



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง **สินค้าฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย :**  
**ดูทาง โอกาส ความท้าทาย และความร่วมมือ**

จัดทำโดย **นายอภิรัตน์ สุคนธาภิรมย์ ณ พัทลุง**  
**รหัส 4028**

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ปี 2555  
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ  
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



**รายงานการศึกษาส่วนบุคคล**  
**(Individual Study)**

**เรื่อง สิ้นค้าฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย:**  
**สู่ทาง โอกาส ความท้าทาย และความร่วมมือ**

**จัดทำโดย นายอภิรัตน์ สุคนธาภิรมย์ ณ พัทลุง**  
**รหัส 4028**

**หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ปี 2555**  
**สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ**  
**รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา**

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

เป็นที่ยอมรับกันว่า ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมาแต่โบราณ และภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรมการเกษตร และการผลิตอาหาร นับเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอย่างยิ่ง ในช่วงประมาณหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา ภาครัฐและเอกชนในประเทศไทยเริ่มมีความตื่นตัวมากขึ้นในการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมฮาลาลขึ้นในประเทศไทย เพื่อมุ่งที่จะส่งออกสินค้าฮาลาลไทยไปยังตลาดสินค้าฮาลาลโลก อันเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ มีมูลค่าถึงประมาณ 600 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีโอกาสในการขยายตัวสูง และได้กลายเป็นเป้าหมายของบรรดาประเทศผู้ผลิตอาหารต่างๆ ที่ต้องการเข้าแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดในตลาดนี้

รัฐบาลไทยหลายชุดที่ผ่านมา รวมทั้งรัฐบาลชุดปัจจุบัน จึงได้ประกาศเป็นนโยบายที่จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้สินค้าไทยสามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดสินค้าฮาลาลโลกบ้างเช่นกัน โดยมียุทธศาสตร์ที่จะใช้ประโยชน์จากพื้นฐานจุดแข็งที่ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมและผู้ผลิตอาหารสำคัญของโลก และยังเป็นถิ่นกำเนิดของ “วิทยาศาสตร์ฮาลาล” ที่ได้รับการยอมรับแม้จากโลกมุสลิม ทั้งนี้ นอกจากประโยชน์โดยตรงทางเศรษฐกิจการค้าแล้ว ยังหวังกันว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล ขึ้นในประเทศไทยโดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ น่าจะเอื้ออำนวยต่อความพยายามแก้ไขปัญหาความรุนแรงในพื้นที่ดังกล่าวได้อีกด้วย

ในบริบทของยุทธศาสตร์และความสนใจของรัฐบาลไทยเช่นนี้ สาธารณรัฐอินโดนีเซียมีความน่าสนใจมาก ในฐานะตลาดสินค้าฮาลาลขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าไทย เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก (ประมาณ 210 ล้านคน) มีอุปทานทางอาหารสูงเนื่องจากผลิตอาหารได้ไม่พอกับความต้องการในประเทศ จำเป็นต้องนำเข้าอาหารจากต่างประเทศ (รวมทั้งจากไทย) และมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับไทยเป็นอย่างดี อีกทั้งผู้นำรัฐบาลทั้งสองได้เคยหารือกันแล้วถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาความร่วมมือด้านฮาลาลระหว่างกัน

รายงานการศึกษาฉบับนี้จึงได้มุ่งศึกษาช่องทางและโอกาสของสินค้าอาหารฮาลาล ไทยในตลาดอินโดนีเซีย จุดแข็งและจุดอ่อนของไทย รวมทั้งอุปสรรคและความท้าทายที่เกิดจากปัจจัยในตลาดอินโดนีเซียด้วย ซึ่งประเด็นหนึ่งที่มักมีผู้หยิบยกขึ้นมาเสมอคือ ปัญหาในเรื่องการรับรองความเป็นฮาลาลจากหน่วยงานทางการของอินโดนีเซีย ซึ่งในปัจจุบันยังไม่ได้ให้การรับรองอย่างสมบูรณ์ ต่อกระบวนการตรวจสอบรับรองฮาลาล โดยองค์การศาสนาอิสลามของไทย ทำให้สินค้าไทยที่ได้รับตราฮาลาลมาจากประเทศไทยแล้ว ยังต้องไปผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานทางการ

ของอินโดนีเซียอีก ทำให้ผู้ส่งออกไทยเสียเวลาและต้นทุนเพิ่ม และมีนักธุรกิจไทยบางส่วนหันไปขอรับการตรวจรับรองฮาลาล จากทางการอินโดนีเซียโดยตรงเพื่อเข้าไปในตลาดอินโดนีเซีย

รายงานฉบับนี้ได้ใช้แนวคิด SWOT Analysis ในการประเมินวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนของไทยเอง ในส่วนที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมฮาลาล และปัจจัยที่เป็นโอกาสและอุปสรรคของสินค้าฮาลาลไทย ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมในอินโดนีเซีย รวมทั้งใช้แนวคิด Competitive Advantage และ National Diamond Model ของ Michael E. Porter เพื่อพิจารณาถึงความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและปัจจัยต่างๆ ที่กระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในเรื่องสินค้าฮาลาลในตลาดอินโดนีเซีย ซึ่งถือว่าเป็น Niche Market หรือตลาดที่ลูกค้ามีความต้องการพิเศษเฉพาะ ตามแนวคิดของ Porter และน่าจะเหมาะกับการใช้กลยุทธ์ที่ Porter เรียกว่า กลยุทธ์ Focus นอกจากนั้น ผู้ศึกษาได้พยายามพิจารณาทำความเข้าใจเพิ่มเติมในปัญหาการรับรองมาตรฐานฮาลาลว่าเป็นอุปสรรคต่อการส่งสินค้าไทยเข้าไปในตลาดอินโดนีเซียจริงหรือไม่ และวิเคราะห์แรงจูงใจของฝ่ายอินโดนีเซียในเรื่องการรับรองมาตรฐานฮาลาลนี้ด้วย

เมื่อใช้แนวคิดทฤษฎีของ Porter ดังกล่าวเป็นกรอบความคิด ประกอบกับข้อมูลข้อเท็จจริงที่ผู้ศึกษาค้นคว้ามา ผู้ศึกษาได้สรุปเป็นข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายของภาครัฐและการดำเนินการของภาคเอกชนไทย เพื่อส่งเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน พัฒนาโอกาส และพยายามเอาชนะอุปสรรค ของการส่งสินค้าฮาลาลไทยในตลาดอินโดนีเซีย รวมทั้งการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย ที่สำคัญ ผู้ศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า ลำพังการที่ฝ่ายอินโดนีเซียจะร่วมให้การรับรอง (หรือไม่รับรอง) ต่อตราฮาลาลขององค์การศาสนาของไทยนั้น ไม่ได้เป็นปัจจัยชี้ขาดถึงความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดฮาลาลอินโดนีเซียในตัวของมันเอง และหากสามารถโน้มน้าวให้ฝ่ายอินโดนีเซียยินยอมร่วมให้การรับรองตามคำขอของฝ่ายไทยได้จริง ก็น่าจะเป็นประโยชน์ แต่ไม่ใช่เรื่องจำเป็น ทั้งนี้ โดยฝ่ายอินโดนีเซียเองก็มีมูลเหตุจูงใจ ที่อาจจะไม่โอนอ่อนผ่อนตามไทยในเรื่องนี้อย่างสมบูรณ์อยู่ด้วย และหากพิจารณาในเชิงธุรกิจโดยแท้แล้ว ภาครัฐก็ควรปล่อยให้ผู้ประกอบการตัดสินใจโดยเสรี อันรวมทั้งการตัดสินใจขอรับตราฮาลาลของอินโดนีเซียตามระเบียบภายในของอินโดนีเซีย โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาในเชิงความคุ้มทุนทางธุรกิจเป็นหลัก ภาครัฐควรดำเนินบทบาทที่เป็นการส่งเสริมในด้านอื่นๆ ที่มีใช้การเข้าแทรกแซงภาคธุรกิจ อาทิ การรักษาสภาพอากาศความสัมพันธภาพที่ดี การอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์ การเข้าไปแก้ไขปัญหาให้ภาคเอกชนเฉพาะเมื่อภาคเอกชนไม่ได้รับความเป็นธรรมจากภาครัฐอินโดนีเซีย และจำเป็นต้องมีมาตรการแก้ไขระดับรัฐต่อรัฐ และอาจรวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาล อันเป็นจุดแข็งของไทย กับอินโดนีเซีย เพื่อหวังผลระยะยาวต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณคณะอาจารย์ที่ปรึกษาทุกท่าน ที่กรุณาให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำ อันเป็นประโยชน์ยิ่ง ในการศึกษาค้นคว้าและจัดทำรายงานการศึกษานี้ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยดี โดยเฉพาะศาสตราจารย์ ดร. พลภัทร บุราคม ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวผู้ ศึกษา และได้ให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับกรอบความคิดทางวิชาการในด้านการบริหารธุรกิจ อันเป็นสิ่งที่เปิดโลกทัศน์ใหม่ให้แก่ผู้ศึกษาและอำนวยความสะดวกอย่างสูงต่อเนื้อหาสาระทาง วิชาการของรายงานฉบับนี้

ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณแหล่งข้อมูลทุกท่าน ที่ได้กรุณาอนุญาตให้ผู้ศึกษาสัมภาษณ์ หรือสนทนาด้วยเพื่อรับข้อมูลมาใช้ในการเขียนรายงานฉบับนี้ รวมทั้งหน่วยงานและบุคคลที่เป็น เจ้าของเอกสารที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้สนใจศึกษาในเรื่องนี้มาก่อน ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้ประโยชน์ใน การศึกษาต่อออกจากงานของท่าน โดยเฉพาะผู้ศึกษาขอถือ โอกาสขอบพระคุณท่าน เอกอัครราชทูตธนชาติ อุปัติศฤงค์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ผู้เป็นทั้งผู้บังคับบัญชาปัจจุบัน ของผู้ศึกษาที่ได้อนุญาตให้ผู้ศึกษามาเข้าร่วมรับการอบรมครั้งนี้ และยังเป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย ที่ได้เมตตาให้ข้อมูลและทัศนะเกี่ยวกับสินค้าฮาลาลไทย ในอินโดนีเซียด้วย ขอขอบคุณท่านผู้อำนวยการ ศรีกานต์ พลมณี คุณอุรวิรัชต์ รัตนพฤกษ์ คุณรองวุฒิ วีรบุตร คุณชีวินทร์ ณ ถลาง เพื่อนและพี่น้องผู้ร่วมงานในกระทรวงการต่างประเทศ และในสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ที่ได้ให้ข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ รวมทั้งให้กำลังใจ ในฐานะมิตรในบางโอกาสให้ผู้ศึกษาสามารถดำเนินการศึกษาได้ต่อไปจนเป็นผลสำเร็จ

อนึ่ง ผู้ศึกษาขอขอบคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์ วโรปการ ที่ได้ดูแลให้ความสะดวกแก่ผู้ศึกษาในระหว่างการเข้ารับการฝึกอบรมและการจัดทำ รายงานการศึกษา ด้วยความมีประสิทธิภาพและไม่ตรีจิตอันดี

จึงขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่งต่อความอนุเคราะห์ของทุกท่านทุกฝ่าย มา ณ ที่นี้ ทั้งนี้ ความผิดพลาดคลาดเคลื่อนใดๆ ที่อาจมีได้ในรายงานฉบับนี้ ย่อมเป็นความรับผิดชอบของผู้ศึกษา เองแต่ผู้เดียว

## สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา	5
1.4 ระเบียบวิธีการศึกษา	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
<b>บทที่ 2 กรอบแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	11
2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎี	11
2.1.1 SWOT Analysis	11
2.1.2 Competitive Advantage/ National Diamond Model	15
2.2 วรรณกรรมหรือผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง	21
2.3 สรุปกรอบแนวคิดในการศึกษา	21
<b>บทที่ 3 ผลการศึกษา</b>	24
3.1 การศึกษากรณีอาหารฮาลาลไทยในอินโดนีเซียโดยใช้ SWOT Analysis	24
3.2 การศึกษาโดยใช้ Competitive Advantage/ National Diamond Model	37
<b>บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>	40
4.1 ภาพทั่วไป	40
4.2 การดำเนินการเพื่อส่งเสริมจุดแข็งและโอกาส แก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรค	40
4.3 ข้อเสนอเกี่ยวกับการดำเนินการต่อไป	46
บรรณานุกรม	49

	๗
ภาคผนวก	51
ก. มาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ	52
ข. มาตรฐานฮาลาลของอินโดนีเซีย	56
ข.1 สรุปมาตรฐานฮาลาลตามที่กำหนดโดย MUI ของอินโดนีเซีย	57
ข.2 รายละเอียดมาตรฐานฮาลาลในประเทศอินโดนีเซีย (LPPOM MUI)	62
ค. ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลในประเทศอินโดนีเซีย	70
ง. สถิติการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมของไทยไปยังอินโดนีเซีย	79
จ. สถิติการส่งออกสินค้าหมวดอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังอินโดนีเซีย	81
ประวัติผู้เขียน	83

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมและผู้ผลิตอาหารมาแต่โบราณ ในอดีตประชากรส่วนใหญ่ของประเทศคือเกษตรกร ดังกล่าวกันว่า เกษตรกรคือกระดูกสันหลังของชาติ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศก็ขึ้นอยู่กับภาคเกษตรเป็นหลัก แม้หลังจากการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาต่างๆ และเศรษฐกิจในภาคส่วนอื่นๆ ขึ้นมาแล้ว จนทำให้ในระยะหลัง มูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการนอกภาคเกษตรและมูลค่าสินค้าส่งออกนอกภาคเกษตรของประเทศ จะเพิ่มขึ้นจนเกินกว่ามูลค่าของผลิตภัณฑ์การเกษตรและสินค้าส่งออกจากภาคเกษตรไปแล้วก็ตาม ประชากรจำนวนไม่น้อยของประเทศไทย คือกว่า 16 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 37 ของประชากรไทยทั้งหมด ก็ยังคงเป็นแรงงานในภาคการเกษตรอยู่ (สถิติประมาณการในปี พ.ศ. 2552) จากสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เมื่อปี พ.ศ. 2554 ประเทศไทยส่งออกสินค้าเกษตรคิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 1,447,716.2 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 21.03 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด และนับเป็นร้อยละ 10.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (หรือ Gross Domestic Products - GDP)<sup>1</sup>

ด้วยปัจจัยด้านภูมิศาสตร์และภูมิอากาศที่เอื้อต่อการเกษตร ทำให้ไทยเป็นอยู่ข้าวอยู่น้ำที่มีชื่อเสียงของโลกสืบมาช้านาน นับเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารสำคัญเป็นลำดับต้นๆ (ติดอันดับ 1 ใน 10) ของโลก ทั้งในแง่ของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นสินค้าโภคภัณฑ์และผลผลิตปฐมภูมิทางเกษตร ผลผลิตจากอุตสาหกรรมเกษตร ประมงและอุตสาหกรรมอาหารทะเล และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปต่างๆ สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยที่จัดเป็นสินค้าเกษตร และ/หรือสินค้าอาหาร มีอาทิ ข้าวและน้ำตาลทราย (ซึ่งไทยส่งออกมากเป็นอันดับ 1 และอันดับ 3 ของโลก ตามลำดับ) ไข่ กุ้ง ปลา และอาหารทะเลอื่นๆ มันสำปะหลัง ผักผลไม้ น้ำมันปาล์ม ธัญพืช อาหารกระป๋องและอาหารแปรรูป เครื่องปรุงรส ฯลฯ นำรายได้มหาศาลมาสู่ประเทศทุกปี จนเป็นที่ยอมรับกันว่า ภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทยมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยและรายได้ประชาชาติ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ออนไลน์, แหล่งที่มา: <http://www.oae.go.th>, 25 พฤษภาคม 2555.

<sup>2</sup> สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ออนไลน์, แหล่งที่มา: [www.oae.go.th](http://www.oae.go.th), 25 พฤษภาคม 2555.



ด้วยจุดแข็งด้านการเกษตรและการผลิตอาหารของไทยที่มีอยู่เป็นพื้นฐาน รัฐบาลหลายสมัยที่ผ่านมาได้ให้ความสำคัญกับนโยบายส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมและอาหาร เช่น การกำหนดยุทธศาสตร์ “ครัวไทยสู่โลก” ในสมัยนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็น “ครัวไทยสู่ครัวโลก” และ “ไทยเป็นครัวอาหารโลก” ในสมัยรัฐบาลชุดปัจจุบัน โดยยุทธศาสตร์ประการหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากรัฐบาลไทยมากขึ้นในระยะหลัง ในฐานะเครื่องมือหนึ่งที่จะเอื้อต่อการส่งเสริมการส่งออกสินค้าอาหารไทยได้ ก็คือ การพัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมฮาลาลไทย เพื่อให้มีขีดความสามารถออกไปช่วงชิงส่วนแบ่งในตลาดอาหารฮาลาลโลกที่มีศักยภาพสูงในการขยายตัว

นโยบายเกี่ยวกับเรื่องนี้ ที่รัฐบาลไทยในอดีตและปัจจุบันได้ประกาศไว้แล้ว มีอาทิ

- รัฐบาลนายกรัฐมนตรีอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ แถลงนโยบายต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2551<sup>3</sup> ในด้านเศรษฐกิจ ว่า (ข้อ 4.2.1.4 และ 4.2.1.5) จะดูแลเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตรและการตลาดสินค้าเกษตร เร่งรัดการส่งออกสินค้าอาหารและหัตถาผลใหม่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลก และส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและการเชื่อมโยงระหว่างการผลิตทางการเกษตรกับอุตสาหกรรมเกษตร รวมทั้งให้ความสำคัญกับมาตรฐานสากลด้านสินค้าเกษตรและอาหาร และระบุเป็นการเฉพาะเกี่ยวกับฮาลาลไว้ว่า (ข้อ 4.2.4.6) จะส่งเสริมการลงทุนในภาคเกษตรอุตสาหกรรม และบริการที่ไทยมีศักยภาพ โดยเฉพาะสินค้าอาหารและบริการฮาลาล อนึ่ง ในส่วนของนโยบายเร่งด่วน (ข้อ 1.1.2) ก็มีการกล่าวถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในฐานะปัจจัยหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการสร้างสภาพเงื่อนไขที่ดีในการแก้ไขปัญหาความรุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วย

- รัฐบาลนายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตร ซึ่งแถลงนโยบายต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2554<sup>4</sup> ก็ได้กำหนดนโยบายเร่งด่วน (ข้อ 1.11) คือการยกระดับราคาสินค้าเกษตร และในส่วนของนโยบายเศรษฐกิจ ก็ได้กล่าวถึงการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวโลกทั้งในแง่สินค้าเกษตรและอาหารไทย (ข้อ 3.3.1.8) การพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและโอกาสในการขยายตลาดและเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร อันรวมไปถึงการผลิตสินค้าอาหารฮาลาล (ข้อ 3.3.2.3) กล่าวถึงนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก และนโยบายไทยเป็นครัวอาหารโลก (ข้อ 3.3.4.3) และยังได้กล่าวถึงการพัฒนาและส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและส่งออกอาหารฮาลาลในโลอีกด้วย (ข้อ 3.3.4.6)

<sup>3</sup> สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, ออนไลน์, แหล่งที่มา: [http://www.cabinet.thaigov.go.th/bb\\_main31.htm](http://www.cabinet.thaigov.go.th/bb_main31.htm), 24 พฤษภาคม 2555.

<sup>4</sup> สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, อ้างแล้ว.

เมื่อพิจารณาพัฒนาการของความสนใจของภาครัฐไทยที่ให้ต่อเรื่องนี้ พบว่า ตั้งแต่ประมาณทศวรรษ 2530 เริ่มมีหน่วยงานในประเทศไทยที่ได้ให้ความสนใจในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย และนับตั้งแต่ช่วงประมาณต้นทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ภาครัฐไทยก็เริ่มตื่นตัวให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาฮาลาลไทย และการพยายามส่งเสริมศักยภาพของประเทศไทยในการเข้าไปช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดในตลาดสินค้าฮาลาลโลก เนื่องจากเริ่มตระหนักว่าตลาดสินค้าอาหารฮาลาลโลก (รวมทั้งสินค้าฮาลาลที่มีใช้อาหาร) นับวันที่จะยิ่งทวีความสำคัญยิ่งขึ้นทุกขณะ โดยที่ฐานของตลาดดังกล่าวครอบคลุมถึงผู้บริโภคมุสลิมเป็นจำนวนมากถึง 1.6 - 1.8 พันล้านคน ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ไม่จำกัดอยู่เพียงประเทศมุสลิมในตะวันออกกลาง เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแอฟริกาเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงชุมชนชาวมุสลิมที่มีกำลังซื้อสูงในประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ในยุโรปและสหรัฐอเมริกาอีกด้วย ประมาณกันว่า มูลค่าสินค้าฮาลาลในตลาดโลกสูงถึงประมาณ 6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และยังมีศักยภาพที่จะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วได้อีกมาก ทำให้ตลาดฮาลาลโลกกลายเป็นตลาดที่หลากหลาย ประเทศโดยเฉพาะประเทศผู้ผลิตสินค้าอาหาร ให้ความสนใจอย่างจริงจังในการแสวงประโยชน์จากตลาดดังกล่าว โดยผู้ครอบครองส่วนแบ่งการตลาดในตลาดสินค้าฮาลาลโลกปัจจุบัน ส่วนใหญ่กลับไม่ใช่ประเทศมุสลิมเอง แต่กลับกลายเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในโลกตะวันตก รวมทั้งประเทศผู้ผลิตอาหารอื่นๆ อาทิ สหรัฐฯ และประเทศในยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สาธารณรัฐประชาชนจีน อาร์เจนตินา และบราซิล (ระยะหลังมีประเทศมุสลิมที่มุ่งมั่นให้ความสำคัญกับการเข้าแข่งขันชิงส่วนแบ่งตลาดสินค้าฮาลาลโลกด้วยเช่นกัน อาทิ มาเลเซีย)<sup>5</sup>

ในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลจึงได้ประกาศวิสัยทัศน์ที่จะให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลป้อนสู่ตลาดฮาลาลโลกบ้าง โดยอาศัยพื้นฐานความก้าวหน้าด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของไทย รวมทั้งจุดแข็งด้านนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ฮาลาล คือการนำเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์มาใช้ตรวจสอบมาตรฐานฮาลาลตามหลักศาสนาในห้องปฏิบัติการได้ ซึ่งถือว่ามีกำเนิดขึ้นในประเทศไทยเป็นแห่งแรก และได้เป็นที่ยอมรับของประเทศต่างๆ รวมทั้งประเทศมุสลิมแล้ว นอกจากนั้น ภาครัฐไทยยังสนใจจะขยายความร่วมมือเรื่องฮาลาลกับมิตรประเทศมุสลิมด้วย ซึ่งก็ยังคงเป็นแนวนโยบายที่ได้ดำเนินมาจนถึงปัจจุบัน แม้จะมีการสะดุดหรือขาดความต่อเนื่องบางช่วงบ้างก็ตาม

<sup>5</sup> ศรีกันต์ พลมณี, (2553), รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่องการเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าฮาลาลของประเทศไทย, ส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 69, กรุงเทพฯ: เอกสารจัดทำโดยสำนักงาน ก.พ., หน้า ๖ - ๖ และหน้า 1 - 3.

ในบรรดามิตรประเทศและประเทศคู่ค้าของไทย สาธารณรัฐอินโดนีเซียถือว่าเป็นประเทศที่มีความสำคัญประเทศหนึ่ง เนื่องจากเป็นพันธมิตรที่มีความใกล้ชิดกับไทย ทั้งในระดับทวิภาคีและในอาเซียน รวมทั้งในเวทีพหุภาคีด้วย ในด้านเศรษฐกิจ อินโดนีเซียเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญลำดับ 3 ของประเทศไทยในอาเซียน (รองจากมาเลเซียและสิงคโปร์) และเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญเป็นลำดับ 8 ของไทยในโลก ในปี พ.ศ. 2554 มูลค่าการค้าสองฝ่ายเท่ากับ 17,448 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าจำนวน 2,708 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยสินค้าส่งออกของไทยไปยังอินโดนีเซียที่สำคัญ รวมถึงข้าว น้ำตาลทราย ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ผักและผลไม้ และผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ

เมื่อพิจารณาในบริบทของการเป็นตลาดสินค้าฮาลาล และบริบทของนโยบายของรัฐบาลไทยที่หันมาให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาลไทย อินโดนีเซียนับว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจยิ่ง เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก (ประมาณ 210 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 248 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 84.7 ของประชากรอินโดนีเซียทั้งหมด) และยังมีความต้องการอาหารสูง เนื่องจากไม่สามารถผลิตอาหารพอสำหรับเลี้ยงประชากรของตนเองได้ จำเป็นต้องนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศ รัฐบาลอินโดนีเซียจึงให้ความสำคัญกับประเด็นความมั่นคงด้านอาหาร (Food security) ของประเทศตลอดมา

เมื่อคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ทั้งจากฝ่ายไทยและฝ่ายอินโดนีเซียดังที่กล่าวมาแล้ว ไทยจึงน่าจะอยู่ในฐานะที่จะขยายความร่วมมือด้านฮาลาลกับอินโดนีเซียได้อย่างดี โดยรัฐบาลไทยได้แสดงความกระตือรือร้นที่จะร่วมมือในเรื่องนี้กับรัฐบาลอินโดนีเซีย และได้มีการหยิบยกประเด็นดังกล่าวขึ้นหารือในระดับผู้นำแล้วในหลายโอกาส อาทิ นายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้เสนอที่จะพัฒนาความร่วมมือด้านฮาลาลกับอินโดนีเซีย ระหว่างการหารือข้อราชการกับประธานาธิบดีซูชิโล บัมบัง ยูโดโยโนแห่งอินโดนีเซีย ในการเยือนกรุงจาการ์ตาเมื่อเดือนกันยายน 2554 และนายกรัฐมนตรียังได้หยิบยกเรื่องนี้ขึ้นมาอีกครั้งหนึ่งในโอกาสที่ประธานาธิบดีอินโดนีเซียมาพบหารือข้อราชการที่ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2555 ด้วย ซึ่งผู้นำอินโดนีเซียก็มีท่าทีรับฟังด้วยดี<sup>6</sup>

<sup>6</sup> ข้อมูลเหล่านี้ผู้ศึกษาได้จากเอกสารข้อมูลของกระทรวงการต่างประเทศ (กรมเอเชียตะวันออกและกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ) เพื่อเตรียมการสำหรับการหารือข้อราชการระหว่างนายกรัฐมนตรีและประธานาธิบดีอินโดนีเซีย วันที่ 1 มิถุนายน 2555 ณ ทำเนียบรัฐบาล, บันทึกผลการหารือข้อราชการดังกล่าว (โทรเลขกระทรวงการต่างประเทศ ถึงสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ฉบับที่ 1302/433/2555 ลงวันที่ 6 มิถุนายน 2555) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์นางอุรีรัชต์ รัตนพุกษ์ อัครราชทูตที่ปรึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง ซึ่งขณะนั้นยังปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการกองเอเชียตะวันออก 1 กรมเอเชียตะวันออก (ดูแลเรื่องความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย) เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม และ 2 มิถุนายน 2555

อย่างไรก็ดี ในการดำเนินการให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลไทยในเรื่องนี้นั้น ปรากฏว่ามีแหล่งข้อมูลบางกระแสในฝ่ายไทยเองมีทัศนะว่ายังมีปัญหาอยู่บ้าง โดยที่ปัญหาส่วนหนึ่งก็คือสินค้าอาหารฮาลาลไทยที่จะส่งออกไปสู่ตลาดอินโดนีเซียนั้น ยังไม่ได้รับการรับรองฮาลาลโดยอัตรานมัตจากองค์การศาสนาอิสลามของอินโดนีเซีย แม้ว่าจะได้รับการรับรองฮาลาลมาแล้วจากองค์การศาสนาอิสลามของไทยก็ตาม แต่ส่วนหนึ่งยังจะต้องไปขอรับการรับรองและผ่านกระบวนการตรวจสอบฮาลาลของฝ่ายอินโดนีเซียเสียก่อน ซึ่งเป็นประเด็นที่มีการหยิบยกขึ้นในระดับสูง อาทิ ในการหารือราชการระหว่างนายกรัฐมนตรีไทยกับประธานาธิบดีอินโดนีเซียครั้งดังกล่าว (1 มิถุนายน 2555) เช่นกัน ปัญหาเหล่านี้เป็นเรื่องที่ผู้ศึกษามีความสนใจ และจะได้ทำการศึกษาต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อพยายามศึกษา และวิเคราะห์ทำความเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้าฮาลาลของไทยเข้าไปยังตลาดอินโดนีเซีย ทั้งในแง่ปัจจัยทั้งที่เกิดจากฝ่ายไทยเอง และจากฝ่ายอินโดนีเซีย กล่าวคือ กลุ่มทางหรือโอกาสที่ฝ่ายอินโดนีเซียเปิดให้กับไทย และจุดเด่นของฝ่ายไทยที่จะเอื้ออำนวยต่อความพยายามที่จะเข้าสู่ตลาดนี้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องศึกษาถึงอุปสรรค และความท้าทายที่เกิดจากฝ่ายอินโดนีเซีย รวมทั้งจุดด้อยของฝ่ายไทยเองที่ส่งผลกระทบต่อความ พยายามดังกล่าว และทำความเข้าใจถึงปัจจัยเบื้องหลังที่กำหนดพฤติกรรมของตัวแสดงต่างๆ ใน ฝ่ายอินโดนีเซียด้วย

1.2.2 เพื่อประมวลและนำเสนอข้อสรุปที่ได้จากการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการแสวงหาแนวทางแก้ไขข้ออุปสรรค เป็นข้อมูลพื้นฐานใน การศึกษาต่อขยายเพิ่มเติมโดยผู้สนใจอื่น หรือเป็นข้อเสนอแนะประกอบการพิจารณากำหนด นโยบายของฝ่ายไทยได้ต่อไป

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 จำกัดประเด็นการศึกษาเฉพาะสภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งสินค้าฮาลาลไทยเข้าไปสู่ตลาดอินโดนีเซีย ทั้งในแง่จุดแข็ง/จุดอ่อนของฝ่ายไทยเอง และโอกาส/อุปสรรคที่เกิดจากฝ่าย อินโดนีเซีย ทั้งนี้ อาจจะมีการกล่าวถึงภูมิหลังประกอบเพิ่มเติมบ้าง อาทิ สภาพทั่วไปของ อุตสาหกรรมฮาลาลโลก อุตสาหกรรมฮาลาลไทย ภาวะตลาดในอินโดนีเซียและสภาพเงื่อนไขของ อินโดนีเซียที่เกี่ยวข้องกับฮาลาล ข้อมูลความสัมพันธ์ด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจการค้า

ระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย หรือความเป็นไปได้ในการร่วมมือระหว่างไทยกับอินโดนีเซียในระดับที่พ้นไปจากความร่วมมือในกรอบระดับทวิภาคี ฯลฯ แต่จะมีใช้จุดเน้นของรายงานนี้

