผลิตที่ไม่ปะปนกับการผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต และสถานที่เก็บรักษา

2.4.1.2 ขั้นตอนการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต การขนส่ง และการเก็บรักษา จะต้องมีการตรวจสอบอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม

2.4.1.3 ลักษณะอาหารที่ไม่นำมาเป็นอาหารฮาลาล

1) อาหารที่มาจากสัตว์ ได้แก่

- (1) หมู หมูป่า สุนัข งู ลิง
- (2) สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีเล็บ เช่น สิงโต เสือ หมี
- (3) สัตว์มีพิษหรือสัตว์นำโรค เช่น หนู ตะขาบ แมงป่อง
- (4) สัตว์ที่ไม่อนุญาตฆ่าตามหลักของศาสนาอิสลาม เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน
- (5) สัตว์ที่พิจารณาโดยทั่วไปแล้วเป็นสัตว์ที่น่ารังเกียจ เช่น เหา แมลงวัน หนอน และสัตว์อื่นๆที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน
- (6) สัตว์ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับลา
- (7) สัตว์ที่มีพิษและเป็นอันตรายทุกชนิด
- (8) สัตว์อื่นๆที่ไม่ได้เชือดตามหลักการของศาสนาอิสลาม

2) เลือดสัตว์

3) อาหารที่มาจากพืช ได้แก่ พืชที่มีพิษและเป็นอันตรายทุกชนิด

4) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หรือมีส่วนประกอบที่เป็นอันตรายหรือเป็นพิษ

2.4.1.4 วิธีการเชือดหรือการฆ่าสัตว์ ผู้ประกอบการเชือดสัตว์ ซึ่งเชือดสัตว์ตามบทบัญญัติศาสนาอิสลามต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

- 1) คนเชือดต้องเป็นมุสลิมและมีความรู้เกี่ยวกับการเชือดสัตว์ ตามหลักการของศาสนาอิสลาม
- 2) สัตว์ที่จะนำมาเชือดต้องเป็นสัตว์ที่หลักการของศาสนาอิสลาม กำหนดว่าเป็นสัตว์ที่เชือดได้
- 3) สัตว์ที่นำมาเชือดเป็นสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ หรือลงความเห็นว่ายังมีชีวิตในระหว่างที่กำลังเชือด
- 4) หัวของสัตว์จะต้องหันตรงไปยังกิบลัต (คือทิศที่ชาวมุสลิมจะต้องหันหน้าไปเมื่อทำพิธีละหมาด และเป็นที่ตั้งของกะบะห์ ในคัมภีร์อัลกุรอาน ซึ่งจะตรงกับทิศตะวันตก)
- 5) ต้องมีการกล่าวคำว่า "บิสมิลละห์" (ในนามของอัลเลาะห์) ระหว่างการเชือด

6) มีคที่ใช้เชื้อจะต้องคม และ ไม่มีการเอาออกกลางคันในระหว่างที่กำลังเชือด

7) การเชือดนั้นจะต้องให้หลอดลม หลอดอาหาร เส้นเลือดใหญ่ (โลหิตแดง)

และเส้นเลือดดำที่คอกหอยคัซซาด (ศรัณพร ชวนเกริกกุล. 2543 : 46-47)

2.4.2 ลักษณะตลาดและผู้บริโภคอาหารฮาลาล

การเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภคชาวมุสลิม โดยเฉพาะอาหารสำเร็จรูปจะให้ความสำคัญกับฉลากหรือหีบห่ออาหารว่ามีข้อความหรือเครื่องหมายใด แสดงให้ทราบว่า เป็นอาหารที่ถูกต้องตามหลักศาสนาหรือเป็นอาหารฮาลาล ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ของอาหารนั้นๆ โดยเครื่องหมายที่ใช้โดยทั่วไปมีหลายรูปแบบ ดังต่อไปนี้

1) เครื่องหมายรับรองฮาลาล ที่ออกให้โดยหน่วยงานหรือองค์กรศาสนาที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบ เป็นภาษาอาหรับหรือบางครั้งเป็นภาษาอังกฤษ ตามการออกเสียงในภาษาอาหรับว่า Halal โดยจะอยู่ในรูปแบบต่างๆ ขึ้นอยู่กับการกำหนดของหน่วยงานที่รับผิดชอบ แต่เป็นที่เข้าใจตรงกันว่าอาหารนั้นเป็นอาหารที่ชาวมุสลิมสามารถบริโภคได้

2) สัญลักษณ์ประเภทเนื้อสัตว์ต่างๆ เช่น เนื้อวัว เนื้อไก่ จะมีการใช้รูปวัว รูปไก่ บนฉลากหรือหีบห่อที่สามารถมองเห็นได้ชัดเพื่อสื่อสารถึงผู้บริโภค ส่วนอาหารที่ผลิตจากเนื้อสัตว์ต้องห้าม โดยเฉพาะ คือเนื้อสุกรหรือผลิตภัณฑ์จากเนื้อสุกร ก็ปรากฏว่ามีผู้ใช้รูปสุกรบนฉลากหรือหีบห่อเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบได้เช่นกัน

3) การใช้ถ้อยคำอธิบายเป็นภาษาอาหรับ ซึ่งมีความหมายว่าเป็นเนื้อสัตว์ที่สามารถบริโภคได้และผ่านกระบวนการเชือดและการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม

นอกจากนี้แล้วผู้บริโภคจะพิจารณาเลือกซื้ออาหาร โดยดูจากการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล โดยเฉพาะการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์จะต้องแยกผลิตภัณฑ์จากเนื้อสุกรไว้ต่างหาก ไม่ปะปนกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหารฮาลาล รวมทั้งเครื่องประกอบในการจำหน่าย เช่น เครื่องหัน เครื่องซัง ต้องแยกเครื่องมือเครื่องใช้เหล่านี้ออกจากกันไม่นำไปใช้ร่วมกัน

ทั้งนี้ความเคร่งครัดของแต่ละประเทศ เกี่ยวกับอาหารต้องห้าม ตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามจะแตกต่างกันในรายละเอียดปลีกย่อย กรณีประเทศซาอุดีอาระเบีย และคูเวต ห้ามนำเข้าอาหารต้องห้ามต่างๆ เช่น อาหารที่ทำจากเนื้อสุกร เครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ส่วนผสมของแอลกอฮอล์ รวมทั้งห้ามจำหน่ายค้าย ส่วนประเทศจอร์แดนและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์จะอนุญาตให้นำเข้าหรือจำหน่ายได้ แต่ต้องแยกไว้ต่างหากและต้องเขียนป้ายบอกให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้บริโภคทราบ เช่น ซุปเปอร์มาร์เก็ตอาจมีผลิตภัณฑ์จากเนื้อสุกรจำหน่ายสำหรับลูกค้าที่ไม่ใช่มุสลิม ส่วนการจำหน่ายหรือการซื้อเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ก็สามารถขออนุญาตได้เป็นกรณีๆ ไป

ประเทศไทยได้มีการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมาเป็นเวลานานแล้ว โดยในระยะเริ่มแรกจะเป็นการส่งสินค้าไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เป็นการค้าระหว่างกลุ่มผู้นำเข้า

กลุ่มเล็ก ๆ กับกลุ่มของผู้ส่งออกที่เป็นชาวไทยมุสลิม ซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้เปรียบและมีโอกาส เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้ในความเข้าใจในเรื่องข้อบังคับของศาสนาอิสลามเป็นอย่างดี

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยหลายชนิด เป็นที่ต้องการและได้รับการยอมรับจากประเทศมุสลิมหลายประเทศ ทั้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง ภูมิภาคอาเซียน และภูมิภาคอื่นๆ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทย ที่มีผู้นำเข้าไปจำหน่ายและแพร่หลายจนเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ได้แก่

- 1) อาหารแช่แข็งต่างๆ ได้แก่ ไก่สดแช่แข็ง อาหารทะเลแช่แข็ง เช่น กุ้ง ปู ปลา หอย และปลาหมึกแช่แข็ง
- 2) ผักสด เช่น ผักคะน้า ถั่วฝักยาว ถั่วลันเตา ข้าวโพดอ่อน
- 3) ผลไม้สด เช่น เงาะ มังคุด น้อยหน้า ละมุด
- 4) บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปได้แก่ ผลิตภัณฑ์บะหมี่ทั้งหมดซึ่งรวมถึงเส้นก๋วยเตี๋ยว เส้นจันท์
- 5) ผักแปรรูป ได้แก่ ผักกระป๋องทั่วไป เช่น หน่อไม้ฝรั่ง ถั่วงอก หน่อไม้ เห็ด ข้าวโพดฝักอ่อน
- 6) อาหารทะเลกระป๋อง ได้แก่ อาหารทะเลแปรรูปบรรจุกระป๋องทุกชนิด
- 7) ผลไม้กระป๋อง เช่น สับปะรดกระป๋อง เงาะกระป๋อง ลิ้นจี่กระป๋อง แห้ว ลูกตาล
- 8) น้ำผลไม้กระป๋อง เช่น น้ำมะพร้าวอ่อน น้ำลิ้นจี่ น้ำเงาะก๊วย
- 9) ซอสปรุงรสต่างๆ เช่น ซอสถั่วเหลือง น้ำมันหอย ซีอิ๊ว น้ำปลา รวมถึงน้ำจิ้ม
- 10) อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat Food) ซึ่งเป็นอาหารแช่แข็งที่อุ่นให้ร้อนด้วยเตาไมโครเวฟ เช่น ข้าวผัด ไก่ห่อใบเตย พะแนงไก่ ข้าวหมกไก่ ทอดมัน เป็นต้น (ศรัณพร ชวนเกริกกุล. 2543 : 47)

2.4.3 การตรวจรับรองฮาลาล

การรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยมีมาไม่น้อยกว่า 30 ปีแล้ว โดยในระยะแรกอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักจุฬาราชมนตรี ซึ่งเป็นองค์กรสูงสุดทางศาสนาอิสลามในประเทศไทยซึ่งการรับรองอาหารฮาลาลในขณะนั้น ยังเป็นลักษณะทำตามคำขอของผู้นำเข้า เฉพาะสินค้าแต่ละประเภทของแต่ละบริษัทเท่านั้น โดยเริ่มจากผู้ส่งออกมาติดต่อสำนักจุฬาราชมนตรี ขอให้ทำหน้าที่รับรองกำกับสินค้าที่ส่งออก ต่อมาได้มีการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของสำนักจุฬาราชมนตรีซึ่งเป็นรูปวงกลมมีภาษาอารบิกคำว่า "ฮาลาล" อยู่ตรงกลางกำกับอยู่บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารชนิดต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้นยังไม่เป็นมาตรฐานและไม่เป็นทางการ เนื่องจากในขณะนั้นการตรวจสอบและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลมีลักษณะเป็นงานบริการสังคม รูปแบบการบริหารและการจัดการยังเป็นแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย อาจให้ก่อให้เกิดอุปสรรคบ้างเป็นครั้งคราว ประกอบกับ

เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการตรวจสอบยังไม่ชัดเจน จึงมีผู้ผลิตที่แอบอ้างใช้คำว่า “ฮาลาล” ประทับลงบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหาร โดยที่กระบวนการผลิตต่างๆ ไม่ได้มีการปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎหรือบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม (ทรงชัย ไสเสวตวารี. 2540)

ต่อมาในปี 2539 กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ได้ออกแบบเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่มีรูปสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน มีคำว่า “ฮาลาล” ป็นภาษาอารบิกอยู่ภายใน และได้มอบเครื่องหมายรับรองฮาลาลนี้ให้กับสำนักจุฬาราชมนตรี และทำการประชาสัมพันธ์เครื่องหมายดังกล่าวจนเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ต่อมาได้มีการออกพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ขึ้น โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดให้การรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ของ 2 องค์กรคือ สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ซึ่งหมายถึงการรับรองฮาลาลได้มีองค์กรทางศาสนาอิสลามมีหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจนและเป็นทางการ มีเครื่องหมายรับรองที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้เป็นผลดีต่อทั้งผู้บริโภคชาวมุสลิมภายในประเทศและการส่งออกอาหารฮาลาลไทย โดยผู้นำเข้าในต่างประเทศจะมีความเชื่อถือและมั่นใจในผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยมากยิ่งขึ้น

โดยทั่วไปการรับรองฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจะเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเนื้อสัตว์ เช่น เนื้อวัว เนื้อไก่ ซึ่งผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์เหล่านี้จะต้องผ่านกระบวนการผลิตตามหลักการศาสนาอิสลาม เช่น การเชือด การทำความสะอาด เป็นต้น อย่างไรก็ตามการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลกำกับอยู่บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลทุกชนิด มีส่วนสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการขาย ตามหลักการศาสนาอิสลามได้จำแนกประเภทของอาหารไว้เป็นสองประเภทใหญ่ๆ คือ

ประเภทที่ 1 คืออาหารที่ไม่ฮาลาลในตัวเอง ส่วนใหญ่เป็นอาหารประเภทสัตว์ เช่น เนื้อวัว เนื้อไก่ เป็นต้น ซึ่งต้องผ่านกระบวนการทำให้อาหารนั้นฮาลาล ก่อนนำไปบริโภค คือผ่านการเชือด และการผลิตที่ถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม

ประเภทที่ 2 คืออาหารที่ฮาลาลในตัวเอง เป็นชนิดอาหารที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามและชาวมุสลิมสามารถบริโภคได้โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการทำให้อาหารนั้นฮาลาลแต่อย่างใด เช่น ผัก ผลไม้ ปลา อาหารทะเล เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามอาหารที่มีความฮาลาลในตัวเอง ถ้านำมาแปรรูปทำเป็นผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป จะต้องผ่านกระบวนการผลิตตามหลักการศาสนาอิสลามก่อน ทั้งนี้เนื่องจากจะต้องมีส่วนผสมอื่นๆ ในกระบวนการผลิต เช่น น้ำมัน เครื่องปรุงรส และส่วนประกอบอื่นๆ รวมอยู่ด้วย และอีกประการหนึ่งที่สำคัญคือ การทำความสะอาดด้วยวิธีการที่ถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลามดังนั้นการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล จะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจได้ว่ากรรมวิธีการผลิต มีความถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามซึ่งจะมีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค

2.4.4 นโยบายและการสนับสนุนของภาครัฐ

จะเห็นได้ว่าโอกาสที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลของไทยจะเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกนั้นมีอยู่สูงมาก แต่ปัจจุบันมาตรฐานฮาลาลมีการปรับให้สูงขึ้นและมีความเข้มงวดมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพสินค้า เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ ซึ่งในปัจจุบันอุปสรรคการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยยังมีในเรื่องของความไม่เชื่อมั่นของผู้บริโภค ในความเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลของไทย เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศนับถือศาสนาพุทธ ดังนั้นการที่จะทำให้อาหารฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก จึงต้องอาศัยความร่วมมือของทั้ง 3 ฝ่าย นั่นคือ

1) **องค์กรศาสนาอิสลาม** มีระบบการรับรองอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ ขณะนี้ประเทศไทยมีตราเครื่องหมายฮาลาลและมีสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นผู้ตรวจและออกใบรับรองอนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาล

2) **ผู้ประกอบการ** ต้องให้ความร่วมมือและซื่อตรงจริงจัง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับด้านการผลิตที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม มีคุณภาพมาตรฐานตามกำหนด ตลอดจนการใช้เครื่องหมายฮาลาล ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการฮาลาลบางแห่งยังคงใช้เครื่องหมายฮาลาลที่หมดอายุแล้วซึ่งส่งผลให้สินค้าจากประเทศไทยอาจไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3) **หน่วยงานของภาครัฐ** ให้การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างเต็มที่เพื่อสร้างให้เกิดการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของไทย ทั้งนี้ในส่วนของการทราฟฟิคซ์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้มีการพัฒนาและส่งเสริมการค้าฮาลาลมาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี 2537 ได้มีการออกแบบตราสัญลักษณ์เครื่องหมายฮาลาล และมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เครื่องหมายฮาลาลทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และมีการดำเนินการส่งเสริมการค้าฮาลาลใน 3 กิจกรรมหลัก คือ

3.1) กิจกรรมส่งเสริมการค้าฮาลาล

กิจกรรมในประเทศ ได้มีการจัดดูหาฮาลาลในงาน Thailand Food Fair ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี 2538 เป็นต้นมา และเริ่มมีการจัดงานแสดงสินค้าอาหารมุสลิมนานาชาติ (Thaimex) ในปี 2541 ซึ่งต่อมาได้รวมจัดไว้เป็นงาน Thailand International Food Exhibition & Thailand International Muslim Food Exhibition (Thaifex&thaimex) ในปี 2545 มีการจัดเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม - 3 มิถุนายน 2545 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ส่วนในครั้งต่อไปกำหนดจัดวันที่ 28 พฤษภาคม - 1 มิถุนายน 2546 ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งจะมีการจัดนิทรรศการอาหารทุกประเภทที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล

กิจกรรมในต่างประเทศ ในปี 2545 มีการจัดงาน Thailand Exhibition ในต่างประเทศรวม 9 ครั้ง เป็นการจัดในกลุ่มประเทศมุสลิม 4 ครั้ง คือ ในประเทศอินเดีย 3 ครั้ง

และประเทศสหรัฐอเมริกา 1 ครั้ง นอกจากนี้ได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศกลุ่มมุสลิม 2 ครั้งในประเทศอิหร่านและประเทศซาอุดีอาระเบีย

3.2) การพัฒนาและขยายตลาด มีการจัดคณะผู้แทนการค้าเพื่อขยายตลาดอาหารฮาลาลในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และเอเชียใต้

3.3) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล ได้มีการจัดสัมมนาให้ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจอาหารฮาลาลในตลาดต่างประเทศ เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2545 ณ จังหวัดปัตตานี (วารสารผู้ส่งออก "ประสานพลังส่งออกอาหารฮาลาล." 2545 :10-12)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาล

สุดาพร มะหะหมัด (2541: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทย : กรณีศึกษาอุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ ได้ทำการวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 3 ประเทศคือ ประเทศสหรัฐอเมริกา 1 ครั้ง ซาอุดีอาระเบีย และคูเวต ซึ่งได้ทำการศึกษาเฉพาะการนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง โดยจะเปรียบเทียบความสามารถในการได้ส่วนแบ่งตลาดเมื่อปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้ามีการเปลี่ยนแปลง โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อนในรูปกำลังสองน้อยที่สุด และเพื่อวิเคราะห์ความไม่มีเสถียรภาพของการส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปยัง 3 ประเทศ โดยการคำนวณดัชนีความไม่มีเสถียรภาพรวมทั้งเพื่อพยากรณ์ส่วนแบ่งตลาดไก่สดแช่แข็งของประเทศไทยใน 3 ตลาดจากแนวโน้มในอดีต ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งของทั้ง 3 ประเทศ พบว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็ง โดยแต่ละปัจจัยมีบทบาทแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งในประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เปรียบเทียบระหว่างการนำเข้าไก่สดแช่แข็งทั้ง 2 แหล่ง ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่ง รายได้ประชาชาติ ราคาเนื้อวัว และราคาเนื้อแกะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา นำเข้า รวมถึงรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศนี้ที่เปลี่ยนแปลงตามเวลา ส่วนตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปรียบเทียบของประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบระหว่างไก่สดแช่แข็งที่นำเข้าจากประเทศไทยและคู่แข่ง รายได้ประชาชาติของประเทศซาอุดีอาระเบีย ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ทดแทนเนื้อไก่ที่ซาอุดีอาระเบียนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศซาอุดีอาระเบียสำหรับในประเทศคูเวตปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์คือราคาเปรียบเทียบ รายได้ประชาชาติ ราคาเนื้อสัตว์อื่นที่

คูเวตนำเข้า และจำนวนประชากรของประเทศคูเวต รวมถึงตัวแปรหุ่นที่แสดงช่วงเวลาหลังสงครามอ่าวเปอร์เซีย

ถ้าผู้ส่งออกของไทยเข้าใจรูปแบบความต้องการ และสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามความต้องการของผู้นำเข้าใน 3 ประเทศได้ การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยก็จะสามารถมีส่วนแบ่งตลาดสูงกว่าคู่แข่งได้

นันทยา กัมพลานนท์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตลาดอุตสาหกรรมอาหารมุสลิมภายใต้เครื่องหมายฮาลาล เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานทางการตลาดในด้าน ตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมอาหารมุสลิม ภายใต้เครื่องหมายฮาลาล กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มผู้บริโภคนับจำนวน 422 ราย กลุ่มผู้ค้าปลีกจำนวน 129 ราย และกลุ่มผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล จำนวน 20 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและนักศึกษาที่เป็นชาวมุสลิม การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดใช้คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for window (Statistical Package For The Social Science for Windo)

ผลการศึกษาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคและผู้ค้าปลีก มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลายและไม่เพียงพอต่อความต้องการ พร้อมทั้งต้องการให้มีความสะอาดและปลอดภัยในการบริโภค และเครื่องหมายฮาลาลที่บรรจุภัณฑ์ต้องมีความชัดเจนและสังเกตเห็นได้ง่าย ส่วนผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การผลิตที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของศาสนาอย่างเคร่งครัด ด้านราคา ผู้ค้าปลีกและผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าในการตั้งราคาควรสอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีความต้องการให้เพิ่มสถานที่การจัดจำหน่ายโดยต้องการให้จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าปลีกมีความต้องการให้มีศูนย์กลางการกระจายสินค้า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามีเงื่อนไขแรกเข้าที่ผู้ประกอบการเข้าถึงได้ยาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภค ผู้ค้าปลีกและผู้ประกอบการ มีความเห็นสอดคล้องกันในด้านขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ปาริชาติ หะยีโย๊ะ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย : กรณีศึกษาอาหารฮาลาล เป็นการศึกษาลักษณะและความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยและสถานะอาหารฮาลาล รวมถึงปัญหาของอาหารฮาลาลของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยศึกษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าอาหารฮาลาลไทยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ พร้อมทั้งศึกษาลักษณะตลาดและส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยและคู่แข่ง

ในตลาดตะวันออกกลางจากกลุ่มประเทศที่มีบทบาททางเศรษฐกิจและศึกษาองค์กรที่ให้การรับรองตราฮาลาลของประเทศที่ได้รับการยอมรับจากตลาดผู้บริโภค เพื่อทราบถึงความสามารถในการแข่งขันอาหารฮาลาลไทย และคูแวนโน้ม โอกาสของประเทศไทยในการขยายการส่งออกสู่ตลาดดังกล่าว และเสนอแนะการแก้ไขปัญหา อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไทย

แนวคิดเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ(Reveal Comparative Advantage:RCA) เป็นการวัดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกอาหารฮาลาลได้ในระดับหนึ่ง โดยอาศัยหลักที่ว่า ถ้าประเทศใดสามารถผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งได้ในต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ประเทศนั้นก็ควรจะส่งสินค้านั้นๆ ในสัดส่วนที่สูงกว่าสัดส่วนเฉลี่ยของโลก ถ้า RCA ของสินค้าใดมีมากกว่า 1 ย่อมหมายถึงว่าประเทศนั้นมีความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบในสินค้านั้นๆ หากนำตัวเลขของประเทศนั้นๆ ไปเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศคู่แข่ง สามารถรู้ถึงขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ผลิตภายในประเทศ เปรียบเทียบกับผู้ผลิตในประเทศคู่แข่งได้ และใช้สัดส่วนในการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยและประเทศคู่แข่งในตลาดที่ต้องการศึกษา

ผลการคำนวณ RCA ของสินค้าอาหารฮาลาลไทย เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง คือ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ในช่วงปี 2520-2540 พบว่าประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า 1 ได้แก่ ประเทศไทย อินโดนีเซียบางช่วงปี ส่วนประเทศที่ไม่มีมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือ ประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียในบางช่วงปี แต่เมื่อพิจารณาพร้อมกับส่วนแบ่งตลาดของประเทศดังกล่าว ในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง คือกลุ่มความร่วมมืออาหรับในอ่าวอาหรับ ในหมวดสินค้าอาหาร 7 หมวด พบว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าคู่แข่ง 2 หมวด หรือ 28.57 เปอร์เซ็นต์ ส่วนอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าทั้ง 2 ประเทศ 1 หมวดหรือ 14.29 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่มาเลเซียมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าประเทศไทยและอินโดนีเซียถึง 4 หมวด หรือ 71.43 เปอร์เซ็นต์

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าถึงแม้ประเทศไทย จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงที่สุดแต่ส่วนแบ่งตลาดของสินค้าต่างๆ ในกลุ่มประเทศที่ศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นของประเทศไทยมาเลเซีย เนื่องจากตลาดดังกล่าวมีความต้องการสินค้าอาหารลักษณะเฉพาะ ก็ต้องมีกระบวนการผลิตตามหลักศาสนาอิสลามและมีเครื่องหมายฮาลาลรับรองจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ และเมื่อพิจารณาโอกาสที่ประเทศไทยจะพัฒนาและปรับปรุงสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก ให้ได้คุณภาพมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับตามความต้องการของตลาดมีความเป็นไปได้สูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาของอาหารฮาลาลไทย เพื่อให้สามารถครอบครองตลาดได้ โดยการจัดทำฐานข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับอาหารฮาลาล เผยแพร่ข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชนทราบ ปรับปรุงองค์กรหรือหน่วยงานที่ให้การรับรองเครื่องหมายฮาลาลให้มีความเป็นเอกภาพ และมีระบบการควบคุมการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรทั้ง

ของหน่วยงานของรัฐและผู้ประกอบการให้มีความรู้ในเรื่องอาหารฮาลาลพร้อมทั้งสร้างภาพพจน์ของสินค้าอาหารฮาลาลไทยให้ตลาดรู้จัก โดยการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จัดงานแสดงสินค้าอาหารฮาลาลไทย โดยมุ่งตลาดสำคัญๆ ก่อน เช่น ตลาดตะวันออกกลาง พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้นำเข้าในต่างประเทศให้มาเยี่ยมชมงาน เพื่อพบปะเจรจาการค้ากับผู้ส่งออกของไทย

พิทักษ์ ก่อเกียรติพิทักษ์ (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาล : กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี โดยศึกษาถึงศักยภาพด้านการผลิต ปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลของจังหวัดปัตตานี เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามที่เป็นแนวประเด็นการสัมภาษณ์ ผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษารั้งนี้ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลในจังหวัดปัตตานี จำนวน 8 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แบบพรรณาคความ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิค SWOT และการเปรียบเทียบเชิงบริบท

ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาลของจังหวัดปัตตานีอยู่ในระดับสูงโดยศักยภาพสูงใน 14 ด้านคือ วัตถุประสงค์ในท้องถิ่น วัตถุประสงค์ในประเทศ สถานการณ์และการจูงใจนักลงทุน แรงงานมุสลิม การคมนาคมขนส่ง เทคโนโลยีการผลิต โครงสร้างพื้นฐาน การตลาดและอุปสงค์ นโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ข้อตกลง IMT-GT ภาพลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และศาสนาอิสลาม การรับรองคุณภาพ โครงการความร่วมมือภายในประเทศ และมีศักยภาพในระดับปานกลาง 6 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่นและแรงจูงใจของนักลงทุน ด้านเงินทุนและสินเชื่อ ด้านระเบียบกฎหมาย ด้านกระบวนการตรวจสอบ ด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ คู่แข่งและโอกาสการแข่งขัน

อดิสรา จันทร์ขาว (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง : กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋องเป็นการวิเคราะห์การส่งออกอาหารฮาลาลของไทย โดยทำศึกษาเฉพาะการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปยังประเทศผู้นำเข้าในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง 3 ประเทศ คือ ประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และจอร์แดน เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารฮาลาลกรณีอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งของไทย โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงซ้อน และประมาณค่าโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยกรณีอาหารทะเลกระป๋อง ในประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ โดยใช้แบบจำลอง Constant Market Share –CMS รวมทั้งได้ทำการพยากรณ์แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดในประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ โดยใช้วิธี Time Trend Estimation

สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบ และการพยากรณ์แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดได้ ใช้ข้อมูลทศนิยมในอดีตเป็นรายปี ระหว่างปี 2525-2541

ส่วนการศึกษาการขยายตัวของ การส่งออกใช้ข้อมูล 2 ช่วง ระหว่างปี 2533-2536 และ 2537-2540

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์เปรียบเทียบการนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทย และประเทศคู่แข่งชั้นนำของไทยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งชั้นนำ ได้แก่ ราคาเปรียบเทียบ รายได้ประชาชาติของประเทศผู้นำเข้า จำนวนประชากรของประเทศผู้นำเข้า และแนวโน้มการนำเข้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของเวลา โดยปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นมีผลกระทบต่อ การนำเข้าอาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งชั้นนำของไทยเช่นเดียวกันในทั้ง 3 ประเทศ เช่นเดียวกัน กล่าวคือ อาหารทะเลกระป๋องจากประเทศไทยและประเทศคู่แข่งชั้นนำไม่สามารถทดแทนกันได้ และประเทศไทยจะได้เปรียบ โดยมี ส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าประเทศคู่แข่งชั้นนำ ในกรณีที่ทั้ง 3 ประเทศมีรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น และผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคอาหารทะเลกระป๋องเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาเปลี่ยนไป

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในประเทศผู้นำเข้าทั้ง 3 ประเทศ โดยแยกพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยในประเทศซาอุดีอาระเบีย มากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง รองลงมาได้แก่ อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของโลกไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย และการปรับการส่งออกถูกทิศทางตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของ ไทย ในประเทศสหรัฐอเมริกาอันดับมากที่สุดได้แก่ อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของโลกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาอันดับรองลงมาได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง และการปรับการส่งออกถูกทิศทาง ตามลำดับ สำหรับในประเทศจอร์แดน ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของ การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยมากที่สุด ได้แก่ อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของโลกไปยังประเทศจอร์แดน ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงและการปรับการส่งออกผิดทิศทาง ทำให้การขยายตัวของ การส่งออกไปยังประเทศจอร์แดนลดลง

ในส่วนของการพยากรณ์แนวโน้มส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทย ในประเทศผู้นำเข้า 3 ประเทศที่ทำการศึกษา พบว่าส่วนแบ่งตลาดอาหารทะเลกระป๋องของ ไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการพยากรณ์ คือในช่วงปี 2542-2546

จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยมีโอกาสและมีแนวโน้มที่ดี ในการส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปยังประเทศซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอเมริกา และ จอร์แดน แต่ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของ การส่งออกพบว่า ความสามารถ

ในการแข่งขันส่งผลต่อการขยายตัวของการส่งออกค่อนข้างน้อยในประเทศสหรัฐอเมริกาอิมิเรตส์ และทำให้การขยายตัวของการส่งออกลดลง ในประเทศจอร์แดนดังนั้นจึงควรเพิ่มความสามารถในการแข่งขันใน 2 ประเทศนี้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลายและแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง

2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการดำเนินงานของอุตสาหกรรม

ธิดารัตน์ ศิริพันธุ์พานิชย์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ดำเนินงานในลักษณะกิจการเจ้าของคนเดียวและได้ดำเนินธุรกิจผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ มาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1-5 ปี ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ทุกรายจะได้รับเครื่องหมาย อย. จากกระทรวงสาธารณสุข โดยผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่จะมีใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน

การดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ นั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะให้ความสำคัญในการการผลิต การตลาด การจัดการ และการเงิน ตามลำดับ

ในการผลิต ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ด้านกรรมวิธีและเทคนิคที่ใช้ในการผลิต คือการกรองน้ำและการใช้หลอดราไวโอเลต กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและการออกแบบโรงงานนั้น ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ส่วนใหญ่จะเลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบ และห่างไกลจากแหล่งปฏิภูด กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้นั้นเนื่องจากโรงงานผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์โดยส่วนใหญ่มีขนาดเล็กจึงมีจำนวนคนงานน้อยกว่า 10 คน

ในการตลาด ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ให้ความสำคัญในส่วนประสานด้านการตลาดคือในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยในด้านผลิตภัณฑ์นั้นให้ความสำคัญในด้านความสะอาดของน้ำและภาชนะบรรจุมากที่สุด การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับต้นทุนของสินค้า การจำหน่ายน้ำดื่มจะจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง การส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์มากกว่าด้านอื่น

ในการจัดการ ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์จะให้ความสำคัญในการวางแผน การควบคุม การสั่งการ การจัดคนเข้าทำงานและการจัดองค์กร ตามลำดับ โดยในการวางแผนนั้นใช้ปัจจัยภายใน ได้แก่ เงินทุนและกำลังการผลิต ส่วนปัจจัยภายนอกที่ใช้ได้แก่ คู่แข่งขันและลูกค้า และสภาพเศรษฐกิจ ด้านการควบคุมส่วนใหญ่จะจัดให้มีการควบคุมและประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยผู้บริหาร พนักงานจะรายงานผลการปฏิบัติการทุกวันทำการ การสั่งการจะใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานคือ การให้สวัสดิการต่าง ๆ การให้ความมั่นคงในการทำงานและการให้การยกย่องและยอมรับ การจัดคนเข้าทำงานส่วนใหญ่พิจารณาจากความสามารถและความชำนาญของบุคลากรมากกว่าด้านอื่น ๆ ส่วนการจัดองค์กรนั้นจะจัดให้มีแผนกผลิตและแผนกขายเป็นส่วนใหญ่

ในด้านการเงิน ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธรมีการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุน โดยมีเงินลงทุนเริ่มแรกอยู่ในช่วง 100,001-500,000 บาท และมีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการดำเนินงานในรอบระยะเวลา 1 เดือนอยู่ในช่วง 10,001-50,000 บาท ซึ่งการจัดหาเงินทุนนั้นผู้ผลิตน้ำดื่มโดยส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนส่วนตัวในการดำเนินงาน ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธรมีส่วนใหญ่มียอดขายโดยเฉลี่ยต่อเดือนในระดับต่ำกว่าระดับ 50,000 บาท และมีอัตรากำไรสุทธิตั้งระหว่าง 4-6% และ 10-12% การขายสินค้ามีทั้งการขายสดและการขายเชื่อ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธรมองมีความสำคัญเป็นอันดับ 1 คือปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ ต้นทุนการผลิตและการขาดแคลนแรงงาน รองลงมาคือปัญหาด้านการเงิน ได้แก่ การจัดหาเงินทุนหมุนเวียน การจัดหาเงินทุน รายได้และยอดขายของกิจการ อัตรากำไรสุทธิ (กำไรสุทธิ) ที่ได้รับ ต้นทุนของดอกเบี้ย การชำระหนี้ของลูกหนี้ ปัญหาด้านการจัดการ ได้แก่ ความชำนาญของบุคลากรและการควบคุมดูแล และปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ การแข่งขันทางการตลาด

สมิทร เตชะสุขสันต์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จดทะเบียนธุรกิจเป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด และได้ทำธุรกิจกล้วยไม้มาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 11-30 ปี รายได้ต่อปีของธุรกิจมีจำนวนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้ดำเนินธุรกิจกล้วยไม้แต่เพียงอย่างเดียว รายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายผลิตภัณฑ์กล้วยไม้ในเขตเชียงใหม่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์กล้วยไม้ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของต้นกล้วยไม้ และกิ่งกล้วยไม้ ธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะมีพนักงานประจำตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป

ในการศึกษาด้านการจัดการ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในส่วนของ การจัดการสรรคนเข้าทำงาน การวางแผน การควบคุม การจ้องค์กร และการสั่งการ ตามลำดับ

สำหรับการคัดเลือกคนเข้าทำงาน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะคำนึงถึง ประสบการณ์ อายุ และความสามารถในการปฏิบัติงานมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ปัจจัยดังกล่าวนี้เป็นพื้นฐานสำคัญที่จะพิจารณากำหนดอัตรากำจ้างและเงินเดือนของลูกจ้าง นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ยังได้มีการวางแผนงาน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแผนลักษณะ 1-3 ปี โดยจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนก่อนที่จะมีการจัดทำแผนงานขึ้นมา

สำหรับด้านการควบคุม ผู้จัดการจะเป็นผู้พิจารณาควบคุมผลการปฏิบัติงาน สำหรับผลของการปฏิบัติงานจะถูกประเมินเปรียบเทียบกับแผนการปฏิบัติงานที่วางไว้ล่วงหน้า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการควบคุมปฏิบัติงานคือ คุณภาพของงานและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการทำงาน

การสื่อสารในองค์กร จะเป็นแบบบน-ล่าง และ แบบล่าง-บน ซึ่งเป็นวิธีการส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ ในขณะเดียวกัน ผู้ได้บังคับบัญชาจะต้องเสนอรายงานประจำวันและประจำเดือนอีกด้วย

ในการจัดองค์กร จะมีการกำหนดระเบียบแนวทางการปฏิบัติงาน และการจัดสรรงานสำหรับขอบเขตความรับผิดชอบจะขึ้นอยู่กับหน้าที่ของแต่ละบุคคล ธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะมีการจัดแบ่งแผนกโดยมีแผนการตลาด และการผลิตอยู่ในองค์กร ธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะมีการแบ่งอำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานเป็นสามขั้น โดยแบ่งเป็นระดับเจ้าของ ผู้จัดการ และผู้บังคับบัญชา

ในส่วนของการตลาด กล้วยไม้สกุลแวนด้าและหวายเป็นสกุลที่จำหน่ายได้มากที่สุด ผลผลิตกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะของต้นกล้วยไม้และต้นกล้า สำหรับคุณภาพของสินค้าจะมีการรับประกันคุณภาพของสินค้า ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการจะมีการพัฒนาสายพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ๆเอง คุณภาพของต้นกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะถูกแบ่งเกรดตามขนาดของดอก

ปัจจัยสำคัญต่อการตั้งราคาสินค้าได้แก่ ฤดูกาลที่จำหน่าย ต้นทุน คู่แข่งขัน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด กลยุทธ์การตั้งราคา จะพิจารณาจากต้นทุนของการผลิตราคาของสินค้าส่วนใหญ่จะตั้งราคาสูงก่อนและค่อยปรับลดลงภายหลัง

ข้อมูลทางการเงินจะถูกบันทึกลงในสมุดบัญชี ธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะใช้เงินลงทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้น เงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจมีตั้งแต่ 10-20 ล้านบาทต่อปี เงินลงทุนขั้นต่ำจะอยู่ในช่วง 1-2 ล้านบาท ปัจจัยที่มีความสำคัญในการพิจารณากู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ผลกำไรก่อนหักภาษีส่วนใหญ่ทำได้อยู่ที่ 20-30 ของต้นทุน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการผลิตในส่วนของต้นกล้วยไม้ และต้นกล้า ผลผลิตกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจกล้วยไม้ผลิตเอง แผนการผลิตส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทำธุรกิจของกล้วยไม้ ปริมาณการผลิตจะพิจารณาจากความต้องการของตลาดในแต่ละเดือน

ปัญหาของธุรกิจกล้วยไม้ส่วนใหญ่ได้แก่ ปัญหาด้านการเงิน การจัดการ การผลิต และการตลาด เรียงตามลำดับ

ปัญหาทางด้านการเงินส่วนใหญ่ คือปัญหาในด้านของการขาดทุนหมุนเวียน และระยะเวลาในการชำระหนี้ ปัญหาในด้านการจัดการส่วนใหญ่เป็นปัญหาในด้านของการขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ การวางแผน การสั่งการ การประสานงาน การติดต่อสื่อสาร การควบคุมและระบบการดำเนินงาน ตามลำดับ ปัญหาในด้านของการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาในด้านของต้นทุนที่สูง ทั้งในส่วนของวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงาน คุณภาพที่ต่ำของต้นกล้า และต้นกล้าไม่ได้นขนาด ปัญหาในด้านการตลาดส่วนใหญ่ คือปัญหาในด้านต้นทุนการผลิต การโฆษณา คุณภาพของสินค้า และพนักงานขายมากกว่าปัญหาอื่นๆ เรียงตามลำดับ

พงศกร ทวีสุข (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การดำเนินงานของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. การประกอบอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง ส่วนใหญ่เปิดดำเนินงานมาแล้วประมาณ 1-3 ปี มีลักษณะการประกอบการแบบเจ้าของคนเดียว ส่วนใหญ่เป็น โรงงานที่มีพื้นที่ประมาณ 500-1,000 ตารางเมตร ในช่วงนอกฤดูการผลิต และในฤดูการผลิต มีจำนวนพนักงานประจำสำนักงาน ไม่เกิน 5 คน และลูกจ้างในโรงงานไม่เกิน 25 คน

2. การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้าน การจัดการ การผลิต การเงินและการบัญชี และการตลาด พบว่า

ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจ เป็นแผน ระยะสั้น (1-3 ปี) โดยมีการกำหนดนโยบาย เป้าหมายของกิจการในอนาคต รวมทั้งมีการ กำหนดการใช้วัตถุดิบ (ลำไย) และอุปกรณ์เครื่องจักร ปัจจัยภายในที่ใช้กำหนดแผนงาน ได้แก่ เงินทุนและกำลังการผลิต ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปริมาณวัตถุดิบตามฤดูกาล และความต้องการของ ตลาด โดยมีการทบทวนปรับปรุงแผนงานเป็นระยะ ๆ ทุกสัปดาห์

การจัดองค์การ พบว่าส่วนใหญ่มีการแบ่งแผนกงานประกอบด้วย แผนกการผลิต แผนกบัญชีและการเงิน และแผนกการตลาด ไม่มีการจัดทำเอกสารคำบรรยายลักษณะงาน มีการ กระจายอำนาจ ความรับผิดชอบไปยังแผนกงานต่าง ๆ ใช้วิธีมอบหมายอำนาจหน้าที่ ความ รับผิดชอบให้แก่พนักงาน/ลูกจ้าง ด้วยวาจา

การจัดบุคลากรเข้าทำงาน พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มาจากการบอกต่อชักชวนกันมา โดยรับสมัครตั้งแต่ก่อนฤดูการผลิต จนถึงฤดูการผลิต ส่วนใหญ่กำหนดเกณฑ์การคัดเลือก โดย พิจารณาจากเพศ อายุ และประสบการณ์ของผู้สมัคร และเห็นว่าความขยันอดทนและความซื่อสัตย์ เป็นคุณสมบัติจำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่มีการประเมินผลการปฏิบัติงาน โดยพิจารณา จากความสามารถในงานที่ได้รับมอบหมายและใช้ผลการประเมินดังกล่าว เพื่อพิจารณามอบหมาย งานต่อไป มีการฝึกอบรมระหว่างการทำงาน การจ่ายค่าจ้างส่วนใหญ่เป็นค่าจ้างรายวัน มีการจัดสวัสดิการด้านที่พักอาศัยและอาหารกลางวันให้แก่พนักงาน/ลูกจ้าง

การสั่งการ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตย และนิยม สั่งการในลักษณะผสมผสานคือ ทั้งมีและไม่มีการซักถามจากพนักงาน โดยเห็นว่าความสนใจ ของพนักงาน/ลูกจ้างขณะสั่งการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสั่งการมีประสิทธิภาพ และส่วน ใหญ่ใช้การเพิ่มค่าล่วงเวลาเป็นปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงาน

การควบคุม พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการจัดตั้งมาตรฐานในการควบคุมตาม คุณภาพงาน ปริมาณงาน ตามลำดับ และเพื่อให้การผลิตลำไยอบแห้งประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่ นำเทคนิคควบคุมการผลิตมาใช้ โดยมีการปรับปรุงและใช้เครื่องจักรทันสมัยช่วยในการผลิต และมี การศึกษาเทคนิคการอบแห้งลำไยจากนักวิชาการและเอกสารวิชาการอยู่เสมอ

ด้านการผลิต พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอัตราการผลิตสูงสุดต่อปีน้อยกว่า 250,000 กิโลกรัม และส่วนมากผลิตลำไยอบแห้งแบบอบทั้งเปลือกโดยใช้วัตถุดิบลำไยสดที่รับซื้อมาจากแหล่งปลูกทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ส่วนมากรับซื้อในขนาด AA และขนาด A และกว่าครึ่งหนึ่งรับซื้อลำไยอบแห้งเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตด้วย โดยซื้อในขนาด AA และขนาด A ในระหว่างการผลิต ส่วนใหญ่มีการสุ่มตรวจคุณภาพสินค้าลำไยอบแห้งเป็นประจำตลอดระยะเวลาการผลิต

ด้านการเงินและการบัญชี พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังใช้สมุดบันทึกข้อมูลด้านบัญชีและการเงิน ผู้จัดทำบัญชีคือเจ้าของกิจการหรือพนักงานบัญชีและการเงิน เงินทุนและแหล่งเงินทุน ส่วนใหญ่เป็นของเจ้าของกิจการ ส่วนการชำระค่าวัตถุดิบพบว่า ส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด และกำหนดให้ลูกค้าชำระค่าสินค้าทันทีที่รับสินค้าด้วยเงินสดหรือเช็ค กิจการส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สูญทางการค้า มีปริมาณเงินสดหมุนเวียนเป็นค่าวัตถุดิบวันละ 100,000-300,000 บาท นอกจากนี้พบว่าส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน เป็นหนี้เงินกู้ระยะสั้น และหนี้เบิกเกินบัญชี

ด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการทุกราย มีการคิดเกรดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่จำหน่ายเป็นเกรด AA, A, B และ C มีการจำหน่ายลำไยอบแห้งทั้งแบบอบทั้งเปลือก และแบบแกะเปลือก ในการตั้งราคาส่วนใหญ่ตั้งราคาตามผู้นำตลาด ใช้วิธีจัดจำหน่ายสินค้าโดยใช้ช่องทางจากผู้ผลิต ไปยังผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์ให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด มีตลาดรับซื้อต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่วนที่จำหน่ายในประเทศพบว่ามีพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกมารับซื้อ ไปจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง

3. ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้ง โดยรวมพบว่า มีปัญหาในระดับน้อย ทั้งด้านการจัดการ การผลิต และการตลาด ส่วนปัญหาด้านการเงินและการบัญชีมีปัญหในระดับน้อยที่สุด แต่ในรายละเอียดพบว่า ปัญหาด้านการจัดการมีปัญหาระดับมากในเรื่องการวางแผน เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจไม่แน่นอน ทำให้คาดการณ์ล่วงหน้าได้ลำบาก และปัญหาด้านการจัดบุคลากรเข้าทำงาน ในเรื่องพนักงาน/ลูกจ้าง ไม่มีประสิทธิภาพและความชำนาญ ทำให้เสียเวลาในการฝึกหัด และปัญหาด้านการตลาดมีปัญหาระดับมากในเรื่องคู่แข่งข้นมีจำนวนมาก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Reserch) เพื่อศึกษาถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยกำหนดรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การกำหนดค่าตัวแปร
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาจากประชากรโรงงานผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลทั่วประเทศ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 27 ราย (ที่มา:รายชื่อโรงงานที่ได้รับการรับรองฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ว่าเพียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากร คือ 25 ราย ซึ่งได้จากการใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ. 2542 : 5) คือ

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา

N = จำนวนประชากรในการศึกษาจำนวน 27 ราย

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง โดยการวิจัยซึ่งกำหนดที่ร้อยละ 5

จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane เมื่อแทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = 27 / (1 + 27 \times (0.05)^2) = 25 \text{ ราย}$$

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่จัดส่งทางไปรษณีย์ (By Mail Method) ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารระดับสูงหรือผู้จัดการ โรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากล โดยจะมีทั้งคำถามแบบปลายปิดที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบและคำถามแบบปลายเปิดที่ให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ รายงานประจำปี เอกสารประกอบการฝึกอบรม สัมมนา ข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากล และข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งได้แก่ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการอิสลามจังหวัดสงขลา

2. สร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาจากแบบสอบถามของผู้วิจัยท่านอื่นๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้อง แล้วนำบางส่วนของแบบสอบถามมาปรับปรุง ประยุกต์ให้มีความเหมาะสมกับงานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งงานวิจัยที่นำมาศึกษาและเป็นต้นแบบในการสร้างและปรับปรุงแบบสอบถาม ได้มาจากการวิจัยของ พงศกร ทวีสุข เรื่อง “การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงใหม่”

3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม และผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแนะนำ เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้มีความเหมาะสมสำหรับการวิจัย

ลักษณะแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้ (รายละเอียดดังแสดงในภาคผนวก)

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และข้อมูลขององค์กร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่ตั้งโรงงาน และการได้รับเครื่องหมายรับรองในด้านต่างๆ ของโรงงาน และแบบสอบถามที่เกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการผลิต ซึ่งได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลในประเทศไทย ในด้านต่างๆ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert's Rating Scale) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 117) แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระดับคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็นของปัญหา	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
ปัญหามากที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 5 คะแนน
ปัญหามาก	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 4 คะแนน
ปัญหาปานน้อย	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 3 คะแนน
ปัญหาน้อยที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 2 คะแนน
ไม่มีปัญหา	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 1 คะแนน

แบบสอบถามปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมาย
ฮาลาลในประเทศไทย ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการผลิต ประกอบด้วย
 - การวางแผนการผลิต
 - การปฏิบัติการผลิต
 - การควบคุมการผลิต
 - การควบคุมสินค้าคงคลัง
2. ด้านการตลาด ประกอบด้วย
 - ผลิตภัณฑ์
 - ราคา
 - การจัดจำหน่าย
 - การส่งเสริมการตลาด
3. ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย
 - สภาพทางเศรษฐกิจ
 - สังคมและวัฒนธรรม
 - กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล
 - เทคโนโลยี

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ควรจะมีการปรับปรุง
และพัฒนาเพิ่มเติมจากที่เป็นอยู่ เพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ
ปลายเปิด (Open - End Question)

3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแล้วนำเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมตรวจสอบและแนะนำ เพื่อการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

3.3.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความถูกต้องเหมาะสมของการใช้ภาษาในเชิงวิจัย โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 6 ท่าน ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1. ดร.จันทน์ จิ่งธีรพานิช	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการ จัดการงานคอมพิวเตอร์และ วิศวกรรม	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และ บริหารธุรกิจ
2. ผศ.ดร. อาริต ธรรมโน	อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. รศ.ดร. วิสิฐ จະวะสิต	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัย โภชนาการ	มหาวิทยาลัยมหิดล
4. คุณสุสดี มุหะหมัด	หัวหน้าศูนย์เครื่องมือกลาง (คณะกรรมการอิสลาม ประจำจังหวัดสงขลา)	คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขต หาดใหญ่
5. คุณบุญเสริม นักร	ผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ	บริษัทโซติวัฒน์อุตสาหกรรม การผลิต จำกัด
6. คุณบุญรัตน์ วันสุกสี	หัวหน้าส่วนการผลิต	บริษัทแปซิฟิกมารีนฟู๊ดส์ โปรดักส์ จำกัด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการจัดส่งแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากการ

ดำเนินงานในด้านต่างๆ ให้กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ซึ่งขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิดังนี้

3.4.1.1 รวบรวมจำนวน รายชื่อ และสถานที่ตั้งของโรงงานผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จากรายชื่อโรงงานที่ได้รับการรับรองฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2545

3.4.1.2 ขอนหนังสือจากหน่วยงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงผู้บริหารของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย เพื่อขออนุญาตสอบถามข้อมูล

3.4.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว พร้อมหนังสือขออนุญาตสอบถามข้อมูล ส่งทางไปรษณีย์ไปยังสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลทุกรายทั่วประเทศ

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากเอกสาร ตำรา ผลงานการวิจัย วารสาร บทความ สื่อสิ่งพิมพ์ รายงานทางวิชาการ รายงานประจำปี เอกสารการสัมมนา และข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบของเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

3.5 การกำหนดค่าของตัวแปร

ในส่วนของแบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลบรรจุกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในด้านต่างๆ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าของตัวแปรแบบมาตรวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert's Rating Scale) โดยแบ่งระดับปัญหาเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญธรรม กิจปริคาบวิสุทธิ. 2535 : 70-71)

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปัญหามากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปัญหามาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปัญหาปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปัญหาน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปัญหาน้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับลิเคิร์ตสเกลที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับจะใช้เกณฑ์ดังนี้ (สมศรี วงศ์รัตน. 2541 : 74)

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 0.000-0.999 หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 1.000 ขึ้นไป หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลมาก

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.6.1 ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และจำนวนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา

3.6.2 นำแบบสอบถามที่มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ และแปลผล

โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ

3.7.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งได้แก่

3.7.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลของแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.1)$$

3.7.1.2 ฐานนิยม (Mode) ใช้ในการหาค่าความถี่สูงสุดของแบบสอบถามในตอนที่ 1 ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

3.7.1.3 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้สำหรับแบบสอบถามในตอนที่ 2 ที่เกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ด้านการตลาด และปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก โดยใช้สูตรสำหรับข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน (Group data) (พวงรัตน์ ทีวีรัตน์. 2543 :137-142)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \quad (3.2)$$

เมื่อ \bar{X} หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง

n หมายถึง จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

X หมายถึง คะแนนของแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

3.7.1.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ย ในแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนน โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 :143)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.3)$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	ค่าของข้อมูลแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3.7.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ซึ่งได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน มีผลต่อปัญหาในการดำเนินงานด้านต่างๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการตลาด และปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.7.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - Way ANOVA)ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) คือ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ ปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล และวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One - Way ANOVA (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 :168-172)

$$\begin{aligned} \text{สมมุติฐาน} \quad H_0 &: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k \\ H_1 &: \text{อย่างน้อยค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มแตกต่างกัน} \end{aligned}$$

สูตรที่ใช้ในการคำนวณค่า F-ratio

$$F = \frac{S_b^2}{S_w^2} \quad (3.4)$$

$$S_T^2 = \frac{SS_T}{df_T} = \frac{\sum \sum X^2 - C}{df_T} \quad (3.5)$$

$$S_b^2 = \frac{SS_b}{df_b} = \frac{T_{j/n_j}^2 - C}{df_b} \quad (3.6)$$

$$S_w^2 = \frac{SS_w}{df_w} = \frac{SS_T - SS_b}{df_w} \quad (3.7)$$

เมื่อ

F คือ อัตราส่วนระหว่างความแปรปรวนระหว่างกลุ่มกับความแปรปรวนภายในกลุ่ม

C = T^2/N เรียกว่า Correction term หาได้โดยนำคะแนนแต่ละตัวมารวมกัน ยกกำลังสองแล้วหารด้วยจำนวนคะแนนทั้งหมด

SS_T มาจากคำว่า Sum square total

SS_b มาจากคำว่า Sum square between group

SS_w มาจากคำว่า Sum square within groups

S_b^2 หมายถึง ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Variance between group)

S_w^2 หมายถึง ความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Variance within groups)

$\sum \sum X^2$ หมายถึง ผลรวมกำลังสองของคะแนนแต่ละตัว

T_j^2 หมายถึง กำลังสองของผลรวมของคะแนนแต่ละกลุ่มในแนวคอลัมน์

n_j หมายถึง จำนวนสมาชิกในกลุ่ม

df_T หมายถึง องศาแห่งความเป็นอิสระของคะแนน N จำนวน ซึ่งมีค่า = N-1

df_b หมายถึง องศาแห่งความเป็นอิสระของจำนวนกลุ่ม ซึ่งมีค่า = k-1

df_w หมายถึง องศาแห่งความเป็นอิสระของคะแนน N จำนวน ซึ่งมีค่า = N-1

เปรียบเทียบค่า F ที่ได้จากการคำนวณกับค่า F ที่ได้จากตารางที่ $df = (k-1)(N-k)$ เมื่อ กำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05

ถ้าค่า F คำนวณมากกว่าค่า F ที่ได้จากตาราง ที่ระดับนัยสำคัญ α จะปฏิเสธสมมุติฐาน H_0 และยอมรับสมมุติฐาน H_1 นั่นคือมีค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างบางตัวแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างอื่น

แสดงว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน มีผลต่อตัวแปรตามคือ ปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋อง ภายใต้เครื่องหมายฮาลาล และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.7.2.2 การเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Least-Significant Different (LSD) วิธี

Least-Significant Different (LSD) นิยมใช้ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ละคู่ หลังจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และให้ผลว่ามีค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน หรือยอมรับสมมติฐาน H_1 แต่เนื่องจากการทดสอบด้วย One-Way ANOVA จะไม่ทราบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใดที่ต่างกัน จึงดำเนินการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยมีขั้นตอนดังนี้ (กัลยา วานิชย์ บัญชา. 2540 :161)

ขั้นที่ 1 ทำการทดสอบสมมติฐาน $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$ ถ้าปฏิเสธ H_0 จึงดำเนินการขั้นที่ 2

ขั้นที่ 2 กำหนด LSD เพื่อเปรียบเทียบผลต่างระหว่าง μ_i และ μ_j โดยกำหนดนัยสำคัญ = α

$$LSD = t_{1-\alpha/2, (n-k)} \sqrt{MSE [(1/n_i) + (1/n_j)]} \quad \text{โดยที่ } n = \sum_{i=1}^k n_i \quad (3.8)$$

ถ้า $n_i = n_j$ จะทำให้

$$LSD = t_{1-\alpha/2, (n-k)} \sqrt{2 MSE / n_i} \quad (3.9)$$

ขั้นที่ 3 กำหนดหา $|\bar{X}_i - \bar{X}_j|$ ทุกค่า $i \neq j : i, j = 1, 2, 3, \dots, k$

ขั้นที่ 4 ถ้า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j| \geq LSD$ นั่นคือ μ_i แตกต่างจาก μ_j
เมื่อ MSE คือ Mean Square for Error

$t_{1-\alpha/2, (n-k)}$ คือ ค่า t ที่ได้จากค่า $df = n - k$ ที่เปิดจากตารางค่าวิกฤต ของการแจกแจงแบบที่ ชนิด two-tail test เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ α เท่ากับ 0.05

โดยจะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เมื่อค่า p ที่โปรแกรมคำนวณได้มีค่าน้อยกว่า α คือ เท่ากับ 0.05 (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543 : 201)

ในการวิจัยครั้งนี้นอกจากจะทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ One - Way ANOVA แล้ว ยังสามารถทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง (Two - Way ANOVA) ได้อีกด้วย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์หาปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวว่าส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ เช่น ศึกษาว่าผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนและประเภทของระบบในการผลิตต่างกันจะมีปัญหา ด้านการผลิตต่างกันหรือไม่ อย่างไร หรือผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนและระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีปัญหาด้านการตลาดต่างกันหรือไม่ อย่างไร เป็นต้น

แต่ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่อย่างไร ในลักษณะแบบหนึ่งต่อหนึ่งเท่านั้น โดยไม่ได้ศึกษาปฏิสัมพันธ์ร่วมของตัวแปรอิสระ เนื่องจากข้อจำกัดในด้านของระยะเวลาในการวิจัย จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีน้อยเพียงแค่ 25 ราย อีกทั้งการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวจะแปลผลได้ง่ายและชัดเจนกว่า (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. 2535 : 298)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการผลิตจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับระดับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานในด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก โดยผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลทั่วประเทศ จำนวน 25 ราย (จากการคำนวณโดยใช้หลักเกณฑ์ของ Yamane) ได้รับความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 92 ของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้คือ

4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปขององค์กร และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่ตั้งโรงงาน เครื่องหมายรับรองในด้านต่างๆ ที่โรงงานได้รับ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน

4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

4.3 ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมุติฐาน เป็นผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการผลิต ซึ่งประกอบด้วย ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน ที่มีต่อระดับปัญหาในการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

4.4 ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด ซึ่งเป็นความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆ ที่เกิดจากการดำเนินงานในแต่ละด้าน ที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยประสบอยู่ และต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไข

4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล และลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร และข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่ตั้งโรงงาน เครื่องหมายรับรองในด้านต่างๆที่โรงงานได้รับ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
1. เพศ		
ชาย	16	69.6
หญิง	7	30.4
รวม	23	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	2	8.7
ระหว่าง 30-40 ปี	15	65.2
ระหว่าง 41-50 ปี	5	21.7
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	1	4.3
รวม	23	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1	4.3
ปริญญาตรี	16	69.6
ปริญญาโท	6	26.1
สูงกว่าปริญญาโท	-	-
รวม	23	100.0
4. ที่ตั้งของโรงงาน		
ภาคกลาง	9	39.2
ภาคตะวันออก	1	4.3
ภาคตะวันตก	1	4.3

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
ภาคใต้	12	52.2
รวม	23	100.0
5. เครื่องหมายรับรอง		
HACCP	21	91.3
GMP	18	78.3
ISO กลุ่ม 9000	15	65.2
ISO กลุ่ม 14000	7	30.4
มอก. 18000	2	8.7
อื่นๆ	-	-
ข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ (%)
6. ขนาดของเงินลงทุน		
น้อยกว่า 50 ล้านบาท	7	30.4
ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	7	30.4
มากกว่า 200 ล้านบาท	9	39.1
รวม	23	100.0
7. ประเภทของระบบในการผลิต		
ผลิตตามคำสั่งซื้อ	11	47.8
ผลิตเพื่อรอการจำหน่าย	4	17.4
ผลิตทั้งสองระบบในสัดส่วนเท่ากัน	8	34.8
รวม	23	100.0
8. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
ต่ำกว่า 10 ปี	4	17.4
ระหว่าง 10-20 ปี	7	30.4
ระหว่าง 21-30 ปี	10	43.5
มากกว่า 30 ปี	2	8.7
รวม	23	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการผลิต ดังต่อไปนี้

เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคือจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.6 เพศหญิงจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.4

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.7 กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 2 ราย และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ 4.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาโทจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.1 มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 และไม่พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท

สถานที่ตั้งของโรงงาน พบว่า สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่มีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคใต้ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมามีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในภาคกลาง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.2 มีที่ตั้งของโรงงานในภาคตะวันออก จำนวน 1 ราย ในภาคตะวันตก จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3

เครื่องหมายรับรองด้านต่างๆ ที่โรงงานได้รับ พบว่า สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่ได้รับการรับรองระบบ HACCP จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.3 รองลงมาได้รับการรับรองระบบ GMP จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.3 ได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ISO กลุ่ม 9000 จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.2 ได้รับเครื่องหมายรับรอง ISO กลุ่ม 14000 จำนวน 7 ราย และ มอก. 18000 จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.4 และ 8.7 ตามลำดับ

ขนาดของเงินลงทุน พบว่า สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการมากกว่า 200 ล้านบาท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.1 ใช้จำนวนเงินลงทุนหรือ

ทรัพย์สินที่ใช้ในการลงทุนในกิจการระหว่าง 50-200 ล้านบาท และ น้อยกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 7 รายเท่ากัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 30.4

ประเภทของระบบในการผลิต พบว่า สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่มีประเภทของระบบในการผลิตแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมามีประเภทของระบบในการผลิตแบบผสมคือ ผลิตตามคำสั่งซื้อและผลิตเพื่อรอการจำหน่าย ในสัดส่วนที่เท่าๆกัน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.8 และมีประเภทของระบบในการผลิตแบบผลิตเพื่อรอการจำหน่าย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.4

ระยะเวลาในการดำเนินงาน พบว่า สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมามีระยะเวลาในงานดำเนินงานระหว่าง 10-20 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.4 มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.4 และมีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7

4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 3 ด้าน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จำนวน 23 ราย จำแนกตามปัญหาทั้ง 3 ด้าน โดยวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเป็นรายข้อ และรายองค์ประกอบของปัญหาในแต่ละด้าน

ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิตของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย แบ่งออกเป็นองค์ประกอบของปัญหาในด้านต่างๆ 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่ องค์ประกอบปัญหาด้านการวางแผนการผลิต ด้านการปฏิบัติการผลิต ด้านการควบคุมการผลิต และด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง ซึ่งได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาการวางแผนการผลิต

ปัญหาการวางแผนการผลิต	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. พยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก	3.35	0.775	ปานกลาง	3
2. ขาดการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผน	3.09	0.733	ปานกลาง	5
3. จำนวนและปริมาณการสั่งซื้อสินค้า (orders) จากลูกค้าไม่แน่นอน	3.43	0.662	ปานกลาง	2
4. วัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีปริมาณไม่แน่นอนแต่ละฤดูกาล	4.35	0.714	มาก	1
5. ปัญหาการจัดหาวัตถุดิบและ ส่วนผสม (Ingredient) ที่ฮาลาล	2.65	1.027	ปานกลาง	6
6. เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้งไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้	3.10	0.668	ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.33	0.480	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงานองค์กรประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตในภาพรวม อยู่ในระดับปัญหাপานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.33 และข้อมูลองค์กรประกอบปัญหาด้านการวางแผนการผลิตที่ได้รับจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลแต่ละราย ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.480 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านการวางแผนการผลิตในระดับปัญหাপานกลางถึงระดับปัญหามาก

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ วัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีปริมาณไม่แน่นอนแต่ละฤดูกาล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และลักษณะการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.714

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 จำนวนและปริมาณการสั่งซื้อสินค้า (orders) จากลูกค้าไม่แน่นอน มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.43 และข้อมูลมีการกระจายไม่มากนัก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.662

ลำดับที่ 2 พยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และข้อมูลมีการกระจายไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.775

ลำดับที่ 3 เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้งไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และข้อมูลมีการกระจายไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.668

ลำดับที่ 4 ขาดการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 และข้อมูลมีการกระจายไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.733

ลำดับที่ 5 ปัญหาการจัดหาวัตถุดิบและส่วนผสม (Ingredient) ที่ฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 และพบว่าข้อมูลมีการกระจายค่อนข้างมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.027

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิต

ปัญหาการปฏิบัติการผลิต	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดเทคโนโลยีด้านผลิตรวมทั้งด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.91	0.996	ปานกลาง	5
2. การชำรุดเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต	2.78	0.850	ปานกลาง	6
3. ปัญหาการผลิตที่ไม่เต็มกำลังการผลิต	3.65	0.885	มาก	4
4. ปัญหาต้นทุนการผลิตสูง	4.00	0.522	มาก	3
5. ราคาวัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีความผันผวนในแต่ละฤดูกาล	4.30	0.635	มาก	1
6. ปัญหาการแยกพื้นที่ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาล	2.13	0.815	น้อย	9
7. ปัญหาการเตรียมและการล้างทำความสะอาดวัตถุดิบตามหลักศาสนาอิสลาม	2.26	0.915	น้อย	8
8. ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน	4.04	0.562	มาก	2

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัญหาการปฏิบัติการผลิต	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
9. ขาดแคลนพนักงานหรือหัวหน้างานสายการผลิตที่เป็นมุสลิม	2.74	1.287	ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.20	0.427	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิตในภาพรวมอยู่ในระดับปัญห่าปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 3.20 และข้อมูลองค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิตที่ได้รับจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล แต่ละรายไม่แตกต่างกันมากนักคือข้อมูลมีการกระจายไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.427 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านการปฏิบัติการผลิตในระดับปัญหาน้อยถึงระดับปัญหาปานกลาง

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ราคาวัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีความผันผวนในแต่ละฤดูกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 การกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.635

ลำดับที่ 2 ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.562

ลำดับที่ 3 ปัญหาด้านทุนการผลิตสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.522

ลำดับที่ 4 ปัญหาการผลิตที่ไม่เต็มกำลังการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.885

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ขาดเทคโนโลยีด้านผลิตรวมทั้งด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.996

ลำดับที่ 2 การชำรุดเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.850

ลำดับที่ 3 ขาดแคลนพนักงานหรือหัวหน้างานสายการผลิตที่เป็นมุสลิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ข้อมูลมีการกระจายค่อนข้างมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.287

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาการเตรียมและการล้างทำความสะอาดวัตถุดิบตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.915 และปัญหาการแยกพื้นที่ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 และมีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.815

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิต

ปัญหาการควบคุมการผลิต	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ (อาหารทะเล) จากชาวประมงไทยได้	3.43	0.507	ปานกลาง	1
2. ไม่สามารถควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ (อาหารทะเล) ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศได้	3.09	0.515	ปานกลาง	3
3. ปัญหาคุณภาพบรรจุภัณฑ์(กระป๋อง)ที่ไม่สม่ำเสมอ	2.43	0.662	น้อย	6
4. ปริมาณและคุณภาพในการผลิตไม่คงที่สม่ำเสมอเนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร	3.17	0.650	ปานกลาง	2
5. มีของเสียในกระบวนการผลิตมากทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป	2.78	0.850	ปานกลาง	4
6. การตรวจวิเคราะห์วัตถุดิบและส่วนผสมทางวิทยาศาสตร์เพื่อพิสูจน์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลทำได้ยาก	2.35	0.487	น้อย	7
7. ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพและผู้ตรวจสอบภายในที่เป็นมุสลิม	2.48	1.201	น้อย	5
ค่าเฉลี่ยรวม	2.82	0.423	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิต ในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหาลานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.82 และข้อมูลองค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตที่ได้รับจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก นั่นคือข้อมูลมีการกระจายไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.423 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านการควบคุมการผลิตในระดับปัญหาน้อยถึงระดับปัญหาลานกลาง

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ (อาหารทะเล) จากชาวประมงไทยได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.507

ลำดับที่ 2 ปริมาณและคุณภาพในการผลิต ไม่คงที่สม่ำเสมอเนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.650

ลำดับที่ 3 ไม่สามารถควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ(อาหารทะเล) ที่นำเข้าจากต่างประเทศได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.515

ลำดับที่ 4 มีของเสียในกระบวนการผลิตมากทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 การกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.850

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพและผู้ตรวจสอบภายในที่เป็นมุสลิมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.201

ลำดับที่ 2 ปัญหาคุณภาพบรรจุภัณฑ์(กระป๋อง)ที่ไม่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.662

ลำดับที่ 3 การตรวจวิเคราะห์วัตถุดิบและส่วนผสมทางวิทยาศาสตร์เพื่อพิสูจน์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลทำได้ยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.662

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง

ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. วัตถุดิบ(อาหารทะเล) คุณภาพด้อยลงหรือเน่าเสียได้ง่าย	2.87	0.815	ปานกลาง	3
2. ปัญหาการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปของผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาล	2.26	0.864	น้อย	4
3. ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปค่อนข้างสูง	3.13	0.757	ปานกลาง	2
4. ขาดแคลนวัตถุดิบ (อาหารทะเล) ในบางช่วงของฤดูกาล	4.30	0.703	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.14	0.621	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์กรประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.14 และข้อมูลองค์กรประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลังที่ได้รับจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล แต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.621 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อ พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านการควบคุมสินค้าคงคลังในระดับปัญหาน้อยถึงระดับปัญหามาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขาดแคลนวัตถุดิบ (อาหารทะเล) ในบางช่วงของฤดูกาลซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และมีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.703

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 มีการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.757 และปัญหาวัตถุดิบ(อาหารทะเล) คุณภาพด้อยลงหรือเน่าเสียได้ง่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.815

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปของผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.864

ตารางที่ 4.6 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และ จัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาต่างๆทั้ง 4 ด้าน ของปัญหาด้านการผลิต ในภาพรวม

องค์ประกอบต่าง ๆ ของปัญหาด้านการผลิต	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาการวางแผนการผลิต	3.33	0.480	ปานกลาง	1
2. ปัญหาการปฏิบัติการผลิต	3.20	0.427	ปานกลาง	2
3. ปัญหาการควบคุมการผลิต	2.82	0.423	ปานกลาง	4
4. ปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง	3.14	0.621	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	3.12	0.412	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิตในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบ เท่ากับ 3.12 และมีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละองค์ประกอบมีค่าไม่เกิน 1.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.412 และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิตในแต่ละองค์ประกอบพบว่า มีปัญหาในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับได้ดังนี้

- ลำดับที่ 1 องค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิต ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33
- ลำดับที่ 2 องค์ประกอบปัญหาการปฏิบัติการผลิต ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20
- ลำดับที่ 3 องค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14
- ลำดับที่ 4 องค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิต ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.82

4.2.2 ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการตลาดของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย แบ่งออกเป็นองค์ประกอบของปัญหาในด้านต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลการศึกษาดังแสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	N=23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายสากลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย	3.62	0.593	มาก	1
2. ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	3.52	0.511	มาก	2
3. ขาดแคลนเทคโนโลยีด้านบรรจุภัณฑ์	2.74	0.540	ปานกลาง	4
4. ความต้องการชนิด คุณภาพ และรสชาติของสินค้าแตกต่างกันในแต่ละประเทศหรือภูมิภาค	3.30	0.703	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.27	0.398	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลในประเทศไทยมีปัญหาค่าดำเนินงาน องค์กรประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปัญหাপานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.27 และข้อมูลองค์กรประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลแต่ละราย ไม่แตกต่างกันมาก นั่นคือการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.398 เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลในประเทศไทย มีระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปัญหাপานกลางถึงระดับปัญหาหนัก เรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลมีปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายสากลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.593 และปัญหาขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.511

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความต้องการชนิด คุณภาพ และรสชาติของสินค้าแตกต่างกันในแต่ละประเทศหรือภูมิภาค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.703 และปัญหาการขาดแคลนเทคโนโลยีด้านบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.540

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	N=23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. การแข่งขันทางด้านราคาในตลาดต่างประเทศ	4.36	0.429	มาก	1
2. ปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนสูงขึ้น	4.23	0.492	มาก	2
3. ปัญหาในการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อ จูงใจผู้ซื้อ	3.87	0.468	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	0.331	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปัญหามาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 4.14 และข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านราคาที่ได้รับจากผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก นั่นคือการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.331

เมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายสากลในประเทศไทย มีปัญหาด้านราคาในระดับปัญหามาก เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 การแข่งขันทางด้านราคาในตลาดต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.36 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.429

ลำดับที่ 2 ปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนสูงขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.492

ลำดับที่ 3 ปัญหาในการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.468

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า	3.45	0.590	ปานกลาง	2
2. การแข่งขันกับผู้ผลิตท้องถิ่นที่เป็นมุสลิม	2.65	0.573	ปานกลาง	8
3. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	3.70	0.635	มาก	1
4. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี	3.13	0.625	ปานกลาง	6
5. การกีดกันทางการค้าด้วยการกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้า (ปริมาณสารตกค้าง ฉลากสินค้า การใช้สารเจือปนในอาหาร)	3.43	0.662	ปานกลาง	4
6. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย	3.44	0.590	ปานกลาง	3
7. การกีดกันทางการค้าในประเด็น GMOs	3.15	0.458	ปานกลาง	5
8. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการพิทักษ์สิ่งแวดลอม	3.09	0.515	ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25	0.365	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงาน องค์กรประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปัญห่าปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.25 และข้อมูลองค์กรประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่ได้รับจากผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก นั่นคือมีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.365 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในระดับปัญห่าปานกลางถึงระดับปัญห่ามาก

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในระดับปัญห่ามาก ได้แก่ ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.635

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในระดับปัญหาปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.590

ลำดับที่ 2 การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.590

ลำดับที่ 3 การกีดกันทางการค้าด้วยการกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้า (ปริมาณสารตกค้าง ฉลากสินค้า การใช้สารเจือปนในอาหาร) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.662

ลำดับที่ 4 การกีดกันทางการค้าในประเด็น GMOs มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.458

ลำดับที่ 5 การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.625

ลำดับที่ 6 การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.515

ลำดับที่ 7 การแข่งขันกับผู้ผลิตท้องถิ่นที่เป็นมุสลิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.573

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	N=23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดการทำแผนส่งเสริมการขายไว้ล่วงหน้า	3.43	0.728	ปานกลาง	4
2. ขาดแคลนบุคลากรทางด้านส่งเสริมการตลาดที่มีความรู้เกี่ยวกับบทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม	3.52	0.730	มาก	3
3. ขาดการส่งเสริมตราสินค้า	3.74	0.619	มาก	2
4. ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.83	0.717	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	0.568	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปัญหา มาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.63 และข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาดที่ได้รับจากผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก นั่นคือมีการกระจายของข้อมูล ไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.568 และเมื่อพิจารณาปัญหา ในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาดในระดับปัญหาลงกลางถึงระดับปัญหามาก

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปัญหามาก เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 มีการกระจายของ ข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.717

ลำดับที่ 2 ขาดการส่งเสริมตราสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 มีการกระจายของข้อมูลไม่ มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.619

ลำดับที่ 3 ขาดแคลนบุคลากรทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความรู้เกี่ยวกับบทบาทวิถี วิทยาศาสตร์อิสลาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.730

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปัญหาลง กลาง ได้แก่ ขาดการทำแผนส่งเสริมการขายไว้ล่วงหน้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีการกระจาย ของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.728

ตารางที่ 4.11 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการ จัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาด้านการตลาดในภาพรวม

องค์ประกอบของปัญหา ด้านการตลาด	N=23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.27	0.398	ปานกลาง	3
2. ปัญหาด้านราคา	4.14	0.331	มาก	1
3. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	3.25	0.365	ปานกลาง	4
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	0.568	มาก	2
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	3.47	0.279	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

ในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเท่ากับ 3.47 และมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างน้อย โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละองค์ประกอบมีค่าไม่เกิน 1.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.279 และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านการตลาดในแต่ละองค์ประกอบ พบว่ามีปัญหาในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 องค์ประกอบปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ลำดับที่ 2 องค์ประกอบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ลำดับที่ 3 องค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

ลำดับที่ 4 องค์ประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.25

4.2.3 ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ปัญหาอันเนื่องมาจากสภาวะแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลถึงการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย แบ่งออกเป็นองค์ประกอบปัญหาด้านต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ องค์ประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล และด้านเทคโนโลยี ผลการศึกษาดังแสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ

ปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ปัญหาเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	3.42	0.593	ปานกลาง	2
2. ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว	3.58	0.650	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50	0.556	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปัญหามาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.50 และข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก นั่นคือมีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.556 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละ

ข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจในระดับปัญหาปานกลางถึงระดับปัญหามาก

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.650

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.593

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ	3.48	0.511	ปานกลาง	2
2. การขาดความมั่นใจในความเป็นอาหารฮาลาลไทยเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ	3.37	0.475	ปานกลาง	3
3. ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าอาหารทะเลกระป๋อง	3.52	0.560	มาก	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	0.498	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงาน องค์กรประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.46 และข้อมูลองค์กรประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ได้รับจากผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก นั่นคือมีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.498 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรมในระดับปัญหาปานกลางถึงระดับปัญหามาก

ข้อที่พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าอาหารทะเลกระป๋อง มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.52 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.560

ข้อที่พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.511 และปัญหาการขาดความมั่นใจในความเป็นอาหารฮาลาลไทยเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.475

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์กรประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล

ปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล	N=23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ขาดข้อมูลความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าและกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศไทยคู่ค้า	3.22	0.795	ปานกลาง	11
2. ขาดการติดตามสถานการณ์ในตลาดต่างประเทศ ในด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ	3.26	0.810	ปานกลาง	10
3. ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด	4.04	0.638	มาก	2
4. ขาดการส่งเสริมสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)	3.52	0.511	มาก	6
5. ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐบาลกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม	3.78	0.671	มาก	3
6. ขาดการสนับสนุนทางด้านภาษี	3.43	0.662	ปานกลาง	7
7. ปัญหาการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของไทย เมื่อเทียบกับที่อื่น	4.13	0.548	มาก	1

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล	N=23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
8. ขาดความชัดเจนของระเบียบการรับรองฮาลาล	3.30	0.559	ปานกลาง	9
9. ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล	3.65	0.647	มาก	4
10.ขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองฮาลาล	3.35	0.714	ปานกลาง	8
11.ขั้นตอนในการตรวจรับรองฮาลาลมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน	3.57	0.728	มาก	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.57	0.353	มาก	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลระบียงภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงาน องค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาลในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.57 และข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล ที่ได้รับจากผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมาก มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.353 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลระบียงภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล ในระดับปัญหาปานกลางถึงระดับปัญหามาก

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลระบียงภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของไทยเมื่อเทียบกับที่อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.548

ลำดับที่ 2 ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.638

ลำดับที่ 3 ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐบาลกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.671

ลำดับที่ 4 ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.647

ลำดับที่ 5 ขั้นตอนในการตรวจรับรองฮาลาลมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.728

ลำดับที่ 6 ขาดการส่งเสริมสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-commerce)มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 การกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่า 0.511

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ขาดการสนับสนุนทางด้านภาษี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.662

ลำดับที่ 2 ขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.714

ลำดับที่ 3 ขาดความชัดเจนของระเบียบการรับรองฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.559

ลำดับที่ 4 ขาดการติดตามสถานการณ์ในตลาดต่างประเทศในด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.810

ลำดับที่ 5 ขาดข้อมูลความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าและกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศคู่ค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.795

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับของปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย องค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยี

ปัญหาด้านเทคโนโลยี	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล	4.00	0.426	มาก	1
2. ขาดแคลนห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการตรวจวิเคราะห์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาล	3.35	0.647	ปานกลาง	2
3. ขาดการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล	3.20	0.530	ปานกลาง	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52	0.467	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยี ในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.52 และข้อมูลองค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยีจากผู้ผลิตแต่ละรายไม่แตกต่างกันมากคือมีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.467 และเมื่อพิจารณาปัญหาในแต่ละข้อพบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย มีปัญหาด้านเทคโนโลยีในระดับปัญหากลางถึงระดับปัญหามาก

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.426

ข้อที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดแคลนห้องปฏิบัติการ เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ใช้ในการตรวจวิเคราะห์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.647 และปัญหาขาดการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 มีการกระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.530

ตารางที่ 4.16 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับในองค์ประกอบของปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ในภาพรวม

