

ตลาดอาหารฮาลาลในมาเลเซียกับโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทย

มาเลเซียเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียนที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากรัฐบาลดำเนินนโยบายในด้านต่างๆ อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพเพื่อให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบกับการเมืองมีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ ขณะเดียวกันรัฐบาลยังให้ความสำคัญต่อการผลักดันการพัฒนาประเทศเพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2563 ผ่านการดำเนินงานภายใต้แนวคิดต้นแบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Model : NEM) ซึ่งประกาศใช้อย่างเป็นทางการเมื่อปี 2554 ทั้งนี้ ปัจจุบันมาเลเซียมีประชากรราว 30 ล้านคน ซึ่งแม้ประกอบด้วยหลายเชื้อชาติ ได้แก่ มาเลย์ (ร้อยละ 50.4 ของประชากรทั้งหมด) จีน (ร้อยละ 23.7) อินเดีย (ร้อยละ 7.1) และอื่นๆ (ร้อยละ 18.8) แต่ประชากรส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 60 นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้มาเลเซียเป็นตลาดอาหารฮาลาลขนาดใหญ่และมีมาตรฐานสินค้าอาหารฮาลาลที่กลุ่มประเทศสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Cooperation : OIC) ซึ่งมีสมาชิกจำนวน 57 ประเทศให้การยอมรับ จึงนับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะเข้าไปขยายตลาดอาหารฮาลาลในมาเลเซียโดยใช้ประโยชน์จากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) และต่อยอดเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดฮาลาลขนาดใหญ่อื่นๆ ต่อไป

ศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของมาเลเซีย

อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลถือเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การส่งออกที่รัฐบาลมาเลเซียให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ในช่วงที่ผ่านมารัฐบาลเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวรอบด้าน จนทำให้อุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของมาเลเซียมีศักยภาพสูง ส่งผลให้มาเลเซียก้าวขึ้นเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกอาหารฮาลาลระดับแนวหน้าของเอเชีย สะท้อนจากมูลค่าส่งออกอาหารฮาลาลที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 23.1 พันล้านริงกิตในปี 2553 เป็น 36.4 พันล้านริงกิตในปี 2554 และ 38 พันล้านริงกิต (ราว 12 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในปี 2555 สูงกว่าเป้าหมายการส่งออกอาหารฮาลาลปี 2555 ที่รัฐบาลตั้งไว้ที่ 37 พันล้านริงกิต สินค้าอาหารฮาลาลส่งออกที่สำคัญ คือ วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร มูลค่าส่งออก 12 พันล้านริงกิต อาหารและเครื่องดื่ม 11.9 พันล้านริงกิต และผลิตภัณฑ์จากน้ำมันปาล์ม 7 พันล้านริงกิต ขณะที่ตลาดส่งออกหลัก คือ จีน มูลค่าส่งออก 4.1 พันล้านริงกิต รองลงมา ได้แก่ สหรัฐฯ 3.3 พันล้านริงกิต และสิงคโปร์ 2.9 พันล้านริงกิต

นอกจากนี้ รัฐบาลยังสนับสนุนและส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล โดยตั้งเป้าให้มาเลเซียเป็นศูนย์กลางฮาลาลของโลก (Global Halal Hub) ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาได้จัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมฮาลาล (Halal Parks) จำนวน 20 แห่งทั่วประเทศ สามารถดึงดูดทั้งนักลงทุนท้องถิ่นและนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลได้เป็นจำนวนมาก ดังเห็นได้จากในช่วง 7 เดือนแรกของปี 2555 มาเลเซียสามารถดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเป็นมูลค่า 1.2 พันล้านริงกิต (ราว 390 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) สูงกว่าเป้าหมายของทั้งปี 2555 ที่รัฐบาลตั้งไว้ที่ 1 พันล้านริงกิต ทั้งนี้ นักลงทุนต่างชาติที่ลงทุนในนิคมอุตสาหกรรมฮาลาลจะได้รับการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการต่างๆ โดยมี Halal Industrial Development Corporation ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐของมาเลเซียให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกด้านการลงทุน อีกทั้งยังได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน อาทิ การยกเว้นภาษีรายได้จากการส่งออกเป็นเวลา 5 ปี การได้รับ

สิทธิหักค่าลดหย่อน 2 เท่าสำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการขอรับใบรับรองมาตรฐานฮาลาล และสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์ในนิคมอุตสาหกรรมฮาลาล เช่น การยกเว้นภาษีนำเข้าอุปกรณ์ห้องเย็น เป็นต้น

โอกาสของผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดสินค้าอาหารฮาลาลในมาเลเซีย

➤ **ด้านการค้า** ผู้ประกอบการไทยสามารถขยายตลาดสินค้าอาหารฮาลาลได้ทั้งในลักษณะอาหารสำเร็จรูป และวัตถุดิบอาหาร โดยมีปัจจัยเกื้อหนุน ดังนี้

- มาเลเซียเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง แม้ว่ามาเลเซียมีประชากรราว 30 ล้านคน แต่ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้สูงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยในปี 2555 รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีอยู่ที่ 10,350 ดอลลาร์สหรัฐ (เทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของไทยที่ 5,310 ดอลลาร์สหรัฐ) และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 13,680 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2558 ขณะที่รัฐบาลตั้งเป้าเพิ่มรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีเป็น 15,000 ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2563 ประกอบกับโครงสร้างประชากรส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงาน โดยกว่าร้อยละ 40 ของประชากรทั้งหมดมีอายุระหว่าง 25-54 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและพร้อมทดลองสินค้าใหม่ๆ อีกทั้งวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้นทำให้ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ไม่นิยมทำอาหารรับประทานเองและต้องการสินค้าอาหารที่สะดวกสบายในการรับประทาน จึงนับเป็นโอกาสของสินค้าอาหารฮาลาลของไทยโดยเฉพาะอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to eat) ที่จะเข้าไปขยายตลาดในมาเลเซียซึ่งยังมีแนวโน้มขยายตัวได้อีกมาก

- มาเลเซียนิยมสินค้าอาหารฮาลาลของไทย ชาวมาเลเซียส่วนใหญ่รู้สึกว่าการทำอาหารไทยมีกลิ่นและรสชาติคล้ายคลึงกับอาหารพื้นเมืองของมาเลเซียที่ใช้สมุนไพร เครื่องเทศ และกะทิ ในการประกอบอาหาร นอกจากนี้ มาเลเซียยังมีวัฒนธรรมการบริโภคที่คล้ายคลึงกับไทย โดยมีเชื้อชาตินิยมรับประทานอาหารประเภทโจ๊กและข้าวต้ม ส่วนมื้อกลางวันและมื้อเย็นนิยมรับประทานเป็นสำรับกับข้าวเช่นเดียวกับของไทย ทำให้ชาวมาเลเซียนิยมบริโภคอาหารฮาลาลของไทยมาก ประกอบกับชาวมาเลเซียส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานและมีกำลังซื้อสูง จึงนิยมบริโภคสินค้าอาหารนำเข้าซึ่งแม้ว่าจะมีราคาสูงกว่าสินค้าอาหารที่ผลิตในประเทศ แต่ให้ความรู้สึกแปลกใหม่และเป็นทางเลือกในการบริโภคอาหารที่ไม่จำเจ

- มาเลเซียขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตอาหารฮาลาล ด้วยสภาพภูมิประเทศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ทำให้มาเลเซียมีวัตถุดิบในการผลิตอาหารฮาลาลไม่เพียงพอ จึงจำเป็นต้องพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้าหลายชนิด ประกอบกับปัจจุบันรัฐบาลกำลังมุ่งเน้นการพัฒนาในส่วนของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตอาหาร (Ingredient Segment) ในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล โดยสนับสนุนให้หลายประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย และไทย บ่อนวัตถุดิบให้อุตสาหกรรมอาหารฮาลาล ขณะที่ไทยได้รับประโยชน์จากภาษีนำเข้าที่มาเลเซียเรียกเก็บภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area : AFTA) ส่วนใหญ่ในอัตราร้อยละ 0 ซึ่งนับเป็นโอกาสที่เอื้ออำนวยให้สินค้าอาหารฮาลาลของไทยสามารถขยายตลาดในมาเลเซียได้อีกมาก

➤ **ด้านการลงทุน** ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสขยายการลงทุนในธุรกิจอาหารฮาลาลในมาเลเซีย เนื่องจากมาเลเซียมีแนวคิดที่จะร่วมมือกับไทยเพื่อพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล โดยอาศัยจุดแข็งของทั้งสองประเทศเพื่อแสวงหาโอกาสร่วมกันในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล กล่าวคือ ไทยมีจุดแข็งด้านขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐานและมีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ รวมถึงมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่ยังขาดกลยุทธ์ทางการตลาดที่จะทำให้ตลาดกลุ่มประเทศ

มุสลิมยอมรับเท่ากับอาหารฮาลาลที่ผลิตจากกลุ่มประเทศมุสลิมด้วยกัน ขณะที่มาเลเซียมีจุดแข็งในด้านการทำการตลาด การกระจายสินค้าผ่านระบบโลจิสติกส์ และสินค้าได้รับการยอมรับสูง ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนผลิตอาหารฮาลาลในมาเลเซีย โดยหาพันธมิตรท้องถิ่นเพื่อผนวกจุดแข็งร่วมกันในการรุกตลาดอาหารฮาลาลในประเทศมุสลิมอื่นๆ นอกเหนือจากการขยายตลาดสินค้าดังกล่าวในมาเลเซีย

ข้อควรรู้เกี่ยวกับการส่งออกอาหารฮาลาลไปมาเลเซีย

มาตรฐานฮาลาลของมาเลเซียเคร่งครัดกว่ามาตรฐานฮาลาลของประเทศมุสลิมอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการไทยที่สนใจส่งออกอาหารฮาลาลไปมาเลเซียจึงควรศึกษากฎระเบียบและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าฮาลาลของมาเลเซียให้ละเอียดถี่ถ้วน โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับเครื่องหมายฮาลาล (Halal Logo) บนผลิตภัณฑ์ ล่าสุด Department of Islam Development Malaysia (JAKIM) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้การรับรองด้านฮาลาลของมาเลเซีย ประกาศว่าตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 เป็นต้นไป สินค้าทุกชนิดที่นำเข้ามาในมาเลเซียที่ระบุว่าเป็นฮาลาลต้องมีเครื่องหมายฮาลาลและได้รับการรับรองจากหน่วยงานของประเทศผู้ผลิตที่ได้รับการยอมรับจาก JAKIM สำหรับไทยมีคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (Central Islamic Committee of Thailand) เป็นหน่วยงานเดียวที่ JAKIM ให้การยอมรับเครื่องหมายฮาลาลของไทย นอกจากนี้ ยังห้ามใช้เครื่องหมายฮาลาลหรือถ้อยคำที่ทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภคชาวมุสลิมในมาเลเซีย ทั้งนี้ บุคคลหรือบริษัทที่ใช้เครื่องหมายฮาลาลอื่น นอกเหนือจากที่ออกโดย JAKIM จะถูกดำเนินคดีตามกฎหมาย

โอกาสทางการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลของมาเลเซียยังเปิดกว้างอยู่มาก ผู้ประกอบการไทยจึงควรใช้ประโยชน์จาก AEC ในการขยายตลาดอาหารฮาลาลในมาเลเซีย นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยยังสามารถอาศัยจุดแข็งของมาเลเซียในการแสวงหาโอกาสร่วมกันเพื่อขยายตลาดอาหารฮาลาลไปยังกลุ่มประเทศมุสลิมอื่นๆ ทั้งในอาเซียนและประเทศมุสลิมทั่วโลก อาทิ อินโดนีเซีย อิหร่าน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ตุรกี และอียิปต์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันถือเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่นักลงทุนทั่วโลกให้ความสนใจด้วยจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลกประมาณ 1.8 พันล้านคน คิดเป็นร้อยละ 25 ของจำนวนประชากรทั้งโลก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแตะระดับ 2.2 พันล้านคนภายในปี 2573 สะท้อนตลาดอาหารฮาลาลเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพและมีบทบาทมากขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรมุสลิมทั่วโลก

Disclaimer : ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด