



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ

ทิศทางใหม่ของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทยในอาเซียน

A New Direction for the Development of Thai Halal Industry in ASEAN

ชุดโครงการวิจัย ไทย-โลกมุสลิม: ความสัมพันธ์และนัยต่อการพัฒนา

โดย

ศาสตราจารย์ ดร.อิสรา ศานติศาสน์

ศูนย์นโยบายโลกมุสลิม คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กุมภาพันธ์ 2558

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

ทิศทางใหม่ของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทยในอาเซียน

A New Direction for the Development of Thai Halal Industry in ASEAN

คณะผู้วิจัย

สังกัด

รองศาสตราจารย์ดร.อิศรา ศานติศาสน์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาวชาริฮาน สุหลง

ผู้ช่วยวิจัย

นางสาวฮายาตี เล็งนู

ผู้ช่วยวิจัย

นางสาวสุกรียะห์ หะยีสะอะ

ผู้ช่วยวิจัย

ชุดโครงการวิจัย ไทย-โลกมุสลิม: ความสัมพันธ์และนัยต่อการพัฒนา

ศูนย์นโยบายโลกมุสลิม คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

คำขอบคุณ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือ และความอนุเคราะห์จากหลายหน่วยงานและบุคคลหลายคน ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยนี้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการไทย-โลกมุสลิม: ความสัมพันธ์และนัยต่อการพัฒนา ที่ สกว. ได้ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง จนได้องค์ความรู้ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เป็นประโยชน์หลายประการที่เป็นประโยชน์แก่สังคมโดยรวม คณะเศรษฐศาสตร์ที่ได้ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์นโยบายโลกมุสลิม ข้าราชการและพนักงานของกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ และฝ่ายกิจการฮาลาล สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำรายงานวิจัยนี้ ผู้ประกอบการ พนักงาน ไทยและมาเลเซียหลายท่านจากหลายแห่งที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ ผู้ร่วมการประชุมรายงานความก้าวหน้าของการวิจัย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสวนาร่างรายงานวิจัยเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2558 ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)

คณะผู้วิจัย

14 กุมภาพันธ์ 2558

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันที่ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นเหตุผลสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ แนวคิดเศรษฐศาสตร์อิสลามจึงได้รับความสนใจมากขึ้น เศรษฐศาสตร์อิสลามที่วางรากฐานอยู่บนความศรัทธาในพระเจ้าแบ่งแนวทางการใช้ชีวิตของมุสลิมออกเป็นอย่างน้อย 2 ระดับ คือ ฮาลาล และฮารอม ฮาลาลหมายถึงสิ่งที่อนุมัติให้ปฏิบัติได้ ฮารอมหรือหะรอม หมายถึงสิ่งที่ไม่อนุมัติให้ปฏิบัติหรือเกี่ยวข้องในทางใดทางหนึ่งประเทศไทยเข้าไปเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจอิสลามในอย่างน้อยสองเรื่องคือ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องฮาลาล และระบบการธนาคารและการเงินอิสลามที่ต้องไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ฮารอม

เช่นเดียวกับการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป การผลิตและการส่งออกอาหารฮาลาลช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตของภาคการเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญในการผลิตอาหาร และเป็นแหล่งจ้างงานสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่คนจำนวนมากโดยเฉพาะที่อยู่ในชนบทและมีรายได้น้อย การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการแก้ปัญหาสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะ ปัญหาความไม่เท่าเทียมกัน และความยากจน

อุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทยเริ่มได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2544 เป็นต้นมา ได้มีการจัดสรรงบประมาณกว่าพันล้านบาทผ่านหน่วยงานต่างๆ รวมถึงหน่วยราชการ และองค์การศาสนา แต่ผลการศึกษาในอดีตชี้ว่าการเติบโตของมูลค่าส่งออกอาหารฮาลาลของไทยเกิดจากการขยายตัวของตลาดโลกมุสลิมเป็นหลักไม่ได้เกิดจากความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกมุสลิม ความสามารถในการแข่งขันไม่ได้มีเพียงรสชาติของอาหารและต้นทุนการผลิต แต่รวมถึงการเชื่อมั่นในคุณภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และระยะทางหรือต้นทุนในการขนส่งสินค้าไปยังจุดกระจายสินค้าและผู้บริโภค

จากการศึกษาข้อมูลจนถึงปี 2556 หรือ 2013 มีข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายอุตสาหกรรมฮาลาลใหม่ ในภาพรวม มี 2 ประเด็นสำคัญในอุตสาหกรรมฮาลาลไทย คือ การตรวจรับรองฮาลาลไทยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภาคการบริการ และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาล ซึ่งอยู่ในภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม ข้อมูลชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จของการรับรองเครื่องหมายฮาลาลไทยในระดับหนึ่ง แม้ว่าจะมีบางจุดที่ต้องปรับปรุง จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในส่วนของการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย คงยากที่จะกล่าวได้ว่าประสบความสำเร็จ ประเทศไทยยังคงมีส่วนแบ่งตลาดในโลกมุสลิมน้อยมาก เมื่อเทียบกับส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกโดยทั่วไปและเมื่อเทียบกับ

ส่วนแบ่งตลาดโลกมุสลิมของมาเลเซียและอินโดนีเซีย และมีหลายหมวดสินค้าที่ประเทศไทยสูญเสียส่วนแบ่งตลาดในโลกมุสลิม

วันนี้ ประเทศไทยจึงต้องปรับแนวคิดและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลใหม่ เพื่อสร้างความพร้อมยอมรับตัว พัฒนานโยบายที่ถูกต้อง และถ้าจำเป็น หาจุดร่วม ร่วมมือกับประเทศอื่นในอาเซียนที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม เช่น มาเลเซียและอินโดนีเซีย เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งนอกอาเซียนที่มีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมกว่าร้อยละ 90 ทั้งๆ ที่หลายประเทศไม่ได้มีประชากรมุสลิมมากไปกว่าไทย และไม่ได้เป็นประเทศมุสลิมเช่นที่มาเลเซีย และอินโดนีเซียเป็น

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นหลายช่องทางที่ประเทศไทยควรพิจารณาระมัดระวังเพื่อรักษาสถานะปัจจุบัน และปรับปรุงเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิม ตั้งแต่การบริหารจัดการของรัฐ การตรวจรับรองและเครื่องหมายรับรองฮาลาล การเจาะตลาดโลกมุสลิม และการสร้างองค์ความรู้และการพัฒนาฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ฮาลาล

Abstract

Nowadays, economic variables are crucial factors that drive policies and create changes. The concept of economics in Islam has received attention widely. Based on faith in God, Islamic economics divides the way of life of Muslims into at least two aspects. These are Halal and Haram. Halal means things that are allowed while Haram means those that are forbidden. Thailand has involved with Islamic economics in two ways. These are food and beverages that have to be Halal, and Islamic banking and finance that are not related to things that are Haram.

Similar to the production and export of other food products, those of Halal food create value-added to agricultural products which are raw materials in food production and sources of employment and income of many people, especially those in the rural areas who have low income. Thus, the development of the Halal food industry is a means to solve two important problems in the development of the country; inequality and poverty.

The promotion of the Halal industry in Thailand began on the 25th of September 2001. Since then, the promotion budget of more than a thousand million Baht has been allocated to many agencies, including government agencies and religious organizations. But results of many past studies pointed out that the growth of the export value of Thai products was the result of the market expansion effect, and not Thailand's ability to compete in the Muslim world market. This includes weaknesses in terms of Halal quality, packaging, as well as distance or transportation costs, i.e. the cost of delivering Halal products from Thailand to points of product distribution or Muslim consumers.

Based on the analysis of information up to the year 2013, there are many findings that are useful for redesigning Halal industry policies. In sum, there are two main issues in the Halal industry. These are accreditation and certification of the Halal standard (that is a part of the services sector), and the promotion of Halal products (that is a part of agriculture and manufacturing). To a certain degree, the data points to the success of the promotion of the Thai Halal logo, although there are points that need further improvement. But it would not be easy to conclude that the promotion of Halal products has been successful. The total share of Thai Halal

products in the Muslim world market is still less than that of similar products in the world market. In comparison to Malaysia and Indonesia, Thailand has lost her share of many products in the Muslim world market.

Today, Thailand needs to revise her conception and development plan of the Halal industry, to build up readiness, to fine-tune, to develop right policies and, if needed, to search for a common standing with other ASEAN countries whose population are Muslim majority. The main purpose is to contend with non-ASEAN competitors whose Muslim population are not more than that of Thailand, and are not Muslim countries like Malaysia and Indonesia.

Results of this study point to many aspects in which Thailand has to take into consideration, in order to maintain the present status and earn a higher share in the Muslim world market. These are the improvement of public administration, the modification of accreditation and certification of the Halal standard, Muslim market penetration, as well as creating the body of knowledge and developing a databank for Halal products.

สารบัญ

	หน้า
คำขอบคุณ	ก
บทคัดย่อ	ข
Abstract	ง
1. ความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์	3
3. กรอบแนวคิดในการวิจัย คำจำกัดความ และข้อสมมติ	3
4. ข้อมูลที่ใช้	5
5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
6. ดัชนีชี้วัด	5
7. กระบวนการผลักดันผลงานสู่การใช้ประโยชน์	5
8. ข้อมูลระดับมหภาคของสามประเทศ	6
9. ความหมายของฮาลาล	9
10. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง	11
11. พัฒนาการของเครื่องหมายฮาลาล	
11.1 เครื่องหมายฮาลาลไทย	16
11.2 เครื่องหมายฮาลาลมาเลเซีย	25
11.3 เครื่องหมายฮาลาลอินโดนีเซีย	30
11.4 เปรียบเทียบขั้นตอนการรับรองมาตรฐานฮาลาลของสามประเทศ	34
12. โครงสร้างต้นทุน เส้นทางและการค้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลของสามประเทศ	
12.1 โครงสร้างต้นทุนการผลิตและอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาล	45
12.2 การค้าระหว่างประเทศของผลิตภัณฑ์ฮาลาล	47

สารบัญ (ต่อ)

12.3	ต้นทุนการขนส่ง	62
13.	ความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างสามประเทศ	
13.1	เขตการค้าเสรีอาเซียน	65
13.2	ข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติของนักวิชาชีพอาเซียน	75
13.3	พิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	80
13.4	กรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย	85
13.5	กรอบเจรจาอื่นๆ	92
14.	บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	
14.1	บทสรุป	97
14.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	109
14.3	ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต	114
	เอกสารอ้างอิง	115
	ภาคผนวกที่ 1: หน่วยงานตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลที่ได้รับการยอมรับ ปี 2557	118
	ภาคผนวกที่ 2: พิกัดอัตราสินค้าเกี่ยวกับฮาลาลที่ทั้งสามประเทศนำเข้าและส่งออก	135
	ภาคผนวกที่ 3: รายงานการเดินทางเก็บข้อมูลภาคสนามในมาเลเซีย	142

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลพิกัดัตราย่อยของสินค้านำเข้าและสินค้าส่งออกที่เกี่ยวกับฮาลาลปี2002-2018	4
ตารางที่ 2: เปรียบเทียบตัวแปรเศรษฐกิจมหภาค 3 ประเทศปี 2555	7
ตารางที่ 3: เปรียบเทียบโครงสร้างเศรษฐกิจ 3 ประเทศ	8
ตารางที่ 4: เปรียบเทียบแหล่งรายได้ 3 ประเทศ	9
ตารางที่ 5: สรุปเครื่องหมายรับรองฮาลาลใน 42 ประเทศ	15
ตารางที่ 6: จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจรับรองฮาลาลไทย ปี 2557.	24
ตารางที่ 7: เปรียบเทียบค่าธรรมเนียมในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาล	38
ตารางที่ 8: โครงสร้างต้นทุนการผลิตหมวดอาหารและเครื่องดื่มของทั้งสามประเทศ	46
ตารางที่ 9: โครงสร้างการกระจายผลผลิตหมวดอาหารและเครื่องดื่มของสามประเทศ	46
ตารางที่ 10: เปรียบเทียบมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลของสามประเทศปี 2002-2013	51
ตารางที่ 11: สินค้าส่งออกไปโลกมุสลิม และผู้นำเข้าสำคัญ	53
ตารางที่ 12: สินค้าส่งออกสำคัญของไทย ปี 2002-2013	59
ตารางที่ 13: สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซีย ปี 2002-2013	60
ตารางที่ 14: สินค้าส่งออกสำคัญของอินโดนีเซีย ปี 2002-2013	61
ตารางที่ 15: ค่าขนส่งและค่าประกัน ระหว่างท่าเรือสามประเทศและดูไบ	63
ตารางที่ 16: กรอบระยะเวลาการปรับลดอัตราภาษีของอาเซียนเดิม	70
ตารางที่ 17: กรอบระยะเวลาการปรับลดอัตราภาษีของอาเซียนใหม่	70
ตารางที่ 18: กรอบเวลาและเงื่อนไขการดำเนินการสำคัญภายใต้ AEC Blueprint	82

สารบัญภาพและกราฟ

	หน้า
ภาพที่ 1: การตรวจรับรองฮาลาลไทย	40
ภาพที่ 2: การตรวจรับรองฮาลาลมาเลเซีย	42
ภาพที่ 3: การตรวจรับรองฮาลาลอินโดนีเซีย	43
ภาพที่ 4: พื้นที่ IMT-GT	86
กราฟที่ 1: เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมของประเทศไทย ปี2002-2013	48
กราฟที่ 2: เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมของมาเลเซีย ปี2002-2013	49
กราฟที่ 3: เปรียบเทียบส่วนแบ่งตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมของอินโดนีเซีย ปี2002-2013	49
กราฟที่ 4: ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมอาหรับ: 2002-13	54
กราฟที่ 5: ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมเอเชีย: 2002-13	55
กราฟที่ 6: ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมแอฟริกา: 2002-13	55

ทิศทางใหม่ของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทยในอาเซียน

A New Direction for the Development of Thai Halal Industry in ASEAN

อิสรา ศานติศาสตร์¹

1. ความเป็นมา

ในยุคปัจจุบัน ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นเหตุผลสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ประกอบกับประชากรมุสลิมมีส่วนแบ่งมากกว่า 1 ใน 4 ของประชากรโลก แนวคิดเศรษฐศาสตร์ในอิสลามที่วางรากฐานอยู่บนความศรัทธาในพระเจ้าแบ่งแนวทางการใช้ชีวิตของมุสลิมออกเป็นอย่างน้อย 2 ระดับ คือ ฮาลาล (หรือหะลาล) และฮารอม (หรือหะรอม) จึงได้รับความสนใจมากขึ้น ฮาลาลหมายถึงสิ่งที่ไม่อนุมัติให้ปฏิบัติได้ ซึ่งครอบคลุมทุกๆ ด้านในการดำรงชีวิตของมุสลิมทุกคน ฮารอมหมายถึงสิ่งที่ไม่อนุมัติให้ปฏิบัติหรือเกี่ยวข้องในทางใดๆ ทั้งสิ้น เช่น ดอกเบี้ย การผูกขาด การกักตุนสินค้า การบริโภคสุรา และการพนัน คำว่าฮาลาลเป็นที่รู้จักกัน เมื่อสังคมเริ่มให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ซึ่งรวมถึงอาหาร เครื่องดื่ม ยา และเครื่องสำอาง

อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารฮาลาลของคนไทยหลายคนยังมีความเข้าใจที่ค่อนข้างแคบ ส่วนใหญ่รู้เพียงว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลคืออาหารที่มุสลิมบริโภคได้ ซึ่งหมายถึงอาหารที่ไม่มีส่วนผสมที่เป็นหมู และสุรา และมักจะเข้าใจว่าหมายถึงอาหารประเภทข้าวหมกไก่ แกงมัสมั่น แกงกุ่มหมา เท่านั้น ซึ่งมีรากฐานมาจากความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องว่ามุสลิมหมายถึงแขกเท่านั้น ทั้งๆ ที่ยังมีมุสลิมกลุ่มอื่นอีกเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรมุสลิมโลกประมาณ 1,700 ล้านคน ที่อาศัยอยู่ในส่วนอื่นของโลก เช่น จีน เอเชียกลาง รัสเซีย ยุโรปตะวันออก แอฟริกา ที่มีภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย

โดยหลักการอิสลาม พระเจ้าสร้างสรรพสิ่งขึ้นมาเพื่อให้มนุษย์ใช้ประโยชน์ทั้งสิ้น สรรพสิ่งเหล่านี้จึงเป็นที่อนุมัติหรือฮาลาล ไม่มีสิ่งใดที่ไม่เป็นที่อนุมัติหรือฮารอม (หรือหะรอม) ยกเว้นสิ่งที่อัลกุรอานและแบบอย่างคำสอนของท่านศาสนทูตระบุไว้ชัดเจนว่าที่ไม่เป็นที่อนุมัติ โดยนัยนี้ สรรพสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติส่วนใหญ่จึงเป็นสิ่งที่ไม่อนุมัติหรือฮาลาล อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม มีทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและที่ได้ถูกปรับเปลี่ยนหรือแปรสภาพโดยมนุษย์ สำนักจุฬาราชมนตรีจึงได้กำหนด

¹ อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้องหรือไม่อนุมัติตามหลักศาสนาไว้ ซึ่งได้เป็นรากฐานของการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลไทยจนถึงปัจจุบัน

อุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทยเริ่มได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2544 ได้มีการจัดสรรงบประมาณกว่าพันล้านบาทผ่านหน่วยงานต่างๆ รวมถึงหน่วยราชการและองค์กรศาสนา แต่ผลการศึกษาในอดีตชี้ว่า การเติบโตของมูลค่าส่งออกอาหารฮาลาลของไทยเกิดจากการขยายตัวของตลาดโลกมุสลิมเป็นหลัก ไม่ได้เกิดจากความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกมุสลิม ความสามารถในการแข่งขันไม่ได้มีเพียงรสชาติของอาหารและต้นทุนการผลิต แต่รวมถึงการเชื่อมั่นในคุณภาพ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และระยะทางหรือต้นทุนในการขนส่งสินค้าไปยังจุดกระจายสินค้าและผู้บริโภค

การศึกษาข้อมูลจนถึงปี 2556 มีข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายอุตสาหกรรมฮาลาลใหม่ ในภาพรวม มี 2 ประเด็นสำคัญ คือ การตรวจรับรองฮาลาลไทย และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย ข้อมูลชี้ให้เห็นความสำเร็จของการรับรองเครื่องหมายฮาลาลไทยในระดับหนึ่ง แม้จะมีบางจุดที่ต้องปรับปรุง จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ในส่วนการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย คงยากที่กล่าวว่าประสบความสำเร็จ ประเทศไทยยังคงมีส่วนแบ่งตลาดในโลกมุสลิมน้อยมากเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งในตลาดโลก และกำลังสูญเสียส่วนแบ่ง แม้จะมีสินค้าบางชนิดที่ประเทศไทยสามารถช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดในโลกมุสลิมได้ แต่สินค้าเหล่านี้สามารถเจาะตลาดโลกมุสลิมได้เองโดยไม่ต้องมีเครื่องหมายฮาลาล

ประเทศไทยอาจได้เปรียบหลายประเทศจากการเป็นผู้ผลิตผลผลิตทางการเกษตรที่มากและหลากหลาย มีแรงงานที่ค่าจ้างยังถูกกว่าหลายประเทศที่เป็นคู่แข่ง และรสชาติของอาหารไทยที่ทั่วโลกรู้จัก แต่ความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาหารฮาลาลไม่ได้มีเพียงต้นทุนการผลิตและรสชาติของอาหารเท่านั้น ยังรวมถึงการยอมรับในมาตรฐานฮาลาล ความเข้าใจในวัฒนธรรมการบริโภค การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และต้นทุนในการขนส่งสินค้าไปยังจุดกระจายสินค้าหรือผู้บริโภคด้วย ปัจจัยที่กล่าวมานี้ ประเทศไทยอาจอยู่ในสถานะเสียเปรียบประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งแม้มาเลเซียไม่ได้มีวัตถุดิบที่มากและหลากหลายเช่นประเทศไทย แต่มีภาพลักษณ์ความเป็นประเทศมุสลิมที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานฮาลาล และมีท่าเรือ Butterworth ที่ปีนัง และ Klang West Port ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ซึ่งอยู่ใกล้จุดกระจายสินค้าของโลกมุสลิม เช่น คูไบ มากกว่าท่าเรือไทย คูไบเป็นจุดกระจายสินค้าสำคัญของตะวันออกกลาง ทำให้มาเลเซียมีต้นทุนต่ำกว่าในการขนส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาลไปยังตลาดตะวันออกกลางที่มีกำลังซื้อสูง ในขณะที่อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก มีแรงงานถูก มีพื้นที่มากพอที่จะขยายการผลิต และมีท่าเรือที่กรุงจาการ์ตาและท่าเรือที่เมดาน ซึ่งอยู่ใกล้คูไบ เช่นกัน ปัญหานี้ ผวนกับ

ความแตกต่างในกระบวนการตรวจสอบรับรองมาตรฐานฮาลาล อาจเป็นสาเหตุให้โลกมุสลิมให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย และเอกชนจำนวนหนึ่งใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศเหล่านั้นในการส่งออกหรือย้ายฐานการผลิตอาหารฮาลาลของตนไปยังประเทศอื่น เช่น มาเลเซีย และตุรกี เพื่อเข้าใกล้ตลาดและอาศัยความได้เปรียบจากการเป็นประเทศมุสลิมของประเทศเหล่านั้น ในการเจาะตลาดโลกมุสลิม ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลกมุสลิมลดลง

ด้วยเหตุนี้ จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาสถานการณ์ที่กำลังเป็นอยู่ เพื่อแสวงหาแนวทางใหม่ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย ให้มีความพร้อมในการแข่งขัน และเห็นโอกาสในการร่วมมือกับประเทศอื่นๆ ซึ่งรวมถึงประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งในฐานะผู้ผลิตอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออก ประเทศเหล่านี้อาจมีสถานะเป็นคู่แข่งของเรา แต่ก็อาจมีบางปัจจัยที่เกื้อหนุนกัน สามารถร่วมกันแข่งขันกับคู่แข่งนอกอาเซียนที่มีส่วนแบ่งในตลาดอาหารฮาลาลโลกกว่าร้อยละ 90 ได้ โดยเฉพาะจากการที่ทั้งสามประเทศเป็นสมาชิกก่อตั้งของอาเซียน และมีข้อตกลงความร่วมมือร่วมกัน เช่น AFTA ที่ผลักดันการค้าเสรี สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทย (IMT-GT) ที่เน้นความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ 2 จังหวัดในเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย 4 รัฐทางตอนเหนือของมาเลเซีย และจังหวัดในภาคใต้ของประเทศไทย และข้อตกลงอื่นๆ อีกมาก

2. ข้อค้นพบ

การตรวจรับรองฮาลาล

โดยเหตุที่ประชากรมุสลิมทั่วโลกมีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ผ่านมาตรฐานการควบคุมที่ถูกต้องตามหลักอิสลาม เวทีการค้าโลกจึงมองเห็นความสำคัญของเครื่องหมายฮาลาล และได้ผลักดันการใช้เครื่องหมายฮาลาลผ่าน FAO และ WHO กระทั่งในปี 2536 Codex Alimentarius Commission จึงได้เริ่มพิจารณาร่างแนวทางการใช้เครื่องหมายฮาลาล จนมีการยอมรับแนวทางสากลในการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาล (General Guidelines for Use of the Term "Halal": CAC/GL 24-1997) ขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ แนวทางดังกล่าวกำหนดว่า ประเทศสมาชิกของ Codex ที่ต้องการประทับเครื่องหมายฮาลาล จะต้องมีการผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลที่ Codex กำหนดขึ้น มาตรฐานสากลนี้กำหนดให้มีการใช้มาตรการควบคุมการติดฉลากที่ใช้คำว่า ฮาลาล หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่ากันตามที่ได้มีกำหนดไว้ใน General Standard for the Labeling of Prepackaged Foods ซึ่งวางรากฐานอยู่บนคำสอนของอิสลามที่ให้ความหมายไว้ชัดเจนและเป็นหลักการของมาตรฐานฮาลาลที่ใช้

อยู่ในประเทศต่างๆ ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยและหลักโภชนาการ (ดีอียูบีบี) ตั้งแต่วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ กระบวนการผลิต การขนส่ง การจัดเก็บ และการจัดจำหน่าย ซึ่งรวมถึงการปนเปื้อนสิ่งที่ไม่ฮาลาล General Guidelines ดังกล่าวมีหลักการสำคัญดังนี้

- ยอมรับว่าอาจมีความแตกต่างในการตีความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลอยู่บ้างในระหว่างมัซฮับต่างๆ (Islamic Schools of Thought) และจะไม่ก้าวล้ำสิทธิขององค์กรศาสนาที่มีอำนาจรับผิดชอบในแต่ละประเทศ ที่จะมีความเห็นหรือการตีความหลักการและกฎเกณฑ์ทางศาสนาที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล
- ไม่ได้ให้การยอมรับว่าสิทธิในการรับรองเครื่องหมายฮาลาลในประเทศต่างๆ ถูกจำกัดไว้ที่องค์กรศาสนาเท่านั้น เพราะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระเบียบกฎเกณฑ์ภายในของแต่ละประเทศ และความตกลงที่แต่ละประเทศมีอยู่กับประเทศอื่น ๆ

ในปัจจุบัน มีหลายประเทศทั่วโลกที่พัฒนาระบบการตรวจรับรองฮาลาลขึ้นมา บางประเทศมีดำเนินการโดยหน่วยงานหรือองค์กรเดียวและมีเครื่องหมายเดียว บางประเทศดำเนินการโดยหลายหน่วยงานหรือองค์กรและมีหลายเครื่องหมาย องค์กรตรวจรับรองของบางประเทศเป็นหน่วยงานรัฐ บางประเทศเป็นองค์กรศาสนา และบางประเทศเป็นหน่วยธุรกิจ ณ ปัจจุบัน ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ดำเนินการโดยองค์กรหรือหน่วยงานเดียว และมีเครื่องหมายเดียว โดยการตรวจรับรองของไทยและอินโดนีเซียดำเนินการโดยองค์กรศาสนา แต่การตรวจรับรองของมาเลเซียดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐที่ดูแลกิจการศาสนาอิสลาม และในบางกรณี ธุรกิจเอกชนด้วย

โดยหลักการ การตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลของทั้งสามประเทศไม่ได้แตกต่างกันมาก แต่มีรายละเอียดบางประการที่สร้างข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบ โดยสรุป การตรวจรับรองของอินโดนีเซียน่าจะสะดวกและมีต้นทุนต่ำสุด รวมถึงอายุใบรับรองที่นานกว่า ตามด้วยมาเลเซีย โดยการตรวจรับรองฮาลาลของไทยมีความสะดวกน้อยที่สุดและมีต้นทุนสูงที่สุด ทั้งนี้ อาจมีเงื่อนไขอื่นที่เป็นต้นทุนเพิ่มขึ้นในทางปฏิบัติ ซึ่งไม่ได้รวมไว้ในรายงานฉบับนี้ อย่างไรก็ตาม มาเลเซียเป็นประเทศเดียวที่มีหน่วยงานด้านการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลเป็นการเฉพาะ บทเรียนจากทั้งสองเป็นประโยชน์แก่ประเทศไทย

เส้นทางการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์ฮาลาล

เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างไทยกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย 3 ประการคือ ประการแรก ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกกว้างตัวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งน้อยกว่า ไม่เกินร้อยละ 0.5 เท่านั้น แต่ส่วนแบ่งของทั้งสองประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประการที่สอง ไทยมีความสามารถในการเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกมุสลิมน้อยกว่าส่วนแบ่งในตลาดโลก ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมมากกว่าในตลาดโลก ประการที่สาม เมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศ อินโดนีเซียมีผลงานดีกว่า ส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่ไทยและมาเลเซียมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมเพียงประมาณร้อยละ 1 แต่ส่วนแบ่งของไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2009 จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ส่วนแบ่งของมาเลเซีย ซึ่งลดลงในระยะแรก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2008 จนกระทั่งมากกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013

การที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย โดยส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 ซึ่งมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย (ไม่เกินร้อยละ 0.5) นั้น ถือได้ว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าอีกสองประเทศอยู่มาก สินค้าส่งออกสำคัญ 3 อันดับแรกที่ช่วยให้ไทยนำอีกสองประเทศในด้านส่วนแบ่งในตลาดโลก คือหมวดพืชผัก และผลไม้ ตามด้วยหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง และหมวดเนื้อสัตว์ แต่ในหมวดพืช ผัก ผลไม้ ถ้าไม่รวมมันสำปะหลังที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมากถึงร้อยละ 83 แล้ว ไทยไม่ได้นำเข้าจากอีกสองประเทศมากนัก ในหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง ซึ่งสินค้าส่งออกหลักของไทยคือขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่น ๆ กากน้ำตาล และข้าวโพด และในหมวดเนื้อสัตว์ ซึ่งไทยมีศักยภาพมากกว่าอีกสองประเทศเป็นอย่างมาก การส่งออกหมวดเนื้อสัตว์ของไทยไปทั่วโลกในช่วง 12 ปีมีมูลค่ามากที่สุด (US\$2,693,898,912) ซึ่งมากกว่ามูลค่าส่งออกของมาเลเซีย (US\$63,364,482) และอินโดนีเซีย (US\$10,015,211) หลายเท่าตัว สินค้าส่งออกสำคัญของไทยในหมวดนี้คือ เนื้อสัตว์ ส่วนอื่นๆ ของสัตว์ และเนื้อสัตว์ปีก ในขณะที่มาเลเซียส่งออกไส้กรอก และอินโดนีเซียส่งออกหนังไก่และไส้กรอก

การวิเคราะห์ตลาดโลกมุสลิมจะช่วยชี้ให้เห็นโอกาสในการส่งออก เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศ ซึ่งอินโดนีเซียมีมากที่สุดประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่ไทยและมาเลเซีย

มีส่วนแบ่งเพียงประมาณร้อยละ 1 โดยส่วนแบ่งของไทยมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2009 จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ในขณะที่ส่วนแบ่งของมาเลเซีย ซึ่งลดลงในระยะแรก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2008 จนกระทั่งมากกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ประเด็นที่สำคัญคือสินค้านำเข้าหลักของโลกมุสลิมมีอยู่จำนวนหนึ่ง และสินค้านำเข้าสำคัญที่กล่าวมานี้ โลกมุสลิมมีประเทศผู้นำเข้าสำคัญอยู่ไม่กี่ประเทศ

ในประเด็นที่ ประเทศไทยมีความสามารถในการเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่ามาเลเซียและอินโดนีเซียนั้น สาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากการเป็นประเทศมุสลิม ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากทั้งสองประเทศจึงได้รับการยอมรับมากกว่า หมวดสินค้าที่สินค้าส่งออกของไทยไปโลกมุสลิมมีส่วนแบ่งการตลาดลดลง คือ หมวดเครื่องดื่มที่ลดลงตั้งแต่ปี 2002 เป็นอย่างช้า หมวดไขมันและน้ำมัน ซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2004 หมวดผลิตภัณฑ์นม และหมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ ซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2008 และหมวดอาหารทะเลซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2009 ในขณะที่มาเลเซียมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มในหลายหมวดที่ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยลดลง ได้แก่ หมวดไขมันและน้ำมัน และหมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ และยังมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มในหมวดธัญพืชและอาหารปรุงแต่งที่ส่วนแบ่งของไทยลดลงตั้งแต่ปี 2009 แต่เริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ปี 2011 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งการตลาดในหมวดเนื้อสัตว์ของทั้งประเทศไทยและมาเลเซียเพิ่มขึ้นตลอด มีเพียงปี 2013 เท่านั้นที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยเพิ่มขึ้นในขณะที่ส่วนแบ่งของมาเลเซียลดลง อย่างไรก็ตาม ทั้งสองประเทศมีส่วนแบ่งการตลาดในหมวดนี้น้อยมาก

กล่าวโดยสรุป ข้อค้นพบสำคัญคือ 1) มาเลเซีย และอินโดนีเซียนำเข้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากไทยหลายรายการ 2) ในการเจาะตลาดโลกมุสลิม มาเลเซียและอินโดนีเซียได้เปรียบประเทศไทยจากการเป็นประเทศมุสลิม 3) ประเทศไทยกำลังสูญเสียส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของหลายๆ หมวดสินค้าอย่างต่อเนื่อง และต้องการยุทธศาสตร์ใหม่ๆ และ 4) สินค้าส่งออกสำคัญไปตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศค่อนข้างเหมือนกัน สถานะในตลาดโลกจึงเป็นคู่แข่งกัน โอกาสที่จะมี Vertical Integration มีอยู่น้อย แม้จะเป็นความต้องการของมาเลเซียที่ขาดแคลนวัตถุดิบ และประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซียจะมีศักยภาพในการส่งออกวัตถุดิบเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศอื่น

กรอบความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างสามประเทศ

การศึกษากรอบความร่วมมือและข้อตกลงต่างๆ ที่ทั้งสามประเทศมีต่อกัน ชี้ให้เห็นไม่เพียงแต่แนวโน้มการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น แต่ยังมีโอกาสที่ประเทศไทยจะร่วมมือกับมาเลเซียและอินโดนีเซียในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล ดังนี้

ก) เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) เป้าหมายสำคัญของอาเซียน คือความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกทั้งในด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคง สังคม และวัฒนธรรม อาเซียนมีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน โดยประมาณครึ่งหนึ่งเป็นมุสลิมที่ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล การค้าเสรีจะช่วยให้ผู้บริโภคมุสลิมมีทางเลือกในการบริโภคมากขึ้น ทั้งในแง่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ราคาที่จ่ายได้ และความเชื่อมั่นในสินค้าที่จะบริโภค ในขณะที่ผู้ผลิตจะมีปัจจัยการผลิตให้เลือกมากขึ้น ต้นทุนการผลิตต่ำลง และมีฐานลูกค้ากว้างขึ้น การที่ประเทศสมาชิกต้องลดและยกเลิกมาตรการภาษีและที่ไม่ใช่ภาษีให้แกกัน มีหลายกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาล ดังนี้

ใน CEPT ซึ่งประเทศสมาชิกต้องลดภาษีนำเข้า ยังมีปัญหาการตีความบางผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น บรูไนถือว่าผลิตภัณฑ์ยาสูบ เช่น บุหรี่ไม่ฮาลาล และไม่รวมไว้ในกลุ่มสินค้าที่จะได้รับการยกเว้นภาษีประเทศอื่นๆ รวมทั้งมาเลเซีย และอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศมุสลิมเช่นเดียวกับบรูไน และประเทศไทยไม่มีความชัดเจนในเรื่องนี้ ในระดับองค์การศาสนา การบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบไม่ฮาลาล แต่ในระดับประเทศไม่ได้มีการขอคงไว้ซึ่งอุปสรรคในการนำเข้า บริษัทข้ามชาติจำนวนหนึ่งใช้ประโยชน์จากช่องว่างนี้และกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน ผลิตผลิตภัณฑ์ยาสูบราคาถูกเพื่อจำหน่ายในอาเซียน

กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน (ROO) กำหนดให้สินค้าที่จะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีต้องเป็นสินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน ซึ่งสินค้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะได้รับประโยชน์ด้วย ทั้งนี้ สินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกทั้งหมดหมายถึง สินค้าเกษตรที่ผลิตหรือเก็บเกี่ยวในประเทศสมาชิก สัตว์ที่เกิดและถูกเลี้ยงในประเทศสมาชิก รวมถึงสินค้าที่ได้จากสัตว์ดังกล่าว สัตว์ที่ถูกจับ ถูกล่า หรือถูกเพาะเลี้ยง สัตว์ทะเลและผลิตภัณฑ์ที่ถูกจับโดยเรือหรือบนเรือที่จดสัญชาติ ใช้งานของประเทศสมาชิก ในท้องทะเลที่ได้รับอนุญาต ตลอดจนผลพลอยได้หรือของเหลือจากการผลิตหรือการได้มาซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น

สินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกบางส่วนหมายถึงสินค้าที่มีสัดส่วนมูลค่าที่เกิดขึ้นในอาเซียน (ASEAN หรือ Regional Value Content) อย่างน้อยร้อยละ 40 หรือมีการผลิตจนเกิดการเปลี่ยนแปลงในลำดับ 4 หลักของ Harmonised System และสามารถคำนวณวัตถุดิบในอาเซียนแบบสะสม โดย

กำหนดสัดส่วนขั้นต่ำของวัตถุดิบในอาเซียนเท่ากับร้อยละ 20 ซึ่งส่วนผสมที่ฮาลาลและมาจากอาเซียนจะมีราคาถูกลง

อุปสรรคทางเทคนิค (TBT) อยู่ในเรื่องของมาตรฐาน กฎเกณฑ์ทางเทคนิค และกระบวนการตรวจสอบมาตรฐาน ซึ่งกำหนดให้มาตรฐานและการตรวจสอบมาตรฐานของแต่ละประเทศต้องไม่เป็นอุปสรรคทางการค้า โดยทั่วไป มาตรฐานฮาลาลไม่น่าจะแปรเป็น TBT ได้ เพราะเป็นมาตรฐานเดียวกันในโลกมุสลิม อย่างไรก็ตาม มีรายงานว่าอินโดนีเซียกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่จะนำเข้าไปจำหน่าย ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากสภาผู้รู้ทางศาสนาของอินโดนีเซียด้วย แม้ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะได้รับการรับรองจากประเทศผู้ผลิตแล้ว มาตรฐานฮาลาลจึงแปรเป็นอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีในรูปของ TBT

ข) กรอบความตกลงว่าด้วยการบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS) เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลในส่วนของกาให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลภายใต้กรอบความตกลงนี้ ประเทศสมาชิกต้องเปิดตลาดธุรกิจบริการให้แกกันมากกว่าที่แต่ละประเทศมีข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยทุกประเทศต้องทยอยผูกพันการเปิดตลาดให้มากขึ้นทั้งจำนวนสาขา และรูปแบบของอุปทาน รวมทั้งลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ให้บริการจากประเทศสมาชิก โดยแต่ละประเทศควไว้ซึ่งสิทธิในการออกกฎระเบียบของตนในการกำกับดูแลการบริการให้มีคุณภาพ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ Free Flow of Services ภายใต้เป้าหมายและพิมพ์เขียวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งให้ประเทศสมาชิกจัดทำข้อผูกพันโดยกำหนดระดับการเปิดตลาดในแต่ละช่วงไว้จนถึงปี พ.ศ. 2558

ตามสองเป้าหมายแรก ซึ่งประเทศสมาชิกจะต้องยกเลิกข้อจำกัดต่อการให้บริการข้ามพรมแดนและการใช้บริการข้ามพรมแดนทั้งหมด แต่ถ้ามีเหตุผลจำเป็นที่จะต้องคงเงื่อนไขบางประการสำหรับบางสาขาบริการไว้ก็สามารถทำได้ ตามเป้าหมายการเปิดตลาดนี้ ข้อจำกัดต่อการให้บริการและการใช้บริการตรวจรับรองฮาลาลที่ดำเนินการโดยองค์กรศาสนาเป็นเรื่องที่กระทำไม่ได้ แต่ไม่ปรากฏว่าประเทศไทยได้แสดงเหตุผลของความจำเป็นที่จะคุ้มครองธุรกิจการตรวจรับรองฮาลาลแต่อย่างใด สำหรับเป้าหมายระดับที่สาม ที่ประเทศสมาชิกต้องเปิดให้นักลงทุนอาเซียนเข้ามาจัดตั้งธุรกิจในประเทศสมาชิกได้ โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นได้จนถึง 70% ดังนั้นนักลงทุนอาเซียนจะสามารถเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพื่อให้บริการตรวจรับรองฮาลาลได้ในทุกขั้นตอน แต่เงื่อนไขจะเป็นเมื่อใดขึ้นกับการตรวจรับรองฮาลาลถูกจัดอยู่ใน

สาขาใด ซึ่งตามข้อผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ 7 การให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลน่าจะรวมอยู่ในการวิจัยและพัฒนา และบริการธุรกิจ แต่ไม่ว่าจะถูกจัดให้อยู่ในสาขาใด ในปี 2558 นักลงทุนอาเซียนน่าจะสามารถเข้ามาลงทุนให้บริการตรวจรับรองฮาลาลในไทยโดยมีสัดส่วนการถือหุ้นได้มากถึงร้อยละ 70 แล้ว

อย่างไรก็ตาม สาระสำคัญของข้อผูกพันของไทยก็คือ ทุกรายการที่ผูกพันยังเป็นไปตามกรอบกฎหมายไทย กล่าวคือ อนุญาตให้ต่างชาติจากประเทศอาเซียนมีสิทธิถือหุ้นในนิติบุคคลที่เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้ไม่เกินร้อยละ 49 และยังคงสงวนเงื่อนไขที่เป็นไปตามกรอบของกฎหมายไทยทั้งหมด โดยยกเลิกมาตรการหรือเงื่อนไขในข้อจำกัดเกี่ยวกับการให้บริการแบบข้ามพรมแดน การใช้บริการข้ามพรมแดน การเข้ามาจัดตั้งธุรกิจ และการเคลื่อนย้ายบุคลากร ซึ่งน่าจะกระทบการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลไทย ที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ ประเทศสมาชิกมีกำหนดต้องยื่นข้อผูกพันเปิดตลาดเสร็จภายในปี 2010 แต่ไม่ปรากฏว่าประเทศไทยได้แสดงความจำเป็นที่จะต้องมีการข้อยกเว้น และไม่ยกเลิกข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาล

ในการกำหนดสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ACCSTP) ประกอบด้วยสมรรถนะร่วมสำหรับทุกกลุ่มสาขา (Common Core Competencies) และสมรรถนะด้านวิชาชีพ (Generic and Functional Competencies) ซึ่งมีรายละเอียดสำหรับบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวที่แบ่งเป็น 2 สาขาหลักครอบคลุมตำแหน่งงาน 32 ตำแหน่งคือ สาขาที่พัก 23 ตำแหน่ง และสาขาการเดินทาง 9 ตำแหน่ง ในจำนวนนี้หลายตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริการที่ต้องเรียนรู้ และเข้าใจมาตรฐานฮาลาล

ค) กรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thai Growth Triangle: IMT-GT) เป็นแนวคิดในการร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจของสามประเทศ ซึ่งเริ่มในปี พ.ศ. 2536 เมื่อผู้นำของสามประเทศได้เห็นชอบร่วมกัน ที่จะผลักดันการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในลักษณะไตรภาคี โดยพื้นที่ความร่วมมือประกอบด้วย พื้นที่เกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย พื้นที่ทางตอนเหนือและตะวันตกของมาเลเซีย และพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ของไทย โดยเป้าหมายของไทยคือการพัฒนาเศรษฐกิจในจังหวัดชายแดนภาคใต้ 5 จังหวัด (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ซึ่งเกือบครึ่งหนึ่ง

ของมุสลิมไทยอาศัยอยู่ โดยการเพิ่มการค้า การลงทุน การจ้างงานในท้องถิ่น และช่วยให้แรงงานเข้าไปใน มาเลเซียได้โดยถูกกฎหมาย เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่

ในปัจจุบัน โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทยได้ปรับเปลี่ยนบริบท ตาม IMT-GT Road Map จากที่ธนาคารพัฒนาเอเชียได้จัดทำไว้ จนเกิดความก้าวหน้าใน 6 รายสาขา รวม สาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล และสาขาการท่องเที่ยว ที่ประเทศไทยเป็นผู้ประสานงานหลัก ซึ่งพันธกิจ สำคัญของสาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลคือ การผลักดันให้ IMT-GT เป็นศูนย์กลางฮาลาลในภูมิภาค แต่ไม่พบรายงานที่แสดงความก้าวหน้าไทยในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ในการผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ IMT-GT โดยเฉพาะการกระจายความเจริญสู่ภาคใต้ของ ประเทศ

ในส่วน of สาขาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประสานงานหลัก คือ อินโดนีเซีย เน้นความร่วมมือใน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการยกระดับคุณภาพแรงงาน ซึ่งน่าจะประสานกับ ไทยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สาขาการท่องเที่ยวในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานฮาลาลได้

ง) ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือความร่วมมือทวิภาคีไทย - มาเลเซีย (Joint Commission for Bilateral Cooperation: JC) ซึ่งเป็นกลไกในการกำกับดูแลความสัมพันธ์และความ ร่วมมือระหว่างไทยและมาเลเซียในภาพรวมอย่างครอบคลุมทุกด้าน ซึ่งความคืบหน้าสำคัญภายใต้ความ ตกลงนี้คือความเห็นชอบในร่างแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) ว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีระหว่าง รัฐบาลไทยกับรัฐบาลมาเลเซีย ที่มีสาระสำคัญรวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้าและการลงทุนใน ประเทศที่สาม ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์กับการร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลได้

จ) คณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย (Thailand - Malaysia Committee on Joint Development Strategy for Border Areas: JDS) มุ่งสร้างกลไกในการ พัฒนาการกินดีอยู่ดีของประชาชนในบริเวณพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) และ 4 รัฐภาคเหนือของมาเลเซีย (เปอรลิส เคดะห์ กาลันตัน และอำเภอบึงกาฬใน รัฐเปรัก) โดยเน้นโครงการความร่วมมือสร้างเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ที่จะเป็นประโยชน์แก่ ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งน่าจะรวมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาล วัตถุประสงค์เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล และ บุคลากรด้านฮาลาล

๑) ความตกลงทางการค้าทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (Joint Trade Commission: JTC) เป็นกลไกส่งเสริมการค้าและจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างสองประเทศ มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ไทยผลักดันคือ การส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ซึ่งประเทศไทยเชื่อมั่นว่ามีความพร้อม ทั้งในแง่ของความรู้ในการตรวจสอบมาตรฐานอาหารและสินค้าฮาลาล ด้านผลผลิตทางการเกษตรที่มีชื่อเสียงในตลาดโลก ด้านวัตถุดิบทางการเกษตรที่เป็นปัจจัยการผลิตสำคัญของอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์และสัตว์น้ำ ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีตลาดโลกมุสลิม สำหรับส่งออกสินค้าฮาลาล จึงเป็นโอกาสดีของทั้งสองประเทศที่จะร่วมมือกันลงทุนผลิตและขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลไปยังตลาดโลกมุสลิม

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการศึกษาชี้ว่าประเทศไทยต้องปรับแนวคิด และแผนพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลใหม่ เพื่อให้ มีนโยบายที่ถูกต้อง มีความพร้อม และถ้าจำเป็น หากดูร่วม ร่วมมือกับประเทศอื่นในอาเซียนที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งนอกอาเซียนที่ครองส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมมากกว่าร้อยละ 90 หลายนโยบายเกี่ยวข้องกับพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงต้องตระหนักว่าความสำเร็จในการดำเนินการนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ด้วย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมีสี่ส่วนดังนี้

การบริหารจัดการของรัฐ

1) ประเทศไทยควรมีหน่วยงานรัฐที่เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบการส่งเสริม และพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลเป็นการเฉพาะ รวมทั้งดูแลให้การสนับสนุนงบประมาณโดยตรงแก่องค์กรศาสนาในการตรวจรับรองการมีหน่วยงานนี้หมายถึงการสนับสนุนและไม่ได้หมายถึงการแทรกแซงการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลที่องค์กรศาสนากำกับดูแลอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ ควรให้การสนับสนุนองค์กรภาคเอกชนของมุสลิมในการคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านฮาลาลอย่างจริงจัง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตลาดโลกมุสลิม

2) ประเทศไทยควรแสวงหาความร่วมมือในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับอีกสองประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน (ROO) ที่กำหนดให้สินค้าที่จะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีต้องเป็นสินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน ซึ่งสินค้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะได้รับประโยชน์ด้วย วัตถุดิบและส่วนผสมที่ฮาลาลจากอาเซียนจะมีราคาถูก ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทยสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น

3) ประเทศไทยควรใช้พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ผลิตสินค้าเพื่อส่งออกสู่โลกมุสลิม และส่งออกผ่านท่าเรือในประเทศมาเลเซีย เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนการขนส่ง การดำเนินการนี้ อาจใช้ความตกลงทางการค้าทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (Joint Trade Commission: JTC) ซึ่งเป็นกลไกส่งเสริมการค้าและขจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างสองประเทศ ซึ่งภายใต้ความตกลงนี้ ประเทศไทยพยายามผลักดันการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล เพราะเชื่อมั่นว่ามีความพร้อม ทั้งในด้านองค์ความรู้ในการตรวจสอบมาตรฐานอาหารและสินค้าฮาลาล ด้านผลผลิตทางการเกษตร และด้านวัตถุดิบทางการเกษตรที่เป็นปัจจัยการผลิตสำคัญ ในขณะที่ประเทศมาเลเซียมีตลาดโลกมุสลิม

4) ประเทศไทยควรกำหนดยุทธศาสตร์การขนส่งสินค้าส่งออกสู่โลกมุสลิม ความร่วมมือกับมิตรประเทศเป็นประเด็นสำคัญ ทั้งในแง่ความมีประสิทธิภาพและความยั่งยืน เช่น ผ่านท่าเรือในประเทศมาเลเซีย เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนการขนส่ง ประเด็นการร่วมผลิตเพื่อการส่งออก ต้องมีข้อยุติการจัดสรรส่วนแบ่งมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานที่ยอมรับได้ระหว่างสองประเทศ

การผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลในพื้นที่อื่นเพื่อส่งออกสู่โลกมุสลิม อาจทำได้ถ้าประเทศไทยมีต้นทุนการผลิตที่สามารถแข่งขันได้กับประเทศอื่น ผู้ผลิตเข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล และในอนาคตสามารถใช้ประโยชน์จากท่าเรือน้ำลึกทวายที่มีระยะทางไปตลาดโลกมุสลิมใกล้กว่าท่าเรือของมาเลเซีย และอินโดนีเซีย

5) ประเทศไทยควรใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) ในการร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจของสามประเทศ ซึ่งเป้าหมายหลักของไทยคือการพัฒนาเศรษฐกิจใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งในสาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล (Halal Products and Services) และสาขาการท่องเที่ยว (Tourisms) ที่ประเทศไทยเป็นผู้ประสานงานหลัก มีพันธกิจสำคัญคือการผลักดันให้ IMT-GT เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมความร่วมมือทวิภาคีไทย - มาเลเซีย (JC) อาจเป็นกลไกในการดูแลความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างสองประเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล

6) ประเทศไทยควรเร่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และยกระดับคุณภาพแรงงานท่องเที่ยวใน 2 สาขาหลัก ทั้งสาขาที่พัก 23 ตำแหน่งและสาขาการเดินทาง 9 ตำแหน่ง ซึ่งหลายตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริการที่ต้องเรียนรู้ และเข้าใจมาตรฐานสากล เพราะการเป็นประชาคมอาเซียน บุคลากรที่ประกอบการทำงานของไทยจะต้องเผชิญการแข่งขันมากขึ้น จากการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ACCSTP)

การตรวจรับรองและเครื่องหมายรับรองสากล

7) ภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (AFAS) ที่ประเทศสมาชิกต้องเปิดตลาดธุรกิจบริการให้แก่กันมากกว่าที่แต่ละประเทศมีข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยต้องทยอยผูกพันการเปิดตลาดให้มากขึ้นทั้งจำนวนสาขา (Sector) และรูปแบบของอุปทาน (Mode of Supply) รวมทั้งลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ให้บริการจากประเทศสมาชิกรวมทั้งเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสากลในส่วนของการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานสากล (รวมถึงการตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ และการคุ้มครองผู้บริโภค) ภายใต้กรอบความตกลงนี้ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องตระหนักว่าจะไม่สามารถผูกขาดการตรวจรับรองสากลไว้ที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งได้อีกต่อไป และเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นนี้ ได้แก่ การให้บริการและการใช้บริการตรวจรับรองสากลข้ามพรมแดน และนักลงทุนอาเซียนจะสามารถเข้ามาลงทุนในไทยเพื่อให้บริการตรวจรับรองสากลได้ในทุกขั้นตอน

ทั้งนี้ ไม่ชัดเจนว่าประเทศไทยยังจะสามารถแสดงความจำเป็นที่จะต้องมียกข้อจำกัด และจะไม่ยกเลิกข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานสากลได้หรือไม่

8) แม้การมีหน่วยงานหรือองค์กรอื่นทำการตรวจรับรองสากลด้วยนอกเหนือไปจากองค์การศาสนาจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ในอนาคต การตรวจรับรองดังกล่าวต้องมีกระบวนการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน และมีเงื่อนไขให้ดำเนินการได้โดยระวังไม่ให้เกิดประเด็นถกเถียงโต้แย้งในวงกว้าง

9) อัตราค่าใช้จ่ายในการตรวจรับรองสากลของประเทศไทยที่สูงที่สุดในสามประเทศ ต้องพิจารณาว่าเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมสากลหรือไม่ ถ้าเป็นอุปสรรค ภาครัฐควรพิจารณาร่วมกับองค์การศาสนาเพื่อหาแนวทางปรับลดอัตราลง พร้อมๆ กับหาแนวทางอื่นสนับสนุนงบประมาณอย่างเป็นระบบและยั่งยืน เพื่อให้การตรวจรับรองมาตรฐานสากลดำเนินต่อไปตามหลักการอิสลาม และมีประสิทธิภาพ

10) ควรกำหนดค่าธรรมเนียมการตรวจรับรองฮาลาลให้สอดคล้องกันระหว่างส่วนกลาง และแต่ละจังหวัด รวมทั้งให้มีส่วนสร้างผู้ประกอบการฮาลาลรายใหม่ เช่น ค่าธรรมเนียมที่แปรผันกับขนาดของผู้ประกอบการ แต่นโยบายนี้มีทั้งจุดเด่นและจุดด้อย ในด้านหนึ่ง ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถเติบโตในธุรกิจนี้ได้ ในอีกด้านหนึ่ง อัตราค่าธรรมเนียมที่ต่างกันทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ประกอบการและระหว่างภูมิภาค

11) การขอใบรับรองเพื่อส่งออกสินค้าให้ชำระค่าธรรมเนียมเพียงครั้งเดียว ที่ใดที่หนึ่งระหว่างองค์การศาสนา (คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย) หรือกรมส่งเสริมการส่งออก เพื่อลดความซ้ำซ้อนและภาระของผู้ส่งออก

12) ควรมีระบบการลงทะเบียนขอตรวจรับรองฮาลาลไทย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์เช่นเดียวกับประเทศอินโดนีเซีย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ ให้สามารถเร่งรัดติดตามผลการตรวจรับรองได้

13) ควรขยายอายุเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลไทยให้มากกว่า 1 ปี เช่น เป็น 2 ปี เท่ากับกรณีของอินโดนีเซีย และสอดคล้องกับความเห็นของผู้ประกอบการ สามารถเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่มให้เท่ากับการรับรองสองครั้งๆ ละ 1 ปี ทั้งนี้ ต้องมีการติดตามและประเมินอย่างเข้มงวด

14) ไม่ควรห้ามผู้ประกอบการที่นับถือศาสนาอิสลามใช้สิทธิของความเป็นมุสลิม ที่จะแสดงโดยเปิดเผยว่าผลิตภัณฑ์ของตนฮาลาล ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องไม่ใช่เครื่องหมายรับรองฮาลาลที่เหมือนหรือเลียนแบบเครื่องหมายรับรองฮาลาลขององค์การศาสนา (คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย) เนื่องจากเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา

15) องค์การศาสนาควรทบทวนกฎเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ใดที่มีชื่อเครื่องหมายการค้าเหมือนกัน แต่บรรจุภัณฑ์มีขนาด น้ำหนัก หรือชนิดแตกต่างกัน ให้ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน จะต้องขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลและจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายขนาด น้ำหนัก และชนิดบรรจุภัณฑ์ แม้สิ่งที่อยู่ภายในจะเป็นสิ่งเดียวกัน และการว่าจ้างให้ผลิต (OEM/House Brand) ที่สิ่งที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลแล้ว ผู้ว่าจ้างต้องขอรับหรือมอบหมายให้ผู้รับจ้างขอรับการตรวจรับรองใหม่

16) ควรมีการเจรจาปัญหาการไม่รับรองมาตรฐานฮาลาลซึ่งกันและกันให้ได้ข้อยุติโดยเร็ว โดยเฉพาะการที่อินโดนีเซียกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลจะนำเข้าไปจำหน่าย ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากสภาผู้รู้ทางศาสนาของอินโดนีเซียด้วย และไทยกำหนดให้ส่วนผสมที่ได้รับการรับรอง

มาตรฐานจากประเทศผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกแล้ว ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลองค์กรศาสนาใหม่ ปัญหานี้ทำให้มาตรฐานฮาลาลซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกประเทศ ถูกแปรเป็นอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษาในรูปของอุปสรรคทางเทคนิค (TBT) ทั้งๆ ที่ TBT กำหนดให้มาตรฐานและการตรวจสอบมาตรฐานของแต่ละประเทศต้องไม่เป็นอุปสรรคทางการค้า

การเจาะตลาดโลกมุสลิม

17) ควรกำหนดเป้าหมายการเจาะตลาดโลกมุสลิมให้ชัดเจน ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ (ตลาดเอเชียอาหรับ หรือแอฟริกา) และประเภทสินค้าแต่ละตลาดซึ่งมีกำลังซื้อ วัฒนธรรมการบริโภค และความต้องการสินค้าแตกต่างกัน ในบางสินค้าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกในระดับโลก แต่ต้องการการปรับปรุงยุทธศาสตร์ใหม่ และข้อมูลเชิงลึกในการเจาะตลาดโลกมุสลิมแต่ละตลาด

