



ISSN: 2821-9481(ONLINE)

วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัย
ราชภัฏสงขลา

ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2566

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCES
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY



SCAN NOW

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Journal of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ รุ่งเรือง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

กองบรรณาธิการภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ประมาณ เทพสงเคราะห์

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

รองศาสตราจารย์ ดร.บำรุง ศรีนวลปาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูนพล

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขขบท

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาพร ยางประยงค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ยีชะเด

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

กองจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านวิทยาการจัดการ

กำหนดเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน และกรกฎาคม - ธันวาคม)

การบอกรับและติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

160 หมู่ 4 ถ.กาญจนวนิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000

โทร.0-7426-0268

E-mail : mgt-journal@skru.ac.th

บทความที่ตีพิมพ์ทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องตามหลักวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
หนึ่ง ทัศนะและข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนและไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการเป็นวารสารที่เผยแพร่บทความทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มุ่งหวังที่จะเป็นสื่อกลางเผยแพร่บทความวิชาการ และบทความวิจัย ทางด้านเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม นิเทศศาสตร์ ผู้ประกอบการท้องถิ่น และศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2566) บทความที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์และเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ วารสารฉบับนี้มีการ นำเสนอบทความวิจัย จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเป็นบทความจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายสถาบันซึ่งมีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความและกองบรรณาธิการทุกท่านที่เสียสละ เวลาให้คำแนะนำชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขบทความทางวิชาการอันเป็นประโยชน์ทางวิชาการ สำหรับอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา ทำயสุดขอขอบคุณเจ้าของผลงานวิชาการทุกท่านที่ทำให้ วารสารฉบับนี้มีคุณค่าสามารถนำไปใช้อ้างอิงและใช้ประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ รุ่งเรือง
บรรณาธิการ

สารบัญ

1

แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล

Guidelines for developing the competitiveness of the Thai Halal restaurant business

สุชาดา คும்สลุด ภักธรพร ทิมแดง น้ำผึ้ง ไชว์พันธุ์ วรรณรัตน์ ศรีรัตน์ และอังคณา โสภารัตนกุล

Suchada Koomsalud Phattaraporn Timdang Namphueng Kwaipun Wannarat Sriratna and Angkana Soparattanakul

20

ความเหลื่อมล้ำของรายได้และปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือนกรณีศึกษา: ตำบลเกตรี อำเภอเมือง จังหวัดสตูล

*Income Inequality and Factors Affecting Household Income
A case study: Ketri Subdistrict, Mueang District, Satun Province*

สุระพรรณ จุลสุวรรณ วุฒิชัยอินทร์แก้ว และ ไชย มีหนองหว้า

Suraphan Julsuwan Wuttichai Inkaew and Chai Meenorngwari

36

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ

41

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล

Guidelines for developing the competitiveness of the Thai Halal Restaurant Business

สุชาดา คும்สลุด^{1*}, ภัทรพร ทิมแดง², น้ำผึ้ง ไชวพันธ์³, วรณรัตน์ ศรีรัตน์⁴ และอังคณา โสภารัตนกุล⁵
Suchada Koomsalud,^{1*} Phattaraporn Timdang², Namphueng Kwaipun³,
Wannarat Sriratna⁴ and Angkana Soparattanakul⁵

*Corresponding author, e-mail: suchada_koo@dusit.ac.th

Received 11/11/2023

Revised 03/12/2023

Accepted 06/12/2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล และ 2) กำหนดแนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) กับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยฮาลาล และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยฮาลาล จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล ในด้านสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาลในประเทศไทย รัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมสินค้าและผลิตผลการเกษตรมาตรฐานฮาลาล ธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลจะได้รับประโยชน์จากนโยบายของภาครัฐที่ให้ความสำคัญไปยังการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ ผู้บริโภคยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับอาหารฮาลาล และผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อสร้างประสิทธิภาพ และนำมาปรับใช้ในการจัดการร้านอาหารมากขึ้น ในด้านสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาล พบว่าจำนวนคู่แข่งรายใหม่ค่อนข้างน้อย การแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่สูง อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตมีน้อยจากการที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับซัพพลายเออร์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลเพิ่มมากขึ้น ผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองสูง รวมทั้งการมีสินค้าทดแทนจำนวนมาก และ 2) แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล ประกอบด้วย การพัฒนา

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย
Faculty of Management Science, Suan Dusit University, Bangkok, Thailand

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ การพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล

คำสำคัญ: ความสามารถทางการแข่งขัน ร้านอาหารไทยฮาลาล

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the business environment of the Thai Halal restaurant business and 2) to determine the guidelines for developing the competitiveness of the Thai Halal restaurant business. It is a mixed method which consists of qualitative research to collect data from structured interviews with 15 Thai Halal food business entrepreneurs and experts using purposive sampling. And analyzing the data using content analysis and quantitative research that data was collected using questionnaires from 400 Thai Halal food business entrepreneurs by purposive sampling and data analysis using descriptive statistics. The results showed that 1) the business environment of the Thai Halal restaurant business in terms of the environment of the Thai Halal restaurant industry in Thailand, the government policy was to promote agricultural products and products with Halal standards. The Thai Halal restaurant business will benefit from government policies that focus on stimulating consumer spending in the country. Consumers still misunderstand the meaning of Halal food and entrepreneurs use technology to create efficiency and apply it to more restaurant management. The competition in the Thai Halal restaurant industry found that the number of new competitors is relatively small. Rivalry Among Existing Firms is low. The bargaining power of suppliers is low too, due to the increasing number of businesses dealing with Halal-certified food. Buyers have high bargaining power. Including the availability of many substitute products and 2) guidelines for developing the competitiveness of the Thai Halal restaurant business, consisting of developing the personal characteristics of entrepreneurs developing business management abilities Both in terms of production, marketing, finance, and preparation for applying for Halal certification.

Keywords: *Competitiveness, Thai Halal Restaurant Business*

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมอาหารที่ไม่เพียงแต่ผู้บริโภคจะเป็นชาวมุสลิมเท่านั้น อาหารฮาลาลยังเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคโดยทั่วไปทั้งในด้านความน่าเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัย ความสะอาด ถูกหลักอนามัย เนื่องจากการดำเนินการผลิตอาหารฮาลาลต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามหลักแห่งศาสนาอิสลาม และการที่ผู้ประกอบการร้านอาหารจะได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลผู้ประกอบการจะต้องผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการฝ่ายกิจการอาหารฮาลาลของคณะกรรมการกลางแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการประจำจังหวัดต่าง ๆ และอนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถใช้เครื่องหมายฮาลาลลงบนฉลาก หรือผลิตภัณฑ์ สลาก หรือกิจการใด ๆ ของธุรกิจ จากข้อมูลของสถาบันมาตรฐานฮาลาล และคณะกรรมการกลางอิสลามฯ ผู้ประกอบการสินค้าอาหารฮาลาลในประเทศประมาณ 1.4 แสนราย ซึ่งในจำนวนนี้ประมาณร้อยละ 95 หรือกว่า 1.33 แสนราย ต่างก็ไม่ใช้ผู้ประกอบการมุสลิม (Export-Import Bank of Thailand, 2021) และข้อมูลจากศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลระบุว่า มีร้านอาหารกว่า 3,500 แห่งในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองว่าถูกหลักฮาลาล ซึ่งมีการเติบโตเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกันกับความต้องการในการบริโภคจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งจากการสำรวจสถานะทางสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพจิต ปี 2561 พบว่า ประชากรของประเทศไทยร้อยละ 5.4 นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งจากจำนวนประชากรประเทศไทยทั้งสิ้น 69.43 ล้านคน จะมีประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามถึง 3.7 ล้านคน (The National Statistical Office, 2018) รวมกับชาวมุสลิมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น ในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเดินทางมาท่องเที่ยวมากถึง 690,000 คน (Tourism Authority of Thailand, 2017)

แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของร้านอาหารฮาลาลในประเทศไทย ยังประสบปัญหาในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ ตามการศึกษาของคณะอนุกรรมการศึกษาแนวทางในการสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล ได้ทำการศึกษาปัญหาร้านอาหารฮาลาลในประเทศ พบว่า ปัญหาที่สำคัญคือ การขาดการเป็นผู้นำในการดำเนินการเรื่องฮาลาลอย่างเป็นรูปธรรมของประเทศ ภาครัฐขาดหน่วยงานรับผิดชอบหลักและขาดการเชื่อมโยงการพัฒนาฮาลาลทุกภาคส่วนให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องมีประสิทธิภาพ ขาดระบบการจัดการข้อมูลสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศ ภาครัฐขาดกฎหมายเฉพาะด้านฮาลาล และการคุ้มครองผู้บริโภคฮาลาลของประเทศ จึงส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นทั้งในตลาดโลกและตลาดภายในประเทศ รวมทั้งยังไม่มีกำหนดบทบาทที่ชัดเจน และการถ่วงดุลกันของหน่วยงานรับรอง (Certification Body : B) หน่วยงานตรวจสอบ (Accreditation : AB) และหน่วยงานสนับสนุน (Supporting Body) ที่จะทำให้การพัฒนาธุรกิจฮาลาลมีประสิทธิภาพมากขึ้นในทางปฏิบัติ รวมทั้งการรับรองและพัฒนามาตรฐานระบบรับรองฮาลาล ขาดแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกัน และขาดการปรับปรุงกฎหมายให้มีความเหมาะสมกับการเปิดการค้าเสรี หรือเพื่อกำหนดโทษอาญาแก่ผู้ละเมิดการรับรองฮาลาล รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารฮาลาลยังขาดความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของธุรกิจฮาลาล มาตรฐาน เครื่องหมายฮาลาลของประเทศ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และท้ายที่สุดผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับฮาลาลยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการกระบวนการผลิต การจัดการการตลาด การจัดการการเงิน และเทคโนโลยีที่

จะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ รวมถึงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยรวม (The Halal Standard Institute of Thailand, 2016)

การพัฒนาให้ธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ รวมถึงการมีผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าสนใจและมีศักยภาพในการเติบโต จึงถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อรองรับการขยายตัวของตลาด และการแข่งขันที่สูงขึ้นของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล งานวิจัยแนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล จึงมุ่งเน้นในการศึกษาสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาลในประเทศไทย การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาล สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยฮาลาล เพื่อนำมาวางแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้ในทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล
2. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล

การทบทวนวรรณกรรม

ฮาลาล

ฮาลาล (Halal) เป็นคำในภาษาอาหรับ มีความหมายว่าอนุมัติ เมื่อใช้กับศาสนาจึงหมายถึงสิ่งที่ศาสนาอนุมัติ เช่น อนุมัติให้กิน อนุมัติให้ดื่ม อนุมัติให้ใช้สอย เป็นต้น อาหารฮาลาล (Halal Food) จึงหมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ อาหารฮาลาลนับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมในการบริโภค ส่วนผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมหากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้ประโยชน์ต่อสุขภาพ เพราะอาหารฮาลาลมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งต้องห้าม (Haram) และมีคุณค่าทางอาหาร (Toyyib) ปัญหาสำคัญของประเทศไทยในการจัดการอาหารฮาลาล คือ ความไม่น่าเชื่อถือในด้านการผลิตและการตลาดที่มีต่อผู้บริโภคชาวมุสลิม ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นใจในเครื่องหมายรับรองฮาลาลของผลิตภัณฑ์จากประเทศไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ ดังนั้นกระบวนการกำกับดูแลการดำเนินงานของกิจการฮาลาลหรือผลิตภัณฑ์ฮาลาลจึงมีความสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค ปัญหาหลักสำคัญของการดำเนินธุรกิจฮาลาลในปัจจุบันก็คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักขาดความรู้เกี่ยวกับหลักการฮาลาล จึงไม่สามารถดำเนินงานตามแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องตามหลักการฮาลาลได้ (The Halal Standard Institute of Thailand, 2016; Aree, Kimsuksri, Dahlan, Aree & Usman, 2013)

แนวทางปฏิบัติตามหลักการฮาลาล จะประกอบไปด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ สิ่งสกปรก (น่ายิส) และการชำระล้างให้สะอาดตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ข้อพึงระวังเกี่ยวกับการทำความสะอาดโดยการชำระ

ล้าง สัตว์ พิษ และอาหารที่ห้ามนำมาบริโภค (ฮาลาล) กฎเกณฑ์การเชือดสัตว์ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ในประเด็นที่เกี่ยวกับ สัตว์ที่นำมาเชือด ผู้เชือด วิธีการเชือด และ อุปกรณ์การเชือดเป็นของมีคม (ยกเว้น เล็บ กระดุก) (The Halal Standard Institute of Thailand, 2016)

ข้อปฏิบัติสำหรับสถานประกอบการที่ขอรับรองฮาลาล จะต้องประกอบไปด้วยข้อปฏิบัติที่เกี่ยวกับสถานประกอบการ วัตถุประสงค์/ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ และการเก็บรักษา การล้างวัตถุดิบและน้ำที่ใช้ล้าง การล้างอุปกรณ์ในการผลิต สถานที่ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ พนักงาน การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์/การขนส่ง การจัดจำหน่าย และการให้บริการอาหารฮาลาล สำหรับร้านอาหาร หรือครัวอาหารฮาลาล (The Halal Standard Institute of Thailand, 2016)

ร้านอาหารฮาลาล

ปัจจุบันร้านอาหารฮาลาลที่ผู้ประกอบการเป็นมุสลิมมีเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่ร้านอาหารฮาลาลที่ผู้ประกอบการเป็นมุสลิมดังกล่าว ไม่ได้เข้าสู่ระบบการรับรองฮาลาลของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดและคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เพราะถือว่าเป็นการให้เครดิตกับความเป็นมุสลิมเป็นร้านอาหารฮาลาลโดยธรรมชาติ ต่อมาสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินโครงการรับรองร้านอาหารฮาลาลที่ผู้ประกอบการเป็นมุสลิม เข้าสู่การรับรองฮาลาลเพื่อเพิ่มมูลค่าและค่านิยมผ่านเครื่องหมายฮาลาลประเทศไทย โดยได้จัดทำมาตรฐานร้านอาหารที่ผู้ประกอบการเป็นมุสลิม เป็นมาตรฐานร้านอาหารฮาลาลในเชิงสมัครใจโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะยกระดับสถานประกอบการร้านอาหารของมุสลิมให้สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลามสร้างความมั่นใจในการบริโภคอาหารบริการดี มีคุณภาพ ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลอาหาร มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคตลอดจนมีความรับผิดชอบต่อสังคมและยังช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนร้านอาหารฮาลาลที่มีคุณภาพเพื่อช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศ (The Halal Standard Institute of Thailand, 2016)

ร้านอาหารที่จะยื่นขอรับรองฮาลาล จะต้อง ต้องเป็นสถานประกอบการร้านอาหารที่มีเฉพาะครัวฮาลาลเพียงอย่างเดียวที่มีการเตรียม/ปรุง อาหาร พร้อมเสิร์ฟอาหาร มีเอกสารรับรองหรือเอกสารจดทะเบียน ในการดำเนินการจากหน่วยงานราชการ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ/จังหวัด สำนักงานเข้าสรรพากรพื้นที่ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องอาหารฮาลาลเป็นอย่างดี หรือผ่านเกณฑ์การ อบรมการประกอบการอาหารฮาลาลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ผู้รับรองในเรื่องความรู้ ความเข้าใจในเรื่องอาหาร ฮาลาล คือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดหรือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และผู้ให้การอบรมต้องเป็นสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานที่สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยให้การรับรอง) การจัดซื้อ จัดส่งวัตถุดิบ ทุกขั้นตอนต้องไม่ปนเปื้อนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล (The Halal Standard Institute of Thailand, 2016)

โดยมาตรฐานฮาลาล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) มาตรฐานฮาลาลเป็นมาตรฐานบังคับ 5 องค์ประกอบ 2 เกณฑ์ 13 ตัวชี้วัด ร้านอาหารที่จะผ่านการประเมิน ต้องปฏิบัติตามหลักพื้นฐานฮาลาล (Halal Basic Standard) และ 2) มาตรฐานตอยยิบัน (สุขลักษณะ) เป็นมาตรฐานการส่งเสริม 11

องค์ประกอบ 35 เกณฑ์ 75 ตัวชี้วัด ในการประเมินร้านอาหารต้องมีและปฏิบัติ เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย ได้แก่ พระราชบัญญัติอาหาร พระราชบัญญัติควบคุมอาหาร พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พระราชบัญญัติป้องกันและระงับอัคคีภัย พระราชบัญญัติเทศกิจการประเมินตัวชี้วัดด้านตอยยิบัน (สุลักษณ์) สถานประกอบการร้านอาหารฮาลาลขนาดเล็ก (The Halal Standard Institute of Thailand, 2016)

ความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขันมีต้นกำเนิดมาจากคำภาษาละติน Competer ซึ่งหมายถึงการมีส่วนร่วมในการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อตลาด หรือที่เข้าใจโดยง่ายคือความสามารถในการแข่งขัน กลายเป็นชื่อของเกมในปัจจุบันเพื่ออธิบายความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรม หรือบริษัท ที่แข่งขันในตลาดโลกที่สินค้าและบริการ ผู้คน ทักษะ และความคิดเป็นไปอย่างเสรี (Murtha & Lenway, 1994)

ในขณะเดียวกัน ความสามารถในการแข่งขันว่าเป็นการอธิบายถึงความสามารถขององค์กร ภาค และประเทศในการสร้างรายได้ที่สูงขึ้นและระดับการจ้างงานที่ยั่งยืนเพื่อประโยชน์ของผู้ถือหุ้นในแต่ละช่วงเวลาในการแข่งขันระหว่างประเทศ ในขณะที่การแข่งขันสามารถมองได้หลากหลายมุมมองไม่ว่าจะเป็นมุมมองการแข่งขันในระดับประเทศ ระดับอุตสาหกรรม หรือระดับธุรกิจ หรือมุมมองความสามารถในการแข่งขันในประเด็นที่แข่งขัน เช่น คุณภาพ ประสิทธิภาพ กระบวนการ กลยุทธ์ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการศึกษา (Flanagan, Jewell, Ericsson, & Henricsson, 2005; Murtha & Lenway, 1994; Sanchez-Gutierrez, Gutierrez-Govea, Gaytan-Cortes & Garcia Jimenez, 2011)

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อกล่าวถึงความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ มักอยู่ในขอบเขตที่ภาคธุรกิจสามารถ (1) ตอบสนองความต้องการของลูกค้าจากการผสมผสานลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม เช่น ราคา คุณภาพ และนวัตกรรม (2) ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น การมีความปลอดภัยและความมั่นคงในงานของพนักงาน และ (3) การมีผลตอบแทนจากการลงทุนที่น่าพอใจและมีศักยภาพในการเติบโต (Daengs, Istanti, Negoro, & Sanusi, 2020; Momaya & Selby, 1998) รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ จากการศึกษาเปรียบเทียบในการแข่งขันจะสามารถทำให้ธุรกิจชนะคู่แข่ง และบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะสามารถเกิดจากความสามารถในการเจรจาต่อรอง ทั้งกับลูกค้า และผู้ขายปัจจัยการผลิต (Hayati, Jaelani, Sopian & Dewi, 2021)

การวัดความสามารถในการแข่งขันสามารถวัดจากปัจจัย 3 ประเภท ได้แก่ (1) ผลการดำเนินงานและประสิทธิภาพที่แท้จริงในการดำเนินงาน (2) การสร้างสินทรัพย์ และ (3) กระบวนการที่เปลี่ยนศักยภาพให้เป็นประสิทธิภาพ ซึ่งอาจใช้ตัววัดประเมินเชิงปริมาณ เช่น ต้นทุน รายได้ ความเร็ว อัตราส่วนทางการเงิน เป็นต้น (Ali & Anwar, 2021; Ajitabh & Momaya, 2004)

การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ทำให้ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อนของธุรกิจและคู่แข่งสำหรับใช้ในการวางแผนต่อไป ดังนั้น การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการแข่งขัน ธุรกิจสามารถพิจารณาได้จากโมเดลแรงกดดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ดังนี้ (Kotler & Keller, 2021)

1. อุปสรรคจากคู่แข่งรายใหม่ (Threats of New Entrants) มักจะขึ้นอยู่กับความยากง่ายในการเข้ามาของธุรกิจในตลาดนั้น ๆ ซึ่งข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคของผู้ที่เข้าสู่ตลาดใหม่จะต้องเผชิญ

ในประเด็นดังต่อไปนี้ ขนาดการผลิตที่ประหยัด ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การต้องการเงินทุน ต้นทุนการเปลี่ยนแปลง การจัดจำหน่าย

2. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers) โดยปกติผู้ขายปัจจัยการผลิตจะมีอำนาจในการต่อรองมาก เมื่อสินค้าของผู้ขายปัจจัยการผลิตไม่มีสินค้าทดแทน และบริษัทไม่ใช่ลูกค้ารายสำคัญของผู้ขายปัจจัยการผลิต

3. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Buyers) โดยทั่วไปผู้ซื้อจะมีอำนาจในการต่อรองมาก เมื่อผู้ซื้อเป็นลูกค้ารายใหญ่รายสำคัญที่ซื้อในปริมาณมาก และสินค้าที่ผู้ซื้อซื้อเป็นสินค้าที่เหมือนกันและมีมาตรฐานเดียวกันทั้งอุตสาหกรรม ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้จากบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม ตลอดจนสินค้าของบริษัทไม่ใช่สินค้าหลักของผู้ซื้อ เป็นเพียงสินค้าประกอบเท่านั้น

4. อุปสรรคจากสินค้าหรือบริการที่ใช้ทดแทนกัน (Threats of Substitute Products or Service) หากในอุตสาหกรรมมีสินค้าหรือบริการของบริษัทอื่นอยู่ด้วยนั้น ลูกค้าก็สามารถเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทอื่นมาทดแทนสินค้าหรือบริการของบริษัทได้ง่าย ซึ่งนับว่าเป็นอุปสรรคแก่บริษัท

5. ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Rivalry Among Existing Firms) หากมีการแข่งขันระหว่างบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมอย่างรุนแรง ย่อมสร้างอุปสรรคอย่างยิ่งให้แก่บริษัท

แนวคิดการวิเคราะห์อุตสาหกรรม สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ความเป็นไปได้สำหรับธุรกิจอาหารไทยฮาลาลว่ามีแนวโน้มของอุตสาหกรรมในประเด็นต่าง ๆ อย่างไร เพื่อที่ธุรกิจจะสามารถนำประเด็นในการวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจและการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต่อไป

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation)

การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งในด้านของการตลาดมูลค่าเพิ่ม คือ การพัฒนาสินค้าหรือบริการให้เกินความคาดหวังของผู้บริโภคหรือเป็นการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือจากการที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ และต้องทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อลูกค้า (Yakubu, Salamzadeh, Bouzari, Ebrahimi & Fekete-Farkas, 2022; Nilson, 1992) อีกทั้งการเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มหรือเสริมสิ่งใหม่ ๆ เข้าไป ควรมีความเกี่ยวข้องและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (De Chernatony, Harris & Riley, 2000) อาจกล่าวได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีผลทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงขึ้น แต่การเพิ่มมูลค่าจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ถึงประโยชน์มากขึ้น โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม คือความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาลูกค้ามากขึ้น เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการด้วยคุณภาพให้มีความสัมพันธ์กับราคาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจและตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ การเข้าถึงธุรกิจออนไลน์ การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกินความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นการเพิ่มสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ผู้บริโภคต้องการสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Yakubu, Salamzadeh, Bouzari, Ebrahimi & Fekete-Farkas, 2022)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาวิจัยทั้งในลักษณะเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาในแต่ละลักษณะ ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยฮาลาล จำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการอาหารฮาลาลและการตลาด จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นแบบเจาะจง จากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์เกี่ยวกับอาหารฮาลาล

2. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยฮาลาล ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งจะได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน รวมทั้งการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปรนั้น Hair, Matthews, Matthews & Sarstedt (2017) ได้ระบุไว้ว่าขนาดตัวอย่างไม่ควรน้อยกว่า 200 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 400 ตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน - กรกฎาคม 2565 โดยทำการเก็บข้อมูลใน 2 ลักษณะ ได้แก่ *ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการระดมความคิดเห็นโดยใช้การประชุมกลุ่ม (Focus Group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ในประเด็นเกี่ยวกับ แนวโน้มสถานการณ์อุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาล สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยฮาลาลด้านการจัดการ การผลิต การตลาด การเงิน และแนวทางพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยฮาลาล และ *ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ* ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสอบถาม จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านการจัดการ การผลิต การตลาด การเงิน และปัญหา อุปสรรคและความเสี่ยง รวมถึงแนวทางการแก้ปัญหาสำหรับธุรกิจร้านอาหารฮาลาล โดยสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 400 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้กระบวนการในการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ในการตีความ และดึงใจความสำคัญหรือประโยคที่เกี่ยวข้องมาทำการจัดกลุ่มข้อมูล เพื่อหาข้อสรุป จากเอกสารข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่ม และข้อมูลจากเทปบันทึกเสียงบทสนทนา มาจัดหมวดหมู่ เรียบเรียงตามประเด็นที่กำหนดไว้ ใช้การแจกแจงความถี่ของข้อมูลที่มีการตีความและจำแนกไว้แล้ว และใช้การนำเสนอข้อมูลในลักษณะของการสรุปประเด็นต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสรุปได้ ดังนี้

สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาลในประเทศไทย

1. **ด้านการเมืองและกฎหมาย** รัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมสินค้าและผลิตผลการเกษตรมาตรฐานฮาลาล โดยมีเป้าหมายให้ไทยเป็นประเทศผู้นำในการผลิต การแปรรูป การส่งออกและการพัฒนาสินค้าเกษตร และอาหารฮาลาลที่ได้รับความเชื่อมั่นในระดับสากล และเข้าสู่ตลาดโลกด้วยมาตรฐานฮาลาลไทย โดยใช้หลักศาสนา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ผ่านการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่กำหนดทั้งหมด 5 แนวทาง ได้แก่ (1) เพิ่มศักยภาพหน่วยงานรับรองมาตรฐานฮาลาล (2) สร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรและอาหาร ด้วยมาตรฐานฮาลาลไทย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (3) เสริมสร้างองค์ความรู้ในการผลิต และการบริหารจัดการตั้งแต่ระดับฟาร์มจนถึงผู้บริโภค (4) เพิ่มศักยภาพทางตลาดและโลจิสติกส์ (5) ยกกระดับความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

2. **ด้านเศรษฐกิจ** ธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลจะได้รับประโยชน์จากนโยบายของภาครัฐที่ให้ความสำคัญไปยังการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ

3. **ด้านสังคมและวัฒนธรรม** ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารฮาลาลของคนไทยหลายคนเป็นความเข้าใจที่ค่อนข้างแคบ ส่วนใหญ่รู้เพียงว่าอาหารฮาลาลเป็นอาหารที่มุสลิมบริโภคได้ อาหารที่ไม่มีส่วนผสมที่เป็นหมูและสุรา และมักจะเข้าใจว่าหมายถึงอาหารประเภทข้าวหมกไก่ แกงมัสมั่น แกงกุ่มหมา เท่านั้น ซึ่งความจริงแล้ว อาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่ศาสนาอิสลามอนุมัติให้บริโภคได้ ซึ่งตามระเบียบปฏิบัติที่สำคัญ จูฬาราชมนตรีได้ประกาศไว้ในปี 2538 ผลิตภัณท์ที่ไม่ฮาลาลหรือไม่อนุมัติให้บริโภคตามหลักศาสนา ประกอบด้วยสิ่งที่ ทำจากหมู หมูป่า สุนัข ลิง และงู สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีงเล็บและเขี้ยว (เช่น เสือ สิงโต หมี) นกล่าเหยื่อที่มีกรงเล็บ (เช่น นกอินทรี อีแร้ง) สัตว์มีพิษและนำเชื้อโรค (เช่น งู หนู ตะขาบ แมงป่อง) สัตว์ที่ศาสนาไม่อนุมัติให้ฆ่า (เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน) สัตว์ที่น่ารังเกียจ (เช่น เหา แมลงวัน หนอน) สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ (เช่น กบ เขียด จระเข้ ตะกวด เต่า ตะพาบน้ำ) ลาและสัตว์ที่มีลักษณะเดียวกัน สัตว์ที่ตายเอง ยกเว้น ตั๊กแตนและสัตว์น้ำที่ยังไม่เน่าเสีย สัตว์ที่ไม่ได้ตายโดยการถูกเชือดตามหลักศาสนาอิสลาม เลือด พืชที่มีพิษ และเป็นอันตรายทุกชนิด อาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ ทั้งนี้รวมถึงเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนประกอบที่สกปรก เป็นอันตราย เป็นพิษ หรือทำจากน้ำนมของสัตว์ที่ศาสนาอิสลามห้ามบริโภค ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องทำการสื่อสารให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารฮาลาลที่ถูกต้อง อีกทั้งผู้ประกอบการควรมีสื่อสารเรื่องความสะอาด ประโยชน์ต่อสุขภาพของอาหารที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดตามหลักฮาลาล

4. **ด้านเทคโนโลยี** ในปัจจุบันผู้ประกอบการต่างนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อสร้างประสิทธิภาพ และนำมาปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการในการจัดการร้านอาหาร ได้แก่ การติดตั้งแอปพลิเคชันไลน์ (Line) มีการสร้างไลน์กลุ่ม (Line Group) การประชุมทางไกลผ่านการวิดีโอคอล (Video Call) การใช้คิวอาร์โค้ด (Scan QR Code) ในการเลือกเมนูอาหารที่ต้องการ การใช้โปรแกรม POS (Point of Sale) เพื่อประหยัดเวลาและส่งผลในการกระบวนการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาล

1. *อุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งรายใหม่* อุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาล มีจำนวนคู่แข่งรายใหม่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานฮาลาล ต้องคำนึงถึงหลักการของศาสนาอิสลามหรือฮาลาล สำหรับร้านอาหารที่มีที่นั่งรับประทานได้จะมีข้อกำหนดเกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการร้าน พนักงาน จนถึงด้านสถานที่ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งมีข้อกำหนดหลายประการ ซึ่งส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง จากปัจจัยที่กล่าวมาทำให้เกิดขึ้นของคู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาลมีจำนวนน้อย

2. *ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม* ร้านอาหารไทยฮาลาลที่ได้รับรองมาตรฐานฮาลาลในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากการขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนจากภาครัฐ ขั้นตอนในการขอรับรองมาตรฐานมีหลายขั้นตอน ใช้ระยะค่อนข้างนาน รวมถึงมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง อีกทั้งในมุมมองของผู้ประกอบการร้านอาหารฮาลาลส่วนใหญ่มองคู่แข่งทางการค้าว่าเป็นเพื่อนร่วมอาชีพมากกว่าเป็นคู่แข่งกัน โดยในแต่ละร้านจะเน้นเอกลักษณ์ของตนเองที่สร้างความแตกต่างจากร้านอื่น

3. *อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์* ปัจจุบันธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่ได้รับการรับรองฮาลาลมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวัตถุดิบ เครื่องปรุงต่าง ๆ และธุรกิจที่แปรรูปอาหาร โรงงานผลิตวัตถุดิบประเภทเนื้อชนิดต่าง ๆ รวมถึงอาหาร ทะเล และโรงงานผลิตอาหารสำเร็จรูปที่มีวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป ทำให้สามารถหาซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ ได้ง่าย

4. *อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ* ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองสูง ในการที่จะเลือกเข้าไปใช้บริการร้านอาหารไทยฮาลาลที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ทั้งทางด้านอาหาร รสชาติ ราคา สถานที่ และการให้บริการต่าง ๆ อีกทั้งผู้ซื้อยังมีทางเลือกในร้านอาหารที่มุสลิมเป็นผู้ประกอบอาหาร ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน

5. *ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน* ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนมีสูง จากร้านอาหารที่ชาวมุสลิมเป็นผู้ประกอบอาหาร รวมถึงอาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูป รวมถึงวัตถุดิบต่าง ๆ ที่ใช้ในการประกอบอาหารเองซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลที่มีจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า

ผลการวิจัยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณสามารถสรุปได้ ดังนี้

สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยฮาลาล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยฮาลาล ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีข้อมูลส่วนบุคคล ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

| ข้อมูลส่วนบุคคล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------|------------|--------|
| เพศ | | |
| ชาย | 143 | 35.8 |
| หญิง | 257 | 64.2 |

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

| ข้อมูลส่วนบุคคล | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------|------------|--------|
| อายุ | | |
| น้อยกว่า 30 ปี | 19 | 4.8 |
| 31-40 ปี | 133 | 33.2 |
| 41-50 ปี | 138 | 34.5 |
| มากกว่า 50 ปี | 110 | 27.5 |
| ศาสนา | | |
| อิสลาม | 386 | 96.5 |
| พุทธ | 14 | 3.5 |
| เงินลงทุนในกิจการ | | |
| น้อยกว่า 100,000 บาท | 226 | 56.5 |
| มากกว่า 100,000 บาท | 174 | 43.5 |
| ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ | | |
| น้อยกว่า 5 ปี | 87 | 21.8 |
| 5-10 ปี | 140 | 35.0 |
| 11-15 ปี | 63 | 15.7 |
| มากกว่า 15 ปีขึ้นไป | 110 | 27.5 |
| การรับรองตราฮาลาล | | |
| ได้รับรองตราฮาลาล | 197 | 49.3 |
| ไม่ได้รับรองตราฮาลาล | 203 | 50.7 |
| รวม | 400 | 100.0 |

สามารถสรุปสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยฮาลาล ได้ดังนี้

1. **ด้านการรับรองมาตรฐานฮาลาล** ผู้ประกอบการที่นับถือศาสนาอิสลามส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการมีมาตรฐานฮาลาล ซึ่งอาจเป็นสาเหตุจากการที่มุสลิมจะมีความเชื่อมั่นในการรับประทานอาหารที่ผู้ประกอบการที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นเจ้าของ โดยไม่คำนึงถึงว่าจะได้รับมาตรฐานหรือไม่ก็ตาม แต่อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายทั้งในด้านการตรวจติดตามและการขอรับรองมาตรฐานยังมีต้นทุนที่สูงอยู่ รวมทั้งมาตรฐานที่จะต้องผ่านทั้งในด้านการจัดการวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง และด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ให้เป็นไปตามหลักมาตรฐานฮาลาล ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการส่วนหนึ่งยังไม่สามารถผ่านเกณฑ์การประเมินได้ รวมทั้งเกณฑ์หนึ่งที่จะต้องให้มีมุสลิมอย่างน้อย 1 คน เป็นพนักงานอยู่ในธุรกิจก็เป็นส่วนสำคัญที่เป็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการที่มีผู้นับถือศาสนาอิสลาม

2. **ด้านการจัดการ** การจัดการองค์กรในร้านอาหารไทยฮาลาล มีการแบ่งหน้าที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ฝ่ายครัว ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายบริการ ฝ่ายรับชำระเงิน และฝ่ายทำความสะอาด ซึ่งต้องมีการกำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบที่ชัดเจน รวมถึงอัตราค่าตอบแทนในการปฏิบัติงาน สวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงวิธีการปฏิบัติตามหลักศาสนา ในการจัดการวันและเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงานให้เหมาะสม และเกิดความเท่าเทียมกันระหว่างพนักงานที่ต่างศาสนากัน การอบรมส่วนใหญ่จัดทำโดยเจ้าของและหัวหน้างาน ในลักษณะของการอบรม บุคลิกภาพ การสื่อสารกับลูกค้า การจัดการในตำแหน่งของตน การรักษาความสะอาด การรู้จักเมนู และส่วนประกอบของเมนู ตลอดจนการอบรมความรู้ในเรื่องวัฒนธรรม ประเพณี ข้อปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล และในการอบรมเพื่อสร้างทักษะ และความชำนาญเฉพาะตำแหน่ง เช่น เชฟ ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการส่งไปอบรมยังหน่วยงานเฉพาะทาง

3. *ด้านการผลิต* การดำเนินงานร้านอาหารไทยฮาลาล ให้ความสำคัญกับการจัดการระบบการผลิตและการบริการ ให้มีความคุ้มค่า และเกิดประสิทธิภาพ ตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบ โดยการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ขายปัจจัยการผลิต เนื่องจากปัจจัยการผลิตทั้งหมดต้องได้รับมาตรฐานฮาลาล ต้องมีคุณภาพ และปริมาณที่เพียงพอในการดำเนินการ มีการคัดเลือกวัตถุดิบที่ยังจะต้องมีความสดใหม่ มีกระบวนการทำความสะอาด จัดเก็บอย่างถูกต้อง และมีการจัดการอย่างเหมาะสมตามหลักศาสนาอิสลาม และตามมาตรฐานฮาลาล รวมถึง การนำโปรแกรมสำเร็จรูปหรือ POS (Point of Sale) ในการรับคำสั่งซื้อ ตรวจสอบยอดขาย ตรวจสอบสินค้าคงเหลือ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา และเป็นปัจจุบัน รวมถึงการใช้อุปกรณ์ที่มีความทันสมัย เช่น เครื่องล้างจานอัตโนมัติ ลิฟต์ที่ใช้ขนย้ายอาหาร เครื่องทำซูวี (Sous Vide) เครื่องอบ โดยการใช้ไอน้ำ เครื่องสไลด์เนื้อ เครื่องปิดผนึกสุญญากาศ เป็นต้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

4. *ด้านการตลาด* ร้านอาหารฮาลาลมีหลากหลายประเภท ได้แก่ อาหารอินเดีย อาหารไทย อาหารยุโรป โดยจะให้ความสำคัญในการคัดเลือกวัตถุดิบ การเตรียมอาหาร การแปรรูปอาหาร การเก็บรักษาให้เป็นไปตามหลักการของศาสนาหรือฮาลาล โดยต้องเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ที่เป็นไปตามความต้องการของร้านอาหารฮาลาลและมีความสดใหม่ อีกทั้งยังใส่ใจวิธีการล้างและการจัดเก็บวัตถุดิบที่เป็นไปเพื่อคงความสด สะอาดซึ่งส่งผลต่อคุณภาพอาหารด้านรสชาติ และยังเป็นการรักษามาตรฐานรสชาติ อาหารให้คงที่ สิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าและนำไปสู่การกลับมาใช้ บริการซ้ำของลูกค้าได้ในที่สุด ส่วนใหญ่ใช้การตั้งราคาโดยวิเคราะห์ถึงต้นทุน ซึ่งต้นทุนที่สำคัญ ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ การบริหารจัดการ ค่าเช่าสถานที่ และค่าของเสียที่เกิดขึ้นจากของสดที่มีอายุจำกัดในการเก็บรักษา ร้านอาหารไทยฮาลาลส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในย่านชุมชนมุสลิม และไม่แตกต่างจากร้านอาหารโดยทั่วไป กล่าวคือ ที่ตั้งที่ดีมักอยู่ติดถนน อยู่กลางเมือง มีที่จอดรถ มีความสะดวกในการเข้าถึง รวมถึงมีจำหน่ายผ่านผู้ให้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ (Food Delivery) การส่งเสริมการตลาด การตลาดผ่านสื่อออนไลน์ มีความนิยมมากยิ่งขึ้น เนื่องมาจากการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น มีต้นทุนไม่สูง ซึ่งช่องทางออนไลน์ที่นิยมกัน ได้แก่ Facebook, Instagram, Line OA, TikTok และ Website ซึ่งช่องทางออนไลน์ดังกล่าวควรมีผู้ดูแล โดยเฉพาะ โดยอาจเป็นผู้ประกอบการ ผู้จัดการ หรือพนักงาน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันต่อความต้องการ นอกเหนือจากการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ การใช้สื่อออฟไลน์ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร ก็ยังเป็นสื่อหนึ่งที่ผู้ประกอบการใช้ โดยจะเป็นทั้งการโฆษณาร้าน และการนำเสนอคุณภาพของ

เมนูที่มาจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สื่อที่เริ่มมีความสนใจมากยิ่งขึ้น คือการรีวิวผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามายังร้าน

5. **ด้านการเงิน** ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยฮาลาลมักจะคำนึงถึงการจัดการเงินทุนในการดำเนินงานให้สอดคล้องตามหลักศาสนาอิสลาม โดยมีเกณฑ์หลักสำคัญในการห้ามคิดดอกเบี้ย กำไรและขาดทุนต้องนำมาแบ่งปันรับผิดชอบโดยผู้จัดหาทุนมาให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ และธุรกรรมต่าง ๆ จะต้องไม่สินทรัพย์ที่เป็นวัตถุหรือทรัพย์สินที่ต้องได้รอนรับเป็นหลักประกัน และประการสุดท้าย ห้ามสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจที่ละเมิดหรือฝ่าฝืนกฎแห่งการประพฤติดุปฏิบัติทางศาสนาอิสลาม (เช่นเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์ การพนัน หรือฟาร์มเลี้ยงหมู เป็นต้น)

สถานการณ์ปัญหาและข้อจำกัดในการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล

1. **การขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุน** ภาครัฐขาดหน่วยงานรับผิดชอบหลักและเชื่อมโยงการพัฒนาให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องมีประสิทธิภาพ ทั้งการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนธุรกิจร้านอาหารไทย และหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบหลักในการดำเนินการเรื่องฮาลาลอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงขาดระบบการจัดเก็บข้อมูลสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศ

2. **การไม่สามารถขอการรับรองมาตรฐานฮาลาล** ร้านอาหารไทยฮาลาลส่วนใหญ่ไม่ขอรับรองมาตรฐานฮาลาล เนื่องจากปัญหาของข้อกำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาล การไม่สามารถหาคนที่นับถืออิสลามมาดูแลร้านอาหาร และขาดการควบคุมวัตถุดิบและรสชาติตามสูตรอาหาร

3. **การขาดเงินทุนหมุนเวียนของกิจการ** เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่ไม่สามารถจำหน่ายอาหาร บางรายต้องปิดกิจการ ส่วนที่เหลือจะปรับตัวในการจำหน่ายช่องทางออนไลน์การจัดส่งสินค้า (Delivery) และผ่านผู้ให้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. **ด้านการพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ** ควรคำนึงถึงคุณลักษณะทั้งทางด้านภาวะผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ การมีวิสัยทัศน์ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน การมีความคิดสร้างสรรค์ และการมีความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ

2. **ด้านการพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการร้านอาหารไทยฮาลาล** ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต ทั้งทางด้านความสามารถในการผลิต ความสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ตามความต้องการ และความสามารถในการบริหารคน การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด โดยการพัฒนาเมนูสินค้าและบริการที่สามารถแข่งขันได้ มีการส่งเสริมการตลาดที่เน้นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล เช่น คุณภาพอาหาร สุขอนามัย ความปลอดภัย และแหล่งที่มาของฮาลาล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการโน้มน้าวให้ลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการยังร้านอาหารที่ได้รับการรับรองฮาลาล และการพัฒนาศักยภาพด้านการเงิน ในด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความสามารถในการชำระหนี้ และความสามารถในการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินงาน

3. **ด้านการเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล** ทั้งในด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยที่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในการเตรียมอาหารฮาลาล การเตรียมความพร้อมในการตรวจสอบสถานประกอบการเป็นระยะ ๆ

โดยสามารถวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลโดยจำแนกตามขนาดของธุรกิจ และการได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลโดยจำแนกตามขนาดของธุรกิจ และการได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล

| | ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล | ยังไม่ได้ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล |
|--|--|--|
| เงินลงทุน ในกิจการ มากกว่า 100,000 บาท | <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาทักษะในการบริหารคน และการจัดการระบบสวัสดิการ - การส่งเสริมการตลาดที่เน้นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล - ทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ในลักษณะของการออกงานแสดงต่าง ๆ งาน event เปิด kiosk ใหม่ ๆ - การพัฒนาเมนูสินค้าและการบริการที่สามารถแข่งขันในตลาดวงกว้างได้ - การขยายธุรกิจให้ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการขยายตลาดใหม่ เช่น การส่งออก - การเตรียมความพร้อมในการตรวจสอบสถานประกอบการเป็นระยะ ๆ | <ul style="list-style-type: none"> - การจัดระบบความพร้อมในการเข้าสู่ฮาลาล - การมอบหมายพนักงานรับผิดชอบรวมถึงการมีที่ปรึกษาเพื่อเข้าสู่การขอรับรองมาตรฐานฮาลาล - สร้างความสัมพันธ์กับ supplier เพื่อรองรับการขยายตลาดในอนาคต - การทำความเข้าใจระเบียบ และเกณฑ์ในการปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล การเตรียมความพร้อมด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยที่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในการเตรียมอาหารฮาลาล |
| เงินลงทุน ในกิจการ น้อยกว่า 100,000 บาท | <ul style="list-style-type: none"> - ควบคุมต้นทุน - การพัฒนาเมนูอาหารไทยฮาลาล - ส่งเสริมการตลาด ในลักษณะการจัดส่งสินค้า (Delivery) - การเตรียมความพร้อมในการตรวจสอบสถานประกอบการเป็นระยะ ๆ | <ul style="list-style-type: none"> - การทำความเข้าใจระเบียบ และเกณฑ์ในการปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล การเตรียมความพร้อมด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยที่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในการเตรียมอาหารฮาลาล - การจัดระบบเอกสารเพื่อความพร้อมในการเข้าสู่ฮาลาล - การวางแผนการจัดการวัตถุดิบ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต (Supplier) - การพัฒนาเมนูอาหารไทยฮาลาล - ส่งเสริมการตลาด ในลักษณะการจัดส่งสินค้า (Delivery) |

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล

ภาครัฐมีนโยบายการส่งเสริมสินค้าและผลิตผลการเกษตรมาตรฐานฮาลาล รวมถึงธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลจะได้รับประโยชน์จากนโยบายของภาครัฐที่ให้ความสำคัญไปยังการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ รวมถึง ผู้ประกอบการต่างนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อสร้างประสิทธิภาพ และนำมาปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการในการจัดการร้านอาหาร ได้แก่ การติดตั้งแอปพลิเคชันไลน์ มีการสร้างไลน์กลุ่ม การประชุมทางไกลผ่านวิดีโอคอล การใช้คิวอาร์โค้ด ในการเลือกเมนูอาหารที่ต้องการ การใช้โปรแกรม POS เพื่อประหยัดเวลาและส่งผลในการกระบวนการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงต้องทำการสื่อสารให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารฮาลาลที่ถูกต้อง อีกทั้งผู้ประกอบการควรมีสื่อสารเรื่องความสะอาด ประโยชน์ต่อสุขภาพของอาหารที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดตามหลักฮาลาล ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewnui (2019) ที่ว่าภาครัฐควรมีกลไกและมาตรการในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาล

สถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาล

อุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาล มีจำนวนคู่แข่งรายใหม่ค่อนข้างน้อย เนื่องจากการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานฮาลาล มีข้อกำหนดหลายประการ ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง จากปัจจัยที่กล่าวมาทำให้เกิดขึ้นของคู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยฮาลาลมีจำนวนน้อย แต่อย่างไรก็ตาม ร้านอาหารไทยฮาลาลที่ได้รับรองมาตรฐานฮาลาลในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากการขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนจากภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saengsri (2023) ที่ว่าการดำเนินงานภายในประเทศยังติดขัดอยู่ในหลายประการทำให้โอกาสที่จะขยายตัวของระบบธุรกิจฮาลาลลดน้อยลง โดยในแต่ละร้านจะเน้นเอกลักษณ์ของตนเองที่สร้างความแตกต่างจากร้านอื่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่ได้รับการรับรองฮาลาลเพิ่มมากขึ้น ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวกับการผลิตวัตถุดิบ เครื่องปรุงต่าง ๆ และธุรกิจที่แปรรูปอาหาร โรงงานผลิตวัตถุดิบประเภทเนื้อชนิดต่าง ๆ รวมถึงอาหาร ทะเล และโรงงานผลิตอาหารสำเร็จรูปที่มีวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป ทำให้สามารถหาซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ ได้ง่าย ผู้ซื้อที่มีอำนาจต่อรองสูง ในการที่จะเลือกเข้าไปใช้บริการร้านอาหารไทยฮาลาลที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง อีกทั้งผู้ซื้อยังมีทางเลือกในร้านอาหารที่มุสลิมเป็นผู้ประกอบอาหาร รวมถึงอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลที่มีจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทนมีสูง

แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล ประกอบด้วย

ด้านการพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ควรคำนึงถึงคุณลักษณะทั้งทางด้านภาวะผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ การมีวิสัยทัศน์ มีเป้าหมายในการดำเนินงาน การมีความคิดสร้างสรรค์ และการมีความรู้ในด้านการบริหารจัดการธุรกิจ

ด้านการพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการร้านอาหารไทยฮาลาล โดยในการผลิตควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต ทั้งทางด้านความสามารถในการผลิต ความสามารถจัดหา

วัตถุประสงค์ได้ตามความต้องการ และความสามารถในการบริหารคน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Singtanasarn (2019) ว่าแนวทางสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญขององค์กรได้แก่ (1) ทักษะ ความชำนาญของบุคลากรภายในองค์กร (2) การจูงใจบุคลากรภายในองค์กรให้ทำงานด้วยความเต็มใจ (3) วัฒนธรรมการทำงาน ที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการ (4) การพัฒนาและการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับผู้จัดหาวัตถุดิบและลูกค้า ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewnui (2019) ที่ว่าการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการควรมีการควบคุมเพื่อให้กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการบริการถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม และข้อกำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาล ด้านการตลาด ควรมีการพัฒนาเมนูสินค้าและบริการที่สามารถแข่งขันได้ มีการส่งเสริมการตลาดที่เน้นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล เช่น คุณภาพอาหาร สุขอนามัย ความปลอดภัย และแหล่งที่มาของฮาลาล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการโน้มน้าวให้ลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการยังร้านอาหารที่ได้รับการรับรองฮาลาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Banmonta (2020) ที่ว่าการเพิ่มคุณค่าให้กับอาหารฮาลาล ประกอบด้วย 1) ภูมิปัญญาในการนำสูตรและรสชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ 2) การสร้างเรื่องราวโดยการนำเสนอให้เห็นถึงความยึดมั่นตามหลักศาสนาในการรักษาคุณภาพฮาลาล 3) ความคิดสร้างสรรค์โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจและ 4) การวิจัยและพัฒนาอาหารฮาลาลให้มีรายการอาหารใหม่ ๆ และการแปรรูปอาหารให้มีระยะเวลาการจัดเก็บให้นาน และด้านการเงิน ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความสามารถในการชำระหนี้ และความสามารถในการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ali and Anwar (2021) ที่ว่าธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการจัดการต้นทุนเพื่อให้สามารถทำกำไรได้ เพื่อเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด

ด้านการเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล ทั้งในด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยที่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในการเตรียมอาหารฮาลาล การเตรียมความพร้อมในการตรวจสอบสถานประกอบการเป็นระยะ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewnui (2019) และ Kamonnarakit, Warunsukasiri & Pooripakdee (2017) ที่ว่าผู้ประกอบการควรมีการให้ความสำคัญกับรายละเอียดเกี่ยวกับระบบและขั้นตอนต่าง ๆ ในการขอรับรอง สำหรับแนวทางการเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลของธุรกิจที่มีเงินลงทุนในกิจการมากกว่า 100,000 บาท ควรให้ความสำคัญกับการจัดระบบความพร้อมในการเข้าสู่ฮาลาล การมอบหมายพนักงานรับผิดชอบรวมถึงการมีที่ปรึกษาเพื่อเข้าสู่การขอรับรองมาตรฐานฮาลาล สร้างความสัมพันธ์กับ supplier เพื่อรองรับการขยายตลาดในอนาคต ในขณะที่ธุรกิจที่มีเงินลงทุนในกิจการ น้อยกว่า 100,000 บาท ควรเตรียมความพร้อมด้านสุขอนามัย การจัดระบบเอกสาร การวางแผนการจัดการวัตถุดิบ การพัฒนาเมนูอาหารไทยฮาลาล และการส่งเสริมการตลาดในลักษณะการจัดส่งสินค้า (Delivery) เพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการพัฒนาต้นแบบผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลที่มีศักยภาพในการแข่งขัน และนำแนวทางในการพัฒนามากำหนดระบบกลไกในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลให้แก่หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ เพื่อประสิทธิภาพในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลให้มีความสามารถในการแข่งขัน

2. ควรมีการปรับปรุงกระบวนการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลให้มีขั้นตอนที่ยุ่งยากน้อยลง และเพิ่มระยะเวลาการรับรองมาตรฐานให้ยาวขึ้น รวมถึงการลดค่าใช้จ่ายในการขอรับรองมาตรฐาน เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลขอรับการรับรองมากขึ้น

3. ควรมีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ การยอมรับ และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักฮาลาลให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาล เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยฮาลาลเห็นถึงความสำคัญ และเข้าสู่ระบบการขอรับมาตรฐานฮาลาลมากขึ้น

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะผู้ประกอบการอาหารไทยฮาลาลในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ซึ่งในปัจจุบันอาหารไทยฮาลาลเป็นที่รู้จัก และขยายผลไปทั่วประเทศ จึงเป็นข้อเสนอแนะในการขยายผลการวิจัยให้ได้ผลในภาพกว้างของทั้งประเทศ

2. งานวิจัยนี้ มุ่งเน้นในการศึกษาผู้ประกอบการร้านอาหารไทยฮาลาลในลักษณะของการค้าปลีกเป็นหลัก จึงสามารถขยายผลไปสู่อุตสาหกรรมอาหารไทยฮาลาลตลอดห่วงโซ่อุปทานได้

References

- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Porter's Generic Competitive Strategies and its influence on the Competitive Advantage. Ali, BJ, & Anwar, G.(2021). Porter's Generic Competitive Strategies and its influence on the Competitive Advantage. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 7(6), 42-51.
- Ajitabh, A., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of firms: review of theory, frameworks and models. *Singapore management review*, 26(1), 45-61.
- Aree, S., Kimsuksri J., Dahlan, W., Aree, M., & usman, P. (2013). *Halal Food Business Opportunities and Approach to Access Indonesian Market*. Bangkok: Muslim Studies Center Chulalongkorn University.
- Banmonta, C. (2020). Value Adding Strategy in Halal Food. *Journal of Industrial Business Administration*. 2(1), 21-34.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.
- Daengs, G. S., Istanti, E., Negoro, R. M., & Sanusi, R. (2020). The aftermath of management actions on competitive advantage through process attributes at food and beverage industries export import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9, 1418-1425.
- De Chernatony, L., Harris, F., & Riley, F. D. O. (2000). Added value: its nature, roles and sustainability. *European Journal of marketing*. 34(1/2), 39-56.

- Export-Import Bank of Thailand. (2021). *Penetrating the Halal food market Amidst the COVID-19 outbreak*. Bangkok: Export-Import Bank of Thailand.
- Flanagan, R., Jewell, C., Ericsson, S., & Henricsson, P. (2005). *Measuring competitiveness in selected countries*. UK: The University of Reading.
- Hair, Jr. J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123.
- Hayati, N., Jaelani, E., Sopian, D., & Dewi, I. P. (2021). Analysis of Competitive Strategy to Create Sustainable Competitive Advantages Seen From the Nine Factor Model and Bacos Treacy Model. *Journal of Physics: Conference Series*, 1764(1), 012053.
- Kaewnui, N. (2019). *Restaurant management under certified Halal food standard in three southern border provinces of Thailand*. (Doctor of Philosophy Dissertation). Bangkok: Siam University.
- Kamonnarakit, J., Warunsukasiri, R., & Pooripakdee, S. (2017, July). *The Guidelines for Developing Thai Tourist Halal-Food Restaurants in Hadyai District, Songkhla Province*. In 3rd TECHCON 2017, Siam Technology College, Bangkok, Thailand.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management (15th global edition)*. Pearson Education Limited.
- Momaya, K., & Selby, K. (1998). International competitiveness of the Canadian construction industry: a comparison with Japan and the United States. *Canadian journal of civil engineering*, 25(4), 640-652.
- Murtha, T. P., & Lenway, S. A. (1994). Country capabilities and the strategic state: How national political institutions affect multinational corporations' strategies. *Strategic management journal*, 15(S2), 113-129.
- Nilson, T. H. (1992). *Value-added marketing: marketing management for superior results*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Saengsri, N. (2023). Halal Business System: Food, Logistic, Tourism and Finance. *Journal of Srinakharinwirot Research and Development (Journal of Humanities and Social Sciences)*, 15(29), 1-13.
- Sanchez-Gutierrez, J., Gutierrez-Govea, A., Gaytan-Cortes, J., & Garcia Jimenez, E. (2011). Corporate social responsibility and competitiveness in the restaurant industry in Guadalajara. *In Competition Forum*. 9(1), 137-143.

- Singtanasarn P. (2019). Increasing the competitiveness of the canned food export business and dried food export business in Thailand using the resource-based theory. *Journal of Economics and Management Strategy*, 6(1), 103-120.
- The Halal Standard Institute of Thailand. (2016). *The certify of Halal restaurants owned by Muslim entrepreneurs to Halal certification for increased value and popularity through the Halal Thailand Mark Project*. Bangkok: The Halal Standard Institute of Thailand.
- The National Statistical Office. (2018). *The survey on conditions of society, and culture and mental health (Thai Happiness)*. Bangkok: The National Statistical Office. (In Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2017). *Summary of tourist situations. In the travel brochure*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Yakubu, B. N., Salamzadeh, A., Bouzari, P., Ebrahimi, P., & Fekete-Farkas, M. (2022). Identifying the key factors of sustainable entrepreneurship in the Nigerian food industry: The role of media availability. *Entrepreneurial Business & Economics Review*, 10(2). 148-162.

ความเหลื่อมล้ำของรายได้และปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือน

กรณีศึกษา: ตำบลเกตรี อำเภอเมือง จังหวัดสตูล

Income Inequality and Factors Affecting Household Income

A case study: Ketri Subdistrict, Mueang District, Satun Province

สุระพรรณ จุลสุวรรณ^{1*} วุฒิชัย อินทร์แก้ว² และไชย มีหนองหว้า³

Surapan Junsuwan^{1*} Wuttichai Inkaew² and Chai Meenongwari³

*Corresponding author, e-mail: surapan.ju@skru.ac.th

Received 01/11/2023

Revised 12/12/2023

Accepted 14/12/2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาความเหลื่อมล้ำรายได้ของครัวเรือน และ (2) เพื่อเปรียบเทียบรายได้ของครัวเรือนจำแนกตามลักษณะเฉพาะของครัวเรือนในตำบลเกตรี อำเภอเมือง จังหวัดสตูล โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งมหาวิทยาลัยที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ปี พ.ศ. 2562-2564 จำนวนครัวเรือนตัวอย่าง 347 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการเปรียบเทียบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว โดยใช้สถิติ t-test และ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) การกระจายรายได้โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินีมีค่าเท่ากับ 0.36 สรุปได้ว่าครัวเรือนตัวอย่างในตำบลเกตรีมีการกระจายรายได้ที่ สัดส่วนประชากรร้อยละ 40 ล่างต่อประชากรร้อยละ 10 บน (Income Share for bottom 40% and top 10%) มีค่าเท่ากับ 0.71 แสดงให้เห็นว่าครัวเรือนในตำบลเกตรีมีความเสมอภาคด้านรายได้ค่อนข้างสูง และ (2) ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน อายุของหัวหน้าครัวเรือน อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ที่

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรเศรษฐศาสตร์ (พัฒนาธุรกิจ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Lecturer, Department of Economics (Business Development), Faculty of Management Sciences, Rajabhat Songkhla University

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

Lecturer, Department of Business Computer, Faculty of Management Sciences, Rajabhat Songkhla University

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

Lecturer, Department of Information Technology, Faculty of Science and Technology, Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

แตกต่างกันทำให้รายได้ของครัวเรือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 95 99 และ 99 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความเหลื่อมล้ำรายได้, ค่าสัมประสิทธิ์จินี, องค์การบริหารส่วนตำบลเกษตรรี

Abstract

The objectives of this study were (1) to study household income inequality and (2) to compare household income classified by household characteristics in Ketri Subdistrict, Mueang District, Satun Province. The secondary data used in this study were derived from “One Tambon One University Campaign” organized by Songkhla Rajabhat University in A.D. 2019-2021. 347 households were recruited as samples. Data was analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation. To test the hypothesis by comparing mean of incomes difference, One-way analysis of variance using t-test and F-test were implemented.

The results revealed that (1) the distribution of income using the Gini coefficient is equal to 0.36. It can be concluded that the sample households in Ketri Subdistrict have a good distribution of income. The proportion of Income Share for bottom 40% and top 10% is equal to 0.71, indicating that households in Ketri Subdistrict have relatively high income equality and (2) The differences in educational level of the head of household, the age of the head of household, the main occupation of the head of the household, and the number of household members have caused household income to be significantly different at 99, 95, 99, and 99 percent confidence levels, respectively.

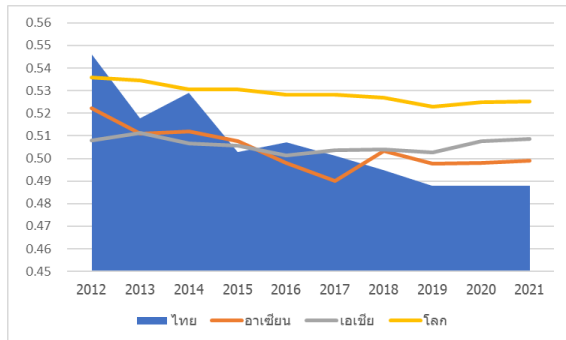
Keywords: *Income Inequality, Gini Coefficient, Ketri Subdistrict Administrative Organization*

บทนำ

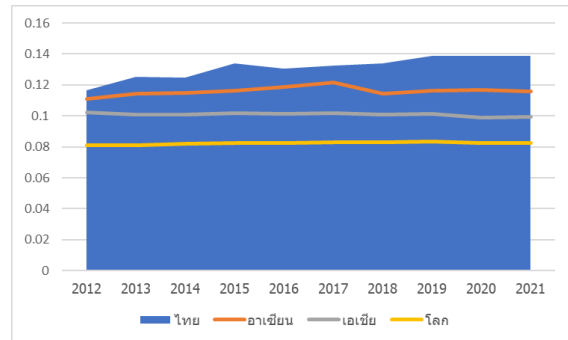
ความเหลื่อมล้ำหมายถึงการกระจายทรัพยากร โอกาส ความมั่งคั่ง หรือรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มต่างๆ ในสังคม ครอบคลุมความเหลื่อมล้ำในมิติต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกระบบเศรษฐกิจ โดยแสดงออกมาให้เห็นความแตกต่างในด้านรายได้ การศึกษา สุขภาพ การจ้างงาน สถานะทางสังคม และการเข้าถึงสิ่งจำเป็นพื้นฐานที่มักเกิดขึ้นกับทุกประเทศ ทุกระบบเศรษฐกิจ Atkinson (2015) กล่าวว่าสาเหตุของความเหลื่อมล้ำ ได้แก่ โลกาภิวัตน์ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเติบโตของบริการทางการเงิน การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการรับจ่ายเงิน การลดบทบาทของสหภาพแรงงาน การปรับนโยบายภาษี เป็นต้น ซึ่งความเหลื่อมล้ำส่งผลกระทบต่อสังคมในหลายด้าน เช่น เพิ่มความเสี่ยงของการตกอยู่ในความยากจนและปัญหาสังคม ขัดขวางการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสร้างความไม่มั่นคงทางการเมืองและสังคม เป็นต้น

สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของโลกจาก World Inequality Database Lab (The World Inequality Database, 2023) พบว่าในช่วง 10 ที่ผ่านมา (พ.ศ.2555 - พ.ศ.2565) กลุ่มที่รวยที่สุดร้อยละ 10 ของโลกถือครองรายได้เฉลี่ยร้อยละ 52.88 ของรายได้ทั้งหมดของโลก ในขณะที่ประเทศไทย

พบว่าสัดส่วนประชากรกลุ่มดังกล่าวถือครองรายได้เฉลี่ยร้อยละ 50.63 โดยลดลงอย่างต่อเนื่องจาก พ.ศ. 2555 ที่ถือครองร้อยละ 54.59 เป็นร้อยละ 48.76 ใน พ.ศ. 2565 (ภาพที่ 1 (ก)) ในส่วนของกลุ่มรายได้ น้อยร้อยละ 50 ของโลกถือครองรายได้เฉลี่ยร้อยละ 8.23 ของรายได้ทั้งหมดของโลก ในขณะที่ประเทศไทย พบว่าสัดส่วนประชากรกลุ่มดังกล่าวถือครองรายได้เฉลี่ยร้อยละ 13.14 โดยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก พ.ศ. 2555 ที่ถือครองร้อยละ 11.64 เป็นร้อยละ 13.89 ใน พ.ศ. 2565 (ภาพที่ 1 (ข)) แสดงให้เห็นว่า สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของประเทศไทยมีทิศทางที่ดีขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา



(ก) สัดส่วนรายได้ของกลุ่มที่รายที่สุดร้อยละ 10



(ข) สัดส่วนรายได้ของกลุ่มล่างร้อยละ 50

ภาพที่ 1 สัดส่วนรายได้ของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

จากข้อมูลข้างต้น แม้สถานการณ์ดีขึ้นแต่ก็ถือว่ายังคงมีปัญหาในประเด็นนี้อยู่ในการประชุมสมัชชา สหประชาชาติ สมัยสามัญ ครั้งที่ 70 เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2558 ณ สำนักงานใหญ่สหประชาชาติ ประเทศไทยและประเทศสมาชิกสหประชาชาติรวม 193 ประเทศ ร่วมลงนามรับรองวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (2030 Agenda for Sustainable Development) ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาของโลกเพื่อ ร่วมกันบรรลุการพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังภายในปี ค.ศ. 2030 โดยกำหนดให้มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นแนวทางให้แต่ละประเทศดำเนินการร่วมกัน โดยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) 17 เป้าหมาย ประกอบไปด้วย 169 เป้าหมายย่อย (SDG Targets) โดยเป้าหมายที่ 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและ ระหว่างประเทศ กำหนดเป้าหมายย่อย 10.1 เป็นบรรลุการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด อย่างก้าวหน้าและยั่งยืน โดยให้มียอดรายได้สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ภายในปี พ.ศ. 2573 ในช่วงปี พ.ศ. 2559-2562 สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความเหลื่อมล้ำของรายได้ โดยรายได้ต่อหัวของกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด (Bottom 40) มียอดเพิ่มขึ้น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

อย่างไรก็ตาม การจัดทำข้อมูลหรือการศึกษาที่ผ่านมามักจัดทำในระดับโลกหรือระดับประเทศเป็นหลัก ซึ่งเศรษฐกิจขนาดใหญ่ย่อมมีทุนขนาดใหญ่จำนวนมากทำให้สัดส่วนรายได้ของผู้มีรายได้ต่ำมีค่อนข้าง น้อย ในขณะที่ลักษณะการกระจายตัวทางรายได้ในระดับพื้นที่ขนาดเล็กหรือในชนบทอาจไม่สอดคล้องกับ ภาพรวมก็เป็นได้ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการศึกษาในระดับตำบลหรือหมู่บ้านน้อย ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความเหลื่อมล้ำของรายได้ระดับตำบล โดยเลือกตำบลที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งมหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้แก่ตำบลเกตุรี อำเภอเมือง จังหวัดสตูล พร้อมกันนี้ยัง

ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ระดับครัวเรือนในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาของหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเหลื่อมล้ำรายได้ของครัวเรือน
2. เพื่อเปรียบเทียบรายได้ของครัวเรือนจำแนกตามลักษณะเฉพาะของครัวเรือน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความเหลื่อมล้ำ

ความเหลื่อมล้ำหมายถึงการกระจายทรัพยากร โอกาส ความมั่งคั่ง หรือรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกันในสังคม ครอบคลุมมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งส่งผลกระทบต่อความยุติธรรมทางสังคมและความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม โดยมีมิติความเหลื่อมล้ำในมิติต่างๆ ได้แก่ (1) ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ เป็นการวัดความไม่เสมอภาคในการกระจายรายได้ระหว่างบุคคลหรือครัวเรือนภายในประชากร สามารถประเมินได้โดยใช้ตัวบ่งชี้ต่างๆ เช่น ค่าสัมประสิทธิ์จินี เป็นต้น (2) ความไม่เท่าเทียมกันของความมั่งคั่ง เป็นการวัดการกระจายสินทรัพย์ทรัพย์สินและความมั่งคั่งที่ไม่เท่าเทียมกันภายในสังคม การพิจารณาการสะสมของทรัพยากรทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงิน เน้นความไม่เท่าเทียมกันในการเป็นเจ้าของความมั่งคั่งและการกระจุกตัวของความมั่งคั่งระหว่างบุคคลหรือกลุ่มไม่กี่คน และ (3) ความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม เป็นการวัดความเหลื่อมล้ำทางสถานะทางสังคม โอกาส และการเข้าถึงทรัพยากรตามลักษณะต่างๆ เช่น เชื้อชาติ เพศ ชาติพันธุ์ และชนชั้นทางสังคม ซึ่งรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความสำเร็จทางการศึกษา การเข้าถึงการรักษาพยาบาล และโอกาสในการจ้างงาน (World Bank, 2020; Oxfam, 2021; Wilkinson, R., & Pickett, K., 2009)

การวัดความไม่เท่าเทียมกันนั้นต้องการเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ ซึ่งต้องมีรอบตัวชีวิต และเมตริกเพื่อประมวลผลมิติต่างๆ ของความไม่เท่าเทียมกัน เครื่องมือวัดที่นิยมใช้กันประกอบด้วย (World Bank, 2020; Oxfam, 2021; Milanovic, B., 2016) (1) ค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini Coefficient) เป็นตัววัดรายได้หรือความไม่เท่าเทียมกันของความมั่งคั่งที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0 (ความเท่าเทียมกันที่สมบูรณ์แบบ) ถึง 1 (ความไม่เท่าเทียมกันสูงสุด) (2) ดัชนี Theil (Theil Index) เป็นการวัดความไม่เท่าเทียมกันที่ประเมินรายได้หรือการกระจายความมั่งคั่งภายในประชากร โดยจะคำนึงถึงความไม่เสมอภาคทั้งภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม และ (3) อัตราส่วน Palma (Palma Ratio) เป็นการวัดการกระจายรายได้โดยการเปรียบเทียบส่วนแบ่งรายได้ของกลุ่มร้อยละ 10 แรกของประชากรกับส่วนแบ่งรายได้ของกลุ่มร้อยละ 40 ด้านล่างของประชากร

เครื่องมือที่วัดที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ ค่าสัมประสิทธิ์จินี โดยที่ธนาคารโลก (World Bank, 2020) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินี ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในแต่ละประเทศและแต่ละช่วงเวลา มิลาโนวิช (2016) ได้ทำการสำรวจมิติต่างๆ ของความไม่เท่าเทียมกันและใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินีเป็นเครื่องมือวัดที่สำคัญ (Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), n.d.) ได้ทำการศึกษาและใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินี เพื่อวัดและวิเคราะห์แนวโน้มความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ในประเทศสมาชิก ทั้งนี้เนื่องจาก (1) ความเรียบง่าย เพราะเป็นการวัดความไม่เท่าเทียมกันที่เรียบง่ายและตรงไปตรงมา เป็นตัวเลขเดียวที่สรุประดับรายได้หรือความเหลื่อมล้ำทางความมั่งคั่งภายในประชากร ทำให้เข้าถึงได้และเข้าใจง่าย (2) ความสามารถในการเปรียบเทียบทั้งในมิติพื้นที่และมิติเวลา ช่วยให้นักวิจัยและผู้กำหนดนโยบายสามารถเปรียบเทียบระดับความไม่เท่าเทียมกันและติดตามการเปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาผ่านไป (3) ใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยองค์กรระหว่าง

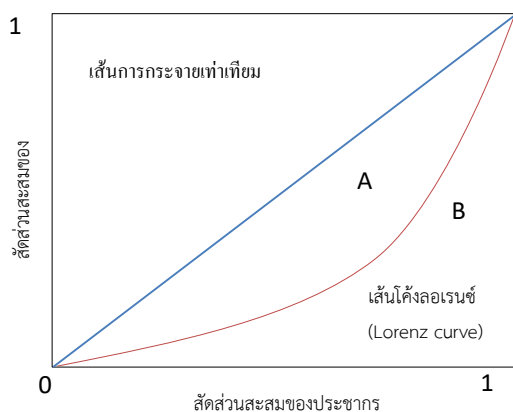
ประเทศ เช่น ธนาคารโลก และองค์การสหประชาชาติ ตลอดจนนักวิจัยและผู้กำหนดนโยบายทั่วโลก และ (4) การตรวจจับความไม่เท่าเทียมกันสัมพัทธ์ โดยพิจารณาจากทั้งผู้มียาได้สูงและต่ำ คำนึงถึงการกระจายทั้งหมดมากกว่าการเน้นเฉพาะกลุ่มรายได้เฉพาะ ให้มุมมองที่ครอบคลุมเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมกัน จากเหตุผลดังกล่าว ในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินีเป็นเครื่องมือในการวัดความเหลื่อมล้ำ

ค่าสัมประสิทธิ์จินี

ความไม่เท่าเทียมกันของรายได้หมายถึงขอบเขตที่มีการกระจายรายได้โดยไม่เท่าเทียมกันระหว่างบุคคลหรือครัวเรือนในประชากรที่กำหนด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกันในสังคมหรือกลุ่มคน ส่วนวิธีการในวัดการกระจายรายได้ที่เป็นที่นิยมคือการสร้างเส้นโค้งลอเรนซ์ (Lorenz Curve)

เส้นลอเรนซ์เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดการกระจายรายได้หรือความมั่งคั่งของประชากร โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างร้อยละสะสมของรายได้หรือความมั่งคั่งกับร้อยละสะสมของประชากร โดยเริ่มจากการจัดอันดับประชากรตามรายได้หรือความมั่งคั่งจากต่ำสุดไปสูงสุด จากนั้นทำการคำนวณร้อยละสะสมของรายได้หรือความมั่งคั่งของประชากรในแต่ละอันดับข้อมูลมาแสดงในกราฟ โดยแกนนอนแสดงถึงร้อยละสะสมของประชากรจากระดับต่ำสุดถึงระดับสูงสุด และแกนตั้งแสดงถึงร้อยละสะสมของรายได้หรือความมั่งคั่งของประชากร (Atkinson, A. B., 2015)

เส้นโค้งที่เกิดจากการลงจุดข้อมูลในกราฟเรียกว่า เส้นลอเรนซ์ โดยเส้นลอเรนซ์สามารถช่วยให้เห็น



ภาพที่ 2 เส้นลอเรนซ์

ส ส ม ข อ ง

ร้อยละสะสมของรายได้หรือความมั่งคั่งของประชากร ดังแสดงในภาพที่ 2 (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2564)

สำหรับการวัดค่าระดับการกระจายรายได้ที่นิยมได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่วัดจากข้อมูลที่ได้มาจากเส้นลอเรนซ์ โดยผู้คิดค้นคือ คอรัราโด จินี นักสถิติชาวอิตาลี ในปี 1912 หลักการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์จินีคือ อัตราส่วนของพื้นที่ระหว่างเส้นลอเรนซ์และเส้นความเท่าเทียมกันที่สมบูรณ์แบบเทียบ (พื้นที่ A) กับพื้นที่ใต้เส้นทั้งหมด (พื้นที่ A+B) สูตรการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์จินี คือ

$$G = \frac{A}{A+B}$$

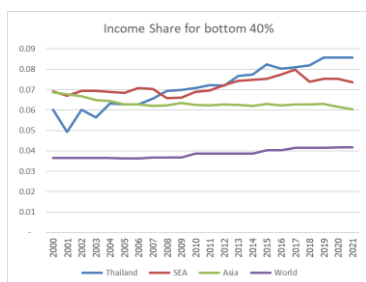
โดยที่ G คือ ค่าสัมประสิทธิ์จินี A คือ พื้นที่ระหว่างเส้นลอเรนซ์กับเส้นความเท่าเทียมกันที่สมบูรณ์ B คือ พื้นที่ใต้เส้นโค้งลอเรนซ์ (สืพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ, 2566 อ้างจาก Roger, 2008) โดยค่าสัมประสิทธิ์จินี มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ค่าสัมประสิทธิ์จินี ที่มีค่าเป็น 0 หมายถึงความเท่าเทียมกันอย่างสมบูรณ์ โดยทุกคนมีรายได้หรือความมั่งคั่งเท่ากัน ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์จินี ที่ 1 หมายถึงความไม่เท่าเทียมกันที่สมบูรณ์แบบ โดยที่คนหนึ่งมียาได้หรือความมั่งคั่งทั้งหมด และคนอื่นๆ ไม่มีเลย หรือหากค่า

สัมประสิทธิ์จินีเท่ากับ 0.5 หมายถึงครึ่งหนึ่งของรายได้ทั้งหมดเป็นรายได้ของประชากรร้อยละ 20 บนสุด ในขณะที่ผู้มีรายได้ร้อยละ 20 ล่างสุดมีรายได้เพียงร้อยละ 5 ของรายได้ทั้งหมด ซึ่งแสดงถึงความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ที่ค่อนข้างสูง เป็นต้น (กรมเศรษฐกิจการกระจายรายได้ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2564)

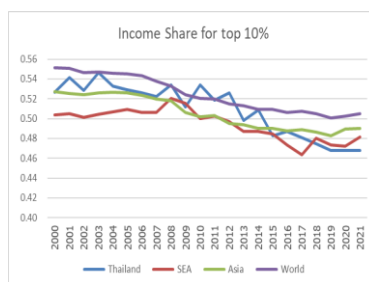
เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) มี 17 เป้าหมายประกอบไปด้วย 169 เป้าหมายย่อย (SDG Targets) โดยเป้าหมายที่ 10 คือ “ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ” กำหนดเป้าหมายย่อย 10.1 เป็น “บรรลุการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด อย่างก้าวหน้าและยั่งยืน โดยให้อัตราเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ภายในปี พ.ศ. 2573” โดยวัดจากสัดส่วนรายได้ต่อหัวของกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด (ต่อไปเรียกว่ากลุ่ม bottom 40%) ต่อสัดส่วนรายได้ต่อหัวของกลุ่มประชากรร้อยละ 10 ที่มีรายได้สูงสุด (ต่อไปเรียกว่ากลุ่ม top 10%) (Income Share for bottom 40% and top 10%) ในช่วงปี 2559-2562 ประเทศไทยกำหนดตัวชี้วัดเป็น “อัตราการเติบโตของรายได้ต่อหัวในกลุ่มประชากรรายได้ต่ำกว่าร้อยละ 40” โดยในปี พ.ศ. 2554 – 2556 – 2558 สัดส่วนของรายได้ต่อหัวในกลุ่ม bottom 40% โตขึ้นเป็นร้อยละ 9.81, 6.03 และ 6.04 ซึ่งหมายถึง สัดส่วนของรายได้ต่อหัวในกลุ่ม bottom 40% โตขึ้นทุกปี ทำให้สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

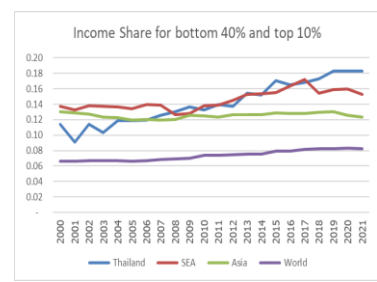
จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากเว็บไซต์ของ The World Inequality Database (WID.world) ทำการเปรียบเทียบ Income Share for bottom 40% and top 10% ในช่วงปี 2000-2021 เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย ประเทศในกลุ่มอาเซียน ทวีปเอเชีย และทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยมีการขยายตัวของกลุ่ม bottom 40% มากกว่าภูมิภาคอื่น ในขณะที่มีการหดตัวของกลุ่ม top 10% อย่างต่อเนื่อง ทำให้สัดส่วนของ Income Share for bottom 40% and top 10% ของประเทศไทยปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งสัดส่วนนี้แสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ของประเทศไทยมีแนวโน้มลดลง



(ก) สัดส่วนรายได้กลุ่ม bottom 40%



(ข) สัดส่วนรายได้กลุ่ม top 40%



(ค) สัดส่วนรายได้กลุ่ม bottom 40% ต่อกลุ่ม top 40%

ภาพที่ 3 Income Share for bottom 40% and top 10%

ที่มา: WORLDDATA (2023)

จากการทบทวนงานศึกษาเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมกันของรายได้พบว่ามีการศึกษาในหลายมิติ เช่น สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2566) ทำการศึกษาความไม่เท่าเทียมของการถือครองที่ดินทำการเกษตร

และความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ของประชาชนในบ้านห้วยปูน้อย อำเภออ้อมก้อย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์จีเนียเท่ากับ 0.73 ซึ่งสรุปได้ว่าในพื้นที่ดังกล่าวมีการกระจุกตัวของรายได้ที่ดิน สุพิชชา โชติกำจร (2565) ทำการศึกษาการกระจายรายได้ของประเทศไทยช่วงปี พ.ศ.2541-2562 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์จีเนียอยู่ในเกณฑ์สูง (ประมาณ 0.4-0.5) แต่มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย ในขณะที่ นิภารัตน์ นักรัตริพงษ์ (2561) ศึกษาเปรียบเทียบการไม่เท่าเทียมกันของรายได้ครัวเรือนของ 2 หมู่บ้านในตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง พบว่าค่าสัมประสิทธิ์จีเนียของ 2 หมู่บ้านต่างกันค่อนข้างมาก (หมู่ 2 เท่ากับ 0.30 หมู่ 7 เท่ากับ 0.68) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากเพศ และระดับการศึกษาของประชาชนของแต่ละพื้นที่ แตกต่างกันไป

เพศของหัวหน้าครัวเรือน

โดยค่านิยมของคนไทยมักจะให้ความไว้วางใจกับเพศชายในการเป็นผู้นำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทแล้วมักจะพบว่าผู้นำทั้งในระดับท้องถิ่นหรือผู้นำในครัวเรือนมักจะเป็นเพศชาย จากการศึกษาของวรารุท พลาศรี (2559) และนิภารัตน์ นักรัตริพงษ์ (2561) พบว่าครัวเรือนที่มีผู้นำเป็นเพศชายมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายได้ของครัวเรือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ครัวเรือนที่มีผู้นำเป็นเพศชายจะมีรายได้ครัวเรือนสูงกว่าครัวเรือนที่มีผู้นำเป็นเพศหญิง แต่ในการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563) ไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว

ดังนั้นในการศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครัวเรือนกับเพศของผู้นำครัวเรือน โดยตั้งสมมติฐานว่า เพศของผู้นำครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับรายได้ของครัวเรือน

อายุของหัวหน้าครัวเรือน

อายุเป็นตัวชี้วัดหนึ่งถึงโอกาสและประสบการณ์ในการทำงาน ผู้ที่มีอายุมากน่าจะจะมีโอกาสในการทำงานมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ซึ่งระยะเวลาในการทำงานที่มากกว่านี้ จะเป็นการสะสมความรู้ ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญในอาชีพ ซึ่งอาจจะเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ ดังนั้นผู้นำครอบครัวที่มีอายุมากกว่าน่าจะสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนได้มากกว่า อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของทั้ง ของวรารุท พลาศรี (2559) องอาจ รุกขวัฒนกุล (2559) นิภารัตน์ นักรัตริพงษ์ (2561) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563) กลับพบว่าอายุของผู้นำครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ของครัวเรือน

ในส่วนของศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครัวเรือนกับอายุของผู้นำครัวเรือน โดยตั้งสมมติฐานว่า อายุของผู้นำครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับรายได้ของครัวเรือน

ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน

ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงความรอบรู้และโอกาสในการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ มาพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มเทคนิคและช่องทางในการเพิ่มรายได้ ดังนั้นผู้นำครอบครัวที่ได้รับการศึกษาที่สูงขึ้นน่าจะมีโอกาสในการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น จากการศึกษาของนิภารัตน์ นักรัตริพงษ์ (2561) พบว่าระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับรายได้ของครัวเรือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่การศึกษาของวรารุท พลาศรี (2559) องอาจ รุกขวัฒนกุล (2559) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563) ไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว

ในส่วนของศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครัวเรือนกับระดับการศึกษาของผู้นำครัวเรือน โดยตั้งสมมติฐานว่า ระดับการศึกษาของผู้นำครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับรายได้ของครัวเรือน

อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือน

อาชีพเป็นสิ่งที่แสดงถึงศักยภาพในการสร้างรายได้ให้กับบุคคล ลักษณะอาชีพที่แตกต่างกันจะมีรายได้ที่ต่างกันออกไปซึ่งอาจเกิดจากหลายปัจจัยเพราะในแต่ละอาชีพมี โอกาส ความเสี่ยง ต้นทุน ที่ไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตามในการศึกษาที่ผ่านมา ทั้งของ วรายุทธ พลาศรี (2559) และนิภารัตน์ นักรัตริพงศ์ (2561) ยังไม่มีการยืนยันชัดเจนว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับรายได้

ในส่วนของการศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครัวเรือนกับอาชีพหลักของผู้นำครัวเรือน โดยตั้งสมมติฐานว่า อาชีพของผู้นำครัวเรือนที่ต่างกันน่าจะส่งผลให้มีรายได้ของครัวเรือนแตกต่างกัน

ขนาดและสิทธิ์ในถือครองที่ดิน

สำหรับอาชีพของคนในชนบทซึ่งส่วนหนึ่งจะยึดอาชีพเกษตรกร ขนาดพื้นที่และสิทธิ์ในการถือครองพื้นที่มีความสำคัญและจำเป็นเป็นอย่างยิ่ง การมีพื้นที่จำนวนที่เหมาะสมและการเป็นเจ้าของอาจมีส่วนเสริมในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและทำให้รายได้เพิ่มขึ้นได้ จากการศึกษาของวรายุทธ พลาศรี (2559) พบว่าขนาดพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์ในทางบวกค่อนข้างสูงมากกับระดับรายได้ของครัวเรือน ในขณะที่ นิภารัตน์ นักรัตริพงศ์ (2561) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563) และ สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2566) พบว่าขนาดของที่ดินกับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ในส่วนของการศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครัวเรือนกับขนาดพื้นที่ถือครองและสิทธิ์ในการถือครอง โดยตั้งสมมติฐานว่า ขนาดพื้นที่และสิทธิ์ในการถือครองที่ดินที่ที่แตกต่างกันน่าจะส่งผลให้มีรายได้ของครัวเรือนแตกต่างกัน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

คนในพื้นที่ชนบทส่วนมากยังคงทำงานโดยอาศัยแรงงานเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางการเกษตรหรือกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ดังนั้นจำนวนสมาชิกหรือแรงงานในครัวเรือนจึงเป็นทางออกหลักสำหรับการทำกิจกรรมดังกล่าว ผลการศึกษาของนิภารัตน์ นักรัตริพงศ์ (2561) พบว่าจำนวนแรงงานในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับรายได้ของครัวเรือนอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผลการศึกษาของวรายุทธ พลาศรี (2559) องอาจ รุกขวิฒนกุล (2559) และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563) ไม่พบความสัมพันธ์ดังกล่าว

ในส่วนของการศึกษานี้จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครัวเรือนกับจำนวนสมาชิกของครัวเรือน โดยตั้งสมมติฐานว่า จำนวนสมาชิกของครัวเรือนที่ต่างกันน่าจะส่งผลให้มีรายได้ของครัวเรือนแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับรายได้ครัวเรือน

| | วรายุทธ, 2559 | องอาจ, 2559 | นิภารัตน์, 2561 | สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563 | สืบพงษ์, 2566 |
|---|---------------|-------------|-----------------|--------------------------------|---------------|
| เพศของหัวหน้าครัวเรือน | 0.240** | | 1.670** | ✓ | |
| อายุหัวหน้าครัวเรือน | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | |
| ระดับการศึกษาหัวหน้าครัวเรือน | ✓ | ✓ | 0.251** | ✓ | |
| อาชีพหลักหัวหน้าครัวเรือน | แยกตามกิจกรรม | | ✓ | | |
| ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร หรือ ทรัพย์สินของครัวเรือน | 0.993** | | ✓ | ✓ | ✓ |
| จำนวนแรงงานภาคการเกษตร/ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน | ✓ | ✓ | 0.599** | ✓ | |

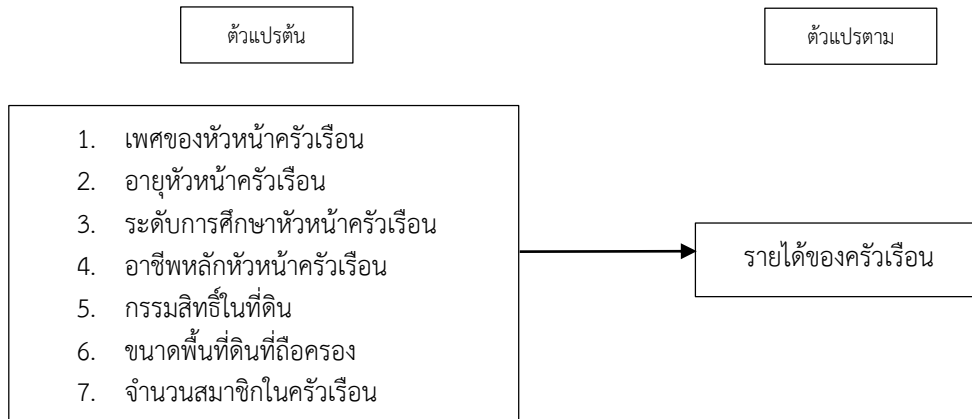
หมายเหตุ: ✓ หมายถึง ไม่มีผลต่อรายได้ครัวเรือน

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากงานวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยคุณลักษณะของครัวเรือน (เพศของหัวหน้าครัวเรือน อายุหัวหน้าครัวเรือน อาชีพหลักหัวหน้าครัวเรือน กรรมสิทธิ์ในที่ดิน ขนาดพื้นที่ดินที่ถือครอง และจำนวนสมาชิกในครอบครัว) ที่แตกต่างกัน มีรายได้ครัวเรือนแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

แหล่งข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากการเก็บรวบรวมของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งมหาวิทยาลัย ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลตามหลักเกณฑ์และใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามที่กำหนดโดยคณะทำงานในภาพรวมของประเทศ ในการนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา รับผิดชอบพื้นที่จังหวัดสงขลา พัทลุง และสตูล ทำการเก็บข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2562-2564 ในส่วนของจังหวัดสตูล มหาวิทยาลัยได้กำหนดพื้นที่เป้าหมายเป็นตำบลเกตรี อำเภอเมือง ซึ่งมีจำนวนครัวเรือนตัวอย่างของตำบลเกตรีทั้งหมด 347 ตัวอย่าง มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนทั้งหมด 1,443 คน

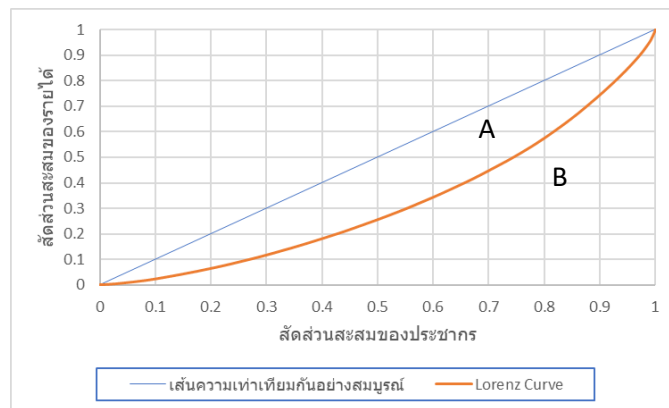
การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์การกระจายรายได้ของครัวเรือนใช้หน่วยวิเคราะห์เป็นรายได้รวมของครัวเรือน ใช้สูตรการคำนวณค่าสัดส่วนสะสมของรายได้ สัดส่วนสะสมของประชากร การสร้างเส้นลอเรนซ์ และการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์จินี เป็นเครื่องมือหลักและทำการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์จินีระหว่างตำบลเกตรีกับภาพรวมของประเทศ อาเซียน เอเชีย และโลก ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือนใช้หน่วยวิเคราะห์เป็นครัวเรือน สถิติในการพรรณนาข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในขณะที่การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว โดยใช้สถิติ t-test และ F-test ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยซึ่งประกอบด้วย (1) เพื่อศึกษาความเหลื่อมล้ำรายได้ของครัวเรือน และ (2) เพื่อเปรียบเทียบรายได้ของครัวเรือนจำแนกตามลักษณะเฉพาะของครัวเรือน เป็นดังนี้

1. ความเหลื่อมล้ำรายได้ของครัวเรือน

จากข้อมูลรายได้ของครัวเรือนกลุ่มตัวอย่างขนาด 347 ตัวอย่าง เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลรายได้เพื่อคำนวณและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสัดส่วนสะสมของรายได้และสัดส่วนสะสมของประชากรตามขั้นตอนของการสร้างเส้นลอเรนซ์ จะได้เส้นลอเรนซ์ แสดงในภาพที่ 5 โดยเส้นทแยงมุมคือเส้นความเท่าเทียมกันที่สมบูรณ์ เส้นโค้งใต้เส้นทแยงมุมคือเส้นลอเรนซ์ พื้นที่ A คือพื้นที่ระหว่างเส้นทแยงมุมกับเส้นลอเรนซ์ พื้นที่ B คือพื้นที่ใต้เส้นลอเรนซ์ จากภาพเห็นได้ว่าพื้นที่ A มีพื้นที่ไม่มากนักเมื่อเทียบกับพื้นที่ใต้เส้นทแยงมุมทั้งหมด นั่นแสดงให้เห็นว่าการกระจายรายได้ของตัวอย่างครัวเรือนใกล้เคียงกับเส้นความเท่าเทียมกันที่สมบูรณ์นั่นเอง

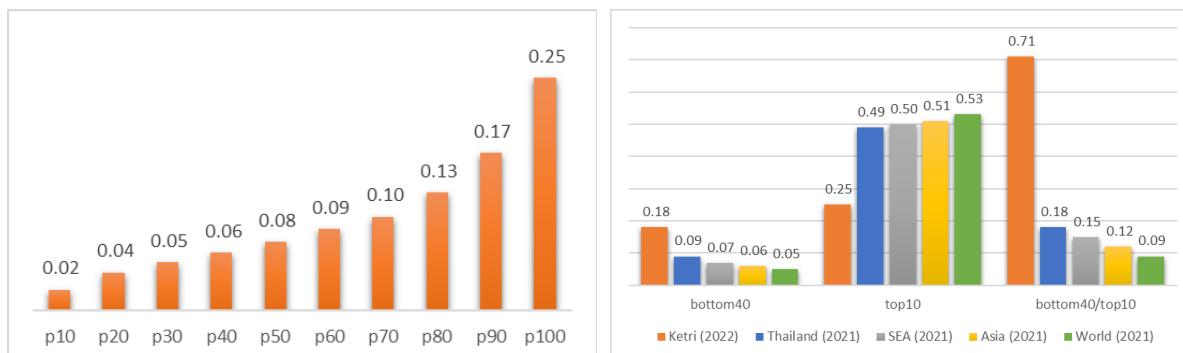


ภาพที่ 5 เส้นลอเรนซ์ของตำบลเกตรี

สำหรับการวัดค่าระดับการกระจายรายเวเตเตยเซเคาสมบวะสทจจน (Gini coefficient) จากสูตร $G=A/(A+B)$ ซึ่งในครั้งนี A มีพื้นที่เท่ากับ 0.18 และ B มีพื้นที่เท่ากับ 0.32 ทำการแทนค่าลงในสูตรข้างต้น จะได้ค่าสัมประสิทธิ์จีนิเท่ากับ $0.18/(0.18+0.32) = 0.36$ ซึ่งค่านี้แปลความได้ว่า ครัวเรือนตัวอย่างในตำบลเกตรีมีการกระจายรายได้ที่ดี หรือมีช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวยค่อนข้างน้อย หากเทียบกับระดับเฉลี่ยของประเทศไทย ของภาคใต้ ในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งมีค่าอยู่ที่ 0.43 ทั้ง 2 พื้นที่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) สามารถสรุปได้ว่าครัวเรือนในตำบลเกตรีมีการกระจายรายได้ที่ดีกว่า

จากเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ กำหนดเป้าหมายย่อย 10.1 เป็นบรรลุการเติบโตของรายได้ของกลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด อย่างก้าวหน้าและยั่งยืน โดยให้ม้อตราเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ภายในปี พ.ศ. 2573 โดยวัดจากสัดส่วนรายได้ต่อหัวของกลุ่มประชากร ร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด/สัดส่วนรายได้ต่อหัวของกลุ่มประชากร ร้อยละ 10 ที่มีรายได้สูงสุด (Income Share for bottom 40% and top 10%) พบว่า ตำบลเกตรีมีสัดส่วนรายได้ต่อหัวของกลุ่ม bottom 40% เท่ากับ 0.18 มีสัดส่วนรายได้ต่อหัวของกลุ่ม top 10% เท่ากับ 0.25 เมื่อเทียบสัดส่วน Income Share for bottom 40% and top 10% มีค่าเท่ากับ 0.71 ซึ่งจะเห็นเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับสัดส่วนของ

ประเทศไทย (0.18) ประเทศในอาเซียน (0.15) ประเทศในเอเชีย (0.12) และของโลก (0.09) แสดงให้เห็นว่าครัวเรือนในตำบลเกร็ดมีความเสมอภาคด้านรายได้สูงกว่าพื้นที่อื่นโดยเปรียบเทียบ



(ก) สัดส่วนของรายได้ที่สัดส่วนประชากรระดับต่างๆ ของตำบลเกร็ด (ข) Income Share for bottom 40% and top 10% ในภูมิภาคต่างๆ

ภาพที่ 6 เปรียบเทียบ Income Share for bottom 40% and top 10%

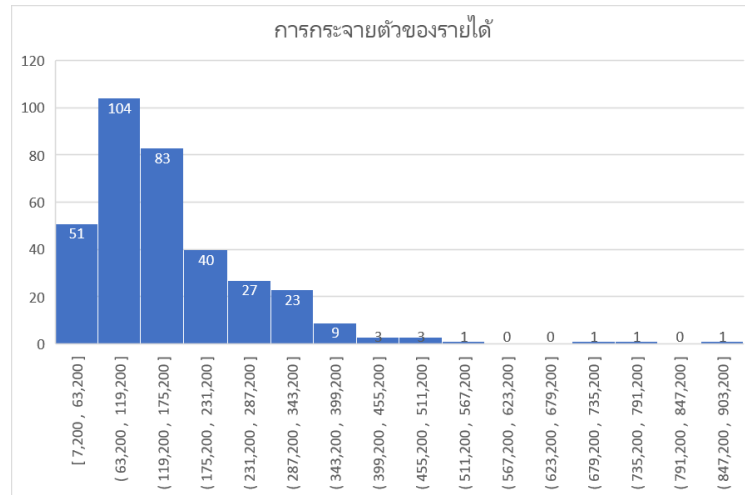
ที่มา: จากการคำนวณ และ WORLDDATA (2023)

2. ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ครัวเรือน

จากข้อมูลรายได้ของครัวเรือนตัวอย่างในตำบลเกร็ดจำนวน 347 ตัวอย่าง พบว่า ครัวเรือนมีรายได้เฉลี่ย 155,768.29 บาทต่อปี โดยส่วนมากมีรายได้อยู่ในช่วง 63,200 – 119,200 บาทต่อปี รองลงมาอยู่ในช่วง 119,200 – 175,200 บาทต่อปี (ภาพที่ 7) อายุผู้นำครัวเรือนเฉลี่ย 52.12 ปี มีพื้นที่ดินเฉลี่ยครัวเรือนละ 1.72 ไร่ และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.14 คน (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 รายได้ของครัวเรือนจำแนกตามลักษณะของครัวเรือน

| ตัวแปร | จำนวน | น้อยที่สุด | มากที่สุด | เฉลี่ย | S.D. |
|------------------------|-------|------------|-----------|------------|------------|
| รายได้ครัวเรือน | 347 | 7,200 | 864,000 | 155,768.29 | 111,758.84 |
| อายุผู้นำครัวเรือน | 334 | 23 | 86 | 52.12 | 14.02 |
| พื้นที่ดินของครัวเรือน | 278 | .10 | 25 | 1.72 | 2.13 |
| จำนวนสมาชิกในครัวเรือน | 347 | 1 | 12 | 4.14 | 1.85 |



ภาพที่ 7 การกระจายรายได้ของครัวเรือน

จากสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ว่า ปัจจัยคุณลักษณะของครัวเรือน (เพศของหัวหน้าครัวเรือน อายุหัวหน้าครัวเรือน อาชีพหลักหัวหน้าครัวเรือน กรรมสิทธิ์ในที่ดิน ขนาดพื้นที่ดินที่ถือครอง และจำนวนสมาชิกในครอบครัว) ที่แตกต่างกัน มีรายได้แตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า (ตารางที่ 3 และ 4)

เพศของหัวหน้าครัวเรือน พบว่า ทั้งหัวหน้าครัวเรือนที่มีเพศชายและเพศหญิงมีรายได้ของครัวเรือนที่ไม่แตกต่างกัน โดยครัวเรือนที่มีหัวหน้าครัวเรือนเป็นผู้ชายมีรายได้เฉลี่ย 158,232.43 บาทต่อปี ในขณะที่ครัวเรือนที่มีหัวหน้าครัวเรือนเป็นผู้หญิงมีรายได้ 157,794.71 บาทต่อปี

กรรมสิทธิ์ในที่ดิน พบว่า ทั้งครัวเรือนที่มีหรือไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินมีรายได้ของครัวเรือนที่ไม่แตกต่างกัน โดยครัวเรือนที่มีที่ดินเป็นของตนเองมีรายได้เฉลี่ย 161,672.11 บาทต่อปี ในขณะที่ครัวเรือนที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองมีรายได้เฉลี่ย 156,562.58 บาทต่อปี

ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน พบว่า ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนที่แตกต่างกันทำให้ครัวเรือนมีรายได้ที่ต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยครัวเรือนที่มีระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนที่สูงกว่าจะมีรายได้สูงกว่าครัวเรือนที่มีหัวหน้าครัวเรือนที่มีการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่า

อายุของหัวหน้าครัวเรือน พบว่า อายุของหัวหน้าครัวเรือนที่แตกต่างกันทำให้ครัวเรือนมีรายได้ที่ต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยที่ครัวเรือนที่มีหัวหน้าครัวเรือนอยู่ในช่วง 41-60 ปีจะมีรายได้ของครัวเรือนสูงกว่าช่วงอายุอื่น

อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือน พบว่า อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือนที่แตกต่างกันทำให้ครัวเรือนมีรายได้ที่ต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยที่ครัวเรือนที่มีหัวหน้าครัวเรือนมีอาชีพหลักเป็นพนักงานของรัฐจะมีรายได้ครัวเรือนสูงกว่าหัวหน้าครัวเรือนที่มีอาชีพอื่น

ขนาดพื้นที่ถือครอง พบว่า ขนาดพื้นที่ถือครองของครัวเรือนที่แตกต่างกันมีรายได้ที่ไม่แตกต่างกัน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน พบว่า จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกันทำให้ครัวเรือนมีรายได้ที่ต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมากกว่าจะมีรายได้สูงกว่าครัวเรือนที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่น้อยกว่า

ตารางที่ 3 รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยจำแนกตามเพศของหัวหน้าครัวเรือนและกรรมสิทธิ์ในที่ดิน

| ตัวแปร | จำนวน | เฉลี่ย | S.D. | t-test | sig. |
|------------------------|-------|------------|-------------|--------|------|
| เพศของหัวหน้าครัวเรือน | | | | | |
| ชาย | 218 | 158,232.43 | 102,133.264 | .032 | .975 |
| หญิง | 119 | 157,794.71 | 129,256.168 | | |
| กรรมสิทธิ์ในที่ดิน | | | | | |
| เป็นของตนเอง | 128 | 161,672.11 | 117,004.804 | .359 | .720 |
| ไม่เป็นของตนเอง | 151 | 156,562.58 | 120,404.636 | | |

ตารางที่ 4 รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยจำแนกตามคุณลักษณะของครัวเรือน

| ตัวแปร | จำนวน | เฉลี่ย | S.D. | F-test | sig. |
|----------------------------------|-------|------------|------------|--------|--------|
| ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน | | | | | |
| ประถมศึกษา | 159 | 140,792.01 | 105,140.80 | 7.380 | .000** |
| ม.ต้น | 48 | 130,903.75 | 64,317.49 | | |
| ม.ปลาย/ปวช. | 63 | 158,457.46 | 83,838.07 | | |
| ปวส./อนุปริญญา | 11 | 206,328.18 | 88,023.04 | | |
| ปริญญาตรี | 27 | 241,996.30 | 156,634.78 | | |
| ปริญญาโท | 2 | 357,000.00 | 46,669.05 | | |
| อายุของหัวหน้าครัวเรือน | | | | | |
| ไม่เกิน 30 ปี | 10 | 122,090.00 | 85,724.01 | 2.410 | .036* |
| 31-40 ปี | 59 | 142,474.58 | 76,128.88 | | |
| 41-50 ปี | 98 | 176,832.14 | 118,551.99 | | |
| 51-60 ปี | 77 | 174,192.86 | 119,819.43 | | |
| 61-70 ปี | 54 | 158,389.81 | 129,699.30 | | |
| มากกว่า 70 ปี | 36 | 114,719.17 | 94,867.64 | | |
| อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือน | | | | | |
| ภาคเกษตร | 123 | 145,273.09 | 104,201.22 | 3.460 | .001** |
| ค้าขาย | 23 | 147,330.43 | 80,068.23 | | |
| รับจ้างทั่วไป | 79 | 161,358.99 | 113,545.91 | | |
| ธุรกิจส่วนตัว | 16 | 196,818.75 | 112,929.24 | | |
| พนักงานภาครัฐ | 21 | 253,523.81 | 149,708.27 | | |
| ลูกจ้างภาคเอกชน | 12 | 184,875.00 | 96,140.55 | | |
| ไม่มีอาชีพหลัก | 13 | 105,646.15 | 76,122.08 | | |
| อื่นๆ | 17 | 157,817.65 | 100,498.88 | | |
| ขนาดพื้นที่ถือครอง | | | | | |
| น้อยกว่า 1 ไร่ | 12 | 136,620.00 | 60,274.43 | .640 | .590 |
| 1 ไร่ | 141 | 162,863.44 | 129,455.35 | | |
| 2 ไร่ | 116 | 145,206.21 | 88,742.38 | | |
| มากกว่า 2 ไร่ | 9 | 163,167.78 | 153,988.70 | | |
| จำนวนสมาชิกในครัวเรือน | | | | | |
| 1 คน | 19 | 91,489.47 | 61,823.25 | 7.366 | .000** |
| 2 คน | 41 | 121,448.29 | 91,072.49 | | |

| ตัวแปร | จำนวน | เฉลี่ย | S.D. | F-test | sig. |
|--------------|-------|------------|------------|--------|------|
| 3 คน | 64 | 119,527.73 | 85,429.98 | | |
| 4 คน | 102 | 163,577.25 | 105,688.57 | | |
| 5 คน | 54 | 172,598.70 | 108,134.93 | | |
| 6 คน | 37 | 161,667.03 | 72,149.06 | | |
| 7 คน | 16 | 226,031.25 | 157,971.78 | | |
| มากกว่า 7 คน | 14 | 291,482.14 | 211,415.69 | | |

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยสรุปผลการศึกษาตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า ระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน อายุของหัวหน้าครัวเรือน อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับรายได้ของครัวเรือนตามสมมติฐานการวิจัย ส่วนที่เหลือไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

ความเหลื่อมล้ำรายได้ของครัวเรือน พบว่า ครัวเรือนตัวอย่างในตำบลเกษตรมีการกระจายรายได้ที่ดี หรือมีช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวยค่อนข้างน้อย หากเทียบกับระดับเฉลี่ยของประเทศไทย ของภาคใต้ ในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งมีค่าอยู่ที่ 0.43 ทั้ง 2 พื้นที่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) สามารถสรุปได้ว่าครัวเรือนในตำบลเกษตรมีการกระจายรายได้ที่ดีกว่า เมื่อเทียบสัดส่วนของรายได้ของกลุ่ม bottom 40% ต่อกลุ่ม top 10% พบว่า ครัวเรือนตำบลเกษตรมีสัดส่วนเท่ากับ 0.71 ซึ่งจะเห็นเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับสัดส่วนของประเทศไทย (0.18) ประเทศในอาเซียน (0.15) ประเทศในเอเชีย (0.12) และของโลก (0.09) แสดงให้เห็นว่าครัวเรือนในตำบลเกษตรมีความเสมอภาคด้านรายได้สูงกว่าพื้นที่อื่นโดยเปรียบเทียบ ซึ่งทั้งนี้เป็นเพราะพื้นที่ของตำบลเกษตรเป็นเขตชนบท คนในพื้นที่มีอาชีพ การถือครองทรัพย์สิน และแหล่งที่มาของรายได้ไม่แตกต่างกันมากนัก ทำให้ช่องว่างระหว่างรายได้มีไม่มากนักเอง

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือน พบว่า **เพศของหัวหน้าครัวเรือน** ไม่ได้ทำให้รายได้ของครัวเรือนแตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563) ไม่สอดคล้องกับ วรยุทธ์ พลาศศรี (2559) นิภารัตน์ นักรัตน์ (2561) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนส่วนใหญ่ในพื้นที่ตำบลเกษตรประกอบอาชีพเกษตรกรรมชาวสวนยางพารา ซึ่งผลผลิตที่ได้ไม่ขึ้นอยู่กับเพศของเกษตรกรนั่นเอง **ระดับการศึกษาหัวหน้าครัวเรือน** ในการศึกษาที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือนซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิภารัตน์ นักรัตน์ (2561) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีประชาชนบางส่วนของตำบลมีอาชีพเป็นพนักงานของรัฐซึ่งได้รับเงินเดือนตามวุฒิการศึกษานั้นเอง **อายุหัวหน้าครัวเรือน** ในการศึกษาที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือนซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่อาชีพส่วนใหญ่ของประชาชนในพื้นที่เป็นเกษตรกรทำให้วัยกลางคนหรือแรงงานฝีมือที่มีช่วงอายุ 41-60 ปีเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทั้งด้านร่างกายและประสบการณ์ทำให้มีรายได้ที่ดีกว่ากลุ่มช่วงอายุอื่น **อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือน** ในการศึกษาที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือนซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมา ทั้งนี้เป็นเพราะมีประชาชนบางส่วนของตำบลมีอาชีพเป็นพนักงานของรัฐและลูกจ้างภาคเอกชนซึ่งมีรายได้ประจำและสูงกว่าอาชีพอื่น **จำนวนสมาชิกในครัวเรือน** ในการศึกษาที่มีผลต่อรายได้ของครัวเรือนซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนิภารัตน์ นักรัตน์ (2561) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนส่วนใหญ่ในพื้นที่ตำบลเกษตรประกอบอาชีพ

เกษตรกรรมหลายรุ่นทำให้สมาชิกสามารถเป็นแรงงานหรือสร้างรายได้ให้กับตัวเองหรือครัวเรือนได้โดยไม่ต้องจำกัดมากนัก

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 จากผลการศึกษาที่พบว่าช่องว่างระหว่างรายได้ของครัวเรือนในตำบลเกษตรมีค่าที่ไม่สูงและดีกว่าของระดับอื่น ไม่ว่าจะระดับภาคใต้ ระดับประเทศ ประกอบกับมีหลายปัจจัยที่ทำให้รายได้ของครัวเรือนมีความแตกต่างกัน ผู้รับผิดชอบในพื้นที่ควรส่งเสริมให้ผู้มีรายได้น้อยยกระดับรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อรักษาหรือลดช่องว่างให้มากขึ้น

1.2 จากผลการศึกษาที่พบว่าตำบลเกษตรมีความเท่าเทียมกันด้านรายได้ค่อนข้างสูงซึ่งเหตุการณ์นี้อาจเป็นในหลายพื้นที่ที่เป็นเขตชนบท ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศควรมีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในเขตพื้นที่อื่นเชิงเปรียบเทียบระหว่างเขตเมืองกับเขตชนบท เพื่อจะได้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมต่อไป

2. สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาค้างนี้ทำการศึกษาเพียงตำบลเดียวจึงไม่อาจสรุปได้ว่าพื้นที่ในชนบทจะมีลักษณะการกระจายรายได้ที่ดี การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาทุกตำบลและอาจเปรียบเทียบระหว่างตำบลที่เป็นเขตเกษตรกรรม อุตสาหกรรม ธุรกิจ หรือเขตเมือง เพื่อจะได้เห็นภาพการกระจายรายได้ของประชากรที่ชัดยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2564). *คู่มือการวัดความเหลื่อมล้ำ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- นิภารัตน์ นักรัตน์พงศ์. (2561). เปรียบเทียบการกระจายรายได้ของครัวเรือน กรณีศึกษา หมู่ 2 บ้านทะเลน้อยและหมู่ 7 บ้านหัวป่าเขียว ตำบลทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(29), 193-202.
- วรายุทธ พลาศศรี. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรายได้จากการประกอบอาชีพการเกษตรของครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 10(4), 187-203.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563, มิถุนายน 10). *ภาวะเศรษฐกิจสังคมครัวเรือนและแรงงานเกษตร*. Retrieved from สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร: <https://www.oae.go.th/view/1>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *เกี่ยวกับ SDGs*. Retrieved เมษายน 25, 2566, from เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน: <https://sdgs.nesdc.go.th/>
- สีบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ. (2566). การวิเคราะห์ความไม่เท่าเทียมของการถือครองที่ดินทำการเกษตรกับความสัมพันธ์ของจำนวนสมาชิกและรายได้ครัวเรือน บ้านห้วยปูน้อย อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่. *Suranaree J. Sci.* 17(2), 1-19.
- สุพิชชา โชติกำจร. (2565). การศึกษาความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 16(2), 210-218.

- องค์การบริหารส่วนตำบลเกตุรี. (2565). *แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2561-2565) (ฉบับทบทวน)*. สตุล: องค์การบริหารส่วนตำบลเกตุรี.
- องอาจ รุกขวัฒนกุล. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ของประชาชนในพื้นที่การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ หนองคาย มุกดาหาร แม่สอด*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต.
- Atkinson, A. B. (2015). *Inequality: What Can Be Done?* Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Milanovic, B. (2016). *Global Inequality: A New Approach for the Age of Globalization*. Brighton, Massachusetts: Belknap Press.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). (n. d.). *Income Inequality*. Retrieved June 2, 2023, from <https://www.oecd.org/social/income-inequality.htm>
- Oxfam. (2021). *The Inequality Virus: Bringing Together a World Torn Apart by Coronavirus through a Fair, Just, and Sustainable Economy*. Retrieved from <https://www.oxfam.org/en/research/inequality-virus>
- The United Nations Development Programme (UNDP). (2022). *Mapping income inequality: the bottom 40 and top 10 percent*. Retrieved เมษายน 25, 2566, from EVIDENCE AND TOOLS TO TRACK THE BOTTOM 40: <https://data.undp.org/inequality-bottom40/>
- The World Inequality Database. (2023). *Top 10% national income share*. Retrieved June 2, 2023, from The World Inequality Database: https://wid.world/world/#sptinc_p90p100_z/WO;TH;QS;QD/last/eu/k/p/yearly/s/false/48.225/65/curve/false/country
- Wilkinson, R., & Pickett, K. (2009). *The Spirit Level: Why Greater Equality Makes Societies Stronger*. London: Bloomsbury Press.
- World Bank. (2020). *World Development Indicators*. Retrieved from <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=world-development-indicators>
- WORLDDATA. (2023). <https://wid.world/data/>. Retrieved April 25, 2023, from DATA: <https://wid.world/data/>

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เป็นวารสารทางวิชาการ มีขอบเขตของสาขาบทความที่เปิดรับ คือ สาขาเศรษฐศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี สาขาการท่องเที่ยวและโรงแรม สาขานิติศาสตร์ สาขาการบริหารท้องถิ่น และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บทความที่ตีพิมพ์ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชานั้น ๆ อย่างน้อยจำนวน 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน โดยเป็นการประเมินแบบ Double-blinded Peer Review ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงความถูกต้องเหมาะสมและประโยชน์แก่อาจารย์ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป กำหนดเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

ข้อแนะนำทั่วไป

1. ผลงานที่ส่งตีพิมพ์จะต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
2. ต้นฉบับที่ส่งตีพิมพ์ต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น
3. ต้นฉบับต้องผ่านการการกลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ
4. ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ประเภทของผลงานที่จะได้รับการตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Article)
2. บทความวิชาการ (Academic Article)

รูปแบบการเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ใส่กระดาษขนาด A4 ด้วย TH SarabunPSK ขนาดตัวอักษร 16 ความยาวของเนื้อหาไม่ควรเกิน 20 หน้า
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ

| | |
|-----------------------------|---------------------|
| ระยะขอบส่วนบน (Top Margin) | ขนาด 2.00 เซนติเมตร |
| ระยะขอบซ้าย (Left Margin) | ขนาด 3.00 เซนติเมตร |
| ระยะขอบขวา (Right Margin) | ขนาด 2.50 เซนติเมตร |
| ระยะขอบล่าง (Bottom Margin) | ขนาด 2.50 เซนติเมตร |

3. การส่งต้นฉบับ

ส่งทางระบบวารสารออนไลน์ Thai Journal Online (ThaiJo) ท่านสามารถเข้าไปได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru>

4. การยกเลิกบทความ หรือถอนบทความ มีรายละเอียดดังนี้

การยกเลิกบทความ คือ การเพิกถอนบทความก่อนที่จะมีการตีพิมพ์เผยแพร่

การถอนบทความ คือ การถอนบทความที่ได้ดำเนินการตีพิมพ์และเผยแพร่เรียบร้อยแล้ว

ในกรณี การยกเลิกบทความ หรือถอนบทความ สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ใน

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru> และ**หากมีการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิ**

พิจารณาบทความแล้ว เจ้าของบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

รายละเอียดการเตรียมต้นฉบับ

บทความวิจัยให้เรียงลำดับตามองค์ประกอบดังนี้

1. **ชื่อเรื่อง** ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ
 - ชื่อภาษาไทยใช้ตัวอักษรขนาด 24 ตัวหนา
 - ชื่อภาษาอังกฤษ อักษรตัวแรกของทุกคำให้พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ และใช้ตัวอักษรขนาด 18 ตัวหนา
2. **ชื่อผู้เขียน** ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ครบทุกคน และให้ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ และจัดชิดขวาหน้ากระดาษ โดยให้กำกับหมายเลขยกกำลังไว้ต่อท้ายด้วย สำหรับชื่อตำแหน่งหรือตำแหน่งวิชาการและหน่วยงานให้พิมพ์ไว้ในส่วนของเชิงอรรถ (หน้าที่ 1) ใช้ตัวอักษรขนาด 12 ตัวปกติ โดยพิมพ์ชื่อหน่วยงานต้นสังกัดระดับภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย หรือจากหน่วยงานย่อยถึงระดับสูงให้ตรงกับตัวเลขยกกำลังที่กำกับไว้ในหน้าเดียวกัน และต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3. **บทคัดย่อ** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยความยาวไม่เกิน 250 คำ และอยู่ในบทความหน้าที่ 1 เท่านั้น และใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ
4. **คำสำคัญ** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้เลือกคำสำคัญที่เกี่ยวกับบทความไม่เกิน 5 คำ โดยพิมพ์ต่อจากส่วนเนื้อหาของบทคัดย่อ และให้ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ และให้จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ
5. **เนื้อเรื่อง** ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์
 - หัวข้อใหญ่ ใช้อักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายคอลัมน์
 - หัวข้อย่อย ใช้อักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายคอลัมน์
 - เนื้อหา ใช้อักษรขนาด 16 ตัวปกติ บรรทัดแรกของทุกย่อหน้าเยื้อง 0.5 นิ้วของ บรรทัดถัดไป ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้
 - 1) บทนำ บอกความสำคัญหรือที่มาของปัญหาของสิ่งที่ทำการศึกษา ค้นคว้า วิจัย หรือสร้างสรรค์ผลงาน และอาจรวมถึงการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2) วัตถุประสงค์ บอกถึงเป้าหมายของสิ่งที่ศึกษา โดยบทนำและวัตถุประสงค์อาจเขียนรวมกันได้
 - 3) ทบทวนวรรณกรรม บอกถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาของที่ต้องการศึกษา
 - 4) ระเบียบวิธีการศึกษา บอกรายละเอียดในวิธีการศึกษา การดำเนินการให้ได้มาถึงสิ่งที่ค้นคว้า สร้างสรรค์ เป็นต้น
 - 5) ผลการศึกษา บอกถึงผลลัพธ์จากการศึกษา ค้นคว้าวิจัย หรือผลงานสร้างสรรค์
 - 6) สรุปและอภิปรายผล ให้แสดงถึงการสรุปผลที่ได้จากการศึกษาและการให้เหตุผลว่าผลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าวิจัย หรือสร้างสรรค์ ได้มาอย่างไร และเหตุใดจึงได้ผลดังกล่าว และอาจให้แนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 7) เอกสารอ้างอิง ใช้การอ้างอิงแบบ APA 6th Edition **และต้องใช้ภาษาอังกฤษเท่านั้น** โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การเขียนเอกสารอ้างอิง

1. การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

กรณีอ้างอิงจากงานไทย ให้ทำการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ โดยใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ นวรัตน์ ช่วยบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ และเจษฎา นกน้อย. จากปี พ.ศ. 2562

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Chouyboonchoo, Sirichote and Noknoi (2019)

อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Chouyboonchoo, Sirichote & Noknoi, 2019)

กรณีอ้างอิงงานต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ ThuyUyen H. Nguyen และ Teresa S. Waringin จากปี ค.ศ. 2013

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Nguyen and Waring (2013)

อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Nguyen & Waring, 2013)

2. การอ้างอิงในเอกสารอ้างอิง

ระบบอ้างอิงให้ใช้แบบ APA 6th Edition โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) และหากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทยจะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น

For example:

นวรัตน์ ช่วยบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ และเจษฎา นกน้อย. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 11(1), 31-52.

Translated into:

Chouyboonchoo, N. Sirichote, O & Noknoi C. (2019). Effects of technology acceptance and service quality on customer loyalty for electronic banking. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*. 11(1), 31-52.

For books:

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing management* (3rd ed.). Harlow: Pearson.

For articles in journals:

Nguyen, T. H., & Waring, T. S. (2013). The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs: An empirical study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 824-848.

For chapters in books/collected volumes:

Douglas, S. P., Morrin, M. A. & Craig, C. S. (1994). Cross-national consumer research traditions. In Laurent, G., Lilien, G.L. & Pras, B. (Eds.), *Research traditions in marketing*. pp. 289-306. Boston, MA : Kluwer Academic Publishers.

For conference papers:

Taghian, M., & Shaw, R. N. (2000). *Industrial mail survey response: An experimental approach*. In O' Cass, A. (Ed.). Paper presented at the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference, Gold Coast: School of Management and Marketing, Griffith University,

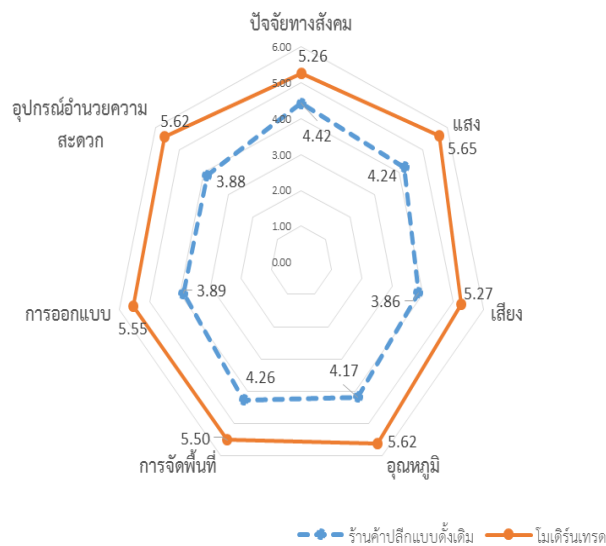
For unpublished works:

Bloggs, F. (2002). *Evaluating marketing websites : Relating design elements to earnings*. Unpublished doctoral dissertation. Melbourne : Deakin University.

การใส่รูปภาพในเนื้อหา

ให้จัดกึ่งกลางของคอลัมน์ ซึ่งรูปภาพให้พิมพ์ไว้ได้รูปภาพ ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ

ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 1 ช่องว่างของสภาพแวดล้อมของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับโมเดิร์นเทรด

การใส่ตารางในเนื้อหา

ให้จัดชิดซ้ายของคอลัมน์ ชื่อตารางพิมพ์ไว้ด้านบนของตาราง และใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ

ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการ

| แรงจูงใจ | ความสำเร็จในการประกอบการ | | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|--|---|--|
| | ด้านสภาพ ความเป็นไป ทางการเงิน | ด้านการ ตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้า | ด้านการ ส่งเสริม นวัตกรรม และความคิด สร้างสรรค์ | ด้านการได้รับ ความยึดมั่น ผูกพันจาก พนักงาน |
| | r | r | r | r |
| องค์ประกอบสุขวิทยา | | | | |
| ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา | 0.399** | 0.436** | 0.310** | 0.469** |
| ค่าตอบแทน | 0.527** | 0.517** | 0.385** | 0.512** |
| ความมั่นคงของงาน | 0.460** | 0.541** | 0.420** | 0.445** |
| ชีวิตส่วนบุคคล | 0.226** | 0.374** | 0.371** | 0.344** |
| สภาพการทำงาน | 0.403** | 0.419** | 0.342** | 0.478** |
| ตำแหน่ง | 0.301** | 0.413** | 0.299** | 0.358** |
| รวม | 0.523** | 0.613** | 0.476** | 0.585** |

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ต้นฉบับบทความที่เผยแพร่ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ปีที่ 2 ฉบับที่ 2
กรกฎาคม – ธันวาคม 2566 ได้รับการตรวจแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังรายนามต่อไปนี้

1. รศ.ดร.ประภาพร ยางประยงค์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
2. ผศ.ดร.ภูริศร์ พงษ์เพ็ญจันทร์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
3. อาจารย์ ดร.กนต์ธัญ ปู่เกตุแก้ว คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
4. ดร.สรณีย์ จันทร์ฉาย สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ร้อยเอ็ด
5. อาจารย์ ดร.อัญชลี สุขชีวัฒน์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
6. อาจารย์ ดร.วิชชุดา ชีระกุล คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตสุรินทร์