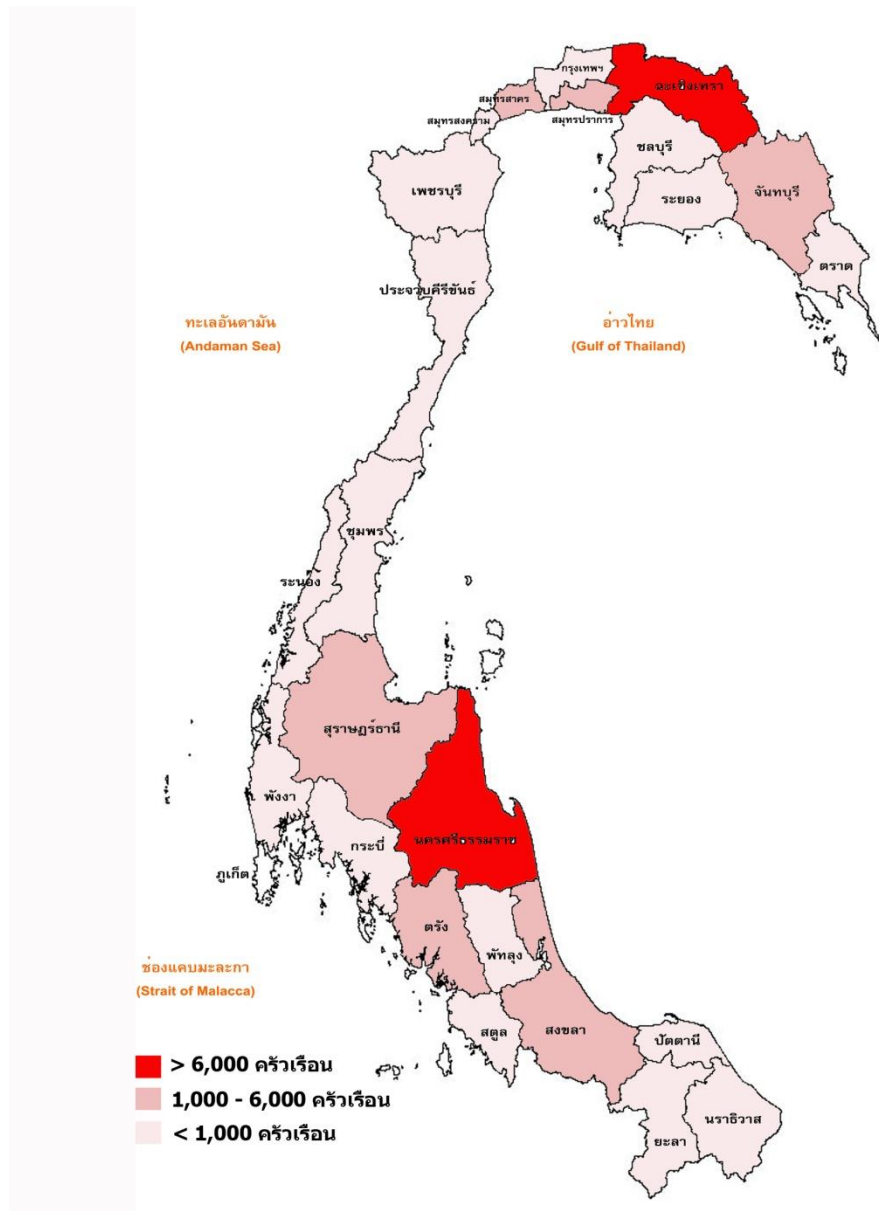


5.4 อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป

5.4.1 อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย

1) ข้อมูลด้านการประมง

ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในด้านการพัฒนาการประมงจนสามารถติดอันดับหนึ่งในสิบของโลกที่มีผลผลิตสูง และยังติดอันดับต้นๆ ของผู้ส่งออกสินค้าประมงมาตั้งแต่ปี 2535 โดยผลผลิตมวลรวมในสาขาประมงมีมูลค่า 98.9 พันล้านบาท คิดเป็น 11.87 เปอร์เซ็นต์ ของผลผลิตมวลรวมของภาคเกษตร หรือร้อยละ 1.27 ของผลผลิตมวลรวมของประเทศ กิจกรรมประมงเกี่ยวข้องกับคนไทยจำนวนมากในหลายกิจกรรม โดยเฉพาะในบริเวณพื้นที่ชายฝั่งหรือบริเวณใกล้เคียง นับเป็นหมู่บ้านได้มากกว่า 2,000 หมู่บ้าน มีครัวเรือนที่ทำประมงทะเลตามข้อมูลของสำมะโนประมงทะเล ปี 2543 จำนวน 55,981 ครัวเรือน และมีตลาดแรงงานรองรับถึง 826,657 คน โดยอยู่ในภาคของประมงทะเล 161,670 คน เป็นผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง 77,870 คน อยู่ในอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการประมง 183,100 คน ที่เหลืออยู่ในภาคของผู้เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืด พื้นที่ทำการประมงในอาณาเขตประเทศไทย 6 แห่ง ได้แก่ อ่าวไทยฝั่งตะวันออก อ่าวไทยตอนใน อ่าวไทยฝั่งตะวันตกตอนบน อ่าวไทยฝั่งตะวันตกตอนล่าง อ่าวไทยตอนกลาง และฝั่งทะเลอันดามัน รวมทั้งการทำประมงนอกน่านน้ำในประเทศเพื่อนบ้าน และการทำประมงในทะเลหลวงด้วย ผลผลิตการประมงส่วนหนึ่งได้นำมาใช้บริโภคเป็นอาหารโปรตีนที่สำคัญสำหรับคนในประเทศ ซึ่งปริมาณการบริโภคสัตว์น้ำในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา อยู่ระหว่าง 25 - 30 กิโลกรัม/คน/ปี ผลผลิตอีกส่วนถูกส่งออกขายสู่ตลาดโลกนำเงินตราเข้าสู่ประเทศ



ภาพที่ 5.90 ความหนาแน่นของครัวเรือนเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

ที่มา: สนิท อักษรแก้ว. ประชากรและทรัพยากรชายฝั่งทะเล. วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ทุน
 เมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(1) การพัฒนาของการประมงทะเลไทย

พัฒนาการของการประมงทะเลไทยมีมาเป็นระยะเวลายาวนาน สามารถแบ่งช่วงการพัฒนาออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ก่อนปี 2503 ถือได้ว่าเป็นช่วงการเริ่มต้นพัฒนาการประมงทะเล เครื่องมือประมงที่ใช้ในยุคนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องมือประมงพื้นบ้าน และใช้เรือประมงขนาดเล็กไม่มีเครื่องยนต์ ต่อมาได้มีการพัฒนาเครื่องมือและดัดแปลงเรือประมงให้มีความเหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจับปลาผิวน้ำให้ดียิ่งขึ้น โดยการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ ในช่วงนี้ได้รับจากประเทศญี่ปุ่น ผลผลิตสัตว์น้ำในช่วงนี้ มีปริมาณระหว่าง 150,000 - 230,000 ตันต่อปี สัตว์น้ำที่จับได้ส่วนใหญ่ เป็นปลาผิวน้ำ เช่น ปลาทุบ ปลาหลังเขียว และปลากะตัก สำหรับใช้บริโภคภายในประเทศเกือบทั้งหมด

ระหว่างปี 2503 - 2523 มีการขยายตัวด้านการประมงทะเลอย่างรวดเร็วโดยมีปัจจัยสำคัญที่เป็นสิ่งจูงใจ ประกอบด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องมือประมง เช่น อวนในล่อน สำหรับใช้ในการประมงพื้นบ้าน อวนลากเพื่อใช้สำหรับการประมงพาณิชย์ มาแนะนำและส่งเสริมแก่ชาวประมง การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเรือประมง จากเรือไม่มีเครื่องยนต์มาเป็นเรือที่ใช้เครื่องยนต์ การสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากประเทศที่พัฒนาแล้วและจากองค์กรระหว่างประเทศ การลงทุน รวมทั้งการสนับสนุนด้านการเงินจากประเทศอุตสาหกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โรงงานผลิตน้ำแข็ง โรงงานห้องเย็น และโรงงานแปรรูปสินค้าสัตว์น้ำ การสำรวจแหล่งประมงใหม่โดยภาครัฐ เช่น แหล่งทำประมงในทะเลจีนตอนใต้ และนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนการพัฒนาประมงนอกชายฝั่งหรือประมงทะเลลึก ด้วยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้การประมงทะเลของไทยสามารถเพิ่มผลผลิตสัตว์น้ำ 150,000 ตัน ในปี 2503 เป็นมากกว่า 2 ล้านตัน ในปี 2520 จนติดอันดับหนึ่งในสิบของประเทศที่มีปริมาณการจับสัตว์น้ำสูงของโลก แม้ในบางปีจะมีวิกฤติการณ์น้ำมันเข้ามาส่งผลกระทบต่อในบางช่วงก็ตาม

ยุคหลังปี 2523 - ปัจจุบัน ผลผลิตโดยรวมจากการประมงยังคงเพิ่มขึ้น ผลผลิตส่วนใหญ่ยังคงมาจากการประมงในอ่าวไทย แต่เปอร์เซ็นต์ของผลผลิตนี้ลดลงอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากการพัฒนาการประมงของไทยตลอด 3 ทศวรรษที่ผ่านมา เป็นการพัฒนาที่ขาดยุทธศาสตร์การควบคุมที่มีประสิทธิภาพ ทำให้มีการทำการประมงเกินกว่าสภาพสมดุลงานชีวิวิทยาในอ่าวไทย ผลผลิตสัตว์น้ำในอ่าวไทยมีปริมาณการจับต่อหน่วยลงแรงประมงลดลงอย่างต่อเนื่อง คือ ลดลงจาก 293.9225 กิโลกรัมต่อชั่วโมงการลากอวนในปัจจุบัน

(2) ประเภทของการทำการประมง

(2.1) การประมงชายฝั่งหรือประมงพื้นบ้าน

ประมงชายฝั่ง (Inshore Fisheries) หรือประมงพื้นบ้าน (Artisanal Fisheries) คือ การประมงเพื่อยังชีพหรือประมงขนาดเล็ก โดยทั่วไปใช้เรือขนาดเล็ก เช่น เรือพื้นบ้าน เป็นต้น ปัจจุบันส่วนใหญ่จะติดเครื่องยนต์เข้าไปด้วย ทำการประมงโดยใช้เครื่องมือประมง เช่น แห หรือเบ็ดแบบง่ายๆ ประมงพื้นบ้านเป็นการประมงเพื่อยังชีพ หาอาหาร สร้างรายได้ และก่อให้เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น ซึ่งปริมาณการจับสัตว์น้ำจากการทำประมงพื้นบ้านคิดเป็นร้อยละ 10 จากปริมาณผลผลิตสัตว์น้ำจากการประมงทะเลทั้งหมด การ

บริหารจัดการประมงชายฝั่งโดยภาครัฐ จากการที่ชาวประมงทะเลพื้นบ้านส่วนใหญ่ยังมีฐานะความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่ำกว่าชนกลุ่มอื่น รัฐบาลจึงมีนโยบายช่วยเหลือและพัฒนาโดยเริ่มจากการจัดตั้งองค์การสะพานปลาขึ้นตามพระราชบัญญัติแพปลา พ.ศ. 2496 และได้กำหนดหน้าที่ที่สำคัญไว้ คือ ส่งเสริมฐานะสวัสดิการ หรืออาชีพการประมงและบูรณะหมู่บ้านประมง โดยองค์การสะพานปลาดำเนินการจัดระบบการตลาด ทำถนน สร้างสะพาน ทำเทียบเรือ ต่อมากรมประมงได้เริ่มโครงการประมงสงเคราะห์เพื่อให้ชาวประมงกู้เงินไปลงทุน ตั้งแต่ปี 2503 ในปัจจุบันกรมประมงยังคงมีโครงการเงินกู้เพื่อประกอบอาชีพเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและการประมงทะเล ปี 2522 กรมประมงร่วมกับองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) จัดตั้งโครงการพัฒนาประมงขนาดเล็กขึ้นที่จังหวัดพังงา ในปี 2526 คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้ทุนแก่กรมประมงมาดำเนินโครงการประมงหมู่บ้านภาคใต้ในเขตชนบทพื้นที่ยากจน และโครงการพัฒนาประมงทะเลพื้นบ้าน ต่อมาทั้งสองโครงการได้รวมกันเป็นโครงการพัฒนาประมงทะเลชายฝั่งพื้นบ้าน มีกิจกรรมการจัดตั้งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน การพัฒนาอาชีพ การจัดตั้งสหกรณ์การประมง การจัดการประมงชายฝั่ง การแปรรูปสัตว์น้ำและโภชนาการ ตลอดจนฝึกอบรมให้ประชาชนริมฝั่งทะเลประกอบอาชีพประมงและอาชีพต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

(2.2) การประมงพาณิชย์

การทำประมงพาณิชย์ (Commercial Fisheries) ไม่ใช้การประมงเพื่อยังชีพ ส่วนใหญ่ธุรกิจประมงแบบนี้จะผูกพันกับกองเรือประมงที่จับปลาโดยใช้อวนลาก เบ็ดราวทะเลลึก หรืออวนลอย โดยทั่วไป เจ้าของเรือจะเป็นผู้ดำเนินการเอง สัตว์น้ำที่ได้จะขายทั้งในท้องถิ่นหรือตลาดค้าสัตว์น้ำ ในประมงพาณิชย์จึงประกอบไปด้วย "ประมงน้ำลึก" (Deep Sea Fisheries) คือ การจับปลาในระยะห่างจากฝั่งแต่ไม่เกินระยะ 200 ไมล์ทะเลจากชายฝั่ง และ "ประมงสากล" (Distant Water Fisheries) คือ การจับปลาในมหาสมุทรเป็นระยะทางไกลจากท่าเรือของประเทศนั้น

(2.3) ประมงพาณิชย์ในเขตเศรษฐกิจจำเพาะ

แหล่งทำการประมงทะเลของไทยในเขตเศรษฐกิจจำเพาะมีพื้นที่รวมทั้งสิ้น 368,280 ตารางกิโลเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ทำการประมงในอ่าวไทยประมาณ 252,000 ตารางกิโลเมตร และฝั่งทะเลอันดามัน 116,280 ตารางกิโลเมตร จากปริมาณสัตว์น้ำจากการประมงทะเลมีผลผลิตจากการประมงพาณิชย์คิดเป็นร้อยละ 90

(2.4) ประมงพาณิชย์นอกน่านน้ำ

จากพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการประมง ทั้งในเรื่องความรู้และอุปกรณ์เครื่องมือสำรวจต่างๆ ที่ประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือจากประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้สามารถบุกเบิกและสำรวจค้นหาแหล่งทำประมงใหม่ๆ เช่น แหลมญวน ทะเลจีนใต้ อ่าวบอร์เนียว อ่าวมะละเกาะ และอ่าวเบงกอล ทำให้อุตสาหกรรมประมงไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ผลผลิตสัตว์น้ำทะเลของไทยเพิ่มปริมาณ

ขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประกอบกับทรัพยากรสัตว์น้ำในน่านน้ำไทยถูกจับเพิ่มขึ้นจนเกินศักยภาพการผลิต ชาวประมงเริ่มรู้สึกว่าการจับสัตว์น้ำในอ่าวไทยในแต่ละเที่ยวได้ปริมาณสัตว์น้ำน้อยลง ต้องใช้ระยะเวลาในการทำประมงนานขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการทำประมงของชาวประมงสูงขึ้น แต่ผลตอบแทนลดต่ำลง ชาวประมงประสบภาวะขาดทุน เพื่อความอยู่รอดชาวประมงส่วนหนึ่งจึงต้องดิ้นรนเพื่อนำเรือออกไปทำการประมงนอกน่านน้ำ การประมงนอกน่านน้ำนั้นมี 2 ลักษณะ คือ

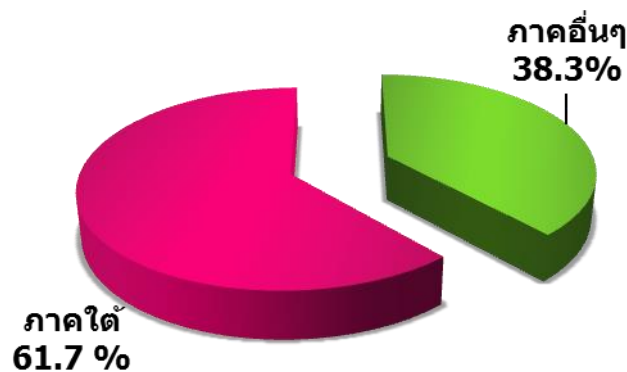
1) การทำประมงในเขตเศรษฐกิจจำเพาะของรัฐชายฝั่ง ส่วนใหญ่เป็นแหล่งประมงในประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงและบางแหล่งเป็นแหล่งประมง ที่กองเรือประมงไทยเคยทำการประมงมาก่อนที่จะมีการประกาศเขตเศรษฐกิจจำเพาะของรัฐชายฝั่งนั้นๆ รูปแบบของการเข้าทำประมงในน่านน้ำต่างประเทศของเรือประมงไทยมี 4 รูปแบบ คือ 1. การได้รับสิทธิทำประมงจากรัฐบาลของประเทศที่จะเข้าไปทำการประมง 2. การร่วมทุน (Joint Venture) กับบริษัทภายในประเทศที่จะเข้าไปทำการประมง 3. บริษัทภายในของต่างประเทศเช่าเรือประมงไทยเข้าไปทำการประมงในน่านน้ำของตน และ 4. เรือประมงไทยซื้อตัวจากบริษัทชาวประมงในท้องถิ่นเพื่อเข้าไปทำการประมงเฉพาะบริเวณ แนวโน้มการทำประมงในน่านน้ำต่างประเทศไม่น่าจะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประเทศเจ้าของทรัพยากรหลายประเทศเริ่มมีนโยบายไม่อนุญาตให้เรือประมงต่างชาติเข้าไปทำการประมงในเขตน่านน้ำของตน หรือที่ได้รับอนุญาตก็ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบที่เคร่งครัด

2) การทำประมงในทะเลหลวง ซึ่งเป็นแหล่งประมงที่ไม่ได้ขึ้นกับรัฐชายฝั่งใดๆ ประเทศไทยเริ่มออกทำการประมงในทะเลหลวงในปี 2541 บริเวณมหาสมุทรอินเดียด้วยเรืออวนล้อมขนาดใหญ่ และปีต่อมามีเรือจับปลาทูน่าของประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยมีทั้งเรืออวนล้อม และเรือเบ็ดราว ต่อมาในปี 2545 เรือประมงดังกล่าวได้ยุติการทำประมงเนื่องจากไม่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินการ อย่างไรก็ตามในปี 2548 กองเรืออวนล้อมจับปลาทูน่าของประเทศไทยก็ได้เข้าไปทำประมงในทะเลหลวงบริเวณมหาสมุทรอินเดียอีกครั้ง และในปี 2549 มีเรือประมงไทยจำนวน 12 ลำ เป็นเรืออวนล้อมขนาดใหญ่จำนวน 6 ลำ และเรือเบ็ดราว 6 ลำ ปัจจุบัน การทำประมงในเขตทะเลหลวงของประเทศไทยยังมีไม่มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดในหลายๆ ด้าน ซึ่งแหล่งทำการประมงที่สำคัญ ได้แก่ มหาสมุทรอินเดีย สัตว์น้ำเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการทำประมงทูน่าก็มีความแตกต่างกัน โดยอวนล้อมปลาทูน่าเน้นการจับปลาทูน่าทองแถบ ทูน่าดาโต และทูน่าครีบลีลอง เพื่อป้อนโรงงานปลากระป๋อง ในขณะที่เบ็ดราวปลาทูน่า เน้นการจับปลาทูน่าครีบลีลอง ทูน่าครีบบาว ทูน่าครีบน้ำเงิน และทูน่าดาโต เพื่อนำไปใช้บริโภคสด

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพมากที่สุดอุตสาหกรรมหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ในอาเซียน จะพบว่าอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย มีการพัฒนาองค์ความรู้ กระบวนการผลิต การรักษาคุณภาพ มาตรฐานด้านอาหารและความปลอดภัย ได้ดีที่สุดในอาเซียนซึ่งทั่วโลกให้การยอมรับ เนื่องจากจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย เริ่มมาจากการเป็นประเทศคู่ค้าของสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป ซึ่งประเทศเหล่านี้เป็นประเทศที่ใส่ใจในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารและมาตรฐานสินค้าที่สูง ทำ

