

**การเลือกประเภทสินค้าเพื่อผลิตและจำหน่าย
กับ การแข่งขันทางธุรกิจของ SMEs
อาหารฮาลาลประเภทไก่ในจังหวัดสงขลา
ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย**

**PRODUCT TYPE CHOOSING AND THE
COMPETITIVENESS OF CHICKEN
HALAL FOOD SMES IN SONGKHLA,
THAILAND AND KEDAH, MALAYSIA**

คมวิทย์ ศิริธร*
Komwit Siritorn*

* อาจารย์ โปรแกรมวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

* Lecturer, Program of Economics, Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University

* Email: komwit.siritorn@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจเลือกประเภทสินค้าระหว่างสินค้าชั้นกลางและขั้นสุดท้ายเพื่อจำหน่ายของธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ โดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย รวมจำนวน 240 ตัวอย่าง ซึ่งสุ่มด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญตามจำนวนโควตาที่กำหนดในพื้นที่ทั้งสอง ตลอดจนวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Binomial logistic regression เนื่องจากความสามารถในการวิเคราะห์ปัจจัยตามที่เป็นลักษณะข้อมูลแบบทวินาม และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้วยเทคนิค t-test ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ถึงกว่าสามเท่าตัว เนื่องจากผู้ประกอบการในสงขลาเน้นการผลิตเพียงสินค้าชั้นกลางเป็นหลัก ในขณะที่ผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์เน้นการผลิตทั้งสินค้าชั้นกลางและขั้นสุดท้าย นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนมีผลให้ SMEs ในจังหวัดสงขลาเลือกผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายลดลงเพราะนำไปขยายการผลิตสินค้าชั้นกลางแทน แต่ปัจจัยด้านราคาของสินค้าขั้นสุดท้ายมีผลต่อการเลือกผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายในทิศทางเดียวกัน สำหรับผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ตัดสินใจเลือกสินค้าขั้นสุดท้ายเพื่อจำหน่ายจากปัจจัยด้านราคาเท่านั้น ดังนั้นภาครัฐจึงควรปรับเปลี่ยนรูปแบบการสนับสนุนเงินทุนแก่ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ในจังหวัดสงขลา โดยเน้นสนับสนุนทุนให้แก่ผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาสินค้าเป็นแบบขั้นสุดท้ายเป็นหลัก พร้อมผลักดันราคาสินค้าขั้นสุดท้ายในประเทศให้สูงกว่าราคาสินค้าชั้นกลางอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: อาหารฮาลาล สินค้าชั้นกลาง สินค้าขั้นสุดท้าย ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The paper aimed to study factors influencing halal food SMEs to produce between intermediate chicken products and finished chicken products, and compare those between halal food SMEs in Songkhla, Thailand and Kedah, Malaysia. 240 samples were collected with accidental and quota sampling. The data were analyzed with technics of binomial logistic regression and t-test due to its ability to analyze binary data and compare factor differences, respectively. The findings indicated that Songkhla entrepreneurs have less average income per month three times more than Kedah entrepreneurs because Songkhla SMEs focus on producing intermediate goods only while Kedah SMEs produce both intermediate and finished goods. In addition, the funding accessibility factor has a negative correlation on Songkhla SMEs as they would invest on expanding intermediate goods rather than finished goods. The finished good price factor could lead Songkhla SMEs to increase finished goods production. In contrast, Kedah SMEs would produce goods which have higher price. For this reason, Thai government should support Songkhla entrepreneurs by funding SMEs which intent to produce finished goods as a main priority and also improve local halal finished good price. As a result, Thai halal food SMEs could move their product type from intermediate to finished goods and gain benefits from a higher price of their products.

Keywords: Halal Food, Intermediate Goods, Finished Goods, Entrepreneur, SMEs

บทนำ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือเรียกว่า Small and Medium Enterprises (SMEs) ที่มีกิจกรรมการผลิตและจำหน่ายสินค้ามีความหมายตามนิยามที่ปรากฏในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 แยกตามขนาดและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรดังนี้ กรณีวิสาหกิจขนาดย่อม หมายถึงหน่วยธุรกิจซึ่งมีการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินห้าสิบล้านบาท แต่ถ้าเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง หมายถึงหน่วยธุรกิจซึ่งมีการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสองร้อยล้านบาท ทั้งนี้ในปัจจุบันถือได้ว่าธุรกิจ SMEs มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะประเทศในอาเซียนเป็นอย่างมาก สำหรับประเทศไทยเองมีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มากกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนผู้ประกอบการทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554) ดังนั้นจึงนับได้ว่าธุรกิจ SMEs มีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น เนื่องจากมีการกระจายตัวตามภาคส่วนต่างๆ ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่เท่านั้น

อย่างไรก็ดีจากการที่ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ยิ่งทำให้การค้าและการขนส่งเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น เนื่องจากประเทศสมาชิกอาเซียนต่างทำข้อตกลงเปิดการค้าเสรีระหว่างกัน โดยการกำจัดการกีดกันทางการค้าทั้งในรูปแบบของภาษีการค้าและที่ไม่อยู่ในรูปแบบภาษีการค้าให้หมดไป เพื่อมุ่งสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันในอาเซียน (The ASEAN Secretariat, 2015) ทั้งนี้จากข้อได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ที่ติดกันระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซียซึ่งมีชายแดนติดกันรวมระยะทางยาว 647 กิโลเมตร ครอบคลุม 4 จังหวัดในภาคใต้ ได้แก่ สงขลา นราธิวาส ยะลา และสตูล โดยมีจุดผ่านแดนถาวรรวมทั้งสิ้น 9 จุด ทำให้มูลค่าการค้าตั้งแต่ปี 2550 ถึง 2555 ณ ผ่านด่านเข้าออกระหว่างสองประเทศ ผ่านทางด่านตรวจในจังหวัดสงขลาสองแห่งคือ จุดผ่านแดนด่านศุลกากรสะเดา และจุดผ่านแดนด่านศุลกากรปาดังเบซาร์ พบว่า ประเทศไทยส่งออกไปมาเลเซียมีมูลค่า 1,100,000 ล้านบาท โดยประมาณ ในขณะเดียวกันไทยนำเข้าสินค้าจากมาเลเซียประมาณ 600,000 ล้านบาท แสดงว่า ประเทศไทยมีดุลการค้าแบบเกินดุลโดยเปรียบเทียบ (นัสยา ขุนทอง, 2556) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย โดยเฉพาะบริเวณชายแดนที่ติดกับจังหวัดสงขลา

