

ชื่อเรื่อง: การศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างความร่วมมือในธุรกิจอาหารฮาลาลระหว่างไทยและมาเลเซีย

ชื่อผู้วิจัย: ดร. สุพรรณิ เขียวขุ่ม และคณะ

บทคัดย่อ

มูลค่าทางการตลาดฮาลาลขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประชากรมุสลิมมีแนวโน้มมากขึ้น ทำให้หลายประเทศสนใจที่จะเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดฮาลาลมากขึ้น ทั้งไทยและมาเลเซียต่างศักยภาพสูงในการแข่งขันในธุรกิจอาหารฮาลาล ประเทศไทยมีจุดแข็งในช่วงต้นของโซ่อุปทาน คือ มีวัตถุดิบอุดมสมบูรณ์ มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและได้รับการยอมรับ มีอาหารที่หลากหลายและมีคุณภาพ ส่วนมาเลเซีย มีจุดแข็งในตอนท้ายของโซ่อุปทาน ได้แก่ การกระจายสินค้า และการจัดจำหน่าย แม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพดังกล่าวและพยายามที่จะเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าอาหารฮาลาล แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น ประเทศไทยอาจต้องการยุทธศาสตร์ใหม่ในการแข่งขันในตลาดอาหารฮาลาล งานวิจัยนี้จึงต้องการทราบว่าไทยและมาเลเซียมีแนวทางที่จะนำจุดแข็งของกันและกันมาปัดจุดอ่อนได้หรือไม่ วัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาและประเมินผลความร่วมมือทางธุรกิจอาหารฮาลาลระหว่างไทยและมาเลเซียที่เกิดขึ้นแล้ว และ 2) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอาหารฮาลาลระหว่างไทยและมาเลเซีย ตัวอย่างการวิจัยทั้งสิ้นจำนวน 203 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลชาวไทย จำนวน 57 คน 2) ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลชาวไทย จำนวน 92 คน 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลชาวมลายู จำนวน 24 คน และ 4) ผู้ประกอบการอาหารฮาลาลชาวมลายู จำนวน 30 คน วิธีการเก็บข้อมูลใช้การศึกษาจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการสังเกตการณ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผลการวิจัยพบ ความร่วมมือในระดับรัฐบาลซึ่งเป็นเชิงนโยบายที่ยังไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังพบความร่วมมือระดับเอกชนในหลายรูปแบบ ได้แก่ การจ้างผลิตสินค้าตามความต้องการ การขายผ่านผู้กระจายสินค้า การค้าชายแดน การสนับสนุนด้านแหล่งทุน และการลงทุนระหว่างประเทศ หากประเมินเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตและปัจจุบัน ความร่วมมือในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลระหว่างไทยและมาเลเซียไม่น่าจะมีโอกาสเป็นไปได้ แต่หากประเมินมิติในอนาคตเกี่ยวกับแนวโน้มการให้ความสำคัญในการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ไทยและมาเลเซียไม่สามารถหลีกเลี่ยงความร่วมมือในธุรกิจอาหารฮาลาลได้เลย งานวิจัยนี้ได้ใช้ TOWS Matrix ในการนำเสนอกลยุทธ์ที่เหมาะสมให้กับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยทั้งในระดับรัฐบาลและเอกชน

คำสำคัญ: อาหารฮาลาล ความร่วมมือระหว่างไทยและมาเลเซีย การค้าระหว่างประเทศ

Title: The study of potentiality in business cooperation in Halal food business between Thailand and Malaysia

Author: Supannee Keawchaum et. al.

Abstract

Halal market value is continuously expanding because the Muslim population tends to increase gradually leading to many countries are interested in gaining the halal market share. Both Thailand and Malaysia have high competitive advantages in the halal food business. Thailand has strengths, at the beginning of a supply chain, which are having abundant raw materials and being a globally recognized food producer. Malaysia has strength at the end of the supply chain which is product distribution. Although Thailand has such potential and tries to increase its market share of halal food products but still not successful. Therefore, Thailand may need a new strategy to compete in the Halal food market. This research studies whether Thailand and Malaysia have ways to combine each other's strengths to close their weaknesses. The objectives of the research are 1) to study and evaluate the Halal food business cooperation between Thailand and Malaysia that has occurred, and 2) to study the possibility of creating Halal food business cooperation between Thailand and Malaysia. There are 203 research samples comprised of 4 groups 1) agencies related to the Halal food business in Thailand (57 samples), 2) Thai Halal food entrepreneurs (92 samples), 3) agencies related to the halal food business in Malaysia (24 samples), and 4) Malaysian Halal food entrepreneurs (30 samples). Data collection method methods are documentary study, interview, focus group discussion and observation. Content analysis is used for data analysis. The research found cooperation in government levels, which are policies that cannot be implemented in concrete. Besides, private sector cooperation is also found in

many forms, including the Original Equipment Manufacturer (OEM), selling through distributors, border trade and support for international funding and investment. If evaluating the past and present circumstances, the cooperation in the halal food industry between Thailand and Malaysia is unlikely to be possible. However, if evaluating the future dimensions of the important trend of building international cooperation at the regional and global levels, Thailand and Malaysia cannot avoid cooperation in the halal food business. This research uses the TOWS Matrix to suggest suitable strategies for the Thai halal food industry.

Keywords: halal food, cooperation between Thailand and Malaysia, international trade