

การยกระดับ อุตสาหกรรม อาหาร ด้วย นวัตกรรม 2

ตอนที่



การยกระดับ อุตสาหกรรมอาหาร ด้วย นวัตกรรม

ตอนที่ 2

Economic
Buffer



OTOP
One Tambon One Product



เนื่องจากพื้นที่การนำเสนอใน Policy Brief มีจำกัด เราจึงแบ่งเนื้อหาการนำเสนอออกเป็นสองส่วน ส่วนแรก Policy Brief ฉบับที่หนึ่งเป็นการนำเสนอข้อค้นพบในภาพรวมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร ในขณะที่บทวิเคราะห์รายผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์นำเสนอใน Policy Brief ฉบับที่ 8

เกี่ยวกับโครงการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับการนำเอานวัตกรรมมายกระดับการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารของไทย วิธีการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้เป็นการผสมผสานการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากการสัมภาษณ์โดยตรง 30 ตัวอย่าง การจัดทำประชุมระดมสมอง 5 ครั้ง และการเก็บแบบสอบถามกับผู้ประกอบการอาหารรายย่อย 3,000 ราย และข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งฐานข้อมูลของส่วนราชการและการศึกษาประสบการณ์ของผู้ประกอบการในกลุ่มอาหารที่ประสบความสำเร็จ

สินค้า 3 กลุ่มได้แก่ ข้าว กุ้งแปรรูป และสินค้าอาหาร OTOP ถูกเลือกขึ้นมาเป็นกรณีศึกษา ด้วยเหตุผลที่ว่าข้าวเป็นสินค้าอาหารที่สำคัญที่สุดของไทยทั้งในแง่พื้นที่เพาะปลูก ความเชื่อมโยงกับเกษตรกรจำนวนมาก และเป็นหนึ่งในสินค้าอาหารส่งออกที่สำคัญของไทย ความสำเร็จในการยกระดับจะส่งผลกระทบต่อในวงกว้างทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน สาเหตุที่เลือกกุ้งแปรรูปเพราะผลิตภัณฑ์ดังกล่าวพึ่งพาดตลาดส่งออกที่สูง ความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศต้องนำมาพิจารณาประกอบกับการยกระดับและทำให้เห็นบทบาทของภาครัฐที่ชัดเจนเพิ่มขึ้น สินค้าอาหาร OTOP เป็นตัวแทนสินค้าอาหารอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการรายกลาง รายเล็ก และรวมไปถึงรายย่อยมีความเกี่ยวข้องอย่างมาก สินค้าอาหาร OTOP เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจในฐานะกันชนทางเศรษฐกิจ (Economic Buffer) เมื่อเศรษฐกิจเผชิญเหตุการณ์ไม่คาดฝันมาตลอด การเข้าใจถึงขบวนการตัดสินใจใช้นวัตกรรมจะช่วยให้สามารถยกระดับการผลิตสินค้า OTOP และทำให้สินค้า OTOP สามารถรักษาบทบาทกันชนทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลกอย่างในปัจจุบัน การศึกษาทั้ง 3 สินค้าดังกล่าวจะทำให้รายงานวิจัยชิ้นนี้ครอบคลุมมูลค่าผลผลิตอาหารได้มากถึงร้อยละ 50 ของผลผลิตของอุตสาหกรรมอาหารไทย ร้อยละ 80 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมอาหาร และร้อยละ 40 ของการส่งออกสินค้าอาหารรวมได้สรุปและเรียบเรียงจาก "โครงการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารด้วยนวัตกรรม" โดย รศ.ดร.อาชนัน เกาะไพฑูริย์ ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์
นายพิชิตคุณ รัตนสุวรรณชัย
น.ส.ภัณฑิลา ธนบุรณินพันธ์

