

## แบบเสนอโครงการวิจัย (research project)

ประกอบการเสนอของบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ตามมติคณะรัฐมนตรี

-----

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มศักยภาพธุรกิจร้านอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลในเส้นทางโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน”  
(ภาษาอังกฤษ) ASIA’s Logistics : Factors that influence the potential of restaurants business for Cultural Halal tourism to support AEC’s logistic route

**ส่วน ก : ลักษณะโครงการวิจัย**

- โครงการวิจัยใหม่  
 โครงการวิจัยต่อเนื่องระยะเวลา.....ปี ปีนี้เป็นปีที่..... รหัสโครงการวิจัย \*\* .....

I ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผน **พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)** (กรณาระบุความสอดคล้องเพียงยุทธศาสตร์ ที่มีความสอดคล้องมากที่สุด

ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ข้อ 5.3 การสร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

II ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559) (กรณาระบุความสอดคล้องเพียง 1 ยุทธศาสตร์ 1 กลยุทธ์ และ 1 แผนงานวิจัย ที่มีความสอดคล้องมากที่สุด โดยโปรดดูรายละเอียดในผนวก 3)

ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 2 การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

กลยุทธ์การวิจัยที่ 4 พัฒนาศักยภาพระดับคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

แผนงานที่ 4.4 การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างรายได้และการบริหารทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

III ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติรายประเด็น

12. ระบบโลจิสติกส์

IV ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับนโยบายรัฐบาล (กรณาระบุความสอดคล้องเพียง 1 หัวข้อที่มีความสอดคล้องมากที่สุด โดยโปรดดูรายละเอียดในผนวก 4)

นโยบายเร่งด่วนที่จะเริ่มดำเนินการในปีแรก : เรื่อง เร่งเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศ โดยประกาศให้ปี พ.ศ.2554-2555 เป็นปี “มหัศจรรย์ไทยแลนด์” (“Miracle Thailand” Year) แผน 4 ปี ของรัฐบาล

## 2.2 นโยบายเศรษฐกิจ

### 2.2.2 นโยบายสร้างรายได้

1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวจากทั้งภายนอกและภายในประเทศ จัดให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งหลักประกันความปลอดภัยเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม เชิงสุขภาพและสปา ที่มีคุณภาพและมูลค่าเพิ่มสูงให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2 เท่าตัวในเวลา 5 ปี

**ส่วน ข :** องค์ประกอบในการจัดทำโครงการวิจัย

1. ผู้รับผิดชอบ [คณะผู้วิจัย บทบาทของนักวิจัยแต่ละคนในการทำวิจัย และสัดส่วนที่ทำการวิจัย (%)] และหน่วยงาน ประกอบด้วย หน่วยงานหลักและหน่วยงานสนับสนุน

คณะผู้วิจัย	บทบาท	สัดส่วนการทำงาน %
1. อาจารย์วิริยา บุญมาเลิศ	หัวหน้าโครงการวิจัย	85 %
2. อาจารย์คมสัน โสมณวัตร	ผู้ร่วมวิจัย	5 %
3. อาจารย์บุญยาพร ภูทอง	ผู้ร่วมวิจัย	5 %
4. อาจารย์อนุช นามภิญโญ	ผู้ช่วยวิจัย	5 %

#### 1.1 ผู้รับผิดชอบ อาจารย์วิริยา บุญมาเลิศ

ตำแหน่ง อาจารย์

วุฒิการศึกษา ปริญญาตรีการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี  
ปริญญาโทการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

หน่วยงาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษานครปฐม

สถานที่ติดต่อ เลขที่ 111/3-5 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัด นครปฐม 73170

โทรศัพท์ 081-721-5862

E-mail boonmalert\_wiriya@hotmail.com

บทบาท คือ รับผิดชอบบริหารโครงการวิจัย ตลอดจนปฏิบัติงานวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นงานวิจัยจนสำเร็จตามเป้าหมายโครงการ

สัดส่วนการทำงานวิจัย ร้อยละ 85

#### 1.2 ผู้รับผิดชอบ อาจารย์คมสัน โสมณวัตร

ตำแหน่ง อาจารย์

วุฒิการศึกษา ปริญญาตรีการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
ปริญญาโทการจัดการการขนส่งและโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา

หน่วยงาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษานครปฐม

สถานที่ติดต่อ เลขที่ 111/3-5 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

โทรศัพท์ 081-439-6446

E-mail sommanawat13@hotmail.com

บทบาท คือ ให้คำปรึกษา  
 สัตส่วนการทำงานวิจัย ร้อยละ 5

1.3 ผู้รับผิดชอบ อาจารย์บุญยาพร ภูทอง

ตำแหน่ง อาจารย์

วุฒิการศึกษา ปริญญาตรีเศรษฐศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
 ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

หน่วยงาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
 ศูนย์การศึกษานนทบุรี

สถานที่ติดต่อ เลขที่ 111/3-5 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม  
 73170

โทรศัพท์ 094-494-4514

E-mail [boonsbac@hotmail.com](mailto:boonsbac@hotmail.com)

บทบาท คือ ให้คำปรึกษา

สัตส่วนการทำงานวิจัย ร้อยละ 5

1.4 ผู้รับผิดชอบ อาจารย์อนุช นามภิญโญ

ตำแหน่ง อาจารย์

วุฒิการศึกษา ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
 วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ

ปริญญาโทบริหารธุรกิจธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
 หน่วยงาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
 ศูนย์การศึกษานนทบุรี

สถานที่ติดต่อ เลขที่ 111/3-5 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม  
 73170

โทรศัพท์ 081-721-5862

E-mail [anuch2010@hotmail.com](mailto:anuch2010@hotmail.com)

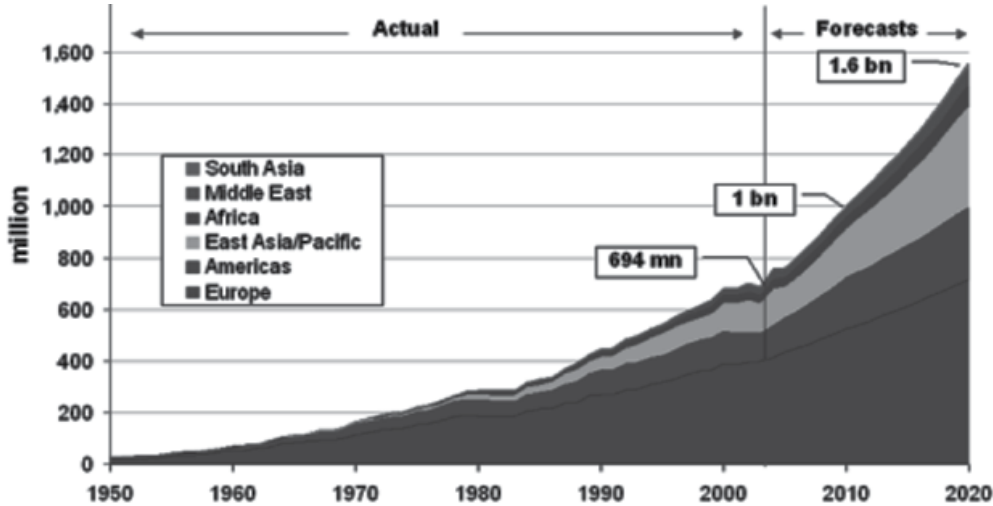
บทบาท คือ ให้คำปรึกษา

สัตส่วนการทำงานวิจัย ร้อยละ 5

2. ประเภทการวิจัย การวิจัยสังคมศาสตร์
3. สาขาวิชาการและกลุ่มวิชาที่ทำการวิจัย สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก
4. คำสำคัญ (keywords) ของโครงการวิจัย
  - ผู้ประกอบการร้านอาหาร
  - วัฒนธรรมฮาลาล
  - นักท่องเที่ยว
  - โลจิสติกส์อาเซียน

## 5. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ได้พยากรณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม คือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีผู้นิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีนักท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก



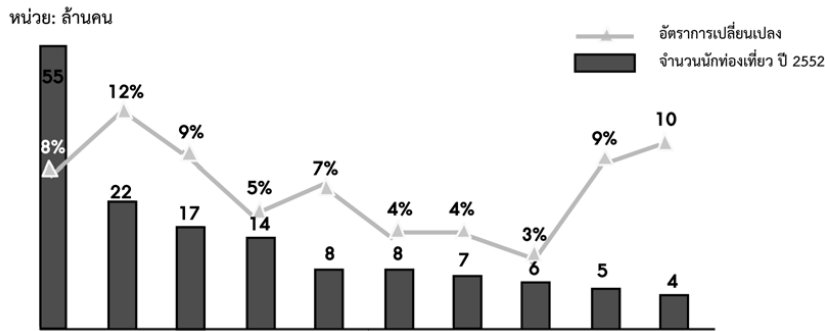
ภาพที่ 1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2020

ที่มา : องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO)

ปัจจุบันศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมเริ่มเป็นที่จับตามองมากขึ้น ทั้งโลกมีประชากรมุสลิม 1.57 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรโลก โดยมุสลิมร้อยละ 20 อยู่ในทวีปเอเชีย ประเทศที่มีมุสลิมมากที่สุดในโลกคือ อินโดนีเซีย มีมากถึง 203 ล้านคน จากประชากรของประเทศ 243 ล้านคน มาเลเซีย 17 ล้านคน ปากีสถาน 174 ล้านคน อินเดีย 161 ล้านคน บังกลาเทศ 145 ล้านคน ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่รวมกันถึง 300 ล้านคน เช่น จีน รัสเซียและเยอรมนี มีมุสลิมอยู่ 22 ล้านคน 16 ล้านคน และ 4 ล้านคน ตามลำดับ

จากการวิจัยของ Crescentrating ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวแบบฮาลาลในสิงคโปร์ร่วมกับ DinarStandard บริษัทในสหรัฐอเมริกาที่ติดตามตลาดในวิถีชีวิตของมุสลิม พบว่า ปี 2554 นักท่องเที่ยวมุสลิมทั่วโลกเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีมูลค่าตลาด 126,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คาดว่าความต้องการจะเติบโตขึ้นถึง ร้อยละ 4.8 ต่อปีไปจนถึงปี 2563 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่คิดเป็นร้อยละ 3 และจำนวนชาวมุสลิมทั้งโลกจะเพิ่มจากตัวเลขปัจจุบัน 1,600 ล้านคน ไปเป็น 2,200 ล้านคนในปี 2573 คิดเป็นร้อยละ 26.4 ของประชากรโลก

จากการก้าวสู่ AEC ในปี 2558 อินโดนีเซียจะกลายเป็นโอกาสที่เพิ่มขึ้นในการสร้างรายได้เข้าสู่ไทย เพราะนอกจากอินโดนีเซียจะเป็นประเทศที่มีประชากรชาวมุสลิมมากที่สุดในโลกแล้วยังเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุดในอาเซียนอีกด้วย โดยร้อยละ 20 ของจำนวนมุสลิมในประเทศ หรือ 40 ล้านคนจัดอยู่ในกลุ่มมีกำลังซื้อสูง และนิยมที่จะเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ หลายประเทศพยายามที่จะเข้าไปเจาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเพราะเห็นศักยภาพในขนาดตลาดและกำลังซื้อ ประกอบกับเศรษฐกิจอินโดนีเซียยังอยู่ในช่วงขาขึ้น GDP เติบโตที่ร้อยละ 6.2 ต่อปี



ภาพที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

ที่มา : สถิตินักท่องเที่ยว. กรมการท่องเที่ยว


จีนและญี่ปุ่นกำลังพุ่งเป้าไปยังตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมในอินโดนีเซียเช่นกัน โดยจีนใช้กลยุทธ์โมเดลเป็นกรณีศึกษาการเปิดตลาดท่องเที่ยวในประเทศมุสลิมเพื่อนำเสนอเส้นทางและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมในประเทศอินโดนีเซีย พร้อมก่อตั้งเครือข่ายพันธมิตรการท่องเที่ยวขึ้นเพื่อดึงดูดลูกค้ามุสลิมโดยเฉพาะ และเตรียมดึงดูดให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนก่อสร้างโรงแรม ภัตตาคารและร้านอาหารสำหรับชาวมุสลิม เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมแก่ชาวมุสลิม ในขณะที่ญี่ปุ่นเน้นการรุกรอบรัดล้อมมาให้ความรู้แก่ทุกภาคส่วนเกี่ยวกับวัฒนธรรมมุสลิม การต้อนรับนักท่องเที่ยวมุสลิม จัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับวัฒนธรรมมุสลิมโดยเฉพาะเพื่อให้ชาวญี่ปุ่นโดยทั่วไปได้ศึกษา โรงแรมในญี่ปุ่นได้เตรียมห้องละหมาดที่จัดทำอย่างถูกต้อง มีอาหารฮาลาลไว้บริการนักท่องเที่ยว มีรายชื่อร้านอาหารที่มีอาหารฮาลาลไว้สำหรับพาทัวร์ชาวมุสลิมไปทาน นอกจากนี้ ยังมีแผนพัฒนาธุรกิจอาหารฮาลาลสำหรับนักท่องเที่ยวในญี่ปุ่นอย่างชัดเจน รวมไปถึงการยกเว้นวีซ่าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซียเพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม

ประเทศไทยมีโอกาสเข้าไปเจาะนักท่องเที่ยวจากตลาดอินโดนีเซียได้ เนื่องจากมีปัจจัยบวกทั้งระยะการเดินทางที่ใกล้และสะดวก สามารถบินตรงได้โดยใช้เวลาเพียง 3 ชั่วโมงเศษ ชาวอินโดนีเซียมีความนิยมชมชอบในอาหารไทย ประเทศไทยมีความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวและราคาไม่แพง จากข้อมูลของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศไทย (อาซีต้า) ระบุว่า จำนวนนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยมีอยู่ 200,000 คน ซึ่งยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

แนวโน้มตลาดท่องเที่ยวมุสลิมอินโดนีเซียยังคงสดใสสำหรับประเทศไทย หากเพียงแต่จะต้องเข้าใจในเบื้องต้นก่อนว่าการท่องเที่ยวอิสลามหรือการท่องเที่ยวเชิงซารีอะฮ์ นั้นมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปตรงที่การท่องเที่ยวเชิงซารีอะฮ์ นั้นไม่ใช่การเดินทางทางศาสนาหรือการเดินทางไปแสวงบุญ แต่คือการพักผ่อนและท่องเที่ยวที่เป็นไปตามหลักการอิสลาม เช่น อาหารและเครื่องดื่มจะต้องไม่มีเนื้อหมูและแอลกอฮอล์ และการแยกผู้ชายผู้หญิงในงานหรือสถานที่ท่องเที่ยว

“ฮาลาล” เป็นคำมาจากภาษาอาหรับ หมายความว่า การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนา ดังนั้น เราจึงอาจกล่าวได้ว่า “อาหารฮาลาล” คือ อาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ประคบ หรือแปรรูป ตามศาสนบัญญัตินั่นเอง เป็นการรับประกันว่า ชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้โดยสนิทใจ เราสามารถสังเกตผลิตภัณฑ์ว่าเป็น “ฮาลาล” หรือไม่นั้น ได้จากการประทับตรา “ฮาลาล” ที่ข้างบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นสำคัญ

“เครื่องหมายฮาลาล” คือเครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล”

ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับว่า  ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้ง ใต้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมาย

ดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นต้น

เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ 3 ฝ่ายคือ **มุสลิมผู้บริโภค ผู้ประกอบการและประเทศชาติ** กล่าวคือ มุสลิมได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่าอาหาร ถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรงจนถึงการผลิตอาหารฮาลาลที่ต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพอาหารตามมาตรฐานฮาลาล ประเทศชาติได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจรทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการตลาดและการปรับปรุงกลไกการรับรอง **"มาตรฐานอาหารฮาลาล"** ขององค์กรศาสนาอิสลาม เพื่อส่งออกอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก

มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System) โดยมีองค์ประกอบ สำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอด “สายโซ่การผลิต” จะต้อง “ฮาลาล” คือถูกต้องตาม บัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ตอยิบ) ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP, HACCP และระบบการบริหารคุณภาพ (ISO) จึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาลจะแตกต่างกันในหลักการสำคัญ คือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติ ศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยมีจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม

จากมาตรฐานดังกล่าว ทำให้นักท่องเที่ยวมุสลิมมีเงื่อนไขและความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งเรื่องเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย อาหาร ที่พัก การเดินทางและการเลือกซื้อสินค้า ดังนั้น นักท่องเที่ยวมุสลิมจะกังวลในเรื่องการได้รับการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ในระหว่างการท่องเที่ยวว่าจะผิดหรือขัดต่อหลักศาสนาหรือไม่ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับชาวมุสลิม ได้แก่ โรงแรมที่มีเครื่องหมายกบิลัต (บอกทิศทางของมัสยิด) ป้ายบอกทางไปยังห้องละหมาด ผ้าปูเสื่อหมาด อาหารฮาลาล ห้องน้ำที่มีสายฉีดน้ำสำหรับชำระล้างร่างกาย และการท่องเที่ยวที่มีเวลาสำหรับการละหมาดประจำวัน ประเทศไทยยังขาดการเตรียมความพร้อมในสิ่งเหล่านี้

อาหารฮาลาลก็เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการเข้ามาท่องเที่ยวของชาวมุสลิม ซึ่งบรรดารัฐบาลมาเลเซีย อินโดนีเซียและมาเลเซีย ได้กลายเป็นตลาดหลักของไทยสำหรับการส่งออกอาหารฮาลาลและผลิตภัณฑ์ ซึ่งจุดแข็งของประเทศไทยในภาคเกษตรกรรมที่มีมาตรฐานคุณภาพสูง ทำให้อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยมีข้อได้เปรียบเหนือประเทศอื่นในอาเซียน โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ได้กำหนดทิศทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านฮาลาลไว้ใน “ยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน” โดยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่การผลิตที่สนับสนุนการผลิตและบริการของชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร อาหาร และพลังงานบนฐานความรู้ที่สร้างสรรค์เพื่อสร้างเอกลักษณ์สินค้า อาทิ สินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์ฮาลาล รวมทั้งสนับสนุนการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารให้เทียบเท่าระดับสากล

ทั้งนี้ ในส่วนของแผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ได้กำหนดทิศทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านฮาลาลไว้ใน “ยุทธศาสตร์พัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการสินค้าเกษตร และความมั่นคงอาหาร” โดยได้กำหนดแนวทางการสนับสนุนการพัฒนา ระบบตลาดสินค้าเกษตรในการส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตร (Hub) และส่งเสริมให้มีการ ขยายตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการเฉพาะ ของแต่ละตลาด อาทิ ตลาดสินค้าฮาลาล เป็นต้น

**การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐไทยสู่โลก (พ.ศ. 2559-2564) จัดทำโดยสำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ** ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นผู้นำใน การผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารและการบริการด้านอาหารอันดับ 1 ใน 10 ของโลก ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยสูง โดยมีความมั่นคงทางอาหารในประเทศ ประกอบด้วย 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ สำคัญ ได้แก่

### 1. ยุทธศาสตร์พัฒนาสินค้าอาหารไทย

1.1 พัฒนามาตรฐานของสินค้าเกษตรและอาหารให้ได้มาตรฐานสากลในระดับสูงสุด โดยมุ่ง พัฒนาด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) ตั้งแต่วัตถุดิบต้นน้ำ

1.2 สร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานอาหาร โดยวางแผนการผลิตสินค้าเกษตรให้ เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน โดยใช้ประโยชน์จาก การโชนนึ่ง ภูมิภาคเกษตรและพื้นที่เกษตรกรรมยั่งยืน

1.3 วิจัยตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche) เช่น ฮาลาลอินทรีย์ Functional Food

1.4 ส่งเสริมการพัฒนา Productivity ของภาคเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร

1.5 กำหนดกลยุทธ์การลงทุน และการนำเข้าสินค้าอาหารให้ชัดเจน เพื่อใช้ประโยชน์จาก ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการอาหารไทย

หากประเทศไทยต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดนักท่องเที่ยวมุสลิมนี้ ควรจะต้องสร้างโครงสร้าง พื้นฐานสำหรับบริการนักท่องเที่ยวมุสลิม ศึกษาแผนการส่งเสริมการท่องเที่ยวและนำโมเดลการเจาะตลาด นักท่องเที่ยวมุสลิมของจีนและญี่ปุ่นมาเป็นแบบอย่าง แนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับและเตรียมความพร้อมบริการนักท่องเที่ยวมุสลิมให้รู้สึกสบายเหมือน อยู่บ้าน เพิ่มอาหารและสินค้าที่เป็นฮาลาลให้มากขึ้นรวมถึงมีไกด์ที่สามารถพูดภาษาอินโดนีเซียได้พอเพียงกับ ความต้องการ นอกจากนี้ ภาครัฐจำเป็นต้องร่วมมืออย่างเต็มที่กับโรงแรม ตัวแทนการท่องเที่ยวและ ร้านอาหารวางแผนที่จะส่งเสริมและสร้างแพคเกจทัวร์ที่มีเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวมุสลิม สิ่งเหล่านี้จะช่วย เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวมุสลิมให้เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยได้อย่างแน่นอน

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาโอกาสของธุรกิจ ท่องเที่ยวอาหารฮาลาลตามยุทธศาสตร์การค้าการลงทุนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ ความ พร้อมผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลในเส้นทางโลกอิสติกส์ในภูมิภาค อาเซียน ให้มีความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ การค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนสืบไป

### 6. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มศักยภาพธุรกิจร้านอาหารเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลในเส้นทางโลกอิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน ประกอบด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อม ภายใน ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยความพร้อมด้านทรัพยากร ปัจจัยความร่วมมือในห่วงโซ่ อุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาล ปัจจัยการสร้างค่านาเชื่อถือ และ ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน

2) เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งต่อการเพิ่มศักยภาพธุรกิจร้านอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยววัฒนธรรมฮาลาลในเส้นทางโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน

3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์สู่แนวทางการเพิ่มศักยภาพธุรกิจร้านอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยววัฒนธรรมฮาลาลในเส้นทางโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน

#### 7. ขอบเขตของโครงการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัยให้ครอบคลุมปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถตอบปัญหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ ซึ่งขอบเขตของการศึกษาประกอบด้วย 1) ขอบเขตด้านประชากร 2) ขอบเขตด้านตัวแปร 3) ขอบเขตด้านสถานที่ตามหลักการฮาลาล และ 4) ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย ดังนี้

##### 1) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

##### 1.1) ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย

- ผู้แทนภาครัฐที่อยู่ในจังหวัดทางภาคใต้ (เฉพาะจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของแต่ละภาค ประกอบด้วย จังหวัดกรุงเทพมหานคร)

- ผู้แทนภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจธุรกิจร้านอาหารจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร ไปสู่จังหวัดในภาคใต้ จากจังหวัดในภาคใต้ตอนบน ภาคใต้ตอนกลาง และภาคใต้ตอนล่าง

- ผู้แทนภาครัฐและเอกชนที่ดำเนินธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศมาเลเซีย บรูไน ปรังคีโปร์ และประเทศอินโดนีเซีย ในประเทศไทย.

- นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2) ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดภาคใต้ ผู้ประกอบการประเทศในกลุ่มอาเซียนของประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศบรูไน และประเทศอินโดนีเซียที่ดำเนินงานในประเทศไทย

1.3) ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นเวลา 1 ปี เริ่มตั้งแต่ ตุลาคม 2559 ถึง กันยายน 2560

##### 1.4) นิยามศัพท์ในการวิจัย

เส้นทางโลจิสติกส์อาเซียน หมายถึง เส้นทางที่ต่อเชื่อมระหว่างจังหวัดชายแดนของประเทศ ไทยที่มีการสร้างเส้นทางขนส่งระหว่างประเทศด้านภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก และภาคใต้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หมายถึง กลุ่มประเทศที่รวมตัวกันตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ จำนวน 10 ประเทศ ประกอบด้วย ประเทศสาธารณรัฐมาเลเซีย ประเทศกัมพูชา ประเทศพม่า ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฟิลิปปิน สาธารณรัฐประชาชนลาว ประเทศสิงคโปร์ ประเทศเวียดนาม และประเทศไทย

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารฮาลาล (Halal Food) หมายถึง อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม

ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร หมายถึง ผู้ที่ดำเนินธุรกิจด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ที่อยู่ในเส้นทางโลจิสติกส์ของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน โดยมีประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง

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



เครื่องหมายฮาลาล หมายถึง เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงบนฉลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอารบ ในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้งได้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นต้น นอกจากนี้เครื่องหมายฮาลาลยังแสดงให้เห็นถึงความสะอาดปลอดภัยจากสารปนเปื้อนตั้งแต่ขั้นตอนการเพาะปลูกจนถึงการแปรรูปเป็นอาหารรวมถึงการดูแล การเก็บรักษา พร้อมทั้งการขนส่งที่จะต้องมีความสะอาดทุกขั้นตอนเป็นไปตามหลักการของศาสนาอิสลาม อันเป็นเครื่องหมายยืนยันความสะอาดปลอดภัยให้กับผู้บริโภคทุกคนไม่เฉพาะมุสลิมเท่านั้นการรับรองมาตรฐานฮาลาล หมายถึง การที่องค์กรด้านการผลิตอาหารของไทยที่มีความประสงค์ที่จะได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลนั้นจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนเตรียมการ 2) ขั้นตอนคำขอและพิจารณาคำขอ 3) ขั้นตอนตรวจโรงงาน/สถานประกอบการ 4) ขั้นตอนพิจารณาผลการตรวจสอบและให้หนังสือรับรอง และ 5) ขั้นตอนการติดตามและประเมินผล ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลจำเป็นต้องมีการขอการรับรองฮาลาลและขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

การศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของเส้นทางการท่องเที่ยว โดยศึกษาเส้นทางโลจิสติกส์ระหว่างประเทศไทยตอนล่าง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ตลอดเส้นทางภาคใต้ ตอนบน ภาคใต้ตอนกลาง และภาคใต้ตอนล่าง เข้าสู่ประเทศมาเลเซีย ไปสู่ประเทศสิงคโปร์ ประเทศบรูไน และประเทศอินโดนีเซีย ทั้งนี้ไม่รวมประเทศฟิลิปปินส์

#### 8. ทฤษฎี สมมุติฐาน (ถ้ามี) และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัยการทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ที่ประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

1.2 ทฤษฎีใหม่ทางการค้า (New Trade Theory)

1.3 ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Model)

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อาหารฮาลาล

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งออกอุตสาหกรรมอาหาร

3.2 ภาวะการณ์ตลาดอาหารฮาลาล

3.3 ความสำคัญของอาหารฮาลาล

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### **ตอนที่ 1** ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ

1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

ทฤษฎีการได้เปรียบทางการค้าเป็นทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ โดยนักเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญและมีแนวคิดเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ คือ อาดัม สมิธ (Adam Smith) และเดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) อาดัม สมิธ เป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวอังกฤษ สำนักคลาสสิก ได้เสนอทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage Theory) ซึ่งอธิบายว่า แต่ละประเทศมีความสามารถในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดได้ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่ สภาพดินฟ้าอากาศ และความสามารถในการผลิต ดังนั้นในแต่

ละประเทศควรเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่ประเทศเสียต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่น นั่นคือเลือกผลิตสินค้าที่ประเทศมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Absolute Advantage) เหนือประเทศอื่น ซึ่งต้นทุนการผลิตนั้นสามารถวัดได้จากจำนวนแรงงานที่ใช้หรือจำนวนผลผลิตที่ได้ ดังนั้น การเสียต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นจึงหมายถึง การใช้จำนวนแรงงานน้อยกว่าในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนเท่ากัน หรือได้จำนวนผลผลิตมากกว่าเมื่อใช้แรงงานเท่ากัน ด้วยเหตุนี้แต่ละประเทศจะไม่ผลิตสินค้าทุกชนิดที่ต้องการบริโภค แต่จะเลือกผลิตเฉพาะสินค้าที่ประเทศตนได้เปรียบเท่านั้น ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของ อาตัม สมิธ คือเน้นหลักการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) และการเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) แล้วนำสินค้ามาแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน ทำให้เกิดการค้ำระหว่างประเทศขึ้น การค้ำระหว่างประเทศตามทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์นี้มีผลทำให้ทุกประเทศได้รับประโยชน์เพิ่มขึ้น คือมีสินค้าบริโภคแทบทุกชนิด ราคาถูก จำนวนผลผลิตโดยรวมของโลกสูงขึ้น เกิดการแบ่งงานกันทำระหว่างประเทศต่างๆ ในโลก เกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง และสวัสดิการของประชากรโลกสูงขึ้น อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตบางประการคือ เนื่องจากหลักการเกี่ยวกับการค้ำระหว่างประเทศสมัยคลาสสิกเกิดขึ้นในสมัยที่ปริมาณปัจจัยการผลิต และทรัพยากรในแต่ละประเทศ มีอยู่อย่างเหลือเฟือเมื่อเทียบกับความต้องการใช้ จะมีก็แต่ปัจจัยการผลิตประเภทแรงงานเท่านั้นที่มีจำนวนจำกัด ฉะนั้นการแบ่งงานระหว่างประเทศในทฤษฎีของ อาตัม สมิธ จึงอาศัยความแตกต่างในเรื่องของแรงงานที่ประเทศต่างๆ มีอยู่เป็นหลักทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศและแนวคิดที่สำคัญ ได้แก่ แนวคิดทฤษฎีหลักการได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ (Principle of absolute advantage) จากทฤษฎีของอาตัม สมิธ มีข้อบกพร่องบางประการที่มีลักษณะไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงอยู่หลายประการ เช่น การที่ให้ความสำคัญต่อแรงงานเพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงปัจจัย การผลิต และทรัพยากรประเภทอื่นๆ ซึ่งมีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องนำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าแรงงาน การไม่นำเรื่องของค่าขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเข้ามาพิจารณาประกอบในการเลือกผลิตสินค้าของประเทศต่างๆ ตลอดจนข้อสมมติที่ปัจจัยการผลิตไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ โดยเฉพาะปัญหากรณีที่ประเทศใดประเทศหนึ่งได้เปรียบอย่างสมบูรณ์ในการผลิตสินค้า 2 ชนิด หรือหลายๆ ชนิดพร้อมกัน ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งไม่มีความได้เปรียบอย่างสมบูรณ์แม้เพียงอย่างเดียว สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้แต่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของการบริหารงานในองค์กร ได้แก่

- 1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ
- 2) ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม
- 3) ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย
- 4) ปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี

1.2 ทฤษฎีใหม่ทางการค้า Krugman (1980) ได้เสนอทฤษฎีใหม่ทางการค้า โดยมีแนวคิดที่ว่าประเทศใดจะผลิตสินค้าใดหรือไม่ นั่น ไม่ได้มีสาเหตุมาจากความแตกต่างด้านปัจจัยการผลิตเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการมีตลาดรองรับอย่างเพียงพอ และผลิตสินค้าที่ตนมีความชำนาญ (Experience) มีความได้เปรียบเนื่องจากขนาด (Economics of Scale) และมีต้นทุนต่ำ (Low cost) ในขณะเดียวกันก็ซื้อสินค้าที่ไม่สามารถผลิตได้เองภายในประเทศ จากประเทศอื่น ๆ การทำการค้าตามทฤษฎีนี้ จะทำให้การบริโภคภายในประเทศมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น และมีต้นทุนการบริโภคเฉลี่ยลดลง (Krugman, 1983; Hill, 2001; 2004)

### 1.3 ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์

ทฤษฎีว่าด้วยวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ในแนวความคิดนี้ เริ่มต้นจากการที่องค์กรทำการพัฒนาสินค้าใหม่ ซึ่งไม่เพียงแต่สนองความต้องการภายในประเทศ ส่วนเกินของสินค้าจะถูกถ่ายทอดในรูปแบบของการส่งออกเพื่อจุดประสงค์ให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขนาด อย่างไรก็ตาม เมื่อสินค้าผ่านพ้นเข้าสู่ช่วงอิ่มตัว เทคโนโลยีการผลิตและการจัดการในสินค้านี้ก็จะถูกถ่ายทอดไปสู่ประเทศที่เคยทำการนำเข้า ดังนั้นในช่วงนี้เริ่มจะมีการผลิตจากประเทศที่เคยนำเข้าเพื่อทดแทนการนำเข้าในสินค้านี้ (Import substitution) จนถึงจุด ๆ หนึ่งที่มีการผลิตจากประเทศที่เคยนำเข้าเกิดการเรียนรู้และมีประสบการณ์ในการผลิตมากขึ้นจนได้สินค้าที่ได้

มาตรฐาน ประเทศที่เคยนำเข้าก็จะทำการส่งออกสินค้าดังกล่าว และเปลี่ยนนโยบายจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้ามาเป็นการส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออก (Export promotion) เมื่อถึงจุดนี้ ประเทศที่เคยส่งออกอาจกลับกลายเป็นประเทศผู้นำเข้าสินค้าดังกล่าวแทน อันเนื่องมาจากการสูญเสียความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบไป

สำหรับทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ Raymond Vernon ได้ทำการพัฒนาทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ระหว่างประเทศ (International Product Life Cycle Theory) จากการสังเกตพัฒนาการของชีวิตผลิตภัณฑ์ในประเทศสหรัฐอเมริกา และได้จำแนกวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 ชั้น คือ 1) สินค้าใหม่ (new product) 2) สินค้าที่โตเต็มที่ (maturing product) และ 3) สินค้ามาตรฐาน (standardized product) โดยสรุปว่าช่วงที่เป็นสินค้าใหม่นั้น เกิดจากการคิดค้น วิจัยและพัฒนาของสหรัฐอเมริกา โดยที่สหรัฐอเมริกาจะมีการคิดค้นสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ซึ่งมีรายได้สูงและราคาสินค้าก็ไม่ใช่ว่าจะสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ความต้องการของตลาดในต่างประเทศจะขยายตัวตามตลาดของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่มีความสามารถในการซื้อ เช่น ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ดังนั้นก็จะมี การเคลื่อนย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศในกลุ่มดังกล่าว และเมื่อสินค้าอยู่ในขั้นของการเติบโตเต็มที่และเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานแล้ว ราคาก็จะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงเป็นเรื่องสำคัญในขั้นนี้ ทำให้ต้องมีการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่มีความได้เปรียบด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยด้านทุนและเทคโนโลยีก็ไม่มี ความจำเป็นมากนัก โดยจะมีการลอกเลียนแบบกันมากสำหรับขั้นของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ในช่วงนี้ ดังนั้นการได้เปรียบจะอยู่ที่ประเทศที่มีปัจจัยด้านแรงงานและทรัพยากรธรรมชาติมากนั่นเอง จึงทำให้สหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นผู้คิดค้นและส่งออกก่อนเปลี่ยนจากประเทศผู้ส่งออกเป็นประเทศผู้นำเข้าแทน (Vernon, 1966)

## **ตอนที่ 2** แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อาหารฮาลาล

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

## **ตอนที่ 3** แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร

### 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งออกอุตสาหกรรมอาหาร

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

ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตอาหารของโลกทำให้ผู้ประกอบการค้าสามารถประเมินสถานการณ์ด้านปริมาณการผลิตตามแหล่งผลิต รวมทั้งศักยภาพของบางประเทศที่สามารถบ่งชี้ความเป็นผู้นำด้านการส่งออกสินค้าอาหาร ซึ่งสินค้าอาหารเป็นสินค้าเกษตรที่เป็นอาหาร เป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เพราะอาหารเป็นปัจจัยในการดำรงชีพ และผู้บริโภค อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ทั้งนี้เนื่องจากการบริโภคอาหารที่ไม่สะอาด มีจุลินทรีย์หรือการปนเปื้อนของสารเคมีที่เป็นพิษมากเกินไป อาจทำให้ผู้บริโภคเจ็บป่วยหรือเสียชีวิตได้ ตัวอย่างเช่น การบริโภคอาหารกระป๋องที่ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนไม่เพียงพอ อาจทำให้ผู้บริโภคถึงกับชีวิต เนื่องจากสารพิษของเชื้อแบคทีเรียโคลอสตรีเดียมโบทูลินัม (*Clostridium botulinum*) หรือการล้างผัก ผลไม้ไม่สะอาด อาจมียาฆ่าแมลงตกค้างเป็นอันตราย เป็นต้น ดังนั้นการดำเนินการอุตสาหกรรมอาหาร จึงมีหน่วยงานของรัฐเข้ามากำกับดูแลอย่างน้อย 2 กระทรวง คือ กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงสาธารณสุข ผู้ประกอบการจะต้องขออนุญาตตั้งโรงงานและขออนุญาตดำเนินการจากทั้งกรมโรงงานอุตสาหกรรมและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการแปรรูปอาหารบางชนิดยังต้องขอขึ้นทะเบียนอาหารกับอย. และแสดงฉลากอาหาร ซึ่งนับเป็นมาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภค

ในปัจจุบันนอกเหนือจากอาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง อาหารแห้ง อาหารฉายรังสีแล้ว อาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อย (Minimally Processed Foods, MPF) ซึ่งผ่านการแปรรูปเบื้องต้น เช่น การล้าง การตัดแต่ง การบรรจุ และการเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำเพื่อจำหน่ายเป็นอาหารพร้อมปรุงสำหรับการบริโภคในครัวเรือน หรือเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมแปรรูปที่จะรับช่วงไปแปรรูปต่อกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น แม้ว่าอุตสาหกรรม MPF จะลงทุนไม่มากหากทำในปริมาณน้อย หน่วยงานราชการบางแห่ง เช่น กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรุงเทพมหานคร และ อย. ก็ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยของผู้บริโภค และมีการสุ่มตัวอย่างอาหารที่วางจำหน่ายเป็นครั้งคราวเพื่อตรวจสอบ เนื่องจากกระบวนการผลิตที่ใช้ยังไม่สามารถทำลายเชื้อจุลินทรีย์ที่ติดมากับวัตถุดิบหรือจากการแปรรูป นอกจากนั้นการหั่นหรือตัดเป็นชิ้นกลับเป็นการเร่งให้อาหารเสื่อมเสียได้เร็วขึ้น ผลการตรวจสอบยังคงตรวจพบว่าอาหารประเภท MPF มีการปนเปื้อนของจุลินทรีย์และสารเคมีที่เป็นอันตรายเกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดอยู่ในบางท้องที่ จึงต้องมีมาตรการตรวจสอบและควบคุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประโยชน์ของผู้บริโภค

ในการประกอบธุรกิจอาหารเพื่อการส่งออก นอกจากผู้ประกอบการจะต้องแข่งขันกับผู้ส่งออกจากประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลกแล้ว ยังต้องแข่งขันกับผู้ผลิตภายในประเทศผู้นำเข้าด้วยในหลายกรณี นโยบายของรัฐเป็นปัจจัยที่ทำให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเสียเปรียบในการแข่งขันเพื่อเข้าสู่ตลาด เพื่อนำผลที่คาดหวังนี้ไปปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้เกิดความเสียเปรียบน้อยที่สุด

#### กระบวนการผลิตอาหาร

ประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ความสามารถในการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ยังไม่ทั่วถึง ผู้ผลิตส่วนใหญ่จะมีปัญหาด้านเทคโนโลยีและขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ระบบการผลิตยังไม่ถูกสุขลักษณะขาดความรู้ความเข้าใจทั้งในการผลิตและการบริหารจัดการ ขาดเงินทุนหมุนเวียน ทำให้มีประสิทธิภาพในการผลิตต่ำคุณภาพไม่สม่ำเสมอ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐยังส่งเสริมไม่ตรงกับสภาพของปัญหาและกระจายไม่ทั่วถึง ตลอดจนขาดการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากภาครัฐและการรวมตัวของกลุ่มผู้ผลิต

### 3.2 ภาพการณ์ตลาดอาหารฮาลาล

ในช่วงก่อน พ.ศ. 2545 นั้น ประเทศไทยมีการผลิตและส่งออกอาหารฮาลาลอยู่บ้างแล้ว แต่หลังจากภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2544 เห็นชอบแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น ทำให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลทั้งด้านการผลิตและการส่งออกเกิดผลที่ชัดเจนมากขึ้น

ในช่วงปี 2541-2544 มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลสูงถึง 3,556.85 ล้านบาท (86.59 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นร้อยละ 43.72 โดยมีประเทศนำเข้าสำคัญคือ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และเลบานอน ผลิตภัณฑ์ฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋อง และแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป ส่วนตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น เป็นตลาดที่มีสัดส่วนการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเป็นอันดับที่ 2 รองจากตลาดตะวันออกกลาง มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลในช่วงปี 2541-2544 ถึง 2,338.60 ล้านบาท (56.61 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นร้อยละ 28.37 ประเทศนำเข้าสำคัญคือมาเลเซีย อินโดนีเซีย ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋องแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวและข้าวสาลี และอาหารสำเร็จรูปอื่นๆสำหรับตลาดแอฟริกา มีมูลค่าเฉลี่ยการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทย 2,056.08 ล้านบาท (49.71 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นร้อยละ 24.96 โดยมีประเทศผู้นำเข้าสำคัญคือ อียิปต์และไนจีเรีย ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูปทั้งนี้ ยังมีตลาดเอเชียใต้อีกแห่งหนึ่งที่มีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเช่นกัน แต่มีมูลค่าการนำเข้าเฉลี่ยในช่วงปี 2541-2544 ไม่น่ากนักคือ 238.13 ล้านบาท (5.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) คิดเป็นสัดส่วนการนำเข้าเพียงร้อยละ 2.96 เท่านั้น ประเทศนำเข้าสำคัญคือปากีสถาน ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลนำเข้าที่สำคัญคือ เครื่องเทศและสมุนไพรหลังจากรัฐบาลมีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในปี 2544 สถานการณ์การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังประเทศมุสลิมได้เพิ่มขึ้นจากเฉลี่ย 8,189.65 ล้านบาทต่อปี (202.96 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในช่วงปี 2541-2544 เป็น 18,778.40 ล้านบาท (494.04 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2549 หรือขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 129.29 โดยสินค้าส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นคือ ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ และนมและผลิตภัณฑ์นม เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงในแต่ละตลาด พบว่ามีการนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มขึ้น ดังนี้ ตลาดตะวันออกกลางมีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 3,556.85 ล้านบาท (86.59 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในช่วงปี 2541-2544 เป็น 10,267 ล้านบาท (270.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2549 ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 188.67 โดยประเทศที่มีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนคือ ลิเบีย ส่วนตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น มีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 2,338.60 ล้านบาท (56.61 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2544 เป็น 10,267 ล้านบาท (270.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2549 ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 188.67 โดยประเทศที่มีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนคือ ลิเบีย ส่วนตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น มีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 2,338.60 ล้านบาท (56.61 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2544 เป็น 10,267 ล้านบาท (270.12 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2549 ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 188.67 โดยมีประเทศผู้นำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มขึ้นคือ อินโดนีเซีย

สำหรับตลาดแอฟริกา มีมูลค่าการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มจาก 2,056.08 ล้านบาท (49.71 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) เป็น 3,960 ล้านบาท (104.18 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2549 มีประเทศที่นำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยเพิ่มอย่างชัดเจน ได้แก่ แอลจีเรีย ไนจีเรียและซูดาน ส่วนตลาดเอเชียใต้ มีมูลค่าการนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นไม่มากนักในช่วงที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจาก 238.13 ล้านบาท (5.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2541-2544 เป็น 535.80 ล้านบาท (14.10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2549 เท่านั้น

ในส่วนของตลาดเอเชียใต้นั้น มีมูลค่าการนำเข้าจากไทยเพิ่มขึ้นไม่มากนักโดยมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มจาก 238.13 ล้านบาท (5.90 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2541-2544 เป็น 535.80 ล้านบาท (14.10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ) ในปี 2549 การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่ได้เริ่มดำเนินงานอย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ปี 2544 นั้นมีเป้าหมายสำคัญอยู่ 2 ประการคือ 1) มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของไทยไปยังตลาดต่างประเทศ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดที่มีศักยภาพ เช่น ตะวันออกกลาง 2) ประเทศไทยมีกลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือและเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสถาบันรับรองมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากลโดยการดำเนินการในระยะแรกกล่าวคือ ในช่วงปี 2544-2547 พบว่ายอดการส่งออกโดยรวมมีปริมาณเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะในตลาดที่มีศักยภาพสูง เช่น ตลาดตะวันออกกลางและตลาดเอเชียใต้ แต่การส่งออกกลับมีความผันผวนมากในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะความผันผวนที่เกิดจากประเทศมาเลเซียซึ่งถือเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาลที่สำคัญของโลกและการส่งออกที่ลดลงสำหรับตลาดอาหารฮาลาลในทวีปแอฟริกาทั้งนี้ เมื่อพิจารณาที่

เป้าหมายแรก กล่าวได้ว่าประสบผลสำเร็จในแง่ของตัวเลขการส่งออกที่เพิ่มขึ้นดังในแผนภูมิข้างต้น แต่สำหรับการสร้างกลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลให้เป็นที่ยอมรับนั้น ยังไม่เห็นผลสำเร็จที่ชัดเจนนัก เนื่องจากยังคงประสบปัญหาความน่าเชื่อถือของกระบวนการรับรองเครื่องหมายฮาลาล การควบคุมมาตรฐานฮาลาลหลังจากนั้น และปัญหาภายในขององค์กร

### 3.3 ความสำคัญของอาหารฮาลาล

ปัจจุบันประชากรโลกที่นับถือศาสนาอิสลามกระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก ประกอบด้วย ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยุโรป และอเมริกาใต้ รวมเรียกว่า Organization of the Islamic Conference (OIC) ทั้งนี้ยังไม่ได้นับรวมประเทศอื่น ๆ ที่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ด้วย ปัจจุบันแม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกของ OIC แต่ก็ได้รับเกียรติเข้าร่วมในฐานะผู้สังเกตการณ์สามารถเข้าร่วมกิจกรรมของ OIC ได้ทุกครั้ง เพียงแต่ไม่มีสิทธิในการออกเสียงเพื่อลงมติในการประชุมเท่านั้น ประมาณว่าประชากรมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1,500 ล้านคน โดยขณะนี้ประเทศไทยมีประชากรมุสลิมประมาณกว่า 10 ล้านคน ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้มักประสบกับปัญหาการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากไม่มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีกระบวนการผลิตถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามที่เรียกว่าฮาลาล และถูกสุขลักษณะปลอดภัยปราศจากการปนเปื้อนต่อการบริโภคหรือไม่ และเมื่อพิจารณาถึงขนาดของตลาดแล้วจะเห็นว่าตลาดอาหารฮาลาลมีขนาดใหญ่มีมูลค่าการส่งออกถึง 580,915 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2549 (เอกสารประกอบการสัมมนา World Halal Forum)

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

หลักการของการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล สินค้าอาหารฮาลาลเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ เพราะมีเรื่องของศาสนา วัฒนธรรม และความเชื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตอาหารฮาลาลจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบท และลักษณะการบริโภคของชาวมุสลิมในแต่ละภูมิภาค รวมถึงมาตรฐานอาหารฮาลาลในแต่ละประเทศ เพื่อให้การผลิตอาหารฮาลาลเป็นไปตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ควรให้ความสำคัญทั้งในด้านการผลิตการตลาด และการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล ดังนั้นด้านการผลิต จำเป็นต้องให้ความสำคัญตั้งแต่คุณภาพวัตถุดิบ ตลอดจนวิธีการฆ่าสัตว์ การเตรียมอาหาร การแปรรูปอาหาร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การเก็บรักษาอาหาร ซึ่งต้องไม่ให้มีสิ่งต้องห้ามเจอปน โดยสินค้าอาหารฮาลาลที่ผลิตได้จะต้องได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคด้านการตลาด ต้องให้ความสำคัญกับตลาดส่งออกที่เป็นตลาดหลักของประเทศอยู่แล้ว ได้แก่ ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตลาดแอฟริกา และตลาดเอเชียใต้ รวมทั้งต้องให้ความสำคัญกับตลาดใหม่ที่เริ่มมีการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทย เช่น คาซัคสถาน และเติร์ก

เมรณิสถาน ที่มีแนวโน้มการนำเข้าอาหารฮาลาลจากไทยมากขึ้นการรับรองมาตรฐาน ปัจจุบันการขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจะอยู่ในอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ในขณะที่คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดมีหน้าที่ออกประกาศและให้คำรับรองเกี่ยวกับกิจการทางศาสนาอิสลามในจังหวัด โดยจังหวัดที่ไม่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ให้ผู้ประกอบการสามารถขอการรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้โดยตรง โดยในการรับรองฮาลาลและขออนุญาตให้เครื่องหมายรับรองฮาลาล มีขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน 1) ขั้นตอนเตรียมการ 2) ขั้นตอนยื่นคำขอและพิจารณา คำขอ 3) ขั้นตอนตรวจโรงงาน/สถานประกอบการ 4) ขั้นตอนพิจารณาผลการตรวจสอบและให้หนังสือรับรอง และ 5) ขั้นตอนการติดตามและประเมินผล ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลจำเป็นต้องมีการขอการรับรองฮาลาลและขออนุญาตใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้อาหารฮาลาลไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับโลกจำเป็นต้องพัฒนาการผลิตอาหารฮาลาลไทยให้ได้มาตรฐานในระดับสากล เช่น มาตรฐานของคณะกรรมการโครงการมาตรฐานอาหารของ FAO/WHO หรือที่เรียกว่า CODEX ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับมาตรฐาน และความปลอดภัยด้านอาหาร และได้กำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาลไว้แล้ว

#### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม ประกอบด้วย คู่แข่งขันภายในอุตสาหกรรม ประสิทธิภาพขององค์กรและประสิทธิภาพการบริหาร ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย กฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม/การเมืองวัฒนธรรม ปัจจัยความพร้อมด้านทรัพยากร ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยีการผลิตและด้านฐานข้อมูลเครือข่าย ความน่าเชื่อถือเครื่องหมายรับรองคุณภาพสถานที่ฮาลาล ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของสถาบันรับรองเครื่องหมายคุณภาพและการตรวจสอบจากสถาบันรับรองอาหารปลอดภัย มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฮาลาลเพื่อรองรับการเปิดเส้นทางโลจิสติกส์อาเซียน

### 9. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (information) ที่เกี่ยวข้อง

#### 9.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับโลจิสติกส์

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุฒิ และคณะ,(2546 : 3) เมื่อพิจารณาความหมายของการจัดการด้านโลจิสติกส์ตามความหมายของพจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Webster 's Dictionary) จะพบว่า การจัดการ โลจิสติกส์เป็นศาสตร์สาขาหนึ่งด้านการทหารที่เกี่ยวข้องกับการจัดหา การบำรุงรักษากองกำลัง การเคลื่อนย้ายขนถ่าย การให้สวัสดิการแก่บุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ส่วนความหมายในด้านการจัดการในภาคธุรกิจนั้น The Council of Logistics Management หรือ CLP ซึ่งเป็นองค์กรวิชาชีพทางด้านโลจิสติกส์ในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้นได้กล่าวว่าการจัดการด้านโลจิสติกส์ หมายถึง ส่วนหนึ่งของระบบโซ่อุปทานที่มีกระบวนการในการวางแผน

คำนาย อภิปรัชญาสกุล, (2550: 20-21) ประวัติความเป็นมาของโลจิสติกส์จากยุคเริ่มต้นจนถึงยุคปัจจุบันมีการพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งเป็นช่วงเวลาดังต่อไปนี้

ช่วงค.ศ. 1950-1964 ได้เริ่มมีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ใช้ในกิจกรรมทหาร เป็นยุคของการผลิตสินค้าเป็นหลัก เป็นการจัดการโลจิสติกส์ที่ต่างคนต่างทำ ทั้งฝ่ายคลังสินค้า ฝ่ายขนส่งต้นทุนในกระบวนการกระจายสินค้าจึงสูง ในช่วงปลายค.ศ.1964 เริ่มมีการประสานงานในกระบวนการกระจายสินค้า แต่ยังคงขาดผู้รับผิดชอบด้านสินค้าคงคลังและเริ่มมีการหาทางเลือกในกิจกรรมด้านโลจิสติกส์

ช่วงค.ศ. 1965-1979 เป็นช่วงของการเข้าสู่ระบบโลจิสติกส์ มีการพัฒนาการจัดการวัสดุเข้ามาเกี่ยวข้องในการกระจายสินค้า ลูกค้าเริ่มมีความต้องการในการบริการสูงขึ้น เริ่มมีการหากกลยุทธ์ทางการตลาด

มีการหาทางเลือกในเชิงต้นทุนและการวิเคราะห์รายได้เริ่มมีการมองทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพในการให้บริการ จึงมีกระบวนการจัดซื้อเข้ามาเกี่ยวข้อง เป็นยุคที่เริ่มมีการพิจารณาเรื่องของกำไร การลดต้นทุน การสื่อสารจากผู้บริหารระดับสูงเกี่ยวกับผลตอบแทนของการลงทุน โดยมุ่งให้ความสนใจต่อการลงทุนในสินทรัพย์ และการจัดการมากขึ้น

ช่วงค.ศ. 1980-1990 เป็นยุคที่เศรษฐกิจถดถอย เริ่มมีผลกระทบต่อการลงทุน ขาดเงินทุนเพราะความผิดพลาดจากการจัดการกระจายสินค้าและการจัดการวัสดุในกระบวนการจัดการของบริษัท เริ่มมีการขยายธุรกิจข้ามชาติมากขึ้น ด้านของพลังงานมีความขาดแคลนและไม่มีความแน่นอน การจัดการโลจิสติกส์ต้องใช้พลังงานในการเคลื่อนย้ายเริ่มมีระบบสหภาพแรงงาน พนักงานมีการเจรจาต่อรองอย่างรุนแรง การปฏิบัติการแบบกิจกรรมร่วมค้ำมีส่วนสำคัญเพราะการจัดการต่างๆ ทั้งในด้านการตลาด การผลิต การกระจายสินค้าต้องปรับไปสู่ยุคโลจิสติกส์จากเหตุผลดังกล่าวทุกองค์กรพยายามหาแนวทางในการลองใช้ทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าและผลิต ผู้กระจายสินค้าและลูกค้า เพื่อให้ระดับการจัดซื้อจัดหาพอดีกับความต้องการของลูกค้า โดยการลดสินค้าคงคลัง รอบเวลาการสั่งซื้อและเวลาในแต่ละช่วงของกระบวนการและการลดต้นทุนโลจิสติกส์ทั้งระบบ แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นในยุคนี้ก็คือ ไม่มีใครสามารถมองภาพของความต้องการสินค้าของลูกค้า รวมถึงระดับสินค้าคงคลังได้ชัดเจน แรงผลักดันจากการแข่งขันทางตลาดทำให้แต่ละฝ่ายต้องมีการตัดสินใจที่จะเป็นพันธมิตรทางธุรกิจและเกิดความร่วมมือมากขึ้น

ช่วงค.ศ. 1990-ปัจจุบัน เป็นยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงมีการนำเอาระบบสารสนเทศเข้ามาเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กร เช่น มีการนำเอาระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลจากหลายฝ่ายที่นำเข้ามารวมกัน โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ลดความผิดพลาดในด้านข้อมูลนำเข้า ลดความซ้ำซ้อนของงาน ทำให้มีการไหลของสารสนเทศเร็วขึ้น ลดระยะเวลาในแต่ละกิจกรรม ซึ่งในปัจจุบันมีการดำเนินงานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยความเร็วจึงทำให้การตัดสินใจทางการบริหารรวดเร็วขึ้น สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจโลกมากขึ้น

หัวใจหลักของการจัดการโลจิสติกส์ ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลก่อให้เกิดความได้เปรียบทางแข่งขันคือการอยู่เหนือคู่แข่งทางธุรกิจ ทั้งในด้านของคุณภาพ ต้นทุนที่ต่ำกว่าความแตกต่าง ความรวดเร็วตรงต่อเวลาของการบริการและที่สำคัญคือสินค้าและบริการมีราคาถูกเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าสำหรับการตัดสินใจซื้อสินค้าในอนาคต โดยการสร้างความยืดหยุ่นให้เกิดขึ้นภายในองค์กร (ทวิศักดิ์ เทพพิทักษ์,2550)

อนึ่งการจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพมีความสำคัญต่อบริษัทใน 2 แนวทางคือเพิ่มรายได้ในรูปของยอดขายและลดต้นทุนในการผลิตหรือบริการ โดยการลดต้นทุนเกิดจากการจัดการแบบมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บและการไหลของสินค้า โดยเกิดจากทางเลือกระหว่างกิจกรรมในระบบโลจิสติกส์ เช่น ระหว่างปริมาณสินค้าคงคลังและการขนส่ง ถ้าบริษัทต้องการมีสินค้าคงคลังต่ำต้องขนส่งหลายเที่ยว การพิจารณาต้นทุนจะพิจารณาเลือกใช้กิจกรรมที่ต้นทุนต่ำกว่าและไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้า ก็สามารถเลือกวิธีใดวิธีหนึ่ง การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ หมายถึงการเลือกกลุ่มกิจกรรมด้านโลจิสติกส์ที่สามารถลดต้นทุนรวมในการใช้ทรัพยากรองค์กรได้ดีที่สุดต้องดำเนินการ โดยมีการวางแผนและมีการจัดการที่เหมาะสมหรือการจัดการที่มีประสิทธิผลประหยัดหรือลดค่าใช้จ่าย การทำงานสามารถย่นระยะเวลาให้สั้นลงจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เพราะสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากล่าวคือ โลจิสติกส์ทำให้มีผลิตภัณฑ์และบริการในด้านปริมาณที่ถูกต้อง คุณภาพที่ถูกต้อง เวลาที่ถูกต้อง สถานที่ถูกต้องและราคาที่ถูกต้องฉะนั้นโลจิสติกส์จึงสามารถสร้างความจงรักภักดีในตัวผลิตภัณฑ์และมองบริษัทในภาพลักษณ์ที่ดี เป็นจุดที่ทำให้เพิ่มรายได้จากยอดขายที่เพิ่มขึ้นในที่สุด (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล,2550)

สิ่งสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ในส่วนที่เป็นคลังสินค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการรักษารฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ก็คือ การลดต้นทุนให้ต่ำสินค้ามีคุณภาพดีไม่ชำรุดเสียหายขณะ



การเคลื่อนย้ายหรือการส่งมอบ มีความรวดเร็วตรงต่อเวลาและการให้บริการแก่ลูกค้าเมื่อมีความต้องการในสินค้าให้ได้รับความพึงพอใจและกลับมาซื้อซ้ำโดยการนำการจัดการโลจิสติกส์มาใช้จะต้องพิจารณาในด้านอื่นๆร่วมด้วย ดังนี้ (บุญทรัพย์ พาณิชการและคณะ, 2549)

1. นโยบายการจัดการคลังสินค้า มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจเป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ผู้บริหารองค์กรจะกำหนดขึ้น โดยบอกให้ทราบเกี่ยวกับพันธกิจและขอบข่ายความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งบริษัท ดังนั้นผู้ที่ปฏิบัติตามจะต้องทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ผู้บริหารองค์กรตั้งไว้แบบเป็นไปในทิศทางที่ถูกกำหนดขึ้นอย่างถูกต้องตามหลักการและวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กร

2. การกำหนดแหล่งที่ตั้งของโรงงานหรือบริษัท จะต้องพิจารณาถึงการเชื่อมโยงกับกระบวนการผลิต ตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต แหล่งของตลาด กฎระเบียบข้อบังคับของพื้นที่ที่ตั้งโรงงาน ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคต่างๆ สิ่งต่างๆ ล้วนส่งผลต่อต้นทุนของสินค้าโดยตรงและมีผลต่อประสิทธิภาพรวมของการดำเนินงานในระบบโลจิสติกส์ของโรงงานด้วย

3. ผู้บริหารจะต้องมีการวางแผนทางด้านการดำเนินงานเริ่มตั้งแต่การวางแผนวัตถุดิบการวางแผนกำลังการผลิตและการวางแผนในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบหรือวัสดุไปสู่คลังสินค้าและไปจนถึงมือลูกค้า

4. การวางแผนการเคลื่อนย้ายวัสดุระหว่างการผลิตและการวางแผนโรงงานจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่กัน ต้องมีหลักการในการจัดการที่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์ที่มุ่งเน้นการจัดการด้านเวลาและสถานที่ในการเคลื่อนย้ายวัสดุในกระบวนการผลิต

ไชยยศ ไชยมั่นคง, (2550: 29-30) การเคลื่อนย้ายและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การจัดการโลจิสติกส์มีความซับซ้อนเกิดจากขอบเขตที่กว้างและเกี่ยวข้องกันหลายฝ่ายในองค์กรและองค์การภายนอกจำนวนมาก แต่ละฝ่ายต่างก็มีเป้าหมายที่แตกต่างกัน อาจทำให้เกิดความซับซ้อนและขาดประสิทธิภาพในระบบซัพพลายเชน โลจิสติกส์ประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมเหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) ปฏิบัติการกิจกรรม โลจิสติกส์หนึ่งจะมีผลกระทบต่อกิจกรรมอื่นๆ การดำเนินของกิจกรรมหนึ่งอาจทำให้ต้นทุนของกิจกรรมอื่นๆ

ด้านการจัดการโลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทาน นับว่าเป็นแนวคิดสำคัญที่ช่วยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านการนำเข้า –และส่งออก การกระจายสินค้าของไทยไปทั่วประเทศและทั่วโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพสะดวกรวดเร็ว ผู้บริหารจำเป็นต้องปรับกระบวนการดำเนินงานโดยพัฒนาองค์ความรู้ปรับกระบวนการเรียนรู้ การกระจายความรู้และการใช้ประโยชน์จากความรู้ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ การวิจัยและพัฒนาเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนาระบบการดำเนินงานอันจะส่งผลดีต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมภาคการผลิตให้มีการเจริญเติบโตรวมไปถึงการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ด้วย

ปัจจุบันต้นทุนโลจิสติกส์ของไทยสูงถึง 19 % ของ GDP เทียบกับประเทศที่เจริญมีเพียง 7%-10% เท่านั้น ดังนั้นขณะนี้รัฐจึงหันมาให้ความสำคัญเรื่องนี้มากขึ้น และตั้งเป้าจะลดลงให้เหลือ 15 % ให้ได้ในปี 2551 ขณะที่ภาคของธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมการแข่งขันล้วนกระทบต่อการจัดการ โลจิสติกส์ขององค์กรเอง ตั้งแต่เรื่องของการสร้างความได้เปรียบที่มีอยู่ 2 ด้าน คือความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการลดต้นทุนขององค์กร ซึ่งวันนี้เป็นเรื่องที่ต้องทำทั้งคู่เพราะแม้จะเสนอสินค้าที่มีราคาถูกให้ลูกค้าแล้วลูกค้าก็ยังเรียกร้องให้ลดราคาลงอีกตลอดเวลาทำให้องค์กรต้องปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดต้นทุนให้ได้เรื่อยๆ

กิจกรรมหลักด้านโลจิสติกส์ มีทั้งหมด 13 กิจกรรมด้วยกัน โดยสามารถแบ่งได้เป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มเป็นกิจกรรมหลักขององค์การ และกลุ่มที่เป็นกิจกรรมสนับสนุนการทำงานขององค์การ กิจกรรมซึ่งถือเป็น

กิจกรรมหลักขององค์การ ประเภทด้วยกิจกรรมหลัก 8 กิจกรรม ส่วนอีก 5 กิจกรรม ถือเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนการดำเนินงานขององค์การดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การบริการลูกค้า (Customer Service) เป็นกิจกรรมที่องค์กรพยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะทำให้ได้ดีเพียงใด ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านอื่นๆ เข้ามาประกอบ โดยเฉพาะการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลาและครบตามจำนวน

2. การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing) เป็นกิจกรรมที่จะต้องพยายามดำเนินการให้รวดเร็วที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในปัจจุบันองค์การส่วนใหญ่มักนำระบบคอมพิวเตอร์ และการจัดการธุรกิจเชิงอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วย เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว

3. การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting) เป็นการคาดการณ์ความต้องการในตัวสินค้าหรือการบริการลูกค้าในอนาคต ซึ่งนับเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในการที่จะสร้างผลกำไรหรือทำให้บริษัทขาดทุนในการดำเนินการ การคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าล่วงหน้า จะช่วยให้บริษัทสามารถกำหนดทิศทางในการดำเนินงานว่าจะผลิตสินค้าจำนวนเท่าไรหรือเตรียมบุคลากร และอุปกรณ์มาน้อยเพียงใด หากการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าผิดพลาด ก็จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนและผลประโยชน์ของบริษัท จากการที่ไม่มีสินค้าให้ลูกค้าหรือในทางตรงกันข้ามอาจมีสินค้าในคลังสินค้ามากเกินไป

4. การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) เป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่ง เนื่องจากปริมาณสินค้าคงคลังที่มีอยู่ย่อมส่งผลกระทบต่อองค์การไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเงินทุน องค์การที่มีระดับปริมาณสินค้าคงคลังที่สูงย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี แต่ในขณะเดียวกันปริมาณสินค้าที่มาก ก็ส่งผลให้องค์การเกิดค่าเสียโอกาสด้านการนำเงินทุนไปหมุนเวียน เสียค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาสินค้า ดังนั้นองค์กรจะต้องคำนึงถึงระดับของสินค้าคงคลังที่เหมาะสมที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เพื่อที่จะสามารถลดต้นทุนต่างๆ

5. กิจกรรมการขนส่ง (Transportation) ครอบคลุมถึงทุกกิจกรรมที่เป็นการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากจุดกำเนิดไปยังจุดที่มีบริการบริโภคให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยจะต้องจัดส่งสินค้าถูกต้องครบจำนวน ในสภาพที่สมบูรณ์ และตรงเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าในมุมมองของคนทั่วไป การขนส่งเป็นกิจกรรมโลจิสติกส์ที่มีบทบาทชัดเจนที่สุด

6. การบริหารคลังสินค้า (Warehousing and Storage) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการคลังสินค้า เช่น การจัดเก็บสินค้า การจัดการพื้นที่ในคลังสินค้า อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมภายในคลังสินค้า ซึ่งในปัจจุบันกิจกรรมการบริหารคลังสินค้านับเป็นกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าอีกทางหนึ่งด้วย

7. กระบวนการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน (Reverse Logistics) คือไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่เสียหาย หมดอายุการใช้งาน เป็นต้น

8. การจัดซื้อ (Purchasing) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบและบริการ ทั้งในส่วนของการเลือกผู้จำหน่ายวัตถุดิบ กำหนดช่วงเวลาและปริมาณในการสั่งซื้อ และสร้างความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

9. การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่างๆ (Part and Service Support) นับเป็นความรับผิดชอบต่อสินค้าหลังการขาย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ของบริการหลังการขายที่บริษัทให้กับลูกค้า โดยการจัดหาชิ้นส่วน อะไหล่ และเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการให้บริการที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพแก่ลูกค้าในกรณีที่สินค้าเกิดความชำรุด ความรับผิดชอบต่อสินค้าหลังการขายเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลกระทบยาวต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในอนาคต เกิดความรู้สึกที่ดีกับยี่ห้อสินค้า ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากิจกรรมนี้มีส่วนช่วยให้บริษัทสามารถดำรงความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าไว้ได้

10. การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse site Selection) การเลือกที่ตั้งโรงงานของโรงงาน และคลังสินค้าจะต้องให้ความสำคัญกับความใกล้เคียงของแหล่งวัตถุดิบ และลูกค้า เพื่อความสะดวกในการเข้าถึง และเกี่ยวข้องกับระยะทางการขนส่งรวมถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วย

11. การจัดการวัตถุดิบในระหว่างการผลิต (Material handling) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย วัตถุดิบ และสินค้าคงคลังในระหว่างการผลิต รวมถึงการขนย้ายตัวสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว ภายในโรงงานหรือคลังสินค้า วัตถุประสงค์ของการจัดการด้านการจัดการวัตถุดิบในระหว่างการผลิต คือเพื่อลดระยะทางการเคลื่อนย้ายให้ได้มากที่สุด ลดจำนวน แก๊วกระบวนการที่เป็นคอขวดให้มีการไหลได้ดีขึ้น ลดการขนถ่ายให้มากที่สุดเพื่อการประหยัดแรงงานและค่าใช้จ่าย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว องค์กรต้องการพยายามลดจำนวนการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบต่างๆ ให้มากที่สุด เนื่องจากทุกครั้งที่มีการเคลื่อนย้าย จะมีต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้าย จะมีต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบต่างๆ ดังนั้นหากสามารถลดค่าในด้านนี้ ก็จะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่อชิ้นลดลงด้วย

12. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ในด้านการตลาดนั้น บรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงลักษณะภายนอกของสินค้าซึ่งจะต้องสามารถดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจในตัวสินค้า แต่ทางด้านโลจิสติกส์บรรจุภัณฑ์จะมีความสำคัญต่างออกไปจากด้านตลาด โดยประการแรกบรรจุภัณฑ์จะเป็นสิ่งที่ปกป้องตัวผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายในขณะที่มีการเคลื่อนย้าย ประการที่สอง บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะช่วยให้กระบวนการเคลื่อนย้ายและเก็บรักษาสินค้าความสะดวกมากขึ้น

13. การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์ (Logistic Communication) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพภายในองค์กร ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร การแลกเปลี่ยนข้อมูล และการตัดสินใจต่างๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพขององค์กร ควรจะมีลักษณะดังนี้

- มีการสื่อสารระหว่างองค์กรซัพพลายเออร์และลูกค้า
- มีการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรโดยเฉพาะฝ่ายการบัญชี การตลาดฝ่ายผลิต
- มีการสื่อสารระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 13 กิจกรรม
- มีการสื่อสารกันภายในหน่วยงานย่อย เช่น ฝ่ายขายกับฝ่ายบริการลูกค้าในฝ่ายการตลาด
- มีการสื่อสารระหว่างสมาชิกในระบบโซ่อุปทาน ที่ไม่ได้มีการติดต่อกับองค์กรโดยตรง เช่น ซัพพลายเออร์รายแรกสุดในโซ่อุปทาน

กิจกรรมหลักทางโลจิสติกส์ทั้ง 13 กิจกรรม อาจนำมาจัดเป็นกลุ่มได้ 5 กลุ่ม คือกิจกรรมทางด้านการบริหารจัดการการผลิต การตลาด และการบริการลูกค้า การจัดหาวัตถุดิบและอุปกรณ์ต่างๆ การกระจายสินค้า และการจัดการสินค้าคงคลัง การจัดส่ง ซึ่งครอบคลุมองค์ความรู้ทางด้านโลจิสติกส์ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะ

รุธิร์ พนมยงค์, (2551 : 14-16) เมื่อพิจารณาจากคำนิยามของการจัดการโลจิสติกส์ จากความหมายของ (Council of Logistics Management) CLM จะพบว่า โลจิสติกส์ประกอบไปด้วยสาระสำคัญ 6 ส่วนคือ

1) การบริหารจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารระบบโซ่อุปทาน กล่าวคือโลจิสติกส์เป็นการบริหารจัดการระบบภายในองค์กรเท่านั้น ในขณะที่การบริหารโซ่อุปทานจะเป็นการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร

2) หัวใจสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์คือ “ระบบ” จะต้องมีการวางแผนการนำกิจกรรมต่างๆ ไปปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ และที่สำคัญที่สุดคือระบบจะต้องสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องได้

3) การบริหารจัดการโลจิสติกส์จะต้องมีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการและข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถควบคุมและลดต้นทุนต่างๆที่เกิดขึ้นได้

4) การเคลื่อนย้ายสินค้าบริการและข้อมูลในระบบจะมีการไหลทั้งไปและกลับ เช่น เมื่อมีการขายสินค้า จะต้องมีการรับกลับสินค้าที่ถูกส่งกลับคืนมาเพื่อซ่อมแซมหรือทำลาย เป็นต้น จึงจะทำให้กระบวนการไหลของระบบเป็นไปอย่างสมบูรณ์

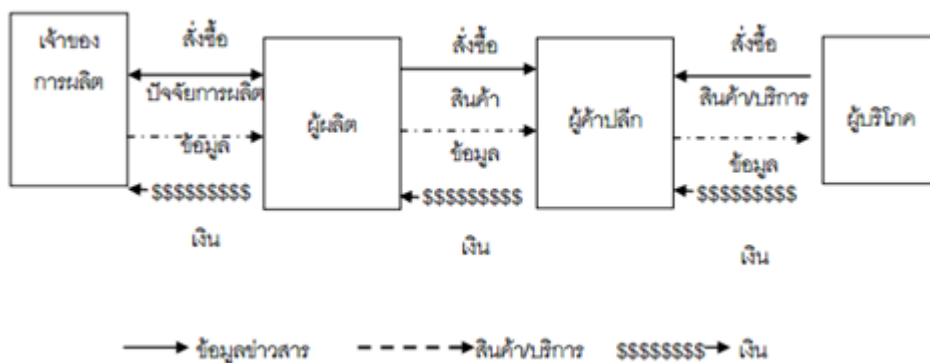
5) มีการกำหนดขอบเขตของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นการบริหารจัดการภายในองค์กร เริ่มจากกิจกรรมที่เป็นจุดเริ่มต้นขององค์กร เช่น การจัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ ต่าง ๆ ไปจนถึงกิจกรรมที่สิ้นสุดตามหน้าที่ขององค์กร เช่น การจัดจำหน่าย เป็นต้น

6) สิ่งสำคัญที่สุดของการบริหารจัดการโลจิสติกส์ คือ จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่ดีนั้นจะต้องบรรลุเป้าหมาย 2 ประการด้วยกัน ได้แก่ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และสามารถควบคุมต้นทุนในระบบได้

9.2 วิวัฒนาการและความหมายของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์

กรอบแนวคิดเรื่องโลจิสติกส์

แนวคิดโลจิสติกส์ดั้งเดิม คือ กระบวนการให้ได้มาซึ่งสิ่งของ การกักเก็บในคลังสินค้า และการกระจายสิ่งของเพื่อให้สามารถนำสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ (the right products) สู่อุปโภค ในเวลาที่ถูกต้อง (right time) ณ สถานที่ที่ถูกต้อง ด้วยเงื่อนไขปริมาณและต้นทุนที่ ถูกต้อง แนวคิดนี้มีต้นกำเนิดมาจากการเคลื่อนย้ายยุทธโธปกรณ์ไปสู่แนวรบ (Backer 1999) ส่วนโลจิสติกส์สมัยใหม่จะเน้นกระบวนการเคลื่อนย้ายสิ่งของ 3 ชนิด ได้แก่ การจัดหาและจัดส่งสินค้า (ทั้งปัจจัยการผลิต สินค้าสำเร็จรูปและบริการ) การแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และการโอนเงินและชำระเงิน (ภาพที่ 3)



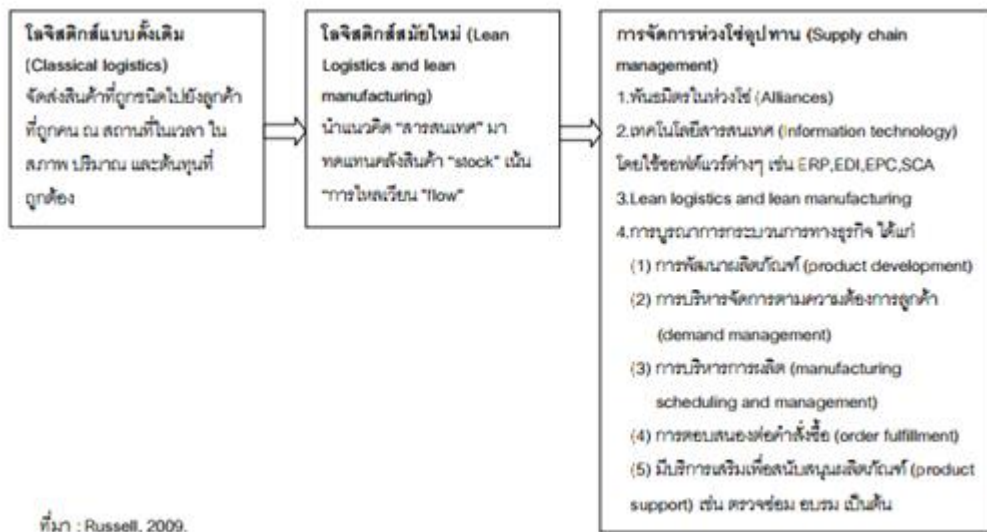
ภาพที่ 3 โลจิสติกส์กับกระแสการเคลื่อนย้าย 3 กระแส

แนวคิดโลจิสติกส์สมัยใหม่ไม่ใช่นับแต่เรื่องการเคลื่อนย้ายสินค้าในเวลาและสถานที่ ที่ต้องการ แต่ได้วิวัฒนาการไปเป็นการบริหารจัดการด้านเวลาและการท างานโดยลดความสูญญ เปล่า กำจัดทุกสิ่งที่ไม่มีความค่าเพิ่ม มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้ หรือที่เรียกว่า “lean logistics and lean manufacturing” ที่เน้นกระแส การเคลื่อนย้ายหรือไหลเวียน (flow) ของสินค้า บริการ และข้อมูลมากกว่าการเก็บสินค้าในคลัง (stock)

องค์ประกอบสำคัญของโลจิสติกส์ในทางธุรกิจ จึงประกอบด้วย (1) การพยากรณ์ อุปสงค์ (2) กลยุทธ์ การจัดหา (strategic sourcing) (3) การขนส่ง (4) การบริหารสินค้าคงคลัง (5) การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ

(material handling) (6) โกดังสินค้า (warehousing) (7) บรรจุภัณฑ์ และหีบห่อ (packaging) (8) การตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ (order fulfillment) และ (9) การบริการ ลูกค้า (customer service)

9.3 การบูรณาการแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์ ในวิชาการจัดการสมัยใหม่ การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความหมายกว้างกว่า ความหมายของโลจิสติกส์ (Russell 2009) อันที่จริงโลจิสติกส์ คือ หนึ่งในห้าองค์ประกอบสำคัญ ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ดังในรูปที่ 2.2 ซึ่งประกอบด้วย การเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้สารสนเทศ การบริหารการผลิตและการขนส่งร่วมกับการบูรณาการกระบวนการทางธุรกิจ อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



ภาพที่ 4 วิวัฒนาการของแนวคิดโลจิสติกส์กับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

ดังนั้น การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน (กิจกรรม ทั้งส่วนที่ไหลขึ้นและไหลลงตลอดแนวห่วงโซ่) มีการเรียงเรียง (orchestrated) และประสาน (coordinate) กิจกรรมต่างๆ (เสมือนหนึ่งว่ามีหน่วยงานกลางเป็นผู้รับผิดชอบ) เพื่อให้มั่นใจว่า อุปทานต่อสินค้าจะสอดคล้องกับอุปสงค์ในทุกๆ ขั้นตอนของห่วงโซ่ มีการแบ่งปันข้อมูลและ เทคโนโลยีระหว่างผู้เกี่ยวข้องทุกขั้นตอนเพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรม เพื่อลดระยะเวลาของวงจร การพัฒนาสินค้า ลดวงจรระยะเวลา มีการใช้กระแส (flows) การเคลื่อนย้ายของสินค้าและปัจจัย การผลิตแทน "สินค้าคงคลัง" เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ลดต้นทุน และเพิ่ม ความพอใจให้แก่ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ กิจกรรมการจัดการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า แล้วจัดส่งให้ลูกค้าด้วยต้นทุนต่ำที่สุด และระดับบริการ (service level) ที่ไว้วางใจได้มากที่สุด (ดูรูปที่ 2.3) รูปที่ 2.3 แสดงกิจกรรมการจัดการในห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะเห็นได้ว่าตลอดห่วงโซ่เริ่มจากผู้ผลิต การรวบรวมผลผลิต ผ่านคนกลางไปยังช่องทางจำหน่ายตลาดต่างประเทศผ่านไปยังผู้ส่งออก หรือช่องทางจำหน่ายตลาดในประเทศมีองค์ประกอบที่เข้ามาเกี่ยวข้องค่อนข้างมากและ การท างานมีการตอบสนองซึ่งกันและกันและส่งผ่านข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผู้ค้าปลีก ในต่างประเทศจะส่งข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคกลับมาที่ผู้ส่งออก และผู้ส่งออกจะส่งข้อมูล ย้อนกลับไปไปยังองค์กรภายในประเทศที่ทำสัญญาซื้อขายและเชื่อมโยงไปยังเกษตรกรให้มีการผลิต ให้ตรงตามความต้องการของตลาด เป็นต้น โดยมีปัจจัยสิ่งแวดล้อมอื่น

ที่มีบทบาทสำคัญเข้ามา เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยการผลิต ระบบสินเชื่อ โครงสร้างสาธารณูปโภค การขนส่งและบริการ ซึ่ง ทุกส่วนต้องประสานการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว มีระบบการจัดการมาตรฐาน และความเชื่อถือระหว่างกัน เป็นต้น

#### 9.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ศุภมาส กงกิจ (2550)** ได้ศึกษากาการวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์เชิงกรรมการค้าทางพาราผ่านชายแดนไทยสู่ประเทศจีน พบว่า การประยุกต์ใช้ SCR Model กับกระบวนการดำเนินงานของโรงงานแปรรูปเบื้องต้นสามารถนำ SCR Model ในระดับกำหนดแนวทาง หรือระดับองค์ประกอบของกระบวนการ หรือ Process Element Level (Decompose Process) และได้ใช้มาตรวัดประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน โดยมาตรวัดตามแบบของ SCR Model ที่จะนำมาใช้เพื่อประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของโรงงานแปรรูปยางพารา เป็นมาตรวัดที่มีคุณลักษณะ ของสมรรถนะ (Performance Attributes) อยู่ 5 ประการด้วยกัน คือความเชื่อมั่น ความเร็วการตอบสนอง ความยืดหยุ่น ต้นทุน และสินทรัพย์ โดยผลการประเมินด้านโลจิสติกส์ภายในโรงงานแปรรูปยางเบื้องต้น โดยการประยุกต์ใช้ SCR Model พบว่ากลุ่มโรงงานตัวอย่างที่ทำการประเมินมีผลการดำเนินการที่ใกล้เคียงกันในแต่ละด้าน ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการในการแปรรูปยางมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ดังนั้น ผลการศึกษาจึงอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งหากจะมองการทำงานในแต่ละด้าน โดยละเอียดแล้ว พบว่าการจัดเก็บสินค้าสำเร็จรูปและการกระจายสินค้ามีผลการดำเนินการอยู่ในเกณฑ์สูง เนื่องจากสินค้าได้ไม่ต้องมีการป้องกันความเสียหายมากนักเนื่องจากสินค้าเป็นประเภทที่คงทน ไม่อ่อนแอ ต่อสภาวะแวดล้อม มีการเคลื่อนย้ายโดยไม่ต้องอาศัยความระมัดระวังมากเนื่องจากสินค้าเป็นยาง จึงไม่ต้องกลัวการขีดข่วน หรือแตกหัก สำหรับการกระจายสินค้าเนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าขนาดใหญ่และการขนส่งได้ในปริมาณน้อย ง่ายต่อการตรวจเช็ค อีกทั้งเส้นทางการขนส่งมีน้อยกระบวนการของการกระจายสินค้าจึงไม่มีปัญหาอุปสรรคมาก ซึ่งจากการศึกษา พบว่าผลการประเมินที่มีการดำเนินการอยู่ในระดับต่ำได้แก่ การจัดซื้อ การจัดเก็บวัตถุดิบ และด้านระบบข้อมูล ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการจัดซื้อจะต้องดำเนินการร่วมกับผู้ส่งมอบในหลายรูปแบบ ทั้งชาวสวน พ่อค้าคนกลาง ตลาดกลางยางพารา เป็นต้น

**ธัญญา วาสุศรี (2550)** ได้ศึกษา การจัดการโซ่อุปทานสับประรดไทย พบว่า สับประรดมีแหล่งเพาะปลูกสำคัญอยู่ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นอกนั้นกระจายอยู่แถบจังหวัดระยอง ชลบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี และราชบุรี โดยมีศักยภาพในการปลูก 1.2 ล้านไร่ มีพื้นที่ปลูก 4-6 แสนไร่ และมีผลผลิต 2.0-2.2 ล้านตัน เฉลี่ยประมาณ 3.5 ตันต่อไร่ สับประรดกระป๋อง เป็นผลิตภัณฑ์สับประรดส่งออกสำคัญของไทย ปัจจุบันไทยเป็นผู้ผลิตสับประรดกระป๋องรายใหญ่ที่สุดของโลก จากข้อมูลทางสถิติจาก FAO (Food agricultural organization of the united nations) พบว่า ในปี 2004 ประเทศไทยส่งออกสับประรดกระป๋องปริมาณ 478,080 พันล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้มูลค่าการส่งออกสับประรดกระป๋อง และน้ำสับประรดแปรรูปของไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดตั้งแต่ปี 2002 ถึงปี 2005 โดยปริมาณการส่งออกสับประรดแปรรูปทั้งหมดในปี 2005เท่ากับ 641,371 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,8102.1 ล้านบาท ประเทศไทยมีการส่งออกสับประรด กระป๋องมากที่สุดของโลกดังนี้ บทความนี้จึงมุ่งเน้นให้เห็นถึงลักษณะโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องของไทยและประเด็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไข เพื่อให้มีความแข็งแกร่งและยั่งยืนต่อไป

