

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพทางการตลาด มีตลาดรองรับที่สำคัญคือ ประชากรมุสลิมทั่วโลกประมาณ 1,800 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 25 ของประชากรโลก มีความต้องการบริโภคอาหารรวมกันคิดเป็นมูลค่าปีละประมาณ 150,000 – 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่งผลให้ตลาดผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลมีมูลค่าตลาดที่ใหญ่มาก ในขณะที่ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลได้เพียงปีละ 300 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือร้อยละ 0.18 ของมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของโลกเท่านั้น ซึ่งนับว่าน้อยมากทั้งๆที่ประเทศไทยยังมีศักยภาพในการขยายตลาดในต่างประเทศได้อีก ฉะนั้น อาหารฮาลาลจึงเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพการลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกของประเทศไทย ไปยังกลุ่มประเทศมุสลิม โดยมีสมมติฐานว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและพัฒนาศักยภาพการผลิตอาหารฮาลาล ทั้งจากนักลงทุนคนไทยและต่างชาติ นอกจากจะประกอบด้วยปัจจัยภายนอกคือ ตลาดอาหารฮาลาลในกลุ่มประเทศมุสลิมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยภายในคือความพร้อมหรือศักยภาพการลงทุนในอุตสาหกรรมการผลิตอาหารฮาลาลของไทยด้วย อันได้แก่ นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกของรัฐบาล ความพร้อมด้านทรัพยากรทั้งทรัพยากรการผลิตและทรัพยากรบุคคล และความสามารถของผู้ประกอบการในภาคเอกชน เป็นต้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาวิจัยได้ข้อค้นพบสำคัญว่า ไทยมีศักยภาพด้านทรัพยากรการผลิตและบุคคล รวมถึงความสามารถในการลงทุนของผู้ประกอบการพร้อมอยู่แล้ว ขาดแต่เพียงบทบาทของภาครัฐที่แม้จะมีนโยบายชัดเจน แต่มักประสบปัญหาขาดความต่อเนื่อง และไม่มีเอกภาพในการดำเนินงาน รวมไปถึงบทบาทขององค์กรทางศาสนาอิสลามที่ต้องเร่งสร้างความเป็นเอกภาพในการดำเนินงาน เพื่อให้มาตรฐานฮาลาลไทยก้าวไปสู่สากลในเร็ววัน ดังนั้น ภาครัฐจึงควรร่วมมือกับองค์กรทางศาสนาและภาคเอกชนอย่างใกล้ชิด เพื่อร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยให้ขยายตัวได้เพิ่มขึ้นในตลาดโลก

Abstract

The Halal foods market trend to be more imperative for Thai export sector because of its huge relative figures in term of populations (1,800 million Muslims, one forth of population worldwide) and enormous capital (150,000 – 200,000 million US dollars). While Thailand export value is only 300 million US dollars. Thailand, an important exporter, then has an opportunity to increase its number of Halal food export.

The research on “The Study of investment potential in Halal food industry for exporting of Thailand to Muslim countries” aims to investigate and analyze Thailand’s potential in Halal food manufacturing industry for exporting to Muslim countries. The factors that have impact on investing and developing Halal food industry for exporting cannot be considered only the external factor like Halal market in Muslim countries. There are also important internal factors such as the Government’s policy, efficiency of human and natural resources, and capability of private sector. These mentioned become hypothesis of the research.

According to the study, it is found that Thailand has potential on material for manufacturing and human resources including quiet high capability of private sector. While its weakness are lacking of integrity of governmental agencies including uncontinuing of Government’s policy. Furthermore, Muslim organizations that have important role to build up credit of Halal sign for Mislim world, would be more integrative in working out together for making a trust for Thai standard and brand on the world market and for decreasing a disadvantage, as Thailand is non – Muslim country. There are a huge opportunity for the country to capture in the global market so it is not too difficult to increase Halal food shares of worldwide.