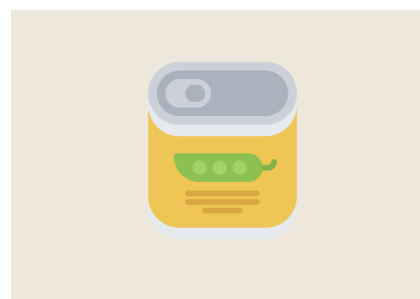


รายงาน ฉบับสมบูรณ์

ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการ
ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



อุตสาหกรรม
อาหาร

รายงานฉบับสมบูรณ์

งานจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหาร

คำนำ

ด้วยเหตุที่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีเป็นจำนวนมาก ครอบคลุมภาคเกษตร ภาคผลิต ภาคการค้า และภาคบริการ และเป็นส่วนขับเคลื่อนสำคัญ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ ท่ามกลางแนวโน้มโลกในอนาคต (Mega trend) โดยเฉพาะการตระหนักถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี สิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นวัตกรรมต่าง ๆ นั้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งมีภารกิจหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ จึงได้รับมอบหมายตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2561 ในการกำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับอุตสาหกรรมที่เป็นเลิศ ภายใต้แผนการปฏิรูปประเทศ ซึ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมดังกล่าว คือ อุตสาหกรรมอาหาร

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารของรายงานฉบับนี้ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งเป็นสาขาอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยง ต่อยอดจากอุตสาหกรรมเกษตรที่ประเทศไทยมีศักยภาพ โดยเนื้อหาของรายงานฉบับนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ **1. ภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหาร** เพื่อศึกษารายละเอียดสถานการณ์เบื้องต้นในอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม เป้าหมายการพัฒนาผู้ประกอบการ แนวทางการดำเนินงานในประเทศต้นแบบ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย และประเด็นปัญหาและแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ **2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร** เพื่อกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และนำเสนอแนวทางการดำเนินงานในการส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร และ **3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร** เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงาน เช่น การเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างหน่วยงานการส่งเสริมนโยบายในเชิงพื้นที่ เป็นต้น เพื่อให้การสนับสนุน SME เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำนักงานฯ ขอขอบคุณหน่วยงานต่าง ๆ ที่สนับสนุนข้อมูลในการจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหาร และหวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศต่อไป

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สารบัญ

บทสรุปผู้บริหาร	I
บทที่ 1 ภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหาร	1
1.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหาร.....	2
1.1.1 สถานการณ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารในตลาดโลก.....	2
1.1.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย	4
1.2 ภาพรวมผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร.....	10
1.3 เป้าหมายการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร.....	11
1.4 กรณีศึกษาจากประเทศต้นแบบ.....	13
1.4.1 ประเทศเนเธอร์แลนด์	15
1.4.2 ประเทศญี่ปุ่น	19
1.4.3 สรุปประเด็นการถอดบทเรียนการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารจากประเทศต้นแบบ.....	26
1.5 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย.....	27
1.5.1 แผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา อุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรม ไทย (พ.ศ. 2555 – 2574).....	28
1.5.2 มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (พ.ศ. 2561 – 2570)	29
1.5.3 สรุปประเด็นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย	29
1.6 สรุปประเด็นปัญหา และแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร.....	34
1.6.1 สรุปประเด็นปัญหาของผู้ประกอบในอุตสาหกรรมอาหาร.....	34
1.6.2 สรุปแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร	37
บทที่ 2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร.....	41
2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร.....	44
2.1.1 ตัวชี้วัด.....	44
2.1.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน	44
2.1.3 ตัวอย่างโครงการสำคัญ.....	46
2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร	47
2.2.1 ตัวชี้วัด.....	47
2.2.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน	48
2.2.3 ตัวอย่างโครงการสำคัญ.....	49

2.3	ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางการตลาด.....	50
2.3.1	ตัวชี้วัด.....	50
2.3.2	กลยุทธ์การดำเนินงาน	50
2.3.3	ตัวอย่างโครงการสำคัญ.....	51
2.4	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานและกฎหมายให้รองรับต่อการพัฒนาอาหารในอนาคต.....	52
2.4.1	ตัวชี้วัด.....	52
2.4.2	กลยุทธ์การดำเนินงาน	53
2.4.3	ตัวอย่างโครงการสำคัญ.....	54
2.5	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย	55
2.5.1	ตัวชี้วัด.....	55
2.5.2	กลยุทธ์การดำเนินงาน	56
2.5.3	ตัวอย่างโครงการสำคัญ.....	57
2.6	แผนปฏิบัติการเพื่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร	59
2.7	สรุปมาตรการสำคัญของการพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมอาหาร.....	64

บทที่ 3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ใน

อุตสาหกรรมอาหาร	71	
3.1	การกำหนดผู้รับผิดชอบในการผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างชัดเจน	71
3.2	การเชื่อมโยงความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ.....	72
3.3	การส่งเสริมนโยบายการดำเนินงานที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่.....	72
3.4	การจัดกลุ่มผู้ประกอบการตามลักษณะเฉพาะเพื่อปรับปรุงแนวทางการสนับสนุน.....	73
3.5	การปรับปรุงรูปแบบวิธีการประเมินและติดตามตัวชี้วัด	74
3.6	การสนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำเพื่อการต่อยอดและใช้ประโยชน์	74
ภาคผนวก ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy).....	75	
ประเภทของเศรษฐกิจหมุนเวียน.....	76	
แนวคิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเกษตรและเกี่ยวเนื่องตามกรอบการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน.....	78	
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน.....	79	

สารบัญภาพ

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างของอุตสาหกรรมการเกษตรและเกี่ยวเนื่อง	1
แผนภาพที่ 2 มูลค่าการผลิตสินค้าอาหารของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	2
แผนภาพที่ 3 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหาร (ล้านเหรียญสหรัฐ).....	3
แผนภาพที่ 4 แนวโน้มการส่งออกสินค้าอาหารและเกษตรของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562.....	5
แผนภาพที่ 5 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557 – 2561	5
แผนภาพที่ 6 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร.....	7
แผนภาพที่ 7 สัดส่วนผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารและเกี่ยวเนื่อง จำแนกตามระดับการใช้เทคโนโลยี	11
แผนภาพที่ 8 ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง.....	13
แผนภาพที่ 9 อันดับคะแนน OXFAM Global Food Index	14
แผนภาพที่ 10 กรอบแนวทางและผลการคัดเลือกกรณีศึกษาต้นแบบ	15
แผนภาพที่ 11 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารนวัตกรรมจากประเทศเนเธอร์แลนด์.....	16
แผนภาพที่ 12 โครงสร้างการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอาหารของประเทศเนเธอร์แลนด์.....	17
แผนภาพที่ 13 อาหารประจำชาติญี่ปุ่นซึ่งได้รับการรองรับจากองค์การ UNESCO ในฐานะมรดกโลกทางวัฒนธรรม	21
แผนภาพที่ 14 กรอบแนวคิดมาตรการ Japan SIXTH Industrialization.....	22
แผนภาพที่ 15 ศูนย์ตัวแทนกองทุน A-FIVE Sub Funds ในประเทศญี่ปุ่น.....	23
แผนภาพที่ 16 ภาพรวมกระบวนการและแนวทางการส่งออกวัฒนธรรมของญี่ปุ่นไปยังต่างประเทศ ภายใต้นโยบาย Cool Japan.....	24
แผนภาพที่ 17 สรุปแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศต้นแบบ.....	27
แผนภาพที่ 18 ประเด็นการพัฒนาภายใต้กรอบนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย.....	31
แผนภาพที่ 19 สรุปประเด็นปัญหาและโอกาสในการพัฒนาของผู้ประกอบในอุตสาหกรรมอาหารการตามกรอบ Diamond Model.....	34
แผนภาพที่ 20 สรุปแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร	37
แผนภาพที่ 21 ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์	41
แผนภาพที่ 22 ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร.....	43
แผนภาพที่ 23 มาตรการส่งเสริม SME กลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหาร.....	65
แผนภาพที่ 24 การเปลี่ยนผ่านแนวคิดการพัฒนาจากเศรษฐกิจเส้นตรง สู่เศรษฐกิจหมุนเวียน	75
แผนภาพที่ 25 Circular Economy Concept.....	76
แผนภาพที่ 26 การแบ่งประเภทของเศรษฐกิจหมุนเวียน.....	77
แผนภาพที่ 27 แนวทางการเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมเป้าหมาย	78
แผนภาพที่ 28 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนในประเทศไทย	79

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ประเทศที่มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหารสูงสุด 20 อันดับแรกของโลก ปี พ.ศ. 2559	3
ตารางที่ 2 สินค้าอาหารที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2561	6
ตารางที่ 3 กลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดี (Rising Star)	6
ตารางที่ 4 จำนวนวิสาหกิจในอุตสาหกรรมอาหาร ปี พ.ศ. 2561	10
ตารางที่ 5 จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหาร ปี พ.ศ. 2561	10
ตารางที่ 6 สรุปประเด็นการพัฒนาตามนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของทั้ง 3 ประเทศ	32
ตารางที่ 7 แผนปฏิบัติการ ตัวชี้วัด และช่วงการดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร	59

บทสรุปผู้บริหาร

อุตสาหกรรมอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ที่มีความเข้มแข็ง ทั้งในระดับประเทศ และระดับโลก สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยในภาพรวม อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในชั้นกลางของห่วงโซ่มูลค่า โดยกิจกรรมทางเศรษฐกิจเป็นการแปรรูปผลผลิตที่ได้มาจากอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น ข้าว ผลไม้ ปศุสัตว์ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่ม เช่น เส้นหมี่ น้ำมันรำข้าว ครีมเทียม นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอาหารยังมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ เนื่องจากขยะเหลือทิ้งที่เกิดจากกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มนั้น สามารถที่จะนำมาแปรรูปเพื่อให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มในฐานะผลิตภัณฑ์ทางชีวภาพได้อีกด้วย จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการเกษตร และอุตสาหกรรมเศรษฐกิจชีวภาพถือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด และการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ย่อมส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 ได้เช่นกัน

สถานการณ์ของอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวมของประเทศไทย พบว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอด โดยในปี พ.ศ. 2561 มีปริมาณการผลิตสินค้าอาหารและเกษตรมากถึง 40,212,383.24 ตัน ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2560 ถึงร้อยละ 14.21 โดยมีการผลิตสินค้าอาหารสำคัญ คือ น้ำตาลทรายดิบ น้ำตาลทรายขาว และน้ำตาลทรายบริสุทธิ์ น้ำมันปาล์มดิบ และน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ เนื้อไก่แปรรูป ทุ่นากระป๋อง และชาร์ดินกระป๋อง

ในด้านการส่งออก พบว่า การส่งออกสินค้าอาหารของประเทศไทยมีแนวโน้มการขยายตัวเป็นบวกเช่นกัน โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 546,575 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 584,834 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี สำหรับปี พ.ศ. 2557 – พ.ศ. 2561 ($CAGR_{2557-2561}$) ร้อยละ 1.71 ต่อปี โดยมีสินค้าอาหารส่งออกที่สำคัญ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและอาหารกระป๋อง โดยสินค้าอาหารที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด 5 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2561 คือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป มีมูลค่าการส่งออกถึง 124,927 ล้านบาท รองลงมา คือ น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทย พบว่าในปี พ.ศ. 2561 มี SME ในอุตสาหกรรมอาหารทั้งสิ้น 137,441 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.47 ของจำนวน SME ทั้งประเทศ และคิดเป็นร้อยละ 99.75 ของจำนวนสถานประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด มีขนาดการจ้างงานทั้งหมด 815,435 ราย ในปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นสัดส่วนการจ้างงานร้อยละ 5.00 ของจำนวนการจ้างงานทั้งประเทศ โดยเป็นการจ้างงานในกลุ่ม SME 608,074 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.57 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหาร

อย่างไรก็ตาม พบว่า SME ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารและเกี่ยวเนื่อง ส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการนำเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมขั้นสูงมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของตน โดยกว่าร้อยละ 95.15 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพียง SME ระดับ 1.0 – 2.0 เท่านั้น ซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีมูลค่าเพิ่มต่ำ นอกจากนี้ SME ในอุตสาหกรรมอาหารยังต้องเผชิญความท้าทายในด้านความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทั้งผู้บริโภคในประเทศและผู้บริโภคต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ หรือกระแสการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งความท้าทายเหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งโอกาสและอุปสรรคของ SME ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของแต่ละราย

ประเด็นปัญหาสำคัญและโอกาสผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร

สำหรับการศึกษาข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรของประเทศไทย ตามกรอบการวิเคราะห์ Diamond Model สามารถสรุปสถานการณ์ของผู้ประกอบการได้เป็น 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ด้านปัจจัยการผลิต

อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านวัตถุดิบจากภาคการเกษตรที่มีความหลากหลาย ประกอบกับวัฒนธรรมอาหารที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จักในระดับโลก อย่างไรก็ตาม พบว่าวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอาหารจากภาคการเกษตรยังมีปัญหาในการควบคุมปริมาณและคุณภาพ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบและปัญหาวัตถุดิบไม่ได้คุณภาพในบางฤดูกาล

ในส่วนของการควบคุมมาตรฐานการผลิต ซึ่งถึงแม้จะทำให้ดีในการควบคุมปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงขาดระบบการตรวจสอบย้อนกลับที่ครบวงจร และยังคงพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมอาหารยังขาดองค์ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีนวัตกรรม และขาดทักษะในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเครื่องมือทางการตลาด เช่น การสร้างเรื่องราวในผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าอาหารที่ใช้นวัตกรรม ยังประสบปัญหาในด้านของเงินทุน เนื่องจากการทำวิจัยและพัฒนาต้องอาศัยเงินลงทุนเป็นจำนวนมาก และใช้ระยะเวลานาน ในขณะที่เดียวกันสถาบันทางการเงินก็มีความคิดเห็นต่อธุรกิจของผู้ประกอบการเหล่านี้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง จึงมักจะปฏิเสธการอนุมัติสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าว

2) ด้านอุปสงค์

สินค้าอาหารไทยมีความได้เปรียบในตลาดโลก เนื่องจากประเทศคู่ค้าหลายประเทศมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารไทย นอกจากนี้ การขยายตัวของการบริโภคอาหารในระดับโลก อันสืบเนื่องมาจากการเพิ่มจำนวนของประชากร และการพัฒนาช่องทางธุรกิจออนไลน์ ยังส่งผลเชิงบวกต่ออุปสงค์ของอุตสาหกรรมอาหารไทยอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอุปสงค์ภายในประเทศแล้ว กลับพบว่าผู้บริโภคอาหารในไทยส่วนมากให้ความสำคัญกับราคามากกว่าคุณภาพ กล่าวคือ เป็นผู้บริโภคที่อ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitive Consumer) จึงส่งผลให้ธุรกิจอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมีกระแสตอบรับไม่มากเท่าที่ควร และไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ได้

3) ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกับภาคอุตสาหกรรมอื่นอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมการขนส่งและโลจิสติกส์ และยังรวมถึงภาคการวิจัยอีกด้วย อุตสาหกรรมอาหารไทยมีจุดแข็งในด้านความใกล้ชิดกับภาคการเกษตร โดยที่ผู้ประกอบการบางรายอยู่ในภาคการเกษตรเองด้วย และในส่วนของผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจอาหารมูลค่าเพิ่มสูงที่มีความใกล้ชิดกับภาคการวิจัย เนื่องจากเป็นผู้ที่เคยอยู่ในภาคการวิจัยหรือภาคการศึกษามาก่อน

ทั้งนี้ ความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมในภาพรวมยังขาดประสิทธิภาพ นักวิจัยส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจ ทั้งในโครงสร้างของอุตสาหกรรมและความต้องการของผู้ประกอบการ ส่งผลให้งานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่สามารถ

นำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้โดยง่าย นอกจากนี้ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากกระบวนการขนส่งสินค้าอาหารจำเป็นที่จะต้องเป็นไปอย่างปลอดภัยและเคร่งครัด เพื่อรักษาคุณภาพและความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร

4) ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน

SME ในอุตสาหกรรมอาหารยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการทำการวิจัยและพัฒนาได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศไทย ส่วนมากเป็นเพียงสินค้าอาหารแปรรูปขั้นกลางเท่านั้น ซึ่งส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม และยังพบว่าสินค้าของผู้ประกอบการอาหารส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน เป็นอย่างมาก กล่าวคือ ยังขาดการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในสินค้า

ในส่วนของสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมอยู่มาก และโอกาสในการเติบโตค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม พบว่ายังมีโอกาสทางธุรกิจสำหรับสินค้าอาหารที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีอยู่ เนื่องจากยังมีจำนวนผู้แข่งขันไม่มาก และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกอีกด้วย

5) ด้านหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐมีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริม SME ในอุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบของนโยบาย มาตรการสนับสนุน และโครงการต่าง ๆ โดยประเด็นสำคัญที่มีการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง คือ การพัฒนาองค์ความรู้พื้นฐาน และการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต อย่างไรก็ตาม กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานของภาครัฐ ไม่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น รอบเวลาการสนับสนุนที่จำกัดตามรอบงบประมาณ หรือการสร้างแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial mindset) เป็นต้น จึงเป็นข้อจำกัดในการส่งเสริมผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ในส่วนของกฎหมายและการควบคุมจากภาครัฐ พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าอาหารที่ชัดเจน แต่กระบวนการตรวจสอบมาตรฐานยังมีความล่าช้า และไม่รองรับสินค้าอาหารรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ส่งผลให้ SME ผู้ผลิตสินค้าอาหารที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ประสบปัญหาในการขอการรับรองมาตรฐาน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารยังประสบปัญหาเกี่ยวกับภาษีการนำเข้าเครื่องจักรที่จำเป็นต่อกระบวนการผลิตหรือกระบวนการวิจัยและพัฒนา ซึ่งส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายในการผลิตมากขึ้น

ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

จากสถานการณ์ ประเด็นปัญหา และโอกาสในการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร สามารถนำมาวิเคราะห์และจัดทำเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารได้ โดยมีจุดมุ่งหมายในการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารไทยด้วยผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ทั้งจากการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และการประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรม ในส่วนต่าง ๆ ของกระบวนการผลิตหรือแปรรูป

โดยมีการกำหนดเป้าประสงค์หลักในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด 3 ประเด็นหลัก คือ

- 1) เพิ่มมูลค่าของอุตสาหกรรมอาหารไทยให้สูงขึ้น
- 2) เพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทย
- 3) สร้างระบบนิเวศของอุตสาหกรรมอาหาร ที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดในอนาคต

เป้าประสงค์ในการดำเนินงานดังกล่าว ให้ความสำคัญกับการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ให้มีความสามารถทางการแข่งขัน สร้างโอกาสในการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว โดยผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายในการสนับสนุนตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารนี้ ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) SME ผู้ผลิตสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม
- 2) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Startup)
- 3) บุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพหรือมีความสนใจในการเริ่มต้นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มแรก เป็นผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารอยู่แล้วและได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งส่งผลให้มีศักยภาพการดำเนินธุรกิจที่เข้มแข็งมากขึ้น มีความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น รวมถึงสามารถดำเนินธุรกิจได้โดยสะดวก จากการพัฒนาของโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่ กลุ่มเป้าหมายที่ 3 นั้น จะเป็นผู้ที่มีศักยภาพ หรือเป็นผู้ที่มีความสนใจในการเป็น SME ในอุตสาหกรรมอาหารซึ่งสามารถที่จะได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐาน ด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะ การเผยแพร่องค์ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งจะจูงใจให้ กลุ่มเป้าหมายที่ 3 นี้ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของ SME ในอุตสาหกรรมอาหารได้ในอนาคต

ทั้งนี้ การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายหลักทั้ง 3 ส่วนข้างต้น ได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร 5 ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางการตลาด
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบให้รองรับต่อการพัฒนาอาหารในอนาคต
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย

โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 – 3 นั้น มีแนวคิดมาจากโครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร ที่เริ่มต้นจากฝั่งอุปทาน คือ ยกระดับประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและเพิ่มมูลค่า และพัฒนาทักษะของตัวผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมอาหาร ไปจนถึงด้านอุปสงค์ คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ตลาดและผู้บริโภค ในขณะที่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 และ 5 เป็นการส่งเสริมและพัฒนาปัจจัยที่อยู่นอกเหนือห่วงโซ่มูลค่า แต่มีความสำคัญและเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอาหาร คือ การพัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านอื่น ๆ

แผนภาพยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร



ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร

เพื่อแก้ไขปัญหาของอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอาหารของประเทศไทยที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ อันมีสาเหตุหลักมาจากการที่สินค้าอาหารของไทยส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหารแปรรูปขั้นกลางที่ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์หรือการตลาด ยุทธศาสตร์ที่ 1 นี้ จึงมุ่งเน้นการยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าของสินค้าอาหารด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ มาพัฒนาต่อยอดให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

- โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ
- กลยุทธ์ที่ 1.1 สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง
 - กลยุทธ์ที่ 1.2 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถแสดงออกได้ถึงวัฒนธรรมของพื้นที่ ควบคู่กับการพัฒนาให้มีมาตรฐาน
 - กลยุทธ์ที่ 1.3 เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาคอุตสาหกรรม ภาคการศึกษา และภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร

SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดย่อมนั้น มักจะขาดทักษะพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ ทั้งทักษะการบริหาร การบัญชี การตลาด ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการขนาดกลางที่มีทักษะพื้นฐานแข็งแรงแล้วนั้น ก็ประสบปัญหาด้านการแข่งขัน เนื่องจากขาดทักษะพิเศษหรือทักษะเฉพาะทางที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์สินค้าให้มีเอกลักษณ์และเป็นที่จดจำ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ทั้งการส่งเสริมทักษะขั้นพื้นฐานของ SME เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน การพัฒนาทักษะนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น รวมถึงการต่อยอดแพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่มีอยู่ ให้เป็นแพลตฟอร์มการเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้งานได้โดยสะดวก และได้รับประโยชน์จากการเรียนรู้อย่างแท้จริง

- โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ
- กลยุทธ์ที่ 2.1 ส่งเสริมศักยภาพและทักษะขั้นพื้นฐานของ SME ให้มีความเข้มแข็ง
 - กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนา SME ในอุตสาหกรรมอาหารให้มีความสามารถทางการแข่งขัน
 - กลยุทธ์ที่ 2.3 ต่อยอดแพลตฟอร์มการเรียนรู้รูปแบบใหม่สำหรับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางตลาด

ภาคอุปสงค์ของอุตสาหกรรมอาหารไทย มีประเด็นปัญหา 2 ประเด็น คือ ปัญหาด้านผู้บริโภค ยังขาดความเข้าใจในการบริโภคอาหารที่ดี คุณค่าทางโภชนาการ และคุณค่าของสินค้าอาหารมูลค่าสูง ส่วนมากเลือกที่จะบริโภคอาหารที่มีราคาถูกเป็นหลัก และอีกประเด็นหนึ่ง คือ ปัญหาด้านช่องทางตลาด ซึ่งเป็นอุปสรรคที่อยู่คู่กับผู้ประกอบการ SME ไทยมาเป็นเวลานาน เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเงินทุน ที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SME ไม่สามารถเป็นเจ้าของพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าของตนได้ ในขณะที่การเข้าสู่ระบบการจำหน่ายสินค้าแบบ

Modern Trade (ร้านสะดวกซื้อ / Supermarket / Hypermarket) ก็จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการเปิดไปเสรีครั้งแรก ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนเงินที่สูงมากสำหรับ SME

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางการตลาด ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 3.1 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบให้รองรับต่อการพัฒนาอาหารในอนาคต

จากการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วในเทคโนโลยีการผลิตและแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร ทั้งการนำนวัตกรรมหรืองานวิจัยมาเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการผลิต หรือการนำเครื่องจักรและอุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้งานนั้นหมายความว่ากฎระเบียบต่าง ๆ ที่บังคับใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร ย่อมต้องมีการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เพื่อให้กฎระเบียบเหล่านั้น กลายเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการดำเนินธุรกิจอย่างก้าวหน้าของ SME

ขณะเดียวกัน เพื่อให้กฎระเบียบที่บังคับใช้ในอุตสาหกรรมอาหารไทย สามารถสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของ SME ได้อย่างเต็มที่ หน่วยงานผู้กำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจำเป็นต้องมีการศึกษาประเด็นการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง และทำการทบทวนและปรับปรุงกฎระเบียบ ให้มีความเหมาะสมและเป็นปัจจุบันที่สุด

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบให้รองรับต่อการพัฒนาอาหารในอนาคต ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนา ส่งเสริม และควบคุมมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้อาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาระบบและกลไกในการรับรองมาตรฐาน ให้ทันสมัยและเท่าทันการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 4.3 ทบทวนกฎระเบียบและมาตรการจูงใจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย

เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในภาพรวมเพื่อสร้างระบบนิเวศที่ดีและเอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมดังกล่าวในระยะยาวถือเป็นเรื่องจำเป็น เนื่องด้วยการที่จะบรรลุเป้าหมายสูงสุดของยุทธศาสตร์ส่งเสริม SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ให้มีการผลิตสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้นั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยการวิจัยและพัฒนา ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูงมากสำหรับ SME และยังคงใช้เวลาในการดำเนินการเป็นระยะเวลานาน หากขาดปัจจัยสนับสนุนที่อยู่ในรูปแบบของโครงสร้างพื้นฐานแล้ว ก็เป็นการยากที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าว

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่ต่าง ๆ

กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาระบบโลจิสติกส์และการขนส่งผลิตภัณฑ์อาหาร

กลยุทธ์ที่ 5.3 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการรายย่อย ทั้งจากธนาคารและจากช่องทางอื่น

อย่างไรก็ดี การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารนี้ ยังต้องอาศัย การปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น ผ่านข้อเสนอแนะเชิงนโยบายใน 6 ประเด็น คือ

- 1) การกำหนดผู้รับผิดชอบในการผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างชัดเจน
- 2) การเชื่อมโยงความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ
- 3) การส่งเสริมนโยบายการดำเนินงานที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่
- 4) การจัดกลุ่มผู้ประกอบการตามลักษณะเฉพาะเพื่อปรับปรุงแนวทางการสนับสนุน
- 5) การปรับปรุงรูปแบบวิธีการประเมินและติดตามตัวชี้วัด
- 6) การสนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำเพื่อการต่อยอดและใช้ประโยชน์

ประเด็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายส่วนมาก เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการดำเนินงานภาครัฐที่เป็น อุปสรรคต่อการสนับสนุนผู้ประกอบการ ซึ่งหากหน่วยงานภาครัฐ สามารถร่วมมือกันดำเนินงานเพื่อปรับปรุงวิธี การทำงานตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายข้างต้นได้ จะสามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ และขับเคลื่อน แผนยุทธศาสตร์นี้ให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

บทที่ 1

ภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหาร

อุตสาหกรรมอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ที่มีความเข้มแข็ง ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ในภาพรวมเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่ในชั้นกลางของห่วงโซ่มูลค่า โดยกิจกรรมทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอาหารเป็นการแปรรูปผลผลิตที่ได้มาจากอุตสาหกรรมการเกษตร เช่น ข้าว ผลไม้ ปศุสัตว์ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่ม เช่น เส้นหมี่ น้ำมันรำข้าว ครีมเทียม นอกจากนี้ ยังมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ เนื่องจากขยะเหลือทิ้งที่เกิดจากกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มนั้น สามารถนำมาแปรรูปเพื่อให้เกิดประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มในฐานะผลิตภัณฑ์ทางชีวภาพได้อีกด้วย

จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการเกษตร และอุตสาหกรรมเศรษฐกิจชีวภาพถือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด และการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งย่อมส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 ได้เช่นกัน

แผนภาพที่ 1 โครงสร้างของอุตสาหกรรมการเกษตรและเกี่ยวเนื่อง



ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

การศึกษาภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหาร มีขอบเขตในการศึกษาในระบบการแปรรูปวัตถุดิบทางการเกษตร เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่ม ซึ่งนับรวมเพียงการแปรรูปด้วยกระบวนการขั้นกลาง - สูง เท่านั้น โดยมีรายละเอียดการศึกษาแบ่งเป็น 6 ส่วน คือ

- 1) การทบทวนสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารทั้งในระดับประเทศและในระดับโลก
- 2) การศึกษาภาพรวมผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร
- 3) เป้าหมายการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร
- 4) กรณีศึกษาจากประเทศต้นแบบที่มีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารที่ดี
- 5) การศึกษาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

6) การสรุปประเด็นปัญหาและโอกาสในการพัฒนาของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

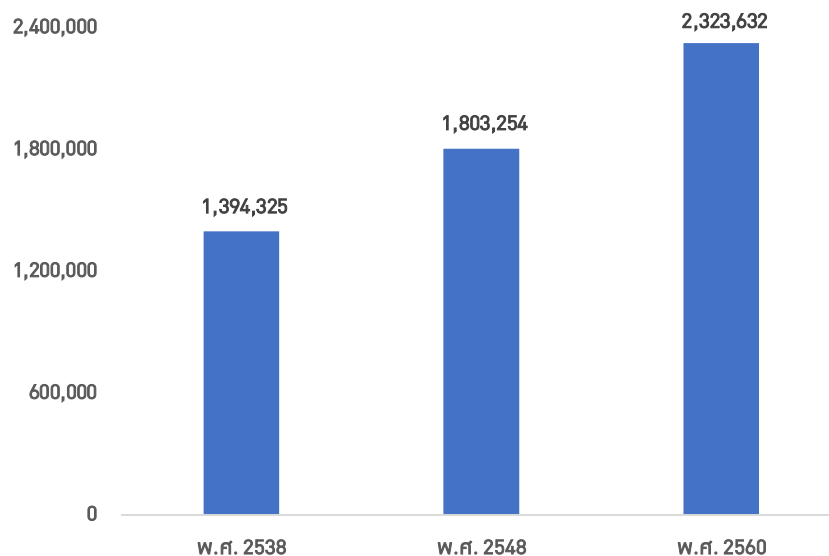
1.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหาร

การศึกษาสถานการณ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหาร ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงกระแสและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอาหารทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ สถานการณ์ในภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารในตลาดโลก และสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1.1 สถานการณ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารในตลาดโลก

จากรายงาน WORLD FOOD AND AGRICULTURE STATISTICAL POCKETBOOK 2018 ของ Food and Agricultural Organization of the United Nations พบว่าอุตสาหกรรมอาหารมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา โดยแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของมูลค่าการผลิตสินค้าอาหารของโลก โดยเพิ่มขึ้นจาก 1,394,325 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 2,323,632 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2559 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR₂₅₃₈₋₂₅₅₉) ร้อยละ 2.59

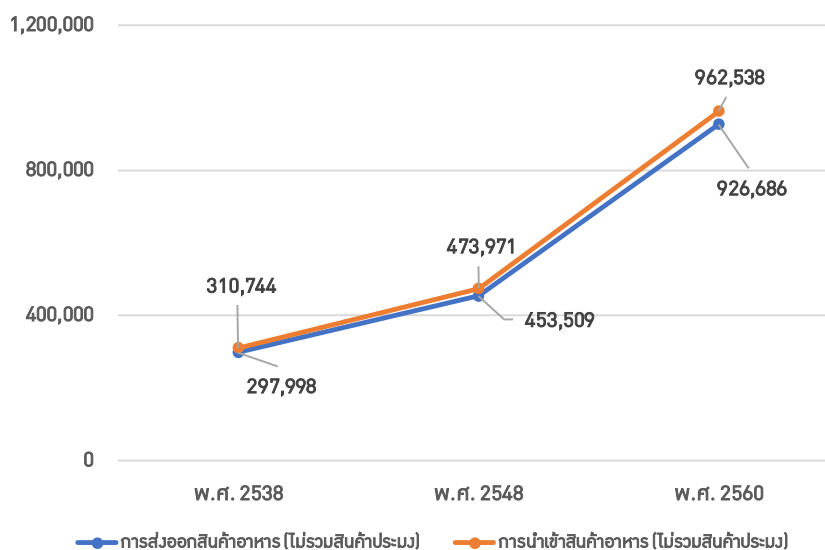
แผนภาพที่ 2 มูลค่าการผลิตสินค้าอาหารของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)



ที่มา: WORLD FOOD AND AGRICULTURE STATISTICAL POCKETBOOK 2018 - Food and Agricultural Organization

จากรายงานฉบับเดียวกัน ยังพบว่ามูลค่าการส่งออกและนำเข้าของสินค้าอาหารเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของมูลค่าการผลิต โดยมูลค่าการนำเข้ามีการปรับตัวเพิ่มขึ้น จาก 310,744 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 962,538 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2559 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR₂₅₃₈₋₂₅₅₉) ถึงร้อยละ 5.82 ในขณะที่มูลค่าการส่งออกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 297,998 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 926,686 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2559 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR₂₅₃₈₋₂₅₅₉) ถึงร้อยละ 5.84 ดังแสดงในแผนภาพที่ 3

แผนภาพที่ 3 มูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหารของโลก (ล้านเหรียญสหรัฐ)



ที่มา: WORLD FOOD AND AGRICULTURE STATISTICAL POCKETBOOK 2018 - Food and Agricultural Organization

เมื่อพิจารณารายละเอียดในส่วนของผู้ค้าหลักในตลาดโลก พบว่าประเทศที่นำเข้าสินค้าอาหารมากที่สุด คือ ประเทศจีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี สหราชอาณาจักร และเนเธอร์แลนด์ ตามลำดับ และประเทศที่ส่งออกสินค้าอาหารมากที่สุด คือ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ บราซิล เยอรมนี และฝรั่งเศส โดยสามารถสรุป อันดับของประเทศผู้นำในการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหาร 20 อันดับแรก ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ประเทศที่มีการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหารสูงสุด 20 อันดับแรกของโลก ปี พ.ศ. 2559

อันดับ	ประเทศ	มูลค่าการนำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)	สัดส่วนตลาด	อันดับ	ประเทศ	มูลค่าการส่งออก (ล้านเหรียญสหรัฐ)	สัดส่วนตลาด
1	จีน	101,514	10.55%	1	สหรัฐอเมริกา	108,092	11.66%
2	สหรัฐอเมริกา	81,436	8.46%	2	เนเธอร์แลนด์	55,648	6.01%
3	เยอรมนี	62,049	6.45%	3	บราซิล	54,249	5.85%
4	สหราชอาณาจักร	39,392	4.09%	4	เยอรมนี	51,616	5.57%
5	เนเธอร์แลนด์	39,360	4.09%	5	ฝรั่งเศส	38,184	4.12%
6	ญี่ปุ่น	36,830	3.83%	6	สเปน	37,399	4.04%
7	ฝรั่งเศส	36,807	3.82%	7	แคนาดา	36,707	3.96%
8	อิตาลี	29,411	3.06%	8	จีน	34,110	3.68%
9	เบลเยียม	25,600	2.66%	9	เบลเยียม	30,245	3.26%
10	แคนาดา	23,762	2.47%	10	อิตาลี	28,227	3.05%
11	สเปน	21,337	2.22%	11	ออสเตรเลีย	25,107	2.71%
12	อินเดีย	20,067	2.08%	12	อินโดนีเซีย	22,686	2.45%

อันดับ	ประเทศ	มูลค่า การนำเข้า (ล้านเหรียญ สหรัฐ)	สัดส่วน ตลาด	อันดับ	ประเทศ	มูลค่า การส่งออก (ล้านเหรียญ สหรัฐ)	สัดส่วน ตลาด
13	เม็กซิโก	19,349	2.01%	13	อาร์เจนตินา	22,215	2.40%
14	เวียดนาม	17,503	1.82%	14	เม็กซิโก	22,107	2.39%
15	เกาหลีใต้	17,021	1.77%	15	โปแลนด์	19,161	2.07%
16	รัสเซีย	16,798	1.75%	16	อินเดีย	19,139	2.07%
17	ซาอุดีอาระเบีย	15,583	1.62%	17	ไทย	18,559	2.00%
18	สหรัฐอเมริกา	12,730	1.32%	18	นิวซีแลนด์	16,922	1.83%
19	อินโดนีเซีย	12,020	1.25%	19	มาเลเซีย	16,150	1.74%
20	โปแลนด์	11,495	1.19%	20	ตุรกี	13,571	1.46%

ที่มา: WORLD FOOD AND AGRICULTURE STATISTICAL POCKETBOOK 2018 - Food and Agricultural Organization

1.1.2 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

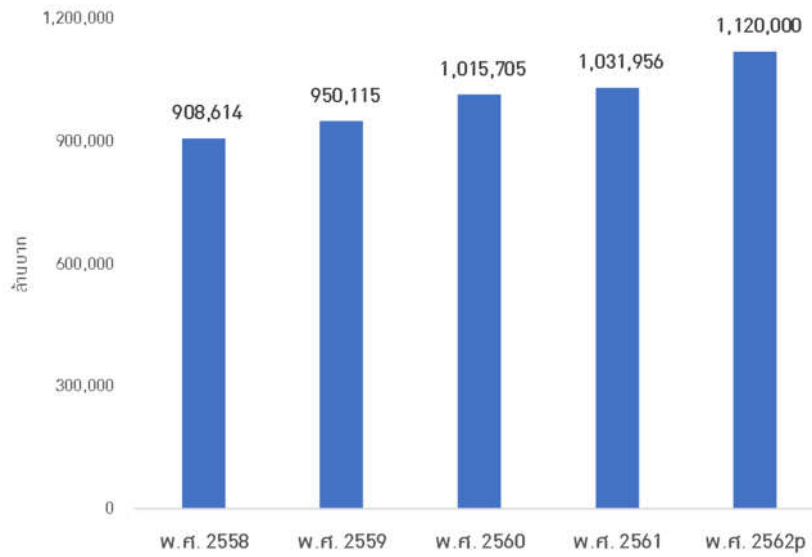
สถานการณ์ในภาพรวมของทั้งอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมการเกษตร อ้างอิงจากรายงานภาวะเศรษฐกิจของสถาบันอาหาร ระบุว่า ปริมาณการผลิตของสินค้าอาหารและเกษตรในปี พ.ศ. 2561 มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2560 โดยมีสาเหตุหลักมาจาก การเพิ่มขึ้นของผลผลิตในอุตสาหกรรมการเกษตร อีกทั้งอุตสาหกรรมอาหารยังได้รับแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการส่งออก เนื่องจากความต้องการบริโภคขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการบริโภคภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น

โดยปริมาณการผลิตสินค้าอาหารและเกษตรในปี พ.ศ. 2561 มีปริมาณ 40,212,383.241 ตัน ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ถึงร้อยละ 14.21 โดยมีการผลิตสินค้าอาหารสำคัญ คือ น้ำตาลทรายดิบ น้ำตาลทรายขาว น้ำตาลทรายบริสุทธิ์ น้ำมันปาล์มดิบ และน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ เนื้อไก่แปรรูป หนุ่่น่ากระป๋อง ชาร์ดินกระป๋อง เพื่อรองรับความต้องการบริโภคทั้งในและต่างประเทศที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการส่งออกปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่า 31,447.72 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 8.59 จากการส่งออกที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่สำคัญ อาทิ เนื้อไก่แปรรูป หนุ่่น่ากระป๋อง ชาร์ดินกระป๋อง น้ำตาลทรายดิบ และสิ่งปรุงรสจากอาหาร โดยมีประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ กลุ่มประเทศอาเซียน จีน ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศยุโรป

สำหรับแนวโน้มการส่งออกของสินค้าอาหารและเกษตรในปี พ.ศ. 2562 คาดว่าจะขยายตัวเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2561 เนื่องจากผลผลิตสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้นตามสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะประเทศคู่ค้าหลักของไทยอย่าง สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป จีน และญี่ปุ่น และประเทศในกลุ่ม CLMV โดยในเบื้องต้นคาดว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารและเกษตรไทยในปี พ.ศ. 2562 จะขยายตัวเพิ่มร้อยละ 8.53 หรือคิดเป็นมูลค่า 1,120,000 ล้านบาท

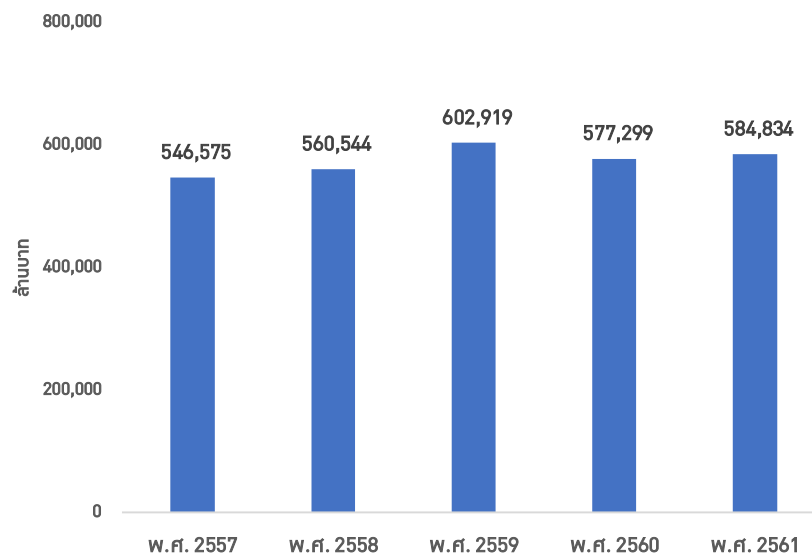
แผนภาพที่ 4 แนวโน้มการส่งออกสินค้าอาหารและเกษตรของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2562



ที่มา: สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

จากข้อมูลจากสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร พบว่าการส่งออกสินค้าอาหาร ของประเทศไทยมีแนวโน้มการขยายตัวเป็นบวก โดยมีมูลค่าการส่งออก เพิ่มขึ้นจาก 546,575 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 584,834 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2561 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR₂₅₅₇₋₂₅₆₁) ร้อยละ 1.71 ต่อปี

แผนภาพที่ 5 มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557 – 2561



ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และการวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1.1.2.1 สินค้าอาหารที่สำคัญของประเทศไทย

สินค้าอาหารของประเทศไทยที่มีบทบาทสำคัญในระดับโลกทั้งในด้านการผลิตและการส่งออก คือ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและอาหารกระป๋อง โดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเล เช่น กุ้งแปรรูปและกุ้งกระป๋อง และกลุ่มผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปและผลไม้กระป๋อง โดยตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าอาหารที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2561 คือ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกถึง 124,927.81 ล้านบาท รองลงมา คือ น้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จ

ตารางที่ 2 สินค้าอาหารที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรกในปี พ.ศ. 2561

สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร	มูลค่าการส่งออก ปี พ.ศ. 2561 (ล้านบาท)
1. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	124,927.81
2. น้ำตาลทราย	97,692.29
3. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	54,941.75
4. เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	47,172.41
5. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและอาหารสำเร็จ	41,144.88

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

โดยอาหารกระป๋องและแปรรูปที่ทำรายได้ให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทยมากที่สุด คือ กลุ่มสินค้าปลาทูน่ากระป๋อง ไม่ว่าจะเป็นปลาทูน่าในน้ำมันพืชและปลาทูน่าในน้ำเกลือ เป็นต้น โดยข้อมูลของสถาบันอาหารระบุว่าสินค้าอาหารที่สำคัญเหล่านี้มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีทั้งในเชิงปริมาณและมูลค่า ทั้งนี้ หากพิจารณาในแง่ของการขยายตัวของตลาด พบว่า สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดคือผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว (แต่ไม่รวมน้ำมันมะพร้าว) ซึ่งมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการส่งออกในช่วงปี พ.ศ. 2559 – พ.ศ. 2560 ถึงร้อยละ 15

นอกจากนี้ จากรายงานของฝ่ายวิจัยและข้อมูลของสถาบันอาหาร พบว่า ยังมีสินค้ากลุ่มอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดี (Rising Star) เช่นกัน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เครื่องดื่มชูกำลัง นม ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (ไม่รวมวิตามิน) และไอศกรีม

ตารางที่ 3 กลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มการขยายตัวที่ดี (Rising Star)

กลุ่มสินค้า	มูลค่าตลาด (ปี พ.ศ. 2561) (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2560) (ร้อยละ)
1. ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 	13,533	+11%
2. เครื่องดื่มชูกำลัง 	22,520	+ 10%
3. นม 	10,469	+ 6%
4. ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 	3,201	+ 6%
5. ไอศกรีม 	2,122	+ 5%
รวมสินค้า	51,845	-

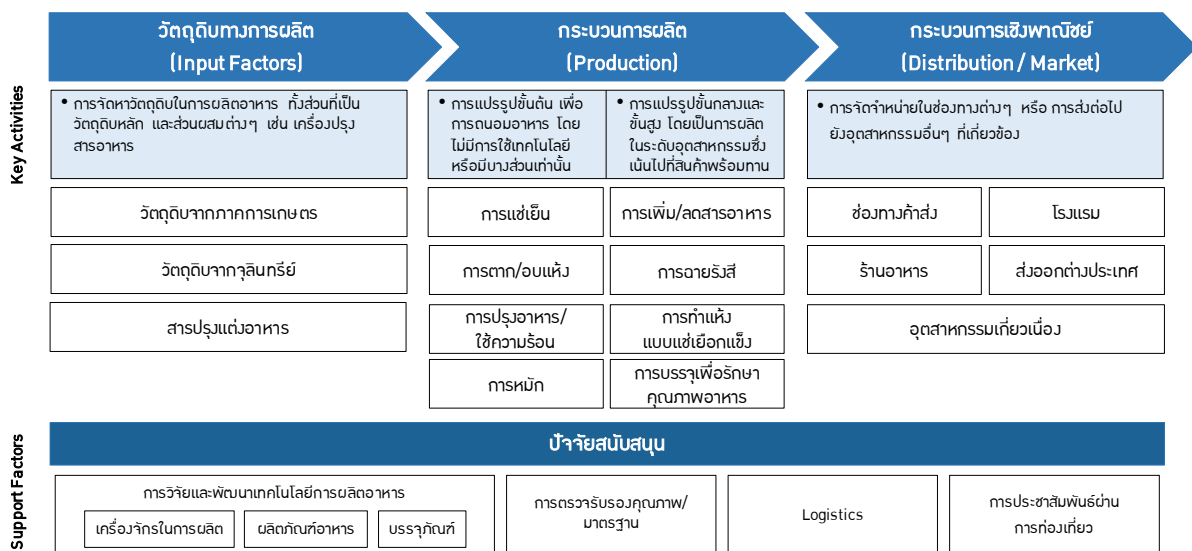
ที่มา: สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

1.1.2.2 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร

สำหรับรายละเอียดการดำเนินงานของอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม มีการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหารในเบื้องต้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรม ประกอบด้วยปัจจัยหลักใน 4 ส่วน คือ

- 1) วัตถุดิบทางการผลิต (Input Factors)
- 2) กระบวนการผลิต (Production)
- 3) กระบวนการเชิงพาณิชย์ (Distribution/ Market)
- 4) ปัจจัยสนับสนุน

แผนภาพที่ 6 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร



ที่มา: การวิเคราะห์ห่วงโซ่ที่ปรึกษา

1) วัตถุดิบทางการผลิต (Input Factors)

กระบวนการตั้งต้นในการผลิตอาหาร ทั้งส่วนที่เป็นวัตถุดิบหลัก และส่วนผสมต่าง ๆ เช่น เครื่องปรุงรสอาหาร เป็นปัจจัยการผลิตหลักของอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีวัตถุดิบตั้งต้นจากภาคการเกษตรทั้งพืชและสัตว์ รวมถึงวัตถุดิบจากภาคการผลิตอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นจุลินทรีย์ที่ใช้ในการถนอมหรือเป็นส่วนประกอบของอาหาร และสารปรุงแต่งอาหารต่าง ๆ ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ จะมีการผลิตโดยตรงทั้งจากภาคการเกษตรหรือภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ และการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ

ผู้ประกอบการที่มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุดิบนี้ สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) ผู้ประกอบการ ในชุมชน หรือวิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ โดยเป็นวัตถุดิบทางการเกษตรเป็นหลัก และ 2) ผู้ประกอบการค้า หรือพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นตัวแทนในการจัดซื้อและจัดหาวัตถุดิบให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร

2) กระบวนการผลิต (Production)

กระบวนการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมอาหารจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) กระบวนการแปรรูปขั้นต้น และ 2) กระบวนการแปรรูปขั้นกลางและขั้นสูง โดยขั้นตอนการผลิตทั้ง 2 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

- 1) กระบวนการแปรรูปขั้นต้น เป็นรูปแบบการผลิตสินค้าอาหาร เพื่อการถนอมอาหาร ยืดระยะเวลาการเก็บ หรือการปรับเปลี่ยนรูปแบบของอาหารไปจากวัตถุดิบตั้งต้นจากภาคการเกษตรเพียงเล็กน้อย ซึ่งกระบวนการแปรรูปขั้นต้นส่วนมาก ไม่มีการใช้เทคโนโลยี หรือมีการนำเทคโนโลยีอย่างง่ายเข้ามาใช้ในบางขั้นตอนของการผลิตเท่านั้น ตัวอย่าง เช่น การแช่เย็น การตาก/อบแห้ง การปรุงอาหาร/ใช้ความร้อน หรือการหมัก เป็นต้น
- 2) กระบวนการแปรรูปขั้นกลางและขั้นสูง เป็นการผลิตในระดับอุตสาหกรรม ซึ่งมีระดับการใช้เทคโนโลยีขั้นกลางขึ้นไป เพื่อนำมาใช้ในการผลิต ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง และคุณค่าทางอาหาร โดยขั้นตอนการผลิตของสินค้าในกระบวนการนี้ มีตัวอย่างเช่น การเพิ่ม/ลดสารสำคัญในอาหาร การฉายรังสี การทำแห้งแบบแช่เยือกแข็ง (Freeze Dry) หรือ การบรรจุเพื่อรักษาคุณภาพอาหารในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ก๊าซในการยืดอายุการเก็บรักษา การบรรจุแบบสุญญากาศ เป็นต้น

ผู้ดำเนินการในกระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารนี้ มีทั้งผู้ผลิตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ SME ซึ่งมีการกระจายตัวทั้งรูปแบบการแปรรูปขั้นต้น และขั้นกลาง ส่วนผู้ผลิตในรูปแบบการแปรรูปขั้นสูงนั้น ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ เนื่องจากต้องมีการลงทุนสูง แต่ยังคงมีบางส่วนที่เป็นผู้ประกอบการ SME ซึ่งมีการลงทุนเพิ่มเติม

3) กระบวนการเชิงพาณิชย์ (Distribution/ Market)

สำหรับกระบวนการในเชิงพาณิชย์นั้นเป็นการจัดจำหน่ายสินค้าอาหารไปยังผู้บริโภค หรือการส่งต่อสินค้าอาหารไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้งช่องทางการค้าในประเทศ และการส่งออกต่างประเทศ อีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้ในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูงของประเทศ รวมถึงอุตสาหกรรมบริการ เช่น ร้านอาหาร และโรงแรม ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถต่อยอดการจัดจำหน่ายสินค้าอาหารได้เช่นเดียวกัน

ในเบื้องต้นนี้ ผู้ประกอบการในกระบวนการเชิงพาณิชย์ของอุตสาหกรรมอาหาร มีอยู่ในทุกกลุ่มทั้งวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ SME และผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ทั้งในและต่างประเทศ

4) ปัจจัยสนับสนุน

สำหรับปัจจัยสนับสนุนของอุตสาหกรรมอาหาร เป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้การดำเนินงานของผู้ประกอบการภายในอุตสาหกรรมอาหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในต่างประเทศได้อย่างทัดเทียม โดยปัจจัยสนับสนุนในอุตสาหกรรมอาหารนี้ ประกอบไปด้วย 4 ส่วนหลัก คือ 1) การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตอาหาร 2) การตรวจรับรองคุณภาพ/มาตรฐาน 3) การขนส่งและระบบโลจิสติกส์ และ 4) การประชาสัมพันธ์

- 1) การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตอาหาร ครอบคลุมถึงการวิจัยและพัฒนาในทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องจักร/อุปกรณ์ในการผลิต ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือบรรจุภัณฑ์ โดยการพัฒนาเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการผลิตนั้น นับเป็นจุดตั้งต้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากการพัฒนาสินค้าอาหารในรูปแบบใหม่ ๆ นั้น นอกจากอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแล้ว ยังจำเป็นต้องมีเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าในรูปแบบใหม่ออกมาได้ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยปัจจุบัน ยังอาศัยเทคโนโลยีและเครื่องจักรในการผลิตจากต่างประเทศอยู่เป็นจำนวนมาก
- 2) การตรวจรับรองคุณภาพ/มาตรฐาน ซึ่งมีการตรวจรับรองตลอดกระบวนการผลิต เช่น หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (GMP: Good Manufacturing Practice) ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมที่สำคัญในการผลิตอาหาร (HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point), ISO, ออย. หรือ มาตรฐานอาหารฮาลาล รวมไปถึงมาตรฐานอาหารในต่างประเทศ โดยการตรวจสอบรับรองคุณภาพ/มาตรฐานเหล่านี้ เป็นปัจจัยที่สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคว่าอาหารจากผู้ผลิตนั้นมีคุณภาพมาตรฐาน ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยต่อการบริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารจึงให้ความสำคัญกับการตรวจรับรองมาตรฐานเหล่านี้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก ทั้งนี้ การตรวจรับรองมาตรฐานบางส่วนในปัจจุบัน มีผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้ามาร่วมให้บริการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว
- 3) การขนส่งและระบบโลจิสติกส์ เป็นปัจจัยสนับสนุนอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากต้องมีการขนส่งตั้งแต่การนำวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต และการจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค ตลาด หรือแหล่งอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์อาหารบางชนิดยังต้องการการขนส่งในระบบแช่เย็นหรือแช่แข็ง เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ ระบบการบริหารจัดการการขนส่งที่คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารสามารถบริหารจัดการต้นทุนการดำเนินงานในภาพรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน โดยปัจจุบัน ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารส่วนมากยังดำเนินการขนส่งเอง มีเพียงผู้ประกอบการขนาดกลางบางส่วน และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ที่ใช้บริการผู้ประกอบการโลจิสติกส์ ที่ให้บริการตั้งแต่คลังสินค้า การขนส่งและกระจายสินค้า รวมไปถึงการบริการบางส่วนที่มีแอปพลิเคชันในการตรวจสอบ ติดตามการจัดส่งสินค้าได้อย่างทันการ
- 4) การสื่อสารประชาสัมพันธ์ เนื่องด้วยอาหารไทยเป็นอาหารที่มีจุดเด่นมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาสัมผัสถึงวัฒนธรรมการกินของประเทศไทย รวมไปถึงอาหารไทยในแต่ละภูมิภาคก็ยังมีความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรม การรับประทานอาหารที่แตกต่างกัน ส่งผลให้คนไทยเองก็ให้ความสนใจในการรับประทานอาหารในภูมิภาคต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน ดังนั้น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ถึงรากฐานวัฒนธรรมด้านอาหารให้คนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับทราบ ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนอีกส่วนหนึ่งที่มีส่วนส่งเสริมให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยสามารถขยายตัวได้ในระยะยาว

1.2 ภาพรวมผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

เมื่อพิจารณาถึงขอบเขตของธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า มีความสอดคล้องตามหลักธุรกิจ TSIC ปี พ.ศ. 2552 คืออยู่ในหมวดใหญ่ C การผลิต และตรงตามขอบเขตของหมวดย่อย 10 การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร และหมวดย่อย 11 การผลิตเครื่องดื่ม

จากข้อมูลปี พ.ศ. 2561 ของสสว. พบว่า SME ในอุตสาหกรรม อาหารมีจำนวนทั้งสิ้น 137,441 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.47 ของจำนวน SME ทั้งประเทศ และเมื่อพิจารณา เปรียบเทียบเฉพาะในกลุ่ม วิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า มีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดย่อม คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.20 ของจำนวนวิสาหกิจในอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด และมีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลาง คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 0.55 ของจำนวนวิสาหกิจในอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด ดังแสดงรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 จำนวนวิสาหกิจในอุตสาหกรรมอาหาร ปี พ.ศ. 2561

จำนวนวิสาหกิจ	SE	ME	SME	LE	Total
ทั้งหมด	3,063,651	14,171	3,077,822	6,477	3,084,299
อุตสาหกรรมอาหาร	136,678	763	137,441	343	137,784
สัดส่วน	4.46%	5.38%	4.47%	5.30%	4.47%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ในส่วนของการจ้างงาน จากข้อมูลปี พ.ศ. 2561 ของสสว. พบว่า อุตสาหกรรมอาหารมีการจ้างงานทั้งหมด 815,435 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.00 ของจำนวน การจ้างงานทั้งประเทศ โดยเป็นการจ้างงานในกลุ่ม SME ทั้งหมด 608,074 ราย (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74.57 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด) และแบ่งออกเป็น การจ้างงานในวิสาหกิจขนาดย่อม 530,882 ราย (คิดเป็นสัดส่วนการจ้างงานร้อยละ 65.10 ของอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด) และเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจ ขนาดกลาง 77,192 ราย (คิดเป็นสัดส่วน การจ้างงานร้อยละ 9.47 ของอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด) ดังแสดง รายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหาร ปี พ.ศ. 2561

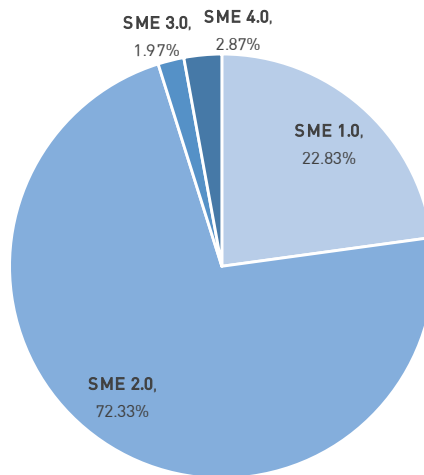
จำนวนการจ้างงาน	SE	ME	SME	LE	Total
ทั้งหมด	12,669,715	1,280,540	13,950,255	2,372,491	16,322,746
อุตสาหกรรมอาหาร	530,882	77,192	608,074	207,361	815,435
สัดส่วน	4.19%	6.03%	4.36%	8.74%	5.00%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

นอกจากนี้ อ้างอิงจากรายงาน “แนวโน้มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปไทยในยุคดิจิทัล” ของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ซึ่งทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง SME ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 1,219 ราย แบ่งเป็นอุตสาหกรรมอาหาร ร้อยละ 77.51 และที่ไม่ใช่อาหาร ร้อยละ 22.49 พบว่า ส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการนำการวิจัย เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมขั้นสูงมาปรับใช้ ในการดำเนินธุรกิจของตน โดยมีสัดส่วนดังแผนภาพที่ 7 คือ

- SME 1.0 คือ ใช้แรงงานเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 22.82
- SME 2.0 คือ ใช้แรงงานร่วมกับเครื่องจักรขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 72.33
- SME 3.0 คือ ใช้เครื่องจักรหนักมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 1.97
- SME 4.0 คือ ใช้การวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมขั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 2.87

แผนภาพที่ 7 สัดส่วนผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารและเกี่ยวเนื่อง จำแนกตามระดับการใช้เทคโนโลยี



ที่มา: “ผลสำรวจแนวโน้มอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารแปรรูปไทย”

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561

จึงกล่าวได้ว่า SME ส่วนใหญ่ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยนั้น เป็นเพียงระดับ 1.0 – 2.0 เท่านั้น คือ ยังไม่ได้มีการนำเครื่องจักรหนัก หรือการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมขั้นสูง มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ และเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เกษตรและอาหารของประเทศไทยมีมูลค่าเพิ่มต่ำ

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากการเพิ่มมูลค่าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมระดับสูงในกระบวนการผลิตหรือแปรรูปแล้ว พบว่า ยังมีวิธีการอื่นที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าอาหารด้วยทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดในส่วนที่ 1.4 กรณีศึกษาจากประเทศต้นแบบ ต่อไป

1.3 เป้าหมายการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

จากการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมอาหารในอนาคต พบว่ามีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงหลายประเด็น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อปัจจัยส่วนต่าง ๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร อาทิ

- การหดตัวของแรงงานในภาคการเกษตร ซึ่งส่งผลให้ปริมาณของผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตสินค้าอาหารลดลง
- การพัฒนาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการผลิตและแปรรูป ซึ่งส่งผลให้การผลิตอาหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถผลิตอาหารรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนได้ เช่น Freeze Dry, Spray

Dry, การสังเคราะห์โปรตีนจากพืช การปรับแต่งสารสำคัญในอาหาร รวมไปถึงการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ เช่น สารเคลือบอาหารจากธรรมชาติ อีกด้วย

- ช่องทางการจำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่ เช่น ตลาดสินค้าออนไลน์ (E-Commerce)
- ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การบริโภคอาหารแบบวีแกน (Vegan) การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การบริโภคอาหารที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และ การบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลก ส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงได้ ก็จะมีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก

จากการศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอาหาร สามารถสรุปเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงได้ 5 ชนิด กล่าวได้ว่า เป้าหมายในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร คือการ “เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง” เหล่านี้

โดยผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงทั้ง 5 ชนิด มีรายละเอียดดังนี้

1) อาหารอินทรีย์ (Organic Foods) คือ อาหารที่ได้มาจากวัตถุดิบทางการเกษตรแบบธรรมชาติ คือ ไม่ใช้วัตถุอันตรายในการปลูก ไม่ใช้สายพันธุ์ที่ถูกตัดต่อพันธุกรรม และไม่ใช้สารเคมีในการแปรรูปเป็นสินค้าอาหาร เพื่อตอบโจทย์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติ เนื่องจาก การผลิตอาหารอินทรีย์จะไม่มีการใช้สารเคมี จึงไม่เป็นการสร้างภาระให้แก่สิ่งแวดล้อม

2) อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (Functional Foods) คือ อาหารที่มีการแปรรูปเพื่อให้เกิดประโยชน์ นอกจากคุณค่าที่ได้รับจากสารอาหารหลักที่มีอยู่แล้ว อาทิ เสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกัน ชะลอความเสื่อมของเซลล์ในอวัยวะต่าง ๆ ควบคุมหรือลดอาการของโรค เช่น เบาหวาน เพื่อตอบโจทย์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ สังคมผู้สูงอายุ และอาหารนวัตกรรม

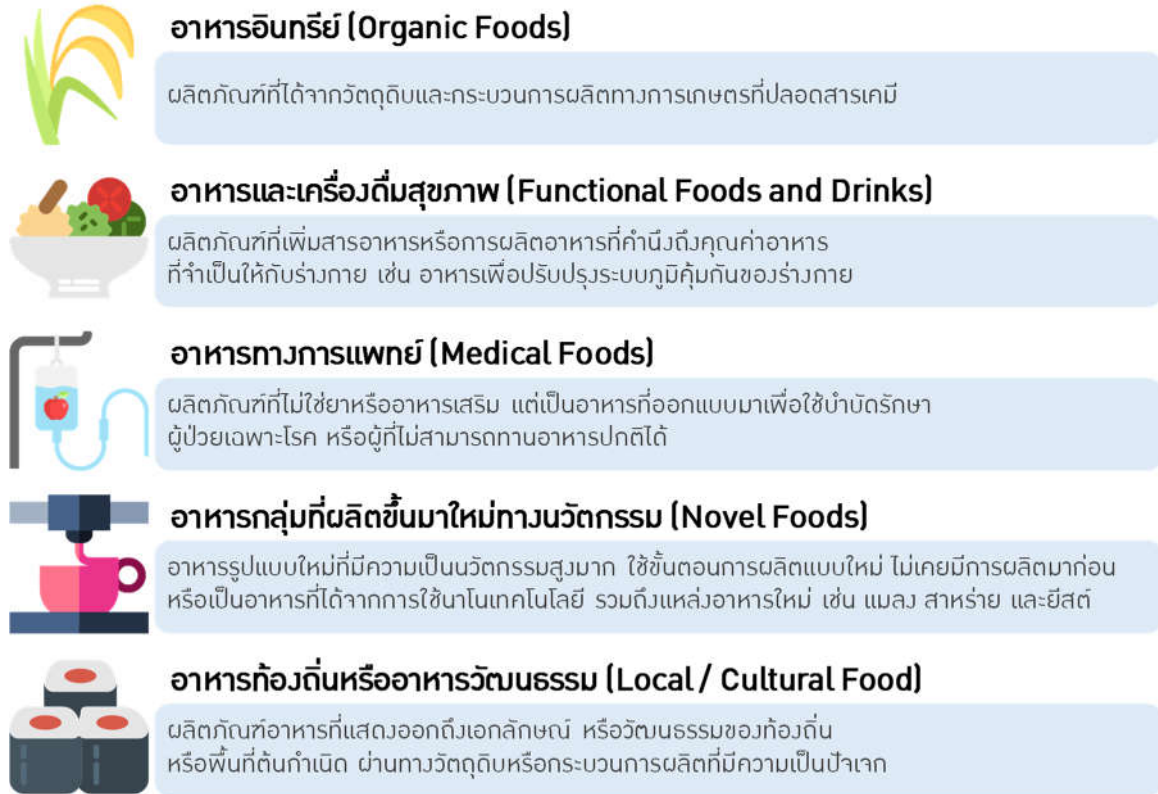
3) อาหารทางการแพทย์ (Medical Foods) คือ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการโภชนบำบัดสำหรับผู้ป่วยเฉพาะโรค ซึ่งไม่สามารถรับประทานอาหารปกติได้อย่างเพียงพอ เช่น โรคที่ส่งผลให้การกลืนอาหารบกพร่อง หรืออยู่ในภาวะที่ร่างกายต่อต้านสารอาหารบางชนิดเป็นพิเศษ อาทิ การแพ้อาหาร โดยอาหารทางการแพทย์นี้มีเป้าหมายเพื่อรับมือกับแนวโน้มของผู้ป่วยและผู้ที่มีความเสี่ยงในการป่วยเป็นโรคไม่ติดต่อ (Non-Communicable Diseases: NCDs) ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4) อาหารที่ผลิตขึ้นมาใหม่ (Novel Foods) คือ ผลิตภัณฑ์อาหารนวัตกรรมที่ได้จากวัตถุดิบ หรือเทคนิคการผลิต แบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการอาหารที่แปลกใหม่ และมีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมขั้นสูงในกระบวนการผลิต

5) อาหารวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น (Cultural / Local Foods) คือ ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการใช้วัตถุดิบ หรือ กระบวนการผลิตประจำท้องถิ่นหรือพื้นที่ เพื่อแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านผลิตภัณฑ์อาหารดังกล่าว โดยอาหารวัฒนธรรมนี้ นอกจากจะสอดคล้องกับการเกิดขึ้นของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ที่มุ่งเน้นการใช้พลังอ่อน (Soft Power) เช่น ทูตทางวัฒนธรรม และยังตอบรับกับความต้องการ ของผู้บริโภคต่างชาติ ที่สนใจในวัฒนธรรมไทย

แผนภาพที่ 8 ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง



ที่มา: McKinsey&Company สถาบันอาหาร และการวิเคราะห์ของทีปรีกษา

1.4 กรณีศึกษาจากประเทศต้นแบบ

เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยมีประสิทธิภาพ และสามารถส่งเสริมผู้ประกอบการ ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล จึงได้ทำการรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ของต่างประเทศ โดยเฉพาะ ประเทศที่อุตสาหกรรมอาหารมีศักยภาพสูง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางและกรณีศึกษา ต้นแบบสำหรับการจัดทำมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรม อาหารของประเทศไทย

โดยมีขั้นตอนในการคัดเลือกประเทศที่นำมาใช้เป็นกรณีศึกษาต้นแบบทั้งหมด 2 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1: คัดเลือกประเทศผู้นำด้านอุตสาหกรรมอาหาร โดยวัดจากอันดับคะแนน Overall Global Food Index ของ OXFAM ซึ่งอันดับคะแนนดังกล่าว สะท้อนถึงศักยภาพและคุณภาพของอุตสาหกรรมอาหารโดยรวม ของแต่ละประเทศ โดยคำนวณจากปัจจัยเกี่ยวกับสินค้าอาหารทั้งหมด 4 ด้าน คือ

- ปริมาณของสินค้าอาหาร (Enough to Eat) จาก Food and Agriculture Organization และ World Health Organization

- ความเข้าถึงได้ของสินค้าอาหาร (Afford to Eat) จาก Food and Agriculture Organization และ International Labour Organization
- คุณภาพของสินค้าอาหาร (Quality of Food) จาก Food and Agriculture Organization
- สุขภาพของผู้บริโภค (Food for Health) จาก World Health Organization

แผนภาพที่ 9 อันดับคะแนน OXFAM Global Food Index

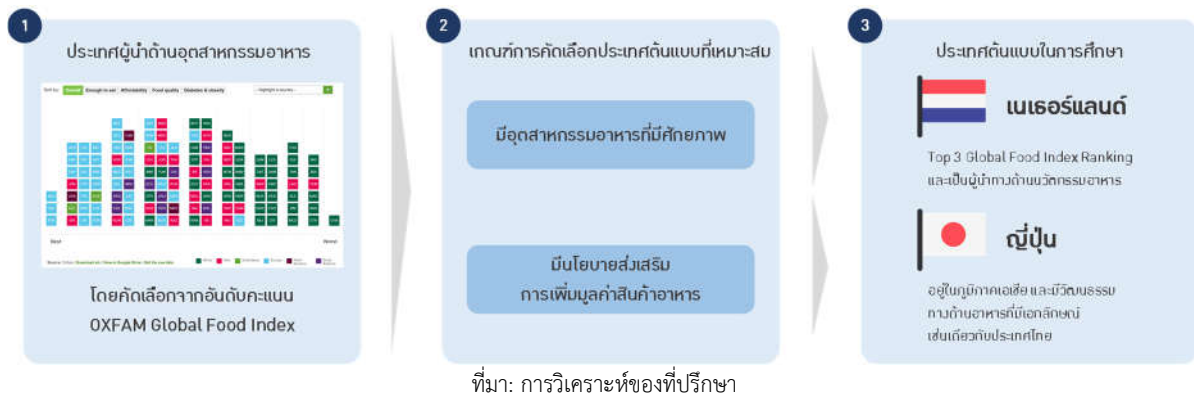


ขั้นตอนที่ 2: คัดเลือกประเทศกรณีศึกษาต้นแบบที่ดี จากเกณฑ์ 2 ประการ คือ

- 1) เป็นประเทศที่อุตสาหกรรมอาหารมีศักยภาพ โดยวัดจากทั้งจำนวนของสถานประกอบการที่ผลิตสินค้าอาหารในประเทศ และมูลค่ารวมของอุตสาหกรรมอาหาร
- 2) เป็นประเทศที่มีนโยบายส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารที่ชัดเจน โดยอาจเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม หรือกระบวนการทางการตลาดและการสร้างแบรนด์ เช่น การสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าอาหาร

ซึ่งจากเกณฑ์ทั้ง 2 ประการข้างต้นนั้น สามารถคัดเลือกกรณีศึกษาต้นแบบได้ 2 ประเทศ คือ ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศญี่ปุ่น รายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 10 กรอบแนวทางและผลการคัดเลือกกรณีศึกษาต้นแบบ



1.4.1 ประเทศเนเธอร์แลนด์

ประเทศเนเธอร์แลนด์ ตั้งอยู่ในทวีปยุโรป มีพื้นที่ประมาณ 41,526 ตารางกิโลเมตรและ มีจำนวนประชากรประมาณ 17.25 ล้านคน ซึ่งน้อยกว่าประเทศไทยประมาณ 4 เท่า แต่มี GDP มากถึง 8.26 แสนล้านเหรียญสหรัฐ (ข้อมูลปี พ.ศ. 2560 จาก Trading Economics) อันมีสาเหตุมาจากความก้าวหน้า ในระดับเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยประเทศเนเธอร์แลนด์มีส่วนร่วมการส่งออกสินค้า ประเภทเทคโนโลยีขั้นสูง คิดเป็นกว่าร้อยละ 18.6 ของการส่งออกทั้งหมด อีกทั้งยังมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพสูง เห็นได้จากอันดับคะแนน PISA ด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และการอ่าน ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย OECD ทุกด้าน

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศเนเธอร์แลนด์มีจุดเด่นในด้านผลิตภัณฑ์อาหารนวัตกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง จากการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาวัตถุดิบ กระบวนการผลิตหรือแปรรูป สินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริมการบริโภคอาหารอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.4.1.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหาร

จากข้อมูลสถิติปี พ.ศ. 2559 ในรายงานของ Food and Agriculture Organization ประเทศเนเธอร์แลนด์ มีมูลค่าการผลิตสินค้าอาหารกว่า 13.96 พันล้านเหรียญสหรัฐ ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ที่ 11.59 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 1.7 ต่อปี โดยมีการส่งออกสินค้าอาหาร 55.65 พันล้านเหรียญสหรัฐ และนำเข้า 39.36 พันล้านเหรียญสหรัฐ (เกินดุลทางการค้า 16.23 ล้านเหรียญสหรัฐโดยประมาณ)

และจากข้อมูลปีเดียวกันของ World Integrated Trade Solution (WITS) พบว่า ประเทศคู่ค้าหลักของประเทศเนเธอร์แลนด์ คือกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปและเอเชียกลาง คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 76.87 ของการส่งออกทั้งหมด และร้อยละ 63.51 ของการนำเข้าทั้งหมด รองลงมา คือ สหรัฐอเมริกาและประเทศจีน ตามลำดับ

โดยเมื่อพิจารณาถึงสินค้าอาหารที่สำคัญของประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่า เนื้อสัตว์และเนื้อสัตว์แปรรูป มีมูลค่าการส่งออกที่มากที่สุด คือ 4.55 พันล้านเหรียญสหรัฐ และรองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์จากนมวัว มีมูลค่าการส่งออก 3.85 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ตามที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ ถึงจุดเด่นของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมระดับสูงในการผลิตและแปรรูปอาหารอย่างแพร่หลาย จากเว็บไซต์ของ World Food Innovations ซึ่งมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า ประเทศเนเธอร์แลนด์มีนวัตกรรมดังกล่าวกว่า 241 ชนิด โดยเป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่มโดยตรงกว่า

185 ชนิด นอกจากนี้คือนวัตกรรมเกี่ยวกับเครื่องจักรและอุปกรณ์ โดยถือเป็นประเทศที่มีนวัตกรรมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารมากที่สุดในโลก ซึ่งเป็นผลจากการที่รัฐบาลของเนเธอร์แลนด์มุ่งเป้าการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ ซึ่งจะกล่าวถึง รายละเอียดในส่วนถัดไป

แผนภาพที่ 11 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารนวัตกรรมจากประเทศเนเธอร์แลนด์

	<p>PLENTI® - PLANT-BASED MEAT SUBSTITUTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • เนื้อสัตว์เทียมจากพืช • มีความใกล้เคียงเนื้อสัตว์จริงทั้งในด้านของคุณค่าทางโภชนาการและในด้านของรสชาติ 		<p>Protifarm® - 100% PURE BUFFALO INSECT POWDER</p> <ul style="list-style-type: none"> • โปรตีนสูง ไขมันต่ำ • มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ทั้งโปรตีน ใยอาหาร กรดไขมันดี วิตามิน รวมถึงแร่ธาตุต่างๆ
			<p>Peeze Coffee Roasters – BIOBASED COMPOSABLE SINGLE-SERVE COFFEE CAPSULES</p> <ul style="list-style-type: none"> • กาแฟแคปซูลแบบใช้แล้วทิ้งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม • แคปซูลทำมาจากพลาสติกชีวภาพ PLA ซึ่งทำจากพืชซึ่งสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ

ที่มา: World Food Innovations ปี พ.ศ. 2562

1.4.1.2 แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร

ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมอาหารของประเทศเนเธอร์แลนด์ มีความสามารถในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน ประกอบกับการสนับสนุนจากภาคการวิจัยที่มีความสามารถระดับโลก ส่งผลให้การผลิตอาหารของเนเธอร์แลนด์มีค่าใช้จ่ายน้อย แต่ได้ผลมาก อย่างไรก็ตาม รัฐบาลเนเธอร์แลนด์ได้เล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมอาหาร อันเป็นผลต่อเนื่องจากความพยายามในการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มผลผลิตของผู้ประกอบการ ซึ่งนำไปสู่แรงกดดันและปัญหาในระบบนิเวศ ทั้งในเรื่องของความหลากหลายทางชีวภาพ สิ่งแวดล้อม คุณภาพของน้ำดื่ม และภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ จึงได้อาศัยกรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน ในการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดของเสียหรือขยะที่เกิดขึ้นจากการผลิตอาหาร เพื่อให้การผลิตและการแปรรูปอาหารในเนเธอร์แลนด์ เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

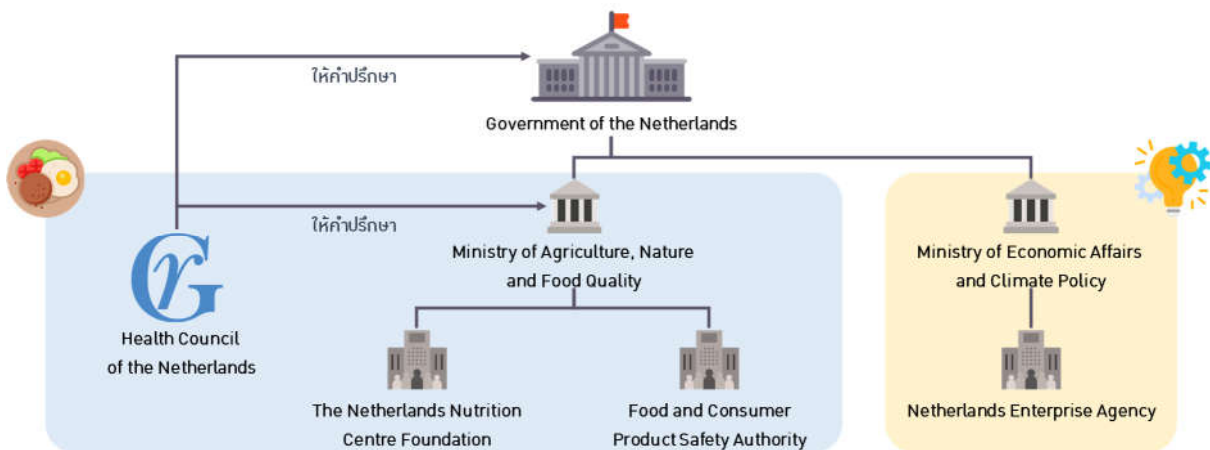
กระทรวงเกษตร ธรรมชาติ และคุณภาพอาหารแห่งเนเธอร์แลนด์ ได้วางกรอบแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร 3 แนวทาง คือ

- 1) ยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจ (Economic Position) ของผู้ผลิตวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร (Economic Position of Farmers, Growers and Fisherman) ให้มีรายได้เพียงพอต่อการพัฒนา รักษา และส่งต่อนวัตกรรมเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ดี

- 2) สร้างความชื่นชมในอาหาร (Appreciate in Food) ตั้งแต่ในระดับของผู้บริโภครายย่อย ไปจนถึงระดับอุตสาหกรรม เพื่อหลีกเลี่ยงการสร้างขยะเหลือทิ้งจากการบริโภคอาหาร และลดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค
- 3) คงไว้ซึ่งฐานะการเป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรมการผลิต (Innovation of Production Method) ในระดับโลก เพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีในการผลิตและแปรรูปสินค้าอาหารแก่ประเทศอื่น พร้อมทั้งป้องกันและฟื้นคืนความเสียหายที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

จากกรอบแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของเนเธอร์แลนด์ข้างต้น เห็นได้วาประเด็นการพัฒนาที่มีความครอบคลุมอุตสาหกรรมอาหารทั้งระบบอย่างชัดเจน โดยแนวทางการพัฒนาที่ 1 ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ผลิตวัตถุดิบ คือฝั่งอุปทานของภาคอุตสาหกรรม (Supply-sided) แนวทางการพัฒนาที่ 2 ซึ่งมุ่งเน้น การพัฒนาผู้บริโภค คือฝั่งอุปสงค์ (Demand-sided) และแนวทางการพัฒนาที่ 3 ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนา นวัตกรรมการผลิตคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมมีความแข็งแกร่ง และพัฒนาได้ อย่างยั่งยืน โดยกำหนดโครงสร้างในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารภายใต้นโยบายดังกล่าวไว้ทั้งหมด 2 ส่วน ซึ่งสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 12 โครงสร้างการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอาหารของประเทศเนเธอร์แลนด์



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

ในส่วนแรกคือการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร มีหน่วยงานหลักในการดำเนินการ คือ กระทรวงเกษตร ธรรมชาติ และคุณภาพอาหารแห่งเนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีหน่วยงานภายใต้การกำกับอีก 2 หน่วยงาน คือ The Netherlands Nutrition Centre Foundation และ Food and Consumer Product Safety Authority นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานวิจัยอิสระ Health Council of the Netherlands ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาในประเด็น ที่เกี่ยวข้องกับอาหารและสุขภาพแก่หน่วยงานภาครัฐอีกด้วย

ส่วนถัดมาคือการพัฒนา นวัตกรรมและเทคโนโลยี มีหน่วยงานหลักในการดำเนินการ คือ กระทรวง การเศรษฐกิจและนโยบาย (Ministry of Economic Affairs and Climate Policy) โดยมีหน่วยงานภายใต้การกำกับ คือ Netherlands Enterprise Agency โดยรายละเอียดการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงาน มีดังนี้

และโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบกับการกำหนดหน่วยงานหลัก ในการทำหน้าที่รับผิดชอบแต่ละแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนและมีความเฉพาะเจาะจง จึงทำให้มาตรการของ หน่วยงานต่าง ๆ สามารถแก้ไขปัญหาและตอบรับความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหารได้เป็นอย่างดี

1.4.1.3 สรุปประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ

จากการศึกษาแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศเนเธอร์แลนด์ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ารัฐบาลเนเธอร์แลนด์ให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งหมด 6 ประการ ได้แก่

- 1) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะในระดับของการผลิต ด้วยการกำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริม รวมไปถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น อาทิ กลุ่มเครือข่ายเพื่อพัฒนาองค์ความรู้
- 2) การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ผลิตอาหารท้องถิ่น โดยผลักดันให้มีการทบทวนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับบริบทของผู้ประกอบการรายย่อยให้มากขึ้น และส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคสินค้าอาหารจากผู้ผลิตในชุมชน
- 3) มาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าอาหาร ด้วยการตรวจสอบดูแลของ *Food and Consumer Product Safety Authority* รวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ปลอดภัยของสินค้าอาหารภายในประเทศ
- 4) ความเข้าใจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ดี และถูกสุขอนามัย และการให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับการลดปริมาณขยะจากอาหารของ *The Netherlands Nutrition Centre Foundation*
- 5) ความเชื่อมโยงทั้งภายในและระหว่างภาคอุตสาหกรรม ด้วยการจัดตั้ง *Top Sector Alliance for Knowledge and Innovation (TKI)* เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคการวิจัย
- 6) มาตรการสนับสนุนทางการเงินและภาษี เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกิดแรงจูงใจในการทำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ อาทิ *Innovative Future Funds, Innovation Credit, และ WBSO (R&D Tax Credit)*

1.4.2 ประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศหมู่เกาะที่ตั้งอยู่ในทวีปเอเชียตะวันออก มีจุดเด่นในเรื่องของวัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก มีพื้นที่ประมาณ 377,944 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากรประมาณ 127.1 ล้านคน และมี GDP 4.87 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ข้อมูล ปี พ.ศ. 2560 จาก *Trading Economics*) โดยประเทศญี่ปุ่นถือเป็นหนึ่งในผู้นำด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก และยังเป็นประเทศที่มีนโยบายการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ที่เฉพาะเจาะจงและมีความชัดเจนเป็นอย่างมาก

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศญี่ปุ่น มีจุดเด่นในด้านของการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น และการพัฒนาอาหารวัฒนธรรม ซึ่งในปัจจุบัน อาหารประจำชาติของประเทศญี่ปุ่นหรือ *Washoku* ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับโลก ก็ได้รับการรับรองจากองค์การ UNESCO ในฐานะของมรดกโลกทางวัฒนธรรมเรียบร้อยแล้ว

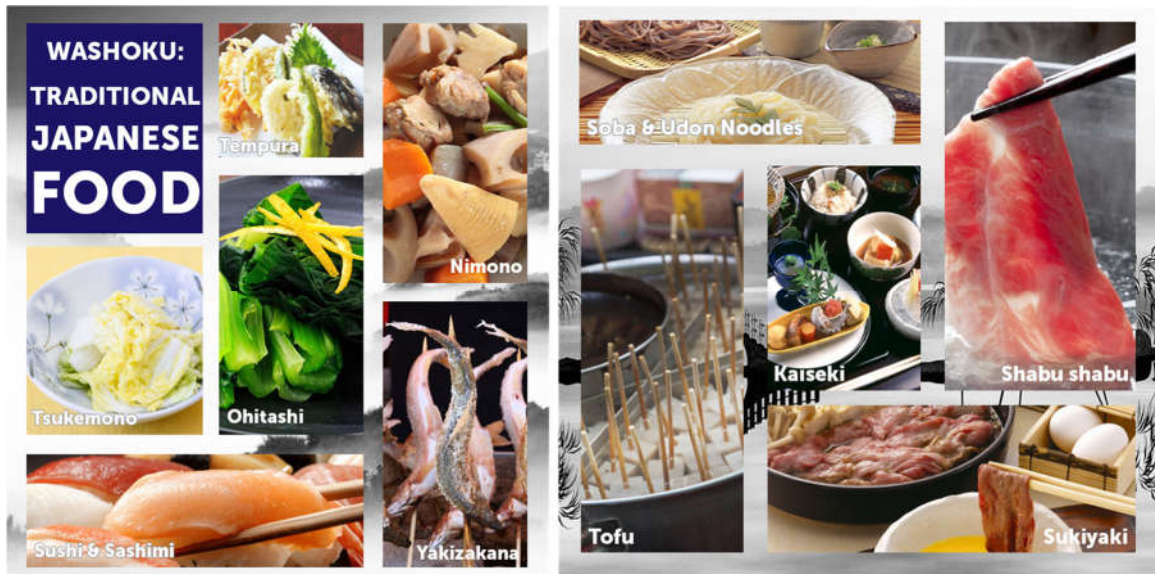
1.4.2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหาร

จากข้อมูลสถิติปี พ.ศ. 2559 ในรายงานของ Food and Agriculture Organization ประเทศญี่ปุ่นมีมูลค่าการผลิตสินค้าอาหาร 16.61 พันล้านเหรียญสหรัฐ ปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2548 ที่ 18.20 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นอัตราการหดตัวร้อยละ 0.83 ต่อปี โดยส่งออกสินค้าอาหารทั้งหมด 2.58 พันล้านเหรียญสหรัฐ แต่มีการนำเข้าสินค้าอาหารเป็นมูลค่าถึง 36.83 พันล้านเหรียญสหรัฐ (ขาดดุลทางการค้า 34.26 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยประมาณ) กล่าวได้ว่า ประเทศญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้าสินค้าอาหารรายใหญ่ของโลก

จากข้อมูลปีเดียวกันของ World Integrated Trade Solution (WITS) พบว่า คู่ค้าหลักของประเทศ ญี่ปุ่น คือกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและภูมิภาคแปซิฟิก อาทิ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ เวียดนาม โดยคิดเป็นร้อยละ 60.43 ของการส่งออกทั้งหมด และร้อยละ 50.01 ของการนำเข้าทั้งหมด รองลงมา คือ ประเทศจีน (ส่งออกให้เขตบริหารพิเศษ ฮองกงฯ เป็นอันดับ 2 และนำเข้าจากประเทศจีนเป็นอันดับ 2) และสหรัฐอเมริกา เป็นอันดับ 3 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงสินค้าอาหารสำคัญของประเทศญี่ปุ่น พบว่า อาหารแปรรูปเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมอาหารของญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก อ้างอิงจากข้อมูลในรายงาน Global 250 Food and Beverage Manufactureres 2017 ของ ProFood World พบว่า สถานประกอบการผลิตหรือแปรรูปอาหาร 250 อันดับแรก มีสถานประกอบการสัญชาติญี่ปุ่นถึง 29 ราย ซึ่งมีความหลากหลายในรูปแบบ ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ทั้งผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ อาหารสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์จากนม เครื่องดื่มต่าง ๆ ขนมและ ของหวาน รวมทั้ง เครื่องปรุงรสและซอส กล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมอาหารของประเทศญี่ปุ่นมีการพัฒนาที่ครอบคลุมและทั่วถึงผู้ประกอบการเกือบทุกรูปแบบ ไม่ได้มีการเติบโตเพียงกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียว ซึ่งแตกต่างจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่มุ่งเป้าในการส่งเสริมอาหารนวัตกรรมและส่งเสริมผู้ประกอบการด้วยการนำองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์อาหาร ประเทศญี่ปุ่น มุ่งเน้นนโยบายการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยภายในชุมชนเป็นหลัก โดยมีเป้าประสงค์ในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในอาหารท้องถิ่นของพื้นที่ต่าง ๆ โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดแนวทางการส่งเสริมในส่วนถัดไป

แผนภาพที่ 13 อาหารประจำชาติญี่ปุ่นซึ่งได้รับการรองรับจากองค์การ UNESCO ในฐานะมรดกโลกทางวัฒนธรรม



ที่มา: <http://www.washokulovers.com/blog/food-action-nippon/>

1.4.2.2 แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร

ปัญหาการชะลอตัวของอัตราการเกิดในประเทศญี่ปุ่น ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน ทั้งในภาคการผลิต รวมถึงอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งมีผลต่อเนื่องให้จำนวนวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารลดลง และส่งผลเชิงลบต่อการบริโภคสินค้าอาหารอีกด้วย รัฐบาลญี่ปุ่นจึงได้กำหนด แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อทดแทน อุปสงค์ที่ลดลง ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารโดยตรง และการพัฒนาสินค้าอาหาร ด้วยวัฒนธรรม

การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร

เมื่อตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของอุตสาหกรรม ทั้งต่อปัจจัยนำเข้าและความต้องการของตลาด Food Industry Affairs Bureau สังกัดภายใต้กระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries) จึงได้จัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร ป่าไม้ และประมง (Development of AFFriinnovation for Agriculture, Forestry, and Fisheries) ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมไปถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารด้วย

โดยมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารนี้ ถูกเรียกว่า “Japan SIXTH Industrialization” ซึ่งมาจากแนวคิดการปฏิรูปอุตสาหกรรมเชิงบูรณาการ คือ การเชื่อมโยงกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานเข้าด้วยกัน ทั้ง (1) กิจกรรมขั้นต้นน้ำ (2) กิจกรรมขั้นกลางน้ำ และ (3) กิจกรรมขั้นปลายน้ำ “(1) x (2) x (3) = 6” และสามารถสรุปกรอบแนวคิดได้ดังนี้

แผนภาพที่ 14 กรอบแนวคิดมาตรการ Japan SIXTH Industrialization



ที่มา: Development of AFFriinnovation for Agriculture, Forestry, and Fisheries – Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Food Industry Affairs Bureau

จากแผนภาพที่ 14 เห็นได้ว่า กรอบแนวคิดมาตรการดังกล่าว มีการเชื่อมโยงกิจกรรมขั้นต้นน้ำหรือภาคการเกษตรและผู้ผลิตวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร กิจกรรมขั้นกลางน้ำ หรือภาคอุตสาหกรรมและการแปรรูป และกิจกรรมขั้นปลายน้ำ หรือช่องทางการจำหน่ายและระบบโลจิสติกส์ เข้ากับปลายทางของห่วงโซ่อุปทานอย่างตลาดและผู้บริโภค โดยมีเป้าหมาย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

โดยมาตรการ Japan SIXTH Industrialization มีขั้นตอนการดำเนินงานที่เริ่มจากการสำรวจและวิจัยตลาด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค โดยนำข้อมูลที่ได้มาใช้ เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรม ทั้ง 3 ระดับ ดังต่อไปนี้

การพัฒนากิจกรรมขั้นต้นน้ำ หรือภาคการเกษตรและผู้ผลิตวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร โดยการส่งเสริมการปลูกพืชที่สามารถนำไปแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้ และส่งเสริมให้เกิดการยกระดับคุณภาพของสินค้าเกษตร อันจะกลายเป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมอาหารต่อไป

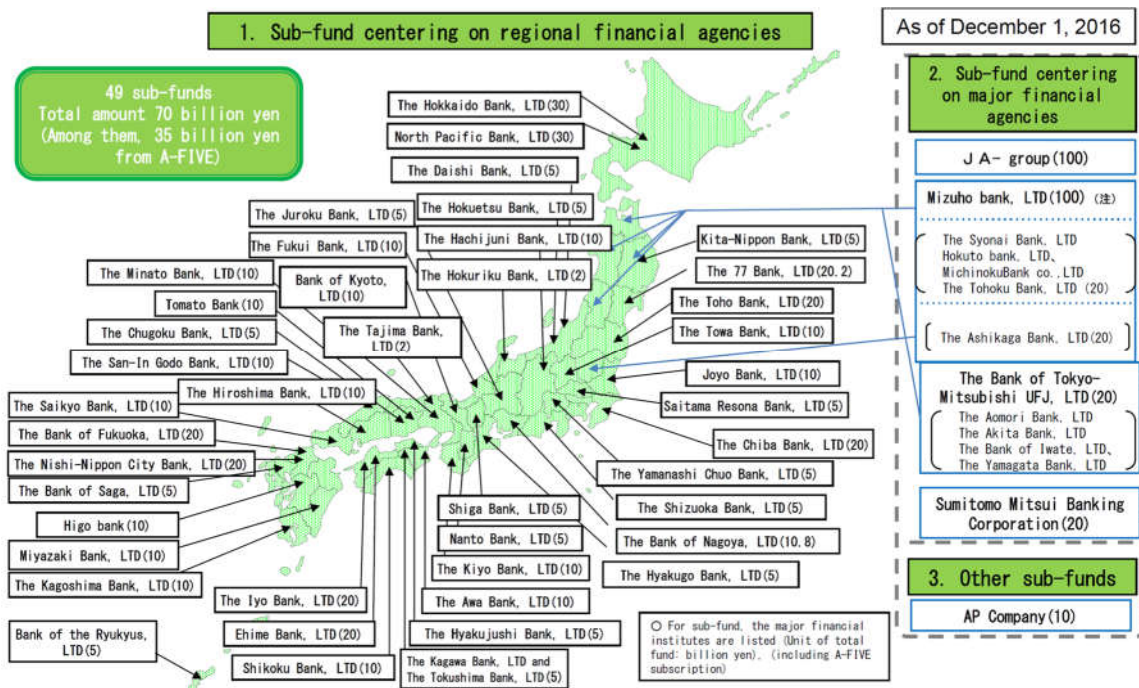
การพัฒนากิจกรรมขั้นกลางน้ำ หรือภาคอุตสาหกรรมและการแปรรูป อาทิ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตหรือแปรรูป เพื่อเพิ่มคุณภาพของสินค้าอาหารและส่งเสริมมาตรฐานความปลอดภัยของกระบวนการผลิตและแปรรูป

การพัฒนากิจกรรมขั้นปลายน้ำ หรือช่องทางการจำหน่ายและระบบโลจิสติกส์ อาทิ จัดหาวิธีการและช่องทางใหม่ในการจำหน่ายสินค้า และการตรวจสอบและควบคุมเนื้อหาของการโฆษณาสินค้าอาหาร โดยรวมไปถึงการบังคับใช้ฉลากเพื่อแสดงรายละเอียดสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ด้วย

โดยบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐภายใต้มาตรการ Japan SIXTH Industrialization เป็นการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นหลัก อาทิ สำรวจและวิจัยตลาด เผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารที่จำเป็น และสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ ซึ่งมาตรการสนับสนุนทางการเงินที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพนี้ ถือเป็นอีกหนึ่งจุดเด่นของมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศญี่ปุ่น โดยมีตัวอย่างโครงการที่สำคัญภายใต้มาตรการ Japan SIXTH Industrialization คือ A-FIVE Sub Funds และ A-FIVE Subscriptions Project

A-FIVE Sub Funds และ A-FIVE Subscriptions Project คือ โครงการสนับสนุนทางการเงินด้วยการจัดตั้งกองทุนพิเศษ ที่รวบรวมเงินและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ จากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม การเกษตรหรืออาหาร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ แล้วจึงนำเงินและสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าว มอบให้แก่สถานประกอบการที่มีโครงการพัฒนาหรือต่อยอดสินค้าเกษตรหรืออาหารที่มีศักยภาพ แต่ขาดแคลนเงินทุนหรือเครื่องจักรในการดำเนินโครงการ

แผนภาพที่ 15 ศูนย์ตัวแทนกองทุน A-FIVE Sub Funds ในประเทศญี่ปุ่น



ที่มา: Development of AFFriinnovation for Agriculture, Forestry, and Fisheries – Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries, Food Industry Affairs Bureau

การพัฒนาสินค้าอาหารด้วยวัฒนธรรม

นอกจากการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารข้างต้นแล้ว รัฐบาลญี่ปุ่นยังได้ดำเนินการพัฒนาสินค้าอาหารด้วยวัฒนธรรมอีกด้วย โดยเป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย Cool Japan ซึ่งรับผิดชอบโดยกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (Ministry of Economics, Trade and Industry: METI) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 16 ภาพรวมกระบวนการและแนวทางการส่งออกวัฒนธรรมของญี่ปุ่นไปยังต่างประเทศ
ภายใต้นโยบาย Cool Japan



ที่มา: Cool Japan Initiative 2014 และการวิเคราะห์ของทีปรีกษา

นโยบาย Cool Japan เกิดจากการที่รัฐบาลญี่ปุ่นต้องการพัฒนาและเตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สามารถสะท้อนความเป็นญี่ปุ่นได้ ก่อนจะส่งออกสินค้าและบริการเหล่านั้นไปยังต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่งคั่งของประเทศ (Increase National Wealth) โดยแนวทางการพัฒนาแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การพัฒนาสินค้าและบริการที่สะท้อนความเป็นญี่ปุ่น และมีศักยภาพในการส่งออก (Combining Japanese Content and Consumer Goods) โดยคัดเลือกกลุ่มสินค้าหรืออุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการถ่ายทอดความเป็นญี่ปุ่น และสามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือบริการทั่วไป ซึ่งหน่วยงานภาครัฐจะเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการจัดตั้งสมาคมหรือองค์กรเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายดังกล่าว พร้อมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทขนาดใหญ่ที่มีประสบการณ์และบริษัทขนาดเล็กที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2) กระตุ้นกระแสญี่ปุ่นนิยมในต่างประเทศ (Creating Japanese Boom Overseas) ด้วยการนำเสนอเนื้อหาความเป็นญี่ปุ่นผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการร่วมมือกับวิทยุและโทรทัศน์ท้องถิ่น โดยหน่วยงานภาครัฐจะเข้ามาทำหน้าที่ช่วยปรับรูปแบบการนำเสนอวัฒนธรรมของญี่ปุ่นที่ส่งออกให้เหมาะสมกับตลาด เช่น การจัดทำสื่อและเนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น โดยมีการสอดแทรก อาหาร สถานที่ หรือภาษาสำหรับตลาดเป้าหมายเข้าไปอยู่ในเนื้อหาเพื่อลดช่องว่างทางวัฒนธรรมและภาษา นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐของญี่ปุ่นยังส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับญี่ปุ่นผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ การจัดทำรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอความเป็นญี่ปุ่นภายใต้ช่องโทรทัศน์ของสถานีท้องถิ่น การจัดงานนิทรรศการ เทศกาลหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเป็นญี่ปุ่น การเชิญผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) เข้าร่วมงานกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับ

- ญี่ปุ่นเพื่อสร้างความเข้าใจในความเป็นญี่ปุ่น (Japanese Awareness) ตลอดจนจัดทำเว็บไซต์แนะนำความเป็นญี่ปุ่น ด้วยเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและสะท้อนความเป็นต้นตำรับของญี่ปุ่น เป็นต้น
- 3) ขยายธุรกิจไปยังประเทศเป้าหมาย (Making Profits Locally) การที่ผู้ประกอบการจะขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศได้นั้น จำเป็นต้องสำรวจช่องทางการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงศึกษากฎระเบียบ ข้อบังคับและพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายก่อนเป็นลำดับแรก ดังนั้น รัฐบาลญี่ปุ่นจึงเข้ามาเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกและประสานความเชื่อมโยงในการดำเนินธุรกิจ เช่น การจัดงาน Cool Japan World Trial เพื่อสนับสนุนความเชื่อมโยงระหว่างบริษัทในต่างประเทศกับผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่น ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับร้านค้าปลีกและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ เพื่อช่วยในการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ รัฐบาลญี่ปุ่นยังให้การสนับสนุนในการจัดงาน Cool Japan Matching Grand-Prix เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่นที่ต้องการขยายความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการภายใต้ความร่วมมือกับคู่ค้า ทั้งนี้เพื่อให้การลงทุนในต่างประเทศของผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่นประสบความสำเร็จ รวมทั้งสนับสนุนการหาแหล่งเงินทุนผ่านการจัดตั้ง Cool Japan Fund เพื่อสนับสนุนทางการเงินแก่บริษัทญี่ปุ่นที่เปิดธุรกิจเป้าหมายในต่างประเทศอีกด้วย
- 4) การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น (Consuming in Japan) โดยหลังจากการเกิดกระแสญี่ปุ่นนิยมและการกระจายสินค้าในต่างประเทศแล้ว หน่วยงานภาครัฐจะดำเนินการส่งเสริมการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดงาน Tourism Festival หรือจัดงาน International Exhibition เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เป็นต้น

โดยตัวอย่างการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐเพื่อพัฒนาสินค้าอาหารด้วยวัฒนธรรม มีดังต่อไปนี้

การขึ้นทะเบียนอาหารประจำชาติญี่ปุ่นเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม กับองค์การ UNESCO เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของ อาหารประจำชาติญี่ปุ่น ต่อทั้งผู้บริโภคภายในและภายนอกประเทศ

โครงการ Food Action Nippon เป็นรายการโทรทัศน์ที่จัดทำขึ้นโดยมีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารวัฒนธรรมหรืออาหารท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ของประเทศญี่ปุ่น โดยรูปแบบรายการที่นำเสนอมีเนื้อหาคล้ายรายการท่องเที่ยว แต่จะมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเป็นหลัก ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต และแปรรูป

เมื่อพิจารณาแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารและผลการดำเนินงานของประเทศญี่ปุ่นแล้ว พบว่ามีการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่คล้ายคลึงกับประเทศ เนเธอร์แลนด์อยู่ คือ มีความครอบคลุมทั้งการพัฒนา ด้านอุปสงค์ (Supply-sided) ด้วยมาตรการพัฒนาอุตสาหกรรม Japan SIXTH Industrialization และการพัฒนาด้านอุปทาน (Demand-sided) ด้วยการสร้างความตระหนักรู้ ในคุณค่าของวัฒนธรรมที่อยู่ในสินค้าอาหารแก่ผู้บริโภคทั้งในและนอกประเทศผ่านนโยบาย Cool Japan จึงส่งผลให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

1.4.2.3 สรุปประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ

จากการศึกษาแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศญี่ปุ่นที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่ารัฐบาลญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้งหมด 6 ประการด้วยกัน ได้แก่

- 1) การส่งเสริมอาหารวัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหาร ด้วยการขึ้นทะเบียนอาหารญี่ปุ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมกับองค์การ UNESCO และการเผยแพร่และส่งออกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอาหารญี่ปุ่นไปสู่ตลาดโลก
- 2) การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ผลิตอาหารท้องถิ่น ด้วยการนำเสนอคุณค่าและความสำคัญของอาหารท้องถิ่น เพื่อผลักดันให้เกิดการบริโภคสินค้าอาหารภายในประเทศ ผ่านโครงการ Food Action Nippon
- 3) มาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าอาหาร ตลอดกระบวนการผลิตหรือแปรรูป และตลอดห่วงโซ่อุปทาน ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าและโรงงานผลิตหรือแปรรูปอาหาร และยังมีบทบาทดูแลเนื้อหาในการโฆษณาสินค้าอาหารอีกด้วย
- 4) ความเข้าใจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค ผ่านการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารวัฒนธรรมทางสื่อต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- 5) ความเชื่อมโยงทั้งภายในและระหว่างอุตสาหกรรม เป็นประเด็นหลักของการปฏิรูปอุตสาหกรรม Japan SIXTH Industrialization โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค
- 6) มาตรการสนับสนุนทางการเงินระยะยาว เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาและสร้างสรรค์สินค้าที่มีศักยภาพ ด้วยการจัดตั้ง A-FIVE Sub Funds และโครงการ A-Five Subscription Project

1.4.3 สรุปประเด็นการถอดบทเรียนการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารจากประเทศต้นแบบ

จากการศึกษาแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารจากประเทศต้นแบบทั้ง 2 ประเทศ ซึ่งได้แก่ ประเทศเนเธอร์แลนด์ และประเทศญี่ปุ่น พบว่า มีเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ที่แตกต่างกันตลอดจนวิธีการที่เลือกใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยประเทศเนเธอร์แลนด์ มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ส่วนประเทศญี่ปุ่น มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารด้วยทุนทางวัฒนธรรมและกระบวนการทางการตลาด ซึ่งสามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 17 สรุปแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศต้นแบบ



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

อย่างไรก็ตาม แนวคิดในการส่งเสริมอุตสาหกรรมของทั้ง 2 ประเทศนี้ มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน เป็นอย่างมาก คือ มีการกำหนดประเด็นการพัฒนาทั้งด้านอุปทาน (Supply-sided) และด้านอุปสงค์ (Demand-sided) ที่ชัดเจน กล่าวคือ ดำเนินการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาตลาดและผู้บริโภค ให้มีความเข้าใจและพร้อมต่อยอดสินค้าที่ถูพัฒนา และยังมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม (การส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนา ในกรณีของเนเธอร์แลนด์ และการส่งเสริมผู้ประกอบการท้องถิ่นและอาหารวัฒนธรรม ในกรณีของญี่ปุ่น) อย่างจริงจัง เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปได้ตามเป้าหมายอย่างราบรื่น

1.5 แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

ประเทศไทยมีการจัดทำนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร โดยความพยายามของหน่วยงานภาครัฐปรากฏในทั้งระดับนโยบายของประเทศและนโยบายของกระทรวงหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยในระดับประเทศมีแผนยุทธศาสตร์หรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรและเกี่ยวเนื่องทั้งหมด 4 แผนด้วยกัน ได้แก่ นโยบายประเทศไทย 4.0 แผนปฏิรูปประเทศ 11 ด้าน ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ซึ่งแต่ละแผนมีประเด็นสำคัญในการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมอาหารดังต่อไปนี้

- 1) นโยบายประเทศไทย 4.0: สนับสนุนการเปลี่ยนจาก Traditional SME หรือ SME ที่ยังไม่มีความสามารถในการแข่งขันเพียงพอและต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาล ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูงที่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ได้ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมแรงงานที่เน้นการใช้ทุนทางธรรมชาติและองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม ก้าวไปสู่การเพิ่มทักษะและใช้เทคโนโลยีใน

การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าอาหาร และมีเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้ไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมอาหารที่มีการใช้เทคโนโลยี (Foodtech)

- 2) แผนปฏิรูปประเทศ 11 ด้าน: ให้ความสำคัญกับการปฏิรูปที่เน้นการพัฒนาศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ซึ่งรวมไปถึงอุตสาหกรรมอาหาร ในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579): มุ่งเน้นการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ทั้งการพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาภาคการผลิตซึ่งรวมไปถึงอุตสาหกรรมอาหาร เสริมสร้างการเป็นฐานการผลิตเข้มแข็ง โดยมีเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตอาหารที่มีความมั่นคงและปลอดภัย และเป็นฐานการผลิตที่มีผลิตภาพการผลิตสูงและมีระบบบริหารจัดการที่ดี
- 4) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12: ผลักดันการพัฒนานวัตกรรมและนำนวัตกรรมมาใช้เพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจในทุกภาคส่วน การส่งเสริมความร่วมมือของทุกฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคการศึกษาภาคเอกชน ในทุกสาขาการผลิตและบริการ รวมถึงต้องสามารถบูรณาการการวิจัยและพัฒนากับการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้ และยังคงมุ่งเน้นการส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็ ก ขนาดกลาง และขนาดย่อม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และปิดช่องว่างการพัฒนาเศรษฐกิจในองค์กรรวมอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังได้ทำการศึกษานโยบายที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด 2 ฉบับ ซึ่งถือเป็นนโยบายหลักในการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย คือ *แผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา อุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย (พ.ศ. 2555 – 2574)* และ *มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (พ.ศ. 2561 – 2570)* โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ถึงประเด็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นในแต่ละนโยบาย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.5.1 แผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา อุตสาหกรรมอาหาร ภายใต้แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย (พ.ศ. 2555 – 2574)

แผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา อุตสาหกรรมอาหาร อยู่ภายใต้กรอบแนวทางของแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย (พ.ศ. 2555 – 2574) ซึ่งจัดทำโดยกระทรวงอุตสาหกรรม มีเนื้อหาหลัก ในการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร เช่น ความไม่แน่นอนในสายการผลิต ทั้งคุณภาพและปริมาณของวัตถุดิบ กระบวนการผลิตที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ยาก ส่งผลให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ในระดับโลก อีกทั้ง ผู้บริโภคยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยของอาหาร เน้นการบริโภคอาหาร ที่มีราคาต่ำเป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเรื่องของการขาดความเชื่อมโยงด้านการบริหารจัดการระหว่างภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรมอีกด้วย

โดยแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา อุตสาหกรรมอาหาร ฉบับนี้ มุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อนำอุตสาหกรรมอาหารไปสู่เป้าหมายหลัก “อุตสาหกรรมอาหารจะมีระบบการผลิตอย่างยั่งยืน ภายในปี 2593 โดยเป็นระบบการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ” ซึ่งมีรายละเอียดของประเด็นการพัฒนาดังต่อไปนี้

- 1) การพัฒนากระบวนการผลิต
- 2) การตรวจสอบมาตรฐานการผลิต
- 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์

- 4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับรายย่อย
- 5) การสร้างความตระหนักรู้ด้านอาหาร
- 6) การพัฒนาช่องทางการตลาด

1.5.2 มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (พ.ศ. 2561 – 2570)

มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (พ.ศ. 2561 – 2570) เป็นแผนนโยบายซึ่งจัดทำโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีการออกแบบมาตรการฯ ให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมอาหารไทย ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมจุดแข็งในด้านวัตถุดิบทางการเกษตร มาตรฐานและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารไทย การแก้ไขจุดอ่อนในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์อาหาร การบริหารจัดการวัตถุดิบ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SME และยิ่งรวมไปถึงการรับมือกับโอกาสและข้อจำกัดในการพัฒนา อาทิ กระแสการบริโภคอาหารสุขภาพ การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ เทคโนโลยีอุตสาหกรรมยุค 4.0 ความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดโลก และการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ เช่น สภาพอากาศ และโรคพืช/สัตว์อุบัติใหม่

โดยมาตรการฯ ดังกล่าว มีวิสัยทัศน์หลักคือ “ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารมูลค่าเพิ่มสูงแห่งอาเซียน ควบคู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก” ซึ่งมีรายละเอียดของประเด็นการพัฒนาดังต่อไปนี้

- 1) ยกกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ
- 2) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง
- 3) ผลักดันการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านเกษตรและอาหาร
- 4) เพิ่มมูลค่าและผลิตภาพ (Productivity) ให้กับสินค้าอาหาร
- 5) บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 6) สนับสนุนให้เกิดปัจจัยเอื้อให้เกิดการลงทุนในประเทศ
- 7) สนับสนุนการสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้เพื่อรองรับ Digital Economy

1.5.3 สรุปประเด็นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย

จากการศึกษานโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยทั้ง 2 ฉบับ พบว่า นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร มีเนื้อหาและแนวทางการส่งเสริมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกันอยู่ โดยสามารถสรุปประเด็นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยออกเป็น 6 ประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การยกระดับประสิทธิภาพการผลิต ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ การส่งเสริมปัจจัย ด้านต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้สถานประกอบการมีประสิทธิภาพการผลิตที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเชิงปริมาณ เช่น ผลผลิตเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการผลิตลดลง หรือเชิงคุณภาพ เช่น ผลผลิตมีคุณภาพตามมาตรฐานความปลอดภัย ผลผลิตมีคุณค่าทางโภชนาการสูงขึ้น โดยเป้าหมายของการส่งเสริมในประเด็นนี้ ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ การปรับปรุง ประสิทธิภาพสถานที่ผลิตหรือแปรรูปอาหาร รวมไปถึงการส่งเสริมการลงทุนภายในภาคอุตสาหกรรมอาหาร

ประเด็นที่ 2 ความเชื่อมโยงทั้งภายในและระหว่างอุตสาหกรรม การส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มกันทั้งภายในอุตสาหกรรมอาหารเอง เช่น กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปอาหารชนิดต่าง ๆ กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูป

อาหารในชุมชน และการรวมกลุ่มระหว่างภาคอุตสาหกรรมอาหาร และภาคอุตสาหกรรมอื่น เช่น เครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการแปรรูปอาหารและเกษตรกร หรือเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร และนักวิจัย

ประเด็นที่ 3 การส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหาร ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาวัตถุดิบ การพัฒนากระบวนการผลิตหรือแปรรูป หรือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อหนุนการทำวิจัยและพัฒนา เช่น การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่ประสานงานระหว่างนักวิจัยและผู้ประกอบการ หรือการรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการ

โดยตัวอย่างการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในประเด็นของการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เช่น โครงการ Food Innopolis และอุทยานวิทยาศาสตร์

ประเด็นที่ 4 การพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าอาหาร ด้วยการพัฒนาสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ ด้วยกระบวนการทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น การพัฒนาสินค้าอาหารใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสามารถในการเก็บรักษาสินค้าได้ดีขึ้น หรือกระบวนการทางการตลาด เช่น การสร้างเรื่องราวและประวัติที่มาของสินค้า การออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม

โดยตัวอย่างการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องในประเด็นของการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เช่น โครงการ ITAP และศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมภูมิภาค (ITC)

ประเด็นที่ 5 มาตรฐานและการตรวจสอบย้อนกลับ การควบคุมการผลิตสินค้าอาหารให้มีคุณภาพตามมาตรฐานความปลอดภัยของวัตถุดิบ และมาตรฐานความปลอดภัยของกระบวนการผลิตที่ได้กำหนดไว้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ เช่น การสนับสนุนองค์ความรู้เกี่ยวกับเงื่อนไขของมาตรฐานต่าง ๆ การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการปรับปรุงสถานที่ผลิตหรือแปรรูปให้ได้มาตรฐานและการอำนวยความสะดวกในการเข้ารับการตรวจสอบมาตรฐาน

ประเด็นที่ 6 ความเข้าใจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค การเผยแพร่ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ถูกต้อง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความใส่ใจในการเลือกซื้อและบริโภคสินค้าอาหารที่มีคุณภาพ

และส่งเสริมให้ผู้บริโภครู้จักและให้ความสำคัญกับเครื่องหมายการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ บนฉลากสินค้าอาหาร เช่น GMP, HACCP หรืออาหารทางเลือกสุขภาพ


แผนภาพที่ 18 ประเด็นการพัฒนาภายใต้กรอบนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย



ทั้งนี้ เมื่อพิจารณากรอบนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารจากทั้ง 3 ประเทศ ซึ่งได้แก่ เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น และไทยแล้ว พบว่ามีประเด็นการพัฒนาที่คล้ายคลึงกันในบางประเด็น ขณะเดียวกัน แต่ละประเทศก็มีประเด็นการพัฒนาที่เด่นชัดเป็นของตัวเองเช่นกัน โดยสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 สรุปประเด็นการพัฒนาตามนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารของทั้ง 3 ประเทศ

มาตรการและนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร	 เนเธอร์แลนด์	 ญี่ปุ่น	 ไทย
 การพัฒนาสินค้าอาหารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	<ul style="list-style-type: none"> มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า อาหารนวัตกรรม สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการผลิตและแปรรูปสินค้าอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า อาหารวัฒนธรรม สนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางอาหาร เพื่อสร้างความต้องการของตลาดทั้งในและนอกประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายหลักของอุตสาหกรรมอาหาร ทั้ง 2 ฉบับ กล่าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าอาหาร ด้วยการยกระดับคุณภาพและผลิตภาพของกระบวนการแปรรูป
 การส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายส่งเสริม R&D ในระดับประเทศ นโยบายสนับสนุนการทำ R&D ภายในสถานประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายส่งเสริม R&D ในระดับประเทศ มีประเด็นการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาแทรกในแผนนโยบายและแผนพัฒนาอุตสาหกรรมเกือบทุกฉบับ 	<ul style="list-style-type: none"> การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริม ในเขตพื้นที่ต่าง ๆ เช่น อุทยานวิทยาศาสตร์ นโยบายสนับสนุนสินค้าที่ทำ R&D หรือใช้เทคโนโลยี หรือนวัตกรรม เช่น ITAP
 การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย / ผู้ผลิตอาหารท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> นโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ผลิตอาหารท้องถิ่น โดยส่งเสริมการเชื่อมโยงผู้ผลิตรายย่อยและผู้บริโภคภายในพื้นที่ (Farm-to-Folk) 	<ul style="list-style-type: none"> Food Action Nippon – โครงการส่งเสริมการบริโภคอาหารภายในประเทศ รวมไปถึงถึงอาหารท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยในพื้นที่ต่าง ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับรายย่อย การเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชน
 ความเข้าใจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค	<ul style="list-style-type: none"> The Netherlands Nutrition Centre Foundation - เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ และให้คำแนะนำในการลดปริมาณขยะจากอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> Cool Japan – นโยบายส่งเสริมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ผ่านการจัดทำและเผยแพร่สื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารญี่ปุ่นทั้งภายในและภายนอกประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> มาตรการส่งเสริมความตระหนักรู้ของผู้บริโภค เพื่อการเลือกบริโภคอาหารที่ดี ผ่านการใช้ตราสัญลักษณ์และเครื่องหมาย เช่น ผลิตภัณ์ทางเลือกสุขภาพ

มาตรการและนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร	 เนเธอร์แลนด์	 ญี่ปุ่น	 ไทย
 มาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> Food and Consumer Product Safety Authority - ดูแลความปลอดภัยและสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าอาหาร 	<ul style="list-style-type: none"> การตรวจสอบและควบคุมเนื้อหากาโรโภชนา เช่น การติดฉลาก การให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบและสถานที่ผลิต มาตรการส่งเสริมมาตรฐานความปลอดภัย เช่น HACCP 	<ul style="list-style-type: none"> การกระจายอำนาจในการตรวจสอบมาตรฐานสู่หน่วยงานภาคเอกชน (เฉพาะสินค้าอาหารแปรรูปขั้นต้นบางชนิด) มาตรการส่งเสริมมาตรฐานความปลอดภัย เช่น GAP, GMP, HACCP
 ความเชื่อมโยงทั้งภายในและระหว่างภาคอุตสาหกรรม	<ul style="list-style-type: none"> Health Council of the Netherlands – หน่วยงานวิจัยที่ให้คำปรึกษากับภาครัฐ Top Sector Alliance for Knowledge and Innovation (TKI) – กลุ่มพันธมิตรของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> SIXTH-Sector Industrialization – แผนนโยบายการปฏิรูปอุตสาหกรรม โดยมีรูปแบบการพัฒนาตลอดทั้งห่วงโซ่มูลค่า มุ่งเน้นการร่วมมือกันระหว่างภาคอุตสาหกรรม 	<ul style="list-style-type: none"> อุทยานวิทยาศาสตร์ และ สถาบันอาหาร ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงระหว่างภาคการวิจัยและผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาต่อยอดงานวิจัยในการผลิต
 มาตรการสนับสนุนทางการเงินและภาษี	<ul style="list-style-type: none"> Innovative Future Fund – กองทุนเงินพิเศษสำหรับ SME และหน่วยงานด้านการวิจัยโดยเฉพาะ Innovation Credit – การสนับสนุนเงินกู้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย WBSO (R&D Tax Credit) – สิทธิลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ลงทุนใน R&D 	<ul style="list-style-type: none"> A-FIVE Sub Funds และ A-FIVE Subscription Projects – กองทุนพิเศษที่รวบรวมเงินหรือสิ่งอำนวยความสะดวกจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่สถานประกอบการที่ต้องการ 	<ul style="list-style-type: none"> ITAP (โดย สวทช.) – ช่วยเหลือเงินในการทำ R&D ครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ไม่เกิน 4 แสนบาท) เงินสนับสนุน Open Innovation และ Thematic Innovation โดย NIA

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

1.6 สรุปประเด็นปัญหาและโอกาส และแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร

1.6.1 สรุปประเด็นปัญหาและโอกาสของผู้ประกอบในอุตสาหกรรมอาหาร

ผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารของไทย ประสบทั้งปัญหาในการดำเนินธุรกิจหลายประการ ขณะเดียวกันก็มีจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาเพิ่มเติม ซึ่งสามารถสรุปโดยแยกเป็น 5 ด้าน ตามกรอบ Diamond Model ซึ่งแสดงในแผนภาพดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 19 สรุปประเด็นปัญหาและโอกาสในการพัฒนาของผู้ประกอบในอุตสาหกรรมอาหารการตามกรอบ Diamond Model

ปัจจัยการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> (+) มีความหลากหลายทางชีวภาพของวัตถุดิบ (-) ปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบควบคุมไม่ได้ (+) มีวัฒนธรรมทางอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจน และเป็นที่ยอมรับในระดับโลก (-) ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเครื่องมือทางการตลาด เช่น การสร้างเรื่องราว (+) มีความเชี่ยวชาญในการผลิตให้ได้มาตรฐาน ทั้งปริมาณและคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> (-) ขาดระบบการตรวจสอบย้อนกลับ (-) แรงงานขาดองค์ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม (-) ค่าใช้จ่ายในการทำ R&D สูงมาก (-) สถาบันการเงินมองว่ามีความเสี่ยงสูง (โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กที่มุ่งเน้นธุรกิจอาหารอนาคต)
ด้านอุปสงค์	<ul style="list-style-type: none"> (+) โอกาสจากความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าอาหารไทย (+) มีตลาดส่งออกขนาดใหญ่รองรับ และมีแนวโน้มที่จะขยายตัว (+) สามารถคาดการณ์อุปสงค์ล่วงหน้าได้จากคำสั่งซื้อล่วงหน้าของลูกค้า (โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจ OEM) 	<ul style="list-style-type: none"> (+) โอกาสในการทำธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ (-) ผู้บริโภคภายในประเทศให้ความสำคัญกับราคามากกว่าคุณภาพ (-) ความต้องการอาหารอนาคตภายในประเทศยังต่ำอยู่
อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง	<ul style="list-style-type: none"> (+) มีความใกล้ชิดกับภาคการเกษตร (บางรายเป็นผู้ที่อยู่ในภาคการเกษตร) (-) อุตสาหกรรมการเกษตรยังขาดการควบคุมปริมาณและคุณภาพของผลผลิต (+) สามารถรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ให้รายอื่นเพื่อลดต้นทุนการผลิตได้ (-) ผู้ประกอบการส่วนมากต้องพึ่งพาอุปสงค์ของผู้จ้างงานเป็นหลัก เนื่องจากทำ OEM 	<ul style="list-style-type: none"> (-) ระบบโลจิสติกส์มีค่าใช้จ่ายสูง (+) มีความใกล้ชิดกับภาคการวิจัย (บางรายเป็นผู้ที่อยู่ในภาคการวิจัย) (-) มีการร่วมมือแบบ Triple Helix Model แต่ยังไม่ใกล้ชิดมากพอ ทำให้มีการทำ R&D ในหัวข้อที่ซ้ำกัน และงานวิจัยที่นำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ยาก
กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> (-) การกีดกันทางการค้าจากประเทศคู่ค้า โดยเฉพาะมาตรฐานความปลอดภัยที่แตกต่างกัน (-) ขาดความคิดสร้างสรรค์ ในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (-) มีผู้ผลิตสินค้าทดแทนอยู่มาก ยิ่งขาดการทำ Product- Differentiation (-) ผู้ประกอบการส่วนมากมุ่งเน้นการผลิตเชิงปริมาณ 	<ul style="list-style-type: none"> (-) ผู้ประกอบการส่วนมากไม่เห็นความสำคัญของการลงทุนเพื่อทำ R&D (+) ธุรกิจอาหารอนาคตเป็นตลาดใหม่ที่มีโอกาสทางธุรกิจสูง (-) การแข่งขันจากบริษัทขนาดใหญ่ที่มีระดับเทคโนโลยีที่สูงกว่า
ภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> (+) ภาครัฐมีการสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งเงินทุน องค์ความรู้ และอุปกรณ์ (-) งบประมาณที่ภาครัฐสามารถสนับสนุนต่อราย ไม่เพียงพอต่อการยกระดับขนาดธุรกิจ (-) การสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่สามารถสร้างแนวคิดทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ (-) การออกกฎหมายของภาครัฐไม่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ไม่รองรับต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> (+) มีการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยที่ชัดเจน เป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้า (-) การกำหนดมาตรฐานฯ ทำแยกกันหลายหน่วยงาน ทำให้เกิดกีดกันข้อห่วงและความซ้ำซ้อน (-) การตรวจสอบและอนุมัติมาตรฐานฯ ทำได้ช้า ไม่ทั่วถึง และไม่ต่อเนื่อง (-) ภาชนำเข้าเครื่องจักรที่จำเป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรีक्षा

1) ด้านปัจจัยการผลิต

การพิจารณาประเด็นปัญหาและโอกาสของผู้ประกอบการในส่วนของปัจจัยการผลิตมีขอบเขตตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบในการผลิตจากภาคการเกษตร และขั้นตอนการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งมีประเด็นสำคัญดังนี้

- อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านวัตถุดิบจากภาคการเกษตรที่มีความหลากหลาย ประกอบกับวัฒนธรรมอาหารที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับในระดับโลก อย่างไรก็ตามพบว่าวัตถุดิบจากภาคการเกษตรในการผลิตสินค้าอาหารยังมีปัญหาในการควบคุมปริมาณและคุณภาพ ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบและปัญหาวัตถุดิบไม่ได้คุณภาพในบางฤดูกาล
- การควบคุมมาตรฐานการผลิต ซึ่งถึงแม้จะทำให้ดีในการควบคุมปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงขาดระบบการตรวจสอบย้อนกลับที่ครบวงจร และยังพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมอาหาร ยังขาดองค์ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีนวัตกรรม
- ผู้ประกอบการขนาดย่อมที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าอาหารที่ใช้นวัตกรรม ยังประสบปัญหาในด้านของเงินทุน เนื่องจากการทำวิจัยและพัฒนาต้องอาศัยเงินลงทุนเป็นจำนวนมาก และใช้ระยะเวลาอันยาวนาน ในขณะเดียวกัน สถาบันทางการเงินก็มีความคิดเห็นต่อธุรกิจของผู้ประกอบการว่ามีความเสี่ยงสูง จึงมักจะปฏิเสธการอนุมัติสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการกลุ่มดังกล่าว

2) ด้านอุปสงค์

สำหรับการพิจารณาประเด็นด้านอุปสงค์ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และกระบวนการเชิงพาณิชย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สินค้าอาหารไทยมีความได้เปรียบในตลาดโลก เนื่องจากประเทศคู่ค้าหลายประเทศมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารไทย
- การขยายตัวของการบริโภคอาหารในระดับโลก ซึ่งสืบเนื่องมาจากการเพิ่มจำนวนของประชากร และการพัฒนาช่องทางธุรกิจออนไลน์ ส่งผลเชิงบวกต่ออุปสงค์ของอุตสาหกรรมอาหารไทย
- อุปสงค์ภายในประเทศ พบว่าผู้บริโภคอาหารในไทยส่วนมากให้ความสำคัญกับราคามากกว่าคุณภาพ กล่าวคือ เป็นผู้บริโภคที่อ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitive Consumer) จึงส่งผลให้ธุรกิจอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมีกระแสตอบรับที่ไม่มากเท่าที่ควร และไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ได้

3) ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง

ในส่วนนี้เป็นการพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมในการผลิตของผู้ประกอบการอาหาร โดยประกอบไปด้วยการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเกษตร และโลจิสติกส์ ปัจจัยด้านการวิจัยและพัฒนา การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- อุตสาหกรรมอาหารมีจุดแข็งในด้านความใกล้ชิดกับภาคการเกษตร โดยที่ผู้ประกอบการบางรายอยู่ในภาคการเกษตรเอง และในส่วนของผู้ประกอบการขนาดย่อม โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจอาหาร

มูลค่าเพิ่มสูง มีความใกล้ชิดกับภาคการวิจัยด้วยเช่นกัน เนื่องจากบางส่วนเป็นผู้ที่อยู่ในภาคการวิจัย หรือภาคการศึกษามาก่อน

- ความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมในภาพรวมยังขาดประสิทธิภาพ นักวิจัยส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจ ทั้งในโครงสร้างของอุตสาหกรรมและความต้องการของผู้ประกอบการ ส่งผลให้ งานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่สามารถนำมาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้ดีเท่าที่ควร
- SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากกระบวนการขนส่งสินค้าอาหารจำเป็นที่จะต้องเป็นไปอย่างปลอดภัยและเคร่งครัด เพื่อรักษาคุณภาพและความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร

4) ด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน

ประเด็นด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน เป็นสถานการณ์โดยรวมของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านศักยภาพและ สภาพการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการอาหารที่มีอยู่ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- SME ในอุตสาหกรรมอาหารยังไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ ที่จำเป็นต่อการทำการวิจัยและพัฒนาได้อย่างทั่วถึง ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศไทย ส่วนมากเป็นเพียงสินค้าอาหารแปรรูปขั้นกลางเท่านั้น ซึ่งส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์อาหาร
- สินค้าของผู้ประกอบการอาหารส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกันมาก กล่าวคือ ยังขาดการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในสินค้า
- ในส่วนของสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า เป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีจำนวนผู้ประกอบการมาก และโอกาสในการเติบโตค่อนข้างต่ำ
- โอกาสทางธุรกิจสำหรับสินค้าอาหารที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยียังมีอยู่มาก เนื่องจากยังมีจำนวนผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ไม่มากนัก และผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกอีกด้วย

5) ด้านหน่วยงานภาครัฐ

นโยบายการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการอาหารของหน่วยงานภาครัฐ สามารถสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการได้หลายส่วน แต่ในขณะเดียวกันก็มีบางประเด็นที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาผู้ประกอบการเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

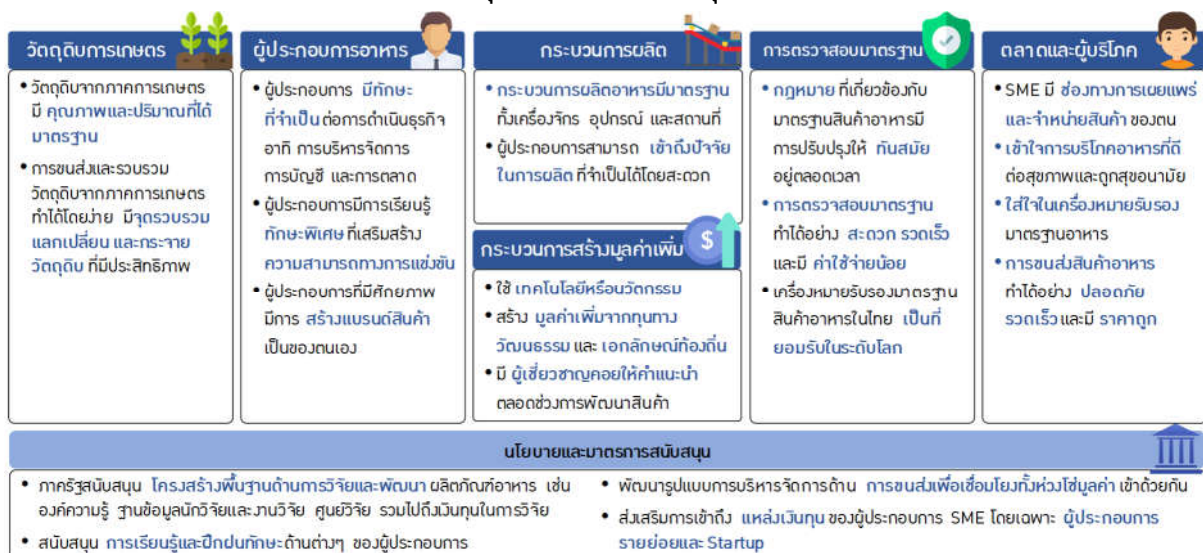
- หน่วยงานภาครัฐมีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริม SME ในอุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบของนโยบาย มาตรการสนับสนุน และโครงการต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาองค์ความรู้พื้นฐาน และการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิต
- กระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานของภาครัฐ ไม่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น รอบเวลาการสนับสนุนที่จำกัดตามรอบงบประมาณ หรือการสร้างแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial mindset) เป็นต้น จึงเป็นข้อจำกัดในการส่งเสริมผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

- กฎระเบียบและการควบคุมความปลอดภัยในการบริโภคอาหารจากภาครัฐ พบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าอาหารที่ชัดเจน แต่กระบวนการตรวจสอบมาตรฐานยังมีความล่าช้า และไม่รองรับสินค้าอาหารรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ส่งผลให้ SME ผู้ผลิตสินค้าอาหารที่มีการใช้เทคโนโลยีและ นวัตกรรม ประสบปัญหาในการขอการรับรองมาตรฐาน
- อัตราภาษีการนำเข้าเครื่องจักรที่จำเป็นต่อกระบวนการผลิตหรือกระบวนการวิจัยและพัฒนา มีอัตราที่สูง ซึ่งส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่ายในการผลิตมากขึ้น

1.6.2 สรุปแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร

ทั้งนี้ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ และการจัดทำยุทธศาสตร์ในการสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร จึงได้สรุปปัจจัยในการพัฒนาในประเด็นต่าง ๆ ทั้งหมด 7 ปัจจัย โดยยึดหลักตามโครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 20 สรุปแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร



ที่มา: การวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

- 1) วัตถุประสงค์จากภาคการเกษตร ต้องมีความแน่นอนในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กล่าวคือ มีปริมาณการผลิตที่สามารถประมาณการและควบคุมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการได้ ควบคู่ไปกับการมีมาตรฐานในด้านต่าง ๆ อาทิ ความปลอดภัย คุณค่าทางโภชนาการ รวมไปถึงรสชาติและลักษณะภายนอกที่สวยงาม
- 2) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร มีความเข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขัน ทั้งทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานและสายการผลิต การบัญชี การตลาด และทักษะพิเศษที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจ อาทิ การทำวิจัยและพัฒนา การออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และยิ่งรวมถึงการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในตลาดอีกด้วย และนอกจากนี้ ยังต้องมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ทำการสร้างแบรนด์สินค้าของตัวเอง เพื่อให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

- 3) กระบวนการผลิตสินค้าอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วยเครื่องจักร อุปกรณ์ และสถานที่ ที่มีประสิทธิภาพและถูกต้องตามมาตรฐานความปลอดภัยที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องสามารถเข้าถึงปัจจัยในการผลิตที่จำเป็นหรือต้องการได้โดยง่าย และปราศจากอุปสรรคในการเข้าถึง เช่น ภาษีการนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศ
- 4) กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าอาหาร เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สามารถยกระดับมูลค่าของสินค้าและอุตสาหกรรมอาหารไทยได้ ซึ่งประกอบด้วยแนวทางหลัก 2 แนวทาง โดยแนวทางแรก คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม อาทิ อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงเป็นพิเศษ บรรจุภัณฑ์ที่สามารถคงความสดใหม่ของสินค้าอาหารได้โดยไม่สูญเสียสารอาหาร และอีกแนวทางหนึ่ง คือ การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยทุนทางวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาอาหารท้องถิ่น หรือการสอดแทรกเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในสินค้าอาหาร ทั้งนี้ กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ดียังต้องมีระบบหรือกลไก ที่สามารถเชื่อมโยงผู้ประกอบการอาหารเข้ากับผู้เชี่ยวชาญจากสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกด้วย
- 5) การตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพสินค้าอาหาร ประกอบด้วย 3 ประเด็นย่อย คือ
 - ประเด็นที่ 1 คือ กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอาหาร ต้องมีการปรับปรุงให้มีความทันสมัยเท่าทันการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากกฎหมายและระเบียบมีความล้าสมัย ก็อาจกลายเป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการได้
 - ประเด็นที่ 2 คือ กลไกและกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพสินค้าอาหารที่มีประสิทธิภาพ เข้าถึงการตรวจสอบได้โดยสะดวก การตรวจสอบใช้ระยะเวลาสั้น และในส่วนของ การตรวจสอบมาตรฐานหรือคุณภาพสินค้าอาหารที่ดำเนินการโดยภาคเอกชน ต้องมีค่าใช้จ่ายในระดับที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ เพื่อลดภาระงานในส่วนนี้ของภาครัฐลง
 - ประเด็นที่ 3 คือ การยกระดับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานและคุณภาพของไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาระบบการตรวจสอบให้สามารถตรวจสอบได้อย่างทั่วถึง ตอบสนองต่อคำร้องเรียนจากผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และเปิดเผยความคืบหน้าของการตรวจสอบอย่างโปร่งใส พร้อมกันนี้ ยังต้องมีการควบคุมกระบวนการตรวจสอบให้เป็นไปอย่างเคร่งครัดอีกด้วย
- 6) ตลาดและผู้บริโภค ประกอบด้วย 2 ประเด็นย่อย คือ
 - ประเด็นที่ 1 คือ ช่องทางการตลาดและการขนส่งที่รองรับกับผู้ประกอบการ SME โดยต้องมีช่องทางการตลาดที่หลากหลายให้เลือกใช้ ประกอบกับระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ขนส่งได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และมีค่าใช้จ่ายในระดับที่ SME สามารถใช้บริการได้
 - ประเด็นที่ 2 คือ ผู้บริโภคที่เข้าใจในการบริโภคอาหารที่ถูกหลักโภชนาการ รับรู้ได้ถึงความแตกต่างระหว่างอาหารที่ส่งผลดีและอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ นอกจากนี้ ยังต้องเข้าใจถึงความสำคัญของการทำวิจัยและพัฒนาในผลิตภัณฑ์อาหารและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น และพร้อมที่จะบริโภคสินค้าอาหารมูลค่าสูง และนอกจากนี้ ยังต้องใส่ใจและให้ความสำคัญกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานบนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์อีกด้วย

- 7) นโยบายและมาตรการสนับสนุน ในด้านต่าง ๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมอาหาร อาทิ องค์ความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหาร การสนับสนุนการเรียนรู้และฝึกฝนทักษะของผู้ประกอบการ การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการด้านการขนส่ง และการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยและธุรกิจ Startup ที่สถาบันทางการเงินมองว่ามีความเสี่ยงสูง

บทที่ 2

ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

จากสถานการณ์ ประเด็นปัญหา และโอกาสในการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร สามารถนำมาวิเคราะห์และจัดทำเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารได้ โดยมีจุดมุ่งหมายในการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารไทยด้วยผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และการประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรม ในส่วนต่าง ๆ ของกระบวนการผลิตหรือแปรรูป

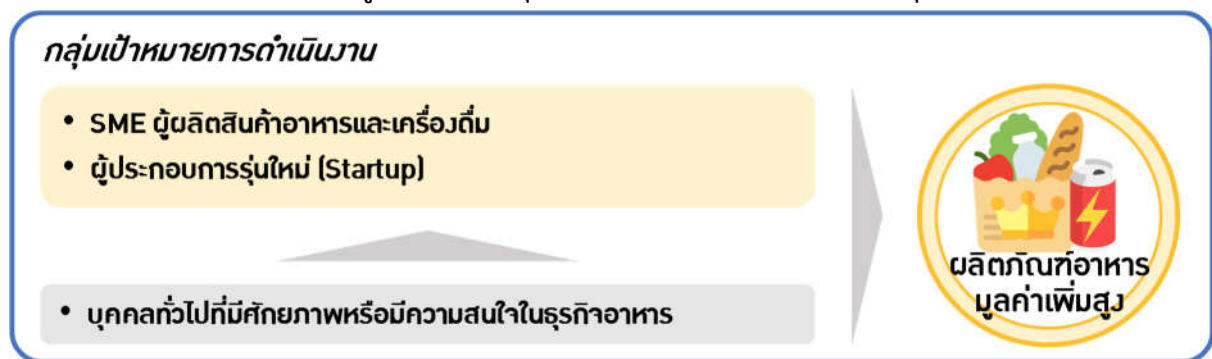
โดยมีการกำหนดเป้าประสงค์หลัก ในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารจำนวน 3 ประเด็นหลัก คือ

- 1) เพิ่มมูลค่าของอุตสาหกรรมอาหารไทยให้สูงขึ้น
- 2) เพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทย
- 3) สร้างระบบนิเวศของอุตสาหกรรมอาหาร ที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดในอนาคต

เป้าประสงค์ในการดำเนินงานดังกล่าวให้ความสำคัญกับการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยให้มีความสามารถทางการแข่งขัน สร้างโอกาสในการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว โดยผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายในการสนับสนุนตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารนี้ ประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ดังนี้

- 1) SME ผู้ผลิตสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม
- 2) ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Startup)
- 3) บุคคลทั่วไปที่มีศักยภาพหรือมีความสนใจในการเริ่มต้นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

แผนภาพที่ 21 ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

ผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่มแรก เป็นผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารอยู่แล้วและได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีศักยภาพการดำเนินธุรกิจที่เข้มแข็งมากขึ้น มีความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น รวมถึงสามารถดำเนินธุรกิจได้โดยสะดวก จากการพัฒนาของโครงสร้างพื้นฐาน ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายที่ 3 นั้น จะไม่ใช่ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหาร แต่เป็นผู้ที่มีศักยภาพ หรือเป็นผู้ที่มี

ความสนใจจะเป็น SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งสามารถได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐาน ด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะ การเผยแพร่องค์ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งจะสนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายที่ 3 นี้ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของ SME ในอุตสาหกรรมอาหารได้ในอนาคต

ทั้งนี้ การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายหลักทั้ง 3 ส่วนข้างต้น ได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารใน 5 ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางการตลาด
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบให้รองรับต่อการพัฒนาอาหารในอนาคต
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย

โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 – 3 นั้น มีแนวคิดมาจากโครงสร้างของห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร ที่เริ่มต้นจากด้านอุปทาน คือ ยกระดับประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตและเพิ่มมูลค่า และพัฒนาทักษะของตัวผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร ไปจนถึงด้านอุปสงค์ คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ตลาดและผู้บริโภค ในขณะที่ยุทธศาสตร์ที่ 4 และ 5 เป็นการส่งเสริมและพัฒนาปัจจัยที่อยู่นอกเหนือห่วงโซ่มูลค่า แต่มีความสำคัญและเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอาหาร คือ การพัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านอื่น ๆ

ซึ่งรายละเอียดเนื้อหาของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อไปนี้ ประกอบด้วย ตัวชี้วัด กลยุทธ์ และตัวอย่างโครงการสำคัญ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงรายละเอียดเป้าหมาย พร้อมทั้งแนวทางการดำเนินการ และนำไปขับเคลื่อนให้เกิดผลตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ต่อไป

แผนภาพที่ 22 ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ 1 มีหลักคิดมาจากปัญหาของอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอาหารของประเทศไทย ที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ อันมีสาเหตุหลักมาจากการที่สินค้าอาหารของไทยส่วนใหญ่เป็นสินค้าอาหารแปรรูปชั้นกลางเท่านั้น ยุทธศาสตร์ที่ 1 นี้ จึงมุ่งเน้นการยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าของสินค้าอาหารด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือทุนทางวัฒนธรรมของประเทศ มาพัฒนาต่อยอดให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

2.1.1 ตัวชี้วัด

จากแนวความคิดการยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร มีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) จำนวนงานวิจัยที่มีการต่อยอดโดย SME ไปสู่ผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่ม

พิจารณาจากจำนวนของงานวิจัยในสถาบันการศึกษา ที่ได้มีการนำไปพัฒนาต่อยอดโดย SME ให้เป็นผลิตภัณฑ์ อาหารหรือเครื่องดื่ม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงระดับการเข้าถึงงานวิจัยของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร และมีความสัมพันธ์กับเป้าประสงค์ในการเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์อาหาร ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงอีกด้วย

2) มูลค่าเพิ่มสุทธิ (Gross Value Added) ของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

เป็นการพิจารณาถึงผลสำเร็จของยุทธศาสตร์ที่ 1 ในด้านการเพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมอาหาร ของประเทศไทย โดยมุ่งเน้นกลุ่ม SME โดยเฉพาะเพื่อพิจารณาถึงความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ในผลิตภัณฑ์ ของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

ในเบื้องต้นมีหน่วยงานที่ทำการเก็บข้อมูลมูลค่าเพิ่มสุทธิอยู่แล้ว คือ สำนักงานเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หากแต่เป็นการเก็บข้อมูลในภาพรวม ไม่สามารถจำแนก ถึงมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากกลุ่ม SME โดยเฉพาะได้

2.1.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยกระดับกระบวนการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงนั้น มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากกว่าการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป โดยในขั้นตอนแรกนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยในด้านอาหาร โภชนาการ สุขภาพ และด้านอื่น ๆ อย่างละเอียด เพื่อให้ได้แนวคิดใหม่ในการสร้างสรรค์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ขั้นตอนถัดมา คือการ ค้นหาผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการวิจัยและพัฒนา ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจใช้ระยะเวลาดำเนินการที่ค่อนข้าง นาน อีกทั้งยังมีความเสี่ยงที่การวิจัยและพัฒนาจะประสบความล้มเหลว จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มูลค่าเพิ่มสูงนั้นมีความเสี่ยงอยู่ไม่น้อย

กลยุทธ์นี้ จึงมีเป้าหมายในการสนับสนุนผู้ประกอบการอาหาร หรือผู้ที่มีศักยภาพหรือความต้องการ ที่จะเป็นผู้ประกอบการอาหาร อาทิ ผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหาร นักวิจัย หรือแม้แต่บุคคลทั่วไป ให้สามารถสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงได้สะดวกมากขึ้น โดยการส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งรวมไปถึงองค์ความรู้ บุคลากร เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านงานวิจัยและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องจากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นการจุดประกายความคิดสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าอาหารรูปแบบใหม่ มีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางได้โดยง่าย โดยเฉพาะบุคลากรในภาคการวิจัย และยังต้องมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถทดลองผลิตสินค้าตัวอย่างได้อีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 1.2 ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถแสดงออกได้ถึงวัฒนธรรมของพื้นที่ ควบคู่กับการพัฒนาให้มีมาตรฐาน

นอกจากการพัฒนาอาหารมูลค่าเพิ่มสูงด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมแล้ว การสร้างมูลค่าจากทุนทางวัฒนธรรมก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี เนื่องด้วยประเทศไทยมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในระดับโลก หากแต่ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถนำเอาจุดแข็งดังกล่าวมาปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ของตนได้

กลยุทธ์นี้ จึงมุ่งเน้นการส่งเสริมการพัฒนาอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็นอาหารที่มีศักยภาพในการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่มีทั้งความเป็นไทย ความสร้างสรรค์ และมีมาตรฐานทั้งในด้านความปลอดภัยและคุณค่าทางโภชนาการ

นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีอยู่แล้วแต่ขาดการสอดแทรกวัฒนธรรมความเป็นไทยไว้อีกด้วย โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารได้เข้าถึงบุคลากรผู้มีความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มจาก Soft Power เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ หรือแม้กระทั่งผู้ประกอบการด้วยตนเอง ที่ประสบความสำเร็จจากการนำเสนอเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเข้าไปในสินค้าของตน และยังมีมุ่งเน้นให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการอาหารที่มีความสามารถทางการผลิต กับวิสาหกิจชุมชนที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นอีกด้วย

กลยุทธ์ที่ 1.3 เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างภาคอุตสาหกรรม ภาคการศึกษา และภาครัฐ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง จำเป็นที่จะต้องอาศัยการดำเนินงานร่วมกับทั้งหน่วยงานวิจัยและภาคการศึกษา รวมไปถึงการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หรือที่รู้จักกันในรูปแบบความร่วมมือแบบ Triple Helix Model ซึ่งความร่วมมือรูปแบบนี้นั้น ถือเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับการสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในประเทศให้ไปสู่อีกระดับหนึ่ง ซึ่งจะสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อ SME ในอุตสาหกรรมอาหารได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการจะสามารถเข้าถึงองค์ความรู้และงานวิจัย รวมไปถึงบุคลากรทางการวิจัยที่ต้องการได้ง่ายมากขึ้น ในขณะที่ภาคการวิจัยก็สามารถที่จะรับรู้ความต้องการของภาคธุรกิจและผลิตงานวิจัยที่ตอบโจทย์การนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้มากขึ้นอีกด้วย

โดยการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์นี้ มุ่งเน้นการพัฒนาความร่วมมือแบบ Triple Helix Model ที่ใกล้ชิดภายในอุตสาหกรรมอาหาร อาทิ การจัดทำฐานข้อมูลส่วนกลางที่เชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมอาหารจากทุกหน่วยงานเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลงานวิจัย ข้อมูลนักวิจัย ข้อมูลผู้ประกอบการ หรือข้อมูลผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการเชื่อมโยงผู้ประกอบการเข้ากับบุคลากรทางการวิจัย อาทิ การจัดกิจกรรมนวัตกรรมอาหารประจำปี และการพัฒนาระบบแพลตฟอร์มที่เปิดให้ผู้ประกอบการทำการค้นหาหรือเสนอความต้องการทางการวิจัยของตน

2.1.3 ตัวอย่างโครงการสำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา 2 กลยุทธ์นั้น มีแนวทางการดำเนินงานที่เป็นตัวอย่างโครงการสำคัญจำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการรวบรวม/ส่งต่อ/แลกเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการวิจัยและพัฒนาระหว่าง

ผู้ประกอบการ

รายละเอียดเบื้องต้น: จัดตั้งหน่วยงานหลักในการทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการทำวิจัยและพัฒนา จากผู้ประกอบการที่มีเครื่องจักรสภาพดีที่ไม่ได้ใช้งานแล้ว เพื่อส่งต่อให้กับผู้ประกอบการที่ขาดแคลนเครื่องจักร อุปกรณ์ หรือทุนในการทำวิจัยและพัฒนา เพื่อให้นำไปใช้ในการผลิตสินค้าตัวทดลอง (Prototype) รวมถึงทำการออกแบบสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการส่งมอบเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ในโครงการนี้อีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

2) โครงการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ GI สู่ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น

รายละเอียดเบื้องต้น: ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาและสถาบันการอาชีวศึกษาภายในประเทศ เพื่อจัดการประกวดแข่งขันในหัวข้อ “การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ GI สู่ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น” โดยให้นักศึกษาจากหลายคณะ/สาขาวิชามารวมตัวกัน เพื่อร่วมกันพัฒนาต่อยอดสินค้า GI ในแต่ละพื้นที่ และทำการออกแบบกระบวนการแปรรูปตลอดห่วงโซ่มูลค่า

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สถาบันอาหาร สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระทรวงศึกษาธิการ

3) โครงการจัดทำฐานข้อมูลนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมส่วนกลาง

รายละเอียดเบื้องต้น: จัดทำระบบฐานข้อมูลนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญส่วนกลาง โดยรวบรวมข้อมูลสำคัญของนักวิจัย อาทิ สาขาวิชาที่ถนัด ที่อยู่และช่องทางการติดต่อ ประวัติงานวิจัย จากหน่วยงานด้านการวิจัย หน่วยงานด้านอาหาร และมหาวิทยาลัยภายในประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจับคู่กับนักวิจัยและผู้ประกอบการ SME ให้ตรงตามความต้องการและความถนัด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สถาบันอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยภายในประเทศ

2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร

หลักคิดของยุทธศาสตร์ที่ 2 มีพื้นฐานอยู่บนปัญหาด้านทักษะในการดำเนินธุรกิจของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดย่อมนั้น มักจะขาดทักษะพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจ อาทิ การบริหาร การบัญชี การตลาด ในขณะที่เดียวกัน ผู้ประกอบการขนาดกลางที่มีทักษะพื้นฐานแข็งแรงแล้วนั้น ก็ประสบปัญหาด้านการแข่งขัน เนื่องจากขาดทักษะพิเศษหรือทักษะเฉพาะทางที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของตนให้มีเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำได้

ยุทธศาสตร์นี้ จึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ทั้งการส่งเสริมทักษะขั้นพื้นฐานของผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน การพัฒนาทักษะนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้มีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น รวมถึงการต่อยอดแพลตฟอร์มการเรียนรู้ที่มีอยู่ ให้เป็นรูปแบบใหม่ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้งานได้โดยสะดวก และได้รับประโยชน์จากการเรียนรู้อย่างแท้จริง

2.2.1 ตัวชี้วัด

จากแนวคิดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร มีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) อายุเฉลี่ยของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

เพื่อพิจารณาถึงความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยพิจารณาถึงความยั่งยืนของการดำเนินงาน ซึ่งมีความมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้ด้วยตนเองในระยะยาว โดยได้รับการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกจากหน่วยงานภาครัฐ

2) ผลกำไรเฉลี่ยต่อรายของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

เป็นการพิจารณาผลสำเร็จและศักยภาพของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม ซึ่งสามารถนำมาศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมถึงระดับความสำเร็จของการดำเนินการสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารในเชิงนโยบาย ว่าสามารถเพิ่มทักษะความสามารถทางการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการ และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จหรือมีความสามารถในการบริหารธุรกิจมากขึ้นเพียงใด

