

การจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน
ในกรุงเทพมหานคร

Value Chain Management for Halal Ready-to-eat Boxed Food Business
in Bangkok

วิริยา บุญมาเลิศ¹, บุญยาพร ภูทอง² และ ธันย์ ชัยทร³

Wiriya Boonmalert¹, Bunyaporn Phoothong² and Thun Chaitorn³

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาเขตนครปฐม^{1,2,3}

College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University Nakhon Pathom Campus, Thailand^{1,2,3}

E-mail: ¹wiriya.bo@ssru.ac.th; ²bunyaporn.po@ssru.ac.th; ³thun.ch@ssru.ac.th

Retrieved January 11, 2023; Revised June 6, 2023; Accepted June 13, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาลักษณะความคิดเห็นเรื่องการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยในการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีแนวคำถามไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บข้อมูล และดำเนินการสัมภาษณ์ไปตามลำดับ แต่สามารถปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมบางประเด็นเนื้อหาจากผู้ประกอบการหรือเจ้าของ ผู้จัดการ และ/หรือรองผู้จัดการของร้านอาหารฮาลาลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 10 คน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมหลัก ได้แก่ ด้านการขนส่งวัตถุดิบ ธุรกิจจำเป็นต้องมีฐานลูกค้าที่มีคุณภาพ การหมุนเวียนการใช้วัตถุดิบ การจัดเก็บวัตถุดิบ ด้านการผลิตสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ให้เกิดความรวดเร็วและจัดส่งได้ตรงเวลา ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ วันหมดอายุ จำนวนวัตถุดิบ สำรองปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ได้จริง การส่งมอบและการจัดส่งสินค้าที่มีการวางแผนดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความรวดเร็ว โดยใช้ต้นทุนที่คุ้มค่า ด้านการตลาดและการขายสินค้า สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าเก่าและสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าใหม่ ด้านการให้บริการหลังการขายรับฟังลูกค้า การให้ลูกค้าได้แสดงออกถึงความไม่พอใจ การตอบกลับด้วยเหตุและผล กิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ ด้านการจัดซื้อ วัตถุดิบและวัสดุ

อื่น ๆ ในการผลิตอย่างเพียงพอ ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมตามสถานการณ์ต่าง ๆ การสร้างนวัตกรรม ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล วางแผนการใช้ทรัพยากรบุคคล การคัดเลือก การสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์และนโยบายที่ชัดเจน สามารถปฏิบัติได้จริง

คำสำคัญ: การจัดการโซ่คุณค่า; ฮาลาล; อาหารกล่องพร้อมรับประทาน

Abstract

This research studied the value chain management for Halal ready-to-eat Boxed food business. in Bangkok the objectives were 1) to study the opinions and opinions on the value chain management of ready-to-eat halal food business in Bangkok 2) to study the factors in the value chain management of the ready-to-eat halal food business in Bangkok. 3) to study the guidelines for the development of value chain management in the ready-to-eat halal food business in Bangkok. Qualitative research was used, which the researcher conducted a semi-structured interview. There is a line of questions in advance as a guideline for collecting information. and conducting interviews in sequence but can modify and add some content issues from entrepreneurs or owners, managers and/or deputy managers of halal restaurants in Bangkok Total 10 people

The results of the study found that the main activities are raw material transportation. Businesses need a quality merchant base. rotation of raw materials raw material storage in terms of efficient production of inputs, processes and outputs for speed and on-time delivery Inventory Management Raw material quality, expiration date, raw material quantity are inspected. Explore the number of raw materials that can actually be used. Planned deliveries and deliveries are carried out efficiently with speed. using cost effective Marketing and merchandising Build a good relationship between old customers. and create awareness for new customers After-sales service, listening to customers, allowing customers to express their dissatisfaction. Cause-and-effect response Supporting activities include purchasing Sufficient raw materials and other materials in production on the use of technology in the development of the organization Use of appropriate technology according to different situations innovation Human Resources Management Human resource planning, selection, and skilled and efficient human resource creation. Skill development Infrastructure of the organization Entrepreneurs must have a clear vision and policies. can be practical.

Keywords: Value Chain Management; Halal; Ready-to-eat Boxed Food

บทนำ

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ด้านสภาวะทางสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพจิต ปี 2561 จากครัวเรือนตัวอย่าง 27,960 ครัวเรือน พบว่า ประชากรของประเทศไทยร้อยละ 93.5 เป็นผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมานับถือศาสนาอิสลาม (ร้อยละ 5.4) และศาสนาคริสต์ (ร้อยละ 1.1) ที่เหลือเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอื่นๆ รวมทั้งผู้ที่ไม่มีศาสนา (น้อยกว่าร้อยละ 0.1) และจากการที่กรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีผู้นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก จะมีชาวไทยและนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่ต้องรับประทานอาหารให้สอดคล้องตามความเชื่อของศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามที่ต้องรับประทานอาหารฮาลาล ซึ่งเป็นอาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้ชาวมุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ เป็นอาหารที่ไม่มีสิ่งต้องห้ามเจือปน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อสัตว์นั้นจะต้องเป็นเนื้อฮาลาล และไม่เจือปนสิ่งต้องห้าม ฮะรอม (Haram) หรือสิ่งต้องห้ามบริโภค เช่น เหล้า หรือ ไชมันหมู เป็นต้น เนื้อสัตว์หรือผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ฮาลาล จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสัตว์นั้นผ่านการเชือดที่ถูกต้องตามแนวทางอิสลาม (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2564)

การผลิตอาหารฮาลาลในระยะแรก ผู้ประกอบการมุสลิมจะผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมด้วยกัน ต่อมาเมื่อมีประชากรมุสลิมเพิ่มมากขึ้น ความต้องการอาหารฮาลาลจึงมีปริมาณเพิ่มขึ้นตามมา ผู้ประกอบการผลิตอาหารซึ่งมิใช่มุสลิมจึงได้สังเกตเห็นช่องทางการตลาดในหมู่มุสลิม จึงทำให้การผลิตอาหารฮาลาล เพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภคชาวมุสลิมที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยตลาดฮาลาลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแคเนื้อสัตว์ที่ใช้ในการปรุงอาหาร แต่ยังคงครอบคลุมในทุกๆ ด้านของกระบวนการธุรกิจอาหารรวมถึงอุตสาหกรรมอาหารที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับชาวมุสลิมว่าอาหารที่พวกเขารับประทานเป็นอาหารฮาลาลอย่างแท้จริง โดยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีการรับรองเครื่องหมายฮาลาล และมีโลโก้ตราเครื่องหมายฮาลาล (Shafie & Othman, 2006)

แต่เนื่องจากในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปทำให้วัฒนธรรมการบริโภคได้เปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ส่งผลด้านบวกต่ออุตสาหกรรมอาหารโดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารพร้อมรับประทาน (สถาบันอาหาร, 2557) ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารรูปแบบใหม่ ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปและผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมสามารถบริโภคอาหารได้สะดวกยิ่งขึ้น (Riaz, 1998) การจัดการโซ่คุณค่า เป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยให้ความสำคัญในกิจกรรมหลักที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับอุตสาหกรรม กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเกี่ยวข้องกับการขนส่งวัตถุดิบ เป็นการจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ การผลิตเป็นการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า การบริหารสินค้าคงคลังและการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค การตลาดและการขายสินค้าเป็นการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและจัดจําหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภค การให้บริการหลังการขายเพื่อช่วยส่งเสริมการส่งมอบคุณค่าให้กับสินค้า ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย การจัดซื้อ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคล โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ซึ่งกิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงาน

ประสานงานกันได้ดีจึงก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้นจะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรมทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลัก และยังคงสนับสนุนกิจกรรมซึ่งกันและกันด้วยเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอย่างดี (เกียรติศักดิ์ เทพผดุงพร, 2563)

ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญนี้จึงได้ศึกษาการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร มีศักยภาพในการแข่งขัน และมีการเชื่อมโยงกับหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยเริ่มตั้งแต่การผลิต การแปรรูป และการส่งออก ให้ตรงตามที่ถูกความต้องการอย่างมีคุณภาพ รวมทั้งส่งมอบได้รวดเร็วภายใต้ราคาที่เหมาะสมได้ เพื่อหาแนวทางที่จะพัฒนาการผลิตและให้บริการอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร มีการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการที่มีการยึดถือแนวทางการปฏิบัติตามกฎแห่งศาสนาอิสลามและผู้ที่เกี่ยวข้องที่มุ่งเน้นเพื่อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานได้นำไปศึกษาและปรับปรุงแก้ไขธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมุสลิมได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะความคิดเห็นเรื่องการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนมีผลต่อการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อ 2 การพัฒนาการจัดการใช้คุณค่ามีผลต่อธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการใช้คุณค่า

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของคุณค่า หมายถึง ความรู้สึกแตกต่างที่ผู้บริโภคได้รับจากการเป็นเจ้าของและการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเทียบกับต้นทุนที่ต้องจ่ายไปเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

