

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ
ธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศไทย

โดย

นางสาวจุฑารัตน์ อาชวรัตน์ถาวร
นักวิชาการอุตสาหกรรมชำนาญการพิเศษ
กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

คำนำ

เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2558 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563) และแผนปฏิบัติงานภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ และมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563) และแผนปฏิบัติงานภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ นอกจากนี้ ยังเห็นชอบให้สำนักงานประมาณจัดสรรงบประมาณในการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติงานภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563) ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสำหรับรายละเอียดของการจัดสรรงบประมาณให้เป็นไปตามความเห็นของสำนักงานประมาณ โดยให้กระทรวงอุตสาหกรรมในฐานะเจ้าภาพบูรณาการแผนงานและงบประมาณประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเสนอขอรับการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีตามความจำเป็นและเหมาะสม ทั้งนี้ ให้กระทรวงอุตสาหกรรมจัดทำแผนการดำเนินงานในแต่ละระยะของยุทธศาสตร์ให้ชัดเจน พร้อมทั้งมีการวิเคราะห์ด้านการตลาดทั้งอุปสงค์และอุปทานให้ครบถ้วน และควรให้ความสำคัญกับการติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ และเผยแพร่ข้อมูลและแนวทางปฏิบัติให้ผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม โดยให้กระทรวงอุตสาหกรรมรับความเห็นของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติประกอบการจัดทำแผนงานและการขอรับการจัดสรรงบประมาณต่อไป

ด้วย แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล พ.ศ. 2559 - 2563 ได้สิ้นสุดระยะเวลาของแผนฯ ในปี 2563 ผู้เขียนจึงได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศไทย เพื่อต่อยอดการพัฒนาและขยายผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563) และเพื่อให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ใช้เป็นกรอบแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตและการส่งออกสินค้าและบริการฮาลาลที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของคู่ค้าในตลาดโลก และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศต่อไป

นางสาวจุฑารัตน์ อาชวรัตน์ถาวร

นักวิชาการอุตสาหกรรมชำนาญการพิเศษ

กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม

มกราคม 2565

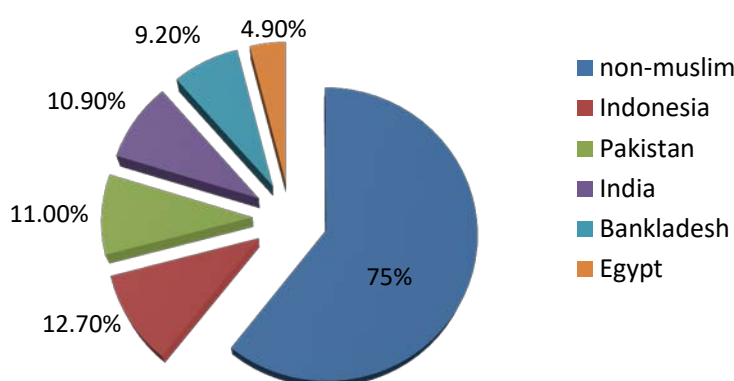
สารบัญ

1. ความสำคัญและสถานการณ์อุตสาหกรรมฮาลาล	5
2. ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลไทย.....	6
2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580	6
2.2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ.....	7
2.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12	7
2.4 นโยบายรัฐบาล.....	7
3. การประเมินสถานการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล	8
3.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด	8
3.1.1 จุดแข็ง (Strength, S).....	9
3.1.2 จุดอ่อน (Weakness, W).....	9
3.1.3 โอกาส (Opportunity, O).....	10
3.1.4 ข้อจำกัด (Threat, T).....	11
3.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล	11
3.2.1 ด้านจุดแข็งและโอกาส	11
3.2.2 ด้านจุดแข็งและข้อจำกัด	12
3.2.3 ด้านจุดอ่อนและโอกาส	12
3.2.4 ด้านจุดอ่อนและข้อจำกัด	12
3.3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลประเทศไทย.....	14
3.3.1 กลยุทธ์ที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลในเวทีการค้าโลก.....	14
มีความน่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับจากลูกค้าและผู้บริโภคทั่วโลก	14
3.3.2 กลยุทธ์ที่ 2 การเสริมสร้างมาตรฐานกระบวนการตรวจรับรองฮาลาลตามหลักการตรวจรับรอง	
มาตรฐานในระดับสากล.....	15
มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล	15
3.3.3 กลยุทธ์ที่ 3 การยกระดับความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือของบุคลากรด้านการตรวจรับรองฮาลาล	
และผู้ประกอบการ.....	16

การศึกษาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศไทย

1. ความสำคัญและสถานการณ์อุตสาหกรรมฮาลาล

จากผลการสำรวจล่าสุดพบว่า ปัจจุบันประชากรโลกมีจำนวนกว่า 7,400 ล้านคน ประกอบด้วย ประชากรมุสลิมกว่า 1,700 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23% กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วโลกประเทศที่มีประชากรชาวมุสลิมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย (ร้อยละ 12.7 ของประชากรมุสลิมทั่วโลก) ปากีสถาน (ร้อยละ 11.0) อินเดีย (ร้อยละ 10.9) บังกลาเทศ (ร้อยละ 9.2) และอียิปต์ (ร้อยละ 4.9)



ภาพที่ 1 สัดส่วนจำนวนประชากรชาวมุสลิมทั่วโลก

(ที่มา: สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, พฤษภาคม 2563)

ภูมิภาคที่มีประชากรชาวมุสลิมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียใต้ แอฟริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง สหภาพยุโรป ตามลำดับ สำหรับประเทศไทยมีประชากรมุสลิมมากกว่า 3,800,000 คน ซึ่งนับว่าเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดมุสลิมในอาเซียนซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านการขนส่งและมีสินค้าที่มีความหลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

กลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศมุสลิม (Organization of Islamic Cooperation, OIC) มากที่สุด คือ กลุ่มสินค้าอาหาร โดยในปี 2562 มีมูลค่า 5,363.30 ล้านเหรียญสหรัฐ สินค้ากลุ่มอาหารที่ส่งออกไปยังประเทศมุสลิมมากที่สุด คือ ข้าว น้ำตาลทราย อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และผลไม้กระป๋องและแปรรูป ตามลำดับ นอกจากนี้ ปี 2562 ประเทศไทยยังมีการส่งออกสินค้าแฟชั่นและเครื่องนุ่งห่ม และเครื่องสำอาง ไปยังประเทศกลุ่มมุสลิม คิดเป็นมูลค่า 105.66 และ 453.68 ล้านเหรียญสหรัฐ ตามลำดับ ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2561 นอกจากนี้ตลาดในกลุ่มประเทศมุสลิม ตลาดในประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมแต่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่มาก เช่น อินเดีย จีน รัสเซีย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เยอรมนี และอังกฤษ และตลาดที่มีนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น สิงคโปร์ แอฟริกาใต้ ฮองกง และญี่ปุ่น นับเป็นตลาดเป้าหมายการส่งออกสินค้าฮาลาลที่สำคัญของประเทศไทย

ตารางที่ 1: การส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศมุสลิม (Organization of Islamic Cooperation, OIC) พ.ศ. 2561 - 2563

ประเทศ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ			อัตรายายตัว : ร้อยละ		
	2561	2562	2563	2561	2562	2563
1. อินโดนีเซีย	1,840.40	1,503.01	615.26	45.77	-18.33	-8.30
2. มาเลเซีย	1,030.99	963.65	287.97	23.61	-6.53	-26.80
3. ซาอุดีอาระเบีย	248.58	240.63	89.67	20.54	-3.20	-25.42
4. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	208.32	219.39	87.59	-17.07	5.31	-6.89
5. อียิปต์	190.15	165.46	75.32	81.94	-12.99	10.59
6. เยเมน	113.18	133.34	62.45	18.05	17.81	15.80
7. แคมเอรูน	146.36	223.00	48.21	-14.16	37.27	-46.00
8. โมซัมบิก	114.18	114.99	46.92	-1.91	-21.43	3.31
9. ลิเบีย	149.70	162.70	44.37	-21.53	42.49	-51.02
10. โกตดิวัวร์	70.98	78.60	35.71	-41.14	-47.49	-18.74
11. ประเทศอื่น ๆ	1,899.49	1,456.09	380.73	-16.69	-16.61	-42.88
มูลค่ารวม	5,950.45	5,260.85	1,774.21	6.28	-11.59	-24.06

(ที่มา: สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, พฤษภาคม 2563)

2. ยุทธศาสตร์ชาติ นโยบาย และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลไทย

ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการขยายการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล มีการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ภาครัฐจึงควรให้การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาลมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ นโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลไทยในการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2564 – 2570) มีความเชื่อมโยงกับนโยบายสำคัญของประเทศ ดังนี้