2.2.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอาหาร มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 ส่งเสริมศักยภาพและทักษะขั้นพื้นฐานของ SME ให้มีความเข้มแข็ง

กลยุทธ์ที่ 2.1 เน้นการส่งเสริมศักยภาพและทักษะขั้นพื้นฐานของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ คือ การบริหารจัดการ การบัญชี และการตลาด เพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีความเข้มแข็งและยั่งยืนในระยะยาว โดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

- ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งการบริหารจัดการภายในองค์กร อาทิ การควบคุมการผลิตทั้งหมดให้มีความคงที่ มั่นคง ควบคุมได้ตามความต้องการ มีปริมาณการผลิตที่แน่นอนไม่ขาดช่วง และการบริหารจัดการภายนอกองค์กร อาทิ การติดต่อซื้อขายและแลกเปลี่ยนกับธุรกิจอื่น
- ด้านการบัญชี ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการทำความเข้าใจงบการเงินของธุรกิจ สามารถเข้าใจได้ถึงองค์ประกอบหลักของการดำเนินธุรกิจ เช่น รายได้ ค่าใช้จ่าย และผลกำไร และยังต้องมีความสามารถในการควบคุมกระแสเงินสดของธุรกิจให้มีความคล่องตัว และมีเสถียรภาพทางการเงินที่ดี
- ด้านการตลาด ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการผลักดันและนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนผ่านเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจในตลาดยุคใหม่ที่ต้องพึ่งพาช่องทางการสื่อสารแบบดิจิทัลเป็นอย่างมาก

กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนา SME ในอุตสาหกรรมอาหารให้มีความสามารถทางการแข่งขัน

กลยุทธ์ที่ 2.2 มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทักษะที่อยู่นอกเหนือไปจากทักษะพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจโดยตรง เช่น ทักษะด้านการออกแบบ ทักษะด้านการวิจัยและพัฒนา หรือทักษะด้านภาษาอื่น ๆ ซึ่งทักษะพิเศษเหล่านี้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน และส่งเสริมให้กิจการของผู้ประกอบการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งรายอื่น

กลยุทธ์เป็นการเชื่อมโยงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารเข้ากับหน่วยงาน หรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่สามารถสร้างโอกาสทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการได้ โดยอาจเป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือการจัดอบรมแบบต่อเนื่องในระยะยาว เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพสูงสุด

กลยุทธ์ที่ 2.3 ต่อยอดแพลตฟอร์มการเรียนรู้รูปแบบใหม่สำหรับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

นอกจากความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐแล้ว อีกหนึ่งสาเหตุที่ส่งผลให้การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการประสบความสำเร็จน้อยกว่าที่ควร คือ ความไม่ต่อเนื่องในการเข้าร่วมโครงการของผู้ประกอบการเอง เนื่องจาก SME มักจะมีข้อจำกัดทางด้านการเงินและเวลา จึงส่งผลให้การเข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานนั้นเป็นเรื่องที่ไปได้ยากสำหรับ SME

กลยุทธ์นี้จึงมีเป้าหมายในการพัฒนาระบบแพลตฟอร์มการเรียนรู้ ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก เป็นการเรียนรู้ทางไกลผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยระบบออนไลน์ โดยผู้ประกอบการสามารถที่จะเรียนรู้ที่

ไหนและเมื่อไหร่ก็ได้ตามความต้องการของตนเอง (On-Demand System) นอกจากนี้ ระบบแพลตฟอร์มดังกล่าวยังทำหน้าที่เป็นช่องทางการรวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารและองค์ความรู้ โครงการและกิจกรรมสนับสนุน รวมไปถึงข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อทำหน้าที่ในฐานะแพลตฟอร์มการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเต็มรูปแบบ

2.2.3 ตัวอย่างโครงการสำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา 3 กลยุทธ์นั้น มีแนวทางการดำเนินงานที่เป็นตัวอย่างโครงการสำคัญจำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยผู้ประกอบการ เพื่อผู้ประกอบการ

รายละเอียดเบื้องต้น: เชิญผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมาเป็นผู้จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการแก่ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์และองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาการดำเนินธุรกิจได้จริง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าภายใน

2) โครงการจัดประกวดแข่งขันเพื่อค้นหาผู้ประกอบการอาหารที่มีศักยภาพ

รายละเอียดเบื้องต้น: ทำการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย นวัตกรรม และอาหาร และจัดงานประกวดแข่งขันในหัวข้อ “ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง” เพื่อค้นหาและคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพหรือมีแนวคิดในการผลิตสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง โดยผู้ชนะในการแข่งขันดังกล่าวจะได้รับรางวัลเป็นเงินทุนสำหรับการทำวิจัยและพัฒนาสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง และได้รับคัดเลือกเข้าสู่โครงการพัฒนาศักยภาพธุรกิจต่อไป

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สถาบันอาหาร
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์

3) โครงการเชื่อมโยงระบบแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ

รายละเอียดเบื้องต้น: เชื่อมโยงแพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบออนไลน์กับมหาวิทยาลัยในประเทศ โดยมุ่งเน้นสาขาวิชาที่ผู้ประกอบการสนใจ และเมื่อจบคอร์สก็สามารถเข้ารับการทดสอบเพื่อรับประกาศนียบัตรหรือใบรับรองได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยภายในประเทศ

2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 มีหลักคิดมาจากปัญหาในส่วนอุปสงค์ของอุตสาหกรรมอาหารไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ ปัญหาด้านผู้บริโภค ซึ่งยังขาดความเข้าใจในการบริโภคอาหารที่ดี คุณค่าทางโภชนาการ และคุณค่าของสินค้าอาหารมูลค่าสูง โดยผู้บริโภคสินค้าอาหารส่วนมากเลือกที่จะบริโภคอาหารที่มีราคาถูกเป็นหลัก และอีกประเด็นหนึ่ง คือ ปัญหาด้านช่องทางการตลาด ซึ่งเป็นอุปสรรคที่อยู่คู่กับผู้ประกอบการ SME ไทยมาเป็นเวลานาน ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากข้อจำกัดทางด้านเงินทุน ที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SME ไม่สามารถเป็นเจ้าของพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าของตนได้ ในขณะที่การเข้าสู่ระบบการจำหน่ายสินค้าแบบ Modern Trade อาทิ ร้านสะดวกซื้อ/ Supermarket / Hypermarket ก็จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายในการเปิดใบเสร็จครั้งแรก ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนเงินที่สูงมากสำหรับ SME จึงเห็นได้ว่า ประเด็นในส่วนอุปสงค์ของอุตสาหกรรมอาหารไทยนั้น มีปัญหาทั้งในส่วนช่องทางการจำหน่ายและตัวผู้บริโภคเอง

2.3.1 ตัวชี้วัด

จากแนวคิดการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางการตลาด มีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ดีของผู้บริโภค

เพื่อพิจารณาระดับความสำเร็จในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ในด้านการบริโภคอาหารที่ดี รวมไปถึงระดับความใส่ใจในการเลือกซื้อสินค้าอาหารของผู้บริโภคอีกด้วย โดยจำเป็นต้องมีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ เช่น มีการจัดทำแบบสอบถามทุกปี เพื่อให้ได้ชุดข้อมูลรายปีสำหรับการศึกษาการเปลี่ยนแปลงในระดับความเข้าใจของผู้บริโภค โดยแบบสอบถามดังกล่าว จะสอบถามข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ อาทิ ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารนวัตกรรม ราคาของสินค้าอาหารที่ยินดีจ่าย พฤติกรรมการบริโภคอาหารเบื้องต้น

2) การขยายตัวของยอดขายของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

การสนับสนุนและส่งเสริมช่องทางการตลาดสำหรับ SME ในอุตสาหกรรมอาหารนั้น มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าให้แก่ SME ดังนั้น การพิจารณาระดับความสำเร็จในส่วนนี้จึงพิจารณาถึงผลลัพธ์ของการดำเนินงาน คือ การพิจารณาว่ายอดขายของ SME ในอุตสาหกรรมอาหารมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นหรือไม่

2.3.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ จึงมุ่งเน้นการดำเนินงานทั้งหมด 3 ส่วน โดยในส่วนแรกเป็นการดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาผู้บริโภค ส่วนที่สองเป็นการพัฒนาช่องทางการตลาด และส่วนสุดท้ายเป็นการส่งเสริมธุรกิจของผู้ประกอบการกิจการร้านอาหาร

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างการรับรู้ของผู้บริโภคและพัฒนาช่องทางการตลาด มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 3.1 เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค

ในการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าอาหารของไทย ให้เลือกบริโภคสินค้าจากคุณค่ามากกว่าราคานั้น จำเป็นต้องอาศัยทั้งการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลโภชนาการของอาหารชนิดต่าง ๆ หรือแนวทางในการบริโภคอาหารที่ดีและประโยชน์ในระยะยาว และยังคงอาศัยการสร้างความรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงแก่ผู้บริโภคอีกด้วย

การดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์นี้ มุ่งเน้นการเผยแพร่ข้อมูลให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้และเข้าใจได้โดยง่าย โดยอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อต่าง ๆ เช่น บทความ Infographic หรือคลิปวิดีโอ ที่มีเนื้อหาสั้น กระชับ ชัดเจน และรวมไปถึงการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจกับผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น โดยมุ่งเน้นให้เด็กและเยาวชนได้มีการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารชนิดต่าง ๆ และผลดี/ผลเสีย จากการบริโภคอาหารเหล่านั้น เพื่อให้เด็กและเยาวชนเหล่านี้ได้มีความเข้าใจ และมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งจะกลายเป็นผู้บริโภคสินค้าอาหารที่มีศักยภาพในอนาคต และนอกจากนี้ ยังต้องมีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมเครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอาหาร โดยมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการรู้จักและเชื่อมั่นในเครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ดังกล่าว เพื่อเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพอีกทางหนึ่ง

กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง

ปัญหาการไม่มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้า เป็นอีกหนึ่งอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ของ SME ซึ่งมีสาเหตุมาจากข้อจำกัดด้านเงินทุน และปัญหาดังกล่าวยังมีความรุนแรงมากขึ้นสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เนื่องจากต้องมีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีภาระทางการเงินที่มากกว่าปกติ

กลยุทธ์นี้ จึงมุ่งเน้นการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาดที่มีอยู่แล้ว และพัฒนาให้เกิดช่องทางการตลาดใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ทั้งนี้ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดหลักของยุทธศาสตร์ จึงมุ่งการสนับสนุนไปที่ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง อาทิ ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงและผลิตภัณฑ์อาหารวัฒนธรรม โดยอาจเลือกส่งเสริมจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลจากการประกวดหรือแข่งขันก่อนแล้วจึงขยายการดำเนินงานไปสู่ผู้ประกอบการอาหารรายอื่น ๆ

2.3.3 ตัวอย่างโครงการสำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา 3 กลยุทธ์นั้น มีแนวทางการดำเนินงานที่เป็นตัวอย่างโครงการสำคัญจำนวน 2 โครงการ ดังนี้

1) โครงการพัฒนาระบบนิเวศภายในสถานศึกษา เพื่อการเรียนรู้เรื่องโภชนาการที่ดีของเยาวชน

รายละเอียดเบื้องต้น: ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะของเยาวชน เพื่อสร้างพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารที่ดีของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสิ่งแวดล้อมภายในสถานศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา อาทิ ปรับปรุงเนื้อหาการเรียนการสอนให้มีรายละเอียดเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมากขึ้น ปรับเปลี่ยนอาหารและเครื่องดื่มภายในสถานศึกษาให้มีแต่อาหารที่ดีต่อสุขภาพ จัดกิจกรรมตรวจสุขภาพประจำปี

ภายในสถานศึกษาพร้อมการให้คำแนะนำเรื่องโภชนาการจากแพทย์ จัดทำสื่อการเรียนรู้ประยุกต์ เช่น การแสดงผลคุณค่าทางโภชนาการผ่านสมาร์ทโฟน (Augmented Reality: AR)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข สถาบันอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2) โครงการความร่วมมือ เพื่อจัดตั้งพื้นที่นำเสนอสินค้าของผู้ประกอบการ SME

รายละเอียดเบื้องต้น: พัฒนาความร่วมมือกับเจ้าของสถานที่จัดแสดงสินค้าหรือผู้จัดงานแสดงสินค้า เพื่อเจรจาขอพื้นที่ในการจัดแสดงสินค้าของผู้ประกอบการอาหารที่มีศักยภาพ อาทิ สินค้าอาหารได้รับรางวัลจากการประกวดแข่งขันแนวคิดอาหารมูลค่าเพิ่มสูง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. กระทรวงพาณิชย์

2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบให้รองรับการพัฒนาอาหารในอนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 มีแนวคิดหลักมาจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการผลิตและแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการนำนวัตกรรมหรืองานวิจัยทางวิทยาศาสตร์มาเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการผลิตหรือการนำเอาเครื่องจักรและอุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้งาน นั้นหมายความว่ากฎระเบียบต่าง ๆ ที่บังคับใช้ในอุตสาหกรรมอาหารย่อมต้องมีการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน ดังนั้น เพื่อไม่ให้กฎระเบียบเหล่านั้น กลายเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ หน่วยงานผู้กำกับดูแลเรื่องดังกล่าวจำเป็นต้องมีการศึกษาประเด็นการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอาหารอย่างต่อเนื่อง และทำการทบทวนและปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความเหมาะสมกับบริบทของอุตสาหกรรมอาหารอย่างเป็นปัจจุบันที่สุด

2.4.1 ตัวชี้วัด

จากแนวคิดการพัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบให้รองรับต่อการพัฒนาอาหารในอนาคต มีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) จำนวนหน่วยงานสนับสนุนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบหรือรับรองมาตรฐานสินค้าอาหาร

เพื่อให้รองรับกับการพัฒนาสินค้าอาหารของไทยในอนาคต จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงกลไกในการตรวจสอบและรับรองมาตรฐาน โดยต้องมีการกระจายภาระงานในการตรวจสอบสินค้าอาหารไปยังหน่วยงานอื่นที่มีความสามารถในการสนับสนุนการดำเนินงานดังกล่าว โดยเป็นได้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเอกชน

ดังนั้น เพื่อวัดระดับความสำเร็จในการพัฒนาการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าอาหาร จึงพิจารณาจากจำนวนหน่วยงานสนับสนุนที่ทำหน้าที่ตรวจสอบหรือรับรองมาตรฐาน นอกเหนือไปจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

2) จำนวนประเทศคู่ค้าที่ให้การยอมรับมาตรฐานสินค้าอาหารของไทย

เพื่อพิจารณาถึงระดับความสำเร็จในการผลักดันมาตรฐานของสินค้าอาหารของไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จำเป็นต้องมีการพิจารณาถึงจำนวนประเทศคู่ค้าที่ให้การยอมรับและเชื่อมั่นในมาตรฐานสินค้าอาหารของไทย โดยวัดจากจำนวนประเทศที่อนุญาตให้นำเข้าและจำหน่ายสินค้าอาหารจากประเทศไทยได้โดยไม่จำเป็นต้องมีการตรวจสอบเพิ่มเติม

2.4.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน

กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 นี้ กล่าวถึงการพัฒนามาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทย การพัฒนาระบบและกลไกในการรับรองมาตรฐาน ตลอดจนการทบทวนกฎระเบียบและมาตรการจูงใจ

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์นี้ พัฒนามาตรฐานและกฎระเบียบให้รองรับต่อการพัฒนาอาหารในอนาคต มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนา ส่งเสริม และควบคุมมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้อาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทย เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 4.1 มีเป้าหมายในการทำให้อาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทยมีมาตรฐานรองรับที่ถูกต้องตามกฎหมาย และเป็นที่ยอมรับในระดับโลก ซึ่งการที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมีการดำเนินการทั้งหมด 3 ขั้นตอน คือ

- 1) การพัฒนามาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูง เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ (Functional Food) และอาหารใหม่ (Novel Food) ของประเทศไทย ซึ่งสามารถทำได้ด้วยการทบทวนกรณีศึกษาจากประเทศอื่น ๆ ที่มีการส่งเสริมอาหารมูลค่าเพิ่มสูงมาก่อนแล้ว เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศไทย
- 2) การส่งเสริมมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทยที่ได้กำหนดไว้ โดยเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในระดับ ประเทศ ทุกฝ่ายเข้าใจในมาตรฐานดังกล่าวทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค
- 3) การควบคุมและกำกับดูแลผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงในไทยให้เป็นไปตามมาตรฐาน

ทั้งนี้ เพื่อให้มาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทย เป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้อย่างแท้จริงแล้ว การควบคุมและกำกับดูแลอาหารมูลค่าเพิ่มสูงนั้นจะต้องมีการดำเนินงานที่ทั่วถึง เข้มงวด และต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงทุกชนิดได้รับการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่ดูแล ในขณะที่การดำเนินการควบคุมก็ต้องเป็นไปอย่างเข้มงวด โปร่งใส และยังต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองไปแล้วอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการละเว้นการรักษาระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารของตน

กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาระบบและกลไกในการรับรองมาตรฐาน ให้ทันสมัยและเท่าทันการเปลี่ยนแปลง

กลยุทธ์ที่ 4.2 เป็นการพัฒนาระบบและกลไกที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าอาหาร โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ระบบการตรวจสอบมาตรฐานอาหารของไทยมีความรวดเร็ว สะดวกสบาย และมีค่าใช้จ่ายในระดับที่ SME เข้าถึงได้

โดยเป็นการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน อาทิ การขาดแคลนบุคลากรผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานอาหาร การตรวจสอบอาหารที่มีส่วนประกอบคล้ายคลึงกันซ้ำซ้อน และการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อาทิ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหารแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง การจัดทำแนวทางการตรวจสอบมาตรฐานอาหารใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานตรวจสอบมาตรฐานหรือคุณภาพอาหารที่ไม่ใช่ภาครัฐ เพื่อจัดทำข้อตกลงร่วมกันในการมอบสิทธิประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมขั้นสูงในการผลิต

กลยุทธ์ที่ 4.3 ทบทวนกฎระเบียบและมาตรการจูงใจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหาร

นอกจากการพัฒนามาตรฐานและกลไกในการตรวจสอบมาตรฐานแล้ว การทบทวนกฎระเบียบและมาตรการจูงใจที่มีอยู่ เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการส่งเสริม ในปัจจุบัน หน่วยงานภาครัฐมีการดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอาหารทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ SME สามารถเข้ารับการสนับสนุนได้เพียงบางโครงการเท่านั้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดย่อมยิ่งประสบปัญหาในการเข้าถึงความช่วยเหลือในส่วนนี้

การดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์นี้ เป็นการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ประกอบการ SME เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงระเบียบหรือเงื่อนไข หรือรวมถึงมาตรการจูงใจที่มีอยู่ ให้ตอบโจทย์ความต้องการและมีความเหมาะสมกับบริบทและข้อจำกัดของผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การลดหรือยกเว้นภาษีบางประการ สำหรับธุรกิจที่ผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค และสามารถยกระดับคุณภาพของอาหารในภาพรวมให้สูงขึ้นได้ในอนาคต

2.4.3 ตัวอย่างโครงการสำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา 3 กลยุทธ์นั้น มีแนวทางการดำเนินงานที่เป็นตัวอย่างโครงการสำคัญจำนวน 3 โครงการ ดังนี้

1) โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศไทย

รายละเอียดเบื้องต้น: ศึกษาแนวทางการปฏิบัติในการพัฒนาและควบคุมมาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงในต่างประเทศ เพื่อออกแบบและจัดทำร่างมาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง ที่มีความเหมาะสมกับบริบทของผู้ประกอบการอาหารในประเทศไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สถาบันอาหาร
สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

2) โครงการพัฒนาผู้ตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าอาหารรุ่นใหม่

- รายละเอียดเบื้องต้น:** ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาและสถาบันการศึกษาระดับสูง ในการส่งเสริมให้ผู้ศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบมาตรฐานหรือคุณภาพของสินค้าอาหาร เข้าร่วมการอบรมฝึกฝน และทำการสอบใบอนุญาตตรวจสอบมาตรฐานหรือคุณภาพของสินค้าอาหาร เพื่อเพิ่มจำนวนบุคลากรในสายงานดังกล่าว
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:** กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สถาบันอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

3) โครงการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร

- รายละเอียดเบื้องต้น:** ทำการศึกษาถึงนิยามของอาหารที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ และขึ้นทะเบียนอาหารที่เข้าเกณฑ์ดังกล่าว เพื่อมอบสิทธิประโยชน์ทางภาษี เพื่อช่วยเหลือให้ผู้ประกอบการอาหารมูลค่าเพิ่มสูงสามารถแข่งขันด้านราคาได้ในตลาดที่ใหญ่ขึ้น
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง:** สสว. สถาบันอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงการคลัง กรมสรรพากร

2.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 มีแนวคิดหลักเพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในภาพรวม หรือการสร้างระบบนิเวศที่ดีและเอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมอาหารไทยในระยะยาว เนื่องด้วยการที่จะบรรลุเป้าหมายสูงสุดของยุทธศาสตร์ส่งเสริม SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ให้มีการผลิตสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวิจัยและพัฒนา ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่สูงมากสำหรับ SME และยังต้องใช้เวลาในการดำเนินการนาน หากขาดปัจจัยสนับสนุนที่อยู่ในรูปแบบของโครงสร้างพื้นฐานแล้ว การยกระดับผลิตภัณฑ์และธุรกิจของ SME จะมีความยากลำบากเป็นอย่างยิ่ง

2.5.1 ตัวชี้วัด

จากแนวคิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย มีการกำหนดตัวชี้วัดการดำเนินงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) จำนวน Co-working Lab ของภาครัฐและเอกชนที่เปิดให้ให้บริการ

ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทยนั้น สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการเพิ่มจำนวน Co-working Lab ทั้งของภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะเป็นสถานที่ที่เปิดโอกาสให้ SME สามารถพบปะ หรือเกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ หรือในบาง Lab อาจรวมถึงการพัฒนาด้านการเข้าถึงการวิจัยและพัฒนาด้านอาหาร เพื่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนาสินค้าอาหารได้สะดวกมากขึ้น และยังส่งผลให้ค่าใช้จ่าย ในการทำวิจัยและพัฒนาในภาพรวมลดลงอีกด้วย

ดังนั้น เพื่อวัดระดับความสำเร็จในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จึงพิจารณาจากจำนวนของศูนย์วิจัยและพัฒนาสินค้าอาหาร หรือ Co-working Lab ด้านอาหาร แยกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งภาครัฐและฝั่งภาคเอกชน เพื่อให้เห็นถึงรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน

2) ต้นทุนเฉลี่ย ด้านโลจิสติกส์ของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

การพิจารณาต้นทุนเฉลี่ย ด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ SME ถือเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอาหารได้โดยตรง โดยสะท้อนความมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ วางแผน ให้เกิดการสูญเสียของผลผลิตน้อยที่สุด และส่งผลให้ต้นทุนด้านโลจิสติกส์ของ SME ในอุตสาหกรรมอาหารลดลง และการคิดต้นทุนเฉลี่ยต่อจำนวน SME ในอุตสาหกรรม ก็เพื่อป้องกันการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผิดพลาดอันมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

2.5.2 กลยุทธ์การดำเนินงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 นี้ กล่าวถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านต่าง ๆ ประกอบด้วยการพัฒนาความเชื่อมโยงเพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมอาหาร การพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย และการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME

โดยกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์นี้ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาระบบนิเวศของอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่ต่าง ๆ

SME ประเภทหนึ่งที่มีอยู่อย่างกระจุกกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศนั้น คือ SME ที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหาร เนื่องจากสามารถใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ แปรรูปเป็นอาหารได้อย่างหลากหลาย แต่สำหรับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงนั้น ต้องอาศัยกระบวนการในการแปรรูปที่ยาก และซับซ้อนขึ้นกว่าการแปรรูปเป็นอาหารทั่วไป แม้ยังสามารถใช้วัตถุดิบตั้งต้นที่เป็นวัตถุดิบจากการเกษตรในการนำมาแปรรูปได้ แต่ยังคงมีปัญหาหรือขาดปัจจัยสนับสนุนในการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงในบางพื้นที่ เช่น ขาดหน่วยงานบ่มเพาะผู้ประกอบการอาหาร ศูนย์ให้คำปรึกษาผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

จึงเป็นที่มาของกลยุทธ์นี้ในการพัฒนาระบบนิเวศของอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เกิดการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรในอุตสาหกรรมอาหารในพื้นที่ ไม่ว่าจะจะเป็นบุคลากรด้านการวิจัย เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้นซึ่งปัจจัยที่จะเอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันนั้น ต้องอาศัย platform ในการพบปะกัน ยกตัวอย่างเช่น Co-working Lab ทางด้านอาหารที่เป็นสถานที่พบปะ และจัดกิจกรรมทางด้านอาหารเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือจุดประกายความคิดทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการอาหาร หรือในบาง Lab สามารถจัดตั้งเป็นศูนย์วิจัยด้านอาหารขนาดย่อม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงการบริหารจัดการด้านการวิจัยและพัฒนา หรือการเข้าถึงเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ด้านการวิจัยและพัฒนาได้มากขึ้นอีกด้วย

นอกจากปัจจัยด้าน platform แล้วนั้น การพัฒนาระบบการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่เอื้อให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน หรือสามารถสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่ไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร หรือภาคธุรกิจ ให้เกิดการทำงานร่วมกัน หรือเกิดกิจกรรมใหม่ ๆ ก็สามารถสร้างระบบ

นิเวศของการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะเป็นปัจจัยสนับสนุนการดำเนินการพัฒนาตามยุทธศาสตร์อื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้

กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาระบบโลจิสติกส์และการขนส่งผลิตภัณฑ์อาหาร

ระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมอาหาร เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์อาหารไปถึงผู้บริโภคโดยคงความสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ที่สำคัญ ต้องมีความรวดเร็วโดยที่สินค้าไม่เสียหาย และมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

โดยการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์นี้ มุ่งเน้นทั้งการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิ การพัฒนาจุดพักและกระจายสินค้าอาหาร และรวมไปถึงการพัฒนาระบบขนส่งและโลจิสติกส์รูปแบบใหม่ที่รองรับกับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมอาหาร อาทิ การพัฒนาระบบขนส่งสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ โดยเฉพาะ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีจากผลิตภัณฑ์อาหารชนิดอื่น หรือการขนส่งอาหารที่ต้องควบคุมอุณหภูมิเฉพาะ

กลยุทธ์ที่ 5.3 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME ทั้งจากธนาคารและจากช่องทางอื่น

แหล่งเงินทุน ถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดสำหรับ SME โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม ที่ยังขาดความมั่นคงทางธุรกิจและเสถียรภาพทางการเงิน ส่งผลให้แหล่งเงินทุนหลักอย่างสถาบันทางการเงินมองว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงสูง และไม่อนุมัติเงินกู้ให้ หรืออาจอนุมัติให้ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าปกติ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายธุรกิจและเติบโตได้

โดยการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์นี้ มุ่งเน้นการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะแหล่งเงินทุนดั้งเดิมที่มีอยู่แล้ว อาทิ การพัฒนาความร่วมมือกับสถาบันทางการเงินและธนาคารพาณิชย์ และการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทางเลือกที่ยังไม่มีหรือมีอยู่น้อย อาทิ การจัดตั้งกองทุนนวัตกรรมอาหาร (Food Innovation Venture Capital Funds) รวมไปถึงการสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีแนวคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับนวัตกรรมอาหาร เช่น การพัฒนาระบบการประเมินมูลค่าสิทธิบัตรและทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องไปสู่การผลักดันให้สถาบันทางการเงินยอมรับการใช้สิทธิบัตรหรือทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ในการค้ำประกัน

2.5.3 ตัวอย่างโครงการสำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา 3 กลยุทธ์นั้น มีแนวทางการดำเนินงานที่เป็นตัวอย่างโครงการสำคัญจำนวน 4 โครงการ ดังนี้

1) โครงการสนับสนุนการจัดตั้ง Co-working Lab ด้านอาหาร

รายละเอียดเบื้องต้น: จัดหาพื้นที่ หรือสนับสนุนให้ภาคเอกชนจัดตั้ง Co-workink Lab ด้านอาหาร เพื่อเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบปะระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่สนใจ เพื่อจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารที่น่าสนใจในแต่ละพื้นที่ เช่น Workshop สอนการทำอาหาร พื้นที่เมืองในรูปแบบใหม่ ผ่านการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในการผลิต เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. กระทรวงอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมจังหวัด สถาบันอาหาร

2) โครงการพัฒนากลไกการส่งต่อข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐเพื่อสนับสนุน SME กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร

รายละเอียดเบื้องต้น: ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อศึกษาแนวทางการส่งต่อข้อมูลของ SME ที่เข้ารับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ให้ได้รับความช่วยเหลือที่ต่อเนื่อง ไม่ขาดตอน และมีความเหมาะสมกับ Business Cycle ของ SME แต่ละราย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม สถาบันอาหาร สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงพาณิชย์

3) โครงการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าเกษตรและอาหารของ SME

รายละเอียดเบื้องต้น: ร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ ในรูปแบบของพันธมิตร การดำเนินงาน เพื่อจัดสรรพื้นที่บางส่วนภายในจุดพักและกระจายสินค้าที่มีอยู่ ให้กับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร พร้อมทั้งมอบสิทธิประโยชน์ในรูปแบบของส่วนลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งแก่ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สสว. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

4) โครงการจัดตั้งกองทุนนวัตกรรมอาหาร (Food Innovation Venture Capital Funds)

รายละเอียดเบื้องต้น: ศึกษาแนวทางการจัดทำกองทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอาหาร เพื่อสร้างแหล่งเงินทุนรูปแบบใหม่สำหรับผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยและธุรกิจ Startup ที่มีความเสี่ยงสูง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง: สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันอาหาร สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สสว.

2.6 แผนปฏิบัติการเพื่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ตามแนวทางของ 5 ยุทธศาสตร์นั้น จึงได้กำหนดแผนการดำเนินงานโครงการสำคัญ ในช่วงระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2563 – 2567) ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แผนปฏิบัติการ ตัวชี้วัด และช่วงการดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการสำคัญ	ช่วงการดำเนินการ		
				ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยกระดับ กระบวนการ เพิ่มมูลค่า สินค้าอาหาร	1.1) จำนวนงานวิจัย ที่มีการต่อยอดไปสู่ ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือเครื่องดื่ม หรือมูลค่าเพิ่มสุทธิ (Gross Value Added) ของ SME ในอุตสาหกรรม อาหาร	1.1) สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงองค์ความรู้ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารมูลค่าเพิ่มสูง	1) โครงการรวบรวม/ส่งต่อ/แลกเปลี่ยน เครื่องจักรและอุปกรณ์ในการวิจัยและ พัฒนาระหว่างผู้ประกอบการ		▶	
		1.2) ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น อย่างสร้างสรรค์ ให้สามารถ แสดงออกได้ถึงวัฒนธรรมของพื้นที่ ควบคู่กับการพัฒนาให้มีมาตรฐาน	2) โครงการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ GI สู่ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น		▶	
		1.3) เสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่าง ภาคอุตสาหกรรม ภาคการศึกษา และภาครัฐ	3) โครงการจัดทำฐานข้อมูลนักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและ นวัตกรรมส่วนกลาง	▶		

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการสำคัญ	ช่วงการดำเนินการ		
				ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ อาหาร	2.1) อายุเฉลี่ยของ SME ในอุตสาหกรรม อาหาร 2.2) ผลกำไรเฉลี่ยต่อ รายของ SME ใน อุตสาหกรรมอาหาร	2.1) ส่งเสริมศักยภาพและทักษะขั้น พื้นฐานของ SME ให้มีความเข้มแข็ง 2.2) พัฒนา SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ให้มีความสามารถทางการแข่งขัน 2.3) ต่อยอดแพลตฟอร์มการเรียนรู้ รูปแบบใหม่สำหรับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร	1) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยผู้ประกอบการเพื่อผู้ประกอบการ	▶		
			2) โครงการจัดประกวดแข่งขันเพื่อค้นหา ผู้ประกอบการอาหารที่มีศักยภาพ		▶	
			3) โครงการเชื่อมโยงระบบแพลตฟอร์ม การเรียนรู้ออนไลน์สำหรับ ผู้ประกอบการ	▶		
ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างการรับรู้ ของผู้บริโภคและ พัฒนาช่องทาง การตลาด	3.1) ระดับความเข้าใจ เกี่ยวกับการบริโภค อาหารที่ดีของผู้ บริโภค 3.2) การขยายตัวของ ยอดขายของ SME ในอุตสาหกรรม อาหาร	3.1) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและ ความตระหนักรู้ของผู้บริโภค 3.2) ส่งเสริมช่องทางการตลาดสำหรับ ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง	1) โครงการพัฒนาระบบนิเวศภายใน สถานศึกษา เพื่อการเรียนรู้เรื่อง โภชนาการที่ดีของเยาวชน	▶		
			2) โครงการความร่วมมือ เพื่อจัดตั้งพื้นที่ นำเสนอสินค้าของผู้ประกอบการ SME		▶	

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการสำคัญ	ช่วงการดำเนินการ		
				ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนามาตรฐาน และกฎระเบียบ ให้รองรับการ พัฒนาอาหารใน อนาคต	4.1) จำนวนหน่วยงาน สนับสนุนที่ทำหน้า - ที่ตรวจสอบ หรือ รับรองมาตรฐาน สินค้าอาหาร 4.2) จำนวนประเทศ คู่ค้าที่ให้การยอมรับ มาตรฐานสินค้า อาหารของไทย	4.1) พัฒนา ส่งเสริม และควบคุม มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้อาหาร มูลค่าเพิ่มสูงของไทย เป็นที่ยอมรับ ในระดับสากล 4.2) พัฒนาระบบและกลไกในการรับรอง มาตรฐาน ให้ทันสมัยและเท่าทัน การเปลี่ยนแปลง 4.3) ทบทวนกฎระเบียบและมาตรการ จูงใจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหาร	1) โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนา มาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง ของประเทศไทย	▶		
			2) โครงการพัฒนาผู้ตรวจสอบมาตรฐาน ความปลอดภัยสินค้าอาหารรุ่นใหม่	▶		
			3) โครงการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ		▶	

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการสำคัญ	ช่วงการดำเนินการ		
				ระยะสั้น (1-2 ปี)	ระยะกลาง (2-3 ปี)	ระยะยาว (4-5 ปี)
ยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานที่จำเป็น ต่อการส่งเสริม อุตสาหกรรม อาหารไทย	5.1) จำนวน Co-working Lab ของภาครัฐและ เอกชนที่เปิดให้ใช้ บริการ 5.2) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้าน โลจิสติกส์ของ SME ในอุตสาหกรรม อาหาร	5.1) พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม อาหารในพื้นที่ต่าง ๆ 5.2) พัฒนาระบบโลจิสติกส์และ การขนส่งผลิตภัณฑ์อาหาร 5.3) ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SME ทั้งจากธนาคารและจาก ช่องทางอื่น	1) โครงการสนับสนุนการจัดตั้ง Co-working Lab ด้านอาหาร			
			2) โครงการพัฒนากลไกการส่งต่อข้อมูล ระหว่างหน่วยงานภาครัฐเพื่อ สนับสนุน SME กลุ่มอุตสาหกรรม อาหาร			
			3) โครงการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาศูนย์ จัดเก็บและกระจายสินค้าเกษตรและ อาหารของ SME			
			4) โครงการจัดตั้งกองทุนนวัตกรรม อาหาร (Food Innovation Venture Capital Funds)			

ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

แนวทางการดำเนินงานของแผนปฏิบัติการการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารนั้น ในช่วง 1-2 ปีแรก ประกอบด้วยโครงการภายใต้ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ โดยการดำเนินโครงการ 2 รูปแบบ คือ โครงการระยะสั้น และโครงการระยะยาว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงการระยะสั้น มีทั้งหมด 2 โครงการ คือ

- 1) โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยผู้ประกอบการเพื่อผู้ประกอบการ
- 2) โครงการพัฒนาระบบนิเวศภายในสถานศึกษา เพื่อการเรียนรู้เรื่องโภชนาการที่ดีของเยาวชน

ซึ่งเป็นโครงการที่สามารถเริ่มดำเนินการได้ทันที และใช้ระยะเวลาในการดำเนินโครงการจนแล้วเสร็จไม่นาน สามารถเห็นผลผลิตของโครงการได้ภายในระยะ 2 ปีแรกของการดำเนินแผนปฏิบัติการ จึงควรริบดำเนินการตั้งแต่ปีแรก เพื่อให้เกิดความพร้อมทั้งในด้านของศักยภาพ SME และความเข้าใจของผู้บริโภค

โครงการระยะยาว มีทั้งหมด 10 โครงการ คือ

- 1) โครงการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ GI สู้ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น
- 2) โครงการจัดทำฐานข้อมูลนักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมส่วนกลาง
- 3) โครงการเชื่อมโยงระบบแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการ
- 4) โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนามาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศไทย
- 5) โครงการพัฒนาผู้ตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าอาหารรุ่นใหม่
- 6) โครงการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ
- 7) โครงการสนับสนุนการจัดตั้ง Co-working Lab ด้านอาหาร
- 8) โครงการพัฒนากลไกการส่งต่อข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสนับสนุน SME กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร
- 9) โครงการความร่วมมือ เพื่อพัฒนาศูนย์จัดเก็บและกระจายสินค้าเกษตรและอาหารของ SME
- 10) โครงการจัดตั้งกองทุนนวัตกรรมอาหาร (Food Innovation Venture Capital Funds)

ซึ่งโครงการระยะยาวเหล่านี้ ล้วนเกี่ยวข้องกับระบบหรือกลไกที่จำเป็นต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในระยะยาว โดยเฉพาะโครงการที่ 7-10 ซึ่งอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทย เนื่องจากการดำเนินโครงการเหล่านี้ ต้องใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน จึงจำเป็นต้องเริ่มต้นการดำเนินงานตั้งแต่ระยะแรกเช่นเดียวกัน

ในการดำเนินงานช่วงปีที่ 2-3 ของแผน เป็นช่วงการพัฒนาต่อยอด SME ในอุตสาหกรรมอาหาร หลังจากที่ได้รับส่งเสริมทักษะขั้นพื้นฐานจากโครงการในช่วงแรก โดยโครงการหลักในส่วนนี้คือ โครงการจัดประกวดแข่งขันเพื่อค้นหาผู้ประกอบการอาหารที่มีศักยภาพ เพื่อผลักดันให้ SME พัฒนาทักษะและความสามารถของตน โดยเฉพาะทักษะที่ส่งเสริมให้มีศักยภาพทางการแข่งขันมากขึ้น รวมไปถึงการเริ่มดำเนินโครงการที่ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์อาหารของ SME เช่น โครงการรวบรวม/ส่งต่อ/แลกเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์ในการวิจัยและพัฒนาระหว่างผู้ประกอบการ และ โครงการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ GI สู้ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น

พร้อมกันนี้ ยังเป็นช่วงที่ต้องเริ่มโครงการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของ SME กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารด้วย คือ โครงการความร่วมมือ เพื่อจัดตั้งพื้นที่นำเสนอสินค้าของผู้ประกอบการ SME และ โครงการให้สิทธิประโยชน์ทาง

ภาษีสำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ เพื่อเป็นการช่วยเหลือ SME กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่กำลังเติบโต ให้สามารถดำเนินกิจการได้ อย่างราบรื่นและมั่นคง

ทั้งนี้ ภาครัฐควรเริ่มทำการประเมินผลโครงการที่สิ้นสุดลงไปแล้วในการดำเนินงานระยะกลางนี้ เพื่อให้ได้รับ ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ที่สามารถนำไปวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการ เพื่อ เป็นแนวทางการดำเนินโครงการในช่วงสุดท้ายของแผน

อย่างไรก็ดี การดำเนินการโครงการสำคัญที่กล่าวทั้งหมดข้างต้น ควรให้ความสำคัญกับโครงการศึกษาแนว ทางการพัฒนามาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศไทย และโครงการพัฒนาผู้ตรวจสอบมาตรฐาน ความปลอดภัยสินค้าอาหารรุ่นใหม่ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีความสามารถและองค์ความรู้เพียงพอต่อ การพัฒนาสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง สามารถผลักดันสินค้าของตนเข้าสู่ท้องตลาดได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมี มาตรฐานที่ชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดการสูญเสียโอกาสทางธุรกิจอันมีสาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของ อุตสาหกรรมอาหาร และสามารถเติบโตไปเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้อย่างเข้มแข็ง และเป็นแบบอย่าง ที่ดีให้กับ SME รายอื่น ๆ ต่อไป

2.7 สรุปมาตรการสำคัญของการพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

เพื่อให้การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมอาหาร บรรลุได้ตามเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ คือ 1) เพิ่มมูลค่าของอุตสาหกรรมอาหารไทยให้สูงขึ้น 2) เพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง ของไทย และ 3) สร้างระบบนิเวศของอุตสาหกรรมอาหารที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดในอนาคต จึงต้องมีมาตรการ สำคัญที่ควรเร่งดำเนินการ โดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาที่เผชิญในปัจจุบันควบคู่ไปกับการวางพื้นฐานเพื่อรองรับ การพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมอาหารต่อไปในอนาคต ซึ่งมาตรการสำคัญที่ควรดำเนินงานอย่างเร่งด่วนใน ช่วง 1-2 ปีแรกนี้ ประกอบไปด้วย 4 มาตรการหลัก คือ

- 1) มาตรการ TEAM: เชื่อมโยง SME และนักวิจัยเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง
- 2) มาตรการ TECH: สร้างกลไกในการส่งต่อเครื่องจักร ระหว่างสถานประกอบการรายใหญ่และ SME
- 3) มาตรการ TRADE: พัฒนาช่องทางทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร
- 4) มาตรการ TEST: ปรับปรุงกลไกการตรวจสอบมาตรฐาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของ SME

โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ SME ผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มโดยทั่วไปอยู่แล้ว รวมถึงผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Startup) โดยพัฒนาให้ทั้งสองกลุ่ม เป็น SME ที่ผลิตอาหารมูลค่าเพิ่มสูง ไม่ว่าจะเป็น อาหารอินทรีย์ อาหารและ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ อาหารทางการแพทย์ อาหารที่ผลิตขึ้นใหม่ทางนวัตกรรม หรืออาหารวัฒนธรรม โดยมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 23 มาตรการส่งเสริม SME กลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรมอาหาร



ที่มา: การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

1) **TEAM:** เชื่อมโยง SME และนักวิจัยเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูง

มาตรการ TEAM นี้ มีจุดประสงค์เพื่อเชื่อมโยงผู้ที่อยู่ในภาคธุรกิจเข้ากับผู้ที่อยู่ในภาคการวิจัย เพื่อแก้ไขปัญหาทางานวิจัยไม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการ คือ ไม่สามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้ หรือทำได้ยาก ซึ่งการเชื่อมโยง SME และนักวิจัยเข้าด้วยกันในรูปแบบของทีมนักพัฒนาสินค้าอาหาร จะส่งผลให้ทั้ง 2 ฝ่าย มีเป้าหมายในการทำงานเป็นหนึ่งเดียวกัน นักวิจัยเข้าใจในแนวคิดของ SME ว่าต้องการสินค้าแบบใด SME ก็เข้าใจในรายละเอียดของงานวิจัย ว่าสามารถนำไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร ซึ่งการที่ทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจในมุมมองของอีกฝ่ายมากขึ้น ส่งผลให้กระบวนการพัฒนาสินค้าด้วยการวิจัยและพัฒนาเป็นไปได้ง่ายขึ้นและเร็วขึ้น

การดำเนินงานภายใต้มาตรการ TEAM นี้ ให้ความสำคัญกับการ **เชื่อมโยง SME และนักวิจัยและสนับสนุนการทำวิจัย และพัฒนา** เพื่อทำให้ SME ในอุตสาหกรรมอาหารสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าอาหารด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้โดยง่าย โดยประกอบด้วยการทำงานดังต่อไปนี้

- ปรับปรุงระบบคลังข้อมูลนักวิจัยไทยที่มีอยู่ ให้สามารถใช้งานได้อย่างสะดวกรวดเร็ว รวมถึงทำการรวบรวมข้อมูลงานวิจัยและนักวิจัยจากแหล่งอื่นเพื่อให้ความครบถ้วนสมบูรณ์มากขึ้น
- พัฒนา Thailand Research Database Mobile Application เพื่อให้เข้ากับ Digital Lifestyle ของผู้ประกอบการยุคใหม่ และสอดคล้องกับกรอบแนวคิด Thailand 4.0
- **การสนับสนุนด้านการเงิน เช่นระบบคูปองเงินสด**สำหรับการทำ Lab Test ในห้องวิจัยทั้งของภาครัฐและเอกชน แก่ทีมนักพัฒนา สินค้าอาหาร (SME และนักวิจัยที่จับคู่กันเรียบร้อยแล้ว และมีแนวคิดในการพัฒนาสินค้าที่ชัดเจน)

มาตรการ TEAM นี้ มุ่งหวังให้เกิดงานวิจัยที่สามารถนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้มากขึ้น SME สามารถเข้าทำงานวิจัยและบุคลากรทางการวิจัยได้ง่ายขึ้น และเกิดผลสัมฤทธิ์ของมาตรการเป็นจำนวนสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้น และขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมอาหารไทยมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

2) TECH: สร้างกลไกในการส่งต่อเครื่องจักร ระหว่างสถานประกอบการรายใหญ่และ SME

ในส่วนของมาตรการ TECH มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนให้ SME ในอุตสาหกรรมอาหารสามารถเข้าถึงปัจจัยพื้นฐานของการพัฒนาสินค้าอาหาร นั่นคือเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่าง ๆ ปรับลดช่องว่างของระดับเทคโนโลยีระหว่างผู้ประกอบการขนาดใหญ่และ SME ด้วยการสร้างกลไกในการส่งต่อเครื่องจักรหรืออุปกรณ์จากผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ไปสู่ SME ที่มีความต้องการใช้งานเครื่องจักรหรืออุปกรณ์เพื่อทดลองผลิตสินค้าตัวอย่าง หรือเพื่อทำการวิจัยและพัฒนา และยังรวมถึงการส่งต่อองค์ความรู้ในการใช้งานเทคโนโลยีจากผู้ที่มีประสบการณ์ ไปสู่ SME ที่ยังขาดความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีอีกด้วย

การดำเนินงานภายใต้มาตรการ TECH นี้ ให้ความสำคัญกับการ **สร้างการเข้าถึงเทคโนโลยี และ ความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรม** เพื่อที่ SME ในอุตสาหกรรมอาหารจะสามารถยกระดับการใช้เทคโนโลยีภายในธุรกิจ และนำไปสู่การพัฒนาสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงได้ในที่สุด โดยประกอบด้วยการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- รวบรวมรายชื่อ และสำรวจข้อมูลศักยภาพด้านเทคโนโลยีของ SME เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ในการผลิต ภายใต้ความรับผิดชอบของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละพื้นที่ เช่น อุตสาหกรรมจังหวัด สสว.
- จับคู่ SME และผู้ประกอบการตามประเภทของเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่ได้ลงทะเบียนไว้ โดยผู้มอบมีหน้าที่ในการถ่ายทอดวิธีการใช้งานเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ดังกล่าวด้วย
- มอบสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีแบบพิเศษ แก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการส่งมอบเครื่องจักรหรืออุปกรณ์
- ในกรณีที่มีผู้ส่งมอบ แต่ยังไม่ SME ที่ต้องการเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ชนิดนั้น หน่วยงานภาครัฐ อาจนำเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ดังกล่าวไปเป็นเครื่องจักรส่วนกลางของสาธารณะ เพื่อให้ผู้ที่ต้องการทำการทดลองหรือพัฒนาสินค้า สามารถเข้ามาใช้งานเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ได้

มาตรการ TECH นี้ มุ่งหวังให้ระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจของ SME ในอุตสาหกรรมอาหารสูงขึ้น SME มีเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการพัฒนาสินค้าอาหาร หรือทดลองผลิตสินค้าตัวอย่าง รวมถึงมุ่งหวังให้ SME ในอุตสาหกรรมอาหารมีความสามารถในการใช้งานเครื่องจักรและอุปกรณ์มากขึ้น และสามารถใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเชี่ยวชาญ

3) TRADE: พัฒนาช่องทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

สืบเนื่องจากปัญหาหลักในการดำเนินธุรกิจของ SME คือ ไม่มีช่องทางในการวางจำหน่ายสินค้า มาตรการ TRADE จึงมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมโอกาสทางการค้าแก่ SME อาหารที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะ กลุ่มที่เป็น SME อาหารมูลค่าเพิ่มสูง ด้วยการสนับสนุนช่องทางการตลาดทั้ง ภายในประเทศและช่องทางการตลาดในระดับโลก

การดำเนินงานภายใต้มาตรการ TRADE นี้ ให้ความสำคัญกับการ **สร้างช่องทางการขายใหม่ และพัฒนา ช่องทางการขายเดิม** เพื่อสร้างโอกาสทางการค้าให้กับ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร และสามารถนำเสนอสินค้าของตนสู่ผู้บริโภคในตลาดที่กว้างมากขึ้น มาตรการ TRADE นี้ ประกอบไปด้วยการดำเนินงาน 2 ส่วน คือ

การส่งเสริมช่องทางการตลาดภายในประเทศ และการส่งเสริมช่องทางการตลาดในต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การดำเนินงานส่วนที่ 1: การส่งเสริมช่องทางการตลาดภายในประเทศ

- พัฒนาความร่วมมือกับสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า อาทิ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก ในรูปแบบของการทำ MOU เพื่อจัดสรรพื้นที่ในการวางจำหน่ายสินค้าอาหารของ SME โดยเฉพาะ โดยหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการใช้งานพื้นที่ดังกล่าว
- คัดเลือกสินค้าของ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อเข้ารับสิทธิ์ในการวางจำหน่ายในพื้นที่จัดแสดงสินค้าจากความร่วมมือในส่วนก่อนหน้า โดยมุ่งเน้นการสนับสนุนสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง หรือมีศักยภาพในการเป็นสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง อาทิ สินค้าอาหารที่มีการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในการพัฒนา และสินค้าอาหารวัฒนธรรม
- ติดตามและประเมินผลประสิทธิภาพของช่องทางการจำหน่ายที่เกิดจากความร่วมมือ โดยวัดจากยอดขายที่เกิดขึ้นในแต่ละช่องทาง และความคิดเห็นจาก SME ที่จัดแสดงสินค้า เพื่อปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพของช่องทางดังกล่าว

การดำเนินงานส่วนที่ 2: การส่งเสริมช่องทางการตลาดในต่างประเทศ

- สสำรวจแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคประเทศเป้าหมายในการส่งออก เพื่อศึกษาถึงกลุ่มสินค้าที่เป็นที่ต้องการของประเทศนั้น ๆ
- คัดเลือกสินค้าของ SME ในอุตสาหกรรมอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและมีศักยภาพในการส่งออก โดยคัดเลือกจากสินค้าที่ได้รับรางวัลจากการประกวดแข่งขันรายการต่าง ๆ และมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเป้าหมาย
- ร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ เพื่อนำ SME ผู้ผลิตสินค้าอาหารที่ได้รับคัดเลือก เข้าร่วมงานจัดแสดงสินค้าในประเทศเป้าหมาย โดยหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายตลอดทั้งโครงการ ทั้งค่าเดินทางและค่าเช่าพื้นที่

มาตรการ TRADE นี้ มุ่งหวังให้ SME ในอุตสาหกรรมอาหารมีช่องทางในการนำเสนอและจัดจำหน่ายสินค้าที่มากขึ้น รวมถึงลดภาระด้านค่าใช้จ่ายด้านช่องทางการตลาดลง เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจแก่ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจะส่งผลให้ผลประกอบการของ SME สูงขึ้นได้ในระยะถัดมา และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเข้มแข็งในระยะยาว

4) TEST: ปรับปรุงกลไกการตรวจสอบมาตรฐาน เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของ SME

มาตรการ TEST นี้ มีการดำเนินการ 2 ส่วน คือ การพัฒนามาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศไทย เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมต่อการพัฒนาสินค้าอาหารและเครื่องดื่มชนิดใหม่ในอนาคต และการพัฒนาผู้ตรวจสอบมาตรฐานอาหารรุ่นใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการตรวจสอบมาตรฐาน

การดำเนินงานส่วนที่ 1: การพัฒนามาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศไทย มุ่งเน้นการศึกษา การจัดทำมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของประเทศต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งมาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงสำหรับประเทศไทยโดยเฉพาะ รวมไปถึงการสร้างความเข้าใจในมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูง ทั้งแก่ผู้ประกอบการผลิตอาหารและผู้บริโภค ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตอาหารมูลค่าเพิ่มสูงนำสินค้าของตน เข้ารับการตรวจสอบเพื่อให้ได้รับการรับรอง ควบคุมและจัดการลงทะเบียนผู้ประกอบการผลิตอาหารมูลค่าเพิ่มสูงที่ไม่ผ่านการตรวจสอบ และตรวจสอบสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงในท้องตลาดอย่างเข้มงวด เพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นมาตรฐาน และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

การดำเนินงานในส่วนแรก ให้ความสำคัญกับการ **กำหนดกรอบมาตรฐาน สร้างความเข้าใจ ส่งเสริม ควบคุม และตรวจสอบ** เพื่อให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงได้โดยไม่มีอุปสรรคใด ๆ โดยประกอบด้วยประเด็นสำคัญในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- ศึกษาแนวทางการปฏิบัติ ในการพัฒนาและควบคุมมาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงในต่างประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ เพื่อออกแบบและจัดทำร่างมาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย
- เผยแพร่ข้อมูลและสร้างความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงของไทย แก่ทั้งผู้ประกอบการผลิตอาหารและผู้บริโภค
- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารมูลค่าเพิ่มสูงเข้ารับการตรวจสอบ และนำตราสัญลักษณ์การรับรองมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงไปไว้บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักรู้และความคุ้นชินแก่ผู้บริโภค
- กำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าที่ไม่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐาน
- จัดทำฐานข้อมูลสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงทั้งหมด เพื่อทำการตรวจสอบสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงในท้องตลาดอย่างให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานส่วนที่ 2: การพัฒนาผู้ตรวจสอบมาตรฐานอาหารรุ่นใหม่ โดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาขาดแคลนบุคลากรทางด้านตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงในหน่วยงานภาครัฐ อันเป็นสาเหตุหลักของการตรวจสอบมาตรฐานที่ล่าช้า และเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายของการเป็นอุตสาหกรรมอาหารมูลค่าเพิ่มสูง โดยมี ขั้นตอนการดำเนินงานในส่วนนี้จำนวน 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนแรก คือ **การยกระดับวิชาชีพของบุคลากร** ด้านการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพอาหารที่มีอยู่ให้ดีขึ้น **เพื่อสร้างแรงจูงใจ** ให้ผู้ที่มีความสามารถและมีศักยภาพในการทำหน้าที่ดังกล่าวผันตัวมาเข้าสู่ตลาดแรงงานด้านนี้ และขั้นตอนถัดมา คือ **การสนับสนุนการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มจำนวนแรงงาน** ที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพสินค้าอาหาร

ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการดำเนินงานในส่วนที่ 2 นี้ คือ การเพิ่มจำนวนบุคลากรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและรับรองสินค้าอาหาร ให้เพียงพอต่อจำนวนสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูงที่จะเพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมอาหารไทย เพื่อลดระยะเวลาที่ใช้ในการตรวจสอบไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยประกอบด้วยประเด็นสำคัญในการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- ยกระดับคุณภาพของวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพสินค้าอาหาร ทั้งด้านรายได้และความมั่นคง
 - ออกแบบแนวทางการสอบใบอนุญาตตรวจสอบมาตรฐานสินค้าอาหาร และใบอนุญาตตรวจสอบคุณค่าทางโภชนาการ
 - พัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานที่มีตำแหน่งงานรองรับ ไม่ว่าจะเป็น อัย. สถาบันอาหาร หรือ สถาบันโภชนาการ (มหาวิทยาลัยมหิดล) เพื่อจัดสรรตำแหน่งงานที่เหมาะสมแก่ผู้ที่ได้รับใบอนุญาตข้างต้น
- สนับสนุนการศึกษาในสาขาวิชา / หลักสูตร ที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบมาตรฐานสินค้าอาหาร โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มสถาบันอุดมศึกษาและสถาบันการอาชีวศึกษา เพื่อเพิ่มจำนวนแรงงานที่มีศักยภาพในการทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพอาหาร อาทิ โครงการพัฒนาผู้ตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยสินค้าอาหารรุ่นใหม่ (ยุทธศาสตร์ที่ 4 กลยุทธ์ที่ 4.2)

ผลจากการดำเนินงานภายใต้มาตรการนี้ มุ่งหวังให้อุตสาหกรรมอาหารไทยมีมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศ มีระบบการตรวจสอบที่รองรับอาหารชนิดใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน และมีเครื่องหมายการรับรองมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูง ที่เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศและยังมุ่งหวังให้อุตสาหกรรมอาหารไทย มีระบบการตรวจสอบมาตรฐานอาหารมูลค่าเพิ่มสูงที่มีประสิทธิภาพ ผู้ตรวจสอบมีความรอบรู้ เข้าใจในผลิตภัณฑ์อาหารและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง กระบวนการตรวจสอบทำได้รวดเร็ว แม่นยำ และไม่ใช่อุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ

จากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา SME ในอุตสาหกรรมอาหาร แผนปฏิบัติการ แนวคิดหลักของแผนยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัดการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนี้ เป็นแนวทางการสนับสนุนและยกระดับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ให้มีความมั่นคง แข็งแรง และเป็นหนึ่งในกลไกที่สามารถยกระดับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยไปสู่การเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็งทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ คือ นอกจากมีขนาดการผลิตและการส่งออกที่ใหญ่แล้ว ยังต้องมีมูลค่าเพิ่มในสินค้าที่สูงด้วย เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยสามารถเติบโตในระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน

บทที่ 3

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร

จากการวิเคราะห์การดำเนินงานและการนำเสนอแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร พบว่า นอกจากการดำเนินงานตามกรอบยุทธศาสตร์แล้ว ยังมีการดำเนินงานบางส่วนของหน่วยงานภาครัฐที่จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุง เพื่อให้การสนับสนุนผู้ประกอบการเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการมากที่สุด

โดยแนวทางการปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารนี้ ได้จัดทำเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายทั้งหมด 6 ประเด็น คือ

- 1) การกำหนดผู้รับผิดชอบในการผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างชัดเจน
- 2) การเชื่อมโยงความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ
- 3) การส่งเสริมนโยบายการดำเนินงานที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่
- 4) การจัดกลุ่มผู้ประกอบการตามลักษณะเฉพาะเพื่อปรับปรุงแนวทางการสนับสนุน
- 5) การปรับปรุงรูปแบบวิธีการประเมินและติดตามตัวชี้วัด
- 6) การสนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องและแม่นยำเพื่อการต่อยอดและใช้ประโยชน์

โดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

3.1 การกำหนดผู้รับผิดชอบในการผลักดันและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างชัดเจน

โครงการของแต่ละหน่วยงานภาครัฐมีภารกิจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการในประเด็นที่ทับซ้อนกัน เช่น การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งมีหน่วยงานที่ดำเนินโครงการดังกล่าวอยู่หลายหน่วยงาน อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ โดยในภาพรวมจะเห็นได้ว่าแต่ละหน่วยงานอาจมีบทบาทการดำเนินงานที่ใกล้เคียงหรือเหมือนกันบางส่วน ส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่เข้าใจและสับสนในการติดต่อประสานงานในแต่ละหน่วยงาน จึงทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ดังนั้น การมีหน่วยงานกลางซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการดูแลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอาหารของประเทศ จะมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนา ให้เกิดผู้ประกอบการอาหารที่มีประสิทธิภาพ และเกิดผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้นได้อีก โดยหน่วยงานดังกล่าว จะเป็นหน่วยงานที่สามารถกำหนดทิศทางการพัฒนาของอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงเป็นผู้ประสานงานความร่วมมือได้ทั้งภาครัฐ ภาคการวิจัย และภาคเอกชน โดยกำกับทิศทางการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- สามารถกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐ มีบทบาทการสนับสนุนเงินงบประมาณโครงการสนับสนุน SME ในขอบเขตการดำเนินงานที่ไม่ซ้ำซ้อนกัน แต่ควรเป็นลักษณะการเชื่อมโยงและสนับสนุนการทำงานระหว่างหน่วยงานมากยิ่งขึ้น

- ประสานกับหน่วยงานวิจัย ให้มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยการสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านการเผยแพร่องค์ความรู้และสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี และยังสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลนักวิจัยและผู้ประกอบการระหว่างหน่วยงาน เพื่อเพิ่มความเชื่อมโยงของภาคการวิจัยและภาคเอกชน
- รวมถึงสนับสนุนให้ภาคเอกชน มีการรวมตัวและร่วมมือกันในลักษณะกลุ่มผู้ประกอบการ หรือสมาคมมากขึ้น และประสานความต้องการมายังหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานกลางในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากนี้ หน่วยงานส่วนกลางที่รับผิดชอบการสนับสนุน SME ในภาพรวม อาจสร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงิน เพื่อให้การสนับสนุนบริการหาแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งหากแต่ละหน่วยงานมีความร่วมมือกันในการผลักดันนโยบายต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม ลดความซ้ำซ้อนของโครงการ พัฒนากิจกรรมหรือโครงการใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ พร้อมทั้งกระจายโอกาสให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง จะเป็นการสนับสนุนศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยได้อย่างเข้มแข็งต่อไป

3.2 การเชื่อมโยงความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

ในปัจจุบันประเทศไทยมีหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหลายหน่วยงาน ซึ่งแต่ละภาคส่วนมีภารกิจเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการในประเด็นที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานนั้น ๆ โดยแต่ละหน่วยงานมีการดำเนินโครงการที่สนับสนุนผู้ประกอบการตามขอบเขตภารกิจหลักที่รับผิดชอบ โดยขาดผู้ประสานงานหรือการพิจารณาแนวทางการสนับสนุนในภาพรวม

ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านสถาบันการศึกษา ตลอดจนการพัฒนาและดำเนินโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ หน่วยงานกลางในการสร้างความร่วมมือดังกล่าวควรมีมุมมองในการสนับสนุนผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตั้งแต่การสร้างแนวคิดใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไปจนถึงการตลาดให้ผู้ประกอบการ ผ่านการพิจารณาโครงการหรือแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ของหน่วยงานต่าง ๆ ในภาพรวม ประเมินช่องว่างในการดำเนินงาน พร้อมทั้งประสานขอความร่วมมือในการพัฒนาที่สอดคล้องและเชื่อมโยงกันในแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไปพร้อมกันทั้งองคาพยพ ทั้งนี้ เมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพที่เข้มแข็ง จะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาขึ้นต่อไป

3.3 การส่งเสริมนโยบายการดำเนินงานที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่

จากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศไทย โดยเฉพาะในพืชพันธุ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ส่งผลให้สินค้าการเกษตรในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยมีความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งเห็นได้จากสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (สินค้า GI) ประเภทข้าวและผักผลไม้ของไทย มีมากถึง 48 รายการ จากรายการสินค้า GI ทั้งหมด 75 รายการ (คิดเป็นร้อยละ 64)

โดยอุตสาหกรรมอาหารนั้น มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตรเป็นอย่างมาก เนื่องจากการผลิตสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม จำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบที่ล้วนเป็นผลผลิตจากภาคการเกษตรทั้งสิ้น กล่าวได้ว่าความ

หลากหลายทางชีวภาพของประเทศไทย ถือเป็นจุดเด่นที่เสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมอาหารเช่นกัน

ดังนั้น การส่งเสริมและสนับสนุน SME ในอุตสาหกรรมอาหาร ให้พัฒนาต่อยอดสินค้าอาหารจากสินค้าเกษตรที่มีมากหรือเป็นเอกลักษณ์ประจำพื้นที่ จึงเป็นนโยบายที่ควรผลักดันให้ครอบคลุมในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมกับการต่อยอดสินค้าเกษตรไปสู่ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม เช่น การตรวจสอบและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสารสำคัญในสินค้าเกษตรแต่ละชนิดในพื้นที่ เพื่อให้ SME ในอุตสาหกรรมอาหาร สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาสินค้าได้ต่อไป ซึ่งแนวความคิดการดำเนินงานดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ประกอบกับการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลาง เพื่อผลักดันนโยบายการดำเนินงานพัฒนาเชิงพื้นที่ไปในจังหวัด เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

3.4 การจัดกลุ่มผู้ประกอบการตามลักษณะเฉพาะเพื่อปรับปรุงแนวทางการสนับสนุน

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านของประเภทสินค้า ขนาดของธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ ศักยภาพของผู้ประกอบการ รวมไปถึงระดับของเทคโนโลยีที่ใช้งาน ส่งผลให้ SME แต่ละรายในอุตสาหกรรมอาหารมีความต้องการการสนับสนุนที่แตกต่างกัน ดังนั้น การดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารด้วยแผนยุทธศาสตร์ที่หวังผลในการส่งเสริมผู้ประกอบการทุกราย และมีการดำเนินงานแบบหว่านแห จึงได้ผลลัพธ์ที่ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่คาดหวัง

โดยภาครัฐควรทำการศึกษาเชิงลึกในกลุ่ม SME ในอุตสาหกรรมอาหารอย่างละเอียด เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะและประเด็นการสนับสนุนที่ SME แต่ละกลุ่มต้องการ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการออกแบบและปรับปรุงการสนับสนุนจากภาครัฐ ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งการจัดกลุ่ม SME ในอุตสาหกรรมอาหารสามารถทำได้หลายรูปแบบ อาทิ

- การแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เช่น วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ Startup
- การแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการตามประเภทสินค้า เช่น สินค้าอาหารแปรรูปชั้นกลาง สินค้าอาหารแปรรูปชั้นสูง และสินค้าอาหารมูลค่าเพิ่มสูง

ทั้งนี้ สิ่งสำคัญในการแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการจัดกลุ่มผู้ประกอบการตามรูปแบบการดำเนินธุรกิจ การจัดกลุ่มตามประเภทสินค้า หรือการจัดกลุ่มในรูปแบบอื่น ๆ จำเป็นต้องพิจารณาให้ครอบคลุมกับผู้ประกอบการอาหารทั้งหมด เพื่อให้นโยบายหรือการสนับสนุนผู้ประกอบการที่หน่วยงานภาครัฐจัดทำขึ้น มีความครอบคลุมและลดความเหลื่อมล้ำของผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มที่มีรายละเอียดความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งการปรับรูปแบบของนโยบายให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มนี้ สามารถส่งผลให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวมเกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากขึ้นด้วย

3.5 การปรับปรุงรูปแบบวิธีการประเมินและติดตามตัวชี้วัด

การวัดผลและประเมินประสิทธิภาพของโครงการหรือการดำเนินงานของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SME เดิมมีข้อจำกัด ใน 2 ประเด็นหลัก คือ

- ระยะเวลาที่ต้องดำเนินงานให้แล้วเสร็จตามปีงบประมาณ
- การมุ่งเน้นการประเมินผลลัพธ์ในเชิงปริมาณ เช่น จำนวนของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหรือใช้บริการจากสถาบันการศึกษา มากกว่าการประเมินคุณภาพ เช่น รายได้หรือประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจหลังจากจบโครงการ ซึ่งเป็นการประเมินที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการติดตาม ทำให้การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ผ่านสถาบันการศึกษายังไม่คล่องตัวและไม่สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME ได้อย่างทั่วถึงเท่าที่ควร

ทั้งนี้ ควรมีการทบทวนในเรื่องของตัวชี้วัด (KPI) ในประเด็นด้านของระยะเวลาการดำเนินโครงการ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ SME ที่สอดคล้องกับปัญหาและสถานการณ์ในการพัฒนาของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการ SME ในหลายกลุ่ม มีระดับของการพัฒนาไม่เท่ากัน อีกทั้งช่วงเวลาที่ใช้ในการพัฒนาธุรกิจอาจไม่สอดคล้องกับปีงบประมาณ หรือใช้เวลามากกว่า 1 ปี ซึ่งการดำเนินการจะต้องพิจารณาถึงประเด็นดังกล่าว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพแก่ผู้ประกอบการ SME ที่ต้องการรับการบ่มเพาะอย่างแท้จริง

3.6 การสนับสนุนการเปิดเผยข้อมูลที่ต้องการและแม่นยำเพื่อการต่อยอดและใช้ประโยชน์

ภาครัฐควรขับเคลื่อนนโยบายการเปิดเผยข้อมูล (Open data) รวมถึงชุดข้อมูล (Data Set) เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้พัฒนานวัตกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และชีวิตความเป็นอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของข้อมูลด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม อาทิ ข้อมูลงานวิจัยและข้อมูลผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ SME เข้าถึงองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

โดยการจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวควรมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อมีความเป็นปัจจุบันมากที่สุด พร้อมทั้งนี้ ยังต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปวิเคราะห์และตกผลึกเป็นแนวคิดในการพัฒนาสินค้าได้ต่อไป

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ส่วนใหญ่จะได้รับการคุ้มครองจากลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร ส่งผลให้มีข้อจำกัดในการเผยแพร่สู่สาธารณะและการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ จึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่ทำการเก็บรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว ในการเจรจาและตกลงกับผู้ครอบครองลิขสิทธิ์หรือสิทธิบัตร ถึงรายละเอียดของข้อมูลที่จะทำการจัดเก็บและเผยแพร่ ว่ายินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลอย่างน้อยเพียงใด

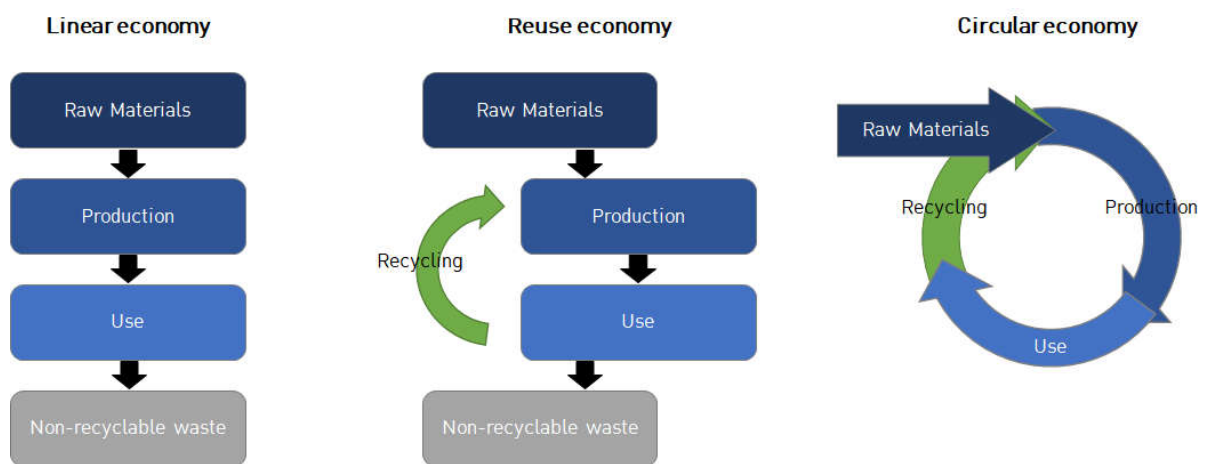
กล่าวโดยสรุป สำหรับการนำยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในอุตสาหกรรมอาหารไปสู่การปฏิบัติจริงนั้น จำเป็นต้องมีความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการขับเคลื่อนแผนและการดำเนินการ โดยมีเป้าหมายของการพัฒนาที่สอดคล้องและบูรณาการกันตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ รวมไปถึงการมองถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการบ่มเพาะและพัฒนาผู้ประกอบการผ่านการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐและภาคการวิจัย เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมและครอบคลุมในทุกมิติที่มีความจำเป็นได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ภาคผนวก

ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

ในอดีตการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ผ่านมาในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทยอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบ “Linear Economy” หรือ “แนวคิดเศรษฐกิจเส้นตรง” ซึ่งเน้นการเพิ่มกำไรภายในระบบเศรษฐกิจให้มากที่สุด โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ นำมาใช้เพื่อผลิตและส่งมอบให้ผู้บริโภค และเมื่อสิ้นอายุขัยก็จะถูกปล่อยทิ้งไป ไม่ได้นำมาหมุนเวียนใช้เป็นวัตถุดิบอีก ถึงแม้ว่าในเวลาต่อมา จะมีการรณรงค์ให้เกิดแนวคิดการลดปริมาณขยะที่ถูกทิ้งจากการผลิตอุตสาหกรรมต่าง ๆ อาทิ การ Reduce, Recycle, และ Reuse เป็นต้น แต่ก็ยังเป็นเพียงการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุเท่านั้น

แผนภาพที่ 24 การเปลี่ยนผ่านแนวคิดการพัฒนาจากเศรษฐกิจเส้นตรง สู่เศรษฐกิจหมุนเวียน



ที่มา: A Circular Economy in the Netherlands by 2050

ดังนั้นการนำแนวคิด “Circular Economy” หรือ “แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน” เข้ามาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมในประเทศ จะเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในระบบอุตสาหกรรมและภาคการผลิต เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสีย วัตถุดิบ และพลังงานให้ถูกนำกลับไปเป็นทรัพยากรที่หมุนเวียนอยู่ในระบบด้วยกระบวนการที่เหมาะสม โดยผลิตใหม่ (Re-process) ออกแบบใหม่ (Re-design) สร้างคุณค่าใหม่ (Added value) หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) เพื่อเป็นการแก้ปัญหาคาร์บอนเกินขนาดจากการขยายตัวในอัตราที่สูงขึ้นของประชากรโลก และปัญหาการจัดการขยะจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ภายในประเทศ

แผนภาพที่ 25 Circular Economy Concept



ที่มา: Industry 2020 in the Circular Economy, European Commission

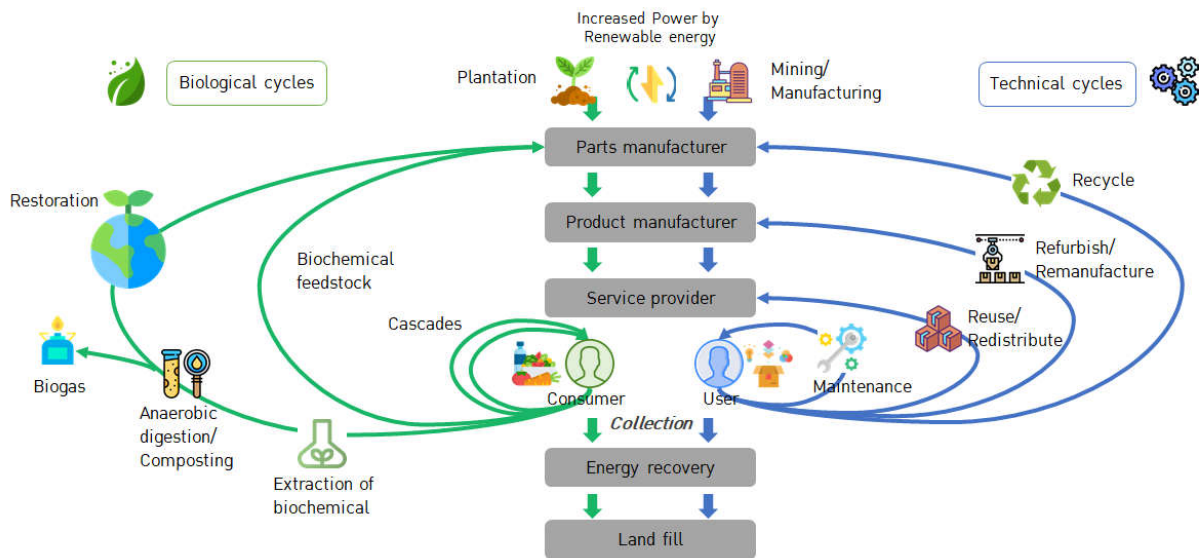
ในการศึกษาครั้งนี้ ได้นำแนวคิด Circular Economy เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์และหาความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ เพื่อหาจุดร่วมของการเชื่อมโยงระหว่างทั้ง 3 อุตสาหกรรม อันจะนำไปสู่การพิจารณาและการวิเคราะห์ให้การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงาน และแนวทางการสนับสนุนของภาครัฐในอนาคต มีการบูรณาการความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมและเกิดประสิทธิภาพในภาพรวมของประเทศต่อไป

ประเภทของเศรษฐกิจหมุนเวียน

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนเกิดขึ้นจากการต้องการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด โดยเบื้องต้นของการแบ่งประเภทของเศรษฐกิจหมุนเวียน จึงใช้เกณฑ์การพิจารณาประเภทของวัตถุดิบในการผลิตเป็นสำคัญ

โดยวัตถุดิบหรือวัสดุที่ถูกนำมาใช้ในการอุปโภคและบริโภคในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลักคือ วัสดุจากชีวภาพ และวัสดุเชิงเทคนิค ซึ่งหลักคิดในการหมุนเวียนวัสดุทั้ง 2 ประเภทเหล่านี้ ให้สามารถนำมาประยุกต์และพัฒนาให้เกิดการหมุนเวียน ใช้ซ้ำวัสดุต่าง ๆ ได้เหมือนกัน แต่ต่างกันที่กระบวนการ เทคโนโลยี และขั้นตอนการดำเนินงานให้เกิดการหมุนเวียนวัสดุทั้ง 2 ประเภทที่มีความยาก-ง่ายแตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาข้อมูลจาก Wageningen University ในประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่า สามารถแบ่งวงจรการหมุนเวียนวัสดุในการอุปโภค บริโภคได้เป็น 2 วงจรหลักตามวัสดุตั้งต้น ดังแผนภาพ

แผนภาพที่ 26 การแบ่งประเภทของเศรษฐกิจหมุนเวียน



ที่มา: Circular Economy: An Interdisciplinary Approach, Wageningen University

1) การหมุนเวียนวัสดุจากชีวภาพ

เริ่มต้นจากวัตถุดิบในฝั่งการผลิตผ่านกระบวนการผลิต แปรรูป และการบริการที่เกี่ยวข้องจนกระทั่งถึงผู้บริโภค ซึ่งเมื่อผู้บริโภคได้ประโยชน์จากสินค้าเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการบริโภค หรืออุปโภคแล้ว ของเหลือบางส่วนจะถูกจัดเก็บรวบรวม ไปผ่านกระบวนการสกัดสารสำคัญทางชีวภาพ จนเกิดเป็นเคมีชีวภาพ (Biochemical feedstock) สารสกัดชีวเคมี (Extraction of biochemical) หรือวัตถุดิบประเภทอื่น ๆ เช่น ก๊าซชีวภาพ (Biogas) เพื่อนำกลับไปเป็นองค์ประกอบในการผลิต หรือเป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิตสินค้าอื่น ๆ ให้แก่ผู้บริโภคได้ต่อไป

2) การหมุนเวียนวัสดุเชิงเทคนิค

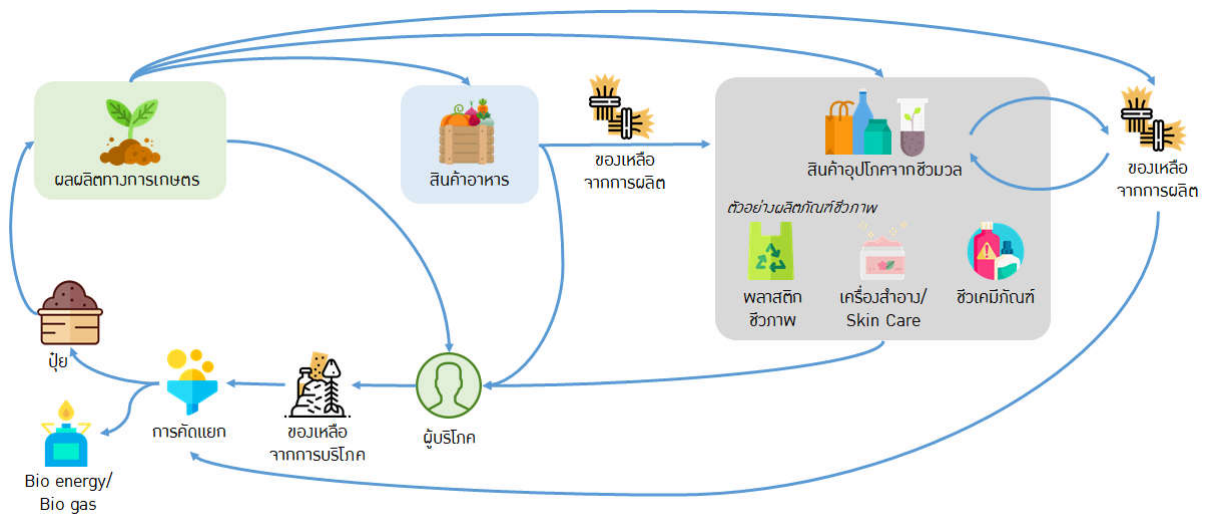
เริ่มต้นจากการใช้วัตถุดิบในเชิงเทคนิคจากอุตสาหกรรมหนัก เช่น เหล็ก ทองแดง รวมไปถึงพลาสติก มาใช้ในการผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานได้ใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เหล่านั้น โดยระหว่างการใช้งาน ต้องมีการซ่อมบำรุงเพื่อให้สินค้าเหล่านั้นสามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด และเมื่อไม่มีการใช้งานสินค้าเหล่านั้นจากผู้ใช้งานแรกแล้ว อาจมีการนำกลับไปใช้ใหม่ (Reuse/Redistribute) โดยผู้ใช้อื่น ๆ ต่อไป นอกจากนี้ ชิ้นส่วนหลักบางส่วนที่ยังใช้งานได้ สามารถนำไปดัดแปลง ผลิตใหม่โดยเปลี่ยนองค์ประกอบหลักบางส่วน (Refurbish/Remanufacture) เพื่อให้กลับมาใช้งานได้ใหม่ หรือส่วนประกอบบางส่วน สามารถนำไปรีไซเคิล เปลี่ยนแปลงเป็นวัตถุดิบในรูปแบบอื่น สำหรับสินค้าใหม่ หรือสินค้าเดิมก็ได้เช่นกัน

จากการหมุนเวียนวัสดุทั้ง 2 ประเภทนี้ เมื่อมีการใช้งานจนถึงที่สุดแล้ว จะถูกรวบรวมกลับไปแปรรูปเป็นพลังงาน (Energy recovery) และเป็นของเหลือกลับคืนสู่พื้นดินต่อไป ซึ่งเห็นได้ว่าการหมุนเวียนวัตถุดิบหรือวัสดุตั้งต้นในการผลิตนั้น ถูกนำกลับมาหมุนเวียนใช้ซ้ำได้หลายครั้ง เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างคุ้มค่าสูงสุด

แนวคิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเกษตรและเกี่ยวเนื่องตามกรอบการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน และการแบ่งประเภทของเศรษฐกิจหมุนเวียนดังรายละเอียดข้างต้นนั้น พบว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรและเกี่ยวเนื่อง คือ อุตสาหกรรมเกษตร อาหาร และเศรษฐกิจชีวภาพ เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกันตามแนวคิดของเศรษฐกิจหมุนเวียน ในกลุ่มที่มีวัสดุชีวภาพเป็นวัตถุดิบตั้งต้นของการผลิตและเชื่อมโยงผ่านกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าอุปโภคและบริโภคที่มีความเกี่ยวเนื่องและหมุนเวียนไปเป็นสินค้าตั้งต้นของสินค้าประเภทอื่น ๆ ต่อไป โดยสามารถปรับปรุงรายละเอียดให้มีความสอดคล้องและแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องของอุตสาหกรรมเป้าหมายทั้ง 3 อุตสาหกรรมได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพที่ 27 แนวทางการเชื่อมโยงการผลิตของอุตสาหกรรมเป้าหมาย



ที่มา: Circular Economy: An Interdisciplinary Approach, Wageningen University และการวิเคราะห์ของที่ปรึกษา

จากวัตถุดิบซึ่งเป็นผลผลิตทางการเกษตรซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายในแต่ละพื้นที่ สามารถนำมาแปรรูปได้ในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอาหาร หรือสินค้าอุปโภคจากวัสดุชีวมวล โดยการเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตรนั้น ย่อมมีของเหลือที่เกิดขึ้นจากการเกษตร รวมไปถึงของเหลือจากการผลิตที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งหากอาศัยองค์ความรู้และเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง นำมาแปรรูปให้เป็นวัตถุดิบตั้งต้นในการผลิตสินค้าอุปโภคจากวัสดุชีวมวลสามารถส่งผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากของเหลือจากการผลิตเหล่านั้นได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ ของเหลือจากการผลิตที่ไม่สามารถนำไปแปรรูปให้เกิดประโยชน์ได้อีก จะถูกนำไปคัดแยกเพื่อผลิตเป็นก๊าซชีวมวลหรือนำกากของเหลือบางส่วนไปใช้กลับเป็นปุ๋ย หรือผลิตภัณฑ์สนับสนุนในภาคการเกษตรต่อไป เช่นเดียวกับของเหลือจากการบริโภค หลังจากที่ผู้บริโภคไม่ต้องการและไม่สามารถใช้ประโยชน์เพิ่มเติมจากของเหลือเหล่านั้นแล้ว ของเหลือต่าง ๆ จะถูกนำกลับสู่การคัดแยกเช่นเดียวกับระบบการคัดแยกของเหลือจากการผลิตเช่นเดียวกัน

โดยแนวคิดการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเป้าหมายทั้ง 3 อุตสาหกรรม คืออุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ สามารถนำมาเป็นกรอบแนวทางการดำเนินงานในประเทศไทยได้ ผ่านการได้รับความร่วมมือ และบูรณาการการดำเนินงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานตามกรอบนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนของประเทศไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน

นอกจากแนวทางในการบูรณาการนโยบายและแผนการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐแล้วนั้น การพัฒนาตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน ยังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ การขยายตัวของเศรษฐกิจ การจ้างงานที่จะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่พึ่งพาเทคโนโลยี อุตสาหกรรมการจัดการขยะและอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ สำหรับภาคธุรกิจจะช่วยให้การลดต้นทุนและเพิ่มรายได้จากเทคโนโลยีที่ใช้วัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งโอกาสในการลงทุนในธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจการให้บริการด้านการขนส่งและกระจายสินค้า ธุรกิจรีไซเคิลขยะคุณภาพสูง ธุรกิจ Re-manufacturing ธุรกิจ Biofuel ธุรกิจแบบ Sharing platform และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เป็นต้น โดยทุกภาคส่วนจะได้รับประโยชน์จากระบบเศรษฐกิจนี้ และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานของการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนต่อไป ซึ่งในปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีแนวคิดในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรม ตามแนวทางดังกล่าว โดยมีกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมเป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนนี้

แผนภาพที่ 28 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนในประเทศไทย

เป้าหมาย การพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนของประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งคำนึงถึงประสิทธิภาพและการหมุนเวียนทรัพยากรในระบบการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด



จากการศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมการเกษตรและเกี่ยวเนื่อง พร้อมกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนจากประเทศต้นแบบ พบว่าประเทศไทยยังมีโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนอีกมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมเกษตร อาหารและเศรษฐกิจชีวภาพ ซึ่งในเบื้องต้นนี้ สามารถกำหนดเป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนใน

ภาพรวมของประเทศไทยโดยให้ความสำคัญกับ “การพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนของประเทศไทยโดยมุ่งคำนึงถึงประสิทธิภาพและการหมุนเวียนทรัพยากรในระบบการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด”

การพัฒนาให้สอดคล้องกับเป้าหมายเบื้องต้นดังกล่าว ต้องมีการพัฒนาปัจจัยหลักที่สนับสนุนให้เกิดการหมุนเวียนของวัสดุและทรัพยากรในระบบอุตสาหกรรม นั่นคือการบริหารจัดการและจัดเก็บของเหลือจากแต่ละอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเกษตร อาหาร หรืออุตสาหกรรมชีวภาพ ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการแปรรูป หรือสกัดสารสำคัญของวัสดุตั้งต้นหรือของเหลือจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ มาใช้ในการพัฒนาให้เกิดเป็นวัสดุ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ต่อไป

อย่างไรก็ดี การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนในภาพรวมและเป็นปัจจัยสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายทั้ง 3 อุตสาหกรรมนั้น เป็นการดำเนินงานอีกส่วนหนึ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจหมุนเวียนเหล่านี้ให้เกิดผล โดยปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ 1) ด้านการตลาด 2) ด้านกฎระเบียบ 3) ด้านบุคลากร และ 4) ด้านมาตรการทางการเงิน

1) การสนับสนุนปัจจัยด้านการตลาด

สำหรับปัจจัยด้านการตลาด ควรเน้นการกระตุ้นการรับรู้ และตระหนักรู้ของตลาดและผู้บริโภคให้เห็นความสำคัญของการบริโภคที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่ามากที่สุด และเชื่อมโยงมายังการส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตบนแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้เกิดอุปสงค์ในฝั่งผู้บริโภค หากแต่การสร้างการรับรู้และจิตสำนึก ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมนี้ ต้องดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อทำให้เกิดความต้องการสินค้าที่ผลิตบนแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนนี้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในระยะยาว จนกลายเป็นบรรทัดฐานการผลิตสินค้าในอนาคต

2) การสนับสนุนปัจจัยด้านกฎระเบียบ

การสนับสนุนปัจจัยด้านกฎระเบียบในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในประเทศไทยนั้น ยังคงมีข้อจำกัดอยู่มาก โดยเฉพาะในด้านการบริหารจัดการ รวมไปถึงการเคลื่อนย้ายและการกำจัดของเสียหรือของเหลือจากอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งต้องได้รับการพิจารณา ทบทวนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานให้ผู้ประกอบการสามารถเคลื่อนย้ายของเสียหรือของเหลือจากแต่ละอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้อุตสาหกรรมในห่วงโซ่อุปทานนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งเป็นการสนับสนุนแนวคิดการดำเนินนโยบายระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนได้ในระยะยาว

3) การสนับสนุนปัจจัยด้านบุคลากร

ส่วนของการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรนั้น เป็นการเตรียมองค์ความรู้ ทักษะ ความสามารถของบุคลากรรุ่นใหม่ ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ให้มีความรู้ความสามารถรองรับการขยายตัวของรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ รูปแบบของการเตรียมความพร้อมในเบื้องต้นนั้น จำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านงานวิจัย โดยเฉพาะการค้นคว้า วิจัยการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพในแต่ละพื้นที่ ซึ่งไม่ควรเป็นการพัฒนาในกลุ่มผู้ประกอบการเท่านั้น หากแต่ควรเริ่มปลูกฝังทักษะ ความรู้ต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับเยาวชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ อีกทั้งแสดงให้เห็นโอกาส และทางเลือกความก้าวหน้าในอาชีพในอนาคตได้อีกด้วย

4) การสนับสนุนปัจจัยด้านมาตรการทางการเงิน

ปัจจัยการสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียนในที่สุดท้าย คือ การพัฒนามาตรการสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจโดยอาศัยหลักคิดด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน ในการดำเนินงาน หรือการยกระดับผู้ประกอบการทั่วไปขึ้นเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise: IDE) เนื่องจากกรอบแนวคิดด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้น การลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้น จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่สามารถขอรับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินได้สะดวกมากนัก ดังนั้น หากหน่วยงานภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ ไม่ว่าจะเป็น การสนับสนุนผ่านสถาบันการเงิน หรือการสนับสนุนผ่านแหล่งเงินทุนทางเลือก จะสามารถเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในระยะยาวได้ต่อไป

สรุปการขับเคลื่อนนโยบายการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นภาพรวมของอุตสาหกรรมเกษตรและเกี่ยวเนื่อง หรือการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้น จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้มีการทำงานที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานร่วมกัน โดยสนใจการพิจารณาความสำเร็จของการดำเนินงานในเชิงคุณภาพมากกว่าการพิจารณาผลลัพธ์ในเชิงปริมาณ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในทุกอุตสาหกรรมได้รับประโยชน์สูงสุดในการขับเคลื่อนนโยบายสนับสนุน อย่างเป็นรูปธรรม และมีความยั่งยืนต่อไป

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ชั้น G, 17, 18, 23 ถนนวิภาวดีรังสิต
แขวงจอนพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900



Call Center: 1301



Email: info@sme.go.th



Website: www.sme.go.th