



รายงานผลการศึกษา ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

๖ หัวข้อวิจัยเรื่อง

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด
อาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกของประเทศไทย
(Marketing Potential Development of Halal Food
for Exporting of Thailand)

คณะผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพรัช วัชรพันธุ์

ดร. กิตติ เจ็ดรังสี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วีรศักดิ์ ตูลยาพร

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ประจำปีงบประมาณ 2549

กันยายน 2550

บทคัดย่อ

อาหารฮาลาล เป็นอาหารตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม “ฮาลาล” แปลว่า อนุญาต อนุมัติ เป็นคำมาจากภาษาอารบิก “حَلال” หมายความว่า การผลิต การให้บริการ หรือการจำหน่ายใด ๆ ที่ไม่ขัดต่อบทบัญญัติของศาสนา เป็นอาหารที่ได้ผ่านกรรมวิธีในการทำ ผสม ประคบ หรือแปรสภาพ ตามศาสนบัญญัตินั่นเอง เป็นการรับประกันว่าชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภคสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้โดยสนิทใจ การสังเกตผลิตภัณฑ์ว่าเป็นสิ่งต้องห้ามหรือไม่นั้น ไม่ใช่ดูจากการประทับตราฮาลาลอย่างเดียวที่ข้างบรรจุภัณฑ์เท่านั้นแต่ส่วนประกอบของอาหารด้วย “ฮาลอม” แปลว่า ห้าม คอยยิบ แปลว่า ดี มีคุณค่า ปราศจากอันตรายต่อสุขภาพ มีรสอร่อย แปลว่า เคลือบแคลงสงสัยว่า “ฮาลาล” หรือ “ฮาลอม” ตลาดอาหารฮาลาลจึงครอบคลุมถึงผู้บริโภคที่เป็นทั้งมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม ถ้าเชื่อมแนวความคิดของ “คอยยิบ” กับ “ฮาลาล” ดังนั้นอาหารฮาลาลได้ถูกพัฒนาขึ้นมาให้เป็นทั้งอาหารที่ถูกทั้งบทบัญญัติทางศาสนาและดีต่อสุขภาพ

ประเทศไทยเป็นสังคมเปิดกว้างและไม่ใช่ประเทศมุสลิม การจัดการอาหารฮาลาลในประเทศไทยจึงมีรูปแบบมากมายหลายประการทั้งของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ที่ปัจจุบันดำเนินงานภายใต้ความยากลำบากเนื่องจากสถานการณ์ความไม่ปลอดภัย การจัดการอาหารฮาลาลระหว่างประเทศไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย จึงมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประเด็น อย่างไรก็ตามประเด็นที่สำคัญที่สุดคือ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนของภาครัฐของสามประเทศได้ให้การสนับสนุนแนวความคิดในการร่วมมือด้วยกันตามที่นายกรัฐมนตรีของมาเลเซียได้กล่าวไว้ใน การเปิดเศรษฐกิจส่วนภูมิภาคทางตอนเหนือเมื่อเดือนกรกฎาคม ปี 2550 ที่ผ่านมา ในรัฐบาลมาเลเซียมีหน่วยงานของภาครัฐจำนวนมากได้เข้ามาเกี่ยวข้องและให้การสนับสนุนในด้านการตลาดและการผลิตอาหารฮาลาลมากกว่าของประเทศไทยและอินโดนีเซีย สำหรับประเทศอินโดนีเซีย รัฐบาลให้การสนับสนุนค่อนข้างน้อยในการผลิตอาหารฮาลาลและให้การเผยแพร่ข้อมูลน้อยมาก ทั้ง ๆ ที่เป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมุสลิมมากกว่า 200 ล้านคน แต่มีรายได้ค่อนข้างจำกัด ประเด็นหลัก ๆ สองประการในการผลิตอาหารฮาลาลในภาคใต้ของประเทศไทยจากสายตาของวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือ การปรับปรุงคุณภาพและฉลากติดป้าย ให้เป็นไปตามความต้องการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยในปัจจุบันได้เป็นที่ยอมรับในทางที่ดีจากตลาดต่างประเทศซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันถ้าธุรกิจในท้องถิ่นสามารถสังเกตเห็นโอกาสดี ๆ และแทรกซึมเข้าไปในโซ่ห่วงของตลาด ปัจจุบัน ประชาชนมุสลิมในโลกประมาณ 20% การเติบโตของอาหารในตลาดตะวันตกพร้อมกับความสำเร็จในการเชื่อมโยงอาหารฮาลาลให้กับผู้บริโภคที่เน้นสุขภาพ ซึ่งผู้ผลิตในท้องถิ่นมีศักยภาพที่จะเติบโตได้ แนวโน้มตลาดที่น่าสนใจ ได้แก่ คูไบร์ เตอร์กี

ซีเรีย อินเดีย และจีน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารเพื่อสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ไม่ได้มีแต่เฉพาะอาหารฮาลาล แต่ยังมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีกที่น่าสนใจในการนำมาพัฒนาเพื่อการส่งออกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ น้ำมันหอม การสกัดน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ คอสเมติก สมุนไพร เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีบริการทางการเงิน อิสลาม การขนส่ง โรงแรมและภัตตาคาร และ โรงพยาบาล เป็นต้น

ในระยะสั้น แนวทางแก้ไขปัญหาการตลาดอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกในประเทศไทย คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลของวิสาหกิจชุมชน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้มาตรฐานสากล โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องทำงานร่วมกันมากขึ้น นอกจากนี้ การปรับปรุงการจัดการระบบการกระจายสินค้า หรือช่องทางการจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพตั้งแต่จากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร ในระยะยาว การแก้ปัญหาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จะต้องทำดังต่อไปนี้; 1) ต้องทำนาร้างให้เป็นนาข้าว 2) การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมการประมงชายฝั่งและ 3) การผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการเปลี่ยนแปลงใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม

Abstract

Halal Food is the food followed by the Islamic law. The word “Halal” mean lawful or allowed and approved. It is an Arabic word “حلال” mean production, services or any distribution that not against to the Islamic law. They are the processing of foods through mixing, cooking or transmuting follow the Islamic law and guaranteed that Muslim people in general could consume these Halal foods or services tightly. To observe that the products were haram, just only look at the Halal logo on the foods packaging, but also the food ingredient. Haram mean prohibition. Toyyibat mean good, value, without hazards to health, the environment or species unsustainability. Musbuh means to suspect something is either “Halal” or “Haram”. Halal foods market can be marketed to both secular and Islamic. If we link the concept of “Toyyibaan” with Halal, then the ‘halal foods’ paradigm is developed into foodstuffs that are both lawful and good for health.

Thailand is principally a secular society and thus a Non-Muslim country. The management of Halal Foods in Thailand has several aspects that both producers and distributors in Southern Boder Thailand currently operate under great adversity due to the security situation. The management of Halal foods between Thailand, Malaysia and Indonesia has also several issues. However, the most important issue is that the government units of the three countries are supporting the concept of joint collaboration as the Malaysian Prime Minister recently mentioned in the launch of the Northern Corridor Economic Region (NCER) just recently last July. In Malaysia government have more government units involved in marketing and production supporting on Halal Foods than in Thailand and Indonesia. For Indonesia, the government tend to be less supporting in production of Halal foods and provides less information dissemination, in a country with a Mulsim population with more than 200 million but a limited of income. The two major issues of halal production in Southern Thailand from the perspectives of micro-enterprises and SMEs is that of quality improvement and fulfilling labeling requirements both nationally and internationally. However, Thailand currently enjoys a positive perception from many international markets, which is a potential source of competitive advantage if local firms can identify good opportunities and infiltrate the supply chains. At the present, with 20% of the world’s population Muslim, the growth of ethnic foods in western markets and with successful linking of ‘Halal’ foods to consumer aspirations to health, there is great growth potential for local Thai producers. The most interesting market demand are Dubai, Turkey, Syria, India, and China etc, especially in healthy foods. However, Halal products does not have only

Halal foods but there is also some of the other products such as Essential Oil, Virgin Coconut Oil, Cosmetic, Herb and so on in Southern border provinces. Besides of this are Islamic financial services, transportation, hotel & restaurant and hospital.

In the short term, to cope with Halal foods market for exporting in Thailand are to develop the Halal products of micro-enterprises and small and medium scale enterprises to meet a higher international standard food requirement through all government units and private sector working one another. Besides this, is the improvement of efficiency of products distribution or channel of distribution from farm to table. In the long run, to solve the problems of Southern border provinces must as following; 1) to make an abundant rice field to be a paddy field 2) to improve the environment of coastal fishery and 3) Halal food production, which all of these renovation were the basic need and suited to the life-style of Thai Muslim.