Porter (1985) ได้ให้ความหมายของโซ่คุณค่าไว้ในหนังสือ Competitive Advantage ว่า การดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่มีผลกระทบต่อต้นทุนหรือประสิทธิผลของกิจกรรมอื่นด้วยความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่าง ๆ ในการทำงานของแต่ละกิจกรรม เพื่อจุดมุ่งหมายให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตหรือการบริการให้แก่ผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยกิจกรรมหลัก (primary activities) หรือกิจกรรมการสร้างคุณค่า และกิจกรรมสนับสนุน (support activities) ที่ช่วยลดต้นทุนและสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ให้แก่องค์กร ภายใต้ขั้นตอน ระเบียบปฏิบัติ และข้อกำหนดที่เป็นสายลักษณะอักษร การควบคุม การวัดและประเมินต่อเนื่องกันจนเป็น “โซ่คุณค่า”

1. กิจกรรมหลัก เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่าหรือรายได้และเกี่ยวข้องโดยตรงกับการแข่งขัน ประกอบด้วย 1) การนำส่งปัจจัยนำเข้า (inbound logistics) 2) การผลิต (operations) 3) การกระจายผลลัพธ์ไปยังลูกค้า (outbound logistics) 4) การตลาดและการขาย (marketing and sales) และ 5) การบริการ (service)

2. กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกและให้การสนับสนุนการดำเนินงานของกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย 1) การจัดหา/จัดซื้อ (procurement) 2) การพัฒนาเทคโนโลยี (technology development) 3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (human resources management) และ 4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (firm infrastructure) การบริหารงานทั่วไป การวางแผน การบัญชีและการเงิน การบริหารคุณภาพ ระบบข้อมูลสารสนเทศกฎหมาย และรัฐบาล

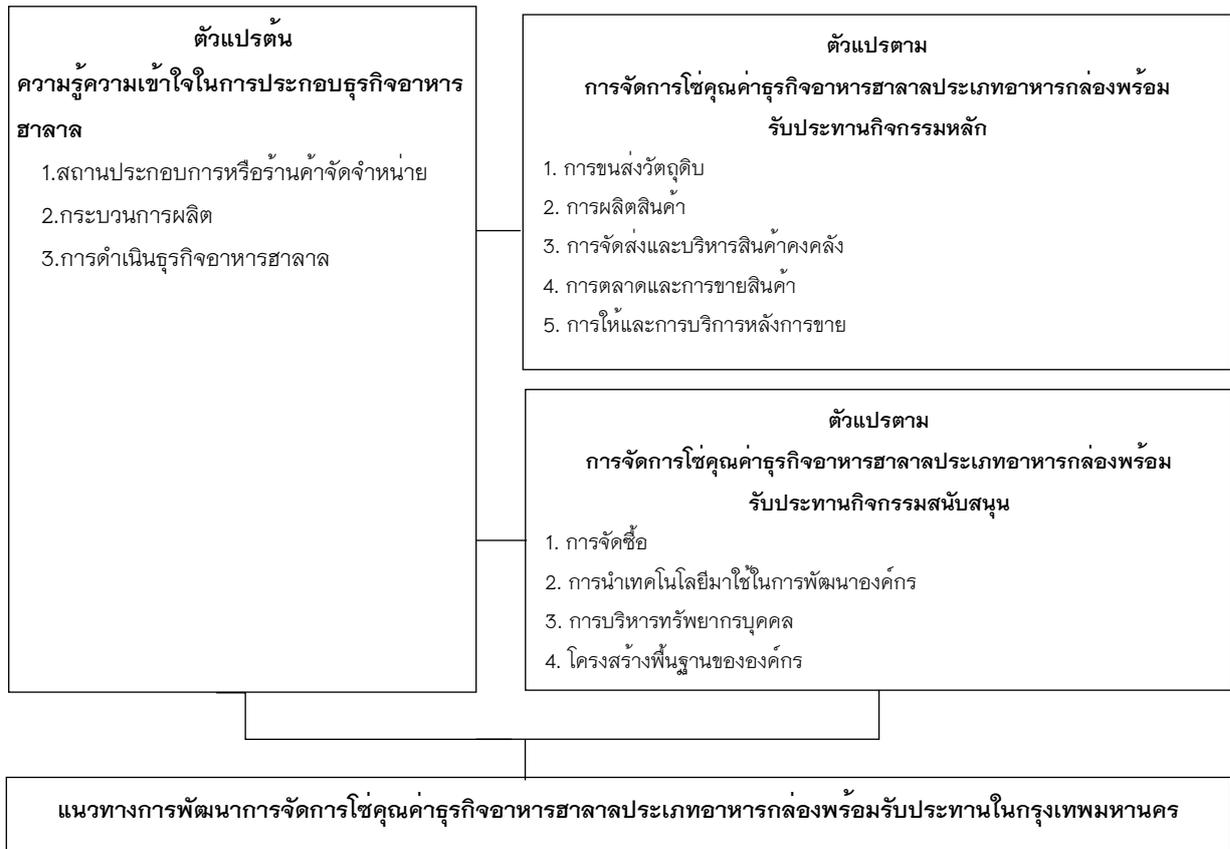
กิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดี จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้วยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมซึ่งกันและกันด้วย ระบบสารสนเทศที่ทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อทุกกิจกรรมในทุกๆ องค์ประกอบของโซ่คุณค่า

กิจกรรมสนับสนุน กำไร	โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (การบริหารงานทั่วไป การบัญชี การเงิน และการวางแผนกลยุทธ์)				
	การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (การสรรหา การจัดจ้าง การฝึกอบรม และการพัฒนา)				
	การพัฒนาเทคโนโลยี (การวิจัยและพัฒนา การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต)				
	การจัดหาทรัพยากร (การจัดหาซื้อวัตถุดิบและเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต)				
การขนส่งขาเข้า - วัตถุดิบ - การเก็บรักษาวัสดุ	การปฏิบัติการ - การติดตั้งและทดสอบสายการผลิต	การขนส่ง - การคลังและการกระจายสินค้า	การตลาดและการขาย - การส่งเสริมการตลาด - การตั้งราคา ฯลฯ	การบริการ - การติดตั้ง - การซ่อมแซม - อะไหล่ ฯลฯ	
กิจกรรมพื้นฐาน					

การจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน

การจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน เป็นการจัดการขั้นตอน กระบวนการ และสถานที่ รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการประกอบอาหาร จนถึง การขนส่งสินค้าถึงผู้บริโภคนั้นด้วย นอกจากนี้สินค้าฮาลาลยังควรคำนึงถึงในแต่ละกระบวนการผลิตอาหาร คือ ต้องมีการแยกผลิตภัณฑ์ฮาลาลออกจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ฮาลาล เพื่อหลีกเลี่ยงการปนเปื้อน ตลอดจนการใช้การผลิตจะต้องถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม ซึ่งหมายถึงการจัดเก็บ การขนส่งและการจัดการผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ดีและเหมาะสม รวมทั้งความซื่อสัตย์ของเจ้าของแบรนด์ที่ไม่นำสินค้าฮาลาลมาปนเปื้อนกับสินค้าไม่ฮาลาลซึ่งมีนะยิส (สิ่งสกปรก) ปนเปื้อนอยู่ โดยครอบคลุมกับการจัดหาและการจัดจำหน่ายสินค้าที่เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน มาตรฐานอาหารฮาลาลทุกขั้นตอน รวมถึงการบรรจุหีบห่อบนฉลากที่มีความน่าเชื่อถือและมีเครื่องหมายรับรองฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (ฐิตีมา วงศ์อินตา และคณะ, 2558)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีแนวคำถามไว้ล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการเก็บข้อมูล และดำเนินการสัมภาษณ์ไปตามลำดับคำถามที่เตรียมไว้ แต่ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์จริงก็สามารถที่จะปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมบางประเด็นเนื้อหา เพื่อให้เกิดความชัดเจนของคำตอบยิ่งขึ้น

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการหรือเจ้าของ ผู้จัดการ และ/หรือรองผู้จัดการ ผู้ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจและสั่งการในทางด้านบริหารจัดการของร้านอาหารฮาลาลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกร้านอาหารฮาลาลในการสัมภาษณ์เพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย คือ เป็นร้านอาหารฮาลาลที่ไม่มีสิ่งเจือปนที่ขัดต่อหลักการศาสนาอิสลามหรือมาตรฐานอาหารฮาลาลขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ไม่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกชนิดภายในร้าน ผู้ประกอบการจะต้องเป็นมุสลิม (วินัย ตะห์ลัน, 2558)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นอย่างไรในการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน ในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมหลักของการจัดการใช้คุณค่า ส่วนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นอย่างไรในการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมสนับสนุนของใช้คุณค่า และส่วนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วนดังนี้

1) ข้อมูลการค้นคว้าจากเอกสาร บทความ ภาคนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2) ผู้วิจัยเป็นคนเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) รายบุคคล โดยใช้ลักษณะคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-interview Structure) ควบคู่ไปกับการสังเกต กลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก มีดังนี้

- 1) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้สัมภาษณ์
- 2) ออกแบบคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์
- 3) ติดต่อขอสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง
- 4) เข้าสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง
- 5) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหรือเจ้าของ ผู้จัดการ และ/หรือรอง ผู้จัดการ ผู้ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจและสั่งการในงานด้านบริหารจัดการของร้านอาหารฮาลาล ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-interview Structure) มารวบรวมโดยการเลือกข้อความที่มีนัยสำคัญมาทำการแปลความหมาย การจัดหมวดหมู่และการผูกเรื่องเป็นการอธิบายความคิดเห็น

