

การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจอาหารฮาลาล Logistics Management for Halal Food Business

จำเริญ เชื้อนแก้ว^{1*}

¹สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์อุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพาร์อิสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหิดล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

บทคัดย่อ

ความต้องการอาหารฮาลาลมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น นอกจากจะเป็นตลาดใหญ่ของประเทศมุสลิมแล้ว ยังได้รับความสนใจจากผู้บริโภคทั่วไปที่เชื่อมั่นในความปลอดภัยของอาหารฮาลาล โดยในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก นอกจากการควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐานตามหลักศาสนาอิสลามแล้ว กิจกรรมต่างๆ ในโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายหรือโลจิสติกส์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในโซ่อุปทานก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดการคลังสินค้า การขนส่ง และการดำเนินงานสถานีปลายทาง และกิจกรรมสนับสนุนกระบวนการไหลของสินค้าฮาลาล ตามแนวคิดของระบบฮาลาลโลจิสติกส์อื่นๆ ซึ่งนอกจากจะเป็นการรับประกันคุณภาพทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลที่มีการส่งมอบ ยังเป็นการช่วยบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

คำสำคัญ

ฮาลาลโลจิสติกส์ ฮาลาล อาหารฮาลาล

Abstract

The demand of halal food products is increasing not only from Muslim country but also non-Muslim customer that trust in halal food safety. Halal industry in Thailand need to be develop to be recognized in international market. The production process must follow Islamic Laws and also the activities in the supply chain related to mobility or logistics between the various groups

* ผู้เขียนหลัก
อีเมลล์: chamroen@feu.edu

must be considered, involving the series of activities such as the warehousing, transportation, terminal operations and others supporting activities alongside the flow of halal logistics. This will ensure a consumer's confidence in the Halal food products. It also manages logistics costs in efficiently operation.

Keywords

Halal Logistics, Halal, Halal Food

บทนำ

ฮาลาล (Halal) หมายความว่า สิ่งของหรือการกระทำใดๆ ซึ่งได้รับอนุญาตตามบทบัญญัติแห่งศาสนาอิสลาม โดยผลิตภัณฑ์ฮาลาล (Halal Product) นั้นจะหมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ศาสนาอนุมัติให้ใช้หรือบริโภคได้ ซึ่งอาจจะเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค การบริการอาหาร เครื่องดื่มและครัวฮาลาล ผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ เวชภัณฑ์ เวชสำอาง บรรจุภัณฑ์ โลจิสติกส์ เป็นต้น (คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย, 2559) โดยผลิตภัณฑ์ที่จัดว่าเป็นฮาลาล จะได้รับการประทับตราฮาลาลที่ได้รับอนุญาต เป็นการรับประกันว่า ชาวมุสลิมโดยทั่วไปสามารถบริโภคอาหาร หรืออุปโภค สินค้าหรือบริการต่างๆ ได้โดยสนิทใจ (ฐิติมา วงศ์อินตา, ปันดดา กสิกิจวิวัฒน์, สุซเซ่น นิยมเดชา, บุญทวี จันทร์กลั๊บ และโรสลาวาตี โต๊ะแอ, 2558) โดยมีการประมาณการณ์ว่าอุตสาหกรรมฮาลาลทั่วโลกมีมูลค่ารวมถึง 2.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 20 (Global Islamic Finance Report, 2013) หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้การเติบโตขยายตัวอย่างมากคือ จำนวนประชากรที่นับถือศาสนาอิสลามทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการคาดการณ์ว่าจำนวนประชากร 1.6 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2553 จะเพิ่มขึ้นเป็น 2.8 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2593 ซึ่งอัตราการเติบโตนี้จะทำให้ในปี พ.ศ. 2593 จะมีประชากรที่เป็นมุสลิมถึงร้อยละ 30 ของประชากรทั้งโลก (Hackett, Connor, Stonawski, Skirbekk, Potancokova & Abel, 2015)

นอกจากตลาดฮาลาลจะตอบสนองต่อผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม การยอมรับในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ใช่ชาวมุสลิมยังเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มองว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นฮาลาลนั้นเป็นสิ่งที่มีความปลอดภัย และมีระบบการผลิตถูกต้องตามหลักจริยธรรม ทั้งยังมีประเด็นของสวัสดิภาพสัตว์และการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย (Global Islamic Finance Report, 2013)

อุตสาหกรรมฮาลาลในปัจจุบันได้ขยายไปสู่การผลิตสินค้าสาขาอื่น นอกเหนืออาหารและสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอาหาร อาทิ เภสัชภัณฑ์ เครื่องสำอาง เครื่องอาบน้ำ อุปกรณ์ทางการแพทย์รวมถึงการบริการ เช่น การขนส่ง การเงิน การธนาคาร การท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ตลาดอาหารฮาลาลถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก และยังคงครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด ด้วยสัดส่วนร้อยละ 61 ของมูลค่าตลาดฮาลาลของโลก ตามด้วยเภสัชภัณฑ์ และเครื่องสำอาง มีสัดส่วนร้อยละ 26 และ 11 ตามลำดับ (Elasrag, 2016)

ตลาดอาหารฮาลาลโลกมีทิศทางการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยคาดว่าในปี พ.ศ. 2559 ตลาดอาหารฮาลาลโลกจะมีมูลค่าประมาณ 829.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.5 ต่อปี ในช่วงปี พ.ศ. 2555 – พ.ศ. 2559 ซึ่งมูลค่าตลาดอาหารฮาลาลดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 17 ของมูลค่าตลาดอาหารโลกทั้งหมด (Global Islamic Finance Report, 2013)

International Markets Bureau (2011) ได้รายงานสถานการณ์การผลิตรวมทั้งการรับรองอาหารฮาลาลของไทยนั้น ผู้ประกอบการมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับตลาดฮาลาลมากขึ้น ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2552 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 ประเทศไทยมีการขอรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลมากกว่า 2,000 รายการ ซึ่งเป็นอันดับหนึ่งของโลก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนอาหารและเครื่องดื่มที่ขอรับรองเครื่องหมายฮาลาลของประเทศต่างๆ ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2552 ถึง เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2553

ประเทศ	จำนวน (รายการ)
ไทย	2,115
มาเลเซีย	1,663
แอฟริกาใต้	1,622
สิงคโปร์	1,123
อินโดนีเซีย	1,114

ที่มา: International Markets Bureau, 2011

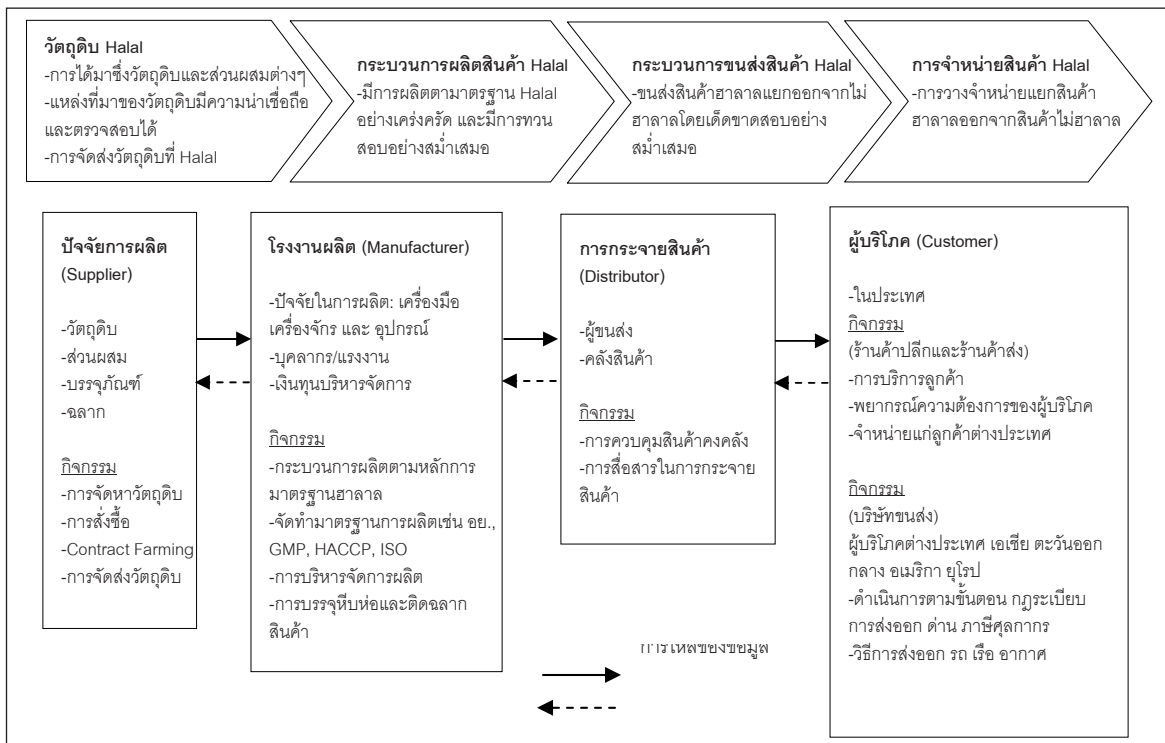
ในปี พ.ศ. 2555 มีบริษัทที่ได้รับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลกว่า 5,000 บริษัท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 กว่าร้อยละ 40 ต่อปี โดยสถานประกอบการที่ขอการรับรองส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารเป็นหลัก โดยมีสัดส่วนรวมกันสูงถึงร้อยละ 90 (ผู้ผลิตอาหาร ร้อยละ 72 ร้านอาหาร ร้อยละ 13 โรงเชือดและชำแหละเนื้อสัตว์ ร้อยละ 3 และผู้นำเข้าอาหาร ร้อยละ 2) โดยในด้านการส่งออก มีการประมาณการว่าการส่งออกอาหารฮาลาลในปี พ.ศ. 2558 จะมีมูลค่า 174,566 ล้านบาท โดยการส่งออกไปยังตะวันออกกลางและแอฟริกา ซึ่งทั้งสองภูมิภาคเป็นตลาดส่งออกอาหารฮาลาลที่สำคัญของไทย โดยมีสัดส่วนส่งออกร้อยละ 58 ขณะที่ตลาดส่งออกในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ อินโดนีเซีย มีสัดส่วนส่งออก ร้อยละ 21 และมาเลเซีย มีสัดส่วนส่งออก ร้อยละ 17 สำหรับสินค้าส่งออกหลักยังคงเป็นกลุ่มอาหารฮาลาลโดยธรรมชาติ เช่น ข้าว น้ำตาลทราย แป้งมันสำปะหลัง นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มอาหารทะเลแปรรูป ผักผลไม้กระป๋อง รวมถึงไก่สดและแปรรูป เป็นต้น (ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฮาลาลไทย, 2559)

โซ่อุปทานของอาหารฮาลาล

มาตรฐานอาหารฮาลาล มีองค์ประกอบสำคัญคือ กระบวนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นถึงสิ้นสุด ตลอดสายโซ่การผลิตจะต้องถูกต้องตามบัญญัติศาสนาอิสลาม ปราศจากสิ่งที่ต้องห้ามตามบัญญัติศาสนา อาทิ วัตถุดิบ ส่วนประกอบ สารปรุงแต่ง สารพิษ สิ่งปนเปื้อนต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ดี ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าอาหาร เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ ทำให้การบริหารจัดการการดำเนินงานส่วนต่างๆ มีขั้นตอนที่ต้องพิจารณามากกว่าการผลิตตามมาตรฐานโดยทั่วไป

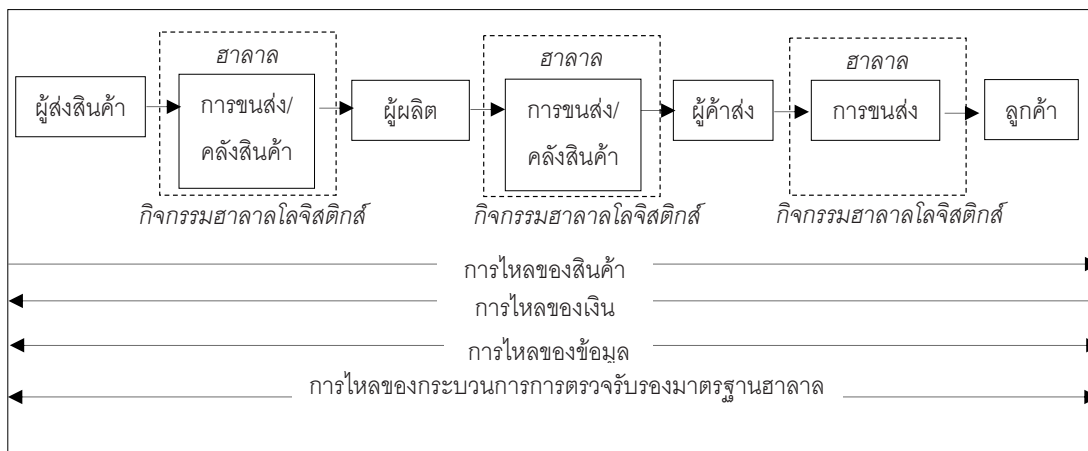
ในโซ่อุปทานอาหารฮาลาลโดยทั่วไป จะประกอบด้วยผู้ที่มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ผลิต/จำหน่ายวัตถุดิบ (Suppliers) ผู้ประกอบการอาหารฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค (ภาพที่ 1) โดยมีกิจกรรมต่างๆ ที่จะช่วยสร้างคุณค่าในโซ่อุปทานของอาหารฮาลาล เช่น

- การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพและไม่มีการปนเปื้อนภายใต้ข้อกำหนดของมาตรฐานอาหารฮาลาล
- กระบวนการผลิตและแปรรูปวัตถุดิบนำเข้าเป็นอาหารฮาลาลที่ถูกหลักอนามัยและไม่มีการปนเปื้อน โดยที่กระบวนการผลิตจะต้องฮาลาลทุกขั้นตอน
- การบรรจุหีบห่อบนฉลากที่มีความน่าเชื่อถือและมีเครื่องหมายรับรองฮาลาลจากคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยหรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด (จุติมา วงศ์อินตา, ปนัดดา กสิกิจวิวัฒน์, สุซเซิน นิยมเดชา, บุญทวี จันทร์กลับ และโรสลาวาตี โต๊ะแอะ, 2558)



ภาพที่ 1: รูปแบบโซ่อุปทานอาหารฮาลาล
ที่มา: จุติมา วงศ์อินตา และคณะ, 2558

จะเห็นได้ว่าหนึ่งในกิจกรรมที่จะช่วยสร้างคุณค่าในโซ่อุปทานของอาหารฮาลาล คือกระบวนการกระจายสินค้า ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สินค้าจะถูกกระจายโดยไม่มีการปนเปื้อนตามมาตรฐานอาหารฮาลาลไปยังผู้ค้าส่ง ค้าปลีก ก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภคต่อไป ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการจัดการด้านโลจิสติกส์ที่ดีและเหมาะสม โดยกระบวนการที่เกิดการไหลของสินค้าและข้อมูลจะเกิดในระหว่างหน่วยงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2: กระบวนการของฮาลาลโลจิสติกส์

ที่มา: Hamid, Talib & Mohamad, 2014

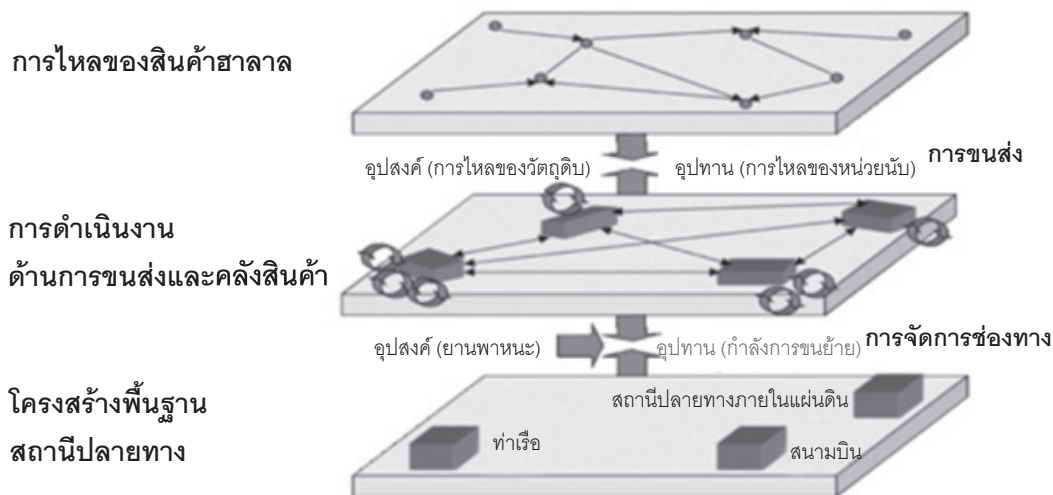
การจัดการโลจิสติกส์สำหรับธุรกิจอาหารฮาลาล

ฮาลาลโลจิสติกส์เป็นกระบวนการจัดการไหลของสินค้าและข้อมูลตลอดห่วงโซ่อุปทานให้เป็นไปตามกระบวนการที่ไม่ขัดกับหลักการที่กำหนดในวิถีมุสลิม การไหลของสินค้าที่ครอบคลุมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค มีการไหลของข้อมูลที่ครอบคลุมในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลความต้องการและระบบการขนส่งสินค้าโดยต้องมีป้ายชื่อหรือรหัสติดไว้ที่สินค้าฮาลาลนั้นๆ ซึ่งเป็นระบบพื้นฐานที่มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้าได้ (ปิยะพงศ์ เสนิย์รัตน์ประยูร, นิกร ศิริวงศ์ไพศาล และเสกสรร สุธรรมานนท์, 2559) แนวคิดของฮาลาลโลจิสติกส์นั้น เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลนั้นได้รับการดูแลตลอดโซ่อุปทาน และให้ผู้ผลิตสามารถตรวจสอบและออกแบบห่วงโซ่อุปทานได้ถูกต้องตามข้อกำหนด โดยฮาลาลโลจิสติกส์จะต้องมีการตั้งตัวชี้วัดในการดำเนินงาน (Key Performance Indicators; KPI) ซึ่งจะใช้ในการตรวจสอบในแต่ละขั้นตอน (Malaysia Institute of Transport, 2012)

โดยหลักพื้นฐานของระบบฮาลาลโลจิสติกส์นั้นประกอบด้วย 3 ด้าน คือ (1) หลักเลี่ยงการสัมผัสและปนเปื้อนโดยตรงกับฮารอมหรือสิ่งที่เป็นข้อห้าม (2) ลดความเสี่ยงที่จะมีการปนเปื้อนตามลักษณะของสินค้า เช่น ของแข็งปนกัน หรือของแห้งปนกับของเปียก และ (3) การระบุข้อกำหนดและการยอมรับของลูกค้าที่เป็นตลาดกลุ่มมุสลิม สำหรับระบบฮาลาลโลจิสติกส์สามารถจำแนกตามประเทศของกลุ่มลูกค้าได้เป็น 2 กลุ่ม

คือ (1) ระบบฮาลาลโลจิสติกส์สำหรับกลุ่มประเทศที่ไม่ได้เป็นมุสลิมที่จะพิจารณาประเด็นด้านหลักเสี่ยงการปนเปื้อนและลดความเสี่ยงที่จะมีการปนเปื้อนเท่านั้น และ (2) ระบบฮาลาลโลจิสติกส์สำหรับกลุ่มประเทศมุสลิมที่จะต้องพิจารณาประเด็นด้านการระบุข้อกำหนด การยอมรับ และข้อกำหนดของลูกค้าตามข้อบัญญัติของศาสนาด้วย ทำให้ระบบของประเทศกลุ่มมุสลิมจะต้องมีระบบคลังสินค้าหรือการออกแบบการขนส่งที่จำเพาะมากกว่าประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิม ซึ่งการควบคุมที่ต่างกันนี้ทำให้ปริมาณการผลิตของกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมมีปริมาณต่ำกว่า ทำให้ต้นทุนการจัดเก็บในคลังและการขนส่งสูงกว่า ส่งผลถึงราคาขายของสินค้าฮาลาลในกลุ่มประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมที่จะสูงกว่ากลุ่มประเทศมุสลิมด้วย (Global Islamic Finance Report, 2013)

องค์ประกอบของฮาลาลโลจิสติกส์ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ คลังสินค้า (Warehousing) การขนส่ง (Transportation) และการดำเนินงานสถานีปลายทาง (Terminal Operations) ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3: องค์ประกอบของฮาลาลโลจิสติกส์
ที่มา: Tieman, 2009 อ้างถึงใน Bruil, 2010

โดยการจัดการในแต่ละส่วน จะมุ่งเน้นการพิจารณาการดำเนินงานตามข้อบัญญัติของศาสนา ซึ่งมีความแตกต่างกันด้านการจัดการตามลักษณะขององค์ประกอบแต่ละส่วน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

การจัดการในแต่ละองค์ประกอบของฮาลาลโลจิสติกส์

ส่วนประกอบ	การจัดการ
คลังสินค้า (Warehousing)	คลังสินค้าในระบบฮาลาลโลจิสติกส์ จะจัดเก็บสินค้าที่ได้รับการรับรองเครื่องหมายฮาลาล ซึ่งการแสดงสถานะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอย่างมาก โดยการแสดงสถานะ อาจใช้การติดฉลาก ทำเครื่องหมาย หรือการติดรหัสเมื่อจะทำการขนถ่ายออกนอกคลังสินค้า หากเป็นประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิม การจัดเก็บสินค้าที่ได้รับการรับรองฮาลาลสามารถจัดเก็บใน คลังเดียวกันกับสินค้าทั่วไปได้แต่ต้องมีการแยกส่วนพื้นที่ในการจัดเก็บเพื่อไม่ให้เกิดการปะปนกัน รวมถึงต้องไม่วางสินค้าที่ได้รับการรับรองฮาลาลปะปนกับสินค้าที่ไม่ได้รับการรับรองบนแท่นวางหรือ อุปกรณ์ขนถ่ายเดียวกัน ในกรณีที่เป็นของแช่เย็น สินค้าที่มีฮาลาลต้องจัดแยกเก็บกับสินค้าที่ต้องห้าม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของเนื้อสุกร และ/หรือ แอลกอฮอล์) อย่างเด็ดขาด ไม่ให้มีการปะปนกัน อย่างไรก็ตาม หากสินค้าผลิตจากเนื้อของสิ่งมีชีวิตที่ถูกตามบทบัญญัติ เช่น ไก่ หรือวัว แต่ไม่ได้รับการ ผลิตตามหลักศาสนา ก็ยังสามารถเก็บรวมไว้ในห้องแช่เย็นที่มีสินค้าที่ได้รับฮาลาลได้
การขนส่ง (Transportation)	การขนส่งในระบบฮาลาลโลจิสติกส์จะมีแนวทางคล้ายคลึงกับการจัดการด้านคลังสินค้าในประเทศ ที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิมก็สามารถขนส่งสินค้าฮาลาลร่วมกับสินค้าปกติได้ เมื่อมีการจัดวางบนพื้นที่ที่ไม่ มี การปะปนกัน แต่ในการขนส่งสินค้าแช่เย็นหรือแช่แข็ง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฮาลาล ไม่สามารถจัดส่งร่วมกับสินค้าที่ผิดข้อบัญญัติของศาสนาได้ ในการออกแบบระบบขนส่ง ผู้ขนส่ง หรือรถบรรทุกต้องได้รับการทำความสะอาดเพื่อกำจัดสิ่งปนเปื้อนที่อาจจะมาจากการขนส่งครั้งก่อน โดยตามหลักศาสนาต้องทำความสะอาด 7 ครั้ง
สถานีปลายทาง (Terminals)	สถานีปลายทางประกอบด้วยจุดที่เกิดการขนถ่ายสินค้าขึ้น ได้แก่ ท่าเรือ (Seaports) สนามบิน (Airports) และสถานีปลายทางภายในแผ่นดิน (Inland Terminals) มักจะมีระบบการไหลทั้ง ของสินค้าฮาลาลและไม่ใช่สินค้าฮาลาล โดยจะมุ่งเน้นการป้องกันการปนเปื้อนและลดความเสี่ยง ที่จะเกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ไซอุพานฮาลาลในปัจจุบันยังไม่มีภาระบรรทัดที่เป็นสากล ดังเช่น สินค้า อันตราย จึงทำให้การตรวจสอบอาจจะยังไม่รัดกุมนัก ในด้านข้อกำหนดการขนส่ง สำหรับผู้บรรทุก สินค้าและคลังสินค้าของสถานีปลายทางจะต้องพิจารณาจากตลาดปลายทางว่าเป็นกลุ่มประเทศ มุสลิมหรือไม่ ในประเทศที่ไม่ใช่กลุ่มมุสลิม ห้องแช่เย็นในสถานีปลายทางที่มีขนาดจำกัด เช่น สนามบิน จะต้องมีการบริหารจัดการการจัดเก็บที่มีประสิทธิภาพด้วยการใช้กล่องสำหรับการขนส่ง สินค้าฮาลาลหรือออกแบบอุปกรณ์การเคลื่อนย้ายจัดเก็บที่เหมาะสมเพื่อให้สามารถใช้พื้นที่จัดเก็บ ได้อย่างเหมาะสม

ที่มา: Global Islamic Finance Report, 2013

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสนับสนุนกระบวนการไหลของสินค้าฮาลาลตามแนวคิดของระบบฮาลาล โลจิสติกส์อื่นๆ ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่มีกระบวนการกระจายสินค้า เช่น การบรรจุหีบห่อ การจัดซื้อจัดหา การจัดการตารางสินค้าและการจัดการด้านสินค้า (ปิยะพงศ์ เสนีย์รัตนประยูร และคณะ, 2559)



แนวทางการจัดการโลจิสติกส์อาหารฮาลาล

แนวทางการจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทย แต่ในปัจจุบันการดำเนินงานพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดการบูรณาการและความต่อเนื่อง เนื่องจากประเทศไทยมีหลายหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล ซึ่งแต่ละหน่วยงานก็มุ่งเน้นดำเนินงานตามภารกิจของตนเป็นหลัก จึงทำให้เกิดปัญหาการดำเนินงานซ้ำซ้อนรวมทั้งยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน ทำให้ผลสัมฤทธิ์ของโครงการต่อภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมยังไม่มากอย่างที่ควรจะเป็น (ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฮาลาลไทย, 2559)

ในงานวิจัยหลายเรื่องที่ศึกษาด้านการจัดการและส่งออกอาหารฮาลาล เห็นพ้องกันว่า แนวทางการจัดการโลจิสติกส์เป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลยังต้องปรับปรุงและควรมุ่งเน้นในเรื่องระบบการจัดการ ระบบการขนส่ง และรวมถึงกระบวนการจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3

ประเด็นการจัดการด้านโลจิสติกส์ของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล

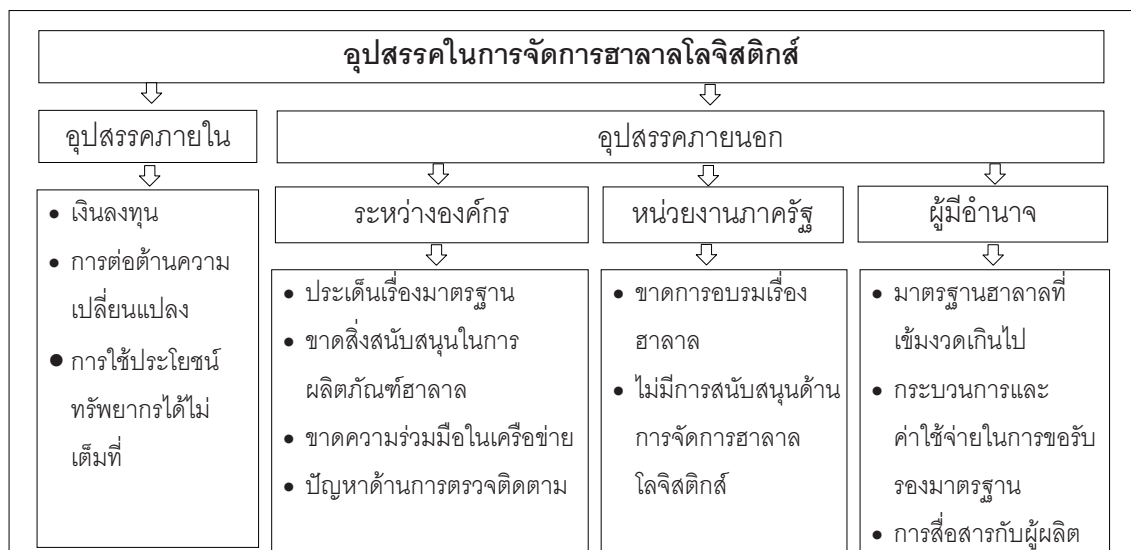
แหล่งข้อมูล	แนวทางการจัดการและข้อเสนอแนะ
อาหารฮาลาล แปรรูปเนื้อสัตว์ (มาเรียม นะมิ, 2556)	มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร โดยควรปรับปรุงให้เกิดระบบของการตรวจสอบ เพื่อควบคุมให้สอดคล้องกับหลักการมาตรฐานฮาลาล ทั้งในส่วนของการสถานประกอบการที่จะต้องดูแลระบบตั้งแต่ภายในโรงงาน รวมทั้งในส่วนของการทำเรือรับผู้ส่งวัตถุดิบ บริษัทขนส่ง และทำเรือส่งออกสินค้า จำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยต้องจัดการแยกการขนส่ง พื้นที่จัดเก็บ ระหว่างสินค้าฮาลาลออกจากสินค้าไม่ฮาลาลตามหลักการทางศาสนาอิสลาม
กลุ่มอาหารที่ส่งออก กลุ่มประเทศ ตะวันออกกลาง (สาริกา คำสุวรรณ, 2555)	สนับสนุนการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการการผลิตและขนส่งอาหารฮาลาลไทยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อช่วยลดต้นทุนสินค้าอันจะเป็นประโยชน์ต่อการแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการไทยในตลาดตะวันออกกลาง
อาหารทะเลแปรรูป (วนิดา ศักดิ์, 2550)	อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยมีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศมุสลิมในอัตราขยายตัวสูง แต่ยังเป็นสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับปริมาณการส่งออกอาหารทะเลแปรรูปทั้งหมด ทั้งนี้ไทยมีความพร้อมในการแข่งขัน เนื่องจากมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน แต่ยังมีปัญหาเรื่องของการขาดแคลนวัตถุดิบซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น จึงควรมีการรักษามาตรฐานคุณภาพการผลิต รวมถึงการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด และพัฒนาระบบการขนส่งให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ตารางที่ 3

ประเด็นการจัดการด้านโลจิสติกส์ของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	แนวทางการจัดการและข้อเสนอแนะ
อาหารฮาลาลของ วิสาหกิจชุมชน และ กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ไพรัช วัชรพันธุ์, วีรศักดิ์ ตุลยาพร และกิตติ เจิดรังสี, 2549)	จากการเปรียบเทียบการตลาดอาหารฮาลาลในประเทศไทย มาเลเซียและอินโดนีเซีย พบว่า การจัดการของการผลิต การตลาด ระบบการขนส่ง และเทคโนโลยี ตลอดจนการบรรจุหีบห่อ ของประเทศมาเลเซียมีประสิทธิภาพมากกว่าของประเทศไทย โดยมาเลเซียมีการจัดการ ตั้งแต่ from Farm to Farm และ from Farm to Table และสำหรับประเทศอินโดนีเซีย ยังจัดการในระดับฟาร์มมากกว่า ทำให้ไทยต้องมีการจัดการเกี่ยวกับการพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพด้านการดำเนินงาน ด้านการผลิตและการตลาดให้ดีขึ้นเท่าคู่แข่ง

นอกจากนี้ Talib, Hamid, Zulfakar & Chin (2015) ได้เสนอถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการจัดการ
ฮาลาลโลจิสติกส์ โดยใช้กรณีศึกษาจากผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ของประเทศมาเลเซีย ว่าเกิดขึ้นได้หลาย
รูปแบบ (ภาพที่ 4) โดยแบ่งได้เป็นอุปสรรคภายในองค์กร และอุปสรรคภายนอกองค์กร



ภาพที่ 4: อุปสรรคในการจัดการฮาลาลโลจิสติกส์

ที่มา: Talib et al., 2015

จะเห็นว่าการจัดการงานด้านโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ฮาลาลสามารถปรับการดำเนินงานให้มี
ประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยความร่วมมือของหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นของทั้งตัวผู้ผลิตหรือองค์กรเอง
ที่ต้องปรับตัวและสร้างความพร้อมในการดำเนินงาน ร่วมกับการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่าย รวมถึง
องค์กรภาครัฐหรือหน่วยงานรัฐบาลที่ต้องปรับนโยบายและสนับสนุนแนวทางในการบริหารงานสำหรับใน
ด้านโลจิสติกส์ผลิตภัณฑ์ฮาลาล



สรุป

ในการที่จะพัฒนาธุรกิจสินค้าฮาลาลในประเทศไทยเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก นอกจากกระบวนการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการฮาลาลในด้านการผลิตให้ได้มาตรฐานแล้ว จำเป็นต้องมุ่งผลักดันระบบด้านโลจิสติกส์ของอาหารฮาลาลที่ได้มาตรฐานควบคู่กันไปด้วย โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณาการและลดความซ้ำซ้อนในการบริหารจัดการ ทั้งนี้การปรับระบบให้ได้ตามมาตรฐานฮาลาลนั้น อาจต้องอาศัยความมุ่งมั่นและเงินทุนในการสร้างระบบบุคลากรและการรับรองคุณภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานของอาหารฮาลาลให้เป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากล ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะสามารถขยายตลาดและสร้างความเชื่อมั่นในการส่งออกอาหารฮาลาล รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย. (2559). **ข้อกำหนดการตรวจรับรองกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาล พ.ศ. 2559**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2559, จาก http://www.halal.or.th/download/280716_130013.pdf.
- ฐานข้อมูลเพื่อสนับสนุนการพัฒนาฮาลาลไทย. (2559). **สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไทย**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.thaihalalfoods.com/TH/industry-thai.php>.
- ฐิติมา วงศ์อินตา, ปณิตดา กลกิจวิวัฒน์, อุษเชษฐ์ นิยมเดชา, บุญศรี จันทร์กลับ และโรสลาวาตี โต๊ะแอ. (2558). การวิเคราะห์ใช้คุณค่าอาหารฮาลาล. *Journal of Transportation and Logistics*. 8(8), 1-11.
- ปิยะพงศ์ เสนีย์รัตนประยูร, นิกร ศิริวงศ์ไพศาล และเสกสรรค์ สุธรรมานนท์. (2559). กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของไทย: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอาหารทะเล. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*. 14(1), 27-42.
- ไพรัช วัชรพันธุ์, วีรศักดิ์ ตูลยาพร และกิตติ เจดรัสสี. (2549). รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออกของประเทศไทย. สงขลา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มาเรียม นะมิ. (2556). รายงานการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งของการจัดการโซ่อุปทานเชิงความร่วมมือในการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลแปรรูปเนื้อสัตว์ของประเทศไทยสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วนิดา คักดี. (2550). การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของประเทศไทย: กรณีศึกษาอาหารทะเลแปรรูป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สาริกา คำสุวรรณ. (2555). ภาพลักษณ์อาหารฮาลาลไทยในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมตะวันออกกลาง.

BU Academic Review. 11(1), 70-86.

Bruil, R. (2010). **Halal Logistics and the Impact of Consumer Perceptions.** Master of Business Administration, School of Management and Governance University of Twente.

Elasrag, H. (2016). **Halal Industry: Key Challenges and Opportunities.** Munich Personal RePec Archive (MPRA) Paper No. 69631.

Global Islamic Finance Report. (2013). **The Challenges of Trading Halal Food: The Logistics and the Law.** Retrieved 24 December, 2016, from http://www.gifr.net/gifr_2013.htm.

Hackett, C. ; Connor, P. ; Stonawski, M. ; Skirbekk, V. ; Potancokova, M. & Abel, G. (2015).

The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010-2050. Washington, DC: Pew Research Center.

Hamid, A. A. ; Talib, M. S. A. & Mohamad, N. (2014). Halal Logistics: A Marketing Mix Perspective. **Intellectual Discourse.** 22(2), 191-214.

International Markets Bureau. (2011). Global pathfinder Report: Halal Trends. **Market Indicator Report.** (April), 2-9.

Malaysia Institute of Transport. (2012). **The Value and Advantage of Halal Logistics.** Paper Presented at Halal Logistics Conference, 28 June 2012, Traders Hotel, Penang.

Talib, M. S. A. ; Hamid A. B. A. ; Zulfakar, M. H. & Chin, T. A. (2015) Barriers to Halal Logistics Operation: Views from Malaysian Logistics Experts. **Int. J. Logistics Systems and Management.** 22(2), 193-209.