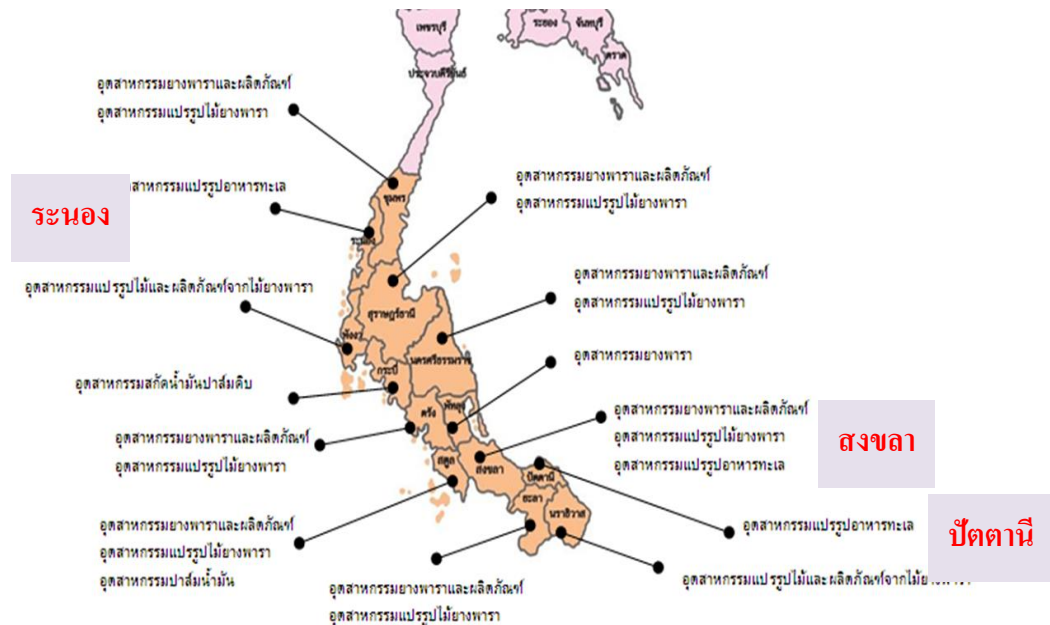
ให้ไทยได้รับการพัฒนาคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า และได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่ประเทศคู่ค้าเหล่านั้นกำหนด จึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยในปัจจุบันเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานในระดับสากล แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยหลักในการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป คือ วัตถุดิบและแรงงาน วัตถุดิบที่ใช้ต้องอาศัยทรัพยากรจากธรรมชาติ ซึ่งในปัจจุบันสัตว์น้ำมีจำนวนลดลงทำให้วัตถุดิบในการผลิตขาดแคลน อีกทั้งจำนวนแรงงานในประเทศในอุตสาหกรรมนี้มีจำนวนลดลง และอัตราค่าจ้างแรงงานของไทยเพิ่มสูงขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปเริ่มมีการขยายการผลิตไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อแก้ไขปัญหาด้านวัตถุดิบและแรงงานที่เกิดขึ้น

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำประมง เนื่องจากวัตถุดิบ มาจากการจับสัตว์น้ำตามธรรมชาติและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ซึ่งจากข้อมูลกรมประมงพบว่า พื้นที่ที่มีศักยภาพและเหมาะสมแก่การทำประมง คือ พื้นที่ภาคใต้ โดยในปี 2555 พบว่า ปริมาณสัตว์น้ำของไทย ร้อยละ 61.7 เป็นสัตว์น้ำจากภาคใต้ และภาคอื่นๆ ร้อยละ 38.3

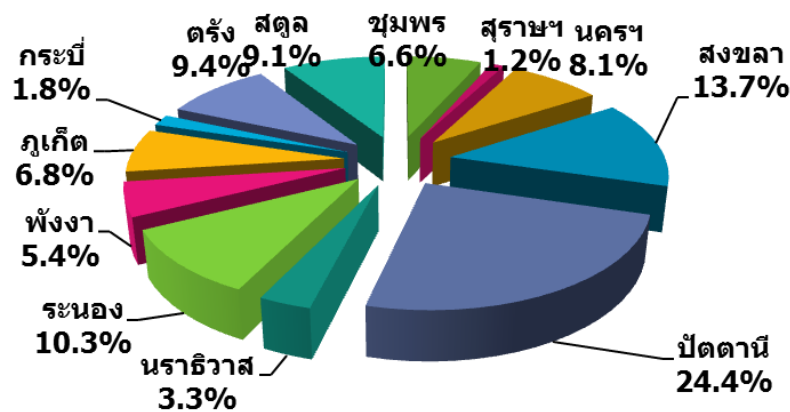


ภาพที่ 5.91 สัดส่วนปริมาณสัตว์น้ำของไทย

สำหรับจังหวัดที่มีปริมาณสัตว์น้ำอุดมสมบูรณ์ที่สุดในภาคใต้ คือ ปัตตานี สงขลา และระนอง



ภาพที่ 5.92 พื้นที่มีศักยภาพต่อการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย

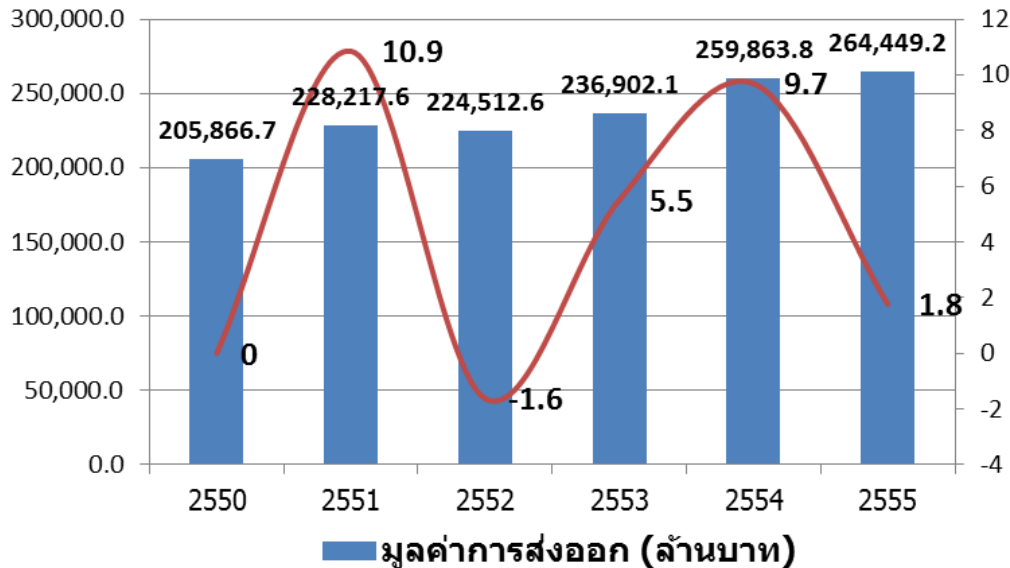


ภาพที่ 5.93 สัดส่วนปริมาณสัตว์น้ำของภาคใต้

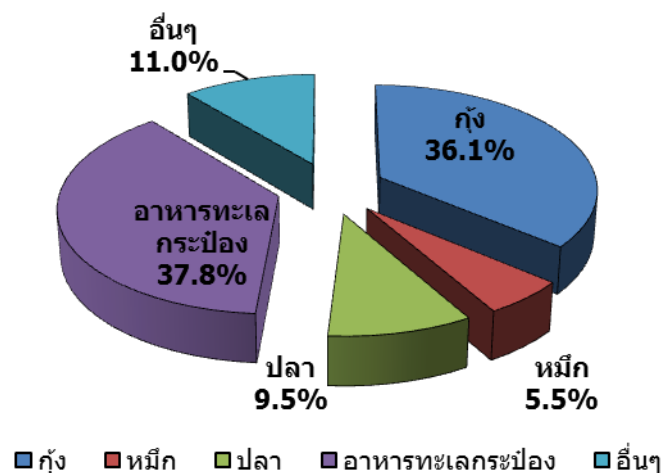
เมื่อพิจารณาการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป พบว่า มูลค่าการส่งออกของไทย ตั้งแต่ปี 2550-2555 มี 2.05 แสนล้านบาท 2.6 แสนล้านบาท สำหรับอัตราการขยายตัวมีค่อนข้างผันผวน โดยในปี 2551 มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 10.9 และปี 2553-2554 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 5.5 และ 9.7 ตามลำดับ

สำหรับในปี 2555 พบว่า มูลค่าการส่งออก มีมูลค่า 264,449.2 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 1.8 และสินค้าหลักในการส่งออกได้แก่ อาหารทะเลกระป๋อง ซึ่งประกอบไปด้วย ทูน่ากระป๋อง

ปลากระป๋อง และกุ้ง ซึ่งกุ้งประกอบไปด้วยกุ้งสด กุ้งแช่เย็นแช่แข็ง เป็นต้น โดยมีสัดส่วนการส่งออก ร้อยละ 37.8 และ 36.1 ตามลำดับ