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580

ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาระดับศักยภาพของประเทศในหลายมิติ ตั้งแต่ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรและโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่ บนพื้นฐานแนวคิดของการต่อยอดอดีต ปรับปัจจุบัน และสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ และปรับโมเดลธุรกิจให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ และขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรายได้และการจ้างงานของประชากรภายในประเทศ มีเป้าหมายให้

ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยวัดจากรายได้ประชาชาติ การขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการกระจายรายได้ ผลผลิตภาพการผลิตของประเทศ มีการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา และอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

2.2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เป็นแผนแม่บทเพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ มีทั้งสิ้น 23 แผน โดยมีแผนแม่บทที่เกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย ที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภค และ ส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ดังนี้

2.2.1 ประเด็นการเกษตร ด้านเกษตรปลอดภัย เกษตรแปรรูป และระบบนิเวศการเกษตร โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ และมีคุณภาพสูง ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานและระบบการรับรองความปลอดภัยในระดับต่างๆ รวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2.2 ประเด็นผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ ด้านการสร้างโอกาสการเข้าถึงตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดสำหรับสินค้าที่มีมูลค่าสูง มีคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ

2.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมถึงการพัฒนากระบวนการตรวจรับรองคุณภาพและการตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นไปตามมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตลอดจนการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้ได้คุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีมาตรฐานเฉพาะ เช่น สินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าฮาลาล และสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2.4 นโยบายรัฐบาล

รัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง แก้ปัญหาเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ให้ประชาชนให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิตเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ นอกจากนี้ จะส่งเสริมให้ประเทศไทยมีบทบาทมากขึ้นในประชาคมโลกและมีบทบาทนำในการขับเคลื่อนความยั่งยืนในประชาคมโลก ผ่านการพัฒนาหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน อันจะทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยรัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการบริหารราชการแผ่นดินด้านการพัฒนาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตให้กับเกษตรกร โดยใช้ประโยชน์จากฐานความหลากหลาย ทางชีวภาพ ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางเศรษฐกิจ อาทิ เกษตรอินทรีย์ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ และ เกษตรแปรรูป เพื่อต่อยอดไปสู่เกษตรอุตสาหกรรม ส่งเสริมการวิจัยพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีในการพัฒนาสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้คุณภาพ มาตรฐานและความปลอดภัย

3. การประเมินสถานการณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล

3.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด

การประเมินสถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย ทั้งด้านการผลิต การตลาด การรับรองมาตรฐานฮาลาล และการพัฒนาวิจัยทางวิทยาศาสตร์ โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อน และปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาสและข้อจำกัดของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล สามารถสรุปผลได้ ดังนี้



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัด (SWOT analysis)

3.1.1 จุดแข็ง (Strength, S)

- 1) **แหล่งวัตถุดิบ:** ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม เป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป
- 2) **แหล่งผลิต:** ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญของโลก เนื่องจากอาหารของไทยได้รับความนิยมทั่วโลก
- 3) **ความเชี่ยวชาญด้านการแปรรูป:** ผู้ประกอบการของไทยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตอาหารแปรรูปมาเป็นเวลานาน มีประสบการณ์และองค์ความรู้ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้
- 4) **องค์กรศาสนา:** ประเทศไทยมีสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (The Central Islamic Council of Thailand: CICOT) และคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (The Islamic Committee of Province) ที่ทำหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาล
- 5) **หน่วยงานสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล:** ประเทศไทยมีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา สถาบันการศึกษา และมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล และการกำหนดมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ ได้แก่ สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย และศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

3.1.2 จุดอ่อน (Weakness, W)

- 1) **ค่าใช้จ่ายการขอการรับรองฮาลาล:** ค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายรวมของการขอรับรองฮาลาลค่อนข้างสูง ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs
- 2) **การยอมรับมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย:** ผู้บริโภคและลูกค้าในบางประเทศขาดความมั่นใจในอาหารฮาลาลของไทย เนื่องจากประเทศไทยมีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ทำให้ผู้บริโภคในต่างประเทศไม่เชื่อถือความเป็นอาหารฮาลาลของไทย
- 3) **องค์ความรู้:** ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องยังขาดความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจอาหารฮาลาลทั้งในส่วนของการผลิต กระบวนการรับรอง ความรู้ด้านการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาวมุสลิม
- 4) **มาตรฐานกระบวนการรับรองฮาลาล:** หน่วยงานที่ให้การรับรองมาตรฐานฮาลาลขาดการถ่วงดุลกันของหน่วยงานรับรอง (Certification Body: CB) และหน่วยงานตรวจสอบ (Accreditation Body: AB) เนื่องจากปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานให้การรับรองมาตรฐานฮาลาล โดยไม่มีการแบ่งแยกการทำงานของหน่วยงานรับรองและหน่วยงานตรวจสอบ
- 5) **ความเชี่ยวชาญของบุคลากรตรวจรับรองฮาลาล:** การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการตรวจรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาล เนื่องจากในการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลจำเป็นต้องอยู่ภายใต้บทบัญญัติทางศาสนา ซึ่งกำหนดให้องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้ดำเนินการตรวจรับรองอาหารฮาลาล โดยมีงานด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลสนับสนุน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ตรวจรับรองฮาลาลจำเป็นต้องเป็นผู้มีความรู้ทั้งด้านหลักการทางศาสนาอิสลามและหลักการทางวิทยาศาสตร์