ผศ.ดร.ภาคภูมิ ทิพคุณ
น.ส.นพรดา คำชื่นวงศ์
น.ส.เปรมยุตา ธรรมพัชรากร

จัดทำโดย

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย

สถานที่ติดต่อ

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย
ห้อง 602 ชั้น 6 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
(ท่าพระจันทร์) เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ เขตพระนคร
กรุงเทพฯ 10200
โทรศัพท์ 09 2989 8689 โทรสาร 0 2298 0454



อุตสาหกรรมข้าว:
ต้นตอของปัญหา คือ สัญญาณทางนโยบายที่ผิด

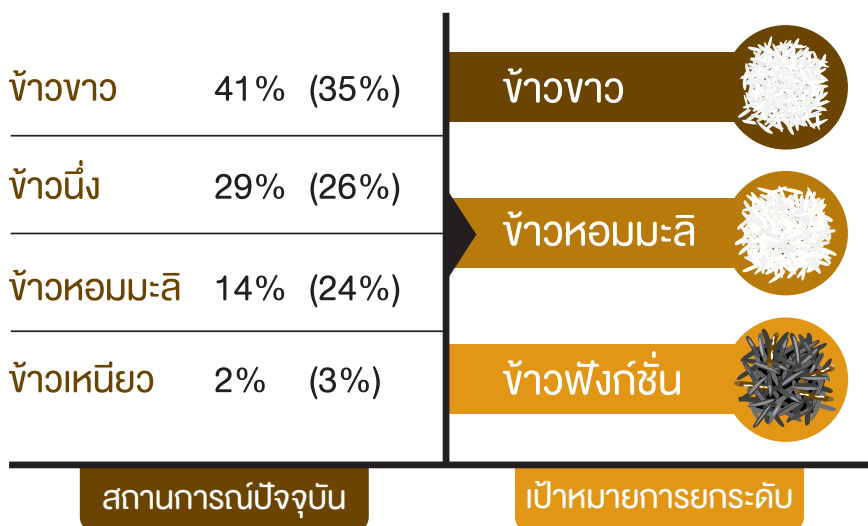
ที่ผ่านมาการนำเอานวัตกรรมมาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมข้าวเกิดขึ้นจำกัดตั้งสะท้อนจากผลผลิตต่อไร่ที่ค่อนข้างคงที่ตลอด 30 ปีที่ผ่านมาอยู่ในช่วง 435-484 กิโลกรัม ต่อไร่ระหว่างปี พ.ศ. 2551 ถึง 2559 อันเนื่องมาจากพันธุ์ข้าวที่ใช้ยังเป็นพันธุ์ข้าวที่มีมาแล้วกว่า 30 ปี อย่างพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 (พัฒนาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2502) พันธุ์ กข 6 (พ.ศ. 2520) เหตุผลสำคัญ คือ เกษตรกรไม่มีแรงจูงใจที่เสี่ยงไปใช้พันธุ์ใหม่ๆ ที่พัฒนากันในห้องทดลองของรัฐ ในขณะที่เกษตรกรไม่มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เทียบกับทำแบบขอไปทีกับพันธุ์ที่คุ้นเคยเอาเวลาร้างจากการรอผลผลิตไปทำงานในเมืองใหญ่เป็นอาชีพเสริมและรอลุ้นราคาประกันที่รัฐจะให้ เรื่องดังกล่าวเป็นสัญญาณทางนโยบายที่ผิดและต้องแก้ไข

แม้การแปรรูปข้าวไปเป็นผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังคงเป็นข้าวถุง แต่เรื่องดังกล่าวไม่ได้เป็นตัวชี้วัดของการยกระดับการผลิตเพราะธรรมชาติของการบริโภคข้าวส่วนใหญ่เป็นการซื้อข้าวถุงไปเพื่อนำไปหุงสุกไม่ว่าจะเป็นการบริโภคในครัวเรือน หรือการนำไปจำหน่ายในร้านอาหาร/ภัตตาคารต่างๆ

ทิศทางการยกระดับอุตสาหกรรมข้าว คือ การลดสัดส่วนการผลิตข้าวถุงคุณภาพต่ำอย่างข้าวขาวและข้าวเหนียวและเพิ่มสัดส่วนของข้าวถุงคุณภาพสูงที่อาจจะอยู่ในรูปของข้าวหอมมะลิในตลาดบน (อย่างกรณีการส่งไปยังตลาดสหรัฐฯ) การนำเสนอข้าวถุงทางเลือกที่มุ่งตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะ เช่น ข้าวออร์แกนิก หรือข้าวสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงอย่างการสกัดรำข้าวบริสุทธิ์เป็นเรื่องที่ควรสนับสนุนแต่ต้องทำด้วยความระมัดระวัง เพราะมีความเสี่ยงและภาคเอกชนควรเป็นคนตัดสินใจเอง นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้ข้าวเป็นส่วนประกอบ แต่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใช้ข้าวเป็นส่วนประกอบไม่มากนัก จึงไม่มีทางที่รองรับปริมาณข้าวที่ผลิตขึ้นมาได้ทั้งหมด (ภาพที่ 1)

ดังนั้นพื้นที่ที่สามารถนำนวัตกรรมมายกระดับการผลิตที่สำคัญและเป็นการยกระดับอย่างแท้จริง คือ การเพิ่มผลผลิตต่อไร่โดยการยกระดับการผลิตที่นาข้าวเป็นหัวใจสำคัญ การดำเนินการต้องทำในรูปแบบบูรณาการให้ครอบคลุมตั้งแต่การใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่เหมาะสม การปรับปรุงดิน ระบบชลประทาน ไปจนถึงขั้นตอนการเก็บเกี่ยว แต่จุดเริ่มต้นที่สำคัญ คือ การมีพันธุ์ข้าวที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ (ไม่ใช่พันธุ์เดียวใช้ทั่วประเทศ) และเป็นที่ยอมรับของชาวนาจริงๆ

ภาพที่ 1 ทิศทางการยกระดับอุตสาหกรรมข้าว



หมายเหตุ: ตัวเลขร้อยละประมาณการได้จากข้อมูลการส่งออกในปี 2560 โดยตัวเลขนอกวงเล็บ คือ ร้อยละต่อปริมาณการส่งออกรวม และตัวเลขในวงเล็บ คือ ร้อยละต่อมูลค่าการส่งออกรวม

ที่มา: รวบรวมโดยนักวิจัย

ข้อเสนอการยกระดับในอุตสาหกรรมข้าว

1. **การยกระดับการผลิตที่นาข้าว** โดยเฉพาะการพัฒนาพันธุ์ที่เหมาะสมตามแต่ละพื้นที่เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่ โดยต้องเริ่มจากการพัฒนาพันธุ์ข้าวของไทยที่วันนี้เกษตรกรยังไม่ยอมรับพันธุ์ข้าวใหม่ๆ トラบใดที่เกษตรกรยังไม่ยอมรับพันธุ์ข้าวใหม่ๆ การยกระดับด้านอื่นๆ (เช่น การปรับปรุงดิน ระบบชลประทาน และขั้นตอนการเก็บเกี่ยว) ยากที่จะเกิดประสิทธิผล และสิ่งที่ต้องทำควบคู่กับการพัฒนาพันธุ์ข้าว คือ การพัฒนาแปลงปลูกทดลองที่สาธิตเพื่อเป็นศูนย์เรียนรู้แก่ชาวนาพร้อมระบบแรงจูงใจเพื่อให้เกษตรกรที่ร่วมในแปลงปลูกสาธิต เช่น การมีกรประกันรายได้จากการเข้าร่วมโครงการ และการพัฒนาองค์ประกอบอื่นๆ ที่ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพสูงที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการปรับปรุงดิน ระบบชลประทาน และขั้นตอนการเก็บเกี่ยว นอกจากนี้ยังต้องลดความเป็นพิษการเมื่องของข้าวด้วยการทยอยปรับลดงบประมาณโครงการช่วยเหลือทางด้านราคาแก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโดยอาจดำเนินการในลักษณะที่ตั้งงบการช่วยเหลือทางด้านราคาและมีแผนการปรับลดที่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า
2. **ปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ** เพื่อกระตุ้นให้ภาคเอกชนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาพันธุ์ข้าว โดยเฉพาะการลดขั้นตอนการขึ้นทะเบียนพันธุ์ข้าวที่คิดค้น ความท้าทายที่สำคัญ คือ เราต้องก้าวกระโดดออกมาจากสิ่งที่ปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่องและยาวนานโดยหน่วยงานของรัฐ
3. **การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data)** ทั้งการสนับสนุนทางการเงินในโครงการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเหล่านี้ พร้อมๆ กับการมีแผนกลยุทธ์ ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ชาวนาตระหนักรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ
4. **การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ใหม่** ควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ข้าวถุงทางเลือก สิ่งที่ต้องดำเนินการเป็นอันดับต้นๆ คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่แท้จริงทั้งทางด้านต้นทุนและประโยชน์ที่จะได้รับ พร้อมๆ กับการพัฒนาและส่งเสริมให้มีการนำฉลากสินค้า (Labeling) เข้ามาใช้เพื่อป้องกันปัญหาพฤติกรรมฉวยโอกาส ในขณะที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ใช้ข้าว บทบาทของรัฐในเรื่องดังกล่าวจึงอยู่ที่การให้ความรู้ผ่านศูนย์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เสนอแนะในภาพรวม เพื่อให้เอกชนที่สนใจและต้องการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถดำเนินการได้ง่ายขึ้นทั้งในแง่องค์ความรู้ที่จำเป็น การปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญ และการสนับสนุนจากบริการต่างๆ ของภาครัฐ เพราะภาครัฐไม่สามารถช่วยแบกรับภาระความเสี่ยงจากพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้



อุตสาหกรรมกุ้งแปรรูป: ต้องสร้างให้ไทยเป็นศูนย์กลางของการเลี้ยงและจำหน่ายสัตว์น้ำครบวงจร

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปค่อนข้างตื่นตัวกับนวัตกรรมในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะนวัตกรรมในด้านกรรมวิธีการแช่เยือกแข็ง การยกคุณภาพทางด้านความปลอดภัย และการบรรจุภัณฑ์อันเป็นผลจากการที่อุตสาหกรรมเชื่อมโยงกับตลาดโลกที่เป็นทางทั้งช่องทางความรู้และนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการและเป็นแรงกดดันให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องตื่นตัวกับนวัตกรรมต่างๆ

ทิศทางกรยกระดับอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปอยู่ที่การเพิ่มศักยภาพในการผลิตวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการทั้งภายในและต่างประเทศ และเป็นวัตถุดิบที่มีความปลอดภัย ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายจะอยู่ในรูปแบบใด (ระหว่างกุ้งแช่เย็นแช่แข็งเทียบกับกุ้งปรุงแต่งในรูปแบบต่างๆ) ไม่ใช่สาระสำคัญและไม่ใช่เครื่องชี้วัดการยกระดับการผลิตแต่อย่างใด การใช้ประโยชน์จากของเสียอย่างเปลือกกุ้งจากการแปรรูปกุ้งภายในประเทศเป็นพื้นที่ศักยภาพอีกตำแหน่งที่ยังไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์มากนัก แต่การกระตุ้นต้องทำด้วยความระมัดระวัง การให้ผู้ผลิตกุ้งแปรรูปไปสกัดสารโคโคซานเพื่อจำหน่ายมันเหมือนกับเริ่มธุรกิจใหม่

ดังนั้นพื้นที่ที่นานวัตกรรมมายกระดับการผลิตที่สำคัญที่สุดและเป็นการยกระดับอย่างแท้จริง คือ การเพิ่มศักยภาพในการผลิตวัตถุดิบ คือ การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และการแก้ปัญหาโรคระบาด วันนี้ภาคเอกชนตื่นตัวแต่ยังไม่แตก ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความล้มเหลวของตลาดที่ทำให้เป็นเรื่องยากที่จะให้เอกชนรายใดรายหนึ่งๆ ลงทุนเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวอย่างจริงจัง เพราะประโยชน์ที่เกิดจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการทุกๆ ราย ดังนั้นบทบาทของภาครัฐในเรื่องดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อยกระดับอุตสาหกรรม (ภาพที่ 2)

การเพิ่มศักยภาพในการผลิตวัตถุดิบอาจขยายขอบเขตให้ครอบคลุมสัตว์น้ำอื่นๆ ในกลุ่มคลัสเตอร์ เช่น กุ้งก้ามกราม กุ้งมังกร และกั้ง เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางของสัตว์น้ำในกลุ่มนี้ที่สามารถตอบสนองความต้องการในกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย การเป็นศูนย์กลางดังกล่าวอาจหมายถึงรวมถึงการสร้างเครือข่ายการผลิตในภูมิภาคโดยดึงประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาเป็นโครงข่ายการผลิตและกระจายสัตว์น้ำบางประเภทไปผลิตในต่างประเทศ ผสมผสานกับประสบการณ์ที่ยาวนานของผู้ประกอบการไทยในการส่งออกอาหารแปรรูป

ภาพที่ 2 ทิศทางการยกระดับอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูป

กุ้งแช่เย็นแช่แข็ง 77%
ปริมาณนำเข้าทั่วโลก
(73% ของมูลค่ารวม)



กุ้งแปรรูป 23%
ปริมาณนำเข้าทั่วโลก
(27% ของมูลค่ารวม)



ความต้องการเดิม
(แช่เย็นแช่แข็ง และแปรรูป)



กุ้งทางเลือกและผลิตภัณฑ์ผลพลอยได้
(By product) (γάมกราม กุ้ง ลีอบสต่อร์)



สารสกัดจากเปลือกกุ้ง

สถานการณ์ปัจจุบัน

เป้าหมายการยกระดับ

ที่มา: พัฒนาโดยคณะผู้วิจัย โดยปริมาณนำเข้าคำนวณจากฐานข้อมูลการค้าระหว่างประเทศขององค์การสหประชาชาติ

พื้นที่ด้านอื่นๆ ที่เราสามารถใช้อะไรจากนวัตกรรมผู้ประกอบการค่อนข้างตื่นตัวสูงอยู่แล้ว ในขณะที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพราะธรรมชาติของความต้องการกุ้งแปรรูปในโลกต้องการผลิตภัณฑ์ในลักษณะกุ้งแช่แข็งเป็นส่วนใหญ่ (กว่าร้อยละ 70 ของความต้องการทั้งหมด) ดังนั้นการใช้อะไรจากนวัตกรรมเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่จึงมีจำกัด สิ่งที่เราไม่สามารถในเรื่องการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อาจหมายถึงธุรกิจใหม่ กรณีการสกัดสารโคโคซานจากเปลือกกุ้งเป็นกรณีตัวอย่าง เพราะเท่ากับให้คนเลี้ยงและแกะกุ้งไปจำหน่าย ไปทำธุรกิจเครื่องสำอางเป็นอาชีพเสริม ดังนั้นภาครัฐควรจำกัดบทบาทอยู่ที่การอำนวยความสะดวกและการให้ข้อมูลผ่านศูนย์ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมข้างล่าง ในขณะที่ปล่อยให้เอกชนเป็นคนตัดสินใจรับความเสี่ยงด้วยตนเอง นอกจากนี้เรายังสามารถใช้อะไรจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 โดยนำเอาเทคโนโลยีอย่างระบบเครือข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ (Blockchain) มาบริหารห่วงโซ่อุปทานของกุ้งให้มีความโปร่งใสและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้

ภาครัฐจึงเป็นเรื่องจำเป็นโดยเฉพาะบทบาทการสนับสนุนงานวิจัยเหล่านี้ให้เป็นการวิจัยที่ครบวงจร และสร้างระบบที่ให้แก่เกษตรกร/ฟาร์มกุ้งสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลเหล่านี้ เรียนรู้ทดลอง และนำไปประยุกต์ใช้ ผ่านการจัดตั้งศูนย์/สำนักวิจัยกลางการเลี้ยงกุ้ง เพื่อเป็นทั้งศูนย์รวบรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงกุ้ง หรือที่เป็นฐานข้อมูล (Platform) เพื่อให้ นักวิจัย มีปฏิสัมพันธ์กับเกษตรกรเลี้ยงกุ้งที่มีปัญหาและต้องการคำปรึกษา และเป็นศูนย์วิจัยที่ดำเนินการแปลงการเลี้ยงกุ้งสาธิตอย่างต่อเนื่อง การดำเนินการควรใช้สถาบันการศึกษาเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและทำให้สามารถใช้ประโยชน์จากเครือข่ายและบุคลากรของสถาบันการศึกษาในต่างจังหวัดโดยเฉพาะแหล่งเพาะเลี้ยงที่สำคัญ

ข้อเสนอแนะการยกระดับอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูป

1. **เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของฟาร์มกุ้ง** เป็นหัวใจสำคัญที่สุดในการยกระดับ วันนี้มีงานวิจัยอยู่จำนวนมากแต่กระจายและขาดความต่อเนื่องที่ทำให้เกิดองค์ความรู้เชิงลึก ในขณะที่ภาคเอกชนเองก็ขาดแรงจูงใจที่จะลงทุน ดังนั้นบทบาทของ

2. **ใช้ประโยชน์จากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4** (Industrial 4.0) โดยเฉพาะระบบเครือข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ (Blockchain) เพื่อสร้างความเชื่อมโยงในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมกุ้งแปรรูปซึ่งวันนี้ภาคเอกชนมีความตื่นตัวอยู่แล้ว
3. **ส่งเสริมการเพิ่มประภคของผลิตภัณฑ์** รวมถึงการใช้อะไรจากวัสดุคงเหลือจากขบวนการแปรรูป (เปลือกกุ้ง) ที่สามารถดำเนินการผ่านศูนย์ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรม เพื่อให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการขอความช่วยเหลือ ขอคำปรึกษาและพัฒนาไปสู่โครงการความร่วมมือในการใช้อะไรจากนวัตกรรม



อาหาร OTOP: ยกระดับทั้งการผลิตและสังคม ไปพร้อมๆ กัน

สินค้าอาหาร OTOP ซึ่งเป็นตัวแทนของสินค้าอาหารอื่นๆ ที่กลุ่มผู้ประกอบการรายกลางและเล็ก อาจรวมไปถึงรายย่อยเกี่ยวข้องอย่างมาก สินค้าอาหารเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ โดยเป็นกันชนทางเศรษฐกิจต่อเหตุการณ์ไม่คาดฝันของคนไทย มาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน การเข้าถึงถึงการตัดสินใจใช้นวัตกรรม จึงน่าจะเป็นตัวช่วยทำให้กันชนทางเศรษฐกิจสามารถรองรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลกอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

ที่ผ่านมาผู้ประกอบการสินค้า OTOP มีการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมแต่เป็นการตอบโจทยระยะสั้น อย่างการเพิ่มยอดขาย ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับคุณภาพอาหาร โดยเฉพาะการเพิ่มรสชาติ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ และการจัดการสินค้า เพื่อเพิ่มยอดขาย ในขณะที่การใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมด้านอื่นๆ เช่น การนำสินค้าไปขายบนเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์กลางการค้า เช่น Lazada Shopee การนำเอาแอปพลิเคชันบนมือถือมาใช้ในการส่งเสริมการขาย หรือติดต่อกับลูกค้ายังมีจำกัดเพราะลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่สามารถจำหน่ายได้บนเว็บไซต์เมื่อเทียบกับทางเลือกอื่นๆ เช่น การหันไปใช้ประโยชน์ผู้ประกอบการโลจิสติกส์รายย่อยเพื่อส่งตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือการโฆษณาผ่านสังคมออนไลน์ (Social Media) ประเด็นสำคัญ คือ ผู้ประกอบการเหล่านี้รู้และเข้าถึงเทคโนโลยีเหล่านี้ แต่เลือกที่จะไม่ใช่อันเนื่องมาจากข้อจำกัดข้างต้น เรื่องดังกล่าวไม่แตกต่างจากบทเรียนจากผู้ประกอบการรายย่อยที่ประสบความสำเร็จมาก่อน ที่เริ่มจากผลประโยชน์ระยะสั้นอย่างการเพิ่มยอดขายและการเพิ่มลูกค้า การลงทุนนำเอานวัตกรรมมาใช้ให้เกิดผลในระยะยาวเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ที่ต้องการอยู่ในธุรกิจในระยะยาว และเกิดขึ้นภายหลังที่มีผลการดำเนินงานในระยะสั้นอยู่ในระดับที่น่าพอใจ วิสัยทัศน์ดังกล่าวไม่ได้เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่ยังหมายถึงความคาดหวังต่อธุรกิจด้วย





แม้ภายใต้โครงการ OTOP ภาครัฐมีการให้ความช่วยเหลือต่างๆ รูปแบบความช่วยเหลือส่วนใหญ่ที่ผู้ประกอบการตระหนัก คือ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย OTOP City OTOP Midyear และงานจัดแสดงสินค้าสัญจรตามจังหวัดต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยากในการประเมินผลของส่วนราชการ เรื่องดังกล่าวเป็นตัวอย่างของปัญหาของกรอบนโยบายระดับชาติที่กว้าง ไม่มีลำดับความสำคัญและขาดระบบติดตามและประเมินผลดังที่กล่าวข้างต้น นอกจากนี้วิธีการช่วยเหลือมักประสบปัญหา “คุณพอรู้ดี” ที่มาจากส่วนราชการและทำให้ปัญหาของผู้ประกอบการไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเหมาะสมและนำไปสู่การสิ้นเปลืองงบประมาณ

บทเรียนสำคัญจากกรณีประสบความสำเร็จเหล่านี้ คือ การใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมหลากหลายไปตามแต่ละผลิตภัณฑ์ ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์อาหารไม่จำเป็นต้องมาจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เสมอไป แต่อยู่ที่การสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความชำนาญของผู้ประกอบการซึ่งอาจจะออกมาในรูปของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ เพิ่มคุณภาพให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาด เรื่องดังกล่าวมีนัยสำคัญต่อการกำหนดนโยบายการกระตุ้นให้ภาคเอกชนใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมและเกณฑ์การวัดประสิทธิผลของนโยบายที่วันนี้โน้มเอียงไปพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ออกสู่ตลาด



ข้อเสนอแนะการยกระดับอุตสาหกรรมอาหาร OTOP

1. กระตุ้นให้เกิดการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหาร OTOP เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการตื่นตัวกับนวัตกรรมใหม่ ผ่านการปรับปรุงระบบการให้ดาวให้เป็นระบบรางวัลและยกเลิกการผูกขาดความช่วยเหลือกับจำนวนดาวที่ได้รับจากค่าไปหาสูงตามจำนวนดาวที่ได้รับ

2. มาตรการช่วยเหลือระยะสั้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ พร้อมๆ กับการยกระดับทางสังคม (Social Upgrading) ที่ยกคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ปัญหาที่ผ่านมาไม่ใช่เรื่องการขาดมาตรการ แต่มาตรการที่ช่วยเหลือมีสมมติฐานที่ผิด โดยมักเชื่อว่าผู้ประกอบการไม่มีความรู้ความเข้าใจ ใหม่ๆ ที่ผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นคนที่รับความเสี่ยง ความท้าทายในการขับเคลื่อนนโยบายในลักษณะนี้ คือ ต้องเปลี่ยนทัศนคติของส่วนราชการ นอกจากนั้นมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ต้องจัดลำดับความสำคัญโดยให้ความสำคัญกับการทำให้สินค้าเหล่านี้เป็นของฝากจากการท่องเที่ยว (ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมทางด้านการบรรจุภัณฑ์ ความสะอาด และทำให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากการขยายตัวของธุรกิจในรูปแบบที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป (Business to Customer : B2C)

มาตรการความช่วยเหลืออื่นๆ ที่สามารถทำได้ คือ ขอความอนุเคราะห์จากร้านสะดวกซื้อ/ห้างสรรพสินค้า/ห้างค้าปลีกค้าส่งรายใหญ่ในการเปิดพื้นที่ให้ผลิตภัณฑ์อาหาร OTOP มีพื้นที่จำหน่ายและมีระบบติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและจริงจัง โดยการขอความอนุเคราะห์สามารถผลักดันในรูปความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Corporate Social Responsibility-CSR) และให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการยกระดับ (เปลี่ยนดาว) แทนผู้ประกอบการที่มีความสามารถอยู่เดิมแล้ว (5 ดาว 4 ดาว)



สิ่งที่ควรดำเนินการควบคู่เพื่อให้การยกระดับสินค้าอาหาร OTOP นำไปสู่การยกระดับทางสังคม คือ การออกแบบระบบให้เงินอุดหนุนทางการเงินแก่โครงการที่สร้างความเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ เช่น การใช้แรงงาน วัสดุ/วัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ โดยการให้เงินทุนช่วยเหลือและเม็ดเงินที่โครงการจะได้รับขึ้นอยู่กับความเชื่อมโยงกับกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่

3. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำนวัตกรรมที่สลับซับซ้อนมาใช้ เช่น การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศสังคมออนไลน์ (ICT Social Media) โดยการประชาสัมพันธ์ควรดำเนินการเป็น 3 ส่วน

- การประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการโดยเน้นด้านปริมาณจำนวนมากเพื่อสร้างความตระหนักรู้
- การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการกลุ่มย่อยเพื่อคัดสรรผู้ประกอบการที่มีความสนใจเข้าโครงการและทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง
- การติดตามและประเมินผลสำเร็จของโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อคัดเลือกกรณีศึกษาต้นแบบในการขยายผลต่อ

Policy Brief

TRF Policy Brief (หรือเอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) เป็นเอกสารที่สรุปและเรียบเรียงจากงานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นหลัก และอาจมีการนำรายงานวิจัยหรือเอกสารรายงานจากแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบเพื่อให้ได้เนื้อหาที่สมบูรณ์ขึ้น วัตถุประสงค์หลักในการจัดทำ Policy Brief คือ การส่งผ่านผลงานวิจัยของ สกว. ไปสู่ฝ่ายนโยบาย (ผู้กำหนดนโยบายและฝ่ายปฏิบัตินโยบาย)

การจัดทำ TRF Policy Brief มาจากแนวคิดที่ว่า เอกสารงานวิจัยของ สกว. ที่มีอยู่เป็นเอกสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างมาก และมีความเป็นวิชาการสูง ซึ่งทำให้ไม่เกิดแรงจูงใจกับผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่จะศึกษาเอกสารวิจัยดังกล่าว ดังนั้น TRF Policy Brief จึงถูกทำขึ้นในลักษณะของบทสรุปเชิงนโยบายที่มีเนื้อหากระชับ มีความยาวประมาณ 5-8 หน้า และพยายามนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่ให้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น