



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

โดย

1. นางสาวฐิติมา วงศ์อินตา
2. นางปนัดดา กสิกิจวิวัฒน์
3. นายสุขเชษฐ์ นิยมเดชา
4. นางสาวบุญทรี จันทร์กลับ
5. นางสาวโรสลาวาตี โตะแอ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

คณะผู้วิจัย

1. นางสาวฐิติมา วงศ์อินตา
2. นางปนัดดา กสิกิจวิวัฒน์
3. นายสุขเชษฐ์ นิยมเดชา
4. นางสาวบุญศรี จันทร์กลับ
5. นางสาวโรสลาวาตี โตะแอ

สังกัด

คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
คณะอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”
 บทสรุปผู้บริหาร
 (Executive Summary)

ฮาลาล เป็นคำมาจากภาษาอารบิก 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” ที่ข้างบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญ การประทับตราเครื่องหมายฮาลาลได้รับอนุญาตโดยคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับ ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้ง ใต้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นต้น

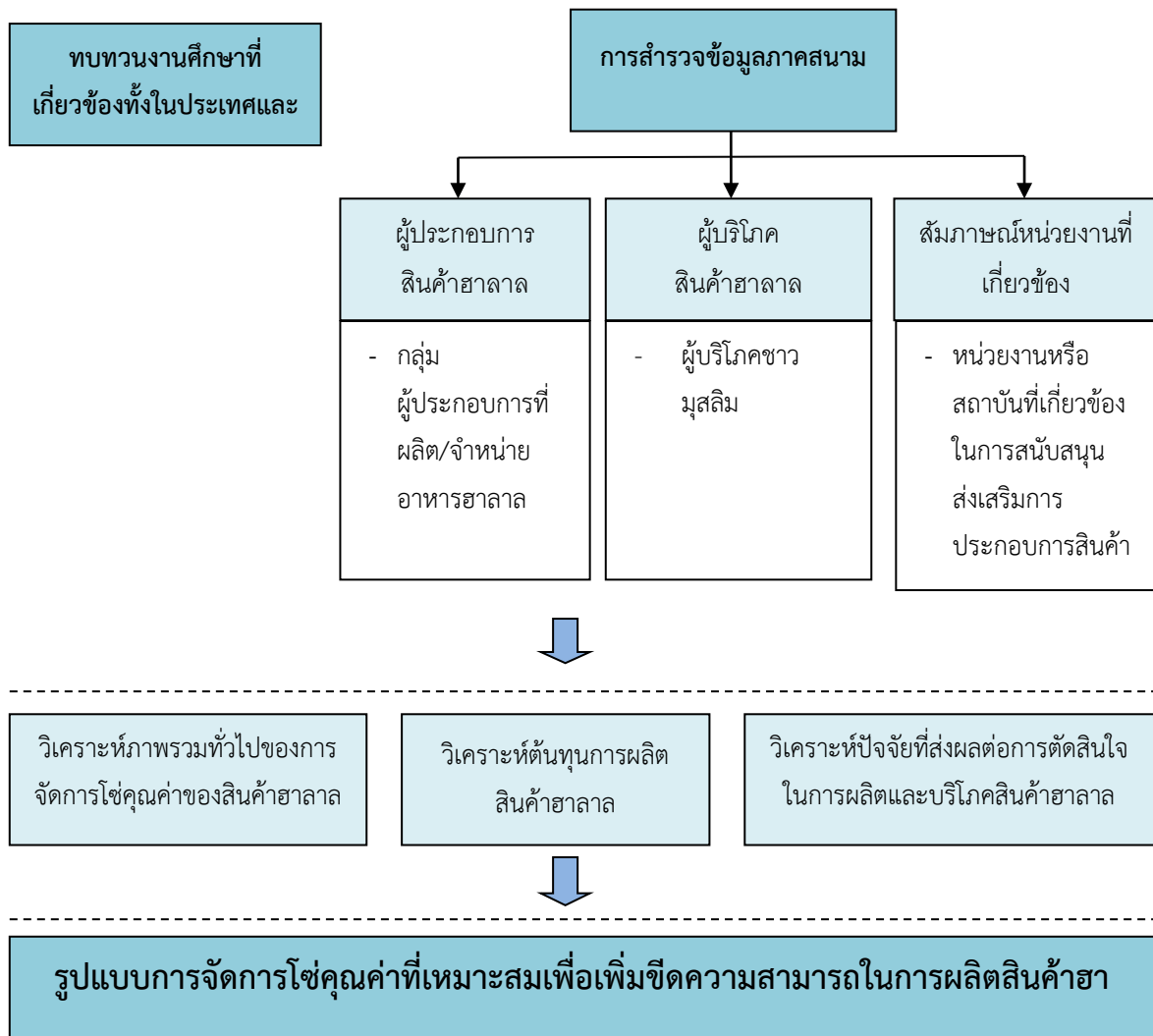
อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สะอาด และปลอดภัย แต่ผู้ประกอบการส่วนมากยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตอาหาร ฮาลาลที่ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม เพราะผู้ประกอบการบางรายเพียงแค่คิดว่า ไม่มีหมูก็เป็นอาหารฮาลาลแล้ว ซึ่งในความจริงแล้วต้องรวมถึงขั้นตอน กระบวนการ และสถานที่รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการประกอบอาหารนั้นด้วยนอกจากนี้ในขั้นตอนการขนส่งสินค้าฮาลาล ยังควรคำนึงถึงในแต่ละกระบวนการผลิตอาหาร คือ ต้องมีการแยกผลิตภัณฑ์ฮาลาล ออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล เพื่อหลีกเลี่ยงการปนเปื้อน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม ซึ่งหมายถึงการจัดเก็บการขนส่งและการจัดการผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ดีและเหมาะสม รวมทั้งความซื่อสัตย์ของเจ้าของแบรนด์ที่ไม่นำสินค้าฮาลาลมาปนเปื้อนกับสินค้าไม่ฮาลาลซึ่งมีนะยิสปนเปื้อนอยู่ โดยครอบคลุมกับการจัดหาและการจัดจำหน่ายสินค้าที่เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน

การที่จะพัฒนาธุรกิจสินค้าฮาลาลในประเทศไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเตรียมความพร้อมในการขยายตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าในตลาดโลกทั้งนี้ ระบบมาตรฐาน ไม่ได้มีเฉพาะกระบวนการการผลิตเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกระบวนการโลจิสติกส์ด้วยเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการส่งออกสินค้าฮาลาล จำเป็นต้องผลักดันให้มีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ฮาลาลที่ได้มาตรฐานควบคู่กันไปด้วย โดยที่การขยายศักยภาพในตลาดการผลิตสินค้าฮาลาล ต้องสร้างความมั่นใจแก่ผู้ซื้อสินค้า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำว่าไม่มีอะไรปนเปื้อน

ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้ จึงได้ทำการวิเคราะห์สายโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์กิจกรรมของกิจการที่มีความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและภายนอกกิจการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของสินค้าฮาลาล น่าจะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางปรับปรุงที่เหมาะสม เพราะการ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ” วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าคือการวิเคราะห์ลำดับของการเชื่อมต่อ (Chain) ของกิจกรรมที่สร้างมูลค่า (Value Added) ทั้งหมดที่เกิดขึ้นภายในห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งนำสินค้าหรือบริการจากจุดต้นทาง ไปยังปลายทาง คือ ลูกค้ารายสุดท้าย (Kapinsky, 2000) โดยภายในห่วงโซ่คุณค่าประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า จนถึงผู้บริโภค มูลค่าที่เพิ่มขึ้นแต่ละลำดับของกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า เป็นการสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นในมุมมองของลูกค้าและการเพิ่มความได้เปรียบต่อคู่แข่งในตลาด โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการศึกษาไว้ดังนี้



1. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล

คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้แบบสอบถามผู้บริโภคชาวมุสลิม จำนวน 381 ราย ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงร้อยละ 67.98 และเพศชายร้อยละ 32.02 โดยผลสำรวจชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลก่อนการบริโภคสินค้า โดยผลการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 74.2 ทำการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลก่อนทุกครั้งที่มีการซื้อสินค้า



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารฮาลาล 5 ลำดับแรก คือ 1) ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง 2) การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า 3) ถูกหลักโภชนาการอาหาร 4) สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร และ 5) รสชาติอาหาร อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนฉลากสินค้าแล้ว ผู้บริโภคบางส่วนกว่าร้อยละ 30 ยังมีความเชื่อว่าการมีการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล นอกจากนี้ประเทศไทยยังไม่มีระบบฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองฮาลาลที่ชัดเจน และตรวจสอบได้ ยิ่งส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นที่ไม่สามารถตรวจสอบว่าอาหารที่ตนเองบริโภคอยู่นั้นได้รับการรับรองและมีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่องหรือไม่

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการบริโภคอาหารฮาลาล พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคพึงพอใจน้อยที่สุดคือ สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นในอาหารฮาลาล แม้ว่าอาหารนั้นจะมีส่วนผสมหลักที่ไม่ได้มาจากเนื้อสุกร แต่ผู้บริโภคยังมีความกังวลการปนเปื้อนในระหว่างกระบวนการผลิต ทั้งนี้อาจสืบเนื่องจากการที่ยังมีข่าวเกี่ยวกับการปนเปื้อนของอาหารที่มาจากส่วนหนึ่งของสุกร ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจว่า อาหารที่ตนเองบริโภคมีส่วนผสมมาจากสุกรหรือไม่เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถพิสูจน์ได้จากบรรจุภัณฑ์ภายนอก สอดคล้องกับปัจจัยที่พึงพอใจน้อยสุดในลำดับถัดมาคือ ปัจจัยอาหารที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล ซึ่งถึงแม้ว่าอาหารฮาลาลนั้นจะไม่ได้มีส่วนผสมมาจากส่วนใดส่วนหนึ่งของสุกร แต่ผู้บริโภคก็ยังไม่เชื่อมั่นในขั้นตอนการผลิตว่าจะมีการปนเปื้อนหรือไม่

นอกจากนี้ ผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคในภาคอื่นๆ ที่มีใช้ภาคใต้ยังประสบปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการเลือกซื้ออาหารฮาลาล กล่าวคือ แหล่งจำหน่ายสินค้าฮาลาลค่อนข้างมีน้อย ไม่สามารถหาซื้อได้ทั่วไป ซึ่งแหล่งซื้อที่สำคัญ ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ อีกทั้งสินค้ายังไม่มีความหลากหลาย การบริโภคอาหารซ้ำๆ ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis) พบว่าปัจจัยที่ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลควรให้ความสำคัญและปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ความสามารถในการตรวจสอบการปนเปื้อน และรสชาติอาหาร

อย่างไรก็ดีประเด็นที่น่าสนใจจากผลสำรวจคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 63.3 ยังไม่เชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้าเท่าที่ควร เมื่อสอบถามถึงลงไปถึงสาเหตุที่ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในตราสินค้าพบว่ากลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 72.3 เชื่อว่าน่าจะมีการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลบนฉลากสินค้า

ทั้งนี้ผู้บริโภคได้เสนอแนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาลไว้หลากหลายประเด็น โดยประเด็นที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่แนะนำ คือ

- ควรมีการตรวจสอบสินค้าที่มีเครื่องหมายฮาลาล กรรมวิธีในการผลิตอย่างสม่ำเสมอ
- ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน
- เครื่องหมายฮาลาลควรมีแบบเดียวกันทั่วประเทศ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ” กลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด จากนั้นสินค้าจะถูกกระจายโดยไม่มี การปนเปื้อนตามมาตรฐานอาหารฮาลาลไปยังผู้ค้าส่ง ค้าปลีก ก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภคต่อไป

3. การวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าอาหารฮาลาล

ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในโซ่คุณค่าอาหารฮาลาล คือ ผู้บริโภคอาหารฮาลาล โดยเฉพาะผู้บริโภคชาวมุสลิม เนื่องจากการเลือกบริโภคอาหารได้ถูกเชื่อมโยงเข้ากับหลักศาสนา ซึ่งอาหารฮาลาลจะต้องผลิตขึ้นถูกต้องตาม บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม มุสลิมสามารถบริโภคได้ โดยคำนึงถึงความสะอาด มีคุณค่าตามหลักโภชนา ส่วน ผู้ที่มีไม่มุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้ประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกัน เพราะอาหารฮาลาลมีกระบวนการ ผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ) โดยความเชื่อมั่นในอาหารฮาลาลในมุมมองของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ หากผู้บริโภคชาวมุสลิมขาด ความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ผู้ประกอบการก็ไม่สามารถขายสินค้าให้กับผู้บริโภคในกลุ่มนี้ได้ ในทางกลับกัน ผู้บริโภคชาวมุสลิมทั่วโลกถือเป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ หากผู้ประกอบการสามารถสร้างความเชื่อมั่นในตัว สินค้าของตนเองได้ ก็ถือเป็นโอกาสของช่องทางการตลาดที่มีศักยภาพ

นอกจากผู้บริโภคแล้ว ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล คือ องค์กรทางศาสนา ที่มี อำนาจหน้าที่ในการกำหนด ตรวจสอบ รับรองและบังคับใช้มาตรฐานฮาลาล เพื่อเป็นการรับประกันว่าอาหาร ที่ได้รับการรับรองฮาลาลเป็นอาหารที่มีคุณค่าตามหลักโภชนาการและหลักศาสนา อันจะส่งผลโดยตรงต่อความ เชื่อมั่นของผู้บริโภคต่ออาหารฮาลาล

การวิเคราะห์โซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารฮา ลาลประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลักดังแสดงนี้



โดยในแต่ละองค์ประกอบหลักนั้นจะต้องมีปัจจัยความสำเร็จที่เป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ อาหารฮาลาล เป็นอาหารที่มีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งออกสินค้าฮาลาลไปยัง ต่างประเทศได้ โดยรายละเอียดของปัจจัยความสำเร็จและตัวชี้วัดสามารถแสดงได้ดังนี้

กระบวนการ	ปัจจัยความสำเร็จ (CSF)
วัตถุประสงค์หรือปัจจัยการ ผลิต	● เลือกใช้วัตถุดิบที่อยู่ใกล้แหล่งผลิต
	● จัดหาวัตถุดิบผ่านผู้รวบรวม หรือพ่อค้าคนกลาง ที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดหามากกว่า ผู้ประกอบการ จะทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ
	● วัตถุดิบที่เข้าสู่กระบวนการผลิตต้องได้รับรองตราฮาลาล
	● สำหรับวัตถุดิบที่มีตามฤดูกาล ต้องมีการสต็อกวัตถุดิบไว้เพื่อให้เพียงพอกับการผลิตตลอดทั้งปี เลือกการจัดเก็บวัตถุดิบที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถเก็บได้ระยะยาว
การผลิต	● ขั้นตอนการผลิตสะอาดถูกหลักก่อนนำมาย ไม่มีการปนเปื้อนตามมาตรฐานอาหารฮาลาล



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

กระบวนการ	ปัจจัยความสำเร็จ (CSF)
	<ul style="list-style-type: none"> ● การใช้ทรัพยากรการผลิตมีประสิทธิภาพ ● อาจมีการรวมกลุ่มการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ● การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง
การสร้างมูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> ● การบรรจุหีบห่อต้องแน่ใจว่าสามารถป้องกันสินค้าจากการปนเปื้อนได้ ● ต้องศึกษาหลักศาสนาในการออกแบบฉลากสินค้า เช่น ฉลากไม่ควรเกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์หรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม ● การรับรองเครื่องหมายฮาลาลต้องมีความน่าเชื่อถือ ● ความเพียงพอของบุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและรับรองเครื่องหมายฮาลาล ● ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารฮาลาลให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ● การรับรองเครื่องหมายฮาลาลควรดำเนินการควบคู่กับวิทยาศาสตร์ฮาลาล
การขนส่งและกระจายสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> ● การกระจายสินค้าไม่ให้เกิดการปนเปื้อนด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ● เพิ่มการใช้ประโยชน์ (Utilization) ของรถขนส่ง ● ควบคุมระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม ● ใช้หลักการ Transportation Management
การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	<ul style="list-style-type: none"> ● เก็บข้อมูลผู้บริโภค ศึกษาอุปสงค์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ความต้องการ ● ศึกษาพฤติกรรม ความชอบของผู้บริโภคทั้งและต่างประเทศ ในแต่ละประเทศเป้าหมายที่ต้องการส่งออก ● ศึกษากฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกในแต่ละประเทศ ● อาจให้ผู้แทนการค้า (Trading) เป็นผู้ทำการส่งออกแทน ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการ มุ่งเน้นที่การผลิตเท่านั้น หรือไม่มีความเชี่ยวชาญในการส่งออก

4. รูปแบบและแนวทางการยกระดับโซ่คุณค่าที่เหมาะสม

4.1 รูปแบบโซ่คุณค่าที่เหมาะสม

การศึกษานี้ได้นำเสนอรูปแบบและแนวทางการยกระดับโซ่คุณค่าที่เหมาะสม เพื่อการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิต และ จำหน่ายอาหารฮาลาลให้ได้รับการรับรองตราฮาลาลมากขึ้น รวมทั้งเพิ่มคุณภาพ และความน่าเชื่อถือให้กับอาหารฮาลาลของประเทศไทยได้ดังรูป



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

องค์กรศาสนา/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการอำนวยความสะดวกในการขอและรับรองเครื่องหมายฮาลาล ได้แก่

- องค์กรให้การรับรอง (Accreditation Body : AB)
- องค์กรตรวจรับรอง (Certification Body : CB)
- การตรวจสอบ (Audit)
- การกำกับตรวจตรา (Monitoring)



การรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ



หน้าที่และกิจกรรมเพิ่มคุณค่าของผู้ขับเคลื่อนกลุ่มผู้ประกอบการฮาลาล

- จัดเตรียมสถานประกอบให้ถูกสุขลักษณะ และตรงตามข้อปฏิบัติสำหรับสถานประกอบที่ขอรับรองฮาลาล
- ให้คำปรึกษาด้านเอกสารหรือช่วยเหลือเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้รับการรับรอง (โดยทำงานร่วมกับคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด)
- ให้คำปรึกษาเรื่องการเงิน และแหล่งเงินทุน
- การจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ร่วมกัน ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบลดลงได้
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ให้สมาชิกในกลุ่ม
- เมื่อรวมกลุ่มขายสินค้าได้มากขึ้น มีการขนส่งร่วมกัน ทำให้ลดต้นทุนค่าขนส่ง
- มีการจัดระบบข้อมูลของกลุ่มเพื่อรองรับการตรวจสอบย้อนกลับ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าฮาลาล และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค



ภาครัฐสนับสนุนเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัยในการผลิต ได้แก่

- กระทรวงอุตสาหกรรม ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการภายในประเทศ
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการปลูกพืชเศรษฐกิจที่ใช้เป็นวัตถุดิบสินค้าฮาลาล
- กระทรวงพาณิชย์ ส่งเสริมและพัฒนาอาหารฮาลาลให้เป็นสินค้าส่งออก
- สถาบันอาหาร ส่งเสริมการขยายตัวด้านการส่งออก เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรม
- ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลและบริการทางวิทยาศาสตร์ และห้องปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอาหารฮาลาล

ภาครัฐสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพิ่มความน่าเชื่อถือ

- จัดงานแสดงสินค้าฮาลาล และนำเสนอถึงข้อมูลมาตรฐานฮาลาลและการรับรองฮาลาลของประเทศไทย
- ประชุมสัมพันธ “วิทยาศาสตร์ฮาลาล” ในแง่ความน่าเชื่อถือของประเทศไทย



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

รูปแบบของการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ สามารถทำให้เกิดขึ้นได้โดย ภาคเอกชนที่มีความพร้อมจัดรวมกลุ่มเอง โดยเป็นผู้นำในการลงทุนด้านโครงสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาครัฐให้การสนับสนุนให้ความรู้ และ อำนวยความสะดวกในเรื่องการรับรองตราฮาลาล รวมถึงสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ และการตลาด หรือจะเป็นการรวมกลุ่มแนววิสาหกิจชุมชนโดยรัฐบาลให้การสนับสนุน และให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน คล้ายกับนิคมอุตสาหกรรม แต่ทำในขนาดที่เล็กกว่า ที่สามารถดำเนินการได้ทุกภาคของประเทศ

4.2 แนวทางการยกระดับโซ่คุณค่าที่เหมาะสม

ในงานวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการยกระดับโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product Upgrading)

- ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลขนาดเล็กบางราย เริ่มมีปัญหาในเรื่องวัตถุดิบของอาหารฮาลาล โดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะที่หาได้เฉพาะพื้นที่ที่มีความพิเศษในพื้นที่นั้นๆ เช่น ลูกหิย จากปัตตานี มะขามหวานจากเพชรบูรณ์ ผู้ประกอบการเห็นว่าวัตถุดิบโดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีคุณภาพมีปริมาณลดลงเรื่อยๆ และท้ายที่สุดจะไม่มีวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต ภาครัฐควรมีแนวทางในการส่งเสริมให้มีการปลูกพืชที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะพื้นที่นั้นๆมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นการอนุรักษ์พืชพิเศษในท้องถิ่นไว้ รวมทั้งป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบและส่งเสริมให้มีการผลิตอาหารฮาลาลที่มีความพิเศษตามลักษณะพื้นที่ได้หลากหลายขึ้น
- ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในพื้นที่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนโลจิสติกส์ โดยส่งเสริมกลไก contract farming ในพื้นที่เพื่อลดต้นทุนการขนส่งวัตถุดิบจากที่ไกลๆ
- ผู้ประกอบการรายย่อยขนาดเล็ก (S) บางรายมีค่าใช้จ่ายเรื่องการรับรองตราฮาลาลสูงเกือบแสนบาทต่อปี เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบและหลายขนาด ทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในการรับรองตราฮาลาล

2. การยกระดับกระบวนการ (Process Upgrading)

แนวทางในการยกระดับกระบวนการของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล คือ การส่งเสริมเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Technology) และการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยรายละเอียดในแต่ละแนวทางสรุปได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 การส่งเสริมเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Technology)

ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลเอง ควรมีการตื่นตัวในเรื่องของการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ถูกหลักอนามัยและช่วยลดต้นทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ นอกจากนี้ภาครัฐควรเข้ามาช่วยเหลือในการส่งเสริมให้ความรู้ รวมถึงการจัดโครงการนำผู้เชี่ยวชาญเข้ามาแนะนำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ สามารถตรวจสอบการปนเปื้อน อีกทั้งภาครัฐควรสนับสนุนการวิจัยเชิงนวัตกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีระดับกลางสำหรับการผลิตสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อลดความจำเป็นในการใช้แรงงานลดความเสี่ยงในการขาดแคลนแรงงาน และง่ายต่อการควบคุมคุณภาพของการผลิต

แนวทางที่ 2 การวิจัยและพัฒนา (Research and Develop)

สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก อาจจะไม่มียุทธศาสตร์เพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ในเรื่องของการถนอมอาหารทำให้อาหารสามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น ดังนั้น



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ” ภาครัฐควรเข้ามาให้ความรู้การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการเก็บรักษาไว้ได้นานขึ้นเพื่อให้สามารถส่งขายไปยังต่างประเทศได้

3. การยกระดับหน้าที่ (Function Upgrading)

ผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลควรจะมีการปรับตัว (Adaptation) เพื่อให้สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและมีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้และดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยแนวทางในการปรับตัวของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่าของอาหาร เช่น

- ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลควรมีการรวมกลุ่มในลักษณะของ Cluster เพื่อเป็นพันธมิตรทางการค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความเข้มแข็งแล้ว คอยเป็นที่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่เริ่มเข้าสู่อุตสาหกรรมฮาลาล หรือกำลังจะก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมฮาลาล ในการให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะในขั้นตอนการประกอบการตามข้อกำหนดของอาหารฮาลาล เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ถูกหลักโภชนาการและศาสนบัญญัติ
- ผู้ประกอบการควรมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าของตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของคุณภาพของสินค้าและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้การวิจัยและพัฒนาเพื่อยืดอายุของอาหารฮาลาลให้ยาวนานขึ้นเพื่อประโยชน์ในการส่งออกไปยังต่างประเทศได้
- ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของธุรกิจอาหารฮาลาล โดยอาจมีการเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการผลิตอาหารฮาลาลที่มีคุณภาพ ที่มีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่และความรู้ อาจเป็นรูปแบบนิคมอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ไม่จำเป็นต้องมีการลงทุนสูงมาก สามารถจัดให้มีในหลายภาคหรือในจังหวัดที่มีศักยภาพ โดยสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับการผลิตอาหารฮาลาล สำหรับผู้ประกอบการรายเล็กให้เข้ามาเช่าพื้นที่และมีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล
- หน่วยงานที่รับผิดชอบในการให้ตรารับรองฮาลาล ควรมีการนำวิทยาศาสตร์ฮาลาลเข้าร่วมกับกระบวนการตรวจสอบและประเมินสถานประกอบการเพื่อขอรับรองตราฮาลาล เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในสายตาของผู้บริโภคมากขึ้น

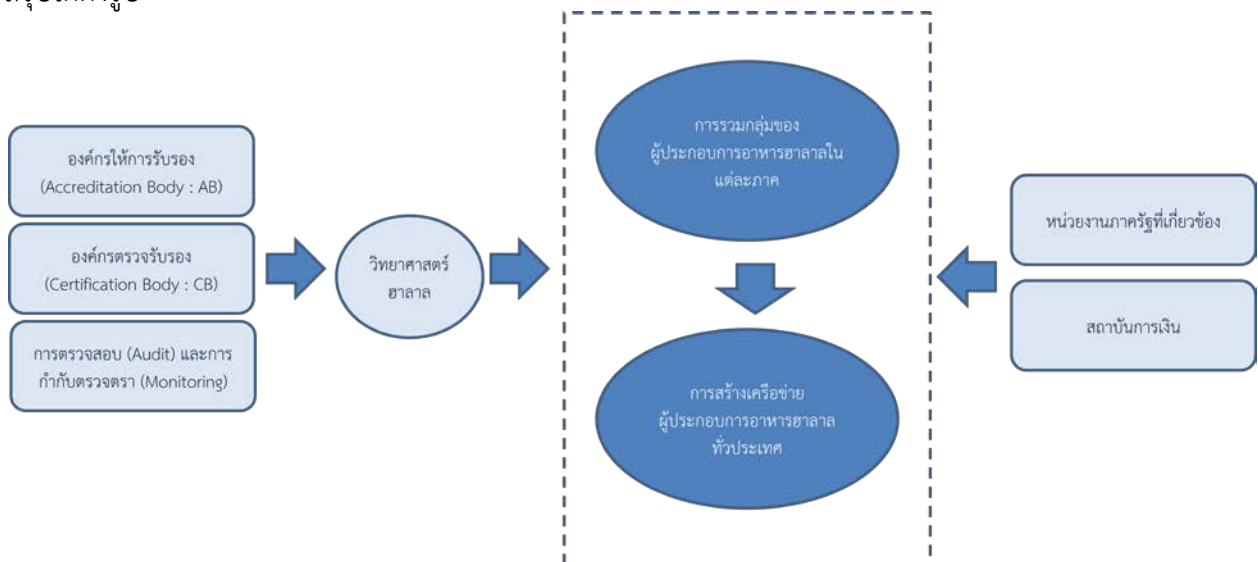
4. การยกระดับห่วงโซ่ (Chain Upgrading)

การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าเป็นสิ่งที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่ควรมีการรวมกลุ่มกันในลักษณะของ Cluster ผู้ให้การรับรอง ผู้ตรวจรับรอง และผู้กำกับตรวจตรา รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐต่างๆ สถาบันการเงิน เป็นต้น เพื่อเกื้อหนุนให้อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามจากผลการสำรวจและรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งพบว่า จุดที่เป็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยนั้นอยู่ที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่ออาหารฮาลาล ซึ่งปัจจุบัน กิจกรรมฮาลาลของประเทศไทยได้ดำเนินการอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ที่ได้กำหนดให้เป็นหน้าที่ของ 2 องค์กรคือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด และได้กำหนดให้มีคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ” หรือคณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัด ทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับการรับรองฮาลาลกำหนดมาตรฐาน แนวทางปฏิบัติในการตรวจสอบรับรองฮาลาล ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับระบบองค์กรให้การรับรอง (Accreditation Body : AB) องค์กรตรวจรับรอง (Certification Body : CB) การตรวจสอบ (Audit) และการกำกับตรวจตรา (Monitoring) เป็นหน่วยงานเดียวกันคือองค์กรศาสนาเป็นผู้ดูแลแนวทางที่เหมาะสมเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องของความน่าเชื่อถือของตราฮาลาลและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

คณะผู้วิจัยจึงเสนอว่าควรให้ทั้ง 3 หน่วยงานแยกกันทำงานอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำงาน การแยกหน้าที่กันทำงานชัดเจนจะช่วยให้สามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น อันจะเป็นผลในทางอ้อมที่จะทำให้อัตราของผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน อีกทั้งการรับรองเครื่องหมายฮาลาลโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ควรทำงานร่วมกับระบบวิทยาศาสตร์ฮาลาล (ระบบ Hal-Q) เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าอาหารที่ได้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้นเป็นอาหารที่ชาวมุสลิมสามารถรับประทานได้ ถูกหลักโภชนาการ ปราศจากสิ่งปนเปื้อนตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม เมื่อมองในภาพรวมความร่วมมือของหน่วยงานทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง ที่จะช่วยยกระดับโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล สามารถได้ดังรูป



บทคัดย่อ

อาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สามารถบริโภคทั้งผู้บริโภคมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม เนื่องจากอาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สะอาด และปลอดภัย แต่ผู้ประกอบการส่วนมากในประเทศไทยยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตอาหารฮาลาล งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการหารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจข้อมูลทั้งผู้บริโภคมุสลิมและผู้ผลิตอาหารฮาลาล ผลการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคมุสลิมพบว่าผู้บริโภคมุสลิมยังขาดความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล ในขณะที่ผลการสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาลพบว่า ค่าใช้จ่ายในการได้มาซึ่งเครื่องหมายรับรองฮาลาลค่อนข้างสูง

คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลไทย โดยผู้ประกอบการควรมีการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองตราฮาลาลและมีการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพตลอดห่วงโซ่ ส่วนหน่วยงานที่ให้การรับรอง หน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจรับรองและผู้กำกับตรวจตรา ควรแยกกันทำงานอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความโปร่งใส รวดเร็วและเพิ่มความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ระบบวิทยาศาสตร์ฮาลาล เป็นระบบที่มีส่วนสำคัญในการเพิ่มความน่าเชื่อถือ ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ

Abstract

Halal food can be consumed by Muslim and non-Muslim because halal food is considered sanitarian and safe. However, most entrepreneurs in Thailand have limited knowledge in producing halal food. This research aims to analyze value chain of halal food in order to determine the road map for an appropriate value chain management. The research has done the survey for both halal consumers and halal producers. The results show that most halal consumers feel that halal certification in Thailand is not reliable. For the halal producers, they feel that cost of acquiring halal certificate is high.

Recommendations are proposed to improve the Halal value chain in Thailand as follows. Clustering together of halal entrepreneur in order to increase the number of the entrepreneur with halal certification and increase the facility utilization throughout the supply chain. For the halal certification, Accreditation body, Certification body and Monitoring body should work separately in different organizations to insure that the system of halal certification is first and reliable. Moreover, the halal science center with the system of Hygiene assurance liability quality is the important organization that can improve the halal reliability locally and internationally.

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย	4
1.7 แผนการถ่ายทอดผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย	4
1.8 ระยะเวลาการทำวิจัยและแผนการดำเนินงาน	4
1.9 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด	5
1.10 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ความสำคัญของอาหารฮาลาล	6
2.2 สถานการณ์อาหารฮาลาลในประเทศไทย	7
2.3 กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับอาหารฮาลาล	12
2.4 ยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล	25
2.5 การจัดการโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลในปัจจุบัน	27
2.6 แนวคิดในการวิเคราะห์ต้นทุน	31
2.7 การสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
บทที่ 3 กรอบการศึกษา	
3.1 กำหนดกรอบการศึกษา	40
3.2 ขั้นตอนการศึกษา	41
บทที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล	
4.1 การวิเคราะห์ผู้บริโภคอาหารฮาลาลในประเทศ	45
4.2 การวิเคราะห์ผู้บริโภคอาหารฮาลาลในต่างประเทศ	84
บทที่ 5 ภาพรวมการจัดการโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล	
5.1 การสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาล	87
5.2 โครงสร้างต้นทุนอาหารฮาลาล และกิจกรรมโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล	131



สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 6	รูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล	141
	6.1 สรุปรูปภาพรวมรูปแบบโซ่คุณค่าในปัจจุบัน	142
	6.2 การวิเคราะห์ข้อจำกัดหรือโอกาสของโซ่คุณค่า (Identify Value Chain Constraints/Opportunities)	145
	6.3 การวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าอาหารฮาลาล	146
	6.4 รูปแบบและแนวทางการยกระดับโซ่คุณค่าที่เหมาะสม	151

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก - ตารางเปรียบเทียบวัตถุดิบประสงค์ กิจกรรมและผลที่ได้รับ

ภาคผนวก ข - ประมวลรูปภาพการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการฮาลาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ภาคผนวก ค - กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตอาหารฮาลาลและมาตรฐานสินค้าประเภทอาหารฮาลาล



สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 2.1	เปรียบเทียบมาตรฐานอาหารฮาลาลและมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป	13
ตารางที่ 4.1	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการตรวจสอบ เครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้ากับสถานภาพด้านเพศ	55
ตารางที่ 4.2	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการตรวจสอบ เครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้ากับสถานภาพด้านระดับการศึกษา	55
ตารางที่ 4.3	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการตรวจสอบ เครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้ากับสถานภาพด้านอายุ	56
ตารางที่ 4.4	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล ที่อยู่บนฉลากสินค้ากับสถานภาพด้านเพศ	57
ตารางที่ 4.5	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล ที่อยู่บนฉลากสินค้ากับสถานภาพด้านระดับการศึกษา	57
ตารางที่ 4.6	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ของความสำเร็จใน เครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้ากับสถานภาพด้านอายุ	58
ตารางที่ 4.7	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในเรื่องการปลอมแปลง เครื่องหมาย ฮาลาลกับสถานภาพด้านเพศ	59
ตารางที่ 4.8	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในเรื่องการปลอมแปลง เครื่องหมาย ฮาลาลกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา	59
ตารางที่ 4.9	ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในเรื่องการปลอมแปลง เครื่องหมาย ฮาลาลกับสถานภาพด้านอายุ	60
ตารางที่ 4.10	ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	68
ตารางที่ 4.11	ความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล	72
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหาร ฮาลาลกับ สถานภาพด้านเพศ	75
ตารางที่ 4.13	เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหาร ฮาลาลกับ สถานภาพด้านอายุ	76
ตารางที่ 4.14	เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮา ลาลกับสถานภาพด้านเพศ	78
ตารางที่ 4.15	เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮา ลาลกับสถานภาพด้านอายุ	80
ตารางที่ 5.1	แสดงสัดส่วนต้นทุนการผลิต และ ต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่ง	135
ตารางที่ 5.2	แสดงต้นทุนค่าธรรมเนียมการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล	138
ตารางที่ 6.1	รูปแบบโซ่คุณค่าและปัจจัยความสำเร็จของอาหารฮาลาล	148
ตารางที่ 6.2	ภารกิจและหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลงานด้านฮาลาล	153



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



สารบัญรูปภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 2.1	แนวทางการวางระบบ HAL-Q ด้วยวิธี 4 × 4	24
ภาพที่ 2.2	โครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์การส่งออกผลไม้	33
ภาพที่ 2.3	ภาพรวมของระบบโลจิสติกส์การส่งออกผลไม้จากไทยไปจีน	35
ภาพที่ 3.1	กรอบการศึกษา	40
ภาพที่ 3.2	กรอบการสำรวจข้อมูลภาคสนาม	43
ภาพที่ 4.1	เพศของผู้บริโภคอาหารฮาลาล	51
ภาพที่ 4.2	อายุของผู้บริโภค	51
ภาพที่ 4.3	ภูมิลำเนาของผู้บริโภค	52
ภาพที่ 4.4	สถานภาพของผู้บริโภค	52
ภาพที่ 4.5	ระดับการศึกษาของผู้บริโภค	53
ภาพที่ 4.6	อาชีพของผู้บริโภค	53
ภาพที่ 4.7	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค	54
ภาพที่ 4.8	ความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้า	54
ภาพที่ 4.9	เปอร์เซ็นต์ความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้า	56
ภาพที่ 4.10	เปอร์เซ็นต์การปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล	58
ภาพที่ 4.11	ความถี่ของแนวทางการสร้างความน่าเชื่อถือเครื่องหมายฮาลาล	61
ภาพที่ 4.12	ความถี่ของปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้ออาหารฮาลาล	63
ภาพที่ 4.13	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพและรักษาโรค	64
ภาพที่ 4.14	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มไก่และผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ หรือสัตว์ปีกแปรรูป	64
ภาพที่ 4.15	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเนื้อแปรรูป	65
ภาพที่ 4.16	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มอาหารทะเล และผลิตภัณฑ์จากทะเลแปรรูป	65
ภาพที่ 4.17	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มอาหารประเภทผักและผลไม้แปรรูป	66
ภาพที่ 4.18	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์จากน้ำนมวัว น้มนมสัตว์แปรรูป	66
ภาพที่ 4.19	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มเครื่องปรุงอาหาร	67
ภาพที่ 4.20	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว	67
ภาพที่ 4.21	ความถี่ในการบริโภคกลุ่มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	68
ภาพที่ 4.22	ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	70
ภาพที่ 4.23	ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล	73
ภาพที่ 4.24	แผนภาพการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis)	82
ภาพที่ 4.25	ผลการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis) ผู้บริโภคอาหารฮาลาล	83
ภาพที่ 5.1	โครงสร้างโซ่อุปทานลูกหยีแปรรูป ร้านวีระวงศ์ อ.ยะรัง จ.ปัตตานี	91
ภาพที่ 5.2	ร้านวีระวงศ์ (ลูกหยีกวน)	92
ภาพที่ 5.3	โซ่อุปทานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์	93



สารบัญญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 5.4	โรงงานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์ 93
ภาพที่ 5.5	โครงสร้างโซ่อุปทานร้านโรตีสกรอบปัตตานี บิสมิลลาห์ 94
ภาพที่ 5.6	ร้านโรตีสกรอบปัตตานี บิสมิลลาห์ 95
ภาพที่ 5.7	โครงสร้างโซ่อุปทานของซิงผงปัตตานี 95
ภาพที่ 5.8	ร้านโรตีสกรอบปัตตานี บิสมิลลาห์ 96
ภาพที่ 5.9	โครงสร้างโซ่อุปทานสำหรับเครื่องต้มนมถั่วเหลืองผสมนมแพะ 97
ภาพที่ 5.10	โครงสร้างโซ่อุปทานสำหรับเครื่องต้มน้ำผลไม้ 97
ภาพที่ 5.11	โรงงานผลิตนมถั่วเหลือง นมแพะ ลาบันซอย 98
ภาพที่ 5.12	โครงสร้างโซ่อุปทานกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส ผู้ผลิตขนมพื้นเมืองและเบเกอรี่ 99
ภาพที่ 5.13	โครงสร้างโซ่อุปทานของผู้ผลิตขนมเปียะ ช.สามช้างขนมเปียะสูตรโบราณ 102
ภาพที่ 5.14	โครงสร้างโซ่อุปทานของ ห้างหุ้นส่วน สามัญ นาโน เอิร์บ 104
ภาพที่ 5.15	โซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีพังตาเกษตรแปรรูป 107
ภาพที่ 5.16	โซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนดาดำโต๊ะ 110
ภาพที่ 5.17	โซ่อุปทานของบริษัท กันตังซีฟู้ด จำกัด 114
ภาพที่ 5.18	โซ่อุปทานของข้าวซอยตัดตราปลาทอง 116
ภาพที่ 5.19	ผู้ผลิตข้าวซอยตัดตราปลาทอง 118
ภาพที่ 5.20	โซ่อุปทานของน้ำพริกข้าวซอย 119
ภาพที่ 5.21	ผู้ผลิตน้ำพริกข้าวซอย 120
ภาพที่ 5.22	โซ่อุปทานของน้ำผึ้งบรรจุขวด 121
ภาพที่ 5.23	โซ่อุปทานของมะขามแปรรูป บริษัท สารัชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด 122
ภาพที่ 5.24	ผู้ผลิตมะขามแปรรูปสารัช 125
ภาพที่ 5.25	โซ่อุปทานของมะขามแปรรูป บริษัท ไนน์แถมมะรินด์ จำกัด 126
ภาพที่ 5.26	ผู้ผลิตมะขามแปรรูปไนน์แถมมะรินด์ 128
ภาพที่ 5.27	โซ่อุปทานของกล้วยตาก 129
ภาพที่ 5.28	ผู้ผลิตกล้วยตากจิราพร 131
ภาพที่ 5.29	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของอาหารฮาลาล 132
ภาพที่ 6.1	แนวทางในการศึกษารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล 141
ภาพที่ 6.2	ภาพรวมโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล 142
ภาพที่ 6.3	รูปแบบโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล 147
ภาพที่ 6.4	รูปแบบการยกระดับโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองฮาลาล 152
ภาพที่ 6.5	รูปแบบของการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ 157



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ฮาลาล เป็นคำมาจากภาษาอารบิก หมายความว่า การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนา ดังนั้น เราจึงอาจกล่าวได้ว่า “อาหารฮาลาล” คือ อาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ประจุ ประกอบ หรือแปรรูป ตามศาสนบัญญัตินั่นเอง เป็นการรับประกันว่า ชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหารหรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้โดยสนิทใจ เราสามารถสังเกตผลิตภัณฑ์ว่าเป็น “ฮาลาล” หรือไม่นั้น ได้จากการประทับตรา “ฮาลาล” ที่ข้างบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นสำคัญ การประทับตราเครื่องหมายฮาลาลได้รับอนุญาตโดยคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใด ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับ ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้ง ใต้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น

ปัจจุบันอาหารฮาลาลได้รับความนิยมจากคนทั่วโลกกว่า 2,000 ล้านคน เนื่องจากอาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สะอาด และปลอดภัย แต่ผู้ประกอบการบางส่วนมากยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตอาหาร ฮาลาลที่ถูกต้องตามหลักของศาสนาอิสลาม เพราะผู้ประกอบการบางรายเพียงแค่ว่า ไม่มีหมูก็เป็นอาหารฮาลาลแล้ว ซึ่งในความจริงแล้วต้องรวมถึงขั้นตอน กระบวนการ และสถานที่ รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการประกอบอาหารนั้นด้วย นอกจากนี้ในขั้นตอนการขนส่งสินค้าฮาลาล ยังควรคำนึงถึงในแต่ละกระบวนการผลิตอาหาร คือ ต้องมีการแยกผลิตภัณฑ์ฮาลาล ออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล เพื่อหลีกเลี่ยงการปนเปื้อน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม ซึ่งหมายถึงการจัดเก็บการขนส่งและการจัดการผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ดีและเหมาะสม รวมทั้งความซื่อสัตย์ของเจ้าของแบรนด์ที่ไม่นำสินค้าฮาลาลมาปนเปื้อนกับสินค้าไม่ฮาลาลซึ่งมีนะฮิสปนเปื้อนอยู่ โดยครอบคลุมกับการจัดหาและการจัดจำหน่ายสินค้าที่เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน

สำหรับอาหารฮาลาลในประเทศไทย พบว่ายังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดมุสลิมโลกเท่าใดนักอีกทั้งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมารัฐบาลไทยยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญของตลาดฮาลาล จึงไม่ได้ให้การสนับสนุนเท่าที่ควร นอกจากนี้อาหารฮาลาลเองก็ไม่เป็นที่นิยมของผู้ผลิตและผู้ส่งออกไทย เนื่องจากไม่เข้าใจกรรมวิธีการผลิตและมีความคิดว่าอาหารฮาลาลมีขั้นตอนการผลิตที่ยุ่งยาก และเป็นอาหารสำหรับมุสลิมที่บริโภคกันในกลุ่มมุสลิมเท่านั้น จึงทำให้ผู้ส่งออกเสียโอกาสทางการตลาดในกลุ่มผู้บริโภคอาหารฮาลาล โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) ที่มีเงินลงทุนน้อย มีความเชื่อว่านอกจากความยุ่งยากในการทำตามขั้นตอนทางศาสนาแล้ว การผลิตอาหารฮาลาลอาจส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ลดแรงจูงใจในการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานของสินค้าฮาลาล



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

การที่จะพัฒนารัฐกิจสินค้าฮาลาลในประเทศไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ประเทศไทย จึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเตรียมความพร้อมในการขยายตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าในตลาดโลก ทั้งนี้ระบบมาตรฐานไม่ได้มีเฉพาะกระบวนการการผลิตเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกระบวนการโลจิสติกส์ด้วยเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการส่งออกสินค้าฮาลาล จำเป็นต้องผลักดันให้มีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ฮาลาลที่ได้มาตรฐานควบคู่กันไปด้วย โดยที่การขยายศักยภาพในตลาดการผลิตสินค้าฮาลาลต้องสร้างความมั่นใจแก่ผู้ซื้อสินค้า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำว่าไม่มีอะไรปนเปื้อน

ดังนั้น การวิเคราะห์สายโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์กิจกรรมของกิจการที่มีความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและภายนอกกิจการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของสินค้าฮาลาล น่าจะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นและแนวทางปรับปรุงที่เหมาะสม เพราะการวิเคราะห์โซ่คุณค่าคือการวิเคราะห์ลำดับของการเชื่อมต่อ (Chain) ของกิจกรรมที่สร้างมูลค่า (Value Added) ทั้งหมดที่เกิดขึ้นภายในโซ่คุณค่า ซึ่งนำสินค้าหรือบริการจากจุดต้นทางไปยังปลายทาง คือ ลูกค้ารายสุดท้าย (Kapinsky, 2000) โดยภายในโซ่คุณค่าประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า จนถึงผู้บริโภค มูลค่าที่เพิ่มขึ้นแต่ละลำดับของกิจกรรมในโซ่คุณค่า เป็นการสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นในมุมมองของลูกค้า และการเพิ่มความได้เปรียบต่อคู่แข่งในตลาด เมื่อนำวิธีการดังกล่าวมาปรับใช้กับสินค้าฮาลาล ผลการวิเคราะห์โซ่คุณค่าน่าจะเป็นข้อมูลในการพิจารณาแนวทางการพัฒนาสินค้าฮาลาลให้ดีขึ้นต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาล
2. เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตสินค้าฮาลาล
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจในการผลิตและบริโภคสินค้าฮาลาล
4. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล

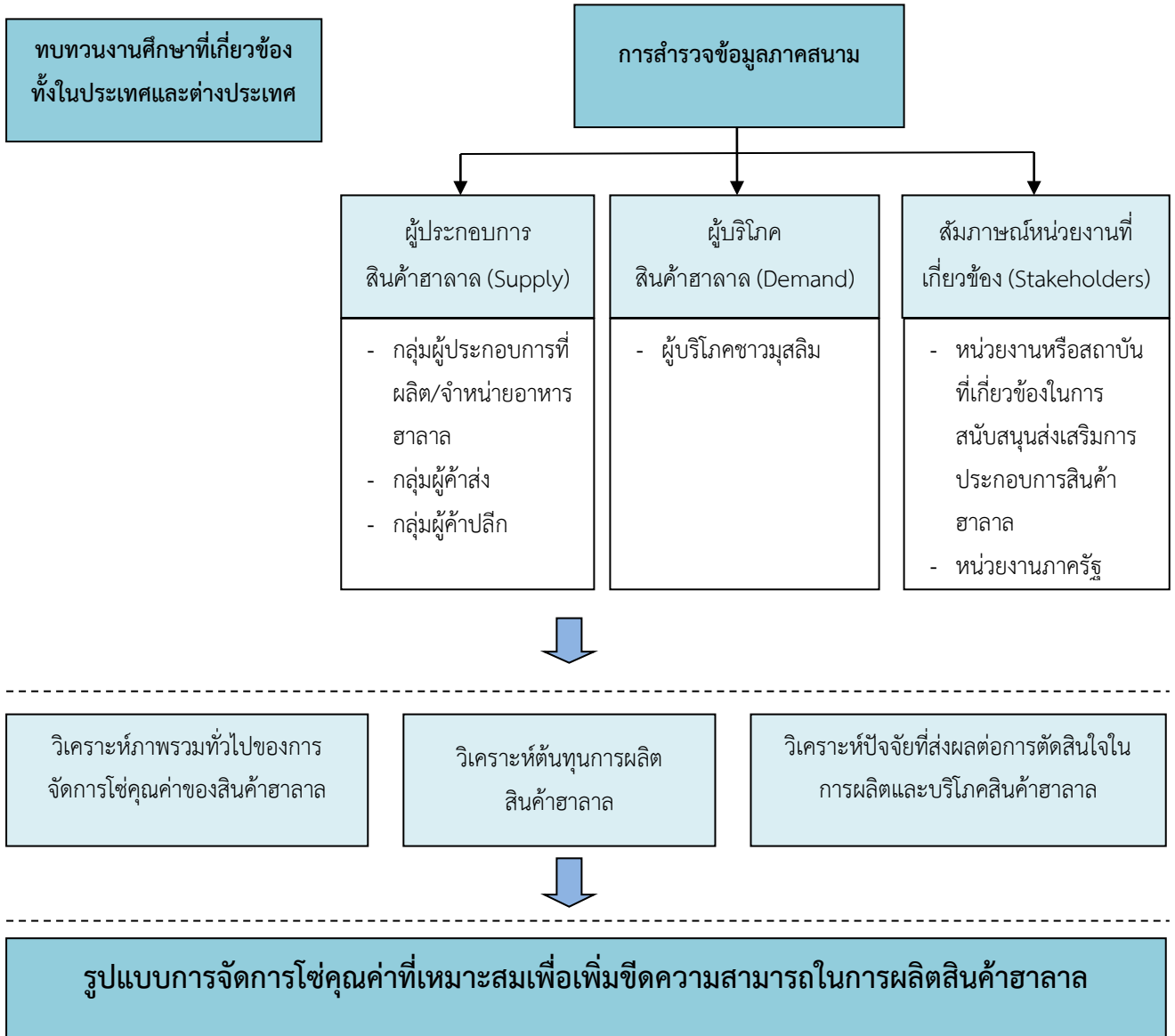
1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลทั้งการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออกต่างประเทศ
2. ศึกษาต้นทุนการผลิตสินค้าฮาลาลเพื่อการบริโภคภายในประเทศ และการส่งออกต่างประเทศ
3. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตัดสินใจในการผลิตและบริโภคสินค้าฮาลาลเสนอแนะแนวทาง และกำหนดรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล



1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ไว้ดังนี้



1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณาหาแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการในโซ่คุณค่าสินค้าฮาลาล และเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจให้มีผู้ประกอบการสนใจผลิตสินค้าฮาลาลเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าฮาลาล มีระบบและแนวทางการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ มีผลตอบแทนเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มมูลค่า



1.6 วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลจากข้อมูลทุติยภูมิ
2. จัดประชุมนักวิจัย และผู้มีส่วนร่วมเพื่อวางแผนการการศึกษา และการเก็บข้อมูล
3. ศึกษาโครงสร้างต้นทุนการผลิตสินค้าฮาลาล กับผู้ประกอบการสินค้าฮาลาลในภาคใต้ เป็นการศึกษาเก็บข้อมูลเชิงสำรวจประเภทการสำรวจเชิงวิเคราะห์ (Analytic Survey) โดยการสังเกต (Observation) การสัมภาษณ์ (Interview) เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการกำหนด และคัดเลือกปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการผลิตและจำหน่ายสินค้าฮาลาล
4. ออกแบบแบบสอบถามและกิจกรรม เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลในรายละเอียดของปัจจัยที่ถูกคัดเลือกเพื่อทำการศึกษา
5. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการผลิตและบริโภคสินค้าฮาลาล
6. ศึกษาหารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล
7. จัดประชุมนักวิจัยและผู้มีส่วนร่วมเพื่อชี้แจงผลการศึกษา พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1.7 แผนการถ่ายทอดผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

1. ถ่ายทอดผลการวิจัยสู่ภาครัฐและเอกชน เช่น ผู้ประกอบการที่สนใจผลิตสินค้าฮาลาล
2. เป็นองค์ความรู้ประกอบการสอนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก

1.8 ระยะเวลาการทำวิจัยและแผนการดำเนินงาน

ปี 2556

กิจกรรม	เดือน											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. จัดประชุมเพื่อวางแผนและเตรียมการวิจัย												
2. ประชุมชี้แจงผู้เกี่ยวข้อง และวางแผนการศึกษา ติดต่อประสานงานผู้ประกอบการ												
3. วิเคราะห์รูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสม สรุปผลการศึกษา												
4. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ รับฟังข้อคิดเห็นจากผู้ประกอบการ												
5. รายงานผลการวิจัย												



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

1.9 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

ผลผลิต	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
ห่วงโซ่คุณค่าสินค้าฮาลาล		✓		
โครงสร้างต้นทุนของสินค้าฮาลาล แยกตามประเภท	✓	✓		
รูปแบบการจัดห่วงโซ่คุณค่าสินค้าฮาลาลที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ	✓	✓	✓	✓

1.10 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร (Utilization of resource)			✓	✓
เพิ่มสัดส่วนของจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับมาตรฐานการผลิตอาหารฮาลาล	✓			
เพิ่มสัดส่วนจำนวนผู้ส่งออกสินค้าฮาลาล และเพิ่มปริมาณการส่งออกสินค้าฮาลาล	✓			



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 ความสำคัญของอาหารฮาลาล

ฮาลาล (Halal) เป็นคำในภาษาอาหรับ แปลว่า ถูกต้องตามกฎหมาย (Lawful) หรืออนุญาต ซึ่งตรงข้ามกับคำว่า ฮารอมหรือหะรอม (Haram) ซึ่งแปลว่าผิดกฎหมาย (Unlawful) หรือต้องห้าม (Prohibit) คำว่าฮาลาล ไม่ได้ใช้เฉพาะอาหารเท่านั้น แต่หมายถึงทุกกิจการของมุสลิม หรือผู้นับถือศาสนาอิสลาม ตั้งแต่การประพฤติปฏิบัติ ซึ่งได้รับการอนุมัติจากศาสนาให้ทำได้โดยไม่เป็นโทษ ซึ่งตรงกันข้ามกับหะรอม โดยอาศัยบทบัญญัติของอัลเลาะห์ (ซบ.) ที่ประทานลงในคัมภีร์อัลกุรอาน เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาว่าอะไรเป็นสิ่งอนุญาตหรือสิ่งต้องห้าม

อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร ซึ่งผลิตขึ้นถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม มุสลิมสามารถบริโภคได้ โดยคำนึงถึงความสะอาด มีคุณค่าตามหลักโภชนา

ฮาลาลในอิสลามมิได้หมายความเพียงการบริโภคอาหารนั้น แต่ครอบคลุมถึงวิธีการดำเนินชีวิตในทุกด้าน เพราะอิสลามคือ ระเบียบแห่งการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาหารฮาลาล (Halal Food) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมในการบริโภค ส่วนผู้ที่มิใช่มุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้ประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกัน เพราะอาหารฮาลาลมี กระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ) อาหารฮาลาลมีความสำคัญต่อมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมทั่วโลก

ความหมายของคำ (ภาษาอาหรับ) “ฮาลาล ฮารอม ตอยยิบ มัสบูฮฺ”

ฮาลาล (Halal) แปลว่า อนุมัติ , อนุญาต

ฮารอม (Haram) แปลว่า ห้าม ตรงข้ามกับคำว่า ฮาลาล

ตอยยิบ (Toyyib) แปลว่า ดี มีคุณค่า ปราศจากอันตราย

มัสบูฮฺ(Musbuh) แปลว่า เคลือบแคลงสงสัยว่าฮาลาลหรือฮารอม

นบีมุฮัมมัด (ซ.ล.) ได้สอนว่า “ฮาลาล คือ สิ่งที่อัลลอฮ์ทรงอนุมัติให้เป็นที่ถูกต้องในคัมภีร์ของพระองค์ และฮารอม คือ สิ่งที่พระองค์ได้ทรงห้ามไว้ และที่เกี่ยวกับที่พระองค์ทรงนิ่งเงียบนั้นพระองค์ได้ทรงอนุมัติให้เป็นความโปรดปรานแก่ท่าน” “สิ่งฮาลาลย่อมชัดแจ้งและสิ่งฮารอมก็ชัดแจ้ง แต่ระหว่างทั้งสองดังกล่าวมีสิ่งที่ไม่ชัดเจนอยู่ ซึ่งคนส่วนมากไม่รู้” บรรดานักวิชาการอิสลามได้ให้คำนิยามว่า “ฮาลาล คือ สิ่งที่อัลลอฮ์และรอซูล (นบีมุฮัมมัด) อนุมัติ ฮารอม คือ สิ่งที่อัลลอฮ์และรอซูลทรงห้าม มัสบูฮฺ คือ สิ่งที่ยังมีข้อเคลือบแคลงสงสัยและระบุไม่ได้ว่าฮาลาล หรือ ฮารอม จนกว่าจะวินิจฉัยให้ชัดเจน อย่างเป็นใดอย่างหนึ่ง” อาหารฮาลาล (Halal Food) หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้”



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ปัจจุบัน อาหารฮาลาล (Halal Food) เป็นเรื่องที่ได้ได้รับความสนใจอย่างมากจากสังคมไทยมิใช่เพียงแต่ชาวไทยมุสลิมที่จำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาลเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการซึ่งต้องการผลิตอาหารฮาลาลจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศและผลิตเพื่อส่งออกในตลาดโลกมุสลิมก็จำเป็นต้องให้ความสนใจอย่างจริงจัง และดำเนินกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2544 โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดแล้วแต่กรณี และหากผู้ขอรับรองฮาลาลประสงค์จะใช้ “เครื่องหมายรับรองฮาลาล” จะต้องรับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าวจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยก่อน (ข้อ 7, ข้อ 8 แห่งระเบียบฯ) ประกอบกับประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ตลาดโลกมุสลิมมีประชากรผู้บริโภคประมาณ 2,000 ล้านคน ดังนั้น อาหารฮาลาลจึงเป็นช่องทางการตลาด (Market Channel) ที่สำคัญ ซึ่งประเทศไทยควรจะต้องเจาะตลาดอาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Market Segmentation) ให้มากขึ้น รัฐบาลปัจจุบันจึงมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เพื่อส่งออกและได้แปลงนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบการส่งเสริมผู้ประกอบการแสวงหาตลาดและการพัฒนาการรับรองมาตรฐาน ฮาลาลให้เป็นที่น่าเชื่อถือยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรองและอนุญาตให้ใช้เครื่องมือรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ 3 ฝ่ายคือ มุสลิมบริโภค ผู้ประกอบการและประเทศชาติ กล่าวคือ

1. มุสลิมได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อถือได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่าอาหาร ถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ
2. ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรงจนถึงการผลิตอาหารฮาลาลที่ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพอาหารตามมาตรฐานฮาลาล
3. ประเทศชาติได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจรทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการการตลาดและการปรับปรุงกลไกการรับรอง “มาตรฐานอาหารฮาลาล” ขององค์กรศาสนาอิสลามเพื่อส่งออกอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก

2.2 สถานการณ์อาหารฮาลาลในประเทศไทย

ตลาดอาหารฮาลาลเป็นตลาดเฉพาะที่มีศักยภาพในการขยายตัวสูง ในขณะที่ประชากรชาวมุสลิมทั่วโลกมีจำนวนเกือบ 2,000 ล้านคน โดยภายในปี พ.ศ. 2568 ชาวมุสลิมจะมีสัดส่วนเท่ากับ 30% ของประชากรโลก เนื่องจากประชากรมุสลิมมีอัตราขยายตัวที่สูง โดยตลาดอาหารฮาลาลโลกแบ่งได้ 5 กลุ่มประเทศ ที่มีประชากรมุสลิมเป็นหลัก ได้แก่

1. กลุ่มแอฟริกา ประเทศในแถบแอฟริกามีประชากรถึง 657.5 ล้านคน เป็นมุสลิม 249 ล้านคน
2. กลุ่มตะวันออกกลาง จัดเป็นภูมิภาคที่มีมุสลิมอาศัยอยู่หนาแน่น และเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อสูง มีประชากร รวม 205.7 ล้านคน เป็นมุสลิม 194.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 94.5



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

3. กลุ่มประเทศในแถบเอเชียใต้ แม้กำลังซื้อหรือระดับรายได้เฉลี่ยต่อหัวจะไม่สูงมากนัก แต่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามในภูมิภาคนี้ถึง 326.9 ล้านคน จากประชากรทั้งหมด 1,369.9 ล้านคนจึงมีแนวโน้มที่จะเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับอาหารฮาลาล
4. กลุ่มประเทศอาเซียน มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามอยู่ประมาณ 192.5 ล้านคน จากประชากรทั้งหมดประมาณ 500 ล้านคน อาเซียนจึงเป็นตลาดที่สำคัญด้วย
5. กลุ่มยุโรปตะวันออกและประเทศเอเชียกลาง ยุโรปตะวันออกเป็นตลาดใหม่ที่ควรให้ความสนใจ ในขณะที่ประเทศในเอเชียกลางเป็นตลาดที่คนไทยคุ้นเคยน้อยที่สุด หลายประเทศเป็นประเทศเกิดใหม่ จึงไม่ค่อยมีความคุ้นเคยในการติดต่อทางธุรกิจ

การส่งออกอาหารฮาลาลนั้นนับว่าเป็นตลาดที่ลักษณะพิเศษเฉพาะตัว ซึ่งมีเรื่องของศาสนา ความเชื่อและวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง และการที่ชาวมุสลิมในแต่ละภูมิภาคทั่วโลก ต่างก็มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรณนิยม และลักษณะการบริโภคของชาวมุสลิมในแต่ละภูมิภาค และมาตรฐานอาหารในแต่ละประเทศ

ทั้งนี้อุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลมีกระบวนการผลิตที่ไม่ยุ่งยากมากนัก เพียงแต่จะต้องปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัดทั้งด้านแหล่งที่มาของอาหาร วิธีการฆ่าสัตว์ การเตรียมอาหาร การแปรรูปอาหาร การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การเก็บรักษาอาหาร และต้องระมัดระวังไม่ให้มีสิ่งต้องห้าม (ฮาลอม) เจือปน ซึ่งสิ่งหนึ่งที่จำเป็นคือ จะต้องมีการมีเครื่องมือเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้คือ การจัดให้มีระบบมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับ

ตลาดใหญ่ของสินค้าฮาลาลคือประเทศมุสลิมได้แก่ มาเลเซีย ตุรกี ซาอุดีอาระเบีย แอลจีเรีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต โอมาน กาตาร์ บาห์เรน อินโดนีเซีย อิหร่าน และที่มีใช้ประเทศมุสลิมแต่เป็นตลาดใหญ่สำหรับสินค้าฮาลาลเช่นกัน คือ อินเดียซึ่งมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ 140 ล้านคน จีนมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ 40 ล้านคน สหรัฐอเมริกามีชาวมุสลิมอยู่ 8 ล้านคน ฟิลิปปินส์มีชาวมุสลิม 6 ล้านคน เยอรมันมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ 3 ล้านคน อังกฤษมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ 800,000 คน ทั้งนี้ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความต้องการสินค้าฮาลาลของประเทศต่าง ๆ สามารถสรุปปัจจัยที่สำคัญออกเป็น

1. สภาพทางเศรษฐกิจ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจจะเป็นปัจจัยสำคัญที่บ่งบอกถึงฐานะความเป็นอยู่และรายได้ของประชากรในประเทศนั้นๆว่ามีอัตรากำลังซื้อสินค้าฮาลาลมากน้อยแค่ไหน
2. ประชากรและแรงงานมุสลิม จำนวนประชากรและแรงงานมุสลิมนับเป็นปัจจัยหลักอีกปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการอาหารฮาลาลโดยมีลักษณะที่แปรตามกัน คือยังมีประชากรมุสลิมมาก ความต้องการสินค้าฮาลาลก็จะสูงตาม
3. การคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน นับเป็นปัจจัยรองลงมาที่จะกระทบต่อความต้องการสินค้าฮาลาลในกรณีนี้ประเทศที่มีการคมนาคมขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานที่ดี สะดวกก็จะทำให้มีการเคลื่อนย้ายหรือความต้องการสินค้าฮาลาลมากขึ้นหากการคมนาคมขนส่งไม่สะดวกโอกาสที่จะค้าขายสินค้าฮาลาลจะลดลงเนื่องจากประเทศเหล่านั้นจะพึ่งพิงตนเองสูงและส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้าฮาลาลเนื่องจากต้นทุนการขนส่งที่สูง



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

4. ทรัพยากรการผลิต หากประเทศใดมีความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องทรัพยากรการผลิตประเทศดังกล่าวก็จะมีอัตราการพึ่งพิงตนเองสูง การนำเข้าก็จะน้อย
5. เทคโนโลยีการผลิตที่มีความพร้อม เทคโนโลยีการผลิตส่งผลต่อความต้องการสินค้าฮาลาลในลักษณะแปรผกผันกัน นั่นคือหากประเทศใดมีเทคโนโลยีการผลิตสูงก็จะลดความต้องการสินค้าฮาลาลจากตลาดภายนอกประเทศ แต่หากมีเทคโนโลยีการผลิตต่ำความต้องการหรือพึ่งพิงสินค้าฮาลาลก็จะสูงตาม
6. การยอมรับของผู้บริโภค การผลิตสินค้าฮาลาลจะเป็นเรื่องของบัพัญญูนิติทางศาสนาที่จะต้องขึ้นตอนตามกรรมวิธีทางศาสนา ดังนั้นสินค้าอาหารจำเป็นต้องได้รับเครื่องหมายฮาลาลที่เป็นที่ยอมรับจากมุสลิมโดยทั่วไป โดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตที่มีใช้ประเทศมุสลิมยังต้องมืองค์กรกลางที่เป็นที่ยอมรับของชาวมุสลิมทั่วโลกรับรอง
7. นโยบายที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคจากภาครัฐ เช่น การออกกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการนำเข้าของประเทศนั้นๆ

ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารฮาลาลอันดับ 7 ของโลก โดยตั้งเป้าหมายว่าไทยจะส่งออกอาหารและบริการ ฮาลาล ไม่นต่ำกว่า 50,000 ล้านดอลลาร์ ภายในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งจะทำให้ไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกอยู่ที่ 5% เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันที่ไทยมีส่วนแบ่ง 1% เพื่อให้ผู้ผลิตอาหารเข้าระบบรับรองมาตรฐานฮาลาลมากขึ้น จากปัจจุบันมี 1,850 ราย กระจายตามนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยมีนิคมอุตสาหกรรมปัตตานีเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ภาครัฐ ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลในประเทศไทย ยังต้องประสบปัญหาในการส่งออกอาหารฮาลาล ได้แก่

1. อาหารฮาลาลยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดมุสลิมโลกเท่าที่ควร เนื่องจากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา รัฐบาลไทยยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญของตลาดฮาลาล จึงไม่ได้ให้การสนับสนุนเท่าที่ควร
2. อาหารฮาลาลไม่เป็นที่นิยมของผู้ส่งออกไทย เนื่องจากไม่เข้าใจกรรมวิธีการผลิตและมีความคิดว่าอาหารฮาลาลมีขั้นตอนการผลิตที่ยุ่งยาก และเป็นอาหารสำหรับมุสลิมที่บริโภคกันในกลุ่มมุสลิมเท่านั้น
3. ภาพลักษณ์ของการผลิตอาหารประเทศไทยยังไม่ได้ได้รับการยอมรับว่ามีมาตรฐานในระดับสากล ประกอบกับประเทศไทยไม่ใช่มุสลิม ดังนั้นไม่ว่ากิจกรรมใดที่รัฐบาลริเริ่มและดำเนินการเกี่ยวข้องกัฮาลาลจึงไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นเท่าที่ควรในเรื่องมาตรฐานการผลิตอาหารผลิตอาหารฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิมในต่างประเทศ

แหล่งเงินทุนของอาหารฮาลาล

ในส่วนของการให้บริการแหล่งทุนธุรกิจแบบอิสลาม พบว่าการให้บริการทางการเงินตามกฎหมายอิสลาม ยึดถือเอามาจากข้อแนะนำในมหาคัมภีร์กูราน จากประเพณีการประพฤติปฏิบัติที่มีมาในสมัยของศาสดามุฮัมมัด รวมทั้งจากความคิดเห็นพ้องต้องกันของบรรดานักกฎหมายมุสลิม และจากเหตุผลในการเปรียบเทียบความคล้ายคลึงกันด้วย ลักษณะข้อแตกต่างที่เห็นเด่นชัดมากที่สุดของอิสลามิกไฟแนนซ์ ได้แก่

ประการแรก ห้ามคิดดอกเบี้ย

ประการที่สอง กำไรและขาดทุนต้องนำมาแบ่งปันรับผิดชอบโดยผู้จัดหาทุนมาให้กับผู้ประกอบธุรกิจ

ประการที่สาม ธุรกิจต่างๆ จะต้องมีสินทรัพย์ที่เป็นวัตถุธรรมจับต้องได้รองรับเป็นหลักประกัน และประการสุดท้าย ห้ามสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจที่ละเมิดหรือฝ่าฝืนกฎหมายแห่งการประพฤติปฏิบัติทางศาสนาอิสลาม (เช่นเดียวกับ แอลกอฮอล์ การพนัน หรือฟาร์มเลี้ยงหมู เป็นต้น)



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

การกู้ยืมเงินที่ปฏิบัติกันอยู่ทั่วไปจะมีข้อตกลงหรือสัญญากู้เงินที่บวกรวบรวมเข้าไปในต้นทุนเงินกู้ด้วย เช่น นาย ก. ต้องการซื้อรถยนต์ 1 คันจากบริษัทที่จำหน่าย นาย ก. จึงไปติดต่อธนาคารอิสลาม โดยธนาคารนั้นจะเป็นผู้จ่ายเงินทั้งหมดซื้อรถคันที่นาย ก. ต้องการมาขายให้แก่ นาย ก. ในราคาสูงกว่าที่ซื้อมาโดยบวกรวบรวม (ที่เทียบได้กับดอกเบี้ย) และนาย ก. ก็ผ่อนเป็นงวดๆ ส่งให้แก่ธนาคาร เป็นต้น

ในสมัยก่อน บริการทางการเงินแบบอิสลามมีไม่กี่แบบ ค่อนข้างจะเป็นธุรกรรมขนาดเล็กๆ น้อยๆ ที่จัดสรรให้แก่เอกชนผู้บริโภคแต่ในศตวรรษใหม่นี้ อิสลามมีไฟแนนซ์ได้ขยายตัวกว้างขวางอย่างรวดเร็ว มีโครงการเงินกู้ขนาดใหญ่ขึ้นมารวมไปถึงการออกพันธบัตรต่างๆ เพื่อจัดหาเงินทุนจำนวนมากมาใช้ดำเนินงาน วิธีการส่วนใหญ่แม้จะเช่นเดียวกันกับหลักการของสถาบันการเงินทั่วไป แต่ยังคงสอดคล้องกับหลักปฏิบัติที่ปฏิเสธการตั้งกล่าวแล้วข้างต้น สถาบันการเงินต่างๆ ที่ให้บริการทางการเงินแบบอิสลามมีไฟแนนซ์ได้พยายามพัฒนา และคิดค้นประเภทของบริการใหม่ๆ ขึ้นมาให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดอยู่ตลอดเวลา จนกลายเป็นการพัฒนาที่มีความสำคัญและการสร้างสรรค์ให้แก่ระบบการเงินของโลก ขณะเดียวกันก็เป็นความท้าทายใหญ่หลวงให้แก่ทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมให้ถูกต้องตามกฎหมายหรือมาตรฐาน รวมทั้งแก่องค์กรระหว่างประเทศที่ได้รับมอบความไว้วางใจให้มีหน้าที่สอดส่องดูแลความแข็งแกร่งและเสถียรภาพของระบบการเงินตามขอบเขตการใช้อำนาจตามกฎหมายต่างๆ ด้วย มีลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนใครอยู่อย่างหนึ่งของอิสลามมีไฟแนนซ์ คือ บรรดาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สถาบันการเงินแบบอิสลามมีไฟแนนซ์จัดสรรให้ นั้น จะต้องยึดถือตามกฎหมายอิสลามที่ผ่านการพิจารณาหรือตรวจสอบโดย “คณะกรรมการที่ปรึกษากฎหมายอิสลาม” ซึ่งแต่งตั้งขึ้นประจำแต่ละสถาบันการเงิน

แม้ว่าจะมีความเป็นไปได้ที่การตีความกฎหมายอิสลามของคณะกรรมการที่ปรึกษากฎหมายอิสลามดังกล่าวของสถาบันการเงินต่างๆ อาจมีความแตกต่างกันบ้างแต่ในวงการอิสลามมีไฟแนนซ์ก็ได้พยายามที่จะประสานประสานการตีความของสถาบันการเงินเหล่านั้นให้สอดคล้องและเข้ากันด้วยที่อยู่ตลอดเวลา ขณะเดียวกันก็ยังได้พยายามที่จะนำเอาการตีความที่สอดคล้องร่วมกันนั้นให้ประสานประสานเข้ากันได้กับการให้บริการของสถาบันการเงินแบบที่มีอยู่ทั่วไปด้วย

อิสลามมีไฟแนนซ์มีความแตกต่างจากสถาบันการเงินทั่วไปในแง่ที่ว่า สถาบันการเงินทั่วไปตั้งราคาเงิน (ในรูปแบบของดอกเบี้ย) แต่อิสลามมีไฟแนนซ์ตั้งราคาให้แก่สินค้าสังหาริมทรัพย์ เครื่องใช้ และบริการต่างๆ ที่ส่งเสริมต่อการประกอบการ สร้างความมั่งคั่ง ตลอดจนความอยู่ดีมีสุขทางเศรษฐกิจ

อนึ่ง การแบ่งส่วนรับกำไรและขาดทุนด้วยตามแบบของการเป็นหุ้นส่วนกันของอิสลามมีไฟแนนซ์ หมายถึงว่าสถาบันการเงินนั้นกลายเป็นผู้ลงทุนแทนที่จะเป็นเจ้าหนี้ผู้กู้เงิน และยังมีหน้าที่สนับสนุนส่งเสริมการกระจายความมั่งคั่งอย่างยุติธรรมในสังคม อีกทั้งยังเป็นตัวแทนของผลผลิตภาพที่แท้จริงด้วย อิสลามมีไฟแนนซ์ในปัจจุบัน ได้พัฒนามาจากที่เป็นอยู่เมื่อประมาณปีพ.ศ. 2523 ซึ่งในตอนนั้นการดำเนินงานและเครื่องมือต่างทางการเงินตามศูนย์กลางทางการเงินแบบอิสลามที่ใหญ่ที่สุด และมีอยู่ในสองภูมิภาคของโลก ได้แก่ ที่บาห์เรนในตะวันออกกลาง และที่มาเลเซียในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นั้น โดยทั่วไปก็เป็นเพียงแค่ช่วยส่งเสริมให้ลูกค้าผู้บริโภครสามารถได้มาซึ่งสินทรัพย์เล็กๆ น้อยๆ อาทิเช่น รถยนต์ อัญมณี สิ่งของมีค่า และบ้านที่อยู่อาศัย เท่านั้น ต่อมาอิสลามมีไฟแนนซ์ก็ค่อยๆ ได้รับแรงผลักดันและประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น โอกาสในการขยายตัวให้มีบทบาทสำคัญที่มีขอบเขตกว้างขวาง เพิ่งจะมีขึ้นก่อนเข้าสู่ (คริสต์) ศตวรรษปัจจุบัน หลังจากที่มีการออกพันธบัตรอิสลาม รวมทั้งการพัฒนาและส่งเสริมตลาดเพื่อการซื้อขายพันธบัตรดังกล่าว รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในหลายประเทศมุสลิมโดยเฉพาะอย่างยิ่งบาห์เรนและมาเลเซียได้ออกพันธบัตรหลายครั้ง และธนาคารโลกยังได้รณรงค์หาทุนด้วยการออกพันธบัตรในมาเลเซีย



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของอิสลามิกไฟแนนซ์มีแรงผลักดันมาจากความต้องการลงทุนที่กำลังเจริญเติบโตของกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมันในตะวันออกกลาง ที่ท่วมท้นเต็มไปด้วยปิโตรดอลลาร์ อันเป็นผลจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกพุ่งสูงเกินไป ขณะเดียวกันก็มีหลายประเทศด้านตะวันตกพากันก้าวเข้ามาทำความรู้จักมักคุ้นกับอิสลามิกไฟแนนซ์ด้วยความกระหายที่จะต้อนรับเงินทุนจากการลงทุนใหม่ๆ เป็นสำคัญ ในการนี้ประเทศอังกฤษจะประสบความสำเร็จในการรีไซเคิลเงินปิโตรดอลลาร์ไปใช้ประโยชน์ก่อดอกผลผ่านทางตลาดของตนที่ “ซีดีออฟลอนดอน” เป็นประตูทางเข้าสำหรับอิสลามิกไฟแนนซ์ และไม่นานมานี้ด้วยเป้าหมายดังกล่าว ประเทศอังกฤษจึงไม่รอช้าในการอนุมัติให้เปิดเพิ่มขึ้นอีกหลายธนาคารพาณิชย์ ที่มีความรู้ความชำนาญในด้านบริการของอิสลามิกไฟแนนซ์ด้วยและคู่ขนานไปกับพัฒนาการดังกล่าว สถาบันการเงินของสหรัฐอเมริกาหลายแห่งก็พากันเข้าไปเปิดสาขาในบาหลีเรน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้มีส่วนปลุกเร้าให้บรรดาธนาคารพาณิชย์ระหว่างประเทศพากันให้ความสนใจเข้ามาสู่แวดวงของอิสลามิกไฟแนนซ์เพิ่มมากขึ้นช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

การรวมเข้าด้วยกันของอุตสาหกรรมบริการของอิสลามิกไฟแนนซ์กับระบบการเงินของโลกใบนี้ย่อมจะก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันในด้านคุณภาพและมาตรฐานสากล และทำให้โลกได้รู้จักลักษณะจำเพาะพิเศษของอิสลามิกไฟแนนซ์มากขึ้น องค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนและอำนวยความสะดวก เพื่อการรวมเข้าด้วยกันได้ระบบการเงินโลกของอิสลามิกไฟแนนซ์ ก็คือ “คณะกรรมการว่าด้วยบริการของอิสลามิกไฟแนนซ์” ที่ก่อตั้งเมื่อปีพ.ศ.2545 โดยบรรดาสถาบันทางการเงินในประเทศมุสลิมซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในตะวันออกกลาง สำนักงานเลขาธิการขององค์กรแห่งนี้ตั้งอยู่ในมาเลเซีย ปัจจุบันมีสมาชิกประกอบด้วยธนาคารกลางของ 20 ประเทศมุสลิม และมีสมาชิกสมทบที่ประกอบด้วยองค์กรต่างๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดูแลกฎระเบียบและให้คำแนะนำปรึกษาประมาณกว่า 100 ราย รวมทั้งธนาคารโลก กองทุนการเงินระหว่างประเทศ ธนาคารเพื่อการชำระหนี้ระหว่างประเทศและธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย เป็นต้น ปัจจุบันอิสลามิกไฟแนนซ์ให้บริการธุรกรรมทางการเงินไม่ต่ำกว่า 75 ประเทศทั่วโลก โดยผ่านทางสถาบันการเงินของตนเองไม่ต่ำกว่า 250 แห่ง สินทรัพย์ภายใต้การบริหารจัดการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกปีอัตราการระหว่าง 10% ถึง 15% และจากประมาณการของที่ประชุมอิสลามิกไฟแนนซ์สากล สินทรัพย์ดังกล่าวมีมูลค่าสูงระหว่าง 2.6 ถึง 4.0 แสนล้านดอลลาร์

การบ่งชี้แบบคร่าวๆ ทุกครั้งที่ราคาน้ำมันสูงขึ้น 1 ดอลลาร์ต่อบาร์เรล จะทำให้บรรดาประเทศตะวันออกกลางมีรายได้เพิ่มเป็นพิเศษอีกต่างหากถึง 6 พันล้านดอลลาร์ ตลอดช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาการถือครองปิโตรดอลลาร์ภายใต้การบริหารจัดการของสถาบันการเงินอิสลามิกไฟแนนซ์ต่างๆ ทั่วโลกจึงเพิ่มขึ้นจำนวนมาก และส่งผลให้ดำเนินงานขยายตัวอย่างรวดเร็ว จากโลกมุสลิมไปสู่ยังตลาดการเงินสากลและโลกาภิวัตน์ เมื่ออิสลามิกไฟแนนซ์ได้พัฒนาบทบาทใหม่ไปเช่นนี้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้มั่นใจได้ในความโปร่งใส มาตรฐานบริการที่ประสมประสานกลมกลืนและสามารถสอดคล้องได้กับระบบการเงินแบบที่ใช้กันทั่วไป ความใฝ่ฝันและเป้าหมายนี้จะบรรลุผลอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับผลที่เกิดจากความพยายามขององค์กรคณะกรรมการว่าด้วยบริการของอิสลามิกไฟแนนซ์ที่โลกมุสลิมร่วมกันก่อตั้ง

ระบบการกระจายสินค้าอาหารฮาลาล

ระบบการกระจายสินค้าอาหารฮาลาลเป็นระบบปกติเช่นเดียวกับการกระจายสินค้าอาหารอื่นๆ จะมีข้อยกเว้นก็เฉพาะในเรื่องของโลจิสติกส์ ที่ผู้ค้าที่เคร่งศาสนาหรือผู้ค้าที่มีความตั้งใจจริงที่จะทำการค้าสินค้าฮาลาลที่แท้จริงจะใช้ระบบโลจิสติกส์แบบฮาลาล (Halal Logistic) เท่านั้นในการขนส่งสินค้าอาหารฮาลาลกล่าวคือ การขนส่งสินค้าอาหารฮาลาลจะต้องระวังที่จะไม่ให้ถูกปนเปื้อนโดยสินค้าอาหารอื่นๆ ดังนั้นการขนส่งสินค้าอาหาร



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ฮาลาลจำเป็นต้องแยกออกเป็นเอกเทศไม่ปะปนกับการขนส่งสินค้าอาหารอื่นๆ เนื่องจากเป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้กฎระเบียบทางศาสนาที่เคร่งครัดในเรื่องของการแยกตัวออกจากสินค้าอาหารอื่นๆที่ไม่ใช่ฮาลาลและสภาพของตลาดการบริโภคที่มีขนาดเล็กมากที่แบ่งย่อยออกไปหลากหลาย niche markets ตามลัทธิความเชื่อทางศาสนา วัฒนธรรมประเพณีและเชื้อชาติดั้งเดิมของผู้บริโภค ส่งผลทำให้ระบบการกระจายสินค้าอาหารฮาลาลมีลักษณะตรงไปตรงมาและผ่านมือคนกลางน้อยที่สุด ส่วนใหญ่ของสินค้าจากผู้นำเข้าหรือจากโรงงานผลิตจะเข้าสู่ตลาดผู้ค้าปลีกโดยทันที ธุรกิจนำเข้าและธุรกิจการผลิตจะทำหน้าที่ครบวงจรโดยเป็นผู้ค้าส่งและผู้กระจายสินค้าพร้อมกันไปในตัว

การพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ฮาลาลนั้น เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญ ในขณะที่หลายๆ ประเทศกำลังให้ความสนใจขยายตลาดสินค้าฮาลาลอย่างจริงจัง ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเตรียมความพร้อมในการขยายตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในตลาดโลก ทั้งนี้ระบบมาตรฐานไม่ได้มีเฉพาะกระบวนการการผลิตเท่านั้น แต่ยังรวมถึงภาคบริโภคโลจิสติกส์ด้วยเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการส่งออกสินค้าฮาลาล จึงจำเป็นต้องผลักดันให้มีการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ฮาลาลที่ได้มาตรฐานควบคู่กันไปด้วย แต่ปัญหาคือการขยายศักยภาพในตลาดการผลิตสินค้าฮาลาล ต้องสร้างความมั่นใจแก่ผู้ซื้อสินค้า ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำว่าไม่มีอะไรปนเปื้อน

2.3 กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

มาตรฐานอาหารฮาลาล ปัจจุบันในตลาดโลกมีผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมอยู่กว่า 2,000 ล้านคน การค้าขายจำเป็นต้องทำทุกวิถีทางที่จะเข้าไปมีส่วนแบ่งในตลาดอาหารจากประเทศที่มีชาวมุสลิมให้มากขึ้น ประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่ผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจในเครื่องหมายนี้อย่างจริงจัง ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเรียนรู้และอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจอย่างถูกต้องเพื่อเตรียมความพร้อมของการผลิต สร้างฐานที่แข็งแกร่งให้กับประเทศต่อไป

Codex ได้จัดทำเอกสาร General Guideline for use of the Term “Halal” ตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้นำมาเรียบเรียงและจัดพิมพ์เป็นภาษาไทยได้ยี่ดหลัก และอ้างอิงเอกสารภาษาอังกฤษดังกล่าว มอก.1701-2541 (ZCAC GL-24/1997) ชื่อนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ประเทศต่างๆมีความเข้าใจที่ตรงกัน และมีการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกฎหมายของศาสนาอิสลามทั้งทางด้านแหล่งที่มาของอาหาร วิธีการฆ่าสัตว์ การเตรียมอาหาร การแปรรูปอาหาร การบรรจุหีบห่อ การขนส่งและการเก็บรักษาอาหาร อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการค้ากับประเทศมุสลิมที่กำหนดมาตรการการนำเข้าอาหารฮาลาล


อาหารฮาลาล (Halal Food) เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมในการบริโภค ส่วนผู้ที่มีไม่มุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาลก็ได้ประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกัน เพราะอาหารฮาลาลจะต้องมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ซึ่งปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยิบ) หน้าที่ของผู้เชือดสัตว์ตามศาสนบัญญัติเพื่อให้ได้เนื้อสัตว์ที่ฮาลาล มีดังนี้

1. ต้องนับถือศาสนาอิสลาม
2. สัตว์ที่เชือดนั้น ต้องเป็นสัตว์ที่รับประทานได้ตามหลักศาสนาอิสลาม
3. ต้องไม่ปะปนสัตว์ที่เชือดกับสัตว์ต้องห้ามในระหว่างขนส่ง



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

4. ต้องไม่ทำธุรกรรมก่อนการเชือด ตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชือดต้องมีความคม
5. ให้ผู้เชือดกล่าวพระนามของพระเจ้า ขณะเริ่มทำการเชือด โดยต้องเชือดในคราวเดียวกันให้แล้วเสร็จ โดยไม่ทรมาณสัตว์
6. ต้องเชือดให้หลอกลม หลอดอาหารและเส้นเลือดข้างลำคอของสัตว์ที่ถูกเชือดขาดออกจากกันอย่างสิ้นเชิง โดยสัตว์จะต้องตายเพราะการเชือดเท่านั้น สัตว์นั้นต้องตายสนิทเองก่อนจึงจะนำไปดำเนินการอย่างอื่นต่อไปได้

เครื่องหมายฮาลาล คือเครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่างๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนฉลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใดๆโดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับว่า  ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนหลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้ง ได้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นต้น

มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System)

อาหารฮาลาลจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุดตลอด”สายโซ่การผลิต” ต้อง “ฮาลาล” คือถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุดิบส่วนประกอบสารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ตอยยิบ) ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารในระบบ GMP และระบบการบริหารคุณภาพจึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาลจะแตกต่างกันในหลักการสำคัญคือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยมีจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบมาตรฐานอาหารฮาลาลและมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป

มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
1. ผู้กำหนดมาตรฐาน 1.1 อัลลอฮ์ (ซ.บ.) พระผู้เป็นเจ้า 1.2 ศาสดามูฮัมมัด (ซ.ล.) 2. หลักการสำคัญ 2.1 ฮาลาล (อนุมัติ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม 2.2 ปราศจากสิ่งฮารอม (สิ่งต้องห้าม) 2.3 ตอยยิบ (ดี) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม - ความสะอาด - ความปลอดภัยจากสารพิษและสิ่งปนเปื้อน - คุณค่าทางโภชนาการ - รักษาสิ่งแวดล้อม 3. การบริหารมาตรฐาน 3.1 องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติศาสนาอิสลาม	1. ผู้กำหนดมาตรฐาน 1.1 องค์กรระหว่างประเทศ 1.2 องค์กรเอกชน 2. หลักการสำคัญ 2.1 มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด 2.2 การประกันคุณภาพ (Q.A.) - ความสะอาด - ความปลอดภัย - คุณค่าทางโภชนาการ - การบริหารมาตรฐาน 3. การบริหารมาตรฐาน 3.1 หน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ



มาตรฐานอาหารฮาลาล	มาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป
<p>3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิมที่ดีและมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่</p> <p>4. ระบบมาตรฐาน</p> <p>4.1 เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาล ซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง (ฮาลาล) และที่ดี (ตอยยิบ) ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p> <p>4.2 ชื่อระบบมาตรฐาน คือ ฮาลาล (Halal)</p> <p>5. ปัจจัยการผลิต</p> <p>5.1 วัตถุดิบส่วนผสมและสารปรุงแต่งมีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า “ฮาลาล” ปราศจากสิ่ง “ฮารอม”</p> <p>5.2 กระบวนการผลิตจะต้อง “ฮาลาล” ทุกขั้นตอน</p> <p>5.3 สถานที่ผลิตจะต้องสะอาดปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อนมีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิด และไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล</p> <p>5.4 เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจะต้องสะอาดและไม่ได้ใช้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล</p> <p>5.5 การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่ายจะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาลไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาลเพื่อ ป้องกันการสับสนและเข้าใจผิดของผู้บริโภค</p> <p>5.6 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อนจะต้องล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p> <p>6. พนักงาน</p> <p>6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิมจะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล ในขณะผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุนัข</p> <p>6.2 พนักงานเชือดสัตว์ต้องเป็นมุสลิมมีสุขภาพจิตสมบูรณ์ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p>	<p>3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่</p> <p>4. ระบบมาตรฐาน</p> <p>4.1 เป็นระบบมาตรฐานที่แยกย่อยหลายลักษณะ เช่น มาตรฐานโรงงาน มาตรฐานการบริหารการผลิต เป็นต้น</p> <p>4.2 ชื่อระบบมาตรฐานมีหลากหลาย เช่น มอก. GMP , ISO , HACCP</p> <p>5. ปัจจัยการผลิต</p> <p>5.1 เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรมโดยไม่คำนึงว่าฮาลาลหรือไม่</p> <p>5.2 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตมุ่งเน้นความสะอาดเป็นสำคัญ</p> <p>6. พนักงาน</p> <p>6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม</p> <p>6.2 พนักงานเชือดสัตว์ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม</p>



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักให้แก่ประเทศไทย ตั้งแต่ผู้ประกอบการไปจนถึงเกษตรกร เนื่องจากมีวัตถุดิบภายในประเทศเป็นหลัก สามารถนำเอาผลผลิตทางการเกษตรไปพัฒนาและแปรรูปในทางอุตสาหกรรมได้หลากหลายทำให้ง่ายต่อการลงทุน

การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลในช่วงแรก มีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า ต่อมาเมื่อการผลิตมีการขยายตัวดีขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญมากขึ้นภาคอุตสาหกรรมเริ่มได้ประโยชน์จากการผลิตสินค้าฮาลาลในปริมาณมากจึงเกิดศักยภาพในการผลิตเพื่อส่งออก ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมจึงเปลี่ยนทิศทางการผลิตทดแทนการนำเข้าไปสู่การผลิตเพื่อส่งออกและสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ

ชาวมุสลิมจะเลือกบริโภคแต่สิ่งที่ศาสนานูมัตอย่างเคร่งครัดซึ่งก็คือ **อาหารฮาลาล** สำหรับอาหารหรือเครื่องดื่มที่จัดได้ว่าเป็นอาหารฮาลาลนั้นจะต้องมีการปฏิบัติให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของศาสนาอิสลามที่บัญญัติไว้ในคัมภีร์อัลกุรอาน ซึ่งความหมายของอาหารฮาลาล คือ อาหารที่ปราศจากส่วนผสมที่ทำมาจากสัตว์ที่ศาสนาห้ามที่เรียกว่า **หะรอม** ได้แก่ สุกร สุนัข ลา สัตว์กินเนื้อ เช่น เสือ สัตว์เลื้อยคลาน สัตว์น้ำโรค สัตว์ที่ตายเอง ยกเว้นสัตว์น้ำ สัตว์ที่ไม่มีเลือด สัตว์ที่ถูกเชือดด้วยนามอื่นนอกจากอัลลอฮ์ หรือแม้กระทั่งเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น สุรา เป็นต้น

ไม่เพียงแต่จะห้ามการบริโภคอาหารฮาลาลเท่านั้น แต่ยังรวมหมายถึงการปนเปื้อนหรือการสัมผัสกับสิ่งที่เป็นฮาลาลอีกด้วย จะเห็นได้ว่านอกเหนือไปจากมาตรฐานของอาหารไปตามหลักสากลแล้ว ชาวมุสลิมยังเลือกอาหารที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอีกด้วย ซึ่งผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารฮาลาลจำเป็นต้องสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้บริโภคกลุ่มนี้

การที่จะทำให้อาหารฮาลาลไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับโลกนั้นจำเป็นต้องพัฒนาการผลิตอาหารไทยให้ได้มาตรฐานในระดับสากล เช่น มาตรฐานของคณะกรรมการโครงการมาตรฐานอาหารของ FAO/WHO ที่เรียกว่า Codex ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเกี่ยวกับมาตรฐานและความปลอดภัยด้านอาหารและได้กำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาลไว้เรียบร้อยแล้ว แต่เนื่องจากตรามาตรฐานฮาลาลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในตลาดมุสลิม จึงจำเป็นที่ภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมมือกันสร้างความคุ้นเคยและสร้างการยอมรับในตราฮาลาลของไทย เนื่องจากที่ผ่านมาประชากรมุสลิมในบางประเทศมองว่าประเทศไทยมีชาวมุสลิมน้อยจึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้อาหารฮาลาลไทยไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร

นอกจากนี้ ปัจจุบันไทยยังประสบกับอุปสรรคที่เกิดจากกฎระเบียบการนำเข้า เช่น มาตรฐานเกี่ยวกับสุขอนามัยและความปลอดภัยด้านอาหารผู้ประกอบการของไทย จึงต้องปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ถูกต้องทั้งหลักศาสนาและหลักทางวิทยาศาสตร์ เพื่อเป็นการป้องกันข้ออ้างที่เกี่ยวกับเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารและหลักทางศาสนาใช้ในการห้ามนำเข้าสินค้าของไทย

นอกจากการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่มีอยู่เดิมแล้วนั้น ปัจจุบันสำนักงานรับรองระบบคุณภาพ (สสร.) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย และบริษัท อิลฮัม ดายา คอนโซลิเตด (ไทยแลนด์) จำกัด ได้ร่วมมือกันดำเนินการให้การตรวจประเมิน และรับรองมาตรฐานใหม่ที่มีการนำข้อกำหนดที่เกี่ยวกับหลักการหรือกฎหมายอิสลามมาบูรณาการหรือมาดำเนินการร่วมกันกับมาตรฐานด้านความปลอดภัยและระบบคุณภาพที่เป็นสากล ในปัจจุบันเป็นมาตรฐานอาหารฮาลาลอีกหนึ่งมาตรฐานที่เรียกว่า **ฮาลาลัน ตอยยิบัน**



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

(HalalanThoyyiban Global Standard) ที่มีการนำหลักศาสนามาประยุกต์ร่วมกับระบบ GMP และ HACCP เพื่อเพิ่มข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ และเข้าถึงตลาดผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามทั้งภายในและต่างประเทศ

หลักการคุณภาพของฮาลาลันตอยยิบัน มีดังนี้

หลักการที่ 1 คือ คำมั่นสัญญาหรือความตั้งใจในการกำหนดนโยบายตั้งแต่ระดับผู้บริหารสูงสุดขององค์กร จะต้องให้ความสนใจหรือความสำคัญ ต่อมาก็คือเป็นเรื่องของการจัดโครงสร้างขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นโรงงานที่ใช้ในการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ที่จำเป็นต้องเตรียมการหรือมีการสั่งเฉพาะเจาะจงลงไปว่า เครื่องมือหรืออุปกรณ์ชนิดนี้เท่านั้นที่ใช้ในการทำระบบฮาลาลัน ตอยยิบัน เช่น อุปกรณ์การเชือด ขนาดของใบมีดจะต้องเป็นใบเชิงเดียวเท่านั้น เครื่องมือที่จะทำให้สลับหรือแม้กระทั่งอุปกรณ์ที่ใช้ในการขนย้าย เช่น รถเข็น เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการของศาสนาอิสลาม

หลักการที่ 2 คือ ระบบฮาลาลัน ตอยยิบัน จะต้องมีการกำหนดทีมงานเข้ามาทำงาน จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องและหลากหลาย เพื่อให้เกิดการควบคุมที่ดีในทุกขั้นตอนของการจัดการให้เป็นไปตามระบบฮาลาล

หลักการที่ 3 คือ เรื่องของความสอดคล้อง เนื่องจากหลักของฮาลาลัน ตอยยิบัน เป็นหลักการที่เป็นมาตรฐานสากล ฉะนั้น ต้องมีความสอดคล้องไม่ขัดต่อข้อกำหนดต่างๆ ที่เป็นสากล เช่น ระบบฮาลาลจะต้องเชือดโดยการให้เลือดหลังออกมาโดยถูกต้องก่อนเชือดสัตว์จะต้องอยู่ในสภาพที่ปกติ ไม่มีอาการซึม เศร้าหรือตกใจใดๆ จะเห็นได้ว่าหลักการนี้เหมือนกับหลักสากลคือ HACCP จะมีความสอดคล้องกัน และจะต้องมีความปลอดภัยและระบบคุณภาพ

หลักการที่ 4 คือ เรื่องของการตรวจประเมินภายในองค์กร จะต้องจัดทำระบบตรวจประเมินภายในองค์กร จะต้องจัดระบบตรวจประเมินระบบภายในองค์กรเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของระบบและความสอดคล้องตามมาตรฐาน ควรมีการตรวจประเมินอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง และจะต้องเป็นผู้ที่อยู่นอกเหนือจากการควบคุมของผู้ดูแลระบบ เพื่อไม่ให้เกิดการลำเอียงเกิดขึ้น

หลักการที่ 5 คือ ควรมีเอกสารเพื่อใช้แสดงหลักฐานการควบคุมคุณภาพ การตรวจประเมินจากภายนอกองค์กร

หลักการที่ 6 คือ เรื่องของความโปร่งใสของการตรวจสอบ ซึ่งก็เหมือนกับมาตรฐานทั่วไปไม่ว่าจะเป็น ISO หรือ HACCP มาตรฐานฮาลาลัน ตอยยิบันมีเอกสาร มีระบบที่ครอบคลุมสามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา เพราะเป็นระบบบริหารการจัดการที่เป็นสากล จากมาตรฐานดังกล่าวนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องคาดว่าจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มประเทศมุสลิมได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตามจากตลาดของผู้บริโภคอาหารฮาลาลทั่วโลก ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตและส่งออกอาหารรายใหญ่ การเจาะตลาดสินค้าฮาลาลย่อมเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการอาหารฮาลาลของไทยจะต้องได้รับการรับรองคุณภาพการผลิตในทุกๆ กระบวนการ โดยเน้นเป็นกรณีพิเศษที่จะต้องยึดหลักการหรือกฎหมายอิสลามมาบูรณาการหรือดำเนินการร่วมกับมาตรฐานด้านความปลอดภัยและระบบคุณภาพที่เป็นสากลในปัจจุบัน หรือที่เรียกว่า ฮาลาลัน ตอยยิบัน และระบบ GMP และ HACCP จึงจะทำให้สินค้าไทยสามารถเจาะตลาดสินค้าฮาลาลได้โดยไม่เสียเปรียบคู่แข่งทางการค้าอื่นๆ



กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

ในประเทศไทยการขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล โดยขั้นตอนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาต สรุปได้ดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขออนุญาต

ในประเทศไทยการขออนุญาตใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล ผู้ผลิตจะต้องติดต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท) หรือสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (สกอจ) แล้วแต่กรณี จังหวัดใดที่ไม่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยรับรอง และหากผู้ขอรับรองฮาลาลประสงค์จะใช้ **เครื่องหมายรับรองฮาลาล** จะต้องขออนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าวจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยก่อน

2. กระบวนการรับรองและขอใช้เครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาล

กระบวนการรับรองและขอใช้เครื่องหมายเครื่องหมายฮาลาลและหนังสือรับรองการผลิตอาหารฮาลาลในประเทศไทยนั้น มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 เตรียมการ

1. ผู้ประกอบการยื่นความจำนงขอรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล
2. ที่ปรึกษาโครงการตรวจประเมินและให้คำปรึกษาแนะนำ
3. จัดอบรมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของสถานประกอบการ
4. ผู้ประกอบการจัดทำระบบเอกสารและกระบวนการผลิตตามมาตรฐานอาหารฮาลาล
5. ผู้ประกอบการเตรียมเอกสารตามที่สถาบันฯ กำหนด
6. ที่ปรึกษาจัดทำรายงานสรุปการปรึกษาโครงการฯ

2.2 ยื่นคำขอและพิจารณาคำขอ

1. ผู้ประกอบการยื่นคำขอรับการตรวจรับรองต่อสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือสำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดแล้วแต่กรณี
2. เจ้าหน้าที่ตรวจความถูกต้องของเอกสารที่ประกอบคำขอแล้วนำเสนอสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด
3. เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ตัวอย่างผลิตภัณฑ์
4. จ่ายค่าธรรมเนียม
5. นัดหมายการตรวจสอบสถานประกอบการ

2.3 การตรวจสอบสถานประกอบการ

1. คณะผู้ตรวจสอบ ไปตรวจโรงงาน/สถานประกอบการ ตามที่นัดหมาย
2. ประชุมชี้แจงร่วมกันระหว่างคณะผู้ตรวจสอบของฝ่ายกิจการฮาลาลกับฝ่ายสถานประกอบการ ก่อนดำเนินการตรวจสอบ ใช้เวลาประมาณ 30 นาที โดยมีขั้นตอนดังนี้
 - แนะนำตัวเพื่อทำความรู้จักกัน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- หัวหน้าคณะผู้ตรวจสอบชี้แจงหลักการ ระเบียบฯ เหตุผล และความจำเป็นในการตรวจพิจารณา ก่อนให้การรับรองฮาลาล
- ฝ่ายสถานประกอบการบรรยายสรุปเกี่ยวกับกระบวนการผลิต วัตถุดิบ ส่วนผสม หรือสารปรุงแต่ง การบรรจุ การเก็บรักษา การขนส่ง ฯลฯ ให้คณะผู้ตรวจสอบทราบ อนึ่ง คณะผู้ตรวจสอบ ประกอบด้วย หัวหน้าคณะผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนาอิสลาม ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิทยาศาสตร์ และผู้มีประสบการณ์ด้าน การผลิต ส่วนฝ่ายประกอบการจะต้องประกอบด้วย ผู้จัดการโรงงาน ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายผลิต ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ เป็นสำคัญ หากจะมีผู้จัดการฝ่ายอื่นร่วมประชุมชี้แจงด้วยก็ได้
- ฝ่ายสถานประกอบการนำคณะผู้ตรวจสอบพิจารณากระบวนการผลิต วัตถุดิบ สถานที่ผลิต การบรรจุ การเก็บรักษา สถานที่จำหน่าย ฯลฯ ตามที่บรรยายสรุป
- คณะผู้ตรวจสอบให้คำแนะนำแก่ผู้ยื่นคำขอ เมื่อเห็นว่าผู้ประกอบการดำเนินการไม่ถูกต้อง หรือมีข้อบกพร่อง เพื่อจะได้ดำเนินการให้ถูกต้องต่อไป
- คณะผู้ตรวจสอบรายงานผลให้คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลพิจารณา

2.4 พิจารณาผลการตรวจสอบและให้หนังสือรับรอง

- คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลรายงานผลการพิจารณาให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดพิจารณาอนุญาต
- เรียกเอกสารหรือผลวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์เพิ่มเติมในกรณีที่เป็น
- คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลแจ้งผลพิจารณาของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดให้ผู้ขอรับรองฮาลาลทราบ
- ในกรณีที่คณะกรรมการฯ ให้การรับรอง เมื่อผู้ขอรับรองฮาลาลทำสัญญายอมรับปฏิบัติตามเงื่อนไขการรับรอง และการชำระค่าธรรมเนียมแล้ว คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดจึงออกหนังสือรับรองฮาลาลให้แก่ผู้ขอ โดยมีอายุการรับรองไม่เกินหนึ่งปี
- ผู้ขอซึ่งได้หนังสือรับรองฮาลาลแล้ว และมีความประสงค์ขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจะออกหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผู้ขอ เมื่อผู้ขอชำระค่าธรรมเนียมแล้ว

2.5 การติดตามและประเมินผล

- ดำเนินการติดตามและกำกับดูแลสถานประกอบการซึ่งได้รับรองฮาลาล และหรือให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ให้ปฏิบัติตามสัญญาและระเบียบอย่างเคร่งครัดโดยใช้กลไกการตรวจสอบดังนี้
 1. ให้มีผู้ตรวจการอาหารฮาลาลเพื่อตรวจสอบสินค้าอาหารฮาลาลในตลาด
 2. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากรายงานการปฏิบัติงานของที่ปรึกษาสถานประกอบการ
- ฝ่ายกิจการฮาลาลตรวจสอบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต สถานที่ประกอบการ และการให้บริการ ที่ได้รับอนุญาตแล้ว โดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้าเป็นระยะตามความเหมาะสม
- ฝ่ายกิจการฮาลาลรายงานผลการตรวจสอบให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดทราบหรือพิจารณา



3. อัตราค่าธรรมเนียม

จากข้อบังคับของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการดำเนินการตรวจรับรองสถานประกอบการ การตรวจผลิตภัณฑ์และค่าธรรมเนียม ประจำปี พ.ศ. 2552 ในหมวดที่ 4 ค่าธรรมเนียม ระบุไว้ว่า ผู้ประกอบการต้องชำระค่าธรรมเนียมการตรวจรับรองรายการ ดังต่อไปนี้

3.1 การตรวจรับรองฮาลาล

- การตรวจสอบกรณีขอใหม่ และกรณีขอต่ออายุ
- การตรวจสอบติดตามผลกรณีตรวจครั้งแรกไม่ผ่านความเห็นชอบ
- การตรวจสอบกรณีขอเพิ่มการรับรองผลิตภัณฑ์และหรือกรณีตรวจสอบเมื่อมีการร้องเรียน
- การตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์
- ค่าพาหนะและค่าที่พักของคณะตรวจสอบ ทั้งนี้จนกว่าการตรวจสอบจะเสร็จสิ้น
- การตรวจสอบกรณีผู้ประกอบการขอต่ออายุหลังใบรับรองหมดอายุไม่เกิน 60 วัน

3.2 หนังสือรับรองฮาลาลและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

- หนังสือรับรองฮาลาล
- หนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล
- เอกสารรับรองฮาลาลผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก (ฮ.ล.2)

3.3 ที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการ

- ที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการผลิตภัณฑ์ฮาลาล
- ที่ปรึกษาพิเศษประจำสถานประกอบการโรงฆ่าสัตว์
- ผู้ควบคุมการเชือด (Halal Supervisor)

ในกรณีของที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการผลิตภัณฑ์ฮาลาล หรือที่ปรึกษาพิเศษประจำสถานประกอบการโรงฆ่าสัตว์ ผู้ประกอบการต้องชำระค่าธรรมเนียมเป็นรายปีและหรือรายหกเดือนแล้วแต่กรณี

3.4 การประกันการรับรอง

- เงินประกันการรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล

อัตราเงินค่าธรรมเนียมและเงินอื่น

ผู้ประกอบการต้องชำระค่าธรรมเนียมของรายการที่เกี่ยวข้องตามอัตราที่กำหนด ดังนี้

รายการ	ค่าธรรมเนียม (บาท)			หมายเหตุ
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	ขนาดใหญ่	
1. การตรวจสอบ				
1.1 ขอใหม่ ขอต่ออายุ	10,000	15,000	20,000	
1.2 กรณีไม่ผ่านความเห็นชอบ (ครั้งแรก)	5,000	7,500	10,000	เก็บ 50%
1.3 ขอเพิ่มผลิตภัณฑ์	5,000	7,500	10,000	เก็บ 50%
1.4 เมื่อมีการร้องเรียน	5,000	7,500	10,000	เก็บ 50%



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

รายการ	ค่าธรรมเนียม (บาท)			หมายเหตุ
	ขนาดเล็ก	ขนาดกลาง	ขนาดใหญ่	
1.5 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (ผลิตภัณฑ์ละ)	1,000	1,000	1,000	
1.6 ค่าพาหนะ - ในเขตจังหวัดและ ปริมณฑล	2,500	2,500	2,500	
- นอกเขตปริมณฑล	ตามระยะทาง	ตามระยะทาง	ตามระยะทาง	
1.3 ค่าที่พัก	ไม่เกิน 800 /ห้อง	ไม่เกิน 800 /ห้อง	ไม่เกิน 800 /ห้อง	
2. หนังสือรับรองฮาลาล				
2.1 ภาษาไทย	1,000	1,000	1,000	
2.2 ภาษาอังกฤษ	1,000	1,000	1,000	
2.3 ภาษาอารบิก	1,000	1,000	1,000	
3. หนังสือสำคัญให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฮาลาล				
3.1 ภาษาไทย (ฉบับละ)	500	500	500	
3.2 ภาษาอังกฤษ (ฉบับละ)	500	500	500	
3.3 ภาษาอารบิก (ฉบับละ)	500	500	500	
4. เอกสารรับรองฮาลาล เพื่อการส่งออก (ช.ล.๒)	1,000	1,000	1,000	คิดเป็นรายการ /ใบสั่งซื้อ
5. ค่าที่ปรึกษา				
5.1 ที่ปรึกษาประจำสถาน ประกอบการผลิตภัณฑ์ ฮาลาล	1,500-2,000	1,500-2,000	1,500-2,000	
5.2 ที่ปรึกษาพิเศษประจำ สถานประกอบการโรงฆ่าสัตว์	4,500-8,000	4,500-8,000	4,500-8,000	
5.3 ผู้ควบคุมการเชือดสัตว์ (Halal Supervisor)	15,000-18,000	15,000-18,000	15,000-18,000	
6. ค่าประกันการรับรอง				เท่ากับ
6.1 เงินประกันการรับรอง ผลิตภัณฑ์ฮาลาล	10,000	15,000	20,000	ค่าธรรมเนียม การตรวจสอบ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

4. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

4.1 บุคคลธรรมดา (มีแรงม้ารวม 5-20 แรงม้า และ/หรือมีคนงาน 7-20 คน ยกเว้นโรงงานที่มีมลภาวะ)

- สำเนาบัตรประชาชน
- สำเนาทะเบียนบ้าน
- คำขอรับเลขสถานที่ผลิตอาหารที่ไม่เข้าข่ายโรงงาน
- คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.17)
- ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (อ.18)
- หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (คม.1)
- คำขออนุญาตใช้ฉลากอาหาร สบ.3 หรือสำเนาการใช้ฉลากอาหารแบบ ฉ.1
- แบบจดทะเบียนอาหาร (สบ.๕)
- หนังสือแสดงรายละเอียดวิธีการผลิต ขั้นตอน วัตถุประสงค์ ส่วนผสม
- ผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อประกอบการพิจารณาเบื้องต้น
- แผนที่ตั้งโรงงาน

4.2 นิติบุคคล

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

5. เงื่อนไขสำคัญในการขอ

5.1 ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. รักษาอุปกรณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้สะอาดถูกต้องตามศาสนบัญญัติ ตลอดจนไม่ใช้อุปกรณ์ดังกล่าวร่วมกับของต้องห้ามตามศาสนบัญญัติ
2. วัตถุประสงค์หลักในการผลิต ตลอดจนเครื่องปรุงอื่นๆ ต้องระบุแหล่งที่มาอันน่าเชื่อถือได้ว่า ฮาลาล โดยไม่ปะปนเปื้อนกับสิ่งต้องห้าม



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

3. วัตถุดิบที่ได้จากสัตว์ต่างๆ นั้น ต้องเป็นสัตว์ที่ศาสนาอิสลามอนุมัติ และหรือได้เชือดตามศาสนาบัญญัติ
4. เจ้าหน้าที่ที่ควบคุมการผลิต หรือปรุงผลิตภัณฑ์นั้นๆ ต้องเป็นมุสลิม
5. ในระหว่างการขนย้าย ขนส่ง หรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลนั้น ต้องไม่ปะปนผลิตภัณฑ์ฮาลาลนั้น ต้องไม่ปะปนผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับสิ่งต้องห้ามตามศาสนาบัญญัติ

5.2 ผู้ประกอบการเชือดสัตว์ซึ่งเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ผู้เชือดต้องเป็นผู้นับถือศาสนาอิสลาม มีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคติดต่อที่ส่งคมรังเกียจ
2. สัตว์ที่จะนำมาเชือดต้องเป็นสัตว์ที่ให้เชือด และรับประทานได้ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
3. การลำเลียง ขนส่งสัตว์ที่จะเชือด ต้องไม่ปะปนกับสัตว์ที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
4. ไม่ทำการทารุณสัตว์ก่อนการเชือด
5. การเชือดต้องใช้อุปกรณ์ที่มีคมทำการเชือด
6. ให้กล่าวนามอัลเลาะห์ (ช.บ.) ขณะเริ่มเชือด
7. ผู้เชือดควรหันหน้าไปทางกิบลัต
8. ต้องเชือดโดยต่อเนื่องในคราวเดียว และไม่ทรมานสัตว์
9. ต้องให้หลอดลม หลอดอาหาร และเส้นเลือดสองข้างลำคอขาดจากกัน
10. สัตว์จะต้องตายเพราะการเชือดนั้น
11. เมื่อเชือดแล้วปล่อยสัตว์นั้นให้ตายสนิทเอง ก่อนนำไปดำเนินการอย่างอื่น
12. การเก็บรักษา การขนส่ง และการนำออกจำหน่ายต้องไม่ปะปน กับสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

5.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาล หรือสถานที่ให้บริการอาหารเครื่องดื่มฮาลาลต้องปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

1. วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร หรือการบริการ ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
2. ต้องมีผู้ประกอบการอาหาร หรือควบคุมการประกอบอาหาร เป็นผู้นับถือศาสนาอิสลาม
3. สถานที่ประกอบอาหารฮาลาล และบริการต้องเป็นสถานที่เฉพาะ ไม่ปะปนกับสถานที่ที่ใช้ประกอบอาหารหรือสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
4. การเก็บรักษา ขนส่ง และนำออกจำหน่ายต้องไม่ปะปนกับสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม
5. การทำความสะอาดภาชนะที่ใช้ในการประกอบอาหารหรือบริการต้องแยก ไม่ปะปนกับภาชนะอื่นที่ใช้กับสิ่งต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม

5.4 ผู้ประกอบการหรือผู้แทนจำหน่ายขอให้รับรองเนื้อสัตว์ หรือผลิตภัณฑ์ฮาลาลนำเข้าจาก ต่างประเทศ ต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. เนื้อสัตว์หรือผลิตภัณฑ์นำเข้าซึ่งมีการรับรองฮาลาลจากประเทศผู้ผลิตให้จัดส่งเอกสารรับรองฮาลาลต้นฉบับที่สมบูรณ์ต่อคณะกรรมการโดยครบถ้วนถูกต้องเพื่อใช้ประกอบการพิจารณา
2. หากเนื้อสัตว์หรือผลิตภัณฑ์นำเข้าไม่มีการรับรองฮาลาลมาก่อน หรือมีแต่ไม่นำเชื่อถือ ให้มีการตรวจสอบตามขั้นตอน ณ แหล่งผลิตโดยตรง



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

6. ขั้นตอนการต่อใบอนุญาต

ผู้ขอรับรองฮาลาลที่ประสงค์จะขอต่ออายุหนังสือรับรอง ให้ยื่นคำขอก่อนหนังสือรับรองหมดอายุอย่างน้อย 60 วัน และชำระค่าตรวจสอบการต่ออายุตามอัตราที่กำหนด หากไม่ยื่นคำขอตามกำหนดต้องขอรับรองใหม่

ผู้ขอรับรองฮาลาลรายใดที่ยื่นคำขอรับรองหรือขอต่ออายุ หากไม่ดำเนินการใด ตามที่สำนักงานคณะกรรมการแจ้งภายใน 60 วัน นับแต่วันที่มีการตรวจสอบรับรองครั้งแรกให้ยกคำขอนั้น และจะไม่คืนค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายที่ชำระไว้แต่อย่างใด

อย่างไรก็ดี เนื่องจากอาหารฮาลาลเป็นสิ่งที่อนุมัติให้มุสลิมบริโภคได้อย่างปลอดภัยทั้งกายภาพและจิตวิญญาณ จึงจำเป็นต้องปราศจากการปนเปื้อนสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) หลักศรัทธาในศาสนาอิสลามกำหนดว่าการบริโภคสิ่งฮารอมเป็นอันตรายต่อศรัทธา ในขณะที่ความซับซ้อนของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตเชิงอุตสาหกรรมก่อความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนฮารอมมากขึ้น ผู้บริโภคมุสลิมจึงใส่ใจในมาตรฐานฮาลาล ความปลอดภัย การตรวจสอบรับรองฮาลาลที่มีคุณภาพกลายเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค โดยมาตรฐานฮาลาลกำหนดให้ระบบความปลอดภัย เช่น SOP, GMP, HACCP ฯลฯ เป็นพื้นฐาน เหตุนี้ ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงบูรณาการระบบปลอดภัยเข้ากับมาตรฐานฮาลาลเกิดเป็นระบบ Halal-GMP/HACCP และพัฒนาก้าวหน้าขึ้นเป็นระบบ HAL-Q ในที่สุด

ในปัจจุบันทางศูนย์ฯ ได้พัฒนาระบบ HAL-Q โดยรวมเข้ากับระบบ SILK (Shariah compliant ICT Logistics Kontrol) ซึ่งได้รับรางวัลสุดยอดนวัตกรรมในงาน World Halal Research Summit ในปี 2555 เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อบริหารจัดการระบบห่วงโซ่อุปทานฮาลาลโลจิสติกส์และการทวนสอบย้อนกลับ เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นเพื่อเชื่อมต่อเข้ากับระบบ HAL-Q สร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (Competitive advantage) ให้กับอุตสาหกรรมที่นำระบบ HAL-Q ไปประยุกต์ใช้ โดยความเป็นมาของระบบ HAL-Q สรุปได้ดังนี้

- พ.ศ. 2541 ดร.วินัย ดะห์ลัน อาจารย์คณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำเสนอแนวคิดการวางระบบอาหารฮาลาลปลอดภัย แก่กระทรวงพาณิชย์เพื่อการจัดเตรียมอาหารในมหกรรมกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13
- พ.ศ. 2542 ดร.วินัย ดะห์ลัน ร่วมกับสถาบันอาหารจัดทำหนังสือ Halal-HACCP ขึ้นเป็นครั้งแรก
- พ.ศ. 2547 ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลนำระบบHalal-HACCP ไปประยุกต์ใช้ในภาคอุตสาหกรรมพัฒนาเป็นระบบ Halal-GMP/HACCP กระทั่งเป็นระบบ HAL-Q
- พ.ศ. 2549 HAL-Q รับรางวัล Best Innovation in Halal Industry จากนายกรัฐมนตรียามาเลเซีย
- พ.ศ. 2552 HAL-Q รับรางวัล Recognition Award for Halal Achievement จากประเทศฟิลิปปินส์
- พ.ศ. 2554 HAL-Q รับรางวัลชนะเลิศในงานประชุมสุดยอดวิจัยฮาลาลโลก ณ ประเทศมาเลเซีย ต่อเชื่อมระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ SILK เข้ากับ HAL-Q สำเร็จเป็นครั้งแรก
- พ.ศ. 2555 HAL-Q เป็นระบบที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม 250 แห่ง ครอบคลุมคนงานกว่าแสนคน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

แนวคิดของระบบ HAL-Q

HAL-Q เป็นระบบบริหารจัดการเพื่อการจัดเตรียมอาหารฮาลาลปลอดภัยยึดหลัก

H	-	Hygiene	ความสะอาดปลอดภัย
A	-	Assurance	การสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค
L	-	Liability	ความรับผิดชอบของผู้ประกอบการต่อผลิตภัณฑ์ของตน
Q	-	Quality	คุณภาพด้านฮาลาลปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

ระบบ Hal-Q กำหนดแนวคิดว่า “หะรอม” เป็นอันตรายเช่นเดียวกับอันตรายทางกายภาพ ชีวภาพและเคมี ในระบบความปลอดภัยสากลจึงต้องกำจัดตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหารฮาลาล นับแต่การคัดเลือก วัตถุดิบกระบวนการผลิต โลจิสติกส์ กำหนดการตรวจวิเคราะห์ การเฝ้าระวังการชำระล้าง โดยประการหลังศูนย์ฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ดินเหลวเพื่อการชำระล้างสิ่งสกปรกตามหลักศาสนบัญญัติอิสลามหรือ”นญิส”ขึ้น



ภาพที่ 2.1 แนวทางการวางระบบ HAL-Q ด้วยวิธี 4 x 4

ขั้นตอนการเตรียมการ

4 อันตราย-กำหนดอันตรายที่ต้องกำจัด ได้แก่ อันตรายนกายภาพ ชีวภาพ เคมี และหะรอม

4 องค์ประกอบ-จัดเตรียมสิ่งจำเป็น ได้แก่

- 1) คน (Men) ผู้เชือด ผู้ตัดสินฮาลาล นักวิทยาศาสตร์ผู้ตรวจวิเคราะห์เป็นมุสลิม
- 2) วัตถุ (Materials) ทั้งวัตถุดิบเครื่องจักรและสิ่งสัมผัสกับอาหารต้องปลอดหะรอม
- 3) กลไก (Mechanisms) การผลิต การบรรจุ โลจิสติกส์ปลอดการปนเปื้อน
- 4) ระบบทุน (Monetary system) ปลอดสิ่งหะรอม



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ขั้นตอนการวางระบบ

4 การจัดการ - เริ่มจากการวางระบบฮาลาลปลอดภัย การตรวจสอบทางนิติวิทยาศาสตร์กรณีสารที่คลุมเครือ (มีซบูย์) การชำระล้างด้วยผลิตภัณฑ์น้ำดินชำระล้างนวุส และการตัดสินใจด้วยนักวิชาการศาสนาอิสลาม

4 ขั้นตอน - เริ่มจากการอบรมความรู้ การฝึกปฏิบัติ การให้คำปรึกษาและการประเมินผล ใช้ระยะเวลา 2-6 เดือนขึ้นกับความพร้อมของสถานประกอบการ

2.4 ยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลมีแนวโน้มจะทวีความสำคัญต่อการส่งออกอาหารของไทยมากขึ้น เป็นลำดับ สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้ทำการการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	มาตรการ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเทศไทยมีระบบการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลที่เป็นสากล ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ประเทศไทยมีระบบการรับรองฮาลาลที่เป็นมาตรฐานสากล และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. สนับสนุนการพัฒนากระบวนการผลิตอาหารฮาลาล เช่น ผักและผลไม้ ผลิตภัณฑ์ประมง ปศุสัตว์ ให้มีคุณภาพและมาตรฐานตามหลักศาสนบัญญัติ 3. พัฒนาสินค้าฮาลาลอื่นๆ เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง เกษภัณฑ์ รวมทั้งบริการฮาลาล เช่น การท่องเที่ยว การบริการครัวฮาลาลตามโรงพยาบาลและโรงแรม ให้มีการขยายตัวและแข่งขันได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการผลิตสินค้าวัตถุดิบและสินค้าฮาลาลที่ประเทศไทยมีศักยภาพ เช่น ผัก ผลไม้ ประมง ปศุสัตว์ 2. พัฒนาและจัดวางระบบการผลิตอาหารและผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ได้มาตรฐานสากล 3. พัฒนาคุณภาพสินค้าฮาลาลเพื่อขยายไปสู่ตลาดบน 4. ประชาสัมพันธ์พร้อมทั้งจัดทำคู่มือที่เป็นรากฐานทางศาสนา 5. จัดเตรียมบุคลากรที่ปฏิบัติการให้เพียงพอ 6. สร้างขีดความสามารถทางด้านการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ฮาลาล 7. ผลักดันนิคมอุตสาหกรรมฮาลาลให้สามารถดำเนินการได้จริง 8. ส่งเสริมการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมและพื้นที่อุตสาหกรรมอื่นที่เหมาะสม 9. ร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล 10. สนับสนุนสิ่งจูงใจให้กับผู้ประกอบการและสนับสนุนการใช้ประโยชน์ของระบบการเงินอิสลาม 11. พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการประกอบธุรกิจ 12. พัฒนาหลักสูตรวิทยาศาสตร์ฮาลาลในสาขาต่างๆ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	มาตรการ
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างศักยภาพการตรวจรับรองฮาลาล</p>	<ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมและยกระดับการตรวจสอบรับรองตราฮาลาลให้ได้มาตรฐานในระดับโลก ให้มาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ กำหนดบทบาทหน่วยงาน ที่เป็นผู้ตรวจรับรองเป็นอิสระจากกัน พัฒนาระบบการตรวจติดตามสินค้าและบริการฮาลาลที่ดี 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนการจัดทำระบบมาตรฐานโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่เป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ด้านการตรวจรับรองฮาลาลที่ได้มาตรฐาน สร้างมาตรฐานในการตรวจรับรองฮาลาลของหน่วยงานให้การรับรอง ปรับอัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบ สร้างขีดความสามารถในการตรวจสอบสินค้าฮาลาล ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภค
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพการตลาดฮาลาลสู่สากล</p>	<ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมให้มีสินค้าและบริการฮาลาลใหม่ๆ และมีคุณภาพ ขยายตลาดสินค้าฮาลาล พัฒนางานโลจิสติกส์อย่างเป็นรูปแบบ 	<ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังตลาดกลุ่มประเทศมุสลิมในเขตเอเชียกลางและตะวันออกรวมทั้งตลาดใหม่แถบยุโรป จีนและอินเดีย สนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างเครือข่ายธุรกิจ พัฒนาระบบโลจิสติกส์และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ศึกษากฎระเบียบและศักยภาพของประเทศคู่แข่ง จัดทำศูนย์ข้อมูลกลางด้านการตลาดและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับฮาลาล ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภค
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาศักยภาพการวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ฮาลาลเพื่อสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศ</p>	<ol style="list-style-type: none"> เพื่อให้มีการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ที่เข้มแข็ง และใช้เป็นกลไกในการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยได้รับการยอมรับในฐานะผู้นำด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลในกลุ่มประเทศอาเซียน 	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาล เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันการศึกษาของไทย สนับสนุนการใช้วิทยาศาสตร์ฮาลาลในกิจกรรมต่างๆ



ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	มาตรการ
	3. เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลในสาขาต่างๆ เพื่อใช้วิทยาศาสตร์ฮาลาลเป็นกลไกในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลของประเทศ 4. เพื่อความเป็นผู้นำด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลของโลก เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนเริ่มนำวิทยาศาสตร์ฮาลาลเป็นกลยุทธ์ช่วงชิงพื้นที่ในตลาดอาหารฮาลาลแล้ว	
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาอุตสาหกรรมธุรกิจและการค้าฮาลาล	1. สร้างความร่วมมือในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลระหว่างหน่วยงานต่างๆ 2. สนับสนุนองค์กรต่างๆ ในด้านองค์ความรู้การบริหารจัดการเพื่อให้มีความเข้มแข็ง	1. กำหนดกลไก/คณะกรรมการระดับชาติ เพื่อทำหน้าที่ในการกำกับดูแลนโยบาย และขับเคลื่อนการดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมธุรกิจและการค้าฮาลาลอย่างเป็นระบบ 2. บูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่างๆ ทั้งด้านวิทยาศาสตร์และด้านการบริหารจัดการ รวมถึงสถาบันศาสนาในด้านการรับรอง เพื่อสนับสนุนกระบวนการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาล 3. เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล 4. สนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องให้สามารถเชื่อมโยงการดำเนินงานร่วมกับองค์กรศาสนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมฮาลาล

2.5 การจัดการโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลในปัจจุบัน

ปัจจุบันสภาพปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจได้มีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ประสบปัญหาความผันผวนจากปัจจัยต่างๆ เช่น ต้นทุนการผลิต การวางแผน ความล่าช้าในการกำหนดการผลิต และระยะเวลาส่งมอบไม่แน่นอน มักเกิดจากสาเหตุที่เป็นผลกระทบจากคู่ค้าหรือผู้ส่งมอบ (Supplier) ทำให้การบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ได้มีบทบาทสนับสนุนการดำเนินธุรกรรมยุคใหม่ ด้วยการเชื่อมโยงกระบวนการเพื่อสร้างประสิทธิภาพการไหลของทรัพยากร ปัจจัยหลักที่มีบทบาทกับ SCN นั้นคือ การบริหารต้นทุนให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด (โกศล, 2554)

โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โดย Michael Porter (1985) ที่มุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การค้นหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูป ตลอดจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าเพื่อความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากคุณค่าในแต่ละกิจกรรม ซึ่งรายละเอียดความหมายและแนวคิดของการจัดการโซ่คุณค่าตามแนวคิดของ Michael Porter สามารถสรุปได้ ดังนี้



2.5.1 ความหมายและแนวคิดของโซ่คุณค่า

ความหมายและแนวคิดของโซ่คุณค่าสามารถแยกได้ เป็น 2 ระดับ คือ

- ระดับธุรกิจ (Corporate Level)

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกิจกรรมในโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วยธุรกิจ เป็นแนวคิดที่ Michael E. Porter ได้เสนอไว้ในปี ค.ศ. 1985 ในหนังสือเรื่อง Competitive Advantage โดยได้ให้ความเห็นว่าความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร โดยที่กิจกรรมเหล่านั้นสามารถช่วยลดต้นทุนซึ่งส่งผลให้องค์กร สามารถใช้กลยุทธ์เป็นผู้นำด้านราคาหรือช่วยในการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ ทำให้สามารถใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง โดยศึกษาวิเคราะห์ถึงกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งความสำคัญระหว่างกิจกรรมเหล่านี้ เพื่อศึกษาความได้เปรียบของการแข่งขันของแต่ละองค์กร ดังนั้น Porter จึงได้เสนอแนวคิดเรื่องห่วงโซ่คุณค่า คือ การเชื่อมโยงของกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาและวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆ โดยพิจารณาความสำคัญต่อการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ ทำให้ผู้วิเคราะห์สามารถศึกษาถึงลักษณะความสำคัญ และความสัมพันธ์ของแต่ละกิจกรรม ซึ่งองค์กรธุรกิจจะมีความสามารถในการแข่งขันได้ โดยการดำเนินกิจกรรมให้มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง หรือเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

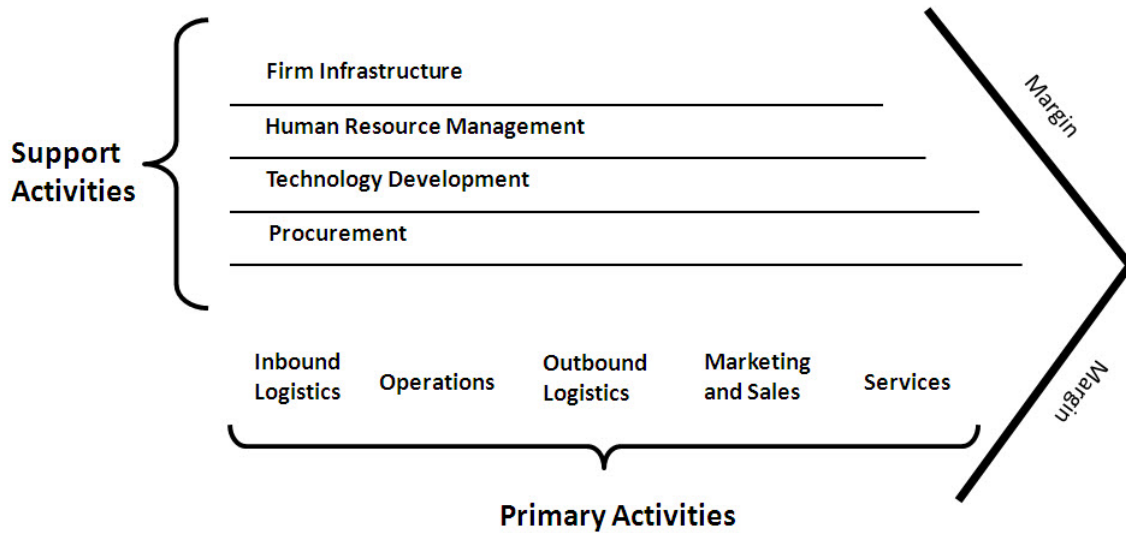
แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิตคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่บริษัทสร้างขึ้นสามารถวัดได้โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทมากน้อยเพียงใด

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่าของแต่ละองค์กรจะช่วยให้ผู้ศึกษาทราบถึงการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร นอกจากนั้นยังสามารถใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ความสามารถภายในแต่ละองค์กรเพื่อใช้พิจารณาว่ากิจกรรมแต่ละอย่างเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน รวมทั้งพิจารณาว่ากิจกรรมแต่ละประเภทก่อให้เกิดคุณค่าอย่างไร จะต้องมีการปรับปรุงส่วนใดบ้างเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ มีความสอดคล้องกัน

แนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรมคือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัท



THE VALUE CHAIN M.E. Porter (1980)



กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

- **โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics)** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับสินค้าวัตถุดิบจากผู้ส่งมอบ (Company's suppliers) โดยรวมถึงการจัดเก็บเพื่อรอส่งมอบให้กับสายการผลิตเพื่อดำเนินการแปรรูป
- **การปฏิบัติการ (Operations)** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปวัตถุดิบเป็นรูปสินค้าหรือบริการ
- **โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics)** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้าหรือบริการไปยังผู้ซื้อ
- **การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาวิธีการที่ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงและซื้อสินค้าหรือบริการ
- **การบริการ (Customer Services)** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาคุณค่าหรือเพิ่มคุณค่าของสินค้าหรือบริการไว้

กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

- **การจัดหา (Procurement)** กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหาวัตถุดิบและทรัพยากรเข้ามาในโซ่แห่งคุณค่าขององค์กร
- **การพัฒนาด้านเทคโนโลยี (Technology Development)** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต
- **การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)** กิจกรรมที่เกี่ยวกับการเสาะหาคน การจ้างพนักงาน การฝึกอบรม การพัฒนาบุคลากรและการให้ผลตอบแทน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- **โครงสร้างสนับสนุนอื่นๆ (Firm Infrastructure)** โครงสร้างสนับสนุนอื่นๆ อาทิ การบริหารจัดการ การวางแผน ระบบการเงินระบบบัญชี กฎหมาย ฯลฯ ซึ่งโครงสร้างเหล่านี้จะสนับสนุนโซ่แห่งคุณค่าโดยรวมทั้งหมดจะไม่แตกย่อยไปสนับสนุนกิจกรรมย่อยอื่นๆ

ซึ่งกิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้วกิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย และจะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งในห่วงโซ่คุณค่าในส่วนของพัฒนาเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ และการควบคุม โดยจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อกิจกรรมในทุกๆ องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า เป็นการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันขององค์กรเป็นอย่างดี

- ระดับมหภาค (Macro Level)

การวิเคราะห์ Value Chain ระดับมหภาคสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ กิจกรรมต้นน้ำ (Upstream) และกิจกรรมปลายน้ำ (Downstream) โดยแยกให้เห็นภาคการผลิตและภาคการค้า ออกจากกัน

Gereffi (1994) มีความคิดเห็นในการวิเคราะห์โซ่คุณค่าในระดับมหภาค โดยให้ความสำคัญในส่วนของประสานงานแต่ละหน่วยธุรกิจ และในแต่ละช่วงขั้นตอนของระบบการผลิต และการกระจายสินค้า (จากผู้ผลิตวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค) ซึ่งสิ่งที่ต้องพิจารณา คือ เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกันในแต่ละลำดับของหน่วยที่มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงข่าย เช่น ผู้ผลิต ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกและอีกประเด็นที่สำคัญของโซ่คุณค่า คือ อำนาจที่เกิดขึ้นในโซ่คุณค่า และโดยทั่วไปโซ่คุณค่าระดับมหภาคจะมีผู้ดำเนินงานส่วนใดส่วนหนึ่งที่มีอำนาจในการผลักดัน และกำหนดปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานตลอดโซ่คุณค่า โดย UNCTAD (2000) เสนอประเด็นอำนาจผลักดันภายในโซ่คุณค่า ว่าเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณา กล่าวคือ สามารถแบ่งผู้มีอำนาจที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ภายในโซ่คุณค่าออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การผลักดันโดยผู้ผลิต (Producer-driven) ซึ่งผลิตสินค้าและควบคุมการดำเนินงานในโซ่คุณค่า โดยอำนาจการควบคุมอยู่ในส่วนของต้นน้ำที่เป็นภาคการผลิต จะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนสูง และในอุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยีที่ซึ่งมีอุปสรรคของการเข้าสู่ตลาดสูง และ 2) การผลักดันโดยส่วนของผู้ซื้อ (Buyer-driven) มีลักษณะในทางกลับกัน นั่นคือ อำนาจการควบคุมอยู่ในส่วนของปลายน้ำที่เป็นภาคการค้า โดยผู้ซื้อที่มีอิทธิพลและมีอำนาจต่อรองมาก จะเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง

ดังนั้น จึงพอจะสรุปความหมายและแนวความคิดของโซ่คุณค่าได้ว่าเป็นการศึกษาการดำเนินการที่เกิดขึ้นในโซ่คุณค่าโดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่การสร้างความสัมพันธ์และการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของโซ่คุณค่า เช่น ขั้นตอนการแปรรูปสินค้า ขั้นตอนการปรับปรุงคุณภาพสินค้า เป็นต้น โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับโซ่คุณค่า นั้น มี 3 แนวทางหลัก คือ

- **แนวทางแรก** เป็นการพัฒนาให้เกิดสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่าง (Product Differentiation) จากคู่แข่ง ซึ่งจะเป็นจุดแข็งในการแข่งขันทางการตลาด จะต้องมีการวิจัยและพัฒนา หรือมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าให้ดีขึ้น



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- แนวทางที่สอง คือ การปรับปรุงการดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ ให้มีต้นทุนที่ถูกที่สุด (Cost Leadership) เป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านราคาที่มีแนวโน้มของต้นทุนที่สูงขึ้นในปัจจุบัน
- แนวทางที่สาม คือ การเลือกตลาดในลักษณะเฉพาะเจาะจง กลุ่มลูกค้าที่เป็นช่องว่างทางตลาด (niche market) โดยอาจจะผสมผสานกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเรียกว่า (Focused Differentiation)

2.5.2 แนวทางในการวิเคราะห์โซ่คุณค่า

ผลงานการวิเคราะห์โซ่คุณค่าที่ผ่านมาได้มีการประยุกต์การวิเคราะห์หลายแนวทาง ขึ้นอยู่กับเป้าหมายในการวิเคราะห์ โดยมากจะอ้างอิงถึงแนวทางการวิเคราะห์ที่นำเสนอโดย Kaplinsky & Morris (2000) ซึ่งจัดทำเป็นคู่มือการศึกษาวิจัยโซ่คุณค่า (A Handbook for Value Chain Research) โดยทั่วไปขั้นตอนการวิเคราะห์ประกอบด้วย

1. การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและองค์ประกอบของโซ่คุณค่าที่ทำการวิเคราะห์
2. การสร้างแผนภาพโซ่คุณค่า (Mapping the value chain)
3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ CSF (Critical Success Factor)
4. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
5. การวิเคราะห์อำนาจการควบคุมในโซ่คุณค่า
6. การยกระดับสินค้าและกระบวนการในโซ่คุณค่า

ซึ่งแนวทางดังกล่าว คณะผู้วิจัยจะได้ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์โซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลต่อไป

2.6 แนวคิดในการวิเคราะห์ต้นทุน

ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ของสินค้า

สำหรับการคิดต้นทุนการขนส่งสินค้า การวิเคราะห์ต้นทุนโดยตรงของผู้ประกอบการมีแนวคิดในการแบ่งต้นทุนการขนส่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภทคือ ต้นทุนคงที่ และ ต้นทุนผันแปร แนวคิดดังกล่าวมิได้รวมถึงต้นทุนทางอ้อม หรือต้นทุนที่เกิดผลกระทบต่อภายนอกอันเนื่องมาจากการขนส่ง แนวคิดในการคำนวณต้นทุนการขนส่งสินค้าศึกษาโดย Sussams, (1992) แบ่งต้นทุนออกเป็น 3 ประเภท คือ ต้นทุนเกี่ยวกับเวลา ต้นทุนเกี่ยวกับระยะทาง และต้นทุนค่าใช้จ่ายประจำ

บางครั้งการคำนวณต้นทุนการขนส่งทำได้โดยคำนึงถึงกิจกรรม 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มของต้นทุนที่ปรับตัวตามหน่วยการผลิตซึ่งในที่นี้คือ การบริการขนส่งสินค้า และ กลุ่มต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการผลิต โดยต้นทุนกลุ่มแรกประกอบด้วย ต้นทุนเชื้อเพลิง ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าบำรุงรักษา ต้นทุนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนค่าน้ำร้อน น้ำชา และต้นทุนแปรผันอื่นๆ ส่วนต้นทุนกลุ่มที่สอง ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าประกันภัย ต้นทุนค่าโกดังสินค้า และต้นทุนคงที่อื่นๆ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ในส่วนโครงการศึกษาต้นทุนการขนส่งที่แท้จริงของทางบก ทางน้ำ และทางรถไฟ การศึกษาชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่กำหนดโครงสร้างต้นทุนของการขนส่งสินค้า ปัจจัยเหล่านั้นประกอบด้วย ระยะทางขนส่งสินค้า โดยระยะทางสั้นมีผลทำให้ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยสูงอันเนื่องมาจาก สัดส่วนต้นทุนคงที่สูง และการขนส่งระยะสั้นมักเป็นการขนส่งปริมาณน้อยต่อเที่ยว นอกจากนี้ปัจจัยในเรื่องระยะทาง ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อโครงสร้างต้นทุนได้แก่ ลักษณะรถที่บรรทุกสินค้า ลักษณะของสินค้าที่ต้องการการดูแลที่แตกต่างกัน อัตราการให้บริการขนส่งต่อปี ปริมาณสินค้าที่ต้องการขนส่งในพื้นที่เดียวกัน

ในส่วนของโครงสร้างแบบจำลองเพื่อการคำนวณต้นทุนการขนส่งสินค้าสามารถสรุปได้ดังนี้

$$Y_{it} = a_{it} + B_1X_{1t} + B_2X_{2t} + B_3X_{3t} + B_4X_{4t} + B_5X_{5t} + B_6X_{6t} + e_{it}$$

โดยที่

- Y_{it} แสดงต้นทุนดำเนินการของผู้ขนส่งเส้นทาง i ณ เวลา t
- a_{it} คือ สัมประสิทธิ์ค่าคงที่
- X_{jt} โดยที่ $j = 1, 2, 3, \dots, 8$ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อโครงสร้างต้นทุน
- X_{1t} คือ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง
- X_{2t} คือ ค่าซ่อมบำรุง
- X_{3t} คือ ค่าเสื่อมราคา
- X_{4t} คือ ค่าแรงคนขับ
- X_{5t} คือ ค่าแรงงาน
- X_{6t} คือ ค่าน้ำร้อนน้ำชา
- e_{it} คือ ปัจจัยอิสระอื่นๆ ที่ส่งผลต่อโครงสร้างต้นทุน

ตัวแปรต่างๆ มีการแปรผันตามเวลา ซึ่งสะท้อนว่าค่าใช้จ่ายเหล่านี้มีผลต่อต้นทุนในแต่ละช่วงเวลาที่ทำการศึกษา สำหรับการแปรผันของผลของการใช้จ่ายสำหรับแต่ละตัวแปรอิสระขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่แตกต่างกันไป โดยกรณีการขนส่งสินค้า ค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ แสดงถึง

- $B_1 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ช่วงเวลาการขนส่ง, ประเภทของยานพาหนะ, ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง)
- $B_2 = \text{fn}$ (ระยะทางขนส่ง, น้ำหนักบรรทุก, ประเภทของยานพาหนะ, การบำรุงรักษา)
- $B_3 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ประเภทและการทำงานของยานพาหนะ, มูลค่ายานพาหนะ)
- $B_4 = \text{fn}$ (ระยะทางขนส่ง, ประเภทของยานพาหนะ)
- $B_5 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ระยะทางขนส่ง)
- $B_6 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ระยะทางขนส่ง)

โครงสร้างต้นทุนการขนส่งผลไม้

โกคทรัพย์ (2552) ได้กล่าวถึงประเภทของต้นทุนมีอยู่ 3 ประเภท คือ

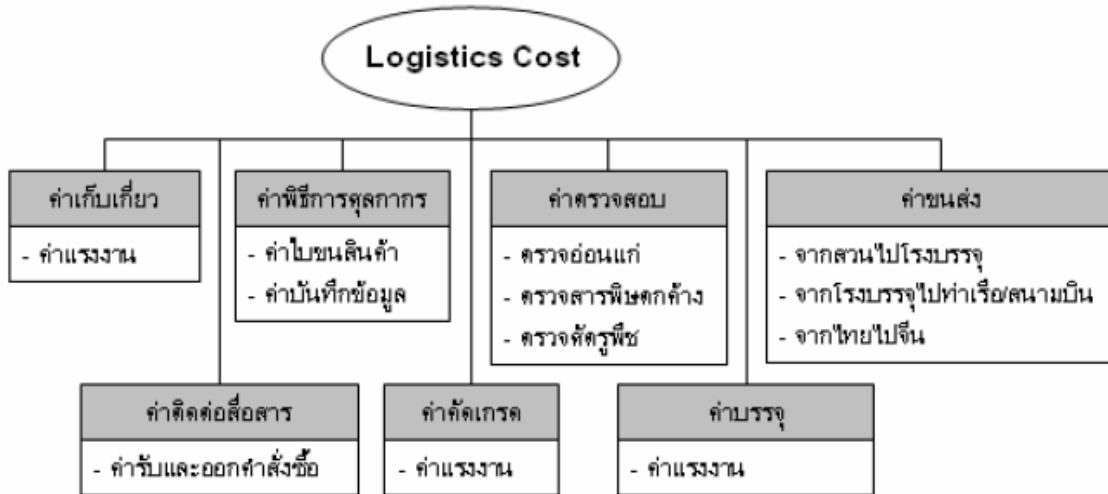
- ต้นทุนคงที่ (Fixed cost) คือ ต้นทุนที่ไม่ว่าจะวิ่งหรือไม่วิ่งก็ต้องจ่ายทุกปีเท่ากัน เช่น เงินลงทุน ดอกเบี้ยประกัน ภาษี ค่าจดรถ ค่าติดต่อสื่อสาร เงินเดือนพนักงานขับรถ เป็นต้น
- ต้นทุนผันแปร (Variable cost) คือต้นทุนที่จ่ายทุกปีไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับการใช้งาน เช่น ค่าน้ำมัน ค่าจ้าง ค่าซ่อมบำรุง เบี้ยเลี้ยง หรือค่าเที่ยว ค่าทางด่วน ค่าปรับ เป็นต้น



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- Overhead cost คือ ต้นทุนที่ไม่ว่าจะวิ่งหรือไม่วิ่ง อาจจะจ่ายบ้างไม่จ่ายบ้างขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จะจ่ายทุกปีไม่เท่ากัน เช่น ค่าการจัดการ Traveling Expenses ค่าน้ำ ค่าไฟ Offices เป็นต้น

ธเนศ (2549) ได้กล่าวถึงโครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์การส่งออกผลไม้ไปประเทศจีนโดยแบ่งต้นทุนตามกิจกรรมออกเป็น 7 กลุ่มดังภาพที่ 2.2 คือ



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์การส่งออกผลไม้

ที่มา: ธเนศ (2549)

1. ค่าเก็บเกี่ยว (Harvest Cost) เช่น ค่าแรงงานหรือค่าจ้างรายวันที่จ่ายให้แก่คนงาน การเก็บเกี่ยวผลไม้ ต้องอาศัยความชำนาญเป็นหลัก คนงานจึงเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดคุณภาพของผลไม้ เช่น ความชื้นจากการกระแทกในระหว่างเก็บเกี่ยว ความอ่อนแก่ ขนาดลูกและน้ำหนัก

$$\text{ค่าเก็บเกี่ยว} = \text{จำนวนคนเก็บเกี่ยว} \times \text{ค่าแรงคนเก็บเกี่ยว}$$

2. ค่าติดต่อสื่อสาร (Communication Cost) เช่น ต้นทุนการรับสั่งซื้อจากลูกค้า การออกแบบคำสั่งซื้อไปยังเกษตรกรหรือผู้รวบรวม

$$\text{ค่าติดต่อสื่อสาร} = \text{อัตราการเหมาจ่ายค่าติดต่อสื่อสารต่อตู้}$$

3. ค่าพิธีการศุลกากร (Customer Charge) แบ่งเป็นค่าธรรมเนียมผ่านศุลกากร การเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกก่อนขึ้นเครื่องบิน และค่าจ้างชิปปิ้ง ซึ่งทำหน้าที่ประสานงานต่างๆ เช่น จัดหาหัวลาก ดำเนินพิธีการศุลกากร และดำเนินการส่งออก

$$\text{ค่าพิธีการศุลกากร} = \text{อัตราเหมาจ่ายค่าพิธีการศุลกากรและเอกสาร}$$



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

4. ค่าคัดเกรด (Sorting Cost) คิดตามค่าคนงานหรือค่าจ้างรายวันที่จ่ายให้แก่คนงานในการซื้อผลไม้ในแต่ละเที่ยว

$$\begin{aligned} \text{ค่าคัดเกรด} &= (\text{จำนวนคนขนของลงจากรถ} \times \text{ค่าแรงขนของลงจากรถ}) \\ &+ (\text{จำนวนคนคัดเกรด} \times \text{ค่าแรงคัดเกรด}) \\ &+ (\text{จำนวนคนชุบน้ำยา} \times \text{ค่าแรงชุบน้ำยา}) \end{aligned}$$

5. ค่าตรวจสอบ (Quality Assurance Cost) ผลไม้จำเป็นต้องตรวจคุณภาพ เช่น ที่โรงบรรจุ หรือห้องแล็บของ สวพ.6-7 ต้นทุนประกอบด้วย ต้นทุนการตรวจสอบสารพิษตกค้าง การตรวจสอบศัตรูพืช รวมถึงต้นทุนการตรวจอ่อนแก่ในกรณีเป็นทุเรียน

$$\text{ค่าตรวจสอบ} = (\text{ค่าตรวจความอ่อนแก่} + \text{ค่าตรวจสอบสารพิษตกค้าง} + \text{ค่าตรวจสอบศัตรูพืช})$$

6. ค่าบรรจุ (Packing Cost) เช่น ค่าแรงงานในการทำความสะอาด การบรรจุ การยกขนเข้าตู้ ไม่รวมวัสดุที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์

$$\begin{aligned} \text{ค่าบรรจุ (ในฤดูกาล)} &= (\text{จำนวนกล่อง} \times \text{อัตราเหมาจ่ายบรรจุต่อกล่อง}) \\ &+ (\text{อัตราเหมาจ่ายเรียงเข้าตู้}) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ค่าบรรจุ (นอกฤดูกาล)} &= (\text{จำนวนคนบรรจุกล่อง} \times \text{ค่าแรงคนบรรจุกล่อง}) \\ &+ (\text{จำนวนคนยกขนกล่อง} \times \text{ค่าแรงคนยกขนกล่อง}) \end{aligned}$$

7. ค่าขนส่ง (Transportation Cost) เป็นต้นทุนที่เกิดทั้งขาเข้าและขาออก ได้แก่ ค่าน้ำมันรถ ค่าจ้างแรงงานในการขนส่ง ค่ารถหัวลากหรือรถกระบะ ค่าระวางเรือหรือเครื่องบิน การขนส่งแบ่งออกเป็น 3 ช่วงคือ จากสวนมาโรงบรรจุ จากโรงบรรจุไปสนามบิน และจากสนามบินไปจีน

$$\text{ค่าขนส่ง} = \text{ค่าขนส่งจากสวนมาที่โรงบรรจุ} + \text{ค่าขนส่งจากโรงบรรจุมาสนามบิน} + \text{ค่าขนส่งระหว่างประเทศ}$$

$$\begin{aligned} \text{ผลรวมต้นทุนโลจิสติกส์ (Y)} &= \text{ค่าเก็บเกี่ยว (C}_1\text{)} + \text{ค่าติดต่อสื่อสาร (C}_2\text{)} + \text{ค่าพิธีการศุลกากร (C}_3\text{)} + \\ &\text{ค่าคัดเกรด (C}_4\text{)} + \text{ค่าตรวจสอบ (C}_5\text{)} + \text{ค่าบรรจุ (C}_6\text{)} + \text{ค่าขนส่ง (C}_7\text{)} \end{aligned}$$

จากการคำนวณต้นทุนโลจิสติกส์จะไม่รวมต้นทุนค่าผลผลิตและต้นทุนค่าบรรจุภัณฑ์ การคำนวณต้นทุนรวมจึงจำเป็นต้องรวมต้นทุนค่าผลผลิตและต้นทุนบรรจุภัณฑ์เข้าไปด้วย

$$\text{ต้นทุนรวม} = \text{ต้นทุนโลจิสติกส์} + \text{ต้นทุนผลผลิต} + \text{ต้นทุนวัสดุบรรจุภัณฑ์}$$

จากการศึกษา ธเนศ (2549) ได้สรุปถึงภาพรวมของระบบโลจิสติกส์การส่งออกผลไม้จากไทยไปจีนได้ดังภาพที่

2.3



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



ภาพที่ 2.3 ภาพรวมของระบบโลจิสติกส์การส่งออกผลไม้จากไทยไปจีน

ที่มา: ธเนศ (2549)

การคิดต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์

ในการศึกษาความยืดหยุ่นของปัจจัยการขนส่งและโลจิสติกส์ของมะม่วงสำหรับการส่งออก การคำนวณต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ เริ่มคิดตั้งแต่ ต้นทุนการเกี่ยวเกี่ยวและการขนส่งโดยผู้ผลิต (ไม่คิดต้นทุนการผลิต) ไปยังกลุ่มเกษตรกรผู้รวบรวมผลผลิต ต้นทุนการขนส่งผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกรไปยังผู้ส่งออก และการขนส่งจากผู้ส่งออกไปยังสนามบิน รวมถึงต้นทุนกิจกรรมโลจิสติกส์ อื่นๆ ที่เกิดขึ้น โดยคิดต้นทุนตามกิจกรรมที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์จะแบ่งเป็นต้นทุนในส่วนของเกษตรกร และผู้ส่งออก

ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ในส่วนของเกษตรกร

ต้นทุนในส่วนของเกษตรกรประกอบด้วยต้นทุนการเกี่ยวเกี่ยวและขนส่งผลผลิตไปยังผู้รวบรวมหรือกลุ่มเกษตรกร รวมค่าการจัดการที่กลุ่มเกษตรกรคิดกับสมาชิก และการสูญเสียที่เกิดจากการเกี่ยวเกี่ยวและขนส่ง กำหนดให้เป็น C_1 (บาทต่อกิโลกรัม) ดังแสดงในสมการที่ (1)



