



Cluster SMEs

S

รายงานการศึกษา

เครือข่ายวิสาหกิจ

อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

M

E

สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551

สารบัญ

| | หน้า |
|---|--|
| บทที่ 1 | ข้อมูลเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก 1-28 |
| 1. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 1 |
| 1.1 ปัจจัยการผลิต | 1 |
| 1.2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ | 5 |
| 1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน | 5 |
| 1.4 บริบทของการแข่งขัน | 6 |
| 2. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 9 |
| - แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 15 |
| 3. การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 18 |
| - การวิเคราะห์สถานการณ์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และ ภัยคุกคาม (Threat) ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (กรุงเทพฯ) | 18 |
| - ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 26 |
| - ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 27 |
| บทที่ 2 | แผนภาพ Cluster กิจการอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก 28-29 |
| 1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด | 28 |
| 2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) | 29 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|-------|
| บทที่ 3 | |
| แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 30-61 |
| 1. แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 30 |
| - วิสัยทัศน์ | 30 |
| - พันธกิจ | 30 |
| - ประเด็นยุทธศาสตร์ | 31 |
| - เป้าประสงค์ | 31 |
| - แผนงาน/โครงการส่งเสริม SMEs | 32 |
| 2. การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 42 |
| 3. การเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์ในระดับจังหวัดและระดับภาค | 43 |
| 4. ข้อเสนอแนะกระบวนการ /กลไกการแปลงแผนฯ สู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ | 44 |
| 5. รายละเอียด โครงการสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 46 |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหาร จำแนกตามกลุ่มสินค้า ปี พ.ศ. 2548 | 2 |
| ตารางที่ 1.2 จำนวนโรงงานและแรงงานแยกตามประเภทอุตสาหกรรมอาหาร ปี พ.ศ. 2548 | 4 |
| ตารางที่ 1.3 สรุปการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 7 |
| ตารางที่ 1.4 ปริมาณและมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหาร จำแนกตามกลุ่มสินค้า ปี พ.ศ. 2548 | 10 |
| ตารางที่ 1.5 สถิติสินค้าอาหารส่งออกของไทยปี พ.ศ. 2548 - 2549 (ม.ค. - มี.ค.) จำแนกรายสินค้า | 14 |
| ตารางที่ 3.1 ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 34 |
| ตารางที่ 3.2 ตารางสรุปชุดโครงการ จากแผนงานโครงการเครือข่าย วิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 39 |

สารบัญภาพ

| | หน้า | |
|------------|--|----|
| ภาพที่ 1.1 | แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสะสม ม.ค. – ธ.ค. ปี พ.ศ. 2547 และ 2548 | 1 |
| ภาพที่ 1.2 | แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสะสม ปี พ.ศ. 2547 และ 2548 จำแนกตามกลุ่มสินค้า | 2 |
| ภาพที่ 1.3 | แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสะสม ปี พ.ศ. 2547 และ 2548 จำแนกตามตลาดส่งออก | 10 |
| ภาพที่ 1.4 | แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหารรายเดือน ปี พ.ศ. 2547 และ 2548 | 11 |
| ภาพที่ 1.5 | แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) | 17 |
| ภาพที่ 1.6 | การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ตาม Diamond Model | 25 |
| ภาพที่ 1.7 | ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 26 |

บทที่ 1

ข้อมูลเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก กรุงเทพมหานคร (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส)

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

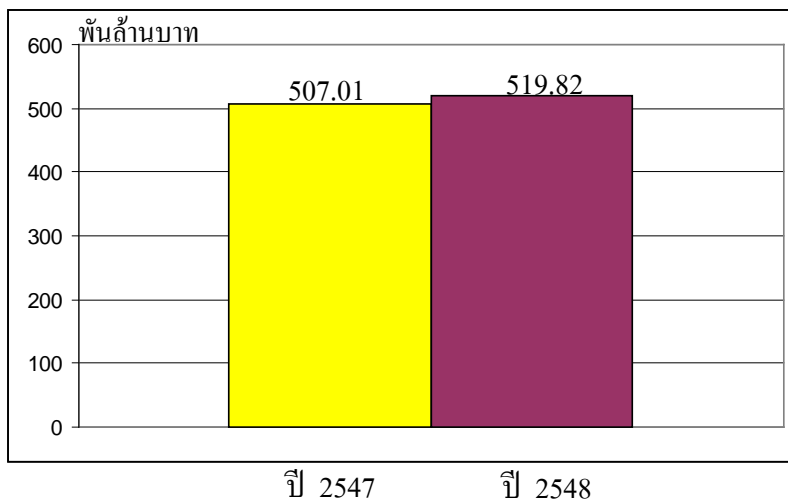
1. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

1.1 ปัจจัยการผลิต

1.1.1 ปริมาณการส่งออก

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรรายสำคัญของโลกเนื่องจากข้อได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ที่มีความเหมาะสมในการผลิตสินค้าทางการเกษตรทั้งในสาขาพืชปศุสัตว์และประมง นอกจากจะทำการผลิตเพื่อใช้บริโภคภายในประเทศแล้ว ยังมีผลผลิตมากเพียงพอสำหรับการส่งออกทั้งในรูปวัตถุดิบและการแปรรูป จากข้อมูลสถิติการส่งออกอาหารในปี พ.ศ. 2548 พบว่าอาหารส่งออกมีมูลค่า 519,816.35 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 2.5 % คิดเป็น 22.9% ของมูลค่าส่งออกรวม สามารถจำแนกสัดส่วนการส่งออกตามกลุ่มสินค้ามาตรฐานได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ประมง 34.2% ข้าวและธัญพืช 18.2% ผลไม้ 9.2% น้ำตาล น้ำผึ้ง 5.7% เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ 7.1% ผัก 3.1% มันสำปะหลังอัดเม็ด เส้น 2.5% แป้งและสตาร์ช 3.4% น้ำมันและไขมัน 1.3% ผลิตภัณฑ์จากแป้ง 1.5% อื่น ๆ 13.9% (รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารไทย : 2548) โดยใช้ทรัพยากรภายในประเทศกว่า 80%

ภาพที่ 1.1 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสะสม ม.ค. – ธ.ค. ปี พ.ศ. 2547 และ 2548



ที่มา : แผนวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร

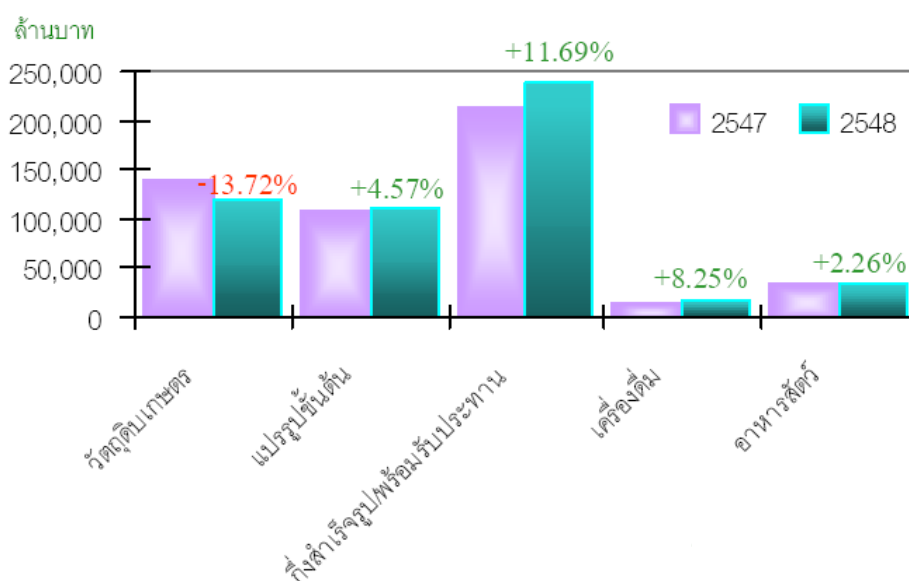
www.nfi.or.th

ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหาร จำแนกตามกลุ่มสินค้า ปี พ.ศ. 2548

| กลุ่มสินค้า | ปริมาณ | มูลค่า | อัตราเปลี่ยนแปลงปี 48/47 (%) | |
|--------------------------------|------------------|-------------------|------------------------------|------------|
| | (พันตัน) | (ล้านบาท) | ปริมาณ | มูลค่า |
| ผลิตภัณฑ์ประมง | 1,478.38 | 177,651.24 | 5.6 | 9.8 |
| ข้าวและธัญพืช | 7,629.89 | 94,506.58 | -30.4 | -17.0 |
| ผลไม้และผลิตภัณฑ์ | 1,692.53 | 47,854.92 | 5.2 | 12.6 |
| เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ | 382.51 | 37,038.03 | 28 | 30 |
| น้ำตาล น้ำผึ้ง | 3,199.54 | 29,581.09 | -33.1 | -11.9 |
| อาหารสัตว์ | 442.25 | 18,250.85 | -0.4 | 9.4 |
| แป้งและสตาร์ช | 1,716.67 | 17,423.71 | 27.1 | 52.7 |
| ผักและผลิตภัณฑ์ | 450.62 | 16,287.34 | -2.8 | 5.7 |
| มันสำปะหลังอัดเม็ด เส้น อื่น ๆ | 3,031.31 | 12,778.04 | -39.6 | -15 |
| ผลิตภัณฑ์จากแป้ง | 131.74 | 7,652.45 | 3.1 | 7.1 |
| อื่น ๆ | 3,183.79 | 60,792.10 | -15.2 | -0.5 |
| รวมทั้งสิ้น | 23,259.22 | 519,816.35 | -22.7 | 2.5 |

ที่มา : แผนวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร ww.nfi.or.th

ภาพที่ 1.2 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสะสม ปี พ.ศ. 2547 และ 2548 จำแนกตามกลุ่มสินค้า



ที่มา : กรมศุลกากร อ้างถึงในแผนวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ
สถาบันอาหาร www.nfi.or.th

1.1.2 จำนวนผู้ประกอบการ SMEs

จากข้อมูลผู้ประกอบการจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปี พ.ศ. 2547 พบว่ามีผู้ประกอบการ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ประมาณ 36,102 ราย และเมื่อตรวจสอบจากข้อมูลของกรมโรงงาน พบ ว่า มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานตามการแบ่งประเภทของโรงงานอุตสาหกรรม 107 ประเภททั้งสิ้น 9,783 โรง มีการจ้างงาน 478,462 คน เป็นโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องปรุงหรือเครื่องประกอบอาหาร 429 โรง มีการจ้างงาน 12,446 คน

ในส่วนของกรุงเทพมหานคร มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานตามการแบ่งประเภทของโรงงานอุตสาหกรรม 107 ประเภททั้งสิ้น 912 โรง มีการจ้างงาน 40,907 คน เป็นโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องปรุงหรือเครื่องประกอบอาหาร 59 โรง มีการจ้างงาน 877 คน

ตารางที่ 1.2 จำนวนโรงงานและแรงงานแยกตามประเภทอุตสาหกรรมอาหาร ปี พ.ศ. 2548

| ลำดับ | ประเภทโรงงาน | ประเทศ | | กรุงเทพ | |
|-------|---|--------|---------|---------|--------|
| | | โรงงาน | แรงงาน | โรงงาน | แรงงาน |
| 1 | สัตว์ ซึ่งมีใช้สัตว์น้ำ | 842 | 84,472 | 90 | 12,712 |
| 2 | น้ำมัน | 178 | 7,929 | 7 | 828 |
| 3 | สัตว์น้ำ | 628 | 117,811 | 55 | 6,335 |
| 4 | น้ำมัน จากพืชหรือ สัตว์ หรือไขมันจากสัตว์ | 259 | 11,406 | 11 | 466 |
| 5 | ผัก พืช หรือผลไม้ | 587 | 71,457 | 44 | 1,156 |
| 6 | เมล็ดพืช หรือหัวพืช | 2,836 | 34,372 | 84 | 1,454 |
| 7 | อาหารจากแป้ง | 1,262 | 40,154 | 250 | 7,840 |
| 8 | น้ำตาล ซึ่งทำจากอ้อย บีช หล้าหวาน | 128 | 25,004 | 6 | 494 |
| 9 | ชา กาแฟ โกโก้ ช็อกโกแลต หรือขนมหวาน | 477 | 10,345 | 114 | 2,918 |
| 10 | เครื่องปรุงหรือเครื่องประกอบอาหาร | 429 | 12,446 | 59 | 877 |
| 11 | ทำน้ำแข็ง หรือ ตัด ซอย บด หรือย่อยน้ำแข็ง | 1,413 | 15,042 | 101 | 1,256 |
| 12 | อาหารสัตว์ | 666 | 22,522 | 29 | 432 |
| 13 | โรงงานดื่ม กั่น หรือผสมสุรา | 26 | 5,081 | 0 | 0 |
| 14 | ผลิต เอทิลแอลกอฮอล์ | 8 | 780 | 0 | 0 |
| 15 | ทำหรือผสมสุราจากผลไม้ | 24 | 587 | 1 | 15 |
| 16 | มอลต์ หรือเบียร์ | 20 | 4,893 | 7 | 1,570 |
| 17 | น้ำดื่ม เครื่องดื่ม น้ำอัดลม หรือน้ำแร่ | 328 | 14,161 | 54 | 2,554 |
| รวม | | 9,783 | 478,462 | 912 | 40,907 |

ที่มา : ฐานข้อมูลโรงงานแบ่งตามประเภทอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม (ข้อมูล ณ สิ้นปี พ.ศ. 2548)

1.1.3 สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

แสดงว่า “มีความพร้อม” หมายถึง ถนนมีการพัฒนาเส้นทางและขยายถนนให้กว้างขึ้น เหมาะแก่การขนส่งและเดินทางได้สะดวกสบาย มีความรวดเร็ว ในการเดินทางมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการคมนาคมทางรถไฟ เรือ และทางอากาศ ก็มีความพร้อมในการขนส่งเช่นเดียวกัน

1.1.4 แหล่งเงินทุน

รัฐบาลมีนโยบายในการสนับสนุนและผลักดันให้อาหารไทยเป็นที่นิยมแพร่หลาย ในต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ทั้งอาหารสด อาหารสำเร็จรูป วัตถุดิบ เครื่องปรุงรส ตลอดจนสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้มีการขยายตัวอย่างมีคุณภาพ เพื่อเป็นการ

ยกระดับมาตรฐาน อาหารไทยในต่างประเทศ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทย รวมทั้ง ส่งเสริมการท่องเที่ยว การส่งออกสินค้าอาหารและสินค้าอื่น ๆ จากอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และมี เป้าหมายที่จะเป็นครัวไทยของโลก ภายใน 5 ปี (ปี พ.ศ. 2547 - 2551) โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้าร่วมดำเนินการ อาทิ กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันอาหาร มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจน สถาบันการเงินหลายแห่ง เช่น ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย

1.1.5 ทรัพยากรธรรมชาติ

สถานการณ์ผลผลิตวัตถุดิบในประเทศมีบางกลุ่มเริ่มขาดแคลนจากภาวะการผลิต ไม่คุ้มทุน โดยเฉพาะสาขาประมงที่มีต้นทุนการออกเรือซึ่งต้องอาศัยน้ำมันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของ ต้นทุนรวม ได้รับผลกระทบอย่างหนัก คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง ของไทยในระยะต่อไป (สถาบันอาหาร, 2548)

1.1.6 การจัดการด้านต้นทุนโลจิสติกส์ (การขนส่ง)

จากการแสดงการจัดการด้านต้นทุน สูงขึ้น เนื่องจากขณะที่ราคาน้ำมันดิบใน ตลาดโลกขยับสูงขึ้นเข้าใกล้ระดับ 100 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อ บาร์เรล ส่งผลกระทบต่อ ต้นทุนการ ส่งออกสินค้าอาหารของไทยเพิ่มขึ้นอย่างมาก สินค้าส่งออกหลายรายการที่ไม่สามารถบริหาร ต้นทุนเพื่อลดรายจ่ายได้เริ่มทยอยปรับราคาสูงขึ้นตามต้นทุนที่แท้จริง โดยเฉพาะสาขาประมง ที่มี ต้นทุนการออกเรือซึ่งต้องอาศัยน้ำมันไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของต้นทุนรวม ได้รับผลกระทบอย่างหนัก ทำ ให้อาจประสบปัญหาในการรับคำสั่งซื้อรอบใหม่เนื่องจากลูกค้าไม่สามารถรับราคาได้ และจะส่ง ผลกระทบต่อการส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งของไทยในระยะต่อไป (กรมส่งเสริมการส่งออก, 2548)

1.2 เจ็อนใจด้านอุปสงค์

1.2.1 ความต้องการผู้บริโภค

ความต้องการของผู้บริโภคมีมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารที่มีคุณภาพและมาตรฐาน รับรอง เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับอาหารมากยิ่งขึ้น เพื่อป้องกันตัวเองให้ปลอดภัยจาก การบริโภค รวมทั้งมีความหลากหลายจากผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น

1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน

1.3.1 การรวมกันเป็น Cluster

ผู้ประกอบการด้านอาหาร มีการรวมตัวกันเป็น กลุ่มพันธมิตรอุตสาหกรรม อาหาร ไทย (Thai Food Cluster) ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวง อุตสาหกรรม และให้คำปรึกษาโดยสำนักพัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรม สถาบันพัฒนา