18) การที่ประเทศไทยเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่ามาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นปัญหาสำคัญสาเหตุหนึ่งน่าจะเกิดจากการที่ไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิม ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียเป็นประเทศมุสลิม ยุทธศาสตร์ในการแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์นี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ ประเทศไทยควรใช้ประโยชน์จากพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่โลกมุสลิมรู้จักดีและประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม เจาะตลาดโลกมุสลิม โดยสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ฮาลาลของพื้นที่นี้ ผลิตเพื่อส่งออกสู่โลกมุสลิม กลไกในการดำเนินการนี้อาจเป็นคณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย (JDS) ที่มุ่งสร้างกลไกในการพัฒนาการกินดีอยู่ดีของประชาชนในบริเวณพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) และ 4 ภูมิภาคเหนือของมาเลเซีย ซึ่งน่าจะรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาล วัดดุติบ เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล และบุคลากรทางด้านฮาลาลด้วย

19) การที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในโลกมุสลิมลดลงเกิดจากการลดลงในหลายหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดเครื่องดื่ม หมวดไขมันและน้ำมัน หมวดผลิตภัณฑ์นม หมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ และหมวดอาหารทะเล ในกรณีหมวดเนื้อสัตว์ที่มีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นก็มีส่วนแบ่งที่น้อยมากและน้อยกว่ามาเลเซียหลายเท่าตัว ทำให้ต้องมีการทบทวนสาเหตุและกำหนดยุทธศาสตร์ใหม่สำหรับการส่งออกในหมวดเหล่านี้

ด้านองค์ความรู้และข้อมูล

20) ให้พัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภคของมุสลิมในพื้นที่ต่างๆ โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีศักยภาพจะเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทย

21) ให้ลงทุนพัฒนาฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ฮาลาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นฐานความรู้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งนี้โดยเริ่มจากฐานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ตามด้วยฐานข้อมูลการผลิตสินค้าและบริการ และฐานข้อมูลผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล

4. ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

ให้มีการศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกันนี้กับสมาชิกอาเซียนประเทศอื่นๆ ได้แก่ บรูไนซึ่งเป็นประเทศมุสลิมเช่นเดียวกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย และกำลังดำเนินการเชิงรุกผ่านการลงทุนในอุตสาหกรรมฮาลาลในหลายประเทศ เช่น ออสเตรเลีย และจีน พม่าซึ่งมาเลเซียช่วยวางระบบฮาลาลให้ และมีภาคธุรกิจอยู่ในมือมุสลิม กัมพูชาซึ่งเข้ามาเรียนรู้ระบบฮาลาลจากไทย และเวียดนามซึ่งมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบแต่มีประชากรมุสลิมไม่มาก

1. ความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นเหตุผลสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ประกอบกับประชากรมุสลิมมีส่วนแบ่งมากกว่า 1 ใน 4 ของประชากรโลก แนวคิดเศรษฐศาสตร์ในอิสลามจึงได้รับความสนใจมากขึ้นในหลายประเทศ เศรษฐศาสตร์อิสลามที่วางรากฐานอยู่บนความศรัทธาในพระเจ้าแบ่งแนวทางการใช้ชีวิตของมุสลิมออกเป็นอย่างน้อย 2 ระดับ คือ ฮาลาล และฮารอม ฮาลาลหมายถึงสิ่งที่อนุมัติให้ปฏิบัติได้ ฮารอมหมายถึงสิ่งที่ไม่อนุมัติให้ปฏิบัติหรือเกี่ยวข้องในทางใดทางหนึ่งทั้งสิ้น เช่น ดอกเบี้ย การผูกขาด การกักตุนสินค้า การบริโภคสุรา และการเล่นการพนัน คำว่าฮาลาลเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางเมื่อสังคมเริ่มให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ซึ่งรวมถึงอาหาร เครื่องดื่ม ยา และเครื่องสำอาง

อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารฮาลาลของคนไทยหลายคนยังเป็นความเข้าใจที่ค่อนข้างแคบ ส่วนใหญ่รู้เพียงว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลคืออาหารที่มุสลิมบริโภคได้ ซึ่งหมายถึงอาหารที่ไม่มีส่วนผสมที่เป็นหมู และสุรา และมักจะเข้าใจว่าหมายถึงอาหารประเภทข้าวหมกไก่ แกงมัสมั่น แกงกุรหม่า เท่านั้น ซึ่งมีความรู้มาจากความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องว่ามุสลิมหมายถึงแขก (ที่มาจากอินเดีย ปากีสถาน บังกลาเทศ อารบิก มาเลเซีย อินโดนีเซีย) เท่านั้น ทั้งๆ ที่ยังมีมุสลิมกลุ่มอื่นอีกเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรมุสลิมโลกประมาณ 1,700 ล้านคน ที่อาศัยอยู่ในส่วนอื่นของโลก เช่น จีน เอเชียกลาง รัสเซีย ยุโรปตะวันออก แอฟริกา มีรูปร่างหน้าตาที่แตกต่างกัน และมีภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย

ฮาลาลหรือหะลาล (Halal) หมายถึงสิ่งที่เป็นที่อนุมัติว่าถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งครอบคลุมทุกๆ ด้านในการดำรงชีวิตของมุสลิมทุกคน ทั้งที่เกี่ยวกับอาหารและไม่เกี่ยวกับอาหารโดยหลักการของอิสลามแล้ว พระเจ้าสร้างสรรพสิ่งขึ้นมา ล้วนแล้วแต่เพื่อให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์ทั้งสิ้น สรรพสิ่งเหล่านี้จึงเป็นที่อนุมัติหรือฮาลาล ไม่มีสิ่งใดที่ไม่เป็นที่อนุมัติหรือหะรอม ยกเว้นสิ่งที่อัลกุรอานและแบบอย่างคำสอนของท่านศาสนทูตมุฮัมมัด (ซล.) ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าที่ไม่เป็นที่อนุมัติหรือหะรอม (บรรจง ปินกาชั้น, 2539)

โดยนัยนี้ สรรพสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติส่วนใหญ่จึงเป็นสิ่งที่อนุมัติหรือฮาลาล อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มมีทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและที่ได้ถูกปรับเปลี่ยนหรือแปรสภาพโดยมนุษย์ สำนักจุฬาราชมนตรี (2538) จึงได้กำหนดรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้องหรือไม่อนุมัติตามหลักศาสนา (หะรอม) ไว้

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกระบวนการผลิตที่มีการใช้ปัจจัยการผลิตที่ซับซ้อนขึ้น และเรื่องของการรับรองมาตรฐานฮาลาลไม่ได้จำกัดอยู่ที่อาหารเท่านั้นแต่ได้ขยายขอบเขตไปถึงสินค้าอื่นๆ เช่น ยาและ

เครื่องสำอาง ด้วย โลกมุสลิม นำโดยมาเลเซีย จึงได้พยายามพัฒนามาตรฐานใหม่ขึ้นมาเรียกว่า Islamic Manufacturing Practices (IMP) อย่างไรก็ตาม มาตรฐานใหม่นี้ยังคงต้องการเวลาอีกระยะหนึ่งในการพัฒนา ก่อนที่จะได้รับการยอมรับและนำมาใช้ต่อไป (Nassaruddin et al., 2012)

เช่นเดียวกับการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์การผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยเฉพาะอาหาร ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตของภาคการเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบ และแหล่งจ้างงานสำคัญ ที่สร้างรายได้ให้แก่คนจำนวนมากโดยเฉพาะเกษตรกรที่อยู่ในชนบทของภูมิภาคต่างๆ ซึ่งจำนวนมากมีรายได้น้อย เป็นคนจน และด้วยโอกาส การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการแก้ปัญหาสำคัญในการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะ ปัญหาความไม่เท่าเทียมกัน และปัญหาความยากจน

ประเทศไทยอาจจะได้เปรียบหลายประเทศจากการเป็นผู้ผลิตผลผลิตทางการเกษตรที่มากและหลากหลาย การมีแรงงานที่ราคายังถูกกว่าหลายๆ ประเทศที่เป็นคู่แข่ง และรสชาติของอาหารไทยที่ทั่วโลกรู้จัก แต่ความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาหารฮาลาลก็ไม่ได้มีแต่เพียงต้นทุนการผลิตและรสชาติของอาหารเท่านั้น ยังรวมถึงการยอมรับในมาตรฐานฮาลาลความเข้าใจในวัฒนธรรมการบริโภค การออกแบบบรรจุภัณฑ์และระยะทางระหว่างจุดส่งออกกับตลาด หรือต้นทุนในการขนส่งสินค้าไปยังจุดกระจายสินค้าและผู้บริโภคอีกด้วย ปัจจัยที่กล่าวมานี้ ประเทศไทยอาจอยู่ในสถานะเสียเปรียบประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะ มาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งแม้มาเลเซียไม่ได้มีวัตถุดิบที่มากและหลากหลายเช่นประเทศไทย แต่มีภาพลักษณ์ความเป็นประเทศมุสลิมที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานฮาลาล และมีท่าเรือ Butterworth ที่ปีนัง และ Klang West Port ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ซึ่งอยู่ใกล้จุดกระจายสินค้าของโลกมุสลิม เช่น ดูไบมากกว่าท่าเรือไทย ดูไบเป็นจุดกระจายสินค้าสำคัญของตะวันออกกลาง ทำให้มาเลเซียมีต้นทุนต่ำกว่าในการขนส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาลไปยังตลาดตะวันออกกลางที่มีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการขนส่งมาก ในขณะที่อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก มีแรงงานถูก มีพื้นที่มากพอที่จะขยายการผลิตและมีท่าเรือที่กรุงจาการ์ตาและท่าเรือที่เมดาน ซึ่งอยู่ใกล้ดูไบ เช่นกันจึงสามารถเป็นคู่แข่งสำคัญในตลาดโลกมุสลิมได้ปัญหาคำถามนี้ผนวกกับความแตกต่างในกระบวนการตรวจสอบรับรองมาตรฐานฮาลาลอาจเป็นสาเหตุให้ตลาดโลกมุสลิมให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย และเอกชนจำนวนหนึ่งใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศเหล่านี้ในการส่งออก หรือย้ายฐานการผลิตอาหารฮาลาลของตนไปยังประเทศอื่น เช่น มาเลเซีย และตุรกี เพื่อเข้าใกล้ตลาดและอาศัยความได้เปรียบจากการเป็นประเทศมุสลิมของประเทศเหล่านั้น ในการเจาะตลาดประเทศมุสลิมอื่นๆ ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดโลกมุสลิมลดต่ำลงได้

ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาสถานการณ์ที่กำลังเป็นอยู่ เพื่อแสวงหาแนวทางใหม่ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย ให้มีความพร้อมในการแข่งขัน และเห็นโอกาสในการร่วมมือกับประเทศอื่นๆ ซึ่งรวมถึงประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม

เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งในฐานะผู้ผลิตอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออก ประเทศเหล่านี้อาจมีสถานะเป็นคู่แข่งของเรา แต่ก็อาจมีบางปัจจัยที่เกื้อหนุนกันสามารถร่วมกันแข่งขันกับคู่แข่งนอกอาเซียนที่มีส่วนแบ่งในตลาดอาหารฮาลาลโลกกว่าร้อยละ 90 ได้ โดยเฉพาะจากการที่ทั้งสามประเทศเป็นสมาชิกก่อตั้งของอาเซียน และมีข้อตกลงความร่วมมือร่วมกัน เช่น AFTA ที่ผลักดันการค้าเสรี และสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle หรือ IMT-GT) ที่เน้นความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ 2 จังหวัดในเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย 4 รัฐทางตอนเหนือของมาเลเซีย และจังหวัดในภาคใต้ของประเทศไทย และข้อตกลงอื่นๆ อีกมาก

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการผลิตและการค้าระหว่างประเทศผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย
- 2) เพื่อทำศึกษาและเปรียบเทียบระบบตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลของทั้งสามประเทศ
- 3) เพื่อประมาณโครงสร้างต้นทุนการผลิตและการค้าระหว่างประเทศผลิตภัณฑ์ฮาลาลของทั้งสามประเทศ
- 4) เพื่อแสวงหาแนวทางใหม่ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย คำจำกัดความ และข้อสมมุติ

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในการผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยใช้แนวคิดของ Heckscher-Ohlin Theory ที่กล่าวว่าการส่งออกของแต่ละประเทศขึ้นกับปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากกว่าประเทศอื่น โดยนัยนี้ การที่ประเทศทั้งสาม มีความสามารถผลิตและส่งออกสินค้าใดไปตลาดโลก ก็ย่อมมีความสามารถผลิตและส่งออกสินค้าเดียวกันไปตลาดโลกมุสลิมซึ่งมีประชากรกว่า 1/4 ของโลกด้วย ถ้าจะมีความแตกต่างใดเกิดขึ้น ความแตกต่างนั้นย่อมเกิดจากปัจจัยอื่น ซึ่งในที่นี้คือ ศาสนา วัฒนธรรม และค่าขนส่งสินค้า แต่เนื่องจากทั้งสามประเทศมีความแตกต่างกันอยู่บ้างจึงมีโอกาที่จะร่วมกันผลิตและแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกมุสลิม ทั้งนี้จะใช้ข้อมูลประกอบการวิเคราะห์จากระบบการตรวจรับรองฮาลาลของทั้งสามประเทศ โครงสร้างต้นทุนการผลิตและข้อมูลการส่งออก ตลอดจนข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างสามประเทศ

เนื่องจากข้อมูลการค้าระหว่างประเทศไม่ได้แยกแยะข้อมูลระหว่างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาลและไม่ฮาลาล คำจำกัดความของผลิตภัณฑ์ฮาลาลในบทเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุน เส้นทางการค้าและผลิตภัณฑ์ฮาลาลของสามประเทศในรายงานฉบับนี้ หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพจะได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล ซึ่งครอบคลุมทั้งวัตถุดิบ อาหาร ยา และเคมีภัณฑ์ที่เป็นส่วนผสม โดยมีรายละเอียดตามที่ระบุในตารางที่ 1 และภาคผนวกที่ 2 คำจำกัดความนี้ดีกว่าคำจำกัดความอื่นที่เคยใช้กัน เช่น สินค้าหรือผลิตภัณฑ์อาหารที่นำเข้าและส่งออกระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลกทั้งหมด เป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ในส่วนของการขนส่งสินค้าทางทะเล จะใช้ข้อมูลจากผู้ประกอบการกิจการพาณิชย์ในในประเทศไทย

ข้อสมมุติสำคัญสองประการคือ

1) เครื่องหมายรับรองฮาลาลของทั้งสามประเทศมีคุณค่าทางศาสนาเท่ากัน กระบวนการตรวจรับรอง ซึ่งรวมถึงกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ อาจแตกต่างกันหรืออาจมีความเข้มข้นไม่เท่ากันได้ แต่ผู้บริโภคแสดงการรับรู้และการยอมรับเครื่องหมายรับรองฮาลาลของแต่ละประเทศ ผ่านการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายรับรองฮาลาลเท่านั้น

2) อัตราค่าขนส่งเท่ากันระหว่างผลิตภัณฑ์ฮาลาลและไม่ฮาลาล และระยะทางเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่าขนส่ง ปัญหาการอำนวยความสะดวกทางการค้าไม่อยู่ในขอบเขตของงานวิจัยนี้

ตารางที่ 1: สรุปข้อมูลพิกัตอัตราย่อยของสินค้านำเข้าและสินค้าส่งออกที่เกี่ยวกับฮาลาล ปี 2002-2013

หมวดรายการสินค้า (รายการ)	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
รวม	26	27	23
สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ (02.01-02.10)	6	7	6
ผลิตภัณฑ์จากพืช (07.01-07.02)	2	2	2
ไขมันและน้ำมันจากสัตว์หรือพืช (15.02-15.16)	3	2	2
อาหารปรุงแต่งและเครื่องดื่ม (16.01-23.01)	11	10	7
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเคมี (28.26-30.06)	6	6	6

4. ข้อมูลที่ใช้

รายงานวิจัยนี้ศึกษารวบรวมข้อมูลต่อไปนี้ของประเทศไทยมาเลเซียและอินโดนีเซีย

- ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค
- ระบบจัดการมาตรฐานฮาลาล
- ข้อมูลความร่วมมือระหว่างกัน
- ข้อมูลและเส้นทางการผลิตและการส่งออกอาหารฮาลาล
- โครงสร้างต้นทุนการผลิตและต้นทุนการส่งออกอาหารฮาลาล

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศจะเป็นประโยชน์แก่งานที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 5.1 กระทรวงอุตสาหกรรม
- 5.2 กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 5.3 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 5.4 กระทรวงพาณิชย์
- 5.5 คณะกรรมการอาหารอุตสาหกรรม รัฐสภา

6. ดัชนีชี้วัด

รายงานวิจัย (พร้อมรายงานข้อเสนอเชิงนโยบาย) 1 ชิ้น

7. กระบวนการผลักดันผลงานสู่การใช้ประโยชน์

- 7.1 การประชุมนำเสนอรายงานความก้าวหน้าและร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
- 7.2 การเสวนาข้อเสนอเชิงนโยบายโดยให้ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม
- 7.3 การส่งมอบรายงานวิจัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คณะกรรมการอาหารอุตสาหกรรม รัฐสภา)

8. ข้อมูลระดับมหภาคของสามประเทศ

มาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นเพื่อนบ้านของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน นอกจากการที่ มาเลเซียเป็นประเทศมุสลิมที่เป็นเพื่อนบ้านใกล้ชิดมีพรมแดนติดกัน และอินโดนีเซียเป็นประเทศมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลกแล้ว คนไทยรู้จักสองประเทศนี้น้อยมาก บทนี้มีเป้าหมายที่จะให้ข้อมูลภูมิหลังทาง เศรษฐกิจของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยเปรียบเทียบกันในด้านคือ ตัวแปรเศรษฐกิจ มหภาค โครงสร้างการผลิต และโครงสร้างรายได้

8.1 การเปรียบเทียบข้อมูลเศรษฐกิจมหภาคของทั้งสามประเทศ

1. ในปี 2555 ประเทศไทยมีประชากร 66.785 ล้านคน มาเลเซียมี 29.240 ล้านคน และ อินโดนีเซียมี 246.864 ล้านคน เมื่อวัดจาก Per Capita GDP มาเลเซียมีสถานะทางเศรษฐกิจ ดีที่สุดที่ US\$10,024.590 เกือบสองเท่าของไทย(US\$5,718.619) ในขณะที่อินโดนีเซียมี สถานะด้อยที่สุด US\$3,625.073 หรือประมาณ 1/3 ของมาเลเซีย
2. ประเทศไทยมีประชากรมุสลิมในสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือร้อยละ 4.6 อินโดนีเซียมีในสัดส่วนที่ มากที่สุดคือร้อยละ 86.1 ตามด้วยมาเลเซีย ร้อยละ 60.4 จำนวนประชากรมุสลิมและสัดส่วน ประชากรมุสลิมที่มากกว่าทำให้มาตรฐานฮาลาลของทั้งสองประเทศมีภาพลักษณ์ที่ดีกว่า ประเทศไทย
3. โครงสร้าง GDP ของสามประเทศไม่ต่างกันมากนัก การบริโภคภาคครัวเรือนมีความสำคัญต่อ เศรษฐกิจของทั้งสามประเทศมากที่สุด โดยมีส่วนแบ่ง 53-55% ของ GDP ของประเทศไทย และอินโดนีเซีย และมีส่วนแบ่งกว่า 62% ของ GDP ของมาเลเซีย
4. การลงทุนภาคเอกชนมีความสำคัญรองลงมา อยู่ที่ประมาณ 34% ของ GDP ของอินโดนีเซีย ตามด้วย 27% สำหรับประเทศไทย และ 15% สำหรับมาเลเซีย
5. การใช้จ่ายภาครัฐมีส่วนแบ่งประมาณ 18% ของ GDP สำหรับประเทศไทย และ 11% ของ GDP สำหรับมาเลเซียและอินโดนีเซีย
6. การค้าระหว่างประเทศมีความสำคัญต่อทั้งสามประเทศไม่เท่ากัน ในขณะที่มูลค่าการส่งออก และนำเข้ารวมกันมีสัดส่วนมากเกือบ 140% ของ GDP ของประเทศไทย และกว่า 162% ของ GDP ของมาเลเซีย กลับมีสัดส่วนที่น้อย เพียง 52% ของ GDP ของอินโดนีเซีย ทั้งนี้ ประเทศไทยและอินโดนีเซียแม้อยู่ในลักษณะที่ได้เปรียบดุลการค้าเล็กน้อยแต่ก็ค่อนข้างสมดุล

(สัดส่วนของทั้งมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการนำเข้าใน GDP อยู่ที่ประมาณ 70% สำหรับประเทศไทย และ 26% สำหรับอินโดนีเซีย) ในขณะที่มาเลเซียได้เปรียบทางการค้า สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกใน GDP มากกว่าสัดส่วนมูลค่าการนำเข้าใน GDP ถึง 12%

ตารางที่ 2: เปรียบเทียบตัวแปรเศรษฐกิจมหภาค 3 ประเทศปี 2555

หน่วย: ล้านUS\$

การใช้จ่าย	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
GDP (C+I+G+X-M)	381,918	293,119	894,900
จำนวนประชากร (ล้านคน)	66.785	29.240	246.864
GDP Per Capita	5,718.619	10,024.590	3,625.073
สัดส่วนประชากรมุสลิม (ร้อยละ)	4.6	60.4	86.1
การบริโภคภาคครัวเรือน (C: Consumption expenditure)	203,617	182,685	488,973
% GDP	(53.31%)	(62.32%)	(54.64%)
การใช้จ่ายภาครัฐ (G: Government spending)	67,946	31,601	97,519
% GDP	(17.80%)	(10.78%)	10.90
การลงทุน (I: Investment)	103,316	44,102	307,368
% GDP	(27.10%)	(15.05%)	(34.35%)
การส่งออก (X: Export)	267,572	255,220	232,371
% GDP	(70.06%)	(87.07%)	(25.96%)
การนำเข้า (M: Import)	265,037	220,489	231,331
% GDP	(69.40%)	(75.22%)	(25.85%)
การค้า (X+M: Total Trade)	532,609	475,709	463,702
% GDP	(139.46%)	(162.29%)	(51.82%)

หมายเหตุ: ตัวเลขปี 2012 ของทั้งสามประเทศเป็นค่าประมาณ.

ที่มา:

1. National Income of Thailand 2012,
2. Statistic Malaysia, Economics Planning Malaysia,
3. International Monetary Fund (Indonesia), Statistic Indonesia, Trading Economics.
4. <http://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL> เข้าถึงเมื่อ 07กุมภาพันธ์ 2558

8.2 การเปรียบเทียบโครงสร้างการผลิตของทั้งสามประเทศ

1. ประเทศไทยและอินโดนีเซียมีโครงสร้างที่พึ่งพิงภาคอุตสาหกรรมมากกว่าภาคการผลิตอื่น (ร้อยละ 52.66 และ 47.00 ตามลำดับ) ในขณะที่มาเลเซียพึ่งพิงภาคอุตสาหกรรมเพียงร้อยละ 35.80
2. อินโดนีเซียพึ่งพิงเกษตรกรรม (ร้อยละ 14.40) มากกว่าประเทศไทย (ร้อยละ 11.11) และมาเลเซีย (ร้อยละ 10.00) ตามลำดับ โดยนัยนี้ อาจกล่าวได้ว่าอินโดนีเซียมีศักยภาพในการจัดหาวัตถุดิบที่ดีกว่าประเทศไทยและมาเลเซียตามลำดับ
3. ประเทศที่พึ่งพิงภาคบริการมากที่สุดคือมาเลเซีย (ร้อยละ 54.20) ประเทศไทยและอินโดนีเซียพึ่งพิงภาคบริการใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 38.60 และ ร้อยละ 36.22 ตามลำดับ) การพึ่งพิงภาคบริการมากกว่าสะท้อนว่ามาเลเซียมีระดับการพัฒนาสูงกว่าประเทศไทย และอินโดนีเซีย

ตารางที่ 3: เปรียบเทียบโครงสร้างเศรษฐกิจ 3 ประเทศ

หน่วย: ล้านUS\$

รายการผลิต	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)	381,918	293,119	894,900
ภาคการเกษตร (Agriculture)	42,416	29,365	128,865
	(11.11 %)	(10.00 %)	(14.40 %)
ภาคอุตสาหกรรม (Industry)	201,134	104,937	420,603
	(52.66 %)	(35.80 %)	(47.00 %)
ภาคการบริการ (Services)	138,368	158,817	345,431
	(36.22 %)	(54.20 %)	(38.60 %)

ที่มา: National Income of Thailand 2012, Statistic Malaysia, International Monetary Fund (Indonesia) and MITI weekly Bulletin of Malaysia.

8.3 การเปรียบเทียบโครงสร้างรายได้ของทั้งสามประเทศ

1. ประเทศไทยและมาเลเซียมีรายได้กว่าร้อยละ 30 มาจากค่าตอบแทนแรงงาน (เงินเดือน และ ค่าจ้าง) ในขณะที่ ค่าตอบแทนแรงงานในอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งมากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ทั้งหมด เพียงเล็กน้อย

2. ในด้านความเข้มข้นของการใช้ปัจจัยการผลิตในภาพรวม อินโดนีเซียมีสัดส่วนมูลค่าทุนต่อมูลค่าแรงงาน (Capital-Labor Ratio) สูงสุดที่ 3.35 ตามด้วยประเทศไทยและมาเลเซียในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (1.91 และ 1.85 ตามลำดับ)
3. ภาษีการผลิตและการนำเข้า (Taxes on Production and Import) มีส่วนแบ่งในรายได้ของประเทศไทย (กว่าร้อยละ 11) มากกว่าอีกสองประเทศ (อินโดนีเซียประมาณร้อยละ 7 และมาเลเซียประมาณร้อยละ 6) แสดงว่าภาครัฐของไทยมีบทบาทมากกว่าภาครัฐของอีกสองประเทศ

ตารางที่ 4: เปรียบเทียบแหล่งรายได้ 3 ประเทศ

หน่วย: ล้าน US\$

แหล่งรายได้	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
รวม	381,918	293,119	894,900
ค่าตอบแทนแรงงาน (Compensation of employees)	117,596 (30.50 %)	96,478 (32.91 %)	190,127 (21.25%)
ส่วนเกินการผลิต (Gross operating surplus)	223,840 (58.30 %)	191,019 (60.93 %)	637,705 (71.26%)
ภาษีการผลิตและการนำเข้า (Taxes on production and import)	43,802 (11.20 %)	5,622 (6.16 %)	67,068 (7.50 %)
K/L Ratio	1.91	1.85	3.35

Sources: National Income of Thailand 2012, Statistic Malaysia and Statistic Indonesia.

9. ความหมายของฮาลาล

ฮาลาลหรือหะลาล (Halal) หมายถึงสิ่งที่เป็นที่อนุมัติว่าถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม ซึ่งครอบคลุมทุกด้านในการดำรงชีวิตของมุสลิมทุกคน ทั้งที่เกี่ยวกับอาหารและไม่เกี่ยวกับอาหาร โดยหลักการของศาสนาอิสลาม พระเจ้าสร้างสรรพสิ่งขึ้นเพื่อให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์ทั้งสิ้น ด้วยเหตุนี้ สรรพสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติส่วนใหญ่จึงเป็นที่อนุมัติ (ฮาลาล) และไม่มีสิ่งใดที่ไม่เป็นที่อนุมัติ (ฮารามหรือหะรอม) ยกเว้นสิ่งที่อัลกุรอานและแบบอย่างคำสอนของท่านศาสนทูตมุฮัมมัด (ซ.ล.) ได้ห้ามไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นสิ่งที่ไม่เป็นที่อนุมัติ (บรรจง บินกาชัน, 2539)

ในส่วนของการผลิตภัณฑอาหารและเครื่องดื่มซึ่งมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งที่ได้รับปรับเปลี่ยนหรือแปรรูปโดยมนุษย์ บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม (สำนักจุฬาราชมนตรี, 2538) ได้กำหนดรายละเอียดของผลิตภัณฑที่ไม่ถูกต้องหรือไม่อนุมัติตามหลักศาสนา (หะรอม) ไว้ดังนี้

1. อาหารที่ทำจาก หรือมีส่วนผสมที่ทำจาก หมูและหมูป่า สุนัข งู และลิง
2. สัตว์กินเนื้อเป็นอาหารที่มีงเล็บและเขี้ยว เช่น เสือ สิงโต หมี และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน
3. นกล่าเหยื่อที่มีงเล็บ เช่น นกอินทรี อีแร้ง และนกอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน
4. สัตว์มีพิษและสัตว์น้ำโรค เช่น งู หนู ตะขาบ แมงป่อง และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน
5. สัตว์ที่ไม่อนุญาตให้ฆ่าตามหลักศาสนาอิสลาม เช่น มด ผึ้ง และนกหัวขวาน
6. สัตว์ที่พิจารณาโดยทั่วไปแล้วเป็นสัตว์ที่น่ารังเกียจ เช่น เหา แมลงวัน หนอน และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน
7. สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ เช่น กบ เขียด จระเข้ เต่า ตะพาบน้ำ และสัตว์อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายกัน¹
8. ลาและสัตว์ที่มีลักษณะเช่นเดียวกับลา เช่น ล่อ
9. สัตว์ที่ตายเอง ยกเว้นตั๊กแตนและสัตว์น้ำที่ตายเอง และยังไม่เน่าเสีย
10. เลือด
11. พืชที่มีพิษและเป็นอันตรายทุกชนิด
12. สัตว์ที่ไม่ได้ตายเพราะถูกเชือดตามหลักศาสนาอิสลาม²

¹ หมูเป็นสิ่งที่ไม่ฮาลาล แต่ปูนาไม่ฮาลาลเพราะถูกมองว่าเป็นสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ

² การเชือดสัตว์ที่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามต้องเป็นตามหลักเกณฑ์ดังนี้ 1) คนเชือดต้องเป็นมุสลิมหรือผู้ศรัทธาในศรัทธา 2) สัตว์ที่จะถูกเชือดต้องเป็นสัตว์ที่หลักศาสนาอิสลามกำหนดให้เชือดได้ 3) สัตว์ที่จะถูกเชือดนั้นต้องเป็นสัตว์ที่ยังมีชีวิตอยู่ หรือถูกลงความเห็นว่ายังมีชีวิตอยู่ในขณะที่ถูกเชือด 4) หัวของสัตว์ที่ถูกเชือดต้องหันตรงไปทางกิบละห์ 5) ต้องมีการกล่าวคำว่าบิสมิลเลาะห์ (ในนามของอัลลอฮ์) ในขณะที่เชือด 6) มีดที่ใช้เชือดต้องมีคมและไม่มีการถอนมีดออกจากกลางคันในระหว่างการเชือด (เป็นการเชือดอย่างต่อเนื่อง) และ 7) การเชือดจะต้องทำให้หลอดลม หลอดอาหาร เส้นเลือดแดง เส้นเลือดดำขาด และสัตว์ต้องตายเพราะการเชือด

13. อาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และอาหารและเครื่องดื่มทุกชนิดที่มีส่วนประกอบที่สกปรก เป็นอันตราย เป็นพิษ หรือทำจากน้ำนมของสัตว์ที่ศาสนาอิสลามห้ามบริโภค

ทั้งนี้ การตัดสินใจบริโภคเป็นสิทธิของผู้บริโภคเท่านั้น เครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นเครื่องหมายที่มีขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจบริโภคหรือไม่บริโภค ในกรณีที่ไม่มีความแน่ใจว่าผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ ฮาลาลหรือไม่

10. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

ตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

ในอดีต ประเทศไทยต้องสูญเสียโอกาสในการส่งออกไปมากจากการที่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไม่ได้รับการพัฒนา สูดาพร มะหะมัด (2541) ซึ่งวิเคราะห์การส่งออกไก่สดแช่แข็งของไทยไปยังซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และคูเวต ชี้ว่าส่วนแบ่งตลาดของไทยในประเทศทั้งสามอยู่ในระดับที่ต่ำมาก เพียงไม่เกินร้อยละ 1 ของมูลค่าตลาดโดยรวมในขณะที่ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันจากประเทศฝรั่งเศส เดนมาร์ก และสหรัฐอเมริกา สามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้กว่าร้อยละ 65 ทั้งๆ ที่ประเทศเหล่านี้ไม่ใช่ประเทศมุสลิม หรือมีประชากรที่เป็นมุสลิมมากกว่าประเทศไทย ผลการศึกษาของงานชิ้นนี้ยังชี้ให้เห็นอีกว่าสาเหตุหนึ่งเกิดจากการที่ผู้ส่งออกไทยไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับศาสนาและวัฒนธรรมการบริโภคของประชากรในประเทศเหล่านี้ดีพอ ถึงแม้ว่าจะได้มีการนำเครื่องหมายมาตรฐานอาหารฮาลาลมาใช้ในประเทศไทยในช่วงเวลานั้นแล้วก็ตาม แต่ก็ยังไม่ได้รับการส่งเสริมและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยเองก็ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มประเทศมุสลิมมากเท่ากับส่วนอื่นๆ ของโลก เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดส่งออกหลักของประเทศไทยในช่วงเวลานั้น

จริงๆ แล้ว ตลาดส่งออกของอาหารฮาลาลไม่ได้จำกัดอยู่เพียงกลุ่มประเทศมุสลิมเท่านั้น แต่รวมถึงประเทศที่มีมุสลิมเป็นประชากรส่วนน้อยแต่มีกำลังซื้อสูงด้วย ศิรินารถ ศรีเมือง (2547) ได้ศึกษาการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยในตลาดโลกโดยแยกออกเป็นสองตลาด คือ กลุ่มประเทศมุสลิมและกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม ผลการศึกษาโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Analysis: CMS) ชี้ว่า ในกรณีกลุ่มประเทศมุสลิมนั้น การส่งออกที่เปลี่ยนแปลงไปเกิดจากการเติบโตของตลาดโลกเป็นส่วนใหญ่ ตามด้วยความสามารถในการแข่งขันและการกระจายตัวของตลาด ในกรณีของกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิม การเปลี่ยนแปลงเกิดจากการกระจายตัวระหว่างตลาดประเทศมุสลิมและตลาด

ประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมเป็นส่วนใหญ่ มากกว่าผลกระทบร่วมที่เกิดจากทั้งสามปัจจัย (อิทธิพลของการขยายตัวของตลาดโลก การกระจายตัวของตลาด และความสามารถในการแข่งขัน) ตามด้วยผลของการเติบโตของตลาดโลกและความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม แม้การแยกวิเคราะห์ออกเป็นกลุ่มประเทศมุสลิมและกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมจะเป็นแนวคิดที่ดีและให้มุมมองในเชิงนโยบายที่กว้างขึ้น แต่ความน่าเชื่อถือของผลการศึกษาที่กล่าวมา ก็ถูกจำกัดด้วยการสมมุติให้สินค้าอาหารที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมทั้งหมดเป็นตัวแทนสินค้าอาหารฮาลาลที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศเหล่านั้น ดังนั้นจริงๆ แล้ว ข้อค้นพบที่ได้จึงเป็นเพียงผลของการวิเคราะห์การส่งออกอาหารของไทยในภาพรวมเท่านั้นเอง ไม่ใช่ผลของการวิเคราะห์การส่งออกอาหารฮาลาลของไทยตามที่เข้าใจแต่อย่างใด งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่กล่าวถึงตลาดต่างประเทศอยู่บ้างคือ กิตติ เจริญชัย พิทยา อุดุลยธรรม และพรชัย ศรีไพบุลย์ (2547) อย่างไรก็ตามงานชิ้นนี้ไม่ได้แสดงผลการศึกษาด้านการส่งออกที่ชัดเจน

เป้าหมายของอุตสาหกรรมฮาลาลไม่ได้มีแต่ตลาดส่งออกเท่านั้น แต่รวมถึงตลาดภายในประเทศซึ่งหมายถึงมุสลิมไทยด้วย ประเด็นที่มีการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดภายในประเทศมีหลายประเด็น เช่น ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารฮาลาล การวางตลาด และคุณค่าทางอาหารซึ่งผลการศึกษาของยุพิน หะสัน (2546, อ้างถึงใน อิศรา ศานติศาสน์ อรรถพร นิยมสุข และศศากร ศรีณย์พงศ์, 2550) ระบุว่าผู้บริโภคมุสลิมให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารฮาลาลในระดับสูงมาก ซึ่งไม่ใช่เรื่องแปลกอะไร แม้จะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันในด้านอุปสรรคทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลภายในประเทศนั้น นันทิยา กัมพลานนท์ (2543, อ้างถึงใน อิศรา ศานติศาสน์ อรรถพร นิยมสุข และศศากร ศรีณย์พงศ์, 2550) ชี้ให้เห็นแนวทางสำคัญในการแก้ไข เช่น ความชัดเจนของเครื่องหมายฮาลาล การมีศูนย์กระจายสินค้า การจัดจำหน่ายในสรรพสินค้า งานของสุมาลี เปี่ยมมงคล สุธีรา เสาวภาคย์ และอับดุลเลาะ อับรู (2544) ซึ่งศึกษาตลาดในประเทศเช่นกัน แต่เน้นไปที่รูปแบบการบริโภคอาหารฮาลาลของมุสลิมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ก็ชี้ไปในเรื่องคุณค่าทางอาหารที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคอาหารฮาลาล สำหรับกิตติ เจริญชัย พิทยา อุดุลยธรรม และพรชัย ศรีไพบุลย์ (2547) เน้นไปที่การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลโดยวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมองว่ามุสลิมในจังหวัดเหล่านี้จะเป็นตลาดอาหารฮาลาลที่สำคัญ แต่ไม่ได้มองที่ศักยภาพการผลิต

ในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย อิศรา ศานติศาสน์ และคณะ (2550) ซึ่งได้ศึกษานโยบายและตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงการส่งออกอาหารของไทยไปยังตลาดโลกมุสลิมว่าเกิดจากงบประมาณที่รัฐได้ใช้ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลหรือไม่ โดยใช้ทั้งวิธีเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ชี้ว่าประเทศไทยไม่ได้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาหารฮาลาลโลกจริง การส่งออกที่ผ่านมาอาศัยแต่การขยายตัวของตลาดอาหารโลกเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศิรินารด ศรีเมือง

(2547) ที่ได้กล่าวมาข้างต้นยิ่งไปกว่านั้น เมื่อศึกษาการใช้จ่ายงบประมาณเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยที่น่าจะมีส่วนช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลก็ไม่ได้ตรงเป้าหมายไปทั้งหมด งบประมาณบางส่วนซึ่งมากพอสมควร ถูกใช้ไปกับแผนงานและโครงการที่น่าจะได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากการส่งเสริมหรือสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารโดยรวม ไม่ว่าจะฮาลาลหรือไม่ก็ตาม ในขณะเดียวกัน งบประมาณจำนวนไม่น้อยที่กำหนดเป้าหมายถูกต้องที่อาหารฮาลาลก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาว แต่ไม่ได้ส่งผลกระทบแก่อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลอย่างชัดเจนในระยะสั้น ซึ่งทั้งสองประเด็นนี้ทำให้ งบประมาณที่รัฐใช้ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไม่ได้มีผลกระทบต่อทิศทาง และมูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อค้นพบของผลการวิจัยดังกล่าวได้ชี้ถึงแนวทางที่จะเป็นประโยชน์แก่การส่งเสริม และพัฒนา อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทย เช่น การวางกลยุทธ์ทางการตลาด การสร้างความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และได้ให้คำเตือนว่าการอาศัยความได้เปรียบจากแรงงานราคาถูกจะไม่สามารถอยู่ได้ต่อไป ที่สำคัญ การส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลที่ผ่านมามีบางแผนงานและโครงการที่เป็นจุดเด่น ซึ่งควรได้รับการสนับสนุนต่อไป ที่สำคัญคือการสร้างความสามารถในการทำธุรกิจอาหารฮาลาลให้กับผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดเล็ก และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรมนุษย์ที่โลกมุสลิมได้มีส่วนสนับสนุนประเทศไทยมาโดยตลอด โครงการและแผนงานที่กล่าวมาและโครงการและแผนงานอื่นๆ ในลักษณะนี้จะช่วยให้ ประโยชน์ที่เกิดจากการสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาลกระจายตัวไปสู่ส่วนต่างๆ ของสังคมได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังควรเร่งรัดให้เกิดองค์การตรวจสอบและองค์การรับรองมาตรฐานฮาลาลที่เป็นอิสระต่อกัน และออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย ทั้งที่เป็นมุสลิมในประเทศไทยและในต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการส่งเสริม อุตสาหกรรมฮาลาลในระยะยาว

งานวิจัยอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาลเท่าที่ค้นได้เน้นการศึกษาความพร้อมในการผลิตอาหารฮาลาลเพื่อป้อนตลาดภายในประเทศเฉพาะ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส สงขลา และสตูล) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กว่าครึ่งหนึ่งของประชากรมุสลิมไทยอาศัยอยู่ งานวิจัยดังกล่าวประกอบด้วย กิตติเจตริงษ์ เถวียน บัวต่ม และศุภศิลป์ มณีรัตน์ (2542, อ้างถึงใน อิศรา ศานติศาสน์ อรรถธร นิยมสุข และศศากร ศรีณย์พงศ์, 2550) ซึ่งสำรวจข้อมูลเบื้องต้นและอุปสรรคในการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคอาหารฮาลาลโดยกลุ่มแม่บ้านใน 5 จังหวัดดังกล่าว และมีการสอบถามเกี่ยวกับการส่งออกผลิตภัณฑ์ไปยังประเทศเพื่อนบ้านด้วย การศึกษาซึ่งเน้นไปที่กระบวนการผลิต การจัดการ และอุปสรรค ได้ข้อค้นพบที่ไม่น่าแปลกใจและเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับกำลังการผลิตในระดับนี้ นั่นคือ ข้อจำกัดทางด้านแรงงาน พื้นที่ เครื่องมือ เทคโนโลยี และเงินทุน งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งคือ พัททพงษ์ ก่อเกียรติพิทักษ์ (2543, อ้างถึงใน อิศรา ศานติศาสน์ อรรถธร นิยมสุข และศศากร ศรีณย์พงศ์, 2550) ซึ่งว่าการผลิตอาหารในจังหวัดปัตตานีมี

ศักยภาพสูงหลายด้าน ที่สำคัญคือทางด้านวัตถุดิบ แรงงาน และโครงสร้างพื้นฐานแต่อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาอาจมีความเอนเอียง เนื่องจากเป็นเพียงผลที่ได้จากการสัมภาษณ์แหล่งข้อมูลในจังหวัดปัตตานี เกือบทั้งสิ้นขาดการเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในชายแดนภาคใต้ ที่มีศักยภาพไม่น้อยไปกว่าหรืออาจจะมากกว่าปัตตานี

อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับการส่งเสริมเครื่องหมายรับรองฮาลาลเป็นคนละประเด็นกันแม้จะเกี่ยวข้องกัน ผลการศึกษาข้างต้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ ไม่ควรนำมาแปรผลว่าเป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จหรือไม่สำเร็จของการส่งเสริมเครื่องหมายรับรองฮาลาลไทย ในทำนองเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงของจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลก็เป็นผลงานขององค์การศาสนาในการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาล ไม่ใช่ความสำเร็จของการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย ที่ควรวัดจากการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิม

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยจึงต้องแบ่งเป็นสองส่วนคือ เครื่องหมายรับรองฮาลาลของประเทศไทย และการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย ความสำเร็จในการตรวจรับรองเครื่องหมายฮาลาลไทยกับความสำเร็จในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย อาจดูเสมือนเป็นเรื่องเดียวกัน แต่จริงๆ แล้ว เป็นสองเรื่องที่เสริมกันและไม่จำเป็นต้องไปด้วยกันเสมอไป ความน่าเชื่อถือในเครื่องหมายรับรองฮาลาลไทยจะช่วยเสริมให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยน่าเชื่อถือและสามารถส่งออกสู่ตลาดโลกมุสลิมได้ แต่ความสำเร็จของเครื่องหมายฮาลาลไทยที่วัดจากการเติบโตของจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลก็ไม่ได้หมายถึงการเติบโตของการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย ถ้าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาลเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตลาดในประเทศเท่านั้น หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประเทศไทยส่งออกได้อยู่แล้วตั้งแต่ยังไม่ได้ รับการรับรองฮาลาล โดยนัยนี้ แม้ว่าผู้บริโภคมุสลิมภายในประเทศและผู้บริโภคโดยทั่วไปจะได้รับประโยชน์ที่ทราบว่าคุณภาพดีที่ฮาลาล แต่การวางเป้าหมายที่ไม่ถูกต้อง อาจทำให้ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมไม่เติบโต และมีขนาดน้อยเกินไปเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของสินค้าไทย หรือสินค้าที่มีศักยภาพจะเป็นฮาลาลได้

11. พัฒนาการของเครื่องหมายฮาลาล

เวทีการค้าโลกเพิ่งมองเห็นความสำคัญของการพัฒนาเครื่องหมายฮาลาลเมื่อไม่นานมานี้เอง (อิศรา ศานติศาสน์, 2545) โดยเหตุที่ประชากรมุสลิมทั่วโลกมีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ผ่านมาตรฐานควบคุมที่ถูกต้องตามหลักศาสนาจึงได้ผลักดันการใช้เครื่องหมายฮาลาลผ่าน FAO และ WHO กระทั่งในปี 2536 Codex Alimentarius Commission จึงได้เริ่มพิจารณาร่างแนวทางการใช้เครื่องหมายฮาลาล ประกอบผลิตภัณฑ์อาหารขึ้น จนถึงในปี 2540 ก็ได้มีการยอมรับแนวทางสากลในการอนุญาตให้ใช้

เครื่องหมายฮาลาลหรือ General Guidelines for Use of the Term “Halal” (CAC/GL 24-1997 1) ขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ แนวทางดังกล่าวได้กำหนดว่า ประเทศสมาชิกของ Codex ที่ต้องการประทับเครื่องหมายฮาลาล จะต้องมีการผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลที่ทาง Codex กำหนดขึ้น มาตรฐานสากลนี้กำหนดให้มีการใช้มาตรการควบคุมการติดฉลากที่ใช้คำว่า ฮาลาล หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่ากันตามที่ได้มีการกำหนดไว้ใน General Standard for the Labeling of Prepackaged Foods

General Guidelines for Use of the Term “Halal” ของ Codex ฉบับนี้วางรากฐานอยู่บนคำสอนของศาสนาอิสลามที่ได้ให้ความหมายของฮาลาลไว้ชัดเจนเป็นหลักการสำหรับมาตรฐานฮาลาลที่ใช้กันอยู่ในประเทศต่างๆ ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยและหลักโภชนาการ (ดีอียิบัน) ตั้งแต่วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ กระบวนการผลิต การขนส่ง การจัดเก็บ และการจัดจำหน่าย ซึ่งรวมถึงการปนเปื้อนสิ่งที่ไม่ฮาลาลแต่ General Guidelines ดังกล่าวก็ยอมรับว่าอาจมีความแตกต่างในการตีความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลอยู่บ้างในระหว่างมัซฮับต่างๆ (Islamic Schools of Thought) ซึ่งมีมุมมองในด้านความเข้มงวดไม่เหมือนกัน ดังนั้นการใช้ Guidelines นี้จึงจะไม่ก้าวล้ำสิทธิขององค์กรศาสนาที่มีอำนาจรับผิดชอบในประเทศแต่ละประเทศ ที่จะมีความเห็นหรือการตีความหลักการและกฎเกณฑ์ทางศาสนาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ฮาลาลแตกต่างกันบ้าง แต่ยังคงมีความสอดคล้องกันระหว่างมัซฮับในประเด็นหลักๆ อย่างไรก็ตาม Guidelines นี้ไม่ได้ให้การยอมรับว่าสิทธิในการรับรองเครื่องหมายฮาลาลในประเทศต่างๆ ถูกจำกัดไว้ที่องค์กรศาสนาในแต่ละประเทศเท่านั้น เพราะประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับระเบียบกฎเกณฑ์ภายในของแต่ละประเทศ และความตกลงที่แต่ละประเทศมีอยู่กับประเทศอื่น ๆ

ตารางที่ 5: สรุปเครื่องหมายรับรองฮาลาลใน 42 ประเทศ

เครื่องหมายเดียว	หลายเครื่องหมาย
ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส เยอรมัน อินโดนีเซีย บังคลาเทศ เบลเยียม แคนาดา ซิลิ อิตาลี เกาหลีใต้ เคนยา ปากีสถาน โปแลนด์ สิงคโปร์ ศรีลังกา เวียดนาม ไทย สวิสเซอร์แลนด์ มาเลเซีย บรูไน อียิปต์ คูเวต โอมาน กาตาร์ เยเมน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มาลี เซเนกัล	2 เครื่องหมายบราซิล ญี่ปุ่น ฮังการี ฟิลิปปินส์ ชูดาน ใต้หวัน ตุรกี สหราชอาณาจักรสหรัฐอเมริกา 3 เครื่องหมายอินเดีย ฮอลแลนด์ นิวซีแลนด์ แอฟริกาใต้ 8 เครื่องหมายออสเตรเลีย

ที่มา: The Recognised Foreign Halal Certification Bodies and Authorities as at 7th February 2014, Hala Hub Division, JAKIM.

ในปัจจุบัน มีหลายประเทศทั่วโลกที่พัฒนาระบบการตรวจรับรองฮาลาลขึ้นมา ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลที่รวบรวมจาก 42 ประเทศพบว่า 28 ประเทศมีเครื่องหมายรับรองฮาลาล (Halal Logo) เพียงเครื่องหมายเดียว ในขณะที่อีก 14 ประเทศมีหลายเครื่องหมาย องค์การตรวจรับรองของบางประเทศเป็นหน่วยงานรัฐ บางประเทศเป็นองค์กรศาสนา และบางประเทศเป็นหน่วยธุรกิจ (รายละเอียดอยู่ในภาคผนวกที่ 1) ณ ปัจจุบัน ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย อยู่ในกลุ่มที่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาลเพียงเครื่องหมายเดียว โดยการตรวจรับรองของไทยและอินโดนีเซียดำเนินการโดยองค์กรศาสนา ในขณะที่การตรวจรับรองของมาเลเซียดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐซึ่งดูแลกิจการศาสนาอิสลาม และในบางกรณีธุรกิจเอกชนด้วย การทำความเข้าใจในความเป็นมา กระบวนการตรวจรับรอง และองค์กรรับผิดชอบที่แตกต่างกันจะเป็นประโยชน์แก่ประเทศไทยในการนำมาปรับปรุงและประยุกต์ใช้

11.1 เครื่องหมายฮาลาลไทย

การส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลและพัฒนาการของเครื่องหมายฮาลาลในประเทศไทยในช่วงก่อนปี 2550 ได้ถูกกล่าวถึงไว้โดยละเอียดใน อิศรา ศานติศาสน์ และคณะ (2550) กล่าวโดยสรุป การส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทยมีเหตุผลทั้งทางเศรษฐกิจและการเมือง โดยเกิดจากความต้องการใช้ประโยชน์จากประชากรมุสลิมไทยที่มีอยู่กว่า 3 ล้านคนในขณะนั้น ซึ่งเกือบครึ่งหนึ่งอยู่ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีปัญหาความไม่สงบ

ในส่วนของเครื่องหมายฮาลาลของประเทศไทยมีความเป็นมาย้อนหลังไปได้ไกลก่อนที่จะมีการยอมรับเครื่องหมายฮาลาลในตลาดโลก โดยได้มีการกำหนดเครื่องหมายฮาลาลขึ้นมาใช้เป็นครั้งแรกในปี 2491 ในสมัยที่นายด่วน สุวรรณศาสน์ เป็นจุฬาราชมนตรี³ แต่ยังไม่ได้มีการจดทะเบียนการใช้เครื่องหมายฮาลาลในช่วงนั้น จนกระทั่งนายประเสริฐ มะหะหมัดซึ่งได้รับพระบรมราชโองการแต่งตั้งเป็นจุฬาราชมนตรีในปี 2524 ได้ดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายแสดงผลิตภัณฑ์ฮาลาล (คำว่าฮาลาลบนสีเหลี่ยมขนมเปียกปูน) ที่กระทรวงพาณิชย์ได้ให้ความร่วมมือจัดทำขึ้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2538 เพื่อใช้รับรองผลิตภัณฑ์ว่าได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามนับแต่นั้นเป็นต้นมา สำนักจุฬาราชมนตรีจึงได้เริ่มดำเนินการรับรองมาตรฐานฮาลาลและเครื่องหมายนี้ได้ถูกใช้ในการแสดงการมีมาตรฐานฮาลาลตามหลักการอิสลามอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน แม้จะมีการดัดแปลงหรือต่อเติมในรายละเอียดไปบ้าง หรือมีการเปลี่ยนองค์กรผู้รับผิดชอบดูแล

³ผู้นำศาสนาอิสลามในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม การจดทะเบียนลิขสิทธิ์ที่กล่าวมาข้างต้นนี้หมายถึงลิขสิทธิ์ในรูปแบบเครื่องหมายฮาลาลขององค์กรศาสนาอิสลามที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันเท่านั้น (คำว่าฮาลาลเป็นภาษาอาหรับ บนลิเหลียมขนมเปียกปูน) ไม่ได้หมายถึงลิขสิทธิ์ในคำว่า “ฮาลาล” อย่างที่บางฝ่ายเข้าใจ เพราะ “ฮาลาล” เป็นคำทั่วไปที่มุสลิมทุกคนที่ผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่อนุมัติตามหลักศาสนาอิสลาม (ฮาลาล) สามารถใช้ได้ トラบเท่าที่ไม่ได้มีการละเมิดลิขสิทธิ์ในรูปแบบเครื่องหมายขององค์กรศาสนาตามที่กล่าวมาข้างต้น

การรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทยมีระเบียบปฏิบัติและขั้นตอนที่ชัดเจน ตามระเบียบปฏิบัติของสำนักจุฬาราชมนตรีที่ใช้อยู่เดิมนั้น บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลสามารถยื่นคำขอมีและใช้เครื่องหมายฮาลาลได้⁴ โดยกระบวนการตรวจสอบเพื่อให้หนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีกฎเกณฑ์ว่า ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่จะได้รับเครื่องหมายฮาลาลต้องไม่มีส่วนประกอบใดๆ ที่ไม่ถูกต้องตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ไม่ใช้อุปกรณ์ต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกในขั้นตอนการเตรียมการ การผลิต การขนส่ง หรือการเก็บรักษา ที่มีการสัมผัสโดยตรงหรือปนกับผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่ไม่ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับเครื่องหมายฮาลาลยังต้องมีสถานที่ในการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิต หรือที่เก็บรักษาที่แยกส่วนจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ฮาลาล การตรวจสอบมีทั้งการตรวจสอบเมื่อยื่นคำขอ การตรวจสอบรายเดือน และการตรวจสอบเพื่อต่ออายุหนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ หนังสือรับรองผลิตภัณฑ์ที่ออกแต่ละครั้งมีอายุไม่น้อยกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 3 ปี ตลอดช่วงเวลานั้น ผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตามระเบียบและสัญญาอย่างเคร่งครัด

ตลอดช่วงเวลาเดียวกัน ได้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านองค์กรที่ดำเนินการให้การรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาล ภายใต้พระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งมีสถานะเป็นนิติบุคคลเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการให้การรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลตามกฎหมายได้ แต่ในช่วงแรกนั้น สำนักจุฬาราชมนตรียังคงดำเนินการให้การรับรองผลิตภัณฑ์ฮาลาลด้วยในหลายกรณีและในหลายจังหวัด ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างองค์กรศาสนาทั้งสององค์กรเป็นระยะๆ ความขัดแย้งดังกล่าวเป็นสาเหตุให้ ในช่วงเวลานั้น สังคมมีความสับสนเกี่ยวกับอำนาจและมาตรฐานการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศไทย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหาความขัดแย้งระหว่างองค์กรศาสนาอิสลามในการรับรองมาตรฐานฮาลาลของไทยขึ้นเดี่ยวที่ค้นพบคือ อติศร มุหะหมัดอารี (2543) ที่ได้ศึกษาอำนาจในการออกเครื่องหมายฮาลาลของจุฬาราชมนตรี สำนักจุฬาราชมนตรี และคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ผล

⁴หลักฐานประกอบการยื่นคำขอได้แก่ หลักฐานแสดงสถานะภาพของผู้ขอ ใบอนุญาตจัดตั้งโรงงาน แบบรง. 2 (ถ้ามี)

ใบอนุญาตผลิตอาหาร แบบ อ.2 (ถ้ามี) คำขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร (ถ้ามี) ใบสำคัญการใช้ฉลากอาหาร แบบ อ.1

พร้อมตัวอย่าง (ถ้ามี) แผนที่แสดงที่ตั้งโรงงาน รายละเอียดการผลิต ขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ในการผลิต พร้อมทั้งตัวอย่างผลิตภัณฑ์

การศึกษาชี้ว่า ตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งมีฐานะเป็นนิติบุคคลมีอำนาจในการให้คำรับรองมาตรฐานฮาลาลตามมาตรา 18(9) คือการให้การรับรองว่าเรื่องใดหรือสิ่งใด เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามหรือเป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม โดยจุฬาราชมนตรีมีอำนาจหน้าที่ในการลงนามในใบรับรองเครื่องหมายฮาลาลในฐานะประธานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเท่านั้น มิได้มีอำนาจในการพิจารณาหรือตรวจสอบผู้ประกอบการหรือผลิตภัณฑ์ที่ขอการรับรองเครื่องหมายฮาลาล ถึงแม้จะดูเหมือนว่ามาตรา 8(4) ของพระราชบัญญัติเดียวกันจะเอื้อให้จุฬาราชมนตรีสามารถออกประกาศให้การรับรองและให้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลได้ แต่อำนาจหน้าที่ในการออกประกาศคำอธิบายหรือข้อวินิจฉัยของจุฬาราชมนตรีก็ถูกจำกัดไว้เฉพาะในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการให้คำอธิบายหรือให้คำวินิจฉัยหลักหรือบทบัญญัติทางศาสนาอิสลามเท่านั้น งานวิจัยชิ้นนี้ได้เสนอแนะให้มีการแก้ปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นโดยการแก้ไขบทบัญญัติของพระราชบัญญัติให้อำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่ายมีความชัดเจนขึ้น⁵

ภายหลังจากที่การดำเนินการรับรองมาตรฐานฮาลาลได้มาอยู่ในความรับผิดชอบของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรศาสนาอิสลามที่มีสถานะเป็นนิติบุคคล ตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ได้มีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง และเพิ่มเติมรายละเอียดของระเบียบเดิมในหลายประเด็น โดยได้ออกเป็นระเบียบและประกาศที่ลำดับรวม 8 ฉบับ ประกอบด้วยระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2541 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาล พ.ศ. 2544 พ.ศ. 2545 และ พ.ศ. 2546 และระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองมาตรฐานฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2548 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินการกิจการฮาลาล พ.ศ. 2551 ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินการกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552 และประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเรื่องข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554 อย่างไรก็ตาม ไม่ได้มีความแตกต่างทางด้านหลักการของสิ่งที่ฮาลาลหรือไม่ฮาลาลอย่างมีนัยสำคัญ

ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล พ.ศ. 2541 เป็นระเบียบฉบับแรกที่ออกภายใต้พระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540⁶ และเป็นรากฐานของการออกระเบียบฉบับต่อๆ มา ที่มีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงในหลายประเด็น

⁵ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2550 มีร่างพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม 3 ร่างอยู่ในสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เป็นร่างที่เสนอโดยนายนิเด วาบา โดยวิทยาลัยอิสลามศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (วิทยาเขตปัตตานี) และโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

⁶ ไม่สามารถให้รายละเอียดของระเบียบฉบับนี้เนื่องจากไม่มีสำเนาของระเบียบที่จะนำมาประกอบการศึกษาได้

ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองฮาลาลฉบับที่ 2 ออกเมื่อ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2544 เพื่อให้แทนระเบียบฉบับที่ 1 ทำให้วิธีดำเนินการและมาตรการตรวจสอบ การรับรองฮาลาลของส่วนกลางและจังหวัดเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญคือ การตั้งคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลและคณะอนุกรรมการกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดได้มีการกำหนดขอบข่ายของฮาลาลให้รวมถึงผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค การเชือดสัตว์ อาหาร เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ฮาลาลและเนื้อสัตว์ที่นำเข้าจากต่างประเทศด้วย ได้มีการกำหนดความหมายของผู้ประกอบการให้ครอบคลุมทั้งผู้ผลิตผู้นำเข้า ผู้ให้บริการ และผู้โฆษณา ตลอดจนมีข้อกำหนดให้ผู้ประกอบการต้องมีที่ปรึกษาและที่ปรึกษาพิเศษ ซึ่งที่ปรึกษามายถึงผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ประกอบการเพื่อให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยความเห็นชอบจากฝ่ายกิจการฮาลาล และที่ปรึกษาพิเศษคือผู้ที่ต้องปฏิบัติงานประจำในสถานประกอบการ ซึ่งในด้านหนึ่งเป็นการสร้างความเชื่อถือในมาตรฐานฮาลาลว่าจะได้รับการตรวจสอบดูแลอย่างใกล้ชิด ในอีกด้านหนึ่งผู้ประกอบการมองว่าเป็นการบังคับให้ต้องจ้างงานมุสลิม และทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นทั้งนี้ท้ายระเบียบได้มีการกำหนดค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบ และเงินประกันการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลไว้เป็นต่างหากทำให้มีความสะดวกในการแก้ไขอัตราได้โดยไม่ต้องแก้ไขระเบียบ

ระเบียบฯ ฉบับที่ 3 ที่ออกเมื่อ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2545 และฉบับที่ 4 ที่ออกเมื่อ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 ได้เพิ่มประเด็นสำคัญบางประเด็นจากระเบียบฯ ฉบับปี 2544 โดยระเบียบฯ ฉบับที่ 3 ได้กำหนดให้มีผู้ตรวจการฮาลาลที่ได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการกลางฯหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดให้ทำหน้าที่ตรวจติดตามหรือสืบสวนหาข้อเท็จจริงของการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขการรับรองฮาลาลของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองแล้ว และมีการจำหน่ายแจกผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในท้องตลาด ได้มอบอำนาจการรับรองมาตรฐานฮาลาลในจังหวัดที่ไม่มีคณะกรรมการประจำจังหวัดให้แก่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาลหรือคณะอนุกรรมการกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการศึกษาและการฝึกอบรมโดยได้กำหนดหลักสูตรและคณะกรรมการจัดการฝึกอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮาลาลด้วย สำหรับระเบียบฯ ฉบับที่ 4 ได้ให้อำนาจกับคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยในการรับรองและให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลแก่ผู้นำเข้าสินค้าเพื่อจำหน่ายหรือผู้ประกอบการที่นำเข้าสินค้าเพื่อใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ของตนเอง ไม่ว่าบริษัทหรือโรงงานของผู้ประกอบการนั้นจะอยู่ในจังหวัดที่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดหรือไม่ ซึ่งหมายความว่าคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดมีอำนาจในการรับรองและให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลแก่บริษัทหรือโรงงานที่ผลิตสินค้าที่ไม่มีส่วนผสมที่นำเข้าเองโดยตรงจากต่างประเทศ ถ้ามีส่วนผสมที่นำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนผสมดังกล่าวต้องได้จากการจัดหาของผู้นำเข้าที่ได้รับการรับรองฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเท่านั้น

ระเบียบฯ ฉบับที่ 5 หรือที่เรียกในอีกชื่อหนึ่งว่าระเบียบคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการรับรองมาตรฐานฮาลาลและการใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาล ออกเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2548 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้มาตรฐานและการตรวจสอบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและการรับรองมาตรฐานฮาลาลของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดและสถาบันอาหารฮาลาลเป็นไปในแนวทางเดียวกัน การออกระเบียบฉบับนี้ได้ขยายความหมายของผลิตภัณฑ์ฮาลาลให้ครอบคลุมสิ่งที่ทำขึ้นตามขั้นตอนมาตรฐานฮาลาล ผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีความหมายครอบคลุมหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค โดยให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลหมายถึงสิ่งที่ทำขึ้นตามขั้นตอนมาตรฐานฮาลาล โดยรวมถึงการผลิต การบริการ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลด้วย ในด้านผู้ประกอบการก็มีการให้ความหมายที่ชัดเจนถึงผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าภายในประเทศ ผู้นำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ผู้จำหน่ายสินค้าดังกล่าว และผู้ที่ทำการโฆษณาด้วย

ระเบียบฯ ฉบับนี้ได้เปลี่ยนแปลงให้การรับรองและการให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลแก่ผู้ประกอบการที่นำเข้าสินค้าเพื่อใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ของตนเอง กลับมาเป็นอำนาจของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ถ้าบริษัทหรือโรงงานของผู้ประกอบการนั้นตั้งอยู่ในจังหวัดที่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ถือเป็นอีกก้าวหนึ่งของการกระจายอำนาจที่น่าจะทำให้เกิดความคล่องตัวและเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมฮาลาล ตรงกับที่คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดและคณะทำงานมีศักยภาพในการตรวจสอบส่วนผสมต่างๆ ที่มีที่มาหลากหลายและได้ผ่านกระบวนการผลิตที่มีความสลับซับซ้อนทางวิทยาศาสตร์

นอกจากนี้ ระเบียบฯ ฉบับเดียวกันนี้ยังได้กล่าวถึงการตั้งสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล⁷ โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐเพื่อปรับปรุงระบบมาตรฐานอาหารฮาลาลของไทยให้มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับมากขึ้น และเนื่องจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรศาสนาอิสลาม พ.ศ. 2540 ในกิจการฮาลาล สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลจึงถูกตั้งขึ้นตามระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการจัดตั้งสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลเมื่อปี 2546 ด้วย แสดงถึงการให้ความสำคัญแก่สถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาลซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนามาตรฐานอาหารฮาลาล การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานอาหารฮาลาล การพัฒนาบุคลากรทางด้านมาตรฐานอาหารฮาลาล การตรวจสอบและการติดตามตรวจสอบผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล ตลอดจนการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทางด้านบุคลากร ระเบียบฯ ฉบับนี้ได้แยกและให้ความหมายบุคลากรฮาลาลออกเป็นห้ากลุ่ม ประกอบด้วยที่ปรึกษา ที่ปรึกษาพิเศษ ผู้ตรวจสอบ ผู้ตรวจการ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจการฮาลาล จากเดิมที่

⁷ เดิมที่ส่วนราชการที่เกี่ยวข้องมีแนวทางให้สถาบันมาตรฐานฮาลาลเป็นหน่วยงานอิสระจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นองค์กรรับรองมาตรฐานฮาลาล

มีเพียงที่ปรึกษาและที่ปรึกษาพิเศษ โดยกลุ่มแรกได้รับการแต่งตั้งจากผู้ประกอบการโดยความเห็นชอบของฝ่ายกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางฯหรือของคณะกรรมการจังหวัด กลุ่มที่สองต้องมีความรู้ทางด้านการเชือดและการแปรรูปแต่ไม่ต้องการได้รับการแต่งตั้งหรือความเห็นชอบจากหน่วยงานใด กลุ่มที่สามและสี่ต้องการได้รับการแต่งตั้งจากคณะกรรมการกลางฯหรือคณะกรรมการจังหวัด และกลุ่มที่ห้าคือเจ้าหน้าที่ประจำของสำนักงานคณะกรรมการกลางฯของสำนักงานจังหวัด และของสถาบันมาตรฐานอาหารฮาลาล ทั้งนี้ ได้มีการกำหนดค่าธรรมเนียมการตรวจสอบและการออกหนังสือรับรองไว้ในหมวด 6 ของระเบียบ ซึ่งทำให้การแก้ไขอัตราค่าธรรมเนียมต้องแก้ไขระเบียบด้วย นอกจากนี้ อัตราดังกล่าวเป็นการกำหนดอัตราเป็นตัวเงินที่คงที่ ไม่ได้มีการปรับตามเงินเฟ้อ และได้ผูกไว้กับขนาดของผู้ประกอบการเล็ก กลาง ใหญ่

ระเบียบฉบับต่อมาคือ ระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2551 ซึ่งมีสาระสำคัญคือการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารกิจการฮาลาลขึ้นมาในโครงสร้างเสมือนว่าเป็นคณะกรรมการระดับชาติ ประกอบด้วยตัวแทนกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย 7 คน (ซึ่ง 4 คนมาจากคณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนาอิสลาม 2 คน ด้านวิทยาศาสตร์ 1 คน ผู้อำนวยการสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย ผู้แทนจากกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงอุตสาหกรรม อย่างละ 1 คน โดยมีเลขาธิการคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นประธาน และประธานฝ่ายกิจการฮาลาลเป็นเลขานุการซึ่งเป็นโครงสร้างที่ยังไม่ครอบคลุมทุกหน่วยงานและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ระเบียบฉบับนี้ มีการกำหนดประเภทของการรับรอง การขอรับรอง หนังสือรับรอง การควบคุม การร้องคัดค้าน ค่าใช้จ่าย บทกำหนดโทษ และบทบาทของสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งชาติ คล้ายคลึงกับระเบียบที่มีมาก่อนหน้า

หลังจากนั้นไม่นาน ได้มีการออกระเบียบคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยว่าด้วยการดำเนินกิจการฮาลาล พ.ศ. 2552 ที่มีการเปลี่ยนแปลงในบางประเด็น ที่สำคัญคือการปรับโครงสร้างคณะกรรมการบริหารกิจการฮาลาลใหม่ ให้ประกอบด้วยตัวแทนกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย 7 คน ประธานฝ่ายกิจการฮาลาล ผู้แทนฝ่ายกิจการฮาลาล 4 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านศาสนาอิสลาม 2 คน ด้านวิทยาศาสตร์อาหาร 1 คน ผู้แทนจากกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานอาหารและยา สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างละ 1 คน ผู้อำนวยการสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย และผู้ทรงคุณวุฒิต่อๆ อีกไม่เกิน 2 คน โดยให้คณะกรรมการบริหารเลือกกันเองเป็นประธาน (แต่มีบทเฉพาะกาลให้เลขาธิการคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นประธานต่อไป จนกว่าคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจะมีมติเป็นอื่น ทั้งนี้ไม่เกิน 2 ปี) ประธานฝ่ายกิจการฮาลาลเป็นเลขานุการ และผู้อำนวยการสถาบันมาตรฐานฮาลาลเป็นรองเลขานุการ คณะกรรมการชุดนี้มีอำนาจหน้าที่มากขึ้น โดยเฉพาะในการกำกับดูแลการดำเนินการของฝ่ายกิจการฮา

ลาลและสถาบันมาตรฐานฮาลาล ภายใต้นโยบายเกี่ยวกับกิจการฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย และยังกำหนดบทบาทและหน้าที่ของฝ่ายกิจการฮาลาลให้อยู่ภายใต้ระเบียบฯ ฉบับนี้

ต่อมา ได้มีประกาศคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเรื่องข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2554 กำหนดข้อกำหนดต่างๆ ในการตรวจรับรองฮาลาล เพื่อเป็นแนวทางในการตรวจรับรองฮาลาลของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่างๆ โดยได้มีการกำหนดบทลงโทษความบกพร่องในบางกรณีของผู้ประกอบการไว้เป็นค่าธรรมเนียม เช่น การขอต่ออายุหลังหมดอายุการรับรอง กรณีที่มีการร้องเรียนและคณะกรรมการมีมติว่าต้องมีการตรวจสอบข้อเท็จจริง การตรวจพบว่ามีการปนเปื้อนนะยิสหนัก⁸ การมีข้อบกพร่องรุนแรง และคณะกรรมการมีมติว่าต้องมีการตรวจติดตามผลการแก้ไข แต่ประกาศฉบับนี้ก็ยังไม่มีความชัดเจนในประเด็นของการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคที่ถูกละเมิด และการชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น

เป็นที่สังเกตได้ว่า ระเบียบฯ ทุกฉบับที่กล่าวมาข้างต้นไม่ได้มีอำนาจตามกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคจริงและดูเหมือนมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ได้มีความเข้มข้นมากขึ้น ตามระเบียบฉบับที่ 5 (ปี พ.ศ. 2548) ลงโทษการกระทำที่เป็นการเลินเล่อ ปลอมแปลง หรือหลอกลวงมาตรฐานฮาลาลโดยเริ่มจากการยกเลิกการรับรองมาตรฐานฮาลาลถ้าเป็นการกระทำผิดครั้งแรก ไปจนถึงการไม่รับพิจารณาการรับรองมาตรฐานฮาลาลอีกต่อไปถ้ามีการกระทำผิดซ้ำ ทั้งนี้ เมื่อมีการยกเลิกการรับรอง ระเบียบกำหนดให้มีการแจ้งให้หน่วยงานตามกฎหมายดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไปแต่ตามระเบียบฉบับปี พ.ศ.2552 กำหนดบทลงโทษไว้เพียงว่าเมื่อถูกยกเลิกการรับรองและหรือให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลหลังจากมีการวินิจฉัยถึงที่สุดแล้ว ไม่มีสิทธิขอให้รับรองและขอใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลใหม่เป็นเวลาอย่างน้อย 1 ปี และถ้ามีการกระทำผิดซ้ำอีกหลังจากการรับรองหรือให้ใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาล จะไม่รับพิจารณาการรับรองตลอดไปยิ่งไปกว่านั้น ไม่ได้มีหน่วยงานใดที่จะเข้ามาดำเนินการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคเป็นการเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงความรับผิดชอบหรือการชดเชยความเสียหายแก่ผู้บริโภคที่ถูกละเมิด และมีข้อวิพากษ์วิจารณ์ถึงการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่บางรายทำผิดแต่ไม่ได้ถูกระงับหรือยกเลิกเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลและจ่ายค่าปรับแทน มีปัญหาจากการกระทำที่ขาดจรรยาบรรณของผู้ผลิตบางราย โดยการแอบอ้างความเป็นอาหารมุสลิมหรือมาตรฐานฮาลาลอยู่เนืองๆ ส่งผลเสียต่อความเชื่อมั่นในมาตรฐานฮาลาลไทย ซึ่งเสียเปรียบประเทศเพื่อนบ้านอยู่แล้วจากการที่ไม่ใช่ประเทศมุสลิม

ประกาศฝ่ายกิจการฮาลาล เรื่อง แนวทางปฏิบัติการขอใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล และการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2555 เป็นฉบับที่ถูковиพากษ์วิจารณ์ค่อนข้างมากตามประกาศฉบับนี้ ผลิตภัณฑ์ใดที่มีชื่อเครื่องหมายการค้าเหมือนกัน แต่บรรจุภัณฑ์มีขนาด น้ำหนัก หรือ

⁸สิ่งสกปรก

ชนิดแตกต่างกัน ให้ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน จะต้องขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลและจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายขนาด น้ำหนัก⁹ และชนิดบรรจุภัณฑ์ แม้ว่าสิ่งที่อยู่ภายในจะเป็นสิ่งเดียวกัน และการว่าจ้างให้ผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM/House Brand) สิ่งที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลแล้ว ที่ผู้ว่าจ้างต้องขอรับหรือมอบหมายให้ผู้รับจ้างขอรับการตรวจรับรองใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฮาลาลมองว่าเป็นการแสวงหารายได้ที่ไม่เป็นธรรมและเป็นภาระแก่ผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ไม่ได้มีข้อวิพากษ์วิจารณ์แต่อย่างใด ในการกำหนดให้ใช้เครื่องหมายรับรองแยกกัน ในกรณีที่มีผลิตภัณฑ์มีลักษณะเดียวกันแต่ประสงค์จะใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน หรือผลิตภัณฑ์เดียวกันแต่มีความแตกต่างกัน เพราะการซ้ำและหรือตกแต่ง ทั้งนี้ในกรณีที่ผู้ประกอบการใช้ส่วนผสมหรือวัตถุดิบที่ได้รับเครื่องหมายรับรองจากที่อื่น มักได้รับคำแนะนำให้ขอรับการตรวจรับรองฮาลาลไทยใหม่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศในลักษณะอุปสรรคทางเทคนิค (Technical Barrier to Trade: TBT) เช่นเดียวกับที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยประสบในอินโดนีเซีย และยังมีปัญหาการตรวจฮาลาลที่มีรายงานจากผู้ประกอบการในบางจังหวัดว่าต้องหยุดการดำเนินงานในสายการผลิตทั้งหมด เพื่อให้พนักงานเข้ารับการอบรม และมีข้อเสนอแนะให้จัดบุคลากร และคู่มือหรือเอกสารการตรวจรับรองฮาลาลเช่นเดียวกับมาตรฐานอื่น ซึ่งผู้ประกอบการเชื่อว่าจะช่วยพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการให้สามารถเข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาลได้

อย่างไรก็ตาม ประกาศฉบับนี้มีประเด็นสำคัญที่การคุ้มครองผู้บริโภคจากผู้นำเข้าเครื่องหมายรับรองฮาลาลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต โดยการดำเนินคดีตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค คดีละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา และคดีอื่นๆ ตามความเห็นของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย โดยได้มีการดำเนินการกับผู้ประกอบการหลายราย รวมทั้งกับร้านอาหารมุสลิมหลายแห่งที่นำเข้าเครื่องหมายฮาลาลที่เป็นลิขสิทธิ์ของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยไปใช้โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์

นอกจากนี้ ยังมีบันทึกข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านการรับรองฮาลาล สินค้าเกษตร อาหาร และบริการ ระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์กับสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ที่ได้มีการลงนามเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2549 และได้มีการยกร่างมาตรฐานสินค้าเกษตรแห่งชาติ อาหารฮาลาลขึ้น มาตรฐานฉบับนี้มีรายละเอียดในการปฏิบัติการตรวจสอบ เช่น การชำระล้างนัยส การเตรียมการผลิต การปรุงอาหาร การบรรจุ การขนส่ง และการเก็บรักษาที่ต้องสอดคล้องกับ Codex General Principles on Food Hygiene การเช็ดสัตว์ การทำให้สัตว์สลบหรือหมดสติก่อนเชือด และการใช้เครื่องกลในการเชือดสัตว์ปีกซึ่งเป็นรายละเอียดที่มากกว่าระเบียบฯ ของคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยที่ใช้อยู่เดิม แต่มีข้อห้ามบางประการ เช่น การห้ามทำให้เกิดความเข้าใจว่าอาหารฮาลาลมีคุณค่าทาง

⁹ในการนำเสนอรายงานวิจัยนี้เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2558 ตัวแทนคณะกรรมการฮาลาลได้แจ้งในที่ประชุมว่าได้ผ่อนผันกรณีที่มีบรรจุภัณฑ์มีขนาดหรือน้ำหนัก แตกต่างกันไปแล้ว

โภชนาการสูงกว่า หรือมีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าอาหารชนิดอื่น ซึ่งเป็นข้อห้ามที่ไม่สอดคล้องกับความเชื่อตามหลักการของศาสนา จึงเห็นได้ว่า แม้มาตรฐานฯ ฉบับนี้จะเป็นความร่วมมือระหว่างองค์กรศาสนาอิสลามกับหน่วยงานของรัฐซึ่งจะช่วยให้มาตรฐานฮาลาลของประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น แต่ก็มีเนื้อหาที่ก้าวล่วงหลักการและความศรัทธาทางศาสนาอยู่ด้วย

ตารางที่ 6: จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจรับรองฮาลาลไทย ปี 2557.

เดือน	ส่วน รับผิดชอบ	จำนวนผลิตภัณฑ์				จำนวนผู้ประกอบการ			
		ทั้งหมด	ขอใหม่	ขอต่ออายุ	ขอเพิ่ม	ทั้งหมด	ขอใหม่	ขอต่ออายุ	ขอเพิ่ม
รวม		103,250	4,306	83,492	15,452	3,415	755	2,190	470
มกราคม	ส่วนกลาง	2,170	134	1,712	324	78	20	50	8
	ส่วนจังหวัด	1,507	419	940	148	138	49	79	10
กุมภาพันธ์	ส่วนกลาง	8,619	577	7,085	957	86	19	61	6
	ส่วนจังหวัด	1,947	123	1,529	295	104	23	66	15
มีนาคม	ส่วนกลาง	3,043	62	2,455	526	98	16	72	10
	ส่วนจังหวัด	6,567	202	5,245	1,120	261	52	178	31
เมษายน	ส่วนกลาง	6,079	185	4,893	1,001	82	21	52	9
	ส่วนจังหวัด	3,016	237	2,264	515	173	49	109	15
พฤษภาคม	ส่วนกลาง	2,964	42	2,611	311	97	7	77	13
	ส่วนจังหวัด	4,146	247	3,397	502	222	52	19	151
มิถุนายน	ส่วนกลาง	3,027	23	2,559	445	64	9	51	4
	ส่วนจังหวัด	2,094	181	1,508	405	147	22	112	13
กรกฎาคม	ส่วนกลาง	6,514	38	6,075	401	87	9	70	8
	ส่วนจังหวัด	3,790	163	2,970	657	178	37	124	17
สิงหาคม	ส่วนกลาง	3,529	165	2,704	660	131	20	94	17
	ส่วนจังหวัด	3,447	274	2,535	638	265	86	155	24
กันยายน	ส่วนกลาง	5,248	18	4,684	546	66	6	53	7
	ส่วนจังหวัด	2,803	170	2,278	355	180	62	102	16
ตุลาคม	ส่วนกลาง	5,226	230	3,640	1,356	104	23	71	10
	ส่วนจังหวัด	6,283	252	4,675	1,356	334	76	222	36
พฤศจิกายน	ส่วนกลาง	7,841	92	6,673	1,076	106	16	82	8
	ส่วนจังหวัด	4,229	363	3,376	490	213	42	153	18
ธันวาคม	ส่วนกลาง	4,612	24	3,775	813	78	11	55	12
	ส่วนจังหวัด	4,549	85	3,909	555	123	28	83	12

ที่มา: ฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย.

ความสนใจของภาคธุรกิจต่อมาตรฐานฮาลาล และความสำเริ่ขององค์การศาสนาในการเผยแพร่คุณประโยชน์ของฮาลาลและให้การตรวจรับรองเครื่องหมายฮาลาลไทย ดูได้จากจำนวนบริษัทและจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลไทย ทั้งที่ขอใหม่ ขอต่ออายุ และขอเพิ่ม (ตารางที่ 6) ที่รวมแล้วมีผู้ประกอบการ 3,415 ราย และ 103,250 ผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการตรวจรับรองฮาลาลโดยองค์การศาสนา โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการตรวจรับรองจากคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ในส่วนที่ได้รับการตรวจรับรองจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยพบว่ามีจำนวนผลิตภัณฑ์ต่อผู้ประกอบการหนึ่งรายมากกว่า ทั้งนี้ ผู้ประกอบการขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลให้กับหลายผลิตภัณฑ์ที่ไม่จำเป็นต้องได้รับการตรวจรับรอง

นอกจากที่กล่าวมาแล้ว หลายฝ่ายยังแสดงให้เห็นว่าตระหนักในความสำคัญของการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล เช่น การตั้งคณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อ 26 มกราคม 2547 จนถึงการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพธุรกิจและบริการฮาลาลโดยรัฐบาลชุดปัจจุบันเพื่อกำหนดกรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมพัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล รวมทั้งการตั้งคณะอนุกรรมการศึกษาแนวทางในการสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล ในคณะกรรมการการอุตสาหกรรม สมาผู้แทนราษฎร และการตั้งคณะอนุกรรมการอีกหลายคณะโดยวุฒิสภา อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานที่กำกับดูแลการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล และคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านฮาลาลเป็นการเฉพาะ จึงได้มีความพยายามยกร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมและคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจรับรองฮาลาล หรือได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลอีกหลายฉบับ เพื่อให้มีหน่วยงานเจ้าภาพดูแลการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลและคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านฮาลาล แต่จนถึงปัจจุบัน ความพยายามดังกล่าวก็ยังไม่มีความคืบหน้า ทั้งนี้เกิดจากความไม่แน่นอนทางการเมืองที่ทำให้ขาดความต่อเนื่องของนโยบายและบุคลากรที่ดำเนินงานพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล

11.2 เครื่องหมายฮาลาลมาเลเซีย

ในปัจจุบัน การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลในประเทศมาเลเซียขึ้นอยู่กับกำเนินงานของสององค์กรคือ Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) และ Halal Industry Development Corporation (HDC) JAKIM เป็นหน่วยงานของรัฐ ในสังกัด Prime Minister Office รับผิดชอบเกี่ยวกับการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานฮาลาล ในขณะที่ Halal Industry Development Corporation (HDC) เป็นหน่วยงานของรัฐ ในสังกัด Ministry of International Trade and Investment (MITI) รับผิดชอบในด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ความเป็นมาของฮาลาลในมาเลเซียย้อนไปได้ถึงปี 1974 เมื่อ Research Centre ของ Islamic Affair Division ในสังกัด Prime Minister Office ในขณะนั้นออกเอกสารรับรองฮาลาลให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีเงื่อนไขครบถ้วนที่จะได้รับการรับรอง อีก 20 ปีต่อมาจึงได้มีการพัฒนาเครื่องหมายรับรองฮาลาล (Halal Logo) มาใช้ควบคู่กับประกาศนียบัตรฮาลาลขึ้นในปี 1994 ต่อมาในปี 1998 รัฐบาลมาเลเซียได้มอบหมายการตรวจสอบฮาลาลให้กับเอกชนคือบริษัท Ilham Daya จนกระทั่งในปี 2002 เครื่องหมายรับรองฮาลาลมาเลเซียจึงตกอยู่ในความรับผิดชอบของ JAKIM

Department of Islamic Development Malaysia หรือ JAKIM เป็นหน่วยงานรัฐที่จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 1997 เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาและความก้าวหน้าในกิจการศาสนาอิสลามของประเทศมาเลเซีย JAKIM เป็นหน่วยงานที่เติบโตมาจาก Islamic Affairs Division (BAHEIS) ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐในสังกัด Prime Minister's Department ที่พัฒนามาจาก Religious Division อีกทีหนึ่ง BAHEIS ปฏิบัติงานในฐานะของเลขาธิการของสภากิจการศาสนาอิสลามแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่สำคัญสองประการคือ

- 1) ให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่สภาผู้ปกครอง รัฐบาลส่วนท้องถิ่น และสภากิจการศาสนาอิสลามของรัฐต่างๆ และ
- 2) ให้คำแนะนำแก่สภาผู้ปกครอง รัฐบาลส่วนท้องถิ่น และสภากิจการศาสนาอิสลามของรัฐต่างๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหลักการและกฎหมายอิสลาม การศึกษา เพื่อการพัฒนา การวางมาตรฐาน และการส่งเสริมการออกกฎระเบียบต่างๆ และการบริหารจัดการ

ในส่วนของ JAKIM เองมีหน้าที่หลักอยู่สามประการคือ

- 1) จัดทำและกำหนดมาตรฐานกฎหมายอิสลาม
- 2) ให้ความร่วมมือและการจัดการที่เกี่ยวข้องกับอิสลาม และ
- 3) ส่งเสริมและพัฒนาการศึกษาอิสลาม

โดยนัยนี้ การตรวจสอบและรับรองมาตรฐานฮาลาลของประเทศมาเลเซียจึงอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของ JAKIM ตามหน้าที่สองข้อแรก JAKIM จึงเป็นองค์กรเดียวในประเทศมาเลเซียที่รับผิดชอบกำกับดูแลการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายทั้งภายในมาเลเซียและต่างประเทศ โดยมี State Department of Islam และ State Islamic Council เป็นหน่วยงานที่ร่วมให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลแก่ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายภายในประเทศ ตลอดจนติดตามและควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลให้มีความน่าเชื่อถือ ในลักษณะเดียวกับองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ความหมายของคำว่าฮาลาลของมาเลเซียไม่ได้ต่างไปจากความหมายของประเทศไทย โดยหลักการสำคัญในการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลของ JAKIM ครอบคลุมตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การบรรจุ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ซึ่งสรุปได้ดังนี้

- 1) ผู้ยื่นคำขอต้องผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลเท่านั้น เพื่อหลีกเลี่ยงการปนเปื้อน
- 2) ผู้ยื่นคำขอต้องสามารถรับประกันได้ว่าใช้แต่ส่วนผสมที่ฮาลาล และได้ส่วนผสมเหล่านั้นจากผู้ผลิตหรือจำหน่ายแต่ส่วนผสมที่ฮาลาลหรือได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลเท่านั้น
- 3) ผู้ยื่นคำขอที่เป็นบริษัทข้ามชาติและผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ต้องมีคณะกรรมการตรวจสอบฮาลาลภายใน (Internal Halal Committee) และหัวหน้าฝ่ายตรวจสอบหลักการอิสลาม (Halal Executive) ที่ผ่านการอบรมและเข้าใจในหลักการฮาลาล รับผิดชอบดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามหลักการฮาลาล . ในขณะที่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ต้องมีผู้ตรวจสอบฮาลาลที่ผ่านการอบรมและเข้าใจหลักการฮาลาลปฏิบัติงานอยู่ด้วย
- 4) กระบวนการต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ยื่นขอรับการตรวจและรับรองฮาลาลจะต้องเป็นไปตามหลักการฮาลาลโดยครบถ้วน
- 5) ให้มีลูกจ้างมุสลิมที่เป็นชาวมาเลเซียอย่างน้อยสองคนในการจัดส่ง การแปรรูป และในครัว การระบุว่าต้องเป็นชาวมาเลเซียก็เพื่อให้สามารถยืนยันได้ว่าบุคคลดังกล่าวเป็นมุสลิมจริง เนื่องจากปัจจุบันมีแรงงานอพยพจำนวนมากทำงานในมาเลเซียและเป็นการยากที่จะหาเอกสารยืนยันว่าแรงงานเหล่านี้เป็นมุสลิมจริง
- 6) ผลิตภัณฑ์ที่ยื่นขอรับการตรวจรับรองฮาลาลต้องสะอาด ไม่ปนเปื้อนส่วนผสมที่ไม่ฮาลาลตามหลักชาริอะฮ์ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดเตรียม การจัดหา การผลิต การบรรจุ และการขนส่งทั้งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์
- 7) ความสะอาดของเครื่องมือเครื่องจักร สถานที่ผลิต พาหนะที่ใช้ในการขนส่ง และสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป มีความสำคัญสูงสุดและต้องเป็นไปตามหลักการ GMP (Good Manufacturing Practice)
- 8) ไม่มีสถานประกอบศาสนกิจในบริเวณที่ผลิต และ
- 9) ลูกจ้างทุกคนจะต้องปฏิบัติตามหลักการ Good Working Ethics และ Good Hygiene Practices

อย่างไรก็ตาม Guideline for Halal Assurance Management System ของ JAKIM มีเงื่อนไขอีกว่า Internal Halal Committee หรือคณะกรรมการฮาลาลภายในหน่วยธุรกิจที่ยื่นคำขอตรวจรับรองฮาลาลต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนา ติดตามตรวจสอบ และควบคุมระบบประกันคุณภาพฮาลาล

ให้ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการทบทวนระบบจัดการประกันคุณภาพฮาลาลเป็นระยะๆ คณะกรรมการชุดนี้ต้องมีสมาชิกอย่างน้อย 4 คน ในจำนวนนี้ 2 คนต้องเป็นมุสลิมที่ทำงานในระดับบริหาร (ซึ่งโดยตัวอักษรไม่จำเป็นต้องเป็นชาวมาเลเซีย แต่โดยความเข้าใจหมายถึงชาวมาเลเซีย) มี 1 คนดูแลด้านการจัดซื้อ และยังมีบุคลากรด้านอื่นๆ อยู่ในคณะกรรมการชุดนี้ด้วย เช่น ผู้ควบคุมการเชือดสัตว์

นอกจากนี้ JAKIM ยังกำหนดให้มีการฝึกอบรมให้แก่ผู้บริหารและพนักงานของหน่วยธุรกิจที่ยื่นคำขอตรวจรับรองฮาลาลเกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาลและเงื่อนไขในการได้รับการรับรองฮาลาล ตลอดจนให้มีการติดตามผลเป็นระยะ เพื่อให้มั่นใจว่าบุคลากรกลุ่มนี้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาลเพียงพอต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

โดยหลักการ JAKIM จะออกไปรับรองมาตรฐานฮาลาลให้แก่อาหารและสินค้าผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องได้ภายใน 1 สัปดาห์ นับแต่ได้รับรายงานผลการตรวจสอบ ซึ่งถือว่าเร็วมาก แต่ข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนามชี้ว่าผู้ประกอบการต้องใช้เวลาประมาณ 6 เดือนนับจากวันที่ยื่นคำขอตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลกับ JAKIM ซึ่งหมายความว่าเมื่อได้รับใบรับรองซึ่งมีอายุ 1 ปีมาแล้ว จะสามารถใช้งานได้จริงอีกเพียงหกเดือน ก็ถึงกำหนดต้องยื่นคำขอใหม่ ผู้ประกอบการมีความเห็นว่า JAKIM ควรขยายอายุใบรับรองเป็น 2 ปีโดยเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่มให้เท่ากับการรับรองสองครั้งๆ ละ 1 ปี

นอกจากกระบวนการตรวจรับรองที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลโดยภัตตาคารหรือร้านอาหารในประเทศมาเลเซียที่ไม่ได้ผ่านการตรวจรับรองโดย JAKIM อีกสามประเด็นซึ่งอาจเป็นประโยชน์ในเชิงนโยบาย ประเด็นแรกเนื่องจาก JAKIM เป็นหน่วยงานรัฐ จึงทำให้ดูเหมือนว่าการออกเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาล (Halal Logo) โดยหน่วยงานหรือองค์กรอื่นเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย แต่ไม่ปรากฏว่า JAKIM ห้ามผู้ประกอบการที่นับถือศาสนาอิสลามใช้สิทธิของความเป็นมุสลิมแสดงโดยเปิดเผยว่าให้บริการอาหารฮาลาล เช่น การระบุว่าให้บริการอาหารฮาลาลโดยใช้ภาษาอาหรับ ภาษามลายู หรือภาษาอังกฤษ โดยผู้ประกอบการมักหลีกเลี่ยงการใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล ไม่ว่าจะเป็นเครื่องหมายที่เหมือนหรือเลียนแบบเครื่องหมายรับรองฮาลาลมาเลเซียของ JAKIM หรือไม่ก็ตาม

ประเด็นที่สอง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชี้ว่ายังมีหน่วยงานหรือองค์กรอื่นที่ทำการตรวจรับรองฮาลาลในประเทศมาเลเซียด้วยตัวอย่าง เช่น ภัตตาคารหรือร้านอาหารบางแห่งได้รับการรับรองจากหน่วยงาน Islah Research Circle ว่าผลิตและจำหน่ายอาหารฮาลาลจริง โดยผู้ประกอบการยืนยันว่าการจะได้รับการรับรองดังกล่าวต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน แต่เนื่องจากภัตตาคารหรือร้านอาหารบางแห่งจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย หน่วยงานผู้ตรวจรับรองจึงออกเอกสารรับรอง โดยมีเงื่อนไขให้ระบุว่าผลิตและจำหน่ายอาหารฮาลาลเท่านั้น ไม่ให้นำเอกสารรับรองดังกล่าวติดแสดงโดยเปิดเผย เพื่อไม่ให้เกิดข้อโต้แย้งหรือวิพากษ์วิจารณ์ในวงกว้าง

ประเด็นที่สาม ภัตตาคารหรือร้านอาหารบางแห่งซึ่งต้องการให้บริการอาหารฮาลาลพร้อมๆ กับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทำการโฆษณาด้วยคำว่า Pork Free และนำเครื่องหมายรับรองฮาลาลการเชือดสัตว์ที่ JAKIM ออกให้คราวละ 2 ปีกับผู้จัดส่งวัตถุดิบ เช่น เนื้อไก่ ให้แก่ตน มาแสดงในบริเวณภัตตาคารหรือร้านอาหาร ทั้งๆ ที่เครื่องหมายดังกล่าวควรติดแสดงที่สถานประกอบการของผู้เชือดสัตว์เท่านั้น ทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้ว่า ภัตตาคารหรือร้านอาหารดังกล่าวได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลด้วย แต่ปัญหานี้ก็ยังคงมีอยู่ในประเทศมาเลเซีย

อย่างไรก็ตาม มาเลเซียยังมีความพยายามพัฒนามาตรฐานใหม่ที่เหนือกว่ามาตรฐานฮาลาล ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเรียกว่า Halal IMP (Islamic Manufacturing Practice) หรือ Iklan Islamic Product ที่มีความเข้มข้นทางศาสนาในหลายแง่มุม โดยมีเป้าหมายให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องสำอาง และยา และมาตรฐาน IAP (Islamic Agricultural Practice) ที่เน้นการควบคุม Critical Supply Chain (from Farm to Plate) โดยมีการเผยแพร่แนวทางนี้ไปในหลายประเทศ แต่ก็ไม่ได้มีแนวโน้มว่าจะประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆ ในอนาคตอันใกล้

ในส่วนของการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ได้พัฒนามาตรฐานและเครื่องหมายรับรองฮาลาลจนเป็นที่รู้จักแล้วนั้นมีสามขั้นตอน คือ 1) การผลักดันให้มาเลเซียเป็นผู้นำระดับโลกในความสมบูรณ์ของระบบฮาลาล (2008-2010) ผ่านการปรับปรุงระบบตรวจรับรอง และการจัดตั้งศูนย์สนับสนุนฮาลาลระดับโลก 2) การทำให้มาเลเซียได้รับการยอมรับในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับฮาลาล (2010-2015) ผ่านการสร้างฐานความรู้ระดับโลก และ 3) การสร้างการยอมรับใน Malaysia Brand และการขยายขอบเขตทางภูมิศาสตร์หน่วยธุรกิจฮาลาลมาเลเซีย (2015-2020) ผ่านการวิจัยและพัฒนา และการสร้างนวัตกรรมซึ่ง Halal Industry Development: Corporation หรือ HDC มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในขั้นตอนที่สองและสาม

HDC ได้รับการจัดตั้งขึ้นเมื่อ 18 กันยายน 2006 และเข้ามาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ MITI ในปี 2009 โดยมีภารกิจในการนำมาเลเซียสู่การเป็นผู้นำระดับโลกในด้านนวัตกรรม การผลิต และการค้าผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยผ่านการพัฒนาศักยภาพในการผลิต การให้บริการ การให้การฝึกอบรม การส่งเสริมการลงทุน และการอำนวยความสะดวกทางการค้า ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลมาเลเซียเพื่อให้ประเทศมาเลเซียก้าวขึ้นเป็นผู้นำในมาตรฐานฮาลาล และเป็นศูนย์กลาง (Hub) ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลของโลกเป้าหมายในการพัฒนาของ HDC ครอบคลุมถึง นักลงทุน ผู้ผลิต และผู้ค้าบริการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้จัดส่งสินค้า ตลอดจนนักวิชาการ การดำเนินงานของ HDC จึงไม่เพียงแต่มุ่งที่การเพิ่มส่วนแบ่งของมาเลเซียในตลาดโลกเท่านั้น แต่ยังมีเน้นการสร้างเชื่อมั่นในเครื่องหมายฮาลาลมาเลเซียในตลาดโลกด้วย

ภายใต้ Halal Development Master Plan (HIMP) ซึ่งฮาลาลเป็นหนึ่งในจักรกลในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของมาเลเซีย HDC มีแนวคิดสำคัญที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับฮาลาลทั้งในด้านการผลิต การบริการ และการค้าระหว่างประเทศ โดยมียุทธศาสตร์สามขั้นตอนคือ

1) การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลเพื่อให้มีอุปทานของผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่เพียงพอผ่านการพัฒนา Cluster อุตสาหกรรมฮาลาล การเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมการลงทุนและการยกระดับการผลิตภายในประเทศ

2) การพัฒนา Brand เพื่อสร้างอุปสงค์ในผลิตภัณฑ์ฮาลาล ผ่านการส่งเสริมคุณค่าของฮาลาล การส่งเสริมแนวคิดของฮาลาลมาเลเซียรวมถึง Brand ของ HDC และการสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด การสื่อสาร และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ฮาลาล

3) ความสมบูรณ์ฮาลาลเพื่อป้องกันระบบนิเวศน์ ผ่านการพัฒนางจรรยาบรรณการผลิต การยกระดับความสมบูรณ์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน และการส่งเสริมระบบสนับสนุนฮาลาลในระดับโลก

ทั้งนี้ นโยบายการพัฒนาฮาลาลมาเลเซียเน้นอาหารแปรรูป (Processed Food) เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลตัวเอง (Cosmetic and Personal Care) ส่วนผสมต่างๆ (Ingredients) และการเลี้ยงสัตว์ (Animal Husbandry)

11.3 เครื่องหมายฮาลาลอินโดนีเซีย

ในฐานะที่เป็นประเทศมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่มีประชากรมุสลิมกว่า 200 ล้านคน มาตรฐานฮาลาลอินโดนีเซียจึงเป็นที่จับตามองจากหลายๆ ประเทศ การดำเนินงานเกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาลของอินโดนีเซียอยู่ในความรับผิดชอบดูแลของสภาผู้รู้ทางศาสนา (Indonesia Council of Ulama หรือ Majelis Ulama Indonesia: MUI) ซึ่งเป็นองค์กรศาสนาที่สมาชิกประกอบด้วยนักวิชาการศาสนาอิสลามจากส่วนต่างๆ ของประเทศ MUI มีสำนักงานอยู่ในทุกเมืองสำคัญของอินโดนีเซียการดำเนินงานเกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาลเป็นภารกิจหนึ่งของ MUI

โดยหลักการ ความหมายของฮาลาลอินโดนีเซียไม่ได้แตกต่างไปจากความหมายของฮาลาลไทย และฮาลาลมาเลเซีย เพราะอิงกับหลักศาสนาอิสลามเหมือนกัน แต่ MUI ให้ความหมายของคำว่าฮาลาลและฮาราม ไว้โดยไม่ลงรายละเอียดว่าสิ่งใดบ้างที่ฮาลาลหรือฮาราม แต่ให้เป็นหลักการสำคัญดังนี้

- 1) ทุกๆ สิ่งฮาลาลเว้นเสียแต่มีระบุฮาราม
- 2) ฮารามคือสิ่งที่ไม่ดีและเป็นอันตราย

- 3) การห้ามสิ่งที่ฮาลาลและการอนุมัติสิ่งที่ฮาราม เป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย
- 4) เป็นการผิดที่จะประกาศสิ่งที่ฮาราม ให้เป็นสิ่งที่ฮาลาล
- 5) มีสิ่งทดแทนที่ฮาลาลและดีกว่าสิ่งที่ฮารามเสมอ
- 6) สิ่งใดที่นำไปสู่ฮาราม ให้ถือว่าสิ่งนั้นฮารามด้วย
- 7) ความตั้งใจที่ดีไม่สามารถเป็นเหตุผลให้ทำในสิ่งที่ฮารามได้
- 8) ให้หลีกเลี่ยงการเข้าไปเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ไม่ชัดเจนระหว่างฮาลาลกับฮาราม และ
- 9) ในเงื่อนไขที่จำเป็นจริงๆ ฮารามเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ภายในขอบเขตหนึ่งเท่านั้น

การตรวจสอบและรับรองมาตรฐานฮาลาลอินโดนีเซียอยู่ในความรับผิดชอบของLPPOM (The Assessment Institute for Foods, Drugs and Cosmetic) ซึ่งเป็นสถาบันที่จัดตั้งขึ้นโดย MUI โดยมีเป้าหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร ยา และเครื่องสำอาง โดยเฉพาะมุสลิมที่จะได้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล

จากหลักการที่กล่าวข้างต้นLPPOM จึงนำระบบประกันคุณภาพฮาลาล (Halal Assurance System: HAS) มาใช้เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมุสลิมในการบริโภคอาหาร ยา และเครื่องสำอางตั้งแต่ปี 2005 ในวันนี้ LPPOMMUI ได้จัดทำ General Guidelines of Halal Assurance System ขึ้นมาเพื่อช่วยให้หน่วยธุรกิจเข้าใจและสามารถพัฒนาระบบประกันคุณภาพฮาลาล (Halal Assurance System: HAS) ของตนเองได้ ซึ่งในฉบับที่จัดพิมพ์ครั้งที่ 4 Guidelines ดังกล่าวมีหลักการสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติดังนี้

- 1) ให้จัดทำระบบประกันคุณภาพฮาลาล (Halal Assurance System: HAS) และคู่มือการใช้งาน HASของตนขึ้น โดยผู้ประกอบการสามารถพัฒนาระบบHASขึ้นภายใต้เงื่อนไขภายในที่แท้จริงของตน
- 2) HAS ต้องเป็นระบบที่ถูกต้องตามหลักการชะรีอะฮ์ (กฎหมายอิสลาม) เป็นระบบ มีความซื่อสัตย์ มีความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับทุกภาคส่วนในผู้ประกอบการ มีบุคลากรหลักเข้ามาเกี่ยวข้อง มีการจัดการที่ยึดมั่นในหลักการ มีความรับผิดชอบ สามารถตรวจสอบกระบวนการผลิตได้ มีความชัดเจนและไม่เคลือบแคลงในสถานะฮาลาลของส่วนผสมและวัตถุดิบที่ใช้ และสามารถระบุที่มาที่ไปของส่วนผสมและวัตถุดิบที่ใช้ได้
- 3) ให้มีผู้ตรวจสอบฮาลาลภายในองค์กร (Internal Halal Auditor: IHA) ซึ่งเป็นมุสลิมและเป็นพนักงานประจำของผู้ประกอบการที่ขอตรวจรับรองฮาลาล ที่แต่งตั้งโดยฝ่ายบริหารของ

ผู้ประกอบการดังกล่าว ให้มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลกิจการที่เกี่ยวข้องกับระบบประกันคุณภาพฮาลาลตั้งแต่การบริหารจัดการทั่วไป การวิจัยและพัฒนา การประกันคุณภาพและการควบคุมการจัดซื้อ การผลิต และการจัดเก็บสินค้า

ในกรณีผู้ประกอบการเป็นต่างด้าวที่ไม่มีพนักงานมุสลิม ผู้ประกอบการดังกล่าวสามารถแต่งตั้งพนักงานคนใดคนหนึ่งที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายอิสลาม ให้ปฏิบัติหน้าที่ภายใต้คำแนะนำของ LPPOM

- 4) ให้มีมาตรฐานกระบวนการดำเนินงาน (Standard Operating Procedures: SOP) ที่เป็นคำแนะนำเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานและให้มีเอกสารอ้างอิงหรือคู่มือทางเทคนิค (Technical References) สำหรับทุกๆ กิจกรรมหรือแผนกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา การจัดซื้อ การประกันคุณภาพ การควบคุมคุณภาพ การผลิต การจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้า ซึ่ง SOP ของแต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกัน
- 5) ให้ผู้ประกอบการจัดทำระบบบริหารจัดการที่มีบูรณาการ (Integrated) เชื่อถือได้ (Accountable) และตรวจสอบได้ (Traceable)
- 6) ให้มีระบบจัดเก็บเอกสารที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึง LPPOM MUI สามารถเข้าถึงได้ ระบบจัดเก็บเอกสารนี้ครอบคลุมในทุกกิจกรรมเช่นเดียวกับในกรณีของ SOP
- 7) ให้มีการสร้างจิตสำนึกในนโยบายฮาลาลแก่ทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องภายในหน่วยธุรกิจ ตลอดจนผู้จัดหาวัตถุดิบให้แก่หน่วยธุรกิจและผู้ผลิตรายอื่นที่รับผลผลิตจากหน่วยธุรกิจไปใช้ (Backward and Forward Linkages are Halal)
- 8) ให้มีการฝึกอบรมแก่ลูกจ้างในเรื่องเกี่ยวกับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ฮาลาล จุดวิกฤตของวัตถุดิบและกระบวนการ และในเรื่องเกี่ยวกับ HAS
- 9) ให้มีระบบสื่อสารภายในระหว่างทุกแผนกหรือทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และระบบสื่อสารภายนอกกับหน่วยธุรกิจอื่นและหน่วยงานอื่น รวมถึง LPPOM MUI
- 10) ให้มีระบบตรวจสอบภายในที่มีขอบเขตการทำงานครอบคลุมการจัดทำเอกสารและการดำเนินงานตาม HAS
- 11) ให้มีระบบแก้ไขข้อผิดพลาดที่รวดเร็วที่สุด เมื่อมีการตรวจพบข้อบกพร่องที่ส่งผลกระทบต่อความได้มาตรฐานฮาลาลของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ให้มีการบันทึกข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นและการดำเนินการแก้ไขไว้โดยละเอียด และ
- 12) ให้ทบทวนระบบ HAS ที่ใช้อยู่โดยทุกแผนกที่เกี่ยวข้องเสมอ อย่างน้อยที่สุดปีละ 1 ครั้ง

การรับรอง และการให้เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลอินโดนีเซียเป็นอำนาจของคณะผู้ตัดสินชี้ขาดทางศาสนา (MUI Fatwa Committee) ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากองค์กรศาสนาต่างๆ ในประเทศอินโดนีเซีย

สถานะของผู้ประกอบการที่ยื่นขอรับการตรวจรับรองฮาลาลมีสามระดับคือ ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังไม่ได้รับการรับรอง ผู้ประกอบการที่รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลแล้วแต่ระบบตรวจสอบยังไม่เรียบร้อย ผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลและผ่านการตรวจสอบระบบประกันคุณภาพฮาลาลแล้ว ทั้งนี้ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลที่ได้รับมีอายุคราวละสองปี ในช่วงเวลานี้ผู้ประกอบการที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลจะต้องสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคและ LPPOM MUI ได้ว่าจะดำเนินงานโดยยึดหลักการฮาลาลโดยสม่ำเสมอ LPPOM MUI จะตั้งตัวแทนผู้รู้ทางศาสนาขึ้นเป็นผู้ตรวจสอบฮาลาลเพื่อตรวจสอบความเป็นจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล การตรวจสอบมีสองระดับได้แก่ การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ (Product Audit) และการตรวจสอบระบบประกันคุณภาพฮาลาล (HAS Audit) การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ (Product Audit) คือการตรวจสอบกระบวนการผลิต สถานประกอบการ เครื่องมือเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้อง และส่วนผสมต่างๆ การตรวจสอบระบบประกันคุณภาพฮาลาล (HAS Audit) คือการตรวจสอบการใช้ระบบ HAS เมื่อการตรวจสอบภายในพบข้อผิดพลาดใดๆ การแก้ไขข้อผิดพลาดจะต้องเกิดขึ้นทันที โดยเฉพาะถ้าข้อบกพร่องดังกล่าวมีผลโดยตรงต่อสถานะความมีมาตรฐานฮาลาลของผลิตภัณฑ์ โดยให้มีการบันทึกข้อบกพร่องและการดำเนินการแก้ไขไว้เป็นลายลักษณ์อักษร

ทั้งนี้ ในกรณีที่มีการผลิตต่อเนื่องกัน (Toll Manufacturing) ผลผลิตที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการรายที่หนึ่ง ซึ่งบางส่วนหรือทั้งหมดของส่วนผสมหรือวัตถุดิบ จัดหาโดยผู้ประกอบการรายที่สอง ฮาลาลอินโดนีเซียยึดหลักการว่าผลผลิตดังกล่าวอยู่ในความรับผิดชอบของผู้ประกอบการรายที่สอง

ระบบการให้บริการตรวจและรับรองมาตรฐานฮาลาลของอินโดนีเซีย เป็นระบบออนไลน์เรียกว่า CEROL-SS23000 ระบบนี้แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต้องได้รับการตรวจและรับรองมาตรฐานฮาลาลไว้เป็น 33 กลุ่มได้แก่ 1) Meat and Processed Meat Products, 2) Fish and Processed Products, 3) Milk and Dairy Products, 4) Infant/Toddler Milk and Food, 5) Egg and Processed Egg Products, 6) Plant and Processed Plant Products, 7) Flour, Starch and Derivative/Processed Products, 8) Rice and Dishes, 9) Noodles, Pasta and Processed Products, 10) Bakery, 11) Bakery Ingredients, 12) Snack, 13) Chocolates, Confectionaries and Supporting Ingredient, 14) Ice, Ice Cream and Supporting Ingredient, 15) Jam and Jelly, 16) Beverage and Beverage Ingredients, 17) Gelling Agent, 18) Oil, Fat and Emulsion, 19) Extract, 20) Condiments, Spices and Herbs, 21) Flavor, Seasoning and Fragrance, 22) Sweeteners, 23) Additives, 24) Protein and Amino Acids, 25)

Vitamin and Mineral, 26) Enzyme, 27) Herbal, 28) Supplement, 29) Medicine, 30) Cosmetic, 31) Restaurant and Catering, 32) Slaughterhouse, and 33) Others. ซึ่งเห็นได้ว่ามีขอบเขตที่ครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์ฮาลาล และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ทั้งนี้ มีรายงานว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลจากประเทศอื่นไปจำหน่ายในประเทศอินโดนีเซียจะต้องขอรับการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลใหม่จาก MUI ก่อนที่จะได้รับการอนุมัติให้วางตลาด (คณะกรรมการศึกษาแนวทางในการสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล, 2556) ซึ่งเป็นการสร้างอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ ในลักษณะอุปสรรคทางเทคนิค (Technical Barrier to Trade: TBT)

11.4 เปรียบเทียบขั้นตอนการรับรองมาตรฐานฮาลาลของสามประเทศ

โดยหลักการ ขั้นตอนการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานฮาลาลของทั้งสามประเทศไม่แตกต่างกันมาก (แผนภูมิ 1, 2 และ 3) แต่มีรายละเอียดปลีกย่อยบางประการในการดำเนินงานที่ทำให้บางประเทศมีข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบประเทศอื่นตามข้อสังเกตในตารางที่ 3 ซึ่งสรุปได้ดังต่อไปนี้

- คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (ซึ่งดูแลพื้นที่ที่ไม่มีคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด) กับ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด มีการทำงานที่แยกส่วนกัน และอาจทับซ้อนกันโดยมีกฎเกณฑ์การยื่นขอฮาลาลที่แตกต่างกัน ค่าธรรมเนียมบางประเภทไม่เท่ากัน (ในที่นี้ใช้กรุงเทพฯ เป็นตัวแทนคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด)
- ค่าธรรมเนียมที่คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยจัดเก็บ ไม่แปรตามขนาดของผู้ประกอบการ ในขณะที่ค่าธรรมเนียมของคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (กรุงเทพฯ) แปรตามขนาดของผู้ประกอบการ ทำให้เกิดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ ไม่มีการเลือกปฏิบัติระหว่างผู้ประกอบการมุสลิมกับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่มุสลิม
- ในกรณีของกรุงเทพฯ ค่าธรรมเนียมเชื้อต่อผู้ประกอบการขนาดเล็ก ตามด้วยขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ค่าธรรมเนียมของมาเลเซียก็เป็นไปในลักษณะเดียวกัน ซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่
- ตามระเบียบของสถาบันมาตรฐานฮาลาล กำหนดว่าผู้ประกอบการต้องใช้ห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ฮาลาลแห่งหนึ่งเท่านั้น ทั้งๆ ที่ประเทศไทยมีห้องปฏิบัติการที่มีศักยภาพอยู่มากกว่า 1 แห่ง ซึ่งรวมถึง

ห้องปฏิบัติการของมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาคด้วย การกำหนดเช่นนี้เอื้อต่อการสร้างอำนาจผูกขาด (ซึ่งไม่ฮาลาลตามหลักการอิสลาม) ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น และไม่มีประสิทธิภาพ

- การขอใบรับรองเกี่ยวกับฮาลาลไทย จำเป็นต้องขอรับรองมาตรฐานฮาลาลและขอใช้เครื่องหมายมาตรฐานฮาลาลแยกจากกัน โดยทั้งสองอย่างมีค่าใช้จ่ายที่แยกกัน ทำให้การได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลต้องใช้ระยะเวลานานขึ้น อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติกระบวนการของประเทศไทยใช้ระยะเวลานั้นกว่ามาเลเซีย

- ผู้ประกอบการมองว่าบางกฎเกณฑ์ของประเทศไทยไม่เป็นธรรม โดยเฉพาะกฎเกณฑ์ที่ผลิตภัณฑ์ใดที่มีชื่อเครื่องหมายการค้าเหมือนกัน แต่บรรจุภัณฑ์มีขนาด น้ำหนัก หรือชนิดแตกต่างกัน ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะต้องขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลและจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายขนาด น้ำหนัก และชนิดบรรจุภัณฑ์ แม้ว่าสิ่งที่อยู่ภายในจะเป็นสิ่งเดียวกัน และการว่าจ้างให้ผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM/House Brand) สิ่งที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลแล้ว ซึ่งผู้ว่าจ้างต้องขอรับหรือมอบหมายให้ผู้รับจ้างขอรับการตรวจรับรองใหม่

- ตามกระบวนการขอใบรับรองฮาลาลของสามประเทศ มีไทยประเทศเดียวที่มีการออกใบรับรองแยกส่วนกันระหว่างใบรับรองมาตรฐานฮาลาลและเครื่องหมายรับรองฮาลาล ใบรับรองมาตรฐานฮาลาลออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด แล้วแต่กรณี เครื่องหมายรับรองฮาลาลออกโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยเท่านั้น เหตุผลคือต้องการให้มีเครื่องหมายฮาลาลของประเทศไทยเพียงเครื่องหมายเดียว แต่ทำให้กระบวนการซับซ้อนขึ้น ผู้ประกอบการมองว่าหน่วยงานที่รับผิดชอบควรดำเนินการให้ครบตั้งแต่ต้นจนจบ (One Stop Service) โดยใช้เครื่องหมายเดียวกันได้

- ตามกระบวนการการขอใบรับรองฮาลาลของสามประเทศ ประเทศไทยและมาเลเซียกำหนดให้มีการฝึกอบรมผู้ประกอบการที่ต้องการใบรับรองฮาลาล ซึ่งน่าจะเป็นเพราะประเทศไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิมและมาเลเซียมีประชากรมุสลิมอยู่มากกว่าร้อยละ 50 เพียงเล็กน้อย ทั้งสองประเทศจึงจำเป็นต้องให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการซึ่งส่วนใหญ่ไม่ใช่มุสลิม และไม่มีความรู้เกี่ยวกับฮาลาลทั้งนี้ ไม่มีข้อมูลในด้านนี้ของอินโดนีเซียซึ่งประชากรกว่าร้อยละ 90 เป็นมุสลิม

- ไทยและมาเลเซียมีเงื่อนไขการจ้างมุสลิม (และเป็นคนมาเลเซีย ในกรณีมาเลเซีย) ในสถานประกอบการ ในขณะที่อินโดนีเซียไม่มีเงื่อนไขนี้ ทั้งสองประเทศมีเหตุผลเดียวกันคือเพื่อให้มีมุสลิมดูแลรักษามาตรฐานฮาลาล เงื่อนไขนี้ไม่เป็นปัญหากับผู้ประกอบการในกรณีของมาเลเซียซึ่งประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม แต่เป็นปัญหากับผู้ประกอบการในประเทศไทย เนื่องจากไม่ได้มีมุสลิมอาศัยอยู่ในหลายพื้นที่ของประเทศไทย และมุสลิมในพื้นที่อื่นก็ไม่พร้อมที่จะย้ายถิ่นไปทำงานนอกพื้นที่
- อินโดนีเซียมีระบบการลงทะเบียนขอรับรองฮาลาลทั้งออฟไลน์และออนไลน์ มาเลเซียใช้ระบบลงทะเบียนออนไลน์และไทยใช้ระบบออฟไลน์เพียงอย่างเดียว
- โดยหลักการ การตรวจรับรองของอินโดนีเซียและมาเลเซีย มีความรวดเร็วโดยผู้ประกอบการสามารถยื่นขอใบรับรองออนไลน์ได้ และจะใช้เวลาดำเนินการไม่เกิน 15 วันทำการ ในกรณีของประเทศไทย ยังไม่มีระบบออนไลน์และไม่มีการกำหนดกรอบระยะเวลาดำเนินการที่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการในมาเลเซียชี้ว่าในทางปฏิบัติต้องใช้เวลาประมาณหกเดือนนับแต่วันยื่นคำขอจนกระทั่งได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลซึ่งใช้งานได้เพียงหกเดือนก็ครบอายุเครื่องหมายรับรอง 1 ปี ผู้ประกอบการในประเทศไทยชี้ว่าในทางปฏิบัติใช้เวลาไม่เกินสามเดือน นับแต่วันยื่นคำขอจนกระทั่งได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลซึ่งใช้งานได้อีกเก้าเดือนก็ครบอายุเครื่องหมายรับรอง 1 ปี ทั้งนี้ ในกรณีของไทย ความล่าช้าส่วนหนึ่งเกิดจากเอกสารที่ส่งขออนุมัติไม่ครบถ้วน องค์กรศาสนาได้ปรับปรุงให้ยื่นคำขอก่อนหมดอายุได้ 60 วัน และมีการประชุมอนุมัติเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้เร็วขึ้น
- อินโดนีเซียเป็นประเทศเดียวที่ไม่ได้ระบุในเอกสารการขอใบรับรองเกี่ยวกับการติดตามประเมินผล หลังจากสถานประกอบการได้รับใบรับรองและเครื่องหมายฮาลาลแล้ว ทำให้ดูเหมือนว่ามาตรฐานของอินโดนีเซียอ่อนด้อยกว่ามาตรฐานของประเทศไทยและมาเลเซีย
- ในด้านค่าใช้จ่าย เมื่อพิจารณาจากระเบียบฯ ของแต่ละประเทศในการขอใบรับรองครั้งแรก ประเทศไทยมีต้นทุนสูงที่สุด (เช่น 16,500 บาท สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลาง) ตามด้วยมาเลเซีย (เช่น 400 รिंगกิต หรือประมาณ 4,000 บาท สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลาง) และอินโดนีเซีย (200,000 รูเปียห์ หรือประมาณ 600 บาท สำหรับผู้ประกอบการทุกขนาด) ทั้งนี้ยังมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่ได้รวมไว้ด้วย เช่น ค่าที่ปรึกษา ค่าผู้ตรวจการ ซึ่งระบบของแต่ละประเทศวางค่าใช้จ่ายส่วนนี้ในรูปแบบที่แตกต่างกันอย่างไรก็ตาม

ผู้ประกอบการมองว่าค่าธรรมเนียมต่างๆ ไม่เป็นภาระด้านต้นทุนการผลิต แต่ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ตลอดจนการวางระบบเป็นภาระด้านต้นทุนการผลิต

- การขอรับรองฮาลาลของอินโดนีเซีย มีความสะดวกกว่าประเทศอื่น เนื่องจากเมื่อการตรวจสอบไม่เป็นไปตามระเบียบหรือไม่ได้รับการอนุมัติในครั้งแรก ผู้ประกอบการสามารถยื่นขอให้คณะกรรมการตรวจสอบได้ อีกครั้งทันทีหลังจากไม่ได้รับการอนุมัติโดยไม่ต้องยื่นเอกสารหรือเสียค่าใช้จ่ายรอบใหม่

- ในกรณีของมาเลเซียและไทย เมื่อมีการขอใบรับรองรอบใหม่ อาจจะไม่ด้วยไม่ได้รับอนุมัติในครั้งแรก หรือขอต่ออายุใบรับรองใหม่ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

- ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการขอใบรับรองฮาลาลของไทยโดยรวมมีอัตราที่สูง ยังมีข้อสังเกตอีกว่า การขอใบรับรองเพื่อส่งออกสินค้านั้นต้องชำระค่าธรรมเนียมทั้งที่คณะกรรมการกิจการฮาลาลและกรมส่งเสริมการส่งออก เป็นการซ้ำซ้อนและเพิ่มภาระให้แก่ผู้ส่งออก

- เครื่องหมายรับรองฮาลาลของไทยมีอายุ 1 ปี และมาเลเซียมีอายุ 1 ปี (ยกเว้นใบอนุญาตเชือดสัตว์ที่มีอายุ 2 ปี) ในขณะที่เครื่องหมายรับรองฮาลาลของอินโดนีเซียมีอายุ 2 ปี การลงภาคสนามในมาเลเซีย ผู้ประกอบการมีความเห็นว่า JAKIM ควรขยายอายุการรับรองเป็น 2 ปี ซึ่งเท่ากับกรณีของอินโดนีเซีย

- มาเลเซียมีความพยายามที่จะสร้างเครื่องหมายรับรองใหม่ (Halal IMP) ให้มีความเข้มข้นกว่ามาตรฐานฮาลาลที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน แต่ไม่น่าได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆ ในอนาคตอันใกล้

โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่าการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลของอินโดนีเซีย น่าจะสะดวกที่สุดและมีต้นทุนต่ำสุด ตามด้วยมาเลเซีย โดยการขอรับรองฮาลาลของไทยมีความสะดวกน้อยที่สุด และมีต้นทุนสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม อาจมีประเด็นอื่นๆ เช่น ค่าที่ปรึกษาฮาลาล ค่าผู้ตรวจการฮาลาล ที่เงื่อนไขของแต่ละประเทศแตกต่างกัน และเป็นต้นทุนเพิ่มขึ้นในทางปฏิบัติ ซึ่งไม่ได้รวมและเปรียบเทียบไว้ในรายงานฉบับนี้

ตารางที่ 7: เปรียบเทียบค่าธรรมเนียมในการขอรับรองมาตรฐานฮาลาลของทั้งสามประเทศ

ไทย		มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
คณะกรรมการกลาง	คณะกรรมการจังหวัด		
ขอครั้งแรก			
<u>การตรวจสอบรับรองฮาลาล</u> 1.การส่งคำร้องขอตรวจสอบ10,000 บาท	<u>การตรวจสอบรับรองฮาลาล</u> 1. การส่งคำร้องขอตรวจสอบ เล็ก10,000 บาท กลาง 15,000 บาท ใหญ่ 20,000 บาท	1. อัตราค่าธรรมเนียมสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตต่อปี เล็ก100 ริงกิต กลาง 400 ริงกิต ใหญ่ 700 ริงกิต	200,000 รูเปียห์
2. การตรวจสอบติดตามผล หรือตรวจสอบเมื่อมีการร้องเรียน5,000 บาท	2. การตรวจสอบติดตามผล หรือตรวจสอบเมื่อมีการร้องเรียน เล็ก5,000 บาท กลาง 7,500 บาท ใหญ่ 10,000 บาท	2. อัตราค่าธรรมเนียมโรงฆ่าสัตว์ต่อปี เล็ก100 ริงกิต กลาง 400 ริงกิต ใหญ่ 700 ริงกิต	
3. การขอเพิ่มผลิตภัณฑ์ 5,000 ต่อรายการ	3. การขอเพิ่มร้องเรียน เล็ก5,000 บาท กลาง 7,500 บาท ใหญ่ 10,000 บาท	3. อัตราค่าธรรมเนียมโรงแรมและร้านอาหาร ฉบับละ 100 ริงกิต ต่อปี	
4. การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ 1,000 ต่อรายการ	4. การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (ให้ผู้ขอเป็นผู้เสียค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น)		
5. ค่าพาหนะ2,000 บาท	5. ค่าพาหนะ2,500 บาท		
6. ค่าอบรม ครั้งละ 20,000	6. ค่าที่ปรึกษา 1,500 บาท		
<u>หนังสือรับรองฮาลาลและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล</u>	<u>หนังสือรับรองฮาลาลและหนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล</u>		
1.หนังสือรับรองฮาลาล ฉบับละ 500 บาท	หนังสือรับรองฮาลาลที่สำนักคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดเป็นผู้ออกให้	หมายเหตุ. (1) เงื่อนไขของขนาดอุตสาหกรรมและโรงฆ่าสัตว์	
2. หนังสือสำคัญให้ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาล	1. หนังสือรับรองฮาลาล		

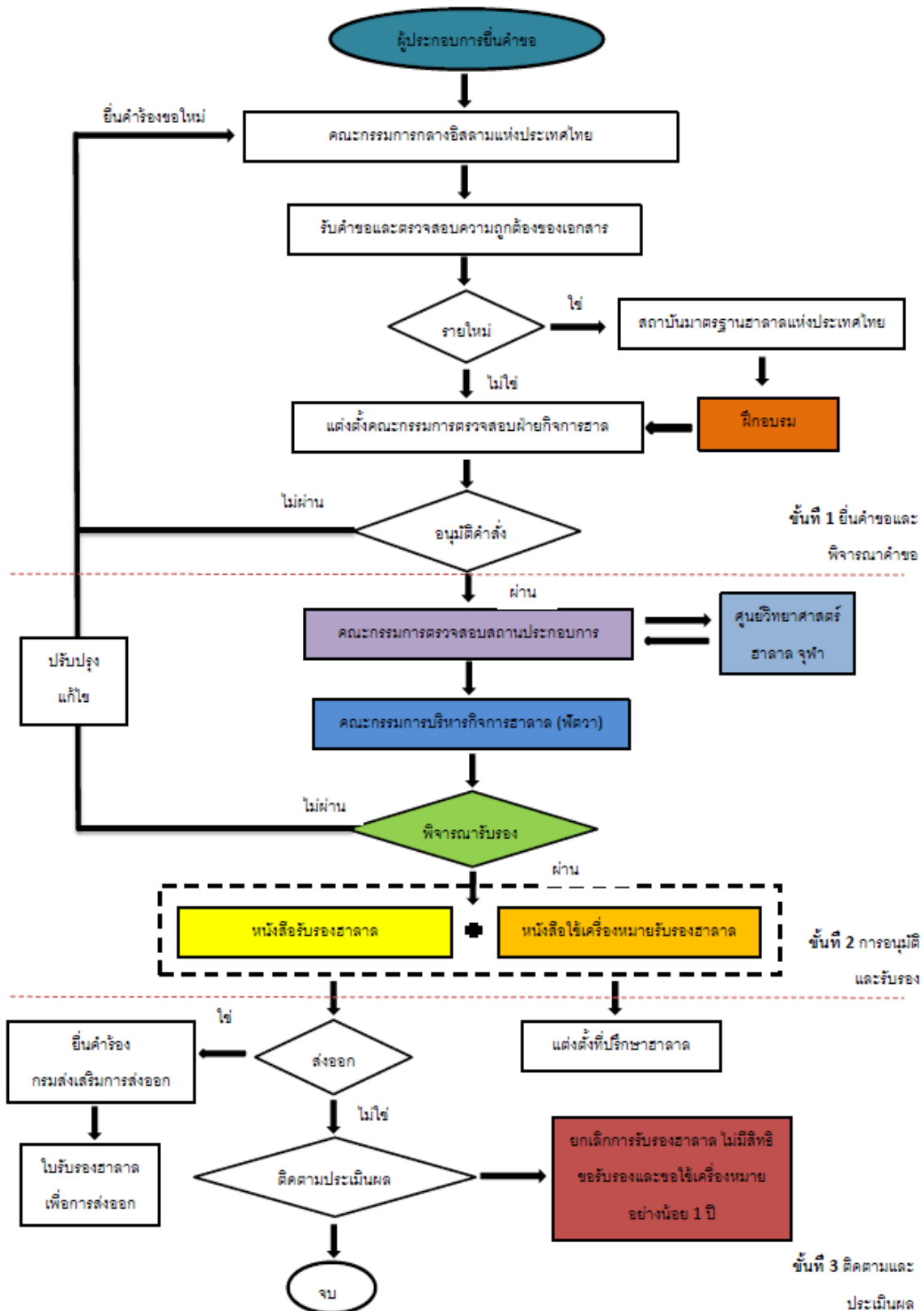
รายการละ 500 บาท	ฉบับละ 1,000 บาท	เล็ก:-รายได้ 500,000 ริงกิ ต่อปี - แรงงานไม่น้อยกว่า 50 คน - เช่น ธุรกิจโรงแรมบ้าน กลาง:- รายได้ 500,000 ถึง 25 ล้าน ริงกิต่อปี - แรงงานไม่น้อยกว่า 150 คน ใหญ่:- มีรายได้ มากกว่า 25 ล้านริงกิต่อปี - เป็นธุรกิจขนาดใหญ่มี เครือข่ายในต่างประเทศ - แรงงานมากกว่า 150 คน (2) อัตราแลกเปลี่ยน โดยประมาณ 1 ริงกิ เท่ากับ 10.04 บาท
3. หนังสือสำคัญให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฮาลาล (ฉบับภาษาอังกฤษหรือ อาหรับ) ฉบับละ 500 บาท และหากแยกฉบับละ 1 รายการ ค่าธรรมเนียม ฉบับละ 500 บาท	หนังสือสำคัญให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฮาลาล ที่สำนักคณะกรรมการ กลางอิสลามแห่งประเทศไทยเป็นผู้ออกให้ 1. หนังสือสำคัญให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฮาลาล รายการละ 500 บาท 2. หนังสือสำคัญให้ใช้ เครื่องหมายรับรองฮาลาล (ฉบับภาษาไทย,อังกฤษ ,อาหรับ) ฉบับละ 500 บาท 3. เอกสารรับรอง ผลิตภัณฑ์ฮาลาลเพื่อการ ส่งออก ซึ่งรับรองโดย สำนักงานคณะกรรมการ กลางอิสลามแห่งประเทศไทย รายการละ 500 บาท	
4. เอกสารรับรอง ผลิตภัณฑ์ฮาลาลเพื่อการ ส่งออก (ส.ล 2) รายการ ละ 500 บาท		

ขอใหม่ หรือกรณีไม่ผ่านความเห็นชอบครั้งแรก

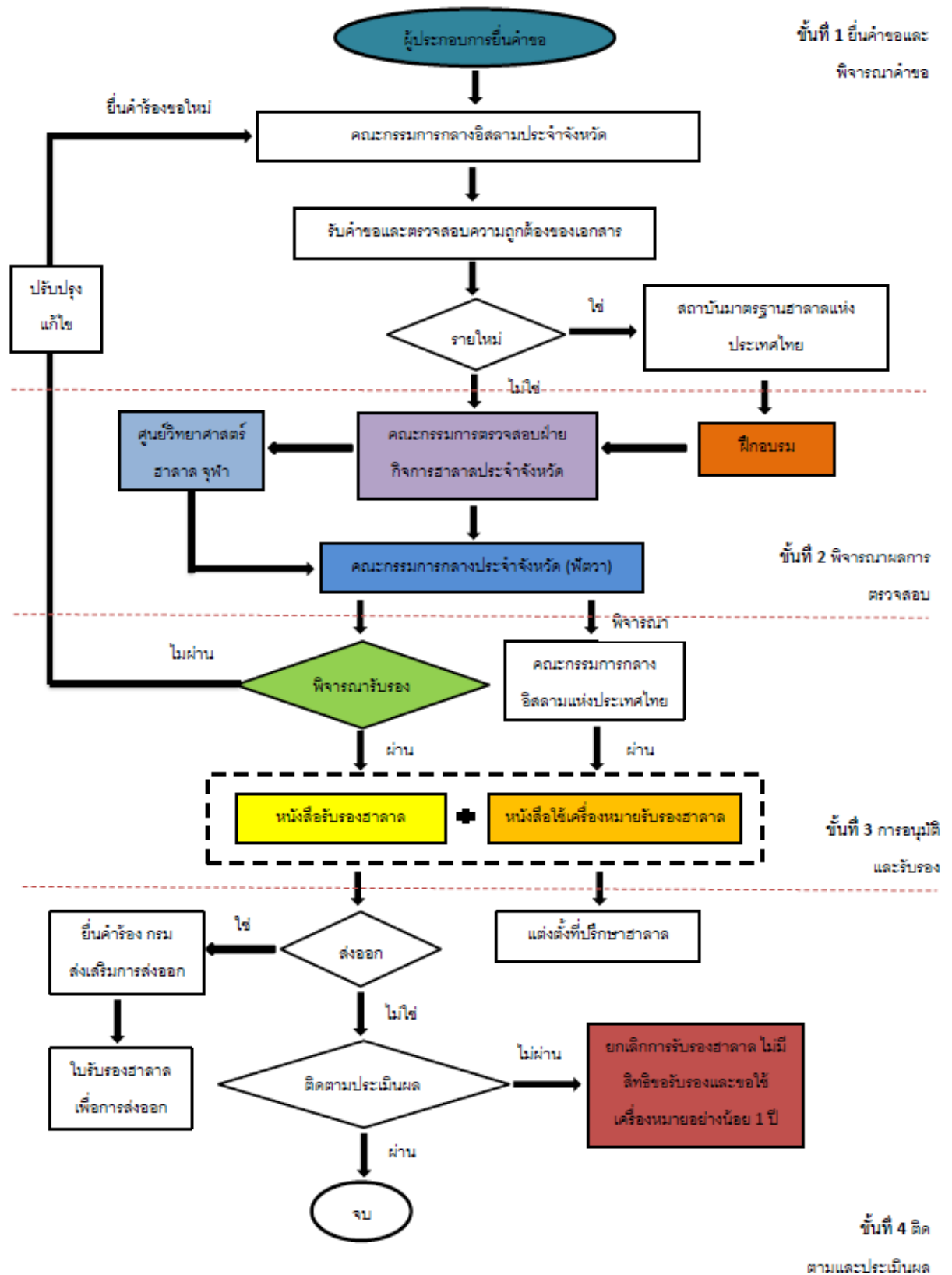
1. การตรวจสอบกรณีขอ ใหม่ 10,000 บาท	1. การตรวจสอบกรณีขอ ใหม่ เล็ก 10,000 บาท กลาง 15,000 บาท ใหญ่ 20,000 บาท 2. การตรวจสอบกรณีขอ ต่ออายุ เล็ก 10,000 บาท กลาง 15,000 บาท ใหญ่ 20,000 บาท 3. การตรวจสอบติดตาม ผล หรือตรวจสอบเมื่อมี การร้องเรียน 5,000 บาท	1. ใบรับรองฮาลาลมีอายุ การขอรับรอง 2 ปี และ ต้องเสียค่าธรรมเนียม เป็นรายปีทุกปี 2. หากเกิดความล่าช้าใน การดำเนินงานต้องเสีย ค่าธรรมเนียมเพิ่มเติม	200,000 รูเปียห์
--	---	---	------------------

ภาพที่ 1: การตรวจรับรองฮาลาลไทย

แผนผังการตรวจรับรองและขอเครื่องหมายมาตรฐานฮาลาลประเทศไทย คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

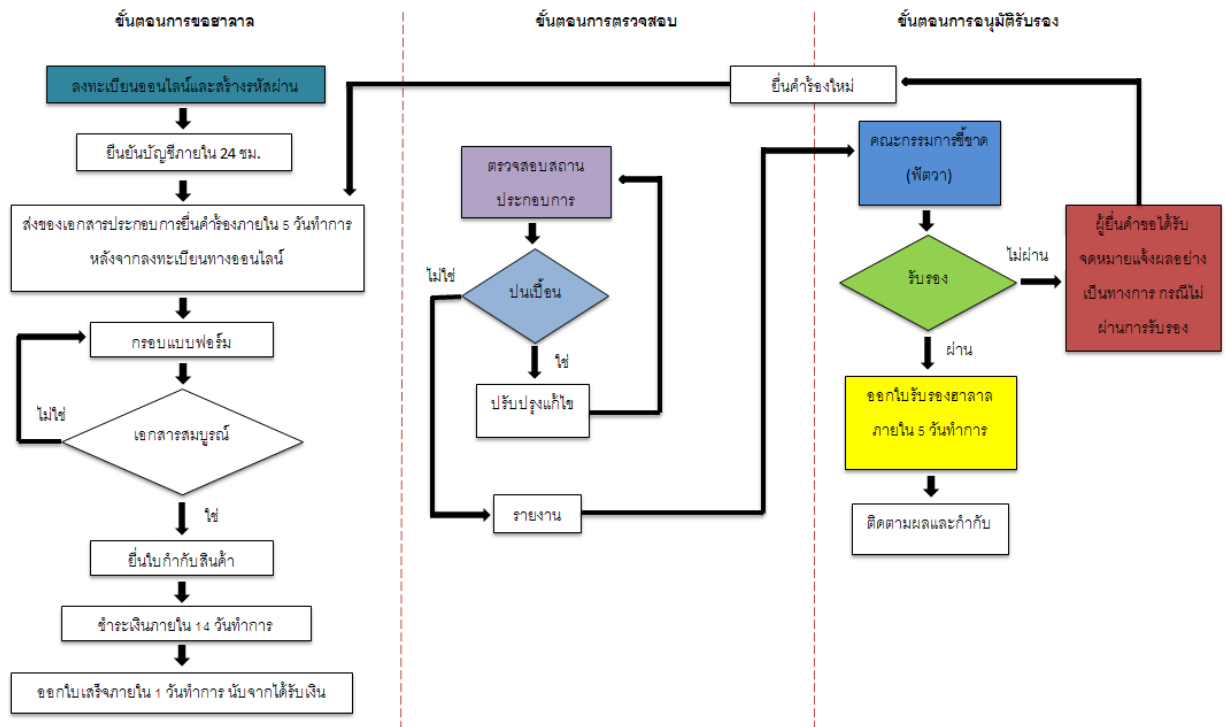


แผนผังการตรวจรับรองและขอเครื่องหมายมาตรฐานฮาลาลประเทศไทย คณะกรรมการกลางอิสลามประจำจังหวัด



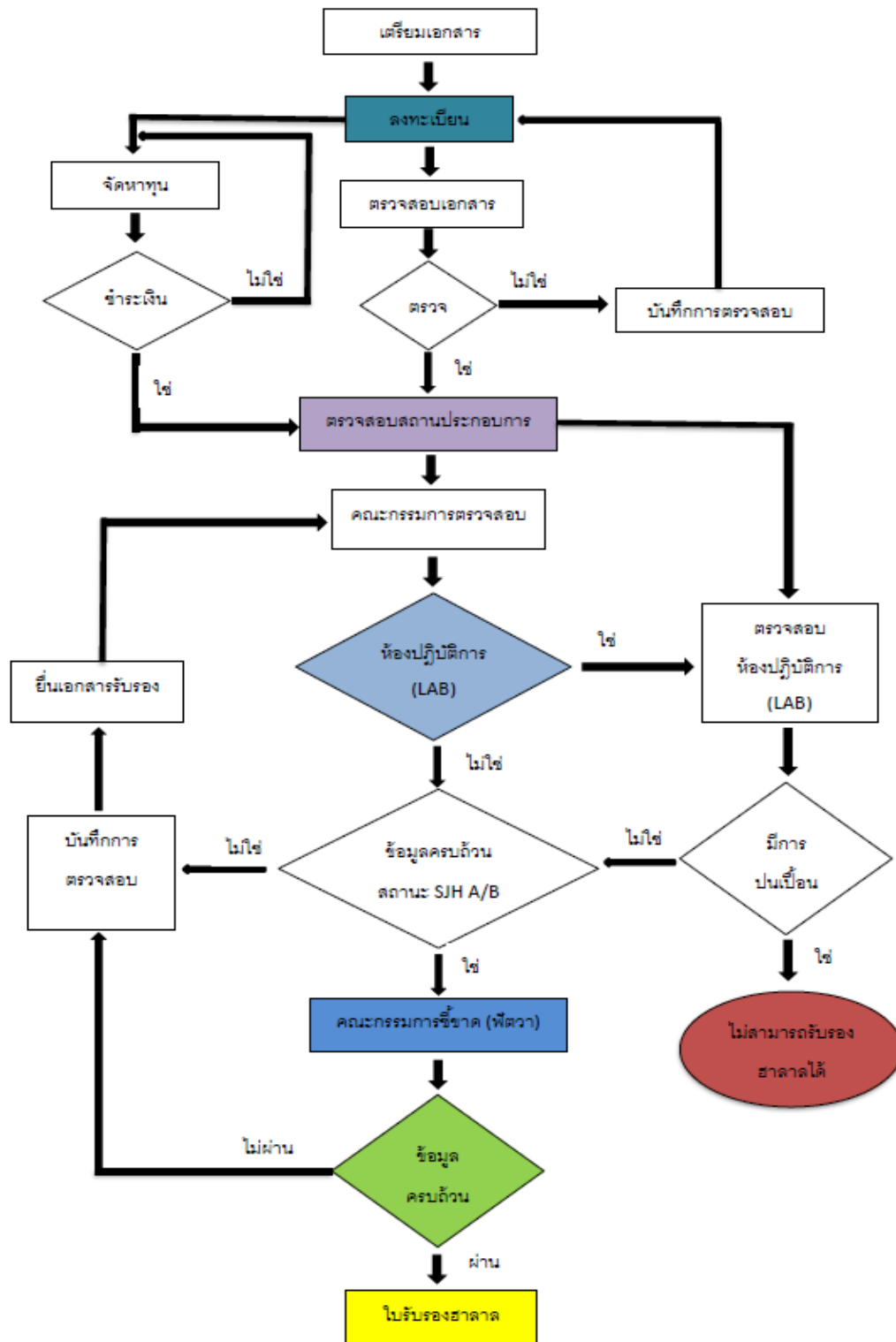
ภาพที่ 2: การตรวจรับรองฮาลาลมาเลเซีย

แผนผังการตรวจรับรองและขอเครื่องหมายความมาตรฐานฮาลาลประเทศมาเลเซีย



ภาพที่ 3: การตรวจรับรองฮาลาลอินโดนีเซีย

แผนผังการตรวจรับรองและขอเครื่องหมายมาตรฐานฮาลาลประเทศอินโดนีเซีย



12 โครงสร้างต้นทุนเส้นทางและการค้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลของสามประเทศ

การวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลของทั้งสามประเทศควรใช้ข้อมูลลงรายละเอียดของสินค้าแต่ละชนิดเป็นรายพิภพย่อย แต่การได้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนการผลิตดังกล่าวเป็นเรื่องยาก และลงทุนสูง รายงานฉบับนี้ จึงใช้ข้อมูลโครงสร้างต้นทุนการผลิตจากตารางบัญชีการผลิ-ผลผลิต (Input-Output Table) ของแต่ละประเทศ ที่ใหม่ที่สุดและมีการเผยแพร่ ข้อมูลที่รวบรวมได้ในเบื้องต้นของประเทศไทยใช้ข้อมูลจากตารางบัญชีการผลิ-ผลผลิต ปี 2000 ซึ่งมีทั้งหมด 180 ภาคการผลิต¹⁰ มาเลเซียใช้ข้อมูลจาก Input-Output Table of Malaysia 2005 (Department of Statistics Malaysia Official Portal) ซึ่งมีทั้งหมด 120 ภาคการผลิต และอินโดนีเซียใช้ Indonesia Input-Output Tables 2008 (Asian Development Bank) ซึ่งมีทั้งหมด 15 ภาคการผลิต เห็นได้ว่าความแตกต่างสำคัญนอกจากปีของข้อมูลแล้ว ยังมีจำนวนภาคการผลิตที่ไม่เท่ากัน และการแบ่งภาคการผลิตที่ไม่เหมือนกัน

ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว การวิเคราะห์ในส่วนนี้พยายามให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลหมายถึงผลิตภัณฑ์ฮาลาลและผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำให้ฮาลาลได้ และมีข้อสมมุติว่าเครื่องหมายรับรองฮาลาลของทั้งสามประเทศมีคุณค่าทางศาสนาเท่ากัน กระบวนการการตรวจรับรอง ซึ่งรวมถึงกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ อาจแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคแสดงการรับรู้และการยอมรับเครื่องหมายรับรองฮาลาลผ่านการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายรับรองฮาลาลเท่านั้น

ข้อมูลในอดีตชี้ว่า มูลค่าการค้าสินค้าสำคัญที่เป็นที่ต้องการในตลาดฮาลาลโลกและเติบโตในอัตราที่รวดเร็วมาก (ตารางที่ 2 ปัญญา คอนซัลแตนท์ จำกัด, ม.ป.ป.) แต่ผู้ส่งออกรายใหญ่ที่ส่งสินค้าเหล่านี้ไปยังตลาดโลกมุสลิมคือประเทศที่มีประชากรส่วนน้อยเป็นมุสลิมและเป็นประเทศในโลกตะวันตก ที่ดูเหมือนว่ามีความขัดแย้งกับโลกมุสลิมอยู่เสมอ ได้แก่ ญีปโปจากสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากสหรัฐอเมริกาและอาร์เจนตินา และน้ำตาลจากบราซิลและฝรั่งเศส มีเพียงเนื้อวัวเท่านั้นที่ผู้ส่งออกรายใหญ่คือนิวซีแลนด์และอียิปต์ที่เป็นประเทศมุสลิม ทั้งๆ ที่สินค้าเหล่านี้บางสินค้าเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมาเลเซีย และอินโดนีเซียน่าจะมีศักยภาพพอเพียงที่จะแข่งขันได้ คำถามสำคัญคือผลผลิตเหล่านี้ของสามประเทศมีส่วนเกินที่จะส่งออกหรือไม่ และถ้ามี ปลายทางอยู่ที่ใด

¹⁰ข้อมูลปี 2010 ของประเทศไทยอยู่ระหว่างการพัฒนาและคาดว่าจะเผยแพร่ได้ปลายปี 2015 นี้

12.1 โครงสร้างต้นทุนการผลิตและอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ในเบื้องต้น กำหนดให้อาหารและเครื่องดื่มเป็นตัวแทนผลิตภัณฑ์ฮาลาล เนื่องจากผลิตภัณฑ์ฮาลาลส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้ โดยให้โครงสร้างการกระจายผลผลิตอาหารและเครื่องดื่มของไทยแทนด้วยผลรวมของการทำเนื้อกระป๋องและผลิตภัณฑ์เนื้ออื่นๆ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากน้ำมัน การทำผลไม้และผักกระป๋องและการเก็บรักษาผักและผลไม้ การทำปลากระป๋อง อาหารทะเลกระป๋อง และการเก็บรักษาอาหารทะเลอื่นๆ การผลิตขนมปัง และการผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวและผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน โครงสร้างการกระจายผลผลิตอาหารและเครื่องดื่มของมาเลเซียแทนด้วยผลรวมของ Meat and Meat Production, Preservation of Seafood, Preservation of Fruits and Vegetables, Dairy Production, Bakery Products, Confectionery, and Other Food Processing ซึ่งสอดคล้องกับกรณีของไทยสำหรับอินโดนีเซียแทนด้วย Food, Beverages, and Tobacco Products โดยตรงเนื่องจากเป็นภาคการผลิตเดียวที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่ม แต่ไม่มีข้อมูลที่จะหักลบผลิตภัณฑ์ยาสูบออกไปได้

โครงสร้างปัจจัยการผลิต (ตารางที่ 8) แสดงว่าไทยและมาเลเซียสร้างมูลค่าเพิ่มจากการผลิตอาหารและเครื่องดื่มได้ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน (ประมาณร้อยละ 20) และน้อยกว่าอินโดนีเซียซึ่งสร้างอยู่ประมาณร้อยละ 32 ของมูลค่ารวมของภาคการผลิตนี้ โดยมาเลเซียใช้ปัจจัยทุนเข้มข้นมากที่สุด (K/L Ratio = 3.40) ซึ่งมากกว่าไทยและอินโดนีเซียที่ใช้ปัจจัยทุนเข้มข้นใกล้เคียงกัน (1.81 และ 1.87 ตามลำดับ) ซึ่งไม่น่าประหลาดใจ เนื่องจากมาเลเซียมีสถานะทางเศรษฐกิจดีกว่าและน่าจะมีศักยภาพในการลงทุนมากกว่าประเทศไทยและอินโดนีเซีย แต่การที่ประเทศไทยใช้ปัจจัยทุนเข้มข้นใกล้เคียงกับอินโดนีเซียสะท้อนให้เห็นว่าไทยไม่ได้ปรับโครงสร้างการผลิตของตนให้สอดคล้องกับระดับความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศ ยังคงพึ่งพิงแรงงานเหมือนอินโดนีเซียซึ่งมีระดับการพัฒนาด้อยกว่าและมีแรงงานราคาถูกมากกว่า ทั้งนี้มาเลเซียใช้ปัจจัยการผลิตนำเข้าในสัดส่วนที่มากกว่าไทยและอินโดนีเซียหลายเท่าตัว แสดงว่ามาเลเซียพึ่งพิงวัตถุดิบจากในประเทศได้น้อย และมีความจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเพื่อผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นมาเลเซียจึงน่าจะแสดงบทบาทสนับสนุนความตกลงร่วมผลิตโดยประเทศอื่นจัดหาวัตถุดิบให้มาเลเซียผลิต และทำบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งออก

ข้อมูลในตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีอุปทานส่วนเกินในสัดส่วนที่สูงกว่าอีกสองประเทศ โดยร้อยละ 53.71 ของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของไทยถูกส่งออกสู่ตลาดโลก ในขณะที่ร้อยละ 28.76 ของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของมาเลเซียถูกส่งออก และเพียงร้อยละ 9.56 ของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มอินโดนีเซียถูกส่งออก ทั้งนี้ ร้อยละ 25.44, 41.67 และ 62.76 ของผลผลิตอาหารและเครื่องดื่มของไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซียบริโภคโดยครัวเรือนภายในประเทศ ที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 20-30 ของผลผลิตอาหารและเครื่องดื่มของสามประเทศถูกใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น รวมถึงเป็นวัตถุดิบสำหรับภาคการผลิตอื่น

ตารางที่ 8: โครงสร้างต้นทุนการผลิตหมวดอาหารและเครื่องดื่ม

หมวดปัจจัยการผลิต	ประเทศไทย พันบาท	มาเลเซีย พัน MYR	อินโดนีเซีย ล้านIDR
รวม	413,854,903 (100)%	23,550,544 (100%)	1,148,910 (100%)
ปัจจัยภายในประเทศ	321,310,553 (77.64)	13,947,269 (59.22)	714,836 (62.22)
ปัจจัยนำเข้า	15,284,817 (3.69)	4,910,177 (20.85)	60,789 (5.29)
ค่าตอบแทนแรงงาน	27,171,073 (6.57)	1,052,089 (4.47)	119,303 (10.38)
ค่าตอบแทนทุน	49,090,828 (11.86)	3,578,306 (15.19)	223,235 (19.43)
ภาษี	997,632 (0.24)	62,703 (0.27)	30,747 (2.68)
K/L Ratio	1.81	3.40	1.87

หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยน 32.50 Baht = 3.25 MYR = 12,200 IDR = US\$1.00.

ตารางที่ 9: โครงสร้างการกระจายผลผลิตอาหารและเครื่องดื่มของสามประเทศ

ประเทศ	การบริโภคขั้นสุดท้าย			
	รวม	ครัวเรือนใน ประเทศ	ส่งออก	อื่นๆ
ไทย	100.00	25.44	53.71	20.85
มาเลเซีย	100.00	41.67	28.76	29.57
อินโดนีเซีย	100.00	62.76	9.56	27.68

12.2 การค้าระหว่างประเทศของผลิตภัณฑ์ฮาลาล

จากข้อมูล (พิกัดอัตราอากร) สินค้านำเข้าและส่งออก ที่เป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาล รวม 85 พิกัดอัตรา จัดกลุ่มเป็น 8 หมวด ประกอบด้วย เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผลิตภัณฑ์นม พืชผัก ธัญพืช ไขมันและน้ำมัน เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และเคมีภัณฑ์ ทั้งนี้ไม่รวมข้าวทุกประเภทและน้ำตาลที่ได้จากอ้อย เนื่องจากสินค้าทั้งสองกลุ่มนี้เป็นสินค้าที่ประเทศไทยสามารถส่งออกได้อยู่แล้วโดยไม่มีเครื่องหมายรับรองฮาลาล ยิ่งไปกว่านั้น ตัวเลขบางตัวที่มีรายงานไว้ก็ไม่น่าเชื่อถือ เช่น มูลค่านำเข้าข้าวของโลกมุสลิมจากทั่วโลกน้อยกว่ามูลค่าส่งออกจากประเทศไทยประเทศเดียวไปโลกมุสลิมมีการส่งออกและนำเข้าสินค้านี้ระหว่างสามประเทศในพิกัดอัตราเดียวกัน ซึ่งน่าจะหมายถึงความแตกต่างในเชิงคุณภาพบางประการของสินค้า และ Re-export

จากจำนวนพิกัดอัตราอากร ประเทศไทยมาเลเซียอินโดนีเซียมีการนำเข้าและส่งออกสินค้ามากประเภทหรือหลากหลายไม่ต่างกันมากนัก โดยไทยมีความหลากหลายมากที่สุด 69 พิกัดอัตรา ตามด้วยมาเลเซีย (62 พิกัดอัตรา) และอินโดนีเซีย (60 พิกัดอัตรา) ตามลำดับ ทั้งนี้ สินค้านำเข้าและส่งออกที่มีจำนวนพิกัดอัตรามากที่สุดของทั้งสามประเทศอยู่ในหมวดธัญพืชและอาหารปรุงแต่งเหมือนกันทั้งสามประเทศ (16 พิกัดอัตรา) ตามด้วยหมวดเนื้อสัตว์ (ไทย 15, มาเลเซีย 18 และอินโดนีเซีย 11 พิกัดอัตรา ตามลำดับ) และหมวดพืชผักผลไม้ (ไทย 13, มาเลเซีย 12 และอินโดนีเซีย 12 พิกัดอัตรา ตามลำดับ) รายละเอียดพิกัดอัตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ทั้งสามประเทศนำเข้าและส่งออกอยู่ในภาคผนวกที่ 3

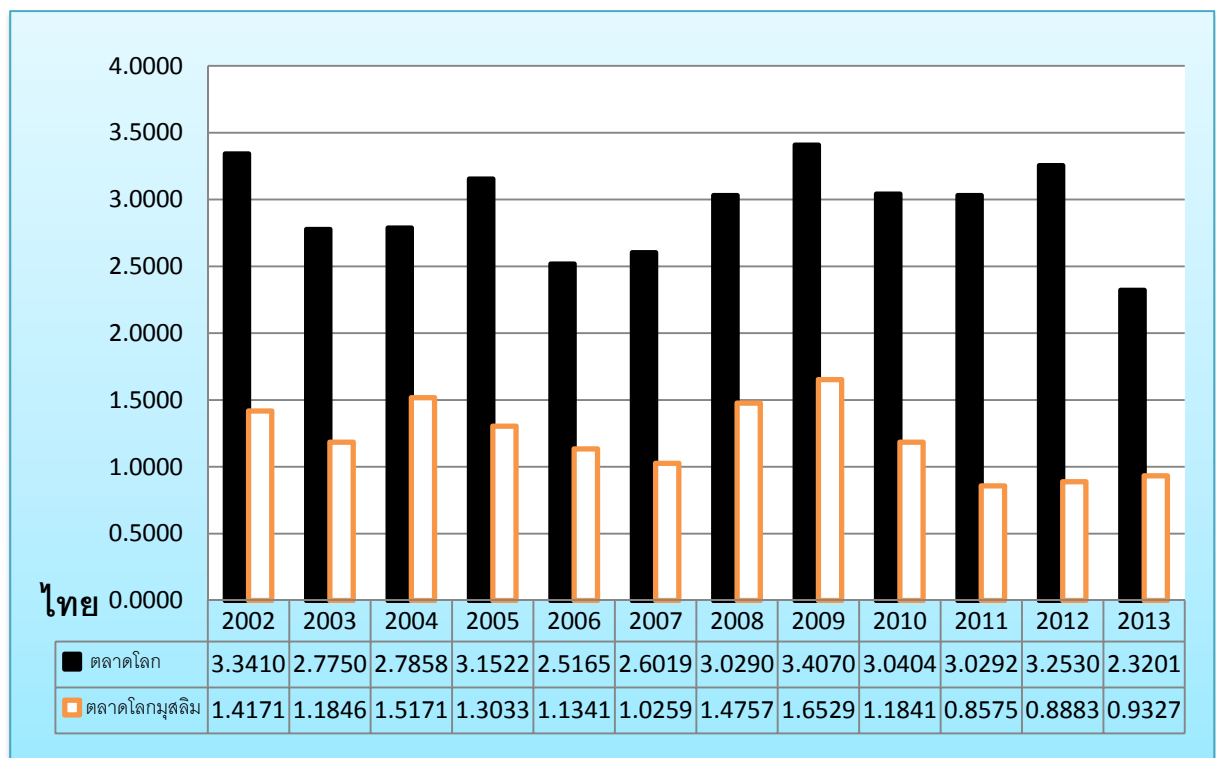
จากข้อมูลการค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีข้อค้นพบเกี่ยวกับศักยภาพและ เส้นทางการค้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลของทั้งสามประเทศในช่วง 12 ปี (2002-2013) ดังนี้

ตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิม

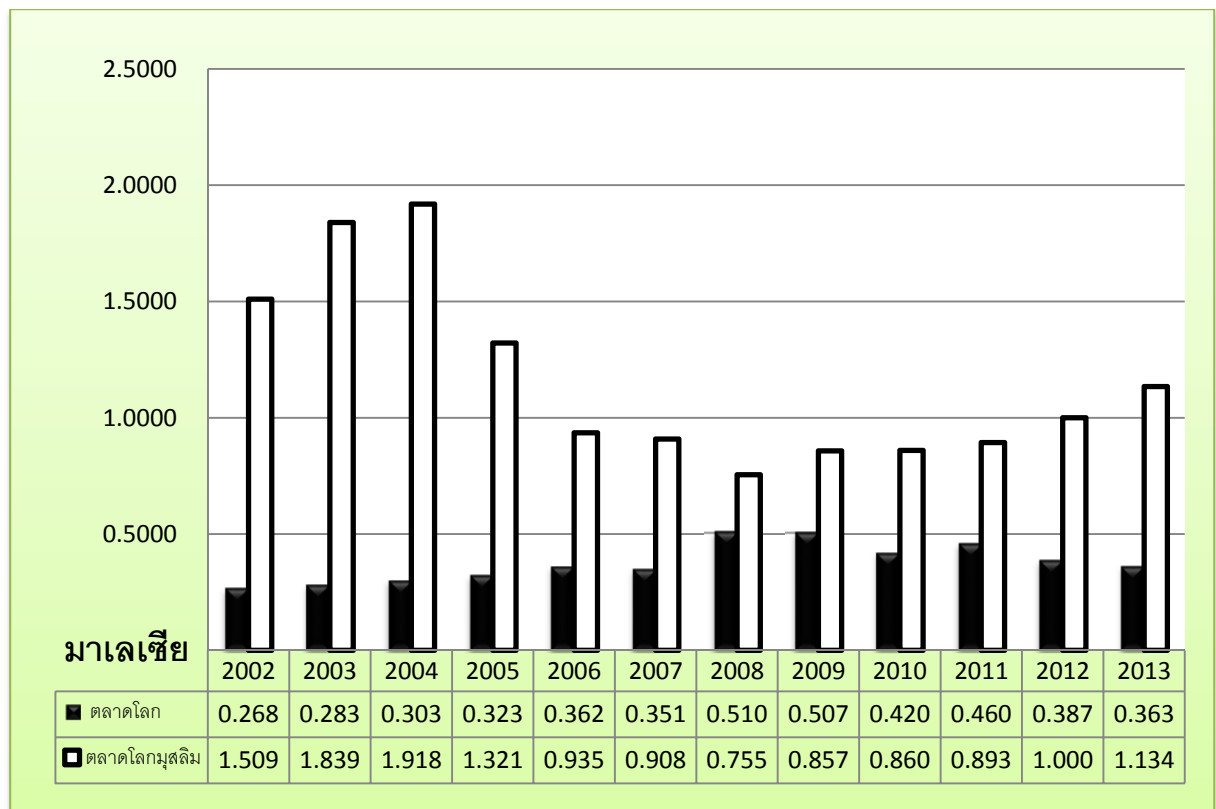
1. เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ฮาลาล (กราฟที่ 1 2 และ 3) มีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างไทยกับ มาเลเซียและอินโดนีเซีย 4 ประการคือ ประการแรก ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกกว้างตัวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งน้อยกว่าไม่เกินร้อยละ 0.5 เท่านั้น แต่ส่วนแบ่งของทั้งสองประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประการที่สอง ไทยมีความสามารถในการเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกมุสลิมน้อยกว่าส่วนแบ่งในตลาดโลก ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมมากกว่าในตลาดโลก ประการที่สาม เมื่อเปรียบเทียบส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิม

ของทั้งสามประเทศ อินโดนีเซียมีผลงานดีกว่า ส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมกว้างตัวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่ไทยและมาเลเซียมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมเพียงประมาณร้อยละ 1 ประการที่ดี ส่วนแบ่งของไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2009 จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ส่วนแบ่งของมาเลเซีย ซึ่งลดลงในระยะแรก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2008 จนกระทั่งมากกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013

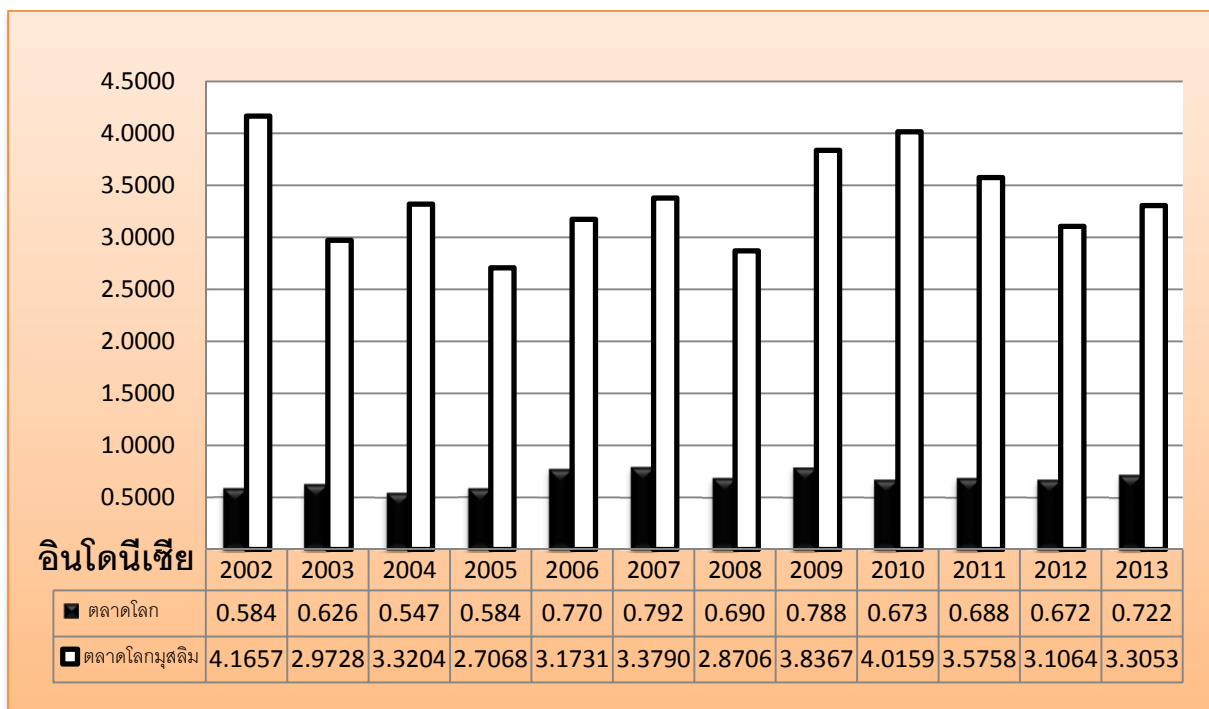
กราฟที่1: เปรียบเทียบส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิม: 2002-2013



กราฟที่2: เปรียบเทียบส่วนแบ่งของมาเลเซียในตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิม: 2002-2013



กราฟที่3: เปรียบเทียบส่วนแบ่งของอินโดนีเซียในตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิม: 2002-2013



ตลาดโลก

2. การที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย โดยส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 ซึ่งมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย (ไม่เกินร้อยละ 0.5) นั้น ถือได้ว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าอีกสองประเทศอยู่มาก การวิเคราะห์ต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นว่าแต่ละประเทศมีความได้เปรียบในสินค้าใดบ้าง และมากน้อยกว่ากันอย่างไร
- สินค้าส่งออกสำคัญ 3 อันดับแรกที่ช่วยให้ไทยนำอีกสองประเทศในด้านส่วนแบ่งในตลาดโลก คือ หมวดยีส ผัก และผลไม้ตามด้วยหมวดยีส ผัก และอาหารปรุงแต่ง และหมวดยีส แต่ในหมวดยีส ผัก ผลไม้ ถ้าไม่รวมมันสำปะหลังที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมากถึงร้อยละ 83 แล้ว ไทยไม่ได้นำเข้าอีกสองประเทศมากนัก ในหมวดยีส ผัก และอาหารปรุงแต่ง ซึ่งสินค้าส่งออกหลักของไทยคือขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่น ๆ กากน้ำตาล และข้าวโพด และในหมวดยีส ซึ่งไทยมีศักยภาพมากกว่าอีกสองประเทศเป็นอย่างมาก การส่งออกหมวดยีสของไทยไปทั่วโลกในช่วง 12 ปีมีมูลค่ามากที่สุด (US\$2,693,898,912) ซึ่งมากกว่ามูลค่าส่งออกของมาเลเซีย (US\$63,364,482) และอินโดนีเซีย (US\$10,015,211) หลายเท่าตัว สินค้าส่งออกสำคัญของไทยในหมวดนี้คือเนื้อสัตว์ ส่วนอื่นๆ ของสัตว์ และเนื้อสัตว์ปีก ในขณะที่มาเลเซียส่งออกไส้กรอก และอินโดนีเซียส่งออกหนังไก่และไส้กรอก
- สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซียในตลาดโลกคือหมวดยีส ผัก และอาหารปรุงแต่ง และหมวดยีส ผลิตภัณฑ์นม มูลค่าส่งออกของ 2 หมวดนี้สร้างรายได้ประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ฮาลาลของมาเลเซีย ในหมวดยีส ผัก และอาหารปรุงแต่ง สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซียคือ โกโก้บัตเตอร์ไขมัน ที่เป็นเกือบทั้งหมดของสินค้าในหมวดนี้ของมาเลเซียซึ่งมีอินโดนีเซียเป็นคู่แข่งสำคัญ ในหมวดผลิตภัณฑ์นม สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซียคือ นมที่เป็นผง เม็ด และโยเกิร์ต ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญในหมวดนี้ของอินโดนีเซีย และไทยเช่นกัน
- สินค้าส่งออกสำคัญของอินโดนีเซียอยู่ในหมวดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และหมวดยีส และอาหารปรุงแต่ง ซึ่งสร้างรายได้จากการส่งออกประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าการส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ฮาลาลของอินโดนีเซีย เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ที่สร้างรายได้ให้กับอินโดนีเซียคือ กาแฟสดผสมคาเฟอีนซึ่งมีมูลค่าส่งออกในช่วง 12 ปีมากถึง (US\$7,621,516,400) คิดเป็นร้อยละ 97 ของมูลค่าส่งออกของสินค้าในหมวดนี้ทั้งหมด กาแฟสดผสมคาเฟอีนเป็นสินค้าส่งออกสำคัญใน

หมวดนี้ของไทยและมาเลเซียเช่นกัน แต่มูลค่าน้อยกว่ามาก ในหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง อินโดนีเซียพึ่งพิงการส่งออกโกโก้บัตเตอร์ไขมัน แป้งข้าวสาลี และขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ

- การส่งออกหมวดอาหารทะเล อินโดนีเซียมีมูลค่าส่งออกในช่วง 12 ปีมากที่สุด (US\$692,649,151) มากกว่ามูลค่าส่งออกของไทย (US\$658,577,282) เล็กน้อยและมีมูลค่าเกือบ 10 เท่าของมูลค่าส่งออกของมาเลเซีย (US\$71,682,201) ในหมวดเดียวกัน สินค้าหลักในหมวดนี้ของอินโดนีเซียคือ ปูแช่เย็นจนแข็ง และปลาทูน่าครีบล้างแช่แข็ง และของไทยคือปลาทูน่าครีบล้างแช่แข็ง ปูแช่เย็นจนแข็ง และปลาทูน่าครีบล้างแช่เย็น สินค้าหลักในหมวดนี้ของมาเลเซียคือปูแช่เย็นจนแข็ง
- ถ้าไม่รวมน้ำมันปาล์มซึ่งอินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นเจ้าตลาด การส่งออกหมวดไขมันและน้ำมัน มาเลเซียมีมูลค่าส่งออกในช่วง 12 ปีมากเป็นอันดับหนึ่ง (US\$172,405,380) สินค้าหลักคือน้ำมันถั่วเหลืองดิบ และไขมัน ตามด้วยไทย (US\$87,084,901) ซึ่งสินค้าหลักคือน้ำมันถั่วเหลืองใน ขณะที่อินโดนีเซียส่งออกได้เพียง (US\$15,367) ซึ่งเป็นการส่งออกน้ำมันถั่วเหลืองอย่างเดียว

ตารางที่ 10: เปรียบเทียบมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลของสามประเทศ ปี 2002-2013

หมวดสินค้า	มูลค่าส่งออก (US\$)		
	ไทย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย
ธัญพืชและอาหารปรุงแต่ง	4,022,392,963	5,962,331,872	5,805,788,143
เนื้อสัตว์	2,693,898,912	63,364,482	10,015,211
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	126,644,390	61,665,379	7,859,437,986
อาหารทะเล	658,577,282	71,682,201	692,649,151
ผลิตภัณฑ์นม	169,706,176	2,260,290,804	73,016,185
พืชผักผลไม้	6,584,397,580	280,736,616	330,428,152
ไขมันและน้ำมัน	87,084,901	172,405,380	15,367
เคมีภัณฑ์	116,213,085	82,988,058	760,903,348

- การส่งออกหมวดเคมีภัณฑ์ซึ่งเป็นส่วนผสมหรือวัตถุดิบที่นำไปใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้ อินโดนีเซียมีศักยภาพมากที่สุด มูลค่าส่งออกไปยังตลาดโลกในช่วง 12 ปีมากถึง (US\$760,903,348) ซึ่งมากกว่ามูลค่าส่งออกสินค้าในหมวดเดียวกันของไทย (US\$116,213,085)

และมาเลเซีย (US\$82,988,058) หลายเท่าตัว สินค้าส่งออกหลักของอินโดนีเซียคือ วัคซีนสำหรับมนุษย์ แอนติชีราฟงอีโมโกบิล และเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด ของไทยคือเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด วัคซีนสำหรับมนุษย์ แอนติชีราฟงอีโมโกบิล และเลือดสัตว์รักษาโรค ของมาเลเซียคือเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด และยาปฏิชีวนะ

ตลาดโลกมุสลิม

การวิเคราะห์ตลาดโลกมุสลิมจะชี้ให้เห็นโอกาสในการส่งออก เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศ ซึ่งอินโดนีเซียมีมากที่สุดประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่ไทยและมาเลเซียมีส่วนแบ่งเพียงประมาณร้อยละ 1 โดยส่วนแบ่งของไทยมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2009 จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ในขณะที่ส่วนแบ่งของมาเลเซีย ซึ่งลดลงในระยะแรก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2008 จนกระทั่งมากกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013

ประเด็นสำคัญที่ต้องพิจารณา คือสินค้านำเข้าหลักของโลกมุสลิมมีอะไรบ้าง และประเทศใดในโลกมุสลิมเป็นผู้ซื้อรายสำคัญของสินค้าเหล่านั้น (ตารางที่ 11)

เมื่อไม่รวมข้าวและน้ำตาลทรายซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของไทย และน้ำมันปาล์มซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญของอินโดนีเซียและมาเลเซีย เนื่องจากปัญหาข้อมูลที่ขัดแย้งกัน ข้อมูลในช่วงดังกล่าวชี้ว่าสินค้านำเข้าสำคัญของโลกมุสลิมในแต่ละหมวดสินค้า เรียงลำดับตั้งแต่มูลค่าสูงสุดมาต่ำสุด คือ

หมวดอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ (ส่วนผสมและอาหารปรุงแต่งต่างๆ) ซึ่งมีมูลค่ารวม US\$18,113,643,518 (มูลค่าสูงสุดคือแอนติชีราฟงอีโมโกบิล ยาปฏิชีวนะ และวัคซีนสำหรับมนุษย์) ตามด้วย

หมวดธัญพืชและอาหารปรุงแต่ง US\$13,138,088,078 (มูลค่าสูงสุดคืออาหารปรุงแต่งทารก ข้าวโพด และแป้งข้าวสาลี)

หมวดไขมันและน้ำมัน US\$12,009,530,452 (เกือบทั้งหมดคือน้ำมันถั่วเหลืองดิบ)

หมวดผลิตภัณฑ์นม US\$12,000,648,055 (เกือบทั้งหมดคือนมที่เป็นผงและเม็ด)

หมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ US\$5,886,376,794 (สูงสุดคือมันฝรั่งสำหรับเพาะปลูก ส้มเขียวหวาน และส้มเปลือกบาง)

หมวดเนื้อสัตว์ US\$3,027,487,601 สูงสุดคือ เนื้อโคส่วนตัดแบบที่มีกระดูก ส่วนอื่นๆ ของสัตว์ ไร้กระดูก และโคไม่มีกระดูก)

หมวดเครื่องดื่ม US\$2,892,689,968 (สูงสุดคือกาแฟสดผสมคาเฟอีน ชาดำ และน้ำผลไม้แช่เย็น)

ตารางที่ 11: สินค้าส่งออกไปโลกมุสลิม และผู้นำเข้าสำคัญ

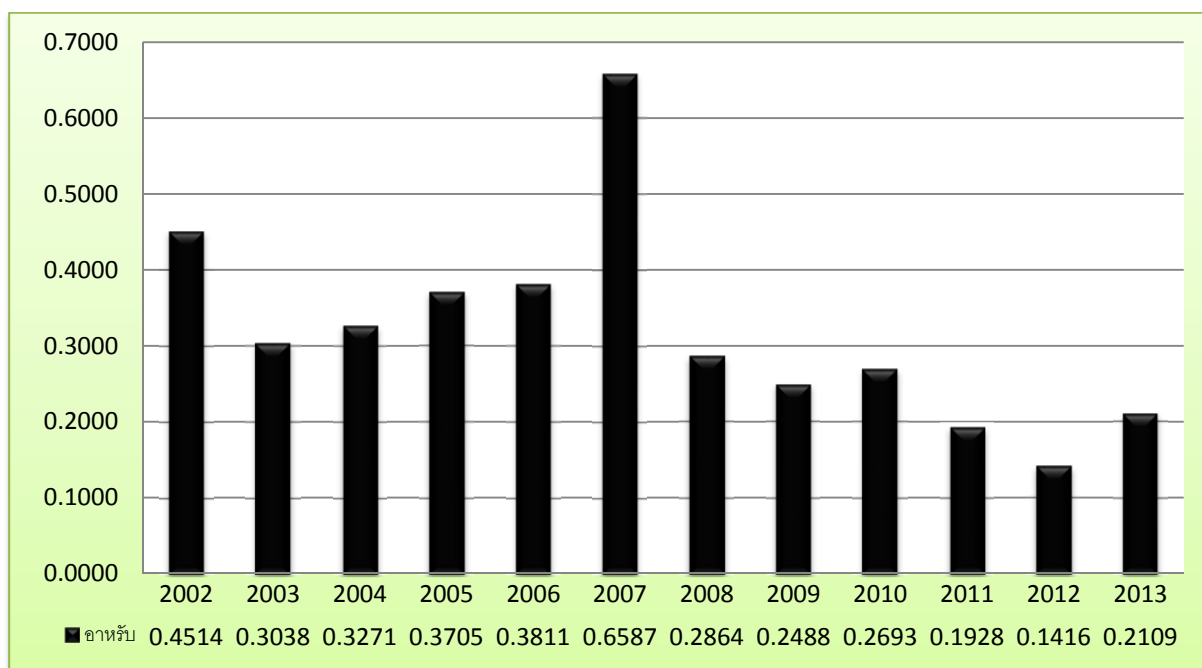
สินค้า	ผู้นำเข้าสำคัญ
แอนติชีราอีโมโกลบิน	ตุรกี แอลจีเรีย และอิหร่าน
ยาปฏิชีวนะ	ตุรกี แอลจีเรีย และคาซัคสถาน
วัคซีนสำหรับมนุษย์	ตุรกี คาซัคสถาน และอินโดนีเซีย
อาหารปรุงแต่งทารก	มาเลเซีย ตุรกี และแอลจีเรีย
ข้าวโพด	เกือบทั้งหมดนำเข้าโดยมาเลเซีย โดยตุรกี โมร็อกโก และอินโดนีเซีย มีส่วนแบ่งเล็กน้อย
แป้งข้าวสาลี	อินโดนีเซีย มาเลเซีย และอาเซอร์ไบจาน
น้ำมันถั่วเหลืองดิบ	โมร็อกโก แอลจีเรีย อิหร่าน และอียิปต์
นมที่เป็นผงและเม็ด	แอลจีเรีย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย
มันฝรั่งสำหรับเพาะปลูก	แอลจีเรีย อียิปต์ และโมร็อกโก
ส้มเขียวหวาน	อินโดนีเซีย มาเลเซีย และคาซัคสถาน
ส้มเปลือกบาง	มาเลเซีย อิหร่าน และอินโดนีเซีย
เนื้อโคส่วนตัดแบบที่มีกระดูก	ตุรกีนำเข้าเกือบทั้งหมด ส่วนที่เหลือนำเข้าโดยมาเลเซีย และแอลจีเรีย
ส่วนอื่นๆ ของสัตว์	อินโดนีเซียนำเข้าประมาณครึ่งหนึ่ง ตามด้วยโดยมาเลเซีย และอียิปต์
ไส้กรอก	คาซัคสถาน อาเซอร์ไบจาน และมาเลเซีย
โคไม่มีกระดูก	แอลจีเรีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย
กาแฟสดผสมคาเฟอีน	แอลจีเรีย โมร็อกโก และมาเลเซีย
ชาดำ	อิหร่าน คาซัคสถาน และอียิปต์
น้ำผลไม้แช่เย็น	ตุรกี มาเลเซีย แอลจีเรีย และอินโดนีเซีย
ปูแช่เย็นจนแข็ง	อินโดนีเซีย และมาเลเซีย
ปลาแอลบาคอร์แช่แข็ง	แอลจีเรีย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย
ปลาทูนาครีบล้างแช่แข็ง	อิหร่าน ตุรกี และมาเลเซีย

หมวดอาหารทะเล US\$410,233,827 (สูงสุดคือปูแช่เย็นจนแข็ง ปลาแอลบาคอร์แช่แข็ง และปลา
ทูนาครีบเหลืองแช่แข็ง)

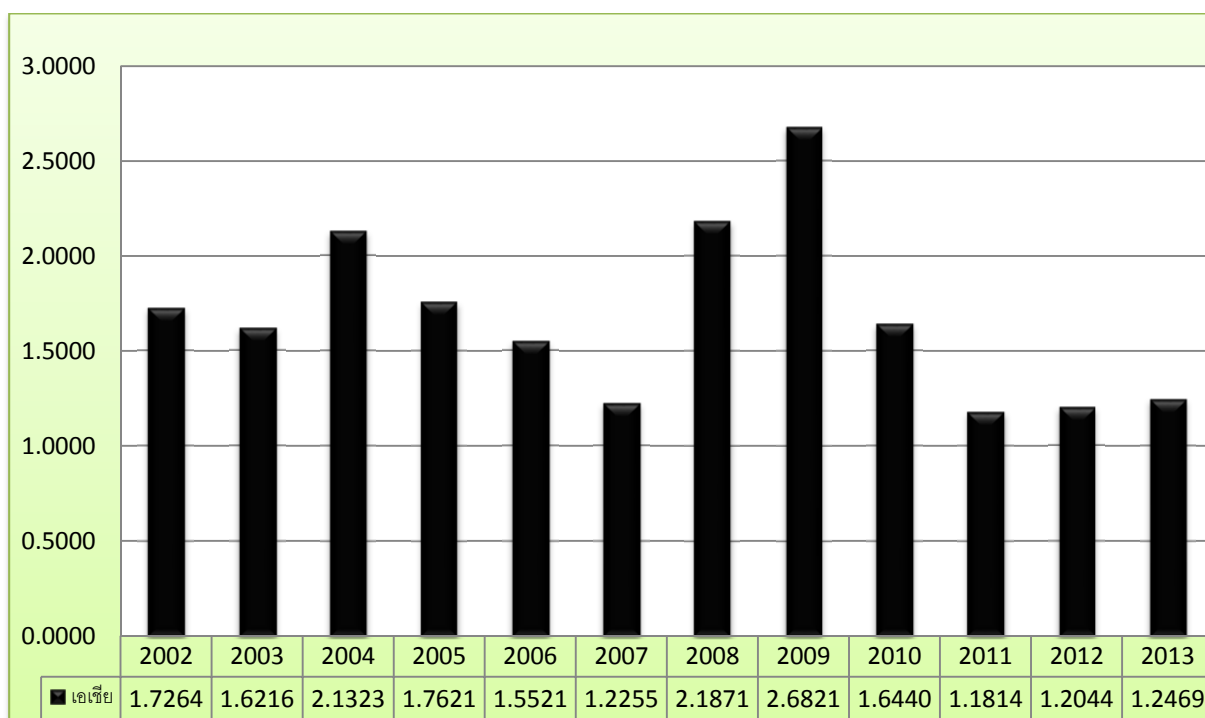
ไทยในตลาดโลกมุสลิม

การพิจารณาส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศชี้ว่า อินโดนีเซียมีส่วนแบ่งมากที่สุด
ประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่ไทยและมาเลเซียมีส่วนแบ่งเพียงประมาณร้อยละ 1 โดยส่วนแบ่งของไทยมี
แนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2009 จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ในขณะที่ส่วนแบ่งของมาเลเซีย ซึ่ง
ลดลงในระยะแรก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2008 จนกระทั่งมากกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งใน
ตลาดโลกมุสลิมของประเทศไทย ซึ่งมีน้อยอยู่แล้ว ลดลงอย่างชัดเจนตั้งแต่ในช่วง 5-7 ปีหลัง ในตลาด
อาหรับและตลาดเอเชีย และมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจนในตลาดแอฟริกาซึ่งประเทศไทยมีส่วนแบ่งอยู่
น้อย (ภาพ 4 5 และ 6) แม้ทั้งสามตลาดมีกำลังซื้อต่างกันมาก และมีวัฒนธรรมการบริโภคไม่เหมือนกัน

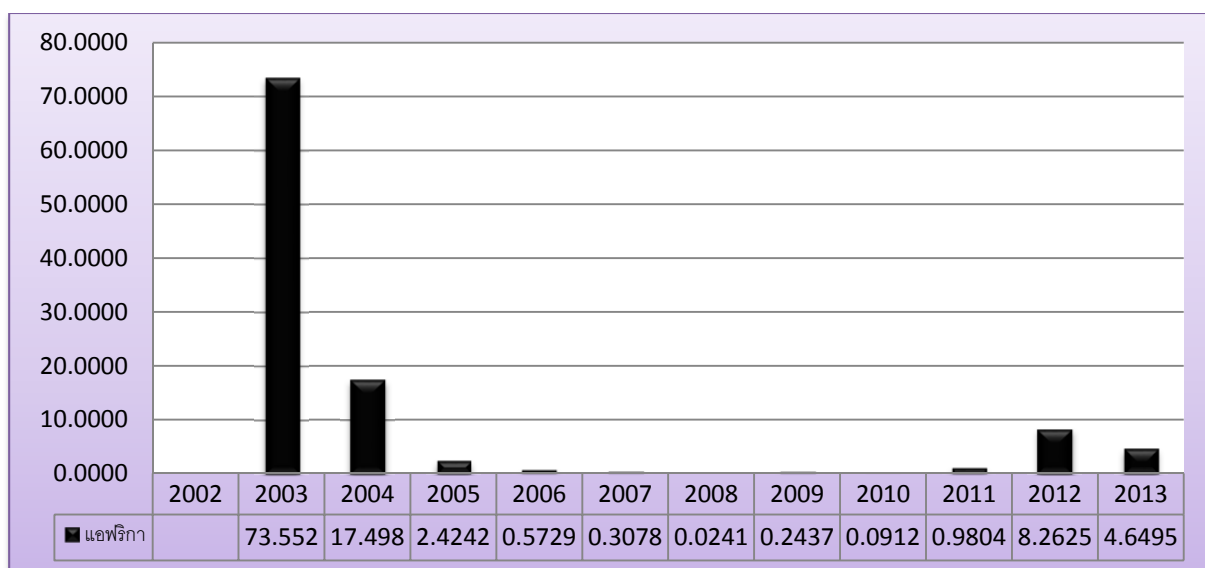
กราฟที่ 4: ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมอาหรับ: 2002-13



กราฟที่ 5: ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมเอเชีย: 2002-13



กราฟที่ 6: ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมแอฟริกา: 2002-13



เมื่อพิจารณาเป็นรายหมวดสินค้า สินค้าส่งออกของไทยไปโลกมุสลิมที่มีส่วนแบ่งการตลาดลดลง คือ หมวดเครื่องดื่มน้ำตาลตั้งแต่ปี 2002 เป็นอย่างช้า หมวดไขมันและน้ำมัน ซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2004 หมวดผลิตภัณฑ์นม และหมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ ซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2008 และหมวดอาหารทะเลซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2009 ในขณะที่มาเลเซียมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มในหลายหมวดที่มีส่วนแบ่งการตลาดของ

ประเทศไทยลดลง ได้แก่ หมวดยาสูบและน้ำมัน และหมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ และยังมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มในหมวดธัญพืชและอาหารปรุงแต่งที่ส่วนแบ่งของไทยลดลงตั้งแต่ปี 2009 แต่เริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ปี 2011 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งการตลาดในหมวดเนื้อสัตว์ของทั้งประเทศไทยและมาเลเซียเพิ่มขึ้นตลอด มีเพียงปี 2013 เท่านั้นที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยเพิ่มขึ้นในขณะที่ส่วนแบ่งของมาเลเซียลดลง อย่างไรก็ตาม ทั้งสองประเทศมีส่วนแบ่งการตลาดในหมวดนี้น้อยมาก

ในประเด็นที่ประเทศไทยมีความสามารถในการเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ทำให้มีสัดส่วนของในตลาดโลกมุสลิมน้อยกว่าส่วนแบ่งในตลาดโลก ในขณะที่อีกสองประเทศมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมมากกว่าในตลาดโลกนั้น สาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากการที่ผู้ประกอบการของสองประเทศนั้นเข้าใจวัฒนธรรมการบริโภคของมุสลิมได้ดีกว่า และการเป็นประเทศมุสลิมที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากทั้งสองประเทศได้รับการยอมรับมากกว่า ด้วยเหตุนี้ การวิเคราะห์ในส่วนนี้วางอยู่บนข้อสมมุติว่า การที่ประเทศหนึ่งมีศักยภาพในการส่งออกสินค้าไปสู่ตลาดโลก ก็ควรมีศักยภาพในการส่งออกสินค้านั้นสู่ตลาดโลกมุสลิมด้วย ปัจจัยที่ทำให้ไม่เป็นไปตามนี้คือ ความเข้าใจหรือไม่เข้าใจในวัฒนธรรมการบริโภคของโลกมุสลิม และความเชื่อถือหรือไม่เชื่อถือในมาตรฐานฮาลาลไทยเท่านั้น

3. สินค้าที่ไทยมีมูลค่าส่งออกไปตลาดโลกมากที่สุดในรอบ 12 ปี เรียงลำดับเป็นรายการหมวดสินค้านี้ หมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักผลไม้ เป็นหมวดที่ไทยส่งออกเป็นมูลค่าสูงสุด US\$6,584,397,580 โดยสินค้าสำคัญคือมันสำปะหลังซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมากถึง 83.85% ตามด้วยส้มเขียวหวาน และส้มเปลือกบาง ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกเพียง 0.08% และ 0.04% ตามลำดับทั้งส้มเขียวหวานและส้มเปลือกบางเป็นสินค้าที่โลกมุสลิมโดยเฉพาะอินโดนีเซีย มาเลเซีย คาซัคสถาน และอิหร่าน มีความต้องการสูง

ซึ่งสินค้าส่งออกไปโลกมุสลิมของไทยก็เป็นสินค้าทั้งสามนี้เช่นกันแต่มีมูลค่ารวมเพียง US\$38,673,956 เท่านั้น

หมวดธัญพืชและอาหารปรุงแต่ง ซึ่งประเทศไทยมีมูลค่าส่งออก US\$4,022,392,963 สินค้าสำคัญคือขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่น ๆ กากน้ำตาล และข้าวโพด ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลก 1.31%, 14.37% และ 2.58% ตามลำดับ ข้าวโพดเป็นสินค้าที่โลกมุสลิมต้องการมากโดยมีมาเลเซียเป็นผู้นำเข้ารายสำคัญ

ทั้งนี้ สินค้าส่งออกสำคัญไปโลกมุสลิมในหมวดนี้ของไทยคือ อาหารปรุงแต่งทารก ข้าวโพด และนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ โดยมีมูลค่ารวม US\$534,235,746 ซึ่งมากที่สุดสินค้าส่งออกของไทยไปโลกมุสลิมทั้งหมด

หมวดเนื้อสัตว์ ซึ่งไทยมีส่งออกเป็นมูลค่าUS\$2,693,898,912 สินค้าส่งออกสำคัญของไทยคือ เนื้อสัตว์อื่นๆ และสัตว์ปีก ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลก 29.16% ตามด้วยเนื้อไก่ตัดขนาดเล็ก และไส้กรอก ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลก 3.39% และ 0.82% ตามลำดับไส้กรอกเป็นสินค้าที่โลกมุสลิมต้องการสูง โดยมีคาซัคสถาน อาเซอร์ไบจาน และมาเลเซีย เป็นผู้นำเข้ารายสำคัญ

เนื้อสัตว์เป็นหมวดสินค้าที่ตลาดโลกมุสลิมนำเข้าเป็นมูลค่าสูงสุดแต่ประเทศไทยกลับส่งออกสินค้าในหมวดนี้ไปโลกมุสลิมได้น้อยที่สุดและน้อยกว่าหมวดอื่น เป็นมูลค่าเพียง US\$2,649,347 จากเนื้อไก่ตัดขนาดเล็ก ส่วนอื่นของสัตว์ และเนื้อสัตว์อื่นๆ ซึ่งมีข้อสังเกตสองประการ 1) มีรายงานว่าสาเหตุที่ไทยสามารถส่งออกได้เป็นเพราะต้นทุนการฆ่าแหละที่ใช้แรงงานราคาถูกไม่ใช่เพราะต้นทุนการผลิตไก่และเนื้อสัตว์ที่ถูกกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น 2) ไทยไม่สามารถเจาะตลาดไส้กรอกได้ดีเท่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากความไม่เชื่อมั่นในมาตรฐานฮาลาลของไส้กรอกไทย

หมวดอาหารทะเล มูลค่าส่งออกของไทยเท่ากับ US\$658,577,282 โดยเฉพาะจากปลาทูนาครีบริบเหลืองแช่แข็งปูแช่เย็นจนแข็ง และปลาทูนาครีบริบเหลืองแช่เย็น ซึ่งในตลาดโลกมุสลิม อิหร่าน ตุรกี และมาเลเซียเป็นผู้นำเข้าปลาทูนาครีบริบเหลืองแช่แข็ง และอินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นผู้นำเข้าปูแช่เย็นจนแข็ง

ซึ่งไทยสามารถส่งออกสินค้าในหมวดนี้ไปโลกมุสลิมได้ US\$130,145,161 จากปลาแอล บาคอร์แช่แข็ง ปลาแมคเคอเรล และปลาทูนาครีบริบเหลืองแช่แข็ง แต่กลับไม่สามารถส่งออกปูแช่เย็นจนแข็งได้มากเช่นเดียวกับการส่งออกไปตลาดโลก การสัมภาษณ์ผู้ส่งออกไทยจำนวนหนึ่งพบความเข้าใจตลาดเคลื่อนว่าปูเป็นสิ่งที่ไม่ฮาลาล ทั้งๆ ที่การไม่บริโภคปูเป็นวัฒนธรรมของมุสลิมในบางพื้นที่เท่านั้น ในขณะเดียวกัน ปูแช่เย็นจนแข็งเป็นสินค้าอันดับหนึ่งในหมวดนี้ที่มาเลเซียและอินโดนีเซียส่งออกไปโลกมุสลิม

หมวดผลิตภัณฑ์นม มูลค่าส่งออก US\$169,706,176 โดยเฉพาะโยเกิร์ต และนมที่เป็นผง เม็ด ที่แอลจีเรีย อินโดนีเซีย และมาเลเซียเป็นผู้นำเข้ารายสำคัญของโลกมุสลิม

ซึ่งไทยส่งออกสินค้าในหมวดนี้ โดยเฉพาะโยเกิร์ต ไปโลกมุสลิมได้คิดเป็นมูลค่า US\$10,205,988 ในขณะที่ทั้งมาเลเซีย และอินโดนีเซียก็ส่งออกโยเกิร์ตไปตลาดโลก และในกรณีของมาเลเซีย ไปตลาดโลกมุสลิมเช่นกัน ซึ่งการที่ทั้งสองประเทศนำเข้าและส่งออกโยเกิร์ตด้วย น่าจะเกิดจากความแตกต่างทางคุณภาพ มากกว่าการนำเข้าเพื่อ Re-export

หมวดเครื่องดื่ม มูลค่าส่งออก US\$126,644,390 โดยเฉพาะกาแฟสดผสมคาเฟอีน ซึ่งประเทศผู้นำเข้าสำคัญในโลกมุสลิมคือแอลจีเรีย โมร็อกโก และมาเลเซีย ซึ่งไทยสามารถส่งออกได้เป็นมูลค่า US\$10,012,904 โดยเฉพาะกาแฟสดผสมคาเฟอีนซึ่งทั้งมาเลเซีย และอินโดนีเซียก็ส่งออกไปตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมเช่นกัน แต่ไทยกลับไม่สามารถส่งออกน้ำผลไม้แช่เย็นได้ เช่นเดียวกับมาเลเซีย ที่สามารถเจาะตลาดนี้ได้ทั้งในระดับโลก และโลกมุสลิม ทั้งนี้ น่าจะเกิดจากความเข้าใจในรสนิยมและคุณภาพ ความเชื่อมโยง (Connection) ระหว่างมุสลิมและระหว่างประเทศมุสลิม

หมวดอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ (ส่วนผสมและอาหารปรุงแต่งต่างๆ) ซึ่งมีมูลค่าส่งออกรวม US\$116,213,085 โดยเฉพาะเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด ตามด้วยวัคซีนสำหรับมนุษย์แอนติชีราฟงอิโมโกบิล และเลือดสัตว์รักษาโรคโดยประเทศผู้นำเข้ารายสำคัญของโลกมุสลิมคือตุรกี ตามด้วยแอลจีเรีย คาซัคสถานอิหร่านอินโดนีเซียและมาเลเซีย

แต่มีเพียงประมาณร้อยละ 1 หรือ US\$11,728,586 เท่านั้นที่เป็นการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ของไทย (เลือดสัตว์รักษาโรค วัคซีนสำหรับมนุษย์ และเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด) ไปตลาดโลกมุสลิม มาเลเซียและอินโดนีเซียสามารถเจาะตลาดสินค้าหมวดนี้ในโลกมุสลิมได้ดีกว่า โดยมีมูลค่าส่งออกไปโลกมุสลิมประมาณร้อยละ 30 และ 12 ของมูลค่าส่งออกไปตลาดโลก

หมวดไขมันและน้ำมัน ซึ่งมีมูลค่าส่งออกรวม US\$87,084,901 โดยเฉพาะน้ำมันถั่วเหลืองซึ่งผู้นำเข้ารายสำคัญของโลกมุสลิมคือ โมร็อกโก แอลจีเรีย อิหร่าน และอียิปต์ โดยกว่า 1/3 ของรายได้จากการส่งออกน้ำมันถั่วเหลืองของไทย (US\$31,135,161) เป็นการส่งออกไปตลาดโลกมุสลิม ซึ่งมาเลเซียและอินโดนีเซีย (แม้มีมูลค่าน้อย) ก็ส่งออกสินค้านี้ไปตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมด้วย

ตารางที่ 12: สินค้าส่งออกสำคัญของไทย ปี 2002-2013

หมวด	มูลค่าส่งออกสินค้าสำคัญ			
	ตลาดโลก	(US\$)	ตลาดโลกมุสลิม	(US\$)
(1) เนื้อสัตว์	รวมทั้งหมด	2,693,898,912	รวมทั้งหมด	2,649,347
	1.1 เนื้อสัตว์อื่นๆ และสัตว์ปีก		1.1 เนื้อไก่ตัดขนาดเล็ก	
	1.2 ไส้กรอก		1.2 ส่วนอื่นของสัตว์	
	1.3 เนื้อไก่ตัดขนาดเล็ก		1.3 เนื้อสัตว์อื่นๆ	
(2) อาหารทะเล	รวมทั้งหมด	658,577,282	รวมทั้งหมด	130,145,161
	1.1 ปลาทูนาครีบน้ำแข็งแช่แข็ง		1.1 ปลาแฮลม์แช่แข็ง	
	1.2 ปูแช่เย็นจนแข็ง		1.2 ปลาแมคเคอเรล	
	1.3 ปลาทูนาครีบน้ำแข็งแช่เย็น			
(3) ผลิตภัณฑ์นม	รวมทั้งหมด	169,706,176	รวมทั้งหมด	10,205,988
	1.1 โยเกิร์ต		1.1 โยเกิร์ต	
	1.2 นมที่เป็นผง เม็ด			
(4) ผลิตภัณฑ์จากพืช ผัก และผลไม้	รวมทั้งหมด	6,584,397,580	รวมทั้งหมด	38,673,956
	1.1 มันสำปะหลัง		1.1 มันสำปะหลัง	
			1.2 ส้มเปลือกบาง	
			1.3 ส้มเขียวหวาน	
(5) ธัญพืชและเครื่องปรุงแต่ง	รวมทั้งหมด	4,022,392,963	รวมทั้งหมด	534,235,746
	1.1 ขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ		1.1 อาหารปรุงแต่งทารก	
	1.2 กากน้ำตาล		1.2 ข้าวโพด	
	1.3 ข้าวโพด		1.3 ขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ	
	1.4 อาหารปรุงแต่งทารก			
	1.5 โกโก้บัตเตอร์ ไขมัน			
(6) ไขมันและน้ำมัน	รวมทั้งหมด	87,084,901	รวมทั้งหมด	31,135,161
	1.1 น้ำมันถั่วเหลือง		1.1 น้ำมันถั่วเหลือง	
(7) เครื่องดื่ม	รวมทั้งหมด	126,644,390	รวมทั้งหมด	10,012,904
	1.1 กาแฟสดผสมคาเฟอีน		1.1 กาแฟสดผสมคาเฟอีน	
(8) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์	รวมทั้งหมด	116,213,085	รวมทั้งหมด	11,728,586
	1.1 เคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด		1.1 เลือดสัตว์รักษาโรค	
	1.2 วัคซีนสำหรับมนุษย์		1.2 วัคซีนสำหรับมนุษย์	
	1.3 แอนติชีราฟงฮิโมโกบิล		1.3 เคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด	
	1.4 เลือดสัตว์รักษาโรค			

ตารางที่ 13: สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซีย ปี 2002-2013

หมวด	มูลค่าส่งออกสินค้าสำคัญ			
	ตลาดโลก	(US\$)	ตลาดโลกมุสลิม	(US\$)
(1) เนื้อสัตว์	รวมทั้งหมด	63,364,482	รวมทั้งหมด	28,615,747
	1.1 ไส้กรอก		1.1 ไส้กรอก	
	1.2 ของปรุงแต่งเลือดสัตว์		1.2 ของปรุงแต่งเลือดสัตว์	
	1.3 เนื้อสัตว์จำพวกโค		1.3 ของปรุงแต่ง	
	1.4 หนังไก่ตัดขนาดเล็ก			
(2) อาหารทะเล	รวมทั้งหมด	71,682,201	รวมทั้งหมด	3,442,958
	1.1 ปูแช่เย็นจนแข็ง		1.1 ปูแช่เย็นจนแข็ง	
	1.2 ปลาอัลบาคอร์แช่แข็ง		1.2 ปลาป่น	
	1.3 ปลาทูน่าครีบน้ำแข็งแช่แข็ง			
	1.4 ปลาป่น			
(3) ผลิตภัณฑ์นม	รวมทั้งหมด	2,260,290,804	รวมทั้งหมด	11,087,982
	1.1 นมที่เป็นผง เม็ด		1.1 โยเกิร์ต	
	1.2 โยเกิร์ต		1.2 นมที่เป็นผง เม็ด	
(4) ผลิตภัณฑ์จากพืช ผัก และผลไม้	รวมทั้งหมด	280,736,616		21,316,494
	1.1 มะเขือเทศสด		1.1 มะเขือเทศสด	
	1.2 แดงร้าน, แดงกวา		1.2 ส้มเปลือกบาง	
			1.3 ส้มเขียวหวาน	
(5) ัญพืชและเครื่องปรุงแต่ง	รวมทั้งหมด	5,962,331,872	รวมทั้งหมด	485,218,039
	1.1 โกโก้บัตเตอร์ ไขมัน		1.1 อาหารปรุงแต่งทารก	
	1.2 อาหารปรุงแต่งทารก		1.2 โกโก้บัตเตอร์ ไขมัน	
	1.3 ขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ		1.3 ขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ	
	1.4 แป้งข้าวสาลี		1.4 แป้งข้าวสาลี	
	1.5 แป้งผสมทำขนม		1.5 ผงโกโก้เติมน้ำตาล	
(6) ไขมันและน้ำมัน	รวมทั้งหมด	172,405,380	รวมทั้งหมด	10,859,292
	1.1 น้ำมันถั่วเหลืองดิบ		1.1 น้ำมันถั่วเหลืองดิบ	
	1.2 ไขมัน		1.2 ไขมัน	
(7) เครื่องดื่ม	รวมทั้งหมด	61,665,379	รวมทั้งหมด	9,450,584
	1.1 กาแฟสดผสมคาเฟอีน		1.1 น้ำผลไม้แช่เย็น	
	1.2 น้ำผลไม้แช่เย็น		1.2 กาแฟสดผสมคาเฟอีน	
	1.3 ชาดำ		1.3 กาแฟสดแยกคาเฟอีน	

หมวด	มูลค่าส่งออกสินค้าสำคัญ (ต่อ)			
	ตลาดโลก	(US\$)	ตลาดโลกมุสลิม	(US\$)
(7) เครื่องดื่ม	1.4 กาแฟคั่วแยกคาเฟอีน			
(8) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์	รวมทั้งหมด	82,988,058	รวมทั้งหมด	24,623,419
	1.1 เคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด		1.1 เคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด	
	1.2 ยาปฏิชีวนะ		1.2 วัคซีนสำหรับมนุษย์	
			1.3 ยาปฏิชีวนะ	

ตารางที่ 14: สินค้าส่งออกสำคัญของอินโดนีเซีย ปี 2002-2013

หมวด	มูลค่าส่งออกสินค้าสำคัญ			
	ตลาดโลก	(US\$)	ตลาดโลกมุสลิม	(US\$)
(1) เนื้อสัตว์	รวมทั้งหมด	10,015,211	รวมทั้งหมด	6,291,850
	1.1 หนังไก่		1.1 หนังไก่	
	1.2 ไส้กรอก		1.2 ไส้กรอก	
	1.3 ส่วนที่แข็งเหมือนกระดูก			
(2) อาหารทะเล	รวมทั้งหมด	692,649,151	รวมทั้งหมด	11,235,495
	1.1 ปูแช่เย็นจนแข็ง		1.1 ปูแช่เย็นจนแข็ง	
	1.2 ปลาทูน่าครีบน้ำแข็งแช่แข็ง		1.2 ปลาทูน่าครีบน้ำแข็งแช่แข็ง	
	1.3 ปลาอัลปากอร์แช่แข็ง		1.3 ปลาแมคเคอเรล	
(3) ผลิตภัณฑ์นม	รวมทั้งหมด	73,016,185	รวมทั้งหมด	42,797,170
	1.1 นมที่เป็นผง เม็ด		1.1 นมที่เป็นผง เม็ด	
	1.2 เนยแข็งก้อน		1.2 เนยแข็งก้อน	
	1.3 โยเกิร์ต			
(4) ผลิตภัณฑ์จากพืช ผัก และผลไม้	รวมทั้งหมด	330,428,152		23,100,839
	1.1 มันสำปะหลัง		1.1 มันเทศ	
	1.2 มันเทศ		1.2 มันสำปะหลัง	
	1.3 หน่อส่วนต้นและราก		1.3 มันฝรั่งใช้สำหรับเพาะปลูก	
			1.4 กระหล่ำดอก บรอกโคลี	

หมวด	มูลค่าส่งออกสินค้าสำคัญ (ต่อ)			
	ตลาดโลก	(US\$)	ตลาดโลกมุสลิม	(US\$)
(5) รั้วพืชและ เครื่องปรุง แต่ง	รวมทั้งหมด	5,805,788,143	รวมทั้งหมด	1,200,121,975
	1.1 โกโก้บัตเตอร์ไขมัน		1.1 แป้งข้าวสาลี	
	1.2 แป้งข้าวสาลี		1.2 ขนมที่ทำจากน้ำตาล อื่นๆ	
			1.3 โกโก้บัตเตอร์ไขมัน	
(6) ไขมันและ น้ำมัน	รวมทั้งหมด	15,367	รวมทั้งหมด	14,130
	1.1 น้ำมันถั่วเหลือง		1.1 น้ำมันถั่วเหลือง	
(7) เครื่องดื่ม	รวมทั้งหมด	7,859,437,986	รวมทั้งหมด	905,550,862
	1.1 กาแฟสดผสมคาเฟอีน		1.1 กาแฟสดผสมคาเฟอีน	
(8) อุตสาหกรรม เคมีภัณฑ์	รวมทั้งหมด	760,903,348	รวมทั้งหมด	95,643,904
	1.1 ยาปฏิชีวนะ		1.1 วัคซีนสำหรับมนุษย์	
			1.2 ยาปฏิชีวนะ	
			1.3 แอนติชีราฟงฮีมโกบิน	

12.3 ต้นทุนการขนส่ง

ความได้เปรียบทางการค้าไม่ได้อยู่ที่ความสามารถในการผลิตโดยมีต้นทุนต่ำกว่าประเทศอื่นๆ เท่านั้น แต่รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตหรือประเทศผู้ส่งออกไปยังผู้บริโภคหรือประเทศผู้นำเข้าด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้ซื้อจะใช้ราคา CIF เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ มากกว่าราคา FOB ซึ่งในประเด็นนี้ ปัจจัยสำคัญคือ ระยะทางระหว่างท่าเรือหลักของแต่ละประเทศ ประเด็นเกี่ยวกับอู่เรือและการเดินเรือไม่ได้อยู่ในขอบเขตของการศึกษา และถูกสมมติให้ไม่แตกต่างกันระหว่างเส้นทาง

การเปรียบเทียบต้นทุนการขนส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาลใช้ข้อมูลค่าขนส่งทางทะเล และค่าประกันระหว่างท่าเรือของสามประเทศ โดยยึดท่าเรือหลักที่อยู่ใกล้ท่าเรือดูไบ Jebel Ali (Dubai Jebel Ali) ของดูไบ ซึ่งเป็นจุดกระจายสินค้าสำคัญของตะวันออกกลาง และอยู่ใกล้กับท่าเรือสำคัญของประเทศมุสลิม เช่น ท่าเรือของปากีสถาน ในเอเชียใต้

ในกรณีของประเทศไทย ท่าเรือสำคัญคือคลองเตยซึ่งเป็นท่าเรือเก่า และท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ที่เป็นท่าเรือใหม่ แต่โดยที่ตั้งแล้ว ท่าเรือแหลมฉบังอยู่ใกล้ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และแอฟริกาเหนือ มากกว่าท่าเรือคลองเตย การส่งออกสินค้าจากท่าเรือแหลมฉบังไปโลกมุสลิมจึงมีต้นทุนต่ำกว่า

ประเทศมาเลเซียมีท่าเรือสำคัญ 2 ท่าเรือ คือ ท่าเรือปีนัง ที่บัตเตอร์เวอร์ท ในรัฐปีนัง และ Klang West Port ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ซึ่งอยู่ใกล้ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และแอฟริกาเหนือ ในด้านที่ตั้งท่าเรือปีนังเป็นทางเลือกที่ดีกว่า Klang West Port ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์

ประเทศอินโดนีเซียไม่ได้มีท่าเรือหลักของประเทศเพียงหนึ่งหรือสองท่าเรือ เช่น ประเทศไทยและมาเลเซีย การส่งออกและนำเข้าสินค้าจากอินโดนีเซียสามารถทำได้ ณ ท่าเรือในแต่ละเกาะ ในกรณีของการค้ากับกลุ่มประเทศมุสลิมในเอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกาเหนือ West Java เป็นเกาะที่มีที่ตั้งเอื้อที่สุดและเป็นแหล่งผลิตอาหาร มีเมืองสำคัญคือบันดุง (Bandung) มีท่าเรือที่บันเตน (Banten) และท่าเรือที่กรุงจาการ์ตา แต่ท่าเรือที่เมดาน (Medan) เป็นท่าเรือที่ใกล้ตะวันออกกลาง เอเชียใต้ และแอฟริกา กว่าต้นทุนการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากท่าเรือเมดานจึงน่าจะต่ำกว่าท่าเรืออื่น

กล่าวโดยสรุป โดยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ท่าเรือสำคัญของสามประเทศที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ท่าเรือแหลมฉบังของไทย ท่าเรือปีนังของมาเลเซีย และท่าเรือเมดานของอินโดนีเซีย แม้เรือขนส่งสินค้าจะมีหลายประเภท เช่น เรือสินค้าเหลว เรือสินค้าเทกอง เรือคอนเทนเนอร์ เรือกึ่งคอนเทนเนอร์ เรือโร-โร และเรือคอนเวนชันนอล รายงานฉบับนี้ใช้การขนส่งในคอนเทนเนอร์เป็นตัวแทนการขนส่งทางทะเล

ข้อมูลการขนส่งทางทะเลใช้ค่าขนส่งในตัวคอนเทนเนอร์ขนาด 40 คิว¹¹ เป็นตัวแทน ข้อมูลจากสองบริษัทชั้นนำในการขนส่งสินค้าทางทะเลชี้ตรงกันว่า อินโดนีเซียมีความได้เปรียบในการขนส่งสินค้าไปยังจุดกระจายสินค้าในดูไบมากที่สุด โดยข้อมูลจากบริษัทแรกชี้ว่าต้นทุนในการขนส่งจากปีนังและแหลมฉบัง ไปยังดูไบ สูงกว่าจากเมดานไปยังดูไบถึงร้อยละ 2.76 และ 41.38 ตามลำดับ ในทำนองเดียวกัน ข้อมูลจากบริษัทที่สองชี้ว่าต้นทุนในการขนส่งจาก Klang West Port และแหลมฉบัง ไปยังดูไบ สูงกว่าจากจาการ์ตาไปยังดูไบถึงร้อยละ 1.27 และ 87.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 15: ค่าขนส่งและค่าประกัน ระหว่างท่าเรือสามประเทศและดูไบ

ท่าเรือต้นทาง	ท่าเรือปลายทาง	ค่าขนส่งต่อตู้		ค่าประกัน
บริษัทที่ 1		อัตรา (US\$)	อัตราส่วน	
แหลมฉบัง	ดูไบเจเบลอาลี	2,050	141.38	0.2%
ปีนัง	ดูไบเจเบลอาลี	1,490	102.76	0.2%
เมดาน	ดูไบเจเบลอาลี	1,450	100.00	0.2%
แหลมฉบัง	ปีนัง	560	-	0.2%
แหลมฉบัง	เมดาน	1,090	-	0.2%
ปีนัง	เมดาน	320	-	0.2%

¹¹ ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าเป็นคิวบิกฟุต แต่โดยขนาดของตู้ที่ได้มา (40'x8'x8'6") น่าจะเป็นคิวบิกเมตร

บริษัทที่ 2		อัตรา (US\$)	อัตราส่วน	
แหลมฉบัง	ดูไบเจเบลอาลี	2,950	187.90	0.2%
Klang West Port	ดูไบเจเบลอาลี	1,590	101.27	0.2%
Jakarta	ดูไบเจเบลอาลี	1,570	100.00	0.2%
แหลมฉบัง	Klang West Port	520	-	0.2%
แหลมฉบัง	Jakarta	1,040	-	0.2%
Klang West Port	Jakarta	560	-	0.2%

หมายเหตุ: ข้อมูลContainer ขนาด 40คิว(40'x8'x8'6") อัตราค่าประกันเป็นร้อยละของค่าสินค้าบวกค่าขนส่ง

ที่มา: บริษัทเอกชน 2 แห่ง ขอสงวนนาม

กล่าวโดยสรุป ประเทศไทยเสียเปรียบอินโดนีเซียและมาเลเซียในการขนส่งสินค้าทางทะเลไปยังโลกมุสลิมเป็นอย่างมาก ในขณะที่ความได้เปรียบเสียเปรียบในการขนส่งสินค้าจากทั้งสองประเทศไปยังโลกมุสลิมมีไม่มากและไม่มีความสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตข้างหน้า ประเทศไทยอาจส่งผลิตภัณฑ์ฮาลาลสู่โลกมุสลิมผ่านท่าเรือน้ำลึกที่ทวายในประเทศเมียนมาร์ได้ เนื่องจากท่าเรือนี้ตั้งอยู่ในจุดที่มีระยะทางไปยังโลกมุสลิมประมาณ 4,717 กิโลเมตร ซึ่งไม่ไกลกว่าท่าเรืออื่นๆ ในมาเลเซียและอินโดนีเซียที่กล่าวมาข้างต้น และใกล้กว่าท่าเรือที่แหลมฉบัง การขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตในประเทศไทยทำได้โดยผ่านจุดผ่านแดนที่พุน้ำร้อน จังหวัดกาญจนบุรี สู่เมืองทวาย ในตะนาวศรีของประเทศเมียนมาร์ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการก่อสร้างท่าเรือแห่งนี้ยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร และในอนาคต อาจมีปัญหาด้านความปลอดภัย

13 ความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างสามประเทศ

ความเข้าใจในรายละเอียด ความก้าวหน้า และบทเรียน จากการดำเนินงานตามกรอบความร่วมมือและข้อตกลงต่างๆ ที่ทั้งสามประเทศมีต่อกันจะชี้ให้เห็นโอกาสที่ทั้งสามประเทศจะร่วมมือกันในอุตสาหกรรมฮาลาล กรอบความร่วมมือและข้อตกลงสำคัญที่ทั้งสามประเทศมีต่อกันประกอบด้วย เขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ซึ่งครอบคลุมการส่งออกและการนำเข้าผลิตภัณฑ์ฮาลาล และการค้าบริการ ซึ่งรวมถึงการรับรองมาตรฐานฮาลาล ที่อาจแปรเป็นอุปสรรคทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีกรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจอินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทย (IMT-GT) และข้อตกลงยอมรับร่วมในเรื่องคุณสมบัติของนักวิชาชีพอาเซียน (Mutual Recognition Arrangements: MRAs) โดยเฉพาะบุคลากร

การท่องเที่ยว ตลอดจนกรอบเจรจาสำคัญอื่นๆ เช่น ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือความร่วมมือทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (Joint Commission for Bilateral Cooperation: JC) คณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย (Thailand - Malaysia Committee on Joint Development Strategy for Border Areas: JDS) และความตกลงทางการค้าทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (Joint Trade Commission: JTC)

13.1 เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA)

สมาคมประชาชาติแห่งอาเซียนตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 ในยุคที่ประเทศสมาชิกของอาเซียนยังแบ่งเป็นสองค่ายทางการเมือง และบรูไนดารุสซาลามยังไม่มีสถานะของความเป็นประเทศในยุคนั้นจึงมีประเทศไทย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ รวม 5 ประเทศผู้ก่อตั้ง วัตถุประสงค์แรกเริ่มของอาเซียน คือ เพื่อร่วมมือให้เกิดสันติภาพ ความมั่นคงและการเติบโตทางเศรษฐกิจในภูมิภาค ปัจจุบันสมาชิก 10 ประเทศของ ASEAN ประกอบด้วย บรูไนดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม พม่า ลาว และกัมพูชา ความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกครอบคลุมหลายด้านทั้งเศรษฐกิจ ความมั่นคง สังคม และวัฒนธรรม อาเซียนมีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน โดยประมาณครึ่งหนึ่งเป็นมุสลิมที่ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาลซึ่งในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ฮาลาล การค้าเสรีจะช่วยให้ผู้บริโภคมุสลิมในแต่ละประเทศมีทางเลือกในการบริโภคมากขึ้นทั้งในแง่ของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ราคาที่จ่ายได้ (Affordable) และความเชื่อมั่นในสินค้าที่จะบริโภค ในขณะที่ผู้ผลิตจะมีปัจจัยการผลิตให้เลือกหลากหลายขึ้น ต้นทุนการผลิตต่ำลง และมีฐานลูกค้ากว้างขึ้น

ก. ความเป็นมา

ในระยะแรก ความร่วมมือทางเศรษฐกิจของ ASEAN คือการให้สิทธิแก่ประเทศสมาชิกภายใต้ระบบสิทธิพิเศษทางการค้าของอาเซียน (ASEAN Preferential Trading Arrangement: ASEAN PTA) แต่สิทธิพิเศษทางการค้าที่แต่ละประเทศสมาชิกให้มักไม่ตรงกับความต้องการของประเทศสมาชิกอื่นเป็นเหตุให้การค้าขยายตัวไม่มาก และการเจรจาเพื่อแลกเปลี่ยนสิทธิพิเศษทางการค้าระหว่างกันดำเนินอย่างเชื่องช้า และไม่ได้ผลเท่าที่ควร (นิลสุวรรณ ลีลารัศมี, 2552)

ในการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Ministers: AEM) ครั้งที่ 23 ระหว่างวันที่ 7-8 ตุลาคม 2534 ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย ประเทศไทยได้เสนอแนวคิดจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) เพื่อลดการกีดกันทางการค้าระหว่างกันทั้งในรูปภาษีและในรูปที่ไม่ใช่ภาษี เพื่อดึงดูดการลงทุน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นในระดับโลกซึ่งที่ประชุมเห็นชอบกับแนวคิดนี้ จึงมีมติให้จัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนและให้ใช้อัตราภาษีศุลกากรพิเศษที่เท่ากัน (Common Effective Preferential Tariff:CEPT) เป็นกลไกสำคัญในการลดภาษีนำเข้าสำหรับสินค้าจากประเทศสมาชิกอย่างเป็นขั้นตอน

ต่อมาในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 27-28 มกราคม 2535 ประเทศสมาชิกได้ตกลงตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) และกำหนดกรอบให้ลดอัตราภาษีศุลกากรระหว่างกันให้เหลือ 0-5% ภายใน 15 ปี (0% สำหรับร้อยละ 60 ของรายการสินค้าและ 5% สำหรับอีกร้อยละ 40 ของรายการสินค้า) โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2536 และให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 1 มกราคม 2551 ซึ่งต่อมา ที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (AEM) เมื่อวันที่ 22-23 กันยายน 2537 ณ จังหวัดเชียงใหม่ ได้ตกลงให้ลดระยะเวลาดำเนินการของ AFTA จาก 15 ปี เหลือ 10 ปี โดยให้เสร็จสิ้นภายในวันที่ 1 มกราคม 2546 แทน

อย่างไรก็ตาม กรอบการดำเนินงานนี้เป็นกรอบสำหรับสมาชิกอาเซียน 5 ประเทศแรกและบรูไน ดารุสสลาม เท่านั้น เนื่องจากระดับการพัฒนาแตกต่างกัน สมาชิกอีก 4 ประเทศ คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม หรือ CLMV มีกรอบที่ยืดหยุ่นกว่า

ข. กลไกการลดภาษี

กลไกการลดภาษีสำคัญของ AFTA คือ CEPT (Common Effective Preferential Tariff Scheme) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีศุลกากรแก่กันแบบต่างตอบแทน กล่าวคือ การที่ประเทศสมาชิกประเทศหนึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศสมาชิกอื่นสำหรับสินค้าชนิดใด ประเทศสมาชิกนั้นจะต้องลดอัตราภาษีสินค้าชนิดเดียวกันด้วย และต้องลดลงมาถึงร้อยละ 20 จึงจะได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีนั้น (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2553) โดยกรอบเวลาในการลดอัตราภาษีนำเข้าแตกต่างกันโดยเฉพาะระหว่างประเทศสมาชิก 5 ประเทศแรกและบรูไน ดารุสสลาม กับ CLMV

โดยสรุป CEPT แบ่งสินค้าต่างๆออกเป็น 4 กลุ่ม (Yong Chantalangsy, 2003) คือ Inclusion List (IL), Temporary Exclusion List (TEL), Sensitive List (SL), และ General Exclusion List (GEL) สินค้า

ในกลุ่ม IL จะต้องลดภาษีตามกำหนดทันที (กำหนดในปี 2002 ยกเว้น CLMV) บางสินค้าจะถูกจัดไว้ใน TEL เป็นการชั่วคราวก่อนนำเข้าสู่ IL ในภายหลัง ส่วนสินค้าเกษตร (ที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการแปรรูป) อยู่ใน SL (กำหนดการคือปี 2010, ไม่รวม CLMV) และสินค้าในกลุ่ม GEL ได้รับการยกเว้น

ในกรอบของ CEPT มีข้อโต้แย้งหลายประการ ซึ่งบางประการเกี่ยวกับฮาลาล เช่น นูหรี่หรือผลิตภัณฑ์ยาสูบ ซึ่งเป็นสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ถูกกำหนดไว้ไม่เหมือนกันในแต่ละประเทศ เช่น ถูกให้สถานะเป็นสินค้าที่ไม่ฮาลาลและอยู่ใน EL สำหรับบรูไนดารุสซาลามซึ่งเป็นประเทศมุสลิม แต่อยู่ใน IL สำหรับ อินโดนีเซีย (ซึ่งเป็นประเทศมุสลิมที่ใหญ่ที่สุดในโลก) ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และเวียดนาม นอกจากนี้แต่ละประเทศยังกำหนดอัตราภาษีนำเข้าไม่เหมือนกัน ทำให้บริษัทนูหรี่ข้ามชาติบางบริษัทใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีภายใต้ CEPT และหลักการของถิ่นกำเนิดในอาเซียน โยกย้ายฐานการผลิต เพื่อผลิตในประเทศสมาชิกอาเซียนประเทศหนึ่งและจำหน่ายในอีกประเทศหนึ่ง AFTA หรือ CEPT จึงมีต้นทุนทางสังคมและต้นทุนทางสุขภาพที่ถูกมองข้ามและไม่ได้ถูกกล่าวถึงไว้ (Isra Samtisant, 2012)

เช่นเดียวกับเขตการค้าเสรีอื่นๆ AFTA ครอบคลุมทั้งการค้าสินค้าการค้าบริการและการลงทุน ครอบคลุมทั้งมาตรการที่เป็นอุปสรรคทางภาษีและมาตรการที่มีใช่อุปสรรคทางภาษีเช่น กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดอาเซียน (ASEAN Rules of Origin: ROO) มาตรการเกี่ยวกับสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measures: SPS) ลิขสิทธิ์ทางปัญญา (Intellectual Property) การเคลื่อนย้ายบุคลากร (Movement of Natural Persons) อุปสรรคทางเทคนิค (Technical Barriers to Trade: TBT) มาตรการด้านศุลกากร (Customs Procedures) และอีกหลายมาตรการ ซึ่งสองมาตรการสำคัญที่น่าจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ฮาลาลและมาตรฐานฮาลาลโดยตรงคือ ROO และ TBT

ในเรื่องของกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน (ROO) กำหนดให้สินค้าที่จะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีต้องเป็นสินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน ซึ่งสินค้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะได้รับประโยชน์ด้วย ทั้งนี้ สินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกทั้งหมดหมายถึง สินค้าเกษตรที่ผลิตหรือเก็บเกี่ยวในประเทศสมาชิก สัตว์ที่เกิดและถูกเลี้ยงในประเทศสมาชิกรวมถึงสินค้าที่ได้จากสัตว์ดังกล่าว สัตว์ที่ถูกจับ ถูกล่า หรือถูกเพาะเลี้ยง สัตว์ทะเลและผลิตภัณฑ์ที่ถูกจับโดยเรือหรือบนเรือที่จดสัญชาติ ใช้อธงของประเทศสมาชิก ในท้องทะเลที่ได้รับอนุญาตตลอดจนผลพลอยได้ หรือของเหลือจากการผลิตหรือการได้มาซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่กล่าวมาข้างต้น

สินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกบางส่วนหมายถึงสินค้าที่มีสัดส่วนมูลค่าที่เกิดขึ้นในอาเซียน (ASEAN Value Content หรือ Regional Value Content) อย่างน้อยร้อยละ 40 หรือมีการผลิตจนเกิดการเปลี่ยนแปลงพิกัดในระดับ 4 หลัก (Change in Tariff Heading: CTH) ของ Harmonised System (www.asean.org/images/archive/17293.pdf) และสามารถคำนวณวัตถุดิบในอาเซียนแบบสะสม (Cumulative Rules of Origin) โดยกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำของวัตถุดิบในอาเซียนเท่ากับร้อยละ 20 (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2553) ซึ่งในประเด็นของวัตถุดิบแบบสะสมนี้ส่วนผสมที่ฮาลาลและมาจากอาเซียนจะมีราคาถูกลง

ในส่วนเกี่ยวกับอุปสรรคทางเทคนิค (TBT) อยู่ในเรื่องของมาตรฐาน (Standards) กฎเกณฑ์ทางเทคนิค (Technical Regulations) และกระบวนการตรวจสอบมาตรฐาน (Conformity Assessment Procedures) ซึ่งกำหนดให้มาตรฐานและการตรวจสอบมาตรฐานของแต่ละประเทศต้องไม่เป็นอุปสรรคทางการค้าให้มีความเข้าใจร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิกในเรื่องของมาตรฐานและการตรวจสอบมาตรฐานให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความร่วมมือในการจัดทำ และการกำหนดใช้มาตรฐานระหว่างประเทศสมาชิกและองค์การระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการนี้ ตลอดจนจัดเตรียมกรอบการดำเนินงานที่จำเป็น ทั้งนี้ให้ใช้ข้อตกลงนี้กับมาตรฐานที่อาจมีผลต่อการค้าระหว่างประเทศเท่านั้น และไม่รวมถึงข้อกำหนดในการจัดซื้อของหน่วยงานภาครัฐและมาตรการทางด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (asean.fta.gov.nz) ซึ่งในประเด็นนี้ มาตรฐานฮาลาลไม่น่าแปรเป็น TBT ได้ เพราะฮาลาลเป็นมาตรฐานเดียวกันในโลกมุสลิมอยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม มีรายงานว่าประเทศอินโดนีเซียกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ถูกรับเข้าไปจำหน่ายต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากสภาผู้รู้ทางศาสนาหรือ Majelis Ulama ของอินโดนีเซียด้วย แม้ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะได้รับการรับรองจากประเทศผู้ผลิตคือประเทศไทยแล้วก็ตาม (คณะอนุกรรมการศึกษาแนวทางในการสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล, 2556) ในกรณีนี้ มาตรฐานฮาลาลได้แปรเป็นอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี ในลักษณะของ TBT

ค. ข้อตกลงการค้าสินค้าของอาเซียน (ASEAN Trade in Goods Agreement: ATIGA)

จากเป้าหมายการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) อาเซียนได้ส่งเสริมให้มีแผนงานทางเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับกฎหมายและกฎเกณฑ์ โดยการพัฒนากระบวนการดำเนินการของอาเซียนให้เป็นระบบอิงกฎระเบียบ (Rules-based System) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศสมาชิกและประชาคมโลก

แต่การบังคับใช้ CEPT ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาประเทศสมาชิกมักมีข้อขัดแย้งกันในหลายเรื่อง เช่น การตีความบทบัญญัติ และการหลีกเลี่ยงไม่ปฏิบัติตามพันธกรณี อาทิ มาเลเซียขอชะลอการลดภาษีศุลกากรสำหรับสินค้ายานยนต์ อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ขอชะลอการโอนย้ายรายการสินค้าข้าวและน้ำตาล เวียดนามขอชะลอการลดภาษีสินค้ายานยนต์ประเทศไทยใช้มาตรการที่มีใช้ภาษีกับน้ำมันปาล์ม เป็นต้น ทำให้อาเซียนสูญเสียความน่าเชื่อถือในสายตาของประชาคมโลก (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2556)

เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย AEC ในปี 2015 ซึ่งประเทศสมาชิกอาเซียนต้องปฏิบัติตามพันธกรณีอย่างเข้มงวด ที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (AEM Retreat) เมื่อเดือนพฤษภาคม 2550 และต่อมาที่ประชุม AFTA Council ครั้งที่ 21 เมื่อเดือนสิงหาคม 2550 จึงมีมติให้ดำเนินการปรับปรุง CEPT ให้ครอบคลุมทุกประเด็นทางการค้า ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างเสรี นำไปสู่การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม และเพื่อเตรียมความพร้อมของประเทศสมาชิกในการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างแท้จริง ภายในปี 2015

ต่อมา CEPT ได้ถูกพัฒนาเป็น ATIGA (ASEAN Trade in Good Agreement) ซึ่งครอบคลุมหลายประเด็นจากการที่ ATIGA กำหนดแผนการดำเนินงานอย่างชัดเจนและมีรายละเอียดครบถ้วนทั้งในด้านมาตรการทางภาษีและมาตรการที่มีใช้ภาษี โดยใช้แนวทางเดียวกับการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จเช่น NAFTA จึงคาดได้ว่ากฎเกณฑ์ภายใต้ ATIGA จะสามารถเอื้อให้ประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถปฏิบัติตามพันธกรณีได้อย่างเคร่งครัดและครบถ้วน และไม่หลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามพันธกรณีโดยอ้างเหตุผลทางการเมือง เศรษฐกิจ หรือสังคมเหมือนในอดีตซึ่งจะเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้าและผู้ส่งออกของอาเซียนและภูมิภาคอื่นๆ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2556) ซึ่งในที่สุดจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และความสามารถในการแข่งขันของประเทศสมาชิก ASEAN ในตลาดโลกได้ ประโยชน์ที่กล่าวมานี้ จะเกิดกับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลและตัวผลิตภัณฑ์ฮาลาลด้วย

รายงานชิ้นเดียวกันชี้ว่าแม้ ATIGA จะได้กำหนดหลักเกณฑ์การลดและการยกเลิกมาตรการทางภาษีและการยกเลิกมาตรการที่มีใช้ภาษี โดยมีแผนงานและกรอบระยะเวลาที่ชัดเจน เพื่อป้องกันปัญหาการหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามพันธกรณีของประเทศสมาชิก แต่ก็ยังผ่อนผันให้มีข้อยกเว้นจากการปฏิบัติ

ตามข้อผูกพัน อาทิต บพบัญญัติเรื่องการแก้ไขหรือการระงับการให้ข้อลดหย่อนชั่วคราว บพบัญญัติเรื่องข้อยกเว้นทั่วไป เป็นต้นอย่างไรก็ตาม อาเซียนต้องเตรียมการรับมือกับปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการบังคับใช้ ATIGA ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในทางปฏิบัติหรือปัญหาด้านความไม่ชัดเจนและคลุมเครือของถ้อยคำในบพบัญญัติ

ตารางที่ 16: กรอบระยะเวลาการปรับลดอัตราภาษีของอาเซียนเดิม

ปี 2000	ปี 2001	ปี 2002	ปี 2003	ปี 2010
ร้อยละ 85 ของ IL มีอัตราภาษีเหลือ 0-5%	ร้อยละ 90 ของ IL มีอัตราภาษีเหลือ 0-5%	ทุกรายการของ IL มีอัตราภาษีเหลือ 0-5%	ทุกรายการของ IL มีอัตราภาษีเหลือ 0-5% และร้อยละ 60 ของ IL มีร้อยละ 0	ทุกรายการของ IL มีอัตราภาษีเหลือ 0

หมายเหตุ: IL คือบัญชีภาษีสินค้า (Inclusion List)

ที่มา: อर्थ พิศาลวานิชและคณะ 2553

ทั้งนี้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนจะประสบความสำเร็จได้ ประเทศสมาชิกทุกประเทศต้องปฏิบัติตามความตกลง ATIGA อย่างเคร่งครัด เพื่อทำลายกำแพงข้อกีดกันและอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศสมาชิกทุกประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศสมาชิกขยายตัวมากขึ้น ตลอดจนทำให้อาเซียนสามารถเพิ่มอำนาจการต่อรองกับประเทศอื่นๆ และขยายตลาดสู่ประเทศอื่นๆ ซึ่งรวมถึงตลาดโลกมุสลิม ได้มากขึ้นด้วย

ตารางที่ 17: กรอบระยะเวลาการปรับลดอัตราภาษีของอาเซียนใหม่

เวียดนาม	ลาวและพม่า	กัมพูชา
1.ปี 2010 ร้อยละ 80 ของ IL มีอัตราภาษีร้อยละ 0	1.ปี 2010 ร้อยละ 80 ของ IL มีอัตราภาษีร้อยละ 0	1.ปี 2010 ร้อยละ 60 ของ IL มีอัตราภาษีร้อยละ 0
2.ปี 2015 ร้อยละ 100 ของ IL มีอัตราภาษีร้อยละ 0	2.ปี 2015 ร้อยละ 100 ของ IL มีอัตราภาษีร้อยละ 0	2.ปี 2015 ร้อยละ 100 ของ IL มีอัตราภาษีร้อยละ 0

หมายเหตุ: IL คือบัญชีภาษีสินค้า (Inclusion List)

ที่มา: อर्थ พิศาลวานิชและคณะ, 2553.

จ. กรอบความตกลงว่าด้วยการบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS)

การเจรจาเปิดตลาดการค้าบริการในอาเซียนเป็นการดำเนินการภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยการบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS) โดยสมาชิกจะทยอยเปิดตลาดให้แก่กันเป็นรอบๆ และเปิดตลาดในระดับที่สูงขึ้น กรอบความตกลงนี้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลโดยตรงในส่วนของ การให้บริการตรวจสอบและการรับรองมาตรฐานฮาลาล ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์และการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลที่ดำเนินการโดยองค์กรศาสนา

วัตถุประสงค์ 3 ประการ ของกรอบความตกลงนี้ (www.asean.org) คือ

1. เพื่อสร้างความร่วมมือในการบริการระหว่างประเทศสมาชิก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน สร้างความหลากหลายของศักยภาพในการผลิตและการอุปสงค์ และการกระจายผลิตภัณฑ์ และผู้ให้บริการภายในและภายนอกภูมิภาคอาเซียน
2. เพื่อขจัดข้อจำกัดต่อการค้าบริการในประเทศสมาชิก
3. ทำให้เกิดการค้าบริการที่เสรี โดยการขยายความลึกและขอบข่ายของการค้าเสรีให้มากกว่าที่ประเทศสมาชิกมีพันธผูกพันกับ GATS

ภายใต้วัตถุประสงค์ของกรอบความตกลงนี้ ประเทศสมาชิกอาเซียนต้องเปิดตลาดธุรกิจบริการให้แก่กัน มากกว่าที่แต่ละประเทศได้มีข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยสมาชิกทุกประเทศต้องทยอยผูกพันการเปิดตลาดให้มากขึ้นทั้งจำนวนสาขา (Sector) และรูปแบบของอุปทาน (Mode of Supply) รวมทั้งลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ให้บริการจากกลุ่มประเทศสมาชิก ทั้งนี้ แต่ละประเทศยังคงไว้ซึ่งสิทธิในการออกกฎระเบียบภายในประเทศของตนเพื่อกำกับดูแลการบริการให้มีคุณภาพ

เพื่อให้มีความสำเร็จในการเปิดเสรีการค้าบริการ กรอบความตกลงนี้ได้กำหนดให้มีการเจรจาเป็นรอบๆ ละ 3 ปี และต่อมาได้กำหนดให้มีการเจรจารอบละ 2 ปีแทน เพื่อเร่งรัดให้การเปิดเสรีสำเร็จเร็วขึ้น โดยการเจรจาสองรอบแรก (พ.ศ. 2539 – 2541 และ พ.ศ. 2542 – 2544) มุ่งเปิดเสรีใน 7 สาขาการบริการ คือ สาขาการเงิน การขนส่งทางทะเล การขนส่งทางอากาศ การสื่อสาร โทรคมนาคม การท่องเที่ยว การ

ก่อสร้าง และสาขาบริการธุรกิจ ซึ่งน่าจะรวมถึงการเปิดเสรีการบริการการเงินอิสลามด้วย การเจรจารอบที่ 3 (พ.ศ. 2545 – 2547) และรอบที่ 4 (พ.ศ. 2548 – 2549) ได้ขยายขอบเขตการเจรจาเปิดเสรีให้รวมทุกสาขาบริการ ซึ่งจะเป็นที่ตระหนักรู้ในเวทีการเจรจาหรือไม่ก็ตาม การเปิดเสรีการบริการตรวจสอบและรับรองฮาลาลน่าจะรวมอยู่ในการเจรจารอบที่ 4 เป็นอย่างช้าที่สุด

แต่เนื่องจาก AFAS เป็นเพียงกรอบกติกาเกี่ยวกับการเปิดเสรีการค้าบริการที่ไม่ได้มีแผนงานที่ระบุแนวทางและขั้นตอนการดำเนินการอย่างชัดเจน การเปิดเสรีการค้าบริการในระยะแรกจึงมีความก้าวหน้าค่อนข้างช้า เพราะประเทศสมาชิกแต่ละประเทศมีระดับการพัฒนาด้านการค้าบริการที่ไม่เท่ากัน รวมทั้งมีข้อจำกัดที่เกิดจากกฎหมายภายในประเทศที่แตกต่างกัน ที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ณ เมืองเซบู ประเทศฟิลิปปินส์ จึงมีมติให้ประเทศสมาชิกปรับปรุงข้อผูกพันเปิดตลาดของตนตามที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ Free Flow of Services ภายใต้เป้าหมายการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยการจัดทำพิมพ์เขียวหรือแผนเพื่อนำสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ภายในปี พ.ศ. 2553 – 2558 (ค.ศ. 2010 – 2015) และให้สมาชิกจัดทำข้อผูกพันโดยกำหนดระดับ (Threshold) การเปิดตลาดการบริการให้สอดคล้องกับเป้าหมายในแต่ละช่วงที่ได้กำหนดไว้จนถึงปี พ.ศ. 2558

เป้าหมายการเปิดตลาดของกรอบความตกลงนี้มีสี่ระดับ คือ การให้บริการข้ามพรมแดน การใช้บริการข้ามพรมแดน การจัดตั้งธุรกิจข้ามพรมแดน และการเคลื่อนย้ายบุคลากรข้ามพรมแดน

1) สำหรับเป้าหมายสองระดับแรก ประเทศสมาชิกจะต้องยกเลิกข้อจำกัดต่อการให้บริการแบบข้ามพรมแดน และการใช้บริการข้ามพรมแดนทั้งหมด แต่หากมีเหตุผลจำเป็นที่จะต้องคงเงื่อนไขบางประการสำหรับบางสาขาบริการก็สามารถทำได้ โดยเป้าหมายการเปิดตลาดนี้ ข้อจำกัดต่อการให้บริการ และการใช้บริการตรวจรับรองฮาลาลจะต้องถูกยกเลิกด้วยซึ่งไม่ปรากฏว่าประเทศไทยได้เคยแสดงผลของความจำเป็นที่จะคุ้มครองธุรกิจการตรวจรับรองฮาลาลในประเทศไทยแต่อย่างใด

2) สำหรับเป้าหมายระดับที่สาม ประเทศสมาชิกต้องเปิดให้นักลงทุนอาเซียนเข้ามาจัดตั้งธุรกิจในประเทศสมาชิกได้ โดยมีสัดส่วนการถือหุ้นเพิ่มขึ้นได้จนถึง 70% อย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

สาขาเร่งรัด: 49% (ปี 2006) 51% (ปี 2008) และ 70% (ปี 2010)

โลจิสติกส์ : 49% (ปี 2008) 51% (ปี 2010) และ 70% (ปี 2013)

สาขาอื่นๆ ที่เหลือ: 49% (ปี 2008) 51% (ปี 2010) และ 70% (ปี 2015)

นอกจากนี้ ประเทศสมาชิกยังต้องยกเลิกข้อจำกัดอื่นๆ ที่มีต่อการค้าบริการข้ามพรมแดนและเงื่อนไขอื่นในการจัดตั้งธุรกิจบริการ โดยให้มีความยืดหยุ่น (Flexibility) ได้ตามที่ประเทศสมาชิกจะตกลงกัน

ตามเป้าหมายการเปิดตลาดระดับที่สามนี้ นักลงทุนอาเซียนสามารถเข้ามาลงทุนในประเทศไทย เพื่อให้บริการตรวจรับรองฮาลาลได้ในทุกขั้นตอน แต่เงื่อนไขจะเป็นเมื่อใดขึ้นกับการตรวจรับรองฮาลาล (รวมการให้บริการห้องปฏิบัติการฮาลาล) จะถูกจัดเป็นสาขาใด ซึ่งไม่น่าจะเป็นส่วนหนึ่งของสาขาเร่งรัด (เช่น สาขาสุขภาพ) แต่น่าจะอยู่ในสาขาอื่นๆ แต่ไม่ว่าจะถูกจัดให้อยู่ในสาขาใด ณ ปัจจุบัน (ปี 2015) นักลงทุนอาเซียนน่าจะเข้ามาลงทุนให้บริการตรวจรับรองฮาลาลในประเทศไทยได้แล้ว โดยสามารถมีสัดส่วนการถือหุ้นในธุรกิจนี้ได้มากถึงร้อยละ 70

นอกจากนี้แล้ว ยังมีเป้าหมายระดับที่สี่ คือการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือหรือบุคลากรทางด้านการบริการ ที่มีข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติของนักวิชาชีพอาเซียนหรือข้อตกลงการยอมรับมาตรฐานแรงงานร่วมกัน (Mutual Recognition Arrangement: MRA) ซึ่งจะได้กล่าวถึงโดยละเอียดในบทต่อไป

ในการดำเนินการ ประเทศสมาชิกทุกประเทศได้ลงนามพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันเปิดตลาดฯ ชุดที่ 7 ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2009 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่เดือนพฤษภาคมปีเดียวกัน ข้อผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ 7 ครอบคลุมธุรกิจบริการทั้งสิ้น 143 รายการ ซึ่งรวมถึงสาขาบริการหลัก ได้แก่ วิชาชีพ คอมพิวเตอร์ การวิจัยและพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ การเช่า บริการธุรกิจ (เช่น ธุรกิจโฆษณา การให้คำปรึกษา การพิมพ์ การซ่อมบำรุง เป็นต้น) โทรคมนาคม โสตทัศน ก่อสร้าง การจัดจำหน่าย การศึกษา สิ่งแวดล้อม สุขภาพ ท่องเที่ยว นันทนาการ ขนส่งทางน้ำระหว่างประเทศ ขนส่งทางรถไฟ ขนส่งทางบก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ซึ่งตามที่กล่าวมา การให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลน่าจะรวมอยู่ใน การวิจัยและพัฒนา และบริการธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม จากธุรกิจบริการทั้งหมด 143 รายการที่ผูกพัน มีเพียง 65 รายการที่ต้องผูกพันตามเป้าหมายที่กำหนดในพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) โดยสาระสำคัญของข้อผูกพันของไทยก็คือ ทุกรายการที่ผูกพันยังเป็นไปตามกรอบกฎหมายไทย กล่าวคือ อนุญาตให้ต่างชาติจากประเทศสมาชิกอาเซียนมีสิทธิถือหุ้นในนิติบุคคลที่เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้ไม่เกินร้อยละ 49 และไทยยังคงสงวนเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นไปตามกรอบของกฎหมายไทยทั้งหมด โดยยกเลิกมาตรการหรือเงื่อนไขในข้อจำกัดเกี่ยวกับการให้บริการแบบข้ามพรมแดน การใช้บริการข้ามพรมแดน การเข้ามาจัดตั้งธุรกิจ และการเคลื่อนย้ายบุคลากร ซึ่งการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสากลของไทย ที่ในปัจจุบันดำเนินการโดยคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ภายใต้พระราชบัญญัติองค์กรศรัทธาอิสลาม (2540) ไม่น่าจะถูกสงวนไว้ได้

การจัดทำตารางข้อผูกพันเปิดตลาดบริการชุดที่ 8 ประเทศสมาชิกมีกำหนดต้องดำเนินการยื่นข้อผูกพันเปิดตลาด ชุดที่ 8 ให้แล้วเสร็จภายในปี 2010 โดยต้องผูกพันสาขาบริการให้ได้ตามเป้าหมายที่ระบุในแผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ซึ่งกำหนดไว้ว่า สาขาบริการเร่งรัด (Priority Sectors: PIS) ได้แก่ e-ASEAN (สาขาคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม) สาขาสุขภาพ สาขาท่องเที่ยว และสาขาขนส่งทางอากาศ โดยต้องอนุญาตให้ผู้ให้บริการมีสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนอาเซียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 และยกเลิกข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดอื่นๆ ทั้งหมด ส่วนสาขาบริการที่เหลือ ต้องอนุญาตให้ผู้ให้บริการมีสัดส่วนการถือหุ้นของนักลงทุนอาเซียนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 51 และลดข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดอื่นๆ ให้เหลือได้เพียงสองข้อจำกัด ตัวอย่างของข้อจำกัดอื่นๆ ได้แก่ การจำกัดจำนวนผู้ให้บริการ การจำกัดมูลค่ารวมทั้งหมดของธุรกรรมทางการค้าบริการ ข้อกำหนดเรื่องสัดส่วนผู้ให้บริการที่เป็นบุคลากร การกำหนดสัญชาติและถิ่นที่อยู่ของผู้บริหาร และการกำหนดเรื่องทุนขั้นต่ำ เป็นต้น โดยในขณะนี้ทุกประเทศยังอยู่ระหว่างการดำเนินการจัดทำข้อผูกพัน ซึ่งไม่ปรากฏว่าประเทศไทยได้มีการเตรียมพร้อมในด้านนี้ (คณะอนุกรรมการศึกษาแนวทางในการสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล, 2556) เช่น แสดงความจำเป็นที่จะต้องมีการมีข้อจำกัด และที่จะไม่ยกเลิกข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลแต่อย่างใด

13.2 ข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติของนักวิชาชีพอาเซียน (Mutual Recognition

Arrangements: MRAs)

แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ โดยทั่วไปแล้วแรงงานไร้ฝีมือสามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างสมบูรณ์ ข้ามพรมแดนและข้ามภาคการผลิต แต่การเคลื่อนย้ายของแรงงานฝีมือกลับถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขทางกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ASEAN จึงกำหนดให้มี ข้อตกลงยอมรับร่วมในเรื่องคุณสมบัติของนักวิชาชีพอาเซียนหรือ MRAs (ASEAN Mutual Recognition Arrangement) เพื่อแสวงหาจุดยอมรับร่วมกันเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ทำงานด้านบริการโดยเฉพาะในกลุ่มที่เป็นนักวิชาชีพ 8 สาขาประกอบด้วย แพทย์ พยาบาลทันตแพทย์ วิศวกร สถาปนิก นักบัญชี นักสำรวจ และบุคลากรการท่องเที่ยวทั้งนี้ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2546 ณ เกาะบาหลี ประเทศอินโดนีเซีย ผู้นำอาเซียนทั้ง 10 ประเทศได้ร่วมลงนามในแถลงการณ์ Bali Concord II ซึ่งกำหนดให้จัดทำข้อตกลงยอมรับร่วม (MRAs) ด้านคุณสมบัติในสาขาวิชาชีพหลักภายในปี พ.ศ. 2551 เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักวิชาชีพ/แรงงานเชี่ยวชาญ/ผู้มีความสามารถพิเศษของอาเซียนให้มีความเสรีในการเคลื่อนย้าย

ก. วัตถุประสงค์ของ MRA

MRA มีวัตถุประสงค์ 2 ประการดังนี้

- 1) เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพในประเทศสมาชิกอาเซียน
- 2) เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices) ในการสอนและฝึกอบรมบุคลากรวิชาชีพ โดยใช้สมรรถนะเป็นหลัก (Competency-based) ทั้งนี้เพื่อร่วมมือและเสริมสร้างความสามารถในหมู่ประเทศสมาชิก ช่วยยกระดับมาตรฐานและลดช่องว่างความแตกต่างในมาตรฐานของบุคลากรของแต่ละประเทศสมาชิก

สำหรับคุณสมบัติที่ประเทศสมาชิกต้องเจรจาเพื่อหาจุดที่ทุกประเทศยอมรับร่วมกันได้คือ การศึกษา ประสบการณ์การทำงานและใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ ซึ่งทั้งหมดล้วนเป็นเงื่อนไขสำคัญในการอนุญาตให้บุคลากรในประเทศหนึ่งทำงานในอีกประเทศหนึ่งได้

โดยหลักการแล้ว ข้อตกลง MRA จะช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบวิชาชีพในประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถมีโอกาสไปทำงานในประเทศอื่นๆ ภายในกลุ่มอาเซียนที่ได้ผลตอบแทนมากกว่าได้ง่ายขึ้น เพราะข้อตกลงนี้จะช่วยลดขั้นตอนการตรวจสอบและรับรองวุฒิการศึกษาหรือความรู้ทางวิชาชีพ ส่วนประโยชน์ที่จะตกอยู่กับประชาชนคือโอกาสที่เพิ่มมากขึ้นในการได้รับบริการจากนักวิชาชีพที่มีความสามารถจากชาติอาเซียนอื่นๆ ที่อาจจะเข้ามาทำงานในประเทศมากขึ้น ในอีกด้านหนึ่ง นักวิชาชีพในประเทศอาจกลัวการถูกแย่งงานจากนักวิชาชีพอาเซียนอื่นๆ จึงจำเป็นต้องเพิ่มพูนศักยภาพตนเองให้สูงขึ้นซึ่งประโยชน์จากการยกระดับความสามารถนี้ก็ตกอยู่กับผู้บริโภคด้วยอย่างไรก็ตามมีความเป็นไปได้ที่

ค่าบริการจะปรับตัวสูงขึ้นในบางประเทศและปรับตัวต่ำลงในบางประเทศ และผลได้และผลเสียที่ตกอยู่กับผู้บริโภคในแต่ละประเทศก็จะแตกต่างกัน

ในภาพรวม เชื่อได้ว่าการยอมให้บุคลากรวิชาชีพ (แรงงานฝีมือ) เคลื่อนย้ายได้ภายในกลุ่มอาเซียน จะส่งผลดีต่อตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาค แต่ยังมีคำถามว่าผลดีดังกล่าวจะมากน้อยเพียงใดและตกกับใครบ้าง เพราะบุคลากร 8 วิชาชีพเป็นเพียงแรงงานส่วนน้อยในแรงงานทั้งหมดของอาเซียน ผลการศึกษาของสมประวิณ มันประเสริฐ และดนุพล อิริยสัจจากร (2557) ชี้ว่า ผลผลิตรวมจะเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย (ประมาณร้อยละ 0.01 เท่านั้น) แต่ผลดีจะเกิดกับภาคการบริการและเกษตรกรรมมากกว่าอุตสาหกรรม

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2557) ระบุว่าในช่วงแรกประเทศสมาชิกอาเซียนทุกประเทศได้ลงนามในข้อตกลงยอมรับร่วม MRAs ของสาขาวิชาชีพต่างๆ 7 วิชาชีพ ดังนี้

- 1) สาขาวิชาชีพแพทย์ (Medical Practitioners)
- 2) สาขาวิชาชีพทันตแพทย์ (Dental Practitioners)
- 3) สาขาวิชาชีพการพยาบาล (Nursing Services)
- 4) สาขาวิศวกรรม (Engineering Services)
- 5) สาขาสถาปัตยกรรม (Architectural Services)
- 6) คุณสมบัติด้านการสำรวจ (Surveying Qualifications)
- 7) วิชาชีพบัญชี (Accountancy Services)

การที่ประเทศไทยยังไม่ลงนามในข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals) ซึ่งสมาชิกอาเซียนอื่นๆ 9 ประเทศ ได้ลงนามในข้อตกลงร่วมกันแล้วที่กรุงฮานอย เวียดนาม เมื่อเดือนมกราคม 2552 นั้น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของประเทศไทยในขณะนั้น ได้แจ้งต่อที่ประชุมว่ายังไม่สามารถลงนามในข้อตกลง MRA ดังกล่าวได้ เนื่องจากมาตรา 190 ในรัฐธรรมนูญของประเทศไทยระบุไว้ว่าการลงนามในบันทึกข้อตกลงใดๆ กับต่างประเทศ จะต้องผ่านการพิจารณาให้ความเห็นชอบจากรัฐสภา ก่อน จึงจะลงนามได้ (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557) แต่ในอีกด้านหนึ่ง อาจเข้าใจได้ว่า การที่ประเทศไทยไม่ลงนามเป็นเพราะประเทศไทยมองว่าผลได้จากการลงนามไม่คุ้มกับผลเสียที่จะเกิดขึ้น

อย่างไรก็ตาม ที่ประชุมคณะรัฐมนตรีของประเทศไทยได้มีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2555 ได้มีมติเห็นชอบข้อตกลงนี้ และได้มีการนำเสนอต่อรัฐสภา ซึ่งในการประชุมเมื่อวันที่ 16 ตุลาคมปีเดียวกัน รัฐสภาได้ให้ความเห็นชอบให้ประเทศไทยลงนามได้

นอกจากนี้ ยังมีอุปสรรคอื่นๆ ต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานใน 7 สาขาวิชาชีพที่ได้มีการลงนามแล้ว ทำให้ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ตามเจตนารมณ์ เช่น อุปสรรคทางภาษา ซึ่ง สมประวิณ มันประเสริฐ และ ดนุพล อริยสัจจากร (2555) รายงานว่า แต่ละวิชาชีพของประเทศไทยเองยังคงต้องการให้มีการปกป้องผ่าน การใช้กฎระเบียบให้เป็นอุปสรรคต่อการที่แรงงานฝีมือสาขาเหล่านี้จะเข้ามาทำงานในประเทศไทย

ข. สาระสำคัญของข้อตกลง MRA บุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยว

ข้อตกลงยอมรับร่วมในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับ MRA วิชาชีพอื่นๆ คือ อำนวยความสะดวกให้เกิดการเคลื่อนย้ายบุคลากรวิชาชีพในสาขาการท่องเที่ยวใน ภูมิภาคอาเซียน (Foreign Tourism Professional) และช่วยให้การศึกษา/ฝึกอบรมบุคลากรวิชาชีพในประเทศสมาชิกอาเซียนมีความสอดคล้องกัน รวมถึงมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับร่วมกันในกลุ่มประเทศสมาชิก ทั้งนี้ ผู้ผ่านการรับรองคุณสมบัติและได้รับใบรับรองมาตรฐานวิชาชีพดังกล่าวมีสิทธิในการเดินทางไปทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนได้ โดยปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของประเทศที่จะเข้าไปทำงาน

สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP) เป็นมาตรฐานขั้นต่ำ (Minimum Requirements) สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพในสาขาที่พักและการเดินทาง การกำหนดสมรรถนะขั้นพื้นฐานดังกล่าวก็เพื่อยกระดับการบริการในภาคท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้การดำเนินการตามข้อตกลง MRA ในประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปได้ตามเป้าหมาย

สมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP) ประกอบด้วยสมรรถนะร่วมสำหรับทุกกลุ่มสาขา (Common Core Competencies) และสมรรถนะด้านวิชาชีพ (Generic and Functional Competencies) ซึ่งมีรายละเอียดสำหรับบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน ซึ่งแบ่งเป็น 2 สาขาหลัก ครอบคลุมตำแหน่งงาน 32 ตำแหน่งคือ สาขาที่พัก 23 ตำแหน่ง และสาขาการเดินทาง 9 ตำแหน่ง ในจำนวนนี้หลายตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริการที่ต้องเรียนรู้และเข้าใจมาตรฐานสากล โดยเฉพาะตำแหน่งงานในแผนกการผลิตอาหาร ได้แก่ หัวหน้าพ่อครัว พ่อครัวแต่ละงาน พ่อครัวขนมหวาน ผู้ช่วยพ่อครัวขนมหวาน งานขนมปัง งานเนื้อ และแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ ผู้อำนวยการแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ผู้จัดการ Outlet อาหารและเครื่องดื่ม พนักงานผสมเครื่องดื่ม หัวหน้าพนักงานบริการ และพนักงานบริการ

ค. กลไกหลักภายใต้ข้อตกลง MRA ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน

เพื่อเตรียมการรองรับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวอาเซียน (Foreign Tourism Professional) จำเป็นต้องกำหนดคุณสมบัติในแต่ละตำแหน่งงานให้มีมาตรฐานเดียวกัน และต้องมีหน่วยงานระดับชาติที่รับผิดชอบดำเนินงานตามข้อตกลง เพื่อดูแล กำกับ ประเมิน รับรองและ ลงทะเบียน ตลอดจนมีหน่วยกำกับระดับภูมิภาค ดังนั้นในข้อตกลง MRA ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียนจึงกำหนดโครงสร้างภายในของประเทศสมาชิกที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการรับรองสมรรถนะ และมาตรฐานวิชาชีพท่องเที่ยว (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557) โครงสร้าง ดังกล่าวได้แก่

1). คณะกรรมการบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งชาติ (National Tourism Professional Board: NTPB) เป็นคณะกรรมการระดับชาติที่ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนจัดตั้งขึ้น ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ และผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจท่องเที่ยว โดย คณะกรรมการชุดนี้มีหน้าที่ดังนี้

- สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อตกลง MRA ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องในประเทศ
- พัฒนา กำกับ ติดตามผลการยกระดับสมรรถนะบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้ในสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยว ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals (ACCSTP) และ Common ASEAN Tourism Curriculum (CATC)
- อำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบ หลักเกณฑ์กระบวนการพิจารณา จัดทำคู่มือ และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อตกลง MRA ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน
- รายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการระดับชาติแก่องค์การท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN National Tourism Organizations: ASEAN NTOs) ซึ่งเป็นองค์กรที่ ประกอบด้วยตัวแทนจากรัฐบาลประเทศต่างๆ ในอาเซียน ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบภาคการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิก
- สร้างและพัฒนาเครื่องมือที่จำเป็นต่อการดำเนินการตามข้อตกลง MRA ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน
- อำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practices) ในการพัฒนาภาคท่องเที่ยว โดยมีความมุ่งหวังในการปรับให้สอดคล้องกันและเป็นไปในแนวทางเดียวกับมาตรฐานและหลักสูตรของวิชาชีพท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค และ/หรือระหว่างประเทศ
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจาก ASEAN NTOs ในอนาคต

2). คณะอนุกรรมการรับรองมาตรฐานวิชาชีพท่องเที่ยว (The Tourism Professional Certification Board: TPCB) เป็นคณะอนุกรรมการที่ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียนจะต้องจัดตั้งขึ้น มีหน้าที่ดังนี้

- ประเมินคุณสมบัติและ/หรือสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้ใน ACCSTP
- ออกใบรับรองให้แก่ผู้ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติและ/หรือสมรรถนะผ่านเกณฑ์มาตรฐานตาม ACCSTP
- พัฒนาและดูแลระบบฐานข้อมูล (Web-based) การขึ้นทะเบียนผู้ได้รับใบรับรองมาตรฐานวิชาชีพแห่งอาเซียนและฐานข้อมูลตำแหน่งว่างในสาขาบริการท่องเที่ยว (ASEAN Tourism Professional Registration System: ATPRS)
- แจ้งต่อคณะกรรมการบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งชาติ (NTPB) เกี่ยวกับข้อมูลทะเบียนการยกเลิกใบรับรองแก่บุคลากรที่เคยมีคุณสมบัติผ่านการรับรองมาตรฐานวิชาชีพท่องเที่ยว แต่ละเมดิระเบียบปฏิบัติเชิงเทคนิคในวิชาชีพหรือจรรยาบรรณมาตรฐานของวิชาชีพ

3). คณะกรรมการกำกับดูแลบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Tourism Professional Monitoring Committee: ATPMC) เป็นคณะกรรมการระดับอาเซียนที่ประกอบด้วยผู้แทนจาก ASEAN NTOs และ NTPBs ทำหน้าที่ดังนี้

- สร้างเสริมความรู้ความเข้าใจและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ MRA ให้แก่ผู้ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน
- ส่งเสริม พัฒนา กำกับ และติดตามผลการยกระดับสมรรถนะบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้ในสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยว ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals (ACCSTP) และ Common ASEAN Tourism Curriculum (CATC)
- แจ้งต่อคณะอนุกรรมการรับรองมาตรฐานวิชาชีพท่องเที่ยว (The Tourism Professional Certification Board: TPCB) ของประเทศสมาชิกอาเซียนเมื่อได้รับข้อมูลการยกเลิกใบรับรองแก่บุคลากรที่เคยมีคุณสมบัติผ่านการรับรองมาตรฐานวิชาชีพท่องเที่ยว แต่ละเมดิระเบียบปฏิบัติเชิงเทคนิคในวิชาชีพหรือจรรยาบรรณมาตรฐานของวิชาชีพ
- อำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบ หลักเกณฑ์กระบวนการพิจารณา จัดทำคู่มือ และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อตกลง MRA ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน

- รายงานผลการดำเนินงานของ ATPMC ต่อ ASEAN NTOs
- สร้างและพัฒนาเครื่องมือที่จำเป็นต่อการดำเนินการตามข้อตกลง MRA ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน
- ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ที่ได้รับมอบหมายจาก ASEAN NTOs ในอนาคต

ข้อตกลง MRA นี้ จะมีผลใช้บังคับเมื่อประเทศสมาชิกอาเซียนได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการ TPCB และ NTPs และแจ้งแก่เลขาธิการอาเซียนภายใน 180 วันนับจากวันที่ประเทศสมาชิกอาเซียนทุกประเทศลงนามในข้อตกลงนี้ ในกรณีที่ประเทศสมาชิกใดยังไม่สามารถจัดตั้งคณะกรรมการ TPCB และ NTPs ภายใน 180 วันหลังจากวันลงนามในข้อตกลง ให้ข้อตกลงนี้มีผลบังคับใช้เมื่อประเทศดังกล่าวแจ้งผลการจัดตั้งคณะกรรมการ TPCB และ NTPs ภายในประเทศนั้นอย่างเป็นทางการแก่เลขาธิการอาเซียน (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557)

ทั้งนี้ในการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวใน ประเทศไทย ได้รับมอบหมายให้จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อรองรับสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวใน 32 ตำแหน่งงาน ซึ่งขณะนี้ การจัดทำคู่มือเสร็จเรียบร้อยแล้ว เป็นภาษาไทยโดยมีการประยุกต์มาจากหลักสูตรของออสเตรเลีย (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557)

13.3 พิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint)

จากการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 11 เมื่อเดือนธันวาคม 2548 ผู้นำอาเซียนได้เห็นชอบให้พิจารณาความเป็นไปได้ของการเร่งรัดจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้เร็วขึ้น 5 ปี จากเดิมที่กำหนดไว้ในปี ค.ศ. 2020 เป็นปี ค.ศ. 2015 โดยมอบหมายให้รัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียน (AEM) และเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจอาเซียน (SEOM) พิจารณาในรายละเอียดซึ่งที่ประชุมดังกล่าว ในการประชุมครั้งที่ 38 เมื่อเดือนสิงหาคม 2549 พิจารณาแล้วเห็นว่ามีความเป็นไปได้ที่จะเร่งรัดเป้าหมายดังกล่าว เพื่อประโยชน์แก่ประเทศสมาชิก เนื่องจากการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจของอาเซียนมีความคืบหน้าไปมากทั้งในด้านเขตการค้าเสรีอาเซียน การค้าบริการการลงทุน และการเจรจาจัดทำเขตการค้าเสรีของอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาต่างๆ ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะสามารถเร่งรัดการเปิดเสรีในด้านต่างๆ ได้เร็วขึ้น ที่ประชุมจึงเห็นชอบให้จัดทำพิมพ์เขียวเพื่อเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) เพื่อใช้เป็นแนวทางดำเนินงานไปสู่เป้าหมายดังกล่าว และเห็นชอบที่จะเสนอผู้นำอาเซียนให้ความเห็นชอบซึ่งต่อมาในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 12 ในเดือนมกราคม 2550 ณ เมืองเซบู ประเทศฟิลิปปินส์ ผู้นำอาเซียนได้ลงนามในปฏิญญาเซบูว่าด้วยการเร่งรัดการจัดตั้ง

ประชาคมอาเซียนภายในปี ค.ศ. 2015 (Cebu Declaration on the Acceleration of the Establishment of an ASEAN Community by 2015) ซึ่งประกอบด้วย 3เสาหลัก ได้แก่ การเมืองและความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคมและวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอาเซียน (สำนักอาเซียน, 2550)

ก. วัตถุประสงค์ของ AEC Blueprint

AEC Blueprint มีวัตถุประสงค์สำคัญคือการกำหนดทิศทางและแผนงานในด้านเศรษฐกิจที่จะต้องดำเนินงานให้ชัดเจนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด จนบรรลุเป้าหมาย AEC ในปี ค.ศ. 2015 และสร้างพันธสัญญาระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายดังกล่าวร่วมกัน (สำนักอาเซียน, 2550)

ข. องค์ประกอบสำคัญของ AEC Blueprint

รายงานชิ้นเดียวกันชี้ว่า AEC Blueprint ประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ซึ่งอ้างอิงจากเป้าหมายการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนตามแถลงการณ์บาห์ลี ฉบับที่ 2 (Bali Concord II) ได้แก่

1) การเป็นตลาดเดียวและฐานการผลิตร่วม โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ ซึ่งรวมถึงการบริการทางการเงินการลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น โดยการเคลื่อนย้ายสินค้าเสรี ให้มีการดำเนินการโดยการขจัดมาตรการภาษีและมาตรการที่มีใช่ภาษี การใช้กฎแหล่งกำหนดสินค้า การอำนวยความสะดวกทางการค้า การรวมกลุ่มทางศุลกากร และให้มีการคุ้มครองการลงทุน การอำนวยความสะดวกและความร่วมมือในการลงทุน

2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน ซึ่งให้ความสำคัญกับประเด็นด้านนโยบายอื่นๆ ที่จะช่วยส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เช่น นโยบายการแข่งขันของอาเซียน สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา นโยบายภาษี และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (เช่น การเงิน การขนส่ง และ เทคโนโลยีสารสนเทศ) ซึ่งในกรณีนโยบายภาษี การยกเลิกหรือลดอัตราภาษีจะเพิ่มสวัสดิการทางเศรษฐกิจแก่ผู้บริโภคและผู้ผลิต

3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค โดยการสนับสนุนการพัฒนา SMEs และการเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่างๆ เพื่อให้ประเทศสมาชิกช่วยเหลือการพัฒนาระหว่างกัน เช่น IAI (Initiative for ASEAN Integration) และ ASEAN-Help-ASEAN Programs เป็นต้น

4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกโดยเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เช่น การจัดทำเขตการค้าเสรี การให้สิทธิพิเศษด้านการลงทุนภายใต้เขตการ

ลงทุนอาเซียน (AIA) กับนักลงทุนนอกอาเซียน และการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตและการจำหน่ายซึ่งจะเอื้อต่อการผลิตและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลด้วย เป็นต้น

นอกจากนี้ AEC Blueprint ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ การปรับปรุงกลไกด้านสถาบันโดยการจัดตั้งกลไกการหารือระดับสูง ประกอบด้วยผู้แทนระดับรัฐมนตรีทุกสาขาที่เกี่ยวข้อง และตัวแทนจากภาคเอกชนอาเซียน ตลอดจนการพัฒนาระบบกลไกการตรวจสอบติดตามผลการดำเนินงาน (Peer Review) และการจัดหาแหล่งทรัพยากรสำหรับการดำเนินงานกิจกรรมต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพทั้งนี้ประเทศสมาชิกสามารถกำหนดความยืดหยุ่นในการดำเนินงานแต่ละเรื่องไว้ล่วงหน้าได้ (Pre-agreed Flexibilities) แต่เมื่อตกลงกันแล้ว จะต้องยึดถือและปฏิบัติตามพันธกรณีที่ได้ตกลงกันอย่างเคร่งครัด (สำนักอาเซียน, 2550)

ตารางที่ 18: กรอบเวลาและเงื่อนไขการดำเนินการสำคัญภายใต้ AEC Blueprint

การดำเนินการ	ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ	CLMV	หมายเหตุ
<u>การจัดมาตรการภาษี (TB)</u>			
- จัดภานีนำเข้าทุกรายการสินค้า	ภายในปี 2010	ภายในปี 2015	ยกเว้นสินค้าอ่อนไหว (SL) และสินค้าอ่อนไหวสูง (HSL)
- จัดภานีนำเข้าสินค้าในสาขาสำคัญ (Priority Integration Sectors)	ภายในปี 2007	ภายในปี 2012	-
- ย้ายสินค้าใน SL เข้าสู่กรอบ CEPT และลดอัตราภาษีให้อยู่ 0-5%	1 มกราคม 2010	1 มกราคม 2013 สำหรับเวียดนาม 1 มกราคม 2015 สำหรับลาวและพม่า 1 มกราคม 2017 สำหรับกัมพูชา	-
- ย้ายสินค้าในบัญชียกเว้น (EL) ให้เป็นไปตามที่ระบุใน CEPT	-	-	-
<u>การจัดมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (NTBs)</u>	-	-	ยึดมั่นในพิธีสารว่าด้วย

-ส่งเสริมความโปร่งใสของ NTBs -ยึดมั่นในพันธกรณีที่ระบุยกเลิกและไม่เพิ่มเติม NTB -ยกเลิก NTBs ทั้งหมด	- ภายในปี 2012 สำหรับฟิลิปปินส์ ภายในปี 2010 สำหรับประเทศอื่นๆ	- ภายในปี 2015 (ยืดหยุ่นได้ถึงปี 2018)	กระบวนการแจ้งและการจัดตั้ง การตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ - -
<u>กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (ROO)</u> -ปรับปรุงและส่งเสริมการพัฒนากฎเกณฑ์ -จัดพิธีการออกหนังสือรับรองให้เรียบง่าย -พิจารณาแนวทางการคำนวณแหล่งกำเนิดสินค้าแบบสะสม (Accumulation) -ทบทวนกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าทั่วไป ภาพรวมและรายละเอียด	- - - -	- - - -	- - - -
<u>การอำนวยความสะดวกทางการค้า</u> <u>การรวมกลุ่มทางศุลกากร</u> -วิสัยทัศน์ศุลกากรอาเซียน -ระบบศุลกากรอาเซียนและศุลกากรอิเล็กทรอนิกส์อาเซียน -การตรวจปล่อยและแบบฟอร์มสินค้าอาเซียน -ระบบสินค้าส่งผ่านอาเซียน	ภายในปี 2015 - ภายในปี 2007 - ภายในปี 2010	ภายในปี 2015 - ภายในปี 2007 - ภายในปี 2010	- - - - การขนส่งทางอากาศ

การเปิดเสรีบริการ -จัดซื้อจำกัดต่อ 4 สาขาบริการสำคัญ -จัดซื้อจำกัดต่อ 1 สาขาบริการสำคัญ -จัดซื้อจำกัดต่อสาขาบริการทุกสาขาที่เหลือ -ดำเนินการเจรจาเปิดเสรีอย่างเป็นระบบ	ภายในปี 2013 ภายในปี 2015 ทุก 2 ปี	ภายในปี 2013 ภายในปี 2015 ทุก 2 ปี	เทคโนโลยีสารสนเทศ สุขภาพ และการท่องเที่ยว โลจิสติกส์ - เริ่มจาก 2008 จนถึง 2015
การดำเนินการ	ประเทศสมาชิกเดิม 6 ประเทศ	CLMV	หมายเหตุ
- กำหนดเป้าหมายผูกพันสาขาใหม่ในกรอบการเจรจา - อนุญาตการถือหุ้นของคนสัญชาติอาเซียน -ตั้งเป้าหมายจัดซื้อจำกัดการปฏิบัติเยี่ยงคนชาติในการบริการ -จัดซื้อจำกัดอื่นๆ -การรวมมาตรการที่เป็นอุปสรรคต่อ	40 สาขาในปี 2008 15 สาขาในปี 2010 20 สาขาในปี 2012 20 สาขาในปี 2014 และ 7 สาขาในปี 2015 ไม่น้อยกว่า 51 % ในปี 2008 70 % ในปี 2010 ไม่น้อยกว่า 49 % ในปี 200851% ในปี 2010 และ 70 % ในปี 2013 ไม่น้อยกว่า 49 % ในปี 2008 51% ในปี 2010 และ 70 % ในปี 2015 ภายในปี 2009 ภายในปี 2015 ภายในปี 2008 ภายในปี 2008	ใช้ GATS W/120 เป็นพื้นฐาน 4 สาขาแรก สาขา โลจิสติกส์ สาขาอื่นๆ - - - แพทย์ สถาปัตยกรรม นักสำรวจ บัญชี	

การบริการ -จัดทำข้อตกลงการยอมรับคุณสมบัติ วิชาชีพให้แล้วเสร็จ	ภายในปี 2009 ระบุภายในปี 2012 และแล้วเสร็จในปี 2015	ทันตกรรม สาขาอื่นๆ
---	--	-----------------------

ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

13.4 กรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thai Growth Triangle: IMT-GT)

สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ (Growth Triangle) เป็นแนวคิดในการร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งเริ่มจากสามเหลี่ยมเศรษฐกิจอินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2532 (Eresoures.nlb.gov.sg) ต่อมาในปี พ.ศ.2536 ผู้นำของอินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทยได้เห็นชอบร่วมกันที่จะผลักดันการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในลักษณะไตรภาคี ระหว่างภาคใต้ของไทย ภาคเหนือของมาเลเซีย และพื้นที่บนเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย โดยธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank: ADB) ได้ศึกษาความเป็นไปได้และกำหนดแนวทางการดำเนินงาน และต่อมาที่ประชุมระดับรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่อาวุโสของทั้งสามประเทศได้ให้ความเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 4 ระหว่างวันที่ 14-16 ธันวาคม พ.ศ.2537 ที่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

พื้นที่ความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) ประกอบด้วย พื้นที่ของเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย ได้แก่ จังหวัดเกาะเรียวจังหวัดจัมบีจังหวัดบังกา-เบลิตุงจังหวัดเบงกูลูจังหวัดลัมปุงจังหวัดเรียวจังหวัดสุมาตราเหนือ จังหวัดสุมาตราใต้จังหวัดสุมาตราตะวันตกและจังหวัดอาเจะห์พื้นที่ทางตอนเหนือและตะวันตกของมาเลเซีย ได้แก่ เคดาห์ เปรัก ปีนัง เปอร์ลิส เซลังอร์ กลันตัน เมลากา และเนกรี เซมบิลัน และพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย (สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว, 2554) ซึ่งพื้นที่ของแต่ละประเทศมีจุดอ่อน จุดแข็ง และความจำเป็นในการพัฒนาไม่เหมือนกัน

ภาพที่4: พื้นที่ IMT-GT



ที่มา: กลุ่มงาน IMT-GT/ มาเลเซีย สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ

ก. วัตถุประสงค์

กรอบความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) มีวัตถุประสงค์ 5 ประการ (สถาบันพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว, 2554) ประกอบด้วย

1) เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนระหว่างประเทศ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเต็มประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและขีดความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ขณะเดียวกัน ช่วยลดต้นทุนการผลิตและลดการแข่งขันระหว่างกัน เพื่อให้สินค้าของประเทศสมาชิกสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

2) เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างพื้นที่ร่วมโครงการของทั้ง 3 ประเทศ บนพื้นฐานของการเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

3) เพื่อกระตุ้นการผลิตสินค้าและบริการในกลุ่มโดยการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีการผลิต

4) เพื่อแก้ไขปัญหาการกระจุกตัวของเมืองหรือเขตอุตสาหกรรม เนื่องจากการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันในการพัฒนาเศรษฐกิจของทั้ง 3 ประเทศ จะผลักดันให้พื้นที่เป้าหมายของโครงการมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและกระตุ้นให้เศรษฐกิจส่วนรวมของภูมิภาคเติบโตอย่างรวดเร็ว

5) เพื่อสนับสนุนนโยบายการพัฒนาประเทศทางด้านอุตสาหกรรม การเกษตร การประมง และการท่องเที่ยวของอินโดนีเซีย นโยบายการพัฒนาประเทศไปสู่อุตสาหกรรมของมาเลเซียและนโยบายการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคของไทย

ซึ่งจะเห็นได้ว่า 4 วัตถุประสงค์แรกแสดงความต้องการที่ตรงกันของทั้งสามประเทศ ที่จะให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนเพื่อสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจพื้นที่ IMT-GT ในขณะที่วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 สะท้อนให้เห็นความแตกต่างในเป้าหมายที่แต่ละประเทศคาดหวังจากกรอบความร่วมมือนี้

ข. ยุทธศาสตร์ของ IMT-GT Roadmap

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นกรอบความร่วมมือนี้จึงกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 5 ประการ (กลุ่มงาน IMT-GT/ มาเลเซีย, 2555) ดังนี้

ยุทธศาสตร์ 1: ส่งเสริมการค้าและการลงทุนทั้ง Intra IMT-GT และ Inter IMT-GT

- 1) อำนวยความสะดวกการค้าข้ามแดนและการลงทุน
- 2) ส่งเสริมการค้าและการลงทุน
- 3) รวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเศรษฐกิจและธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ 2 : ส่งเสริมภาคการเกษตร และการท่องเที่ยว

- 1) การเกษตร ประกอบด้วยประมง ปศุสัตว์ ป่าไม้ และอุตสาหกรรมเกษตร
- 2) การท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ 3 : เสริมสร้างความเชื่อมโยงด้านโครงสร้างพื้นฐานเพื่อบูรณาการพื้นที่ IMT-GT

- 1) เชื่อมโยงการขนส่ง (ถนน รถไฟ การขนส่งทางทะเล และทำอากาศยาน)
- 2) การสื่อสารโทรคมนาคม
- 3) พลังงาน

ยุทธศาสตร์ 4: ให้ความสำคัญต่อประเด็นความร่วมมือที่เชื่อมโยงความร่วมมือในทุกด้าน

- 1) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงาน
- 2) จัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ยุทธศาสตร์ 5: เสริมสร้างการจัดการด้านสถาบันและกลไกความร่วมมือในพื้นที่ IMT-GT รวมทั้งความร่วมมือภาครัฐ / ภาคเอกชน การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน

- 1) จัดการด้านสถาบันภายใต้กรอบ IMT-GT Roadmap
- 2) ขยายการเข้าไปมีส่วนร่วมภายในกลุ่ม IMT-GT
- 3) ดำเนินงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

เมื่อพิจารณาจากยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ประการ กล่าวได้ว่า ความสำเร็จของแต่ละประเทศในการดำเนินงานในกรอบ IMT-GT จะเกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละประเทศเองที่จะใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือ โดยเฉพาะในกรณีของไทย คือ การกระจายความเจริญสู่ 14 จังหวัดภาคใต้ของประเทศ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง พื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เกือบครึ่งหนึ่งของมุสลิมไทยอาศัยอยู่

ค. โครงสร้าง : การดำเนินงานตามกรอบ IMT-GT

ในการนำ IMT-GT Roadmap ไปสู่การปฏิบัตินั้น ต้องมีความร่วมมือและการประสานงานอย่างใกล้ชิดระหว่างสถาบันที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน (กลุ่มงาน IMT-GT/ มาเลเซีย, 2555) ในภาพรวมภาครัฐและภาคเอกชนมีบทบาทที่เสริมซึ่งกันและกัน โดยภาคเอกชนจะเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้านความร่วมมือในอนุภูมิภาค ในขณะที่ภาครัฐจะเป็นผู้สนับสนุนผ่านการกำหนดนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนการดำเนินการของภาคเอกชน

รายงานชิ้นเดียวกันชี้ว่า ภารกิจหลักภายใต้กรอบ IMT-GT ของสถาบันต่างๆ ทั้งที่เป็นภาครัฐและภาคเอกชน ในการดำเนินการตาม IMT-GT Roadmap มีดังนี้

1). **การประชุมระดับสุดยอดผู้นำ IMT-GT (Leaders' Summit)** เป็นองค์กรสูงสุดในระบบการตัดสินใจของกรอบ IMT-GT เพื่อกำหนดเป้าหมายหลักและทิศทางความร่วมมือ

2). **ที่ประชุมระดับรัฐมนตรี (Ministers' Meeting: MM)** เป็นหน่วยประสานงานที่มีความสำคัญลำดับที่สองในการกำหนดทิศทาง และเป็นองค์กรตัดสินใจของกรอบ IMT-GT มีหน้าที่รายงานความก้าวหน้าของการดำเนินการตาม Roadmap และให้คำปรึกษาระดับสูงในด้านนโยบายและการดำเนินการ รวมทั้งประเด็นที่ต้องนำขึ้นพิจารณาในการประชุมระดับสุดยอดผู้นำ IMT-GT

3). **ที่ประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส (Senior Officials' Meeting: SOM)** เป็นองค์กรประสานงานของแผนงาน IMT-GT ในทุกภารกิจ ทำหน้าที่จัดเตรียมและนำเสนอรายงานความก้าวหน้าในการดำเนินงานตาม Roadmap ต่อที่ประชุมระดับรัฐมนตรี เสนอแนวนโยบายหรือประเด็นที่ควรดำเนินการต่อองค์กรในระดับที่สูงกว่า ตลอดจนประสานงานและกำกับดูแลคณะทำงานต่างๆ ภายในกรอบ IMT-GT

4). **คณะทำงาน (Working Groups)** เป็นองค์กรประสานงานและอำนวยความสะดวกในการดำเนินการตามมาตรการความร่วมมือต่างๆ ในแต่ละสาขาความร่วมมือ และเป็นผู้จัดการประชุมระหว่าง

หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการตัดสินใจในการนำมาตรการต่างๆ ไปปฏิบัติ จัดเตรียมแผนดำเนินงานเพื่อการผลักดันยุทธศาสตร์ภายใต้ Roadmap และทบทวนมาตรการดำเนินงานของ IMT-GT เป็นระยะอำนวยความสะดวกในการระบุแผนงานลำดับความสำคัญสูงรวมทั้งการนำแผนงานหรือโครงการไปปฏิบัติตามสาขาความร่วมมือนั้นๆ ดำเนินงานอย่างใกล้ชิดกับสภาธุรกิจ IMT-GT ในการส่งเสริมการเข้าร่วมอย่างแข็งขันของสภาธุรกิจ IMT-GT ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคณะทำงานอำนวยความสะดวกในการปรึกษาหารือและหาข้อสรุปในประเด็นต่างๆ และข้อจำกัดในการดำเนินการโครงการ ติดตามทบทวนโครงการต่างๆ ตลอดจนจัดทำรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานของคณะทำงาน

5) ศูนย์การประสานงานและติดตามผล (Coordination and Monitoring Center: CMC) มีหน้าที่จัดทำรายงานเสนอที่ประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส และเป็นหน่วยงานกลางในการติดตามผลและประสานการดำเนินกิจกรรมของภาครัฐในกรอบ IMT-GT ตลอดจนประสานงานและอำนวยความสะดวกดังต่อไปนี้ ติดต่อประสานงานระหว่างที่ประชุมระดับรัฐมนตรี ที่ประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส กับสถาบัน/อื่นๆ ของ IMT-GT รวมทั้งพันธมิตรจากภายนอกเป็นผู้นำในการประสานงานด้านการไหลเวียนของข้อมูลภายในพื้นที่ IMT-GTอำนวยความสะดวกในการประชุมปรึกษาหารือกับผู้มีส่วนได้เสียเพื่อรวบรวมข้อคิดเห็น จัดเตรียม ตรวจสอบความถูกต้อง กลั่นกรอง ทบทวน และติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการตามมาตรการตาม Roadmap เพื่อเสนอรายงานต่อที่ประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสที่ประชุมระดับรัฐมนตรี และสถาบันอื่นๆ ในกรอบ IMT-GT

ง. ความร่วมมือของประเทศไทยใน IMT-GT

ในเบื้องต้นการเข้าร่วมโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย IMT-GT ของประเทศไทยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจในจังหวัดชายแดนภาคใต้คือ 5 จังหวัด ได้แก่ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยได้กำหนดเป้าหมายเพื่อเพิ่มการค้าการลงทุน เพิ่มการจ้างงานในท้องถิ่น และให้แรงงานเข้าไปทำงานในมาเลเซียได้โดยถูกกฎหมายเพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้นโดยได้กำหนดกรอบความร่วมมือตามโครงการ IMT-GT (สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2556) ทั้งสิ้น 6 ด้าน คือ

- 1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะสะพานเศรษฐกิจ (Land Bridge)
 - 2) การพัฒนาการค้าและจุดแรกเริ่มเช่น โครงการจัดตั้งตลาดกลางขายส่งสินค้าบริเวณชายแดน
- โครงการพัฒนาด้านศุลกากร เป็นต้น
- 3) การดำเนินการเรื่องการตลาดเสรี และเขตโทรคมนาคมพิเศษ
 - 4) การพัฒนารายสาขา เน้นการท่องเที่ยว
 - 5) การพัฒนาข้ามสาขา เน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
 - 6) การพัฒนาพื้นที่นอกเขตเมืองและการค้าภายในพื้นที่

ซึ่งภาครัฐจะสนับสนุนให้ภาคเอกชนเป็นแกนนำในการดำเนินโครงการพัฒนาดังกล่าว ตลอดจนการจัดหาเงินทุน เพื่อส่งเสริมโครงการที่มีความจำเป็นตามแผนการพัฒนาในกรอบIMT-GT โดยภาคเอกชนมีบทบาทในการสนับสนุนและชี้แนะให้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงกฎ ระเบียบ หรือแผนงานต่างๆ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสอดคล้องกับความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจ ตลอดจนแบ่งเบาภาระของภาครัฐโดยอาจมีส่วนร่วมและสนับสนุนในการดำเนินโครงการบางประเภท อาทิ สาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ อย่างไรก็ตามโครงการ IMT-GT ยังคงต้องการการสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อมจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพราะแนวคิดการพัฒนาพื้นที่ตามโครงการ IMT-GT เป็นแนวคิดใหม่ที่ยังไม่มีแนวทางและรูปแบบที่ชัดเจนและไม่สามารถนำแนวทางการพัฒนาโครงการในพื้นที่อื่นๆ มาประยุกต์ใช้ได้ แม้กระทั่งองค์การของ ASEANเองก็มีลักษณะที่เอื้อต่อบางกิจกรรมของโครงการ IMT-GT เท่านั้น และที่สำคัญโครงการ IMT-GT ยังไม่มีหน่วยงานที่จัดเก็บข้อมูลเพื่อการพัฒนาและติดตามผลการปฏิบัติงานของโครงการเป็นการเฉพาะ(สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2556)

รายงานชิ้นเดียวกันชี้ว่า ในปัจจุบันโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทยได้มีการปรับเปลี่ยนบริบทตามIMT-GT Road Map ที่ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ได้จัดทำไว้ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้สร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนใน 14 จังหวัดภาคใต้และหน่วยงานรัฐใน 6 คณะทำงาน จนเกิดความก้าวหน้าของการดำเนินการ 6 รายสาขาดังต่อไปนี้

- 1) สาขาโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมขนส่ง (Infrastructure and Transport) ประเทศผู้ประสานงานหลัก คือ มาเลเซีย มีจุดมุ่งหมายในการบูรณาการด้านกายภาพของทั้งสามประเทศใน IMT-GT ในการพัฒนาการเชื่อมโยงทางบก ทะเล และอากาศ

2) สาขาการค้าและการลงทุน (Trade and Investment) ประเทศผู้ประสานงานหลัก คือมาเลเซีย โดยฝ่ายไทยมีกรมการค้าต่างประเทศเป็นผู้ประสานงานสาขามีจุดมุ่งหมายเพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนการค้าการลงทุนใน IMT-GT

3) สาขาการท่องเที่ยว (Tourisms) ประเทศผู้ประสานงานหลัก คือ ประเทศไทย โดยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในพื้นที่เพื่อทำการตลาด โดยความร่วมมือจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) การส่งเสริมการตลาดโดยการสร้างตราสัญลักษณ์และคำขวัญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมกัน เช่น การจัดทำคู่มือท่องเที่ยวและรายชื่อโรงแรมระดับสามดาว เป็นต้น

4) สาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล (Halal Products and Services) ประเทศผู้ประสานงานหลัก คือประเทศไทยคณะทำงานด้านผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล (Working Group on Halal Products and Services; HAPAS) ได้ถูกจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2550 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ทำหน้าที่เป็นประธาน และศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำหน้าที่เลขานุการโดยมีพันธกิจสำคัญคือ การผลักดันให้ IMT-GT เป็นศูนย์กลางฮาลาลในภูมิภาคผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชุมวิชาการฮาลาล การจัดนิทรรศการฮาลาล เป็นต้น

5) สาขาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) ประเทศผู้ประสานงานหลัก คือ อินโดนีเซีย มุ่งเน้นความร่วมมือด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน การยกระดับคุณภาพแรงงานกิจกรรมที่ได้ดำเนินการแล้ว ได้แก่การเร่งรัดการอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายแรงงาน และการยอมรับมาตรฐานแรงงานร่วมกัน (Mutual Recognition Arrangement)

6) สาขาการเกษตร อุตสาหกรรมการเกษตร และสิ่งแวดล้อม (Agriculture, AGRO-Industry and Environmental) ประเทศผู้ประสานงานหลัก คือ อินโดนีเซีย มุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือในการลงทุน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ารวมทั้งความร่วมมือพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ซึ่งทั้งหกสาขานี้ นอกจากสาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานและผลิตภัณฑ์ฮาลาลโดยตรงแล้ว ยังมีสาขาการท่องเที่ยว และสาขาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมด้วย ทั้งนี้ ประเทศไทยเป็นผู้ประสานงานหลักของสาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลและสาขาการท่องเที่ยว จึงสามารถมีบทบาทได้โดยตรง แต่ที่ผ่านมา นอกจากการจัดประชุมวิชาการฮาลาลและการจัดนิทรรศการฮาลาลแล้ว ยังไม่พบรายงานที่แสดงความก้าวหน้าของประเทศไทยในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ IMT-GT โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 คือการกระจายความเจริญสู่ภาคใต้ของประเทศไทย

ทั้งนี้ รายงานของสำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน (2556) ระบุว่าความคืบหน้าล่าสุดของความร่วมมือIMT-GTที่จะส่งผลต่อความร่วมมือในอนาคต คือ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนบริเวณ อ. สะเดา จ. สงขลา ประเทศไทย-เมืองบูกิตกาญูฮัตม รัฐเกดะห์ ของมาเลเซีย ให้เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของพื้นที่ชายแดนภาคใต้ โดยกำหนดให้เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมเพื่อเป็นปัจจัยกระตุ้นการผลิตและขนส่งระหว่างจังหวัดสงขลาและสตูลเพื่อให้ท่าเรือในทั้งสองจังหวัดมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นและสามารถแข่งขันกับท่าเรือในมาเลเซียได้

เป็นที่สังเกตว่า ความคืบหน้าของแต่ละประเทศในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ดังกล่าวนี้อาจไม่เท่ากัน และมีความเป็นไปได้ที่ความก้าวหน้าของประเทศหนึ่งจะขัดกับผลประโยชน์ของประเทศอื่น เช่น การพัฒนาท่าเรือในจังหวัดสงขลาและสตูลของประเทศไทยกับการแข่งขันกับท่าเรือในมาเลเซีย ยิ่งไปกว่านั้น การใช้ประโยชน์จากท่าเรือทั้งสองเพื่อส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลไปโลกมุสลิมจะไม่เกิดประโยชน์มากนัก ถ้าพื้นที่ใกล้เคียงไม่ได้มีศักยภาพในการผลิตและมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในระดับโลก

13.5 กรอบเจรจาอื่นๆ

นอกจากกรอบเจรจาและความตกลงทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีความตกลงอื่นๆที่ประเทศไทยมีกับประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซียดังนี้

ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือทวิภาคีไทย - มาเลเซีย (Joint Commission for Bilateral Cooperation: JC)

JC เป็นกลไกในการกำกับดูแลความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างไทยและมาเลเซียในภาพรวมอย่างครอบคลุมทุกด้าน อาทิ การเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา และวัฒนธรรม (วิลาสินี แจ่มอุลิตร์ตัน, 2556) ความคืบหน้าภายใต้ความตกลงนี้ (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2555) ประกอบด้วย

- เห็นชอบร่างแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) ว่าด้วยความร่วมมือทั่วไประหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลมาเลเซีย โดยมีสาระสำคัญดังนี้

- พื้นฟูกลไกความร่วมมือทวิภาคีที่มีอยู่คือ ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมความร่วมมือทวิภาคีไทย - มาเลเซีย (Joint Commission for Bilateral Cooperation: JC) และ

คณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย (Thailand - Malaysia Committee on Joint Development Strategy for Border Areas: JDS)

- เร่งรัดการเจรจาบันทึกความเข้าใจและความตกลงที่ยังค้างค้างอยู่ ได้แก่ ร่างความตกลงว่าด้วยการเดินทางข้ามแดน กรอบความตกลงว่าด้วยการขนส่งทางบก ร่างบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือด้านการต่อต้านการค้ายาเสพติด และการลงนามบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือด้านเยาวชนและกีฬา
- ส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้าและการลงทุนในประเทศที่สาม ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์กับการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลได้
- พยายามความร่วมมือด้านพลังงานระหว่างบริษัทการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) จำกัด มหาชนกับบริษัท PETRONAS
- ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาข้ามแดนซึ่งเป็นปัญหาร่วมกันระหว่างสองประเทศ เช่น การลักลอบยาเสพติด การค้ายาเสพติด และการลักลอบค้าอาวุธผิดกฎหมาย
- เร่งรัดให้ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐาน และทรัพยากรมนุษย์ในกรอบ JDS โดยดำเนินการตามกำหนดการที่ทั้งสองฝ่ายได้ตกลงกันไว้ โดยเฉพาะการก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโก-ลกสองแห่งระหว่างจังหวัดนราธิวาสกับรัฐกลันตัน การบูรณาการแผนพัฒนาด้านและเขตเศรษฐกิจพิเศษด้านสะเดา-บูกิตกายูฮิตัม และการเปิดทำการด่านบ้านประกอบ จังหวัดสงขลา อย่างเป็นทางการ ซึ่งทั้งหมดนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการค้าชายแดน ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ฮาลาล

นอกจากนี้ยังมีการประชุมคณะกรรมการการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีระหว่างไทยกับมาเลเซีย (Joint Commission - JC) ครั้งที่ 12 ซึ่งเน้นความร่วมมือระดับทวิภาคีในด้านต่างๆ (กระทรวงต่างประเทศ, 2555) เช่น ด้านการค้า ด้านการลงทุนด้านความร่วมมือตามแนวชายแดน ด้านการท่องเที่ยว (ปาดังเบซาร์-หาดใหญ่-กรุงเทพฯ-เชียงใหม่) และด้านมาตรการสร้างความไว้วางใจในจังหวัดชายแดนใต้ซึ่งมีประชาชนเป็นหัวใจสำคัญ

คณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย (Thailand - Malaysia Committee on Joint Development Strategy for Border Areas: JDS)

JDS มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างกลไกในการพัฒนาการกินดีอยู่ดีของประชาชนในบริเวณพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล ตลอดจน 4 รัฐภาคเหนือของมาเลเซีย ได้แก่ เปอร์ลิส เคดะห์ กลันตัน และเปรัก (เฉพาะอำเภอเปิงกาลีฮันฮูลู) โดยเน้นโครงการความ

ร่วมมือสร้างเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ที่จะเป็นประโยชน์แก่ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งน่าจะรวมถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาล วัตถุดิบเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล และบุคลากรทางด้านฮาลาล ที่จะเป็น ผลดีต่อการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคได้ด้วย

JDS ได้กำหนดกรอบความร่วมมือกัน ใน 9 ด้าน (ศุลกากรสะเดา, 2555) ดังนี้

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการเชื่อมโยงเส้นทางการขนส่ง
2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
3. การท่องเที่ยว
4. วัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระดับประชาชน
5. การค้าและการลงทุน
6. การเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และชลประทาน
7. การเงินและการคลัง
8. พลังงาน
9. การบรรเทาสาธารณภัย

ความตกลงทางการค้าทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (Joint Trade Commission: JTC)

JTC เป็นกลไกส่งเสริมการค้าและขจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างกัน ซึ่งประเด็นสำคัญที่ไทย ผลักดัน (สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2556) ประกอบด้วย

1) การก่อสร้างสะพานตากใบ และสะพานข้ามแม่น้ำโก-ลกแห่งที่ 2 โดยแต่ละประเทศ รับผิดชอบค่าใช้จ่ายฝ่ายละครึ่งและดำเนินงานในลักษณะคู่ขนานเนื่องจากทั้ง 2 ฝ่ายมีความเห็นว่าสะพาน ทั้ง 2 แห่ง เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชายแดนระหว่างจังหวัด นราธิวาสและรัฐกลันตันของมาเลเซีย ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจฝั่งตะวันออก (ECER) ของ มาเลเซีย และมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย รวมทั้งลดความแออัดของ สะพานข้ามแม่น้ำโก-ลกแห่งแรก

2) การแก้ปัญหาแรงงานไทยที่ทำงานร้านตัดผมในมาเลเซีย ประมาณ 195,000 คนที่เข้าไปทำงานอย่างผิดกฎหมายเพื่อหารายได้ส่งกลับมาให้ครอบครัวเนื่องจากต้องเสียค่าธรรมเนียม (Levy) ใน อัตราที่สูงมาก (คนละประมาณ 18,000 บาท) ซึ่งเสี่ยงต่อการถูกจับกุมและถูกส่งตัวกลับ ศูนย์อำนวยการ บริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) เคยเจรจาอย่างไม่เป็นทางการเพื่อช่วยเหลือแรงงานเหล่านี้ โดย ขอให้มาเลเซียลดค่าธรรมเนียม (Levy) ให้อยู่ในอัตราที่เหมาะสม โดยฝ่ายไทยจะเตรียมความพร้อมให้

แรงงานไทย ก่อนส่งออกไปทำงานอย่างเป็นระบบ โดยศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) จะบูรณาการการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ นอกจากนี้ฝ่ายไทยยังยินดีที่จะจัดส่งแรงงานฝีมือ เพื่อสนับสนุนการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ตามแผนปฏิรูปเศรษฐกิจ (Economic Transformation Program: ETP) ของมาเลเซียอีกด้วย

3) **การแก้ปัญหาการค้าไทยขนส่งผู้โดยสารไปมาเลเซีย** ซึ่งปัจจุบันเป็นปัญหาเนื่องจากฝ่ายมาเลเซียมองว่ารถตู้ไทยเป็นช่องทางในการขนส่งแรงงานเถื่อนไปทำงานในร้านตัดผมอย่างผิดกฎหมายที่ประเทศมาเลเซีย จึงได้จับกุมและปรับ ตั้งแต่ต้นปี 2553 และได้ออกกฎระเบียบที่รถตู้ไทยไม่สามารถปฏิบัติได้ เช่น กำหนดให้รถตู้ที่มีใบอนุญาตนำเข้าเพื่อบรรทุกผู้โดยสารผ่านแดนไม่ได้ ต้องมีการรับส่งผู้โดยสารที่จุดผ่านแดนซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวของทั้ง 2 ประเทศ ตลอดจนการจ้างงานและการสร้างรายได้ของประชาชนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แม้ว่า Economic Planning Unit (EPU) ซึ่งเป็นฝ่ายเลขานุการของกรอบความร่วมมือ JDS คณะกรรมการร่วมจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย (Thai – Malaysia Committee on Joint Development Strategies for Border Area : JDS) ฝ่ายมาเลเซียได้ขอให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งเป็นเลขานุการของ JDS ฝ่ายไทยรวบรวมข้อเสนอของฝ่ายไทยที่สามารถปฏิบัติได้ส่งให้มาเลเซียพิจารณา แต่ปัญหายังคงมีอยู่จนถึงปัจจุบัน

4) **การเปิดการค้าเสรีต้นกล้ายาง/เมล็ดพันธุ์ปาล์มน้ำมัน และตั้ง Oil Palm Belt** ในการประชุม JDS มาเลเซียได้เสนอขอตั้ง “เขตอุตสาหกรรมยางพารา” (Rubber Belt) ตามแนวชายแดน เพื่อนำวัตถุดิบไปใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปในมาเลเซีย ซึ่งไทยจะได้รับประโยชน์เนื่องจากเป็นประเทศส่งออกยางพารารายใหญ่ที่สุดในโลก โดยฝ่ายไทยเสนอให้มีการเปิดการค้าเสรีต้นกล้ายาง/เมล็ดพันธุ์ปาล์มน้ำมัน พัฒนาพื้นที่เพาะปลูกปาล์มน้ำมัน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำมันปาล์ม การผลิตน้ำมันพืช รวมทั้งไบโอดีเซล เป็นต้น และเสนอให้ตั้ง Oil Palm Belt ในฝั่งไทยเพื่อรับซื้อปาล์มน้ำมันดิบมาแปรรูปจากมาเลเซียซึ่งเป็นผู้ส่งออกน้ำมันปาล์มรายใหญ่ที่สุดของโลกเพื่อเป็นข้อแลกเปลี่ยน (สำนักงานความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2556) ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวจะเป็นผลประโยชน์ร่วมกัน (Mutual Benefit) ของทั้งสองประเทศ เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งของมูลค่าเพิ่มที่แต่ละประเทศจะได้จาก Supply Chain ของทั้งสองภาคการผลิต

5) **การขยายด่านสะเดา-ด่านภูเกติกายูอีเอ็ม** ในปี 2554 ด่านสะเดา มีรถยนต์ผ่านแดนปีละ 8 แสนคัน นักท่องเที่ยวผ่านเข้า-ออก 4.4 ล้านคน และมีมูลค่าการส่งออก -นำเข้ากว่า 3 แสนล้านบาทซึ่ง

มากที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ ทั่วประเทศไทย จึงต้องมีการขยายและก่อสร้างด้านสะเดาแห่งใหม่ เพื่อช่วยลดความแออัดที่จุดผ่านแดน ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้การค้าชายแดนเพิ่มมากขึ้น โดยที่ประชุม JDS เห็นชอบโครงการขยายด้านสะเดา-ด้านบูกิตกาเยอติตัม และโครงการก่อสร้างด้านสะเดาแห่งใหม่บนเนื้อที่ 720 ไร่ ในตำบลสำนักขาม อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา และที่ประชุม IMT-GT ยังสนับสนุนโครงการก่อสร้างทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง หรือมอเตอร์เวย์ สายสะเดา –หาดใหญ่ ระยะทาง 65 กิโลเมตรงบประมาณ 3 พันล้านเหรียญสหรัฐโดยใช้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำจากธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) ซึ่งโครงการนี้จะช่วยอำนวยความสะดวกการขนส่งสินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่าง 2 ประเทศ ที่เป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมโยง (Connectivity) ของประชาคมอาเซียนในปี 2558 อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการลงพื้นที่ชี้ว่า ณ ปัจจุบัน การก่อสร้างด้านสะเดาแห่งใหม่ยังไม่คืบหน้าและไม่มีแนวโน้มว่าจะแล้วเสร็จในอนาคตรวดเร็ว

6) การส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล จากความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยมีความพร้อมในอุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งด้านองค์ความรู้ในการตรวจสอบมาตรฐานอาหารและสินค้าฮาลาลที่นำโดยศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลของมหาวิทยาลัยอื่นๆ ด้านผลผลิตทางการเกษตรเช่น ข้าว ที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงในตลาดโลกด้านวัตถุดิบทางการเกษตร เช่น เนื้อสัตว์และสัตว์น้ำ ที่เป็นปัจจัยการผลิตสำคัญของอุตสาหกรรมการแปรรูปเนื้อสัตว์และสัตว์น้ำที่มีศักยภาพจะเป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาล เช่น ไก่ชำแหละ ปลากระป๋องทูน่า ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีตลาดโลกมุสลิม สำหรับส่งออกสินค้าฮาลาล จึงเป็นโอกาสอันดีของทั้งสองประเทศหากสามารถร่วมมือกันในการลงทุนผลิตและขยายการส่งออกสินค้าฮาลาลไปยังตลาดโลกมุสลิม ซึ่งมีประชากรกว่า 1 ใน 4 ของประชากรโลกได้

7) ความร่วมมือด้านเกษตรอินทรีย์ (Organic Farming) มาเลเซียองค์กร Bernas เป็นองค์กรเดียวที่สามารถนำเข้าข้าวทางน้ำ และจำหน่ายข้าวในมาเลเซีย ซึ่งปัจจุบันตลาดข้าวอินทรีย์ (Organic Rice) มีความต้องการมากขึ้น จึงประสงค์จะร่วมมือกับไทยในการใช้องค์ความรู้ (Know How) และเทคโนโลยีจากไทย โดยรัฐกลั่นตันซึ่งได้รับใบรับรองคุณภาพข้าวอินทรีย์แล้ว และเปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้ามาลงทุนในพื้นที่ซึ่งรัฐจัดหาให้ 3-4 พันเอเคอร์ (ประมาณ 1 หมื่นไร่) เพื่อผลิตข้าวอินทรีย์ร่วมกันเพื่อจำหน่ายในมาเลเซีย และหากมีปริมาณมากพอจะร่วมกันส่งออกไปจีน โดยประเทศไทยยินดีที่จะให้ความร่วมมือในเรื่องนี้ในรูปแบบการร่วมทุนของภาคเอกชน(สำนักงานความร่วมมือการค้าและการลงทุน, 2556)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาในด้านนี้ของไทย จำนวนหนึ่งอยู่ในมือขององค์การพัฒนาเอกชน (NGOs) และองค์กรชุมชนซึ่งน่าจะส่งเสริมให้ประโยชน์ตกอยู่กับชุมชนได้

8) **ความร่วมมือในการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีน** ในด้านการผลิตทุเรียนไทยมีความได้เปรียบกว่ามาเลเซีย เนื่องจากส่งออกทุเรียนมากที่สุด ครองตลาดส่งออก 1.5 แสนตัน/ปี นอกจากนั้น ทุเรียนไทยเก็บได้ก่อนและสามารถส่งออกเป็นทุเรียนสดได้ ในขณะที่มาเลเซียส่งออกทุเรียนแปรรูป ทั้งนี้ จังหวัดยะลามีผลผลิตทุเรียน 4.8 หมื่นตันต่อปี จึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการผลิตและขนส่งไปยังท่าเรือปีนัง ของมาเลเซีย ก่อนส่งต่อไปยังประเทศจีนซึ่งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่กำลังอยู่ในช่วงขาขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากที่ตั้งแล้วยังไม่ชัดเจนว่าการส่งออกทุเรียนจากปีนังไปจีนจะใช้เส้นทางใดที่จะมีประสิทธิภาพที่สุดและมีประสิทธิภาพมากกว่าการส่งทุเรียนจากไทยโดยตรง

14 บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

14.1 บทสรุป

เช่นเดียวกับการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป การผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยเฉพาะอาหารช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคการเกษตร ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบและแหล่งจ้างงานสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่คนจำนวนมากโดยเฉพาะที่อยู่ในชนบทและมีรายได้น้อย การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการพัฒนาประเทศ

อุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทยเริ่มได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2544 เป็นต้นมา ได้มีการจัดสรรงบประมาณส่งเสริมจำนวนหลายพันล้านบาทผ่านหน่วยงานต่างๆ การส่งเสริมเครื่องหมายรับรองฮาลาลไทยประสบความสำเร็จ เมื่อวัดจากจำนวนผู้ประกอบการและจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจรับรองฮาลาลจากองค์กรศาสนา แต่ถ้าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตลาดในประเทศเท่านั้น หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไทยส่งออกได้อยู่แล้วตั้งแต่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล ความสำเร็จนี้ไม่ได้หมายถึงการเติบโตของการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยในตลาดโลกโดยเฉพาะโลกมุสลิม โดยนัยนี้ ผู้บริโภคมุสลิมภายในประเทศและผู้บริโภคโดยทั่วไปได้รับประโยชน์จากการทราบว่าคุณภาพที่ดีที่ฮาลาล แต่การวางเป้าหมายที่ไม่ถูกต้อง อาจทำให้ส่วนแบ่งของประเทศไทยในตลาดโลกมุสลิมไม่เติบโต และมีขนาดน้อยเกินไปเมื่อเทียบกับส่วนแบ่งในตลาดโลกของสินค้าไทยที่มีศักยภาพจะเป็นฮาลาลได้

การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับการส่งเสริมเครื่องหมายรับรองฮาลาลจึงเป็นคนละประเด็นกัน แม้จะเกี่ยวข้องกัน การศึกษาอุตสาหกรรมฮาลาลของไทยในรายงานฉบับนี้มีสองส่วนคือ เครื่องหมายรับรองฮาลาล และการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย ความน่าเชื่อถือในเครื่องหมายรับรองฮาลาลไทยจะ ช่วยเสริมให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยน่าเชื่อถือและสามารถส่งออกสู่ตลาดโลกมุสลิมได้

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีข้อตกลงและความร่วมมือต่างๆ ที่มีกับประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะมาเลเซียและอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศมุสลิม ประเทศไทยอาจแข่งขันหรือร่วมกับประเทศอื่น พัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล โดยใช้จุดแข็งที่มี เพื่อชิงส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมให้เพิ่มจากที่มีในปัจจุบัน

การตรวจรับรองฮาลาล

โดยเหตุที่ประชากรมุสลิมทั่วโลกมีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ผ่านมาตรการควบคุมที่ ถูกต้องตามหลักศาสนาอิสลามเวทีการค้าโลกจึงมองเห็นความสำคัญของเครื่องหมายฮาลาลและได้ ผลักดันการใช้เครื่องหมายฮาลาลผ่าน FAO และ WHO กระทั่งในปี 2536 Codex Alimentarius Commission จึงได้เริ่มพิจารณาร่างแนวทางการใช้เครื่องหมายฮาลาลประกอบผลิตภัณฑ์อาหารขึ้น จนมี การยอมรับแนวทางสากลในการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายฮาลาลหรือ General Guidelines for Use of the Term “Halal” (CAC/GL 24-1997) ขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ แนวทาง ดังกล่าวกำหนดว่า ประเทศสมาชิกของ Codex ที่ต้องการประทับเครื่องหมายฮาลาล จะต้องมีมาตรฐาน การผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐานสากลที่ทาง Codex กำหนดขึ้น มาตรฐานสากลนี้กำหนดให้มีการใช้ มาตรการควบคุมการติดฉลากที่ใช้คำว่า ฮาลาล หรือคำอื่นที่มีความหมายเทียบเท่ากันตามที่ได้มีกำหนด ไว้ใน General Standard for the Labeling of Prepackaged Foods ซึ่งวางรากฐานอยู่บนคำสอนของ อิสลามที่ให้ความหมายของฮาลาลไว้ชัดเจน เป็นหลักการของมาตรฐานฮาลาลที่ใช้กันอยู่ในประเทศต่างๆ ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยและหลักโภชนาการ (ดีอียูบีเอ็น) ตั้งแต่วัตถุดิบและส่วนประกอบที่ใช้ กระบวนการ ผลิต การขนส่ง การจัดเก็บ และการจัดจำหน่าย ซึ่งรวมถึงการปนเปื้อนสิ่งที่ไม่ฮาลาล General Guidelines ดังกล่าวมีหลักการสำคัญดังนี้

- ยอมรับว่าอาจมีความแตกต่างในการตีความมาตรฐานผลิตภัณฑ์ฮาลาลอยู่บ้างในระหว่างมัซฮับ ต่างๆ (Islamic Schools of Thought) และจะไม่ก้าวล้ำสิทธิขององค์กรศาสนาที่มีอำนาจ รับผิดชอบในแต่ละประเทศ ที่จะมีความเห็นหรือการตีความหลักการและกฎเกณฑ์ทางศาสนาใน ส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

- ไม่ได้ให้การยอมรับว่าสิทธิในการรับรองมาตรฐานฮาลาลในประเทศต่างๆ ถูกจำกัดไว้ที่องค์กรศาสนาเท่านั้น เพราะเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระเบียบกฎหมายภายในของแต่ละประเทศ และความตกลงที่แต่ละประเทศมีอยู่กับประเทศอื่น ๆ

ในปัจจุบัน มีหลายประเทศทั่วโลกที่พัฒนาระบบการตรวจรับรองฮาลาลขึ้นมา บางประเทศดำเนินการโดยหน่วยงานหรือองค์กรเดียวและมีเครื่องหมายเดียว บางประเทศดำเนินการโดยหลายหน่วยงานหรือองค์กรและมีหลายเครื่องหมาย องค์กรตรวจรับรองของบางประเทศเป็นหน่วยงานรัฐ บางประเทศเป็นองค์กรศาสนา และบางประเทศเป็นหน่วยธุรกิจ ณ ปัจจุบัน ประเทศไทย มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ดำเนินการโดยองค์กรหรือหน่วยงานเดียว และมีเครื่องหมายเดียว โดยการตรวจรับรองของไทยและอินโดนีเซียดำเนินการโดยองค์กรศาสนา แต่การตรวจรับรองของมาเลเซียดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐที่ดูแลกิจการศาสนาอิสลาม และในบางกรณี ธุรกิจเอกชนด้วย

โดยหลักการ การตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลของทั้งสามประเทศไม่ได้แตกต่างกันมาก แต่มีรายละเอียดบางประการที่ทำให้เกิดข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบโดยสรุป การตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลของอินโดนีเซียน่าจะสะดวกที่สุดและมีต้นทุนต่ำสุด รวมถึงอายุใบรับรองที่นานกว่า ตามด้วยมาเลเซีย โดยการขอรับรองฮาลาลของไทยมีความสะดวกน้อยที่สุด และมีต้นทุนสูงที่สุด หลายเงื่อนไขในการตรวจรับรองของประเทศไทยควรทบทวนและปรับเปลี่ยน ทั้งนี้ อาจมีเงื่อนไขอื่นๆ ที่เป็นการสร้างต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นในทางปฏิบัติ ซึ่งไม่ได้รวมไว้ในรายงานฉบับนี้ อย่างไรก็ตาม มาเลเซียเป็นประเทศเดียวที่มีหน่วยงานด้านการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลเป็นการเฉพาะ และยังพยายามผลักดันมาตรฐานใหม่ให้มีความเข้มข้นมากกว่ามาตรฐานฮาลาลที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน แต่ไม่น่าประสบความสำเร็จ บทเรียนจากทั้งมาเลเซีย และอินโดนีเซียเป็นประโยชน์แก่ประเทศไทย

เส้นทางการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์ฮาลาล

เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างไทยกับ มาเลเซียและอินโดนีเซีย 3 ประการคือ ประการแรก ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกกว้างตัวอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งน้อยกว่า ไม่เกินร้อยละ 0.5 เท่านั้น แต่ส่วนแบ่งของทั้งสองประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ประการที่สอง ไทยมีความสามารถในการเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่า มาเลเซียและอินโดนีเซีย ส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกมุสลิมน้อยกว่าส่วนแบ่งในตลาดโลก ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมมากกว่าในตลาดโลก ประการที่สาม เมื่อ

เปรียบเทียบส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศ อินโดนีเซียมีผลงานดีกว่า ส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมอยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่ไทยและมาเลเซียมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมเพียงประมาณร้อยละ 1 แต่ส่วนแบ่งของไทยมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2009 จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ส่วนแบ่งของมาเลเซีย ซึ่งลดลงในระยะแรก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2008 จนกระทั่งมากกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013

การที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกของผลิตภัณฑ์ฮาลาลมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย โดยส่วนแบ่งของไทยในตลาดโลกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 ซึ่งมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย (ไม่เกินร้อยละ 0.5) นั้น ถือได้ว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าอีกสองประเทศอยู่มาก สินค้าส่งออกสำคัญ 3 อันดับแรกที่ทำให้ไทยนำอีกสองประเทศในด้านส่วนแบ่งในตลาดโลก คือหมวดพืช ผัก และผลไม้ตามด้วยหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง และหมวดเนื้อสัตว์ แต่ในหมวดพืช ผัก ผลไม้ ถ้าไม่รวมมันสำปะหลังที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมากถึงร้อยละ 83 แล้ว ไทยไม่ได้นำเข้าอีกสองประเทศมากนัก ในหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง ซึ่งสินค้าส่งออกหลักของไทยคือขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่น ๆ กากน้ำตาล และข้าวโพด และในหมวดเนื้อสัตว์ ซึ่งไทยมีศักยภาพมากกว่าอีกสองประเทศเป็นอย่างมาก การส่งออกหมวดเนื้อสัตว์ของไทยไปทั่วโลกในช่วง 12 ปีมีมูลค่ามากที่สุด (US\$2,693,898,912) ซึ่งมากกว่ามูลค่าส่งออกของมาเลเซีย (US\$63,364,482) และอินโดนีเซีย (US\$10,015,211) หลายเท่าตัว สินค้าส่งออกสำคัญของไทยในหมวดนี้คือ เนื้อสัตว์ ส่วนอื่นๆ ของสัตว์ และเนื้อสัตว์ปีก ในขณะที่มาเลเซียส่งออกไส้กรอก และอินโดนีเซียส่งออกหนังไก่และไส้กรอก

สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซียในตลาดโลกคือหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง และหมวดผลิตภัณฑ์นม มูลค่าส่งออกของ 2 หมวดนี้ สร้างรายได้ประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ฮาลาลของมาเลเซีย ในหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซียคือ โกโก้บัตเตอร์ไขมัน ที่เป็นเกือบทั้งหมดของสินค้าในหมวดนี้ของมาเลเซียซึ่งมีอินโดนีเซียเป็นคู่แข่งสำคัญ ในหมวดผลิตภัณฑ์นม สินค้าส่งออกสำคัญของมาเลเซียคือ นมที่เป็นผง เม็ด และโยเกิร์ต ซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญในหมวดนี้ของอินโดนีเซีย และไทยเช่นกัน

สินค้าส่งออกสำคัญของอินโดนีเซียอยู่ในหมวดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ และหมวดธัญพืชและอาหารปรุงแต่ง ซึ่งสร้างรายได้จากการส่งออกประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าการส่งออกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ฮาลาลของอินโดนีเซีย เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ที่สร้างรายได้ให้กับอินโดนีเซียคือ กาแฟสดผสมคาเฟอีน ซึ่งมีมูลค่าส่งออกในช่วง 12 ปี มากถึง (US\$7,621,516,400) คิดเป็นร้อยละ 97 ของมูลค่าส่งออกของสินค้าในหมวดนี้ทั้งหมด กาแฟสดผสมคาเฟอีนเป็นสินค้าส่งออกสำคัญในหมวดนี้ของไทยและมาเลเซียเช่นกัน

แต่มูลค่าน้อยกว่ามาก ในหมวดธัญพืช และอาหารปรุงแต่ง อินโดนีเซียพึ่งพิงการส่งออกโกโก้บัตเตอร์ไขมัน แป้งข้าวสาลี และขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ

การส่งออกหมวดอาหารทะเล อินโดนีเซียมีมูลค่าส่งออกในช่วง 12 ปีมากที่สุด (US\$692,649,151) มากกว่ามูลค่าส่งออกของไทย (US\$658,577,282) เล็กน้อยและมีมูลค่าเกือบ 10 เท่า ของมูลค่าส่งออกของมาเลเซีย (US\$71,682,201) ในหมวดเดียวกัน สินค้าหลักในหมวดนี้ของอินโดนีเซีย คือปูแช่เย็นจนแข็ง และปลาทูน่าครีบล้างแช่แข็ง และของไทยคือปลาทูน่าครีบล้างแช่แข็ง ปูแช่เย็นจนแข็ง และปลาทูน่าครีบล้างแช่เย็น สินค้าหลักในหมวดนี้ของมาเลเซียคือปูแช่เย็นจนแข็ง

ถ้าไม่รวมน้ำมันปาล์มซึ่งอินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นเจ้าตลาด การส่งออกหมวดไขมันและน้ำมัน มาเลเซียมีมูลค่าส่งออกในช่วง 12 ปีมากเป็นอันดับหนึ่ง (US\$172,405,380) สินค้าหลักคือน้ำมันถั่วเหลืองดิบ และไขมัน ตามด้วยไทย (US\$87,084,901) ซึ่งสินค้าหลักคือน้ำมันถั่วเหลือง ในขณะที่ อินโดนีเซียส่งออกได้เพียง (US\$15,367) ซึ่งเป็นการส่งออกน้ำมันถั่วเหลืองอย่างเดียว

การส่งออกหมวดเคมีภัณฑ์ซึ่งเป็นส่วนผสมหรือวัตถุดิบที่นำไปใช้ผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้ อินโดนีเซียมีศักยภาพมากที่สุด มูลค่าส่งออกไปยังตลาดโลกในช่วง 12 ปีมากถึง (US\$760,903,348) ซึ่ง มากกว่ามูลค่าส่งออกสินค้าในหมวดเดียวกันของไทย (US\$116,213,085) และมาเลเซีย (US\$82,988,058) หลายเท่าตัว สินค้าส่งออกหลักของอินโดนีเซียคือ วัคซีนสำหรับมนุษย์ แอนติชีราฟงฮีมโกบิล และเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด ของไทยคือเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด วัคซีนสำหรับมนุษย์ แอนติชีราฟงฮีมโกบิล และเลือดสัตว์รักษาโรค ของมาเลเซียคือเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด และยาปฏิชีวนะ

การวิเคราะห์ตลาดโลกมุสลิมจะช่วยชี้ให้เห็นโอกาสในการส่งออก เมื่อพิจารณาจากส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศ ซึ่งอินโดนีเซียมีมากที่สุดประมาณร้อยละ 3 ในขณะที่ไทยและมาเลเซียมีส่วนแบ่งเพียงประมาณร้อยละ 1 โดยส่วนแบ่งของไทยมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี 2009 จนเหลือน้อยกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของประเทศไทย ซึ่งมีน้อยอยู่แล้ว ลดลงอย่างชัดเจนตั้งแต่ในช่วง 5-7 ปีหลัง ในตลาดอาหรับและตลาดเอเชีย และมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจนในตลาดแอฟริกาซึ่งประเทศไทยมีส่วนแบ่งอยู่น้อย แม้ทั้งสามตลาดมีกำลังซื้อต่างกันมาก และมีวัฒนธรรมการบริโภคไม่เหมือนกัน

ในขณะที่ส่วนแบ่งของมาเลเซีย ซึ่งลดลงในระยะแรก มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2008 จนกระทั่งมากกว่าร้อยละ 1 ในปี 2013 ประเด็นที่สำคัญคือสินค้านำเข้าหลักของโลกมุสลิมมีอยู่จำนวนหนึ่ง และสินค้านำเข้าสำคัญที่กล่าวมานี้ โลกมุสลิมมีประเทศผู้นำเข้าสำคัญอยู่ไม่กี่ประเทศ

หมวดสินค้าที่สินค้าส่งออกของไทยไปโลกมุสลิมมีส่วนแบ่งการตลาดลดลงคือ หมวดเครื่องดื่มที่ลดลงตั้งแต่ปี 2002 เป็นอย่างช้า หมวดไขมันและน้ำมัน ซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2004 หมวดผลิตภัณฑ์นม และ

หมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ ซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2008 และหมวดอาหารทะเลซึ่งลดลงตั้งแต่ปี 2009 ในขณะที่มาเลเซียมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มในหลายหมวดที่ส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยลดลง ได้แก่ หมวดไขมันและน้ำมัน และหมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ และยังมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มในหมวด ธัญพืชและอาหารปรุงแต่งที่ส่วนแบ่งของไทยลดลงตั้งแต่ปี 2009 แต่เริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ปี 2011 ทั้งนี้ ส่วนแบ่งการตลาดในหมวดเนื้อสัตว์ของทั้งประเทศไทยและมาเลเซียเพิ่มขึ้นตลอด มีเพียงปี 2013 เท่านั้นที่ส่วนแบ่งการตลาดของไทยเพิ่มขึ้นในขณะที่ส่วนแบ่งของมาเลเซียลดลง อย่างไรก็ตาม ทั้งสองประเทศมีส่วนแบ่งการตลาดในหมวดนี้น้อยมาก

ในประเด็นที่ประเทศไทยมีความสามารถในการเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ทำให้มีส่วนแบ่งของในตลาดโลกมุสลิมน้อยกว่าส่วนแบ่งในตลาดโลก ในขณะที่อีกสองประเทศมีส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมมากกว่าในตลาดโลกนั้น สาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะเกิดจากการเป็นประเทศมุสลิม ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากทั้งสองประเทศจึงได้รับการยอมรับมากกว่าอย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์รายสินค้าส่งออกจะให้คำอธิบายที่ชัดเจนขึ้น การวิเคราะห์ในส่วนนี้วางอยู่บนข้อสมมุติว่ายกเว้นความได้มาตรฐานฮาลาลแล้ว การที่ประเทศหนึ่งมีศักยภาพในการส่งออกสินค้าใดสู่ตลาดโลก ก็ควรมีศักยภาพในการส่งออกสินค้านั้นสู่ตลาดโลกมุสลิมด้วยสินค้าที่ไทยมีมูลค่าส่งออกไปตลาดโลกมากที่สุดในรอบ 12 ปี เรียงลำดับเป็นรายการหมวดสินค้า เป็นดังนี้

หมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักผลไม้ เป็นหมวดที่ไทยส่งออกเป็นมูลค่าสูงสุด โดยสินค้าสำคัญคือ มันสำปะหลังตามด้วยส้มเขียวหวาน และส้มเปลือกบางซึ่งเป็นสินค้าที่โลกมุสลิมโดยเฉพาะอินโดนีเซีย มาเลเซีย คาซัคสถาน และอิหร่าน มีความต้องการสูง และสินค้าส่งออกโลกมุสลิมของไทยก็เป็นสินค้าทั้งสามนี้เช่นกัน แต่มีมูลค่ารวมค่อนข้างน้อย

รองลงมาคือ หมวดธัญพืชและอาหารปรุงแต่ง ที่สินค้าสำคัญคือขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่น ๆ กากน้ำตาล และข้าวโพด ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลก 1.31%, 14.37% และ 2.58% ตามลำดับ ข้าวโพดเป็นสินค้าที่โลกมุสลิมต้องการมาก โดยมีมาเลเซียเป็นผู้นำเข้ารายสำคัญ แต่ สินค้าส่งออกสำคัญไปโลกมุสลิมในหมวดนี้ของไทยคือ อาหารปรุงแต่งทารก ข้าวโพด และขนมที่ทำจากน้ำตาลอื่นๆ โดยมีมูลค่ามากที่สุดในสินค้าส่งออกของไทยไปโลกมุสลิมทั้งหมด

หมวดเนื้อสัตว์ เป็นหมวดสินค้าที่ตลาดโลกมุสลิมนำเข้าเป็นมูลค่าสูงสุด โดยสินค้าสำคัญคือเนื้อสัตว์อื่นๆ และสัตว์ปีก ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลก 29.16% ตามด้วยเนื้อไก่ตัดขนาดเล็กและไส้กรอก ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลก 3.39% และ 0.82% ตามลำดับไส้กรอกเป็นสินค้าที่โลกมุสลิมต้องการสูง โดยมีคาซัคสถาน อาเซอร์ไบจาน และมาเลเซีย เป็นผู้นำเข้ารายสำคัญแต่

ประเทศไทยกลับส่งออกสินค้าในหมวดนี้ไปโลกมุสลิมได้น้อยที่สุด จากเนื้อไก่ตัดขนาดเล็ก ส่วนอื่นของสัตว์ และเนื้อสัตว์อื่น ๆ ซึ่งมีข้อสังเกตสองประการ 1) มีรายงานว่าสาเหตุที่ไทยสามารถส่งออกได้เป็นเพราะต้นทุนการฆ่าแหละ ที่ใช้แรงงานราคาถูก ไม่ใช่เพราะต้นทุนการผลิตไก่และเนื้อสัตว์ที่ถูกกว่าประเทศผู้ส่งออกรายอื่น 2) ไทยไม่สามารถเจาะตลาดไส้กรอกได้ดีเท่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากความไม่เชื่อมั่นในมาตรฐานฮาลาลของไส้กรอกไทย

หมวดอาหารทะเล โดยเฉพาะปลาทูน่าครีบล้างแช่แข็งปูแช่เย็นจนแข็ง และปลาทูน่าครีบล้างแช่เย็น ซึ่งในตลาดโลกมุสลิม อิหร่าน ตุรกี และมาเลเซียเป็นผู้นำเข้าปลาทูน่าครีบล้างแช่แข็งและอินโดนีเซียและมาเลเซียเป็นผู้นำเข้าปูแช่เย็นจนแข็งซึ่งไทยสามารถส่งออกสินค้าในหมวดนี้ไปโลกมุสลิมได้จากปลาแอตบาครีแช่แข็ง ปลาแมคเคอเรล และปลาทูน่าครีบล้างแช่แข็ง แต่กลับไม่สามารถส่งออกปูแช่เย็นจนแข็งได้มากเช่นเดียวกับการส่งออกไปตลาดโลก การสัมภาษณ์ผู้ส่งออกไทยจำนวนหนึ่งพบความเข้าใจคลาดเคลื่อนว่าปูเป็นสิ่งที่ไม่ฮาลาล ทั้งๆ ที่การไม่บริโภคปูเป็นวัฒนธรรมของมุสลิมในบางพื้นที่เท่านั้น ในขณะที่เดียวกัน ปูแช่เย็นจนแข็งเป็นสินค้าอันดับหนึ่งในหมวดนี้ที่มาเลเซียและอินโดนีเซียส่งออกไปโลกมุสลิม

หมวดผลิตภัณฑ์นม โดยเฉพาะโยเกิร์ต และนมที่เป็นผง เม็ด ที่แอลจีเรีย อินโดนีเซีย และมาเลเซียเป็นผู้นำเข้ารายสำคัญของโลกมุสลิมซึ่งไทยส่งออกสินค้าในหมวดนี้ โดยเฉพาะโยเกิร์ต ไปโลกมุสลิมได้ ในขณะที่ทั้งมาเลเซีย และอินโดนีเซียก็ส่งออกโยเกิร์ตไปตลาดโลก และในกรณีของมาเลเซีย ไปตลาดโลกมุสลิมเช่นกัน ซึ่งการที่สองประเทศนำเข้าและส่งออกไปโยเกิร์ตด้วย น่าจะเกิดจากความแตกต่างทางคุณภาพ มากกว่าการนำเข้าเพื่อ Re-export

หมวดเครื่องดื่ม โดยเฉพาะกาแฟสดผสมคาเฟอีน ซึ่งประเทศผู้นำเข้าสำคัญในโลกมุสลิมคือแอลจีเรีย โมร็อกโก และมาเลเซีย ซึ่งไทยสามารถส่งออกได้จากกาแฟสดผสมคาเฟอีน ซึ่งทั้งมาเลเซีย และอินโดนีเซียก็ส่งออกไปตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมเช่นกัน แต่ไทยกลับไม่สามารถส่งออกน้ำผลไม้แช่เย็นได้เช่นเดียวกับมาเลเซียที่สามารถส่งออกได้ ทั้งในระดับโลกและโลกมุสลิม ซึ่งน่าจะเป็นประเด็นของรสนิยมและคุณภาพที่แตกต่างกัน และความเชื่อมโยงในฐานะมุสลิมและประเทศมุสลิม

หมวดอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ (ส่วนผสมและอาหารปรุงแต่งต่างๆ) โดยเฉพาะเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด ตามด้วยวัคซีนสำหรับมนุษย์แอนติชีราฟงฮิโมโกบิล และเลือดสัตว์รักษาโรค โดยประเทศผู้นำเข้ารายสำคัญของโลกมุสลิมคือตุรกี ตามด้วยแอลจีเรีย คาซัคสถานอิหร่านอินโดนีเซีย

และมาเลเซีย แต่มีเพียงประมาณร้อยละ 1 หรือ US\$11,728,586 เท่านั้นที่เป็นการส่งออกสินค้าในหมวดนี้ (ผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ วัคซีนสำหรับมนุษย์ และเคมีปรุงแต่งใช้คุมกำเนิด) จากไทยไปตลาดโลกมุสลิม มาเลเซียและอินโดนีเซียสามารถเจาะตลาดสินค้าในหมวดนี้ในโลกมุสลิมได้ดีกว่าไทย

หมวดไขมันและน้ำมันโดยเฉพาะน้ำมันถั่วเหลือง ซึ่งผู้นำเข้ารายสำคัญของโลกมุสลิมคือ โมร็อกโก แอลจีเรีย อิหร่าน และอียิปต์โดยกว่า 1/3 ของรายได้จากการส่งออกน้ำมันถั่วเหลืองของไทย เป็นการส่งออกไปตลาดโลกมุสลิม ซึ่งมาเลเซียและอินโดนีเซีย (ซึ่งแม้จะมีมูลค่าน้อย) ก็ส่งออกสินค้านี้ไปตลาดโลก และตลาดโลกมุสลิมเช่นกัน

กล่าวโดยสรุป ข้อค้นพบสำคัญคือ 1) มาเลเซีย และอินโดนีเซียนำเข้าผลิตภัณฑ์ฮาลาลจากไทยหลายรายการ 2) ในการเจาะตลาดโลกมุสลิม มาเลเซียและอินโดนีเซียได้เปรียบประเทศไทยจากการเป็นประเทศมุสลิม 3) ประเทศไทยกำลังสูญเสียส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมของหลายๆ หมวดสินค้าอย่างต่อเนื่อง และต้องการยุทธศาสตร์ใหม่ๆ และ 4) สินค้าส่งออกสำคัญไปตลาดโลกและตลาดโลกมุสลิมของทั้งสามประเทศค่อนข้างเหมือนกัน สถานะในตลาดโลกจึงเป็นคู่แข่งกัน โอกาสที่จะมี Vertical Integration มีอยู่น้อย แม้จะเป็นความต้องการของมาเลเซียที่ขาดแคลนวัตถุดิบ และประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซียจะมีศักยภาพในการส่งออกวัตถุดิบเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศอื่น

กรอบความร่วมมือและข้อตกลงระหว่างสามประเทศ

การศึกษากรอบความร่วมมือและข้อตกลงต่างๆ ที่ทั้งสามประเทศมีต่อกัน ชี้ให้เห็นไม่เพียงแต่แนวโน้มการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น แต่ยังมีโอกาสที่ประเทศไทยจะร่วมมือกับมาเลเซียและอินโดนีเซียในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล ดังนี้

ก) เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA) เป้าหมายสำคัญของอาเซียน คือความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกทั้งในด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคง สังคม และวัฒนธรรม อาเซียนมีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน โดยประมาณครึ่งหนึ่งเป็นมุสลิมที่ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ฮาลาล การค้าเสรีจะช่วยให้ผู้บริโภคมุสลิมมีทางเลือกในการบริโภคมากขึ้นทั้งในแง่ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ราคาที่จ่ายได้ และความเชื่อมั่นในสินค้าที่จะบริโภค ในขณะที่ผู้ผลิตจะมีปัจจัยการผลิตให้เลือกมากขึ้น ต้นทุน

การผลิตต่ำลง และมีฐานลูกค้ากว้างขึ้น เขตการค้าเสรีอาเซียนซึ่งประเทศสมาชิกต้องลดและยกเลิกมาตรการภาษีและที่ไม่ใช่ภาษีให้แกกัน มีหลายกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาล ดังนี้

ใน CEPT ซึ่งประเทศสมาชิกต้องลดภาษีนำเข้า ยังมีปัญหาการตีความบางผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน บรูไนถือว่าผลิตภัณฑ์ยาสูบ เช่น บุหรี่ไม่ฮาลาล และไม่รวมไว้ในกลุ่มสินค้าที่จะได้รับการยกเว้นภาษีประเทศอื่นๆ รวมทั้งมาเลเซีย และอินโดนีเซียซึ่งเป็นประเทศมุสลิมเช่นเดียวกับบรูไน และประเทศไทยไม่มีความชัดเจนในเรื่องนี้ ในระดับองค์การศาสนา การบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบไม่ฮาลาล แต่ในระดับประเทศไม่ได้มีการขอคงไว้ซึ่งอุปสรรคในการนำเข้า บริษัทข้ามชาติจำนวนหนึ่งใช้ประโยชน์จากช่องว่างนี้และกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน ผลิตภัณฑ์ยาสูบราคาถูกเพื่อจำหน่ายในอาเซียน

กฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน (ROO) กำหนดให้สินค้าที่จะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีต้องเป็นสินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน ซึ่งสินค้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะได้รับประโยชน์ด้วย ทั้งนี้ สินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกทั้งหมดหมายถึง สินค้าเกษตรที่ผลิตหรือเก็บเกี่ยวในประเทศสมาชิก สัตว์ที่เกิดและถูกเลี้ยงในประเทศสมาชิก รวมถึงสินค้าที่ได้จากสัตว์ดังกล่าว สัตว์ที่ถูกจับ ถูกล่า หรือถูกเพาะเลี้ยง สัตว์ทะเลและผลิตภัณฑ์ที่ถูกจับโดยเรือหรือบนเรือที่จดสัญชาติ ใช้ธงของประเทศสมาชิก ในท้องทะเลที่ได้รับอนุญาต ตลอดจนผลพลอยได้หรือของเหลือจากการผลิตหรือการได้มาซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้น

สินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกบางส่วนหมายถึงสินค้าที่มีสัดส่วนมูลค่าที่เกิดขึ้นในอาเซียน (ASEAN Value Content หรือ Regional Value Content) อย่างน้อยร้อยละ 40 หรือมีการผลิตจนเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับ 4 หลักของ Harmonised System และสามารถคำนวณวัตถุดิบในอาเซียนแบบสะสมโดยกำหนดสัดส่วนขั้นต่ำของวัตถุดิบในอาเซียนเท่ากับร้อยละ 20 ซึ่งในประเด็นของถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียนและวัตถุดิบแบบสะสมนี้ ส่วนผสมที่ฮาลาลและมาจากอาเซียนจะมีราคาถูกลง

อุปสรรคทางเทคนิค (TBT) อยู่ในเรื่องของมาตรฐานกฎเกณฑ์ทางเทคนิค และกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานซึ่งกำหนดให้มาตรฐานและการตรวจสอบมาตรฐานของแต่ละประเทศต้องไม่เป็นอุปสรรคทางการค้าโดยทั่วไป มาตรฐานฮาลาลไม่น่าจะแปรเป็น TBT ได้ เพราะเป็นมาตรฐานเดียวกันในโลกมุสลิม อย่างไรก็ตาม มีรายงานว่าอินโดนีเซียกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่จะนำเข้าไปจำหน่าย ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากสภาผู้รู้ทางศาสนาของอินโดนีเซียด้วย แม้ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะได้รับการรับรองจากประเทศผู้ผลิตแล้ว มาตรฐานฮาลาลจึงแปรเป็นอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีในรูปของ TBT

ข) กรอบความตกลงว่าด้วยการบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services: AFAS) เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลในส่วนของกาให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาล ภายใต้กรอบความตกลงนี้ ประเทศสมาชิกต้องเปิดตลาดธุรกิจบริการให้แกกันมากกว่าที่แต่ละประเทศมี ข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยทุกประเทศต้องทยอยผูกพันการเปิดตลาดให้มากขึ้นทั้งจำนวน สาขา (Sector) และรูปแบบของอุปทาน (Mode of Supply) รวมทั้งลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ ให้บริการจากประเทศสมาชิก โดยแต่ละประเทศคงไว้ซึ่งสิทธิในการออกกฎระเบียบของตนในการกำกับ ดูแลการบริการให้มีคุณภาพเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ Free Flow of Services ภายใต้เป้าหมาย การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและพิมพ์เขียวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งให้ประเทศ สมาชิกจัดทำข้อผูกพันโดยกำหนดระดับ (Threshold) การเปิดตลาดในแต่ละช่วงไว้จนถึงปี พ.ศ. 2558

ตามสองเป้าหมายแรกซึ่งประเทศสมาชิกจะต้องยกเลิกข้อจำกัดต่อการให้บริการข้ามพรมแดน และการใช้บริการข้ามพรมแดนทั้งหมด แต่ถ้ามี่เหตุผลจำเป็นที่จะต้องคงเงื่อนไขบางประการสำหรับบาง สาขาบริการไว้ก็สามารถทำได้ ตามเป้าหมายการเปิดตลาดนี้ ข้อจำกัดต่อการให้บริการและการใช้บริการ ตรวจรับรองฮาลาลที่ดำเนินการโดยองค์กรศาสนาเป็นเรื่องที่กระทำไม่ได้แต่ไม่ปรากฏว่าประเทศไทยได้ แสดงเหตุผลของความจำเป็นที่จะคุ้มครองธุรกิจการตรวจรับรองฮาลาลแต่อย่างใดสำหรับเป้าหมายระดับ ที่สาม ที่ประเทศสมาชิกต้องเปิดให้นักลงทุนอาเซียนเข้ามาจัดตั้งธุรกิจในประเทศสมาชิกได้ โดยมีสัดส่วน การถือหุ้นเพิ่มขึ้นได้จนถึง 70% ดังนั้นนักลงทุนอาเซียนจะสามารถเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเพื่อ ให้บริการตรวจรับรองฮาลาลได้ในทุกขั้นตอน แต่เงื่อนไขจะเป็นเมื่อใดขึ้นกับการตรวจรับรองฮาลา ลถูกจัดอยู่ในสาขาใด ซึ่งตามข้อผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ 7 การให้บริการตรวจรับรองมาตรฐาน ฮาลาลน่าจะรวมอยู่ในการวิจัยและพัฒนา และบริการธุรกิจ แต่ไม่ว่าจะถูกจัดให้อยู่ในสาขาใด ณ ปัจจุบัน (ปี 2558) นักลงทุนอาเซียนน่าจะเข้ามาลงทุนให้บริการตรวจรับรองฮาลาลในประเทศไทยโดยมี สัดส่วนการถือหุ้นได้มากถึงร้อยละ 70 แล้ว

อย่างไรก็ตามสาระสำคัญของข้อผูกพันของไทยก็คือ ทุกรายการที่ผูกพันยังเป็นไปตามกรอบ กฎหมายไทย กล่าวคือ อนุญาตให้ต่างชาติจากประเทศสมาชิกอาเซียนมีสิทธิถือหุ้นในนิติบุคคลที่เข้ามา ประกอบธุรกิจในประเทศไทยได้ไม่เกินร้อยละ 49 และไทยยังคงสงวนเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นไปตามกรอบของ กฎหมายไทยทั้งหมด โดยยกเลิกมาตรการหรือเงื่อนไขในข้อจำกัดเกี่ยวกับการให้บริการแบบข้ามพรมแดน

การใช้บริการข้ามพรมแดน การเข้ามาจัดตั้งธุรกิจ และการเคลื่อนย้ายบุคลากร ซึ่งน่าจะกระทบการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลไทย ที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการอิสลามแห่งประเทศไทย ภายใต้พระราชบัญญัติองค์กรศาสนาอิสลาม (2540) นอกจากนี้ ประเทศสมาชิกมีกำหนดต้องดำเนินการยื่นข้อผูกพันเปิดตลาดให้แล้วเสร็จภายในปี 2010 แต่ไม่ปรากฏว่าประเทศไทยได้แสดงความจำเริญที่จะต้องมีการขออนุญาต และจะไม่ยกเลิกข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลแต่อย่างใด

ในการกำหนดสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP) ประกอบด้วยสมรรถนะร่วมสำหรับทุกกลุ่มสาขา (Common Core Competencies) และสมรรถนะด้านวิชาชีพ (Generic and Functional Competencies) ซึ่งมีรายละเอียดสำหรับบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวที่แบ่งเป็น 2 สาขาหลัก ครอบคลุมตำแหน่งงาน 32 ตำแหน่งคือ สาขาที่พัก 23 ตำแหน่ง และสาขาการเดินทาง 9 ตำแหน่ง ในจำนวนนี้หลายตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริการที่ต้องเรียนรู้ และเข้าใจมาตรฐานฮาลาล

ค) กรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thai Growth Triangle: IMT-GT) เป็นแนวคิดในการร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจของสามประเทศ ซึ่งเริ่มในปี พ.ศ. 2536 เมื่อผู้นำของอินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทยได้เห็นชอบร่วมกันที่จะผลักดันการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในลักษณะไตรภาคี โดยพื้นที่ความร่วมมือประกอบด้วย พื้นที่เกาะสุมาตราของอินโดนีเซียพื้นที่ทางตอนเหนือและตะวันตกของมาเลเซีย และพื้นที่ 14 จังหวัดภาคใต้ของไทย อย่างไรก็ตาม เป้าหมายของไทยคือการพัฒนาเศรษฐกิจในจังหวัดชายแดนภาคใต้ 5 จังหวัด ได้แก่ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ซึ่งเกือบครึ่งหนึ่งของมุสลิมไทยอาศัยอยู่ โดยการเพิ่มการค้าการลงทุน การจ้างงานในท้องถิ่น และช่วยให้แรงงานเข้าไปในมาเลเซียได้โดยถูกกฎหมายเพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่

ในปัจจุบันโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทยได้ปรับเปลี่ยนบริบทตาม IMT-GT Road Map จากที่ธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) ได้จัดทำไว้ จนเกิดความก้าวหน้าใน 6 สาขา ซึ่งรวมสาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล (Halal Products and Services) และสาขาการท่องเที่ยว (Tourisms) ที่ประเทศไทยเป็นผู้ประสานงานหลัก ซึ่งพันธกิจสำคัญของสาขาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล คือ การผลักดันให้ IMT-GT เป็นศูนย์กลางฮาลาลในภูมิภาค แต่ยังไม่พบรายงานที่แสดงความก้าวหน้าของ

ประเทศไทยในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ IMT-GT โดยเฉพาะข้อที่ 5 คือการกระจายความเจริญสู่ภาคใต้ของประเทศ

ในส่วนของสาขาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) ผู้ประสานงานหลัก คือ อินโดนีเซีย มุ่งเน้นความร่วมมือด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน การยกระดับคุณภาพแรงงาน ซึ่งน่าจะประสานกับไทยในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สาขาการท่องเที่ยวในส่วนที่เกี่ยวกับมาตรฐานฮาลาลได้

ง) ความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการความร่วมมือทวิภาคีไทย - มาเลเซีย (Joint Commission for Bilateral Cooperation: JC) ซึ่งเป็นกลไกในการกำกับดูแลความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างไทยและมาเลเซียในภาพรวมอย่างครอบคลุมทุกด้าน ซึ่งความคืบหน้าสำคัญภายใต้ความตกลงนี้คือความเห็นชอบในร่างแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) ว่าด้วยความร่วมมือทั่วไประหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลมาเลเซีย ที่มีสาระสำคัญรวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือด้านการค้าและการลงทุนในประเทศที่สาม ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์กับการร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลได้

จ) คณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย (Thailand - Malaysia Committee on Joint Development Strategy for Border Areas: JDS) ที่มุ่งสร้างกลไกในการพัฒนาการกินดีอยู่ดีของประชาชนในบริเวณพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาสและสตูล) และ 4 รัฐภาคเหนือของมาเลเซีย (เปอรลิส เคดะห์ กลันตัน และอำเภอบึงกาฬในรัฐเปรัก) โดยเน้นโครงการความร่วมมือสร้างเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ที่จะเป็นประโยชน์แก่ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งน่าจะรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาล วัตถุประสงค์เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล และบุคลากรทางด้านฮาลาล

ฉ) ความตกลงทางการค้าทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (Joint Trade Commission: JTC) ซึ่งเป็นกลไกส่งเสริมการค้าและขจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างสองประเทศ มีประเด็นสำคัญที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ไทยผลักดันคือการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลซึ่งประเทศไทยเชื่อมั่นว่ามีความพร้อม ทั้งในด้านองค์ความรู้ในการตรวจสอบมาตรฐานอาหารและสินค้าฮาลาล ด้านผลผลิตทางการเกษตรที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงในตลาดโลก ด้านวัตถุดิบทางการเกษตรที่เป็นปัจจัยการผลิตสำคัญของอุตสาหกรรมแปรรูป

รูปเนื้อสัตว์และสัตว์น้ำ ขณะที่ประเทศมาเลเซียมีตลาดโลกมุสลิม สำหรับส่งออกสินค้าฮาลาล จึงเป็นโอกาสอันดีของทั้งสองประเทศจะร่วมมือกันในการลงทุนผลิตและขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลไปยังตลาดโลกมุสลิมซึ่งมีประชากรกว่า 1 ใน 4 ของประชากรโลก

14.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการศึกษาชี้ว่าประเทศไทยต้องปรับแนวคิดและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลใหม่ เพื่อให้มีนโยบายที่ถูกต้องมีความพร้อม และถ้าจำเป็น หากจัดรวม ร่วมมือกับประเทศอื่นในอาเซียนที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม เพื่อแข่งขันกับคู่แข่งนอกอาเซียนที่ครองส่วนแบ่งในตลาดโลกมุสลิมมากกว่าร้อยละ 90 หลายนโยบายที่ประเทศไทยสามารถพิจารณานำมาใช้เกี่ยวข้องกับพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงต้องตระหนักว่าความสำเร็จในการดำเนินการนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ด้วย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมีสี่ส่วนดังนี้

การบริหารจัดการของรัฐ

1) ประเทศไทยควรมีหน่วยงานรัฐที่เป็นเจ้าภาพรับผิดชอบการส่งเสริม การพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล และการคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านฮาลาลเป็นการเฉพาะ ทั้งนี้ให้มีบทบาทรวมถึงการสนับสนุนงบประมาณโดยตรงแก่องค์กรศาสนาในการตรวจรับรอง การมีหน่วยงานนี้หมายถึงการส่งเสริมและไม่ได้หมายถึงการแทรกแซงการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลที่องค์กรศาสนากำกับดูแลอยู่ในปัจจุบัน การดำเนินงานของห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ในการสนับสนุนการตรวจรับรองฮาลาล และองค์กรภาคเอกชนของมุสลิมในการคุ้มครองผู้บริโภคทางด้านฮาลาลอย่างจริงจัง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นมาตรฐานฮาลาลไทยในตลาดโลกมุสลิม

2) ประเทศไทยควรแสวงหาความร่วมมือในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับอีกสองประเทศ โดยใช้ประโยชน์จากความสามารถเปรียบเทียบที่มีอยู่ และกฎว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้าอาเซียน (ROO) ที่กำหนดให้สินค้าที่จะได้รับประโยชน์จากการลดภาษีต้องเป็นสินค้าที่มาจากหรือผลิตจากประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งหมดหรือเป็นบางส่วน ซึ่งสินค้าหรือวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะได้รับประโยชน์ด้วย วัตถุดิบและส่วนผสมที่ฮาลาลจากอาเซียนจะมีราคาถูกลง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกมุสลิมได้ดีขึ้น

3) ประเทศไทยควรใช้พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ผลิตสินค้าเพื่อส่งออกสู่โลกมุสลิม และส่งออกผ่านท่าเรือในประเทศมาเลเซีย เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนการขนส่ง การดำเนินการนี้ อาจใช้ความตกลงทางการค้าทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (Joint Trade Commission: JTC) ซึ่งเป็นกลไกส่งเสริมการค้าและจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างสองประเทศ ซึ่งภายใต้ความตกลงนี้ ประเทศไทยพยายามผลักดันการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล เพราะเชื่อมั่นว่ามีความพร้อม ทั้งในแง่ของความรู้ในการตรวจสอบมาตรฐานอาหารและสินค้าฮาลาล ด้านผลผลิตทางการเกษตร และด้านวัตถุดิบทางการเกษตรที่เป็นปัจจัยการผลิตสำคัญ ในขณะที่ประเทศมาเลเซียมีตลาดโลกมุสลิม ทั้งนี้ความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาความไม่สงบในพื้นที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ

4) ประเทศไทยควรกำหนดยุทธศาสตร์การขนส่งสินค้าส่งออกสู่โลกมุสลิม ซึ่งในประเด็นนี้ ความร่วมมือกับมิตรประเทศเป็นประเด็นสำคัญ ทั้งในแง่ความมีประสิทธิภาพและความยั่งยืน เช่น ผ่านท่าเรือในประเทศมาเลเซีย เพื่อลดระยะเวลาและต้นทุนการขนส่งประเด็นการร่วมผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งต้องมีข้อยุติการจัดสรรส่วนแบ่งมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานระหว่างทุกฝ่ายอย่างเป็นธรรม

ทั้งนี้ การผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลในภูมิภาคอื่นเพื่อส่งออกสู่โลกมุสลิม อาจทำได้ถ้าผู้ผลิตเข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานฮาลาล และสามารถให้ประโยชน์จากท่าเรือน้ำลึกทวายได้ในอนาคต ท่าเรือทวายมีระยะทางไปตลาดโลกมุสลิมใกล้กว่าท่าเรือของมาเลเซีย และอินโดนีเซีย

5) ประเทศไทยควรใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT) ในการร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจของสามประเทศ ซึ่งเป้าหมายหลักของไทยคือการพัฒนาเศรษฐกิจใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ซึ่งในสาขาลิขิตภัณฑ์และบริการฮาลาล (Halal Products and Services) และสาขาการท่องเที่ยว (Tourisms) ที่ประเทศไทยเป็นผู้ประสานงานหลัก มีพันธกิจสำคัญคือการผลักดันให้ IMT-GT เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่ในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฮาลาลอย่างแท้จริง ซึ่งความตกลงว่าด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมความร่วมมือทวิภาคีไทย-มาเลเซีย (JC) อาจเป็นกลไกในการกำกับดูแลความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างไทยและมาเลเซียในการร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลได้

6) ประเทศไทยควรเร่งรัดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และยกระดับคุณภาพแรงงานท่องเที่ยวใน 2 สาขาหลัก ทั้งสาขาที่พัก 23 ตำแหน่งและสาขาการเดินทาง 9 ตำแหน่ง ซึ่งหลายตำแหน่งเกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริการที่ต้องเรียนรู้และเข้าใจมาตรฐานฮาลาล เพราะการเป็นประชาคมอาเซียน บุคลากรที่

ประกอบบทท่องเที่ยวของไทยจะต้องเผชิญการแข่งขันมากขึ้น จากการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายบุคลากรที่ประกอบวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ACCSTP)

7) ภายใต้กรอบความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (AFAS) ที่ประเทศสมาชิกต้องเปิดตลาดธุรกิจบริการให้แกกันมากกว่าที่แต่ละประเทศมีข้อตกลงกับองค์การการค้าโลก (WTO) โดยต้องทยอยผูกพันการเปิดตลาดให้มากขึ้นทั้งจำนวนสาขา (Sector) และรูปแบบของอุปทาน (Mode of Supply) รวมทั้งลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อผู้ให้บริการจากประเทศสมาชิกรวมทั้งเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาลในส่วนของการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาล (รวมถึงการตรวจสอบทางห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ และการคุ้มครองผู้บริโภค) ภายใต้กรอบความตกลงนี้ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องตระหนักว่าจะไม่สามารถผูกขาดการตรวจรับรองฮาลาลไว้ที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งได้อีกต่อไป และเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นนี้ได้แก่ การให้บริการและการใช้บริการตรวจรับรองฮาลาลข้ามพรมแดน และการที่นักลงทุนอาเซียนจะสามารถเข้ามาลงทุนในไทยเพื่อให้บริการตรวจรับรองฮาลาลได้ในทุกขั้นตอน

ทั้งนี้ ไม่ชัดเจนว่าในเวทีการเจรจาทวิภาคีระหว่างประเทศไทยกับอีกสองประเทศ หรือการเจรจาพหุภาคีกับประเทศสมาชิกอาเซียน ประเทศไทยยังสามารถแสดงความจำเป็นที่จะต้องมียกข้อจำกัด และจะไม่ยกเลิกข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลได้หรือไม่

8) แม้การมีหน่วยงานหรือองค์กรอื่นทำการตรวจรับรองฮาลาลด้วยนอกเหนือไปจากองค์กรศาสนาจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ในอนาคต ประเทศไทยต้องเตรียมมาตรการที่จะทำให้มั่นใจได้ว่าการตรวจรับรองดังกล่าวจะมีกระบวนการตรวจสอบที่ได้มาตรฐาน และมีเงื่อนไขให้ดำเนินการได้โดยไม่ต้องไม่ให้เกิดประเด็นวิพากษ์วิจารณ์ ได้แย้งในวงกว้าง

9) ให้พิจารณาว่าอัตราค่าใช้จ่ายในการตรวจรับรองฮาลาลของประเทศไทยเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาลหรือไม่ ถ้าเป็น ภาครัฐควรพิจารณาพร้อมกับองค์กรศาสนาเพื่อหาแนวทางปรับลดอัตราลง พร้อมๆ กับหาแนวทางอื่นสนับสนุนงบประมาณอย่างเป็นระบบและยั่งยืน เพื่อให้การตรวจรับรองมาตรฐานฮาลาลดำเนินต่อไปตามหลักการอิสลาม อย่างมีประสิทธิภาพ

10) จัดให้มีการเจรจาแก้ไขปัญหาการไม่รับรองมาตรฐานฮาลาลซึ่งกันและกันให้ได้ข้อยุติโดยเร็ว โดยรวมการที่อินโดนีเซียกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลจะนำเข้าไปจำหน่าย ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากสภาผู้รู้ทางศาสนาของอินโดนีเซียด้วย และการที่ไทยกำหนดให้ส่วนผสมที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากประเทศผู้ผลิตหรือผู้ส่งออกแล้ว ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากองค์กรศาสนาใหม่ ปัญหานี้ทำให้มาตรฐานฮาลาลซึ่งเป็นหลักการศาสนาและควรเป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกประเทศ ถูกแปรเป็นอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาวการณ์อุปสรรคทางเทคนิค (TBT) ของการค้าระหว่างประเทศ

ทั้งๆ ที่ ของตกลงทางการค้าต่างๆ กำหนดให้มาตรฐานและการตรวจสอบมาตรฐานของแต่ละประเทศต้องไม่เป็นอุปสรรคทางเทคนิคของการค้าระหว่างประเทศ (TBT)

การตรวจรับรองและเครื่องหมายรับรองฮาลาล

11) ควรมีระบบการลงทะเบียนขอตรวจรับรองฮาลาลไทย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์เช่นเดียวกับประเทศอินโดนีเซีย เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ และเพื่อให้สามารถเร่งรัดติดตามผลการตรวจรับรองให้รวดเร็วได้

12) ควรกำหนดค่าธรรมเนียมการตรวจรับรองฮาลาลให้สอดคล้องกันระหว่างส่วนกลาง และแต่ละจังหวัด รวมทั้งให้มีส่วนสร้างผู้ประกอบการฮาลาลรายใหม่โดยเฉพาะที่เป็นมุสลิม เช่น ค่าธรรมเนียมที่แปรผันกับขนาดของผู้ประกอบการ แต่นโยบายนี้มีทั้งจุดเด่นและจุดด้อย ในด้านหนึ่ง ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กสามารถเติบโตในธุรกิจนี้ได้ ในอีกด้านหนึ่ง ในอีกด้านหนึ่ง อัตราค่าธรรมเนียมที่ต่างกันทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ประกอบการและระหว่างภูมิภาค

13) ในการขอใบรับรองเพื่อส่งออกสินค้าให้ชำระค่าธรรมเนียมเพียงครั้งเดียว ที่ใดที่หนึ่งระหว่างองค์กรศาสนา (คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย) หรือกรมส่งเสริมการค้าส่งออก เพื่อลดความซ้ำซ้อนและภาระของผู้ส่งออก

14) ขยายอายุเครื่องหมายรับรองมาตรฐานฮาลาลไทยให้มากกว่า 1 ปี เช่น เป็น 2 ปี เท่ากับกรณีของอินโดนีเซีย และสอดคล้องกับความเห็นของผู้ประกอบการ โดยสามารถเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่มเท่ากับการรับรองสองครั้งๆ ละ 1 ปี ทั้งนี้ ต้องมีการติดตามและประเมินอย่างเข้มงวดตลอดระยะเวลาดังกล่าว

15) ให้บททวนบางกฎเกณฑ์ที่ใช้อยู่ ประกอบด้วยการกำหนดประเภทผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต้องได้รับการตรวจรับรองฮาลาล การกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ใดที่มีชื่อเครื่องหมายการค้าเหมือนกัน แต่บรรจุภัณฑ์มีขนาด น้ำหนัก หรือชนิดต่างกัน แม้สิ่งที่อยู่ภายในจะเป็นสิ่งเดียวกัน ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน จะต้องขอเครื่องหมายรับรองฮาลาลและจ่ายค่าธรรมเนียมเป็นรายขนาด น้ำหนัก และชนิดบรรจุภัณฑ์ และการกำหนดให้การว่าจ้างให้ผลิต (OEM/House Brand) ที่สิ่งที่ได้รับเครื่องหมายรับรองฮาลาลแล้ว ผู้ว่าจ้างต้องขอรับหรือมอบหมายให้ผู้รับจ้างขอรับการตรวจรับรองใหม่

16) ให้สนับสนุนผู้ประกอบการที่นับถือศาสนาอิสลามใช้สิทธิของความเป็นมุสลิม ที่จะแสดงโดยเปิดเผยว่าผลิตภัณฑ์ของตนฮาลาล ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องไม่ใช้เครื่องหมายรับรองฮาลาลที่เหมือนหรือเลียนแบบเครื่องหมายรับรองฮาลาลขององค์กรศาสนา (คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย) เนื่องจากการละเมิดลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา

17) ในขณะที่มาเลเซียมีความพยายาม แต่ไม่น่าจะประสบความสำเร็จ ในการสร้างเครื่องหมายรับรองฮาลาลใหม่ที่เหนือกว่าเครื่องหมายรับรองฮาลาลเดิม ประเทศไทยควรกำหนดยุทธศาสตร์ใหม่ โดยวางตำแหน่งมาตรฐานฮาลาลไทยใหม่ (Reposition) ให้เหนือกว่ามาตรฐานอื่น เช่น GMP HACCP การวางตำแหน่งมาตรฐานฮาลาลไทยใหม่นี้ไม่ได้หมายถึงการแข่งขันกับมาตรฐานอื่น แต่หมายถึงการกำหนดให้การได้รับการรับรองโดยมาตรฐานอื่น เป็นเงื่อนไขที่ต้องได้รับก่อน (Prerequisite) การรับรองมาตรฐานฮาลาลไทย

การเจาะตลาดโลกมุสลิม

18) ทบทวนสาเหตุและแสวงหายุทธศาสตร์ใหม่เพื่อแก้ปัญหาส่วนแบ่งการตลาดของไทยในโลกมุสลิมลดลงในทั้งสามตลาด (เอเชีย และโดยเฉพาะอาหรับ และแอฟริกา) ทั้งๆ ที่สามตลาดมีกำลังซื้อและวัฒนธรรมการบริโภคต่างกัน ซึ่งเป็นการลดลงในหลายหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดเครื่องดื่ม หมวดไขมันและน้ำมันหมวดผลิตภัณฑ์นม หมวดผลิตภัณฑ์จากพืชผักและผลไม้ และหมวดอาหารทะเล แม้หมวดเนื้อสัตว์จะมีส่วนแบ่งเพิ่มขึ้น แต่ก็มีส่วนแบ่งที่น้อยมากและน้อยกว่ามาเลเซียหลายเท่าตัว

19) ควรกำหนดเป้าหมายการเจาะตลาดโลกมุสลิมให้ชัดเจน ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ (ตลาดเอเชียอาหรับ หรือแอฟริกา) และประเภทสินค้า ซึ่งแต่ละตลาดมีกำลังซื้อ วัฒนธรรมการบริโภค และความต้องการสินค้าแตกต่างกัน ในบางสินค้าประเทศไทยมีศักยภาพการส่งออกในระดับโลก แต่ต้องการการปรับยุทธศาสตร์ใหม่ และต้องมีข้อมูลเชิงลึกในการเจาะตลาดโลกมุสลิมแต่ละตลาด ยุทธศาสตร์ที่เป็นไปได้ประกอบด้วย การแบ่ง (Segment) ระหว่างตลาดอาหรับที่มีกำลังซื้อสูง ต้องการสินค้าคุณภาพระดับบน และบรรจุภัณฑ์ที่ดี กับตลาดแอฟริกาที่มีกำลังซื้อต่ำกว่า ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและราคารองลงมา

20) การที่ประเทศไทยเจาะตลาดโลกมุสลิมได้ไม่ดีเท่ามาเลเซีย และอินโดนีเซีย เป็นปัญหาสำคัญสาเหตุหนึ่งน่าจะเกิดจากการที่ไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิม ในขณะที่มาเลเซียและอินโดนีเซียเป็นประเทศมุสลิม ประเทศไทยควรใช้ประโยชน์จากผู้สำเร็จการศึกษาจากโลกมุสลิมซึ่งเข้าใจวัฒนธรรมดีเจาะตลาดโลกมุสลิม และจากพื้นที่ 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่โลกมุสลิมรู้จักดีและประชากรส่วนใหญ่เป็นมุสลิม โดยสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ฮาลาลของพื้นที่นี้ ผลิตเพื่อส่งออกสู่โลกมุสลิม กลไกในการดำเนินการนี้อาจเป็นคณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย - มาเลเซีย (JDS) ที่มุ่งสร้างกลไกในการพัฒนาการกินดีอยู่ดีของประชาชนในบริเวณพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) และ 4 ภูมิภาคเหนือของมาเลเซีย ซึ่งน่าจะรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาล วัตถุประสงค์เพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล และบุคลากรทางด้านฮาลาลด้วย

ด้านองค์ความรู้และข้อมูล

21) ให้พัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภคของมุสลิมในประเทศต่างๆ หรือตลาดต่างๆ โดยเฉพาะประเทศหรือตลาดที่มีกำลังซื้อและมีศักยภาพจะเป็นผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ฮาลาล ของประเทศไทย

22) ให้ลงทุนพัฒนาฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ฮาลาลอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นฐานความรู้ในการพัฒนา อุตสาหกรรมฮาลาล ทั้งนี้โดยเริ่มจากฐานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ ตามด้วยฐานข้อมูลบุคลากร ทางด้านฮาลาล ฐานข้อมูลผู้ประกอบการ ส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล

14.3 ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

ให้มีการศึกษาวิจัยในลักษณะเดียวกันนี้กับประเทศสมาชิกอาเซียนประเทศอื่น ได้แก่ บรูไนซึ่งเป็น ประเทศมุสลิมเช่นเดียวกับมาเลเซียและอินโดนีเซีย และกำลังดำเนินการเชิงรุกผ่านการลงทุนใน อุตสาหกรรมฮาลาลในหลายประเทศ (เช่น ออสเตรเลีย จีน) และพม่าซึ่งมาเลเซียช่วยวางระบบฮาลาลให้ และมีภาคธุรกิจอยู่ในมือมุสลิม กัมพูชาซึ่งเข้ามาเรียนรู้ระบบฮาลาลจากไทย เวียดนามซึ่งมีความพร้อมใน ด้านวัตถุดิบแต่มีประชากรมุสลิมไม่มาก

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงต่างประเทศ.2555.**การประชุมคณะกรรมการร่วมว่าด้วยความร่วมมือทวิภาคีระหว่างไทยกับมาเลเซีย ครั้งที่ ๑๒ และ คณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย ระดับรัฐมนตรี ครั้งที่ ๓.**

เข้าถึง <http://m.mfa.go.th/main/th/media-center/28/30573> (วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤศจิกายน 2557).

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.2556. **ASEAN Trade in Goods Agreement ATIGA.** เข้าถึง

<http://www.dtn.go.th/images/stories/aecinfo/ATIGA.pdf> (วันที่ค้นข้อมูล 2 พฤศจิกายน 2557).

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ.2555. **กลุ่มงานการค้าบริการอาเซียน.** สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน.

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2553. **เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area: AFTA).**

เข้าถึง [container/true/Default.aspx](http://www.dtn.go.th/images/stories/aecinfo/asean/blueprint_tran.pdf) (วันที่ค้นข้อมูล 2 พฤศจิกายน 2557).

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. 2550. **แผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC**

Blueprint. เข้าถึง http://www.dtn.go.th/images/stories/aecinfo/asean/blueprint_tran.pdf. (วันที่ค้นข้อมูล 19 พฤศจิกายน 2557).

กลุ่มงาน IMT-GT/ มาเลเซีย. 2555. **กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย.** สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ.

คณะกรรมการการศึกษาแนวทางในการสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล. 2556. **รายงานผลการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางในการสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมฮาลาล.**

คณะกรรมการการค้าการอุตสาหกรรม สภาผู้แทนราษฎร.ด้านศุลกากรสะเดา . 2555.**คณะกรรมการว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมสำหรับพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย (Thailand - Malaysia Committee on Joint Development Strategy for Border Areas: JDS)**

เข้าถึง <http://www.sadaocustoms.org/index.php?lay=show&ac=article&Id=539263100>. (วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤศจิกายน 2557).

นิลสุวรรณ ลีลารัศมี. 2552. **สิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการเป็นภาคี AFTA.** เข้าถึง

http://newsser.fda.moph.go.th/IAHCP/interfda_activities.php?subid=341&id=344(วันที่ค้นข้อมูล: 25 ตุลาคม 2557).

- บรรจง ปินกาชัน . 2539. **ทะเลและหะรอมในอิสลาม**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.
- สำนักจุฬาราชมนตรี. 2538. “ระเบียบปฏิบัติอาหารฮาลาล”. (เอกสารถ่ายสำเนา).
- ปัญญา คอนซัลแตนท์ จำกัด, มปป. “โครงการจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอย่างยั่งยืน”. รายงานการศึกษาดัชนีสมรรถนะ เสนอต่อ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.
- วิลาลินี แจ่มอุลิตรัตน์. 2556. **การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญระหว่างไทย-มาเลเซีย**.
กลุ่มงานIMT-GT/มาเลเซีย สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุนกรมการค้าต่างประเทศ.
- สถาบันพัฒนาบุคลากรการทอ่งเที่ยว. 2554. **โครงการความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย**. เข้าถึง<http://secretary.mots.go.th/person/ewt> (วันที่ค้นข้อมูล: 15 ตุลาคม 2557).
- สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน. 2556. **โอกาสทางการค้าและการลงทุนของไทยภายใต้กรอบ ความร่วมมือ IMT-GT**. กรมการค้าต่างประเทศ.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. 2555. **การลงนามแถลงการณ์ร่วม (Joint Statement) ในการเยือนมาเลเซียอย่าง เป็นทางการของนายกรัฐมนตรี**. เข้าถึง <http://www.cabinet.soc.go.th/soc/Program> (วันที่ค้นข้อมูล 27 พฤศจิกายน 2557).
- สำนักอาเซียน. 2550. **พิมพ์เขียวเพื่อการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint)**.
- สมประวิณ มันประเสริฐและดนุพล อิริยสัจจากร. 2557. **สถานการณ์และผลกระทบจากการเคลื่อนย้าย แรงงานเสรีในภูมิภาคอาเซียน**. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์ศึกษาเอเปค. 2543. **ผลกระทบของแผนปฏิบัติการการเปิดเสรีการค้าและการลงทุนของประเทศไทย ตามแผนปฏิบัติการของเอเปค ณ กรุงมนิลา ต่อภาคเอกชนไทย (MAPA Individual Action Plan)**. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เสนอต่อ หอการค้าไทย. ศูนย์ศึกษาเอเปค มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2557. **โครงการเตรียมการรองรับการเคลื่อนย้ายของแรงงานสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (Preparation for Flow of Labor in the ASEAN Community)**.
- อัর্থ พิศาลวานิชและคณะ. 2553. **ทางรอดสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. ศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อิศรา ศานติศาสน์. 2550. **นโยบายและผลกระทบของการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย**. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ภาษาอังกฤษ

Dato' Seri Jamil Bidin .2013. *HDC 7th Year Grace: HDC (2006-2013)*. Slides Presentation on 13th September 2013.

Department of Islamic Development Malaysia.2015. *JAKIM's Profile*. Into www.islam.gov.my/en/ (accessed 18 January 2015)

Department of Islamic Development Malaysia. ๒๕๕๗. *"Guidelines for Halal Assurance Management System of Malaysia Halal Certification"*.

Halal Industry Development Corporation. 2015. into www.hdcglobal.com/publisher/allias (accessed 18 January 2015)

Isra Sarntisart. 2012. *"AFTA and Tobacco in Thailand"*. Research Paper Submitted to Southeast Asia Tobacco Control Alliance (SEATCA).

Nassaruddin, R.R., Fuad, F., Mel, M., Jaswir, I. and Abd. Hamid, H. 2012. *"The Importance of a Standardized Manufacturing Practice (IMP) for Food and Manufacturing Productions"*. Advance in Natural and Applied Sciences, Volume 6(5), P. 588-595.

LPPOM MUI. 2008. *"General Guidelines of Halal Assurance System"*.

Yong Chantalangsy. 2010. *"Tobacco Trade Liberazation under CEPT Scheme for AFTA"* ASEAN Department, Ministry of Foreign Affairs, Lao PDR.

ภาคผนวกที่ 1 หน่วยงานที่ได้รับการยอมรับที่สามารถออกใบรับรองฮาลาล ปี 2557

ออสเตรเลีย 8 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Adelaide Mosque, Islamic Society of South Australia	
2	Islamic Association of Geraldton	
3	Islamic Association of Katanning Inc.	
4	Islamic Co-ordinating Council of Victoria (ICCV)	
5	Supreme Islamic Council of HalalMeat in Australia Inc. (SICHMA)	
6	The Perth Mosque of Western Australia Incorporated	

No.	Organization	Halal Logo
7	Al-Iman Islamic Society	
8	Australian Halal Authority & Advisers (AHAA)	

ออสเตรเลีย 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Islamic Information and Documentation Center	

ฝรั่งเศส 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Ritual Association of Lyon's Great Mosque (Association Rituelle de la Grande Mosquee de Lyon)	

เยอรมัน 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	HALAL CONTROL e.K. (EU) Pruef- und Zertifizierungsstelle fuer Halal-Lebensmittel European Inspection- and Certification Body for Halal-Food	

อินโดนีเซีย 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	The Indonesian Council of Ulama (MUI), Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika,	

อาเจนตินา 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	The Halal Catering Argentina San Nicolas 1061 – (1407) Buenos Aires, The Halal Catering Argentina Halal Slaughtering & Halal Food Supervision	
2	Islamic Centre of The Argentine Republic (Centro Islamico de La Republica Argentina)	

ฟิลิปปินส์ 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Islamic Da'wah Council of The Philippines (IDCP)	
2	National Commission on Muslim Filipinos (NCMF)	 Halal Marketing Logo of Office on Muslim Affairs

บังกลาเทศ 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Islamic Foundation Bangladesh (Baitul Moqarram National Mosque)	

เบลเยียม 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Halal Food Council of Europe (HFCE)	

แคนาดา 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Halal Montreal Certification Authority	

ชิลี 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Centro Islamico De Chile	

อิตาลี 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Halal International Authority (HIA)	

เกาหลี 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Korean Muslim Federation (KMF)	

เคนยา 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Kenya Bureau of Halal Certification (KBHC)	

ปากีสถาน 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Jamea Markaz Uloom Islamia Mansoor (JMUIM)	

บราซิล 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Federation of Muslims Associations in Brazil	
2	Centro de Divulgação Islam Para América Latina (CDIAL) / Islam Dissemination Center for Latin America	

ญี่ปุ่น 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Japan Muslim Association	
2	Japan Halal Association (JHA)	

อินเดีย 3 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Halal Committee-Jamiat-Ulama-E-Maharashtra	
No.	Organization	Halal Logo
2	Jamiat Ulama-I-Hind Halal Trust	
3	Halal India PVT LTD	

ฮอลแลนด์ 3 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Control Office of Halal Slaughtering B.V & Halal Quality Control	
2	Total Quality Halal Correct Certification	

3	Halal Feed and Food Inspection Authority (HFFIA)	
---	--	---

นิวซีแลนด์ 3 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Federation of Islamic Associations of New Zealand (FIANZ)	
2	NZ Islamic Meat Management & NZ Islamic Processed Foods Management	
3	New Zealand Islamic Development Trust (NZIDT)	

แอฟริกาใต้ 3 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	National Independent Halal Trust	

2	South African National Halal Authority (SANHA)	
3	Muslim Judicial Council SA	

โปแลนด์ 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	The Muslim Religious Union in Poland (MRU)	

ศรีลังกา 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Halal Accreditation Council (Guarantee) Limited	

สิงคโปร์ 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Islamic Religious Council of Singapore (MUIS)	

ชุดาน 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Majlis Fiqh Islami of Sudan/ Halal Authority of Sudan	Majlis Fiqh Islami of Sudan / Halal Authority of Sudan
No.	Organization	Halal Logo
2	General Administration of Quarantines Department of Slaughterhouses Federal Ministry of Animal Resources and Fisheries Sudan	SUDAN

ไต้หวัน 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Taiwan Halal Integrity Development Association (THIDA)	
2	Taichung Mosque	

ตุรกี 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	KAS ULUSLARARASI SERTİFİKASYON GÖZ. TEK. KONT. HIZM. LTD. ŞTİ. (KASCERT INTERNATIONAL)	
2	Association For The Inspection And Certification Of Food And Supplies (GIMDES)	

สหราชอาณาจักร 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	The Muslim Food Board (UK)	
2	Halal Food Authority	

สหรัฐ 2 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA)	
2	Islamic Services of America (ISA)	

เวียดนาม 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Halal Certification Agency, Vietnam	

ไทย 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	The Central Islamic Committee of Thailand (CICOT)	

สวิตเซอร์แลนด์ 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Halal Certification Services	

บรูไน 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Lembaga Mengeluarkan Permit Import Halal, Bahagian Kawalan Makanan Halal, Jabatan Hal Ehwal Syar'iah	

มาเลเซีย 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	The Department of Islamic Development (JAKIM or Jabatan Kemajuan Islam Malaysia)	

อียิปต์ 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Egyptian Organization for Standardization & Quality (EOS)	

คูเวต 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Ministry of Commerce and Industry, Public Authority of Industry, Kuwait	

โอมาน 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Quality Control Department, Ministry of Commerce & Industry (OMAN)	

กาตาร์ 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Qatar Supreme Council of Health, Department of Health Outlets and Food Control	

เยเมน 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Yemen Standardisation Metrology & Quality Control Organization	 Attayeb halal food الطيب

สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	The Ministry of Environment & Water of the United Arab Emirates	 Al Meezan Halal Capital Group

มาลี แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Direction Nationale des Industries (DNI)	MALI

เซเนกัล 1 แห่ง

No.	Organization	Halal Logo
1	Association Senegalaise de Normalisation (ASN) (Senegalese Standardization Agency) (SENEGAL)	SENEGAL

อิน

No.	Organization	Halal Logo
1	FASONORM	
2	Islamic Chamber Research & Information Center(ICRIC)	

ภาคผนวกที่ 2: พิกัดอัตราสินค้าเกี่ยวกับฮาลาลที่ทั้งสามประเทศนำเข้าและส่งออก

พิกัดอัตราอากร/สินค้าที่เกี่ยวข้องกับฮาลาล	ไทย		อินโดนีเซีย		มาเลเซีย	
	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก	นำเข้า	ส่งออก
หมวดสัตว์มีชีวิตผลิตภัณฑ์จากสัตว์						
02.01 เนื้อสัตว์จำพวกโคกระบือ สดหรือแช่แข็ง						
0201.10 โคทั้งตัวและครึ่งตัว		✓				
0201.20 โคส่วนตัดแบบที่มีกระดูก	✓	✓	✓		✓	
0201.30 โคไม่มีกระดูก	✓	✓	✓		✓	✓
02.02 เนื้อสัตว์จำพวกโคกระบือ แช่เย็นจนแข็ง						
0202.10 โคทั้งตัวและครึ่งตัวแช่แข็ง	✓				✓	
0202.20 โคส่วนตัดมีกระดูกแช่แข็ง	✓		✓		✓	✓
02.04 เนื้อแกะหรือเนื้อแพะ สด แช่เย็น						
0204.10 ลูกแกะทั้งตัวและครึ่งตัว สดหรือแช่แข็ง	✓				✓	
0204.20 เนื้อแกะอื่นๆ						
0204.41 ทั้งตัวและครึ่งตัว			✓		✓	
0204.50 เนื้อแพะ			✓		✓	
02.10 เนื้อและส่วนอื่นของสัตว์ที่บริโภคได้ ใสเกลือ แช่น้ำเกลือแห้งหรือรมควัน						
0210.20 เนื้อสัตว์จำพวกโคกระบือ		✓		✓	✓	✓
0210.90 เนื้อหรือส่วนอื่นของสัตว์ที่บริโภคได้						
0210.99 เนื้อไก่ตัดขนาดเล็ก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
03.02 ปลาสดหรือแช่เย็น						
0302.10 ปลาแช่ลมจนไม่รวมถึงตับและไข่						
0302.11 ปลาเทราต์	✓	✓	✓		✓	
0302.21 ปลาลิ้นหมา	✓			✓		
0302.30 ปลาทูนา						

0302.31	ปลาแอลบาคอร์แซ่เย็น		✓				
0302.32	ปลาทูนาครีบลีโงแซ่เย็น	✓	✓		✓	✓	
0302.33	ปลาโอแซ่เย็น	✓					
0302.64	ปลาแมคเคอเรลแซ่เย็น	✓	✓	✓	✓	✓	✓
03.03 ปลาแซ่เย็นจนแข็ง							
0303.41	ปลาแอลบาคอร์แซ่แข็ง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
0303.42	ปลาทูนาครีบลีโงแซ่แข็ง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
03.04 เนื้อปลาฟิลเลและเนื้อปลาแบบอื่น							
0304.10	สดหรือแช่เย็น						
03.05 ปลาแห้งใส่เกลือหรือแช่น้ำเกลือ							
0305.10	ปลาป่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓
03.06 สัตว์น้ำมีชีวิต							
0306.14	ปูแซ่เย็นจนแข็ง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
03.07 สัตว์น้ำจำพวกโมลลัสก์							
0307.30	หอยแมลงภู่						
0307.40	ปลาหมึก						
04.02 นมและครีมที่ทำให้เข้มข้น หรือเติมน้ำตาลหรือสารให้ความหวาน							
0402.10	นมที่เป็นผง เม็ด	✓	✓	✓	✓	✓	✓
04.03 บัตเตอร์มิลค์ นมหรือครีม							
0403.10	โยเกิร์ต	✓	✓	✓	✓	✓	✓
04.05 เนย ไขมันและน้ำมันอื่นที่ได้จากนม							
0405.00	เนย						
04.06 เนยแข็ง							
0406.10	เนยแข็งทำจากหางนม	✓		✓	✓	✓	
0406.20	เนยแข็งเป็นฝอยและผง	✓		✓	✓	✓	✓
0406.30	เนยแข็งก้อน	✓		✓	✓	✓	✓
05.05 หนังและส่วนอื่นของสัตว์ปีก							

0505.10	หนังไก่	✓	✓	✓	✓	✓	✓
05.06 กระดุก แก่นเขาสัตว์							
0506.10	ส่วนที่แข็งเหมือนกระดุก และกระดุกที่ผ่านกรรมวิธีโดยใช้กรด	✓	✓	✓	✓		
06.01 พืชหัว หน่อ							
0601.10	หน่อ	✓	✓	✓	✓	✓	
0601.20	ต้นและราก	✓	✓	✓	✓		
<u>หมวดผลิตภัณฑ์จากพืช</u>							
07.01 มันฝรั่ง สดหรือแช่เย็น							
0701.10	มันฝรั่งใช้สำหรับการเพาะปลูก	✓	✓	✓			✓
07.02 มะเขือเทศ							
0702.00	มะเขือเทศสด หรือแช่เย็น	✓	✓			✓	✓
07.04 กะหล่ำปลี กะหล่ำดอก และพืชที่คล้ายกันที่สามารถบริโภคได้							
0704.10	กะหล่ำดอกและบรอกโคลี	✓	✓	✓	✓	✓	✓
07.05 ผักกาดหอม สดหรือแช่เย็น							
0705.11	ผักกาดหอมห่อหัว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
07.07 แดง							
0707.00	แตงร้านและแตงกวา สดหรือแช่เย็น	✓	✓	✓	✓	✓	✓
07.13 พืชตระกูลถั่วแห้งและเอาเปลือกออก							
0713.10	ถั่วลันเตา	✓	✓	✓	✓	✓	✓
07.14 มันสำปะหลัง รากสามมิบ สาเลปมันเทศ และรากหรือหัวที่คล้ายกัน							
0714.10	มันสำปะหลัง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
0714.20	มันเทศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
08.01 มะพร้าวบราซิลและมะม่วงหิมพานต์							
0801.10	มะพร้าว						
08.05 ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง							

0805.10 ส้มเปลือกบาง	✓	✓	✓		✓	✓
0805.20 ส้มเขียวหวาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
08.14 เปลือกผลไม้จำพวกส้มหรือเปลือกแดง						
0814.00 เปลือกส้มและแดงโม สด หรือแช่เย็น	✓	✓	✓	✓	✓	✓
09.01 กาแฟ จะคั่วหรือแยกคาเฟอีนออกหรือไม่ก็ตาม						
0901.10 กาแฟที่ไม่ได้คั่ว						
0901.11 กาแฟสดผสมคาเฟอีน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
0901.12 กาแฟสดแยกคาเฟอีน			✓	✓	✓	✓
0901.20 กาแฟคั่ว						
0901.22 กาแฟคั่วแยกคาเฟอีน	✓		✓	✓	✓	✓
0901.30 เปลือกและเยื่อของกาแฟ						
09.02 ชา						
0902.30 ชาดำ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10.05 ข้าวโพด						
1005.10 ใช้สำหรับเพาะปลูก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10.06 ข้าว						
1006.10 ข้าวเปลือก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1006.20 ข้าวกลั่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1006.30 ข้าวเหนียว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1006.40 ปลายข้าว		✓	✓	✓	✓	✓
11.01 แป้ง						
11.01.00 แป้งข้าวสาลีหรือแป้งเมสลิน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11.07 มอลต์จะคั่วหรือไม่ก็ตาม						
1107.10 ไม่ได้คั่ว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
1107.20 คั่วแล้ว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
หมวดไขมันและน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืชและผลิตภัณฑ์ที่แยกได้จากไขมันและน้ำมัน						
15.02 ไขมันจากสัตว์จำพวกโคกระบือ แกะ หรือแพะ ดิบหรือที่ได้จากการเจียว						

1503.001	ที่บริโภคได้						
1503.009	อื่นๆ						
15.03 ไชมัน (สเดียริน) และไชมันเหลว (ออยล์) ของน้ำมันและของไชมันสัตว์อื่น							
1503.001	ไชมันและน้ำมัน	✓	✓				
1503.009	อื่นๆ						
15.05 ไชขนสัตว์และสารจำพวกไชมันที่ได้จากไชขนสัตว์							
1505.10	ไชขนสัตว์ดิบ			✓		✓	✓
1505.90	อื่นๆ	✓	✓		✓		
15.07 น้ำมันถั่วเหลืองแลพรงคั่นของน้ำมันถั่วเหลือง							
1507.10	น้ำมันถั่วเหลืองดิบ			✓		✓	✓
1507.90	อื่นๆ	✓	✓		✓		
15.16 ไชมันหรือน้ำมันที่ได้จากสัตว์หรือพืชและพรงคั่น							
1516.10	ไชมันและน้ำมันที่ได้จากสัตว์และพรงคั่น	✓	✓				✓
1516.101	ที่บริโภคได้						
หมวด อาหารปรุงแต่ง เครื่องดื่มสุรา และน้ำส้มสายชู							
16.01 แปรรูปเนื้อสัตว์							
1601.00	ไส้กรอก	✓	✓	✓	✓	✓	✓
16.02 เนื้อสัตว์ ส่วนอื่นๆของสัตว์ หรือเลือดสัตว์ ที่ปรุงแต่ง							
1602.10	ของปรุงแต่งที่ผสมเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน	✓	✓			✓	✓
1602.20	ตับสัตว์	✓	✓			✓	
1602.30	ของสัตว์ปีก						
1602.31	ไก่งวง	✓	✓			✓	✓
1602.39	อื่นๆ		✓				
1602.90	อื่นๆ รวมของปรุงแต่งที่ทำจากเลือดสัตว์	✓	✓		✓	✓	✓
16.03 สิ่งสกัดจากเนื้อสัตว์							
1603.00	สิ่งสกัดจากไก่	✓	✓	✓	✓	✓	✓

17.01 น้ำตาลที่ได้จากอ้อยหรือหัวบีต						
1701.11	น้ำตาลที่ได้จากอ้อย			✓	✓	✓
17.02 น้ำตาลอื่นๆ แล็กโทส มอลโทส กลูโคส และฟรักโทส						
1702.10	แล็กโทสและน้ำเชื่อม					
17.03 กากน้ำตาลที่เหลือจากการสกัดหรือการทำน้ำตาลให้บริสุทธิ์						
1703.10	กากน้ำตาล			✓	✓	✓
17.04 ขนที่ทำจากน้ำตาล						
1704.10	หมากฝรั่งเคลือบน้ำตาล	✓	✓	✓	✓	✓
1704.90	ขนที่ทำจากน้ำตาล	✓	✓	✓	✓	✓
18.04 ผลจากโกโก้						
1804.00	โกโก้บัตเตอร์ ไขมัน และน้ำมันของโกโก้			✓	✓	✓
18.06 ช็อคโกแลตและอาหารปรุงแต่งอื่น						
1806.10	ผงโกโก้เติมน้ำตาล			✓	✓	✓
19.01 สิ่งสกัดจากมอลต์ รวมทั้งอาหารปรุงแต่งที่ทำจากแป้ง แป้งหยาบ จากสตาร์ชหรือสิ่งสกัดจากมอลต์						
1901.10	อาหารปรุงแต่งสำหรับใช้เลี้ยงทารก	✓	✓	✓	✓	✓
1901.20	แป้งผสมทำขนม	✓	✓	✓	✓	✓
19.02 พาสต้าที่ทำให้สุกหรือยัดไส้ (ด้วยเนื้อหรือสิ่งอื่นๆ) หรือปรุงแต่งโดยวิธีอื่น						
1902.20	พาสต้ายัดไส้ จะทำให้สุกหรือปรุงแต่งโดยวิธีอื่น	✓	✓	✓	✓	✓
20.09 น้ำผลไม้						
2009.11	แช่เย็น			✓	✓	✓
21.02 ยีสต์ จุลินทรีย์เซลล์เดียว						
2102.30	ผงฟูปรุงแต่ง			✓	✓	✓
21.04 ซุป ซุปข้น และของปรุงแต่งสำหรับทำซุปรดกแล้ว						
2104.20	อาหารปรุงแต่งที่มีส่วนผสมรวมเข้าเป็นเนื้อเดียวกัน	✓	✓	✓	✓	✓
21.06 อาหารปรุงแต่งที่ไม่ได้ระบุหรือรวมไว้ในที่อื่น						

2106.10	โปรตีนเข้มข้นและสารเทกซ์เจอร์โปรตีน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
23.01 เนื้อสัตว์ หรือส่วนอื่นๆของสัตว์ปลา							
2301.10	เนื้อสัตว์หรือส่วนอื่นของสัตว์	✓	✓	✓		✓	✓
หมวดผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมทางเคมีหรืออุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกัน							
28.26 ผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม							
2826.10	ฟลูออไรด์						
30.02 เลือดมนุษย์ เลือดสัตว์ที่จัดทำสำหรับใช้รักษาโรคป้องกันโรคหรือวินิจฉัยโรค							
3002.10	แอนติซีรา และแฟรกชันอื่นๆของเลือด(ผงฮีโมโกลิน)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3002.20	วัคซีนใช้เป็นยาสำหรับมนุษย์	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3002.31	วัคซีนใช้ป้องกันโรคเกี่ยวกับเท้าและปาก						
3002.90	เลือดสัตว์ที่จัดทำสำหรับใช้รักษาโรค ป้องกันโรคหรือวินิจฉัยโรค	✓	✓	✓	✓	✓	✓
30.04 ยารักษาหรือป้องกันโรค							
3004.20	ที่มีปฏิชีวนะอื่นๆ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3004.31	ที่มีอินซูลิน	✓	✓	✓	✓	✓	
30.06 ผลิตภัณฑ์ทางเภสัชกรรม							
3006.60	เคมีปรุงแต่งที่ใช้คุมกำเนิด	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ภาคผนวกที่ 3: รายงานการเดินทางเก็บข้อมูลภาคสนามในมาเลเซีย

22-24 มกราคม 2558

ผู้ร่วมเดินทาง

- | | |
|----------------------------|---------------------|
| 1)รศ. ดร. อิศรา ศานติศาสน์ | หัวหน้าโครงการวิจัย |
| 2)นางสาวชาริฮาน สุหลง | ผู้ช่วยวิจัย |
| 3)นางสาวฮายาตี เล็งนู | ผู้ช่วยวิจัย |

ออกเดินทาง 22 มกราคม 2558

- | | |
|---------------------------------|-------------------|
| เดินทางจากที่พัก | เวลา 04.00 |
| Flight TG 2261 กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ | เวลา 06.20-07.45 |
| รถ หาดใหญ่ – ด่านสะเดา – ปีนัง | เวลา 08.00 -11.50 |

กิจกรรมสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับฮาลาล

(1) บริษัท BismiCergas SDN.BHD

จุดหมายแรกที่ลงพื้นที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายไก่สดทั้งตัวและชิ้นส่วนไก่ที่ตัดแล้ว มีระบบการเกษตรแบบพันธสัญญา(Contract Farming) กับแบรนด์ KFC ในประเทศมาเลเซีย (ประมาณ 70% ของผลผลิต) และจำหน่ายค้าส่งทั่วไปภายในประเทศ (ประมาณ 30%) โดยบริษัทได้รับใบรับรองฮาลาลโดยตรงจากหน่วยงานรับรองฮาลาลประเทศมาเลเซีย (JAKIM) และมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายฮาลาลดูแลเรื่องฮาลาลภายในบริษัทด้วย

ข้อค้นพบ

1. กระบวนการขอฮาลาลของมาเลเซียใช้เวลาอย่างน้อย 6 เดือน ตั้งแต่การเริ่มต้นลงทะเบียนขอตรวจรับรอง การเข้าตรวจสอบสถานประกอบการ ตรวจสอบเพื่อปรับปรุง จนกระทั่งอนุมัติเครื่องหมายรับรองฮาลาล
2. กระบวนการขอฮาลาลมีความเข้มงวดมากตั้งแต่การเชือดไก่จนถึงการบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่าย
3. การเชือดไก่ต้องทำโดยผู้ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลเท่านั้น

4. การตรวจสอบสถานประกอบการโดยหน่วยงานรับรองฮาลาล จะไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทำให้การตรวจสอบเป็นไปตามความเป็นจริง โปร่งใสและไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นที่นอกเหนือจากที่ระบุไว้ตามระเบียบของ JAKIM
5. เครื่องหมายรับรองฮาลาลมีอายุนับตั้งแต่วันที่ยื่นขอ 1 ปี และมีการตรวจสอบปรับปรุงทุกปี
6. ผู้ประกอบการได้ใช้เครื่องหมายรับรองจริง 6 เดือน เนื่องจากการตรวจรับรองใช้เวลาทั้งหมด 6 เดือน
7. ผู้ประกอบการเห็นว่า เครื่องหมายรับรองควรมีอายุอย่างน้อย 2 ปี โดยมีการตรวจสอบตามระเบียบอย่างเข้มงวด

(2) ภัตตาคาร Khunthai Restaurant @Butterworth

ร้านอาหารไทยที่ได้รับความนิยมจากคนมาเลเซียและนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะจากประเทศไทยเป็นร้านอาหารที่มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลของผู้ทำการเชือดสัตว์ (Certificate of Slaughter Authentication) การประกอบอาหารภายในร้านจะไม่มีเนื้อหมูและส่วนผสมของหมู จะเน้นอาหารทะเลและเนื้อไก่เป็นหลักในการประกอบอาหารภายในร้านและไม่แสดงโดยเปิดเผยว่าจำหน่ายอาหารฮาลาล เพียงแต่ระบุว่า Pork Free เนื่องจากจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ด้วย

ข้อค้นพบ

1. การเชือดสัตว์เป็นธุรกิจ ที่ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลจากหน่วยงานฮาลาลของประเทศมาเลเซีย เครื่องหมายรับรองฮาลาลการเชือดสัตว์มีอายุ 2 ปี
2. ร้านอาหารในมาเลเซียหลายร้านไม่ขอใบรับรองฮาลาล แต่ใช้วิธีประกอบอาหารโดยไม่มีเนื้อหมูและส่วนผสมของหมูรวมอยู่ด้วย โดยระบุว่า Pork Free
3. ร้านอาหารที่มีเนื้อหมูจำหน่ายหรือมีส่วนผสมของหมูจะขึ้นเครื่องหมาย Non-Halal เพื่อแจ้งให้ทราบว่าร้านนี้ไม่ฮาลาล และมุสลิมไม่สามารถทานได้

(3) ภัตตาคาร Oriental Gurney Restaurant SDN.BHD

ร้านอาหารจีนในประเทศมาเลเซีย ซึ่งได้รับเอกสารรับรองฮาลาลจากหน่วยงานเอกชนของมาเลเซีย โดยไม่มีการออกเครื่องหมายรับรองฮาลาลให้ เป็นการรับรองว่าผลิตภัณฑ์ในร้านอาหารนี้ถูกต้องตามหลักอิสลามและหลักกฎหมายของรัฐ ซึ่งร้านนี้ระบุโดยเปิดเผยว่าจำหน่ายอาหารฮาลาลโดยไม่ใช้เครื่องหมายรับรองใดๆ เนื่องจากจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยภายในร้านจำหน่ายอาหารจีนที่ไม่มีเนื้อหมูส่วนผสมของหมูและมุสลิมสามารถบริโภคได้ตามใบรับรองฮาลาลที่ได้รับมา

ข้อค้นพบ

1. หน่วยงานเอกชนของมาเลเซีย เช่น Islah Research Circle ออกเอกสารรับรองแก่สถานประกอบการได้ โดยเอกสารรับรองนี้จะให้การรับรองฮาลาลและคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติเมื่อได้รับใบรับรอง
2. หน่วยงานที่สามารถออกใบรับรองฮาลาลในมาเลเซียมีหลายหน่วยงาน ไม่ใช่เฉพาะแต่หน่วยงานของรัฐบาลคือ JAKIM เท่านั้น และการออกเอกสารรับรองมีหลายประเภท
3. ร้านอาหารที่ได้รับการรับรองฮาลาลหลายร้านไม่ประสงค์แสดงป้ายใบรับรองฮาลาลแก่ลูกค้า ด้วยเหตุผลทางกลยุทธ์และความเหมาะสม

(4) KayuNasiKandar SDN.BHD

ร้านอาหารอินเดียของมุสลิมชื่อ KayuNasiKandar ซึ่งได้รับความนิยมมากจากชาวมลายูและชาวต่างชาติ เป็นร้านอาหารอินเดียที่ไม่ได้ติดใบหรือเครื่องหมายรับรองฮาลาลใดๆ แต่แสดงความเป็นร้านอาหารฮาลาลด้วยคำสอนภาษาอาหรับ เช่นเดียวกับร้านอื่นๆ อีกหลายร้าน โดยไม่ได้ติดเครื่องหมายรับรองจาก JAKIM

เดินทางกลับ 24 มกราคม 2558

รถ	ป็นัง-สะเตา-หาดใหญ่	เวลา	13.00-16.30
Flight	TG 2266 หาดใหญ่ - กรุงเทพฯ	เวลา	17.50-19.50
กลับถึงที่พัก		เวลา	20.45