



(ร่าง)

แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย
ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑)

(ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑)

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

๑. เหตุผลและความจำเป็น

๑.๑ สถานการณ์อุตสาหกรรมฮาลาล

สินค้าฮาลาลเป็นสินค้าที่มีศักยภาพและตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งกลุ่มประเทศมุสลิมและประเทศต่าง ๆ ที่มีประชากรมุสลิมทั่วโลก โดยในปี ๒๕๖๔ ตลาดสินค้าฮาลาลมีมูลค่าสูงถึง ๒.๑ ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ ๗.๕ จนถึงปี ๒๕๖๘ ทั้งนี้ สินค้าส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งมีมูลค่าประมาณ ๑.๓ ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ (อ้างอิงจาก State of the Global Islamic Economy Report 2022)

ประเทศไทยส่งออกสินค้าอาหารฮาลาล ในปี ๒๕๖๕ มีมูลค่าประมาณ ๖,๑๑๔ ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๒.๗ ของตลาดอาหารฮาลาลโลก แบ่งเป็นสินค้าในกลุ่มอาหารฮาลาลธรรมชาติ เช่น ข้าว ธัญพืช น้ำตาลทราย ฯลฯ เติบโตร้อยละ ๑๒.๕ และกลุ่มอาหารที่ต้องผ่านการรับรอง เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล อาหารแปรรูป ฯลฯ ซึ่งมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยลดลงร้อยละ ๘.๖ โดยตลาดส่งออกส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มประเทศอาเซียนร้อยละ ๖๒ รองลงมา ได้แก่ กลุ่มประเทศตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือร้อยละ ๒๗ กลุ่มประเทศแอฟริกาใต้ทะเลทรายซาฮาราร้อยละ ๗ และกลุ่มประเทศเอเชียใต้ร้อยละ ๔ ทั้งนี้ ประเทศไทยมีผู้ผลิตอาหารฮาลาลกว่า ๑๕,๐๐๐ บริษัท มีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับตราฮาลาล กว่า ๑๖๖,๐๐๐ ผลิตภัณฑ์ และมีร้านอาหารที่ได้รับตราฮาลาล มากกว่า ๓,๕๐๐ ร้าน

หากพิจารณาตำแหน่งทางการค้าอาหารฮาลาลไทยในตลาดโลกปี ๒๕๖๕ พบว่า การแข่งขันในตลาดอาหารฮาลาลโลก ส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันกันเองระหว่างประเทศ Non-Muslim Countries โดยมีอินเดีย บราซิล จีน และสหรัฐฯ เป็นผู้นำตลาด สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาลอันดับที่ ๑๑ ของโลก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๒.๗ ในตลาดโลก ซึ่งสัดส่วนของไทยในตลาดโลกมีแนวโน้มลดลงจากช่วง ๑๐ ปีก่อนสะท้อนถึงความสามารถในการแข่งขันของประเทศคู่แข่งที่มีมากกว่าประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยที่ยังคงขยายตัว ทำให้ทราบถึงศักยภาพของไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลทั้งด้านสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสินค้าอาหาร เนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบในการผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก มีความพร้อมต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาล สามารถตอบสนองต่อความต้องการบริโภคสินค้าและบริการฮาลาลในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นจากกลุ่มผู้บริโภคทั้งที่เป็นมุสลิมและมีไม่มุสลิม ดังนั้น หากประเทศไทยมีแผนขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลอย่างบูรณาการและเป็นระบบร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะถือเป็นโอกาสสำคัญของประเทศไทยในการขยายส่วนแบ่งในตลาดโลกให้สูงขึ้น อันจะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตต่อไป

๑.๒ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลของประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยมีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับฮาลาลกระจายอยู่ในกระทรวงต่าง ๆ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมปศุสัตว์ และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ) กระทรวงอุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) กระทรวงพาณิชย์ (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) กระทรวงการต่างประเทศ เป็นต้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่ต้องการติดต่อสอบถามข้อมูล คำปรึกษา หรือขอรับบริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมและบริการฮาลาลประสบปัญหาในการติดต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละเรื่อง นอกจากนี้หน่วยรับรองมาตรฐานฮาลาลไม่ครอบคลุม/ทั่วถึงทุกพื้นที่ส่งผลต่อการรับรองมาตรฐานฮาลาลที่อาจจะล่าช้า รวมถึงอายุการรับรอง และค่าใช้จ่ายสูงเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการ

๒. สารสำคัญของ (ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑)

๒.๑ วิสัยทัศน์

ยกระดับอุตสาหกรรมฮาลาลไทยสู่ ASEAN Halal Hub ภายในปี ๒๕๗๑

๒.๒ วัตถุประสงค์

๒.๒.๑ เพื่อสร้างการรับรู้และยอมรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลของประเทศไทย ผ่านการเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยวและภาคบริการ รวมถึงธุรกิจ MICE^๑ โดยสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในการส่งออกอย่างยั่งยืน

๒.๒.๒ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าฮาลาลของไทย ให้มีคุณภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอุตสาหกรรมฮาลาลในภูมิภาคอาเซียน รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลที่มีอัตลักษณ์ความเป็นไทย เชื่อมโยงวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อน Soft Power ของไทย

๒.๒.๓ เพื่อลดข้อจำกัดและแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งบูรณาการการทำงานหน่วยงานต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฮาลาล

๒.๒.๔ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก สร้างงานสร้างอาชีพ กระจายรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งลดความเหลื่อมล้ำ ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งและความมั่นคงให้แก่ประเทศอย่างยั่งยืน

๒.๓ ผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลเป้าหมาย (ในระยะแรก) ที่ถูกต้องตามบทบัญญัติศาสนาอิสลาม

๒.๓.๑ อาหารฮาลาล เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล อาหารแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) อาหารฮาลาลโดยธรรมชาติ อาหารมุสลิมรุ่นใหม่ (เช่น Snack Bar)

๒.๓.๒ แฟชั่นฮาลาล เช่น สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้าและเครื่องหนัง

๒.๓.๓ ยา สมุนไพร และเครื่องสำอางฮาลาล

๒.๓.๔ โกโก้ฮาลาล ทั้งสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่อง

๒.๓.๕ บริการและท่องเที่ยวฮาลาล

๒.๔ ตัวชี้วัด (ระยะ ๕ ปี)

๒.๔.๑ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ภาคอุตสาหกรรม ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑.๒ หรือ ๕๕,๐๐๐ ล้านบาท ภายใน ๕ ปี

๒.๔.๒ แรงงานในภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ คนต่อปี ต่อเนื่องจนถึงปี ๒๕๗๑

๒.๕ เป้าหมายและตัวชี้วัดระดับมาตรการ

มาตรการ	เป้าหมาย	ตัวชี้วัด
๑. การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานการผลิตฮาลาลไทย (Demand)	๑. มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์ฮาลาลเพิ่มขึ้น ๒. มูลค่าการบริโภคสินค้าฮาลาลในประเทศเพิ่มขึ้น	ร้อยละ ๑๐ ร้อยละ ๕
๒. การพัฒนาการผลิตและมาตรฐานอุตสาหกรรมฮาลาลไทย (Supply)	๑. เกิดการลงทุนผลิตสินค้าฮาลาลเพิ่มขึ้น ๒. เกิดคลัสเตอร์ธุรกิจสินค้าฮาลาล	ร้อยละ ๑๐ ๓ คลัสเตอร์
๓. การยกระดับปัจจัยแวดล้อมอุตสาหกรรมฮาลาลไทย (Thai Halal Ecosystems)	๑. ยกระดับห้องปฏิบัติการทดสอบสินค้าฮาลาล ๒. ระบบข้อมูลสารสนเทศอัจฉริยะอุตสาหกรรมฮาลาล (Halal IU)	๓ ห้องปฏิบัติการ ๑ ระบบ

^๑ ธุรกิจ MICE ประกอบด้วยการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) การประชุมนานาชาติ/ระดับชาติ (Conventions) การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibitions)

๒.๖ มาตรการภายใต้ (ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑)

(ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑) ประกอบด้วย ๓ มาตรการหลัก ดังต่อไปนี้

มาตรการที่ ๑ การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานการผลิตฮาลาลไทย (Demand) ซึ่งประกอบด้วย ๒ มาตรการย่อย ดังนี้

๑.๑) การสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ศักยภาพสินค้าและบริการฮาลาลไทย

๑.๑.๑) การจัดงานเปิดตัว (Kick Off) การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ประมาณเดือนมีนาคม ๒๕๖๗ โดยเชิญหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เอกอัครราชทูตหรือผู้แทนทางการทูตของประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพเข้าร่วมงาน ทั้งนี้ ในงานให้จัดการแสดงสินค้าและบริการฮาลาลไทยที่น่าสนใจ เช่น การแสดงทำอาหารฮาลาลไทยโดยเชฟมุสลิมชาวไทยที่มีชื่อเสียง (Thai Halal Cooking Show) การแสดงสิ่งทอฮาลาลไทยที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้

๑.๑.๒) ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการฮาลาลไทย โดยเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจ MICE เพื่อขับเคลื่อน Soft Power ของไทยที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นในพื้นที่ ได้แก่

- การบรรจุเมนูอาหารฮาลาลและสินค้าฮาลาลอื่น ๆ เพื่อให้บริการบนสายการบิน
- การเชื่อมโยงสินค้าและบริการฮาลาลในการจัดประชุมและสัมมนาในระดับนานาชาติ

การแข่งขันกีฬา และเทศกาลในภูมิภาคต่าง ๆ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมประชาสัมพันธ์ สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) และบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

๑.๒) การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทยในประเทศและต่างประเทศ อาทิ กลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) กลุ่มประเทศในองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organisation of the Islamic Cooperation: OIC)/ กลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council: GCC) (เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย) กลุ่มประเทศในทวีปแอฟริกา กลุ่มประเทศในทวีปเอเชียตะวันออก (เช่น จีน)

๑.๒.๑) การจัดทำกรอบความร่วมมือและเจรจาภายใต้กรอบความร่วมมือในการขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทย ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

๑.๒.๒) การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายฮาลาลไทย (Thai Halal Network) โดยลงนามในบันทึกความร่วมมือ (MOU) ระหว่างหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาความร่วมมือด้านต่าง ๆ

๑.๒.๓) การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทย ภายในประเทศ ผ่านการจัดงาน Thai Halal Expo นานาชาติในประเทศไทยเป็นประจำทุกปี รวมทั้งการเข้าร่วมงาน Halal Fair ในประเทศไทย โดยให้มีการจัดแสดงสินค้าและบริการฮาลาลไทย การจัดงานแสดงสินค้าฮาลาล (Showcase) การตกแต่งบูธ การจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์งานที่โดดเด่นน่าสนใจ การจัดสัมมนาวิชาการด้านฮาลาล (Halal Conference) เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านฮาลาลของประเทศไทยและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านฮาลาล รวมทั้งกิจกรรมการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและต่างประเทศ (Business Networking)

๑.๒.๔) การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทย ในต่างประเทศ ผ่านการร่วมงานแสดงสินค้าฮาลาล (Halal Expo) (เช่น Gulfood (งานแสดงสินค้าอาหารที่จัดขึ้น ณ นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์), MIHAS (Malaysia International Halal Showcase)) โดยการนำสินค้าและบริการฮาลาลไทยไปจัดแสดง การจัดกิจกรรม Business Networking การตกแต่งบูธ การจัดทำสื่อโฆษณาที่สื่อถึงจุดเด่นของสินค้าและบริการฮาลาลไทย รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ เช่น การแสดงทำอาหารฮาลาลไทย การแสดงวาดลวดลายผ้าฮาลาลพื้นเมืองภาคใต้ของไทย

๑.๒.๕) การจัดงาน Thai Night ในต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ และขยายตลาดสินค้าฮาลาลไทย

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

มาตรการที่ ๒ การพัฒนาการผลิตและมาตรฐานอุตสาหกรรมฮาลาลไทย (Supply) ซึ่งประกอบด้วย ๒ มาตรการย่อย ดังนี้

๒.๑) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยต้นแบบ ตามมาตรฐานฮาลาล โดยสร้างมูลค่าเพิ่ม วิจัยและพัฒนา สร้างสรรค์นวัตกรรม เชื่อมโยงเอกลักษณ์พื้นถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ และผลักดันสู่เชิงพาณิชย์

๒.๑.๑) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารอนาคตฮาลาล (Halal Future Food) อาทิ อาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) อาหารมุสลิมรุ่นใหม่ (เช่น Snack Bar)

๒.๑.๒) การพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปฮาลาล อาทิ อาหารทะเล รวมถึงเชื่อมโยงเมนูอาหารไทย อาทิ แกงใบชะพลู แกงมัสมั่นเนื้อ แกงไตปลา ต้มยำกุ้ง ผัดไทย

๒.๑.๓) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นฮาลาล ทั้งสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้าและเครื่องหนัง โดยมุ่งเน้นด้านการออกแบบ เชื่อมโยงเอกลักษณ์พื้นถิ่น และผลักดันสู่เชิงพาณิชย์

๒.๑.๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยา สมุนไพร และเครื่องสำอางฮาลาล พร้อมบรรจุภัณฑ์ฮาลาล
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์และนวัตกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพลาสติก และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)

๒.๒) การยกระดับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฮาลาลไทยเพื่อการส่งออก

๒.๒.๑) การศึกษาเชิงลึกด้านศักยภาพผู้ประกอบการไทยและการขยายตลาดไปต่างประเทศ อาทิ สำรวจความต้องการสินค้าฮาลาลในภูมิภาคต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีศักยภาพของไทย และความพร้อมของผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดไปต่างประเทศ

๒.๒.๒) การให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านการผลิตตามมาตรฐานฮาลาลให้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งโรงงาน วิสาหกิจชุมชน ร้านอาหาร โรงเชือด แพ้ชั้นมุสลิม ยา สมุนไพร และเครื่องสำอาง บริการและท่องเที่ยวฮาลาล เช่น โรงแรมและที่พัก ขนส่งและโลจิสติกส์

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการที่ ๓ การยกระดับปัจจัยแวดล้อมอุตสาหกรรมฮาลาลไทย (Thai Halal Ecosystems) ประกอบด้วย ๕ มาตรการย่อย ดังนี้

๓.๑) การจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย (Thai Halal Industry Center)

การจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย (ในปีแรก) เป็นศูนย์พิเศษภายใต้สถาบันอาหาร (สถาบันภายใต้อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ ในกำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม) และศึกษารูปแบบองค์กรที่เหมาะสมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมฮาลาลในอนาคต รวมทั้งวางแผนการยกระดับหน่วยงานในระดับองค์การมหาชน หรือกรม ต่อไป

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันอาหาร และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (สำนักงาน ก.พ.ร.)

๓.๒) การจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศอัจฉริยะอุตสาหกรรมฮาลาล (Halal Intelligence Unit: Halal IU) เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมฮาลาล

๓.๒.๑) รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาล

๓.๒.๒) ศึกษาวิเคราะห์ จัดทำบทความและรายงานเชิงลึกของอุตสาหกรรมฮาลาลไทย

๓.๒.๓) ศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดฮาลาลเป้าหมายทั่วโลก และศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทยกับประเทศที่มีศักยภาพ/คู่แข่ง
หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพลาสติก และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๓.๓) การพัฒนาห้องปฏิบัติการทดสอบผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทย

การพัฒนาและยกระดับห้องปฏิบัติการทดสอบและตรวจวิเคราะห์สารปนเปื้อนและสิ่งต้องห้ามตามมาตรฐานฮาลาล ในอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมยาและเครื่องสำอาง และอุตสาหกรรมฮาลาลอื่น ๆ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และสถาบันพลาสติก

๓.๔) การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมฮาลาลในพื้นที่ภาคใต้

๓.๔.๑) การสนับสนุนการสร้างนิคมอุตสาหกรรมฮาลาลในพื้นที่ภาคใต้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อผลักดันให้เกิดการจ้างงาน การสร้างอาชีพ และการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการผลิตและการบริการในพื้นที่ภาคใต้

๓.๔.๒) การผลักดันให้นิคมอุตสาหกรรมฮาลาลในพื้นที่ภาคใต้ มุ่งสู่การสร้างความสุขความกินดีอยู่ดี รวมถึงการพัฒนานิคมอุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อให้เกิดความมั่นคงและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในพื้นที่ภาคใต้

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)

๓.๕) การพัฒนาฝีมือแรงงานและบุคลากรฮาลาลไทย

๓.๕.๑) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมแรงงานในอุตสาหกรรมฮาลาล

๓.๕.๒) การฝึกอบรมแรงงาน บุคลากร รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมฮาลาล

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงแรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมปศุสัตว์)/ สถาบันอาหาร สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ สถาบันพลาสติก และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

๒.๗ การใช้จ่ายงบประมาณ ระยะเวลาดำเนินงาน ๕ ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑)

รวมทั้งสิ้น ๑,๒๓๐ ล้านบาท (หนึ่งพันสองร้อยสามสิบล้านบาทถ้วน) ประกอบด้วย

ระยะที่ ๑ Quick Win ปี ๒๕๖๗ (๖ เดือน: เดือนพฤษภาคม - กันยายน ๒๕๖๗) จำนวน ๙๕ ล้านบาท

ระยะที่ ๒ ปี ๒๕๖๘ - ๒๕๖๙ (๒ ปี) จำนวน ๕๓๕ ล้านบาท

ระยะที่ ๓ ปี ๒๕๗๐ - ๒๕๗๑ (๒ ปี) จำนวน ๖๐๐ ล้านบาท

ทั้งนี้ รายละเอียดกิจกรรมภายใต้ (ร่าง) แผนปฏิบัติการฯ ซึ่งแบ่งออกเป็น ๓ ระยะ มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางแสดงรายละเอียดกิจกรรมภายใต้ (ร่าง) แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๗ - ๒๕๗๑)

กิจกรรม	Quick Win (พ.ค. - ก.ย. ๒๕๖๗)	๒๕๖๘ - ๒๕๖๙	๒๕๗๐ - ๒๕๗๑	หน่วยงานหลัก
มาตรการที่ ๑ การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานการผลิตฮาลาลไทย (Demand)				
๑.๑ การสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ศักยภาพสินค้าและบริการฮาลาลไทย (อก./ พณ./ กต./ กก./ ปชส./ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ TCEB/ บ.การบินไทย)				
๑.๑.๑ การจัดงานเปิดตัว (Kick Off) การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมฮาลาลไทย	๑ ครั้ง (ประมาณเดือนมีนาคม ๒๕๖๗)			อก./ พณ./ กต./ กก./ ปชส./ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑.๑.๒ ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์สินค้าและบริการฮาลาลไทย	๑. สร้างสรรค์เมนูอาหารฮาลาล โดยเชื่อมโยง Soft Power เอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นต่าง ๆ ๒. บรรจุเมนูอาหารฮาลาลและสินค้าฮาลาลอื่นๆ เพื่อให้บริการบนสายการบิน ๓. เชื่อมโยงสินค้าและบริการฮาลาล ในการจัดประชุมและสัมมนาในระดับนานาชาติ การแข่งขันกีฬา และเทศกาลในภูมิภาค	- เมนูอาหารฮาลาล - ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล - ผลิตภัณฑ์ฮาลาลอื่นๆ เช่น เครื่องนึ่งห่ม เครื่องสำอาง สปา	- เมนูอาหารฮาลาล - ผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล - ผลิตภัณฑ์ฮาลาลอื่นๆ เช่น เครื่องนึ่งห่ม เครื่องสำอาง สปา	อก./ พณ./ กต./ กก./ ปชส./ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ TCEB/ บ.การบินไทย/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑.๒ การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทยในประเทศและต่างประเทศ (พณ./ กต./ อก./ กก./ TCEB/ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ บ.การบินไทย)				
๑.๒.๑ การจัดทำกรอบความร่วมมือและเจรจาภายใต้กรอบความร่วมมือในการขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทย ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ	๑. ไทย-มาเลเซีย-อินโดนีเซีย (IMT-GT) ๒. ไทย-บรูไน	๑. ไทย-ตะวันออกกลาง ๒. ไทย-แอฟริกาเหนือ	๑. ไทย-สาธารณรัฐประชาชนจีน ๒. ไทย-เอเชียกลาง	พณ./ อก./ กต./ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑.๒.๒ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายฮาลาลไทย (Thai Halal Network) โดยลงนามใน MOU ระหว่างหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง	วางแผนและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายฮาลาลไทย	ดำเนินการต่อเนื่อง	ดำเนินการต่อเนื่อง	พณ./ อก./ กต./ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กิจกรรม	Quick Win (พ.ค. - ก.ย. ๒๕๖๗)	๒๕๖๘ - ๒๕๖๙	๒๕๗๐ - ๒๕๗๑	หน่วยงานหลัก
๑.๒.๓ การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทย ภายในประเทศ - การจัดงาน Thai Halal Expo นานาชาติ ในประเทศไทย (ประจำปี) - การเข้าร่วมงาน Halal Fair ในประเทศไทย	- จำนวน ๒ ครั้ง/ปี (เช่น THAIFEX, Halal Fair)	จำนวน ๑ ครั้ง/ปี จำนวน ๒ ครั้ง/ปี (เช่น THAIFEX, Halal Fair)	จำนวน ๑ ครั้ง/ปี จำนวน ๒ ครั้ง/ปี (เช่น THAIFEX, Halal Fair)	พณ./ อก./ กต./ กก./ TCEB/ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑.๒.๔ การขยายตลาดสินค้าและบริการฮาลาลไทย ในต่างประเทศ - การร่วมงานแสดงสินค้าฮาลาล (Halal Expo) ในต่างประเทศ	จำนวน ๒ ครั้ง	จำนวน ๒ ครั้ง (เช่น Malaysian Expo, Dubai Expo)	จำนวน ๒ ครั้ง (เช่น Malaysian Expo, Dubai Expo)	พณ./ อก./ กต./ กก./ TCEB/ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ บ.การบินไทย/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๑.๒.๕ การจัดงาน Thai Night ในต่างประเทศ	-	จำนวน ๒ ครั้ง/ปี	จำนวน ๒ ครั้ง/ปี	พณ./ อก./ กต./ กก./ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
มาตรการที่ ๒ การพัฒนาการผลิตและมาตรฐานอุตสาหกรรมฮาลาลไทย (Supply)				
๒.๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ฮาลาลไทยต้นแบบ จำนวน ๕๐ ผลิตภัณฑ์/ปี				อก./ พณ./
๒.๑.๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต ฮาลาล (Halal Future Food) อาทิ อาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-Eat) อาหารมุสลิมรุ่นใหม่ (เช่น Snack Bar)	-	- ผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต ฮาลาล	- ผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต ฮาลาล	อว./ สสว./ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ ส.พลาสติก/ ISMED/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๒.๑.๒ การพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ อาหารแปรรูปฮาลาล อาทิ อาหารทะเล รวมถึงเชื่อมโยงเมนูอาหารไทย อาทิ แกงใบ ชะพลู แกงมัสมั่นเนื้อ แกงไตปลา ต้มยำกุ้ง ผัดไทย	-	- ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ฮาลาล	- ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ฮาลาล	

กิจกรรม	Quick Win (พ.ค. - ก.ย. ๒๕๖๗)	๒๕๖๘ - ๒๕๖๙	๒๕๗๐ - ๒๕๗๑	หน่วยงานหลัก
๒.๑.๓ การพัฒนาผลิตภัณฑ์แพซันฮาลาล ทั้งสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อัญมณีและเครื่องประดับ รองเท้าและเครื่องหนัง โดยมุ่งเน้นด้านการออกแบบ เชื่อมโยงเอกลักษณ์พื้นถิ่น และผลักดันสู่เชิงพาณิชย์	-	- ผลิตภัณฑ์แพซันฮาลาล	- ผลิตภัณฑ์แพซันฮาลาล	
๒.๑.๔ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยา สมุนไพร และเครื่องสำอางฮาลาล พร้อมบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	-	- ผลิตภัณฑ์ยา สมุนไพร และเครื่องสำอางฮาลาล พร้อมบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	- ผลิตภัณฑ์ยา สมุนไพร และเครื่องสำอางฮาลาล พร้อมบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
๒.๒ การยกระดับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมฮาลาลไทยเพื่อการส่งออก				อก./ พณ./ สสว./
๒.๒.๑ การศึกษาเชิงลึกด้านศักยภาพผู้ประกอบการไทยและการขยายตลาดไปต่างประเทศ อาทิ สํารวจความต้องการสินค้าฮาลาลในภูมิภาคต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีศักยภาพของไทย และความพร้อมของผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดไปต่างประเทศ	-	- ศึกษาเชิงลึกด้านศักยภาพผู้ประกอบการไทยและการขยายตลาดไปต่างประเทศ	ดำเนินการต่อเนื่อง	ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ ส.พลาสติก/ ISMED/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
๒.๒.๒ การให้คำปรึกษาเชิงลึกด้านการผลิตตามมาตรฐานฮาลาลให้แก่ผู้ประกอบการ	-	๕๐ สถานประกอบการ/ปี	๕๐ สถานประกอบการ/ปี	
มาตรการที่ ๓ การยกระดับปัจจัยแวดล้อมอุตสาหกรรมฮาลาลไทย (Thai Halal Ecosystems)				
๓.๑ การจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย	- การจัดตั้งศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย เป็นศูนย์พิเศษภายใต้สถาบันอาหาร และศึกษารูปแบบองค์กรที่เหมาะสมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมฮาลาลในอนาคต	- การยกระดับศูนย์อุตสาหกรรมฮาลาลไทย ในระดับ “กรม” หรือ “องค์การมหาชน”		อก./ ส.อาหาร/ สำนักงาน ก.พ.ร.

กิจกรรม	Quick Win (พ.ค. - ก.ย. ๒๕๖๗)	๒๕๖๘ - ๒๕๖๙	๒๕๗๐ - ๒๕๗๑	หน่วยงานหลัก
๓.๒ การจัดทำระบบข้อมูลสารสนเทศอัจฉริยะ <u>อุตสาหกรรมฮาลาล</u> (Halal Intelligence Unit: Halal IU)	๑. รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมฮาลาล ๒. ศึกษาวิเคราะห์ จัดทำบทความและรายงาน เชิงลึกของอุตสาหกรรมฮาลาลไทย ๓. ศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของตลาดฮาลาล เป้าหมายทั่วโลก และศึกษาเปรียบเทียบ ความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนา อุตสาหกรรมฮาลาล	ปรับปรุงต่อเนื่อง	ปรับปรุงต่อเนื่อง	อก./ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ ส.พลาสติก/ ISMED
๓.๓ การพัฒนาห้องปฏิบัติการทดสอบผลิตภัณฑ์ <u>ฮาลาลไทย</u> เพื่อทดสอบและตรวจวิเคราะห์ สารปนเปื้อนและสิ่งต้องห้ามตามมาตรฐานฮา ลาล	-	- อุตสาหกรรมอาหาร - อุตสาหกรรมสิ่งทอ - อุตสาหกรรมยา สมุนไพร และเครื่องสำอาง พร้อมทั้งบรรจุภัณฑ์	- อุตสาหกรรมอาหาร - อุตสาหกรรมสิ่งทอ - อุตสาหกรรมยา สมุนไพร และเครื่องสำอาง พร้อมทั้งบรรจุภัณฑ์ - อุตสาหกรรมฮาลาลอื่น	ศูนย์วิทยาศาสตร์ ฮาลาล จุฬาฯ/ ม.สงขลานครินทร์/ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ ส.พลาสติก
๓.๔ การพัฒนานิคมอุตสาหกรรมฮาลาลในพื้นที่ <u>ภาคใต้</u>	-	เริ่มดำเนินการ	ดำเนินการต่อเนื่อง ให้สำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม	กนอ./ ศอ.บต.
๓.๕ การพัฒนาฝีมือแรงงานและบุคลากร <u>ฮาลาลไทย</u>	-	- การพัฒนาหลักสูตร ฝึกอบรมแรงงานใน อุตสาหกรรมฮาลาล - การฝึกอบรมแรงงาน บุคลากร รวมทั้ง ผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมฮาลาล	ดำเนินการต่อเนื่อง	รง./ อก./ สธ. (อย.)/ กษ. (กรมปศุสัตว์)/ ส.อาหาร/ ส.สิ่งทอ/ ส.พลาสติก/ ISMED/ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
งบประมาณ รวมทั้งสิ้น ๑,๒๓๐ ล้านบาท	๙๕ ล้านบาท	๕๓๕ ล้านบาท	๖๐๐ ล้านบาท	