การแจกแจง ผู้วิจัยทำให้ข้อมูลที่ได้อยู่ในรูปแบบเชิงปริมาณ โดยการนับจำนวนครั้งของคำหรือแนวคิดที่อยู่ในข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ซึ่งขั้นตอนดังกล่าว ผู้วิจัยใช้ความระมัดระวังและตรวจสอบที่มาของตัวเลขดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น เมื่อคำ ๆ หนึ่งปรากฏหลายครั้งในข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่มาของจำนวนดังกล่าวเกิดจากกลุ่มตัวอย่างใช้คำดังกล่าว หรือเป็นเพราะบุคคลนั้นเพียงคนเดียวใช้คำนั้นหลายครั้ง การตรวจสอบดังกล่าวสามารถทำให้ผู้วิจัยสามารถอ่านและตีความของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างถูกต้อง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2547)

การหาความคล้ายคลึงข้อมูล ผู้วิจัยเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อหาลักษณะความคล้ายคลึงกันหรือลักษณะที่เหมือนกันของข้อมูลทั้งสองชุด จากนั้นขยายขอบข่ายของการหาความคล้ายคลึงไปยังข้อมูลชุดต่อ ๆ ไป ทั้งนี้การโยงความคล้ายคลึงต่อไปเรื่อย ๆ นั้นช่วยให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อสรุปย่อยหลายชุดมาบูรณาการเป็นข้อสรุปใหญ่ และได้แบบแผนของข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกัน (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2549)

ผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมหลักพบว่า ได้แก่ ด้านการขนส่งวัตถุดิบ ธุรกิจจำเป็นต้องมีฐานผู้ค้าที่มีคุณภาพเพื่อประหยัดเวลาในการจัดส่ง ราคาของวัตถุดิบที่เหมาะสมและคุณภาพของตัววัตถุดิบ กำหนดให้ผู้ซื้อวัตถุดิบเป็นผู้คัดเลือกวัตถุดิบเอง มีการหมุนเวียนการใช้วัตถุดิบที่ต้องควบคุมอุณหภูมิจะไม่มีการเก็บค่างาน การจัดเก็บวัตถุดิบจะต้องมีความมิดชิดโดยเก็บไว้ในห้องทำความเย็นเพื่อป้องกันการเติบโตของแบคทีเรีย มีการระบุน้ำมันหมดอายุไว้ที่กล่องบรรจุวัตถุดิบ เพื่อให้ผู้ประกอบการมั่นใจว่าวัตถุดิบที่ใช้ไม่ทำให้อาหารเสียจากวัตถุดิบที่หมดอายุ ด้านการผลิตสินค้า โดยการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต เพื่อให้การประกอบอาหารรวดเร็วและส่งอาหารได้ตรงเวลา ปรับปรุงพื้นที่การทำงาน การวางอุปกรณ์ ให้อยู่ในตำแหน่งที่สะดวกต่อการนำไปใช้ หากเกิดความล่าช้าในช่วงที่มีปริมาณการสั่งซื้อสูง ทำการเก็บสถิติการสั่งอาหารแต่ละประเภทไว้เพื่อเตรียมปรุงวัตถุดิบที่สามารถทำสต็อกไว้ล่วงหน้าได้ ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง

มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ วันหมดอายุ จำนวนวัตถุดิบ สำรองปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ได้จริง เพื่อควบคุมระบบหลังร้านให้ใกล้เคียงกับปริมาณการสั่งได้มากที่สุด และรักษาความสัมพันธ์ของจำนวน

หรือปริมาณและความหลากหลายของรายการสินค้าป้องกันการสต็อกวัตถุดิบมากเกินไปจนจำเป็นหรือน้อยเกินไปจนวัตถุดิบไม่เพียงพอ การหมุนเวียนของสินค้าแต่ละชนิด การส่งมอบและการจัดส่งสินค้า พนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในการขนส่งจะต้องมีการวางแผนดำเนินการไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความรวดเร็ว โดยใช้ต้นทุนที่คุ้มค่า และระมัดระวังในการส่งเพื่อป้องกันการเสียหายต่อกล่องบรรจุภัณฑ์ให้เกิดของเสียที่น้อยที่สุด ด้านการตลาดและการขายสินค้า สร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าเก่า และสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าใหม่ ด้านการให้บริการหลังการขาย รับฟังลูกค้า แม้ว่าความผิดพลาดจะไม่ได้เกิดจากความบกพร่องของธุรกิจ การให้ลูกค้าได้แสดงออกถึงความไม่พอใจโดยที่ไม่ได้ตอบทันทีจะส่งผลให้เกิดความไม่พอใจจากอารมณ์ไม่พอใจและลดโอกาสระบายในช่องทางออนไลน์อื่นอันนำมาซึ่งความเสียหายที่เผยแพร่ออกไปอย่างไม่มีขอบเขต ซึ่งจะเป็นผลเสียต่อชื่อเสียงของธุรกิจ การตอบกลับด้วยเหตุและผลของปัญหาที่เกิดขึ้น หลังจากได้ทำความเข้าใจระหว่างสถานประกอบการกับลูกค้าแล้ว สถานประกอบการจะกล่าวขอโทษ และเร่งแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นและหาวิธีป้องกันไม่ให้เกิดซ้ำ จากนั้นเสนอทางออกที่ทำให้ลูกค้าพอใจ มอบส่วนลดสำหรับการสั่งซื้อครั้งต่อไป การลดราคาอาหารในครั้งนั้น หรือมีบริการเปลี่ยนสินค้าให้แก่ลูกค้าอย่างสมเหตุสมผล และติดตามผลการแก้ปัญหา

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการโซ่คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ ด้านการจัดซื้อ วัตถุดิบและวัสดุอื่น ๆ ในการผลิตอย่างเพียงพอ และสามารถดำเนินการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยรักษาคูณสมบัติของวัตถุดิบให้มีมาตรฐานเดียวกัน ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร จะต้องให้ผู้ใช้เทคโนโลยีมีความรู้ มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ไหลลื่นและยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์ต่างๆ ก่อให้เกิดนวัตกรรมขึ้นมา ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ควรการวางแผนการใช้ทรัพยากรบุคคล การคัดเลือก การสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์และนโยบายที่ชัดเจน สามารถปฏิบัติได้จริง เพื่อให้พนักงานมีความรู้และเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของตัวเอง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการโซ่คุณค่ามีผลต่อธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สถานประกอบการหรือร้านค้าจัดจำหน่ายจะต้องมีสะอาดตามสุขอนามัย มีที่กันหรือปกปิดเพื่อป้องกันไม่ให้อาหารไปปะปนกับสิ่งสกปรก (นยะอิส) และสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และต้องแสดงเครื่องหมายฮาลาลที่ผ่านการอนุญาตใช้จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย กระบวนการผลิตอาหารต้องถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม เครื่องมือหรืออุปกรณ์เครื่องปรุงวัตถุดิบ และสารปรุงแต่งอาหาร ที่เกี่ยวข้องกับอาหารจะต้องไม่ผ่านการใช้งานจากการผลิตสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) การดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อความถูกต้อง จะต้องยื่นขอใบรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล และขอใช้เครื่องหมายฮาลาล ผ่านคณะกรรมการอิสลาม

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน ในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมหลัก พบว่า ด้านการขนส่งวัตถุดิบ เผยแพร่ข้อมูลและอบรมความรู้ความเข้าใจมาตรฐานอาหารฮาลาลให้ผู้ประกอบการบริษัทขนส่งวัตถุดิบ และผู้ที่เกี่ยวข้องรับทราบและตระหนักถึงความสำคัญต่อการขนส่งวัตถุดิบเพื่อธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน จัดหาวัตถุดิบผ่านผู้รวบรวม หรือพ่อค้าคนกลาง ที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดหาจะทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ วัตถุดิบที่เข้าสู่กระบวนการผลิตต้องได้รับรองตราฮาลาล สำหรับวัตถุดิบที่มีตามฤดูกาล ต้องมีการสต็อกวัตถุดิบไว้เพื่อให้เพียงพอกับการผลิตตลอดทั้งปี เลือกรับซื้อวัตถุดิบที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถเก็บได้ระยะยาว ด้านการผลิตสินค้า ขั้นตอนการผลิตสะอาดถูกหลักอนามัย ไม่มีการปนเปื้อนตามมาตรฐานอาหารฮาลาล การใช้ทรัพยากรการผลิตมีประสิทธิภาพ การควบคุมการผลิตในทุกขั้นตอนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐาน การสุ่มตัวอย่างมาตรวจสอบให้มีคุณสมบัติตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ก่อนส่งมอบไปยังขั้นตอนผลิตถัดไป การรายงานเมื่อมีสิ่งผิดปกติ ด้านการจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง การจัดส่งสินค้าไม่ให้เกิดการปนเปื้อนด้วยต้นทุนที่เหมาะสมธุรกิจจะมีการตรวจสอบสินค้าก่อนการส่งมอบให้แก่ลูกค้า โดยการควบคุมการดำเนินงานของพนักงานในการตรวจสอบทั้งกระบวนการจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง (วัตถุดิบก่อนปรุง) เพิ่มการใช้ประโยชน์ (Utilization) ของยานพาหนะในการขนส่ง ด้านการตลาดและการขายสินค้า ศึกษาพฤติกรรมความชอบของผู้บริโภค การทราบความต้องการของผู้บริโภคเก็บข้อมูลผู้บริโภค ศึกษาอุปสงค์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ความต้องการ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าทำให้ผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค การให้และการบริการหลังการขาย ธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับการให้และการบริการหลังการขาย ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมการสร้างคุณค่าของธุรกิจ จะต้องสามารถตอบสนองปัญหาข้อขัดข้อง รวมถึงจัดการคำติชมและข้อร้องเรียนของลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าฮาลาลในมุมมองของผู้บริโภค Generation ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ของวรญา วิฑูวินิต (2563) และการศึกษากลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านอาหารฮาลาล ที่เป็นที่รู้จักในกรุงเทพมหานคร ของชาริณี อายุเคน (2563)