ภาพที่ 5.94 มูลค่าการส่งออกอาหารทะเลแปรรูป



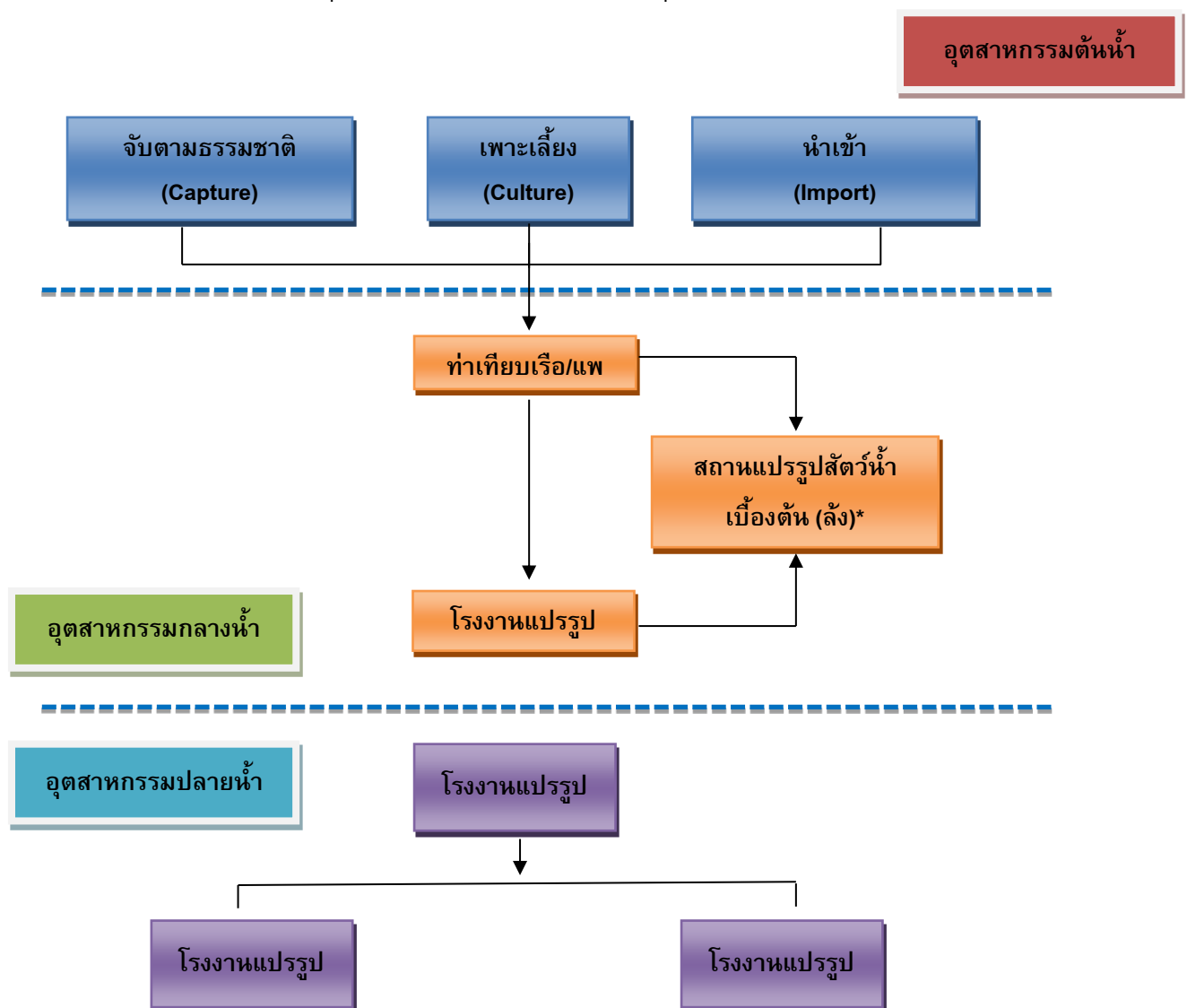
ภาพที่ 5.95 สัดส่วนการส่งออกของสินค้าในอุตสาหกรรมประมง

2) โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย อินโดนีเซีย และ มาเลเซีย

สำหรับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของ ประกอบด้วย

- 1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ การจับสัตว์น้ำตามธรรมชาติ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และการนำเข้าสัตว์น้ำ
- 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ ได้แก่ การแปรรูปเบื้องต้น
- 3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ ได้แก่ การแปรรูปเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ในการส่งออก

รายละเอียดของห่วงโซ่อุปทานของปาล์มน้ำมันในแต่ละอุตสาหกรรม มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 5.96 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป

หมายเหตุ: *สถานแปรรูปสัตว์น้ำเบื้องต้น (ล้าง) คือ สถานที่แปรรูปสัตว์น้ำเบื้องต้น อาทิเช่น การปอกเปลือกกุ้ง ถอดเกล็ดปลา เป็นต้น

ที่มา: ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2556)

5.4.2 การวิเคราะห์ศักยภาพและเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม อาหารทะเลแปรรูประหว่างไทยกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย

การวิเคราะห์ศักยภาพและเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูประหว่างไทยกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยตามแบบจำลอง Diamond Model ของ Professor Michael E. Porter ซึ่งมีองค์ประกอบของความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม 5 ด้าน (Porter, 1980, 1985, 1990; Kotler, 2003) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Condition)
2. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเชื่อมโยง (Related & Supporting)
3. ด้านอุปสงค์ของสินค้า (Demand)
4. ด้านโครงสร้างและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Firm Strategy Structure)
5. ด้านนโยบายของรัฐบาล (Government)

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป เมื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างไทยกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย โดยพิจารณาปัจจัยแต่ละด้านตามกรอบแบบจำลอง Diamond Model พบว่า

1) ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปนั้นการวิเคราะห์ด้านปัจจัยการผลิตจะพิจารณาจากปัจจัยด้านเงินทุน แรงงาน เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ วัตถุดิบ และโครงสร้างพื้นฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1.1) โครงสร้างพื้นฐาน

จากการจัดอันดับขีดความสามารถด้านการแข่งขันของประเทศต่างๆ โดย Institute for Management Development (IMD)¹ ที่ระบุไว้ในรายงาน The World Competitiveness Yearbook 2012 พบว่า ประสิทธิภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน² ของมาเลเซียมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศไทยทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะระบบสาธารณูปโภคที่เห็นได้ว่าลำดับขีดความสามารถของมาเลเซียได้เลื่อนขึ้นจากอันดับที่ 27 ของโลกใน ปี 2554 เป็นอันดับที่ 26 ของโลก ในปี 2555 ดังนั้นมาเลเซียจึง

¹ สถาบันนานาชาติเพื่อพัฒนาด้านการจัดการ (International Institute for Management Development: IMD) เป็นสถาบันการศึกษาที่มีผู้นำด้านธุรกิจจากทั่วโลกเข้ารับการศึกษาศึกษาฝึกอบรมและมีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือมากแห่งหนึ่งในการศึกษา รวมไปถึงการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ

² การพิจารณาด้านโครงสร้างพื้นฐานของ IMD พิจารณาใน 4 ด้านใหญ่ๆ คือ 1) สาธารณูปโภคพื้นฐาน 2) ด้านเทคโนโลยี 3) ด้านวิทยาศาสตร์ 4) สุขภาพและสิ่งแวดล้อม และ 5) การศึกษา

ได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีระบบสาธารณูปโภคที่ดีสุดประเทศหนึ่งของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีผล
อย่างสำคัญต่อความสำเร็จของการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมาของมาเลเซียด้วย ซึ่งโครงสร้าง
พื้นฐานสำคัญของมาเลเซียประกอบไปด้วยระบบโครงข่ายถนนที่สมบูรณ์และก้าวหน้าที่สุดในเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีทางหลวงจากเหนือจรดใต้ (จากชายแดนไทยถึงสิงคโปร์) เป็นระยะทาง 850
กิโลเมตร สำหรับการคมนาคมท่าเรือ พบว่า รัฐบาลมาเลเซียมีการพัฒนาท่าเรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพใน
การขนส่งสินค้าทางเรืออย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งทางทะเลให้
มากขึ้น ปัจจุบันมาเลเซียมีท่าเรือนานาชาติทั้งหมด 7 แห่ง ได้แก่ Port Klang³, Port of Tanjung
Pelepas, Kuantan Port, Penang Port, Johor Port, Kemaman Port และ Bintulu Port ส่วนการ
คมนาคมทางอากาศมาเลเซียมีท่าอากาศยานนานาชาติทั้งหมด 5 แห่ง⁴ โดยมีท่าอากาศยาน Kuala
Lumpur International Airport เป็นท่าอากาศยานแห่งชาติที่ใหญ่ที่สุดของมาเลเซีย อยู่บริเวณเซปิงใน
รัฐสลังงอ สามารถเดินทางด้วยรถยนต์บนทางหลวงพิเศษใช้เวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง นอกจากนี้ยังเป็น
ศูนย์กลางการบินในประเทศมีสายการบินในประเทศรองรับ เช่น Air Asia, Pelangi Air, Berjaya Air,
Mofaz Air

สำหรับประเทศไทยแม้ว่าจะมีโครงสร้างพื้นฐานทั้งการคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า น้ำประปา
โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์มือถือ และบริการติดต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีกระจายครอบคลุมใน
เกือบทุกพื้นที่ แต่ขีดความสามารถในด้านดังกล่าวเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะกับมาเลเซียกลับ
ลดลงอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2551 โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของไทยเมื่อเทียบ
กับมาเลเซียโดยอาศัยตัวชี้วัดด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ที่สำคัญมาเปรียบเทียบ พบว่า ประสิทธิภาพทางโลจิสติกส์
ประเทศไทยเป็นรองมาเลเซีย ซึ่งเห็นได้จากดัชนี LPI⁵ ของไทย (3.18) ต่ำกว่าดัชนี LPI ของ
มาเลเซีย (3.49) ซึ่งสอดคล้องกับต้นทุนการส่งออก-นำเข้าของไทยที่มากกว่าของมาเลเซียถึง 129
ดอลลาร์สหรัฐ/ตู้คอนเทนเนอร์ และ 311 ดอลลาร์สหรัฐ/ตู้คอนเทนเนอร์ ตามลำดับ

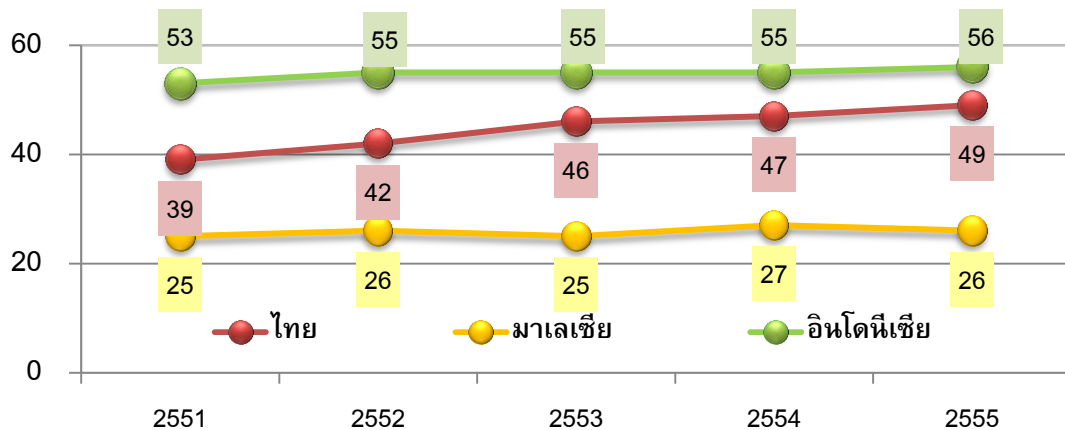
โครงสร้างพื้นฐานในอินโดนีเซียที่เป็นระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทั้งท่าเรือ ท่าอากาศยาน
ถนน และทางรถไฟนั้นยังไม่มีความพร้อมเท่าที่ควรซึ่งสะท้อนได้จากการจัดอันดับขีดความสามารถ
ด้านประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐาน โดย Institute for Management Development (IMD) ในปี
2555 พบว่า อินโดนีเซียมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับที่ต่ำกว่าไทยมาก โดยลำดับขีด

³ Port Klang และ Port of Tanjung Pelepas ได้รับการยอมรับว่าเป็น 1 ใน 10 ของท่าเรือที่ดีที่สุดในเอเชีย

⁴ ท่าอากาศยานนานาชาติของมาเลเซีย ได้แก่ Kuala Lumpur International Airport, Penang International Airport, Langkawi International Airport, Kota Kinabalu International Airport, Kuching International Airport

⁵ ดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ โดยจะพิจารณาปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานพิธีการต่างๆ ของศุลกากร 2) คุณภาพด้านการขนส่ง ด้านเทคโนโลยีและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ 3) ความง่ายในการจัดการการขนส่งทางเรือระหว่างประเทศ 4) ความสามารถของอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ในประเทศ 5) ความสามารถในการสืบค้นสินค้าระหว่างมีการขนส่งทางเรือ 6) ต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ภายในประเทศ และ 7) การส่งสินค้าถึงที่หมายตรงเวลา

ความสามารถในการแข่งขันของอินโดนีเซียได้เลื่อนลงจากอันดับที่ 55 ของโลก (ปี 2554) เป็นอันดับที่
 56 ของโลก ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของขีดความสามารถทั้งทางด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน ด้าน
 การศึกษา ด้านเทคโนโลยี ด้านวิทยาศาสตร์ และด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาและ
 อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานของอินโดนีเซียเอง เช่น ปัญหาของสภาพถนนที่
 เสียหายจากการใช้งานอย่างหนัก ปัญหาการจราจรที่ติดขัดอย่างรุนแรงในเมืองหลวงที่กลายเป็นการเพิ่ม
 ค่าใช้จ่ายทางอ้อมในการขนส่งสินค้าความล้าสมัยของท่าเรือท่าอากาศยานต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ
 ประสิทธิภาพการจัดการการไหลเข้าออกของสินค้า ซึ่งเห็นได้จากจากดัชนี LPI ของไทย (3.18) ที่สูง
 กว่ากว่าดัชนี LPI ของอินโดนีเซีย (2.94) ซึ่งสอดคล้องกับต้นทุนการส่งออกของไทยที่ต่ำกว่าของ
 มาเลเซียถึง 59 ดอลลาร์สหรัฐ/ตู้คอนเทนเนอร์ สำหรับปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานนั้นส่วนหนึ่งเป็นผล
 มาจากอินโดนีเซียมีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่ำมากเมื่อเทียบกับ GDP เมื่อเทียบกับช่วงเวลาก่อน
 เกิดวิกฤตต้มยำกุ้งอินโดนีเซียลงทุนโครงสร้างพื้นฐานมีมูลค่าประมาณ 8% ของ GDP แต่หลังจากเกิด
 วิกฤตต้มยำกุ้งเงินลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานกลับลดลงเหลือประมาณ 4% ของ GDP เท่านั้น



ภาพที่ 5.97 อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐานของไทยและมาเลเซีย

 ปี 2551-2555

ที่มา: IMD: World Competitiveness Yearbook (2012)

เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพระหว่างไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย จะพบว่ามาเลเซียจะมีศักยภาพ
 มากที่สุด รองลงมา คือ ไทย และอินโดนีเซีย เนื่องจากอินโดนีเซียมีภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะจำนวนมาก
 จึงเป็นอุปสรรคต่อการขนส่งสินค้าและวัตถุดิบ อีกทั้งขาดความพร้อมด้านน้ำประปาซึ่งปัจจัยสำคัญในการ
 แปรรูปสัตว์น้ำในเบื้องต้น

1.2) วัตถุดิบ

วัตถุดิบของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป คือ ปริมาณสัตว์ที่ได้จากการเพาะเลี้ยงและการ
 จับจากธรรมชาติ พบว่าปริมาณสัตว์ของไทยในปัจจุบันมีจำนวนลดลงอย่างมาก ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญต่อ

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยในปัจจุบัน สำหรับอินโดนีเซียและมาเลเซียมีความได้เปรียบกว่าในด้านวัตถุดิบ เนื่องจากทั้งสองประเทศยังมีปริมาณสัตว์น้ำตามธรรมชาติอยู่มากมาย โดยเฉพาะอินโดนีเซียซึ่งภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะซึ่งเอื้อต่อการทำประมง

1.3) ทรัพยากรบุคคล

สำหรับทรัพยากรบุคคล แบ่งการพิจารณาเป็น 2 ส่วนคือ ความสามารถของบุคลากรระดับบริหาร และประสิทธิภาพของแรงงาน พบว่า อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยมีการดำเนินธุรกิจมาก่อนอินโดนีเซียและมาเลเซีย ดังนั้นความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากรในระดับบริหารในการบริหารจัดการจึงเหนือกว่าทั้งสองประเทศ เนื่องจากได้รับการเรียนรู้จากลูกค้าที่สำคัญอย่างสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย เป็นต้น ซึ่งเป็นประเทศเหล่านี้เข้มงวดด้านความปลอดภัย และความสะอาดของสินค้า อีกทั้งเป็นผู้กำหนดมาตรฐานสินค้า ในทางเดียวกันประสิทธิภาพของแรงงานในระดับปฏิบัติการของไทยย่อมสูงกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซียตามไปด้วย เนื่องจากองค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดและฝึกฝนมีมาก่อนทั้งสองประเทศจนทำให้แรงงานไทยสามารถปฏิบัติงานได้อย่างชำนาญ สามารถผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานสากล และตามคำสั่งซื้อจากประเทศลูกค้าที่สำคัญ

1.4) องค์ความรู้

สำหรับองค์ความรู้ของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป พบว่า ไทยเป็นประเทศที่มีองค์ความรู้มากที่สุดและดีที่สุด เนื่องจากการเริ่มต้นธุรกิจนี้มาก่อนทั้งสองประเทศ การพัฒนาการผลิต การแปรรูป และการใช้เทคนิค เทคโนโลยีในการผลิตได้รับการพัฒนาเต็มศักยภาพแล้วในปัจจุบัน และผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปก็ได้มาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก

1.5) ทรัพยากรทุน

สำหรับทรัพยากรทุน หมายถึง เงินทุน และเครื่องจักรในการผลิต พบว่า ด้านเงินทุนอินโดนีเซียและมาเลเซียมีศักยภาพสูงกว่าไทย เนื่องจากยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ แต่สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจนสามารถดำเนินธุรกิจเองได้แล้ว ทำให้ไม่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐแล้ว ต้องหาแหล่งเงินทุนเอง แต่สำหรับเครื่องจักรในการผลิต พบว่า ไทยมีศักยภาพสูงกว่าทั้งสองประเทศ เนื่องจากเทคโนโลยีในการผลิตได้พัฒนาถึงขีดสุดเต็มศักยภาพแล้วในปัจจุบัน

2. ปัจจัยด้านอุปสงค์

สำหรับปัจจัยด้านอุปสงค์ ในการศึกษาในครั้งนี้จะพิจารณาอุปสงค์หรือความต้องการสินค้าอาหารทะเลแปรรูปภายในประเทศ และความต้องการสินค้าอาหารทะเลแปรรูปจากต่างประเทศ พบว่า ความต้องการสินค้าอาหารทะเลแปรรูปภายในประเทศของไทยมีมากพอสมควร เนื่องจากอาหารทะเลเป็นสินค้าที่คนไทยบริโภค ยิ่งในปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย มีความทันสมัยและเร่งรีบมากขึ้นซึ่งเน้นความสะดวกรวดเร็ว อาหารทะเลแปรรูปพร้อมปรุงและพร้อมรับประทานถึงสามารถสนองตอบ

ความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศได้เป็นอย่างดี แต่สำหรับอินโดนีเซียและมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศมุสลิมพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารทะเลจึงมีน้อยกว่าไทย และสำหรับความต้องการสินค้าอาหารทะเลแปรรูปจากต่างประเทศ พบว่าไทยมีมูลค่าการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก รองลงมา คือ อินโดนีเซียและมาเลเซีย

3. อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงและสนับสนุน

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทดูแลอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปตลอดสายการผลิตทั้งระบบ แต่ละส่วนอย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพ พบว่า ประเทศไทยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนดูแลอุตสาหกรรมนี้ตลอดสายการผลิตทั้งระบบ อาทิเช่น กรมประมงดูแลตั้งแต่การจับสัตว์น้ำเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นจนถึงปลายน้ำ สมาคมแช่เยือกแข็งไทยที่ดูแลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้โดยตรง เป็นต้น ดังนั้น อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงและสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป ประเทศไทยมีศักยภาพมากที่สุด

4. การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ สำหรับอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป ที่ปรึกษาฯ พิจารณา 2 ด้าน ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการยอมรับในผลิตภัณฑ์จากทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในสองด้านนี้ เหนือกว่าอินโดนีเซียและมาเลเซีย

5. ภาครัฐ

การส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป พบว่าประเทศไทยได้รับการส่งเสริมน้อยกว่าทั้งสองประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนามาจนสามารถช่วยเหลือตนเองได้ อีกทั้งมีภาคเอกชนที่รวมตัวเป็นสมาคมอย่างเหนียวแน่นซึ่งสามารถช่วยเหลือสมาชิกได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 5.40 สรุปผลการประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป ของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยการวิเคราะห์ตามกรอบ Diamond Model

ปัจจัยแต่ละด้าน	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
1. ปัจจัยการผลิต			
1.1 โครงสร้างพื้นฐาน			
การคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์มือถือ และบริการติดต่อผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	2	1	3
1.2 วัตถุดิบ			
ปริมาณสัตว์น้ำ	3	2	1
1.3 ทรัพยากรบุคคล			

ความสามารถและประสบการณ์ของบุคลากรระดับบริหาร	1	3	2
--	---	---	---

ตารางที่ 5.40 (ต่อ)

ปัจจัยแต่ละด้าน	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
ประสิทธิภาพของแรงงาน	1	2	3
1.4 องค์ความรู้			
ด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ	1	2	3
ด้านการจับสัตว์น้ำ	1	2	3
ด้านการผลิตและการแปรรูปอาหารทะเล	1	2	3
ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์	1	2	3
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	1	2	3
ด้านการจัดทำบรรจุภัณฑ์และฉลาก	1	2	3
1.5 ทรัพยากรทุน	2	1	3
แหล่งเงินทุน	3	1	2
เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต	1	2	3
2. ปัจจัยด้านอุปสงค์			
ความต้องการในประเทศสูง	1	2	3
ความต้องการจากต่างประเทศสูง ผลิตเพื่อการส่งออก	1	3	2
3. อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงและสนับสนุน			
หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทดูแลอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปตลอดสายการผลิตทั้งระบบ แต่ละส่วนอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ	1	3	2
อุตสาหกรรมที่สนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป มีเครือข่ายเชื่อมโยงกันอย่างเข้มแข็ง	1	3	2
4. การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ			
มีผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลาย	1	2	3
มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก	1	2	3
5. ภาครัฐ			
การส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป	3	2	1

หมายเหตุ: 1 หมายถึง ประเทศที่มีศักยภาพในปัจจัย i มากที่สุด
 2 หมายถึง ประเทศที่มีศักยภาพในปัจจัย i มากเป็นอันดับที่สอง
 3 หมายถึง ประเทศที่มีศักยภาพในปัจจัย i มากเป็นอันดับที่สาม
 i หมายถึง ด้านปัจจัยการผลิต, ด้านกลยุทธ์การแข่งขัน, ด้านอุปสงค์และความต้องการของตลาด,
 ด้านอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงและสนับสนุนกัน, ด้านนโยบายของภาครัฐ
 ที่มา: ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

5.4.3 อุตสาหกรรมฮาลาลภายใต้กรอบ IMT-GT

1) อุตสาหกรรมฮาลาลของไทย

ปัจจุบันอาหารฮาลาล (Halal Food) เป็นที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากสังคมไทย มิใช่เพียงแต่ชาวไทยมุสลิมที่จำเป็นต้องบริโภคอาหารฮาลาลเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการซึ่งต้องการผลิตอาหารฮาลาลจำหน่ายแก่ผู้บริโภคมุสลิมในประเทศ และผลิตเพื่อการส่งออกในตลาดโลกมุสลิมก็จำเป็นต้องให้ความสนใจอย่างจริงจัง และดำเนินกระบวนการผลิตอาหารฮาลาลให้ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม และระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 และฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 โดยผ่านการตรวจสอบและรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะ กรรมการอิสลามประจำจังหวัดแล้วแต่กรณี และหากผู้ขอรับรองฮาลาลประสงค์จะใช้ "เครื่องหมายรับรองฮาลาล" จะต้องรับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายดังกล่าวจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยก่อน ประกอบกับประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ตลาดโลกมุสลิมมีประชากรผู้บริโภคประมาณ 2,000 ล้านคน ดังนั้น อาหารฮาลาลจึงเป็นช่องทางการตลาด (Market Channel) ที่สำคัญ ซึ่งประเทศไทยควรจะต้องเจาะตลาดอาหารฮาลาลเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด (Market Segmentation) ให้มากขึ้น รัฐบาลปัจจุบันจึงมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออก และได้แปลงนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างจริงจัง ทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ การส่งเสริมผู้ประกอบการ การแสวงหาตลาดและการพัฒนากลไกการรับรองมาตรฐานฮาลาลให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ในการตรวจรับรองและอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรศาสนาอิสลามเท่านั้น คือคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด อาหารฮาลาลจึงเป็นเรื่องของความร่วมมือและผลประโยชน์ร่วมกันของ 3 ฝ่ายคือ มุสลิมผู้บริโภค ผู้ประกอบการและประเทศชาติ กล่าวคือ

- 1) มุสลิม ได้บริโภคอาหารฮาลาลที่เชื่อได้ว่าถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม มีคุณค่าอาหาร ถูกสุขอนามัย ปลอดภัยจากสิ่งต้องห้ามทางศาสนาอิสลาม (ฮารอม) และสิ่งปนเปื้อนต่างๆ
- 2) ผู้ประกอบการได้รับผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยตรงจนถึงการผลิตอาหารฮาลาลที่ ถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลามและปฏิบัติตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาลอย่างเคร่งครัด ตลอดจนบริหารคุณภาพอาหารตามมาตรฐานฮาลาล
- 3) ประเทศชาติได้รับผลประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรัฐบาลให้การส่งเสริมสนับสนุน การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างครบวงจรทั้งในด้านการพัฒนาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการการตลาดและการปรับปรุงกลไกการรับรอง "มาตรฐานอาหารฮาลาล" ขององค์กรศาสนาอิสลาม เพื่อส่งออกอาหารฮาลาลสู่ตลาดโลก

➤ เรื่องทั่วไปของฮาลาล

อาหารฮาลาล (Halal Food) หมายถึง อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ ฮาลาล เป็น คำมาจากภาษาอาหรับิก หมายถึง การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใดๆ ที่ไม่ขัดต่อบัญญัติของศาสนา ดังนั้น เราจึงอาจกล่าวได้ว่า “อาหารฮาลาล” คือ อาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ประคบ หรือแปรรูปตามศาสนบัญญัตินั่นเอง เป็นการรับประกันว่า ชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่างๆ ได้โดยสนิทใจ เราสามารถสังเกตผลิตภัณฑ์ว่าเป็น “ฮาลาล” หรือไม่นั้น ได้จากการประทับตรา “ฮาลาล” ที่ข้างบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นสำคัญ

เครื่องหมายฮาลาล คือ เครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่างๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการทำการประทับ หรือแสดงลงบนสลาก หรือผลิตภัณฑ์ หรือกิจการใดๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล” ซึ่งเขียนเป็นภาษาอาหรับว่า ภายในกรอบสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน หลังกรอบเป็นลายเส้นแนวตั้งใต้กรอบภายในเส้นขนานมีคำว่า “สนง.คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” โดยเครื่องหมายดังกล่าวนี้ จะออกให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร และเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล และหรือเนื้อสัตว์ฮาลาลที่นำเข้าจากต่างประเทศ เป็นต้น

➤ มาตรฐานอาหารฮาลาล

ปัจจุบัน ในตลาดโลกมีผู้บริโภคที่เป็นมุสลิมอยู่ประมาณ 2,000 ล้าน คนการค้าขายจำเป็นต้องทำทุกวิถีทางที่จะเข้าไปมีส่วนแบ่งในตลาดอาหารจาก ประเทศที่มีชาวมุสลิมให้มากขึ้น ประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่ผลิตอาหารที่สำคัญของโลก ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจในเครื่องหมายอย่างจริงจัง ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเรียนรู้ และอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจอย่างถูกต้องเพื่อเตรียมความพร้อมของการผลิตสร้างฐานที่แข็งแกร่งให้กับประเทศต่อไป Codex ได้จัดทำเอกสาร General Guideline for use of the Term "Halal" ตั้งแต่ปี 2540 และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้นำมาเรียบเรียงและจัดพิมพ์เป็นภาษาไทยโดยได้ยึดหลัก และอ้างอิงเอกสารภาษาอังกฤษดังกล่าว มอก.1701-2541 ZCAC GL- 24/1997) ข้อแนะนำนี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ประเทศต่างๆ มีความเข้าใจที่ตรงกัน และมีการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามกฎหมายของศาสนาอิสลาม ทั้งทางด้านแหล่งที่มาของอาหาร วิธีการฆ่าสัตว์ การเตรียมอาหาร การแปรรูปอาหาร การบรรจุหีบห่อ การขนส่งและการเก็บรักษาอาหารอีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการค้ากับประเทศมุสลิมที่กำหนดมาตรการนำเข้าอาหารฮาลาล

➤ ความสำคัญและความหมายของอาหารฮาลาล

มุสลิมมีความศรัทธาว่า "ไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์ นบีมุฮัมมัดเป็นผู้สื่อ (รอซูล) ของอัลลอฮ์" และมุสลิมมีความเชื่ออย่างมั่นใจว่า อัลลอฮ์ คือผู้สร้างมนุษย์และสรรพสิ่งในจักรวาล ดังนั้น คำบัญชาของอัลลอฮ์ (อัล-กุรอาน) คำสอนและแบบอย่างของนบีมุฮัมมัด (ซุนนะห์) จึงเป็นเรื่องที่มุสลิมจะต้องปฏิบัติตามด้วยความจริงใจและจริงจัง กล่าวคือ ปฏิบัติในสิ่งที่อนุมัติ (ฮาลาล) และไม่ปฏิบัติในสิ่งที่ห้าม (ฮารอม) ด้วยความเต็มใจและยินดี ฮา ลาล-ฮารอมในอิสลามจึงมิได้หมายความว่าเพียงการบริโภคอาหารเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงวิถีการดำเนินชีวิตในทุกด้าน เพราะอิสลามคือระบอบแห่งการดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาหารฮาลาล (Halal Food) จึง เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมุสลิมในการบริโภค ส่วนผู้ที่มิใช่มุสลิม หากบริโภคอาหารฮาลาลก็จะได้ประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นเดียวกันเพราะอาหารฮาลาลจะ ต้องมีกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามข้อบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งต้องห้าม (ฮารอม) และมีคุณค่าทางอาหาร(ตอยยิบ)

➤ หน้าที่ของผู้เชือดสัตว์ตามศาสนบัญญัติเพื่อให้ได้เนื้อสัตว์ที่ฮาลาล มีดังนี้

1. ต้องนับถือศาสนาอิสลาม
2. สัตว์ที่จะเชือดนั้น ต้องเป็นสัตว์ที่รับประทานได้ตามหลักศาสนาอิสลาม
3. ต้องไม่ปะปนสัตว์ที่จะเชือดกับสัตว์ต้องห้ามในระหว่างขนส่ง
4. ต้องไม่ทารุณสัตว์ก่อนการเชือด ตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชือดต้องมีความคม
5. ให้ผู้เชือดกล่าวพระนามของพระผู้เป็นเจ้า ขณะเริ่มทำการเชือด โดยต้องเชือดในคราวเดียวกันให้แล้วเสร็จ โดยไม่ทรมานสัตว์
6. ต้อง เชือดให้หลอดลม หลอดอาหารและเส้นเลือดข้างลำคอของสัตว์ที่ถูกเชือด ขาดออกจากกันอย่างสิ้นเชิง โดยสัตว์จะต้องตายเพราะการเชือดเท่านั้น สัตว์นั้นต้องตายสนิทเองก่อน จึงจะนำไปดำเนินการอย่างอื่นต่อไป

➤ ผู้ประกอบการ หรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. รักษาอุปกรณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้สะอาดถูกต้องตามศาสนบัญญัติ ตลอดจนไม่ใช้อุปกรณ์ดังกล่าวร่วมกับของต้องห้ามตามศาสนบัญญัติ
2. วัตถุดิบหลักในการผลิต ตลอดจนเครื่องปรุงอื่น ๆ ต้องระบุแหล่งที่มาอันน่าเชื่อถือได้ว่า “ฮาลาล” โดยไม่แปดเปื้อนกับสิ่งต้องห้าม
3. วัตถุดิบที่ได้จากสัตว์ต่าง ๆ นั้น ต้องเป็นสัตว์ที่ศาสนาอิสลามอนุมัติ และหรือได้เชือดตามศาสนบัญญัติ
4. เจ้าหน้าที่ที่ควบคุมการผลิต หรือปรุงผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ต้องเป็นมุสลิม
5. ใน ระหว่างการขนย้าย ขนส่ง หรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลนั้น ต้องไม่ปะปนผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับสิ่งต้องห้ามตามศาสนบัญญัติ