ในอนาคต

**Suzanne ozment และ Terry Temwel (2007)** ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีการลดราคาต่อกิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) ของการไฟฟ้าหมุนเวียนลมสร้างขึ้นไปยังจุดที่มีการแข่งขันกับถ่านหิน ทั่วโลก การผลิตพลังลมได้เติบโตในอัตราประจำปีสารจาก 29% ในช่วงที่ผ่านมา 9 ปีและเมื่อเร็วๆ นี้ สหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำทางโดยการติดตั้งความจุมากขึ้นอย่างต่อเนื่องกว่าประเทศอื่นๆ ในโลกการลดลงของค่าใช้จ่ายในการผลิตพลังงานลมเป็นผลมาจากการเพิ่มขนาดของเครื่อง ปัญหาที่เกี่ยวกับข้อจำกัดส่งหน่วย

ขนาดใหญ่ด้วยกันที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้สร้างข้อจำกัดร้ายแรงในห่วงโซ่อุปทาน พื้นที่จำเป็นเพื่อการขนส่งที่สมบูรณ์กังหัน 2.0 เมกะวัตต์ประมาณ 1,500 ลูกบาศก์เมตร เกี่ยวกับ 13x ปริมาณของรถพวงสามัญส่วนประกอบบอจมีน้ำหนักได้ถึง 90 ตันและใบมีดแต่ละใบ ยาวเกิน 50 เมตรในความยาวมากถึง 15 รถบรรทุกขนาดใหญ่และผู้ที่มีเฉพาะเพียงต้องขนส่งรถบรรทุกส่วนประกอบของกังหันหนึ่งสมบูรณ์องค์ประกอบบางอย่างเกินขนาดที่สามารถเดินทางโดยรถไฟ ข้อจำกัดเหล่านี้ได้ทำให้การขนส่งค่าใช้จ่ายสูงมากและใช้เวลานาน ตัวอย่างเช่นในปี 2006 การขนส่งทั่วโลกของกังหันขนาดใหญ่วิ่งระหว่างร้อยละ 20 และ 25 ของค่าใช้จ่ายรวมของกังหัน Vestas ผู้ผลิตและ บริษัทขนส่งและได้เริ่มต้นเพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้โดยอาศัยความร่วมมือการขนส่ง Management (CTM) CTM ได้ลดจำนวนแวน อุปกรณ์พิเศษและลดค่าใช้จ่ายโดยรวมของการขนส่ง CTM อำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันและแบ่งข้อมูลระหว่างการเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน การเปิดใช้การคาดการณ์เสถียรมากขึ้น CTM มีบริษัทขนส่งโอกาสที่จะลดจำนวนเวลาที่พวกเขาเรียกว่ารวมทั้งลดเวลาในการรอคอยของผู้ให้บริการ (Sutherland 2006) บริษัทขนส่งสามารถลดค่าใช้จ่ายนี้ร่วมกับหุ้นส่วนการทำงานร่วมกันซึ่งจะช่วยพัฒนาห่วงโซ่อุปทานโดยรวมและลดค่าใช้จ่าย

**พลอยพิม ศัลยพงษ์ (2550)** ได้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโดยใช้แนวคิดของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากผึ้ง โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้ผลิต และลูกค้า ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแนวคำถามของแนวคิด Quick Scan ประกอบกับการสังเกตการดำเนินงาน ในส่วนของการจัดทำแบบประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ผลิตได้ใช้แนวคิดของตัวแบบอ้างอิงการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Operation Reference Model: SCOR Model: Version 6.1) ให้ได้รูปแบบการประเมินความสามารถในการดำเนินงานภายใน อันประกอบด้วย การประเมินความสามารถการดำเนินงานในด้านการจัดซื้อ (Source) การผลิต (Make) การจัดส่ง (Deliver) การประกันสินค้า (Return) และการตลาด (Marketing) จากนั้นนำแบบประเมินไปใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานก่อนและหลังการปรับปรุงแบบการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังใช้การจำลองสถานการณ์ประเมินผลการดำเนินงานหลังการปรับปรุงอีกด้วยการปรับปรุงการดำเนินงานได้ใช้แนวคิดของ (Collaborative Planning Forecasting and Replenishment: CPFR) เข้ามาสนับสนุนการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ซึ่งมีการนำเทคนิคการพยากรณ์ การวางแผนความร่วมมือ และการปรับปรุงแบบการดำเนินงาน เข้ามาช่วยสนับสนุนการดำเนินงานในบริษัทกรณีศึกษา จากผลการดำเนินงานพบว่าหลังจากได้ใช้แนวคิดของการจัดการห่วงโซ่อุปทานแล้วนั้น ทำให้ระยะเวลาในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าลดลงจาก 60 วันเหลือเพียง 28 วัน และผลจากการจำลองสถานการณ์จากการปรับปรุงการดำเนินงานมีระยะเวลานำอยู่ที่ 29.45 วัน ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการทำการบรรจุใหม่ในปี พ.ศ. 2548-2549 และ 13.19% ตามลำดับ ลดลงเหลือ 0% ในการประเมินผลโดยใช้แบบประเมินที่พัฒนาขึ้น พบว่าคะแนนเฉลี่ยจากการประเมินในแต่ละด้านเป็นดังนี้ คือ ด้านการจัดซื้อกระบวนการดำเนินการแบบเดิมได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 เมื่อปรับกระบวนการได้คะแนนเฉลี่ยเป็น 3.37 ด้านการผลิต กระบวนการแบบเดิมได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.38 เมื่อปรับกระบวนการได้คะแนนเฉลี่ยเป็น 2.86 ด้านการขนส่ง กระบวนการดำเนินการแบบเดิมได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.30 เมื่อปรับกระบวนการได้คะแนนเฉลี่ยเป็น 2.67 ด้านการประกันสินค้า กระบวนการดำเนินการแบบเดิมได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 1.50 เมื่อปรับกระบวนการได้คะแนนเฉลี่ยเป็น 2.10 และด้านการตลาด กระบวนการดำเนินการแบบเดิมได้คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.78 เมื่อปรับกระบวนการได้คะแนนเฉลี่ยเป็น 3.20 ตามลำดับ จึงส่งผลให้การดำเนินงานโดยรวมของบริษัทกรณีศึกษามีประสิทธิภาพดีขึ้นและสามารถลดระยะเวลานำได้

**วิระพล คุณทวีเทพ (2552)** การดำเนินธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงขึ้นตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นจึงต้องสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายจึงได้ผลักดันให้ทุกองค์กรต้องปรับตัว เพื่อสามารถตอบสนองสภาวะดังกล่าว ซึ่งการจัดส่งที่ล่าช้าอาจเป็นสาเหตุของการขาดความเชื่อถือ โดยที่หลักในการกระจายสินค้าที่ดีจะต้องมีการส่งมอบถูกเวลา ถูกสถานที่ ถูกปริมาณและถูก

คุณภาพ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้จึงจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงและกำหนดมาตรฐานการให้บริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงนำแนวความคิดโซ่อุปทานแบบลิ้นมาใช้เป็นต้น

**สรุปผล มะลิยา (2552)** ได้ทำการศึกษากิจกรรมโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานของน้ำยาฆ่าเชื้อสำหรับผลิตภัณฑ์ถุงมือยางในภาคตะวันออกของไทย เพื่อหาต้นทุนในกิจการโลจิสติกส์ซึ่งได้ศึกษากระบวนการขนส่งน้ำยาฆ่าเชื้อตั้งอยู่ใน จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ส่วนอุตสาหกรรมผลิตถุงมือยางตั้งอยู่ใน ชลบุรี และระยอง ซึ่งมีการผลิตเพื่อส่งออกเป็นหลักโดยมีความต้องการใช้น้ำยาฆ่าเชื้อในปี พ.ศ. 2551 ปริมาณ 18,563 ตัน ขณะที่อุตสาหกรรมการผลิตน้ำยาฆ่าเชื้อในภาคตะวันออก มีน้ำยาฆ่าเชื้อส่งเข้าอุตสาหกรรมการผลิตถุงมือยาง 12,994 ตัน หรือ 36.9% ปริมาณน้ำยาฆ่าเชื้อที่ผลิตได้ 35,224 ตัน ส่วนที่เหลือ 63.1% จะส่งออกและนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ยางได้แก่ ถุงยางอนามัย ยางยืด ดังนั้นน้ำยาฆ่าเชื้อในภาคตะวันออก จึงไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้ในการผลิตถุงมือยาง อุตสาหกรรมถุงมือยางภาคตะวันออกจึงรับน้ำยาฆ่าเชื้อจากภาคใต้ จังหวัดสุราษฎร์ธานี และสงขลา ปริมาณ 5,569 ตัน โดยมีค่าขนส่งน้ำยาฆ่าเชื้อจากภาคตะวันออก 11,004,897 บาท และจากภาคใต้ 1,287,730 บาท รวมค่าขนส่งทั้ง 23,832,627 บาท เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมถุงมือยาง ในการศึกษานี้ได้คาดการณ์ปริมาณการผลิตถุงมือยางเพิ่มขึ้นในปี 2557 ซึ่งต้องใช้น้ำยาฆ่าเชื้อ 23,513 ตัน โดยรับน้ำยาฆ่าเชื้อจากภาคตะวันออก 14,635 ตัน และจากภาคใต้ 8,878 ตัน ซึ่งต้องมีค่าขนส่งน้ำยาฆ่าเชื้อภาคตะวันออก 123,954,511 บาท และจากภาคใต้ 20,450,110 บาท รวมค่าขนส่งทั้งหมด 32,844,621 บาท จากการวิจัยพบว่า การเพิ่มปริมาณการผลิตถุงมือยางในภาคตะวันออกทำให้ต้นทุนการขนส่งน้ำยาฆ่าเชื้อเพิ่มขึ้น ซึ่งเห็นผลจากการขนส่งภาคใต้ ดังนั้นการตั้งโรงงานผลิตถุงมือยางในภาคตะวันออกจะมีต้นทุนโลจิสติกส์สูงขึ้น

#### 10. ระบุเอกสารที่ใช้อ้างอิงของโครงการวิจัยตามระบบสากล

##### ภาษาไทย

- ธนาคารกสิกรไทย. (2544). เศรษฐกิจคู่ค้าหลักชะลอตัว : ผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าเกษตรไทย กระแสทรรศน์ แหล่งที่มา : <http://www.tfrc.co.th> (ค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2544)
- นลินี โหมาศรีวิน. (2548). อาหารฮาลาลทางเลือกใหม่ในการส่งออกอาหาร (ตอนที่ 1)วารสารผู้ส่งออก ปีที่ 18 ฉ. 421 (กุมภาพันธ์) หน้า 47-54.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด. (2544). “อาหารทะเลกระป๋องปี 45 : ส่งออก..เผชิญปัญหาหนัก” มองเศรษฐกิจ แหล่งที่มา: <http://www.tfrc.co.th> (ค้น 1 กรกฎาคม 2551)
- พัทตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. (2542) การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฝ่ายข้อมูลการส่งออก. (2544). “อาหารฮาลาล” รายงานเรื่องอาหารฮาลาลปี 2544 ฝ่ายข้อมูลการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.
- ศิริชัย กาญจนวาสิ, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุขโข. (2544). การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บุญศิริการพิมพ์
- ศิริชัย กาญจนวาสิ. (2545).สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศูนย์แนะนำธุรกิจ สถาบันคีนันแห่งเอเชีย. 2547. อุตสาหกรรมอาหารไทย: สิ่งท้าทายและโอกาสในตลาดโลก เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงวิชาการ.
- สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญโญภานะวัฒน์. (2552). สถิติวิเคราะห์



สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุวิมล ติรภานันท์ (2543). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2546). ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเศรษฐกิจยั่งยืนของประเทศไทย วารสารเศรษฐกิจสังคม ฉบับ มี.ค. – เม.ย. 2546.

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง (2543). ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ธนัช-การพิมพ์.

### ภาษาอังกฤษ

Fazeli (2000), 'The Competitiveness of Small and Medium Enterprises: a Conceptualization With focus on Entrepreneurial Competencies', in Thomas, W., Theresa, L. and K.F. Chan (ed.), Journal of Business Venturing 17 (2000), pp. 126.

Kortbech-Olsen, Rudy (1998). Exportin organic foods, International Trade Forum, (3), pp. 4-9

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

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

Nelson (1992), 'The Cometitiveness of Small and Medium Enterprises: a conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies', in Thomas, W., Theresa, L. and K.F. Chan (ed.), Journal of Business Venturing 17 (2000), pp. 123.

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

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

The Free Press, 1990, p. 133.

Song (2004). 'The export competitiveness of ASEAN, China and the East Asian NIEs, 1987-2000', Australian National University.

Voon, J. P. (1998), 'Export competitiveness of China and ASEAN in the U.S. Market', ASEAN Economic Bulletin, Vol, 14, No. 3, pp. 273-291.

Wilson, P. and Wong, Yinmei (1996), 'The Export Competitiveness of ASEAN Economics 1986-1995'. National University of Singapore.

11. แสดงความคาดหวังศักยภาพและวิธีการหรือแนวทางที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไปนี้

11.1 เป็นองค์ความรู้ในการวิจัยต่อไป นำไปสู่การวิจัยเพื่อให้เกิดการต่อยอดจากงานวิจัยนี้ไปสู่การวิจัยในบริบทของประเทศอื่น ๆ เพื่อให้ประเทศไทยมีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น

11.2 บริการความรู้แก่ประชาชน ทำให้ประชาชนโดยเฉพาะนักศึกษาของมหาวิทยาลัยที่สอนด้านบริหารธุรกิจได้รับความรู้ในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

11.3 บริการความรู้แก่ภาคธุรกิจ ทำให้องค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว และที่พัก โรงแรมฮาลาลได้รับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการด้านการผลิตเพื่อให้เกิดความสะอาด ปลอดภัยด้วยการนำระบบการผลิตตามมาตรฐานคุณภาพฮาลาลไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับอุตสาหกรรมมากขึ้น

11.4 นำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ ทำให้ผู้ประกอบการด้านที่พักได้ตระหนักถึงความสำคัญของสัญลักษณ์เครื่องหมายอาหารปลอดภัยจากสัญลักษณ์ฮาลาล อันจะนำมาสู่การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลก

11.5 อื่น ๆ (ระบุ) และระบุชื่อหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ หน่วยงานที่นำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ประกอบด้วย

11.5.1 หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ที่พัก ตลอดแนวเส้นทางโลจิสติกส์ จากภาคเหนือถึงภาคใต้

11.5.2 หน่วยงานที่ให้บริการด้านการบริหารจัดการจัดส่งภายในห่วงโซ่อุตสาหกรรมขนส่ง บริษัททัวร์ และรถขนส่งนักท่องเที่ยวที่ให้บริการตลอดเส้นทางโลจิสติกส์อาเซียนที่ประกอบธุรกิจอยู่ในประเทศไทย

11.5.3 สถาบันการศึกษาที่สอนด้านบริหารธุรกิจทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก

11.5.4 สถาบันการศึกษาที่สอนด้านบริหารธุรกิจและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โรงแรม

## 12. แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะนำไปสู่การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการในองค์กรด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการเผยแพร่ความรู้สู่วงวิชาการด้านการประกอบธุรกิจบริการด้านการขนส่งในระดับต่างๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการในเรื่องต่อไปนี้

12.1 การนำเสนอผลการวิจัยในเวทีระดับนานาชาติ ด้วยการเผยแพร่ในวารสารวิจัยที่เชื่อถือได้ในวงวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ

12.2 นำองค์ความรู้ที่ได้รับไปเผยแพร่ด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การอบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 200 แห่ง

12.3 จัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้ให้กับสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอในลักษณะของเอกสาร เช่น คู่มือการประกอบการด้านสถานที่ท่องเที่ยวฮาลาล เป็นต้น โดยจะจัดทำเอกสารไม่น้อยกว่า 200 ชุด

12.4 นำเสนอผลการวิจัยต่อกระทรวงพาณิชย์ เพื่อนำไปใช้อ้างอิง หรือเป็นฐานข้อมูลให้กับกระทรวงท่องเที่ยวและการกีฬา อันจะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการต่อไป

12.5 จัดอบรมหลักสูตรการผลิตอาหารและมาตรฐานความปลอดภัยสถานที่พักตามแนววัฒนธรรมฮาลาลของประเทศไทย โดยเชิญผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โรงแรม ผู้ประกอบการรถยนต์ ผู้ประกอบการทัวร์จำนวน 200 แห่ง เข้าร่วมอบรมด้านความปลอดภัยฮาลาลตามหลักการศาสนาอิสลาม โดยผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานมาตรฐานอาหารฮาลาลของประเทศไทย โดยใช้เวลาในการอบรม 3 วัน 18 ชั่วโมง พร้อมมอบวุฒิบัตร

12.6 เผยแพร่ให้ความรู้กับผู้ประกอบการด้านโรงแรมที่พักเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพฮาลาลของไทย จำนวน 300 คน โดยใช้เวลาในการอบรม 2 วัน จำนวน 12 ชั่วโมง

### 13. ดำเนินการวิจัยและสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิทยาการวิจัยทั้งเชิงปริมาณเป็นหลัก และเสริมด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสำรวจและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้บริหารอุตสาหกรรมอาหารที่ได้เครื่องหมายรับรองคุณภาพฮาลาลของไทยทุกกลุ่ม ทุกประเภทอาหารที่ดำเนินการในประเทศไทย ด้วยการรวบรวมข้อมูลสถิติจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อนำมาสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

- 1.1 กลุ่มผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร 100 ตัวอย่าง
- 1.2 หน่วยงานภาครัฐที่ทำด้านการท่องเที่ยว รวม 20 ตัวอย่าง

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในประเทศไทย จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่

- 2.1 กลุ่มผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร 100 ตัวอย่าง
- 2.2 หน่วยงานภาครัฐที่ทำด้านการท่องเที่ยว รวม 20 ตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มาจากประชากรทั้ง 2 กลุ่ม จะใช้วิธีการ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 43) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และด้วยการสุ่มแบบหลายขั้นตอนและอาศัยหลักความน่าจะเป็น ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ประชากรมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน (สุวิมล ติรกานันท์, 2548, หน้า 166) เพื่อจะได้ตัวอย่างที่กระจายและครอบคลุมกลุ่มประชากรให้มากที่สุด

สำหรับเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัยด้วยตนเองโดยคาดว่าจะเดินทางไปเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน 2554

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่มตัวแปร คือ (1) ตัวแปรอิสระ (independent variables) (2) ตัวแปรคั่นกลาง (mediator variables) และ (3) ตัวแปรตาม (dependent variables)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการในการเก็บข้อมูล

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

- 1) เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ และการทำประชุมกลุ่ม Focus group
- 2) เครื่องมือเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 7-8 ข้อ

ส่วนที่ 2 สอบถามผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม ในการสอบถามความคิดเห็นการสร้างความสำเร็จได้เปรียบ รวม 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมในอุตสาหกรรม มีจำนวนข้อคำถาม 94 ข้อ

แบบสอบถาม มีรายละเอียดในการให้คะแนน ดังนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในระดับน้อยที่สุด

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในระดับน้อย

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในระดับมาก

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในระดับมาก

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

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

#### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

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

#### ขั้นตอนการวิจัย

##### ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

- 1) จัดเตรียมข้อมูลทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) จัดทำฐานข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3) ดำเนินการติดต่อและทำการสัมภาษณ์เพื่อหาข้อมูลเบื้องต้น และการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
- 4) จัดเตรียมข้อมูล
- 5) จัดทำเอกสารและเครื่องมือทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความตรงเชิงโครงสร้าง และหาค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน
- 6) การปฏิบัติการภาคสนามทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
- 7) จัดส่งเอกสารและเครื่องมือการวิจัยและติดตามผล
- 8) รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
- 9) นำข้อมูลทุกส่วนมาตรวจสอบและคัดเลือกข้อมูลที่ครบถ้วนเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล
- 10) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสังคมศาสตร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม
- 11) สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล
- 12) จัดทำการประชุมกลุ่ม Focus group จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อหาข้อสรุปและข้อเสนอแนะร่วมกัน
- 13) จัดทำสรุปเล่มการวิจัย
- 14) นำเสนอผลงานวิจัย และถ่ายทอดองค์ความรู้สู่กลุ่มเป้าหมาย
- 15) สร้างนักวิจัยใหม่ด้วยการเผยแพร่ผลงานวิจัย
- 16) เผยแพร่เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลการวิจัย

### วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์ด้วยการหาค่าความสอดคล้องจากคำตอบ และสรุปเชิงพรรณนาตามแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง และสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย Focus group ทำการสรุปประเด็นตามกรอบงานวิจัย และรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการบูรณาการร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model :SEM) โดยมีชนิดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์แต่ละข้อแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม จากเครื่องมือ 2 ชุด โดยใช้สถิติที่เป็นจำนวนและร้อยละ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยสู่ตลาดอาเซียน ตามตัวแปรอิสระทั้ง 2 ชุด โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีข้อคำถามประมาณ 90-95 ข้อ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดตัวแปรแฝง

14. ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย (ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด)  
ระยะเวลาทำการวิจัย เดือนตุลาคม 2559 – กันยายน 2560 รวม 1 ปี

#### แผนการวิจัย

ลำดับที่	2559			2560							
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											

14. ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย(ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด)

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแผนงานรายละเอียด ดังนี้

- 1) ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากฐานข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- 2) ทำการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย องค์กรด้านที่พัก โรงแรม ภัตตราคาร องค์กรการขนส่ง ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

- 3) ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำมาสู่การพัฒนากรอบแนวคิดตามทฤษฎีและงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้า การจัดทำเครื่องมือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
- 4) ดำเนินการภาคสนามทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ
- 5) การดำเนินการภาคสนาม
- 6) การเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ
- 7) การรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
- 8) นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาทำการประชุมกลุ่มย่อย Focus Group
- 9) สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล
- 10) จัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
- 11) จัดทำเอกสารเผยแพร่งานวิจัยโดยทำการเผยแพร่งานวิจัยในระดับชาติและนานาชาติด้วยการตีพิมพ์ในเอกสารวิชาการที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล
- 12) นำเสนอผลการวิจัยในเวทีระดับชาติและนานาชาติ
- 13) จัดทำเอกสารเผยแพร่ จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ (1) ความหมายของอาหารฮาลาลตามหลักการศาสนาอิสลาม (2) สุขอนามัยของอาหารฮาลาล (3) ความปลอดภัยของสถานที่ตามหลักการฮาลาล (4) หลักการฮาลาลและหะรอมในอิสลาม

15. ปัจจัยที่เอื้อต่อการวิจัย (อุปกรณ์การวิจัย, โครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ) ระบุเฉพาะปัจจัยที่ต้องการเพิ่มเติม

- ไม่มี

16. งบประมาณของโครงการวิจัย

รายละเอียดงบประมาณ		จำนวนเงิน(บาท)
<b>1</b>	<b>งบบุคลากร</b>	<b>20,000</b>
1.1	ค่าผู้ช่วยนักวิจัย (นักศึกษา 200 บาท×10 คน×10วัน)	20,000
<b>2</b>	<b>งบดำเนินงาน</b>	
2.1	<b>ค่าตอบแทน</b>	<b>14,000</b>
	ค่าตอบแทนนักวิจัย	2,000
	ค่าตอบแทนนักวิจัยร่วม(3 คน×1,000 บาท)	3,000
	ค่าตอบแทนผู้ทรงตรวจเครื่องมือ (3 คน × 3,000 บาท)	9,000
2.2	<b>ค่าใช้จ่าย</b>	<b>42,500</b>
	ค่าจ้างทำรายงานความก้าวหน้า 3 บท และเล่มสมบูรณ์	7,000
	ค่าถ่ายเอกสาร สำเนา สแกนภาพ ล้างอัดภาพ	10,000
	ค่าถอดเทปและสรุปรายงาน	3,000
	วัสดุสำนักงาน และหมึกพิมพ์	7,000
	ค่าเบี้ยเลี้ยง (1,000 บาท/วัน* 10 วัน)	10,000
	ค่าพาหนะ (500 บาท/วัน*10 วัน)	5,000
	ค่าผลิตแบบสอบถาม (100 ชุด*5 บาท)	500
2.3	<b>ค่าวัสดุโฆษณาและเผยแพร่</b>	<b>5,000</b>
<b>รวมงบประมาณ (ถัวเฉลี่ยทุกรายการ)</b>		<b><u>81,500</u></b>

17. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

ประเภทของผลสำเร็จของงานวิจัย (G) และนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน  
ดังนี้

- 1) นำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับอุตสาหกรรมอาหารเพื่อให้เกิดการสร้างควม  
ตระหนักถึงความสะอาด ปลอดภัย ด้านที่พักที่มีคุณภาพระดับสากล และนำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้กับ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% หรือประมาณอย่างน้อย 300 หน่วยงาน
- 2) ได้โมเดลการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ฮาลาลเพื่อเป็นต้นแบบในการนำไปบูรณาการสู่การทำการตลาดในประเทศอื่น ๆ เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่  
ให้กับสถาบันการศึกษาที่ผลิตบัณฑิตด้านบริหารธุรกิจและด้านการท่องเที่ยว
- 3) องค์การภาครัฐ และเอกชน มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัย  
ของสถานที่พักอย่างน้อย 100 แห่ง

18. โครงการวิจัยต่อเนื่องปีที่ 2 ขึ้นไป

18.1 คำรับรองจากหัวหน้าโครงการวิจัยว่าโครงการวิจัยได้รับการจัดสรรงบประมาณจริงใน  
ปีงบประมาณที่ผ่านมา

18.2 ระบุว่าโครงการวิจัยนี้อยู่ระหว่างเสนอของบประมาณจากแหล่งเงินทุนอื่น หรือเป็นการ  
วิจัยต่อยอดจากโครงการวิจัยอื่น (ถ้ามี)

18.3 รายงานความก้าวหน้าของโครงการวิจัย (แบบ ต-1ช/ด)

19. คำชี้แจงอื่น ๆ (ถ้ามี)

20. ลงลายมือชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย พร้อมวัน เดือน ปี



(อาจารย์วิริยา บุญมาเลิศ)

31 พฤษภาคม 2559

**ส่วน ค : ประวัติคณะผู้วิจัย**

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นาย นางสาว นาง ยศ  
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr., Miss, Mrs., Rank
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน
3. ตำแหน่งปัจจุบัน
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์  
อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)
5. ประวัติการศึกษา
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)

งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยคล่องแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

- หมายเหตุ :**
1. กรณีที่หน่วยงานมิได้ทำการวิจัยเองแต่ใช้วิธีจัดจ้าง โปรตใช้ แบบ ว-1ด โดยระบุรายละเอียดตามแบบฟอร์มที่กำหนดไว้ให้มากที่สุด พร้อมทั้งแนบบนข้อกำหนด (terms of reference - TOR) การจัดจ้างทำการวิจัยด้วย
  2. กรณีเป็นโครงการวิจัยต่อเนื่องที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณในปีงบประมาณที่ผ่านมา และนักวิจัยมีความประสงค์จะเสนอขอของบประมาณการวิจัยในปีงบประมาณต่อไป ต้องจัดทำโครงการวิจัยประกอบการเสนอขอของบประมาณด้วย
  3. ระบุข้อมูลโดยละเอียดในแต่ละหัวข้ออย่างถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อประโยชน์ในการประเมินผล
  4. กรณีโครงการวิจัยที่มีการใช้สัตว์ ให้ปฏิบัติตามจรรยาบรรณการใช้สัตว์เพื่องานทางวิทยาศาสตร์ สภาวิจัยแห่งชาติ (ผนวก 11) และจัดทำเอกสารแนบตามแบบฟอร์มใบรับรองในผนวก 12 จำนวน 1 ชุด
  5. กรณีโครงการวิจัยที่มีการทำวิจัยในคนให้ปฏิบัติตามจริยธรรมการวิจัยในคน (ผนวก 13) และจัดทำเอกสารแนบตามแบบฟอร์มใบรับรองการอนุมัติให้ดำเนินการวิจัยหรือ Certificate of Approval ที่ออกโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของสถาบัน (ผนวก 14) จำนวน 1 ชุด
  6. กรณีโครงการวิจัยที่มีการดำเนินการวิจัยด้านความปลอดภัยทางชีวภาพให้ปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยทางชีวภาพสำหรับการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีชีวภาพสมัยใหม่หรือพันธุวิศวกรรม (ผนวก 15) และจัดทำเอกสารแนบตามแบบฟอร์มใบรับรองการอนุมัติให้ดำเนินการวิจัยด้านความปลอดภัยทางชีวภาพ ที่ออกโดยคณะกรรมการด้านความปลอดภัยทางชีวภาพของสถาบัน (ผนวก 16) จำนวน 1 ชุด
-