1.3.2 ในแง่ของช่วงเวลา จะกำหนดขอบเขตช่วงเวลาที่จะศึกษา โดยเน้นหมุดหมายหรือจุดเริ่มต้นตั้งแต่การประกาศนโยบายของนายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตรเกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือด้านฮาลาลระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย ซึ่งนายกรัฐมนตรีได้เป็นฝ่ายหยิบยกขึ้นในการหารือข้อราชการกับประธานาธิบดีอินโดนีเซีย เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2554 ระหว่างการเยือนสาธารณรัฐอินโดนีเซียอย่างเป็นทางการของนายกรัฐมนตรีเพื่อแนะนำตนเองหลังเข้ารับตำแหน่ง และศึกษาถึงการดำเนินการต่างๆ หลังจากนั้นเป็นต้นมา โดยเฉพาะกระบวนการนำแผนนโยบายดังกล่าวไปขับเคลื่อนในทางปฏิบัติ ทั้งนี้ จะมีการศึกษาย้อนหลังถึงภูมิหลังและความเป็นมาของอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยประกอบบ้าง และในการวิเคราะห์และเสนอข้อสรุปก็จะพยายามมองไปยังอนาคตข้างหน้าด้วย

1.3.3 แม้ในความหมายแท้จริงของฮาลาล ตามหลักอิสลาม จะครอบคลุมทั้งสิ่งที่เป็นอาหารและมีใช้อาหาร รวมตลอดถึงบริการด้วย คือ **สิ่งของ** ต่างๆ และ**การกระทำ** ต่างๆ ที่พระเจ้าทรงอนุมัติให้มนุษย์บริโภคหรือปฏิบัติ ก็ตาม แต่ในรายงานฉบับนี้ จะมุ่งเน้นความสนใจหลักไปที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่เป็นอาหาร อันเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไทยมีศักยภาพและความสนใจที่จะส่งออกไปสู่ตลาดอินโดนีเซีย (โปรดดูข้อ 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ ประกอบด้วย)

## 1.4 ระเบียบวิธีการศึกษา

### 1.4.1 การเก็บข้อมูล

การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้ จะเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็น **ข้อมูลปฐมภูมิ** และ **ข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นเอกสาร** โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องของทางราชการไทย อาทิ กรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา กระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บันทึกรผลการประชุมระหว่างส่วนราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย (รวมถึงท่าทีของผู้แทนหน่วยงานต่างๆ ที่ได้แสดงไว้ หรือมีการอ้างถึงไว้ในบันทึกการประชุมต่างๆ ดังกล่าว) ข้อมูลที่สืบค้นได้จากเอกสารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของฝ่ายอินโดนีเซีย อาทิ MUI และการศึกษาต่อ ยอดจากผลการศึกษามีผู้อื่นเคยค้นคว้าไว้แล้ว

นอกจากนั้น จะเสริมด้วยวิธีการเก็บ **ข้อมูลปฐมภูมิ** (ทั้งในแง่ข้อมูลข้อเท็จจริงและความคิดเห็นหรือทัศนคติ) โดยการติดต่อขอสัมภาษณ์ตัวแสดงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรง เท่าที่โอกาสจะอำนวย อาทิ เอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งรองอธิบดีกรม

เศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศมาก่อน และเคยเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลไทยและสินค้าฮาลาลไทยในตลาดฮาลาลโลก) เจ้าหน้าที่กรมกองที่เกี่ยวข้องของรัฐบาลไทย ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ฯลฯ

#### 1.4.2 แนวทางการวิเคราะห์

ผู้ศึกษาจะอิงจากข้อมูลพื้นฐานที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลที่กล่าวมาแล้วข้างต้นเป็นหลัก และอาศัยความรู้ความเข้าใจสภาพการณ์ในท้องถิ่นของตนเอง จากการศึกษากำลังประจำการปฏิบัติงานอยู่จริงในพื้นที่ กล่าวคือ ที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตามาประกอบด้วย แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยกรอบความคิด คือ SWOT Analysis และ Competitive Advantage โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกิดขึ้นจากทั้งทางฝ่ายไทยเองและฝ่ายอินโดนีเซีย เพื่อแสวงหาช่องทางส่งเสริมการส่งออกสินค้าฮาลาลไทยไปสู่อินโดนีเซียต่อไป

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 เป็นการศึกษาหาช่องทางที่จะดำเนินการสนองตอบต่อนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก และ “ไทยเป็นครัวอาหารโลก” ของรัฐบาลชุดปัจจุบัน รวมทั้งนโยบายและยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ ในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งออกไปสู่ตลาดอินโดนีเซีย และตอบสนองต่อแนวนโยบายและความตื่นตัวของรัฐบาลไทยในระยะหลัง ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลและมาตรฐานฮาลาลไทย การสนับสนุนการส่งออกสินค้าฮาลาลไทยออกไปสู่ต่างประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมความร่วมมือด้านฮาลาลกับมิตรประเทศมุสลิม (รวมถึงอินโดนีเซีย)

1.5.2 ผู้ศึกษาคาดหวังว่า รายงานฉบับนี้จะมีส่วนในการช่วยสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ต่อภาพรวมของการปฏิบัติและดำเนินการตามนโยบายส่งเสริมการส่งสินค้าฮาลาลไทยเข้าไปยังตลาดอินโดนีเซีย ซึ่งมีมิติต่างๆ ที่หลากหลายและซับซ้อน ประกอบด้วยปัจจัยหลายประการ รวมทั้งคาดหวังด้วยว่า การศึกษานี้จะช่วยทำให้เข้าใจปฏิภนระหว่างกันของปัจจัยต่างๆ ทั้งในส่วนของประเทศไทยและในส่วนของอินโดนีเซีย ที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางและโอกาสของการขยายตลาดสินค้าฮาลาลไทยในอินโดนีเซียในปัจจุบัน

1.5.3 ผู้ศึกษาหวังเช่นกันว่า ข้อมูล ข้อคิดเห็น และการวิเคราะห์ในรายงานฉบับนี้ อาจเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยนำไปสู่ข้อสรุปที่อาจเป็นข้อเสนอแนะทางนโยบายหรือยุทธศาสตร์ของไทยในเรื่องนี้ต่อไปได้ อันรวมไปถึงข้อเสนอแนะที่เป็นไปได้ เกี่ยวกับแนวทางการร่วมมือระหว่างไทยและอินโดนีเซียในด้านที่เกี่ยวข้อง ที่จะช่วยตอบสนองต่อผลประโยชน์ของฝ่ายไทยเอง ในลักษณะที่ทั้งสองฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ด้วยกัน (win-win) ทั้งนี้ เพื่อเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาความสัมพันธ์

ทวิภาคีระหว่างไทยกับอินโดนีเซียในภาพรวมต่อไปในอนาคต รวมทั้งสามารถเป็นแหล่งข้อมูลที่จะใช้อ้างอิงและศึกษาต่อๆไปด้วย

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ฮาลาล (Halal ) เป็นคำศัพท์ในภาษาอาหรับ มีที่มาจากคัมภีร์อัลกุรอาน และมีความหมายตามตัวอักษรว่า “อนุมัติ” ในทางศาสนาอิสลาม “ฮาลาล” จึงมีความหมายว่า “สิ่งที่พระเจ้าทรงอนุมัติ” หรือ “สิ่งของ หรือ การกระทำใดๆ ที่ได้รับการอนุมัติตามศาสนบัญญัติ” (คำตรงข้ามกับคำว่าฮาลาล คือ ฮะรอม Haram ซึ่งมีความหมายในภาษาอาหรับว่า “ไม่เป็นที่อนุมัติ” และในทางศาสนาอิสลามหมายความว่า “สิ่งที่พระเจ้าทรงห้าม”)

ในบริบทของรายงานฉบับนี้ ฮาลาล หมายถึง สิ่งที่พระเจ้าทรงอนุมัติให้ชาวมุสลิมปฏิบัติได้หรือบริโภคได้ และผู้ศึกษามุ่งเน้นที่**อาหารฮาลาล**เป็นสำคัญ กล่าวคือ อาหารที่มุสลิมสามารถบริโภคได้ เพราะบริสุทธิ์และไม่ขัดต่อบัญญัติทางศาสนาอิสลาม<sup>7</sup>

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาตระหนักดีว่า ความหมายแท้จริงของคำว่า ฮาลาล ตามหลักศาสนาอิสลามนั้น กินความครอบคลุมรวมทั้งสิ่งที่เป็นอาหาร สิ่งที่มีโซอาหาร (อาทิ เวชภัณฑ์ เครื่องสำอาง เครื่องอุปโภคประเภทสบู่ น้ำยาทำความสะอาด ฯลฯ) และบริการ (อาทิ ภัตตาคารฮาลาล การท่องเที่ยวเชิงฮาลาล โรงแรมและสปาฮาลาล โรงพยาบาลฮาลาล ธนาคารและระบบการเงินที่สอดคล้องกับหลักศาสนาอิสลาม ฯลฯ) ด้วย แต่ในรายงานฉบับนี้จะมุ่งความสนใจในแง่อาหารฮาลาล และจะเน้นในเรื่องการส่งสินค้าอาหารไทยที่เป็นฮาลาลไปยังตลาดอินโดนีเซียเป็นสำคัญ

มาตรฐานหรือเกณฑ์กำหนดความเป็นฮาลาล (และฮะรอม) นั้น มุสลิมทั่วโลกยึดถือหลักการตามที่ศาสนบัญญัติหรือกฎหมายอิสลาม (**شريعة** ชะรีอะฮ์ ในภาษาอังกฤษมักถอดว่า shari'ah / sharia หรือในภาษาอินโดนีเซียถอดเป็นอักษรโรมันว่า syariah) กำหนดไว้ ซึ่งมีรากฐานแหล่งที่มาจากคัมภีร์อัลกุรอาน แบบอย่างคำสอนของท่านนบีมุฮัมมัด และมติหรือความเห็นพ้องต้องกันของบรรดามุขนิสิตศาสตร์อิสลามหรือผู้ทรงความรู้เรื่องศาสนบัญญัติ โดยหลักใหญ่แล้ว การกำหนดมาตรฐานฮาลาลในแต่ละประเทศค่อนข้างจะลงรอยเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งหมด เนื่องจากมาจากหลักการเดียวกันของศาสนาอิสลาม แต่ในทางปฏิบัติ อาจมีการระบุลงรายละเอียดในกฎหรือระเบียบของแต่ละประเทศได้ผิดแผกต่างกัน ละเอียดยากกว่าหรือน้อยกว่ากัน

<sup>7</sup> “Halal – Wikipedia, the free encyclopedia,” ออนไลน์, แหล่งที่มา: <http://en.wikipedia.org/wiki/Halal> , 21 พฤษภาคม 2555, ศรีกานต์ พลมณี, อ้างแล้ว, หน้า 1 และ 8, กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, (2553), ศัพท์น่ารู้ที่เกี่ยวข้องกับชาวไทยมุสลิม, กรุงเทพฯ: บริษัทออฟเซต จำกัด, หน้า 19, 112 และ 114, และ เอกสารที่เกี่ยวข้องของ MUI (ภาษาอินโดนีเซีย แปลสรุปโดยลุ่มพ้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา).

อยู่บ้าง ซึ่งในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท. หรือ CICOT) เป็นหน่วยงานหลักที่มีอำนาจหน้าที่ในการให้การรับรองมาตรฐานฮาลาล รวมทั้งออกตรารับรองฮาลาล สำหรับสินค้าที่จำหน่ายในประเทศไทย



ตรารับรองฮาลาลของ สกอท.

ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความเป็นฮาลาลและการรับรองฮาลาลในประเทศต่างๆ ก็คือ แม้หลักการใหญ่จะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แต่โดยที่ประเทศมุสลิมแต่ละประเทศต่างก็มีมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารและการคุ้มครองผู้บริโภค ระบบกฎหมาย และอื่นๆ แตกต่างกัน ในทางปฏิบัติจึงยังคงมีความแตกต่างกันในการรับรอง/ไม่รับรอง หรือให้การยอมรับ/ไม่ยอมรับตรามาตรฐานฮาลาลระหว่างกันอยู่

ข้อมูลเกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย และของอินโดนีเซีย ปรากฏใน ภาคผนวก ก และ ข

1.6.2 MUI (Majelis Ulama Indonesia) หรือ สภานักวิชาการศาสนาแห่งอินโดนีเซีย<sup>8</sup> (ทั้งนี้ ศัพท์อาหรับคำว่า “อูละมาอ์” หรือถอดเป็นอักษรโรมันแบบอินโดนีเซียได้ว่า Ulama รูปพหูพจน์ แปลว่าบรรดาผู้ทรงความรู้, ผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญวิชาการด้านศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะด้านศาสนบัญญัติและนิติศาสตร์อิสลาม) เป็นองค์กรทางศาสนาอิสลามที่มีความสำคัญสูงสุดของอินโดนีเซีย พอเทียบได้ใกล้เคียงกับหน่วยงานของไทยคือ สำนักจุฬาราชมนตรีและคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย MUI ไม่ถือเป็นส่วนหนึ่งของรัฐบาลอินโดนีเซีย เพราะเป็นองค์กรทางศาสนาที่มีความเป็นอิสระและเป็นเอกเทศ แต่จะประสานงานกับ (และได้รับการสนับสนุนจาก)

<sup>8</sup> ข้อมูลจากเว็บไซต์ของ MUI ([www.mui.or.id](http://www.mui.or.id)) และเอกสารเผยแพร่ต่างๆ ของ MUI (ภาษาอินโดนีเซีย แปลสรุปโดยล่ามท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา) รวมทั้งจากประสบการณ์โดยตรงของผู้ศึกษาเองที่ได้ร่วมกับคณะผู้แทนไทยไปเยี่ยมชมสำนักงานใหญ่ MUI ในกรุงจาการ์ตา และได้สนทนากับเจ้าหน้าที่ระดับสูงของ MUI เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2555 อนึ่ง ความหมายของศัพท์คำว่า อูละมาอ์ มาจาก กรมสารนิเทศ, ศัพท์น่ารู้ที่เกี่ยวข้องกับชาวไทยมุสลิม (อ้างแล้ว) หน้า 109.



รัฐบาลอินโดนีเซีย ในการบริหารกิจการศาสนาอิสลาม และให้บริการประชาคมมุสลิมอินโดนีเซีย ในด้านต่างๆ



*ตราสัญลักษณ์ขององค์กร MUI (ซ้าย) และตรารับรองฮาลาลที่ MUI ออกให้สินค้าฮาลาล ในประเทศอินโดนีเซีย (ขวา) จะเห็นว่ามีลักษณะคล้ายกัน เพียงแต่ตรารับรองฮาลาลของ MUI มีคำว่า ฮาลาล (อักษรอาหรับ) ประทับอยู่ตรงกลางตราสัญลักษณ์ขององค์กร MUI*

ที่สำคัญคือ ในอินโดนีเซีย MUI เป็นองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนด ตรวจสอบ รับรอง และบังคับใช้มาตรฐานฮาลาลสำหรับสินค้าฮาลาล (รวมตลอดไปถึงการให้การรับรองสถาบันการเงินธนาคารที่ทำธุรกรรมสอดคล้องกับหลักกฎหมายอิสลาม) และในกรณีที่มีข้อสงสัยหรือกรณีพิพาทในเรื่องเหล่านี้ ก็มีอำนาจเต็มในการประกาศคำวินิจฉัยชี้ขาดทางศาสนา (Fatwa) ด้วย ทั้งนี้ โดยมีกลไกภายใต้ MUI ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสินค้าฮาลาล คือ สถาบันวิจัยอาหาร ยา และเครื่องสำอางของ MUI (Lembaga Pengajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika - Majelis Ulama Indonesia หรือ LPPOM-MUI) ซึ่งมีห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์อยู่ด้วย กับ คณะกรรมการด้านคำวินิจฉัยชี้ขาดทางศาสนาของ MUI (MUI Fatwa Committee) รับผิดชอบเกี่ยวกับเรื่องนี้

ในรายงานการศึกษาฉบับนี้ ผู้ศึกษาจะใช้ตัวย่อคือ “MUI” ในการกล่าวถึงองค์การศาสนา Majelis Ulama Indonesia ดังกล่าว

## บทที่ 2

### กรอบแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎี

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ จะใช้แนวความคิด 2 ประการ คือ แนวคิดหรือตัวแบบ SWOT Analysis และแนวคิด Competitive Advantage เป็นกรอบในการศึกษา

##### 2.1.1 SWOT Analysis

Albert S. Humphrey นักวิชาการด้านการจัดการและบริหารธุรกิจแห่ง Stanford Research Institute (ขณะนั้นเป็นสถาบันวิจัยอยู่ในสังกัดมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา) ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ริเริ่มแนวคิดกรอบการวิเคราะห์ที่เรียกกันว่า SWOT (หรือ SLOT) Analysis ขึ้นเป็นคนแรกในช่วงทศวรรษ 1960 เพื่อใช้ประเมินโอกาสความสำเร็จของโครงการธุรกิจ และกำหนดแผนกลยุทธ์เพื่อการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายของโครงการธุรกิจดังกล่าว (ในเวลาต่อมา ได้มีการนำ SWOT Analysis ไปประยุกต์ใช้กับการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของหน่วยงานที่มีใช้ภาคธุรกิจด้วย เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรที่ไม่ได้แสวงหาผลกำไร และบุคคล)<sup>1</sup>

##### 1) ความหมาย

ชื่อ SWOT (หรือบางครั้งมีการใช้ชื่อ SLOT ด้วยในความหมายเดียวกัน) เป็นตัวย่อที่มาจากคำเต็มในภาษาอังกฤษ ดังนี้

S – Strengths หมายถึง จุดแข็ง หรือข้อได้เปรียบ ที่มีอยู่ในองค์กร

W – Weaknesses (หรือบางครั้งก็ใช้ L- Limitations) หมายถึง จุดอ่อน ข้อเสียเปรียบ ข้อจำกัด ที่มีอยู่ในองค์กร

O – Opportunities หมายถึง โอกาส ซึ่งเป็นปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่เปิดช่องให้สามารถดำเนินงานได้ หรือเอื้ออำนวยต่อความสำเร็จ และ

---

<sup>1</sup> แหล่งที่มา: <http://agserver.kku.ac.th/chaichrn/Page-Thai/Teaching-t/Graduate/126752/SWOTAnalysis.htm>

และ SWOT Analysis – Wikipedia, the Free encyclopedia , ออนไลน์, แหล่งที่มา:

[http://en.wikipedia.org/wiki/SWOT\\_analysis](http://en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis), 5 มิถุนายน 2555.

T – Threats หมายถึง ภาวะคุกคาม หรืออุปสรรค ที่เป็นปัจจัยคุกคามการดำเนินงาน ซึ่งมาจากสภาพการณ์ภายนอกองค์กร

หลักการที่สำคัญของ SWOT Analysis ก็คือการวิเคราะห์สถานการณ์ (situation analysis) ที่จะเอื้อต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการบรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ขององค์กร โดยการประเมินจาก 2 ด้าน คือ การประเมินสภาพการณ์ภายในองค์กร (Internal Appraisal) และการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Appraisal) ซึ่งยังแยกย่อยออกเป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อนภายในองค์กรเอง (Strengths & Weaknesses of Organization) และการวิเคราะห์ถึงโอกาสและอุปสรรค ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก (Threats & Opportunities in Environment)

การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้บริหารได้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กร และความสามารถ (หรือสมรรถนะ) ด้านต่างๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป

## 2) SWOT Analysis กับภูมิปัญญาตะวันออก

มีผู้เปรียบเทียบแนวคิด SWOT ของโลกตะวันตกในครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 20 นี้ กับแนวคิดของนักยุทธศาสตร์การทหารและนักปราชญ์จีนโบราณ ยุคชุนชิวจั้นกั๋ว คือ ชุนวู (ชุนอู่ หรือ ชุนจื่อ Sun Wu/Sun Tzu, มีชีวิตอยู่ประมาณ 540 ปีก่อน ค.ศ - ประมาณ 490 ปีก่อน ค.ศ.) ผู้แต่งตำราพิชัยสงครามชุนวู<sup>2</sup> ซึ่งให้ความสำคัญต่อการที่แม่ทัพจะต้องพิจารณาให้ทราบอย่างถ่องแท้ถึงกำลังและสภาพเงื่อนไขอื่นๆ ทั้งของฝ่ายตนเองและของฝ่ายข้าศึก ก่อนที่จะดำเนินยุทธการใดๆ เพื่อนำมาเป็นปัจจัยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมของฝ่ายตนต่อไปได้ ดังที่สรุปเป็นวาทะอันลือเลื่องของเขาว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งมิพ่าย” (知己知彼，百戰不殆。) ซึ่งนับว่าคล้ายคลึงกันอย่างยิ่งกับการดำเนินการวิเคราะห์ S/W (รู้เรา) และ O/T (รู้เขา) หากแต่ชุนวูได้แสดงทัศนะของเขาในเรื่องนี้เอาไว้ตั้งแต่ประมาณ 2,500 ปีมาแล้ว

นอกจากนั้น ผู้ศึกษาเองก็ขอเสนอว่า ในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกับยุคของชุนวู ในประวัติศาสตร์ ในทางพระพุทธศาสนา ก็ได้มีการกล่าวถึงสัปปริสธรรม คือ “ธรรมของสัตบุรุษ

<sup>2</sup> อาทิ Chow-Hou Wee, “Sun Zi Art of War and SWOT Analysis: Perspective and Applications to Business,” Asia Pacific Management Review (2002) 7 (2), pp. 267-286.

ธรรมของคนดี หรือธรรมที่ทำให้เป็นสัตบุรุษ” 7 ประการ<sup>3</sup> โดยมีสาระมุ่งถึงการที่ “สัตบุรุษ” หรือ “คนดี”<sup>4</sup> จะต้องรู้จักหรือตระหนักถึงสภาพเงื่อนไขต่างๆ คือ **ธัมมัญญาตา** เป็นผู้รู้จักเหตุ **อิตถัญญาตา** เป็นผู้รู้จักผล **อิตถัญญาตา** เป็นผู้รู้จักตน **มัตถัญญาตา** เป็นผู้รู้จักประมาณ **กาลัญญาตา** เป็นผู้รู้จักกาล **ปริสัจญญาตา** เป็นผู้รู้จักบริษัท (ในที่นี้ “บริษัท” มีความหมายความว่า ประชุมชน) และ **บุคคลัญญาตา** เป็นผู้รู้จักบุคคล อันอาจกล่าวเทียบเคียงได้ว่าคล้ายกับการ ประเมินสภาพการณ์ในองค์กร (คือ สัตบุรุษต้องรู้จักตนเอง) และการประเมินสภาพการณ์ภายนอกในมิติด้านต่างๆ (คือ สัตบุรุษต้องรู้จักกาลอันเหมาะสม ต้องรู้จักบุคคล (อื่น) และรู้จักประชุมชนที่ตนจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วย แล้วดำเนินการต่อสภาพนั้นๆ อย่างเหมาะสม เป็นต้น) ทั้งนี้ การประเมินหรือการตระหนักดังกล่าวกว่า ทั้งในส่วนตนเองและส่วนภายนอกของสัตบุรุษนั้น ยังจะต้องสอดคล้องกับการ **รู้จักเหตุ รู้จักผล และ รู้จักประมาณ** ด้วย

### 3) ประโยชน์ของ SWOT

การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร จะช่วยให้ผู้บริหาร เข้าใจได้ว่าปัจจัยต่างๆ จะมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร

#### *การประเมินสภาพการณ์ภายในองค์กร*

- **จุดแข็ง**ขององค์กร เป็นข้อได้เปรียบ ทรัพยากร และความสามารถหรือสมรรถนะภายใน ที่ผู้บริหารสามารถนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ได้ และควรรักษาไว้และเสริมสร้างเพื่อดำรงความเข้มแข็งขององค์กรต่อไป

- **ขณะที่จุดอ่อน**ขององค์กร เป็นข้อเสียเปรียบ หรือลักษณะภายในที่อาจขัดขวางการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งองค์กรควรค้นหาสิ่งที่เป็นจุดอ่อนให้พบ เพื่อหาโอกาสที่จะแก้ไขปรับปรุงและลดจุดอ่อนขององค์กรลงให้เหลือน้อยที่สุด

#### *การประเมินสภาพแวดล้อมนอกองค์กร*

- **โอกาส** เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร รวมทั้งแนวโน้ม พลวัต หรือเหตุการณ์ ที่เอื้อให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม และผู้บริหารควรนำมาใช้สนับสนุนการดำเนินการขององค์กร

<sup>3</sup> พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต), (2543), *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม*, กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, หน้า 244-246 และ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), (2551), *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์*, กรุงเทพฯ: บริษัทเอสอาร์พริ้นติ้งแมสโปรดักส์ จำกัด, หน้า 432.

<sup>4</sup> จากการอธิบายขยายความธรรมะหมวดนี้ ทำให้เราเห็นได้ว่า ศัพท์ว่า “สัตบุรุษ” ในที่นี้ พระพุทธศาสนาจะมุ่งใช้ในความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า Rational actor มากกว่าความเป็นคนดีหรือคนชั่วในทางศีลธรรม

- ในทางกลับกัน **อุปสรรคหรือภัยคุกคาม** เป็นสภาพที่ส่งผลกระทบทางลบ ก่อความเสียหาย หรือขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ที่มาจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งอาจรวมถึงเหตุการณ์ แรงกดดัน หรือความเป็นไปได้ที่อยู่นอกเหนือการควบคุม และองค์กรต้องวางแผนป้องกัน รับมือเพื่อบรรเทาความรุนแรงของผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้น รวมทั้งหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพองค์กรให้แข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

การแสดงผลการวิเคราะห์ SWOT สามารถสร้างให้อยู่ในรูปแบบที่เห็นได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายคือ ตาราง 2 X 2 หรือ SWOT Matrix

	Helpful	Harmful
Internal <small>Attributes of the organization</small>	Strengths	Weaknesses
External <small>Attributes of the environment</small>	Opportunities	Threats

#### 4) สิ่งทีควรระมัดระวังในการใช้การวิเคราะห์ SWOT

มีการวิจารณ์ว่า การใช้ SWOT Analysis มีข้อดี คือเป็นรูปแบบการวิเคราะห์ที่ค่อนข้างเข้าใจง่ายและชัดเจน ทำให้ผู้บริหารสามารถนำไปปรับใช้ได้สะดวก แต่ก็มีความเสี่ยงต่อการที่เรื่องที่มีมิติซับซ้อนจะถูกทำให้ง่ายเกินไป (oversimplification) จนอาจนำไปสู่ความเข้าใจสถานการณ์ผิดพลาดได้ ดังนั้น ในการใช้ SWOT Analysis จึงมีความจำเป็นที่ผู้วิเคราะห์จะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ อย่างถ่องแท้แล้วระบุให้ได้ว่า อะไรเป็นจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส หรือภัยคุกคาม เพราะในความเป็นจริง ปรากฏการณ์ประการหนึ่งๆ อาจเห็นไม่ชัดเจนว่าเป็นปัจจัยอะไรกันแน่ หรืออาจมีการเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งหากผู้บริหารได้ประเมินหรือวิเคราะห์ปัจจัยไว้โดยผิดพลาดคลาดเคลื่อน ก็จะส่งผลให้การกำหนดกลยุทธ์ผิดพลาดไปด้วย และเพราะเหตุนี้มันเอง จึงมีผู้แนะนำไว้ว่า การประเมิน SWOT Analysis ทางที่ดี อาจจะต้องคอยกระทำถี่ๆ เรื่อยๆ มากกว่า

หนึ่งครั้ง เพื่อพยายามปรับแก้การกำหนดระเบียบข้อต่างๆ ว่าเป็นประเภทใด ให้ถูกต้องใกล้เคียงกับความเป็นจริง (หรือสอดคล้องกับข้อมูลใหม่หรือสภาพการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป) ให้มากที่สุด

### 2.1.2 Competitive Advantage/ National Diamond Model

แนวคิดเรื่อง Competitive Advantage หรือ “ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน”<sup>5</sup> เป็นแนวคิดที่ริเริ่มและเสนอโดย Michael Eugene Porter นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด นครบอสตัน มลรัฐแมสซาชูเซตส์ สหรัฐอเมริกา โดย Porter เริ่มพัฒนาแนวความคิดดังกล่าวมาตั้งแต่ประมาณปลายทศวรรษ 1970 ต่อเนื่องกับต้นทศวรรษ 1980 เพื่อที่จะพยายามตอบสนองต่อข้อวิจารณ์ที่นักเศรษฐศาสตร์ส่วนหนึ่งได้วิจารณ์ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ว่าด้วย Comparative Advantage หรือการได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของนักคิดสำนักการค้าเสรี คือ David Ricardo ไว้เดิม แนวคิด Comparative Advantage ตั้งสมมติฐานไว้ว่า ประเทศต่างๆ ควรจะทำการผลิตเฉพาะสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (ซึ่งบ่งชี้โดยต้นทุน ค่าเสียโอกาส รวมทั้งปัจจัยการผลิตต่างๆ สำหรับสินค้าชนิดหนึ่งๆ ที่แต่ละประเทศจะมีอยู่ไม่เหมือนกัน อาทิ แรงงานค่าแรงต่ำหรือการเข้าถึงทรัพยากร) หรือสามารถผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าประเทศอื่น โดยเปรียบเทียบเท่านั้น และควรเลือกที่จะซื้อสินค้าอื่นที่ตนเองไม่ถนัดหรือไม่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ จากประเทศอื่นที่สามารถผลิตสินค้านั้นได้โดยมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบสูงกว่าแทนที่จะผลิตเอง ทั้งนี้ ผลโดยรวมจากการแบ่งกันผลิตสินค้าคนละประเภท และการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าแต่ละประเภทกันระหว่างประเทศต่างๆ โดยเสรีนี้ ในที่สุดจะก่อให้เกิดผลดีสูงสุดต่อผู้ผลิตและผู้บริโภคในทุกประเทศ

Porter เห็นว่าคำอธิบายเชิง Comparative Advantage เท่านั้นไม่เพียงพอ และประเทศ (หรือองค์กรธุรกิจ) ที่เชื่อในคำอธิบายนี้อาจให้ความสำคัญเกินไปกับการพิจารณาต้นทุนค่าเสียโอกาส และปัจจัยการผลิตเช่น แรงงาน ทรัพยากร วัตถุดิบ ที่ตนมีอยู่ในลักษณะสถิตหรือคงที่ แล้วเลยติดอยู่ในกับดักของการผลิตและส่งออกเฉพาะแต่สินค้าที่ไม่ได้ราคาสูง เพียงแต่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบมากกว่า เช่น สินค้าวัตถุดิบ สินค้าปฐมภูมิ หรือสินค้าที่แปรรูปโดยอาศัยแรงงานราคาถูกตลอดไป นอกจากนี้ แนวความคิด Comparative Advantage ยังไม่ได้ให้ความสนใจมากพอกับการดำเนินธุรกิจในตลาดที่มีการแข่งขัน Porter จึงได้เสนอแนวคิด Competitive Advantage ขึ้นมาโดยเน้นการที่องค์กรธุรกิจดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ และจัดวางตำแหน่งของตนเอง

<sup>5</sup> สืบค้นจาก [www.quickmba.com/strategy/competitive-advantage](http://www.quickmba.com/strategy/competitive-advantage) และจาก “Competitive Advantage – Wikipedia, the free encyclopedia,” ออนไลน์, แหล่งที่มา: [http://en.wikipedia.org/wiki/Competitive\\_advantage](http://en.wikipedia.org/wiki/Competitive_advantage), และจาก “Michael Porter - Wikipedia, the free encyclopedia,” ออนไลน์, แหล่งที่มา: [http://en.wikipedia.org/wiki/Michael\\_Porter](http://en.wikipedia.org/wiki/Michael_Porter), 6 มิถุนายน 2555

(positioning) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นมาเอง โดยไม่ต้องพึ่งการเปรียบเทียบการได้เปรียบทางปัจจัยการผลิตเสมอไป

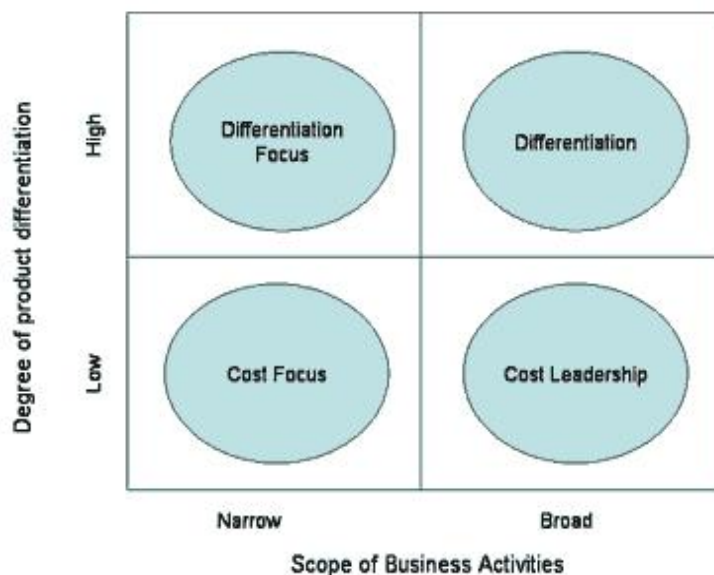
นิยามของ Competitive Advantage คือ ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ที่องค์กรธุรกิจหนึ่งมีเหนือคู่แข่งในประเภทธุรกิจหรืออุตสาหกรรมเดียวกัน หรือในตลาดเดียวกัน Porter ได้เขียนหนังสือเรื่อง Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance ขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1985 ซึ่งอธิบายถึงการสร้างความได้เปรียบขององค์กรธุรกิจต่างๆ ในท่ามกลางการแข่งขัน รวมทั้งอธิบายยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ เพื่อให้สามารถประกอบการได้ดีกว่า (outperform) องค์กรคู่แข่ง กล่าวคือสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงกว่า หรืออีกนัยหนึ่งมีคุณค่า (Value) สูงในสายตาผู้บริโภคและขายให้ผู้บริโภคได้ราคาดีกว่า หรือในทางตรงกันข้ามสามารถเสนอสินค้าที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นคุณค่าได้ในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยองค์กรธุรกิจใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (economy to scale) ความรวดเร็ว (speed) นวัตกรรม และการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตที่ทำให้ลดต้นทุนลงได้ หรือเพิ่มลักษณะเฉพาะสร้างความแตกต่างได้

จากการพิจารณาใน 2 มิติ คือ การพิจารณาในด้านขอบเขตธุรกิจขององค์กรธุรกิจ (Scope of Business Activities) หรือความกว้างหรือแคบของตลาดที่องค์กรธุรกิจนั้นให้ความสนใจกับการพิจารณาในแง่ระดับของความแตกต่างหรือการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ (Degree of product differentiation) Porter ได้เสนอกลยุทธ์ 3 ประการที่องค์กรธุรกิจสามารถใช้ในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขึ้นมาได้ คือ

1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) กรณีนี้ องค์กรธุรกิจอาจพิจารณาเลือกที่จะดำเนินการผลิตที่ใช้กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูง และอาศัยความได้เปรียบจากการเข้าถึงทรัพยากรหรือวัตถุดิบ เพื่อลดต้นทุนการผลิตลงให้ต่ำที่สุด และตัดราคาของผลผลิตให้ต่ำกว่าราคาที่คู่แข่งจะแข่งได้ กลยุทธ์นี้เหมาะสำหรับการมุ่งปริมาณการขายให้ได้มากในสินค้าที่ถูกค้าไม่พิถีพิถัน หรือไม่เห็นความแตกต่างมากนักระหว่างสินค้าขององค์กรธุรกิจกับสินค้าของคู่แข่ง

2) กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หากเลือกกลยุทธ์นี้ องค์กรธุรกิจจะต้องสร้างคุณค่าเฉพาะหรือความแตกต่างพิเศษจากผลผลิตของคู่แข่งรายอื่นๆ และกำหนดราคาไว้ให้สูง (premium price) โดยต้องสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาเลือกผลผลิตของตนและยอมจ่ายซื้อในราคาแพง อาทิ สินค้าระดับหรูที่มีราคาแพงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันที่เป็นสินค้าธรรมดาอื่นๆ แต่ใช้การเน้นการจูงใจว่ามีมูลค่าเพิ่มหรือคุณค่าเฉพาะมากกว่า หรือมีความแตกต่างโดดเด่นเป็นพิเศษ

3) กลยุทธ์มุ่งเน้นที่จุดสนใจ (Focus) ในขณะที่สองกลยุทธ์แรกมุ่งไปที่การแข่งขันขายสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจ ให้แก่ตลาดทั้งหมดหรือตลาดส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมนั้นๆ (หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ องค์กรธุรกิจพิจารณาเพียงจากมุมมองของสินค้าของตนว่าจะเลือกผลิตให้มีความแตกต่างสูงหรือมีราคาถูก แต่ยังคงถือว่าตลาดหรือผู้บริโภคเป็นตลาดเดียวกัน ทั้งสองกลยุทธ์) Porter ได้เสนอแนวคิดที่สามเพิ่มเข้ามา คือการที่องค์กรธุรกิจอาจเลือกหันมามุ่งความสนใจหรือ focus ที่ลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะ หรือ focus เฉพาะบางส่วนของตลาดเป็นพิเศษ (niche market หรือ segment market) แล้วผลิตสินค้าเฉพาะสำหรับลูกค้ากลุ่มนั้น ซึ่งกลยุทธ์ที่สามคือ Focus นี้ก็ยังคงแบ่งย่อยออกไปได้อีกเป็น Cost Focus คือการดำเนินมาตรการด้านต้นทุนและราคาในส่วนย่อยของตลาดเฉพาะที่องค์กรธุรกิจมุ่งเน้นความสนใจอยู่นั้น และ Differentiation Focus คือการดำเนินมาตรการด้านการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะหรือความแตกต่าง ในส่วนย่อยของตลาดเฉพาะส่วนนั้นๆ ที่องค์กรธุรกิจให้ความสนใจ ลูกค้าเฉพาะกลุ่มภายในตลาดย่อยนี้ หากองค์กรธุรกิจเลือกที่จะศึกษาและจับตลาดได้ถูก ก็อาจจะประสบความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้ เพราะคู่แข่งนั้นก็อาจไม่ได้สนใจที่จะเข้ามาแย่งชิงลูกค้าใน niche market ส่วนนี้ แต่ไปมุ่งขายผลผลิตกับลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ในตลาดใหญ่ของอุตสาหกรรมนั้นๆ แทน



Porter ยังเน้นความจำเป็นที่องค์กรธุรกิจจะต้องรู้และกำหนดตำแหน่งของตน และดำเนินกลยุทธ์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของตน ไปในทางใดทางหนึ่งที่ชัดเจน องค์กรธุรกิจที่ไม่รู้ว่าตนจะไปทางไหนจะตกอยู่ในสภาพ caught in the middle และไม่ประสบผลสำเร็จ



นอกจากการมองในระดับองค์กรธุรกิจแล้ว ในปี ค.ศ. 1990 Porter ยังได้เขียนบทความลงในวารสาร Harvard Business Review และต่อมาในปีเดียวกันก็ได้จัดพิมพ์หนังสือขึ้นมาอีกเล่มหนึ่งชื่อ The Competitive Advantage of Nations ซึ่งมุ่งขยายหรือยกระดับของการวิเคราะห์จากเดิมที่ได้พิจารณาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันหรือขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจหนึ่งๆ (Porter ไม่ได้ระบุชัดเจน แต่พอจะกล่าวได้ว่าเป็นการมุ่งพิจารณาถึงองค์กรธุรกิจที่แข่งขันอยู่ในตลาดภายในประเทศเป็นหลัก) ไปสู่การพิจารณาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศหนึ่งๆ หรือภูมิภาคหนึ่งๆ โดยมองที่ปัจจัยองค์ประกอบต่างๆ ของประเทศหรือภูมิกษณณัณ้ๆ ที่จะเอื้ออำนวยต่อการสร้างเสริมความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมสาขาใดสาขาหนึ่งที่ตั้งอยู่ในประเทศ (หรือภูมิภาค) นั้นๆ ในบริบทของการค้าและธุรกิจระหว่างประเทศ หรือการแข่งขันในตลาดโลกของอุตสาหกรรมนั้น ผลรวมของความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่องค์กรธุรกิจต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในประเทศหรือภูมิภาคนั้นๆ มีอยู่ อันเนื่องมาจากการที่องค์กรธุรกิจมีที่ตั้งอยู่ในประเทศดังกล่าว ก็คือความได้เปรียบเชิงการแข่งขันหรือขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นทั้งประเทศ เทียบกับคู่แข่งกันคือ ประเทศอื่นๆ ในโลก<sup>6</sup>

Porter ระบุว่า ปัจจัยเงื่อนไขด้านต่างๆ ของประเทศหนึ่งๆ ที่อาจส่งผลเอื้ออำนวย (หรือบั่นทอน-ตามแต่กรณี) ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งกันอื่นๆ ในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจสาขาใดสาขาหนึ่ง จะประกอบด้วยองค์ประกอบสี่ด้าน ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กัน กล่าวคือ

1) องค์ประกอบด้าน Factor Condition กล่าวคือ ปัจจัยของประเทศนั้นๆ ที่ส่งผลต่อการผลิตในอุตสาหกรรมสาขานั้นเอง เช่น โครงสร้างพื้นฐานในประเทศ และ แรงงานฝีมือในสาขาที่เกี่ยวข้องในประเทศ ความรู้หรือความก้าวหน้าทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ความชำนาญเฉพาะด้าน หรือปัจจัยการผลิตอื่นๆ ซึ่งมีความจำเป็นต่อการที่ประเทศจะเข้าแข่งขันในอุตสาหกรรมนั้นๆ และย่อมส่งผลกระทบต่อโดยตรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ถึงความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กรธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้นที่ตั้งอยู่ในประเทศนั้น

2) องค์ประกอบด้าน Demand Conditions คือ ลักษณะหรือธรรมชาติของอุปสงค์หรือความต้องการซื้อในตลาดภายในประเทศนั้นต่อสินค้าหรือผลผลิตสาขานั้น ซึ่งหากมี อุปสงค์ในสินค้านั้นสูงอยู่แล้วภายในประเทศเป็นพื้นฐาน และผู้บริโภคในประเทศนั้นเองเรียกร้องต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง หรือต้องการนวัตกรรมใหม่ๆ องค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องในประเทศนั้นก็

<sup>6</sup> Michael E. Porter, "The Competitive Advantage of Nations," *Harvard Business Review*, March-April 1990, pp 73-91, และ "National Diamond – Wikipedia, the free encyclopedia," ออนไลน์, แหล่งที่มา: [http://en.wikipedia.org/wiki/National\\_Diamond](http://en.wikipedia.org/wiki/National_Diamond), 7 มิถุนายน 2555.

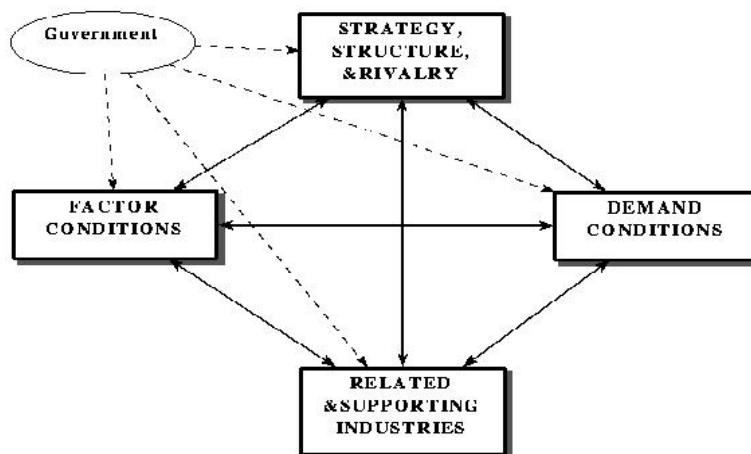
จำเป็นต้องแข่งขันกันพัฒนาสินค้าของตน เพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศ ส่งผลให้มีความเชี่ยวชาญและทำให้อุตสาหกรรมสาขาคงกล่าวของประเทศนั้นมีความเข้มแข็งและสามารถออกไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ด้วย นอกจากนี้ หากประเทศต้นทางนั้นเป็นแหล่งอิทธิพลทางความคิดหรือวัฒนธรรมให้ประเทศอื่นในสาขาหนึ่ง องค์กรธุรกิจที่คุ้นเคยกับการตอบสนองอุปสงค์ในประเทศอยู่แล้ว ก็จะสามารถขายสินค้าของตนในสาขานั้นแก่ตลาดโลกได้ง่าย

3) องค์กรประกอบด้าน Related and Supporting Industries คืออุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีอยู่ในประเทศนั้น ที่มาเกี่ยวข้องหรือสนับสนุนองค์กรธุรกิจในการผลิตสินค้าในสาขานั้นๆ หรือเป็น supplier ให้กับอุตสาหกรรมสาขานั้น ซึ่งหากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องนี้ ในตัวของมันเองมีความเข้มแข็ง หรือสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อยู่เองแล้ว ก็จะมาช่วยส่งเสริมความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศนั้นในอุตสาหกรรมสาขานั้นได้เป็นอย่างดี

4) องค์กรประกอบด้าน Firm Strategy, Structure and Rivalry เป็นการพิจารณาปัจจัยเงื่อนไขที่เกี่ยวกับลักษณะเฉพาะขององค์กรธุรกิจสัญชาตินั้นหรือที่ตั้งอยู่ในประเทศนั้น ซึ่งองค์กรธุรกิจในแต่ละประเทศก็มักจะมีธรรมชาติแตกต่างกัน เช่น รูปแบบการบริหารจัดการ โครงสร้างธุรกิจที่เป็นที่นิยม วัฒนธรรมองค์กร (และวัฒนธรรมในสังคมของประเทศนั้น) ยุทธศาสตร์ของบริษัท เป้าประสงค์ของบริษัทหรือบุคคล รวมไปถึงรูปแบบของการแก่งแย่งแข่งขันกันทางธุรกิจภายในประเทศนั้นด้วย ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในตลาดโลกในอุตสาหกรรมสาขาเฉพาะหนึ่งๆ อนึ่ง Porter เห็นว่า หากในธุรกิจสาขาใดมีคู่แข่งภายในประเทศที่เข้มแข็งอยู่แล้ว ก็จะเป็นแรงกระตุ้นผลักดันให้องค์กรธุรกิจสาขานั้นๆ ของประเทศนั้น จำต้องพัฒนาตนเองอย่างมาก อันจะช่วยส่งผลให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตนในตลาดโลกได้ด้วย ซึ่งถือว่าดีกว่าการที่จะมุ่งพัฒนาให้มีองค์กรธุรกิจหลักของชาติที่ผูกขาดดำเนินธุรกิจสาขานั้นเพียงรายเดียวโดยไม่มีคู่แข่ง

ปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ เหล่านี้ สามารถเขียนออกมาเป็นตัวแบบหรือแผนภูมิ รูปเพชรหรือข้าวหลามตัด ที่เรียกว่า Diamond Model ของ Porter หรือ National Diamond โดยมีปัจจัยเงื่อนไขหรือองค์ประกอบประการที่ 5 ซึ่งเป็นองค์ประกอบเสริม คือบทบาทของรัฐบาล (Government) ด้วย ในทัศนะของ Porter รัฐบาลควรจะต้องมีบทบาทที่เหมาะสม ในการสนับสนุนส่งเสริมองค์กรธุรกิจในการสร้างสภาพที่ดีในองค์ประกอบ 4 ด้านดังกล่าวแล้ว ซึ่งจะต้องใช้ความระมัดระวัง ไม่มากเกินไปจนเป็นการเข้าแทรกแซง หรือกลายเป็นการกำหนดนโยบายช่วยเหลือภาคเอกชนระยะสั้นที่ส่งผลเสียในการทำลายความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวไปเสีย และในขณะเดียวกันก็ไม่ไม่น้อยเกินไปจนกลายเป็นการละเลย ละทิ้งภาคธุรกิจ หรือเพิกเฉยต่อโอกาสที่ประเทศจะพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านใหม่ๆ Porter ให้ความสำคัญกับการที่ภาครัฐ

จะต้องเล่นบทบาท “กระตุ้น” องค์กรธุรกิจ ให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขึ้นมาเอง โดยภาครัฐมีส่วนช่วยส่งเสริม กล่าวได้ว่า Porter ยังคงโน้มเอียงไปในทางแนวคิดที่จะให้ภาคเอกชนเป็นผู้เล่นหลักในระบบเศรษฐกิจ (ที่ Porter เห็นว่า ควรจะเปิดให้มีการแข่งขันโดยเสรี) และให้ภาครัฐมีบทบาทโดยอ้อมในการส่งเสริมสนับสนุนเท่าที่จำเป็นและเหมาะสม



**Michael E. Porter กับประเทศไทย** เป็นที่น่าสนใจว่า ศาสตราจารย์ Porter เจ้าของแนวคิด Competitive Advantage และ National Diamond Model ผู้นี้ เคยมีงานการศึกษาเกี่ยวกับขีดความสามารถในการแข่งขันและความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของประเทศไทยด้วย โดย Porter เคยได้รับเชิญจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ให้มาเยือนไทยเมื่อปี ค.ศ. 2003 (พ.ศ. 2549) ในสมัยนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ภายใต้โครงการศึกษาและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย (ระหว่างกุมภาพันธ์ – กรกฎาคม 2546) และ Porter ได้เสนอการประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในสายตาของเขา รวมทั้งยังได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความได้เปรียบเชิงการแข่งขันต่างๆ อาทิ นโยบายไทยเป็นครัวโลก (Kitchen of The World) และนโยบายไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ของเอเชีย (Detroit of Asia) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลยุคนั้นด้วย<sup>7</sup>

<sup>7</sup> สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, (2546), โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย, กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

## 2.2 วรรณกรรมหรือผลการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าเคยมีการศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับอาหารฮาลาลไทยบ้างแล้ว ที่สำคัญ คือ รายงานการศึกษาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง (นบส.) รุ่นที่ 69 ของสำนักงาน ก.พ. เรื่อง การเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าฮาลาลของประเทศไทย จัดทำเมื่อ พ.ศ. 2553 โดย นางศรีกานต์ พลมณี ผู้อำนวยการกองสนเทศเศรษฐกิจ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (ตำแหน่งในขณะนั้น) ซึ่งเป็นหน่วยงานของกระทรวงการต่างประเทศที่รับผิดชอบในเรื่องสินค้าฮาลาล รายงานฉบับดังกล่าวได้ให้ภาพและข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย และมีการศึกษาเปรียบเทียบกับกรณีการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล ของประเทศอื่น โดยเฉพาะมาเลเซีย รวมทั้งกล่าวถึงโอกาสของการส่งออกสินค้าฮาลาลของไทยออกไปในต่างประเทศ ปัญหาและอุปสรรค และเสนอแนะแนวทางที่จะปรับปรุงกลไกและยุทธศาสตร์ภายในของฝ่ายไทยเอง เพื่อแก้ไขปัญหาและส่งเสริมความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าฮาลาลไทยในต่างประเทศด้วย แต่ยังมีได้มีการเจาะลึกลงไปในส่วนที่เกี่ยวกับตลาดอินโดนีเซีย เป็นการเฉพาะ ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้ศึกษาตั้งใจจะศึกษาต่อในอนาคตต่อไป

อนึ่ง รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง ตลาดสินค้าอาหารของโรมา เน้นกับโอกาสการส่งออกของไทย จัดทำโดย นางสาวอังสนา สีหพิทักษ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 2 ปี พ.ศ. 2553 ก็ให้ภาพเปรียบเทียบที่น่าสนใจเกี่ยวกับการศึกษาลู่ทางและโอกาสของสินค้าอาหารไทยในตลาดต่างประเทศ แม้จะไม่ได้เกี่ยวข้องกับความเป็นฮาลาลก็ตาม

นอกจากนั้น ยังมีเอกสารอื่นๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย อาทิ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2553-2557) ของสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม (ซึ่งได้ใช้ SWOT Analysis ด้วย แต่เน้นในเรื่องการพัฒนาฮาลาลไทยเป็นสำคัญ และไม่ได้เจาะลึกในส่วนที่เกี่ยวกับอินโดนีเซียเป็นการเฉพาะเช่นเดียวกัน) หนังสือของ รศ. ดร. วินัย คะห์ลัน ผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และข้อมูลจากศูนย์ฯ เอกสารทางราชการของหน่วยราชการต่างๆ ของไทย และเอกสารของหน่วยงานฝ่ายไทยและฝ่ายอินโดนีเซียที่เกี่ยวข้อง

## 2.3 สรุปกรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการนำแนวคิด SWOT มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาในเรื่องสินค้าฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย ผู้ศึกษาจะกำหนดเป้าหมายคือ การที่สินค้าฮาลาลของไทยจะเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซียได้

สะดวก และประเมินปัจจัยภายในของไทยที่เป็นจุดแข็ง คือ ความก้าวหน้าในอุตสาหกรรม การเกษตรและการผลิตอาหารของไทย เจตนาารมณ์ทางการเมืองของภาครัฐที่ให้ความสนใจ สนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาล และความน่าเชื่อถือของวิทยาศาสตร์ฮาลาล ซึ่งมีจุดเริ่มต้นในประเทศไทย และจุดอ่อน คือ ความไม่ต่อเนื่องและการขาดเอกภาพในการพัฒนาฮาลาลของไทย และภาพลักษณ์ความไม่น่าเชื่อถือของกระบวนการรับรองฮาลาล โดยองค์การศาสนาอิสลามของไทย จากข่าวการพบการปนเปื้อนสิ่งระดมในสินค้าอาหารที่ได้รับตราฮาลาลรับรองจากองค์การศาสนาอิสลามของไทยแล้ว

นอกจากนั้น ผู้ศึกษาจะประเมินปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยเน้นปัจจัยที่เกิดจากฝ่าย อินโดนีเซีย ข้อที่เป็นโอกาส ได้แก่ความสัมพันธ์ที่ดีและความเป็นมิตรที่อินโดนีเซียมีให้กับไทย อุปทานด้านอาหารของอินโดนีเซียซึ่งยังไม่สามารถผลิตอาหารเลี้ยงตัวได้เองเพียงพอในประเทศ รวมทั้งความกังวลของฝ่ายอินโดนีเซียในเรื่องความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งทำให้อินโดนีเซียต้องนำเข้า สินค้าอาหารจากต่างประเทศรวมทั้งจากไทย ประชากรมุสลิมอินโดนีเซียที่มีจำนวนมาก ความนิยม ในสินค้าอาหารไทยที่มีมาอยู่แต่เดิมในสังคมอินโดนีเซีย และความเชื่อถือต่อวิชาการด้าน วิทยาศาสตร์ฮาลาลของไทย ส่วนข้อที่เป็นอุปสรรคหรือภาวะคุกคาม นั้น หน่วยงานบางฝ่ายใน ประเทศไทยมีทัศนระว่า น่าจะเกี่ยวกับการรับรองฮาลาลของไทยและอินโดนีเซีย กล่าวคือ การที่ ความพยายามของไทยที่จะผลักดันให้ตราฮาลาลขององค์การศาสนาของไทย ได้รับการรับรองด้วย ในอินโดนีเซีย (mutual recognition arrangement/agreement - MRA) ยังไม่ประสบความสำเร็จอย่าง เต็มที่นั่น ทำให้ผู้ประกอบการไทยที่ได้รับการรับรองฮาลาลแล้วจากประเทศไทย จำเป็นต้องไป ขอรับการตรวจรับรองจาก MUI อีกครั้งหนึ่งในการวางจำหน่ายในอินโดนีเซีย เป็นการเสียเวลาและ ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งผู้มีทัศนระดังกล่าวพิจารณาว่า ถือเป็นอุปสรรคส่วนหนึ่งของการจำหน่ายสินค้า อาหารฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย และผู้ศึกษาตั้งใจที่จะศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์เพิ่มเติมในส่วนนี้ ต่อไป

ในด้านของความได้เปรียบเชิงการแข่งขันหรือ Competitive Advantage ผู้ศึกษาเห็นว่า กรอบแนวคิดของ Potter ที่น่าจะนำมาใช้อธิบายกรณีศึกษานี้ได้คือ กลยุทธ์ในการมุ่งเน้นที่จุดสนใจ (Focus) ในตลาดเฉพาะหรือ niche market ในกรณีนี้คือ ตลาดผู้บริโภคชาวมุสลิมอินโดนีเซีย ซึ่งมีความต้องการพิเศษเฉพาะต่างหากไปจากตลาดผู้บริโภคสินค้าอาหารตามธรรมดาทั่วไป และองค์กร ธุรกิจไทยจำเป็นต้องให้ความสนใจกับลักษณะความต้องการพิเศษเฉพาะของผู้บริโภคกลุ่มนี้ในการ ที่จะพยายามช่วงชิงตลาดส่วนนี้มาได้ ทั้งนี้ หากพิจารณาในด้านที่ว่า ประเทศไทยมีความ ได้เปรียบในการผลิตสินค้าอาหารทั่วไปโดยต้นทุนที่ต่ำ (หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า มีความได้เปรียบ เชิงเปรียบเทียบในการผลิตอาหาร) ได้อยู่แล้ว กลยุทธ์ย่อยที่น่าพิจารณาสำหรับฝ่ายไทยก็น่าจะเป็น

Cost Focus ถ้าหากสนใจส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลไทยไปยังฐานตลาดขนาดใหญ่ (ภายใน niche market นี้) คือประชากรมุสลิมส่วนใหญ่ของอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตามก็อาจพิจารณาได้อีกแง่มุมหนึ่งด้วยว่า โดยที่ประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าอาหารบางชนิดที่มีคุณภาพสูง และเป็นที่ยอมรับชื่นชอบของชาวอินโดนีเซีย (ทั้งชาวมุสลิมและมิใช่มุสลิม) อยู่แล้ว จึงอาจพิจารณามุ่งไปที่กลยุทธ์ย่อย

Differentiation Focus ประกอบด้วยก็ได้ สำหรับสินค้าอาหารไทยบางชนิดที่มีลักษณะคุณค่าเฉพาะตัวสูงโดดเด่น และมุ่งจับตลาดระดับบนภายใน niche market นี้

ส่วนในกรอบของ Competitive Advantage ในระดับชาติ หรือ Diamond model ก็น่าสนใจที่จะนำมาปรับใช้กับการวิเคราะห์อุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลของไทย ว่ามีปัจจัยเงื่อนไขใดบ้างใน 4 ด้านนี้ที่เอื้ออำนวย หรือที่อาจจะยังไม่เอื้ออำนวยมากนัก ต่อการพัฒนาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในระดับชาติ ของประเทศไทยในสาขานี้ และบทบาทของภาครัฐที่เหมาะสมควรจะเป็นอย่างไร

## บทที่ 3

### ผลการศึกษา

#### 3.1 การศึกษากรณีอาหารฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย โดยใช้ SWOT Analysis

ในการทำ SWOT Analysis ต่อกรณีสินค้าอาหารฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย ผู้ศึกษาได้กำหนด **เป้าหมาย** คือ “การที่สินค้าฮาลาลของไทยจะเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซียได้สะดวก” และประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (หรือภัยคุกคาม) ในการพยายามที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ พอสรุปได้ดังนี้

##### 3.1.1 การประเมินสภาพภายในของประเทศไทยเอง

###### 2) จุดแข็ง (S) ของไทย คือ

(1) ความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมการผลิตอาหารของประเทศไทย ดังที่ได้เสนอข้อมูลมาบ้างแล้วในข้อ 1.1 บทที่ 1 ของรายงานฉบับนี้ อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยมีพื้นฐานที่มั่นคงจากการเป็นประเทศกสิกรรมมาช้านาน มีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภท มีชื่อเสียงในการผลิตสินค้า เช่น ข้าว น้ำตาล ผลไม้เมืองร้อน ไข่และสัตว์ปีก อาหารทะเลแปรรูป เป็นต้น มีการพัฒนาและการปรับปรุงแบบการแปรรูปสินค้าอาหารไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอยู่เสมอ มาตรฐานอาหารไทยมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับอย่างสูงของตลาดต่างประเทศ มีการนำเทคโนโลยีระดับสูงที่ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตขนาดใหญ่ และมีแรงงานฝีมือที่มีคุณภาพและถนัดในการผลิตอาหาร นอกจากนี้ ยังมีภาคเศรษฐกิจสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและผลิตอาหาร ทั้งธุรกิจสาขาหลัก และสาขาและบริการอื่นที่มีส่วนสนับสนุน อย่างพร้อมมูล

โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารไทย สามารถแบ่งได้ถึง 8 สาขา (ตามการจัดแบ่งของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย) คือ สาขาผลิตภัณฑ์เนื้อ สัตว์ปีก และอาหารสัตว์ สาขาผลิตภัณฑ์ประมง สาขาพืชผักผลไม้สดและแปรรูป สาขาแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง สาขาเครื่องเทศเครื่องปรุงรส น้ำตาลและขนมหวาน สาขา กาแฟและโกโก้ นมและผลิตภัณฑ์นม สาขาเครื่องดื่ม สาขาน้ำมันและไขมันบริโภค อาหารพิเศษและอื่นๆ<sup>1</sup>

<sup>1</sup> กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, แหล่งที่มา: [www.foodfti.com](http://www.foodfti.com), 12 กรกฎาคม 2555.

จุดแข็งข้อนี้เป็นความจริงอันเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปทั้งโดยรัฐบาลไทย ฝ่ายต่างๆ ในประเทศไทยเอง และในต่างประเทศ ว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตอาหารหลักสำคัญประเทศหนึ่งของโลก

(2) *ท่าทีหรือเจตนารมณ์ที่เกื้อกูลของภาครัฐของไทย* หรือการที่รัฐบาลไทยได้ตื่นตัวและมีนโยบายที่จะให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลไทยเพื่อมุ่งส่งออกไปยังตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดในโลกมุสลิม โดยรัฐบาลไทยชุดต่างๆ ที่ผ่านมาได้เล็งเห็นทั้งประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจแท้ๆ ในการเสริมสร้างและขยายโอกาสทางการตลาดของสินค้าอาหารไทยในต่างประเทศ และประโยชน์ในเชิงยุทธศาสตร์ความมั่นคงที่การส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลไทยจะช่วยเอื้ออำนวยต่อการแก้ไขปัญหาความรุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วย ในบทที่ 1 ผู้ศึกษาได้กล่าวแล้วถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องของรัฐบาล โดยได้อ้างถึงทั้งคำแถลงนโยบายของรัฐบาลชุดที่แล้ว ภายใต้ นายกรัฐมนตรีอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และคำแถลงนโยบายรัฐบาลชุดปัจจุบัน ภายใต้ นายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตร ซึ่งต่างก็ได้กล่าวถึงและให้ความสำคัญกับการพัฒนาอาหารฮาลาลไทย

ผู้ศึกษาได้พบด้วยว่า แม้ภายหลังจากการแถลงนโยบายต่อรัฐสภา และการเข้ามาทำหน้าที่บริหารประเทศอย่างเต็มตัวแล้ว นายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ฯ ก็ยังคงแสดงความสนใจในเรื่องสินค้าฮาลาลไทยอย่างต่อเนื่อง เช่น ในโอกาสที่นายกรัฐมนตรีได้ไปเป็นประธานในพิธีเปิดงานแสดงสินค้าอาหาร 2555 (THAIFEX – World Food Asia 2012) ซึ่งจัดโดยกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ณ เมืองทองธานี เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2555 ก็ได้กล่าวสุนทรพจน์ย้ำว่า รัฐบาลได้กำหนดนโยบายในการขยายบทบาทให้ธุรกิจการเกษตรและอาหาร เพื่อนำไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าที่มีศักยภาพ รวมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยจะเน้นยุทธศาสตร์สำคัญที่เกี่ยวข้อง 2 ประการ คือ การผลักดันยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลก และยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการตลาดฮาลาลไทยไปสู่สากล<sup>2</sup> นอกจากนี้ ในบริบทของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศมุสลิมเพื่อนบ้านของไทย ในแทบทุกโอกาสที่มีการแลกเปลี่ยนการเยือนระดับสูง หรือการหารือข้อราชการในระดับผู้นำรัฐบาล นายกรัฐมนตรีก็มักจะหยิบยกประเด็นเรื่องความร่วมมือด้านฮาลาลขึ้นหารือกับผู้นำประเทศมุสลิมเหล่านั้น เช่น มาเลเซีย

<sup>2</sup> “ครัวไทย ฮาลาลค้นส่งออก,” ข่าวเศรษฐกิจ, ไทยโพสต์, 24 พฤษภาคม 2555.



อินโดนีเซีย และบรูไนดารุสซาลาม ด้วยเสมอ<sup>3</sup>

ที่ผ่านมา หน่วยงานของรัฐต่างๆ (อาทิ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กระทรวงอุตสาหกรรม, กระทรวงพาณิชย์, ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือ ศอ. บต., รวมทั้งกระทรวงการต่างประเทศ) ก็ได้ปฏิบัติหรือดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องของตนในการตอบสนองนโยบายดังกล่าว โดยในช่วงแรกๆ ที่หน่วยงานภาครัฐไทยให้ความสนใจในเรื่องนี้ตามนโยบายของรัฐบาลนั้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (หรือที่เรียกกันว่า สภาพัฒน์ฯ) ได้มีบทบาทเป็นฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ซึ่งจัดตั้งขึ้นเป็นกลไกชัดเจน โดยมีหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน องค์กรศาสนา อิสลาม และภาควิชาการ (รวมทั้งกระทรวงการต่างประเทศ) เข้าร่วมเป็นกรรมการ ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อ 25 กันยายน 2544 ในสมัยของรัฐบาลนายกรัฐมนตรีนพคุณ ชินวัตร (ยุคแรก) และมีนายวันมูหะมัดนอร์ มะทา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม (ต่อมาเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย) รัฐมนตรีชาวไทยมุสลิมเพียงคนเดียวของคณะรัฐมนตรีขณะนั้นได้รับมอบหมายให้เป็นประธาน<sup>4</sup> อนึ่ง มติของคณะรัฐมนตรีดังกล่าวยังได้กำหนดให้หน่วยงานต่างๆ ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลระยะ 10 ปี (2545-2554) ด้วย

ผลงานที่เป็นรูปธรรมของคณะกรรมการระดับชาติดังกล่าว มีอาทิ<sup>5</sup> การผลักดันให้มีการปรับปรุงกลไกรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลของประเทศไทยอย่างเป็นทางการ โดยสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (สกอท.) ได้ประกาศมาตรฐานอาหาร

<sup>3</sup> ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นางอุริรัชต์ รัตนพลฤกษ์ ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการกองเอเชียตะวันออก 1 กรมเอเชียตะวันออก (รับผิดชอบความสัมพันธ์ทวิภาคีไทยกับอินโดนีเซีย มาเลเซีย บรูไน สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และติมอร์เลสเต) การสนทนามีขึ้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2555 ความสนใจของนายกรัฐมนตรีนพคุณ ชินวัตร ทำให้นายทรงศักดิ์ สายเชื้อ อัครราชทูต สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ได้เดินทางเข้าร่วมกับกรมเอเชียตะวันออกและกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ จัดการประชุมหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยเรื่องฮาลาล เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2555 ณ กระทรวงการต่างประเทศ เพื่อเตรียมข้อมูลเสนอสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นการติดตามผลการเยือนมาเลเซียอย่างเป็นทางการของนายกรัฐมนตรีนพคุณ ชินวัตร เมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2555 ซึ่งนายกรัฐมนตรีนพคุณ ชินวัตรได้หารือเรื่องฮาลาลด้วย (โทรเลขกระทรวงการต่างประเทศถึงสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ที่ 1302/274/2555 ลงวันที่ 12 เมษายน 2555) นอกจากนี้ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอินโดนีเซีย นายกรัฐมนตรีนพคุณ ชินวัตรได้พบหารือหรือขอราชการกับประธานาธิบดีอินโดนีเซีย 2 ครั้ง คือ เมื่อ 12 กันยายน 2554 ณ กรุงจาการ์ตา และ 1 มิถุนายน 2555 ณ กรุงเทพฯ

<sup>4</sup> วินัย คะหัดัน, รุกตลาดอาหารฮาลาลโลก, (อ้างแล้ว), หน้า 222-223.

<sup>5</sup> ศรีกานต์ พลมณี, อ้างแล้ว, หน้า 18-19.

ฮาลาลของไทยเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2548 และต่อมา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (โดยคณะกรรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช.) ได้จัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจขึ้นเพื่อพิจารณาร่างมาตรฐานอาหารฮาลาล โดยมี รศ. ดร. วินัย คะห์ลัน เป็นประธาน คณะอนุกรรมการ และได้กำหนดมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติของไทยเป็นมาตรฐานแบบสมัครใจ ระดับประเทศ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (มาตรฐาน มกอช. 8400-2550)<sup>6</sup> เมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2550 โดยได้รับความเห็นชอบจาก สกอท. นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล ขึ้นเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2546 ภายใต้การกำกับดูแลของ สกอท. โดยรัฐบาลได้สนับสนุนงบประมาณในระยะแรกตั้งจำนวน 30 ล้านบาท อนึ่ง เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2546 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติงบประมาณสนับสนุนการจัดตั้งห้องปฏิบัติการกลางด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลต้นแบบ ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งต่อมาได้พัฒนาเป็นศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลที่มี รศ.ดร. วินัย คะห์ลัน เป็นผู้อำนวยการ<sup>7</sup> และมีการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ที่จังหวัดปัตตานี เมื่อปี 2547 โดยรัฐบาลจัดสรรงบประมาณให้ระหว่างปี 2548 -2552 ถึงกว่า 80 ล้านบาท เพื่อมุ่งหวังให้ปัตตานีเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารฮาลาลของประเทศ เป็นต้น

ต่อมา ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบกลไกการทำงานระดับชาติที่จะทำงานสนองนโยบายด้านนี้ โดยเมื่อปี 2552 ในสมัยรัฐบาลนายกรัฐมนตรีอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้มีการจัดตั้ง คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาล ขึ้น โดยมีรองนายกรัฐมนตรี (ฝ่ายเศรษฐกิจ) เป็นประธาน และมีสถาบันอาหาร ในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการ (เปลี่ยนจากสภาพพัฒนา) ทั้งนี้ คณะกรรมการฯ มีหน้าที่กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ระดับชาติในการพัฒนาอุตสาหกรรม ฮาลาลของไทยทั้งในระดับสั้นและยาว และบูรณาการการทำงานของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องฮาลาลทั้งหมด ซึ่งยังเป็นรูปแบบกลไกที่สืบมาในรัฐบาลปัจจุบัน โดยยังมีได้มีคำสั่งให้ยกเลิก

กล่าวเฉพาะในส่วนของการตรวจการต่างประเทศเอง ได้เริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมสินค้าฮาลาลไทยมาอย่างน้อยตั้งแต่ประมาณปี 2540 เป็นต้นมา โดยได้ร่วมดำเนินการส่งเสริมการตลาดสินค้าฮาลาลของไทยให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศมากขึ้น ในฐานะส่วนหนึ่งของการขยายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของไทยในต่างประเทศซึ่งเป็นการกิจหลักของการตรวจการต่างประเทศอยู่แล้ว รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วิทยาศาสตร์ฮาลาลของไทยในต่างแดนด้วย โดยมีกรมเศรษฐกิจ (ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ)

<sup>6</sup> ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐาน มกอช. 8400-2550 ปรากฏในภาคผนวก ก (ต่อมาเมื่อปี 2552 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้แก้ไขชื่อมาตรฐานเป็น “มาตรฐานสินค้าเกษตร” และแก้ไขชื่อย่อเป็น “มกช”)

<sup>7</sup> ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ออนไลน์, แหล่งที่มา: [www.halalscience.org](http://www.halalscience.org).

เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก และมีกรรมภูมิกากที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา กรมเอเชียตะวันออก และสถานทูตไทยต่างๆ ในประเทศที่เกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมดำเนินการด้วย ในการจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ การจัด Road-show เยือนต่างประเทศเพื่อเผยแพร่สินค้าฮาลาลไทยและส่งเสริมตระหนักรู้และการรับรองวิทยาศาสตร์ฮาลาลไทยในต่างประเทศ การอำนวยความสะดวกให้มีความร่วมมือด้านกิจการฮาลาลระหว่างไทยกับต่างประเทศ การเจรจาหรือเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของสินค้าฮาลาลส่งออกของไทย การติดตามความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมฮาลาลในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเป้าหมายต่างๆ<sup>8</sup> นอกจากนี้ตั้งแต่ช่วงหลังปี 2547 เมื่อสถานการณ์ความมั่นคงในภาคใต้รุนแรงขึ้นจนส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ไทยในโลกมุสลิมนี้ กรมสารนิเทศก็ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์เชิงบวกของไทยในด้านศักยภาพความร่วมมือกับโลกมุสลิม รวมทั้งจุดแข็งด้านอาหารฮาลาลไทย ให้สื่อมวลชนในประเทศมุสลิมได้รับทราบอย่างต่อเนื่องด้วย<sup>9</sup>

(3) วิทยาศาสตร์ฮาลาลต้นแบบของโลก ประเทศไทยเป็นต้นกำเนิดของการพัฒนาวิชาการด้าน “วิทยาศาสตร์ฮาลาล” เป็นแห่งแรกในโลก กล่าวคือ การนำเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ โดยเฉพาะเทคโนโลยีทางนิติวิทยาศาสตร์ มาประยุกต์ใช้ตรวจสอบและยืนยันคุณสมบัติความเป็นฮาลาลหรือตรวจการปนเปื้อนสารระดมอย่างชัดเจนในห้องปฏิบัติการได้ ซึ่งเริ่มมีประวัติมาตั้งแต่การจัดตั้งห้องปฏิบัติการเพื่อการนี้เมื่อปี พ.ศ. 2539 ที่คณะสหเวชศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผู้มีบทบาทสำคัญในการบุกเบิกการประยุกต์ใช้วิทยาการทางวิทยาศาสตร์ในการตรวจสอบฮาลาล คือ รศ.ดร. วินัย ดะห์ลัน อดีตคณบดีคณะสหเวชศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และปัจจุบันเป็น ผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์ ฮาลาล (ก่อตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อ 13 สิงหาคม 2546 โดยในขณะนั้น ใช้ชื่อว่า “ห้องปฏิบัติการกลางและศูนย์กลางข้อมูลวิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาอาหาร ฮาลาล” ในฐานะห้องปฏิบัติการต้นแบบแม่ข่ายของประเทศที่สามารถถ่ายทอดให้หน่วยงานวิชาการอื่นๆ ที่สนใจต่อไปได้) และได้มีพัฒนาการสืบมาจนกระทั่งศูนย์ฯ ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ รวมทั้งในประเทศมุสลิมเองอย่างกว้างขวาง<sup>10</sup>

<sup>8</sup> ศรีกานต์ พลมณี, อ้างแล้ว, หน้า 16-21.

<sup>9</sup> ประสบการณ์โดยตรงของผู้ศึกษาเอง ระหว่างรับราชการที่กองประมวลและวิเคราะห์ข่าว กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ เมื่อปี 2548-2554

<sup>10</sup> เช่น ผลงานวิจัยของศูนย์ฯ ได้รับรางวัลชนะเลิศและรางวัลที่สามในการประกวดผลงานวิจัยวิทยาศาสตร์ฮาลาลนานาชาติ จากอดีตนายกรัฐมนตรีคาโตะชิริ อับดุลลาบาควี ของมาเลเซียในงาน World Halal Research Summit 2011 ซึ่งจัดขึ้น ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย ระหว่างวันที่ 4-8 เมษายน 2554 , ออนไลน์, แหล่งที่มา:

เช่นในมาเลเซีย บรูไน อินโดนีเซีย และองค์กรมุสลิมในประเทศอื่นๆ เช่น ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมัน และฝรั่งเศส รวมทั้งมีความร่วมมือทางวิชาการและการลงนามในความตกลงร่วมมือ (MoUs) รูปแบบกับหน่วยงานด้านฮาลาลที่เกี่ยวข้องในประเทศต่างๆ ด้วย<sup>11</sup>

## 2) จุดอ่อน (W) ของไทย คือ

(1) การขาดความตระหนักรู้และเข้าใจในเรื่องฮาลาลอย่างเพียงพอในฝ่ายต่างๆ ของไทย เช่น ภาคธุรกิจของไทยบางส่วนเคยมีความเข้าใจผิดว่า อาหารฮาลาล จะต้องเป็นอาหารที่ปรุงเฉพาะในแบบของมุสลิมเท่านั้น อาทิ ข้าวหมกไก่ หรือซุปรังวัว ไม่ได้ตระหนักว่าแท้จริงแล้ว อาหารฮาลาลคืออาหารอะไรก็ได้ที่มุสลิมบริโภคได้ตามศาสนบัญญัติ ดังนั้นจึงไม่ทราบว่าสินค้าอาหารของตนเองนั้นมีความเป็นฮาลาลอยู่แล้ว หรือสามารถปรับให้กลายเป็นฮาลาลได้ไม่ยากนัก หากจะมุ่งเจาะตลาดสินค้าฮาลาลในต่างประเทศ การขาดความตระหนักรู้ดังกล่าวทำให้ผู้ส่งออกไทยเคยพลาดโอกาสที่จะเข้าสู่ตลาดสินค้าฮาลาลโลกในอดีต เพราะไม่คิดว่าตนเองมีสินค้าฮาลาลขายด้วย แต่ปัจจุบันจากการประชาสัมพันธ์ทำให้มีความตระหนักรู้และตื่นตัวเรื่องนี้มีมากขึ้น

(2) ความไม่ต่อเนื่องและขาดเอกภาพในการพัฒนาฮาลาลของไทย แม้ว่ารัฐบาลหลายสมัย ตั้งแต่สมัยนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตรเป็นต้นมา จะได้มีท่าทีให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสินค้าฮาลาลไทย แต่หลายครั้งที่การดำเนินการในระดับปฏิบัติสะดุดไม่ต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในระดับผู้กำหนดนโยบาย ทำให้หลายครั้งกลไกในทางปฏิบัติระดับชาติที่จัดตั้งขึ้นต้องหมดวาระหรือสิ้นสภาพไปตามอายุของรัฐบาล และต้องรอกการจัดตั้งขึ้นใหม่โดยรัฐบาลถัดมา<sup>12</sup> ในช่วงที่รัฐบาลประสบปัญหาอื่นที่มีลำดับความสำคัญสูงกว่า เช่น ปัญหาการเมืองและความวุ่นวายภายในประเทศ งานด้านฮาลาลก็ได้รับแรงขับเคลื่อนจากฝ่ายนโยบายน้อยลงไป (อาทิ ช่วงหลัง พ.ศ. 2549 จนถึง 2551)

นอกจากนั้น ความตั้งใจเดิมของรัฐบาลนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร (รวมทั้งนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ด้วย) ในอันที่จะส่งเสริมให้พื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเฉพาะปัตตานี เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมฮาลาลเพื่อหวังจะเอื้อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจในภาคใต้นั้น ก็ยังไม่คืบหน้ามากนักในทางปฏิบัติ เนื่องจากปัจจัยด้านสถานการณ์ความมั่นคง ทำให้นักลงทุนยังลังเลที่จะเข้าไปลงทุนในพื้นที่

ในระดับหน่วยงานดำเนินการ ในอดีตเคยมีปัญหาคความไม่เป็นเอกภาพอยู่บ้าง (แม้กลไกในกรอบคณะทำงานระดับชาติจะช่วยได้บ้าง) ทั้งในเชิงของการทำงานในลักษณะ

<sup>11</sup> สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, (2553), ยุทธศาสตร์การและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาลระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2553-2557), กรุงเทพฯ: สถาบันอาหาร, ข้อ 1.1 (6) หน้า 3-4.

<sup>12</sup> ศรีกานต์ พลมณี, อ้างแล้ว, หน้า 24-25.

ต่างคนต่างทำ ขาดการประสานงาน การตีความหรือเข้าใจเป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ไม่ตรงกัน การประชาสัมพันธ์ที่ขาดน้ำหนักและทิศทางที่เป็นเอกภาพ แม้กระทั่งความขัดแย้งระหว่างกันเป็นบางครั้ง โดยเฉพาะกรณีที่ ศรีกานต์ พลมณี เรียกว่า “การอ่อนนุรณาการ” (คือความขัดแย้งนั่นเอง) ระหว่างกลไกของ สกอท. บางชุดที่ผ่านมา กับศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล<sup>13</sup> อันเนื่องมาจากปัญหาการตรวจพบสารปลอมปนหรือปนเปื้อนสะสม ในผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจาก สกอท. แล้วว่าเป็นฮาลาล ในปัจจุบันนี้ การประสานงานมีแนวโน้มดีขึ้น<sup>14</sup> แต่จนกระทั่งขณะนี้ ในทางปฏิบัติก็ยังไม่มี การจัดตั้งกลไกระดับชาติขึ้นมาใหม่ภายใต้รัฐบาลชุดปัจจุบัน รูปแบบคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาล ที่รัฐบาลนายกรัฐมนตรีอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ แต่งตั้งไว้ ยังคงรูปสืบมาจนถึงยุครัฐบาลปัจจุบัน (หรืออย่างน้อยยังไม่ปรากฏว่ามีคำสั่งยกเลิก) แต่ตัวบุคคลหรือกรรมการในคณะกรรมการฯ ชุดเดิม น่าจะต้องถือว่าได้สิ้นสภาพไปแล้วตามวาระของรัฐบาลอภิสิทธิ์ฯ และอย่างน้อยจนถึงเดือนเมษายน 2555 ยังไม่ปรากฏว่ามีการแต่งตั้งคณะกรรมการฯ ชุดใหม่ขึ้นมา หรือมีการเรียกประชุมคณะกรรมการฯ ภายใต้รัฐบาลใหม่แต่อย่างใด<sup>15</sup>

(3) *ภาพลักษณ์ความไม่น่าเชื่อถือของการรับรองฮาลาลของไทย*<sup>16</sup> จากรายงานข่าวในสื่อเรื่องการร้องเรียนที่นำไปสู่การตรวจสอบทางวิทยาศาสตร์และพบการปนเปื้อนสะสมในอาหารที่ได้รับตราฮาลาลจากองค์การศาสนาอิสลามของไทย คือ สกอท. แล้ว เป็นผลให้ตรารับรองฮาลาลของไทยยังมีภาพลักษณ์ที่ไม่น่าเชื่อถืออย่างเต็มที่เท่าที่ควร อาทิ ช่วงระหว่างปี 2550-2551 ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลได้รับการขอร้องให้ตรวจสอบ และได้ตรวจพบการปนเปื้อนมันหมูในสินค้าหอยจืดญี่ปุ่นยี่ห้อ JP ที่ได้รับตรารับรองฮาลาลจาก สกอท. แล้ว (มกราคม 2550) โดยมีความน่าเคลือบแคลงว่า เจ้าหน้าที่บางคนของฝ่ายกิจการฮาลาลของ สกอท. ในขณะนั้นมีพฤติกรรม

<sup>13</sup> ศรีกานต์ พลมณี, อ้างแล้ว, หน้า 27.

<sup>14</sup> นางศรีกานต์ พลมณี, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2555.

<sup>15</sup> ข้อมูลจากโทรเลขกระทรวงการต่างประเทศ ถึงสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ สำนานถึงสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ที่ 1302/274/2555 ลงวันที่ 12 เมษายน 2555 แจ้งสรุปผลการหารือระหว่างหน่วยงานไทยที่เกี่ยวข้องด้านอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล/ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับความร่วมมือด้านฮาลาลระหว่างไทยกับมาเลเซีย ที่กรมเอเชียตะวันออกจัดขึ้นที่กระทรวงการต่างประเทศ เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2555 ซึ่งที่ประชุมหารือเห็นว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันครั้งนี้ น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับคณะกรรมการฯ ที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่ต่อไป และข้อมูลประกอบจากการสนทนากับ นางอูร์ริชต์ รัตนพฤษ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการกองเอเชียตะวันออก 1 กรมเอเชียตะวันออกอยู่ในช่วงเดือน เมษายน 2555 การสนทนามีขึ้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2555

<sup>16</sup> ศรีกานต์ พลมณี, อ้างแล้ว, หน้า 24

ที่ไม่ชอบมาพากลด้วย<sup>17</sup> และยังมีกรณีการตรวจพบเนื้อกระต่ายที่แอบอ้างใช้ตรารับรองฮาลาลปลอม (กรกฎาคม 2550) การตรวจพบเนื้อสุกรปนในผลิตภัณฑ์ไก่เชียงใหม่ (มกราคม 2551) และไก่หยอง ที่ติดตราฮาลาล (มีนาคม 2551) รวมทั้งการตรวจพบ DNA ของสุกรในเต้าหู้ปลาที่ได้รับ การรับรองฮาลาลแล้ว (สิงหาคม 2551) ซึ่งกรณีเหล่านี้นอกจากจะเป็นข่าวในประเทศไทยเองแล้ว ยังเป็นข่าวในประเทศเพื่อนบ้านด้วย และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ที่มีต่อคุณภาพของสินค้าอาหารฮาลาลไทย และได้เคยถูกบางฝ่ายในประเทศมุสลิม ยกขึ้นเป็นกรณีตัวอย่างเพื่อโน้มน้าวผู้บริโภคมุสลิมในประเทศของตนเองด้วยว่า ระบบการรับรองฮาลาลในไทยไม่เข้มแข็ง เนื่องจากองค์กรศาสนาอิสลามในไทยและการคุ้มครองผู้บริโภคชาวมุสลิมของไทยยังไม่เข้มแข็ง จึงควรไว้ใจการรับรองฮาลาลของประเทศมุสลิมเองดีกว่า

อย่างไรก็ดี รศ. วินัยฯ มีความเห็นว่า หากมองในแง่บวก การที่กระบวนการวิทยาศาสตร์ฮาลาลของไทยประสบความสำเร็จในการตรวจสอบการปนเปื้อนเมื่อเกิดขึ้น น่าจะเป็นเรื่องดีที่สามารถตรวจรู้ได้และนำไปสู่แก้ไขปัญหาคือได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับว่า องค์กรที่บริหารจัดการระบบการรับรองฮาลาล (คือ ฝ่ายกิจการฮาลาลของ สกอท. ชุคในขณะนั้น) จะมีท่าทีต่อเรื่องนี้อย่างไร เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของกระบวนการรับรองฮาลาลของไทย<sup>18</sup>

### 3.1.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (ในที่นี้คือ สภาพจากอินโดนีเซีย)

#### 1) โอกาส (O) ของไทย (ในอินโดนีเซีย) คือ

(1) ความสัมพันธ์ที่ดีที่อินโดนีเซียมีให้กับไทย<sup>19</sup> โดยรวมแล้วทั้งรัฐบาลและประชาชนอินโดนีเซียส่วนใหญ่ยังมองไทยในแง่บวก และนโยบายทางการเมืองของอินโดนีเซีย ก็สนับสนุนความร่วมมือกับไทยด้านต่างๆ ทั้งสองประเทศถือเป็นพันธมิตรที่มีความใกล้ชิด ในระดับทวิภาคี ในอาเซียน รวมทั้งในเวทีพหุภาคี และไม่มีความขัดแย้งรุนแรงระหว่างกัน อินโดนีเซียไม่มีประวัติศาสตร์การเผชิญหน้า หรือชิงดีชิงเด่นกับไทยในลักษณะที่อินโดนีเซียเคยมีกับมาเลเซีย หรือกับจีน และประเด็นปัญหาที่มีอยู่บ้างระหว่างไทยกับอินโดนีเซียในความสัมพันธ์ทวิภาคีในปัจจุบัน

<sup>17</sup> วินัย ณะห์สัน, รุกตลาอาหารฮาลาลโลก. (อ้างแล้ว) หน้า 73-74 ผลจากกรณีดังกล่าวทำให้ รศ.ดร. วินัยฯ ประกาศลาออกจากการเป็นกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลของ สกอท. ชุคในขณะนั้น

<sup>18</sup> วินัย ณะห์สัน, เฟิ่งอ้อ, หน้า 74.

<sup>19</sup> ข้อมูลจากเอกสารของกระทรวงการต่างประเทศในการเตรียมการสำหรับนายกรัฐมนตรีพบหารืออัครราชทูตกับประธานาธิบดีอินโดนีเซีย วันที่ 1 มิถุนายน 2555 และจากการสัมภาษณ์ นายชนาธิป อุบัติศฤงค์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2555 และนางอุริรัชต์ รัตนพฤกษ์ เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2555 และข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้รับจากประสบการณ์โดยตรงที่ทำงานอยู่ ณ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา

(อาทิ ปัญหาประมงล้ำน่านน้ำ) ก็ค่อนข้างน้อยและไม่รุนแรงเมื่อเทียบกับปัญหาที่อินโดนีเซียมีความสัมพันธ์กับประเทศอื่น เช่น มาเลเซียหรือสิงคโปร์

ในด้านเศรษฐกิจ อินโดนีเซียเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญลำดับที่ 3 ของไทยในอาเซียน (รองลงมาจากมาเลเซียและสิงคโปร์) และนับเป็นประเทศคู่ค้าสำคัญเป็นลำดับที่ 8 ของไทยในโลก ในปี พ.ศ. 2554 มูลค่าปริมาณการค้าสองฝ่ายเท่ากับ 17,448 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยที่ไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้า จำนวน 2,708 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(2) อุปทานด้านอาหารของอินโดนีเซีย อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมาก (มากที่สุดใอาเซียนและมากเป็นอันดับ 4 ของโลก) และยังไม่มีความสามารถที่จะผลิตอาหารเลี้ยงตัวได้เองเพียงพอในประเทศ เนื่องจากมีพื้นที่ที่เพาะปลูกได้เพียงร้อยละ 11.03 เท่านั้น<sup>20</sup> ปัจจัยเหล่านี้รวมทั้งความกังวลของรัฐบาลอินโดนีเซียในเรื่องความมั่นคงทางอาหาร (Food security)<sup>21</sup> ทำให้อินโดนีเซียต้องนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศทุกปี รวมทั้งจากประเทศไทยด้วย

จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา อันเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ที่ประจำอยู่กับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (รายละเอียดใน ภาคผนวก ค ท้ายเล่ม) ในปี 2553 อินโดนีเซียนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศคิดเป็นมูลค่าถึง 7,076 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.78 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด แบ่งได้เป็นสองประเภทใหญ่ คือ วัตถุดิบที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร กับอาหารที่นำเข้าเพื่อการบริโภคในครัวเรือน

อย่างไรก็ดี ยังมีแนวโน้มที่ต้องจับตาดูกันต่อไปในระยะยาว คือนโยบายของรัฐบาลอินโดนีเซียระยะหลังมานี้ ที่พยายามส่งเสริมการผลิตเพื่อการบริโภคภายในประเทศให้มากขึ้น และลดการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศลง<sup>22</sup> แต่ในระยะสั้นถึงระยะกลาง เชื่อว่าอินโดนีเซียยังจำเป็นที่จะต้องนำเข้าอาหารจากต่างประเทศอยู่

(3) การที่ไทยเป็นผู้ส่งออกหลักสินค้าอาหารมายังอินโดนีเซียอยู่แล้วในปัจจุบัน โดยสินค้าอาหารส่งออกที่สำคัญของไทยคือ น้ำตาล ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าว ผลไม้

<sup>20</sup> “Indonesia – CIA The World Factbook,” ออนไลน์, แหล่งที่มา: [www.cia.gov](http://www.cia.gov).

<sup>21</sup> นอกจากการนำเข้าสินค้าอาหารจากต่างประเทศโดยภาคเอกชนอินโดนีเซียแล้ว ยังมีการจัดตั้งรัฐวิสาหกิจอินโดนีเซียขึ้นมาดูแลในเรื่องความมั่นคงด้านอาหารเป็นการเฉพาะ เรียกว่า BULOG มีหน้าที่จัดซื้ออาหารบางประเภทจากต่างประเทศเข้ามาแจกจ่าย หรือจำหน่ายในราคาถูก ให้ประชาชนอินโดนีเซียที่ยากจน ถือเป็นสวัสดิการอย่างหนึ่งที่รัฐจัดให้ผู้มีรายได้น้อย ในส่วนที่เกี่ยวกับประเทศไทย BULOG มักซื้อข้าวสารจากไทย ผ่านองค์การคลังสินค้า (และซื้อจากเอกชนไทยบางส่วนด้วย) ทุกปี

<sup>22</sup> รອງวุฒิ วีรบุตร, หัวหน้าฝ่ายเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา, สัมภาษณ์.

ผัก ข้าวโพด ถั่วและธัญพืช ปลาและสัตว์น้ำอื่นๆ เนื้อสัตว์ อาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่ม ไขมันและน้ำมัน และนมและผลิตภัณฑ์นม เป็นต้น ในปี 2554 มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทอาหารของไทยมายังอินโดนีเซีย ในหมวดสินค้าเกษตรมีประมาณมากกว่า 27 พันล้านบาท และในหมวดสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร มีประมาณมากกว่า 23.6 พันล้านบาท (รายละเอียดปรากฏในตารางสถิติการส่งออกสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรจากไทยมายังอินโดนีเซีย ในภาคผนวก ก และ จท้ายเล่ม) รวมกันแล้วมากกว่า 5 หมื่นล้านบาท หรือพอจะประมาณได้ว่า อินโดนีเซียนำเข้าสินค้าประเภทอาหารจากไทย คิดเป็นสัดส่วนราวหนึ่งในห้าของมูลค่าสินค้าประเภทอาหารที่อินโดนีเซียนำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด

(4) ประชากรมุสลิมอินโดนีเซียที่มีจำนวนมากที่สุดในโลก คือประมาณ 210 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 248 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 84.7 ของประชากรอินโดนีเซียทั้งหมด ดังนั้นอินโดนีเซียจึงน่าจะเป็นตลาดใหญ่ของสินค้าฮาลาลได้อย่างดี ประมาณกันว่า มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลของอินโดนีเซียคิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 10 ของตลาดอาหารฮาลาลโลก (มูลค่าตลาดอาหารฮาลาลโลกมีประมาณ 600 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) ประชากรส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง แต่ก็ยังมีประชากรมุสลิมอินโดนีเซียบางส่วน (ประมาณร้อยละ 10-15) ที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงด้วย

โดยภาพรวม อินโดนีเซียยังเป็นตลาดที่มีศักยภาพที่จะเติบโตได้อีกต่อไป โดยในปี 2554 อัตราการเพิ่มของประชากรอยู่ที่ร้อยละ 1.04 และในปี 2554 เช่นเดียวกัน อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซียอยู่ที่ร้อยละ 6.4 หลังจากที่ขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปีติดต่อกันมาหลายปี ทำให้ชนชั้นกลางเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ และคาดกันว่าอินโดนีเซียน่าจะสามารถเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจต่อไปได้ประมาณร้อยละ 6 ต่อปีอีกอย่างน้อยระยะหนึ่ง<sup>23</sup>

(5) ความนิยมอาหารไทยในสังคมอินโดนีเซีย ทศนคติทางบวกด้านหนึ่งที่ชาวอินโดนีเซียมีต่อประเทศไทยมาช้านาน คือความชื่นชอบอาหารไทยว่ามีคุณภาพ และรสชาติถูกปากคนอินโดนีเซียแม้แต่ในภาษาพูดปกติของคนอินโดนีเซียเอง ก็มักจะเรียกผลไม้หรืออาหารบางอย่างที่รู้สึกกันว่าเป็นของดี ในเชิงยกย่อง โดยใช้คำคุณศัพท์ประกอบขยายว่า “บางกอก” หรือ “เซียม” (หมายถึง สยาม) อาทิ “Durian Bangkok” หมายถึงทุเรียนอย่างดีจากประเทศไทย (ส่วนมาก

<sup>23</sup> ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา (ภาคผนวก ค) และจากโทรเลขของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ถึงกระทรวงการต่างประเทศ ที่ JKT 279/2555 ลงวันที่ 3 เมษายน 2555 รายงานเรื่อง อาหารฮาลาลของไทยในอินโดนีเซีย



มักจะใช้หมายถึงทุเรียนพันธุ์หมอนทอง) ไก่ชนพันธุ์ดี เรียกว่า “Ayam Bangkok” หรือกล้วยพันธุ์หนึ่งที่เป็นที่นิยมก็เรียกกันว่า “Pisang Siam”

ในปัจจุบัน อาหารไทยได้รับความนิยมในอินโดนีเซียมากพอสมควร มีภัตตาคารอาหารไทยอยู่หลายแห่งทั้งในกรุงจาการ์ตาและเมืองท่องเที่ยว อาทิ ที่บาห์ลี บันดุง และชอกยาคารตา และสินค้าอาหารที่นำเข้าจากประเทศไทยก็เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภคในอินโดนีเซียว่าเป็นสินค้าคุณภาพ รสดี และมีความหลากหลาย และมีวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำของอินโดนีเซียทั่วไป<sup>24</sup>

(6) ความเชื่อถือต่อวิชาการด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาลของไทย ดังได้กล่าวแล้วว่า วิทยาศาสตร์ฮาลาลได้รับการริเริ่มบุกเบิกโดย รศ. ดร. วินัย ดะห์ลัน นักวิทยาศาสตร์ชาวไทยมุสลิม และผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในบริบทที่เกี่ยวข้องกับอินโดนีเซียนั้น เป็นการบังเอิญที่ รศ.ดร. วินัยฯ มีบรรพบุรุษเป็นบุคคลสำคัญในวงการศาสนาอิสลามในอินโดนีเซีย กล่าวคือ ผู้ก่อตั้งองค์การ Muhammadiyah<sup>25</sup> คือ Kh. Ahmad Dahlan ซึ่งเป็นปู่ของ รศ.ดร. วินัยฯ Muhammadiyah เป็นองค์การทางศาสนาอิสลามที่ใหญ่เป็นอันดับสองของอินโดนีเซีย (มีสมาชิกทั่วประเทศประมาณ 29 ล้านคน) และทรงอิทธิพลอย่างสูงมายาวนานในประวัติศาสตร์อินโดนีเซีย ตั้งแต่ยุคอาณานิคมจนถึงปัจจุบัน ควบคู่กับองค์การศาสนาอิสลามอีกองค์การหนึ่งที่ใหญ่ที่สุดในอินโดนีเซียคือ Nadhlatul Ulama (NU) ทั้ง Muhammadiyah และ NU ต่างเป็นองค์กรภาคีสมาชิกที่สำคัญยิ่งของ MUI ซึ่งเป็นองค์การบริหารกิจการศาสนาอิสลามระดับชาติที่สูงที่สุดในอินโดนีเซีย

ในฐานะส่วนตัว รศ.ดร. วินัยฯ เป็นหลานของ Kh. Ahmad Dahlan จากบุตรของ Kh. Ahmad Dahlan ที่อพยพมาตั้งรกรากอยู่ในประเทศไทย ส่วนในฐานะองค์กรหรือสถาบันนั้น ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลของไทยก็มีความร่วมมือทางวิชาการอยู่กับ MUI, Muhammadiyah, มหาวิทยาลัย UMS (ในเครือของ Muhammadiyah) ณ เมืองโซโล และหน่วยงาน

<sup>24</sup> ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา (ภาคผนวก ค ท้ายเล่ม) และจากการสัมภาษณ์ นางรองจุติ วีรบุตร ที่ปรึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (หัวหน้าฝ่ายเศรษฐกิจและพหุภาคี) เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2555 รวมทั้งจากประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาเอง

<sup>25</sup> “Muhammadiyah – Wikipedia, the free encyclopedia” และจากประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาเองที่ได้ไปเยี่ยมชมเยือนองค์การศาสนาดังกล่าวแล้วหลายครั้ง ทั้งที่ทำการใหญ่ขององค์การในกรุงจาการ์ตา และสำนักงานเมืองชอกยาคารตา อันเป็นถิ่นกำเนิดดั้งเดิมขององค์การ

อินโดนีเซียอื่นๆ อยู่แล้ว โดยศูนย์ฯ ได้จัดอบรมวิชาการด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาล ให้บุคลากรด้านการตรวจสอบและรับรองฮาลาลของอินโดนีเซียมาแล้วหลายรุ่น<sup>26</sup>

## 2) อุปสรรคหรือสิ่งคุกคาม (T) ในอินโดนีเซีย คือ

(1) ประเด็นที่เกี่ยวกับการรับรองฮาลาล ในทัศนะของบางฝ่ายในไทย<sup>27</sup> การที่ MUI ไม่รับรองตราฮาลาลที่ สกอท. ออกรับรองให้สินค้าฮาลาลไทย หรือรับรองยังไม่เต็มที่ นั้น ถือเป็นอุปสรรคหนึ่งของการที่สินค้าฮาลาลไทยจะเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซีย และเห็นว่า ผู้ส่งออกไทยที่ได้รับการรับรองฮาลาลจาก สกอท. มาแล้ว แต่ต้องไปผ่านกระบวนการตรวจสอบรับรองฮาลาลของอินโดนีเซียซ้ำอีกในบางประเภทนั้น เป็นการทำให้ผู้ประกอบการไทยเสียเวลาและมีต้นทุนเพิ่มขึ้น ประกอบกับในระยะหลังผู้บริโภคมุสลิมชาวอินโดนีเซียตื่นตัวให้ความสำคัญกับการดูตราฮาลาลมากขึ้นด้วย จึงทำให้สินค้าไทยเสียเปรียบ

ข้อเท็จจริงในเรื่องนี้ คือ อินโดนีเซียมีกฎหมายที่เกี่ยวกับมาตรฐานอาหาร รวมทั้งการรับรองฮาลาลหลายฉบับ เช่นกฤษฎีกาของกระทรวงกิจการศาสนาอินโดนีเซียเลขที่ 519/2001 และเลขที่ 518/2001 ลงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2544 ให้อำนาจ MUI และ LPPOM-MUI ซึ่งเป็นสถาบันตรวจสอบของ MUI ในการตรวจรับรองฮาลาล ระเบียบของ MUI เอง เลขที่ D-410/MUI/X/2009 ลงวันที่ 15 ตุลาคม 2552 ในการกำหนดหน่วยงานมาตรฐานฮาลาลของต่างประเทศที่ MUI ให้การรับรองด้วย ซึ่งปรากฏว่า สกอท. ของไทยก็อยู่ในรายชื่อที่ได้รับการรับรองด้วย มาตั้งแต่ปี 2552 แต่ สกอท. ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก MUI ในสองประเภทเท่านั้น คือ กระบวนการเชือดสัตว์ตามศาสนบัญญัติ และมาตรฐานฮาลาลอาหารแปรรูป ยังมีไม่ได้รับการรับรองจาก MUI ในประเภทที่สาม คือมาตรฐานฮาลาลของสิ่งปรุงแต่งรสและกลิ่น นอกจากนี้ยังมีกฎระเบียบเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารของกระทรวงสาธารณสุขอินโดนีเซียและการขึ้นทะเบียนอาหารที่มีมาก่อนอีกฉบับหนึ่ง (เลขที่ 382/MENKES/PER/VI/1989) ซึ่งระบุว่า สินค้าใดที่ประกาศหรืออ้างว่าเป็นสินค้าฮาลาล จะสามารถขึ้นทะเบียน อย. เพื่อวางจำหน่ายใน

<sup>26</sup> ข้อมูลจากโทรเลขสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (เพ็งอ้าง) จากการสัมภาษณ์นายรองวุฒิ วิบุตฺร ที่ปรึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (หัวหน้าฝ่ายเศรษฐกิจ) และข้อมูลจากการที่ผู้ศึกษาเองในฐานะผู้แทนสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ได้ร่วมกับคณะผู้แทนทางศาสนาของไทย ไปเยี่ยมชมสำนักงานใหญ่ MUI ในกรุงจาการ์ตา เพื่อสืบสานศาสนสัมพันธ์ และได้สนทนากับเจ้าหน้าที่ระดับสูงของ MUI เมื่อวันที่ 15 มีนาคม 2555

<sup>27</sup> อาทิ ทำติของผู้แทนสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม และผู้แทน สกอท. ในการหารือเรื่องฮาลาลกับเจ้าหน้าที่กรมเอเชียตะวันออกและกับอัครราชทูต สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นางอุริรัชต์ รัตนพฤษย์)

อินโดนีเซียได้ ต้องผ่านการตรวจรับรองของ MUI ก่อน โดยหน่วยงานด้านอาหารและยาของ กระทรวงสาธารณสุขอินโดนีเซีย (BPOM) จะส่งให้ LPPOM-MUI ตรวจสอบความเป็นฮาลาล

อย่างไรก็ดี แม้จะมีกฤษฎีกาอนุญาตให้ MUI มากกว่า 10 ปีแล้ว แต่ ในทางปฏิบัติก็พบว่ามีความลังเลและการบังคับใช้ไม่ได้จริงอยู่มาก ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากขีด ความสามารถ กำลังคน และงบประมาณที่จำกัดของ MUI เอง และสถานิติบัญญัติของอินโดนีเซีย กำลังอยู่ระหว่างการพิจารณาร่างกฎหมายใหม่ที่จะให้อำนาจแก่ MUI ให้ทำงานควบคุมมาตรฐาน ฮาลาลได้อย่างเต็มที่เพียงผู้เดียว แต่ในขั้นนี้ก็ยังคงมีข้อถกเถียงกันอยู่ ในทางปฏิบัติพบว่า สินค้าที่ ผู้บริโภคอินโดนีเซียถือว่าเป็นฮาลาลโดยสภาพอยู่แล้ว เช่น ข้าวสาร สามารถวางจำหน่ายได้โดยไม่ต้อง รับการตรวจรับรองฮาลาล<sup>28</sup> สินค้าไทยบางชนิดที่น่าจะต้องรับการตรวจสอบฮาลาลจาก LPPOM-MUI ด้วย คือเครื่องสำอาง ซึ่งถือว่าควรจะต้องอยู่ในอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของ สถาบัน LPPOM-MUI ด้วย (ตามชื่อของสถาบันเอง และในหลักการทางศาสนา MUI คงมุ่งให้ หมายถึงการตรวจสอบฮาลาลจากแอลกอฮอล์ และเจลาตินที่อาจมาจากหมู หรือเครื่องสำอางที่มา จากกระดูกสัตว์บางชนิดเป็นสำคัญ) แต่ในทางปฏิบัติจริง สินค้าเครื่องสำอางไทยก็สามารถเข้าไปวาง จำหน่ายในอินโดนีเซียได้ โดยไม่ต้องผ่านการตรวจรับรองฮาลาลแต่อย่างใดเลย<sup>29</sup>

(2) ความไม่ชัดเจนในทางปฏิบัติ ของการบังคับใช้กฎระเบียบดังกล่าว และ กฎหมายอื่นๆ ของอินโดนีเซียเอง ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่งของบรรยากาศทางธุรกิจทั่วไป ในอินโดนีเซีย ไม่เฉพาะแต่ในด้านของสินค้าฮาลาลเท่านั้น แต่รวมถึงด้านอื่นๆ ด้วย และเป็นส่วน หนึ่งของความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจในอินโดนีเซีย ที่ฝ่ายเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาเรียกว่า “ความคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้” (Unpredictability) กฎระเบียบมีการ เปลี่ยนแปลงบ่อย ซ้ำซ้อน ขาดความชัดเจนในการปฏิบัติหรือบังคับใช้ และหลายกรณีขึ้นอยู่กับดุลย พินิจหรือการตีความตามอำเภอใจของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (และอาจนำไปสู่การเรียกร้องประโยชน์ โดยมีขอบได้ง่าย) วิธีหนึ่งที่ผู้ประกอบการต่างชาติในอินโดนีเซียใช้กัน จึงเป็นการแสวงหา

<sup>28</sup> พงศกร สัจจิตานนท์, เจ้าหน้าที่บริษัท CP Intertrade จำกัด (ข้าวสารตราฉัตร), สัมภาษณ์, 7 มิถุนายน 2555.

<sup>29</sup> ข้อมูลจากการสนทนากับ นายวุฒิชัย หาญพานิช เจ้าของและผู้ดำเนินการบริษัท Harmn Concepts Co.Ltd. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยและตะวันออก โดย Harmn ถือว่า ผลิตภัณฑ์ของตนไม่น่าจะเกี่ยวข้องกับ มาตรฐานฮาลาล เพราะไม่ใช่อาหาร และไม่เคยได้รับการขอตรวจสอบจากหน่วยงานด้านฮาลาลของอินโดนีเซีย เลย (แต่ต้องขออนุญาต BPOM หรืออย. อินโดนีเซียอย่างถูกต้องตามระเบียบ) น่าสังเกตว่า เมื่อ Harmn ไม่ได้อ้าง ตัวเป็นสินค้าฮาลาล BPOM ก็ตรวจผ่านในแง่ความปลอดภัยทางสาธารณสุขตามปกติ ไม่ได้ส่งต่อให้ LPPOM-MUI ส่วน LPPOM-MUI ก็ไม่ได้ออกมาตรวจสอบเองด้วย

หุ้นส่วนหรือพันธมิตรทางธุรกิจชาวอินโดนีเซียที่มีความสามารถจะช่วยจัดการกับปัญหาลักษณะนี้ และช่วยสร้างความชัดเจนทางปฏิบัติให้แน่นอนมากขึ้นได้

(3) ความเข้าใจผิดของชาวมุสลิมบางส่วน จากการที่ประเทศไทยมีภาพเป็นเมืองพุทธ (ประกอบกับข่าวในสื่อเกี่ยวกับการตรวจพบสารฮะรอมในสินค้าฮาลาลไทยที่ผ่านมา) ทำให้มีบางฝ่ายในประเทศคู่แข่งที่เป็นมุสลิมของไทยเคยอ้างว่า เพราะประเทศไทยเป็นเมืองพุทธ องค์การศาสนาอิสลามของไทย รวมทั้งกระบวนการคุ้มครองผู้บริโภคชาวมุสลิมในไทย และระบบการตรวจสอบรับรองฮาลาลของไทยจึงไม่เข้มแข็งและไม่น่าเชื่อถือเท่ากับกระบวนการตรวจสอบฮาลาลของประเทศมุสลิมเอง ประเด็นนี้เป็นเรื่องของภาพลักษณ์หรือความรู้สึกในใจ (หรือจะเรียกว่าอคติก็ได้) ของผู้บริโภคมุสลิมบางส่วน ซึ่งแก้ไขไม่ได้ง่ายนักไม่ว่าจะชี้แจงด้วยหลักฐานข้อเท็จจริงอย่างไรก็ตาม

## 3.2 การศึกษาโดยใช้แนวคิด Competitive Advantage และ National Diamond Model

### 3.2.1 Competitive Advantage

เมื่อใช้กรอบแนวคิดของ Porter ผู้ศึกษาพบว่า ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลในอินโดนีเซีย จัดได้ว่าเป็นตลาดเฉพาะส่วนแบบ Niche Market (ถึงแม้ตลาดจะมีขนาดใหญ่มากก็ตาม) กล่าวคือ ผู้ซื้อมีความต้องการพิเศษเฉพาะ (ตามศาสนบัญญัติ) ในเรื่องของคุณสมบัติของสินค้า ก็ต้องคำนึงถึงความเป็นฮาลาล จึงเหมาะกับการใช้กลยุทธ์ Focus ซึ่งยังอาจพิจารณาแยกย่อยลงไปได้อีกว่า ฝ่ายไทยควรจะใช้กลยุทธ์ Cost Focus หรือ Differentiation Focus

โดยที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นชาวมุสลิมอินโดนีเซียที่มีรายได้ต่ำถึงปานกลาง และให้ความสำคัญกับราคาสินค้า และโดยที่ไทยเองก็เป็นประเทศผู้ผลิตที่มี Comparative advantage ในการผลิตอาหาร โดยมีต้นทุนไม่สูงอยู่แล้ว ฝ่ายไทยจึงอาจเน้นกลยุทธ์ Cost Focus ดังเห็นได้ว่าสินค้าอาหารไทยส่วนหนึ่งที่ได้รับโอกาสที่ดีในตลาดอินโดนีเซีย (และเป็นส่วนใหญ่ของสินค้าอาหารส่งออกของไทยในอินโดนีเซียด้วย) คือสินค้าที่มีราคาไม่สูงนัก เช่น ผลิตภัณฑ์ไก่ (ซึ่งถือเป็นแหล่งโปรตีนราคาถูกเมื่อเทียบกับเนื้อวัวและอาหารทะเล) แป้ง และบะหมี่สำเร็จรูป นอกจากนั้นผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียยังชื่นชอบกลยุทธ์การตลาดเชิงราคา ประเภทการลดแลกแจกแถม หรือลดราคาสินค้าตามโอกาสด้วย<sup>30</sup>

อย่างไรก็ตาม ในสินค้าเฉพาะอย่างบางประเภท ฝ่ายไทยก็อาจมุ่งเจาะตลาดชนชั้นกลางระดับสูง จนถึงชนชั้นสูงชาวมุสลิมอินโดนีเซีย ซึ่งประมาณกันว่ามีร้อยละ 10-15 ที่มีกำลังซื้อสูง โดยใช้กลยุทธ์ Differentiation Focus ได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะเมื่อมีปัจจัยเรื่องความนิยมสินค้า

<sup>30</sup> รายงานของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ภาคผนวก ก

อาหารไทยในสังคมอินโดนีเซียรองรับอยู่แล้ว กรณีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ผลไม้ไทย เช่นทุเรียน หมอนทอง ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวอินโดนีเซียมาก แม้จะมีราคาแพงในตลาดอินโดนีเซียก็ตาม ข้าวไทยประเภทคุณภาพดีเยี่ยม เช่น ข้าวหอมมะลิมะม่วงเขียวเสวย มะพร้าว น้ำหอม นอกจากนั้นยังมีสินค้าไทยอื่นๆ ที่น่าจะใช้กลยุทธ์ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี อาทิ อาหารทะเลแปรรูป หรืออาหารที่ตอบสนองวิถีชีวิต (lifestyle) ของคนอินโดนีเซียรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อสูง และกิจการภัตตาคารไทยระดับนำ<sup>31</sup>

### 3.2.2 National Competitive Advantage (Diamond Model)

1) *Factor Condition* พบว่า ไทยมีปัจจัยเงื่อนไขที่ดี รวมทั้งถนัดในการผลิตอาหารทั่วไปอยู่แล้ว และมีโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่เอื้ออำนวย แต่ในมิติด้านฮาลาลนั้น นอกจากหน่วยงานเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องโดยตรงแล้ว (ซึ่งบางแห่งเป็นหน่วยงานไทยที่มีความเป็นเลิศในระดับโลกด้วยซ้ำ) ภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมอาหารไทยทั่วไป อาจยังไม่เชี่ยวชาญในเรื่องฮาลาลมากพอในวงกว้าง ซึ่งเป็นเรื่องที่สามารถพัฒนาได้อีกต่อไป

2) *Demand Condition* ภายในประเทศ ต่อสินค้าอาหารฮาลาล ไม่ถึงกับสูงมากนัก เนื่องจากชาวไทยมุสลิมแต่เดิมมาเป็นชนกลุ่มน้อยของประเทศ<sup>32</sup> ฉะนั้นถ้าถือตามสมมติฐานของ Michael Porter นี้อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมฮาลาลไทยแต่ดั้งเดิมไม่ถึงกับเข้มแข็งมากนัก แต่ขณะนี้มีการพัฒนาการขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยไทยมุ่งเป้าที่จะออกไปตอบสนองอุปทานของผู้บริโภคมุสลิมในต่างประเทศด้วย

ในเรื่องนี้ Porter เองเคยประเมินไว้กว้างๆ ว่า ผู้บริโภคชาวไทย (โดยทั่วไป และในสินค้าต่างๆ ทั่วไป มิใช่ในสินค้าอาหารฮาลาลเป็นการเฉพาะ) ยังไม่ได้เป็นผู้นำแนวโน้มของโลก

<sup>31</sup> จากข้อมูลในภาคผนวก ค คนรุ่นใหม่ระดับรายได้ปานกลางถึงสูงของอินโดนีเซีย นิยมการออกไปรับประทานอาหารค่านอกบ้าน ในภัตตาคารตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งทำให้ร้านต่างๆ รวมทั้งร้านอาหารไทยต้องปรับตัวโดยปรับรายการอาหารให้ไม่มีหมู และจากประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาเอง มีภัตตาคารไทยระดับนำของโลก เครือ Blue Elephant Royal Thai Cuisine ได้ไปเปิดสาขาที่กรุงจาการ์ตาแล้ว (เจ้าของเครือฝ่ายหญิงเป็นชาวไทยมุสลิมคือคุณนุรอ โอซะมณี สเต็ปเป้ แต่เจ้าของกิจการในอินโดนีเซียเองเป็นนักธุรกิจอินโดนีเซียที่ซื้อ franchise มา และจ้างผู้จัดการภัตตาคารเป็นคนไทย ในรายการอาหารไม่มีหมูหรือสารฮาลาล แต่ในส่วนของบริษัทของภัตตาคารซึ่งถือว่าแยกออกไป ยังขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อยู่) นอกจากนั้นยังพบว่ามีภัตตาคารไทยระดับนำที่มีราคาค่อนข้างสูงในบาหลีด้วย

<sup>32</sup> ตัวเลขสถิติหนึ่งที่กระทรวงการต่างประเทศมักใช้ในการชี้แจงต่อองค์การความร่วมมืออิสลามหรือ OIC คือ ประชากรมุสลิมไทยมีจำนวนประมาณร้อยละ 10 ของประชากรไทยทั้งหมด

แต่ก็มักเป็นผู้ตามแนวโน้มของโลก<sup>33</sup> ซึ่งเราจะเห็นได้จริงตามการประเมินของ Porter ว่า ผู้บริโภคไทยมีความโน้มเอียงที่จะตามกระแสแฟชั่นจากต่างประเทศในเรื่องต่างๆ มากกว่าจะเป็นผู้กำหนดกระแสให้ผู้บริโภคต่างประเทศต้องมาตามไทย ซึ่งก็ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในโลกในระดับหนึ่ง และผู้ศึกษาเห็นว่า โดยที่ประเทศไทยมีภาพเป็นเมืองพุทธ จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าการที่ไทยจะพยายามเป็นผู้กำหนด หรือนำแนวโน้มของโลกในเรื่องอาหารฮาลาล อาจเป็นไปได้ยากสักหน่อย แต่เมื่อว่าเฉพาะในด้านอุตสาหกรรมอาหาร พอกกล่าวได้ว่า ประเทศไทยสามารถเป็นผู้กำหนดกระแสแนวโน้มด้านอาหารของโลกได้บ้าง โดยเฉพาะกระแสความนิยมอาหารไทย เช่น ต้มยำกุ้ง ซึ่งเป็นที่นิยมมากแม้แต่ในประเทศมุสลิมอย่างมาเลเซีย หรือแกงมัสมั่น ซึ่งก็เป็นอาหารไทยมุสลิม แต่ได้รับการคัดเลือกโดย CNNGO.com เมื่อปี 2554 ให้เป็นอาหารยอดนิยมในระดับสากล ที่ถือว่าเป็นอันดับที่หนึ่งในอาหารที่อร่อยที่สุดในโลก 50 อย่าง เป็นต้น<sup>34</sup>

3) *Related and supporting industries* สาขาต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล คือ ภาคเกษตร ภาคประมง ภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย ถือได้ว่ามีความเข้มแข็งสูง

4) *Firm Strategy Structure and Rivalry* ประเทศไทยมีองค์กรธุรกิจผู้ผลิตอาหารรวมทั้งอาหารแปรรูปจำนวนมากและหลากหลาย มีบริษัทที่ผลิตอาหารแปรรูปถึงมากกว่า 10,000 บริษัท กว่าร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลาง แต่ก็ยังมีบริษัทผู้ประกอบการขนาดใหญ่ รวมทั้งมีผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ของโลกที่เข้ามาประกอบธุรกิจอาหารในประเทศไทยด้วย อาทิ เครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) หรือสหพัฒน์ปิณฑุ ของไทยเอง และเครือบริษัทข้ามชาติ เช่น Nestle Kellogg's ฯลฯ ด้วย<sup>35</sup> นอกจากนั้น ระบบเศรษฐกิจไทย รวมถึงอุตสาหกรรมอาหารของไทย เป็นระบบค่อนข้างเปิดเสรี และมีการแข่งขันกันอยู่พอสมควร อันเป็นเรื่องที่ดีตามความคิดของ Porter คือ ดีกว่าที่จะเป็นระบบผูกขาด ซึ่ง Porter เห็นว่า มีแนวโน้มจะทำให้ประเทศนั้นๆ ลดขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวลงไป

<sup>33</sup> การศึกษาวิจัยที่ Porter ดำเนินการร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมื่อปี 2546 โปรดดู สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย, (อ้างแล้ว).

<sup>34</sup> <http://www.cnn.go.com/explorations/eat/worlds-50-most-delicious-foods-067535?page=0,2>

<sup>35</sup> สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (กระทรวงพาณิชย์) ประจำสหรัฐอเมริกา, “Thai Food Industries,” ออนไลน์, แหล่งที่มา: [http://www.thaitradeusa.com/home/?page\\_id=823](http://www.thaitradeusa.com/home/?page_id=823).

## บทที่ 4

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในบทที่ 3 ที่ผ่านมา ผู้ศึกษาขอสรุปผลและเรียนเสนอข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 4.1 ภาพทั่วไป

สินค้าอาหารฮาลาลของไทย ยังมีโอกาสและศักยภาพในตลาดอินโดนีเซียสูง เช่นเดียวกับสินค้าส่งออกกลุ่มอาหารอื่นๆ ของไทย ทั้งนี้ ต้องตระหนักว่า สินค้า “ฮาลาล” ไม่จำเป็นต้องหมายถึงสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะของชาวมุสลิมเสมอไป แต่หมายถึง สินค้าอะไรก็ได้ที่ชาวมุสลิมบริโภคได้เพราะบริสุทธิ์ตามศาสนบัญญัติเท่านั้น และสินค้าอาหารหลายชนิดของไทย เป็นฮาลาลโดยสภาพอยู่แล้ว (โดยเฉพาะในสายตาผู้บริโภคอินโดนีเซีย) เช่น ข้าว ผักผลไม้ อาหารทะเล น้ำดื่ม

#### 4.2 การดำเนินการเพื่อส่งเสริมจุดแข็งและโอกาส แก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรค

4.2.1 ฝ่ายไทยควรส่งเสริม จุดแข็งของสินค้าฮาลาลไทย โดยพัฒนาธุรกิจอาหารฮาลาลด้วยยุทธศาสตร์ที่ต่อเนื่องและเป็นระบบ รัฐบาลซึ่งมีนโยบายให้ความสนใจในเรื่องนี้อยู่แล้ว ควรผลักดันให้นโยบายดังกล่าวมีผลจริงในทางปฏิบัติ รวมทั้งใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ฮาลาลไทยที่ได้รับการยอมรับ ส่งเสริมความเข้มแข็งและหลากหลายของตลาดอาหารฮาลาลในประเทศ โดยเฉพาะการแข่งขันโดยเสรีของผู้ประกอบการไทย

4.2.2 ในการแก้ไขจุดอ่อนของไทย ควรส่งเสริมความเป็นระบบ การประสานงานกัน และเอกภาพของหน่วยงานไทยต่างๆ ที่ทำงานด้านฮาลาล เสริมสร้างความเข้มแข็งในระบบและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งควรมีทิศทางการทำงานสอดคล้องกัน ส่งเสริมการทำการตลาดสินค้าฮาลาลไทยในต่างประเทศ การยอมรับวิทยาศาสตร์ฮาลาลไทยในต่างประเทศ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์แก้ไขความเข้าใจผิดของต่างชาติ (หากมี) ทั้งนี้ ควรให้มีหน่วยงานเจ้าภาพรองรับอย่างชัดเจน และโดยที่ฝ่ายรัฐบาลเองก็ได้เคยแสดงท่าทีเชิงนโยบายที่จะให้ความสำคัญเรื่องนี้แล้ว จึงควรดำเนินการให้เป็นผลในทางปฏิบัติโดยจัดตั้งกลไกการประสานงานระดับชาติด้านฮาลาลขึ้นมาใหม่อย่างเป็นทางการ แทนกลไกระดับชาติเดิมที่เคยมีแต่หมดวาระไปตามรัฐบาลชุดก่อนๆ หน้า

นี้ (คือคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ในสมัยนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร และคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและสินค้าฮาลาล ในสมัยนายกรัฐมนตรีอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) ซึ่งควรเป็นกลไกที่ส่งเสริมบูรณาการระหว่างหน่วยงานทุกภาคส่วน คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคองค์การศาสนา และภาควิชาการที่เกี่ยวข้อง อนึ่ง มีข้อพิจารณาว่า หน่วยงานหลักที่จะทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการให้กับคณะกรรมการระดับชาติที่จะตั้งขึ้นใหม่นี้ ควรเป็นหน่วยงานใด ระหว่างสภาพัฒน์ฯ ซึ่งเคยเป็นฝ่ายเลขานุการให้มาตั้งแต่แรกในยุครัฐบาลนายกรัฐมนตรีทักษิณฯ และได้สั่งสมประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องมายาวนาน หรือจะเป็นสถาบันอาหารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเคยเป็นฝ่ายเลขานุการให้คณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นในสมัยนายกรัฐมนตรีอภิสิทธิ์ฯ อันเป็นประเด็นที่มีหลายฝ่ายแสดงความเห็นต่างๆ กัน ในแง่หนึ่ง สภาพัฒน์ฯ ก็มีความชำนาญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจภาคส่วนต่างๆ ของประเทศโดยรวม ขณะที่ในอีกแง่หนึ่ง สถาบันอาหารก็มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ คือด้านอาหาร แต่ก็มีกรให้ความเห็นอีกว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมฮาลาลในภาพกว้างนั้น ไม่ใช่เพียงเรื่องอาหารเท่านั้น แต่กินความรวมไปถึงสินค้าอื่นและบริการด้วย ซึ่งในที่สุดก็แล้วแต่นโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาล

4.2.3 ในส่วนที่เป็น โอกาส นับว่าสินค้าอาหารของไทย (รวมทั้งอาหารฮาลาลไทย) มีโอกาสค่อนข้างดีอยู่แล้วในตลาดอินโดนีเซีย ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากความจำเป็นของอินโดนีเซียเองในการนำเข้าอาหารจากต่างประเทศมาตอบสนองอุปทานในอินโดนีเซีย ซึ่งยังมีแนวโน้มที่จะเปิดโอกาสให้สินค้าอาหารส่งออกของไทยอยู่ต่อไป อย่างน้อยในขั้นนี้ (มีประเด็นที่อาจต้องติดตามจับตามองต่อไปในอนาคต คือนโยบายของอินโดนีเซียในระยะหลัง ที่พยายามเพิ่มการผลิตให้พอเพียงกับการบริโภคภายใน และพยายามลดการนำเข้าสินค้า รวมทั้งสินค้าอาหาร จากต่างประเทศลง<sup>1</sup> แต่ความสำเร็จของนโยบายดังกล่าวขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการผลิตหรือความสามารถในการผลิตอาหารของอินโดนีเซีย ซึ่งยังมีข้อจำกัด กับอุปทานของประชากรอินโดนีเซีย ซึ่งมีจำนวนมหาศาล จึงยังไม่น่าจะเป็นผลสำเร็จได้ในเร็ววันนี้) โอกาสอีกส่วนหนึ่งเนื่องมาจากคุณสมบัติของตัวสินค้าไทยเอง คือคุณภาพสินค้าที่เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภคมาช้านาน รสชาติถูกปากคนอินโดนีเซีย ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความพร้อมของผู้ประกอบการไทยที่จะปรับผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาด และราคาที่พอสมควร อยู่ในวิสัยที่คนอินโดนีเซียพอจะหาซื้อได้ (ยกเว้นสินค้านำระดับ premium บางประเภท ซึ่งผู้ซื้อชาวอินโดนีเซียระดับรายได้สูงไม่เกี่ยงในเรื่องราคา) เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการชาวไทยควรพยายามรักษาไว้และส่งเสริมอื่นๆ ขึ้นไป

4.2.4 ในส่วนอุปสรรคหรือภัยคุกคาม นั้น ผู้ศึกษาเห็นว่า ที่ผ่านมา ผู้กำหนดนโยบายไทยมักจะสรุปกันว่า การส่งเสริมให้ตราฮาลาลไทยของ สกอท. (สำนักงานคณะกรรมการกลาง

<sup>1</sup> รองวุฒิ วีรบุตร, ที่ปรึกษาสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (หัวหน้าฝ่ายเศรษฐกิจ), สัมภาษณ์.