องค์ประกอบของปัญหาด้านผลกระทบ จากสภาวะแวดล้อมภายนอก	N=23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ	3.50	0.556	มาก	3
2. ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.46	0.365	ปานกลาง	4
3. ปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และ นโยบายรัฐบาล	3.57	0.353	มาก	1
4. ปัญหาด้านเทคโนโลยี	3.52	0.467	มาก	2
ค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบ	3.51	0.290	มาก	

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหามาก ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทุกองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านเท่ากับ 3.51 และมีการ

กระจายของข้อมูลไม่มาก โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละองค์ประกอบมีค่าไม่เกิน 1.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.290 และเมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ในแต่ละองค์ประกอบมีปัญหาในระดับปานกลางถึงระดับปัญหามาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 องค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ลำดับที่ 2 องค์ประกอบปัญหาด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ลำดับที่ 3 องค์ประกอบปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50

ลำดับที่ 4 องค์ประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 4.17 สรุปผลค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) การแปลความหมาย และการจัดลำดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย แต่ละด้านในภาพรวม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล	N = 23		ระดับปัญหา	ลำดับที่
	\bar{X}	S. D.		
1. ปัญหาด้านการผลิต	3.12	0.412	ปานกลาง	3
2. ปัญหาด้านการตลาด	3.47	0.279	ปานกลาง	2
3. ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	3.51	0.290	มาก	1
ค่าเฉลี่ยของปัญหาทุกด้าน	3.35	0.298	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากค่าเฉลี่ยรวมของทั้ง 3 ด้านเท่ากับ 3.35 และมีการกระจายของข้อมูลค่อนข้างน้อย โดยพิจารณาจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละด้าน มีค่าไม่เกิน 1.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมมีค่าเท่ากับ 0.298

เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ในแต่ละด้าน เรียงตามลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

ลำดับที่ 2 ปัญหาด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

ลำดับที่ 3 ปัญหาด้านการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12

4.3 ตอนที่3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ที่ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ที่ลักษณะของผู้ประกอบการผลิตแตกต่างกัน ซึ่งประกอบด้วยขนาดของเงินลงทุน 3 กลุ่ม ได้แก่ ขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท ขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาท ขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท ประเภทของระบบในการผลิต 3 กลุ่ม ได้แก่ ผลิตตามคำสั่งซื้อ ผลิตเพื่อรอการจำหน่าย ใช้ระบบการผลิตทั้ง 2 ระบบในสัดส่วนที่เท่าๆกัน และระยะเวลาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ 4 กลุ่ม ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 10-20 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 21-30 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี ดังแสดงในตารางที่ 4.18 ถึงตารางที่ 4.23

4.3.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน โดยมีสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานหลัก ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 1 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 2 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 3 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย	ขนาดของเงินลงทุน			F	p
	น้อยกว่า 50	50-200	มากกว่า 200		
	ล้านบาท	ล้านบาท	ล้านบาท		
	N=7	N=7	N=9		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
ด้านการผลิต	3.42	3.08	2.91	3.669	0.043*
การวางแผนการผลิต	3.62	3.26	3.15	2.195	0.138
การปฏิบัติการผลิต	3.38	3.22	3.05	1.220	0.316
การควบคุมการผลิต	3.14	2.76	2.62	4.003	0.035*
การควบคุมสินค้าคงคลัง	3.68	3.07	2.78	6.198	0.008*
ด้านการตลาด	3.62	3.43	3.39	1.554	0.236
ผลิตภัณฑ์	3.43	3.18	3.22	0.788	0.468
ราคา	4.33	4.14	4.00	2.223	0.134
การจัดจำหน่าย	3.52	3.21	3.07	3.772	0.041*
การส่งเสริมการตลาด	3.50	3.57	3.78	0.501	0.614
ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	3.66	3.49	3.54	0.605	0.556
สภาพทางเศรษฐกิจ	4.00	3.43	3.61	2.114	0.143
สังคมและวัฒนธรรม	3.36	3.36	3.11	1.274	0.301
กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล	3.62	3.51	3.58	0.180	0.837
เทคโนโลยี	3.79	3.57	3.67	0.348	0.710
รวม	3.55	3.30	3.23	3.693	0.048*

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงาน ของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ที่มีขนาดของเงินลงทุนแตกต่างกัน 3 กลุ่ม คือ ขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท ขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท มีปัญหาในการ

ค่านิจงานในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า p ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบในแต่ละด้าน พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบในรายองค์ประกอบของปัญหา พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิต และองค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนองค์ประกอบปัญหาการวางแผนการผลิตและการปฏิบัติการผลิต มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ในแต่ละขนาดของการลงทุน โดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบในภาพรวม รายด้าน และรายองค์ประกอบ เฉพาะที่มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในแต่ละองค์ประกอบ	ขนาดของเงินลงทุน	\bar{X}	กลุ่มที่	p		
				1	2	3
ด้านการผลิต	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.42	1	-	0.105	0.014*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.08	2	-	-	0.378
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.91	3	-	-	-
การควบคุมการผลิต	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.14	1	-	0.067	0.012*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	2.76	2	-	-	0.479
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.62	3	-	-	-

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิต อาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในแต่ละองค์ประกอบ	ขนาดของเงินลงทุน	\bar{X}	กลุ่มที่	p		
				1	2	3
การควบคุมสินค้าคงคลัง	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.68	1	-	0.038*	0.002*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.07	2	-	-	0.268
	มากกว่า 200 ล้านบาท	2.78	3	-	-	-
ด้านการตลาด	-	-	-	-	-	-
การจัดจำหน่าย	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.52	1	-	0.097	0.013*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.21	2	-	-	0.389
	มากกว่า 200 ล้านบาท	3.07	3	-	-	-
รวม	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	3.54	1	-	0.112	0.036*
	ระหว่าง 50-200 ล้านบาท	3.40	2	-	-	0.631
	มากกว่า 200 ล้านบาท	3.27	3	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมแตกต่างจากผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ขนาดของเงินลงทุนอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน ด้านการผลิตพบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท โดยที่ผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.42 ซึ่งสูงกว่าผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 2.91 ในขณะที่ขนาดของเงินลงทุนอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบในรายองค์ประกอบของปัญหาในการดำเนินงาน พบว่าองค์ประกอบปัญหาการควบคุมการผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตที่มีขนาดเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท โดยที่ผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.14 ซึ่งสูงกว่าผู้ผลิตที่มีขนาด

ของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท ที่มีค่าเท่ากับ 2.62 ในขณะที่ขนาดของเงินลงทุนอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

องค์ประกอบปัญหาการควบคุมสินค้าคงคลัง พบว่าผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาท และขนาดเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท โดยที่ผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.68 ซึ่งสูงกว่าผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.07 และ 2.78 ตามลำดับ ในขณะที่ขนาดของเงินลงทุนอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

องค์ประกอบของปัญหาด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตที่มีขนาดเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท โดยที่ผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.52 ซึ่งสูงกว่าผู้ผลิตที่มีขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท ที่มีค่าเท่ากับ 3.07 ในขณะที่ขนาดของเงินลงทุนอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

4.3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามประเภทของระบบในการผลิต โดยมีสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานหลัก ประเภทของระบบในการผลิตที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 1 ประเภทของระบบในการผลิตที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 2 ประเภทของระบบในการผลิตที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 3 ประเภทของระบบในการผลิตที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One- Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามประเภทของระบบในการผลิต

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย	ประเภทของระบบในการผลิต			F	p
	ผลิตตามคำสั่งซื้อ	ผลิตเพื่อรอการจำหน่าย	ใช้ทั้งสองระบบเท่าๆกัน		
	N = 11	N = 4	N = 8		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
ด้านการผลิต	3.09	3.05	3.19	0.175	0.841
การวางแผนการผลิต	3.33	3.17	3.40	0.286	0.755
การปฏิบัติการผลิต	3.15	3.06	3.35	0.757	0.482
การควบคุมการผลิต	2.83	2.68	2.88	0.276	0.761
การควบคุมสินค้าคงคลัง	3.07	3.50	3.06	0.793	0.466
ด้านการตลาด	3.40	3.47	3.57	0.866	0.436
ผลิตภัณฑ์	3.18	3.19	3.44	1.070	0.362
ราคา	4.12	4.42	4.04	1.916	0.173
การจัดจำหน่าย	3.32	3.06	3.25	0.698	0.509
การส่งเสริมการตลาด	3.25	3.88	4.03	7.807	0.003*
ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	3.46	3.57	3.68	1.441	0.260
สภาพทางเศรษฐกิจ	3.68	3.50	3.75	0.253	0.779
สังคมและวัฒนธรรม	3.23	3.13	3.38	0.694	0.511
กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล	3.45	3.66	3.69	1.325	0.288
เทคโนโลยี	3.55	3.63	3.88	1.200	0.322
รวม	3.29	3.32	3.44	0.606	0.555

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยที่มีประเภทของระบบในการผลิตต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยที่มีประเภทของระบบในการผลิตต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงาน ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบในรายองค์ประกอบของปัญหา พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิตต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานเฉพาะองค์ประกอบปัญหาการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนองค์ประกอบปัญหาด้านอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

พิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ในแต่ละประเภทของระบบในการผลิต โดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบเฉพาะที่มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิตต่างกัน เป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล	ประเภทของระบบในการผลิต	\bar{X}	กลุ่มที่	p		
				1	2	3
การส่งเสริมการตลาด	ผลิตตามคำสั่งซื้อ	3.25	1	-	0.026*	0.001*
	ผลิตเพื่อรอการจำหน่าย	3.88	2	-	-	0.574
	ใช้ทั้ง 2 ระบบ เท่าๆกัน	4.03	3	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จกตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิตแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างจากผู้ผลิตที่ผลิตเพื่อรอการจำหน่าย และแตกต่างจากผู้ผลิตที่ผลิตโดยใช้ทั้ง 2 ระบบในสัดส่วนที่เท่าๆกันในขณะที่ประเภทของระบบในการผลิตอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน ผู้ผลิตที่ทำการผลิตตามคำสั่งซื้อมีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงานองค์ประกอบส่งเสริมการตลาด 3.25 ซึ่งต่ำกว่า การผลิตเพื่อรอการจำหน่าย และผู้ผลิตที่ใช้ระบบการผลิตทั้ง 2 ระบบในสัดส่วนที่เท่าๆกัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาการดำเนินงาน 3.88 และ 4.03 ตามลำดับ

4.3.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

โดยมีสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานหลัก ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 1 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 2 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One- Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย	ระยะเวลาในการดำเนินงาน					
	ต่ำกว่า 10 ปี	10-20 ปี	21-30 ปี	มากกว่า 30 ปี	F	P
	N=4	N=7	N=10	N=2		
\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}			
ด้านการผลิต	3.36	3.25	2.99	2.83	1.434	0.264
การวางแผนการผลิต	3.58	3.52	3.18	2.83	2.017	0.146
การปฏิบัติการผลิต	3.25	3.32	3.13	3.06	0.319	0.812
การควบคุมการผลิต	3.04	2.98	2.70	2.43	1.658	0.210
การควบคุมสินค้าคงคลัง	3.81	3.18	2.88	3.00	2.741	0.072
ด้านการตลาด	3.67	3.50	3.43	3.24	1.303	0.303
ผลิตภัณฑ์	3.44	3.36	3.20	3.00	0.729	0.547
ราคา	4.33	4.10	4.03	4.50	1.815	0.179
การจัดจำหน่าย	3.47	3.46	3.13	2.69	5.041	0.010*
การส่งเสริมการตลาด	3.81	3.25	3.83	3.63	1.729	0.195
ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	3.68	3.53	3.54	3.53	0.244	0.865
สภาพทางเศรษฐกิจ	3.88	3.79	3.65	3.00	1.306	0.302
สังคมและวัฒนธรรม	3.38	3.36	3.25	2.75	1.767	0.188
กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล	3.68	3.51	3.54	3.73	0.338	0.798
เทคโนโลยี	3.75	3.57	3.70	3.75	0.155	0.925
รวม	3.54	3.40	3.27	3.15	1.190	0.340

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการพิจารณาเปรียบเทียบในรายองค์ประกอบของปัญหา พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานเฉพาะองค์ประกอบปัญหาการจัดจำหน่ายเท่านั้น ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนองค์ประกอบปัญหาด้านอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน

พิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ในแต่ละกลุ่มของระยะเวลาในการดำเนินงาน โดยทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD ผลการทดสอบเฉพาะที่มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงาน ของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล	ระยะเวลาในการดำเนินงาน	\bar{X}	กลุ่มที่	p			
				1	2	3	4
การจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 10 ปี	3.47	1	-	0.981	0.042*	0.006*
	ระหว่าง 10-20 ปี	3.46	2	-	-	0.030*	0.004*
	ระหว่าง 21-30 ปี	3.13	3	-	-	-	0.069
	มากกว่า 30 ปี	2.69	4	-	-	-	-

* หมายถึง ค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงาน ระหว่าง 10-20 ปี มีปัญหาในการดำเนินงานองค์ประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย แตกต่างจากผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน ระหว่าง 21-30 ปี และผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ระยะเวลาในการดำเนินงานในกลุ่มอื่นๆ มีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน โดยผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี และระหว่าง 10-20 ปี มีค่าเฉลี่ยของปัญหาเท่ากับ 3.47 และ 3.46 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของปัญหาของ

ผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน ระหว่าง 21-30 ปี และผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.13 และ 2.69 ตามลำดับ

4.4 ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆจากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยประสบอยู่ และต้องการความช่วยเหลือในการแก้ไข

จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ซึ่งเป็นการสอบถามเกี่ยวกับปัญหาอื่นๆ จากการดำเนินงานในแต่ละด้านที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยประสบอยู่ และต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในการแก้ไข ซึ่งได้รวบรวมความคิดเห็นที่ใกล้เคียงกันไว้ในกลุ่มเดียวกันดังนี้

4.4.1 ปัญหาด้านการผลิต

1. ขาดแคลนวัตถุดิบขอสมะเขือเทศ
2. ขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย
3. ขาดแคลนเครื่องจักรที่ทันสมัย ต้องใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่ จึงทำให้ต้นทุนด้านแรงงานสูงมาก
4. บรรจุกัมภ์ (กระป๋อง) คุณภาพต่ำ แต่ราคาค่อนข้างสูงเนื่องจากวัตถุดิบแผ่นเหล็กต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
5. ต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากไม่สามารถผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ได้
6. ขั้นตอนในการผลิตแบบฮาลาลมีความยุ่งยากกว่าการผลิตแบบทั่วไป
7. ขาดความชัดเจนในข้อกำหนดของกระบวนการผลิตแบบฮาลาล

4.4.2 ปัญหาด้านการตลาด

1. ตลาดอาหารฮาลาลในปัจจุบันยังมีขนาดเล็กมากเมื่อเทียบกับตลาดอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป หรือญี่ปุ่น
2. การแข่งขันในตลาดนี้สูงมาก เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคู่แข่งมาก และผู้ซื้อมีศักยภาพสูง
3. ขาดเทคโนโลยีด้านบรรจุกัมภ์ ทำให้เป็นอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ

4. เครื่องหมายฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในตลาดต่างประเทศ ดังนั้นสินค้าอาหารฮาลาลของไทยจึงไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร

5. ประเทศคู่ค้าที่เป็นมุสลิมจะเคร่งครัดในเรื่องสารเจือปนในอาหาร และในประเด็นของ GMOs

4.4.3 ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

1. ประเทศกลุ่มเป้าหมาย ในแถบตะวันออกกลาง กำลังประสบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้มีการบริโภคน้อยลง ขอดขายอาหารทะเลกระป๋องในแถบนี้จึงลดลง

2. ประชาชนในประเทศกลุ่มเป้าหมายที่เป็นมุสลิม นิยมบริโภคอาหารทะเลกระป๋องน้อยเมื่อเทียบกับตลาดกลุ่มอื่นๆ

3. การที่ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ ทำให้เสียเปรียบคู่แข่งที่เป็นประเทศมุสลิม เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย ที่ได้รับการยอมรับจากประเทศคู่ค้ามากกว่า

4.4.4 ปัญหาในการขอรับรองฮาลาล

1. ในการขอรับรองฮาลาลต้องเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างมาก เพื่อปรับปรุงสถานประกอบการและสายการผลิต ให้เป็นไปตามระเบียบการรับรองฮาลาล

2. ค่าใช้จ่ายในการขอรับรองฮาลาลสูง และต้องมีการต่ออายุใหม่ทุกปี นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายสำหรับที่ปรึกษาทางศาสนาอิสลามประจำโรงงานที่จัดหาให้โดยคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ซึ่งทางโรงงานต้องจ่ายค่าจ้างเป็นรายเดือน เดือนละไม่ต่ำกว่า 3,000 บาท

3. การดำเนินการในการตรวจรับรองฮาลาลใช้เวลานาน ตั้งแต่การเริ่มติดต่อประสานงานให้เจ้าหน้าที่มาดำเนินการตรวจ การอนุมัติใบรับรอง ตลอดจนการตรวจเพื่อต่ออายุใบรับรอง ยังมีความล่าช้ามาก

4. ให้ผู้รับผิดชอบการตรวจรับรองฮาลาล มีมาตรการหรือบทลงโทษอย่างหนักสำหรับสถานประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด หรือกฎระเบียบฮาลาล

5. กระบวนการตรวจรับรองฮาลาลยังขาดความเป็นมาตรฐาน

6. ขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองฮาลาล

4.4.5 ปัญหาที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในการแก้ไข

1. อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำเอกสาร คู่มือเกี่ยวกับข้อกำหนดของอาหารฮาลาล แจกจ่ายให้กับผู้ประกอบการ หรือประชาชนผู้สนใจทั่วไป

2. ต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ใหม่ๆ สำหรับโรงงานผู้ผลิตภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

3. ต้องการให้ภาครัฐช่วยส่งเสริมเทคโนโลยีด้านการผลิตและวิจัยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งให้ทุนวิจัยพัฒนาเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น
4. ให้ภาครัฐช่วยส่งเสริมในการเพิ่มผลผลิตของผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ
5. ให้ภาครัฐช่วยในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ เช่น ประเทศพม่า อินโดนีเซีย
6. ให้ภาครัฐเข้ามาดูแลเรื่องการนำเข้าแผ่นเหล็ก สำหรับทำกระป๋องบรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณภาพดี ราคาไม่สูงจนเกินไป และเก็บภาษีไม่สูงมาก เพราะแผ่นเหล็กส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ
7. อุตสาหกรรมฮาลาลยังไม่มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน ภาครัฐควรประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด และขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้น
8. ภาครัฐควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ต่างชาติทราบว่าประเทศไทยสามารถผลิตอาหารฮาลาลได้ตามมาตรฐานและบทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม
9. เปิดตลาดการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงคุณภาพ และจุดเด่นของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทย ให้เป็นที่เชื่อถือและมีการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น
10. สร้างความเชื่อมั่นให้ชาวไทยมุสลิมหันมาบริโภคอาหารฮาลาลของไทย เพื่อเพิ่มยอดขายภายในประเทศ
11. จัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลโดยให้สิทธิพิเศษด้านภาษี เพื่อลดการกีดกันทางการค้าจากประเทศมุสลิม
12. ให้หน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม จัดฝึกอบรมในด้านการจัดการ และการผลิตแบบฮาลาลให้แก่ผู้ประกอบการ
13. ให้ภาครัฐร่วมกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม ปรับปรุงระบบการตรวจรับรองฮาลาล ให้มีความรวดเร็วและมีความเป็นมาตรฐานมากขึ้น
14. ช่วยเหลือระยะเวลาในการดำเนินงานด้านตรวจสอบคุณภาพ การออกไปรับรองในด้านต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐให้มีความรวดเร็วขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยในด้านต่างๆ และศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการผลิตจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานในด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ประชากรที่ศึกษาคือผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยจำนวน 27 ราย ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 25 ราย โดยใช้หลักเกณฑ์ของ Yamane เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานที่ตั้งของโรงงาน เครื่องหมายรับรองในด้านต่างๆ ที่โรงงานได้รับ และข้อมูลลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ซึ่งได้แก่ ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยใน 3 ด้าน รวมทั้งสิ้น 64 ข้อ ประกอบด้วยปัญหาด้านการผลิตจำนวน 26 ข้อ ด้านการตลาดจำนวน 19 ข้อ และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก จำนวน 19 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นทั่วไป เกี่ยวกับปัญหาจากการดำเนินงานในแต่ละด้าน ที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลประสบอยู่และต้องการให้ภาครัฐมีส่วนร่วมในการช่วยแก้ไข เพื่อให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open - End Question)

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยจัดส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล โดยทางไปรษณีย์ ร่วมกับการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และการเข้าไปสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานยังสถานประกอบการด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 25 ราย และได้รับความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 92 ของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

และการเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD ในกรณีที่วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวแล้วพบว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัญหาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยแยกออกเป็นตอนๆ ได้ดังนี้

5.1.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยมีร้อยละ 69.6 และร้อยละ 30.4 ตามลำดับ
2. ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี โดยมีร้อยละ 65.2 รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ร้อยละ 21.7 อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 8.7 และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 4.3
3. ผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีร้อยละ 69.6 รองลงมา ระดับปริญญาโท มีร้อยละ 26.1 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีร้อยละ 4.3 และไม่พบว่ามีผู้บริหารหรือผู้จัดการ โรงงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโทเลย
4. สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในภาคใต้ โดยมีร้อยละ 52.2 รองลงมา เป็นสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในภาคกลาง โดยมีร้อยละ 39.2 ที่เหลือตั้งอยู่ในภาคตะวันออก และภาคตะวันตก โดยมีร้อยละ 4.3 เท่ากัน
5. สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลส่วนใหญ่ได้รับการรับรองระบบ HACCP โดยมีร้อยละ 91.3 รองลงมา ได้รับการรับรองระบบ GMP โดยมีร้อยละ 78.3 ได้รับการรับรอง ISO กลุ่ม 9000 ISO กลุ่ม 14000 และ มอก. 18000 โดยมีร้อยละ 65.2 30.4 และ 8.7 ตามลำดับ
6. ผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ส่วนใหญ่มีขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาท โดยมีร้อยละ 39.1 รองลงมา มีขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท โดยมีร้อยละ 30.4 เท่ากัน
7. ผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ส่วนใหญ่มีประเภทของระบบในการผลิตเป็นแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ โดยมีร้อยละ 47.8 รองลงมา เป็นระบบการผลิตแบบผสม คือ ใช้ทั้งระบบการผลิตตามคำสั่งซื้อและการผลิตเพื่อรอการจำหน่ายในสัดส่วนที่เท่าๆกัน โดยมีร้อยละ 34.8 และระบบการผลิตเพื่อรอการจำหน่าย โดยมีร้อยละ 17.4

8. ผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 21-30 ปี โดยมีร้อยละ 43.5 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 10-20 ปี โดยมีร้อยละ 30.4 มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี มีร้อยละ 17.4 และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี มีร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

5.1.2 ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย

ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหাপานกลาง โดยที่ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก มีปัญหาอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการผลิต และด้านการตลาด มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก เป็นลำดับที่ 1 ปัญหาด้านการตลาด เป็นลำดับที่ 2 และปัญหาด้านการผลิต เป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของปัญหาทั้ง 3 ด้าน ในด้านการผลิต ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีระดับปัญหาอยู่ในระดับปานกลางในทุกองค์ประกอบของปัญหา โดยมีระดับปัญหาด้านการวางแผนการผลิต เป็นลำดับที่ 1 ปัญหาด้านการปฏิบัติการผลิต เป็นลำดับที่ 2 ปัญหาด้านการควบคุมสินค้าคงคลัง เป็นลำดับที่ 3 และปัญหาด้านการควบคุมการผลิต เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านการตลาด ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยมีปัญหาด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ส่วนองค์ประกอบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่าย มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับดังนี้คือ ด้านราคา เป็นลำดับที่ 1 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับที่ 3 และด้านการจัดจำหน่าย เป็นลำดับสุดท้าย

ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยองค์ประกอบของปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล และด้านเทคโนโลยีมีปัญหาในระดับมาก ส่วนองค์ประกอบปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม มีปัญหาในระดับปานกลาง โดยเรียงตามลำดับดังนี้คือ ด้านกฎหมาย การเมืองและนโยบายรัฐบาล เป็นลำดับที่ 1 ด้านเทคโนโลยี เป็นลำดับที่ 2 ด้านสภาพทางเศรษฐกิจเป็นลำดับที่ 3 และด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นลำดับสุดท้าย

5.1.3 ตอนที่ 3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการผลิตกับระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล จากผลการศึกษาพบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

ที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาการดำเนินงานต่างกัน แต่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานไม่ต่างกัน

จากผลการศึกษานี้ทำให้สามารถสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานทั้ง 3 สมมุติฐานหลัก และ 9 สมมุติฐานย่อย ได้ดังนี้

สมมุติฐานหลักข้อที่ 1 : ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานหลักพบว่า เป็นไปตามสมมุติฐาน คือผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานที่ต่างกัน เมื่อพิจารณาสมมุติฐานย่อยแต่ละข้อเป็นดังต่อไปนี้

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 1.1 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า เป็นไปตามสมมุติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 1.2 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดไม่ต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 1.3 ขนาดของเงินลงทุนที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกไม่ต่างกัน

สมมุติฐานหลักข้อที่ 2 : ประเภทของระบบในการผลิตที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานหลักพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน คือผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิตต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานไม่ต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตอาหารทะเล ครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดไม่ต่างกัน

สมมุติฐานย่อยข้อที่ 3.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกันทำให้ผู้ผลิตอาหารทะเลครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกต่างกัน

ผลการทดสอบพบว่า ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน เนื่องจากผู้ผลิตอาหารทะเล ครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกไม่ต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาล ในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ผลิตอาหารทะเลครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาล

5.2.1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

ผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของสถานประกอบการผลิตอาหารทะเล ครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ถึงร้อยละ 69.6 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปี ถึงร้อยละ 65.2 และช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 21.7 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ร้อยละ 69.6 และ 26.1 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มของผู้บริหารหรือผู้จัดการโรงงานของผู้ผลิตอาหารทะเลครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาลส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และความรู้ความสามารถในระดับสูง จึงมีความสามารถในการบริหารจัดการเป็นอย่างดี

ในด้านสถานที่ตั้ง พบว่าสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาลส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดชายฝั่งทะเลทางภาคใต้ และภาคกลาง ร้อยละ 52.2 และ 39.2 ตามลำดับ และไม่มีสถานประกอบการผลิตอาหารทะเลภายใต้อเครื่องหมายฮาลาลที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือเลย เนื่องจากจังหวัดชายฝั่งทะเลมีท่าเทียบเรือที่สำคัญ เช่น จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ และสงขลา เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการขนส่งวัตถุดิบป้อนโรงงานและขนถ่ายสินค้าไปต่างประเทศ ซึ่งเป็นการลดต้นทุนในการผลิต

เครื่องหมายรับรองในด้านต่างๆ สถานประกอบการผลิตอาหารทะเล ครอบงายใต้เครื่องหมายฮาลาล ส่วนใหญ่ได้รับการรับรองระบบ HACCP และ GMP ถึงร้อยละ

91.3 และ 78.3 ตามลำดับ นอกจากนี้สถานประกอบการมากกว่าครึ่งได้รับการรับรอง ISO กลุ่ม 9000 ซึ่งมีร้อยละ 65.2 และได้รับการรับรอง ISO กลุ่ม 14000 มีร้อยละ 30.4 จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีมาตรฐานการดำเนินงานค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานด้านการผลิต มาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย และมาตรฐานด้านคุณภาพ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลเป็นผู้ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีมาตรฐานการดำเนินงานที่ได้มาตรฐานการส่งออก เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานของประเทศคู่ค้า และมาตรฐานสากล และผลิตสินค้าที่ถูกสุขอนามัยและปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค แต่สถานประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลยังมีระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14000) ค่อนข้างน้อย

5.2.1.2 พิจารณาลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

ขนาดของเงินลงทุน ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย พบว่าร้อยละ 39.6 มีขนาดของเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ใช้ลงทุนในกิจการมากกว่า 200 ล้านบาท และมีขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาท และขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาท มีร้อยละ 30.4 เท่ากัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่

ประเภทของระบบในการผลิต พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลส่วนใหญ่มีประเภทของระบบในการผลิตแบบผลิตตามคำสั่งซื้อ ร้อยละ 47.8 รองลงมาเป็นการผลิตแบบผสม คือใช้ทั้งระบบการผลิตแบบตามคำสั่งซื้อ และการผลิตเพื่อรอการจำหน่ายในสัดส่วนที่เท่าๆกัน มีร้อยละ 34.8 ส่วนที่ใช้ระบบการผลิตแบบเพื่อรอการจำหน่ายเป็นหลักมีเพียงร้อยละ 17.4 เนื่องจากการผลิตในอุตสาหกรรมนี้ที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า หรือเป็นการรับจ้างผลิตภายใต้ตราหือของต่างชาติ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 21-30 ปี มีร้อยละ 43.5 รองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 10-20 ปี มีร้อยละ 30.4 ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของไทยส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานโดยรวมนานพอสมควร ดังนั้นจึงมีการสั่งสมประสบการณ์ ความชำนาญ ด้านเทคโนโลยีการผลิต ประสบการณ์ในด้านการตลาดพอสมควร แต่ประสบการณ์การดำเนินการดำเนินงานภายใต้เครื่องหมายฮาลาลนั้นไม่มากนัก เนื่องจากเพิ่งมีการริเริ่มใช้เครื่องหมายฮาลาลอย่างเป็นทางการเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้ออกแบบและมอบหมายให้สำนักจุฬาราชมนตรีเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบเมื่อปี 2537 ปัจจุบันพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนา

อิสลาม พ.ศ. 2540 ของไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงให้กิจการฮาลาลทั้งหมดอยู่ในกำกับของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ดังนั้นผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ เพิ่งได้รับการรับรองฮาลาลจากสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี

5.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยมีระดับปัญหาการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับปัญหาปานกลาง ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 เมื่อพิจารณาปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยในแต่ละด้าน พบว่ามีปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกมากที่สุด รองลงมาคือปัญหาด้านการตลาด และด้านการผลิต เป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัญหาพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลประสบปัญหาการดำเนินงานด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกมากที่สุด เนื่องจากการขาดการสนับสนุนในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการผลิตและด้านการตลาด ขาดการส่งเสริมทางด้านเทคโนโลยีจากภาครัฐอย่างจริงจัง ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานของภาครัฐด้วยกัน และระหว่างหน่วยงานของภาครัฐกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม การขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล และการขาดการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารีชาติ หะยียูโซะ (2543 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ถึงแม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดสินค้าฮาลาลสูงมากก็ตาม แต่ในปัจจุบันพบว่าส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าฮาลาลส่วนใหญ่จะเป็นของประเทศมาเลเซีย อันเนื่องมาจากสินค้าฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาของอาหารฮาลาลเพื่อให้สามารถครอบครองตลาดได้ โดยปรับปรุงการประสิทธิภาพและมาตรฐานการตรวจสอบฮาลาล พร้อมทั้งสร้างภาพพจน์และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารฮาลาลไทยให้เป็นที่รู้จักของตลาด

สำหรับปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของปัญหาในแต่ละองค์ประกอบ พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาในระดับมากในองค์ประกอบด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านราคามีสาเหตุหลักจากการแข่งขันด้านราคาในตลาดต่างประเทศ ซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการมีผู้ผลิตรายใหม่ๆเพิ่มขึ้นตลอดเวลา และผู้ผลิตเหล่านั้นมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าผู้ผลิตในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิยา กัมพลานนท์ (2543 :113) ที่พบว่าการตลาดอุตสาหกรรมอาหารมุสลิมภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ในด้านราคามีการแข่งขันกันมากขึ้น สำหรับองค์ประกอบ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า มีปัญหา มาก ในเรื่องขาดการส่งเสริมตราสินค้า และการขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิยา กัมพลานนท์ (2543 :114) ที่พบว่า ผู้บริโภค ผู้ค้าปลีก และผู้ประกอบการมีความเห็นสอดคล้องกันว่าการตลาดอุตสาหกรรมอาหารมุสลิมภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ปัจจุบันยังขาดการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลิสร่า จันทร์ขาว (2543 : 126) ที่กล่าวว่า รัฐบาลควรส่งเสริมให้ผู้ผลิตอาหารฮาลาลใช้เครื่องหมายการค้า (Brand Name) ของตนเอง เนื่องจากในปัจจุบันพบว่าสินค้าฮาลาลที่ผลิตในประเทศไทยแต่ใช้เครื่องหมายการค้าของประเทศมาเลเซีย หรือออสเตรเลีย ซึ่งเป็นผู้นำเข้าไปจำหน่ายในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง สำหรับองค์ประกอบปัญหาการผลิตภัณฑ์ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และยังขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิยา กัมพลานนท์ (2543 :113) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์อาหารมุสลิมภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีความหลากหลายเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ ผู้บริโภคยังต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และนอกจากนี้ควรแสดงความสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ให้เป็นที่รู้จักของคนทุกชาติ ทุกภาษา ให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลิสร่า จันทร์ขาว (2543 :189) ที่พบว่า การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องของไทยไปยังกลุ่มประเทศในตะวันออกกลางมีการขยายตัวของการส่งออกค่อนข้างน้อย เนื่องจากการขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสนใจปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์เฉพาะปลาทูน่า แต่ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องอื่นๆมีรูปแบบค่อนข้างน้อย ส่วนองค์ประกอบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า มีปัญหา มากในเรื่องขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เช่นการกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้า มาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย และการกีดกันทางการค้าในประเด็น GMOs ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิยา กัมพลานนท์ (2543 :114) ที่พบว่า ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคมีความต้องการให้เพิ่มสถานที่จัดจำหน่าย และจัดสร้างศูนย์กระจายสินค้าสำหรับสินค้าฮาลาลโดยเฉพาะ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อลิสร่า จันทร์ขาว (2543 :190) ที่พบว่า การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องไปยังกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง จะมีความเข้มงวดในกฎระเบียบด้านการนำเข้าสินค้าอย่างมาก เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค นอกจากนี้มีการกีดกันทางการค้าในประเด็นของสินค้าที่มีส่วนประกอบของพืชที่มีการตัดแต่งทางพันธุกรรม (GMOs)

สำหรับปัญหาการดำเนินงานด้านการผลิต เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยพบว่าทุกองค์ประกอบมีปัญหาในระดับปานกลาง และมีปัญหาด้านการวางแผนการผลิตมากที่สุด อันมีสาเหตุหลักมาจากวัตถุดิบ(อาหารทะเล) มีปริมาณไม่แน่นอนในแต่ละฤดูกาล ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ของสัตว์น้ำ และประมาณปริมาณสัตว์น้ำที่มีอยู่ตามธรรมชาติในแต่ละฤดูกาล จึงทำให้การวางแผนการ

ผลิตทำได้ยาก และไม่สามารถดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ได้ องค์กรประกอบการปฏิบัติการผลิตที่มีปัญหาในระดับมาก ได้แก่ ราคาวัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีความผันผวนในแต่ละฤดูกาล ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ต้นทุนการผลิตสูง และการผลิตที่ไม่เต็มกำลังการผลิต องค์กรประกอบการควบคุมการผลิตปัญหาที่พบเป็นเรื่องคุณภาพวัตถุดิบ และคุณภาพในการผลิตที่ไม่คงที่สม่ำเสมอ เนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร ส่วนองค์กรประกอบการควบคุมสินค้าคงคลังที่มีปัญหาในระดับมาก คือ การขาดแคลนวัตถุดิบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิศณุเวศ เสวตนันท์ (2541:76) ที่กล่าวไว้ว่า ปัญหาด้านการผลิตของอุตสาหกรรมปลาทูน่าส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ให้ได้มาตรฐาน ปัญหาด้านการซื้อวัตถุดิบ ซึ่งจะมีการแข่งขันแย่งซื้อวัตถุดิบ ทำให้ราคาสูงขึ้นซึ่งส่งผลต่อต้นทุนการผลิต และปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากต้องการแรงงานที่มีความชำนาญของฝีมือเป็นจำนวนมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ คนจริง และคณะ (2540 :10) ที่พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องมีปัญหาในการผลิตที่สำคัญคือ ด้านวัตถุดิบที่ทำประมงได้ไม่เพียงพอ ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ราคาวัตถุดิบสูง และประสบกับการขาดแคลนแรงงาน และค่าแรงที่สูง

สามารถเรียงลำดับองค์กรประกอบของปัญหาการดำเนินงาน ในแต่ละด้านได้ดังนี้

ด้านการผลิต มีระดับของปัญหาการวางแผนการผลิตเป็นลำดับที่ 1 การปฏิบัติการผลิตเป็นลำดับที่ 2 การควบคุมสินค้าคงคลัง เป็นลำดับที่ 3 และการควบคุมการผลิตเป็นลำดับที่ 4 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ปัญหาแต่ละองค์ประกอบ ได้ดังนี้

1. องค์กรประกอบการวางแผนการผลิต ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาที่สำคัญคือ วัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีปริมาณไม่แน่นอนในแต่ละฤดูกาล ส่งผลให้บ่อยครั้งมีวัตถุดิบ (อาหารทะเล) ป้อนโรงงานไม่เพียงพอ ทำให้การวางแผนการผลิตทำได้ยาก ปัญหาปริมาณการสั่งซื้อจากลูกค้ามีไม่แน่นอน ปริมาณการบริโภคขึ้นอยู่กับภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า และนอกจากนี้พบว่าผู้ผลิตในภาคกลางและภาคตะวันตกมีปัญหาการจัดหาวัตถุดิบ และส่วนผสม (Ingredient) ที่ฮาลาล ในขณะที่ผู้ผลิตในภาคตะวันออกและภาคใต้มีปัญหาในระบับน้อยมากหรือไม่มีเลย เนื่องจากมีผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบในท้องถิ่นที่เป็นมุสลิมเป็นจำนวนมาก

2. องค์กรประกอบการปฏิบัติการผลิต ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาที่สำคัญคือราคาวัตถุดิบ(อาหารทะเล) มีความผันผวนในแต่ละฤดูกาล ในบางฤดูกาลที่มีปริมาณสัตว์น้ำในธรรมชาติน้อย หรือมีการจับสัตว์น้ำได้น้อย วัตถุดิบก็จะมีราคาสูง โรงงานต้องแย่งกันซื้อวัตถุดิบ ทำให้ปริมาณอาหารทะเลมีไม่เพียงพอสำหรับการผลิต โรงงานจึงไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต และนอกจากนี้พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์มีราคาสูง ประกอบกับอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก และ

ด้วยอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของไทยที่มีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ต้นทุนด้านแรงงานสูงมาก และจากสภาพการทำงานที่พนักงานต้องยืนแช่อยู่กับความชื้นแฉะ และกลิ่นเหม็นคาวตลอดทั้งวัน จึงเป็นผลให้มีอัตราการเข้าออกของพนักงานสูง เกิดปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ นอกจากนี้ผู้ผลิตยังประสบปัญหาการขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการผลิตและการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะทำให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมากกว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ นอกจากนี้พบว่าผู้ผลิตในภาคตะวันตกและภาคกลางบางรายประสบกับปัญหาการขาดแคลนพนักงานหรือหัวหน้างานสายการผลิตที่เป็นมุสลิมเป็นอย่างมาก ในขณะที่ผู้ผลิตในภาคตะวันออกและภาคใต้มีปัญหาในระดับน้อยหรือไม่มีเลย เนื่องจากมีมุสลิมในพื้นที่เป็นจำนวนมาก

3. องค์ประกอบการควบคุมสินค้าคงคลัง ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาที่สำคัญคือ การขาดแคลนวัตถุดิบ(อาหารทะเล)ในบางช่วงของฤดูกาล ในปัจจุบันปริมาณสัตว์น้ำที่ทำการประมงได้ในอาณาเขตประเทศไทยลดน้อยลงมาก เนื่องจากสภาพเสื่อมโทรมของแหล่งน้ำและสภาพแวดล้อม ทำให้สัตว์น้ำทะเลเจริญพันธุ์ไม่ทันกับความสามารถในการจับสัตว์น้ำที่ได้มีการพัฒนาทั้งเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปมาก จึงทำให้ปริมาณวัตถุดิบมีไม่เพียงพอกับความต้องการของโรงงานผลิตอาหารทะเลแปรรูปที่มีอยู่จำนวนมาก จึงเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ

4. องค์ประกอบการควบคุมการผลิต ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาที่สำคัญคือ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของอาหารทะเลที่ใช้ในการผลิตจากชาวประมงทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ เนื่องจากการเก็บรักษาวัตถุดิบ (อาหารทะเล) หลังทำการประมง การแปรรูปวัตถุดิบขั้นต้นก่อนส่งเข้าสู่โรงงาน ใช้วิธีการที่ไม่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งมีผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย แต่ทั้งนี้พบว่าปัญหาคุณภาพของวัตถุดิบภายในประเทศมีมากกว่าวัตถุดิบจากต่างประเทศ เนื่องจากประเทศมีเทคโนโลยีการทำประมง และการเก็บรักษาวัตถุดิบที่ทันสมัยกว่าบ้านเรามาก ซึ่งสามารถรักษาความสด และคุณภาพวัตถุดิบได้ดีกว่า นอกจากนี้พบว่าผู้ผลิตในภาคตะวันตกและภาคกลางบางรายประสบกับปัญหาการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพและผู้ตรวจสอบภายในที่เป็นมุสลิมเป็นอย่างมาก ในขณะที่ผู้ผลิตในภาคตะวันออกและภาคใต้มีปัญหาในระดับน้อยหรือไม่มีเลย

ด้านการตลาด มีระดับปัญหาด้านราคาเป็นลำดับที่ 1 การส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ 2 ผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่ 3 และการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 4 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ปัญหาแต่ละองค์ประกอบ ได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านราคา ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาที่สำคัญคือปัญหาการแข่งขันด้านราคาในต่างประเทศ ปรึบราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนสูงขึ้นที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจาก วัตถุดิบ(อาหารทะเล) ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศในอัตราที่สูง

ราคาวัตถุดิบผันผวนในแต่ละช่วงของฤดูกาล ขึ้นกับปริมาณสัตว์น้ำที่ไม่แน่นอนแต่ละช่วงของฤดูกาลทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ จึงไม่สามารถปรับราคาขายได้เมื่อต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ในขณะที่ประเทศคู่แข่ง เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย จีน และเวียดนาม เป็นต้น มีความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่า มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรสัตว์น้ำภายในประเทศมากกว่า และมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่ามาก ทำให้ประเทศคู่แข่งเหล่านี้สามารถตั้งราคาขายได้ต่ำกว่า และประกอบกับการที่มีผู้ผลิตรายใหม่ๆ เกิดขึ้นในตลาดตลอดเวลา จึงทำให้สภาวะการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดต่างประเทศทวีความรุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตยังประสบกับปัญหาการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้ซื้อ เพราะถ้าหากตั้งราคาสูงเกินไปผู้ซื้อจะหันไปบริโภคอาหารทะเลสดแทน เพราะมีความสดมากกว่า รสชาติดีกว่า และหาซื้อได้ง่าย ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของไทยเป็นอย่างมาก

2. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ ขาดการส่งเสริมตราสินค้า และขาดแคลนบุคลากรด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความรู้เกี่ยวกับบทบาทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม ที่ผ่านมาอาหารทะเลกระป๋องที่นำเข้าไปจำหน่ายในตลาดฮาลาล ที่ผลิตในประเทศไทยส่วนใหญ่จะทำการผลิตภายใต้ตราสินค้าของผู้ส่งออกที่เป็นต่างชาติ จึงทำให้อาหารฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จัก ประกอบกับการขาดนักการตลาดมืออาชีพในตลาดนี้ที่จะทำการตลาดในเชิงลึก เพื่อประชาสัมพันธ์อาหารฮาลาลของไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก

3. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลมีปัญหาที่สำคัญ คือผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

4. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาในการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ ขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย ผู้กระจายสินค้าฮาลาลของไทยในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นต่างชาติ และผู้นำเข้าที่เป็นประเทศมุสลิมจะมีความเข้มงวดเกี่ยวกับความปลอดภัยและสุขอนามัยของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก มีระดับปัญหาขององค์ประกอบปัญหาด้านกฎหมาย การเมืองและนโยบายรัฐบาลเป็นลำดับที่ 1 ด้านเทคโนโลยีเป็นลำดับที่ 2 ด้านสภาพทางเศรษฐกิจ เป็นลำดับที่ 3 และด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นลำดับที่ 4 ซึ่งสามารถวิเคราะห์ปัญหาแต่ละองค์ประกอบ ได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านกฎหมายการเมืองและนโยบายรัฐบาล ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของ

ไทยเมื่อเทียบกับที่ประเทศอื่น ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล และขั้นตอนในการตรวจรับรองฮาลาลมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน

2. ปัญหาด้านเทคโนโลยี ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาที่สำคัญคือ ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มี การเก็บรวบรวมข้อมูลของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างเป็นระบบ สำหรับผู้ที่สนใจหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ที่จะได้ทราบถึงสถานการณ์ที่แท้จริงของตลาด

3. ปัญหาด้านสภาพทางเศรษฐกิจ ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ซึ่งส่งผลกระทบต่อปริมาณการบริโภค โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง และยอดขายในภูมิภาคนี้เริ่มลดลง

4. ปัญหาสังคมและวัฒนธรรม ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล มีปัญหาที่สำคัญคือ ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่า การขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศอย่างจริงจัง และขาดความมั่นใจในความเป็นอาหารฮาลาลไทยเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ จากรายงานของสถานเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศมุสลิมบางแห่ง พบว่าประชากรมุสลิมในบางประเทศมองว่าประเทศไทยเป็นเมืองพุทธศาสนา และไม่ทราบว่ายังมีมุสลิมหลายล้านคน และสามารถผลิตอาหารฮาลาลได้ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ขาดความเชื่อมั่นในอาหารฮาลาลของไทย และไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร (กองสนเทศเศรษฐกิจ, กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ “การส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล.” 2546 : 3)

5.2.3 ผลวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้านโดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงาน

ผลการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานในแต่ละด้าน โดยจำแนกตาม ขนาดของเงินลงทุน ประเภทของระบบในการผลิต และระยะเวลาในการดำเนินงานทั้ง 3 ด้าน ได้ผลดังนี้

1. การเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล โดยจำแนกตามขนาดของเงินลงทุน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาทหรือผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาทหรือผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาทหรือผู้ประกอบการขนาด

ใหญ่ พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมี ปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับหลักการของ วิรพันธ์ สิทธิพงศ์ (2542 : 39-40) ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยยังมีปัญหาและข้อจำกัดหลายประการ ที่ต่างจากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่นการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน เนื่องจากลงทุนต่ำ จึงทำให้การพัฒนารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานที่ดี ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า และปัญหาด้านการตลาดที่ยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ และสอดคล้องกับหลักการในเรื่องการจำแนกขนาดของอุตสาหกรรมของ สมชัย ตันติชนวัฒน์ (2542 : 25-26) ที่กล่าวว่า การที่อุตสาหกรรมที่มีขนาดแตกต่างกันในสินทรัพย์ลงทุน จะมีกิจกรรมหรือลักษณะการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน เมื่อเป็นเช่นนี้ย่อมจะส่งผลถึงปัญหาคำเนินงานด้านต่างๆ ทั้งในด้านการผลิต และในด้านการตลาดที่แตกต่างกันนั่นเอง

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัญหา พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมี ปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตต่างกัน ซึ่งสนับสนุนสมมุติฐานและสอดคล้องกับหลักการที่กล่าวไว้ข้างต้น แต่พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมี ปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกโดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ปัญหาทางด้านการตลาด และผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกที่องค์กรประสบอยู่นั้น ส่วนใหญ่เกิดจากปัจจัยภายนอกหรือมีปัจจัยภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล ปัญหาการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในด้านต่างๆ อย่างจริงจัง ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม ซึ่งการแก้ไขปัญหาล่าช้าต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ผู้ประกอบการผลิตไม่สามารถทำได้โดยลำพัง

เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของปัญหา ในด้านการผลิต พบว่าเฉพาะองค์ประกอบการควบคุมการผลิตและการควบคุมสินค้าคงคลังเท่านั้นที่มีปัญหาในการดำเนินงานแตกต่างกันตามขนาดของเงินลงทุน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะปัญหาหลักๆ ใน 2 องค์ประกอบนี้เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับคุณภาพวัตถุดิบ การเก็บรักษาวัตถุดิบ และ การขาดแคลนวัตถุดิบ (อาหารทะเล) ในบางช่วงของฤดูกาล ซึ่งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่จะมีปัญหาเหล่านี้้น้อยกว่าผู้ประกอบการขนาดเล็ก เนื่องจากผู้ประกอบการขนาดกลางและใหญ่ส่วนมากจะมีการลงทุนในด้านเทคโนโลยีในการเก็บรักษาวัตถุดิบที่ทันสมัย มีการซื้อวัตถุดิบเก็บไว้ในปริมาณมาก ส่วน

ปัญหาการดำเนินงานในองค์ประกอบการวางแผนการผลิตและการปฏิบัติการผลิต ไม่แตกต่างกันตามขนาดของเงินลงทุน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะปัญหาหลักๆ ที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลประสบใน 2 องค์ประกอบนี้ล้วนแต่เป็นปัญหาที่ยากต่อควบคุมหรือแก้ไขได้โดยอาศัยการจัดสรรทรัพยากรหรือการบริหารจัดการภายในองค์กรเพียงอย่างเดียว เช่น อาหารทะเลมีปริมาณไม่แน่นอนในแต่ละฤดูกาล ปริมาณการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับสภาพทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า และภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ราคาอาหารทะเลมีความผันผวนในแต่ละฤดูกาล ต้นทุนการผลิตสูงเนื่องจากอาศัยการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นหลัก ค่าจ้างแรงงานที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ในด้านการตลาด พบว่าปัญหาการดำเนินงานขององค์ประกอบการจัดจำหน่ายเท่านั้นที่แตกต่างกันตามขนาดของเงินลงทุน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะปัญหาหลักๆ ที่ผู้ผลิตประสบในองค์ประกอบปัญหาการจำหน่าย คือ การรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ และการขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่หลายๆ ราย มีความพร้อมถึงขั้นที่สามารถทำการกระจายสินค้าบางส่วนด้วยตัวเอง และนอกจากนี้ยังมีช่องทางการจำหน่ายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และด้วยขนาดเงินลงทุนที่มากกว่า การรักษาลูกค้าในตลาดเดิม และการเปิดตลาดใหม่ๆ ก็สามารถทำได้ดีกว่าผู้ประกอบการขนาดเล็ก ส่วนในด้านผลกระทบจากภาวะแวดล้อมภายนอก พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกันในทุกองค์ประกอบของปัญหา

ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อยกว่า 50 ล้านบาทจะประสบปัญหาการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมาเป็นขนาดของเงินลงทุนระหว่าง 50-200 ล้านบาท ส่วนขนาดของเงินลงทุนมากกว่า 200 ล้านบาทมีปัญหาที่น้อยที่สุด จะเห็นได้ว่าระดับของปัญหาจะรุนแรงขึ้นตามขนาดเงินลงทุนที่ลดลง เพราะการที่มีเงินลงทุนน้อยอาจส่งผลให้การจัดสรรทรัพยากรเพื่อแก้ปัญหาในด้านต่างๆ ภายในองค์กรก็จะลดลงด้วยตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล โดยจำแนกตามประเภทของระบบในการผลิต แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือการผลิตตามคำสั่งซื้อ การผลิตเพื่อรอการจำหน่าย และการผลิตแบบผสม คือใช้ทั้ง 2 ระบบในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่ประเภทของระบบในการผลิตต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานในภาพรวมไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานอาจเนื่องจากในอุตสาหกรรมนี้ ประเภทของรูปแบบในการผลิตที่ต่างกัน ไม่ได้ทำให้การบริหารจัดการในด้านต่างๆ ภายในองค์กรแตกต่างกันมากนักในภาพรวม

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัญหา พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีประเภทของระบบในการผลิตต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานไม่ต่างกัน ซึ่ง

ไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน และไม่สอดคล้องกับหลักการในเรื่องการแบ่งประเภทของระบบในการผลิตซึ่ง กัตัญญู หิริญญสมบุรณ์ (2543 : 9-10) ได้กล่าวไว้ว่า การผลิตตามคำสั่งซื้อ และการผลิตเพื่อรอการจำหน่าย จะมีความแตกต่างกันตั้งแต่ขั้นต้นของการเตรียมการผลิต วัตถุดิบ กระบวนการผลิต เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ ตลอดจนความสามารถและความชำนาญของพนักงาน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะปัญหาด้านการผลิตที่ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลประสบหลักๆ นั้นเป็นปัญหาเนื่องมาจากคุณภาพวัตถุดิบ การเก็บรักษาวัตถุดิบ การขาดแคลนวัตถุดิบ ความผันผวนในด้านปริมาณและราคาของวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตสูง การขาดแคลนแรงงานในสายการผลิต ดังนั้นไม่ว่าประเภทของระบบในการผลิตจะเป็นแบบใด ผู้ผลิตก็จะประสบปัญหาด้านการผลิตไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก ก็พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่ประเภทของระบบในการผลิตต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอกไม่ต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน เหตุผลเช่นเดียวกับที่กล่าวไว้ในข้อ 1.

เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของปัญหา พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่ประเภทของระบบในการผลิตต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานต่างกันเฉพาะในองค์ประกอบปัญหาการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น โดยผู้ผลิตที่ผลิตตามคำสั่งซื้อจะมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าผู้ผลิตเพื่อรอการจำหน่าย และผู้ผลิตแบบผสม ในขณะที่ผู้ผลิตเพื่อรอการจำหน่ายกับผู้ผลิตแบบผสมมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ผลิตที่ผลิตตามคำสั่งซื้อส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างผลิตภายใต้ตราสินค้าของลูกค้า หรือถึงแม้ว่าจะผลิตภายใต้ตราสินค้าของผู้ผลิตเอง แต่ทางลูกค้าจะเป็นผู้ทำการส่งเสริมการขายทั้งหมด

3. การเปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ ระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่า 10 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 10-20 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 21-30 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับหลักการในเรื่องวงจรชีวิตขององค์กรธุรกิจ ซึ่งวรณารด แสงมณี (2544 : 11-12) กล่าวไว้ว่า องค์การส่วนมากจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดอย่างนั้น ตัวกำหนดที่สำคัญคือ ประสบการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้านั้นมากกว่าที่จะขึ้นอยู่กับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้า ลักษณะของการแก้ไขปัญหาที่ฝ่ายบริหารได้กระทำในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤต หรือมีการปฏิวัติรูปแบบการทำงานที่เกิดขึ้น ในที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นต้นของการวิวัฒนาการเพื่อ

การเติบโต หลังจากการเกิดวิกฤตดังกล่าว เมื่อเป็นเช่นนี้ระยะเวลาในการดำเนินงานก็ย่อมจะส่งผลถึงปัญหาในการดำเนินงานด้านต่างๆ ในระดับที่แตกต่างกันนั่นเอง

เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของปัญหา ในด้านการผลิต พบว่าผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานด้านการผลิตไม่ต่างกัน เป็นเพราะปัญหาทางการผลิตมีสาเหตุจากวัตถุดิบเป็นหลักดังที่กล่าวไว้ข้างต้น และนอกจากนี้พบว่าผู้ผลิตรายใหม่หลายๆราย เป็นบริษัทลูกหรือบริษัทในเครือของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ที่เปิดดำเนินการมาด้วยระยะเวลานานพอสมควร ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่บางส่วนก็เป็นบุคลากรจากบริษัทแม่ หรือเป็นบุคลากรที่เคยผ่านงานในอุตสาหกรรมนี้มาเป็นเวลานาน และมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการเป็นอย่างดี จึงทำให้มีประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านการผลิตไม่แตกต่างจากผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า ส่วนในด้านการตลาด และด้านผลกระทบจากภาวะแวดล้อมภายนอกนั้น พบว่าปัญหาในการดำเนินงานไม่แตกต่างกันตามระยะเวลาในการดำเนินงาน เหตุผลเช่นเดียวกับที่กล่าวไว้ในข้อ 1. และข้อ 2.

เมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบของปัญหาพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินงานเฉพาะองค์ประกอบปัญหาการจัดจำหน่ายเท่านั้นที่ต่างกัน โดยที่ผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยกว่า 10 ปี มีปัญหามากกว่าผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 21-30 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี แต่มีระดับปัญหาใกล้เคียงกับผู้ผลิตที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 10-20 ปี หรือกล่าวได้ว่าระดับของปัญหาองค์ประกอบการจัดจำหน่ายจะลดลงตามระยะเวลาในการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ตามอายุหรือประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นขององค์กร

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

5.3.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

1. จากการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลประสบปัญหาในเรื่องของการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น การที่จะทำให้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดอาหารฮาลาลได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังจากทุกฝ่าย โดยเฉพาะในส่วนของผู้ประกอบการเองนั้น ต้องทำการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่เป็นไปตามบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามในทุกขั้นตอน มีการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลอย่างถูกต้อง และปฏิบัติตามกฎระเบียบการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด

2. จากการวิจัยพบว่า ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เนื่องจากการขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตและการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ และที่ผ่านมาผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันมากกว่าการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ประกอบการผลิตควรหันมาให้ความสำคัญในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด โดยการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง

3. จากการวิจัยพบว่า ยังขาดนักการตลาดมืออาชีพที่ทำการตลาดในเชิงลึกในตลาดอาหารฮาลาล การที่จะพัฒนาการตลาดอาหารฮาลาลนั้น ควรจะมีตัวแทนของธุรกิจไทยทำการตลาดในพื้นที่ ทำการสำรวจข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับรสนิยมและลักษณะการบริโภคของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งศึกษากฎระเบียบข้อบังคับ รูปแบบการกระจายสินค้า เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของตลาด และพัฒนาสินค้าให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นทางผู้ประกอบการผลิตควรประสานงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในการส่งนักการตลาดจากภาคธุรกิจเข้าไปร่วมทำการตลาดกับตัวแทนจากภาครัฐ

4. จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลที่ได้รับการรับรองระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14000) ยังมีไม่มากนัก ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องการตื่นตัวและตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมเริ่มทวีความรุนแรงขึ้น มีการรวมตัวจากกลุ่มอนุรักษ์นิยมในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด หรือมาตรการกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ห้ามนำเข้าปลาทูน่า และผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าครีบลือที่จับด้วยอวนล้อมในเขตร้อนบริเวณมหาสมุทรแปซิฟิกตะวันออกตามกฎหมายการคุ้มครองปลาโลมาและสภาพแวดล้อมทางทะเล เนื่องจากปลาทูน่าชนิดนี้อาศัยในบริเวณเดียวกับปลาโลมา และการผลิตอาหารทะเลกระป๋องมีของเสียจากกระบวนการผลิตทั้งในเรื่องของเศษวัตถุดิบ และน้ำเสียจากกระบวนการผลิต รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ดังนั้นผู้ผลิตในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง จึงควรเตรียมการเพื่อรองรับมาตรการทางด้านสิ่งแวดล้อมเหล่านี้

5.3.1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1. จากการวิจัยพบว่า สินค้าอาหารฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจและเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารฮาลาลในหมู่ผู้ผลิต ผู้ส่งออก และประชาชนทั่วไป รวมทั้งผู้นำเข้าและผู้ซื้ออาหารฮาลาลในต่างประเทศ โดยการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ออกรายการทางโทรทัศน์ ออกอากาศทางวิทยุ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งออกอาหารฮาลาล

ตลาดในโอกาสที่มีการประชุมสัมมนาต่างๆ และจัดงานแสดงสินค้าหรือจัดแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. จากการวิจัยพบว่า ชังขาดการสร้างตราสินค้า (Brand Name) สำหรับสินค้าอาหารฮาลาล เนื่องจากที่ผ่านมาผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในไทยส่วนใหญ่ทำการผลิตภายใต้ตราชื่อของต่างชาติ ดังนั้นภาครัฐควรเร่งส่งเสริมให้มีการผลิตอาหารฮาลาลภายใต้ตราสินค้าของไทยเอง และเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างตราสินค้า และทำการส่งออกด้วยตนเอง

3. จากการวิจัยพบว่า ตลาดอาหารฮาลาลยังขาดผู้กระจายสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้า ควรมีการร่วมทุนกับประเทศที่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย โดยการลงทุนในประเทศไทยหรือในประเทศกลุ่มเป้าหมาย เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แอฟริกาใต้ หรือสิงคโปร์ เพื่อเป็นศูนย์กระจายสินค้าและเป็นการสร้างตลาดถาวร เนื่องจากประเทศเหล่านี้ไม่ได้นำเข้าอาหารฮาลาลเพื่อการบริโภคภายในประเทศเพียงอย่างเดียว แต่ยังนำเข้าเพื่อไปจำหน่ายต่อในประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคนั้นๆ อีกด้วย

4. จากการวิจัยพบว่า ชังขาดการเก็บรวบรวมข้อมูลของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างเป็นระบบ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดทำระบบฐานข้อมูลของผู้ผลิต ผู้ส่งออก คู่แข่งขัน และกลุ่มประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ รวมทั้งสถิติการค้าทั้งหมดที่ผ่านมา โดยเผยแพร่ใน Website เพื่อให้ผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า และประชาชนผู้สนใจทั่วไปสามารถค้นหาข้อมูลได้ตามรายประเทศ และรายสินค้า

5. จากการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องมีปัญหาในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบและปัญหาคุณภาพของวัตถุดิบ ทั้งการเก็บรักษาวัตถุดิบหลังทำการประมง การแปรรูปวัตถุดิบเบื้องต้นก่อนส่งเข้าสู่โรงงาน ซึ่งส่งผลถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย ในเรื่องการขาดแคลนวัตถุดิบควรมีการเจรจาร่วมทุนทำประมงกับประเทศเพื่อนบ้านที่ยังมีแหล่งทรัพยากรสัตว์น้ำที่อุดมสมบูรณ์ เช่น พม่า อินโดนีเซีย และเวียดนาม และพัฒนาเทคโนโลยีการทำประมงที่ทันสมัย จัดให้มีเรือประมงทუნาน้ำลึกเพิ่มมากขึ้น สามารถออกไปทำประมงปลาทუნาน้ำลึกเพื่อลดการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ นอกจากนี้ควรมีการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมและแหล่งน้ำธรรมชาติต่างๆ เพื่อให้สามารถเป็นแหล่งเจริญพันธุ์ของสัตว์น้ำได้ และส่งเสริมการเพาะเลี้ยงชายฝั่งเพื่อเป็นแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศที่สำคัญและเพียงพอกับความต้องการของอุตสาหกรรม ให้ความรู้แก่ชาวประมงในการดูแลรักษาคุณภาพสัตว์น้ำ รวมทั้งดูแลการแปรรูปวัตถุดิบขั้นต้นให้ถูกสุขลักษณะ ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลกระป๋องของไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดมากขึ้น

5.3.1.3 ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรทางศาสนาอิสลาม

1. จากการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของไทย มีปัญหาในเรื่องของการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น และยังคงขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล เนื่องจากกลุ่มประเทศผู้นำเข้าอาหารฮาลาลมองว่า มาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล ของไทยยังไม่ดีพอ จึงทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากยอมเสียค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นเพื่อขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลจากประเทศอื่น เช่น มาเลเซีย ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่ผลิตจากประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาไม่เป็นที่รู้จักมากนัก การที่จะทำให้อาหารรับรองฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับในตลาดอาหารฮาลาลได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังระหว่างหน่วยงานภาครัฐ องค์กรทางศาสนาอิสลาม และผู้ประกอบการ โดยเฉพาะองค์กรทางศาสนาอิสลามที่ดูแลรับผิดชอบในด้านการตรวจรับรองฮาลาล ควรมีการปรับปรุงระบบการตรวจสอบรับรองฮาลาลให้มีความเป็นมาตรฐาน มีการพัฒนาความรู้ความสามารถบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบ มีการตรวจสอบสถานประกอบการเป็นระยะๆ โดยใช้วิธีการไปตรวจสอบโดยไม่มีภาระนัดหมายหรือแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และมีบทลงโทษที่ชัดเจนสำหรับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบการรับรองฮาลาล และในการออกไปเปิดตลาดสินค้าฮาลาลกับต่างประเทศ ควรมีตัวแทนจากองค์กรศาสนาอิสลามร่วมไปด้วยในทีม เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างการยอมรับจากประเทศที่ไปเจรจาการค้ามากขึ้น

2. จากการวิจัยพบว่า ขั้นตอนในการตรวจรับรองฮาลาลมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน ควรมีการปรับปรุงขั้นตอนการตรวจสอบ การอนุมัติ การออกใบรับรองฮาลาลให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น ควรผลักดันให้มีหน่วยงานตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลในลักษณะที่ครบวงจร สามารถดำเนินการแล้วเสร็จในครั้งเดียว (One Stop Service) โดยจัดให้มีหน่วยงานที่มีเจ้าหน้าที่สาขาต่างๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและออกใบรับรองฮาลาลอย่างครบถ้วนในที่เดียว ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่จากองค์กรศาสนาอิสลามทำหน้าที่ตรวจสอบด้านความสอดคล้องตามบทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม การปฏิบัติตามกฎระเบียบการรับรองฮาลาล เจ้าหน้าที่ที่ตรวจสอบทางด้านวิทยาศาสตร์ ตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการ เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล ในทัศนะของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมประมง กรมส่งเสริมการค้าส่งออก คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่างๆ

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในกลุ่มอื่นๆ ที่มีศักยภาพในการส่งออกสูงและเป็นที่นิยมของผู้บริโภค

ในกลุ่มประเทศผู้นำเข้า ซึ่งได้แก่ กลุ่มเนื้อสัตว์แช่แข็ง สัตว์ปีกแช่แข็ง อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน เช่น ข้าวผัด ข้าวหมกไก่ พะแนงไก่ ไก่ห่อใบเตย เป็นต้น หรือกลุ่มซอสปรุงรสต่างๆ เช่น ซอสถั่วเหลือง น้ำมันหอย ซีอิ้ว รวมถึงน้ำจิ้มต่างๆ

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกหรือกลุ่มตัวแทนจำหน่ายในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

4. ควรมีการวิจัยเข้าถึงปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลเมื่อระยะเวลาผ่านไป โดยเพิ่มประเด็นปัญหาการดำเนินงานด้านอื่นๆ เช่น ด้านการเงินและการบัญชี ด้านการจัดการ เพราะอาจมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อกาลเวลาและสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนไป

บรรณานุกรม

- กัตัญญู หิรัญญูสมบุญ. 2543. การบริหารอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- กะลอ (นามแฝง). 2542. “อาหารฮาลาล อีกทางเลือกหนึ่งของผู้ส่งออกอาหารไทย.” วารสารผู้ส่งออก. 12(275) : 64.
- กันตา จิตตั้งสมบุญ. 2543. “ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของประเทศไทย : การส่งออกยังคงคิดอันดับโลก.” วารสารผู้ส่งออก. 14(307) : 8-12.
- กันตา จิตตั้งสมบุญ. 2544. “การส่งออกสินค้าอาหารของไทยปี 2544.” วารสารผู้ส่งออก. 15(353) : 13.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระทรวงพาณิชย์. 2544. “ผลงานกระทรวงพาณิชย์ปี 2544.” กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการส่งออก.
- กลุ่มบริษัทแอดวานส์ รีเสิร์ช จำกัด. 2540. รายงานการศึกษากฎหมายขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. 2546. “การส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล” กรุงเทพฯ : กองสนเทศเศรษฐกิจ.
- คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. 2544. “เทคนิคการเป็นที่ปรึกษาสถานประกอบการและผู้ตรวจสอบสถานประกอบการ.” กรุงเทพฯ : ฝ่ายกิจการฮาลาล.
- ชัยวัฒน์ คนจริง และคณะ. 2540. “โครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออก.” กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์
- ทรงชัย ไสเสวตวารี. 2540. “การส่งออกอาหารมุสลิม : ถึงเวลาที่ประเทศไทยต้องตื่นตัว.” กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการส่งออก. เอกสารประกอบการสัมมนา.
- ธิดารัตน์ ศิริพันธุ์พานิชย์. 2542. “การดำเนินงานของผู้ผลิตน้ำดื่มบริสุทธิ์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เรียรไชย จิตต์แจ้ง. 2541. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบริหาร. เอกสารการสอนชุดวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นันทิยา กัมพลานนท์. 2543. “การตลาดอุตสาหกรรมอาหารมุสลิมภายใต้เครื่องหมายฮาลาล.”
วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์. 2542. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์
ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์. 2535. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ
: บี แอนด์ บี พับบริซซิง.
- บริษัท ศูนย์กสิกรไทย จำกัด. 2544. “ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล : ตลาดส่งออก 350,000 ล้านบาทที่
น่าสนใจ.” วารสารกระแสนันต์. 7(1084) : 1.
- ปาริชาติ หะยิฐิโษะ. 2543. “ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย กรณีศึกษา
อาหารฮาลาล.” ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตร์ธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เป็รื่อง กิจรัตน์ภร. 2543. การจัดการอุตสาหกรรมและการผลิต. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือราชภัฏ
พระนคร.
- พัคตร์ผอง วัฒนสินธุ์ และพสุ เฉษะรินทร์. 2542. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. พิมพ์
ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชิต สุขเจริญพงษ์. 2538. การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด.
- พิทักษ์ ก่อเกียรติพิทักษ์. 2543. “ศักยภาพด้านการผลิตอาหารฮาลาล : กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี.”
ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิมพ์ใจ ศรีลัมพ์. 2545. “อาหารฮาลาล อีกศักยภาพอุตสาหกรรมไทย.” วารสารส่งเสริมการลงทุน.
13(3) : 25-26.
- พงศกร ทวีสุข. 2544. “การดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมลำไยอบแห้งในจังหวัด
เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ. 2541. หลักการจัดการ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : โรง
พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิชัย แหวนเพชร. 2543. การวางแผนและควบคุมการผลิต. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ธรรมกล
การพิมพ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วีรพันธ์ สิทธิพงศ์. 2542. การประสานงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : บริษัทกราฟฟิคดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด.
- วรรณารด แสงมณี. 2543. การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : งานตำราและเอกสารการพิมพ์ คณะครู ศาสตราจารย์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- วรรณารด แสงมณี. 2544. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ระเบียบของการพิมพ์.
- ศรีณพร ชวนเกริกกุล. 2543. "อาหารฮาลาลกับการส่งออก." วารสารผู้ส่งออก. 15(346) : 46-47.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2535. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เอส. เอ็ม. เซอร์กิต เพรส.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- สุดาพร มะหะหมัด. 2541. "การวิเคราะห์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของประเทศไทย : กรณีศึกษาอุปสงค์การนำเข้าไก่สดแช่แข็งใน 3 ประเทศ." วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมิตร เตชะสุขสันต์. 2542. "การดำเนินงานของธุรกิจกล้วยไม้ในจังหวัดเชียงใหม่." วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุปัญญา ไชยชาญ. 2543. การบริหารการผลิต. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- สมชัย ดันดิชนวัฒน์. 2542. "พัฒนาการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย." วารสารส่งเสริมการลงทุน. 2(2) : 25-26.
- สำนักบริการส่งออก. 2545. "ประสานพลังส่งออกอาหารฮาลาล." วารสารผู้ส่งออก. 6(367) : 10-12.
- อลิสรา จันทร์ขาว. 2543. "แนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง กรณีศึกษาอาหารทะเลกระป๋อง." วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อัจฉรา สังข์สุวรรณ. 2540. การบริหารงานอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : เทพรัตน์เพรส.
- Suranart Khamanarong. **Proceeding of International Seminar on SMEs in Asia.** Held at Nagoya University, 1-3 March 2000, Japan.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลระบือองภายใต้เครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลและลักษณะของผู้ประกอบการผลิตอาหารทะเลระบือองภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมตามสถานภาพให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว (ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

1. เพศของท่าน
 - ชาย
 - หญิง
2. อายุของท่าน
 - ต่ำกว่า 30 ปี
 - 30 – 40 ปี
 - 41 – 50 ปี
 - มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรี
 - ปริญญาโท
 - สูงกว่าปริญญาโท
4. โรงงานผลิตอาหารทะเลระบือองของท่านตั้งอยู่ในจังหวัด _____
5. โรงงานหรือผลิตภัณฑ์อาหารทะเลระบือองของท่านได้เครื่องหมายรับรองในด้านใดบ้างนอกจากเครื่องหมายฮาลาล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - HACCP
 - GMP
 - ISO กลุ่ม 9000
 - ISO กลุ่ม 14000
 - มอก. 18000
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
6. จำนวนเงินลงทุนหรือทรัพย์สินที่ท่านใช้ในการลงทุนทั้งหมดในกิจการของท่าน
 - น้อยกว่า 50 ล้านบาท
 - 50-200 ล้านบาท
 - มากกว่า 200 ล้านบาท
7. ประเภทของระบบในการผลิตอาหารทะเลระบือองของท่านใช้แบบใด เป็นหลัก
 - การผลิตตามคำสั่งซื้อ
 - การผลิตเพื่อรอการจำหน่าย
 - ใช้ทั้ง 2 ระบบในสัดส่วนที่เท่าๆกัน

(Made-to-Order) (Made-to-Stock)
8. โรงงานของท่านเปิดดำเนินการผลิตอาหารทะเลระบือองเป็นระยะเวลาานานเท่าใด
 - ต่ำกว่า 10 ปี
 - 10-20 ปี
 - 21-30 ปี
 - มากกว่า 30 ปี

ตอนที่ 2 ปัญหาจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องสี่เหลี่ยมให้ตรงกับสภาพประเด็นปัญหาด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2.1 ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาด้านการผลิต		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
การวางแผนการผลิต						
1.	พยากรณ์ความต้องการบริโภคในอนาคตได้ยาก					
2.	ขาดการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางแผน					
3.	จำนวนและปริมาณการสั่งซื้อสินค้า (orders) จากลูกค้าไม่แน่นอน					
4.	วัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีปริมาณไม่แน่นอนแต่ละฤดูกาล					
5.	ปัญหาการจัดหาวัตถุดิบและ ส่วนผสม (Ingredient) ที่ฮาลาล					
6.	เมื่อมีแผนการผลิตแล้วบ่อยครั้ง ไม่สามารถดำเนินงานตามแผนได้					
การปฏิบัติการผลิต						
7.	ขาดแคลนเทคโนโลยีด้านการผลิตรวมทั้งด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์					
8.	การชำรุดเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต					
9.	ปัญหาการผลิตที่ไม่เต็มกำลังการผลิต					
10.	ปัญหาด้านทุนการผลิตสูง					
11.	ราคาวัตถุดิบ (อาหารทะเล) มีความผันผวนในแต่ละฤดูกาล					
12.	ปัญหาการแยกพื้นที่ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาลและไม่ฮาลาล					
13.	ปัญหาการเตรียมและการล้างทำความสะอาดวัตถุดิบตามหลักศาสนาอิสลาม					
14.	ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน					
15.	ขาดแคลนพนักงานหรือหัวหน้างานสายการผลิตที่เป็นมุสลิม					
การควบคุมการผลิต						
16.	ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ (อาหารทะเล) จากชาวประมงไทยได้					
17.	ไม่สามารถควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ(อาหารทะเล)ที่นำเข้าจากต่างประเทศได้					

การควบคุมการผลิต (ต่อ)		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
18.	ปัญหาคุณภาพบรรจุภัณฑ์(กระป๋อง)ที่ไม่สม่ำเสมอ					
19.	ปริมาณและคุณภาพในการผลิตไม่คงที่สม่ำเสมอเนื่องจากใช้แรงงานคนมากกว่าเครื่องจักร					
20.	มีของเสียในกระบวนการผลิตมากทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป					
21.	การตรวจวิเคราะห์วัตถุดิบและส่วนผสมทางวิทยาศาสตร์เพื่อพิสูจน์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลทำได้ยาก					
22.	ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพและผู้ตรวจสอบภายในที่เป็นมุสลิม					
การควบคุมสินค้าคงคลัง						
23.	วัตถุดิบ(อาหารทะเล) คุณภาพด้อยลงหรือเน่าเสียได้ง่าย					
24.	ปัญหาการจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปของผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาล					
25.	ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาทั้งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปค่อนข้างสูง					
26.	ขาดแคลนวัตถุดิบ (อาหารทะเล) ในบางช่วงของฤดูกาล					

2.2 ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการตลาด		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
ผลิตภัณฑ์						
1.	ผลิตภัณฑ์ภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย					
2.	ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
3.	ขาดแคลนเทคโนโลยีด้านบรรจุภัณฑ์					
4.	ความต้องการชนิด คุณภาพ และรสชาติของสินค้าแตกต่างกันในแต่ละประเทศหรือภูมิภาค					
ราคา						
5.	การแข่งขันทางด้านราคาในตลาดต่างประเทศ					
6.	ปรับราคาขายได้ยากเมื่อต้นทุนสูงขึ้น					

ราคา (ต่อ)	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
7. ปัญหาในการตั้งราคาให้มีความเหมาะสมเพื่อจูงใจผู้ซื้อ					
การจัดจำหน่าย					
8. ขาดผู้กระจายสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า					
9. การแข่งขันกับผู้ผลิตท้องถิ่นที่เป็นมุสลิม					
10. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่					
11. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี					
12. การกีดกันทางการค้าด้วยการกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้า (ปริมาณสารตกค้าง ผลากสินค้า การใช้สารเจือปนในอาหาร)					
13. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย					
14. การกีดกันทางการค้าในประเด็น GMOs					
15. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม					
การส่งเสริมการตลาด					
16. ขาดการทำแผนส่งเสริมการขายไว้ล่วงหน้า					
17. ขาดแคลนบุคลากรทางด้านส่งเสริมการตลาดที่มีความรู้เกี่ยวกับบทบัญญัติทางศาสนาอิสลาม					
18. ขาดการส่งเสริมตราสินค้า					
19. ขาดการโฆษณาและประชาสัมพันธ์					

2.3 ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

ปัญหาด้านผลกระทบจากสภาวะแวดล้อมภายนอก	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
สภาพทางเศรษฐกิจ					
1. ปัญหาเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน					
2. ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัว					
สังคมและวัฒนธรรม					
3. ขาดการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ					
4. การขาดความมั่นใจในความเป็นอาหารฮาลาลไทยเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ					
5. ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมบริโภคอาหารทะเลสดมากกว่าอาหารทะเลกระป๋อง					

กฎหมาย การเมือง และนโยบายรัฐบาล		มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา
6.	การขาดความมั่นใจในความเป็นอาหารฮาลาลไทยเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ					
7.	ขาดการติดตามสถานการณ์ในตลาดต่างประเทศในด้านการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ					
8.	ขาดการสนับสนุนของภาครัฐในการค้นคว้าพัฒนาเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด					
9.	ขาดการส่งเสริมสนับสนุนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)					
10.	ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐบาลกับองค์กรทางศาสนาอิสลาม					
11.	ขาดการสนับสนุนทางด้านภาษี					
12.	ปัญหาการยอมรับในเครื่องหมายฮาลาลของไทยเมื่อเทียบกับที่อื่น					
13.	ขาดความชัดเจนของระเบียบการรับรองฮาลาล					
14.	ขาดความเป็นมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาล					
15.	ขาดแคลนบุคลากรในการตรวจรับรองฮาลาล					
16.	ขั้นตอนในการตรวจรับรองฮาลาลมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน					
เทคโนโลยี						
17.	ขาดเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล					
18.	ขาดแคลนห้องปฏิบัติการ เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจวิเคราะห์และตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาล					
19.	ขาดการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล					

<p>ตอนที่ 3 ปัญหาอื่นๆจากการดำเนินงานของผู้ผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้ เครื่องหมายฮาลาล</p>

ในความคิดของท่าน การดำเนินงานผลิตอาหารทะเลกระป๋องภายใต้เครื่องหมายฮาลาลของท่าน ยังมีปัญหาใดที่ท่านคิดว่ามีความสำคัญและสมควรได้รับการแก้ไขเพื่อให้ธุรกิจของท่านประสบผลสำเร็จ

3.1 ปัญหาด้านการผลิต

3.2 ปัญหาด้านการตลาด

3.3 ปัญหาในการขอรับรองฮาลาล

3.4 ปัญหาจากสภาวะแวดล้อมภายนอก

- ด้านสภาพทางเศรษฐกิจ

- ด้านสังคมและวัฒนธรรม

- ด้านกฎหมาย การเมืองและนโยบายของรัฐบาล

- ด้านเทคโนโลยี

3.5 ท่านต้องการให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือท่านในด้านใดบ้าง

ประวัติผู้เขียน

นางสิริมา อภิวัดน์วาทา สำเร็จการศึกษาวិทยาสตวรรษบัณฑิต (สาขาเคมี) จากมหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ ปีการศึกษา 2532 หลังจากนั้นได้เข้าทำงานในตำแหน่งนักวิชาการเคมี และผู้ช่วย หัวหน้าส่วนห้องปฏิบัติการในบริษัทเอกชนทางด้านอุตสาหกรรมสิ่งทอ หัวหน้าแผนกควบคุมคุณภาพ ผู้จัดการแผนกควบคุมคุณภาพของบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ ผู้จัดการฝ่ายประกันคุณภาพของบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับแม่และเด็ก และที่ปรึกษาด้านการจัดการระบบคุณภาพของบริษัท ผู้ผลิตอาหารทะเลแช่แข็ง และปัจจุบันประกอบธุรกิจส่วนตัว