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหา หรือประเด็นอื่นๆ จากสมาชิกผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลภาคใต้ รายละเอียดดังนี้

1. การส่งเสริมให้มาตรฐานการรับรองสินค้าฮาลาลไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ภาครัฐต้องทำให้การรับรองมาตรฐานฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยประสานความร่วมมือกันให้เป็นเอกภาพกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันสร้างความเข้มแข็งให้แก่การรับรองมาตรฐานฮาลาลสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. ปัญหาเกี่ยวกับการขอรับการรับรองมาตรฐานสินค้าฮาลาล ภาครัฐควรประสานงานกับหน่วยงานที่ให้การรับรองมาตรฐานฮาลาลให้ลดระยะเวลาการดำเนินการและค่าใช้จ่ายในการขอรับการรับรองมาตรฐานฮาลาล และให้มีมาตรการรองรับการต่ออายุใบรับรองมาตรฐานฮาลาลในช่วงที่มีปัญหา เพื่อให้สามารถออกไปรับรองมาตรฐานฮาลาลได้อย่างต่อเนื่อง และพิจารณาการสนับสนุนให้การรับรองมาตรฐานฮาลาลให้มีความชัดเจนในกระบวนการตรวจสอบเพื่อให้การรับรอง และให้มีมาตรการที่จูงใจผู้ประกอบการ
3. ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสินค้าและบริการฮาลาล รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณและการเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการฮาลาล โดยการจัดนิทรรศการแสดงสินค้าฮาลาลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการฮาลาลของไทย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นานาชาติในการให้การรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย

2) อุตสาหกรรมฮาลาลของอินโดนีเซีย

อินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีศักยภาพในธุรกิจอาหารฮาลาล เพราะประชากรอินโดนีเซีย 240 ล้านคน เป็นมุสลิมร้อยละ 88 (ประมาณ 210 ล้านคน) หรือมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรมุสลิมโลกที่มีประมาณ 2 พันล้านคน มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลอินโดนีเซียคิดเป็นร้อยละ 10 ของตลาดอาหารฮาลาลโลก (มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลโลกประมาณ 600 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) นอกจากนี้เศรษฐกิจอินโดนีเซียขยายตัวเพิ่มขึ้นเกินกว่าร้อยละ 6 ติดต่อกันหลายปี จึงทำให้ชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แต่กำลังการผลิตอาหารกลับลดลงเพราะพื้นที่เพาะปลูกน้อยลง จึงนับเป็นโอกาสของผู้ผลิตอาหารไทย นอกจากนี้รัฐบาลอินโดนีเซียยังให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมฮาลาลและประกาศจะผลักดันอินโดนีเซียขึ้นเป็นศูนย์กลางฮาลาลโลกแทนมาเลเซีย ซึ่งมีประชากรเพียง 28.9 ล้านคน และเป็นมุสลิมเพียงร้อยละ 65 ในขณะที่อินโดนีเซียมีประชากรมุสลิมมากกว่าทั้งในแง่จำนวนและสัดส่วน

อินโดนีเซียกำหนดในกฎหมาย (Law 7/1996: Food Law, Law 8/1995 : Consumer Protection Law, Law 18/2009 : Animal Husbandry and Health Law) ว่าอาหารที่วางจำหน่ายในอินโดนีเซียจะต้อง "ฮาลาล" ซึ่งกระทรวงเกษตรและกระทรวงสาธารณสุขเป็นกระทรวงหลักที่รับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว หากสินค้าอ้างว่า "ฮาลาล" จะต้องผ่านการรับรองโดย LPPOM/MUI หรือ Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika / Majelis Ulama Indonesia) ซึ่งเป็นองค์กรของศาสนาแห่งอินโดนีเซีย (MUI) คนอินโดนีเซียปัจจุบัน แม้จะตระหนักถึงความเป็น "ฮาลาล" ค่อนข้างสูง แต่ในการซื้ออาหารกลับไม่ได้เลือกซื้อสินค้าโดยดู "ตราฮาลาล" มากนัก อาจเป็นเพราะเห็นว่าเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องคอยตรวจสอบว่าสินค้าที่วางจำหน่าย "ฮาลาล" แล้ว อย่างไรก็ตาม ขณะนี้รัฐบาลพยายามผลักดันให้เกิดมาตรฐาน "ฮาลาล" เดียวกันทั่วประเทศ โดยผลักดันให้ออกกฎหมายกำหนดให้ LPPOM/MUI เป็นองค์กรเดียวในอินโดนีเซียที่จะรับรองตราฮาลาล อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวยังคงไม่ได้ข้อสรุปในหลายๆ ประเด็น เช่น องค์กรรับรองควรเป็นกระทรวงศาสนา หรือ LPPOM/MUI หรือ ประเด็นต้นทุนของการออกตรารับรองฮาลาล ซึ่งขณะนี้ มีราคาประมาณ 80 ดอลลาร์สหรัฐ และมีอายุเพียง 6 เดือน และความพร้อมในการตรวจสอบและกวดขันมาตรฐานฮาลาล ขณะนี้ อาหารฮาลาลในตลาดที่ขึ้นทะเบียนกับองค์การอาหารและยา (BPOM) จึงมีเพียง 1 ใน 3 ที่ถูกรับรองโดย LPPOM/MUI

กระบวนการรับรองและออกตราฮาลาลบนบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเป็นรายได้ทางหนึ่งขององค์กรผู้มีอำนาจในประเทศนั้นๆ โดยเฉพาะอินโดนีเซียเป็นตลาดอาหารฮาลาลขนาดใหญ่ รวมทั้งแต่ละประเทศมีมุมมองและมาตรฐานของฮาลาลที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงน่าจะยากที่องค์กรผู้มีความอำนาจของอินโดนีเซียจะยอมรับตราฮาลาลของประเทศอื่นให้ถือเป็นมาตรฐานการเข้าตลาด ยิ่งหากคำนึงว่าอินโดนีเซียกำลังแข่งกับมาเลเซียที่มีประชากรมุสลิมน้อยกว่า แต่มีความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ฮาลาลมาก กว่าในการเป็นศูนย์กลางฮาลาล จึงน่าจะเป็นไปได้ยากที่อินโดนีเซียจะยอมรับข้อเสนอการยอมรับมาตรฐานฮาลาลร่วมกันของอาเซียน ซึ่งมาเลเซียเป็นผู้เสนอ เพราะอินโดนีเซียจะเสีย

ผลประโยชน์อย่างมาก ทั้งนี้ ผู้ผลิตน้ำผลไม้ทิปโกก็ได้เคยเข้าพบเจรจากับ MUI เพื่อขอให้รับตราฮาลาลของไทย แต่ MUI ก็ยืนยันท่าทีเดิม ซึ่งเป็นที่เข้าใจได้ว่า ผู้ประกอบการอาหารที่ต้องการเข้าตลาดอินโดนีเซียแบบมีตราฮาลาลที่ถูกต้องจะต้องมาร่วมมือและขอรับจาก LPPOM/MUI เท่านั้น ซึ่งเนสต์เล่ผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ของโลกก็ยังคงเข้ากระบวนการดังกล่าว ผู้ส่งออกอาหารไทยยังสามารถเข้าถึงตลาดอาหารฮาลาลของอินโดนีเซีย โดยใช้ตราฮาลาลของไทย หรือ ในบางสินค้า เช่น อาหาร หรือ เครื่องดื่มที่ชัดเจนว่าไม่มีส่วนผสมของผลิตภัณฑ์จากหมู หรือแอลกอฮอล์ ก็ถือเป็นฮาลาลและวางจำหน่ายได้ โดยไม่ต้องระบุว่า "ฮาลาล" เพราะหากระบุว่า "ฮาลาล" จะประสบปัญหาอย่างมาก เพราะจะต้องไปผ่านกระบวนการตรวจสอบของ LPPOM/MUI ใหม่ทั้งหมด โดยไม่ได้ดูว่ามีตราฮาลาลไทยหรือไม่ เพราะตามกฎหมายอินโดนีเซีย (กฎกระทรวงสาธารณสุข) ระบุว่า การตรวจพิสูจน์และออกตราฮาลาลต้องทำโดย LPPOM/MUI เท่านั้น แต่วิธีดังกล่าวสามารถกระทำได้จนกว่ากฎหมายฮาลาลที่กำหนดชัดเจนว่า LPPOM/MUI (หรือกระทรวงศาสนา) เป็นผู้เดียวที่มีอำนาจให้ตราฮาลาลและอนุญาตให้อาหารฮาลาลวางจำหน่ายในอินโดนีเซียออกมาบังคับใช้

ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดย ดร. วินัย ตะห์ลัน มีความสัมพันธ์อันดีอย่างมากกับ MUI และอยู่ระหว่างการจัดทำ MOU ระหว่างกัน เพื่อรับรองว่า การตรวจของศูนย์ฯ และตราฮาลาลไทยได้มาตรฐาน ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่ได้ตราฮาลาลยังคงต้องมาขอรับตราฮาลาลของ MUI แต่ไม่ต้องผ่านขั้นตอนกระบวนการตรวจใหม่ ซึ่งจะลดเวลาลง นอกจากนี้ ศูนย์ฯ ยังมีความสัมพันธ์กับกระทรวงศาสนา และได้ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการจัดฝึกอบรมเรื่องมาตรฐานการตรวจพิสูจน์ให้ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญ เพราะเมื่อเทคโนโลยีการตรวจพิสูจน์ที่อินโดนีเซียใช้เป็นเทคโนโลยีของไทยก็ย่อมช่วยให้สินค้าที่ได้รับตราฮาลาลไทยจะผ่านการตรวจสอบได้สะดวกขึ้น ซึ่งเป็นการลดปัญหาทางหนึ่งแทนการยอมรับตราฮาลาล ซึ่งเป็นไปได้ยากที่อินโดนีเซียจะยอมรับในอนาคตผู้ประกอบการอาหารไทยหากประสงค์จะขยายฐานอาหารฮาลาลไปยังตลาดฮาลาลโลก อาจมองการใช้อินโดนีเซียเป็นฐานผลิตโดยใช้ประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรีอาเซียน และอาเซียนกับประเทศต่างๆ เป็นเครื่องมือช่วยเหลือ เช่น นำเข้าวัตถุดิบจำเป็นจากไทยไม่ต้องเสียภาษี หรือต่อไปหากอาเซียนมีความตกลงการค้าเสรีกับกลุ่มประเทศอ่าวอาหรับ (ASEAN-GCC FTA) หรือกับปากีสถานก็จะช่วยเสริมได้มากขึ้น

3) อุตสาหกรรมฮาลาลของมาเลเซีย

มาเลเซีย มีประชากรมุสลิมประมาณร้อยละ 60 ของประเทศ และเป็นมุสลิมสายกลางที่มั่นคงเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจ ในตลาดฮาลาลมาเลเซีย พยายามหยิบยกความเป็นมุสลิมมาสร้างภาพลักษณ์เพื่อเป็นจุดขายสินค้าฮาลาลของมาเลเซีย มาเลเซียมีจุดอ่อนในเรื่องของการเป็น Net Food Importer กล่าวคือ มาเลเซียเป็นประเทศที่ไม่สามารถผลิตอาหารได้เพียงพอต่อความต้องการภายในประเทศ ต้องนำเข้าอาหาร และวัตถุดิบ ซึ่งส่วนใหญ่นำเข้าจากอินเดีย ไทย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

มาเลเซียพยายามที่จะใช้ความเป็นประเทศมุสลิมในการสร้าง Brand Image ให้กับสัญลักษณ์ฮาลาลของมาเลเซีย ว่าเป็นฮาลาลที่แท้จริงและเชื่อถือได้มากกว่า ตราสัญลักษณ์ฮาลาลจากที่อื่นมาเลเซียจัดตั้ง Halal Park โดยผู้ประกอบการที่ลงทุนผลิตและส่งออกสินค้าและบริการใน Halal Park ได้รับประโยชน์จากความสะดวกด้านสาธารณูปโภค โลจิสติกส์และสิทธิประโยชน์พิเศษต่างๆ เพื่อสินค้ามีมาตรฐานครบถ้วน เป็นสินค้าฮาลาลและมีคุณภาพและต้นทุนแข่งขันในตลาดโลกได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันมี Halal Park กว่า 20 แห่ง บางแห่งตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม Free Trade Zone หรือพื้นที่ใกล้ท่าเรือต่างๆ ในปี 2006 จัดตั้ง Halal Industry Development Corporation (HDC) ในลักษณะเป็นบริษัทวิสาหกิจ ซึ่งรัฐบาลมาเลเซียโดยกระทรวงการคลังเป็นเจ้าของกิจการหลักของ HDC กล่าวคือ

- ประสานงานการส่งเสริมการค้าและการลงทุนสินค้าฮาลาลของผู้ลงทุนชาวมาเลเซียและนักลงทุนต่างประเทศที่มาลงทุนในอุตสาหกรรมสินค้าฮาลาลในมาเลเซีย
- ในระดับนานาชาติ HDC เป็นศูนย์กลางให้บริการบริษัทหรือสถาบันทั่วโลกที่ต้องการข้อมูล รวมทั้งการอำนวยความสะดวกด้านการฝึกอบรมและการค้าการลงทุนในสินค้าฮาลาล
- ฝึกอบรมและให้คำปรึกษา เพื่อได้รับ Halal Certificate จาก Department of Islamic Development Malaysia
- ให้ความช่วยเหลือด้าน Business Matching ให้คำปรึกษาด้านการผลิต การพัฒนาคุณภาพสินค้า รวมทั้งแหล่งระดมทุนต่างๆ
- ให้คำปรึกษาแก่ Halal Parks เพื่อสามารถดึงดูดนักลงทุนจากในประเทศและต่างประเทศ
- ส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาลผ่าน MATRADE โดย HDC จะร่วมมือกับ MITI อย่างใกล้ชิด
- การได้รับสิทธิประโยชน์จาก HDC
 - (1) ผู้ลงทุนใน Halal Park
 - * ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 10 ปี
 - * ยกเว้นภาษีศุลกากรและภาษีการค้าสำหรับเครื่องมือ เครื่องจักรและชิ้นส่วนที่ใช้ใน Cold Room Operation
 - (2) ผู้ลงทุนใน Halal Logistics
 - * ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 10 ปี
 - * ยกเว้นภาษีศุลกากรและภาษีการค้าสำหรับเครื่องมือ เครื่องจักรและชิ้นส่วนที่ใช้ใน Cold Room Operation
 - * ขอบเขตกิจกรรม : Forwarding (ส่งรับสินค้า) Warehouse (โกดัง) Transportation (การขนส่งสินค้า)
 - (3) ผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมฮาลาล
 - * ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 10 ปี

- * ยกเว้นภาษีศุลกากรและภาษีการค้า สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการพัฒนาหรือผลิตสินค้า
ฮาลาลที่ได้รับการส่งเสริม
- * อุดหนุนค่าใช้จ่ายในการได้รับมาตรฐานคุณภาพสากล เช่น HACCP, GMP, CODEX
และอื่นๆ
- * ผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมลงทุนในอุตสาหกรรมต่อไปนี้
 - Spatiality Processed Food
 - Cosmetics of Personal Care Product
 - Halal Ingredients
 - การฆ่าสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์
- * โรงงานตั้งอยู่ใน Halal Parks ที่กำหนด โดย HDC

เนื่องจากมาเลเซียต้องนำเข้าอาหารและวัตถุดิบ ทำให้มาเลเซียพยายามอย่างยิ่งที่จะใช้
ยุทธศาสตร์ความร่วมมือกับประเทศไทย โดยให้ไทยเป็นผู้ผลิต และมาเลเซียเป็นผู้ทำตลาด อย่างไรก็ตาม
ตามหากยุทธศาสตร์นี้ของมาเลเซียสัมฤทธิ์ผล ก็จะเป็นการช่วยสร้างความแข็งแกร่งของ Brand
Image สัญลักษณ์ฮาลาลของมาเลเซียมากยิ่งขึ้น เดิมมาเลเซียมุ่งเน้นสินค้าฮาลาลที่เป็นสินค้าอาหาร
เป็นหลัก แต่ในปัจจุบันเนื่องจากหลายประเทศในภูมิภาค โดยเฉพาะไทย ได้หันมาทำตลาดสินค้าอาหาร
ฮาลาลมากขึ้น ทำให้มาเลเซีย ปรับยุทธศาสตร์สินค้าฮาลาล โดยใช้เป็น Halal Products and Services
ครอบคลุมทุกสินค้าและบริการ ภายใต้ตราสัญลักษณ์ฮาลาลมาเลเซีย เช่น สินค้าประเภทสบู่ โลชั่น
เสื้อผ้า เครื่องประดับ กระเป๋า เป็นต้น ในส่วนของบริการมาเลเซียได้จัดตั้ง Islamic Bank of Malaysia
รวมถึงการให้โรงแรมทุกแห่งเป็นฮาลาล (ยกเว้น Four Season Hotel) เป็นต้น นอกจากนี้ มาเลเซียยัง
ได้จัดทำโครงการติดตราร้านอาหารฮาลาล ซึ่งในตราดังกล่าวก็จะแบ่งระดับของความเป็นฮาลาล 3 ระดับ
เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้บริการ ขณะนี้มาเลเซียได้สร้างนิคมอุตสาหกรรมผลิตสินค้าฮาลาลขึ้นที่รัฐเค
ดะห์ ซึ่งอยู่ใกล้ชายแดนไทย เนื่องจากมาเลเซียมีความต้องการด้านแรงงานและวัตถุดิบจากไทยในการ
ผลิตสินค้า และประทับตราฮาลาลมาเลเซีย นอกจากนี้ มาเลเซียยังมีการส่งโรงงานอาหารในแถบจังหวัด
ภาคใต้ของไทยผลิตสินค้าในลักษณะ OEM ให้กับมาเลเซีย ภายใต้แบรนด์มาเลเซียจะเห็นได้ว่า
มาเลเซียพยายามอย่างมากที่จะเป็นผู้นำด้านสินค้าฮาลาลภายใต้ตราสัญลักษณ์ฮาลาลของมาเลเซีย

ความร่วมมือระหว่างไทย – มาเลเซีย ภาคเอกชนอาจร่วมลงทุนกับมาเลเซียใน Halal Parks
นำเข้าวัตถุดิบมาเพื่อผลิตสินค้าฮาลาล และใช้ประโยชน์จากการได้รับตราสัญลักษณ์ฮาลาลของ
มาเลเซียในการขยายตลาดสินค้าฮาลาล ภายใต้แนวคิด Internationalization การแลกเปลี่ยนข้อมูลและ
เข้าฝึกอบรมกับ HDC ดึงดูดนักลงทุนสินค้าและบริการฮาลาลจากมาเลเซียมาไทย โดยร่วมมือกับ HDC
หรือหน่วยงานอื่นๆ Supply วัตถุดิบให้ผู้ผลิตสินค้าฮาลาลในมาเลเซีย ดังเช่น บราซิลส่งออกไก่ ฮาลาล
ให้ตะวันออกกลาง หรือ นิวซีแลนด์ส่งออกแกะให้มาเลเซีย เป็นต้น นอกจากนี้ สนับสนุนให้ภาคเอกชน
ทั้งไทย มาเลเซีย มีความร่วมมือกันมากขึ้น ทั้งในด้านการร่วมลงทุน การแลกเปลี่ยนข้อมูล ตลอดจน
ความร่วมมือกันแสวงหาตลาดในประเทศอื่นนอกภูมิภาค ASEAN พยายามผลักดันให้มีกิจกรรมที่เป็น

รูปธรรม ภายใต้กรอบความร่วมมือ IMT-GT เพื่อเป็นการขยายตลาดสินค้าฮาลาลได้มากขึ้นโดยเฉพาะ
สาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล ซึ่งไทยเป็นประเทศผู้ประสานงานหลัก และผลักดันให้เกิด ASEAN
Halal ขึ้น เพื่อความเป็นเอกภาพในภูมิภาค ในรูปคณะทำงาน ASEAN กรอบ ASEAN Halal ในระดับ
SOM

5.4.4 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูประหว่างไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย

เป้าหมาย “เพื่อเป็นแหล่งผลิตอาหารทะเลแปรรูปในอาเซียน”

สำหรับยุทธศาสตร์ความร่วมมืออาหารทะเลแปรรูป จะเน้นยุทธศาสตร์ด้านการผลิตร่วมกัน โดยมี
ยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (รายละเอียดอยู่ในบทที่ 6)

1. ด้านการผลิต: ร่วมมือด้านวัตถุดิบและการขยายการผลิต
2. ผลักดันเรื่อง “ASEAN Halal Single Mark”
3. ด้านการตลาด: ประสานความร่วมมือกัน เพื่อเป็นแหล่งอาหารทะเลแปรรูป