แผนปฏิบัติการส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม
พ.ศ.2555-2559
สาขาอาหาร

สสว.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาของโครงการ	1-2
ขอบเขตการดำเนินงาน	2
บทที่ 2 ขอบเขตของการศึกษา และสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหาร	
นิยามและขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมอาหาร	3-5
ความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร	5-6
สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป	6-15
กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมอาหาร	16-17
การสนับสนุนอุตสาหกรรมและกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ	18-21
บทที่ 3 วิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันในตลาดโลกและศักยภาพ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมอาหาร	
ปัจจัยและแนวโน้มของตลาดและผู้บริโภคที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป	22-31
ภาพรวมขีดความสามารถในการแข่งขัน จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม PESTLE Analysis	32-34
วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน Diamond-Model	35-37
การวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป SWOT analysis	38-42
บทที่ 4 แผนการส่งเสริมและแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาอาหาร	
แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาอาหาร ปี 2555-2559	43-47
แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาอาหาร	48-54

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นมาของโครงการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 พ.ศ.2555-2559 และผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2554 แล้วนั้น ซึ่งมีการกำหนด ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ สำหรับให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs นำไปประกอบการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการฯ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ที่เกิดจากการบูรณาการเชื่อมโยงร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ

เนื่องจากวิสาหกิจ ตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 ครอบคลุมถึง กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา ซึ่งในแต่ละสาขาอุตสาหกรรมมีลักษณะการดำเนินธุรกิจประสบปัญหาและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน การส่งเสริม SMEs จึงมีความจำเป็นต้องทราบสภาพปัญหาและผลกระทบ ในแต่ละสาขาอุตสาหกรรม สำหรับเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนา SMEs ให้เหมาะสม

ดังนั้น เพื่อให้ทราบศักยภาพและขีดความสามารถ ของผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละสาขา รวมทั้งเพื่อให้มีแผนยุทธศาสตร์นโยบายการส่งเสริม SMEs ในสาขาเป้าหมาย ที่สอดรับกับนโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 3 พ.ศ.2555-2559 สสว.จึงได้จัดทำโครงการ **“จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา”** ซึ่งจะมีส่วนสำคัญให้แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 3 มีความชัดเจนและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์

1.เพื่อให้มีแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม SMEs รายสาขาที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทย

2.เพื่อให้มีกรอบและทิศทางและแนวทางการปฏิบัติในการส่งเสริม SMEs รายสาขา สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3.เพื่อให้ได้แนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการ SMEs ในสาขาเป้าหมายที่เกิดจากการบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

ขอบเขตการดำเนินงาน

1.ศึกษาข้อมูลรายละเอียดสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ รวมถึงกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อ SMEs ของไทยในแต่ละสาขาและทบทวนผลการศึกษาการส่งเสริม SMEs รายสาขาที่ผ่านมา เพื่อคัดเลือก SMEs เป้าหมายในการจัดทำแผนการส่งเสริม SMEs รายสาขา

2.ศึกษาและจัดทำแผนการส่งเสริม SMEs ในสาขาเป้าหมาย

1) ศึกษาข้อมูลสถานการณ์ ยุทธศาสตร์ มาตรการการแก้ไขปัญหา และแนวทางการส่งเสริม SMEs ในแต่ละสาขาเป้าหมาย จากข้อมูลทุติยภูมิ และการเก็บรวมรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) จัดระดมความคิดเห็นเพื่อรับฟังข้อมูล ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ในสาขาต่างๆ

3) วิเคราะห์ข้อมูลจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ในการส่งเสริม SMEs ใน แต่ละสาขาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการส่งเสริม / แก้ปัญหาอุปสรรคให้ SMEs ในแต่ละสาขา

4) จัดประชุมนำเสนอแผนการส่งเสริม SMEs รายสาขา เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

3.เผยแพร่ผลการศึกษา

บทที่ 2 ขอบเขตของการศึกษา และสถานการณ์อุตสาหกรรมอาหาร

2.1นิยามและขอบเขตการศึกษาอุตสาหกรรมอาหาร

อุตสาหกรรมอาหาร เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีมูลค่าผลผลิตสูงและนอกจากนี้ยังอุตสาหกรรมอาหารยังมีความเชื่อมโยงกับผลผลิตทั้งในภาคการเกษตร ประมง ปศุสัตว์ และเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มยังประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมย่อยสาขาต่างๆมากมาย ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องกำหนดนิยาม ขอบเขต และ คำจำกัดความของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ให้มีความชัดเจนและครอบคลุมรายละเอียดดังนี้

“อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม[1]” หมายถึง อุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากภาคเกษตร ซึ่งได้แก่ ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตโดยอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการผลิตโดยอาศัยเทคโนโลยีต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค หรือการนำไปใช้ในขั้นต่อไป และเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมงโดยผ่านกระบวนการแปรรูปขั้นต้น หรือขั้นกลางเป็นสินค้ากึ่งสำเร็จรูป หรือขั้นปลายที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

โครงสร้างของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม แบ่งตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม รายละเอียดดังนี้

1. การแปรรูปและการถนอมเนื้อสัตว์ ประกอบด้วยการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับโรงฆ่าสัตว์ การตกแต่งและบรรจุ การผลิตเนื้อสัตว์และสัตว์ปีกสด แช่เย็นหรือแช่เย็นจนแข็ง การเก็บถนอมและการปรุงแต่งเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ โดยสินค้าสำคัญ ได้แก่ ไก่แช่เย็น แช่แข็ง สินค้าสำเร็จรูปจากเนื้อไก่และสุกร เช่น ไส้กรอก ลูกชิ้น หมูหย่อง และหมูแผ่น ฯลฯ

2. การแปรรูปและการเก็บถนอมปลา สัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ ประกอบด้วย การเก็บถนอมอาหารจำพวกปลาและผลิตภัณฑ์จากปลาก การผลิตปลาที่ทำให้สุกแล้ว การผลิตปลาป่นที่เหมาะสมสำหรับมนุษย์บริโภค หรือใช้เป็นอาหารสัตว์ โดยสินค้าสำคัญ ได้แก่ กุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง ปลาหมึกแช่เย็น แช่แข็ง ปลาทูน่ากระป๋อง อาหารทะเลอบแห้ง และอาหารทะเลกระป๋อง ฯลฯ

---

[1] คณะกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งชาติ. แผนปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม (พ.ศ.2541-2545) : แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการเพื่อการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสหกรรม. 17 มิถุนายน 2541.

3. การแปรรูปและการถนอมการผลไม้และผัก ประกอบด้วย การผลิตอาหารที่มีส่วนประกอบของผลไม้หรือผักเป็นหลัก การเก็บถนอมผลไม้หรือผัก โดยสินค้าสำคัญ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด ผักผลไม้แช่เย็น แช่แข็ง ผักผลไม้กระป๋อง ผักผลไม้อบแห้งแช่อิ่ม และน้ำผลไม้อื่น ๆ

4. การผลิตน้ำมันและไขมันจากพืชและสัตว์ ประกอบด้วย การผลิตน้ำมันและไขมันจากพืชหรือสัตว์ ยกเว้นการเจียวและการกลั่นน้ำมันจากไขมันหมู และไขมันจากสัตว์อื่น ๆ ที่บริโภคได้ การสกัดน้ำมันจกาปลาหรือตับปลา การผลิตน้ำมันพืช

5. การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนม ประกอบด้วย การแปรรูปนม รวมทั้งการกรอง การทดสอบ หรือการทำให้นมสดด้วยการแช่เย็น ของเหลวของนมหรือครีม การผลิตเนยธรรมชาติหรือเนยที่สกัดน้ำออกแล้ว การผลิตน้ำมันเนย โดยมีสินค้า เช่น นมสด นมพร้อมดื่ม นมเปรี้ยว นมอัดเม็ด นมผง นมข้นหวาน โยเกิร์ต ครีม เนย ไอศกรีมและผลิตภัณฑ์ที่มีนมเป็นส่วนประกอบหลัก

6. การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโม่-สีธัญญพืช ประกอบด้วย การโม่-สีเมล็ดพืช เช่น แป้งเมล็ดหัก แป้งหยาบ ข้าวโพด โรงสีข้าว การผลิตแป้งจากข้าว การโม่-สีพืช ผัก โดยสินค้าสำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งมันสำปะหลัง เส้นหมี่ และบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

7. การผลิตสตาร์ชและผลิตภัณฑ์จากสตาร์ช ประกอบด้วย การผลิตสตาร์ช ได้แก่ สตาร์ชจากข้าวโพด ข้าว ธัญพืชอื่น ๆ การโม่-สีเวทคอร์น การผลิตกลูโคส และน้ำเชื่อม กลูโคส รวมทั้งการผลิตกลูเทน การผลิตมันเส้นและมันอัดเม็ด การผลิตสตาร์มันสำปะหลัง

8. การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป ประกอบด้วย การผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป การเตรียมส่วนผสมวัตถุดิบ หรือส่วนผสมที่ใช้สำหรับเลี้ยงสัตว์โดยเฉพาะ การผลิตอาหารสำเร็จรูปสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์

9. การผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอบ ประกอบด้วย การผลิตขนมประเภทอบชนิดกรอบ แช่แข็ง หรือสด ขนมปังกรอบและขนมประเภทอบชนิดกรอบอื่น ๆ การผลิตแป้งผสมสำเร็จสำหรับใช้ทำขนมปังที่ใช้การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการโม่-สีธัญพืช)

10. การผลิตน้ำตาล ประกอบด้วย การผลิตน้ำตาลจากอ้อยหรือหัวบีท น้ำตาลทรายดิบ น้ำตาลบริสุทธ์ การผลิตกากน้ำตาล รวมทั้งการเก็บรวบรวมน้ำเลี้ยงในเนื้อเยื่อพืช และการผลิตน้ำเชื่อมและน้ำตาลจากต้นเมเปิลที่ดำเนินการในฟาร์ม

11. การผลิตโกโก้ ช็อกโกแลต และขนมที่ทำจากน้ำตาล ประกอบด้วยการผลิตโกโก้เป็นเพสต์เป็นผง หรือเป็นแท่ง การผลิตโกโก้บัตเตอร์ ไขมันหรือน้ำมันจากโกโก้ การผลิตช็อกโกแลต การผลิตขนมที่ทำจากน้ำตาล การผลิตหมากฝรั่ง การเชื่อม การแข่อิ่ม หรือกวนผลไม้ ผลไม้เปลือกแข็ง(นัท)

12. การผลิตมะกะโรนี เส้นบะหมี่ เส้นก๋วยเตี๋ยว เส้นหมี่ วุ้นเส้น และผลิตภัณฑ์อาหารประเภทแป้งที่คล้ายกัน การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มี่ส่วนผสมของแป้ง

13. การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ ซึ่งมิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น เช่น การผลิตกาแฟคั่ว กาแฟเทียม การผลิตน้ำผึ้งเทียม และคาราเมล การผลิตซุปในรูปของเหลว เป็นผงหรือของแข็ง การผลิตเครื่องเทศ ซอส และเครื่องปรุงอาหารประจำโต๊ะ การผลิตน้ำส้มสายชู ยีสต์ หรือผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ผงชูรส การผลิตพิซซ่าสด และพิซซ่าแช่งแข็ง , เนื้อสัตว์แช่แข็งปรุงสำเร็จ อาหารจากสัตว์ปีกปรุงสำเร็จ

14. การกลั่น การกลั่นลำดับส่วน และการผสมสุรา รวมทั้งการผลิตเอทิลแอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมัก ประกอบด้วย การผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์โดยวิธีการกลั่น หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกฮฮอล์อื่น ๆ ซึ่งมีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์ที่กลั่นแล้ว การผลิตของปรุงแต่งแอลกอฮอล์ผสม ประกอบชนิดที่ใช้สำหรับผลิตเครื่องดื่ม การผลิตเอทิลแอลกฮอล์ โดยวิธีการหมักวัตถุดิบประเภทผัก และลิกเคอที่ได้จากการกลั่น

15. การผลิตไวน์ ประกอบด้วย การผลิตไวนองุ่นซึ่งไม่ได้ปลูกองุ่นเอง สปาร์กกลิ้นไวน์และไวน์ที่ปรุงกลิ่นรส การผลิตไวน์ที่เติมแอลกอฮอล์ การผลิตเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่เกิดจากการหมักผลไม้ชนิดอ่อน ๆ แต่ไม่ได้นำมากลั่น เช่น สาเก

16. การผลิตมอลต์ลิกเคอและมอลต์ ประกอบด้วย การผลิตมอลต์ การผลิตมอลต์ลิกเคอ เช่น เบียร์

17. การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งการผลิตน้ำแร่บรรจุขวด ประกอบด้วย การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมทั้งการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวด การผลิตเครื่องดื่มที่ปรุงกลิ่นรสด้วยน้ำผลไม้ น้ำเชื่อมหรือวัตถุอื่น ๆ การผลิตน้ำแร่บรรจุขวด การผลิตน้ำแร่บรรจุขวดที่แหล่งบ่อน้ำแร่

2.2ความสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร ถือเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นปัจจัยหลักต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งโดยปกติทั่วไปค่าใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหารบริโภคของคนเราจะประมาณครึ่งหนึ่งของรายจ่าย และจากแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งเกิดจากความเปลี่ยนแปลงในสังคมโลก ส่งผลให้อาหารมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น รวมทั้งจากจำนวนประชากรที่แนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และต้องการปริมาณอาหารที่เพิ่มมากขึ้นทำให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มยังสามารถขยายการเติบโตและสร้างตลาดใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา อีกทั้งในมุมมองของอุตสาหกรรมที่เป็นห่วงโซ่ในระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ พบว่ามีความเชื่อมโยงในภาคการเกษตร และการเพิ่มขึ้นของมูลค่าวัตถุดิบดังนี้

- **เชื่อมโยงกับภาคการเกษตร** ทั้งนี้เพราะพืชผัก ผลไม้และเนื้อสัตว์ เป็นผลิตผลขั้นปฐมภูมิ ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ กำลังคน ขีดความสามารถ และอาชีพการเกษตรยังเป็นอาชีพของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ อีกทั้งในห่วงโซ่ในภาคการผลิตของทั้ง 2 อุตสาหกรรม นับตั้งแต่การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูป

ผลผลิตโดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรและภาคการผลิต กระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้ยังสร้างและรักษาแรงงานให้อยู่ในพื้นที่ ลดการอพยพเข้าสู่เมือง ช่วยลดปัญหาความแออัด สังคม และสิ่งแวดล้อมได้ทางหนึ่ง

- **เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added)** ซึ่งเกิดจากการแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีคุณค่าเพิ่มขึ้น สะดวกต่อการอุปโภคบริโภค รวมทั้งการคงรักษาสภาพสินค้าให้สามารถเก็บรักษาได้ยาวนานขึ้น โดยการเกิดขึ้นของมูลค่าเพิ่มที่ค่อนข้างสูงนั้นจะพบในกระบวนการอุตสาหกรรมแปรรูปไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ อุตสาหกรรมนม อุตสาหกรรมแช่แข็ง หรืออุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เป็นต้น

2.3 สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

1)ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(GDP)

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(GDP) ในปี 2554 มีมูลค่า 10,539,446 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าที่เกิดจากภาคเกษตร 1,406,504 ล้านบาท หรือ 13.3% และภาคนอกเกษตร 9,132,942 ล้านบาท หรือ 86.7% โดยในภาคนอกเกษตร พบว่า ภาคการผลิตเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจสูงสุด คิดเป็น 34.0% รองลงมาเป็น ภาคการบริการ มีสัดส่วน 30.9%

เมื่อพิจารณาถึงมูลค่า GDP ในภาคการผลิต จำแนกตามสาขาการผลิต พบว่า สาขาการผลิตที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด ได้แก่ สาขาอาหารและเครื่องดื่ม (ISIC 15) มีมูลค่า 617,269.3 ล้านบาท มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 17.2 ของมูลค่า GDP ในภาคการผลิตทั้งหมด โดยเป็นมูลค่าที่เกิดจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ร้อยละ 66.8 และเป็นมูลค่าที่เกิดจาก SMEs คิดเป็นร้อยละ 33.2

และเมื่อพิจารณาถึงมูลค่า GDP ของ SMEs ในภาคการผลิต จำแนกตามสาขาการผลิต ก็ยังพบว่าสาขาการผลิตของ SMEs ที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด ก็ยังคงเป็นสาขาอาหารและเครื่องดื่ม (ISIC 15) มีมูลค่า 205,069.3 ล้านบาท มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 17.0 ของมูลค่า GDP ของ SMEs ในภาคการผลิตทั้งหมด

โครงสร้างการกระจายตัวของ GDP ภาคการผลิต จำแนกตามสาขาอุตสาหกรรม ปี 2554

สาขาอุตสาหกรรม	SMEs			LE			รวม	
	สัดส่วนต่อสาขา (%)	มูลค่า(ลบ.)	สัดส่วนต่อทั้งหมด (%)	สัดส่วนต่อสาขา (%)	มูลค่า(ลบ.)	สัดส่วนต่อทั้งหมด (%)	มูลค่า(ลบ.)	สัดส่วนต่อทั้งหมด (%)
อาหารและเครื่องดื่ม	33.2	205,069	17.0	66.8	412,200	17.4	617,269	17.2
ยาสูบ	1.0	643	0.1	99.0	61,298	2.6	61,940	1.7
สิ่งทอ สิ่งถัก	31.3	60,798	5.0	68.7	133,609	5.6	194,406	5.4
เครื่องแต่งกาย	34.6	94,894	7.9	65.4	179,171	7.5	274,065	7.7
ฟอกและตกแต่งหนังสัตว์	47.7	54,102	4.5	52.3	59,282	2.5	113,384	3.2
ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้	71.0	11,306	0.9	29.0	4,620	0.2	15,926	0.4
กระดาษและผลิตภัณฑ์	23.5	15,080	1.3	76.5	49,188	2.1	64,269	1.8
การพิมพ์โฆษณา	79.9	23,353	1.9	20.1	5,887	0.2	29,240	0.8
ปิโตรเลียมและเชื้อเพลิง	43.1	65,555	5.4	56.9	86,480	3.6	152,035	4.2
เคมี	65.6	148,074	12.3	34.4	77,688	3.3	225,762	6.3
ยางและพลาสติก	44.3	67,024	5.6	55.7	84,180	3.5	151,204	4.2
ผลิตภัณฑ์จากแร่อโลหะ	27.3	43,256	3.6	72.7	114,931	4.8	158,187	4.4
โลหะขั้นมูลฐาน	59.6	26,206	2.2	40.4	17,761	0.7	43,967	1.2
โลหะประดิษฐ์	44.7	47,758	4.0	55.3	59,160	2.5	106,918	3.0
เครื่องจักรและอุปกรณ์	45.6	75,007	6.2	54.4	89,589	3.8	164,596	4.6
เครื่องจักรสำนักงาน	5.8	10,647	0.9	94.2	172,411	7.3	183,059	5.1
เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า	56.1	34,199	2.8	43.9	26,788	1.1	60,988	1.7
โทรทัศน์และการสื่อสาร	11.3	25,407	2.1	88.7	200,311	8.4	225,717	6.3
เครื่องมือที่ใช้ทางการแพทย์	19.7	7,577	0.6	80.3	30,825	1.3	38,403	1.1
รถพ่วงและรถกึ่งพ่วง	2.7	10,106	0.8	97.3	360,166	15.2	370,272	10.3
อุปกรณ์การขนส่ง	40.5	22,410	1.9	59.5	32,903	1.4	55,313	1.5
เครื่องเรือนที่มิได้จัดไว้ในประเภทอื่น	57.2	156,555	13.0	42.8	117,304	4.9	273,859	7.6
รวม	33.7	1,205,025	100.0	66.3	2,375,752	100.0	3,580,777	100.0

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) จำนวนผู้ประกอบการ SMEs และการจ้างงาน

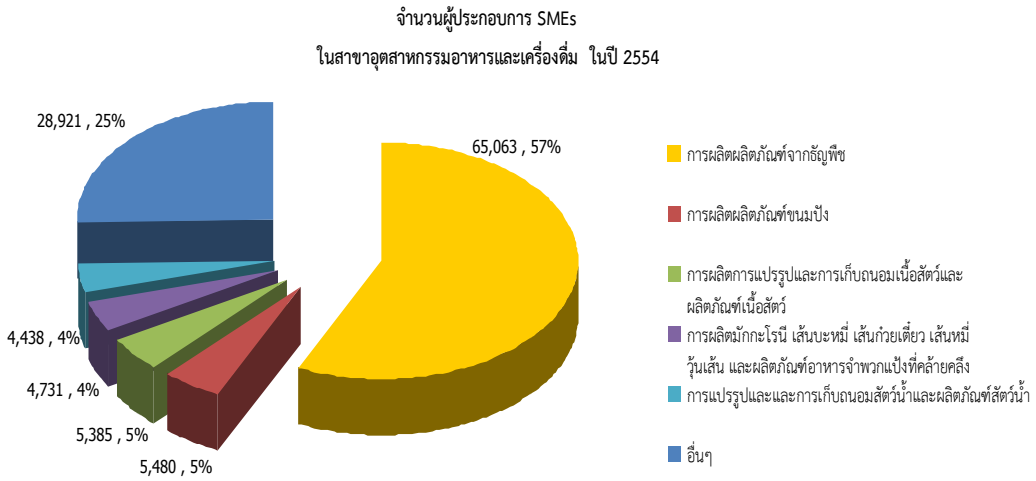
ในปี 2554 พบว่าอุตสาหกรรมอาหารอาหารและเครื่องดื่ม มีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ทั้งหมด 114,018 ราย เมื่อพิจารณาถึงจำนวนผู้ประกอบการตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมต่างๆ พบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์จากธัญพืช มีจำนวนผู้ประกอบการมากที่สุด จำนวน 65,063 ราย หรือคิดเป็น 57.06%

และมีการจ้างงานรวมทั้งหมด 552,915 ราย โดยการผลิตผลิตภัณฑ์จากธัญพืช มีจำนวนการจ้างงานมากที่สุด 166,093 ราย หรือ 30.04%

จำนวนผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ในปี 2554

ตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรม	จำนวนผู้ประกอบการ SMEs	
	ราย	สัดส่วน
การผลิตการแปรรูปและการเก็บถนอมเนื้อสัตว์และ ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์	5,385	4.72%
การแปรรูปและการเก็บถนอมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	4,438	3.89%
การแปรรูปและการเก็บถนอมผลไม้และผัก	4,140	3.63%
การผลิตน้ำมันจากพืช น้ำมันจากสัตว์และไขมันจากสัตว์	371	0.33%
การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนม	1,109	0.97%
การผลิตผลิตภัณฑ์จากธัญพืช	65,063	57.06%
การผลิตสตาร์ชและผลิตภัณฑ์จากสตาร์ช	292	0.26%
การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป	418	0.37%
การผลิตผลิตภัณฑ์ขนมปัง	5,480	4.81%
การผลิตน้ำตาล	785	0.69%
การผลิตน้ำตาลจากพืช (ยกเว้นอ้อย) การผลิตโกโก้ช็อกโกแลตและขนมชนิดเคลือบ	760	0.67%
การผลิตมะกะโรนี เส้นบะหมี่ เส้นก๋วยเตี๋ยว เส้นหมี่ วุ้นเส้น และผลิตภัณฑ์อาหารประเภทแป้งที่คล้ายกัน	4,731	4.15%
การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ ที่มิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	14,183	12.44%
การต้มการกลั่นและการผสมสุราการผลิตเอทิลแอลกอฮอล์	2,863	2.51%
การผลิตสุราผลไม้ (ไวน์)	213	0.19%
การผลิตมอลต์และสุราที่ทำจากข้าวมอลต์	18	0.02%
การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์และการผลิตน้ำแร่	3,769	3.31%
รวม	114,018	100.00%

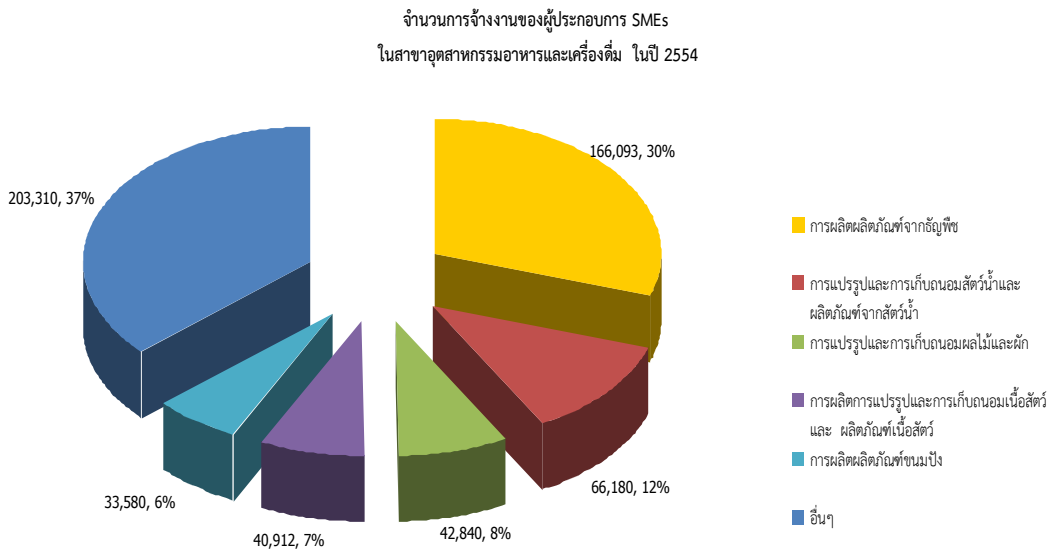
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



จำนวนการจ้างงานของผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ในปี 2554

ตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรม	จำนวนการจ้างงานของผู้ประกอบการ SMEs	
	ราย	สัดส่วน
การผลิตการแปรรูปและการเก็บถนอมเนื้อสัตว์และ ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์	40,912	7.40%
การแปรรูปและการเก็บถนอมสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ	66,180	11.97%
การแปรรูปและการเก็บถนอมผลไม้และผัก	42,840	7.75%
การผลิตน้ำมันจากพืช น้ำมันจากสัตว์และไขมันจากสัตว์	7,197	1.30%
การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากนม	7,656	1.38%
การผลิตผลิตภัณฑ์จากธัญพืช	166,093	30.04%
การผลิตสตาร์ชและผลิตภัณฑ์จากสตาร์ช	7,316	1.32%
การผลิตอาหารสัตว์สำเร็จรูป	15,827	2.86%
การผลิตผลิตภัณฑ์ขนมปัง	33,580	6.07%
การผลิตน้ำตาล	5,269	0.95%
การผลิตน้ำตาลจากพืช (ยกเว้นอ้อย) การผลิตโกโก้ช็อกโกแลตและขนมชนิดเคลือบ	7,215	1.30%
การผลิตมะกะโรนี เส้นบะหมี่ เส้นก๋วยเตี๋ยว เส้นหมี่ วุ้นเส้น และผลิตภัณฑ์อาหารประเภทแป้งที่คล้ายกัน	21,911	3.96%
การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ ที่มิได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	102,299	18.50%
การต้มการกลั่นและการผสมสุราการผลิตเอทิลแอลกอฮอล์	4,155	0.75%
การผลิตสุราผลไม้ (ไวน์)	641	0.12%
การผลิตมอลต์และสุราที่ทำจากข้าวมอลต์	830	0.15%
การผลิตเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์และการผลิตน้ำแร่	22,994	4.16%
รวม	552,915	100.00%

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



3)ภาพรวมการส่งออกของอุตสาหกรรมอาหาร

ด้านการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ในปี 2555 (มค. – ตค.) จากข้อมูลศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร พบว่ามูลค่าการส่งออกของกลุ่มสินค้าในด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รวมกับกลุ่มสินค้าเกษตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร มีมูลค่า 900,813.49 ล้านบาท โดยสินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม 5 ลำดับแรกยังคงเป็นสินค้ามีมูลค่าการส่งออกสูงสุดอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป มีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 133,096.10 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ ข้าว น้ำตาลทราย ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และไก่แปรรูป

ตารางที่ : มูลค่าการส่งออกของสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร 10 อับดับแรก**มูลค่า : ล้านบาท**

สินค้าอุตสาหกรรม ส่งออก ปี 2555	**2553**	**2554**	**2554 (มค. – ตค.)**	**2555 (มค. – ตค.)**
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	130,086.00	152,080.45	124,299.62	133,096.10
ข้าว	168,193.06	193,842.53	166,966.69	118,334.77
น้ำตาลทราย	69,318.50	109,447.52	98,545.48	115,300.80
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	68,592.10	79,805.19	64,457.32	71,834.22
ไก่แปรรูป	50,346.10	57,045.42	47,326.26	51,603.67
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	44,939.48	51,986.02	44,188.12	39,921.78
กุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง	53,023.03	52,101.89	42,722.95	37,682.79
ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	17,225.24	28,809.02	24,826.39	31,846.25
เครื่องดื่ม (LTR)	19,295.02	26,541.37	21,515.08	31,019.22

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

หมายเหตุ : ยกเว้นมูลค้าสินค้าเกษตร ยางพารา , เมล็ดผักและสปอร์ที่ใช้สำหรับการเพาะปลูก , กล้วยไม้ , สัตว์น้ำจำพวกครัสตาเซีย , ครั่ง , ฝ้าย) ทั้งนี้ในปี 2555 (มค. – ตค.) การส่งออกของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีอัตราการขยายตัวเพียง 0.56

ตารางที่ 2 : อัตราการขยายตัวของสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร 10 อับดับแรก

สินค้าอุตสาหกรรม ส่งออก ปี 2555	อัตราการขยายตัว	
	2554	2555(มค. – ตค.)
รวมทั้งหมด	20.06	0.56
อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	16.91	7.08
ข้าว	15.25	-29.13
น้ำตาลทราย	57.89	17.00
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	16.35	11.44
ไก่แปรรูป	13.31	9.04
ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	15.68	-9.65
กุ้งสดแช่เย็น แช่แข็ง	-1.74	-11.80
ผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	67.25	28.28
เครื่องดื่ม (LTR)	37.56	44.17
อาหารสัตว์เลี้ยง	10.61	20.84

ตลาดส่งออกอาหารแปรรูป

ตลาดของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่สำคัญ เมื่อพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกในปี 2554 พบว่าประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย และมาเลเซีย เป็นตลาดที่สำคัญ มีมูลค่าการส่งออก 79,198 ล้านบาท 70,262 ล้านบาท 48,918 ล้านบาท 30,877 ล้านบาท และ 20,904 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.29, 13.56, 9.44, 5.96 และ 4.03 ของมูลค่าการส่งออกรวมของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

ตลาดหลักของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ส่วนใหญ่จะนำเข้าอาหารแปรรูปจากประเทศไทยในสาขาต่างๆ ดังนี้

ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และผลไม้กระป๋องและแปรรูป

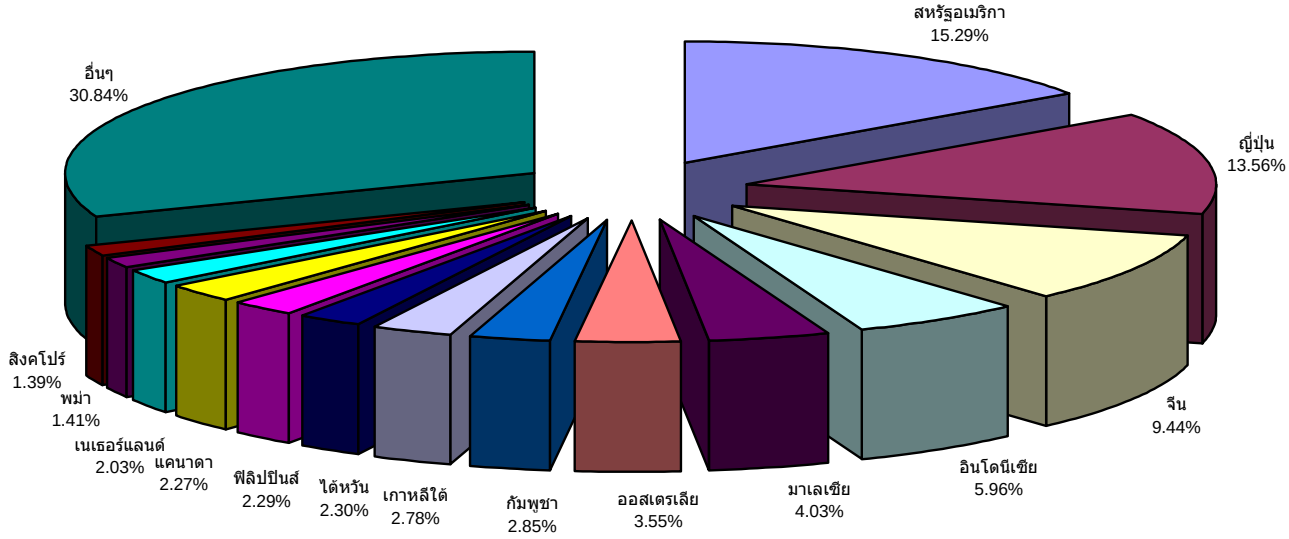
ประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป และน้ำตาลทรายและกากน้ำตาล

ประเทศจีน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และน้ำตาลทรายและกากน้ำตาล

ประเทศอินโดนีเซีย ได้แก่ น้ำตาลทรายและกากน้ำตาล และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

ประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ และน้ำตาลทรายและกากน้ำตาล

สัดส่วนการส่งออกอาหารแปรรูปไปยังประเทศต่างๆ ในปี 2554



มูลค่าการนำเข้าอาหาร

ในอุตสาหกรรมอาหาร แม้ว่าประเทศไทยจะส่งออกอาหารแปรรูปได้ในมูลค่าที่สูง คือ 518,117 ล้านบาท ในปี 2554 ที่ผ่านมา แต่การนำเข้าอาหารก็มีมูลค่าที่ค่อนข้างสูงเช่นเดียวกัน และมีแนวโน้มที่จะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกับการส่งออก ดังจะเห็นได้จากในปี 2551-2554 มีมูลค่าการนำเข้าอาหาร 298,033 ล้านบาท 252,286 ล้านบาท 293,222 ล้านบาท และ 351,285 ล้านบาท ตามลำดับ หรือมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ดังในปี 2553 และ 2554 มีอัตราการขยายตัว 16.23% และ 19.80% ตามลำดับ

สาขาอาหารที่ประเทศไทย ยังคงต้องนำเข้าเป็นหลัก ได้แก่ สาขาพืชและผลิตภัณฑ์จากพืช สาขาสัตว์น้ำ สด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป สาขาผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้ และสาขาสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ที่มีมูลค่าการนำเข้าในปี 2554 **เป็นจำนวน** 177,241 ล้านบาท 74,847 ล้านบาท 31,541 ล้านบาท และ 25,094 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.46, 21.31, 8.98 และ 7.14 ของมูลค่าการนำเข้ารวมของอุตสาหกรรมอาหาร ตามลำดับ

สำหรับ ในปี 2554 สาขาอุตสาหกรรมอาหารที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นจากปี 2553 มากที่สุด ได้แก่ สาขาสัตว์มีชีวิตไม่ได้ทำพันธ์ ที่มีอัตราการขยายตัว 73.01% รองลงมาคือ สาขาเนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค ที่มีอัตราการขยายตัว 49.11% และ สาขาข้าวและผลิตภัณฑ์จากแป้ง ที่มีอัตราการขยายตัว 31.23%

ตารางมูลค่าการนำเข้าอาหารในแต่ละสาขา ในช่วงปี 2551 - 2554

สาขา	มูลค่า : ล้านบาท				อัตราขยายตัว (%)		
	2551	2552	2553	2554	2552	2553	2554
พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	145,417	123,320	149,638	177,241	-15.20	21.34	18.45
สัตว์น้ำ สด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	73,128	60,987	61,910	74,847	-16.60	1.51	20.90
ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้	20,105	22,171	25,233	31,541	10.28	13.81	25.00
สัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์	23,135	17,939	23,024	25,094	-22.46	28.34	8.99
นมและผลิตภัณฑ์นม	17,935	9,662	15,390	18,419	-46.13	59.28	19.69
เนื้อสัตว์สำหรับการบริโภค	7,909	7,216	7,389	11,018	-8.76	2.40	49.11
ข้าวและผลิตภัณฑ์จากแป้ง	4,834	5,155	5,121	6,720	6.64	-0.66	31.23
อาหารปรุงแต่งสำหรับการใช้เลี้ยงทารก	5,251	5,672	5,220	5,891	8.00	-7.97	12.86
สัตว์มีชีวิตไม่ได้ทำพันธ์	319	164	297	514	-48.50	80.78	73.01
รวม	298,033	252,286	293,222	351,285	-15.35	16.23	19.80

ที่มา กระทรวงพาณิชย์

ตลาดนำเข้าอาหาร

ตลาดนำเข้าอาหารที่สำคัญ เมื่อพิจารณาจากมูลค่าการนำเข้า ในปี 2554 พบว่าประเทศบราซิล สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย เป็นตลาดนำเข้าที่สำคัญ มีมูลค่าการนำเข้า 42,713 ล้านบาท 41,747 ล้านบาท 32,441 ล้านบาท 18,294 ล้านบาท และ 17,376 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 12.16, 11.88, 9.24, 5.21 และ 4.95 ของมูลค่าการนำเข้ารวมของอุตสาหกรรมอาหาร

ตลาดนำเข้าหลักของอุตสาหกรรมอาหาร ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเข้าอาหาร ในสาขาต่างๆ ดังนี้

ประเทศบราซิล ได้แก่ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช และสัตว์และผลิตภัณฑ์จากสัตว์

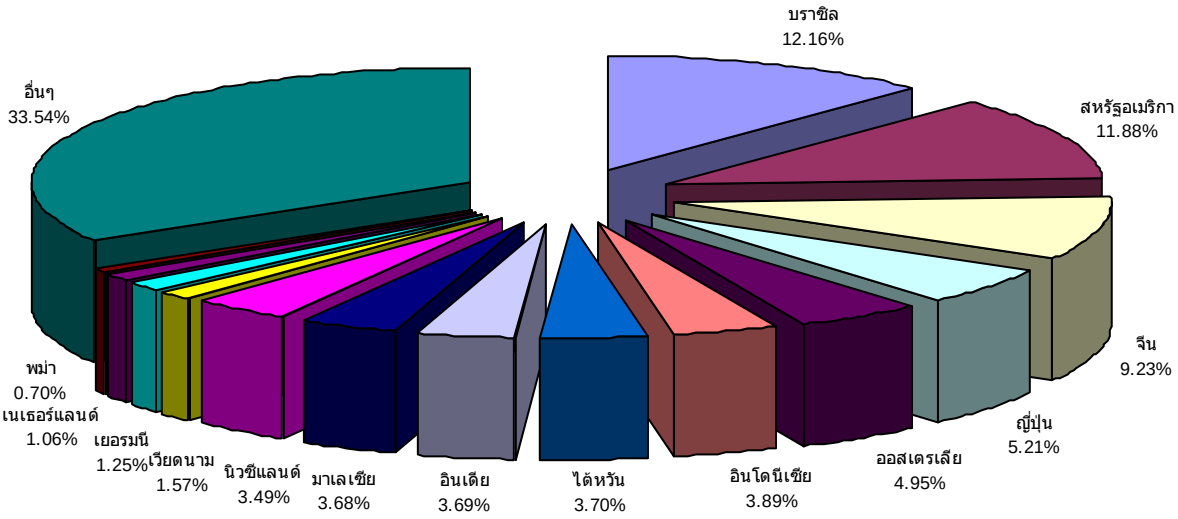
ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช และสัตว์น้ำ สด แช่เย็น แช่แข็ง แปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป

ประเทศจีน ได้แก่ ผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้ และพืชและผลิตภัณฑ์จากพืช

ประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ สาขาพืชและผลิตภัณฑ์จากพืช และสาขาสัตว์น้ำ สด แช่เย็น แช่แข็งแปรรูป และกึ่งสำเร็จรูป

ประเทศออสเตรเลีย ได้แก่ สาขาพืชและผลิตภัณฑ์จากพืช และสาขานมและผลิตภัณฑ์นม

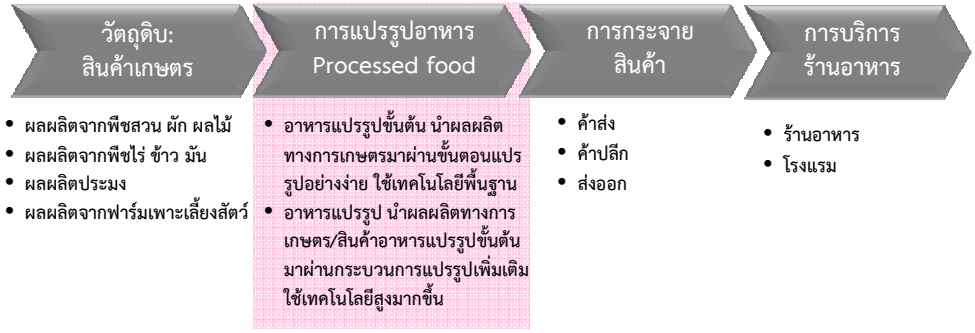
สัดส่วนการนำเข้าอาหารจากประเทศต่างๆ ในปี 2554



4.กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมอาหาร

Value Chain และสาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายของการศึกษา

Value Chain ของอุตสาหกรรมอาหาร



ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมอาหารในส่วนของวัตถุดิบจะเกี่ยวข้องกับเกษตรกร ชาวสาว ชาวไร่ และผู้ทำการประมง ผู้เลี้ยงสัตว์ และในส่วนของปลายน้ำจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจภาคการค้าที่มีส่วนในการสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร โดยมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ ร้านอาหาร และโรงแรม ภัตตาคาร ซึ่งอยู่ในภาคบริการและการท่องเที่ยว

ในการศึกษาจัดทำแผนการยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs สาขาอาหาร มีขอบเขตการศึกษามุ่งเน้นความสำคัญที่ขั้นกลางน้ำของอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป (food processing) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่า (value added) และรักษาผลผลิต (food preservation) สินค้าเกษตรให้มีอายุนานขึ้น ลดความเสี่ยงจากอันตรายที่อาจมาจากการปนเปื้อนในอาหาร (food hazard) และเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และอำนวยความสะดวกต่อการบริโภคในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป (food processing) จะพิจารณาความเชื่อมโยงกับธุรกิจต้นน้ำ และปลายน้ำของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปด้วย เพื่อให้ได้มาซึ่งมาตรการที่จะช่วยเหลือ

สนับสนุนการยกระดับ SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ ทั้งนี้ กระบวนการแปรรูปสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่ม[2] ได้แก่

1.สินค้าอาหารแปรรูปขั้นต้น คือ อาหารที่ถนอมไว้โดยผ่านกรรมวิธีการแปรรูปที่ไม่ซับซ้อน เช่น แช่เย็น หรือแช่แข็ง หมัก ดอง ตัดแต่ง ปอกเปลือก ตากแห้ง เป็นต้น หรือเป็นอาหารที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาพเล็กน้อย ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าแปรรูปได้

2.สินค้าอาหารแปรรูป คือ อาหารที่ผ่านกรรมวิธีปรุงแต่งผ่านกระบวนการทำให้สุก หรือผ่านกรรมวิธีการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูง หรือลักษณะของอาหารมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หรือมีคุณลักษณะของอาหารที่ดีขึ้น หรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับประทานได้ทันที หรือใช้วิธีการเตรียมก่อนการบริโภคได้ด้วยวิธีง่ายๆ และรวดเร็ว เช่น การทำให้ละลาย และการให้ความร้อนรวมถึงอาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารคาว อาหารหวาน เครื่องแกง/เครื่องปรุงรสที่ปรุงสำเร็จ และน้ำจิ้มโดยเป็นอาหารในบรรจุภัณฑ์ (Package Food) ในรูปแบบพร้อมรับประทาน (Ready to Eat/Ready to Serve) หรือ พร้อมปรุง (Ready to Cook) หรือ น้ำจิ้ม(Dipping Sauce)

[2] แผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหาร พ.ศ.2553-2557

5. การสนับสนุนอุตสาหกรรมและกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

5.1 แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 กระทรวงอุตสาหกรรม

กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรม พ.ศ. 2555-2574 ซึ่งในการศึกษาได้กำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ.2555-2574 สำหรับทุกอุตสาหกรรม โดยมียุทธศาสตร์ดังนี้ 1) การยกระดับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมและขยายเครือข่ายการผลิตสู่ต่างประเทศ(Internationalized Industrial structure and clusters to capture global opportunities) 2) การยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน (Upgrade and create sustainable entrepreneur) 3) การยกระดับโครงสร้างสนับสนุนอุตสาหกรรมเพื่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมอย่างบูรณาการ (Enhance competitive industry platform) นอกจากนั้น ได้มีการกำหนดแนวทางสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมนำร่อง 8 สาขาอุตสาหกรรม โดยอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นสาขาอุตสาหกรรมนำร่องด้วย

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพและความพร้อมทั้งในด้านของวัตถุดิบและบุคลากรค่อนข้างมาก แนวทางการพัฒนาจึงจำเป็นต้องมุ่งสู่การเป็นฐานการผลิตในอาเซียนและขยายช่องทางการตลาดให้เข้าถึงประเทศต่างๆเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการสร้างและประชาสัมพันธ์ตราสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ควบคู่กับการสร้างมาตรฐานการผลิตและเน้นการสร้างฐานวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารต่อไปในอนาคต เพื่อให้เกิดการยกระดับของอุตสาหกรรมอาหารไทยอย่างต่อเนื่อง

ทิศทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ ซึ่งมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในปี 2555 คือ *“ประเทศไทยจะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอาหารของโลก ที่เน้นการเพิ่มคุณค่าและความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค”* ตามที่ได้กำหนดไว้ในแผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ปี 2551-2555 อย่างไรก็ดี ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยระยะยาวในเบื้องต้น ควรมีการกำหนดเพิ่มเติมดังนี้ *“อุตสาหกรรมอาหารจะมีระบบการผลิตอย่างยั่งยืน ภายในปี 2593 โดยเป็นระบบการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ”* ซึ่งจะต้องมีการควบคุมคุณภาพสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มช่องทางการตลาด และมีการวางแผนในหลายระยะทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวโดยที่ผลักดันให้มีการกำหนดตำแหน่งบทบาทของประเทศไทยสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในประชาคมอาเซียน โดยให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอาหารแปรรูป และเป็นศูนย์กลางในการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารครบวงจรในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งจะเป็นแหล่งรวมนักวิจัยด้านอาหารที่ศึกษาวิจัยและพัฒนาสินค้าตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการดึงนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนร่วมกับผู้ประกอบการในประเทศ จ้างผลิตและส่งออกสินค้าอาหาร โดยมี Hyper market เป็นตลาดสำรองในการกระจายสินค้าจากประเทศไทยไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทยจะมีการพัฒนาในด้านของการรักษา

สิ่งแวดล้อม ตามแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของโลก สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาในองค์ประกอบต่างๆ ทั้งการผลิตวัตถุดิบ กระบวนการผลิต รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ รวมไปถึงทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตด้วย

ซึ่งจากการวิเคราะห์ภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมดจำเป็นต้องกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอย่างชัดเจนในแต่ละด้าน เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมโลกได้จะประกอบด้วย 3 แนวทางหลัก โดยกล่าวรวมถึงการยกระดับกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการตลาด โดยมีรายละเอียด ดังนี้

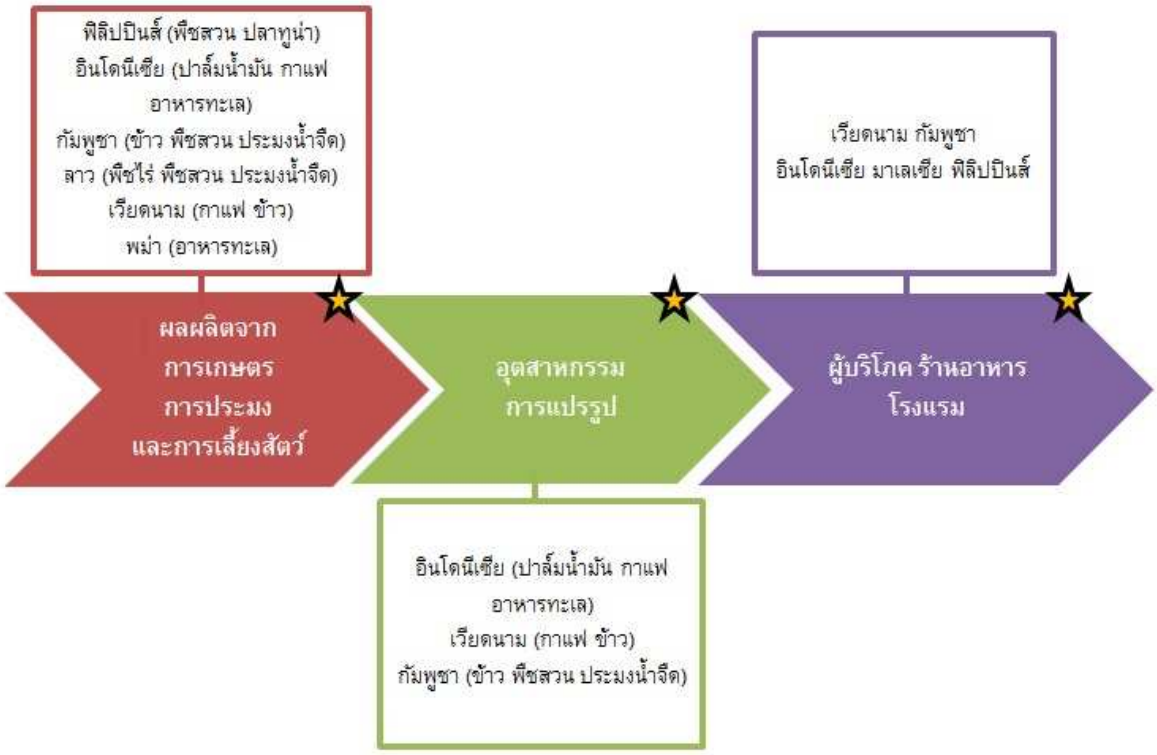
แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรม

5.2กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

ศักยภาพของ SME ไทยภายในข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

จากผลการศึกษาของโครงการศึกษาผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (High Impact Sectors) โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อรวบรวมและสรุปผลการศึกษาในด้านผลกระทบของ AEC ที่มีต่อผู้ประกอบการ SMEs ของไทย และเพื่อระบุผลกระทบและกำหนดหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ (Strategic Partners) ที่สำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมนำร่องที่ได้รับการคัดเลือก เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ที่ได้จัดทำไว้ในการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งได้คัดเลือกสาขาเป้าหมายที่มีโอกาสในการขยายตัวสูง 6 สาขาได้แก่ เครื่องจักรกล ผลิตภัณฑ์ยาง สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม บรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก และอัญมณีและเครื่องประดับ โดยสาขาอาหารเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าดุลการค้ามากที่สุด

หุ้นส่วนทางกลยุทธ์กับต่างประเทศของอุตสาหกรรมอาหาร



ประเทศไทยจะมีความสามารถในด้านการผลิตอุตสาหกรรมอาหารและมีอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ครบทุกส่วนในประเทศไทยเองตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดภายในและภายนอกประเทศที่กำลังเติบโต แต่การศึกษาครั้งนี้พบปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่

1) วัตถุดิบต้นน้ำเริ่มขาดแคลนและมีราคาสูงขึ้น
2) ต้นทุนการด้านพลังงานและค่าแรงของแรงงานสูงขึ้น ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถได้ผลกำไรต่อการขายสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มน้อยได้อีกต่อไป
3) กฎระเบียบภาครัฐบางประการที่ซับซ้อนยุ่งยาก เป็นอุปสรรคในการส่งเสริมการขยายตัวทางการผลิตของผู้ประกอบการให้เข้าถึงตลาดเพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาดได้เร็ว

วิธีการที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่ดีที่สุดสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร คือ ประเทศไทยควรกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียนด้วยการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่าหลายขั้นตอน เพื่อหลีกเลี่ยงตลาดราคาต่ำไปสู่การผลิตสินค้าที่มีคุณค่าและราคาสูงขึ้นตอบสนองความต้องการการบริโภคของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนชั้นกลางของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งต้องใส่ใจในการพัฒนากระบวนการผลิตที่มีการศึกษาขนาด ความต้องการ รสชาติ และความชอบสินค้าเป็นอย่างดีก่อนทำการผลิต เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนด้านปัจจัยการผลิตและผลตอบแทนที่ได้รับ

นอกจากนั้นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารของไทยได้ประโยชน์สูงสุดจากการประกอบกิจการ คือ ผู้ประกอบการในภาคการผลิตอุตสาหกรรมอาหารควรมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ระหว่างกันให้มากที่สุด รวมทั้งใช้อำนาจของกลุ่มเป็นกลไกในการต่อรองทั้งในด้านการค้าและการกำหนดราคา อีกทั้งยังสามารถเป็นกลไกการพัฒนาของกลุ่มได้อย่างเข้มแข็ง โดยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่มเป็นสถาบัน เช่น สหกรณ์ ชมรม สมาคม มากกว่าการรวมกลุ่มแบบสมัครใจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนารูปแบบของกลุ่มไปสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นระบบ

บทที่ 2 วิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขันในตลาดโลกและศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมอาหาร

2.1ปัจจัยและแนวโน้มของตลาดและผู้บริโภคที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

ปัจจัยและแนวโน้มที่มีผลต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปมีสาเหตุมาได้จากทั้งปัจจัยภายในประเทศและภายนอกประเทศ จากการเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์ ภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลก พฤติกรรมและแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงมิติทางการค้า การเปลี่ยนพืชอาหารเป็นพืชพลังงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม แนวโน้มตลาดอาหารฮาลาล แนวโน้มตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ และอาหารดัดแปลงพันธุกรรม ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างพฤติกรรมใหม่ที่มีผลต่อทิศทางอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยสามารถจำแนกการอธิบายได้ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์

การเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์ทั้งด้านการเพิ่มขึ้น ลดลง การกระจายตัว การย้ายถิ่นหรือแม้แต่องค์ประกอบของประชากร เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา เศรษฐกิจ เป็นต้น ล้วนเป็นปัจจัยที่มีส่วนอย่างสำคัญต่อทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอาหารแปรรูปทั้งทางด้านการผลิตและการบริโภค กล่าวคือ

ด้านการผลิต การเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์มีผลต่อการผลิตทั้งด้านปริมาณ คุณภาพและความหลากหลาย ซึ่งทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอาหารแปรรูปจะมุ่งไปในเชิงการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อเพิ่มปริมาณและคุณภาพ

ด้านการบริโภค การเปลี่ยนแปลงประชากรศาสตร์มีผลต่อความต้องการรูปแบบของอาหาร ปริมาณ และคุณภาพที่แตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคมีรายได้ต่อหัวสูงขึ้นต้องการอาหารระดับพรีเมี่ยม การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุต้องการอาหารที่ดูแลสุขภาพ การขยายตัวของชุมชนเมืองต้องการอาหารพร้อมทาน ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นต้องการอาหารที่มีคุณภาพ และการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรทำให้มีความต้องการปริมาณอาหารเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

การรับรู้และการคาดการณ์ในประเด็นเหล่านี้สามารถใช้ในการวางแผนทั้งในระดับนโยบายที่จะใช้ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร การลงทุน การขยายตลาด รวมถึงสามารถมองเห็นหรือคาดการณ์ทิศทาง พฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้จากหนังสือเรื่อง “The Future of food” How we will eat and drink tasty healthy and sustainable Food in the 21th

Century โดย Adjiedj Bakas ได้เสนอถึงปัจจัยที่ทำให้จำนวนประชากรโลกเปลี่ยนแปลง รวมทั้งคาดการณ์แนวโน้มการเพิ่มของประชากรโลกในอนาคต และผลกระทบ โดยสรุปได้ดังนี้

เมื่อ 80 ปีก่อน ประชากรโลกเพิ่มจาก 2 พันล้านคน เป็น 7 พันล้านคน และทุกวันจะมีประชากรเพิ่มขึ้น 200,000 คน ประมาณ 6,500,000 ล้านคนต่อเดือน เป็นที่คาดหมายว่าในปี 2050 จะมีประชากรโลกจำนวน 9 พันล้านคน ทั้งนี้การขยายตัวของประชาชนโลก มิได้มาจากปัจจัยจากอัตราการเกิดเท่านั้น แต่ปัจจัยหนึ่งคือการที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้น เนื่องมาจากการที่บริโภคอาหารที่มีประโยชน์และการแพทย์มีความก้าวหน้ามากขึ้น จากโครงการ World Population in 2300 ที่จัดทำโดย UN สรุปได้ว่า หลังจากปี ค.ศ. 2050 คาดว่าจำนวนของการเกิดและการตายจะมีไม่มากนัก และจำนวนประชากรที่จะมีการเพิ่มขึ้นน่าจะมาจากประเทศที่ยากจน

ทั้งนี้ เมื่อสุขภาพของประชาชนดีขึ้นมากเท่าไหร่ จำนวนความต้องการมีบุตรจะมีน้อยลง ซึ่งในการศึกษาดังกล่าวคาดว่า ในปี ค.ศ. 2300 สัดส่วนของประชากรที่อยู่ในทวีปอัฟริกา จะเพิ่มมากเป็น 2 เท่าจากสัดส่วนปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 13% และจะเพิ่มเป็น 24% ในปี ค.ศ. 2300 แต่ในทางกลับกันทวีปเอเชียจะลดลงจาก 61% เป็น 55% และทวีปยุโรปจะลดลงจาก 12% เป็น 7%

จากการเพิ่มขึ้นของประชากรนำไปสู่ความกดดันที่เพิ่มขึ้นเช่นกันในเรื่องการบริโภคอาหารโลก ในประเทศอินเดีย มีประชากร 1 พันล้านคน จำนวนแคลลอรี่ที่บริโภคเพิ่มขึ้นประมาณ 20% ต่อคนภายใน 20 ปีข้างหน้า และในประเทศจีน คาดว่าจะมีการบริโภคเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้น 60% หรือ 80 กิโลกรัมต่อคน ต่อปีในระยะเวลาเดียวกัน

ปัญหาอีกประการหนึ่งที่จะมีผลกระทบต่อความต้องการอาหาร คือการที่มี Grey Population (หมายถึงประชากรเด็กและผู้สูงอายุ) ในอัตราที่สูง อันเนื่องมาจากแนวคิดการจำกัดขนาดครอบครัวหรือเลือกที่จะไม่มีลูก

2) ภาวะโลกร้อนและการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลก

การขยายตัวของระบบเศรษฐกิจโลก กระตุ้นให้เกิดการบริโภคและการผลิตอย่างขนานใหญ่ และนำมาซึ่งภาวะโลกร้อน ซึ่งจากการศึกษาของคณะกรรมการศึกษาการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศโลกระหว่างประเทศ (IPCC) คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ.2100 อุณหภูมิโลกจะสูงขึ้น 1.4 – 5.8 องศาเซลเซียส และจะทำให้น้ำทะเลสูงขึ้นประมาณ 0.9 เมตร เพราะการละลายของน้ำแข็งขั้วโลก ส่งผลให้เกิดภาวะน้ำท่วมบางแห่งและฝนแล้งในบางประเทศ รวมทั้งคาดว่าในอนาคตอีกประมาณไม่ถึง 20 ปีข้างหน้า พื้นที่เกษตรกรรม 70% ในจีนอินเดีย เอเชียกลาง ตะวันออกกลาง และอเมริกา จะกลายเป็นพื้นที่แห้งแล้ง ประเทศริมฝั่งทะเลอาจจะประสบปัญหาน้ำท่วม รวมทั้งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของพืชและความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งการแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศส่งผลให้เกิดภัยพิบัติต่าง ๆ และมี

ผลอย่างชัดเจนต่อราคาอาหารของโลกซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น[3] และก่อให้เกิดวิกฤตการอาหารโลก ดังนั้น แนวทางการผลิตอาหารในอนาคตจึงมุ่งเน้นหรือปรับเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์สีเขียว เน้นการผลิตจะควบคุมตั้งแต่วัตถุดิบ เพิ่มการสรรหาในท้องถิ่น เพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ เน้นการสร้างสังคมและอุตสาหกรรมที่มีปริมาณการปล่อยคาร์บอนต่ำ (Low carbon society) อุตสาหกรรมที่ดูแลสิ่งแวดล้อม (Green industry) สังคมที่มีความพร้อมในการรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (Climate resilience society) เป็นต้น

3) พฤติกรรมและแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตและการบริโภคเพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ และการมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ มีผลต่อการผลิต รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เน้นความเร็วในการบริโภค ความสะดวกสบาย และพกพาง่าย รวมถึงช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงผู้บริโภค และนำไปสู่ความต้องการอาหารกึ่งสำเร็จรูป (Instant Foods) อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-cook) อาหารพร้อมทาน (Ready-to-eat) อาหารเพื่อความสุขหรือฟุ่มเฟือยมากกว่าความอิ่ม และอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่เน้นการดูแลสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ การสื่อสารที่เปิดกว้างหรือสื่อโฆษณา ช่วยให้ผู้บริโภครับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกลุ่ม และกระตุ้นให้เกิดกระแสการบริโภคตามกัน รวมทั้งการเดินทางข้ามประเทศที่สะดวกขึ้น หรือการส่งผ่านวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ ทำให้เกิดการซึมซับและเลียนแบบวัฒนธรรมการบริโภคอาหารชาติอื่น เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น จีน ตะวันตก เป็นต้น

4) ความปลอดภัยของอาหารและมาตรฐานต่าง ๆ ในไทยและต่างประเทศ

ความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) ถือเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น การที่อาหารถูกปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์ หรือมีการตกค้างของสารเคมี สารปฏิชีวนะ และสารพิษ ย่อมส่งผลต่อสุขภาพของผู้บริโภคในประเทศ และกระทบต่อเศรษฐกิจในกรณีมีการส่งออกอาหารไปยังต่างประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องใส่ใจ ให้ความสำคัญ และพัฒนาการผลิตให้ได้คุณภาพมาตรฐานและสอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากลตามที่กำหนดโดยองค์การการค้าโลก และองค์การด้านอาหารระหว่างประเทศ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับ

[3] พืชอาหารและพืชพลังงานกับความเป็นธรรมในการกระจายรายได้, เอกสารฉบับอภิปรายในคณะทำงานการกระจายรายได้ เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2551 โดยคณะทำงานการกระจายรายได้สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ผู้ประกอบการ ซึ่งระบบตรวจสอบควบคุมคุณภาพที่สำคัญ และประเทศต่าง ๆ ให้การยอมรับประกอบด้วย[4]

4.1) GMP (Good Manufacturing Practice) หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร เป็นมาตรฐานบังคับตามกฎหมายที่โรงงานผู้ผลิตอาหารต้องปฏิบัติ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 193 พ.ศ. 2543 เรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาอาหาร ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม 2544 มีเนื้อหาครอบคลุม 6 ประการ คือ 1) สุขลักษณะของสถานที่ตั้งและอาคารผลิต 2) เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ที่ใช้ในการผลิต 3) การควบคุมกระบวนการผลิต 4) การสุขาภิบาล 5) การบำรุงรักษาและการทำความสะอาด และ 6) บุคลากร

4.2) HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) การวิเคราะห์จุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นระบบการจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัย ซึ่งใช้ในการควบคุมกระบวนการผลิตอาหารให้ปราศจากอันตราย 3 สาเหตุ คือ 1) อันตรายทางชีวภาพจากเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค หรือสารพิษ 2) อันตรายจากสารเคมี เช่น สารเคมีที่ใช้ในการเพาะเลี้ยงเพาะปลูก สารเคมีที่ใช้เป็นวัตถุเจือปนอาหาร และ 3) อันตรายทางกายภาพจากสิ่งปลอมปน ต่างๆ เช่น เศษแก้ว เศษกระจก โลหะ เป็นต้น

4.3) BRC (British Retail Consortium Standard-Food) มาตรฐานสมาคมผู้ค้าปลีกแห่งประเทศอังกฤษสำหรับผู้ผลิตอาหาร กำหนดเพื่อบังคับให้โรงงานผู้ผลิตอาหารที่ต้องการส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในห้างค้าปลีกของประเทศอังกฤษต้องจัดทำระบบนี้ ประกอบด้วย 1) การนำระบบ HACCP ไปประยุกต์ใช้ 2) การจัดทำเอกสารและระบบการบริหารด้านคุณภาพ และ 3) การควบคุมมาตรฐานสภาพแวดล้อมของโรงงาน การควบคุมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และบุคลากร

4.4) IFS (International Food Standard) มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศที่กำหนดโดยผู้ค้าปลีกแห่งสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน และผู้ค้าปลีกค้าส่งแห่งสาธารณรัฐฝรั่งเศส กำหนดเพื่อให้โรงงานผู้ผลิตอาหารที่ต้องการส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในห้างค้าปลีกของประเทศฝรั่งเศสและเยอรมนีต้องจัดทำระบบนี้ ประกอบด้วย 1) การจัดการระบบคุณภาพ และ HACCP 2) ความรับผิดชอบด้านการบริหารจัดการ 3) การจัดการทรัพยากร 4) การผลิตผลิตภัณฑ์ และ 5) การวัดค่า การตรวจวิเคราะห์ และการปรับปรุง

4.5)SQF (Safe Quality Food) มาตรฐานคุณภาพอาหารปลอดภัย กำหนดโดย AGWEST Trade and Development: AT&D ของรัฐบาลออสเตรเลีย เป็นระบบคุณภาพที่ผสมผสานระหว่างแนวทางการวิเคราะห์จุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในผลิตภัณฑ์อาหาร (HACCP) ของ CODEX และระบบคุณภาพ ISO 9000 ประกอบด้วย 1) ความมุ่งมั่นต่อระบบคุณภาพ 2) ผู้ส่งมอบ

---

[4] กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีการเผยแพร่ สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี. มาตรฐานความปลอดภัย : เส้นทางอาหารไทยสู่ครัวโลก.

3) การควบคุมการผลิต (นำระบบ HACCP ไปประยุกต์ใช้) 4) การตรวจสอบและทดสอบ 5) การควบคุมเอกสารและบันทึกคุณภาพ และ 6) การบ่งชี้และการสอบกลับได้ของผลิตภัณฑ์

4.6) HALAL อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งได้รับอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภค หรือใช้ประโยชน์ได้ ดังนั้น โรงงานผู้ผลิตอาหารที่ต้องการผลิตสินค้าอาหารเพื่อจำหน่ายให้แก่ชาวมุสลิมจึงต้องทำตามข้อกำหนดของศาสนาอิสลาม และได้รับการรับรองการเป็นอาหารฮาลาลจากหน่วยงานผู้ให้การรับรอง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (รายละเอียดของข้อกำหนดได้จากบทบัญญัติของศานาอิสลาม)

4.7) ISO 22000 คือ ระบบการบริหารงานความปลอดภัยด้านอาหาร (Requirements for a Food Safety Management System) เป็นมาตรฐานกลางที่ครอบคลุมข้อกำหนดทุกมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่มีการบังคับใช้ในทางการค้า มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งข้อกำหนดของ GMP, HACCP และระบบการบริหารงาน ประกอบด้วยหลักการที่สำคัญ ดังนี้ 1) การสื่อสารระหว่างองค์กรที่อยู่ในห่วงโซ่อาหาร 2) การบริหารจัดการระบบ 3) การนำหลักการ HACCP ไปใช้ และ 4) โปรแกรมพื้นฐานด้านสุขลักษณะการผลิตที่ดี

4.8) ISO 9001 : 2000 เป็นระบบการบริหารงานคุณภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารและการจัดการองค์กร ให้มีคุณภาพ มุ่งสู่ความเป็นผู้นำทางธุรกิจ มีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับลูกค้า การบริหารจัดการองค์กรอย่างมีระบบ มีคุณภาพ มีความต่อเนื่อง สามารถตรวจสอบ และติดตามผลได้ รวมถึงให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับชั้น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร และผู้ที่เกี่ยวข้องในลักษณะที่เอื้อประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย โดยยึดหลักความพอใจของลูกค้าเป็นที่ตั้ง

5) การรวมกลุ่มเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงมิติทางการค้า

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของโลกที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำการค้า การลงทุน และการแข่งขันทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการเปลี่ยนขั้วอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองจากประเทศตะวันตกไปสู่ประเทศแถบเอเชีย ทั้งจีน อินเดีย ขณะเดียวกันกลุ่มประเทศที่มีจำนวนประชากรสูงและมีความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจได้รวมตัวกันในนามกลุ่ม BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) และมีบทบาทมากขึ้นในเศรษฐกิจโลก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก ช่วยสร้างพลังและอำนาจในการต่อรองทางเศรษฐกิจ เป็นเครื่องมือในการกีดกันทางการค้า รวมทั้งเพิ่มความรุนแรงของการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการที่อยู่ภายใต้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจต่าง ๆ จะต้องมีการปรับตัวและอาศัยความร่วมมือระหว่างกัน มุ่งการผลิตรูปแบบใหม่ที่ผู้ผลิตเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน สร้างและอาศัยความสามารถเฉพาะเพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารสามารถใช้ความร่วมมือของภูมิภาคทางเศรษฐกิจเป็นฐานของวัตถุดิบและฐานทางการตลาด รวมทั้งพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารให้ก้าวสู่อุตสาหกรรมบนพื้นฐานแห่งความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

6) การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

จุดมุ่งหมายหลักของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การนำอาเซียนไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) ซึ่งหมายถึงการทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีใน 5 สาขา ประกอบด้วยสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุน[5] ซึ่งมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ สินค้าส่งออกหลายรายการของไทยได้เปรียบคู่แข่งในอาเซียน ขณะที่สินค้าบางรายการต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยในส่วนของสินค้าเกษตรมีแนวทางการปรับตัว ได้แก่ การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ โดยการปรับปรุงพันธุ์พืช การพัฒนาระบบชลประทาน และการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว รวมถึงการแปรรูปวัตถุดิบขั้นต้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ส่วนแนวทางการปรับตัวของสินค้าอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ไทยยังมีความได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้าน แต่ควรมุ่งเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพแทนการแข่งขันด้านราคา โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity & Innovation) ผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสังคมที่เปลี่ยนไป ใช้ประโยชน์จากการนำเข้าวัตถุดิบบางรายการที่มีราคาถูกลง ขยายตลาดเชิง mass และ niche market เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ขยายการลงทุนหรือย้ายฐานการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต สร้างตราสินค้า สร้างเครือข่ายพันธมิตรหรือรวมกลุ่มคลัสเตอร์

7) การเปลี่ยนพืชอาหารเป็นพืชพลังงาน

จากปริมาณการใช้พลังงานน้ำมันที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ปริมาณน้ำมันที่มีอยู่ทั่วโลกลดลง และมีราคาเพิ่มสูงขึ้น ทำให้หลายประเทศพยายามหาพลังงานทดแทนที่สามารถผลิตได้ไม่สิ้นสุด หรือสามารถมีการผลิตหมุนเวียนได้ จึงนำไปสู่การเปลี่ยนพืชอาหารให้เป็นพืชพลังงาน ได้แก่ อ้อย มันสำปะหลัง และข้าวโพด ที่สามารถนำมาผลิตเอทานอล (ethanol) เพื่อทดแทนเบนซิน และพืชประเภทถั่วเหลือง ปาล์ม มะพร้าว สบู่ดำ และเมล็ดพืชน้ำมันอื่นๆ สามารถผลิตน้ำมันพืชเพื่อทดแทนดีเซลได้ ทั้งนี้ หากต้องการพืชพลังงานผลิตพลังงานทดแทนน้ำมัน 10 % ของความต้องการในปัจจุบัน โลกต้องใช้พื้นที่เพื่อปลูกพืชพลังงานประมาณ 1,250 ล้านไร่ หรือประมาณเท่ากับพื้นที่ของประเทศอินโดนีเซียทั้งประเทศ รวมทั้งยังทำให้เกิดการแย่งพื้นที่เพาะปลูกระหว่างพืชพลังงานและพืชอาหาร นอกจากนี้ การที่นำพืชดังกล่าว ซึ่งส่วนหนึ่งใช้ในการผลิตอาหารสัตว์ไปใช้ผลิตพลังงาน ส่งผลให้ราคาอาหารสัตว์มีราคาแพงขึ้น และผลผลิตจากเนื้อสัตว์ราคาแพงขึ้น หรือทำให้พืชหรือผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากพืชที่ถูกนำพื้นที่ไปใช้ปลูกพืชพลังงานมีปริมาณการผลิตที่ลดลง และมีราคาที่สูงขึ้น เช่น ข้าวสาลี แป้งขนมปัง เป็นต้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบให้เกิดภาวะวิกฤติทางการเกษตรคือผลผลิตทางการเกษตรและอาหารไม่พอเพียงสำหรับประชาชน ดังนั้น การคัดเลือกพืชพลังงานที่เหมาะสมกับระบบนิเวศและสอดคล้องกับวิถีการผลิตของเกษตรกรเพื่อใช้ประโยชน์ในการ

[5] ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) : โอกาสและผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมไทย. ม.ป.ป., ม.ป.ท.

แปรรูปเป็นพลังงานทดแทน รวมทั้งมีต้นทุนการผลิตต่ำ สามารถผลิตได้ในครัวเรือน ไม่ต้องใช้น้ำมาก และให้ปริมาณพลังงานที่มากกว่า เช่น มะพร้าว จาก และทานตะวัน เป็นต้น จึงเป็นประเด็นที่ควรพิจารณาและเป็นทางออกสำหรับการใช้พืชอาหารผลิตเป็นพลังงาน

8) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม

พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงเป็นการบริโภคตามความชอบของแต่ละบุคคล ตามกำลังทรัพย์ทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมอาหารจึงมีการขยายตัวเป็นการผลิตอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมได้เข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์โดยการปรุงแต่งหรือเติมสารอาหาร พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพมาตรฐาน และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น

การพัฒนานวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งในอนาคตนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์จะมีลักษณะเน้นความสวยงาม รักษาคุณภาพ เน้นความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เน้นความสะดวกในการใช้ บรรจุภัณฑ์ที่ทุกคนสามารถใช้ได้ บรรจุภัณฑ์ที่มีการคิดค้นขึ้นใหม่ บรรจุภัณฑ์ที่ควบคุมปริมาณการบริโภค บรรจุภัณฑ์ฉลาด (เป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปรับสภาพเพื่อรักษาความสมดุลระหว่างภายในกับภายนอกบรรจุภัณฑ์ให้กับอาหาร) บรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดของแต่ละประเทศ ทั้งนี้ ในอนาคตอาจมีการนำเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น เช่น เทคโนโลยีพลาสติกชีวภาพ (ย่อยสลายได้ ผลิตทดแทนธรรมชาติได้ ใช้พลังงานในกระบวนการผลิตต่ำ) นาโนเทคโนโลยี (รักษาคุณค่าทางอาหาร เปลี่ยนสีได้เมื่อมีการปนเปื้อนของจุลินทรีย์หรือสารพิษ) เทคโนโลยีลามิคอล (กั้นการซึมผ่านของก๊าซโดยเฉพาะออกซิเจน) (แผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย, 255...)

นอกจากนี้ กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ยังได้มีโครงการ Thailand Food Valley ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่อง 4 ปี (2555-2558) เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปให้มีความเข้มแข็งและเติบโต โดยเป็นการนำแนวคิดโครงการ Food Valley ของประเทศเนเธอร์แลนด์มาเป็นต้นแบบในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาประสิทธิภาพและผลิตภาพ (Productivity) ในการแปรรูปอาหาร การขาดการบูรณาการการเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และหน่วยงานด้านการวิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ทั้งทางการลดต้นทุน เพิ่มคุณภาพ สร้างมูลค่า เพิ่มปริมาณ และความหลากหลาย การขาดการบูรณาการความร่วมมือเพื่อพัฒนาห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ภาคเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของประเทศไทยเสียเปรียบการแข่งขันกับนานาประเทศ ดังนั้น การบูรณาการดังกล่าวโดยการริเริ่มโครงการ Thailand Food Valley จะส่งเสริมให้เกิดการผสมผสาน สร้างสรรค์ และเพิ่มมูลค่า ระหว่างวัตถุดิบ เทคโนโลยี และงานวิจัย ซึ่งนำไปสู่นวัตกรรมของอาหารแปรรูปในเชิงพาณิชย์ และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการศึกษาพื้นที่ในการจัดตั้ง Thailand Food Valley และภายใต้โครงการยัง

ประกอบไปด้วยการพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจ การเสริมสร้างเครือข่ายการวิจัยและพัฒนาระหว่างวิสาหกิจและหน่วยงานการวิจัย และสนับสนุนปัจจัยที่เอื้อต่อการ

9) แนวโน้มตลาดอาหารฮาลาล

ตลาดอาหารฮาลาลถือเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่โดยจำนวนประชากรมุสลิมที่มีกระจายอยู่ทั่วโลกกว่า 1,977 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.7 ของประชากรทั้งหมดของโลก มีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 1.8 ต่อปี[6] ส่งผลให้ตลาดอาหารฮาลาลถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง โดยในปี 2553 ตลาดอาหาร ฮาลาลมีมูลค่ารวมสูงถึง 661,600 ล้านเหรียญสหรัฐฯ[7] คิดเป็นร้อยละประมาณ 30 ของมูลค่าการค้าสินค้าเกษตรกรรมของโลก[8] และมีอัตราขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 4.3 ทั้งนี้ ในส่วนของประเทศไทยมีประชากรมุสลิมประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ และเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการผลิตสินค้าอาหาร ฮาลาลเพื่อการบริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออก โดยอาหารฮาลาลที่ส่งออกกลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากข้าวและข้าวสาลี เนื้อสัตว์แช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป (ยกเว้นสุกร) อาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป ผักผลไม้สดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูป และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อาทิ สิ่งปรุงรสอาหาร นมและผลิตภัณฑ์จากนม เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เป็นต้น จากความต้องการของตลาดอาหารฮาลาลที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งทางด้านจำนวนประชากรและมูลค่าความต้องการอาหารฮาลาลของตลาดในประเทศและต่างประเทศ จึงเป็นปัจจัยและแนวโน้มที่ดีต่ออุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

10) แนวโน้มตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ

จากสภาพแวดล้อม วิถีชีวิต และสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เกิดการบริโภคที่ขาดคุณภาพและความปลอดภัย และมีผลต่อสุขภาพและชีวิต ผู้บริโภคจึงนิยมหันมาให้ความสำคัญและใส่ใจกับการบริโภคที่เน้นความเป็นธรรมชาติ ปราศจากสารเคมี สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน ตลอดจนเน้นการเสริมคุณค่าทางอาหารเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ (Functional food) เช่น วิตามิน แคลเซียม ไฟเบอร์ คอลลาเจน เป็นต้น รวมถึงลดอาหารที่มีไขมัน โคเลสเตอรอลและพลังงานลง

---

[6] Muslim Population in the World. 14 February 2012. http://muslimpopulation.com/World/

[7] **Global Halal Food Market**. May 2011. Agriculture and Agri - Food Canada. http://www.ats.agr.gc.ca/inter/4352-eng.pdf

[8] Value of Agriculture imports and exports. **FAO Statistical Yearbook 2010.** http://www.fao.org/docrep/015/am081m/PDF/am081m00c.pdf ค้นหาเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2555

ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพโลก (Wellness Products of the world) ในปี 2553 มีมูลค่าสูงถึง 19.4525 ล้าน ๆ บาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 23.9320 ล้าน ๆ บาท ภายในปี 2558 โดยผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ[9] ที่ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุด คือ “อาหารที่มาจากธรรมชาติและดีต่อสุขภาพ (Naturally Healthy: NH)” โดยคิดเป็นร้อยละ 38.5 ของมูลค่าทั้งหมด รองลงมา คือ “อาหารฟังก์ชันนัล (Fortified/Functional: FF)” ร้อยละ 30.3 “อาหารที่ดีสำหรับผู้บริโภค (Better for You: BFY)” ร้อยละ 25.5 “อาหารอินทรีย์ (Organic)” ร้อยละ 4.3 และ “อาหารสำหรับผู้รับสารอาหารบางชนิดไม่ได้ (Food Intolerance)” ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มคนที่ใส่ใจในสุขภาพ (เป็นกลุ่มที่มีกกำลังซื้อสูง และกำลังเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด) กลุ่มผู้หญิง กลุ่มเด็ก กลุ่มประชากรผู้สูงอายุ (เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบันและอนาคต ต้องการมีสุขภาพที่ดี ไม่เป็นภาระของผู้อื่น)

จากความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพที่มีเพิ่มสูงขึ้น จึงมีผลต่อทิศทางอาหารแปรรูป โดยผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคนิยมจะเป็นอาหารบรรจุหีบห่อที่มีคุณสมบัติลดไขมัน (reduced-fat) ธัญพืชเต็มเมล็ด (whole-grain) ใยอาหารสูง (high-fiber) ปราศจากน้ำตาล (sugar-free) และผลิตภัณฑ์ควบคุมสัดส่วนการรับประทาน (Portion-controlled products) ผักผลไม้สด ผลิตภัณฑ์จากนม เบเกอรี่ อาหารพร้อมรับประทาน อาหารสำหรับทารก รวมถึง “กาแฟ” และ “ชา” ที่ได้รับการรับรองตามหลักการอินทรีย์ (Organic) อาหารสำหรับเด็ก ขนมหวาน ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มสำหรับผู้ออกกำลังกาย และเครื่องดื่มให้พลังงาน ที่มีการเติมคุณประโยชน์หรือลดสารที่ไม่เป็นประโยชน์ น้ำผึ้ง นมเปรี้ยว น้ำแร่ธรรมชาติ อาหารบรรจุหีบห่อประเภทปราศจากกลูเตน (Gluten-free) ปราศจากแลคโตส (Lactose-free) และอาหารสำหรับผู้เป็นโรคเบาหวาน (Diabetic foods) เป็นต้น (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร, 2554)

---

[9] คำจำกัดความของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ

อาหารที่มาจากธรรมชาติและดีต่อสุขภาพ (Naturally Healthy: NH) เป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการแปรรูปน้อยมากจนถึงไม่มีการแปรรูป โดยแตกต่างจากอาหารอินทรีย ตรงที่จะเน้นถึงคุณค่าของสารอาหารที่ได้จากธรรมชาติที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ในขณะที่อาหารอินทรีย์จะเน้นถึงการปราศจากสารเคมี

อาหารฟังก์ชันนัล (Fortified/Functional: FF) เป็นอาหารที่มีการเพิ่มหรือเติมคุณประโยชน์เข้าไปในอาหารให้มากยิ่งขึ้น และ/หรือลดสารที่ไม่เป็นประโยชน์ให้น้อยลง

อาหารที่ดีสำหรับผู้บริโภค (Better for You: BFY) เป็นอาหารที่ลดปริมาณของสิ่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพในขั้นตอนการผลิต เช่น เกลือ น้ำตาล ไขมัน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับผู้บริโภค ในขณะที่ยังสามารถคงรสชาติ

และรูปลักษณ์ของอาหารไว้ได้เช่นเดิม

อาหารอินทรีย์ (Organic) เป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการตามหลักการเกษตรอินทรีย]

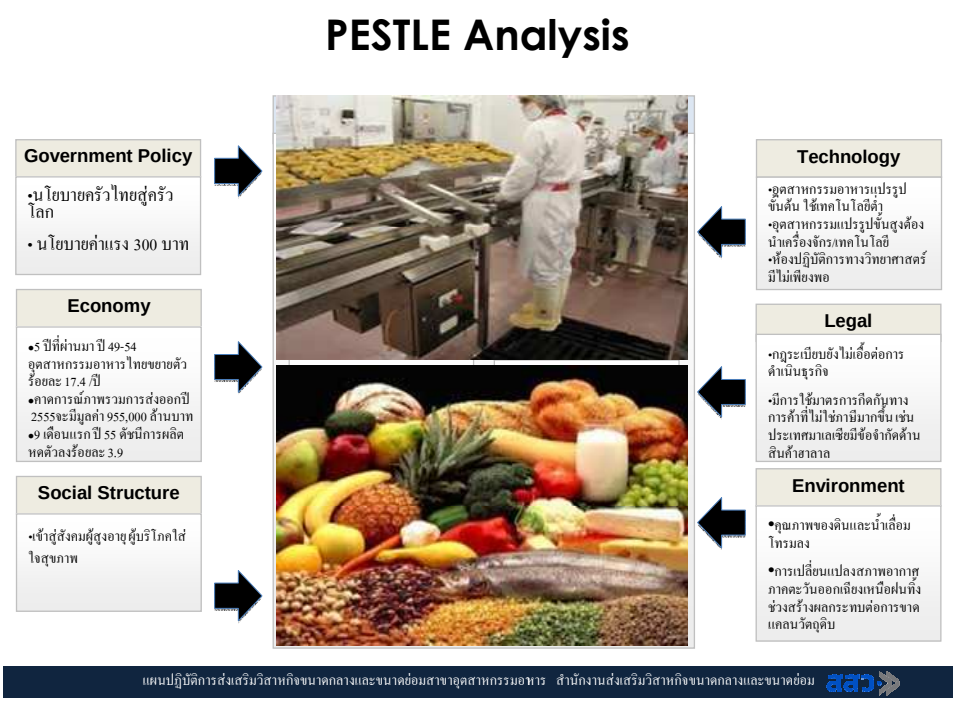
อาหารสำหรับผู้รับสารอาหารบางชนิดไม่ได้ (Food Intolerance)

11) อาหารดัดแปลงพันธุกรรม (Genetically Modified Food: GMF)

GMOs (Genetically Modified Organisms) คือ สิ่งมีชีวิตที่มีการตัดแต่งหรือเปลี่ยนแปลงพันธุกรรมโดยใช้วิธีทางพันธุวิศวกรรมเพื่อให้ได้ลักษณะตามต้องการ โดยอาหารที่ได้จาก GMOs เรียกว่า GMF (GMF - Genetically Modified Food หรือ GM Food) ซึ่ง GMOs ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหารเพื่อผลิตวัตถุดิบให้ได้ผลผลิตและคุณภาพที่ดีขึ้น มีปริมาณสารปราบศัตรูพืชน้อยลง และเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการให้กับอาหาร รวมทั้งยังเป็นหนทางหนึ่งที่ช่วยผลิตอาหารให้เพียงพอกับความต้องการของประชากรโลก โดยอาหารดัดแปลงพันธุกรรม หมายถึง 1.พืชดัดแปลงพันธุกรรมที่สามารถบริโภคเป็นอาหารได้โดยตรง 2. อาหารที่แปรรูปจากพืชดัดแปลงพันธุกรรม และ 3. อาหารที่แปรรูปจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จากพืชดัดแปลงพันธุกรรมหรือมีส่วนประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปพืชดัดแปลงพันธุกรรม ทั้งนี้ ยังคงมีความไม่มั่นใจถึงความปลอดภัยของอาหารที่ได้จาก GMOs อย่างไรก็ตาม หลายประเทศได้ยอมรับและให้ความสำคัญโดยได้ทำการศึกษาวิจัยและพัฒนาพืชดัดแปลงพันธุกรรม เช่น สหภาพยุโรป จีน อินเดีย และเวียดนาม รวมทั้งแต่ละประเทศจะมีนโยบายในการควบคุมอาหารดัดแปลงพันธุกรรมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาว่าประเทศคู่ค้ามีการออกกฎระเบียบในการนำเข้าอย่างไร เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติในการส่งออกสินค้าได้อย่างถูกต้อง และป้องกันมิให้เกิดข้อกีดกันทางการค้าโดยอ้างเรื่องความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งบางประเทศอาจบังคับให้มีการติดฉลากระบุว่าเป็น GMOs หรือไม่ บางประเทศอาจห้ามการผลิตโดยใช้พืช GMOs หรือต้องการให้มีการออกใบรับรอง (Certificate) ว่าสินค้ามีส่วนประกอบที่เป็น GMOs หรือไม่

อย่างไรก็ตาม ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยระยะยาวในเบื้องต้น ตามแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 ระบุว่า “อุตสาหกรรมอาหารจะมีระบบการผลิตอย่างยั่งยืน ภายในปี 2593 โดยเป็นระบบการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ” ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยและแนวโน้มของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่ได้กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ การจะไปสู่จุดหมายดังกล่าวได้ จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ สร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มช่องทางการตลาด รวมทั้งมีการวางแผนทั้งระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวที่ชัดเจนของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยจะได้ทำการวิเคราะห์และกล่าวถึงในบทต่อ ๆ ไป

2.2 ภาพรวมขีดความสามารถในการแข่งขัน จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม PESTLE Analysis



นโยบายรัฐบาล

- นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก เป็นนโยบายส่งเสริมให้อาหารไทยเป็นอาหารยอดนิยมของผู้บริโภคในระดับสากล โดยมุ่งดำเนินการอย่างเป็นระบบให้มีการขยายตัวของตลาดอาหารไทยและร้านอาหารไทยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศให้มีคุณภาพดีซึ่งจะส่งผลดีต่อการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ และเป็นการสนับสนุนการส่งออกวัตถุดิบในการผลิตอาหารไทยสู่สากล
- อุตสาหกรรมอาหาร เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น(Labor Intensive) ได้รับผลจากการปรับขึ้นค่าแรงงาน 300 บาท เช่น ในกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเล และผักผลไม้แปรรูป เนื่องจากกระบวนการผลิตมีขั้นตอนของการคัดแยก ตัดแต่งวัตถุดิบที่ต้องอาศัยแรงงานดำเนินการ

สภาวะทางเศรษฐกิจ

- 5 ปีที่ผ่านมา 2549-2554 การค้าโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 13.3 ต่อปี ไทยขยายตัวอัตราร้อยละ 17.4 ต่อปี ปี 2554 ไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารอันดับ 12 ของโลกเป็นอันดับคงที่ 3ปีติดต่อกันโดยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกร้อยละ 2.62 เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากร้อยละ 2.30 ในช่วง 5ปีก่อน

- คาดการณ์ภาพรวมการส่งออกปี 2555 จะมีมูลค่า 9,550,000 ล้านบาท หดตัวลงเล็กน้อยเนื่องจากปัญหาการชะลดตัวของเศรษฐกิจโลก และมีภาวะการแข่งขันกันเพิ่มสูงขึ้น โดยในไตรมาส 3/2555 สินค้าที่มีการหดตัวลงเช่น ข้าว กุ้ง และผลไม้แปรรูป
- ภาพรวมการผลิตในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2555 หดตัวตามการปรับตัวของการส่งออก โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอาหารไทยหดตัวลงร้อยละ 3.9 โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ และอุตสาหกรรมแปรรูปผักผลไม้

โครงสร้างทางสังคม

- การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ Aging Society ของประเทศไทยจะส่งผลให้ตลาดของอุตสาหกรรมอาหารมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ นิยมบริโภคอาหารปลอดสารพิษ Organic Food สมุนไพร และหลีกเลี่ยงอาหารที่มีแคลอรี่สูง เนื่องจากมีความจำเป็นในการใช้พลังงานลดลง และบริโภคโซเดี่ยมต่ำซึ่งมีผลต่อภาวะความดันโลหิต โดยมีคุณลักษณะเฉพาะของอาหารสำหรับผู้สูงอายุ เช่น อาหาร เป็นอาหารบดละเอียด ชิ้นเล็ก สามารถย่อยได้ง่าย เป็นต้น

เทคโนโลยี

- ในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปขั้นต้น ใช้เทคโนโลยีระดับต้นและเป็นเครื่องจักรที่ผลิตได้ในประเทศ SMEs ส่วนหนึ่งยังไม่สามารถทำได้ด้วยตัวเองในบางกระบวนการผลิต เช่น การอบแห้ง การดูดความร้อน การแช่แข็ง การบรรจุกระป๋อง สำหรับอุตสาหกรรมที่เป็นแปรรูปขั้นสูงผู้ประกอบการไทยต้องนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งมีต้นทุนที่สูง
- การขาดแคลนห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้าและวัตถุดิบไม่เพียงพอ ทำให้เสียมูลค่าการส่งออก และไม่สามารถรองรับตลาดที่มีขนาดใหญ่ได้

กฎระเบียบ

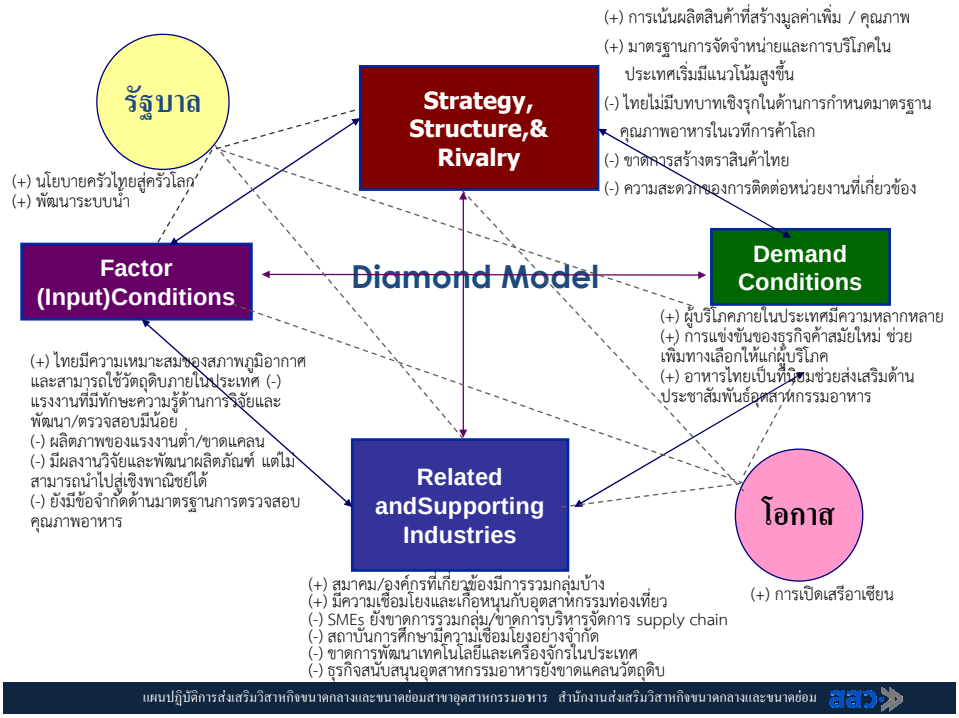
- ขั้นตอนในการขอการรับรองมาตรฐานต่างๆ มีกฎระเบียบหลายประการที่ส่งผลให้การขอรับการรับรองต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการ ซึ่งกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ
- การปรับตัวเพื่อการส่งออกไปยังประเทศที่มีการกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนสินค้าแก่ผู้ประกอบการ เช่น มาตรฐานคุณภาพของสินค้า (Quality of Standards) มาตรฐานการนำเข้าของ EU มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน (Human Rights) รวมทั้งการนำมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีมา

ใช้มากขึ้นในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกันเองเพื่อปกป้องการผลิตในประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซียมีข้อจำกัดด้านสินค้าฮาลาล

สภาพแวดล้อม

- คุณภาพของดินและน้ำที่เสื่อมโทรมลงเนื่องจากการใช้สารเคมี และการควบคุมคุณภาพน้ำที่ยังไม่สมบูรณ์ มีผลต่อการเพาะปลูกสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญของการผลิตอุตสาหกรรมอาหาร
- ในช่วงต้นปี 2556 SMEs ในอุตสาหกรรมอาหารอาจพบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ เนื่องจากภัยแล้งที่มีจากภาวะฝนทิ้งช่วงในหลายพื้นที่ของประเทศ โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งสามารถส่งผลต่อความสามารถในการผลิต ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง รวมทั้งการเลี้ยงสัตว์น้ำ เป็นต้น

2.2 วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของ Diamond-Model



นโยบายรัฐบาล

(+) นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกเป็นนโยบายส่งเสริมให้อาหารไทยเป็นอาหารยอดนิยมของผู้บริโภคในระดับสากล โดยมุ่งดำเนินการอย่างเป็นระบบให้มีการขยายตัวของตลาดอาหารไทยและร้านอาหารไทยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศให้มีคุณภาพดีซึ่งจะส่งผลดีต่อการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ และเป็นการสนับสนุนการส่งออกวัตถุดิบในการผลิตอาหารไทยสู่สากล

(+) รัฐบาลให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำ นอกเพื่อ ป้องกัน และลดความเสียหายจากน้ำท่วมแล้ว ยังให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นใจ และเพิ่มรายได้ของเกษตรกร ชุมชนและประเทศ บริหารจัดการน้ำ ดินและป่าไม้ให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน โดยมีแผนงานเช่น สร้างฝายแม้ว และอนุรักษ์ดินต้นน้ำสร้างอ่างเก็บน้ำของแม่น้ำปิง วัง ยมน่าน สะแกกรัง ท่าจีน และป่าสัก เป็นต้น

Factor (Input)Conditions

(+) ไทยมีความเหมาะสมของสภาพภูมิอากาศ และสามารถใช้วัตถุดิบภายในประเทศได้ สภาพพื้นที่สามารถดำเนินทำเกษตรกรรม ดินร่วนเหมาะแก่การเพาะปลูกพืช ผัก ผลไม้ และพื้นที่เหมาะสำหรับการปศุสัตว์ และการประมง เนื่องจากมีแหล่งน้ำจืดทั่วประเทศ และในพื้นที่ภาคใต้สามารถทำประมงน้ำเค็มได้

(-) แรงงานที่มีทักษะความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา/ตรวจสอบจำนวนไม่เพียงพอทั้งในเชิงปริมาณและความสามารถของแรงงาน และ SMEs ยังไม่ให้ความสำคัญของการมีบุคลากรที่ชำนาญด้านการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากมีค่าจ้างงานที่สูง

(-) ผลิตภาพของแรงงานต่ำและขาดแคลนแรงงาน บุคลากรที่จบการศึกษายังไม่สามารถปฏิบัติงานได้จริง และเมื่อมีประสบการณ์มักเปลี่ยนไปทำงานกับบริษัทขนาดใหญ่ และขาดแคลนแรงงานในการผลิต ช่างเทคนิค ปวช. ปวส. และบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านส่งผลให้ประสิทธิภาพต่ำ ต้องนำเข้าแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านซึ่งส่งผลให้มีต้นทุนสูงทั้งทางตรงและทางอ้อมเช่นการต่อทะเบียนแรงงานต่างด้าวและแรงงานต่างด้าวที่มีฝีมือจะมีราคาสูง

(-) มีผลงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ไม่สามารถนำไปสู่เชิงพาณิชย์ได้ เนื่องจากเป็นผลงานวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) ภาคเอกชนเข้าถึงข้อมูลการวิจัยได้จำกัด และไม่สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ได้

(-) ยังมีข้อจำกัดด้านมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพอาหาร เนื่องจากผลิตภัณฑ์อาหารจะต้องผ่านการรับรองผลการตรวจสอบและรับรองคุณภาพ ความสะอาด และความปลอดภัย แต่ในปัจจุบันยังความขาดแคลนเครื่องมือและ ตลอดจนขาดแคลนบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการทดสอบอาหาร ส่งผลให้การทดสอบแต่ละขั้นตอนใช้เวลานาน เป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

Strategy, Structure,& Rivalry

(+) การเน้นผลิตสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และมีคุณภาพ มากยิ่งขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูง ทั้งโดยเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน และโดยเทคโนโลยีระดับสูง และเห็นความสำคัญของการขอรับการรับรองมาตรฐานสินค้า

(+) มาตรฐานการจัดจำหน่ายและการบริโภคใน ประเทศเริ่มมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกที่มีการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และมีส่วนสำคัญในการยกระดับให้ผู้ผลิตสินค้าต้องผลิตสินค้าในปริมาณและคุณภาพเพิ่มขึ้น

(-)ไม่มีบทบาทเชิงรุกในด้านการกำหนดมาตรฐาน คุณภาพอาหารในเวทีการค้าโลก เป็นเพียงประเทศที่ต้องดำเนินการตามมาตรฐานของตลาดต่างๆ และขาดการควบคุมการนำเข้าสินค้าที่ไม่มีคุณภาพที่เพียงพอ

(-) ขาดการสร้างตราสินค้าไทย สร้าง Brand ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้ อย่างจำกัด เนื่องจากมีประสบการณ์ในการรับจ้างผลิตอย่างยาวนาน จึงไม่มีความสามารถในการทำตลาดเชิงรุก

(-) ความสะดวกของการติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากมีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบ ในการขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การเริ่มตั้งโรงงาน การผลิต การขอรับการรับรองมาตรฐาน การส่งสินค้าไปจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งในแต่ละขั้นตอนเป็นกระบวนการที่ใช้ในการติดต่อ ประสานงานมาก

Demand Conditions

(+) ผู้บริโภคภายในประเทศมีความหลากหลาย เนื่องจากมีหลากกลุ่มผู้บริโภค เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงอายุ และกลุ่มพิเศษ เช่นกลุ่มผู้ใส่ใจเรื่องสุขภาพ เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการบริโภคธัญพืช ผัก และผลไม้ และลดปริมาณการบริโภคไขมันและเนื้อสัตว์ และกลุ่มผู้ออกกำลังกาย ซึ่งต้องการอาหารประเภทโปรตีน ที่ให้พลังงานสูง เป็นต้น

(+) การแข่งขันของธุรกิจค้าสมัยใหม่ ช่วยเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ครอบคลุมพื้นที่ เป็นการอำนวยความสะดวกอย่างมาก

(+) อาหารไทยเป็นที่นิยมช่วยส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมอาหาร เช่น มัสมั่น หรือต้มยำกุ้ง ที่เป็นที่ยอมรับของตลาดโลก ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวม

Related andSupporting Industries

(+) สมาคม/องค์กรที่เกี่ยวข้องมีการรวมกลุ่ม มีการรวมตัวกันทั้งใน กรุงเทพ ฯ และต่างจังหวัด ในแหล่งวัตถุดิบและบริเวณโดยรอบใกล้เคียงเพื่อความสะดวกในการขนถ่ายวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิตซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนในการผลิตอาหาร สามารถรักษาคุณภาพของอาหารไว้ได้เป็นอย่างดี และยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งอีกด้วย

(+) มีความเชื่อมโยงและเกื้อหนุนกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาหารพื้นเมืองในภูมิภาคต่างๆ ซึ่งเป็นของฝากของที่ระลึก และเอกลักษณ์ประจำจังหวัด

(-) SMEs ยังขาดการรวมกลุ่มเนื่องจากภาวะที่มีการแข่งขันกันสูง SMEs ยังทราบประโยชน์ที่จะได้รับจากการร่วมมือกันผลิตสินค้า หรือร่วมกันจำหน่ายสินค้า รวมทั้งขาดการบริหารจัดการ supply chain ที่มีประสิทธิภาพ

(-) สถาบันการศึกษามีความเชื่อมโยงอย่างจำกัด มีส่วนในการให้ความรู้และพัฒนาความสามารถในการผลิตสินค้าแก่ผู้ประกอบการไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SMEs และการผลิตนักศึกษายังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ เช่น ขาดแคลนแรงงานในการวิจัยด้านอาหาร

(-) ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องจักรในประเทศ มีข้อจำกัดในการผลิตเครื่องจักรที่ทันสมัยได้ และ SMEs ไม่มีศักยภาพพอที่จะซื้อเครื่องจักรที่ทันสมัยจากต่างประเทศได้

(-) ธุรกิจสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารยังขาดแคลนวัตถุดิบ ในบางธุรกิจเช่น ผู้ผลิต ปลาทูน่าโคเนื้อ น้ำนมดิบ ซึ่งต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ

โอกาส

(+) การเปิดเสรีอาเซียน อาเซียนเป็นตลาดส่งออกอาหารอันดับ 1 ของไทย ในปี 2554 มีสัดส่วนส่งออกอาเซียนร้อยละ 20.6 คิดเป็นมูลค่าส่งออก 198,953 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 25.8 สินค้าหลักที่ไทยส่งออก เช่น ข้าว น้ำตาลทราย แป้งมันสัมปะหลัง ผลไม้สด ครีมเทียม ขนมปังกรอบเป็นต้น

2.3 การวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป SWOT analysis

การวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปทั้งปัจจัยภายในและภายนอก สามารถวิเคราะห์ได้จากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อประเมินศักยภาพ ความสามารถ ทิศทาง และแนวโน้มการพัฒนา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปให้สามารถแข่งขันได้ในภาวะปัจจุบัน และพร้อมสำหรับการแข่งขันในระดับสากล

<u>จุดแข็ง</u>

1. ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทั้งสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศที่เหมาะสม สามารถเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าทางการเกษตรที่มีคุณภาพและปริมาณมากเป็นอันดับต้นของโลก รวมทั้งสามารถผลิตวัตถุดิบและสินค้าได้หลากหลายชนิดและได้ตลอดทั้งปี

2. ประเทศไทยมีความพร้อม ประสบการณ์ และความชำนาญ ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรและแปรรูปสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลกได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการผลิตสินค้าอาหารแปรรูปที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย ซึ่งไทยมีศักยภาพมากกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย อินเดีย และเวียดนาม ที่มีสินค้าส่งออกส่วนใหญ่ คือ สินค้าเกษตรและแปรรูปอย่างง่าย

3. สินค้าเกษตรของไทย และอุตสาหกรรมเกษตรโดยเฉพาะอาหารแปรรูปเป็นที่นิยมทั่วโลก จึงทำให้มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะมีมูลค่าการส่งออกถึง 1 ล้านล้านบาทในปี 2556 และอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปยังมีการจ้างงานมากเป็นอันดับหนึ่งของอุตสาหกรรมทั้งหมด โดยในปี 2554 มีการจ้างงานกว่า 870,000 คนทั้งประเทศ[10]

4. อุตสาหกรรมอาหารเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเป็นอันดับต้นๆ ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกในส่วนของอุตสาหกรรมอาหารของไทยสูงถึงปีละหลายแสนล้านบาทและยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลสนับสนุนให้ไทยเป็น “ครัวของโลก” รวมทั้งสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ได้กำหนดให้อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะต้องให้การส่งเสริม มีการให้สิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมและสอดรับกับสถานการณ์ความต้องการของนักลงทุน และเน้นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวยกับการลงทุนทั้งในด้านของสาธารณูปโภคและพื้นฐานทางเทคโนโลยี

[10] กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. อุตสาหกรรมสาร. ปีที่ 54 ฉบับเดือนกันยายน-ตุลาคม 2555.

5. ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดโลกในอุตสาหกรรมอาหารประมาณร้อยละ 2.62 และเป็นผู้ส่งออกอาหารมากเป็นอันดับ 12 ของโลกรองจากกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา บราซิล จีน แคนาดา และอาร์เจนตินา[11] และมีมูลค่าการส่งออกในอาเซียน 92,638.47 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกในอาเซียนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ร้อยละ 2.34[12]

6. การผลิตอุตสาหกรรมอาหารของไทยได้รับมาตรฐานและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในอาเซียนหรือผู้บริโภคในภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ยุโรป ญี่ปุ่น ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย โดยอาหารไทยที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคต่างประเทศ จากการจัดอันดับสุดยอดอาหาร 50 อันดับของโลก โดย CNNgo Staff มีอาหารไทย 4 รายการที่ได้รับความนิยม ได้แก่ แกงมัสมั่น (อันดับ 1) ต้มยำกุ้ง (อันดับ 8) น้ำตกหมู (อันดับ 19) และส้มตำ (อันดับ 46)[13] ทั้งนี้ อาหารดังกล่าวยังบ่งบอกถึงความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทย รวมถึงรสชาติ ความสวยงาม และคุณค่า ที่ชาวต่างชาติยอมรับ

7. ไทยได้เปรียบในการผลิตอุตสาหกรรมอาหารเนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในอุตสาหกรรมกว่าร้อยละ 80 มาจากการผลิตภายในประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารของไทยต่ำกว่าประเทศอื่น ๆ ที่ต้องนำเข้าวัตถุดิบ ยกเว้น ในบางธุรกิจเช่น ผู้ผลิต ปลาทูน่า โคเนื้อ น้ำนมดิบ ซึ่งต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ

<u>จุดอ่อน</u>

1. ประเทศไทยเริ่มสูญเสียความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบ โดยเฉพาะสินค้าที่ใช้วัตถุดิบและแรงงานเข้มข้น เนื่องจากมีคู่แข่งที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ต้นทุนการผลิตและต้นทุนค่าแรงที่ถูกกว่า เข้ามาแข่งขันในปริมาณที่มากขึ้น และราคาสินค้าที่ถูกกว่า รวมทั้งสามารถพัฒนาสินค้าได้เท่าเทียมกับประเทศไทย เช่น จีน เวียดนาม เป็นต้น

2. ทิศทางการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารมีความผันผวนค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่นำผลผลิตในภาคเกษตรกรรมมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ต้นทุนวัตถุดิบจากผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 70-80 ของต้นทุนทั้งหมด (แตกต่างกันไปตามอุตสาหกรรม) โดยเฉพาะการผลิตสินค้าขั้นปฐมในกลุ่มเกษตรและอาหารแปรรูปขั้นต้นจะได้รับผลกระทบโดยตรงมากกว่า

---

[11] แผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม 2552

[12] สำนักข้อมูลและวิจัย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, <u>รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554 และปี 2555</u>. มปท. 2555

[13] CNNGo staff. World's 50 most delicious foods on 21 July, 2011. http://www.cnngo.com/explorations/eat/worlds-50-most-delicious-foods-067535?page=0,1. ค้นหาเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2555.

3. การเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ปัจจัยทุนและแรงงานยังไม่เป็นรูปธรรม

4. ระบบขนส่งและโลจิสติกส์ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ทำให้ต้นทุนการขนส่งของ SMEs สูง อีกทั้งยังกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ ไม่สอดคล้องกับแหล่งผลิตวัตถุดิบซึ่งกระจายตัวอยู่ตามแหล่งการเกษตรต่าง ๆ ประกอบกับราคาน้ำมันอยู่ในระดับสูงต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะการขนส่งผลผลิตหรือวัตถุดิบทางการเกษตรไปสู่ขั้นตอนการแปรรูป หรือส่งต่อไปสู่ช่องทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค และเพื่อให้ผลผลิตคงความสดใหม่

5. ขาดการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และงานวิจัย เพื่อการต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพสูงหรือมีคุณค่าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปขั้นต้น SMEs ส่วนหนึ่งยังไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองในบางกระบวนการผลิต เช่น การอบแห้ง การดูดความร้อน การแช่แข็ง การบรรจุกระป๋อง สำหรับอุตสาหกรรมที่เป็นแปรรูปขั้นสูงผู้ประกอบการไทยต้องนำเข้าเครื่องจักรและเทคโนโลยีจากต่างประเทศ จึงทำให้มีต้นทุนที่สูง

6. ความไม่เพียงพอของห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์เพื่อพัฒนามาตรฐานคุณภาพสินค้าและวัตถุดิบ ทำให้เกิดการสูญเสียมูลค่าการส่งออก และไม่สามารถรองรับตลาดที่มีขนาดใหญ่ได้

7. ระบบการคมนาคมขนส่งของประเทศไทยยังไม่มีประสิทธิภาพนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขนส่งด้วยระบบรางที่มีค่าใช้จ่ายต่ำสุดแต่ขาดการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย ทำให้ไม่เหมาะกับการขนส่งสินค้าเกษตรกรรมที่เป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมอาหาร การขนส่งทางบกจึงเป็นที่นิยมมากที่สุด เพราะโครงข่ายทางถนนครอบคลุมพื้นที่มากกว่าระบบราง รวมถึงสามารถจัดส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรงเพียงครั้งเดียวไม่จำเป็นต้องต่อหลายทอด อย่างไรก็ตาม ปัญหาราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อต้นทุนด้านการขนส่งของอุตสาหกรรมอาหารทั้งในปัจจุบันและอนาคต

8. ขาดแคลนแรงงานในการผลิต ช่างเทคนิค ปวช. ปวส. และบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านส่งผลให้ประสิทธิภาพต่ำ ต้องนำเข้าแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลให้มีต้นทุนสูงทั้งทางตรงและทางอ้อมเช่น การต่อทะเบียนแรงงานต่างด้าว และแรงงานต่างด้าวที่มีฝีมือจะมีราคาสูง เป็นต้น อีกทั้งบุคลากรที่จบการศึกษายังไม่สามารถปฏิบัติงานได้จริง และเมื่อมีประสบการณ์ส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปทำงานกับบริษัทขนาดใหญ่ นอกจากนี้ การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปมีการจ้างงานมากเป็นอันดับหนึ่งของอุตสาหกรรมทั้งหมด และส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติชะลอการเข้ามาลงทุนในประเทศไทย หรือย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศอื่น

9. ผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในด้านความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะความรู้ในการเพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพการผลิตหรือความเข้าใจในห่วงโซ่การผลิต SMEs ส่วนใหญ่ต้องทำหน้าที่ทั้งการบริหาร การปฏิบัติงานในกระบวนการผลิต และงานธุรการด้วยตนเอง จึงไม่สามารถพัฒนาต่อยอดความรู้ด้านนี้ได้อย่างเพียงพอ

<u>โอกาส</u>

1. ภาวะโลกร้อนส่งผลให้เกิดวิกฤตการอาหารโลก ผลผลิตอาหารของโลกไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค และราคาผลผลิตอาหารมีการปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลผลิตทางการเกษตรของไทยได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น รวมทั้งสามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว จึงเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมอาหารของไทยในการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะดังกล่าว รวมทั้งประเทศที่มีการนำเข้าอาหารจากประเทศที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งสามารถเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสในการเข้าสู่ตลาดใหม่

2. ความเสี่ยงจากความผันผวนทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ซึ่งมีผลเชื่อมโยงกับประเทศใกล้เคียง ส่งผลให้ผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ มีการปรับตัวด้วยการลดการบริโภคและลดการนำเข้า ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะอาหารที่เน้นการเพิ่มมูลค่า เช่น เพิ่มคุณค่าดูแลสุขภาพ เป็นต้น

3. การเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ไทยได้ประโยชน์จากการนำเข้าวัตถุดิบราคาถูกจากประเทศใน ASEAN การทำ Contract Farming การขยายฐานการผลิตในอาเซียนเพื่อประโยชน์ด้านต้นทุน วัตถุดิบ และแรงงาน การขยายตลาดไปยังประเทศเพื่อนบ้าน การใช้สิทธิพิเศษในการส่งออกของ CLMV และการสร้างความร่วมมือกับประเทศในอาเซียนในการทำตลาดนอกกลุ่ม รวมถึงการใช้ประโยชน์จากการทำความตกลงยอมรับร่วม (Mutual Recognition Agreement: MRA) ซึ่งเป็นความตกลงที่เสนอให้คู่ค้าแต่ละฝ่ายยอมรับมาตรฐานและการตรวจสอบสินค้าของกันและกันในการทำการค้าระหว่างประเทศ โดยที่ไม่ต้องตรวจสอบและรับรองซ้ำอีก ซึ่งจะทำให้เกิดมาตรฐาน Harmonization ในระดับอาเซียน

<u>อุปสรรค</u>

1. การแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น อันเนื่องมาจาก อาหารซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้บริโภคและเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมได้ง่าย จึงถูกใช้เป็นมาตรการในการกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมการผลิตอาหารของประเทศผู้นำเข้า

2. การเกิดใหม่ของประเทศผู้ผลิตสินค้าอาหารที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทย เช่น เวียดนาม อินเดีย และจีน เป็นต้น

3. การเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มีผลให้เกิดอุปสรรคต่อการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหาร เช่น การเข้าไปลงทุนในต่างประเทศใช้เงินทุนค่อนข้างสูง กฎ ระเบียบที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศในอาเซียนเป็นอุปสรรคต่อการลงทุน เช่น อินโดนีเซียกำหนดให้ร้อยละ 70 ของสัตว์น้ำที่จับได้ในน่านน้ำอินโดนีเซียต้องขึ้นที่ท่าเรือของอินโดนีเซีย เพื่อจำหน่ายหรือแปรรูปในประเทศและการแปรรูปผู้ประกอบการต้องร่วมทุนกับชาวอินโดนีเซียเท่านั้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการในประเทศอาเซียนที่มีเงินลงทุนสูงจะเข้ามาลงทุนในธุรกิจการเกษตรและอาหารได้ง่ายขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบในการเป็นคู่แข่งกับผู้ประกอบการในประเทศ อีกทั้งการจำกัดปริมาณการนำเข้าในบางประเทศอาเซียน และการนำเข้าผลิตภัณฑ์บางประเภทต้องผ่านระบบโควตา ถือเป็นข้อจำกัดในการส่งออกสินค้าของไทย[14]

4. การหดตัวของภาคเศรษฐกิจในยุโรป ส่งผลกระทบต่อการส่งออกอาหารแปรรูปของไทยไปยุโรป โดยตลาดยุโรปถือเป็นตลาดสำคัญอันดับ 4 ของไทยในปี 2554 มีสัดส่วนร้อยละ 11.7 มูลค่าส่งออกรวม 113,081 ล้านบาท มีการขยายตัวร้อยละ 13.0 สินค้าหลัก เช่น ไก่แปรรูป กุ้งแช่แข็งและกุ้งแปรรูป ทูน่ากระป๋อง สับปะรดกระป๋อง เป็นต้น

5. การปรับตัวเพื่อการส่งออกไปยังประเทศที่มีการกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนสินค้าแก่ผู้ประกอบการ เช่น มาตรฐานคุณภาพของสินค้า (Quality of Standards) มาตรฐานการนำเข้าของ EU มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชน (Human Rights) เป็นต้น อีกทั้งการนำมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีมาใช้ในกลุ่มประเทศอาเซียนมากขึ้น เพื่อปกป้องการผลิตในประเทศ เช่น ประเทศมาเลเซียมีข้อจำกัดด้านสินค้าฮาลาลสูงมาก ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทย

[14] รายงานผลการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). สสว. กันยายน 2554.

4. แผนการส่งเสริมและแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอาหารสาขา

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอาหารสาขาอาหาร ปี 2555-2559 มี ขอบเขตดังนี้

วิสัยทัศน์	**SMEs ในอุตสาหกรรมอาหาร มีมาตรฐานระดับสากล และสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน**
พันธกิจ	**ยกระดับมาตรฐานการผลิตและตลาดให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร**
เป้าหมาย	1. สถานประกอบการได้รับมาตรฐานในการผลิตเพิ่มขึ้น 2. อาหารของประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ 3. สร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 4.มูลค่าการส่งออกอาหารของไทยเพิ่มขึ้น 5. มีศูนย์เพื่อบริการอำนวยความสะดวกต่อผู้ประกอบการอาหาร
ยุทธศาสตร์	1. ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานในการผลิตให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค 2. สนับสนุนการเพิ่มมูลค่า และผลิตภาพในการผลิตอาหารแปรรูป 3. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหาร และเพิ่มศักยภาพในด้านการตลาด 4. พัฒนาปัจจัยเอื้อและสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานในการผลิตให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

การผลิตอาหารให้มีมาตรฐานและความปลอดภัย (Food Safety) เป็นประเด็นสำคัญ ซึ่งหากอาหารถูกปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์ หรือมีการตกค้างของสารเคมี สารปฏิชีวนะ และสารพิษ ย่อมส่งผลต่อสุขภาพของผู้บริโภคในประเทศ และกระทบต่อเศรษฐกิจในกรณีมีการส่งออกอาหารไปยังต่างประเทศ ซึ่งนอกจากมาตรฐานตามกฎหมาย เช่น มาตรฐานอาหารและยา (อย.)แล้ว ยังมีมาตรฐานอื่นๆ ที่ SMEs จำเป็นที่จะต้องผ่านการรับรอง ซึ่งเป็นไปตามที่ประเทศ หรือบริษัทคู่ค้ากำหนดไว้ เช่น BRC (British Retail Consortium Standard-Food) มาตรฐานสมาคมผู้ค้าปลีกแห่งประเทศอังกฤษสำหรับผู้ผลิตอาหาร และ HALAL อาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งได้รับอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภค หรือใช้ประโยชน์ได้ เป็นต้น ซึ่ง SMEs ต้องปรับปรุงการจัดการระบบคุณภาพ การจัดการทรัพยากร กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ การวัดค่า การตรวจสอบวิเคราะห์สินค้า เพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานดังกล่าว

กลยุทธ์ที่ 1.1 สนับสนุนการพัฒนาสถานประกอบการให้ได้รับมาตรฐานในการผลิตเพิ่มประสิทธิภาพและรักษาสิ่งแวดล้อม
กลยุทธ์ที่ 1.2ส่งเสริมและให้ความรู้ในการนำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) มาใช้ในกลุ่มสินค้าที่สำคัญ
กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมการเฝ้าระวัง ตรวจสอบการ นำเข้าสินค้าตามมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 1.1 สนับสนุนการพัฒนาสถานประกอบการให้ได้รับมาตรฐานในการผลิตเพิ่มประสิทธิภาพ และรักษาสิ่งแวดล้อม

แผนงาน

- ❖ พัฒนามาตรฐานการผลิตอาหารแปรรูปในภาชนะบรรจุพร้อมจำหน่ายเข้าสู่มาตรฐาน
- ❖ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรแปรรูปเพื่อป้องกันสภาพแวดล้อม
- ❖ ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลและศักยภาพการตรวจรับรองอาหารฮาลาล

กลยุทธ์ที่ 1.2ส่งเสริมและให้ความรู้ในการนำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) มาใช้ในกลุ่มสินค้าที่สำคัญ

แผนงาน

- ❖ ส่งเสริมการจดทะเบียนตรวจสอบ รับรองแหล่งผลิตพืชและอาหารแปรรูป
- ❖ พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐานสินค้าที่รองรับกฎระเบียบของประเทศคู่ค้า

กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมการเฝ้าระวัง ตรวจสอบสินค้าให้มีมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยของบริโภค

แผนงาน

- ❖ สนับสนุนการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าในประเทศและที่นำเข้าจากต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : สนับสนุนการเพิ่มมูลค่า และผลิตภาพในการผลิตอาหารแปรรูป

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหาร เริ่มให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และมีคุณภาพ มากยิ่งขึ้น โดยให้ความสำคัญกับการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าสูง ทั้งโดยเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน และโดยเทคโนโลยีระดับสูง อย่างไรก็ตามในกระบวนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้ายังขาดการศึกษาวิจัยที่พร้อมสำหรับการต่อยอดในเชิงพาณิชย์ และเทคโนโลยีในการผลิตในขั้นพื้นฐาน บางขั้นตอน SMEs ส่วนหนึ่งยังไม่สามารถดำเนินการได้ เช่น การอบแห้ง การดูดความร้อน การแช่แข็ง การบรรจุกระป๋อง สำหรับเทคโนโลยีแปรรูปขั้นสูง ผู้ประกอบการไทยต้องนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีเข้ามาจากต่างประเทศซึ่งมีต้นทุนที่สูง นอกจากปัญหาด้านการผลิตแล้ว SMEs ยังขาดการเพิ่มมูลค่าโดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่น่าสนใจ สะดวกในการบริโภคและตรงกับความต้องการของตลาด ดังนั้นจึงควรสนับสนุนการพัฒนากระบวนการผลิตของ SMEs มีผลิตภาพสูงขึ้นและสามารถจำหน่ายสินค้าได้มูลค่าสูง

กลยุทธ์ที่ 2.1ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต
กลยุทธ์ที่ 2.2ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหาร
กลยุทธ์ที่ 2.3 สนับสนุนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

กลยุทธ์ที่ 2.1ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต

แผนงาน

- ❖ สนับสนุนการวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรสำหรับ SMEs
- ❖ ศึกษาแนวทางการลดต้นทุนในการผลิตอาหาร

กลยุทธ์ที่ 2.2ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหาร

แผนงาน

- ❖ พัฒนาเครื่องจักรกลการเกษตร ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์เครื่องจักรกลการเกษตร และพัฒนาเครื่องจักรแปรรูปอาหารสำหรับ SMEs

กลยุทธ์ที่ 2.3 สนับสนุนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

แผนงาน

- ❖ พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าเกษตรแปรรูปและPackaging Food
- ❖ สนับสนุนการสร้างเครื่องจักรสำหรับการผลิตบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อ SMEs

กลยุทธ์ที่ 2.4พัฒนาบุคลากรและ SMEs เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน

แผนงาน

- ❖ พัฒนาความสามารถในการผลิตของแรงงาน
- ❖ พัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการของ SMEs

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหาร และเพิ่มศักยภาพในด้านการตลาด

ประเทศไทยมีผลผลิตอาหารมากกว่าการบริโภคในประเทศสามารถส่งออกข้าว มันสัมปะหลัง อ้อย และไก่ได้มากติดอันดับโลก นอกจากนั้นอาหารไทยและร้านอาหารไทยได้รับการยอมรับในด้านรสชาติ และเป็นที่นิยมของผู้บริโภคทั่วโลก โดยมีเมนูยอดนิยม เช่น ต้มยำกุ้ง มัสมั่น อย่างไรก็ตามขณะนี้มีผู้ประเทศผู้ผลิตในอาเซียนที่มีศักยภาพในการเพิ่มปริมาณผลผลิตและคุณภาพมากขึ้น เช่น เวียดนาม พม่า กัมพูชา ดังนั้น เพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการผลิตอาหาร นอกเหนือจากการสร้างมาตรฐานแล้ว การส่งเสริมภาพลักษณ์ เผยแพร่เอกลักษณ์ของอุตสาหกรรมอาหารไทยเป็นประเด็นสำคัญยิ่ง เพื่อให้ตลาดทั้งในและต่างประเทศยอมรับคุณภาพและมาตรฐาน ในการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารไทย อีกทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าและโอกาสในการขยายตลาดให้กับ SMEs อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 3.1เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบคุณค่า คุณภาพของอาหารไทย
กลยุทธ์ที่ 3.2การสร้างตราสินค้า ที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับ
กลยุทธ์ที่ 3.3พัฒนาช่องทางและกิจกรรมด้านการตลาด

กลยุทธ์ที่ 3.1เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบคุณค่า คุณภาพ ของอาหารไทย

แผนงาน

- ❖ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการส่งออก
- ❖ พัฒนาและเผยแพร่เมนูทางเลือกของอาหารไทย

กลยุทธ์ที่ 3.2การสร้างตราสินค้า ที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับ

แผนงาน

- ❖ พัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดให้แก่ SMEs
- ❖ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพของอาหารไทย

กลยุทธ์ที่ 3.3พัฒนาช่องทางและกิจกรรมด้านการตลาด

แผนงาน

- ❖ จัดกิจกรรมส่งเสริมการค้า/จัดแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจในตลาดต่างประเทศ
- ❖ ส่งเสริมการค้าผ่านระบบสารสนเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาปัจจัยเอื้อและสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

ปัจจุบัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหาร ประสบปัญหาในการขอการรับรองมาตรฐานต่างๆ เนื่องจากต้องดำเนินการตามขั้นตอน กฎระเบียบ ซึ่งส่งผลให้การขอรับการรับรองต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการมาก รวมทั้งขาดความสะดวกในการติดต่อกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากมีหลายหน่วยงานที่รับผิดชอบ ในการขั้นตอนต่างๆ เช่น การผลิต การขอรับการรับรองมาตรฐาน การส่งสินค้าไปจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ นอกจากปัญหาจากปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจดังกล่าวแล้ว SMEs ยังขาดการรวมกลุ่มกัน และขาดการเชื่อมโยงการดำเนินงานกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ทำให้ขาดความสามารถในการผลิตอาหารแปรรูปที่มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ดังนั้นเพื่อส่งเสริมให้ SMEs สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างคล่องตัวและมีศักยภาพเพิ่มขึ้นจึงควรลดอุปสรรค ขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งให้มีศูนย์บริการที่ครบวงจรสำหรับผู้ประกอบการอาหาร และสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายความเชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะความร่วมมือในอาเซียน

กลยุทธ์ที่ 4.1 ปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน
กลยุทธ์ที่ 4.2 สนับสนุนให้มีศูนย์บริการครบวงจรเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยผลักดันให้เกิดการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่ม เครือข่าย วิสาหกิจระหว่างภาคเอกชน และร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในและ ต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4.1ปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

แผนงาน

- ศึกษาทบทวนกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินงานรับรองสินค้า

กลยุทธ์ที่ 4.2สนับสนุนให้มีศูนย์บริการครบวงจรเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยผลักดันให้เกิดการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แผนงาน

- พัฒนาศักยภาพการบริการตรวจสอบคุณภาพของอาหารของศูนย์ทดสอบ / สนับสนุนการพัฒนาศูนย์บริการครบวงจรในรูปแบบ One stop service

กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่ม เครือข่าย วิสาหกิจระหว่างภาคเอกชน และร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในและ ต่างประเทศ

แผนงาน

- พัฒนา Cluster ที่มีศักยภาพสนับสนุนการพัฒนา Food valley

แนวคิดโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาอาหาร พ.ศ.2555-2559

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานในการผลิตให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

กลยุทธ์ที่ 1.1 สนับสนุนการพัฒนาสถานประกอบการให้ได้รับมาตรฐานในการผลิตเพิ่มประสิทธิภาพ และรักษาสิ่งแวดล้อม

โครงการ	พัฒนาและรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และระบบประกันความปลอดภัยในการผลิตอาหารของ SMEs
วัตถุประสงค์	เพื่อพัฒนาให้ SMEs มีระบบบริหารคุณภาพ ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และระบบประกันความปลอดภัยในการผลิตอาหาร โดยได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล เช่น ระบบบริหารคุณภาพ (ISO 9001) ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (ISO 14001) หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร GMP (Good Manufacturing Practice) และระบบประกันความปลอดภัยในอุตสาหกรรมอาหาร มาตรฐานฮาลาล หรือระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในการผลิตอาหาร (Hazard Analysis and Critical Control Point : HACCP) เป็นต้น
แนวทางการดำเนินงาน	❖ ฝึกอบรมแนวทางการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานตามมาตรฐานบังคับ/สมัครใจ ❖ ตรวจเยี่ยมโรงงาน สถานประกอบการ วินิจฉัยประเมินเบื้องต้น (Pre-Audit) และให้คำปรึกษาแนะนำ ❖ ฝึกอบรมการตรวจประเมินภายในหน่วยงานและตรวจติดตาม ❖ พัฒนาโรงงาน สถานประกอบการเพื่อให้ได้รับมาตรฐาน

กลยุทธ์ที่ 1.2ส่งเสริมและให้ความรู้ในการนำระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) มาใช้ในกลุ่มสินค้าที่สำคัญ

โครงการ	พัฒนาระบบตรวจสอบแบบย้อนกลับในอุตสาหกรรมอาหาร (Traceability) สำหรับ SMEs
วัตถุประสงค์	เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหารของ SMEs โดยการพัฒนาระบบให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของอาหารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว สามารถระบุผู้จำหน่ายและผู้ผลิตได้ถึงต้นทาง ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์อาหารของไทย เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และรักษาส่วนแบ่งตลาดโลก
แนวทางการดำเนินงาน	❖ อบรมสัมมานาให้ SMEs มีความรู้เกี่ยวกับระบบตรวจสอบย้อนกลับ Traceability System และเข้าใจถึงประโยชน์ที่ได้รับ เช่น ในกรณีเกิดปัญหาในการเรียกสินค้าคืน ระบบการตรวจสอบย้อนกลับจะสามารถช่วยลดจำนวนความสูญเสียต่อสินค้าที่มีปัญหา ช่วยลดขอบเขตของปัญหามิให้ขยายออกไปในวงกว้าง และยังเป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด ❖ พัฒนาซอฟต์แวร์ และระบบ Traceability System พร้อมคู่มือในสินค้าอาหารที่เหมาะสมกับ SMEs สามารถนำระบบไปใช้อย่างคุ้มค่า ❖ ให้คำปรึกษาเชิงลึกรายกิจการเพื่อแนะนำการใช้ระบบ Traceability

กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมการเฝ้าระวัง ตรวจสอบสินค้าให้มีมาตรฐานเพื่อความปลอดภัยของบริโภค

โครงการ	สนับสนุนการคุ้มครองความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคอาหาร
วัตถุประสงค์	เพื่อเฝ้าระวังและป้องการการนำเข้าสินค้าที่ขาดมาตรฐาน และคุ้มครองความปลอดภัยของผู้บริโภค
แนวทางการดำเนินงาน	❖ สร้างความรู้ให้แก่ผู้บริโภคทราบวิธีการพิจารณาซื้ออาหารที่ปลอดภัย ❖ ส่งเสริมการควบคุม ตรวจสอบคุณภาพอาหารทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าภายในประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : สนับสนุนการเพิ่มมูลค่า และผลิตภาพในการผลิตอาหารแปรรูป

กลยุทธ์ที่ 2.1ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อพัฒนาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต

โครงการ	**ศึกษาแนวทางการการลดต้นทุนในกระบวนการด้านการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป**
วัตถุประสงค์	เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาและค้นคว้าปรับปรุงเทคโนโลยี กระบวนการผลิตอาหารอย่างเป็นระบบโดยมุ่งเน้นเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต ควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน และได้แนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถลดต้นทุนในกระบวนการผลิต และลดอัตราความสูญเสียของวัตถุดิบที่อยู่ในระหว่างกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้ทั้งเชิงคุณภาพและต้นทุน
แนวทางการดำเนินงาน	❖ ศึกษาข้อมูลรายละเอียดทั้งด้านวัตถุดิบ เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารรวมถึงข้อมูลของมาตรฐานด้านต่าง ๆ สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคม ❖ ศึกษาข้อมูลและเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ทั้งข้อมูลทุติยภูมิ และเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ❖ จัดระดมความคิดเห็นเพื่อรับฟังข้อมูลความคิดเห็นข้อเสนอแนะจากหน่วยงานภาครัฐ / เอกชน / ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ❖ วิเคราะห์ข้อมูลจัดร่างแนวทางการลดต้นทุนในกระบวนการด้านการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ❖ จัดประชุมนำเสนอร่างแนวางฯ เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ❖ เผยแพร่ผลการศึกษาแนวทางการลดต้นทุนในกระบวนการด้านการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

กลยุทธ์ที่ 2.2ส่งเสริมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหาร

โครงการ	**การจัดตั้งศูนย์เครื่องจักรแปรรูปอาหารสำหรับ SMEs**
วัตถุประสงค์	เพื่อสนับสนุนพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาช่วยสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มศักยภาพทางการผลิต รวมทั้งยกระดับคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
แนวทางการดำเนินงาน	❖ สำรวจความต้องการและพื้นที่ในการจัดตั้งศูนย์เครื่องจักรแปรรูปอาหาร ❖ ปรับปรุงสถานที่ และวางแผนการพัฒนาเครือจักรและ วางระบบในการจัดตั้งศูนย์ฯ ❖ การให้บริการของศูนย์ฯ ดำเนินการครอบคลุมในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ➢ ดำเนินการให้บริการ / ให้คำปรึกษา / ให้ความรู้ / ช่วยเหลือ กับผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านการสร้างและพัฒนาเครื่องจักรกล ➢ ดำเนินการส่งเสริมความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการสร้างและฝึกอบรมบุคลากรเพื่อรองรับการใช้เครื่องจักรกลในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการใช้งาน การซ่อมบำรุง รวมถึงการพัฒนาเครื่องจักรให้มีความสามารถมากขึ้น ➢ ส่งเสริมผลักดันให้เกิดการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่ และ SMEs ให้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ในด้านต่าง ๆ การให้ความช่วยเหลือ ระหว่างผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 2.3 สนับสนุนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

โครงการ	**พัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าอาหารให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**
วัตถุประสงค์	เพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยให้ความสำคัญในการรักษาคุณภาพของอาหาร
แนวทางการดำเนินงาน	❖ ดำเนินการสำรวจข้อมูล ศึกษาผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการวิสาหกิจที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ที่ผ่านการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ พร้อมให้ถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ ❖ พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ พร้อมสร้างตรายี่ห้อ ให้กับวิสาหกิจที่ผ่านคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ โดยคำนึงถึงตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ❖ สร้าง และทดสอบต้นแบบบรรรจุภัณฑ์และตรายี่ห้อที่พัฒนา พร้อมให้คำปรึกษาเพิ่มเติมหลังนำบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาไปใช้ในเชิงพาณิชย์

กลยุทธ์ที่ 2.4 พัฒนาบุคลากรและ SMEs เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน

โครงการ	**พัฒนาขีดความสามารถเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตของบุคลากร ด้วยระบบ TPM**
วัตถุประสงค์	จัดเตรียมความพร้อมและพัฒนาบุคลากรของ SMEs ให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของ SMEs และปรับปรุงคุณภาพเพิ่มประสิทธิผลเพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งเป็นการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
แนวทางการดำเนินงาน	❖ กำหนดขอบเขต และวางแผนการพัฒนาระบบ TPM วิสาหกิจที่เข้ารับบริการ ❖ ศึกษาและวิเคราะห์ของสถานประกอบการวิสาหกิจที่เข้ารับบริการ เพื่อใช้จัดโครงสร้าง TPM รวมถึงกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จของระบบ TPM ❖ อบรม ชี้แจง และทำความเข้าใจในระบบ TPM ให้กับบุคลากรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ❖ ดำเนินการจัดทำกิจกรรมตามหลักของระบบ TPM รวมถึง ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานของระบบ และจัดทำมาตรฐานของระบบ TPM

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหาร และเพิ่มศักยภาพในด้านการตลาด

กลยุทธ์ที่ 3.1เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบคุณค่า คุณภาพ ของอาหารไทย

โครงการ	**เสริมสร้างความแข็งแกร่ง SMEs ไทยสู่ตลาดอาหารในอาเซียน**
วัตถุประสงค์	เพื่อสร้างภาพลักษณ์สำหรับสินค้าแปรรูปด้านคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย และความหลากหลาย
แนวทางการดำเนินงาน	❖ สร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในเรื่องระบบมาตรฐานในการผลิตอาหาร ❖ สร้างความยอมรับมาตรฐานอาหารสากลของไทยแก่ตลาดส่งออก ❖ ศึกษาพฤติกรรมและแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภครายกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร ❖ สร้างผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความทันสมัย สะดวกต่อการบริโภค ❖ เจรจาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพื่อให้ตลาดคู่ค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศเชื่อมั่นในสินค้า

กลยุทธ์ที่ 3.2การสร้างตราสินค้า ที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับ

โครงการ	การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการผลิตอาหารไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดและผู้บริโภค
วัตถุประสงค์	เพื่อยกระดับมาตรฐานของผู้ผลิต ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และตระหนักถึงคุณภาพและความปลอดภัยให้เป็นที่ยอมรับ และสร้างความเข็มแข็งให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตอาหารของไทย โดยการยกระดับความเชื่อมั่น และยกระดับสินค้าให้ได้ มาตรฐานสากล โดยส่งเสริมให้ SMEs ที่มีศักยภาพได้รับ Thai Select Award เพื่อให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค ซึ่งเมื่อมีการขยายการดำเนินการไปอย่างกว้างขวาง ย่อมจะส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ให้สามารถแข่งขันในตลาดการค้าโลกได้
แนวทางการดำเนินงาน	❖ อบรมให้ความรู้ด้านคุณภาพและความปลอดภัยอาหาร มาตรฐานการผลิตอาหารสากล ให้แก่ผู้ประกอบการ ❖ ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเผยแพร่ สนับสนุน และผลักดันให้องค์กรต่างๆ ทั้งภาคการผลิตและการบริการนำเกณฑ์ Thai Select Award ไปพัฒนาขีดความสามารถด้านการบริหารการผลิต ที่มีวิธีปฏิบัติและผลการดำเนินการในระดับมาตรฐานโลกจะได้รับการประกาศเกียรติคุณด้วยรางวัล Thai Select Award และผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลจะนำเสนอวิธีปฏิบัติที่นำธุรกิจของตนไปสู่ความสำเร็จ เพื่อเป็นแบบอย่างให้ผู้ประกอบการอื่นๆ นำไปประยุกต์ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จเช่นเดียวกัน

กลยุทธ์ที่ 3.3พัฒนาช่องทางและกิจกรรมด้านการตลาด

โครงการ	การสร้างเครือข่ายทางการค้าเพื่อความร่วมมือกับคู่ค้าในตลาดภูมิภาค
วัตถุประสงค์	เพื่อส่งเสริมความรู้ทางการค้า ข้อมูลเชิงลึก ให้ผู้ประกอบการดำเนินการด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนองต่อความต้องการของตลาดและคู่ค้าได้อย่างชัดเจน และเพิ่มโอกาสทางการตลาด สามารถสร้างช่องตลาด จากการเปิดเสรีทางการค้า และกรอบความร่วมมือต่างๆที่ภาครัฐได้ดำเนินการนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจ
แนวทางการดำเนินงาน	❖ สร้างและรวบรวมความรู้ ด้านข้อมูลการตลาดเชิงลึก โดยเฉพาะตลาด AEC ❖ ศึกษา Marketing Mapping ของตลาดต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลในการทำการตลาด ❖ จัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าสำหรับ SMEs / จัดแสดงสินค้าและเจราจาธุรกิจในตลาดต่างประเทศ

	❖ จัดนิทรรศการ งานแสดงสินค้า การส่งเสริมการตลาดสินค้าอาหาร โดยการเน้นลักษณะเฉพาะของสินค้า (Product Differenciatation : Niche Narket ❖ พัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ในประเทศที่มีโอกาสการส่งออก ❖ ส่งเสริมการค้าผ่านระบบสารสนเทศ เพื่อรักษาตลาดและขยายตลาดทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาปัจจัยเอื้อและสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4.1ปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

โครงการ	**พัฒนา กฎระเบียบ กฎหมาย มาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร และการบังคับใช้**
วัตถุประสงค์	เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารได้รับจากกฎระเบียบ กฎหมาย และมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารที่เกี่ยวข้อง และเพื่อพัฒนากฎระเบียบ กฎหมาย และมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร
แนวทางการดำเนินงาน	❖ ศึกษารวบรวมกฎระเบียบ กฎหมาย และมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหาร ❖ การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค การวิจัยภาคสนาม การสัมภาษณ์ และประชุมระดมความคิดเห็น ❖ ประมวลผล พร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมาย และมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร ❖ ประชุมเผยแพร่ผลการศึกษา และรับฟังข้อเสนอแนะ ❖ รายงานผลการศึกษาพร้อมข้อเสนอแนะในการปรับปรุงกฎระเบียบ กฎหมาย และมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร

กลยุทธ์ที่ 4.2สนับสนุนให้มีศูนย์บริการครบวงจรเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยผลักดันให้เกิดการบูรณาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โครงการ	**จัดตั้งศูนย์บริการอุตสาหกรรมอาหารครบวงจร (One stop service)**
วัตถุประสงค์	เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารแบบครบวงจรและเพื่อลดขั้นตอนการออกเอกสาร ใบอนุญาต และใบรับรองต่าง ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร ในการติดต่อหน่วยงานต่างๆ
แนวทางการดำเนินงาน	❖ ศึกษาแนวทางการพัฒนา/จัดตั้ง ศูนย์บริการอุตสาหกรรมอาหารครบวงจร (One stop service) โดยการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การตรวจสอบอาหาร การขอใบอนุญาต

	❖ รวมรวม พัฒนา และเชื่อมโยง บริการและขั้นตอนต่างๆ จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ❖ พัฒนา/จัดตั้ง ศูนย์บริการอุตสาหกรรมอาหารครบวงจร (One stop service) ❖ ประชาสัมพันธ์การให้บริการของศูนย์บริการอุตสาหกรรมอาหารครบวงจร (One stop service) ❖ พัฒนาและปรับปรุงการให้บริการและขั้นตอนต่างๆ

กลยุทธ์ที่ 4.3 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่ม เครือข่าย วิสาหกิจระหว่างภาคเอกชน และร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในและ ต่างประเทศ

โครงการ	**สนับสนุนการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปและการพัฒนา Food Valley**
วัตถุประสงค์	**เพื่อพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เชื่อมโยงงานวิจัยและพัฒนา รวมถึงนวัตกรรม สู่เชิงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพ ผลิตภาพ และมูลค่าเพิ่มในการแปรรูปอาหาร รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารของภูมิภาคอาเซียน**
แนวทางการดำเนินงาน	❖ กำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหาร และจัดตั้งเป็น Food Valley ❖ เชื่อมโยงเครือข่ายการวิจัยและพัฒนา กับวิสาหกิจ เพื่อยกระดับการผลิต และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจ ❖ พัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพ ❖ ส่งเสริมให้มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับนวัตกรรม การประดิษฐ์ และผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคิดค้นหรือสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจ ❖ เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศอาเซียน ❖ สนับสนุนปัจจัยเอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เช่น ฐานข้อมูล องค์ความรู้ งานวิจัย การสนับสนุนด้านการเงิน เป็นต้น โดยการบูรณาการความร่วมมือหน่วยงานในพื้นที่