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ประกอบด้วยสมาชิกประมาณ 180 ราย แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มแปรรูปผักผลไม้
- กลุ่มอาหารกระป๋อง
- กลุ่มขนมขบเคี้ยวหรือชิ้น
- กลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น เครื่องจักร บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของบรรดาสมาชิก โดยวิธีช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ผู้ประกอบการด้านอาหารมีการรวมกลุ่มกัน อย่างเข้มแข็ง มีการบริหารจัดการที่เป็นรูปแบบชัดเจน มีกิจกรรม และการส่งเสริมช่วยเหลือกัน ในกลุ่มสมาชิกเป็นไป อย่างเป็นรูปธรรม และมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานของกลุ่ม ประสานกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศโดยมี เป้าหมายร่วมกันอย่างชัดเจนและต่อเนื่องระหว่างภาครัฐและเอกชน

1.3.2 จำนวนสมาคม/ชมรม

ข้อมูลสมาคมได้จากการเสวนา วันที่ 17 สิงหาคม 2549 มีจำนวน 6 สมาคม

1.3.3 การเชื่อมโยงของธุรกิจต่าง ๆ

การเชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ยัง ไม่สมบูรณ์ เนื่องจาก การเชื่อมโยงการผลิต ผู้บริโภคขาดการรวมตัวระหว่างผู้ผลิต (ฟาร์ม โรงงาน) เพื่อเชื่อมระหว่างกลุ่มผลิตกับผู้บริโภค ขาด ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ตลาดเก่าและใหม่ ผลิตได้ไม่ตรงความต้องการ (สถาบันอาหาร : 2549)

1.4 บริบทของการแข่งขัน

1.4.1 กฎระเบียบข้อบังคับ

ถึงแม้ว่าในยุคปัจจุบัน แต่ละประเทศพยายาม จะเจรจา เปิดเสรีทางการค้า าระหว่างกัน เพื่อลดอุปสรรคทางการค้า ไม่ว่าจะเป็นความร่วมมือระหว่าง 2 ประเทศ ภายใต้ข้อตกลง FTA หรือผ่านความร่วมมือของกลุ่มการค้าต่าง ๆ เช่น WTO, AFTA, และ ASIAN เป็นต้น พบว่าภายใต้ข้อตกลงดังกล่าวได้ทำให้ประเทศคู่ค้าใช้มาตรการปกป้องทางการตลาดมากขึ้น ทำให้ การส่งออกของไทยต้องประสบกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้มูลค่า การตลาดในเวลานั้น ๆ ต้องสะดุด หรือไม่สามารถขยายตัวได้และตลาดที่ส่งผลมากที่สุดส่วนใหญ่จะเป็นตลาดส่งออกสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และจีน จากอุปสรรคทางการค้า ดังกล่าวส่งผลให้เกิดการปรับตัวครั้งใหญ่ของอุตสาหกรรมอาหารที่สำคัญ ได้แก่

- การปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต การใช้มาตรการการค้าโดยเฉพาะด้าน สุขอนามัยของประเทศคู่ค้า ส่งผลชัดเจนต่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตให้ เป็นไปตาม มาตรฐานที่คู่ค้ากำหนด ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทย และเมื่อ เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในแถบเอเชียด้วยกันแล้ว ไทยสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว

1.4.2 ปัจจัยในประเทศที่สนับสนุนการลงทุน

มีการสนับสนุนของภาครัฐต่อผู้ประกอบการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554)

1.4.3 การปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเป็นการปรับตัวเพื่อสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น เป็นการรักษาส่วแบ่งตลาดในตลาดหลัก และขยายตลาดใหม่ รวมทั้งการปรับตัวเพื่อหนีคู่แข่ง

1.4.4 บรรยากาศการแข่งขัน

การตลาดที่มุ่งเน้นความต้องการลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ

การขยายตลาดใหม่เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงตลาดหลัก ตลาดรองที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ได้แก่ ออฟริกา ตะวันออกกลาง และเอเชียใต้ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการใช้มาตรการทางการค้าในอนาคตจะยังคงทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการเร่งเปิดเสรีทางการค้า และกระแสการปกป้องผู้บริโภคด้านสุขอนามัย ซึ่งจะทำให้ประเทศคู่ค้ารายใหญ่ มีแนวโน้มใช้มาตรการปกป้องทางการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ มาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด (Anti – Dumping) การให้สิทธิด้าน GSP และมาตรการด้านสุขอนามัย (Food Safety) และจากการใช้มาตรการของตลาดใหญ่อาจจะส่งผลขยายวงกว้างไปยังตลาดเล็ก ที่จะนำมาตรการดังกล่าวมาใช้ตามบ้าง ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการค้าครั้งใหญ่ในอนาคตต่อไป การกีดกันทางการค้าต่างประเทศ โดยใช้ภาษีและมาตรฐานกีดกันสินค้านำเข้า คู่แข่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา มาตรการด้านราคา คัดราคาและการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด

ตารางที่ 1.3 สรุปการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| หมวดข้อมูล | รายละเอียดข้อมูลอาหารไทยสู่โลก | |
|---|--------------------------------|-------------------------------|
| | ประเทศ | กรุงเทพมหานคร |
| ปัจจัยการผลิต | | |
| • ปริมาณการส่งออก | 519,816.35 ล้านบาท | N/A |
| • จำนวนผู้ประกอบการ SMEs | 36,102 ราย | 3,596 ราย (กรุงเทพและปริมณฑล) |
| • จำนวนผู้ใช้แรงงานของทั้งอุตสาหกรรม | มากกว่า 20 ล้านคน | N/A |
| • จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงาน* | 9,783 โรงงาน | 912 โรงงาน |
| • จำนวนแรงงาน | 478,462 คน | 40,907 คน |

ตารางที่ 1.3 (ต่อ) สรุปการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| หมวดข้อมูล | รายละเอียดข้อมูลอาหารไทยสู่โลก | |
|--|--|--|
| | ประเทศ | กรุงเทพมหานคร |
| • โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องปรุงหรือเครื่องประกอบอาหาร | 429 โรงงาน | 59 โรงงาน |
| • จำนวนแรงงาน | 12,446 คน | 877 คน |
| • สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน | พอเพียง | พอเพียง |
| • แหล่งเงินทุน | 11 ธนาคารของรัฐ 22 ธนาคารพาณิชย์ 4,249 สาขา + 21 บริษัทเงินทุน | 4 ธนาคารของรัฐที่เกี่ยวข้อง 22 ธนาคารพาณิชย์ 1,405 สาขา + 21 บริษัทเงินทุน |
| • ทรัพยากรธรรมชาติ | ขาดแคลน | ขาดแคลน |
| • แรงงานที่มีทักษะ | พอเพียง | พอเพียง |
| • การจัดการด้านต้นทุนโลจิสติกส์ | เพิ่มขึ้น | เพิ่มขึ้น |
| เงื่อนไขด้านอุปสงค์ | | |
| • ความต้องการของผู้บริโภค | มีจำนวนมาก | มีจำนวนมาก |
| อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน | | |
| • การรวมตัวกันเป็น Cluster | มีแนวโน้มเข้มแข็ง | มีแนวโน้มเข้มแข็ง |
| • จำนวนสมาคม/ชมรม | 84 สมาคม | 84 สมาคม |
| • การเชื่อมโยงของธุรกิจต่าง ๆ | ไม่สมบูรณ์ | ไม่สมบูรณ์ |
| บริบทของการแข่งขัน | | |
| • กฎระเบียบ ข้อบังคับมาตรฐาน | ก่อปัญหาบางประการ | ก่อปัญหาบางประการ |
| • ปัจจัยในประเทศที่สนับสนุนการลงทุน | พอเพียง | พอเพียง |
| • การปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง | สูงขึ้น | สูงขึ้น |
| • บรรยากาศการแข่งขัน | รุนแรงมาก | รุนแรงมาก |

* จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร โดยตรงที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานตามประเภทโรงงานอุตสาหกรรม 107 ประเภท โดยคัดเลือกเฉพาะประเภทที่ 004 005 006 007 008 010 011 012 013 และ 020 ทั้งนี้ไม่รวมอาหารสัตว์และสุรา (ข้อมูลจาก http://www.diw.go.th/diw_web/html/versionthai/data/Download_fac2.asp)

2. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

ประเทศไทย เป็นแหล่งผลิตอาหารที่อุดมสมบูรณ์ มีภูมิประเทศที่สอดคล้องกับการเป็นแหล่งผลิตอาหารของโลก อีกทั้งอาหารไทยยังมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจความนิยมอาหารของผู้บริโภคทั่วโลก พบว่า อาหารไทยเป็นอาหารที่รู้จัก และได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4 รองจากอาหารอิตาลี ฝรั่งเศส และจีน นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นผู้ผลิตสินค้าเกษตรรายสำคัญของโลก เนื่องจากข้อได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ที่มีความเหมาะสมในการผลิตสินค้าทางการเกษตรทั้งในสาขาพืช ปศุสัตว์ และประมง นอกจากจะทำการผลิตเพื่อใช้บริโภคภายในประเทศแล้วนั้น ยังมีผลผลิตมากเพียงพอสำหรับการส่งออกทั้งในรูปแบบวัตถุดิบและการแปรรูป ซึ่งจากข้อมูลของสถาบันอาหาร ระบุว่า อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยที่ใช้วัตถุดิบภายในประเทศ (Local Content) มากกว่าร้อยละ 80 และสร้างรายได้เข้าประเทศ ปีละไม่ต่ำกว่า 400,000 ล้านบาท โดยในปี พ.ศ. 2548 ที่ผ่านมา สามารถสร้างมูลค่าทางการค้าถึง 519,816 ล้านบาท เป็นปริมาณอาหารทั้งหมด 23.26 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ของมูลค่าส่งออก ตลาดส่งออกเกือบทุกตลาดมูลค่าการส่งออกขยายตัวในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะสหราชอาณาจักรมีอัตรายขยายตัวร้อยละ 26.6 ออสเตรเลียมีอัตรายขยายตัวร้อยละ 17.8 จีนมีอัตรายขยายตัวร้อยละ 12.7 สหรัฐอเมริกามีอัตรายขยายตัวร้อยละ 9.2 สหภาพยุโรปมีอัตรายขยายตัวร้อยละ 8.69 ญี่ปุ่น มีอัตรายขยายตัวร้อยละ 4.6 และแคนาดามีอัตรายขยายตัวร้อยละ 4.2 ตามลำดับ ส่วนอาเซียนและตะวันออกกลางส่งออกได้ลดลง โดยเฉพาะตลาดมาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และอิรัก

สินค้าอาหารไทยที่มีความสำคัญอันดับ 1 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประมง 34.2% รองลงมาได้แก่ ข้าวและธัญพืช 18.2% ผลไม้ 9.2% น้ำตาล น้ำผึ้ง 5.7% เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ 7.1% ผัก 3.1% มันสำปะหลังอัดเม็ด เส้น 2.5% แป้งและสตาร์ช 3.4% น้ำมันและไขมัน 1.3% ผลิตภัณฑ์จากแป้ง 1.5% อื่น ๆ 13.9% ตามลำดับ (รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารไทย : 2548) จากข้อมูลสถิติการส่งออกอาหารในปี พ.ศ. 2548 พบว่า อุตสาหกรรมอาหารมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 23,259,220 ตัน หรือคิดเป็น มูลค่าการส่งออกถึง 519,816 ล้านบาท โดยปัจจุบันสถานการณ์ในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2549 พบว่า อุตสาหกรรมอาหารสามารถส่งออกไปมีมูลค่าเท่ากับ 124,152 ล้านบาท ซึ่งแม้ปริมาณส่งออกจะลดลงร้อยละ 12.2 เท่ากับ 5.22 ล้านตัน แต่มูลค่าส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.4 โดยสินค้าอาหารส่งออกสำคัญที่มีการส่งออกยังขยายตัวคืออยู่ในกลุ่มสินค้าประมงและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นหลัก เช่น กุ้ง ทูน่ากระป๋องและแปรรูป ปลากระป๋องและแปรรูป ส่วนในครึ่งปีหลังของ พ.ศ 2549 สถาบันอาหาร ได้ประมาณการณ์โดยคาดว่า สถานการณ์อาหารส่งออกในครึ่งปีหลังจะปรับ ตัวดีขึ้นกว่าครึ่งปีแรก ทำให้ตลอดทั้งปีคาดว่าจะมีปริมาณอาหารส่งออกถึง 23.11 ล้านตัน มีมูลค่าการส่งออก 561,530 ล้านบาท ปริมาณลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนที่ร้อยละ 0.6

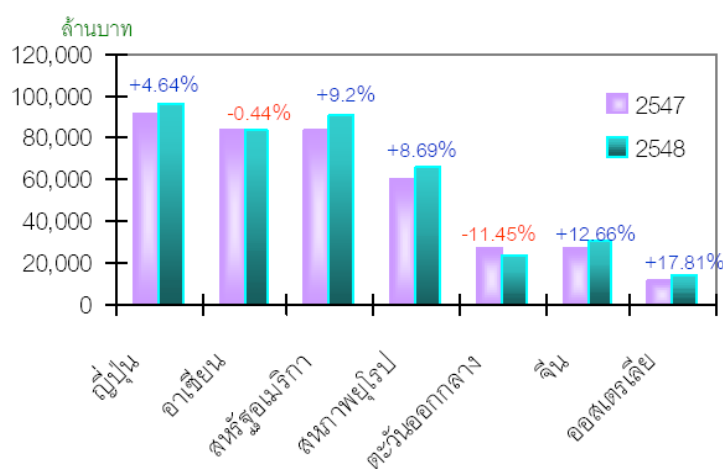
ส่วนมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.0 ทั้งนี้ ผลพวงการณ์ดังกล่าวปรับลดลงจากการประมาณการณครั้งก่อนที่คาดว่าขยายตัวที่ร้อยละ 6.3 และ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.4 ปริมาณและมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร-อาหาร จำแนกตามกลุ่มสินค้า ปี พ.ศ. 2548

| ประเทศ | ปริมาณ | มูลค่า | อัตราเปลี่ยนแปลง ปี 48/47 (%) | | % share |
|--------------------|----------------------|-------------------|-------------------------------|------------|------------|
| | (พันตัน) | (ล้านบาท) | ปริมาณ | มูลค่า | มูลค่า |
| ญี่ปุ่น | 2,165.89 | 96,164.08 | -2.2 | 4.6 | 18.5 |
| สหรัฐอเมริกา | 1,300.71 | 90,849.31 | 4.3 | 9.2 | 17.5 |
| จีน | 4,111.55 | 30,835.14 | -5.6 | 12.7 | 5.9 |
| มาเลเซีย | 1,326.51 | 22,191.82 | -45.5 | -17.6 | 4.3 |
| สหราชอาณาจักร | 259.15 | 17,651.92 | 16 | 26.6 | 3.4 |
| อินโดนีเซีย | 1,584.12 | 16,995.51 | -20.3 | -1.5 | 3.3 |
| ออสเตรเลีย | 260.86 | 14,441.39 | 3.6 | 17.8 | 2.8 |
| ฮ่องกง | 644.07 | 14,325.53 | -3.3 | 1.7 | 2.8 |
| แคนาดา | 202.50 | 11,975.29 | 1.5 | 4.2 | 2.3 |
| ไต้หวัน | 1,087 | 11,802.08 | -8.5 | -6.6 | 2.3 |
| อื่น ๆ | 10,313.86 | 192,584.28 | -32.7 | -1.7 | 37 |
| รวมทั้งสิ้น | 23,259,219.63 | 519,816.35 | -22.7 | 2.5 | 100 |

ที่มา : แผนวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร www.nfi.or.th

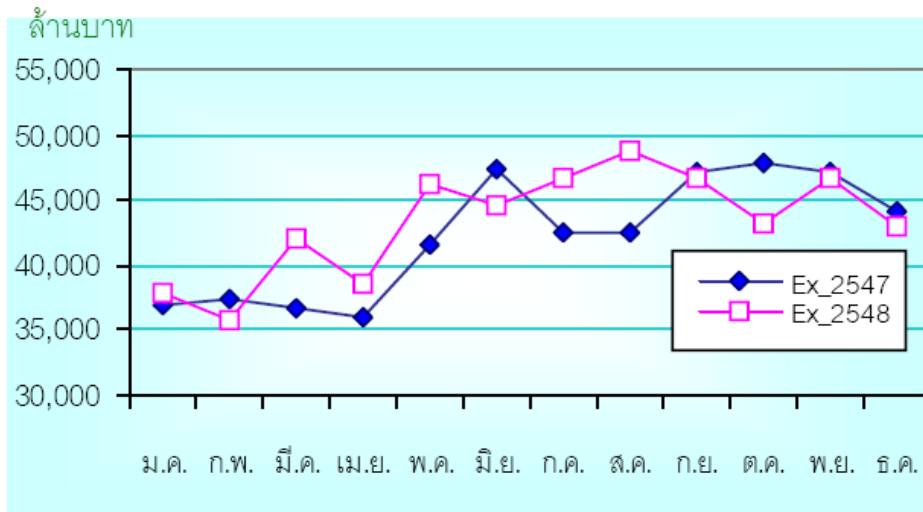
ภาพที่ 1.3 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสะสม ปี พ .ศ. 2547 และ 2548 จำแนกตามตลาดส่งออก



ที่มา : แผนวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร

www.nfi.or.th

ภาพที่ 1.4 แผนภาพแสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร- อาหารรายเดือน ปี พ.ศ. 2547 และ 2548



ที่มา : แผนกวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายบริการข้อมูลและสารสนเทศ สถาบันอาหาร

www.nfi.or.th

จากแนวทางของรัฐบาลที่พยายามผลักดันให้ไทยเป็นครัวของโลก รัฐบาลจึงได้มีนโยบายที่จะส่งเสริมอาหารไทย และผลักดันให้ไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the world) ด้วยการผลิตอาหารที่ปลอดภัย โดยได้กำหนดเป้าหมายไว้ดังนี้

1. ไทยสามารถเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายใหญ่ติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก ภายใน 2-3 ปี และ อาหารไทย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในระดับสูงสุดด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย
2. ผลักดันให้วัตถุดิบในการปรุงอาหารของไทย ตลอดจนเครื่องปรุงอื่น ๆ สามารถส่งออกได้มากขึ้น
3. สนับสนุนให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศเป็นศูนย์กระจายข้อมูลการท่องเที่ยว และเป็นจุดประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้ชาวต่างประเทศได้รับรู้รวมทั้งเป็นแหล่งขายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์
4. สนับสนุนการเปิดธุรกิจร้านอาหารของไทยในต่างประเทศ เพื่อผลักดันให้มีร้านอาหารไทยที่บริการอาหารรสชาติไทยแท้ รวมทั้งมีมาตรฐานที่เป็นสากล

ซึ่งลักษณะที่เป็นศักยภาพเด่นชัดของประเทศไทยก็คือ การมีที่ตั้งอยู่ในชัยภูมิเหมาะแก่การเป็นอยู่ชาวอุ้งน้ำ เป็นแหล่งอาหารที่สมบูรณ์มากมายหลายชนิด อีกทั้งตัวเลขการส่งออกที่ผ่าน ๆ มาพบว่า ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ติดอันดับต้น ๆ ของโลก และยังคงติดอันดับในกลุ่มผู้นำการส่งออกอาหารทะเลแปรรูป ข้าว สับปะรดกระป๋อง และน้ำตาล เนื่องจากมีความได้เปรียบ

ทั้งในเรื่องวัตถุดิบที่ผลิตได้ในประเทศ และมีผลผลิตทางการเกษตรที่มีความหลากหลาย อีกทั้ง พื้นฐานของเศรษฐกิจไทยคือประเทศเกษตรกรรมอย่างแท้จริง โดยพื้นที่ของประเทศไทย 513,115 ตารางกิโลเมตรนั้น ร้อยละ 45 ถูกใช้สำหรับเป็นพื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งเป็นภาคที่ใช้แรงงานถึงร้อยละ 60 ของประเทศ การแปรรูปสินค้าเกษตรที่เป็นกระบวนการขั้นต้นของอุตสาหกรรมอาหาร จึงเป็นศักยภาพที่ไทยมีอยู่เต็มเปี่ยม ดังนั้น ในการผลักดันประเทศไทยให้ก้าวสู่ครัวของโลกได้นั้น จึงจำเป็นต้องมากในการกำหนดทิศทางที่ต้องครอบคลุมทุกส่วนอย่างครบวงจร ซึ่งประกอบด้วย 4 R ได้แก่ 1) Raw materials (วัตถุดิบในการผลิตอาหาร) 2) Ready to cook (การผลิตอาหารพร้อมปรุง) 3) Ready to eat (การผลิตอาหารพร้อมรับประทาน) และ 4) Restaurant (การส่งเสริมพัฒนาภัตตาคารร้านอาหารไทย)

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายในการสนับสนุนและผลักดันให้อาหารไทยเป็นที่นิยมแพร่หลายในต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ทั้งอาหารสด อาหารสำเร็จรูป วัตถุดิบ เครื่องปรุงรส ตลอดจนสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้มีการขยายตัวอย่างมีคุณภาพ เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานอาหารไทย ในต่างประเทศ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทย รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยว การส่งออกสินค้าอาหารและสินค้าอื่น ๆ จากอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และมีเป้าหมายที่จะเป็นครัวไทยของโลกภายใน 5 ปี (ปี พ.ศ. 2547 - 2551) โดยมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้าร่วมดำเนินการ อาทิ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันอาหาร มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจนสถาบันการเงินหลายแห่ง เช่น ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ซึ่งปัจจุบันโครงการครัวไทยสู่ครัวโลกมีเป้าหมายสำคัญ คือการสร้างมาตรฐานอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลกต่อไป รวมถึงเน้นเรื่องการส่งเสริมภาคการผลิตในประเทศให้ไปในทิศทางสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยผ่านกลไกสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุนและสนับสนุนด้านการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารไทยใหม่เพื่อป้อนสู่ตลาดโลก รวมถึงการส่งเสริมธุรกิจแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ โดยการร่วมทุน และสนับสนุนด้านการเงินผ่านธนาคารของรัฐอีกด้วย สำหรับเป้าหมายการสร้างพ่อครัวแม่ครัวไทยมืออาชีพนั้น คาดว่าในปี พ.ศ. 2549 จะสามารถผลิตและสร้างพ่อครัวแม่ครัวได้จำนวนกว่า 1,000 คน เพื่อป้อนธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ซึ่งสถาบันอาหาร มีเป้าหมายการดำเนินงานถึงปี พ.ศ. 2551 ให้มีร้านอาหารไทยในต่างแดนเพิ่มขึ้นเป็น 20,000 แห่ง จากปัจจุบันที่มีอยู่ประมาณ 9,100 แห่ง นอกจากนี้ จะจัดให้มีการอบรมและให้ความรู้เรื่องการทำอาหารไทยให้กับพ่อครัวแม่ครัวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวน 10,000 คนทั่วโลก และพร้อมที่จะจัดตั้งสถาบันด้านการให้ความรู้และอบรมทักษะการทำอาหารไทยต่อไป ส่วนเป้าหมายการขยายร้านอาหารไทยในต่างแดนนั้น โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ได้ตั้งเป้าหมายที่จะเปิดตลาดใหม่ทั้งยุโรปและเอเชีย ดังนี้ ประเทศอิตาลี 7 แห่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน 71 แห่ง เอเชียตะวันออก

กลาง 104 แห่ง เกาหลีใต้ 26 แห่ง สแกนดิเนเวีย 40 แห่ง ส่วนประเทศญี่ปุ่น 1,000 แห่งภายใน
ระยะ 5 ปี สำหรับร้านอาหารไทยในต่างประเทศที่ได้ทำการสำรวจแล้ว (ตลาดเดิม) ได้แก่
สหรัฐอเมริกา 3,825 แห่ง อังกฤษ 879 แห่ง เยอรมนี 793 แห่ง ออสเตรเลีย 1,135 แห่ง และญี่ปุ่น
522 แห่ง โดยตลาดเหล่านี้มีโครงการที่จะมอบตราไทยซีล็กซ์ และพัฒนาทักษะการให้ความรู้ด้าน
การทำอาหาร และการผลิตพ่อครัวแม่ครัวโกอินเตอร์ รวมถึงการจัด Road Show เพื่อสร้าง
ภาพลักษณ์ความอร่อยและปลอดภัยให้กับอาหารไทยอีกด้วย

เมื่อ พิจารณาตามพื้นที่ของการผลิตในกลุ่มของอุตสาหกรรมอาหารนั้น พบว่า
กรุงเทพมหานคร เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการกระจุกตัวของโรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารอยู่มาก
จากแผนแม่บทของอุตสาหกรรมอาหาร สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
พบว่า โรงงานผลิตอาหารส่วนใหญ่มีการกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ตามรูปแบบของ
วัตถุดิบที่ใช้ในโรงงาน โดยโรงงานที่เน้นความสดของวัตถุดิบก่อนเข้าโรงงานจะตั้งอยู่ใกล้กับแหล่ง
ผลิตใหญ่ ขณะที่โรงงานที่เน้นการผลิตโดยไซ ปริมาณหรือไฮ ความสำคัญกับปัจจัยอื่น ๆ
นอกเหนือจากวัตถุดิบนั้นจะกระจายตัวตามแหล่งที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น ใกล้กับเขต
กรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นต้น ส่วนใหญ่จะมีการกระจุกตัวอยู่รอบ ๆ กรุงเทพฯ หรืออยู่ในโซน
ชั้นนอกรอบตัวเมืองกรุงเทพฯ โดยมีอาณาเขตติดกับจังหวัดที่เป็นปริมณฑลและเป็นทางผ่านของ
เส้นทางวัตถุดิบหลักในการผลิตของอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งมีความสะดวกต่อระบบการขนส่งโลจิสติกส์ โดยมี
โรงงานในกลุ่มเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์ มีการกระจุกตัวอยู่อย่างมากในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านการใช้ประโยชน์จากโครงสร้าง
พื้นฐาน และผู้ประกอบการสามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ ส่วนอุตสาหกรรมเครื่องเทศ
เครื่องปรุงรสของไทยนั้น มีโรงงานขนาดใหญ่เพียง 20 โรงงานเท่านั้น และตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ
และปริมณฑล จะเห็นว่า โรงงานที่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนใหญ่จะเป็น
โรงงานแปรรูปเนื้อสัตว์ โรงงานผลิตเครื่องเทศ ซึ่งเป็นแหล่งของแรงงานที่เข้ามาอยู่ในเมืองหลวง
และมีอยู่เป็นจำนวนมาก

จากสถิติการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมอาหารที่จำแนกเป็นประเภทของอุตสาหกรรม
จะเห็นว่า โรงงานที่มีการกระจุกตัวในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเครื่องเทศ
เครื่องปรุงรส อุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ ซึ่งมีสถิติของการส่งออก ดังนี้

อุตสาหกรรมเครื่องเทศ เครื่องปรุงรส ในปีพ.ศ. 2548 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 6,525
ล้านบาท มีปริมาณการส่งออกจำนวน 154,898 ตัน ส่วนในระหว่างเดือน ม.ค. - มี.ค. พ.ศ. 2549 มี
ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2548 ในช่วงเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 8.3
ตามลำดับ

อุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ ในปี พ.ศ. 2548 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 34,974 ล้านบาท
มีปริมาณการส่งออกจำนวน 284,864 ตัน ส่วนในระหว่างเดือน ม.ค. - มี.ค. พ.ศ. 2549 มีปริมาณ

และมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2548 ในช่วงเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และ 20.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.5 สถิติสินค้าอาหารส่งออกของไทยปี พ.ศ. 2548 - 2549 (ม.ค. - มี.ค.) จำแนกรายสินค้า

| อาหารส่งออก | 2548 | | 2549p (ม.ค.-มี.ค.) | | %เปลี่ยนแปลง | | | |
|--------------------------------|------------|---------|--------------------|---------|--------------|--------|------------------------|--------|
| | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า | 2548/2547 | | 2549/2548 (ม.ค.-มี.ค.) | |
| | ตัน | ล้านบาท | ตัน | ล้านบาท | ปริมาณ | มูลค่า | ปริมาณ | มูลค่า |
| ข้าว | 6,503,911 | 80,839 | 1,403,547 | 18,173 | -19.9 | -10.2 | -13.5 | -4.7 |
| กุ้ง | 282,994 | 71,605 | 61,180 | 15,823 | 17.0 | 6.1 | 25.3 | 28.1 |
| ทูน่ากระป๋อง/แปรรูป | 454,909 | 45,513 | 118,626 | 11,768 | 20.5 | 25.7 | 15.3 | 25.8 |
| ไก่และสัตว์ปีก | 284,864 | 34,974 | 69,639 | 8,657 | 24.4 | 28.9 | 13.8 | 20.3 |
| สับประคกระป๋องและผลไม้แปรรูป | 832,731 | 28,277 | 230,568 | 7,616 | 5.4 | 12.0 | 22.3 | 26.9 |
| ปลาแช่แข็ง | 353,232 | 18,301 | 95,706 | 4,619 | -11.1 | 9.8 | 12.0 | 4.3 |
| ผัก | 489,163 | 17,136 | 147,135 | 4,526 | -4.3 | 5.7 | 4.5 | 6.1 |
| ปลาหมึก | 101,017 | 16,269 | 24,893 | 4,031 | -6.4 | -5.4 | -3.2 | 3.7 |
| มันสำปะหลัง | 3,031,308 | 12,778 | 902,092 | 3,709 | -39.6 | -15.0 | 11.4 | 23.8 |
| น้ำตาล | 3,041,397 | 28,326 | 288,232 | 3,572 | -33.9 | -13.1 | -67.2 | -54.5 |
| อาหารสัตว์เลี้ยง (สุนัขและแมว) | 199,310 | 13,475 | 49,171 | 3,415 | -8.0 | 10.5 | 8.7 | 16.1 |
| แป้งมันสำปะหลังและผลิตภัณฑ์ | 1,430,777 | 9,707 | 378,528 | 3,391 | 25.5 | 14.0 | 64.4 | 77.2 |
| ปลาแปรรูป (ปลากระป๋อง) | 171,761 | 13,674 | 40,794 | 3,336 | 5.0 | 10.7 | -3.0 | 4.9 |
| น้ำผัก/น้ำผลไม้ | 225,606 | 7,533 | 71,053 | 2,255 | 4.6 | 3.9 | 36.9 | 33.1 |
| ผลไม้สด/แช่แข็ง/แห้ง | 630,138 | 11,783 | 93,161 | 1,945 | 4.6 | 18.1 | -6.3 | 5.2 |
| เครื่องเทศ เครื่องปรุงรส | 154,898 | 6,525 | 34,566 | 1,613 | 21.8 | 13.0 | 8.8 | 8.3 |
| ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว | 65,031 | 3,710 | 16,825 | 909 | -2.4 | -2.2 | 10.9 | 13.5 |
| แป้งสตาร์ช | 195,754 | 3,087 | 74,905 | 883 | 2.0 | 6.1 | 20.4 | 17.7 |
| อาหารสัตว์ | 484,402 | 2,091 | 119,785 | 716 | 53.6 | 33.5 | 63.0 | 126.0 |
| น้ำมัน/ไขมันแปรรูป | 175,221 | 3,786 | 15,256 | 355 | -27.0 | -27.4 | -73.0 | -70.7 |
| เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ | 98,110 | 2,857 | 12,197 | 235 | -38.0 | -29.5 | -64.1 | -77.7 |
| อื่นๆ | 4,052,686 | 87,568 | 974,596 | 22,606 | -35.3 | -2.3 | -21.6 | 7.6 |
| รวม | 23,259,220 | 519,816 | 5,222,454 | 124,152 | -22.7 | 2.5 | -12.2 | 7.4 |

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศ สถาบันอาหาร, p = ตัวเลขเบื้องต้น

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ครัวโลกในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งใหญ่ในการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทย แต่กลับมีปัญหาที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นในด้านแรงงานที่มีทักษะมีจำนวนแรงงานค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สามารถป้อนสินค้าใหม่ ๆ ที่มาจากกระบวนการวิจัยและพัฒนาในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารได้อย่างเพียงพอ ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพของอาหารไทย รวมทั้งปัญหาทางการบริหารจัดการทั้งในด้านการเงิน และการบริหารภายในไม่ค่อยดี ยิ่งไปกว่านั้น ภาครัฐยังขาดการเอาใจใส่อย่างจริงจังในอุตสาหกรรมอาหารไทย (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ถึงแม้จะมีนโยบายที่ชัดเจน แต่การสนับสนุนของภาครัฐยังไม่ชัดเจนและครอบคลุม โดยเฉพาะในด้านกฎหมายต่าง ๆ ได้แก่ ข้อบังคับหรือกฎระเบียบในก ารส่งสินค้าออกสู่ต่างประเทศ ไม่ส่งผลดีต่อผู้ส่งออก ทำให้เกิดปัญหาต่อผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารเป็นอย่างมาก รวมทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในเขต

กรุงเทพมหานครยังไม่มีกรรวมตัวกันเป็นเครือข่าย (Cluster) ที่ชัดเจน ทำให้ภาครัฐไม่สามารถผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารไปถึงเป้าหมายได้เท่าที่ควร

จะเห็นว่า ถึงแม้ภาครัฐจะพยายามผลักดันให้อาหารไทยเข้าสู่ตลาดโลก เพื่อให้คนทั่วโลกได้รู้จักอาหารไทยอย่างแท้จริง แต่ก็ยังเป็นเพียงมิติเดียวคือ มิติของทางด้านการผลิตร้านอาหารไทยเข้าสู่ตลาดโลกเท่านั้น แต่ยังมีมิติที่เป็น ต้นน้ำที่สำคัญหรือด้าน Supply side คือ มิติของผู้ผลิตที่จะป้อนอาหารเหล่านี้เข้าสู่ร้านอาหารไทยที่จะไปตั้งในต่างประเทศ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการด้านนี้ พบว่า ภาครัฐยังให้ความสำคัญสนับสนุนด้านภาคการผลิตอาหารหรือส่วนประกอบของอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ไม่ว่าจะเป็น Ready to eat หรือ Ready to Cook ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นหน่วยงานในกำกับของกระทรวงอุตสาหกรรม มีแนวคิดที่จะส่งเสริมและผลักดันให้เกิดเป็นเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลกในกลุ่มพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมุ่งเน้นผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารประเภท Ready to eat หรือ Ready to Cook เพื่อจะเป็นแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนให้อุตสาหกรรมนี้เป็นอาหารไทยสู่โลกที่มีความสามารถในการแข่งขันและสามารถเกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืนต่อไป

แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

จากการที่รัฐบาลมีแนวทางการสนับสนุนให้เมืองไทยเป็นแหล่งส่งออกอาหารโดยสนับสนุนโครงการ **ครัวไทยสู่ ครัวโลก** ขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโครงการดังกล่าว อุตสาหกรรมอาหารของไทย จะต้องเปลี่ยนแนวความคิดจากการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศอย่างเดียว ไปสู่การผลิตเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่กว้างใหญ่ มีมูลค่ามหาศาล อย่างไรก็ตาม ในการส่งออกอาหารไปยังต่างประเทศ ผู้ประกอบการด้านอาหาร โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิด และวิธีการในการจัดการองค์กรในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการขาย การตลาด และการจัดการ โลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานครั้งใหญ่ เพื่อสามารถนำสินค้าและบริการออกไปแข่งขันยังตลาดต่างประเทศได้ ซึ่ง ลักษณะโครงสร้างของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) จะประกอบด้วย อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมทั้งอุตสาหกรรมสนับสนุน ดังนี้

อุตสาหกรรมต้นน้ำ เครื่องข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) จำเป็นต้องมีปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ วัตถุดิบทั้งด้านเนื้อสัตว์ และ วัตถุดิบทางด้านผักและผลไม้ เครื่องเทศ เครื่องปรุงรส ไม่ว่าจะเป็น หอม กระเทียม พริกไทย พริกสด เป็นต้น เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องจักรเพื่อการเกษตรและการแปรรูป แรงงาน เงินเพื่อการลงทุน และขยายกิจการ รวมทั้งการมีระบบการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้วัตถุดิบเหล่านี้มีปริมาณ และคุณภาพที่เหมาะสมป้อนเข้าสู่ตลาดภายในประเทศ และต่างประเทศ หรือป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูปทั้งสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป หรือทำเป็นเครื่องปรุงรส เพื่อให้มีความหลากหลายในรูปแบบและรสชาติตามที่ตลาดต้องการ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อ อสัตว์สดหรือแช่แข็ง การทำเครื่องปรุงรสต่าง ๆ เช่น น้ำปลา ซีอิ๊ว น้ำพริก เครื่องแกงต่าง ๆ เป็นต้น รวมทั้งแปรรูปเพื่อพร้อมที่จะรับประทาน เช่น ข้าวผัดกระเพราแช่แข็ง ผักไทยแช่แข็ง ผงต้มยำ เป็นต้น เพื่อเป็นการขยายตลาดการค้าไปทั้งภายในและภายนอกประเทศ

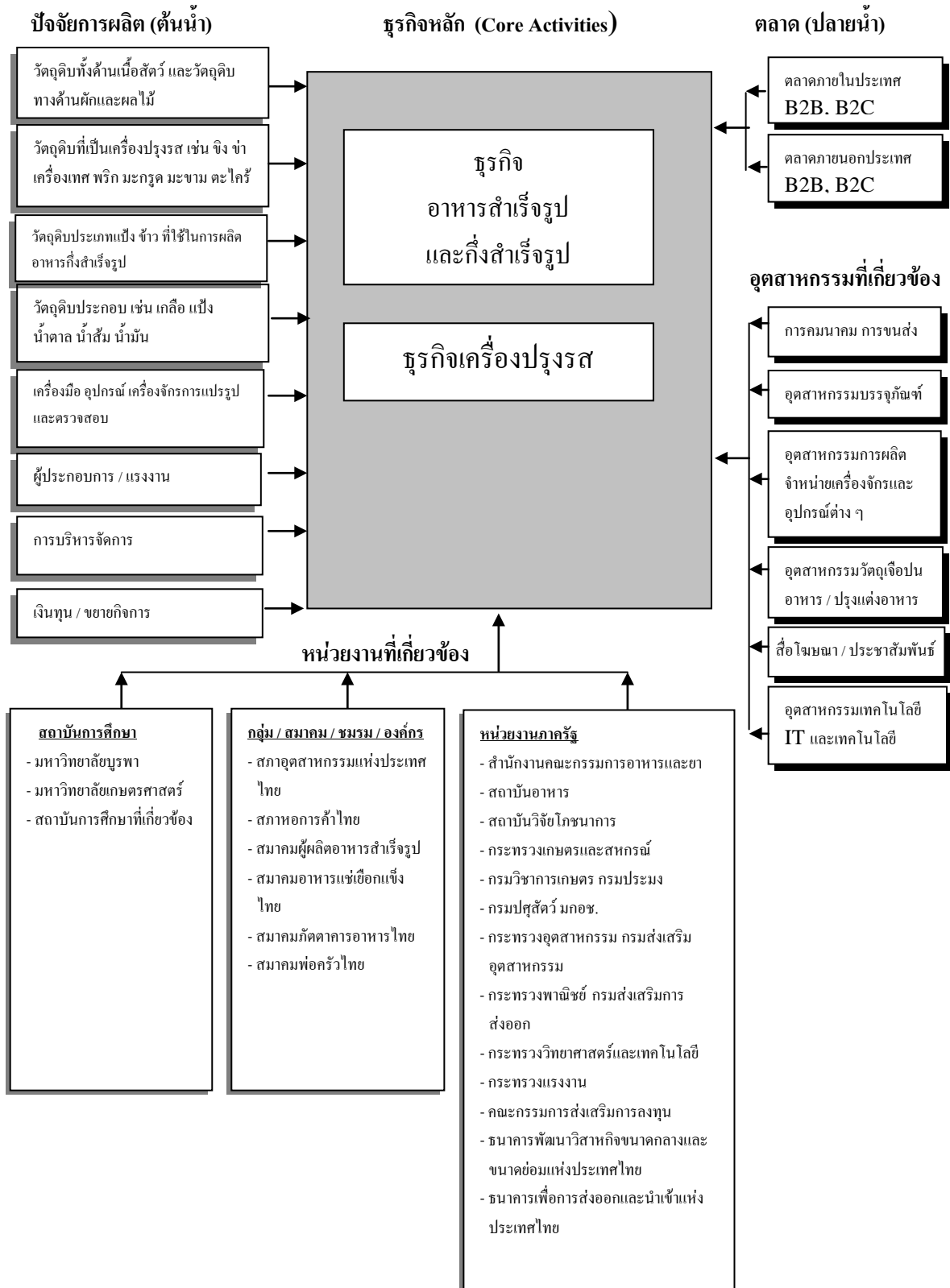
อุตสาหกรรมกลางน้ำ เครื่องข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) คือ ธุรกิจการผลิตอาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูป รวมทั้งเครื่องปรุงรส ซึ่งอุตสาหกรรมเหล่านี้มีความจำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบต่าง ๆ ที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อสัตว์ เครื่องเทศ ผักและผลไม้ มาทำการผลิตเพื่อเอื้อต่อจำนวนออเดอร์ในการส่งออก นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งและเอื้อประโยชน์ต่อกัน

อุตสาหกรรมปลายน้ำ ตลาดอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) จะมีทั้งตลาดในประเทศ และตลาดส่งออกต่างประเทศ จากความต้องการอาหารของลูกค้านี่มีความหลากหลาย จึงมีความจำเป็นต้องผลิตอาหารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งยังต้องให้ถูกรสชาติ รสนิยม ศาสนา ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่ที่นำไปจำหน่าย ทำให้มีรูปแบบ มีความหลากหลายมากขึ้น จึงทำให้ยังมีโอกาสในการทำตลาดในต่างประเทศอีกมาก

อุตสาหกรรมสนับสนุน ธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) มีธุรกิจร่วมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงมากมาย เช่น ธุรกิจด้านการคมนาคม/ขนส่ง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ ร้านจำหน่ายเคมีภัณฑ์ ร้านจำหน่ายเครื่องจักรและอุปกรณ์ อุตสาหกรรมสื่อโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) จะต้องดำเนินการในลักษณะที่เป็นห่วงโซ่ของอาหาร (Food chain) คือ ต้องดำเนินการทั้งระบบไปพร้อม ๆ กันทั้งธุรกิจต้นน้ำ ปลายน้ำ และธุรกิจสนับสนุน ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน ผู้ประกอบการ เทคโนโลยีการผลิตและแปรรูป การบริหารจัดการทั้งในส่วนการผลิตและการตลาดที่จะต้องดำเนินการให้สอดคล้องกัน รายละเอียดปรากฏตามภาพที่ 4.9

ภาพที่ 1.5 แผนภาพเครือข่ายวิชาชีพอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)



3. การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

จากการศึกษาวิเคราะห์และประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ โดยใช้หลักทฤษฎี Diamond Model ตามกรอบแนวคิดของ Professor Michael E. Porter พบจุดแข็งและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่จะต้องส่งเสริม หรือ ปรับปรุงเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ของกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างทุกปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกล่าวโดยสรุปตามหลักทฤษฎีในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์สถานการณ์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และ ภัยคุกคาม (Threat) ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

ส่วนที่ 1 เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

1.1 จุดแข็ง (Strength)

1.1.1 ประเทศไทยมีวัตถุดิบทางการเกษตรจำนวนมากและเพียงพอต่อการผลิต ทำให้ไม่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

1.1.2 ประเทศไทยมีศักยภาพอย่างมากในด้านแรงงานที่มีทักษะ มีความประณีตและความละเอียดสูงกว่าทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง

1.2 จุดอ่อน (Weakness)

1.2.1 วัตถุดิบทางการเกษตรขาดการควบคุมการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก เพาะเลี้ยง และมีปัญหาในด้านคุณภาพของวัตถุดิบ ขาดการวางแผนที่ดี

1.2.2 ในการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารไทยที่เป็นต้นน้ำนั้น จำเป็นจะต้องใช้แรงงานในการผลิตขั้นต้นเป็นจำนวนมาก เช่น การคัดเลือก การปอกเปลือก ซึ่งแรงงานไทยไม่ค่อยอยากจะรับจ้างทำไร เนื่องจากค่าแรงต่ำและใช้แรงงานเยอะ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจะต้องจ้างแรงงานจากต่างด้าวมากขึ้น

1.2.3 ในการผลิตอุตสาหกรรมขั้นต้นของอุตสาหกรรมอาหารไทย ไม่ว่าจะเป็นการปอกหอม คัดแยกพริก จำเป็นอย่างยิ่งจะต้องใช้เครื่องจักรในการคัดแยก ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมกับการผลิตขั้นต้น เช่น เครื่องปอกหอม เครื่องคัดแยกพริก ยังต้องสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ มีราคาสูง และไม่สามารถซื้อหาได้ในระยะเวลาที่จำเป็น

1.2.4 ปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการ SMEs คือ ปัญหาด้านการเงินเพื่อการขยายสาขาและการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความจำเป็นต้องรักษาลูกค้า เดิมไว้

และบางครั้งก็มีการชะลอการสั่งซื้อสินค้าเนื่องจากสาเหตุจากปัจจัยภายในประเทศที่เกิดขึ้น อุปสรรคสำคัญของการติดต่อกับต่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs ก็ขาดทักษะด้านภาษาและการเจรจาทางการค้า

1.2.5 หลายประเทศ มีการกีดกันทางการค้าในรูปแบบของมาตรฐานต่าง ๆ เช่น ISO9000, ISO14000, GMP/HACCP และ Food Safety ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไทยหลายรายสูญเสียโอกาสที่จะสามารถส่งออกสินค้า ทำให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น

1.2.6 จากผลกระทบ ทางด้านการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ทำให้ไทยมีมูลค่าการส่งออกลดลง

1.2.7 ราคาน้ำมันมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการขนส่งและการผลิตอย่างมาก

1.2.8 ความสามารถทางการแข่งขันทางการค้าของประเทศคู่แข่งสูงขึ้น ได้แก่ จีน ลาว เวียดนาม

ส่วนที่ 2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

2.1 จุดแข็ง (Strength)

2.1.1 รสชาติของอาหารไทยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น นเฉพาะ และผลิตภัณฑ์อาหารไทยเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ทำให้ผู้บริโภคต่างประเทศมีความนิยมมากขึ้นทุกปี

2.1.2 มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกในอุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี

2.2 จุดอ่อน (Weakness)

2.2.1 เนื่องจากอาหารไทยได้รับความนิยมอย่างมากจากต่างประเทศ ทำให้คู่แข่งที่สำคัญของไทยไม่ว่าจะเป็น จีน เวียดนาม ลาว ลอกเลียนแบบตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงเครื่องปรุงรสในราคาที่ถูกลงกว่า

2.2.2 ช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์อาหารไทยมีจำนวนน้อย ทำให้ไม่สามารถกระจายสินค้าของอุตสาหกรรมนี้ในต่างประเทศได้มากเท่าที่ควร

ส่วนที่ 3 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry)

3.1 จุดแข็ง (Strength)

3.1.1 ประเทศไทยเป็นประเทศกสิกรรม มีพื้นที่เพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์เป็นจำนวนมาก จึงมีความพร้อมในการผลิตวัตถุดิบ และมีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นครัวโลก

3.1.2 อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติดีเยี่ยม และมีคุณค่าทางโภชนาการมาก ซึ่งเป็นที่ยอมรับจากชาวต่างชาติทั่วโลก อาหารไทย จึงสามารถเข้าได้กับพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวต่างประเทศทั่วโลก และมีแนวโน้มการบริโภคอาหารไทยเพิ่มสูงขึ้นในตลาดโลก

3.1.3 ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐในการผลักดันอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เป็นนโยบายหลักและวาระของชาติ

3.1.4 อุตสาหกรรมอาหารไทยเป็นอุตสาหกรรมหลักของชาติที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับหนึ่ง ดังนั้นอุตสาหกรรมนี้จึงมีการแข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศสูง

3.1.5 จากการที่ภาครัฐให้ความสำคัญสนับสนุนในการขยายร้านอาหารไทยไปสู่ต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นสามารถใช้เครือข่ายร้านอาหารไทยที่มีอยู่แล้วในต่างประเทศเป็นศูนย์ประชาสัมพันธ์และกระจายสินค้าได้เป็นอย่างดี

3.2 จุดอ่อน (Weakness)

3.2.1 ภาครัฐขาดการเอาใจใส่อย่างจริงจังในอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ถึงแม้จะมีนโยบายที่ชัดเจน แต่การสนับสนุนยังไม่ชัดเจนและครอบคลุม รวมทั้งยังขาดการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่สามารถผลักดันได้เท่าที่ควร

3.2.2 อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ยังขาดฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำให้ไม่สามารถทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งข้อมูลสนับสนุนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่อย่างชัดเจน

3.2.3 อุตสาหกรรมอาหารไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ในกรุงเทพมหานคร ถึงแม้จะอยู่ใกล้กันและกระจุกตัวในเขตเดียวกันแต่ยังขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งของผู้ประกอบการเฉพาะด้าน ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในอนาคต

3.2.4 ผู้ประกอบการ SMEs ยังขาดการเอาใจใส่และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านการวิจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเทคโนโลยีไม่ดีพอ รวมทั้งภาครัฐยังให้ความสำคัญสนับสนุนด้านนี้น้อยเกินไป ทำให้เสียโอกาสในการแข่งขันในตลาดโลก

3.2.5 ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ค่อยตระหนักถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปคือ มุ่งเน้นที่จะดูแลสุขภาพและรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้นส่วนประกอบในการจัดทำเป็นอาหารเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศจะต้องมีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ไทยยังขาดความรู้ความเข้าใจในการควบคุมมาตรฐานคุณภาพ

3.2.6 อุตสาหกรรมอาหารไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าสู่ต่างประเทศได้น้อยกว่าประเทศอื่น ๆ เนื่องจากขาดการจัดการด้านการตลาดที่เหมาะสม

3.2.7 ปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs คือ ขาดความเข้าใจในด้านกฎระเบียบและกฎหมายของแต่ละประเทศในการส่งออกและนำเข้าเกี่ยวกับสินค้าของตนเอง

3.2.8 ในการตรวจวิเคราะห์และออกไปรับ รองจากหน่วยงานของภาครัฐและ เอกชนจะมีต้นทุนสูง และใช้เวลานาน ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไม่สามารถไปใช้บริการได้เท่าที่ควร

ส่วนที่ 4 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries)

4.1 จุดแข็ง (Strength)

มีหน่วยงานและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องและมีความสามารถ ให้การสนับสนุนในธุรกิจของอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ทั้งอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรสและอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูป ไม่ว่าจะเป็น สถาบันอาหาร สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ธนาคารพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Bank) มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นต้น

4.2 จุดอ่อน (Weakness)

4.2.1 ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรสและอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครยังขาดการสร้างเครือข่ายในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ที่จะทำให้เกิดอำนาจในการต่อรองทั้งการตลาดและวัตถุดิบ

4.2.2 กฎหมาย และกฎระเบียบของการขนส่งไปยังต่างประเทศ ควรมีรูปแบบที่ชัดเจนไม่ซ้ำซ้อน

4.2.3 ผู้ประกอบการ SMEs ยังขาดการรวมกันเป็นกลุ่มเครือข่ายหรือสมาคมในด้านระบบขนส่งและการผลิต

4.2.4 ขาดการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างนักวิชาการและผู้ประกอบการในการนำผลการวิจัยไปใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต

ด้านบทบาทของรัฐบาล (Government) ที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านใน Diamond Model ซึ่งจะส่งผลทั้งที่เป็น โอกาส หรือ อุปสรรค ต่ออุตสาหกรรม

4.3 โอกาส (Opportunity)

4.3.1 รัฐบาลให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และมีหน่วยงานสนับสนุนทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมและผลักดันในการเป็นอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ซึ่งส่งผลที่ดีกับผู้ประกอบการต่าง ๆ ในประเทศ ทำให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ในระยะยาวได้

4.3.2 รัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งออกอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) มากเป็นพิเศษ เช่น การเดินทางไป Road Show สินค้าไทย ทำให้ทั่วโลกรู้จักประเทศไทยและสินค้าไทยมากขึ้น

4.4 ภัยคุกคาม (Threat)

4.4.1 นโยบายกับการปฏิบัติของภาครัฐมีการสวนทางกันงบประมาณการลงทุน

4.4.2 การจัดทำ FTA กับบางประเทศทำให้ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบและขาดโอกาสทางการค้า ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยเสียโอกาสในการทำตลาดกับต่างประเทศ

4.4.3 ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ไทยน้อยเกินไป เช่น ซอสพริกศรีราชา เป็นต้น

4.4.4 ภาครัฐมีศูนย์บริการและอำนวยความสะดวกที่เป็น One Stop Service น้อยเกินไป และกระจุกตัวตามสถาบัน หรือมหาวิทยาลัยที่ไกล ทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง รวมทั้งขาดศูนย์การจัดการและอำนวยความสะดวกที่เป็น One Stop Service ที่แท้จริง (ผู้ประกอบการต้องไปหลายหน่วยงาน หลายที่ ในการขอใบรับรองการส่งออก)

4.4.5 รัฐบาลมีการส่งเสริมครัวไทยสู่ ครัวโลก แต่ขาดการส่งเสริมด้านเครื่องปรุงรสอย่างจริงจัง

สรุปการประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส)

จากการศึกษาวิเคราะห์และประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ โดยการใช้ Diamond Model ตามกรอบแนวความคิดของ Professor Michael E. Porter พบจุดแข็ง และจุดอ่อนของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่จะต้องปรับปรุงเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ของกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างปัจจัยหลักต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกล่าวโดยสรุปตามหลักทฤษฎีในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

เงื่อนไขและปัจจัยการผลิต (Factor conditions) พบว่าประเทศไทยมีวัตถุดิบทางการเกษตรจำนวนมาก แต่ยังขาดการควบคุม การใช้สารเคมีในการเพาะปลูก เพาะเลี้ยงที่เหมาะสม และยังมีปัญหาในด้านคุณภาพของวัตถุดิบ ซึ่งไม่มีคุณภาพที่ดีพอเพื่อใช้ในการผลิตและตรงกับความต้องการของลูกค้า แต่ไทยมีศักยภาพอย่างมากในด้านแรงงานที่มีทักษะ มีความประณีตและความละเอียดสูงกว่าทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง แต่โรงงานก็ยังขาดแรงงานที่ใช้ในการผลิตขั้นต้นเป็นจำนวนมาก จึงต้องรับแรงงานจากต่างด้าวมาทำงานในด้านการผลิตขั้นต้นแทน ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาอย่างมากมาย นอกจากนั้นยังขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เหมาะสมกับการผลิตขั้นต้น ต้องสั่งนำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาสูง สิ่งที่สำคัญผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจต่อเศรษฐกิจของโลก รวมทั้งปัญหาภายในของประเทศไทยเอง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาไข้หวัดนก ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนใต้ ปัญหาทางการเมืองในด้านเสถียรภาพของรัฐบาลที่เผชิญอยู่ ปัญหาจาก

ผลกระทบทั้งด้านการเพิ่มขึ้นของดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ปัญหาราคาน้ำมันมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนการผลิตและ การขนส่ง อย่างมาก ซึ่งปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการชะลอการสั่งซื้อสินค้าจากไทย และหันไปซื้อสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้จาก จีน และเวียดนามแทน ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของไทย ลดต่ำลง สิ่งที่มีผลผลิตติดอกอย่างมากอีกเรื่องคือ ปัญหาด้านการลงทุนในการขยายสาขา และการซ่อมแซมเครื่องจักร ซึ่งต้องใช้ เงินทุนเป็นจำนวนมากและปัญหาจากการขาดทักษะด้านภาษาและการเจรจาทางการค้า อีกทั้งหลายประเทศได้มีการกีดกันทางการค้าในรูปแบบของมาตรฐานต่าง ๆ เช่น ISO9000 ISO14000 GMP/HACCP และ Food Safety ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการไทยหลายรายสูญเสียโอกาสในการส่งออกสินค้า ทั้งยังทำให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) ขาดการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างนักวิชาการและผู้ประกอบการในการนำผลการวิจัยไปใช้ใน อุตสาหกรรมการผลิต ทำให้ไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ป้อนเข้าสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งขาดการ สร้างเครือข่ายในกลุ่มอุตสาหกรรม จึงขาดอำนาจในการต่อรอง ขาดความร่วมมือในกลุ่มเครือข่ายหรือ สมาคมในด้านระบบขนส่งและการผลิต รวมทั้งกฎระเบียบ กฎหมายในการขนส่งยัง ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ ยังมีหน่วยงานและนักวิชาการที่มีความสามารถให้การสนับสนุน ธุรกิจเครื่องปรุงรสอยู่ ซึ่งก็จะช่วยในการผลักดันให้ โครงการนี้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของภาครัฐต่อไป

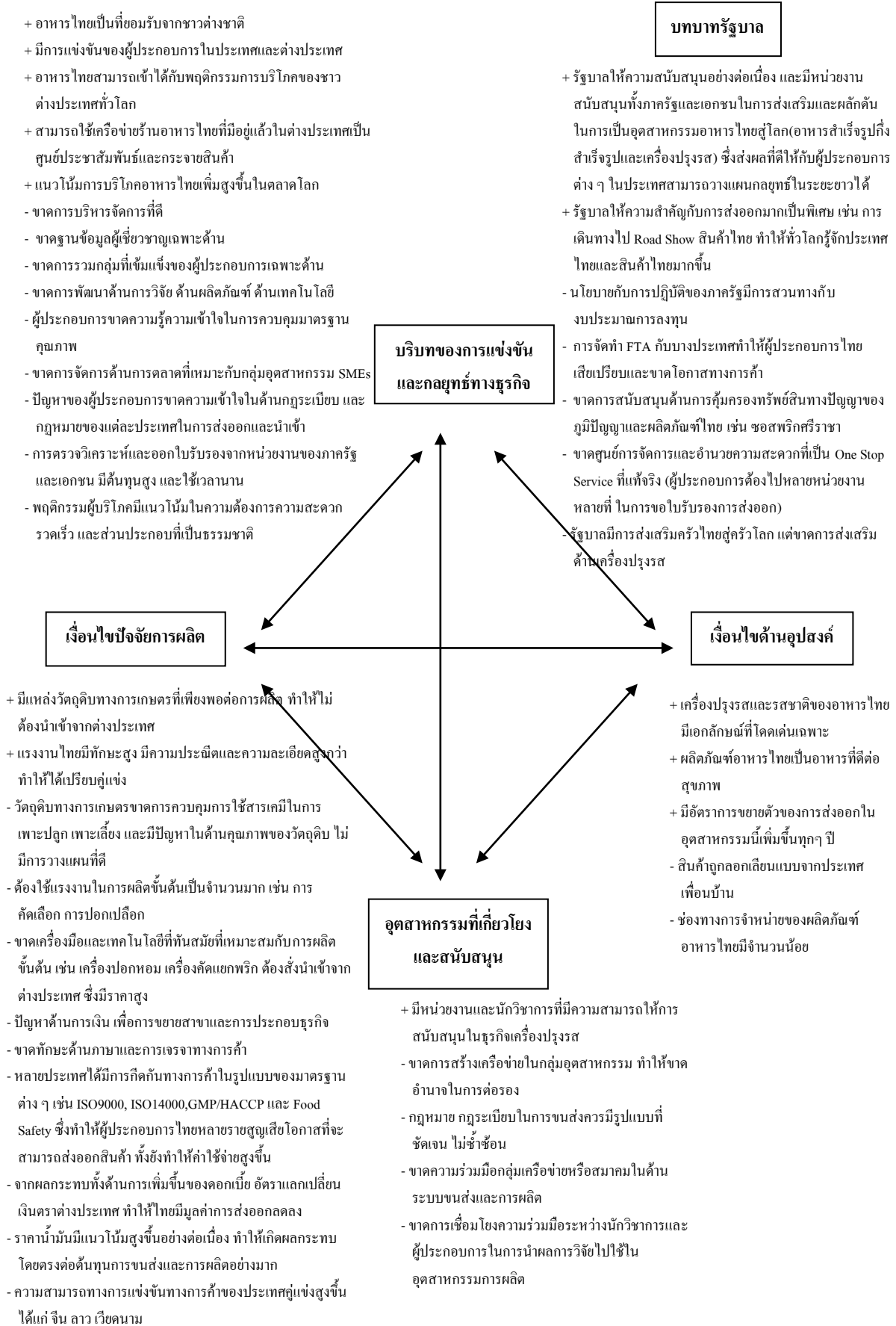
เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) พบว่ารสชาติของอาหารไทยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะ และผลิตภัณฑ์อาหารไทยเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ทำให้มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกในอุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี แต่ผู้ประกอบการไทยขาดโอกาสในด้านช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารไทย ซึ่งมีจำนวนน้อย ทำให้ชาวต่างชาติที่เป็นเพื่อนบ้านไม่ว่าจะเป็น พม่า เวียดนาม แม้แต่จีนทำสินค้าลอกเลียนแบบอาหารไทย

บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for Firm Strategy and Rivalry) พบว่า อาหารไทยเป็นที่ยอมรับจากชาวต่างชาติสามารถเข้าได้กับพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวต่างประเทศทั่วโลก ซึ่งแนวโน้มการบริโภคอาหารไทยเพิ่มสูงขึ้นในตลาดโลก แต่จากการเปิดเสรีทางการค้าไม่ว่าจะเป็น FTA หรือ WTO ทำให้มีการ แข่งขันของผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศสูงมากขึ้น แต่จากการที่รัฐบาลส่งเสริมให้มีร้านอาหารไทยในต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสที่จะสามารถใช้เครือข่ายร้านอาหารไทยที่มีอยู่แล้วในต่างประเทศเป็นศูนย์ ประชาสัมพันธ์และกระจายสินค้าได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมนี้ไม่สามารถเติบโตได้อย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ประกอบการไทยขาดการบริหารจัดการที่ดี ขาดฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รวมทั้งขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งของผู้ประกอบการเฉพาะด้าน ที่สำคัญขาดการพัฒนาด้านการวิจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเทคโนโลยี ตลอดจนผู้ประกอบการขาดความรู้ความ

เข้าใจในการควบคุมมาตรฐาน คุณภาพ ขาดการจัดการด้านการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มอุตสาหกรรม SMEs และปัญหาที่สำคัญอีกอย่างของผู้ประกอบการไทยคือ ขาดความเข้าใจในด้านกฎระเบียบ และกฎหมายของแต่ละประเทศในการส่งออกและนำเข้า ตลอดจนในการตรวจวิเคราะห์และออกไปรับรองจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน มีต้นทุนสูง และใช้เวลานาน

บทบาทรัฐบาล (Government Role) ถึงแม้รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) แต่หน่วยงานภาครัฐยังขาดการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียวกัน (one-stop service) โดยเฉพาะการทดสอบคุณภาพ ทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งออกกว่าประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้รัฐบาลควรให้ การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง และมีหน่วยงานสนับสนุนทั้งภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมและผลักดันในการเป็นอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ซึ่งจะส่งผลดีกับผู้ประกอบการต่าง ๆ ในประเทศ ทำให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ในระยะยาวได้ ที่สำคัญ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งออกมากเป็นพิเศษ เช่น การเดินทางไป Road Show สินค้าไทย ทำให้ทั่วโลกรู้จักประเทศไทยและสินค้าไทยมากขึ้น แต่รัฐบาล ยังขาดการให้ความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนขาดการสนับสนุนด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ไทย และอุปสรรคที่สำคัญอย่างหนึ่งคือการเจรจาทางการค้า FTA กับบางประเทศทำให้ผู้ประกอบการไทยเสียเปรียบและขาดโอกาสทางการค้า รัฐบาลมีการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก แต่ขาดการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรมเค รื่องปรุงรส ซึ่ง เป็นอุตสาหกรรมย่อยที่สำคัญต่อกระบวนการผลิต อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

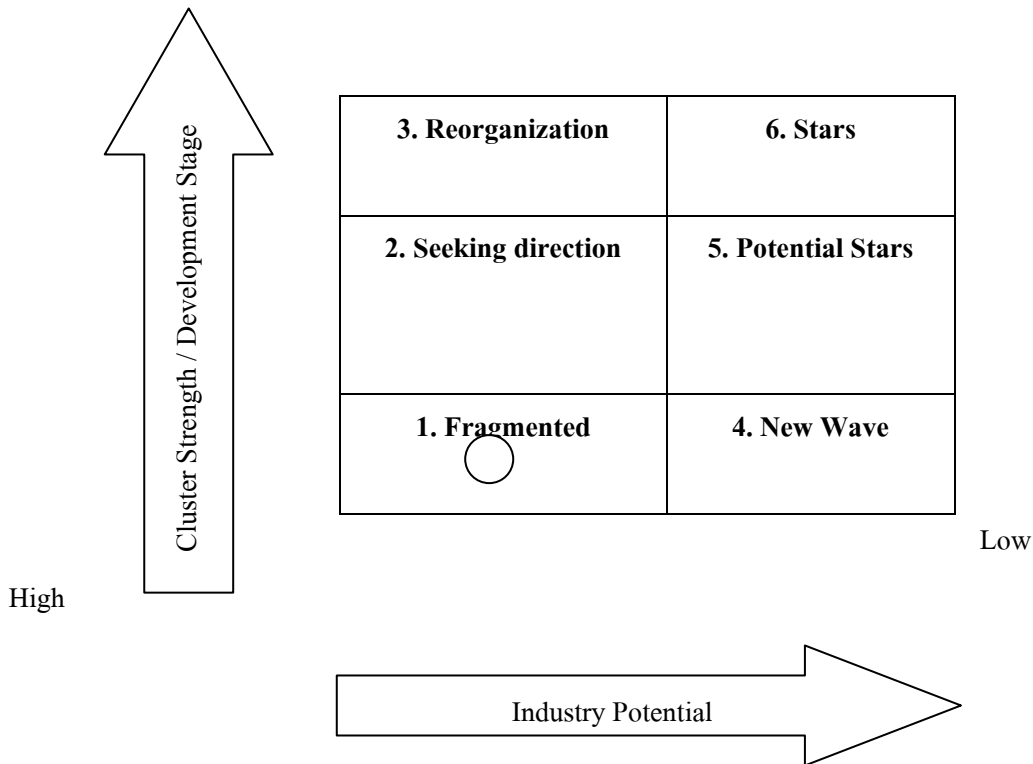
ภาพที่ 1.6 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ตาม Diamond Model



ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

จากการวิเคราะห์ และประเมินระดับศักยภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก(อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) จะเห็นว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิและจากการระดมความคิด (Focus Group) สรุปได้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) อยู่ในกลุ่ม **Seeking direction** คือมีการรวมตัวกันอยู่ในระดับหนึ่ง และอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีโอกาสทางการตลาดและความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศไม่มากนัก นอกจากนั้นยังมีแรงงานที่มีทักษะอยู่มาก แต่ยังเข้าถึงแหล่งทุนในการขยายกิจการได้น้อย และมีอยู่อย่างจำกัด ผู้บริโภคมีความต้องการที่เน้นด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้ามากขึ้น นอกจากนั้นยังมีการสร้างสรรค์กระบวนการผลิตใหม่ และนวัตกรรมของผลผลิตอยู่เสมอ มีแนวโน้มที่จะเห็นโอกาสการแข่งขันในระดับสากล แต่ยังไม่ให้ความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานน้อยมาก ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังภาพที่ 4.10

ภาพที่ 1.7 ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก



ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการยกระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) สรุปได้ดังนี้

1. เสริมสร้างผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิมและใหม่ให้เกิดความเข้มแข็ง โดยสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน แหล่งเงินทุน การบริหารจัดการ การตลาด และส่งเสริมพัฒนาการจัดทำระบบมาตรฐาน รวมถึงการลดขั้นตอนในกา รดำเนินงานของรัฐให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การจัดทำระบบภาษี และพิธีการทางศุลกากรเพื่อการส่งออกครบวงจร เป็นต้น รวมทั้งมุ่งเน้นการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2. ส่งเสริมการจัดตั้งทีมงานและศูนย์ปฏิบัติการในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรมทั้งด้านกระบวนการผลิตและอุปกรณ์ อย่างจริงจัง เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารไทยทั้งที่มีอยู่ได้รับมาตรฐานระดับสากล และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ไม่มีการเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเอื้อต่อการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถทราบคู่แข่งทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ซึ่งก่อผลเสียอย่างมากต่อกา รเลียนแบบสินค้า ดังนั้นควรส่งเสริมในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) อย่างบูรณาการ

3. ปัจจุบันร้านอาหารไทยที่มีอยู่ในต่างประเทศค่อนข้างมีเป็นจำนวนมากและอยู่ทั่วทุกมุมโลก แต่กลับมีการตั้งชื่อสินค้าไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ อาหารแปรรูป อาหารกึ่งสำเร็จแล ะสำเร็จรูป รวมทั้งเครื่องปรุงรส ที่มาจากประเทศคู่แข่งอื่นๆ เช่น ลาว เวียดนาม จีน ทำให้สูญเสียตลาดโดยไม่จำเป็น ดังนั้น ควรมีความรู้ด้านวิจัยการตลาดและวิจัยธุรกิจเพื่อสามารถขยายตลาดเชิงรุกในต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ในตราสินค้าแล้ว ยังสามารถสร้างมูลค่าส่งออกให้กับอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ได้มากขึ้นอีกด้วย

4. สิ่งที่จะเอื้อ ประโยชน์ต่อการช่วยเหลือและส่งเสริมของภาครัฐได้ถูกทิศทางแ ละจริงจัง เพื่อสามารถผลักดันผู้ประกอบการให้ได้รับการสนับสนุนอย่างแท้จริงในการแข่งขันในตลาดโลก ส่วนหนึ่งมาจากความโปร่งใสของผู้ประกอบการเอง ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาการบริหารจัดการที่เป็นระบบอย่างถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นการวางระบบบัญชีที่สามารถตรวจสอบได้ มีการเสียภาษีที่ถูกต้อง ซึ่งภาครัฐควรต้องสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมาภิบาลและความโปร่งใสของธุรกิจ

บทที่ 2

แผนภาพ Cluster กิจการอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส)

1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)



บทที่ 3

แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส)

1. แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส)

จากการวิเคราะห์ศักยภาพและปัจจัยแห่งความสำเร็จของเครือข่ายวิสาหกิจ อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) นำมาซึ่งการ กำหนด วัตถุประสงค์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และแผนงาน /โครงการ ของเครือข่ายวิสาหกิจอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ดังรายละเอียดในลำดับต่อไปนี้

วิสัยทัศน์

มุ่งมั่นอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และให้แพร่หลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

พันธกิจ

1. ส่งเสริมในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเข้าสู่ระดับสากล
2. ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา เทคโนโลยี นวัตกรรมและการตลาดเพื่อยกระดับทั้งระบบให้ได้มาตรฐานระดับสากล
3. จัดทำฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมไทยสู่ครัวโลก
4. พัฒนาระบบการตลาด และส่งเสริมการขยายตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ
5. ส่งเสริมพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดีเป็นระบบเพื่อเสริมสร้างธรรมาภิบาล

ประเด็นยุทธศาสตร์

1. สนับสนุนและพัฒนาผู้ประกอบการในการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ให้มีความสามารถในการแข่งขันระดับโลก
2. มุ่งเน้นการวิจัยพัฒนา เทคโนโลยี นวัตกรรมและการตลาดเพื่อยกระดับทั้งระบบให้ได้มาตรฐานระดับสากล
3. ส่งเสริมการพัฒนากระบวนการข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
4. พัฒนาการตลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้นและเจาะลึกทั้งในและต่างประเทศ
5. ส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้น ต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ
6. ส่งเสริมพัฒนาและผลักดันระบบธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ

กลยุทธ์

1. การมุ่งเน้นในการสร้างและสนับสนุนผู้ประกอบการให้เกิดการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่าย การพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมทั้งระบบในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
2. การพัฒนาและจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการทดสอบระบบมาตรฐานทั้งระบบ
3. การสร้างระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทย สู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
4. การพัฒนาการตลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้นและเจาะลึกทั้งในและต่างประเทศ
5. การส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้น ต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ
6. การขยายตลาดอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนภาครัฐอย่างบูรณาการ
7. การเสริมสร้างและผลักดันระบบธรรมาภิบาลที่ดีให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส)

เป้าประสงค์

1. จัดตั้งและสนับสนุนผู้ประกอบการให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายโดยให้หน่วยงานภาครัฐเป็นแกนกลาง หรือผู้ประสานกับผู้ประกอบการ และเสริมสร้างผู้ประกอบการ SMEs เพื่อส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการสู่สากล

2. จัดตั้งทีมวิจัย พัฒนาด้านเทคโนโลยี คุณภาพ และนวัตกรรม เพื่อให้สามารถพัฒนาและยกระดับทั้งระบบให้ได้มาตรฐานสู่ระดับสากล
3. พัฒนาศูนย์ทดสอบระบบมาตรฐานทั้งระบบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เติบโตอย่างยั่งยืน
4. สร้างระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เพื่อให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเจาะตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น
5. พัฒนาลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้นและเจาะลึก เพื่อสามารถเข้าถึงตลาดใหม่และรักษาตลาดเดิมให้คงอยู่ทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น
6. ส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้น ต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อจะได้กำหนดกลยุทธ์การตลาดและยุทธวิธีในการเข้าถึงตลาดอย่างแม่นยำและถูกต้อง
7. การสนับสนุนอย่างบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐในด้านการขยายตลาดอาหารไทย สู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อเอื้อประโยชน์และผลักดันผู้ประกอบการให้สามารถมีช่องทางในต่างประเทศมากขึ้น
8. ส่งเสริมพัฒนาและผลักดันระบบธรรมาภิบาลที่ดีของผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อภาครัฐในการให้ความสนับสนุนและผลักดันสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น

แผนงาน/โครงการส่งเสริม SMEs

1. โครงการพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดตั้งเครือข่าย เช่น จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกัน
2. โครงการส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
3. โครงการส่งเสริมการขนส่งร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการในเครือข่าย เพื่อลดต้นทุนในการผลิต
4. โครงการวิจัย เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
5. โครงการพัฒนาศูนย์วิเคราะห์และรับรองคุณภาพสินค้าการส่งออกให้สามารถบริการได้รวดเร็ว แม่นยำ เชื่อถือได้ตามมาตรฐานสากล (เครื่องมือ บุคลากร วิธีวิเคราะห์)
6. โครงการศึกษาการขยายการผลิตวัตถุดิบ รวมถึงคุณภาพ เพื่อรองรับความต้องการของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

7. โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เช่น ข้อมูลวัตถุดิบ ข้อมูลการผลิต ข้อมูลการตลาด ข้อมูลกฎระเบียบในประเทศ และต่างประเทศ
8. โครงการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
9. โครงการเสริมสร้างตราสินค้าไทยให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
10. โครงการส่งเสริมการเรียนรู้และการจัดทำแผนการตลาดอย่างเข้มข้นของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
11. โครงการศึกษารูปแบบ การกระจายสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ
12. โครงการส่งเสริมพัฒนาหาช่องทางขยายช่องทางการจำหน่ายในต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เช่น จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า
13. โครงการฝึกอบรมพัฒนาผู้ประกอบการ เช่น การอบรมธรรมาภิบาล การจัดทำระบบบัญชีที่ถูกต้อง การอบรม GMP และ HACCP สร้างบุคลากรที่มีทักษะด้านการเจรจาต่อรอง ฯลฯ

ตารางที่ 3.1 ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| วิสัยทัศน์ | พันธกิจ | ประเด็นยุทธศาสตร์ | เป้าประสงค์ | กลยุทธ์ | แผนงาน /โครงการ | ผู้รับผิดชอบ |
|--|--|---|---|--|--|---|
| มุ่งนำอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและ เครื่องปรุงรส) ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และให้แพร่หลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล | 1. ส่งเสริมในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิด ความเข้มแข็ง และยั่งยืนเพื่อ เพิ่มขีดความสามารถ ในการดำเนินการ แข่งขันเข้าสู่ ระดับสากล | 1. สนับสนุนและ พัฒนาผู้ประกอบการ ในการรวมกลุ่มเป็น เครือข่ายวิสาหกิจ อุตสาหกรรมอาหาร ไทยสู่โลก (อาหาร สำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ให้ มีความสามารถในการ แข่งขันระดับโลก | 1. จัดตั้งและสนับสนุน ผู้ประกอบการ ให้เกิดการ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายโดยให้ หน่วยงานภาครัฐเป็น แกนกลาง หรือผู้ประสานกับ ผู้ประกอบการ และเสริมสร้าง ผู้ประกอบการ SMEs เพื่อ ส่งเสริมศักยภาพของ ผู้ประกอบการสู่สากล | 1. การมุ่งเน้นในการ สร้างและสนับสนุน ผู้ประกอบการให้ เกิดการรวมกลุ่มเป็น เครือข่าย | 1. โครงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมอาหาร ไทยสู่โลก | 1. มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ 2. มหาวิทยาลัยบูรพา 3. สมาคมวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี |

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก : กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| วิสัยทัศน์ | พันธกิจ | ประเด็นยุทธศาสตร์ | เป้าประสงค์ | กลยุทธ์ | แผนงาน /โครงการ | ผู้รับผิดชอบ |
|--|---|---|---|---|---|---|
| มุ่งนำอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและ เครื่องปรุงรส) ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และให้แพร่หลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล | 2. ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา เทคโนโลยี นวัตกรรมและ การตลาดเพื่อยกระดับทั้ง ระบบให้ได้มาตรฐานระดับ | 1. มุ่งเน้นการวิจัย พัฒนา เทคโนโลยี นวัตกรรมและ การตลาดเพื่อ ยกระดับทั้งระบบให้ ได้มาตรฐานระดับ | 1. จัดตั้งทีมวิจัย พัฒนาด้าน เทคโนโลยี คุณภาพ และ นวัตกรรม เพื่อให้สามารถ พัฒนา และยกระดับทั้งระบบ ให้ได้มาตรฐานผู้ระดับสากล 2. พัฒนาศูนย์ทดสอบระบบ มาตรฐานทั้งระบบ เพื่อเพิ่ม จิตความสามารถในการ แข่งขันให้เติบโตอย่างยั่งยืน | 1. การพัฒนาด้าน เทคโนโลยี และ นวัตกรรมทั้งระบบ ในอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) 2. การพัฒนาและ จัดตั้งศูนย์ ปฏิบัติการทดสอบ ระบบมาตรฐานทั้ง ระบบ | 1. โครงการพัฒนาสถานที่และ กระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน โดยเน้น GAP GMP และ HACCP 2. โครงการพัฒนาศูนย์วิเคราะห์ และรับรองคุณภาพสินค้าการ ส่งออกให้สามารถบริการได้รวดเร็ว แม่นยำ เชื้อถือได้ตาม มาตรฐานสากล (เครื่องมือ บุคลากร วัสดุวิเคราะห์) 3. โครงการวิจัย เพื่อพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรมของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูปกึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) | 1. สถาบันอาหาร 2. กระทรวง อุตสาหกรรม 3. มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ |

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| วิสัยทัศน์ | พันธกิจ | ประเด็นยุทธศาสตร์ | เป้าประสงค์ | กลยุทธ์ | แผนงาน /โครงการ | ผู้รับผิดชอบ |
|---|---|---|--|--|--|--|
| มุ่งนำอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และให้แพร่หลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล | 3. จัดทำฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมไทยสู่ครัวโลก | 1. ส่งเสริมการพัฒนา ระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) | 1. สร้างระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) เพื่อให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมตั้งแต่นำ กลางนำ และปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเจาะตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น | 1. การสร้างระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) | 1. โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) เช่น ข้อมูลวัตถุดิบ ข้อมูลการผลิต ข้อมูลการตลาด ข้อมูลผู้บริโภคในประเทศ และต่างประเทศ | 1. สถาบันอาหาร 2. กระทรวงอุตสาหกรรม |

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการหรืองานศึกษาหรืองานโครงการอาหารไทยสู่โลก

| วิสัยทัศน์ | พันธกิจ | ประเด็นยุทธศาสตร์ | เป้าประสงค์ | กลยุทธ์ | แผนงาน /โครงการ | ผู้รับผิดชอบ |
|--|--|---|---|--|--|---|
| มุ่งนำอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำริดรูป เครื่องปรุงรส) ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และให้แพร่หลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล | 4. พัฒนาระบบการตลาด และส่งเสริมการขาย ตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 1. พัฒนาการตลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้น และเจาะลึกทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 1. พัฒนาการตลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้นและเจาะลึก เพื่อสามารถเข้าถึงตลาดใหม่และรักษาตลาดเดิมให้คงอยู่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 1. การพัฒนาการตลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้นและเจาะลึก ทั้งในประเทศ | 1. โครงการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำริดรูป เครื่องปรุงรส) และเครื่องปรุงรส | 1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2. สศว. 3. มหาวิทยาลัยบูรพา |
| | | 2. ส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้นต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 2. ส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้นต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ | 2. การส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้นต่อเนื่องทั้งในประเทศ | 2. โครงการสร้างตราสินค้าให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล | 1. กระทรวงอุตสาหกรรม |
| | | 3. การสนับสนุนอย่างบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐในด้านการศึกษาตลาดอาหารไทยสู่โลก อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อผลักดันผู้ประกอบการให้มีโอกาสในต่างประเทศมากขึ้น | 3. การสนับสนุนอย่างบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐในด้านการศึกษาตลาดอาหารไทยสู่โลก อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อผลักดันผู้ประกอบการให้มีโอกาสในต่างประเทศมากขึ้น | 3. การขยายตลาดอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำริดรูป และเครื่องปรุงรส) อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนภาครัฐอย่างบูรณาการ | 3. โครงการศึกษาแบบบูรณาการกระจายสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำริดรูป เครื่องปรุงรส) ที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ | 2. กระทรวงอุตสาหกรรม |
| | | | | | 4. โครงการสนับสนุนแหล่งเงินทุนเพื่อให้กับผู้ประกอบการ | 1. สศว. 2. SMEs Bank |

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| วิสัยทัศน์ | พันธกิจ | ประเด็นยุทธศาสตร์ | เป้าประสงค์ | กลยุทธ์ | แผนงาน /โครงการ | ผู้รับผิดชอบ |
|---|--|---|--|--|--|---|
| มุ่งนำอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และให้แพร่หลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล | 5. ส่งเสริมพัฒนา ระบบบริหาร การจัดการที่เป็น ระบบเพื่อ เสริมสร้างความ เข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันใน อุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและ เครื่องปรุงรส) | 1. ส่งเสริมพัฒนาและ ผลักดันการบริหาร การจัดการของผู้ประกอบการ | 1. ส่งเสริมพัฒนาและ ผลักดัน การบริการจัดการที่ดีของ ผู้ประกอบการ เพื่อให้ มีความเชื่อมั่นต่อภาครัฐในการ ให้ความสนับสนุนและ ผลักดัน ผู้ตลาดต่างประเทศ มากขึ้น | 1. การเสริมสร้าง และ ผลักดัน การ บริหารจัดการที่ดี ให้กับ ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และ เครื่องปรุงรส) | 1. โครงการศึกษาการจัด การวัดคุณภาพ และคุณภาพ ให้เพียงพอต่อ ความ ต้องการ เพื่อรองรับ ความต้องการ ของอุตสาหกรรมอาหาร ไทยสู่โลก | 1. กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ 2. มหาวิทยาลัยบูรพา Loysitics |

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก : กรุงเทพมหานคร

คณะที่ปรึกษา ได้พิจารณาแผนงาน โครงการต่าง ๆ ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก แล้ว จึงได้นำแผนงาน โครงการดังกล่าวจัดทำเป็นชุดโครงการขึ้น เพื่อให้กรอบแผนพัฒนาดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งโครงการต่าง ๆ สามารถนำมาจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่เพื่อให้สามารถพัฒนาต่อเนื่องไปในอนาคต โดยสามารถพัฒนาเป็นชุดโครงการได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 ตารางสรุปชุดโครงการ จากแผนงานโครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| ชุดโครงการ | เป้าประสงค์ | โครงการ | ระยะเวลา ดำเนินการ |
|--|--|---|----------------------------|
| 1. โครงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ทั่วโลก | จัดตั้งและสนับสนุนผู้ประกอบการให้เกิดการรวมกลุ่ม เป็นเครือข่ายโดยให้หน่วยงานภาครัฐเป็นแกนกลาง หรือผู้ประกอบการ และเสริมสร้างผู้ประกอบการ SMEs เพื่อส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการสู่สากล | 1. โครงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | ระยะเวลา 3 ปี 2550-2552 |
| 2. โครงการวิจัยพัฒนา เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อยกระดับทั้งระบบ ให้ได้มาตรฐานระดับสากล | 1. จัดตั้งทีมวิจัย พัฒนาด้านเทคโนโลยี คุณภาพ และนวัตกรรม เพื่อให้สามารถพัฒนา และยกระดับทั้งระบบ ให้ได้มาตรฐานสู่ระดับสากล 2. พัฒนาศูนย์ทดสอบระบบมาตรฐานทั้งระบบ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้เติบโตอย่างยั่งยืน | 1. โครงการพัฒนาสถานที่และกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน โดยเน้น GAP GMP และ HACCP 2. โครงการพัฒนาศูนย์วิเคราะห์และรับรองคุณภาพสินค้าการส่งออกให้สามารถบริการได้รวดเร็ว แม่นยำ เชื้อถือได้ตามมาตรฐานสากล (เครื่องมือ บุคลากร วิธีวิเคราะห์) 3. โครงการวิจัย เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | ระยะเวลา 3 ปี 2550-2552 |

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ตารางสรุปชุดโครงการ จากแผนงานโครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| ชุดโครงการ | เป้าประสงค์ | โครงการ | ระยะเวลา ดำเนินการ |
|--|--|--|----------------------------|
| 3. โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลเชิงลึก | 1. สร้างระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ครัวโลก เพื่อให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น | 1. โครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ครัวโลก(อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เช่น ข้อมูลวัตถุดิบ ข้อมูลการผลิต ข้อมูลการตลาด ข้อมูลกฎระเบียบในประเทศ และต่างประเทศ | ระยะเวลา 1 ปี 2551 |
| 4. โครงการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านการเงินและการตลาด | 1. พัฒนาตลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้นและเจาะลึก เพื่อสามารถเข้าถึงตลาดใหม่และรักษาตลาดเดิมให้คงอยู่ทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น 2. ส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้นต่อเนื่อง ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อจะได้กำหนดกลยุทธ์ การตลาดและยุทธวิธีในการเข้าถึงตลาดอย่างแม่นยำ และถูกต้อง 3. การสนับสนุนอย่างบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐ ในด้านการขยายตลาดอาหารไทยสู่ครัวโลกอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อเอื้อประโยชน์และผลักดันผู้ประกอบการให้สามารถมีช่องทางในต่างประเทศมากขึ้น | 1. โครงการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก(อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) 2. โครงการสร้างตราสินค้าให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล 3. โครงการศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ 4. โครงการสนับสนุนแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ | ระยะเวลา 5 ปี 2550-2554 |

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก : กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ตารางสรุปชุดโครงการ จากแผนงานโครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

| ชุดโครงการ | เป้าประสงค์ | โครงการ | ระยะเวลา ดำเนินการ |
|---|---|--|------------------------------------|
| <p>5. โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ คือยังเป็นระบบเพื่อเสริมสร้างความ เข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ครัว โลก</p> | <p>1. ส่งเสริมพัฒนาและผลักดันการบริหารจัดการที่ดีของ ผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อภาครัฐในการ ให้ความสนับสนุนและผลักดันสู่ตลาดต่างประเทศ ขึ้น</p> | <p>1. โครงการศึกษาการจัดการวัตถุดิบและคุณภาพ ให้เพียงพอต่อ ความต้องการ เพื่อรองรับความต้องการของอุตสาหกรรมอาหาร ไทยสู่โลก 2. โครงการส่งเสริมการจัดการขนส่งของผู้ประกอบการใน เครือข่ายเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าและลดต้นทุน</p> | <p>ระยะเวลา 3 ปี 2551-2553</p> |

2. การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการ ส่งเสริม SMEs อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

ขณะที่ปรึกษาพิจารณาเห็นว่าโครงการที่มีความสำคัญสูงและมีความเร่งด่วน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก กรุงเทพมหานคร สรุปรายงานโครงการทั้งหมดดังนี้

2.1 โครงการนำร่อง

โครงการของ เครือข่าย วิสาหกิจ อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ โลก ส่วนใหญ่มักเป็นโครงการใหญ่ ใช้งบประมาณสูง และเป็นโครงการระยะยาวที่มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง อย่างไรก็ตาม ขณะที่ปรึกษาฯ เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่สุดในการสนับสนุนและผลักดันให้ เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลกพัฒนาไปตามแผนที่วางไว้ คือ การเสริมสร้างและส่งเสริมในการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเข้าสู่ระดับสากล และการส่งเสริมการวิจัยพัฒนา เทคโนโลยีนวัตกรรม และการตลาดเพื่อยกระดับทั้งระบบให้ได้มาตรฐานระดับสากล ดังนั้น ขณะที่ปรึกษาฯ จึงขอเสนอโครงการนำร่อง คือ

2.1.1 โครงการ พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

2.1.2 โครงการวิจัย เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก(อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

2.2 โครงการระยะสั้น

โครงการระยะสั้นนั้น จะเป็นโครงการที่มุ่งถึงการสร้างรากฐานความแข็งแกร่งของฐานข้อมูลในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก(อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เพื่อให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเจาะตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้น ขณะที่ปรึกษาฯ จึงขอเสนอโครงการระยะสั้น คือโครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทย สู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

2.3 โครงการระยะปานกลาง

โครงการระยะปานกลางนั้น จะเป็นโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนารวมทั้งการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาก่อนข้างยาวนานพอสมควร โดยจะเป็นโครงการ ด้านวิจัยพัฒนารวมทั้งการพัฒนาฐาน ย้ตรวสอบมาตรฐาน เพื่อยกระดับทั้งระบบให้ได้มาตรฐานระดับสากล รวมทั้งเป็นการพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดี อย่างเป็นระบบเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่ม

ขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก ดังนั้น คณะที่ปรึกษาฯ จึงขอเสนอโครงการระยะปานกลาง ซึ่งเป็นโครงการประมาณ 3 ปี มีจำนวน 4 โครงการ ได้แก่

2.3.1 โครงการพัฒนาสถานที่และกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน โดยเน้น GAP GMP และ HACCP

2.3.2 โครงการพัฒนาศูนย์วิเคราะห์และรับรองคุณภาพสินค้าการส่งออกให้สามารถบริการได้รวดเร็ว แม่นยำ เชื่อถือได้ตามมาตรฐานสากล (เครื่องมือ บุคลากร วิธีวิเคราะห์)

2.3.3 โครงการศึกษาการจัดการวัตถุดิบและคุณภาพให้เพียงพอต่อความต้องการเพื่อรองรับความต้องการของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

2.3.4 โครงการส่งเสริมการจัดการขนส่งของผู้ประกอบการในเครือข่าย เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าและลดต้นทุน

2.4 โครงการระยะยาว (ต่อเนื่อง)

โครงการระยะยาวนั้น จะเน้นโครงการที่พัฒนาทั้งระบบที่ต้องอาศัยทรัพยากรและงบประมาณค่อนข้างสูง รวมทั้งมุ่งเน้นในการสร้างค่านิยม และปรับเปลี่ยนให้เป็นรูปธรรม ซึ่งต้องใช้ระยะเวลายาวนานมาก ดังนั้น คณะที่ปรึกษาฯ จึงขอเสนอโครงการระยะยาว ซึ่งเป็นโครงการระยะเวลา 5 ปี มีจำนวน 4 โครงการ ได้แก่

2.4.1 โครงการกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

2.4.2 โครงการสร้างตราสินค้าให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2.4.3 โครงการศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

2.4.4 โครงการสนับสนุนแหล่งเงินทุนเพื่อให้กับผู้ประกอบการ

3. การเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์ในระดับจังหวัดและระดับภาค

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลกมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจต่าง ๆ ในพื้นที่ ดังนี้

3.1 เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ การขนส่งนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่ออุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก เพราะอุตสาหกรรมโลจิสติกส์จะช่วยเอื้ออำนวยให้ระบบการขนส่งรวมทั้งระบบคลังสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถช่วยยกระดับการบริการของอุตสาหกรรมอาหารไทยไปสู่ต่างประเทศได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าควบคุมและจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ จะส่งผลดีต่อต้นทุนทั้งระบบโดยรวม ดังนั้น จึงควรดำเนินการควบคู่กันไป

3.2 เครื่องขายวิสาหกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการนำเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกิดจากการผสมผสานธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน ซึ่งธุรกิจสนับสนุนประเภทอาหารไทยก็เป็นหนึ่งในธุรกิจสนับสนุนที่อยู่ควบคู่ไปกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ทั้งประเทศไทยและทั่วโลก ซึ่งบางสถานที่กลับเป็นเป้าหมายหลักสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเข้ามาหาซื้ออาหารไทย หรือหารับประทานอาหารไทยที่อร่อย แปลก มีวัฒนธรรม ฯลฯ ดังนั้นในการพัฒนาวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลกจะเกิดขึ้นได้นั้นต้องอาศัยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงเอื้อต่อกันและควรกระทำควบคู่กันไป

3.3 ควรจะมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ สถาบันการเงิน เนื่องจากผู้ประกอบการต้องอาศัยเงินในการลงทุน การค้า นิเทศกิจการและขยายกิจการให้ดียิ่งขึ้นไป สถาบันการศึกษา ที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลิตบุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญ อันจะสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในสายงานอุตสาหกรรม อาหารไทย ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐ ควรมีนโยบายที่เอื้อต่อการ ดำเนินการของผู้ประกอบการ อาหารไทย รว มไปถึง การดำเนินการด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

4. ข้อเสนอแนะกระบวนการ/กลไกการแปลงแผนฯ สู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

การแปลงแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครื่องขายวิสาหกิจอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและมีเอกภาพจะต้องอาศัยระยะเวลา ภายใต้กระบวนการ/กลไก ดังต่อไปนี้

4.1 การสร้างความเข้าใจและการยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับพื้นที่ คือ ต้องสร้างการยอมรับและเข้าใจในส่วนของกลุ่ม สมาชิกที่มีความต้องการรวมตัวเป็นเครื่องขายวิสาหกิจด้วยกันในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ และแนวทางในการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

4.2 การพัฒนาแนวคิด จิตความสามารถ และกระบวนการที่สนับสนุนของผู้ประกอบการ ผู้การดำเนินธุรกิจในระบบ

4.3 การจัดตั้งคณะทำงานพัฒนาเครื่องขายวิสาหกิจระดับพื้นที่กรุงเทพมหานครขึ้น ซึ่งประกอบด้วย หัวหน้าหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการรวมกลุ่มกันของ เครื่องขายวิสาหกิจอุตสาหกรรมสำคัญในกรุงเทพมหานคร รวมถึงอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

4.4 การพัฒนาเครื่องขายวิสาหกิจอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ให้เข้มแข็ง เพื่อร่วมกัน ผลักดันแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

4.5 การประสานงานกันระหว่างอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) กับจังหวัด เพื่อนำข้อมูลและแผนปฏิบัติการฯ เข้าบรรจุไว้ในแผนยุทธศาสตร์ของกรุงเทพมหานคร

4.6 การประสานงานกันระหว่างอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ ดำเนินโครงการต่าง ๆ

5. รายละเอียด โครงการสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรม อาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

5.1 ชุดโครงการ พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

หลักการและเหตุผล

จากการที่รัฐบาลมีแนวทางการสนับสนุนให้เมืองไทยเป็นแหล่งส่งออกอาหารโดยมีการสนับสนุนโครงการครัวไทยสู่โลก (Kitchen of the World) ขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโครงการดังกล่าว อุตสาหกรรมอาหารของไทยนั้นจะต้องเปลี่ยนแนวความคิดจากการผลิตเพื่อสนองความต้องการภายในประเทศอย่างเดียว ไปสู่การผลิตเพื่อ ส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งเป็นตลาดที่กว้างใหญ่ มีมูลค่ามหาศาล อย่างไรก็ตาม ในการส่งออกอาหารไปยังต่างประเทศ ผู้ประกอบการด้านอาหาร โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการในการจัดการองค์กรในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการขาย การตลาด และการจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานครั้งใหญ่ เพื่อสามารถนำสินค้าและบริการออกไปแข่งขันยังตลาดต่างประเทศได้ ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs จะต้องมีการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมหลัก และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งควรให้เกิดความร่วมมือกันทั้งภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่มของผู้ประกอบการจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) ทั้งระบบ และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจบนพื้นฐานของความร่วมมือซึ่งกันและกัน

จากการศึกษาข้อมูลและการประชุมกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูป รวมทั้งอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรส พบว่าปัจจุบันมีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) อยู่ในระดับหนึ่ง ที่ยังไม่เกิดความแข็งแกร่งมากพอ อีกทั้งยังขาดการประสานงานเชิงบูรณาการทั้งในส่วนภาครัฐและเอกชน อีกทั้งการผลักดันนโยบายจากภาครัฐไปสู่การปฏิบัติยังไม่เป็นรูปธรรม จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องมีการ พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) ให้เข้มแข็งและการประสานงานเชิงบูรณาการ และผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้ร่วมกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลกให้เข้มแข็ง มีการเชื่อมโยงและการเกื้อหนุนกันอย่างเป็นระบบ
2. เพื่อส่งเสริมการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อส่งเสริมและผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ SMEs อุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และอุตสาหกรรมเครื่องปรุงรส ในเขตกรุงเทพมหานคร สถาบันการศึกษาในพื้นที่ องค์กร ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
3. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
4. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)
5. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

แผนงาน/การดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีคณะกรรมการซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการในพื้นที่ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. จัดตั้งตัวแทน CDA ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อประสานงานในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรม
3. จัดประชุมคณะกรรมการฯ ในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน
4. ส่งเสริมให้เกิดการนำโครงการไปสู่การปฏิบัติ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้าไปปฏิบัติงานอย่างแท้จริง
5. ดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการประชุมเครือข่ายอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง และประชุมประจำปี 1 ครั้ง

6. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผน ฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 3 ปี (พ.ศ. 2550 - 2552)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เกิดความเข้มแข็ง มีการเชื่อมโยงและการเกื้อหนุนกันอย่างเป็นระบบ
2. มีตัวแทน CDA ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อประสานงานในการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรม
3. มีการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
4. มีการส่งเสริมและผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม

งบประมาณ

ในระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2550 - 2552) รวมจำนวนทั้งสิ้น 4,500,000 บาท
รายละเอียดดังตาราง

| รายการ | ปีงบประมาณ | | |
|---|------------------|------------------|------------------|
| | 2550 (บาท) | 2551 (บาท) | 2552 (บาท) |
| 1. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมและดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาเครือข่าย ฯ | 200,000 | 200,000 | 200,000 |
| 2. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนพัฒนาฯ | 300,000 | - | - |
| 3. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม (ปีละ 4 ครั้ง) รวมทั้งการดำเนินงานทั่วไปของเครือข่ายฯ | 600,000 | 600,000 | 600,000 |
| 4. ค่าใช้จ่ายในการจัดสัมมนาประจำปีของเครือข่ายฯ | 300,000 | 300,000 | 300,000 |
| 5. ค่าใช้จ่ายในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของเครือข่ายฯ | 300,000 | 300,000 | 300,000 |
| รวม | 1,700,000 | 1,400,000 | 1,400,000 |

5.2 ชุดโครงการ วิจัยพัฒนา เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อยกระดับทั้งระบบให้ได้ มาตรฐานระดับสากล

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีส่วนสำคัญ ในการสร้างรายได้จำนวน มหาศาลให้กับระบบเศรษฐกิจ ของประเทศไทย โดยที่ภาครัฐ มีนโยบายที่จะส่งเสริมอาหารไทย และผลักดันให้ไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the world) ซึ่งอาหารไทยเป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคทั่วโลก ทั้งในแง่รสชาติ ความครบถ้วน ของโภชนาการ ฯลฯ ซึ่งจะสามารถขยาย ขยายตลาดไปต่างประเทศได้อย่างง่ายและรวดเร็ว ปัจจุบัน ผู้บริโภคต่างชาติได้คำนึงถึงมาตรฐานทั้งในด้านระบบผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาอาหารรูปแบบใหม่ ๆ ที่ให้คุณค่าทางอาหารมากขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นผู้ประกอบการ อาหารในประเทศไทยควรให้ความสำคัญ กับการนำระบบคุณภาพและความปลอดภัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น GAP (Good Agricultural Practices) ,GMP (Good Manufacturing Practices), HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) เข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กร รวมทั้งด้านวิจัยพัฒนา และ นวัตกรรมใหม่ๆ ของอาหารไทย เพื่อขยายโอกาสในการทำตลาดไปยังต่างประเทศ แต่เนื่องจาก ผู้ประกอบการ SMEs ไม่มีเงินลงทุนและงบประมาณเพียงพอต่อการที่จะมุ่งวิจัยพัฒนาใน อุตสาหกรรมนี้ จึงมีความจำเป็นที่จะต้อง ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการสนับสนุนด้านวิจัย พัฒนาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้อาหารไทยมีคุณภาพและมีศักยภาพที่จะเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดตั้งทีมวิจัย พัฒนาด้านเทคโนโลยี คุณภาพ และนวัตกรรม เพื่อให้สามารถ พัฒนา และยกระดับทั้งระบบให้ได้มาตรฐานสู่ระดับสากล
2. เพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการแข่งขันให้อุตสาหกรรมอาหารไทย สู่โลก (อาหาร สำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เพิ่มสูงขึ้น สามารถแข่งขันและเติบโตได้ในตลาดโลก
3. เพื่อ พัฒนา และจัดตั้ง ศูนย์ทดสอบระบบมาตรฐานทั้งระบบ เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันให้เติบโตอย่างยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่ง สำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. สถาบันอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. กระทรวงอุตสาหกรรม
3. สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.)
4. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
5. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
6. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
7. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