นอกจากนี้การที่ประเทศไทยและประเทศมาเลเซียมีอาณาเขตที่ติดกัน ยังส่งผลให้การค้าบริเวณชายแดนระหว่าง 2 ประเทศมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การค้าขายสินค้าที่เกิดจากความต้องการนำสินค้าที่ซื้อขายกันเพื่อนำไปเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการผลิตสำหรับการผลิตสินค้าชนิดอื่นต่อไป ซึ่งสามารถเรียกสินค้าประเภทนี้ว่าสินค้าชั้นกลาง เช่น อ้อยซึ่งสามารถนำไปผลิตเป็นน้ำตาลต่อไป ข้าวซึ่งสามารถนำไปผลิตเป็นแป้งต่อไป และไก่สดซึ่งสามารถนำไปผลิตเป็นไก่ปรุงรสพร้อมรับประทานได้ หรือการซื้อขายสินค้าเพื่อนำไปอุปโภคบริโภคโดยไม่จำเป็นต้องนำไปผ่านกระบวนการผลิตอื่นอีก เรียกสินค้าประเภทนี้ว่า สินค้าขั้นสุดท้าย เช่น น้ำตาล แป้ง และไก่ปรุงรสสำเร็จ เป็นต้น ทั้งนี้ในทางการตลาดแล้วการที่ผู้ผลิตยังพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มจากเดิมมากเท่าใดย่อมหมายถึงความสามารถในการเพิ่มรายได้จากการขายสินค้าด้วยเช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคย่อมมีความยินดีจ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นจากการซื้อเพียงสินค้าที่ยังไม่ผ่านการเพิ่มคุณค่า

ดังนั้นหากประเทศใดมีการค้าขายสินค้าในลักษณะที่เป็นสินค้าขั้นสุดท้าย ย่อมสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้สูงกว่าสินค้าชั้นกลาง ซึ่งมีผลต่อกำไรของผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในบริบททางการค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย พบว่าธุรกิจอาหารฮาลาลเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงโดยเฉพาะการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทไก่ ในพื้นที่ชายแดนระหว่างจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้จากข้อมูลสถิติการค้าของไทย (กระทรวงพาณิชย์, 2559) พบว่าในปี 2556 ประเทศไทยสามารถส่งออกสินค้าไก่สดไปประเทศมาเลเซียได้ถึง 788.83 ล้านบาท แต่ในปี 2557 ประเทศไทยส่งออกไก่สดไปประเทศมาเลเซียได้ลดลงเหลือ 287.55 ล้านบาท ขณะเดียวกันประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าไก่แปรรูปไป

ประเทศมาเลเซียได้น้อยมาก เนื่องจากประเทศไทยมุ่งเน้นส่งออกไก่แปรรูปไปประเทศนอกกลุ่มอาเซียน เช่น สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น เป็นหลัก ทั้งที่ประเทศมาเลเซียเองเป็นประเทศที่มีอาณาเขตติดกันอีกทั้งเป็นประเทศที่มีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามอยู่ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันมาเลเซียมีประชากรประมาณ 30 ล้านคน แต่ประชากรส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 นับถือศาสนาอิสลาม (กรมการค้าต่างประเทศ, 2556) ทำให้มาเลเซียเป็นตลาดอาหารฮาลาลขนาดใหญ่และมีมาตรฐานสินค้าอาหารฮาลาลที่กลุ่มประเทศสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลามซึ่งมีสมาชิกจำนวน 57 ประเทศให้การยอมรับ จึงนับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปขยายตลาดอาหารฮาลาลในมาเลเซีย โดยใช้ประโยชน์จากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และต่อยอดโดยการส่งออกนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาล เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดฮาลาลขนาดใหญ่อื่นๆต่อไป แต่ในทางกลับกัน หากผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลไม่ทำการปรับปรุงสินค้า โดยเน้นขายเพียงสินค้าที่เป็นเพียงสินค้าชั้นกลาง ก็ย่อมทำให้โอกาสของการทำกำไรจากการขายสินค้าลดลงเช่นกัน ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ของไทย มีการขายสินค้าในลักษณะที่เป็นสินค้าชั้นสุดท้ายมากกว่าสินค้าชั้นกลางโดยเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ของมาเลเซีย ย่อมสะท้อนว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านการผลิตสินค้าประเภทอาหารฮาลาล มากกว่าผู้ประกอบการในประเทศมาเลเซีย ดังนั้นแนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐ จึงควรเป็นไปในแนวทางที่ส่งเสริมการค้าให้ผู้ประกอบการ SMEs อาหารฮาลาลของไทยพัฒนาปรับปรุงสินค้าของตนให้เป็นสินค้าชั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปสู่ความสามารถทางการแข่งขันทั้งในตลาดมาเลเซียและในตลาดอาเซียนต่อไป

ด้วยเหตุผลข้างต้นจึงเป็นที่มาของการศึกษานี้ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ ในการเลือกผลิตและจำหน่ายสินค้าระหว่างสินค้าชั้นกลาง เช่น ไก่สด ไก่ถอนขน และสินค้าชั้นสุดท้าย เช่น ไก่แช่แข็ง ไก่ปรุงรส เป็นต้น โดยเปรียบเทียบปัจจัยดังกล่าวระหว่างผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาประเทศไทย และในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวางแผนทางการพัฒนาธุรกิจอาหารฮาลาล โดยเฉพาะอาหารฮาลาลประเภทไก่ ทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทสินค้าที่มีการผลิต และ รายได้จากการจำหน่ายสินค้าประเภทที่ผลิต โดยผู้ประกอบการ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกระหว่างผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทไก่ที่เป็นสินค้าชั้นกลางเช่น ไก่สด ไก่ถอนขน และที่เป็นสินค้าชั้นสุดท้าย เช่น ไก่แช่แข็ง ไก่ปรุงรสสำเร็จ ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย

สมมติฐานการวิจัย

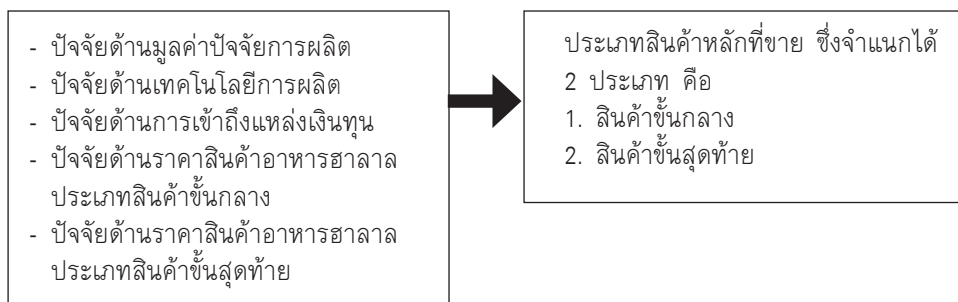
1. สัดส่วนการผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทไก่ที่เป็นสินค้าชั้นสุดท้ายต่อสินค้าที่เป็นชั้นกลางของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย ต่ำกว่าของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ไทยส่วนใหญ่นิยมผลิตและจำหน่ายสินค้าขั้นต้นและชั้นกลาง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554) ดังนั้นหากเปรียบเทียบสัดส่วนของสินค้าทั้งสองประเภท ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลาจึงอาจมีสัดส่วนการผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทไก่ที่เป็นสินค้าชั้นสุดท้ายต่อสินค้าที่เป็นชั้นกลางต่ำกว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในรัฐเคดาห์

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย ต่ำกว่าของธุรกิจ SMEs ในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย

3. บัณฑิตด้านมูลค่าของปัจจัยการผลิต (Expenditure of input factors) และบัณฑิตด้านราคาอาหารฮาลาล ประเภทสินค้าขั้นกลาง (Intermediate halal product price) มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ทั้งในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ในการเลือกผลิต และจำหน่ายประเภทสินค้าอาหารฮาลาลเป็นแบบสินค้าขั้นสุดท้ายในทิศทางตรงข้าม

4. บัณฑิตด้านเทคโนโลยีการผลิต (Expenditure of production technology) บัณฑิตด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Funding accessibility) และบัณฑิตด้านราคาสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าขั้นสุดท้าย (Finished halal product price) มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ในการเลือกผลิตและจำหน่ายประเภทสินค้าอาหารฮาลาลเป็นแบบสินค้าขั้นสุดท้ายในทิศทางเดียวกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลักๆ ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ทฤษฎีการผลิต (Production theory) ซึ่งกล่าวไว้ว่าการผลิต หมายถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิต (Input) ให้เป็นผลผลิต (Output) ทั้งนี้ ปัจจัยการผลิตที่กล่าวถึงนี้ หมายถึง ที่ดิน หุ่น แรงงาน และผู้ประกอบการ ตลอดจนวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Product) ทุกชนิดที่ใส่เข้าไปในกระบวนการของการผลิต ส่วนผลผลิต (Output) หมายถึงผลผลิตขั้นสุดท้าย (Final Product) ที่ไม่จำเป็นต้องนำไปผ่านกระบวนการผลิตใดๆ อีกต่อไปสามารถนำไปจำหน่ายได้เลย (ชยันต์ ดันติวิธดาการ, 2552) สำหรับในเรื่องของระยะเวลาการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์นั้นแบ่งได้ 2 ช่วงเวลาคือ

การผลิตในระยะสั้น หมายถึง ช่วงเวลาของการผลิตที่ผู้ผลิตไม่สามารถเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตบางอย่างได้ โดยที่ปัจจัยการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้นี้เรียกว่า ปัจจัยคงที่ (Fixed Factors) เช่น ที่ดิน อาคารโรงงาน เครื่องจักรขนาดใหญ่ เป็นต้น ส่วนปัจจัยการผลิตที่สามารถเปลี่ยนแปลงจำนวนได้เมื่อต้องการ เช่น วัตถุดิบหรือแรงงาน เรียกปัจจัยเหล่านี้ว่า ปัจจัยแปรผัน (Variable Factors) การผลิตในระยะสั้น จึงหมายถึงช่วงเวลาที่มีการใช้ปัจจัยการผลิต ทั้งสองชนิดด้วยกัน

การผลิตในระยะยาว หมายถึง ช่วงเวลาของการผลิตที่ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตทุกชนิด ให้มีปริมาณตามต้องการได้ กล่าวอีกในหนึ่งก็คือ ปัจจัยการผลิตเดิมที่เคยเป็นปัจจัยคงที่ ในการผลิตระยะสั้นเมื่อเข้าสู่การผลิตในระยะยาวก็สามารถเปลี่ยนแปลงขนาดการใช้ได้ จนเรียกได้ว่าทุกปัจจัยเป็นปัจจัยแปรผัน และไม่มีปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่คงที่ใดในระยะยาวแม้กระทั่งขนาดของโรงงาน ซึ่งเมื่อมีการผลิตในระยะยาวเพียงพอผู้ผลิตก็สามารถปรับขนาดของโรงงานตามความต้องการที่จะผลิตสินค้าได้

แนวคิดด้านปัจจัยที่กีดกันการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้ถูกเสนอในงานวิจัยของ Irjayanti และ Azis (2012) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอินโดนีเซีย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ตัวผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว แต่สาเหตุที่ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในต่างประเทศโดยเฉพาะเมื่อประเทศมีการค้ากับประเทศที่มีความเจริญกว่า ผู้ประกอบการในอินโดนีเซียกลับไม่สามารถแข่งขันในตลาดสากลได้ ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า สาเหตุหรือปัจจัยที่กีดกันศักยภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในตลาดสากล ได้แก่ ปัจจัยการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ปัจจัยการผลิต เทคโนโลยี ข้อจำกัดในการเสนอขายสินค้า เป็นต้น ดังนั้นการจะพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ผ่านทางนโยบายภาครัฐได้นั้น จำเป็นต้องกำจัดข้อกีดกันที่เกิดขึ้นในประเทศเสียก่อน จึงจะสามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นจากประเทศคู่แข่งทางการค้าได้

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากธุรกิจ SMEs ได้รับการสนับสนุนในเชิงของนโยบายที่ถูกต้องย่อมเป็นการส่งเสริมความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยเช่นกัน เนื่องจากในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาธุรกิจ SMEs เริ่มมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยและประเทศในอาเซียนเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากข้อมูลผลผลิตของธุรกิจ SMEs ต่อ GDP ประเทศไทยในปี 2556 มีมูลค่าสูงถึง 4,454,939.6 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554) ทั้งนี้ประเภทของธุรกิจ SMEs ที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ได้แก่ ธุรกิจอาหาร เครื่องจักรกล ผลิตภัณฑ์ยาง สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก และอัญมณีและเครื่องประดับ ดังนั้นหากธุรกิจ SMEs ในระดับท้องถิ่นได้รับการพัฒนาที่ถูกต้องย่อมส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่นเองและระดับชาติด้วยเช่นกัน ในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นพัฒนา SMEs ในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ในจังหวัดสงขลา ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสงขลา เพราะมีการค้าขายทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ เช่น ค่าขายกับรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย เป็นต้น

ทั้งนี้พบว่าในปี 2555 มูลค่าการค้าระหว่างไทยและมาเลเซีย สูงถึง 793,328 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 5.8 โดยแบ่งเป็นการส่งออก 383,709.31 ล้านบาท และการนำเข้า 409,618.69 ล้านบาท สะท้อนให้เห็นถึงการขาดดุลการค้าของประเทศไทยต่อมาเลเซีย แต่หากพิจารณาเฉพาะดุลการค้าระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย ณ ด้านตรวจสินค้า ระหว่างจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ในปี 2555 พบว่า มีดุลการค้าเป็นแบบเกินดุลเป็นจำนวน 87,804.71 ล้านบาท (กรมการค้าต่างประเทศ, 2556) แสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบทางการค้าของผู้ประกอบการที่อยู่ในจังหวัดสงขลาต่อคู่ค้าในประเทศมาเลเซีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ประเภทอาหารฮาลาล ซึ่งได้เปรียบในเรื่องของการผลิตวัตถุดิบของอาหารฮาลาล เช่น ไก่สด เป็นต้น ในขณะที่มาเลเซียเองเน้นการผลิตและส่งออกสินค้าฮาลาล แบบแปรรูปมากกว่าไทย (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557)

จากความแตกต่างด้านปัจจัยการผลิตและจุดมุ่งเน้นของผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันของทั้งสองประเทศย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในการเลือกประเภทสินค้าอาหารฮาลาลเพื่อผลิตและจำหน่ายเช่นกัน โดยเฉพาะเมื่อประเทศไทยและมาเลเซียต่างอยู่ในประชาคมอาเซียนด้วยแล้ว ย่อมทำให้ได้รับผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายสินค้าและปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี ตลอดจนแรงงานมีฝีมือที่ได้รับการอนุญาตให้เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศอย่างเสรีด้วยเช่นกัน แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สินค้าอาหารฮาลาล ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐที่ถูกต้องและตรงกับความต้องการแล้วย่อมจะนำไปสู่การพัฒนาในธุรกิจได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ Garcia (2009, pp. 372-398) ซึ่งศึกษาผลกระทบของการค้าระหว่างประเทศต่อธุรกิจ SMEs ในประเทศด้อยพัฒนาอย่างประเทศเม็กซิโก กับ ประเทศคู่ค้าที่พัฒนาแล้ว เช่น กลุ่มประเทศยุโรป พบว่า โอกาสที่ธุรกิจ SMEs ในประเทศเม็กซิโก จะได้เปรียบจากการค้ากับกลุ่มประเทศยุโรปนั้น เป็นอิสระจากระดับของการเจริญเติบโตและการพัฒนาของ

ประเทศ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ แม้ว่าธุรกิจ SMEs ในประเทศแม็กซิโกจะมีระดับการพัฒนาที่ต่ำกว่าประเทศคู่ค้าอย่างยุโรป แต่ก็ยังสามารถได้เปรียบทางการค้ากับกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วได้ แต่การที่ยังไม่สามารถได้เปรียบทางการค้าในปัจจุบัน ก็เพราะขาดการสนับสนุนและส่งเสริมโดยเฉพาะจากภาครัฐ ทำให้ธุรกิจ SMEs ในประเทศแม็กซิโก ไม่มีความพร้อมต่อการทำการค้ากับต่างประเทศ เช่น ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการขนส่งสินค้า (Logistics) ขาดเงินทุนหรือเครดิตทางการค้า ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น นอกจากนี้คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เองก็มีผลต่อความพร้อมต่อการแข่งขันในตลาดโลกด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น ขนาดของธุรกิจ อายุของธุรกิจ จำนวนแรงงานฝีมือในธุรกิจ การแสดงความเป็นเจ้าของของธุรกิจ และตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจ เป็นต้น (Charoenrat, Havie, and Amornkitvikai, 2013, pp. 42–56) ซึ่งแตกต่างจากงานศึกษาของ Rachmania, Rakhmania และ Setyanningsih (2012, pp. 234–243) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินโดนีเซีย โดยพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ แรงจูงใจในการทำธุรกิจ เช่น รายได้ การมีความยืดหยุ่นในการทำงาน การที่สามารถควบคุมเวลาทำงานได้เอง ความมั่นคงของครอบครัว และการมีส่วนร่วมของครอบครัว

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ซึ่งเมื่อคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยด้วยวิธีคำนวณของทาร์โรว์ ยามาเน่ จากจำนวนประชากรผู้ประกอบการ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ในพื้นที่ทั้งสองซึ่งมีอยู่โดยประมาณ 500 ราย ได้จำนวนตัวอย่างที่ศึกษาทั้งสิ้น 240 ราย และดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการกำหนดโควตาควบคู่กับการสุ่มแบบบังเอิญ กล่าวคือ ผู้วิจัยได้กำหนดให้จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลประเภทไก่ ที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างระหว่างผู้ที่อยู่ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และผู้ที่อยู่ในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย มีสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 50 ของจำนวนตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องการจัดเก็บ เพื่อเป็นการกระจายกลุ่มข้อมูลให้ครอบคลุมทั้งสองพื้นที่ ดังนั้นจำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาล ประเภทไก่ในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย จึงเป็น 120 ราย และจำนวนตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย 120 ราย ต่อมาผู้วิจัยจึงทำการสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในแต่ละพื้นที่ตามจำนวนโควตาที่ได้กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้เป็นลักษณะของการวิจัยภาคสนามจึงเลือกใช้เครื่องมือวิจัยหลักเป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยประกอบด้วยส่วนสำคัญหลัก 2 ส่วนคือ (1) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ (2) ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทสินค้าอาหารฮาลาล ระหว่างแบบสินค้าชั้นกลางและชั้นสุดท้ายเพื่อผลิตและจำหน่าย ทั้งนี้ในส่วนของการวัดคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริงนั้น ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของแบบสอบถาม (Content validity) โดยการส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาและวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ซึ่งพบว่าแบบสอบถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.94 สะท้อนความถูกต้องในระดับสูง อีกทั้งผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งพบว่าค่าความน่าเชื่อถืออยู่ที่ 0.831 สะท้อนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีจัดทำทดสอบแบบสอบถามเบื้องต้น (Pilot test) โดยการนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงจากผู้ประกอบการ SMEs ประเภทอาหารฮาลาลในจังหวัดสตูล ประเทศไทย และ

รัฐเปอร์ริส ประเทศมาเลเซีย เนื่องจากมีสภาพทางภูมิศาสตร์และการค้าใกล้เคียงกับพื้นที่ศึกษาจริง หลังจากการทดสอบแบบสอบถามที่ออกแบบไว้แล้วจึงนำผลการทดสอบมาปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อสร้างเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพก่อนนำไปใช้งานจริงต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกประเภทสินค้าอาหารฮาลาลที่ผลิตและจำหน่ายโดยผู้ประกอบการ SMEs ที่อยู่ในจังหวัดสงขลาและรัฐเคดาห์นั้น ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือทางสถิติอนุมาน ได้แก่ Binomial Logistic Regression Analysis เนื่องจากความสามารถในการวิเคราะห์หาลัมพันธ์ของข้อมูลประเภททวินาม ซึ่งในที่นี้เป็นการสะท้อนโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ที่ผู้ประกอบการจะเลือกจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าขั้นสุดท้ายเป็นหลัก หรือ $Pr(y=1)$ เทียบกับโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ที่ผู้ประกอบการจะเลือกจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าชั้นกลางเป็นหลัก หรือ $Pr(y=0)$ ดังแสดงในสมการ 1

$$\frac{Pr(y=1)}{Pr(y=0)} = \frac{\frac{1}{1+e^{-x'\beta}}}{\frac{e^{-x'\beta}}{1+e^{-x'\beta}}} = \frac{1}{e^{-x'\beta}} = e^{x'\beta} \quad (1)$$

เมื่อทำการปรับสมการด้วยการ Take ln เข้าไปในสมการ 1 และ แทนค่าตัวแปรก็จะได้ว่ารูปแบบของสมการมีลักษณะเป็นสมการเส้นตรง ดังแสดงในสมการที่ 2 ซึ่งทำให้สามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ b ได้ด้วยวิธีกำลังสองน้อยสุด (Ordinary Least Squares: OLS) ต่อไปนี้

$$\ln \left(\frac{P(y=1)}{P(y=0)} \right) = Y_i = c + \beta_1 VCTV_i + \beta_2 EPMV_i + \beta_3 INV_i + \beta_4 PR3V_i + \beta_5 PR2V_i \quad (2)$$

โดยที่

- Y_i^* คือ ค่าลอการิทึมของโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่ผู้ประกอบการในพื้นที่ i จะเลือกสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าขั้นสุดท้ายเป็นหลักในการทำธุรกิจ เทียบกับโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่ผู้ประกอบการจะเลือกสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าชั้นกลางเป็นหลักในการทำธุรกิจ
- $VCTV_i$ คือ ปัจจัยด้านมูลค่าปัจจัยการผลิต ของผู้ประกอบการในพื้นที่ i
- $EPMV_i$ คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต ของผู้ประกอบการในพื้นที่ i
- INV_i คือ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ของผู้ประกอบการในพื้นที่ i
- $PR3V_i$ คือ ปัจจัยด้านราคาสินค้าอาหารฮาลาลประเภทชั้นกลางของผู้ประกอบการในพื้นที่ i
- $PR2V_i$ คือ ปัจจัยด้านราคาสินค้าอาหารฮาลาลประเภทขั้นสุดท้ายของผู้ประกอบการในพื้นที่ i
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ และ β_5 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัย $VCTV_i, EPMV_i, INV_i, PR3V_i$ และ $PR2V_i$ ตามลำดับ
- c คือ ค่าคงที่
- i คือ ประเภทกลุ่มข้อมูลโดย i=1 คือ ผู้ประกอบการในสงขลา, i=2 คือ ผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์

ในส่วนของการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลระหว่างประเภทสินค้าชั้นกลางและขั้นสุดท้ายนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยการทดสอบ t-test เพื่อสะท้อนความแตกต่างของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกประเภทสินค้าของ

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดสงขลา และผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลในรัฐเคดาห์ ซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์ความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขันทางการค้าระหว่างกันต่อไป

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ลักษณะโดยทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs และ รูปแบบการค้าอาหารฮาลาล

ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ทั้งที่ตั้งถิ่นฐานในจังหวัดสงขลา ประเทศไทย และ รัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย จำนวน 240 ราย พบว่ามีอายุเฉลี่ย ประมาณ 44 ปี โดยผู้ประกอบการไทย ในจังหวัดสงขลา มีอายุเฉลี่ย ประมาณ 43 ปี ในขณะที่ผู้ประกอบการมาเลเซียในรัฐเคดาห์ อายุเฉลี่ย ประมาณ 45 ปี ทั้งนี้ในส่วนของการรายได้ต่อเดือนพบว่า ผู้ประกอบการโดยรวมมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 158,148 บาท/เดือน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเฉพาะจังหวัดสงขลา พบว่า มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 71,323 บาท/เดือน ซึ่งถือว่าน้อยมาก เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ที่มีรายได้เฉลี่ยโดยประมาณ 244,972 บาท/เดือน และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบการทั้งสอง พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการในสงขลาต่ำกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ทั้งนี้ในส่วนของการประสบการณ์การทำงานของผู้ประกอบการ พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วผู้ประกอบการทั้งในจังหวัดสงขลาและรัฐเคดาห์มีประสบการณ์การทำงานใกล้เคียงกันคือ 13 ปี โดยประมาณ สำหรับข้อมูลทางประชากรศาสตร์อื่นๆ เช่น เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรูปแบบองค์กรธุรกิจ นั้น ได้จัดแสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 1 ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ประเภทอาหารฮาลาลในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีสัดส่วนถึง ประมาณร้อยละ 73 ในขณะที่ในรัฐเคดาห์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66 โดยประมาณ สำหรับด้านระดับการศึกษา ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา มีระดับการศึกษาเพียงระดับประถมศึกษา แตกต่างจากผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ผู้ประกอบการที่อยู่ในจังหวัดสงขลาและรัฐเคดาห์ส่วนใหญ่ต่างมีสถานภาพสมรสแล้วหรือยังอยู่ด้วยกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มดำเนินกิจการแบบธุรกิจครอบครัวมากกว่าแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ประเภทอาหารฮาลาลในจังหวัดสงขลา และรัฐเคดาห์

ข้อมูล	ประเภท	สงขลา		รัฐเคดาห์		รวม	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	32	26.67	79	65.83	111	46.25
	หญิง	88	73.33	41	34.17	129	53.75
	รวม	120	100	120	100	240	100
ระดับการศึกษา	น้อยกว่าประถมศึกษา	6	5	5	4.17	11	4.58
	ประถมศึกษา	55	45.83	39	32.5	94	39.17
	มัธยมศึกษา	35	29.17	54	45	89	37.08
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	12	10	20	16.67	32	13.33
	ปริญญาตรี	12	10	2	1.67	14	5.83
	รวม	120	100	120	100	240	100
สถานภาพสมรส	โสด	16	13.33	20	16.67	36	15
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	93	77.5	93	77.5	186	77.5
	หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	11	9.17	7	5.83	18	7.5
	รวม	120	100	120	100	240	100
รูปแบบองค์กรธุรกิจ	ธุรกิจเจ้าของคนเดียว	50	41.67	38	31.67	88	36.67
	ธุรกิจครอบครัว	70	58.33	82	68.33	152	63.33
	รวม	120	100	120	100	240	100

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ประเภทอาหารฮาลาลในจังหวัดสงขลา และผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ประเภทอาหารฮาลาลในรัฐเคดาห์ จำแนกตามประเภทสินค้าหลักที่จำหน่าย ได้แก่ สินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าชั้นกลาง เช่น ไก่สด ไก่ถอนขน เป็นต้น และสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าชั้นสุดท้าย เช่น ไก่ปรุงรส ไก่ชิ้นแช่แข็ง เป็นต้น พบว่า ทั้งผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา และรัฐเคดาห์ส่วนใหญ่เลือกผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าชั้นกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของสัดส่วนจำนวนผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าชั้นสุดท้ายต่อสินค้าชั้นกลางพบว่า ผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์มีสัดส่วนของการขายสินค้าประเภทชั้นสุดท้ายต่อชั้นกลางสูงกว่าผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ทั้งนี้ สัดส่วนดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าทิศทางการค้าของผู้ประกอบการ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่ในรัฐเคดาห์ที่มีการมุ่งไปที่ประเภทสินค้าที่เป็นระดับของสินค้าชั้นสุดท้ายมากกว่าไทย ซึ่งอาจทำให้ได้เปรียบไทยในแง่ของมูลค่าการค้าที่ขายได้สูงกว่ามูลค่าการค้าของผู้ประกอบการในสงขลาที่มุ่งจำหน่ายสินค้าชั้นกลางเป็นหลัก

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลาและรัฐเคดาห์ จำแนกตามประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	สงขลา	รัฐเคดาห์	รวม
สินค้าชั้นกลาง	102	93	195
สินค้าชั้นสุดท้าย	18	27	45
รวม	120	120	240
สัดส่วน (ชั้นสุดท้าย/ชั้นกลาง)	0.18	0.29	0.23

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทอาหารฮาลาล เพื่อการค้าของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลา

ปัจจัยที่วิเคราะห์ ได้แก่ มูลค่าปัจจัยการผลิตที่ใช้ (VCTV) มูลค่าเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่ใช้ผลิต (EMPV) ระดับการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (INV) ราคาสินค้าประเภทชั้นกลาง (PR3V) ราคาสินค้าประเภทชั้นสุดท้าย (PR2V) โดยศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยดังกล่าว กับ ค่าลอการิทึมของโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่ผู้ประกอบการจะเลือกสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าชั้นสุดท้าย ($\ln\left(\frac{p(y=1)}{p(y=0)}\right)=Y'$) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทอาหาร ฮาลาลเพื่อการค้าของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ระดับการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (INV) ราคาสินค้าประเภทชั้นกลาง (PR3V) ราคาสินค้าประเภทชั้นสุดท้าย (PR2V) ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทอาหารฮาลาลเพื่อจำหน่ายของ SMEs ในจังหวัดสงขลา

Var	Coef.	Std.Err.	z	P> z
VCTV	-0.000010	0.000006	-1.75	0.08
EMPV	0.000142	0.000539	0.26	0.79
INV	-1.302557	0.614122	-2.12	0.03*
PR3V	-0.089040	0.021782	-4.09	0.00*
PR2V	0.020722	0.009481	2.19	0.03*
_cons	7.882823	2.866657	2.75	0.01*

หมายเหตุ* หมายถึง มีความสำคัญที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (INV) และ ปัจจัยด้านราคาของสินค้าชั้นกลาง (PR3V) มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาในการเลือกสินค้าชั้นสุดท้ายเพื่อผลิตและจำหน่ายในทิศทางตรงข้าม ขณะที่ปัจจัยด้านราคาของสินค้าชั้นสุดท้าย (PR2V) มีทิศทางของความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สะท้อนให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการ SMEs ฮาลาลประเภทไก่ในจังหวัดสงขลาเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เพิ่มขึ้น ก็มักจะนำเงินทุนที่ได้ไปขยายการผลิตในเชิงของปริมาณการผลิตสินค้าชั้นกลางมากกว่านำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงสินค้าให้เป็นรูปแบบของสินค้าชั้นสุดท้าย จึงนับเป็นปัญหาสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจ SMEs ดังนั้นการสนับสนุนเพียงด้านเงินทุนเพียงอย่างเดียวโดยปราศจากการสนับสนุนในเชิงของความรู้และแนวทางการพัฒนาธุรกิจ ก็จะไม่เกิดผลดีต่อการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

สำหรับปัจจัยด้านราคาสินค้าอาหารฮาลาลประเภทชั้นกลางและชั้นสุดท้ายนั้น พบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลายังคงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ดังนั้นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาหันมาพัฒนาธุรกิจโดยการผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทชั้นสุดท้ายมากขึ้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญด้านราคาด้วยเช่นกัน โดยต้องพยายามผลักดันให้ราคาสินค้าชั้นสุดท้ายในประเทศมีระดับราคาที่สูงกว่าราคาสินค้าชั้นกลางอย่างมีนัยสำคัญ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการลดการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่เป็นสินค้าชั้นกลางลง และหันมาผลิตและจำหน่ายสินค้าชั้นสุดท้ายมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดสากลต่อไป

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทอาหารฮาลาล เพื่อการค้าของธุรกิจ SMEs ในรัฐเคดาห์ จากการที่ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนซึ่งเคยมีอิทธิพลต่อการเลือกประเภทสินค้าชั้นสุดท้ายเพื่อจำหน่าย ในกรณีศึกษาเฉพาะในจังหวัดสงขลา กลับไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายอาหารฮาลาลประเภทสินค้าชั้นสุดท้ายของผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ สะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย ในเรื่องของการเงิน ซึ่งในปัจจุบันพบว่า ระดับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์อยู่ในระดับสูงกว่าประเทศไทย ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ดังนั้นจึงอาจเป็นเหตุให้ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทสินค้าเพื่อจำหน่ายของผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทอาหารฮาลาลเพื่อจำหน่ายของ SMEs ในรัฐเคดาห์

Var	Coef.	Std.Err.	z	P> z
VCTV	0.000001	0.000002	0.54	0.59
EPMV	-0.002928	0.002094	-1.40	0.16
INV	-0.507784	0.611632	-0.83	0.41
PR3V	-0.061309	0.012234	-5.01	0.00*
PR2V	0.012230	0.006566	1.86	0.06**
_cons	3.559772	2.563312	1.39	0.17

หมายเหตุ *, ** หมายถึง มีความสำคัญที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ

ผลการทดสอบในตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของสินค้าต่อการตัดสินใจเลือกประเภทสินค้าอาหารฮาลาลเพื่อจำหน่าย โดยพบว่า หากราคาของสินค้าชั้นกลางเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ผู้ประกอบการที่เลือกจำหน่ายอาหารฮาลาลประเภทชั้นสุดท้ายลดลง ในขณะที่หากราคาของสินค้าอาหารฮาลาลชั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลชั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามหลักทฤษฎีอุปทานในเศรษฐศาสตร์ (ชยันต์ ดันติวิสตาการ, 2552)

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทอาหารฮาลาลประเภทสินค้าขั้นสุดท้ายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในลำดับต้นๆ รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาสินค้าทั้งสองประเภท ในขณะที่ผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการเลือกประเภทสินค้าเพื่อจำหน่าย แต่กลับให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาของสินค้าทั้งที่เป็นราคาสินค้าขั้นกลางและขั้นสุดท้าย ดังนั้นเพื่อเป็นการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจต่อทั้งผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลในสงขลาและรัฐเคดาห์ ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัจจัยดังกล่าวเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ในปัจจุบันที่ผู้ประกอบการทั้งสองกำลังเผชิญ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทอาหารฮาลาล เพื่อการค้าของธุรกิจ SMEs ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลาและรัฐเคดาห์

การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ปัจจัยด้านราคาสินค้าขั้นกลางและขั้นสุดท้าย ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทอาหารฮาลาลขั้นสุดท้ายเพื่อการค้าของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลา และรัฐเคดาห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของระดับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนค่าเฉลี่ยของราคาสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าขั้นกลางไม่มีความแตกต่างกันระหว่างจังหวัดสงขลาและรัฐเคดาห์ ในขณะที่ราคาสินค้าอาหารฮาลาลประเภทสินค้าขั้นสุดท้ายในรัฐเคดาห์สูงกว่าจังหวัดสงขลาอย่างมีระดับนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์เลือกผลิตและจำหน่ายสินค้าขั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น ก็จะสามารถทำรายได้จากการขายสินค้าประเภทสินค้าขั้นสุดท้ายได้มากกว่าผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา เพราะระดับราคาของสินค้าขั้นสุดท้ายในประเทศมาเลเซียสูงกว่าในประเทศไทย ในขณะที่ระดับราคาสินค้าขั้นกลางไม่แตกต่างกันระหว่างสองประเทศ จึงส่งผลให้รายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลในรัฐเคดาห์สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการไทย สอดคล้องกับข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ประกอบการทั้งสอง จึงสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา มีความเสี่ยงเปรียบผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ในจุดนี้ หากยังคงมุ่งผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทขั้นกลางเป็นหลักเพียงอย่างเดียว

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุปการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของไทยมีความสำคัญต่อการเลือกประเภทอาหารฮาลาลขั้นสุดท้ายเพื่อจำหน่ายของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสงขลา ในขณะที่ปัจจัยดังกล่าวไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกประเภทสินค้าของผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์ ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของไทยยังคงเป็นปัญหาสำคัญ สอดคล้องกับกรณีปัญหาและอุปสรรคในพัฒนาศักยภาพธุรกิจ SMEs ในประเทศเม็กซิโก ซึ่งพบว่า ปัญหาที่สำคัญคือการขาดการสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนจากภาครัฐ (Garcia, 2009, pp. 372-398) นอกจากนี้ปัญหาที่ผู้ประกอบการยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างทั่วถึงแล้ว การให้การสนับสนุนด้านเงินทุนของภาครัฐเองยังขาดการวางแผนประกอบองค์ของการนำเงินลงทุนไปใช้ที่ชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการที่ได้รับเงินทุนสนับสนุนต่างนำไปใช้ในการขยายธุรกิจในแนวกว้าง คือขยายกำลังผลิตสินค้าเดิมซึ่งเป็นประเภทสินค้าขั้นกลางโดยส่วนใหญ่ แต่ไม่ได้นำไปลงทุนเพื่อขยายธุรกิจในแนวตั้งหรือปรับปรุงสินค้าให้มีความเป็นสินค้าขั้นสุดท้ายที่มีมูลค่าสูงกว่า ทำให้การส่งเสริมด้านเงินทุนของภาครัฐไม่เกิดผลต่อการพัฒนาธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลเท่าที่ควร

นอกจากนี้การที่ราคาของสินค้าขั้นสุดท้ายในจังหวัดสงขลา มีระดับต่ำกว่าในรัฐเคดาห์ ย่อมส่งผลให้ผู้ประกอบในจังหวัดสงขลาไม่มีความสนใจในการพัฒนาธุรกิจไปสู่การขายสินค้าที่เป็นสินค้า

ขั้นสุดท้าย เนื่องจากผลตอบแทนจากการขายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทขั้นสุดท้ายในพื้นที่ ไม่แตกต่างจากการขายประเภทชั้นกลางอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ประกอบการในรัฐเคดาห์มีแรงจูงใจจากราคาของสินค้าขั้นสุดท้ายที่สูงกว่าชั้นกลาง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงหันมาผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทขั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้นเพราะทำให้ได้รับรายได้จากการขายมากกว่าการขายสินค้าชั้นกลาง

ดังนั้นเพื่อเป็นการสนับสนุนและพัฒนาธุรกิจ SMEs ประเภทอาหารฮาลาลในจังหวัดสงขลา ภาครัฐ จึงควรให้ความสำคัญกับดำเนินนโยบายด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนกับธุรกิจ SMEs โดยมุ่งเน้นสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการที่มีความต้องการนำเงินไปลงทุนพัฒนาธุรกิจจากแบบที่ผลิตและจำหน่ายเพียงสินค้าอาหารฮาลาลประเภทชั้นกลาง เป็นธุรกิจที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาลประเภทขั้นสุดท้ายเป็นหลัก ในส่วนนี้จึงนับว่าเป็นผลการศึกษาที่สำคัญเนื่องจากหากพิจารณาผลการศึกษาของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2557) ซึ่งพบว่า ธุรกิจ SMEs ของประเทศไทยยังขาดการสนับสนุนจากทางภาครัฐโดยเฉพาะในเรื่องของการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ดังนั้นภาครัฐจึงควรดำเนินนโยบายให้การสนับสนุนเงินทุนแก่ธุรกิจ SMEs แต่จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า หากมีการสนับสนุนเงินทุนให้กับธุรกิจ SMEs อาหารฮาลาลประเภทไก่โดยไม่กำหนดเงื่อนไขของการนำเงินทุนไปใช้แล้วก็จะยิ่งทำให้ธุรกิจ SMEs ดังกล่าวนำไปขยายขนาดการผลิตสินค้าประเภทชั้นกลางแทนที่จะนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อปรับปรุงให้เป็นสินค้าขั้นสุดท้าย ดังนั้นรูปแบบของเงินทุนที่ภาครัฐควรสนับสนุนจึงจำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการนำเงินลงทุนไปใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าขั้นสุดท้ายที่ชัดเจนเสียก่อน จึงจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างแท้จริง และนอกจากการสนับสนุนด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของภาครัฐ SMEs ประเภทอาหารฮาลาลแล้ว การดูแลด้านราคาของสินค้าอาหารฮาลาลก็มีความสำคัญ โดยภาครัฐควรให้ความสำคัญกับราคาอาหารฮาลาลประเภทสินค้าขั้นสุดท้าย ให้เพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับสินค้าในต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการเกิดแรงจูงใจในการปรับปรุงแบบธุรกิจให้สามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทขั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น ซึ่งในระยะยาวแล้วเมื่อผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา หรือแม้กระทั่งผู้ประกอบการในไทยก็จะมีรายได้เพิ่มขึ้น นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจเพื่อทำการแข่งขันในตลาดสากลได้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทสินค้าอาหารฮาลาลระหว่างสินค้าชั้นกลางและขั้นสุดท้ายของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs พบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญในลำดับต้นๆ รองลงมาคือปัจจัยด้านของราคาสินค้าอาหารฮาลาล ทั้งนี้หากภาครัฐต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs พัฒนาธุรกิจของตนโดยการเพิ่มสัดส่วนสินค้าประเภทอาหารฮาลาลขั้นสุดท้ายมากขึ้นเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ของธุรกิจ ภาครัฐจำเป็นต้องสนับสนุนเงินทุนที่เน้นการลงทุนเพื่อการพัฒนาสินค้าขั้นสุดท้าย ทดแทนการสนับสนุนเงินทุนแบบเดิมที่ไม่ได้กำหนดกรอบการใช้เงินที่ชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น การเพิ่มวงเงินกู้ให้กับผู้ประกอบการที่ประสงค์ลงทุนขยายธุรกิจที่เป็นอาหารฮาลาลประเภทขั้นสุดท้าย เช่น ไก่ปรุงรสสำเร็จรูป ไก่แดดแห้งแช่แข็ง เป็นต้น

สำหรับในด้านของราคาสินค้าอาหารฮาลาลนั้น เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าให้เป็นแบบขั้นสุดท้ายเพิ่มขึ้น ภาครัฐจำเป็นต้องผลักดันให้กลไกราคาสินค้าอาหารฮาลาลแบบขั้นสุดท้ายขยับสูงขึ้น เช่นการขยายตลาดส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลประเภทขั้นสุดท้าย ในประเทศกลุ่มอาเซียน โดยเฉพาะ อินโดนีเซียและมาเลเซียที่มีความต้องการสินค้าดังกล่าวมาก และเนื่องจากการที่ราคาสินค้าอาหารฮาลาลประเภทขั้นสุดท้ายของไทยยังต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอย่างมาเลเซีย ทำให้สินค้าไทยย่อมได้เปรียบสินค้าของประเทศมาเลเซียในการแข่งขันในตลาดอาเซียน ดังนั้นในระยะยาวแล้วผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ไทยก็จะเริ่มปรับเปลี่ยนทิศทางการผลิตและจำหน่ายสินค้าเพียงชั้นกลางอย่างเดียว เป็นการผลิตและจำหน่ายสินค้าขั้นสุดท้ายมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้นตามมา ผู้ประกอบการก็จะสามารถแข่งขันในเวทีสากลได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาดำเนินการวิจัย ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่ตรงกับช่วงของเศรษฐกิจทั้งของประเทศไทยและเศรษฐกิจโลกชะลอตัว มีผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ประเภทอาหารฮาลาล ทั้งในประเทศไทยและประเทศมาเลเซียเอง ประสบภาวะปัญหาขาดทุนและปิดกิจการลงเป็นจำนวนมาก ทำให้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทำได้ลำบากเนื่องจากจำนวนของผู้ประกอบการมีน้อยและกระจายในหลายพื้นที่ ตลอดจนข้อจำกัดด้านประเภทของสินค้าฮาลาลที่มีความหลากหลายนอกจากสินค้าที่เป็นอาหาร ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจต่อยอดงานวิจัยขึ้นนี้โดยการขยายขอบเขตประเภทสินค้าฮาลาลที่ต้องการศึกษาให้ครอบคลุมประเภทสินค้าที่เป็นอาหาร และที่ไม่ใช่อาหารในช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะปกติ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการขยายขอบเขตองค์ความรู้ ด้านการพัฒนาศักยภาพธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในเวทีสากล เช่น การแข่งขันในตลาดอาเซียนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะวิทยาการจัดการ และ กองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา สำหรับการสนับสนุนทั้งด้านสถานที่ อุปกรณ์ และ เงินทุน ในการวิจัยครั้งนี้

บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์. (2559). สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย. สืบค้น 10 กันยายน 2559, จาก <http://www2.ops3.moc.go.th/>
- กรมการค้าต่างประเทศ. (2556). สถานการณ์การค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย ปี 2556 (มกราคม-เมษายน). สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://bts.dft.go.th/btsc/index.php/situationelse/situationmalaysia>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). ข้อมูลอุตสาหกรรมฮาลาล. สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://ditp.go.th/contents_attach/86032/86032.doc
- ชัยนต์ ตันติสวัสดิการ. (2552). เศรษฐศาสตร์จุลภาค: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัสยา ขุนทอง. (2556). การศึกษาการค้าชายแดนไทย – มาเลเซีย ผ่านด้านศุลกากรสะเดา อาเภอสะเดา และด้านศุลกากรปาดังเบซาร์ อาเภอสะเดา จังหวัดสงขลา (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). รายงานการศึกษาขั้นสุดท้ายบทวิเคราะห์ผลกระทบของประชคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- Charoenrat, T., Harvie, C., & Amornkitvikai Y. (2013). Thai manufacturing small and medium sized enterprise technical efficiency: Evidence from firm-level industrial census data. *Journal of Asian Economics*, 27, 42–56.
- Garcia., L. R. (2009). European Markets as Challenges or Opportunities for Mexican SMEs' Internationalization: A Critical Analysis of Globalization. *Perspectives on Global Development and Technology*, 8, 372-398.
- Rachmania, Ilma N., Rakhmania, M., & Setyaningsih S. (2012). Influencing Factors of Entrepreneurial Development in Indonesia. *Procedia Economics and Finance*, 4, 234–243.
- The ASEAN Secretariat. (2015). *ASEAN Economic Community Blueprint 2025*. Jakarta, Indonesia: Public Outreach and Civil Society Division.