อิสลามแห่งประเทศไทย) ได้รับการรับรองด้วยในต่างประเทศนั้น น่าจะช่วยให้สินค้าอาหารฮาลาลไทยมีโอกาสในตลาดโลกมุสลิมได้มากขึ้น (ซึ่งก็อาจเป็นความจริงอยู่บ้างในระดับโลก แต่ในที่นี้อาจต้องพิจารณาในบริบทเฉพาะของอินโดนีเซียประกอบด้วย) และในทำนองกลับกัน การที่ตราฮาลาลไทยของ สกอท. ยังไม่ได้รับการรับรองหรือได้รับการรับรองไม่เต็มที่ในประเทศใด ก็มักถูกมองว่า น่าจะถือเป็นอุปสรรคของสินค้าไทยในการเข้าสู่ตลาดนั้นๆ และการที่ภาคธุรกิจไทยไปขอตรารับรองฮาลาลจากทางการประเทศอื่น เช่น อินโดนีเซียหรือมาเลเซีย เพื่อให้ขายสินค้าไทยในต่างประเทศได้ ก็เป็นเรื่องที่หน่วยงานไทยบางส่วนทั้งภาครัฐและภาคองค์การศาสนาไม่ชอบใจนัก เพราะมักจะเห็นกันว่า ควรจะส่งเสริมให้ผู้ส่งออกไทยขอรับตราฮาลาลจากประเทศไทยเองมากกว่า แล้วหากนักธุรกิจไทยยังไม่สามารถใช้ตราดังกล่าวได้ในต่างประเทศอีก ผู้มีทัศนคติดังกล่าวก็มองว่าควรเป็นหน้าที่ของภาครัฐที่จะเข้าไปพยายามโน้มน้าว แทรกแซง หรือขอร้องให้ทางการต่างประเทศนั้นๆ ต้องให้การรับรองตราฮาลาลของไทยด้วย

โดยค่านึงว่า การวิเคราะห์ SWOT ในหลักการ ควรทำซ้ำๆ บ่อยๆ เพื่อพยายามปรับแก้การกำหนดระบุปัจจัยต่างๆ ว่าเป็นประเภทใด ให้ถูกต้องใกล้เคียงกับความเป็นจริง (หรือสอดคล้องกับข้อมูลใหม่ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป) ให้มากที่สุด ผู้ศึกษาจึงขอเรียนเสนอข้อสรุปของผู้ศึกษาที่ได้จากการศึกษาในบริบทของอินโดนีเซียว่า การผลักดันให้ตราฮาลาลไทยได้รับการรับรองหรือการรับรองร่วมกัน (MRA หรือ Mutually Recognition Arrangement) โดยทางการอินโดนีเซียนั้น แท้จริงแล้ว น่าจะเป็นคนละเรื่องกับการที่สินค้าไทยจะมาเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซีย (แต่มีความเกี่ยวเนื่องกันและมีส่วนเกี่ยวพันกันบ้าง)

ในข้อเท็จจริง ปัจจุบัน มีสินค้าไทยจำนวนมากที่เข้ามาวางขายในอินโดนีเซียได้อยู่แล้ว คือ สินค้าที่เป็นฮาลาลโดยสภาพและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ไม่ต้องขอรับรองฮาลาล (การขอตราฮาลาลไทยโดยไม่จำเป็นแทนที่จะช่วยด้านการตลาด กลับจะกลายเป็นภาระ เพราะทางการอินโดนีเซียจะส่งให้ MUI ตรวจสอบการที่สินค้านั้นอ้างว่าเป็นฮาลาล ซ้ำอีกทันที) กับสินค้าที่สกอท. รับรองฮาลาลและ MUI ก็รับรองตราฮาลาล สกอท. แล้วด้วยในสองประเภท คือเนื้อสัตว์ที่ผ่านกระบวนการเชือดที่รับรองแล้ว และอาหารแปรรูปที่ได้รับการรับรอง คงมีสินค้าไทยอีกประเภทเดียวเท่านั้น คือ สิ่งปรุงแต่งรสกลั่น ที่แม้จะได้รับการรับรองฮาลาล ของ สกอท. มาแล้ว แต่ MUI ก็ยังไม่ให้การรับรองโดยอัตโนมัติ และต้องไปผ่านการตรวจโดย MUI อีกก่อน

เมื่อก้าวถึงการบังคับใช้กฎหมายฮาลาลที่มีอยู่ของอินโดนีเซีย ตามข้อเท็จจริงก็ยังคงมีความไม่ชัดเจนในปัจจุบัน เพราะในทางปฏิบัติจริงขณะนี้ ด้วยข้อจำกัดด้านสมรรถภาพของ MUI เอง จึงยังคงมีสินค้าที่วางขายในตลาดเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ MUI ได้รับการรับรองฮาลาลจริง และมีบางส่วนที่

แม้ไม่ได้รับการรับรองฮาลาลก็ยังสามารถวางขายได้ และ MUI ก็เคยยอมรับในเรื่องนี้<sup>2</sup> (ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร สินค้าอาหารทุกชนิด จะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหารของ อย. อินโดนีเซีย ภายใต้สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เสียก่อนโดยไม่ยกเว้น จึงจะสามารถวางจำหน่ายได้) แต่ก็มีความเป็นไปได้ในอนาคตที่จะมีการปรับปรุงพัฒนากระบวนการเบี่ยงเบนและการบังคับใช้กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้านฮาลาลของอินโดนีเซียให้มีความเข้มงวด ชัดเจน และมีประสิทธิภาพขึ้นจริงในทางปฏิบัติต่อไป แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตาม การผลักดันให้ตราฮาลาล ของ สกอท. ไทยได้รับการรับรองโดยสมบูรณ์ในอินโดนีเซียนั้น เป็นประโยชน์หากสามารถทำได้จริง แต่ไม่ใช่เงื่อนไขที่จำเป็น ในการที่สินค้าไทยจะเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซีย

สำหรับความเป็นไปได้ที่รัฐบาลไทยจะสามารถโน้มน้าว (ผ่านรัฐบาลอินโดนีเซีย) ให้ MUI ยอมรับมาตรฐานการรับรองฮาลาลของ สกอท. ทั้งหมดนั้น ผู้ศึกษาเห็นว่า เป็นเรื่องที่ MUI ได้รับความมอบอำนาจตามกฎหมายภายในของอินโดนีเซีย เพื่อทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคชาวมุสลิมของอินโดนีเซียเอง ให้สบายใจว่าได้บริโภคอาหารที่มีความบริสุทธิ์ตามหลักศาสนา ดังนั้นการจะพิจารณาว่าจะร่วมให้การรับรองตราฮาลาลของต่างชาติหรือไม่ เพียงใด อย่างไร จึงเป็นดุลยพินิจของฝ่ายอินโดนีเซียโดยแท้ และผู้ศึกษามีความเห็นด้วยว่าฝ่ายอินโดนีเซีย ทั้งรัฐบาลและองค์การศาสนา ต่างก็มีความภูมิใจในความเป็นสังคมมุสลิมที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลกของตน และได้แสดงบทบาทผู้นำในวงการมุสลิมโลกตลอดมา รวมทั้งได้ประกาศเมื่อปี 2552 ที่จะพัฒนาให้อินโดนีเซียเป็นศูนย์กลางด้านอุตสาหกรรมฮาลาลของภูมิภาคที่มุ่งเชื่อมต่อกับตะวันออกกลาง (แข่งกันกับมาเลเซีย) อีกด้วย โดยจะผลักดันให้เมืองโบกอร์เป็น “เมืองฮาลาล” นาร่องของอินโดนีเซีย<sup>3</sup> ดังนั้นเมื่อคำนึงถึงความรู้สึกดีๆ ของฝ่ายอินโดนีเซียเช่นนี้ ความเป็นไปได้ที่อินโดนีเซีย

<sup>2</sup> ข้อมูลจากฝ่ายเศรษฐกิจ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ซึ่งอ้างสถิติของ Food and Drug Monitoring Agency (BPOM) ของอินโดนีเซียเองในปี 2554 ว่า รายการสินค้าที่ขึ้นทะเบียนฮาลาลไว้กับ BPOM มีเพียงร้อยละ 36.73 ที่ได้รับการรับรองจริงโดย LPPOM-MUI และร้อยละ 54.9 ของสินค้าที่ติดตราฮาลาลในตลาดไม่ใช่ตราฮาลาลที่ได้รับการรับรองโดยทางการอินโดนีเซีย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา (ภาคผนวก ก) ว่า MUI เองอ้างว่า สินค้าที่ผลิตและนำเข้ามาเพื่อการจำหน่ายในอินโดนีเซียประมาณ 30,000 ชนิด หรือร้อยละ 80 ยังไม่มีใบรับรองฮาลาล และยังสอดคล้องกับข้อมูลที่ รศ.ดร. วินัย คะห์ลิ้น เปิดเผยในการให้สัมภาษณ์ ศรีกานต์ พลมณี เมื่อปี 2553 ด้วยว่า MUI แจ้ง รศ. ดร. วินัยฯ เองว่า สินค้าอาหารในตลาดอินโดนีเซียติดตราฮาลาลท้องถิ่นของอินโดนีเซียเองไม่ถึงร้อยละ 20 (ศรีกานต์ พลมณี, รายงานการศึกษาส่วนบุคคล, อ้างแล้ว.)

<sup>3</sup> ชาวในสื่อมวลชนอินโดนีเซียที่เกี่ยวกับเรื่องนี้ อาทิ Theresia Sufa, “Pursuing its pious distinction, Bogor hosts halal festival”, *The Jakarta Post*, 28 June 2011. (<http://www.thejakartapost.com/news/2011/06/28/pursuing-its-pious-distinction-bogor-hosts-halal-festival.html>)

(และ MUI) จะรับฟังและยินยอมตามประเทศไทย (ซึ่งมีชาวมุสลิมเป็นเพียงชนกลุ่มน้อย) ไปเสียทั้งหมด ก็อาจเป็นไปได้ยาก เพราะแม้แต่กับมาเลเซียที่เป็นประเทศมุสลิมด้วยกัน ก็ยังมีการแก่งแย่งชิงดีชิงเด่นกันในวงการศาสนาอิสลามและวงการฮาลาล<sup>4</sup> และเท่าที่ผ่านมา ก็ต้องถือว่า ฝ่ายอินโดนีเซียได้โอนอ่อนผ่อนปรนตามคำร้องขอของฝ่ายไทยด้วยความเห็นอกเห็นใจในระดับหนึ่ง ด้วยการยอมให้การรับรอง 2 ใน 3 ประเภทแล้ว

ในกรณีของการรับรองฮาลาลต่อสินค้าประเภทสิ่งปรุงแต่งรสและกลิ่นที่ยังเป็นปัญหาอยู่ และภาครัฐไทยได้หยิบยกขึ้นกับภาครัฐอินโดนีเซียเป็นระยะๆ นั้น ในทางเทคนิคก็ยังมีประเด็นที่ MUI อาจตั้งข้อสงสัยได้จริงๆ ว่า สารปรุงแต่งกลิ่นรสบางอย่างนั้น อาจจะมาจากระบวนการที่น่าสงสัยว่าจะฮาลาลหรือไม่ (เช่น อาจมีแอลกอฮอล์หรือสารเจือปนจากสุกรเข้ามาเกี่ยวข้อง) จึงต้องขอตรวจสอบสินค้าฮาลาลไทยประเภทนี้ซ้ำอีก แต่ก็มีการสันนิษฐานภายในฝ่ายไทยกันเอง (โดยไม่ได้ระบุชี้ชัด) ด้วยว่า นอกจากเหตุผลทางเทคนิคโดยแท้แล้ว การที่ MUI มีรายได้ส่วนหนึ่งจากการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมตรวจสอบและรับรองฮาลาล (อันเป็นระบบที่คล้ายกับการตรวจสอบและรับรองฮาลาลของไทยเอง และของอีกหลายประเทศ) นั้น อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ MUI ไม่เต็มใจที่จะเสียสละอำนาจในการตรวจสอบและรับรองฮาลาลในตลาดอินโดนีเซีย หากต้องไปร่วมรับรองตราฮาลาล ของต่างประเทศหรือไม่ เพราะจะมีผลทำให้ MUI เสียรายได้ส่วนหนึ่งไปเอง<sup>5</sup> ทั้งนี้ ยังไม่ต้องกล่าวถึงความเกี่ยวข้องกับบนโยบายของรัฐบาลอินโดนีเซียระยะหลัง ที่พยายามจะเสริมสร้างการผลิตเพื่อให้อุปโภคบริโภคภายในประเทศ และพยายามลดการนำเข้าสินค้ารวมทั้งสินค้าอาหารจากต่างประเทศ อันอาจนำไปสู่ความพยายามใช้มาตรการกีดกันการค้าต่างๆ เท่าที่จะทำได้ และอาจรวมไปถึงการอ้างเหตุผลด้านมาตรฐานฮาลาล (และมาตรฐานอื่นๆ เช่นมาตรฐานสุขอนามัย) ในการกีดกันดังกล่าวด้วย

ไม่ว่าเหตุผลที่แท้จริงของฝ่ายอินโดนีเซียในเรื่องนี้จะเป็นเช่นไรก็ตาม หากพิจารณาในขั้นสุดท้ายแล้ว ผู้ศึกษา ก็เห็นพ้องกับความเห็นของเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา<sup>6</sup> ว่า ควรจะถือว่า

<sup>4</sup> นายทรงศักดิ์ สายเชื้อ อัครราชทูตสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ แจ้งที่ประชุมหารือภายในระหว่างหน่วยงาน ไทยในเรื่องฮาลาล เมื่อวันที่ 5 เมษายน 2555 ว่า ประเด็นการกีดกันการค้าของประเทศต่างๆ ยังเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกสินค้าฮาลาล แม้แต่ระหว่างมาเลเซียและอินโดนีเซีย สินค้าหลายชนิดของมาเลเซียก็ยังไม่สามารถส่งออกไปยังอินโดนีเซียได้ (โทรเลขกระทรวงการต่างประเทศ ถึงสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ สำเนาถึงสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ที่ 1302/274/2555 ลงวันที่ 12 เมษายน 2555)

<sup>5</sup> ประเด็นเรื่องรายได้ของ MUI เองบางส่วนมาจากการตรวจสอบและรับรองฮาลาลนั้น ข้อมูลส่วนหนึ่งได้จากคำให้สัมภาษณ์ของ รศ.ดร. วินัย คะห์ลัน ต่อศรிகานต์ พลมณี (ศรிகานต์ พลมณี, เพิ่งอ้าง).

<sup>6</sup> นายธนชาติ อุปัติศฤงค์, เอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา, สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2555.

กระบวนการตรวจสอบและรับรองฮาลาลของประเทศไทย มีขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในประเทศไทยที่เป็นมุสลิม กล่าวคือเพื่อที่พี่น้องชาวไทยมุสลิมในประเทศจะได้บริโภคสินค้าได้ด้วยความสบายใจว่าไม่ผิดศาสนบัญญัติ ส่วนกระบวนการตรวจสอบรับรองฮาลาลของประเทศอินโดนีเซียนั้น ก็ต้องถือว่าเป็นอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงของหน่วยงานของอินโดนีเซียเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคที่เป็นชาวมุสลิมในประเทศของตน ตามกฎหมายและกฎระเบียบของอินโดนีเซีย ซึ่งผู้ประกอบการไทยที่จะเข้ามาในตลาดอินโดนีเซียก็ควรเคารพและปฏิบัติตาม

ผู้ศึกษาเห็นว่า หากต่อไป กฎหมายอินโดนีเซียมีความชัดเจนมากขึ้น และมีผลบังคับในทางปฏิบัติให้ผู้ประกอบการไทยต้องนำสินค้าของตนไปผ่านกระบวนการรับรองของ MUI ก็ควรต้องเป็นไปตามนั้น ถือเป็นต้นทุนที่ต้องจ่าย เช่นเดียวกับการนำสินค้าไปผ่านการตรวจมาตรฐานอาหารและยานั่นเอง ซึ่งการคำนวณความคุ้มค่าทางธุรกิจในการนำสินค้าเข้ามาในตลาดประเทศนี้ ภาคเอกชนก็จะต้องนำต้นทุนส่วนนี้ไปพิจารณาเองด้วย

กรณีตัวอย่างที่น่านำมาพิจารณาเทียบเคียงได้ คือ บริษัทผลิตอาหารชั้นนำระดับโลก Nestlé ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองโลซานน์ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ และส่งออกสินค้าอาหารไปทั่วโลก ในกรณีอินโดนีเซีย Nestlé ได้พิจารณาตลาดอินโดนีเซียในเชิงธุรกิจแล้ว เห็นว่ามีความคุ้มค่าที่จะส่งออกมายังตลาดนี้ จึงได้ยินยอมดำเนินการผ่านขั้นตอนตามระเบียบต่างๆ ของฝ่ายอินโดนีเซียแต่โดยดี รวมทั้งการขอรับการตรวจสอบจาก อย. อินโดนีเซียและการขอรับการตรวจสอบกระบวนการผลิตฮาลาลจาก LPPOM-MUI ด้วย (อนึ่ง น่าสังเกตด้วยว่า ทั้งๆ ที่บริษัท Nestlé เองก็มีศูนย์การผลิตสินค้าของตนที่มาเลเซียอยู่ด้วย และผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ผลิตในมาเลเซียก็ได้รับการรับรองฮาลาลจากทางการมาเลเซียในการจำหน่ายในประเทศนั้นแล้ว แต่บริษัท Nestlé ก็มีได้เก็งงอนที่จะมาขอรับการตรวจและรับรองฮาลาลจากทางการอินโดนีเซียอีก สำหรับการจำหน่ายสินค้าของบริษัทในประเทศอินโดนีเซีย) ทั้งนี้ ธรรมชาติที่ Nestlé ใช้ เป็นการพิจารณาจากมุมมองเชิงธุรกิจของบริษัทและยอมรับความเป็นจริงในการประกอบธุรกิจในแต่ละประเทศโดยแท้และไม่ปรากฏว่ารัฐบาลสวิสได้เข้ามาเกี่ยวข้อง อีกทั้งไม่ได้มีการนำไปเชื่อมโยงประเด็นเข้ากับการผลักดันหรือการพยายามเรียกร้องให้ทางการอินโดนีเซียต้องรับรองตราฮาลาลของสวิสด้วย (หากฝ่ายสวิสมีหน่วยงานทางการระดับชาติรับรองมาตรฐานฮาลาลของตนอยู่ ซึ่งโดยข้อเท็จจริงก็ไม่

ปรากฏว่ามี) เลข<sup>7</sup>

อันที่จริงถ้าถือตามแนวคิดของ Porter อย่างตรงไปตรงมา และพิจารณาตลาดสินค้าฮาลาล ในอินโดนีเซียว่าเป็น Niche Market ที่มีความต้องการพิเศษเฉพาะ เหมาะกับการดำเนินกลยุทธ์ Focus แล้ว สิ่งที่ภาคเอกชนไทยต้องทำก็คือ ตอบสนองต่อความต้องการพิเศษเฉพาะนั้น กล่าวคือ เสนอสินค้าที่มีความเป็นฮาลาล ตามที่ตลาดนี้กำหนด คือความเป็นฮาลาลที่ผู้บริโภคมุสลิม อินโดนีเซียยอมรับ ซึ่งหากจะหมายถึงการต้องไปผ่านการรับรองฮาลาลจาก MUI ก็ควรต้องทำ มากกว่าจะพยายามขัดแย้งความเป็นฮาลาลที่อ้างอิงมาจากประเทศไทย ซึ่งอาจจะไม่ตอบสนองต่อ Niche Market ดังกล่าว

#### 4.3 ข้อเสนอเกี่ยวกับการดำเนินการต่อไป

หากเป็นนโยบาย รัฐบาลก็ยังคงสามารถผลักดันกับรัฐบาลอินโดนีเซีย ขอให้ MUI พิจารณารับรองตราฮาลาลของ สกอท. ของไทยอีก 1 ประเภทที่ยังไม่ได้รับการยอมรับในขณะนี้ ได้ต่อไป แต่ฝ่ายไทยก็ควรจะต้องตระหนักด้วยว่า อาจจะไม่ง่ายในทางปฏิบัติที่ฝ่ายอินโดนีเซียจะเห็นพ้องยอมตามไทยเสียทั้งหมด ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว

ขณะเดียวกัน ภาครัฐอาจส่งเสริมขยายความร่วมมือระหว่างกัน ในด้านที่เป็นจุดเด่นของ ไทย คือ วิทยาศาสตร์ฮาลาล ต่อไปจากที่มีความร่วมมือกันอยู่บ้างแล้ว เพื่อหวังผลระยะยาวในการ โน้มน้าวให้ MUI เชื่อมมั่นในกระบวนการรับรองฮาลาลของไทยมากขึ้นต่อไป หรือให้ MUI หันมาใช้วิทยาการของไทยในกระบวนการตรวจสอบของ MUI เอง ซึ่งหากเป็นไปได้ อย่างน้อยก็จะเป็น การสร้างความคุ้นเคยแก่ผู้ประกอบการไทยต่อกระบวนการตรวจสอบของอินโดนีเซียที่จะใช้

<sup>7</sup> เว็บไซต์ของบริษัท Nestlé Indonesia (ภาษาอินโดนีเซีย) ระบุชัดเจนว่า ผลิตภัณฑ์ Nestlé ที่วางขายใน อินโดนีเซียทุกชนิด ได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบและรับรองฮาลาลของ LPPOM-MUI ตามระเบียบของฝ่าย อินโดนีเซียแล้ว โปรดดู <http://www.nestle.co.id/ina/tentangnestle/faq/Pages/FAQ.aspx> (คำถามข้อสุดท้าย) ทั้งนี้ เว็บไซต์ของบริษัทฯ ไม่ได้มีการกล่าวถึงกระบวนการรับรองฮาลาลของฝ่ายสวิสเองเลย และไม่มีการกล่าวถึง แม้กระทั่งการรับรองฮาลาล มาเลเซียที่บริษัทในเครือเดียวกันได้จากทางการมาเลเซียด้วย เว็บไซต์ของ Swiss Broadcasting Corporation สำนักข่าวของสวิสเซอร์แลนด์เอง ([www.swissinfo.ch](http://www.swissinfo.ch)) ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า เฉพาะในปี คศ. 2008 บริษัท Nestlé ทำรายได้จากการจำหน่ายสินค้าฮาลาลทั่วโลกได้ถึง 5.3 พันล้านสวิส ฟรังก์ หรือประมาณ 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เว็บไซต์ดังกล่าวให้ข้อมูลด้วยว่า ในสวิสเซอร์แลนด์ไม่ได้มีระบบการรับรองและให้ ตราฮาลาล “แห่งชาติ” เพียงระบบเดียวเหมือนระบบของไทยหรือของอินโดนีเซีย แต่มีประมาณ 100 ตรา หลาย ตราออกและรับรองโดยองค์กรมุสลิมต่างๆ ในประเทศยุโรปอื่นๆ แต่ใช้ในสวิสเซอร์แลนด์ด้วย ([http://www.swissinfo.ch/eng/Specials/Islam\\_and\\_Switzerland/News\\_and\\_views/Questions\\_raised\\_over\\_labelling\\_of\\_halal\\_meat.html?cid=8529974](http://www.swissinfo.ch/eng/Specials/Islam_and_Switzerland/News_and_views/Questions_raised_over_labelling_of_halal_meat.html?cid=8529974))

มาตรฐานเดียวกับไทย และน่าจะช่วยให้สินค้าฮาลาลไทยได้รับการรับรองจาก MUI ได้ง่ายขึ้น  
 หนึ่งภาครัฐอาจพิจารณาต่อยอดหรือส่งเสริมการดำเนินการของศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลของไทย ซึ่ง  
 ได้ส่งคณะผู้แทนเดินทางไปพบหารือกับ MUI หลายครั้ง แต่มิใช่เจรจาให้ MUI ยอมรับตราฮาลาลของไทย  
 แต่ในขั้นนี้เป็นการเจรจาขอให้ MUI ยอมรับกระบวนการตรวจสอบพิสูจน์ฮาลาลของไทย กล่าวคือ  
 สินค้าอาหารที่ได้รับตราฮาลาลจากไทยแล้วตามกระบวนการ หากต้องการวางจำหน่ายในอินโดนีเซีย  
 ก็ยังคงต้องยื่นขอตราฮาลาลจาก MUI อยู่ เพียงแต่ให้ MUI ยอมรับในกระบวนการตรวจของไทย และ  
 ไม่ต้องตรวจใหม่อีก ซึ่งจะช่วยลดขั้นตอนและเวลาลงไปได้ส่วนหนึ่ง<sup>8</sup>

นอกจากนั้น ภาครัฐควรผลักดันให้ฝ่ายไทยเองเร่งสร้างความเป็นเอกภาพในระบบต่างๆ  
 ที่เกี่ยวกับฮาลาลของไทย เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของกระบวนการรับรองฮาลาลของไทยเองใน  
 สายตาอินโดนีเซียด้วย

ในส่วนของผู้ประกอบการไทยนั้น ผู้ประกอบการไทยอาจขยายโอกาสของตนและเร่ง  
 พัฒนา Competitive Advantage ด้วยการพิจารณาสร้างความโดดเด่นด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะแข่ง  
 ได้ในตลาดโลก และสร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคอินโดนีเซีย เช่น รักษาปัจจัยที่เป็นความโดดเด่นของ  
 สินค้าไทยไว้ สร้างความแตกต่างในเชิงคุณภาพเพื่อกำหนด premium price อีกทั้งควรให้  
 ความสำคัญกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้นำเข้าหรือผู้กระจายสินค้าชาวอินโดนีเซียเองใน  
 ท้องถิ่นที่เชื่อถือได้ หรืออาจพิจารณาความเป็นไปได้ในการเข้ามาร่วมลงทุนทำธุรกิจฮาลาลใน  
 อินโดนีเซีย ซึ่งในทางปฏิบัติ หุ่นส่วนชาวอินโดนีเซียอาจสามารถช่วยเหลือหากเกิดปัญหาจากความ  
 ไม่แน่นอนหรือไม่ชัดเจนในการดำเนินการตามระเบียบของภาครัฐของอินโดนีเซีย และน่าจะช่วย  
 บรรเทาปัญหาโอกาสการถูกกีดกันทางการค้าลงได้ ในกรณีนี้ ภาครัฐไทยอาจช่วยสนับสนุนส่งเสริม  
 เรื่องการประสานงาน ช่วยจับคู่พันธมิตรธุรกิจกับภาคเอกชนท้องถิ่นที่น่าไว้วางใจ ประชาสัมพันธ์  
 เชิงภาพลักษณ์ของอาหารไทย และช่วยเหลือแนะนำเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับตลาดอินโดนีเซีย รวมทั้ง  
 แนะนำในเรื่องการติดต่อและดำเนินการตามระเบียบของทางการอินโดนีเซียให้ภาคธุรกิจไทยได้

ทั้งนี้ ตามแนวคิดของ Porter ในการดำเนินการต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ  
 แข่งขันของประเทศนั้น ภาคเอกชนควรจะเป็นผู้เล่นหลัก และภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทส่งเสริมเพียง  
 เท่าที่จำเป็นเท่านั้น และน่าจะปล่อยให้กระบวนการต่างๆ เป็นไปในเชิงธุรกิจ (business-driven) ให้

<sup>8</sup> นายรองวุฒิ วีรบุตร, ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา (หัวหน้าฝ่ายเศรษฐกิจ), สัมภาษณ์.

มากที่สุด<sup>9</sup> ในบริบทของอาหารฮาลาลในอินโดนีเซียนั้น ภาครัฐไทยควรจำกัดบทบาทเพียงคอยดูแลป้องกันมิให้ทางอินโดนีเซียอ้างเรื่องฮาลาลจนถึงขั้นที่จะเป็นอุปสรรคทางการค้าแบบ Non Tariff Barriers (NTBs) ได้ ซึ่งหากมีปัญหาเกิดขึ้นเช่นนั้นจริง ก็ต้องดำเนินการตามกระบวนการแก้ไขข้อพิพาททางการค้าในระดับรัฐต่อรัฐ หรือในช่องทางขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization - WTO) ต่อไป

ภาครัฐอาจเล่นบทบาทที่เป็นความรับผิดชอบโดยตรงของตน คือ สร้างเสริมความสัมพันธ์ทวิภาคีที่ดีในระดับการเมือง และอำนวยความสะดวกในการพัฒนาพันธมิตรระหว่างธุรกิจไทยกับธุรกิจอินโดนีเซีย ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาด ส่งเสริมความพร้อมของผู้ประกอบการ ส่งเสริมการติดต่อและความร่วมมือทางวิชาการและทางศาสนากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งในการหารือทวิภาคีระดับผู้นำครั้งล่าสุด (วันที่ 1 มิถุนายน 2555) นายกรัฐมนตรีได้เสนอต่อประธานาธิบดีอินโดนีเซียให้มีความร่วมมือเกื้อกูลกันด้านฮาลาล โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านวิทยาศาสตร์ฮาลาล ข้อมูลด้านอุตสาหกรรมฮาลาล รวมทั้งการแลกเปลี่ยนการเยือนระหว่าง MUI กับ สกอท. และประธานาธิบดีอินโดนีเซียก็ตอบรับแล้วว่ายินดีที่จะร่วมมือกับไทย ในขั้นนี้จึงขึ้นอยู่กับหน่วยงานในระดับปฏิบัติทั้งสองฝ่าย ที่จะนำเอาเจตนารมณ์ของผู้กำหนดนโยบาย ไปดำเนินการต่อเนื่องให้เป็นผลต่อไป

---

<sup>9</sup> ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นายรองวุฒิชัย พบว่า ภาคเอกชนไทยที่ไปประกอบธุรกิจในอินโดนีเซียอยู่แล้ว มีความคาดหวังเพียงจะให้ภาครัฐมีบทบาทช่วยอำนวยความสะดวกในด้านการค้าการลงทุน และไม่ควรถูกเข้ามายุ่งเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจใดๆ โดยภาคเอกชนไทยจะร้องขอความช่วยเหลือจากภาครัฐไทยก็ต่อเมื่อได้รับความไม่เป็นธรรมจากภาครัฐอินโดนีเซีย เป็นส่วนใหญ่

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ. ศัพท์น่ารู้ที่เกี่ยวข้องกับชาวไทยมุสลิม. กรุงเทพฯ: บริษัทออฟเซต จำกัด, 2553.

วินัย คะห์ลัน. รुकตลาดอาหารฮาลาลโลก. กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ, 2551.

### บทความ

Michael E. Porter. “The Competitive Advantage of Nations”. Harvard Business Review. March-April 1990.

### เอกสารราชการ

เอกสารราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของกระทรวงการต่างประเทศ และสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา. (รายละเอียดปรากฏในเชิงอรรถเมื่อมีการอ้างถึง).

Lembaga Pengajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika - Majelis Ulama Indonesia (สถาบันวิจัยอาหาร ยา และเครื่องสำอางของ MUI หรือ LPPOM-MUI). General Guidelines of Halal Assurance System LPPOM-MUI. Jakarta: LPPOM-MUI, 2008.

### อื่นๆ

ศริกานต์ พลมณี. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง การเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าฮาลาลของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ., 2553.

สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2553-2557). กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม, 2552.

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช. 8400-2550 อาหารฮาลาล. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2550 (ต่อมาเมื่อปี 2552 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้แก้ไขชื่อมาตรฐานเป็น “มาตรฐานสินค้าเกษตร” และแก้ไขชื่อย่อเป็น “มกษ”).

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา. ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลในประเทศอินโดนีเซีย. กรุงจาการ์ตา: สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา กระทรวงพาณิชย์, (8 กุมภาพันธ์ 2554).



อังสนา สีหพิทักษ์. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง ตลาดสินค้าอาหารของโรมานิยมกับโอกาส  
ส่งออกของไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์ วโรปการ กระทรวงการ  
ต่างประเทศ, 2553.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
มาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ

**มาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ (เปรียบเทียบกับมาตรฐานอุตสาหกรรมอาหารทั่วไป)**  
สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

มาตรฐานอาหารฮาลาล เป็นระบบเชิงบูรณาการ (Integrated Standard System) โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอด "สายโซ่การผลิต" จะต้อง "ฮาลาล" คือถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่ง "ฮารอม" คือสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนาอิสลาม อาทิวัตถุพิษ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ (ตอยยิบ) ซึ่งระบบการจัดการความปลอดภัยในการผลิตอาหารทั้งระบบ GMP, HACCP และระบบการบริหารคุณภาพ (ISO) จึงเป็นเรื่องสอดคล้องกับหลักการมาตรฐานอาหารฮาลาล จะแตกต่างกันในหลักการสำคัญคือ มาตรฐานอาหารฮาลาลจะต้องยึดถือความถูกต้องและคุณค่าตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ส่วนมาตรฐานสากลยึดถือคุณค่าอาหารโดยมิจำเป็นต้องถูกต้องตามหลักการศาสนาอิสลาม

1. ผู้กำหนด	1. ผู้กำหนดมาตรฐาน
1.1 ( . . ) พระผู้เป็นเจ้าของ	1.1 องค์กรระหว่างประเทศ
1.2 ( . . )	1.2 องค์กรเอกชน
2.	2.
2.1 ( )	2.1 มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด
2.2 ( ) (สิ่งต้องห้าม)	2.2 (Q.A.)
2.3 ( )	-
-	-
- ากสารพิษและสิ่งปนเปื้อน	- คุณค่าทางโภชนาการ
- คุณค่าทางโภชนาการ	
- รักษาสิ่งแวดล้อม	
3.	3.
3.1 องค์กรศาสนาอิสลามเป็นผู้รับผิดชอบตามบัญญัติ	3.1 หน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรเอกชนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ
3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองมาตรฐานต้องเป็นมุสลิมที่ดี และมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	3.2 เจ้าหน้าที่ตรวจรับรองไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่
4.	4.
4.1 เป็นระบบเฉพาะมาตรฐานฮาลาล ซึ่งครอบคลุมทั้งความถูกต้อง ( ) ( )	4.1 เป็นระบบมาตรฐานที่แยกย่อย หลายลักษณะ เช่น มาตรฐานโรงงาน มาตรฐานการบริหารการผลิต เป็นต้น

<p>4.2 (Halal)</p> <p>5. ปัจจัยการผลิต</p> <p>5.1 วัตถุดิบ ส่วนผสมและสารปรุงแต่งที่มีที่มาซึ่งพิสูจน์ได้ว่า " " " "</p> <p>5.2 กระบวนการผลิต จะต้อง " "</p> <p>5.3 สถานที่ผลิตจะต้องสะอาดปลอดภัยจากสิ่งปนเปื้อน มีระบบป้องกันสัตว์ทุกชนิด และไม่ปะปนกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล</p> <p>5.4 เครื่องจักรเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตจะ ต้องสะอาดและไม่ได้ร่วมกับการผลิตสิ่งที่ไม่ฮาลาล</p> <p>5.5 การเก็บรักษา การขนส่ง และวางจำหน่ายจะต้องแยกสัดส่วนเฉพาะอาหารฮาลาล ไม่ปะปนกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล เพื่อป้องกันการสับสนและเข้าใจผิดของผู้บริโภค</p> <p>5.6 การล้างวัตถุดิบ หรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตอาหารที่ไม่ฮาลาลมาก่อน จะต้องล้างให้สะอาดตาม</p> <p>6.</p> <p>6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาลควรเป็นมุสลิม หากมิใช่มุสลิม จะต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ฮาลาล ในขณะที่ผลิตอาหารฮาลาล เช่น เนื้อสุกร เลือด แอลกอฮอล์ หรือสุนัข</p> <p>6.2 พนักงานเชือดสัตว์ต้องเป็นมุสลิม มีสุขภาพจิตสมบูรณ์ ไม่เป็นโรคที่สังคมรังเกียจและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเชือดสัตว์ ตามบัญญัติศาสนาอิสลาม</p>	<p>4.2 ชื่อระบบมาตรฐานมีหลากหลาย เช่น มกค. GMP, ISO, HACCP</p> <p>5. ปัจจัยการผลิต</p> <p>5.1 เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม โดยไม่คำนึงว่าฮาลาลหรือไม่</p> <p>5.2 การล้างวัตถุดิบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ผลิตมุ่งเน้นความสะอาดเป็นสำคัญ</p> <p>6.</p> <p>6.1 พนักงานที่ผลิตอาหารฮาลาล ไม่จำเป็นต้องเป็นมุสลิม</p> <p>6.2 พนักงานเชือดสัตว์ ไม่จำเป็นต้องเป็น</p>
--	--

\* (สืบค้นจาก เว็บไซต์สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ที่

<http://www.acfs.go.th/halal/index.php> เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2555)

ทั้งนี้ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้กำหนดมาตรฐานอาหารฮาลาลของไทย รวมทั้งมาตรฐานเกี่ยวกับกระบวนการเชือดสัตว์ ไว้อย่างละเอียดแล้ว คือ “มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกคช. 8400-2550 อาหารฮาลาล” (Thai Agricultural Commodity and Food Standard Halal Food TACFS 8400-2007) ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับประกาศและงานทั่วไป เล่ม 124 ตอนพิเศษ 78 ง. วันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2550 ในฐานะมาตรฐานแบบสมัครใจระดับประเทศ (ต่อมาเมื่อปี 2552 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์แก้ไขชื่อมาตรฐานเป็น “มาตรฐานสินค้าเกษตร” และแก้ไขชื่อย่อเป็น “มกช”) ซึ่งผู้สนใจสามารถสืบค้นและบันทึก (download) เอกสารต้นฉบับได้จากเว็บไซต์เดียวกัน

หรืออาจค้นหาโดยย่อของมาตรฐานดังกล่าวได้ ตามที่ รศ.ดร. วินัย คะห์ลัน ผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลได้สรุปไว้ว่า “ตามศาสนบัญญัติอิสลามถือว่าแหล่งอาหารทั้งหมดเป็นที่อนุญาต ยกเว้นแหล่งอาหารรวมทั้งผลิตภัณฑ์และสิ่งที่ได้จากแหล่งอาหาร ต่อไปนี้ 1) สุกร หมูป่า

และสุนัข 2) งูและลิง 3) สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีเขี้ยวและกรงเล็บ เช่น สิงโต เสือ หมี และสัตว์อื่นๆ ที่คล้ายกัน 4) นกล่าเหยื่อที่มีกรงเล็บ เช่น นกอินทรี นกแร้ง และนกอื่นๆ ที่คล้ายกัน 5) สัตว์ทำลาย เช่น หนู ตะขาบ แมลงป่อง และสัตว์อื่นๆ ที่คล้ายกัน 6) สัตว์ที่ห้ามฆ่าในศาสนาอิสลาม เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน 7) สัตว์ที่น่ารังเกียจโดยทั่วไป เช่น เห็บ หมัด ไร เหา แมลงวัน หนอน และสัตว์อื่นๆ ที่คล้ายกัน 8) สัตว์ที่อาศัยอยู่ได้ทั้งบนบกและในน้ำ เช่น กบ จระเข้ เต่า และสัตว์อื่นๆ ที่คล้ายกัน 9) ลาและพ่อที่เป็นสัตว์เลี้ยงใช้งาน 10) สัตว์น้ำที่มีพิษหรือเป็นอันตรายทุกชนิด เว้นแต่พิษหรืออันตรายดังกล่าวได้ถูกกำจัดออกกระหว่างกระบวนการผลิตแล้ว 11) สัตว์บก สัตว์ปีก สัตว์ประเภทนกที่ไม่ได้ถูกเชือดถูกต้องตามศาสนาบัญญัติอิสลาม 12) เลือดที่มาจาก การเชือด หรือไหลออกจากร่างกาย 13) อาหารที่ได้จากพืชที่มีพิษ หรือทำให้มีนม หรือเป็นอันตราย เว้นแต่เมื่อสารดังกล่าวได้ถูกกำจัดออกกระหว่างกระบวนการผลิตแล้ว 14) อาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดความมีนม 15) เครื่องดื่ม แร่ธาตุจากธรรมชาติและวัตถุเคมีทุกชนิด ที่เป็นพิษและก่อให้เกิดอันตราย 16) อาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนประกอบอาหารที่ได้จากการดัดแปรพันธุกรรม (Genetically Modified Organism : GMO) จากสารพันธุกรรมของสัตว์ที่ไม่อนุญาตตามศาสนาบัญญัติอิสลาม และ 17) วัตถุเจือปนอาหารหรือส่วนผสมอาหารที่มาจากแหล่งข้างต้น” อ้างจาก วินัย คะห์ลัน, รুক্তลาดอาหารฮาลาลโลก (กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ, 2551) หน้า 179-180

ภาคผนวก ข

มาตรฐานฮาลาลของอินโดนีเซีย

ภาคผนวก ข.1

สรุปมาตรฐานฮาลาลตามที่กำหนดโดย MUI ของอินโดนีเซีย



สรุปมาตรฐานฮาลาลตามที่กำหนดโดย MUI ของอินโดนีเซีย  
(แปลสรุปโดยสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา)



RESEARCH INSTITUTE FOR FOODS, DRUGS, COSMETICS

MAJELIS ULAMA INDONESIA (INDONESIAN ULEMA COUNCIL)

---

**What is Halal?**

- Halal can be translated as permitted or allowed. When we talk about foods specifically, almost every kind of ingredients is considered as halal, except if it's specifically mentioned in the Qur'an or Hadith.

**What is Haram?**

- Haram is something Allah forbids with a strict rule. Everyone who opposes God's rule regarding haram will deal with the torment in their next life. Sometimes the people who opposes God's rule could get the consequences during their life on earth as well.

**What is Halal Certificate?**

- Halal certificate is a written fatwa which established by the Indonesian Ulema Council based on the Islamic law. Halal certificate of a product will be issued based on the result of the meeting of Fatwa Commission based on audit process conducted by the LPPOM MUI. Halal certificate is a requirement for obtaining halal labeling on product packaging from LPPOM MUI as government authorities.

**What is the purpose of the Halal Certificate?**

- Halal certification for food products, medicines, cosmetics, and other products, made to provide assurance of the halal status of a product, to calm the mind of the consumer so they can use the product without any doubts. Sustainability of the production process in 'halal' way is guaranteed by the LPPOM MUI by Halal Assurance System.

**How long is the validity period of Halal Certificate?**

- Halal certificate is valid for two years. After the validity of halal certificate expires, the manufacturers have to renew the halal certificates in accordance with halal certificate renewal procedure applicable.

#### **How to guarantee the product is “halal” after the Halal Certificate issued?**

- Firstly, the manufacturer has to prepare every requirements needed for Halal Assurance System (HAS).
- The manufacturer shall formally appoint a person or team of Halal Internal Auditor (AHI) which is responsible for ensuring the implementation of the halal production process.
- The manufacturer shall allow LPPOM to conduct observation suddenly (without prior notice).
- Make periodic reports every six months on the implementation of Halal Assurance System.

#### **How halal assurance surveillance system implemented?**

Control system is done by:

- The Company shall implement the Halal Assurance System throughout the validity period of Halal Certificate
- The Company is obliged to submit reports on internal audit every 6 (six) months after issuance of the Halal Certificate.
- Changes in materials, production processes, and other kind of changes are required to be reported and obtained permission from the LPPOM MUI.

#### **What is Halal Assurance System?**

- Halal Assurance System (HAS) is a management system developed, implemented and maintained by the halal certificate holders to maintain continuity of production processes in accordance with the provisions of halal by LPPOM MUI. The Halal Assurance System was first applied by LPPOM MUI in 2005.

#### **Halal Certification Process Terminology**

##### **Audit**

- Audit is an independent examination, systematic, and functional, to determine whether input and output activities are appropriate to the purpose.

### **Auditor LPPOM MUI**

- Auditor is the person appointed by the LPPOM MUI. The person must go through the selection process which examines competence, quality, and integrity as an auditor.  
Auditor was assigned by LPPOM MUI to inspect and act as a witness to see production activities in the company.

### **Product Audit**

- Product audit is an audit conducted on the product through examination of the production process, facilities and materials used in the production of these products.

### **Audit HAS**

- HAS audit is an audit conducted of the implementation of HAS on halal certificate holders.

### **HAS Certificate**

- HAS certificate is a written statement from the company LPPOM MUI MUI stating halal certificate holder has been implemented production proses in accordance with the provisions HAS LPPOM MUI.

### **Audit Memorandum**

- Audit Memorandum is a letter or a means of communication between LPPOM MUI and the party being audited about the audit results that require follow-up.

### **Evaluation of Audit Results**

- Evaluation Audit is an assessment of the audit by auditors meeting mechanism.

### **Halal Internal Auditor**

- Halal internal auditor is a staff/employee or a company appointed internal staff authorized by the Company's Management as a coordinator of the implementation of the HAS.

### **Fatwa**

- Fatwa is the result of *ijtihad* of the Ulema concerning the legal status of an object or product based on Islamic law. In the halal certification process, the fatwa will consider halal status of a product.

### **LPPOM MUI**

- Research Institute for Foods, Drugs and Cosmetics under Indonesian Ulema Council (LPPOM MUI), is an institution established by the MUI. Its main responsibility is to protect Muslim consumers in Indonesia in their consumption process of foods, beverages, pharmaceuticals, and cosmetics.

#### **MUI Fatwa Commission**

- MUI Fatwa Commission is one of the MUI commission in charge of providing legal advice Islam and ijihad to produce an Islamic law concerning problems which are faced by Muslims community. The membership of Fatwa commission is recruited from the member of Islamic organizations in Indonesia.

#### **Common Standard for Halal Ingredients**

- Does not contain pork or pork derivatives
- Does not contain alcohol (including wine) and its derivatives
- All animal products must be taken from slaughter house which implementing Islamic rule on its process (have to be proved by halal certification which issued by agent which registered or recognized by MUI.
- Not contain “haram” material such as carrion, blood, and body parts of human.

Summarized from LPOM MUI’s official website:

<http://www.halalmui.org>

ภาคผนวก ข.2  
รายละเอียดของมาตรฐานฮาลาลในประเทศอินโดนีเซีย  
(กำหนดโดย LPPOM-MUI)

### รายละเอียดของมาตรฐานฮาลาลในประเทศอินโดนีเซีย

กำหนดโดย สถาบันวิจัยอาหาร ยา และเครื่องสำอางของ MUI (Lembaga Pengajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika - Majelis Ulama Indonesia - LPPOM MUI) คัดจาก General Guidelines of Halal Assurance System – LPPOM MUI 2008

#### Appendix 5. HALAL GUIDELINES

##### A. Preface

In this part principle of halal and haram in Al Qur'an and Fatwa from MUI will be described.

Sources of Islamic Law:

1. Al Qur'an. It is The Holly Book of Islam. It contains philosophy, principles, and theories of Islamic laws which are work of Allah for the guidance of mankind. It mainly prescribes permanent, absolute, values and basic principles of Islamic laws.
2. Al-Hadits. It is the authentic practice of Prophet Muhammad (the saying, actions, habits, and approvals) that explain in detail the application of the Qur'anic principles.
3. Ijma Shahabat. It is the consensus of the opinion of the shahabat (companions of the prophet Muhammad based on their understanding of The Al Qur'an and Al Hadits).
4. Qiyas. It is a law making method by comparing thing with cases already explained in Al Qur'an and Al Hadits.
5. Fatwa. It is Islamic legal opinion about law status of a certain case made by Ulama (Islamic Scholars).

##### B. Meaning Of Halal Haram

1. Halal means lawful. In the case of food, most are halal except for some that are explicitly mentioned in the Al Qur'an or Hadits.
2. Haram is something prohibited by God Almighty. People who deliberately ignore what is not allowed will face God's punishment in the life hereafter. Some even face Islamic law sanctions in life.

##### C. Principles On Halal And Haram Status

1. Everything is halal unless explicitly forbidden

2. Only Allah has the right to legislate for man
3. Prohibiting halal and permitting haram is unlawful
4. Haram is always associated with what is bad and harmful
5. There is always a better substitute in halal for that which is haram
6. Anything that leads to haram is considered haram
7. It is haram to declare something halal when it is manifestly haram
8. Good intentions do not justify committing haram
9. One should guard oneself against matters that are on the borderline between halal and haram
10. In extreme circumstances, haram is permissible within certain limits.

#### **D. Halal And Haram in Al Qur'an**

1. Al-Baqarah 168 : “ O ye people !Eat of what is on earth. Lawful and good; and do not follow the footsteps of the evil one for he is to you and avowed enemy.”

2. Al Baqarah 172-173 : “O ye who believe ! Eat of the good things that we have provided for you and grateful to Allah, If it is Him ye worship. He hath only forbidden you dead meat, and blood, and flesh of swine, and that on which any other name hath been invoked besides that of Allah.”

3. Al-Anam 145 : “ Say : I find not in the message received by me by inspiration any (meat) forbidden to be eaten by one who wishes to eat it, unless it be dead meat, or blood poured forth, or the flesh of swine ---for it is a abomination – or what is impious, (meat) on which a name has been invoked other than Allah. But (even so), if a person is forced by necessity, without willful disobedience. Or transgressing due limits---thy Lord is oft-forgiving, Most Merciful”.

4. Al-Maidah 3 : “Forbidden to you (for food) are : dead meat, blood, the flesh of swine, and that on which hath been invoked the name of other than Allah. That which hath been killed by strangling, or by violent blow, or by a headlong fall, or by being gored to death, that which hath been (partly) eaten by a wild animal, unless ye are able to slaughter it (in due form); that which is sacrificed on stone (altars); (forbidden) also is the division (of meat) by raffling with arrows: that is impiety.”

5. Al Maidah 90 – 91 : “ O ye who believe! Intoxicants and gambling, (dedication of) stones, and (divination by) arrows, are an abomination of satan’s plan is (but) to excite enmity and hatred between you, with intoxicants and gambling, and hinder you from remembrance of Allah, and from prayer; will ye not then abstain ? “.

6. Al Maidah 96 : “Lawful to you is the pursuit of water-game and its use for food—for the benefit of yourselves and those who travel : but forbidden is the pursuit of land game ---as long as ye are in the scared Precincts or in pilgrim garb. And fear Allah, to whom ye shall be gathered back”.

7. Al A’raf 157 :”... he allows them lawful what is good (and pure) and prohibited them what is bad (and impure) ....”

#### **E. Fatwa (Islamic Legal Opinion) Of MUI For Materials And Production Process (No. 4/2003)**

##### 1. *Khamr*

- a. Anything that is intoxicating is considered as khamr (alcohol drink).
- b. Drinks containing a minimum of 1 % ethanol is categorized as khamr
- c. Drinks categorized as khamr is najis (filth)
- d. Drinks those are produced through fermentation process containing less than 1 % ethanol is not categorized as khamr but is haram for consumption.

##### 2. *Ethanol*

- a. Ethanol produced by non khamr industry is not najis (pure)
- b. Using of pure ethanol which is produced by non khamr industry is :
  1. Mubah (allowed), if it is not detected in the finished product.
  2. Haram (prohibited) if it is detected in the finished product.
- c. Using of ethanol produced by khamr industry in food production is haram

##### 3. *By product of khamr industry*

- a. Fusel oil as by product of khamr industry is haram and najis.
- b. Fusel oil which is not by product of khamr industry is halal and not najis.



c. Component that is physically separated from fusel oil as by product of khamr industry is haram.

d. Component that is physically separated from fusel oil as by product of khamr industry and than chemically reacted to be a new compound is halal.

d. Vinegar is halal.

e. Yeast separated from khamr and washed to remove taste, smell and colour of khamr is halal.

#### 4. *Flavor Imitating Haram Product*

Flavor using the name and having sensory profile of a haram product, like rhum flavor, pork flavor, etc. could not be halal certified although ingredients used are halal.

#### 5. *Microbial Product*

a. Microbes which grow on and halal growth media are halal and which grow on haram growth media are haram.

b. Microbial consumer products which use haram and najis materials on its growth media in all production steps (refreshing scale, pilot plant scale and production stage) are haram.

c. Consumer products containing microbial products which grow on non halal media are haram

d. Consumer products containing microbial product must be traced back to initial growth media of the microbes.

#### 6. *Use of Sharing Facility*

a. Facility that has been used to produce product containing pork must be cleansed seven times by water and once of them by dust or its substitute that has similar cleaning power.

b. Facility must not be alternately used for producing pork and non pork products.

### **F. Several Examples of Critical Materials**

#### 1. *Meat*

Meat of halal animals could become haram if the animal is slaughtered not according to the Islamic law. Critical points in slaughtering process are as follows.

i. Slaughter men must be devoted Muslims who daily practice the Islamic rites.

ii. Stunning process should not cause death of animal before slaughtered.

iii. Knife must be sharp.

iv. In the post slaughtering process, animal should be completely dead before next process begins and blood should be completely drained.

Imported meat should be supported by following documents or conditions:

- i. Halal certificate from a halal certification body approved by LPPOM MUI.
- ii. Shipment and other supporting documents such as shipping documents, health documents, etc.
- iii. Halal Certificate should conform to other documents.
- iv. The documents should conform to physical conditions, such as packaging and label.
- v. Document must have correct lot number, plant number, date of slaughtering, etc.

## 2. *Animal Derivatives*

Animal Derivatives are halal if they are derived from halal animals slaughtered according to the Islamic law, not derived from blood and not contaminated by haram (unlawful) and najis (impure) materials. Following are examples of animal derivatives or materials that could be derived from animal derivatives:

- i. Fat
- ii. Protein
- iii. Gelatin
- iv. Collagen
- v. Fatty Acid and its derivatives(E430 – E436)
- vi. Salts or esters of fatty acid (E470-E495)
- vii. Glycerol/glycerin (422)
- viii. Amino acid (examples : cysteine, phenylalanine, etc.)
- ix. Edible bone phosphate (E521)
- x. Di/Tricalcium Phosphate
- xi. Blood plasma
- xii. Globulin concentrate
- xiii. Fibrinogen
- xiv. Microbe growth media (example : blood agar)
- xv. Hormone (example : insulin)

- xvi. Enzyme from pig/cow pancreas (amylase, lipase, pepsin, tripsin)
- xvii. Taurine
- xviii. Placenta
- xix. Milk products and their derivatives and their by products which are processed by enzyme (example : cheese, whey, lactose, caseine/caseinate)
- xx. Several vitamins (examples: A, B6, D, E)
- xxi. Activated Carbon
- xxii. Bristle

### 3. *Vegetable Products*

Materials derived from vegetable are basically halal but if processed with additives and/or processing aids those are not halal, they become not halal. Therefore it is necessary to know the production process, the additives and the processing aid used in the making of vegetable products. Following are examples of vegetable materials that might have critical points:

- i. Wheat flour could be enriched by vitamins, among them B1, B2 and folic acid.
- ii. Oleoresin (Chili, spices, etc) may contain emulsifiers (examples: polysorbate/ tween & monooleat glycerol that might be derived from animals)
- iii. Soybean lecithin could be produced by using phospholipase in the production process to improve its function.
- iv. Hydrolyzed Vegetable Protein (HVP) could be produced by using enzyme in hydrolysis process.

### 4. *By products of Alcoholic Drink Industry and their Derivatives*

By products of alcoholic drink industry and their derivatives are haram if they are only physically separated from the product but if they are chemically reacted to be a new compound they become halal. Example of by products of alcoholic drink industry and their derivatives are:

- i. Cognac oil (by product of cognac/brandy distillation)
- ii. Fusel oil (by product of distilled beverages and their derivatives, such as isoamyl, isobutyl and propyl alcohol, acetaldehyde, 2,3 butanediol, acetone, diacetyl, etc.)
- iii. Brewer yeast (by-product of beer industry)

iv. Tartaric acid (by product of wine industry)

### 5. *Microbial Product*

Status of microbial product could be haram if it belongs to the following categories:

- i. Alcoholic drinks (khamr) and their by products
- ii. Microbial products grow on media containing haram materials such as blood, peptone from haram source or produce by using enzyme from haram source.
- iii. Microbial products using enzymes of haram materials in their production process.
- iv. Microbial products using haram additives or processing aid in their production process, such as antifoams derived from lard, glycerol or other similar substances.
- v. Microbial recombinants genes derived from haram materials. Examples are as follows :

- 1) .-amilase enzymes and protease resulting from *Saccharomyces cereviceae* recombinants with genes from animal tissues.
- 2) Insulin hormones resulting from *E.coli* recombinants and genes from pig pancreas tissues.
- 3) Human growth hormones resulting from *E. coli* recombinants.

### 6. *Other Derivatives*

The following are examples of other additives those often become critical points :

- i. Aspartame (made of amino acid fenilalanin and aspartic acid)
- ii. Natural colorings
- iii. Flavors
- iv. Seasonings
- v. Vitamin coatings
- vi. Emulsifiers and stabilizers
- vii. Antifoams
- viii. Etc.

ภาคผนวก ค  
ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลในประเทศอินโดนีเซีย

## ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลในประเทศอินโดนีเซีย

(รายงานจากสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา)

สินค้าอาหารฮาลาล หมายถึง อาหารที่ไม่มีส่วนผสมขององค์ประกอบและวัตถุดิบต่างๆ ที่เป็นที่ต้องห้ามหรือขัดกับหลักการและกฎหมายของอิสลาม (Islamic Law) หรือเรียกว่า Haram Food/ Material และไม่เป็นอาหารที่เป็นที่ต้องห้ามของชาวมุสลิม (หมู แอลกอฮอล์ สัตว์ที่ตายแล้ว ร่างกายมนุษย์) รวมทั้งเป็นอาหารที่มีขบวนการและวิธีการผลิตที่ขัดกับหลักการและกฎหมายของอิสลาม เช่น สัตว์ที่มีได้ผ่านการเชือด และสัตว์ที่ผ่านการเชือดอย่างไม่ถูกต้องตามหลักกฎหมายอิสลาม ทั้งนี้ ส่วนผสมที่เป็นสิ่งต้องห้ามจะรวมถึง สารต่างๆ ที่ได้จากส่วนประกอบของสัตว์ต้องห้าม โดยเฉพาะจากหมู เช่น กระดูก เลือด ไขมัน หนัง เครื่องใน โดยมีรายละเอียดของสิ่งต้องห้าม (Haram Food/Material) เนื่องจาก ปัจจุบันมีการผลิตเจลาตินจากหนังหมู เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการผลิตกัมมันต์ และส่วนประกอบของไอศกรีม โยเกิร์ต ลูกอม เจลลี่ แคลปซูลอาหาร และยา เครื่องสำอาง ไม้กรอก ซึ่งหากไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานอิสลามก็ไม่ถือว่าเป็นอาหารฮาลาล

### 1. โอกาสทางการตลาด

#### 1.1 ขนาดของตลาดอาหารฮาลาล

ปัจจุบัน ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลของอินโดนีเซียมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ต่อปี ทั้งในด้านการผลิตและการบริโภค เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นตลาดใหญ่มีประชากรประมาณ 240 ล้านคน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 2,900 เหรียญสหรัฐ และประชากรร้อยละ 80 นับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้น สินค้าอาหารฮาลาลที่อินโดนีเซียผลิตเองได้ และนำเข้าประมาณร้อยละ 90 จะเป็นสินค้าอาหารฮาลาล นอกจากนี้กำลังซื้อของผู้บริโภคก็มีแนวโน้มสูงขึ้น ตามความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (ปี 2009 อัตราการขยายตัวของ GDP ร้อยละ 6.0) ตลาดที่มีลู่วางดีจะปีนกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง และรายได้ปานกลาง-สูง (Upper Middle Class) โดยผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงคิดเป็นประมาณร้อยละ 15 ของประชากรทั้งหมด โดยเฉพาะคนจีน-อินโดนีเซีย ซึ่งจะอาศัยอยู่ในเมืองจาการ์ตา สุราบายา และเมืองเมดาน ที่เป็นเมืองหลักทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซีย

นอกจากนี้ อินโดนีเซียยังเป็นตลาดที่สามารถรองรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำด้วย โดยเป็นตลาดขนาดใหญ่อันดับ 4 ของจีนที่ต้องการนำเข้าอาหารราคาถูกมาขายตลาดนี้ รวมทั้งยังเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการลงทุนของบริษัทอาหารข้ามชาติรายใหญ่ของโลก เช่น Danone Group จากฝรั่งเศส Nabisco International จากสหรัฐฯ และ Amott's Biscuit จากออสเตรเลีย และยังเป็น

ตลาดที่มีการนำเข้าอาหารจากต่างประเทศเข้ามาบริโภค และนำมาผลิตเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารด้วย

## 1.2 การนำเข้าและการบริโภค

โดยในปี 2009 อินโดนีเซียมีการนำเข้าสินค้าหมวดอาหาร คิดเป็นมูลค่า 7,076 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วน 7.78 % ของมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมด ซึ่งมีมูลค่า 91,065.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแบ่งเป็นการนำเข้า 2 ประเภท ได้แก่

1) วัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร (Auxiliary Materials) มีมูลค่า 4,261 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นวัตถุดิบที่ยังไม่แปรรูปมูลค่า 1,352 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และวัตถุดิบที่ผ่านการแปรรูปที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมมูลค่า 909 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยวัตถุดิบที่นำเข้าส่วนใหญ่ร้อยละ 90-95 เป็นอาหารฮาลาล ได้แก่ ธัญพืช แป้งสาลี ข้าวโพด นม ถั่วเหลือง ทั้งนี้เพราะกำลังการผลิตวัตถุดิบดังกล่าวในประเทศยังไม่เพียงพอที่จะนำไปผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการอาหารของผู้บริโภค

ดังนั้น รัฐบาลจึงจำเป็นต้องยกเลิกมาตรการห้ามนำเข้าวัตถุดิบบางประเภท เช่น แป้งสาลี ซึ่งยกเลิกมาตรการดังกล่าวในปี 1998 ทั้งนี้ ธัญพืช และแป้งสาลี ถือเป็นวัตถุดิบหลักสำคัญในการผลิตขนมปังสำเร็จรูป ขนมปัง และ ขนมอบกรอบ ที่เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวอินโดนีเซีย จึงถือเป็นโอกาสที่นักลงทุนต่างชาติจำนวนมากให้ความสนใจในตลาดอินโดนีเซีย รวมถึงบริษัทข้ามชาติ เช่น โคคาโคล่า เป๊ปซี่ ดานอน ที่เข้ามามีอิทธิพลในตลาดอินโดนีเซีย

อย่างไรก็ตาม ยังมีอุตสาหกรรมอาหารบางประเภท เช่น อุตสาหกรรมขนมปังสำเร็จรูป ที่ยังครองตลาดโดยบริษัทผู้ผลิตท้องถิ่น ที่สำคัญคือ กลุ่มผู้ผลิตอาหาร IndoFood Group ที่มีส่วนแบ่งการตลาดของขนมปังสำเร็จรูปสูงถึง 70% ของมูลค่าตลาดรวม 1.09 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือ ปริมาณการบริโภครวม 1 ล้านตันต่อปี ขณะที่อุตสาหกรรมเบเกอรี่และขนมอบ (Bakery and Pastry Industry) แต่เดิมเป็นของผู้ผลิตท้องถิ่นแบบดั้งเดิมรายเล็ก ๆ แต่ต่อมามีบริษัทข้ามชาติจากสิงคโปร์ Breadtalk ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในตลาดนี้ที่สามารถขยายสาขาอย่างรวดเร็วด้วยระบบแฟรนไชส์ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเบเกอรี่ยังคงเป็นการผลิตในครัวเรือน ร้านสมัยใหม่มีส่วนแบ่งการตลาดเพียง 4 % ของตลาดในประเทศทั้งหมดที่มีขนาดของตลาดรวมที่มากถึง 1.3 ล้านตันต่อปี

2) อาหารที่นำเข้ามาเพื่อบริโภคในครัวเรือน (Food for Households) มีมูลค่า 2,815 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แบ่งเป็น อาหาร/เครื่องดื่มพื้นฐานในการบริโภคของครัวเรือนมูลค่า 600.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอาหาร/เครื่องดื่มที่ใช้ในการผลิตของครัวเรือนมูลค่า 2,215.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ทั้งนี้ อาหารส่วนใหญ่ที่นำเข้าจะเป็นอาหารที่สามารถผลิตได้ในประเทศ แต่ยังไม่สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ หรือผลิตได้แต่เสียเปรียบด้านต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงต้องนำเข้า ทั้งสินค้าอาหารสำเร็จรูป และปัจจัยการผลิตบางส่วนจากต่างประเทศ เช่น ข้าว ขนมอบกรอบ ขนมอบกรอบ ลูกกวาด บะหมี่สำเร็จรูป เป็นต้น โดยสินค้าอาหารส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากประเทศจีน ซึ่งมีความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิตที่ต่ำ รวมถึงการนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน เช่น มาเลเซีย ไทย สิงคโปร์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สินค้านำเข้าจากจีนมักจะมีปัญหาด้านคุณภาพที่พบสารเคมี/สารอันตรายเจือปนอยู่ในอาหาร เช่น ฟอรัมาลิน ทำให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค

## 2. พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าอาหารฮาลาล

### 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80-85 ของอินโดนีเซีย นับถือศาสนาอิสลาม และมีรายได้น้อย จึงนิยมบริโภคเนื้อสัตว์ประเภทไก่ ซึ่งเป็นแหล่งโปรตีนที่มีราคาถูก (จากข้อมูลของบริษัท CP Group Indonesia ชาวอินโดนีเซียบริโภคเนื้อไก่ประมาณ 6 กิโลกรัม/คน/ปี) ขณะที่เนื้อวัวมีราคาค่อนข้างแพง และอาหารทะเลที่มีราคาสูง นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมอาหารที่ทำมาจากแป้ง โดยมีอัตราการบริโภคแป้งสาลีสูงถึง 17.7 กิโลกรัม/คน/ปี ได้แก่ บะหมี่สดและสำเร็จรูป ก๋วยเตี๋ยว อาหารจำพวกเส้น (Pasta) ขนมอบกรอบ ขนมอบกรอบ อาหารส่วนใหญ่ที่นิยมเป็นอาหารประเภทผัดหรือทอด (Goreng) ที่ใช้น้ำมันเป็นส่วนประกอบค่อนข้างมาก ทั้งข้าวผัด หรือ ของทอดประเภทต่าง ๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยวทอด ข้าวโพด เผือก เต้าหู้ รongลงไป คือ อาหารประเภทย่าง (สะเต๊ะ : Sate เช่น ไก่สะเต๊ะ หรือ เนื้อสะเต๊ะ) รวมถึงอาหารประเภทต้ม เช่น SOTO ข้าวต้ม เป็นต้น

สินค้าอาหารของไทยจะได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคชาวอินโดนีเซียเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคให้การยอมรับว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี เช่น ผลไม้สดและแปรรูป ข้าวสาร ผลไม้กระป๋อง ซอสปรุงรสต่างๆ น้ำพริกเผา และ ของขบเคี้ยว เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มมุสลิมจะให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาลที่ติดบนผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากเกิดความมั่นใจว่าจะไม่มีส่วนผสม/สารต้องห้าม (HARAM MATERIAL) ที่ขัดกับหลักศาสนา โดยสินค้าที่ผลิตในประเทศ จะมีเครื่องหมายฮาลาลที่ออกให้โดยหน่วยงานรับรองฮาลาลของอินโดนีเซีย (MUI) อย่างไรก็ตาม สินค้าอาหารนำเข้าที่ติดเครื่องหมายฮาลาลที่ออกโดยหน่วยงานรับรองฮาลาลของแต่ละประเทศ จะต้องเป็นหน่วยงานที่ได้รับการรับรองการตรวจสอบ/การออกเครื่องหมายฮาลาลจากหน่วยงานรับรองฮาลาลของ



อินโดนีเซีย ทั้งนี้ ในการนำเข้าสินค้าอาหารฮาลาลจะต้องเป็นไปตามข้อบังคับตามกฎหมายของหน่วยงานอาหารและยาของอินโดนีเซีย (BPOM) ด้วย กล่าวคือ สินค้าที่นำเข้าได้จะต้องมีหมายเลข ML เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ส่วนสินค้านำเข้าจะติดหรือไม่ติดเครื่องหมายฮาลาลก็ไม่ได้เป็นกฎระเบียบบังคับในการนำเข้าแต่อย่างใด แต่หากไม่มีหมายเลขทะเบียนอาหารและเครื่องดื่มจะไม่สามารถนำเข้ามาจำหน่ายได้

## 2.2 ด้านราคา

ผู้บริโภคระดับส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก เนื่องจากรายได้ที่ค่อนข้างน้อย อัตราค่าจ้างต่ำ จึงมักเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูก หรือ มีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา ขณะที่ผู้บริโภคที่มีรายได้สูง คิดเป็นสัดส่วน 10-15 % ของประชากรทั้งหมด มีอำนาจซื้อสูงมาก จะให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทรานส์ไขมัน คุณภาพ รสชาติ ความแปลกใหม่ ความทันสมัย การออกแบบของร้าน คุณประโยชน์จากสินค้า มากกว่าราคา ดังนั้น สินค้าอาหารฮาลาลของไทยจึงเป็นที่ยอมรับ และมีรสชาติถูกปากของผู้บริโภคอินโดนีเซีย โดยสินค้าอาหารฮาลาลของไทยส่วนใหญ่จะวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต

## 2.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ หรือ กลุ่มที่มีรายได้สูง จะนิยมบริโภคอาหารนอกบ้านที่เป็นอาหารฮาลาลตามศูนย์การค้า และร้านอาหาร ทั้งที่เป็นของท้องถิ่นและสาขาต่างจากประเทศ ดังนั้น ร้านอาหารส่วนใหญ่ แม้แต่ร้านอาหารไทย ก็มักจะต้องเปลี่ยนเมนูเป็นอาหารฮาลาลทั้งหมด โดยไม่มีอาหาร/สิ่งปนเปื้อนที่มีไขมันหรืออาหารฮาลาลอยู่ในร้าน ซึ่งหน้าร้านจะติดคำว่า “NO PORK” จึงเป็นที่ยอมรับและมั่นใจว่าปลอดภัยจากการบริโภคอาหารในร้าน ในขณะที่คนที่มีรายได้น้อยจะนิยมบริโภคที่ร้านอาหาร ชุมนอาหาร หรือ รถเข็นขายอาหารขนาดเล็กตามท้องถนน สำหรับผู้ที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไป จะนิยมจับจ่ายสินค้าอาหารที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต (คาร์ฟูร์, ลีตเด่) และซูเปอร์มาร์เก็ต (Hero, Food Hall, Diamond)

## 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบการส่งเสริมการตลาดประเภทลดราคา โดยผู้จำหน่ายมักนิยมลดราคาในช่วงวันหยุด เสาร์ อาทิตย์ โดยเฉพาะวันหยุดนักขัตฤกษ์ ที่มีผู้บริโภคมาเลือกซื้อสินค้าจำนวนมาก รวมถึงการจัดรายการซื้อ 1 แถม 1 หรือ ซื้อ 2 ชิ้นคิดราคา 1 ชิ้น

### 3. การนำเข้าสินค้าอาหารจากไทย

สินค้าอาหารฮาลาลที่อินโดนีเซียนำเข้าจากไทย 10 อันดับแรก ในปี 2010 ได้แก่

- 1) น้ำตาลทราย นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 333.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ร้อยละ 7.15 ของการนำเข้าน้ำตาลทรายทั้งหมด เนื่องจากปริมาณการผลิตในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- 2) แป้ง (Starch) ต่างๆ นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 69.046 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ร้อยละ 77.28 ของการนำเข้าแป้งสาลีทั้งหมด เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร และ ปริมาณการผลิตแป้งในประเทศไม่เพียงพอ
- 3) ผลไม้สด นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 51.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ร้อยละ 1.09 หรือ ประมาณกว่าร้อยละ 90 ของการนำเข้าผลไม้สดทั้งหมด ทั้งนี้ ผลไม้ไทยที่เป็นที่นิยมได้แก่ ทูเรียน (หมอนทอง) ลำไย มะขามหวาน มะม่วง (เขียวเสวย) ฝรั่ง ชมพู มะพร้าว น้ำหอม ส้มโอ เป็นต้น เนื่องจากความนิยมในผลไม้ไทยที่มีคุณภาพดี และมีความหลากหลาย
- 4) ข้าว นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 74.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 1.6 ของการนำเข้าข้าวทั้งหมด เนื่องจากนำเข้ามาแปรรูปในการผลิตอาหารสำเร็จรูปต่างๆ
- 5) ข้าวโพด นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 30.625 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 11.03 ของการนำเข้าข้าวโพดทั้งหมด
- 6) หัวหอม กระเทียม สด/แช่เย็น นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 16.691 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 11.50 ของการนำเข้าหัวหอม กระเทียม สด/แช่เย็นทั้งหมด
- 7) น้ำ / เครื่องดื่มอื่นๆ ที่มีรสหวาน นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 13.086 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 33.17 ของการนำเข้า น้ำ / เครื่องดื่มอื่นๆ ที่มีรสหวานทั้งหมด
- 8) แป้งที่ใช้ในอุตสาหกรรม นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 11.786 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ร้อยละ 10.08 ของการนำเข้าแป้งที่ใช้ในอุตสาหกรรมทั้งหมด
- 9) สารปรุงแต่งในอาหารสัตว์ นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 9.253 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ ร้อยละ 5.06 ของการนำเข้าสารปรุงแต่งในอาหารสัตว์ทั้งหมด
- 10) นม และครีม นำเข้าจากไทยคิดเป็นมูลค่า 7.316 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 1.82 ของการนำเข้านม และครีมทั้งหมด

#### 4. อาหารฮาลาลของไทยที่มีศักยภาพในการนำเข้า

เนื่องจากสินค้าอาหารของไทยได้รับความเชื่อถือ และไว้วางใจจากผู้บริโภคของอินโดนีเซีย ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ดังนั้น สินค้าอาหารจากไทย จึงถือเป็นสินค้าที่มีโอกาสในตลาดอินโดนีเซีย สำหรับสินค้าไทยที่มีศักยภาพในตลาดนี้ ได้แก่ น้ำตาล ผัก/ผลไม้สด ผลไม้แปรรูป เช่น ผลไม้กระป๋อง

น้ำผลไม้ ทูเรียนกวน/อบกรอบ มะขาม บะหมี่สำเร็จรูป ขนมขบเคี้ยวต่างๆ เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และอาหารสำเร็จรูป เป็นต้น

#### 5. กฎระเบียบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอาหารฮาลาล

1. กฎระเบียบว่าด้วยการแต่งตั้งสถาบันตรวจสอบอาหารฮาลาล ตามกฤษฎีกาของกระทรวงการศาสนา (Ministry of Religious Affairs) เลขที่ 519/2001 และเลขที่ 518/2001 ลงวันที่ 30 พฤศจิกายน 2544 สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ แต่งตั้งให้ The Indonesian Ulemas Council (MUI) เป็นหน่วยงาน ตรวจสอบอาหารฮาลาล ทั้งที่ผลิตและนำเข้ามาเพื่อการจำหน่ายใน อินโดนีเซีย โดยจะมีการตรวจสอบตั้งแต่ ขบวนการผลิต ห้องแล็บ/ห้องทดสอบ การบรรจุหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ การเก็บสต็อก ระบบการขนส่ง การจัดจำหน่าย การตลาด ตลอดจนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการออกใบรับรองฮาลาล (Halal Certification) ทั้งนี้ ผู้ยื่นขอใบรับรองจะต้องใช้แบบฟอร์มตามที่ MUI กำหนด

ทั้งนี้ หน่วยงาน MUI ได้ก่อตั้งสถาบันอาหาร ยา และเครื่องสำอาง (Institute for Foods, Drugs and Cosmetics (LP.POM-MUI) เพื่อกำหนดนโยบาย กฎระเบียบ ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ยา และเครื่องสำอางที่ผู้บริโภคมุสลิมต้องบริโภค และใช้ให้ถูกต้องตามหลักการของศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะการผลิตอาหาร การเชือดสัตว์เพื่อการบริโภค และการได้รับการรับรองฮาลาล ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตจะต้องสร้างระบบความมั่นใจในการเป็นฮาลาลอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ระบบ Halal Assurance System (HAS) ภายในโรงงานผลิตของตนเองด้วย

2. กฎระเบียบว่าด้วยการแต่งบริษัทรัฐวิสาหกิจในการพิมพ์ฉลากเครื่องหมายฮาลาล ตามกฤษฎีกาของกระทรวงการศาสนา (Ministry of Religious Affairs) เลขที่ 525/2001 ลงวันที่ 10 ธันวาคม 2544 สาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ คือ มีการแต่งตั้งให้ State – Owned Money Printing Company (PERUM PERURI) เป็นผู้จัดพิมพ์ฉลากฮาลาลที่ติดอยู่กับบรรจุภัณฑ์ของอาหารฮาลาลที่จำหน่ายในอินโดนีเซีย

3. กฎระเบียบว่าด้วยรายชื่อหน่วยงานรับรองมาตรฐานฮาลาลของต่างประเทศที่ได้รับการรับรอง ตามกฤษฎีกาของ MUI เลขที่ D-410/MUI/X/2009 ลงวันที่ 15 ตุลาคม 2552 สาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้

3.1 หน่วยงาน MUI ได้กำหนดรายชื่อหน่วยงานรับรองมาตรฐานฮาลาลของต่างประเทศที่ได้รับการรับรองจาก MUI ซึ่งมีผลบังคับใช้ 2 ปี นับตั้งแต่วันที่ออกพระราชกฤษฎีกาคือตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2552 โดยหน่วยงานดังกล่าวจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และข้อกำหนดรวมทั้งขั้นตอนการตรวจสอบอาหารฮาลาลของ MUI

3.2 คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (CICOT) เป็นหนึ่งในรายชื่อของหน่วยงานตามข้อ 1 ที่ได้รับการรับรองจาก MUI โดยได้รับการรับรอง 2 กลุ่มเท่านั้น คือ 1. การฆ่าสัตว์ (Slaughtering) และ 2. อาหารที่ผ่านกระบวนการ (Processing Food) ทั้งนี้ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร (Flavor Industry) นั้น คณะกรรมการกลางอิสลามฯ ของไทยยังมิได้มีรายชื่อที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงาน MUI โดยขณะนี้อยู่ในระหว่างขั้นตอนและกระบวนการตรวจสอบ ซึ่งจะประกาศการรับรอง ต่อไป

4. กฎระเบียบว่าด้วยการขึ้นทะเบียนอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้ง ส่วนผสมของอาหาร ตามกฎระเบียบของ The Minister of Health เลขที่ 382/MENKES/PER/VI/1989 โดยผู้ผลิตและผู้นำเข้าจะต้องยื่นขอหมายเลขทะเบียนอาหารและเครื่องดื่ม (Merk Luar : ML No.) จากหน่วยงานอาหารและยาของอินโดนีเซีย (BPOM) สำหรับสินค้าที่ผลิต/นำเข้า เพื่อการจำหน่ายในอินโดนีเซีย

5. มาตรการใบอนุญาตนำเข้า (Special Import Licensing : NPIK) สำหรับสินค้าเกษตร ได้แก่ น้ำตาล ถั่วเหลือง ข้าวโพด เป็นต้น โดยผู้นำเข้าจะต้องได้รับอนุญาตให้นำเข้า และต้องจดทะเบียน/มีเลขทะเบียนของผู้นำเข้า ซึ่งมีหลายประเภท ได้แก่ PMDN หรือ PMA หรือ PMAA

6. มาตรการด้านสุขอนามัย (Food Safety : SPS) เช่น ผลไม้ต้องระบุในใบรับรองว่าเพาะปลูกในบริเวณที่ปราศจากแมลงวันทอง และปลอดจากสารเคมี และโลหะหนัก เป็นต้น

ทั้งนี้ หน่วยงาน MUI แจ้งว่า สินค้าที่ผลิตและนำเข้ามาเพื่อการจำหน่ายในอินโดนีเซีย ประมาณ 30,000 ชนิด หรือร้อยละ 80 ยังไม่มีใบรับรองฮาลาล

## 6. ช่องทางการกระจายสินค้าและการจัดจำหน่ายสินค้าอาหารฮาลาล

1. สินค้าอาหารกว่าร้อยละ 90 จะนำเข้าโดยผ่านผู้นำเข้าทั่วไป (General Importer) และบริษัทการค้า (Trader)

2. การจัดจำหน่ายของสินค้าอาหารที่นำเข้า จะขายผ่านตัวแทนจำหน่าย 3 ประเภท ได้แก่

1) ตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว (Sole Distributor)

- 2) ตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับการแต่งตั้ง (Official Appointed Distributor)
- 3) การขายผ่านตัวแทนการขาย (Sale Agent)

อนึ่งซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่ของอินโดนีเซียมักจะไม่นำเข้าโดยตรงจากผู้ผลิต/ส่งออกของต่างประเทศ แต่จะซื้อผ่านผู้นำเข้า/ตัวแทนจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากการเป็นผู้นำเข้าเองต้องยื่นขออนุญาตตามกฎหมายดังกล่าว ซึ่งผู้บริหารของซูเปอร์มาร์เก็ตไม่ต้องการรับผิดชอบกับภาระต้นทุนและปัญหาที่เกิดจากการนำเข้าเองโดยตรง ดังนั้น ขอให้ผู้ส่งออกไทยติดต่อโดยตรงกับผู้นำเข้า/บริษัทการค้าในการเปิดตลาดสินค้าใหม่ๆ ในอินโดนีเซีย

-----  
สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงจาการ์ตา

8 กุมภาพันธ์ 2554

ภาคผนวก ง

สถิติการส่งออกสินค้าหมวดเกษตรกรรมของไทยไปยังอินโดนีเซีย

สินค้าส่งออกของไทย หมวดเกษตรกรรม (รายประเทศ) ไปยัง อินโดนีเซีย 20 อันดับแรก

ชื่อสินค้า	2552	2553	2554	2555 (ม.ค.-พ.ค.)	2552	2553	2554	2555 (ม.ค.-พ.ค.)	2552	2553	2554	2555 (ม.ค.-พ.ค.)
1. ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	3,514.9	5,274.7	8,058.0	5,130.1	21.84	50.07	52.77	185.53	2.21	2.27	2.65	3.54
2. ข้าว	2,560.4	4,513.6	14,594.9	4,493.9	47.31	76.29	223.35	-45.09	1.61	1.94	4.80	3.10
3. ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งแลแห้ง	1,735.9	1,659.0	2,829.7	897.8	46.41	-4.43	70.57	21.26	1.09	0.71	0.93	0.62
4. ยางพารา	218.2	579.6	802.2	370.5	73.18	165.69	38.40	58.16	0.14	0.25	0.26	0.26
5. ผักสดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	231.6	170.9	577.9	366.5	-54.58	-26.22	238.19	-27.15	0.15	0.07	0.19	0.25
6. ข้าวโพด	1,415.3	93.8	679.7	66.6	19.52	-93.37	624.45	-75.94	0.89	0.04	0.22	0.05
7. ไบยาสูบ	264.5	137.3	285.1	35.8	-25.56	-48.08	107.60	-55.89	0.17	0.06	0.09	0.02
8. ัญญาพืช	9.5	35.8	26.0	19.3	-77.03	275.45	-27.34	-21.75	0.01	0.02	0.01	0.01
9. เครื่องเทศและสมุนไพร	3.6	4.0	13.5	17.8	-48.37	11.04	233.76	107.95	-	-	-	0.01
10. เมล็ดพืชและสเปร์ที่ใช้สำหรับการเพาะปลูก	96.4	53.5	95.8	13.8	-6.37	-44.48	79.12	-72.17	0.06	0.02	0.03	0.01
11. สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ	16.4	28.0	49.3	9.5	102.81	70.98	76.25	-54.46	0.01	0.01	0.02	0.01
12. ถั่วอื่น ๆ	26.8	8.7	13.0	6.0	72.16	-67.58	49.87	6.87	0.02	-	-	-
13. ปลาสด แช่เย็น แช่แข็ง	32.3	42.2	43.3	4.5	304.87	30.52	2.74	-84.02	0.02	0.02	0.01	-
14. พืชน้ำมัน	24.7	27.7	7.4	3.6	5,460.57	12.25	-73.42	-27.80	0.02	0.01	-	-
15. เนื้อปลาสดแช่เย็น แช่แข็ง	2.2	5.1	3.7	3.5	1,574.79	132.45	-27.52	123.90	-	-	-	-
16. ถั่วเขียวผิวมัน	32.2	61.8	130.5	3.1	116.92	91.91	111.05	-96.82	0.02	0.03	0.04	-
17. กส่วยไม้	6.0	5.6	7.2	2.3	-32.82	-7.01	27.70	-13.56	-	-	-	-
18. เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้	0.0	0.4	0.0	0.3	-	7,366.67	-	-	-	-	-	-
19. ประมงอื่นๆ	3.1	0.0	0.1	0.3	-44.10	-99.35	624.62	105.41	-	-	-	-
20. สัตว์น้ำจำพวกครัสตาเซีย	0.0	0.0	0.0	0.1	-89.55	-	-	-	-	-	-	-
<b>รวม 20 รายการ</b>	<b>10,193.9</b>	<b>12,701.7</b>	<b>28,217.4</b>	<b>11,445.2</b>	<b>24.36</b>	<b>24.60</b>	<b>122.15</b>	<b>-5.10</b>	<b>6.41</b>	<b>5.45</b>	<b>9.29</b>	<b>7.90</b>
<b>อื่นๆ</b>	<b>148,724.0</b>	<b>220,154.5</b>	<b>275,653.2</b>	<b>133,481.8</b>	<b>-25.57</b>	<b>48.03</b>	<b>25.21</b>	<b>16.16</b>	<b>93.59</b>	<b>94.55</b>	<b>90.71</b>	<b>92.10</b>
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>158,917.9</b>	<b>232,856.2</b>	<b>303,870.7</b>	<b>144,927.0</b>	<b>-23.60</b>	<b>46.53</b>	<b>30.50</b>	<b>14.14</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ภาคผนวก จ

สถิติการส่งออกสินค้าหมวดอุตสาหกรรมเกษตรของไทยไปยังอินโดนีเซีย



สินค้าส่งออกของไทย หมวดอุตสาหกรรมเกษตร (รายประเทศ) ไปยัง อินโดนีเซีย 16 อันดับแรก

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาท				อัตรายายตัว (%)				สัดส่วน (%)			
	2552	2553	2554	2555 (ม.ค.-พ.ค.)	2552	2553	2554	2555 (ม.ค.-พ.ค.)	2552	2553	2554	2555 (ม.ค.-พ.ค.)
น้ำตาลทราย	11,396.7	19,363.9	21,357.7	16,814.1	-22.41	69.91	10.30	42.65	7.17	8.32	7.03	11.60
ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	458.6	589.4	733.4	267.3	-32.95	28.52	24.44	-2.52	0.29	0.25	0.24	0.18
อาหารสัตว์เลี้ยง	300.8	331.9	456.0	257.2	4.36	10.31	37.39	53.00	0.19	0.14	0.15	0.18
เครื่องดื่ม	421.9	501.3	316.9	229.8	-22.65	18.80	-36.77	76.75	0.27	0.22	0.10	0.16
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	196.6	215.2	240.6	83.3	26.91	9.45	11.82	29.60	0.12	0.09	0.08	0.06
ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	138.2	241.8	146.1	66.3	1.87	74.90	-39.56	-10.25	0.09	0.10	0.05	0.05
สิ่งปรุงรสอาหาร	103.7	105.2	127.1	55.4	1.39	1.48	20.77	26.04	0.07	0.05	0.04	0.04
นมและผลิตภัณฑ์นม	313.8	59.2	125.8	52.3	-51.24	-81.14	112.62	5.56	0.20	0.03	0.04	0.04
หมากฝรั่งและขนมที่ไม่มีโกโก้ผสม	23.6	18.8	31.4	38.1	253.82	-20.60	67.50	599.18	0.01	0.01	0.01	0.03
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	45.5	45.1	35.3	31.2	-6.72	-0.77	-21.71	321.22	0.03	0.02	0.01	0.02
ผักกระป๋องและแปรรูป	18.7	22.1	46.5	14.3	-9.72	17.84	110.62	-15.09	0.01	0.01	0.02	0.01
ผลิตภัณฑ์ข้าว	9.3	9.9	8.3	8.0	1.88	6.29	-15.53	216.04	0.01	-	-	0.01
เนื้อสัตว์และของปรุงแต่งที่ทำจากเนื้อสัตว์	0.0	1.6	8.9	4.6	-99.82	406,550.00	444.34	43.62	-	-	-	-
ซูปและอาหารปรุงแต่ง	0.2	0.8	0.1	0.8	-88.99	387.08	-85.92	-	-	-	-	-
ไอศกรีม	1.0	5.8	1.5	0.2	11.52	476.24	-74.66	-71.54	-	-	-	-
โกโก้และของปรุงแต่ง	0.3	0.0	0.0	0.0	-77.08	-98.94	-13.89	-88.89	-	-	-	-
รวม 16 รายการ	13,429.0	21,511.8	23,635.6	17,922.9	-22.52	60.19	9.87	41.94	8.45	9.24	7.78	12.37
อื่นๆ	145,488.9	211,344.5	280,235.0	127,004.1	-23.70	45.27	32.60	11.07	91.55	90.76	92.22	87.63
รวมทั้งสิ้น	158,917.9	232,856.2	303,870.7	144,927.0	-23.60	46.53	30.50	14.14	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายอภิรัตน์ สุขคนธาภิรมย์ ณ พัทลุง
วุฒิการศึกษา	
ปริญญาตรี	รัฐศาสตร์บัณฑิต (ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) เกียรตินิยมอันดับสอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2528
ปริญญาโท	Master of International Affairs. Columbia University, New York, 1992
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2530	เข้ารับราชการเป็นเจ้าหน้าที่การทูต 3 กรมการเมือง กระทรวงการต่างประเทศ
พ.ศ. 2534	ย้ายไปกรมเศรษฐกิจ ได้เลื่อนตำแหน่งขึ้นเป็นเจ้าหน้าที่การทูต 4 เมื่อปี 2536
พ.ศ. 2536	ประจำการ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐ ประชาชนจีน ตำแหน่ง เลขานุการตรี (ได้เลื่อนตำแหน่งขึ้นเป็น เลขานุการโท ณ สถานเอกอัครราชทูตแห่งเดิม เมื่อปี 2539)
พ.ศ. 2540	ย้ายไปกรมองค์การระหว่างประเทศ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่การทูต 5
ก.ย.-ธ.ค. 40	ร่วมเป็นผู้แทนในคณะผู้แทนไทยในการประชุมสมัชชา สหประชาชาติ สมัยสามัญ ครั้งที่ 52 ณ นครนิวยอร์ก
พ.ศ. 2542	ประจำการ คณะทูตถาวรแห่งประเทศไทยประจำสำนักงาน สหประชาชาติ ณ นครเจนีวา ตำแหน่ง เลขานุการเอก
พ.ศ. 2546	ย้ายไปกรมเอเชียตะวันออก ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่การทูต 6
พ.ศ. 2547	ย้ายไปรับราชการ สำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงการต่างประเทศ
พ.ศ. 2548	ย้ายไปรับกรมสารนิเทศ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่การทูต 7 (นักการทูต ชำนาญการ)
พ.ศ. 2554 – ปัจจุบัน	ประจำการ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ตำแหน่ง อัครราชทูตที่ปรึกษา