แผนงาน/การดำเนินงาน

1. จัดตั้ง ทีมงาน ซึ่งประกอบด้วยสถาบันการศึกษา องค์กรที่เกี่ยวข้อง และ ผู้ประกอบการ ที่มีความรอบรู้และประสบการณ์โดยตรงต่อการวิจัยและพัฒนาทั้งด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
2. จัดประชุมทีมงานในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการวิจัยพัฒนาของ อุตสาหกรรมนี้ร่วมกัน
3. ศึกษาผลงานการวิจัยและพัฒนาของมหาวิทยาลัยที่มีผลงานด้านอุตสาหกรรมนี้ ในเชิงลึกเพื่อสามารถนำมาใช้เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับอุตสาหกรรมไทยสู่ครัวโลก
4. จัดตั้งสถานที่เพื่อใช้ในการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานทั้งในด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
5. ดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง
6. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 3 ปี (พ.ศ. 2550 - 2552)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีทีมงานด้านการวิจัยพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. มีงานวิจัยด้านการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส)
3. ผู้ประกอบการสามารถทดสอบคุณภาพมาตรฐานทั้งในด้านระบบ และผลิตภัณฑ์
4. ผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานมากขึ้น

งบประมาณ

ในระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2550 – 2552) รวมจำนวนทั้งสิ้น 46,000,000 บาท แบ่งเป็น งบประมาณในปี พ .ศ. 2550 จำนวน 32,400,000 บาท ปี พ .ศ. 2551 จำนวน 6,800,000 บาท ปี พ.ศ. 2552 จำนวน 6,800,000 บาท รายละเอียดดังตาราง

| รายการ | ปีงบประมาณ | | |
|---|-------------------|------------------|------------------|
| | 2550 (บาท) | 2551 (บาท) | 2552 (บาท) |
| 1. จัดตั้งและประชุมทีมงานวิจัยและพัฒนาทั้งด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 300,000 | 200,000 | 200,000 |
| 2. ศึกษาผลงานการวิจัยและพัฒนาของมหาวิทยาลัยที่มีผลงานด้านอุตสาหกรรมนี้ในเชิงลึก เพื่อนำมาใช้เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับอุตสาหกรรมไทยสู่ครัวโลก | 500,000 | - | - |
| 3. ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการดำเนินงานของศูนย์ข้อมูลฯ | 30,000,000 | 5,000,000 | 5,000,000 |
| 4. ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการทั่วไปของศูนย์ข้อมูลฯ | 1,500,000 | 1,500,000 | 1,500,000 |
| 5. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง | 100,000 | 100,000 | 100,000 |
| รวม | 32,400,000 | 6,800,000 | 6,800,000 |

5.3 ชุดโครงการจัดทำระบบฐานข้อมูลเชิงลึก ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูปกึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นอันดับหนึ่งของไทยมาอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบัน อัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกมีการขยายตัวลดลงเรื่อย ๆ ทุกปี และจากนโยบายของภาครัฐ ที่จะส่งเสริมและผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่ครัวโ ลกมีการขยายตัวต่อไปอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ประกอบการ SMEs ยังขาดข้อมูลเชิงลึกทั้งในด้านการตลาด ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ด้านการ ขายสินค้าให้กับตลาดต่างประเทศอยู่มาก ดังนั้นจึง ได้มีการจัดทำระบบฐานข้อมูลเชิงลึกใน อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เพื่อสามารถเพิ่ม ศักยภาพและขยายตลาดในต่างประเทศให้เพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทำการสำรวจ รวบรวม วิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล เชิง ลึก ใน อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
2. สร้างระบบฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เพื่อให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และ ปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อสามารถดำเนินการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น
4. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โล ก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) นิสิต นักศึกษา ผู้เชี่ยวชาญ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. สถาบันอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม
3. กระทรวงอุตสาหกรรม
4. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
5. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

แผนงาน/การดำเนินงาน

1. ศึกษาและทบทวนข้อมูลทุติยภูมิ (Mapping) ที่มีอยู่แล้ว
2. ศึกษาข้อมูลจากการสำรวจและสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการตลาดเชิงลึกในต่างประเทศเป้าหมาย
3. จัดเก็บฐานข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) ทั้งในและต่างประเทศ
4. จัดทำข้อเสนอแนะและแนวทางในการเข้าถึงตลาดใหม่และ เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริงในทุก ๆ ด้าน
5. เผยแพร่ข้อมูลต่อผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
6. ดำเนินการตามแผนอย่างต่อเนื่อง
7. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผน ฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 1 ปี (พ.ศ. 2551)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อสามารถใช้ฐานข้อมูลเชิงลึก ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูปกึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ทั้งในและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อสามารถจัดเก็บฐานข้อมูลได้อย่างเป็นระบบและสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่
3. เพื่อสามารถขยายตลาดต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) เพิ่มมากขึ้น

งบประมาณ

สำรวจและจัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพเบื้องต้น 1,000,000 บาท ศึกษา
และวางแผนการพัฒนา งบประมาณ 5,000,000 บาท รวมงบประมาณ 6,000,000 บาท รายละเอียด
ดังตาราง

| รายการ | ปีงบประมาณ |
|--|------------------|
| | ปี 2551 (บาท) |
| 1. สำรวจ จัดทำฐานข้อมูล และประเมินศักยภาพของ อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ในเชิงเปรียบเทียบ เพื่อประกอบการจัดทำ โครงการพัฒนาและการศึกษาวางแผน | 1,000,000 |
| 2. ศึกษาและวางแผนพร้อมเสนอแนะการพัฒนา พร้อม จัดทำฐานข้อมูล และเผยแพร่ | 5,000,000 |
| รวม | 6,000,000 |

5.4 ชุดโครงการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการเงินและการตลาดในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก ถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่มีส่วนผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศ มีความแข็งแกร่ง ซึ่งอาหารไทยเป็นที่ยอมรับจากชาวต่างชาติสามารถเข้าได้กับพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวต่างประเทศทั่วโลก ซึ่งแนวโน้มการบริโภคอาหารไทยเพิ่มสูงขึ้นในตลาดโลก แต่จากการเปิดการค้าเสรี ไม่ว่าจะเป็น FTA หรือ WTO ทำให้มีการแข่งขันของผู้ประกอบการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สูงมากขึ้น และจากการที่รัฐบาลส่งเสริมให้มีร้านอาหารไทยในต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น จึงเป็นโอกาสที่จะสามารถใช้เครือข่ายร้านอาหารไทยที่มีอยู่แล้วในต่างประเทศเป็นศูนย์ประชาสัมพันธ์และกระจายสินค้า ได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมนี้ไม่สามารถเติบโตได้อย่างชัดเจน เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ไทยขาดการบริหารจัดการที่ดี ทั้งในด้านการเงินที่มีอยู่อย่างจำกัด และยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งการตลาดที่ไม่มีความชัดเจนในการขยายตลาดเดิมและตลาดใหม่ในต่างประเทศ

ดังนั้น การที่จะพัฒนา อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครให้มีความเข้มแข็งและยืนหยัดอยู่ได้ จึงจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้ จึงมีความจำเป็นที่จะต้อง มีโครงการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปและเครื่องปรุงรส) ให้ก้าวไกลต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาตลาดทั้งระบบอย่างเข้มข้นและเจาะลึก เพื่อสามารถเข้าถึงตลาดใหม่และรักษาตลาดเดิมให้คงอยู่ทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น
2. เพื่อส่งเสริมการวางแผนตลาดเชิงรุกอย่างเข้มข้นต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อจะได้กำหนดกลยุทธ์การตลาดและยุทธวิธีในการเข้าถึงตลาดอย่างแม่นยำและถูกต้อง
3. เพื่อการสนับสนุนอย่างบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐ ในด้านการขยายตลาดอาหารไทยสู่โลกอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อเอื้อประโยชน์ และผลักดันผู้ประกอบการให้สามารถมีช่องทางในต่างประเทศมากขึ้น

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Bank)
2. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
3. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Exim Bank)
4. มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยมหิดล กระทรวงอุตสาหกรรม
5. สมาคมโลจิสติกส์แห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
6. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

แผนงาน/การดำเนินงาน

1. สร้างความเข้าใจให้กับสถาบันการเงินเพื่อให้การดำเนินงานในด้านการลงทุนของผู้ประกอบการเป็นไปอย่างราบรื่น
2. ส่งเสริมให้สถาบันการเงินต่าง ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความมั่นใจในการให้สินเชื่อในการลงทุนของผู้ประกอบการ
3. ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดเชิงลึกให้กับผู้ประกอบการ
4. ดำเนินการด้านพัฒนาตลาดให้มีประสิทธิภาพ เช่น การขยายตลาด และการส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาดให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ
5. ศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าเชิงลึกและละเอียดของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)
6. จัดอบรมกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดเชิงลึกให้กับผู้ประกอบการ
7. จัดทำรายละเอียดและเผยแพร่การศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าเชิงลึก
8. ดำเนินการตามแผนอย่างต่อเนื่อง
9. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผน ๆ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 3 ปี (พ.ศ. 2550 - 2552)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้มีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
2. มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายนอกประเทศให้มากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
3. มีการวางนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจของผู้ประกอบการ
4. ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการการลงทุน
5. มีผลงานวิจัยด้านการตลาดต่างประเทศเชิงลึก รูปแบบการกระจายสินค้าในต่างประเทศ กฎระเบียบ ข้อกฎหมายที่จำเป็นในการตลาดต่างประเทศของอุตสาหกรรม อันจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

งบประมาณ

ในระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2550 - 2552) รวมจำนวนทั้งสิ้น 16,800,000 บาท แบ่งเป็น งบประมาณในปี พ .ศ. 2550 จำนวน 5,800,000 บาท ปี พ .ศ. 2551 จำนวน 5,500,000 บาท ปี พ.ศ. 2552 จำนวน 5,500,000 บาท รายละเอียดดังตาราง

| รายการ | ปีงบประมาณ | | |
|---|------------------|------------------|------------------|
| | 2550 (บาท) | 2551 (บาท) | 2552 (บาท) |
| 1. ศึกษารูปแบบการกระจายสินค้าเชิงลึกของอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก | 500,000 | 200,000 | 200,000 |
| 2. จัดอบรมกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดเชิงลึกให้กับผู้ประกอบการ | 3,000,000 | 3,000,000 | 3,000,000 |
| 3. ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดเชิงลึกให้กับผู้ประกอบการ | 2,000,000 | 2,000,000 | 2,000,000 |
| 4. ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง | 300,000 | 300,000 | 300,000 |
| รวม | 5,800,000 | 5,500,000 | 5,500,000 |

5.5 ชุดโครงการ พัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดี อย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้าง ความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส)

หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ถือเป็นอุตสาหกรรม สำคัญที่มีส่วนผลักดัน ให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศ มีความแข็งแกร่ง เหนืออื่นใดก่อนการจะก้าวไปสู่ “ครัวของโลก ” ได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ไทยจะต้องสร้างภาพลักษณ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อมั่น ในคุณภาพการผลิตอาหารที่ต้องควบคู่มากับความปลอดภัย ดังนั้นกลยุทธ์เชิงรุกการ ความสำคัญกับมาตรฐานและความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหาร โดยมีเป้าหมายให้ ผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยและปราศจากสารพิษตกค้างใน มาตรฐานที่ เท่าเทียมกัน

ดังนั้น ในการจัดการให้อุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่ง สำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) สามารถเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคชาวต่างชาติได้ จะต้องมีการ พัฒนาการบริหารจัดการภายในของผู้ประกอบการ SMEs เป็นอันดับแรก ถ้าผู้ประกอบการ SMEs มีการบริหารจัดการที่ดีไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดการระบบขนส่งสินค้าไปต่างประเทศหรือการบริหาร จัดการด้านวัตถุดิบและคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอต่อความต้องการในตลาดโลก ก็จะทำให้เกิดความแข็งแกร่ง ภายในของผู้ประกอบการ รวมทั้งยังเป็นการเสริมสร้าง ความเข้มแข็ง และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริม พัฒนาและผลักดันระบบ บริหารจัดการ ที่ดีของผู้ประกอบการ ให้ เกิดความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ในการให้ความสนับสนุน และผลักดันสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถมีการบริหารจัดการที่ดีเกี่ยวกับ การขนส่ง สินค้าไปยังต่างประเทศ เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าและลดต้นทุน
3. เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถบริหารจัดการ ด้าน วัตถุดิบและคุณภาพ ของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอต่อความต้องการในตลาดโลก

กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก (อาหารสำเร็จรูป กึ่ง สำเร็จรูป และเครื่องปรุงรส) ภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. กระทรวงอุตสาหกรรมกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
3. สถาบันอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
5. สมาคมโลจิสติกส์แห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยมหิดล
6. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
7. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

แผนงาน/การดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการ โครงการฯ ซึ่งประกอบด้วย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยมหิดล สมาคมโลจิสติกส์แห่งประเทศไทย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรุงเทพมหานคร เป็นต้น
2. จัดประชุมคณะกรรมการฯ เพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางในการ ส่งเสริมพัฒนาและผลักดันให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีแก่ผู้ประกอบการ
3. ศึกษาข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการทั้งในด้าน การขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ และการบริหารจัดการ ด้าน วัตถุดิบและคุณภาพ ของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ
4. สำรวจข้อมูลปฐมภูมิเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับ การบริหารจัดการทั้งในด้าน การขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ และการบริหารจัดการด้าน วัตถุดิบและคุณภาพ ของวัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ
5. จัดอบรมผู้ประกอบการ SMEs เกี่ยวกับการบริหารจัดการทั้งในด้าน การขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ และการบริหารจัดการ ด้าน วัตถุดิบและคุณภาพ ของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ
6. จัดทำรายละเอียดและเผยแพร่การศึกษาให้กับผู้ประกอบการ SMEs
7. ดำเนินการตามแผนอย่างต่อเนื่อง
8. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 5 ปี (พ.ศ. 2550 - 2554)

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการ SMEs มีความเข้าใจในการบริหารจัดการที่ดีเกี่ยวกับการบริหารจัดการทั้งในด้านการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ และการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบและคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์
2. ผู้ประกอบการ SMEs สามารถบริหารจัดการที่ดีเกี่ยวกับการบริหารจัดการทั้งในด้านการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ และการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบและคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์
3. มีคู่มือในการบริหารจัดการที่ดีเกี่ยวกับการบริหารจัดการทั้งในด้านการขนส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ และการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบและคุณภาพของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง

งบประมาณ

ในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2550 – 2554) รวมจำนวนทั้งสิ้น 7,500,000 บาท แบ่งเป็น งบประมาณในปี พ .ศ. 2550 จำนวน 1,900,000 บาท ปี พ .ศ. 2551 จำนวน 1,400,000 บาท ปี พ.ศ. 2552 จำนวน 1,400,000 บาท ปี พ.ศ. 2553 จำนวน 1,400,000 บาท และปี พ.ศ. 2554 จำนวน 1,400,000 บาท รายละเอียดดังตาราง

| รายการ | ปีงบประมาณ | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2550 (บาท) | 2551 (บาท) | 2552 (บาท) | 2553 (บาท) | 2554 (บาท) |
| 1. จัดประชุมคณะกรรมการฯ เพื่อ กำหนดนโยบายและแนวทางในการ ส่งเสริม พัฒนาและผลักดันให้เกิดการ บริหารจัดการที่ดีแก่ผู้ประกอบการ | 100,000 | - | - | - | - |
| 2. ศึกษาข้อมูลทฤษฎีภูมิเกี่ยวกับ ระบบการบริหารจัดการ | 100,000 | - | - | - | - |
| 3. สำรวจข้อมูลปฐมภูมิเกี่ยวกับ ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการ | 300,000 | | | | |
| 4. จัดอบรมผู้ประกอบการ SMEs เกี่ยวกับการบริหารจัดการ | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 | 1,000,000 |
| 5. จัดทำรายละเอียดและเผยแพร่ การศึกษาให้กับผู้ประกอบการ SMEs | 200,000 | 200,000 | 200,000 | 200,000 | 200,000 |
| 6. ติดตามและประเมินผลการ ดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง | 200,000 | 200,000 | 200,000 | 200,000 | 200,000 |
| รวม | 1,900,000 | 1,400,000 | 1,400,000 | 1,400,000 | 1,400,000 |

Cluster **SMEs**