- 6) **จำนวนหน่วยงานและบุคลากร:** หน่วยงานและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบเพื่อออกเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการทั่วประเทศ
- 7) **การจัดการข้อมูล:** การขาดระบบการจัดการข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล และยังไม่มี การบูรณาการข้อมูล และองค์ความรู้เกี่ยวกับฮาลาลของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 8) **บทบาทของประเทศไทยในเวทีการค้าโลก:** ประเทศไทยไม่มีบทบาทเชิงรุกในด้านการกำหนด มาตรฐานฮาลาลในเวทีการค้าโลก
- 9) **การตลาด:** ผู้ประกอบการไม่มีประสบการณ์ ขาดความรู้ และเทคนิคการทำตลาดเชิงรุกสำหรับ อุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งในกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิม และผู้บริโภคทั่วไป
- 10) **ระบบการติดตามตรวจสอบ:** การขาดระบบการติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานฮาลาลอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือมาตรฐานฮาลาลของไทย
- 11) **การจัดการผู้ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน:** การขาดมาตรการจัดการผู้ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลที่ ได้รับการรับรอง
- 12) **การประชาสัมพันธ์:** การประชาสัมพันธ์สินค้าที่ได้รับการรับรองฮาลาล ให้มีความสำคัญกับ หลักการทางศาสนาเกินไป ทำให้การขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิมทำได้ยาก
- 13) **มาตรฐานสากลอื่นๆ:** สถานประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลอื่นๆ ที่ จำเป็น ทำให้ยังไม่ได้รับความเชื่อถือจากลูกค้าในต่างประเทศ ทั้งด้านการบริหารจัดการโรงงาน การวางแผนและควบคุมการผลิต การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย การกำจัดของเสีย และ การรับสินค้าคืน กรณีเกิดปัญหา

3.1.3 โอกาส (Opportunity, O)

- 1) **ตลาดผู้บริโภคชาวมุสลิม:** สินค้าอาหารฮาลาลไทยยังมีโอกาสทางการตลาดสูง เนื่องจากมีผู้บริโภค ที่เป็นประชากรมุสลิมทั่วโลกถึงร้อยละ 25 ของประชากรโลกและ มีความต้องการอาหารฮาลาลคิด เป็นมูลค่าสูงถึง 150,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี แต่ประเทศไทยส่งออกอาหารฮาลาลเพียงปีละ 0.1% ของมูลค่า ทั้งหมด (คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ฮาลาล, 2550)
- 2) **ตลาดผู้บริโภคทั่วไป:** ตลาดที่จะรองรับสินค้าอาหารฮาลาลเป็นตลาดขนาดใหญ่มาก ไม่เฉพาะ ชาวมุสลิมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้บริโภคทั่วไปที่เชื่อมั่นในเรื่องคุณภาพและสุขอนามัยของอาหาร ฮาลาล
- 3) **ความต้องการและการยอมรับผลิตภัณฑ์ของไทย:** ผลิตภัณฑ์อาหารของไทยเป็นที่ต้องการและ ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลก
- 4) **เครือข่ายทางการค้า:** ประเทศไทยมีเครือข่ายการค้ากับประเทศมุสลิมที่เกิดจากการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไปยังประเทศมุสลิมทั่วโลกมี แนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- 5) **ความร่วมมือระหว่างประเทศ:** ประเทศไทยมีความร่วมมือในระดับภูมิภาคภายใต้กรอบแผนงาน การพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย - มาเลเซีย - ไทย (Indonesia - Malaysia - Thailand Growth Triangle: IMT - GT) ซึ่งให้ความสำคัญกับความร่วมมือด้านธุรกิจและ อุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งส่วนที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหาร

- 6) **การสนับสนุนของภาครัฐ:** ภาครัฐเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล โดยยึดหลักศาสนบัญญัติเป็นแกนหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อให้สินค้าอาหารฮาลาล มีคุณภาพได้มาตรฐาน “ศาสนารับรอง และวิทยาศาสตร์รองรับ” โดยให้มุ่งเน้นแนวทางดำเนินงานเชิงบูรณาการ ประกอบด้วย หลักการทางศาสนา ระบบการผลิตการตลาด การตรวจสอบ และการสร้างคุณภาพฮาลาลของประเทศไทย

3.1.4 ข้อจำกัด (Threat, T)

- 1) **การแข่งขัน:** ตลาดสำหรับอาหารฮาลาลในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง มีผู้ผลิตสินค้าฮาลาลทั่วโลกทั้งจากประเทศมุสลิม และประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม
- 2) **การกีดกันทางการค้า:** การใช้มาตรฐานฮาลาลเป็นมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barriers, NTBs)
- 3) **ภาพลักษณ์ของประเทศไทย:** การที่ประเทศไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิม ส่งผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสินค้า รวมทั้งการยอมรับจากประเทศมุสลิมบางกลุ่ม ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ผลิตที่เป็นประเทศชาวมุสลิมแล้วจะมีความเสียเปรียบ
- 4) **การยอมรับร่วมกัน:** การกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานอาหารนำเข้าของผู้นำเข้าแตกต่างกัน ทำให้มาตรฐานฮาลาลที่ใช้ได้กับประเทศหนึ่งไม่สามารถใช้กับอีกประเทศหนึ่งได้ จำเป็นต้องมีการปรับการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐานฮาลาลของแต่ละประเทศ

3.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย สามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลได้ ดังนี้

3.2.1 ด้านจุดแข็งและโอกาส

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร ประมง และปศุสัตว์ ที่เป็นวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อีกทั้งผู้ประกอบการมีศักยภาพในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้ ตลอดจนการมีองค์กรทางศาสนาที่เข้มแข็งที่ให้การรับรองมาตรฐานฮาลาล โดยมีหน่วยงานวิจัยและพัฒนา สถาบันการศึกษา และมหาวิทยาลัยที่เข้มแข็งและให้ความสำคัญกับการพัฒนางานวิจัยทางวิทยาศาสตร์ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล นอกจากนี้ ยังพบว่าผลิตภัณฑ์และสินค้าของไทยเป็นที่นิยมของตลาดต่างประเทศทั้งตลาดผู้บริโภคชาวมุสลิม และตลาดผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ประเทศไทยควรเร่งส่งเสริมการวิจัยพัฒนาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดทั้งในกลุ่มประเทศมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล และขยายความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อทำความตกลงในการยอมรับมาตรฐานฮาลาลระหว่างประเทศคู่ค้า และระหว่างกลุ่มประเทศ ตลอดจนการขยายตลาดกลุ่มที่ไม่ใช่มุสลิมทั้งในประเทศและต่างประเทศบนพื้นฐานของคุณภาพสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล โดยไม่เน้นการเชื่อมโยงกับศาสนา เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ใช่มุสลิม ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาล ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ทั้งกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม

3.2.2 ด้านจุดแข็งและข้อจำกัด

แม้ประเทศไทยจะเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญและมีศักยภาพในการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร แต่ประเทศผู้นำเข้าสินค้าจะกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ รวมถึงมาตรฐานฮาลาลที่แตกต่างกัน ทำให้ประเทศไทยยังประสบปัญหาการส่งออกสินค้าฮาลาลที่บางประเทศใช้มาตรฐานฮาลาลเป็นข้อกีดกันทางการค้า (Non-Tariff Barriers: NTBs) ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลประเทศไทยควรปรับปรุงระบบการตรวจรับรองฮาลาลที่ครบวงจรและเป็นไปตามมาตรฐานสากลในการตรวจรับรองมาตรฐาน ทั้งด้านการตรวจรับรอง การติดตามตรวจสอบ และการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับระบบการตรวจรับรองฮาลาล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และการยอมรับในระดับสากล และประการสำคัญ ประเทศไทยต้องแสดงบทบาทเชิงรุกในเวทีการค้าโลก เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรการทางการค้า และมาตรฐานฮาลาลที่สามารถยอมรับร่วมกันระหว่างประเทศได้ และสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และสินค้าฮาลาลด้วยการทดสอบและตรวจสอบด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

3.2.3 ด้านจุดอ่อนและโอกาส

แม้ประเทศไทยจะเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญและมีศักยภาพในการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร และมีความร่วมมือระหว่างประเทศการค้าและการส่งออกระหว่างประเทศ แต่ยังขาดการยอมรับมาตรฐานฮาลาลร่วมกัน และขาดความมั่นใจในมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย ทำให้หลายประเทศใช้มาตรฐานฮาลาลเป็นข้อกีดกันทางการค้า เกิดข้อจำกัดในการเข้าถึงตลาดสินค้าฮาลาลในต่างประเทศ อีกทั้งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดจากการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์สินค้าไทยขอการรับรองมาตรฐานฮาลาลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงระบบการตรวจรับรองให้สะดวก รวดเร็ว และลดค่าใช้จ่ายในการขอการรับรอง ตลอดจนปรับปรุงมาตรฐานการตรวจรับรอง จัดทำระบบการติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล และกำหนดมาตรการจัดการผู้ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลตามที่ได้รับการรับรอง รวมถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการประชาสัมพันธ์และสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลบนพื้นฐานของคุณภาพสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน โดยไม่เน้นการเชื่อมโยงกับศาสนา เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงตลาดผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ใช่มุสลิม แต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสินค้า และประการสำคัญ ภาครัฐร่วมกับองค์กรทางศาสนา หน่วยงาน และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล แสดงบทบาทเชิงรุกในเวทีการค้าโลกเพื่อร่วมกันกำหนดมาตรการทางการค้า และมาตรฐานฮาลาลเพื่อการยอมรับร่วมกันระหว่างประเทศ

3.2.4 ด้านจุดอ่อนและข้อจำกัด

ด้วยภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม ทำให้สินค้าฮาลาลของไทยยังไม่ได้รับการยอมรับมากเท่าที่ควร ประเทศไทยควรปรับปรุงกระบวนการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลในการตรวจรับรองมาตรฐาน และสามารถตรวจสอบได้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในสินค้าฮาลาลของไทย นอกจากนี้ ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทในการเจรจาการค้าเพื่อการยอมรับมาตรฐานฮาลาลระหว่างประเทศร่วมกัน ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถของอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยในเวทีการค้าโลก

TOW matrix	ปัจจัยภายใน (Internal Factor)		
	TOW matrix	จุดแข็ง (Strength, S)	จุดอ่อน (Weakness, W)
ปัจจัยภายนอก (External Factor)	โอกาส (Opportunity, O)	● การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลมูลค่าสูงที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ● การเร่งพัฒนาและจัดทำมาตรฐานฮาลาลที่ครอบคลุมสินค้าและบริการในปัจจุบัน ● การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม ● การเพิ่มบทบาทของประเทศไทย และการขยายความตกลงยอมรับมาตรฐานฮาลาลร่วมกันระหว่างประเทศ	● การเสริมสร้างมาตรฐานกระบวนการตรวจรับรองฮาลาล และกลไกการติดตามตรวจสอบย้อนกลับตามหลักการตรวจรับรองมาตรฐานในระดับสากล
	ข้อจำกัด (Threat, T)	● การพัฒนาและยกระดับความเชี่ยวชาญของบุคลากรด้านการตรวจรับรองฮาลาลและผู้ประกอบการด้านมาตรฐานฮาลาล ● การส่งเสริมการวิจัยพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ฮาลาลของหน่วยงานสถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา หรือห้องปฏิบัติการทดสอบภาคเอกชน	● การกำหนดมาตรการบริหารจัดการผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลที่ได้รับการรับรอง ● การเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของระบบการตรวจรับรองฮาลาลด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์

ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (TOWS Matrix)

3.3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลประเทศไทย

แนวทางการพัฒนาธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศไทยต้องอยู่บนหลักการของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด และต้องสามารถตรวจสอบและพิสูจน์ได้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ตลอดจนการมีมาตรฐานการตรวจรับรองและการติดตามตรวจสอบที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อเสริมจุดแข็ง และใช้โอกาสทางการตลาดให้เกิดประโยชน์กับประเทศ รวมถึงการกำจัดจุดอ่อนและข้อจำกัดของอุตสาหกรรมฮาลาล จากภาพที่ 3 ผู้เขียนขอนำเสนอกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศไทย ทั้งเชิงรุก เชิงรับ เชิงการปรับปรุงแก้ไข และเชิงการป้องกัน ที่ควรเร่งดำเนินการ ดังนี้

วิสัยทัศน์

**“ผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการฮาลาลของไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดการค้าโลก
ภายใต้หลักการศาสนารับรองและวิทยาศาสตร์รองรับ”**

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อยกระดับมาตรฐานระบบการตรวจรับรองฮาลาลของไทยให้ได้รับการยอมรับในมาตรฐานระดับสากล
- 2) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยในตลาดโลก

3.3.1 กลยุทธ์ที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพธุรกิจการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลในเวทีการค้าโลก

เป้าประสงค์

กระบวนการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลของประเทศไทย
ปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลอย่างเคร่งครัด
มีความน่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับจากลูกค้าและผู้บริโภคทั่วโลก

1) มาตรการที่ 1 การเสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาลมูลค่าสูง

การส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลใหม่ๆ ที่มีมูลค่าสูง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัย และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งกลุ่มลูกค้ามุสลิมและที่ไม่ใช่มุสลิม เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

2) มาตรการที่ 2 การพัฒนาและจัดทำมาตรฐานฮาลาลที่ครอบคลุมสินค้าและบริการในปัจจุบัน

การพัฒนาปรับปรุงมาตรฐานฮาลาลที่ครอบคลุมชนิดและประเภทของสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

3) มาตรการที่ 3 การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลเชิงกลยุทธ์ ในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด ขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลของไทยไปยังกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ทั้งที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม โดยยึดหลักการตลาดที่เน้นคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย ของสินค้าและบริการและการได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุ และการขนส่งกระจายสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับการรับรองฮาลาล

4) มาตรการที่ 4 การเพิ่มบทบาทของประเทศไทยในเวทีการค้าตลาดฮาลาลระดับโลก

ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทในการเจรจาทางการค้า และการหาแนวทางความร่วมมือระหว่างประเทศในการยอมรับมาตรฐานฮาลาลร่วมกัน ทั้งในระดับประเทศคู่ค้า และระดับภูมิภาค ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพที่มีประชากรมุสลิมอาศัยอยู่จำนวนมากและมีกำลังซื้อสูง เช่น ตลาดตะวันออกกลาง ตลาดอาเซียน ตลอดจนตลาดประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมแต่มีชาวมุสลิมอาศัยอยู่จำนวนมาก เช่น ประเทศอินเดีย และประเทศจีน

3.3.2 กลยุทธ์ที่ 2 การเสริมสร้างมาตรฐานกระบวนการตรวจรับรองฮาลาลตามหลักการตรวจรับรองมาตรฐานในระดับสากล

เป้าประสงค์

มาตรฐานฮาลาลและระบบการตรวจรับรองฮาลาลของประเทศไทย
มีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

1) มาตรการที่ 1 การบริหารจัดการหน่วยตรวจรับรอง (Inspection Body: IB) และหน่วยรับรอง (Certification Body: CB) ภายใต้หน่วยรับรองระบบงาน (Accreditation Body: AB) ที่เกี่ยวข้องของประเทศ

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจะต้องแยกการบริหารจัดการหน่วยตรวจ (Inspection Body: IB) และหน่วยรับรอง (Certification Body: CB) และปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการการตรวจ และการรับรองตามมาตรฐาน ISO 17020 และ ISO 17065 ตามลำดับ และได้รับการรับรองระบบงานจากหน่วยรับรองระบบงาน (Accreditation Body: AB) ที่เกี่ยวข้องของประเทศ ตลอดจนมาตรการติดตามตรวจสอบย้อนกลับหน่วยงานและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลตามระยะเวลาที่กำหนดตามหลักการมาตรฐานกระบวนการตรวจรับรองมาตรฐานในระดับสากล ซึ่งปัจจุบัน หน่วยงานภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยรับรองระบบงาน คือ สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานแห่งชาติ ที่ทำหน้าที่ให้บริการรับรองระบบงาน (Accreditation) ตามพระราชบัญญัติการมาตรฐานแห่งชาติ พ.ศ. 2511 ให้แก่หน่วยรับรอง (Certification Body) หน่วยตรวจ (Inspection Body) และห้องปฏิบัติการ

2) มาตรการที่ 2 การกำหนดมาตรการบริหารจัดการผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลที่ได้รับการรับรอง

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยได้กำหนดบทลงโทษกรณีผู้ประกอบการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล โดยคณะกรรมการมีอำนาจยกเลิกการรับรองฮาลาล กรณีมีการร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาล และคณะกรรมการต้องดำเนินการตรวจสอบหาข้อเท็จจริง ผู้ประกอบการจะต้องเสียค่าธรรมเนียมเท่ากับการขอรับการตรวจรับรองฮาลาล หากผู้ประกอบการกระทำผิดซ้ำหลังจากได้รับการรับรองฮาลาล คณะกรรมการอาจไม่รับพิจารณาการรับรองฮาลาลต่อไป อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติควรกำหนดมาตรการที่มีประสิทธิภาพในการจัดการผู้ประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลที่ได้รับการรับรอง

3) มาตรการที่ 3 การอำนวยความสะดวกและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขอการรับรองมาตรฐานฮาลาล

การพิจารณาบทลงโทษค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาการให้การรับรองที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการทุกขนาดและสินค้าและบริการแต่ละประเภท เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขอการรับรองฮาลาล และยังเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการขอรับการรับรองฮาลาล

3.3.3 กลยุทธ์ที่ 3 การยกระดับความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือของบุคลากรด้านการตรวจรับรองฮาลาลและผู้ประกอบการ

เป้าประสงค์

ผู้ตรวจรับรองฮาลาลและผู้ประกอบการมีความรู้ความเชี่ยวชาญในมาตรฐานฮาลาลตามหลักศาสนาบัญญัติ มาตรฐานการตรวจรับรองในระดับสากล และหลักการทางวิทยาศาสตร์

1) มาตรการที่ 1 การพัฒนาและยกระดับความเชี่ยวชาญของบุคลากรด้านการตรวจรับรองฮาลาลและผู้ประกอบการด้านมาตรฐานฮาลาล

การกำหนดแนวทางการอบรมและพัฒนาบุคลากรของหน่วยรับรองฮาลาลให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญตามหลักการของศาสนาอิสลาม หลักการทางวิทยาศาสตร์ หลักการตรวจรับรองมาตรฐานในระดับสากล กฎหมาย ระเบียบ และมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการตรวจรับรองฮาลาลอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ และเป็นระบบ รวมถึงการจัดอบรมและการสอบวัดระดับความรู้ให้แก่ชาวมุสลิมที่ต้องการทำงานด้านการตรวจรับรองฮาลาล และขึ้นทะเบียนเป็นผู้ตรวจรับรองฮาลาล ตลอดจนการฝึกอบรมและเผยแพร่องค์ความรู้ในการขอการรับรองมาตรฐานฮาลาล และการปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลอย่างเคร่งครัดแก่ผู้ประกอบการ

2) มาตรการที่ 2 การส่งเสริมการวิจัยพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมฮาลาล

การส่งเสริมการวิจัยพัฒนาของผู้ประกอบการเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ฮาลาลใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดผู้บริโภคในปัจจุบันทั้งกลุ่มมุสลิมและกลุ่มที่ไม่ใช่มุสลิม และการกำหนดแนวทางการนำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการตรวจรับรองฮาลาล โดยการประสานการทำงานระหว่างสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และห้องปฏิบัติการทดสอบ เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือของการตรวจรับรองฮาลาล ตลอดจนการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับผลิตภัณฑ์และสถานประกอบการที่ได้รับการรับรองฮาลาล และการจัดการข้อมูลเกี่ยวกับฮาลาลที่ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น ข้อมูลสารปรุงแต่งอาหารฮาลาล ข้อมูลผลิตภัณฑ์ฮาลาล แหล่งจำหน่ายและให้บริการอาหารฮาลาล ข้อมูลโรงพยาบาลฮาลาล โรงแรมฮาลาล การบริการขนส่งฮาลาล หรือการบริการฮาลาลอื่นๆ

3) มาตรการที่ 3 การยกระดับมาตรฐานการบริการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลของหน่วยงานสถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา หรือ ห้องปฏิบัติการทดสอบเอกชน

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งทำหน้าที่ตรวจรับรองฮาลาล ควรกำหนดมาตรฐานเพิ่มเติมเกี่ยวกับมาตรฐานห้องปฏิบัติการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลสำหรับหน่วยงาน สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา หรือห้องปฏิบัติการทดสอบเอกชน ที่ต้องการให้บริการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการขอการรับรองฮาลาล เพื่อขยายการบริการให้มียาวทั่วถึงทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการตรวจรับรองฮาลาลของประเทศไทย และให้ดำเนินการขึ้นทะเบียนเป็นห้องปฏิบัติการทดสอบฮาลาลกับสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย พร้อมเผยแพร่ข้อมูลการบริการผ่านระบบสารสนเทศที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก

บรรณานุกรม

คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาลแห่งชาติ. (2558). ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559 – 2563).

สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการบริหารกิจการฮาลาล พ.ศ. 2558.

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช. 8400 – 2550 อาหารฮาลาล.