



ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่และปทุมธานี

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

โดย : ศูนย์วิจัยด้านการจัดการยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชื่อหนังสือ ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์
(Cluster-Based SEZs) : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่และปทุมธานี

เจ้าของลิขสิทธิ์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

จัดทำโดย ศูนย์วิจัยด้านการจัดการยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.กมลพรรณ แสงมหาชัย
ดร.ธงชัย ศรีวรรณะ
ดร.พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์
และคณะ

พิมพ์ครั้งที่ 1 กันยายน 2559

จำนวน 150 เล่ม
141 หน้า

พิมพ์ที่ โรงพิมพ์ ปณณธร มีเดีย
เลขที่ 475 ซอย ลาดพร้าว 107 ถนนลาดพร้าว แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
โทรศัพท์ 08-2458-8999

คำนำ

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ครอบคลุม กิจกรรมผลิตสินค้า กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมค้าส่ง กิจกรรมค้าปลีก หรือกิจกรรมอื่นตามที่ รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งแต่ละสาขาอุตสาหกรรมในแต่ละพื้นที่มีลักษณะการกระจุกตัวของกลุ่ม ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การดำเนินธุรกิจ ปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงมีความจำเป็นต้องทราบสภาพปัญหาและผลกระทบจากทุก มุมมอง ซึ่งมีผลต่อการกำหนดแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เหมาะสม เกิดประสิทธิภาพ และช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเติบโต ปรับตัว และอยู่รอด ในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งต้องก้าวทันและผลักดันให้วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นตัวขับเคลื่อนและยกระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

เพื่อให้ทราบศักยภาพและขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน สาขาเป้าหมาย ในพื้นที่ และประเด็นการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่น่าสนใจ รวมทั้งเพื่อให้มี แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าว สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (สสว.) จึงจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายสาขา/รายพื้นที่/กำหนดประเภท เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกลุ่มที่มี แนวโน้มสำคัญ และเป็นนโยบายของรัฐบาล 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา: กำหนดศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมฐานชีวภาพ (Bio-Based Industry) เป็นกลุ่มที่ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งจะช่วยให้เกิด การพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืน เน้นตั้งแต่การใช้ผลผลิต/เศษวัสดุเหลือทิ้งจากการเกษตรเพื่อใช้เป็น พลังงานทดแทนผลผลิตจากน้ำมันปิโตรเลียมหรือฟอสซิล (Plants not Petroleum) เป็นการช่วย สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภาคชนบท ขยายความต้องการสินค้าเกษตร สร้างผลิตภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่อุปทาน ไปจนถึงอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงขึ้น รวมถึงการใช้ นวัตกรรมเพื่อสร้างสินค้า ทั้งนี้ อุตสาหกรรมฐานชีวภาพ (Bio-based Industry) สามารถจำแนก ออกเป็น 4 กลุ่มย่อย ได้แก่

- *กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานชีวภาพ (Bio-Based Industry for Petrochemical and Energy Industry)* ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรพลังงาน อุตสาหกรรมการผลิตก๊าซชีวภาพ อุตสาหกรรม ผลิตไบโอดีเซล โรงไฟฟ้าพลังงานชีวภาพ อุตสาหกรรมปิโตรเลียม เป็นต้น
- *กลุ่มอุตสาหกรรมสุขภาพและการแพทย์ (Bio-Based Industry for Health and Wellness)* ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิตเภสัชภัณฑ์ สถานพยาบาล อุตสาหกรรมผลิตยาและเวชสำอาง อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เป็นต้น
- *กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและวัตถุดิบจากพืช (Bio-Based Industry for Food and Feed Industry)* ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตร การทำประมง การทำปศุสัตว์ อุตสาหกรรมแปรรูป

ผลผลิตทางการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมการผลิต
น้ำมัน อุตสาหกรรมการผลิตแป้ง อุตสาหกรรมผลิตเครื่องดื่ม เป็นต้น

- *กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีชีวภาพ (Bio-Based Industry for Bio-Chemical Industry)* ได้แก่
อุตสาหกรรมผลิตเส้นใยสังเคราะห์ อุตสาหกรรมพลาสติกชีวภาพ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี
อุตสาหกรรมเครื่องหนัง อุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมยาง เป็นต้น

2) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่: มุ่งเน้นการจัดทำแผนเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการใน
พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) ซึ่งเน้นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัว
ของอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความเชื่อมโยงผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ
และปลายน้ำ อุตสาหกรรมสนับสนุน สถาบันการศึกษา สถาบันเฉพาะทาง หน่วยงานภาครัฐ
องค์กรเอกชน และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยการกำหนดขอบเขตดังกล่าวมีผลต่อ
การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ ตลอดจน
มีผลต่อการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้
เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต (Super Cluster) ประกอบไปด้วย
กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต 6 กลุ่ม ได้แก่

- *คลัสเตอร์ยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์* กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 7 จังหวัด ได้แก่
อยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และนครราชสีมา
- *คลัสเตอร์อุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และการสื่อสาร* กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 7
จังหวัด ได้แก่ อยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี และนครราชสีมา
- *คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเคมีและปิโตรเคมีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม* กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจ
พิเศษ 2 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี และระยอง
- *คลัสเตอร์อุตสาหกรรมดิจิทัล* กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 2 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่
และภูเก็ต
- *คลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหาร (Food Innopolis)* กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 9 จังหวัด
ได้แก่ อยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ และ
ภูเก็ต
- *ศูนย์กลางด้านการแพทย์ (Medical Hub)* กำหนดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 9 จังหวัด ได้แก่
อยุธยา ปทุมธานี ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ และภูเก็ต

3) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกำหนดประเภท: กำหนดศึกษากลุ่มผู้ประกอบการเทคโนโลยี
และนวัตกรรม (Innovative SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่ม
ประสิทธิภาพ พัฒนาคุณภาพมาตรฐาน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ
และยกระดับขีดความสามารถทางธุรกิจ และถูกคาดหวังเป็นกลุ่มที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถใน
การแข่งขันของประเทศให้ก้าวผ่านกับดักของประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income
Trap) ซึ่งในนี้ได้แบ่งออกเป็นด้าน Technology-Based และด้าน Non-Technology-Based

- กลุ่ม Technology-Based Industry ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมที่เน้นการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ อาทิ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ Semiconductor ระบบการป้องกันและอากาศยาน เครื่องมือวัดและควบคุม อุปกรณ์ทางการแพทย์สมัยใหม่ (Electromedical Equipment) Photonics การบริการอินเทอร์เน็ตและการสื่อสาร ผู้บริการซอฟต์แวร์ การออกแบบระบบและบริการคอมพิวเตอร์ ผู้ให้บริการด้านวิศวกรรม ห้องปฏิบัติการวิจัย การทำการทดสอบ และการอบรมด้านคอมพิวเตอร์
- กลุ่ม Non-Technology-Based (Innovative) Industry หมายถึงกลุ่มอุตสาหกรรมที่อาศัยการสร้างนวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้า บริการ หรือกระบวนการทางธุรกิจ ที่อยู่นอกเหนือจากกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็น Technology-Based ข้างต้น เช่น อุตสาหกรรมแฟชั่น

การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา/รายพื้นที่/กำหนดประเภท มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้ทราบข้อมูลสภาพปัญหาอุปสรรค ข้อจำกัดการดำเนินธุรกิจ และความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกัน และเพื่อให้มีแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย

สสว. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา/รายพื้นที่/กำหนดประเภทจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ รัฐบาล หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนทั่วไปไม่มากนักน้อย และหากมีข้อผิดพลาดประการใดต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว).

พ.ศ. 2559

บทสรุปผู้บริหารและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยเฉพาะผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมอาหาร จัดเป็นเรื่องที่มีความท้าทาย เพราะเป็นที่ทราบกันว่าสินค้าในอุตสาหกรรมดังกล่าว หากพิจารณาในแง่การผลิตก็ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ซับซ้อน ผู้ประกอบการ SME ส่วนหนึ่งอาจจะพบว่ายังไม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือจุดขายในสินค้าได้อย่างชัดเจน และในท้ายที่สุดก็จะมีแนวโน้มเป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่ต้องแข่งขันกันด้านราคาเสมอไป ด้วยเหตุนี้แนวคิดการรวมกลุ่มกันสร้างเครือข่ายห่วงโซ่มูลค่าหรือคลัสเตอร์สำหรับผู้ประกอบการ SME จึงได้ถูกดำริขึ้นโดยภาครัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ให้กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เดียวกัน หรือแม้แต่ใกล้เคียงกันสร้างเครือข่ายความร่วมมือ สร้างช่องทางการดำเนินธุรกิจร่วมกัน และท้ายที่สุดเพื่อให้ผู้ประกอบการยกระดับความสามารถในการแข่งขันภายในเครือข่ายเพื่อสามารถออกไปแข่งขันกับผู้ประกอบการภายนอกเครือข่ายได้

จากแนวคิดข้างต้น นโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมอาหารหรือที่เรียกชื่อโครงการว่า “Food Innopolis” ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ สนับสนุนให้เกิดการลงทุนวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม โดยดึงดูดบริษัทและหน่วยงานวิจัยพัฒนาด้านอาหารชั้นนำของโลกมาลงทุนในกิจการด้านนวัตกรรมอาหารในประเทศไทย ทั้งนี้โครงการ Food Innopolis จะช่วยสนับสนุนและเชื่อมโยงเอกชนไทยในทุกระดับตั้งแต่ผู้ประกอบการเริ่มต้น (Startup) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) บริษัทขนาดใหญ่ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหารระดับโลก ซึ่งเมื่อมีความร่วมมือกันแล้ว ผู้ประกอบการอาหารของไทยจะสามารถสร้างสินค้าและบริการนวัตกรรมอาหารมูลค่าสูง (High Value-Added) เพื่อเป็นแหล่งรายได้ใหม่ของประเทศ โดยจะมีแหล่งงานและการจ้างงานบุคลากรวิจัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรความรู้ขั้นสูงเพิ่มมากขึ้นผ่านบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation Ecosystem)

เนื่องจากโครงการ Food Innopolis ยังอยู่ในขั้นตอนเริ่มต้น แต่ก็ได้รับความคาดหวังว่าจะเป็นแรงผลักดันสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน โดยจะมีการออกแบบแรงจูงใจและมอบสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีและการผลิตต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมโครงการที่มาจากทั้งภายในและนอกประเทศ โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่มีขนาดใหญ่และมีความพร้อมทางด้านองค์ความรู้และการวิจัยและพัฒนาจะเป็นเป้าหมายในลำดับเบื้องต้นสำหรับโครงการนี้ ในเรื่องดังกล่าวทำให้เกิดข้อกังวลว่าแล้วผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารที่มีจำนวนมากจะต้องเตรียมการอย่างไรเพื่อเข้าร่วมโครงการดังกล่าวและได้สิทธิประโยชน์อย่างเต็มที่ด้วย ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้กับตัวเองและพัฒนาเศรษฐกิจและศักยภาพของอุตสาหกรรมโดยรวมให้กับประเทศด้วย

จากเหตุผลข้างต้น ในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis ในระดับประเทศ และในระดับจังหวัดเชียงใหม่และปทุมธานี จึงถือว่ามีผลสำคัญต่อผลการดำเนินงานในอนาคตของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารเป็นอย่างยิ่ง

โดยในส่วนต่อไปนี้จะได้ดำเนินการสรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารในระดับประเทศ ในระดับจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดปทุมธานี สำหรับการเลือกจังหวัดทั้งสองมาเป็นกรณีศึกษาและเป็นจุดตั้งต้นมีเหตุผลมาจากประเด็นที่ตั้งของโครงการ Food Innopolis ที่เริ่มต้นในช่วงแรกที่อุทยานวิทยาศาสตร์ จังหวัดปทุมธานีเป็นแห่งแรก ดังนั้นแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการสำหรับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร จึงเป็นเรื่องที่ควรดำเนินการเพื่อรองรับการเตรียมตัวของ SME ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง สำหรับจังหวัดเชียงใหม่จัดเป็นจังหวัดที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศ และเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงการผลิตและการตลาดทำให้มีความพร้อมในการจัดตั้ง Food Innopolis ในช่วงที่สงบอย่างแน่นอน กอปรกับสภาพเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมและห่วงโซ่มูลค่าในอุตสาหกรรมอาหารของจังหวัดนี้ก็มีความแตกต่างจากของปทุมธานีอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จะสามารถเป็นต้นแบบที่ดีสำหรับพื้นที่คลัสเตอร์ในจังหวัดอื่นได้เป็นอย่างดี

การนำเสนอในบทสรุปผู้บริหารในส่วนถัดไปจะขอแบ่งการนำเสนอหัวข้อดังนี้ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์และขีดความสามารถในการแข่งขัน 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 3) แผนงานและโครงการต่างๆ ที่ทำหน้าที่ผลักดันยุทธศาสตร์ทั้งหมด โดยจะขอเริ่มต้นจากการนำเสนอหัวข้อดังกล่าวสำหรับคลัสเตอร์ผู้ประกอบการ SME ในระดับประเทศ ในระดับจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดปทุมธานี

1. สถานการณ์ด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร

1.1 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรในภาพรวมของประเทศ

อุตสาหกรรมอาหาร ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมศักยภาพของไทย จากการที่ไทยมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ มีพื้นฐานเป็นประเทศเกษตรกรรม มีผลผลิตทางการเกษตรปริมาณมาก ซึ่งนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหาร ประเทศไทยมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งด้านความมั่นคงทางด้านอาหารของประเทศแล้ว ยังทำให้ไทยเป็นฐานการผลิตอาหารในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญในตลาดโลก ทั้งนี้การส่งเสริมจากภาครัฐด้วยการวางนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก (Thai Kitchen to the World)” ที่มุ่งเน้นการเป็นผู้นำการผลิตอาหารในอาเซียนและขยายช่องทางการลงทุนไปตลาดโลกมากขึ้น จะเป็นแรงขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีการขยายตัวได้ในอนาคต

เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและเป็นหนึ่งในบริบทที่ภาครัฐให้ความสนใจเป็นพิเศษ ท่ามกลางนโยบายภาครัฐในทุกระดับที่ให้การสนับสนุน รวมทั้งโครงการ Food Innopolis การวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมอาหารนี้จะดำเนินการในมุมมองของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม โดยวิเคราะห์ตัวเลขการผลิตและการส่งออกอาหารของไทย รวมถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารในระดับ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ได้ดังนี้

ภาพรวมธุรกิจเกษตรและอาหารของโลกและไทย

GDP อุตสาหกรรมอาหาร ราคาประจำปี 2556 มีมูลค่า 776,948 ล้านบาท เปรียบเทียบสัดส่วน GDP อุตสาหกรรมอาหารเทียบกับ GDP รวมจะเป็นร้อยละ 6.0 หากเทียบสัดส่วนกับ GDP ของอุตสาหกรรมจะเป็นร้อยละ 21.70 โดยสถิติจำนวนสถานประกอบการ เงินลงทุนสะสม และการจ้างงาน ณ สิ้นปี 2557 มีดังต่อไปนี้

- จำนวนสถานประกอบการ 6,911 ราย คิดเป็น ขนาดเล็กร้อยละ 87.4 ขนาดกลางร้อยละ 7.8 และรายใหญ่ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ
- เงินลงทุนสะสม 555,398 ล้านบาท คิดเป็น ขนาดใหญ่ร้อยละ 56.0 ขนาดกลางร้อยละ 24.0 และขนาดเล็กร้อยละ 20.0 ตามลำดับโดยประมาณ
- การจ้างงาน 1,012,000 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรม แบ่งเป็นการจ้างงานในสถานประกอบการขนาดใหญ่ร้อยละ 40.0 ขนาดกลางร้อยละ 35.0 และขนาดเล็กร้อยละ 25.0 โดยประมาณ

การผลิตและการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารของไทย

การผลิตและแปรรูปอาหารมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก โดยมูลค่าการผลิตอาหารของไทยมีสัดส่วนสูงสุดในภาคการผลิต คิดเป็นประมาณร้อยละ 22.0 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในภาคการผลิตในปี 2557 ซึ่งสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) สำหรับประเภทโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่มีจำนวนมาก ได้แก่ การแปรรูปสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ การผลิตน้ำมันพืช การผลิตเครื่องปรุงรส การแปรรูปเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลไม้และผัก ตามลำดับ

ภาพรวมตลาดอาหารของประเทศไทย

ด้านปริมาณการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2557 ปริมาณการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารรวม 28.5 ล้านตัน โดยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 59.0 เป็นการผลิตเพื่อการจำหน่ายในประเทศร้อยละ 35.0 เพื่อการส่งออก และร้อยละ 6.0 เพื่อเป็นสินค้าคงคลัง โดยผลิตภัณฑ์ที่เน้นตลาดในประเทศ ได้แก่ เครื่องปรุงรส อาหารสัตว์สำเร็จรูป น้ำมันจากพืชสัตว์และไขมันสัตว์ เนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากนม ผลิตภัณฑ์ประเภทเส้น และขนมอบ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่เน้นตลาดต่างประเทศ ได้แก่ น้ำตาล แป้งมันสำปะหลัง สัตว์น้ำแปรรูป และผักผลไม้แปรรูป ทั้งนี้ ประเทศไทยมีการผลิตอาหารเชิงพาณิชย์ในปริมาณมาก โดยกระบวนการแปรรูปอาหารของไทยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าและเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยในระดับสากล (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

การค้าอาหารไทยปี 2557 มีมูลค่าการส่งออก 28,514 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มูลค่าการนำเข้า 9,667 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จึงทำให้เกิดดุลการค้า 18,847 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่หากพิจารณาอัตราการขยายตัวเฉลี่ย 5 ปีของมูลค่าการส่งออก จะเป็นร้อยละ 7.0 ส่วนมูลค่าการนำเข้าร้อยละ 12.4 ซึ่งจะเห็นได้ว่าการส่งออกขยายตัวต่ำกว่าการนำเข้า

ในปี 2558 ตลาดสินค้าอาหารของไทยจะสามารถสร้างเม็ดเงินรวม 2.57 ล้านล้านบาท โดยแบ่งเป็นตลาดในประเทศ 1.49 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.0 ของตลาดรวม และตลาดส่งออก 1.08 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.0 ของตลาดรวมโดยประมาณ ตลาดอาหารในประเทศ ในปี 2557

คนไทยมีการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารโดยเฉลี่ย 22,034 บาทต่อคนต่อปี หรือโดยรวมแล้วมีมูลค่าตลาดอาหารในประเทศคิดเป็น 1.43 ล้านล้านบาท โดยมีแรงขับเคลื่อนจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) ของผู้บริโภคได้ รวมถึงการทำการตลาดแบบเชิงรุกของผู้ประกอบการในตลาด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะยังคงส่งผลต่อเนื่องมาในปี 2558 ทำให้มูลค่าตลาดอาหารในประเทศในปี 2558 ขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 3.0-5.0 ต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่า 1.49 ล้านล้านบาท จากแนวโน้มการขยายตัวของความเป็นเมือง ราคาสินค้าอาหารบางชนิดที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารเพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริการร้านอาหาร อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายในการบริโภคอาหารในปี 2558 ยังคงเผชิญปัจจัยกดดันจากหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค รายได้เกษตรกรที่ลดลงตามราคาสินค้าเกษตรที่อยู่ในระดับต่ำ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่ส่งผลต่อระดับผลผลิตทางการเกษตรและรายได้ของเกษตรกร

ตลาดส่งออกอาหาร โครงสร้างสินค้าอาหารส่งออกของไทยแบ่งออกเป็นสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบอาหารและอาหารแปรรูปขึ้นต้นคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.0 และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร (สินค้าเกษตรแปรรูปขั้นสูง) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.0 โดยประมาณ โดยสินค้าอาหารส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าว น้ำตาลทราย ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไข่แปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแห้ง ตามลำดับ โดยมีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ อาเซียน (ร้อยละ 22.0) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 13.0) จีน (ร้อยละ 12.0) แอฟริกา (ร้อยละ 12.0) สหภาพยุโรป (ร้อยละ 11.0) สหรัฐฯ (ร้อยละ 11.0) ตามลำดับ

สำหรับข้อมูลเรื่องการนำเข้าอาหารนั้น ประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารเพียงปีละประมาณ 2 แสนล้านบาทเทียบกับมูลค่าอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมดที่ 2.6 ล้านล้านบาท และปริมาณการส่งออกที่ 1.1 ล้านล้านบาท (ตัวเลขประมาณการปี 2559) สัดส่วนการนำเข้าดังกล่าวถือว่าน้อยมาก โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัตถุดิบเครื่องปรุงส่วนผสม เพื่อนำมาใช้แปรรูปเป็นสินค้าอาหารทั้งเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกเป็นสินค้าต่อไป

ผลิตภัณฑ์ข้าวในอุตสาหกรรมอาหาร

สืบเนื่องจากภาพรวมการวิเคราะห์การผลิตและส่งออก รวมถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารข้างต้น พบว่าประเทศไทยยังคงต้องพึ่งพาการส่งออกสินค้าเกษตรประเภทอาหารที่เป็นวัตถุดิบและสินค้าแปรรูปพื้นฐาน ไม่มีการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบดังกล่าวมากนัก ทำให้มูลค่าการส่งออกมีความผันผวนไปตามสภาพภูมิอากาศและปริมาณอุปทานการผลิตของกลุ่มประเทศผู้ผลิตต่างๆ ทั้งนี้ เราอาจจะสามารถแก้ไขปัญหาลักษณะข้างต้นได้ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรพื้นฐาน ทำให้แทนที่จะต้องพึ่งพาปริมาณการส่งออกจำนวนมากๆ เพื่อให้ได้มูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งออกจำนวนหนึ่ง ผู้ประกอบการอาจจะเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรพื้นฐานด้วยเทคโนโลยี หรือการทำการตลาดให้เกิดความแตกต่างจากกลุ่มผู้ผลิตอื่นๆ แทน เมื่อมีฤดูมรสุมหรือภัยพิบัติทางการเกษตร แม้ระดับผลผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรพื้นฐานจะได้รับผลกระทบและมีปริมาณน้อยลง แต่ด้วยการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีมากพอก็จะทำให้มูลค่าเศรษฐกิจหรือมูลค่าส่งออกไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เพื่อให้การต่อยอดผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหารประสบความสำเร็จ แนวคิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในทุกๆระดับ หรือแนวคิดคลัสเตอร์จึงเป็นเหมือนคำตอบที่งานวิจัยนี้จะ

พยายามนำเสนอทั้งในระดับอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในระดับประเทศ รวมถึงอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในระดับจังหวัด ซึ่งจะได้ทำการนำเสนอต่อไป

จากอันดับการส่งออกในปี 2557 แม้ข้าวจะมีอันดับการส่งออกเป็นอันดับที่สองของโลก แต่หากพิจารณาในช่วงที่ผ่านมา ข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงให้แก่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาเฉพาะรายได้ที่เกิดขึ้นแก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว พบว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ข้าวนาปีสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรประมาณสองแสนล้านบาท ในขณะที่ข้าวนาปรังอยู่ที่ประมาณหนึ่งแสนล้านบาท และมูลค่าดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลข้างต้น เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพเป็นผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก แต่ผลิตภัณฑ์ข้าวที่ส่งออกเป็นเพียงวัตถุดิบที่ไม่มีการต่อยอดมูลค่าหรือมีก็น้อยมาก เช่น การสี และการนึ่งข้าว ซึ่งถือเป็นสินค้าเกษตรพื้นฐานที่ไม่มีการแปรรูปแต่อย่างใด ภาครัฐโดยหลากหลายกระทรวงจึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยเล็งเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ข้าวในฐานะวัตถุดิบที่มีความสำคัญ มีการผลักดันนโยบายในระดับชาติ ระดับจังหวัด ระดับกระทรวง กรม และหน่วยงานเศรษฐกิจสังกัดภาครัฐต่างๆ เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมอาหารโดยใช้ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม สำหรับแนวทางการนำเอาแนวคิดคลัสเตอร์มาพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวจัดได้ว่ายังเป็นอะไรที่ใหม่ และยังไม่มีรูปแบบเกิดขึ้นอย่างชัดเจน จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจว่าหากมีการสนับสนุนเพิ่มเติมด้วยแนวทางดังกล่าวแล้วผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจะสามารถขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวสามารถเติบโตและมีศักยภาพมากขึ้น และสามารถเป็นหนึ่งในแรงผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ต่อไปอย่างไร ดังนั้น ในส่วนต่อไปจะได้ทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวในฐานะที่เป็นวัตถุดิบสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพมากที่สุดในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมอาหาร

แนวโน้มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร

แนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจเกษตรของเอเชีย สามารถสรุปเป็น 10 เรื่องใหญ่ๆ มีดังต่อไปนี้

1. กระแสโลกาภิวัตน์ เพราะไม่ว่าเราจะเดินทางไปที่ไหน หรืออยู่ตรงไหน ก็สามารถรับประทานอาหารจากชาติอื่นๆ ได้ด้วยโลกปัจจุบันนี้ไร้พรมแดน ทำให้ชาวสารและธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว การเดินทางของผู้คนเป็นไปอย่างสะดวกสบาย การขนส่งมีทางเลือกที่หลากหลายและรวดเร็วมากขึ้น ระบบการติดต่อสื่อสารก็เชื่อมโยงตลาด ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นช่องทางจำหน่ายที่มีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางต่อปัจจัยด้านอุปสงค์ คือ มีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ทั่วโลกมากขึ้น ก่อให้เกิดโอกาสในการทำตลาดในภูมิภาคอื่นๆ ในต้นทุนที่ต่ำ และการค้นหาผลิตภัณฑ์มีความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ การเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อคนที่สูงขึ้น การเพิ่มมากขึ้นของชนชั้นกลาง ส่งผลให้มีความต้องการเรื่องคุณภาพที่สูงมากขึ้นเช่นกัน

3. ภาวะอากาศเปลี่ยนแปลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อผลผลิตเกษตร

4. น้ำ และการใช้น้ำในหลากหลายวัตถุประสงค์ แหล่งน้ำสะอาดกำลังจะถึงจุดวิกฤต ไม่ใช่แค่สำหรับดื่มเท่านั้น แต่สำหรับการทำนาชลประทานด้วย มีการใช้แหล่งน้ำนั้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า ในหลายภูมิภาคของโลก ปัญหา

การขาดแคลนน้ำได้สร้างความขัดแย้งของผู้คน การจัดการน้ำและการวางแผนการใช้ประโยชน์ จึงเป็นประเด็นที่สำคัญที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาในการดำเนินธุรกิจการเกษตร

5. รายได้ที่เพิ่มขึ้น และความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ตลอดจนส่งผลถึงความสามารถในการจับจ่าย พฤติกรรมการบริโภคในภาพรวมของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สินค้าที่มีคุณภาพ หากผู้ประกอบการยังไม่พัฒนาสินค้าของตนเอง ก็อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบปัญหา

6. การเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการบริโภคแบบควบคุมอาหารเพื่อลดน้ำหนัก และคำนึงถึงความปลอดภัยของอาหาร นี่คือนโยบายที่สำคัญของความต้องการของผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารได้ถูกกำหนดขึ้นทั่วโลก

7. การค้าระหว่างประเทศและระหว่างภูมิภาค ความร่วมมือกันของตลาดระหว่างประเทศและภูมิภาค จะขึ้นมามีบทบาทมากขึ้นในธุรกิจการเกษตรในเอเชียเพราะประสิทธิภาพในการผลิตที่สูงขึ้น และก่อให้เกิดการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

8. เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการขยายตัวของการพัฒนาและเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขยายฐานการผลิตและการไหลเข้าของเงินทุนต่างประเทศในการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตของธุรกิจการเกษตรลดลง

9. เทคโนโลยีเพื่อการเกษตร ซึ่งเกษตรกรในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่สามารถใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์มือถือ เอาชนะอุปสรรคที่เคยได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์มาสู่ความเท่าเทียมกัน องค์กรชุมชนรากหญ้าสามารถแบ่งปันข้อมูล จากการขยายบริการและการบริการให้คำปรึกษาผ่านทางบริการโทรศัพท์มือถือ สาธารณะและบริการโทรศัพท์มือถือของเอกชน

10. การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคม และประชากรของภูมิภาคเอเชีย ที่ส่งผลให้ในบางประเทศมีชนชั้นแรงงานลดลง ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานและแรงงานที่มีทักษะในการดำเนินธุรกิจการเกษตร และสังคมในภูมิภาคเอเชียก็เปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการบริโภคมีการปรับเปลี่ยนตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ

1.2 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองที่มีระดับเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานคร มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติในระดับสูง อีกทั้งมีความหลากหลายด้านสายพันธุ์ผลผลิตทางการเกษตรที่มาเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารได้ ตั้งแต่พืช ผัก ผลไม้เมืองหนาว ตลอดจนพันธุ์ข้าวต่างๆ มีอาหารพื้นเมืองที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งความแตกต่างในส่วนนี้เองที่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานในการต่อยอดนวัตกรรมอาหารได้อย่างดี และผนวกกับปัจจัยในเชิงพาณิชย์ที่สำคัญคือ เชียงใหม่มีระบบเศรษฐกิจที่มีกำลังซื้อสูงมาก จากการที่จังหวัดมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศจำนวนไม่น้อยกว่า 6 ล้านคนให้เข้ามาจับจ่ายซื้อขายในแต่ละปี จากความพร้อมตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นทุกประการ ในเรื่องของความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวก็ยังไม่มีความเป็นรูปธรรมชัดเจน ทำให้ศักยภาพการแข่งขันและการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังอยู่ในระดับที่สามารถพัฒนาได้อีกมาก

1.3 สถานการณ์ของอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรในจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานีเป็นที่ตั้งของอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) ซึ่งจะเป็นทำเลที่ตั้งแห่งแรกของโครงการ Food Innopolis ตามนโยบาย Super Cluster ซึ่งได้มีการเตรียมความพร้อมด้านสถานที่อาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในเบื้องต้นแล้ว พื้นที่นี้ได้รับการสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในทุกระดับตั้งแต่ระดับโลก ระดับประเทศและกลุ่ม Startup ที่มีแนวคิดและแนวทางในการสร้างสรรค์ธุรกิจอาหาร ในพื้นที่นั้นนอกจากจะมีหน่วยงานภาครัฐทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอยู่แล้ว ยังเป็นที่ตั้งของหน่วยงานวิจัยทางด้านอาหาร จึงเหมาะสมที่จะสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและมีศูนย์วิจัยข้าวและอาหารที่มีองค์ความรู้ครบถ้วน พิจารณาถึงองค์ประกอบในส่วนของสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติของจังหวัดปทุมฯ ก็พบว่าปทุมธานีอยู่ใกล้เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล อาทิ นครนายก อโยธยา และอื่นๆ ที่ใกล้เคียง จังหวัดปทุมธานีถือเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีความสำคัญมากที่สุด เช่น ข้าวพันธุ์ต่างๆ และในจังหวัดยังมีเกษตรกรและผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวและอาหารแปรรูปต่างๆ ที่ถือว่ามียอดผลิตสูงที่สุดในประเทศอีกด้วย สำหรับผู้ประกอบการอาหารและเกษตรกรผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าว ผัก และผลไม้ของจังหวัดตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ก็มีจำนวนมาก มีการรวมกลุ่มกันได้เข้มแข็งในระดับหนึ่งและทั้งหมดมีแรงบันดาลใจและความเชื่อในแนวทางการทำงานแบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรม

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs)

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เพื่อยกระดับศักยภาพความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมอาหาร และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์ดำเนินการร่วมกับโครงการ Food Innopolis”

พันธกิจ (Missions)

1. ประเทศไทยมีกลุ่มคลัสเตอร์อาหารรายพื้นที่ที่ชัดเจน มีขอบเขต วัตถุประสงค์ และความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่ม (Regional Food Cluster Mapping for SME)
2. สมาชิกคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมอาหารที่ถูกกำหนดเล็งเห็นความสำคัญและมีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์
3. มีแกนนำสมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ (Cluster Development Agents) ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกผู้ประกอบการตามห่วงโซ่มูลค่าภายในคลัสเตอร์
4. คลัสเตอร์ SME อาหารนี้มีชื่อเสียงเป็นที่ตระหนักรู้ และสามารถดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีศักยภาพให้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
5. คลัสเตอร์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้กับสมาชิกในการเข้าร่วมและประสานงานกับโครงการ Food Innopolis

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปยุทธศาสตร์และมาตรการ/โครงการในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/โครงการ (แนวคิด)
<p>1. การจัดทำ Thailand's Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร</p>	<p>1. โครงการรวบรวมฐานข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว แนวคิด เพื่อวิเคราะห์และสรุปถึงตัวตนของคลัสเตอร์ (ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร) โดยสามารถระบุประเภท (อาหารอะไร) ความเชี่ยวชาญ (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) และระดับความร่วมมือ (ความเหนียวแน่นระหว่างกลุ่ม) จัดทำเป็นแผนที่คลัสเตอร์อาหารในประเทศไทย</p> <p>2. โครงการเสาะหาหรือพัฒนาตัวแทนของผู้ประกอบการอาหาร แนวคิด เพื่อจัดกลุ่มผู้ประกอบการฯตามประเภท ความเชี่ยวชาญ และระดับความร่วมมือ โดยให้แรงจูงใจกับตัวแทนในการทำหน้าที่เป็น Contacts และรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรายอื่นๆ ในการเข้าร่วมกับโครงการ Food Innopolis ในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม</p>
<p>2. ยกระดับความร่วมมือในการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า</p>	<p>1. โครงการการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis และรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ แนวคิด เสนอความต้องการในการรับรองความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต กระบวนการทางการตลาด การได้รับมาตรฐานสากลความปลอดภัยด้านอาหาร และอื่นๆที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. โครงการจัดอบรมภายใต้การนำคลัสเตอร์ของ CDA แนวคิด ในหัวข้อที่มีความต้องการถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้ CDA จัดการพบปะกันผู้ประกอบการตามประเภท และความเชี่ยวชาญ โดยเน้นสมาชิกที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมให้มีโอกาสก่อนที่จะพบปะสมาชิกที่ต้องการดำเนินธุรกิจร่วมกันในห่วงโซ่อื่นๆ</p>
<p>3. สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มบนพื้นฐานของความได้เปรียบเชิงพื้นที่</p>	<p>1. โครงการให้ทุนนักวิจัยในการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis</p> <p>2. โครงการให้ทุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่เสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการผลิตและ/หรือนวัตกรรมการจัดจำหน่าย ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. ร่วมกับ Food Innopolis</p>

ยุทธศาสตร์

มาตรการ/โครงการ (แนวคิด)

	<p>3. โครงการจัดประกวดแข่งขันนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป โดยหาพันธมิตรที่มีเป้าประสงค์ใกล้เคียงกัน เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ</p>
<p>4. การสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ (Food SMEs Social Media Based Community)</p>	<p>1. โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs คลัสเตอร์อาหาร (Food SMEs Social Media Based Community) <u>แนวคิด</u> CDA นำเงินที่ได้จากการอุดหนุนเพื่อสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ (Food SMEs Social Media Based Community) โดยการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดของหน่วยงานที่ให้ทุนว่าชุมชนดังกล่าวสามารถดำเนินการตามวัตถุประสงค์หรือไม่</p> <p>2. โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs คลัสเตอร์อาหาร (Food SMEs Social Media Based Community) <u>แนวคิด</u> การสร้างความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมในผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีกับสินค้าผ่านช่องทาง Forum Online โดยการสร้างโปรแกรมทางการตลาดที่รักษาความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ (Consumer Co-creation Program)</p> <p>3. โครงการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์นมเขียน (Product Champions) ในคลัสเตอร์ <u>แนวคิด</u> การส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆเพื่อสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นมเขียน(Product Champions) ในคลัสเตอร์ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าศักยภาพในชุมชนออนไลน์</p>
<p>5. การสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายอุตสาหกรรม ฯ</p>	<p>1. โครงการสร้างและพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร <u>แนวคิด</u> CDA ในฐานะตัวแทนกลุ่มนำเสนอความต้องการการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้</p> <p>2. โครงการการรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด <u>แนวคิด</u> ผ่านโครงการ Food Innopolis CDA ตัวแทนของผู้ประกอบการ มีการรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด และจัดเก็บในฐานข้อมูล</p>

ยุทธศาสตร์

มาตรการ/โครงการ (แนวคิด)

	<ol style="list-style-type: none"> 3. โครงการรวบรวมรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร 4. โครงการรวบรวมเนื้อหาการผลิตและการตลาดที่เป็นที่ต้องการของ SMEs
--	---

3. ยุทธศาสตร์การพัฒนาวिकासขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – จังหวัดเชียงใหม่

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เพื่อยกระดับศักยภาพความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเชียงใหม่ และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์ดำเนินการร่วมกับโครงการ Food Innopolis”

พันธกิจ (Missions)

1. จังหวัดเชียงใหม่มีกลุ่มคลัสเตอร์อาหารรายพื้นที่ที่ชัดเจน มีขอบเขต วัตถุประสงค์ และความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่ม (Chiangmai’s Food Cluster Mapping for SME)
2. สมาชิก SME ในอุตสาหกรรมอาหารในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่เล็งเห็นความสำคัญและมีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์
3. มีแกนนำสมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ (Cluster Development Agents) จังหวัดเชียงใหม่ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกผู้ประกอบการตามห่วงโซ่มูลค่าภายในคลัสเตอร์
4. คลัสเตอร์ SME ในจังหวัดเชียงใหม่อาหารนี้มีชื่อเสียงเป็นที่ตระหนักรู้ และสามารถดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีศักยภาพให้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
5. คลัสเตอร์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเชียงใหม่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้กับสมาชิกในการเข้าร่วมและประสานงานกับโครงการ Food Innopolis

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปยุทธศาสตร์และมาตรการ/โครงการในการพัฒนาวिकासขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ได้ ดังนี้

ยุทธศาสตร์

มาตรการ/โครงการ

1. การสร้างความร่วมมือภายในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่โดยโครงการ Food Innopolis	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในคลัสเตอร์เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการ Food Innopolis 2. โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SMEs 3. การเลือก Cluster Development Agents
---	---

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/โครงการ
2. การพัฒนา Cluster Map สำหรับคลัสเตอร์อาหาร จังหวัดเชียงใหม่	<p><u>แนวคิด</u> เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนคลัสเตอร์ในการสื่อสารความต้องการและต่อรองผลประโยชน์แก่สมาชิกคลัสเตอร์</p> <p>4. โครงการวิจัยอุปสงค์และอุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสร้างแผนที่คลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดเชียงใหม่</p> <p>5. โครงการประกวดเส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์ตามคลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดสำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ</p>
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนสินค้าท้องถิ่น (Geographical Indications)	<p>1. โครงการพัฒนาคลัสเตอร์ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเกษตรท้องถิ่น (Geographic Indications) และผู้ประกอบการที่อยู่กลางน้ำ และปลายน้ำ</p> <p>2. โครงการสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบเป็นสินค้า GI</p> <p>6. โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มีเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า</p> <p>7. โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์ที่บ่มเพาะผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น</p>
4. การสร้างช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกคลัสเตอร์	<p>1. โครงการสร้างและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ประจำคลัสเตอร์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์คลัสเตอร์</p> <p>2. โครงการจัดการอบรมทางการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย</p> <p>3. โครงการประกวดเว็บไซต์ และเฟซบุ๊กของผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหาร</p> <p>4. โครงการสร้างฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ</p>

4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – จังหวัดปทุมธานี

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เพื่อยกระดับศักยภาพความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมอาหารปทุมธานี และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์ดำเนินการร่วมกับโครงการ Food Innopolis”

พันธกิจ (Missions)

1. คลัสเตอร์ปทุมธานีมีกลุ่มผู้ประกอบการรายพื้นที่ที่ชัดเจน มีขอบเขต วัตถุประสงค์ และความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่ม (Regional Food Cluster Mapping for SME)
2. สมาชิกคลัสเตอร์อาหารในจังหวัดปทุมธานีเห็นความสำคัญและมีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์
3. มีแกนนำสมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ปทุมธานี (Cluster Development Agents) ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกผู้ประกอบการตามห่วงโซ่มูลค่าภายในคลัสเตอร์
4. คลัสเตอร์ผู้ประกอบการ SME อุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดปทุมธานีมีชื่อเสียงเป็นที่ตระหนักรู้ และดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีศักยภาพให้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
5. คลัสเตอร์ผู้ประกอบการ SME อุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดปทุมธานีทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้กับสมาชิกในการเข้าร่วมและประสานงานกับโครงการ Food Innopolis

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปยุทธศาสตร์และมาตรการ/โครงการในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ได้ ดังนี้

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/โครงการ
1. การสนับสนุน SMEs ในคลัสเตอร์ปทุมฯ ให้ร่วมโครงการ Food Innopolis	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก 2. โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SMEs
2. ปทุมธานี Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการเก็บข้อมูลด้านศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี 2. โครงการพัฒนาและสร้างตัวแทนคลัสเตอร์ที่เป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพการทำงาน
3. การยกระดับการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการทบทวนขั้นตอนและกระบวนการในการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ ตลอดจนขั้นตอนทางกฎหมายและการลงโทษสำหรับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น 2. โครงการจัดอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์สำหรับผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้
4. ยกระดับความเชื่อมโยงกับผู้ซื้อภายนอกคลัสเตอร์	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการจับคู่ธุรกิจกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำและกลางน้ำในคลัสเตอร์ปทุมฯที่มีศักยภาพและกลุ่ม Distributors และ Buyers ทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์

มาตรการ/โครงการ

<p>5. การส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและใช้ตราสินค้า</p>	<p>2. โครงการจัดทำมาตรฐานสัญญา Contract Farming สำหรับวัตถุดิบที่เป็นที่ต้องการให้เกิดมาตรฐานและความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม</p> <p>1. โครงการรวบรวมความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายให้แก่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์</p> <p>2. โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด</p> <p>3. โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์หีบห่อผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น</p>
--	--

5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.1 ข้อเสนอแนะในภาพรวม

ภาพรวมยุทธศาสตร์ในการพัฒนา Cluster-Based SEZ อาศัยโอกาสจากโครงการ Food Innopolis ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐในระดับประเทศที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อให้เกิดการรวมตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม และเพื่อใช้สิทธิประโยชน์จากโครงการ Food Innopolis ที่เกิดขึ้นทั้งในระยะสั้น กลาง และยาว รัฐบาลควรเน้นการสร้างและระบุดำเนินการของคลัสเตอร์อาหารทั้งหมดในระดับประเทศให้สามารถเกิดขึ้นได้ก่อนตามยุทธศาสตร์การทำ Cluster Mapping และเมื่อ SME รู้สถานการณ์ของตนเองในฐานะสมาชิกคลัสเตอร์แล้วก็จะผลักดันให้เกิดการดำเนินยุทธศาสตร์ต่างๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในคลัสเตอร์ กล่าวคือ ให้กลไกการดำเนินการของคลัสเตอร์เกิดขึ้น ส่งผลทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการรวมกลุ่มกัน (Synergistic Effects) จนสามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันร่วมกันภายในคลัสเตอร์ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารของคลัสเตอร์ที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าเพิ่มอันเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะและยากที่จะลอกเลียนแบบได้จากผู้ประกอบการในท้องถิ่น ซึ่งในส่วนนี้จะทำให้ข้อกังวลในส่วนของการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับ SME ลดลงด้วย

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างชุมชนและช่องทางออนไลน์จะช่วยเสริมศักยภาพของคลัสเตอร์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการและมีอำนาจการซื้อสูงจากทั้งในและต่างประเทศ ท้ายที่สุดศักยภาพของคลัสเตอร์จะมีความยั่งยืนได้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างและแสวงหาองค์ความรู้ที่ได้ทั้งจากภูมิปัญญาภายในคลัสเตอร์และภายนอก เพื่อทำการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ โดยจะต้องมีการบริหารจัดการองค์ความรู้ที่ดีและสามารถดึงเอามาใช้งานในด้านการผลิต การจัดจำหน่ายและกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการสมาชิกได้ อาจจะสามารถสังเกตได้ว่ายุทธศาสตร์การพัฒนา SME ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) นี้ จะเป็นการดำเนินการโดยอาศัยการพัฒนาศักยภาพของคลัสเตอร์ไปพร้อมๆ กับการประสานงานโครงการ Food Innopolis ทั้งนี้ เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นก้าวอย่างที่สำคัญสำหรับประเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจะมีการลงทุนจากองค์กรธุรกิจ

ขนาดใหญ่ในระดับโลก แต่อาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการเริ่มต้น (ปลายปี 2558) และการสร้างระบบการดำเนินงานที่ทำได้จริงอีกสักระยะเวลาหนึ่ง (ประมาณ 3-5 ปี) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสานกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษนี้ได้วางยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยไม่ได้คาดหวังความสำเร็จที่เกิดขึ้นว่าจะต้องเกิดพร้อมกับโครงการ Food Innopolis แต่เพียงอย่างเดียว แต่หากเมื่อใดก็ตามที่คลัสเตอร์ผู้ประกอบการอาหารที่เดินตามแผนยุทธศาสตร์ข้างต้นที่กล่าวแล้วและเกิดความสำเร็จหรือความก้าวหน้าของโครงการขึ้น ผู้ประกอบการ SME ในคลัสเตอร์ก็พร้อมที่จะร่วมกับโครงการเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้และรับสิทธิประโยชน์ทางการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยี รวมไปถึงความร่วมมือด้านการผลิตการค้าการลงทุนที่จะเกิดขึ้นร่วมกับผู้ประกอบการรายใหญ่ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับจังหวัดเชียงใหม่

จากภาพรวมยุทธศาสตร์ในการพัฒนา Cluster-Based SEZ ของจังหวัดเชียงใหม่โดยอาศัยโอกาสจากโครงการ Food Innopolis ในระยะที่ 2 และระยะที่ 3 จะเน้นการสร้างและระบุตัวตนของคลัสเตอร์อาหารในจังหวัดให้เกิดขึ้นได้ก่อน และเมื่อ SME รู้สถานการณ์ของตนเองในฐานะสมาชิกคลัสเตอร์แล้วก็จะเป็นยุทธศาสตร์การดำเนินการเพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในคลัสเตอร์ กล่าวคือให้กลไกการดำเนินการของคลัสเตอร์เกิดขึ้นส่งผลทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการรวมกลุ่มกัน (Synergistic Effects) จนสามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันร่วมกันภายในคลัสเตอร์ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารของคลัสเตอร์ที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าเพิ่มอันเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค หลังจากนั้นภาครัฐควรเน้นการยกระดับความสามารถในการผลิตและการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ของจังหวัด ซึ่งมีความหลากหลายที่แตกต่างกัน ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะเฉพาะและยากที่จะลอกเลียนแบบได้จากผู้ประกอบการในท้องถิ่นๆ ซึ่งในส่วนนี้จะทำให้ข้อกั่วงวลในส่วนของการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับ SME ลดลงด้วย พร้อมกันนี้ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยสร้างชุมชนและช่องทางออนไลน์จะช่วยเสริมศักยภาพของคลัสเตอร์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการและมีอำนาจการซื้อสูงจากทั้งในและต่างประเทศ และสร้างความยั่งยืนและมีการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับจังหวัดปทุมธานี

จากภาพรวมยุทธศาสตร์ในการพัฒนา Cluster-Based SEZ ในจังหวัดปทุมธานีโดยอาศัยโอกาสจากโครงการ Food Innopolis ในระยะที่ 1 เป็นการวางยุทธศาสตร์เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมสามารถรวมตัวกันเพื่อใช้สิทธิประโยชน์จากโครงการ Food Innopolis ที่จะเกิดขึ้นที่จังหวัดปทุมธานี ดังนั้น ยุทธศาสตร์ในส่วนนี้เช่นเดียวกับยุทธศาสตร์ระดับประเทศจะเน้นที่การสร้างและระบุตัวตนของคลัสเตอร์อาหารในจังหวัดให้เกิดขึ้นได้ก่อน จากนั้นจะอาศัยโอกาสในการพัฒนาคลัสเตอร์กับสมาชิกที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในคลัสเตอร์ กล่าวคือให้กลไกการดำเนินการของคลัสเตอร์เกิดขึ้น ส่งผลทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการรวมกลุ่มกัน (Synergistic Effects) จนสามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันร่วมกันภายในคลัสเตอร์ นอกจากนี้ การดำเนินงานเฉพาะเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการมีส่วนร่วมของ SME ผ่านกระบวนการปกป้อง

ทรัพยากรเส้นทางปัญญา และการช่วยกลุ่มสมาชิกคลัสเตอร์ปทุมธานีให้สามารถมีศักยภาพในการเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้าที่มีความต้องการและมีอำนาจการซื้อสูงจากทั้งในและต่างประเทศ โดยผ่านการทำกิจกรรมทางการตลาด ไม่ว่าจะผ่านการทำ Content Marketing หรือการสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในทีมหรือบรรจุมัคคุเทศก์ก็ถือว่าเป็นบทบาทสำคัญที่หน่วยงานท้องถิ่น และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องดำเนินการตาม

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 สถานการณ์ปัจจุบันและนโยบายที่เกี่ยวข้องด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบ คลัสเตอร์	1-1
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของนโยบายด้านคลัสเตอร์ในภาคอุตสาหกรรม	1-2
1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมอาหาร	1-5
1.2.1 ภาพรวมธุรกิจเกษตรและอาหารของโลกและไทย	1-6
1.2.2 การผลิตและการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารของไทย	1-7
1.2.3 ภาพรวมตลาดอาหารของประเทศไทย	1-8
1.3 ผลิตภัณฑ์ข้าวในอุตสาหกรรมอาหาร	1-9
1.4 แนวโน้มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร	1-12
1.5 นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว	1-13
บทที่ 2 ท่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตข้าวของไทย	2-1
บทที่ 3 การวิเคราะห์ภาพรวมด้านสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหารและข้อค้นพบจากการ เก็บข้อมูล	3-1
3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหาร	3-1
3.2 ข้อค้นพบจากการสำรวจ สัมภาษณ์ และการจัดสัมมนาระดมความเห็น	3-4
3.2.1 สรุปผลการสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมอาหาร	3-4
3.2.2 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญอุตสาหกรรมอาหาร	3-5
3.2.3 สรุปผลการสัมมนาระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และ เอกชนที่เกี่ยวข้อง	3-6
บทที่ 4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของคลัสเตอร์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	4-1
4.1 สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ทรัพยากรและนโยบายสำหรับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ ข้าวในจังหวัดเชียงใหม่	4-2
4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมข้าวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	4-3
4.3 การวิเคราะห์ขีดความสามารถของอุตสาหกรรมข้าวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	4-4
4.4 การวิเคราะห์แนวโน้มในอนาคตของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ประเภทอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	4-8
บทที่ 5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของคลัสเตอร์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	5-1

	หน้า	
5.1	สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ทรัพยากรและนโยบายสำหรับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวในจังหวัดปทุมธานี	5-1
5.2	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมข้าวในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	5-2
5.3	การวิเคราะห์ขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	5-4
5.4	การวิเคราะห์แนวโน้มในอนาคตของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว ประเภทอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	5-6
บทที่ 6	กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practices) จากในประเทศและต่างประเทศ	6-1
6.1	กรณีศึกษาในประเทศ	6-1
6.2	กรณีศึกษาต่างประเทศ	6-5
6.2.1	กรณีศึกษา Foodpolis ของประเทศเกาหลี	6-6
6.2.2	กรณีศึกษา Ping-Tung Agricultural Biotechnology Park (ABP) ของประเทศไต้หวัน	6-14
บทที่ 7	ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสահกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษใน	7-1
	รูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – Food Innopolis	
7.1	ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสահกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – Food Innopolis	7-1
7.1.1	การกำหนดยุทธศาสตร์	7-1
7.1.2	วิสัยทัศน์และพันธกิจ	7-4
7.2	แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสահกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในภาพรวมของประเทศ	7-7
7.3	กลไกการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ	7-19
บทที่ 8	ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสահกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษใน	8-1
	รูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – จังหวัดเชียงใหม่	
8.1	ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสահกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – จังหวัดเชียงใหม่	8-1
8.1.1	การกำหนดยุทธศาสตร์	8-1
8.1.2	วิสัยทัศน์และพันธกิจ	8-2
8.2	แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสահกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	8-3
8.2.1	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความร่วมมือภายในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่โดยโครงการ Food Innopolis	8-3