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน ในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมสนับสนุน พบว่า ด้านการจัดซื้อ การจัดซื้อวัตถุดิบที่เป็นสินค้าทางการเกษตรเพื่อแปรรูป ความไม่สม่ำเสมอและเพียงพอของสินค้าเกษตรในช่วงนอกฤดูกาล ทำให้การจัดซื้อจะต้องหาแหล่งวัตถุดิบเพิ่มเติมจากแหล่งผลิตใกล้เคียงนอกพื้นที่ ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดในราคาและคุณภาพที่ยอมรับได้ ด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร การวิจัย การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การสร้างคุณค่าและแก้ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่มีทักษะในการ

ทำงาน สอดคล้องกับการศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน ของวรัญญา แก้วเชือกหนัง (2561) ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการจัดการทั่วไป ระบบการผลิต ระบบบัญชี และการเงิน ระบบการจัดการคลังสินค้า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบการติดตามและประเมินผล กิจกรรมเหล่านี้สนับสนุนในการสร้างคุณค่า และเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาของธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทย ของปิยะพงศ์ เสนีย์รัตน์ ประยูร และคณะ (2559)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานที่มีผลต่อธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สถานประกอบการหรือร้านค้าจัดจำหน่ายจะต้องมีสะอาดตามสุขอนามัย ต้องแสดงเครื่องหมายฮาลาลที่ผ่านการอนุญาตใช้จากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย กระบวนการผลิตอาหารต้องถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม การดำเนินธุรกิจอาหารฮาลาลเพื่อความถูกต้อง จะต้องยื่นขอใบรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลและขอใช้เครื่องหมายฮาลาลผ่านคณะกรรมการอิสลาม สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคอาหารฮาลาลในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ของตัสนีม หะซัน (2562) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีตราฮาลาลของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่หนองจอกกรุงเทพมหานคร ของอำไพภรณ์ เปรมอำพล (2563)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การจัดการโซ่อุปทานธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนเป็นการเชื่อมโยงกระบวนการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับธุรกิจผลิตอาหารถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนา ผู้ประกอบการบางรายยังขาดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอาหารฮาลาล เพราะคิดว่าการผลิตอาหารฮาลาลเป็นเรื่องยุ่งยากและมีค่าใช้จ่าย ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความสะดวกและคุณค่าตามหลักโภชนาการเป็นสำคัญ มีการควบคุมการปนเปื้อนของสิ่งสกปรก เริ่มตั้งแต่การคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบ การเตรียมวัตถุดิบ การผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาอาหารที่ปรุงสำเร็จ การวางจำหน่ายและการกระจายสินค้า ให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมภายในโซ่อุปทานภายใต้เงื่อนไขที่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนา สร้างความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากคุณค่าของแต่ละกิจกรรม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาให้แก่สินค้าเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

สรุป

จากการศึกษาการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานครตามกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน จากผู้ประกอบการพบว่าอาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สามารถบริโภคทั้งผู้บริโภคมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม เนื่องจากอาหารฮาลาลเป็นอาหารที่สะอาดและปลอดภัย ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องยังขาดความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจอาหารฮา

ลาลให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลจำเป็นต้องให้มีความรู้เกี่ยวกับหลักการทางศาสนาอิสลามและหลักการทางวิทยาศาสตร์เป็นผู้ตรวจสอบ ธุรกิจสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลขาดแคลนวัตถุดิบและปัจจัยสนับสนุนบางประการ เนื่องจากความต้องการวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอาหารที่เพิ่มขึ้น ทำให้ปริมาณวัตถุดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการและเกิดการขาดแคลนวัตถุดิบบางอย่างทำให้อุตสาหกรรมฮาลาลต้องมีการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบดังกล่าวจากต่างประเทศเกิดต้นทุนทั้งจากการขนส่งและภาษีนำเข้า การบริหารปริมาณและต้นทุนวัตถุดิบจึงยากขึ้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานในกรุงเทพมหานคร ที่ให้มีความสามารถในการผลิตอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานที่มีคุณภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานควรจะมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและมีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ โดยแนวทางในการปรับตัวของผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลควรมีการรวมกลุ่มเพื่อเป็นพันธมิตรทางการค้า เพื่อให้มีความเข้มแข็งแล้วคอยเป็นพี่เลี้ยงให้กับผู้ประกอบการรายอื่น มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าของตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของคุณภาพของสินค้าและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของธุรกิจอาหารฮาลาล โดยอาจมีการเตรียมโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตอาหารฮาลาลที่มีคุณภาพ ที่มีข้อกำหนดในเรื่องสถานที่และความรู้ มีหน่วยงานให้คำปรึกษาด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล หน่วยงานที่รับผิดชอบในการให้ตรารับรองฮาลาล ควรมีการนำวิทยาศาสตร์ฮาลาลเข้าร่วมกับกระบวนการตรวจสอบและประเมินสถานประกอบการเพื่อขอรับรองตราฮาลาล เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในสายตาของผู้บริโภคมากขึ้น

2. การประกอบธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานควรให้ความสำคัญด้านกระบวนการ การจัดทำหน้าย ทรัพยากรบุคคล การส่งเสริมการตลาด และการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากวัตถุดิบบางชนิดที่มีความสดใหม่ตลอดเวลาอาจมีการใช้สารบางชนิดที่ทำให้วัตถุดิบนั้นมีการปนเปื้อน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าอาหารที่ได้เครื่องหมายรับรองฮาลาลนั้นเป็นอาหารที่ชาวมุสลิมสามารถรับประทานได้ ถูกหลักโภชนาการ ปราศจากสิ่งปนเปื้อนตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร สร้างความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์

ตราศาลาลได้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ง่ายยิ่งขึ้น และผู้บริโภคต่างศาสนาก็สามารถผลิตสินค้าเพื่อคนที่นับถือศาสนาอิสลามได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารศาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทาน ในกรุงเทพมหานครโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้จัดการร้านอาหารศาลาลที่เป็นที่รู้จักในกรุงเทพมหานคร ในงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาในประเด็นดังกล่าวจากมุมมองของผู้ใช้บริการร้านอาหารศาลาลทั้งจากผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามและผู้ที่ไม่ใช่ศาสนาอิสลามร่วมด้วย เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจและการพัฒนาการจัดการใช้คุณค่าธุรกิจอาหารศาลาลประเภทอาหารกล่องพร้อมรับประทานที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค

2. ศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จของการจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจประเภทอื่น เพื่อนำข้อมูลและผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการใช้คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากชาวมุสลิมเป็นกลุ่มชนที่มีความเคร่งครัดทางศาสนา การนำหลักความเชื่อความศรัทธาของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามมาศึกษาว่ามีความสอดคล้องในการดำเนินธุรกิจได้อย่างไรบ้างโดยไม่จำกัดเพียงแค่ธุรกิจใดธุรกิจหนึ่ง

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติศักดิ์ เทพผดุงพร. (2563). *กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจงานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561 : กรณีศึกษา “กะทิชาวเกาะ” เกษตรแปรรูปเพื่อการส่งออก*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- จำเริญ เชื้อนแก้ว. (2560). *การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจอาหารศาลาล*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาอีสเทอร์น*, 11(1), 9-19.
- ชาริณี อายุเคน. (2563). *กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านอาหารศาลาล ที่เป็นที่ยู้งักในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ลิตติมา วงศ์อินตา และคณะ. (2558). *การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าอาหารศาลาล*. *วารสารการขนส่งและโลจิสติกส์*, 8(1), 1-11.
- ตัสนิม หะซัน. (2562). *พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคอาหารศาลาลในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ (สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิยะพงศ์ เสนีย์รัตน์ประยูร และคณะ. (2559) *กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารศาลาลของไทย: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอาหารทะเล*. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 14(1), 27-42.
- วรญา วิฑูวินิต. (2563). *อิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าศาลาล ในมุมมองของผู้บริโภค Generation ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. วิทยาลัยดุสิตธานี.

- วรัญญา แก้วเชือกหนัง. (2561). *แนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชนในการเพิ่มมูลค่าการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ประเภทสินค้าอาหารกล่องเพื่อสุขภาพพร้อมรับประทาน* (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วินัย ตะห์ลัน. (2558). *ทำเนียบร้านอาหารฮาลาลและร้านอาหารมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2564). *มาตรฐานอาหารฮาลาลแห่งชาติ*. สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2565, จาก <https://www.acfs.go.th/halal/general.php>.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2547). *วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยปัญหาปัจจุบันและการวิจัยอนาคต*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2549). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำไพภรณ์ เปรมอำพล. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีตราฮาลาลของผู้บริโภค ในเขตพื้นที่หนองจอกกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.
- Kaplinsky, R. & Morris, M. (2000). *A handbook for value chain research*. Canada: IDRC.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning implementation and control*. (9thed). New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Shafie, S., & Othman, M. N. (2006). *Halal Certification: International Marketing Issues and Challenges*. Paper Presented At The Ifsa Vii World Congress Berlin, Germany.