

Abstract

This research entitled “Halal Food Business Opportunities and Approach to Access Indonesian Market” aims to study opportunities and market access strategies for *Halal* market in Indonesia and to propose appropriate policies and identifying strategies for Thai *Halal* food business and products accessible to Indonesian market. The research revealed that Thailand is one among others competitive countries, which has more opportunities and advantages in Indonesian market as benefits from mutual agreements and co operations in both bilateral and regional level. Moreover, the variety of Thai *Halal* products are demanded and preferred by Indonesian Consumers. However, there are still some problems and obstacles for the promotion of Thai *Halal* food and market access to Indonesia, caused by internal and external factors. Internal factors consist of; the lack of credibility among Indonesian consumer and certifying body, most of Thai entrepreneur are practicing only as original equipment manufacturer or OEM and lack of knowledge about *Halal* affairs and Halal food in Indonesian market. The external factors are problems of Indonesian infrastructure, non tariff trade barriers, complicated procedures of import, trade laws and regulations are complex and often change in time, logistic problems and limitation of sea-ports. After completing SWOT analysis, then identifying national and organizational strategies for sustainable development of *Halal* food. National strategies consists of 1) review national *Halal* strategy and set up permanent office to control and supervise Halal strategy 2) encourage entrepreneur for the investment in halal food product with the formation of Thai-Indonesia Industrial Estate 3) organizing Thai Halal Trade Fair in Indonesia 4) extend cooperation between Thailand and Indonesia’s certifying body in terms of Halal science and technology collaborations 5) motivate, promote and support Thai businesses specializing in marketing and branding to create Thai’s brand names. For the organizational strategies consists of 1) demonstrate a clear knowledge and understandings of *Halal* affair and *halal* market to public, business and religious organizations concerns 2) promote *Halal* inter-organizational collaboration among IMT-GT members to work together for the development of common *Halal* standard 3) revise Thai’s *Halal* standard system in accordance with international standards 4) Set up Halal Entrepreneur Association.

Keywords: Opportunity, Approach, Market Access, Indonesia

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “โอกาสและสู่ทางการเข้าสู่ตลาดของธุรกิจอาหารฮาลาลในอินโดนีเซีย” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาพัฒนาโอกาสและกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยในตลาดอินโดนีเซียให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 2. เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจอาหารฮาลาลไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดประเทศอินโดนีเซียมากขึ้น 3. เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เสนอต่อหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการ เพื่อใช้ประกอบการกำหนดนโยบายและกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจอาหารฮาลาลไทยให้สามารถแสวงหาประโยชน์และโอกาสจากตลาดสินค้าในประเทศอินโดนีเซีย

ผลการวิจัยพบว่า ในบรรดาประเทศที่ส่งสินค้าอาหารฮาลาลเข้าไปในตลาดอินโดนีเซีย ไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีโอกาสอย่างมาก จากปัจจัยในเรื่องข้อตกลงที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันทั้งในระดับภูมิภาคและระดับทวิภาคี นอกจากนี้ สินค้าอาหารฮาลาลไทยยังมีความหลากหลายเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในอินโดนีเซีย อย่างไรก็ตาม ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลไทยเข้าสู่ตลาดอินโดนีเซียยังคงมีปัญหาและอุปสรรคอยู่พอสมควร ซึ่งเกิดจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก สำหรับปัจจัยภายในนั้นได้แก่ ปัญหาตราฮาลาลของไทยที่ไม่ได้รับความเชื่อมั่นทั้งในระดับผู้บริโภคและหน่วยงานรับรองฮาลาลของอินโดนีเซีย ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่ยังเป็นผู้รับจ้างผลิตและขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องกิจการฮาลาลและตลาดอาหารฮาลาลอินโดนีเซีย ส่วนปัจจัยภายนอกนั้นได้แก่ ปัญหาระบบสาธารณสุขโลกและโครงสร้างพื้นฐานของอินโดนีเซีย มาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี ขั้นตอนการนำเข้าที่ซับซ้อนและกฎระเบียบทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง และปัญหาด้านการขนส่งและการจำกัดท่าเรือนำเข้าสินค้า

แนวทางแก้ไขปัญหาคือ 1. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือระหว่างองค์กรมุสลิมอินโดนีเซียที่ทำหน้าที่ดูแลกิจการฮาลาล 2. ปรับปรุงระบบมาตรฐานฮาลาลของไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล 3. สร้างแรงจูงใจ ส่งเสริม และสนับสนุนให้นักธุรกิจไทยที่เชี่ยวชาญด้านการตลาดสร้างตราสินค้าเป็นของไทยและส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสมาคมผู้ค้าอาหารฮาลาล 4. ส่งเสริมให้เกิดนิคมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลไทยในอินโดนีเซีย 5. มีหน่วยงานรับผิดชอบในการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารฮาลาลและมาตรฐานฮาลาลแก่ผู้ประกอบการ และ 6. พัฒนาระบบฐานข้อมูลฮาลาลที่ครอบคลุมกลุ่มเล็ก