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

$$C_1 = C_{hav} + C_{tg} + C_{op} + C_{lost} \quad (1)$$

โดยที่

- C_{hav} = ต้นทุนแรงงานต่อกิโลกรัม + ต้นทุนวัสดุที่ใช้สำหรับการเก็บเกี่ยว (บาทต่อกิโลกรัม)
- C_{tg} = ต้นทุนการขนส่งจากเกษตรกรไปยังกลุ่ม (บาทต่อกิโลกรัม)
- C_{op} = ต้นทุนที่กลุ่มเกษตรกรคิดค่าบริการกับสมาชิก (บาทต่อกิโลกรัม)
- C_{lost} = ต้นทุนเนื่องจากการสูญเสียจากการเก็บเกี่ยว และการขนส่ง (บาทต่อกิโลกรัม)

ต้นทุน C_1 เป็นต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ในส่วนของเกษตรกร มีหน่วยเป็นบาทต่อกิโลกรัม C_{hav} เป็นต้นทุนในส่วนของแรงงานและวัสดุในการเก็บเกี่ยว ประกอบด้วย Carbon หนึ่งสปีด ค่าแรง และ ภาษี ในส่วนต้นทุนการเก็บเกี่ยวนี้ปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุน คือ ลักษณะของแปลงปลูกมะม่วง และต้นมะม่วง หากระยะห่างระหว่างต้นมะม่วงในแปลงปลูกเหมาะสม (50x50 cm หรือ 60x60 cm) ก็จะทำให้การเก็บเกี่ยวทำได้ง่าย นอกจากนี้หากระดับของต้นมะม่วงต่ำพอที่คนงานสามารถใช้มือเด็ดหรือกรรไกรตัดได้ง่าย ก็จะทำให้เก็บได้รวดเร็วและมีการสูญเสียน้อย C_{tg} เป็นต้นทุนการขนส่งจากเกษตรกรไปยังกลุ่มเกษตรกร ประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคา ค่าน้ำมัน เชื้อเพลิง ค่าซ่อมบำรุง ค่าจ้างคนขับรถ ระยะทาง น้ำหนักบรรทุกต่อเที่ยว และความสูญเสียจากการขนส่ง C_{op} เป็นต้นทุนที่กลุ่มเกษตรกรคิดค่าบริการกับสมาชิกส่วนค่า C_{lost} สามารถคิดได้จากเปอร์เซ็นต์การสูญเสียคุณราคามะม่วงต่อกิโลกรัม โดยต้นทุนการสูญเสียจะประกอบไปด้วยข้อมูลจากสองแหล่ง คือ การสูญเสียจากการเก็บเกี่ยว และการขนส่งที่เก็บได้ที่กลุ่มเกษตรกรซึ่งทำการคัดแยกเพื่อส่งให้ผู้ส่งออกในเบื้องต้น และการสูญเสียเนื่องจากการขนส่งจากกลุ่มเกษตรกรไปยังผู้ส่งออกหรือโรงอบที่ผู้ส่งออกใช้

ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ในส่วนของผู้ส่งออก

ต้นทุนในส่วนของผู้ส่งออกประกอบด้วย ต้นทุนการขนส่งจากเกษตรกรไปยังบริษัท/โรงอบ และจากโรงอบไปยังสนามบิน ต้นทุนการอบ และวัสดุบรรจุภัณฑ์ รวมถึงต้นทุนการบริหารจัดการ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ระบุว่าผู้ส่งออกรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่ง โดยการขนส่งเป็นไปได้ 2 กรณี คือ ผู้ส่งออกนำรถของบริษัทไปรับและคัดแยกผลผลิตที่จุดรวบรวม หรือเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกรจ้างหรือขนส่งผลผลิตด้วยตัวเอง

นอกจากนี้ผู้ส่งออกยังมีต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ด้านอื่น ๆ ได้แก่ ค่าระวางเครื่องบิน ค่าดำเนินการด้านเอกสาร ค่าตรวจสอบ และต้นทุนอื่น ๆ เป็นต้น

ดังนั้น ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ในส่วนของผู้ส่งออก C_2 (บาทต่อกิโลกรัม) สามารถแสดงในสมการที่ (2)

$$C_2 = C_{t1} + C_{t2} + C_{t3} + C_{vht} + C_{adm} + C_{misc} \quad (2)$$

โดยที่

- C_{t1} = ต้นทุนการขนส่งจากเกษตรกร/กลุ่มเกษตรกร มายังผู้ส่งออก/โรงอบ (ในบางบริษัทจะมีการขนส่งจากบริษัทผู้ส่งออกไปยังโรงอบ) (บาทต่อกิโลกรัม)
- C_{t2} = ต้นทุนการขนส่งจากผู้ส่งออกไปยังสนามบิน (บาทต่อกิโลกรัม)
- C_{t3} = ค่าระวางเครื่องบินสำหรับการขนส่งทางอากาศ (บาทต่อกิโลกรัม)
- C_{vht} = ต้นทุนในการอบ รวมค่าวัสดุ แรงงาน และบรรจุภัณฑ์ (บาทต่อกิโลกรัม)
- C_{adm} = ต้นทุนการบริหารจัดการ (บาทต่อกิโลกรัม)



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

C_{misc} = ต้นทุนอื่น ๆ เช่น ค่าเอกสาร ค่าตรวจสอบ และอื่นๆ (บาทต่อกิโลกรัม)

2.7 การสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอาหารฮาลาล

วนิดา ศักดิ์ (2550) ได้วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย กรณีศึกษาอาหารทะเลแปรรูป ผลการศึกษาพบว่า 1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตและส่งออกอาหารทะเลแปรรูปรายสำคัญของโลก และอาหารทะเลแปรรูปเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร 2) ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปทุกผลิตภัณฑ์ในตลาดโลกและตลาดส่งออกสำคัญ สำหรับตลาดกลุ่มประเทศมุสลิม ไทยมีความได้เปรียบเฉพาะผลิตภัณฑ์ปลาทูน่าแปรรูปและปลาชาร์ดินแปรรูป 3) ในตลาดโลกและตลาดส่งออกสำคัญพบว่ามูลค่าการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการขยายตัวการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ยและผลจากการกระจายตลาด ตามลำดับ 4) อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย มีศักยภาพการแข่งขันในด้านของโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากรที่มีความชำนาญในการผลิต นอกจากนี้คุณภาพสินค้าและมาตรฐานการผลิตของไทยยังเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคต่างประเทศ สำหรับปัญหาที่ทำให้ศักยภาพการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยลดลงมากที่สุด คือ การขาดแคลนและการลดลงของคุณภาพวัตถุดิบ ทำให้มีการนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนจากต่างประเทศและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น รวมทั้งการไม่มีบทบาทในเวทีการค้าโลกทำให้ประเทศไทยไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรฐานสินค้าต่างๆ

ไพรัช วัชรพันธุ์ และคณะ (2551) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาทางการตลาดของอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกของประเทศไทย ภายใต้แผนงานวิจัยบูรณาการปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ปัญหาการตลาดอาหารฮาลาลภายในประเทศไทย ยังมีปัญหาด้านมาตรฐานอาหารบ้างในระดับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก และมีมากในระดับวิสาหกิจชุมชน ที่ถูกตรวจสอบพบว่า อาหารมีหมูผสมหรือเป็นอันตรายต่อร่างกาย และได้ถูกส่งกลับคืนจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามผู้ผลิตในประเทศไทยมีการจัดการอาหารฮาลาลผิดพลาดน้อยกว่าประเทศอื่นๆ ในเอเชีย เช่น จีน อินเดีย และเวียดนาม เนื่องจากปัจจุบันอาหารฮาลาล เป็นที่ต้องการของตลาดโลกมุสลิม แนวโน้มตลาดอาหารฮาลาลที่น่าสนใจ ได้แก่ ประเทศตะวันออกกลางและเอเชีย เช่น ตุบิ ตุรกี ซีเรีย สหรัฐฯ ยุโรป และจีน เป็นต้น

ในระยะสั้น แนวทางแก้ไขปัญหาลาดอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกในประเทศไทย คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฮาลาลของวิสาหกิจชุมชน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้มาตรฐานสากลโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องทำงานร่วมกันมากขึ้น ไม่ใช่ต่างคนต่างทำ และการรับรองตราฮาลาลที่ได้มาตรฐาน ตลอดจนการจัดการระบบการกระจายสินค้า หรือช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่จากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร ในระยะยาวแนวทางแก้ไขปัญหาคือ 1) ต้องทำนาร้างให้เป็นนาข้าว 2) ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมการประมงชายฝั่ง และ 3) การผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการขั้นพื้นฐาน วิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม และความต้องการของตลาดโลกมุสลิม



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

พิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2548) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลตามทฤษฎีพฤติกรรมที่มีการวางแผน ผลการวิเคราะห์แยกตามกลุ่มตัวแปรอิสระได้ 4 กลุ่ม ได้ดังนี้ 1) ชาวไทยมุสลิมที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ของครัวเรือนต่างกัน มีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลในระดับที่แตกต่างกัน 2) ชาวไทยมุสลิมที่อาศัยอยู่ในสภาพภูมิศาสตร์ต่างกัน มีความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลในระดับที่ไม่แตกต่างกัน 3) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความเชื่อ ปัจจัยด้านการรับรู้ และปัจจัยด้านพฤติกรรมในอดีต 4) ตัวแปรที่สามารถทำนายความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของชาวไทยมุสลิมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ การเป็นแม่บ้านที่มีงานทำ และรายได้ของครัวเรือน) ปัจจัยด้านความเชื่อ (ทัศนคติต่อการซื้อ ความเชื่อถือต่อผู้ประกอบการ และความเชื่อถือต่อสถาบันรับรองฮาลาล ปัจจัยด้านการรับรู้ (การรับรู้ปัสถานทางสังคม และการรับรู้การควบคุมการซื้อ) และปัจจัยด้านพฤติกรรมในอดีต (ประสบการณ์การซื้อและความถี่ในการซื้อ) ข้อเสนอแนะจากการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการอาหารที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลของไทย ควรมุ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมายกลุ่มแม่บ้านที่มีงานทำ อายุน้อย และมีรายได้ของครัวเรือนระดับสูง ด้วยการออกแบบกลยุทธ์การตลาดภายใต้การพิจารณาปัจจัยด้านความเชื่อถือ พฤติกรรมการซื้อในอดีต ทัศนคติต่อการซื้อ และอายุของผู้ซื้อเป็นสำคัญ

2.7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการโซ่คุณค่า

บุญทรัพย์ จันทร์กลับ (2550) ศึกษาและวิเคราะห์โซ่คุณค่าของข้าวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นการวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) การวิเคราะห์ต้นทุนการถือครองสต็อกข้าวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง (Inventory Carrying Cost Analysis) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ภายในโซ่คุณค่า (Value Chain Relationship Analysis) และการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและแนวทางการปรับปรุงและยกระดับโซ่คุณค่าของข้าวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนหลักของโซ่คุณค่าของข้าว คือ ต้นทุนค่าข้าวที่นำมาเป็นวัตถุดิบหลัก ต้นทุนรองลงมา คือ ต้นทุนค่าขนส่งข้าวซึ่งมีการปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะตลาด โดยผู้รวบรวมเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีสัดส่วนกำไรน้อยที่สุด ตามมาด้วยโรงสี ขาวนา ผู้ค้าส่งและค้าปลีก ตามลำดับ และโซ่คุณค่าที่ผ่านโรงสีขนาดเล็กและชุมชนมีสัดส่วนของกำไรที่สูงกว่าโซ่คุณค่าที่ผ่านโรงสีขนาดใหญ่และขนาดกลางมาก ในส่วนของการถือครอง สต็อกข้าวพบว่า จะมีเพียงโรงสีและผู้ค้าที่จะถือครองสต็อกข้าว โดยถือครองในปริมาณที่สูง อันส่งผลต่อการแบกรับภาระต้นทุนที่สูงมากตามมา ด้านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า โรงสีเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญและอำนาจที่สุดในโซ่คุณค่าของข้าวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง จากการวิเคราะห์สามารถรวบรวมปัญหาได้ 4 ประการหลัก คือ 1) ภาวะการณ์ขาดทุนของขาวนาในพื้นที่น่านอกเขตชลประทาน 2) ภาคการผลิตในพื้นที่ ยังคงมีสัดส่วนของกำไรและได้รับการประเมินประสิทธิภาพที่ต่ำ 3) การมีต้นทุนการถือครองสต็อกข้าวที่สูงในโซ่คุณค่าของพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง และ 4) การขาดความเข้าใจที่ตรงกันเกี่ยวกับประสิทธิภาพและคุณภาพภายในโซ่คุณค่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโซ่คุณค่าของข้าวในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังควรได้รับการปรับปรุงและยกระดับอย่างจริงจังเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ภานุ อินทิน (2548) ได้ศึกษาเรื่องห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมสุราพื้นบ้าน พบว่า ในกระบวนการผลิตยังประสบปัญหาด้านการขนส่งวัตถุดิบในการผลิต เพราะว่าเป็นวัตถุดิบที่เสี้ง่าย ยังต้องมีกระบวนการที่เก็บรักษาที่ดียิ่งขึ้น ส่วนในด้านการผลิตผู้ผลิตแต่ละรายจะมีเทคนิคการผลิตเป็นของตนเองและมีการพัฒนาคุณภาพของสุราพื้นบ้านอย่างต่อเนื่องแต่ก็ยังมีปัญหาในเรื่องการจัดเตรียมวัตถุดิบและการจัดการแผนการผลิต รวมถึงด้านเครื่องจักร อุปกรณ์ในการผลิตและการบำรุงรักษาในเชิงป้องกัน ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสูงหากมีการชำรุดหรือเสียหายของเครื่องจักรและอุปกรณ์ ในด้านของการตรวจสอบคุณภาพยังคงไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร เพราะขาดเครื่องมือที่ทันสมัยในการตรวจสอบ นอกจากนี้ยังพบว่า ต้องมีการพัฒนาในเรื่องของตราสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมในเรื่องของการตลาด และควรมีกิจกรรมสนับสนุนด้าน Firm Infrastructure เป็นกิจกรรมบริหารงานโดยทั่วไปขององค์กร เช่น การวางแผน การบัญชี และการเงิน รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้านกฎหมาย หรือระเบียบทางราชการ เป็นต้น

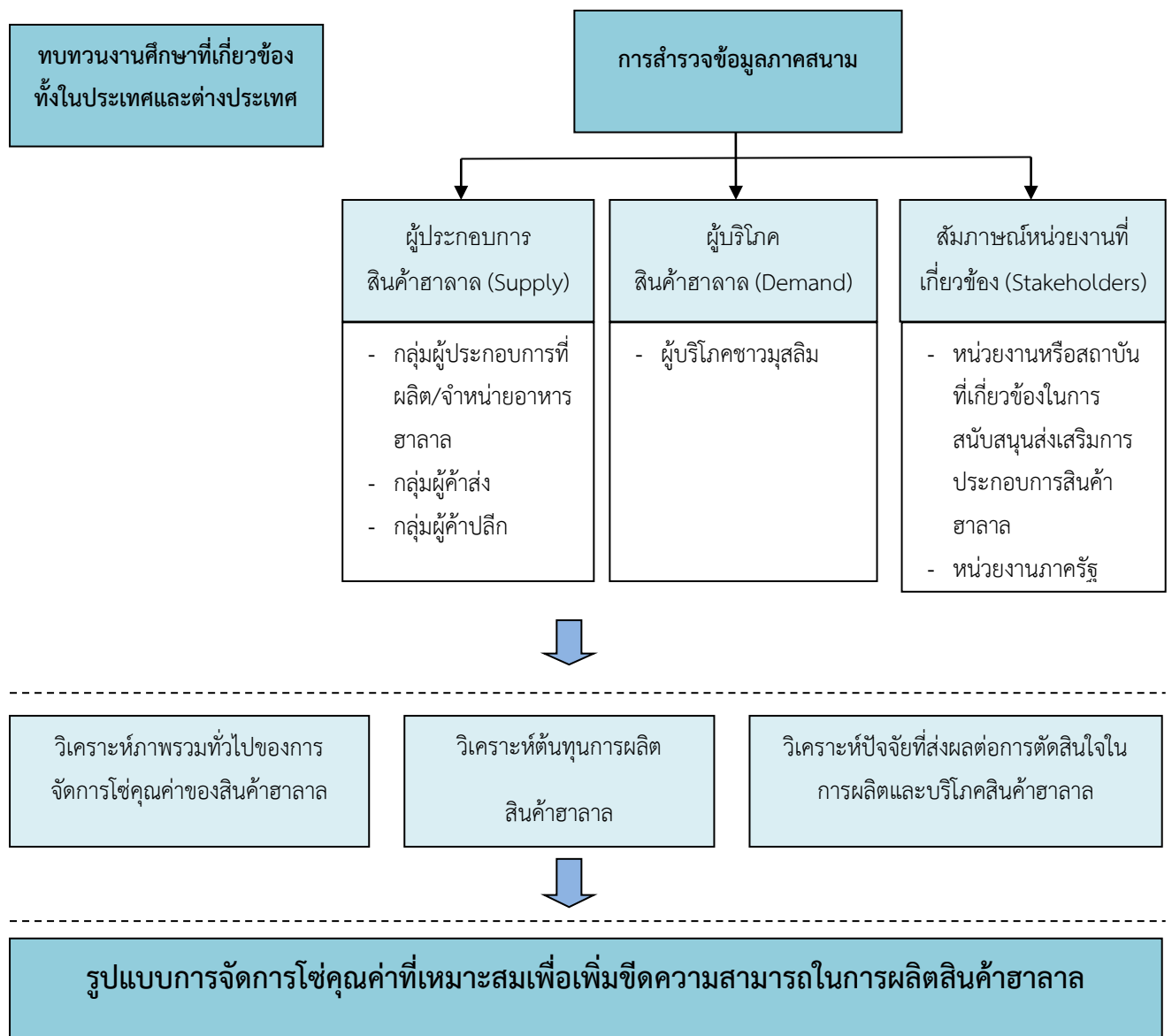


บทที่ 3

กรอบการศึกษา

3.1 กำหนดกรอบการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตให้กับผู้ประกอบการอาหารฮาลาล อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบการศึกษาและการสำรวจ อันจะนำไปสู่การหาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของอาหารต่อไป ดังแสดงในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบการศึกษา



3.2 ขั้นตอนการศึกษา

3.2.1 ทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ของการผลิตสินค้าฮาลาล คณะผู้วิจัย จึงได้ทำการทบทวนงานศึกษาต่างๆ ทั้งอยู่ในรูปของบทความ งานวิจัย ข่าวสาร และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งจากในและต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน อันจะนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยประเด็นที่ได้มีการทบทวนผลงานศึกษาแล้ว สรุปได้ดังนี้

- **ความสำคัญและความหมายของอาหารฮาลาล**

วัตถุประสงค์ของการทบทวนเรื่องความสำคัญและความหมายของอาหารฮาลาล เพื่อให้ผู้วิจัยได้เข้าใจและเข้าถึง ถึงความสำคัญของฮาลาลอย่างถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามและหลักโภชนาการ และให้เห็นถึงข้อแตกต่างระหว่างการประกอบการอาหารฮาลาลและอาหารทั่วไป จึงจะทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบการศึกษาเพื่อให้ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้ได้จริงและเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการอย่างแท้จริง

- **สถานการณ์อาหารฮาลาลในประเทศไทย**

การศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของอาหารฮาลาล จะทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น อันส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการอาหารฮาลาลในไทยยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น อีกทั้งเป็นการทำความเข้าใจถึงสาเหตุที่การผลิตอาหารฮาลาลในประเทศไทยยังไม่เป็นที่น่าเชื่อถือและสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ซึ่งผลที่ได้จากการทบทวนในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจะได้หาแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าวต่อไป

- **กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ เกี่ยวกับอาหารฮาลาล**

การทบทวนกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาล ทำให้ทราบว่าอาหารฮาลาลจะต้องมีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุดตลอด “สายโซ่การผลิต” ต้อง “ฮาลาล” คือถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามปราศจากสิ่ง “ฮารอม” คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิ วัตถุดิบส่วนประกอบสารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ตอยยิบ) ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารในระบบ GMP และระบบการบริหารคุณภาพจึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาลจะแตกต่างกันในหลักการสำคัญคือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยมีจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลามทราบถึงขั้นตอนในการ

นอกจากการทบทวนกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลการประกอบการอาหารฮาลาลแล้ว คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนในส่วนของการเปรียบเทียบขั้นตอนการของอนุญาตเครื่องหมายฮาลาล ทั้งของไทยและของต่างประเทศเพื่อเป็นการเปรียบเทียบเพื่อหาจุดอ่อนของขั้นตอนการขออนุญาตในประเทศไทย เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ที่ส่งผลให้ไทยยังขาดความน่าเชื่อถือไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

● **การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลในปัจจุบัน**

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วยธุรกิจ เป็นแนวคิดที่ Michael E. Porter ได้เสนอไว้ในปี ค.ศ. 1985 ในหนังสือเรื่อง Competitive Advantage โดยได้ให้ความเห็นว่าความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร โดยที่กิจกรรมเหล่านั้นสามารถช่วยลดต้นทุนซึ่งส่งผลให้องค์กร สามารถใช้กลยุทธ์เป็นผู้นำด้านราคาหรือช่วยในการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ ทำให้สามารถใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง โดยศึกษาวิเคราะห์ถึงกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งความสำคัญระหว่างกิจกรรมเหล่านี้ เพื่อศึกษาความได้เปรียบของการแข่งขันของแต่ละองค์กร

จากการทบทวนผลงานการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าที่ผ่านมาได้มีการประยุกต์การวิเคราะห์หลายแนวทาง ขึ้นอยู่กับเป้าหมายในการวิเคราะห์ โดยมากจะอ้างอิงถึงแนวทางการวิเคราะห์ที่นำเสนอโดย Kaplinsky & Morris (2000) ซึ่งจัดทำเป็นคู่มือการศึกษาวิจัยห่วงโซ่คุณค่า (A Handbook for Value Chain Research) โดยทั่วไปขั้นตอนการวิเคราะห์ประกอบด้วย

1. การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพทั่วไปและองค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่าที่ทำการวิเคราะห์
2. การสร้างแผนภาพห่วงโซ่คุณค่า (Mapping the value chain)
3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ CFS (Critical Success Factor)
4. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน
5. การวิเคราะห์อำนาจการควบคุมในห่วงโซ่คุณค่า
6. การยกระดับสินค้าและกระบวนการในห่วงโซ่คุณค่า

ซึ่งแนวทางดังกล่าว คณะผู้วิจัยจะได้ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลต่อไป

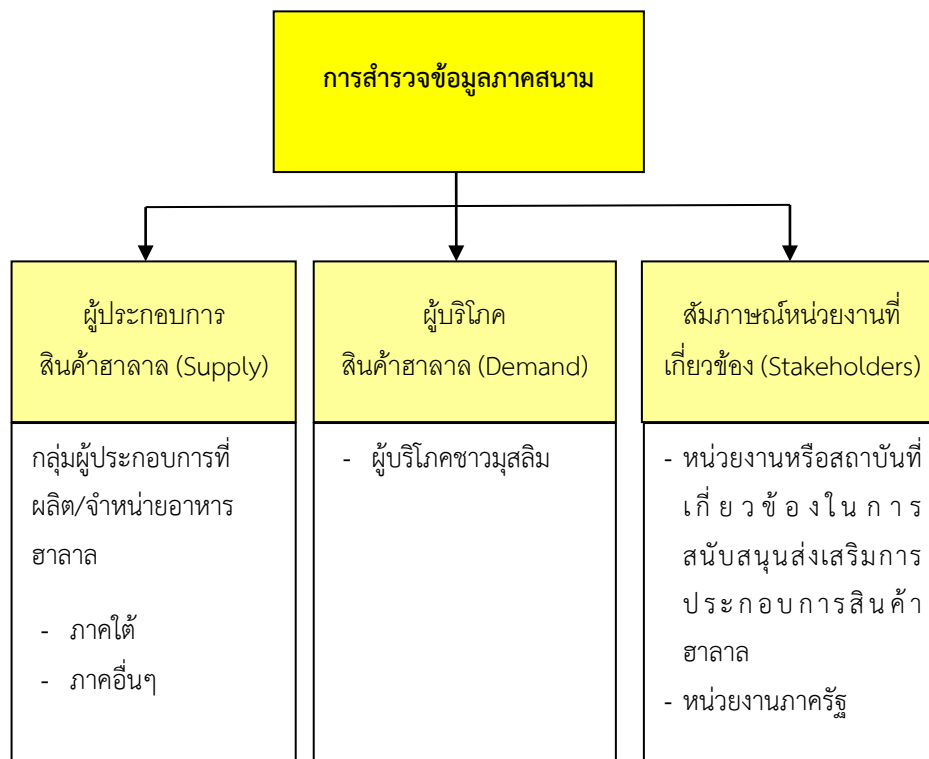
● **แนวคิดในการวิเคราะห์ต้นทุน**

การศึกษาต้นทุน เพื่อให้ทราบว่าต้นทุนในการดำเนินการปัจจุบันของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลในปัจจุบันเป็นอย่างไร ต้นทุนในกิจกรรมใดมีสัดส่วนที่สูง อันจะนำไปสู่แนวทางในการลดต้นทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการต่อไป ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งแยกต้นทุนในแต่ละกิจกรรมออกเป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost)

3.2.2 กำหนดกรอบการสำรวจข้อมูลภาคสนาม

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานอาหารฮาลาล คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบของการศึกษาข้อมูลได้ดังแสดงในภาพที่ 3.2





ภาพที่ 3.2 กรอบการสำรวจข้อมูลภาคสนาม

ก. การสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

ในการศึกษารั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการอาหารฮาลาลขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างน้อย ทั้งในเรื่องของการควบคุมคุณภาพ ต้นทุน รวมทั้งอุปสรรคต่างๆ ในการขออนุญาตตราฮาลาล ซึ่งเป็นผู้ประกอบการกลุ่มใหญ่ ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่มีขีดความสามารถทั้งในเรื่องของคุณภาพและต้นทุนอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาเป็นตัวแทนในการศึกษารั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- ผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคใต้
- ผู้ประกอบการในภาคอื่นๆ

ข. การสำรวจผู้บริโภคอาหารฮาลาล

นอกจากการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในมุมมองของผู้ผลิต (Supply) แล้ว ในการหาแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตอาหารฮาลาล คณะผู้วิจัย ได้กำหนดกรอบในการวิเคราะห์ในมุมมองของผู้บริโภคอาหารฮาลาล โดยการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยในการพิจารณาเลือกบริโภคอาหารฮาลาล อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตอาหารในการปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลต่อไป



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ค. การสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากการสำรวจข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ผลิตและผู้บริโภคอาหารฮาลาลแล้ว คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนผู้ประกอบการอาหารฮาลาล รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลจากเวทีสัมมนาต่างๆ เช่น

- ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานปัตตานี
- ศูนย์วิทยาศาสตร์อาหารฮาลาล ภาควิชาวิทยาศาสตร์การอาหารและโภชนาการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
- คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดชลบุรี
- สัมมนาผู้ประกอบการฮาลาลจังหวัดชลบุรี ปี พ.ศ. 2556



บทที่ 4

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล

ในบทนี้จะได้กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าอาหารฮาลาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงทัศนคติรวมทั้งความต้องการของผู้บริโภคอาหารฮาลาล ซึ่งผลการวิเคราะห์จะช่วยให้ผู้ประกอบการใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งเป็นการวิเคราะห์ผู้บริโภคในประเทศ ซึ่งได้จากเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และทัศนคติของผู้บริโภคในต่างประเทศจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิงานศึกษาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ผู้บริโภคอาหารฮาลาลในประเทศ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลในประเทศในครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตตัวแปรที่ทำการวิจัยมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค ลำเนา สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาล

3) พฤติกรรมความถี่ในการบริโภคอาหารฮาลาล โดยแบ่งอาหารออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพและรักษาโรค กลุ่มไก่และผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่หรือสัตว์ปีกแปรรูป กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเนื้อแปรรูป กลุ่มอาหารทะเลและผลิตภัณฑ์จากทะเลแปรรูป กลุ่มอาหารประเภทผักและผลไม้แปรรูป กลุ่มผลิตภัณฑ์จากน้ำนมวัว น้ำนมสัตว์แปรรูป กลุ่มเครื่องปรุงอาหาร กลุ่มเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว และกลุ่มขนมที่สำเร็จรูป

4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล ทั้งระดับความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าว และความพึงพอใจที่ได้รับจากอาหารฮาลาล ศึกษาในประเด็นดังนี้ ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง ต้องมีเครื่องหมาย Hal-Q รับรอง ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกรแต่ไม่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว เป็นอาหารที่สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกรก็เพียงพอแล้วไม่ได้พิจารณาปัจจัยอื่น แหล่งผลิต/สถานที่ผลิตสินค้า สามารถตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตสินค้า ผู้ผลิตต้องนับถือศาสนาอิสลาม ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า ถูกหลักโภชนาการอาหาร ราคาสินค้า รสชาติอาหาร สีสนอาหารดึงดูดใจ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ และการจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า

4.1.1 สมมติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีเพศต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีช่วงอายุต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีช่วงอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน

4.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ก. ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคอาหารที่มีตราเครื่องหมายฮาลาลบนฉลากสินค้าในประเทศไทย

ข. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample)

คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไมทราบจำนวนประชากร (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548: 46 - 48) โดยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 45% จากประชากรทั้งหมด ด้วยความเชื่อมั่น 95% และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มร้อยละ 5 ดังต่อไปนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)(Z^2)}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = เปอร์เซ็นต์ที่ต้องการสุ่มจากประชากรทั้งหมด (กำหนดให้ 45%)

Z = ระดับความเชื่อมั่น (กำหนดให้ 95% $Z=1.96$)

e = เปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง (กำหนดให้ 5%)

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{(0.45)(1-0.45)(1.96^2)}{0.05^2}$$

$$n = 380.32$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 381 คน

ค. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่จะให้ข้อมูลได้ต้องมีความรู้ในเรื่องตราเครื่องหมายฮาลาลในขั้นต้น และเคยรับประทานอาหารที่มีเครื่องหมายฮาลาลมาแล้ว



4.1.3 เครื่องมือวิจัย

ก. ชนิดของเครื่องมือ

ชนิดของเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ (Interview schedules) ประกอบด้วยประเด็นคำถามต่างๆ ที่ จะช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลได้ละเอียดครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ ประกอบด้วยคำถาม 2 ลักษณะ คือ

1) คำถามที่ได้กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบในแบบสัมภาษณ์ หรือ คำถามแบบปลายปิด (close-ended question)

2) คำถามประเภทที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ หรือคำถามแบบ ปลายเปิด (open-ended question) ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ เนื่องจากการสัมภาษณ์ สามารถรวบรวมข้อมูลได้จากบุคคลหลายประเภท ทุกวัย แม้แต่คนไม่รู้หนังสือ อีกทั้งสามารถรู้ข้อเท็จจริงบางอย่าง เพิ่มเติมโดยการสังเกต และนอกจากนั้นยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะได้อย่างเต็มที่ (นำชัย ทนุผล, 2529)

ลักษณะคำถามในส่วนที่ 4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (Likert) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์: 2536) โดยแบ่งคำตอบให้เลือกเป็น 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยสุด

ข. การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือทำการออกแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้เป็นไปตามกรอบแนวความคิดและขอบเขตที่กำหนดไว้ การศึกษาเพื่อให้ครอบคลุมและมีความสมบูรณ์ในเนื้อหาตามที่ต้องการ และมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่มีความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนด เนื้อหาของแบบสัมภาษณ์

2) ขั้นตอนการกำหนดคำถาม โดยนำวัตถุประสงค์ ขอบเขตและกรอบแนวความคิดมากำหนดเป็น คำถามหลัก จากนั้นหาแบบคำถามย่อยและใช้รูปแบบของคำถาม และโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์เพื่อให้เหมาะสม กับผู้ตอบ

3) ขั้นตอนทดสอบเครื่องมือก่อนใช้ เพื่อให้ตรงกับเนื้อหาของการศึกษาโดย

(1) ผู้ศึกษาทดสอบ ตรวจสอบความสมบูรณ์ด้วยตนเองในขั้นต้น

(2) นำแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ของแบบสัมภาษณ์ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ของ เนื้อหาและโครงสร้าง และตรวจสอบในความสมบูรณ์ความเป็นปรนัยของคำถาม และความสมบูรณ์ของเนื้อหาใน แบบสัมภาษณ์

(3) จัดรูปแบบคำถามและแบบสัมภาษณ์ ให้เหมาะสม และดำเนินการจัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

(4) ทำการทดสอบก่อนนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้จริง โดยนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อให้มีความตรงของเนื้อหา (content validity) ความครอบคลุมของเนื้อหา ความเข้าใจภาษา ความยากง่ายของเนื้อหา ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆจากผู้ให้สัมภาษณ์ จนทำให้แบบสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์เหมาะสมและน่าเชื่อถือได้ โดยมีความเที่ยง (reliability) และความเข้าใจง่าย (simplicity) ของคำถาม และคำตอบในแบบสัมภาษณ์ แล้วจึงนำมาเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจริงโดยการใช้สูตรคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) Cronbach (1970 อ้างถึงใน สำเร็จ จันทรสวรรณ และ สวรรณ บัวทวน, 2544) คำนวณโดยใช้สูตร

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2} \right)$$

เมื่อ	α	=	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	k	=	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum s_i^2$	=	ผลรวมความแปรปรวนของแต่ละข้อ
	s^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลการทดสอบความเที่ยงของแบบสัมภาษณ์พบว่า สัมประสิทธิ์แอลฟา (α) มีค่าเท่ากับ 0.937

(5) นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการปรับปรุง แก้ไขแล้ว จัดพิมพ์ฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

ค. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสัมภาษณ์ แบบพบกันโดยตรงระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์พร้อมการสังเกต โดยเก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2555 – มกราคม พ.ศ. 2556

4.1.4 แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการทางสถิติด้วยเครื่องมือคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมาย ซึ่งสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าสถิติความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) เฉลี่ย (mean) ค่าต่ำสุด (minimum) และค่าสูงสุด (maximum)
- ส่วนที่ 2 ทศนคติเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาล ใช้ค่าสถิติความถี่ และค่าร้อยละ
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมความถี่ในการบริโภคอาหารฮาลาล ใช้ค่าสถิติความถี่ และค่าร้อยละ
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล ใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard Deviation)



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ทั้งนี้ในแต่ละส่วนจะทำการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลกับความแตกต่างทางลักษณะพื้นฐานบางประการของผู้บริโภค ใช้สถิติค่า ไคสแควร์ และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ขึ้นไปเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธี Scheff'e test

เกณฑ์ที่ใช้ในการแปลผลของค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ในแบบสัมภาษณ์ กำหนด 5 ระดับ ดังนี้ (อารี วิบูลย์พงศ์ และคณะ, 2552)

- 4.50 – 5.00 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด
- 3.50 – 4.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก
- 2.50 – 3.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง
- 1.50 – 2.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อย
- 1.00 – 1.49 หมายถึง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยสุด

วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ มีดังนี้

1) สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ

(1) หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสัมภาษณ์ โดยใช้สูตรดัชนีความสอดคล้อง (IOC) (สุวิมล ติรกานันท์, 2546)

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

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

(2) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach Alpha Coefficient) (ยุทธ ไภยวรรณ, 2545 : 174)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
 K แทน จำนวนข้อของแบบสัมภาษณ์
 $\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ
 S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

2) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

(1) ค่าความถี่

(2) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 104)

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละ
	F	แทน	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
	N	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

(3) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 105)

$$\bar{x} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม
	N	แทน	จำนวนคะแนนในกลุ่ม

(4) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 106)

$$S = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N - 1}}$$

หรือได้จากสูตร

$$S = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N - 1)}}$$

เมื่อ	S	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทน	คะแนนแต่ละตัว
	\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	N	แทน	จำนวนคะแนนในกลุ่ม
	\sum	แทน	ผลรวม

4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยและอภิปรายผลครั้งนี้ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในแบบสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบินอาหารฮาลาล ซึ่งผลการศึกษานำเสนอโดยใช้กราฟประกอบคำบรรยาย มีรายละเอียดดังนี้



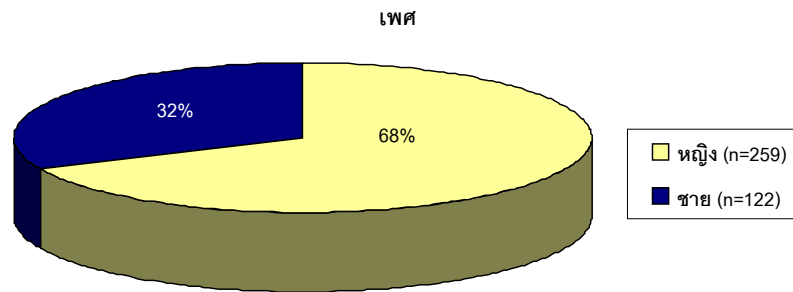
โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

4.1.5.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

1) เพศ

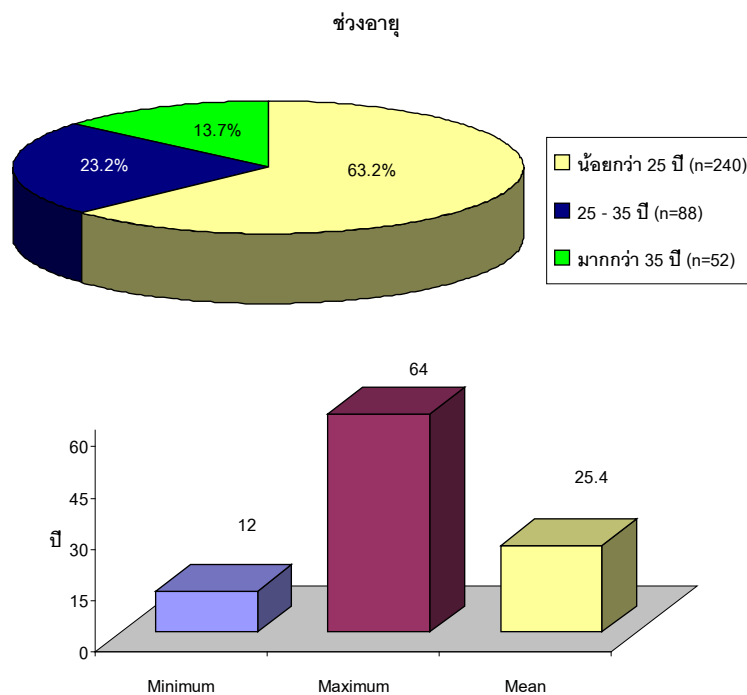
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารฮาลาลในครั้งนี้ ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงร้อยละ 67.98 และส่วนที่เหลือร้อยละ 32.02 เป็นชาย ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 เพศของผู้บริโภคอาหารฮาลาล

2) อายุ

ผลการวิเคราะห์ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 63.2 มีอายุน้อยกว่า 25 ปี รองลงมาร้อยละ 23.2 มีอายุ 25-35 ปี และร้อยละ 13.7 มีอายุมากกว่า 35 ปี โดยผู้บริโภคมีอายุต่ำสุด 12 ปี สูงสุด 64 ปี และเฉลี่ย 25.4 ปี ดังภาพที่ 4.2



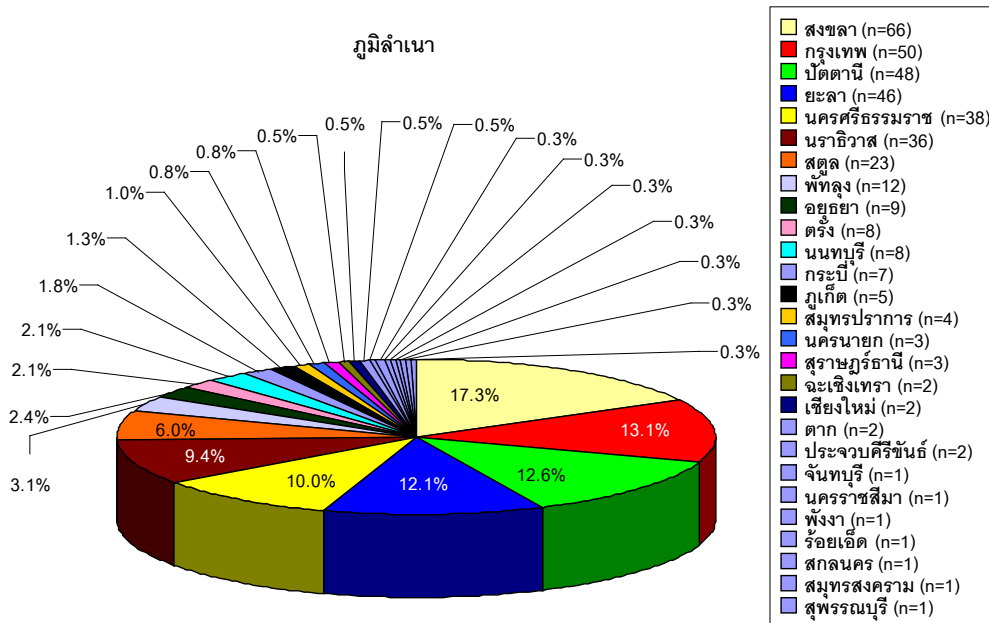
ภาพที่ 4.2 อายุของผู้บริโภค



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

3) ภูมิภาค

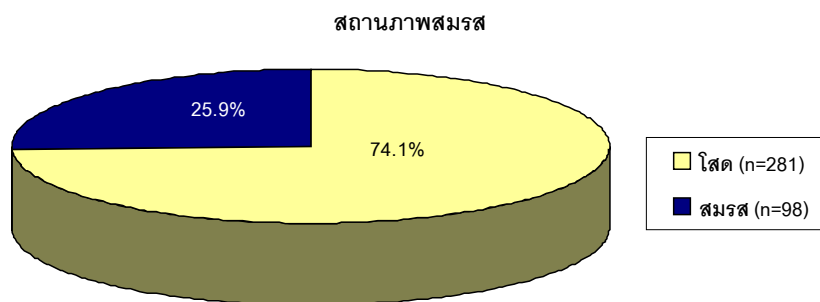
การวิเคราะห์ภูมิภาคของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 17.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสงขลา ร้อยละ 13.1 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 12.6 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดปัตตานี ร้อยละ 12.1 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดยะลา ร้อยละ 10.0 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ร้อยละ 9.4 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนราธิวาส ร้อยละ 6.0 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสตูล ร้อยละ 3.1 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดพัทลุง ร้อยละ 2.4 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอุษายา ร้อยละ 2.1 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดตรังและนนทบุรี ร้อยละ 1.8 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกระบี่ ร้อยละ 1.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภูเก็ต ร้อยละ 1.0 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ร้อยละ 0.8 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครนายกและสุราษฎร์ธานี ร้อยละ 0.5 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา เชียงใหม่ ตาก และประจวบคีรีขันธ์ ร้อยละ 0.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดจันทบุรี นครราชสีมา พังงา ร้อยเอ็ด สกลนคร สมุทรสงคราม และสุพรรณบุรี ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 ภูมิลำเนาของผู้บริโภค

4) สถานภาพ

การวิเคราะห์สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 74.1 มีสถานภาพโสดและส่วนที่เหลือร้อยละ 25.9 สมรสแล้ว ดังภาพที่ 4.4

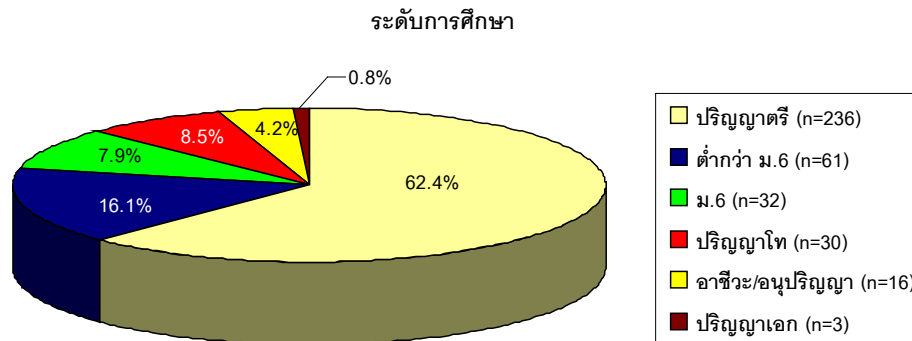


ภาพที่ 4.4 สถานภาพของผู้บริโภค



5) ระดับการศึกษา

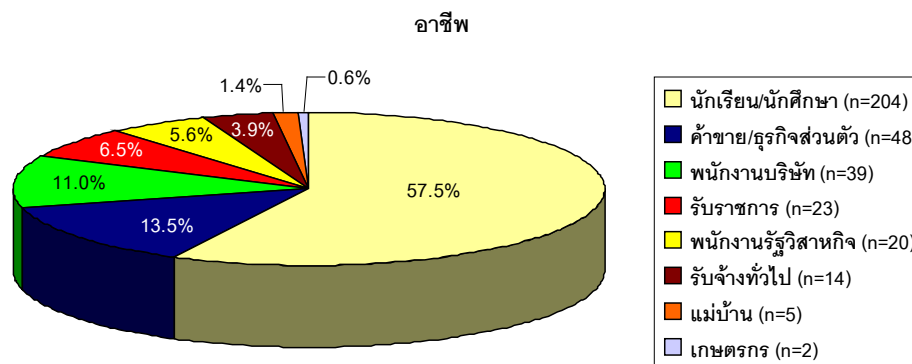
การวิเคราะห์ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 62.4 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 16.1 จบการศึกษาต่ำกว่า ม.6 ร้อยละ 8.5 จบการศึกษาระดับ ม.6 ร้อยละ 7.9 มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 4.2 มีการศึกษาระดับอาชีวะ/อนุปริญญา และร้อยละ 0.8 มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

6) อาชีพของผู้บริโภค

การวิเคราะห์อาชีพของผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 57.5 เป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา ร้อยละ 13.5 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 11.0 พนักงานบริษัท ร้อยละ 6.5 รับราชการ ร้อยละ 5.6 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.9 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 1.4 แม่บ้าน และร้อยละ 0.6 เกษตรกร ดังภาพที่ 4.6



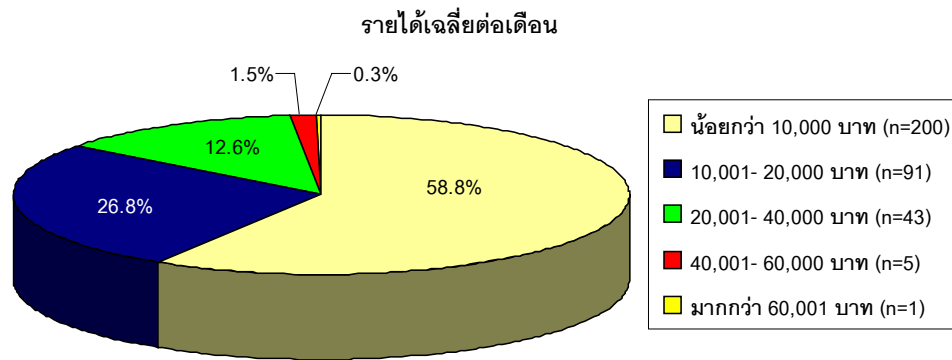
ภาพที่ 4.6 อาชีพของผู้บริโภค

7) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 58.8 มีรายได้รวมน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.8 มีรายได้รวม 10,001- 20,000 บาท ร้อยละ 12.6 มีรายได้รวม 20,001- 40,000 บาท ร้อยละ 1.5 มีรายได้รวม 40,001- 60,000 บาท และร้อยละ 0.3 มีรายได้รวม มากกว่า 60,000 บาท ดังภาพที่ 4.7



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



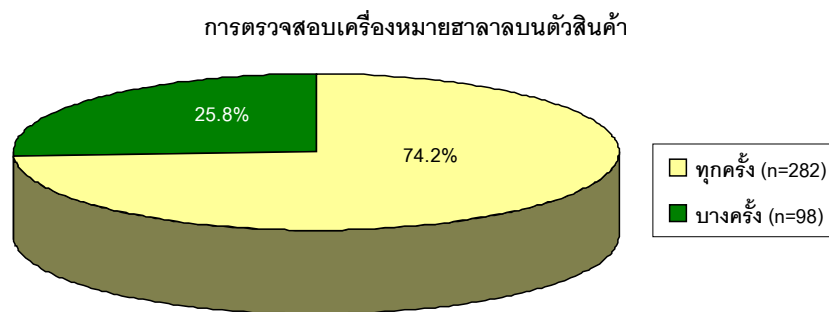
ภาพที่ 4.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

4.1.5.2 ทศนคติเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาลของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ผลการสำรวจส่วนที่ 2 ของแบบสอบถาม จะเป็นผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับเครื่องหมายฮาลาล ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้า

ผลการวิเคราะห์ความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้านั้นก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 74.2 มีการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้านั้นก่อนซื้อทุกครั้ง และ ร้อยละ 25.8 มีการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้านั้นก่อนซื้อบางครั้ง ดังภาพที่ 4.8 ซึ่งให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้าเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 4.8 ความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้า

เมื่อพิจารณาความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้า แยกตามความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและข้อมูลทั่วไปบางประการ คือ เพศ ระดับการศึกษา และช่วงอายุของผู้บริโภคปรากฏตามตารางที่ 4.1 – 4.3

เมื่อพิจารณาความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลแยกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.1



ตารางที่ 4.1 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้ากับสถานภาพด้านเพศ

ความถี่ในการตรวจสอบ เครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้า		เพศ		Pearson Chi-Square
		ชาย	หญิง	
ทุกครั้ง	Count	90	192	P = 0.893
	% within เพศ	73.8%	74.4%	
บางครั้ง	Count	32	66	
	% within เพศ	26.2%	25.6%	
Total	Count	122	258	
	% within เพศ	100.0%	100.0%	

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่จะต้องทำการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลก่อนทุกครั้งที่มีการซื้อสินค้า โดยที่ความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้าไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลแยกตามระดับการศึกษา ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้ากับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ความถี่ในการตรวจสอบ เครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้า		ระดับการศึกษา						Pearson Chi-Square
		ต่ำกว่า ม.6	ม.6	อาชีวะ/ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	ปริญญา เอก	
ทุกครั้ง	Count	43	30	10	172	24	1	P = 0.046*
	% within การศึกษา	70.5%	93.8%	62.5%	73.2%	80.0%	33.3%	
บางครั้ง	Count	18	2	6	63	6	2	
	% within การศึกษา	29.5%	6.3%	37.5%	26.8%	20.0%	66.7%	
Total	Count	61	32	16	235	30	3	
	% within การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ทำการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลทุกครั้งก่อนซื้อสินค้า



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

เมื่อพิจารณาความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลแยกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้ากับสถานภาพด้านอายุ

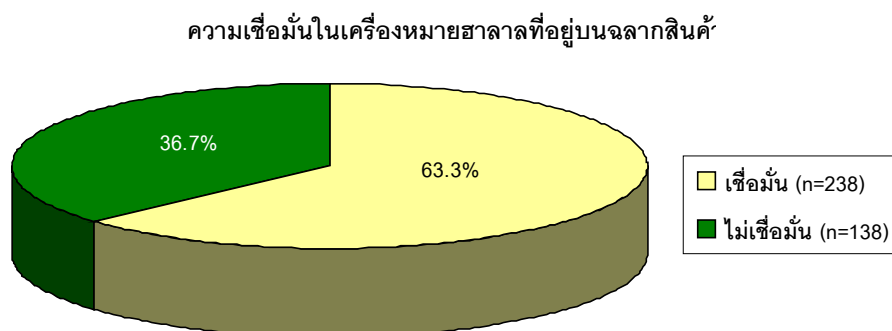
ความถี่ในการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้า		ช่วงอายุ			Pearson Chi-Square
		น้อยกว่า 25 ปี	25 - 35 ปี	มากกว่า 35 ปี	
ทุกครั้ง	Count	174	61	47	P = 0.016*
	% within ช่วงอายุ	72.5%	70.1%	90.4%	
บางครั้ง	Count	66	26	5	
	% within ช่วงอายุ	27.5%	29.9%	9.6%	
Total	Count	240	87	52	
	% within ช่วงอายุ	100.0%	100.0%	100.0%	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ จะทำการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนตัวสินค้าทุกครั้งก่อนที่จะทำการซื้อสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 35 ปี ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างไปทางรุ่นเก่าที่มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามหลักศาสนามากกว่าคนรุ่นใหม่ ที่มีความยืดหยุ่นในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

2) ความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้า

ผลการวิเคราะห์ในประเด็นความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้า พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 63.3 มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้า และร้อยละ 36.7 ไม่มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้า ดังภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 เปรอร์เซ็นต์ความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้า



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลแยกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์แสดงดังในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้ากับสถานภาพด้านเพศ

ความถี่ของความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล		เพศ		Pearson Chi-Square
		ชาย	หญิง	
เชื่อมั่น	Count	78	160	P = .859
	% within เพศ	63.9%	63.0%	
ไม่เชื่อมั่น	Count	44	94	
	% within เพศ	36.1%	37.0%	
Total	Count	122	254	
	% within เพศ	100.0%	100.0%	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล โดยมีความเชื่อมั่นในสัดส่วนร้อยละ 63 โดยหลังจากการทดสอบทางสถิติชี้ให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้าไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลแยกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์แสดงดังในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้ากับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ความถี่ของความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล		ระดับการศึกษา						Pearson Chi-Square
		ต่ำกว่า ม.6	ม.6	อาชีวะ/ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	
เชื่อมั่น	Count	42	20	11	147	18	0	P = 0.252
	% within การศึกษา	70.0%	64.5%	68.8%	62.8%	62.1%	.0%	
ไม่เชื่อมั่น	Count	18	11	5	87	11	3	
	% within การศึกษา	30.0%	35.5%	31.3%	37.2%	37.9%	100.0%	
Total	Count	60	31	16	234	29	3	
	% within การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล โดยหลังจากการทดสอบทางสถิติชี้ให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้าไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลแยกตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์แสดงดังในตารางที่ 4.6

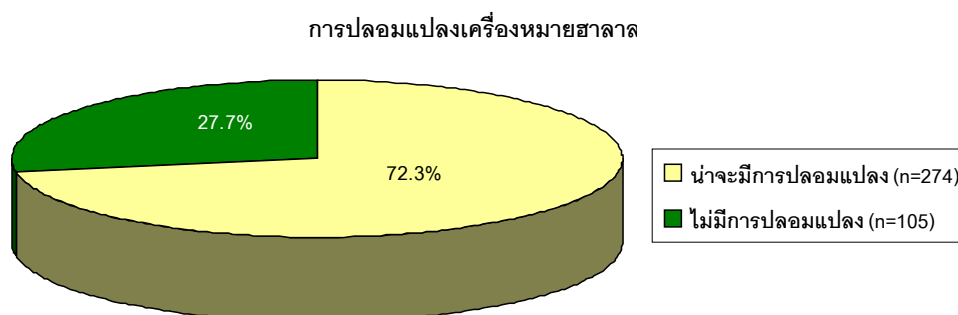
ตารางที่ 4.6 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ของความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้ากับสถานภาพด้านอายุ

ความถี่ของความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล		ช่วงอายุ			Pearson Chi-Square
		น้อยกว่า 25 ปี	25 - 35 ปี	มากกว่า 35 ปี	
เชื่อมั่น	Count	157	49	32	P = 0.461
	% within ช่วงอายุ	65.7%	58.3%	61.5%	
ไม่เชื่อมั่น	Count	82	35	20	
	% within ช่วงอายุ	34.3%	41.7%	38.5%	
Total	Count	239	84	52	
	% within ช่วงอายุ	100.0%	100.0%	100.0%	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาล โดยหลังจากการทดสอบทางสถิติชี้ให้เห็นว่า ความถี่ของความเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลที่อยู่บนฉลากสินค้าไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) การปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อในเรื่องมีการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 72.3 คิดว่าน่าจะมีการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล และร้อยละ 27.7 คิดว่าไม่มีการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล ดังภาพที่ 4.10 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นในตราฮาลาล จึงเป็นสิ่งที่ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องหันมาให้ความสำคัญ



ภาพที่ 4.10 เปรอร์เซนต์การปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

เมื่อพิจารณาความเชื่อในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล แยกตามความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและข้อมูลทั่วไปบางประการ คือ เพศ ระดับการศึกษา และช่วงอายุของผู้บริโภคปรากฏตามตารางที่ 4.7 – 4.9

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลแยกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในเรื่องการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลกับสถานภาพด้านเพศ

ความเชื่อเรื่องการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล		เพศ		Pearson Chi-Square
		ชาย	หญิง	
ไม่มีการปลอมแปลง	Count	33	72	P = 0.844
	% within เพศ	27.0%	28.0%	
มีการปลอมแปลง	Count	89	185	
	% within เพศ	73.0%	72.0%	
Total	Count	122	257	
	% within เพศ	100.0%	100.0%	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่เชื่อว่าจะมีการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลบนฉลากสินค้า โดยความเชื่อเรื่องการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล แยกตามระดับการศึกษา ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในเรื่องการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลกับสถานภาพด้านระดับการศึกษา

ความถี่ในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล		ระดับการศึกษา					Pearson Chi-Square	
		ต่ำกว่า ม.6	ม.6	อาชีวะ/ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		ปริญญาเอก
ไม่มีการปลอมแปลง	Count	18	10	6	64	7	0	P = 0.767
	% within การศึกษา	30.0%	31.3%	37.5%	27.2%	23.3%	.0%	
มีการปลอมแปลง	Count	42	22	10	171	23	3	
	% within การศึกษา	70.0%	68.8%	62.5%	72.8%	76.7%	100.0%	
Total	Count	60	32	16	235	30	3	
	% within การศึกษา	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคระดับการศึกษาส่วนใหญ่เชื่อว่าการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลบนฉลากสินค้า ความถี่ในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล แยกตามช่วงอายุ ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในเรื่องการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลกับสถานภาพด้านอายุ

ความถี่ในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล		ช่วงอายุ			Pearson Chi-Square
		น้อยกว่า 25 ปี	25 - 35 ปี	มากกว่า 35 ปี	
ไม่มีการปลอมแปลง	Count	68	22	15	P = 0.838
	% within ช่วงอายุ	28.5%	25.3%	28.8%	
มีการปลอมแปลง	Count	171	65	37	
	% within ช่วงอายุ	71.5%	74.7%	71.2%	
Total	Count	239	87	52	
	% within ช่วงอายุ	100.0%	100.0%	100.0%	

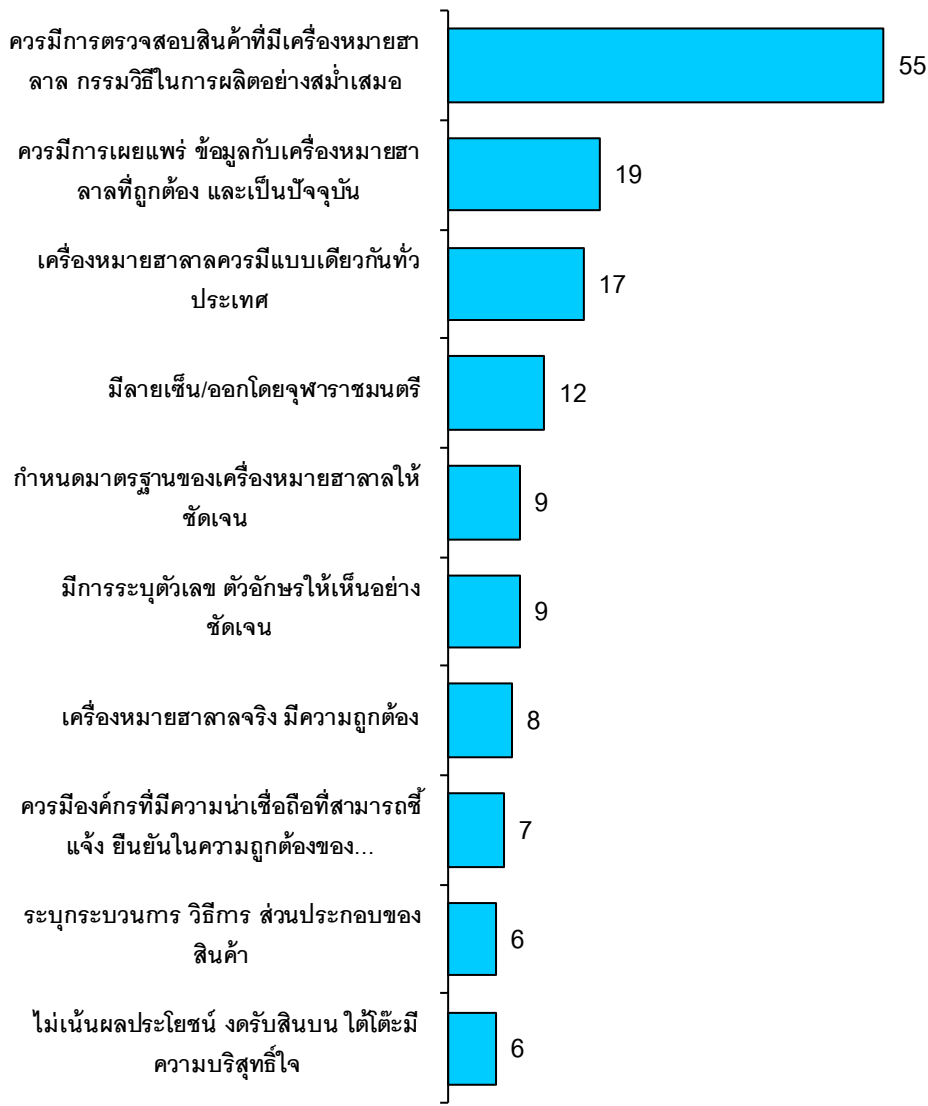
จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคระดับทุกช่วงอายุส่วนใหญ่เชื่อว่าการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลบนฉลากสินค้า ความถี่ในการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาลไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาล

เป็นคำถามปลายเปิด พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากได้นำเสนอแนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาลโดยให้มีการตรวจสอบสินค้าที่มีเครื่องหมายฮาลาลและกรรมวิธีการผลิตอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งควรเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับตราเครื่องหมายฮาลาลที่ถูกต้องอยู่ตลอดเวลา และเครื่องหมายฮาลาลควรเป็นแบบเดียวกันทั่วทั้งประเทศ รวมทั้งข้อเสนออื่นๆ ดังภาพที่ 4.11



แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาล



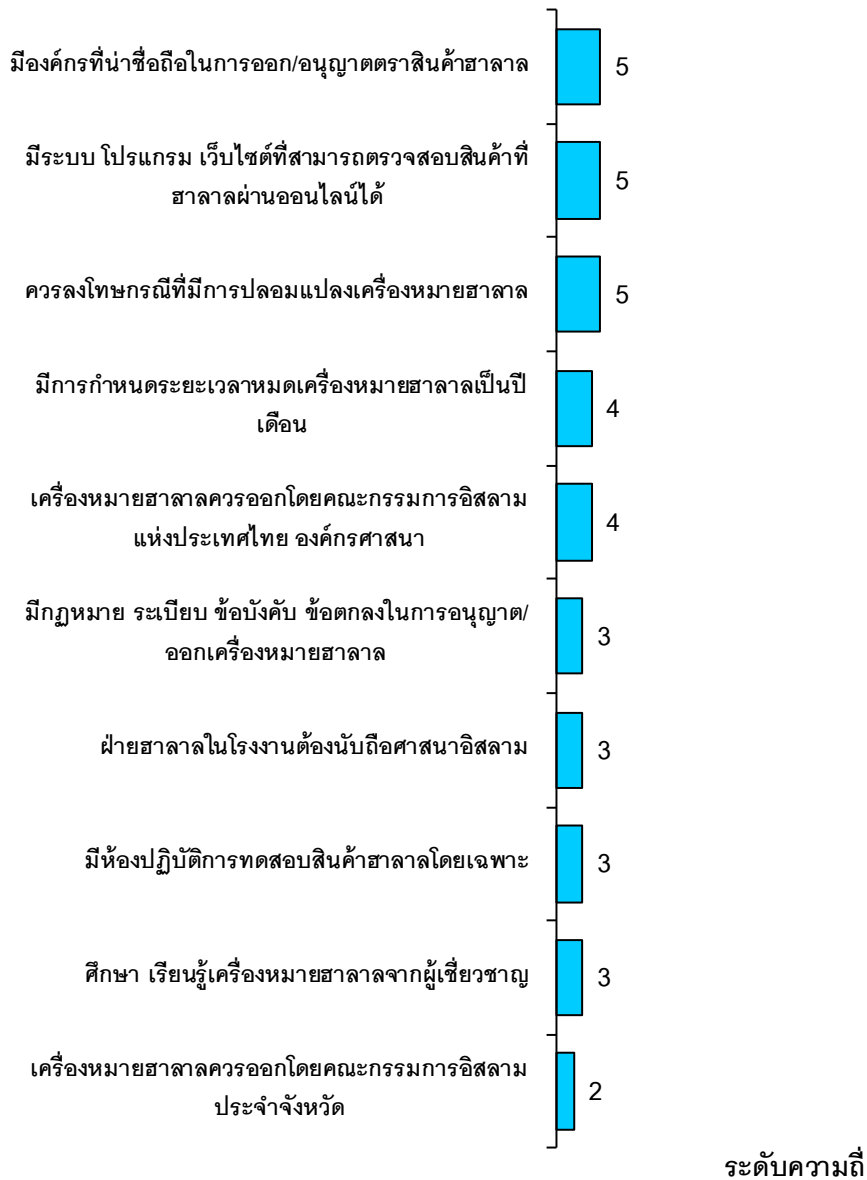
ระดับความถี่

ภาพที่ 4.11 ความถี่ของแนวทางการสร้างความน่าเชื่อถือเครื่องหมายฮาลาล



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

แนวทางในการสร้างความน่าเชื่อถือของเครื่องหมายฮาลาล (ต่อ)



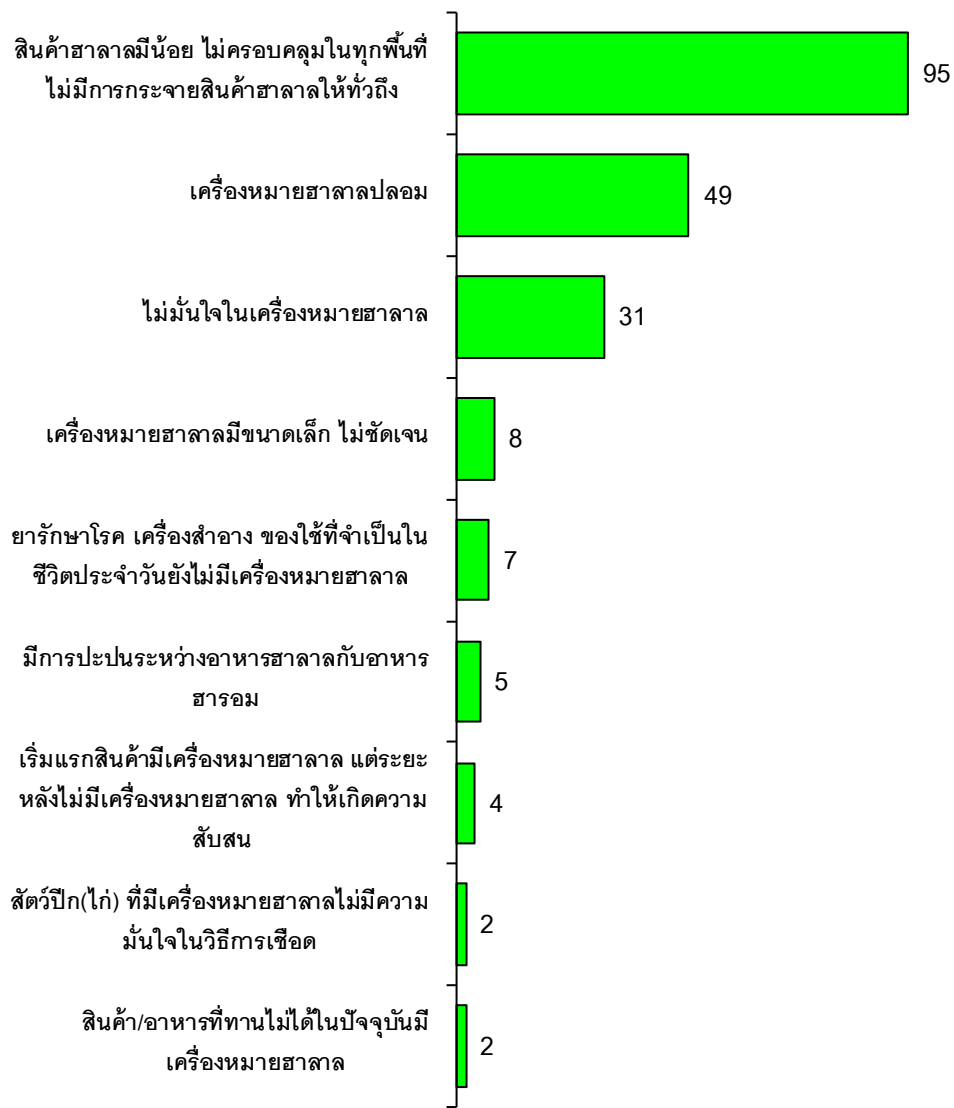
ภาพที่ 4.11 (ต่อ) ความถี่ของแนวทางการสร้างความน่าเชื่อถือเครื่องหมายฮาลาล

5) ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้ออาหารฮาลาล

เป็นคำถามปลายเปิด พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากมีปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้ออาหารฮาลาล คือ สินค้าฮาลาลมีน้อย ไม่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ ไม่มีการกระจายสินค้าฮาลาลให้ทั่วถึง รวมทั้งการมีเครื่องหมายฮาลาลปลอม และมีความไม่มั่นใจในเครื่องหมายฮาลาล รวมทั้งข้อเสนออื่นๆ ดังภาพที่ 4.12



ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้ออาหารฮาลาล



ระดับความถี่

ภาพที่ 4.12 ความถี่ของปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้ออาหารฮาลาล

4.1.5.3 พฤติกรรมความถี่ในการบริโภคอาหารฮาลาล

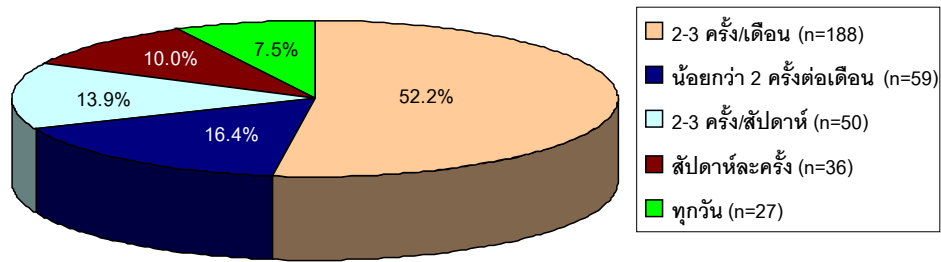
โดยแบ่งอาหารฮาลาลออกเป็น 9 กลุ่ม ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

1) กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพและรักษาโรค

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 52.2 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 16.4 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 13.9 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 10.0 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง และร้อยละ 7.5 บริโภคทุกวัน ดังภาพที่ 4.13



อาหารเพื่อสุขภาพและรักษาโรค

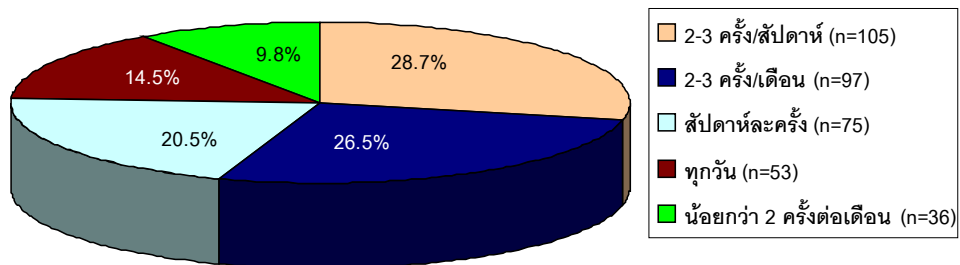


ภาพที่ 4.13 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพและรักษาโรค

2) กลุ่มไก่และผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ หรือสัตว์ปีกแปรรูป

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 28.7 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 26.5 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 20.5 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 14.5 บริโภคทุกวัน และร้อยละ 9.8 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ดังภาพที่ 4.14

ไก่และผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ หรือสัตว์ปีกแปรรูป

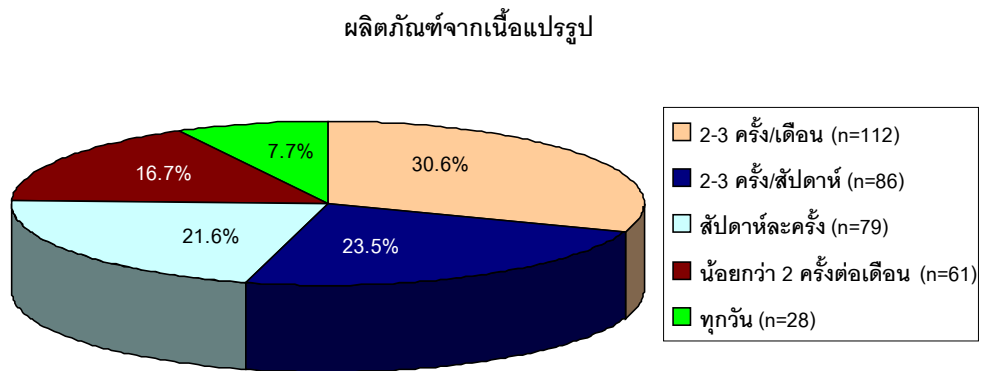


ภาพที่ 4.14 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มไก่และผลิตภัณฑ์จากเนื้อไก่ หรือสัตว์ปีกแปรรูป

3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเนื้อแปรรูป

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 30.6 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 23.5 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 21.6 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 16.7 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 7.7 บริโภคทุกวัน ดังภาพที่ 4.15

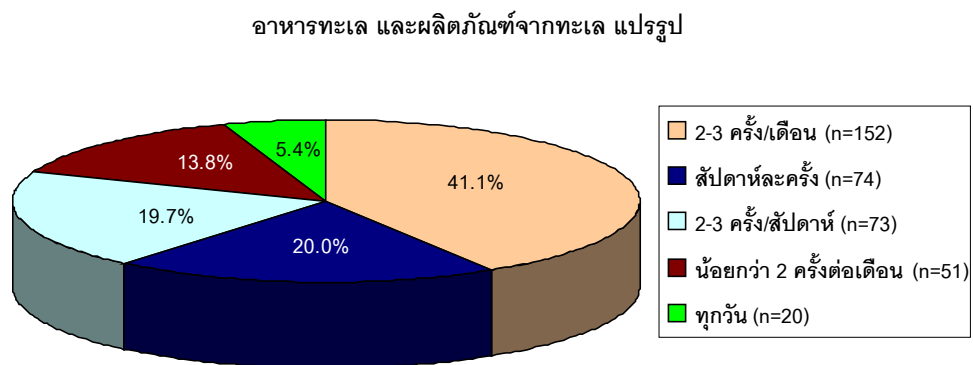




ภาพที่ 4.15 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์จากเนื้อแปรรูป

4) กลุ่มอาหารทะเล และผลิตภัณฑ์จากทะเลแปรรูป

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 41.1 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 20.0 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 19.7 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 13.8 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 5.4 บริโภคทุกวัน ดังภาพที่ 4.16



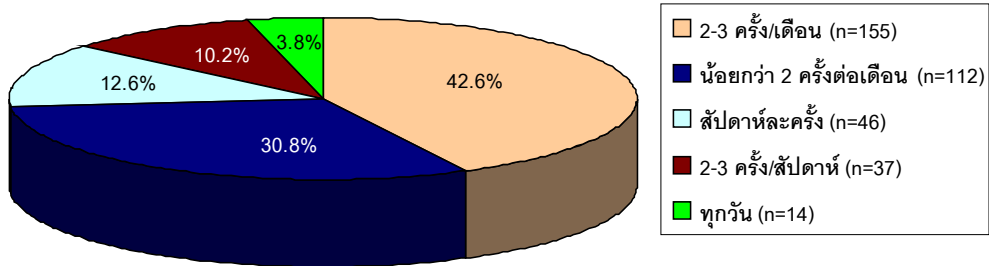
ภาพที่ 4.16 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มอาหารทะเล และผลิตภัณฑ์จากทะเลแปรรูป

5) กลุ่มอาหารประเภทผักและผลไม้แปรรูป

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 42.6 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 30.8 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 12.6 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 10.2 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ และร้อยละ 3.8 บริโภคทุกวัน ดังภาพที่ 4.17



อาหารประเภทผักและผลไม้แปรรูป

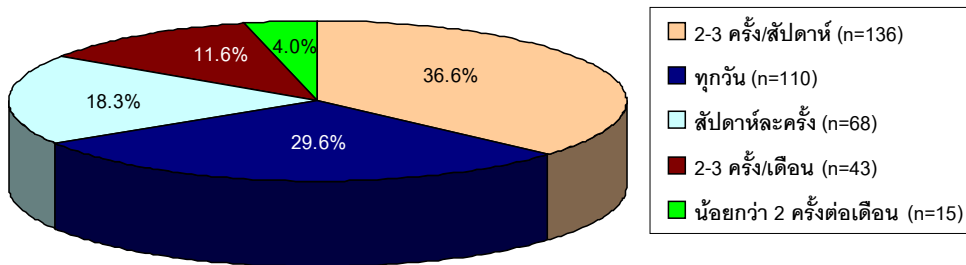


ภาพที่ 4.17 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มอาหารประเภทผักและผลไม้แปรรูป

6) กลุ่มผลิตภัณฑ์จากน้ำนมวัว นำนมสัตว์แปรรูป

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 36.6 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 29.6 บริโภคทุกวัน ร้อยละ 18.3 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 11.6 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน และร้อยละ 4.0 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ดังภาพที่ 4.18

ผลิตภัณฑ์จากน้ำนมวัว นำนมสัตว์แปรรูป



ภาพที่ 4.18 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มผลิตภัณฑ์จากน้ำนมวัว นำนมสัตว์แปรรูป

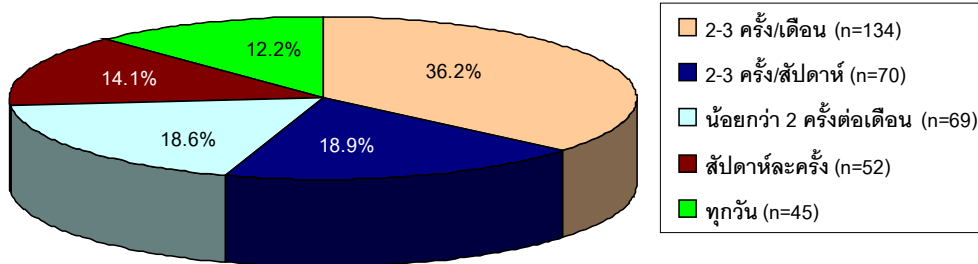
7) กลุ่มเครื่องปรุงอาหาร

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 36.2 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 18.9 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 18.6 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.1 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง และร้อยละ 12.2 บริโภคทุกวัน ดังภาพที่ 4.19



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

เครื่องปรุงอาหาร

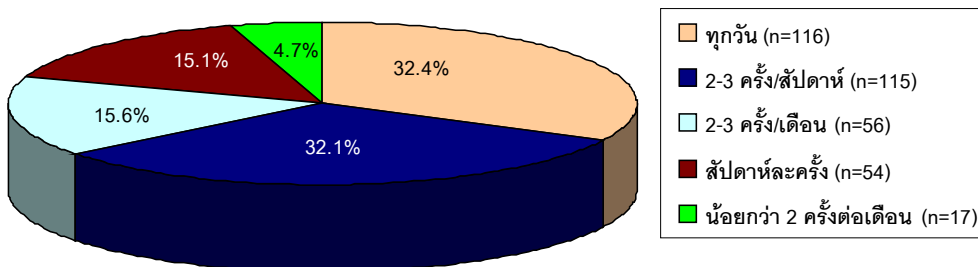


ภาพที่ 4.19 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มเครื่องปรุงอาหาร

8) กลุ่มเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 32.4 บริโภคทุกวัน ร้อยละ 32.1 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 15.6 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 15.1 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง และร้อยละ 4.7 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน ดังภาพที่ 4.20

เครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว

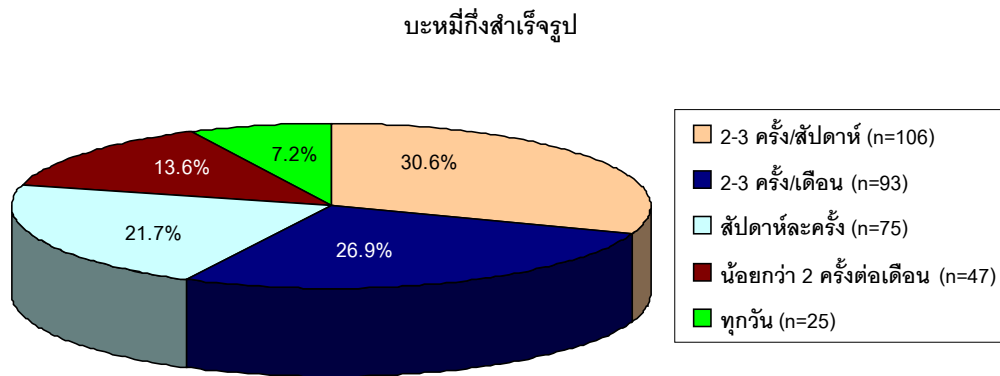


ภาพที่ 4.20 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว

9) กลุ่มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 30.6 บริโภค 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 26.9 บริโภค 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 21.7 บริโภคสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 13.6 บริโภคน้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และร้อยละ 7.2 บริโภคทุกวัน ดังภาพที่ 4.21





ภาพที่ 4.21 ความถี่ในการบริโภคกลุ่มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

4.1.5.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล

ผลของการวิจัยในส่วนนี้ ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล โดยการให้ผู้บริโภคให้คะแนนความสำคัญของปัจจัยและความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยของอาหารฮาลาล ผลการวิเคราะห์ห่ออกเป็น 2 ประเด็น คือ

1) ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารฮาลาลเรียงลำดับความสำคัญมากไปหาความสำคัญน้อย ดังแสดงตามตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัย	ระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	Mean (n=381)	S.D.	แปลผล
1. ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง	4.64	0.63	มากที่สุด
2. การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า	4.43	0.83	มาก
3. ถูกหลักโภชนาการอาหาร	4.32	0.77	มาก
4. สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร	4.17	1	มาก
5. รสชาติอาหาร	4.09	0.83	มาก
6. ต้องมีเครื่องหมาย Hal-Q รับรอง	3.97	0.98	มาก
7. การจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า	3.94	0.99	มาก



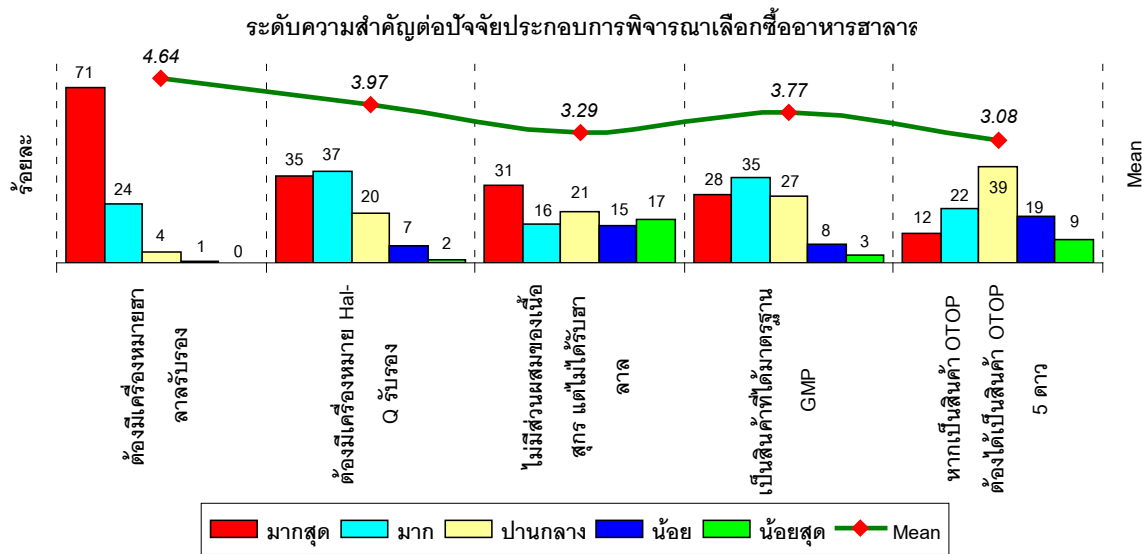
ปัจจัย	ระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ		
	Mean (n=381)	S.D.	แปลผล
8. ผู้ผลิตต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.92	1.12	มาก
9. ราคาสินค้า	3.91	0.89	มาก
10. สามารถตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตสินค้า	3.82	1.17	มาก
11. การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน	3.79	1.14	มาก
12. เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP	3.77	1.03	มาก
13. แหล่งผลิต/สถานที่ผลิตสินค้า	3.75	1.12	มาก
14. ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.64	1.16	มาก
15. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ	3.6	1	มาก
16. สีสีนอาหารดึงดูดใจ	3.42	1	ปานกลาง
17. พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.4	1.21	ปานกลาง
18. ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล	3.29	1.48	ปานกลาง
19. หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว	3.08	1.11	ปานกลาง
20. สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร	3.04	1.41	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.80		มาก

จากตารางที่ 4.10 จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ อาหารฮาลาลต้องมีเครื่องหมายฮาลาลแสดงบนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเครื่องหมายฮาลาลเป็นเครื่องบ่งชี้สำคัญที่ผู้บริโภคสามารถเชื่อมั่นได้ว่าสามารถรับประทานได้ ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมา คือ การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้าที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถประเมินได้ว่า ผลิตภัณฑ์นั้นมีสารปนเปื้อนที่ไม่ถูกต้องตามหลักศาสนาที่กำหนดหรือไม่ ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับถัดมา ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องถูกหลักโภชนาการ สามารถตรวจสอบการปนเปื้อน รวมทั้งมีรสชาติที่อร่อย ตามลำดับ

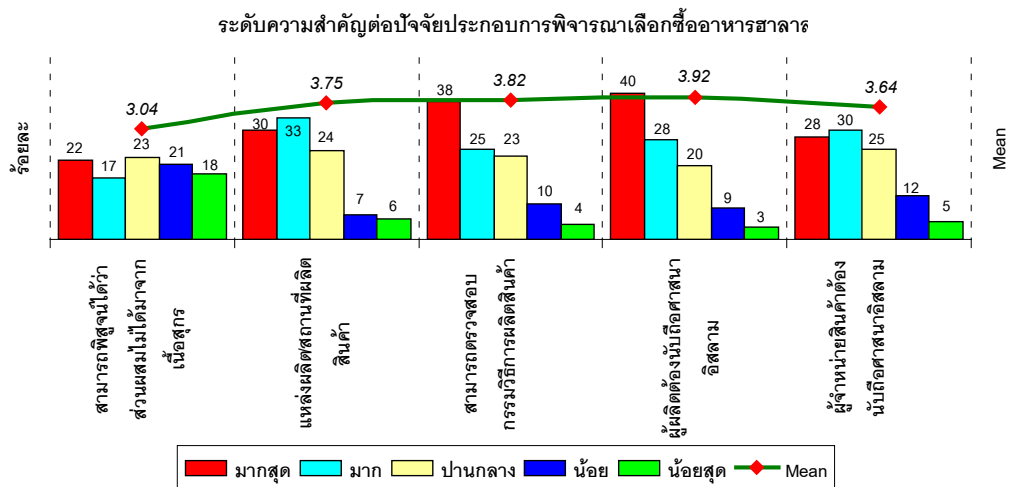
ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลต้องให้ความสำคัญ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมีระดับมาก โดยกราฟค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ แสดง ดังภาพที่ 4.22a – 4.22d



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



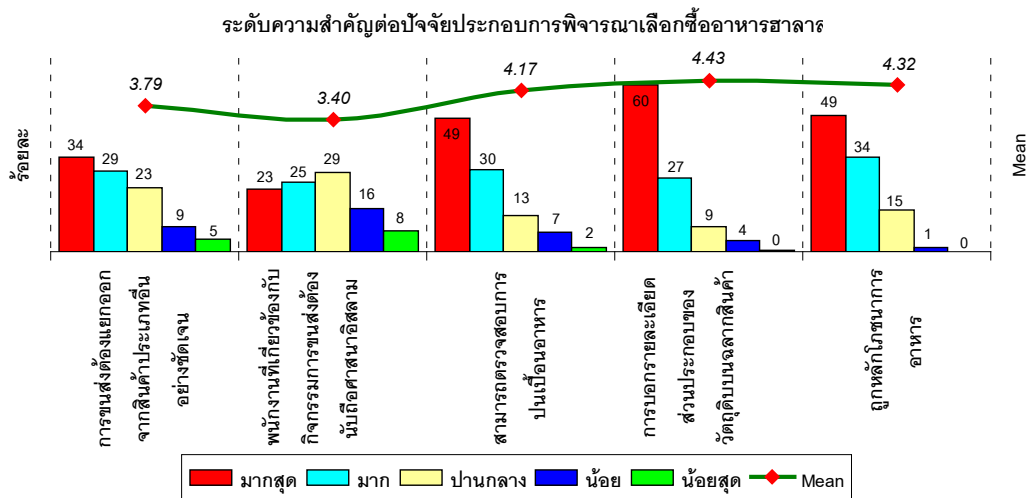
ภาพที่ 4.22a ระดับความสำคัญต่อบัณฑิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ



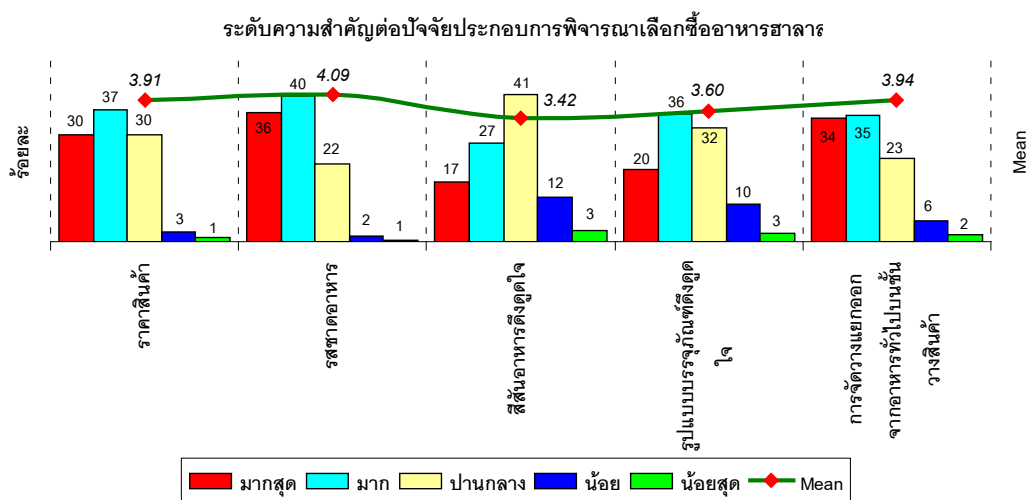
ภาพที่ 4.22b ระดับความสำคัญต่อบัณฑิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



ภาพที่ 4.22c ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ



ภาพที่ 4.22d ระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

2) ความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล

นอกเหนือจากการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกบริโภคอาหารฮาลาลแล้ว คณะผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในปัจจัยดังกล่าว เพื่อทราบว่าปัจจัยใดที่ผู้บริโภคยังพึงพอใจน้อย อันจะ ได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต่อไป สำหรับผลการศึกษาระดับความพึงพอใจแต่ละปัจจัยในการ เลือกบริโภคอาหารฮาลาลเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังแสดงตามตารางที่ 4.11



ตารางที่ 4.11 ความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล

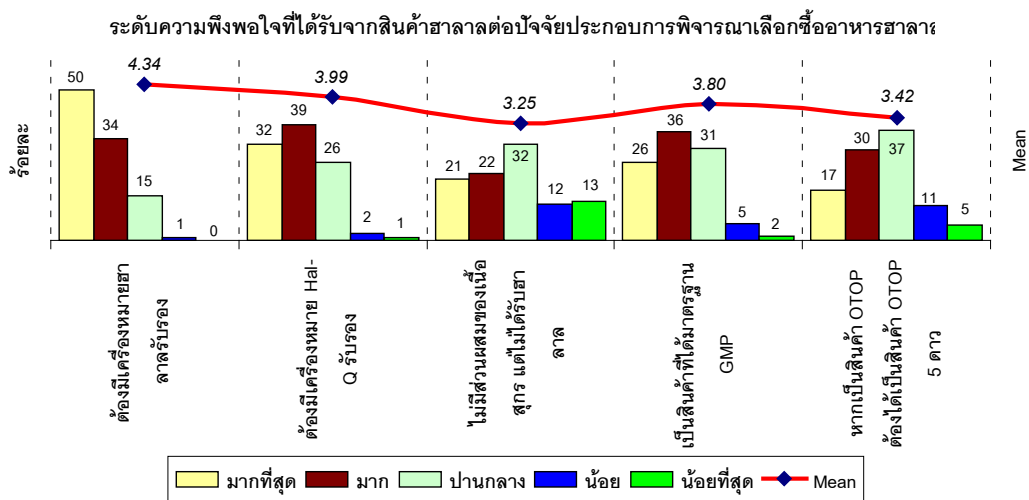
ปัจจัย	ระดับของความพึงพอใจ		
	Mean (n=381)	S.D.	แปลผล
1. ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง	4.34	0.76	มาก
2. การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า	4.07	0.96	มาก
3. ถูกหลักโภชนาการอาหาร	4.07	0.86	มาก
4. ผู้ผลิตต้องนับถือศาสนาอิสลาม	4	0.97	มาก
5. ต้องมีเครื่องหมาย Hal-Q รับรอง	3.99	0.87	มาก
6. รสชาติอาหาร	3.95	0.87	มาก
7. การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน	3.91	1.03	มาก
8. สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร	3.88	1.034	มาก
9. สามารถตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตสินค้า	3.87	1.02	มาก
10. ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.86	1.06	มาก
11. การจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า	3.86	0.97	มาก
12. ราคาสินค้า	3.82	0.93	มาก
13. แหล่งผลิต/สถานที่ผลิตสินค้า	3.81	0.97	มาก
14. เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP	3.8	0.94	มาก
15. พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.72	0.98	มาก
16. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ	3.68	0.96	มาก
17. สีสนอาหารดึงดูดใจ	3.63	0.95	มาก
18. หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว	3.42	1.05	ปานกลาง
19. ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล	3.25	1.28	ปานกลาง
20. สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร	3.22	1.26	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.81		มาก



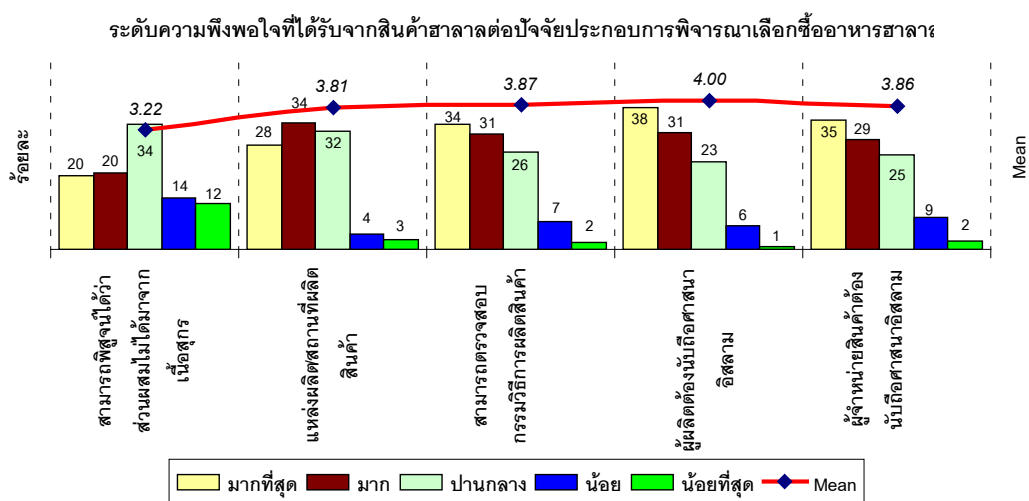
โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

จากตารางที่ 4.11 พบว่าปัจจัยที่ผู้ประกอบการพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ปัจจัยความสามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมของอาหารไม่ได้มาจากเนื้อสุกร ทั้งนี้อาจสืบเนื่องจากการที่ยังมีข่าวเกี่ยวกับการปนเปื้อนของอาหารที่มาจากส่วนหนึ่งของสุกร ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความไม่มั่นใจว่า อาหารที่ตนเองบริโภคมีส่วนผสมมาจากสุกรหรือไม่เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถพิสูจน์ได้จากบรรจุภัณฑ์ภายนอก สอดคล้องกับปัจจัยที่พึงพอใจน้อยสุดในลำดับถัดมาคือ ปัจจัยอาหารที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับเครื่องหมายฮาลาล ซึ่งถึงแม้ว่าอาหารฮาลาลนั้นจะไม่ได้มีส่วนผสมมาจากส่วนใดส่วนหนึ่งของสุกร แต่ผู้ประกอบการก็ยังไม่เชื่อมั่นในขั้นตอนการผลิตว่าจะมีการปนเปื้อนหรือไม่

ส่วนในภาพรวมพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาลมีระดับมาก โดยกราฟค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล แสดง ดังภาพที่ 4.23a – 4.23d



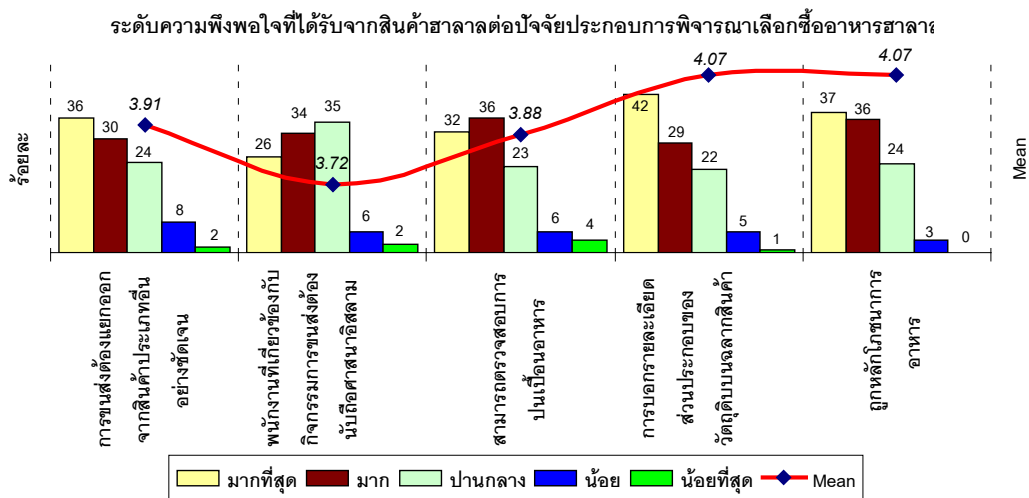
ภาพที่ 4.23a ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล



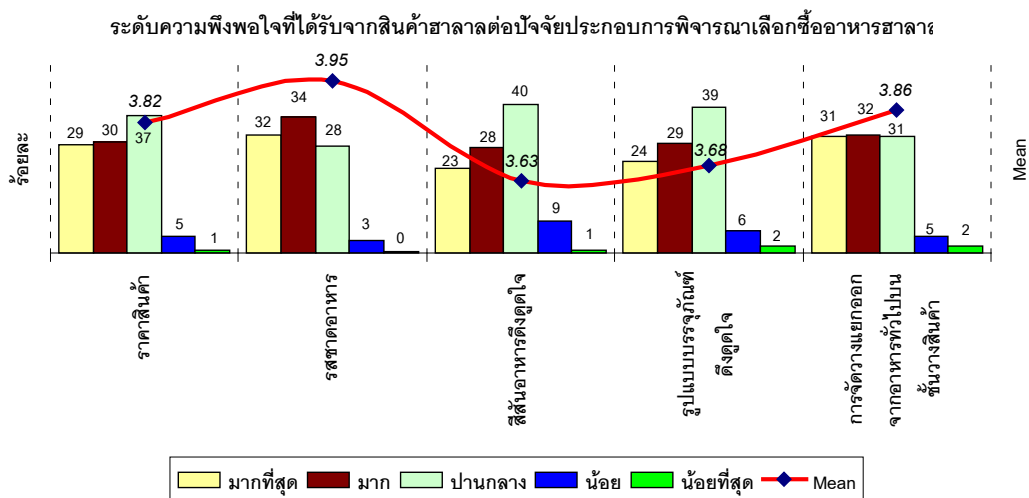
ภาพที่ 4.23b ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



ภาพที่ 4.23c ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล



ภาพที่ 4.23d ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล

4.1.5.5 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

โดยในการวิจัยครั้งนี้จะหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลกับข้อมูลทั่วไปบางประการ คือ เพศ และช่วงอายุของผู้บริโภค ผลการเปรียบเทียบแยกตามประเภทดังนี้



1) เปรียบเทียบกับเพศ

ผลการศึกษาปรากฏตามตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลกับสถานภาพด้านเพศ

ระดับความสำคัญ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1.ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง	4.52	.681	4.70	.600	-2.405	0.017*
2.ต้องมีเครื่องหมาย Hal-Q รับรอง	3.89	1.074	4.01	.926	-0.993	0.322
3.ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล	3.27	1.482	3.30	1.475	-0.214	0.831
4.เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP	3.46	1.066	3.91	.987	-3.865	0.000*
5.หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว	2.90	1.097	3.16	1.113	-2.022	0.044*
6.สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร	2.88	1.364	3.11	1.426	-1.477	0.141
7.แหล่งผลิต/สถานที่ผลิตสินค้า	3.66	1.104	3.80	1.133	-1.116	0.265
8.สามารถตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตสินค้า	3.71	1.195	3.87	1.151	-1.116	0.265
9.ผู้ผลิตต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.82	1.151	3.97	1.107	-1.121	0.263
10.ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.40	1.176	3.76	1.133	-2.752	0.006*
11.การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน	3.48	1.127	3.94	1.122	-3.646	0.000*
12.พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.07	1.205	3.56	1.179	-3.745	0.000*
13.สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร	4.03	1.086	4.23	.960	-1.763	0.079
14.การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า	4.28	.876	4.50	.801	-2.35	0.019*
15.ถูกหลักโภชนาการอาหาร	4.13	.833	4.40	.730	-3.255	0.001*
16.ราคาสินค้า	3.80	.873	3.96	.898	-1.623	0.106
17.รสชาติอาหาร	3.93	.862	4.17	.798	-2.592	0.010*
18.สีสันทาหารดึงดูดใจ	3.35	.964	3.46	1.020	-1.013	0.312
19.รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ	3.51	1.009	3.64	.993	-1.208	0.228
20.การจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า	3.70	1.065	4.04	.933	-2.977	0.003*



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า ถูกหลักโภชนาการอาหาร รสชาติอาหาร และการจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายทั้ง 10 ข้อ

2) เปรียบเทียบกับช่วงอายุ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปรากฏดังตารางที่ 4.13 และผลการทดสอบเป็นรายคู่สำหรับระดับความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ปรากฏดังตารางที่ 2.13 โดยแบ่งกลุ่มผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีอายุแตกต่างกัน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี กลุ่มอายุ 25 - 35 ปี และ กลุ่มอายุมากกว่า 35 ปี ผลการเปรียบเทียบจากทั้งหมด 20 ประเด็น พบว่า ค่าเฉลี่ยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารฮาลาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ประเด็น คือ

(1) ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 35 ปี โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 35 ปี แต่ทั้งสองกลุ่ม มีระดับผลการตัดสินใจไม่แตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 25 - 35 ปี

(2) หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 35 ปี มีระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 25 - 35 ปี โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 35 ปี มีระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 25 - 35 ปี แต่ทั้งสองกลุ่ม มีระดับผลการตัดสินใจไม่แตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี

(3) สีสันอาหารดึงดูดใจ พบว่า เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลกับสถานภาพด้านอายุ

ปัจจัย	ช่วงอายุ							ค่า F	Sig.
	น้อยกว่า 25 ปี		25 - 35 ปี		มากกว่า 35 ปี				
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.			
1.ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง	4.64	.566	4.62	.636	4.67	.905	.100	.905	
2.ต้องมีเครื่องหมาย Hal-Q รับรอง	3.99	.949	3.96	.953	3.84	1.175	.379	.685	
3.ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล	3.38 ^a	1.424	3.30 ^{ab}	1.561	2.75 ^b	1.498	3.103	.046*	



ปัจจัย	ช่วงอายุ						ค่า F	Sig.
	น้อยกว่า 25 ปี		25 - 35 ปี		มากกว่า 35 ปี			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
4.เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP	3.75	1.033	3.73	1.100	3.86	.915	.237	.789
5.หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว	3.10 ^{ab}	1.103	2.82 ^a	1.157	3.40 ^b	.955	4.113	.017*
6.สามารถพิสูจน์ได้ว่า ส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร	3.07	1.340	2.99	1.572	2.95	1.465	.175	.840
7.แหล่งผลิต/สถานที่ผลิตสินค้า	3.68	1.120	3.85	1.103	3.95	1.188	1.393	.250
8.สามารถตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตสินค้า	3.79	1.159	3.79	1.176	4.05	1.188	.927	.397
9.ผู้ผลิตต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.89	1.105	3.93	1.135	4.02	1.205	.246	.782
10.ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.67	1.075	3.54	1.305	3.66	1.275	.397	.673
11.การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน	3.84	1.071	3.64	1.258	3.80	1.268	.934	.394
12.พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.43	1.165	3.27	1.255	3.46	1.320	.601	.549
13.สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร	4.13	1.009	4.21	.984	4.28	1.031	.579	.561
14.การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า	4.38	.806	4.52	.843	4.48	.918	1.089	.338
15.ถูกหลักโภชนาการอาหาร	4.26	.781	4.39	.713	4.44	.826	1.618	.200
16.ราคาสินค้า	3.94	.880	3.87	.861	3.90	1.005	.184	.832
17.รสชาติอาหาร	4.14	.816	4.02	.806	4.00	.894	.942	.391
18.สีสันอาหารดึงดูดใจ	3.53 ^a	.974	3.25 ^a	.992	3.24 ^a	1.106	3.414	.034*
19.รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ	3.69	.959	3.39	.987	3.53	1.155	2.872	.058



ปัจจัย	ช่วงอายุ						ค่า F	Sig.
	น้อยกว่า 25 ปี		25 - 35 ปี		มากกว่า 35 ปี			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
20.การจัดวางแยกออก จากอาหารทั่วไปบนชั้น วางสินค้า	3.92	.964	3.92	1.050	4.02	1.010	.231	.794

หมายเหตุ: * แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ค่าเฉลี่ยที่อยู่ในแถวเดียวกันและตามด้วยอักษรภาษาอังกฤษตัวเดียวกันไม่มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.1.5.6 การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจในการ การบริโภคอาหารฮาลาลกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

โดยในการวิจัยครั้งนี้จะหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจในการ
บริโภคอาหารฮาลาลกับข้อมูลทั่วไปบางประการ คือ เพศ และช่วงอายุของผู้บริโภค ผลการเปรียบเทียบแยกตาม
ประเภทดังนี้

1) เปรียบเทียบกับเพศ

ผลการศึกษาปรากฏตามตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลกับสถาน
ภาพด้านเพศ

ความพึงพอใจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1.ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง	4.23	.737	4.38	.767	-1.743	.082
2.ต้องมีเครื่องหมาย Hal-Q รับรอง	3.93	.899	4.01	.856	-.785	.433
3.ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล	3.31	1.221	3.23	1.305	.555	.579
4.เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP	3.69	.940	3.85	.941	-1.360	.175
5.หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว	3.52	1.101	3.38	1.027	1.186	.236
6.สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร	3.25	1.268	3.20	1.257	.326	.745
7.แหล่งผลิต/สถานที่ผลิตสินค้า	3.78	1.038	3.82	.945	-.366	.715
8.สามารถตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตสินค้า	3.86	1.056	3.88	1.011	-.176	.860



ความพึงพอใจ	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
9.ผู้ผลิตต้องนับถือศาสนาอิสลาม	4.09	.925	3.95	.994	1.139	.256
10.ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.84	1.098	3.87	1.040	-.230	.818
11.การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน	3.81	.976	3.96	1.048	-1.245	.214
12.พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.70	.986	3.74	.982	-.354	.723
13.สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร	3.90	1.013	3.87	1.046	.262	.793
14.การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า	4.09	.934	4.07	.966	.220	.826
15.ถูกหลักโภชนาการอาหาร	4.06	.816	4.07	.885	-.069	.945
16.ราคาสินค้า	3.79	.875	3.83	.948	-.317	.751
17.รสชาติอาหาร	4.00	.867	3.93	.876	.658	.511
18.สีสันทานอาหารดึงดูดใจ	3.64	.961	3.63	.953	.081	.935
19.รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ	3.72	.951	3.66	.970	.547	.585
20.การจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า	3.85	.970	3.86	.974	-.024	.981

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาล จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) เปรียบเทียบกับช่วงอายุ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างปรากฏดังตารางที่ 4.15 และผลการทดสอบเป็นรายคู่สำหรับความพึงพอใจของปัจจัยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ปรากฏดังตารางที่ 4.15 โดยแบ่งกลุ่มผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีอายุแตกต่างกัน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี กลุ่มอายุ 25 - 35 ปี และ กลุ่มอายุมากกว่า 35 ปี ผลการเปรียบเทียบจากทั้งหมด 20 ประเด็น พบว่า ค่าเฉลี่ยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารฮาลาลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ประเด็น คือ

(1) ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล พบว่า เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) สีสันทานอาหารดึงดูดใจ พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 25 - 35 ปี โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 25 - 35 ปี แต่ทั้งสองกลุ่ม มีระดับผลการตัดสินใจไม่แตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 35 ปี



(3) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ พบว่า เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ไม่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลกับสถานภาพด้านอายุ

ปัจจัย	ช่วงอายุ						ค่า F	Sig.
	น้อยกว่า 25 ปี		25 - 35 ปี		มากกว่า 35 ปี			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
1.ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง	4.30	.771	4.38	.711	4.40	.798	.515	.598
2.ต้องมีเครื่องหมาย Hal-Q รับรอง	4.02	.815	3.97	.956	3.83	1.000	.757	.470
3.ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับฮาลาล	3.39 ^a	1.209	3.04 ^a	1.316	2.87 ^a	1.474	4.017	.019*
4.เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP	3.83	.936	3.72	.974	3.77	.931	.399	.671
5.หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว	3.46	1.081	3.28	.909	3.45	1.132	.846	.430
6.สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร	3.31	1.212	3.10	1.300	2.92	1.422	1.912	.149
7.แหล่งผลิต/สถานที่ผลิตสินค้า	3.81	.952	3.79	.920	3.84	1.214	.036	.965
8.สามารถตรวจสอบกรรมวิธีการผลิตสินค้า	3.90	1.005	3.80	.951	3.87	1.260	.274	.761
9.ผู้ผลิตต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.99	.990	4.04	.867	3.95	1.099	.126	.882
10.ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.91	1.038	3.82	1.012	3.63	1.220	1.165	.313
11.การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน	3.97	.973	3.74	1.086	3.93	1.185	1.303	.273
12.พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม	3.75	.944	3.65	.993	3.72	1.155	.259	.772



ปัจจัย	ช่วงอายุ						ค่า F	Sig.
	น้อยกว่า 25 ปี		25 - 35 ปี		มากกว่า 35 ปี			
	Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.		
13.สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร	3.89	1.005	3.75	1.079	4.02	1.101	1.080	.341
14.การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า	4.09	.930	3.95	1.070	4.20	.866	1.171	.311
15.ถูกหลักโภชนาการอาหาร	4.09	.865	3.92	.870	4.21	.832	1.831	.162
16.ราคาสินค้า	3.84	.930	3.75	.905	3.80	.948	.289	.749
17.รสชาติอาหาร	4.00	.858	3.79	.879	3.96	.912	1.708	.183
18.สีสันอาหารดึงดูดใจ	3.73 ^a	.943	3.41 ^b	.926	3.51 ^{ab}	1.003	3.850	.022*
19.รูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ	3.77 ^a	.937	3.53 ^a	.890	3.48 ^a	1.148	3.023	.050*
20.การจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า	3.88	.934	3.70	1.017	3.94	1.060	1.174	.310

หมายเหตุ: * แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ค่าเฉลี่ยที่อยู่ในแถวเดียวกันและตามด้วยอักษรภาษาอังกฤษตัวเดียวกันไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.1.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ และช่วงอายุมีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีเพศต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน จากผลการศึกษา พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน 10 ข้อ ได้แก่ ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง เป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน GMP หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว ผู้จำหน่ายสินค้าต้องนับถือศาสนาอิสลาม การขนส่งต้องแยกออกจากสินค้าประเภทอื่นอย่างชัดเจน พนักงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการขนส่งต้องนับถือศาสนาอิสลาม การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า ถูกหลักโภชนาการอาหาร รสชาติอาหาร และการจัดวางแยกออกจากอาหารทั่วไปบนชั้นวางสินค้า ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 1



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

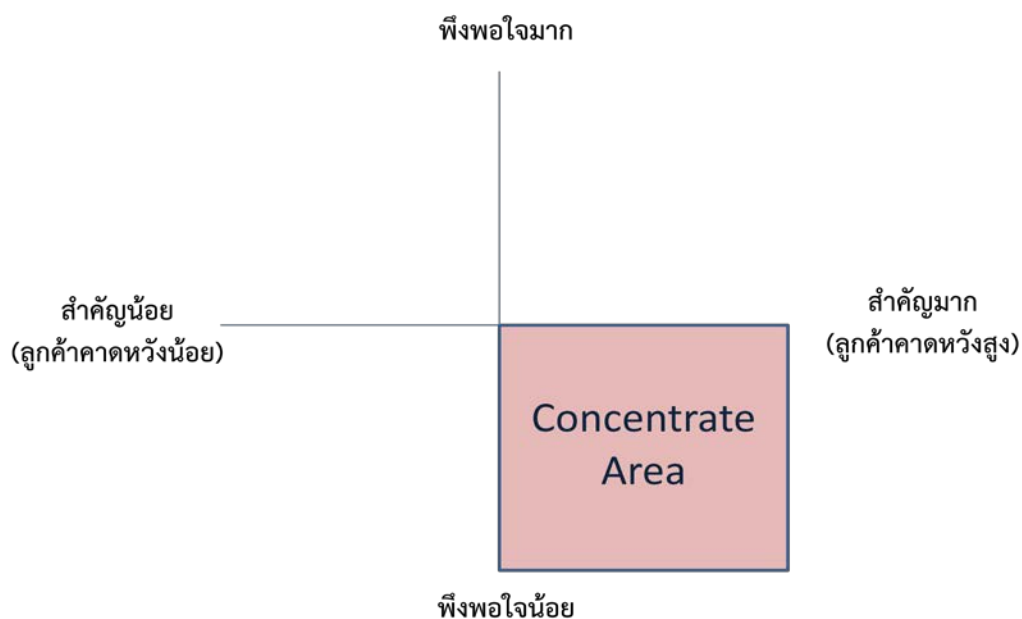
สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน จากผลการศึกษา พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 2

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีช่วงอายุต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน จากผลการศึกษา พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน 3 ข้อ ได้แก่ ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร หากเป็นสินค้า OTOP ต้องได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว และสีสันอาหารดึงดูดใจ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 3

สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีช่วงอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคอาหารฮาลาลไม่แตกต่างกัน จากผลการศึกษา พบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกัน 3 ข้อ ได้แก่ ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร สีสันอาหารดึงดูดใจ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ในข้อที่ 4

4.1.7 การวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis)

การวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis) เป็นการนำค่าเฉลี่ยคะแนนความสำคัญและคะแนนความพึงพอใจในอาหารฮาลาลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์เพิ่มเติม เพื่อพิจารณาว่าปัจจัยใดที่ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลควรให้ความสำคัญและเป็นปัจจัยที่ต้องมีการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยวิธีการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับจะแบ่งพื้นที่กราฟออกเป็น 4 ส่วน เพื่อให้ทราบว่าประเด็นใดของอาหารฮาลาลอยู่ในระดับที่ดีแล้ว ซึ่งควรจะรักษาระดับไว้ต่อไปหรือประเด็นคุณภาพใดควรได้รับการปรับปรุง (Concentrate Area) ดังแสดงในภาพที่ 4.24 ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพิจารณาเลือกปัจจัยที่ควรที่จะเลือกนำไปปรับปรุง เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคต่อไป



ภาพที่ 4.24 แผนภาพการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis)



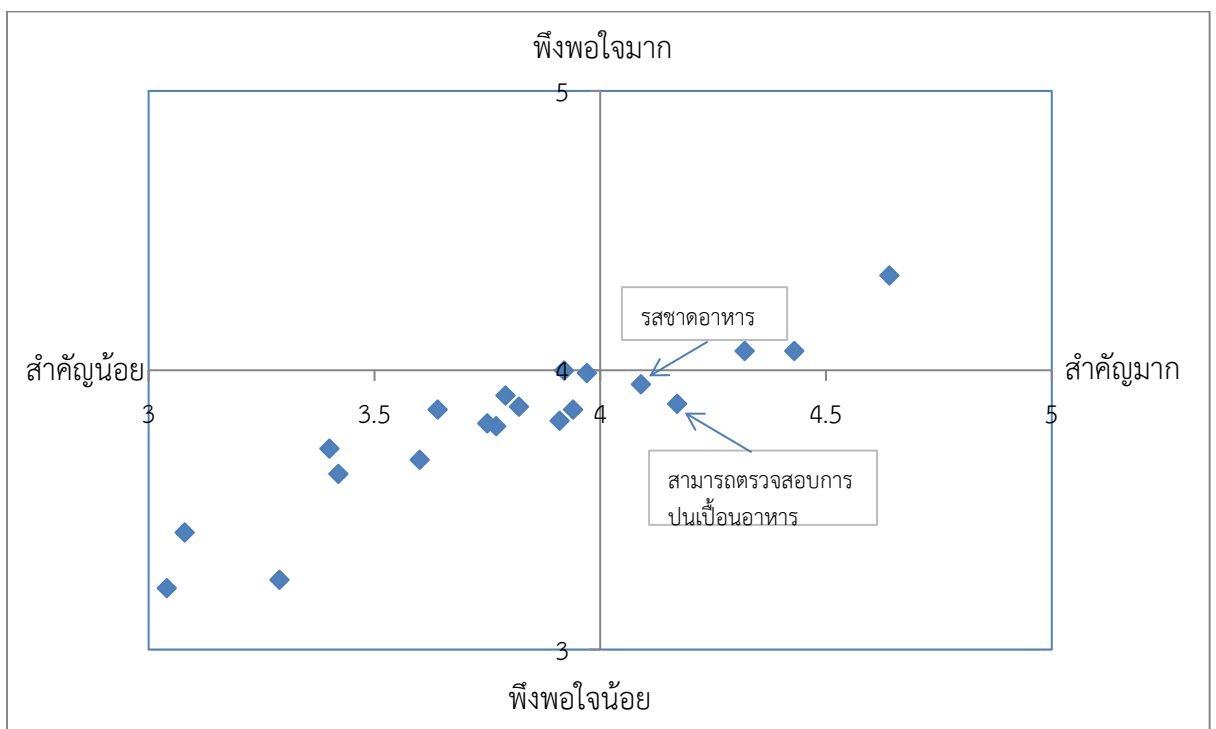
โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเมื่อนำคู่อันดับค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาทำการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้คู่อันดับ (4,4) เป็นจุดตัดแกน X,Y ซึ่งหมายถึงการวิเคราะห์หาปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากกว่าร้อยละ 80 แต่มีความพึงพอใจต่ำกว่าร้อยละ 80 เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาผลการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับพบว่า ปัจจัยที่ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลควรจะต้องให้ความสำคัญ มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยในเรื่องของการสามารถตรวจสอบการปนเปื้อนของอาหารได้ และปัจจัยในเรื่องของรสชาติอาหาร ดังแสดงในภาพที่ 4.25 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคค่อนข้างให้ความสำคัญและยังไม่พึงพอใจในเรื่องการตรวจสอบการปนเปื้อนของอาหารฮาลาล ซึ่งปัจจุบันพบว่าเมื่อผู้บริโภคพิจารณาจากฉลากผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว อาจจะไม่สามารถเชื่อมั่นหรือตรวจสอบได้ว่าอาหารนั้นจะมีการปนเปื้อนอาหารหรือไม่ ในขณะที่เดียวกันปัจจัยในเรื่องของรสชาติอาหารก็มีต่อการประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน ดังนั้นนอกเหนือจากการควบคุมการปนเปื้อนแล้ว รสชาติอาหารก็มีส่วนสำคัญ

อย่างไรก็ตามนอกเหนือจาก 2 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากกว่าร้อยละ 80 มี 3 ปัจจัย คือ

- ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง
- การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า
- ถูกหลักโภชนาการอาหาร

เมื่อพิจารณาทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกัน โดยสะท้อนถึงความหมายโดยนัยว่าผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาลและการควบคุมการเป็นฮาลาลตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต อีกทั้งยังคำนึงถึงความถูกต้องตามหลักโภชนาการอาหารซึ่งสะท้อนความเป็นฮาลาลโดยนัยอยู่แล้ว ปัจจัยดังกล่าวเหล่านี้ ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลจะต้องให้ความสำคัญและนำไปใช้ในการประเมินผลิตภัณฑ์ของตนว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศได้ต่อไป



ภาพที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis) ผู้บริโภคอาหารฮาลาล



4.2 การวิเคราะห์ผู้บริโภคอาหารฮาลาลในต่างประเทศ

กลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิมหรือผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพไม่ใช่เฉพาะตลาดในประเทศเท่านั้น แต่ยังหมายถึงศักยภาพในตลาดโลกด้วย ปัจจุบันมุสลิมทั่วโลกมีประมาณ 1.6 พันล้านคน ทั้งในทวีปยุโรป อเมริกา แอฟริกาและเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 23 ของจำนวนประชากรทั้งโลก และคาดว่าภายในปี ค.ศ. 2030 จะมีจำนวนมุสลิมทั่วโลกเพิ่มขึ้นเป็น 2.2 พันล้านคน และคิดเป็นร้อยละ 26.4 ของจำนวนประชากรทั้งโลก ซึ่งจากจำนวนประชากรชาวมุสลิมจำนวนมหาศาลนี้ทำให้ตลาดสินค้า “ฮาลาล” ทั้งที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหารกลายเป็นตลาดเนื้อหอมที่หลายประเทศจ้องยึดครอง (วิลาลินี, 2555)

ตลาดสินค้าฮาลาล สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ตลาดในกลุ่มประเทศมุสลิม โดยมีตลาดใหญ่และสำคัญอยู่ในหลายประเทศ ได้แก่

- อินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก คิดเป็นร้อยละ 13 ของประชากรมุสลิมทั่วโลก สินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดนี้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากโกโก้ อาหารแช่แข็ง คุกกี้ ลูกกวาด อาหารทานเล่น เนยเทียม น้ำมันประกอบอาหาร และเครื่องดื่ม
- อิหร่าน เป็นประเทศที่มีกำลังซื้อเป็นลำดับต้นๆ ในกลุ่มประเทศมุสลิม เนื่องจาก 98% ของประชากร 69 ล้านคนเป็นชาวมุสลิม โดยสินค้าฮาลาลที่เป็นที่นิยมในอิหร่าน คือ อาหารแช่แข็ง เนยเทียม คุกกี้และลูกกวาด เนยเทียมและเนยขาว และเครื่องดื่ม
- สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 90% ของประชากรจำนวน 4.6 ล้านคน เป็นชาวมุสลิม สินค้าฮาลาลที่ตลาดต้องการ ได้แก่ อาหารทานเล่น คุกกี้ ลูกกวาด อาหารแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์ซ็อกโกแลต ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ เนยเทียม เครื่องดื่ม เครื่องสำอางและยา
- มาเลเซีย เป็นตลาดสินค้าฮาลาลที่สำคัญอีกแห่ง และเป็นประเทศที่มีประชากรเป็นชาวมุสลิมมากกว่า 60% และนิยมสินค้าฮาลาลของไทยมาก เนื่องจากอาหารไทยมีลักษณะคล้ายอาหารพื้นเมืองของมาเลเซียและมีวัฒนธรรมการบริโภคที่คล้ายกัน ตลาดมาเลเซียจึงเป็นอีกตลาดที่น่าสนใจนอกเหนือจากตลาดยุโรปและตะวันออกกลาง โดยเฉพาะในเรื่องต้นทุนการขนส่งที่ถูกกว่า ประกอบกับสภาพภูมิประเทศของมาเลเซียไม่เอื้ออำนวยต่อการขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชเกษตรจึงทำให้วัตถุดิบในการผลิตอาหารฮาลาลไม่เพียงพอ อีกทั้งสินค้าอาหารไทยได้ประโยชน์จากภาษีนำเข้าที่มาเลเซียเรียกเก็บจากไทยภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียนส่วนใหญ่อยู่ในอัตราร้อยละ 0 เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่เอื้อให้ไทยมีโอกาสอีกมากในการขยายตลาดสินค้าไทยในมาเลเซีย

2. ประเทศที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิมแต่เป็นตลาดใหญ่สำหรับสินค้าฮาลาล ได้แก่

- ตลาดในเอเชียที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศอินเดียซึ่งมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่มากถึง 140 ล้านคน และตลาดในประเทศจีน ที่ถึงแม้ว่าประชากรมุสลิมในประเทศจีนคิดเป็นร้อยละ 2 หรือ 40 ล้านคน ของประเทศเท่านั้น แต่ด้วยจำนวนประชากรชาวจีนที่มีจำนวนมากเป็นอันดับต้นๆในโลก จึงทำให้จีนเป็นตลาดมุสลิมที่มีขนาดใหญ่อีกแห่งหนึ่ง ซึ่งประชากรมุสลิมส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมืองซินเจียง หินงี และซีอัน สินค้าฮาลาลจึงเป็นที่ต้องการ โดยเฉพาะน้ำมันสำหรับประกอบอาหาร ผลิตภัณฑ์จากโกโก้และซ็อกโกแลต อาหารแช่แข็ง คุกกี้ ลูกกวาด อาหารทานเล่น เนยเทียม และเนยขาว (Shortening) และเครื่องดื่ม



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- ตลาดฮาลาลในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมูลค่าถึง 12,000 ล้านดอลลาร์ต่อปี (ประมาณ 396,000 ล้านบาท) มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่กว่า 8 ล้านคน เชื่อว่าเป็นตลาดที่มีการขยายตัวสูงมาก
- ตลาดฮาลาลในยุโรป ซึ่งเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงเช่นกันเพราะชาวมุสลิมที่อาศัยในยุโรปกว่า 10 ล้านคนมีรายได้สูง เช่น ประเทศฝรั่งเศสประเทศเดียวมีความต้องการสินค้าฮาลาลในแต่ละปีสูงกว่า 13,000 ล้านดอลลาร์ (ประมาณ 429,000 ล้านบาท) สำหรับในรัสเซีย แม้ว่าจะมีชาวมุสลิมอาศัยอยู่ไม่มากแต่มูลค่าการค้าในตลาดฮาลาล เพิ่มขึ้น 30-40% ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่หันมาบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและถูกสุขอนามัยมากขึ้น โดยสินค้าที่ต้องการของตลาดกลุ่มนี้ คือ อาหารสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง อาหารแช่แข็ง อาหารทานเล่น คุกกี้และลูกกวาด เนยเทียม น้ำมันประกอบอาหาร เครื่องดื่มและอาหารฮาลาลจากเอเชีย

ปัจจุบันผู้ส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลรายใหญ่ที่สุดของโลก คือ ออสเตรเลีย ตามด้วยบราซิล อาร์เจนตินา แคนาดา อินเดีย นิวซีแลนด์ อังกฤษและสหรัฐอเมริกา โดยออสเตรเลีย ส่งสินค้าฮาลาลไปขายกว่า 70 ประเทศทั่วโลก ในขณะที่บราซิลครองตลาดตะวันออกกลาง ตุรกีและยุโรป สำหรับประเทศอื่นในเอเชียที่เริ่มให้ความสนใจอย่างจริงจังในการเจาะตลาดสินค้าฮาลาลในเอเชียและตลาดโลก คือ มาเลเซีย ซึ่งตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางฮาลาลนานาชาติ สิงคโปร์ประกาศวิสัยทัศน์เป็นศูนย์กลางผลิตอาหารฮาลาล ในขณะที่ประเทศไทยตั้งเป้าเป็นศูนย์วิทยาศาสตร์และการตรวจสอบ บรูไนลงนามสัญญาร่วมกับออสเตรเลียเป็นผู้ผลิตอาหารให้โลกมุสลิม และประเทศจีนตั้งเป้าเป็นผู้ส่งออกอาหารฮาลาล โดยได้ร่วมกับประชาคมยุโรปจัดทำระบบการตรวจสอบเพื่ออนุมัติให้บริษัทจีนสามารถส่งสินค้าฮาลาลไปขายในยุโรปได้ ส่วนผู้ส่งออกของประเทศอินเดีย กำลังเร่งเพื่อให้ได้ตรารับรองฮาลาลและใบรับรองมาตรฐาน HACCP และ ISO เพื่อเป็นใบเบิกทางในการส่งออกสินค้าฮาลาล

จากภาพรวมตลาดสินค้าฮาลาลโลกดังกล่าว จะเห็นได้ว่าประเทศต่างๆ มีความตื่นตัวที่จะแข่งขันกันเพื่อจับตลาดสินค้าฮาลาล หากผู้ประกอบการไทยต้องการจะบุกตลาดสินค้าฮาลาลอย่างจริงจัง สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งซึ่งผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญและต้องทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง คือ ความต้องการของผู้บริโภค เพราะถ้ามีความเข้าใจในความต้องการของผู้บริโภคแต่ละประเทศเป็นอย่างดี ก็จะสามารถเจาะตลาดประเทศนั้นๆ ได้

ดังนั้นงานวิจัยในส่วนนี้จึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความต้องการรวมทั้งมุมมองของของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ต่ออาหารฮาลาลของไทยโดยสามารถสรุปงานศึกษาที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

จากงานศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในตลาดตะวันออกกลาง โดยสาธิตา (2554) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในตลาดตะวันออกกลางมี 4 ประการ คือ ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด การบริหารจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลไทยขององค์กรที่มีบทบาทเกี่ยวข้อง ภาพลักษณ์ของสินค้า และการตลาดและการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ โดยรายละเอียดของแต่ละประเด็นสรุปได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด ผู้บริโภคตะวันออกกลางใช้ประเทศแหล่งกำเนิดเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการประเมินภาพลักษณ์สินค้าอาหารฮาลาลของประเทศต่างๆ ผู้บริโภคตะวันออกกลางใช้ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของประเทศไทยเป็นเกณฑ์



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

2. การบริหารจัดการธุรกิจอาหารฮาลาลไทยขององค์กรที่มีบทบาทเกี่ยวข้อง การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยขับเคลื่อนด้วย 3 หน่วยงาน คือ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรศาสนา และผู้ประกอบการ โดยพบว่าหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยงานมีลักษณะการบริหารจัดการไม่เกื้อหนุนต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทย ดังต่อไปนี้
 - หน่วยงานภาครัฐไม่เข้าใจหลักการฮาลาลอย่างแท้จริง เป็นผลให้การจัดการทำแผนนโยบายที่ผ่านมาไม่ได้ช่วยส่งเสริมสนับสนุนภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับอาหารฮาลาลไทยได้อย่างสมบูรณ์
 - องค์กรศาสนา ผลการศึกษาพบว่าองค์กรศาสนาขาดความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภคมุสลิมไทย เนื่องจาก 1) ขาดความรู้ในเชิงเทคนิคและวิทยาศาสตร์ การจัดการด้านการตลาด ตลอดจนทักษะความรู้ในการตรวจสอบอาหารเพื่อออกเครื่องหมายฮาลาล 2) องค์กรศาสนามีภาพลักษณ์ความไม่โปร่งใสในการทำงาน
 - ผู้ประกอบการส่งออกอาหารฮาลาล พบว่าผู้ประกอบการบางรายไม่รักษาคุณภาพด้านการผลิต รวมทั้งไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และกระบวนการผลิตอาหารฮาลาล
3. ภาพลักษณ์ของสินค้า
4. การตลาดและการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์

อย่างไรก็ดีเมื่อมองพฤติกรรมผู้บริโภคที่อยู่ในอาเซียนพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคชาวมุสลิม ทั้งมาเลเซีย บรูไน ฟิลิปปินส์ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีสัญลักษณ์ฮาลาล และส่วนใหญ่ชื่นชอบสินค้าจากไทยเช่นเดียวกับชาติอื่นๆ ในอาเซียน เนื่องจาก คุณภาพน่าเชื่อถือ ราคาไม่แพง และดีไซน์ที่แตกต่าง จึงเป็นโอกาสดีในการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าดังกล่าว แต่ควรให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพและความปลอดภัย โดยเฉพาะการส่งสินค้าไปมาเลเซียซึ่งมีอุปสรรคในการตรวจสอบสินค้าฮาลาลอย่าง เข้มงวด ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต้องได้มาตรฐานไม่สามารถปลอมแปลงได้ อย่างไรก็ตาม มาเลเซียเป็นตลาดสินค้าฮาลาลที่สำคัญ มีประชากรเป็นมุสลิมมากกว่า 60% ผู้บริโภคนิยมสินค้าฮาลาลจากไทย และอาหารไทยที่มีความใกล้เคียงกับอาหารพื้นเมืองของมาเลเซีย ผู้ประกอบการที่ต้องการบุกตลาดฮาลาลไม่จำเป็นต้องไปถึงยุโรปและตะวันออกกลาง เพราะการลงทุนในตลาดอาเซียนมีต้นทุนขนส่งถูกกว่า¹

ในขณะที่มุมมองพฤติกรรมผู้บริโภคชาติตะวันตก เช่น แคนาดา พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้ออาหารฮาลาลของผู้บริโภค คือ²

- 1) ความมั่นใจต่อสินค้าว่าเป็นสินค้าฮาลาลที่ถูกต้อง 100%
- 2) คุณภาพของสินค้า
- 3) ราคาสินค้า

¹ <http://www.sasin.edu/media-relations/press-releases/halal.html>

² สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ <http://www.depthai.go.th>



บทที่ 5

ภาพรวมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล

ในบทนี้จะได้กล่าวถึงภาพรวมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล โดยข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ มาจาก 2 ส่วน คือ

- การสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาล
- การวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนอาหารฮาลาล และกิจกรรมโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

5.1 การสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

ผลการดำเนินการในส่วนของการสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาล สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 การพัฒนาเครื่องมือในการสำรวจ

คณะผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ผู้ผลิตอาหารฮาลาล โดยส่วนประกอบของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

- ชื่อสถานประกอบการ
- ประเภทผลิตภัณฑ์
- ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์
- ที่อยู่ สถานประกอบการ
- เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ
- อีเมลล์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการขออนุญาตตราฮาลาล

- สินค้าของท่านได้รับเครื่องหมายฮาลาลเมื่อใด
- ค่าใช้จ่ายในการขออนุญาตตราฮาลาล
- ค่าใช้จ่ายในรายเดือนให้กับที่ปรึกษา
- ข้อมูลยอดขายปัจจุบัน
- การได้รับเครื่องหมายฮาลาล ทำให้ยอดขายท่านเพิ่มขึ้นหรือไม่
- การได้รับตราฮาลาลส่งผลต่อสินค้าของท่านอย่างไรบ้าง
- ปัญหาที่พบในการขออนุญาตเครื่องหมายฮาลาล
- หน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนท่าน ได้แก่ ระบุสิ่งที่หน่วยงานให้การสนับสนุน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและผลิตภัณฑ์

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- ประเภทวัตถุดิบ
- แหล่งที่สั่งซื้อ
- ปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง
- ระยะเวลาในการรอคอยวัตถุดิบนับจากวันที่สั่ง
- ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง
- ปัญหาที่พบเนื่องจากวัตถุดิบมีอะไรบ้าง
- ท่านมีสายสัมพันธ์อันดีกับ Supplier วัตถุดิบมากน้อยเพียงใด

ข้อมูลการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์

- ประเภทบรรจุภัณฑ์
- ขนาดบรรจุภัณฑ์
- ราคาต่อหน่วย
- แหล่งที่สั่งซื้อ
- ระยะเวลาในการรอคอยบรรจุภัณฑ์นับจากวันที่สั่ง
- ปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง
- ความถี่ในการสั่ง
- ปัญหาที่พบเนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีอะไรบ้าง
- ท่านมีสายสัมพันธ์อันดีกับ Supplier บรรจุภัณฑ์มากน้อยเพียงใด

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

- ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น
 - จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้
 - จำหน่ายโดยผ่านหน้าร้านของตัวเอง
 - รับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์
 - รับคำสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต
 - จำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง
- สัดส่วนยอดขายต่อเดือน
- รูปแบบการกระจายสินค้า (การขนส่ง)
- ปัญหาที่พบในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ามีอะไรบ้าง

ข้อมูลการสต็อกสินค้า

- ท่านเก็บสต็อกสินค้าเพื่อรอการขายกี่วัน
- ปริมาณสินค้าที่สต็อกไว้มีจำนวนเท่าใด หรือ มีมูลค่าเฉลี่ยประมาณเท่าใด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลต้นทุน

● ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนคงที่ เช่น ค่าบุคลากร ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าภาษี ค่าประกัน ค่าเช่าต่างๆ เป็นต้น



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ต้นทุนผันแปร เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าจัดซื้อวัตถุดิบ เป็นต้น

● **ต้นทุนการขนส่ง แบ่งเป็น 2 กรณี คือ**

กรณีผู้ประกอบการอาหารฮาลาลมีรถขนส่งเอง

- ประเภทรถ
- จำนวนรถ
- อายุการใช้งาน

ต้นทุนคงที่ เช่น ค่าภาษี ค่าเสื่อมราคา ค่าจ้างคนขับ เป็นต้น

ต้นทุนผันแปร เช่น ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าซ่อมบำรุง เป็นต้น

กรณีไม่มีรถขนส่งเอง

ต้นทุนผันแปร เช่น ต้นทุนค่าจัดส่งทางไปรษณีย์ ทางรถทัวร์ ทางบริษัทขนส่ง เป็นต้น

● **ต้นทุนคลังสินค้า** เช่น ค่าเช่า ค่าภาษี ค่าประกัน เป็นต้น

ส่วนที่ 5 ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- ทิศทางขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในประเทศ
- ทิศทางขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในต่างประเทศ
 - ท่านมีความสนใจที่จะส่งออกสินค้าของท่านไปจัดจำหน่ายในประเทศใดบ้าง เพราะเหตุใด
 - ท่านคิดว่าอุปสรรคสำคัญในการส่งสินค้าของท่านไปยังตลาดต่างประเทศ คืออะไร
 - ท่านต้องการความช่วยเหลือ หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานใด

ส่วนที่ 6 ท่านคิดว่าภาครัฐควรทำกิจกรรมใดบ้างที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

5.1.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการอาหารฮาลาลขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างน้อย ทั้งในเรื่องของการควบคุมคุณภาพ ต้นทุน รวมทั้งอุปสรรคต่างๆ ในการขออนุญาตตราฮาลาล ซึ่งเป็นผู้ประกอบการกลุ่มใหญ่ ในขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่มิใช่ขีดความสามารถทั้งในเรื่องของคุณภาพและต้นทุนอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันได้

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาเป็นตัวแทนในการศึกษานี้ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดที่เป็นทั้งแหล่งผู้ผลิต (Supply) และผู้บริโภค (Demand) ของอาหารฮาลาล โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

- ผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้
- ผู้ประกอบการที่อยู่ในภาคอื่นๆ ที่มีใช่ภาคใต้



5.1.3 ผลการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

ภายหลังจากที่คณะผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสำรวจแล้ว จึงได้ลงพื้นที่ทำการสำรวจ โดยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ผลิตอาหารฮาลาล จำนวน 17 รายดังนี้

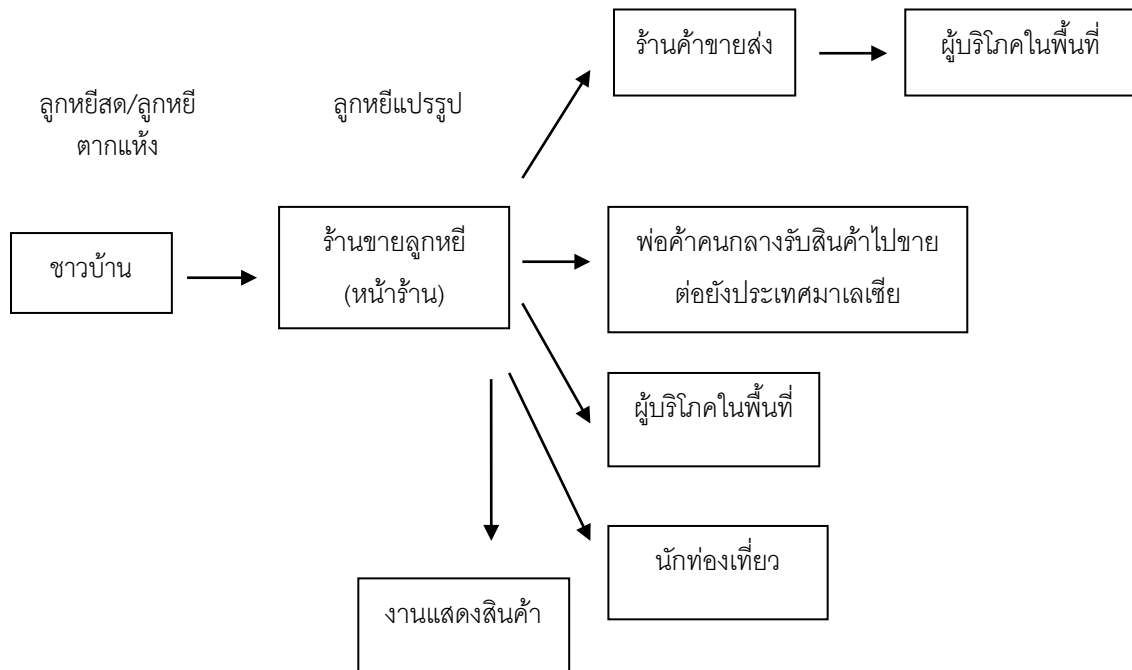
ลำดับ	รายชื่อสถานประกอบการ	ที่อยู่
1	ร้านวีระวงค์ (ลูกหยีกวน)	84/2 ถ.สีโรรส หมู่ 3 ต.ยะรัง อ.ยะรัง จ.ปัตตานี 94160
2	โรงงานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์	164/2 นาเกลือ ต.บานา อ.เมืองปัตตานี จ.ปัตตานี
3	ร้านโรตีกรอบปัตตานี บิสมิลลาห์	จ.ปัตตานี
4	โรงงานผลิตชิงผง	จ.ยะลา
5	บริษัท ตอยยิบันฟู้ดส์ จำกัด (นมถั่วเหลืองสเตอริไลซ์ และนมถั่วเหลืองพลาสเจอร์ไรส์)	163/15 หมู่ที่ 1 ต.ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา
6	กลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส (ขนมพื้นเมืองและเบเกอรี่)	25 ม.17 ต.ละงู อ.ละงู จ.สตูล
7	ช.สามช้างขนมเบี๊ยะสูตรโบราณ (ขนมเบี๊ยะ)	24 ม.1 ถ.ศรีภูวนาถไน ต.คานวัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
8	ห้างหุ้นส่วนสามัญ นาโนเอิร์บ (กาแฟสุขภาพ)	2/8 ถ.ราษฎร์อุทิศ 25 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา
9	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีนังตาเกษตรแปรรูป (กล้วยหินทอดกรอบ)	57/1 ม.6 ต.บันนังสตา อ.บันนังสตา จ.ยะลา
10	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาโต๊ะ (ข้าวเกรียบปลา)	114 หมู่ 4 ถ.แหลมโพธิ์, อ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี
11	บริษัท กันตังซีฟู้ด จำกัด (ปลากระป๋อง)	32/50 ซอยหลิมสกุล ซีนานา ต.กันตัง อ.กันตัง จ.ตรัง
12	หจก.ชัยสิทธิ์ฤทธา (ข้าวซอยตัดตราปลาทอง)	1/3 หมู่ 7 ต.บวค่าง อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่
13	หจก.สุธาสินี 3 (น้ำพริกข้าวซอย)	267/10 ถ.ช้างคลาน ต.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่
14	บริษัท เชียงใหม่ชยาดา (น้ำผึ้งบรรจุขวด)	130/1 ม. 10 ต.ดอนแก้ว อ.มาริม จ.เชียงใหม่ 50180
15	บริษัท สารขมาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มะขามแปรรูป)	113 ม.11 หล่มเก่า เพชรบูรณ์ 67120
16	บริษัท ไนน์แอมมะรินทร์ จำกัด (มะขามแปรรูป)	23/5 หมู่ 2 ต. ป่าเลา อ. เมือง จ. เพชรบูรณ์ 67000
17	หจก.จिरาพรฟู้ด (กล้วยตาก)	174 /1 หมู่ 5 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ. พิษณุโลก 65110



โดยผลการสำรวจข้อมูลภาพรวมการดำเนินงานในแต่ละแห่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ร้านวีระวงค์ (ลูกหยีกวน)

ร้านวีระวงค์ เป็นผู้ผลิตลูกหยีแปรรูป ได้แก่ ลูกหยีกวน ในรูปแบบต่างๆ โดยเปิดขายที่บริเวณ สี่แยกตลาดบารัง อ.ยะรัง จ.ปัตตานี มาเป็นระยะเวลากว่า 70 ปี ถือว่าเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างโซ่อุปทานลูกหยีแปรรูป ร้านวีระวงค์ อ.ยะรัง จ.ปัตตานี

ลักษณะการดำเนินการของร้านลูกหยีแปรรูป คือ จะรับวัตถุดิบที่เป็นลูกหยีสดหรือลูกหยีตากแห้งที่ไปเก็บมาจากป่า ในช่วงฤดูที่มีลูกหยี จากนั้นจะนำมาส่งที่ร้านในราคา 300 – 400 บาทต่อกิโลกรัม โดยปริมาณรายละเอียดประมาณ 40 – 100 กิโลกรัม ทั้งนี้ผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดราคาของวัตถุดิบ คือ ชาวบ้านที่นำลูกหยีสดมาจำหน่าย ซึ่งทางร้านจะต้องทำการคัดแยกเกรดของลูกหยี ก่อนที่จะมาแปรรูปในรูปแบบต่างๆ ตามความต้องการของผู้บริโภค โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายคือ

- จำหน่ายปลีกที่หน้าร้าน ให้กับลูกค้าในพื้นที่หรือนักท่องเที่ยว
- จำหน่ายให้ร้านค้าส่ง
- มีพ่อค้าคนกลางรับไปจำหน่ายต่อในประเทศมาเลเซีย
- ประชาสัมพันธ์และจำหน่ายในงานแสดงสินค้าฮาลาลที่ภาครัฐจัด

เนื่องจากผู้ประกอบการได้รับอนุญาตเครื่องหมายฮาลาล และได้รับตราสินค้า OTOP ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จึงทำให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภคสามารถนำไปจำหน่าย นอกจากนี้สินค้ายังได้รับตรา อย. ยิ่งทำให้เพิ่มความน่าเชื่อถือ และส่งผลให้ยอดขายดีขึ้น อีกทั้งยังสามารถส่งออกไปขายยังประเทศมุสลิม ได้แก่ มาเลเซีย หรือตะวันออกกลาง โดยผ่านคนกลางซึ่งทางร้านไม่ได้ทำตลาดเอง



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ปัญหาที่พบของร้านวีระวงศ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ความเสี่ยงในเรื่องของจำนวนวัตถุดิบ ที่มีปริมาณไม่แน่นอนในแต่ละปี และมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ซึ่งวัตถุดิบจะต้องรอชาวบ้านเอามาส่งให้เท่านั้น ไม่สามารถเข้าไปเก็บเองจากแหล่งของวัตถุดิบได้ ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบทำให้ต้องระมัดระวังในเรื่องของความปลอดภัย
- การขาดแรงงานในบางช่วง โดยเฉพาะในช่วงที่มีวัตถุดิบเข้ามาส่งมากทำให้แรงงานไม่เพียงพอ

แนวคิดในการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

เนื่องจากปัญหาหลักของร้าน คือ เรื่องของความไม่แน่นอนของปริมาณวัตถุดิบในที่นี่ คือ ลูกหยีสุด ที่จะเข้าสู่กระบวนการแปรรูป ซึ่งแหล่งที่มาจากชาวบ้านที่ต้องเข้าไปเก็บลูกหยีสุดในป่าแล้วนำมาจำหน่ายให้ที่ร้าน ด้วยเหตุการณ์ความไม่สงบจึงทำให้ชาวบ้านไม่สามารถเข้าไปเก็บลูกหยีสุดได้ มากเท่าที่ควร หากเหตุการณ์ความไม่สงบยังเป็นอยู่เช่นนี้อีกต่อไป ผู้ประกอบการมีความเชื่อว่าปริมาณวัตถุดิบจะลดลงเรื่อยๆ จนท้ายที่สุดอาจจะไม่มีวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต จนทำให้อาจจะต้องล้มเลิกกิจการไป ดังนั้นผู้ประกอบการจึงอยากให้ภาครัฐเร่งแก้ปัญหาดังกล่าวให้สิ้นสุดโดยเร็ว เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน



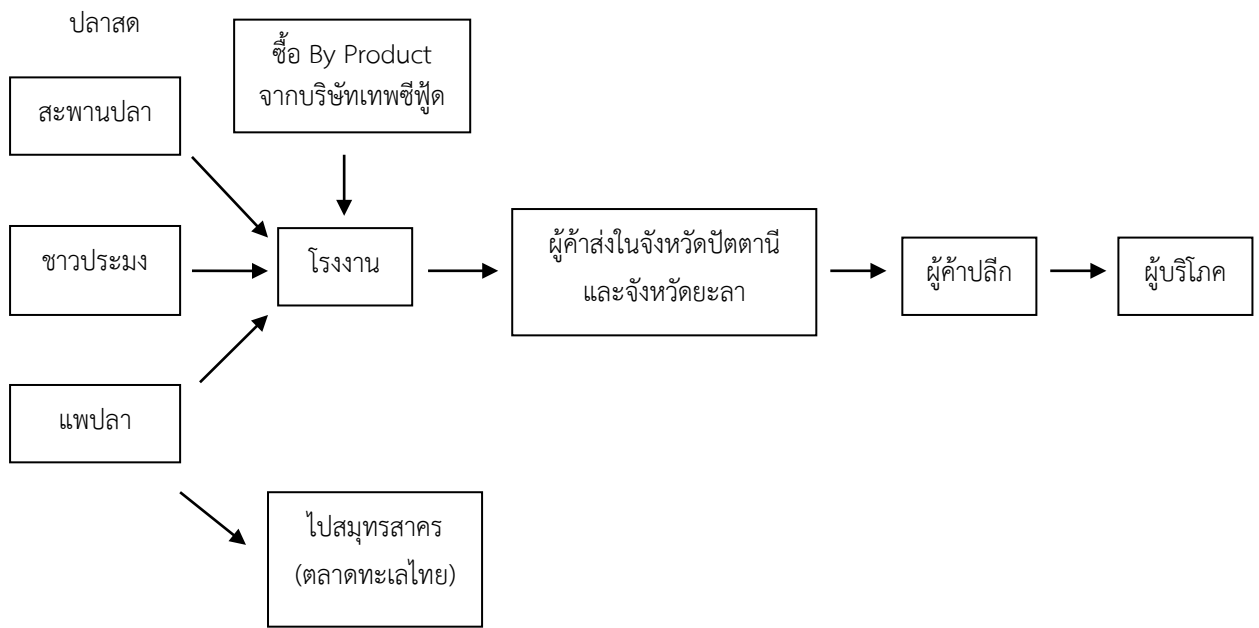
ภาพที่ 5.2 ร้านวีระวงศ์ (ลูกหยีกวน)

2. โรงงานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์

โรงงานผลิตลูกชิ้นพงษ์ทิพย์ ตั้งอยู่ในเขตอุตสาหกรรมจังหวัดปัตตานี มีเนื้อที่ประมาณ 4 ไร่ เป็นโรงงานผลิตลูกชิ้นปลาต้มสุก โดยเริ่มกิจการมาเมื่อปี พ.ศ. 2526 ซึ่งในกระบวนการผลิตจะต้องล้างพลาสติกให้สะอาด และถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม และในกระบวนการผลิตต้องมีการป้องกันการปนเปื้อน (นะยิส/หะรอม) และจะต้องทำงานตามขั้นตอนการผลิตอย่างเคร่งครัด รักษาความสะอาดบริเวณผลิตตลอดเวลา และในกระบวนการผลิตทั้งหมดตลอดจนการบรรจุและการเก็บรักษา จะต้องดำเนินการภายใต้สภาวะและการควบคุมที่เหมาะสมตามความจำเป็นเพื่อลดจำนวนของเชื้อจุลินทรีย์ รวมทั้งการเกิดสารพิษและการสูญเสียของอาหารให้น้อยที่สุด โดยโรงงานผลิตลูกชิ้นปลามีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



ภาพที่ 5.3 โซ่อุปทานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์

ลักษณะการดำเนินการโรงงานจะรับ พลาสติกจากสะพานปลาประมาณวันละ 3 – 5 ตัน โดยมีการตรวจสอบการปนเปื้อนของนยิส/หะรอม ใช้รถบรรทุกห้องเย็นที่ไม่มีการบรรทุกวัตถุดิบที่ไม่ฮาลาล เมื่อรถบรรทุกมาถึงโรงงานจะเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเป็นลูกชิ้นปลา เพื่อเตรียมจัดจำหน่ายต่อไป โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายคือผ่านทางร้านค้าส่งที่อยู่ในจังหวัดปัตตานีและจังหวัดยะลาต่อไป