	หน้า
8.2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนา Cluster Map สำหรับคลัสเตอร์อาหารจังหวัด เชียงใหม่	8-6
8.2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนสินค้า ท้องถิ่น (Geographical)	8-8
8.2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างช่องทางการสื่อสารภายนอกคลัสเตอร์	8-11
8.3 กลไกการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ	8-14
บทที่ 9 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษใน รูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – จังหวัดปทุมธานี	9-1
9.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษใน รูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – จังหวัดปทุมธานี	9-1
9.1.1 การกำหนดยุทธศาสตร์	9-1
9.1.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจ	9-2
9.2 แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ จังหวัดปทุมธานี	9-3
9.2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสนับสนุน SME ในคลัสเตอร์ปทุมฯ ให้ร่วมโครงการ Food Innopolis	9-3
9.2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหารปทุมธานี	9-6
9.2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา	9-8
9.2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การยกระดับความเชื่อมโยงกับผู้ซื้อภายนอกคลัสเตอร์	9-10
9.2.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม และใช้ตราสินค้า	9-11
9.3 กลไกการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ	9-14

บทที่ 1

สถานการณ์ปัจจุบันและนโยบายที่เกี่ยวข้อง ด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์

เนื่องจากภาวะแรงกดดันต่างๆ ทั้งในและนอกประเทศซึ่งทวีความรุนแรงขึ้น อาทิ กระแสแรงกดดันเรื่อง
ของโลกาภิวัตน์ทำให้คู่แข่งจากทั้งในและนอกประเทศซึ่งเดิมเคยมีข้อจำกัดด้านพื้นที่และตำแหน่งที่ตั้งของสินค้า
และบริการ ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงตัวลูกค้าและผู้บริโภคของผู้ประกอบการได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การเปิดเขต
เศรษฐกิจเสรีให้กับสมาชิกในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในภูมิภาคเดียวกันก็เป็นอีกกระแสกดดัน ที่
ทำให้ผู้ประกอบการต้องแก้ปัญหาเรื่องความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากเป็นที่รู้กันอยู่ว่าค่าแรง ค่าใช้จ่ายใน
การผลิต รวมถึงต้นทุนวัตถุดิบที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำในผู้ประกอบการของกลุ่มประเทศสมาชิกเพื่อนบ้านมี
ความได้เปรียบกว่าเราอย่างชัดเจน การกำหนดราคาโดยอ้างอิงต้นทุนการผลิตย่อมทำให้ผู้ประกอบการของไทย
ตกอยู่ในภาวะเสียเปรียบ ถ้ายิ่งรวมแรงบีบต่างๆ ของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปจากจีน และ
อินเดียซึ่งมีแหล่งวัตถุดิบและทรัพยากรในการผลิตที่สำคัญนอกกลุ่ม AEC ก็เป็นอีกปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญที่
ทำให้หน่วยงานภาครัฐในหลายส่วนต้องร่วมผลักดันให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมของไทยสามารถสร้าง
ศักยภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืนให้ได้โดยเร็ว

การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น
ข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวในอุตสาหกรรมอาหารจัดเป็นเรื่องที่มีความท้าทาย เพราะเป็นที่ทราบกันว่าสินค้านี้มีค่า
หากพิจารณาในแง่การผลิต ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ซับซ้อน เกษตรกรผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการ อาจจะ
พบว่ายังไม่สามารถสร้างความแตกต่างหรือจุดขายในสินค้าได้อย่างชัดเจน และในท้ายที่สุดก็จะมีแนวโน้มเป็น
ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่ต้องแข่งขันกันด้านราคาเสมอไป ด้วยเหตุนี้แนวคิดการรวมกลุ่มกันสร้างเครือข่าย
ห่วงโซ่มูลค่าหรือคลัสเตอร์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว จึงได้ถูกดริขึ้นโดยภาครัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ให้
กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เดียวกัน หรือใกล้เคียงกันสามารถสร้างเครือข่ายความร่วมมือ สร้างช่องทางการดำเนิน
ธุรกิจร่วมกัน และท้ายที่สุดเพื่อให้ผู้ประกอบการสร้างความสามารถในการแข่งขันภายในเครือข่ายเพื่อสามารถ
ออกไปแข่งขันกับผู้ประกอบการภายนอกเครือข่ายได้ ในการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษใน
รูปแบบคลัสเตอร์ครั้งนี้ เน้นศึกษาอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว (Food and Rice Products Industry)
เนื่องจากประเทศไทยจัดเป็นแหล่งผลิตข้าวสายพันธุ์ต่างๆ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ในระดับโลก และข้าวหอมมะลิ
ของประเทศไทยก็เป็นตัวอย่างของสินค้าที่มีตำแหน่งทางการตลาดที่มีความชัดเจน และเรียกได้ว่าข้าวเป็นพืช
เศรษฐกิจต้นน้ำ ที่หลากหลายบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารใช้เป็นวัตถุดิบต่างๆ ในการแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์ข้าว
ประเทศไทยมีการแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่สามารถสู้ต่างประเทศได้ แต่ปัญหาคือ ไม่มีกลุ่มธุรกิจค้าข้าว
แปรรูปโดยเฉพาะ ซึ่งหากผู้ประกอบการเป็นรายใหญ่ก็อาจจะสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ได้ คือมีตลาดเดิมอยู่แล้ว
แต่หากเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต้องพึ่งความช่วยเหลือจากรัฐบาลอยู่ในการช่วยสร้างตลาด
ให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่ๆ เช่น น้ำมันรำข้าว สารสกัดจากน้ำมันรำข้าว ข้าวไรซ์เบอร์รี่ และข้าวสาลีที่มี
สารต่อต้านอนุมูลอิสระ (มหัศจรรย์นวัตกรรมข้าวไทย, 2554)

จากข้อมูลข้างต้นเพื่อดำเนินการสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว ภาครัฐต้องกำหนดบทบาทในการช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการให้องค์ความรู้ทางเทคนิคการผลิต การแปรรูป การจัดจำหน่าย การสร้างทักษะทางการตลาด และสร้างโอกาสในการเข้าร่วมกลุ่มพันธมิตรระหว่างกัน เพื่อให้ภาพรวมของการดำเนินการในอุตสาหกรรมนี้เกิดการบูรณาการทั้งในระดับแนวนอน (ระหว่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวประเภทต่างๆ) และแนวตั้ง (เกษตรกร เทคโนโลยีการผลิตและผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว และผู้จัดจำหน่าย) ซึ่งแนวคิดการดำเนินการในแบบคลัสเตอร์จะเป็นทางออกที่ถูกต้องและหากสามารถดำเนินการได้อย่างประสบความสำเร็จ สถานการณ์ในอุตสาหกรรมข้าวไทยจะสามารถยืนหยัดและไม่เป็นปัญหาในระดับชาติอีกต่อไป

ในบทนี้เสนอผลการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมอาหาร โดยการนำเสนอจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ความสำคัญและความเป็นมาของนโยบายด้านคลัสเตอร์ในภาคอุตสาหกรรม (2) การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมอาหาร โดยจะกล่าวถึงสถานการณ์ด้านต่างๆ อาทิ สถานการณ์ด้านการตลาด มูลค่าการส่งออก การจ้างงานและความต้องการด้านบุคลากร และจำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และ (3) นโยบายที่เกี่ยวข้องด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมอาหาร

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของนโยบายด้านคลัสเตอร์ในภาคอุตสาหกรรม

ความหมายของกลุ่มเครือข่ายธุรกิจ (Business Cluster) หรือที่เรียกว่าเป็นเครือข่ายอุตสาหกรรม บางครั้งเรียก “เครือข่ายการแข่งขัน” มีที่มาจากแนวคิดในหนังสือชื่อ “The Competitive Advantage of Nation (1990) โดยศาสตราจารย์ไมเคิล อี พอร์เตอร์เป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดของศาสตราจารย์ พอล คุกแมน ผู้แต่งหนังสือชื่อ Geography and Trade (1991) ซึ่งได้พัฒนาแนวคิด ทั้งสองแหล่งความรู้นี้ได้กล่าวถึงการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอันเป็นแนวทางที่หลายรัฐบาลในหลายประเทศให้ความสนใจและประยุกต์แนวคิดดังกล่าวเพื่อพัฒนาระดับเศรษฐกิจภายในประเทศของตนเอง การรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาดใน 3 เรื่องสำคัญ ได้แก่ 1) การเพิ่มขึ้นของผลผลิตของผู้ประกอบการในเครือข่าย 2) การกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในเครือข่ายและในท้องถิ่น และ 3) การเกิดขึ้นของธุรกิจใหม่ในท้องถิ่น

ปัจจุบันแนวคิดการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันขององค์กรจากตำแหน่งที่ตั้งซึ่งมีต้นทุนแรงงานที่ถูกกว่าถือเป็นเรื่องที่ค่อนข้างล้าสมัย แต่การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันโดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่ต่อเนื่องสำหรับองค์กรจะเป็นเรื่องที่สำคัญมากกว่า จะเห็นได้ว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานมาจากสถาบันทางสังคม ซึ่งสมาชิกในสังคมเป็นกาวเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจจะสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันในด้านนวัตกรรมมากกว่า (Porter, 1990) แนวคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยว่าเครือข่ายในระดับท้องถิ่นและในชนบทสามารถพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อเครือข่ายดังกล่าวมีกลุ่มสมาชิกเครือข่ายที่มีปฏิสัมพันธ์เหนียวแน่นกว่าเครือข่ายอื่นๆ ดังนั้นคำจำกัดความที่เหมาะสมสำหรับคลัสเตอร์จึงเป็นลักษณะการพัฒนาระบบเครือข่ายของผู้ประกอบการ ในสายการผลิตเดียวกันตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และอาศัยความร่วมมือร่วมใจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่มโดยแท้จริง

ผลกระทบจากนโยบายคลัสเตอร์

ผลกระทบจากการดำเนินการพัฒนาคลัสเตอร์ คือ ความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายสมาชิกที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งในตัวผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการองค์กร ความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกันในพื้นที่ขององค์กรสมาชิกในคลัสเตอร์ถือว่าเป็นเหตุของผลลัพธ์นวัตกรรมที่เกิดขึ้น (Baptista & Swan, 1999) ความเข้มข้นและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นในเครือข่ายจะดึงดูดบุคลากรหรือองค์กรอื่นๆ ที่เข้มแข็งเข้ามาในเครือข่ายเพิ่มขึ้น และเนื่องจากเป็นการรวมกลุ่มกันอย่างไม่เป็นทางการ องค์ความรู้ภายในคลัสเตอร์หรือระหว่างกลุ่มบุคคลที่รักชอบพอใจกันก็จะทำให้องค์ความรู้ดังกล่าวไม่รั่วไหลออกภายนอกกลุ่ม จากตารางที่ 1-1 พบว่าอิทธิพลของคลัสเตอร์อาจแบ่งออกเป็นผลประโยชน์และข้อจำกัดด้านลูกค้า และด้านการผลิตและจัดจำหน่าย ในส่วนของลูกค้าประโยชน์ที่มีความชัดเจน คือ การที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ใกล้กัน เพราะโดยมากจะมาจากสมาชิกในเครือข่ายเดียวกัน เมื่อลูกค้ามีความต้องการสินค้าก็ไม่ต้องเสียต้นทุนในการเสาะหา หากเน้นโฟกัสที่จะมาซื้อของในคลัสเตอร์ ข้อมูลที่บริษัทในคลัสเตอร์ให้กับตลาดสำหรับสินค้าและบริการจะมีความคล้ายคลึงกันทำให้ลูกค้าได้ประโยชน์จากฐานข้อมูลและทำให้ตัวคลัสเตอร์เองมีความน่าเชื่อถือเพราะเป็นแหล่งผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าที่มีหลายบริษัทมาตั้งกิจการอยู่ เรียกได้ว่าในคลัสเตอร์เดียวกันลูกค้าแทบไม่ต้องเปรียบเทียบราคา หรือคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แต่อย่างใด เพราะทั้งระดับราคาและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จะไม่มีแตกต่างกันระหว่างร้านค้า

ตารางที่ 1-1 การเปรียบเทียบประโยชน์และข้อจำกัดของแนวคิดคลัสเตอร์

ด้านลูกค้า		ด้านการผลิตและจัดจำหน่าย
ประโยชน์	<ul style="list-style-type: none"> -ผู้ซื้ออยู่ใกล้ผู้ขาย -ลดต้นทุนการเสาะหา -ข้อมูลที่ได้รับจากการแข่งขันระหว่างผู้ขาย สินค้า -สินค้าน่าเชื่อถือ 	<ul style="list-style-type: none"> -การแบ่งปันองค์ความรู้ -ความเชี่ยวชาญพิเศษในการผลิต -ผลประโยชน์จากสาธารณูปโภคพื้นฐานร่วมกัน -ข้อมูลที่ได้รับจากการแข่งขันระหว่างผู้ขายวัตถุดิบ
ข้อจำกัด	<ul style="list-style-type: none"> -ตลาดผลผลิตอาจคับคั่งและมีการแข่งขันมาก ในผู้ซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> -ตลาดวัตถุดิบอาจคับคั่งและเกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิต

ที่มา: Adapted from Swann et al. (1998: 57)

ด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการในคลัสเตอร์จะพบว่าการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน โดยเฉพาะเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์กันในแนวตั้ง โดยจะมีการแบ่งปันองค์ความรู้ทางการตลาด เช่น ความต้องการของลูกค้าผู้บริโภคทำให้มีการพัฒนาปรับปรุงการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การรวมกลุ่มกันทำให้ผู้ผลิตเองทราบจุดอ่อนและจุดแข็งของตัวเอง บางครั้งจะพยายามหลีกเลี่ยงการดำเนินกิจกรรมที่มีความซ้ำซ้อน แต่จะเน้นดำเนินการในส่วนที่เป็นจุดแข็งของตัวเองเป็นหลัก เมื่อมารวมกลุ่มกันทำให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะ ซึ่งทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตเป็นอย่างมาก ในเรื่องดังกล่าวหากภาครัฐเข้ามาร่วมสนับสนุนเป็นการลงทุนสาธารณูปโภคเพียงครั้งเดียวก็จะสามารถให้ผลประโยชน์โดยรวมกับผู้ประกอบการทั้งกลุ่ม นอกจากนี้ อำนาจต่อรองของกลุ่มผู้ประกอบการในคลัสเตอร์เดียวกันย่อมสูงกว่าแยกกันต่อรองกับผู้ผลิตสินค้าที่เป็นวัตถุดิบภายนอกคลัสเตอร์ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของข้อจำกัดสำหรับอิทธิพลของคลัสเตอร์ ได้แก่

ความคับคั่งทั้งในตลาดของผู้ซื้อและผู้ผลิตในส่วนของสินค้าที่ตัวเองต้องการ เนื่องจากคลัสเตอร์จะเป็นจุดที่เรียกความสนใจของทั้งผู้ซื้อและผู้ผลิตหลากหลายจากต่างพื้นที่เข้ามาดำเนินธุรกิจด้วย

กล่าวในภาพรวมผลกระทบจากคลัสเตอร์ คือ การเกิดขึ้นของการรวมกลุ่มผู้ประกอบการในท้องถิ่นทั้งแนวนอนและแนวตั้ง เป็นเรื่องปกติที่จะเห็นเครือข่ายบริษัทที่เป็นคู่แข่งกันตั้งร้านค้าอยู่ใกล้เคียงกันแม้จะไม่มีอะไรที่เกี่ยวข้องกันนอกจากมีการขายสินค้าและบริการเดียวกัน อิทธิพลของคลัสเตอร์มีความคล้ายคลึงกับอิทธิพลจากเน็ตเวิร์ค (Network Effect) คือทั้งสองเป็นการรวมกลุ่มกันด้วยความพอใจระหว่างกันมากกว่าเป็นการรวมกลุ่มกันตามกลไกตลาด ดังนั้น อิทธิพลของคลัสเตอร์จึงเกิดขึ้นมากกว่าแค่บริษัทต่างๆ มารวมกลุ่มกันเพื่อเหตุผลทางธุรกิจเท่านั้น

อิทธิพลของคลัสเตอร์เองทำให้ภาครัฐบาลในหลายประเทศพยายามผลักดันให้เกิดคลัสเตอร์เพื่อส่งเสริมพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งว่าเป็นแหล่งการผลิตที่ดี ตัวอย่างที่ชัดเจน ได้แก่ เมืองบังกาลอร์ ประเทศอินเดีย ซึ่งใช้อิทธิพลของคลัสเตอร์เพื่อจูงใจให้บริษัทไฮเทคจำนวนหนึ่งเปิดร้านในเมืองนี้ เช่นเดียวกับลาสเวกัสที่ใช้อิทธิพลของคลัสเตอร์ในธุรกิจเสี่ยงโชคให้เกิดการรวมกลุ่มกันในท้องถิ่นนี้จนมีชื่อเสียงโด่งดังไปในระดับโลก อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของคลัสเตอร์ไม่ได้จะมีความยั่งยืนถาวรเสมอไป ในการรักษาอิทธิพลของคลัสเตอร์ในระยะยาวอยู่ที่การบริหารจัดการเครือข่ายระบบเปิด ในขณะที่อำนวยความสะดวกของความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเครือข่ายเดียวกันให้เข้มแข็ง อิทธิพลของคลัสเตอร์ยังขึ้นอยู่กับปัจจัย เช่น รายได้ที่คาดหวัง ความเข้มข้นของระดับอุปสงค์ระดับภาชี การแข่งขัน และเหตุผลทางการเมือง ตัวอย่างเช่น ความเจริญใน Silicon Valley ก่อให้เกิดความคับคั่งทั้งพื้นที่ในการทำธุรกิจและที่อยู่อาศัยจนทำให้หลายบริษัทจำเป็นต้องเคลื่อนย้ายตำแหน่งทำการออกไปอยู่ในเมืองอื่นๆ

เนื่องจากคลัสเตอร์เป็นแนวคิดความร่วมมือระหว่างหน่วยธุรกิจในห่วงโซ่มูลค่าสำหรับอุตสาหกรรมที่มีความใกล้ชิดกันทางด้านทำเลที่ตั้ง (Proximity) ภาครัฐบาลในหลายประเทศจึงอาจสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานแบบคลัสเตอร์ได้ โดยการออกกฎหมายพิเศษเพื่อกำหนดให้เกิดพื้นที่เฉพาะสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในระดับต่างๆ เข้ามาลงทุนเพื่อดำเนินธุรกิจร่วมกัน ซึ่งเรียกว่าเป็นการจัดตั้ง “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” (Special Economic Zone) โดยใน (ร่าง) พระราชบัญญัติกิจพิเศษ ได้ให้ความหมายของ “เขตเศรษฐกิจพิเศษ” ไว้ในมาตรา 4 ว่า

“เขตเศรษฐกิจพิเศษ” หมายความว่า เขตพื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะตามพระราชบัญญัตินี้ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวก รวมทั้งให้สิทธิพิเศษบางประการในการดำเนินกิจการต่างๆ เช่น การอุตสาหกรรม เกษตรกรรม พาณิชยกรรม การท่องเที่ยว การบริการ หรือการอื่นใด รวมทั้งเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาต้นแบบการบริหารจัดการที่ดี หรือเพื่อประกอบการเสรี”

โดยเขตเศรษฐกิจพิเศษมีสาระสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) เขตเศรษฐกิจพิเศษไม่มีการจำกัดประเภทของธุรกิจ โดยนอกจากการอุตสาหกรรมแล้วผู้ประกอบการภายในเขตเศรษฐกิจพิเศษยังสามารถประกอบธุรกิจการเกษตร การปศุสัตว์ การประมง การท่องเที่ยวการขนส่ง การเคหะและการก่อสร้าง การวิจัย และการผลิตที่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูง ตลอดจนการค้าและการบริการด้วย

- 2) ผู้อาศัยและผู้ประกอบธุรกิจในเขตเศรษฐกิจพิเศษจะต้องได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีอากร
- 3) องค์กรบริหารเขตเศรษฐกิจพิเศษจะต้องมีอำนาจอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ผู้ประกอบธุรกิจและผู้อาศัยในเขตเศรษฐกิจพิเศษทุกเรื่อง เพื่อให้การประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

จากข้างต้นเมื่อได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดคลัสเตอร์และเขตเศรษฐกิจพิเศษซึ่งเป็นบริบทที่ภาครัฐบาลได้ดำเนินการเพื่อสนับสนุนให้เกิดคลัสเตอร์ขึ้น กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกัน ในส่วนต่อจากนี้ไป จะเป็นการทบทวนนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในประเทศไทย และจะได้ลงเฉพาะในนโยบายสนับสนุนให้เกิดคลัสเตอร์และเขตเศรษฐกิจพิเศษด้านอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวต่อไป

1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมอาหาร

อุตสาหกรรมการเกษตรเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร เป็นแหล่งรองรับแรงงานส่วนใหญ่ของภาคอุตสาหกรรม และเสริมสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนเกษตรกรและชุมชนในชนบท และเนื่องจากเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการผลิตและการส่งออกสูง ซึ่งสามารถนำรายได้เข้าประเทศได้เป็นอย่างมากมาโดยตลอด

จากการประมวลสภาพปัญหาของอุตสาหกรรมในขณะนี้ พบว่า โครงสร้างสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรส่งออกของไทย ในช่วงที่ผ่านมาไม่เปลี่ยนแปลงจากในอดีต แต่อุตสาหกรรมการเกษตรกำลังประสบปัญหาด้านการผลิตสำคัญ ที่ควรได้รับการแก้ไข คือ การขาดแคลนวัตถุดิบทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ข้อจำกัดด้านความพร้อมของ SME รวมทั้งการขาดแคลนแรงงานระดับล่าง และปัญหาด้านการจัดการและส่วนสนับสนุน ประกอบกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและต่างประเทศที่กำลังประสบปัญหาภาวะโลกร้อน (Global Warming) ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้ปรับเปลี่ยนไปมากจนส่งผลกระทบต่อฐานวัตถุดิบทางการเกษตรและโครงสร้างการผลิตของภาคอุตสาหกรรมโดยตรง

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตอันใกล้นี้มีแนวโน้มการค้าชายแดนและการลงทุนเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการเกษตรโดยตรง โดยเฉพาะจังหวัดที่มีเขตเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จะมีการขยายตัวของอุตสาหกรรมการเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนเป็นอย่างมาก และจากพื้นที่ที่จำกัดของไทยทำให้ผลผลิตทางการเกษตร เช่น ข้าว ยางพารา อ้อย มันสำปะหลัง และปศุสัตว์ เป็นต้น และอุตสาหกรรม การเกษตร เช่น โรงงานน้ำตาล โรงสีข้าว โรงงานแปรรูปมันสำปะหลัง โรงงานกระดาษ อาจย้ายฐานการผลิตไปยัง ประเทศเพื่อนบ้าน เพื่ออาศัยความได้เปรียบเชิงทรัพยากรการผลิตและพื้นที่ทำการเกษตร การเปลี่ยนแปลง ดังกล่าวจะทำให้ความต้องการอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่องของอุตสาหกรรมเหล่านี้ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยที่ประเทศไทยจะต้องปรับเปลี่ยนบทบาทของตัวเองจาก “ผู้ผลิตต้นทุนต่ำ” เป็น “ผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยี” สู่อุตสาหกรรมเพื่อนบ้าน

อุตสาหกรรมอาหาร ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมศักยภาพของไทย จากการที่ไทยมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ มีพื้นฐานเป็นประเทศเกษตรกรรม มีผลผลิตทางการเกษตรปริมาณมาก ซึ่งนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหาร นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตทาง

การเกษตร ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งด้านความมั่นคงทางด้านอาหารของประเทศแล้ว ยังทำให้ไทยเป็นฐานการผลิตอาหารในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญในตลาดโลก ทั้งนี้การส่งเสริมจากภาครัฐ ด้วยการวางนโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก (Thai Kitchen to the World)” ที่มุ่งเน้นการเป็นผู้นำการผลิตอาหารในอาเซียนและขยายช่องทางการลงทุนไปตลาดโลกมากขึ้น จะเป็นแรงขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีการขยายตัวได้ในอนาคต

จากจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ความต้องการสินค้าอาหารเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลาดของธุรกิจเกษตรและอาหารจึงขยายตัวเพิ่มเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ธุรกิจเกษตรและอาหารในแต่ละประเทศ จึงได้รับความสนใจจากภาครัฐในการพัฒนารัฐกิจกลุ่มนี้ในประเทศของตน ให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะแข่งขันในเวทีโลกได้ ซึ่งการจะตอบสนองต่อความต้องการเหล่านี้ได้ จะต้องบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งจากภาครัฐ สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา ภาคการผลิต ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการ รวมถึงการสร้างความรู้และการสนับสนุนจากภาคประชาสังคมในพื้นที่ต่างๆ ปัจจัยพื้นฐานของประเทศไทย 3 ด้านที่ส่งผลต่อความสำคัญและโอกาสของธุรกิจเกษตรอาหาร ดังนี้

- 1) มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ จำนวนมากกว่าร้อยละ 80 ของวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร มาจากวัตถุดิบภายในประเทศและมีราคาถูก
- 2) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและทำงานหนัก มีจำนวนแรงงานภาคการเกษตรจำนวนมากกว่า 39.5 ล้านคน ซึ่งมีอัตราค่าจ้างขั้นต่ำต่อวันเพียง 300 บาท
- 3) คุณภาพสูงและความปลอดภัย มีมาตรฐานสากล GMP เป็นมาตรฐานบังคับครอบคลุมผลิตภัณฑ์อาหาร 54 ชนิด

จากปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว ก่อให้เกิดเป็นความเข้มแข็งของธุรกิจเกษตรและอาหารของไทยซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) เป็นเศรษฐกิจฐานเกษตรกรรมมีแหล่งทรัพยากรที่สมบูรณ์
- 2) ขนาดของประชากรที่เหมาะสม มีเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่ยืดหยุ่น
- 3) ภาคเอกชนที่มีศักยภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ได้มาตรฐาน
- 4) ทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะค่อนข้างดี
- 5) มีบทบาทสำคัญในอาเซียน
- 6) มีการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐอย่างต่อเนื่องและหลากหลาย

1.2.1 ภาพรวมธุรกิจเกษตรและอาหารของโลกและของประเทศไทย

GDP อุตสาหกรรมอาหาร ราคาประจำปี 2556 มีมูลค่า 776,948 ล้านบาท เปรียบเทียบสัดส่วน GDP อุตสาหกรรมอาหารเทียบกับ GDP รวมจะเป็นร้อยละ 6.0 หากเทียบสัดส่วนกับ GDP ของอุตสาหกรรมจะเป็นร้อยละ 21.7 โดยสถิติจำนวนสถานประกอบการ เงินลงทุนสะสม และการจ้างงาน ณ สิ้นปี 2557 มีดังต่อไปนี้

- จำนวนสถานประกอบการ 6,911 ราย คิดเป็น ขนาดเล็กร้อยละ 87.4 ขนาดกลางร้อยละ 7.8 และรายใหญ่ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

- เงินลงทุนสะสม 555,398 ล้านบาท คิดเป็น ขนาดใหญ่ร้อยละ 56.0 ขนาดกลางร้อยละ 24.0 และขนาดเล็กร้อยละ 20.0 ตามลำดับ
- การจ้างงาน 1,012,000 คน ซึ่งคิดเป็น ร้อยละ 20.0 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรม แบ่งเป็นการจ้างงานในสถานประกอบการขนาดใหญ่ร้อยละ 40.0 ขนาดกลางร้อยละ 35.0 และขนาดเล็กร้อยละ 25.0 โดยประมาณ
- สัดส่วนจำนวนสถานประกอบการอาหาร จำแนกสาขาอุตสาหกรรม ณ สิ้นปี 2557 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ 1) อาหารจากแป้งร้อยละ 19.4 2) เนื้อสัตว์ร้อยละ 17.5 3) ผักผลไม้แปรรูปร้อยละ 11.5 4) สัตว์น้ำร้อยละ 10.5 5) แป้งมันสำปะหลัง แป้งข้าวร้อยละ 8.2 6) เครื่องปรุงรสร้อยละ 7.3 7) น้ำดื่มหรือเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ร้อยละ 6.9 8) น้ำมันพืชร้อยละ 5.2 9) ไอศกรีมร้อยละ 3.1 10) ผลิตภัณฑ์นมร้อยละ 3.1 11) ชา กาแฟ โกโก้ เครื่องดื่มผงร้อยละ 3.0 12) น้ำตาลร้อยละ 2.1 13) เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 1.3 และ 14) ขนมหวานจากน้ำตาลร้อยละ 0.9
- ยอดการค้าปลีกของร้านค้าที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเป็นหลัก ในปี 2557 มีมูลค่า 1,136,000 ล้านบาท ส่วนด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม (เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนไทย) มีมูลค่า 20,892 บาท
- สัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนไทย ปี 2557 เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ 1) อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 33.9 2) ค่าเช่าบ้านหรือซ่อมแซม ร้อยละ 20.0 3) ยานพาหนะหรือการเดินทางร้อยละ 19.5 4) ส่วนบุคคลหรือเครื่องนุ่งห่มรองเท้า ร้อยละ 5.5 5) การสื่อสาร ร้อยละ 3.2 และ 6) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ร้อยละ 17.9 ซึ่งแนวโน้มค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ยของครัวเรือนไทย ปี 2549-2557 เพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอด ดังนี้ ปี 2549 มีมูลค่า 14,311 บาทต่อเดือน ปี 2550 มีมูลค่า 14,500 บาทต่อเดือน ปี 2551 มีมูลค่า 5,942 บาทต่อเดือน ปี 2552 มีมูลค่า 16,205 บาทต่อเดือน ปี 2553 มีมูลค่า 16,819 บาทต่อเดือน ปี 2554 มีมูลค่า 17,403 บาทต่อเดือน ปี 2555 มีมูลค่า 18,766 บาทต่อเดือน ปี 2556 มีมูลค่า 19,061 บาทต่อเดือน และปี 2557 มีมูลค่า 20,892 บาทต่อเดือน

1.2.2 การผลิตและการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

การผลิตและแปรรูปอาหารมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก โดยมูลค่าการผลิตอาหารของประเทศไทยมีส่วนสูงสุดในภาคการผลิต คิดเป็นร้อยละ 22.0 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในภาคการผลิตในปี 2557 ซึ่งสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) สำหรับประเภทโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่มีจำนวนมาก ได้แก่ การแปรรูปสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์ การผลิตน้ำมันพืช การผลิตเครื่องปรุงรส การแปรรูปเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลไม้และผัก ตามลำดับ

1.2.3 ภาพรวมตลาดอาหารของประเทศไทย

ด้านปริมาณการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2557 ปริมาณการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารรวม 28.5 ล้านล้านตัน โดยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 59.0 เป็นการผลิตเพื่อการจำหน่ายในประเทศ ร้อยละ 35.0 เพื่อการส่งออก และร้อยละ 6.0 เพื่อเป็นสินค้าคงคลัง โดยผลิตภัณฑ์ที่เน้นตลาดในประเทศ ได้แก่ เครื่องปรุงรส อาหารสัตว์สำเร็จรูป น้ำมันจากพืชสัตว์และไขมันสัตว์ เนื้อสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากนม ผลิตภัณฑ์ประเภทเส้น และขนมอบ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่เน้นตลาดต่างประเทศ ได้แก่ น้ำตาล แป้งมันสำปะหลัง สัตว์น้ำแปรรูป และผักผลไม้แปรรูป ทั้งนี้ ประเทศไทยมีการผลิตอาหารเชิงพาณิชย์ในปริมาณมาก โดยกระบวนการแปรรูปอาหารของไทยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าและเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยในระดับสากล (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

การค้าอาหารไทยปี 2557 มีมูลค่าการส่งออก 28,514 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มูลค่าการนำเข้า 9,667 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จึงทำให้เกิดดุลการค้า 18,847 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่หากพิจารณาอัตราการขยายตัวเฉลี่ย 5 ปีของมูลค่าการส่งออก จะเป็นร้อยละ 7.0 ส่วนมูลค่าการนำเข้าร้อยละ 12.4 ซึ่งจะเห็นได้ว่าการส่งออกขยายตัวต่ำกว่าการนำเข้า ในตลาดโลกปี 2557 สำหรับการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารที่สำคัญของประเทศไทยที่ติดอันดับโลกในปี 2557 สามารถแสดงได้ดังนี้

ส่งออกเป็นอันดับ 1 ของโลก ได้แก่ แป้งมันสำปะหลัง 1,268 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 58.8 สัปะรดกระป๋อง 505 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 46.6 และปลาทูน่ากระป๋อง 2,355 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 37.1

อันดับ 2 ข้าว 5,384 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 23.7 น้ำตาลทราย 2,763 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 9.4

อันดับ 4 ไข่ 2,279 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 7.5

อันดับ 5 กุ้ง 2,002 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 8.4 เครื่องปรุงรส 588 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 5.0

โดยตลาดส่งออกสินค้าอาหารของไทย ปี 2557 สามารถจัดอันดับมูลค่าการส่งออกได้ ดังนี้

อันดับหนึ่ง	ประเทศญี่ปุ่น	ร้อยละ 13.0
อันดับสอง	ทวีปแอฟริกา	ร้อยละ 12.9
อันดับสาม	กลุ่มอาเซียนอื่นๆ	ร้อยละ 11.8
อันดับสี่	กลุ่มอาเซียน CLMV	ร้อยละ 11.4
อันดับห้า	กลุ่มสหภาพยุโรป EU-28	ร้อยละ 11.2
อันดับหก	ประเทศสหรัฐอเมริกา	ร้อยละ 11.0
อันดับเจ็ด	ประเทศจีน	ร้อยละ 7.5
อันดับแปด	กลุ่มตะวันออกกลาง	ร้อยละ 4.1
อันดับเก้า	กลุ่มโอเชียเนีย	ร้อยละ 3.5
อันดับสิบ	กลุ่มละตินอเมริกา	ร้อยละ 1.2

อันดับสิบเอ็ด	ประเทศรัสเซีย	ร้อยละ 0.7
อันดับสิบสอง	ประเทศอินเดีย	ร้อยละ 0.5
อันดับสิบสาม	ประเทศอื่นๆ	ร้อยละ 11.2

ในปี 2558 ตลาดสินค้าอาหารของไทยจะสามารถสร้างเม็ดเงินรวม 2.57 ล้านล้านบาท โดยแบ่งเป็นตลาดในประเทศคิดเป็นมูลค่า 1.49 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 58.0 ของตลาดรวม และตลาดส่งออก คิดเป็นมูลค่า 1.08 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.0 ของตลาดรวม ตลาดอาหารในประเทศ ในปี 2557 คนไทยมีการใช้จ่ายในการบริโภคอาหารโดยเฉลี่ย 22,034 บาทต่อคนต่อปี หรือโดยรวมแล้วมีมูลค่าตลาดอาหารในประเทศคิดเป็น 1.43 ล้านล้านบาท โดยมีแรงขับเคลื่อนจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) ของผู้บริโภคได้ รวมถึงการทำการตลาดแบบเชิงรุกของผู้ประกอบการในตลาด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะยังคงส่งผลต่อเนื่องมาในปี 2558 ทำให้มูลค่าตลาดอาหารในประเทศในปี 2558 จะขยายตัวอยู่ในช่วงที่ร้อยละ 3.0-5.0 ต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่า 1.49 ล้านล้านบาท จากแนวโน้มการขยายตัวของความเป็นเมือง ราคาสินค้าอาหารบางชนิดที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายค่าอาหารเพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริการร้านอาหาร อย่างไรก็ตาม การใช้จ่ายในการบริโภคอาหารในปี 2558 ยังคงเผชิญปัจจัยกดดันจากหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค รายได้เกษตรกรที่ลดลงตามราคาสินค้าเกษตรที่อยู่ในระดับต่ำ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่ส่งผลต่อระดับผลผลิตทางการเกษตรและรายได้ของเกษตรกร

ตลาดส่งออกอาหาร โครงสร้างสินค้าอาหารส่งออกของไทยแบ่งออกเป็นสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบอาหารและอาหารแปรรูปขึ้นต้นคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 45.0 และสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร (สินค้าเกษตรแปรรูปขั้นสูง) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.0 โดยสินค้าอาหารส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ข้าว น้ำตาลทราย ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไก่แปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง อาหารสัตว์เลี้ยง ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูป ผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแห้ง ตามลำดับ โดยมีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ อาเซียน (ร้อยละ 22.0) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 13.0) จีน (ร้อยละ 12.0) แอฟริกา (ร้อยละ 12.0) สหภาพยุโรป (ร้อยละ 11.0) สหรัฐฯ (ร้อยละ 11.0) ตามลำดับ

สำหรับข้อมูลเรื่องการนำเข้าอาหารนั้น ประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้าเกษตรและอาหารเพียงปีละประมาณ 2 แสนล้านบาทเทียบกับมูลค่าอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมดที่ 2.6 ล้านล้านบาท และปริมาณการส่งออกที่ 1.1 ล้านล้านบาท (ตัวเลขประมาณการปี 2559) สัดส่วนการนำเข้าดังกล่าวถือว่าน้อยมาก โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัตถุดิบเครื่องปรุงส่วนผสม เพื่อนำมาใช้แปรรูปเป็นสินค้าอาหารทั้งเพื่อบริโภคภายในประเทศและส่งออกเป็นสินค้าต่อไป

1.3 ผลกระทบข้าวในอุตสาหกรรมอาหาร

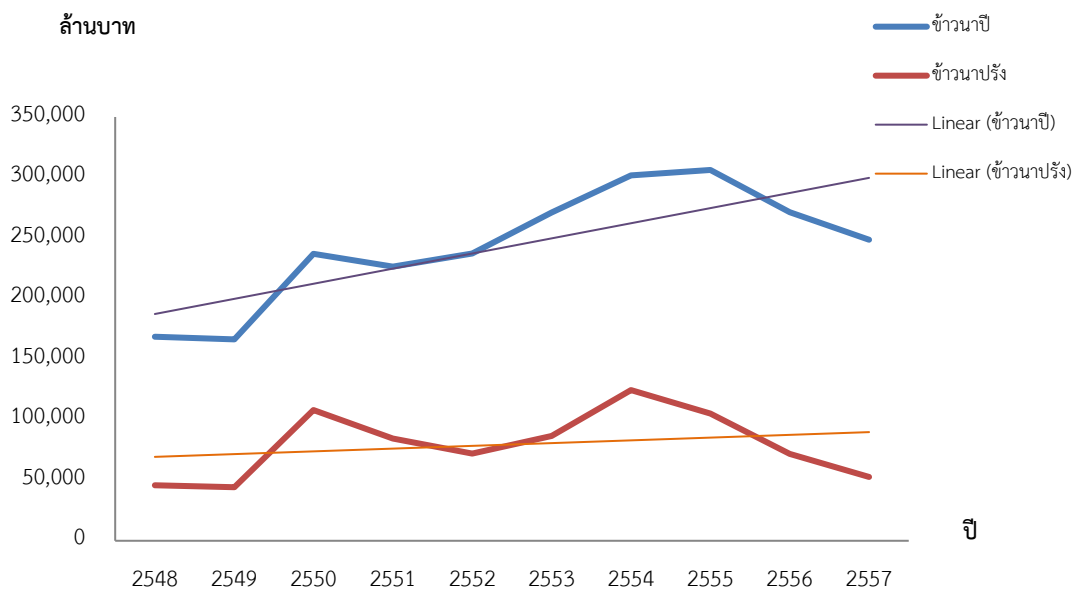
สืบเนื่องจากภาพรวมการวิเคราะห์ การผลิตและส่งออก รวมถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารข้างต้นพบว่าประเทศไทยยังคงต้องพึ่งพิงการส่งออกสินค้าเกษตรประเภทอาหารที่เป็นวัตถุดิบและสินค้าแปรรูปพื้นฐานไม่มีการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบดังกล่าวมากนัก ทำให้มูลค่าการส่งออกมีความผันผวนไปตามสภาพภูมิอากาศและปริมาณอุปทานการผลิตของกลุ่มประเทศผู้ผลิตต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น ในฤดูมรสุมที่มีความเสียหาย ประเทศไทย

และกลุ่มประเทศผู้ผลิตข้าวได้รับผลกระทบทำให้ไม่สามารถผลิตได้จำนวนเท่าเดิม ในปีดังกล่าวข้าวจะมีราคาสูง แต่ในฤดูกาลปกติมีผู้ผลิตข้าวและทำการส่งออกจำนวนมาก ราคาข้าวก็จะอยู่ในภาวะตกต่ำ เรื่องดังกล่าวเป็นความจริง แม้ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของประเทศไทย ทำให้สามารถมีการส่งออกสินค้าเกษตรพื้นฐานและอาหารหลักที่มีความหลากหลายในเวทีโลก แต่ปัญหาความผันผวนดังกล่าวก็ยังคงเกิดขึ้น และส่งผลกระทบเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมข้าว

ทั้งนี้ เราอาจจะสามารถแก้ไขได้ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรพื้นฐาน ทำให้แทนที่จะต้องพึ่งพากับปริมาณการส่งออกจำนวนมากๆ เพื่อให้ได้มูลค่าทางเศรษฐกิจและการส่งออกจำนวนหนึ่ง ผู้ประกอบการอาจจะเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรพื้นฐานด้วยเทคโนโลยี หรือการทำการตลาดให้เกิดความแตกต่างจากกลุ่มผู้ผลิตอื่นๆ แทน เมื่อมีฤดูมรสุมหรือภัยพิบัติทางการเกษตร แม้ระดับผลผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรพื้นฐานจะได้รับผลกระทบและมีปริมาณน้อยลง แต่ด้วยการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีมากพอก็จะทำให้มูลค่าเศรษฐกิจหรือมูลค่าส่งออกไม่ได้รับผลกระทบมากนัก เพื่อให้การต่อยอดผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหารประสบความสำเร็จ แนวคิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในทุกระดับ หรือแนวคิดคลัสเตอร์จึงเป็นเหมือนคำตอบที่งานวิจัยนี้จะพยายามนำเสนอทั้งในระดับอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในระดับประเทศ รวมถึงอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในระดับจังหวัด ซึ่งจะได้ทำการนำเสนอต่อไป

จากข้อมูลการส่งออกในปี 2557 ของกรมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ข้าวมีอันดับการส่งออกเป็นอันดับที่สองของโลก แต่หากพิจารณาในช่วงที่ผ่านมา ข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงให้แก่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาเฉพาะรายได้ที่เกิดขึ้นแก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวพบว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ข้าวนาปีสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรประมาณสองแสนกว่าล้านบาท ในขณะที่ข้าวนาปรังอยู่ที่ประมาณเกือบแสนล้านบาท และมูลค่าดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามที่แสดงในรูปที่ 1-1

รูปที่ 1-1 มูลค่าทางเศรษฐกิจข้าวนาปีและนาปรังในช่วงปี 2548-2558



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2558)

นอกจากนี้จากตารางข้างต้น การส่งออกข้าวยังสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 และ 2557 ไทยส่งออกข้าวปีละประมาณ 10 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 1.7 แสนล้านบาทต่อปี ในขณะที่การนำเข้าข้าวจากต่างประเทศมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จากในปี 2548 ที่ปริมาณนำเข้าสูงถึงกว่าแสนตัน ลดลงเหลือเพียงประมาณพันกว่าตันในปี 2558 ซึ่งอาจเนื่องมาจากการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวในประเทศไทยที่มีคุณภาพดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ข้าวไทยมีความหลากหลายมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น เป็นที่น่าสังเกตว่าแม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพในการเป็นส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลกก็ตาม แต่ผลิตภัณฑ์ข้าวที่ส่งออกเป็นเพียงวัตถุดิบที่ไม่มีการต่อยอดมูลค่าหรือมีก็น้อยมาก เช่น การสีและการนึ่งข้าว ซึ่งถือเป็นสินค้าเกษตรพื้นฐานที่ไม่มีการแปรรูปแต่อย่างใด ภาครัฐโดยหลากหลายกระทรวงจึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยเล็งเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ข้าวในฐานะวัตถุดิบที่มีความสำคัญ มีการผลักดันนโยบายในระดับชาติ ระดับจังหวัด ระดับกระทรวง กรม และหน่วยงานเศรษฐกิจสังกัดภาครัฐต่างๆ เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมอาหารโดยใช้ผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม สำหรับแนวทางการนำเอาแนวคิดคลัสเตอร์มาพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวจัดได้ว่ายังเป็นอะไรที่ใหม่และยังไม่มีรูปธรรมเกิดขึ้นอย่างชัดเจน จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจว่าหากมีการสนับสนุนเพิ่มเติมด้วยแนวทางดังกล่าวแล้ว ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจะสามารถขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวสามารถเติบโตและมีศักยภาพมากขึ้น และสามารถเป็นหนึ่งในแรงผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ต่อไปอย่างไร ดังนั้น ในส่วนต่อไปจะได้ทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวในฐานะที่เป็นวัตถุดิบสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพมากที่สุดในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมอาหาร

ตารางที่ 1-2 มูลค่าการผลิต และการส่งออกข้าวไทย ระหว่างปี 2552-2558

ปี	2550/51	2551/52	2552/53	2553/54	2554/55	2555/56	2556/57*	2557/58*	Δ(%)58/57
1. การผลิต									
- ผลผลิต (ล้านตันข้าวเปลือก.)	32.099	31.750	32.396	36.004	38.102	38.000	36.76	32.62	-11.26
1) นาปี	23.308	23.235	23.428	25.743	25.867	27.234	27.090	27.11	-0.07
2) นาปรัง	8.791	8.515	8.968	10.261	12.235	10.766	9.67	5.49	-43.23
รายการ	2552	2553	2554	2555	2556	2557	ม.ค. - ก.ย. 2557	2558	Δ(%)58/57
2. ส่งออก (ล้านตัน ขส.)	8.59	8.94	10.71	6.73	6.61	10.97	7.56	6.61	-12.57
- มูลค่า (ล้านบาท)	171,719	168,193	193,843	142,976	133,839	174,853	120,789	106,785	-11.59
(ล้าน US\$)	5,027	5,341	6,432	4,632	4,420	5,439	3,763	3,228	-14.22
- ชนิดข้าวส่งออก (ล้านตัน)									
1) ข้าวคุณภาพดี	4.11	4.51	6.22	4.22	4.32	5.34	3.74	3.79	1.34
2) ข้าวคุณภาพต่ำ	1.76	1.54	1.26	0.68	0.65	2.37	1.54	1.15	-25.32
3) ข้าวแข็ง	2.72	2.89	3.23	1.83	1.64	3.26	2.28	1.67	-26.75
- ราคาเฉลี่ย (บาท/ตัน)									
1) ราคาส่งออก (5/ตัน)	585	597	601	688	669	496	498	488	-2.01
2) ราคาส่งออก(บาท/ตัน)	19,984	18,814	18,099	21,245	20,248	15,957	15,997	16,155	1.11
3) ราคาข้าวเปลือกนาปี	9,763	9,250	9,155	10,574	9,869	8,202	-	-	-
4) ราคา ข้าวเปลือกนาปรัง	10,004	8,207	9,065	10,925	10,465	7,617	7,982	7,945	-0.46
5) ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิ	14,545	14,015	13,962	15,266	15,507	14,135	14,135	13,253	-11.09
6) ราคาข้าวเปลือกเหนียว	8,249	14,047	15,193	13,233	13,585	12,264	12,163	13,517	11.13
3.การนำเข้า (WTO) (ตัน)	147,093	4,901.2	1,427.2	26,976.9	16,580.5	1,354.0	1,098.33	1,285.15	17.01

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2558)

1.4 แนวโน้มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร

แนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจเกษตรของเอเชีย สามารถสรุปเป็น 10 เรื่องใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

1. กระแสโลกาภิวัตน์ เพราะไม่ว่าเราจะเดินทางไปไหน หรืออยู่ตรงไหน ก็สามารถรับประทานอาหารจากชาติอื่นๆ ได้ ด้วยโลกปัจจุบันนี้ไร้พรมแดน ทำให้ข่าวสารและธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว การเดินทางของผู้คนเป็นไปอย่างสะดวกสบาย การขนส่งมีทางเลือกที่หลากหลายและรวดเร็วมากขึ้น ระบบการติดต่อสื่อสารก็เชื่อมโยงตลาด ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นช่องทางจำหน่ายที่มีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภค การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางต่อปัจจัยด้านอุปสงค์ คือ มีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ทั่วโลกมากขึ้น ก่อให้เกิดโอกาสในการทำตลาดในภูมิภาคอื่นๆ ในต้นทุนที่ต่ำ และการค้นหาผลิตภัณฑ์มีความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ การเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อคนที่สูงขึ้น การเพิ่มมากขึ้นของชนชั้นกลาง ส่งผลให้มีความต้องการเรื่องคุณภาพที่สูงมากขึ้นเช่นกัน

นอกจากนี้ การเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อคนที่สูงขึ้น การเพิ่มมากขึ้นของชนชั้นกลาง ส่งผลให้มีความต้องการเรื่องคุณภาพที่สูงมากขึ้นเช่นกัน ในหลายประเทศ สินค้าพวกเนื้อสัตว์ และพวกอกเนกีสเติบโตขึ้น ทั้งความต้องการอาหารแปรรูปก็มากขึ้น ซึ่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก็สามารถสนองความต้องการด้วยการให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าที่มีความหลากหลายและราคาที่ถูกลง

3. ภาวะอากาศเปลี่ยนแปลง โดยร้อยละ 99 ของนักวิทยาศาสตร์เชื่อว่า ภาวะดังกล่าวจะเกิดขึ้นจริง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบต่อผลผลิตเกษตร เช่นมีการคาดการณ์ว่าภายในปี 2050 สำหรับนาชลประทาน คาดว่าผลผลิตจะลดลงจะอยู่ในช่วงร้อยละ 14 – 20 ข้าวสาลีประมาณร้อยละ 32 – 44 สำหรับข้าวโพดประมาณร้อยละ 2 – 5 และถั่วเหลืองร้อยละ 9 – 18

4. น้ำ และการใช้น้ำในหลากหลายวัตถุประสงค์ แหล่งน้ำสะอาดกำลังจะถึงจุดวิกฤต ไม่ใช่แค่สำหรับดื่มเท่านั้น แต่สำหรับการทำนาชลประทานด้วย มีการใช้แหล่งน้ำนั้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า ในหลายภูมิภาคของโลก ปัญหาการขาดแคลนน้ำได้สร้างความขัดแย้งของผู้คน น้ำยังมีความสำคัญอย่างมากในธุรกิจการเกษตร การจัดการน้ำและการวางแผนการใช้ประโยชน์ จึงเป็นประเด็นที่สำคัญที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณาในการดำเนินธุรกิจการเกษตร

5. รายได้ที่เพิ่มขึ้น จะมีความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ดังนั้น รายได้จึงส่งผลถึงสัดส่วนของประชากรความสามารถในการจับจ่าย ทั้งด้านการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการบริโภคในภาพรวมของตลาดมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สินค้าที่มีคุณภาพ หากผู้ประกอบการยังไม่พัฒนาสินค้าของตนเอง ก็อาจส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบปัญหา

6. การเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมผู้บริโภคแบบควบคุมอาหารเพื่อลดน้ำหนัก และคำนึงถึงความปลอดภัยของอาหาร นี่คือนแนวโน้มที่สำคัญของความต้องการของผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จากมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารได้ถูกกำหนดขึ้นทั่วโลก

7. การค้าระหว่างประเทศและระหว่างภูมิภาค ความร่วมมือกันของตลาดระหว่างประเทศและภูมิภาค จะขึ้นมามีบทบาทมากขึ้นในธุรกิจการเกษตรในเอเชียเพราะประสิทธิภาพในการผลิตที่สูงขึ้น และก่อให้เกิดการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

8. เกิดการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการขยายตัวของพัฒนาและเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขยายฐานการผลิตและการไหลเข้าของเงินทุนต่างประเทศในการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตของธุรกิจการเกษตรลดลง

เคยมีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการปรับปรุงการเข้าถึงถนนสำหรับชุมชนชาวประมงในฟิลิปปินส์ พบการปรับปรุงถนนที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในการลงทุน การผลิต การจ้างงาน และบริการขนส่ง แล้วพบว่า การบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงประมาณร้อยละ 35.0 ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาลดลงร้อยละ 44.0 และเวลาในการเดินทางลดลงร้อยละ 40.0 โครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้นจะเชื่อมโยงไปยังตลาดการค้าโลกซึ่งจะช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และทำให้เกิดการส่งเสริมการลดความยากจนในพื้นที่ชนบท นอกจากนี้โครงสร้างพื้นฐานที่ดีมีส่วนช่วยกระจายไปในการเจริญเติบโตที่สมดุลมากขึ้น จากภูมิภาคที่ล้าหลังให้สามารถตามพื้นที่ที่มีการพัฒนามากขึ้นได้ทัน

กิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งได้รับประโยชน์ทันทีจากการแทรกแซงโครงสร้างพื้นฐาน คือ การเกษตรแหล่งที่มาของรายได้ทั้งหมดในภาคเกษตรมีรายได้เพิ่มขึ้นมากที่สุด แต่อย่างไรก็ดี การจ้างงานนอกภาคเกษตรที่สร้างโดยโครงการนั้นมีข้อจำกัดเพราะในความเป็นจริงการขยายตัวของเชื้อเพลิงภาคเกษตรโดยโครงการดูเหมือนจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากค่าจ้างแรงงานนอกฟาร์มให้กับแรงงานในฟาร์ม ส่งผลให้รายได้ของนอกภาคเกษตรกรโดยรวมลดลงร้อยละ 23 เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องสังเกตว่า มีโอกาสหนึ่งในการจ้างงานสำหรับคนยากจนหรือการกำจัดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจากฟาร์มไปยังตลาดอาจจะถูกแทนที่ด้วยการใช้รถบรรทุกหรือวิธีการอื่นของการขนส่งด้วยเครื่องจักรในพื้นที่ที่ทางหลวงชนบทเสร็จสมบูรณ์

9. เทคโนโลยีเพื่อการเกษตร ซึ่งเกษตรกรในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่สามารถใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์มือถือ เอาชนะอุปสรรคที่เคยได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์มาสู่ความเท่าเทียมกัน เพราะการขยายตัวของซอฟต์แวร์ที่เปิดให้ใช้ ทำให้องค์กรชุมชนรากหญ้าสามารถแบ่งปันข้อมูล จากการขยายบริการและการบริการให้คำปรึกษาผ่านทางบริการโทรศัพท์มือถือสาธารณะและบริการโทรศัพท์มือถือของเอกชน นอกจากนี้ เกษตรกรสามารถเข้าถึงความรู้ร่วมกันผ่านข้อมูลในระบบ Crowd Sourcing จากโทรศัพท์มือถือ อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถใช้เอสเอ็มเอสส่งข้อมูลการเกษตรที่สำคัญในท้องถิ่น เช่น อุบัติการณ์ของศัตรูพืชหรือข้อมูลผลผลิต ซึ่งเป็นข้อมูลมาก่อนหน้านี้เป็นเรื่องยากที่จะได้รับโดยไม่ต้องมีการสำรวจในราคาแพงการโดยนักวิจัย

10. การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคม และประชากรของภูมิภาคเอเชีย ที่ส่งผลให้ในบางประเทศมีชนชั้นแรงงานลดลง ทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานและแรงงานที่มีทักษะในการดำเนินธุรกิจการเกษตร และสังคมในภูมิภาคเอเชียก็เปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมการบริโภคมีการปรับเปลี่ยนตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ

1.5 นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว

ภาครัฐในแต่ละยุคสมัยได้มุ่งวางนโยบายเพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวมานานแล้ว ตั้งแต่ตัวเกษตรกรผู้ผลิต เพื่อให้เกษตรกรมีความเข้มแข็งผ่านการรวมกลุ่ม (และกลายเป็นวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้น) และสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสีข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งหมด โดยได้มีการบรรจุประเด็นด้านข้าวไว้ในแผนทุกระดับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ วาระแห่งชาติ ยุทธศาสตร์ประเทศ คำแถลงนโยบายของผู้บริหารประเทศ แผนระดับ

กระทรวง ทบวง กรม ทั้งในราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น รวมทั้งโครงการต่างๆ หรือแม้แต่การสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อดำเนินโครงการร่วมกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูป เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมข้าวให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยนโยบาย/แผน/โครงการ รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องพอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เป็นแผนที่กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศ (Country Strategic Positioning) ดังนี้ “ประเทศไทยเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางการขนส่งและโลจิสติกส์ของภูมิภาคสู่ความเป็นชาติการค้าและบริการ (Trading and Service Nation) เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย แหล่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และมีนวัตกรรมสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” โดยมีหนึ่งในแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวในส่วนของต้นน้ำเรื่องการปรับโครงสร้างการผลิตภาคการเกษตร โดยการเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าเกษตรขั้นปฐมภูมิเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าสูงมีมาตรฐานสากล และอยู่ในระดับที่จำเป็นสำหรับการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและพลังงาน ซึ่งสามารถตีความแนวทางของแผนฯ ว่าจะเป็นการเน้นกระบวนการแปรรูปข้าวผลผลิตจากเกษตรกรเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้และทั้งนั้นก็หมายความว่าระดับการผลิตข้าวเพื่อการบริโภคภายในประเทศจะต้องมีเพียงพอและไม่ขาดแคลน นอกจากนี้ยังมีแนวทางการพัฒนาที่เน้นการจัดการระบบการผลิตให้สอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่และความต้องการของตลาดตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำทั้งด้านกายภาพและเศรษฐกิจด้วย

ยุทธศาสตร์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมและพัฒนาภาคเกษตรต่างๆ สาขา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทั้งนี้ ประเด็นยุทธศาสตร์ของกระทรวงฯ มีรายละเอียด ดังนี้

- ยุทธศาสตร์การพัฒนาคูณภาพชีวิตเกษตรกร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร สนับสนุนการดำเนินงานของสภาเกษตรกร ในการกำหนดนโยบายที่เชื่อมโยงกับแผนพัฒนาด้านการเกษตรสู่สภาเกษตรกรที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตการตลาด ให้สามารถนำไปจัดทำแผนปฏิบัติการในระดับชุมชน
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาศีดความสามารถในการผลิต การจัดการสินค้าเกษตร และความมั่นคงอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนการผลิตในสินค้าเกษตรแต่ละชนิด โดยการวิจัยและพัฒนาด้านพืชถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาคูณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านพืช เครื่องจักรกลการเกษตร และเทคโนโลยีที่เหมาะสมทางการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ สมดุล และยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแหล่งน้ำ เพิ่มปริมาณเก็บกักน้ำ และขยายพื้นที่ชลประทานให้ครอบคลุมพื้นที่ที่มีศักยภาพ

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว (นายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวได้ริเริ่มจากคำริของนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2558 ซึ่งพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้กล่าวปาฐกถาพิเศษในหัวข้อ ยุทธศาสตร์ด้านการตลาดข้าวและนโยบายการค้าข้าวของไทย โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของข้าวไทย ตลอดจนแสดงคำมั่นในการผลักดันและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ข้าวใน 7 ด้านหลัก ได้แก่ (1) แผนพัฒนาข้าวที่ยั่งยืนและมีเสถียรภาพ (2) สร้างความเป็นธรรมในระบบการค้าข้าว (3) ส่งเสริมและผลักดันการใช้มาตรฐานการผลิตและการค้าให้ได้มาตรฐานสากล (4) พัฒนาศักยภาพระบบการค้าข้าว (5) สร้างค่านิยมการบริโภคข้าว (6) สร้างนวัตกรรม และ (7) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการด้านโลจิสติกส์

ทั้งนี้ ในการที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ดังกล่าว รัฐบาลมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาคเกษตรกร โดยภาคเอกชนเป็นผู้ขับเคลื่อนการค้า ภายใต้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกจากภาครัฐ เพื่อรักษาระบบการค้าข้าวให้เป็นไปตามกลไกตลาด ส่งเสริมความร่วมมือและการซื้อขายข้าวระหว่างภาคเอกชนไทยกับผู้ค้ารายใหญ่จากประเทศผู้นำเข้า และผลักดันการบุกเบิกตลาดใหม่เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งข้าวในตลาดโลก ควบคู่กับการแสวงหาความร่วมมือกับกลุ่มประเทศผู้ผลิตข้าวโดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียน ใช้จุดเด่นของแต่ละประเทศให้เป็นประโยชน์ส่งเสริมเกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยในส่วนของประเทศไทย รัฐบาลมีนโยบายชัดเจนที่จะพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าข้าวและสินค้าเกษตรอื่นๆ ทั้งของไทยและจากประเทศเพื่อนบ้าน โดยประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและกระจายสินค้าเกษตรของอาเซียนไปสู่ตลาดโลก

แผนแม่บทโครงการพัฒนาการเกษตรแบบครบวงจรในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2557 – 2566)

แผนแม่บทโครงการพัฒนาการเกษตรแบบครบวงจรในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ระยะ 10 ปี เป็นแผนที่เกิดจากการริเริ่มของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาการเกษตรในระดับพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและศักยภาพของพื้นที่ในลักษณะบูรณาการ โดยใช้พื้นที่ที่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาแหล่งน้ำเป็นศูนย์กลางการบูรณาการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต การเพิ่มมูลค่า การตลาด และการบริหารจัดการ รวมทั้งพัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน เพื่อเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้า โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 3 รูปแบบและ 3 ระยะ โดยในระยะสั้นจะดำเนินการในพื้นที่ที่มีศักยภาพการผลิต และมีระบบน้ำเพื่อการเกษตรสมบูรณ์ ระยะปานกลางจะดำเนินการในพื้นที่ที่มีศักยภาพการผลิต และมีระบบน้ำเพื่อการเกษตรค่อนข้างสมบูรณ์ และในระยะยาวจะดำเนินการในพื้นที่ที่มีศักยภาพการผลิต

แผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 2 ปี (พ.ศ. 2559-2564)

แผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 2 ปี (พ.ศ. 2559 – 2564) เป็นแผนที่ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2551 – 2554) ที่เกิดขึ้นหลังจากรัฐบาลในปี 2548 ได้ผลักดันให้เกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติ และขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ดังนั้น แผนฯ ฉบับที่ 2 จึงได้รับการสานต่อโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยปัจจุบันอยู่ในระหว่างการจัดทำแผนปฏิบัติการโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยมีวิสัยทัศน์ที่มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิต การบริโภค การค้า

และการบริการเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มพื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี (หรือเพิ่มขึ้นจาก 213,000 ไร่ ในปี 2556 เป็นไม่น้อยกว่า 255,600 ไร่ ในปี 2559) โดยปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี (หรือเพิ่มขึ้นจาก 71,800 ตัน ในปี 2556 เป็นไม่น้อยกว่า 86,160 ตัน ในปี 2559) และมูลค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี (หรือเพิ่มขึ้นจาก 1,900 ล้านบาท ในปี 2556 เป็นไม่น้อยกว่า 2,280 ล้านบาท ในปี 2559) นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายในการยกระดับการพัฒนาให้มีระบบการตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทยให้เทียบเท่ากับมาตรฐานในระดับภูมิภาคหรือระดับสากล อย่างน้อย 1 มาตรฐาน ให้มีกลุ่มเกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้านหรือกลุ่มเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานรวม 760 กลุ่ม (จากเดิมที่เกษตรกรรวมกลุ่มกันผลิตแต่ยังไม่มีเข้าสู่ระบบรับรองมาตรฐาน)

นโยบายโครงการสร้างและพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่

การที่รัฐบาลในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้สนับสนุนการพัฒนาประเทศอย่างบูรณาการ ส่งผลให้ไม่เพียงแต่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เท่านั้นที่ดำเนินการขับเคลื่อนภาคเกษตร แต่ยังมีหน่วยงานอื่นๆ ที่มีการสนับสนุนการพัฒนาภาคเกษตรผ่านโครงการต่างๆ เช่น โครงการสร้างและพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นโครงการที่ริเริ่มโดยกระทรวงศึกษาธิการอันอยู่ภายใต้แผนการปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาความร่วมมือใน 4 เรื่อง ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพคนไทยยุคใหม่ การพัฒนาคุณภาพครูยุคใหม่ การพัฒนาคุณภาพสถานศึกษา และแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่ และการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2554-2559) ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีความรู้ทั้งด้านทฤษฎีและปฏิบัติเข้าสู่ภาคเกษตร ซึ่งคาดว่าจะช่วยบรรเทาปัญหาเกษตรกรขาดความรู้ทักษะในการประกอบอาชีพ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในภาคการเกษตร

นโยบายคลัสเตอร์ของประเทศไทย

จากข้างต้นจะพบว่านโยบายภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวมีหลายระดับตั้งแต่ระดับชาติ ระดับกระทรวง และระดับหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบโดยตรง แต่จะสังเกตได้ว่านโยบายดังกล่าวยังเป็นเพียงการส่งเสริมการปลูกข้าวและการส่งเสริมเกษตรกรผู้เพาะปลูกข้าว ซึ่งเป็นเพียงกิจกรรมต้นน้ำของผลิตภัณฑ์ข้าวเท่านั้น ดังนั้น หากจะกล่าวถึงนโยบายในหลายระดับดังกล่าวสนับสนุนให้เกิดผลกระทบแบบคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวซึ่งมีผู้ประกอบการในระดับกลางน้ำและปลายน้ำด้วยหรือไม่ นั่น ก็อาจจะต้องกล่าวว่าจะไม่มีโดยตรงชัดเจน ดังนั้น ในส่วนต่อไปนี้จะได้ทบทวนนโยบาย Food Innopolis ซึ่งเป็นนโยบายหนึ่งใน Super Cluster ที่ภาครัฐได้มีแนวทางในการสนับสนุนให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) และเป็นนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรงและเป็นอุดมคติในการสร้างคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารอย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติจำเป็นอย่างยิ่งที่ทีมนักวิจัยจะต้องเข้าไปสำรวจพื้นที่เป้าหมาย เพื่อทำความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันในท้องถิ่นว่าจะเป็นไปได้หรือไม่ที่นโยบาย Food Innopolis จะสามารถดำเนินการเพื่อพัฒนาคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมที่สนใจได้

นโยบายด้าน Food Innopolis ที่เกี่ยวข้องกับคลัสเตอร์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว

การพัฒนาเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงในบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่ผ่านมา ทำให้ผู้ปลูกข้าวจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นๆ ในภาคอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นโรงสี ธุรกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์ ธุรกิจค้าส่งค้าปลีก เป็นต้น จากวัตถุดิบหลากหลายประเภท ข้าวถือเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่มีความหลากหลายและเป็นพื้นฐานในการผลิตอาหารป้อนโรงงานอุตสาหกรรมหลายประเภท ในส่วนต่อไปจะได้นำเสนอแนวความคิดการดำเนินงานเขตเศรษฐกิจพิเศษซึ่งเป็นความพยายามในการสร้างคลัสเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ข้าวที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในอาหารแปรรูปหลากหลายประเภท แนวคิดที่จะทำการศึกษา ได้แก่ นโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือที่เรียกว่า “Food Innopolis” ซึ่งมีเป้าหมายดังต่อไปนี้

- 1) เพิ่มการลงทุนวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม โดยดึงดูดบริษัทหรือหน่วยงานวิจัยพัฒนาด้านอาหารชั้นนำของโลกมาลงทุนในกิจการด้านนวัตกรรมอาหารในประเทศไทย
- 2) สนับสนุนและเชื่อมโยงเอกชนไทยในทุกระดับตั้งแต่ StartUp, SME บริษัทขนาดใหญ่ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหารระดับโลก
- 3) สร้างสินค้าและบริการนวัตกรรมอาหารมูลค่าสูง (High Value-Added) เพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้ใหม่ของประเทศ
- 4) สร้างแหล่งงานและเพิ่มการจ้างงานบุคลากรวิจัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรความรู้ชั้นสูง
- 5) สร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovation Ecosystem)

โดยสาขาหลักของอาหารที่ Food Innopolis ต้องการจะพัฒนา ประกอบด้วย กลุ่มอาหารเพื่อประโยชน์เฉพาะทาง และโภชนภัณฑ์ (Functional Food & Nutraceutical) และผลิตภัณฑ์ไขมันและน้ำมันเพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารและวัตถุดิบเพื่อผลิตอาหารคุณภาพสูง (เช่น Premium Seafood & Aquaculture และ Fruit & Vegetable) และสารปรุงแต่งอาหารและสารสกัดทางโภชนาการ (Food Additives & Food Ingredients) และสุดท้ายกลุ่มกิจการสนับสนุนนวัตกรรมอาหาร (เช่น Packaging, Design, IT, Food Safety, Traceability, Testing and Certification ที่ปรึกษาเทคโนโลยี เป็นต้น)

สำหรับความคืบหน้าในโครงการนี้ คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2558 เห็นชอบตามที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนเสนอในการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ โดยมอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบการขับเคลื่อนนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ให้เป็นรูปธรรม และทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานงานการพัฒนาในแต่ละคลัสเตอร์ โดยเน้นคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพและมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และนำไปสู่การสร้างอุตสาหกรรมแห่งอนาคต เสริมสร้างศักยภาพด้านการลงทุนของประเทศไทย เพื่อดึงดูดการลงทุนที่มีคุณค่า ทั้งจากนักลงทุนรายเดิมและรายใหม่ และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ตลอดจนสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ SME

ในส่วนของสิทธิประโยชน์ที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้ให้แก่ผู้ประกอบการที่เข้าช่วยการเป็นคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรแปรรูป มีดังนี้

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 – 8 ปี และลดหย่อนร้อยละ 50 เพิ่มเติมอีก 5 ปี
- ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร
- พิจารณาให้ถิ่นที่อยู่ถาวร (Permanent Residence) สำหรับผู้เชี่ยวชาญชั้นนำระดับนานาชาติ
- อนุญาตให้ต่างชาติถือกรรมสิทธิ์ที่ดินเพื่อประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมได้

นอกจากนี้ กิจการที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยพัฒนา และกิจการรวมทั้งการวิจัยพัฒนาภาคเกษตรก็ได้รับสิทธิประโยชน์ด้านยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 – 8 ปี และลดหย่อนร้อยละ 50 เพิ่มเติมอีก 5 ปี เช่นเดียวกัน สิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นจะกระตุ้นให้ผู้ประกอบการผลิตอาหารประเภทผลิตภัณฑ์ข้าวสามารถที่จะเสาะแสวงหาพันธมิตรในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจของตัวเองประสบความสำเร็จได้ ในส่วนของต้นน้ำ แม้จะไม่ได้ให้ประโยชน์แก่เกษตรกรผู้ผลิตข้าวโดยตรง แต่ก็มีผลทางอ้อมในแง่ของการกระตุ้นให้เกิดการประกอบกิจการอุตสาหกรรม และส่งผลไปยังความต้องการปัจจัยการผลิตจากภาคเกษตรมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมที่ให้แก่กิจการด้านโลจิสติกส์โดยการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 – 8 ปี และลดหย่อนร้อยละ 50 เพิ่มเติมอีก 5 ปี เช่นเดียวกัน ซึ่งกิจการโลจิสติกส์ดังกล่าวย่อมมีส่วนสนับสนุนภาคเกษตรเช่นเดียวกัน

ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่า Food Innopolis เป็นหนึ่งในนโยบายที่มีศักยภาพในการพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย โดยใช้การดำเนินการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการอาหารในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมอาหารที่มีศักยภาพ และมีบริบทในกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกสู่เชิงพาณิชย์ที่แตกต่างจากคลัสเตอร์อาหารประเภทอื่นๆ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจถึงภาพรวมของสภาวะอุตสาหกรรมข้าวในระดับประเทศก่อน แล้วจึงทำความเข้าใจห่วงโซ่อุปทานของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าในกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว นั้น จะมีโอกาสและอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการในห่วงโซ่การผลิตอย่างไรบ้าง และเพื่อจะได้สามารถนำเสนอยุทธศาสตร์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวในระดับพื้นที่เป้าหมายอย่างเหมาะสมต่อไป

บทที่ 2

ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตข้าวของไทย

แม้ว่าห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ข้าวจะประกอบด้วยธุรกิจเชื่อมโยงหลากหลาย ตั้งแต่ธุรกิจจัดหาวัตถุดิบ ธุรกิจแปรรูป จนกระทั่งธุรกิจค้าปลีก แต่แรงงานไทยส่วนใหญ่ในห่วงโซ่อุปทานข้าวยังคงเป็นเกษตรกรจากสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2556 พบว่า คราวเรือนไม่ต่ำกว่าสามล้านครัวเรือนในประเทศที่มีที่นาเพื่อการเพาะปลูกข้าว ในขณะที่ครัวเรือนในประเทศไทยมีทั้งหมดประมาณเก้าล้านครัวเรือน สะท้อนให้เห็นว่าครัวเรือนไทยประมาณเกือบร้อยละ 20 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดยังคงยึดอาชีพการทำนา (ซึ่งหากเทียบกับจำนวนประชากรของประเทศ 65 ล้านคน พบว่า ประชากรประมาณกว่าสิบล้านคนยังเป็นชาวนา และมีรายได้จากการขายข้าว) ซึ่งจากการที่คนไทยจำนวนมากยังคงยึดอาชีพปลูกข้าวและอาศัยรายได้จากการขายข้าวเป็นหลักแหล่งรายได้เพื่อดำรงชีพ ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับข้าวในช่วงทศวรรษที่ผ่านมายังมีไม่มากนัก เช่น โรงสีขนาดใหญ่และขนาดกลางในจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดเชียงใหม่มีเพียง 2,683 และ 653 โรงในปี 2558 (ข้อมูลจากสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.) ในขณะที่งานวิจัยเชิงเทคนิคที่สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนานวัตกรรมสนับสนุนการผลิตข้าวได้จริงในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา ก็ยังมีจำนวนไม่มากนัก และหากพิจารณาถึงการพัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวในประเทศยิ่งต่ำลง โดยในช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันมีนวัตกรรมที่ได้รับการจดสิทธิบัตรไทยเพียงไม่กี่ชิ้นงานเท่านั้น ดังนั้น ทำให้เกิดความไม่สมดุลระหว่างภาคการเพาะปลูกข้าว กับภาคธุรกิจที่เข้ามาช่วยสนับสนุนการดำเนินการดังกล่าว ซึ่งอาจมีส่วนทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตข้าวของไทยยังไม่สูงมากเท่าที่ควร

อุตสาหกรรมข้าวของไทยนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีผู้ประกอบการหลากหลายประเภท จากข้อมูลของศูนย์วิจัยวิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร พบว่า การแปรรูปข้าวเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มจะเกี่ยวข้องกับโรงงานผลิตภัณฑ์ประเภทอบ ผลิตภัณฑ์ประเภทเส้น โรงงานแป้งสตาร์ช และผลิตภัณฑ์จากสตาร์ช โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กและเน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปอาจจำแนกได้ ดังนี้

(1) **แป้งข้าว (Rice flour)** เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากปัจจุบันการผลิตขนมปังเบเกอรี่ และขนมขบเคี้ยวต่างๆ ของไทย ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตโดยใช้แป้งข้าวสาลีที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศในมูลค่าค่อนข้างสูง การพัฒนาแป้งข้าวของไทยจึงมีความสำคัญนอกจากผลิตเพื่อการส่งออกแล้วนั้นยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนแป้งข้าวสาลีได้เป็นอย่างดี

(2) **ผลิตภัณฑ์เส้น** ผลิตภัณฑ์อาหารประเภทเส้นของไทยมีการผลิตเป็นอุตสาหกรรมมาเป็นเวลานาน โดยเริ่มจากอุตสาหกรรมครัวเรือนที่ทำการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ ต่อมาได้พัฒนาเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งเกิดจากการขยายกำลังการผลิตและการพัฒนานวัตกรรมการผลิตของผู้ประกอบการไทยอย่างต่อเนื่อง ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารเส้นจะมีทั้งเส้นสด เส้นแห้ง และเส้นกึ่งสำเร็จรูป โดยเส้นสดส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศ ส่วนเส้นแห้ง และเส้นกึ่งสำเร็จรูปนอกจากผลิตเพื่อบริโภคในประเทศ ยังเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่มีความสำคัญและมีการเติบโตมาโดยตลอด

(3) **สตาร์ชข้าว (Starch)** เป็นแป้งที่ผ่านการแยกส่วนของโปรตีนออกจนมีความบริสุทธิ์ของแป้งสูงมาก จากแป้งบริสุทธิ์สามารถนำมาผลิตเป็นแป้งดัดแปร (Modified Starch) ที่มีคุณสมบัติการไหลที่ดี ปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในกลุ่มผู้ผลิตแป้งข้าว เนื่องจากเป็นสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงโดยมุ่งเน้นกลุ่มตลาดเพื่อการส่งออก

(4) **อาหารประเภทพองกรอบ (Expanded Products)** ที่สำคัญได้แก่ ขนมปังกรอบประเภทอาราเร่ (Arare) วัตถุประสงค์การผลิตจะมาจากข้าวเหนียว ในขณะที่ขนมเซมเบ้ (Sembei) ผลิตมาจากข้าวเจ้าที่มีอมิโลสต่ำ การผลิตส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ส่วนการผลิตเพื่อบริโภคในประเทศมีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ขนมพองกรอบจากกระบวนการอัดขึ้นรูป และทำให้พอง และขนมพองกรอบจากการอบหรือทอด เช่น ข้าวตอก ข้าวตัง ขนมนางเล็ด เป็นต้น

(5) **ข้าวกึ่งสำเร็จรูป (Quick Cooking Rice or Instant Rice)** ผลิตภัณฑ์ข้าวกึ่งสำเร็จรูปมีหลายรูปแบบ เช่น Cup Rice, Sanding Rice และ Simmering Rice, Boil in Bag ในปัจจุบันกำลังกลายเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยพบว่ามี การขยายตัวทั้งในตลาดในประเทศและตลาดส่งออก

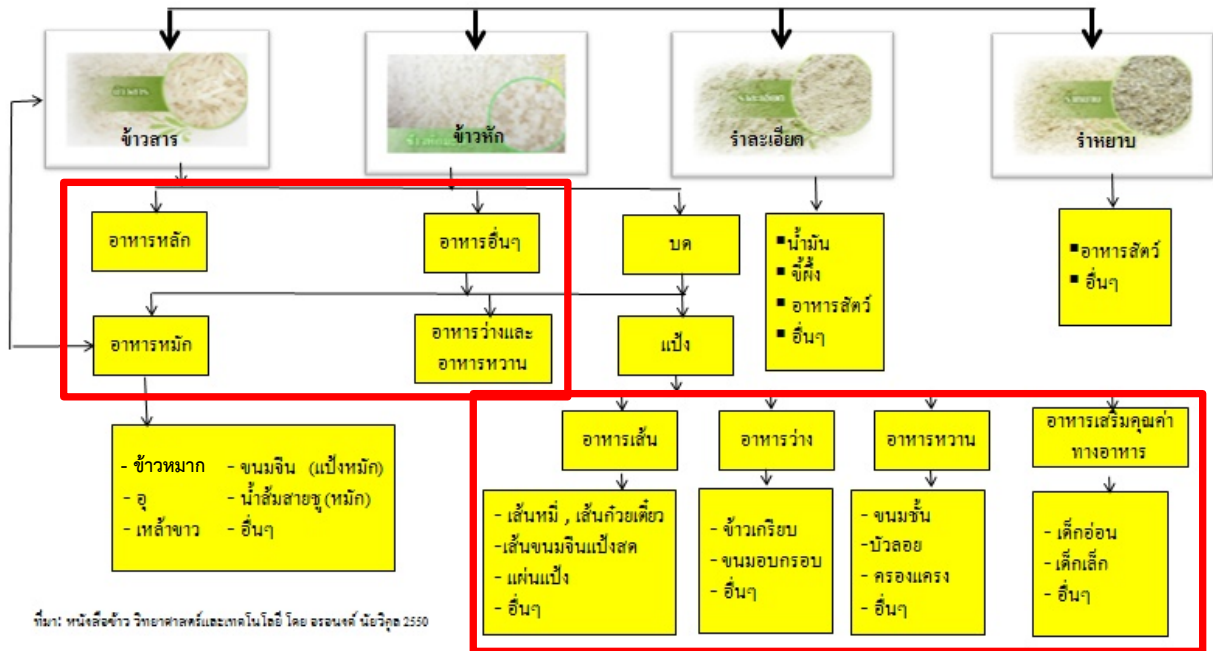
(6) **ข้าวบรรจุในบรรจุภัณฑ์ต่างๆ** ได้แก่ ข้าวกระป๋อง (Canned Rice) เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่สามารถเก็บรักษาได้นานเช่นเดียวกับอาหารกระป๋องโดยทั่วไป ปัจจุบันการผลิตเพื่อการส่งออกยังมีไม่มาก เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูง และยังไม่เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศมากนัก จะมีบางประเทศที่มีศักยภาพในการส่งออกประเภทข้าวบรรจุภาชนะเฉพาะซึ่งจะนิยมในญี่ปุ่น สำหรับตลาดในประเทศยังไม่เป็นที่นิยม

(7) **ข้าวเสริมโภชนาการหรือข้าวอนามัย (Enriched Rice)** เป็นข้าวที่มีการเสริมวิตามินหรือแร่ธาตุลงไป ข้าว เช่น การผสมข้าวเสริมโภชนาการกับข้าวขาว (Premix Kernel) การผสมกับผงของสารอาหาร การเติมสารอาหารในธัญพืชพร้อมบริโภค การสเปรย์ เป็นต้น นับได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าสูง ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวโดยเฉพาะผู้ผลิตรายใหญ่ต่างก็เข้ามาทำตลาดมากขึ้น

(8) **ข้าวกล้องงอกกบา (Gaba Rice)** ข้าวกล้องงอกกบา เป็นการนำข้าวกล้องมาผ่านกระบวนการงอก ทำให้ช่วยเพิ่มปริมาณสารกาบาในข้าวกล้อง สารกาบาจะช่วยบำรุงเซลล์ประสาท ดังนั้น ในต่างประเทศได้นำสารกาบามาใช้ในการแพทย์ เพื่อการรักษาโรคเกี่ยวกับระบบประสาทต่างๆ ในปัจจุบันผู้ประกอบการไทยกำลังให้ความสำคัญเพื่อนำไปสู่การแปรรูปทั้งในอุตสาหกรรมข้าวแปรรูป และในอุตสาหกรรมอาหารสำเร็จรูปในกลุ่มอื่นๆ เพื่อนำไปสู่การส่งออกต่อไป

(9) **ผลิตภัณฑ์อื่นๆ** เช่น โจ๊กกึ่งสำเร็จรูป อาหารเด็กอ่อน (Baby Food) ผลิตภัณฑ์หมักดอง เช่น การผลิตลูกแป้ง ที่ใช้ในการผลิตเครื่องดื่มต่างๆ ข้าวแดง (Anka) เป็นสีผสมอาหาร เช่น ใช้ในเหล้าแดง ผสมในผักดอง ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลิตภัณฑ์จากรำข้าว และน้ำมันรำข้าว เป็นต้น

รูปที่ 2-1 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวตามกระบวนการสีข้าว



ที่มา: หนังสือข้าว วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดย อรอนงค์ นัยวิกุล, 2550

จากประเภทของผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีความหลากหลายข้างต้น เมื่อพิจารณาห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตข้าวของไทยตั้งแต่ระดับต้นน้ำหรือวัตถุดิบซึ่งหมายถึง ข้าวเปลือกที่ได้จากเกษตรกร ไปยังระดับปลายน้ำประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องจนวนมากไม่ว่าจะเป็นการบริการเทคโนโลยีทางการเกษตร การบริการด้านการเก็บรักษาข้าว ธุรกิจแปรรูป ธุรกิจด้านบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการตลาด ธุรกิจค้าส่ง/ค้าปลีก โดยอาศัยกระบวนการสีข้าวเป็นการแบ่งผลผลิตต่างๆ ที่ได้จากข้าวเปลือก เริ่มต้นข้าวเปลือกที่ได้จากไซโลเก็บข้าวเปลือกภายหลังการกะเทาะเปลือกจะได้ ข้าวกล้อง (ร้อยละ 70) และแกลบ (เปลือกข้าวประมาณร้อยละ 20-30) ซึ่งแกลบเองเมื่อนำไปเผาจะได้ซีเ็ดแกลบสามารถส่งออกได้ ส่วนข้าวกล้องเมื่อมีการขัดขาวจะได้เป็นข้าวสารที่ใช้ในการบริโภคทั่วไป ส่วนรำดิบเป็นส่วนของกาก (ร้อยละ 8-10) ที่ได้จากการขัดขาวจะสามารถนำมาผ่านกระบวนการสกัดน้ำมันดิบ เป็นน้ำมันรำดิบ และกากรำดิบสกัดเพื่อออกขายได้ ส่วนข้าวสาร (ร้อยละ 66-72) ที่ได้จากการขัดขาวจะแบ่งออกเป็นต้นข้าว (เมล็ดข้าวที่มี 7/8 ของเมล็ดเต็ม) และปลายข้าว (เมล็ดข้าวที่มีน้อยกว่า 6/8 ของเมล็ดเต็ม) ถูกบรรจุลงถุงเพื่อจำหน่ายต่อไป (อรอนงค์ 2534: หนังสือข้าว วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี) จากกระบวนการสีข้าวข้างต้นจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการสีข้าวได้แก่ แกลบ ข้าวสาร ข้าวหัก รำข้าวต่างๆ

ผลิตภัณฑ์ข้าวที่มาจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการสีข้าวก็ยังมีอีกเป็นจำนวนมาก จากรูปข้างต้นพบว่า มีผลิตภัณฑ์ข้าวซึ่งสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าได้อย่างหลากหลาย เริ่มต้นที่ข้าวสารซึ่งเป็นอาหารหลักที่เกิดจากต้นข้าวที่มีความสมบูรณ์ที่สุด ปลายข้าวหรือข้าวหักสามารถนำมาเป็นอาหารหลักได้เช่นกัน แต่ในอีกทางหนึ่งก็สามารถทำเป็นอาหารอื่นๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น นำมาหมักเป็นอาหารหมัก ผลิตภัณฑ์ข้าวในส่วนนี้ ได้แก่ ข้าวหมาก อุ เหล้าขาว ขนมจีน น้ำส้มสายชูหมัก และอื่นๆ นอกจากนี้ยังสามารถทำอาหารว่างและอาหารหวานต่างๆ ได้ จาก

การที่เอาข้าวหักมาบดให้เป็นแป้ง สามารถนำแป้งข้าวเจ้ามาทำเป็นอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าทางอาหารต่างๆ ได้ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิดตามรูปที่นำเสนอ ในส่วนของรำข้าว แป้งเป็นรำละเอียดกับรำหยาบ รำละเอียดจะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจมากกว่ารำหยาบ โดยจะสามารถนำมาทำเป็น น้ำมัน ซีอิ๊ว และอาหารสัตว์ได้ ส่วนรำหยาบส่วนใหญ่จะถูกนำมาทำเป็นอาหารสัตว์และอื่นๆ

จากแนวคิดห่วงโซ่ข้างต้นทำให้สามารถแบ่งอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวได้เป็นสองส่วนที่มาจากข้าวสาร และข้าวหักที่เป็นอาหารหลักและอาหารอื่นๆ ในส่วนแรกนี้จะเห็นว่าหากทำการแบ่งธุรกิจในระดับต้นน้ำ ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ผลิตข้าวเปลือก ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวต่างๆ ในส่วนของผู้ประกอบการกลางน้ำจะประกอบไปด้วย คลังหรือโกดังข้าว โรงสีข้าวต่างๆ รวมไปถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว คลังสินค้า ในส่วนของธุรกิจระดับปลายน้ำ ประกอบด้วย ธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายสินค้า เช่น ผู้ค้าส่งและค้าปลีก ก่อนที่สินค้าจะถูกกระจายไปยังผู้บริโภคในที่สุด ที่ผ่านมา ภาครัฐได้พยายามเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนให้เกษตรกรสร้างเครือข่ายกับธุรกิจอื่นๆ รวมทั้งสนับสนุนให้ชุมชนสามารถพัฒนาธุรกิจเครือข่ายขึ้นมาภายใน เพื่อรองรับผลผลิตของเกษตรกรด้วยกัน ซึ่งจะเห็นได้จากการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชน (รวมทั้งสหกรณ์) ของผู้ผลิตข้าว ที่ภายในวิสาหกิจประกอบด้วยการปลูกข้าว การเพาะเมล็ดพันธุ์ การทำปุ๋ยอินทรีย์ การสร้างโรงสี การพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าว การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาตราสินค้า รวมไปถึงการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภค แต่การดำเนินการดังกล่าวก็อาจยังไม่ประสบความสำเร็จมากเท่าที่ควร เนื่องจากเกษตรกรในชนบทส่วนใหญ่ยังคงขาดแคลนทรัพยากรที่สำคัญ เช่น เงินทุน เทคโนโลยี องค์กรความรู้ต่างๆ รวมทั้งแรงงานที่มีศักยภาพในด้านการผลิตและการตลาด

สำหรับในส่วนที่ 2 จะเน้นอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวที่เป็น อาหารว่าง อาหารเส้น อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่า กลุ่มนี้จะมีผู้ประกอบการต้นน้ำเป็นชุดเดียวกับส่วนแรก คือเกษตรกรผู้ผลิตข้าวเปลือก แต่จะมีคลังหรือโกดังข้าว โรงสีข้าวต่างๆ รวมอยู่ด้วย (ซึ่งกลุ่มหลังนี้จะเป็นผู้ประกอบการกลางน้ำของอุตสาหกรรมข้าว ในส่วนแรก) สำหรับผู้ประกอบการกลางน้ำและปลายน้ำในกลุ่มนี้ พบว่ามีผลิตภัณฑ์ข้าวที่มีความหลากหลายคือ อาหารว่างและอาหารหวานต่างๆ ส่วนในเรื่องการแปรรูปข้าวจากการบดทำให้ได้แป้งข้าวเจ้า ซึ่งจัดเป็นวัตถุดิบที่มาของผลิตภัณฑ์ประเภทเส้น ขนมขบเคี้ยว และอาหารเสริมคุณค่าประเภทต่างๆ อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ข้าวที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวจนประสบความสำเร็จ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่สร้างนวัตกรรมให้กับข้าวเปลือก โดยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ข้าวที่แตกต่างและเพิ่มมูลค่าจากผลิตภัณฑ์ข้าวให้แตกต่างไปจากในตลาดทั่วไป ดังปรากฏในหนังสือมหัศจรรย์นวัตกรรมข้าวไทย (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2554) ซึ่งได้ยกตัวอย่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวที่ประสบความสำเร็จ ดังนี้

- 1) “มาบุญครองพลัส” ข้าวกล้องงอกและน้ำมันรำข้าวชนิดแคปซูล
- 2) “คิง” น้ำมันรำข้าวและเนยขาว
- 3) “Healtii” น้ำสลัดไร้ไขมัน นวัตกรรมเพื่อสุขภาพจากแป้งข้าว
- 4) “4Care” กะทิธัญพืชเพื่อสุขภาพ
- 5) “นมข้าวอะมิโน” ทางแก้เด็กแพ้นม
- 6) “Oryze” แป้งพัฟจากข้าวเจ้า
- 7) “สิงห์ดาว” ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูปและเค้กโมโคโนเวฟ

8) “Fiber Now” เส้นก๋วยเตี๋ยวเพื่อสุขภาพ สด สะอาด ไร้กลิ่นหืน

9) “Baby Yummy” จากข้าว...สู่อาหารสำเร็จรูปสำหรับเด็กเล็ก

10) “Health Buddy” นวัตกรรมเพื่อสุขภาพ

จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการทั้งสิบราย ที่ได้กล่าวไว้ในหนังสือเล่มนี้พบว่าผลิตภัณฑ์ข้าวที่ประสบความสำเร็จจนเป็นกรณีศึกษาให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ มีองค์ประกอบที่มีความคล้ายกัน นอกเหนือจากแรงบันดาลใจอันแรงกล้าของตัววิศวกรเองที่ต้องการสร้างนวัตกรรมอันเป็นที่ยอมรับในตลาดแล้ว การมีพันธมิตรภาครัฐที่คอยสนับสนุนและชี้แนะถึงกระบวนการในการผลิตและการตลาด เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ผู้ประกอบการเองจะต้องมีพันธมิตรปลายน้ำที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการเข้าถึงผู้บริโภค อย่างเช่น Healthii มี Giffarine เป็นพันธมิตรในการขาย นอกจากนี้จำเป็นจะต้องมีแหล่งเงินทุนที่พร้อมที่จะเสี่ยงมาร่วมลงทุนด้วยเช่นเดียวกัน

จากแนวคิดห่วงโซ่อุปทานในผลิตภัณฑ์ข้าวนี้เองที่เป็นที่มาของขอบเขตในการวิเคราะห์และจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาคัลสเตอร์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว ซึ่งอาจจะประกอบไปด้วยกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปที่จัดเป็นอาหารว่าง อาหารเส้น อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าต่อไป

บทที่ 3

การวิเคราะห์ภาพรวมด้านสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหารและ ข้อค้นพบจากการเก็บข้อมูล

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม ซึ่งข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์ในบทนี้จะมีทั้งข้อมูลที่มาจากเอกสาร รายงานวิชาการ และแฟ้มประวัติต่างๆ ที่ได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สัมภาษณ์ และการจัดประชุมสัมมนา ระดมความคิดเห็นกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคมผู้ประกอบการ และตัวแทนจากสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจะแบ่งรูปแบบการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม และ (2) ข้อค้นพบจากการสำรวจ สัมภาษณ์ และการจัดสัมมนา ระดมความคิดเห็น

3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหาร

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกนี้ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ของอุตสาหกรรมซึ่งจะช่วยกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน นอกจากนี้ยังวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก (ดังตารางที่ 4-1) ตลอดจนผลกระทบที่มีศักยภาพจากปัจจัยเหล่านี้ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม และเพื่อที่จะนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์ของการพัฒนาในแต่ละอุตสาหกรรมต่อไปการวิเคราะห์ SWOT มีองค์ประกอบดังนี้

ตารางที่ 4-1 แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Analysis of Internal Environment)	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (Analysis of External Environment)
1) ประเมินจุดแข็ง (Strengths) 2) จุดอ่อน (Weaknesses)	1) ประเมินโอกาส (Opportunities) 2) ประเมิน อุปสรรคหรือข้อจำกัดอันเกิดจากภาวะ คุกคาม (Threats)

- Strengths หรือจุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในของผู้ประกอบการที่เป็นบวก ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่ผู้ประกอบการทำได้ดี
- Weaknesses หรือจุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในของผู้ประกอบการที่เป็นลบและด้อยความสามารถซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่ผู้ประกอบการทำไม่ได้

- Opportunities หรือโอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานของผู้ประกอบการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร
- Threats หรืออุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานของผู้ประกอบการไม่บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อผู้ประกอบการ

เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและเป็นหนึ่งในบริบทที่ภาครัฐให้ความสำคัญเป็นพิเศษ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นผู้มีส่วนในอุตสาหกรรมนี้ได้อย่างไรท่ามกลางนโยบายภาครัฐในทุกระดับที่ให้การสนับสนุน รวมทั้งโครงการ Food Innopolis ดังนั้น จากการวิเคราะห์ความสำคัญ ตัวเลขการผลิตและการส่งออกอาหารของไทย รวมถึงแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารในทุกระดับ ทำให้ในส่วนต่อไปนี้จะเป็นการสรุปสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมอาหารโดยพิจารณาให้ผู้ประกอบการและภาครัฐที่ส่งบทบาทโดยตรงกับอุตสาหกรรมอาหารของไทยเป็นสิ่งแวดล้อมภายในและผู้ประกอบการคู่ค้าและอื่นๆ ที่อยู่นอกประเทศเป็นปัจจัยภายนอก ทั้งนี้เพื่อจะได้นำมาใช้เป็นข้อมูลในการนำเสนอยุทธศาสตร์และแผนการปฏิบัติการส่งเสริม SMEs กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs – Food Innopolis ต่อไป)

จุดแข็ง

- 1) ชื่อเสียงผู้ประกอบการของไทยในฐานะผู้ผลิตอาหารส่งออกหลักของโลก
- 2) ความชำนาญในการเพาะปลูกของผู้ผลิตทางการเกษตรของไทย เนื่องจากมีพื้นฐานมาจากประเทศเกษตรกรรม และมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ซึ่งไม่อาจหาได้ในบางประเทศ บางพื้นที่ ทำให้ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมต้นน้ำที่มีความสามารถในการผลิตครบครัน ทั้งเกษตรกรรม ปศุสัตว์ และประมง
- 3) ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยมีเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ได้รับมาตรฐานการผลิตที่ยอมรับในระดับสากล อาทิ GMP HACCP ฯลฯ
- 4) ค่าจ้างแรงงานงานขั้นต่ำ 300 บาทต่อวันจัดอยู่ในระดับที่สูง จึงเป็นแรงจูงใจที่ดีในการทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม
- 5) ทรัพยากรมนุษย์ของประเทศมีทักษะ และความรู้ค่อนข้างดี
- 6) ผู้ประกอบการที่อยู่ทางปลายน้ำ อย่างเช่น ศูนย์การจัดจำหน่าย ค้าปลีก/ค้าส่ง ตลอดจนธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านอาหาร/ภัตตาคาร โรงแรม มีศักยภาพเข้มแข็ง และมีความต้องการสินค้ามากเป็นพิเศษในจังหวัดท่องเที่ยวจากผู้บริโภคร โดยเฉพานักท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง
- 7) ระบบโลจิสติกส์ และเส้นทางการคมนาคมทั้งภายในประเทศ และช่องทางการส่งออกต่างประเทศมีความสะดวก และหลากหลาย

จุดอ่อน

- 1) ปริมาณผลผลิตของต้นน้ำยังไม่เพียงพอในบางปี และบางปีก็ขาดคุณภาพ
- 2) ต้นทุนในการทำการเกษตรที่เป็นต้นน้ำ เป็นการลงทุนที่สูงมาก เพราะต้องซื้อปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง สารเร่งผลผลิต ฯลฯ แต่ผลที่ได้กลับไม่คุ้มค่า เนื่องจากขาดคำแนะนำในการผลิต หรือการเพาะปลูกอย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) ขาดแคลนแรงงานระดับล่าง หรือภาคเกษตรกรรม กสิกรรม เนื่องจากมีการโยกย้ายแรงงานไปในภาคอุตสาหกรรม
- 4) ผู้ประกอบการต้นน้ำยังไม่มีความรู้ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทาน เริ่มตั้งแต่เพาะปลูก เก็บเกี่ยว ขนส่ง และการขายผลผลิต ไม่ได้รับความยุติธรรม โดนกดราคา เป็นความกดดันที่มาจากทั้งผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) นอกคลังสต็อกอาหาร และผู้ประกอบการในห่วงโซ่ถัดไป อย่างกลางน้ำและปลายน้ำ
- 5) ในการส่งออกถึงจะเป็นผู้ส่งออกหลักของโลก แต่สินค้าที่ส่งออกเกือบทั้งหมดเป็นสินค้าที่เป็นวัตถุดิบ หรือผ่านการแปรรูปเพียงขั้นต้น จึงทำให้สินค้ามีมูลค่าไม่สูงนัก ควรหาวิธีเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าส่งออก เพื่อเพิ่มรายได้จากการส่งออก
- 6) ผู้ประกอบการรายย่อยยังไม่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และยังไม่ค่อยได้รับมาตรฐานความปลอดภัยในการผลิตอาหารมากนัก
- 7) ในฐานะผู้ส่งออกข้าวอันดับสองของโลก และมูลค่าการส่งออกของผลผลิตข้าวมีมูลค่าสูงมาก สมควรให้ความสนใจในการวิจัยพัฒนาเพื่อต่อยอด ทั้งการเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น และการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า

โอกาส

- 1) ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการของประเทศไทย มีศักยภาพและความพร้อมทั้งด้านองค์ความรู้ เครื่องมือ และสถานที่ในการให้บริการคำแนะนำในการแก้ไขและพัฒนา
- 2) การเล็งเห็นความสำคัญของผู้บริหารประเทศ จึงเกิดเป็นนโยบายและยุทธศาสตร์ในการบริหารประเทศจำนวนมาก ที่ให้การสนับสนุนและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรมอาหาร
- 3) จากหนึ่งในแนวโน้มที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเกษตรและอาหาร ซึ่งคือพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และปลอดภัย ตลอดจนมองเห็นนวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร ดังนั้น การมีโครงการ Food Innopolis จึงเป็นการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี
- 4) จำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ความต้องการอาหารมีมากขึ้น
- 5) สถาบันทางการเงิน องค์กรที่เกี่ยวข้องของ มักมีโครงการการสนับสนุนในเรื่องการลงทุนในกิจการ อาทิ การลดอัตราดอกเบี้ย การงดจ่ายดอกเบี้ยในปีแรก การแปลงแผนธุรกิจเป็นทุน ฯลฯ
- 6) การเปิดประชาคมอาเซียนกับประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้เศรษฐกิจสะพัด มีความต้องการสินค้ามากขึ้น ตลอดจนโอกาสในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

อุปสรรค

- 1) มาตรการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศ ที่เพิ่มขึ้นจากข้อกำหนดด้านมาตรฐานอาหารปลอดภัย เช่น GMP, HACCP และ GAP ไปสู่ด้านจริยธรรมมนุษย์ในการจ้างงาน และการจัดการด้านรักษาสิ่งแวดล้อม ISO14000 เป็นต้น
- 2) การทำเกษตรกรรมเป็นเรื่องที่สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาทิ ดิน ฟ้า อากาศ โรคพืช ศัตรูพืช มีอิทธิพลสูงที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงส่งผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพของสินค้าอยู่มาก
- 3) ทรัพยากรน้ำต้องเน้นเป็นพิเศษ เพราะถูกคาดการณ์จากนักวิชาการต่างประเทศ ว่าจะเป็นปัญหาในอนาคต ซึ่งแน่นอนว่าต้องส่งผลถึงการผลิตสินค้าการเกษตรของไทยอย่างแน่นอน จึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องบริหารจัดการเตรียมการรับมือไว้ให้พร้อม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ในปีนี้เกษตรกรประสบปัญหาภาวะภัยแล้งอย่างหนัก
- 4) การค้าเสรี อาจมีข้อเสียให้สินค้าจากประเทศที่สามารถผลิตสินค้ามาขายในราคาต่ำกว่า อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่า หรือค่าจ้างแรงงานถูกกว่าสินค้าภายในประเทศจึงไม่อาจสู้ความกดดันทางด้านต้นทุนราคากับต่างประเทศ เห็นได้ชัดในกรณีของประเทศไทย
- 5) สำหรับผู้ประกอบการรายย่อยทุกภาคส่วน เรื่องของเทคโนโลยียังเป็นเรื่องที่ยาก ทั้งด้านองค์ความรู้และเงินทุนในการเข้าถึง

3.2 ข้อค้นพบจากการสำรวจ สัมภาษณ์ และการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็น

3.2.1 สรุปผลการสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหาร

การสำรวจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร โดยใช้วิธีการสุ่มสำรวจแบบปกติ (Normal Random Sampling) จำนวน 200 ราย มีข้อค้นพบประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

- ด้านระดับนวัตกรรม พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าระดับนวัตกรรมในมุมมองของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ยังไม่เป็นประเด็นสำคัญในทัศนคติของการดำเนินธุรกิจทั่วไป อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้ประกอบการที่มีการต่อยอดมูลค่าผลิตภัณฑ์ในการดำเนินธุรกิจจะมีระดับนวัตกรรมสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ
- ด้านระดับความภักดีของลูกค้า พบว่าผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นว่าความภักดี คือ การที่กลุ่มลูกค้ามีพฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำเป็นประจำเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นพฤติกรรมที่กลุ่มลูกค้ามีการบอกต่อกันและแนะนำลูกค้าใหม่ๆ ให้กับบริษัทเสมอ
- ด้านพฤติกรรมที่กลุ่มลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าแม้จะมีราคาสูงกว่าราคาตลาด ทำให้ทราบว่าเป็นกลไกการดำเนินกิจการทางการตลาดที่ผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นการยากในการดำเนินการแม้ในกลุ่มลูกค้าที่มีความภักดีแล้ว
- ด้านการรวมกลุ่มต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ภาพรวมการรวมกลุ่มของปทุมธานีดีกว่าเชียงใหม่เล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ทั้งสองคลัสเตอร์มีการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐ หรือสถาบันการศึกษาอยู่ลำดับ

สุดท้าย เทียบกับการรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายกับผู้จัดหาปัจจัยการผลิต/ผู้จัดหาสินค้าและเครือข่ายกับผู้ผลิตสินค้า/ผู้จัดจำหน่ายประเภทเดียวกัน อาจจะสามารถได้ว่าผู้ประกอบการยังไม่ค่อยเห็นตัวกับการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนา R&D สังเกตได้ว่าที่คลัสเตอร์เชียงใหม่มีการรวมกลุ่มกันระหว่างคู่แข่งมากที่สุด ในขณะที่ปทุมธานีเป็นการร่วมกลุ่มส่วนใหญ่เพื่อการผลิต และอาจจะเป็นความร่วมมือกันในเรื่องของการจัดจำหน่ายเท่านั้น

- ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ตามทัศนคติของผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรื่องผลประโยชน์ที่ได้จากการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายของกิจการ (บริษัท) ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ทำให้เกิดการใช้และพัฒนาทรัพยากรบุคคลร่วมกัน ทำให้เกิดการลดค่าใช้จ่ายด้านการตลาดและเป็นการเพิ่มรายได้ ในขณะที่ผลประโยชน์ด้านการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายของกิจการ ทำให้เกิดการร่วมลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา (R&D) ร่วมกันและเกิดการใช้วัตถุดิบ/ส่งซื้อวัตถุดิบร่วมกัน
- ทัศนคติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับนโยบายคลัสเตอร์ของภาครัฐ พบว่ามีการตอบรับกับทิศทางนโยบายคลัสเตอร์ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง โดยคลัสเตอร์ปทุมธานีมีความคาดหวังว่าทิศทางของรัฐบาลในการดำเนินนโยบายด้านคลัสเตอร์ จะส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน ในขณะที่เชียงใหม่คาดหวังว่านโยบายด้านคลัสเตอร์จะส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและต่อสู้เพื่อที่จะพยายามอยู่รอดมากขึ้น
- นโยบายคลัสเตอร์ของภาครัฐว่าเป็นนโยบายรัฐที่สร้างผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในระดับต่ำถึงปานกลางเท่านั้น โดยคลัสเตอร์เชียงใหม่ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าในเขตพื้นที่ของกิจการ และน้อยที่สุดในเรื่องการวางแผน หรือพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ในเขตพื้นที่ของกิจการ ขณะที่คลัสเตอร์ปทุมธานี ให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายของกิจการที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเดียวกันทั้งเครือข่ายที่เป็นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เป็นเรื่องที่เหมาะสมทำอย่างยิ่ง และน้อยที่สุดในเรื่องการดำเนินนโยบายด้านคลัสเตอร์ของรัฐบาลจะประสบความสำเร็จต่อเมื่อผู้ประกอบการมีบุคลากรที่เข้าใจเรื่องวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

3.2.2 สรุปผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญอุตสาหกรรมอาหาร

การศึกษานี้ได้จัดทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอาหารจากทั้งใน และต่างประเทศจำนวน 8 ท่าน โดยมีประเด็นค้นพบที่สำคัญ 4 ประเด็น ดังสรุปได้ดังนี้

- 1) ด้านปัจจัยสู่ความสำเร็จของโครงการ Food Innopolis ได้แก่ จุดเริ่มต้นของโครงการ การสร้างจุดขายที่มีความแตกต่าง
- 2) ด้านแนวคิดของการดำเนินงานของ Food Innopolis ได้แก่ ยุทธศาสตร์การเติบโตและการมีส่วนร่วมของสมาชิก การสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิก ประโยชน์ที่ SME จะได้รับอุปสรรคของโครงการในส่วนของข้าว และข้อมูลบริษัทที่ทำนวัตกรรมการอาหาร

- 3) ประเด็นเปรียบเทียบกับ Korean Foodpolis ได้แก่ ขอบเขตการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ การดำเนินงานวิจัยสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ที่สมัครเข้าร่วม จำนวนเป้าหมายให้มี SME เข้าร่วมในโครงการข้อจำกัดในการเลือกพื้นที่ของแต่ละกิจการ ระยะทางจากโครงการฯ ไปยังท่าเรือ สิทธิประโยชน์สำหรับกิจการ SME ที่เข้าร่วมโครงการฯ ค่าธรรมเนียมที่บริษัทต้องจ่าย สำหรับบริษัท SME ที่ทำ MOU แล้ว ต้องการดำเนินงานวิจัย ประเภทของแหล่งพลังงานภายในโครงการฯ แหล่งวัตถุดิบผลิตภัณฑ์ทางด้านเกษตรกรรมเพื่อใช้ในกระบวนการแปรรูปอาหาร จำนวนพนักงานของโครงการฯ ข้อจำกัดของ SME ที่จะเข้าร่วมโครงการ และข้อกำหนดในเรื่องกรรมสิทธิ์ที่ดินภายในโครงการของคนต่างชาติ
- 4) บทบาทของกรมการข้าว ได้แก่ การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้จากข้าวเป็นวัตถุดิบ

3.2.3 สรุปผลการสัมมนาระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ที่ปรึกษาได้ทำการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นร่วมกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ สมาคม และองค์กรที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมข้าว (การส่งเสริมคลัสเตอร์) ที่จังหวัดเชียงใหม่ และปทุมธานี โดยในการจัดประชุมดังกล่าวได้มีหัวข้อและประเด็นการหารือเพื่อระดมความคิดเห็นดังนี้

- การดำเนินนโยบาย Food Vally ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
- การดำเนินนโยบาย Food Innopolis ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี
- การส่งเสริมอุตสาหกรรมแปรรูปข้าวของจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดปทุมธานี
- ปัญหา และอุปสรรค รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนา

โดยผลการสัมมนาระดมความคิดเห็นผู้ประกอบการดังกล่าวทั้ง 2 ครั้งสามารถสรุปได้ 4 ประเด็นหลักสำคัญ ได้แก่ (1) ประเด็นการวิเคราะห์ศักยภาพ จุดอ่อน และจุดแข็งของอุตสาหกรรมต้นน้ำ (ศักยภาพวัตถุดิบ ผู้ผลิตวัตถุดิบ บทบาทภาครัฐ หน่วยงานต่างๆ ในจังหวัด) (2) การวิเคราะห์ศักยภาพ จุดอ่อน และจุดแข็งของอุตสาหกรรมกลางน้ำ (ศักยภาพผู้ประกอบการแปรรูปข้าว นวัตกรรม บทบาทภาครัฐ หน่วยงานต่างๆ ในจังหวัด) (3) การวิเคราะห์ศักยภาพ จุดอ่อน และจุดแข็งของอุตสาหกรรมปลายน้ำ (ศักยภาพทางการตลาด การแข่งขันกับคู่แข่งอื่น บทบาทภาครัฐ หน่วยงานต่างๆ ในจังหวัด) และ (4) ความสำเร็จและอุปสรรคของโครงการ Food Innopolis โดยผลสรุปประเด็นสำคัญและประเด็นย่อยต่างๆ จากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการและระดมความคิดเห็นของอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว

บทที่ 4

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของ คลัสเตอร์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ในขณะที่ปัจจัยทางเศรษฐกิจและนโยบายภาครัฐ ถือเป็นปัจจัยในระดับมหภาคที่สามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวทั่วทุกพื้นที่ โดยเฉพาะ Food Innopolis ซึ่งเป็นนโยบายที่กำหนดเขตเศรษฐกิจพิเศษสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งตามหลักการและวัตถุประสงค์แล้วต้องสามารถสนับสนุนผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในทุกระดับได้อย่างมีนัยสำคัญ หากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการในเขตเศรษฐกิจพิเศษมีทำเลที่ตั้งและมีคุณสมบัติครบถ้วนในจังหวัดเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริบทอุตสาหกรรมในแต่ละพื้นที่ แต่ละจังหวัดซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ทรัพยากรตามธรรมชาติ เทคโนโลยี แรงงานเกษตรกรรมและแม้แต่ต้นนโยบายของหน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดที่มีความแตกต่างกัน ทำให้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะต้องลงรายละเอียดสำหรับปัจจัยต่างๆ เบื้องต้นในระดับจังหวัดก่อนเพื่อทำการพิจารณาปัจจัยในระดับอุตสาหกรรมที่อยู่ในจังหวัดนั้น ก่อนที่จะวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เป็นอยู่และที่จะเกิดขึ้นสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวของจังหวัดเป้าหมายในระยะเวลาต่อไป ทั้งนี้เพื่อความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในแต่ละคลัสเตอร์ต่อไป

ในส่วนต่อไปนี้จะได้กล่าวถึงเหตุผลที่ได้ทำการเลือกจังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ทำการวิเคราะห์และเป็นกรณีศึกษาเพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SME กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis (เชียงใหม่) ซึ่งในการดำเนินการครั้งนี้มีเหตุผลหลัก คือ 1) เรื่องการดำเนินการตามนโยบาย Super Cluster โดยโครงการ Food Innopolis เป็นหนึ่งในแปดคลัสเตอร์ ในเบื้องต้นได้มีการกำหนดว่าเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจังหวัดเป้าหมายที่จะผลักดันให้โครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จให้ได้ 2) พิจารณาลักษณะประกอบในส่วนของสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนบริบทเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องของจังหวัดพิจารณาแรงผลักดันร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และภาควิชาการ โดยเฉพาะภายใต้การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ความพร้อมของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทั้งในส่วนของความเป็นสถาบันการศึกษาและมีศูนย์วิจัยข้าวและอาหารที่มีองค์ความรู้ครบถ้วน ถือเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญมาก และ 4) ปัจจัยประการสุดท้ายที่มีความสำคัญมากคือ ผู้ประกอบการอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งมีจำนวนมากและมีแรงบันดาลใจและความเชื่อในแนวทางการทำงานแบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรมฯ

ในภาพรวม จังหวัดเชียงใหม่เองได้ชื่อว่าเป็นเมืองที่มีระดับเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศไทย รองจากกรุงเทพมหานคร มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติในระดับสูง อีกทั้งมีความหลากหลายด้านสายพันธุ์ผลผลิตทางการเกษตรที่มาเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารได้ ตั้งแต่พืช ผัก ผลไม้เมืองหนาว ตลอดจนพันธุ์ข้าวต่างๆ มีอาหารพื้นเมืองที่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับจังหวัดและภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งความแตกต่างในส่วนนี้เองที่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานในการต่อยอดนวัตกรรมอาหารได้อย่างดี และผนวก

กับปัจจัยในเชิงพาณิชย์ที่สำคัญคือ เชียงใหม่มีระบบเศรษฐกิจที่มีกำลังซื้อสูงมาก จากการที่จังหวัดมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศจำนวนไม่น้อยกว่า 6 ล้านคนให้เข้ามาใช้จ่ายใช้สอยในแต่ละปี จากความพร้อมตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นทุกประการ ในเรื่องของความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวก็ยังไม่มีความเป็นรูปธรรมชัดเจน ทำให้ศักยภาพการแข่งขันและการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังอยู่ในระดับที่สามารถพัฒนาได้อีกมาก เรื่องดังกล่าวจึงเป็นความท้าทายของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้แนวคิดคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวสามารถเกิดขึ้นได้ร่วมกับโครงการ Food Innopolis ต่อไป

4.1 สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ทรัพยากรและนโยบายสำหรับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่จัดเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การเกษตร และการท่องเที่ยวระดับโลก เป็นที่ตั้งของหน่วยงานระดับภาคทั้งภาครัฐและเอกชนหลายแห่ง เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ และศูนย์ส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ เป็นต้น ที่ผ่านมากภาวะเศรษฐกิจจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด และผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP per capita) จากข้อมูลเบื้องต้นมีสาขาการผลิตที่สำคัญ อันดับ 1 สาขาเกษตรกรรม อันดับ 2 สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ อันดับ 3 สาขาการขนส่ง ขยายปลีก อันดับ 4 สาขาการศึกษา อันดับ 5 สาขาตัวกลางทางการเงิน อันดับ 6 สาขาบริหารราชการ อันดับ 7 สาขาก่อสร้าง อันดับ 8 สาขาอุตสาหกรรม และสาขาอื่นๆ (สำนักงานคลังจังหวัดเชียงใหม่ ณ ตุลาคม 2556)

เนื่องจากภูมิประเทศของจังหวัดโดยทั่วไปมีสภาพพื้นที่เป็นภูเขาและป่าละเมาะมีที่ราบอยู่ตอนกลางตามสองฟากฝั่งแม่น้ำปิง จึงมีพื้นที่เพียงร้อยละ 20 ที่เหมาะกับการทำการเกษตร จังหวัดเชียงใหม่สามารถดำเนินการกิจกรรมทางการเกษตรจนได้ชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตพืชผลทางการเกษตร และพืชผักเมืองหนาวที่สำคัญของประเทศ จากข้อมูล ปี 2554/2555 ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีพื้นที่การเกษตรของจังหวัด พื้นที่การเกษตรในเขตชลประทาน จำนวนครัวเรือนเกษตรกร และผลิตผลพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด ดังนี้

- 1) พื้นที่การเกษตรของจังหวัด มีประมาณ 1,835,425 ไร่ (ร้อยละ 12.8 ของพื้นที่จังหวัด) แยกเป็นพื้นที่ปลูกข้าว 491,617 ไร่ ปลูกพืชไร่ 286,211 ไร่ ปลูกพืชสวน 609,505 ไร่ อื่นๆ 367,105 ไร่
- 2) พื้นที่การเกษตรในเขตชลประทาน จำนวน 642,979 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 35.0 ของพื้นที่การเกษตร และพื้นที่เกษตรนอกเขตชลประทาน 1,192,446 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 65.0 ของพื้นที่การเกษตรทั้งจังหวัดโดยประมาณ
- 3) จำนวนครัวเรือนเกษตรกร 176,118 ครัวเรือน (ณ วันที่ 30 กันยายน 2555)
- 4) ผลผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ปี 2554/55 ของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ข้าว มีพื้นที่ปลูก 491,617 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 596 ตันต่อไร่ ลำไยมีพื้นที่ปลูก 315,457 ไร่ ลิ้นจี่ มีพื้นที่ปลูก 56,779 ไร่ กระเทียม มีพื้นที่ปลูก 37,038 ไร่ หอมแดงมีพื้นที่ปลูก 14,930 ไร่ เป็นต้น

จากข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจรวมถึงปัจจัยการผลิตต่างๆ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพการพัฒนา โดยทางจังหวัดเชียงใหม่ได้จัดทำแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ 4 ปี ตั้งแต่ปี 2558-2561 โดยกำหนดตำแหน่งการพัฒนาของจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

- 1) เมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวและบริการระดับสากล (Tourism Hub/ World's Tourist Destination, MICE City, Medical/Health Hub)
- 2) เมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุนและการคมนาคมขนส่ง (Northern Landport)
- 3) เมืองแห่งเกษตรปลอดภัย (Northern Food Valley)
- 4) เมืองศูนย์กลางศึกษานานาชาติสู่สากล (Education Hub)
- 5) เมืองน่าอยู่ (Eco-Town Eco-Village)

จากการกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ดังกล่าวพบว่า มีเพียงตำแหน่งการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ในส่วนที่ 3 คือ เมืองแห่งเกษตรปลอดภัย Northern Food Valley ที่มีความเกี่ยวข้องในฐานะปัจจัยทางนโยบายของจังหวัดที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในกระบวนการผลิตและการพัฒนาคลัสเตอร์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวที่จะดำเนินการในพื้นที่จังหวัดนี้ดังมีแนวทางนี้

“จังหวัดเชียงใหม่ได้กำหนดตำแหน่งการพัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย (Northern Food Valley) เนื่องจากมีศักยภาพสูงในการผลิตแหล่งอาหาร พืชผัก ผลไม้ เมืองหนาวที่โดดเด่นของประเทศ ซึ่งจะต้องมีการขับเคลื่อนในทุกภาคส่วนทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ภายใต้การรู้จักและเลือกใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูง ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมอาหารของภาคเหนือสามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลก นอกจากนี้ยังเป็นสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารของประชาชนในจังหวัดและประเทศ สร้างความเชื่อมั่นในด้านอาหารสำหรับประชากรที่อาศัยและมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการสร้างขีดความสามารถการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และอุตสาหกรรมต่อเนื่องด้านอาหารของจังหวัดเชียงใหม่สู่การเป็นครัวโลกได้อย่างยั่งยืน” (ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ 4 ปี พ.ศ. 2558-2561)

4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมข้าวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

สำหรับกรอบการวิเคราะห์อุตสาหกรรมข้าวเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น (As-is) จะได้ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (Situation Analysis) เพื่อเข้าถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวในแต่ละจังหวัด ทั้งนี้เมื่อได้พิจารณาถึงข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันก็จะสามารถอนุมานการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันในระดับจังหวัดเพื่อจัดทำแผนกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (ในแต่ละจังหวัด) ต่อไป

จุดแข็ง

- 1) จังหวัดเชียงใหม่มีฐานทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย โดยเฉพาะการท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม บูติค รีสอร์ทและโฮมสเตย์ที่มีชื่อเสียง และมีสถานที่ที่รองรับการจัดกิจกรรมทางการตลาดระดับนานาชาติ

- 2) จังหวัดมีภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งผลิตอาหาร พืชผักผลไม้เมืองหนาวที่โดดเด่น เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว
- 3) จังหวัดมีความพร้อมทางด้านเส้นทางขนส่งและคมนาคมที่เชื่อมต่อพื้นที่ต่างๆ ในอาเซียน
- 4) จังหวัดมีแหล่งการผลิตทางการเกษตรและอาหารที่เป็นต้นน้ำ มีทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศที่หลากหลาย
- 5) มีนโยบายในระดับจังหวัดที่สนับสนุนอุตสาหกรรมบริการและอาหาร
- 6) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และศูนย์วิจัยข้าวและอาหารมีความเข้มแข็งด้านงานวิจัยมากที่สุดแห่งของภาคเหนือ

จุดอ่อน

- 1) ความแตกต่างของรายได้และองค์ความรู้ระหว่างเขตเมืองและชนบท (โดยเฉพาะเกษตรกร)
- 2) การจัดการพื้นที่ชายแดนยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ทำให้สินค้าภาคเกษตรและอาหารยังไม่ได้รับการส่งเสริมในเชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ
- 3) ระดับความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีน้อยมาก ทำให้เสียเปรียบผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีกำลังสำรองและความได้เปรียบจากขนาดการผลิต
- 4) การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และบริการขาดประสิทธิภาพ ผลผลิตต่อไร่ยังต่ำเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ

โอกาส

- 1) นโยบายระดับชาติด้านอาหาร ได้แก่ โครงการ Food Innopolis ในเฟสที่สอง รวมถึงความร่วมมือของภาควิชาการกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร
- 2) ความสนใจของนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ
- 3) นโยบายความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีศักยภาพ ได้แก่ พม่า และจีน

อุปสรรค

- 1) ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากภัยธรรมชาติ ทั้งที่เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติโดยตรง
- 2) การแข่งขันที่รุนแรงจากข้อตกลงการค้าเสรีและนโยบายกีดกันทางการค้า
- 3) ต้องอาศัยวัตถุดิบจากเกษตรกรผู้ผลิตข้าวและการเกษตรอื่นๆ นอกพื้นที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว
- 4) ต้นทุนปัจจัยการผลิตและการบริการที่สูงขึ้น

4.3 การวิเคราะห์ขีดความสามารถของอุตสาหกรรมข้าวในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

สำหรับการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวตามขอบเขตที่ได้กำหนดเบื้องต้น คือ เฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นข้าวแปรรูป ประเภทอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่า สามารถพิจารณาจากปัจจัยที่มีแรงกดดันการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ซึ่งมีท่าเลอยู๋ในคลัสเตอร์จังหวัดโดยตรงและที่มีท่าเลอยู๋ภายนอกด้วย เครื่องมือที่จะใช้ในการ

วิเคราะห์ ได้แก่ Five Forces Model of Analysis ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการระบุแรงกดดันส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนอกเหนือไปจากคู่แข่ง (Rivals) แต่เพื่อให้เห็นภาพแรงกดดันรวมทั้งหมด จะทำการวิเคราะห์แรงกดดันจากผู้จัดการปัจจัยการผลิตที่ต้นน้ำ (Suppliers) ลูกค้าปลายน้ำ (Distributors) ผู้ผลิตหน้าใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขัน (New Entrants) และสินค้าทดแทน (Substitute Products) สำหรับกรอบในการวิเคราะห์โดยใช้ Five Forces Model ในที่นี้จะใช้อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูป ประเภทอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าเป็นหลัก เนื่องจากในคลัสเตอร์เองมีเครือข่ายสมาชิกที่มีบทบาทเป็นต้นน้ำ บ้างเป็นปลายน้ำสำหรับอุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูป การวิเคราะห์จะได้นำเอาความร่วมมือและเป็นหนึ่งเดียวกันภายใต้คลัสเตอร์มาใช้ในการประเมินผลกระทบ ซึ่งตามแนวคิดคลัสเตอร์ตามอุดมคติ ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการต้นน้ำ (อาจจะเรียกว่าเป็น Member Suppliers) กับผู้ประกอบการกลางน้ำ (Member Producers) และผู้จัดจำหน่ายปลายทาง (Member Distributors) ย่อมจะทำให้แรงกดดันในอุตสาหกรรมข้าวภายในคลัสเตอร์ลดลง สำหรับการวิเคราะห์ในนี้จะได้เปรียบเทียบแรงกดดันต่างๆสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมของทั้งสองจังหวัดโดยวิเคราะห์พร้อมกัน

ทั้งนี้ในการวิเคราะห์แรงบีบจากส่วนต่างๆ ของอุตสาหกรรมนี้จะได้ใช้การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณโดยใช้ข้อมูลที่ได้จากในบทก่อนหน้า และดุลพินิจของทีมที่ปรึกษาเพื่อกำหนดคะแนนแรงกดดันออกเป็นระดับต่างๆ ดังนี้

- 1 หมายถึง แรงกดดันไม่มีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์
- 2 หมายถึง แรงกดดันมีผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อยู่ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง แรงกดดันมีผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อยู่ในระดับปานกลาง
- 4 หมายถึง แรงกดดันมีผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อยู่ในระดับมาก
- 5 หมายถึง แรงกดดันมีผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อยู่ในระดับมากที่สุด

เพื่อให้เข้าใจง่ายเมื่อได้ทำการพิจารณาและประเมินแรงบีบในแต่ละส่วนแล้ว จะได้หาค่าเฉลี่ยเพื่อสรุปภาพรวมในอุตสาหกรรมจากมุมมองของคลัสเตอร์ต่อไป

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว

บทบาทของคู่แข่งชั้นถือได้ว่ามีแรงกดดันรุนแรงที่สุดกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูปฯ ในคลัสเตอร์ เพราะสามารถส่งผลกระทบได้โดยตรงกับยอดขายและกำไรของสมาชิกในคลัสเตอร์ ดังนั้น ในส่วนนี้เองขึ้นอยู่กับศักยภาพในการสร้างความแตกต่างของสินค้าของผู้ประกอบการภายในคลัสเตอร์นี้เองว่าจะสามารถดำเนินการได้ในระดับใด ความแตกต่างของสินค้าจะทำให้เกิดต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าของผู้ซื้อที่สูงขึ้น (Brand Switching Cost) หมายความว่าลูกค้าจะไม่รู้สึกเต็มใจที่จะไปซื้อสินค้าของคู่แข่งในคลัสเตอร์อื่นๆ เท่ากับของจังหวัด ในส่วนนี้หากพิจารณาถึงความได้เปรียบของผู้ผลิตที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่สามารถนำเสนอความเป็นเชียงใหม่ในสินค้าที่นำเสนอให้กับลูกค้า เพราะเชียงใหม่เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนั้นผลิตภัณฑ์จากจังหวัดจึงน่าจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาระดับการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตและผู้ขาย จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดใหญ่และมีความต้องการจากกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก จึงทำให้มีผู้ผลิตและผู้ขายที่ต้องทำการแข่งขันกันทั้งทางด้านราคาและคุณภาพ อย่างไรก็ตามการแข่งขันดังกล่าวก็ถือว่าการแข่งขันภายในคลัสเตอร์จังหวัดเท่านั้น ในปัจจุบันความได้เปรียบทางด้านคลัสเตอร์อุตสาหกรรมและนโยบาย Food Innopolis ยังไม่มีผลกระทบต่อที่เป็นนัยสำคัญ ดังนั้นจึงวิเคราะห์ว่าแรงกดดันในส่วนนี้สำหรับผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่อาจจะมิระดับใกล้เคียงกันกับผู้ประกอบการในจังหวัดอื่นๆ แต่จะมีภาษีดีกว่าเพราะเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัด ทำให้มีแรงกดดันในระดับน้อยถึงปานกลาง (2/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ซื้อสินค้า

ในบางครั้งผู้ซื้อที่มีอำนาจที่จะกำหนดราคาของสินค้าให้ลดลง หรือกำหนดคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นได้ตามที่พวกเขาต้องการ ซึ่งสำหรับผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ หากถูกรอบงำด้วยอำนาจดังกล่าวก็จะทำให้อำนาจต่อรองที่มีกับลูกค้าน้อยลงไป ดังนั้น ต้องพิจารณาที่ตลาดและผู้บริโภคภายในจังหวัด สำหรับเชียงใหม่ตามที่ได้ทำการวิเคราะห์พบว่า ตำแหน่งทางการตลาด คือการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และทำเลที่ตั้งที่มีการคมนาคมขนส่งทั้งทางบกและทางอากาศ ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มาราย รวมถึงตลาดเมืองจีนที่มีศักยภาพและมีความต้องการสินค้าข้าวจากประเทศไทยเป็นอันมาก เมื่อคำนึงถึงโอกาสที่ผู้ประกอบการภายนอกคลัสเตอร์เชียงใหม่ซึ่งอาจจะฉวยโอกาสเข้ามาลดราคาสินค้าและแย่งตัวผู้ซื้อไปด้วย โอกาสดังกล่าวก็อาจจะไม่มากนัก ดังนั้น สินค้าอาหารและข้าวแปรรูปของผู้ประกอบการในเชียงใหม่จะอยู่ในตำแหน่งที่ดีกว่าของผู้ประกอบการในจังหวัดอื่นๆ ในส่วนนี้สำหรับผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่จะมีแรงบีบน้อยกว่าผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อื่นๆ (3/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ขายวัตถุดิบและสินค้าต้นน้ำ

แรงบีบที่ต้องเผชิญในหัวข้อนี้ก็คือกลุ่มผู้จัดหาปัจจัยการผลิต (Suppliers) ที่รวมกลุ่มกันเพื่อลดอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูปในคลัสเตอร์จังหวัดซึ่งจะอยู่ในฐานะผู้ซื้อ เพื่อให้ตัวเองนั้นขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น หรือมีคุณภาพมาตรฐานที่มีต้นทุนน้อยลง โดยที่ผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ไม่มีสิทธิเลือกมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการที่ต้องเจอกับผู้จัดหาปัจจัยการผลิตที่มีจำนวนน้อย ทำให้เสี่ยงที่จะเผชิญกับเหตุการณ์ได้ยากเพราะทางเลือกน้อยลง และแน่นอนว่าเมื่อไม่สามารถต่อรองกับผู้ขายได้แล้ว และกำหนดราคาเองไม่ได้ก็จะส่งผลให้ต้นทุนในการทำธุรกิจสูงขึ้น สำหรับในคลัสเตอร์เชียงใหม่ เนื่องจากเกษตรกรเองจะพบว่าตัวเองขาดอำนาจต่อรองกับผู้จัดหาปัจจัยการผลิต แล้วยังถูกบีบจากผู้ประกอบการกลางน้ำซึ่งอยู่ในคลัสเตอร์เดียวกันด้วย การแตกความเข้มแข็งระหว่างผู้ประกอบการต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำภายในคลัสเตอร์ จึงทำให้อำนาจต่อรองของผู้จัดหาปัจจัยการผลิตที่อยู่นอกคลัสเตอร์ในเชียงใหม่มีมากกว่าที่อื่นๆ

ความร่วมมือที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นเรื่องละเอียดอ่อนและต้องมีการเฉลี่ยผลประโยชน์ให้มีความเหมาะสมภายในคลัสเตอร์ มิฉะนั้น จะเห็นความแตกแยกระหว่างผู้ผลิตสินค้าต้นน้ำนำสินค้าของตนไปขายให้กับผู้ซื้อที่อยู่นอกคลัสเตอร์เพราะได้รับราคาที่ดีกว่า ดังนั้น เป็นหน้าที่ของคลัสเตอร์ที่จะต้องดำเนินการเพื่อหาความเชื่อมโยงไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการด้าน Contract Farming เพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยงให้กับเกษตรกรในการผลิตและเพื่อที่จะให้ได้ราคาสินค้าทางการเกษตรที่เหมาะสมในระยะยาว อย่างที่กล่าวข้างต้นหลักฐานความร่วมมือ

ดังกล่าวมีให้เห็นในกลุ่มจังหวัดอื่นๆ มากกว่าในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้แรงบีบในส่วนของผู้จัดหาปัจจัยการผลิตที่เชียงใหม่จะมีในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจากมีบางวัตถุดิบในการผลิตอาหาร ที่ไม่สามารถหาได้จากภายในคลัสเตอร์ทั้งหมด (5/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการหน้าใหม่

การพิจารณาแรงกดดันในหัวข้อนี้จะพิจารณาที่อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของข้าวและข้าวแปรรูป เพราะแน่นอนว่าหากธุรกิจที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารและข้าวแปรรูปที่กำลังทำอยู่นั้นมียอดขายสูง มีกำไรดี แต่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดที่ต่ำ ก็จะทำให้มีคู่แข่งหน้าใหม่ๆ เข้ามาลงทุนภายในเวลาไม่ช้า เนื่องจากเป็นที่ทราบว่าคุณภาพอุตสาหกรรมอาหารและข้าวแปรรูปในจังหวัดเชียงใหม่จัดได้ว่ามีความน่าสนใจ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมอาหารและข้าวแปรรูปในจังหวัดก็ยังมีอุปสรรค เนื่องจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจจะเข้ามาแข่งขันมีความยากลำบากที่จะเข้ามาหาวัตถุดิบการเกษตรและดำเนินการแปรรูปและสร้างตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจนได้ ดังนั้นเมื่อพิจารณาไปก็พบว่าอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดนี้ก็จะค่อนข้างสูงพอสมควรเช่นกัน นอกจากนี้ ในจังหวัดเชียงใหม่ความร่วมมือกันภายในคลัสเตอร์ระหว่างผู้ประกอบการต้นน้ำและปลายน้ำก็เป็นการสร้างอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ภายนอกคลัสเตอร์เช่นเดียวกัน เพราะสำหรับในการเข้ามาทำธุรกิจอาหารและแปรรูปข้าวและขาดซึ่งแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีต้นทุนที่รับได้ ทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาที่จะดึงดูดลูกค้าได้ รวมไปถึงระบบงานทั้งวิธีการจัดส่งและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพระหว่างกันก็จะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้ามาตัดเทียมได้มีน้อยมาก สำหรับแรงกดดันในส่วนนี้สำหรับคลัสเตอร์เชียงใหม่จึงอยู่ในระดับปานกลาง (3/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของสินค้าทดแทนที่อยู่นอกคลัสเตอร์

การคุกคามนี้มักจะเกิดเมื่อลูกค้าที่ซื้อหาสินค้าอาหารและเกษตรแปรรูปสามารถหาสินค้าประเภทอื่นๆ ที่มาแทนสินค้าได้อย่างง่ายดาย โดยสินค้าทดแทนนั้นอาจมีราคาที่ถูกลงกว่าหรือมีคุณภาพบางส่วนที่ดีกว่า จนต้องตัดสินใจที่จะเลิกซื้อสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป และหันไปเลือกใช้สินค้าทดแทนแทนอื่นๆ เช่น อาหารสำเร็จรูปอื่นๆ ที่ทดแทนอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวที่มาจากในพื้นที่ได้ ซึ่งหากจะพิจารณาจากกระแสนิยมความเป็นธรรมชาติ และการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้วดูจะหาสินค้าทดแทนที่จะมาแทนอาหารหรือสินค้าเกษตรแปรรูปจากข้าวได้ยาก โดยเฉพาะในส่วนของสินค้าเกษตรเองแล้วแทบจะไม่มีสารสังเคราะห์หรือสินค้าอะไรที่จะมาทดแทนคุณสมบัติความเป็นธรรมชาติได้เลย อีกทั้งความร่วมมือกันของผู้ประกอบการต้นน้ำและปลายน้ำเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต ทำให้ราคาขายของสินค้าไม่สูงจนเกินไป และความร่วมมือด้านคุณภาพและคุณสมบัติของวัตถุดิบที่จะใช้หรือที่จะถูกแปรรูปให้เกิดคุณสมบัติขั้นสูงสุดแก่ลูกค้า จะช่วยให้ไม่เป็นการเปิดช่องว่างให้สินค้าทดแทนจากอุตสาหกรรมอื่นๆ เข้ามา ดังนั้นการยึดแนวทางตามธรรมชาติดูจะเป็นเกราะป้องกันให้กับสินค้าในคลัสเตอร์ของจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างดี ให้ระดับแรงกดดันเท่ากัน (1/5)

จากการวิเคราะห์แรงกดดันในอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปในมุมมองของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูปของจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อได้ทำการวิเคราะห์แรงกดดันจากคู่แข่ง (Rivals) ผู้จัดหาปัจจัยการผลิตต้นน้ำ (Suppliers) ลูกค้าปลายน้ำ (Distributors) ผู้ผลิตหน้าใหม่ที่จะเข้ามาแข่งขัน (New Entrants) และสินค้าทดแทน (Substitute Products) พบว่าจากตารางสรุป คลัสเตอร์ทั้งสองมีแรงกดดันใน

ภาพรวมน้อยถึงปานกลาง (ต่ำกว่า 3.0/5) หมายถึง ทั้งสองคลัสเตอร์มีศักยภาพในการดำเนินการในอุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูปได้อย่างมีกำไร โดยหากพิจารณาแล้วจะพบว่าทั้งสองมีอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อและผู้ประกอบการคู่แข่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญ และในส่วนของเชียงใหม่เองมีอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนน้ำที่ต้องดำเนินการต่อไป นอกนั้นพิจารณาว่าแรงกดดันจากในส่วนของสินค้าทดแทนและผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดไม่น่าเป็นอุปสรรคแต่อย่างใด (แรงกดดัน 1-2 จาก 5) ซึ่งในภาพรวมคะแนนดังกล่าวถือว่าเป็นโอกาสกับผู้ประกอบการ

ตาราง 4-1 สรุปแรงกดดันทั้งห้าสำหรับสินค้าในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่

แรงบีบจากส่วนต่างๆในอุตสาหกรรม	เชียงใหม่
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการคู่แข่ง	2/5
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ซื้อสินค้า	3/5
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ขายวัตถุดิบและสินค้าต้นน้ำ	5/5
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการหน้าใหม่	3/5
อำนาจต่อรองในส่วนของสินค้าทดแทน	1/5
ภาพรวม (ค่าเฉลี่ย)	2.8/5

4.4 การวิเคราะห์แนวโน้มในอนาคตของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูป ประเภทอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ตามที่ได้ทบทวนข้อมูลทฤษฎีภูมิและการเก็บข้อมูลเชิงปฐมภูมิจากผู้ผลิตผู้จัดจำหน่ายตลอดจนนักวิชาการ พบข้อมูลที่สามารถนำเสนอเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งศักยภาพดังกล่าวทำให้สามารถทำการวิเคราะห์แนวโน้มในอนาคตของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวสำหรับทั้งจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดปทุมธานีได้ดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมต้นน้ำ (ด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต)

จากแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าว พบว่าธุรกิจในระดับต้นน้ำประกอบด้วยเกษตรกรผู้ผลิตข้าว ซึ่งจากข้อมูลเบื้องต้นแสดงให้เห็นว่าพื้นที่เกษตรส่วนใหญ่นำไปใช้เพื่อการเพาะปลูกข้าว โดยในปี 2558 จังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่ปลูกข้าว 269,069 ไร่ หรือประมาณร้อยละ 2.2 ของพื้นที่ทั้งหมด มีจำนวนครัวเรือนเกษตรกร 176,118 ครัวเรือน (ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2555) ถือว่ามีจำนวนเกษตรกรมากเพียงพอที่จะผลิตข้าว เพราะแม้พืชผลไม้เมืองหนาว เช่น ลิ้นจี่ สตรอเบอร์รี่ และอื่นจะมีราคาแพง แต่ในภาพรวมที่ทำการศึกษพบว่า ผลผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ข้าว อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากประสิทธิภาพในการผลิต เกษตรกรชาวเชียงใหม่สามารถสร้างผลผลิตข้าวได้เฉลี่ยมากกว่า 550 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งหากเทียบกับผลผลิตข้าวจากประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาจะมีผลผลิตเฉลี่ยเกือบหนึ่งพันกิโลกรัมต่อไร่ (Grain :World Markets & Trade, FAS กระทรวงเกษตร สหรัฐอเมริกา มีนาคม, 2558) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการข้าวพบว่าผลผลิตข้าวของเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นการเพาะปลูกเพื่อการบริโภคเท่านั้น และหากพิจารณาจากระดับการบริโภคข้าวในจังหวัดเอง เชียงใหม่ไม่สามารถผลิตข้าวเพื่อขายนอกจังหวัดได้

หากแต่ต้องมีการนำเข้าข้าวจากพื้นที่ต่างๆ เช่น ภาคอีสานและภาคกลางเพื่อใช้ข้าวเป็นวัตถุดิบในการต่อ ยอดผลิตภัณฑ์ เช่น ผู้ประกอบการโรงงานผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวส่งออกที่มีทำเลที่ตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ให้ถ้อยคำว่าต้องซื้อข้าวจากจังหวัดนครราชสีมาเข้ามาผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวเพื่อการส่งออก

หนึ่งในศักยภาพในผู้ประกอบการเกษตรกรรม หรือเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งใน 8 จังหวัดภาคเหนือ คือตัวผลิตภัณฑ์ข้าวมีความหลากหลายทางพันธุกรรมข้าว (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยข้าวล้านนา) และมีพันธุ์ข้าวที่ได้รับ GI คือ ข้าวกำลังานนา (Khao Kum Lanna) ที่ปลูกได้ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง ลำพูน แพร่ น่าน พะเยา และแม่ฮ่องสอน อย่างไรก็ตาม เกษตรกรในพื้นที่ ยังไม่สามารถพัฒนากระบวนการเพิ่มมูลค่าให้กับพันธุ์ข้าวดังกล่าว ซึ่งหากมีการต่อยอดและประชาสัมพันธ์จะเพิ่มศักยภาพได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น หากให้พิจารณาศักยภาพของอุตสาหกรรมต้นน้ำสำหรับผู้ประกอบการในจังหวัดเป็นหลัก พบว่าภาครัฐมีนโยบายที่ช่วยเหลือเกษตรกร แต่นโยบายดังกล่าวเป็นเพียงระยะสั้น และเป็นการแก้ปัญหาไม่ตรงจุด กล่าวคือ เป็นนโยบายที่อัดฉีดเม็ดเงิน แต่ไม่สนับสนุนให้เกิดการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน แม้ในจังหวัดเชียงใหม่จะมีสถาบันที่ส่งเสริมด้านการวิจัย และเทคโนโลยีการปลูกข้าว ได้แก่ ศูนย์วิจัยข้าว ศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์ และอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ แต่จากผลผลิตข้าวต่อไร่ที่ดำเนินการได้ แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรยังไม่ได้รับความช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรมระยะยาว

นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรทั่วไปรวมถึงในจังหวัดเชียงใหม่ยังมีเรื่องของต้นทุนการผลิตสูง ชาวนา มีค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงขึ้นทุกปีทั้งค่าแรงงาน ค่าปุ๋ยเคมี ค่าสารเคมี และค่าเมล็ดพันธุ์ ทั้งนี้เนื่องมาจากชาวนาส่วนใหญ่มีการใช้ปัจจัยการผลิตที่สูงมากเกินกว่าคำแนะนำ และใช้กรรมวิธีการผลิตที่ยังไม่ถูกต้องเหมาะสม ขาดการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการ ขาดประสิทธิภาพและสอดคล้องกันทั้งระบบ ตั้งแต่การขนส่งและจัดเก็บ ปัจจัยการผลิต การเก็บรักษาผลผลิต จนถึงการขนส่งผลผลิตไปจำหน่ายให้ผู้รับซื้อข้าว ในเรื่องความร่วมมือระหว่างเกษตรกรพบว่าเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นปัญหาเช่นเดียวกันกับในจังหวัดอื่นๆ แม้จะเริ่มมีการรวมกลุ่มกันเป็นวิสาหกิจชุมชน เช่น กลุ่มเกษตรกรทำนา 78 กลุ่ม สมาชิก 11,326 คน หรือมีการจัดตั้งสหกรณ์ การเกษตรร่อยกว่าสหกรณ์ แต่ส่วนใหญ่มักสนับสนุนทางการเงิน ไม่ใช่รวบรวมผลผลิตและแปรรูป ดังนั้น การรวมกลุ่มกันเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้จัดหาปัจจัยการผลิตในการเพาะปลูก เช่น พันธุ์ข้าว ปุ๋ย และเครื่องมือทางการเกษตร จึงยังไม่เพียงพอและไม่สามารถสร้างอำนาจในการต่อรองกันได้อย่างเต็มที่ สรุปได้ว่าการรวมกลุ่มดังกล่าวยังไม่มีทิศทางที่ถูกต้อง ชัดเจน และมีความเข้มแข็งเท่าที่ควร ทำให้ในส่วนนี้เป็นช่องว่างที่จะสามารถพัฒนาคลัสเตอร์เพิ่มเติมให้ประสบความสำเร็จได้มากขึ้น

การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมกลางน้ำ (ด้านการเพิ่มมูลค่า)

ในขณะที่อุตสาหกรรมต้นน้ำมียังไม่มีความศักยภาพหรือความเข้มแข็งเพียงพอในด้านการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการหรือเกษตรกรตกอยู่ในอำนาจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูปกลางน้ำ ซึ่งประกอบด้วยโรงสี อุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว คลังสินค้า และพ่อค้าคนกลางที่ทำหน้าที่เป็นนายหน้ารับซื้อข้าวจากเกษตรกรไปส่งยังโรงสี จากข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ในขณะที่เกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเกือบสองแสนครัวเรือน แต่ในจังหวัดมีจำนวนโรงสีข้าวเพียง 39 โรงเท่านั้น ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอำนาจต่อรองที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน เนื่องจากไม่มีทางเลือกมาก เกษตรกรรายย่อยจึงไม่มีอำนาจต่อรองในการที่จะต้องขายผลผลิตผลของตัวเองให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกลางน้ำอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แม้ราคาเสนอซื้อจะต่ำแค่

ไหนก็ตาม จะเห็นว่าศักยภาพของผู้ประกอบการกลางน้ำมีศักยภาพมาจากอำนาจกึ่งผูกขาดเนื่องจากมีน้อยราย แต่ยังไม่ปรากฏให้เห็นได้ชัดว่าศักยภาพดังกล่าวที่เกิดขึ้นมีพื้นฐานมาจากเทคโนโลยีเฉพาะ หรือเนื่องมาจากเม็ดเงินลงทุนโรงสีข้าวที่ต้องมีจำนวนมาก ในปัจจุบันพบว่าเทคโนโลยีในการผลิตเครื่องสีข้าวขนาดย่อมในราคาที่ย่อมเยาลงมา ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเองก็จะสามารถที่จะรวบรวมเม็ดเงินลงทุนเพื่อต่อยอดห่วงโซ่การผลิตข้าวได้ ทำให้ศักยภาพของโรงสีข้าวขนาดใหญ่หากไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยี ก็จะทำให้อำนาจในการต่อรองส่วนนี้ลดลงไปในส่วนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวรายอื่นๆ ยังไม่ปรากฏความชัดเจนในส่วนนี้

การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมปลายน้ำ (ด้านการตลาด)

ในส่วนของธุรกิจระดับปลายน้ำ ประกอบด้วย ธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายสินค้า เช่น ผู้ค้าส่งและค้าปลีก ก่อนที่สินค้าจะถูกกระจายไปยังผู้บริโภคในที่สุด ในตำแหน่งศักยภาพของผู้ประกอบการในห่วงโซ่นี้ของจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในสถานะที่ดีกว่าผู้ประกอบการต้นน้ำ และอาจจะดีกว่าผู้ประกอบการกลางน้ำซึ่งเป็นโรงสีข้าวในจังหวัดเดียวกัน ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติเนื่องจากจากภูมิทัศน์ที่งดงาม ศิลปกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีที่มีเอกลักษณ์ มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีร้านอาหาร โรงแรม บุติค รีสอร์ทและโฮมสเตย์ที่มีชื่อเสียง ทั้งหมดในข้างต้นจัดเป็นตลาดศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการปลายน้ำในการเข้าถึงและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้บริโภค

ในปี 2558 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเชียงใหม่จำนวนมากกว่าเจ็ดล้านคน ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมปลายน้ำมีลูกค้าที่มีศักยภาพที่มีกำลังซื้อเป็นผู้บริโภคในประเทศ สภาวะธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ข้างต้น มีความสอดคล้องอย่างดีกับแผนพัฒนาจังหวัดปี 2558-2561 ซึ่งกำหนดตำแหน่งการพัฒนาไปสู่การเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย (Northern Food Valley) ซึ่งเป็นการยกระดับสินค้าเกษตรต่างๆ ให้ผู้ประกอบการรู้จักและเลือกใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์การเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้อุตสาหกรรมอาหารของภาคเหนือสามารถแข่งขันได้ในเวทีการค้าโลก นอกจากนี้ยังจะเป็นสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารของประชาชนในจังหวัดและประเทศ สร้างความเชื่อมั่นในด้านอาหารสำหรับประชากรที่อาศัยและมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงการสร้างขีดความสามารถการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และอุตสาหกรรมต่อเนื่องด้านอาหารของจังหวัดเชียงใหม่สู่การเป็นครัวโลกได้อย่างยั่งยืน (แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ 4 ปี 2558-2561)

นอกจากนโยบายในส่วนของจังหวัดที่เกื้อหนุนให้เกิดศักยภาพ เชียงใหม่ยังมีทำเลที่ตั้งและการคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งเส้นทางบกและทางอากาศ มีสนามบินนานาชาติที่ใหญ่อันดับสามของประเทศ มีสายการบินจากประเทศต่างๆ อาทิ มาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ ลาว สิงคโปร์ มาเก๊า และฮ่องกง ทำให้การเดินทางไปมาระหว่างคู่ค้าเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับในทางบกมีการเชื่อมต่อเส้นทางสู่ประเทศจีนตอนใต้และไม่แน่ว่า รัฐบาลได้มีนโยบายสร้างระบบรถไฟความเร็วสูงและรถไฟทางคู่ เชื่อมระหว่างกรุงเทพ-เชียงใหม่ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมข้าวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มศักยภาพในด้านการค้ากับคู่ค้าและผู้บริโภคต่างๆ ที่เดินทางเข้ามา

บทที่ 5

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและขีดความสามารถของ คลัสเตอร์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาเพื่อจัดทำแผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในครั้งนี้ได้เลือกจังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่ทำการวิเคราะห์และเป็นกรณีศึกษา โดยมีเหตุผลคือ 1) จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของอุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) ซึ่งจะเป็นทำเลที่ตั้งแห่งแรกของโครงการ Food Innopolis ตามนโยบาย Super Cluster ซึ่งได้มีการเตรียมความพร้อมด้านสถานที่อาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกในเบื้องต้นแล้ว พื้นที่นี้จะได้รับการสนับสนุนและผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในทุกระดับตั้งแต่ระดับโลก ระดับประเทศและกลุ่ม Startup ที่มีแนวคิดและแนวทางในการสร้างสรรค์ธุรกิจอาหาร จึงเหมาะสมที่จะสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและมิศุนย์วิจัยข้าวและอาหารที่มีองค์ความรู้ครบถ้วน พิจารณาถึงองค์ประกอบในส่วนของสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติของจังหวัดปทุมธานี ก็พบว่าปทุมธานีตั้งอยู่ใกล้ชิดกรุงเทพฯ และจังหวัดใหญ่ๆ ที่เป็นปริมณฑล นครนายก ออยุธยา และอื่นๆ ที่ใกล้เคียง จังหวัดปทุมธานีถือเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีความสำคัญมากที่สุด เช่น ข้าวพันธุ์ต่างๆ และในจังหวัดยังมีเกษตรกรและผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวและอาหารแปรรูปต่างๆ ที่ถือว่ามีผลผลิตสูงที่สุดในประเทศอีกด้วย สำหรับผู้ประกอบการอาหารและเกษตรกรผู้ผลิตข้าว ผัก และผลไม้ของจังหวัดตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ก็มีจำนวนมาก มีการรวมกลุ่มกันได้เข้มแข็งในระดับหนึ่งและทั้งหมดมีแรงบันดาลใจและความเชื่อในแนวทางการทำงานแบบคลัสเตอร์ของอุตสาหกรรม

จากความพร้อมตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นทุกประการ โดยเฉพาะในเรื่องของภูมิศาสตร์และผลผลิตทางการเกษตรที่มีอย่างอุดมสมบูรณ์ของจังหวัด รวมถึงความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรกรรม ทำให้ศักยภาพการแข่งขันและการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังอยู่ในระดับที่สามารถสร้างผลประโยชน์ร่วมกับโครงการ Food Innopolis ได้ในระยะเวลาไม่นาน เรื่องดังกล่าวจึงเป็นความท้าทายของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้แนวคิดคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวสามารถเกิดขึ้นได้ร่วมกับโครงการ Food Innopolis ต่อไป

5.1 สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ทรัพยากรและนโยบายสำหรับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวในจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่อยู่ในภาคกลาง มีความอุดมสมบูรณ์ทางการเกษตรและอุตสาหกรรม มีลักษณะภูมิประเทศที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มริมสองฝั่งแม่น้ำ ทำให้จังหวัดปทุมธานีมีพื้นที่ทำการเกษตร 509,090.5 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 56.8 ของพื้นที่ทั้งหมด ด้วยลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มที่เอื้อแก่การเพาะปลูก จึงทำให้จังหวัดปทุมธานีมีพื้นที่ทำการเกษตรอยู่ในทุกอำเภอ โดยอำเภอหนองเสือ

เป็นอำเภอที่มีพื้นที่ทำการเกษตรมากที่สุด รองลงมาคืออำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอลำลูกกา และอำเภอคลองหลวงตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นการปลูกข้าว รองลงมาได้แก่ ไม้ผล-ไม้ยืนต้น พืชผัก ไม้ดอกไม้ประดับ และพืชพลังงาน โดยการใช้ที่ดินเพื่อการเกษตรกรรมมีแนวโน้มลดลง จังหวัดปทุมธานีมีพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอันดับที่หนึ่ง คือ ข้าว เป็นพืชเศรษฐกิจที่มีพื้นที่เพาะปลูกทั่วทุกอำเภอในพื้นที่ 363,772 ไร่ มีเกษตรกร 21,203 ราย ผลผลิตเฉลี่ย 990 กก./ไร่ อันดับที่สอง ไม้ผล-ไม้ยืนต้น มีพื้นที่ปลูก 29,831 ไร่ ได้แก่ มะม่วง กล้วยหอม อันดับที่สาม พืชผัก มีพื้นที่เพาะปลูก 21,388 ไร่ ส่วนใหญ่จะปลูกเชิงการค้า และพืชที่อนาคตไกล คือ พืชน้ำมัน ในจังหวัดปทุมธานี มีพืชน้ำมัน 12,000 ไร่ อยู่ในอำเภอหนองเสือ

จากข้อมูลข้างต้นพบว่าจังหวัดปทุมธานีมีศักยภาพในการพัฒนาคลัสเตอร์อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว เนื่องจากมีพื้นที่เพาะปลูกและมีผลผลิตต่อไร่ในสัดส่วนที่สูง นอกเหนือไปจากทำเลที่ตั้งของจังหวัดซึ่งอยู่ใกล้เมืองหลวงทำให้ต้นทุนในการผลิตและการขนส่งไม่สูงมากเหมือนกับในบางจังหวัดที่ห่างไกล อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงนโยบายของจังหวัดจากแผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานีปี พ.ศ. 2557-2560 พบว่าจากวิสัยทัศน์ของจังหวัดที่ระบุไว้ว่า “ปทุมธานีเป็นเมืองอุตสาหกรรมสะอาด เกษตรปลอดภัย ศูนย์การเรียนรู้ และสังคมสันติสุข” มีความสอดคล้องกับความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อุตสาหกรรมข้าวเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อพิจารณาถึงประเด็นยุทธศาสตร์ที่มีทั้งหมดสามประเด็นดังนี้

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมกระบวนการผลิตและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาขีดความสามารถในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนและสังคมอย่างบูรณาการ

จากการตรวจสอบข้อมูลพบว่าในประเด็นที่สองจะเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องและเอื้อต่อการพัฒนาคลัสเตอร์ข้าวภายในจังหวัด โดยเฉพาะในประเด็นดังกล่าวมีการตั้งเป้าหมายยุทธศาสตร์ไว้ว่า จังหวัดจะเพิ่มมูลค่าเกษตรปลอดภัยและสินค้าชุมชนที่ได้มาตรฐาน โดยให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าเกษตรปลอดภัย มีมาตรฐานสู่สากล และจะสามารถขายสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชนได้มากขึ้น เนื่องจากจะต้องพัฒนาให้ผู้ประกอบการและสถาบันเกษตรกรมีขีดความสามารถเชิงธุรกิจ (แผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2557-2560)

โดยสรุปจากภาพรวมจะพบว่าด้วยสถานที่ตั้งทางกายภาพ และระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม รวมถึงนโยบายในระดับจังหวัดที่แตกต่างกันของทั้งสองจังหวัด ทำให้การดำเนินการเพื่อพัฒนาคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูป ที่เป็นอาหารว่าง อาหารเส้น อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าในสองพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะจากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิเบื้องต้น พบว่าการดำเนินการตามนโยบาย Food Innopolis ยังอยู่ในระดับนโยบายยังไม่มีมีการประยุกต์ใช้กับพื้นที่ของทั้งสองจังหวัด ทำให้ผลกระทบในด้าน Food Innopolis สำหรับคลัสเตอร์ในระดับจังหวัดทั้งสองยังไม่มีนัยสำคัญแต่อย่างใด ดังนั้น ในการวิเคราะห์ต่อจากนี้ไป นโยบาย Food Innopolis จึงเป็นเพียงปัจจัยโอกาสที่จะส่งผลกับผู้ประกอบการเป้าหมายในอนาคตระยะกลางและระยะยาวต่อไป

5.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมข้าวในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

สำหรับกรอบการวิเคราะห์อุตสาหกรรมข้าวเพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น (As-is) จะได้ใช้เครื่องมือวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (Situation Analysis) เพื่อเข้าถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อ

ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวในแต่ละจังหวัด ทั้งนี้เมื่อได้พิจารณาถึงข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบันก็จะสามารถอนุมานการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันในระดับจังหวัดเพื่อจัดทำแผนกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (ในแต่ละจังหวัด) ต่อไป

จุดแข็ง

- 1) เป็นที่ตั้งของโครงการ Food Innopolis แห่งแรก ทำให้อาจจะมีบริษัทข้ามชาติในอุตสาหกรรมอาหารจากต่างประเทศมาเข้าร่วมโครงการจำนวนมาก
- 2) มีภาคอุตสาหกรรมทางการเกษตรและเกษตรแปรรูปที่เข้มแข็ง มีความร่วมมือที่ดีระหว่างผู้ประกอบการในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- 3) มีศักยภาพในภาคการผลิตทางการเกษตรโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ข้าวมีผลผลิตต่อไร่ที่ดีและมีประสิทธิภาพ
- 4) มีการขยายตัวในเชิงพาณิชย์ที่ดี เพราะอยู่ติดกับเมืองหลวงซึ่งมีความต้องการอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวและเกษตรแปรรูป
- 5) เป็นทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมในการพัฒนาความร่วมมือในระดับต้นน้ำ (R&D) กับมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่มีองค์ความรู้และสามารถให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการแขนงต่างๆ

จุดอ่อน

- 1) ปัญหาการจัดการระบบการผลิตภายในจังหวัด สามารถบริหารจัดการเรื่อง Zoning ได้ดีกว่านี้
- 2) มีระดับความต้องการในพื้นที่ต่ำ ทำให้ต้องพึ่งพิงความต้องการซื้อและการบริโภคในพื้นที่รวมถึงในต่างประเทศด้วย (ผู้ซื้อมีอำนาจต่อรองสูง)
- 3) ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมทำให้ภาพลักษณ์ด้านอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวลดลง
- 4) ปัญหาแรงงานมีทักษะฝีมือแรงงานต่ำ มีต้นทุนการดำเนินงานที่สูงเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ที่ไกลออกไป

โอกาส

- 1) นโยบายของรัฐที่เอื้อต่อการพัฒนาจังหวัด และมีนโยบายสนับสนุนในระดับชาติเพราะเป็นที่ตั้งของโครงการ Food Innopolis
- 2) ตลาดการค้าเสรีระดับอาเซียนทำให้เกิดความต้องการสินค้าและอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวมีเพิ่มขึ้น
- 3) กระแสความต้องการพืชเกษตรปลอดภัยมีมากขึ้น และเป็นนโยบายที่ภาครัฐให้การสนับสนุน รวมถึงกระแสความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพของประชาชนทำให้มีความต้องการผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพและเป็นธรรมชาติ เช่น ข้าวอินทรีย์
- 4) บทบาทของประเทศไทยในเวทีโลกสามารถนำมาเอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมข้าวในจังหวัด

อุปสรรค

- 1) ปัญหาอุทกภัยในพื้นที่ที่ยังไม่สามารถแก้ไขได้อย่างสมบูรณ์
- 2) การเปิดเสรีทางการค้าทำให้ภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะข้าวและข้าวแปรรูปมีการแข่งขันสูง

- 3) ปัญหาการรุกรานการใช้พื้นที่การเกษตรเป็นที่อยู่อาศัยและโรงงานอุตสาหกรรม
- 4) การกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (GMO มาตรฐานสินค้า) เป็นข้อจำกัดในการขายข้าวและข้าวแปรรูป และผู้นำเข้าต่างชาติยังไม่เห็นความแตกต่างสำหรับข้าวพุ่มธานีทำให้มีสัดส่วนการส่งออกลดลง

5.3 การวิเคราะห์ขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวในพื้นที่จังหวัดพุ่มธานี

สำหรับการวิเคราะห์สภาวะอุตสาหกรรมอาหารโดยเน้นที่อาหารและผลิตภัณฑ์ข้าวตามขอบเขตที่ได้กำหนดเบื้องต้น คือ เฉพาะอาหารที่เป็นผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูป เช่น ประเภทอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่า สามารถพิจารณาจากปัจจัยที่มีแรงกดดันการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ซึ่งมีทำเลอยู่ในคลัสเตอร์จังหวัดพุ่มธานีโดยตรงและที่มีทำเลอยู่ภายนอกด้วย

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการอื่นในอุตสาหกรรมนอกคลัสเตอร์

บทบาทของคู่แข่งชั้นถือได้ว่ามีแรงกดดันรุนแรงที่สุดกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารและข้าวแปรรูปในคลัสเตอร์ เพราะสามารถส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับยอดขายและกำไรของสมาชิกในคลัสเตอร์ ดังนั้น ในส่วนนี้เองขึ้นอยู่กับศักยภาพในการสร้างความแตกต่างของสินค้าของผู้ประกอบการภายในคลัสเตอร์นี้เองว่าจะสามารถดำเนินการได้ในระดับใด ความแตกต่างของสินค้าจะทำให้เกิดต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้าของผู้ซื้อที่สูงขึ้น (Brand Switching Cost) หมายความว่าลูกค้าจะไม่รู้สึกเต็มใจที่จะไปซื้อสินค้าของผู้แข่งในคลัสเตอร์อื่นๆ เท่ากับของจังหวัด ในส่วนนี้หากพิจารณาถึงความได้เปรียบของผู้ผลิตที่อยู่ในจังหวัดพุ่มธานี ซึ่งเป็นเมืองที่มีวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์ แต่อย่างไรก็ตามวัตถุดิบดังกล่าวยังไม่สามารถนำเสนอความแตกต่างจากวัตถุดิบอาหารในพื้นที่อื่นๆ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์อาหารของพุ่มธานีจึงยังไม่มีควมได้เปรียบ เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการที่จังหวัดอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น ในเชียงใหม่ที่ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอความเป็นเชียงใหม่ในสินค้าที่นำเสนอให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ในปัจจุบันความได้เปรียบทางด้านคลัสเตอร์อุตสาหกรรมและนโยบาย FoodInnopolis ซึ่งมีทำเลที่ตั้งในจังหวัดก็ยังไม่เห็นผลกระทบที่เป็นนัยสำคัญ ดังนั้น จึงวิเคราะห์ว่าแรงกดดันในส่วนนี้สำหรับผู้ประกอบการฯ ในพุ่มธานีอาจจะมึระดับใกล้เคียงกันกับผู้ประกอบการในอื่นๆ ให้แรงกดดันในระดับปานกลาง (3/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ซื้อสินค้า

ในบางครั้งผู้ซื้อก็มีอำนาจที่จะกำหนดราคาของสินค้าให้ลดลง หรือกำหนดคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นได้ตามที่พวกเขาต้องการ ซึ่งสำหรับผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ทั้งสองจังหวัด หากถูกรอบงำด้วยอำนาจดังกล่าวก็จะทำให้อำนาจต่อรองที่มีกับลูกค้าน้อยลงไป ตามที่กล่าวข้างต้นลูกค้าอาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปของจังหวัดพุ่มธานีมีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการในจังหวัดค่อนข้างสูงเนื่องจากสินค้าของจังหวัดยังไม่มีควมแตกต่าง และไม่ได้นำเสนอตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจน ส่วนใหญ่ลูกค้าของผู้ประกอบการเองเป็นชาวเมืองหลวงที่อาจจะออกมาหาซื้อสินค้านอก โดยเฉพาะสินค้าที่มีราคาถูกคุณภาพเทียบเคียงกันได้ ดังนั้น สิ่งที่ผู้บริโภคจะทำการต่อรองก็คือเรื่องราคาและปริมาณสินค้าเป็นหลัก เมื่อคำนึงถึงผู้ประกอบการภายนอกคลัสเตอร์ซึ่งอาจจะฉวยโอกาสเข้ามากราดราคาสินค้าและแย่งตัวผู้ซื้อไปด้วยทำให้ลูกค้าหรือผู้ซื้อมีทางเลือกมากขึ้น โครงการ Food Innopolis แม้จะอยู่ในจังหวัดพุ่มธานีแต่เน้นงานวิจัยและพัฒนาเป็นหลัก ไม่ได้เน้นการผลิต ดังนั้น แม้ในอนาคตเมื่อโครงการเริ่มดำเนินการขึ้น ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรมที่ทำการ

วิเคราะห์อย่างมีนัยสำคัญต่ออย่างไร ดังนั้น ในทั้งหมดนี้สำหรับผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานีจะมีแรงกดดันในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก (4/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ขายวัตถุดิบและสินค้าต้นน้ำ

แรงบีบที่ต้องเผชิญในหัวข้อนี้ก็คือกลุ่มผู้จัดหาปัจจัยการผลิตที่รวมกลุ่มกันเพื่อลดอำนาจในการต่อรองกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารและข้าวแปรรูปในคลัสเตอร์จังหวัดซึ่งจะอยู่ในฐานะผู้ซื้อ ภายในคลัสเตอร์จังหวัดปทุมธานีเองมีผู้ผลิตสินค้าหรือบริการที่เป็นพื้นฐานหรือวัตถุดิบในการผลิตมากพอสมควร เป็นต้นว่ามีเกษตรกรจำนวนมากที่ส่งสินค้าทางการเกษตรเข้าโรงงานแปรรูป ผู้จัดหาปัจจัยการผลิตก็มีอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงคือเมืองหลวง ทำให้ผู้ประกอบการจะพบว่าตัวเองมีอำนาจต่อรองกับผู้จัดหาปัจจัยการผลิตในอุตสาหกรรมพอสมควร ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดบางรายเสาะหาความร่วมมือกับผู้ขายวัตถุดิบล่วงหน้า ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการด้าน Contract Farming เพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยงให้กับเกษตรกรในการผลิต และเพื่อที่จะให้ได้ราคาสินค้าทางการเกษตรที่เป็นสินค้าวัตถุดิบที่เหมาะสมในระยะยาว หลักฐานความร่วมมือดังกล่าวมีให้เห็นในกลุ่มจังหวัดปทุมธานี ทำให้แรงบีบในส่วนของผู้จัดหาปัจจัยการผลิตที่ปทุมธานีจึงมีน้อยถึงปานกลาง (2/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการหน้าใหม่

การพิจารณาแรงกดดันในหัวข้อนี้จะพิจารณาที่อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดอาหารและข้าวแปรรูป เพราะแน่นอนว่าหากธุรกิจที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมดังกล่าวมียอดขายสูง มีกำไรดี แต่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดที่ต่ำ ก็จะทำให้มีคู่แข่งหน้าใหม่ๆ เข้ามาลงทุนภายในเวลาไม่ช้า อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป็นที่ทราบว่าคุณภาพอาหารและข้าวแปรรูปเองไม่ได้มีความน่าสนใจขนาดนั้น เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีกำไรต่ำและยังไม่มีนวัตกรรมที่ดึงดูดลูกค้าให้เกิดอุปสงค์นอกเหนือไปจากการบริโภคในครัวเรือนเท่านั้น แม้ในจังหวัดปทุมธานีจะมีความร่วมมือกันภายในคลัสเตอร์ระหว่างผู้ประกอบการต้นน้ำและปลายน้ำ แต่สำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่อาจจะพบกับอุปสรรคในช่วงเริ่มต้น เพราะต้องมีการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีต้นทุนที่รับได้ ทำให้ท้ายที่สุดไม่สามารถกำหนดราคาที่จะดึงดูดลูกค้าได้ รวมไปถึงระบบงานทั้งวิธีการจัดส่งและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพระหว่างกันก็จะทำให้เจ้าใหม่ที่จะเข้ามาตัดเทียมได้มีน้อยมาก ดังนั้น สำหรับแรงกดดันในส่วนนี้สำหรับคลัสเตอร์ปทุมธานีจึงไม่มีนัยสำคัญเท่าที่ควรในปัจจุบันนี้ (1/5)

อำนาจต่อรองในส่วนของสินค้าทดแทนที่อยู่นอกคลัสเตอร์

การคุกคามนี้มักจะเกิดเมื่อลูกค้าที่ซื้อหาสินค้าอาหารประเภทอื่นๆ ที่มาแทนสินค้าข้าวแปรรูปฯ ได้ง่ายตาย เช่น สินค้าขนมปัง หรือเส้นพาสต้าซึ่งมีกระบวนการผลิตแตกต่างไปจากอุตสาหกรรมอาหารและข้าวจำวแปรรูปในประเทศไทย โดยสินค้าทดแทนนี้อาจมีราคาที่ถูกกว่าหรือมีคุณภาพบางส่วนที่ดีกว่า จนผู้บริโภคต้องตัดสินใจที่จะเลิกซื้อสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูป และหันไปเลือกใช้สินค้าทดแทนแทนอื่นๆ หากพิจารณาจากกระแสนิยมความเป็นธรรมชาติ และการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้วดูจะหาสินค้าทดแทนที่จะมาแทนข้าวหรือสินค้าแปรรูปจากข้าวได้ยาก โดยเฉพาะในส่วนของสินค้าเกษตรเองแล้วแทบจะไม่มีสารสังเคราะห์หรือสินค้าอะไรที่จะมาทดแทนคุณสมบัติความเป็นธรรมชาติได้เลย อีกทั้งความร่วมมือกันของผู้ประกอบการต้นน้ำและปลายน้ำเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิต ทำให้ราคาขายของสินค้าไม่สูงจนเกินไป และความร่วมมือด้าน

คุณภาพและคุณสมบัติของวัตถุดิบที่จะใช้หรือที่จะถูกแปรรูปให้เกิดคุณประโยชน์สูงสุดแก่ลูกค้า จะช่วยให้ไม่เป็นการเปิดช่องว่างให้สินค้าทดแทนจากอุตสาหกรรมอื่นๆ เข้ามา ดังนั้นการยึดแนวทางตามธรรมชาติดูจะเป็นเกราะป้องกันให้กับสินค้าในคลัสเตอร์ของทั้งสองจังหวัดนี้เป็นอย่างดี ให้ระดับแรงกดดันเท่ากับ 1/5

จากการวิเคราะห์แรงกดดันในอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปในมุมมองของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูปของจังหวัดปทุมธานี เมื่อได้ทำการวิเคราะห์แรงกดดันจากคู่แข่ง (Rivals) ผู้จัดหาปัจจัยการผลิตต้นน้ำ (Suppliers) ลูกค้าปลายน้ำ (Distributors) ผู้ผลิตใหม่ที่เข้ามาแข่งขัน (New Entrants) และสินค้าทดแทน (Substitute Products) พบว่าจากตารางสรุป คลัสเตอร์มีแรงกดดันในภาพรวมน้อยถึงปานกลาง (ต่ำกว่า 3.0/5) หมายถึงคลัสเตอร์มีศักยภาพในการดำเนินการในอุตสาหกรรมอาหารและข้าวแปรรูปได้อย่างมีกำไร โดยหากพิจารณาแล้วจะพบว่าอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อและผู้ประกอบการคู่แข่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญ นอกนั้นพิจารณาว่าแรงกดดันจากในส่วนของสินค้าทดแทนและผู้ประกอบการใหม่ที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดไม่น่าเป็นอุปสรรคแต่อย่างใด (แรงกดดัน 1-2 จาก 5) ซึ่งในภาพรวมคะแนนดังกล่าวถือว่าเป็นโอกาสกับผู้ประกอบการ

ตารางที่ 5-1 สรุปแรงกดดันทั้งห้าสำหรับสินค้าในคลัสเตอร์ฯ

แรงบีบจากส่วนต่างๆในอุตสาหกรรม	ปทุมธานี
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการคู่แข่ง	3/5
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ซื้อสินค้า	4/5
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ขายวัตถุดิบและสินค้าต้นน้ำ	2/5
อำนาจต่อรองในส่วนของผู้ประกอบการหน้าใหม่	1/5
อำนาจต่อรองในส่วนของสินค้าทดแทน	1/5
ภาพรวม (ค่าเฉลี่ย)	2.2/5

5.4 การวิเคราะห์แนวโน้มในอนาคตของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวแปรรูป ประเภทอาหารเส้น อาหารว่าง อาหารหวาน และอาหารเสริมคุณค่าในจังหวัดปทุมธานี

ตามที่ได้ทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเบื้องต้นพบข้อมูลที่สามารถนำเสนอเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูปในบางส่วนซึ่งทำให้สามารถทำการวิเคราะห์เบื้องต้นสำหรับศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมข้าวสำหรับจังหวัดปทุมธานีได้ดังนี้

การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมต้นน้ำ (ด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต)

จากแนวคิดห่วงโซ่มูลค่าสำหรับอุตสาหกรรมข้าวและผลิตภัณฑ์อาหารที่มีวัตถุดิบข้าว พบว่าธุรกิจในระดับต้นน้ำประกอบด้วยเกษตรกรผู้ผลิตข้าว แตกต่างจากเกษตรกรในเชียงใหม่ เกษตรกรที่ปทุมธานีมีพื้นที่ปลูกข้าวจำนวนมาก ซึ่งข้าวถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีพื้นที่เพาะปลูกทั่วทุกอำเภอในพื้นที่ 363,772 ไร่ จากพื้นที่ทั้งหมด 953,660 ไร่ หรือเกือบร้อยละ 40 ของพื้นที่ทั้งหมด นอกจากนี้ จังหวัดยังมีมาตรฐานข้าวเป็นของจังหวัดเอง คือ

มาตรฐานข้าวหอมปทุมธานี¹ ส่งผลให้ผู้ประกอบการในจังหวัดสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการส่งออกข้าว เป็นที่เชื่อถือและยอมรับในตลาดต่างประเทศ จังหวัดปทุมธานี เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีการปลูกข้าวสูงสุด 5 อันดับแรกของประเทศ โดยอันดับ 1 ได้แก่ จังหวัดมหาสารคาม รองลงมาคือ จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดปทุมธานี โดยในปีเพาะปลูก 2555/56 จังหวัดปทุมธานีมีพื้นที่เพาะปลูกข้าว (นาปี) 327,731 ไร่ ให้ผลผลิตที่ได้ต่อปี 244,487 ตัน โดยมีพื้นที่ปลูกข้าว (นาปี) ปลอดภัย 4,189 ไร่ ได้ผลผลิต 3,134 ตัน โดยดูจากแนวโน้มแล้ว พบว่า การผลิตข้าว (นาปี) ปลอดภัย (GAP) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

จากข้อมูลเบื้องต้นสำหรับเกษตรกรในปทุมธานี ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทางการเกษตรจะมีความเหมาะสมและทำให้ศักยภาพของผู้ประกอบการต้นน้ำในอุตสาหกรรมข้าวนี้มีศักยภาพมากกว่าในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลจากสำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานียังระบุว่าเกษตรกรในจังหวัดสามารถผลิตข้าวได้ผลผลิตเฉลี่ยที่ 862 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งถือว่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่มีผลผลิตเฉลี่ยประมาณไม่ถึง 500 กิโลกรัมต่อไร่ แสดงให้เห็นความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่และเทคโนโลยีในการเพาะปลูกข้าวทั้งนาปีและนาปรังของเกษตรกรในจังหวัดที่สูงกว่าที่อื่นๆ ทั้งนี้สามารถอ้างอิงได้จากข้อเท็จจริงที่ว่าเกษตรกรในจังหวัดนี้ได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์วิจัยข้าวปทุมธานี ในการสนับสนุนเมล็ดพันธุ์ พัฒนาระบบการผลิต เช่น การทำน่าน้ำน้อย และการพัฒนาระบบการแปรรูปข้าวซึ่งเป็นกระบวนการต่อเนื่องในการเพิ่มมูลค่าของข้าวเปลือกด้วย

อย่างไรก็ตามจากจำนวนเกษตรกร 12,716 รายในจังหวัด ได้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรทำนาทั้งสิ้น 13 กลุ่ม สมาชิกเพียง 1,256 คน แสดงให้เห็นว่าแผนพัฒนาคลัสเตอร์สำหรับผู้ประกอบการต้นน้ำในจังหวัดนี้ยังสามารถดำเนินการได้ แม้ภาครัฐจะช่วยสนับสนุนเรื่องของการจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรจำนวนร้อยละ 50 แต่จนถึงปัจจุบันศักยภาพในส่วนดังกล่าวก็ยังไม่มีความชัดเจน

การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมกลางน้ำ (ด้านการเพิ่มมูลค่า)

ในขณะที่อุตสาหกรรมต้นน้ำของจังหวัดถือว่ามีศักยภาพหรือความเข้มแข็งเพียงพอในด้านการผลิตผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมข้าวและข้าวแปรรูปกลางน้ำ ซึ่งประกอบด้วยโรงสี อุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าว คลังสินค้า และพ่อค้าคนกลางที่ทำหน้าที่เป็นนายหน้ารับซื้อข้าวจากเกษตรกรไปส่งยังโรงสีเองก็มีความน่าสนใจ เนื่องจากจากการศึกษาพบว่าจำนวนโรงสีที่ขึ้นทะเบียนเพียง 14 แห่งเท่านั้น ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอำนาจต่อรองที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนมากกว่าจังหวัดเชียงใหม่ ยิ่งพิจารณาผลผลิตรวมของทั้งจังหวัด ซึ่งต้องผ่านกระบวนการแปรรูปจากผู้ประกอบการกลางน้ำในอุตสาหกรรมนี้เพียงจำนวนดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเช่นเดียวกันกับเกือบทุกจังหวัด เกษตรกรรายย่อยจะไม่มีอำนาจต่อรองกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกลางน้ำแต่อย่างใด ดังนั้นจะเห็นว่าศักยภาพของผู้ประกอบการกลางน้ำมีศักยภาพมาจากอำนาจกึ่งผู้ขาดเนื่องจากมีจำนวนน้อยราย เช่นเดียวกับกับผู้ประกอบการกลางน้ำที่เชียงใหม่ ยังไม่ปรากฏให้เห็นได้ชัดว่าศักยภาพดังกล่าวที่เกิดขึ้นมีพื้นฐานมาจากเทคโนโลยีเฉพาะ หรือเนื่องมาจากเม็ดเงินลงทุนโรงสีข้าวที่ต้องมีจำนวนมาก ในปัจจุบันพบว่ามีเทคโนโลยีในการผลิตเครื่องสีข้าวขนาดย่อมในราคาที่ย่อมเยาลงมา ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเองก็จะสามารถที่จะรวบรวมเม็ดเงินลงทุนเพื่อต่อยอดห่วงโซ่การผลิตข้าวได้ ทำให้ศักยภาพของโรงสีข้าวขนาดใหญ่หากไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยี ก็

¹ประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับประกาศทั่วไป เล่ม 121 ตอนพิเศษ 119 ง วันที่ 20 ตุลาคม 2547

จะทำให้อำนาจในการต่อรองส่วนนี้ลดลงไปในอนาคตอันใกล้ เช่นกันในส่วนของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ข้าวรายอื่นๆ ยังไม่ปรากฏความชัดเจนในส่วนนี้

การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมปลายน้ำ (ด้านการตลาด)

ในส่วนของธุรกิจระดับปลายน้ำ ประกอบด้วย ธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายสินค้า เช่น ผู้ค้าส่งและค้าปลีก ก่อนที่สินค้าจะถูกกระจายไปยังผู้บริโภคในที่สุด สำหรับผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานีในอุตสาหกรรมปลายน้ำนี้จะค่อนข้างมีศักยภาพและน่าจะอยู่ในสถานะที่ดีกว่าผู้ประกอบการต้นน้ำ และอาจจะดีกว่าผู้ประกอบการกลางน้ำซึ่งเป็นโรงสีข้าวในจังหวัด เหตุผลสำคัญนอกเหนือไปจากทำเลที่ตั้งของจังหวัดซึ่งมีพื้นที่ติดกับเมืองหลวง ซึ่งทำให้การขนส่งสินค้าไปจัดจำหน่ายมีต้นทุนไม่สูงเหมือนผู้ประกอบการปลายน้ำในอุตสาหกรรมข้าวที่อยู่จังหวัดอื่นๆ ที่ห่างไกลออกไป ได้แก่ การที่ภาครัฐเองมีนโยบายจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยปทุมธานียังเป็นจังหวัดหนึ่งที่น่าจะจะเป็นพื้นที่นำร่องการจัดตั้ง Food Innopolis ภายในอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย อีกด้วย ซึ่งคาดว่าจะนำไปสู่การวิจัยและพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นที่ทราบกันว่าโครงการ Food Innopolis มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) และนำไปสู่การสร้างอุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต ซึ่งอุตสาหกรรมอาหารจำเป็นต้องมีวัตถุดิบ คือ ข้าว ดังนั้น ด้วยการเริ่มต้นของโครงการขนาดใหญ่ดังกล่าวจะทำให้เกิดการเสริมสร้างศักยภาพด้านการลงทุนของประเทศไทย เพื่อดึงดูดการลงทุนที่มีคุณค่า ทั้งจากนักลงทุนรายเดิมและรายใหม่ และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ตลอดจนสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ SME ทั้งนี้ คลัสเตอร์แปรรูปอาหารเป็นคลัสเตอร์เป้าหมายหนึ่งในการให้สิทธิประโยชน์ ซึ่งคาดว่าจะมีผลกระทบเชื่อมโยงไปข้างหลังต่อผู้ประกอบการปลายน้ำในอุตสาหกรรมการผลิตข้าวในอนาคตอย่างแน่นอน

บทที่ 6

กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี (Best Practice) จากในประเทศ และต่างประเทศ

ในการพิจารณาเลือกกลุ่มคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์อาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ (หรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากสินค้าเกษตรกรรม) เพื่อเป็นกรณีศึกษา และทำการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์เชิงลึก มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ (1) กลุ่มคลัสเตอร์มีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่า หรือมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมากกว่ากลุ่มคลัสเตอร์อื่นๆ ในประเภทเดียวกัน ซึ่งในที่นี้เป็นกลุ่มคลัสเตอร์ประเภทอาหารที่มีวัตถุดิบผู้ประกอบการต้นน้ำซึ่งเป็นเกษตรกร (2) กรณีศึกษามีงานวิจัยและวิเคราะห์ถึงการดำเนินงานทั้งปัจจัยนำเข้า กระบวนการดำเนินงาน และผลลัพธ์ขาออก รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อภาคเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่จับต้องได้ และ (3) มีผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถเข้าถึงได้เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติมในส่วนที่มีความสำคัญกับคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวที่เป็นกรณีศึกษา

6.1 กรณีศึกษาในประเทศ

สำหรับกรณีศึกษาในประเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์เกษตรประเภทอาหาร ได้เลือก “สามพรานโมเดล” โครงการที่ริเริ่มโดยสวนสามพราน มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดนครปฐม โดยพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำไปพร้อมๆ กัน ในเบื้องต้นสามพรานโมเดลถูกขับเคลื่อนโดยมูลนิธิสังคมสุขใจ ผ่านการปฏิบัติงานของศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์สุขใจ ส่งผลให้เกษตรกร โดยเฉพาะชาวนาในจังหวัดนครปฐมหันมาทำเกษตรอินทรีย์ รู้จักวางแผนการผลิตดูแลพืชผัก ผลไม้ การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว และการหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับผลผลิตได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขายสินค้าทางการเกษตรหรือสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้กับธุรกิจบริการท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากจะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้จากธุรกิจขนาดใหญ่สู่เกษตรกรรายย่อยในลักษณะที่เลี้ยงแล้ว ยังถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดการเกษตรเชื่อมโยงภาคบริการหรือการสร้างผลประโยชน์ให้กับชุมชนผ่านการท่องเที่ยว (Communities Benefitting through Tourism)

จุดเริ่มต้นของการพัฒนาสามพรานโมเดลเกิดจาก ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของเกษตรกรทั่วไปที่อยู่ในจังหวัดนครปฐม ซึ่งส่วนใหญ่มีความประสงค์ที่จะทำเกษตรอินทรีย์ เพราะเจอปัญหาเรื่องสุขภาพจากการใช้สารเคมี และต้นทุนในการผลิตสูงขึ้นจากราคาสารเคมีที่เพิ่มขึ้นทุกปี สภาพแวดล้อมที่แย่ลงจากการสะสมของสารเคมี และแมลงศัตรูพืชที่มีความดื้อยามากขึ้น ซึ่งเกษตรกรเลยต้องใช้สารเคมีที่แรงขึ้น ในปริมาณที่มากขึ้นทุกๆ ปี ส่งผลกระทบกับสุขภาพสิ่งแวดล้อมและหนี้สิน จนในที่สุดอาจจะล้มป่วย เสียชีวิตหรือต้องขายที่ดินเพราะหนี้สิน เกษตรกรไม่สามารถจะหลุดจากวงจรที่ไม่สิ้นสุดนี้ได้ถ้าไม่หยุดใช้สารเคมีและมาทำเกษตรอินทรีย์ ถึงจุดนี้สามพรานโมเดลจะไม่เกิดขึ้นหากสมาชิกที่ถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในพื้นที่คือ “สวนสามพราน ริเวอร์ไซด์” ไม่เป็นผู้ริเริ่ม โดยตระหนักว่า สิ่งที่จะโน้มน้าวให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรแบบอินทรีย์นั้นคือ “ตลาด” ดังนั้นสวนสามพรานฯ จึงได้เปิดตลาดสุขใจขึ้นใน ปี 2010 เพื่อเป็นตลาดทางเลือกให้ผู้บริโภคที่รัก

สุขภาพ และเพื่อเกษตรกรที่หันมาทำเกษตรอินทรีย์ ได้มีพื้นที่จำหน่ายผลผลิตตรงให้กับลูกค้าโดยไม่ต้องผ่านคนกลาง สวนสามพรานเองยังหันมาสนับสนุนซื้อข้าว ผัก และผลไม้อินทรีย์โดยตรงจากเกษตรกรในพื้นที่ด้วย (www.sampranmodel.com สืบค้นเมื่อกรกฎาคม 2559)

จากจุดเริ่มต้นดังกล่าว “สวนสามพรานฯ” ในฐานะผู้พัฒนาและริเริ่มความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้ขายและผู้ซื้อในตลาด ก็ยังได้ประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถาบันวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยตลาดสุขใจได้ทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อทำโครงการวิจัยในการขับเคลื่อนงานเกษตรอินทรีย์ในนครปฐม ผ่านกลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าสามพราน และในปี 2556 สำนักงานส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ให้ทุนสนับสนุนเปิดศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์สุขใจ เพื่อสนับสนุนเกษตรกรในพื้นที่ ให้หันมาทำเกษตรอินทรีย์ โดยจะช่วยวางแผนการผลิต การดูแลพืช ผัก ผลไม้ การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว และการหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับผลผลิต ในปี 2557 ได้มีการก่อตั้งมูลนิธิสังคมสุขใจ เพื่อขับเคลื่อนสามพรานโมเดลอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส และเฝ้าต่อการขยายโครงการ และในวันที่ 20 สิงหาคม 2557 ได้มีการเซ็นข้อตกลงร่วม (MOU) ระหว่าง 40 หน่วยงานจากภาคเอกชน ภาครัฐ ท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครปฐม ที่จะร่วมกันพัฒนาต่อยอดความร่วมมือระหว่างกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับคลัสเตอร์ ดังนั้นจึงอาจจะกล่าวได้ว่าสวนสามพรานเองทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานคลัสเตอร์ (Cluster Development Agent)

ในทางทฤษฎีเนื่องจากการพัฒนาคลัสเตอร์จะเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ ตัวแทนจากหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ปัจจัยสู่ความสำเร็จประการหนึ่งจึงเป็นกลไกที่ประสานเชื่อมโยงระหว่างทุกส่วนที่เกี่ยวข้องภายในคลัสเตอร์ โดยผู้ที่ทำหน้าที่ดังกล่าวคือผู้ประสานงานคลัสเตอร์ (Cluster Development Agent) หรือที่เรียกกันว่า CDA ซึ่งควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในอุตสาหกรรมของกลุ่มพอสมควรและไม่มีส่วนได้เสียกับธุรกิจอุตสาหกรรม ทั้งนี้ UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) หน่วยงานต่างประเทศที่มีประสบการณ์ในการพัฒนา CDA ได้กำหนดบทบาทหน้าที่และคุณสมบัติของ CDA ไว้ดังนี้

- เข้าใจในความต้องการของสมาชิกคลัสเตอร์
- เสริมสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกในคลัสเตอร์
- ชักจูงให้สมาชิกคล้อยตามและผลักดันให้เกิดวิสัยทัศน์ร่วมของกลุ่ม
- คลี่คลายปัญหาหรือความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้
- สนับสนุนการดำเนินงานของคลัสเตอร์ให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้
- ชักจูงให้เครือข่ายวิสาหกิจเข้าถึงผู้ให้บริการ (Business Development Service) ได้ดียิ่งขึ้น
- เข้าใจธุรกิจ เข้าใจผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SME
- มีอัยาศัยไม่ตรีดี มีศิลปะในการโน้มน้าวใจคน
- มุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และมีความรับผิดชอบ
- เปิดกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น และกล้าทดลอง
- เป็นคนในพื้นที่ หรือมีความคุ้นเคยกับพื้นที่
- มีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมของคลัสเตอร์บ้าง แต่ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในเชิงเทคนิค

รูปที่ 6-1 สามพรานโมเดล



ที่มา : www.sampranmodel.com, สืบค้นเมื่อกรกฎาคม 2559.

ในการดำเนินการอาจจะกล่าวได้ว่าสามพรานโมเดลได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการสร้างมูลค่าจากห่วงโซ่มูลค่าเดิมของเกษตรกร ซึ่งต่างคนต่างอยู่ต่างดำเนินการและใช้กลไกตลาดเป็นตัวกำหนดกิจกรรมการผลิตและราคา มาเป็นการสร้างความร่วมมือโดยมีสวนสามพรานเป็นตัวประสานงานคลัสเตอร์ และมีการดึงเอาภาครัฐและท้องถิ่นเข้ามาสนับสนุนตามขอบข่ายและความเชื่อมโยง นอกจากนี้ เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างเป็นรูปธรรมได้มีการดึงเอามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่นๆ เข้ามาสร้างรูปแบบการพัฒนาที่สามารถใช้งานได้จริงและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่

ซึ่งจากแผนภาพแสดงลักษณะการดำเนินงานของสามพรานโมเดล พบหลักการทำงานของทุกภาคส่วนคือ “การค้ำที่เป็นธรรม” ตั้งอยู่บนหลักพื้นฐานการทำธุรกิจที่มีความเชื่อใจเป็นหลัก ซึ่งความเชื่อใจ (Trust) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเชื่อมโยงทุกภาคส่วนตั้งแต่ผู้ผลิต (เกษตรกร) ผู้จัดจำหน่าย (พ่อค้าสวนสามพราน) มหาวิทยาลัย ภาครัฐทั้งองค์กรท้องถิ่นและระดับประเทศ และในส่วนของผู้บริโภคไว้ด้วยกัน ความเชื่อใจยังเป็นพื้นฐานการทำงานร่วมกันระยะยาวของทุกภาคส่วน เริ่มต้นจากเมื่อผู้บริโภคมีความเชื่อใจในผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ก็ยินดีที่จะจ่ายเงินในราคาที่สูงมากขึ้นเพื่อได้มาซึ่งสิ่งที่ผู้บริโภคเชื่อใจในผู้จัดจำหน่ายและผู้ผลิตเมื่อเกิดการกลับมาซื้อซ้ำ และพฤติกรรมปากต่อปากในหมู่ผู้บริโภคก็หมายถึง ความจงรักภักดีที่จะเกิดขึ้นกับ “ตลาดสุขใจ” ทำให้ตลาดสุขใจเองมีกิจกรรมและแรงจูงใจในการทำธุรกิจ หรือมีทรัพยากรในการสนับสนุนให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเรียนรู้และพัฒนาตัวเอง ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล ในกรณีของสามพรานโมเดล อาจจะเรียกได้ว่าทุกภาคส่วนทำงานพร้อมๆ กันเป็นวงจร เริ่มต้นจากกลุ่มเล็กๆ ขยายตัวไปเป็นกลุ่มขนาดกลางและขนาดใหญ่ขึ้น จนในปัจจุบันมีลูกค้าแวะเวียนเข้ามาในตลาดไม่น้อยกว่าหนึ่งพันรายต่อวัน ทั้งนี้ ในส่วนของการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนท้องถิ่น รวมถึงภาควิชาการก็จัดได้ว่ามีบทบาทที่สำคัญ เพราะเป็นส่วนที่สนับสนุนความน่าเชื่อถือของโมเดลดังกล่าว การมีหน่วยงานภาครัฐที่เป็นทางการมาร่วมพัฒนารับรู้รับทราบข้อตกลงในการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ การทำการวิจัยและนำ

ผลงานวิจัยมาเผยแพร่ เป็นแนวทางการพัฒนาต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์และคลัสเตอร์ ก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับทั้งผู้เข้าร่วมโครงการที่เป็นเกษตรกร พ่อค้านักลงทุน และผู้ประกอบการที่เข้ามาจับจ่ายซื้อขาย ว่าด้วยทรัพยากรและเวลาที่ทุ่มเทลงไปจะหมายถึงสิ่งที่ดีที่ทุกภาคส่วนจะได้รับ และจะเป็นกิจกรรมที่ประสบความสำเร็จได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามพรานโมเดล

จากข้อมูลวิทยุชุมชนข้างต้นสำหรับสามพรานโมเดลทำให้ทราบประวัติความเป็นมา และผลงานอันเป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วนที่เข้าร่วม จัดได้ว่าสามพรานโมเดลประสบความสำเร็จเป็นคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์อาหารที่จัดได้ว่าเป็น Best Practice ในประเทศไทยในลำดับแรกๆ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรผู้เป็นกำลังสำคัญในการผลักดันให้สามพรานโมเดลมีสถานะที่สมบูรณ์แบบในทุกวันนี้

สำหรับบทสรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของสามพรานโมเดลมีดังต่อไปนี้

1. ทศนคติของผู้บริหารตั้งแต่ยุคก่อตั้ง ที่เล็งเห็นถึงความจำเป็น และกระทำอย่างความจริงจังในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ อย่าง เกษตรกร และชุมชน สร้างการยอมรับด้วยภาพลักษณ์ที่ติดกับพื้นที่

2. มีกิจกรรมทางการตลาด ตรงตามนิยามทางทฤษฎี คือ มีความต้องการซื้อจากผู้บริโภค มีความต้องการขายและมีสินค้าจากผู้ผลิต มีสถานที่สำหรับแลกเปลี่ยนสินค้า และที่สำคัญสามารถตอบโจทย์ได้ เมื่อมีความต้องการซื้อถูกตอบสนองจนเป็นที่พึงพอใจจากความต้องการขาย ทำให้มีกิจกรรมทางการตลาดที่เกิดขึ้นจริง คลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของสามพรานโมเดลจึงสามารถจับต้องได้

3. กลุ่มธุรกิจหลักต้องเป็นแกนนำสำคัญในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม ในที่นี้ได้แก่ สวนสามพราน และมีสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจ (Cluster) มีศักยภาพที่พร้อมในการพัฒนาและสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ ยังต้องมีการรองรับจากธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างครบวงจร และมีปัจจัยการผลิตที่มีความเหมาะสมทั้งในด้านแรงงาน วัตถุดิบ เครื่องจักร และทำเลที่ตั้ง

4. จิตสำนึก (Awareness) ในการรวมกลุ่มกัน และมีความไว้วางใจ และเชื่อใจซึ่งกันและกัน (Trust) มีการประสานและแบ่งปันผลประโยชน์ที่ยุติธรรมอันก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย (Win-Win) ภายในกลุ่มอาจจะดำเนินการให้เกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี โดยอาศัยกลไกตลาด ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ธุรกิจมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา และให้มีความเชี่ยวชาญในการผลิตและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ

5. ผู้ประสานงานคลัสเตอร์ (Cluster Development Agent) คือ มูลนิธิสังคมสุขใจ ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิตในพื้นที่ และสมาชิกเกษตรกรจากพื้นที่อื่นๆ หน่วยงานที่เข้าร่วมทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ภาควิชาการ รวมถึงผู้บริโภค

6. ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันจากการการรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ก่อให้เกิดนวัตกรรม การวิจัยพัฒนา เรื่องที่เป็นปัญหาร่วมกัน (Common Problem) ตลอดจนเรื่องที่เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย (Common Interest) โดยอาศัยการแบ่งปันความคิด และค่าใช้จ่ายร่วมกัน

7. ประโยชน์และสิทธิพิเศษที่ได้จากการรวมตัวเป็นคลัสเตอร์ นั่นเองที่เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้คลัสเตอร์ประสบความสำเร็จ เนื่องจากสามารถเข้าถึงและขอความร่วมมือจากแหล่งบุคลากรที่มีคุณภาพและ

เชี่ยวชาญเฉพาะได้ง่าย ตลอดจนได้รับความช่วยเหลือ สนับสนุนจาก ภาครัฐ สมาคม องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา สถาบันฝึกอาชีพ และสถาบันเพื่อการวิจัย ทำให้คลัสเตอร์สามารถเข้าถึง และได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

กล่าวโดยสรุป สามพรานโมเดลเป็น Best Practice ในประเทศสำหรับคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จหลักๆ ได้แก่ ผู้ประสานงานคลัสเตอร์ (Cluster Development Agent) คือมูลนิธิสังคมสุขใจ ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิตในพื้นที่ และสมาชิกเกษตรกรจากพื้นที่อื่นๆ หน่วยงานที่เข้าร่วมทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ภาควิชาการ รวมถึงผู้บริโภค ซึ่งเมื่อเกิดความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีแล้วปัจจัยสู่ความสำเร็จอื่นๆ ได้แก่ ส่วนผสมทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และการพัฒนากระบวนการเพื่อให้ได้การรับรองเกษตรอินทรีย์สากล การออกงานแสดงสินค้าในตลาดเมืองหลวงและต่างประเทศ การดึงเอาภาควิชาการและเงินสนับสนุนการวิจัยเชิงพัฒนาจากหน่วยงานสนับสนุนทางการวิจัยมาร่วมสนับสนุน

6.2 กรณีศึกษาต่างประเทศ

สำหรับกรณีศึกษาคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น Best Practice มีคลัสเตอร์หลายแห่งที่ประสบความสำเร็จในแง่ชื่อเสียงและการเป็นที่ยอมรับในระดับโลกถึงผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดขึ้น เป็นต้นว่าคลัสเตอร์ผลิตไวน์ที่สหรัฐอเมริกา ที่มีชื่อเสียงคือ Napa Valley หรือ คลัสเตอร์อาหารที่ประสบความสำเร็จระดับโลกอย่าง Danish Food Cluster ที่เดนมาร์ก และอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่า รูปแบบการเติบโต หรือยุทธศาสตร์สู่ความสำเร็จของแต่ละคลัสเตอร์ยังไม่มีสูตรสำเร็จ หรือไม่มีแนวทางการพัฒนาที่แน่นอนตายตัว ทำให้การเลือกกรณีศึกษาในต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวสำหรับประเทศไทย จึงอาจจะจำเป็นต้องอิงกับตัวผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่จับต้องได้ และต้องสามารถให้ข้อมูลที่อัปเดตและเป็นประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้การเลือกวิเคราะห์คลัสเตอร์ที่อยู่ในช่วงของการพัฒนาสร้างความเข้มแข็งในยุคปัจจุบันย่อมได้ประโยชน์มากกว่าการวิเคราะห์คลัสเตอร์ระดับโลกที่เกิดขึ้นในยุคก่อนหน้า เพราะปัจจัยสู่ความสำเร็จสำหรับคลัสเตอร์ยุคปัจจุบัน ย่อมมีความสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงโอกาสอุปสรรคในยุคปัจจุบัน ที่คลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวของประเทศไทยต้องประสบและดำเนินการในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

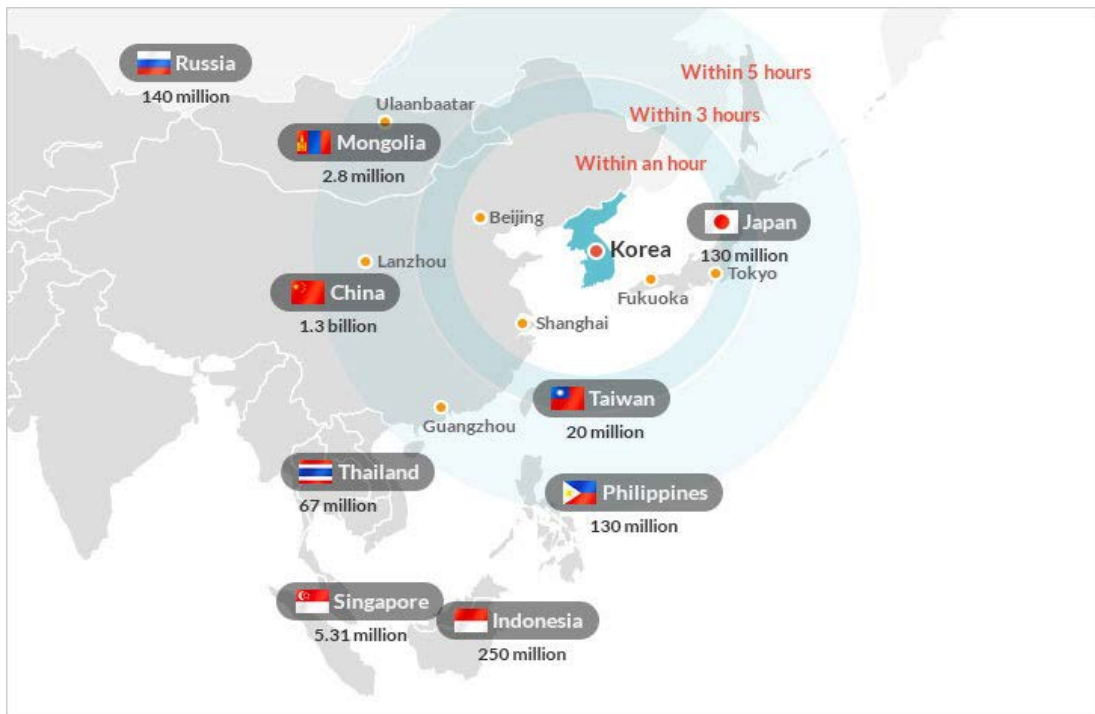
Foodpolis เป็นกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมใหม่ ที่ถูกสร้างขึ้นที่ประเทศเกาหลี โดยเน้นไปที่การส่งออก และการวิจัยพัฒนาอาหารทางการแพทย์ โดย Foodpolis มีวัตถุประสงค์เบื้องต้นเพื่อช่วยอุตสาหกรรมอาหารของเกาหลี โดยการสนับสนุนการเจริญเติบโตร่วมกันระหว่างบริษัทขนาดใหญ่และบริษัทขนาดเล็ก รวมไปถึงหน่วยเกษตรกร โดยสร้างความร่วมมือช่วยเหลือกันระหว่างหน่วยงานดังกล่าวอย่างเต็มที่ เพื่อจุดประกายการแบ่งปันความรู้และนวัตกรรมระหว่างกัน ทั้งนี้บริษัททั้งหลายภายในคลัสเตอร์จะได้รับสิทธิประโยชน์จากแรงจูงใจต่างๆ เป็นต้นว่าศูนย์สนับสนุนทางการวิจัยและพัฒนาที่หลากหลาย และกิจกรรมสนับสนุนตั้งแต่การประเมินคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไปจนถึงคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ของอาหาร Foodpolis มีที่ตั้งอยู่ที่เมืองอิกซังบนเกาะทางตะวันตกของเกาหลี มีอาณาบริเวณมากกว่า 3.5 ล้านตารางเมตร ซึ่งตำแหน่งที่ตั้งดังกล่าวถือเป็นตำแหน่งที่เป็นข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์อย่างชัดเจนต่อทุกบริษัทที่เป็นสมาชิก และกลุ่มลูกค้าศักยภาพที่จับตามองตลาดอาหารของเอเชีย โดยใช้ Foodpolis เป็นฐานการส่งออกเพื่อสร้างความได้เปรียบต่อไป

6.2.1 กรณีศึกษา Foodpolis ของประเทศเกาหลี

หนึ่งในศักยภาพของ Foodpolis ได้แก่ ตำแหน่งยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมอาหารที่ถูกคาดการณ์ว่าจะมีค่าถึง 7,000,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2563 ประเทศเกาหลีเองอยู่ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทำนายว่าจะเป็นภูมิภาคศูนย์กลางของอุตสาหกรรมอาหารที่มีสัดส่วนร้อยละ 40.0 ของทั้งโลก นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารของเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือยังมีอัตราการเติบโตรายปีที่คงที่มากกว่าร้อยละ 30.0 มาตั้งแต่ปี 2553 โดยประชากรในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือเพียงอย่างเดียวมีประมาณ 1,500 ล้านคน เฉพาะมูลค่าผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอาหารของเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 20.0 ของปริมาณการค้ารวมของโลก และในปี 2563 ภูมิภาคนี้ถูกคาดการณ์ว่าจะเป็น 1 ใน 3 ของปริมาณการค้ารวมของโลกด้วย

จากข้างต้นจะเห็นว่าเกาหลีอยู่ตรงใจกลางของเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นตลาดอาหารที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก และจากรูปที่ 7-2 และ 7-3 จะพบว่า Foodpolis ตั้งอยู่ที่เมืองอิกซังตามเกาะทางตะวันตกของเกาหลีใต้ พร้อมกับเส้นทางขนส่งที่รวดเร็วไปได้ทั่วประเทศ ซึ่งคือทางรถไฟ KTX และทางหลวงสายหลัก ธุรกิจทั้งหลายจะเข้าถึงเมืองหลักระดับนานาชาติได้มากกว่า 60 เมืองด้วยการเดินทางบนเครื่องบินราว 2 ชั่วโมง เมืองอิกซังโดยทางยุทธศาสตร์แล้วจะอยู่ใกล้ประเทศจีนและตลาดประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสำคัญอย่างเช่น ฮองกง และญี่ปุ่น ซึ่งใช้เวลาบินไปเพียง 2 ชั่วโมง Foodpolis ได้ให้การเข้าถึงและการประกันคุณภาพที่ง่ายดายสำหรับบริษัทที่มองหาช่องทางเข้าถึงไม่เพียงแค่ตลาดอาหารของประเทศจีนและญี่ปุ่น แต่ยังรวมไปถึงตลาดอาหารทั้งหมดของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ

รูปที่ 6-2 ท่าเรือที่ตั้งของประเทศเกาหลีในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ที่มา: Korea Foodpolis, ออนไลน์ <http://eng.Foodpolis.kr>, 2559

รูปที่ 6-3 ทำเลที่ตั้งของ Foodpolis ในประเทศเกาหลี



ที่มา: Korea Foodpolis, ออนไลน์ <http://eng.Foodpolis.kr>, 2559

สำหรับอีกศักยภาพของ Foodpolis มาจากศักยภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศเกาหลี ซึ่งเป็นตลาดอาหารที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 17 ของโลก มีมูลค่าประมาณ 56,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2553 มีรายได้จากการส่งออกอาหารมากกว่า 5,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เกาหลีมีบริษัทชั้นนำระดับโลกในหลายธุรกิจทางด้านเทคโนโลยี เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ชิพส์ความจำ การต่อเรือ เหล็ก และรถยนต์ ธนาคารโลกได้จัดอันดับเกาหลีไว้ในลำดับที่ 7 ของโลกในเรื่องความง่ายต่อการดำเนินธุรกิจ มีอัตราการจบการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยสูงที่สุดในโลก และได้อันดับที่ 2 ของโลกในอัตราของความกระตือรือร้นในการศึกษา บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่พร้อมสรรพ เพื่อที่จะทำให้อุตสาหกรรมอาหารก้าวไปข้างหน้า เกาหลียังเป็นจุดทดสอบที่เยี่ยมยอดสำหรับตลาดโลก ด้วยความหนาแน่นของประชากรสูง ซึ่งเป็นฐานผู้บริโภคที่มีความสนใจในกระแสและมีความต้องการซื้อสินค้า ตลอดจนมีสาธารณูปโภคด้านเทคโนโลยีระดับมาตรฐานสากล ซึ่งช่วยให้บริษัทสามารถติดตามว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นอย่างไร ได้อย่างใกล้ชิด และปรับตัวก่อนที่จะเล็งเป้าหมายไปที่ตลาดอื่นๆ ในด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ เกาหลีมีความพร้อมสำหรับการค้าระดับโลก โดยในปัจจุบันประเทศได้ทำ FTA กับ 50 ประเทศ เป็นสมาชิก OECD ในปี 2539 เป็นสมาชิก WTO ในปี 2538 และเป็นสมาชิก GATT ในปี 2510

วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ (พันธกิจ) ของ Foodpolis

วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์กลางชั้นนำในธุรกิจอาหารระดับโลก ด้วยเทคโนโลยีการค้นคว้าและพัฒนานวัตกรรมอาหารและเครือข่ายที่แข็งแกร่ง ที่มาพร้อมกับการเข้าถึงหนึ่งในเขตเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตอย่างมีพลวัตของโลกอย่างรวดเร็วและง่ายดาย โดยในปี 2563 Foodpolis จะเป็น “แกนหลักอันใหม่สำหรับอุตสาหกรรมอาหารโลก”

กลยุทธ์

กลยุทธ์ คือ การดำเนินการเพื่อจะสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภคที่เป็นมิตรกับธุรกิจ ด้วยการสร้างฐานศักยภาพให้ทั้งบริษัทขนาดใหญ่และขนาดเล็ก สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสำหรับตลาดอาหาร ทั้งระดับภายในประเทศและระดับภูมิภาคได้ โดยที่ Foodpolis มีเขตอุตสาหกรรมอาหาร และเขตที่พักอาศัย ที่สามารถรองรับบริษัทอาหารและสถาบันวิจัยระดับนานาชาติ บริษัทที่เข้ามาเช่าพื้นที่สามารถใช้ประโยชน์ และรับการสนับสนุนได้ตามความต้องการ จากระบบสนับสนุนธุรกิจที่แข็งแกร่ง

เป้าหมาย

ต้องการเป็นหนึ่งในห้าอันดับแรกของคลัสเตอร์อาหารโลก ซึ่งมีบริษัทอาหาร 150 ราย และศูนย์วิจัยและพัฒนา 10 แห่ง

วัตถุประสงค์

- เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทในตลาดอาหารโลก
- เร่งการเติบโตและความสามารถในการทำกำไรทางเกษตรกรรม
- เพิ่มการส่งออกอาหารและสินค้าทางการเกษตร
- สนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจท้องถิ่น

การวิจัยและพัฒนา และการสนับสนุน

สำหรับการดำเนินการเพื่อให้ Foodpolis ขับเคลื่อนไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และวัตถุประสงค์ข้างต้นคือการจัดหาศูนย์ให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ ต่อไปนี้

- 1) ศูนย์ประเมินมาตรฐานคุณค่าอาหารเพื่อสุขภาพ
 - หน่วยสนับสนุน One-Stop Support Service สำหรับการรับรองมาตรฐานอาหารเพื่อสุขภาพ
 - เครือข่ายสนับสนุนอุตสาหกรรมการศึกษาสำหรับการวิจัยประเมินคุณค่าทางอาหาร
 - ให้การฝึกอบรม คำปรึกษา และข้อมูลอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ
 - มีเครื่องมือมากกว่า 200 ชิ้น เพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในสายอาหารเพื่อสุขภาพ

รูปที่ 6-4 ภาพประกอบศูนย์ประเมินมาตรฐานด้านอาหาร



ที่มา: Korea Foodpolis, ออนไลน์ <http://eng.Foodpolis.kr>, 2559

- 2) ศูนย์ความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร
 - ให้บริการตรวจสอบและวิเคราะห์ความปลอดภัยของอาหาร

- ให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาคุณภาพของรสชาติ
 - สร้างเครือข่ายระดับโลกในด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร
 - มีอุปกรณ์กว่า 200 ชิ้น เพื่อสนับสนุนการทดสอบความปลอดภัยของอาหาร และการพัฒนาคุณภาพของรสชาติ
- 3) ศูนย์บรรจุภัณฑ์อาหาร
- ให้บริการแก้ไขปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์อาหารครบวงจร
 - ให้บริการทดสอบ วิเคราะห์ และประเมินผล เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน
 - จัดโปรแกรมอบรม และให้คำปรึกษา ในการพัฒนาเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ใหม่

รูปที่ 6-5 ภาพประกอบศูนย์ความปลอดภัยและคุณภาพอาหาร



ที่มา: Korea Foodpolis, ออนไลน์ <http://eng.Foodpolis.kr>, 2559

- 4) โรงงานผลิตอาหารนำร่อง (Pilot Plant)
- โรงงานระดับมาตรฐาน GMP พร้อมกับอุปกรณ์ทางการผลิตล้ำสมัย
 - ให้บริการครบทุกขั้นตอนตั้งแต่การค้นคว้าวิจัยไปจนสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้ายที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์
 - ให้บริการทดสอบและผลิตสินค้าต้นแบบและตัวทดลอง
 - มีเครื่องมือที่ล้ำสมัยและสายการผลิตที่หลากหลาย ตั้งแต่สายการผลิตในวัตถุดิบประกอบทั่วไป (อาหารแปรรูป) ไปจนถึงสายการผลิตพิเศษ (อาหารเพื่อสุขภาพที่มี GMP) และสายการผลิตพิเศษล้ำสมัย
- 5) ศูนย์ทดลองลงทุนในธุรกิจอาหาร (โรงงานให้เช่า)
- ให้บริการสนับสนุนการผลิตแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในราคาที่เหมาะสม
 - ให้บริการสนับสนุนในการขอรับการรับรองด้านอาหาร อาทิ HACCP GMP และอื่นๆ
- 6) หน่วยงานสำหรับกลุ่มอาหารระดับชาติของเกาหลี
- ผู้ประสานงานเครือข่ายระหว่างธุรกิจและห้องทดลอง
 - ศูนย์บริการครบวงจรสำหรับการลงทุนและดำเนินธุรกิจ
 - การบริหารจัดการกลุ่มอย่างครบวงจร

นอกจากศูนย์ต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น จัดเป็นการให้ความช่วยเหลือหลักในด้านการดำเนินการผลิตอาหารแก่ผู้ประกอบการ Foodpolis ยังจัดให้มีโปรแกรมสนับสนุน (Support Programs) เพื่อให้ผู้ประกอบการอาหารสามารถพัฒนาศักยภาพและทักษะในการดำเนินการ ซึ่งโปรแกรมสนับสนุนจะประกอบไปด้วย

- 1) โปรแกรมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา (R&D Support Program)
 - กองทุนกู้ยืมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา สำหรับการผลิตอาหารเชิงพาณิชย์
 - เชื่อมต่อบริษัทเพื่อช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ
- 2) โปรแกรมสนับสนุนความเติบโตร่วมกัน ระหว่างการเกษตรกรรมภายในประเทศและบริษัทอาหาร
 - ให้บริษัทอาหารกู้ยืมสำหรับการจัดซื้อวัตถุดิบทางการเกษตรภายในประเทศ
 - สนับสนุนทุนกู้ยืมให้กับบริษัทที่ส่งออกสินค้าที่ผลิตใน Foodpolis
- 3) โปรแกรมบ่มเพาะและพัฒนาบุคลากรด้านอาหาร (Nurture Talents)
 - เครือข่ายข้อมูลการจ้างงานและระบบการฝึกอบรม
 - โปรแกรมการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจอาหารและการส่งออกทางการเกษตร
- 4) โปรแกรมผู้ริเริ่มในตลาดส่งออกอาหารของโลก
 - สนับสนุนการจัดส่งและค่าธรรมเนียมศุลกากรสำหรับการทดลองส่งออก
 - สนับสนุนการส่งเสริมทางการตลาด และการทำตลาด สำหรับตราสินค้าส่งออก
- 5) โปรแกรมให้คำปรึกษา เงินอุดหนุน ภาษี และการลดหย่อน
 - การให้คำปรึกษาและผลประโยชน์ทางการเงิน
 - สิทธิในการยกเว้นภาษี

ในส่วนของโปรแกรมสนับสนุนเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีความยั่งยืนสำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการเฉพาะที่เน้นการสร้างนวัตกรรมอาหารในระยะยาว Foodpolis ผลักดันเรื่องดังกล่าวให้เกิดขึ้นโดยมีการจัดตั้งให้มีศูนย์การวิจัยชั่วคราว ทำหน้าที่จัดให้มีโปรแกรมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาาระดับนานาชาติ (International R&D Supporting Program) เพื่อสนับสนุนความร่วมมือในด้านการวิจัยและพัฒนา ระหว่างบริษัทอาหารทั้งระดับภายในประเทศและระดับโลก สถาบันวิจัย และมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างเครือข่ายสากล และกระตุ้นการใช้เทคโนโลยีที่พัฒนาขั้นสูงสุด ทั้งนี้ด้วยการสนับสนุนทางการเงินมากถึง 500 ล้านบาท เป็นระยะเวลา 3 ปี

สำหรับในเรื่องของสาธารณูปโภคที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย Foodpolis มีการดำเนินการผ่านศูนย์อุตสาหกรรมและที่อยู่อาศัย (Industrial & Residential Complexes) โดยในเขตอุตสาหกรรมมีการพัฒนาพื้นที่การขายอสังหาริมทรัพย์ และการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอุตสาหกรรมซึ่งกำลังอยู่ในขั้นตอนดำเนินงาน โดยคาดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จะแล้วเสร็จพร้อมให้ใช้งานภายในปี 2559 โดยมีการแบ่งเขตพื้นที่ ดังนี้

- 1) โซนสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนแก่บริษัท (Enterprise Support Facilities Zone)
 - a. สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก : ศูนย์วิจัยและพัฒนา 3 แห่ง โรงงานให้เช่า โรงงานทดลอง หน่วยงานของกลุ่มอาหารระดับชาติของเกาหลี
- 2) โซนวิจัยเฉพาะส่วน (Private Research Zone)
 - a. สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก : สถาบันวิจัยอาหาร 10 แห่ง
- 3) โซนอาหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Food Zone)

- a. สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก : อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารชีวภาพ อาหารหมัก อาหารสกัด สารเติมแต่งอาหารจากธรรมชาติ และอื่นๆ
- 4) โซนการลงทุนต่างชาติ (Foreign Investment Zone)
- 5) โซนการขนส่งและกระจายสินค้า (Logistics & Distribution Zone)
- 6) โซนอาหารทั่วไป (General Food Zone)
- 7) โซนบำบัดของเสีย (Waste Treatment Facilities)

รูปที่ 6-6 ภาพประกอบการจัดสรรพื้นที่ในบริเวณโครงการ Foodpolis



ที่มา: Korea Foodpolis, ออนไลน์ <http://eng.Foodpolis.kr>, 2559

สถานที่ตั้ง

โซนการลงทุนต่างประเทศ, วังกุง-เมียงยอง, เมืองอิกซัง, เจโอลาบัค-โดม เกาหลี (Foreign Investment Zone, Wanggung-myeon, Iksan city, Jeollabuk-do, Republic of Korea)

ขนาดพื้นที่

เนื้อที่ทั้งหมด 3,580,000 ตารางเมตร (358 เฮกตาร์)

สวนวิทยาศาสตร์อาหาร (Food Science Park) : 2,320,000 ตารางเมตร (232 เฮกตาร์)

โซนการลงทุนต่างชาติ (Foreign Investment Zone) : 451,000 ตารางเมตร

งบประมาณของโครงการ

รวมทั้งสิ้น 440 ล้านเหรียญสหรัฐ ฯ (553.5 พันล้านบาท)

เขตที่พักอาศัย

การพัฒนาของเขตที่พักอาศัยขนาด 1.26 ล้านตารางเมตร เกิดขึ้นคู่ขนานพร้อมไปกับเขตอุตสาหกรรม การพัฒนาพื้นที่และการแบ่งเขตมีเป้าหมายแล้วเสร็จในช่วงปี 2557-2561 ต่อด้วยการก่อสร้างอพาร์ทเมนต์ โรงเรียน และ อสังหาริมทรัพย์เชิงพาณิชย์ Foodpolis ได้วางแผนให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบันเทิง และสวนสนุก ซึ่งจะรวมเอา อาหารเกาหลี และอาหารประจำชาติต่างๆ ทั่วโลกเอาไว้ โดยมีการแบ่งพื้นที่ ดังนี้

- 1) โซนบ้านพัก (Housing Zone) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ที่พักอาศัยของชาวต่างชาติ บ้านทาวน์เฮ้าส์ หมู่บ้านฮานอก (Hanok village) และอพาร์ทเมนต์สำหรับลูกจ้างของ Foodpolis เป็นหลัก
- 2) โซนขายอาหาร (Food Commercial Zone) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ศูนย์ประชุม พื้นที่ ธุรกิจ ถนนอาหารเกาหลี ถนนอาหารนานาชาติ และ อื่นๆ
- 3) โซนมหาวิทยาลัยและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการศึกษา (Universities & Educational Facilities) มีสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก โรงเรียนอนุบาล โรงเรียนประถมศึกษา โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นและ ตอนปลาย โรงเรียนนานาชาติ และสถาบันทางการศึกษาอื่น ที่เน้นในด้านอาหาร และอื่นๆ
- 4) โซนศูนย์อาหารและวัฒนธรรม (Food & Culture Complex Zone) มีสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ศูนย์แสดงนิทรรศการอาหารและรสชาติ พิพิธภัณฑสถานอาหาร และอื่น
- 5) โซนสวนสนุกอาหาร (Food Theme Park Zone) เช่น สวนสนุกอาหารนานาชาติ ฟาร์มชนบท สนาม สำหรับจัดงานเทศกาลกลางแจ้ง

สิทธิพิเศษสำหรับนักลงทุน

สำหรับสิทธิประโยชน์ของนักลงทุนต่างชาติใน Foodpolis มีลักษณะการจูงใจที่เข้าเกณฑ์การเป็น Special Economic Zone (SEZ) โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

- เขตการลงทุนจากต่างประเทศ

การลงทุนจากต่างชาติในพื้นที่พิเศษ ให้เช่าที่ดินเป็นระยะเวลา 50 ปี โดยยกเว้นค่าเช่า หรือ ลดให้ ร้อยละ 75 ทั้งนี้สำหรับพื้นที่เป้าหมายสำหรับการจัดจำหน่ายทั้งหมด 3,580,000 ตารางเมตร (358 เฮกตาร์) จะเป็นสวนวิทยาศาสตร์อาหารขนาด (Food Science Park) 2,320,000 ตารางเมตร (232 เฮกตาร์) และมีเขตการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Investment Zone) 451,000 ตารางเมตร

- สิ่งจูงใจทางการเงินสำหรับผู้เข้าร่วมโครงการ

- 1) ภาษีชาติ (National Tax = Corporate Tax and Income Tax) Foodpolis ยกเว้นเก็บภาษี ภายใน 3 ปีแรก จากนั้นลดภาษีให้ร้อยละ 50 ใน 2 ปีถัดมา โดยต้องมีการลงทุนอย่างน้อย 10 ล้าน เหรียญสหรัฐฯ สำหรับสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ
- 2) ภาษีท้องถิ่น (Local Taxes = Acquisition Tax, Registration Tax and Property Tax) Foodpolis ยกเว้นการเก็บภาษีภายในระยะเวลา 15 ปีแรก สำหรับการลงทุนอย่างน้อย 10 ล้าน เหรียญสหรัฐฯ
- 3) การยกเว้นภาษีนำเข้า (Tariff Exemption) มีการยกเว้นภาษีการนำเข้าให้กับสินค้าที่ลงทุนใหม่ใน 5 ปีแรก สำหรับการลงทุนอย่างน้อย 10 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

- 4) เงินสมทบการจ้างงาน
 - o ในเขตเจอนบัก (Jeonbuk Residents) ได้รับเงินสมทบมากถึง 1,000,000 วอนเกาหลี ต่อลูกจ้างใหม่ 1 คน หลังจากมีลูกจ้างทั่วไปเกิน 20 คน เป็นเวลาถึง 6 เดือน โดยให้มากที่สุดไม่เกินบริษัทละ 1,000 ล้านวอนเกาหลี
 - o ในเมืองอิกซัง (Iksan city) ได้รับเงินสมทบมากถึง 500,000 วอนเกาหลี ต่อลูกจ้างใหม่ 1 คน หลังจากจ้างลูกจ้างปกติเกิน 20 คน เป็นเวลาถึง 6 เดือน โดยให้มากที่สุดไม่เกินบริษัทละ 200 ล้านวอนเกาหลี
- 5) เงินสมทบการจัดการศึกษาและฝึกอบรมแรงงาน
 - o ในเขตเจอนบัก (Jeonbuk Residents) ได้รับเงินสมทบเดือนละ 100,000-500,000 วอนต่อลูกจ้างใหม่ 1 คน หลังจากจ้างลูกจ้างปกติเกิน 20 คน เป็นเวลาถึง 6 เดือน โดยให้มากที่สุดไม่เกินบริษัทละ 500,000,000 วอนเกาหลี
 - o ในเมืองอิกซัง (Iksan city) ได้รับเงินสมทบมากที่สุดเดือนละ 500,000 วอนต่อลูกจ้างใหม่ 1 คน หลังจากลูกจ้างปกติเกิน 20 คน เป็นเวลาถึง 6 เดือน โดยให้มากที่สุดไม่เกินบริษัทละ 200,000,000 วอนเกาหลี
- 6) สิทธิประโยชน์อื่นๆ อาทิ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการศึกษา การจัดซื้อบ้านภายใต้งบประมาณ

ความร่วมมือระหว่างประเทศ

จากข้อมูลทุติยภูมิข้างต้นสำหรับ Foodpolis ทำให้ทราบที่มาและภูมิหลังสำหรับการก่อตั้งและพัฒนา Foodpolis ซึ่งถือเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเป็นคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์อาหารที่จัดได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับต้นๆ ของโลก อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรผู้บริหารงานโครงการ Foodpolis

สำหรับบทสรุปการวิเคราะห์ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของการจัดทำคลัสเตอร์อาหาร Foodpolis ของประเทศเกาหลีใต้ได้ ดังต่อไปนี้

1. การริเริ่มและลงทุนจากภาครัฐ จัดทำแผนงานและเตรียมงบประมาณล่วงหน้าอย่างน้อย 3 ปี ก่อนวันเริ่มดำเนินงานอย่างเป็นทางการ
2. จุดขายความเป็นคลัสเตอร์อาหาร เน้นความร่วมมือกันบนพื้นฐานของการแข่งขันของทั้งห่วงโซ่อุปทาน กล่าวคือ ผู้ประกอบการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยที่ผู้เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์นั้นๆ จะต้องมีการกำหนดทิศทางและเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วม (Core Objective & Strategy) รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของคลัสเตอร์นั้น (Collective Efficiency/Productivity) ก็คือ ผู้ประกอบการในคลัสเตอร์สามารถลงทุนในการวิจัยร่วมกัน และพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการของตน ซึ่งทำให้ประหยัดต้นทุนในการพัฒนาได้ ในขณะที่ยังคงแข่งขันในด้านประสิทธิภาพในการผลิตสินค้านั้น หรือผู้ประกอบการธุรกิจต้นน้ำและปลายน้ำสามารถวางแผนบริหารห่วงโซ่อุปทานร่วมกัน (Supply Chain Management) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value-Added) ตลอดสายของห่วงโซ่

อุปทาน (Supply Chain) ตลอดจนมีการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศใน Foodpolis ทำให้เกิดการกระจายของความรู้ใหม่ (Spur of Knowledge)

3. การมุ่งเป้าหมายการผลิตสินค้าไปรองรับความต้องการของตลาดในประเทศจีน และเอเชียตะวันออก ด้วยการเลือกก่อตั้งพื้นที่ในบริเวณทำเลศักยภาพ สามารถขนส่งสินค้าไปขายได้สะดวกรวดเร็ว

4. การอำนวยความสะดวกในการผลิต ที่พักอาศัย รวมไปถึงความพิเศษที่ได้ออกแบบมา คือ การวางผังการแบ่งเขตพื้นที่โซนในสวนวิทยาศาสตร์อาหาร (Food Science Park) ซึ่งหลักๆ จะมีพื้นที่ทั้งหมดสี่ส่วน ได้แก่ โซนอำนวยความสะดวกทางอุตสาหกรรม (Industrial Facility Zone) โซนอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ (Corporate Support Facility Zone) โซนวิจัยและพัฒนาเฉพาะ (Private R&D Zone) และโซนอำนวยความสะดวกในเรื่องการกำจัดสิ่งปฏิกูลและของเสีย (Sewage and Waste Processing Facility Zone) ในพื้นที่ติดกันนั้น เมื่อ Food Science Park ได้รับการพัฒนาเต็มที่แล้ว แผนการจะมีการสร้างเมืองแห่งอาหาร (Food City) ซึ่งมีเนื้อที่ประมาณครึ่งหนึ่งของ Food Science Park กำหนดแล้วเสร็จในปี 2561

5. มีศูนย์วิจัยและพัฒนาเพื่อการสร้างความรู้ใหม่ ความก้าวหน้าทางนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่มในทางอุตสาหกรรมอาหาร ที่สามารถต่อยอดไปเป็นเชิงพาณิชย์ได้

6. การให้การสนับสนุนจากรัฐในด้านสิทธิพิเศษการลงทุนเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อาทิ สิ่งจูงใจทางภาษีและการเงินอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและจูงใจในในตอนเริ่มต้น

7. ยุทธศาสตร์การดำเนินการเป็นแบบต่อยอด มีการวางแผนการสร้างเมืองแห่งอาหาร (Food City) เพื่อรองรับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่เกิดจากการทำวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตจาก Food Science Park โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะรองรับวัฒนธรรมอาหารที่แตกต่างของผู้ประกอบการจากทั่วโลก (ไม่ใช่แค่เพียงเกาหลี) และเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจการส่งออก เพื่อจัดให้เกิดการพบกันระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้าศักยภาพของผู้ประกอบการต่างๆ ด้วย โดยสร้างอาคารจัดแสดงและกิจกรรมทางอาหาร พิพิธภัณฑสถานอาหาร ศูนย์ความร่วมมือทางอาหาร และภัตตาคารแห่งอนาคต ซึ่งสามารถต่อยอดอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทำการนำเสนอสินค้า ตลอดจนเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้อีกด้วย

บทสรุปสำหรับ Foodpolis เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยภาครัฐ โดยอาศัยความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและอุปสงค์ทางการตลาดทางด้านอาหารในการจัดตั้งคลัสเตอร์อาหารซึ่งมีเป้าหมายผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศเข้าร่วมทั้งในด้านการลงทุน และความร่วมมือทางด้านต่างๆ Foodpolis ใช้แนวคิดด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) ในการดำเนินงานเพื่อสร้างแรงจูงใจ ที่นอกเหนือไปจากด้านการเงิน หรือการยกเว้นภาษีเงินได้ประเภทต่างๆ แล้ว ยังเป็นเรื่องของการให้การสนับสนุนทางด้านการวิจัยและพัฒนาตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านการผลิต ที่พักอาศัย และการสร้างพื้นที่ Food City ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถจัดการแสดงสินค้าต่างๆ รวมทั้งเข้าร่วมเปิดร้านค้า และนำเสนอวัฒนธรรมด้านอาหารที่มีความแตกต่างกันได้อย่างเป็นรูปธรรม

6.2.2 กรณีศึกษา Ping-Tung Agricultural Biotechnology Park (ABP) ของประเทศไต้หวัน

สวนเทคโนโลยีชีวภาพทางการเกษตร Ping-Tung จัดเป็นกรณีศึกษาที่สามารถเป็น Best Practice ได้อย่างน่าสนใจ เนื่องจากเป็นกระบวนการยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรซึ่งเป็นแบบดั้งเดิมให้มีมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ โดยในปี 2545 ไต้หวันได้ดำเนินการเปิดประเทศตามพันธสัญญาที่ทำไว้กับองค์การการค้าโลก

(WTO) ในการกำหนดแผนการพัฒนาชาติเพื่อให้ภาคการเกษตรของประเทศมีระดับความสามารถในการแข่งขัน และก้าวทันกับยุคอุตสาหกรรมสีเขียวสมัยใหม่สวนเทคโนโลยีชีวภาพทางการเกษตร Ping-Tung ได้มีการจัดตั้งขึ้น ซึ่งโดยหลักแล้วสวนเทคโนโลยี ถูกคาดการณ์ให้เป็นการเพิ่มข้อมูลทางเทคนิค โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การผลิตอาหารทางการเกษตรโดยใช้ปุ๋ยเคมีภัณฑ์ ระบบการจัดการฟาร์มที่ใช้วัสดุทางพันธุกรรม และกระบวนการอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มผลผลิตและรายได้ที่สูงขึ้นสำหรับเกษตรกร การพัฒนาสวนเทคโนโลยีนี้ยังเป็นการสร้างโอกาสในการนำเอาผลการวิจัยทางพืชศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์กรมให้ประสบความสำเร็จด้วย ทั้งนี้การพัฒนาที่ยั่งยืนนโยบายแห่งชาติที่จะช่วยทำให้เกิดความมั่นคงทางอาหารในระดับโลก รวมถึงความมั่นคงทางอุตสาหกรรมและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

Mr. Sun-Long, Ting Director of Ping-Tung Agricultural Biotechnology Park Provisional Office, Council of Agriculture, Executive Yuan, R.O.C. ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของสวนเทคโนโลยีฯในงานวิจัยที่ชื่อว่า “Future Development and Operations of Ping-Tung Agricultural Biotechnology Park” โดยมีรายละเอียดดังนี้

“จุดประสงค์หลักในการพัฒนาสวนเทคโนโลยีฯ (ABP) คือการโปรโมทงานวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเทคโนโลยีการเกษตร เพื่อสร้างหน้าที่ทางการตลาดที่นำไปสู่คุณภาพและปริมาณที่เหมาะสม ดังนั้น ภาครัฐจึงเข้ามาสนับสนุนในหลายมาตรการที่ต้องการและยังมีการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพในเรื่องการสนับสนุนการลงทุนเพื่อยกระดับเทคโนโลยีทางการเกษตร เพื่อเพิ่มการส่งออกสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูงสุด ในระยะยาวภาครัฐหวังว่า ABP จะมีความสามารถในการสร้างงานวิจัย การสร้างตลาด และกระบวนการผลิตสินค้าและการขนส่ง และหวังว่า ABP จะสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายภาคการเพาะปลูกโดยรอบและเป็นศูนย์กลางในอุตสาหกรรมเกษตรแบบไฮเทคด้วย”

ข้อมูลเบื้องต้นจากผู้บริหาร ABP พบว่าภาครัฐถูกมองว่าเป็นกุญแจตัวสำคัญในการริเริ่มและร่วมผลักดันให้เกิดหน่วยงานที่จะเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทางด้านวิชาการ และการตลาด โดยมีความคาดหวังว่า ABP เองจะสามารถเชื่อมโยงกับภาคการผลิตอื่นๆ โดยรอบเพื่อสร้างและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรที่ต้องอาศัยองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีเป็นตัวตั้งต้นในการผลิตสินค้าทางการเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น นอกจากนี้สำหรับผลลัพธ์ที่คาดการณ์จากผู้บริหารพบว่าในกรอบการพัฒนา ABP จะเป็นกำลังการผลิตที่ประกอบไปด้วย 120 โรงงานและมูลค่าการผลิต 18 พันล้านดอลลาร์ไต้หวัน โดยจะมีมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิบัตรมากกว่า 2 พันล้านดอลลาร์ไต้หวัน ในขณะที่เดียวกันจะมีการจ้างงานมากกว่า 8,000 อัตราสำหรับประชาชนทางภาคใต้ของประเทศไต้หวัน

สถานการณ์ในปัจจุบันของ ABP

ABP ในปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการทางการเกษตรและวิทยาศาสตร์ชีวภาพที่ยื่นการเข้าร่วมโครงการจำนวน 98 ราย โดยกลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการได้ค่อยๆมีการพัฒนาความร่วมมือทั้งในแนวตั้งและแนวนอนระหว่างกัน และได้มีการจัดระบบห่วงโซ่อุปทานกับหน่วยงานวิสาหกิจภายนอกสวนฯ ซึ่งก็เท่ากับการสร้างผลการดำเนินการร่วม (Synergies) ในระหว่างคลัสเตอร์ด้วย ปัจจุบัน ABP มีคลัสเตอร์อุตสาหกรรมทั้งสิ้นหกอุตสาหกรรมตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6-1 การจัดกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมของ ABP

ประเภท	กลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมทั้งหมด	ผลิตภัณฑ์
1	อุตสาหกรรมความงามและสุขภาพจากธรรมชาติ (Natural Health and Beauty Industry)	Functional Foods, Modern Chinese Medicine, Biotech Cosmetics, Edible and Medicinal Mushrooms, Etc.
2	อุตสาหกรรมประมงและวิทยาศาสตร์ชีวภาพทางทะเล (Fisheries and Aquaculture Biotechnology Industry)	Ornamental Fish, Aquaculture Products, Aquatic Peripheral Products, Etc.
3	อุตสาหกรรมวัสดุทางเกษตรชีวภาพ (Bioagricultural Materials Industry)	Biofertilizers, Biopesticides, Plant Nutrients, Etc.
4	อุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์ชีวภาพทางสัตว์ (Animal Biotechnology Industry)	Animal Vaccines, Feed Additives, Livestock Probiotics, Etc.
5	อุตสาหกรรมบริการ OEM/ ODM ในการตรวจสอบทางเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotech Testing and OEM/ODM Service Industry)	Animal and Plant Virus Testing, Food Safety Testing, Biotech OEM/ODM Services, Etc.
6	อุตสาหกรรมการอนุรักษ์พลังงานและการควบคุมสิ่งแวดล้อมและเครื่องมืออำนวยความสะดวกทางเกษตร (Energy Conservation, Environmental Control and Agricultural Facilities Industry)	Solar/Wind Energy Cultivation, Environmental Control Facilities for Aquaculture, Etc.

ที่มา: ออนไลน์ <http://www.pabp.gov.tw/AreaBusEng/LibB/b01mapnew.asp>, 2559.

จากกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมทั้งหมดข้างต้นอาจจะกล่าวได้ว่า คลัสเตอร์อุตสาหกรรมความงามและสุขภาพจากธรรมชาติ (Natural Health and Beauty Industry) มีผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (Functional Foods) ยาจีนแผนปัจจุบัน (Modern Chinese Medicine) ผลิตภัณฑ์จากเห็ดที่รับประทานได้ และเป็นยา (Edible and Medicinal Mushrooms) และอื่นๆ ที่ดูจะสอดคล้องกับความเป็นคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ข้าวที่เป็นอาหารในโครงการวิจัยที่กำลังดำเนินการมากที่สุด โดยเฉพาะในส่วนของผลิตภัณฑ์ข้าวที่เป็นอาหารเสริมคุณค่า ดังนั้นในส่วนต่อไปจะได้ทำการสำรวจเพิ่มเติมถึงวัตถุประสงค์และรายละเอียดในส่วนนี้เพื่อประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป ในส่วนของคลัสเตอร์นี้กล่าวว่า จากกระแสทางการตลาดพบว่าอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบันกำลังเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว ภาคอุตสาหกรรมควรแสวงหาเทคโนโลยีมาตรฐานใหม่ที่มีสิทธิบัตรในการคุ้มครองเพื่อสร้างกำไร ดังนั้นการสร้างและนางานวิจัยทางเทคโนโลยีชีวภาพ มาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมคุณค่า จะเป็นการสร้างส่วนตลาดใหม่ๆ ที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงจากเทคโนโลยีทางชีวภาพที่กำลังมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ในการนำเอาผลการรักษาจากพืชสมุนไพรที่นำเชื้อถัและมีการทำการวิจัยมากกว่าพันปีมาใช้ดูจะเป็นคำตอบสำหรับการพัฒนาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ก้าวอย่างที่สำคัญคือการนำเอาพืชสมุนไพรจากจีนมาผ่านกระบวนการทดสอบสมัยใหม่ให้เกิดการยอมรับทางการแพทย์ ผ่านกระบวนการคัดแยก กระบวนการทำให้บริสุทธิ์ การประเมินผลด้วยแพทย์แผนปัจจุบัน เพื่อสร้างความมั่นใจในผลการรักษาที่ปลอดภัย ได้ผลสัมฤทธิ์ และมีคุณภาพต่อเนื่องในการนำมาใช้กับผู้ป่วยหรือผู้ป่วยต่อไป

ความได้เปรียบในการเข้าร่วมโครงการกับ ABP

▶ สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหนือกว่า

- ท่าเลที่ตั้งของสวนใน Ping Tung อยู่ในเขตใต้หวันตอนใต้ซึ่งมีอากาศร้อนชื้น มีน้ำร้อนที่ยาว และมีแสงอาทิตย์ตลอด เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมในการเพาะปลูกพืชเขตร้อน
- ถนนหลักหลายสายตัดตรงไปสู่ Changjhih Interchange of National Highway หมายเลข 3 ซึ่งอยู่ใกล้กับท่าเรือ และสนามบินนานาชาติ (Kaohsiung Harbor, Kaohsiung International Airport and THSR Zuoying Station)

▶ การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจร

- ABP จัดทำบริการแบบเบ็ดเสร็จให้กับผู้ประกอบการในเรื่องการลงทะเบียนการบริหารจัดการในแหล่งเดียวอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งเรื่องการจัดบริษัท การยกเลิก และอื่นๆ ที่จำเป็นในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจในประเทศ
- ABP จัดเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ดำเนินการบริการ Customs Clearance, Bonded and Onsite (Livestock/Poultry Breeding Facility) Inspection and Quarantine ABP ยังดำเนินการบูรณาการกระบวนการทางศุลกากรทั้งในส่วนของการนำเข้าและส่งออก และทั้งการอนุมัติเรื่องราวด่างๆ ทำให้กระบวนการด้านศุลกากรรวดเร็วยิ่งขึ้น

▶ มีแหล่งทรัพยากรบุคคลที่ครบถ้วน

ในพื้นที่มีสถาบันการศึกษามากกว่า 50 แห่ง ซึ่งแหล่งศึกษาเหล่านี้ผลิตนักวิจัยและทรัพยากรบุคคลให้กับ ABP ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเมื่อควบรวมกับฐานข้อมูลทรัพยากรบุคคลและการจ้างงานที่มีอยู่แล้วทำให้ผู้ประกอบการสามารถเสาะหาบุคลากรท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม และจะเป็นการลดปัญหาการจ้างงานบุคลากรนอกพื้นที่

▶ การสนับสนุนและให้คำแนะนำกับบริษัทเปิดใหม่

- ABP จัดให้มี “Academia-Industry Consortium for Agricultural Technology Park” ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยต่างๆ และสถาบันวิจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการสร้างและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างบุคลากรและผู้ประกอบการ
- หน่วยงานวิจัยภาครัฐของ Council of Agriculture (e.g. Kaohsiung District Agricultural Research and Extension Station, Livestock Research Institute, Animal Health Research Institute, etc.) จัดหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องทางด้าน Technology Licensing และมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับผู้ประกอบการ
- ABP ได้ตั้งงบประมาณสนับสนุนโครงการ R&D สำหรับผู้ประกอบการไว้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ของงบประมาณทั้งหมด

▶ แหล่งวัตถุดิบที่มั่นคง

- ABP อยู่ในย่าน Pingtung ซึ่งมีทรัพยากรทางการเกษตรที่มากมาย และได้มีการเตรียมงบประมาณสำหรับอุดหนุนเกษตรกรและชาวประมงที่เข้าร่วมกับโครงการในรูปแบบสหกรณ์

เพื่อให้เกิดการร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการในโครงการและชุมชน เพื่อสร้างระบบเครือข่าย
พาร์มระหว่างคลัสเตอร์ด้วย

- สวทเทคโนโลยีฯ ได้วางแผนการทดลองทางเกษตรกรรมโดยเตรียมเนื้อที่ในการทดลองไว้อย่าง
เพียงพอให้เช่า และมีพื้นที่เพิ่มเติมสำหรับการทำ R&D ด้วย

▶ สิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะที่ครบถ้วน

- ผู้ประกอบการใน ABP จะได้รับที่อยู่อาศัยที่สะดวกสบายและเมื่อแล้วเสร็จในปี 2008 ก็จะเปิด
ให้เป็นเจ้าของด้วยการสืบทอดให้กับพนักงานของผู้ประกอบการทั้งหมด
- ในส่วนของศูนย์การค้า “Fortune Hall” ดำเนินการแล้วเสร็จในปี 2555 มีสถาบันการเงิน
ภาคธุรกิจ ร้านค้าต่างๆ ร้านอาหาร และแหล่งจับจ่ายซื้อขายสินค้าให้กับผู้ประกอบการ
- ABP มีเครือข่ายสาธารณูปโภคสำหรับน้ำประปา ไฟฟ้า ก๊าซ การสื่อสารทางไกล และการกำจัด
สิ่งปฏิกูลสำหรับตึกโรงงานต่างๆ ในโครงการทั้งหมด

▶ ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย

ABP มีแผนการดำเนินการให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมกับงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศทุกปี
เพื่อช่วยขยายธุรกิจและเพื่อสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดที่หลากหลายมากขึ้น

สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ

▶ แรงจูงใจทางภาษี

- เครื่องจักรนำเข้า อุปกรณ์ วัสดุ วัตถุดิบ เชื้อเพลิง อะไหล่ สินค้าตัวอย่างที่ใช้ในการซื้อขายจะ
ได้รับการยกเว้นภาษีทั้งหมด ทั้งภาษีนำเข้า ภาษีตัวสินค้า ภาษีธุรกิจ และในการยกเว้นภาษีไม่
จำเป็นต้องเข้าสู่กระบวนการต่างๆ ที่ยุ่งยากและเสียเวลา
- สำหรับสินค้าและบริการที่ส่งออกทั้งหมดอัตราภาษีเป็นศูนย์ อัตราภาษีธุรกิจเป็นศูนย์ และไม่
ต้องเสียภาษีภคภัณฑ์

▶ เครดิตภาษีการลงทุน (Investment Tax Credit)

- Regulations Governing Application of Investment Tax Credit to Biotech and New
Drug Companies in Connection with R&D and Employee Training Expenses
เทคโนโลยีชีวภาพและยาออกใหม่ที่ขึ้นทะเบียนกับ ABP สามารถใช้เครดิตเงินลงทุน ร้อยละ
35-50 ในกิจกรรม R&D และค่าใช้จ่ายในการอบรมพนักงานเพื่อลดเงินประเมินในการเสียภาษี
ธุรกิจในแต่ละปีเป็นเวลาห้าปีนับจากบริษัทนั้นๆ มีกำไร
- Regulations Governing Application of Investment Tax Credit to Profit-Seeking
Enterprises as Shareholders of Biotech or New Drug Companies
องค์กรแสวงหากำไรที่เป็นผู้ถือหุ้นบริษัทเทคโนโลยีชีวภาพหรือบริษัทยาออกใหม่ใน ABP ใน
ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไปสามารถใช้จำนวนเงินลงทุนร้อยละ 20 ในการลดภาษีเงินได้นิติบุคคล
ของบริษัทนั้นๆ เป็นระยะเวลา 5 ปี
- Act for Industrial Innovation (Article 10) เพื่อสนับสนุนนวัตกรรมในอุตสาหกรรม บริษัท

สามารถใช้ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ R&D ร้อยละ 15 เพื่อลดภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ต้องเสียในปีนั้นๆ โดยค่าลดหย่อนที่เกิดขึ้นจะต้องไม่เกินร้อยละ 30 ของจำนวนภาษีพึงจ่ายในปีเดียวกัน

▶ ความช่วยเหลือในการสร้างระบบเครือข่ายฟาร์ม (Satellite Farm System)

ABP สนับสนุนกลุ่มเกษตรกรและองค์กรในการสร้างความร่วมมือที่มั่นคงระยะยาว และจะให้การอุดหนุนกลุ่มเกษตรกรในการลงนามความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการใน ABP เพื่อการสร้างระบบเครือข่ายฟาร์มและเพื่อสร้างความมั่นคงในอุปทานการผลิตสินค้าวัตถุดิบทางการเกษตร

▶ ค่าชดเชยพลังงานทางการเกษตรกรรม (Agricultural Motive Power)

ผู้ประกอบการใน ABP ที่ไม่ได้มีการใช้พลังงานในกระบวนการผลิต หรือกระบวนการจัดการการผลิต ในโรงงานสามารถยื่นขอค่าชดเชยพลังงานทางการเกษตรกรรมเพื่อใช้จ่ายไฟในอัตราที่ต่ำกว่าและขอยกเว้นภาษีธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

กล่าวโดยสรุปถึงข้อได้เปรียบที่ทาง ABP สร้างขึ้น จัดได้ว่ามีความรอบคอบในการนำเสนอทางเลือกให้กับผู้ประกอบการที่จะเข้าร่วมโครงการ โดยคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งในระบบการดำเนินการในส่วนของภาครัฐที่ผู้ประกอบการต้องการความรวดเร็ว และยังคงคำนึงถึงเรื่องอื่นๆ เช่น พื้นที่ในการดำรงชีวิตของผู้ประกอบการและพนักงานในบริษัท การสนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทเปิดใหม่ รวมถึงแหล่งทรัพยากรวัตถุดิบทั้งในกระบวนการผลิต การพัฒนาบุคลากรในการดำเนินการต่างๆ จัดได้ว่าเป็นการนำเสนอ Inputs ให้กับผู้ประกอบการอย่างครบถ้วนในการที่จะนำเอาเม็ดเงินลงทุน และเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

ในส่วนของสิทธิประโยชน์ที่ได้รับแม้ในส่วนองแรงจูงใจในด้านภาษีนำเข้าเพื่อการผลิต และภาษีส่งออกสินค้าหรือบริการที่ผลิตได้ใน ABP จะไม่มีความแตกต่างจากแรงจูงใจทางภาษีของเขตเศรษฐกิจพิเศษอื่นๆ แต่ในส่วนองเครดิตภาษีลงทุน ABP เก็บรายละเอียดให้กับองค์กรที่เป็นผู้ถือหุ้นบริษัทเทคโนโลยีชีวภาพหรือบริษัทยาออกใหม่ใน ABP ด้วย แนวคิดดังกล่าวสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม นอกจากนี้สิทธิประโยชน์ในความช่วยเหลือในการสร้างระบบเครือข่ายฟาร์ม (Satellite Farm System) นับเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของ ABP คือภาครัฐต้องการพัฒนาไม่เพียงแต่ภายในคลัสเตอร์เป้าหมายเท่านั้นแต่มีการพัฒนาผู้ประกอบการระหว่างคลัสเตอร์ต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งแนวนอนและแนวตั้งด้วย ท้ายที่สุดค่าชดเชยพลังงานทางการเกษตรกรรมจัดได้ว่าเป็นสิทธิประโยชน์ที่สนับสนุนผู้ประกอบการใน ABP เสาะหากระบวนการในการใช้พลังงานทดแทน หรืออนุรักษ์พลังงานเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและสามารถได้รับสิทธิประโยชน์เป็นการสนับสนุนเพิ่มเติมอีกด้วย

บทที่ 7

ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อม ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อมทั้งจากปัจจัยภายนอกและภายใน ตลอดจนการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในบทที่ผ่านมา จะนำมาเป็นกรอบแนวทางในการจัดทำยุทธศาสตร์ และการกำหนดมาตรการ/โครงการในการพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – Food Innopolis ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดทำในครั้งนี้เป็น การกำหนดยุทธศาสตร์ในระดับอุตสาหกรรมที่มีความเฉพาะเจาะจง รูปแบบการนำเสนอยุทธศาสตร์จึงเน้นความกระชับและเข้าสู่มาตรการและโครงการโดยตรง ซึ่งในบทนี้จะนำเสนอวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Missions) และประเด็นยุทธศาสตร์ อันประกอบไปด้วยเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ และการกำหนดมาตรการ/โครงการ ซึ่งในการกำหนดยุทธศาสตร์และมาตรการ/โครงการดังกล่าวจะใช้การวิเคราะห์ TOWS Matrix โดยการจับคู่ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในเป็นเกณฑ์วิเคราะห์ คือ จับคู่ความสัมพันธ์จุดแข็งและโอกาส (S-O) จุดอ่อนและโอกาส (W-O) จุดแข็งและอุปสรรค (S-T) และจุดอ่อนและอุปสรรค (W-T) เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาตามที่แสดงในรูปที่ 7-1

7.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – Food Innopolis

7.1.1 การกำหนดยุทธศาสตร์

การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis ตามแนวทางการวิเคราะห์ TOWS Matrix ที่กล่าวไว้ข้างต้น มีรายละเอียดการวิเคราะห์และผลการกำหนดยุทธศาสตร์ในแต่ละด้านสรุปได้ ตามที่แสดงในตารางที่ 7-1 ถึง 7-4 ดังนี้

รูปที่ 7-1 การวิเคราะห์ TOWS เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และมาตรการ/โครงการ



ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2559

จากผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์โดยใช้การวิเคราะห์ TOWS Matrix จะสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ และมาตรการ/โครงการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) Food Innopolis สามารถแบ่งเป็น 5 ยุทธศาสตร์หลัก 14 มาตรการ/โครงการ ดังสรุปได้ดังตารางที่ 7-1

ตาราง 7-1 สรุปยุทธศาสตร์และมาตรการ/โครงการในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจ

ยุทธศาสตร์	กรอบแนวคิดมาตรการ/โครงการ
1. การจัดทำ Thailand's Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร	1. โครงการรวบรวมฐานข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว <u>แนวคิด</u> เพื่อวิเคราะห์และสรุปถึงตัวตนของคลัสเตอร์ (ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร โดยสามารถระบุประเภท (อาหารอะไร) ความเชี่ยวชาญ (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) และระดับความร่วมมือ (ความเหนียวแน่นระหว่างกลุ่ม) จัดทำเป็นแผนที่คลัสเตอร์อาหารในประเทศไทย 2. โครงการเสาะหาหรือพัฒนาตัวแทนของผู้ประกอบการอาหาร

ยุทธศาสตร์	กรอบแนวคิดมาตรการ/โครงการ
<p>2. ยกระดับความร่วมมือในการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า</p>	<p><u>แนวคิด</u> เพื่อจัดกลุ่มผู้ประกอบการตามประเภท ความเชี่ยวชาญและระดับความร่วมมือ โดยให้แรงจูงใจกับตัวแทนในการทำหน้าที่เป็น Contacts และรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรายอื่นๆ ในการเข้าร่วมกับโครงการ Food Innopolis ในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม</p> <p>1. โครงการการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis และรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการบริการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ</p> <p><u>แนวคิด</u> เสนอความต้องการในการรับรองความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต กระบวนการทางการตลาด การได้รับมาตรฐานสากลความปลอดภัยด้านอาหาร และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. โครงการจัดอบรมภายใต้การนำคลัสเตอร์ของ CDA</p> <p><u>แนวคิด</u> ในหัวข้อที่มีความต้องการถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้ CDA จัดการพบปะกันผู้ประกอบการตามประเภท และความเชี่ยวชาญ โดยเน้นสมาชิกที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมให้มีโอกาสก่อนที่จะพบปะสมาชิกที่ต้องการดำเนินธุรกิจร่วมกันในห่วงโซ่อื่นๆ</p>
<p>3. สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มบนพื้นฐานของความได้เปรียบเชิงพื้นที่</p>	<p>1. โครงการให้ทุนนักวิจัยในการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis</p> <p>2. โครงการให้ทุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่เสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการผลิตและ/หรือนวัตกรรมการจัดจำหน่าย ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. ร่วมกับ Food Innopolis</p> <p>3. โครงการจัดประกวดแข่งขันนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป โดยหาพันธมิตรที่มีเป้าประสงค์ใกล้เคียงกัน เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ</p>
<p>4. การสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ (Food SME Social Media Based Community)</p>	<p>1. โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ SME คลัสเตอร์อาหาร (Food SME Social Media Based Community)</p> <p><u>แนวคิด</u> CDA นำเงินที่ได้จากการอุดหนุนเพื่อสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ (Food SME Social Media Based Community) โดยการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดของหน่วยงานที่ให้ทุนว่าชุมชนดังกล่าวสามารถดำเนินการตามวัตถุประสงค์หรือไม่</p> <p>2. โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ SME คลัสเตอร์อาหาร (Food SME Social Media-Based Community)</p> <p><u>แนวคิด</u> การสร้างความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมในผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีกับสินค้าผ่านช่องทาง Forum Online โดยการสร้าง</p>

ยุทธศาสตร์	กรอบแนวคิดมาตรการ/โครงการ
	<p>โปรแกรมทางการตลาดที่รักษาความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ (Consumer Co-Creation Program)</p> <p>3. โครงการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แชมเปียน (Product Champions) ในคลัสเตอร์</p> <p>แนวคิด การส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆเพื่อสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แชมเปียน (Product Champions) ในคลัสเตอร์ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าศักยภาพในชุมชนออนไลน์</p>
<p>5. การสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายอุตสาหกรรมฯ</p>	<p>1. โครงการสร้างและพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร</p> <p>แนวคิด CDA ในฐานะตัวแทนกลุ่มนำเสนอความต้องการการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้</p> <p>2. โครงการการรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด</p> <p>แนวคิด ผ่านโครงการ Food Innopolis CDA ตัวแทนของผู้ประกอบการ มีการรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาดและจัดเก็บในฐานข้อมูล</p> <p>3. โครงการรวบรวมรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร</p> <p>4. โครงการรวบรวมเนื้อหาการผลิตและการตลาดที่เป็นที่ต้องการของ SME</p>

7.1.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อม และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis มีประเด็นทิศทางการเป็นจุดสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis โดยสรุปดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เพื่อยกระดับศักยภาพความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมอาหาร (และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร) โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์ดำเนินการร่วมกับโครงการ Food Innopolis”

พันธกิจ (Missions)

1. ประเทศไทยมีกลุ่มคลัสเตอร์อาหารรายพื้นที่ที่ชัดเจน มีขอบเขต วัตถุประสงค์ และความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่ม (Regional Food Cluster Mapping for SME)
2. สมาชิกคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมอาหารที่ถูกกำหนดเล็งเห็นความสำคัญและมีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์
3. มีแกนนำสมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ (Cluster Development Agents) ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกผู้ประกอบการตามห่วงโซ่มูลค่าภายในคลัสเตอร์
4. คลัสเตอร์ SME อาหารนี้มีชื่อเสียงเป็นที่ตระหนักรู้ และสามารถดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นๆที่มีศักยภาพให้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
5. คลัสเตอร์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้กับสมาชิกในการเข้าร่วมและประสานงานกับโครงการ Food Innopolis



7.2 แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในภาพรวมของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดทำ Thailand's Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

สภาพพื้นที่ ความอุดมสมบูรณ์ และความเชี่ยวชาญอันหลากหลายในการผลิตอาหารแต่ละชนิดของประเทศไทย ทำให้เกิดศักยภาพของการผลิตอาหารเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนหรือท้องถิ่น รวมถึงการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึงทั้งภายในประเทศและส่งออกเป็นสินค้าที่ทำรายได้สูงไปยังต่างประเทศ เรามีกลุ่มผู้ประกอบการอาหารที่หลากหลายในแต่ละพื้นที่ หากแต่ยังขาดการรวบรวมสารสนเทศข้อมูลของผู้ผลิตเหล่านั้น ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำภายในแต่ละคลัสเตอร์อาหาร ซึ่งหากมีแผนที่กลุ่มผู้ประกอบการอาหารที่มีความเชี่ยวชาญและมีชื่อเสียงเป็นคลัสเตอร์ที่ชัดเจนแล้ว นอกจากจะช่วยให้ลูกค้าผู้บริโภครับทราบเอกลักษณ์ตัวตน ความเชี่ยวชาญและทำให้ภาคส่วนต่างๆ สามารถเข้าไปร่วมให้ความช่วยเหลือ พัฒนา ส่งเสริมได้ตรงกับประเด็นผู้ประกอบการเองก็จะสามารถรับทราบขอบเขตความได้เปรียบในเชิงพื้นที่และประเภทของอาหาร เกิดการโฟกัสไปยังสิ่งที่เหมาะสม มีการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน นวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าในกลุ่มคลัสเตอร์ตัวเองต่อไป แนวคิดข้างต้นก่อให้เกิดเป็นยุทธศาสตร์ในการจัดทำ Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหารทั่วประเทศไทย ซึ่งเมื่อได้ Cluster Mappings แล้ว จะนำไปสู่การเสาะหา/พัฒนาตัวตนของผู้ประกอบการอาหารในกลุ่ม ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากในการสร้างกลุ่มผู้ประกอบการอาหาร

เพื่อให้เกิดการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวสำเร็จลุล่วง ที่ปรึกษาฯ ขอเสนอการจัดกิจกรรมในเชิงปฏิบัติ ซึ่งประกอบไปด้วย 2 โครงการ ดังนี้

1) โครงการรวบรวมฐานข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว วัตถุประสงค์

- เพื่อวิเคราะห์และสรุปถึงตัวตนของคลัสเตอร์ (ความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร)
- เพื่อระบุประเภท (อาหารอะไร) ความเชี่ยวชาญ (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) และระดับความร่วมมือ (ความเหนียวแน่นระหว่างกลุ่ม) ของสมาชิก
- เพื่อดำเนินการจัดทำแผนที่คลัสเตอร์อาหารประเทศไทย

เป้าหมาย

- กลุ่มผู้บริโภคสามารถทราบถึงตัวตนของแต่ละคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรม
- เกิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารคลัสเตอร์เดียวกัน
- ผู้ประกอบการอาหารในคลัสเตอร์สามารถระบุได้ถึงประเภทของอาหาร ความเชี่ยวชาญในงานของส่วนต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่ยังไม่เป็นสมาชิกได้รับทราบและสนใจอยากเข้าร่วมคลัสเตอร์
- ประเทศไทยมีแผนที่คลัสเตอร์อาหารที่ชัดเจนเพื่อเผยแพร่ในประเทศและต่างประเทศ

2) โครงการเสาะหาหรือพัฒนาตัวแทนของผู้ประกอบการอาหาร

วัตถุประสงค์

- เพื่อเสาะหา/พัฒนาตัวแทนของผู้ประกอบการในกลุ่มตามประเภทและความเชี่ยวชาญในแต่ละคลัสเตอร์
- เพื่อเสาะหา/พัฒนาตัวแทนของผู้ประกอบการในกลุ่มให้ยกระดับความร่วมมือระหว่างสมาชิกคลัสเตอร์
- สร้างแรงจูงใจ และความเข้าใจ ให้กับตัวแทนในการทำหน้าที่ผู้ประสานงาน และรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรายอื่นๆ ในการเข้าร่วมกับโครงการ Food Innopolis ในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม

เป้าหมาย

- ได้ตัวแทนของผู้ประกอบการในกลุ่มตามประเภทและความเชี่ยวชาญ
- ตัวแทนของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ดำเนินการยกระดับความร่วมมือระหว่างสมาชิก
- ตัวแทนของผู้ประกอบการในทุกรูปแบบมีแรงจูงใจ และความเข้าใจในการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์อย่างเพียงพอ
- ตัวแทนของผู้ประกอบการในทุกรูปแบบสามารถทำหน้าที่ผู้ประสานงานให้กับคลัสเตอร์ คือสามารถรักษาผลประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรายอื่นๆ ในการเข้าร่วมกับโครงการ Food Innopolis ในพื้นที่ที่มีความเหมาะสม

ตารางที่ 7-2 ยุทธศาสตร์การจัดทำ Thailand's Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการรวบรวมฐานข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ สมาคมที่เกี่ยวข้องกับอาหารและผลิตภัณฑ์ข้าว	1. ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหาร การรวมกลุ่ม SME ในอุตสาหกรรมอาหาร 2. ผลการวิเคราะห์ด้วย Cluster Mapping Techniques (จำนวนคลัสเตอร์อาหารระดับชาติ) 3. แผนที่แสดงคลัสเตอร์อาหารทั้งหมดในประเทศไทย	3.0		3.0		3.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช. 3. Food Innopolis 4. หน่วยงานระดับจังหวัด และท้องถิ่นที่เข้าร่วม
2. โครงการเสาะหาหรือพัฒนาตัวแทนของคลัสเตอร์ผู้ประกอบการอาหาร	1. รายชื่อสมาชิก SME ในแต่ละคลัสเตอร์ 2. เกิด Cluster Development Agents ที่ได้รับการยอมรับในสมาชิกคลัสเตอร์		5.0		5.0		

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ประจำปีงบประมาณ					
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	3. จำนวนสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรม และมีกิจกรรมความร่วมมือกันในคลัสเตอร์						19 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับความร่วมมือในการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า

องค์ความรู้ เทคโนโลยี และวิทยาการซึ่งมีอยู่ในนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนการสั่งสมประสบการณ์ในการดำเนินงานของผู้ประกอบการรายใหญ่ เป็นสิ่งที่จะสร้างขีดความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยในอุตสาหกรรมอาหารซึ่งมีเพียงความถนัดและเชี่ยวชาญในสาขาของตนมาตั้งแต่ดั้งเดิม โดยไม่ได้มีการปรับปรุงพัฒนา เสริมองค์ความรู้ เทคโนโลยี และวิทยาการที่ทันสมัย การเพิ่มองค์ประกอบในส่วนของความร่วมมือระหว่างผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการ และผู้ประกอบการอาหารรายใหญ่ จะช่วยเพิ่มศักยภาพให้ความถนัดและความเชี่ยวชาญเหล่านั้นให้กับผู้ประกอบการเป้าหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถชี้แข่งขันได้ในตลาดปัจจุบัน จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและสมควรมีในการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าในอุตสาหกรรมอาหาร โดยที่ปรึกษาเสนอแนวทางปฏิบัติเพื่อให้ยุทธศาสตร์นี้ประสบความสำเร็จ 2 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสนับสนุนการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis และรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างเครือข่ายสมาชิกในโครงการ Food Innopolis
- เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มภายในคลัสเตอร์ ระหว่าง ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับผู้ประกอบการใหญ่ ตลอดจนการรวมกลุ่มนอกคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการ กับผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการ
- เพื่อระบุความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ ในหัวข้อต่างๆ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่าง กระบวนการผลิต การรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย การจัดการทางการตลาด และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมาย

- จำนวนสมาชิก SME ที่เป็นสมาชิกโครงการ Food Innopolis
- การรับการสนับสนุนและมาตรการสนับสนุนทางการเงินและทรัพยากรต่างๆในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการ Food Innopolis
- มีการรวมกลุ่มภายในคลัสเตอร์ ระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม กับผู้ประกอบการใหญ่ และมีการรวมกลุ่มภายนอกคลัสเตอร์ระหว่างผู้ประกอบการ กับผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการ

- เนื้อหาความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ ในหัวข้อต่างๆ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่าง กระบวนการผลิต การรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย การจัดการทางการตลาดและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) โครงการจัดอบรมภายใต้การนำคณบดีของ CDA (ในหัวข้อที่มีความต้องการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ CDA จัดการพบปะกับผู้ประกอบการตามประเภท และความเชี่ยวชาญ โดยเน้นสมาชิกที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมให้มีโอกาสก่อนที่จะพบปะสมาชิกที่ต้องการดำเนินธุรกิจร่วมกันในห่วงโซ่อื่นๆ)

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้ CDA ได้ทำหน้าที่ในการประสานงาน และชักนำผู้ประกอบการอื่นภายในคลัสเตอร์
- เพื่อให้เกิดการพบปะกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างผู้ประกอบการในคลัสเตอร์
- เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ประโยชน์อย่างแท้จริง
- เพื่อมีการดำเนินธุรกิจร่วมกันในห่วงโซ่ที่อยู่ในคลัสเตอร์เดียวกัน

เป้าหมาย

- CDA สามารถทำหน้าที่ในการประสานงาน และชักนำผู้ประกอบการอื่นภายในคลัสเตอร์
- เพื่อให้เกิดการพบปะกันระหว่างผู้ประกอบการ ตามประเภท และ ตามความเชี่ยวชาญ
- การถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ประโยชน์อย่างแท้จริง
- เกิดการดำเนินธุรกิจร่วมกันในห่วงโซ่อื่นๆ

ตารางที่ 7-3 ยุทธศาสตร์การยกระดับความร่วมมือในการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่า

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการสนับสนุนการสมัครเป็นสมาชิกเพื่อเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis และรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ	1. จำนวน SME ในคลัสเตอร์ที่เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ไม่ต่ำกว่า 1000 รายทั่วประเทศ 2. ระดับความหลากหลายของ SME ในแต่ละคลัสเตอร์ 2. จำนวนข้อเสนอความต้องการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช. 3. Food Innopolis
2. โครงการจัดอบรมภายในคลัสเตอร์ภายใต้การดำเนินการของ CDA	1. ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานของ CDA 2. จำนวนกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างสมาชิก 3. หัวข้อองค์ความรู้ที่มีการจัดอบรม	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	20 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มบนพื้นฐานของความสามารถที่แข่งขันพื้นที่

ในบริบทสังคมปัจจุบันกระแสการรักษาสภาพของผู้บริโภค นำมาซึ่งวัฒนธรรมอาหารปลอดภัย ที่มีความพิถีพิถันมากขึ้นไปกว่า คำว่า “อาหารปลอดภัย” ยกระดับไปสู่คำว่า “อาหารอินทรีย์ปลอดภัย” ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ประกอบการมีทางออกจากปัญหาการแข่งขันด้วยต้นทุนการผลิตและราคาขายของสินค้า โดยการยกระดับนี้ต้องอาศัยองค์ความรู้ทางงานวิจัยและเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงที่เป็นที่ยอมรับได้ ดังนั้นจึงต้องมีการสนับสนุน กระตุ้นเตือนให้ผู้ประกอบการเกิดความรู้ความเข้าใจในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันใหม่ๆ ที่ปรึกษา จึงขอเสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนงานวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าว ตลอดจนอาหารอินทรีย์ปลอดภัย ให้เป็นยุทธศาสตร์เพื่อการยกระดับดังกล่าว โดยมีโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ จำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการให้ทุนนักวิจัยในการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดงานวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวและอาหาร
- เพื่อรองรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานวิจัยที่เกิดขึ้น
- เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและความร่วมมือในการทำงานระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis

เป้าหมาย

- มีงานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
- มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กระบวนการผลิตและจัดจำหน่าย
- มีความเชื่อมโยงและการทำงานร่วมกันระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis และผู้ประกอบการ SME

2) โครงการให้ทุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่เสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการผลิตและ/หรือนวัตกรรมการจัดจำหน่าย ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. ร่วมกับ Food Innopolis

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- เพื่อสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาที่มีการรองรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการ
- เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและความร่วมมือในการทำงานระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis และผู้ประกอบการ SME

เป้าหมาย

- นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
- การต่อยอดในเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมอันเนื่องมาจากผลลัพธ์ของโครงการที่เกิดขึ้น

- มีความเชื่อมโยงและการทำงานร่วมกันระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis ไปยังกลุ่มผู้ประกอบการ SME

3) โครงการจัดประกวดแข่งขันนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป โดยหาพันธมิตรที่มีเป้าประสงค์ใกล้เคียงกัน เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป
- เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในการปรับตัวให้ทันกับยุทธศาสตร์ที่วางไว้
- เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ถึงเจตจำนงในการนำนวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป
- เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและความร่วมมือในการทำงานระหว่าง สสว. กับพันธมิตรองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมาย

- นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดแรงบันดาลใจและมีการปรับตัวให้ทันกับการแข่งขัน
- เกิดการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้และตระหนักถึงเจตจำนงในการนำนวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป
- ความเชื่อมโยงและการทำงานร่วมกันระหว่าง สสว. กับพันธมิตรองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 7-4 ยุทธศาสตร์การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มบนพื้นฐานของความได้เปรียบเชิงพื้นที่

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการให้ทุนนักวิจัยในการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. กับ Food Innopolis	1. จำนวนข้อเสนอทุนวิจัยในหัวข้อ 2. จำนวนงานวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่ 3. การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยที่ได้รับทุนวิจัย	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. 3. Food Innopolis 4. สถาบันการศึกษาและวิชาการที่เป็นพันธมิตร
2. โครงการให้ทุนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่เสนอโครงการที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการผลิตและ/หรือ	1. จำนวน SME ในคลัสเตอร์ที่เข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนโครงการที่ได้รับการอนุมัติและ	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
นวัตกรรมการจัดจำหน่ายภายใต้ความร่วมมือระหว่าง สสว. ร่วมกับ Food Innopolis	ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ 3. นวัตกรรมการผลิตและการจัดจำหน่ายที่เกิดขึ้น						
3. โครงการจัดประกวดแข่งขันนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปที่เกี่ยวข้อง	1. จำนวน SME และประชาชนทั่วไปที่เข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนนวัตกรรมที่ผ่านเข้าประกวดและสามารถผลักดันสู่เชิงพาณิชย์ได้จริง	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	รวม 115.0 ลบ.

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ (Food SME Social Media Based Community)

อีกหนึ่งสิ่งที่จะขับเคลื่อนโลกยุคปัจจุบัน คือ การเชื่อมต่อบนชุมชนออนไลน์ เรียกว่า การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมได้รับอิทธิพลมาจากกิจกรรมบนชุมชนออนไลน์ ทำให้ประเด็นดังกล่าวเป็นเรื่องที่สมควรอย่างยิ่งในการหยิบยกมาเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ การสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ให้เกิดขึ้น นับเป็นเรื่องใหม่ที่เป็นประโยชน์มหาศาล แต่ลงทุนค่าใช้จ่ายไม่มากนัก แต่สามารถช่วยให้คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปก้าวหน้าทัดเทียมประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากสมาชิกซึ่งได้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยผ่านสื่อชุมชนออนไลน์ ตลอดจนชุมชนออนไลน์ทำให้เกิดพื้นที่ของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปของไทยบนเศรษฐกิจดิจิทัลระดับโลก สามารถรับมือกับสถานะการแข่งขันที่รุนแรงภายนอกได้ ที่ปรึกษาจึงขอเสนอโครงการทั้งสิ้น 3 โครงการ เพื่อสนับสนุนผลักดันยุทธศาสตร์นี้ให้ประสบความสำเร็จ

1) โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ SME คลัสเตอร์อาหาร (Food SME Social Media Based Community)

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ที่บริหารและจัดการในแต่ละคลัสเตอร์
- เพื่อใช้ประโยชน์จากเงินทุนอุดหนุนภายใต้การควบคุมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานที่ให้ทุน
- เพื่อเกิดการติดต่อสื่อสารและรับรู้ข้อมูลจากภายนอกคลัสเตอร์ และส่งข้อมูลจากภายในคลัสเตอร์สู่ภายนอก

เป้าหมาย

- มีการสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ในทุกคลัสเตอร์
- มีการใช้ประโยชน์จากเงินทุนอุดหนุนภายใต้การควบคุมให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานที่ให้ทุน
- เกิดการติดต่อสื่อสารและรับรู้ข้อมูลจากภายนอกคลัสเตอร์ และส่งข้อมูลจากภายในคลัสเตอร์สู่ภายนอก

2) โครงการสร้างความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมในผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีกับสินค้าผ่านช่องทาง (Online Consumer Co-creation Program)

วัตถุประสงค์

- เพื่อยกระดับความจงรักภักดีในส่วนของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ประกอบการ SME ในแต่ละคลัสเตอร์
- เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากชุมชนออนไลน์ผ่านทาง Forum Online
- เพื่อสร้างความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมในผู้บริโภคและเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารในแต่ละคลัสเตอร์

เป้าหมาย

- เกิดผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดี และสร้างความจงรักภักดีในผู้บริโภค
- มียอดการใช้บริการทางช่องทาง Forum Online
- มีความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมในผู้บริโภค
- มีดำเนินโปรแกรมทางการตลาดตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

3) โครงการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์แชมป์เปี้ยน (Product Champions) ในคลัสเตอร์

วัตถุประสงค์

- เพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ ความสนใจ และความต้องการซื้อในผลิตภัณฑ์เป้าหมาย
- เพื่อให้เกิดการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แชมป์เปี้ยน (Product Champions) ในคลัสเตอร์
- เพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอื่นๆ

เป้าหมาย

- มีการทำการตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ
- มีการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แชมป์เปี้ยน (Product Champions) ในคลัสเตอร์
- การสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าเพื่อดำเนินโปรแกรมทางการตลาด
- ลูกค้ารับทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แชมป์เปี้ยน (Product Champions) ในคลัสเตอร์ผ่านการตลาดออนไลน์

ตารางที่ 7-5 ยุทธศาสตร์การสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ (Food SME Social Media-Based Community)

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการสร้างและพัฒนาช่องทางชุมชนออนไลน์ (Food SME Social Media Based Community)	1. จำนวน SME ที่สนใจเข้ารับการอบรมและเข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนชุมชนออนไลน์เกิดขึ้นในทุกคลัสเตอร์ ในรูปแบบ Web Sites และ Facebook 3. จำนวน SME ที่เป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์ที่ประจำคลัสเตอร์	3.0		3.0		3.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช. 3. Food Innopolis 4. ลูกค้าที่เป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์
2. โครงการสร้างความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมในผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีกับสินค้าผ่านช่องทาง Forum Online	1. จำนวนลูกค้าที่เป็นสมาชิกเว็บไซต์และเฟสบุ๊คของคลัสเตอร์ 2. จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ดำเนินการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 3. จำนวนความร่วมมือระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตที่เกิดขึ้นใน Forum Online	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	
3. โครงการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ	1. จำนวน Product Champions ในสื่อออนไลน์ในแต่ละคลัสเตอร์ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ 2. จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เกิดขึ้นผ่านชุมชนออนไลน์	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	
							29 ล้านบาท

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่าย

การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการสามารถตอบโจทย์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงได้ และการพัฒนานั้นจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เช่นเดียวกับการมีห้องสมุดที่เป็นศูนย์กลางในการเก็บรักษาคลังข้อมูลความรู้ที่หลากหลาย สำหรับผู้ประกอบการแล้วฐานข้อมูลองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ มีขอบข่ายที่เน้นลงไป

ด้านเทคโนโลยีการผลิต และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร หากสามารถสร้างฐานข้อมูลที่บรรจุและปรับปรุงข้อมูลองค์ความรู้ในเรื่องดังกล่าวที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงได้ ผู้ประกอบการก็จะมีข้อมูลองค์ความรู้ที่จำเป็นในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง ดังนั้นในส่วนนี้จึงเป็นอีกหนึ่งในยุทธศาสตร์ซึ่งที่ปรึกษา ขอนำเสนอให้กำหนดไว้ โดยมีโครงการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว จำนวนทั้งหมด 4 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสร้างและพัฒนาฐานข้อมูลองค์ความรู้ ด้านเทคโนโลยีการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร

วัตถุประสงค์

- เพื่อนำเสนอและรับทราบความต้องการในการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องการได้
- เพื่อใช้โครงการ Food Innopolis เป็นสื่อกลางในการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร
- เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประสานงานและการรักษาผลประโยชน์ของคลัสเตอร์ให้ CDA ในฐานะตัวแทนกลุ่ม

เป้าหมาย

- มีการนำเสนอและรับทราบความต้องการการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องการได้
- โครงการ Food Innopolis สามารถเป็นสื่อกลางในการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร
- CDA มีศักยภาพในการประสานงาน และการรักษาผลประโยชน์ของคลัสเตอร์ในฐานะตัวแทนกลุ่ม

2) โครงการการรวมกลุ่มกันเพื่อเสนอความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด

วัตถุประสงค์

- เพื่อนำเสนอและรับทราบความต้องการในการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด และจัดเก็บในฐานข้อมูล
- เพื่อให้เกิดการรับการถ่ายทอดองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด และจัดเก็บในฐานข้อมูล

- เพื่อส่งเสริมศักยภาพในการประสานงานและการรักษามลประโยชน์ของคลัสเตอร์ให้ CDA ในฐานะตัวแทนกลุ่ม

เป้าหมาย

- มีการนำเสนอและรับทราบความต้องการการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ต้องการในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด
- องค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาดถูกจัดเก็บในฐานข้อมูล
- CDA มีศักยภาพในการประสานงาน และการรักษามลประโยชน์ของคลัสเตอร์ในฐานะตัวแทนกลุ่ม

3) โครงการรวบรวมรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร

วัตถุประสงค์

- เพื่อรับทราบรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ในหัวข้อที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- เพื่อรวบรวมรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ในหัวข้อที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถติดต่อขอรับความช่วยเหลือจากรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร
- เพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือภายนอกคลัสเตอร์ จากผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ

เป้าหมาย

- รับทราบ และรวบรวมรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ในหัวข้อที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากการสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องการได้
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถติดต่อขอรับความช่วยเหลือจากรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร
- เกิดเครือข่ายความร่วมมือภายนอกคลัสเตอร์ จากผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการ

4) โครงการรวบรวมเนื้อหาการผลิตและการตลาดที่เป็นที่ต้องการของ SME

วัตถุประสงค์

- เพื่อรับทราบและจัดเก็บเนื้อหาการผลิตและการตลาดในอุตสาหกรรมอาหารที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- เพื่อรับทราบหัวข้อที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

- เพื่อรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการเป้าหมายในห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- เพื่อรวบรวมและจัดเก็บหัวข้อที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- เพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายผู้ประกอบการเป้าหมายในห่วงโซ่มูลค่าตามความต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในคลัสเตอร์

เป้าหมาย

- ทราบรายชื่อจากการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการเป้าหมายในห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- ทราบหัวข้อและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจากการรวบรวมข้อมูลในห่วงโซ่มูลค่า
- เกิดเครือข่ายผู้ประกอบการเป้าหมายในห่วงโซ่มูลค่าตามความต้องการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในคลัสเตอร์

ตารางที่ 7-6 ยุทธศาสตร์ การสร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการจัดจำหน่าย

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการนำเสนอความต้องการองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร	1. จำนวนหัวข้อองค์ความรู้ที่ได้รับการเสนอจาก SME และการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น 2. จำนวน SME ที่นำเสนอข้อมูล	1.0		1.0		1.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช.
2. โครงการนำเสนอความต้องการองค์ความรู้ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการตลาด	1. จำนวนหัวข้อองค์ความรู้ที่ได้รับการเสนอจาก SME และการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น 2. จำนวน SME ที่นำเสนอข้อมูล		1.0		1.0		3. Food Innopolis 4. ลูกค้าที่เป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์
3. โครงการรวบรวมรายชื่อผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทางการอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร	1. รายชื่อนักวิชาการที่เป็นวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์ชาวบ้าน 2. พันธมิตรสถาบันการศึกษาที่มีองค์ความรู้เข้าร่วมกิจกรรมการและการถ่ายทอดองค์ความรู้	1.0		1.0		1.0	

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ประจำปีงบประมาณ					
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
4) โครงการรวบรวมเนื้อหาการผลิตและการตลาดที่เป็นที่ต้องการของ SME	1. เกิดฐานข้อมูลออนไลน์ซึ่งบรรจุหัวข้อและเนื้อหาที่เป็นที่ต้องการของ SME 2. จำนวนการเรียกใช้เนื้อหาข้อมูลจากฐานข้อมูล	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	13 ล้านบาท

7.3 กลไกการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ

แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์พัฒนา SME ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) Food Innopolis ในภาพรวมของประเทศเป็นแผนปฏิบัติการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564) จะถูกขับเคลื่อนผ่านแกนนำคลัสเตอร์ (Cluster Development Agents หรือ CDAs) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกภายใต้การควบคุมและการคำแนะนำของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานราชการในระดับจังหวัด โดยมีองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สสว. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนโดยเฉพาะโครงการ Food Innopolis จะเป็นศูนย์กลางเพื่อให้ CDAs ทำหน้าที่ประสานงานและนำเอาความต้องการเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายของสมาชิกในคลัสเตอร์ของตนเองมาผลักดันให้หน่วยงานต่างๆ ใน Food Innopolis อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาหารต่างๆ รวมถึงสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง และบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ รับทราบและร่วมกันหาช่องทางเพื่อต่อยอดให้กับคลัสเตอร์และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นกลไกการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนี้จะไม่ใช่เป็นการใช้งบประมาณประจำปีให้หมดสิ้นไป แต่จะเป็นการจุดประกายให้กลุ่มผลประโยชน์ในคลัสเตอร์และผู้เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สร้างกระบวนการในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสร้างกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันให้กับตัวเองอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ตามยุทธศาสตร์จะเริ่มต้นจากการที่ผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นแกนนำจะเป็นแกนกลางในการประสานงานไปสู่หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่มีภาระที่เกี่ยวข้อง และมีศักยภาพที่จะร่วมขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในคลัสเตอร์ในทิศทางตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้คือ

1) การสร้างคลัสเตอร์ที่มีความเข้มแข็งและมีการมีส่วนร่วมอย่างร่วมแรงร่วมใจระหว่างสมาชิกคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยการกำหนดบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนสำหรับสมาชิกคลัสเตอร์โดยใช้โครงการ Food Innopolis เป็นตัวเชื่อมโยงเครือข่ายองค์ความรู้และกิจกรรมทางการผลิตและการตลาด

2) มีการใช้และประยุกต์ใช้ทรัพยากร วัตถุประสงค์ บุคลากร และภูมิปัญญาจากภายในคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นสินทรัพย์เฉพาะท้องถิ่นที่มีมูลค่าและยากที่จะลอกเลียนแบบได้ และที่สำคัญมีการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับเครือข่ายประเภทต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

3) ร่วมกันสร้างและพัฒนาตลาดเพื่อรองรับสินค้าและบริการจากสมาชิกภายในคลัสเตอร์

4) สร้างแนวทางการร่วมมือแวนอน แนวตั้ง และระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันวิชาการเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการในการดึงเอากิจกรรมจากห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเครือข่ายสมาชิก โดยใช้กลไกของโครงการ Food Innopolis

โดยในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ 5 ปีนี้มีทิศทางการขับเคลื่อนไปตามเป้าหมายโดยแบ่งแกนนำคลัสเตอร์ออกเป็นประเภทอาหารต่างๆ ตามผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมโครงการตั้งแต่ต้น ทั้งที่เป็นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่

- 1) แกนนำผู้ผลิตวัตถุดิบที่อาศัยวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นทางเกษตรกรรมและปศุสัตว์ (Agriculture & Farming) (ต้นน้ำ)
- 2) แกนนำผู้ผลิตอาหารที่ทำหน้าที่เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร (กลางน้ำ)
- 3) แกนนำผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพในกิจกรรมทางการตลาด (ปลายน้ำ)

รูปที่ 7-3 แผนการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ เพื่อพัฒนาคลัสเตอร์ SME อุตสาหกรรมอาหาร



ที่มา: ทีมที่ปรึกษา, 2559

จากภาพข้างต้นแสดงให้เห็นลักษณะการดำเนินงานเพื่อพัฒนาคลัสเตอร์ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยผ่านแกนนำที่ได้รับการคัดเลือกจากคลัสเตอร์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งภายใต้โครงการ Food Innopolis สถาบันการศึกษาแกนนำ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศที่เข้าร่วมโครงการ รวมถึงพันธมิตรธุรกิจที่เป็นส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากคลัสเตอร์ทั้งหมดทำให้เกิดความสำเร็จในคลัสเตอร์ SME อุตสาหกรรมอาหาร โดยในแต่ละคลัสเตอร์จะมีตัวแทนที่ได้รับการคัดเลือกให้ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านโครงการ Food Innopolis ซึ่งจะเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ประสานงาน ต่อรอง และสร้างธุรกรรมกับองค์กรสนับสนุนภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาและวิจัย โดยมีสถาบันการตลาดปลีกและส่งและผู้นำเข้าส่งออกมาร่วมเจรจาธุรกิจเพื่อประโยชน์สูงสุดที่จะมีสู่คลัสเตอร์และเป็นช่องทางการเพิ่มมูลค่าไปสู่ผู้บริโภคปลายทางด้วย

สำหรับบทบาทขององค์กรสนับสนุนในการร่วมกันผลักดันผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารก็เป็นเรื่องที่สำคัญไม่อาจจะขาดได้ ได้แก่ บทบาทของภาครัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงหน่วยงานราชการในระดับจังหวัดและตำบลที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้ยังรวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ Food Innopolis ได้แก่ สสว. สวทช. หรือแม้แต่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และบทบาทภาคเอกชน เช่น บริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่เป็นทั้งคู่ค้าและผู้สนับสนุนสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปและเป็นสมาชิกในโครงการ Food Innopolis นอกจากนี้ เอกชนที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ที่อยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นคู่ค้าที่มีความสำคัญ และบทบาทของสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และสถาบันศึกษาอื่นๆ ที่ใกล้เคียง ที่จะสนับสนุนให้เกิงานวิจัย และแม้แต่การสนับสนุนให้นิสิต นักศึกษา นักวิชาการในการเข้าร่วมโครงการประกวดต่างๆ โดยใช้กรณีศึกษาของสินค้าและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในคลัสเตอร์เป็นบทเรียนจากโลกธุรกิจของจริง และที่สำคัญอีกกลุ่มคือ ภาคชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนที่อยู่ในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของคลัสเตอร์ ที่จะสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกำลังใจให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในท้องถิ่นสามารถเติบโตในระดับจังหวัด สู่ระดับประเทศ และในระดับสากลต่อไป

การติดตามและประเมินผล

ระบบการติดตามผลและประเมินผล เป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ ที่จะต้องทำการพัฒนาภาคการผลิตและการจัดจำหน่ายควบคู่กับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ที่สำคัญในพื้นที่คลัสเตอร์ โดยจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ SME จากชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้นการเผยแพร่และการทำความเข้าใจ การรับผิดชอบ ความก้าวหน้าของงาน และการปรับปรุง

ความเชื่อมโยงกับการประเมินผล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนา โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กำหนดตัวชี้วัด และแปลงลงสู่หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยมีแผนงานเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่จะต้องดำเนินการ
2. ประสานและอำนวยความสะดวกให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ รวมถึงชุมชนและท้องถิ่นให้เข้าใจวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางของแผนปฏิบัติการ โดยมีคณะกรรมการร่วมจากทุกภาคส่วนในการติดตามประเมินผลในทุกแผนงาน และทุกโครงการที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว โดยควรตั้งเป็นระดับคณะกรรมการเพื่อประเมินผลและติดตามในกรณีที่มีหลายโครงการย่อย
3. จัดทำแบบรายงานการประเมินผล เพื่อรายงานและติดตามความก้าวหน้าของโครงการ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เพื่อให้เป็นข้อมูลย้อนกลับเข้าสู่ระบบการประเมินผลเพื่อจัดทำรายงานต่อไป
4. จัดให้มีการประชุมร่วม โดยมีแกนนำผู้ประกอบการที่เป็นกลไกหลักในการดำเนินงาน คณะกรรมการติดตามและประเมินผลจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจประกอบด้วยกรรมการที่มีตัวแทนมาจากทุกภาคส่วนรวมทั้งชุมชนและท้องถิ่น
5. รายงานความก้าวหน้าและผลการประเมินของแผนปฏิบัติการที่ได้ดำเนินการไปแล้วและที่จะดำเนินการต่อไปให้ต้นสังกัดภาคราชการรับทราบในลักษณะรายไตรมาส เพื่อพิจารณาต่อไป

บทที่ 8

ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อม ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – จังหวัดเชียงใหม่

ในบทนี้จะนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยอาศัยหลักของการกำหนดยุทธศาสตร์โดยใช้ TOWS Analysis โดยบทนี้มีสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ฯ ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ดังต่อไปนี้

8.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) จังหวัดเชียงใหม่

8.1.1 การกำหนดยุทธศาสตร์

การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis (เชียงใหม่) ตามแนวทางการวิเคราะห์ TOWS Matrix ที่กล่าวไว้ข้างต้น สามารถสรุปยุทธศาสตร์ และมาตรการ/โครงการการพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) – Food Innopolis (เชียงใหม่) โดยแบ่งเป็น 4 ยุทธศาสตร์หลัก 13 มาตรการ/โครงการดังสรุปได้ดังตารางที่ 8-1

ตารางที่ 8-1 สรุปยุทธศาสตร์ และมาตรการในการพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจ

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/โครงการ
1. การสร้างความร่วมมือภายในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่ โดยโครงการ Food Innopolis	1. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในคลัสเตอร์เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการ Food Innopolis 2. โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SME 3. การเลือก Cluster Development Agents <u>แนวคิด</u> เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนคลัสเตอร์ในการสื่อสารความต้องการและต่อรองผลประโยชน์แก่สมาชิกคลัสเตอร์
2. การพัฒนา Cluster Map สำหรับคลัสเตอร์อาหารจังหวัดเชียงใหม่	1. โครงการวิจัยอุปสงค์และอุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อสร้างแผนที่คลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดเชียงใหม่ 2. โครงการประกวดเส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์ตามคลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดสำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/โครงการ
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนสินค้าท้องถิ่น (Geographical Indications - GI)	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการพัฒนาคลัสเตอร์ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเกษตรท้องถิ่น (Geographic Indications) และผู้ประกอบการที่อยู่กลางน้ำและปลายน้ำ 2. โครงการสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบเป็นสินค้า GI 3. โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มีเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า 4. โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
4. การสร้างช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกคลัสเตอร์	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการสร้างและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ประจำคลัสเตอร์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์คลัสเตอร์ 2. โครงการจัดการอบรมทางการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย 3. โครงการประกวดเว็บไซต์ และเฟสบุ๊กของผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหาร 4. โครงการสร้างฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

8.1.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อม และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis (เชียงใหม่) มีประเด็นทิศทางที่เป็นจุดสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจ ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เพื่อยกระดับศักยภาพความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร) โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์ดำเนินการร่วมกับโครงการ Food Innopolis”

พันธกิจ (Missions)

1. จังหวัดเชียงใหม่มีกลุ่มคลัสเตอร์อาหารรายพื้นที่ที่ชัดเจน มีขอบเขต วัตถุประสงค์ และความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่ม (Chiangmai's Food Cluster Mapping for SME)
2. สมาชิก SME ในอุตสาหกรรมอาหารในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่เล็งเห็นความสำคัญและมีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์
3. มีแกนนำสมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ (Cluster Development Agents) จังหวัดเชียงใหม่ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกผู้ประกอบการตามห่วงโซ่มูลค่าภายในคลัสเตอร์

4. คลัสเตอร์ SME ในจังหวัดเชียงใหม่อาหารนี้มีชื่อเสียงเป็นที่ตระหนักรู้ และสามารถดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีศักยภาพให้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
5. คลัสเตอร์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดเชียงใหม่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้กับสมาชิกในการเข้าร่วมและประสานงานกับโครงการ Foodinnopolis

8.2 แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

8.2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างความร่วมมือภายในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่โดยโครงการ Food Innopolis

ประโยชน์ของคลัสเตอร์ตามที่นักคิดทฤษฎีคลัสเตอร์ที่กล่าวอ้างนั้น มีสาเหตุมาจากความร่วมมือกันภายในกลุ่มสมาชิกคลัสเตอร์ ซึ่งถ้ามองอีกมุมหนึ่งภายในคลัสเตอร์เดียวกันมักมีองค์ความรู้ที่คล้ายคลึงกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด ดังนั้น หากจะให้คลัสเตอร์ดังกล่าวเกิดการพัฒนาและบูรณาการมากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มเติมในส่วนองค์ความรู้ใหม่ แตกต่าง ร่วมสมัย และหลากหลายมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และสถาบันศึกษา เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ผ่านการพัฒนางานวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป ซึ่งการสนับสนุนจากโครงการ Food Innopolis จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของยุทธศาสตร์นี้ ที่ปรึกษาฯ ขอเสนอแนวทางการดำเนินโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือ จำนวนทั้งสิ้น 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในคลัสเตอร์เข้าร่วมเป็นสมาชิกโครงการ Food Innopolis

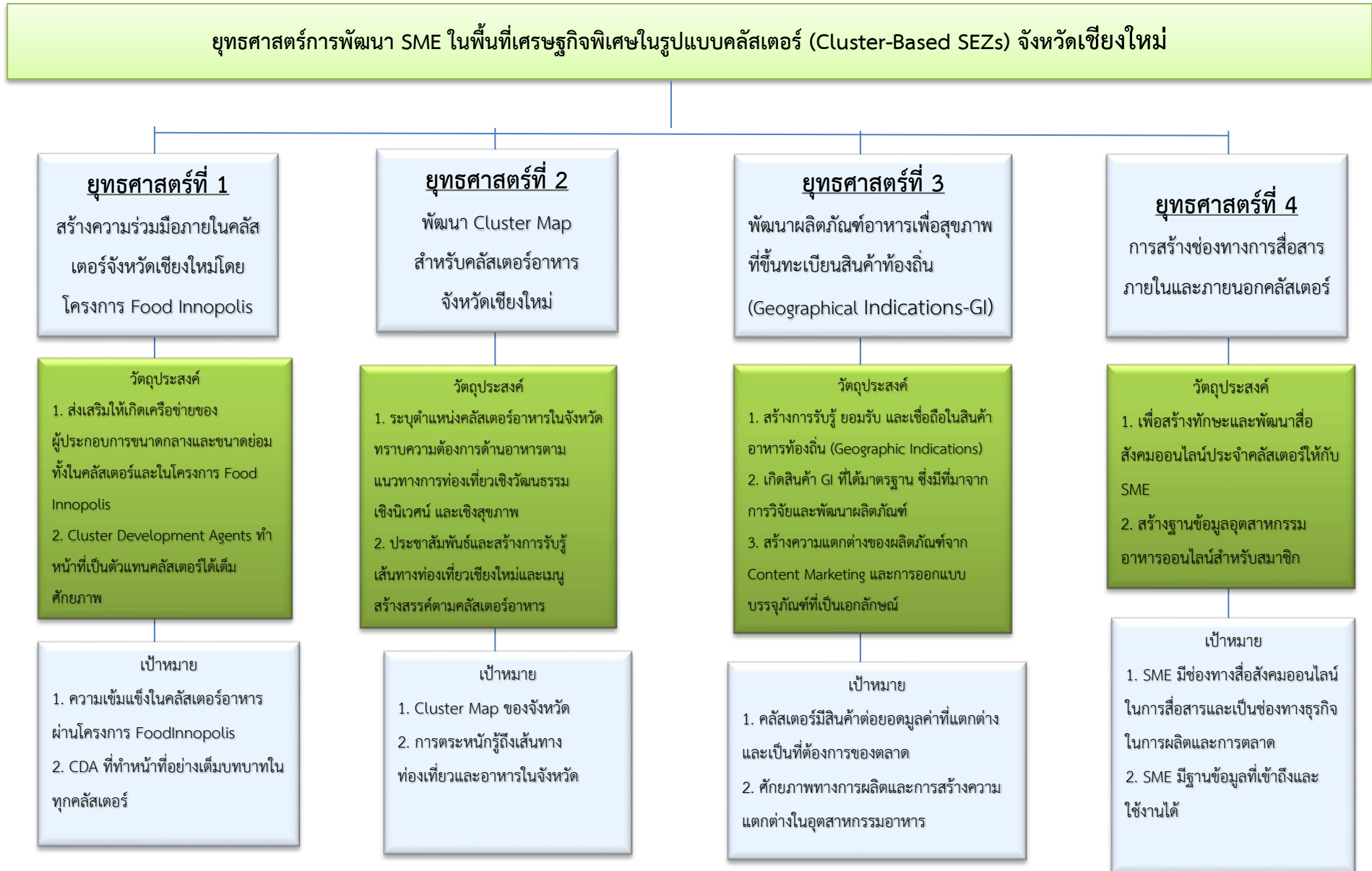
วัตถุประสงค์

- เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในโครงการ Food Innopolis
- เพื่อส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในคลัสเตอร์ และในโครงการ Food Innopolis
- เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้ใช้ประโยชน์จากโครงการ Food Innopolis

เป้าหมาย

- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจากทุกคลัสเตอร์อาหารในจังหวัดได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในโครงการ Food Innopolis โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่เป็นแกนหลักในคลัสเตอร์

รูปที่ 8-1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) –Food Innopolis (เชียงใหม่)



- เกิดเครือข่ายของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในในคลัสเตอร์ และในโครงการ Food Innopolis
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้ใช้ประโยชน์จากโครงการ Food Innopolis โดยเฉพาะองค์ความรู้ในส่วนของกิจกรรมการผลิตและเทคโนโลยีอาหาร

2) โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ

SME

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์โครงการ Food Innopolis สำหรับ SME ผ่านสื่อหลักและสื่อยุคใหม่
- เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมได้รู้จัก เข้าใจและสนใจเข้าร่วมในโครงการ Food Innopolis
- เพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมการสร้างแนวทางแก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SME

เป้าหมาย

- มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการ Food Innopolis สำหรับ SME ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการในจังหวัด
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมรู้จัก เข้าใจและสนใจเข้าร่วมในโครงการ Food Innopolis
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพร้อมในการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SME

3) โครงการเลือก Cluster Development Agents

วัตถุประสงค์

- เพื่อทำการเลือก Cluster Development Agents ที่มีเหมาะสมสามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนคลัสเตอร์ในการสื่อสารความต้องการและต่อรองผลประโยชน์แก่สมาชิกคลัสเตอร์
- ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกในคลัสเตอร์เข้าใจบทบาท หน้าที่ และความสำคัญของการมี CDA ในคลัสเตอร์
- ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในกระบวนการเลือก CDA ที่มาปฏิบัติหน้าที่ให้กับคลัสเตอร์

เป้าหมาย

- ได้ Cluster Development Agents ที่เหมาะสมทำหน้าที่เป็นตัวแทนคลัสเตอร์ในการสื่อสารความต้องการและต่อรองผลประโยชน์แก่สมาชิกคลัสเตอร์
- กลุ่มผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเลือก CDA ไม่น้อยกว่าครึ่งหนึ่งของสมาชิกทั้งหมด

ตารางที่ 8-2 ยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือภายในคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่โดยโครงการ Food Innopolis

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis	1. จำนวน SME เข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนเงินที่สนับสนุนการเข้าร่วมโครงการ	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช.
2. โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SME	1. จำนวนสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 2. การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย SME	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3. Food Innopolis 4. สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง
3. โครงการเลือก Cluster Development Agents	1. Cluster Development Agents ในแต่ละคลัสเตอร์	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	5. หน่วยงานในจังหวัด
							รวม 17.0 ล้านบาท

8.2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนา Cluster Map สำหรับคลัสเตอร์อาหารจังหวัดเชียงใหม่

ในแผนยุทธศาสตร์ใหญ่ระดับประเทศ ได้มีการนำเสนอประโยชน์และความจำเป็นในการกำหนดยุทธศาสตร์การจัดทำ Cluster Mappings เอาไว้ สำหรับการจัดทำยุทธศาสตร์ย่อยจังหวัดเชียงใหม่ก็สมควรจัดทำ Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัด ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ใหญ่ด้วย อันเนื่องมาจากในแต่ละพื้นที่ย่อยผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมภายในพื้นที่นั้นสามารถรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปต่างๆ ที่มีความเป็นไปได้หลากหลาย อาทิ คลัสเตอร์แฮมสเตอร์อุสาหกรรมภูเขา คลัสเตอร์ผักเมืองหนาวอินทรีย์พร้อมรับประทาน คลัสเตอร์แปรรูปอาหารพื้นเมืองเพื่อเป็นของฝากขึ้นชื่อของเมืองท่องเที่ยว คลัสเตอร์ผงปรุงอาหารพร้อมปรุงบรรจุซอง ที่ปรึกษาฯ ขอเสนอโครงการที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ จำนวน 2 โครงการ ดังนี้

1) โครงการวิจัยอุปสงค์และอุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสร้างแผนที่คลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

- เพื่อดำเนินโครงการวิจัยชื่อเสียงและภาพลักษณ์ในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชิงวัฒนธรรมเชิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (อุปสงค์)
- เพื่อดำเนินการวิจัยในเชิงการผลิตและความเชี่ยวชาญ ตลอดจนเชิงความได้เปรียบในการแข่งขันตามพื้นที่ของผู้ประกอบการอาหารในจังหวัด (อุปทาน)
- เพื่อนำข้อมูลด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว และข้อมูลเชิงการผลิตและความเชี่ยวชาญ ตลอดจน

เชิงความได้เปรียบในการแข่งขันตามพื้นที่ของผู้ประกอบการอาหารไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนที่คลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดเชียงใหม่

เป้าหมาย

- ผลการวิจัยเชิงอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวกับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชิงวัฒนธรรม เชียงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยว
- สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัย ไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำแผนที่คลัสเตอร์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารในระดับจังหวัด

2) โครงการประกวดเส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์ตามคลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดสำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชียงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ

วัตถุประสงค์

- เพื่อจัดการประกวดเส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชียงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ
- เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์ตามคลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดสำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชียงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ
- เพื่อให้เกิดการประยุกต์องค์ความรู้จากบูรณาการเพื่อพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารในจังหวัดร่วมกัน

เป้าหมาย

- มีผู้เข้าร่วมประกวดเส้นทางท่องเที่ยวและเมนูสร้างสรรค์ของเชียงใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชียงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ ไม่น้อยกว่า 50 ราย
- นักท่องเที่ยวรับรู้เส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์ตามคลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัด
- สามารถนำข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์ตามคลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดสำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชียงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพไปต่อยอดในการพัฒนาคลัสเตอร์อาหารต่อไป

ตารางที่ 8-3 สรุปยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนา Cluster Map สำหรับคลัสเตอร์อาหารจังหวัดเชียงใหม่

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการวิจัยอุปสงค์และอุปทานสำหรับอุตสาหกรรมอาหารเพื่อสร้างแผนที่คลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดเชียงใหม่	1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 2. แผนที่คลัสเตอร์ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและอาหาร	8.0		8.0		8.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช.
2. โครงการประกวดเส้นทางท่องเที่ยวเชียงใหม่และเมนูสร้างสรรค์ตามคลัสเตอร์อาหารประจำจังหวัดสำหรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศน์ และเชิงสุขภาพ	1. จำนวนโครงการที่เข้าประกวด 2. เส้นทางท่องเที่ยวและเมนูสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว 3. รายชื่อ SME ที่อยู่ในเส้นทาง	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3. Food Innopolis 4. หน่วยงานในจังหวัด รวม 35.0 ล้านบาท

8.2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนสินค้าท้องถิ่น (Geographical Indications)

การที่ผู้ผลิตสินค้าสร้างการรับรู้และยอมรับให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเป็นอีกหนึ่งวิธีในทำการตลาดที่นิยมใช้กันมานาน ซึ่งการรับรองมาตรฐาน หรือการขึ้นทะเบียน เป็นสิ่งที่มีบูรณาการและเหมาะสมกับกระแสความนิยมในปัจจุบันมากกว่า เพราะผู้บริโภคมีความรู้และการเรียนรู้มากขึ้น การนำเสนอความจริงใจและความซื่อสัตย์ของผู้ผลิตที่ผ่านการรับรองหรือการขึ้นทะเบียนสินค้าเป็นบริบททางการค้าของยุคสมัยนี้ อีกทั้งเป็นการทำตลาดแบบเรื่องราว (Story-Telling Marketing) ที่แสดงเอกลักษณ์ของสินค้าว่ามาจากท้องถิ่นที่มีความเป็นมาอันยาวนาน หรือมีชื่อเสียงเฉพาะด้าน ทำให้สินค้าประจำท้องถิ่นกลายเป็นสิ่งที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่าง และสร้างมูลค่าเพิ่มได้อีกด้วย นอกจากนี้ ยังเป็นการรับรองคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอยู่แล้วในการประกอบกิจการด้านอุตสาหกรรมอาหาร ที่ปรึกษาฯ ขอเสนอโครงการที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ เพื่อให้ยุทธศาสตร์ที่วางไว้สำเร็จลุล่วงได้ จำนวน 4 โครงการ ดังนี้

1) โครงการพัฒนาคลัสเตอร์ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเกษตรท้องถิ่น (Geographic Indications) และผู้ประกอบการที่อยู่กลางน้ำ และปลายน้ำ

วัตถุประสงค์

- เพื่อระบุและพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรท้องถิ่น (Geographic Indications) เป็นอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ยากต่อการลอกเลียนแบบ
- เพื่อระบุและแสวงหาความร่วมมือจากผู้ประกอบการที่อยู่ในคลัสเตอร์ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

- เพื่อให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในคลัสเตอร์ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตระหนักถึงชื่อเสียง และรักษาคุณภาพของสินค้าของตนที่ได้รับการยอมรับโดยระบุให้เป็นสินค้าท้องถิ่น
- เพื่อสร้างการรับรู้ ยอมรับ และเชื่อถือในสินค้าท้องถิ่น (Geographic Indications) ให้แพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภค

เป้าหมาย

- สามารถระบุได้ถึงสินค้าท้องถิ่น (Geographic Indications)
- สามารถระบุได้ถึงผู้ประกอบการที่อยู่ในคลัสเตอร์ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- ผู้ประกอบการที่อยู่ในคลัสเตอร์ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เกิดความร่วมมือกัน โดยตระหนักถึงชื่อเสียง และรักษาคุณภาพของสินค้าของตน ที่ได้รับการยอมรับโดยระบุให้เป็นสินค้าท้องถิ่น
- เกิดการรับรู้ ยอมรับ และเชื่อถือในสินค้าท้องถิ่น (Geographic Indications) อย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้บริโภค

2) โครงการสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบเป็นสินค้า GI

วัตถุประสงค์

- เพื่อสนับสนุนโครงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในคลัสเตอร์อาหารกลุ่ม GI
- เพื่อให้เกิดการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบเป็นสินค้า GI
- เพื่อให้เกิดสินค้า GI ที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีที่มาจากทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้รับการเลือกซื้อจากผู้บริโภค

เป้าหมาย

- เกิดโครงการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- เกิดการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบเป็นสินค้า GI
- ได้รับผลงานวิจัยการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบเป็นสินค้า GI
- เพื่อให้เกิดสินค้า GI ที่ได้มาตรฐาน ซึ่งมีที่มาจากทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้รับการเลือกซื้อจากผู้บริโภค

3) โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มีเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดโครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มีเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า
- เพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด
- เพื่อใช้ Content Marketing ดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจ และเลือกซื้อในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด

- เพื่อต่อยอดเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์จาก Content Marketing ไปสู่การบูรณาการใน คลัสเตอร์อื่นๆ ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ใช่อาหาร เช่น การท่องเที่ยว การรักษาสุขภาพ การทำฟาร์มตัวอย่างฯ

เป้าหมาย

- มีโครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มี เรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า
- ผลิตภัณฑ์อาหารประจำจังหวัดที่แตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการฯ
- Content Marketing สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจ และเลือกซื้อในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด
- เกิดการกระจายตัวไปยังคลัสเตอร์อื่นๆ ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ไม่ใช่ อาหาร เช่น การท่องเที่ยว การรักษาสุขภาพ การทำฟาร์มตัวอย่างฯ

4) โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์ด้านบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

- เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดความคิดสร้างสรรค์ด้านบรรจุภัณฑ์ ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และจดจำสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของการใช้วัตถุดิบ ท้องถิ่น
- เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

เป้าหมาย

- เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่บ่งบอกผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อสร้างความแตกต่าง และมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าท้องถิ่น
- เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และจดจำสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของการใช้วัตถุดิบ ท้องถิ่น
- เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

ตารางที่ 8-4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนสินค้าท้องถิ่น (Geographical Indications)

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ประจำปีงบประมาณ					
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการระบุสินค้าท้องถิ่น (Geographic Indications) และผู้ประกอบการที่อยู่ใน คลัสเตอร์ กลางน้ำ และปลายน้ำ	1. ข้อมูลสินค้าท้องถิ่น 2. ข้อมูล SME ที่เกี่ยวข้องกับ GI	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
2. โครงการสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้วัตถุดิบเป็นสินค้า GI	1. จำนวน SME ในคลัสเตอร์ที่เข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนโครงการที่ได้รับการอนุมัติ 3. นวัตกรรมการผลิตและการจัดจำหน่ายที่เกิดขึ้น	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช. 3. Food Innopolis 4. สถาบันการศึกษาพันธมิตร
3. โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มีเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า	1. จำนวน SME และประชาชนทั่วไปที่เข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนนวัตกรรมที่ผ่านเข้าประกวด	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	5. หน่วยงานในจังหวัด
4. โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์ที่บ่งบอกผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น	1. จำนวน SME และประชาชนทั่วไปที่เข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนผลงานที่ผ่านเข้าประกวด	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	รวม 45 ล้านบาท

8.2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกคลัสเตอร์

การสื่อสาร 2 ทาง เป็นสิ่งที่นักการตลาดยอมรับว่ามีประโยชน์และจำเป็นต่อการบริหารการตลาดในปัจจุบัน เพราะการสนองตอบความต้องการของลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด สามารถส่งอิทธิพลให้ลูกค้าเป้าหมายกลายเป็นลูกค้าที่จงรักภักดี ซึ่งเท่ากับสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้ผู้ประกอบการ เห็นได้จากประสบการณ์ของผู้ประกอบการขนาดใหญ่ระดับโลกก็เน้นในเรื่องการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า ผ่านข้อคิดเห็น คำตำหนิตชม แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นกลับมาพัฒนาสินค้าของตนให้ตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ได้สูงสุด นอกจากการพัฒนาภายในองค์กรของตนแล้ว สินค้ายังมีห่วงโซ่มูลค่าจากต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ทำให้การพัฒนาจำเป็นจะต้องกระทำควบคู่ไปทั้งสายห่วงโซ่ การสื่อสารภายในห่วงโซ่ และภายนอกคลัสเตอร์จึงต้องเกิดขึ้น เพื่อให้การพัฒนาประสบความสำเร็จ ที่สำคัญโลกออนไลน์ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่ขจัดข้อจำกัดในด้านพรมแดน การติดต่อสื่อสารจึงทำได้สะดวกง่ายดายมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงกันและกันได้ ไม่ว่าจะผู้บริโภคติดต่อกับผู้ผลิต ผู้ผลิตในคลัสเตอร์ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง ก็สามารถเกิดขึ้นได้หมด ที่ปรึกษาฯ เล็งเห็นว่าผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ยังขาดความรู้ความเข้าใจและการดำเนินงานในองค์ประกอบด้านนี้อยู่ จึงขอเสนอยุทธศาสตร์การสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งภาครัฐกิจและผู้บริโภคขึ้น โดยกำหนดโครงการที่สอดคล้องไปตามยุทธศาสตร์ดังกล่าวจำนวน 4 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสร้างและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ประจำคลัสเตอร์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์คลัสเตอร์

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นช่องทางในการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ประจำคลัสเตอร์
- เพื่อสื่อสาร 2 ทาง ผู้บริโภคติดต่อกับผู้ผลิต ผู้ผลิตในคลัสเตอร์ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง
- เพื่อประชาสัมพันธ์ และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของคลัสเตอร์สู่ผู้บริโภค ตลอดจนบุคคล/องค์กรอื่นภายนอก

เป้าหมาย

- คลัสเตอร์ผู้ประกอบการ SME อาหารมีสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์
- การสื่อสาร 2 ทาง ระหว่างผู้บริโภคติดต่อกับผู้ผลิต ผู้ผลิตในคลัสเตอร์ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง
- การประชาสัมพันธ์ และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของคลัสเตอร์สู่ผู้บริโภค ตลอดจนบุคคล/องค์กรอื่นภายนอก

2) โครงการจัดการอบรมทางการตลาดออนไลน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย

วัตถุประสงค์

- เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเป้าหมายเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์
- เพื่อให้ความช่วยเหลือในด้านองค์ความรู้ทางการตลาดออนไลน์
- เพื่อสอนวิธีการใช้งาน และจัดการทางการตลาดออนไลน์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย
- เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการขายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเป้าหมาย

เป้าหมาย

- ผู้ประกอบการเป้าหมายเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์
- ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือในด้านองค์ความรู้ทางการตลาดออนไลน์
- ผู้ประกอบการได้เรียนรู้วิธีการใช้งาน และจัดการทางการตลาดออนไลน์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย
- ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการบริหารการตลาดออนไลน์ด้วยตัวเองได้ต่อไป
- เกิดประโยชน์ต่อการขายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเป้าหมาย

3) โครงการประกวดเว็บไซต์ และเฟสบุ๊คของผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหาร

วัตถุประสงค์

- เพื่อกระตุ้นผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหาร ให้จัดทำเว็บไซต์ และเฟสบุ๊ค
- เพื่อประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหาร
- เพื่อให้ผู้ประกอบการเป้าหมายมีเว็บไซต์ และเฟสบุ๊คของตนเอง

เป้าหมาย

- กระตุ้นผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหารจัดทำเว็บไซต์และเฟสบุ๊ค
- ประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหาร
- ผู้ประกอบการเป้าหมายมีเว็บไซต์และเฟสบุ๊คของตนเอง

4) โครงการสร้างฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

วัตถุประสงค์

- เพื่อรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารผ่านทางช่องทางออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- เพื่อสร้างฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- เพื่อให้ผู้ประกอบการเป้าหมายมีเว็บไซต์ และเฟสบุ๊คของตนเอง
- เพื่อให้สมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์

เป้าหมาย

- รวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
- ได้ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำเพื่อให้ผู้ประกอบการเป้าหมายมีเว็บไซต์ และเฟสบุ๊คของตนเอง
- สมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำได้ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์

ตารางที่ 8-5 ยุทธศาสตร์การสร้างช่องทางการสื่อสารภายในและภายนอกคลัสเตอร์

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการสร้างและพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ประจำคลัสเตอร์ เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์คลัสเตอร์	1. จำนวนชุมชนออนไลน์เกิดขึ้นในทุกคลัสเตอร์ ในรูปแบบเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก 2. จำนวน SME ที่เป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์ที่ประจำคลัสเตอร์	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช.
2. โครงการจัดการอบรมทางเทคโนโลยีให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเป้าหมาย	1. จำนวน SME ที่สนใจเข้ารับการอบรมและเข้าร่วมโครงการ	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	3. Food Innopolis 4. ลูกค้านที่เป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์
3. โครงการประกวดเว็บไซต์ และเฟซบุ๊กของผู้ประกอบการเป้าหมายในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อาหาร	1. จำนวน SME ที่เข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนกิจกรรมการตลาดที่เกิดขึ้นผ่านชุมชนออนไลน์	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	5. หน่วยงานในจังหวัด
4. โครงการสร้างฐานข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารออนไลน์สำหรับสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ	1. จำนวนฐานข้อมูลในแต่ละคลัสเตอร์ 2. ความหลากหลายและสมบูรณ์ของข้อมูลที่บรรจุในฐานข้อมูล 3. จำนวนการเข้าใช้ฐานข้อมูลของสมาชิก	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	รวม 35 ล้านบาท

8.3 กลไกการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ

แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์การพัฒนา SME ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-based SEZs) Food Innopolis ในกลุ่มคลัสเตอร์จังหวัดเชียงใหม่เป็นแผนปฏิบัติการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564) จะถูกขับเคลื่อนผ่านแกนนำคลัสเตอร์ (Cluster Development Agent หรือ CDA) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกภายใต้การควบคุมและการคำแนะนำของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานราชการในระดับจังหวัด โดยมีองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สสว. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนโดยเฉพาะโครงการ Food Innopolis จะเป็นศูนย์กลางเพื่อให้ CDA ทำหน้าที่ประสานงานและนำเอาความต้องการเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายของสมาชิกในคลัสเตอร์ของตนเองมาผลักดันให้หน่วยงานต่างๆ ใน Food Innopolis อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาหารต่างๆ รวมถึงสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง และบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ รับทราบและร่วมกันหาช่องทางเพื่อต่อยอดให้กับคลัสเตอร์และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูปที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น กลไกการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนี้จะไม่ใช่เป็นการใช้งบประมาณประจำปีให้หมดสิ้นไป แต่

จะเป็นการจุดประกายให้กลุ่มผลประโยชน์ในคลัสเตอร์และผู้เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สร้างกระบวนการในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสร้างกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันให้กับตัวเองอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ตามยุทธศาสตร์จะเริ่มต้นจากการที่ผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นแกนนำจะเป็นศูนย์กลางในการประสานงานไปสู่หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีศักยภาพที่จะร่วมขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในคลัสเตอร์ในทิศทางตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ คือ

1) การสร้างคลัสเตอร์ที่มีความเข้มแข็งและมีการมีส่วนร่วมอย่างร่วมแรงร่วมใจระหว่างสมาชิกคลัสเตอร์ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยการกำหนดบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนสำหรับสมาชิกคลัสเตอร์โดยใช้โครงการ Food Innopolis เป็นตัวเชื่อมโยงเครือข่ายองค์ความรู้และกิจกรรมทางการผลิตและการตลาด

2) มีการใช้และประยุกต์ใช้ทรัพยากรวัตถุดิบ บุคลากร และภูมิปัญญาจากภายในคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นสินทรัพย์เฉพาะท้องถิ่นที่มีมูลค่าและยากที่จะลอกเลียนแบบได้ และที่สำคัญมีการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับเครือข่ายประเภทต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

3) ร่วมกันสร้างและพัฒนาตลาดเพื่อรองรับสินค้าและบริการจากสมาชิกภายในคลัสเตอร์

4) สร้างแนวทางการร่วมมือบนานอน แนวตั้ง และระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันวิชาการเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการในการดึงเอากิจกรรมจากห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเครือข่ายสมาชิก โดยใช้กลไกของโครงการ Food Innopolis

โดยในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ 5 ปีนี้มีทิศทางการขับเคลื่อนไปตามเป้าหมายโดยแบ่งแกนนำคลัสเตอร์ออกเป็นประเภทอาหารต่างๆ ตามผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมโครงการตั้งแต่นั้น ทั้งที่เป็นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่

1) แกนนำผู้ผลิตวัตถุดิบที่อาศัยวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นทางเกษตรกรรมและปศุสัตว์ (Agriculture & Farming) (ต้นน้ำ)

2) แกนนำผู้ผลิตอาหารที่ทำหน้าที่เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร (กลางน้ำ)

3) แกนนำผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพในกิจกรรมทางการตลาด (ปลายน้ำ)

ลักษณะการดำเนินงานเพื่อพัฒนาคลัสเตอร์ SME ในอุตสาหกรรมอาหารของจังหวัดเชียงใหม่จะยึดแนวทางเดียวกันกับแนวทางการดำเนินงานในภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหาร ดังแสดงในรูปที่ 7-3 โดยผ่านแกนนำที่ได้รับการคัดเลือกจากคลัสเตอร์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งภายใต้โครงการ Food Innopolis สถาบันการศึกษาแกนนำ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศที่เข้าร่วมโครงการ รวมถึงพันธมิตรธุรกิจที่เป็นส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากคลัสเตอร์ทั้งหมดทำให้เกิดความสำเร็จในคลัสเตอร์ SME อุตสาหกรรมอาหาร โดยในแต่ละคลัสเตอร์จะมีตัวแทนที่ได้รับการคัดเลือกให้ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านโครงการ Food Innopolis ซึ่งจะเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ประสานงาน ต่อรอง และสร้างธุรกรรมกับองค์กรสนับสนุนภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาและวิจัย โดยมีสถาบันการตลาดปลีกและส่งและผู้นำเข้าส่งออกมาร่วมเจรจาธุรกิจเพื่อประโยชน์สูงสุดที่จะมีสู่คลัสเตอร์และเป็นช่องทางในการเพิ่มมูลค่าไปสู่ผู้บริโภคปลายทางด้วย

สำหรับบทบาทขององค์กรสนับสนุนในการร่วมกันผลักดันผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารก็เป็นเรื่องที่สำคัญไม่อาจจะขาดได้ ได้แก่ บทบาทของภาครัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงหน่วยงานราชการในระดับจังหวัดและตำบลที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้ยังรวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ Food Innopolis ได้แก่ สสว. สวทช. หรือแม้แต่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และบทบาทภาคเอกชน เช่น บริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่เป็นทั้งลูกค้าและผู้สนับสนุนสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปและเป็นสมาชิกในโครงการ Food Innopolis นอกจากนี้เอกชนที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ที่อยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นลูกค้าที่มีความสำคัญ และบทบาทของสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และสถาบันศึกษาอื่นๆ ที่ใกล้เคียง ที่จะสนับสนุนให้เกิงานวิจัย และแม้แต่การสนับสนุนให้นักศึกษา นักวิชาการในการเข้าร่วมโครงการประกวดต่างๆ โดยใช้กรณีศึกษาของสินค้าและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในคลัสเตอร์เป็นบทเรียนจากโลกธุรกิจของจริง และที่สำคัญอีกกลุ่ม คือ ภาคชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนที่อยู่ในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของคลัสเตอร์ ที่จะสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกำลังใจให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในท้องถิ่นสามารถเติบโตในระดับจังหวัด สู่ระดับประเทศ และในระดับสากลต่อไป

การติดตามและประเมินผล

ระบบการติดตามผลและประเมินผล เป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ ที่จะต้องทำการพัฒนาภาคการผลิตและการจัดจำหน่ายควบคู่กับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ที่สำคัญในพื้นที่คลัสเตอร์ โดยจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ SME จากชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้นการเผยแพร่และการทำความเข้าใจ การรับผิดชอบ ความก้าวหน้าของงาน และการปรับปรุง

ความเชื่อมโยงกับการประเมินผล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนา โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กำหนดตัวชี้วัด และแปลงลงสู่หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยมีแผนงานเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่จะต้องดำเนินการ
2. ประสานและอำนวยความสะดวกให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ รวมถึงชุมชนและท้องถิ่นให้เข้าใจวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางของแผนปฏิบัติการ โดยมีคณะกรรมการร่วมจากทุกภาคส่วนในการติดตามประเมินผลในทุกแผนงาน และทุกโครงการที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว โดยควรตั้งเป็นระดับคณะอนุกรรมการเพื่อประเมินผลและติดตามในกรณีที่มีหลายโครงการย่อย
3. จัดทำแบบรายงานการประเมินผล เพื่อรายงานและติดตามความก้าวหน้าของโครงการ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เพื่อให้เป็นข้อมูลย้อนกลับเข้าสู่ระบบการประเมินผลเพื่อจัดทำรายงานต่อไป
4. จัดให้มีการประชุมร่วม โดยมีแกนนำผู้ประกอบการที่เป็นกลไกหลักในการดำเนินงาน คณะกรรมการติดตามและประเมินผลจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจประกอบด้วยกรรมการที่มีตัวแทนมาจากทุกภาคส่วน รวมทั้งชุมชนและท้องถิ่น
5. รายงานความก้าวหน้าและผลของการประเมินของแผนปฏิบัติการที่ได้ดำเนินการไปแล้วและที่จะดำเนินการต่อไปให้ต้นสังกัดภาครัฐราชการรับทราบเป็นไตรมาส เพื่อพิจารณาต่อไป

บทที่ 9

ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อม ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – จังหวัดปทุมธานี

ในบทนี้จะนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี โดยอาศัยหลักของการกำหนดยุทธศาสตร์โดยใช้ TOWS Analysis โดยบทนี้มีสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ฯ ในเขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ดังต่อไปนี้

9.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – จังหวัดปทุมธานี

9.1.1 การกำหนดยุทธศาสตร์

การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis (ปทุมธานี) ตามแนวทางการวิเคราะห์ TOWS Matrix จะได้ยุทธศาสตร์ และมาตรการ/โครงการพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis (ปทุมธานี) โดยแบ่งเป็น 5 ยุทธศาสตร์หลัก 11 มาตรการ/โครงการดังสรุปได้ดังตารางที่ 9-1

ตาราง 9-1 สรุปยุทธศาสตร์ และมาตรการ/โครงการในการพัฒนาวirtschaftขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – จังหวัดปทุมธานี

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/โครงการ
1. การสนับสนุน SME ในคลัสเตอร์ปทุมธานีให้ร่วมโครงการ Food Innopolis	1. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก 2. โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SME
2. Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี	1. โครงการเก็บข้อมูลด้านศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี 2. โครงการพัฒนาและสร้างตัวแทนคลัสเตอร์ที่เป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพการทำงาน

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/โครงการ
3. การยกระดับการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการทบทวนขั้นตอนและกระบวนการในการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ ตลอดจนถึงขั้นตอนทางกฎหมายและการลงโทษสำหรับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น 2. โครงการจัดอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์สำหรับผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้
4. ยกระดับความเชื่อมโยงกับผู้ซื้อภายนอก คลัสเตอร์	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการจับคู่ธุรกิจกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำและกลางน้ำในคลัสเตอร์ปทุมธานีที่มีศักยภาพและกลุ่ม Distributors และ Buyers ทั้งในและต่างประเทศ 2. โครงการจัดทำมาตรฐานสัญญา Contract Farming สำหรับวัตถุดิบที่เป็นที่ต้องการให้เกิดมาตรฐานและความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม
5. การส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและใช้ตราสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการรวบรวมความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายให้แก่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ 2. โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด 3. โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

9.1.2 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อม และแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) – Food Innopolis (ปทุมธานี) มีประเด็นทิศทางที่เป็นจุดสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจ คือ

วิสัยทัศน์ (Vision)

“เพื่อยกระดับศักยภาพความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสำหรับคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในอุตสาหกรรมอาหารปทุมธานี (และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร) โดยใช้แนวคิดคลัสเตอร์ดำเนินการร่วมกับโครงการ Food Innopolis”

พันธกิจ (Missions)

1. คลัสเตอร์ปทุมธานีมีกลุ่มผู้ประกอบการรายพื้นที่ที่ชัดเจน มีขอบเขต วัตถุประสงค์ และความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่ม (Regional Food Cluster Mapping for SME)
2. สมาชิกคลัสเตอร์ปทุมธานีในอุตสาหกรรมอาหารเห็นความสำคัญและมีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์

3. มีแกนนำสมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ปทุมธานี (Cluster Development Agents) ทำหน้าที่ประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกผู้ประกอบการตามห่วงโซ่มูลค่าภายในคลัสเตอร์
4. คลัสเตอร์ SME ปทุมธานีในอุตสาหกรรมอาหารนี้มีชื่อเสียงเป็นที่ตระหนักรู้ และสามารถดึงดูดผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีศักยภาพให้เข้าร่วมเป็นสมาชิก
5. คลัสเตอร์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้กับสมาชิกในการเข้าร่วมและประสานงานกับโครงการ Food Innopolis

9.2 แนวทางขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

9.2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสนับสนุน SME ในคลัสเตอร์ปทุมธานีให้ร่วมโครงการ Food Innopolis

ความพร้อมของจังหวัดปทุมธานีในหลายด้าน อาทิ สภาพพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสมในการเป็นούข้าว อยู่น้ำทางอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป มีนิคมอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่เอง คือ นวนคร และบางกระดี การมีเขตพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดปริมณฑลต่างๆ เช่น นนทบุรี และเขตนิคมอุตสาหกรรมใกล้เคียง เช่น โรจนะไฮเทค การเดินทางเส้นทางคมนาคมสะดวก ใกล้ท่าอากาศยานดอนเมือง การมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร การมีหน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานภาคการศึกษาก่อตั้งในเขตพื้นที่จังหวัดและใกล้เคียง ทำให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากอยู่ในอาณานิคมจังหวัดปทุมธานี และพื้นที่ใกล้เคียง ล่าสุดเป็นโอกาสอันดีที่เกิดการตั้งพื้นที่ของโครงการ Food Innopolis ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป ที่เป็นรายได้หลักของประเทศ และมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจการนี้เป็นจำนวนมาก โดยโครงการดังกล่าวรับการสนับสนุนจากยุทธศาสตร์ระดับชาติของนายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ต้องการให้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในทุกด้าน ซึ่งด้านอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปก็เช่นกัน ที่ปรึกษาจึงเห็นสมควรที่จะผลักดันยุทธศาสตร์ให้กลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในคลัสเตอร์ปทุมธานีเข้าร่วมเป็นสมาชิกในโครงการ Food Innopolis โดยผ่านกิจกรรมดำเนินโครงการ จำนวน 2 โครงการ ดังนี้

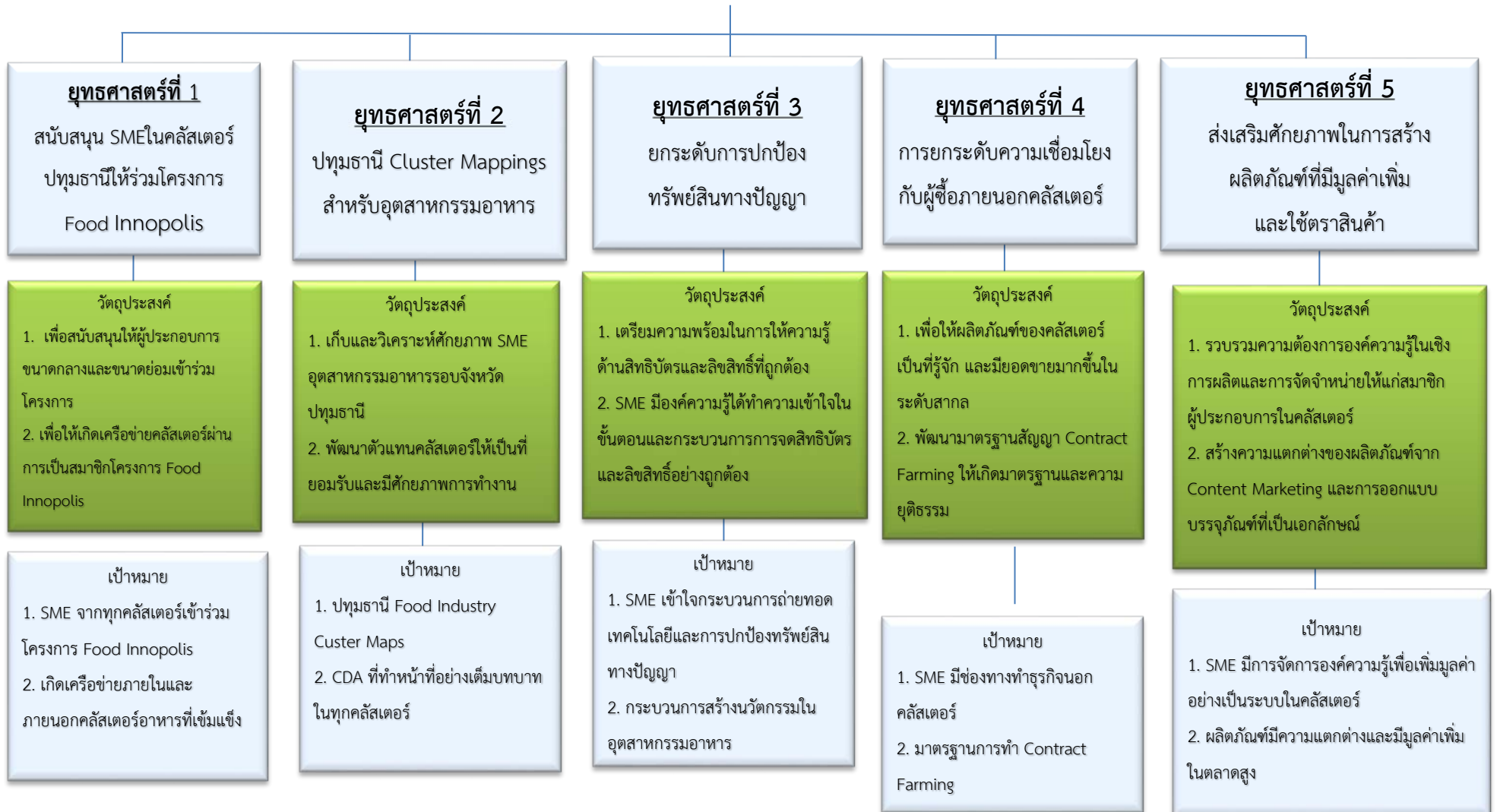
1) โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก

วัตถุประสงค์

- เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเล็งเห็นความสำคัญและเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก
- เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิกได้รับประโยชน์จากโครงการดังกล่าว อาทิ ความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ด้วิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยได้รับทุนอุดหนุน
- เพื่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือของสมาชิกโครงการ Food Innopolis

รูปที่ 9-1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) –Food Innopolis (ปทุมธานี)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาSMEในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) จังหวัดปทุมธานี



เป้าหมาย

- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเล็งเห็นความสำคัญและยินดีเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก ได้รับประโยชน์จากโครงการดังกล่าว อาทิ ความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการการ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์
- มีเครือข่ายสมาชิกโครงการ Food Innopolis ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
- ความร่วมมือของสมาชิกโครงการ Food Innopolis ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

2) โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ

SME

วัตถุประสงค์

- เพื่อสื่อสารและผลักดันให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก
- เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบแนวทางในการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis
- เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับ SME ที่มีสภาพพื้นฐานที่แตกต่างกันให้สามารถเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis และได้ใช้ประโยชน์จากโครงการฯ อย่างมีประสิทธิภาพ
- เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิกได้รับประโยชน์จากโครงการดังกล่าว

เป้าหมาย

- ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รู้จัก เล็งเห็นความสำคัญ และเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis โดยผ่านสื่อหลักและสื่อสมัยใหม่
- ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละคลัสเตอร์เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก
- ผู้ประกอบการทราบแนวทางในการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis
- SME ที่มีพื้นฐานที่แตกต่างกัน ถูกเตรียมความพร้อมจนสามารถเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis และได้ใช้ประโยชน์จากโครงการฯ อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 9-2 สรุปยุทธศาสตร์ที่ 1 การสนับสนุน SME ในคลัสเตอร์ปทุมธานีให้ร่วมโครงการ Food Innopolis

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis ในฐานะสมาชิก	1. จำนวน SME ในคลัสเตอร์ที่เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis 2. ระดับความหลากหลายของ SME ในแต่ละคลัสเตอร์	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช. 3. Food Innopolis
2. โครงการกิจกรรมประชาสัมพันธ์และอบรมแนวทางการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สำหรับ SME	1. จำนวนสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 2. การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย SME	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	4. หน่วยงานในจังหวัด รวม 10 ล้านบาท

9.2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหารปทุมธานี

ในแผนยุทธศาสตร์ใหญ่ระดับประเทศ และยุทธศาสตร์ย่อยจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ที่ปรึกษาฯ ได้มีการนำเสนอประโยชน์และความจำเป็นในการกำหนดยุทธศาสตร์การจัดทำ Cluster Mappings เอาไว้ สำหรับยุทธศาสตร์ย่อยของจังหวัดปทุมธานีก็เช่นเดียวกัน จัดทำให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ใหญ่ และยุทธศาสตร์ย่อยจังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพราะแผนที่คลัสเตอร์ (Cluster Mappings) นั้นเป็นประโยชน์อย่างมาก อันเนื่องมาจากในแต่ละพื้นที่ย่อยผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมภายในพื้นที่นั้นสามารถรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปต่างๆ ที่มีความเป็นไปได้หลากหลาย อาทิ คลัสเตอร์ข้าวไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์แปรรูปเป็นขนมปัง คลัสเตอร์เบอร์เกอร์อินทรีย์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ คลัสเตอร์นมถั่วพิชชีวจิตบรรจุกล่องยูเอชที คลัสเตอร์ข้าวหอมมะลิพันธุ์ปทุมธานีพร้อมทาน คลัสเตอร์มะม่วงกวนพลังงานแสงอาทิตย์ และผลไม้แปรรูปด้วยวิธีธรรมชาติอื่นๆ ฯลฯ ที่ปรึกษาฯ ขอเสนอโครงการที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ฯ จำนวน 2 โครงการ ดังนี้

1) โครงการเก็บข้อมูลด้านศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี

วัตถุประสงค์

- เพื่อเก็บข้อมูลด้านศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานีเพื่อสร้างแผนที่คลัสเตอร์ประจำจังหวัดปทุมธานี
- เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประเมินศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี

- เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการรับมือในการให้ความช่วยเหลือตามศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี

เป้าหมาย

- ได้ข้อมูลด้านศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี
- จังหวัดปทุมธานีและพื้นที่ใกล้เคียงมีแผนที่คลัสเตอร์ผู้ประกอบการอาหาร
- สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประเมินศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี
- มีพร้อมสำหรับการรับมือในการให้ความช่วยเหลือตามศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี

2) โครงการพัฒนาและสร้างตัวแทนคลัสเตอร์ที่เป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพการทำงาน

วัตถุประสงค์

- เพื่อสร้างและพัฒนาตัวแทนคลัสเตอร์ให้เป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพการทำงาน
- เพื่อให้ตัวแทนคลัสเตอร์สามารถปฏิบัติหน้าที่ในการประสานงาน และดูแลรักษาผลประโยชน์ให้แก่คลัสเตอร์ได้
- เพื่อให้สมาชิกคลัสเตอร์ตระหนักถึงความสำคัญของการมีตัวแทนและมีส่วนร่วมในการคัดเลือกตัวแทนคลัสเตอร์เพื่อปฏิบัติหน้าที่ให้กับกลุ่ม

เป้าหมาย

- พัฒนาตัวแทนคลัสเตอร์ให้เป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพการทำงาน
- สร้างตัวแทนคลัสเตอร์ที่เป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพการทำงาน
- ได้ตัวแทนคลัสเตอร์มีศักยภาพเป็นที่ยอมรับจากสมาชิกที่เข้าใจความสำคัญ
- ตัวแทนคลัสเตอร์สามารถปฏิบัติหน้าที่ในการประสานงาน และดูแลรักษาผลประโยชน์ให้แก่คลัสเตอร์ได้

ตารางที่ 9-3 ยุทธศาสตร์ปทุมธานี Cluster Mappings สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ประจำปีงบประมาณ					
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการเก็บข้อมูลด้านศักยภาพการผลิตของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมรายพื้นที่ในและโดยรอบจังหวัดปทุมธานี	1. ข้อมูล SME ปทุมธานี	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว.
2. โครงการพัฒนาและสร้างตัวแทนคลัสเตอร์ที่เป็นที่ยอมรับและมีศักยภาพการทำงาน (ประมาณการ: 5-8 คลัสเตอร์)	1. ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานของ CDA 2. จำนวนกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างสมาชิก	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	สวทช. 3. Food Innopolis 4. หน่วยงานในจังหวัด รวม 13 ล้านบาท

9.2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

จากผลการทำสัมภาษณ์กลุ่มเครือข่ายคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปของจังหวัดปทุมธานีและใกล้เคียง ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ดังกล่าว มีความกังวลอย่างมากว่า ในการเข้าร่วมโครงการ Food Innopolis จะมีเรื่องของการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจากผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคสำคัญในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในโครงการ Food Innopolis ที่ปรึกษาฯ จึงขอเสนอยุทธศาสตร์การยกระดับมาตรฐานกระบวนการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในสาระการดำเนินการและการตระหนักรู้ของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการขจัดความกังวลดังกล่าวของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมออกไป โดยนำเสนอผ่านโครงการดำเนินงานที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์นี้ จำนวน 2 โครงการ ดังนี้

1) โครงการทบทวนขั้นตอนและกระบวนการในการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ ตลอดจนขั้นตอนทางกฎหมายและการลงโทษสำหรับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

วัตถุประสงค์

- เพื่อทบทวนขั้นตอนและกระบวนการในการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์
- เพื่อทบทวนขั้นตอนทางกฎหมายและการลงโทษสำหรับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น
- เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้ความรู้ด้านสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องสมบูรณ์ให้แก่เจ้าหน้าที่เพื่อนำไปเผยแพร่สู่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

เป้าหมาย

- ทราบขั้นตอนและกระบวนการในการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์
- ทราบขั้นตอนทางกฎหมายและการลงโทษสำหรับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

- เจ้าหน้าที่มีความพร้อมในการให้ความรู้ด้านสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องสมบูรณ์จนสามารถนำไปเผยแพร่สู่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องต่อไป

2) โครงการจัดอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์สำหรับผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้

วัตถุประสงค์

- เพื่อจัดอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์สำหรับผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้
- เพื่อให้ผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้ได้ทำความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง
- เพื่อคลายความกังวลซึ่งเป็นอุปสรรคของผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการ Food Innopolis ต่อไป
- เพื่อให้ผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการ Food Innopolis ต่อไป

เป้าหมาย

- มีการอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์สำหรับผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้
- ผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้ได้ทำความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง
- ผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้คลายความกังวลที่เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการ Food Innopolis
- ผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการ Food Innopolis ต่อไป

ตารางที่ 9-4 ยุทธศาสตร์การยกระดับการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการทบทวนขั้นตอนและกระบวนการในการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ ตลอดจนขั้นตอนทางกฎหมายและการลงโทษสำหรับผู้ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น	ข้อมูลกระบวนการจดสิทธิบัตรที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ	0.5		0.5		0.5	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช.
2. โครงการจัดอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการการจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์สำหรับผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้	1. จำนวน SME ในคลัสเตอร์ที่เข้าร่วมโครงการ		1.0		1.0		3. Food Innopolis 4. สถาบันการศึกษาพันธมิตร 5. หน่วยงานในจังหวัด

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ประจำปีงบประมาณ					
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
	2. การวัดความพึงพอใจและผลสัมฤทธิ์การอบรม						รวม 3.5 ล้านบาท

9.2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 การยกระดับความเชื่อมโยงกับผู้ซื้อภายนอกคลัสเตอร์

ห่วงโซ่มูลค่าของภายในคลัสเตอร์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งในแนวนอนและแนวตั้งของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป ได้พัฒนาไปสู่ห่วงโซ่มูลค่าซึ่งมีความเกี่ยวข้องขยายขอบเขตออกไปในวงกว้างนอกคลัสเตอร์ สามารถมองได้ 2 ทิศทาง กล่าวคือ เมื่อย้อนไปจากผู้ประกอบการที่เป็นต้นน้ำออกไปนอกคลัสเตอร์ ก่อนที่จะมาเป็นวัตถุดิบตั้งต้นของผลิตภัณฑ์ จะมีผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้า หรือในกรณีผู้ประกอบการต้นน้ำเป็นเกษตรกร ก็จะมีผู้จำหน่ายวัตถุดิบตั้งต้นทางการเกษตร อาทิ เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย สารเคมีต่างๆ ฯลฯ ซึ่งทำให้เกิดวัตถุดิบในการผลิตสินค้าของคลัสเตอร์ และเมื่อมองถัดไปจากผู้ประกอบการที่เป็นปลายน้ำออกไปนอกคลัสเตอร์ ผลิตภัณฑ์ได้ถูกจัดจำหน่าย ผ่านผู้กระจายสินค้า (Distributors) และผู้ซื้อ (Buyers) ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของคลัสเตอร์เป็นที่รู้จักและมียอดขายมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมองภาพห่วงโซ่มูลค่าอย่างบูรณาการเพื่อให้การดำเนินงานของคลัสเตอร์ประสบผลสัมฤทธิ์มากยิ่งขึ้นไปกว่าการมองแต่เพียงภายในคลัสเตอร์

1) โครงการจับคู่ธุรกิจกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำและกลางน้ำในคลัสเตอร์ปทุมธานีที่มีศักยภาพและกลุ่มผู้กระจายสินค้า (Distributors) และผู้ซื้อ (Buyers) ทั้งในและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์

- เพื่อจัดโครงการจับคู่ธุรกิจกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำและกลางน้ำในคลัสเตอร์ปทุมธานีที่มีศักยภาพและกลุ่มผู้กระจายสินค้าและผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ
- เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคลัสเตอร์ไปสู่ระดับสากล
- เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของคลัสเตอร์เป็นที่รู้จัก และมียอดขายมากขึ้นในตลาดต่างประเทศ

เป้าหมาย

- เกิดโครงการจับคู่ธุรกิจกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำและกลางน้ำในคลัสเตอร์ปทุมธานีที่มีศักยภาพและกลุ่มผู้กระจายสินค้าและผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ
- มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคลัสเตอร์ไปสู่ระดับสากล
- ผลิตภัณฑ์ของคลัสเตอร์เป็นที่รู้จัก และมียอดขายมากขึ้นในตลาดต่างประเทศ

2) โครงการจัดทำมาตรฐานสัญญา Contract Farming สำหรับวัตถุดิบที่เป็นที่ต้องการให้เกิดมาตรฐานและความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม

วัตถุประสงค์

- เพื่อจัดทำมาตรฐานสัญญา Contract Farming สำหรับวัตถุประสงค์ที่เป็นที่ต้องการให้เกิดมาตรฐานและความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม
- เพื่อให้เกิดมาตรฐานและความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม
- เพื่อให้ได้วัตถุประสงค์ที่เป็นที่ต้องการ และได้ผลผลิตวัตถุประสงค์อย่างแน่นอน
- เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของคัสเตอร์มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

เป้าหมาย

- จัดทำมาตรฐานสัญญา Contract Farming สำหรับวัตถุประสงค์ที่เป็นที่ต้องการให้เกิดมาตรฐานและความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม
- ได้สัญญาที่มีมาตรฐานและมีความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม
- ได้วัตถุประสงค์ที่เป็นที่ต้องการ และได้ผลผลิตวัตถุประสงค์อย่างแน่นอน
- ผลิตภัณฑ์ของคัสเตอร์มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 9-5 ยุทธศาสตร์การยกระดับความเชื่อมโยงกับผู้ซื้อภายนอกคัสเตอร์

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการจับคู่ธุรกิจกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำและกลางน้ำในคัสเตอร์ปทุมธานีที่มีศักยภาพและกลุ่ม Distributors และ Buyers ทั้งในและต่างประเทศ	1. จำนวน SME ที่สนใจเข้าร่วมโครงการ 2. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น	2.0		2.0		2.0	1. สมาคมและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช.
2. โครงการจัดทำมาตรฐานสัญญา Contract Farming สำหรับวัตถุประสงค์ที่เป็นที่ต้องการให้เกิดมาตรฐานและความยุติธรรมระหว่างสองกลุ่ม	1. มาตรฐานสัญญา Contract Farming 2. SME ที่เข้าร่วมโครงการ	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	3. Food Innopolis 4. คู่ค้า 5. หน่วยงานในจังหวัด รวม 11 ล้านบาท

9.2.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและใช้ตราสินค้า

สินค้าส่งออกของประเทศที่ทำรายได้หลักมาจากสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูป หากแต่สินค้ากลุ่มดังกล่าวเป็นสินค้าที่ส่งออกไปในรูปวัตถุดิบ หรือมีการแปรรูปเพิ่มมูลค่าในระดับเบื้องต้น เมื่อที่ปรึกษา ได้พิจารณาแล้ว จึงพบว่าเรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งที่น่าเสียดาย ในการสร้างรายได้ที่สามารถเพิ่มปริมาณขึ้นได้อีกมหาศาลแก่ประเทศและผู้ประกอบการ หากได้ทำการสร้างศักยภาพให้แก่สินค้าโดยการเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นผ่านการแปรรูปขั้นสูง หรือการนำนวัตกรรมมาใช้ในการผลิตสินค้า หรือการพัฒนาสินค้าให้มึนวัตกรรมมากขึ้น

ซึ่งเป็นเรื่องที่ภาครัฐฯ ต้องกระตุ้น สนับสนุน ส่งเสริม ให้การช่วยเหลือผ่านโครงการ Food Innopolis นอกจากเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มแล้ว การสร้างความแตกต่างด้วยการสร้างตราสินค้า เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์ ในตัวตนของสินค้า และเป็นการบอกถึงมาตรฐานคุณภาพให้ผู้บริโภคจดจำได้ และยอมรับถึงความแตกต่างของสินค้า ที่สำคัญที่สุดคือเลือกซื้อสินค้าจากตราสินค้าของผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ ด้วยเหตุผลสำคัญดังกล่าวที่ปรึกษาฯ จึงขอเสนอยุทธศาสตร์สนับสนุนส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม และให้ใช้ตราสินค้าในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้สอดคล้องกับการวางยุทธศาสตร์ดังกล่าว จึงควรมียุทธศาสตร์สนับสนุนส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม และให้ใช้ตราสินค้าในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้สอดคล้องกับการวางยุทธศาสตร์จำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการรวบรวมความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายให้แก่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์

วัตถุประสงค์

- เพื่อรวบรวมความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่าย
- เพื่อจัดทำโครงการรวบรวมความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายให้แก่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์
- เพื่อเสาะหาองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายที่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ต้องการ
- เพื่อให้สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ได้รับองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายที่ต้องการ

เป้าหมาย

- ความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายถูกรวบรวมไว้
- มีโครงการรวบรวมความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายให้แก่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์
- มีองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายที่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ต้องการ
- สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ได้รับองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายที่ต้องการ

2) โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดโครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มีเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า
- เพื่อให้เกิดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด
- เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดที่มีเรื่องราวที่มาของผลิตภัณฑ์
- เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดที่แตกต่างและสร้างมูลค่า
- เพื่อใช้ Content Marketing ดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจ และเลือกซื้อในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด

- เพื่อสร้างประโยชน์ต่อยอดเรื่องราวที่มาจากผลิตภัณฑ์จาก Content Marketing ไปสู่การบูรณาการในคลัสเตอร์อื่นๆ ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ใช่อาหาร เช่น การท่องเที่ยว การรักษาสุขภาพ การทำฟาร์มตัวอย่าง ฯลฯ ที่เป็นได้ต่อไป

เป้าหมาย

- มีโครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด หรือที่มีเรื่องราวที่มาจากผลิตภัณฑ์นั้นที่แตกต่างและสร้างมูลค่า
- มี Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด
- ได้ผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดที่มีเรื่องราวที่มาจากผลิตภัณฑ์
- ได้ผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัดที่แตกต่างและสร้างมูลค่า
- Content Marketing สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจ และเลือกซื้อในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด
- สามารถต่อยอดเรื่องราวที่มาจากผลิตภัณฑ์จาก Content Marketing ไปสู่การบูรณาการในคลัสเตอร์อื่นๆ ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ใช่อาหาร เช่น การท่องเที่ยว การรักษาสุขภาพ การทำฟาร์มตัวอย่าง ฯลฯ ที่เป็นได้ต่อไป

3) โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์ด้านบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อให้เกิดบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีความคิดสร้างสรรค์ และตระหนักถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าของตน
- เพื่อสร้างความแตกต่าง และมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าท้องถิ่น
- เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และจดจำสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

เป้าหมาย

- เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อให้เกิดบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีความคิดสร้างสรรค์ และตระหนักถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าของตน
- เพื่อสร้างความแตกต่าง และมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าท้องถิ่น
- เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง และจดจำสินค้าที่มีเอกลักษณ์ของการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น
- เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

ตารางที่ 9-6 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมศักยภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มและใช้ตราสินค้า

โครงการ	ตัวชี้วัด (หน่วย)	จำนวนงบประมาณ (ล้านบาท)					หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	
1. โครงการรวบรวมความต้องการองค์ความรู้ในเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายให้แก่สมาชิกผู้ประกอบการในคลัสเตอร์	1. จำนวนหัวข้อองค์ความรู้ที่ได้รับการเสนอจาก SME 2. จำนวน SME ที่นำเสนอข้อมูล	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1. สภาคมนและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมอาหาร 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สสว. สวทช. 3. Food Innopolis 4. ลูกค้าที่เป็นสมาชิกชุมชนออนไลน์ 5. หน่วยงานในจังหวัด รวม 30 ล้านบาท
2. โครงการจัดประกวดการสร้าง Content Marketing ในผลิตภัณฑ์ประจำจังหวัด	1. จำนวน SME ที่นำเข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนผลงานที่ใช้ได้ในเชิงพาณิชย์	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	
3. โครงการประกวดความคิดสร้างสรรค์ด้านบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และใช้วัตถุดิบท้องถิ่น	1. จำนวน SME ที่นำเข้าร่วมโครงการ 2. จำนวนผลงานที่ใช้ได้ในเชิงพาณิชย์	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	

9.3 กลไกการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ

แผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์พัฒนา SME ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster-Based SEZs) Food Innopolis ในกลุ่มคลัสเตอร์จังหวัดปทุมธานี เป็นแผนปฏิบัติการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564) จะถูกขับเคลื่อนผ่านแกนนำคลัสเตอร์ (Cluster Development Agents หรือ CDAs) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกภายใต้การควบคุมและการคำแนะนำของหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หน่วยงานราชการในระดับจังหวัด โดยมีองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สสว. หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนโดยเฉพาะโครงการ Food Innopolis จะเป็นศูนย์กลางเพื่อให้ CDAs ทำหน้าที่ประสานงานและนำเอาความต้องการเชิงการผลิตและการจัดจำหน่ายของสมาชิกในคลัสเตอร์ของตัวเองมาผลักดันให้หน่วยงานต่างๆ ใน Food Innopolis อาทิ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หน่วยงานรับรองมาตรฐานอาหารต่างๆ รวมถึงสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง และบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศ รับทราบและร่วมกันหาช่องทางเพื่อต่อยอดให้กับคลัสเตอร์และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูปที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นกลไกการดำเนินงานในการขับเคลื่อนนี้จะไม่ใช่เป็นการใช้งบประมาณประจำปีให้หมดสิ้นไป แต่จะเป็นการจุดประกายให้กลุ่มผลประโยชน์ในคลัสเตอร์และผู้เข้าร่วมโครงการ Food Innopolis สร้างกระบวนการในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการสร้างกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันให้กับตัวเองอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ตามยุทธศาสตร์จะเริ่มต้นจากการที่ผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นแกนนำจะเป็นศูนย์กลางในการประสานงานไปสู่หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีศักยภาพที่จะร่วมขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการในคลัสเตอร์ในทิศทางตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ คือ

1) การสร้างคลัสเตอร์ที่มีความเข้มแข็งและมีการมีส่วนร่วมอย่างร่วมแรงร่วมใจระหว่างสมาชิกคลัสเตอร์ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยการกำหนดบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนสำหรับสมาชิกคลัสเตอร์โดยใช้โครงการ Food Innopolis เป็นตัวเชื่อมโยงเครือข่ายองค์ความรู้และกิจกรรมทางการผลิตและการตลาด

2) มีการใช้และประยุกต์ใช้ทรัพยากรวัตถุดิบ บุคลากร และภูมิปัญญาจากภายในคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นทรัพย์สินเฉพาะท้องถิ่นที่มีมูลค่าและยากที่จะลอกเลียนแบบได้ และที่สำคัญมีการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับเครือข่ายประเภทต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

3) ร่วมกันสร้างและพัฒนาตลาดเพื่อรองรับสินค้าและบริการจากสมาชิกภายในคลัสเตอร์

4) สร้างแนวทางการร่วมมือบนฐานอน แนวนั่ง และระหว่างองค์กรผู้สนับสนุนภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันวิชาการเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการในการดึงเอากิจกรรมจากห่วงโซ่มูลค่าที่เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของเครือข่ายสมาชิก โดยใช้กลไกของโครงการ Food Innopolis

โดยในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ 5 ปีนี้มีทิศทางการขับเคลื่อนไปตามเป้าหมายโดยแบ่งแกนนำคลัสเตอร์ออกเป็นประเภทอาหารต่างๆ ตามผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมโครงการตั้งแต่นั้น ทั้งที่เป็นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่

1) แกนนำผู้ผลิตวัตถุดิบที่อาศัยวัตถุดิบอาหารท้องถิ่นทางเกษตรกรรมและปศุสัตว์ (Agriculture & Farming) (ต้นน้ำ)

2) แกนนำผู้ผลิตอาหารที่ทำหน้าที่เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลผลิตทางการเกษตร (กลางน้ำ)

3) แกนนำผู้ผลิตและจัดจำหน่ายที่มีศักยภาพในกิจกรรมทางการตลาด (ปลายน้ำ)

ลักษณะการดำเนินงานเพื่อพัฒนาคลัสเตอร์ SME ในอุตสาหกรรมอาหารของจังหวัดเชียงใหม่จะยึดแนวทางเดียวกันกับแนวทางการดำเนินงานในภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหาร ดังแสดงในรูปที่ 7-3 โดยผ่านแกนนำที่ได้รับการคัดเลือกจากคลัสเตอร์ท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งภายใต้โครงการ Food Innopolis สถาบันการศึกษา แกนนำ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน บริษัทในอุตสาหกรรมอาหารขนาดใหญ่ทั้งในและต่างประเทศที่เข้าร่วมโครงการ รวมถึงพันธมิตรธุรกิจที่เป็นส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากคลัสเตอร์ทั้งหมดทำให้เกิดความสำเร็จในคลัสเตอร์ SME อุตสาหกรรมอาหาร โดยในแต่ละคลัสเตอร์จะมีตัวแทนที่ได้รับการคัดเลือกให้ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียผ่านโครงการ Food Innopolis ซึ่งจะเป็นองค์กรหลักที่ทำหน้าที่ประสานงาน ต่อรอง และสร้างธุรกรรมกับองค์กรสนับสนุนภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาและวิจัย โดยมีสถาบันการตลาดปลีกและส่งและผู้นำเข้าส่งออกมาร่วมเจรจาธุรกิจเพื่อประโยชน์สูงสุดที่จะมีสู่คลัสเตอร์และเป็นช่องทางการเพิ่มมูลค่าไปสู่ผู้บริโภคปลายทางด้วย

สำหรับบทบาทขององค์กรสนับสนุนในการร่วมกันผลักดันผู้ประกอบการในคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารก็เป็นเรื่องที่สำคัญไม่อาจจะขาดได้ ได้แก่ บทบาทของภาครัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงหน่วยงานราชการในระดับจังหวัดและตำบลที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้ยังรวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ Food Innopolis ได้แก่ สสว. สวทช. และแม้แต่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และบทบาทภาคเอกชน เช่น บริษัทเอกชนขนาดใหญ่ที่เป็นทั้งคู่ค้าและผู้สนับสนุนสินค้าเกษตรและเกษตรแปรรูปและเป็นสมาชิกในโครงการ Food Innopolis นอกจากนี้ เอกชนที่เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ที่อยู่ในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นคู่ค้าที่มีความสำคัญ และบทบาทของสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และสถาบันศึกษาอื่นๆ ที่ใกล้เคียง ที่จะสนับสนุนให้เกิดงานวิจัย และแม้แต่การสนับสนุนให้นักศึกษา นักวิชาการในการเข้าร่วมโครงการประกวดต่างๆ โดยใช้กรณีศึกษาของสินค้าและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในคลัสเตอร์เป็นบทเรียนจากโลกธุรกิจของจริง และที่สำคัญอีกกลุ่มคือ ภาคชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนที่อยู่ในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของคลัสเตอร์ ที่จะสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นด้านแรงงาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกำลังใจให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในท้องถิ่นสามารถเติบโตในระดับจังหวัด สู่ระดับประเทศ และในระดับสากลต่อไป

การติดตามและประเมินผล

ระบบการติดตามผลและประเมินผล เป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ ที่จะต้องทำการพัฒนาภาคการผลิตและการจัดจำหน่ายควบคู่กับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ที่สำคัญในพื้นที่คลัสเตอร์ โดยจะเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ SME จากชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้นการเผยแพร่และการทำความเข้าใจ การรับผิดชอบ ความก้าวหน้าของงาน และการปรับปรุง

ความเชื่อมโยงกับการประเมินผล มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนา โดยกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กำหนดตัวชี้วัด และแปลงลงสู่หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยมีแผนงานเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่จะต้องดำเนินการ
2. ประสานและอำนวยความสะดวกให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน รัฐวิสาหกิจ รวมถึงชุมชนและท้องถิ่นให้เข้าใจวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแนวทางของแผนปฏิบัติการ โดยมีคณะกรรมการร่วมจากทุกภาคส่วนในการติดตามประเมินผลในทุกแผนงาน และทุกโครงการที่ได้ปฏิบัติไปแล้ว โดยควรตั้งเป็นระดับคณะอนุกรรมการเพื่อประเมินผลและติดตามในกรณีที่มีหลายโครงการย่อย
3. จัดทำแบบรายงานการประเมินผล เพื่อรายงานและติดตามความก้าวหน้าของโครงการ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เพื่อให้เป็นข้อมูลย้อนกลับเข้าสู่ระบบการประเมินผลเพื่อจัดทำรายงานต่อไป
4. จัดให้มีการประชุมร่วม โดยมีแกนนำผู้ประกอบการที่เป็นกลไกหลักในการดำเนินงาน คณะกรรมการติดตามและประเมินผลจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจประกอบด้วยกรรมการที่มีตัวแทนมาจากทุกภาคส่วน รวมทั้งชุมชนและท้องถิ่น
5. รายงานความก้าวหน้าและผลของการประเมินของแผนปฏิบัติการที่ได้ดำเนินการไปแล้วและที่จะดำเนินการต่อไปให้ต้นสังกัดภาคราชการรับทราบในลักษณะรายไตรมาส เพื่อพิจารณาต่อไป



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
ชั้น G, 15, 17-20, 23 อาคารทีเอสทีทาวเวอร์ 21
ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล Bangkok 10900
โทร. 0-2278-8800



ศูนย์วิจัยด้านการจัดการยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
โทร. 0-2561-2775, 08-4335-7888
อีเมล. center.somr@gmail.com