

ปีที่ 27 ฉบับที่ 9184 วันพฤหัสบดีที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2556 หน้า 10

เส้นทางของฮาลาลไทยในอาเซียน (2)

ASEAN Insight

● ศศ.ดร. อิศรา ศานติศาสตร์

คณบดีนโยบายโลกนุสลิมนคณะเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ประสานงานโครงการ “ไทย-โลกนุสลิม” สก.

จากตอนที่แล้วที่ได้กล่าวถึงความรู้

พื้นฐานเกี่ยวกับอาหารฮาลาลและ
สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของ
ประเทศไทยในภาพรวมแล้ว วันนี้จะพูดถึง
การปรับตัวของประเทศไทยในเรื่องแนวคิดและ
แผนพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลใหม่ ทั้งนี้
มีผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นหลายแนวทางที่จะเป็น
ประโยชน์แก่การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร
ฮาลาลของไทย เช่น การจัดสรรงบประมาณเพื่อ
สนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ต้องตรงเป้า
หมยไม่ปล่อยให้มีการใช้งบประมาณไปกับแผน
งานและโครงการที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับฮาลาลจริง
และสามารถขอรับการสนับสนุนจากแหล่งอื่นได้
ในขณะเดียวกัน การจัดสรรงบประมาณ
ที่กำหนดเป้าหมายถูกต้องก็ต้องมีความชัดเจนว่า
จะหวังผลกระทบในระยะสั้นหรือระยะยาว การ
วางกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม การสร้าง
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบผ่านการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และการขยับตัวหนี
การอาศัยความได้เปรียบจากแรงงานราคาถูก
ที่ประเทศไทยจะไม่สามารถ

พึงพึงได้ต่อไป

การวางนโยบายที่

ชัดเจนระหว่างการส่งเสริม

อุตสาหกรรมอาหาร “ฮาลาล”

กับการส่งเสริม “เครื่องหมาย

ฮาลาล” เป็นอีกเรื่องที่สำคัญ

เพราะในปัจจุบันยังคงเป็นความเข้าใจในลักษณะ
คนละเรื่องเดียวกัน ทั้งๆ ที่มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นใน
แต่ละขั้นตอนการผลิตมีความมากน้อยแตกต่างกัน
กันเป็นอย่างมาก ตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงผลิตภัณฑ์
และต้นทุนในการรับรองมาตรฐานฮาลาลซึ่งน่าจะ
น้อยมากและมีส่วนแบ่งในต้นทุนรวมที่น้อยที่สุด
ภาครัฐควรส่งเสริมมุสลิมไทย ให้มองเห็นโอกาส
และเข้ามามีบทบาทสำคัญในการผลิตอาหารฮา
ลาลให้มากขึ้น ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับ
เครื่องหมายฮาลาล เพราะนี่เป็นอีกช่องทางหนึ่ง
ในการสร้างรายได้และยกระดับความเป็นอยู่ของ
มุสลิมในประเทศไทย

ประเด็นต่อมาที่มักถูกมองข้ามและ
ต้องการการแก้ไข คือ **ความเป็นธรรมในการ
กระจายผลได้จากการส่งเสริมอุตสาหกรรม
ฮาลาล** ที่ต้องตกกันให้มากกว่าใครคือผู้ที่ควรได้
รับประโยชน์จากการส่งเสริมของภาครัฐ
ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง หรือ
ขนาดเล็ก นั่นหมายถึง คำตอบต่อคำถามที่
ว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลจะเน้น
ประสิทธิภาพหรือจะสร้างความเท่าเทียมกัน

ถ้าประสิทธิภาพก็น่าจะหมายถึงผู้ประกอบการ
รายใหญ่ ถ้าจะสร้างความเท่าเทียมกันก็หมายถึง
ผู้ประกอบการรายย่อย หรือจะเลือกทาง
สายกลางคือผู้ประกอบการขนาดกลาง แต่การ
จะตัดสินใจให้ถูกต้องอาจต้องเรียนรู้จาก
ประสบการณ์ของหลายประเทศ เช่น เกาหลีใต้
และไต้หวัน ที่ประเทศเหล่านี้เริ่มต้นการพัฒนา
หลายอุตสาหกรรมจากการส่งเสริมผู้ประกอบการ
ขนาดกลางและรายย่อย ซึ่งเมื่อถึงจุดหนึ่ง
ผู้ประกอบการกลุ่มนี้ก็เติบโตขึ้นเป็นผู้ประกอบ
การรายใหญ่ที่ครองตลาดโลก เป็นการพัฒนาที่
มุ่งเน้นความเท่าเทียมกันในระยะสั้น โดยได้รับ
ประโยชน์ในเชิงประสิทธิภาพและการเติบโต
ทางเศรษฐกิจในระยะยาว

นอกจากการผลิตอาหารฮาลาลในระดับ
อุตสาหกรรมแล้ว **ปัจจุบันยังมีความพยายามส่งเสริมการให้บริการอาหารฮาลาลในโรงพยาบาล
โรงแรม และร้านอาหารหรือภัตตาคารต่างๆ**
การส่งเสริมให้โรงแรมและโรงพยาบาลมีครัว
ฮาลาลเป็นเรื่องที่ดี เพราะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว คนไข้ และญาติ แต่
ควรใช้วิธีคิดที่แตกต่างไปจากปัจจุบันที่มองว่า
โรงแรมและโรงพยาบาลที่ต้องการผลิตอาหาร
ฮาลาล ควรมีครัวใหญ่เป็นครัวที่ไม่ฮาลาลและ
มีครัวเล็กเป็นครัวที่ฮาลาล เพราะเป็นวิธีคิดที่
ทำให้ผู้บริโภคมองการผลิตอาหารฮาลาลเป็น
ภาระ ผู้เชี่ยวชาญในวงการฮาลาลหลายท่านชี้
ว่าเราต้องเปลี่ยนวิธีคิดใหม่โรงพยาบาลหรือ
โรงแรมแต่ละแห่งควรมีครัวใหญ่ผลิตอาหาร
ฮาลาลซึ่งทุกคนบริโภคได้ไม่ว่าจะเป็นมุสลิม
หรือไม่ก็ตาม และมีครัวเล็กผลิตอาหารที่ไม่
ฮาลาลซึ่งผู้ที่ไม่ใช่มุสลิมเท่านั้นต้องการบริโภค
ความพยายามสนับสนุนและส่งเสริม
ผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารฮาลาล
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมุสลิมเช่นเดียวกับ
ประเทศเพื่อนบ้านเป็นแนวคิดที่ดีแต่เป็นดาบ
สองคม หากดูแลไม่ดีจะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์
ของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลโดยรวมได้ เพราะ
ประเทศไทยต่างจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น
อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ที่มีมุสลิมในประเทศ



(ต่อด้านหลัง)

คอยเป็นหูเป็นตาให้รัฐในการตรวจสอบและ
คุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคซึ่งก็คือตัวประชาชน
เอง และเราก็ต่างจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น
สิงคโปร์ที่มีการบังคับใช้กฎหมายต่างๆ อย่างเข้ม
งวดเป็นที่น่าเชื่อถือ การส่งเสริมผู้ประกอบการ
ร้านอาหารและภัตตาคารฮาลาลของเราจึงควรพุ่ง
เป้าไปที่ผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร
ที่เป็นมุสลิม ซึ่งผลิตอาหารฮาลาลและตลาดก็
ให้การยอมรับอยู่แล้ว แทนการส่งเสริมและให้
ความรู้ด้านการผลิตอาหารฮาลาลแก่ผู้ประกอบการ
ที่ไม่ใช่มุสลิม ซึ่งต้องมีการใช้จ่ายงบประมาณ
เพิ่มเติมจำนวนมากและไม่รู้จบในการตรวจสอบ
ความได้มาตรฐานฮาลาล **สิ่งที่ผู้ประกอบการ**
ร้านอาหารและภัตตาคารมุสลิมต้องการคือการพัฒนา
มาตรฐานในการให้บริการ ความสะอาด
และการแต่งกายของผู้ให้บริการ การปรับปรุง
สภาพของร้านอาหารหรือภัตตาคาร และความ
สามารถของผู้ประกอบอาหารในระดับสากล
นอกจากที่กล่าวมาแล้ว ประเด็นที่สำคัญ
มากแต่ก็มักถูกมองข้ามคือ **สวัสดิการทาง**
เศรษฐกิจที่ผู้บริโภคมุสลิมไทยและมุสลิมใน
ส่วนอื่นของโลกได้รับจากการเข้าถึงอาหาร
และเครื่องดื่มที่ถูกต้องตามหลักศาสนา และ
จำเป็นแก่การครองชีพ การที่การส่งออกเป็น

อุปทานส่วนเกิน หมายความว่าผลผลิตอาหาร
ฮาลาลต้องได้รับความเชื่อถือและสามารถตอบ
สนองอุปสงค์ในประเทศของมุสลิมไทยให้ได้
เสียก่อน ส่วนที่เกินจึงส่งออกสู่ตลาดโลก ถ้าผู้
บริโภคในประเทศยังไม่มี ความมั่นใจในมาตรฐาน
ของฮาลาลไทย เพราะขาดการคุ้มครองผู้บริโภค
ก็ยากที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคใน
ต่างประเทศ ยิ่งไปกว่านั้น นักท่องเที่ยวมุสลิม
จากต่างประเทศจำนวนไม่น้อยได้รับบทเรียน
จากการบริโภคอาหารที่ไม่ได้ฮาลาลจริงใน
ประเทศไทย และบอกต่อกันปากต่อปาก ทำให้
เกิดภาพลักษณ์ไม่ดีต่ออาหารฮาลาลไทย ทางแก้
ที่ดีที่สุดสำหรับประเทศไทยที่ไม่ได้มีประชากร
ส่วนใหญ่เป็นมุสลิม คือการสร้างกลไกและการ
สนับสนุนองค์กรภาคเอกชนของมุสลิมในการ
คุ้มครองผู้บริโภคอาหารฮาลาลที่เข้มแข็งและ
ผู้บริโภคสามารถเชื่อมั่นได้
การกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนและการวาง
นโยบายที่เหมาะสมในเรื่องฮาลาล การเรียนรู้
และการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับฮาลาล
จะช่วยให้ประเทศไทยมีความพร้อม สามารถ
ร่วมมือกับประเทศอื่นๆ ในประชาคมอาเซียนที่
ประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิมแข่งขันกับประเทศ
คู่แข่งนอกอาเซียนที่มีส่วนแบ่งในตลาดอาหาร
ฮาลาลโลกกว่าร้อยละ 90 ได้ เพื่อให้เราสามารถ
เพิ่มส่วนแบ่งในตลาดอาหารฮาลาลโลกได้อย่าง
เป็นกอบเป็นกำ