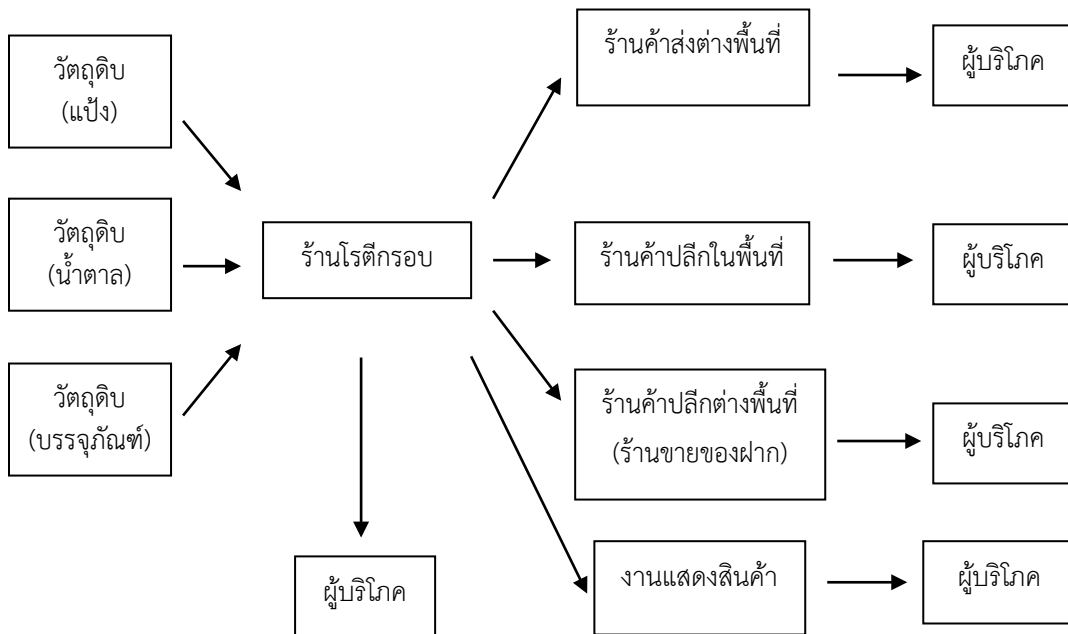


ภาพที่ 5.4 โรงงานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์



3. ร้านโรตีกอบปัตตานี บิสมิลลาห์

ร้านโรตีกอบ บิสมิลลาห์ ตั้งอยู่ที่ อ.เมือง จ.ปัตตานี เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางที่ได้มีการแปรรูปสินค้าโรตีสตให้เป็นโรตีกอบทำให้สามารถเก็บไว้ได้นานขึ้น โดยมีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.5 โครงสร้างโซ่อุปทานร้านโรตีกอบปัตตานี บิสมิลลาห์

ลักษณะการดำเนินการของร้านโรตีกอบปัตตานี บิสมิลลาห์ คือ จะซื้อวัตถุดิบจากร้านค้าใกล้เคียง แล้วนำมาผลิตในสถานที่ผลิตที่กำหนด มีการจ้างแรงงานคือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากความไม่สงบในพื้นที่ และแรงงานในครัวเรือน โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายคือ

- จำหน่ายปลีกที่หน้าร้าน ให้กับลูกค้าในพื้นที่หรือนักท่องเที่ยว
- จำหน่ายให้ร้านค้าส่ง
- จำหน่ายในร้านค้าปลีกต่างพื้นที่ โดยการใช้รถขนส่งของทางร้านเอง และจัดส่งทางรถโดยสารเครื่องบิน
- ประชาสัมพันธ์และจำหน่ายในงานแสดงสินค้าอาหารที่ภาครัฐจัด

ปัญหาที่พบของร้านโรตีกอบปัตตานี บิสมิลลาห์ สามารถสรุปได้ดังนี้

- ยังใช้แรงงานคนสำหรับการผลิตเป็นหลัก เครื่องจักรที่ช่วยในการผลิตมีน้อยทำให้กำลังการผลิตต่ำ
- มีความเสี่ยงในเรื่องความต่อเนื่องในระบบการทำงานของร้านค้าเนื่องจากปัจจุบันการดำเนินธุรกิจของร้านส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับคน ๆ เดียว โดยยังไม่มีการถ่ายทอดองค์ความรู้

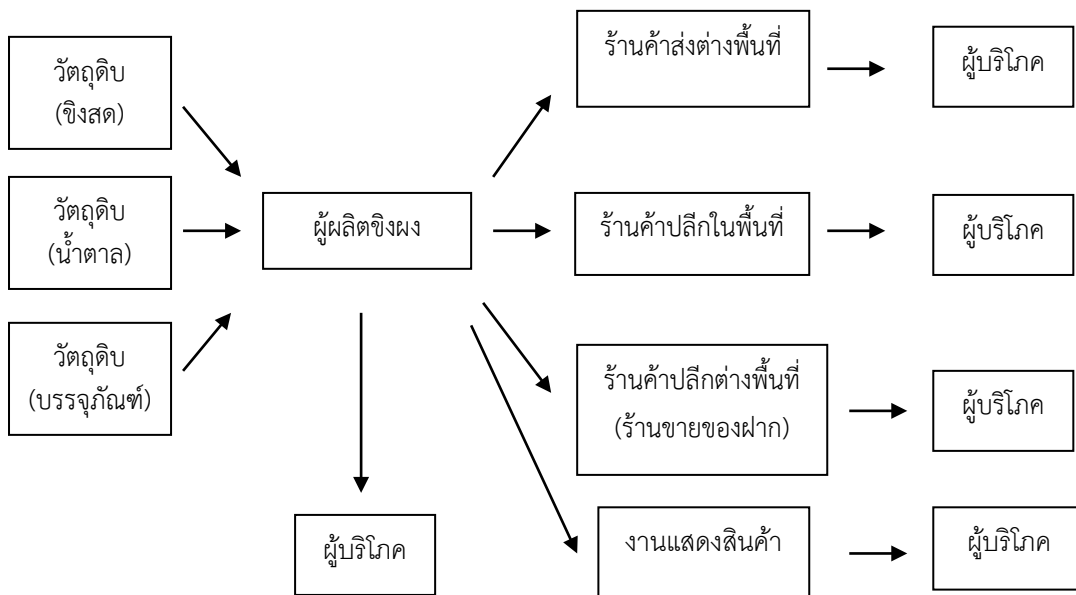




ภาพที่ 5.6 ร้านโรตีกอบปัตตานี บิสมิลลาห์

4. ผู้ผลิตเชิงผงสำเร็จรูป

ผู้ผลิตเชิงผง เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่ อ.ยะรัง จ.ปัตตานีและผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการรวมกลุ่มและการสนับสนุนในด้านต่างๆ โดยมีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.7 โครงสร้างโซ่อุปทานของชิงผงปัตตานี



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ลักษณะการดำเนินการของชิงผงดัตตานี คือ จะซื้อวัตถุดิบซึ่งเป็นชิงสดที่ปลูกเฉพาะในพื้นที่ใกล้เคียง เป็นพันธุ์พิเศษ ที่มีเฉพาะพื้นที่นี้ มีความเผ็ดร้อนมากกว่าแหล่งอื่น แล้วนำมาผลิตในสถานที่ผลิตที่กำหนด แปรรูปเป็นชิงผง และใช้การจ้างแรงงานในกลุ่มผู้ผลิต ปัจจุบันเจ้าของที่ดูแลเป็นครอบครัวเดี่ยวแต่อาศัยแรงงานจากสมาชิกในกลุ่ม การจ้างแรงงานสามารถเร่งได้โดยจ่ายค่าแรงล่วงเวลาในช่วงที่มีชิงสดออกมามาก

ช่องทางการจัดจำหน่ายของชิงผงสำเร็จรูป คือ

- จำหน่ายปลีกที่หน้าร้าน ให้กับลูกค้าในพื้นที่หรือนักท่องเที่ยว
- จำหน่ายให้ร้านค้าส่ง
- จำหน่ายในร้านค้าปลีก และลูกค้าต่างพื้นที่ โดยการจัดส่งทางไปรษณีย์
- ประชาสัมพันธ์และจำหน่ายในงานแสดงสินค้าฮาลาลที่ภาครัฐจัด



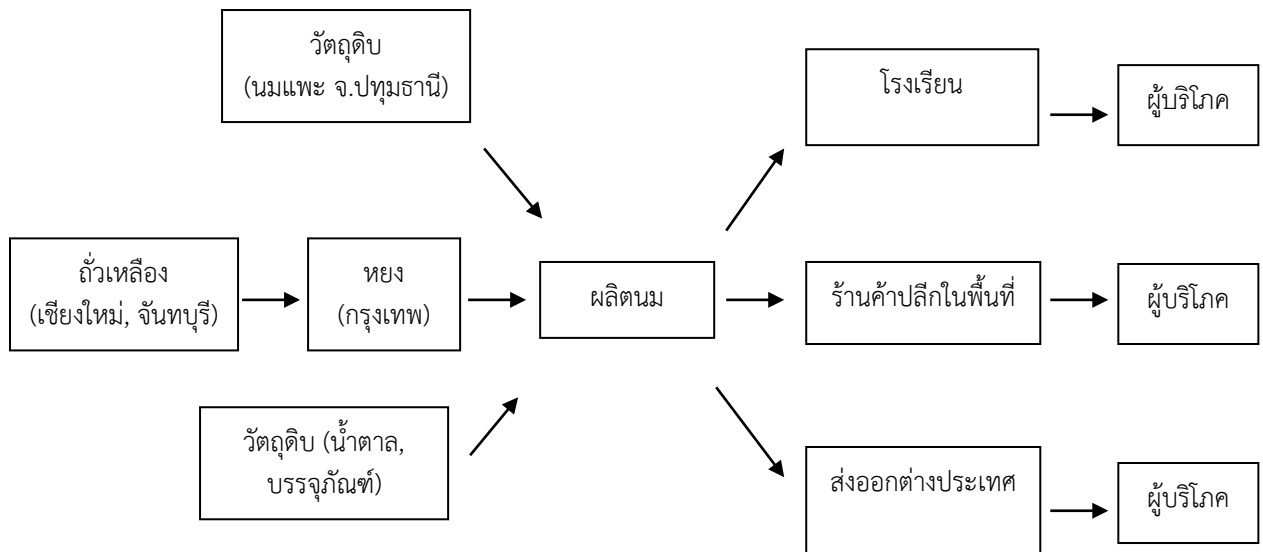
ภาพที่ 5.8 ร้านโรตีกอบปัตตานี บิสมิลลาห์

5. บริษัท ตอยยิบันฟู้ดส์ จำกัด

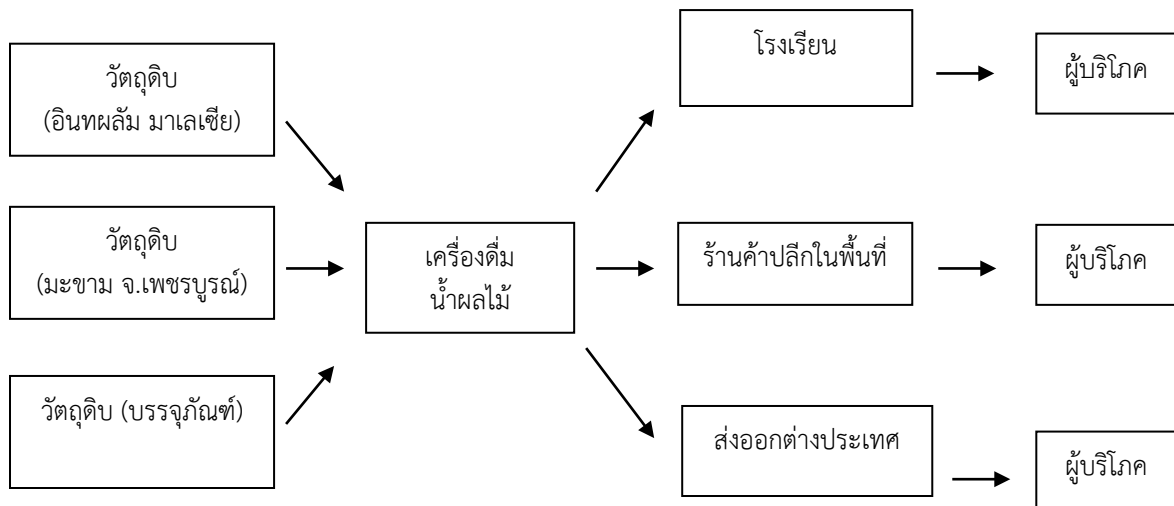
บริษัท ตอยยิบันฟู้ดส์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ จ.ยะลา เป็นผู้ผลิตนมถั่วเหลืองสเตอริไลซ์ และนมถั่วเหลืองพลาสติกเจอร์ไรส์ ตราลาบันชอย มีนมถั่วเหลือง 100% นมถั่วเหลืองผสมนมแพะ 25 % และนมถั่วเหลืองผสมธัญพืชสีดำ ผลิตภัณฑ์ ดีนี น้ำอินทผลัม น้ำมะขาม น้ำกระเจี๊ยบ มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



ภาพที่ 5.9 โครงสร้างโซ่อุปทานสำหรับเครื่องดื่มนมถั่วเหลืองผสมนมแพะ



ภาพที่ 5.10 โครงสร้างโซ่อุปทานสำหรับเครื่องดื่มน้ำผลไม้

ลักษณะการดำเนินการของบริษัท ตอยยิบันฟู้ดส์ จำกัด คือ จะสั่งซื้อวัตถุดิบหลักมาจากต่างพื้นที่ เช่น

- นมแพะ สั่งจากเกษตรกรจาก จ.ปทุมธานี
- ถั่วเหลือง สั่งจากพ่อค้าคนกลาง (หยง) จาก กรุงเทพฯ ซึ่งรวบรวมมาจาก จ.เชียงใหม่ และจันทบุรี
- อินทผลัม จากประเทศมาเลเซีย
- มะขาม จาก จ.เพชรบูรณ์

จากนั้นวัตถุดิบดังกล่าวจะเข้าสู่กระบวนการผลิตและช่องทางการจัดจำหน่ายคือ

- ส่งไปจำหน่ายยังร้านค้าปลีกในพื้นที่หน้าร้าน
- ส่งนมไปโรงเรียนในพื้นที่
- ส่งออกไปยังต่างประเทศ เช่น มาเลเซีย คูโบ เป็นต้น



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ปัญหาที่พบของ บริษัท ตอยยี่บันฟูตส์ จำกัด สามารถสรุปได้ดังนี้

- ความเสี่ยงในเรื่องของ Supplier ที่จัดส่งวัตถุดิบนมแพะ ซึ่งมีอยู่รายเดียวและอยู่ต่างพื้นที่ ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงหาก Supplier รายดังกล่าวเลิกกิจการไป อาจจะทำให้กิจการหยุดชะงัก อยากรให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ ส่งเสริมหรือสนับสนุนให้มีการเลี้ยงแพะในพื้นที่เพิ่มขึ้น เพื่อลดการพึ่งพา Supplier เพียงรายเดียว
- เครื่องหมายฮาลาลของประเทศไทยยังไม่เป็นที่น่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคในกลุ่มประเทศมุสลิมเท่าใดนัก ทำให้ไม่สามารถส่งออกสินค้าที่ตีตราประเทศไทยได้ ต้องตีตราประเทศมาเลเซียเพื่อให้สามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น
- ค่าใช้จ่ายในการยื่นขออนุญาตเครื่องหมายฮาลาลค่อนข้างสูง อยากรให้ภาครัฐเข้ามาดูแลสนับสนุนหน่วยงานรับรองตราฮาลาล เช่นเดียวกับของประเทศมาเลเซีย เพื่อทำให้ค่าใช้จ่ายถูกลง เป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการยื่นขอตราฮาลาลเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศมากขึ้น โดยอยากรให้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตตราฮาลาล 3 ส่วน คือ
 - หน่วยงานที่ออกกฎระเบียบ
 - หน่วยงานตรวจสอบ
 - หน่วยงานส่งเสริม สนับสนุน

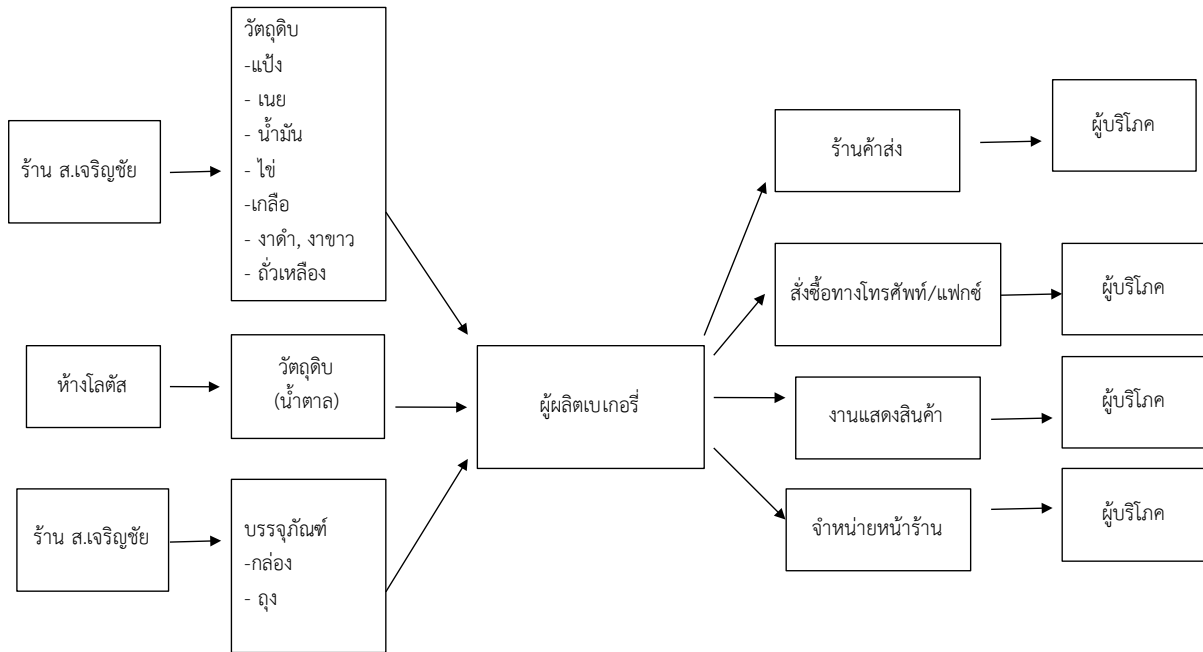


ภาพที่ 5.11 โรงงานผลิตนมถั่วเหลือง นมแพะ ลาบันซอย



6. กลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส ผู้ผลิตขนมพื้นเมืองและเบเกอรี่ อ.ละงู จ.สตูล

กลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส ผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมืองและเบเกอรี่ ตั้งอยู่ที่อยู่ 25 ม.17 ต.ละงู จ.สตูล มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.12 โครงสร้างโซ่อุปทานกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส ผู้ผลิตขนมพื้นเมืองและเบเกอรี่

ผลการสำรวจข้อมูลการได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลพบว่า ทางกลุ่มได้รับเครื่องหมายฮาลาลเมื่อ 4 ปีที่ผ่านมา โดยค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการดำเนินการ 16,000 บาท ยอดขายปัจจุบันประมาณ 150,000 บาท/เดือน โดยหลังจากที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลกระทบต่อยอดขายให้ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ทั้งนี้การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลกระทบต่อสินค้า คือทำให้มียอดขายดีขึ้น ลูกค้ามั่นใจมากขึ้น หน่วยงานรัฐที่เข้ามาช่วยสนับสนุนทางกลุ่ม ได้แก่ ธกส.

ลักษณะการดำเนินการของกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส คือจะสั่งซื้อวัตถุดิบเพื่อประกอบการผลิตจากแหล่งต่างๆ เพื่อมาใช้ในกระบวนการผลิต ดังนี้

- น้ำตาล จากห้างโลตัส ปริมาณที่สั่งซื้อครั้ง 100 กิโลกรัม การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 2,100 บาท ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน
- แป้ง จากร้านค้า ปริมาณที่สั่งซื้อครั้ง 30 ลัง การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,080 บาท ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน
- เนย จากร้าน ส.เจริญชัย ปริมาณที่สั่งซื้อครั้ง 5 ลัง การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 2,650 บาท ลังละ 530 ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- น้ำมัน จากร้าน ส.เจริญชัย ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 10 ลิ้น การรอวัตถุดิบมาส่ง(นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 3,900 บาท ลังละ 390 ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน
- ไข่ จากร้านค้า ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 150 แผง การรอวัตถุดิบมาส่ง(นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 5,250 บาท ลังละ 105 ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน
- เกลือ จากร้านค้า ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 10 ถุง การรอวัตถุดิบมาส่ง(นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 3 ถุง 5 บาท ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน
- งาดำ งาขาว จากร้านค้า ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง ½ กิโลกรัม การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 100 บาท ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน
- ถั่วเหลือง จากร้าน ส.เจริญชัย ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 2 กระสอบ การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 3,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 2 ครั้งต่อเดือน

ปัญหาที่พบจากการสั่งซื้อวัตถุดิบ ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือวัตถุดิบราคาไม่แน่นอน ส่งผลให้ควบคุมต้นทุนได้ยาก

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์ มีรายการต่อไปนี้

- กล่อง ราคาต่อหน่วย 6 บาท จากร้าน ส.เจริญชัย การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 500 หน่วยคือ ? ความถี่ในการสั่ง 2 เดือนต่อครั้ง 1,800 บาท
- ถุง ราคาต่อหน่วย 2 สตางค์ จากร้าน ส.เจริญชัย การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 50 หน่วยคือ ? ความถี่ในการสั่ง 2 เดือนต่อครั้ง

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ สัดส่วน 10% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้า (การขนส่ง) รถประจำตำแหน่ง
- จำหน่ายผ่านทางหน้าร้านของตัวเอง 10% ต่อเดือน
- รับสั่งซื้อทางโทรศัพท์หรือแฟกซ์ 40% ต่อเดือน
- รับสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตต่อเดือน
- จำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง 50% ต่อเดือน

ต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย

ต้นทุนคงที่ มีรายการต่อไปนี้

- ค่าน้ำ ค่าไฟ และอื่นๆ ค่าใช้จ่าย 700 บาทต่อเดือน
- ไม่มีค่าเช่าอาคาร
- ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่าย 1,600 บาทต่อเดือน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่าย 7,000 บาทต่อเดือน
- ค่าภาษี/ค่าประกัน 1,500*5 คน

ต้นทุนผันแปร มีรายการต่อไปนี้

- ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าใช้จ่าย 3,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน(รายวัน) ค่าใช้จ่าย 18,000 บาทต่อเดือน วันละ 200 *3 คน* 30 วัน

ต้นทุนการขนส่ง

กิจกรรมการขนส่งสินค้า แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ

- กรณีขนส่งเอง ทางร้านจะมีรถปิคอัพที่ใช้ในการขนส่ง 1 คัน อายุการใช้งาน 1 ปี โดยมีรายละเอียดต้นทุนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

ต้นทุนคงที่

- ค่าประกัน 1,500 บาท
- ค่าจ้างคนขับรถ 1,000 บาท

ต้นทุนผันแปร

- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 2,500 บาท
- ค่าจ้างคนขับรถ 2,000 บาท
- ค่าซ่อมบำรุง 2,700 บาท
- กรณีไม่มีรถขนส่งเอง
- ค่าจัดส่งทางไปรษณีย์ ค่าใช้จ่าย 500 บาทต่อเดือน
- ค่าจัดส่งทางรถสองแถว ค่าใช้จ่าย 200 บาทต่อเดือน

ทิศทางในการขยายธุรกิจในอนาคต

- ทิศทางขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในต่างประเทศ มาเลเซีย เนื่องจากลูกค้ามีความสนใจมาก

อุปสรรคสำคัญในการส่งสินค้าของท่านไปยังตลาดต่างประเทศ

- ผู้ประกอบการมีอุปสรรคในเรื่องของการขนส่ง เนื่องจากไม่มีความรู้และความเข้าใจในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
- ยังขาดตลาดที่แน่นอน

กิจกรรมที่ผู้ประกอบการคิดว่าเป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

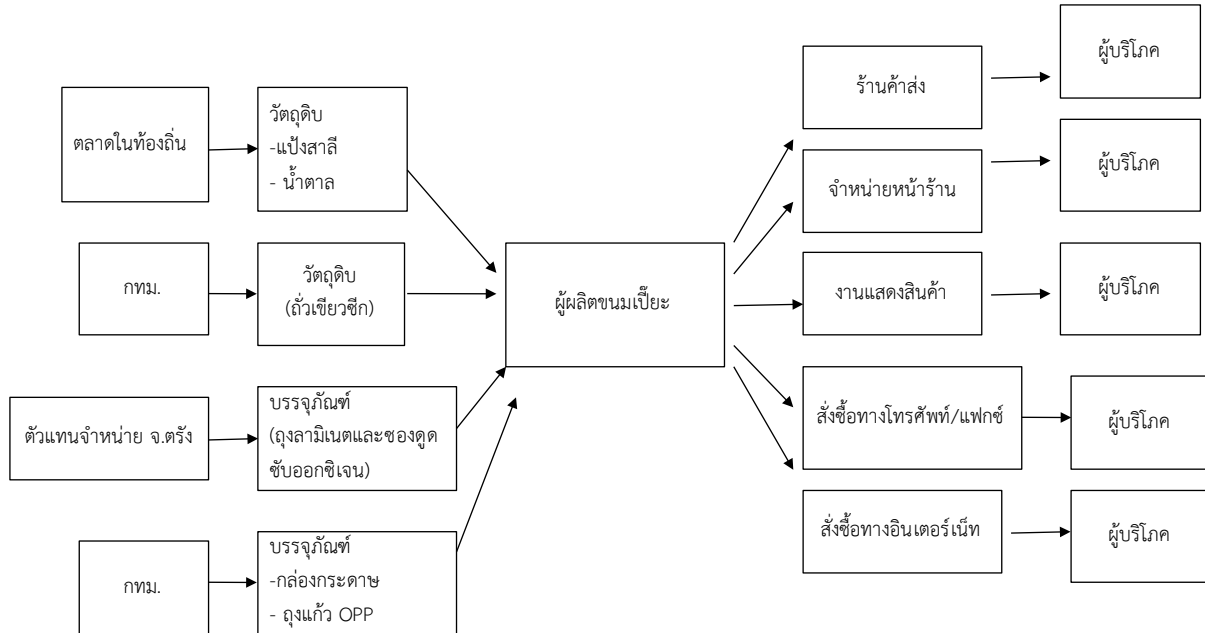
- อยากให้ภาครัฐจัดอบรมด้านภาษาให้กับผู้ประกอบการ
- อยากให้ภาครัฐให้การสนับสนุนในเรื่องของสถานที่จัดงานแสดงสินค้าที่เหมาะสมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อช่วยให้เพิ่มกลุ่มลูกค้า



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

7. ผู้ผลิตขนมเปียะ ช.สามช้างขนมเปียะสุทรโบราณ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

ช.สามช้างขนมเปียะโบราณ ผลิตภัณฑอาหารแปรรูป (ขนมเปียะ) ตั้งอยู่ที่ 24 ม.1 ถ.ศรีภูวนาถใน ต.คานวัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา รูปแบบของโซ่คุณค่าขนมเปียะสุทรโบราณเป็นดังนี้



ภาพที่ 5.13 โครงสร้างโซ่คุณค่าของผู้ผลิตขนมเปียะ ช.สามช้างขนมเปียะสุทรโบราณ

ข้อมูลการได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการได้รับเครื่องหมายฮาลาล เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2554 โดยมีค่าใช้จ่ายที่ใช้ 5,000 บาทต่อปี ไม่มีที่ปรึกษาประจำ ยอดขายปัจจุบันนั้น 650,000 บาทต่อเดือน การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์เพิ่มจำนวนลูกค้าที่เป็นมุสลิม

ข้อมูลการสั่งวัตถุดิบ เพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิต ของผู้ผลิตขนมเปียะ เป็นดังนี้

- แป้งสาลี จากในท้องถิ่น ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 100 กระสอบ 50 กิโลกรัม ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 43,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อเดือน
- ถั่วเขียวซีก จากกรุงเทพฯ ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 100 กระสอบ 50 กิโลกรัม การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) 3-5 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 69,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อเดือน
- น้ำตาล จากในท้องถิ่น ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 50 กระสอบ 50 กิโลกรัม ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 51,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อปี

ปัญหาที่พบของ ช.สามช้างขนมเปียะสุทรโบราณ คือ วัตถุดิบ ขึ้นราคาบ่อย ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการไม่แน่นอน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ สัดส่วน 25% ต่อเดือน
- ทางรถและทางเครื่องบิน
- จำหน่ายผ่านทางหน้าร้านของตัวเอง 10% ต่อเดือน
- รับสั่งซื้อทางโทรศัพท์หรือแฟกซ์ 2.5% ต่อเดือน จัดส่งให้ลูกค้าทางไปรษณีย์และทางเครื่องบิน
- รับสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต 2.5% ต่อเดือน จัดส่งให้ลูกค้าทาง ไปรษณีย์และทางเครื่องบิน
- จำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง 60% ต่อเดือน โดยลูกค้ามาซื้อที่หน้าร้านโดยตรง

ปัญหาที่พบของข.สามช้างขนมเปียะสูตรโบราณ ในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เวลาออกบูธต่างจังหวัด สำหรับจังหวัดที่ไม่มีสนามบินจะพบว่าต้นทุนค่าขนส่งจะมีราคาที่สูงมาก (สินค้าโอท็อปได้รับส่วนลดราคาพิเศษในการส่งสินค้าทางอากาศ)

ต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย

ต้นทุนที่คงที่

- ต้นทุนบุคลากร (ประจำออฟฟิศ)
- ค่าน้ำ ค่าไฟ และอื่นๆ ค่าใช้จ่าย 6,500 บาทต่อเดือน
- ค่าเช่า ค่าใช้จ่าย 6,500 บาทต่อเดือน
- ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่าย 1,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนวัตถุดิบ

- ค่าใช้จ่าย 163,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน (รายวัน) ค่าใช้จ่าย 90,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนการขนส่ง มีรถขนส่งเอง

- รถยนต์ 2 คัน อายุการใช้งาน 6/2
- รถมอเตอร์ไซด์ สองคัน อายุการใช้งาน 5/2

รายละเอียดต้นทุนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

ต้นทุนคงที่

- ค่าประกัน 37,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนผันแปร

- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 15,000 บาทต่อเดือน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

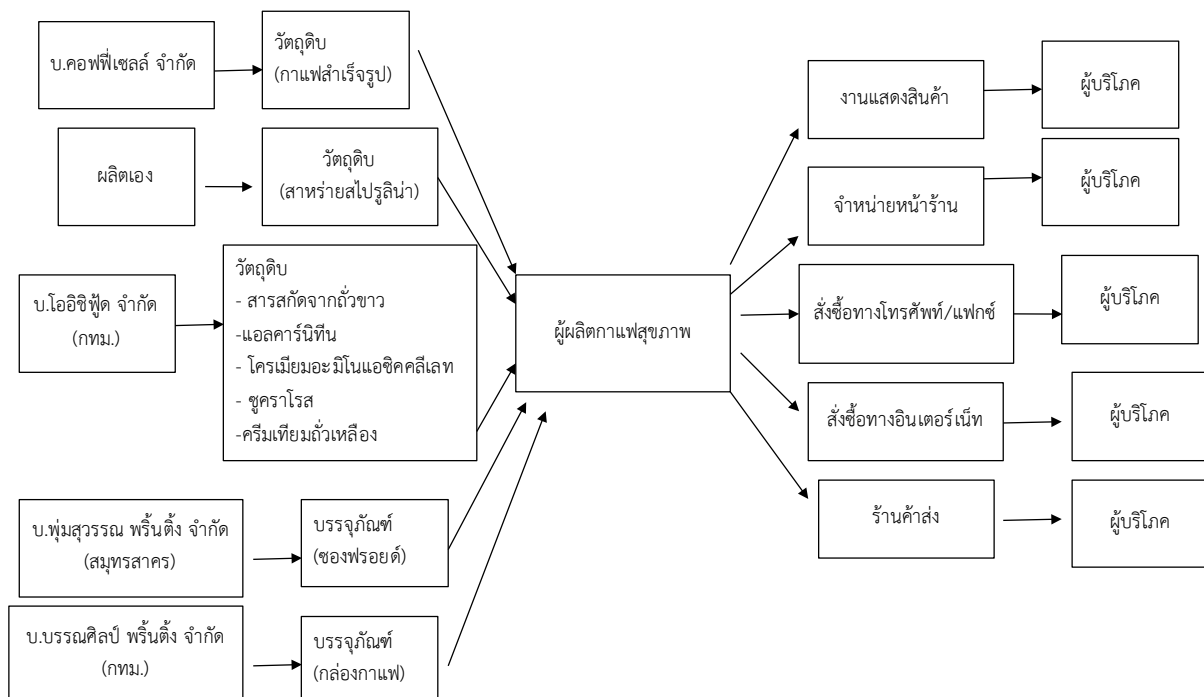
- ทิศทางขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย เนื่องจากตลาดมีขนาดใหญ่ต้องลงทุน
- อุปสรรคสำคัญในการส่งสินค้าของท่านไปยังตลาดต่างประเทศที่สำคัญ คือ เรื่องเครื่องหมายสากลของประเทศไทยไม่เป็นที่ยอมรับในหลายๆประเทศ เช่น มาเลเซีย กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง น่าจะมีการปรับปรุงเพื่อเตรียมพร้อมนำประเทศสู่ประชาคมอาเซียน

ข้อเสนอแนะกิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

- จัดอบรม
- มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเว็บไซต์
- น่าจะมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเรื่องอาหารฮาลาลให้มากขึ้นพร้อมทั้งสนับสนุนการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านอาเซียน

8. ห้างหุ้นส่วน สามัญ นาโน เอิร์บ ผู้ผลิตอาหารเสริมและกาแฟสุขภาพ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา

ห้างหุ้นส่วนสามัญ นาโนเอิร์บ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม และกาแฟสุขภาพ รูปแบบการจัดการโซ่อุปทานเป็นดังนี้



ภาพที่ 5.14 โครงสร้างโซ่อุปทานของ ห้างหุ้นส่วน สามัญ นาโน เอิร์บ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ได้รับเครื่องหมายฮาลาลเมื่อปี 2551 ค่าใช้จ่ายที่ใช้ 2,500 บาทต่อปี ไม่มีที่ปรึกษา ยอดขายปัจจุบันนั้น 130,000 บาทต่อเดือน การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ยอดขายเท่าเดิม อย่างไรก็ตามการได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ เพิ่มมาตรฐานให้สินค้า และยังเพิ่มมูลค่าสินค้าในตลาดกลุ่มตลาด อาหารมุสลิม หน่วยงานรัฐที่เข้ามาช่วยสนับสนุน กรมส่งเสริมการค้าส่งออก สสว. ศูนย์บ่มเพาะ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสงขลา (ฝ่ายกิจกรรมส่งเสริม) กระทรวงมหาดไทย (OTOP)

ข้อมูลการสั่งวัตถุดิบ

- กาแฟสำเร็จรูป จากบริษัท คอฟฟี่เชลล์จำกัด ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 150 กิโลกรัม การร่ววัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 48,952 บาท ความถี่ในการสั่ง 4 ครั้งต่อเดือน
- สารสกัดจากถั่วขาว จากบริษัท ไอซิคฟู๊ดจำกัด ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 25 กิโลกรัม การร่ววัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 30,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อเดือน
- สารสกัดจากสาหร่ายสไปรูลีน่า ผลิตเอง
- แอลคาร์นิทีน โครเมียมอะมิโน แอซซึคคลีเลท ซูคราโรส และครีมเทียมถั่วเหลือง จากบริษัท ไอซิคฟู๊ด จำกัด ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 10 กิโลกรัม การร่ววัตถุดิบมาส่ง(นับจากวันสั่ง) 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 40,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อปี

ข้อมูลการสั่งวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์

- ซอง 7*9 ซม. ราคาต่อหน่วย 0.75 จากบริษัท พุ่มสุวรรณปรีนติง การร่ววัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) 15 วัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 25 ม้วน ความถี่ในการสั่ง 4 เดือนต่อครั้ง
- กล่องกาแฟ 7*10*6 ราคาต่อหน่วย 3.75 จากบริษัท พรรณติลซ์จำกัด การร่ววัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) 10 วัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 4,000 ชิ้นต่อครั้ง ความถี่ในการสั่ง 4 เดือนต่อครั้ง

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ สัดส่วน 70% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้า(การขนส่ง)
- จำหน่ายผ่านทางหน้าร้านของตัวเอง 10% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้าโดยทางรถและทางเครื่องบิน
- รับสั่งซื้อทางโทรศัพท์หรือแฟกซ์ 10% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้าโดย ทางรถและทางเครื่องบิน
- รับสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต 5% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้าโดยทางรถและทางเครื่องบิน
- จำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง 5% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้าโดย ทางรถและทางเครื่องบิน

โดยปกติแล้วผู้ประกอบการมีการเก็บสินค้าสต็อกไว้ขาย 2 สัปดาห์ ปริมาณที่สต็อกไว้ประมาณ 168 กล่องต่อครั้ง



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย

ต้นทุนคงที่

- ต้นทุนบุคลากร (ประจำออฟฟิศ) ค่าใช้จ่าย 12,000 บาทต่อเดือน
- ค่าน้ำ ค่าไฟ และอื่นๆ ค่าใช้จ่าย 800 บาทต่อเดือน
- ไม่มีค่าเช่าอาคาร
- ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่าย 400 บาทต่อเดือน
- ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่าย 3,000 บาทต่อเดือน
- ค่าภาษีและค่าประกัน ค่าใช้จ่าย 400 บาทต่อเดือน

ต้นทุนผันแปร

- ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าใช้จ่าย 25,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน (รายวัน) ค่าใช้จ่าย 35,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนการขนส่ง

ผู้ประกอบการใช้การขนส่งด้วยรถตัวเองและขนส่งในรูปแบบอื่น ได้แก่

- ค่าจัดส่งทางไปรษณีย์ ค่าใช้จ่าย 1,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจัดส่งทางรถทัวร์ ค่าใช้จ่าย 1,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจัดส่งทางบริษัทขนส่ง ค่าใช้จ่าย 3,500 บาทต่อเดือน
- ค่าจัดส่งทางเครื่องบิน ค่าใช้จ่าย 400 บาทต่อเดือน

ต้นทุนคลังสินค้า

- ค่าภาษี ค่าใช้จ่าย 350 บาทต่อเดือน
- ค่าประกัน ไม่เสีย
- ค่าเช่าพื้นที่ไม่เสีย
- ค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่าย 25,000 บาทต่อเดือน

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- ทิศทางขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในประเทศ ในอนาคตสำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ปัจจุบันผู้บริโภคดูแลสุขภาพมากขึ้นเรื่อยๆ

ทิศทางขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในต่างประเทศ

- มีความสนใจที่จะไปจำหน่ายในประเทศอินเดีย เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคอ้วนมาก แนวทางการดูแลสุขภาพเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพสูงมาก



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ท่านต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงาน

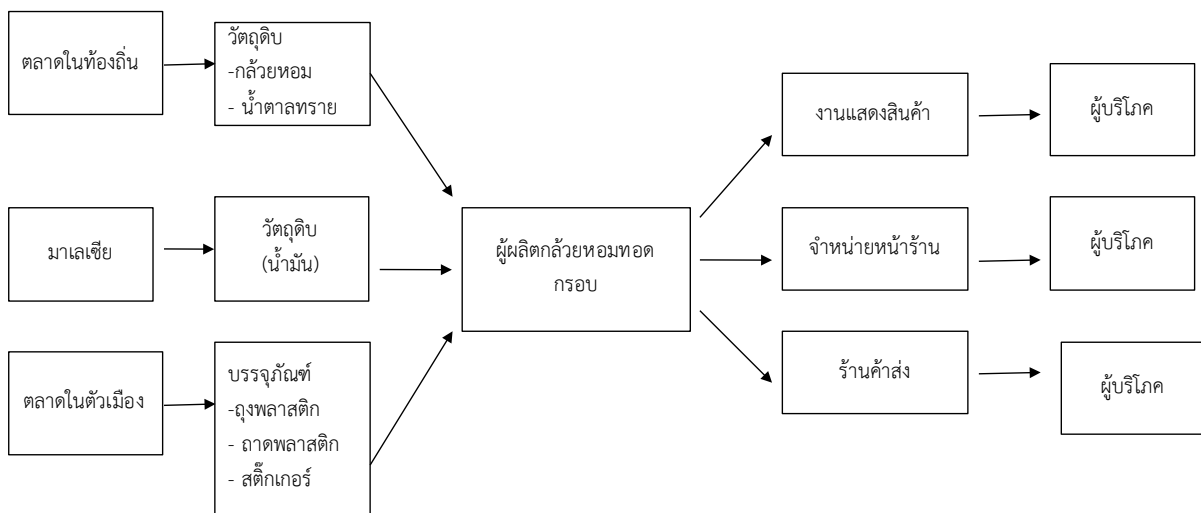
- สถาบันอาหาร
- ศูนย์วิจัยแห่งชาติ
- กระทรวงพาณิชย์
- กระทรวงมหาดไทย
- OTOP

กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

- เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ใช่เป็นคนมุสลิม แต่มีเครื่องหมายฮาลาลกลุ่มผู้บริโภคจะคิดว่า ถ้าหากคนมุสลิมไม่ผลิตเอง จะไม่นิยมรับประทานเป็นความคิดเห็นที่ไม่ถูกต้องอยากให้หน่วยงานภาครัฐ ช่วยสนับสนุนและประชาสัมพันธ์โปรโมท คำว่า “ฮาลาล” เหมือน “อย.”

9. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีพังตาเกษตรแปรรูป ผู้ผลิตกล้วยหินทอดกรอบ อ.บันนังสตา จ.ยะลา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ศรีพังตาเกษตรแปรรูป ผลิตกล้วยหินทอดกรอบ ได้รับเครื่องหมายฮาลาลเมื่อปี พ.ศ. 2553 ยอดขายปัจจุบันประมาณ 100,000 บาทต่อเดือน การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ ยอดขายเพิ่มขึ้น 20% นอกจากนี้การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ คนสนใจสินค้ามากขึ้นเพราะดู สินค้าตรงเครื่องหมายฮาลาลเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อย.



ภาพที่ 5.15 โซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีพังตาเกษตรแปรรูป

ปัญหาที่พบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีพังตาเกษตรแปรรูป ผู้ผลิตกล้วยหินทอดกรอบ ในการขออนุญาตเครื่องหมายตราฮาลาลผู้ประกอบการไม่มีปัญหาอะไร เนื่องจากได้มีการศึกษาข้อมูลเป็นอย่างดีและดำเนินการตามขั้นตอน โดยมีหน่วยงานรัฐที่เข้ามาช่วยสนับสนุนได้แก่



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- กระทรวงเกษตร (พันธุ์กล้วย)
- อุตสาหกรรม (Package)
- กระทรวงพาณิชย์ (การทำตลาด)
- กระทรวงพัฒนาชุมชน (วัสดุ อุปกรณ์ การผลิต)

ข้อมูลการสั่งวัตถุดิบ

- กล้วยหิน จากในพื้นที่ ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 100 ทวี การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) 7 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 2,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 4 ครั้งต่อเดือน
- น้ำมัน จากมาเลเซีย ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 100 กิโลกรัม การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) 30 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 4,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อเดือน
- น้ำตาลทราย จากในพื้นที่ ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 50 กิโลกรัม การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) 1 วัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 4 ครั้งต่อปี

ข้อมูลการสั่งวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์

- ถุง 100 กิโลกรัม, 200 กิโลกรัม ราคาต่อหน่วย 0.5 บาท จากในตัวเมือง การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 20 กิโลกรัม ความถี่ในการสั่ง 2 เดือนต่อครั้ง
- ถุงหิ้ว 9*18, 6*14 ราคาต่อหน่วย 0.5 บาท จากในตัวเมือง การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 5 กิโลกรัม ความถี่ในการสั่ง 1 เดือนต่อครั้ง
- ถุง 100 กิโลกรัม, 200 กิโลกรัม ราคาต่อหน่วย 0.5 บาท จากในตัวเมือง การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 20 กิโลกรัม ความถี่ในการสั่ง 2 เดือนต่อครั้ง
- ถาดรองพลาสติก N3 , N1 ราคาต่อหน่วย 1 บาท จากในตัวเมือง การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 10 กิโลกรัม ความถี่ในการสั่ง 1 เดือนต่อครั้ง
- สติกเกอร์ 5*6 ราคาต่อหน่วย 1 บาท จากในตัวเมือง การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) 30 วัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 5,000 ชิ้น ความถี่ในการสั่ง 3 เดือนต่อครั้ง

ปัญหาที่พบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีพังตาเกษตรแปรรูป ผู้ผลิตกล้วยหินทอดกรอบ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่กระทรวงให้มาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้ได้เนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีความโปร่งใส ลูกค้าไม่เห็นเนื้อสินค้า เลยไม่มั่นใจในสินค้า

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ สัดส่วน 60% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้า (การขนส่ง) ไปรษณีย์



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- จำหน่ายผ่านทางหน้าร้านของตัวเอง 20% ต่อเดือน
- จำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง 20% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้า (การขนส่ง) ไปรษณีย์ รถทัวร์

ปัญหาที่พบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีพังตาเกษตรแปรรูป ผู้ผลิตกล้วยหอมทอดกรอบ ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการที่สินค้าแตกหักเสียหายง่ายในระหว่างการขนส่ง

ต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย

ต้นทุนที่คงที่

- ค่าน้ำ
- ค่าไฟ
- และอื่นๆ ค่าใช้จ่าย 500 บาทต่อเดือน
- ไม่มีค่าเช่าอาคาร
- ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่าย 300 บาทต่อเดือน
- ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่าย 3,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนผันแปร

- ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าใช้จ่าย 20,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน (รายวัน) ค่าใช้จ่าย 6,000 บาทต่อเดือน วันละ 100 *2 คน* 100 วัน

ต้นทุนการขนส่ง ผู้ประกอบการไม่มีรถขนส่งเป็นของตนเอง จึงใช้วิธีการขนส่งดังนี้

- ค่าจัดส่งทางไปรษณีย์ ค่าใช้จ่าย 30,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจัดส่งทางรถสองแถว ค่าใช้จ่าย 1,000 บาทต่อเดือน

ทิศทางการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- ทิศทางขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในประเทศ ไปภาคกลาง ภาคเหนือ ส่วนภาคอีสานไม่น่าจะสามารถเจาะตลาดได้เนื่องจากมีกล้วยในปริมาณมาก

ทิศทางการขยายธุรกิจเพื่อจำหน่ายตลาดในต่างประเทศ

- ผู้ประกอบการมีแนวคิดที่จะขยายตลาดไปยังประเทศในกลุ่ม AEC ได้แก่ มาเลเซีย รวมทั้งจีน ประเทศแถบตะวันออกกลาง และดูไบ

อุปสรรคสำคัญของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีพังตาเกษตรแปรรูป ผู้ผลิตกล้วยหินทอดกรอบ ในการส่งสินค้าของท่านไปยังตลาดต่างประเทศ

- การขนส่งเพราะสินค้าแตกหักง่าย
- กำแพงภาษี
- ค่าผ่านแดน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- กฎหมายสินค้า

ต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงาน

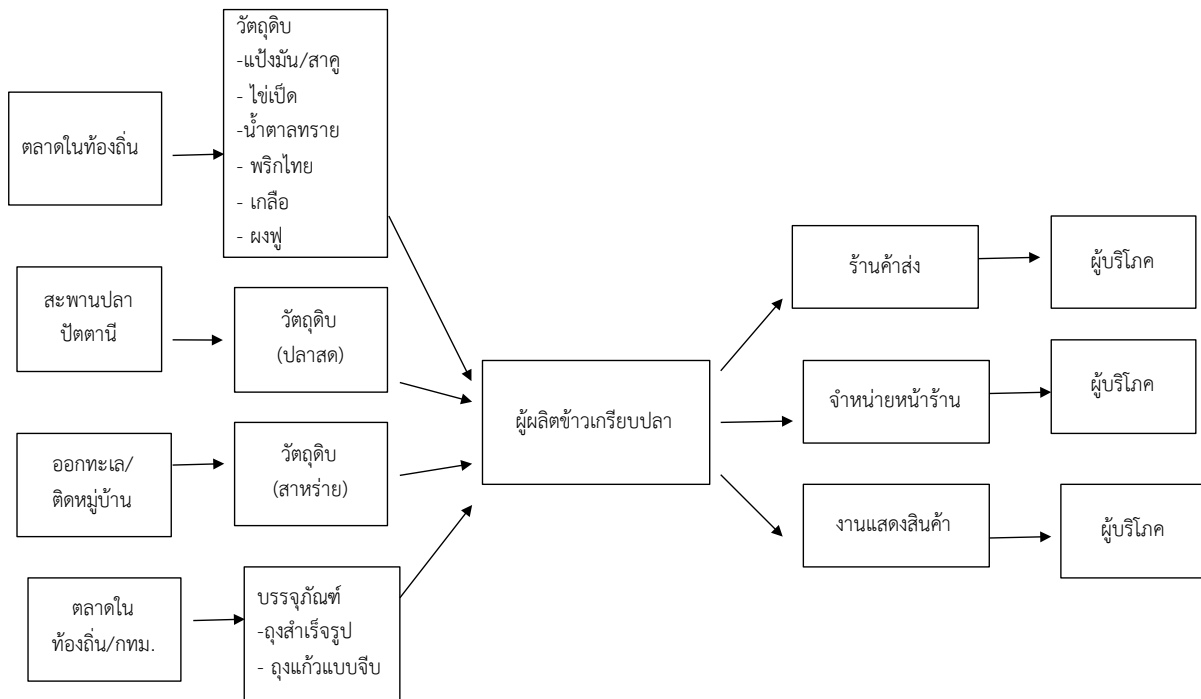
- กระทรวงพาณิชย์ ในเรื่องช่องทางกระจายสินค้าในต่างประเทศ

กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

- จัดงานบ่อยๆ
- ติดต่องานไปขายสินค้าต่างประเทศ

10. วิสาหกิจชุมชนดาโต๊ะะ ผู้ผลิตข้าวเกรียบปลา อ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี

วิสาหกิจชุมชนดาโต๊ะะ ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบปลา ตั้งอยู่ที่ 114 หมู่ 4 ถ.แหลมโพธิ์, อ.ยะหริ่ง จ.ปัตตานี ได้รับเครื่องหมายฮาลาลเมื่อปี 10 ปีที่ผ่านมา ค่าใช้จ่ายที่ใช้ 6,000 บาทปี 4 ครั้งต่อเดือน ยอดขายปัจจุบันประมาณ 160,000 บาทต่อเดือน 80 บาทต่อกิโลกรัม * 200 กิโลกรัม (ประมาณ) การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ยอดขาย โดยพบว่าหลังจากที่ได้เครื่องหมายฮาลาลยอดขายเพิ่มขึ้น 30% การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ ดีขึ้นมากคนรับรู้ตราสินค้า



ภาพที่ 5.16 โซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนดาโต๊ะะ



ปัญหาที่พบในการขออนุญาตเครื่องหมายฮาลาล

- ไม่มีปัญหาเพราะเป็นสินค้าที่ผลิตโดยมุสลิมอยู่แล้ว โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอน และมีเจ้าหน้าที่มาตรวจสอบในกระบวนการผลิตแตกต่างจากผู้ประกอบการ ที่ไม่ใช่มุสลิมอาจจะมียันตอนค่อนข้างเยอะ

สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาช่วยสนับสนุน ได้แก่ สหกรณ์อุตสาหกรรม กลุ่มเกษตรกร กระทรวงพาณิชย์ งานฮาลาล

ข้อมูลการสั่งวัตถุดิบ

- แป้งมัน/สาคุ จาก Supplier ในพื้นที่ ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 9,000 กิโลกรัม ทั้งหมด 300 กระสอบ การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 129,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อเดือน
- ปลาสด จากสะพานปลาปัตตานี ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 250 กิโลกรัมการรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งละ 5,000 บาท ความถี่ในการสั่ง วันต่อวัน
- ไข่เป็ด จากแถวตลาดในหมู่บ้าน ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 2 แผง การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ลูกละ 4 บาท ความถี่ในการสั่ง วันต่อวัน
- น้ำตาลทราย จากตลาดปัตตานี ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 1 กระสอบ การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,115 บาทต่อ 50 กิโลกรัม บาท ความถี่ในการสั่ง 4 ครั้งต่อเดือน
- เกลือไอโอดีน จากตลาดปลาปัตตานีและนาเกลือ ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 1 กระสอบ การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 250 บาทต่อกิโลกรัม บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อเดือน
- ผงฟู จากตลาดปลาปัตตานี ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 1 กระสอบ การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,000 บาท ความถี่ในการสั่ง 1 ครั้งต่อเดือน
- สาหร่าย ออกทะเล ดิดหมู่บ้าน ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 5 กิโลกรัม การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 250 บาท ความถี่ในการสั่ง วันต่อวัน
- พริกไทย ออกทะเล ดิดหมู่บ้าน ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 10 กิโลกรัม การรอวัตถุดิบมาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 2,500 บาท ความถี่ในการสั่ง 4 ครั้งต่อเดือน

ปัญหาที่พบเนื่องจากวัตถุดิบ

- ช่วงนอกฤดูอาจไม่มีปลามาเป็นวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต
- วัตถุดิบแป้งมันขึ้นราคา และขาดตลาดบางครั้ง



ข้อมูลการสั่งวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์

- ถุงใส (ธรรมดา) 17*11 ซม.ต่อ 800 กรัม ราคาต่อหน่วย 1 บาท ซื้อในพื้นที่ การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 3 กิโลกรัมต่อวัน ความถี่ในการสั่ง 3 เดือนต่อครั้ง
- ถุงสำเร็จรูป (ออกงาน) 400 กรัม จากกรุงเทพฯ การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) 30 วัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 100 กิโลกรัม/วัน ความถี่ในการสั่ง 1 เดือนต่อครั้ง
- ถุงใส (แบบสีเหลี่ยม) 9*14 ซม./100 กรัม ราคาต่อหน่วย 1 ซื้อในพื้นที่ การรอวัตถุดิบบรรจุภัณฑ์มาส่ง (นับจากวันสั่ง) วันต่อวัน ปริมาณการสั่งต่อครั้ง 3 กิโลกรัมต่อวัน ความถี่ในการสั่ง 30 เดือนต่อครั้ง

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ สัดส่วน 30% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้า (การขนส่ง) รถส่วนตัว
- จำหน่ายผ่านทางหน้าร้านของตัวเอง 20% ต่อเดือน
- จำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง 50% ต่อเดือน รูปแบบการกระจายสินค้า (การขนส่ง) พัสดุภัณฑ์และไปรษณีย์

ปัญหาที่พบของวิสาหกิจชุมชนดาโต๊ะเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

- ไม่มีการเก็บสินค้าสต็อกไว้ขาย เพราะผลิตไม่ทัน
- ปริมาณสินค้าที่สต็อกไว้ ขึ้นอยู่กับการสั่ง และปริมาณปลาที่สั่งมาได้

ต้นทุนการผลิต ประกอบด้วย

ต้นทุนคงที่

- ต้นทุนบุคลากร (ประจำออฟฟิศ)
- ค่าไฟ และอื่นๆ ค่าใช้จ่าย 1,500 บาทต่อเดือน
- ไม่มีค่าเช่าอาคาร
- ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่าย 1,000 บาทต่อเดือน
- ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าใช้จ่าย 10,000 บาทต่อเดือน
- ค่าภาษีและค่าประกัน

ต้นทุนผันแปร



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าใช้จ่าย 200,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน(รายวัน) ค่าใช้จ่าย 30,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนการขนส่ง มีรถกระบะ จำนวน 1 คัน ใช้งานมาแล้ว 3 ปี รายละเอียดต้นทุนประกอบด้วย

ต้นทุนคงที่

- ค่าภาษี 2,000 ต่อปี
- ค่าประกัน 1 ซิน 1,500 บาทต่อปี
- ค่าผ่อน 6,000 ต่อเดือน
- ต้นทุนผันแปร
- ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 10,000

กรณีไม่มีรถขนส่งเอง ทำการจัดส่งด้วยวิธีการดังนี้

- ค่าจัดส่งทางไปรษณีย์ ค่าใช้จ่าย 1,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจัดส่งทางรถทัวร์ ค่าใช้จ่าย 1,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนคลังสินค้า

- ค่าภาษี
- ค่าประกัน ไม่เสีย
- ค่าเช่าพื้นที่ไม่เสีย
- ค่าจ้างพนักงาน

ผู้ประกอบการมีความสนใจที่จะส่งสินค้าออกขายในต่างประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน และจีน

อุปสรรคสำคัญของวิสาหกิจชุมชนดาโต๊ะ ในการส่งสินค้าของท่านไปยังตลาดต่างประเทศ

- คู่แข่ง
- ค่าขนส่ง
- ภาษี

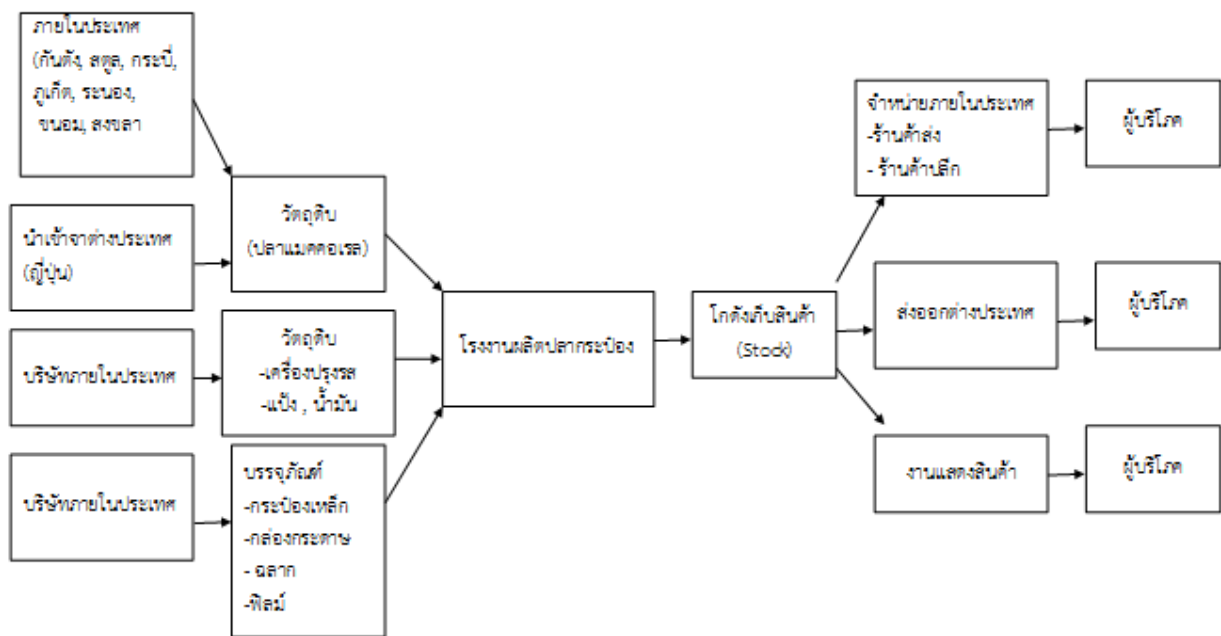
กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

- เทคโนโลยี (เครื่องจักรในการผลิต)
- ช่วยหาช่องทางในการจัดจำหน่าย
- อยากให้หน่วยงานภาครัฐจัดมหรกรรมแสดงสินค้าบ่อยๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสไปแสดงสินค้า



11. บริษัท กันตังซีฟู้ด จำกัด (ผู้ผลิตปลากระป๋อง)

บริษัท กันตังซีฟู้ด เป็นผู้ผลิตปลากระป๋อง ตั้งอยู่ที่ 163/15 หมู่ที่ 1 ต.ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง ผลิตภัณฑ์ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 โดยในปัจจุบันได้ขอรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลจำนวน 14 รายการ ยอดขายปัจจุบัน 8-9 ล้านบาทต่อเดือน และการที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ประมาณ 40 % การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ ขายในภาคใต้ได้มากขึ้น ส่งออกต่างประเทศได้มาก เช่น พม่า อียิปต์, ตุรกี, แอฟริกา, โดโก, กาน่า, เบนเนล, ลาติน และอเมริกา ปัจจุบันไม่มีหน่วยงานใดให้การสนับสนุน มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.17 โซ่อุปทานของบริษัท กันตังซีฟู้ด จำกัด

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- ปลาแมคเคอเรล ซื้อจากในประเทศ คือ กันตัง สตูล กระบี่ ภูเก็ต ระนอง ขนอม สงขลา และนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 50 ตันต่อวัน ราคา กิโลกรัมละ 17 บาท
- ซอสมะเขือเทศเข้มข้น โดยสั่งจากบริษัทที่นำเข้าประเทศไทย ปริมาณที่สั่งต่อครั้ง 21 ตัน ราคา กิโลกรัมละ 32 บาท
- เครื่องปรุงรส แป้ง น้ำมัน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ปัญหาที่พบเนื่องจากวัตถุดิบ

- ขาดปลาซาติน เนื่องจากช่วงปิดอ่าวไทยและอันดามัน (อ่าวไทยปิดอ่าวช่วง ปลายเดือนกุมภาพันธ์-กลางเดือนพฤษภาคม และอันดามันปิดอ่าวช่วงเดือนธันวาคม-เดือนมีนาคม แต่จะมีการแก้ปัญหาวัตถุดิบขาดโดยการสต็อกสินค้าด้วยการแช่แข็ง

ผู้ประกอบการถือว่ามีสายสัมพันธ์อันดีกับ Supplier ซึ่งมีทั้งการซื้อแบบประจำ ซื้อแบบผูกขาด และวิธีการซื้อแบบประมูลสินค้า โดยราคาซื้อตามท้องตลาด

ข้อมูลการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์

- กระจ่างเหล็ก ราคา 4.5 บาทต่อกระจ่าง
- กล่องกระดาษ ราคา 18 บาทต่อใบ
- ฉลากสินค้า ราคา 0.18 บาทต่อกระจ่าง
- फिल्म ราคา 0.10 บาทต่อกระจ่าง

ปัญหาที่พบเนื่องจากบรรจุภัณฑ์

- ราคาบรรจุภัณฑ์ขึ้นสูง 7-8%

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ 18% ต่อเดือน
- จำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง 42% ต่อเดือน ส่งโดยรถบริษัท และจ้างรถขนส่ง Out source
- ส่งออกต่างประเทศ 40% โดย Out source

ปัญหาที่พบเรื่องช่องทางการจำหน่าย คือ ผู้บริโภคยังไม่รู้จักแบรนด์สินค้ามากนัก โดยได้ติดต่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในอนาคต กับบริษัทในเครือสหพัฒน์ฯ ทำการจัดจำหน่ายให้เพื่อเพิ่มยอดจำหน่าย ในอนาคตคาดว่าจะเพิ่มยอดจำหน่ายได้เป็น 2 เท่า

ข้อมูลการสต็อกสินค้า

- มีการเก็บสต็อกสินค้าเพื่อรอขาย 3-5 วัน มูลค่าเฉลี่ย 500,000 บาท

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- ต้องการเพิ่มยอดจำหน่ายทางประเทศแถบเอเชีย ตะวันออกกลาง แอฟริกา และยุโรป
- ปัญหาและอุปสรรคในการส่งออก คือ มีคู่แข่งทางการค้า และต้นทุนด้านวัตถุดิบ

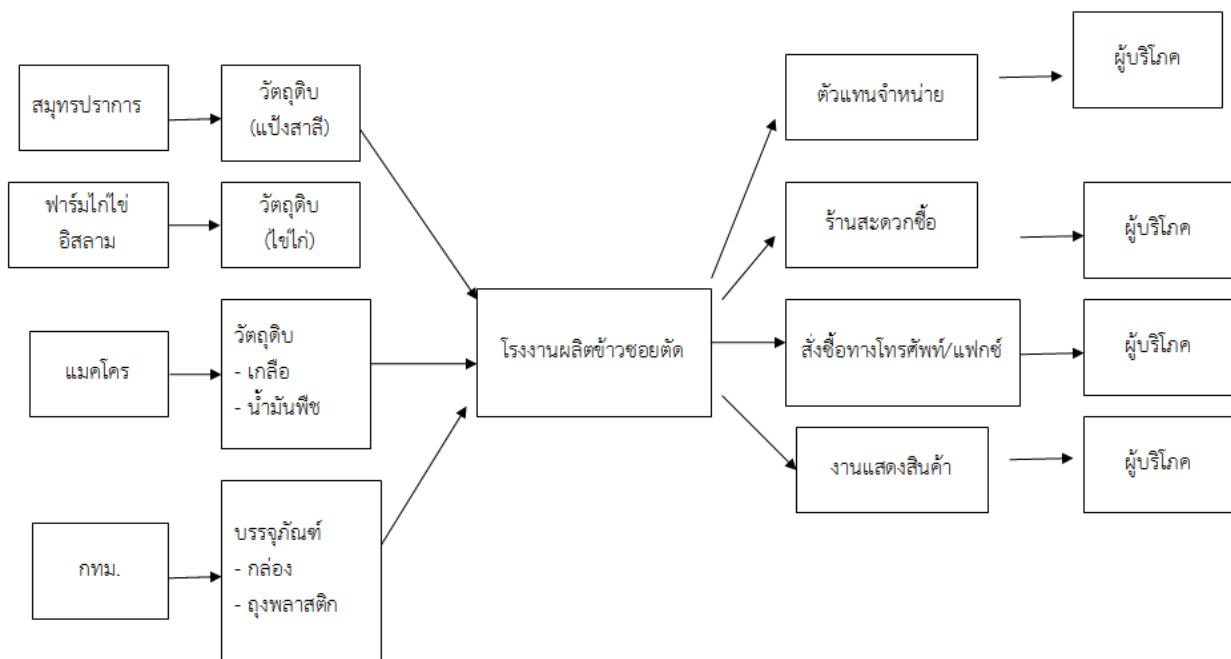
กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล และข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐควรให้การสนับสนุนเรื่องการส่งออก การจัดบูธแสดงสินค้า เนื่องจากปัจจุบันเอกชนดำเนินการเองเรื่องการส่งออก ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือมากกว่านี้



12. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชัยสิทธิ์ฤทธา (โรงงานผลิตข้าวซอยตัดตราปลาทอง)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชัยสิทธิ์ฤทธา เป็นผู้ผลิตข้าวซอยตัดตราปลาทอง ตั้งอยู่ที่ 1/3 หมู่ 7 ต.บวักค่าง อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.18 โซ่อุปทานของข้าวซอยตัดตราปลาทอง

ผลิตภัณฑ์ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ยอดขายปัจจุบัน 3.3 ล้านบาทต่อเดือน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ข้าวซอยตัดตราปลาทองได้มีการปรับปรุงสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐาน เพื่อการรองรับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารในอนาคต ส่วนด้านการผลิตมีการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิตมีการควบคุมด้วยระบบอัตโนมัติ ตั้งแต่กระบวนการผสมแป้ง นวดแป้ง การทอด การสะเด็ดน้ำมัน จนถึงการราดน้ำปรุงรสเฉพาะ การตัด และการบรรจุหีบห่อ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ และมีการใช้วัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน และผ่านการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนนำมาผลิตเสมอ การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ยอดขายเพิ่มขึ้น การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ ทำให้ชาวมุสลิมรับประทานเพิ่มมากขึ้น และมีร้านอาหารอิสลามเป็นตัวแทนจำหน่าย ปัญหาที่พบในการขอเครื่องหมายฮาลาลในมุมมองของผู้ผลิต คือ การขอเครื่องหมายฮาลาลเข้มงวดมากขึ้น และการปรับปรุงโรงงานให้ถูกต้องตามข้อกำหนด มีต้นทุนสูง



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ปัจจุบันมีหน่วยงานของ สวทช. เข้ามาช่วยเรื่องการยืดอายุสินค้า เพื่อช่วยในเรื่องการส่งออก

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- แป้งสาลี ซื้อมาจากจังหวัดสมุทรปราการ ปริมาณที่สั่ง 600 กระสอบต่อครั้ง
- ไข่ไก่ ซื้อมาจากฟาร์มไข่ไก่อิสลาม ปริมาณ 500 ฟองต่อครั้ง
- น้ำมันพืช สั่งซื้อเป็นรถจาก Supplier
- เกลือ ซื้อมาจากแมคโคร

ทั้งนี้วัตถุดิบทั้งหมดที่ทางโรงงานเลือกโดยส่วนใหญ่จะต้องมีหนังสือรับรองฮาลาล

ข้อมูลการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์

- กล่องกระดาษ และพลาสติกบรรจุสินค้า สั่งซื้อจากบริษัทที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ ปีละ 2 ครั้ง
- รับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์ 28%
- รับคำสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต 2%
- จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย 70%
- ปัจจุบันได้เริ่มส่งที่ เซเว่นอีเลเว่น ได้ 2 เดือน

ข้อมูลการสต็อกสินค้า

- มีการเก็บสต็อกสินค้าเพื่อรอขาย 1 สัปดาห์ ปริมาณสินค้าที่สต็อกไว้ประมาณวันละ 108,000 ชิ้น โดยจะมีปริมาณการจำหน่ายสูงในช่วงเดือนท่องเที่ยว (เดือนพฤศจิกายน-เดือนพฤษภาคม)

ต้นทุนคงที่

- ต้นทุนบุคลากร (ประจำออฟฟิศ) 26,000 บาทต่อเดือน
- ค่าไฟ และอื่นๆ ค่าใช้จ่าย 45,000 บาทต่อเดือน
- ค่าโทรศัพท์ ค่าใช้จ่าย 10,000 บาทต่อเดือน
- ค่าภาษีและค่าประกัน ค่าใช้จ่าย 20,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนผันแปร

- ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าใช้จ่าย 2,288,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน (รายวัน) ค่าใช้จ่าย 235,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนการขนส่ง

ต้นทุนคงที่



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- ค่าภาษีรถ 4 ล้อ 3 คัน 8,000 ต่อปี
- ค่าประกัน 50,000 บาทต่อปี
- ค่าจ้างคนขับรถ 24,000 บาทต่อเดือน

การขนส่งให้ตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่หรือถ้าอยู่ใกล้โรงงานจะขนเต็มคันรถ และไม่คิดค่าขนส่ง แต่ขนส่งระยะไกลไปทางภาคใต้จะนำสินค้าจากทางภาคใต้ขึ้นมาขายที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีสัดส่วนการวิ่งรถเที่ยวเปล่าร้อยละ 50

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- การจำหน่ายในประเทศยังเป็นการจำหน่ายผ่านร้านค้าส่ง และห้างค้าปลีกเป็นหลัก
- มีความสนใจที่จะส่งสินค้าออกไปยังประเทศ จีน กัมพูชา อินโดนีเซีย อินเดีย บรูไน กลุ่มประเทศอาหรับ โดยมีความคิดว่าจะต้องสร้างโรงงานเพื่อขยายการผลิตที่จังหวัดชลบุรี เพื่อลดค่าขนส่งและอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ เพื่อรองรับการจำหน่ายทางภาคกลาง และเพื่อการส่งออกต่อไปในอนาคต
- แต่ยังไม่พบอุปสรรคของสินค้า คือ อายุการเก็บรักษายังไม่เพียงพอ ต้องทำการแก้ไขในอนาคต
- ในอนาคตมีความมุ่งพัฒนาสู่ระบบมาตรฐานความปลอดภัย ได้แก่ GMP (Codex) และ HACCP เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและมาตรฐานความปลอดภัยให้กับผลิตภัณฑ์

กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล และข้อเสนอแนะ

- ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือเรื่องการส่งออก เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- ควรให้ความรู้กับผู้บริโภคให้เข้าใจถึงระบบคุณภาพการผลิตต่างๆ เช่น ออย. มาตรฐานฮาลาล GMP ได้รับรู้ถึงความสำคัญของการรับรองมาตรฐานและเลือกบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพ เนื่องจากสินค้าที่มีตรารับรองคุณภาพมีต้นทุนการผลิตสูงกว่า หากผู้บริโภคไม่เข้าใจ จะเลือกบริโภคสินค้าที่มีราคาจำหน่ายต่ำกว่า ทำให้ผู้ผลิตอาหารฮาลาล เสียเปรียบคู่แข่งในด้านราคาสินค้า



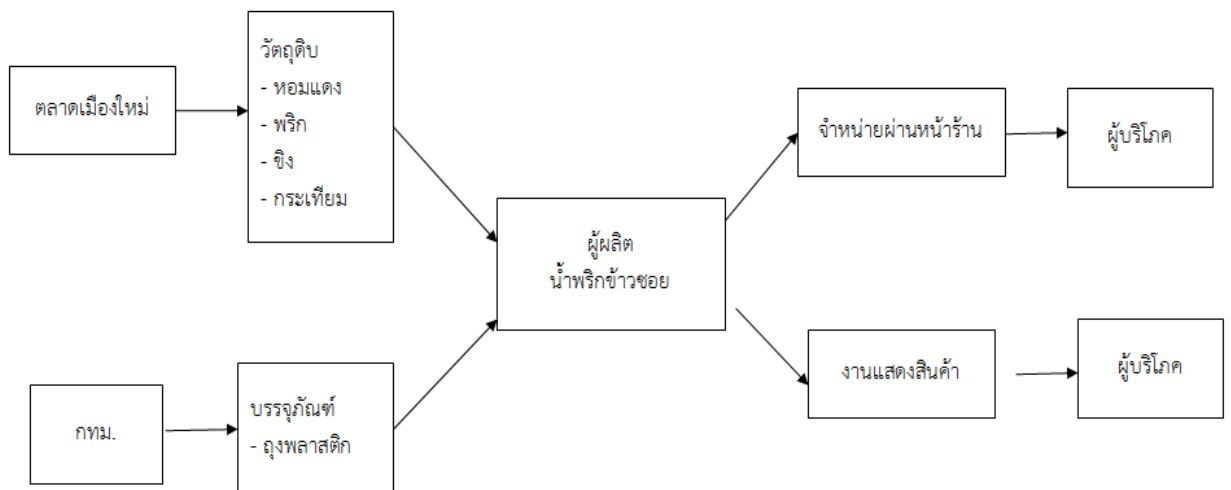
โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



ภาพที่ 5.19 ผู้ผลิตข้าวซอยตัดตราปลาทอง

13. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุราสินี 3 (ผู้ผลิตน้ำพริกข้าวซอย)

ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุราสินี 3 เป็นผู้ผลิตน้ำพริกข้าวซอย (เครื่องแกงสำเร็จรูปสำหรับทำน้ำข้าวซอย) ตั้งอยู่ที่ 267/10 ถ.ช้างคลาน ต.ช้างคลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.20 โซ่อุปทานของน้ำพริกข้าวซอย

ผลิตภัณฑ์ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 แต่เริ่มขายมาประมาณ 20 ปี การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ สามารถขายให้กับนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มาเที่ยวเชียงใหม่ได้ สามารถออกสู่งานแสดงสินค้าต่างๆ และเข้าสู่กลุ่ม



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ผู้ประกอบการได้มากขึ้น โดยที่ผ่านมามีคณะอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้ความช่วยเหลืออบรมเรื่องบรรจุภัณฑ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ รวมทั้งออกค่าสติ๊กเกอร์สินค้าให้

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- หอมแดง พริก ชিং กระเทียม ซื้อจากตลาดเมืองใหม่ โดยปริมาณการซื้ออย่างละ 20 กิโลกรัม ค่าใช้จ่าย 2,000-2,500 บาทต่อครั้ง

ปัญหาที่พบเนื่องจากวัตถุดิบ

- วัตถุดิบที่ซื้อมีตามฤดูกาล ราคาไม่แน่นอน คุณภาพขึ้นอยู่กับฤดูกาล

ข้อมูลการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์

- ถุงพลาสติก ซื้อจาก กทม. ขนาด 250 กรัม สั่งครั้งละ 10 กิโลกรัม ราคา 2.2 บาทต่อหน่วย

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านการออกบูธตามงานต่างๆ ที่หน่วยงานราชการจัดให้ ไม่บ่อยมากนัก
- จำหน่ายผ่านหน้าร้านของตัวเอง 100 %

ปัญหาที่พบจากการจำหน่าย คือ ไม่มีแรงงานเพียงพอ

ข้อมูลการสต็อกสินค้า

- มีการเก็บสต็อกสินค้าเพื่อรอขาย 1 เดือน

ต้นทุนคงที่

- เครื่องโม่พริก 200,000 บาท และเครื่องบรรจุแบบไร้อากาศ 20,000 บาท
- ค่าภาษีและค่าประกัน ค่าใช้จ่าย 7,000 บาทต่อปี

ต้นทุนผันแปร

- ต้นทุนวัตถุดิบ 2,000-2,500 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน (รายวัน) 800 บาทต่อครั้ง

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- การจำหน่ายในประเทศต้องการเพิ่มสินค้าอื่นๆ เช่น เครื่องแกงต้มยำ
- มีความสนใจที่จะส่งออกประเทศมาเลเซีย เพราะสินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
- ปัจจุบันเพิ่งได้รับ OTOP 4 ดาว ปัจจุบันอยู่ระหว่างการขอ GMP

กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล และข้อเสนอแนะ

- ต้องการทราบว่าประเทศมุสลิมหลายๆประเทศมีความชอบสินค้า หรือบริโภคอาหารแตกต่างกันอย่างไรบ้าง เพื่อจะผลิตสินค้าให้ได้ตรงกับความต้องการของประเทศนั้นๆ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

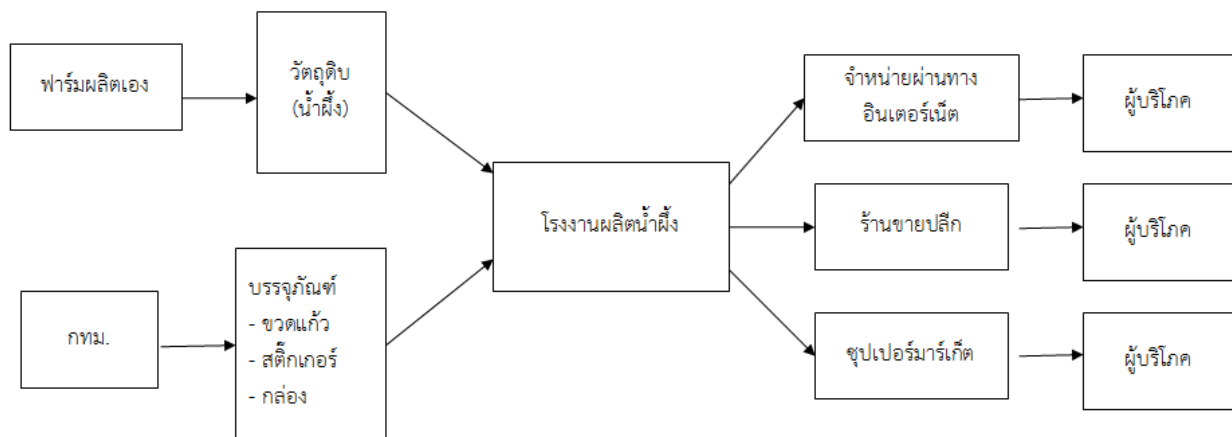
- มีแนวความคิดว่าควรมีการรวมกลุ่มผู้ผลิต และตั้งโรงงานใหม่เป็นการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดย่อม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานในอนาคต



ภาพที่ 5.21 ผู้ผลิตน้ำพริกข้าวซอย

14. บริษัท เชียงใหม่ชยาตา จำกัด (ผู้ผลิตน้ำผึ้งบรรจุขวด)

บริษัท เชียงใหม่ชยาตา จำกัด เป็นผู้ผลิตน้ำผึ้งบรรจุขวดและผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่นๆ เช่น นมผึ้ง เกสรผึ้ง น้ำมันงา งาดำ ฟักข้าว ลำไยอบแห้ง โดยมีฟาร์มผึ้งเองและโรงงานผลิตที่ฟาร์ม ที่ตั้งฟาร์ม 143 ม. 13 ต.อินทขิล อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ และสำนักงานตั้งอยู่ที่ 30/1 ม. 10 ต.ดอนแก้ว อ.แม่ริม จ.เชียงใหม่ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.22 โซ่อุปทานของน้ำผึ้งบรรจุขวด



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ผลิตภัณฑ์ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 โดยดำเนินกิจการมา 10 ปี ยอดขายปัจจุบัน ประมาณ 2 แสนบาทต่อเดือน และการที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ปัจจุบันได้ออย. และ OTOP 5 ดาว และทำวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- น้ำผึ้ง มาจากฟาร์มผึ้งที่ผลิตเอง

ข้อมูลการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์

- ขวด ราคา 3 บาทต่อหน่วย
- สติกเกอร์ ราคา 3 บาทต่อหน่วย
- กล่องกระดาษ ราคา 3 บาทต่อหน่วย

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายผ่านทาง Facebook เป็นช่องทางหลัก โดยการใช้บริการบริษัทขนส่งสินค้ามีชื่อเสียง
- จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย เช่น ร้านริมปิง
- ฝากขายใน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ต้นทุนคงที่

- ต้นทุนการบริหารงาน 70,000 บาทต่อเดือน

ต้นทุนผันแปร

- ต้นทุนวัตถุดิบ 500,000 บาทต่อเดือน
- ค่าจ้างแรงงาน (รายวัน) 30,000 บาทต่อครั้ง

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

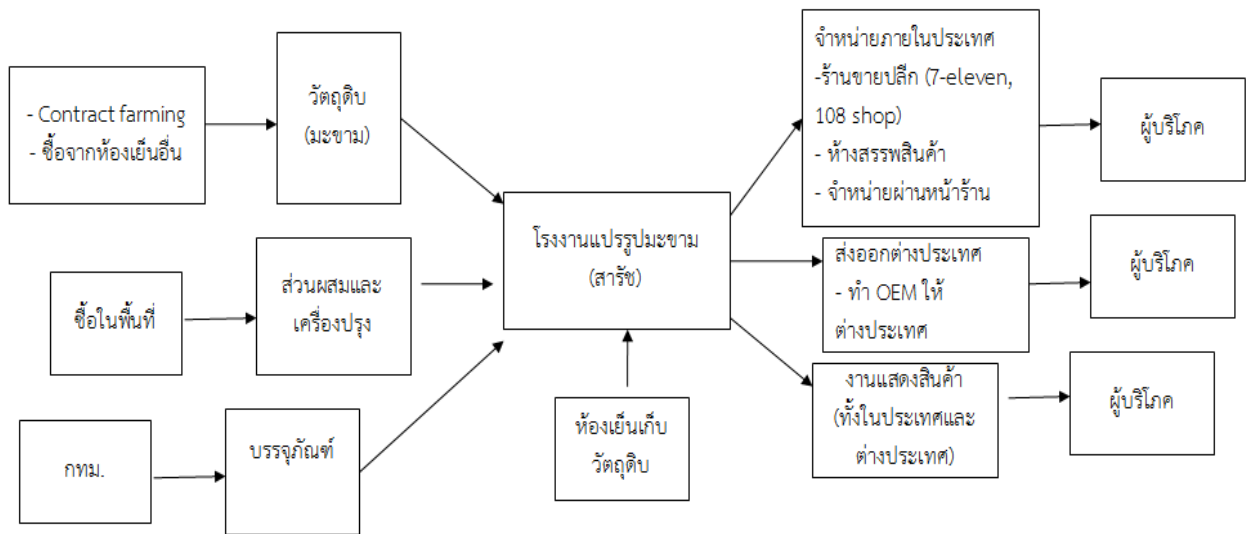
- ปัจจุบันขายแต่ในประเทศไทย และไม่คิดส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ

15. บริษัท สารัชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด (ผู้ผลิตมะขามแปรรูป)

บริษัท สารัชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายมะขามแปรรูปทั้งมะขามจืดจืด มะขามคลุกบ๊วย ตั้งอยู่ที่ 113 ม.11 ต.หล่มเก่า อ.หล่มเก่า จ.เพชรบูรณ์ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



ภาพที่ 5.23 ห่วงโซ่คุณค่าของมะขามแปรรูป บริษัท สารัชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด

ผลิตภัณฑ์ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 บริษัท สารัช มาร์เก็ตติ้ง จำกัดได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2520 เริ่มจากอุตสาหกรรมเล็กๆ ในครัวเรือนจนเป็นกลุ่มมะขามแปรรูปของอำเภอหล่มเก่า โดยใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ คือ มะขาม มาเป็นวัตถุดิบ และใช้สูตรของครอบครัวในการปรุงมะขามออกจำหน่าย เริ่มแรกขายตามท่ารถประจำทาง ขายฝากตามร้านโชห่วยต่างๆ กิจการได้ดำเนินต่อมาโดยตลอด จนในปี พ.ศ. 2540 บริษัท สารัช เป็นรายแรกในประเทศไทยที่เปิดห้องเย็น ใช้เก็บมะขามเพื่อให้มีวัตถุดิบได้ตลอดปี สำหรับการผลิตสินค้า อีกทั้งยังตั้งโรงงานเป็นของตนเอง ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของธุรกิจ ช่วงแรกฝากขายตามท่ารถทัวร์ ขายในร้านโชห่วย ก็มีการซื้อเป็นของไกลข้ามจังหวัด และมีการโทรสั่งซื้อสินค้ามากขึ้น การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ยอดขายเพิ่มขึ้น และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมุสลิม อีกทั้งมีมาตรฐานในระดับสากล เช่น GMP, HACCP, Geographical Indicator ฯลฯ

ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุน คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และเข้าร่วมอบรม โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.)

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- มะขาม ซื้อจากชาวสวน Contract farming ในจังหวัดเพชรบูรณ์ หรือซื้อจากท้องถิ่นอื่น
- ส่วนผสมอื่นๆ ซื้อในพื้นที่

ข้อมูลการสั่งซื้อบรรจุภัณฑ์

- บรรจุภัณฑ์ และกล่องกระดาษ ซื้อจากกรุงเทพมหานคร

ปัญหาที่พบเนื่องจากวัตถุดิบ คือ การขาดวัตถุดิบนอกฤดูกาล ปกติจะซื้อมะขามในฤดูได้เพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น และเก็บเข้าห้องเย็น นอกฤดูอาจจะต้องซื้อจากท้องถิ่นอื่น



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายในประเทศสัดส่วน 70 % สินค้าส่วนใหญ่ของบริษัทนั้นได้ถูกวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อชั้นนำของประเทศอย่าง ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ตและเซเว่นอีเลเว่น กว่า 5,000 สาขาทั่วประเทศ ระยะแรกสินค้ามีชื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ส่งผลให้ยอดขายไม่เป็นที่น่าพอใจเท่าใดนัก แต่เนื่องจากการพัฒนาออกสินค้าใหม่ๆ อยู่สม่ำเสมอ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของสารัช มีมากมาย อาทิ จี๊ดจี๊ด รสดั้งเดิม จี๊ดจี๊ด Spicy จี๊ดจี๊ดรสบ๊วย มะขามแช่อิ่มหทัย มะขามคลุกเม็ด รสอมเปรี้ยว มะขามคลุกไร่เมล็ด รสอมเปรี้ยว มะขามอัดเม็ด (ทอफीมะขาม) น้ำมะขามกระป๋อง แทมมีมะขามกวนแท่ง มะขามแก้ว มะขามแช่อิ่มรสหวาน แต่สินค้าที่ขายดีที่สุดและถือว่าเป็นอันดับหนึ่งของบริษัทคือ มะขามคลุกพริกเกลือ รสชาติจี๊ดจี๊ด
- จำหน่ายต่างประเทศ สัดส่วน 30 % โดยการส่งออกนั้น แบ่งเป็น 2 ประเภทหลักคือ มะขามฝักแช่แข็ง ขายในกลุ่มประเทศเอเชีย และมะขามเปียก จะส่งขายในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร โดยส่งออกผ่านตัวแทนจำหน่าย และรับจ้างผลิตให้ต่างประเทศ

การขนส่งสินค้า

- ปัจจุบันมีรถ 6 ล้อจำนวน 3 คัน รถกระบะจำนวน 4 คัน เพื่อขนส่งสินค้าไปยังศูนย์กระจายสินค้าของเซเว่นอีเลเว่น จำนวน 5 แห่ง โดยเมื่อส่งของแล้วหากกลับมีการรับวัตถุดิบ และบรรจุภัณฑ์จากกรุงเทพฯ กลับมาด้วย

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- ปัจจุบัน มะขามแปรรูป "สารัช" เป็นแบรนด์ที่ขายดี ติดอันดับต้นๆ ในร้าน เซเว่นอีเลฟเว่น แต่บริษัทยังต้องมุ่งมั่นสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคให้รู้จักไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากช่องทางจำหน่ายปัจจุบันแล้วในระยะเวลาย้อนไกลนี้ มีแนวคิดจะใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค เพื่อเป็นช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นในอนาคต
- จำหน่ายที่ศูนย์การจัดจำหน่ายสินค้าของบริษัทเองซึ่งวางแผนไว้ 2 แห่ง ซึ่งเป็นจุดที่มีนักท่องเที่ยวผ่านมาก เช่นทางขึ้นเขาค้อ จ. เพชรบูรณ์
- มีความสนใจที่จะส่งออกสินค้าเพิ่มไปยังประเทศ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย เวียดนาม

อุปสรรคที่พบในการส่งออกสินค้า คือ มีปัญหาเรื่องความล่าช้าในการได้รับเอกสารส่งออก เช่น Certificated of free sale รวมทั้ง ต้นทุนสินค้าของไทย ยังยากต่อการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน

กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล และข้อเสนอแนะ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (DITP) ช่วยสนับสนุนเงินช่วยเหลือในการออกบูธประชาสัมพันธ์สินค้า
- ต้องมีการประชาสัมพันธ์สินค้าฮาลาลให้มากขึ้น ผู้บริโภคจึงจะรู้จักสินค้า และสนับสนุนสินค้าฮาลาลไทยไปสู่ระดับโลก
- ภาครัฐควรให้ความรู้เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจ และความน่าเชื่อถือของตราฮาลาลประเทศไทย
- ภาครัฐควรศึกษาตลาดฮาลาลในต่างประเทศ ว่าทำอย่างไรจึงจะเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าไทย
- ความเชื่อมั่นในตราฮาลาลของแต่ละประเทศแตกต่างกันไป โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซียจะมีความมั่นใจแบรนด์ฮาลาลของประเทศตนเองมากกว่าประเทศอื่น

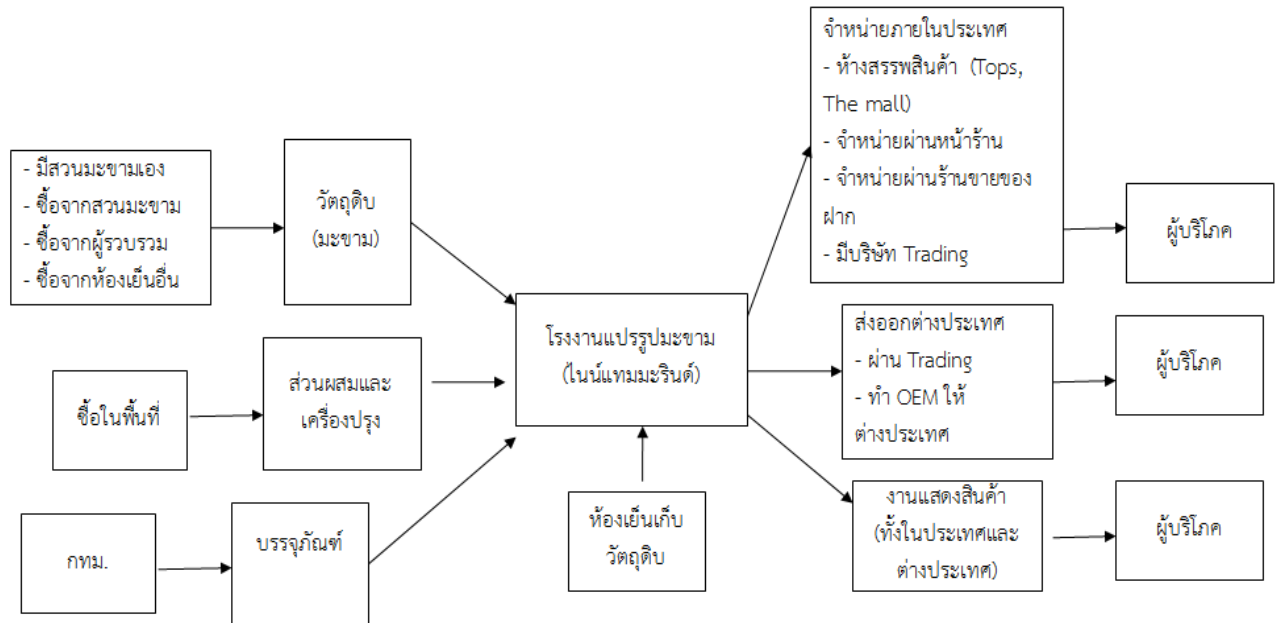


ภาพที่ 5.24 ผู้ผลิตมะขามแปรรูปสำเร็จ



16. บริษัท ไนน์แอมมะรินด์ จำกัด (ผู้ผลิตมะขามแปรรูป)

บริษัท ไนน์แอมมะรินด์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายมะขามแปรรูปมะขามแปรรูป ตั้งอยู่ที่ 23/5 หมู่ 2 ต.ป่าเลา อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.25 โซ่อุปทานของมะขามแปรรูป บริษัท ไนน์แอมมะรินด์ จำกัด

ผลิตภัณฑ์ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 บริษัท ไนน์แอมมะรินด์ จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2548 เกิดขึ้นจากการต่อยอดธุรกิจของครอบครัวที่เป็นชาวไร่มะขามจังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งแต่เดิมทุกๆปีจะขายเหมาสวนให้กับพ่อค้าคนกลาง เจอปัญหาโดนกดราคาซื้อ ทั้งค่าจ้างคนเก็บมะขาม ค่าจ้างคนคัดแยก และปัญหาเรื่องการตลาดในช่วงฤดูมะขามล้นตลาด และราคาตกต่ำ ปัจจุบันจึงตั้งบริษัทแปรรูปโดย จัดซื้อห้องเย็นเพื่อเก็บมะขามจากไร่ และแปรรูปอีกหลายชนิด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และในปี 2555 ได้ก่อตั้ง บริษัท ไนน์ เพชรบูรณ์ เทรด ดิง จำกัด เพื่อจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค ปัจจุบันยังได้มาตรฐานในการผลิตระบบสากล เช่น GMP และ HACCP รวมทั้งได้รับการรับรอง OTOP 5 ดาว สินค้ามีบาร์โค้ดสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้าหรือแหล่งผลิต จนถึงระบบสต็อกของสินค้า การที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อยอดขายให้ ยอดขายเพิ่มขึ้น และช่วยในการส่งออกไปยังประเทศมุสลิม เช่น ต้องได้รับรองฮาลาลเพื่อเข้า ecosway

ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุน คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ แต่ยังมีบทบาทน้อย

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- มะขาม ส่วนใหญ่จะใช้มะขามพันธุ์สีชมพู โดยซื้อจากคนทำสวน คนเหมาสวน พ่อค้าคนกลาง หรือซื้อจากห้องเย็นอื่น ในจังหวัดเพชรบูรณ์ (ผลผลิตจะมีมากช่วงเดือนธันวาคม)



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

○ ส่วนผสมอื่นๆ ซึ่อยู่ในพื้นที่

ปัญหาที่พบเนื่องจากวัตถุดิบ คือ การขาดแคลนวัตถุดิบนอกฤดูกาล ปกติจะซื้อมะขามในฤดูได้เพียงปีละ 1 ครั้งเท่านั้น และเก็บเข้าห้องเย็น นอกฤดูจะต้องซื้อจากห้องเย็นอื่น รวมทั้งปัญหาคุณภาพมะขาม ทั้งรสชาติและขนาดฝักมะขามที่ไม่สม่ำเสมอ ทั้งนี้ สภาพดินฟ้า อากาศ ในแต่ละปี ก็เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพมะขามโดยตรง

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายในประเทศคิดเป็นสัดส่วน 80% โดยผ่านห้างสรรพสินค้าชั้นนำของประเทศไทย เช่น Tops, The mall ทุกสาขา, Tokyo, Siam Paragon, Emporium, Central world และร้านค้าเพื่อสุขภาพต่างๆ
- จำหน่ายต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วน 20% เช่น แคนาดา จีน อเมริกา ฯลฯ โดยส่งออกผ่านตัวแทนจำหน่าย (Trading) และรับจ้างผลิต (OEM) ให้ต่างประเทศ

ข้อมูลการสต็อกสินค้า

- ไม่มีการสต็อกสินค้า (made to order)

การขนส่ง

- มีรถขนส่งเองจำนวน 2 คัน เพื่อส่งสินค้าไปยังศูนย์กระจายสินค้า และขากลับได้นำสินค้า/ผลิตภัณฑ์อื่นมาจำหน่ายที่จังหวัดเพชรบูรณ์

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- กำลังดำเนินการขยายปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้นอีกมากกว่า 50% โดยกำลังดำเนินการจัดซื้อห้องเย็นเพิ่มขึ้นอีก 1 ห้อง ขนาดบรรจุประมาณ 100-200 ตัน เพื่อรองรับมะขามล้นตลาดและราคาตกต่ำ เป็นการขยายพื้นที่รับฝากเก็บมะขามในห้องเย็น และจะได้มีมะขามไว้ขายนอกฤดูซึ่งจะขายได้ราคาที่สูงกว่าในฤดูกาล
- มีนโยบายขยายปัจจัยการผลิตมากขึ้น โดยเฉพาะมะขามซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เพิ่มการจ้างแรงงานในท้องถิ่น ซื้อเครื่องมือเครื่องจักรให้เพียงพอกับกำลังการผลิต
- สัดส่วนการดำเนินกิจการในอนาคต คือ แปรรูปมะขาม 60% รับฝากและเก็บมะขามแบบฝักเพื่อจำหน่ายนอกฤดู 40%
- ในอนาคตสนใจที่จะส่งออกไปประเทศ ออสเตรเลีย สิงคโปร์



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ปัญหาที่พบในการส่งออก คือ เงื่อนไขการส่งออกของแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน และมีเงื่อนไขมาก และมีปัญหาเรื่องอายุการเก็บรักษาของสินค้า และลักษณะสินค้าจะต้องเป็นมะขามที่ไม่มีเมล็ด ซึ่งปัจจุบันยังมีการตรวจด้วยสายตาจึงอาจทำให้สินค้าบกพร่อง

กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล และข้อเสนอแนะ

- ร่วมออกบูธเพื่อนำเสนอสินค้าที่ต่างประเทศเพื่อให้ผู้บริโภคต่างชาติรู้จักสินค้ามากยิ่งขึ้น
- ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการให้ได้มาตรฐานฮาลาลในต้นทุนที่ลดลง เพราะปัจจุบันคิดว่าเป็นมาตรฐานที่มีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป
- ควรสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความรู้แน่น้อย แต่มีสินค้าที่มีคุณภาพดีให้ได้รับรองฮาลาลมากขึ้น



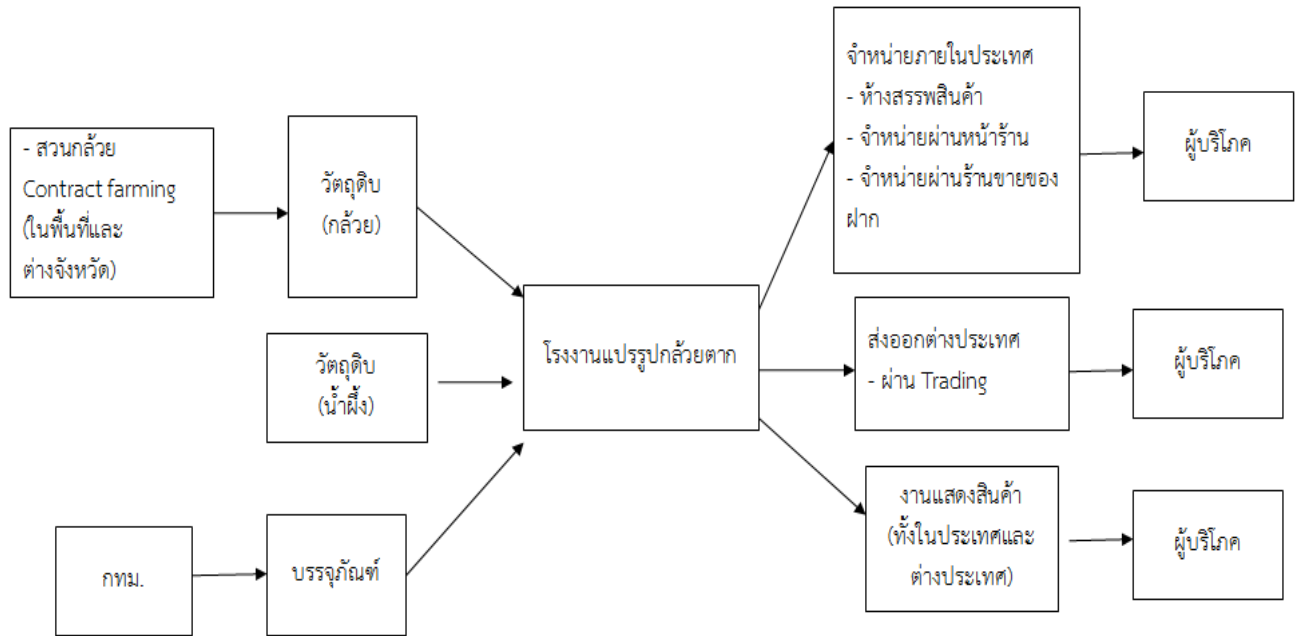
ภาพที่ 5.26 ผู้ผลิตมะขามแปรรูปไนน์แอมเมะริกัน

17. หน่วยงานส่วนจำกัด จิราพรฟู้ด (ผู้ผลิตกล้วยตาก)



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ห้างหุ้นส่วนจำกัด จิราพรฟู้ด เป็นผู้ผลิตกล้วยตาก โรงงานผลิตตั้งอยู่ที่ 20/5 หมู่ 3 ต.บางกระพุ่ม อ.บางกระพุ่ม จ.พิษณุโลก เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก มีรูปแบบโครงสร้างของโซ่อุปทาน ดังนี้



ภาพที่ 5.27 โซ่อุปทานของกล้วยตาก

ผลิตภัณฑ์ได้รับรองเครื่องหมายฮาลาลตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 โดยในปัจจุบันได้ขอรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล จำนวน 10 รายการ ยอดขายปัจจุบัน 3 ล้านบาท/เดือน ผลิตภัณฑ์จิราพรเกิดขึ้นจากสินค้าประจำตำบล ซึ่งได้ขยายกิจการและพัฒนาธุรกิจในการผลิตกล้วยตากแปรรูปนี้ให้ ก้าวหน้าและทันสมัย โดยคำนึงถึงทั้งรสชาติของกล้วยตาก และบรรจุก้อน กล้วยตากจิราพร ขึ้นชื่อว่าเป็นทั้งของฝากและของทานเล่นที่เอร็ดอร่อย ทานง่าย และไม่ทิ้งรสชาติ ดั้งเดิมอย่างที่กล้วยตากควรจะเป็น การได้รับเครื่องหมายฮาลาลส่งผลต่อสินค้า คือ สามารถส่งออกประเทศมุสลิม ได้ ปัจจุบันมีกระทรวงอุตสาหกรรมช่วยในเรื่องการออกบูธแสดงสินค้า

ข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ

- กล้วย รับซื้อจากสวนกล้วยประจำ (Contract farming)
- น้ำผึ้ง

ปัญหาที่พบเนื่องจากวัตถุดิบ คือ กล้วยในพื้นที่บางกระพุ่มจังหวัดพิษณุโลก ปัจจุบันมีเพียง 5 % นอกจากนั้นต้องซื้อจากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น จังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์และอื่นๆ และปัญหาเรื่องคุณภาพขนาดกล้วยที่ไม่สม่ำเสมอ ไม่ได้ตามความต้องการ

ข้อมูลการสั่งซื้อบรรจุก้อน



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- พลาสติก และกล่องบรรจุภัณฑ์ จากกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย

- จำหน่ายในประเทศคิดเป็นสัดส่วน 80% โดยผ่านห้างสรรพสินค้าชั้นนำของประเทศไทย ร้านตัวแทนจำหน่าย และผ่านตัวแทนจำหน่าย (Trading) ในประเทศ
- จำหน่ายต่างประเทศคิดเป็นสัดส่วน 20% เช่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อเมริกา โดยส่งออกผ่านตัวแทนจำหน่าย (Trading)

ข้อมูลการสต็อกสินค้า

- ไม่มีการสต็อกสินค้า (ผลิตแบบ made to order)

ทิศทางในการขยายธุรกิจของท่านในอนาคต

- ตลาดในประเทศยังมีช่องทางการจำหน่ายอีกมาก ในอนาคตจะต้องสร้างแบรนด์สินค้าอื่นๆเพิ่ม เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างของสินค้า เช่น กล้วย 110 วัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า และสามารถตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ย้อนกลับไปยังแหล่งที่มาของกล้วย
- มีความสนใจที่จะส่งออกต่างประเทศเพิ่มเติมจากเดิม โดยมองการส่งออกไปยังประเทศจีน

ปัญหาอุปสรรคในการส่งออกสินค้า คือ เรื่องคุณภาพของสินค้าที่ต้องสม่ำเสมอ และอายุของสินค้า

กิจกรรมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล และข้อเสนอแนะ

- ภาครัฐควรสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าฮาลาล เพื่อโปรโมทสินค้าฮาลาลให้กลุ่มผู้บริโภคมุสลิมได้รู้จักมากยิ่งขึ้น
- ปัจจุบันไม่ทราบว่าหน่วยงานใดที่จะสามารถให้ความช่วยเหลือได้



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



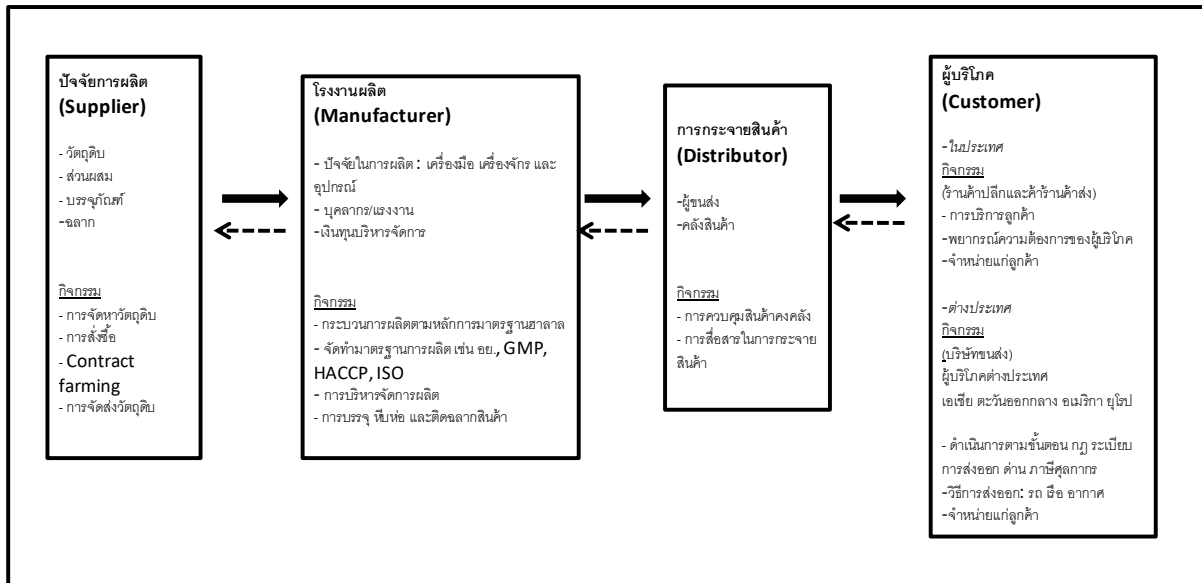
ภาพที่ 5.28 ผู้ผลิตกล้วยตากจिरาพร

5.2 โครงสร้างต้นทุนอาหารฮาลาล และกิจกรรมโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

โครงสร้างต้นทุนของการผลิตอาหารสำเร็จรูปโดยทั่วไปประกอบไปด้วย ต้นทุนการผลิต และต้นทุนการขนส่ง ในปัจจุบันต้นทุนโลจิสติกส์มักถูกคิดควบคู่กับต้นทุนการขนส่ง การคิดต้นทุนอาหารฮาลาล สามารถสังเคราะห์ได้จากห่วงโซ่อุปทานของการผลิตอาหารฮาลาล และ กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน ดังภาพที่ 5.29



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”



การไหลของวัตถุดิบ การไหลของข้อมูล
 กิจกรรมสนับสนุน

ภาพที่ 5.29 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานของอาหารอาหาร

ห่วงโซ่อุปทานของการผลิตอาหารโดยทั่วไป ประกอบด้วย การรับวัตถุดิบจากแหล่งวัตถุดิบ เข้าสู่แหล่งผลิต โดยกิจกรรมสำหรับขั้นตอนการผลิตต่างๆ ต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของอาหารอาหาร และต้องมีการขอรับรองตราอาหาร เมื่อผลิตเสร็จแล้วก็ทำการจัดเก็บที่คลังสินค้า โดยหากคลังสินค้าอยู่ห่างจากแหล่งผลิต ก็จะมีกิจกรรมการขนส่งเพิ่มเข้ามา ในขั้นตอนการจัดจำหน่าย สินค้าในแต่ละที่จะมีช่องทางการจำหน่ายที่แตกต่างกัน ทำให้มีกิจกรรมและค่าขนส่งแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า และการจัดจำหน่าย ปัจจุบันผู้ผลิตอาหารอาหารบางราย มีต้นทุนวัตถุดิบที่สูงกว่าผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันที่ไม่มีการรับรองตราอาหาร เนื่องจากวัตถุดิบที่ต้องมีการรับรองตราอาหารก็จะมีราคาสูงกว่าวัตถุดิบที่ไม่มีการรับรองตราอาหาร ในส่วนการขนส่ง หากผู้ประกอบการผลิตอาหารอาหารทั้งหมด ก็จะไม่มีความแตกต่างเรื่องต้นทุนการขนส่ง แต่หากผู้ผลิตที่ผลิตทั้งสินค้าที่เป็นสินค้าอาหาร และ ไม่เป็นสินค้าอาหาร มีความจำเป็นต้องแยกส่งสินค้า ทำให้มีต้นทุนการขนส่งที่สูงขึ้น

โครงสร้างต้นทุนของสินค้าอาหาร สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก คือ 1. ต้นทุนการผลิต และ 2. ต้นทุนการขนส่งและโลจิสติกส์ โดยต้นทุนการผลิตได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และ แรงงาน ค่าน้ำ ค่าไฟ ซึ่งเป็นต้นทุนผันแปร ส่วนต้นทุนคงที่ของการผลิต ได้แก่ ต้นทุนค่าเสื่อมราคาการลงทุนสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการผลิต ต้นทุนค่าภาษี และการประกันภัย ต้นทุนพนักงานประจำ นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายสำหรับการขอรับรองตราอาหารก็ถือว่าเป็นต้นทุนคงที่ของการผลิต ส่วนต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่ง ประกอบด้วย ต้นทุนคลังสินค้า ต้นทุนการขนส่ง รวมการขนส่งวัตถุดิบเข้าสู่สถานที่ผลิต การขนส่งสินค้าที่ผลิตเสร็จไปเก็บในคลังสินค้า และการขนส่งเพื่อการจำหน่ายสินค้าถึงมือลูกค้า นอกจากนี้ยังรวมถึง ต้นทุนที่สนับสนุนกิจกรรมโลจิสติกส์



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

สต็อกส์ เช่น การทำระบบเก็บข้อมูล หรือ ระบบสารสนเทศเพื่อประโยชน์ในด้านความปลอดภัย การวางแผนงาน และการบริหารงานที่ทำให้ต้นทุนโลจิสติกส์ต่ำลง หรือเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า เป็นต้น

ดังนั้นโครงสร้างต้นทุนของอาหารฮาลาล จึงประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต และ ต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่ง

กำหนดให้

ต้นทุนการผลิต (Cost_{Prd}) = Cost_{rw} + Cost_{pkg} + Cost_{la} + Cost_{admin} + Cost_{dep} + Cost_{Txln} + Cost_{halal}

ต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่ง (Cost_{logs}) = Cost_{wh} + Cost_{tr} + Cost_{it}

- Cost_{Prd} = ต้นทุนการผลิต
- Cost_{rw} = ต้นทุนวัตถุดิบ
- Cost_{la} = ต้นทุน แรงงาน
- Cost_{admin} = ต้นทุนการบริหารงาน เช่นบุคลากรประจำ ค่าน้ำ ค่าไฟ
- Cost_{dep} = ต้นทุนค่าเสื่อมราคาการลงทุนสิ่งปลูกสร้าง เครื่องจักร และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการผลิต
- Cost_{Txln} = ต้นทุนค่าภาษี และการประกันภัย
- Cost_{halal} = ต้นทุนการขอรับรองตราฮาลาล
- Cost_{logs} = ต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่ง
- Cost_{wh} = ต้นทุนคลังสินค้า
- Cost_{tr} = ต้นทุนการขนส่ง
- Cost_{it} = ต้นทุนสนับสนุนกิจกรรมโลจิสติกส์

สำหรับการคิดต้นทุนการขนส่งสินค้า การวิเคราะห์ต้นทุนโดยตรงของผู้ประกอบการมีแนวคิดในการแบ่งต้นทุนการขนส่งสินค้าออกเป็น 2 ประเภทคือ ต้นทุนคงที่ และ ต้นทุนผันแปร แนวคิดดังกล่าวนี้ได้รวมถึงต้นทุนทางอ้อม หรือต้นทุนที่เกิดผลกระทบต่อภายนอกอันเนื่องมาจากการขนส่ง แนวคิดในการคำนวณต้นทุนการขนส่งสินค้าศึกษาโดย Sussams (1992) แบ่งต้นทุนออกเป็น 3 ประเภท คือ ต้นทุนเกี่ยวกับเวลา ต้นทุนเกี่ยวกับระยะทาง และต้นทุนค่าใช้จ่ายประจำ

บางครั้งการคำนวณต้นทุนการขนส่งทำได้โดยคำนึงถึงกิจกรรม 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มของต้นทุนที่ปรับตัวตามหน่วยการผลิตซึ่งในที่นี้คือ การบริการขนส่งสินค้า และ กลุ่มต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการผลิต โดยต้นทุนกลุ่มแรกประกอบด้วย ต้นทุนเชื้อเพลิง ต้นทุนแรงงาน ต้นทุนค่าบำรุงรักษา ต้นทุนค่าเสื่อมราคา ต้นทุนค่าน้ำร้อน น้ำชา และต้นทุนแปรผันอื่นๆ ส่วนต้นทุนกลุ่มที่สองประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายสำนักงาน ค่าประกันภัย ต้นทุนค่าโกดังสินค้า และต้นทุนคงที่อื่นๆ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าอาหารเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ในส่วนโครงการศึกษาต้นทุนการขนส่งที่แท้จริงของทางบก ทางน้ำ และทางรถไฟ การศึกษาชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่กำหนดโครงสร้างต้นทุนของการขนส่งสินค้า ปัจจัยเหล่านั้นประกอบด้วย ระยะทางขนส่งสินค้า โดยระยะทางสั้นมีผลทำให้ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยสูงอันเนื่องมาจาก สัดส่วนต้นทุนคงที่สูง และการขนส่งระยะสั้นมักเป็นการขนส่งปริมาณน้อยต่อเที่ยว นอกจากนี้ปัจจัยในเรื่องระยะทาง ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อโครงสร้างต้นทุนได้แก่ ลักษณะรถที่บรรทุกสินค้า ลักษณะของสินค้าที่ต้องการการดูแลที่แตกต่างกัน อัตราการให้บริการขนส่งต่อปี ปริมาณสินค้าที่ต้องการขนส่งในพื้นที่เดียวกัน

ในส่วนของโครงสร้างแบบจำลองเพื่อการคำนวณต้นทุนการขนส่งสินค้าสามารถสรุปได้ดังนี้

$$Y_{it} = a_{it} + B_1X_{1t} + B_2X_{2t} + B_3X_{3t} + B_4X_{4t} + B_5X_{5t} + B_6X_{6t} + e_{it}$$

โดยที่

Y_{it}	แสดงต้นทุนดำเนินการของผู้ขนส่งเส้นทาง i ณ เวลา t
a_{it}	คือ สัมประสิทธิ์ค่าคงที่
X_{jt}	โดยที่ $j = 1,2,3 \dots, 8$ คือปัจจัยที่มีผลต่อโครงสร้างต้นทุน
X_{1t}	คือ ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง
X_{2t}	คือ ค่าซ่อมบำรุง
X_{3t}	คือ ค่าเสื่อมราคา
X_{4t}	คือ ค่าแรงคนขับ
X_{5t}	คือ ค่าแรงงาน
X_{6t}	คือ ค่าน้ำร้อนน้ำชา
e_{it}	คือ ปัจจัยอิสระอื่นๆ ที่ส่งผลต่อโครงสร้างต้นทุน

ตัวแปรต่างๆ มีการแปรผันตามเวลา ซึ่งสะท้อนว่าค่าใช้จ่ายเหล่านี้มีผลต่อต้นทุนในแต่ละช่วงเวลาที่ทำการศึกษา สำหรับการแปรผันของผลของการใช้จ่ายสำหรับแต่ละตัวแปรอิสระขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่แตกต่างกันไป โดยกรณีการขนส่งสินค้า ค่าสัมประสิทธิ์ต่างๆ แสดงถึง

- $B_1 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ช่วงเวลาการขนส่ง, ประเภทของยานพาหนะ, ราคา น้ำมันเชื้อเพลิง)
- $B_2 = \text{fn}$ (ระยะทางขนส่ง, น้ำหนักบรรทุก, ประเภทของยานพาหนะ, การบำรุงรักษา)
- $B_3 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ประเภทและการใช้งานของยานพาหนะ, มูลค่ายานพาหนะ)
- $B_4 = \text{fn}$ (ระยะทางขนส่ง, ประเภทของยานพาหนะ,)
- $B_5 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ระยะทางขนส่ง)
- $B_6 = \text{fn}$ (น้ำหนักบรรทุก, ระยะทางขนส่ง)

ในการศึกษานี้ การคิดต้นทุนการขนส่งอาหารฮาลาล จะคิดตามโครงสร้างต้นทุนการขนส่งที่กล่าวมา เฉพาะในกรณีที่ผู้ประกอบการมีระบบการจัดรถขนส่งเพื่อขนส่งสินค้าเป็นของตนเอง ผู้ประกอบการขนาดเล็ก หรือผู้ประกอบการที่มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลากหลายในปริมาณครั้งละไม่มาก จะใช้การว่าจ้างการขนส่ง หรือการส่งไปรษณีย์ ซึ่งเป็นต้นทุนผันแปรเพียงอย่างเดียว



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ตารางที่ 5.1 แสดงสัดส่วนต้นทุนการผลิต และ ต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่ง

ลำดับ	รายชื่อสถานประกอบการ	ต้นทุนการขอรับรองฮาลาลต่อปี	ต้นทุนการผลิตรายเดือน (เปอร์เซ็นต์)					ต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่งรายเดือน (เปอร์เซ็นต์)		
			วัตถุดิบ	แรงงาน	การบริหารงาน	ค่าเสื่อมราคา	ค่าภาษีและประกันภัย	คลังสินค้า	การขนส่ง	กิจกรรมสนับสนุน
1	บริษัท กันตังซีฟู้ด จำกัด (ปลากระป๋อง)	120,000	75%	5%	20%	N/A	N/A	N/A	N/A	
2	ช.สามช้างขนมเปียะสุตรโบราณ	5,000	79%	18%	3%	N/A	N/A	-	100%	-
3	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดาโต๊ะ (ข้าวเกรียบปลา)	6,000	84%	8%	8%	N/A	N/A	-	100%	-
4	ห้างหุ้นส่วนสามัญ นาโนเอิร์บ (กาแฟสุขภาพ)	2,500	86%	8%	5%	N/A	N/A	81%	19%	มี
5	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศรีนังตาเกษตรแปรรูป (กล้วยหินทอดกรอบ)	N/A	68%	20%	13%	N/A	N/A	-	100%	-
6	กลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส (ขนมพื้นเมืองและเบเกอรี่)	1,600	60%	25%	13%	N/A	2%	-	100%	-
7	ห้างหุ้นส่วนจำกัดชัยสิทธิ์ฤทธา (ข้าวซอยตัดตราปลาทอง)	15,000	87%	9%	3%	N/A	1%	-	-	มี
8	ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุธาสินี 3 (น้ำพริกข้าวซอย)	1,000	70%	20%	5%	5%	N/A	-	100%	ไม่มี
9	บริษัท เชียงใหม่ขยายดา (น้ำผึ้งบรรจุขวด)	1,000	83%	5%	12%	N/A	N/A	-	-	มี
10	ร้านวีระวงศ์ (ลูกหยีกวน)	1,500	80%	15%	5%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11	โรงงานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์	24,000	64%	17%	10%	9%	N/A	N/A	N/A	N/A



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ลำดับ	รายชื่อสถานประกอบการ	ต้นทุนการขอรับรองฮาลาลต่อปี	ต้นทุนการผลิตรายเดือน (เปอร์เซ็นต์)					ต้นทุนโลจิสติกส์และการขนส่งรายเดือน (เปอร์เซ็นต์)		
			วัตถุดิบ	แรงงาน	การบริการรวม	ค่าเสื่อมราคา	ค่าภาษีและประกันภัย	คลังสินค้า	การขนส่ง	กิจกรรมส่งเสริม
12	ร้านโรตีสกรอบปัตตานี บิสมิลลาห์	2,500	60%	10%	30%	N/A	N/A	2%	98%	N/A
13	ผู้ผลิตขิงผง	2,000	82%	18%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
14	บริษัท ตอยยิบันฟู้ดส์ จำกัด (นมถั่วเหลืองสเตอริไลซ์และนมถั่วเหลืองพลาสเจอร์ไรส์)	12,500	64%	10%	13%	10%	3%	5%	75%	20%
15	บริษัท สารัชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มะขามแปรรูป)	37,000	50%	30%	5%	5%	10%	-	100%	-
16	บริษัท ไนน์แอมมะรินทร์ จำกัด (มะขามแปรรูป)	50,000	50%	40%	5%	3%	2%	-	100%	-
17	ห้างหุ้นส่วนจำกัด จิราพรฟู้ด (กล้วยตาก)	50,000	70%	10%	5%	10%	5%	-	100%	-

N/A หมายถึง ไม่มีข้อมูล



ต้นทุนค่าธรรมเนียมการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล

ผู้ประกอบการที่ต้องการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลจะต้องชำระค่าธรรมเนียมของรายการที่เกี่ยวข้องตามอัตราที่กำหนด (โดยอ้างอิงค่าธรรมเนียมตามข้อบังคับคณะกรรมการอิสลามกลางแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการดำเนินการตรวจรับรองสถานประกอบการ การตรวจผลิตภัณฑ์และค่าธรรมเนียม) โดยผู้ประกอบการต้องชำระค่าธรรมเนียมการตรวจรับรองตามรายการต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รายละเอียดค่าใช้จ่ายการตรวจรับรองฮาลาล

- 1) การตรวจสอบกรณีขอใหม่ และขอต่ออายุ ผู้ประกอบการต้องชำระค่าธรรมเนียมตามขนาดธุรกิจเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และการขอต่ออายุจะต้องยื่นขอก่อนหนังสือรับรองจะหมดอายุอย่างน้อย 60 วัน หากไม่ยื่นขอตามกำหนดต้องดำเนินการขอรับรองใหม่ (ค่าธรรมเนียม 10,000 บาท, 15,000 บาท และ 20,000 บาท ตามลำดับขนาดธุรกิจ)
- 2) การตรวจสอบติดตามผลกรณีตรวจครั้งแรกไม่ผ่านความเห็นชอบ ยกตัวอย่างเช่น มีการตรวจพบกระบวนการผลิตที่ไม่สะอาดและไม่เป็นไปตามข้อปฏิบัติการผลิตอาหารฮาลาล มีการตรวจพบว่าวัตถุดิบหรือส่วนผสมที่ได้รับการตรวจสอบจากห้องปฏิบัติการไม่ฮาลาล เป็นต้น (ค่าธรรมเนียม 5,000 บาท, 7,500 บาท และ 10,000 บาท ตามลำดับขนาดธุรกิจ)
- 3) การตรวจสอบกรณีขอเพิ่มการรับรองผลิตภัณฑ์ ยกตัวอย่างเช่น ในระหว่างปีที่ได้การรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลไปแล้วมีการเพิ่มการผลิตสินค้าใหม่หรือผลิตภัณฑ์ใหม่จะต้องมีการตรวจสอบกรณีขอเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ (ค่าธรรมเนียม 5,000 บาท, 7,500 บาท และ 10,000 บาท ตามลำดับขนาดธุรกิจ)
- 4) เมื่อมีการร้องเรียน ในกรณีที่มีผู้บริโภคร้องเรียนถึงความไม่ฮาลาลของสินค้า หรือมีคณะกรรมการฮาลาลแจ้งว่ามีการละเมิดการใช้เครื่องหมายฮาลาลในกรณีต่างๆ เช่น เครื่องหมายรับรองหมดอายุแล้วยังใช้อยู่ ขอเครื่องหมายไม่ตรงกับลักษณะสินค้า เป็นต้น (ค่าธรรมเนียม 5,000 บาท, 7,500 บาท และ 10,000 บาท ตามลำดับขนาดธุรกิจ)
- 5) การตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ ในกรณีที่คณะกรรมการตรวจสถานประกอบการพบวัตถุดิบหรือส่วนผสมที่ต้องสงสัยว่าไม่ฮาลาลสถานประกอบการจะต้องส่งตัวอย่างตรวจโดยห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐาน หรือส่งตรวจที่ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผู้ประกอบการจะต้องชำระค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด
- 6) ค่าพาหนะ และค่าที่พักของคณะกรรมการตรวจสอบ ผู้ประกอบการต้องจ่ายค่าพาหนะสำหรับการเดินทางไปตรวจสถานประกอบการตามระยะทาง และค่าที่พักเพื่ออำนวยความสะดวก ทั้งนี้เงินค่าการตรวจสอบจะเสร็จสิ้น (ค่าใช้จ่ายขั้นต่ำประมาณ 2,500 บาท)

ค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองฮาลาลและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

- 1) หนังสือรับรองฮาลาล มีทั้งหมด 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอารบิก ขึ้นอยู่กับความต้องการของสถานประกอบการ แต่จะต้องขอหนังสือรับรองฮาลาลภาษาไทยอย่างน้อย 1 ฉบับ (ฉบับละ 1,000 บาท)
- 2) หนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ซึ่งเป็นหนังสือที่ระบุหมายเลขทะเบียนฮาลาล โดยปกติจะต้องใช้ 1 หมายเลขทะเบียนฮาลาลต่อ 1 รายการสินค้าเท่านั้น ถ้ามีหลายผลิตภัณฑ์จะต้องขอเพิ่มโดยชำระค่าธรรมเนียมรายการละ 500 บาท (สรุปจาก “แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์ฮาลาลและบรรจุภัณฑ์ฮาลาล” ปี 2555) มีทั้งหมด 3 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอารบิก ขึ้นอยู่กับความต้องการของสถานประกอบการ แต่จะต้องขอหนังสือรับรองฮาลาลภาษาไทยอย่างน้อย 1 ฉบับ (ฉบับละ 500 บาท)

โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

3) เอกสารรับรองฮาลาลเพื่อการส่งออก สถานประกอบการใดที่ต้องการส่งออกสินค้าฮาลาล จะต้องขอเอกสารรับรองฮาลาลเพื่อการส่งออก (ฮ.ล.2) โดยต้องชำระค่าธรรมเนียมครั้งละ 1,000 บาทต่อครั้งการส่งออก

ค่าที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการ

หลังการได้รับรองฮาลาลแล้วคณะกรรมการจะแต่งตั้งที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการเพื่อควบคุมดูแลสถานประกอบการฮาลาลจำนวน 1 คน โดยสถานประกอบการจะต้องจ่ายค่าที่ปรึกษาเดือนละ 1,500-2,000 บาท ขึ้นอยู่กับขนาดโรงงาน แรงม้าการผลิต และ จำนวนพนักงาน เป็นต้น

ค่าประกันการรับรอง

เงินประกันการรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล ปัจจุบันบางจังหวัดยังไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมในส่วนนี้ ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของคณะกรรมการประจำจังหวัดนั้นๆ (ค่าธรรมเนียม 10,000 บาท, 15,000 บาท และ 20,000 บาท ตามลำดับขนาดธุรกิจ)

จากรายละเอียดรายการค่าธรรมเนียมการขอรับรองฮาลาลข้างต้น ต้นทุนค่าธรรมเนียมทั้งหมดในปีที่ 1 และปีต่อไป สามารถสรุปเป็นตาราง แสดงต้นทุนการขอรับรองฮาลาลของสถานประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เพื่อให้เห็นต้นทุนการขอรับรองในแต่ละปีที่ชัดเจนขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในการพิจารณาและเตรียมความพร้อมของสถานประกอบการ ในการขอรับรองฮาลาลต่อไปในอนาคต จากตารางที่ 5.2 แสดงเฉพาะต้นทุนรายการที่จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการขอรับรองฮาลาลปีแรก และปีที่สองเป็นต้นไป ตามรายการ ได้แก่ ค่าขอรับรองใหม่ ค่าขอต่ออายุในปีที่ 2 เป็นต้นไป (ค่าธรรมเนียม 10,000 บาท, 15,000 บาท และ 20,000 บาท ตามลำดับขนาดธุรกิจ) ค่าพาหนะขึ้นต่ำ 2,500 บาทต่อครั้ง ค่าหนังสือรับรองฉบับภาษาไทย (ฉบับละ 1,000 บาท) ค่าหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาไทย (ฉบับละ 1,000 บาท) ค่าที่ปรึกษารายเดือน เดือนละ 1,500 บาท และค่าอบรมพนักงานสำหรับสถานประกอบการที่ขอรับรองใหม่ (ค่าธรรมเนียม 20,000 บาทต่อครั้ง) ในส่วนรายการอื่นๆ ที่ไม่ได้แสดงตัวเลขต้นทุนเนื่องจากเป็นรายการที่มีค่าใช้จ่ายไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับรายสถานประกอบการนั้นๆ ได้แก่ กรณีไม่ผ่านการเห็นชอบครั้งแรก ขอเพิ่มผลิตภัณฑ์ เมื่อมีการร้องเรียน การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (ผลิตภัณฑ์ละ) โดยผลรวมต้นทุนทั้งหมดคำนวณจากค่าธรรมเนียมการขอรับรองฮาลาล 1 ผลิตภัณฑ์ต่อปี และยังไม่รวมรายการที่เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ของแต่ละผู้ประกอบการ

ตารางที่ 5.2 แสดงต้นทุนค่าธรรมเนียมการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล

รายการ	ผู้ประกอบการขนาดเล็ก		ผู้ประกอบการขนาดกลาง		ผู้ประกอบการขนาดใหญ่	
	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 ขึ้นไป ปีละ (บาท)	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 ขึ้นไป ปีละ (บาท)	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 ขึ้นไป ปีละ (บาท)
1. การตรวจสอบ						
1.1 ขอใหม่ ขอต่ออายุ	10,000	10,000	15,000	15,000	20,000	20,000
1.2 กรณีไม่ผ่านการเห็นชอบ (ครั้งแรก)						
1.3 ขอเพิ่มผลิตภัณฑ์						

โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

รายการ	ผู้ประกอบการขนาดเล็ก		ผู้ประกอบการขนาดกลาง		ผู้ประกอบการขนาดใหญ่	
	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 ขึ้นไป ปีละ (บาท)	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 ขึ้นไป ปีละ (บาท)	ปีที่ 1 (บาท)	ปีที่ 2 ขึ้นไป ปีละ (บาท)
1.4 เมื่อมีการร้องเรียน 1.5 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (ผลิตภัณฑ์ละ) 1.6 ค่าพาหนะ 1.7 ค่าที่พัก	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
2. หนังสือรับรองฮาลาล 2.1 ภาษาไทย 2.2 ภาษาอังกฤษ 2.3 ภาษาอารบิก	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
3. หนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล 3.1 ภาษาไทย (รายการละ) 3.2 ภาษาอังกฤษ (ฉบับละ) 3.3 ภาษาอารบิก (ฉบับละ)	500	500	500	500	500	500
4. เอกสารรับรองฮาลาลเพื่อการส่งออก (ส.ล.2)						
5. ค่าที่ปรึกษา 5.1 ที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการผลิตภัณฑ์ฮาลาล	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000	18,000
6. ค่าประกันการรับรอง 6.1 เงินประกันการรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล						
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงาน	20,000		20,000		20,000	
รวม ¹	52,000	32,000	57,000	37,000	62,000	42,000
รวม ²	53,500	33,500	58,500	38,500	63,500	43,500
รวม ³	55,000	35,000	60,000	40,000	65,000	45,000

หมายเหตุ: ผลรวมทั้งหมดคำนวณจากค่าธรรมเนียมการขอรับรองฮาลาล 1 ผลิตภัณฑ์ต่อปี และยังไม่รวมรายการที่เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ของแต่ละผู้ประกอบการ (อ้างอิงค่าธรรมเนียมจากสำนักงานคณะกรรมการอิสลามกลางแห่งประเทศไทย)

¹รวมค่าธรรมเนียมในการขอหนังสือรับรองและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาไทยอย่างละ 1 ฉบับ

โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

²รวมค่าธรรมเนียมในการขอหนังสือรับรองและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลอย่างละ 2 ฉบับ คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

³ รวมค่าธรรมเนียมในการขอหนังสือรับรองและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลอย่างละ 3 ฉบับ คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาอารบิก

สรุปต้นทุนการขอรับรองฮาลาลในปีแรก ในกรณีขอรับรองฮาลาล 1 ผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมในการขอรับรองฮาลาลประมาณ 52,000, 57,000 และ 62,000 บาทต่อปี ตามลำดับ และในปีที่ 2 เป็นต้นไป ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ จะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมปีละ 32,000, 37,000 และ 42,000 ตามลำดับ เนื่องจากการขอรับรองฮาลาลในปีแรกจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมให้กับพนักงานจึงทำให้ต้นทุนในการขอรับรองปีแรกสูงกว่าปีต่อๆ ไป และในกรณีผู้ประกอบการต้องการส่งออกสินค้าฮาลาลจำหน่ายในต่างประเทศจะต้องขอเอกสารรับรองเพื่อการส่งออก และขอเอกสารหนังสือรับรองและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลที่เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอารบิกเพิ่มเติม ต้นทุนการขอรับรองฮาลาลก็จะเพิ่มมากขึ้นตามค่าธรรมเนียมรายการที่ต้องการขอรับรอง

ตารางที่ 5.1 แสดงข้อมูลการสำรวจต้นทุนสินค้าฮาลาล จากข้อมูลการสำรวจต้นทุนอาหารฮาลาลขอผู้ประกอบการ จำนวน 17 ราย แยกเป็นภาคใต้ 11 ราย และไม่ใช่อีกภาคใต้ 6 รายพบว่า ในส่วนต้นทุนการผลิต ด้านวัตถุดิบ และ แรงงาน มีความแตกต่างกันตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ ขึ้นอยู่กับระดับของแรงงานที่ใช้ หากสถานประกอบการใดต้องพึ่งพาการใช้แรงงานมาก จะมีสัดส่วนของต้นทุนค่าแรงงานสูง และต้นทุนค่าแรงงานจะมีการปรับตัวสูงขึ้น ในปี พ.ศ. 2556 อย่างเห็นได้ชัดอันเนื่องจากการปรับค่าแรงขั้นต่ำ ในส่วนต้นทุนวัตถุดิบ แหล่งที่มาของวัตถุดิบมีผลต่อต้นทุนเช่นกัน สถานประกอบการที่มีโรงงานไกลจากวัตถุดิบ มีต้นทุนวัตถุดิบสูง อันเนื่องมาจากการขนส่ง บางสถานประกอบการได้วางแผนเพิ่มการเปิดโรงงานผลิตใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง ในส่วนต้นทุนการขอรับรองตราฮาลาล พบว่า การขอรับรองตราฮาลาลของผู้ประกอบการขนาดเล็กของภาคใต้ กับ ผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ไม่ใช่ภาคใต้ มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐที่ไม่เท่ากัน

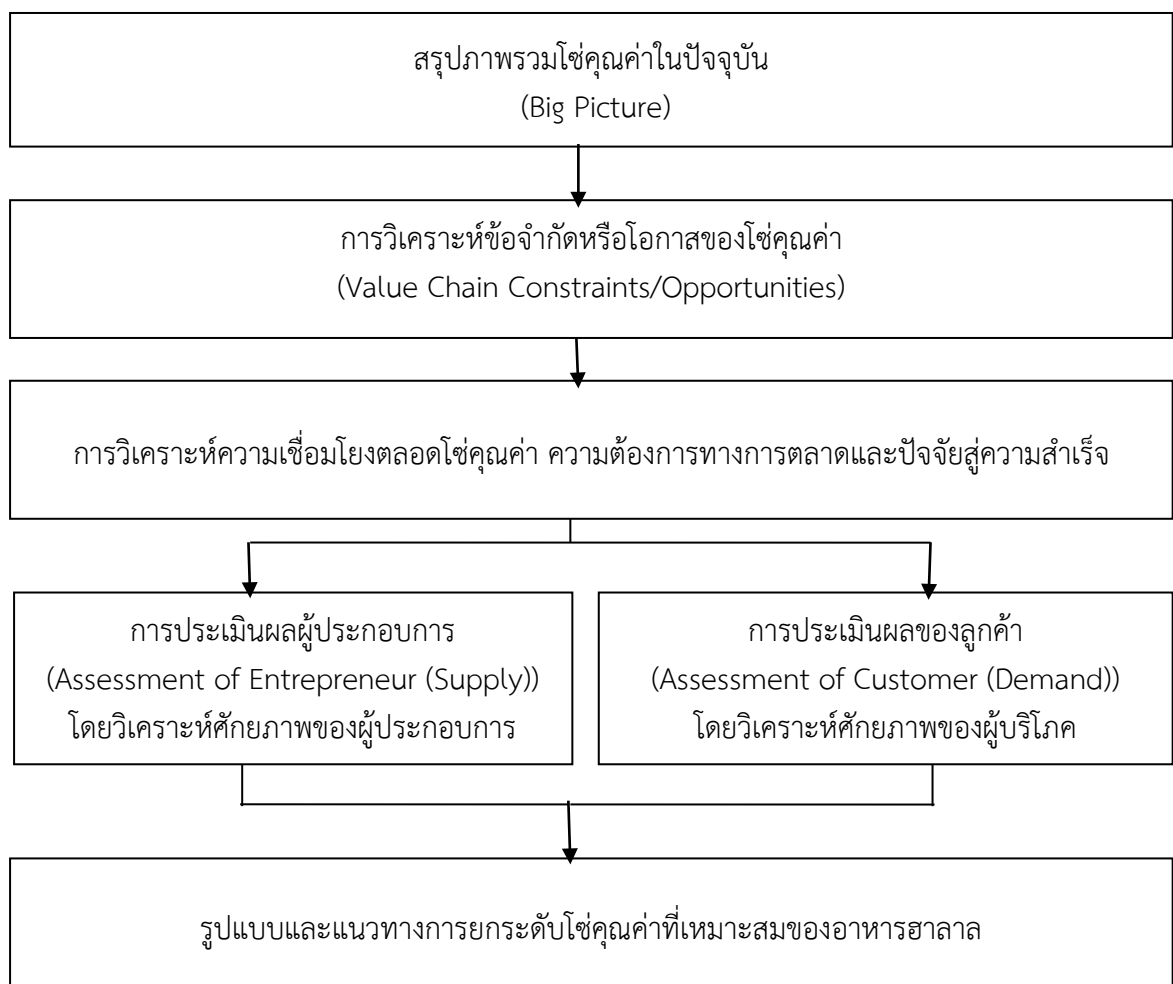
อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาในส่วนของค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการได้การรับรองเครื่องหมายฮาลาลของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ได้ทำการศึกษพบว่าอยู่ในสัดส่วนค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการผลิต ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีทั้งค่าใช้จ่ายรายปีและรายเดือนรวมทั้งต้องมีค่าต่ออายุ อีกทั้งยังต้องขอเครื่องหมายแยกตามรายผลิตภัณฑ์ โดยหากผู้ประกอบการมีสินค้าหลาย SKU ยิ่งจะทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น จึงถือเป็นอุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการทั้งที่ได้รับรองฮาลาลแล้ว และผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการจะก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงมีข้อเสนอว่าควรมีการปรับปรุงกฎระเบียบดังกล่าวเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถประกอบธุรกิจและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน และมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองเพื่อการส่งออกไปยังประเทศที่มีผู้บริโภคชาวมุสลิมต่อไป อีกทั้งยังเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเพิ่มมากขึ้น

โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

บทที่ 6

รูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของ ผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

ในบทนี้คณะผู้วิจัยจะได้นำเสนอรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล โดยมุ่งเน้นศึกษาผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนค่อนข้างมากและเป็นกลไกสำคัญต่ออุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทยต่อไป โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบในการวิเคราะห์โซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลไว้ดังนี้



ภาพที่ 6.1 แนวทางในการศึกษารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล

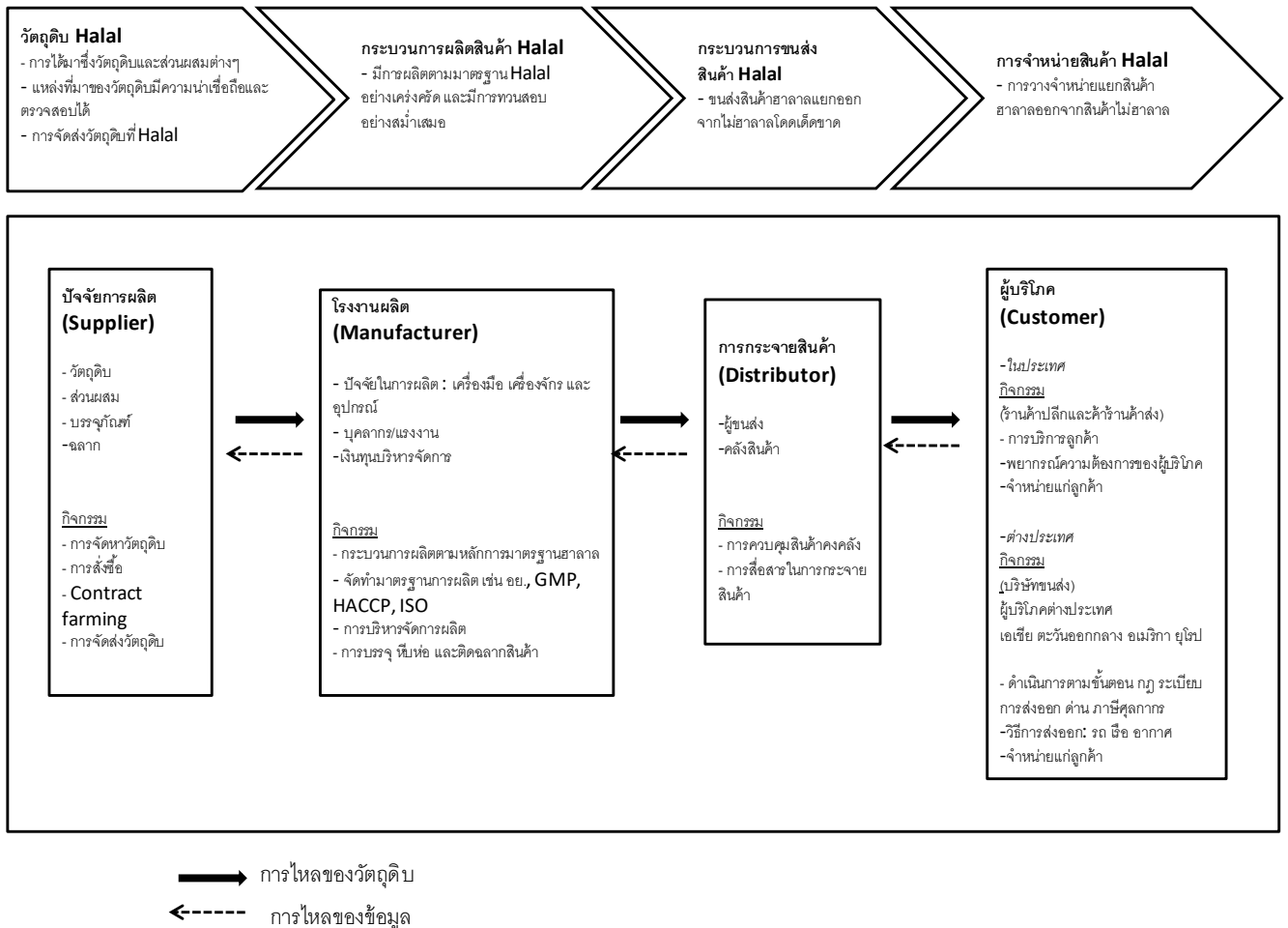
โดยรายละเอียดของกรอบการวิเคราะห์โซ่คุณค่าที่เหมาะสมในแต่ละส่วนงานสามารถสรุปได้ดังนี้



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

6.1 สรุปภาพรวมรูปแบบโซ่คุณค่าในปัจจุบัน (Big Picture)

การศึกษาในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการอาหารฮาลาลจำนวน 17 รายโดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการอาหารฮาลาลจากภาคใต้ จำนวน 11 ราย และผู้ประกอบการจากภาคอื่นๆ จำนวน 6 ราย จากการศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมรูปแบบโซ่คุณค่าอาหารฮาลาลตามชนิดของสินค้าสามารถสรุปภาพรวมรูปแบบโซ่คุณค่าในปัจจุบันได้ดังนี้



ภาพที่ 6.2 ภาพรวมโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล

ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในโซ่คุณค่าอาหารฮาลาลโดยทั่วไปประกอบด้วย

- ผู้ผลิต/จำหน่ายวัตถุดิบ (Suppliers)
- ผู้ประกอบการอาหารฮาลาล
- คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด
- ผู้ค้าส่ง
- ผู้ค้าปลีก
- ผู้บริโภค



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

โดยมีกิจกรรมที่ช่วยสร้างคุณค่าในโซ่อุปทานดังแสดงในภาพที่ 6.2 ซึ่งโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลเริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและไม่มีการปนเปื้อนภายใต้ข้อกำหนดของมาตรฐานอาหารฮาลาล จากนั้นวัตถุดิบถูกนำเข้าสู่กระบวนการผลิตและแปรรูปเป็นอาหารฮาลาลที่ถูกหลักฮาลาลและไม่มีการปนเปื้อน โดยที่กระบวนการผลิตจะต้องฮาลาลทุกขั้นตอน การบรรจุหีบห่อบนฉลากที่มีความน่าเชื่อถือและมีเครื่องหมายรับรองฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด จากนั้นสินค้าจะถูกกระจายโดยไม่มีการปนเปื้อนตามมาตรฐานอาหารฮาลาลไปยังผู้ค้าส่ง ค้าปลีก ก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภคต่อไป โดยภาพรวมของสถานการณ์ภาพรวมของผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่ได้ทำการสำรวจข้อมูลในครั้งนี้ สามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่อยู่ในพื้นที่ภาคใต้และภาคอื่นๆ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ก. ผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคใต้

ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลในพื้นที่ภาคใต้โดยเฉพาะใน 5 จังหวัดที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเป็นชาวมุสลิม ซึ่งมีข้อได้เปรียบในเชิงพื้นที่ที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมนับถือศาสนาอิสลาม ทำให้มีความเข้าใจในหลักศาสนาสามารถผลิตสินค้าได้ตามข้อกำหนดของอาหารฮาลาลและตามความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามก็มีความได้เปรียบเหล่านี้ หากมองในอีกมุมหนึ่งอาจมีผลเสียในเชิงการพัฒนาศักยภาพของตนเอง กล่าวคือผู้ประกอบการมีความเชื่อว่าตนเองเป็นชาวมุสลิมในพื้นที่อยู่แล้ว ไม่จำเป็นที่จะต้องไปขออนุญาตเครื่องหมายรับรองฮาลาลก็ได้ อย่างไรก็ตามก็มีผู้บริโภคอยู่แล้ว ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นการจำกัดขีดความสามารถในการพัฒนาตนเอง ที่ควรจะมีพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพสามารถขายได้ทั้งกับชาวมุสลิมที่อยู่ในพื้นที่และนอกพื้นที่ รวมทั้งผู้บริโภคอื่นๆ หรือการส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มมุสลิมซึ่งมีความต้องการและกำลังซื้อสูงทำให้เสียโอกาสทางการขายไป เมื่อมองในเรื่องของอุปสรรคของผู้ประกอบการในพื้นที่ภาคใต้โดยแยกตามขนาดของผู้ประกอบการสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ประกอบการขนาดกลาง

- ผู้ประกอบการขนาดกลางบางรายมีอุปสรรคในเรื่องของความเพียงพอและความสม่ำเสมอของวัตถุดิบที่มีในพื้นที่ ทำให้ต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างพื้นที่ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง และมีความเสี่ยงที่คุณภาพของวัตถุดิบที่ไม่สม่ำเสมอ
- การส่งออกไปยังบางประเทศยังมีอุปสรรคในเรื่องของความน่าเชื่อถือในเครื่องหมายฮาลาล ทำให้ต้องส่งออกโดยการขอตรารับรองเครื่องหมายฮาลาลจากประเทศที่ต้องการส่งออก จึงจะสามารถส่งออกสินค้าได้



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ผู้ประกอบการขนาดเล็ก

- ผู้ประกอบการขนาดเล็กยังประสบปัญหาในเรื่องของเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในเรื่องของตราฮาลาล
- ผู้ประกอบการไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไรในขั้นตอนการขอตราฮาลาล โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าใจในหลักศาสนา แต่ยังขาดความเข้าใจในเรื่องของหลักอนามัย
- ผู้ประกอบการรายเล็กส่วนใหญ่มักได้รับการสนับสนุนด้านต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น การผลิต การถนอมอาหาร การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เหล่านี้กลับทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงกระตุ้นที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง
- ผู้ประกอบการไม่มีความชำนาญในเรื่องของการทำการตลาด จึงทำให้มีปัญหาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

ข. ผู้ประกอบการในภาคอื่นๆ

ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่อยู่ในภาคอื่นๆ มีความได้เปรียบในเรื่องของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสินค้ามีลักษณะเฉพาะเป็นเอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่น เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการอาหารฮาลาลในภาคใต้ จะพบว่าผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐค่อนข้างน้อย การพัฒนาขีดความสามารถของตนเองจึงขึ้นกับความพร้อมและวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการเอง สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของผู้ประกอบการอาหารฮาลาลในภาคอื่นๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ประกอบการขนาดกลาง

- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอุปสรรคในการขออนุญาตเครื่องหมายฮาลาล โดยอุปสรรคสำคัญคือเรื่องของเชื่อมั่นในสายตาของผู้บริโภค ทั้งนี้เนื่องจากเจ้าของกิจการหรือพนักงานอาจจะไม่ใช่ชาวมุสลิม ทำให้ลูกค้าไม่เชื่อมั่นว่าจะปฏิบัติตามหลักศาสนา
- ต้นทุนการได้เครื่องหมายรับรองตราฮาลาลค่อนข้างสูง
- ขาดความรู้ ความเข้าใจในขั้นตอนการขอรับรองเครื่องหมายฮาลาล
- มีข้อเสียเปรียบสำหรับการเจรจาทางการค้าเพื่อการส่งออกเนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ใช่ชาวมุสลิม จะได้รับการยอมรับน้อยกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงส่งผ่านผู้ส่งออก (Trading) ซึ่งทำให้ไม่สามารถทำการตลาดได้ตามที่ต้องการ

ผู้ประกอบการขนาดเล็ก

- ปริมาณวัตถุดิบไม่แน่นอนโดยเฉพาะในส่วนของวัตถุดิบที่มาจากภาคการเกษตร ผู้ประกอบการขนาดเล็กไม่มีเงินทุนเพียงพอที่จะไปควบคุมวัตถุดิบได้ทั้งในเรื่องของปริมาณและคุณภาพ ซึ่ง



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

แตกต่างกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่สามารถดำเนินการได้ในลักษณะของ contract farming ซึ่งจะทำให้สามารถมีวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง

- ต้นทุนในการได้ตรารับรองฮาลาลค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับต้นทุนการผลิต จึงไปเพิ่มในส่วนของต้นทุนการผลิตสินค้า
- ผู้ประกอบการไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไรในขั้นตอนการขอตราฮาลาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ไม่ใช่มุสลิม ไม่มีความเข้าใจในหลักศาสนา และยังขาดความเข้าใจในเรื่องของหลักอนามัย

6.2 การวิเคราะห์ข้อจำกัดหรือโอกาสของโซ่คุณค่า (Identify Value Chain Constraints/Opportunities)

จากการสำรวจรวบรวมข้อมูลในภาคสนามและการทบทวนผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง เมื่อพิจารณาในภาพรวมสามารถวิเคราะห์ SWOT Analysis ในส่วนของจุดอ่อนและอุปสรรคของอุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลมาแยกเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์หาปัญหาในโซ่คุณค่าสรุปได้ดังนี้¹

6.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1) แต่ละภูมิภาคของประเทศมีความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองทำให้สามารถผลิตอาหารฮาลาลได้หลากหลาย	1) ผู้ประกอบการขนาดเล็กยังขาดแรงจูงใจที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง
2) ผู้ประกอบการขนาดกลางมีศักยภาพที่จะพัฒนาตนเองเพื่อขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ	2) การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับขั้นตอนการขอรับรองฮาลาลยังไม่ทั่วถึง จึงทำให้อัตราการเกิดผู้ประกอบการอาหารฮาลาลรายใหม่ค่อนข้างต่ำ
3) มีหลายหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล	3) การประชาสัมพันธ์และส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญยังไม่แพร่หลายและทั่วถึง
4) ประเทศไทยมีงานด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลที่เข้มแข็งเป็นข้อได้เปรียบที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ	4) ขาดระบบการรับรองฮาลาลที่มีมาตรฐานร่วมกัน ทำให้ไม่สามารถสร้างความเข้มแข็งของตราฮาลาลได้
5) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ภาครัฐมีความตื่นตัวและมีนโยบายให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลไทยเพื่อมุ่งส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย รวมทั้งตลาดในโลกมุสลิม	5) การพัฒนาแหล่งผลิตอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างครบวงจรยังไม่สามารถดำเนินการให้มีความก้าวหน้าได้อย่างเต็มที่
6) ประเทศไทยเป็นต้นกำเนิดการพัฒนาวิชาการด้าน “วิทยาศาสตร์ฮาลาล” ทำให้สามารถสร้างความน่าเชื่อถือในเวทีอาเซียนและเวทีโลกได้	6) ขาดเอกภาพของหน่วยงาน/สถาบันศาสนาในการรับรอง
	7) ขาดคณะกรรมการระดับชาติที่ทำหน้าที่กำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง
	8) บุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในการตรวจรับรองอาหารฮาลาลและความเข้าใจความสำคัญของงาน

¹ สถาบันฮาลาล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล (<http://www.halinst.psu.ac.th>)



จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
	วิทยาศาสตร์ยังมีน้อย 9) ระบบคุ้มครองผู้บริโภคโดยรวมยังไม่เข้มแข็ง 10) การขาดการตระหนักรู้และเข้าใจเรื่องฮาลาลอย่างเพียงพอ 11) ความไม่ต่อเนื่องในการพัฒนาฮาลาลของไทยมีผลมาจากนโยบายที่ไม่ต่อเนื่องของภาครัฐ

6.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Treats)
1) ผู้บริโภคเห็นความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่ผลิตอาหารที่มีคุณภาพ 2) ผลการสำรวจผู้ประกอบการอาหารฮาลาลพบว่า ภายหลังจากที่ผู้ประกอบการได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาลแล้ว ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10-20 3) ผู้บริโภคอาหารฮาลาลทั่วโลกมีปริมาณมากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดอาหารฮาลาล 4) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ถือเป็นโอกาสในการขยายฐานตลาดอาหารฮาลาล 5) ในตลาดโลกสินค้าอาหารฮาลาลไทยยังมีโอกาสทางการตลาดสูง เนื่องจากประชากรมุสลิมทั่วโลกมีสูงถึง 1,800 ล้านคนและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น 6) มีเครือข่ายการค้ากับประเทศมุสลิมที่เกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเป็นโอกาสที่ดีในการส่งออก	1) อุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการที่ไม่ใช่ชาวมุสลิมคือเรื่องของความเชื่อมั่น 2) ภาพลักษณ์ความไม่น่าเชื่อถือของการรับรองฮาลาลของไทย จากปัญหาที่เคยพบสารปนเปื้อนเนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธศาสนา 3) ความไม่สงบของพื้นที่ที่มีความเหมาะสมและมีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีผลต่อความเชื่อมั่นในการลงทุนของภาคเอกชน 4) การกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานของประเทศคู่ค้าที่แตกต่างกันทำให้ผู้ส่งออกสินค้าของไทยประสบกับปัญหาในการส่งออก โดยเฉพาะเรื่องการรับรองมาตรฐานสากล

6.3 การวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโซ่คุณค่าอาหารฮาลาล

จากการศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างโซ่คุณค่าอาหารฮาลาลพบว่า ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในโซ่คุณค่าอาหารฮาลาล คือ ผู้บริโภคอาหารฮาลาล โดยเฉพาะผู้บริโภคมุสลิม เนื่องจากการเลือกบริโภคอาหารได้ถูกเชื่อมโยงเข้ากับหลักศาสนา ซึ่งอาหารฮาลาลจะต้องผลิตขึ้นถูกต้องตามบัญญัติของศาสนาอิสลาม มุสลิมสามารถบริโภคได้ โดย



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

คำนึงถึงความสะอาด มีคุณค่าตามหลักโภชนา ส่วนผู้ที่มีไม่มุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้ประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกัน เพราะอาหารฮาลาลมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร (ตอยยิบ) โดยความเชื่อมั่นในอาหารฮาลาลในมุมมองของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ หากผู้บริโภคชาวมุสลิมขาดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า ผู้ประกอบการก็ไม่สามารถขายสินค้าให้กับผู้บริโภคในกลุ่มนี้ได้ ในทางกลับกันผู้บริโภคชาวมุสลิมทั่วโลกถือเป็นกลุ่มตลาดขนาดใหญ่ หากผู้ประกอบการสามารถสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้าของตนเองได้ ก็ถือเป็นโอกาสของช่องทางการตลาดที่มีศักยภาพ

นอกจากผู้บริโภคแล้ว ผู้ที่มีบทบาทสำคัญในโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล คือ องค์กรทางศาสนา ที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนด ตรวจสอบ รับรองและบังคับใช้มาตรฐานฮาลาล เพื่อเป็นการรับประกันว่าอาหารที่ได้รับการรับรองฮาลาลเป็นอาหารที่มีคุณค่าตามหลักโภชนาการและหลักศาสนา อันจะส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่ออาหารฮาลาล

การวิเคราะห์โซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารฮาลาลประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลักดังแสดงในรูปที่ 6.3 โดยในแต่ละองค์ประกอบหลักนั้นจะต้องมีปัจจัยความสำเร็จที่เป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้อาหารฮาลาล เป็นอาหารที่มีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังต่างประเทศได้ โดยรายละเอียดของปัจจัยความสำเร็จและตัวชี้วัดสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 6.1



ภาพที่ 6.3 รูปแบบโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล



ตารางที่ 6.1 รูปแบบโซ่คุณค่าและปัจจัยความสำเร็จของอาหารฮาลาล

กระบวนการ	ปัจจัยความสำเร็จ (CSF)	การควบคุมต้นทุน	คุณภาพ (Quality)	เวลานำ (Lead time)	ความยืดหยุ่นในการจัดการ	การจัดการทรัพยากรมนุษย์
วัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิต	● เลือกใช้วัตถุดิบที่อยู่ใกล้แหล่งผลิต	✓	✓	✓	✓	
	● จัดหาวัตถุดิบผ่านผู้รวบรวม หรือพ่อค้าคนกลาง ที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดหามากกว่าผู้ประกอบการ จะทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ		✓			✓
	● วัตถุดิบที่เข้าสู่กระบวนการผลิตต้องได้รับรองตราฮาลาล		✓			
	● สำหรับวัตถุดิบที่มีตามฤดูกาล ต้องมีการสต็อกวัตถุดิบไว้เพื่อให้เพียงพอกับการผลิตตลอดทั้งปี เลือกการจัดเก็บวัตถุดิบที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถเก็บได้ระยะยาว	✓	✓		✓	
การผลิต	● ขั้นตอนการผลิตสะอาดถูกหลักอนามัย ไม่มีการปนเปื้อนตามมาตรฐานอาหารฮาลาล		✓			
	● การใช้ทรัพยากรการผลิตมีประสิทธิภาพ					✓
	● อาจมีการรวมกลุ่มการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน	✓				
	● การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	✓	✓	✓	✓	✓
การสร้างมูลค่าเพิ่ม	● การบรรจุหีบห่อต้องแน่ใจว่าสามารถป้องกันสินค้าจากการปนเปื้อนได้		✓			
	● ต้องศึกษาหลักศาสนาในการออกแบบฉลากสินค้า เช่น ฉลากไม่ควรเกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์หรือรูปภาพที่ไม่เหมาะสม		✓			
	● การรับรองเครื่องหมายฮาลาลต้องมีความน่าเชื่อถือ		✓			
	● ความเพียงพอของบุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและรับรองเครื่องหมายฮาลาล		✓			
	● ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารฮาลาลให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ		✓			
	● การรับรองเครื่องหมายฮาลาลควรดำเนินการควบคู่กับวิทยาศาสตร์ฮาลาล		✓			



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

กระบวนการ	ปัจจัยความสำเร็จ (CSF)	การควบคุมต้นทุน	คุณภาพ (Quality)	เวลานำ (Lead time)	ความยืดหยุ่นในการจัดการ	การจัดการทรัพยากรมนุษย์
การขนส่งและกระจายสินค้า	● การกระจายสินค้าไม่ให้เกิดการปนเปื้อนด้วยต้นทุนที่เหมาะสม	✓	✓			
	● เพิ่มการใช้ประโยชน์ (Utilization) ของรถขนส่ง	✓				✓
	● ควบคุมระดับสินค้าคงคลังให้เหมาะสม	✓				
	● ใช้หลักการ Transportation Management	✓		✓	✓	✓
การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย	● เก็บข้อมูลผู้บริโภค ศึกษาอุปสงค์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ความต้องการ		✓		✓	✓
	● ศึกษาพฤติกรรม ความชอบของผู้บริโภคทั้งและต่างประเทศ ในแต่ละประเทศเป้าหมายที่ต้องการส่งออก		✓		✓	
	● ศึกษากฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกในแต่ละประเทศ	✓	✓			
	● อาจให้ผู้แทนการค้า (Trading) เป็นผู้ทำการส่งออกแทน ในกรณีที่ผู้ประกอบการต้องการมุ่งเน้นที่การผลิตเท่านั้น หรือไม่มีความเชี่ยวชาญในการส่งออก	✓				✓



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

6.3.1 การประเมินผลศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมของผู้ประกอบการอาหารฮาลาลพบว่า ขั้นตอนการขอรับรองตราฮาลาลและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการยังเป็นอุปสรรคสำคัญ ด้วยขั้นตอนที่มีความยุ่งยากซับซ้อน อีกทั้งยังผูกโยงเข้าหลักความเชื่อทางศาสนา ส่งผลให้มีผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลจำนวนไม่มาก อีกทั้งยังไม่เป็นการจูงใจให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาด อย่างไรก็ตาม หากมองในเรื่องของศักยภาพในการประกอบธุรกิจ ยังถือว่าผู้ประกอบการขนาดกลางมีแนวคิดที่จะพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งแนวคิดที่จะขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ หรือแนวคิดที่จะมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งและความน่าเชื่อถือให้กับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล อันจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันและการขยายกลุ่มตลาดเดิมที่มีอยู่ให้มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายย่อยส่วนใหญ่มีแนวคิดเปิดรับการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล และมีความยินดีที่ภาครัฐให้การสนับสนุนผ่านโครงการต่างๆ และมีการพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีคุณภาพดีขึ้นตรงตามความต้องการของลูกค้า และมองหาช่องทางการขยายตลาดอยู่เสมอ โดยผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ได้รับความช่วยเหลือและคำแนะนำจากภาครัฐในด้านการรับรองเครื่องหมายฮาลาล และการประชาสัมพันธ์ผ่านการออกบูธงานแสดงสินค้าในพื้นที่ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการขนาดเล็กยังต้องการความช่วยเหลือในด้านการสนับสนุนเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ช่วยลดเวลาการผลิต และลดการพึ่งพาแรงงาน เนื่องจากต้นทุนแรงงานสูง และมีความเสี่ยงในการขาดแคลนแรงงาน

6.3.2 การประเมินผลศักยภาพของผู้บริโภคอาหารฮาลาล

ผลการสำรวจข้อมูลผู้บริโภคอาหารฮาลาล พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่มีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง โดยผู้บริโภคจะมีการตรวจสอบเครื่องหมายทุกครั้งก่อนทำการซื้อ (ร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้ออาหารฮาลาล 5 ลำดับแรก คือ 1) ต้องมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง 2) การบอกรายละเอียดส่วนประกอบของวัตถุดิบบนฉลากสินค้า 3) ถูกหลักโภชนาการอาหาร 4) สามารถตรวจสอบการปนเปื้อนอาหาร และ 5) รสชาติอาหาร อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีการตรวจสอบเครื่องหมายฮาลาลบนฉลากสินค้าแล้ว ผู้บริโภคบางส่วนกว่าร้อยละ 30 ยังมีความเชื่อว่ามีมีการปลอมแปลงเครื่องหมายฮาลาล นอกจากนี้ประเทศไทยยังไม่มีระบบฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองฮาลาลที่ชัดเจน และตรวจสอบได้ ยิ่งส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นที่ไม่สามารถตรวจสอบว่าอาหารที่ตนเองบริโภคอยู่นั้นได้รับการรับรอง และมีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่องหรือไม่

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการบริโภคอาหารฮาลาล พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สามารถพิสูจน์ได้ว่าส่วนผสมไม่ได้มาจากเนื้อสุกร ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นในอาหารฮาลาล แม้ว่าอาหารนั้นจะมีส่วนผสมหลักที่ไม่ได้มาจากเนื้อสุกร แต่ผู้บริโภคยังมีความกังวลการปนเปื้อนในระหว่างกระบวนการผลิต ทั้งนี้อาจสืบเนื่องจากการที่ยังมีข่าวเกี่ยวกับการปนเปื้อนของอาหารที่มาจากส่วนหนึ่งของสุกร ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจว่าอาหารที่ตนเองบริโภคมีส่วนผสมมาจากสุกรหรือไม่เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถพิสูจน์ได้จากบรรจุภัณฑ์ภายนอก สอดคล้องกับปัจจัยที่พึงพอใจน้อยสุดในลำดับถัดมาคือ ปัจจัยอาหารที่ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร แต่ไม่ได้รับเครื่องหมาย



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ” ฮาลาล ซึ่งถึงแม้ว่าอาหารฮาลาลนั้นจะไม่ได้มีส่วนผสมมาจากส่วนใดส่วนหนึ่งของสุกร แต่ผู้บริโภคก็ยังไม่เชื่อมั่นในขั้นตอนการผลิตว่าจะมีการปนเปื้อนหรือไม่

นอกจากนี้ ผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคในภาคอื่นๆ ที่มีใช้ภาคใต้อย่างประสบปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการเลือกซื้ออาหารฮาลาล กล่าวคือ แหล่งจำหน่ายสินค้าฮาลาลค่อนข้างมีน้อย ไม่สามารถหาซื้อได้ทั่วไป ซึ่งแหล่งซื้อที่สำคัญได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ อีกทั้งสินค้ายังไม่มีความหลากหลาย การบริโภคอาหารซ้ำๆ ทำให้เกิดความเบื่อหน่าย สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าคู่อันดับ (Quadrant Analysis) พบว่าปัจจัยที่ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลควรให้ความสำคัญและปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ ความสามารถในการตรวจสอบการปนเปื้อน และรสชาติอาหาร

ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถแก้ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ได้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค น่าจะส่งผลให้อาหารฮาลาลได้รับความนิยมทั้งผู้บริโภคชาวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเชื่อได้ว่าผู้บริโภคพร้อมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพและถูกหลักโภชนาการ

6.4 รูปแบบและแนวทางการยกระดับโซ่คุณค่าที่เหมาะสม

6.4.1 รูปแบบโซ่คุณค่าที่เหมาะสม

จากผลการประเมินศักยภาพผู้ประกอบการอาหารฮาลาล และ ผู้บริโภคอาหารฮาลาล การศึกษานี้สามารถนำเสนอรูปแบบและแนวทางการยกระดับโซ่คุณค่าที่เหมาะสม เพื่อการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตและจำหน่ายอาหารฮาลาลให้ได้รับการรับรองตราฮาลาลมากขึ้น รวมทั้งเพิ่มคุณภาพ และความน่าเชื่อถือให้กับอาหารฮาลาลของประเทศไทยได้ดังภาพที่ 6.4



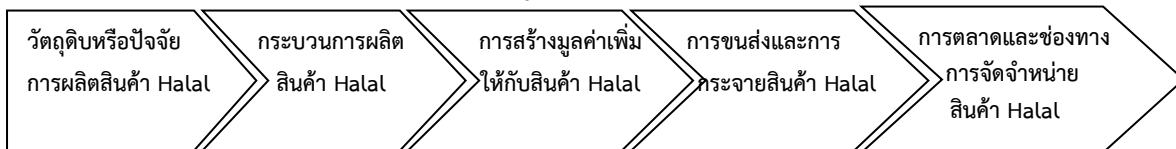
โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

องค์กรศาสนา/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อการอำนวยความสะดวกในการขอและรับรองเครื่องหมายฮาลาล ได้แก่

- องค์กรให้การรับรอง (Accreditation Body : AB)
- องค์กรตรวจรับรอง (Certification Body : CB)
- การตรวจสอบ (Audit)
- การกำกับตรวจตรา (Monitoring)



การรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ



หน้าที่และกิจกรรมเพิ่มคุณค่าของผู้ขับเคลื่อนกลุ่มผู้ประกอบการฮาลาล

- จัดเตรียมสถานประกอบให้ถูกสุขลักษณะ และตรงตามข้อปฏิบัติสำหรับสถานประกอบที่ขอรับรองฮาลาล
- ให้คำปรึกษาด้านเอกสารหรือช่วยเหลือเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้รับการรับรอง (โดยทำงานร่วมกับคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด)
- ให้คำปรึกษาเรื่องการเงิน และแหล่งเงินทุน
- การจัดหาวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ร่วมกัน ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบลดลงได้
- เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ให้สมาชิกในกลุ่ม
- เมื่อรวมกลุ่มขายสินค้าได้มากขึ้น มีการขนส่งร่วมกัน ทำให้ลดต้นทุนค่าขนส่ง
- มีการจัดระบบข้อมูลของกลุ่มเพื่อรองรับการตรวจสอบย้อนกลับ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าฮาลาล และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค



ภาครัฐสนับสนุนเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ทันสมัยในการผลิต ได้แก่

- กระทรวงอุตสาหกรรม ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการภายในประเทศ
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการปลูกพืชเศรษฐกิจที่ใช้เป็นวัตถุดิบสินค้าฮาลาล
- กระทรวงพาณิชย์ ส่งเสริมและพัฒนาอาหารฮาลาลให้เป็นสินค้าส่งออก
- สถาบันอาหาร ส่งเสริมการขยายตัวด้านการส่งออก เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรม
- ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลและบริการทางวิทยาศาสตร์ และห้องปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอาหารฮาลาล

ภาครัฐสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เพิ่มความน่าเชื่อถือ

- จัดงานแสดงสินค้าฮาลาล และนำเสนอถึงข้อมูลมาตรฐานฮาลาลและการรับรองฮาลาลของประเทศไทย
- ประชมนสัมพันธ์ “วิทยาศาสตร์ฮาลาล” ในแง่ความน่าเชื่อถือของประเทศไทย

ภาพที่ 6.4 รูปแบบการยกระดับโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองฮาลาล



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ภาพที่ 6.5 แสดงถึง รูปแบบของการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ โดยการรวมกลุ่มสามารถทำให้เกิดขึ้นได้โดย ภาคเอกชนที่มีความพร้อมจัดรวมกลุ่มเอง โดยเป็นผู้นำในการลงทุนด้านโครงสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาครัฐให้การสนับสนุน ให้ความรู้ และ อำนาจความสะดวกในเรื่องการรับรองตราฮาลาล รวมถึงสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ และ การตลาด หรือจะเป็นการรวมกลุ่มแนววิสาหกิจชุมชนโดยรัฐบาลให้การสนับสนุน และให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน คล้ายกับนิคมอุตสาหกรรม แต่ทำในขนาดที่เล็กกว่า ที่สามารถดำเนินการได้ทุกภาคของประเทศ ตารางที่ 6.2 แสดงถึงภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลที่จะมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยให้มีความน่าเชื่อถือและสามารถแข่งขันได้ ที่ถูกจัดตั้งตามยุทธศาสตร์ฮาลาลเมื่อปี พ.ศ.2544

ตารางที่ 6.2 ภารกิจและหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลงานด้านฮาลาล

ภารกิจ	หน่วยงานรับผิดชอบ
1. แผนยุทธศาสตร์ภาพรวม	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
2. ด้านการผลิต	
2.1 การรับรองสุขอนามัยและความปลอดภัยด้านอาหาร	หน่วยงานหลัก: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานสนับสนุน: กระทรวงอุตสาหกรรม (สถาบันอาหาร)
2.2 การพัฒนากระบวนการและสถาบันรับรองฮาลาล	คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
3. การตลาด	หน่วยงานหลัก: กระทรวงพาณิชย์ หน่วยงานสนับสนุน: กระทรวงต่างประเทศ สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป สมาคมนักธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย-มุสลิม
4. การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอาหารฮาลาลแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคในประเทศ	หน่วยงานหลัก: คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หน่วยงานสนับสนุน: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงต่างประเทศ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
5. การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบการนำเข้าและมาตรฐานสุขอนามัยด้านอาหารของประเทศผู้นำเข้า	หน่วยงานหลัก: กระทรวงพาณิชย์ หน่วยงานสนับสนุน: กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม (สถาบันอาหาร)
6. การเชิญผู้แทนหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและอนุญาตนำเข้าสินค้าอาหารมาเยือนไทย	กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

ภารกิจ	หน่วยงานรับผิดชอบ
7. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศคู่ค้า โดยอาศัยกรอบความร่วมมือที่มีอยู่	หน่วยงานหลัก: กระทรวงต่างประเทศ หน่วยงานสนับสนุน: กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงอุตสาหกรรม

ที่มา; กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (ม.ป.ป.) ปัจจุบันเป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

6.4.2 แนวทางการยกระดับโซ่คุณค่าที่เหมาะสม

ในงานวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการยกระดับโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาล สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product Upgrading)

- ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลขนาดเล็กบางราย เริ่มมีปัญหาในเรื่องวัตถุดิบของอาหารฮาลาลโดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะที่หาได้เฉพาะพื้นที่ที่มีความพิเศษในพื้นที่นั้นๆ เช่น ลูกหยีจากปัตตานี มะขามหวานจากเพชรบูรณ์ ผู้ประกอบการเห็นว่าวัตถุดิบโดยเฉพาะวัตถุดิบที่มีคุณภาพมีปริมาณลดลงเรื่อยๆ และท้ายที่สุดจะไม่มีวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต ภาครัฐควรมีแนวทางในการส่งเสริมให้มีการปลูกพืชที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะพื้นที่นั้นมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อการอนุรักษ์พืชพิเศษในท้องถิ่นไว้ รวมทั้งป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบและส่งเสริมให้มีการผลิตอาหารฮาลาลที่มีความพิเศษตามลักษณะพื้นที่ที่ได้หลากหลายขึ้น
- ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในพื้นที่ เพื่อเป็นการลดต้นทุนโลจิสติกส์ โดยส่งเสริมกลไก contract farming ในพื้นที่เพื่อลดต้นทุนการขนส่งวัตถุดิบจากที่ไกลๆ
- ผู้ประกอบการรายย่อยขนาดเล็ก (S) บางรายมีค่าใช้จ่ายเรื่องการรักษาฮาลาลสูงเกือบแสนบาทต่อปี เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบและหลายขนาด ทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในการรับรองตราฮาลาล

2. การยกระดับกระบวนการ (Process Upgrading)

แนวทางในการยกระดับกระบวนการของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล คือ การส่งเสริมเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Technology) และการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยรายละเอียดในแต่ละแนวทางสรุปได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 การส่งเสริมเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Technology)

ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลเอง ควรมีการตื่นตัวในเรื่องของการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ถูกหลักอนามัยและช่วยลดต้นทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้นอกจากนี้ภาครัฐควรเข้ามาช่วยเหลือในการส่งเสริมให้ความรู้ รวมถึงการจัดโครงการนำผู้เชี่ยวชาญเข้ามาแนะนำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตให้มีคุณภาพ สามารถตรวจสอบการปนเปื้อน อีกทั้งภาครัฐควรสนับสนุนการวิจัยเชิงนวัตกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีระดับกลางสำหรับการผลิตสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อลดความจำเป็นในการใช้แรงงานลดความเสี่ยงในการขาดแคลนแรงงาน และง่ายต่อการควบคุมคุณภาพของการผลิต



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”
แนวทางที่ 2 การวิจัยและพัฒนา (Research and Develop)

สำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก อาจจะไม่มียุทธศาสตร์เพื่อใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ในเรื่องของการถนอมอาหารทำให้อาหารสามารถเก็บรักษาได้นานขึ้น ดังนั้นภาครัฐควรเข้ามาให้ความรู้การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการเก็บรักษาไว้ได้นานขึ้นเพื่อให้สามารถส่งขายไปยังต่างประเทศได้

3. การยกระดับหน้าที่ (Function Upgrading)

ผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่าของอาหารฮาลาลควรจะมีการปรับตัว (Adaptation) เพื่อให้สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและความหลากหลาย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้และดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยแนวทางในการปรับตัวของผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่าของอาหาร เช่น

- ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลควรมีการรวมกลุ่มในลักษณะของ Cluster เพื่อเป็นพันธมิตรทางการค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความเข้มแข็งแล้ว คอยเป็นที่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ที่เริ่มเข้าสู่อุตสาหกรรมฮาลาล หรือกำลังจะก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมฮาลาล ในการให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะในขั้นตอนการประกอบการตามข้อกำหนดของอาหารฮาลาล เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ถูกหลักโภชนาการและศาสนบัญญัติ
- ผู้ประกอบการควรมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าของตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของคุณภาพของสินค้าและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค นอกจากนี้การวิจัยและพัฒนาเพื่อยืดอายุของอาหารฮาลาลให้ยาวนานขึ้นเพื่อประโยชน์ในการส่งออกไปยังต่างประเทศได้
- ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของธุรกิจอาหารฮาลาล โดยอาจมีการเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่มีศักยภาพในการผลิตอาหารฮาลาลที่มีคุณภาพ ที่มีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่และความรู้ อาจเป็นรูปแบบนิคมอุตสาหกรรมขนาดเล็กที่ไม่จำเป็นต้องมีการลงทุนสูงมาก สามารถจัดให้มีในหลายภาคหรือในจังหวัดที่มีศักยภาพ โดยสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับการผลิตอาหารฮาลาล สำหรับผู้ประกอบการรายเล็กให้เข้ามาเช่าพื้นที่และมีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล
- หน่วยงานที่รับผิดชอบในการให้ตรารับรองฮาลาล ควรมีการนำวิทยาศาสตร์ฮาลาลเข้าร่วมกับกระบวนการตรวจสอบและประเมินสถานประกอบการเพื่อขอรับรองตราฮาลาล เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในสายตาของผู้บริโภคมากขึ้น

4. การยกระดับห่วงโซ่ (Chain Upgrading)

การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าเป็นสิ่งที่ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลที่ควรมีการรวมกลุ่มกันในลักษณะของ Cluster ผู้ให้การรับรอง ผู้ตรวจรับรองและผู้กำกับตรวจตรา รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐต่างๆ สถาบันการเงิน เป็นต้น เพื่อเกื้อหนุนให้อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตามก็ตีจากผลการสำรวจและรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งพบว่า จุดที่เป็นปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยนั้นอยู่ที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่ออาหารฮาลาล ซึ่งปัจจุบัน กิจการฮาลาลของประเทศไทยได้ดำเนินการอยู่ภายใต้การ



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

กำกับดูแลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ที่ได้กำหนดให้เป็นหน้าที่ของ 2 องค์กรคือ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด และได้กำหนดให้มีคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัด ทำหน้าที่พิจารณาให้ความเห็นเกี่ยวกับการรับรองฮาลาล กำหนดมาตรการ แนวทางปฏิบัติในการตรวจสอบรับรองฮาลาล ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับระบบองค์กรให้การรับรอง (Accreditation Body : AB) องค์กรตรวจรับรอง (Certification Body : CB) การตรวจสอบ (Audit) และการกำกับตรวจตรา (Monitoring) เป็นหน่วยงานเดียวกันคือองค์กรศาสนาเป็นผู้ดูแล แนวทางที่เหมาะสมเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องของความน่าเชื่อถือของตราฮาลาลและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค คณะผู้วิจัยจึงเสนอว่าควรให้ทั้ง 3 หน่วยงานแยกกันทำงานอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำงาน การแยกหน้าที่กันทำงานชัดเจนจะช่วยให้สามารถทำงานได้รวดเร็วขึ้น อันจะเป็นผลในทางอ้อมที่จะทำให้อัตราของผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน อีกทั้งการรับรองเครื่องหมายฮาลาลโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ควรทำงานร่วมกับระบบวิทยาศาสตร์ฮาลาล เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าอาหารที่ได้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้นเป็นอาหารที่ชาวมุสลิมสามารถรับประทานได้ ถูกหลักโภชนาการ ปราศจากสิ่งปนเปื้อนตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม

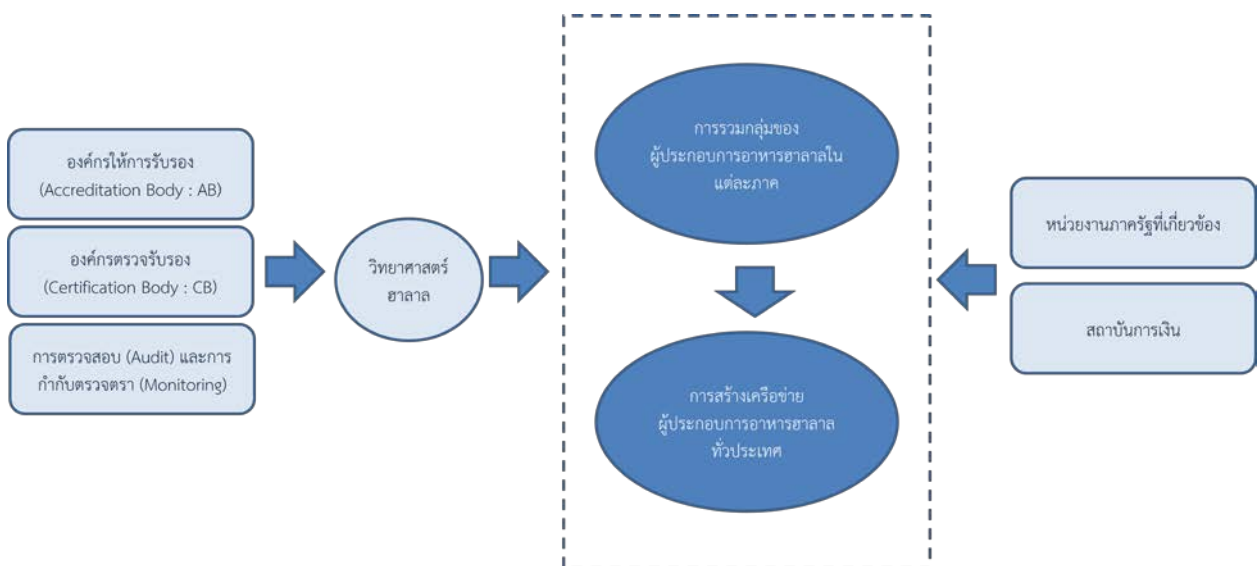
ในส่วนของบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ ควรเข้ามามีส่วนร่วมช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ดังนี้

- การดำเนินนโยบายของภาครัฐในการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการฮาลาล ควรมองถึงผลสำเร็จในระยะยาวและยั่งยืน โดยความช่วยเหลือควรที่จะครอบคลุมตลอดทั้งโซ่อุปทานตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ กระบวนการผลิตจนกระทั่งถึงช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ผลิตและผู้แทนจำหน่ายเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการอาหารฮาลาล
- ภาครัฐควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้าฮาลาล ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ ควรมีด้านต่างๆ ดังนี้
 - ประชาสัมพันธ์ด้านคุณภาพและรสชาติของอาหารฮาลาลในประเทศไทย
 - ประชาสัมพันธ์ด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลที่เป็นจุดแข็งในการเพิ่มความน่าเชื่อถือของอาหารฮาลาลของประเทศไทย
 - ประชาสัมพันธ์สำหรับในประเทศ เชิญชวนผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ สินค้ามีคุณภาพ ให้เข้ามารับรองตราฮาลาลมากขึ้น พร้อมทั้งให้ความรู้ ความเข้าใจและความช่วยเหลือในระหว่างการขอตราฮาลาล
- ภาครัฐ ควรเพิ่มหรือยกระดับการประชาสัมพันธ์สินค้าฮาลาลพร้อมกับการขยายตลาดให้กับผู้ผลิตอาหารฮาลาลโดยการจัดงานแสดงสินค้าที่มีลักษณะคล้าย การแสดงสินค้า OTOP เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ทั้งผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าฮาลาลทั้งที่เป็นชาวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมมาพบกัน ทำให้ผู้บริโภคชาวมุสลิมมีทางเลือกหลากหลายขึ้น และอาหารฮาลาลของผู้ผลิตทั้งที่เป็นชาวมุสลิมและไม่ใช่มุสลิมมีการขยายตลาดมากขึ้น



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

- การไม่มีระบบจัดการฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองเครื่องฮาลาลที่ชัดเจนและตรวจสอบได้ง่าย ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าสินค้าที่ตนบริโภคอยู่นั้นได้รับเครื่องหมายฮาลาลเมื่อใด และมีการต่ออายุต่อเนื่องหรือไม่ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเสนอว่าควรมีฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล รวมทั้งที่ถูยกยกเลิกเครื่องหมายฮาลาล ภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริมการจัดทำระบบฐานข้อมูลในเรื่องทรัพยากร และเทคโนโลยีในการดำเนินงาน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบได้ อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของอาหารฮาลาลเพิ่มมากขึ้น
- รัฐบาลควรมหาแนวทางในการสนับสนุนงบประมาณ สำหรับการขอรับรองฮาลาล เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการลดต้นทุน โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็ก เพื่อให้ผู้ประกอบการมีการยื่นขอรับรองฮาลาลเพิ่มมากขึ้น



ภาพที่ 6.5 การร่วมมือกันเพื่อยกระดับโซ่คุณค่าอาหารฮาลาล



โครงการ “การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ”

บรรณานุกรม

กระทรวงคมนาคม, รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาต้นทุนการขนส่งที่แท้จริงของทางบก ทางน้ำ และทางรถไฟ สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และบริษัท ซี แอนด์ ซี อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เวบเจอร์ จำกัด

ชเนต สิริสุวรรณกิจ, 2549 การวางแผนระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกผลไม้, วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมระบบการผลิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 163 หน้า

ปนัดดา กสิกิจวิวัฒน์ และคณะ, 2553 รายงานการวิจัย การศึกษาความยืดหยุ่นของปัจจัยการขนส่งและโลจิสติกส์ของมะม่วงสำหรับการส่งออก, ทุนอุดหนุนการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

โกศทรัพย์ พุ่มพวง, **Transportation Cost Planning บริหารต้นทุนขนส่งในยุควิกฤติ**, Logistics Thailand, Feb 2009, กรุงเทพฯ, หน้า 44-54

Sussams, J.E., 1992, *Logistics Modelling*, London, Pitman Publishing. The by laws of the Council of Logistics Managements, accessed at CLM's Website [http:// www.clm1.org](http://www.clm1.org).



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมและผลที่ได้รับ

ตารางผนวกที่ ก-1 เปรียบเทียบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในแผนกับวัตถุประสงค์ที่ดำเนินงานจริง

วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในแผน	วัตถุประสงค์ที่ดำเนินงานจริง
1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาล	1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาล
2. เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตสินค้าฮาลาล	2. เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตสินค้าฮาลาล
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการผลิตและบริโภคสินค้าฮาลาล	3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการผลิตและบริโภคสินค้าฮาลาล
4. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล	4. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล

ตารางผนวกที่ ก-2 กิจกรรมที่ได้ดำเนินการในช่วง 6 เดือนแรก

ลำดับที่	กิจกรรม	เดือนที่	1	2	3	4	5	6
1.	เพื่อศึกษาวิเคราะห์ภาพรวมทั่วไปของการจัดการโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาล							
1.1	จัดประชุมเพื่อวางแผนและเตรียมการวิจัย	แผน	↔					
		ปฏิบัติจริง	↔					
1.2	ประชุมชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้อง และวางแผนการเก็บข้อมูลติดต่อประสานงาน ผู้ประกอบการ	แผน		↔				
		ปฏิบัติจริง			↔			
2	เพื่อศึกษาต้นทุนการผลิตสินค้าฮาลาล							
2.1	พัฒนาเครื่องมือวิจัย (ออกแบบแบบสอบถาม)	แผน		↔				
		ปฏิบัติจริง				↔		
3	เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการผลิตและบริโภคสินค้าฮาลาล							
3.1	ศึกษาและเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ ในเรื่องโซ่คุณค่าของสินค้าฮาลาล	แผน			↔			
		ปฏิบัติจริง					↔	

ตารางผนวกที่ ก-3 กิจกรรมที่ได้ดำเนินการในช่วงเดือนที่ 7-15

ลำดับที่	กิจกรรม	เดือนที่	เดือน											
			7	8	9	10	11	12	13	14	15			
1	4. เพื่อศึกษาหารูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้าฮาลาล													
	4.1 วิเคราะห์กิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่าและโครงสร้างต้นทุนของสินค้าฮาลาล	แผน	←————→											
		ปฏิบัติจริง	←————→											
	4.2 วิเคราะห์ข้อมูลและปัจจัยในการผลิตและบริโภคนสินค้าฮาลาล	แผน						←————→						
		ปฏิบัติจริง												
	4.3 รายงานผลการวิจัย	แผน											←————→	
	ปฏิบัติจริง											←————→		

ตารางผนวกที่ ก-4 กิจกรรมที่ได้ดำเนินการตลอดโครงการและผลที่ได้รับจากกิจกรรม

กิจกรรมที่ได้ดำเนินการตลอดโครงการ	ผลที่ได้รับ
การสัมมนาเพื่อเผยแพร่แผนวิจัย “การสร้างคุณค่าในโซ่คุณค่าอาหารพร้อมบริโภค” วันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2556 ณ ห้องแกรนด์รีซิดา โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค	<p>ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้เข้าร่วมสัมมนา โดยคณะผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา ในประเด็นดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ท่านเห็นด้วยหรือไม่กับแนวทางการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายของผู้ประกอบการอาหารฮาลาล 2. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ว่าควรแยกองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับระบบองค์กรให้การรับรอง (Accreditation Body : AB) องค์กรตรวจรับรอง (Certification Body : CB) การตรวจสอบ (Audit) และการกำกับตรวจตรา (Monitoring) แยกการทำงานอย่างชัดเจน อีกทั้งการรับรองเครื่องหมายฮาลาลโดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยควรทำงานร่วมกับระบบวิทยาศาสตร์ฮาลาล (Hal-Q) 3. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ที่จะให้ภาครัฐสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการขอรับรองฮาลาล เพื่อช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการ 4. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการฮาลาล

5. ท่านคิดว่ากิจกรรมใดที่ผู้ประกอบการและภาครัฐควรดำเนินการมากที่สุด ในการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับอาหารฮาลาล

จำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนาได้ตอบแบบสอบถาม 30 ราย ส่วนใหญ่เห็นด้วยในข้อเสนอแนะของผู้วิจัย และได้เสนอแนะเพิ่มเติมซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอในรายงานฉบับนี้แล้ว

ภาคผนวก ข

ประมวลรูปภาพการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการฮาลาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ร้านวีระวงศ์ (ลูกหยีกววน)



2. โรงงานลูกชิ้นพงษ์ทิพย์



3. ร้านโรตีสกรอบปัตตานี บิสมิลลาห์



4. ผู้ผลิตขิงผง



5. บริษัท ตอยยิบันฟู้ดส์ จำกัด (นมถั่วเหลืองสเตอริไลซ์ และนมถั่วเหลืองพลาสติกเจอร์ไรส์)



6. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชัยสิทธิ์ฤทธา (ข้าวซอยตัดตราปลาทอง)



7. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุราลีนิ 3 (น้ำพริกข้าวซอย)



8. บริษัท สารัชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด (มะขามแปรรูป)



9. บริษัท ไนน์แทมมะรินทร์ จำกัด (มะขามแปรรูป)





10. ห้างหุ้นส่วนจำกัด จิราพรฟู้ด (กล้วยตาก)



ประมวลรูปภาพการสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในหน่วยงานและองค์กรทางศาสนาอิสลาม

1. สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดชลบุรี



2. สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดชลบุรี





3. เข้าร่วม “โครงการสัมมนาผู้ประกอบการฮาลาลจังหวัดชลบุรี”



ภาคผนวก ค

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตอาหารฮาลาลและมาตรฐานสินค้าประเภทอาหารฮาลาล

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตอาหารฮาลาลและมาตรฐานสินค้าประเภทอาหารฮาลาล

ในบทนี้จะเป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตอาหารฮาลาลและมาตรฐานสินค้าประเภทอาหารฮาลาลโดยจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ กฎหมายแม่บทหรือกฎหมายที่ตราขึ้นโดยฝ่ายนิติบัญญัติ กฎหมายลำดับรองหรือกฎหมายที่ตราขึ้นโดยฝ่ายบริหาร และร่างกฎหมายที่อาจมีผลใช้บังคับในอนาคต ดังนี้

1. กฎหมายแม่บท (กฎหมายที่ตราขึ้นโดยฝ่ายนิติบัญญัติ)

ในส่วนของกฎหมายแม่บทนี้จะกล่าวถึงพระราชบัญญัติต่าง ๆ จำนวน 8 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. 2509 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๔๓ และประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ตามลำดับดังนี้

1.1 พระราชบัญญัติองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540

พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ตราขึ้นด้วยเหตุผลว่ากฎหมายว่าด้วยศาสนาอิสลามในอดีต ซึ่งได้แก่ พระราชบัญญัติมัสยิดอิสลาม พ.ศ. ๒๔๙๐ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการศาสนูปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม พุทธศักราช ๒๔๘๘ และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการศาสนูปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๔๙๑ นั้นได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานานและไม่เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน ฝ่ายนิติบัญญัติจึงเห็นสมควรปรับปรุงกฎหมายให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

พระราชบัญญัติฉบับนี้ประกอบด้วยบทบัญญัติทั้งสิ้น 46 มาตรา โดยแบ่งเป็น 5 หมวด ได้แก่ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 การจัดตั้งและการเลิกมัสยิด หมวด 3 คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หมวด 4 คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด และหมวด 5 คณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิด

สาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้คือการกำหนดให้มีการแต่งตั้งจุฬาราชมนตรีคนหนึ่งเพื่อเป็นผู้นำกิจการศาสนาอิสลามในประเทศไทย และให้นายกรัฐมนตรีนำชื่อผู้ที่ดำรงตำแหน่งจุฬาราชมนตรีซึ่งได้รับความเห็นชอบจากกรรมการอิสลามประจำจังหวัดทั่วประเทศขึ้นทูลเกล้าฯ เพื่อทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งเป็นจุฬาราชมนตรี นอกจากนี้พระราชบัญญัติฯ ยังได้กำหนดให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” ประกอบด้วยจุฬาราชมนตรีเป็นประธานกรรมการและกรรมการ ซึ่งทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งจากกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ซึ่งเป็นผู้แทนคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด จังหวัดละหนึ่งคน และจากกรรมการอื่นซึ่งคัดเลือกโดยจุฬาราชมนตรีมีจำนวนหนึ่งในสามของจำนวนผู้แทนคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด โดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือ “กอท.” นั้นมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมและกำกับดูแลด้านการปฏิบัติศาสนกิจของศาสนาอิสลามในด้านต่าง ๆ เช่น การให้คำปรึกษาแก่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมในการปฏิบัติตามพระราชบัญญัตินี้ การให้คำปรึกษาหรือขอแนะนำเกี่ยวกับศาสนาอิสลามแก่คณะกรรมการอิสลามประจำ

จังหวัด และคณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิด ส่งเสริมสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางศาสนา และการศึกษาศาสนาอิสลาม รวมถึงตลอดถึงอำนาจหน้าที่ในการออกระเบียบวิธีการดำเนินงานและควบคุมดูแลการบริหารงานของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดและคณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิด และการออกประกาศและให้คำรับรองเกี่ยวกับกิจการศาสนาอิสลาม

พระราชบัญญัติฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษากฎโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม โดยให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่และออกกฎกระทรวง ระเบียบ ประกาศ และคำสั่ง เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้ในส่วนที่เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ของแต่ละกระทรวง

1.2 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511

พระราชบัญญัติฉบับนี้ตราขึ้นด้วยเหตุผลว่าประเทศไทยกำลังเร่งรัดพัฒนากิจการอุตสาหกรรม มีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหลายชนิดที่ผลิตขึ้นได้ภายในประเทศ แต่ยังมีได้มีการกำหนดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้เป็นที่ยอมรับและเหมาะสม ทำให้มีการแข่งขันกันลดราคาโดยทำคุณภาพให้ต่ำลง เป็นเหตุให้ประชาชนขาดความนิยมเชื่อถือ นอกจากนี้ยังอาจเกิดอันตรายแก่ประชาชนและก่อให้เกิดความไม่มั่นคงในการประกอบกิจการอุตสาหกรรมซึ่งเป็นผลเสียหายแก่เศรษฐกิจของประเทศ ด้วยเหตุนี้ฝ่ายนิติบัญญัติจึงเห็นเป็นการสมควรให้มีกฎหมายฉบับนี้เพื่อกำหนดมาตรฐานเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อความปลอดภัย หรือเพื่อป้องกันความเสียหายอันอาจเกิดแก่ประชาชนหรือแก่กิจการอุตสาหกรรมหรือเศรษฐกิจของประเทศ

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 58 มาตรา โดยมีสาระสำคัญว่าให้จัดตั้งสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมขึ้นในกระทรวงอุตสาหกรรม โดยให้มีอำนาจหน้าที่ในการตรวจสอบและการควบคุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่น การตรวจสอบการขอใช้เครื่องหมายมาตรฐาน การขออนุญาตทำและนำเข้าซึ่งผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมบางประเภท การตรวจสอบและควบคุมการทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมตามที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน การตรวจสอบและควบคุมผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมบางชนิดที่ขอเข้ามาเพื่อจำหน่ายในราชอาณาจักร ควบคุมการใช้เครื่องหมายมาตรฐาน รวมถึงการทำความตกลงกับหน่วยงานของต่างประเทศเกี่ยวกับการให้การรับรองการตรวจสอบ หรือรับรองผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นต้น

นอกจากนี้ พระราชบัญญัตินี้ยังกำหนดให้มีคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ประกอบด้วย ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธานกรรมการ อธิบดีกรมโรงงานอุตสาหกรรม อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้แทนกระทรวงมหาดไทย ผู้แทนกระทรวงพาณิชย์ ผู้แทนกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และการพลังงาน ผู้แทนกระทรวงสาธารณสุข ผู้แทนกรมศุลกากร ผู้แทนสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กับผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งอีกไม่เกินหกคนเป็นกรรมการ โดยมีอำนาจและหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุมมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เช่น การพิจารณากำหนด แก๊ซ และยกเลิกมาตรฐานเพื่อเสนอรัฐมนตรี การอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายมาตรฐาน การอนุญาตให้ทำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน การอนุญาตให้นำผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานเข้ามาเพื่อจำหน่ายใน

ราชอาณาจักร การพิจารณากำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการให้ทำหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีพระราชกฤษฎีกากำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของต่างประเทศหรือมาตรฐานระหว่างประเทศเพื่อเสนอรัฐมนตรี เป็นต้น

พระราชบัญญัติฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม โดยมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติฯ ได้กำหนดให้รัฐมนตรีอาจกำหนด แก้ไข และยกเลิกมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมใดๆ ตามข้อเสนอของคณะกรรมการได้ ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งโดยอำนาจแห่งบทบัญญัติในมาตราดังกล่าว รัฐมนตรีได้ออกประกาศกระทรวงฉบับหนึ่ง ได้แก่ ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 2571 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ช้อนแนะนำทั่วไปสำหรับการใช้คำ “ฮาลาล” ซึ่งจะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไปในส่วนของกฎหมายลำดับรอง

1.3 พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ตราขึ้นเป็นฉบับแรกเมื่อปี พ.ศ. 2522 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยซึ่งได้จัดตั้งขึ้นตามประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๙ ลงวันที่ ๑๓ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๑๕ เป็นไปด้วยดียิ่งขึ้นและเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ฝ่ายนิติบัญญัติจึงเห็นสมควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเสียใหม่ ซึ่งหลังจากการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ก็ได้มีการแก้ไขให้เกิดความทันสมัยและสอดคล้องกับสภาพของการดำเนินการนิคมอุตสาหกรรม โดยมีการตรากฎหมายแก้ไขเพิ่มเติม ได้แก่ พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๓๔ พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๓๙ และพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๕๐ ตามลำดับ

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 80 มาตรา โดยแบ่งออกเป็น 5 หมวด ได้แก่ หมวด 1 การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หมวด 2 นิคมอุตสาหกรรม หมวด 3 พนักงานเจ้าหน้าที่ หมวด 4 การควบคุม และหมวด 5 บทกำหนดโทษ โดยพระราชบัญญัติฯ มีสาระสำคัญให้จัดตั้งการนิคมอุตสาหกรรมขึ้น เรียกว่า “การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย” เรียกโดยย่อว่า “กนอ.” และให้เป็นนิติบุคคล มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการนิคมอุตสาหกรรม เช่น การจัดให้ได้มาซึ่งที่ดินที่เหมาะสมเพื่อจัดตั้งหรือขยายนิคมอุตสาหกรรมหรือเพื่อดำเนินธุรกิจอื่นที่เป็นประโยชน์ หรือเกี่ยวเนื่องกับกนอ. การปรับปรุงที่ดินที่ได้มาเพื่อให้บริการ ตลอดจนจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานของผู้ประกอบอุตสาหกรรมและผู้ประกอบพาณิชย์กรรมและผู้ประกอบกิจการอื่นที่เป็นประโยชน์หรือเกี่ยวเนื่องกับการประกอบอุตสาหกรรมหรือการประกอบพาณิชย์กรรม เช่น การจัดให้มีถนน ท่อระบายน้ำ โรงบำบัดน้ำเสีย ไฟฟ้า ประปา และโทรคมนาคม เป็นต้น

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติฯ ยังกำหนดให้มีคณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย” ประกอบด้วย ประธานกรรมการและกรรมการอื่นอีกไม่เกินสิบคน รวมทั้งผู้ว่าการซึ่งเป็นกรรมการโดยตำแหน่ง โดยคณะกรรมการดังกล่าวมีอำนาจวางนโยบายและควบคุมดูแลโดยทั่วไปซึ่งกิจการของ กนอ. อำนาจเช่นว่านี้หมายความว่ารวมถึงการออกระเบียบหรือข้อบังคับเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ กนอ. การออกระเบียบหรือ

ข้อบังคับการประชุมและการดำเนินกิจการของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการ การออกระเบียบหรือข้อบังคับการ จัดแบ่งส่วนงาน วิธีปฏิบัติงาน และการเงินของ กนอ. การออกระเบียบหรือข้อบังคับกำหนดตำแหน่ง อัตราเงินเดือนหรือ ค่าจ้างของพนักงานและลูกจ้าง การออกระเบียบหรือข้อบังคับการบรรจุ การแต่งตั้ง การเลื่อนเงินเดือนหรือค่าจ้าง การออก จากตำแหน่ง วินัย การลงโทษ และการอุทธรณ์การลงโทษของพนักงานและลูกจ้าง การออกระเบียบหรือข้อบังคับการจ่าย ค่าพาหนะและเบี้ยเลี้ยงเดินทางค่าเช่าที่พัก ค่าล่วงเวลา และการจ่ายเงินอื่น ๆ การออกระเบียบหรือข้อบังคับเกี่ยวกับ เครื่องแบบพนักงานและลูกจ้างการออกระเบียบหรือข้อบังคับว่าด้วยการร้องทุกข์ของพนักงานและลูกจ้าง การออกระเบียบ หรือข้อบังคับเกี่ยวกับบัตรประจำตัวหรือเครื่องแต่งกายของบุคคลซึ่งปฏิบัติงานภายในเขตประกอบการเสรี การออก ระเบียบหรือข้อบังคับเกี่ยวกับบุคคลซึ่งเข้าไปหรืออยู่ในเขตประกอบการเสรี การออกระเบียบหรือข้อบังคับเกี่ยวกับกองทุน สงเคราะห์หรือการสงเคราะห์อื่นเพื่อสวัสดิการของผู้ปฏิบัติงานใน กนอ. และครอบครัวด้วยความเห็นชอบของ คณะรัฐมนตรี การออกระเบียบหรือข้อบังคับเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้และรักษาทรัพย์สินของ กนอ. การกำหนด ราคาขาย อัตราค่าเช่า ค่าเช่าซื้อและระยะเวลาการเช่าและเช่าซื้อสิ่งหาริมทรัพย์หรือสังหาริมทรัพย์ ค่าบำรุงรักษาสิ่ง อำนวยความสะดวกและอัตราค่าบริการในนิคมอุตสาหกรรม และปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้หรือกฎหมายอื่น บัญญัติให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการ

บทบัญญัติในส่วนที่ว่าด้วยนิคมอุตสาหกรรมนั้น พระราชบัญญัติฯ ได้กำหนดให้นิคมอุตสาหกรรมมี 2 ประเภท ได้แก่ เขตอุตสาหกรรมทั่วไป และเขตประกอบการเสรี โดยในการจัดตั้ง การเปลี่ยนแปลงเขต และการยุบนิคมอุตสาหกรรม ให้คณะกรรมการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยประกาศในราชกิจจานุเบกษาและให้มีแผนที่กำหนดเขตไว้ท้าย ประกาศด้วยด้วยเหตุนี้ในกรณีที่จะมีการจัดตั้งเขตนิคมอุตสาหกรรมเพื่อการผลิตอาหารฮาลาลจึงต้องมีการตรากฎหมายใน รูปของประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมพร้อมกับแผนที่แนบท้าย เช่น ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การจัดตั้งเขต อุตสาหกรรมทั่วไปนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จังหวัดปัตตานี พ.ศ. 2547 โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นผู้รักษาการพระราชบัญญัติฉบับนี้เป็นผู้ลงนามในประกาศฯ และมีบุคคล ผู้แทน หรือผู้รักษาการในตำแหน่งผู้ว่าการ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นผู้ลงนามกำกับในแผนที่แนบท้ายประกาศฯ

1.4 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัตินี้ตราขึ้นด้วยเหตุที่กฎหมายว่าด้วยการควบคุมคุณภาพอาหารที่ใช้อยู่ก่อนหน้า ซึ่งได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมคุณภาพอาหาร พ.ศ. ๒๕๐๗ และประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๔๙ ลงวันที่ ๑๘ มกราคม พ.ศ. ๒๕๑๕ นั้นมีบทบัญญัติที่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและยังไม่มีบทบัญญัติคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภคที่ รัดกุมเพียงพอ ฝ่ายนิติบัญญัติจึงเห็นสมควรปรับปรุงเสียใหม่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 78 มาตรา โดยแบ่งออกเป็น 8 หมวด ได้แก่ หมวด 1 คณะกรรมการ อาหาร หมวด 2 การขออนุญาตและการออกใบอนุญาต หมวด 3 หน้าที่ของผู้รับอนุญาตเกี่ยวกับอาหาร หมวด 4 การ ควบคุมอาหาร หมวด 5 การขึ้นทะเบียนและการโฆษณาเกี่ยวกับอาหาร หมวด 6 พนักงานเจ้าหน้าที่ หมวด 7 การพักใช้ ใบอนุญาตและการเพิกถอนใบอนุญาต และหมวด 8 บทกำหนดโทษ โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้มีสาระสำคัญให้มี คณะกรรมการคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการอาหาร” ประกอบด้วยปลัดกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธานกรรมการ

เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยา อธิบดีกรมอนามัยหรือผู้แทน อธิบดีกรมการแพทย์หรือผู้แทน อธิบดีกรมควบคุมโรค หรือผู้แทน อธิบดีกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์หรือผู้แทน อธิบดีกรมวิทยาศาสตร์บริการหรือผู้แทน อธิบดีกรมการค้าภายใน หรือผู้แทน อธิบดีกรมศุลกากรหรือผู้แทน ผู้แทนกระทรวงกลาโหม ผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และผู้แทน สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เป็นกรรมการโดยตำแหน่ง กับกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งอีกไม่เกิน 9 คน ในจำนวนนี้จะต้องแต่งตั้งจากผู้แทนของผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต นำเข้าหรือจำหน่ายอาหารไม่เกิน 4 คน เป็น กรรมการ

คณะกรรมการอาหารตามที่กล่าวถึงข้างต้นนี้มีอำนาจหน้าที่ในการให้คำแนะนำหรือความเห็นแก่รัฐมนตรีหรือผู้ อนุญาต แล้วแต่กรณี ในเรื่องเกี่ยวกับการวินิจฉัยอุทธรณ์ในกรณีที่เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาในฐานะผู้อนุญาต ไม่ออกใบอนุญาต ไม่อนุญาตให้ต่ออายุใบอนุญาต หรือไม่อนุญาตให้ย้ายสถานที่ผลิต สถานที่นำเข้าหรือสถานที่เก็บอาหาร ในเรื่องเกี่ยวกับการเพิกถอนทะเบียนตำรับอาหารด้วยเหตุเพราะอาหารนั้นมีรายละเอียดที่ไม่ตรงตามตำรับที่ได้ขึ้น ทะเบียนเอาไว้หรือเป็นอาหารที่ไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค เรื่องเกี่ยวกับการให้ความเห็นชอบแก่ผู้อนุญาตในการสั่งทำลายหรือ ปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่เห็นสมควรต่ออาหารไม่บริสุทธิ์ อาหารปลอม อาหารผิด หรือเป็นอาหารที่มีภาวะบรรจุ ที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพและอนามัยของประชาชน รวมถึงในเรื่องการพักใช้ใบอนุญาตหรือการเพิกถอน ใบอนุญาตแก่ผู้รับอนุญาตที่ไม่ปฏิบัติตามพระราชบัญญัติฯ หรือกฎหมายลำดับรองฉบับใด ๆ ที่ออกโดยอาศัยอำนาจตาม พระราชบัญญัติฯ

พระราชบัญญัติฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข โดยมีอำนาจแต่งตั้ง พนักงานเจ้าหน้าที่และมีอำนาจออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ใบแทน และการต่ออายุใบอนุญาต ประเภทต่าง ๆ รวมถึงอำนาจในการออกประกาศเพื่อการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ โดยในส่วนของ การออก ประกาศนั้น รัฐมนตรีอาจกำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อประโยชน์แก่การควบคุมอาหารก็ได้ เช่น การกำหนดคุณภาพหรือ มาตรฐานของอาหารควบคุมเฉพาะตามชื่อ ประเภท ชนิด หรือลักษณะของอาหารนั้นๆ ที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อ จำหน่าย หรือที่จำหน่าย ตลอดจนหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และวิธีการผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือจำหน่าย การ กำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาอาหารเพื่อป้องกันมิให้อาหารที่ผลิตเพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่ายเป็นอาหารไม่บริสุทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ การกำหนดประเภทและชนิดอาหารที่ผลิต เพื่อจำหน่าย นำเข้าเพื่อจำหน่าย หรือที่จำหน่าย ซึ่งจะต้องมีฉลาก ข้อความในฉลาก เงื่อนไขและวิธีการแสดงฉลาก ตลอดจนหลักเกณฑ์และวิธีการโฆษณาในฉลาก เป็นต้น

1.5 พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551

พระราชบัญญัติฉบับนี้ตราขึ้นด้วยเหตุผลที่สินค้าในปัจจุบันไม่ว่าจะผลิตภายในประเทศหรือนำเข้า มีกระบวนการ ผลิตที่ใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสูงขึ้นเป็นลำดับ การที่ผู้บริโภคจะตรวจพบว่าสินค้าไม่ปลอดภัยกระทำ ได้ยาก เมื่อผู้บริโภคนำสินค้าที่ไม่ปลอดภัยไปใช้อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือ ทรัพย์สินของผู้บริโภคหรือบุคคลอื่นได้ แต่การฟ้องคดีในปัจจุบันเพื่อเรียกค่าเสียหายมีความยุ่งยาก เนื่องจากภาระในการ พิสูจน์ถึงความจงใจหรือประมาทเลินเล่อในการกระทำผิดของผู้ผลิตหรือนำเข้าตกเป็นหน้าที่ของผู้ได้รับความเสียหายตาม

หลักกฎหมายทั่วไปเพราะยังไม่มีกฎหมายให้ความคุ้มครองผู้บริโภคที่ได้รับความเสียหายที่เกิดจากสินค้าโดยมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในความเสียหายของผู้ผลิตหรือผู้เกี่ยวข้องไว้โดยตรง ดังนั้น ฝ่ายนิติบัญญัติจึงเห็นสมควรให้มีกฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย โดยนำหลักความรับผิดชอบโดยเคร่งครัดมาใช้ อันจะมีผลให้ผู้เสียหายไม่ต้องพิสูจน์ถึงความไม่ปลอดภัยของสินค้า ตลอดจนได้รับการชดเชยค่าเสียหายที่เป็นธรรม

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 16 มาตรา โดยมีสาระสำคัญให้ผู้ประกอบการทุกคนต้องร่วมกันรับผิดชอบต่อผู้เสียหายในความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยที่ได้มีการขายให้แก่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะความเสียหายนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของผู้ประกอบการหรือไม่ก็ตาม โดยวิธีการในการเรียกร้องให้ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบนั้น ผู้เสียหายจะต้องพิสูจน์ว่าผู้เสียหายได้รับความเสียหายจากสินค้าของผู้ประกอบการและการใช้หรือการเก็บรักษาสินค้านั้นเป็นไปตามปกติธรรมดา ทั้งนี้ ผู้เสียหายไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายเกิดจากการกระทำของผู้ประกอบการผู้ใด ในเรื่องเกี่ยวกับอำนาจฟ้องคดีเพื่อเรียกร้องค่าเสียหาย พระราชบัญญัติฉบับนี้กำหนดให้คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สมาคม และมูลนิธิซึ่งคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคให้การรับรองตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองผู้บริโภค มีอำนาจฟ้องคดีเรียกค่าเสียหายแทนผู้เสียหายได้ ซึ่งนอกจากหน่วยงานตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดก็เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีอำนาจในการดำเนินการฟ้องร้องคดีต่อผู้ขอรับรองฮาลาลที่มีการร้องเรียนเนื่องจากสินค้าที่ถูกยกเลิกฮาลาล ทั้งนี้ ตามข้อ 8.12 ของประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยฉบับที่ 1 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตภัณฑฮาลาล พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นประกาศที่ตราขึ้นโดยอาศัยอำนาจแห่งพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ทั้งนี้ จะได้กล่าวถึงโดยละเอียดต่อไปในส่วนของกฎหมายลำดับรอง

พระราชบัญญัติฉบับนี้ยังกำหนดให้ศาลมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบการจ่ายค่าสินไหมทดแทนเพื่อการลงโทษเพิ่มขึ้นจากจำนวนค่าสินไหมทดแทนที่แท้จริงที่ศาลกำหนดได้ (Punitive damages) ทั้งนี้ ตามที่ศาลเห็นสมควร แต่ไม่เกินสองเท่าของค่าสินไหมทดแทนที่แท้จริง หากข้อเท็จจริงปรากฏว่าผู้ประกอบการได้ผลิต นำเข้า หรือขายสินค้าโดยรู้อยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ไม่ปลอดภัย หรือมิได้รู้เพราะความประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง หรือเมื่อรู้ว่าสินค้าไม่ปลอดภัยภายหลังจากการผลิต นำเข้า หรือขายสินค้านั้นแล้วไม่ดำเนินการใด ๆ ตามสมควรเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย

อย่างไรก็ดี พระราชบัญญัติฉบับนี้อาจมีข้อจำกัดในการฟ้องเรียกร้องค่าเสียหายจากผู้ผลิตที่ทำการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างให้ผลิต เพราะตามมาตรา 8 แห่งพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนดข้อยกเว้นความรับผิดของผู้ผลิตสินค้าไว้ถ้าหากว่าผู้ผลิตพิสูจน์ได้ว่าความไม่ปลอดภัยของสินค้านั้นเกิดขึ้นจากการออกแบบของผู้ว่าจ้างให้ผลิตหรือจากการปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ว่าจ้างให้ผลิตโดยที่ผู้ผลิตนั้นไม่อาจคาดเห็นถึงความไม่ปลอดภัยของสินค้าหรือผลิตภัณฑดังกล่าวอย่างไรก็ดี หลักเกณฑ์ทางกฎหมายในประเด็นข้างต้นนี้ต้องถือว่าเป็นธรรมแล้ว เพราะถ้าหากว่าผู้ประกอบการฮาลาลได้ว่าจ้างให้ผู้รับจ้างผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑที่ไม่ใช่ฮาลาลและไม่อาจคาดหมายได้เลยว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑดังกล่าวจะถูกนำไปขายในฐานะเป็นสินค้าฮาลาล ผู้รับจ้างดังกล่าวก็ไม่ควรที่จะต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ ผู้ที่มีหน้าที่โดยตรงในการขอรับรองฮาลาลก็มีใช้ผู้รับจ้างแต่อย่างใด หากแต่เป็นผู้ว่าจ้าง ทั้งนี้ ตามประกาศฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เรื่อง แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลและการใช้

เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พ.ศ. 2555¹ ข้อ 3.16 ที่กำหนดว่า กรณีที่ผู้ประกอบการมีการว่าจ้าง กระบวนการผลิตย่อย เช่น กระบวนการบรรจุ หรือกระบวนการหนึ่งกระบวนการใดให้ผู้อื่นทำแทน (Supplier / Sub-contractor) ผู้ประกอบการต้องควบคุมกระบวนการ โดยให้ผู้รับจ้างเป็นผู้รับรองฮาลาล

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติฯ ยังมีข้อจำกัดในการฟ้องเรียกค่าเสียหายอีกประการหนึ่ง คือ เรื่องของการ เรียกเรียกค่าเสียหายทางจิตใจ ซึ่งโดยถ้อยคำตามบทบัญญัติในมาตรา 11 (1) กำหนดไว้ว่า “นอกจากค่าสินไหมทดแทนเพื่อ ละเมิดตามที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ศาลมีอำนาจกำหนดค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายตาม หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ด้วย(๑) ค่าเสียหายสำหรับความเสียหายต่อจิตใจอันเป็นผลเนื่องมาจากความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัยของผู้เสียหาย และหากผู้เสียหายถึงแก่ความตาย สามเณร ภริยา บุพการี หรือผู้สืบสันดานของบุคคลนั้น ชอบที่จะได้รับค่าเสียหายสำหรับความเสียหายต่อจิตใจ” ดังนั้น จากถ้อยคำตามบทบัญญัติข้างต้นนี้แสดงให้เห็นถึง เจตนารมณ์ของกฎหมายว่าการที่จะเรียกค่าเสียหายเพื่อความเสียหายทางจิตใจนั้นจะกระทำได้อีกต่อเมื่อความเสียหาย ทางจิตใจนั้นเป็นผลสืบเนื่องจากความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัยของผู้เสียหาย เพราะฉะนั้น ในบริบทของการ บังคับใช้กฎหมายเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคอาหารฮาลาล ถึงแม้ว่าอาหารที่ผู้ผลิตได้ขายให้แก่ผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม บริโภคนั้นจะมีสารปนเปื้อนของฮะรอม (Haram) หรือวัตถุดิบหรือส่วนประกอบใด ๆ ที่ไม่เป็นไปตามบัญญัติแห่งศาสนา อิสลาม แต่อาหารดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัยของผู้บริโภค ผู้บริโภคก็ไม่มีสิทธิที่จะเรียกร้อง ค่าเสียหายทางจิตใจตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้

พระราชบัญญัติฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาราชการของนายกรัฐมนตรีน โดยมีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตาม พระราชบัญญัตินี้

1.6 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

พระราชบัญญัติฉบับนี้ตราขึ้นด้วยเหตุผลที่ว่ากฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ก่อนหน้าซึ่งหมายถึงพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พุทธศักราช 2474 นั้นได้ใช้บังคับมาเป็นเวลานานแล้ว บทบัญญัติต่าง ๆ จึงล้าสมัยและไม่สามารถ คุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้เพียงพอ ประกอบทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายบริการ เครื่องหมาย รับรอง และสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการ ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่แพร่หลายและได้รับความ คุ้มครองในกฎหมายของต่างประเทศหลายประเทศแล้วก็ยังไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายไทย นอกจากนี้ พระราชบัญญัติดังกล่าวยังมีบทบัญญัติบางประการที่ไม่เหมาะสม เช่น มิได้กำหนดอำนาจหน้าที่ของนายทะเบียนและ คณะกรรมการเครื่องหมายการค้า ตลอดจนสิทธิของผู้จดทะเบียนไว้ให้ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติอยู่มาก ฝ่าย นิติบัญญัติจึงเห็นสมควรปรับปรุงพระราชบัญญัติดังกล่าวให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จึงได้ตราพระราชบัญญัติฉบับนี้ขึ้น

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 123 มาตรา โดยแบ่งเป็น 6 หมวด ได้แก่ หมวด 1 เครื่องหมายการค้า หมวด 2 เครื่องหมายบริการและเครื่องหมายรับรอง หมวด 3 เครื่องหมายร่วม หมวด 4 คณะกรรมการเครื่องหมายการค้า

¹อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 18 (5) (9) แห่งพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรอิสลาม พ.ศ. 2540 และข้อ 17, 18, 27 และ 28 แห่ง ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552

หมวด 5 เบ็ดเตล็ด และหมวด 6 บทกำหนดโทษ พระราชบัญญัติฉบับนี้มีสาระสำคัญเป็นการกำหนดหลักเกณฑ์การจดทะเบียน การรับจดทะเบียนและผลแห่งการจดทะเบียนการแก้ไขเปลี่ยนแปลงการจดทะเบียน การต่ออายุและการเพิกถอนการจดทะเบียน ตลอดจนการอนุญาตให้ใช้ซึ่งเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วม โดยในส่วนของ การจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองนั้น นอกจากจะต้องเป็นเครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะเป็นเครื่องหมายที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัตินี้ และไม่เป็นเครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายที่บุคคลอื่นได้จดทะเบียนไว้แล้ว ผู้จดทะเบียนยังจะต้องยื่นข้อบังคับว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรองนั้น พร้อมกับคำขอจดทะเบียนด้วย และจะต้องแสดงได้ว่าตนมีความสามารถเพียงพอที่จะรับรองคุณลักษณะของสินค้าหรือบริการตามที่ระบุไว้ในข้อบังคับดังกล่าวด้วย ทั้งนี้ ข้อบังคับดังกล่าวจะต้องระบุถึงแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพหรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือบริการที่จะรับรอง ตลอดจนหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองนั้น

ในกระบวนการตรวจรับรองฮาลาล เมื่อคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยพิจารณาอนุมัติหนังสือรับรองฮาลาลให้แก่ผลิตภัณฑ์ใดแล้วก็จะอนุมัติให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถใช้ตราฮาลาลซึ่งออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย มีลักษณะรูปทรงสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนมีข้อความในภาษาอาหรับว่า “ฮาลาล” อยู่ตรงกลางตรารับรองดังกล่าว คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองไว้กับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา ณ วันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2541 ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ดังนั้น หากมีผลิตภัณฑ์ใดที่ปลอมแปลงตรารับรองฮาลาลหรือนำตราฮาลาลไปใช้โดยมิชอบก็จะเข้าข่ายละเมิดพระราชบัญญัติดังกล่าว ซึ่งมีโทษถึงจำคุก^๒ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยในฐานะผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายรับรองไว้กับสำนักเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา ย่อมมีอำนาจดำเนินการตามกฎหมายได้โดยตรง^๓ นอกจากนี้ ถ้าหากการปลอมแปลงตรารับรองฮาลาล หรือการนำตรารับรองฮาลาลไปใช้โดยมิชอบก็ดี มีลักษณะเป็นการทุจริต หลอกลวงผู้อื่นโดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้งก็อาจเข้าข่ายความผิดฐานฉ้อโกงหรือฉ้อโกงประชาชน แล้วแต่กรณี ตามประมวลกฎหมายอาญา นอกจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยที่เป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรงแล้ว ประชาชนทั่วไปก็สามารถร้องทุกข์กล่าวโทษได้ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา^๔

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 อยู่ภายใต้การรักษาการของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยมีอำนาจแต่งตั้งนายทะเบียนและพนักงานเจ้าหน้าที่ ออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้และกำหนดกิจการอื่น ตลอดจนออกประกาศเพื่อการปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

^๒พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. ๒๕๓๔ มาตรา ๑๐๘ บัญญัติว่า บุคคลใดปลอมเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนแล้วในราชอาณาจักรต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสี่ปี หรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

^๓คำตอบกระทู้ถามที่ ๑๓๓/ร. ของ นายนาธา สุวิทย์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เรื่อง กรณีมาตรฐานของตราฮาลาลที่ไม่เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค, ปรากฏในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๑๘๑ ง หน้า ๑๔๒-๑๔๗ (๑๒ ธันวาคม ๒๕๕๒).

^๔เพ็ญอ้าง.

1.7 พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. 2509

พระราชบัญญัติฉบับนี้ตราขึ้นด้วยเหตุผลที่ว่าเนื่องจากในเวลาก่อนหน้านั้นยังไม่มีกฎหมายว่าด้วยสมาคมการค้า โดยเฉพาะ สมาคมการค้าต่าง ๆ ที่มีอยู่ได้จดทะเบียนเป็นสมาคมธรรมดาตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ แต่วัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการของสมาคมการค้าย่อมแตกต่างกับสมาคมธรรมดาเป็นอันมาก และสมาคมการค้าย่อมมีอิทธิพลสำคัญเกี่ยวกับการค้าและเศรษฐกิจของประเทศและอาจดำเนินการ อันทำให้เกิดความปั่นป่วนแก่ตลาดการค้าหรือตลาดการเงินทั้งในประเทศและนอกประเทศ หรือกระทำการใด ๆ อันเป็นการกระทบกระเทือนการครองชีพของประชาชนได้ ฝ่ายนิติบัญญัติจึงเห็นเป็นการสมควรที่จะแยกสมาคมการค้าออกจากสมาคมธรรมดาและควรวางระเบียบในการจัดตั้ง กำหนดขอบเขตแห่งวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการของสมาคมการค้า และการควบคุมการดำเนินงานของสมาคมการค้า รวมทั้งควรกำหนดข้อห้ามมิให้สมาคมการค้าดำเนินการใด ๆ อันจะเป็นผลกระทบกระเทือนการค้า เศรษฐกิจหรือความมั่นคงของประเทศ ตลอดจนกำหนดวิธีการลงโทษสมาคมการค้าเมื่อดำเนินการอันผิดกฎหมาย รวมถึงการสั่งยุบเลิกสมาคมการค้า จึงเป็นการสมควรที่จะตรากฎหมายว่าด้วยสมาคมการค้าขึ้นโดยเฉพาะ

พระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 56 มาตรา โดยแบ่งออกเป็น 6 หมวด ได้แก่ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 การจัดตั้งสมาคมการค้า หมวด 3 การดำเนินการของสมาคมการค้า หมวด 4 การควบคุมสมาคมการค้า หมวด 5 การเลิกสมาคมการค้า และหมวด 6 บทกำหนดโทษโดยพระราชบัญญัติฉบับนี้มีสาระสำคัญให้จัดตั้งสำนักงานกลางทะเบียนสมาคมการค้าขึ้นในกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เพื่อควบคุมการออกใบอนุญาตและการจดทะเบียนสมาคมการค้าทั่วราชอาณาจักร และทำหน้าที่เป็นสำนักงานทะเบียนสมาคมการค้าประจำกรุงเทพมหานครและในจังหวัดอื่น นอกจากกรุงเทพมหานคร ให้จัดตั้งสำนักงานทะเบียนสมาคมการค้าประจำจังหวัด ขึ้นตรงต่อสำนักงานกลางทะเบียนสมาคมการค้า โดยมีอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรือผู้ซึ่งอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามอบหมายเป็นนายทะเบียนกลางสมาคมการค้าและนายทะเบียนสมาคมการค้าประจำกรุงเทพมหานคร และในส่วนของจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร ก็ให้ผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดมอบหมายเป็นนายทะเบียนสมาคมการค้าประจำจังหวัดโดยอำนาจหน้าที่ของนายทะเบียนนั้นคือการสั่งอนุญาตและออกใบอนุญาตสมาคมการค้าให้แก่ผู้ขออนุญาต พร้อมทั้งจดทะเบียนสมาคมการค้าให้กับผู้ขออนุญาต ภายหลังจากที่ตนได้รับคำขออนุญาตและพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อบังคับไม่ขัดต่อกฎหมายไม่เป็นภัยต่อเศรษฐกิจ ความมั่นคงของประเทศ หรือต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และผู้เริ่มก่อการจัดตั้งเป็นผู้ซึ่งมีความประพฤติดีซึ่งเมื่อนายทะเบียนอนุญาตให้ตั้งสมาคมการค้าแล้ว นายทะเบียนกลางสมาคมการค้าก็จะต้องประกาศลงในราชกิจจานุเบกษา

เพราะฉะนั้น ในกรณีที่มีผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าฮาลาลมาขอจัดตั้งสมาคมการค้า อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าในฐานะเป็นนายทะเบียนกลางสมาคมการค้าก็จะต้องประกาศลงในราชกิจจานุเบกษาในรูปของประกาศสำนักงานกลางทะเบียนสมาคมการค้า ดังเช่นกรณีของ “สมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าฮาลาลไทย” ตามประกาศสำนักงานกลางทะเบียนสมาคมการค้าที่ 6/2551 เรื่อง อนุญาตให้จัดตั้งสมาคมการค้า ประกาศ ณ วันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2551⁵ ซึ่งจะมีการระบุรายละเอียดของสมาคมการค้า เช่น เลขที่ใบอนุญาต เลขทะเบียน วันที่ออกใบอนุญาต ชื่อสมาคม

⁵ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๒๘ ง หน้า ๔๗ ลงวันที่ ๖ มีนาคม ๒๕๕๑.

วัตถุประสงค์ และสำนักงาน โดยตามตัวอย่างของประกาศฯ ฉบับนี้จะระบุวัตถุประสงค์ของสมาคมการค้าไว้ว่า “เพื่อส่งเสริมการประกอบวิสาหกิจประเภทที่เกี่ยวกับการผลิต การบริการส่งออกสินค้า เช่น อาหาร หรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม”

พระราชบัญญัติฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาราชการของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยมีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่กับออกกฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมไม่เกินอัตราท้ายพระราชบัญญัตินี้ และกำหนดกิจการอื่นเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

1.8 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๔๓

พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ตราขึ้นด้วยเหตุผลที่ว่า มาตรา 230 แห่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้บัญญัติให้การรวมหรือโอนกระทรวง ทบวง กรม ที่ไม่มีการ กำหนดตำแหน่งหรืออัตราของข้าราชการหรือลูกจ้างเพิ่มขึ้นหรือการยุบเลิกส่วนราชการดังกล่าวสามารถทำได้โดยตราเป็นพระราชกฤษฎีกา ดังนั้น ฝ่ายนิติบัญญัติจึงเห็นสมควรให้กำหนดลักษณะของกรณีที่สามารถตราเป็นพระราชกฤษฎีกาและวิธีการดำเนินการของแต่ละกรณี และรูปแบบของพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว รวมทั้งปรับปรุงหลักเกณฑ์การแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานเลขาธิการ รัฐมนตรีและส่วนราชการระดับกรม ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญดังกล่าว

พระราชบัญญัติฯ ได้กำหนดไว้ในมาตรา 8 ฉ ว่าการแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี กรมหรือส่วนราชการที่เรียกชื่ออย่างอื่นและมีฐานะเป็นกรม ให้ออกเป็นกฎกระทรวง และให้ระบุอำนาจหน้าที่ของแต่ละส่วนราชการไว้ในกฎกระทรวงด้วย โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติข้างต้น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงได้ออกกฎกระทรวงฉบับหนึ่ง คือ กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. ๒๕๔๕ ซึ่งโดยอำนาจแห่งกฎกระทรวงฉบับนี้ทำให้มีการจัดตั้ง “สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ” (มกอช.) หรือ National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standard (ACFS) เป็นหน่วยงานระดับกรม ภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีภารกิจเป็นหน่วยงานกลางเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และอาหารของประเทศโดยการกำหนดมาตรฐานและการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และอาหารตั้งแต่ระดับไร่นาจนถึงผู้บริโภค การเจรจาเพื่อแก้ไขปัญหาทางการค้าเชิงเทคนิค เพื่อปรับปรุงและยกระดับคุณภาพสินค้าเกษตรและอาหารของไทยให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีคุณภาพได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก โดยกฎกระทรวงฯ กำหนดให้สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติมีอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานของสินค้า เช่น การกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และอาหารการกำกับ ดูแลและเฝ้าระวังความปลอดภัยด้านอาหาร การออกใบอนุญาตและรับรองผู้รับรองมาตรฐานและผู้ประกอบการเกี่ยวกับมาตรฐานและฉลากคุณภาพสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูปและอาหาร การประสานงานและร่วมเจรจาแก้ไขปัญหาด้านเทคนิค มาตรการที่มีใช้ภายในและการกำหนดมาตรฐานระหว่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ ในเวลาต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้แต่งตั้ง “คณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ” เมื่อวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2550 โดยระบุให้มีอำนาจหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนงาน มาตรการเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพสินค้าเกษตรและอาหาร และมาตรฐานระบบ และ

กำกับดูแลให้เป็นไปตามนโยบาย^๖ซึ่งโดยอำนาจหน้าที่ดังกล่าวนี้จะทำให้เกิดการประกาศกฎหมายบางฉบับ เช่น ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ : อาหารฮาลาล พ.ศ. 2550 ซึ่งจะกล่าวโดยละเอียดต่อไปในส่วนของกฎหมายลำดับรอง

1.9 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เป็นกฎหมายสารบัญญัติทางแพ่งที่เป็นกฎหมายพื้นฐานของประเทศไทย เป็นกฎหมายที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของรัฐบาลที่ให้มีการจัดทำประมวลกฎหมายขึ้นในช่วงปลายรัชกาลที่ 6 โดยได้ประกาศใช้ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2466⁷ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์แบ่งออกเป็น 6 บรรพ ได้แก่ บรรพ 1 หลักทั่วไป บรรพ 2 หนี้ บรรพ 3 เอกเทศสัญญา บรรพ 4 ทรัพย์สิน บรรพ 5 ครอบครัว และบรรพ 6 มรดก

เรื่องของการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยมิชอบนั้น อาจสามารถปรับเข้ากับบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบรรพ 2 ลักษณะ 5 ว่าด้วยละเมิด โดยมีบทบัญญัติที่วางหลักการพื้นฐานไว้ในมาตรา 420 ซึ่งบัญญัติว่า “ผู้ใดจงใจหรือประมาทเลินเล่อทำต่อบุคคลอื่น โดยผิดกฎหมายให้เขาเสียหายถึงแก่ชีวิตก็ดี แก่ร่างกายก็ดี อนามัยก็ดี เสรีภาพก็ดี ทรัพย์สินหรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดก็ดี ท่านว่าผู้นั้นทำละเมิด จำต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้น” ซึ่งบทบัญญัติข้างต้นนี้อาจนำมาปรับได้กับกรณีที่มีผู้นำเอาเครื่องหมายรับรองฮาลาลซึ่งเป็นเครื่องหมายที่จดทะเบียนโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมาใช้โดยมิชอบจนเป็นเหตุให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเกิดความเสียหายในทางความน่าเชื่อถือ ผลแห่งความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการกระทำเช่นนี้นี้ย่อมถือเป็นการละเมิดที่ผู้ทำละเมิดจะต้องชดใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการดังกล่าวให้กับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยยังมีอำนาจในการเรียกร้องหรือฟ้องร้องให้ผู้ที่ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยมิชอบดังกล่าวทำการระงับความเสียหายได้ ทั้งนี้ ตามบทบัญญัติในมาตรา 18 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งบัญญัติว่า “สิทธิของบุคคลในการที่จะใช้นามอันชอบที่จะใช้ได้นั้น ถ้ามีบุคคลอื่นโต้แย้งก็ดี หรือบุคคลผู้เป็นเจ้าของนามนั้นต้องเสื่อมเสียประโยชน์เพราะการที่มีผู้อื่นมาใช้นามเดียวกันโดยมิได้รับอำนาจให้ใช้ได้ก็ดี บุคคลผู้เป็นเจ้าของนามจะเรียกให้บุคคลนั้นระงับความเสียหายก็ได้ ถ้าและเป็นที่ยังวิงวอนว่าจะต้องเสียหายอยู่สืบไป จะร้องขอต่อศาลให้สั่งห้ามก็ได้”

เพราะฉะนั้น จากบทบัญญัติตามที่ยกมาข้างต้น คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยนอกจากจะมีอำนาจในการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดจากการใช้เครื่องหมายรับรองโดยมิชอบแล้ว ยังสามารถเรียกร้องหรือขอต่อศาลให้สั่งห้ามมิให้บุคคลดังกล่าวใช้เครื่องหมายนั้นต่อไปได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม โดยหลักนิติวิธีในการใช้บังคับกฎหมายแล้ว ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ถือเป็นกฎหมายทั่วไป ในขณะที่มีพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เป็นกฎหมายเฉพาะ ดังนั้น เมื่อเกิดคดีความที่จะต้องอาศัยข้อกฎหมาย จึงต้องนำกฎหมายเฉพาะมาใช้บังคับก่อนเป็นลำดับ

^๖สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, แหล่งข้อมูลจาก www.cabinet.soc.go.th (สืบค้น ณ วันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๖).

^๗สมยศ เชื้อไทย, ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ฉบับใช้เรียน, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพฯ : วิญญูชน, ๒๕๔๗), น. ๑๑.

แรก ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์จึงอาจไม่ถูกนำมาใช้เว้นแต่ในกรณีที่กฎหมายเฉพาะนั้นจะมีบทบัญญัติที่ไม่ครอบคลุมถึงข้อพิพาทที่เป็นประเด็นแห่งคดี

2. กฎหมายลำดับรอง (กฎหมายที่ตราขึ้นโดยฝ่ายบริหาร)

ในส่วนของกฎหมายลำดับรองนั้น เนื่องจากว่ากฎหมายลำดับรองเป็นกฎหมายที่ตราขึ้นโดยอาศัยอำนาจจากกฎหมายแม่บท ดังนั้น ในการศึกษาจึงต้องเรียงลำดับตามกฎหมายแม่บทที่ให้อำนาจ โดยจะกล่าวถึงกฎหมายที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เป็นลำดับแรก แล้วจึงจะกล่าวถึงกฎหมายฉบับต่าง ๆ ที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2551 พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 รวมถึงกฎหมายที่อาศัยอำนาจของคณะกรรมการซึ่งแต่งตั้งโดยมติคณะรัฐมนตรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 กฎหมายที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540

โดยที่พระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 นั้นเป็นแหล่งที่มาของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ในการควบคุมและกำกับดูแลด้านการปฏิบัติศาสนกิจของศาสนาอิสลามในด้านต่าง ๆ รวมถึงตลอดถึงอำนาจหน้าที่ในการออกระเบียบวิธีการดำเนินงานและควบคุมดูแลการบริหารงานของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดและคณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิด และการออกประกาศและให้คำรับรองเกี่ยวกับกิจการศาสนาอิสลามตั้งนั้น จึงได้มีการตราขึ้นโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยทั้งในรูปของระเบียบ ข้อบังคับ และประกาศ ได้แก่ ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการบริหารสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2556 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการบริหารศูนย์พัฒนาศรัทธาและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2553 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการคุ้มครองประโยชน์เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2555 ข้อบังคับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินการตรวจรับรองสถานประกอบการ การตรวจผลิตภัณฑ์และค่าธรรมเนียม พ.ศ. 2552 ประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554) ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554 ประกาศฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เรื่อง แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พ.ศ. 2555 โดยแต่ละฉบับนี้มีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552

ระเบียบฉบับนี้กำหนดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อให้การบริหารกิจการฮาลาลเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ พร้อมกำหนดมาตรการและวิธีการดำเนินการตรวจสอบการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ระเบียบฉบับนี้มีข้อกำหนดทั้งสิ้น 49 ข้อ โดยแบ่งเป็น 11 หมวด ได้แก่ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 หน่วยงานรับรองอาหารฮาลาล หมวด 3 ฝ่ายกิจการฮาลาล หมวด 4 สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย หมวด 5 ประเภทของการรับรอง หมวด 6 การรับรองฮาลาลและการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล หมวด 7 การออกหนังสือรับรองฮาลาล หมวด 8 การควบคุมมาตรฐานฮาลาล หมวด 9 การร้องคัดค้าน หมวด 10 ค่าธรรมเนียมและเงินประกัน และหมวด 11 บทกำหนดโทษ โดยระเบียบฉบับนี้มีสาระสำคัญให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในการกำหนดและประกาศใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศให้ถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและมาตรฐานสากลที่ไม่ขัดหรือแย้งต่อหลักการศาสนาอิสลาม อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแก่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล เป็นหน่วยรับรองระบบงานฮาลาล (Halal Accreditation Body : HAB) เพื่อให้การรับรองแก่หน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล (Halal Certification Body : HCB) ประสานงานและกำกับดูแลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทางด้านกิจการฮาลาลให้สามารถดำเนินงานได้สัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล

โครงสร้างภายในของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการบริหารกิจการฮาลาล” ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ประธานฝ่ายกิจการฮาลาล ผู้แทนฝ่ายกิจการฮาลาล ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนาอิสลาม ผู้ชำนาญด้านวิทยาศาสตร์อาหาร ผู้แทนจากกระทรวงพาณิชย์ ผู้แทนจากกระทรวงการต่างประเทศ ผู้แทนจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผู้แทนจากกระทรวงอุตสาหกรรม ผู้แทนจากสำนักงานอาหารและยา ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผู้แทนจากสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้อำนวยการสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย และผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ตามความเห็นชอบของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการบริหารกิจการฮาลาลนั้นจะมีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานตามนโยบายเกี่ยวกับกิจการฮาลาลของคณะกรรมการ การเสนอแนะและให้ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานฮาลาลให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยทราบหรือพิจารณา การกำหนดและกำกับดูแลการดำเนินกิจการของฝ่ายกิจการฮาลาลและสถาบันมาตรฐานฮาลาลให้เป็นไปตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและระเบียบข้อบังคับของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย การส่งเสริมการดำเนินงานกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน เพื่อพัฒนากิจการฮาลาลของประเทศให้ได้มาตรฐานฮาลาลสากล รวมทั้งประสานงานกับองค์กรฮาลาลในประเทศและต่างประเทศและองค์กรรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือและการยอมรับมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย การพิจารณาและเสนอให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ของฝ่ายกิจการฮาลาล สถาบันมาตรฐานฮาลาล คณะอนุกรรมการ คณะทำงาน ที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการ ที่ปรึกษาพิเศษ ผู้ควบคุมการเชือดสัตว์ จำนวนตามความเหมาะสมกับขอบข่ายงานและอำนาจหน้าที่เพื่อให้ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย และการปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยมอบหมาย

ในส่วนของการรับรองฮาลาลและการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น ระเบียบฉบับนี้กำหนดให้ผู้ประกอบการที่ประสงค์ขอรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะต้องเรียนรู้และเข้าใจขบวนการผลิตหรือการบริการตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม โดยผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการในประเภทต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค การเชือดสัตว์ การบริการอาหาร เครื่องดื่มและครัวฮาลาล ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป วัตถุดิบ ส่วนผสม หรือเนื้อสัตว์ฮาลาลนำเข้าจากต่างประเทศ นั้นจะต้องยื่นคำขอรับรองฮาลาลหรือขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลต่อคณะกรรมการกลางอิสลามแห่ง

ประเทศไทย ซึ่งภายหลังจากที่ผู้ประกอบการยื่นคำขอพร้อมเอกสารครบถ้วนแล้ว ฝ่ายกิจการฮาลาลก็จะเข้ามาตรวจสอบกระบวนการผลิตในทุกขั้นตอนตามข้อบังคับของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย^๘ เมื่อผู้ประกอบการได้รับการรับรองฮาลาลหรือได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแล้ว ก็จะต้องควบคุมดูแลการผลิตในกิจการของตนให้ถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามโดยเคร่งครัดและต้องอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบกระบวนการผลิตแก่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลทุกขั้นตอน ทุกกรณี และต้องดำเนินการตามที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลเสนอแนะ นอกจากนี้ ระเบียบนี้ยังมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการควบคุมมาตรฐานฮาลาลอีกด้วย เป็นต้นว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีที่ปรึกษาหรือที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการ ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ประสงค์จะจัดแสดงสินค้าที่ได้รับรองฮาลาลแล้วจะต้องแจ้งคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเพื่อตรวจสอบและให้ความเห็นชอบเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนดำเนินการ

ระเบียบฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยมีอำนาจในการวินิจฉัย ตีความ หรือมีคำสั่งอื่นใดเพื่อปฏิบัติตามระเบียบนี้

2.1.2 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการบริหารสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2556

ระเบียบฉบับนี้กำหนดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อให้การพัฒนาและการรับรองมาตรฐานฮาลาลเป็นไปโดยถูกต้องตามบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามและสอดคล้องกับมาตรฐานสากลให้เป็นที่เชื่อถือและยอมรับของภาครัฐ ผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งภายในและต่างประเทศ อันจะเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมและการบริหารฮาลาลของประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้น รวมทั้งเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่นับถือศาสนาอิสลามทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยระเบียบฉบับนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการประชุมคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 3/2556 เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2556

ระเบียบฉบับนี้มีข้อกำหนดทั้งสิ้น 21 ข้อ โดยแบ่งเป็น 6 หมวด ได้แก่ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย หมวด 3 อำนาจหน้าที่คณะกรรมการ หมวด 4 คณะกรรมการบริหาร หมวด 5 การจัดทำรายงานผลการดำเนินงานและรายงานฐานะการเงิน และหมวด 6 ผู้อำนวยการ คุณสมบัติ วาระการดำรงตำแหน่ง อำนาจหน้าที่ สาระสำคัญแห่งระเบียบฉบับนี้คือการให้มีสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทยเพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดมาตรฐานฮาลาลอุตสาหกรรมและบริการฮาลาลภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการ โดยให้มีผู้ปฏิบัติงานประจำเต็มเวลา โดยสถาบันดังกล่าวมีอำนาจหน้าที่ในการศึกษาวิจัย วางระบบการมาตรฐานเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลภาคอุตสาหกรรมและการบริการตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลามเพื่อให้เป็นที่เชื่อถือและยอมรับของผู้ผลิต ผู้บริโภค และองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจ มีทักษะ และมีความสามารถเกี่ยวกับการรับรอง ส่งเสริม สนับสนุน การผลิต การตลาด การส่งออกผลิตภัณฑ์และการบริการตามมาตรฐานฮาลาล การประสานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ในการสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการวางระบบและกระบวนการในการตรวจรับรองฮาลาลขององค์กรศาสนาอิสลามในประเทศไทยบนบรรทัดฐานของ

^๘ข้อบังคับที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน คือ ข้อบังคับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินการตรวจรับรองสถานประกอบการ การตรวจผลิตภัณฑ์และค่าธรรมเนียม พ.ศ. ๒๕๕๒

มาตรฐานฮาลาลสากล รวมทั้งประสานงานกับองค์กรฮาลาลระหว่างประเทศ และองค์กรรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือและการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจการฮาลาลของคณะกรรมการ และการปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการบริหารมอบหมาย

ระเบียบฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยมีอำนาจวินิจฉัยตีความตามข้อกำหนด ประกาศ หรือคำสั่งอื่นใดตามระเบียบนี้

2.1.3 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการบริหารศูนย์พัฒนาศักยภาพและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2553

ระเบียบฉบับนี้มีข้อกำหนดทั้งสิ้น 11 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 3 หมวด ได้แก่ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 คณะกรรมการบริหารศูนย์พัฒนาศักยภาพและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลแห่งประเทศไทย และหมวด 3 การประชุมสาระสำคัญแห่งระเบียบฉบับนี้คือการให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจัดตั้ง “ศูนย์พัฒนาศักยภาพและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลแห่งประเทศไทย” ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการวางระบบงานฮาลาลในสถานประกอบการ ตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่ขอรับรองฮาลาล รวมถึงวัตถุดิบและส่วนผสมที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล และตรวจประเมินระบบการผลิต โดยประเมินตามข้อกำหนดด้านอาหารปลอดภัยตามหลักวิธีปฏิบัติที่ดีในการผลิต (GMP) และระบบวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (HACCP) ข้อกำหนดด้านการรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ศูนย์พัฒนาศักยภาพฯ ที่จัดตั้งขึ้นตามระเบียบฉบับนี้จะต้องมีคณะกรรมการบริหารศูนย์ฯ จำนวน 7 คน ประกอบด้วยผู้แทนคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจำนวน 4 คน และผู้แทนจากบริษัทอินเตอร์เทค เซอร์วิสเอส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 3 คน โดยคณะกรรมการบริหารศูนย์ฯ มีอำนาจหน้าที่ในการกำกับดูแลการบริหารศูนย์ฯ ให้เป็นไปตามนโยบายของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย การกำหนดแนวทางและวิธีการดำเนินงานในการจัดทำและวางระบบฮาลาลในสถานประกอบการ การประสานงานกับฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ในการดำเนินการตามภารกิจของศูนย์ฯ การกำหนดเพื่อจัดเก็บค่าวางระบบฮาลาลในสถานประกอบการ ค่าบริการในการตรวจสอบ และวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ และส่วนผสมในการตรวจสอบการให้ความเห็นชอบหน่วยงานอื่นที่มีศักยภาพในการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัตถุดิบและส่วนผสมทางห้องปฏิบัติการ การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ภารกิจและการดำเนินงานของศูนย์ฯ และการปฏิบัติหน้าที่อื่นใดตามที่คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยกำหนด

ระเบียบฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยมีอำนาจวินิจฉัย ตีความ หรือคำสั่งอื่นใดเพื่อปฏิบัติตามระเบียบนี้

2.1.4 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการคุ้มครองประโยชน์เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2555

ระเบียบฉบับนี้กำหนดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินการด้านการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของประชาชนผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อความชัดเจนในการบริหารเงิน

ผลประโยชน์ และการรักษาคู่ครองผลประโยชน์เครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยระเบียบฉบับนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการประชุมคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 3/2555

ระเบียบฉบับนี้มีข้อกำหนดทั้งสิ้น 26 ข้อ โดยแบ่งเป็น 8 หมวด ได้แก่ หมวด 1 ข้อความทั่วไป หมวด 2 การรับแจ้ง การตรวจสอบ หมวด 3 การคัดเลือกผู้รับจ้าง การทำสัญญาจ้าง หมวด 4 อัตราค่าจ้าง หมวด 5 การแบ่งส่วนค่าเสียหายและการจ่ายเงินค่าจ้าง หมวด 6 การเจรจา โกล่เกลี่ยประนีประนอม การระงับข้อพิพาท หมวด 7 การเก็บรักษาเงิน การจ่ายเงินค่าจ้าง และหมวด 8 บทเฉพาะกาล สาระสำคัญของระเบียบฉบับนี้คือการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับ “การละเมิดเครื่องหมายรับรองฮาลาล” โดยได้ให้คำนิยามว่าเป็นการปลอมเครื่องหมายรับรองฮาลาล การเลียนแบบเครื่องหมายรับรองฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย การนำเข้ามาในราชอาณาจักร จำหน่าย เสนอ จำหน่าย ให้ หรือมีไว้เพื่อจำหน่ายซึ่งสินค้าที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลปลอมหรือที่เลียนเครื่องหมายรับรองฮาลาล หรือให้บริการหรือเสนอให้บริการที่ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลปลอมหรือที่เลียนแบบเครื่องหมายรับรองฮาลาล ระเบียบฉบับนี้กำหนดมาตรการจูงใจให้บุคคลแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการละเมิดเครื่องหมายฮาลาลของผู้ประกอบการโดยมีการกำหนดสิทธิในการได้รับเงินตอบแทนแก่บุคคลที่แจ้งข้อมูลดังกล่าวให้กับสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งภายหลังจากที่มีการแจ้งข้อมูลดังกล่าวแล้ว ฝ่ายกิจการฮาลาลก็ต้องดำเนินการตรวจสอบข้อเท็จจริงดังกล่าวร่วมกับผู้รับจ้างซึ่งเป็นคู่สัญญากับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยโดยพลัน

ระเบียบฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยมีอำนาจวินิจฉัยปัญหา ตีความ กำหนดหลักเกณฑ์ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งอื่นใด เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบนี้

2.1.5 ข้อบังคับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินการตรวจรับรองสถานประกอบการ การตรวจผลิตภัณฑ์และค่าธรรมเนียม พ.ศ. 2552

ข้อบังคับฉบับนี้กำหนดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินการตรวจรับรองมีประสิทธิภาพและเป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 และระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552 คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจึงได้ออกข้อบังคับฉบับนี้

ข้อบังคับฉบับนี้มีข้อกำหนดทั้งสิ้น 30 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 4 หมวด ได้แก่ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 การตรวจสอบรับรองฮาลาล หมวด 3 การตรวจผลิตภัณฑ์ และหมวด 4 ค่าธรรมเนียม โดยสาระสำคัญของข้อบังคับฉบับนี้คือการกำหนดหน้าที่ในการดำเนินการของผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการตรวจสอบ หน้าที่ของคณะกรรมการผลิตภัณฑ์ฮาลาล ในเรื่องของการตรวจสอบรับรองฮาลาลและการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล โดยอาจสรุปได้ดังนี้

หน้าที่ของผู้ประกอบการ ตามข้อกำหนดฉบับนี้ ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อการผลิตหรือบริการด้านบุคลากร กระบวนการผลิต และจัดทำระบบเอกสารตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาล ทั้งนี้ สถานที่ประกอบการหรือโรงงานผลิตจะต้องสะอาดตามมาตรฐานฮาลาลและมาตรฐานอื่น ๆ ที่ควบคุมสถานประกอบการ โดยจะต้องไม่ปะปนกับการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ฮาลาลและต้องแยกออกจากการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาลโดยชัดเจน เช่น มีกำแพงกัน แยกโรงงาน เป็นต้น อีกทั้งจะต้องไม่มีสัตว์เลี้ยงเข้าไปในบริเวณการผลิตและไม่นำอาหารหรือเครื่องดื่มที่ไม่ฮาลาลเข้าไปโดย

เด็ดขาด วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิตก็ต้องเป็นสิ่งที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคโดยแสดงหนังสือรับรองฮาลาลหรือคุณสมบัติยืนยัน การล้างวัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิตเมื่อล้างน้ำโดยการจุ่มหรือน้ำซังในภาชนะแล้วต้องล้างด้วยน้ำสะอาดไหลผ่านวัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่ใช้โดยทั่วถึงในการล้างครั้งสุดท้าย น้ำที่ใช้ไหลผ่านกระบวนการนี้แล้วจะนำมาใช้ล้างวัตถุดิบหรือสิ่งอื่นที่ใช้ในการผลิตอีกไม่ได้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะใช้หรือเก็บรักษาปะปนกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ฮาลาลไม่ได้ พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในสายงานการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลก็ต้องไม่แตะต้องสิ่งที่ไม่ใช่ฮาลาลและพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในแผนกจัดซื้อและแผนกผลิตก็ควรเป็นพนักงานมุสลิม หลังจากที่ได้ผ่านกระบวนการผลิตจนเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปแล้ว ก็จะต้องถูกเก็บรักษาโดยแยกออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาลแม้ว่าจะอยู่ในบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปก็ตาม การขนส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาลก็ต้องไม่ไปปะปนกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล ตลอดจนการจัดจำหน่ายหรือการจัดแสดงผลิตภัณฑ์ฮาลาลเพื่อการจำหน่ายก็ต้องไม่ปะปนกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล

หน้าที่ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการฮาลาลตามข้อกำหนดฉบับนี้เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการฮาลาลมีหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเอกสารประกอบคำขอและมีอำนาจวิเคราะห์ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และแจ้งวันนัดตรวจสอบกระบวนการผลิตหรือบริการหลังจากที่ผู้ประกอบการได้ชำระค่าธรรมเนียมตามข้อบังคับของคณะกรรมการแล้ว จากนั้นก็จะรอผลสรุปการตรวจสอบจากคณะกรรมการตรวจสอบเพื่อนำมาเสนอฝ่ายกิจการฮาลาลและหรือคณะกรรมการบริหารกิจการฮาลาลเพื่อเสนอให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเห็นชอบ

หน้าที่ของคณะกรรมการตรวจสอบตามข้อกำหนดฉบับนี้คณะกรรมการตรวจสอบมีหน้าที่ดำเนินการตรวจสอบวัตถุดิบ กระบวนการผลิต อุปกรณ์ สถานที่ผลิตหรือสถานที่จำหน่ายหรือการขนส่งหรือการบรรจุหรือการให้บริการ ณ โรงงานหรือสถานประกอบการตามที่นัดหมาย หลังจากที่ทำกรตรวจสอบแล้วคณะกรรมการตรวจสอบก็จะมีหน้าที่สรุปผลการตรวจสอบเพื่อให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการฮาลาลและหรือเจ้าหน้าที่สถาบันมาตรฐานฮาลาลรวบรวมผลสรุปการตรวจสอบในส่วนที่เกี่ยวข้องเสนอฝ่ายกิจการฮาลาลและหรือคณะกรรมการบริหารกิจการฮาลาลเพื่อเสนอให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเห็นชอบ

หน้าที่ของคณะกรรมการผลิตภัณฑ์ฮาลาล ตามข้อกำหนดฉบับนี้ คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยอาจมอบหมายให้คณะกรรมการผลิตภัณฑ์ฮาลาลหรือคณะทำงานไปตรวจสอบวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และสถานประกอบการโดยไม่มีกำหนดหมายล่วงหน้าเป็นระยะเวลาตามความเหมาะสม หรือให้สุ่มตรวจผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองฮาลาลแล้วตามท้องตลาดทั่วไปแล้วให้รายงานผลการตรวจสอบให้คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยทราบหรือพิจารณา

นอกจากนี้ ข้อบังคับฉบับนี้ยังกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมและเงินอื่น ๆ ที่ผู้ประกอบการจะต้องชำระ เช่น ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบ ค่าธรรมเนียมหนังสือรับรองฮาลาล ค่าธรรมเนียมหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ค่าธรรมเนียมเอกสารรับรองฮาลาลเพื่อการส่งออก ค่าที่ปรึกษา ค่าประกันการรับรอง

ข้อบังคับฉบับนี้ประกาศ ณ วันที่ 21 มกราคม 2552 โดยประธานกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย บรรดาข้อบังคับ คำสั่ง หรือมติที่ประชุมคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลที่ขัดหรือแย้งกับข้อบังคับนี้ให้ใช้ข้อบังคับนี้แทน

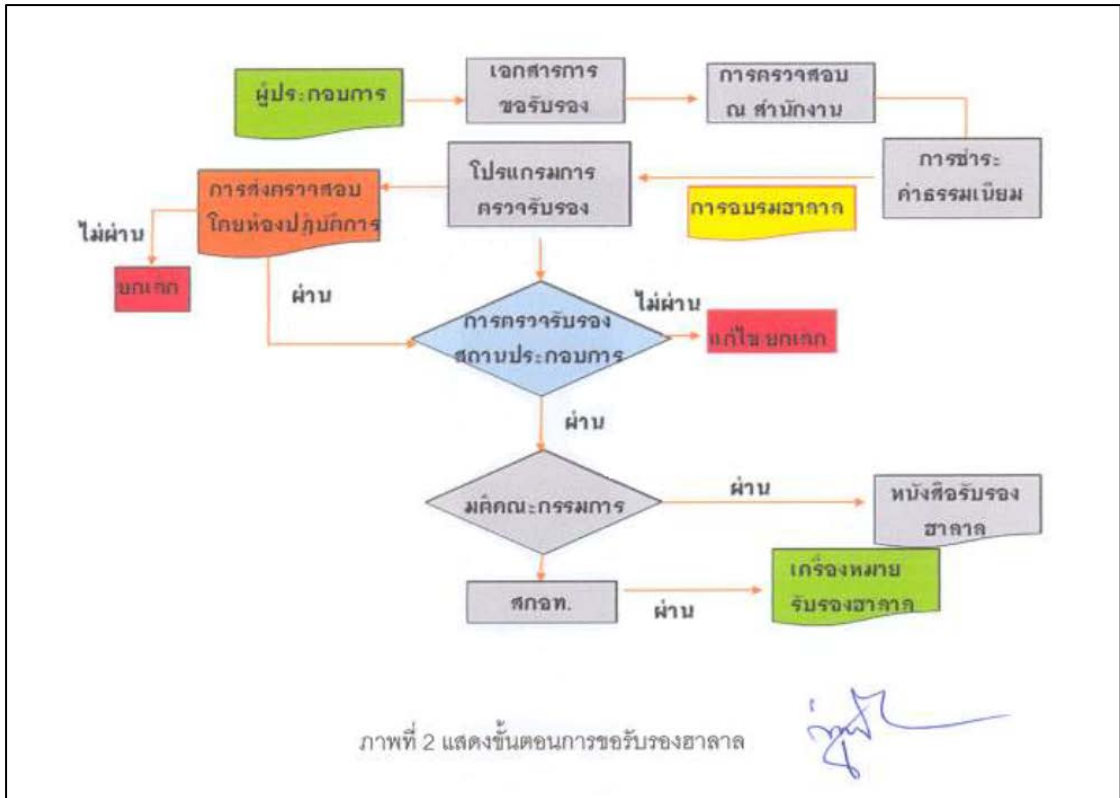
2.1.6 ประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554) ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554

ประกาศฉบับนี้กำหนดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางการตรวจรับรองฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด แล้วแต่กรณี โดยครอบคลุมกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่จะได้รับการรับรองตามประกาศนี้จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของบทบัญญัติอิสลามโดยองค์กรศาสนาให้การรับรอง กฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยอาหารและการแสดงเครื่องหมายและฉลาก

ประกาศฉบับนี้มีข้อกำหนดในลักษณะเป็นข้อย่อยจำนวนมาก โดยมีหัวข้อใหญ่จำนวนทั้งสิ้น 8 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 ขอบข่าย ข้อ 2 เอกสารอ้างอิง ข้อ 3 คำนิยาม ข้อ 4 เกณฑ์กำหนดสำหรับการใช้คำ “ฮาลาล” ข้อ 5 ความรับผิดชอบด้านการบริหารฮาลาล ข้อ 6 กระบวนการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ฮาลาล ข้อ 7 การตรวจรับรองฮาลาล และข้อ 8 ค่าธรรมเนียมการตรวจและบทลงโทษ โดยประกาศฉบับนี้มีสาระสำคัญเป็นการกำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในข้อกำหนดว่าด้วยความรับผิดชอบด้านการบริหารฮาลาล (ข้อ 5) และกระบวนการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ฮาลาล (ข้อ 6) เช่น หน้าที่ในการจัดให้มีการอบรม การประเมินผลพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลตามหลักสูตรที่คณะกรรมการกำหนด หน้าที่ในการจัดหาผู้ผลิตอาหารฮาลาลที่ได้รับการรับรองสถานะสัปปุรุซจากคณะกรรมการประจำมัสยิดที่สังกัดสำหรับกรณีร้านอาหารที่ต้องการรับรองฮาลาล หน้าที่ในการจัดทำเอกสารขั้นตอนการปฏิบัติงาน เช่น ขั้นตอนวิธีการขอรับรองฮาลาล การตรวจรับรองสถานประกอบการ เป็นต้น หน้าที่ในการพิจารณาจัดการด้านโปรแกรมพื้นฐานด้านสุขลักษณะตามมาตรฐานสากล (Pre-Requisite Program / GMP) หน้าที่ควบคุมการออกรหัสผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ขอรับรอง หน้าที่ควบคุมการแสดงเครื่องหมายรับรองฮาลาลบนฉลากสินค้าที่มีหมายเลขรับรองถูกต้องตามเอกสารแจ้งจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งสามารถตรวจสอบได้เมื่อคณะกรรมการร้องขอ โดยมีลักษณะดังรูป

- (6) คณะกรรมการจะทำการตรวจรับรองสถานประกอบการ โดยผู้ประกอบการจะต้องมีการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลตามเอกสารที่แจ้งขอรับรองใหม่ ขอเพิ่ม หรือต่ออายุ
- (7) ในกรณีที่พบข้อบกพร่องจากการตรวจรับรองฮาลาล ไม่ว่าจะเป็นในระดับความรุนแรงมาก (Major) หรือรุนแรงน้อย (Minor) ผู้ประกอบการจะได้รับใบคำร้องขอให้มีการแก้ไขและป้องกัน (CAR) และจะต้องทำการส่งแผนการแก้ไขและป้องกันข้อบกพร่องดังกล่าวภายใน 15 วันนับแต่วันที่มีการตรวจรับรอง
- (8) ผู้ประกอบการต้องแก้ไขข้อบกพร่องที่ตรวจพบและส่งหลักฐานการแก้ไขที่แล้วเสร็จให้ฝ่ายกิจการฮาลาลไม่เกิน 30 วันนับแต่วันที่มีการตรวจรับรอง
- (9) ในกรณีที่พบข้อบกพร่องรุนแรง (Major) ที่มีผลต่อการรับรองฮาลาลและคณะกรรมการตรวจรับรองพิจารณาว่าต้องมีการตรวจติดตามผลการแก้ไข (Follow Up Audit) ผู้ประกอบการต้องอำนวยความสะดวกในการตรวจติดตามดังกล่าว
- (10) ในกรณีที่คณะกรรมการได้มีการตรวจติดตามผลการแก้ไข (Follow Up Audit) แล้วพบว่าผลการแก้ไขไม่สามารถยอมรับได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือต่อการรับรองและความเชื่อมั่นในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลของผู้ประกอบการ ให้คณะกรรมการออกใบคำร้องขอให้มีการแก้ไขใหม่หรือพิจารณายกเลิกเป็นรายกรณี
- (11) คณะผู้ตรวจ ฝ่ายกิจการฮาลาล จะรวบรวมสรุปผลการแก้ไขข้อบกพร่องเสนอประธานฝ่ายกิจการฮาลาลเพื่อพิจารณาอนุมัติการรับรอง และนำเสนอรายงานผลการตรวจรับรองฮาลาลต่อคณะกรรมการพิจารณาเพื่อความเห็นชอบทุกเดือน
- (12) คณะกรรมการอาจมอบหมายให้คณะตรวจการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล หรือฝ่ายกิจการฮาลาล ดำเนินการตรวจสอบวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และสถานประกอบการโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้าเป็นระยะเวลาตามความเหมาะสม หรือให้สุ่มตรวจผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรองฮาลาลหรือได้ถูกยกเลิกฮาลาลแล้วตามท้องตลาดทั่วไป และให้รายงานผลการตรวจสอบให้คณะกรรมการทราบหรือพิจารณา

ทั้งนี้ ขั้นตอนการขอรับรองฮาลาลตามที่สรุปมาข้างต้นอาจอธิบายเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนการขอรับรองฮาลาล

ในกรณีที่ผู้ประกอบการได้รับการรับรองฮาลาลแล้ว ผู้ประกอบการจะต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่ผิดข้อกำหนดในประกาศนี้หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในทุกกรณี ทั้งนี้ คณะกรรมการมีอำนาจยกเลิกการรับรองฮาลาลได้ถ้าหากว่ามีการกระทำที่ขัดต่อประกาศฉบับนี้เกิดขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ถูกยกเลิกการรับรองฮาลาลหรือได้ขอยกเลิกการใช้เครื่องหมายฮาลาลก็ต้องเก็บผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลในท้องตลาดทั่วไปให้หมดภายใน 90 วัน และแจ้งให้คณะกรรมการทราบเป็นลายลักษณ์อักษร หากปรากฏว่ามีการร้องเรียนอันเนื่องมาจากสินค้าที่ถูกยกเลิกการรับรองฮาลาล คณะกรรมการจะมีอำนาจดำเนินการต่อผู้ขอรับรองฮาลาลตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ต่อไป

ประกาศฉบับนี้มีภาคผนวกแนบท้ายประกาศอีกจำนวน 8 รายการ ได้แก่ ภาคผนวก ก การเตรียมเอกสารเพื่อขอรับรองฮาลาล ภาคผนวก ข การจัดทำคู่มือฮาลาลเพื่อการขอรับรอง (Halal Manual) ภาคผนวก ค หนังสือเชิญตรวจรับรองฮาลาล ภาคผนวก ง คำขอรับรอง ภาคผนวก จ สัญญาคำขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ภาคผนวก ฉ คำขอแต่งตั้งที่ปรึกษาประจำสถานประกอบการ ภาคผนวก ช บัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ขอใช้เครื่องหมายรับรอง และภาคผนวก ซ ตารางแสดงรายการวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

ประกาศฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยมีอำนาจในการวินิจฉัย ตีความ หรือมีคำสั่งอื่นใดเพื่อปฏิบัติตามประกาศนี้

2.1.7 ประกาศฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เรื่อง แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พ.ศ. 2555

ประกาศฉบับนี้กำหนดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยมีขอบเขตการบังคับใช้ที่ครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ฮาลาลและบรรจุภัณฑ์ฮาลาลที่ได้รับการรับรอง

ประกาศฉบับนี้มีข้อกำหนดในลักษณะเป็นข้อย่อยหลายข้อ โดยมีหัวข้อใหญ่ 4 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 ขอบข่าย ข้อ 2 เอกสารอ้างอิง ข้อ 3 แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลและการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และข้อ 4 อัตราค่าธรรมเนียมการรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยสาระสำคัญของประกาศฉบับนี้คือ การใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล จะอนุญาตให้ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีการตรวจสอบพิจารณารับรองของฝ่ายกิจการฮาลาลที่อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเท่านั้น หากผู้ประกอบการรายใดที่นำเครื่องหมายไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตก็จะต้องถูกดำเนินคดีตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คดีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา และคดีอื่น ๆ ที่คุ้มครอง ทั้งนี้ ตามความเห็นชอบของฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย การใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลให้ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีการขออนุญาต ซึ่งจะต้องตรงกับเอกสารที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยออกให้เท่านั้น ผลิตภัณฑ์ใดที่มีการใช้เครื่องหมายการค้าและได้รับรองเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยเครื่องหมายการค้าดังกล่าวใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีได้ขอรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลหรือไม่สามารถรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดสีและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความแตกต่างอย่างชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค กรณีที่ผู้ประกอบการฮาลาลหรือผู้จำหน่ายต้องการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลจัดทำป้ายโฆษณาหรือเพื่อการจัดแสดงในสถานที่จำหน่าย บนรถขนส่งหรือรถจำหน่าย ประกาศฉบับนี้ไม่อนุญาตให้กระทำเช่นนั้น ถ้าฝ่าฝืนกระทำจะถือเป็นการละเมิด เว้นเสียแต่ว่าอาหาร สินค้า และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่จำหน่ายทั้งหมดในสถานประกอบการนั้นจะเป็นสิ่งที่ได้รับรองฮาลาลและได้รับอนุญาตตามการพิจารณาของฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ประกาศฉบับนี้ยังห้ามมิให้ผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรองฮาลาลนำหมายเลขที่รับรองประจำสถานประกอบการมาติดบนบรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีเลขรหัสฮาลาลเฉพาะตามเอกสารที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยออกให้ เว้นแต่ในกรณีที่ผู้ประกอบการมีการบรรจุผลิตภัณฑ์ฮาลาลหลากหลายชนิดในกล่องหรือหีบห่อเท่านั้น

ประกาศฉบับนี้มีภาคผนวกแนบท้ายทั้งสิ้น 7 รายการ ได้แก่ ตราเครื่องหมายรับรองฮาลาล หนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาไทย หนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาอังกฤษ หนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาอาหรับ หนังสือแนบรายการผลิตภัณฑ์ที่อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาไทย หนังสือแนบรายการผลิตภัณฑ์ที่อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาอังกฤษ และหนังสือแนบรายการผลิตภัณฑ์ที่อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลฉบับภาษาอาหรับ

ประกาศฉบับนี้อยู่ภายใต้การรักษาการของฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยมีอำนาจในการวินิจฉัยและตีความ หรือมีคำสั่งอื่นใดเพื่อปฏิบัติตามประกาศนี้

2.2 กฎหมายที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2551

กฎหมายลำดับรองที่จะกล่าวถึง ณ ที่นี้คือ ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 2571 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ชื้อแนะนำทั่วไปสำหรับการใช้คำ “ฮาลาล”

ประกาศฉบับนี้มีผลเป็นการทำให้ชื้อแนะนำทั่วไปสำหรับการใช้คำ “ฮาลาล” (General Guidelines for Use of the Term “Halal”) มีผลใช้บังคับเป็นกฎหมาย โดยชื้อแนะนำทั่วไปดังกล่าวนี้เกิดขึ้นจากการที่คณะกรรมการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex Alimentarius Commission) ได้ยอมรับว่าอาจมีความแตกต่างเล็กน้อยทางด้านความคิดในการแปลความหมายของสัตว์ที่ฆ่ากับสัตว์ที่ฆ่าไม่ถูกกฎหมายว่าด้วยการฆ่าสัตว์ของศาสนาอิสลาม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างด้านแนวความคิดของสำนักคิดทางศาสนาอิสลาม ดังนั้น ชื้อแนะนำทั่วไปเหล่านี้จึงให้ขึ้นอยู่กับ การตีความของพนักงานเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของประเทศผู้นำเข้า อย่างไรก็ตาม ใบรับรองที่ออกโดยพนักงานเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลามของประเทศผู้ส่งออกควรได้รับการยอมรับในหลักการจากประเทศผู้นำเข้า เว้นแต่ประเทศผู้นำเข้าให้ เหตุผลจำเป็นสำหรับความต้องการเฉพาะอย่างอื่น

ชื้อแนะนำทั่วไปฯ แนบท้ายประกาศฉบับนี้ประกอบด้วยชื้อกำหนดหลายชื้อโดยแบ่งออกเป็น 4 หมวด ได้แก่ หมวด 1 ขอบข่าย หมวด 2 คำนิยาม หมวด 3 เกณฑ์กำหนดสำหรับการใช้คำ “ฮาลาล” และหมวด 4 ความต้องการเพิ่มเติมในเรื่องฉลาก โดยสาระสำคัญของชื้อแนะนำทั่วไปฉบับนี้คือการกำหนดให้ใช้คำ “ฮาลาล” เฉพาะสำหรับอาหารที่ได้ พิจารณาแล้วว่าถูกต้องตามกฎหมาย ภายใต้บทบัญญัติศาสนาอิสลาม และวิธีการฆ่าสัตว์ก็จะต้องดำเนินการให้เป็นไปตาม ชื้อกำหนดสุขลักษณะที่ดีของเนื้อสดที่โคเด็กซ์แนะนำ (Codex Recommended Code of Hygienic Practice for Fresh Meat) และตามเตรียม การผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่งและการเก็บรักษา จะต้องกระทำในลักษณะที่เป็นไปตาม ชื้อกำหนดแห่งชื้อแนะนำนี้และหลักเกณฑ์ทั่วไปเกี่ยวกับสุขลักษณะอาหารของโคเด็กซ์ (Codex General Principles on Food Hygienic) และมาตรฐานอาหารของโคเด็กซ์เรื่องอื่นที่เกี่ยวข้อง

ประกาศฉบับนี้ลงนามโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้ประกาศไว้ ณ วันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ. 2542

2.3 กฎหมายที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522

กฎหมายลำดับรองที่จะกล่าวถึง ณ ที่นี้คือประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมทั่วไป นิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จังหวัดปัตตานี พ.ศ. 2547

ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมฉบับนี้กำหนดขึ้นมาจากเหตุที่เป็นการสมควรให้จัดตั้งเขตอุตสาหกรรมทั่วไป นิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ในท้องที่ตำบลบ้านน้ำบ่อ อำเภอบันนาระ จังหวัดปัตตานี โดยประกาศฉบับนี้อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 มาตรา 5 ที่กำหนดให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมรักษาการตามพระราชบัญญัติฯ และให้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่ และออกกฎกระทรวงเพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติฯ และมาตรา 36 วรรคสอง ที่กำหนดให้การจัดตั้ง การเปลี่ยนแปลงเขต และการยุบนิคมอุตสาหกรรม ให้คณะกรรมการประกาศในราชกิจจานุเบกษาและให้มีแผนที่กำหนดเขตไว้ท้ายประกาศด้วย เพราะฉะนั้น

ประกาศฉบับนี้จึงมีแผนที่ฉบับหนึ่งแนบท้ายประกาศ โดยแผนที่ฉบับนี้มีการลงนามโดยผู้รักษาการในตำแหน่งผู้ว่าการการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

อนึ่ง นอกจากประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมข้างต้นแล้ว ยังมีประกาศอีกฉบับหนึ่งคือ ประกาศวุฒิสภา เรื่อง ตั้งคณะกรรมการวิชาการวิสามัญศึกษาและติดตามการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จังหวัดปัตตานี โดยประกาศฉบับนี้เกิดขึ้นจากการที่คราวประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ 11 (สมัยสามัญทั่วไป) วันจันทร์ที่ 4 เมษายน 2554 ที่ประชุมได้พิจารณาญัตติเรื่อง ขอเสนอญัตติตั้งคณะกรรมการวิชาการวิสามัญศึกษาและติดตามการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จังหวัดปัตตานี ซึ่งนายวรวิทย์ บารู เป็นผู้เสนอ และมีมติตั้งกรรมการวิชาการวิสามัญขึ้นคณะหนึ่งเพื่อพิจารณาศึกษา จำนวน 21 คน ประกาศวุฒิสภาฉบับนี้ได้ประกาศไว้ ณ วันที่ 7 เมษายน 2554 โดยประธานวุฒิสภาเป็นผู้ลงนาม

2.4 กฎหมายที่อาศัยอำนาจของคณะกรรมการซึ่งแต่งตั้งโดยมติคณะรัฐมนตรี

กฎหมายลำดับรองที่จะกล่าวถึง ณ ที่นี้คือ ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ : อาหารฮาลาล พ.ศ. 2550

ประกาศคณะกรรมการฯ ฉบับนี้กำหนดขึ้นจากการที่คณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ในการประชุมครั้งที่ 1/2550 เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2550 ได้มีมติเห็นชอบให้กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง อาหารฮาลาล เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพ การอำนวยความสะดวกทางการค้าและการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้น คณะกรรมการฯ จึงได้อาศัยอำนาจของตนตามที่แต่งตั้งโดยมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2550 ในการออกประกาศฉบับนี้ไว้เพื่อเป็นมาตรฐานสมัครใจ

มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ : อาหารฮาลาล (มกอช. 8400-2550) ตามประกาศคณะกรรมการฯ ฉบับนี้ ประกอบด้วยข้อกำหนด 3 หมวด ได้แก่ หมวด 1 ขอบข่าย หมวด 2 นิยาม และหมวด 3 เกณฑ์กำหนดสำหรับการใช้คำ “ฮาลาล” โดยสาระสำคัญของมาตรฐานสินค้าฯ ตามประกาศฉบับนี้คือเรื่องของอาหารที่อนุญาตตามศาสนบัญญัติอิสลาม วิธีปฏิบัติในการเชือดสัตว์ การจัดเตรียม การผลิต การขนส่งและการเก็บรักษาอาหารฮาลาล การชำระล้างนุญสุสุลักษณะอาหาร รวมถึงบรรจุภัณฑ์และการบรรจุอาหารฮาลาล ตลอดจนข้อกำหนดเกี่ยวกับเครื่องหมายและฉลากอาหาร

มาตรฐานสินค้าฯ ตามประกาศฉบับนี้มีภาคผนวกแนบท้ายจำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ ภาคผนวก ก ข้อกำหนดเกี่ยวกับเรื่องนุญสุและวิธีชำระล้าง ภาคผนวก ข การทำให้สัตว์สลบหรือหมดสติก่อนการเชือด (สัตว์ปีกและสัตว์เคี้ยวเอื้อง) ภาคผนวก ค แนวทางการใช้เครื่องเชือดกลสำหรับไก่หรือสัตว์ปีก และภาคผนวก ง หน่วยSI (International System of Units หรือ Le Système International d'Unités)

ประกาศคณะกรรมการฯ ฉบับนี้ประกาศ ณ วันที่ 29 พฤษภาคม 2550 โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในฐานะประธานกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

3. ร่างกฎหมายที่อาจมีผลใช้บังคับในอนาคต : ร่างพระราชบัญญัติการบริหารกิจการฮาลาล พ.ศ.

ร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ยกร่างขึ้นมาด้วยเหตุผลที่ว่าในปัจจุบันกิจการฮาลาลเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมอาหารและการส่งออกสินค้าของประเทศ แต่องค์กรซึ่งทำหน้าที่ในการตรวจรับรองฮาลาล

มิได้มีอำนาจในทางกฎหมายที่จะควบคุมตรวจสอบ รวมทั้งออกมาตรการบังคับหรือลงโทษต่อผู้ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามระเบียบหรือเงื่อนไขในการให้คำรับรองได้โดยครบถ้วน อันเป็นผลทำให้มาตรการในการคุ้มครองผู้บริโภคไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ตลอดจนในขณะนี้มืองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการรับรองระบบงานฮาลาล การตรวจสอบรับรองและกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับฮาลาลอยู่หลายองค์กร ทำให้การดำเนินงานขาดความเป็นเอกภาพ สมควรมีการจัดตั้งองค์กรเพื่อทำหน้าที่และรับผิดชอบในเรื่องนี้โดยเฉพาะ มีการแยกองค์กรรับรองระบบงานฮาลาล และองค์กรที่ตรวจสอบรับรองฮาลาลให้ชัดเจน มีความเป็นอิสระในการบริหารงานและการตรวจสอบ มีระบบการควบคุมมาตรฐานที่ดีมีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานสากล รวมทั้งมีการกำหนดมาตรการลงโทษผู้กระทำความผิดกฎหมายหรือผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามระเบียบหรือเงื่อนไขที่กำหนด

ร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้มีบทบัญญัติทั้งสิ้น 105 มาตรา โดยแบ่งเป็น 11 หมวด ได้แก่ หมวด 1 บททั่วไป หมวด 2 การรับรองระบบงานฮาลาลและการควบคุมมาตรฐานฮาลาล หมวด 3 องค์กรตรวจและรับรองฮาลาลและการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล หมวด 4 คณะที่ปรึกษาระบบงานฮาลาล หมวด 5 การควบคุมและกำกับดูแล หมวด 6 สำนักงานมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ หมวด 7 เลขาธิการ หมวด 8 กองทุนพัฒนามาตรฐานฮาลาล หมวด 9 มาตรการทางปกครอง หมวด 10 องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหมวด 11 บทกำหนดโทษ

สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้คือการกำหนดให้มีคณะกรรมการควบคุมมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ มีอำนาจหน้าที่ในการพิจารณาให้การรับรองระบบงานฮาลาลแก่องค์กรตรวจและรับรองฮาลาล และกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ เช่น การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการให้บริการฮาลาลของประเทศ ให้เป็นไปโดยถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม การกำหนดมาตรฐานและแนวทางในการตรวจรับรองผลิตภัณฑ์และการให้บริการตามชนิดและประเภทต่างๆ การกำหนดมาตรฐานหรือแนวทางการปฏิบัติหน้าที่ของคณะที่ปรึกษาระบบงานฮาลาล ผู้ตรวจรับรองฮาลาล ที่ปรึกษาฮาลาลประจำโรงงานหรือสถานประกอบการ ผู้ตรวจการฮาลาลและผู้เชือดสัตว์ รวมถึงการพิจารณาออกใบอนุญาตและกำหนดค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เกี่ยวกับการตรวจสอบเพื่อให้การรับรองฮาลาล

ในส่วนของผู้ประกอบการที่ได้รับใบรับรองฮาลาลหรือใบอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น ร่างพระราชบัญญัติฯ ได้กำหนดหน้าที่ให้ต้องแต่งตั้งที่ปรึกษาฮาลาลประจำโรงงานหรือสถานประกอบการหรือพนักงานพิเศษตามข้อเสนอของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดหรือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือองค์กรตรวจและรับรองฮาลาลที่มีเขตความรับผิดชอบ แล้วแต่กรณี ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติกำหนดและในกรณีที่มีการตรวจสอบพบว่ามิได้ปฏิบัติตามหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการของผู้ประกอบการรายใดเป็นสิ่งที่ไม่ฮาลาลหรือมีกระบวนการผลิตที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานฮาลาลที่กำหนด คณะกรรมการดังกล่าวก็จะมีอำนาจสั่งห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือเปิดการให้บริการดังกล่าวและให้ผู้ประกอบการรายนั้นแก้ไขให้ถูกต้องหรือเรียกคืนผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ถ้าปรากฏว่าผู้ประกอบการจงใจฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามคำสั่งที่คณะกรรมการกำหนดข้างต้น คณะกรรมการฯ ก็จะมีอำนาจพิจารณามีคำสั่งลงโทษปรับทางปกครองเป็นจำนวนเงินไม่เกินสองเท่าของมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายไปแล้วหรือค่าบริการที่ได้รับนอกจากนี้ หากพบว่ามีผู้ประกอบการรายใดทำการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวง หลักเกณฑ์ วิธีการหรือเงื่อนไขที่คณะกรรมการฯ กำหนดคณะกรรมการฯ ก็จะมีอำนาจพิจารณามีคำสั่งลงโทษปรับทางปกครองไม่เกินห้าแสนบาท และหรือพักใช้หรือเพิกถอนการรับรองฮาลาลในผลิตภัณฑ์หนึ่งผลิตภัณฑ์ใดหรือทั้งหมดหรือใบอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความร้ายแรงแห่ง

พฤติกรรมการกระทำผิดรวมทั้งให้คณะกรรมการประกาศแจ้งโดยวิธีการใดๆ ตามที่เห็นสมควรเพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบ ข้อมูลดังกล่าว

นอกจากมาตรการในการป้องปรามตามที่กล่าวมาข้างต้น ร่างพระราชบัญญัติฯ ยังกำหนดมาตรการส่งเสริมโดยให้มีกองทุนพัฒนามาตรฐานฮาลาลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนสำหรับใช้จ่ายในการดำเนินงานของคณะกรรมการควบคุมมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติและสำนักงานการส่งเสริมการส่งออกและการจัดการตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาลตลอดจนค่าใช้จ่ายในการพัฒนาองค์กร ระบบงาน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลตามร่างพระราชบัญญัตินี้ นอกจากนี้ยังกำหนดให้สมาคม มูลนิธิ ศูนย์ ชมรม หรือองค์กรเอกชนในรูปแบบอื่นใดซึ่งมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายไทยหรือจัดตั้งโดยคณะบุคคลผู้มีสัญชาติไทยที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องโดยตรงกับการคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีสิทธิขอจดทะเบียนเป็นองค์กรเอกชนด้านการคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลต่อคณะกรรมการได้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ร่างพระราชบัญญัตินี้มีบทกำหนดโทษในทางอาญา รักษาการโดยนายกรัฐมนตรี โดยให้มีอำนาจออกกฎกระทรวงเพื่อกำหนด ลด หรือยกเว้นค่าธรรมเนียมทำยาร่างพระราชบัญญัตินี้ให้แก่ผู้ประกอบการหรือกิจการใด โดยเฉพาะ รวมทั้งออกกฎกระทรวง ระเบียบหรือประกาศอื่นใดเพื่อปฏิบัติการให้เป็นไปตามร่างพระราชบัญญัตินี้

บทวิเคราะห์ บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตอาหารฮาลาลและมาตรฐานสินค้าประเภทอาหารฮาลาล ทำให้สามารถวิเคราะห์ สรุป และเสนอแนะเกี่ยวกับกฎหมายที่ใช้บังคับกับการประกอบกิจการฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลได้ดังนี้

1. การประกอบกิจการฮาลาล

กฎหมายที่ใช้บังคับกับการประกอบกิจการฮาลาลนั้นมีทั้งกฎหมายที่เป็นกฎหมายแม่บทและกฎหมายลำดับรอง ดังนี้

กฎหมายแม่บท ได้แก่

- พระราชบัญญัติองค์กรศานาอิสลาม พ.ศ. 2540
- พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511
- พระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522
- พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522
- พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551
- พระราชบัญญัติสมาคมการค้า พ.ศ. 2509
- พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๔๓

กฎหมายลำดับรอง ได้แก่

- ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552

- ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการบริหารสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2556

- ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการบริหารศูนย์พัฒนาศักยภาพและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2553

- ข้อบังคับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินการตรวจรับรองสถานประกอบการ การตรวจผลิตภัณฑ์และค่าธรรมเนียม พ.ศ. 2552

- ประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554) ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554

- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 2571 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ข้อเสนอแนะทั่วไปสำหรับการใช้คำ “ฮาลาล”

- ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การจัดตั้งเขตอุตสาหกรรมทั่วไป นิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จังหวัดปัตตานี พ.ศ. 2547

- ประกาศวุฒิสภา เรื่อง ตั้งคณะกรรมการกฤษฎีกาวิสามัญศึกษาและติดตามการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จังหวัดปัตตานี

- ประกาศคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ :อาหารฮาลาล พ.ศ. 2550

จากการศึกษาข้อกฎหมายตามรายการข้างต้น พบว่ากฎหมายที่ควบคุมเกี่ยวกับการประกอบกิจการฮาลาลนั้นจะเน้นในเรื่องของกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลและการตรวจสอบหรือตรวจรับรองสินค้าและสถานประกอบการโดยองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในสังกัดหรืออยู่ในกำกับดูแลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งในส่วนของบทกำหนดโทษนั้นจะมีเพียงบทลงโทษผู้ประกอบการด้วยการยกเลิกการรับรองหรือการต่ออายุรับรองฮาลาล (ทั้งในลักษณะชั่วคราวและถาวร)⁹ และการตัดสิทธิในการขอรับรองและขอใช้เครื่องหมายฮาลาล (ทั้งในลักษณะชั่วคราวและถาวร)¹⁰ เท่านั้น แต่ในส่วนของ การคุ้มครองผู้บริโภคนั้นมีเพียงข้อกำหนดตามประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554) ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554 ข้อ 8.12 ซึ่งมีข้อกำหนดดังนี้

“ผู้ประกอบการที่ถูกยกเลิกรับรองฮาลาลหรือขอยกเลิกการใช้เครื่องหมายฮาลาลจะต้องเก็บผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลในท้องตลาดทั่วไปให้หมดภายใน 90 วัน และแจ้งให้คณะกรรมการทราบเป็นลายลักษณ์อักษร หากพบมีการร้องเรียนเนื่องจากสินค้าที่ถูกยกเลิกฮาลาล ให้คณะกรรมการมีอำนาจดำเนินการต่อผู้ขอรับรองฮาลาลตามพระราชบัญญัติความรับผิดชอบความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551”

จากข้อกำหนดข้างต้น มีข้อพิจารณาดังนี้

⁹เช่น ข้อ 8.1 ข้อ 8.9 แห่งประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554) ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554

¹⁰เช่น ข้อ 45 ข้อ 46 แห่งระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552

- (1) การที่กฎหมายกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องเก็บผลิตภัณฑ์ฯ ในท้องตลาดให้หมดภายในระยะเวลาจนถึง 90 วันนั้น จะถือเป็นการกำหนดให้ระยะเวลาในการดำเนินการที่นานเกินสมควรหรือไม่ ทั้งนี้ เนื่องจากว่าหากพิจารณาจากข้อบทอื่น ๆ ประกอบกัน เช่น ข้อ 8.6 ที่กำหนดให้การต่ออายุหนังสือรับรองต้องยื่นคำขอก่อนหนังสือรับรองหมดอายุอย่างน้อย 60 วัน ข้อ 8.7 ที่กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องแจ้งขอยกเลิกการรับรองและใช้เครื่องหมายฮาลาลต่อคณะกรรมการฯ เป็นลายลักษณ์อักษรก่อนกำหนดการต่ออายุภายใน 60 วัน ข้อ 8.8 ที่กำหนดให้ยกคำขอของผู้ประกอบการที่ได้ยื่นคำขอรับรองหรือขอต่ออายุไว้แล้วมิได้ดำเนินการใด ๆ ตามที่คณะกรรมการฯ แจ้งภายใน 60 วัน ข้อ 8.9 ที่กำหนดให้ผู้ประกอบการที่ไม่ต่ออายุรับรองเกิน 60 วันหลังจากวันที่หมดอายุต้องถูกยกเลิกการรับรองฮาลาล ข้อ 8.10 ที่กำหนดให้ผู้ประกอบการที่ถูกแจ้งยกเลิกต้องยื่นเอกสารขอรับรองฮาลาลต่อคณะกรรมการภายใน 60 วันก่อนครบ 1 ปีเพื่อเตรียมความพร้อมตามประกาศ ซึ่งจากข้อกำหนดตามข้อบทในข้อ 8.6 – 8.10 ข้างต้นจะสังเกตว่าระยะเวลาโดยทั่วไปที่ใช้สำหรับการดำเนินการด้านการรับรองฮาลาลคือ 60 วัน แต่ข้อกำหนดตามข้อ 8.12 ที่กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการที่ถูกยกเลิกรับรองฮาลาลในการเรียกเก็บผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดนั้นกลับมีระยะเวลาที่ยาวนานถึง 90 วัน ซึ่งนอกจากจะเป็นระยะเวลาที่ไม่สอดคล้องกับข้อบทอื่น ๆ ที่อยู่หมวดหมู่เดียวกันแล้ว ยังอาจส่งผลให้เกิดความสับสนคลอนต่อความเชื่อถือของบรรดาผู้บริโภคที่จะเป็นกังวลต่อการบริโภคสินค้าฮาลาลในท้องตลาดทั่วไปอีกด้วย
- (2) ในส่วนของการกำหนดความรับผิดของผู้ประกอบการในกรณีที่มีการร้องเรียนเนื่องจากสินค้าที่ถูกยกเลิกฮาลาลนั้น กฎหมายกำหนดให้คณะกรรมการฯ มีอำนาจดำเนินการต่อผู้ขอรับรองฮาลาลตามพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ซึ่งจากการศึกษาหลักเกณฑ์ในการรับผิดชอบตามพระราชบัญญัติฉบับนี้ พบว่า ในการเรียกร้องให้ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบนั้น ผู้เสียหายจะต้องพิสูจน์ถึงความเสียหายที่ได้รับจากสินค้าของผู้ประกอบการ (มาตรา 6) ซึ่งคำว่า “ความเสียหาย” ตามพระราชบัญญัตินี้หมายถึง ความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัยไม่ว่าจะเป็นความเสียหายต่อชีวิต ร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ หรือทรัพย์สิน ทั้งนี้ไม่รวมถึงความเสียหายต่อตัวสินค้าที่ไม่ปลอดภัยนั้น (มาตรา 4) โดยจากบทนิยามข้างต้นนี้ทำให้มีข้อพิจารณาว่า ถ้าหากผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่มีการปนเปื้อนกับอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาลไปแต่ก็ได้ส่งผลให้เกิดอาการท้องเสียหรืออาการผิดปกติใด ๆ ต่อสุขภาพ จะถือได้หรือไม่ว่ามีความเสียหายเกิดขึ้น และถ้าหากจะตีความในแง่มุมที่ว่า “ความเสียหายต่อจิตใจ” จะสามารถตีความขยายไปได้มากน้อยเพียงใด ในประเด็นนี้คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า ความเสียหายต่อจิตใจตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัตินี้จะต้องตีความประกอบกับบทบัญญัติในมาตรา 11 (1) ด้วย ซึ่งมีสาระสำคัญว่าค่าเสียหายเพื่อความเสียหายต่อจิตใจจะต้องเป็นผลสืบเนื่องมาจากความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัยของผู้เสียหาย เพราะฉะนั้น ลำพังเพียงความโศกเศร้าเสียใจหรือความคับแค้นที่ได้บริโภคอาหารปนเปื้อนไปโดยมิได้เกิดความเสียหายต่อร่างกาย สุขภาพ หรืออนามัย จึงยังมีสาเหตุผลที่เพียงพอที่จะยกขึ้นกล่าวอ้างเพื่อการเรียกร้องให้ผู้ประกอบการต้องชดใช้ค่าเสียหายได้ ดังนั้น การที่ประกาศคณะกรรมการฯ เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554 กำหนดให้คณะกรรมการฯ มีอำนาจดำเนินการต่อผู้ขอรับรองฮาลาลตามพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 นั้นจึงอาจไม่เป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการประกาศหลักเกณฑ์ตามประกาศคณะกรรมการฯ พ.ศ. 2544

จากข้อพิจารณาเกี่ยวกับปัญหาทางกฎหมายดังที่ยกมาข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า

- (๑) ในประเด็นเรื่องระยะเวลาในการเรียกเก็บคืนของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการที่ถูกยกเลิกรับรองฮาลาลหรือได้ขอยกเลิกการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลไปแล้ว ควรจะกำหนดระยะเวลาในการเรียกเก็บสินค้าคืนจากตลาดทั่วไปให้หมดภายในระยะเวลาไม่เกิน 60 วัน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับระยะเวลาในการดำเนินการเกี่ยวกับการรับรองฮาลาลตามข้อบทอื่น ๆ ที่อยู่ในหมวดหมู่เดียวกันและเพื่อผ่อนคลายความกังวลของผู้บริโภคที่อาจกระทบต่อความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรองฮาลาล
- (๒) ในประเด็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบของผู้ประกอบการควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์เฉพาะโดยไม่อ้างอิงถึงพระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 เพราะหลักเกณฑ์ตามพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวนั้นไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการลงโทษผู้ประกอบการที่ขาดความเคร่งครัดในการผลิตอาหารฮาลาลตามหลักศาสนาอิสลามได้ ทั้งนี้ ตามที่ได้อธิบายไปแล้วข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ทำการแก้ไขเพิ่มเติมข้อกำหนดแห่งประกาศคณะกรรมการฯ พ.ศ. 2544 ในข้อ 8.12 โดยกำหนดบทลงโทษลงไปในลักษณะที่แน่นอนชัดเจนว่าผู้ประกอบการที่ฝ่าฝืนประกาศฉบับนี้จะต้องรับโทษประการใด
- (๓) อย่างไรก็ตาม คณะอนุกรรมการส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภคด้านมาตรฐานฮาลาล ในคณะกรรมการสิทธิมนุษยชน สิทธิเสรีภาพและการคุ้มครองผู้บริโภค วุฒิสภา ได้เคยจัดทำรายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง ร่างพระราชบัญญัติการบริหารกิจการฮาลาล พ.ศ.¹¹ โดยได้ตั้งข้อสังเกตในเรื่องการใช้มาตรการทางกฎหมายว่า กฎหมายที่ใช้บังคับเกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาลควรมีลักษณะเป็นการส่งเสริมสนับสนุน ไม่ใช่เน้นเรื่องบทลงโทษผู้กระทำความผิด เนื่องจากฮาลาลเป็นเรื่องเพื่อการผลิตและการส่งออกในตลาดต่างประเทศ ดังนั้น กฎหมายที่จะบังคับจึงควรมีลักษณะที่เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานในทางบวก เพราะการกำหนดบทลงโทษที่รุนแรงอาจกระทบต่อผู้ประกอบการทำให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติ และการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่สูงก็อาจเป็นภาระต้นทุนของผู้ประกอบการทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดลดลง¹² ดังนั้น ประเด็นเกี่ยวกับทิศทางของมาตรการทางกฎหมายนั้นจึงเป็นสิ่งที่ต้องชั่งน้ำหนักว่าจะเน้นไปในการกำหนดโทษที่รุนแรงเพื่อเป็นการป้องกันและปราบปรามการกระทำผิดและเพื่อคุ้มครองกิจการฮาลาลให้ได้รับความน่าเชื่อถือหรือจะเน้นไปในการส่งเสริมกิจการฮาลาลเพื่อลดปัญหาในทางปฏิบัติและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในตลาดตามข้อเสนอแนะของคณะอนุกรรมการฯ

2. การใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล

กฎหมายที่ใช้บังคับกับการประกอบกิจการฮาลาลนั้นมีทั้งกฎหมายที่เป็นกฎหมายแม่บทและกฎหมายลำดับรอง ดังนี้
กฎหมายแม่บท ได้แก่

- พระราชบัญญัติองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540

¹¹ นำเสนอต่อที่ประชุมวุฒิสภาเพื่อพิจารณาเมื่อวันที่ ๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔ ตามหนังสือบันทึกข้อความที่ สว (กมธ๓) ๐๐๑๙/ (ร ๒๖), แหล่งที่มา http://library๒.parliament.go.th/giventake/content_sn/๒๕๕๔-๑/do๒๒๑๕๔-๒๕.pdf, สืบค้น ณ วันที่ ๗ กรกฎาคม ๒๕๕๖.

¹² เฟิงอ้าง, หน้า ๑๙.

- พระราชบัญญัติความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551
- พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534
- ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

กฎหมายลำดับรอง ได้แก่

- ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการคุ้มครองประโยชน์เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2555
- ประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554) ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554
- ประกาศฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เรื่อง แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พ.ศ. 2555

จากการศึกษาข้อกฎหมายตามรายการข้างต้น พบว่ากฎหมายลำดับรองเกี่ยวกับการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้น มีข้อพิจารณา ดังนี้

- (1) ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ว่าด้วยการคุ้มครองประโยชน์เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2555 ได้กำหนดค่านิยมของ “การละเมิดเครื่องหมายรับรองฮาลาล” โดยให้หมายความว่าการปลอมเครื่องหมายรับรองฮาลาล การเลียนเครื่องหมายรับรองฮาลาล และ/หรือการนำเครื่องหมายรับรองฮาลาลไปใช้โดยมิชอบ เพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นเครื่องหมายรับรองฮาลาลของสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย การนำเข้ามาในราชอาณาจักร จำหน่าย เสนอจำหน่าย ให้ หรือมีไว้เพื่อจำหน่ายซึ่งสินค้าที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลปลอมหรือที่เลียนเครื่องหมายรับรองฮาลาล หรือให้บริการหรือเสนอให้บริการที่ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลปลอมหรือที่เลียนเครื่องหมายรับรองฮาลาล (ข้อ 5) อย่างไรก็ตาม ระเบียบฯ ดังกล่าวเป็นเพียงกฎหมายที่กำหนดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ในการจัดสรรเงินค่าเสียหายที่ได้รับมาจากผู้ละเมิดเครื่องหมายรับรองฮาลาลที่ถูกดำเนินคดีทางแพ่งโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย แต่ระเบียบฯ ฉบับนี้ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความรับผิดชอบของผู้ประกอบการในการละเมิดเครื่องหมายรับรองฮาลาลแต่อย่างใด
- (2) ประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554) ออกตามความในพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 เรื่อง ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554 ได้กำหนดหน้าที่ของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลไว้ว่า ผู้ประกอบการต้องควบคุมการแสดงเครื่องหมายรับรองฮาลาลบนฉลากสินค้าที่ชัดเจน มีหมายเลขรับรองถูกต้องตามเอกสารแจ้งจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และสามารถตรวจสอบได้เมื่อคณะกรรมการร้องขอ (ข้อ 6.17) แต่ในส่วนของบทกำหนดโทษนั้นประกาศฯ กำหนดแต่เพียงว่า ผู้ประกอบการจะต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่ผิดข้อกำหนดในประกาศนี้ หรือก่อให้เกิดความเสียหายต่อการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลในทุกกรณี ทั้งนี้ คณะกรรมการมีอำนาจยกเลิกการรับรองฮาลาลแล้วแต่กรณี เมื่อผู้ประกอบการทำการใดขัดต่อประกาศนี้ (ข้อ 8.1) อย่างไรก็ตาม ระเบียบฯ นี้ใช้บังคับได้กับเฉพาะผู้ประกอบการที่ได้รับหรือเคยได้รับการรับรองฮาลาลเท่านั้น ไม่ได้มีผลใช้บังคับกับบุคคลที่ทำการละเมิดต่อเครื่องหมายรับรองฮาลาลซึ่งมิใช่ผู้ประกอบการที่ได้รับหรือเคยได้รับการรับรองฮาลาลแต่อย่างใด นอกจากนี้ ครั้นจะดำเนินการเรียกร้องให้รับผิดชอบตามพระราชบัญญัติความรับ

ผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 ตามข้อ 8.12 ของประกาศฯ ก็จะประสบปัญหาทางกฎหมายว่าด้วยการเรียกร้องค่าเสียหายเพื่อความเสียหายทางจิตใจดังที่ได้อธิบายมาแล้วในหัวข้อก่อนหน้า

- (3) ประกาศฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เรื่อง แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พ.ศ. 2555 เป็นกฎหมายที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยใช้เป็นแนวทางในการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลรวมถึงผลิตภัณฑ์ฮาลาลและบรรจุภัณฑ์ฮาลาลที่ได้รับการรับรอง เช่น เรื่องการกำหนดขนาดของเครื่องหมายและเลขรหัสผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องพิจารณาตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ (ข้อ 3.14) เรื่องการนับจำนวนผลิตภัณฑ์ในกรณีทีกล่องบรรจุอาหารสำเร็จรูปมีผลิตภัณฑ์ฮาลาลอื่นร่วมอยู่ด้วย (ข้อ 3.15) เรื่องข้อห้ามมิให้นำหมายเลขที่รับรองฮาลาลประจำสถานประกอบการมาติดบนบรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ (ข้อ 3.17) เป็นต้น ในขณะที่ประเด็นเกี่ยวกับการละเมิดการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้นมีข้อกำหนดข้อหนึ่งที่กำหนดว่า “กรณีผู้ประกอบการที่ขอยกเลิกการรับรองฮาลาลหรือไม่ต่ออายุการรับรองฮาลาลตามกำหนด ไม่สามารถนำบรรจุภัณฑ์ หีบห่อ ที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลหรือรหัสผลิตภัณฑ์ฮาลาลมาติดบนผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น และถือเป็นการละเมิดการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล” (ข้อ 3.19) ซึ่งนอกจากข้อกำหนดดังกล่าวแล้ว ก็ไม่มีข้อใดที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าการละเมิดการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลได้แก่กรณีใด และไม่มีข้อกำหนดใดที่เป็นบทกำหนดโทษของการละเมิดการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลแต่อย่างใด

จากการศึกษาข้อกฎหมายตามที่ยกกล่าวมาข้างต้น ทำให้พบว่าในส่วนของกฎหมายลำดับรองที่อาศัยอำนาจจากพระราชบัญญัติองค์กรศานาอิสลาม พ.ศ. 2540 นั้นไม่มีส่วนใดที่กำหนดหลักเกณฑ์เรื่องความรับผิดชอบและบทลงโทษเกี่ยวกับการละเมิดเครื่องหมายรับรองฮาลาลไว้โดยตรงแต่อย่างใด ดังนั้น ในส่วนของการป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายรับรองฮาลาลจึงต้องพิจารณาตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายแม่บทที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองเครื่องหมายรับรอง ซึ่งได้แก่ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 โดยมีบทบัญญัติที่มีการกำหนดโทษทางอาญา ดังนี้

“มาตรา ๑๐๘ บุคคลใดปลอมเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนแล้วในราชอาณาจักรต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสี่ปี หรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๐๙ บุคคลใดเลียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนแล้วในราชอาณาจักร เพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

มาตรา ๑๑๐ บุคคลใด

(๑) นำเข้ามาในราชอาณาจักร จำหน่าย เสนอจำหน่าย หรือมิไว้เพื่อจำหน่ายซึ่งสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมปลอมตามมาตรา ๑๐๘ หรือที่เลียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่น ตามมาตรา ๑๐๙ หรือ

(๒) ให้บริการหรือเสนอให้บริการที่ใช้เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมปลอมตาม มาตรา ๑๐๘ หรือที่เลียนเครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นตามมาตรา ๑๐๙

ต้องระวางโทษดังที่บัญญัติไว้ในมาตรานั้นๆ

มาตรา ๑๑๑ บุคคลใด

(๑) แสดงเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมที่มีได้จดทะเบียนใน ราชอาณาจักรว่าเป็นเครื่องหมายดังกล่าวที่ได้จดทะเบียนในราชอาณาจักรแล้ว

(๒) จำหน่ายหรือมีไว้เพื่อจำหน่ายซึ่งสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายรับรองหรือเครื่องหมายร่วมตาม (๑) ที่ตนรู้หรือเชื่อว่าเป็นเท็จ หรือ

(๓) ให้บริการหรือเสนอให้บริการโดยแสดงเครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมตาม (๑) ที่ ตนรู้หรือเชื่อว่าเป็นเท็จ

ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

จากการศึกษาข้อกฎหมายตามที่นำเสนอมาข้างต้น ทำให้สรุปได้ว่า ในบรรดากฎหมายเฉพาะเกี่ยวกับเครื่องหมาย รับรองฮาลาลนั้นไม่ปรากฏว่ามีกฎหมายฉบับใดที่ให้ความคุ้มครองในลักษณะที่กำหนดหลักเกณฑ์ความรับผิดชอบและบท กำหนดโทษของการละเมิดเครื่องหมายรับรองฮาลาลไว้โดยตรง การป้องกันและปราบปรามการละเมิดดังกล่าวจึงต้องอาศัย พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ซึ่งมีสถานะเป็นกฎหมายทั่วไปมาใช้บังคับ จึงอาจมีประเด็นให้พิจารณาต่อไป ได้ว่าการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายฮาลาลซึ่งเป็นเรื่องที่อาจกระทบต่อความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ฮาลาลของชาวมุสลิม ที่เคร่งครัดทั้งประเทศด้วยกฎหมายทั่วไปอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นสิ่งที่เหมาะสมและเป็นมาตรการที่เพียงพอหรือไม่ นอกจากนี้ จากสภาพของการใช้บังคับกฎหมายเฉพาะที่อยู่ในรูปของกฎหมายลำดับรองเป็นจำนวนหลายฉบับดังที่เป็นอยู่ ในปัจจุบัน จะเป็นการเหมาะสมกว่าหรือไม่ที่จะนำเอาหลักเกณฑ์ตามกฎหมายฉบับต่าง ๆ เหล่านี้มารวบรวมเข้าไว้ด้วยกัน แล้วประกาศใช้บังคับในรูปของกฎหมายแม่บท ดังที่ได้มีการร่างพระราชบัญญัติการบริหารกิจการฮาลาล พ.ศ. ประเด็น ต่าง ๆ ดังที่กล่าวมานี้ล้วนจะต้องจัดให้มีการรับฟังประชาพิจารณ์ (public hearing) จากประชาชนผู้ที่เกี่ยวข้องและมีส่วน ได้เสียทั้งในด้านศาสนา สังคม เศรษฐกิจ การเมืองและความมั่นคงต่อไปจึงจะนำไปสู่การบรรลุซึ่งวัตถุประสงค์แห่งการ บังคับใช้มาตรการทางกฎหมายที่มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองและปราบปรามการกระทำความผิดได้ดีที่สุด