



รายงานการศึกษากลุ่ม  
(Group Project)

เรื่อง การพัฒนาและส่งเสริมห่วงโซ่คุณค่าอาหารไทย  
เพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของเกษตรกร

จัดทำโดย กลุ่มที่ 2 รุ่นที่ 89

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรบ

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89  
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2562

ลิขสิทธิ์ของสำนักงาน ก.พ.



## รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project)

เรื่อง การพัฒนาและส่งเสริมห่วงโซ่คุณค่าอาหารไทย  
เพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของเกษตรกร

จัดทำโดย กลุ่มที่ 2 รุ่นที่ 89

1. นางสาวสุดจิตร ลาภเลิศสุข
2. นายพันธ์ทอง ลอยกุลนันท์
3. นายธนศร ดอกเตื่อ
4. นายภูวนัย ไพบูลย์สิน
5. นายพีรพัฒน์ อุทัยศรี
6. นายพัทธอง กิตติวัฒน์
7. นางพัชรี ไบยา
8. นางสาวรัญจวน ทองรุต
9. นายสมเกียรติ ปัญญา

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรบ

หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89  
วิทยาลัยนักบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.

ประจำปี 2562

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน



(หน้าอนุมัติ)

สำนักงาน ก.พ.

เอกสารรายงานการศึกษากลุ่มนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตร  
นักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรมของสำนักงาน ก.พ.

ลงชื่อ .....  
( ..... )  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ .....  
( ..... )  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ .....  
( ..... )  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ .....  
( ..... )  
อาจารย์ที่ปรึกษา

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

อาหารไทยนับเป็นมรดกสำคัญทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ เนื่องจากประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ของชาติอย่างยาวนาน ตั้งอยู่บนภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรที่สำคัญของโลก ทำให้อาหารไทยมีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ และรสชาติเฉพาะตัว เป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ทั่วโลก และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยในประเทศไทย ซึ่งสร้างรายได้มหาศาลให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ตลอดจนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการที่เปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ปัจจุบันที่โลกมีความก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงกระแสทางวัฒนธรรมระหว่างสังคมโลกรวดเร็วกว่าในอดีตที่ผ่านมา อาหารไทยมรดกทางวัฒนธรรมของชาติที่สำคัญจึงได้รับผลกระทบทั้งในด้านบวกและด้านลบ หากพิจารณาในแง่บวกอาจกล่าวได้ว่าการผสมผสานของวัฒนธรรมและองค์ความรู้ด้านอาหาร ทำให้เกิดการประยุกต์และดัดแปลงอาหารไทยให้ดูมีความทันสมัยและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องของรสชาติและภาพลักษณ์ ส่วนผลกระทบในด้านลบหรือปัญหาที่เกิดขึ้นบางพื้นที่ เริ่มพบอาหารไทยที่รสชาติผิดเพี้ยนไปจากต้นตำรับดั้งเดิม หรือการดัดแปลงวัตถุดิบจนเสียเอกลักษณ์ของอาหารไทย เป็นเหตุให้อัตลักษณ์ของอาหารไทยเริ่มสูญหายไป นอกจากนี้ แม้อาหารไทยจะได้รับความนิยมจากคนทั่วโลก จนสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการที่เปิดร้านอาหารไทย แต่รายได้เกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหารไทยกลับมีรายได้ต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำของรายได้ของเกษตรกรและผู้ประกอบการร้านอาหาร

รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงมีความพยายามในการผลักดันนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก เพื่อส่งเสริมให้อาหารไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก มุ่งเน้นการขยายตลาดโดยการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าอาหารไทยที่มีคุณภาพ และการเชื่อมโยงสู่ภาคบริการด้านอาหารมากขึ้น รวมทั้งจัดตั้งโครงการภายใต้นโยบายดังกล่าว เช่น โครงการ Thai Select โครงการ Thai delicious เป็นต้น เพื่อกำหนดมาตรฐานด้านรสชาติอาหารไทยให้ได้คุณภาพที่ไม่ผิดเพี้ยนไปจากตำรับดั้งเดิมของไทย และสร้างมาตรฐานให้กับร้านอาหารไทยภายในและต่างประเทศ รวมถึงยกระดับร้านอาหารไทยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารไทย นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้เจรจาทำสัญญากับบริษัท สยามมิชลิน จำกัด เพื่อจัดทำโครงการ The Michelin Guide Book Thailand เป็นเวลา 5 ปี (2560-2564) เพื่อยกระดับอาหารไทยสู่ Premium Cuisine และให้เป็นที่ยอมรับทั่วโลก อย่างไรก็ตาม ความพยายามของรัฐบาลยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่คาดหวัง เนื่องจากเกิดจากความสับสนของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในแคมเปญและจุดเน้นของนโยบายที่มีการปรับเปลี่ยนหลายครั้ง

จึงไม่สามารถกำหนดทิศทาง และกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกันที่ และการขาดการบูรณาการกระบวนการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความซ้ำซ้อน ความเหลื่อมกันของการพัฒนา เป็นต้น

หากปัญหาเหล่านี้ ยังไม่ได้รับการแก้ไข การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ผ่านการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารก็จะเป็นไปอย่างล่าช้า อุตสาหกรรมอาหารไทยก็จะเป็นไม่สามารถแข่งขันในระดับโลกของได้ ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรไทย ไม่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น และเป็นอุปสรรคในการพัฒนาประเทศต่อไป

ดังนั้น การพัฒนาของประเทศในอนาคตควรมุ่งเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน รัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ ร่วมกับภาคเอกชนและกลุ่มเกษตรกร ควรร่วมมือกันพัฒนาการผลิต ให้ได้ผลผลิตที่สูงและมีคุณภาพ และที่สำคัญต้องสร้างจุดเด่นให้กับผลิตผลทางการเกษตร เพื่อที่จะสามารถสร้างมูลค่าทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถขายได้ราคาสูงยิ่งขึ้น โดยรัฐบาลควรที่จะกำหนด หน่วยงานหลักเพียงหน่วยงานเดียวในการขับเคลื่อนนโยบายการเพิ่มพูนรายได้ให้กับเกษตรกร แล้วให้ หน่วยงานหลักนั้นกระจายความรับผิดชอบสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป นอกจากนี้ การสร้าง ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรก็เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องขับเคลื่อน และผลักดันให้เป็นรูปธรรม โดยใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันให้เป็นประโยชน์ เช่น การสร้าง Platform เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอาหารระดับ Premium และเป็นการเชื่อมโยงผู้ซื้อ ผู้ขาย และ ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทานในแบบโครงข่ายที่ทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน แบบไม่จำกัดขอบเขตทั้งในและนอกประเทศแทนที่ห่วงโซ่แบบเส้นตรงที่มีการส่งสินค้าต่อกัน เป็นทอดๆ รวมถึงการรับรองคุณภาพ (Certified) ให้กับวัตถุดิบ โดยหน่วยงานภาครัฐเพื่อเป็น การสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้กับสินค้าเกษตรของไทยอีกทางหนึ่งด้วย

คณะผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของประเทศ ด้วยการเพิ่มมูลค่าผลิตผลทางการเกษตรผ่านช่องทางที่เรียกว่า “Premium Agricultural Platform (PAP)” โดยเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ตามนโยบายประเทศไทยยุค 4.0 เข้ามาปฏิรูป ระบบการตลาด ระบบการทำงาน ระบบโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร และเชื่อมโยงผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เข้ามาทั้งหมด เช่น สถาบันอาหาร เกษตรกร ผู้ผลิตวัตถุดิบ ร้านอาหารที่ต้องการซื้อวัตถุดิบ พ่อครัวแม่ครัวที่ต้องการหางาน เป็นต้น

คณะผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การเพิ่มมูลค่าผลิตผลทางการเกษตรและการคงไว้ซึ่ง อัตลักษณ์ของอาหารไทย โดยการสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เรียกว่า “Premium Agricultural Platform (PAP)” จะเป็นแนวทางในการยกระดับอาหารไทยซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ ให้เป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลก พร้อม ๆ กับการสร้างรายได้ให้เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ เพื่อขจัดความ เหลื่อมล้ำ และทำให้การขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐมีประสิทธิภาพต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project) เรื่อง การพัฒนาและส่งเสริมห่วงโซ่คุณค่าอาหารไทยเพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของเกษตรกร ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร. วรพล โสคติยานุรักษ์ ที่ให้คำปรึกษา ความรู้ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาย่างยิ่ง คณะผู้จัดทำจึงขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณสำนักงาน ก.พ. และ เจ้าหน้าที่ของสำนักงาน ก.พ. ทุกท่าน ที่ให้การดูแลเป็นอย่างดีตลอดการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และคุณธรรม รุ่นที่ 89

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นบส. รุ่นที่ 89 ทุกท่าน สำหรับมิตรภาพและความช่วยเหลือต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษากลุ่ม (Group Project) เรื่อง การพัฒนาและส่งเสริมห่วงโซ่คุณค่าอาหารไทยเพื่อขจัดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของเกษตรกร ฉบับนี้ จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานต่าง ๆ เพื่อยกระดับอาหารไทยให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบต่อไป

คณะผู้จัดทำ กลุ่มที่ 2

พฤษภาคม 2562

## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	จ
สารบัญแผนภูมิ	ฉ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ซ
1. สภาพทั่วไปของปัญหา	1
2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต	17
3. แนวทางแก้ปัญหา และ/หรือ การพัฒนา	20
4. การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ	24
5. สรุปในภาพรวม	29
บรรณานุกรม	31
คณะผู้จัดทำ	32

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 การจัดอันดับ “สุดยอด 50 อาหารที่อร่อยที่สุดในโลก”	2
ภาพที่ 2 : การจัด 50 อันดับของหวานแสนอร่อยทั่วโลก	3
ภาพที่ 3 : การจัดอันดับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	4
ภาพที่ 4 : มูลค่ารวมการใช้จ่ายการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	5
ภาพที่ 5 : สัญลักษณ์ของ Thai SELECT	14
ภาพที่ 6 : การเปลี่ยนแปลงแนวคิดในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหาร (Paradigm Shift)	20
ภาพที่ 7 : การเชื่อมโยงของ Premium Agricultural Platform: PAP	22
ภาพที่ 8 : SWOT Analysis	22
ภาพที่ 9 : รูปแบบของ Platform PAP	25



## สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 : Cumulative Distribution ของรายได้ต่อหัวและสัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ ของครัวเรือนเกษตร	8
แผนภูมิที่ 2 : การแสดงรายได้ต่อหัวและสัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ของครัวเรือนเกษตรเชิงพื้นที่	9
แผนภูมิที่ 3 : การแสดงรายได้ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	10

## คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

PAP Premium Agricultural Platform

## 1. สภาพทั่วไปของปัญหา

### 1.1 สถานการณ์อาหารไทยในปัจจุบัน

อาหารเป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการกินของมนุษย์ มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละภูมิภาคของสังคม ขึ้นอยู่กับบริบททางภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ กล่าวได้ว่า อาหารกำเนิดจากวัฒนธรรมการกินของแต่ละชาติพันธุ์<sup>1</sup> โดยวัฒนธรรมอาหารไทยเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าของประเทศเนื่องจากเกิดจากการสั่งสมภูมิปัญญาของบรรพบุรุษในการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้เป็นวัตถุดิบในตำรับอาหาร สำหรับใช้บริโภคในครัวเรือนและชุมชน วัฒนธรรมอาหารถูกหล่อหลอมมาจากประสบการณ์และทักษะของคนจากรุ่นสู่รุ่น แล้วถ่ายทอดมายังลูกหลาน นอกจากนี้วัฒนธรรมอาหารยังซึมซับเข้าสู่วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีทางศาสนา “วัฒนธรรมด้านอาหาร มีความหมายถึง อาหารที่เป็นไปตามความเชื่อ ค่านิยม วิถีชีวิต และความรู้ ของสังคมแต่ละสังคม มีลักษณะเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ด้านอาหารของแต่ละสังคม” ดังนั้น วัฒนธรรมอาหารจึงนับเป็นจุดแข็งของแต่ละประเทศ เนื่องจากมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งยากที่ใครในต่างวัฒนธรรมจะเลียนแบบ มีแต่เจ้าของวัฒนธรรมเท่านั้น ที่ควรจะไปขยายผลต่อยอดให้มีความโดดเด่นและถ่ายทอดไปยังลูกหลานให้เกิดความภาคภูมิใจในอนาคต<sup>2</sup>

อาหารไทยนับเป็นมรดกสำคัญทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติ เนื่องจากประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ของชาติอย่างยาวนาน ตั้งอยู่บนภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรที่สำคัญของโลก ทำให้อาหารไทยมีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ และรสชาติเฉพาะตัว เป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่ทั่วโลก ซึ่งจากหลักฐานพบว่าเดิมอาหารไทยมีวิธีการปรุงไม่ยุ่งยาก วัตถุดิบที่นำมาใช้มักหาได้ง่ายจากท้องถิ่นนั้น ๆ แต่อาหารไทยจะมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ต่อมาเมื่อสังคมไทยมีการติดต่อกับชาวต่างประเทศ ทั้งในกลุ่มประเทศเอเชีย และกลุ่มประเทศตะวันตก ส่งผลให้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมอย่างช้า ๆ วิวัฒนาการสั่งสมจนเป็นองค์ความรู้ภูมิปัญญาที่โดดเด่นส่งผ่านเป็นมรดกทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น จนเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติของอาหาร

---

<sup>1</sup> ศรุดา นิติวรการ. 2557. อาหารไทย: มรดกทางวัฒนธรรมของชาติ Thai Food: Cultural Heritage of the Nation วารสารวิชาการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 5(1), 172.

<sup>2</sup> วศินา จันทรศิริ. 2555. วัฒนธรรมอาหารไทย: อีกหนึ่งพลังสู่ประชาคมอาเซียน สืบค้นจาก: <http://humaneco.stou.ac.th/UploadedFile/Title%20HE%20Journal%2011.pdf>

ที่มีเอกลักษณ์ ทำให้อาหารไทยกลายเป็นอาหารยอดนิยมของโลก<sup>3</sup> และมีความโดดเด่นโดยเฉพาะในเรื่องของรสชาติจนเป็นที่ประทับใจของคนทั่วโลก จากผลการสำรวจความคิดเห็นของอาหารที่อร่อยที่สุดในโลก มักพบว่าชื่อของอาหารไทยหลายชนิดปรากฏในลำดับต้น ๆ ของทุกการสำรวจ เหตุผลสำคัญส่วนหนึ่งน่าจะมาจากรสชาติรวมถึงวัตถุดิบที่นิยมนำมาใช้ในการประกอบอาหาร<sup>4</sup> ตัวอย่างเช่น เมื่อปี พ.ศ. 2561 สำนักข่าว CNN ได้จัดอันดับ “สุดยอด 50 อาหารที่อร่อยที่สุดในโลก” (World’s 50 best foods) และจัดอันดับให้แกงมัสมั่นของประเทศไทย เป็นอาหารที่ดีที่สุดในโลก อันดับที่ 1 โดยเปรียบแกงมัสมั่นเป็นราชาของแกงกะหรี่ และอาจจะเป็นราชาของอาหารทั้งหมดก็ได้ ด้วยความเผ็ดร้อน ความมันของกะทิ และความหอมหวาน ส่วนอีก 2 เมนู คือ ส้มตำ อยู่ในอันดับที่ 46 และต้มยำกุ้ง อันดับที่ 8<sup>5</sup>

ภาพที่ 1 การจัดอันดับ “สุดยอด 50 อาหารที่อร่อยที่สุดในโลก”



ที่มา : สำนักข่าว CNN เว็บไซต์ <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-dishes/index.html>.

นอกจากนี้ประเทศไทย ยังเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงด้านอาหารริมทาง “Street food” ระดับโลก เป็นสวรรค์ของนักกินที่มีจุดเด่นด้านความหลากหลาย น่าอัศจรรย์ และมีชื่อเสียงทั้งในด้านรสชาติของฝีมือ ลวดลายท่วงท่าในการประกอบอาหาร<sup>6</sup> โดยในปี พ.ศ. 2560 สำนักข่าว CNN ได้จัด

<sup>3</sup> อ่างแล้ว. เจริญรถที่ 1. หน้า 176.

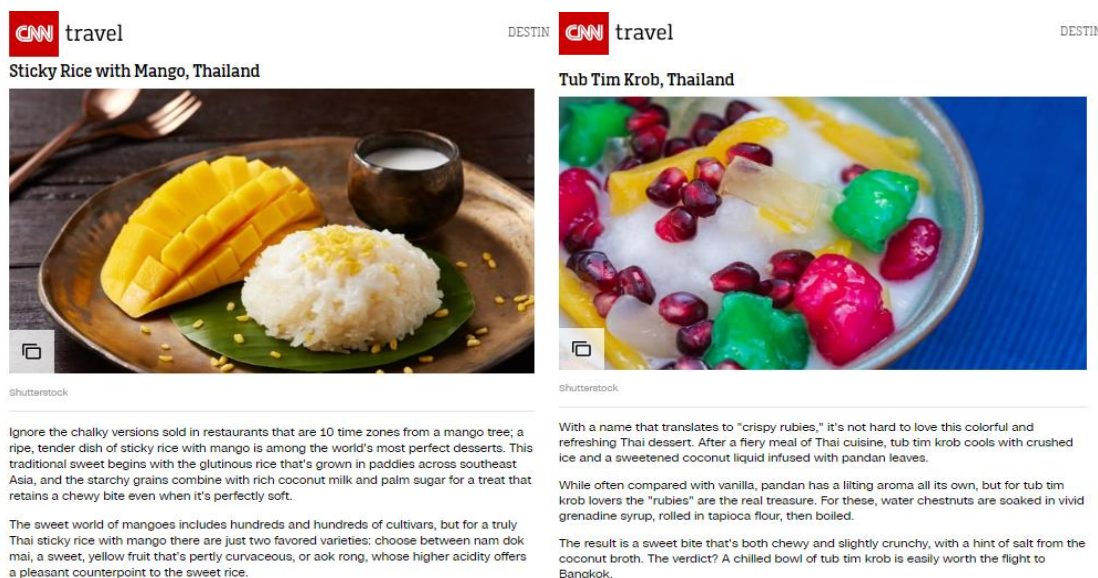
<sup>4</sup> อ่างแล้ว. เจริญรถที่ 1. หน้า 175.

<sup>5</sup> สำนักข่าว CNN สืบค้นจาก: <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-dishes/index.html>.

<sup>6</sup> เจริญชัย เอกมลไพศาล อนุรักษ์การณัฏฐ์ ศีกาสโตร. 2561. การวิเคราะห์องค์ประกอบของทัศนคติการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคชาวไทย กรณีศึกษาร้านอาหารริมทางย่านเกาะโดยรอบวงเวียนอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ. วารสารวิจัยและพัฒนา. 6(45), 57 สืบค้นจาก : <https://tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/98513>.

อันดับให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีอาหารริมทางที่ดีที่สุดในโลก<sup>7</sup> และเมื่อเดือนธันวาคม 2561 ที่ผ่านมา สำนักข่าว CNN ได้จัดอันดับ 50 ของหวานแสนอร่อยทั่วโลก ซึ่งปรากฏว่ามีขนมไทยติดโผด้วยถึง 2 รายการ คือ ข้าวเหนียวมะม่วง และ ทับทิมกรอบ สำหรับข้าวเหนียวมะม่วงนั้นเป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วโลกจนได้รับการขนานนามว่าเป็นของหวานที่สมบูรณ์แบบ เป็นความลงตัวระหว่างข้าวเหนียวสายพันธุ์ที่ได้รับการปลูกและโตในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทานพร้อมกันกับน้ำกะทิ เมื่อได้ลองก็จะได้รับสัมผัสที่ผสมผสานกันระหว่างความหนึบและนุ่มที่ลงตัว และยังได้มีการแนะนำมะม่วงสองสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับการทานคู่กับข้าวเหนียวน้ำกะทินั่นคือ มะม่วงน้ำดอกไม้และมะม่วงอกร่องนั่นเอง ในส่วนของทับทิมกรอบนั้นได้รับการชมเชยว่าแม้ใครที่ยังไม่ทันได้ชิมก็คงจะต้องหลงรักไปกับสีสันอันสวยงามและดูสดชื่นไปก่อนแล้ว หลังจากทานอาหารอิม ก็ให้ลองทานทับทิมกรอบซึ่งเสิร์ฟคู่กับน้ำแข็งใสและน้ำกะทิใบเตย ต่อด้วยความหอมของใบเตยที่ช่วยส่งให้กลิ่นมีความหอมละมุนมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามตัวเม็ดทับทิมก็ยังคงได้รับการยกให้เป็นพระเอกของงานอยู่นั่นเอง ด้วยวิธีการทำที่ทำให้ผลลัพธ์ออกมาได้ทั้งความหนึบและความกรอบพร้อมทั้งความเค็มนิด ๆ จนเรียกได้ว่าคุ้มค่ากับการข้ามน้ำข้ามทะเลมาลิ้มลองเลยทีเดียว<sup>8</sup>

ภาพที่ 2 : การจัด 50 อันดับของหวานแสนอร่อยทั่วโลก



ที่มา : สำนักข่าว CNN เว็บไซต์ <http://edition.cnn.com/travel/article/world-50-best-desserts/index.html>

<sup>7</sup> สำนักข่าว CNN สืบค้นจาก <https://edition.cnn.com/travel/article/best-cities-street-food/index.html>

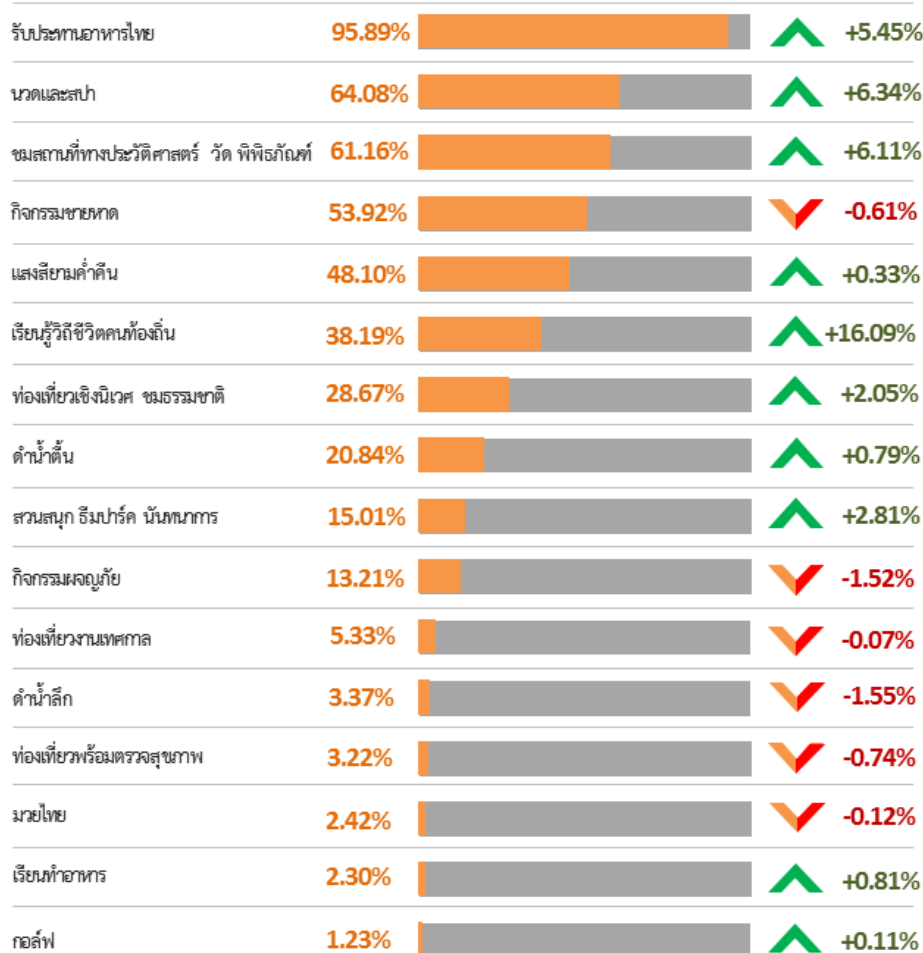
<sup>8</sup> สืบค้นจาก : <https://www.isranews.org/isranews-scoop/71799-sweets.html> และ <http://edition.cnn.com/travel/article/world-50-best-desserts/index.html>

ดังนั้นการที่อาหารไทยมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ จึงดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้มาชิมอาหารไทย จากการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงลึกปี พ.ศ. 2561 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องชิมอาหารไทยเป็นกิจกรรมยอดนิยมอันดับ 1 และสามารถสร้างรายได้มีมูลค่าสูงสุดเช่นกัน โดยมีมูลค่าสูงถึง 172,352 ล้านบาท โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ถึง 33.39% ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 3 : การจัดอันดับกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

## ACTIVITIES

สัดส่วนของการทำกิจกรรม



































ที่มา : รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร (ข้อมูลเดือน มกราคม – ธันวาคม 2561) โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก ปี 2561 หน้า 10, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561, กรุงเทพฯ

ภาพที่ 4 : มูลค่ารวมการใช้จ่ายการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

### ประมาณการมูลค่ารวมการใช้จ่ายการทำกิจกรรม

**518,095**  **+24.31%**  
(ล้านบาท)

รับประทานอาหารไทย	172,352		 <b>+33.39%</b>
แสวงหาคำคืน	66,230		 <b>+14.85%</b>
นวดและสปา	52,175		 <b>+18.81%</b>
กิจกรรมชายหาด	49,379		 <b>+30.14%</b>
ท่องเที่ยวพร้อมตรวจสุขภาพ	47,243		 <b>-10.69%</b>
ชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัด พิพิธภัณฑ์	25,203		 <b>+34.36%</b>
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชมธรรมชาติ	20,311		 <b>+21.59%</b>
ดำน้ำตื้น	18,198		 <b>+35.96%</b>
ดำน้ำลึก	15,936		 <b>+17.50%</b>
เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	15,421		 <b>+229.74%</b>
สวนสนุก อิมเมอร์ชัน นันทนาการ	11,820		 <b>+46.10%</b>
กิจกรรมผจญภัย	9,585		 <b>-3.48%</b>
กอล์ฟ	6,435		 <b>+50.78%</b>
ท่องเที่ยวงานเทศกาล	2,916		 <b>+26.80%</b>
มวยไทย	2,768		 <b>+11.3%</b>
เรียนทำอาหารไทย	2,125		 <b>+111.4%</b>

ที่มา : รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร (ข้อมูลเดือน มกราคม – ธันวาคม 2561) โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก ปี 2561 หน้า 10, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561, กรุงเทพฯ

นอกจากอาหารไทยจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยในประเทศไทย ซึ่งสร้างรายได้มหาศาลให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแล้ว อาหารไทยยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศได้อีกด้วย ซึ่งร้านอาหารไทยเปรียบเสมือนแหล่งเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในต่างประเทศ มีศักยภาพสูงในการเป็นช่องทางกระจายสินค้าโอท็อป<sup>9</sup> และสินค้าทางการเกษตรของประเทศไทย เป็นต้น โดยจากการเปิดเผยข้อมูลของสำนักข่าว Munchies/Vice เมื่อเดือนมีนาคม 2561 ระบุว่า ในสหรัฐอเมริกาแม้ร้านอาหารเม็กซิกันและจีนอาจมีจำนวนมากกว่าร้านอาหารไทย แต่จำนวนร้านอาหารทั้งสองชาติก็สอดคล้องกับจำนวนประชากรเม็กซิกันในสหรัฐฯ ที่มีประมาณ 36 ล้านคนและมีคนจีนอีกประมาณ 5 ล้านคน ซึ่งข้อมูลของสถานทูตไทยในสหรัฐฯ เปิดเผยว่ามีชาวไทยอเมริกันอยู่เพียง 300,000 คน หรือไม่ถึงร้อยละ 1 ของจำนวนชาวเม็กซิกันอเมริกัน แต่ร้านอาหารไทยกลับมีประมาณ 5,350 ร้าน ส่วนร้านอาหารเม็กซิกันมีประมาณ 54,000 ร้าน แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนร้านอาหารไทยต่อประชากรชาวไทยมีมากกว่าถึง 10 เท่า<sup>10</sup> จากข้อมูลข้างต้นจึงสะท้อนได้ว่าอาหารไทยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายไปทั่วโลก นำมาซึ่งการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยไปสู่ร้านอาหารไทยและครัวเรือนในต่างประเทศ โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจหมุนเวียนในซัพพลายเชนอาหารไทยในต่างประเทศ น่าจะขยายตัวเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี โดยผู้ผลิตและส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยอาจขยายช่องทางการขายสินค้าเพิ่มเติมจากร้านค้าปลีกไปสู่ร้านอาหารไทย และช่องทางอีคอมเมิร์ซ อีกทั้งยังสามารถเจาะตลาดใหม่ๆ อย่างการส่งออกสินค้าเพื่อใช้ปรุงอาหารในครัวของเซโนโรงแรมไทยในต่างประเทศได้อีกด้วย<sup>11</sup>

## 1.2 สภาพปัญหาของอาหารไทย

### 1.2.1 อาหารไทยกำลังสูญเสียอัตลักษณ์

จากสถานการณ์ปัจจุบันที่โลกมีความก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงกระแสทางวัฒนธรรมระหว่างสังคมโลกรวดเร็วมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา อาหารไทยมรดกทางวัฒนธรรมของชาติที่สำคัญจึงได้รับผลกระทบทั้งในด้านบวกและด้านลบ ไม่ต่างกับมรดกทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่สำคัญของชาติ หากพิจารณาในแง่บวกอาจกล่าวได้ว่าการผสมผสานของวัฒนธรรมและองค์ความรู้ด้านอาหาร ทำให้เกิดการประยุกต์และดัดแปลงอาหารไทยให้มีความทันสมัยและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องรสชาติและภาพลักษณ์ ทำให้เกิด

<sup>9</sup> สืบค้นจาก <https://mgronline.com/daily/detail/9470000095117>

<sup>10</sup> สืบค้นจาก [https://munchies.vice.com/en\\_us/article/paxadz/the-surprising-reason-that-there-are-so-many-thai-restaurants-in-america?utm\\_campaign=sharebutton](https://munchies.vice.com/en_us/article/paxadz/the-surprising-reason-that-there-are-so-many-thai-restaurants-in-america?utm_campaign=sharebutton)

<sup>11</sup> สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/content/106250>



ศิลปะรูปแบบใหม่ ๆ บนจานอาหาร<sup>12</sup> ส่วนผลกระทบในด้านลบหรือปัญหาที่เกิดขึ้นบางพื้นที่เริ่มพบอาหารไทยที่รสชาติผิดเพี้ยนไปจากต้นตำรับดั้งเดิม หรือการดัดแปลงวัตถุดิบจนเสียเอกลักษณ์ของอาหารไทย เป็นเหตุให้อัตลักษณ์ของอาหารไทยเริ่มสูญหายไป เช่น ต้มยำและแกงพะแนงที่มีรสชาติหวาน ผัดกะเพราโดยใช้ใบโหระพา ผัดซีอิ๊วใส่แครอท เป็นต้น<sup>13</sup> ซึ่งการปรุงอาหารไทยนั้นเป็นศิลปะที่ต้องอาศัยความละเอียดอ่อน เพื่อให้ได้ความกลมกล่อม โดยร้านที่มีชื่อเสียงในไทยจะปรุงโดยแม่ครัวพ่อครัวผู้ชำนาญ แต่การทำอาหารไทยในต่างประเทศส่วนใหญ่ประสบปัญหาการอนุญาตให้แม่ครัวเข้าไปทำงาน และแม้จะได้รับอนุญาต ก็อยู่ได้ไม่นานเพราะส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีปัญหาสุขภาพและการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ หลายร้านจึงประยุกต์เอาคนต่างชาติมาปรุง ซึ่งนำไปสู่การบิดเบือนสูตรและรสชาติ ทำให้อาหารไทยในต่างแดนเสียอัตลักษณ์

อาหารไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ แม้การปรุงรสชาติอาจขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล แต่โดยความเป็นอาหารไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีเพียงแห่งเดียวในโลก จึงจำเป็นต้องทำให้อาหาร โดยเฉพาะอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศต้องมีมาตรฐานด้านรสชาติและด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร มิฉะนั้นอาหารไทยจะสูญเสียอัตลักษณ์ไปในที่สุด

### 1.2.1 วัตถุดิบทางการเกษตรที่นำไปประกอบอาหารไทยมีราคาตกต่ำ

ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็นประเทศที่ร่ำรวยในเรื่องการกินเป็นอย่างมากและมีฝีมือในการสร้างสรรค์อาหารสารพัดอย่างโดยเฉพาะ ผัดไทย แกงมัสมั่น ต้มยำกุ้ง หรือส้มตำ ซึ่งมีรสชาติถูกปากนานาชาติ จนบัดนี้กลายเป็นอาหารที่คนทั่วโลกรู้จักดี ยังไม่นับรวมผลไม้ที่ขึ้นชื่อและเป็นที่นิยมอีกหลากหลายชนิด อีกมิติหนึ่งของประเทศไทยคือการเป็นผู้แข่งขันรายสำคัญในอุตสาหกรรมอาหารโลก โดยส่งออกทั้งข้าว กุ้งแช่แข็ง ไข่ ผลไม้ต่าง ๆ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอุตสาหกรรมประมงที่ใหญ่ติดอันดับโลก ความเป็นประเทศที่ “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” ยังเป็นภาพลักษณ์ที่ คนไทยทุกคนจดจำมาจนถึงทุกวันนี้<sup>14</sup>

ภาคเกษตรมีความสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เพราะมีการจ้างแรงงานสูงถึงร้อยละ 30.9 ของกำลังแรงงานทั้งประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ครอบคลุมจำนวนครัวเรือนถึง 6.4 ล้านครัวเรือน และสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศจากการส่งออกสินค้าเกษตร อย่างไรก็ตาม ภาคเกษตรโดยรวมกลับมีสัดส่วนในมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพียงร้อยละ 10 มีปัญหาความเหลื่อมล้ำของระดับผลิตภาพและรายได้สูง และมีความ

<sup>12</sup> อ้างแล้ว, เชิงอรรถที่ 1 หน้า 176

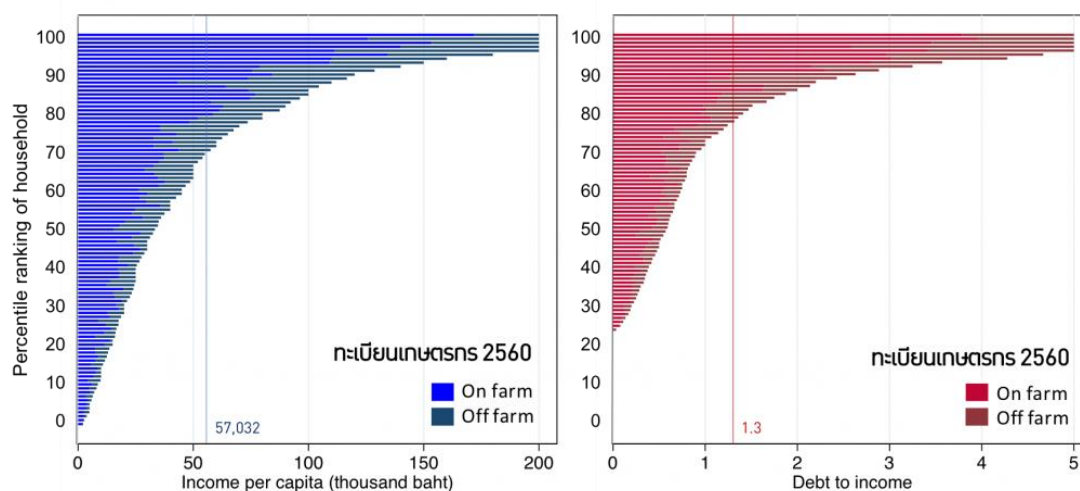
<sup>13</sup> สืบค้นจาก: <https://www.thairath.co.th/content/426778>

<sup>14</sup> สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. Food For Future อาหารเพื่ออนาคต. สืบค้นจาก: <https://www.sciencepark.or.th/files/20180718-Food-for-Future.pdf>

เพราะบางสูง เมื่อเปรียบเทียบกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ<sup>15</sup> ซึ่งในปัจจุบันร้อยละ 70 ของพื้นที่ในประเทศไทยเป็นพื้นที่เกษตรกรรม แต่เกษตรกรของประเทศไทยกลับไม่ได้เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมเกษตรได้รับเงินสนับสนุนคิดเป็นสัดส่วนไม่มากนักของงบประมาณในแต่ละปี อุตสาหกรรมเกษตรจึงยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีต่ำเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ ซึ่งนั่นอาจเป็นภาพสะท้อนถึงวิธีการทำงานของเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ยังคงต้องทำการเกษตรแบบดั้งเดิมเหมือนสมัยในอดีต ซึ่งดูเป็นเรื่องขัดแย้งกันอย่างมากกับภาพลักษณ์ของอาหารไทยในสายตาคนต่างชาติ ดังนั้นความท้าทายของเกษตรกร และผู้ที่ทำงานอยู่ในห่วงโซ่ของการผลิตอาหารก็คือ ทำอย่างไรจะให้อุตสาหกรรมหลักของประเทศนี้อยู่รอดต่อไปได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ มากมาย ทั้งกระบวนการผลิตสภาพอากาศ และรสนิยมของผู้บริโภค<sup>16</sup>

รายได้และหนี้สินนับว่าเป็นตัวชี้วัดสำคัญถึงการพัฒนาของครัวเรือนเกษตรกรไทย โดยเฉลี่ยรายได้ต่อหัวต่อปีของครัวเรือนเกษตรกรไทยอยู่ที่ 57,032 บาทในปี 2560 ซึ่งร้อยละ 66 มาจากภาคเกษตร โดยสัดส่วนของหนี้สินต่อรายได้ต่อหัวต่อปีของครัวเรือนเกษตรกรไทยอยู่ที่ 1.3 เท่าในปี 2560 ซึ่งร้อยละ 69 มาจากภาคเกษตร และเมื่อพิจารณาการกระจายตัวของรายได้และหนี้สินรายครัวเรือน ตามภาพต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 1 : Cumulative Distribution ของรายได้ต่อหัวและสัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ของครัวเรือนเกษตรกร



ที่มา : สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ เว็บไซต์ [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=5580](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=5580)

<sup>15</sup> สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. 2561. จุลทรรศน์ภาคเกษตรไทยผ่านข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและสำมะโนเกษตร. สืบค้นจาก: [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=5580](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=5580)

<sup>16</sup> สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, Food For Future อาหารเพื่ออนาคต. สืบค้นจาก: <https://www.sciencepark.or.th/files/20180718-Food-for-Future.pdf>

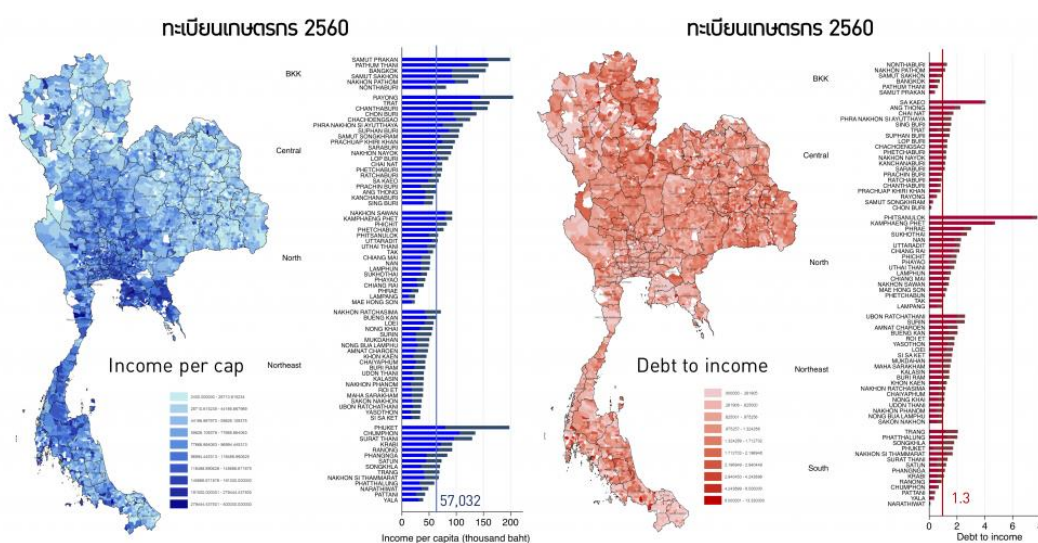
จากภาพข้างต้น สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ร้อยละ 40 ของครัวเรือนเกษตรกรไทยยังมีรายได้ต่อหัวต่ำกว่าเส้นความยากจนของประเทศ แสดงให้เห็นว่ารายได้ต่อหัวมีการกระจายตัวและความเหลื่อมล้ำสูง โดย 70% ของครัวเรือนมีรายได้ไม่ถึงค่าเฉลี่ย และครัวเรือนจำนวนน้อยเท่านั้นที่มีรายได้สูง และที่สำคัญก็คือประมาณ 40% ของครัวเรือนเกษตรกรมีรายได้ไม่ถึง 32,000 บาท ซึ่งคือระดับเส้นความยากจนของประเทศไทยในปี 2559 โดยรวมครัวเรือนเกษตรกรไทยจำนวนมากยังมีฐานะยากจน

2. ร้อยละ 30 ของครัวเรือนเกษตรกรมีหนี้สินเกิน 1 เท่าของรายได้ต่อหัวต่อปี แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนหนี้ต่อรายได้มีความแตกต่างสูงมากระหว่างครัวเรือน โดย 50% มีหนี้สินต่อรายได้ต่อหัวต่อปีไม่ถึง 0.6 เท่า และมีเพียง 10% ของครัวเรือนที่มีหนี้สินเกิน 3 เท่าของรายได้ต่อหัวต่อปี

นอกจากนี้ รายได้และหนี้สินของครัวเรือนยังมีความแตกต่างเชิงพื้นที่ ตามภาพด้านล่าง ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้ต่อหัวต่อปีโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงในภาคกลาง กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และในบางพื้นที่ของภาคใต้ ในขณะที่เดียวกันสัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ต่อหัวต่อปีโดยเฉลี่ยสูงในบางพื้นที่ในต่างจังหวัดทั่วประเทศ

แผนภูมิที่ 2 : การแสดงรายได้ต่อหัวและสัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ของครัวเรือนเกษตรกรเชิงพื้นที่



ที่มา : สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ เว็บไซต์ [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=5580](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=5580)

สำหรับในส่วนของมูลค่าธุรกิจร้านอาหาร ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้คาดว่า มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี 2561 น่าจะอยู่ที่ 411,000-415,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 4-5 จากปี 2560 โดยจากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สำรวจข้อมูลการขยายสาขาของร้านอาหารที่เป็น

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการขยายสาขาจำนวน 6 แห่ง ปรากฏดังภาพต่อไปนี้<sup>17</sup>

แผนภูมิที่ 7 : การแสดงรายได้ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ที่มา : สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ เว็บไซต์ [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=5580](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=5580)

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบจากข้อมูลรายได้ของร้านอาหารและรายได้ของเกษตรกรแล้วจะเห็นได้ว่าเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยปีละ 50,000 – 60,000 บาท/ปี และในส่วนของร้านอาหารมีรายได้เฉลี่ยต่อสาขา 15 - 16 ล้านบาท/ปี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำของรายได้ของเกษตรกรและผู้ประกอบการร้านอาหาร

โดยปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้และหนี้สินของครัวเรือนเกษตรกร คือผลผลิตภาพในการผลิตที่ยังอยู่ในระดับต่ำ<sup>18</sup> สิ่งที่เกษตรกรไทยต้องการ คือความรู้เทคโนโลยีและการตลาดที่ช่วยให้สามารถผลิตและขายผลผลิตได้ในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรม รวมทั้งเตรียมพร้อมเพื่อจะ

<sup>17</sup> ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. สืบค้นจาก: <http://www.thansettakij.com/content/266747>

<sup>18</sup> สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. 2561. จุลทรรศน์ภาคเกษตรไทยผ่านข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและสำมะโนเกษตรกร. สืบค้นจาก: [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=5580](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=5580)

รับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลก<sup>19</sup> นโยบายจึงควรมุ่งเพิ่มผลิตภาพด้วยการส่งเสริมการเข้าถึงและการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเฉพาะกับเกษตรกรรายย่อย นอกจากนี้ ปัจจุบันสินค้าการเกษตรที่ส่งออกของประเทศไทยยังคงเป็นรูปแบบสินค้าปฐมภูมิมากกว่าสินค้าแปรรูป ซึ่งถือเป็นเรื่องน่าเสียดายเมื่อคิดถึงวัตถุดิบที่เรามีว่าสามารถแปรรูปและต่อยอดได้อีกมาก แต่กลับไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มมูลค่ามากเท่าที่ควร<sup>20</sup>

ดังนั้น การยกระดับผลิตภาพทางการเกษตรให้มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ควรต้องเน้นการทำความเข้าใจและแก้ปัญหาในเชิงลึกและพื้นที่ให้มากขึ้น โดยการใช้ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ควบคู่ไปกับการยกระดับผลิตภาพทางการผลิตด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูง การเพิ่มความเข้มแข็งให้กับสถาบันเกษตรกร การพัฒนาเครื่องมือในการบริหารจัดการความเสี่ยง และพยายามจูงใจให้คนรุ่นใหม่หันมาทำการเกษตรมากขึ้น

### 1.3 การดำเนินงานของรัฐบาลที่ผ่านมา

#### 1.3.1 โครงการครัวไทยสู่ครัวโลก

##### 1.3.1.1 การดำเนินงานโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก

ความพยายามของรัฐบาลในการผลักดันให้ “อาหารไทย” เป็นที่ยอมรับของ “ผู้บริโภคทั้งโลก” ได้เกิดขึ้นหลายสมัยของรัฐบาลที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามจุดเน้นเชิงนโยบายมีการปรับเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงของรัฐบาล โดยการกำหนดเป็นนโยบายที่เด่นชัดและจริงจังเริ่มขึ้นเมื่อปี 2545 โดยรัฐบาลในขณะนั้นได้มุ่งผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย ภายใต้แนวคิด “Kitchen of the World” เพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็น “ครัวของโลก” โดยมีจุดเน้นที่ส่งเสริมการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมรับประทานและอาหารสุขภาพ ต่อมาในปี 2546 จุดเน้นเชิงนโยบายได้ปรับเปลี่ยนไป โดยได้เปลี่ยนการขับเคลื่อนผ่านแคมเปญ (Campaign) ภายใต้ชื่อ “Kitchen to the World : ครัวไทยสู่โลก” ซึ่งได้ขยายขอบเขตกว้างขึ้น โดยกำหนดเป้าหมายหลักในการพัฒนาคุณภาพของอาหารครอบคลุมตั้งแต่วัตถุดิบจากภาคเกษตรที่ส่งตรงจากแปลงปลูกไปจนถึงผู้บริโภคหรือที่เรียกว่า “From Farm to Table” ในการขับเคลื่อนการพัฒนามีการประสานพลังความร่วมมือของหลายหน่วยงานโดยเฉพาะระหว่างกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และกระทรวงอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม พลังในการขับเคลื่อนยังไม่เพียงพอและยังไม่ครอบคลุมทุกมิติของการพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอาหาร ดังนั้น ในปี 2548 เพื่อให้อาหารไทยสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก รัฐบาลจึงได้ปรับเปลี่ยนจุดเน้นของนโยบายอีกครั้ง โดยให้ความสำคัญกับ

<sup>19</sup> สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. Food For Future อาหารเพื่ออนาคต. สืบค้นจาก: <https://www.sciencepark.or.th/files/20180718-Food-for-Future.pdf>

<sup>20</sup> อ้างแล้ว. หน้า 13.

การสร้างการเชื่อมโยงไปสู่ภาคธุรกิจปลายน้ำของห่วงโซ่ปทานอาหารมากขึ้น กล่าวคือ เน้นการขยายตลาด โดยการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าอาหารไทยที่มีคุณภาพ และการเชื่อมโยงสู่ภาคบริการด้านอาหารมากขึ้น ดังนั้น ในช่วงนี้ รัฐบาลจึงเปลี่ยนแคมเปญ (Campaign) ของนโยบายเป็น “ครัวไทยสู่ครัวโลก” โดยกลับมาใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Kitchen of the World” เหมือนในสมัยแรก และในการขับเคลื่อนนโยบายมีความร่วมมือของกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์มากขึ้น เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการด้านอาหารของไทยที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ<sup>21</sup>

นอกจากนี้ภายใต้ยุทธศาสตร์ประเทศ “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ในปี 2555 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้มอบหมายให้สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เป็นผู้ทำหน้าที่เพื่อแก้ไขปัญหาให้กับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ที่มีปัญหาทรัพยากรคน และไม่สามารถส่งออกวัตถุดิบไปต่างประเทศได้ ซึ่งปัญหาดังกล่าว ส่งผลให้กระบวนการและรสชาติอาหารไทยในต่างประเทศมีรสชาติที่ผิดเพี้ยนไป สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติจึงรวบรวมผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย อาจารย์มหาวิทยาลัย นักวิจัย และนักโภชนาการ ร่วมกันคิดสูตรอาหารไทยที่ได้มาตรฐาน โดยใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ Electronic nose และ Electronic tongue มาช่วยในการตรวจวัด คำนวณค่ากลิ่นรส คาร์รสชาติ อันได้แก่ ค่าความเปรี้ยว เค็ม หวาน เผ็ด และขม ให้ลงตัวและกลมกล่อม โดยสถาบันอาหารก็ได้นำโครงการดังกล่าวนี้ไปต่อยอดจนกลายเป็นโครงการ Thai delicious อาหารไทยในรสชาติไทยแท้ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมอาหารไทยให้มีการพัฒนานวัตกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเพื่อให้สามารถกำหนดมาตรฐานด้านรสชาติอาหารไทยให้ได้คุณภาพที่ไม่ผิดเพี้ยนไปจากตำรับดั้งเดิมของไทย ภายใต้แนวคิด “อาหารไทยไม่ว่าครัวไหน ก็ต้องมีรสชาติไทยเดียวกัน” เพื่อตอบสนองความต้องการของรสชาติอาหารไทยในตลาดต่างประเทศ โดยการนำองค์ความรู้ด้านคหกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร และการทดสอบทางประสาทสัมผัสมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน<sup>22</sup>

และต่อมาในปี 2561 เพื่อขับเคลื่อนนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก กระทรวงพาณิชย์ได้เปิดตัว “โครงการอาหารไทยต้อง Thai SELECT” ซึ่งเป็นการสร้างมาตรฐานให้กับร้านอาหารไทยภายในประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการบริโภคอาหารไทย ยกย่องร้านอาหารไทยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารไทย เอาใจผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา

<sup>21</sup> พิรณัฐ อุภนันทน์ ดวงมณี พวกพล ฉัตรวิชัย ภัทรศิลาสุนทร. (2558). รวมพลังขับเคลื่อนครัวไทยสู่ครัวโลก Kitchen of the World เพื่อความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. วารสารเศรษฐกิจและสังคม. (52) : หน้า 11.

<sup>22</sup> สืบค้นจาก : <https://www.thaideliciousfood.com/>

ท่องเที่ยวในประเทศไทย<sup>23</sup> ซึ่งโครงการดังกล่าวจัดขึ้นภายใต้แนวคิด Authentic Thai Food by Thai SELECT เพื่อส่งเสริมธุรกิจร้านอาหารไทยให้เป็นที่รู้จัก โดยในปัจจุบัน การมอบตราสัญลักษณ์ Thai SELECT ขยายไปยังร้านอาหารไทยในต่างประเทศอีกด้วย เนื่องจากเกิดปัญหาร้านอาหารไทยในต่างประเทศส่วนหนึ่งประสบขาดทุนไปจากต้นทุนค่ารับอย่างมาก เพราะหลายร้านมีเจ้าของเป็นต่างชาติที่ขาดความรู้ความเข้าใจในอาหารไทย ปัญหานี้อาจสร้างผลกระทบต่อความเชื่อมั่นต่ออาหารไทยเนื่องจากปรุงผิดสูตร ทำให้เกิดความเข้าใจผิดเรื่องรสชาติ และยังส่งผลกระทบต่อช่องทางการส่งออกวัตถุดิบไปด้วย หากคนต่างชาติที่เคยกินอาหารไทยแล้วพบว่าไม่อร่อยอย่างที่เคยได้ยินมาเสียแล้ว และปัญหานี้ก็สร้างความหนักใจให้กับหน่วยงานที่สนับสนุนอย่างกระทรวงพาณิชย์ จึงเกิดแนวคิดในการจัดทำสัญลักษณ์ Thai SELECT เพื่อรับรองมาตรฐานรสชาติและคุณภาพร้านอาหารไทยขึ้น โดยแบ่งเป็นสองประเภท คือ Thai SELECT PREMIUM สำหรับร้านอาหารไทยคุณภาพยอดเยี่ยมระดับ 5 ดาว และ Thai SELECT มาตรฐานคุณภาพเยี่ยมระดับ 3-4 ดาว โดยร้านอาหารที่ผ่านการคัดสรรและได้รับสัญลักษณ์นี้ต้องผ่านการพิจารณาในหลายด้าน ตั้งแต่บนโต๊ะอาหารไปจนถึงกันครัว ทั้งความรู้เกี่ยวกับอาหารไทย คุณสมบัติของเชฟ การเลือกใช้วัตถุดิบ อุปกรณ์การปรุงอาหาร มาตรฐานการบริการ ความสะอาด ไปจนถึงบรรยากาศของร้าน และได้มอบสัญลักษณ์นี้ให้กับร้านอาหารไทยในประเทศ เพื่อโปรโมตอาหารไทยให้กับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติด้วย ซึ่งล่าสุด กระทรวงพาณิชย์เพิ่มประเภทของตราสัญลักษณ์ขึ้นใหม่อีกหนึ่ง คือ “Thai SELECT UNIQUE” สำหรับอาหารประจำท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ ที่ก็มีกฎเกณฑ์ในการคัดสรรที่สละสลวยเพิ่มขึ้น นั่นทำให้ปัจจุบันมีสัญลักษณ์ของ Thai SELECT อยู่สามแบบด้วยกัน โดย Thai SELECT PREMIUM จะอยู่บนพื้นสีทอง Thai SELECT บนพื้นสีแดง และ Thai SELECT UNIQUE บนพื้นสีส้ม

<sup>23</sup> สำนักข่าวประชาชาติธุรกิจ สืบค้นจาก : <https://www.prachachat.net/economy/news-198312>

ภาพที่ 5 : สัญลักษณ์ของ Thai SELECT



ที่มา : ศิริวรรณ สิทธิกา. เว็บไซต์ : <https://themomentum.co/what-is-thai-select/>

ปัจจุบัน มีร้านอาหาร Thai SELECT ในต่างประเทศจำนวนกว่า 1,300 ร้าน กระจายอยู่ในประเทศต่างๆ ทั้ง สหรัฐอเมริกา ยุโรป เอเชีย และ แอฟริกา เช่น ร้าน Nahm Thai Cuisine ร้าน Arun's Thai Restaurant และ Chat Thai ในสหรัฐอเมริกา ร้าน Patara Fine Thai Cuisine ในอังกฤษ หรือร้าน Blue Elephant ในฝรั่งเศส<sup>24</sup>

### 1.3.1.2 อุปสรรคและปัญหาของโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก

แม้ว่าความพยายามในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกจะมีการดำเนินการผ่านนโยบาย Kitchen of the World มาโดยตลอด แต่ผลการพัฒนายังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่คาดหวัง สาเหตุสำคัญประการแรกเกิดจากความสับสนของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในแคมเปญและจุดเน้นของนโยบายที่มีการปรับเปลี่ยนหลายครั้ง จึงไม่สามารถกำหนดทิศทาง และกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกันที่ชัดเจน ประกอบกับสถานะการแข่งขันในโลกที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วตามกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคอาหารในโลกเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและมีความหลากหลายซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตอาหารในทั่วทุกมุมโลกต้องปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่ทรัพยากรวัตถุดิบทางการเกษตร

<sup>24</sup> ศิริวรรณ สิทธิกา. (2561). สัญลักษณ์ Thai Select เขาคัดเลือกกันอย่างไร? สืบค้นจาก : <https://themomentum.co/what-is-thai-select/>



ที่เป็นพื้นฐานสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารมีจำกัดและมีความผันผวนตามการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ จึงเป็นประเด็นหนึ่งที่เราต้องกลับมาทบทวนแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารที่ผ่านมาว่าการที่ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการมุ่งผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว หรือการแข่งขันด้านราคาของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อเพิ่มปริมาณการขายนั้น เพียงพอและเหมาะสมกับการชิงส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารในโลกหรือไม่ โดยเฉพาะในสภาพที่การแข่งขันในตลาดโลกเต็มไปด้วยอุปสรรคทางการค้าที่ไม่มีมาตรการทางภาษี (Non-Tariff Barriers: NTB) อาทิ การบังคับใช้มาตรฐาน การกำหนดการติดฉลากสินค้า มาตรการด้านแรงงาน หรือเงื่อนไขความต้องการเฉพาะของผลิตภัณฑ์ นั้นหมายความว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารต่อจากนี้ไปจะต้องมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดจากมูลค่าเพิ่มด้านราคา มากกว่าเน้นด้านปริมาณเท่านั้น โดยต้องคำนึงถึงความต้องการของตลาดที่หลากหลายว่า ประเทศใดเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของไทยในปัจจุบัน และประเทศใดน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เราจะขยายตลาดได้ และผลิตภัณฑ์อาหารแบบใด ที่ผู้บริโภคในประเทศเหล่านั้นสนใจและยินดีที่จะจ่ายเงิน เพื่อซื้อแบบบริโภค รวมทั้งช่วงเวลาใดที่ประเทศเหล่านั้นต้องการสินค้า และมีช่องทางใดที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อที่จะสามารถพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบและคุณภาพ ให้มีคุณค่าเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ หากสามารถทำได้จริง ก็จะไม่เพียงทำให้ประเทศได้รับรายได้จากการส่งออกสินค้าอาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการสร้างฐานที่เข้มแข็งด้านองค์ความรู้และการวิจัยพัฒนาที่สำคัญสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่าเพิ่มสูงอย่างต่อเนื่องนำไปสู่ความยั่งยืนในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมอาหารให้กับประเทศต่อไป

สาเหตุสำคัญประการต่อมา คือ การขาดการบูรณาการกระบวนการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความซ้ำซ้อน ความเหลื่อมกันของการพัฒนา เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมอาหารที่หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ดำเนินการอยู่ ทำให้เกิดลักษณะการทำงานแบบ “ต่างคนต่างทำ” แต่ละหน่วยงานต่างก็ของบประมาณจากส่วนกลางเพื่อดำเนินการในส่วนของตน โดยอาจไปทับซ้อนกับโครงการหรือกิจกรรมของบางหน่วยงาน หรือเป็นไปในแนวทางที่ได้สอดคล้องหรือเสริมกัน อีกทั้งแต่ละหน่วยงานก็มีการจัดตั้งกลไกดำเนินการตามแนวทาง แผนงานต่าง ๆ ตามกรอบบทบาทหน้าที่และภารกิจของแต่ละหน่วยงาน จึงยังไม่ได้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งทำให้การจัดสรรงบประมาณและการใช้จ่ายงบประมาณเป็นไปอย่างซ้ำซ้อนและไม่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งไม่ต่อเนื่องจึงทำให้ขาดพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาไปสู่ภาพที่ประเทศต้องการส่งผลให้เป้าหมายของประเทศที่ต้องการให้อาหารไทยแข่งขันได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนในเวทีโลก ตามแนวคิด “ครัวไทยสู่โลก” ยังไม่สามารถบรรลุผลตามความมุ่งหมายได้อย่างแท้จริง<sup>25</sup>

<sup>25</sup> เรื่องเดียวกัน. เชิงอรรถที่ 21.

### 1.3.2 โครงการ The Michelin Guide Book Thailand

#### 1.3.2.1 การดำเนินงานโครงการ The Michelin Guide Book Thailand

เพื่อให้การขับเคลื่อนอาหารไทยเป็นไปอย่างแพร่หลายมากขึ้น ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2560 เห็นชอบหลักการและอนุมัติงบประมาณ 144 ล้านบาท ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เจรจาทาสัญญากับบริษัท สยามมิชลิน จำกัด เพื่อจัดทำ The Michelin Guide Book Thailand เป็นเวลา 5 ปี (2560-2564) เพื่อยกระดับอาหารไทยสู่ Premium Cuisine และให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก โดยบริษัท สยามมิชลิน จำกัด จะทำหน้าที่มอบ Michelin Stars ให้แก่ร้านอาหารในประเทศไทยทุกปีตลอดระยะเวลา 5 ปี เพื่อการันตีคุณภาพอาหารและบริการ ตามมาตรฐานมิชลินซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และจัดทำ Michelin Guide Book Thailand เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

#### 1.3.2.2 อุปสรรคและปัญหาของโครงการ The Michelin Guide Book Thailand

ในส่วนของการร่วมมือกับบริษัท สยามมิชลิน จำกัด นั้น แม้จะมีข้อดีในด้านการสร้างชื่อเสียงอาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ แต่ตัวโครงการดังกล่าวเองก็ยังมีจุดอ่อนในหลายๆด้าน อันได้แก่

1) The Michelin Guide Book Thailand มีเกณฑ์การตรวจสอบครอบคลุมร้านอาหาร Premium ทุกสัญชาติที่เปิดในประเทศไทย และใช้การสุ่มตรวจโดย Inspector เท่านั้น จึงอาจมีสัดส่วนร้านอาหารไทยที่ได้รับการสุ่มตรวจน้อยกว่าที่คาดหวัง เนื่องจากไม่มีการเปิดรับสมัครเข้ารับการตรวจโดย บริษัท สยามมิชลิน จำกัด แต่อย่างใด

2) ผู้ตรวจสอบ (Inspector) เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งอาจขาดความเชี่ยวชาญเรื่องรสชาติอาหารไทยแบบ Authentic

3) เนื่องจากโครงการสำหรับประเทศไทยมีระยะเวลาตามสัญญาเพียง 5 ปี จึงเกิดข้อถกเถียงและข้อสงสัยว่าหากผ่านระยะเวลา 5 ปี ไปแล้ว ร้านอาหารต่างๆที่ได้รับ Michelin Stars และได้อยู่ใน The Michelin Guide Book Thailand จะสามารถรักษามาตรฐานระดับ Premium ไว้ดังเดิมหรือไม่

## 2. การคาดการณ์ปัญหาและโอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต

### 2.1 การคาดการณ์ปัญหาในอนาคต

ปัจจุบันรัฐบาลได้มีการดำเนินการตามนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลกเพื่อยกระดับและเสริมสร้างมูลค่าให้แก่วัตถุดิบทางการเกษตรมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 โดยได้มอบหมายให้หลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการพัฒนาแนวคิดให้ออกมาเป็นนโยบาย และแนวทางปฏิบัติในรูปแบบต่าง ๆ ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหาร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ คือ การจัดการความรู้ การศึกษาวิจัยและพัฒนา การพัฒนาปรับปรุงปัจจัยการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์ พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บรรจุภัณฑ์ไปจนถึง การส่งเสริมการตลาด และการส่งออกบุคลากรด้านอาหารและร้านอาหารของไทย โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข โดยมีสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม รับผิดชอบการจัดทำยุทธศาสตร์นโยบายในภาพรวม และให้แต่ละหน่วยงานดำเนินการปฏิบัติการ ผ่านการปฏิบัติราชการตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี ที่มีความเชื่อมโยงถึงแผนยุทธศาสตร์กระทรวง แผนบริหารราชการแผ่นดิน 4 ปี ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า รัฐบาลมอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบหลากหลายหน่วยงานแต่ไม่มีหน่วยงานใดที่เป็นศูนย์กลางการขับเคลื่อนอย่างแท้จริง และขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน จึงเป็นเหตุให้การผลักดันนโยบายดังกล่าวเป็นไปได้อย่างล่าช้า การยกระดับและเสริมสร้างมูลค่าให้แก่วัตถุดิบทางการเกษตรยังคงไม่เห็นเป็นรูปธรรม รวมไปถึงยังไม่มีช่องทางการจำหน่ายวัตถุดิบและอาหารไทยที่เป็น Premium ที่จะยกระดับราคาและรายได้ให้กับเกษตรกรได้อย่างแท้จริง

หน่วยงานที่ได้รับมอบหมายให้จัดทำยุทธศาสตร์นโยบายในภาพรวม คือ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม โดยสถาบันอาหาร มีมติคณะรัฐมนตรีให้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2539 ในรูปแบบ องค์กรเครือข่าย ภายใต้อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อเป็นแหล่งให้บริการข้อมูลด้านการค้าและเทคโนโลยี การบริการด้านการตรวจวิเคราะห์ การประสานความร่วมมือเพื่อการแก้ไขปัญหา และยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งอำนาจหน้าที่

ของสถาบันอาหาร ยังไม่มีอำนาจมากพอที่จะผลักดันนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลได้ กอปรกับความ เป็นองค์กรเครือข่าย จึงทำให้ไม่มีอำนาจสั่งการในเชิงปฏิบัติจึงทำให้ความเป็นรูปธรรมของนโยบาย มองเห็นได้ยากขึ้น

ความต้องการอาหารโลกในภาพรวมมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากจำนวน ประชากรที่เพิ่มขึ้น และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลกอันส่งผลให้เกิดภัยธรรมชาติ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเพาะปลูก จึงส่งผลให้เกิดภาวะฟุ้งพาดการนำเข้าสินค้าอาหารในประเทศที่ ขาดแคลน ซึ่งส่งผลให้ราคาของสินค้าอาหารปรับตัวสูงขึ้นตามกลไกความต้องการ ความต้องการของ ผลผลิตทางการเกษตรยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2556 ประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 14 ของประเทศที่ส่งออกอาหาร (ระบบวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม สำหรับธุรกิจเกษตรและ อาหารไทย : นโยบายและแผน วทน. แห่งชาติ ฉบับที่ 1) ประเทศไทยในฐานะเป็นประเทศผู้ผลิตและ ส่งออกผลิตผลทางเกษตรหลายชนิด ผลิตผลจากประเทศไทยก็ยังได้รับการยอมรับจากนานาชาติว่า มีคุณภาพ ประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าอาหารเพื่อส่งออก ไปยังต่างประเทศและสร้างรายได้กลับสู่ ประเทศเป็นจำนวนมหาศาลกว่า 7.42 แสนล้านบาท (ปี 2561) หรือคิดเป็นร้อยละ 2.4 ของตลาด สินค้าอาหารโลก และร้อยละ 9 ของสินค้าส่งออกทั้งหมดของประเทศ แต่เกษตรกรไทยส่วนใหญ่ยังคง มีระดับรายได้ต่ำ อยู่ในระดับผู้มีรายได้น้อย อย่างไรก็ตาม สัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหาร ของประเทศไทย ยังสามารถพัฒนาให้เพิ่มมากขึ้นได้อีก โดยการขับเคลื่อนนโยบายต่าง ๆ จากรัฐบาล แต่หากสินค้าเกษตรธรรมดา ยังไม่สามารถกลายเป็นอาหารอันทรงคุณค่าได้ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของไทยผ่านการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารก็จะเป็นไปอย่างล่าช้า อุตสาหกรรมอาหารไทยก็จะไม่สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรไทยไม่มี แนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น และเป็นอุปสรรคในการพัฒนาประเทศต่อไป

## 2.2 ปัจจัยที่ทำให้ปัญหานั้นก่อตัวและขยายตัวขึ้น

แม้ว่าไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารอันดับต้นๆ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์เชิงรุกในด้านการกำหนดมาตรฐาน คุณภาพอาหารในเวทีการค้าโลก ประกอบกับการขาดการสร้างตรึงผลิตภัณท์ให้กับวัตถุดิบ ทางการผลิต และขาดการบริหารจัดการที่ดีตลอดห่วงโซ่อุปทาน จึงเป็นผลให้รัฐบาลไม่สามารถ ยกระดับรายได้ให้เกษตรกรไทยได้อย่างยั่งยืน การที่รัฐบาลขาดความจริงจังและใส่ใจกับปัญหา ดังกล่าว จะทำให้รายได้ของเกษตรกรไม่สามารถเพิ่มขึ้น หรืออาจจะลดลงได้ระยะยาว เนื่องจา การแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มมากขึ้นทุกวัน การกระจายหน้าที่ให้กับหลายหน่วยงานโดยขาด

การกำหนดหน่วยงานที่เป็นศูนย์กลาง และขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานนั้น จะทำให้การขับเคลื่อนนโยบายเป็นไปได้อย่างล่าช้า และเห็นเป็นรูปธรรมได้ยาก

นอกจากนี้ หากการแก้ไขปัญหของภาครัฐยังเป็นวิธีแบบที่ผ่านมา เช่น โครงการรับจำนำ โครงการประกันรายได้ โครงการประกันภัยพืชผล โครงการยกระดับราคาสินค้าเกษตร เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เป็นการแก้ปัญหาระยะสั้น เฉพาะจุด และแก้ที่ปลายเหตุ โดยที่ไม่มีระบบหรือยุทธศาสตร์ที่จะแก้ไขจุดอ่อนหรือข้อจำกัดที่เป็นรูปธรรมในระยะยาว ในขณะที่ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นเรื่อย ๆ แต่เกษตรกรขายสินค้าเกษตรได้ราคาต่ำ ก็จะส่งผลให้เกษตรกรต้องแบกรับภาระต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ขยายวัตถุดิบได้ราคาต่ำไม่คุ้มทุน และเกษตรกรจะมีภาระหนี้สินที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

การที่ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำลง จนส่งผลให้เกษตรกรบางรายมีหนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้น ก็เป็นเหตุให้คนรุ่นใหม่ไม่สนใจที่จะทำอาชีพเกษตรกรต่อไป จนกระทั่งไม่สามารถแข่งขันกับผู้ผลิตสินค้าเกษตรในประเทศอื่น ๆ ได้ และห่างไกลจากเป้าหมายที่จะเป็นครัวของโลกที่ภาครัฐตั้งใจไว้

เกษตรกรไทยต้องมีความตื่นตัว และหมั่นเพิ่มเติมความรู้ความสามารถ เปิดมุมมองใหม่ ๆ ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเอง เช่น การสร้างเรื่องราวให้กับผลผลิตของตน รวมถึงการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ ทันสมัย ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ และการหาช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น เพราะหากเกษตรกรยังคงทำการเกษตร และจัดจำหน่ายในรูปแบบเดิม ก็จะไม่สามารถสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นได้ในอนาคต และอาจส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันกับเกษตรกรอื่น ๆ ในตลาดโลกด้วย

## 2.3 โอกาสการพัฒนาของประเทศในอนาคต

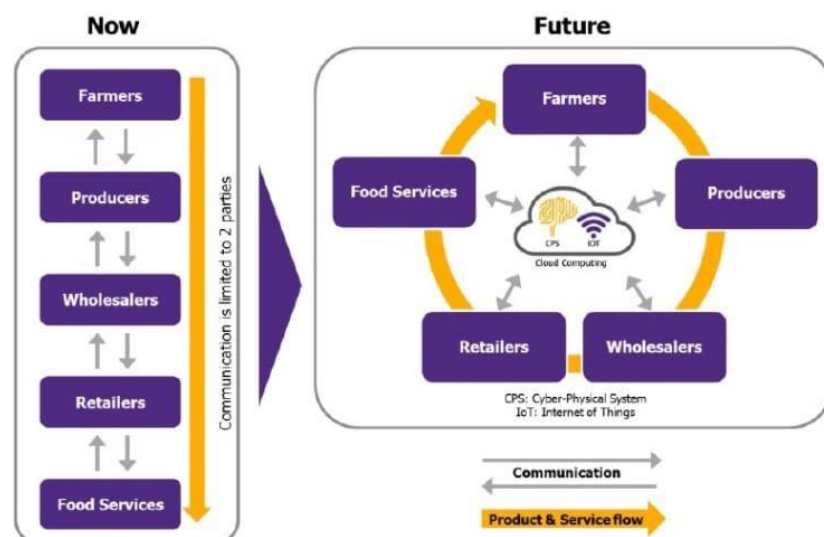
การพัฒนาของประเทศในอนาคตควรมุ่งเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาอย่างยั่งยืน รัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐ ร่วมกับภาคเอกชนและกลุ่มเกษตรกร ควรร่วมมือกันพัฒนาการผลิตให้ได้ผลผลิตที่สูงและมีคุณภาพ และที่สำคัญต้องสร้างจุดเด่นให้กับผลิตผลทางการเกษตร เพื่อที่สร้างมูลค่าทางการตลาด เพื่อที่จะสามารถขายได้ราคาสูงยิ่งขึ้น โดยรัฐบาลควรที่จะกำหนดหน่วยงานหลักเพื่อขับเคลื่อนนโยบายการเพิ่มพูนรายได้ให้กับเกษตรกร แล้วให้หน่วยงานหลักนั้นกระจายความรับผิดชอบสู่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป นอกจากนี้ การสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรก็เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องขับเคลื่อนและผลักดันให้เป็นรูปธรรม โดยใช้เทคโนโลยีในปัจจุบันให้เป็นประโยชน์ เช่น การสร้างแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอาหารระดับ Premium และเป็นการเชื่อมโยงผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทานในแบบโครงข่ายที่ทุกฝ่ายสามารถเข้าถึงข้อมูลอย่างเท่าเทียมกันแบบไม่จำกัดขอบเขตทั้งในและนอกประเทศ แทนที่ห่วงโซ่แบบเส้นตรงที่มีการส่งสินค้าต่อกันเป็นทอดๆ รวมถึงการรับรองคุณภาพ (Certified) ให้กับวัตถุดิบโดยหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเป็นการสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้กับสินค้าเกษตรของไทยอีกทางหนึ่งด้วย

### 3. แนวทางแก้ปัญหา และ/หรือ การพัฒนา

จากปัญหาต่าง ๆ ที่ระบุไป การดำเนินการที่ผ่านมาของภาครัฐ และการคาดการณ์อนาคต ที่อาจจะเกิดขึ้นหากไม่มีการแก้ไขรับมือที่เหมาะสม ภาครัฐได้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องพัฒนา แผนยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินการเพื่อรับมืออย่างต่อเนื่อง โดยเห็นได้จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ด้านที่สอง (ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน) เรื่อง การเกษตรสร้างมูลค่า และจากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 23 แผน ที่ 3 ด้าน การพัฒนาการเกษตร ที่จะให้ความสำคัญกับการปรับตัวจากการทำเกษตรดั้งเดิมไปเป็นเกษตร อุตสาหกรรม การแปรรูปที่มีมูลค่าสูง การเพิ่มผลผลิตโดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการใช้ ประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นคงและปลอดภัยทางอาหาร

คณะผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของประเทศ ด้วย การเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรผ่านช่องทางที่เรียกว่า “Premium Agricultural Platform (PAP)” โดยเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ตามนโยบายประเทศไทยยุค 4.0 เข้ามาปฏิรูป ระบบการตลาด ระบบการทำงาน ระบบโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร และเชื่อมโยงผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เข้ามาทั้งหมด เช่น สถาบันอาหารที่เป็น หน่วยงานรัฐเป็นเจ้าภาพหลักในการสร้างและดูแลระบบ PAP เกษตรกรผู้ผลิตและต้องการจำหน่าย สินค้าเกษตร ร้านอาหารที่ต้องการซื้อวัตถุดิบ พ่อครัวแม่ครัวที่ต้องการหางาน เป็นต้น

ภาพที่ 6 : การเปลี่ยนแปลงแนวคิดในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหาร (Paradigm Shift)



Premium Agricultural Platform: PAP เป็นการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารจากอดีตที่มีลักษณะเป็นการปฏิสัมพันธ์จากองค์กรหนึ่งไปยังอีกองค์กรหนึ่งเป็นทอด ๆ จากเกษตรกรผู้ผลิตไปยังพ่อค้าคนกลาง จากพ่อค้าคนกลางไปยังผู้รับซื้อ/คนขายส่ง จากคนขายส่งไปยังผู้ค้าปลีก และจากผู้ค้าปลีกไปยังผู้บริโภคต่อไป โดยเปลี่ยนแนวคิดให้ทุกหน่วยสามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันผ่านช่องทางที่เหมาะสม โดยใช้ PAP เป็นช่องทางดังกล่าวเพื่อเชื่อมต่อทุกหน่วยเข้าด้วยกัน และให้ภาครัฐสนับสนุนเพื่อเพิ่มมูลค่าในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารต่อไป

โดยบทบาทและหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องใน PAP มีดังนี้

**-สถาบันอาหาร** เป็นหน่วยงานหลักของรัฐมีหน้าที่พัฒนาช่องทางการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม วิจัยและพัฒนาเพื่อกำหนดสูตรอาหารไทยที่เป็นต้นตำรับ (Thailand Authentic) ทั้งส่วนประกอบ อัตราส่วนผสมวัตถุดิบ และวิธีปรุง รวมถึงมีหน้าที่พัฒนาเนื้อหา (content and story) ของวัตถุดิบของอาหารไทยให้มีความดึงดูดและน่าสนใจ เป็นต้น

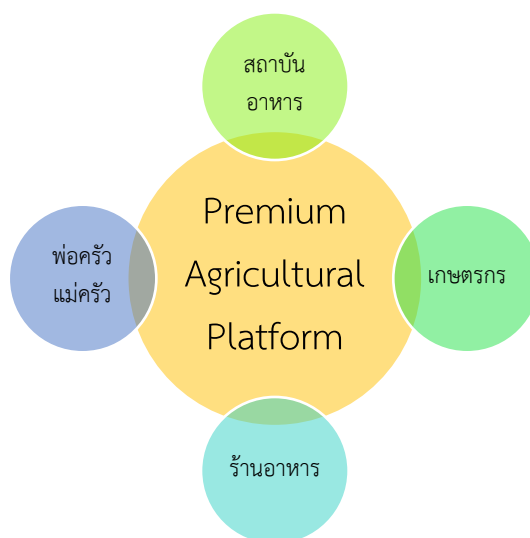
**-เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ** ต้องเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบระดับ Premium มีการขึ้นทะเบียนและรับรองโดยสถาบันอาหารว่าเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบที่มีมาตรฐานและต้องการจำหน่ายวัตถุดิบในช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มที่สถาบันอาหารสร้างขึ้น

**-ร้านอาหารที่ต้องการซื้อวัตถุดิบ** ร้านอาหารไทยที่ต้องการวัตถุดิบระดับ Premium หรือต้องการจ้างพ่อครัวแม่ครัวอาหารไทยที่มีศักยภาพและผ่านการรับรอง หรือต้องการค้นหาสูตรการผลิตอาหารไทยที่เป็นต้นตำรับ (Thailand Authentic) สามารถเข้ามาใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์มของสถาบันอาหารเพื่อการรับประกันว่าจะได้วัตถุดิบ พ่อครัวแม่ครัว หรือแม้กระทั่งสูตรการผลิตที่ได้มาตรฐานจากแพลตฟอร์มดังกล่าว

**-พ่อครัวแม่ครัวที่ต้องการหางาน** จะต้องเป็นพ่อครัวแม่ครัวที่ผ่านการอบรมการปรุงอาหารไทยต้นตำรับ มีประกาศนียบัตรรับรองจากสถาบันอาหาร จึงจะสามารถขึ้นทะเบียนเป็นพ่อครัวแม่ครัวอาหารไทยระดับ Premium ในดิจิทัลแพลตฟอร์มของสถาบันอาหาร เพื่อให้ร้านอาหารสามารถติดต่อเพื่อจ้างเป็นพ่อครัวแม่ครัวประจำร้านอาหารได้

โดยจะเชื่อมโยงกันดังโมเดลต่อไปนี้

ภาพที่ 7 : การเชื่อมโยงของ Premium Agricultural Platform: PAP



เพื่อเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการดังกล่าว คณะผู้ศึกษาเห็นควรใช้ SWOT Analysis มาวิเคราะห์ผู้เกี่ยวข้องในข้อเสนอเพื่อนำเสนอแนวทาง ดังนี้

ภาพที่ 8 : SWOT Analysis





สามารถอธิบายในรายละเอียดได้ดังนี้

**จุดแข็ง (Strength)** อาหารไทยเป็นอาหารที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในเรื่องของรสชาติที่มีเอกลักษณ์ โดยการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิตอาหารที่มีรสชาติดี มีพ่อครัวแม่ครัวที่มีฝีมือ รวมถึงมีสถาบันสอนทำอาหารไทยที่มีคุณภาพหลายแห่งในประเทศ

**จุดอ่อน (Weakness)** ในการส่งเสริมธุรกิจอาหารไทยของหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีความเป็นเอกภาพ ไม่มีการมอบหมายเจ้าภาพหลักในการดำเนินตามยุทธศาสตร์ ไม่มีการกำหนดแผนงานและแนวทางการดำเนินการ หน่วยงานรัฐต่างคนต่างออกมาตรการ ซึ่งไม่สอดคล้องและไม่ส่งเสริมกัน อีกทั้งสถาบันอาหารซึ่งน่าจะเป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุน ส่งเสริมและพัฒนาอาหารไทยกลับมีสถานะไม่มั่นคง ไม่มีการเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรให้เป็น Productivity อีกทั้งยังมีความหลากหลายด้านรสชาติอันเนื่องมาจากความแตกต่างของวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น จึงเกิดการดัดแปลงรสชาติและสูตรการผลิตทำให้เสียความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารไทยแท้

**โอกาส (Opportunity)** สำหรับโอกาสของประเทศไทยนั้น เมื่อมองถึงประชากรโลกเพิ่มมากขึ้น ย่อมความต้องการอาหารเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับอาหารไทยเองเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและชาวต่างชาติมากขึ้น เมื่อมีความต้องการมากขึ้นย่อมส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมอาหารไทยในบริบทต่างๆมากขึ้น นอกจากนี้ไลฟ์สไตล์ของคนยุคปัจจุบันชอบการทดลองอาหารใหม่ และใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการส่งสารไปยังสังคมต่างๆ ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ เพื่อแสดงถึงความชอบหรือความไม่ชอบในอาหารชนิดนั้นๆ ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวาง

**อุปสรรค (Threat)** เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ มีคุณภาพ จึงเกิดการลอกเลียนแบบทั้งบรรจุภัณฑ์ การนำผลผลิตจากที่อื่นมาแสดงว่าเป็นผลผลิตของประเทศไทย มีผลผลิตด้อยคุณภาพออกสู่ตลาดเนื่องจากปัจจัยด้านปริมาณ ภัยธรรมชาติ หรือแหล่งเพาะปลูกไม่เหมาะสม รวมถึงเกิดจากผู้ปรุงอาหารที่ไม่มีความรู้ด้านการปรุง หรือขาดแคลนวัตถุดิบจำเป็นในการปรุงอาหารชนิดนั้นๆ จึงมีการดัดแปลงสูตรการผลิตอาหารให้มีรสชาติผิดเพี้ยนไปจากเดิม

#### 4. การนำแนวทางบรรลุเป้าหมายสู่การปฏิบัติ

จาก Premium Agricultural Platform (PAP) ที่นำเสนอในบทก่อนหน้านี้ คณะผู้ศึกษาวิเคราะห์ได้ว่าการจะนำแนวทางบรรลุเป้าหมายได้นั้น จำเป็นต้องมี

##### ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors : CSFs) ดังต่อไปนี้

1. มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ โดยหน่วยงานหลักนั้นต้องมีอำนาจเต็มทีในการดำเนินการด้วยการยกระดับสถาบันอาหารขึ้นเป็น “องค์การมหาชน” ทำหน้าที่พัฒนา PAP และสนับสนุนการขายวัตถุดิบ/อาหารไปยังต่างประเทศ โดยประสานงานกับกระทรวงพาณิชย์และกรมศุลกากรร่วมกับกระทรวงแรงงานและกรมการจัดหางานในการจัดอบรมและขึ้นทะเบียนพ่อครัวแม่ครัวอาหารไทยระดับ Premium เพื่อสร้างมาตรฐานการปรุงอาหารไทย โดยส่งเสริมพ่อครัวแม่ครัวไทยให้สามารถทำงานในร้านอาหารทั้งในและต่างประเทศ ออกเครื่องหมาย Trusted Mark สำหรับผลผลิตทางการเกษตรให้สามารถขายใน PAP ได้ รวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มและ Story ในวัตถุดิบต่าง ๆ ให้มีความดึงดูดน่าสนใจ และวิจัยและพัฒนาสูตรอาหารไทยให้มีมาตรฐานในทุกด้านเพื่อความเป็นเอกลักษณ์และเผยแพร่สูตรอาหารเพื่อสร้างฐานผู้บริโภคให้กว้างขึ้น

2. รัฐบาลต้องกำหนดเป้าหมาย ระยะเวลาการดำเนินการ Action Plan และตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน ในการพัฒนาส่งเสริมอาหารไทย พร้อมทั้งมอบหมายงานให้หน่วยงานต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นระยะ ดังนี้

##### ระยะเร่งด่วน

- 1) ดำเนินการยกระดับสถาบันอาหารเป็น “องค์การมหาชน” ภายในระยะเวลา 1 ปี โดยให้กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นผู้จัดทำโครงการและดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- 2) ให้สถาบันอาหารจัดทำดิจิทัลแพลตฟอร์ม PAP โดยร่วมมือกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมเพื่อกำหนดขอบเขตความต้องการและรูปแบบของแพลตฟอร์มภายใน 6 เดือน
- 3) ให้หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมด้านการตลาดให้ PAP เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนใน PAP และผู้บริโภคเข้ามาใช้งานได้จริง โดยในระยะแรก อาจจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้งานเพื่อให้มีการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ PAP ในส่วนของ supply side ให้มาก ๆ ควบคู่กับการมีสิ่งจูงใจให้ demand side เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใน PAP ให้มากยิ่งขึ้น

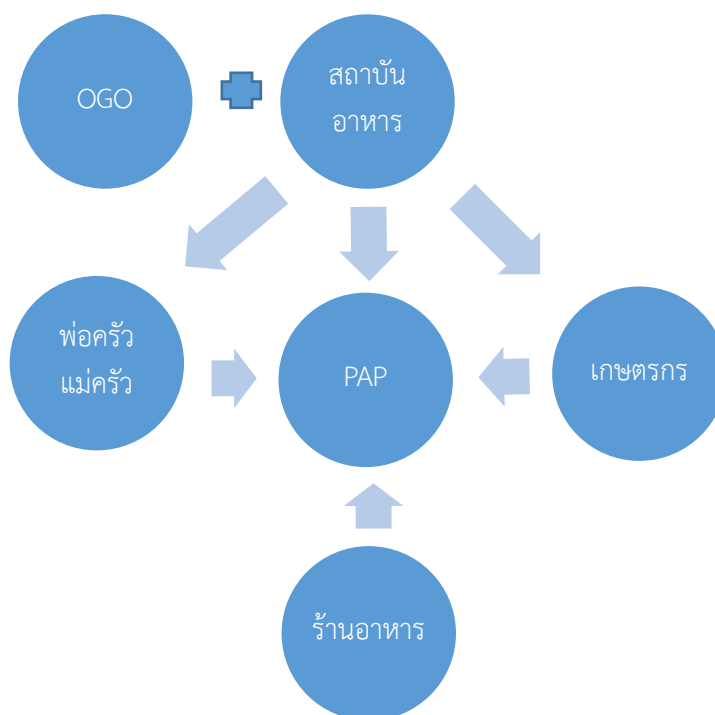
### ระยะกลาง

- 1) ให้สถาบันอาหารออกหนังสือรับรองพ่อครัวแม่ครัวที่มีมาตรฐานระดับ Premium และลงทะเบียนไว้ใน PAP
- 2) ให้สถาบันอาหารจัดทำมาตรฐานสำหรับ Trusted Mark ของเกษตรกรผู้ผลิตอาหารระดับ Premium เพื่อสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ใน PAP โดยให้เกษตรกรที่สนใจเป็นผู้ผลิตผลผลิตระดับ Premium มาลงทะเบียนใน PAP เพื่อให้สถาบันอาหารตรวจสอบและรับรองมาตรฐาน

### ระยะยาว

- 1) ให้สถาบันอาหารทำหน้าที่วิจัย รับรองและพัฒนาสูตรมาตรฐานอาหารไทย
  - 2) สร้างมูลค่าเพิ่มและ Story ในผลผลิตต่างๆที่จำหน่ายใน PAP
  - 3) ปรับปรุงรูปแบบของแพลตฟอร์ม PAP และเพิ่ม Content ต่างๆให้ทันสมัยอยู่เสมอ
  - 4) ส่งเสริม PAP ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง
  - 5) สร้างมูลค่าให้กับแพลตฟอร์ม PAP เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้แพลตฟอร์ม PAP มากขึ้น
3. มีแพลตฟอร์มที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารโดยมี PAP เป็นศูนย์กลาง

ภาพที่ 9 : รูปแบบของ Platform PAP



โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวจะมีกลไกเพื่อขับเคลื่อนรูปแบบของห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหารและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยมีกลไกที่ต้องขับเคลื่อนสองกลไก ดังนี้

1) กลไกการรักษาอัตลักษณ์ของอาหารไทย หน่วยงานหลักคือสถาบันอาหารที่จะต้องเข้ามา มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและเสริมสร้างความเข้มแข็งของอัตลักษณ์อาหารไทยผ่านรูปแบบการดำเนินการอันประกอบด้วย

- รวบรวม/รับรอง สูตรการปรุงอาหารไทยแท้ (Authentic Thai Recipes)
- จัดทำ/รับรองหลักสูตรการสอน และรับรองคุณภาพของพ่อครัวแม่ครัวอาหารไทย
- สร้างผลิตภัณฑ์อาหารไทยถึงสำเร็จรูปพร้อมปรุง ภายใต้สูตรมาตรฐานของสถาบันอาหาร รวมถึงวิจัยและพัฒนาเครื่องปรุง เช่น ซอสผัดสำเร็จรูป เครื่องแกงสูตรไทยแท้พร้อมปรุง เพื่อเปิดตลาดอาหารและเครื่องปรุง เครื่องแกงไทยสู่สากล
- สร้างเครื่องหมายรับรองสินค้า Premium และให้หน่วยงานต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ ช่วยโปรโมทไปยังต่างประเทศ รวมถึงผ่านช่องทาง Premium Agricultural Platform

2) กลไกการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหาร สถาบันอาหารจะมีหน้าที่ในการดำเนินการด้านต่าง ๆ อันได้แก่

- ต่อยอดด้วยเกษตรนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นสินค้าหลัก เช่น ข้าว อ้อย มัน หรือผลผลิตทางการเกษตรที่มีศักยภาพในการแข่งขัน และพัฒนาไปสู่ อาหารเสริม ยา เครื่องดื่ม เครื่องสำอางค์ ฯลฯ ที่มีราคาสูง
- Story marketing: สร้างคุณค่าผลผลิตผ่านเรื่องราวต่าง ๆ กำหนดมาตรฐานผลผลิต และหีบห่อที่ premium มากกว่าสินค้าปกติ
- กำกับดูแล คู่ครองทรัพย์สินทางปัญญา: เครื่องหมายการค้า, สิทธิบัตร, สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
- สนับสนุน ส่งเสริม สินค้าแบบ Organic / Clean Products scheme.

โดยมีสถาบันอาหาร (ที่ได้รับการปรับโครงสร้างยกระดับ เพิ่มความเป็นอิสระและขอบเขตอำนาจหน้าที่) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการขับเคลื่อนแพลตฟอร์มและมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นพันธมิตรช่วยส่งเสริมสนับสนุนเนื้อหาและโครงสร้างของแพลตฟอร์ม

ซึ่งคณะผู้ศึกษาได้ประเมินข้อท้าทายต่อการดำเนินการตามแนวทางข้างต้นให้ประสบความสำเร็จ ได้เป็น 4 ประเภท คือ

ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic risk) ประกอบด้วย

1) การภารกิจหลักของหน่วยงานอื่น ๆ ไม่สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมความสำเร็จของ PAP โดยตรง อีกทั้งบางลักษณะงานยังมีเจ้าภาพหลักอยู่แล้วจะทำให้เกิดความซ้ำซ้อน เช่น การขึ้นทะเบียนพ่อครัวแม่ครัว หากเกี่ยวข้องกับการทำงานก็มีหน่วยงานเช่น กรมการจัดหางาน กรมการพัฒนาฝีมือแรงงานดูแลในภาพรวมอยู่แล้ว หรือเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร (Q Mark) ก็มีสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำกับดูแลอยู่ การดำเนินงานจึงอาจเกิดความซ้ำซ้อน ไม่เป็นเอกภาพ ผู้เกี่ยวข้องเกิดความสับสนว่าจะต้องไปติดต่อหรือปฏิบัติตามคำแนะนำของหน่วยงานใด

2) การเปลี่ยนแปลงแนวทางปฏิบัติตามนโยบายที่เปลี่ยนแปลงไปของรัฐบาล หรือการเปลี่ยนหน่วยงานรับผิดชอบกำกับดูแลแพลตฟอร์ม PAP จากสถาบันอาหารเป็นหน่วยงานอื่น จะทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องและขาดหน่วยงานรับผิดชอบหลัก

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ (Operational risk) ประกอบด้วย

1) การประชาสัมพันธ์และสอนให้ผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) เข้าใช้ PAP ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีโดยตรงของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตหรือพ่อครัวแม่ครัว อาจขาดความชำนาญในการใช้งาน หรือการเข้าถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ อาจทำได้ยาก

2) การใช้แพลตฟอร์ม PAP เป็นเพียงช่องทางการตลาดและช่องทางเชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกัน แต่ยังคงอาศัยเส้นทางขนส่งวัตถุดิบทางกายภาพ ถนนหนทาง ที่เกษตรกรจะขนส่งวัตถุดิบไปยังจุดจำหน่ายยังทำได้ยาก และยังมีพ่อค้าคนกลางอยู่ในกระบวนการรวบรวมวัตถุดิบเพื่อส่งเข้าสู่ตลาดทำให้แก้ไขปัญหาราคาสินค้าไม่ได้

3) แพลตฟอร์มนี้จะเปิดโอกาสการเข้าถึงลูกค้าและทรัพยากรในห่วงโซ่อุตสาหกรรมอาหาร แต่หากเครือข่ายสื่อสารความเร็วสูงยังเข้าไม่ถึงพื้นที่ก็จะกลายเป็นข้อจำกัดในการใช้ PAP ดังนั้นรัฐจึงควรมีการลงทุนด้านโครงข่ายสื่อสารความเร็วสูงให้เข้าถึงทุกพื้นที่อย่างเร่งด่วนและจริงจัง

ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับข้อกฎหมาย (Compliance risk) ประกอบด้วย

1) การผลักดันให้สามารถยกระดับสถาบันอาหารขึ้นเป็น “องค์กรมหาชน” ต้องผ่านขั้นตอนจำนวนมาก ทั้งยังต้องคำนึงถึงข้อจำกัดด้านกฎหมาย ความยั่งยืนขององค์กร ผลตอบแทนด้านต่าง ๆ รวมถึงทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน พร้อมทั้งอำนาจและหน้าที่ขององค์กร และการผลักดันจากรัฐบาล

ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) ประกอบด้วย

- 1) แหล่งที่มาของงบประมาณที่ใช้ในการสร้างให้สถาบันอาหารเป็นองค์การมหาชน
- 2) ตัวชี้วัดความคุ้มค่าในการใช้งบประมาณเพื่อจัดทำแพลตฟอร์ม PAP
- 3) หากสถาบันอาหารได้จัดตั้งเป็นองค์การมหาชนจะบริหารจัดการด้านการเงินและการหารายได้อย่างไร

ซึ่งความเสี่ยงที่ระบุ สามารถบริหารจัดการได้โดย

1) รัฐบาลควรกำหนดแนวทางการสร้างสถาบันอาหารให้เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน มีกรอบระยะเวลาในการดำเนินการ ทั้งการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ชาติในการก่อตั้งสถาบันอาหารเป็นองค์การมหาชน กำหนดอำนาจ หน้าที่ พันธกิจหลักให้ชัดเจน ออกกฎหมายให้สถาบันอาหารมีอำนาจบริหารจัดการด้านอาหารไทยและ PAP พร้อมทั้งให้หน่วยงานอื่นปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางสนับสนุนที่สถาบันอาหารร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด เพื่อให้การดำเนินการของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2) มอบหมายให้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงพาณิชย์ ร่วมกันทำประชาสัมพันธ์ถึงช่องทางการเข้าใช้ PAP สร้างความตระหนักและสร้างความสำคัญของแพลตฟอร์ม PAP และประชาสัมพันธ์ให้แก่ชาวต่างชาติ ถึงคุณภาพของสินค้าและบริการที่อยู่ในแพลตฟอร์ม PAP

3) รัฐบาลต้องส่งเสริมและสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานอย่างเป็นรูปธรรมและเร่งด่วน เช่น การวางแผนปรับปรุงเส้นทางขนส่ง ลงทุนก่อสร้างศูนย์รวมและศูนย์กระจายสินค้ารองรับเกษตรกรบนแพลตฟอร์ม PAP ลงทุนด้านการขนส่งระบบรางที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และเปิดโอกาสด้านการแข่งขันของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและส่งเสริมความเป็นสังคม IoT อย่างแท้จริง รัฐบาลต้องมอบหมายให้หน่วยงานที่มีความชำนาญเร่งทำการศึกษาและหาแนวทางที่ชัดเจน ถูกต้อง ในการปรับสถานะของสถาบันอาหารให้เป็นองค์การมหาชน โดยต้องศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้ง งบประมาณและแหล่งเงินที่ใช้จัดตั้งและบริหารจัดการ จัดทำตัวชี้วัดความคุ้มค่าของแพลตฟอร์ม PAP ในหลากหลายมิติ และการหารายได้เพื่อสร้างความยั่งยืนขององค์กรควบคู่กันไป

## 5. สรุปในภาพรวม

จากที่คณะผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์สถานการณ์ของอาหารไทยในตลาดโลก ได้พบว่าอาหารไทยได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายของชาวต่างชาติอย่างเด่นชัด แต่ในขณะเดียวกัน ก็พบว่าในบางพื้นที่อาหารไทยเริ่มมีรสชาติผิดเพี้ยนไปจากต้นตำรับหรือพบการดัดแปลงวัตถุดิบ จนเสียอัตลักษณ์ นอกจากนี้ได้พบว่าเกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบกลับมีรายได้ต่ำ คณะผู้ศึกษาพบว่า หากสถานการณ์ดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไขปรับปรุงโดยเร็ว อาจมีผลกระทบด้านลบในระยะยาวได้ จนอาจเป็นอุปสรรคในการพัฒนาประเทศต่อไป คณะผู้ศึกษาพบว่ารัฐบาลไม่ได้นิ่งเฉย และได้มีมาตรการ และนโยบายที่จะรับมือสถานการณ์ออกมาโดยตลอด หากแต่ยังไม่มีประสิทธิภาพอย่างที่เราคาดหวังไว้

คณะผู้ศึกษาได้วิเคราะห์อย่างละเอียดในทุกข้อต่อของห่วงโซ่อุปทานของอาหารไทย และได้พบว่าสิ่งที่ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุง ได้แก่ หน่วยงานหลักของรัฐบาลที่จะเป็นผู้ผลักดันเรื่องนี้ ช่องทางที่เกษตรกรจะสามารถส่งขายวัตถุดิบ สูตรอาหารไทยแบบต้นตำรับที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งพ่อครัว และแม่ครัวที่ผ่านการอบรมคัดกรองแล้ว ซึ่งนำมาสู่การเสนอช่องทางการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรที่เรียกว่า “Premium Agricultural Platform (PAP)” ของทางคณะผู้ศึกษา เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปฏิรูประบบการตลาด ระบบการทำงาน ระบบโลจิสติกส์ ของสินค้าเกษตร และเชื่อมโยงผู้เกี่ยวข้องเข้ามาทั้งหมด ซึ่งจะต่างจากการเชื่อมโยงแบบเส้นตรงแบบเดิม โดยภาพที่คณะผู้ศึกษาคาดหวังไว้คือ เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบคุณภาพสูงมีเอกลักษณ์สามารถใช้ PAP ในการจำหน่ายวัตถุดิบดังกล่าวได้ในราคาสูง ร้านอาหารสามารถจัดซื้อวัตถุดิบคุณภาพสูงและสามารถจ้างพ่อครัวแม่ครัวที่ผ่านการอบรมแล้วจาก PAP ได้ โดยอาหารไทยที่ผลิตออกมาก็เป็นไปตามสูตรอาหารไทยต้นตำรับ (Thai Authentic) ช่วยรักษาอัตลักษณ์ของอาหารไทยไว้ได้ และส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ต่อไป คณะผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการ (SWOT Analysis) กับข้อเสนอ PAP และพบว่าแม้จะมีความท้าทายต่าง ๆ แต่ก็ยังมีโอกาสให้พัฒนาได้

โดยผู้ศึกษามีความมั่นใจว่าแพลตฟอร์ม PAP มีความเหมาะสม ผ่านการวิเคราะห์ด้วย ACCORD Framework ดังนี้

**A Advantage** ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง (Stakeholders) สามารถเข้าถึงความต้องการต่าง ๆ เช่น สูตรอาหาร วัตถุดิบคุณภาพสูง พ่อครัวแม่ครัวที่มีฝีมือและมีมาตรฐาน ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าเดิม และมีตัวเลือกมากกว่าเดิม

**C Compatible** ง่ายต่อการนำไปใช้ เนื่องจากสอดคล้องกับแนวทางที่ทำมาแต่เดิม ผู้เกี่ยวข้องมีความชัดเจนว่าตนเองอยากได้สิ่งใด

**C Complexity** ง่ายต่อการนำไปใช้เพราะกระบวนการไม่สลับซับซ้อน มีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ

**O Observability** มีความเป็นรูปธรรม สามารถตรวจสอบและวัดผลลัพธ์ความยอดเยี่ยมของอาหารไทยได้ชัดเจน

**R Risk-Manageability** ความเสี่ยงและความท้าทายมีอยู่บ้าง แต่สามารถบริหารจัดการได้ โดยให้สถาบันอาหารซึ่งเป็นหน่วยงานหลักผลักดันแพลตฟอร์มให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนปฏิบัติการ (Action Plan)

**D Divisibility** สามารถสร้างผลพลอยได้ในหลายด้านนอกจากการรักษาอัตลักษณ์ของอาหารไทย เช่น การยกระดับมาตรฐานฝีมือของพ่อครัวแม่ครัวอาหารไทย การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวประเทศไทย

#### บทเรียนที่ได้เรียนรู้จากการจัดทำรายงาน

คณะผู้ศึกษาพบว่าความท้าทายที่สำคัญประเด็นหนึ่ง คือ การที่สมาชิกของคณะผู้ศึกษา มาจากต่างหน่วยงานราชการ มีพื้นฐานความรู้ในการปฏิบัติหน้าที่ ความถนัด ที่แตกต่างกัน แต่ความแตกต่างกันดังกล่าว กลายมาเป็นสิ่งที่น่าสนใจเมื่อเกิดโอกาสที่ได้เรียนรู้กัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ความท้าทายอีกประการหนึ่ง คือ การจัดสรรเวลาในการทำงานร่วมกัน แต่เทคโนโลยีสมัยใหม่ก็สามารถช่วยให้การประสานงานกัน การหารือกัน เกิดขึ้นได้อย่างราบรื่น

เมื่อได้พิจารณาถึงการเชื่อมโยงระหว่างแนวทางการศึกษาส่วนบุคคล (IS) กับการศึกษากลุ่ม (GP) สมาชิกของคณะผู้ศึกษาต่างมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าทั้งการศึกษาส่วนบุคคล และ การศึกษากลุ่ม มีความสอดคล้องกัน มีส่วนสำคัญในการพัฒนากรอบความคิดอย่างมีระบบ (Systematic Thinking) ตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์ของปัญหา การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้อง การศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย นอกจากนี้ สมาชิกของคณะผู้ศึกษายังได้รับโอกาสในการเชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเองกับ องค์กรที่ทำงานอยู่ ได้เห็นผลกระทบของบทบาทของงานที่รับผิดชอบที่มีต่อภาพรวมขององค์กร ซึ่งทำให้ได้เห็นช่องว่างในการพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ เพื่อสามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรและ ต่อสังคมได้อย่างดียิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งคณะผู้ศึกษาขอขอบพระคุณหลักสูตรนักบริหารระดับสูง สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ. มา ณ โอกาสนี้



## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2561. รายงานสรุปฉบับผู้บริหาร (ข้อมูลเดือน มกราคม – ธันวาคม 2561) โครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก ปี 2561
- เจริญชัย เอกมลไพศาล ณิชสการณัฏ์ ดิการสโร. 2561. การวิเคราะห์องค์ประกอบของทัศนคติการบริโภคอาหารริมทางของผู้บริโภคชาวไทย กรณีศึกษาร้านอาหารริมทางย่านเกาะโดยรอบวงเวียนอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ. วารสารวิจัยและพัฒนา. 6(45) สืบค้นจาก : <https://tcithaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/98513>.
- วศินา จันทรศิริ. 2555. วัฒนธรรมอาหารไทย: อีกหนึ่งพลังสู่ประชาคมอาเซียน สืบค้นจาก: <http://humaneco.stou.ac.th/UploadedFile/Title%20HE%20Journal%2011.pdf>
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. 2561. จุลทรรศน์ภาคเกษตรไทยผ่านข้อมูลทะเบียนเกษตรกรและสำมะโนเกษตร. สืบค้นจาก: [https://www.pier.or.th/?post\\_type=abridged&p=5580](https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=5580)
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. *Food For Future อาหารเพื่ออนาคต*. สืบค้นจาก: <https://www.sciencepark.or.th/files/20180718-Food-for-Future.pdf>
- ศรุตา นิติวรการ. 2557. อาหารไทย: มรดกทางวัฒนธรรมของชาติ *Thai Food: Cultural Heritage of the Nation* วารสารวิชาการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 5(1)
- ศิริวรรณ สิทธิกา. (2561). สัญลักษณ์ Thai Select เขาคัดเลือกกันอย่างไร?. สืบค้นจาก : <https://themomentum.co/what-is-thai-select/>
- Griffin Shea. สำนักข่าว CNN. *Best 23 cities for street food from Miami to Tokyo* สืบค้นจาก <https://edition.cnn.com/travel/article/best-cities-street-food/index.html>

### คณะผู้จัดทำ

1. นางสาวสุดจิตร ลาภเลิศสุข รหัส 89020  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ สังกัด กรมบัญชีกลาง
2. นายพันธ์ทอง ลอยกุลนันท์ รหัส 89022  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สังกัด กรมศุลกากร
3. นายธนศร ดอกเตื่อ รหัส 89037  
ตำแหน่ง ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
4. นายภูวนัย ไพบูลย์สิน รหัส 89052  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักมาตรฐานและประเมินผล สังกัด กรมทางหลวง
5. นายพีรพัฒน์ อุทัยศรี รหัส 89068  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองปกป้องและตอบโต้ทางการค้า สังกัด กรมการค้าต่างประเทศ
6. นายพัทธอง กิตติวัฒน์ รหัส 89113  
ตำแหน่ง อุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี สังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
7. นางพัชรี ไบยา รหัส 89114  
ตำแหน่ง อุตสาหกรรมจังหวัดตาก สังกัด สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
8. นางสาวรัญจวน ทองรุต รหัส 89127  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการภูมิภาคอเมริกา สังกัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
9. นายสมเกียรติ ปัญหา รหัส 89129  
ตำแหน่ง ผู้ช่วยเลขาธิการ สายตรวจสอบ สังกัด สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย