



รายงานโครงการฉบับสมบูรณ์

โครงการ “กิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร”

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุนิดา อรุณพิพัฒน์ และคณะ

รายงานโครงการฉบับสมบูรณ์

โครงการ “กิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร”

คณะผู้ประสานงานโครงการ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุณิดา อรุณพิพัฒน์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
3. นายปัญจพล โคสะพละกิจ

ชุดโครงการ “กิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร”

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สัญญาเลขที่ RUG6190001

โครงการ “กิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร”

รายงานสรุปผลงานของชุดโครงการ

ชื่อผู้ประสานงาน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภิดา อรุณพิพัฒน์

หลักการและเหตุผลของโครงการ

โครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร (The Policy-Research Platform for Administrative Branch [PRP-AB] Project) ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อให้เป็นกลไกเชิงสถาบันของ สกว. ในการช่วยพัฒนาให้ สกว. เป็นหน่วยสร้างผลกระทบ (Impacts Delivery Unit) ผ่านบทบาทผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) ในการรับ-ส่งข้อมูล/ข้อค้นพบจากงานวิจัยของ สกว. สู่สังคม ซึ่งโครงการนี้มุ่งสร้างผลต่อผู้กำหนดนโยบาย โดยเน้นที่ฝ่ายบริหารในภาครัฐเป็นหลัก ทั้งนี้ เนื่องจากการที่ สกว. มีจุดเด่นในการเป็นแหล่งศูนย์กลางงานวิจัยระดับประเทศที่ครอบคลุมในทุกสาขาวิชาทั้งวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ ทุกมิติการนำไปใช้ตั้งแต่ระดับนโยบายถึงการดำเนินงานและการติดตามผล นอกจากนั้น ยังครอบคลุมงานวิจัยในลักษณะที่ข้ามสาขา (Cross-cutting disciplines) ซึ่งสะท้อนให้เห็นการเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ลักษณะเครือข่ายเชื่อมโยงได้อย่างดี

ในขณะที่การบริหารงานในภาครัฐผ่านฝ่ายบริหาร มีลักษณะการดำเนินงานที่หลากหลาย (Diversity) ในแง่ของภารกิจหลักที่แต่ละกระทรวงมีจุดเน้นการดำเนินการที่แตกต่างกัน นอกจากนั้น ยังมีลักษณะครอบคลุมทุกขั้นตอน (Comprehensive) ในการดำเนินการหลักของกระทรวงใดกระทรวงหนึ่ง ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย การนำไปปฏิบัติ การติดตามและประเมินผล โดยในนัยยะนี้ อาจกล่าวได้ว่าฝ่ายบริหารของภาครัฐผ่านกระทรวง ไม่ได้เป็นเพียงแค่หน่วยที่ต้องรอการป้อนข้อมูลจากภายนอกเท่านั้น แต่ยังเป็นแหล่งองค์ความรู้ในภารกิจเฉพาะของตนเช่นเดียวกัน

จากลักษณะเด่นของ สกว. และลักษณะฝ่ายบริหารภาครัฐดังกล่าว ได้สะท้อนนัยยะการพัฒนาเครือข่ายจากความแตกต่างหลากหลายขององค์ความรู้ที่อยู่ในหน่วยงาน โดยควรครอบคลุมให้มากกว่าการส่งผ่านแบบทางเดียว แต่เป็นลักษณะการแบ่งปันองค์ความรู้ (Sharing knowledge) ทั้งนี้ นอกจากจะสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ตอบสนองความต้องการได้ตรงประเด็นแล้ว ยังเป็นการช่วยแก้ปัญหาข้อจำกัด

บางประเด็นที่หน่วยใดหน่วยหนึ่งไม่สามารถทำได้ด้วย โดยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการแบ่งปันองค์ความรู้ภายใต้โครงการนี้จะประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ประการ ดังนี้

- กิจกรรมที่ครอบคลุมกว้างขวาง (Wide-ranging activities) เนื่องจากความหลากหลายของภารกิจ ของแต่ละกระทรวง หรือแม้กระทั่งภารกิจในระดับกรมของแต่ละกระทรวงมีความหลากหลายเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน จึงทำให้ความต้องการและลักษณะกิจกรรมที่ฝ่ายบริหารดำเนินงานมีหลายระดับในขั้นตอนการดำเนินนโยบาย และหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การประชุมอย่างเป็นทางการ การจัดนิทรรศการ การจัดสัมมนา การจัดคู่ธุรกิจ หรือ แม้แต่การจัด Roadshow ต่างจังหวัดและต่างประเทศ ซึ่ง สกว. สามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่แตกต่างได้ในหลากหลายลักษณะ
- การกำหนดกลุ่มสินค้าหรือประเด็นเป้าหมาย (Targeted Product - Targeted Issue) การทำกิจกรรมกับสินค้าหรือประเด็นที่เป็นเป้าหมาย เพื่อให้เห็นผลการดำเนินงานในการสร้างผลกระทบอย่างชัดเจนมากขึ้นจากคุณลักษณะความหลากหลายของหน่วยงาน
- การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction) การส่งผ่านข้อมูลหรือข้อค้นพบจากเครือข่ายงานวิจัยของ สกว. ไปยังฝ่ายบริหารของภาครัฐ พร้อมไปกับการรับข้อมูล ข้อเสนอแนะ หรือโจทย์จากฝ่ายบริหารกลับมายัง สกว.
- บูรณาการระหว่างหน่วยงาน (Integration) การดึงหัวข้อและจัดกิจกรรมที่อาศัยความร่วมมือระหว่างหลายหน่วยงานเข้ามาร่วมมือในลักษณะบูรณาการ ทั้งนี้ แม้ว่าแต่ละกระทรวงจะมีภารกิจหลักของตนเองก็ตาม แต่การดำเนินงานให้การบรรลุประโยชน์สูงสุดไม่สามารถทำได้อย่างเป็นเอกเทศ ดังนั้น สกว. สามารถเป็นจุดเชื่อมการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่ยังเป็นข้อจำกัดของภาครัฐผ่านองค์ความรู้ที่มี โดยในระยะแรกของการดำเนินโครงการนี้ มุ่งที่กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกระทรวงหลักในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านการค้าสินค้า และบทบาทภารกิจมีความสอดคล้องกันในลักษณะครบวงจรการดำเนินงาน ตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการทำตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ การเชื่อมโยงจะครอบคลุมส่วนราชการระดับกรมในสังกัดที่เน้นภารกิจด้านการกำหนดนโยบาย หรือเน้นภารกิจด้านการปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม โครงการยังคงเปิดโอกาสพูดคุยเพื่อสร้างการเชื่อมโยงกับกระทรวงอื่นๆ ด้วย

กิจกรรมที่ทางโครงการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการ

กิจกรรมที่จะปฏิบัติตามแผนโครงการ	กิจกรรมที่ดำเนินการแล้ว	ผลลัพธ์ของกิจกรรม
1. เวทีแลกเปลี่ยนของ สกว. (TRF Sharing Platform) เวทีแลกเปลี่ยนที่สามารถจัดได้ในรูปแบบที่หลากหลายตามความเห็นที่สอดคล้องกันระหว่าง สกว. และกระทรวงใดกระทรวงหนึ่งหรือ จัดในรูปแบบการประชุมร่วมระหว่างหน่วยที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่มีความสนใจร่วมกัน (Integrating Forum) โดยในแต่ละครั้งต้องประกอบไปด้วยช่วงการส่งผ่านข้อมูลจาก สกว. เพื่อเกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Giving Knowledge) และช่วงที่สองซึ่งจะเป็นการประชุมกลุ่มย่อยเฉพาะผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรับเอาข้อคิด ข้อเสนอแนะ และ/หรือ โจทย์ (Taking Idea and Initiative) ซึ่งจะจัดทั้งสิ้น 10 ครั้งต่อปี ทั้งนี้ โครงการจะมีการกำหนดสินค้าหรือประเด็นเป้าหมายร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำนวนอย่างน้อย 1 เรื่อง เช่น สินค้าข้าว สินค้ายางพารา สินค้ามันสำปะหลัง หรือ สินค้าปาล์ม เป็นต้น เพื่อให้เห็นผลการดำเนินงานในการช่วยแก้ปัญหา ช่วยการพัฒนา หรือช่วยให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างชัดเจนมากขึ้น	- โครงการจัดกิจกรรม TRF Sharing Platform แล้วจำนวน 12 ครั้ง (หลัก) - โครงการจัดกิจกรรมย่อยร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรเพิ่มเติม จำนวน 8 ครั้ง - จัดกิจกรรมร่วมกับ 3 หน่วยงานหลักภายใต้กระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ กรมการค้าต่างประเทศ (คต.) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ(จร.) และ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) 1. TRF Sharing Platform แล้วจำนวน 12 ครั้ง (หลัก) ได้แก่ 1.1 งาน <u>Agri-Tech Innovation Forum 2018</u> สกว. และกรมการค้าต่างประเทศ (คต.) ร่วมกันจัดงาน Agri-Tech Innovation Forum 2018 เมื่อวันจันทร์ที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 ณ ศูนย์ประชุมวายุภักษ์ โรงแรมเซ็นทราบายเซ็นทารา ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ โดยในงานแบ่งกิจกรรมเป็น 3 ส่วน ได้แก่ - พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งถือเป็นก้าวแรกที่มีการร่วมดำเนินงานระหว่างสองหน่วยงานอย่างเป็นทางการ - งานเสวนา 2 เรื่อง ได้แก่ เรื่อง “ทิศทางตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมโลก 2018” และ เรื่อง “งานวิจัยจากห้องสู่ห้าง: ความฝันสู่ความจริง” - การจัดแสดงผลงานวิจัยนวัตกรรมสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพกว่า 100 ผลงาน ซึ่งล้วนเป็นการต่อยอดมาจากสินค้าพืชเศรษฐกิจสำคัญของไทย ทั้งสิ้น เช่น ข้าว ยางพารา อ้อย พืช ผัก สมุนไพร เป็นต้น โดยในจำนวนนี้มี 33 ผลงานที่เป็นงาน วิจัยซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก สกว. พร้อมกันนี้ สกว. ยังจัดให้	จากการจัดกิจกรรม TRF Sharing Platform แล้วจำนวน 10 ครั้ง ส่งผลให้ได้ผลลัพธ์ดังนี้ 1. การรับรู้และเข้าถึงข้อมูล สกว. (Realization of TRF's Visibility) ฝ่ายบริหารของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการผลักดัน นโยบาย การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระดับหน่วยงานและระดับชาติ และหน่วยงานที่เน้นการปฏิบัติได้รับรู้และเข้าถึงข้อมูล/ความรู้จากงานวิจัยของ สกว. และข้อมูล/ความรู้ที่เกิดจากการบูรณาการระหว่าง สกว. และหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ (Giving Knowledge) 2. ความรับผิดชอบร่วมกัน (Mutual Commitment) ฝ่ายบริหารของภาครัฐมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อเสนอแนะหรือโจทย์ที่กลับมายัง สกว. (Taking Idea and Initiative) ในลักษณะให้ ความ

	มีบูรณาการจับคู่ธุรกิจต่อยอดงาน วิจัยสู่เชิงพาณิชย์ เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสการเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการให้สะดวกมากขึ้น	ต้องการของฝ่ายบริหารเป็นผู้นำ (Demand-driven Approach)
	1.2 <u>กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดขอนแก่น</u> สกว. ร่วมกับสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์จัดงาน “Agrinnovation 2018 จังหวัดขอนแก่น” เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ณ โรงแรมอวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งนับได้ว่าเป็นการจัดงานเพื่อต้องการพัฒนาเครือข่ายและส่งเสริมช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมในระดับภูมิภาค โดยในงานแบ่งกิจกรรมเป็น 3 ส่วนได้แก่ - การเสวนา “เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม” เป็นการเล่าประสบการณ์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้านการสร้างแบรนด์ด้านการตลาด และด้านการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยคุณณัฐวิทย์ โชคธนาพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามเฮอริเบิลแคร์ จำกัด คุณวิริยา พรทวีวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เชียงใหม่ไบโอเวกกี จำกัด และคุณปณณ จำเริญพานิช ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดออนไลน์ - การเสวนา “ผลึกความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” ซึ่งเป็นเวทีที่ สกว. จัดขึ้นเพื่อเสนอวิธีการในการพัฒนาจากไอเดียให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการ และนักวิจัยที่มีประสบการณ์ช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ได้แก่ คุณพิรภัทร์ เกียรติภิญโญ สมาชิก	

	หอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดโครงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริธร ศิริอมรพรรณ อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และรองศาสตราจารย์ ดร.วิลยา สุทธิงา อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม - การเสวนา “ประสบการณ์ความสำเร็จ (Success Story) ประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจด้านสินค้าเกษตรนวัตกรรม จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยคุณณัฐวิทย์ โชคธนาพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามเฮอริเบิลแคร์ จำกัด และ คุณมนัสชญาน์ อุ่มสมบัติชัย เจ้าของก้วยจ๊ับกิ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ”	
	1.3 <u>กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดเชียงใหม่</u> สกว. ร่วมกับสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์จัดงาน “Agrinnovation 2018 จังหวัดเชียงใหม่” เมื่อวันศุกร์ที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2561 ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรมดิ เอ็มเพลส จังหวัดเชียงใหม่ โดยในงานแบ่งกิจกรรมเป็น 3 ส่วน ได้แก่ - การเสวนา “เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม” เป็นการเล่าประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้านการสร้างแบรนด์ด้านการตลาด และด้านการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยคุณรัฐศรีณัฐ พิรพงศ์เดชา ผู้ก่อตั้ง คาสทาวน์ น้ำอัดลมจากเปลือกเมล็ดกาแฟ คุณธนวัฒน์ บวรสถิตชัย ผู้จัดการฝ่ายขายบริษัท นิโอ เคมีคอล อินดัสตรี จำกัด และภญ.โสภา พิมพ์สิริพานิชย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์	

	- การเสวนา “ผลึกความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” ซึ่งเป็นเวทีที่ สกว. จัดขึ้นเพื่อเสนอวิธีการในการพัฒนาจากไอเดียให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการ และนักวิจัยที่มีประสบการณ์ช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ได้แก่ คุณพิรภัทร์ เกียรติภิญโญ สมาชิกหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดโครงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์ เจริญ แสงรัตน์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี เชียงใหม่ - การเสวนา “ประสบการณ์ความสำเร็จ (Success Story) แบ่งปันประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจด้านสินค้าเกษตรนวัตกรรมจากภาคเหนือ โดยคุณณัฐวุฒิ เผ่าปรีชา ผู้ผลิตและจำหน่ายขนมเพื่อสุขภาพ เจ้าของแบรนด์สินค้า Wel-B และ คุณมนัสชญาณ์ อุสมบัติชัย เจ้าของก๊วยจ๊ับกิ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ”	
	1.4 <u>กิจกรรมสัมมนาเพื่อเผยแพร่งานวิจัย (TRF Forum) ภายใต้การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ เรื่อง “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางด้วยวิจัยและนวัตกรรม”</u> สำนักประสานงานชุดโครงการ กิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร ร่วมกับสำนักประสานงานการวิจัยและพัฒนาชุด “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลาง” จัดงานสัมมนาขึ้นในวันพฤหัสบดีที่ 14 มิถุนายน 2561 เวลา 13.00 – 15.45 น. ณ ห้องกมลพร ชั้น 1 โรงแรมเดอะ สุโกศล กรุงเทพฯ ภายในงานประกอบด้วยการสัมมนาใน 3 หัวข้อได้แก่	

	- สัมมนาในหัวข้อ “แนวคิดการคัดเลือกและผลักดันอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของไทยเพื่อผลักดันประเทศให้พ้นกับดักรายได้ปานกลาง” โดย ดร.ณัฐกิตติ์ พิศัยบุตร สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) - สัมมนาในหัวข้อ “ความสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อการผลักดันเศรษฐกิจไทย แนวคิดในการคัดเลือกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมาย” โดย ผศ.ดร.พงษ์ธร วราชัย คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ - สัมมนาในหัวข้อ “การจัดทำแนวทางพัฒนาเทคโนโลยีและการจัดทำแผนที่นำทาง (Roadmap) กรณีสถาปัตยกรรมเชิงพลวัตภาพและเคมีชีวภาพ” โดย ดร.วรินทร์ สงคศิริ ศูนย์ความเป็นเลิศเฉพาะทางด้านการจัดการและใช้ประโยชน์จากของเสียอุตสาหกรรมเกษตร	
	1.5 กิจกรรมสัมมนา เรื่อง “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0” ณ จังหวัดศรีสะเกษ สกว. ร่วมกับ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และ สภาเกษตรกรแห่งชาติ จัดการสัมมนาหัวข้อ “สินค้าผลไม้ในตลาดการค้าเสรี” ขึ้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 ณ อำเภอกันทรลักษณ์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีวิทยากรจากหลากหลายสาขาทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้เกษตรกรที่เข้าร่วมงานก้าวทันโลกสมัยใหม่ที่มีการค้าเสรีมากขึ้น เพราะ โลกแคบลงด้วยระบบการค้าออนไลน์ โดยวิทยากรที่ร่วมเสวนาได้แก่ นายจอมทัช กาญจนกิตติ์ ผู้จัดการฟิวชั่นฟาร์ม นายปรีชา วงศ์สกุลเกียรติ ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์ สภาเกษตรกรแห่งชาติ และรองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ รองคณบดีสำนักทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งเป็นนักวิจัย สกว. โครงการการ	

	จัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในจังหวัดหนองคาย นครพนม และมุกดาหาร	
	1.6 <u>งานกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการในงาน Agrinnoovation 2018 จังหวัดสงขลา</u> สกว. ร่วมกับสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์จัดงาน “Agrinnoovation 2018 จังหวัดสงขลา” เมื่อวันศุกร์ที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยในงานแบ่งกิจกรรมเป็น 3 ส่วนได้แก่ - การเสวนา “เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม” เป็นการเล่าประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้านการสร้างแบรนด์ด้านการตลาด และด้านการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยดร.สุวัฒน์ เลาะวัตร กรรมการผู้จัดการบริษัท สกินเทค อินเตอร์โปรดักส์ จำกัด คุณชีวันนค์ ชีทรัพย์เจริญ กรรมการผู้จัดการบริษัท S.P.C. Snack Food จำกัด และเภสัชกรหญิงโสภา พิมพ์สิริพานิชย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์และการสร้างแบรนด์ - การเสวนา “พลิกความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” ซึ่งเป็นเวทีที่ สกว. จัดขึ้นเพื่อเสนอวิธีการในการพัฒนาจากไอเดียให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการ และนักวิจัยที่มีประสบการณ์ช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ได้แก่ คุณพิรภัทร์ เกียรติภิญโญ สมาชิกหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดโครงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว. และรองศาสตราจารย์ ดร.	

	นิรันดร์ มาแทน หัวหน้าศูนย์ความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรม ไม้ และเป็นอาจารย์ประจำสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และทรัพยากร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ นอกจากนั้นยัง ได้รับรางวัลผลงานวิจัยเด่นด้านพาณิชย์ ของ สกว. ประจำปี 2559 - การเสวนา “ประสบการณ์ความสำเร็จ (Success Story) แบ่งปัน ประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจด้านสินค้า เกษตรนวัตกรรมจากภาคเหนือ โดยคุณรัฐศรัณย์ พิรพงศ์เดชา (ผู้ก่อตั้ง) คุณพนัญไชย กล้ากล่อมจิตต์ (ผู้จัดการฝ่ายตลาด) คาสทาวน์ (Castown) น้ำอัดลมจากเปลือกเมล็ดกาแฟ และคุณพัชรี หนูแดง ผู้ก่อตั้งบริษัท บ้าน ไทยเฮิร์บ จำกัด	
	1.7 <u>กิจกรรมสัมมนาเพื่อเผยแพร่งานวิจัย (TRF Forum) เรื่อง “ร้านค้าริมทางญี่ปุ่น ค้า ผ่านแดนประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดชุมชนท้องถิ่น : ช่องทางการค้าสำหรับผู้ ประกอบการรายย่อย”</u> สำนักประสานงานชุดโครงการ กิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่าย บริหาร จัดงานสัมมนาขึ้นในวันอังคารที่ 28 สิงหาคม 2561 เวลา 13.00 – 15.00 น. ณ ห้องประชุม 802 อาคารกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ภายในงาน ประกอบด้วยการสัมมนาใน 3 หัวข้อได้แก่ - “การใช้พื้นที่สาธารณะในการพัฒนาชุมชนของประเทศญี่ปุ่น: กรณีศึกษา บทบาทของสถานีริมทาง หรือ ROADSIDE STATION เป็นต้นแบบของ การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน” โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เบญจรงค์ ใจใส แคร่ อาร์สลาเนียนอง อาจารย์ สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	

	- “การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน” โดย รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ สำนักวิทยบริการการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - “ศึกษาภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน และการพัฒนาตลาดทางเลือกที่เหมาะสมกับชุมชน ตำบลหนองแวงโสภนระ อำเภอลพ จังหวัดขอนแก่น” โดย นายเสกสรรค์ จันทร์ราช ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 1 ตำบลหนองแวงโสภนระ อำเภอลพ จังหวัดขอนแก่น	
	1.8 กิจกรรมสัมมนา เรื่อง “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0” ณ จังหวัดยะลา สกว. ร่วมกับ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และ สภาเกษตรกรแห่งชาติ จัดการสัมมนาหัวข้อ“สินค้าผลไม้ในตลาดการค้าเสรี” ขึ้นเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2561 ณ จังหวัดยะลา โดยมีวิทยากรจากหลากหลายสาขาทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้เกษตรกรสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการทำการเกษตร ตั้งแต่ด้านการพัฒนารูปแบบการผลิตสินค้าผลไม้ โดยการเรียนรู้วิธีการปลูกและคัดเลือกพันธุ์ การนำผลไม้ไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและแก้ไขปัญหาการขาดตลาด การรู้เท่าทันสถานการณ์การค้าในตลาดโลก และวิธีการนำพาสินค้าของตนไปสู่ตลาดโลกด้วยเทคโนโลยี 4.0 โดยมีวิทยากรคือนายเสน่ห์ วิชัยวงศ์ รองเลขาธิการสภาเกษตรกรแห่งชาติ นายวิฑิต วัชรโรบล นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นางสาวฉัตรพร จุฑาภาคย์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักงานการค้าสินค้า กรมเจรจาการค้าระหว่าง ประเทศ นายจักรชัย กิตติไพศาล ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพืชสวนยะลา และนายพีรภัทร์ เกียรติ	

	กัญญา สมาชิกหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุด โครงการ ผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว.	
	1.9 <u>โครงการจับมือผู้ประกอบการ โคนมไทยบุกตลาดต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จาก FTA</u> กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้บริหารทางธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (CONC Thammasat) จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ขึ้นเมื่อวันที่ 24 – 25 กันยายน 2561 ณ ห้องรัชวิภา โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ โคนมไทย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงผลกระทบ และแสดงให้เห็นถึงโอกาสการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงทางการค้าเสรี เตรียมความพร้อมและสร้างศักยภาพเกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อปรับตัวให้ทันกับการเปิดเสรีภายใต้ FTA ไทย-ออสเตรเลีย และ ไทย-นิวซีแลนด์ นอกจากนั้นยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกสู่ต่างประเทศของผู้ประกอบการ ซึ่งภาครัฐจะคอยส่งเสริมสนับสนุน และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการบุกไปสู่ตลาดต่างประเทศ ประกอบด้วยการอบรมดังต่อไปนี้ - การอบรมในหัวข้อ “การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายและการพัฒนาและการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์” โดย ดร.สุทธิกร กิ่งแก้ว ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด มาให้ความรู้ชี้แนะแนวทางแก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นม โดยเฉพาะการสร้าง Branding และ Brand DNA เพื่อที่จะได้เข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ การนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงแบรนด์ที่มีอยู่แล้ว หรือผู้ประกอบการที่จะเริ่มสร้างแบรนด์ใหม่ นำสิ่งที่ได้ไปเป็นหลักในการกำหนดเป็นกลยุทธ์ ทำให้	

	เพิ่มโอกาสเจาะตลาดทั้งในไทยและต่างประเทศ และยังคงจับจ้องผู้บริโภคยุคใหม่ - การอบรมในหัวข้อ “ตลาดส่งออกและกระบวนการเข้าสู่ตลาด” โดย คุณพฤติ เกิดชูชื่น กรรมการผู้จัดการบริษัท Dairy Home มาเล่าประสบการณ์ในการใช้นวัตกรรมมากระดับสินค้า และชี้ให้เห็นถึงหนทางการตลาดส่งออกต่างประเทศ เพื่อผู้ประกอบการ โคนมจะได้ปรับตัวและพร้อมรับการเปิดเสรี FTA ไทย-ออสเตรเลีย และ ไทย-นิวซีแลนด์ - การอบรมหัวข้อ “กระบวนการพัฒนา และนวัตกรรมเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์นม” ดำเนินการอบรมโดยโครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับฝ่ายบริหารของ สกว. เชิญวิทยากรมาให้ความรู้ คำแนะนำ ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงแนวทางสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับน้ำนม เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เห็นภาพรวมของกระบวนการผลิตนม โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์เจริญ แสงรัตน์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีพลาสมา รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑารัตน์ เศรษฐกุล ผู้เชี่ยวชาญโค ผู้ประสานงานฝ่ายเกษตรของ สกว. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร นาคทอง ผู้เชี่ยวชาญการแปรรูปนมโค นมแพะ และนมกระบือ รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และคุณสุพรรณิ เมืองมา ผู้จัดการโรงแปรรูปผลิตภัณฑ์นม มุลนิธิโครงการหลวง ซึ่งวิทยากรทุกท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ของอุตสาหกรรมนม รวมไปถึงผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้ผู้ประกอบการ โคนมได้รับ	
--	--	--

	ความรู้ ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ นำไปพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์นม	
	1.10 <u>กิจกรรมสัมมนาเพื่อเผยแพร่งานวิจัย (TRF Forum) เรื่อง “2 กูรู จับกระแสสินค้าเกษตรนวัตกรรม: ชี้นำช่องทางเพิ่มโอกาสสำเร็จ”</u> โครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร ร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ ได้จัดงานเสวนา เรื่อง “2 กูรู จับกระแสสินค้าเกษตรนวัตกรรม: ชี้นำช่องทางเพิ่มโอกาสสำเร็จ” วันที่ 4 ตุลาคม 2561 ณ ห้องประชุม 802 ชั้น 8 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยรับเกียรติจากวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร อิศวิลานนท์ นักวิชาการอาวุโส สถาบันคลังสมองแห่งชาติ และ รองศาสตราจารย์ ดร. กล้านรงค์ ศรีรอด กรรมการ และ Head of Innovation and Research Development Institute บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด เพื่อนำเสนอความท้าทายในอนาคตอันใกล้ แลกเปลี่ยนความเห็นกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เสนอแนะทางออก และพัฒนาทางเลือกในการจัดกิจกรรมร่วมกับทุกภาคส่วน นอกจากการจัดกรสัมมนาแล้ว	
	1.11 <u>กิจกรรม “การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยง 3 จังหวัดชายแดนใต้สู่ตลาดอาเซียน”</u> สกว. ร่วมกับ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ในการลงพื้นที่และเข้าร่วมงานสัมมนา ที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 19-22 ธันวาคม 2561 ณ จังหวัดสงขลา โดยมีนักวิจัยและผู้ประสานงาน โครงการเข้าร่วมลงพื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ โดยมุ่งหวังให้เกษตรกรในสามจังหวัดชายแดนใต้ ใช้งานวิจัยในการพัฒนา เพื่อขยายโอกาสในตลาดอาเซียน	
	1.12 <u>กิจกรรม “เพิ่มศักยภาพเกษตรกรในยุคการค้าเสรี”</u> สกว. ร่วมกับ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ในการลงพื้นที่และเข้าร่วมงานสัมมนา ที่จัดขึ้นเมื่อวันที่ 7-8 มกราคม 2562 ณ จังหวัดปราจีนบุรี โดยมีนักวิจัยและผู้	

	ประสานงานโครงการเข้าร่วมลงพื้นที่เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ โดยมุ่งหวังให้เกษตรกรใช้งานวิจัยในการพัฒนาเพื่อตอบสนองการค้าที่แข่งขันรุนแรงขึ้น โดยทางโครงการได้เชิญ รศ.ดร.เกศกรหญิง วันดี กฤษณพันธ์ ซึ่งเป็นนักวิจัยสกว.	
	2. กิจกรรมย่อยร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรเพิ่มเติม จำนวน 8 ครั้ง ได้แก่ 2.1 การหารือเพื่อเชื่อมงานวิจัยกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เพื่อวางแผนการทำงานร่วมกัน ในวันที่ 2 พฤษภาคม 2561 ณ ห้องประชุม ชั้น 8 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 2.2 การประชุมหารือเพื่อต่อยอดงานวิจัยกับผู้ประกอบการ โดยโครงการฯ ได้ขยายความร่วมมือกับกรมการค้าต่างประเทศ ผ่านการพัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกันผ่านการประชุมกับบริษัทบุญยูนิตซ์วัสดุแพทย์ ที่ได้รับรางวัล Rice Plus Award จากกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางการพัฒนางานวิจัยไปพร้อมกันต่อไป ในวันที่ 21 มิถุนายน 2561 ณ กรมการค้าต่างประเทศ 2.3 การประชุมมันสำปะหลังนานาชาติ 2561 โดยร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ ซึ่งภายในงานมีกิจกรรมหลากหลายเพื่อมุ่งสะท้อนให้ทั่วโลกเห็นว่าไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลัง ในระหว่างวันที่ 27-28 มิถุนายน 2561 ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ 2.4 การหารือเพื่อเชื่อมงานวิจัยกับสำนักงานยุทธศาสตร์และนโยบายการค้า เพื่อวางแผนการทำงานร่วมกัน ในวันที่ 6 สิงหาคม 2561 ณ สำนักงานยุทธศาสตร์และนโยบายการค้า 2.5 งานแถลงข่าวสานพลังประชารัฐส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม จับมือพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนผลักดันสินค้าเกษตรนวัตกรรม	

	เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2561 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (Api) จัดงานแถลงข่าวความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ บริษัท สังกมสุขภาพ จำกัด บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด บริษัท เซ็นทรัลฟู้ด รีเทล จำกัด และสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ณ ห้องบูรฉัตรไชยากร ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม และทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรนวัตกรรมได้มากขึ้น โดยในส่วนของ สกว. ได้สนับสนุนการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ตอบสนองนโยบาย “จากห้อง สู่มือ” 2.6 การประชุมวางแผนการทำงาน 3 ฝ่ายระหว่าง สกว. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และสภาเกษตรกรแห่งชาติ เพื่อวางกรอบนโยบายและกิจกรรมที่จะดำเนินงานร่วมกันในปีงบประมาณหน้า ในวันที่ 3 ตุลาคม 2561 ณ ห้องประชุม ชั้น 3 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 2.7 การประชุมการทำงานระหว่างฝ่ายเกษตรของ สกว. และกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ เพื่อปรึกษาหารือและยุทธศาสตร์การจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของทุกภาคส่วน ในวันที่ 3 ธันวาคม 2561 ณ ห้องประชุม ชั้น 3 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 2.8 การประชุมการทำงานระหว่าง สกว. และกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของทุกภาคส่วน โดยทาง ศด. ได้นำข้อเสนอแนะของ สกว. ไปใส่ในแผนการดำเนินงานด้วย ในวันที่ 3 ธันวาคม 2561 ณ กรมการค้าต่างประเทศ	
2. ฐานข้อมูลร่วม สกว. (TRF Sharing Database) การจัดทำฐานข้อมูลร่วมระหว่าง สกว. และกระทรวง	สำนักประสานงานชุดโครงการฯ ได้ดำเนินการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นในชื่อ “ปันจัย” หรือ Punjai ภายใต้ URL www.punjai.trf.or.th โดยภายในเว็บแบ่งเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้	การเชื่อมโยงที่เป็นรูปธรรม (Concrete Linkages) การพัฒนากลไกที่เป็นรูปธรรม

ที่เกี่ยวข้อง เช่น ฐานข้อมูลงานวิจัย นโยบายและยุทธศาสตร์ของแต่ละหน่วยงานในสังกัดกระทรวงหรือรายชื่อเครือข่ายภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องตามประเด็นที่อยู่ในความสนใจฝ่ายนโยบายและสาธารณชนผ่านการเปิดหน้าเว็บไซต์ร่วมกัน หรือในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง	- <u>บันทึกกรรม</u> ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมที่ทางโครงการได้ดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว และกำลังจะจัดขึ้นเพื่อเชิญชวนให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าร่วมกิจกรรม หรือติดตามข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นๆ - <u>ปันความรู้</u> เป็นส่วนของฐานข้อมูลที่มาจากทางสกว. และทางสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งประกอบด้วยงานวิจัยของสกว.ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ในการสร้างนโยบายหรือนำไปใช้ต่อยอดในเชิงพาณิชย์ สถิติทางเศรษฐกิจการนำเข้า ส่งออก รายชื่อผู้ประกอบการที่จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งนักวิจัยของสกว.และผู้ประกอบการบทความทางวิชาการทั้งจากทางสกว.และทางสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม ซึ่งในอนาคตหากทางโครงการมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เพิ่มเติม ในส่วนนี้ก็จะจะมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น - <u>ปันมุมมอง สกว.</u> เป็นส่วนที่ประกอบด้วยการเผยแพร่ข้อมูล Policy brief บทความคัดย่อ งานวิจัยของสกว.	และเป็นทางการ ระหว่างสกว. และฝ่ายบริหารของภาครัฐ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการพัฒนาความร่วมมืออย่างยั่งยืนต่อไป
3. การจัดทำเอกสาร TRF Bulletin ซึ่งเป็นเอกสารที่ได้จัดทำและเผยแพร่อย่างต่อเนื่องในโครงการ PRP อยู่แล้ว โดยโครงการนี้จะจัดทำเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ในเอกสารดังกล่าวขึ้นทุกครั้งที่มีการจัดงาน จำนวน 10 ครั้ง ทั้งนี้จะเป็นการรวมเอาบทบรรยายของวิทยากร และ/หรือ การอภิปรายของ	สำนักประสานงานชุดโครงการฯ ได้ดำเนินการจัดทำ TRF Bulletin จำนวน 10 ฉบับ ฉบับละ 500 ฉบับ เสร็จเรียบร้อยแล้วและดำเนินการส่งเพื่อเผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดส่งนั้นได้รับความร่วมมือจากกรมการค้าต่างประเทศในการช่วยเผยแพร่เอกสารไปยังสำนักงานพาณิชย์ในส่วนภูมิภาคด้วย	ควา ม รั บ ผิ ด ช อ บ ร ้ ว ม กั น (Mutual Commitment) ฝ่ายบริหารของภาครัฐมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อเสนอแนะ หรือ โจทย์ กลับมายัง สกว. (Taking Idea and Initiative) ในลักษณะให้ความต้องการของฝ่ายบริหารเป็นผู้นำ (Demand-driven Approach)

ผู้เข้าร่วมเวทีแลกเปลี่ยนของ สกว. (TRF's Sharing Platform) มาสรุปและเรียบเรียง นอกจากนั้น ฝ่ายนโยบายจากกระทรวงยังสามารถเขียนบทความเพื่อร่วมนำเสนอข้อมูลและข้อคิดเห็นที่เกี่ยวข้อง		
4. การจัดทำเอกสาร TRF Policy Brief ซึ่งเป็นเอกสารที่ได้จัดทำและเผยแพร่อย่างต่อเนื่องในโครงการ PRP อยู่แล้ว โดยโครงการนี้จะจัดทำเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ในเอกสารดังกล่าวขึ้น จำนวน 10 ครั้ง ทั้งนี้จะเป็นการทำสรุปผลงานวิจัยที่ตรงกับความต้องการของหน่วยงาน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาหรือให้เสนอแนะ	สำนักประสานงานชุดโครงการฯ ได้ดำเนินการจัดทำ TRF Policy Brief จำนวน 10 ฉบับ ฉบับละ 500 ฉบับ เสร็จเรียบร้อยแล้วและดำเนินการส่งเพื่อเผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดส่งนั้นได้รับความร่วมมือจากกรมการค้าต่างประเทศในการช่วยเผยแพร่เอกสารไปยังสำนักงานพาณิชย์ในส่วนภูมิภาคด้วย โดยมีรายละเอียดหัวข้อที่จัดทำดังต่อไปนี้ - การยกระดับและพัฒนาการค้าและโลจิสติกส์ไทยผ่านการปรับปรุงกฎหมายพาณิชย์ - ตลาดชุมชน - อาหารฮาลาลไทยรุกตลาดศักยภาพอิน โดนีเซีย - เงินเที่ยวไทยอย่างไรให้ได้ผล - สังคมสูงวัยก้าวอย่างไรให้เท่าเทียม - การพัฒนาอาชีวศึกษาผ่านเชื่อมประสบการณ์และระบบการศึกษา - เงินกับการใช้ที่ดินในประเทศไทย - ส่งออกภาพยนตร์ไทยเดินทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - ทิศทางงานวิจัยภายใต้นโยบายเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ - การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในไทย	การเชื่อมโยงที่เป็นรูปธรรม (Concrete Linkages) การพัฒนาโลกที่เป็นรูปธรรม และเป็นทางการ ระหว่างสกว. และฝ่ายบริหารของภาครัฐ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการพัฒนาความร่วมมืออย่างยั่งยืนต่อไป
5. การจัดทำ RU Review ซึ่งเป็นการพิจารณางานวิจัย สกว. อยู่อย่างต่อเนื่องในฝ่าย RU อยู่แล้ว โดยจะพิจารณางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของ	สำนักประสานงานชุดโครงการฯ ได้เข้าร่วมประชุมร่วมกับคณะทำงานด้านการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ของสกว. (ฝ่าย RU) เป็นประจำทุกวันศุกร์ที่สองของเดือน เช่น วันที่ 20 เมษายน 2561 11 พฤษภาคม 2561 1 มิถุนายน 2561 15 มิถุนายน 2561 โดย	การรับทราบความคืบหน้างานวิจัยที่น่าสนใจ เพื่อนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมที่

ฝ่ายบริหาร เพื่อนำไปช่วยตอบสนองในการทำ TRF Sharing Platform และ/ หรือ TRF Policy Brief ได้ตรงประเด็นมากขึ้น	ได้คัดเลือกผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของฝ่ายบริหาร และจัดหมวดหมู่การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่าง เช่น การจัดงานเสวนาเผยแพร่ การนำไปจัดทำ infographic เป็นต้น ทั้งนี้ ทางโครงการได้นำงานวิจัยที่ได้ปิดโครงการบางส่วนไปต่อยอดในการทำ TRF Forum และ TRF Policy Brief ด้วย	น่าสนใจต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการจัด TRF Forum และ TRF Policy Brief
6. กิจกรรมเผยแพร่ข้อมูล ซึ่งได้ดำเนินการใน 2 รูปแบบ คือ 6.1 การจัดส่งเอกสารโครงการไปยังภาคส่วนต่างๆ ได้แก่ ภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร ทั้งในส่วนกลาง และภูมิภาค โดยอาศัยความร่วมมือจากกระทรวงที่มีสำนักงานในต่างจังหวัด ภาคเอกชนผ่านสภาหอการค้า และสภาอุตสาหกรรม เป็นต้น ภาควิชาการ สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไป ผ่านห้องสมุดของมหาวิทยาลัย และสื่อมวลชนแขนงต่างๆ 6.2 การเผยแพร่ข้อมูลทางเว็บไซต์ที่จะได้ดำเนินการจัดทำฐานข้อมูลร่วมกับหน่วยงาน และเผยแพร่ข้อมูลทางเว็บไซต์ของโครงการ ซึ่งจะเชื่อมโยงกับเว็บไซต์หลักของ สกว.	- สำนักประสานงานชุดโครงการฯ ได้จัดส่ง TRF Bulletin ฉบับทุกฉบับ ไปยังหน่วยงานเครือข่ายภายใต้กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง - พัฒนาเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล โดยดำเนินการจัดทำข้อมูลร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรภายใต้ชื่อ www.punjai.trf.or.th	การเชื่อมโยงที่เป็นรูปธรรม (Concrete Linkages) การพัฒนากลไกที่เป็นรูปธรรม และเป็นทางการ ระหว่างสกว. และฝ่ายบริหารของภาครัฐ เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการพัฒนาความร่วมมืออย่างยั่งยืนต่อไป

ภาพผนวก

การประชุมระหว่างสกว.และกรมการค้าต่างประเทศเพื่อจัดทำ MOU



งาน Agri-Tech Innovation Forum 2018





กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดขอนแก่น





กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดเชียงใหม่





กิจกรรมสัมมนา เรื่อง “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0”





กิจกรรมสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัย (TRF Forum) ภายใต้การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์

เรื่อง “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางด้วยวิจัยและนวัตกรรม”







งานกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ประกอบการในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดสงขลา



กิจกรรมสัมมนาเพื่อเผยแพร่งานวิจัย (TRF Forum) เรื่อง “ร้านค้าริมทางญี่ปุ่น ค้าผ่านแดนประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดชุมชน
ท้องถิ่น : ช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย”



กิจกรรมสัมมนา เรื่อง “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0” ณ จังหวัดยะลา



งานแถลงข่าวสานพลังประชารัฐส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม
จับมือพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชนผลักดันสินค้าเกษตรนวัตกรรม



โครงการจับมือผู้ประกอบการโคนมไทยบุกตลาดต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จาก FTA



กิจกรรมสัมมนาเพื่อเผยแพร่งานวิจัย (TRF Forum) เรื่อง “2 Guru จับกระแสสินค้าเกษตรนวัตกรรม:
ชี้ช่องทางเพิ่มโอกาสสำเร็จ”



กิจกรรม “การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยง 3 จังหวัดชายแดนใต้สู่ตลาดอาเซียน”

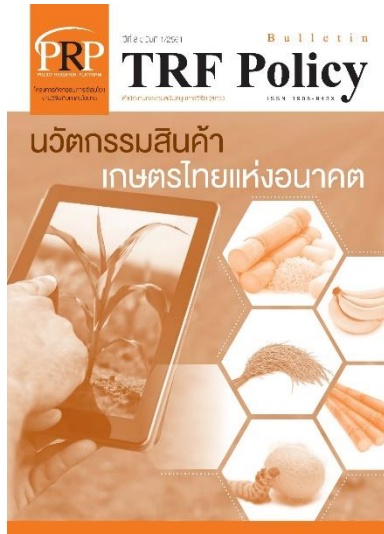


กิจกรรม “เพิ่มศักยภาพเกษตรกรในยุคการค้าเสรี”





TRF Policy Bulletin



นวัตกรรมสินค้า เกษตรไทยแห่งอนาคต



Contents

TRF Forum 4

การเริ่มต้นเชื่อมโยงงานวิจัยของ
สกว. สู่ภาคนโยบายของกระทรวง
พาณิชย์

3

งาน Agri-Tech Innovation
Forum 2018 : ผ่านผ่านการ
ลงนาม MOU เชื่อมสู่นโยบาย
ไทยแลนด์ 4.0

4

ทิศทางตลาดสินค้าเกษตร
นวัตกรรมโลก 2018

5

การถอดบทเรียนความสำเร็จ
งานวิจัยไปต่อยอดใน
เชิงพาณิชย์

6

รายชื่องานวิจัยของ สกว. ที่ไป
ร่วมงาน Agri-Tech Innovation
Forum 2018

7

Editor's Note

บรรณาธิการ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เล็งเห็นความสำคัญของการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายมิติ โดยงานในเชิงนโยบายเป็นอีกมิติหนึ่งที่งานวิจัยและเครือข่ายนักวิจัยของ สกว. สามารถเข้าไปช่วยเติมเต็มองค์ความรู้เพื่อสร้างผลกระทบทางบวกในระดับมหภาคได้เป็นอย่างดี

ความร่วมมือที่ สกว. ได้ดำเนินการร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ (คต.) กระทรวงพาณิชย์ ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในอันที่จะเชื่อมโยงองค์ความรู้ เครือข่าย และวิสัยทัศน์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละหน่วยงานให้เกิดประโยชน์แบบบูรณาการต่อไป โดยบทบาทของ สกว. จะสนับสนุนให้มีการนำงานวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ของ คต. งานวิจัยเพื่อการแก้ไขปัญหาข้อจำกัดทางการค้า พร้อมทั้ง งานวิจัยสำหรับการพัฒนาการผลิตและการตลาดเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ในขณะที่ คต. เข้ามาช่วยสนับสนุนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการและแนวโน้มของตลาด พร้อมทั้งเข้ามาช่วยสนับสนุนให้งานวิจัยสามารถทำตลาดในเชิงพาณิชย์ทั้งในและต่างประเทศได้สำเร็จเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ความร่วมมือจะดำเนินการผ่านกิจกรรมในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเสวนา การจัดประชุมกลุ่มย่อย การบ่มเพาะเครือข่ายร่วมกัน การจัดทำเอกสารเผยแพร่ร่วมกัน และการจัดทำฐานข้อมูลร่วมกัน

จดหมายข่าวฉบับนี้จึงเป็นการสรุปความร่วมมือที่เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกระหว่าง สกว. และ คต. ซึ่งนอกเหนือจากการลงนาม MOU ระหว่างสองหน่วยงานแล้ว ยังมีการจัดงาน Agri-Tech Innovation Forum 2018 : นวัตกรรมสินค้าเกษตรไทยแห่งอนาคต ที่ทาง สกว. ได้ร่วมจัดแสดงผลงานวิจัยและได้จัดกิจกรรมให้การสนับสนุนนักวิจัย สกว. ในการเจรจาจับคู่ธุรกิจเพื่อต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ นอกจากนั้น ยังมีกิจกรรมการเสวนาทิศทางแนวโน้มสินค้าเกษตรนวัตกรรมและให้ความรู้ การผลักดันผลงานวิจัยไปสู่เชิงพาณิชย์อีกด้วย

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ในแง่การให้ความรู้เกี่ยวกับทิศทางและช่องทางการพัฒนางานวิจัยไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์แล้ว ยังเป็นตัวอย่างในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งทางโครงการจะสานต่อไปยังกรมและกระทรวงอื่นต่อไป

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จินตวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญญพล โคสะพลกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

เวที สกว. TRF FORUM

การเริ่มต้นเชื่อมโยงงานวิจัยของ สกว.

สู่ภาคนโยบายของกระทรวงพาณิชย์



ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุทธิพันธุ์ จิตพิมลมาศ ผู้อำนวยการ สกว. (ลำดับที่ 4 จากขวา)

นำคณะทำงานเข้าพบกับนายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดี คต. (ลำดับที่ 3 จากซ้าย)

เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2561 ณ กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และกรมการค้าต่างประเทศ (คต.) กระทรวงพาณิชย์ เล็งเห็นความสำคัญในการเชื่อมโยงงานวิจัยไปสู่ภาคนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายที่ช่วยผลักดันให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ จึงได้จัดการหารือถึงการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นทางการเป็นครั้งแรก

ในการนี้ ศาสตราจารย์นายแพทย์สุทธิพันธุ์ จิตพิมลมาศ ผู้อำนวยการ สกว. ได้นำคณะทำงานเข้าพบกับนายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดี คต. เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์

พ.ศ. 2561 ณ ห้องประชุม Operation Room ชั้น 9 อาคารกรมการค้าต่างประเทศ โดยเห็นชอบร่วมกันที่จะจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสองหน่วยงาน ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในอันที่จะนำเอาองค์ความรู้ที่มีอย่างเฉพาะตัวมารวมแบ่งปัน และนำเอาลักษณะเด่นของแต่ละองค์กรมาประสานเชื่อมโยงเพื่อก่อให้เกิดการต่อยอดที่เป็นประโยชน์ในระดับชาติต่อไป

ความร่วมมือนี้จะนำไปสู่ผลที่เป็นรูปธรรม ผ่านการจัดกิจกรรมที่หลากหลายแบบครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นการจัดเวทีเสวนาระหว่าง

นักวิจัย ข้าราชการ และผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การเสนอแนะแนวทางแก้ปัญหาเชิงนโยบาย พร้อมทั้งการรับโจทย์งานวิจัยที่สนองกับความต้องการโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นด้านการปรับปรุงการผลิต การแก้ไขกฎระเบียบการค้า และการทำการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการจัดทำเอกสารให้ความรู้ที่จะเผยแพร่ผ่านช่องทางของกระทรวงพาณิชย์ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งการจัดทำฐานข้อมูลร่วมกันที่ให้นักวิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าถึงข้อมูลที่หายากได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

งาน Agri-Tech Innovation Forum 2018 :

สานผ่านการลงนาม MOU เชื่อมศูนย์นโยบายไทยแลนด์



พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้มีขึ้นภายในงาน Agri-Tech Innovation Forum 2018 : นวัตกรรมสินค้าเกษตรไทยแห่งอนาคต เมื่อวันจันทร์ที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 ซึ่งจัด ณ ศูนย์ประชุมวายุภักษ์ โรงแรมเซ็นทารา บายเซ็นทารา ศูนย์ราชการและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แจ้งวัฒนะ โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวดี โพชนุกูล รองผู้อำนวยการ สกว. ด้านการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ และ นายกิริติ รัชโน รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ ให้เกียรติร่วมลงนามใน MOU ดังกล่าว

การจัดงานร่วมกันในครั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจาก MOU ของทั้งสองหน่วยงาน โดยถือได้ว่าเป็นกิจกรรมเปิดตัวแรกที่ร่วมดำเนินการอย่างเป็นทางการ ซึ่งวัตถุประสงค์การจัดงานนั้นมุ่งหวังให้เกิดการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร โดยใช้นวัตกรรมจากงานวิจัย รวมทั้งสนับสนุนให้นำผลงานวิจัยไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ นอกจากจะช่วยเปิดโอกาสให้มีความเชื่อมโยงระหว่างนักวิจัยผู้ประกอบการและเกษตรกรแล้ว ยังช่วยตอบโจทย์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งพัฒนาประเทศจากฐานทางนวัตกรรมอีกด้วย

ภายในงาน นอกจากจะมีการเสวนาให้เห็นแนวโน้มสินค้าเกษตรนวัตกรรมในอนาคต และการถอดบทเรียนความสำเร็จแล้ว ยังมีการจัดแสดงผลงานวิจัยนวัตกรรมสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพกว่า 100 ผลงาน ซึ่งล้วนเป็นการต่อยอดมาจากสินค้าพืชเศรษฐกิจสำคัญของไทยทั้งสิ้น เช่น ข้าว ยางพารา อ้อย พืช ผัก สมุนไพร เป็นต้น โดยในจำนวนนี้มี 33 ผลงานที่เป็นงาน



รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวดี โพชนุกูล รองผู้อำนวยการ สกว. ด้านการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ และนายกิริติ รัชโน รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ ให้เกียรติร่วมลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือว่าด้วยการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์กับบทบาทภารกิจกรมการค้าต่างประเทศ และการพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยและผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม

วิจัยซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก สกว. พร้อมกันนี้ สกว. ยังจัดให้มีบูธเจรจาจับคู่ธุรกิจต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสการเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการให้สะดวกมากขึ้น

จากการสำรวจของ สกว. พบว่าการเจรจา ระหว่างนักวิจัยและผู้ประกอบการเป็นที่น่าพึงพอใจอย่างมาก โดยมีผู้สนใจสอบถามข้อมูลในทุกผลงานวิจัยที่จัดแสดง นอกจากนั้น มีหลายงานวิจัยที่ได้มีการเริ่มต้นเจรจาธุรกิจ โดยผลงานที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้ประกอบการ

เช่น การผลิตซูจากข้าวที่มีค่าดัชนีน้ำตาลต่ำ โดยมหาวิทยาลัยมหาสารคาม การผลิตไขรำข้าวบริสุทธิ์โดยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี การผลิตเนยโกโก้เลียนแบบจากน้ำมันเมล็ดมะม่วง โดยมหาวิทยาลัยศิลปากร การพัฒนาสารจากเปลือกมะพร้าวอ่อนใช้เคลือบเนื้อส้มโอเพื่อยืดอายุให้นานขึ้นโดยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และฟิล์มกักเก็บน้ำมันหอมระเหย โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

ทิศทางตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมโลก 2018



ดร.ชินรัฐ บุญชู ดร.ธัญญวัฒน์ เกษมสุวรรณ คุณเอกพล พงศ์สถาพร และคุณณรงค์ เจียรนวนนท์ (จากซ้ายไปขวา) ให้เกียรติร่วมเสวนาในหัวข้อ “ทิศทางตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมโลก 2018”

การเสวนา “ทิศทางตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมโลก 2018” ที่จัดขึ้นภายในงาน Agri-Tech Innovation Forum 2018 : นวัตกรรมสินค้าเกษตรไทยแห่งอนาคต ได้รับเกียรติจากบริษัทชั้นนำของประเทศไทยมาร่วมนำเสนอแนวโน้มทิศทางตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรมในปี 2018 และการปรับตัวของประเทศไทยให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว ผู้ให้เกียรติร่วมการเสวนาประกอบด้วย ดร.ชินรัฐ บุญชู ผู้อำนวยการสายงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัท ดับเบิล เอ (1991) จำกัด (มหาชน) ดร.ธัญญวัฒน์ เกษมสุวรรณ ผู้อำนวยการด้านนวัตกรรม บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) คุณณรงค์ เจียรนวนนท์ รองประธานอาวุโส บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด และคุณเอกพล พงศ์สถาพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทิปโก้ฟูดส์ จำกัด (มหาชน) โดยมีประเด็นดังนี้

- แนวโน้มสินค้าเกษตรนวัตกรรมในปีนี้ ผู้ร่วมเสวนาเห็นพ้องว่ากระแสการพัฒนานวัตกรรมสินค้าเกษตรเพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหารยังคงน่าจับตามองอยู่ โดยรูปแบบการตลาดอาจปรับเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับการผลิตเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในระดับปัจเจกบุคคลมากขึ้น หรืออาจกล่าว

ได้ว่าในอนาคตอันใกล้จะมีกระแส Health Management มาทดแทน Health and Wellness ซึ่งอาหารไม่เพียงแต่ทำให้มีสุขภาพดีเท่านั้น แต่จะต้องสามารถตรวจสอบได้ว่ามีประโยชน์อย่างไรต่อสุขภาพแบบเฉพาะเจาะจง ทั้งนี้ เนื่องจากในอนาคตผู้บริโภคจะทราบว่า มีรหัสพันธุกรรม (Genome) เป็นอย่างไร และควรที่จะทานอาหารอะไรที่เหมาะสมกับรหัสพันธุกรรมดังกล่าว ดังนั้นจึงทำให้การผลิตอาหารจะต้องตอบสนองในระดับปัจเจกบุคคลมากขึ้น

- นอกจากนั้น ผู้ผลิตควรที่จะเพิ่มความหลากหลายของพืชเศรษฐกิจที่นำมาแปรรูป ซึ่งไม่จำเป็นต้องเน้นที่ข้าวเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้สำหรับประเทศไทยส่งออกได้จำนวนมากในแต่ละปีนั้นควรให้ความสนใจในการเปลี่ยนกลุ่มพืชเศรษฐกิจเหล่านี้ให้เป็นสินค้าเกษตรนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและจะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศมากยิ่งขึ้น โดยในปัจจุบัน พืชเหล่านี้นำไปผลิตเป็นพลาสติกย่อยสลายได้ทางชีวภาพ (Bioplastics) เป็นส่วนใหญ่
- สำหรับกระแสการบริโภคสินค้าในตลาดต่างประเทศยังให้ความสนใจในเรื่องความปลอดภัยและความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อยู่เช่นเดิม เช่น ทิศทางการบริโภคโปรตีนจากพืชที่นำมาใช้แทนที่โปรตีนจากสัตว์ เนื่องจากในโปรตีนจากสัตว์มีไขมันและสิ่งเจือปนอย่างอื่นที่ร่างกายอาจไม่ต้องการ รวมทั้งแนวโน้ม Green manufacturing ที่ต่างประเทศให้ความสนใจในการผลิตสินค้าที่คำนึงถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมและเรื่องการใช้แรงงาน ซึ่งกฎระเบียบดังกล่าวมีความเข้มข้นแตกต่างกันในแต่ละประเทศ จึงทำให้การเจาะตลาดต่างประเทศไม่สามารถพิจารณาเพียงความต้องการของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ต้องศึกษากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องด้วย

- ผู้ร่วมเสวนาได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้ภาครัฐต้องปรับตัวในการสนองตอบต่อแนวโน้มดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้
 - ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาเทคโนโลยีและเก็บข้อมูลในทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิตไปจนถึงการทำการตลาด เช่น การทำ Smart Farming โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการผลิต โดยเฉพาะภาพถ่ายจากดาวเทียม ซึ่งสามารถช่วยคาดการณ์ปริมาณผลผลิตได้ล่วงหน้าและมีส่วนช่วยปรับปรุงการผลิตได้ทันทั่วทั้งการนำ Internet of Things มาใช้ประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ (Social Media) และการใช้ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการทำวิจัยและสำรวจทางการตลาด ทั้งนี้ การสำรวจตลาดโดยใช้ Big Data อาจทำให้พบข้อสรุปที่แตกต่างจากความเข้าใจทั่วไป เช่น ผลการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน พบว่ามีความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง ในลักษณะพรีเมียมมากขึ้น ซึ่งแตกต่างจากความเข้าใจโดยทั่วไปว่าต้องการสินค้าที่มีราคาถูก
 - นอกจากนั้น การบูรณาการร่วมกันในทุกภาคส่วน นับเป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะหน่วยงานรัฐ

ทุกภาคส่วนควรมาบูรณาการทำงานร่วมกัน ในส่วนภาคเอกชนโดยเฉพาะโรงงานกับชาวไร่ควรที่จะทำงานร่วมกันในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้ผลผลิตมีปริมาณหรือมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

- ผลงานวิจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม พร้อมทั้งเครือข่ายกระทรวง นักวิจัย ผู้ประกอบการ และเกษตรกรมีส่วนสำคัญในการผลักดัน

ให้เกิดการปรับตัวได้เป็นอย่างดี โดยกระบวนการในการปรับตัวควรเริ่มต้นจากงานวิจัย ซึ่งการวิจัยที่สามารถผลักดันให้ภาคธุรกิจปรับตัวได้แล้วนั้น จะเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลให้ภาคเกษตรต้องปรับตัวต่อไป หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าใช้กลไกตลาดเป็นตัวหลักการปรับการผลิตในระดับท้องถิ่น ทั้งนี้ รัฐควรสร้างแรงจูงใจในการทำวิจัย โดยสำนักงานคณะกรรมการ

ส่งเสริมการลงทุน (BOI) หรือสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ควรมีนโยบายในการส่งเสริมให้ภาคเอกชนลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น เช่น ข้อเสนอโครงการวิจัยสามารถขอลดหย่อนภาษีได้ 3 เท่า เป็นต้น

การถอดบทเรียนความสำเร็จงานวิจัยไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์



คุณวัชรพล บุญหลาย คุณวาทิน วงศ์สุรกร ผศ. ดร.โสภาค สอนไว ศ. ดร.พิชญ์ ศุภผล (จากซ้ายไปขวา) ให้เกียรติร่วมเสวนาในหัวข้อ “งานวิจัยจากห้องสู่ห้าง : ความฝันสู่ความจริง”

ภายในงาน Agri-Tech Innovation Forum 2018 : นวัตกรรมสินค้าเกษตรไทยแห่งอนาคต ยังได้มีการเสวนา “งานวิจัยจากห้องสู่ห้าง : ความฝันสู่ความจริง” โดยการเสวนาหัวข้อนี้มุ่งหวังให้มีการถ่ายทอดประสบการณ์ที่ได้มีการนำงานวิจัยไปต่อยอดให้เกิดผลในเชิงพาณิชย์ ซึ่งผู้ร่วมเสวนามาจากทั้งภาคเอกชนและนักวิจัยในมหาวิทยาลัยที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ คุณวัชรพล บุญหลาย บริษัท เมดิฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด คุณวาทิน วงศ์สุรกร บริษัท เนอเซอร์แคร์ จำกัด ศาสตราจารย์ ดร.พิชญ์ ศุภผล อาจารย์ประจำวิทยาลัยปิโตรเลียมและปิโตรเคมี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภาค สอนไว อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรม

ศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีประเด็นดังนี้

- ผู้ร่วมเสวนาได้เสนอแนะวิธีการที่หลากหลายที่สามารถนำงานวิจัยไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนหลักการตลาด ซึ่งควรให้มีการประยุกต์ปรับเปลี่ยนหลักการตลาดเมื่อนำมาใช้กับสินค้านวัตกรรม เนื่องจากสินค้านวัตกรรมเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคยังไม่รู้จักมาก่อน ถ้าใช้หลักการตลาดทั่วไปที่ต้องทำการสำรวจตลาดความต้องการก่อนนั้น จึงเป็นไปได้ลำบากและไม่สามารถได้ข้อมูลเพียงพอ ดังนั้น ผู้ประกอบการและนักวิจัยจึงควรประยุกต์วิธีสำรวจตลาดให้เหมาะสมเพื่อให้ทราบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์นั้น

- นอกจากนั้น นักวิจัยควรคำนึงถึงการได้ผลงานระหว่างขั้นตอนการทำงานวิจัยหลัก ดังนั้น นักวิจัยหรือผู้ประกอบการควรมีความคิดเผื่อในหลายด้าน คิดผลลัพธ์ที่นอกเหนือจากที่ได้มุ่งหมายไว้ และคอยเก็บรายละเอียดระหว่างการทำวิจัยซึ่งสามารถเปลี่ยนหรือทำเป็นผลลัพธ์เกิดขึ้นมาใหม่ได้
- สำหรับงานวิจัยที่จะนำไปต่อยอดเชิงพาณิชย์ในตลาดต่างประเทศนั้น ผู้ร่วมเสวนาเห็นว่าการได้รับโอกาสไปแสดงผลงานในต่างประเทศจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยอย่างมาก โดยจะทำให้รู้ทิศทางตลาดต่อยอดนวัตกรรมให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำมาใช้ทดแทนสิ่งเดิม นอกจากนั้น ยังทำให้ทราบมุมมองของผู้บริโภคและการตัดสินใจของผู้บริโภคอีกด้วย ทั้งนี้ ได้ยกตัวอย่างความสำเร็จในการพัฒนาแป้งจากข้าวเจ้าไปเป็นแป้งทาน้ำจากข้าวเจ้าสำหรับสตรีมีครรภ์
- ผู้ร่วมเสวนาได้เสนอแนะการผลักดันงานวิจัยให้สามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ โดยเน้นว่ายังต้องอาศัยการสนับสนุนจากภาครัฐในการดำเนินงาน ได้แก่

- การสนับสนุนเรื่องแหล่งทุน ซึ่งไม่เพียงที่จะให้ทุนในการทำวิจัยเท่านั้น แต่ภาครัฐควรที่จะให้ทุนสนับสนุนการพัฒนางานวิจัยไปใช้ในการผลิตในรูปแบบอุตสาหกรรมด้วย พร้อมทั้ง ภาครัฐควรที่จะรวมทุน

จากทุกหน่วยงานที่อาจจะมีความทับซ้อนให้เป็นทุนก้อนใหญ่ เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ซื้อครุภัณฑ์ หรือเครื่องมือเทคโนโลยีที่ใช้ในการวิจัยได้ในอนาคต

- นอกจากนั้น ภาครัฐควรจะต้องตั้งหน่วยงานกลาง ซึ่งเป็นศูนย์ทดสอบและรับรองผลิตภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐานสากล เพื่อที่จะ

ให้นักวิจัยหรือผู้ประกอบการนำผลงานไปทดสอบเพื่อทำการรับรองได้เองในประเทศ โดยไม่ต้องไปต่างประเทศเพื่อทำการรับรอง ทั้งนี้ นอกจากจะช่วยเหลือค่าใช้จ่ายแล้ว ยังสร้างความคล่องตัวในการพัฒนานวัตกรรมมากขึ้นด้วย

- ภาครัฐควรเปิดตลาดแบบมุ่งเป้าโดยส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะ SMEs ที่มีความคิดสร้างสรรค์แต่ขาดเงินทุนและข้อมูล ซึ่งจะทำให้ SMEs สามารถยกระดับขึ้นมาได้

รายชื่องานวิจัยของ สกว. ที่ไปร่วมงาน Agri-Tech Innovation Forum 2018

ลำดับ	รายชื่อผลงาน	นักวิจัย	สังกัด
1	การพัฒนาและการประยุกต์วัสดุเหลือใช้จากอ้อยเพื่อสิ่งแวดล้อม	ผศ. ดร.ศิริกาญจนา ทองมี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2	การพัฒนาการผลิตตัวกรองจากแผ่นเส้นใยผสมที่มีสารออกฤทธิ์จากสารสกัดจากกากอ้อย	ดร.จักรพล สุนทรวรภาส	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
3	สูตรยางคอมพาวด์สำหรับผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์พลาสติก	น.ท.ดร.เสวียง เกื่อนบุญ	กรมอุทกหารเรือ
4	กรรมวิธีการผลิตไซรัปข้าวบริสุทธิ์	รศ. ดร.กรณ์กนก อายุสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
5	กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เวชสำอางต้านริ้วรอยจากการหมักข้าวไทยด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ	บริษัท อุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด โดย ศ. ดร. ภญ. อรัญญา มโนสร้อย	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
6	เซ็นเซอร์ทางเคมีสำหรับกลิ่นข้าว	ผศ. ดร.พินดา หล่อวงศ์ตระกูล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
7	การใช้ประโยชน์จากน้ำมันรำข้าวและผลพลอยได้จากอุตสาหกรรมน้ำมันรำข้าวเพื่อใช้ในอาหารเพื่อสุขภาพ	รศ. ดร.ปาริฉัตร หงสประภาส	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
8	คุณสมบัติเชิงเคมีฟิสิกส์และความสามารถในการย่อยแป้งในข้าวที่เตรียมสำหรับผลิตภัณฑ์โจ๊กกึ่งสำเร็จรูปในประเทศไทย	รศ. ดร.คงศักดิ์ ศรีแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
9	หุ่นจำลองยางพาราสำหรับตรวจสอบความถูกต้องปริมาณรังสีจากการรักษาโรคมะเร็งด้วยเทคนิคการรักษาสามมิติ	ผศ. ดร.นันทวัฒน์ อุติ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
10	การพัฒนาสารเคลือบเนื้อสัมผัสโบริโกลด์ที่มีส่วนผสมของคาร์บอกซีเมทิลเซลลูโลสจากเปลือกมะพร้าวอ่อน	ดร.อภิตา บุญศิริ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
11	ฟิล์มกักเก็บน้ำในหมักหมย	ผศ. ดร.พัฒนพร อธิพิบูลย์เดช	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
12	ผลิตภัณฑ์ซูบที่มีค่าดัชนีน้ำตาลต่ำ	รศ. ดร.ศิริธร ศิริอมรพรรณ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
13	ข้าว-Microwave	ผศ. ดร.สิริชัย ส่งเสริมพงษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
14	การผลิตเนยโกโก้เลียนแบบจากน้ำมันเมล็ดมะม่วง	ผศ. ดร.โสภาค สอนไ	มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลำดับ	รายชื่อผลงาน	นักวิจัย	สังกัด
15	เยลลี่ข้าวไรซ์เบอร์รี่	ผศ. ดร.พร้อมลักษณ์ สมบูรณ์ปัญญากุล	มหาวิทยาลัยมหิดล
16	สารสกัดสมุนไพร-วัสดุปิดแผล	ศ. ดร.พิชญ์ ศุภผล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
17	ยางพาราในรูปของเหลวคล้ายน้ำมันที่ยืดและแผ่ตัวได้สำหรับนำส่งยา ฟิล์มยางพาราให้ความเย็นชนิดก่อตัวเอง	รศ. ดร.ธวัชชัย แพชมัด	มหาวิทยาลัยศิลปากร
18	วัสดุยางธรรมชาติเทอร์โมพลาสติกสำหรับทาเครื่องหมายบนผิวทาง	ผศ. อนุวัตร วอลี	มหาวิทยาลัยฟาฏอนี
19	การผลิตแผ่นก้ำบังอนุภาคนิวตรอนและรังสีแกมมาจากวัสดุเชิงประกอบยางธรรมชาติผสมผงซีลี้อย	ผศ. ดร.เกียรติศักดิ์ แสนบุญเรือง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
20	วัสดุปิดแผลเรืองแสงจากไฟเบอร์อินและวันทางจระเข้	รศ. ดร.จรรุภา วิโยชน์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
21	เชื้อเพลิงอัดแท่งจากวัสดุทางการเกษตร	ผศ. ดร.จินตวัฒน์ ไชยชนะวงศ์	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
22	เห็ดป่า : คุณค่าเชิงพาณิชย์	ศ. ดร.สายสมร ลำยอง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
23	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แอคทีฟสำหรับกล้วยหอมและมะม่วงน้ำดอกไม้	ผศ. ดร.เจิมขวัญ สังข์สุวรรณ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
24	กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งเนื้อสีทองในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน	อ.เกษม กุณาศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
25	แผ่นเส้นใยอิเล็กทรอนิกส์สปอน์โกลแลคติก แอซิดที่มีสารสกัดสมุนไพรสำหรับประยุกต์ใช้เป็นวัสดุนำส่งยา และวัสดุปิดแผล	ผศ. ดร.อรรณพ สุวรรณทอง	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
26	การพัฒนาวัสดุปิดแผลไฮโดรเจลจากโพลิเมอร์ธรรมชาติที่ผสมสารสกัดจากน้ำมันหอมระเหย	ดร.ปิยฉัตร ช่วยสินวล	สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์
27	สเปรย์ล้างปากจากน้ำมันหอมระเหยตะไคร้และกานพลู	ผศ. ดร.นฤมล ทองไว	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
28	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักผงปรุงรสโรยข้าว (พริคาเคะ) เพื่อสุขภาพ	ผศ. ดร.ณัฐรา อ่อนน้อม	สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
29	การพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งผักผงที่มีสารอาหารครบถ้วน เพื่อปรับปรุงภาวะโภชนาการในผู้สูงอายุที่สูญเสียฟัน	ดร.ธัญญ์ณลิน วิญญูประสิทธิ์	สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
30	การใช้ผักผงเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพเชิงป้องกันโรคเรื้อรังชนิดไม่ติดต่อ	รศ. ดร.พรรัตน์ สิ้นชัยพานิช	สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล
31	การพัฒนาวัสดุปิดแผลที่ประกอบด้วยโปรตีนกาวไหมเชริซินและโคไคซานไมโครสเฟียร์เพื่อกระตุ้นการหายของบาดแผล	ศ. ภญ. ดร.พรอนงค์ อร่ามวิทย์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
32	นวัตกรรมหญ้าแฝกโล่ง (สูตรกลางวัน)	ศ. ดร.ธีรภาพ เจริญวิริยะภาพ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
33	การผลิตขามักสำหรับโรงงานขนาดเล็ก	ดร.สายลม สัมพันธ์เวชโสภา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

หมายเหตุ: * ผู้ที่สนใจสามารถขอรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ สกว. หรือโทร. 0 2278 8200
 * สามารถดาวน์โหลดได้ในเว็บไซต์ของโครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย สกว. ที่ <http://prp.trf.or.th>

“แรงบันดาลใจ”

ผ่านงาน

AGRINNOVATION 2018

จังหวัดขอนแก่น



Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)

สร้างแรงบันดาลใจผ่านงาน
Agrinnovation 2018
จังหวัดขอนแก่น

เศรษฐกิจไทยให้ก้าวไกลด้วย เกษตรนวัตกรรม 4

ผลึกความฝันสู่ความจริง ด้วยงานวิจัย 5

ภาคอีสานร่วมแบ่งปัน ความสำเร็จเพื่อจุดประกาย การพัฒนาสินค้าเกษตร นวัตกรรม 7

Editor's Note

บรรณาธิการแถลง

ความร่วมมือที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ทำร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้มีการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายมิติมากขึ้นนั้น ได้ขยายผลการใช้ประโยชน์ในส่วนกลางไปสู่ส่วนภูมิภาค ผ่านการจัดงาน “Agrinnovation 2018” ที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งการจัดงานร่วมกันในครั้งนี้ นับได้ว่าเป็นครั้งแรกที่มีการนำองค์ความรู้งานวิจัย และเครือข่ายของทั้งสองหน่วยงานไปช่วยพัฒนาศักยภาพให้กับผู้สนใจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จดหมายข่าวฉบับนี้จึงเป็นการสรุปความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน “Agrinnovation 2018” ที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งภายในงานนอกจากจะมีการจัดเสวนาเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ผ่านเครือข่ายผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของกรมการค้าต่างประเทศแล้ว ยังมีงานเสวนา “ผลึกความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” ที่ทาง สกว. เป็นผู้จัดหลัก โดยได้เชิญเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญในการแปรรูปและธุรกิจ ร่วมกับนักวิจัยที่ได้รับทุน สกว. ในพื้นที่มาให้แนวทางในการเปลี่ยนไอเดียไปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งช่วยให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรมโดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จินตวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญญพล โคสะพละกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

เวที สกว. TRF FORUM

นายพิทยา โกยสกุล
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการ
การค้าและสิทธิประโยชน์ ประธานใน
พิธีกล่าวเปิดงานสัมมนา



สร้างแรงบันดาลใจผ่านงาน AGRINNOVATION 2018 จังหวัดขอนแก่น

สถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม
กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.) ได้จัดงาน “Agrinnovation 2018
จังหวัดขอนแก่น” เมื่อวันพฤหัสบดีที่
3 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ณ โรงแรมอวานี
ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชัน
เซ็นเตอร์ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งนับได้ว่า
เป็นการจัดงานเพื่อต้องการพัฒนา
เครือข่ายและส่งเสริมช่องทาง
การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม
ในระดับภูมิภาคเป็นครั้งแรก

งานนี้ได้รับเกียรติจาก นายพิทยา โกยสกุล ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรการการค้า
และสิทธิประโยชน์ เป็นประธานในพิธีกล่าวเปิดงานสัมมนา ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าวมีความ
มุ่งหมายให้เกิดการจุดประกายความคิดให้ผู้สนใจ พร้อมทั้งให้เห็นแนวทางการพัฒนา
สินค้าเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจากการใช้นวัตกรรม โดยมีฐานมาจากการวิจัย ซึ่ง
นอกจากจะเน้นให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในส่วนภูมิภาคเป็นสำคัญแล้ว
ยังมีส่วนสำคัญในการช่วยสนับสนุนนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลอีกด้วย

ภายในงานสัมมนาประกอบไปด้วยการเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อต่างๆ
ที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ จุดประกายความคิด พร้อมทั้งรับรู้แนวทางการพัฒนาแนวคิด
ให้เป็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ กิจกรรมงาน Agrinnovation 2018 หลังจาก
ที่จัดกิจกรรมที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น เสร็จสิ้นแล้ว จะดำเนินการจัดงาน
ในส่วนภูมิภาคอื่นต่อไป โดยจะครอบคลุมทั่วประเทศทุกภาคในประเทศไทย เพื่อให้ประชาชนใน
แต่ละภาคได้รับทราบ ตระหนักรู้ หันมาสนใจการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรนวัตกรรม
ซึ่งครั้งต่อไปจะจัดขึ้นที่ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ และภาคใต้ จังหวัดสงขลา

เศรษฐกิจไทยให้ก้าวไกลด้วย เกษตรนวัตกรรม

การเสวนา “เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม” ที่จัดขึ้นภายในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดขอนแก่น ได้รับเกียรติจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้านการสร้างแบรนด์ด้านการตลาด และด้านการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรมมาถ่ายทอดประสบการณ์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยได้รับเกียรติจาก คุณณัฐปวิทย์ โชคธนาพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม-เฮอร์เบิลแคร์ จำกัด คุณวิริยา พรทวีวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เชียงใหม่ไบโอเวกกี จำกัด และคุณปณณ จำเริญพานิช ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งมีประเด็นน่าสนใจดังนี้



- คุณปณณ จำเริญพานิช คุณวิริยา พรทวีวัฒน์ และคุณณัฐปวิทย์ โชคธนาพร (จากขวาไปซ้าย) ให้เกียรติร่วมเสวนาในหัวข้อ “เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม”

- การสร้างภาพลักษณ์ของประเทศใหม่ โดยเน้นว่าประเทศไทยไม่ใช่เป็นเพียงประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีคุณภาพเท่านั้น แต่เป็นประเทศแห่งสินค้าเกษตรนวัตกรรมอีกด้วย ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศดังกล่าว ไม่เพียงจะสนองตอบเป้าหมายในการกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนในประเทศร่วมสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรด้วยงานวิจัยและนวัตกรรมแล้ว ยังเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ของไทยไปยังตลาดต่างประเทศ ให้เกิดการขยายความต้องการที่หลากหลายมากขึ้นต่อไป
- สำหรับผู้ประกอบการและเกษตรกรที่สนใจผลักดันสินค้าของตนเองให้ทำตลาดได้นั้น ผู้ร่วมเสวนาเห็นร่วมกันว่าความสำเร็จเกิดจากความลงตัวของนวัตกรรมและการตลาด โดยในส่วนของนวัตกรรมนั้นต้องเน้นที่การตอบโจทย์ของลูกค้า และสามารถสร้างความต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้นอกจากนั้น การนำสินค้าไปเข้าประกวดในเวทีต่างๆ จะมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการและเกษตรกร สามารถทราบความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น สำหรับสินค้านวัตกรรม

ที่ได้รับรางวัล จะยิ่งช่วยให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาช่องทางด้านการตลาดต่อไป เช่น ผักอัดเม็ดไบโอเวกกี ที่นำพืชผักจำนวนมากไม่สามารถขายได้หมดมาแปรรูปเป็นผักอัดเม็ดด้วยการนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยคงคุณค่าสารอาหารให้ใกล้เคียงกับผักสดมากที่สุด และตอบโจทย์ผู้บริโภคในสมัยนี้ และได้รับด้านนวัตกรรมมาช่วยทำการตลาด

- ในส่วนของการตลาดจะมาเสริมภายหลังจากที่มีนวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้าได้ชัดเจนพอสมควรแล้ว โดย Content marketing คือการทำการตลาดผ่านเนื้อหาจะเน้นให้นำเอาคุณค่าของสินค้ามาสื่อสารให้ลูกค้าผ่านสองช่องทางหลัก คือ ช่องทางออฟไลน์ เช่น การมีหน้าร้าน การออกบูธตามงานต่างๆ หรือการแจกใบปลิว และช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะการเปิดร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จึงต้องทำการตลาดให้เหมาะสมกับยุคสมัย แต่ก็ไม่ควรละเลยฐานลูกค้าเก่า

- วิทยากรเห็นร่วมกันว่าอุปสรรคใหญ่สำหรับผู้ประกอบการหรือเกษตรกรที่เริ่มต้นขายสินค้านวัตกรรมที่ผ่านมา คือ เรื่องของการทำการตลาด ซึ่งการหาความรู้เพิ่มเติมจากการเรียนหลักสูตรต่างๆ หรือการไปงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศก็สามารถช่วยให้เห็นแนวโน้มผู้บริโภคนำมาปรับการดำเนินงานได้อย่างดี
- ผู้ร่วมเสวนาได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อกระตุ้นให้เกิดสินค้าเกษตรนวัตกรรมรายย่อยมากขึ้น ในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ ที่ภาครัฐควรเร่งสร้างให้ตลาดโลกเห็นว่าไทย เป็นประเทศแห่งสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่หลากหลาย นอกจากนั้น การสนับสนุนให้เพิ่มช่องทางการให้คำปรึกษาแบบเบ็ดเสร็จสำหรับผู้ที่มีแนวคิดและกำลังเริ่มต้นอยากทำธุรกิจสามารถนำเสนอโครงการไปยังหน่วยงานภาครัฐได้ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคได้อย่างสะดวกมากขึ้น



คุณพีรภัทร์ เกียรติภิญโญ
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลยา สุทธิขำ และ
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริธร ศิริอมรพรรณ
(จากขวาไปซ้าย) ให้เกียรติเข้าร่วมเสวนา
ในหัวข้อ “ผลึกความฝันสู่ความจริง :
หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาด
สินค้าเกษตรนวัตกรรม”

ผลึกความฝันสู่ความจริง ด้วยงานวิจัย

ภายในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดขอนแก่น ยังได้มีการเสวนา “ผลึกความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” ซึ่งเป็นเวทีที่ สกว. จัดขึ้นเพื่อเสนอวิธีการในการพัฒนาจากไอเดียให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการ และนักวิจัยที่มีประสบการณ์ช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ได้แก่ คุณพีรภัทร์ เกียรติภิญโญ สมาชิกหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดโครงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริธร ศิริอมรพรรณ อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และ รองศาสตราจารย์ ดร.วัลยา สุทธิขำ อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยสรุปขั้นตอนการพัฒนาได้ดังนี้

- **ขั้นตอนแรก** มองหาแรงบันดาลใจจากสิ่งใกล้ตัว โดยวิทยากรแนะนำให้ผู้ประกอบการและคนรุ่นใหม่ที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจควรเริ่มมองหาสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวก่อน เช่น วัตถุดิบทางการเกษตร พืช ผัก สมุนไพร ใหม่ในพื้นที่ของตนซึ่งสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น
- **ขั้นตอนที่สอง** พัฒนาโจทย์เพื่อทำการวิจัยร่วมกับนักวิจัย โดยโจทย์การวิจัยต้องเกิดขึ้นจากการสำรวจความต้องการทางการตลาดในเบื้องต้น ในการนี้หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะ สกว. มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ผู้ประกอบการ เกษตรกร และนักวิจัยได้มาพบกันเพื่อพัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกัน โดยรองศาสตราจารย์ ดร.วัลยา ได้ยกตัวอย่างการวิจัยที่ใช้เวลากว่า 10 ปี ในการศึกษา ซึ่งเริ่มต้นจากการค้นหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นได้แก่การวิจัยเพื่อพัฒนาการสกัด “เซริซิน (Sericin)” ซึ่งเป็นโปรตีนใหม่ที่พบในระดับสูงมากในไหมไทยพันธุ์พื้นเมือง มีประโยชน์ในการต้านอนุมูลอิสระ และรักษาความชุ่มชื้นให้กับเซลล์ จึงเหมาะในการนำมาใช้ใน



อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ปัจจุบันได้พัฒนาจนเป็นผลิตภัณฑ์และได้รับความสนใจจากผู้ลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริธร ได้ยกตัวอย่างการร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ข้าวหอมมะลิ และผงครีมเทียมจากข้าวหอมมะลิกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านหม้อ ต.สระคู อ.สุวรรณภูมิ จ.ร้อยเอ็ด ซึ่งเริ่มต้นจากการไปอบรมให้ความรู้การพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรมให้กับเกษตรกรในพื้นที่ต่างๆ และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพบ้านหม้อได้เห็นความสำคัญของการนำนวัตกรรมมาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงได้ร่วมกันวิจัยและพัฒนาจนเป็นผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน โดย

วิทยากรทั้งสองท่านได้เสนอแนะแนวทางในการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยกับผู้ประกอบการว่านักวิจัยต้องมีความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์ และปรับปรุงเรื่องการสื่อสารเพื่อนำเสนอให้ผู้ประกอบการเข้าใจเรื่องทางเทคนิคได้ง่ายขึ้น ส่วนผู้ประกอบการต้องให้เวลานักวิจัยในการศึกษาวิจัยเรื่องต่างๆ เนื่องจากนักวิจัยต้องใช้เวลาในวิเคราะห์และบางครั้งมีข้อจำกัดด้านเครื่องมือและอุปกรณ์

- **ขั้นตอนที่สาม** การหาแหล่งทุนสนับสนุน โดยเฉพาะผู้ประกอบการหรือชุมชนที่ต้องการทุนสนับสนุน สกว. มีหลายโครงการที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร่วมมือกับนักวิจัยนำเสนอโครงการเพื่อขอรับทุน

สนับสนุนได้ เช่น โครงการพัฒนานักวิจัยและงานวิจัยเพื่ออุตสาหกรรม (พวอ.) โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (สนช.) ที่จับมือส่งเสริมกิจการขนาดเล็กและขนาดย่อม กิจการเพื่อสังคม วิสาหกิจเริ่มต้นและนักวิจัย เพื่อพัฒนาศักยภาพการเชื่อมโยงผลงานวิจัยสู่การสร้างนวัตกรรมผ่านการสนับสนุน “ทุนวิจัยและนวัตกรรมเพื่อกิจการขนาดเล็กและขนาดย่อม (Research and Innovation fund for Small scale Enterprise : RISE)” เป็นต้น



ภาคอีสานร่วมแบ่งปันความสำเร็จ เพื่อจุดประกายการพัฒนา

สืบคำเกษตรนวัตกรรม



- คุณณัฐปวิทย์ โชคธนาพร
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท สยามเฮอริเบิลแคร์ จำกัด

การเสวนา “**ประสบการณ์ความสำเร็จ (Success Story)**” ที่จัดขึ้นภายในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดขอนแก่น ในช่วงบ่ายนั้นเป็นการแบ่งปันประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจด้านสินค้าเกษตรนวัตกรรมจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยได้รับเกียรติจาก คุณณัฐปวิทย์ โชคธนาพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามเฮอริเบิลแคร์ จำกัด และ คุณมนัสชญาน์ อู่สมบัติชัย เจ้าของก๋วยจั๊บกึ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ” ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

- การผสมผสานหลักธรรมทางพุทธศาสนา หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และหลักการบริหารสมัยใหม่ เป็นแนวทางสู่ความสำเร็จ โดย คุณณัฐปวิทย์ ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพจากสมุนไพร ใช้หลักอิทธิบาท 4 อันได้แก่ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา มาประกอบกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งสอดคล้องกับหลักการบริหารสมัยใหม่ ได้แก่ หลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข คือ ห่วงที่ 1 ประมาทตน คือ รู้จักตัวเอง สำหรับด้านธุรกิจ คือ การนำเอาหลัก SWOT Analysis มาใช้วิเคราะห์ธุรกิจ ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อน จุดที่ควรพัฒนาต่อไป ห่วงที่ 2 การมีเหตุผล ซึ่งเทียบได้กับการทำแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ห่วงที่ 3 ภูมิคุ้มกัน คือ ดำเนินธุรกิจอย่างไม่ประมาท ซึ่งเปรียบเสมือนการประเมินและควบคุมความเสี่ยง เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้น



8 TRF FORUM



สูตรสำเร็จแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ”



- คุณมนัสชญาน์ อยู่สมบัติชัย เจ้าของก๋วยจั๊บกึ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ”

- สำหรับความสำเร็จของก๋วยจั๊บกึ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ” เกิดจากความชอบส่วนตัวและต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสิ่งในตลาดยังไม่มี โดยใช้งานวิจัยเข้ามาช่วย ซึ่งก๋วยจั๊บกึ่งสำเร็จรูปนี้ต่อยอดมาจากงานวิจัยของอาจารย์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่คิดค้นนวัตกรรมแปรรูปเส้นก๋วยจั๊บน้ำหนืดให้สามารถนำมาทำเป็นกึ่งสำเร็จรูปได้ หลังจากนั้น คุณมนัสชญาน์ ได้ติดต่อเพื่อซื้อลิขสิทธิ์งานวิจัยดังกล่าว แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดเพิ่มส่วนประกอบอื่นๆ จนกลายเป็นก๋วยจั๊บกึ่งสำเร็จรูปได้



“จังหวัดเชียงใหม่”

ร่วมสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนา
สินค้าเกษตรนวัตกรรม

ผ่าน
งาน

AGRINNOVATION

2018



Chiang Mai
Thailand

Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)

จังหวัดเชียงใหม่
ร่วมสร้างแรงบันดาลใจ
ในการพัฒนาสินค้า
เกษตรนวัตกรรมผ่านงาน
Agrinnovation 2018

4

ผลักดันอัตลักษณ์ไทย
ผ่านสินค้าเกษตรนวัตกรรม
มุ่งสู่สากล

6

บูรณาการร่วมกันกลายเป็น
สินค้าเกษตรนวัตกรรม

8

สร้างสรรค์ธุรกิจ
ด้วยการต่อยอดจาก
งานวิจัยนวัตกรรม

Editor's Note

บรรณาธิการแปล

การจัดงาน “Agrinnovation 2018” ที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นความร่วมมือที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ทำร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้มีการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายมิติ และขยายผลการใช้ประโยชน์ในส่วนกลางไปสู่ส่วนภูมิภาค ซึ่งการจัดงานร่วมกันในครั้งนี้ นับได้ว่าเป็นครั้งแรกที่มีการนำองค์ความรู้งานวิจัยและเครือข่ายของทั้งสองหน่วยงานไปช่วยพัฒนาศักยภาพให้กับผู้สนใจในภาคเหนือ

จดหมายข่าวฉบับนี้จึงเป็นการสรุปความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน “Agrinnovation 2018” ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งภายในงานนอกจากจะมีการจัดเสวนาเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ผ่านเครือข่ายผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของกรมการค้าต่างประเทศแล้ว ยังมีงานเสวนา “ผลักดันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” ที่ทาง สกว. เป็นผู้จัดหลัก โดยได้เชิญเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญในการแปรรูปและธุรกิจ ร่วมกับนักวิจัยที่ได้รับทุน สกว. ในพื้นที่มาให้แนวทางในการเปลี่ยนไอเดียไปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหารหวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งช่วยให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรมโดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จินตวัฒน์ ไชยชนวงค์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญญพล โคสะพละกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

“ จังหวัดเชียงใหม่ ”

ร่วมสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนา

สินค้าเกษตรนวัตกรรมผ่านงาน

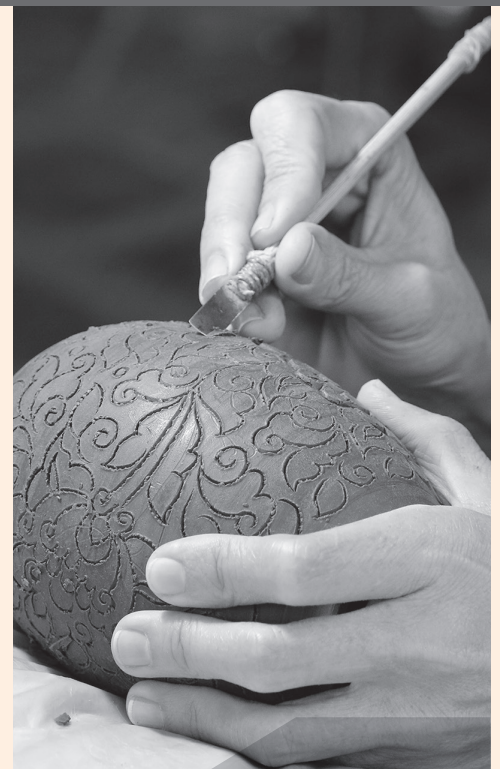
AGRINNOVATION 2018

เวที สกว.
TRF FORUM

นายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ
ประธานในพิธีกล่าวเปิดงานสัมมนา

เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2561 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (Api) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้จัดงาน “Agrinnovation 2018” ขึ้น ณ โรงแรมดิเอ็มเพลส จังหวัดเชียงใหม่ การจัดงานในครั้งนี้เป็นการจัดงานครั้งที่ 2 ในส่วนภูมิภาค ซึ่งต่อเนื่องจากเมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมาจัดขึ้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดแรก

งานนี้ได้รับเกียรติจาก นายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ เป็นประธานในพิธีกล่าวเปิดงานสัมมนาสร้างแรงบันดาลใจในหัวข้อ “**เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม**” ซึ่งการจัดกิจกรรมดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนภาคเหนือได้รับทราบ สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้สนใจและคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในส่วนภูมิภาคมองเห็นถึงแนวทางในการพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นด้วยการใช้นวัตกรรม เพื่อยกระดับ



เศรษฐกิจของประเทศตามนโยบายภาครัฐ โดยสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (API) จะเข้าไปช่วยส่งเสริมสนับสนุนงานวิจัยจากห้องมาสู่ห้าง เอางานวิจัยจากสถาบันต่างๆ มาพัฒนาเป็นสินค้าแล้วนำออกสู่ตลาด พร้อมกับอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การขึ้นทะเบียน ออ. การจดทะเบียนการค้า รวมทั้งเรื่องคำแนะนำทางด้านการตลาด หากผู้ประกอบการมีปัญหาในด้านอื่นๆ สามารถติดต่อเข้ามาที่หน่วยงานได้

ภายในงานสัมมนาประกอบไปด้วยการเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อต่างๆ โดยวิทยากรที่มีชื่อเสียงทางด้านการสร้างแบรนด์ การตลาดออนไลน์ วิทยากรที่ประสบความสำเร็จในด้านสินค้าเกษตรนวัตกรรม ที่จะมาแบ่งปันประสบการณ์ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการให้หันมาสนใจการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรนวัตกรรม หลังจากจัดกิจกรรมที่จังหวัดเชียงใหม่เสร็จสิ้นแล้ว กำหนดการครั้งหน้าจะไปจัดงาน “Agrinnovation 2018” ที่ภาคใต้ จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดสุดท้ายต่อไป เพื่อสร้างความตระหนักรู้ในสินค้าเกษตรนวัตกรรมให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

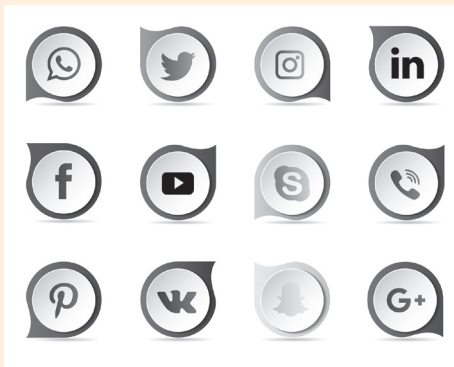
ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ไทย ผ่านสินค้าเกษตรนวัตกรรมมุ่งสู่สากล

การเสวนา “เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม” ที่จัดขึ้นภายในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ได้รับเกียรติจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้านการสร้างแบรนด์ ด้านการตลาด และด้านการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรม มาถ่ายทอดประสบการณ์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยได้รับเกียรติจาก **คุณธนวัฒน์ บวรสถิตชัย** ผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท นีโอเคมีคอล อินดัสตรี้ จำกัด **คุณรัฐศรัณย์ พิรพงศ์เดชา** ผู้ก่อตั้ง คาสทาวน์ (Castown) นำออลมจากเปลือกเมล็ดกาแฟ และ **เกสัชกรหญิงโสภา พิมพ์สิริพานิชย์** ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ ซึ่งมีประเด็นน่าสนใจดังนี้

- **การสร้างแบรนด์**โดยนำอัตลักษณ์ความเป็นไทยเข้าไปใส่ โดยในปัจจุบันแต่ละท้องถิ่นมีผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีลักษณะเด่นเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ และมีเสน่ห์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เฉพาะแตกต่าง การนำสินค้าในชุมชนมาดัดแปลงใส่ในนวัตกรรมพื้นถิ่นเข้าไป จะทำให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และสามารถขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งการนำเอกลักษณ์ของไทยเข้าไปใส่ สามารถทำได้ในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น ชื่อแบรนด์ การออกแบบดีไซน์สินค้า ส่วนผสม
- **วัตถุดิบหลักที่ผลิตในประเทศไทย** เช่น Craft Soda นำเปลือกเมล็ดกาแฟที่ปลูกบนดอยทางภาคเหนือของไทย ซึ่งไม่หมดคุณค่าหลังจากที่สีเอาเมล็ดกาแฟออกแล้ว นำมาผลิตเป็นเครื่องดื่มน้ำออลมจากเปลือกเมล็ดกาแฟ หรือ แป้งคุชชั่นที่ผลิตมาจากสเต็มเซลล์ข้าวหอมนิล ซึ่งการนำข้าวมาเป็นวัตถุดิบนั้นแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี
- **การใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างจุดขายที่แตกต่าง** ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มแล้ว ยังทำให้เป็นผู้นำทางการค้า และช่วย
- **รักษาศักยภาพในการแข่งขัน**อีกด้วย เช่น ผ้าพันคอมีกลิ่นหอม โดยนำเทคโนโลยี **ไมโครเอนแคปซูเลชัน (Microencapsulation)** มาช่วยทำให้เนื้อผ้าคงความสดชื่นมีกลิ่นหอม ทั้งนี้ ถึงแม้ว่าการที่สีเปิดกว้างจะทำให้มีแบรนด์อื่นมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกันออกมาสู่ตลาด แต่การที่ผู้ประกอบการไม่หยุดพัฒนานวัตกรรมเพื่อต่อยอดผลิตสินค้านั้นจะสามารถช่วยขยายและรักษาฐานลูกค้าไว้ได้
- **การทำการตลาดปัจจุบัน** แบ่งออกเป็นแบบการตลาดออนไลน์และออฟไลน์



- เกสเซอร์หญิงโสภา พิมพ์ศิริพานิชย์ คุณรัฐศรัณย์ พิรพงศ์เดชา และคุณธนวัฒน์ บวรสถิตชัย (จากซ้ายไปขวา) ให้เกียรติร่วมเสวนาในหัวข้อ “เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม”



สำหรับการตลาดออนไลน์ในประเทศนั้น ผ่านช่องทาง Social media ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เล่น อินเทอร์เน็ต หากทำการตลาดออนไลน์ ส่งออกต่างประเทศ ผู้ประกอบการต้อง ศึกษาช่องทางออนไลน์ของแต่ละประเทศ ว่าใช้ช่องทางการสื่อสาร ระบบปฏิบัติการ หรือแอปพลิเคชันอะไรบ้าง เช่น ในประเทศ จีน ใช้ WeChat Weibo Tmall Taobao เป็นต้น ส่วนการตลาดออฟไลน์ ถ้าเรามุ่งไปที่ขายนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว ในไทยนั้น ก็ต้องสำรวจตลาดว่าสามารถ วางขายผลิตภัณฑ์ได้ที่ไหน ที่นักท่องเที่ยว สามารถซื้อหาเป็นของที่ระลึกได้

- ทั้งนี้ การทำตลาดให้ประสบความสำเร็จ นั้นวิทยากรแนะนำให้ผู้ประกอบการเน้น การเล่าเรื่องราวเพื่อนำเสนอสินค้า ซึ่งนอกจากจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง

จากแบรนด์อื่นแล้ว ยังทำให้เกิดความยาก ลำบากในการนำไปผลิตเพื่อลอกเลียนแบบ อีกด้วย โดยการเล่าเรื่องราวผลิตภัณฑ์ นับเป็นพื้นฐานของการสร้างแบรนด์ให้ แข็งแรงต่อไปในอนาคต

- วิทยากรได้เสนอแนะให้ภาครัฐสนับสนุน ทั้งด้านการผลิตและการขาย (Supply) และ ด้านกระตุ้นความต้องการ (Demand) ไป พร้อมกันโดยทางด้านการผลิตนั้น ภาครัฐ ควรช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถ นำเอกลักษณ์ไทยไปใส่ในผลิตภัณฑ์ พร้อม ทั้งทางด้านการกระตุ้นความต้องการผู้ บริโภค โดยส่งเสริมความคิดที่ใช้แบรนด์ ไทย การเลือกซื้อสินค้าจากผู้ผลิตชาวไทย และการผลักดันภาพลักษณ์การมีคุณภาพ ของสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

บูรณาการร่วมกัน

กลายเป็น

สินค้าเกษตรนวัตกรรม

ภายในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดเชียงใหม่ ยังได้มีการเสวนา “**ผลักดันความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม**” ซึ่งเป็นเวทีที่ สกว. จัดขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงแนวทางที่จะพัฒนาไอเดียให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ และสามารถนำออกสู่ตลาดได้ ทั้งนี้ ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการ และนักวิจัยที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ได้แก่ **คุณพีรภัทร์ เกียรติภิญโญ** สมาชิกหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดโครงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว. และ **ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์เจริญ แสงวรัตน์** ผู้ช่วยผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (STeP) ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์เจริญ ได้แนะนำภาพรวมการดำเนินงานและบทบาทของอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (STeP) ต่อการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม โดย STeP มีการกิจเป็นศูนย์ดำเนินงานด้านการบริการวิชาการ และการต่อยอด งานวิจัยเชิงธุรกิจ ส่งเสริมสนับสนุนความเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และภาคอุตสาหกรรม (University-Industry Linkage) การบูรณาการองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัย ภาคอุตสาหกรรม และงานวิจัยที่เชื่อมโยงกับองค์กรต่างประเทศ รวมถึงการต่อยอดงานวิจัยและองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยในปลายน้ำเพื่อให้เกิดธุรกิจจริง การบ่มเพาะและการสนับสนุนการจัดตั้ง Startup company และนอกจากนั้น STeP ยังมีการกิจหลักในการประสานงานกับหน่วยงานส่วนกลางเพื่อเชื่อมโยงโครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ ภาคเหนือกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สำหรับภาคเหนือที่มีพื้นที่ทำการเกษตรประมาณร้อยละ 60-70 ของพื้นที่ทั้งหมด การเริ่มต้นเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีพื้นฐานมาจากภาคเกษตรนั้น สามารถปรึกษาได้ที่ STeP ซึ่งผู้ประกอบการอาจอยู่ในระยะเริ่มต้นที่มีเพียงแนวคิดเกี่ยวกับวัตถุดิบโดดเด่นในพื้นที่เป็นองค์ประกอบหลักเท่านั้น หรืออยู่ในระดับกลางของการพัฒนาที่ต้องการหาพันธมิตรต่อยอดการผลิตให้เป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ทั้งนี้ STeP จะเป็นตัวกลางประสานงานเชื่อมโยง ผู้ประกอบการทั้งที่เป็นรายย่อยและรายใหญ่กับนักวิจัยให้เข้าหากัน เพื่อสนับสนุนให้เกิดการค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแสวงหาแนวทางในการ

พัฒนางานวิจัยที่หลากหลาย เช่น เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น โดยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์เจริญ ได้ยกตัวอย่างการนำนวัตกรรม Plasma Treatment มาประยุกต์ใช้ในด้านอาหารและเกษตรนวัตกรรม ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว เช่น การปรับปรุงคุณภาพดิน ปุ๋ยและเมล็ดพันธุ์ ด้านความปลอดภัยของอาหาร เช่น การกำจัดแบคทีเรียและสารฆ่าแมลงตกค้างในอาหาร กระบวนการจัดเก็บ เช่น การคงความสดและเพิ่มระยะเวลาการจัดเก็บอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตร และกระบวนการกำจัดของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการต่างๆ เช่น กำจัดน้ำเสียและของเสียจากอุตสาหกรรมแปรรูปทางการเกษตร เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้ยกตัวอย่างการพัฒนางานวิจัยจากระดับห้องปฏิบัติการมหาวิทยาลัยเชียงใหม่สู่โรงงานต้นแบบและใช้แมลงด้วยคลื่นความถี่วิทยุภายใต้การสนับสนุนของ STeP โดยงานวิจัยนี้เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ผ่านกระบวนการวิจัยและสามารถตีพิมพ์ผลงานวิจัยได้มากกว่า 20 บทความ ในช่วงแรกมีกำลังการผลิตเพียง 300 กรัมถึง 3 กิโลกรัม จึงยังไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ในระดับอุตสาหกรรม จนกระทั่งได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ จึงได้เริ่มกระบวนการขยายผลสู่ภาคอุตสาหกรรมอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2555 และสามารถพัฒนาเป็นโรงงานต้นแบบได้สำเร็จ ซึ่งปัจจุบันมีกำลังการผลิตสูงสุด 3 ตันต่อชั่วโมง พร้อมให้บริการอยู่ในอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ จ.เชียงใหม่ ปัจจุบันอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ จ.เชียงใหม่ ยังได้พัฒนาศูนย์วิจัยและทดสอบอาหารนวัตกรรมครบวงจร และโรงงานต้นแบบนวัตกรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนม์เจริญ แสงรัตน์
และ คุณพิรภัทร์ เกียรติภิญโญ (จากซ้ายไปขวา)
ให้เกียรติเข้าร่วมเสวนาในหัวข้อ
“ผลึกความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต
การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม”



อาหารครบวงจร ที่มีมาตรฐานและทันสมัยเพื่อให้บริการสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับนักวิจัย และยังไม่มีความพร้อมที่จะสร้างโรงงานผลิตด้วยตนเอง

- สกว. มีความพร้อมในการร่วมมือกับ STeP ในการสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการเอาองค์ความรู้ นักวิจัย และเครื่องมือ เข้าสู่ผู้ประกอบการในภาคเหนือ โดยสนับสนุนตั้งแต่จุดเริ่มต้นคือการพัฒนาแนวคิดต่อยอดเชื่อมโยงกับงานวิจัยที่มีอยู่ หรือร่วมมือกับนักวิจัยพัฒนาคิดค้นเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ พร้อมทั้งเป็นแหล่งเงินทุนสนับสนุนผู้ประกอบการที่ต้องการเงินทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ จนถึงขั้นตอนการหาทุนในการผลิตจนกลายเป็นสินค้าที่ขายออกสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้
- การที่ สกว. และ STeP เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการและนักวิจัยนั้น จะช่วยให้เกิดการลดช่องว่างการสื่อสารและเกิดการพัฒนางานได้ดีขึ้น โดยช่วยให้ผู้ประกอบการและนักวิจัยปรับตัวเข้าหากัน ปรับเปลี่ยนแนวความคิดให้สอดคล้อง รับฟังมุมมองในอีกแง่หนึ่ง โดยมุมมองของนักวิจัยที่เน้นเรื่องนวัตกรรมและงานวิจัยควรจะสอดคล้องกับมุมมองของผู้ประกอบการในด้านการตลาดและผู้บริโภค โดยคุณพิรภัทร์ได้ยกกรณีศึกษาการทำงานร่วมกันของนักวิจัยกับผู้ประกอบการ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วลักษณะการทำงานของนักวิจัยและผู้ประกอบการมีความแตกต่างกัน โดยนักวิจัยส่วนใหญ่ต้องการเวลาในการศึกษาวิจัย และต้องมีความมั่นใจในความ

ถูกต้องของผลงาน ขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการคำตอบหรือผลงานเพื่อไปใช้ในเชิงพาณิชย์ให้เร็วที่สุด จึงมักเกิดความขัดแย้งในการทำงาน และหากเป็นผู้ประกอบการต่างชาติซึ่งมีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมร่วมด้วยจะทำให้ทำงานร่วมกันลำบาก ตัวกลางที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้ประกอบการและนักวิจัยนั้นจึงมีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้การพัฒนางานวิจัยไปสู่เชิงพาณิชย์ได้สำเร็จ

- วิทยาการได้เสนอแนะให้ภาครัฐสนับสนุนการให้ข้อมูลที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด เทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มตลาดในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการและนักวิจัยสามารถปรับเปลี่ยนไปให้ทันกับโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างยั่งยืน คุณพิรภัทร์ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกับผู้ประกอบการในด้านสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์และการตลาด คือ ต้องเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภค และมองหาลตลาดใหม่ๆ เช่น ประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้ว และไม่ได้ต้องการสินค้าที่ต้องใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสูงมาก เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเริ่มต้นธุรกิจจากสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่ไม่ต้องลงทุนสูงมาก่อน จากนั้นจึงค่อยๆ พัฒนาสินค้าให้มีการใช้นวัตกรรมในระดับที่สูงขึ้นเมื่อธุรกิจเริ่มมีความมั่นคงและมีเงินทุนมากขึ้น

สร้างสรรค์ธุรกิจ

ด้วยการต่อยอด

จากงานวิจัยนวัตกรรม



- คุณณัฐวุฒิ เผาปรีชา ผู้ผลิตและจำหน่ายขนมเพื่อสุขภาพ เจ้าของตราสินค้า Wel-B
- คุณมนัสชญาน์ อู่สมบัติชัย เจ้าของก้วยจ๊ับกึ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ”

การเสวนา “**ประสบการณ์ความสำเร็จ (Success Story)**” ที่จัดขึ้นภายในงาน Agrinnovation 2018 จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงบ่ายนั้นเป็นการแบ่งปันประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจด้านสินค้าเกษตรนวัตกรรม โดยได้รับเกียรติจาก **คุณณัฐวุฒิ เผาปรีชา** ผู้ผลิตและจำหน่ายขนมเพื่อสุขภาพ เจ้าของตราสินค้า Wel-B และ **คุณมนัสชญาน์ อู่สมบัติชัย** เจ้าของก้วยจ๊ับกึ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ” ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

- สำหรับสินค้า Wel-B นั้น คุณณัฐวุฒิ ให้แรงบันดาลใจกับผู้ที่ไม่เคยทำธุรกิจผ่านประสบการณ์ส่วนตัวว่า สินค้าดังกล่าวเริ่มจากที่ไม่มีความรู้พื้นฐานความรู้ และไม่มีประสบการณ์ทางการเกษตรและนวัตกรรมมาก่อน แต่มีความคิดที่ต้องการทำธุรกิจที่สามารถส่งเสริมให้ประเทศไทยได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในระดับสากล
- การเริ่มทำธุรกิจเกิดจากการพิจารณาจุดเด่นและจุดด้อยของตนเองและประเทศไทยในภาพรวม โดยเลือกพัฒนาสินค้าเกษตรโดยเฉพาะทุเรียน ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงอันดับหนึ่งของประเทศไทย มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดแรกของบริษัท นอกจากนั้น ธุรกิจจะเน้นที่สินค้าเกษตรนวัตกรรมเป็นหลัก เนื่องจากการขาดความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ด้านการเพาะปลูกสินค้าเกษตร จึงไม่สามารถแข่งขันกับชาวสวน และผู้ค้าที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตได้
- ผลลัพธ์การแปรรูปสินค้าเกษตรเกิดจากการค้นคว้าหาข้อมูลนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปทุเรียน ทั้งนี้ เนื่องจากเคยทำงานเป็นที่ปรึกษาให้กับกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จึงทำให้มีข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานรัฐที่ให้การสนับสนุน ทั้งในส่วนของเงินสนับสนุน งานวิจัย การพัฒนา การซื้อเครื่องจักร เช่น สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) หรือสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ภายหลังการปรึกษากับนักวิจัย จึงทำให้ทราบว่าทีมงานวิจัยชิ้นหนึ่งที่ยังไม่ได้นำไปต่อยอดใช้ประโยชน์ จึงร่วมมือกับอาจารย์นักวิจัย

พัฒนาต่อยอดจนกลายเป็นนวัตกรรมสินค้าทุเรียนอบกรอบ ซึ่งเป็นสินค้าแรกที่จัดจำหน่าย โดยใช้นวัตกรรมการถนอมอาหาร “Freeze-dried” หลังจากนั้นก็พัฒนาสินค้าเป็นผัก ผลไม้ชนิดอื่นๆ ตามมา

- ความสำเร็จของตราสินค้า Wel-B นั้น ให้น้ำหนักไปที่การสร้างแบรนด์ให้มีความน่าเชื่อถือ โดยดำเนินการผ่านการเดินสายเข้าประกวดทั้งประเทศไทยและต่างประเทศ หากได้รับรางวัลก็จะเป็นสิ่งที่รับประกันและเพิ่มความน่าเชื่อถือของแบรนด์ได้ นอกจากนี้ ยังต้องสร้างมูลค่าสินค้าโดยใช้การสร้างเรื่องราวให้กับตัวสินค้าให้มีความแตกต่าง ทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้เป็นสินค้าพรีเมียม คุณค่าที่ผู้บริโภคได้จากการซื้อสินค้า คู่กับเงินที่จ่ายไปสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดผู้บริโภคก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน เพราะเป็นสิ่งแรกที่จะทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจเลือกซื้อสินค้า และสิ่งสุดท้ายจะต้องไม่หยุดพัฒนา สร้างสินค้าใหม่นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจ
- ในส่วนของ ก้วยจ๊ับกึ่งสำเร็จรูปแบรนด์ “จ๊ับ จ๊ับ” โดยคุณมนัสชญาน์ เจ้าของก้วยจ๊ับสำเร็จรูปจากจังหวัดอุบลราชธานี ที่มาถ่ายทอดประสบการณ์ความสำเร็จจากสินค้าเกษตรนวัตกรรม “จ๊ับ จ๊ับ” สร้างขึ้นมาจากแรงบันดาลใจที่อยากทานก้วยจ๊ับแบบบ้านเกิด จึงเกิดแนวความคิดที่จะทำให้ก้วยจ๊ับกึ่งสำเร็จรูปขึ้น และคงรสชาติแบบดั้งเดิม โดยส่วนประกอบหลัก เส้นก้วยจ๊ับญวน ต่อยอดมาจากงานวิจัยของอาจารย์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่คิดค้นนวัตกรรมแปรรูปเส้นก้วยจ๊ับญวนให้สามารถทำเป็นกึ่งสำเร็จรูปได้ จึงติดต่อเพื่อซื้อลิขสิทธิ์งานวิจัยดังกล่าว แล้วนำมาพัฒนาต่อยอดเพิ่มส่วนประกอบอื่นๆ ได้แก่ ผงชูรสต้นตำรับ และ เครื่องเคียง ไม่ว่าจะเป็น หมูยอ กระเทียมเจียว ต้นหอมซอย และพริกคั่ว ที่บรรจุในซองมาพร้อมเสิร์ฟกับเส้นก้วยจ๊ับ เพื่อให้สะดวกพร้อมรับประทาน

การหลุดพ้นกับดัก ประเทศรายได้ปานกลาง ด้วย **วิจัยและนวัตกรรม**

RESEARCH &
INNOVATION



MIDDLE
INCOME
TRAP

Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)

การหลุดพ้นกับดัก
ประเทศรายได้ปานกลาง
ด้วยวิจัยและนวัตกรรม

การเติบโต 4

10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย
ที่ 7.2% เพื่อพ้นกับดัก
รายได้ปานกลาง

6

ผลักดันอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์ให้มีบทบาท
ในการพัฒนาเศรษฐกิจ
ของประเทศ

7

5 ผลิตภัณฑ์ฐานชีวภาพ
นาร่องการพัฒนาประเทศ
แบบบูรณาการ

Editor's Note

บรรณาธิการแถลง

กับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) เป็นหนึ่งในปัญหาทางเศรษฐกิจสำคัญที่ไทยเผชิญมาแล้วหลายทศวรรษ รัฐบาลชุดปัจจุบันให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวเป็นอย่างมาก และได้เสนอยุทธศาสตร์ “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งใช้เป็นแนวทางการพัฒนาประเทศเพื่อข้ามพ้นกับดักรายได้ปานกลางจนสามารถยกระดับเศรษฐกิจไปสู่การเป็นประเทศในกลุ่มที่มีรายได้สูงได้ โดยหนึ่งในนโยบายที่สำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวคือ การมุ่งส่งเสริมอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ 10 อุตสาหกรรม หรือที่รู้จักกันในนาม 10 อุตสาหกรรม S-Curve ที่จะเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่อเนื่อง และส่งผลผลักดันให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมได้

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เล็งเห็นความสำคัญของยุทธศาสตร์ชาติดังกล่าว จึงได้จัดให้มีชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลาง” เป็นการเฉพาะ และได้จัดให้มีการสัมมนา “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางด้วยวิจัยและนวัตกรรม” เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนความเห็นกับภาคนโยบายที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่นำเสนอในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 3 เรื่อง ซึ่งมีข้อเสนอแนะที่สามารถช่วยให้ภาครัฐกำหนดอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม S-Curve ได้เหมาะสมต่อการหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลางภายใน 20 ปีได้อย่างชัดเจน นอกจากนั้น ยังช่วยเสนอแนะรายชื่อผลิตภัณฑ์นำร่องในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทั้งอุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพที่มีศักยภาพในการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรมอีกด้วย

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ที่สรุปสาระสำคัญจากการจัดสัมมนาดังกล่าวจะให้แนวทางการพัฒนาประเทศเพื่อหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลางโดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จินตวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญญาพล โคสะพลกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

การหลุดพ้นกับดัก ประเทศรายได้ปานกลาง ด้วยวิจัยและนวัตกรรม

รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวดี โพชนุกูล
รองผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ด้านการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ ประธานกล่าวเปิดการสัมมนา



เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ.2561 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยโครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
ร่วมกับสำนักงานประสานงานโครงการวิจัยเชิงนโยบายภายใต้การวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ เรื่องการหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลาง ได้จัดงานสัมมนาเผยแพร่ (TRF
Forum) ในหัวข้อ “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางด้วยวิจัยและนวัตกรรม” ณ โรงแรมเดอะ สุกอสล กรุงเทพมหานคร

งานดังกล่าวจัดขึ้นเพื่อให้นักวิจัยที่ได้รับทุนจาก สกว. ภายใต้ชุดโครงการวิจัย
เชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Research Issue: SRI-12) ซึ่งมีทั้งหมด 12 เรื่อง และหนึ่งใน
นั้นคือ “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลาง” มานำเสนอข้อค้นพบและ
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยต่อผู้เข้าร่วมการประชุมซึ่งเป็นตัวแทนภาครัฐ และภาคเอกชน
ที่เกี่ยวข้อง โดยงานวิจัยชุดนี้ส่งผลในการตอบสนองความต้องการการพัฒนาประเทศ
อย่างบูรณาการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปัทมาวดี โพชนุกูล รองผู้อำนวยการสำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.) ด้านการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ เป็นประธานกล่าวเปิดโครงการ
สัมมนาว่า การผลักดันให้ประเทศไทยพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางนั้น
มีหัวรั้วจักรในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญคือ 10 อุตสาหกรรมหลัก (S-Curve) ซึ่ง
ในปัจจุบัน สกว. ได้มีการให้ทุนภายใต้ชุดโครงการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ SRI-12 (Strategic
Research Issue: SRI-12) ที่จะนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่พิสูจน์ใน
เชิงวิชาการแล้ว ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนนโยบายพัฒนา
เศรษฐกิจของประเทศโดยการจัดเวทีการสัมมนาในครั้งนี้ เป็นการนำผลงานวิจัยเบื้องต้น
จำนวนหนึ่งมารับฟังความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะนำ
ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น ไปปรับปรุงงานวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และนำผลงานวิจัยเป็น
ตัวกลางนำไปสู่การผลักดันเชิงนโยบายต่อไป ซึ่งในอนาคตอันใกล้ สกว. มีความคาดหวัง
ที่จะเห็นเครือข่ายที่บูรณาการ ไม่เพียงเฉพาะนักวิชาการ รวมไปถึงผู้กำหนดนโยบาย
ภาคอุตสาหกรรม ภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม โดยใช้ฐานวิชาการเป็นตัวกลางใน
การผสมผสานองค์ความรู้ เพื่อที่จะยกระดับทั้งกลุ่มอุตสาหกรรม ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่
รัฐบาลกำหนดไว้ได้สำเร็จ ซึ่งงานวิจัยที่นำมาเสนอในงานมีทั้งหมด 3 โครงการ ดังต่อไปนี้

1 “แนวคิดการคัดเลือกและผลักดันอุตสาหกรรม
ยุทธศาสตร์ของไทยเพื่อผลักดันประเทศให้พ้น
กับดักรายได้ปานกลาง”

โดย ดร.ณรรักษ์ พิศลยบุตร
นักวิจัยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
(ทีดีอาร์ไอ)

2 “ความสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อ
การผลักดันเศรษฐกิจไทย แนวคิดในการคัดเลือก
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมาย”

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ธร วราชัยและคณะ
จากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3 “การจัดทำแนวทางพัฒนาเทคโนโลยีและการจัดทำแผนที่
นำทาง (Roadmap) กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเชื้อเพลิง
ชีวภาพและเคมีชีวภาพ”

โดย ดร.วรินทร์ สงคศิริ
จากศูนย์ความเป็นเลิศเฉพาะทาง ด้านการจัดการ
และใช้ประโยชน์จากของเสียอุตสาหกรรมเกษตร
อาจารย์วชิรณ มีรอด และนายถาวร รัตติวิทพาณิช
นักวิเคราะห์โครงการสำนักประสานงานชุดโครงการ
อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ

การเติบโต 10% 7.2% เพื่อพ้นกับดักรายได้ปานกลาง

S-Curve

ดร.ณรรักษ์ พิศลยบุตร
นักวิจัยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย



งานวิจัย เรื่อง แนวคิดการคัดเลือกและผลักดันอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของไทยเพื่อผลักดันประเทศให้พ้นกับดักรายได้ปานกลาง ของ ดร.ณรรักษ์ พิศลยบุตร นักวิจัยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) พบความสอดคล้องการคัดเลือกอุตสาหกรรมเป้าหมายระหว่างแบบจำลองที่งานวิจัยชิ้นนี้ดำเนินการขึ้นกับการตั้งเป้าหมายของภาครัฐ นอกจากนั้น งานวิจัยยังได้เสนอแนะอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ 10 อุตสาหกรรม หรือที่รู้จักกันในชื่อ “อุตสาหกรรม S-Curve” เพื่อจะทำให้ไทยหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลางตามเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

- การคัดเลือกอุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 อุตสาหกรรมที่นำเสนอในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ดำเนินการก่อนที่รัฐบาลกำหนดรายชื่ออุตสาหกรรมเป้าหมาย แต่กลับพบว่าผลจากแบบจำลองของงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ชาติ 10 อุตสาหกรรมที่ภาครัฐให้การสนับสนุนและพัฒนาอยู่ในปัจจุบัน โดยความสอดคล้องดังกล่าวสามารถช่วยยืนยันความมีศักยภาพของอุตสาหกรรม S-Curve ที่รัฐบาลกำหนดได้
- จากผลการทำแบบจำลองเพื่อหาเงื่อนไขที่ต่ำที่สุดที่จะทำให้ประเทศไทยพ้นสภาพกับดักประเทศรายได้ปานกลางภายในระยะเวลาเป้าหมายที่ภาครัฐระบุภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม 4.0 นั้น พบว่า 10 อุตสาหกรรม S-Curve ต้องมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี เพื่อที่จะสร้างผลเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้เติบโตที่ร้อยละ 3.9 ต่อปี โดยผลจากการเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าวจะทำให้เศรษฐกิจไทยโดยรวมขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 ต่อปี ด้วยอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศในระดับนี้จะทำให้ประเทศไทยพ้นสภาพกับดักประเทศรายได้ปานกลางภายในปี พ.ศ.2579 ตามที่ได้วางไว้ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี
- ผลการประมาณการของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2561) พบว่าเศรษฐกิจไทยหลังวิกฤติเศรษฐกิจสหรัฐฯ อยู่ที่เฉลี่ยร้อยละ 3.1 ต่อปี ซึ่งอัตราการขยายตัวดังกล่าวต่ำกว่าอัตราการเติบโตที่ควรจะเป็น เมื่อพิจารณาจากศักยภาพของประเทศไทยที่น่าจะขยายตัวได้ถึงร้อยละ 3.7-4 ต่อปี
- การเติบโตของประเทศที่ต่ำกว่าศักยภาพที่ควรจะเป็นของไทยนั้นเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของการแข่งขันจากประเทศอื่น แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีแบบฉับพลัน การจ้างงานภายในประเทศที่ลดลง และการเข้าสู่สังคมสูงวัย อย่างไรก็ตาม งานวิจัยคาดการณ์ว่าการที่ภาครัฐไม่กำหนดอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนจะยิ่งส่งผลเสียให้กับเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตมากกว่า โดยผลจากแบบจำลองพบว่า การปล่อยให้เศรษฐกิจไทยในอนาคตเติบโตโดยไม่มีการกำหนด 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายจะทำให้เศรษฐกิจเติบโตเพียงร้อยละ 2.1 ซึ่งจะยิ่งทำให้ไทยไม่สามารถหลุดพ้นสภาพกับดักรายได้ปานกลางได้ตามกำหนด
- ผู้วิจัยเสนอให้ภาครัฐกำหนดเป้าหมายการเติบโตของอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์อย่างชัดเจน และต่อเนื่องในระยะที่สมควร เช่น การกำหนดเกณฑ์เป้าหมายการเติบโตของ 10 อุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5-7.2 ต่อปี ในขณะที่อุตสาหกรรมที่เป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง (ต้นน้ำ-ปลายน้ำ) ควรมีการกำหนดการเชื่อมโยงอย่างชัดเจน และตั้งเป้าหมายให้มีการเติบโตไม่น้อยกว่าร้อยละ 3.9-5 ต่อปี

- ถึงแม้ภาครัฐควรจะมีการกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนก็ตาม แต่ยุทธศาสตร์นั้นต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้เมื่อบริบทแตกต่างออกไป ทั้งนี้ เนื่องจากกรอบยุทธศาสตร์ชาติที่กำหนดสำหรับระยะเวลา 20 ปีนั้นเป็นการวางแผนระยะยาวที่สถานการณ์ทางด้านการผลิตและความต้องการอาจแตกต่างมากจากปัจจุบัน ซึ่งผู้วิจัยเสนอให้ธรรมาภิบาลเป็นกลไกที่สำคัญในการควบคุมการพัฒนาและผลักดันอุตสาหกรรมไปสู่เป้าหมาย โดยการเปลี่ยนแปลงทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมควรดำเนินการผ่านการใช้งานวิจัยมาประกอบการพิจารณาและปราศจากการแทรกแซงจากกลุ่มผลประโยชน์ ทั้งนี้ เนื่องจากการผลักดันการสนับสนุนในอุตสาหกรรมที่ไม่มีศักยภาพ หรือมีศักยภาพน้อย จะยิ่งทำให้ภาครัฐสูญเสียโอกาสที่จะผลักดันอุตสาหกรรมที่เป็นความหวังในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ



ตารางเปรียบเทียบความสอดคล้อง

10 อุตสาหกรรมที่นำเสนอในงานวิจัย กับ 10 อุตสาหกรรมของภาครัฐ



10 อุตสาหกรรมที่นำเสนอในงานวิจัย

10 อุตสาหกรรมของภาครัฐ

Food products and beverages	01	อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร
Chemicals and chemical products	02	อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ
Rubber and plastic products	03	
Fabricated metal products	04	
Machinery and equipment	05	อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อการอุตสาหกรรม
Office, accounting and computing machinery	06	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
Radio, television and communication equipment and apparatus	07	
Electrical machinery and apparatus	08	
Medical, precision and optical instruments, watches and clocks	09	อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
Motor vehicle	10	อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่

ที่มา : การบรรยายของ ดร.ณัฐริฎ ติศลยบุตร (TRF Forum, 14 มิถุนายน 2561)

ผลักดัน

อุตสาหกรรม

สร้างสรรค์

ให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ธร วราภัย
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



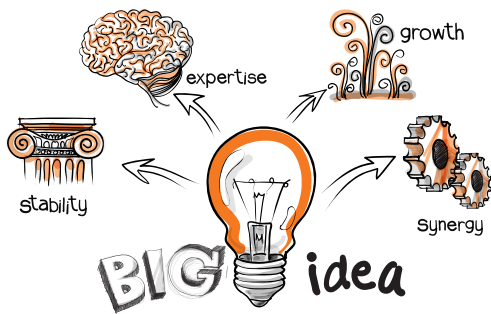
งานศึกษาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ธร วราภัย และคณะ จากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เรื่อง “ความสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อการผลักดันเศรษฐกิจไทย: แนวคิดในการคัดเลือกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมาย” ซึ่งผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีส่วนสำคัญในการทำให้เศรษฐกิจไทยเติบโต และจะสามารถช่วยประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง โดยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) อุตสาหกรรมแฟชั่น (2) อุตสาหกรรมสื่อ และ (3) อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม

- กรอบการคัดเลือกอุตสาหกรรมเป้าหมายนั้น คณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดและรูปแบบตัวกรองที่หลากหลายมาช่วยในการพิจารณา โดยยึดหลักการจำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใหม่ตามนิยามของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (The United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) และนำมาพิจารณาตามเกณฑ์ (1) สัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อ GDP (2) การวิเคราะห์ต้นทุน (3) มูลค่าเพิ่มจากแรงงานสร้างสรรค์ (4) การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองดุลยภาพทั่วไปเชิงพลวัต (DCGE Model) นอกจากนี้ได้ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์แบบ Backward-Forward Linkage Analysis การวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis และการวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix ในการหาความเชื่อมโยงแต่ละรายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ของประเทศ เพื่อให้เห็นภาพรวมผลการสนับสนุนอย่างครอบคลุมทุกมิติ
- ผลจากการวิเคราะห์ด้วยการใช้แนวคิดและตัวกรองที่หลากหลายดังกล่าว พบว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมาย 3 อันดับแรกที่รัฐควรให้การสนับสนุน คือ (1) แฟชั่น (Fashion) (2) สื่อ (Media) และ (3) หัตถอุตสาหกรรม (Craft) โดยการสนับสนุนในสามกลุ่มจะส่งผลดีต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในภาพรวมอย่างต่อเนื่องได้มากกว่าในรายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น
- อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นท้าทายเชิงนโยบายที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญ ดังต่อไปนี้
 1. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านนวัตกรรม ควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มทุนทางปัญญาให้แก่แรงงาน โดยภาครัฐไม่เพียงแต่จะต้องช่วยปรับเปลี่ยนระบบวิธีคิด (Mindset) ของแรงงานในเรื่องเทคโนโลยีและนวัตกรรมเท่านั้น แต่ควรต้องเพิ่มแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Mindset) และความสามารถในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (Business Agility) ให้กับแรงงานในภาพรวมด้วย
 2. การกำหนดพื้นที่ทางเศรษฐกิจเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์จำเป็นต้องคำนึงถึงการกระจุกตัว การกระจายตัว และคุณลักษณะของแรงงานสร้างสรรค์ที่เฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่ด้วย ในการนี้ การดำเนินการของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative and Design Center: TCDC) ที่ดำเนินการช่วยพัฒนาเขตเจริญกรุง กรุงเทพฯ และบางพื้นที่ในต่างจังหวัดสามารถเป็นต้นแบบการสร้าง “ย่านความคิดสร้างสรรค์ (Creative District)” ที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของชุมชน เพื่อสร้างรายได้ สร้างงาน และกระจายความเจริญได้เป็นอย่างดี

ของขงยุทธศาสตร์
ศรายได้ปานกลาง
รรม”
61
กรงเพว



(จากซ้ายไปขวา) อาจารย์ ดร.วินัย หอมสมบัติ และ คุณนรา เป็นประหยัด
คณะผู้วิจัยร่วมกับผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ธร วราชัย



3. ภาครัฐควรส่งเสริมนิยามของ “อาชีพเชิงสร้างสรรค์” ให้ชัดเจน เพื่อสามารถช่วยพัฒนาองค์ความรู้ทั้งในเชิงเทคโนโลยีและการประกอบธุรกิจที่ตอบสนองได้ตรงความต้องการกับรายอุตสาหกรรมได้มากขึ้น นอกจากนี้สามารถช่วยวัดคุณภาพของแรงงานสร้างสรรค์ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจได้อย่างชัดเจนมากขึ้น
4. การสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการในกลุ่มเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา โดยภาครัฐควรประชาสัมพันธ์ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำสิทธิบัตร หรือทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบต่างๆ ไปแสวงหาผลประโยชน์ในระยะยาวได้
5. การปรับการแบ่งภาคเศรษฐกิจในระดับมหภาคของไทย จากเดิมที่ประกอบไปด้วยสามภาคเศรษฐกิจหลัก ได้แก่ ภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคการบริการ โดยคณะผู้วิจัยเสนอให้ปรับเพิ่มภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้าเป็นกลุ่มที่สี่ในภาคเศรษฐกิจหลักด้วย ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการออกแบบเชิงนโยบายในอนาคตที่จะทำให้ทราบถึงคุณภาพของภาคเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีการพัฒนาประเทศได้อย่างชัดเจนขึ้น

5 ผลิตภัณฑฐานชีวภาพนำร่อง การพัฒนาประเทศแบบบูรณาการ



รองศาสตราจารย์ ดร.พงศ์พันธ์ แก้วตาคิพย์
ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม สกว.

การวิจัยเรื่อง “การจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพในประเทศไทย” โดย ดร.วรินทร์ สงคศิริ อาจารย์วิษรินทร์ มีรอด และคุณกาวร รัตติโกวพานิชย์ พบว่ามี 5 อุตสาหกรรมฐานชีวภาพที่ภาครัฐควรให้การสนับสนุนเป็นผลิตภัณฑนำร่อง ได้แก่ เอทานอล, กรดแลกติก, ไบโอดีเซล, กลีเซอรอล และเมทิลเอสเทอร์ซิลโฟเนต ซึ่งการพัฒนาทั้ง 5 อุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถดำเนินการได้ในครบทุกกระบวนการผลิต ตั้งแต่การพัฒนาวัตถุดิบ การพัฒนากระบวนการผลิต ไปจนถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ



นักวิจัยถ่ายภาพร่วมกัน พร้อมด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ เจริญพร ผู้ประสานงาน สำนักประสานงานการวิจัยการและพัฒนาชุดโครงการ “การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลาง” (ลำดับที่ 4 จากซ้าย)



(จากซ้ายไปขวา)

คุณถาวร รัตติโกวาพาณิชย์, รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ เจริญพร

(ผู้ดำเนินรายการ)

ดร.วรินทร์ สงคศิริ และ อาจารย์วิชชิน มืรอด

- อุตสาหกรรมฐานชีวภาพในปัจจุบันของไทยนั้น มีความเกี่ยวข้องกับหลายอุตสาหกรรมต่อเนื่อง มีความเชื่อมโยงกับหลายภาคส่วน และยังมีทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน โดยเมื่อพิจารณาจาก 10 อุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ S-Curve ที่ภาครัฐกำหนดแล้ว พบว่า อุตสาหกรรมฐานชีวภาพมีความเชื่อมโยงถึง 5 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมการแพทย์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวการเกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร พร้อมทั้ง อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ การเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในหลายอุตสาหกรรมดังกล่าว ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภาครัฐและเอกชนมีจำนวนมาก จึงมีความจำเป็นที่ต้องคัดเลือก อุตสาหกรรมฐานชีวภาพที่มีศักยภาพ เพื่อนำร่องการพัฒนา
- คณะผู้วิจัยได้คัดเลือก 5 ผลิตภัณฑ์ฐานชีวภาพนำร่องการพัฒนา โดยพิจารณาจากศักยภาพในปัจจุบันและทิศทางการพัฒนาในอนาคตของประเทศ ได้แก่ เอทานอล, กรดแลคติก, ไบโอดีเซล, กลีเซอรอล และเมทิลเอสเทอร์อัลโฟเนต โดยส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการของตลาดภายในประเทศรองรับอยู่แล้ว ในขณะที่ เมทิลเอสเทอร์อัลโฟเนต เป็นผลิตภัณฑ์ในอนาคตที่ประเทศไทยควรผลักดัน
- แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์นำร่องแบบครบกระบวนการผลิต ตั้งแต่การพัฒนาวัตถุดิบ การพัฒนากระบวนการผลิต ไปจนถึง การต่อยอดผลิตภัณฑ์นั้น สามารถทำได้ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้
 1. **เอทานอล** เริ่มจากการพัฒนาวัตถุดิบ โดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาการยีสต์อายุ การเก็บรักษาวัตถุดิบผลิตภัณฑ์ฐานพืช อ้อยและน้ำตาลให้สามารถเก็บเกี่ยวนอกฤดูปลูกได้ การพัฒนา เทคโนโลยีการหมัก การพัฒนาสารดูดซับเพื่อกำจัดน้ำ การทดสอบ ตัวเร่งปฏิกิริยาในอุตสาหกรรม ไปจนถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์ เพื่อทดแทนการนำเข้า
 2. **กรดแลคติก** การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบเพื่อลดของเสีย การต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เป็นวัสดุฐานชีวภาพ เช่น ไบโอฟลาสติก และวัสดุทางการแพทย์

3. **ไบโอดีเซล** การพัฒนาผลผลิตปาล์มต่อไร่ การพัฒนาสายพันธุ์ ปาล์ม และการพัฒนาการสกัดสารมูลค่าสูงจากน้ำมันปาล์ม ก่อนที่จะป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต

4. **กลีเซอรอล** การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์สารกลีเซอรอล มีคุณภาพสูงที่ใช้ในเครื่องสำอาง และการต่อยอดการใช้ของเสีย จากการผลิตกลีเซอรอล

5. **เมทิลเอสเทอร์อัลโฟเนต** การพัฒนารูปแบบทางธุรกิจที่เหมาะสม การพัฒนาฐานข้อมูลและการพัฒนาตัวบุคลากรเพื่อ รองรับเทคโนโลยีในอนาคต

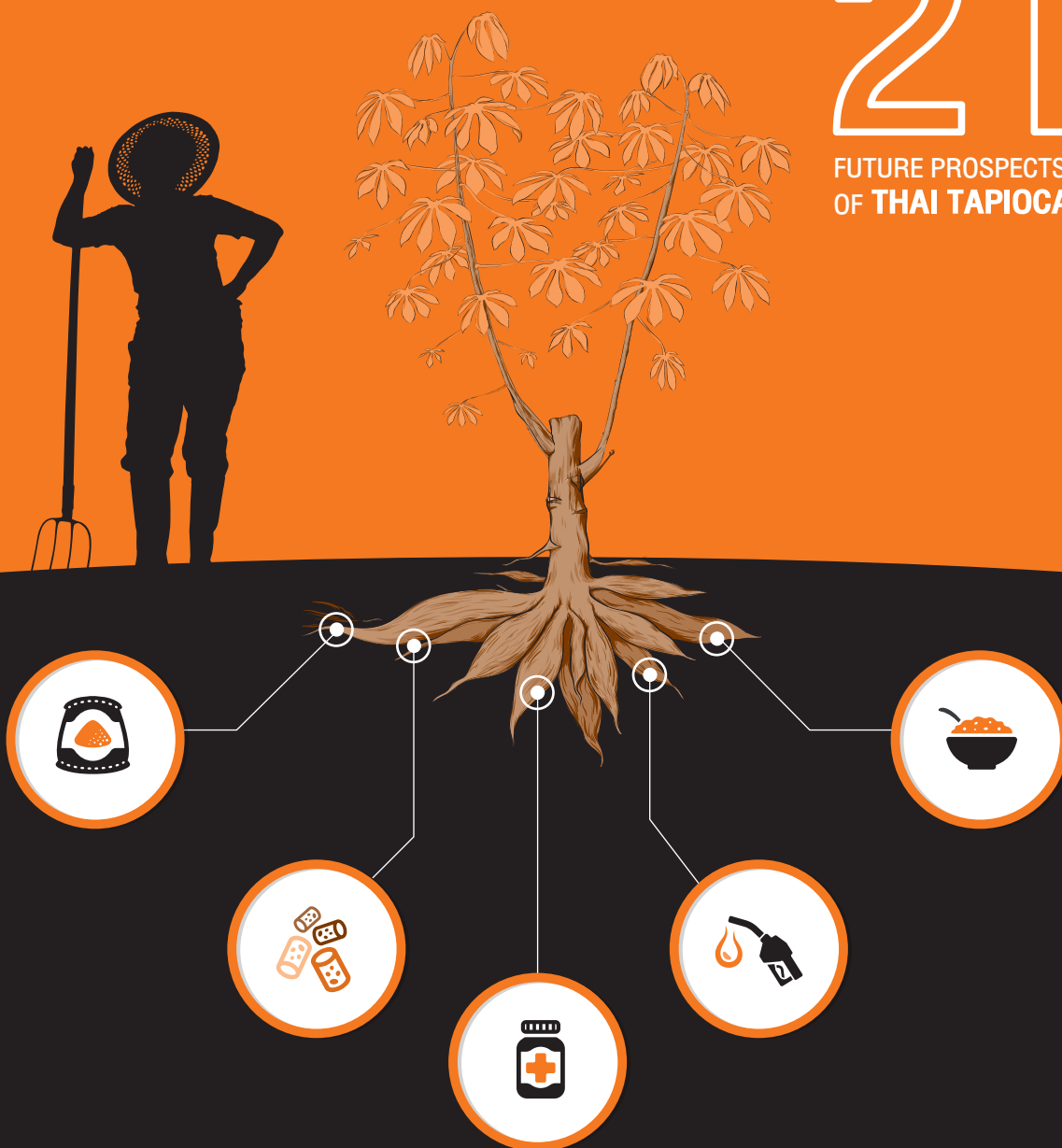
- ข้อเสนอแนะที่คณะผู้วิจัยต้องการให้ภาครัฐดำเนินการคือ การวางแผนระยะสั้น แผนระยะกลาง แผนระยะยาว โดยครอบคลุม ประเด็นโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการทำวิจัย การพัฒนาบุคลากร เชี่ยวชาญ และการพัฒนาองค์ความรู้พื้นฐานสำหรับการพัฒนา เทคโนโลยีในอนาคต

รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์พันธ์ แก้วตาทิพย์ ผู้อำนวยการ ฝ่ายอุตสาหกรรม สกว. ได้กล่าวปิดการประชุมสัมมนาว่า โครงการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ SRI-12 เป็นอีกชุดโครงการที่สำคัญ ซึ่งทางฝ่ายวิจัย สกว. ด้านอุตสาหกรรมได้ตั้งกรอบการทำงานในโครงการนี้เพื่อที่จะผลักดันไปสู่ นโยบายระดับมหภาค ทั้งนี้ จากการศึกษาวิจัยโครงการต่างๆ จะทำให้เห็นว่า มีช่องว่างนโยบายอะไรที่ทำแล้วไม่สำเร็จ หรือ มีนโยบายที่ยังไม่ได้ทำ แล้วควรจะดำเนินการเพิ่ม โดยในส่วนที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญในการดำเนินงานมากที่สุดคือ การพัฒนาศักยภาพแรงงานเพื่อผลักดันให้ เศรษฐกิจพ้นสภาพกับดักรายได้ปานกลาง นอกจากนั้น งานวิจัยชุดนี้ ยังคาดหวังให้มีการนำผลงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการ ขับเคลื่อนประเทศไทย จะมีข้อมูลเชิงวิชาการอยู่ในมือเพียงพอที่จะทำให้ เกิดการตัดสินใจในเชิงนโยบายไปในทิศทางที่ถูกต้องต่อไป

มันสำปะหลัง ศตวรรษที่ พืชมหัศจรรย์ทางเศรษฐกิจ

21

FUTURE PROSPECTS
OF THAI TAPIOCA



Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)

มันสำปะหลัง

พืชมหัศจรรย์ทางเศรษฐกิจ

แห่งศตวรรษที่ 21

นโยบายการบริหารจัดการ 5

มันสำปะหลังของไทย

นวัตกรรมมันสำปะหลัง 6

จากผลงานนักวิจัย สกว.

เกษตรกรไทยก้าวสู่ 7 Smart Enterprises 4.0



Editor's Note

บรรณาธิการเถลง

การเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบายที่ดำเนินการโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ขยายความร่วมมือเพิ่มเติมไปยังกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งนับได้ว่าเป็นครั้งแรกที่โครงการฯ ได้นำองค์ความรู้และเครือข่ายไปช่วยให้มีการใช้ประโยชน์จากการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ในส่วนของความร่วมมือกับกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์นั้น สกว. ได้เข้าไปช่วยสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนามันสำปะหลัง ซึ่งมีลักษณะการจัดกิจกรรมที่มุ่งเป้าพืชเศรษฐกิจเป็นการเฉพาะเจาะจง

จดหมายข่าวฉบับนี้จึงเป็นผลการจัดงาน “การประชุมมันสำปะหลังนานาชาติ 2561” โดยร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ ซึ่งภายในงานมีกิจกรรมหลากหลายเพื่อมุ่งสะท้อนให้ทั่วโลกเห็นว่าไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลัง นอกจากนี้ ยังมีผลสรุปจากการจัดงาน “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0” ที่จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดศรีสะเกษ โดยจัดร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งภายในงานมีการจัดเสวนาให้เกษตรกรรายย่อยเกี่ยวกับแนวทางในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การค้าตลาดเสรี และเตรียมตัวเป็นเกษตรกรที่มีศักยภาพไปสู่การเป็นผู้ประกอบการและผู้ส่งออกต่างประเทศ

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งช่วยให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรโดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์

บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จันทวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญญาพล โคสะพละกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

มันสำปะหลัง 21

พืชมหัศจรรย์ ศตวรรษที่ 21

FUTURE PROSPECTS OF THAI TAPIOCA

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าต่างประเทศ ได้จัดงานประชุมมันสำปะหลังนานาชาติ 2561 (World Tapioca Conference 2018) ในระหว่างวันที่ 27-28 มิถุนายน 2561 ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์แอทเซ็นทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว กรุงเทพฯ โดยมีผู้สนใจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมันสำปะหลังทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศให้การตอบรับเข้าร่วมงานจำนวนมาก

นายอตุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการจัดงานครั้งนี้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตที่สำคัญ และเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังอันดับหนึ่งของโลก ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในด้านคุณภาพและมาตรฐาน เป็นศูนย์กลางทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับมันสำปะหลัง ตลอดจนเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นวัตกรรมทางด้านการผลิตและการแปรรูปมันสำปะหลังของไทย รวมถึงเป็นเวทีแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ผู้นำเข้า และภาคเอกชน ทั้งผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ และยังเป็นเวทีระดับสากลสำหรับผู้ที่อยู่ในวงการผลิตและการค้ามันสำปะหลังจากประเทศต่างๆ ทั่วทุกมุมโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังจากทั่วทุกภาคของประเทศไทยจะได้มีโอกาสเข้าร่วมงานพบปะแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ระหว่างกัน

ภายในงานประกอบไปด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย ได้แก่การมอบรางวัลให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการดีเด่น พิธีลงนามในบันทึกความเข้าใจระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้นำเข้าจากต่างประเทศ รวมถึงการเจรจาธุรกิจการค้า นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการที่มุ่งเน้นในการนำเสนอคุณค่าที่เป็นประโยชน์ของมันสำปะหลังซึ่งถือว่าเป็นพืชมหัศจรรย์แห่งศตวรรษที่ 21 และการเสวนาวิชาการ

สำหรับหัวข้อการเสวนาในงานครั้งนี้ คือ อนาคตมันสำปะหลังไทย (Future Prospects of Thai Tapioca) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในเรื่องของการผลิต การแปรรูป และการส่งออก มาร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่

นายเดิณศักดิ์ บุญชื่น ประธานสภาเกษตรกรจังหวัดนครราชสีมา ตัวแทนของสายการผลิต (ต้นน้ำ) ได้ให้แนวทางและข้อคิดที่น่าสนใจแก่เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังที่ต้องการเสถียรภาพราคามันสำปะหลังและผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมคาดหวังที่จะได้มันสำปะหลังที่มีคุณภาพและสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ ดังนั้นสิ่งสำคัญทั้งสองฝ่ายควรร่วมมือกันบูรณาการร่วมกันวางแผนการจัดการวัตถุดิบตั้งแต่ต้นน้ำ โดยการคัดเลือกพันธุ์มันสำปะหลังให้เหมาะสมกับพื้นที่เพาะปลูก การลดต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากยิ่งขึ้น การบริหารจัดการวัตถุดิบให้สอดคล้องกับความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรม โดยการวางแผนร่วมกับโรงงานเพื่อคำนวณระยะเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิตให้เหมาะสม ลดผลผลิตล้นตลาด เพื่อเสถียรภาพของราคามันสำปะหลัง ซึ่งจะทำให้มันสำปะหลังเป็นพืชอันดับหนึ่งของประเทศ และเป็นพืชที่มีความมั่งคั่งสร้างรายได้ เป็นอาชีพที่มั่นคงให้กับพี่น้องเกษตรกรต่อไปในอนาคต ซึ่งสิ่งสำคัญเกษตรกรต้องเสริมองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ดินและน้ำ เพื่อที่จะได้นำความรู้มาใช้ในการลดต้นทุนการผลิต เช่น การใช้อินทรีย์วัตถุ การปลูกพืชคลุมดิน ถั่วพราง ซึ่งมีประโยชน์ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ ลดการชะล้างหน้าดิน ช่วยควบคุมกำจัดวัชพืช ซึ่งจะสามารถลดต้นทุนการผลิตให้ได้ผลผลิตต่อไร่สูง และยังทำให้ผลผลิตมันสำปะหลังมีคุณภาพดี การนำเอางานวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการปลูกมันสำปะหลังก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สำคัญ

ในมุมมองของด้านการแปรรูปมันสำปะหลัง ดร.เกื้อกูล ปิยะจอมขวัญ จากศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ไบโอเทค) กล่าวว่ามันสำปะหลังในมิติของประเทศไทยนั้น ถือได้ว่าเป็นพืชอุตสาหกรรมที่สำคัญมาก การแปรรูปมันสำปะหลังไม่เพียงอยู่ในรูปแบบของการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เบื้องต้น เช่น มันเส้น แป้งมัน มันอัดเม็ด หรือใช้เป็นพลังงานทดแทน ไบโอเอทานอลเท่านั้น ศักยภาพในการใช้ประโยชน์ของมันสำปะหลังมีสูงมาก โดยทิศทางในอนาคตของการผลักดันพัฒนาแปรรูปมันสำปะหลังเพื่อที่จะสามารถใช้ประโยชน์ให้ได้คุ้มค่ามากที่สุด ควรจะเน้นในสามหัวข้อหลัก ได้แก่

1. **ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (Health food products)** พัฒนาผลิตภัณฑ์จากแป้งมันสำปะหลัง โดยใช้เทคโนโลยีระดับสูงผลิตแป้งมันสำปะหลัง เพื่อให้ได้แป้งที่ปราศจากกลูเตน เพื่อทดแทนสำหรับผู้ที่ไม่แพ้กลูเตน นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์จากแป้งมันสำปะหลังก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่มองหาสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ โดยไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น สารแต่งสี กลิ่น รส เป็นส่วนประกอบ
2. **วัสดุชีวภาพ (Biomaterials)** โดยเฉพาะวัสดุที่ใช้ในทางการแพทย์ ส่วนประกอบของยา และเครื่องสำอาง เช่น ไฮโดรเจลจากแป้งมันสำปะหลัง มีคุณสมบัติดูดซับและอุ้มน้ำได้ดี นำมาพัฒนาเป็นแผ่นปิดแผล หรือนำไปใช้เป็นสารช่วยแตกตัวในยาเม็ดสามารถละลายได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้อวัยวะดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. **เศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio economy)** ซึ่งเป็นทิศทางใหม่ของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตามนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 ที่ทำให้ประเทศหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาดัดแปลงสภาพของมันสำปะหลังออกมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุดและเพิ่มมูลค่าของมันสำปะหลังต่อไป

ในเรื่องแนวโน้มการส่งออกมันสำปะหลังของไทยนั้น นายบุญชัย ศรีชัยยพานิช นายกสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทย มองว่าการส่งออกแป้งมันสำปะหลังของไทยขยายตัวมากขึ้น โดยมียอดส่งออกแป้งมันสำปะหลังสูงสุดเมื่อปี พ.ศ. 2559 จำนวน 4.22 ล้านตัน ในส่วนมูลค่าการส่งออกของมันเส้น มันอัดเม็ด และแป้งมันสำปะหลัง ยอดรวมสูงที่สุดเมื่อปี พ.ศ. 2558 มีมูลค่า 116,093 ล้านบาท โดยประเทศจีนถือเป็นตลาดส่งออกมันเส้นและแป้งดิบที่สำคัญของไทย ในสถานการณ์การผลิตมันสำปะหลังปี 2560/2561 มีการคาดการณ์ว่าผลผลิตรวมประมาณ 24-25 ล้านตัน

ท้ายสุดนายกสมาคมการค้ามันสำปะหลังไทยได้ฝากให้รัฐบาลช่วยดำเนินการแก้ไขปัญหของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง เช่น การแก้ไขปัญหการเก็บเกี่ยวมันสำปะหลังที่กระจุยตัวในเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน การลักลอบนำเข้าหัวมันคุณภาพต่ำจากต่างประเทศ วิธีป้องกันและเฝ้าระวังโรคใบด่างมันสำปะหลัง และสิ่งที่สำคัญคือ แก้ไขปัญหาการขายตัดราคาจากพ่อค้า ผู้ประกอบการ หรือ เกษตรกรด้วยตนเอง ขายราคาถูกต่ำกว่าต้นทุนจริงที่เกษตรกรควรจะได้รับ ทำให้ราคาคงต่ำ ขาดเสถียรภาพ ดังนั้นจึงขอฝากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์ ช่วยแก้ไขปัญหานี้

นโยบายการบริหารจัดการ มันสำปะหลังของไทย



นอกจากงานเสวนาวิชาการนั้น ภายในงานยังได้รับเกียรติจาก นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้กล่าวปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ “นโยบายการบริหารจัดการมันสำปะหลังของไทย” ซึ่งท่านได้ยืนยันว่า รัฐบาลให้ความสำคัญกับ มันสำปะหลัง ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญต่อเกษตรกรชาวไทย และยังคงครอบคลุมถึงเกษตรกรประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย มันสำปะหลัง เป็นพืชที่มีสารพัดประโยชน์ สามารถใช้ได้ทุกส่วน ตั้งแต่หัวถึงยอดของต้นมันสำปะหลัง นำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องสำอาง อาหารสัตว์ จนถึงผลิตเป็นพลังงานทดแทน พัฒนาระดับเป็นอุตสาหกรรมขั้นสูง ซึ่งตรงกับนโยบายของรัฐบาลในเรื่อง “เศรษฐกิจฐานชีวภาพ”

รัฐบาลมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมมันสำปะหลังอย่างครบวงจร ตั้งแต่การผลิต จนถึงเรื่องการส่งออก ซึ่งให้ความสำคัญกับมาตรฐานที่โดดเด่นเป็นหัวใจสำคัญซึ่งเกษตรกรต้องช่วยกันรักษาและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้นำเข้าว่าผลผลิตจากประเทศไทยและจากภูมิภาคนี้มีมาตรฐานสากล ซึ่งนโยบายของภาครัฐในการบริหารงานจัดการมันสำปะหลัง ได้ดำเนินการในหลายเรื่องดังนี้

1. **การรักษาความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน** บริหารจัดการ โดยเกษตรกรต้องเพาะปลูกมันสำปะหลังให้ได้ปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ปัจจุบันมีนโยบายจากนายกรัฐมนตรีสั่งการให้กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมทั้งกระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกันทำ Demand Driven คือ การผลิตตามความต้องการของตลาด โดยการลงทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิต กระทรวงเกษตรฯ จะเข้าไปช่วยดูแลเรื่องต้นทุนการผลิต ซึ่งต้นทุนการผลิตมีความสำคัญมากกว่าราคาของมันสำปะหลัง ราคาปลายทางคือราคาที่ขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของตลาดโลก สิ่งที่จะแข่งขันกับตลาดโลกได้ คือ ประสิทธิภาพทางด้านต้นทุนการผลิต ในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ จะดูแลเกษตรกรผู้ผลิตที่ลงทะเบียนไว้กับกระทรวงเกษตรฯ ในเรื่องการบริหารให้ครบวงจร เช่น อุปทานส่วนเกิน แก้ปัญหาของการมีผลผลิตส่วนเกินอันเกิดจากการร่วมตามกันปลูกโดยไม่ดูความต้องการของตลาด เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่พี่น้องเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง
2. **การสร้างห่วงโซ่คุณค่า** จากการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับมันสำปะหลัง โดยการแปรรูปมันสำปะหลังสด เป็นมันเส้นตากแห้ง ทำให้เพิ่มมูลค่ามากยิ่งขึ้น โดยการร่วมกลุ่มสมาชิกเกษตรกรลงทุนร่วมกันแปรรูปมันเส้น นอกจากนั้นส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มผู้ขายทำลานรับซื้อมันเส้นที่มีเครื่องชั่งมาตรฐาน รับซื้อกันเองระหว่างเกษตรกรในพื้นที่ จึงเป็นการยกระดับทั้งกระบวนการ
3. **การสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจ** ในด้านการตลาด จะเห็นได้ว่าการส่งออกเป็นหัวใจของอุตสาหกรรมมันสำปะหลัง ซึ่งในปัจจุบันส่งออกมากที่สุดคือประเทศจีน ดังนั้นเราจึงควรทำงานร่วมกันในเชิงหุ้นส่วนทางธุรกิจ ไม่เพียงเป็นแค่ผู้นำเข้าและผู้ส่งออกเท่านั้น แต่ต้องร่วมมือกัน
4. **การขยายตลาดมันสำปะหลัง** กระทรวงพาณิชย์ได้พยายามหาตลาดใหม่ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย นิวซีแลนด์ เพื่อขยายโอกาสในการส่งออก และแสดงศักยภาพของประเทศไทยในความเป็นผู้นำมันสำปะหลังของโลกอย่างแท้จริง



นวัตกรรมมันสำปะหลัง จากผลงานนักวิจัย สกว.

ในส่วนการจัดนิทรรศการแสดงผลงานนวัตกรรมมันสำปะหลัง
ในงานภายใต้แนวคิด “มหัศจรรย์มันสำปะหลังเปลี่ยนโลก”
(Tapioca: The Magic Plant for a Sustainable Future) นั้น
มีผลงานนักวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
เข้าร่วมจัดแสดง จำนวน 5 โครงการดังต่อไปนี้

การเตรียมและการหาคุณลักษณะ
ของแป้งมันสำปะหลังคัดแปรรูป
ไฮดรอกซีโพรพิลและคุณสมบัติด้านกายภาพ
และการไหลของสารเพิ่มน้ำเลือด
(Plasma Expander)
ผศ.ดร.สุรพงษ์ ขาดิพันธุ์
คณะแพทยศาสตร์ ม.สงขลานครินทร์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นปาก
ใช้เทคนิคการขึ้นรูปวิธี extrusion
รศ.ดร.ณัฐา เลหากุลจิตต์
คณะทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยี
ม. เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

การประมาณความชื้นของแป้งมันสำปะหลัง
ของเครื่องอบแห้งแบบพาหะลมแบบออนไลน์
ผศ.ดร.เตียว กุลพิทักษ์
คณะวิศวกรรมศาสตร์
ม. เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี



การสังเคราะห์ การหาคุณลักษณะเฉพาะ
และสมบัติของไฮโดรเจลตลาดจากพอลิไวนิล
แอลกอฮอล์กราฟต์กับแป้งมันสำปะหลัง
และเจลลาดินที่เติมยางธรรมชาติคัดแปรรูป
รศ.ดร.สะอาด ธิยะจันทร์
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ม. ธรรมศาสตร์

นวัตกรรมการผลิต
ฟังกชันนัลคาร์โบไฮเดรตจากแป้งข้าว
และแป้งมันสำปะหลังในระดับโรงงานต้นแบบ
ผศ.ดร.สันทัต วิเชียรโชติ
บัณฑิตวิทยาลัย
สหวิทยาการผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
และอาหารสุขภาพ ม. สงขลานครินทร์



ผลงานนวัตกรรมมันสำปะหลังจากนักวิจัย
ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



บรรยากาศการเยี่ยมชมผลงานนักวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ในนิทรรศการแสดงผลงานนวัตกรรมมันสำปะหลังภายใต้แนวคิด “มหัศจรรย์มันสำปะหลังเปลี่ยนโลก”



เกษตรกรไทยก้าวสู่ 4.0

Smart Enterprises

การสัมมนาในสวนทุเรียนแปะวันดี

ณ บ้านชาตารมย์ ต.ตระการ อ.กันทรลักษ์ จ.ศรีสะเกษ
โดยมีวิทยากร ได้แก่

นายปรีชา วงศ์สกุลเกียรติ รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์
นายจอมทัช กาญจนกิตติ (จากซ้ายไปขวา)

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสภาเกษตรกรแห่งชาติ ได้จัดโครงการศึกษาดูงานและสัมมนา เรื่อง “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0” ให้แก่กลุ่มเกษตรกรภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระหว่างวันที่ 29 มิถุนายน - 1 กรกฎาคม 2561 ที่จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกร เกี่ยวกับการค้าเสรีระหว่างประเทศ การจัดให้มีการแลกเปลี่ยนรับฟังความคิดเห็นจากเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลไปพัฒนาใช้ประโยชน์ในการจัดทำความตกลงการค้าเสรีต่อไป ตลอดจนยังเป็นการสร้างเครือข่ายให้เกษตรกรชาวภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้พบปะพูดคุยระหว่างกันและมีโอกาสสื่อสารกับหน่วยงานของภาครัฐ

ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ยังได้มีโอกาสลงไปศึกษาดูงานในพื้นที่จริงที่เกษตรกรได้ทำการเพาะปลูกผลไม้ที่สวนทุเรียนแปะวันดี ณ บ้านชาตารมย์ ต.ตระการ อ.กันทรลักษ์ จ.ศรีสะเกษ และศึกษาดูงานในกลุ่มเกษตรกรที่ได้มีการจัดตั้งขึ้น ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรสวนทุเรียนสรารีย์ อ.กันทรลักษ์ จ.ศรีสะเกษ และกลุ่มเกษตรกรสวนรัชดา ต.พราน อ.ขุนหาญ จ.ศรีสะเกษ



ในการจัดงานครั้งนี้ยังได้กำหนดให้มีการเสวนาในหัวข้อต่างๆ โดยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขามาให้ความรู้แก่เกษตรกร ทั้งจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์มาให้ความรู้ด้านการตลาดเสรี ในส่วนของการให้ความรู้เรื่องการพัฒนาความรู้ไปสู่เกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) ได้เชิญผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานเกษตรกรจังหวัด และผู้เชี่ยวชาญจาก สกว. มาให้ความรู้ด้านการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูป โดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เข้ามาช่วยพัฒนาในการทำเกษตร เพื่อก้าวไปสู่เกษตรกรไทยยุคใหม่ 4.0 ซึ่งได้รับเกียรติจาก นายปรีชา วงศ์สกุลเกียรติ ผู้อำนวยการสำนักยุทธศาสตร์ สภาเกษตรกรแห่งชาติ นายจอมทัช กาญจนกิตติ ผู้จัดการฟิวชั่นฟาร์ม สุรินทร์ เป็นตัวแทนเกษตรกร และ รศ.ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญจาก สกว.

สำหรับข้อสรุปจากงานเสวนาที่จัดขึ้นทางผู้เข้าร่วมได้แนะนำให้แก่เกษตรกรเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การค้าตลาดเสรี และเตรียมตัวเป็นเกษตรกรที่มีศักยภาพไปสู่การเป็นผู้ประกอบการและการส่งผลผลิตออกสู่ตลาดระดับบนในประเทศ และส่งออกต่างประเทศ ดังนี้

- ความท้าทายของเกษตรกรที่ต้องปรับตัวเป็นผู้ประกอบการ ภาคเกษตรนั้นมีหลากหลายมิติ ตั้งแต่เรื่องกระบวนการคัดเลือก ศึกษาพัฒนาพันธุ์ที่มีคุณภาพ วิธีการปลูก การบำรุงรักษาดูแล การเก็บเกี่ยวผลผลิต การแปรรูป ต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า เรื่องสำรวจตลาดความต้องการของผู้บริโภค ปรับเปลี่ยนแนวทางการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ ดูแนวโน้มของตลาด และการทำการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งเรื่องการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูกและการแปรรูป พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นการได้รับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร จะช่วยยกระดับสินค้าและสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับบนได้ ตลาดห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป มีกลุ่มลูกค้าที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพชั้นเยี่ยม มีมาตรฐาน และปลอดภัย

- สิ่งที่สำคัญที่เกษตรกรสามารถดำเนินการได้ คือ การรวมกลุ่มเกษตรกร เป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก การรวมตัวสร้างกลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ เช่น วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs สหกรณ์ เป็นต้น สามารถเพิ่มอำนาจต่อรองทั้งในด้านปัจจัยการผลิตและการขายผลผลิตสู่ท้องตลาด การรวมตัวช่วยกันพัฒนาแก้ไขพึ่งพาตนเอง นำไปสู่ความเข้มแข็งของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรเพื่อรองรับตลาดการค้าเสรีในปัจจุบัน ยังกระจายความเสี่ยงได้ทั้งนี้ภาครัฐสามารถเข้าไปช่วยเหลือและให้การสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรได้รวดเร็วกว่าเกษตรกรรายย่อยที่กระจายอยู่ทั่วไป ทั้งในแง่ของงบประมาณ การถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี ให้คำแนะนำ ประสานงาน พัฒนาฝึกอบรมให้แก่สมาชิกกลุ่มเกษตรกร
- นอกจากนั้นจำเป็นต้องมีการสร้างลูกหลานเกษตรกรที่เป็นคนรุ่นใหม่ ให้หันกลับมาให้ความสำคัญกับอาชีพเกษตรกร นำความรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ อาศัยข้อมูลมาช่วยวิเคราะห์ มาช่วยพัฒนาให้ชุมชนท้องถิ่นทำการเกษตรเจริญก้าวหน้าด้วย สืบสานการทำการเกษตรจากผู้อาวุโส เพื่อที่นำไปสู่เกษตรกรยุคใหม่ 4.0
- สำหรับภาครัฐนั้น ต้องมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกและจัดความท้าทายของเกษตรกรที่ต้องการปรับตัวไปเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากความหลากหลายและซับซ้อนของความท้าทายที่เกษตรกรต้องเผชิญทั้งในประเทศและกระแสการเปิดการค้าเสรีนั้น ไม่สามารถที่จะให้เกษตรกรต่อสู้เพียงลำพังได้

“ส้าวแวขวันดาลใจ”

ผ่านงาน
AGRINNOVATION
จังหวัดสงขลา

2018

Inspiration

Innovation



Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)
สร้างแรงบันดาลใจ ผ่านงาน
Agrinnovation 2018
จังหวัดสงขลา

สร้างผลิตภัณฑ์ประจำถิ่น 4 ด้วยนวัตกรรม

การร่วมมือกันระหว่าง 5 ผู้ประกอบการกับนักวิจัย นำไปสู่ผลสำเร็จ

นวัตกรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 7

Editor's Note

บรรณาธิการแถลง

ความร่วมมือที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ทำร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อให้มีการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายมิติมากขึ้นนั้น ได้ขยายผลการใช้ประโยชน์ในส่วนกลางไปสู่ส่วนภูมิภาค ผ่านการจัดงาน “Agrinnovation 2018” ที่จังหวัดสงขลา ซึ่งการจัดงานร่วมกันในครั้งนี้ นับได้ว่าเป็นครั้งแรกที่มีการนำองค์ความรู้ งานวิจัย และเครือข่ายของทั้งสองหน่วยงานไปช่วยพัฒนาศักยภาพให้กับผู้สนใจในภาคใต้

จดหมายข่าวฉบับนี้จึงเป็นการสรุปความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากการจัดงาน “Agrinnovation 2018” ที่จังหวัดสงขลา ซึ่งภายในงานนอกจากจะมีการจัดเสวนาเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ผ่านเครือข่ายผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของกรมการค้าต่างประเทศแล้ว ยังมีงานเสวนา “ผลักดันความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” ที่ทาง สกว. เป็นผู้จัดหลัก โดยได้เชิญเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญในการบ่มเพาะธุรกิจ ร่วมกับนักวิจัยที่ได้รับทุน สกว. ในพื้นที่ภาคใต้มาให้แนวทางในการเปลี่ยนไอเดียไปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งช่วยให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรมโดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จินตวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญญพล โคสพะพลกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

“ส้าวแหวขันดาลใจ”

ผ่านงาน AGRINNOVATION 2018

จังหวัดสงขลา



นางสาวจารุมณ วิชสุวรรณ

ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (API)
กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ประธานในพิธีเปิด

เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (API) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้จัดงานสัมมนา “Agrinnovation 2018” ขึ้น ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา การจัดงานในครั้งนี้เป็นการจัดงานครั้งที่ 3 ในส่วนภูมิภาคครั้งสุดท้าย ซึ่งต่อเนื่องจากเดือนมิถุนายนที่จัดขึ้นที่ภาคเหนือ จ.เชียงใหม่ และเดือนพฤษภาคมที่จัดขึ้นที่ภาคตะวันออกที่เชียงใหม่ จ.ขอนแก่น เป็นจังหวัดแรก

งานดังกล่าวได้รับเกียรติจากนางสาวจารุมณ วิชสุวรรณ ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ เป็นประธานในพิธีเปิด ซึ่งได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการจัดงานในครั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการและจุดประกายให้คนรุ่นใหม่ในพื้นที่ภาคใต้ ได้เห็นถึงความสำคัญของการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาแปรรูปต่อ ยอดสินค้าเกษตรในท้องถิ่นให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น ซึ่งสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบส่งเสริมสนับสนุนสินค้าเกษตรนวัตกรรม โดยการจัดงานครั้งนี้ยังเป็นการตอบโจทย์นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลอีกด้วย

ภายในงานสัมมนาประกอบไปด้วยการเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหัวข้อต่างๆ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงทางด้านการสร้างแบรนด์ ด้านการตลาดออนไลน์ และวิทยากรที่ประสบความสำเร็จในด้านสินค้าเกษตรนวัตกรรมมาร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ถ่ายทอดองค์ความรู้ รวมถึงช่วยสร้างแรงบันดาลใจจุดประกายความคิด ให้แก่ผู้ประกอบการ และคนรุ่นใหม่ในภาคใต้ให้หันมาสนใจการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรนวัตกรรม





การเสวนาหัวข้อ **“เศรษฐกิจไทยก้าวไกล ด้วยเกษตรนวัตกรรม”** ได้รับเกียรติจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จด้านการสร้างแบรนด์ด้านการตลาดออนไลน์ และด้านการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรนวัตกรรม มาถ่ายทอดประสบการณ์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งมีวิทยากรประกอบด้วย ดร.สุพัฒน์ เลาะวัตร กรรมการผู้จัดการบริษัท สกินเทค อินเตอร์ไพรด์กส์ จำกัด คุณชินันต์ ชีทรัพย์เจริญ กรรมการผู้จัดการบริษัท S.P.C. Snack Food จำกัด และเกสซ์กรหญิงโสภา พิมพ์สิริพานิชย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดออนไลน์และการสร้างแบรนด์ โดยมีประเด็นจากงานเสวนาสรุปรุได้ดังนี้

- **พัฒนาผลิตภัณฑ์จากเรื่องใกล้ตัว** การจะทำให้เศรษฐกิจไทยก้าวไกลควรมองสิ่งที่อยู่รอบตัวแล้วนำมาประยุกต์กับนวัตกรรมทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์สินค้านวัตกรรม โดยการใช้วัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น หรือการดึงจุดเด่นของวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นนำมาพัฒนาแปรรูปเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้สามารถกำหนดราคาสินค้าเกษตรในพื้นที่ได้ช่วยลดผลกระทบในกรณีผลผลิตล้นตลาด เช่น ข้าวกล้องงอกสังขยัดผสมธัญพืชกรอบ ตราสินค้า Krispy Brown ที่นำข้าวสังขยัดสุดยอดข้าวพันธุ์ดีของภาคใต้มาแปรรูปเป็นขนมอบกรอบจากธัญพืชขนมขบเคี้ยวแนวใหม่ที่มีคุณค่าสารอาหารมีประโยชน์ต่อร่างกาย
- **นวัตกรรมเพื่อต่อยอด** การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าอื่นที่มีอยู่ในท้องตลาด ยังทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เช่น ผ้าพันคอมีกลิ่นหอม

โดยการนำเทคโนโลยีไมโครเอนแคปซูเลชัน (Microencapsulation) มาช่วยทำให้เนื้อผ้าคงความสดชื่นมีกลิ่นหอม การนำเทคโนโลยี ปรับอุณหภูมิมาประยุกต์ใช้ในระบบการผลิตเส้นใยผ้า กลายเป็น ผ้าพันคอที่สามารถปรับเพิ่ม หรือลดความร้อนได้ตามสภาพอากาศ เพื่อให้ร่างกายอยู่ในสภาวะที่สมดุล หากอยู่ในที่อากาศร้อนก็จะ ช่วยให้เย็นสบาย หรือ อยู่ในที่อากาศเย็นก็จะทำให้อบอุ่น

- **บรรจุภัณฑ์และการสร้างแบรนด์เพิ่มมูลค่า** นอกจากการใช้เทคโนโลยีนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้มีมูลค่าสูงขึ้นแล้ว ยังรวมถึงการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นดึงดูดผู้บริโภคให้เลือกซื้อสินค้า และการสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียงติดตลาดเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคถือเป็นนวัตกรรมในอีกรูปแบบหนึ่ง
- **สำรวจตลาดอย่างสม่ำเสมอ** การคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคถือเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับผู้ที่กำลังคิดจะเป็นผู้ประกอบการ ควรสำรวจตลาดและหาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตอบโจทย์และแก้ไขปัญหาของผู้บริโภคได้อย่างตรงประเด็น นอกจากนั้นยังทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาต่อยอดผลิตสินค้าได้ง่ายขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ Skin Heaven ผงล้างหน้าจากสารสกัดข้าวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ ข้าวจีไอ (GI ย่อมาจาก Geographical Indication หมายถึง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย) ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มองหาผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าที่พกพาสะดวก สามารถนำขึ้นเครื่องบินได้



@Krispy Brown ข้าวกล้องสังขยาคอบกรอบ ซีเรียลข้าวกล้อง

สำหรับการทำการตลาดในปัจจุบันนั้น ควรปรับให้สอดคล้องกับยุคสมัยมากขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลายกลุ่ม การทำการตลาดช่องทางออนไลน์และออฟไลน์แต่ละช่องทางนั้นมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความถนัดของผู้ประกอบการและการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นทั้งสองช่องทางมีความสำคัญควรดำเนินควบคู่กันไปเพื่อส่งเสริมซึ่งกันและกัน



@Skin Heaven ผงล้างหน้าผสมสารสกัดจากข้าวไทย GI

การร่วมมือกันระหว่าง ผู้ประกอบการกับ นักวิจัย นำไปสู่ผลสำเร็จ



รองศาสตราจารย์ ดร.นิรันดร์ มาแทน และคุณพีรภัทร์ เกียรติภิญโญ

(จากขวาไปซ้าย)

ให้เกียรติเข้าร่วมเสวนาในหัวข้อ “ผลึกความฝันสู่ความจริง :

หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม”

การเสวนาหัวข้อ “ผลึกความฝันสู่ความจริง : หาคำตอบการผลิต การแปรรูป การตลาดสินค้าเกษตรนวัตกรรม” เป็นเวทีที่ สกว. จัดขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงแนวทางที่จะพัฒนาไอเดียให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์และสามารถนำออกสู่ตลาดได้ ทั้งนี้ ได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการบ่มเพาะผู้ประกอบการและนักวิจัยที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม ได้แก่ คุณพีรภัทร์ เกียรติภิญโญ สมาชิกหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดโครงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว. และ รองศาสตราจารย์ ดร.นิรันดร์ มาแทน หัวหน้าศูนย์ความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมไม้ และเป็นอาจารย์ประจำสำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์และทรัพยากร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีความเชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ นอกจากนั้นยังได้รับรางวัลผลงานวิจัยเด่นด้านพาณิชย์ ของ สกว. ประจำปี 2559 อีกด้วย ซึ่งสรุปผลการเสวนามีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- **ความร่วมมือของนักวิจัยและผู้ประกอบการ** การหาคำตอบในการผลิตสินค้าเกษตรนวัตกรรม จำเป็นต้องมีการจับมือร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการกับนักวิจัย เพื่อที่จะช่วยกันส่งเสริมต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกสู่ท้องตลาด โดยการผสานไอเดียจากผู้ประกอบการ และการนำองค์ความรู้ งานวิจัยที่นักวิจัยได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ออกสู่ตลาด ดังกรณีตัวอย่างของ รศ.ดร.นิรันดร์ ที่ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตไมยางพาราแปรรูปในโรงงานอุตสาหกรรม แบบครบวงจร ตั้งแต่การพัฒนาระบบออกแบบการเลี้ยง ระบบควบคุมการอัดน้ำยา ระบบควบคุมการอบ และเตาอบไม้ต้นแบบ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการควบคุมสั่งการ สามารถตรวจสอบผลแบบทันทีได้ ซึ่งอาจารย์ใช้เวลาทดสอบอุปกรณ์โดยนำไปติดตั้งใช้งานในโรงงานจริง และได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการอย่างดีในการช่วยเหลือ ทดสอบ โดยใช้เวลา 3 ปีพัฒนา ปรับปรุงจนงานวิจัยสมบูรณ์และประสบความสำเร็จ ทั้งนี้การกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย การปรับแนวทางเข้าหากันจึงเป็นสิ่งสำคัญระหว่างผู้ประกอบการและนักวิจัย ควรดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน จึงจะทำให้การดำเนินงานได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางร่วมกันไว้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถหาข้อมูลผลงานวิจัยได้จากมหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัยต่างๆ เว็บไซต์ สกว. มีการรวบรวมองค์ความรู้และนักวิจัยในแต่ละสาขา
- **การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ** นอกจากนั้นการสร้างเครือข่ายรวมกลุ่มผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน หรือ กลุ่ม SMEs จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมโยงพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายผลิตภัณฑ์ ดังวัตถุประสงค์หลักของท้องถิ่น นำความถนัดความเชี่ยวชาญในแต่ละพื้นที่ มาสร้างเป็นเอกลักษณ์ให้ชุมชนมีความโดดเด่น ซึ่งเมื่อมองในภาพรวมการพัฒนาในชุมชนจะสอดคล้องกันหมด เช่น ตำบลลำภูรา ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นหมู่บ้านขนมเค้ก ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดของเค้กลำภูราที่มีชื่อเสียงของจังหวัดตรัง หรือในต่างประเทศที่อาจารย์พิรภัทร์ ไดยกตัวอย่างให้เห็นถึงประเทศจีนที่นำบะจ่างบรรจุในถุงสุญญากาศ ซึ่งกลายเป็นของฝากในสนามบิน



- **ภาครัฐอำนวยความสะดวกให้เกิดการรวมกลุ่ม** วิทยากรเสนอแนะให้ภาครัฐ โดยเฉพาะกระทรวงพาณิชย์จัดกิจกรรมสัมมนาลักษณะนี้ขึ้นอีก เพื่อให้ผู้ประกอบการและนักวิจัยได้มาพบปะ แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ซึ่งจะก่อให้เกิดวิสัยทัศน์และมุมมองใหม่ๆ รวมไปถึงข้อมูลแนวโน้มการตลาดในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการจับคู่ธุรกิจระหว่างทั้งสองฝ่าย
- **สกว. ช่วยสนับสนุนการต่อยอดองค์ความรู้** สำหรับผู้ประกอบการที่มีไอเดียและกำลังมองหาแหล่งทุนสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรม ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน ที่มีทุนสนับสนุนการวิจัย ทุนส่งเสริมด้านการตลาด และรูปแบบของการให้ทุนมีหลากหลายและหลายช่องทาง เช่น สกว. มีการให้ทุนสนับสนุนครบทั้งวงจร ตั้งแต่วัตถุดิบ การพัฒนา การแปรรูป จนถึงขั้นตอนออกสู่ท้องตลาด ไม่ว่าจะเป็นโครงการทุนพัฒนางานวิจัยเพื่ออุตสาหกรรม ที่ให้แก่ผู้ประกอบการที่ร่วมมือกับนักวิจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม รวมถึงโครงการทุนวิจัยให้แก่ชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ต้องการพัฒนาวัตถุดิบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน

สำหรับผู้สนใจสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ของ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
<https://www.trf.or.th/>



นวัตกรรมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในช่วงบ่ายของงาน ได้มีการเสวนาหัวข้อ “ประสบการณ์ความสำเร็จ (Success Story)” เพื่อเป็นเวทีในการแบ่งปันประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในธุรกิจด้านสินค้าเกษตรนวัตกรรม โดยได้รับเกียรติจาก คุณรัฐศรัณย์ ฟิรพงศ์เดชา (ผู้ก่อตั้ง) คุณพนัญไชย กล่ำกล่อมจิตต์ (ผู้จัดการฝ่ายตลาด) คาสทาวน์ (Castown) น้ำอัดลมจากเปลือกเมล็ดกาแฟ และคุณพัชรี หนูแดง ผู้ก่อตั้งบริษัท บ้านไทยเอิร์ธ จำกัด ซึ่งวิทยากรแต่ละท่านได้ถ่ายทอดประสบการณ์ของตนในการสร้างสินค้าเกษตรนวัตกรรมอย่างน่าสนใจ ดังนี้



คุณรัฐศรัณย์ ฟิรพงศ์เดชา

ผู้ก่อตั้ง คาสทาวน์ (Castown) น้ำอัดลมจากเปลือกเมล็ดกาแฟ



คุณพนัญไชย กล่ำกล่อมจิตต์
ผู้จัดการฝ่ายตลาด คาสทาวน์ (Castown)
น้ำอัดลมจากเปลือกเมล็ดกาแฟ



คาสทาวน์ (Castown) เป็นเครื่องดื่มน้ำอัดลมผลิตจากเปลือกเมล็ดกาแฟได้รับรางวัลชนะเลิศ อันดับ 1 จากการประกวดนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์การเกษตรและอาหาร กรมทรัพย์สินทางปัญญา ประจำปี 2560 ซึ่งเกิดจากแนวความคิดที่ต้องการลดปริมาณขยะจากเปลือกเมล็ดกาแฟที่ส่งเอาเมล็ดกาแฟออกแล้ว โดยเปลือกเมล็ดกาแฟดังกล่าวนับเป็นของเหลือทิ้งเน่าเสียจำนวนมาก จนมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นปัญหาชุมชนบนดอย

ดังนั้น คุณรัฐศรัณย์ จึงได้นำความรู้ที่เรียกว่า “นวัตกรรม” เข้ามาแปรรูปเปลือกเมล็ดกาแฟเปลี่ยนจากขยะกลายเป็นนวัตกรรมสินค้าเกษตร “คราฟต์โซดา” นอกจากนั้นยังเกิดการตั้งราคาซื้อเปลือกเมล็ดกาแฟที่เหมาะสมขึ้น เพิ่มมูลค่าให้แก่วัตถุดิบที่ไม่เคยมีค่าสร้างรายได้เพิ่มให้แก่เกษตรกรที่อยู่บนดอย

@Castown คราฟต์โซดา
จากเปลือกเมล็ดกาแฟ

ในส่วนกระบวนการผลิตของ คราฟต์โซดา ใช้วิธีหัตถกรรมผลงานฝีมือ โดยใช้แรงงานคนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในทุกส่วนของสายการผลิต ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงการบรรจุขวด ตัดฉลาก และการจัดจำหน่าย ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพให้แก่คนที่อยู่ในชุมชนและเด็กรุ่นใหม่ ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างโอกาสให้แก่เกษตรกรและแรงงานในท้องถิ่น นอกจากนั้น ยังพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์เน้นความเป็นสากลผสมผสานความกับวัตถุดิบที่มีแหล่งกำเนิดบนดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นสินค้าไทยที่สามารถก้าวไปสู่สากลได้อย่างชัดเจน และยังช่วยกระจายประโยชน์กลับสู่ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี



ที่บ้านไทยเฮิร์บ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง



คุณพัชรี หุณแดง ผู้ก่อตั้งบริษัท บ้านไทยเฮิร์บ จำกัด

ในส่วนบริษัท บ้านไทยเฮิร์บ จำกัด ก่อตั้งโดย คุณพัชรี หุณแดง มีความคิดที่ต้องการหาทุนช่วยเหลือสนับสนุน โครงการเด็กพิเศษ โดยใช้ความสามารถและศักยภาพของตน หาทุนช่วยเหลือ ซึ่งแรกเริ่มนั้นบริษัทผลิตผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ สมุนไพรและเครื่องสำอาง ต่อมาได้พบว่ามีเกษตรกรนำ ข้าวสังข์หยดมาขายหลายครั้ง จนเกิดแรงบันดาลใจนำมาแปรรูป พัฒนาจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของบริษัท

ข้าวสังข์หยด เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ ข้าวจีไอ ปลูกได้เฉพาะจังหวัดพัทลุงเท่านั้น มีคุณค่าสารอาหารโภชนาการที่เป็นประโยชน์สูง ทางบริษัทได้นำมาวิจัย พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารใน น้ำมันรำข้าวและจมูกข้าวสังข์หยดร้อยเปอร์เซ็นต์ เครื่องดื่มพร้อมชง จากข้าวกล้องสังข์หยดเมืองพัทลุงเพาะงอก (GaBa Drink) ไอ้เก็กอ่อน โดยหลักจะเน้นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งข้าวสังข์หยดที่นำมาแปรรูปนั้น ใช้วิธีปลูกแบบอินทรีย์ นอกจากนั้นยังมีผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลเส้นผม แชมพู ครีมนวดผม ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว โดยทุกผลิตภัณฑ์ผลิตมาจาก ข้าวสังข์หยด ผ่านกระบวนการศึกษาค้นคว้าวิจัยนำนวัตกรรมเข้ามา มีส่วนในการแปรรูปเพื่อทำให้มีมูลค่ามากขึ้น

ความตั้งใจหลักของการดำเนินงานของบริษัทนั้นเพื่อช่วยเหลือ สังคม ช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการ ขยายพื้นที่ปลูกข้าวสังข์หยดและเกิดมูลค่าที่สูงมากขึ้น ยังช่วยเหลือ กลุ่มที่ปลูกสมุนไพรบริเวณรอบๆ โรงงาน รับซื้อสมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่น และสิ่งสำคัญที่สุดคือ พนักงานในบริษัทจะเน้นรับผู้พิการมาทำงาน ซึ่งช่วยสร้างโอกาสและอาชีพให้แก่ผู้พิการและผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น มีรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้สามารถส่งเสริมเลี้ยงดูครอบครัว นอกจากนั้น บริษัทหักรายได้ 10% จากการขายผลิตภัณฑ์ แบ่งไว้ช่วยเหลือสังคม เช่น กลุ่มผู้ต้องขังหญิงในเรือนจำ กลุ่มเงาะซาไก กลุ่มเด็กด้อยโอกาส ตามโรงเรียนต่างๆ ตามแนวคิดของจุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ

ในตอนท้ายของการเสวนา คุณพัชรี ได้ฝากคำแนะนำสำหรับ ผู้ที่จะเริ่มทำธุรกิจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรนวัตกรรม ควรนำเสนอ ความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด สร้างความโดดเด่น ให้แก่สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เจาะกลุ่ม ลูกค้าระดับบนหรือลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การรักษามาตรฐานคุณภาพของ สินค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในตัวสินค้า จนเกิดการแนะนำ และบอกต่อ ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์โดย อัตโนมัติ และสิ่งสำคัญคือการนำนวัตกรรมเข้ามาผนวกกับการแปรรูป สินค้าเกษตรเพื่อช่วยเหลือชุมชนอย่างยั่งยืน

การเพิ่มมูลค่า พื้นที่สาธารณะ
มากกว่าเป็นแค่จุดแวะพัก

ROAD
SIDE
STATION

ONE
STOP
SERVICE

IT's OK



Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)

กิจกรรมสัมมนาเผยแพร่
ร้านค้าริมทางญี่ปุ่น
ค้าผ่านแดนประเทศเพื่อนบ้าน
ตลาดชุมชนท้องถิ่น:
ช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

การเพิ่มมูลค่าพื้นที่สาธารณะ มากกว่าเป็นแค่จุดแวะพัก 4

การส่งเสริมศักยภาพ ในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการไทย ในการค้าและขนส่ง สินค้าชายแดน 6

ตลาดชุมชนเพื่อ การพัฒนาอย่างยั่งยืน 8

Editor's Note

บรรณาธิการกล่าว

การส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย เป็นหนึ่งในนโยบายของภาครัฐที่ต้องการจะพัฒนาเศรษฐกิจให้ครอบคลุมกลุ่มเศรษฐกิจที่หลากหลาย ซึ่งยุทธศาสตร์ที่ช่วยในการส่งเสริมนั้น ไม่ได้เน้นเฉพาะเรื่องการค้าขายผ่านออนไลน์หรือผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่รูปแบบการค้าในลักษณะอื่นที่มีขึ้นทั้งในไทยและต่างประเทศยังคงมีความสำคัญในการเป็นทางเลือกเพื่อขยายช่องทางการค้าให้กับผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี ซึ่งการใช้ประโยชน์จากช่องทางที่หลากหลายจะส่งผลผลักดันให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมได้ต่อไป

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมช่องทางการค้าของผู้ประกอบการรายย่อยดังกล่าว จึงได้จัดให้มีการสัมมนา “**ร้านค้าริมทางญี่ปุ่น ค้าผ่านแดนประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดชุมชนท้องถิ่น : ช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย**” เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนความเห็นกับภาคนโยบายที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่น่าสนใจในครั้งนี้มีทั้งสิ้น 3 เรื่อง ซึ่งนำเสนอพลวัตการเปลี่ยนแปลงภูมิศาสตร์การค้าในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ส่งผลต่อการค้าไทย พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะถึงภาครัฐที่สะท้อนผ่านการถอดบทเรียนช่องทางการค้าในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น และรูปแบบช่องทางการค้าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการค้าผ่านแดนและตลาดชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ที่สรุปสาระสำคัญจากการจัดสัมมนาดังกล่าวจะให้แนวทางการส่งเสริมช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยโดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จันทวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญจพล โคสะพละกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

กิจกรรม
สัมภาษณ์พิเศษ

ร้านคาริมทางญี่ปุ่น ค้าผ่านแดนประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดชุมชนท้องถิ่น :

ช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย



ศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ศานติศาสน์

ผู้อำนวยการฝ่าย (ฝ่ายนโยบายชาติและความสัมพันธ์ข้ามชาติ)

ผู้แทนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ประธานเปิดงานสัมมนา



นักวิจัยถ่ายภาพร่วมกันพร้อมด้วย นางสาวจารุมณ วนิชสุวรรณ

ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ

(ลำดับที่ 2 จากด้านขวา)

เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2561 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยโครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร ร่วมกับสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (Api) กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้จัดกิจกรรมสัมมนาเผยแพร่ (TRF Forum) เรื่อง “ร้านคาริมทางญี่ปุ่น ค้าผ่านแดนประเทศเพื่อนบ้าน ตลาดชุมชนท้องถิ่น : ช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย” ณ ห้องประชุม 802 อาคารกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อเป็นการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และสร้างความเชื่อมโยงงานวิจัยกับหน่วยงานภาคนโยบายที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้สนใจเข้าร่วมจากหลายภาคส่วนได้แก่ ผู้ประกอบการรายย่อย ตัวแทนภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ศานติศาสน์ ผู้อำนวยการฝ่าย (ฝ่ายนโยบายชาติและความสัมพันธ์ข้ามชาติ) ผู้แทนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นประธานเปิดงานสัมมนา โดยได้กล่าวถึงความสำคัญของการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาประเทศ ไม่ให้กระจุกตัวอยู่เฉพาะในเมือง แต่ควรให้กระจายไปสู่ชุมชนด้วย ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามส่งเสริมให้ชุมชนดำเนินการค้าขายสินค้าโดยสามารถพึ่งพาตนเองได้ สกว. ในฐานะเป็นหน่วยงานที่ให้ทุนในการศึกษาวิจัย จึงได้ทำการศึกษาวิจัยต่างๆ ที่จะเข้ามาสนับสนุนเพื่อจะได้นำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายมาใช้ประโยชน์ รวมทั้งนำความรู้มาดำเนินการให้เป็นรูปธรรมเพื่อผู้ใช้งานได้จริง ซึ่งงานดังกล่าวจะสำเร็จไม่ได้ถ้าหากขาดความร่วมมือจากสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม กรมการค้าต่างประเทศ สำหรับโครงการวิจัยที่ได้นำมาเสนอในงานกิจกรรมสัมมนานี้มีทั้งหมด 3 โครงการ ได้แก่

1

“การใช้พื้นที่สาธารณะในการพัฒนาชุมชนของประเทศญี่ปุ่น: กรณีศึกษาบทบาทของสถานีริมทาง หรือ ROADSIDE STATION เป็นต้นแบบของการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน” โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เบญจรงค์ ใจใส แคร่ อารัสลานี้อง อาจารย์สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2

“การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน” โดย รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ สำนักวิชาทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3

“ศึกษาภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน และการพัฒนาตลาดทางเลือกที่เหมาะสมกับชุมชนตำบลหนองแวงโสภพระ อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น” โดย นายเสกสรร จันทร์ราช ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 1 ตำบลหนองแวงโสภพระ อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น

4 TRF FORUM

ในส่วนสาระสำคัญโดยสรุปของแต่ละโครงการวิจัยทั้งสามเรื่อง มีข้อมูลที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

การเพิ่มมูลค่าพื้นที่สาธารณะมากกว่าเป็นแค่จุดแวะพัก

งานวิจัยเรื่อง “การใช้พื้นที่สาธารณะในการพัฒนาชุมชนของประเทศไทย: กรณีศึกษาบทบาทของสถานีริมทาง หรือ ROADSIDE STATION เป็นต้นแบบของการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน” โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เบญจรงค์ ใจใส แดร์ อาร์สลานิอง อาจารย์สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นการศึกษาบทบาทและปัจจัยความสำเร็จของสถานีริมทางของประเทศไทยซึ่งไม่เพียงแต่เป็นสถานที่แวะพักจอดรถบริเวณริมถนนเท่านั้น แต่ยังเป็นจุดจำหน่ายสินค้าเกษตรของชุมชนและมีการพัฒนาจนกลายเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว สามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ชุมชนในท้องถิ่นที่ห่างไกล ดังเห็นได้จากผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ไปสำรวจ ที่สถานีริมทางโมะเทะจิ จังหวัดโทะชิจิ ซึ่งตั้งอยู่ในหุบเขามีประชากรไม่มากนัก แต่ในปี ค.ศ. 2015 สถานีริมทางกลับมียอดขายถึง 702,000,000 เยน และมีผู้มาใช้บริการมากถึง 1,440,000 คน ซึ่งเป็นผู้มาเยือนจากนอกพื้นที่ ร้อยละ 50 และอีกร้อยละ 50 เป็นคนในพื้นที่เอง ผลิตภัณฑ์ที่เด่น คือ ส้มยูซุ ซึ่งความจริงผลส้มไม่ใช่เป็นผลผลิตอันดับหนึ่งแต่ชุมชนสามารถเอามาทำเป็นผลิตภัณฑ์พิเศษ สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการแปรรูปเป็นหลากหลายผลิตภัณฑ์ได้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ถึงบทบาทของสถานีริมทางของญี่ปุ่นพบว่า มีบทบาทสำคัญดังนี้

1. เป็นสถานที่พักผ่อนระหว่างการเดินทาง สามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมง มีที่จอดรถ และห้องน้ำสะอาดบริการ
2. เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของท้องถิ่นในด้านต่างๆ เช่น ประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยว สินค้า และข้อมูลทั่วไปของท้องถิ่น
3. เป็นประตูเชื่อมระหว่างท้องถิ่นทั้งในท้องถิ่นเดียวกัน และระหว่างท้องถิ่น



ผลิตภัณฑ์จากสถานีริมทางโมะเทะจิ

ที่มา: การบรรยายของ ผศ. เบญจรงค์ ใจใส แดร์ อาร์สลานิอง (TRF Forum, 28 สิงหาคม 2561)



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เบญจรงค์ ใจใส แดร์ อาร์สลานิอง
อาจารย์สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเริ่มต้นของสถานีริมทางประเทศไทยนั้น มีปัจจัยส่งเสริมหลากหลายรูปแบบ ดังต่อไปนี้

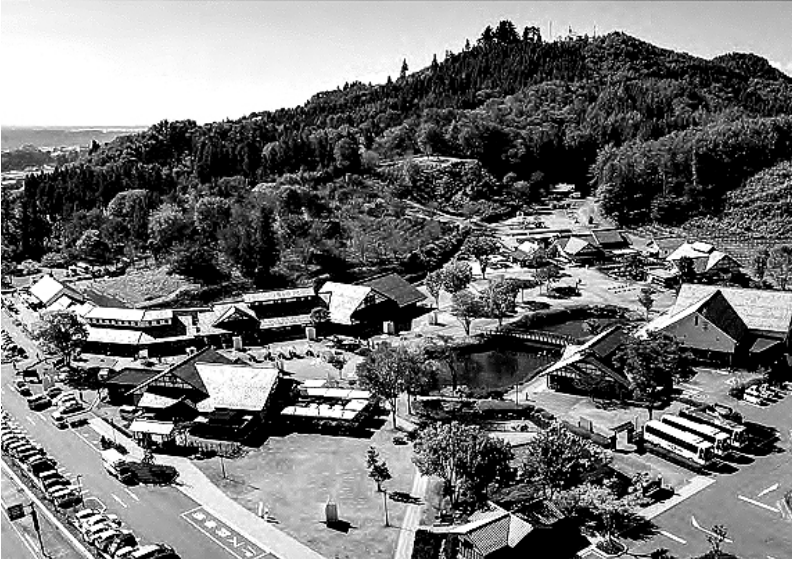
1. จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรในหมู่บ้านชนบท (FARMER'S MARKET)

จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตร (FARMER'S MARKET) เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรที่เกษตรกรนำมาจำหน่ายโดยตรงให้แก่ผู้ซื้อ จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรนี้มีพัฒนาการมาจาก “จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรที่ไม่มีผู้ขายประจำอยู่” ซึ่งจำหน่ายสินค้าทางเกษตรที่ไม่ได้คุณภาพดีเพียงพอที่จะส่งขายให้กับสหกรณ์เกษตรกร นำมาขายในปริมาณเล็กน้อยหรือหน้าบ้านของเกษตรกร หลังจากนั้นในช่วงทศวรรษที่ 1970 ได้เกิดปัญหาคาชาวดอกต่ำลง ส่งผลให้สมาชิกในครอบครัวเกษตรกรต้องประกอบอาชีพอื่น แม่บ้านบางส่วนต้องไปทำงานพิเศษในโรงงานทอผ้าและเย็บผ้าเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ของครอบครัว แต่ด้วยเกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมญี่ปุ่นไปยังประเทศจีนและประเทศอื่นในทวีปเอเชียเนื่องจากมีค่าแรงที่ต่ำกว่า ส่งผลให้กลุ่มแม่บ้านในหมู่บ้านขาดรายได้และเริ่มให้ความสนใจกับการจำหน่ายสินค้าที่จุดจำหน่ายสินค้าเกษตรมากขึ้น จนได้รับความนิยมส่งผลให้เกิดการขยายตัวของจุดจำหน่ายสินค้า เกิดการแปรรูปสินค้าทางเกษตร และการตั้งกลุ่มของผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ ต่อมาภาครัฐให้งบประมาณสนับสนุน และสหกรณ์การเกษตรส่วนหนึ่งสนับสนุนกิจกรรมการแปรรูปสินค้าเกษตรของกลุ่มแม่บ้านอย่างจริงจัง



ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปมาจาก ผลบ๊วย ที่สถานีริมทางโทะมิอุระ จังหวัดชิบะ

ที่มา: การบรรยายของ ผศ. เบญจรงค์ ใจใส แดร์ อาร์สลานิอง (TRF Forum, 28 สิงหาคม 2561)



สถานีริมทางความอบอุ่นพลาซ่า จังหวัดกุมมะ

ที่มา: การบรรยายของ ผศ. เบญจรงค์ ใจใส แดร์ อาร์สลาเนียน
(TRF Forum, 28 สิงหาคม 2561)

จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรที่กลุ่มสตรีเกษตรกรตั้งขึ้นด้วยตนเอง ได้รับเงินลงทุนช่วยเหลือจากภาครัฐบางส่วน เช่น จุดจำหน่ายสินค้าเกษตรบนถนนเฟรช จังหวัดโทเซจิ
2. จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรที่ได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จัดตั้งขึ้นโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บริหารงานโดยกลุ่มท้องถิ่น เช่น สมาคมการค้าและอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานที่สามที่ไม่ใช่ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งหลายแห่งเป็นส่วนหนึ่งและมีบทบาทสำคัญของกิจการสถานีริมทาง เช่น ร้านอะโปะคุเคชิโนะ คิมูระ เขตเทศบาลคะโนะอะชิ จังหวัดชิมาเนะ
3. จุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรที่มีความร่วมมือกับสหกรณ์การเกษตรสร้างจุดจำหน่ายสินค้าโดยได้รับคำแนะนำจากสหกรณ์การเกษตรในรูปแบบกิจกรรมที่เรียกว่า FARMER'S MARKET ซึ่งจุดจำหน่ายแบบนี้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เช่นร้านโอโตะไซโซ ของ JA โอโตะชิมะ เทศบาลเมือง ฟุกุโอะกะ ซึ่งในแต่ละจุดจำหน่ายสินค้าการเกษตรมีการขยายกิจการประกอบด้วย จุดจำหน่ายสินค้า อาคารแปรรูปสินค้า และร้านอาหาร

2. การพัฒนาสินค้าเกษตรแปรรูป

สำหรับกิจกรรมการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตร เริ่มต้นต้นจากกิจกรรมของกลุ่มพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มแม่บ้านในหมู่บ้านชนบทจัดโดยสหกรณ์การเกษตร เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาและแปรรูปอาหารต่างๆ กลุ่มแปรรูปสินค้าเกษตรของสตรีในชนบทแบ่งออกเป็น 3 แบบ

1. แบบพื้นฐาน เป็นการแปรรูปขนาดเล็ก ภายในกลุ่มของครอบครัวเกษตรกร นำโดยสตรี เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัว
2. แบบพัฒนาที่มีการสนับสนุนจากภาครัฐ มีองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน เป็นผู้ประสานและจัดการ มุ่งเน้นการแปรรูปวัสดุในท้องถิ่น นำโดยผู้ผลิตและสมาชิกในท้องถิ่น เพื่อสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และเป็นการเชื่อมระหว่างผลิตผลทางการเกษตรกับผลิตภัณฑ์แปรรูป
3. แบบวิวัฒนาการเป็นการแปรรูปขนาดใหญ่ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างเกษตรกร กับภาคเอกชน และภาคอุตสาหกรรม

3. นโยบาย “ผลิตในท้องถิ่นและบริโภคในท้องถิ่น”

และ นโยบาย “การพัฒนาอุตสาหกรรมขั้นที่ 6 (1+2+3=6)”

นโยบาย “ผลิตในท้องถิ่นและบริโภคในท้องถิ่น” เป็นนโยบายที่มีการส่งเสริมผลิตผลทางการเกษตรและการประมงท้องถิ่น ทำให้พึ่งพาตนเองได้ทางอาหาร และส่งผลต่อกิจกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมขั้นที่ 6 เป็นการผสมผสานระหว่าง อุตสาหกรรมขั้นที่ 1 (การทำเกษตรกรรม การทำป่าไม้ และการทำประมง) ขั้นที่ 2 (การผลิตและการแปรรูป) และขั้นที่ 3 (การจำหน่ายค้าปลีก) ด้วยการแปรรูปสินค้า และนำมาจำหน่าย ณ จุดจำหน่ายสินค้า การเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น ร้าน ANTENA SHOP เป็นร้านกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพของท้องถิ่น ร้านนี้ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในบริเวณย่านการค้าใกล้สถานีรถไฟสำคัญ ทำให้เกษตรกรรายย่อยในท้องถิ่นมีงานทำ มีรายได้ ลดค่าขนส่งสินค้า ผู้ซื้อก็สะดวก ทำให้สินค้ามีความสดใหม่ และยังมีความรับผิดชอบต่อระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค เช่น พวกอาหารปลอดภัย เป็นต้น

4. ยุคแห่งท้องถิ่น 1980-1990 และการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น

นโยบายแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ 3 เป็นจุดเริ่มต้นและมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนามุ่งเน้นไปยังการพัฒนาท้องถิ่น ส่งเสริมให้คนอาศัยในท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองได้ เกิดการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น รัฐบาลท้องถิ่นมีความเข้มแข็งทั้งทางด้านอำนาจและงบประมาณ ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นขยายบทบาทมากขึ้น รัฐบาลท้องถิ่นยังหารายได้โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเกิดการพัฒนาเอกลักษณ์ท้องถิ่นขึ้น ซึ่งส่งผลในแง่การส่งเสริมสถานีริมทางไปพร้อมด้วย

5. แนวโน้มความนิยมการท่องเที่ยวด้วยตนเองของคนญี่ปุ่น

การพัฒนาการท่องเที่ยวของญี่ปุ่นเกิดการพัฒนาต่อเนื่องขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่เริ่มมีการพัฒนาถนน สายรถไฟ สิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น การสร้างที่พักขนาดใหญ่บริเวณพื้นที่บ่อน้ำร้อนร้อนชื้น ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวพักผ่อนและชื่นชมเสน่ห์ของท้องถิ่นมากขึ้น จึงทำให้สถานีริมทางไปช่วยเสริมบทบาทในการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการสถานีริมทาง การพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนของประเทศไทยต่อไป โดยสรุปแล้วสถานีริมทางของประเทศไทยญี่ปุ่นเป็นที่นิยม เนื่องจากการที่สามารถพัฒนาสินค้าให้น่าสนใจใช้เทคนิคในการเพิ่มมูลค่าสินค้า นอกจากนั้นการใช้วัตถุดิบที่เป็นผลผลิตการเกษตรตามฤดูกาลท้องถิ่น การสร้างเรื่องราวของสินค้า และสถานีริมทางตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ลานสกีภูเขาไฟฟูจิ เป็นต้น ซึ่งการใช้พื้นที่สาธารณะในการพัฒนาชุมชนของประเทศญี่ปุ่น กรณีศึกษาบทบาทของสถานีริมทาง หรือ Roadside Station นี้จะเป็นแนวทางในการบริหารจัดการ นำเอาองค์ความรู้ มาประยุกต์ใช้ และยังเป็นต้นแบบของการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่นด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท้องถิ่นและการท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

การส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการไทย ในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดน



รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์
สำนักวิชาทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงการวิจัยการส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในการค้าและขนส่งสินค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ดำเนินการศึกษาโดย รองศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ สำนักวิชาทรัพยากรการเกษตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งมีขอบเขตการวิจัย เฉพาะการค้าและการขนส่งผ่านด่านแม่สอด จังหวัดตาก ไปยังประเทศ เมียนมา ที่ถือว่าเป็นด่านที่คาดว่าปริมาณการค้าและการขนส่งจะเพิ่มขึ้นใน อัตราที่ค่อนข้างสูง ทั้งนี้ผู้ประกอบการไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการศึกษา จะรวมถึงผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการโลจิสติกส์

สำหรับกรอบความคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีที่มาจากความคิด ว่าการที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เกิดขึ้น ย่อมส่งผลให้เกิดการ ขยายการค้าและการส่งออกสินค้าและบริการ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการ ด้านโลจิสติกส์) และการขยายการลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้านทั้งใน ด้านการผลิตการค้าและการบริการ โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงสภาพ ข้อเท็จจริงปัจจุบันของการค้าและการขนส่งผ่านด่านแม่สอด จังหวัดตาก ตลอดจนสภาพเศรษฐกิจในประเทศเมียนมา สภาพแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลง ไปและโอกาส

นอกจากนั้นยังทำการศึกษาเปรียบเทียบบทเรียนและประสบการณ์ ของการลงทุนในประเทศที่เป็นตลาดเกิดใหม่โดยผู้ประกอบการญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน ซึ่งพบว่า นักธุรกิจญี่ปุ่นไม่ค่อยประสบความสำเร็จใน การขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่ เพราะมุ่งเน้นแต่ตลาดบนในเมืองหลัก ของประเทศเท่านั้น ในขณะที่นักธุรกิจเกาหลีใต้และจีน ประสบความสำเร็จ มากกว่า เพราะให้ความสำคัญกับการสร้างฐานตลาดในกลุ่มลูกค้าที่เป็น ตลาดกลางและตลาดล่างที่อยู่ในชนบทซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศ ทำให้ สามารถใช้เครือข่ายที่มีอยู่ในการกระจายสินค้าไปตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ เป็นรากฐานในการต่อยอดให้กับการขยายธุรกิจไปในสินค้าทุกระดับใน อนาคต ซึ่งตัวอย่างการสนับสนุนของรัฐบาลจีนเป็นกรณีที่รัฐบาลไทยควร นำมาปรับใช้ โดยผลการศึกษาวิเคราะห์ที่ได้จากโครงการคณะผู้วิจัยมีข้อ เสนอแนะในกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กลยุทธ์ในการส่งเสริมศักยภาพในการขยายธุรกิจของไทย เข้าไปในเมียนมา ได้แก่

1. **กลยุทธ์ในการลดความเสี่ยง** เป็นอีกกลุ่มกลยุทธ์ที่ใช้ปรับสภาวะแวดล้อมภายนอก เพื่อช่วยลดการคลาดเคลื่อนด้านองค์กรกลาง (Institutional Voids) และ ความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่มีอยู่ใน เมียนมา ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ที่ยังขาดความพร้อมในหลายด้าน โดยใช้ความได้เปรียบของผู้ประกอบการไทยที่เหนือกว่าผู้ประกอบการ ชาติอื่น เนื่องจากผู้ประกอบการไทยเคยมีประสบการณ์การประกอบ ธุรกิจ สถานการณ์เช่นนี้ใช้ประโยชน์จากความคุ้นเคย เครือข่ายการค้า ที่ดีและประสบการณ์ของผู้ประกอบการไทย ในการรับมือกับปัญหา มาสร้างเป็นโอกาสในการขยายตัวทางธุรกิจ
2. **กลยุทธ์ในการสร้างโอกาส** เป็นกลยุทธ์ในการปรับปรุงปัจจัยภายนอก คือสภาวะแวดล้อมภายนอก (Ecosystems) เพื่อสร้างโอกาสใหม่หรือ ธุรกิจใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการไทยด้านการค้าชายแดนและการบริการ ขนส่งของไทยที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน ซึ่งต้องอาศัยการนำและ การดำเนินการของภาครัฐและภาคเอกชนเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนให้กับ ผู้ประกอบการสามารถเข้าไปประกอบธุรกิจและลงทุนในตลาดเมียนมา ได้สะดวกขึ้น
3. **กลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพ** เป็นกลยุทธ์ที่ปรับปรุงปัจจัยภายใน คือ ความสามารถในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการไทยให้มีคุณสมบัติ เป็นบริษัทที่กล้าได้กล้าเสียมากขึ้น (Born Global) ดังนั้นผู้ประกอบการ ที่จะขยายการค้าและการลงทุนเข้าไปยังตลาดเมียนมาในช่วงเริ่มต้น ของการพัฒนานี้ ซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ จำเป็นต้องมีความกล้าได้กล้าเสีย มีกรอบความคิดแบบทันโลก อาศัยความสามารถในการสร้างเครือข่าย กับผู้ประกอบการชาติเดียวกันและผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมไปถึง การเลือกใช้กลยุทธ์ในการบริหารจัดการความเสี่ยงและความผันผวน ของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ประเด็นที่ 2 กลยุทธ์การยกระดับการค้าและการขนส่งข้ามแดน ได้แก่

1. การร่วมทุนกับผู้ประกอบการขนส่งท้องถิ่น
2. การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษแม่อ้อยให้เป็นศูนย์กลางการค้าส่งของภูมิภาค
3. การทำความตกลงการค้าขนส่งระหว่างไทยกับเมียนมา
4. การให้การสนับสนุนการศึกษาการพัฒนากระบวนการขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ให้กับเมียนมา
5. การสนับสนุนการก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้า (Truck Terminal) หรือย่านขนส่งสินค้า (Freight Park) ที่ซานเมืองย่างกุ้ง

ประเด็นที่ 3 กลยุทธ์การยกระดับการค้าและการลงทุนของไทยในเมียนมา ได้แก่

1. **ด้านข้อมูล** ได้แก่ การสนับสนุนทางวิชาการในด้านต่างๆ ให้กับรัฐบาลเมียนมา การใช้ประโยชน์จากแรงงานเมียนมา ในไทยเพื่อสำรวจตลาดของสินค้า การยกระดับขีดความสามารถของหน่วยงานของรัฐในเมียนมา ในการให้บริการข้อมูลเชิงลึกด้านการค้าและการลงทุน การส่งเสริมการจัดตั้งบริษัทให้บริการที่ปรึกษาการค้าและการลงทุนเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการไทย การพัฒนาระบบติดตามประเมินผลการลงทุนในต่างประเทศ และรวบรวมประสบการณ์จัดทำบทเรียนและกรณีศึกษาต่างๆ เพื่อนำมาเผยแพร่แก่ผู้ประกอบการรายอื่น การจัดทำทำเนียบผู้ให้บริการด้านกฎหมาย และที่ปรึกษาการลงทุนที่ผ่านการคัดกรองจากหน่วยงานของรัฐ
2. **ด้านการพัฒนาบุคลากร** ได้แก่ การพัฒนากระบวนการคัดเลือกแรงงานชาวเมียนมาในไทยที่มีศักยภาพ เพื่อชักชวนให้กลับไปเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ให้กับธุรกิจไทยในเมียนมา การจัดหลักสูตรการเรียนและอบรมให้กับคนท้องถิ่นในประเทศเมียนมา การจัดให้มีหลักสูตรพัฒนาคนรุ่นใหม่ของไทย ให้มีความเชี่ยวชาญในการบริหารการค้าและการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ โดยจัดในจังหวัดหลักที่อยู่ชายแดน

3. **ด้านการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการไทย** การใช้สถานีน้ามันของ ปตท. ที่จะตั้งขึ้นในเมียนมา เป็นช่องทางการค้าให้กับสินค้าไทย การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ของไทยที่จะเข้าไปลงทุนในเมียนมา รับผิดชอบเป็นผู้นำในการพาผู้ประกอบการไทยรายอื่นเข้าไปประกอบกิจการในเมียนมาสนับสนุนการสร้างนิคมอุตสาหกรรมและคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการไทยในเมียนมา
4. **ด้านการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการท้องถิ่น** การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยและเมียนมาใช้ชีวิตร่วมกันเพื่อสร้างสายสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน
5. **ด้านการเงิน** ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการศึกษาความเหมาะสมในการลงทุน รัฐบาลพัฒนาโครงการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความสามารถมาทำหน้าที่เป็นผู้รับฝากขายผลิตภัณฑ์สินค้าของไทยที่มีจุดเด่นและมีศักยภาพในระดับสูง(National champion)ในตลาดเมียนมา จัดให้มีบริการประกันความเสี่ยงในด้านต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการไทย ใช้การเจรจาในระดับรัฐต่อรัฐเพื่ออำนวยความสะดวกแก่การจัดตั้งสถาบันทางการเงินและบริษัทประกันภัยที่ให้บริการแก่นักธุรกิจไทย
6. **ด้านอื่นๆ** ส่งเสริมการสร้างสื่อด้านวัฒนธรรม เพื่อให้ชาวเมียนมามีความรู้สึกที่ดีและถูกต้องต่อประเทศไทย วัฒนธรรมไทยและสินค้าไทย

- พลวัตการเปลี่ยนแปลงการค้าผ่านทุนจีนในตลาดต่างประเทศนั้น กลยุทธ์ของจีนในการส่งเสริมการค้าชายแดนและการลงทุนในต่างประเทศ รัฐบาลจีนมีนโยบายเชิงรุกในการส่งเสริมการลงทุนและสนับสนุนให้ภาคธุรกิจจีนที่มีศักยภาพเข้าไปลงทุนในต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ เช่น การตั้งบริษัททำธุรกิจในต่างประเทศ การไปร่วมทุนกับธุรกิจท้องถิ่น การควบรวมกิจการ หรือการเข้าซื้อกิจการในต่างประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นรูปแบบการขยายอิทธิพลทางการค้าต่างประเทศที่น่าจับตามอง

รูปแบบของการส่งเสริมการลงทุนในต่างประเทศของรัฐบาลจีน

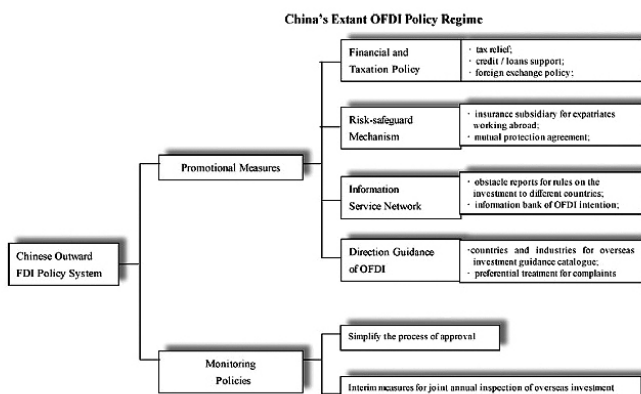


Fig. 3. China's Extant OFDI Policy Regime.

How emerging market governments promote outward FDI: Experience from China

- ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ โดยรัฐบาลต้องมีความเข้าใจพลวัตของการค้าชายแดนและเมืองชายแดน ซึ่งต้องเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมเพื่อไม่ให้เกิดปรากฏการณ์การกลายเป็น “เพียงทางผ่าน” ของจังหวัดชายแดน ดังเช่นในกรณีของด่านสะเดา จ.สงขลา แม้จะเป็นด่านที่มีการค้าชายแดนสูงสุดของไทยแต่มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจขบเซกกว่าเมืองชายแดนอื่นๆ เพราะมีสภาพเป็นเพียงแค่ทางผ่านขณะเดียวกันในอนาคตประเทศไทยก็มีความน่าเป็นห่วงในกรณีการค้าชายแดนกับ สปป.ลาว ไม่ว่าจะเป็นที่หนองคายหรืออุดรธานี หากรถไฟความเร็วสูงของจีนสร้างเสร็จสมบูรณ์ ก็เชื่อได้ว่าแนวโน้มมูลค่าเศรษฐกิจการค้าชายแดนต้องลดลงอย่างแน่นอน ซึ่งประเทศไทยจะต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือ

ที่มา: การบรรยายของ รศ. ดร.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์
(TRF Forum, 28 สิงหาคม 2561)



ตลาดชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

โครงการงานวิจัย “การศึกษาภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้าน และการพัฒนาตลาดทางเลือกที่เหมาะสมกับชุมชน ตำบลหนองแขวงโสภนระ อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น” ดำเนินการวิจัยโดย นายเสกสรร จันทรราช ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 1 ตำบลหนองแขวงโสภนระ อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น เพื่อที่จะอนุรักษ์ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในเรื่องของอาหารพื้นบ้านให้คงอยู่ต่อไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนและศักยภาพในการผลิตอาหารพื้นบ้าน เพื่อศึกษาและรวบรวมสำหรับอาหารพื้นบ้าน เพื่อส่งเสริมการผลิตอาหารพื้นบ้านให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพื่อศึกษาและพัฒนาวิถีตลาดทางเลือกของอาหารพื้นบ้าน

นายเสกสรร จันทรราช ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 1 ตำบลหนองแขวงโสภนระ อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น

จากผลการศึกษาวิจัยทำให้ทราบถึงพัฒนาการบริโภคของคนในชุมชนตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยในอดีตชาวบ้านหาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น หาของป่า พืชผักสวนครัวที่ปลูกบริเวณรอบบ้าน นำมาประกอบอาหาร ส่วนประกอบของอาหารไม่ได้มีความซับซ้อน และสามารถผลิตเองได้ ประยุกต์อาหารแบบง่าย ส่วนใหญ่ชาวบ้านเน้นอาหารประเภทผัก ปลา กบ เขียด และแมลงต่างๆ อาหารเหล่านี้มีประโยชน์ทางโภชนาการ ทำให้ร่างกายแข็งแรง ดังจะเห็นได้จากผู้สูงอายุในชุมชนที่สุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่ค่อยเจ็บป่วยหรือเป็นโรคร้าย และที่สำคัญมีอายุยืนยาว

อย่างไรก็ตามสภาพชุมชนปัจจุบัน วิถีชีวิตของคนในชุมชนได้เปลี่ยนไปจากเดิมจากการหาอยู่หากินตามธรรมชาติลดน้อยลงเนื่องจากประชากรเพิ่มขึ้น แหล่งอาหารตามธรรมชาติได้ลดน้อยลง นอกจากนั้นยังมีความเจริญทางด้านวัตถุและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามีอิทธิพลทำให้วิถีชีวิตของชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม พึ่งพาอาหารที่สำเร็จรูป อาหารตามสั่งมากขึ้น หลายครัวเรือนหันไปซื้อพืชผักสวนครัวที่ตลาดแทนการปลูกไว้ทานเอง เนื่องจากหาง่าย สะดวกในการซื้อหา

คณะผู้วิจัยศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในชุมชน จัดประชุม สัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในชุมชน เกี่ยวกับพืชผักพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้านตลอดจนวิธีการปรุงรส เครื่องปรุงอาหาร นำมากำหนดแนวทางการวางแผนการผลิต การจัดจำหน่ายสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดผู้บริโภค และเปิดตลาดชุมชนเพื่อนำร่องตลาดจำหน่ายผักพื้นบ้านและอาหารพื้นบ้าน กึ่งสำเร็จรูป ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการตลาดชุมชน มีดังนี้

1. สถานที่จัดตลาดชุมชนต้องมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง
2. มีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายหมู่บ้านให้ประชาชนทราบ
3. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและผู้จำหน่ายสินค้า
4. การสร้างอัตลักษณ์ ตลาดชุมชน (อาหารพื้นบ้าน)
5. สินค้าต้องเป็นอาหารปลอดภัยและมีคุณภาพและเป็นของสดใหม่

ศึกษาภูมิปัญญา อาหารพื้นบ้าน และการพัฒนาตลาดทางเลือก

ที่เหมาะสมกับ
ชุมชนตำบล
หนองแขวงโสภนระ



ตัวอย่างภาพตลาดในชุมชน

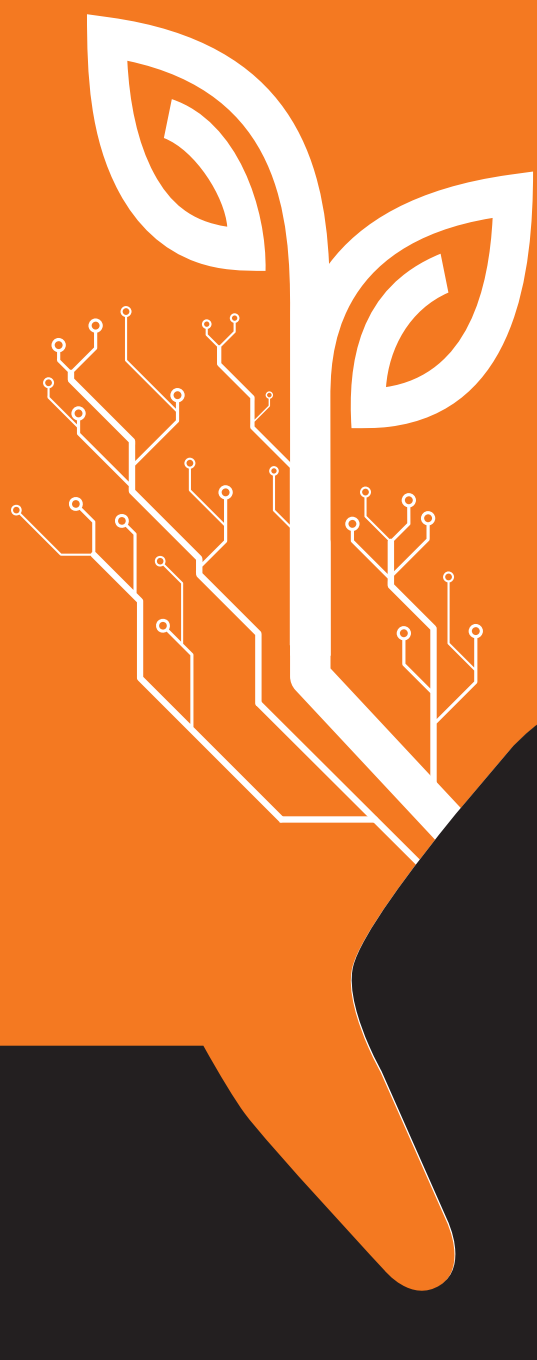


บรรยากาศตลาดชุมชนตำบลหนองแขวงโสภนระอำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น

ที่มา: การบรรยายของ นายเสกสรร จันทรราช

(TRF Forum, 28 สิงหาคม 2561)

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐจากการเปิดตลาดทดลองในโครงการวิจัยนี้ ได้รับการตอบรับที่ดีจากประชาชน ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน สามารถต่อยอดให้กลายเป็นตลาดที่มั่นคงและยั่งยืนต่อไป ซึ่งในอนาคตถ้ามีโอกาสคณะผู้วิจัยอยากจะทำให้ตลาดตำบลหนองแขวงโสภนระ อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น กลายเป็นตลาดที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ในลักษณะตลาดอีสานอาหารพื้นบ้าน เป็นแบบอย่างให้แกชุมชนท้องถิ่นอื่น ทั้งนี้ผู้วิจัยอยากให้ภาครัฐได้ดำเนินนโยบายโครงการตลาดประชารัฐให้ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน เนื่องจากตลาดประชารัฐที่ทางรัฐบาลได้มีนโยบายนั้น ยังไม่ครอบคลุมทุกตำบล เพื่อที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ก้าวหน้า



สานพลัง ประชารัฐ ส่งเสริมสินค้าเกษตร นวัตกรรม



Agricultural
Innovations

Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)

สานพลังประชารัฐ

ส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม

6

โครงการศึกษาฐาน

และสัมมนาเรื่อง

“การค้าเสรีเพื่อยกระดับ

เกษตรกรไทยก้าวสู่

Smart Enterprises 4.0”



Agricultural
Innovations

Editor's Note

บรรณาธิการเฌอ

การเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบายที่ดำเนินการโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้ขยายความร่วมมือไปในหลากหลายรูปแบบในหลายหน่วยงาน เช่น ความร่วมมือกับ กรมการค้าต่างประเทศที่ได้เชื่อมโยงพันธมิตรจากภาคเอกชนเข้ามามากขึ้น รวมถึงการพัฒนา โจทย์การวิจัยจากภาคเอกชน ในขณะที่ความร่วมมือจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศนั้น สกว. ได้นำองค์ความรู้และเครือข่ายไปช่วยให้มีการใช้ประโยชน์จากการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี ในโครงการที่เกี่ยวกับสามจังหวัดชายแดนใต้

จดหมายข่าวฉบับนี้จึงเป็นผลการจัดงาน “การแถลงข่าวพันธมิตรกรมการค้าต่างประเทศ” โดยร่วมกับกรมการค้าต่างประเทศ ในการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรม แบบครบวงจรตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการตลาดให้กับสินค้า นอกจากนี้ ยังมี ผลสรุปจากการจัดงาน “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0” จังหวัดยะลา โดยจัดร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งภายในงานมีการจัดเสวนา ให้เกษตรกรรายย่อย เกี่ยวกับแนวทางในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การค้าตลาดเสรี และเตรียมตัวเป็น เกษตรกรที่มีศักยภาพไปสู่การเป็นผู้ประกอบการและผู้ส่งออกต่างประเทศ

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าว ฉบับนี้ จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งช่วยให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตร โดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จันทวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญจพล โคสะพละกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com

สานพลัง ประชารัฐ ส่งเสริมสินค้า เกษตรนวัตกรรม

เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2561 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (APi) จัดงานแถลงข่าวความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด บริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท สยามพิวรรธน์ จำกัด บริษัท เซ็นทรัลฟู้ด รีเทล จำกัด และสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ณ ห้องบูรฉัตรไชยากร ชั้น 4 สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรม และทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรนวัตกรรมได้มากขึ้น โดยในส่วนของ สกว. ได้สนับสนุนการดำเนินงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ตอบสนองนโยบาย “จากหิ้ง สู่ห้าง” และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Development Bank) ให้โอกาสแก่ผู้ประกอบการรายย่อยด้วยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำแบ่งเบาภาระผู้ประกอบการ



นายเกียรติ รัชโน รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ ดร.นาวัน วิริยะเอี่ยมพิกุล ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายด้านการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ สกว. คุณสุภาภรณ์ เพ็ชรมาศ ผู้จัดการทั่วไปบริหารสินค้า Gourmet Fresh บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด คุณสุวรรณา หลั่งน้ำสังข์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด นายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ คุณสุชาติ ระมาศ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ การตลาดขายปลีก คาเฟ่ อเมซอน คุณอุบลรัตน์ คำแพง ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายส่งเสริมการตลาด ลูกค้าสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อสังคม ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) คุณชนิดา พันธ์แสน ผู้อำนวยการอาวุโส บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด และ นางมนลลิตย์ จิรวัฒน์ รองอธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ (จากซ้ายไปขวา)

งานแถลงข่าวในครั้งนี้ได้รับเกียรติจากนายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศเป็นประธานในพิธีเปิด ซึ่งได้กล่าวถึงการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรด้วยการแปรรูปเป็นสินค้าเกษตรนวัตกรรม โดยใช้งานวิจัย แก้ปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำในช่วงสินค้าล้นตลาด โดยทางกรมการค้าต่างประเทศ มีสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (APi) ซึ่งเป็นหน่วยงานสำคัญในการส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรมตามมติที่ประชุมของคณะกรรมการนโยบายและบริหารจัดการข้าว (นบข.) มีบทบาทหลักในการเป็นตัวกลางเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับนักวิจัยเพื่อนำงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าเกษตรนวัตกรรมและส่งเสริมการนำสินค้าเกษตรนวัตกรรมไปสู่ตลาด ผ่านยุทธศาสตร์ APi 4 C ประกอบไปด้วย

- APi Campaign กระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง อาหาร สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งสามารถตอบสนองผู้บริโภคทุกกลุ่มทุกวัย
- APi Contest จัดประกวดสินค้าเกษตรนวัตกรรมรางวัล RICE Plus Award โดยทางสถาบันได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพฯ พระราชทานถ้วยรางวัล ซึ่งภายในงานนั้นมีผลงานสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่มีความโดดเด่นสูง อาทิ แผ่นห้ามเลือดข้าวฟองสุรดาที่สามารถเพิ่มได้ถึงสองพันเท่าจากการนำเมล็ดข้าวหักมาสกัดเป็นสารห้ามเลือด และมีราคาถูกกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศ น้ำนมข้าวยาคูของ Diamond Fresh เป็นต้น
- APi Connect เป็นศูนย์รวมของการเชื่อมโยงระหว่างนักวิจัย ผู้ประกอบการ สถาบันวิจัยต่างๆ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ องค์การอาหารและยา (อย.) กรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ
- APi Channel สนับสนุนให้เกิดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตร เพื่อให้ผู้ประกอบการมีตลาดและผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรนวัตกรรมได้ง่ายยิ่งขึ้น อาทิ โครงการส่งเสริมให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้ใช้ข้าวของไทย เป็นต้น

4 TRF FORUM

โดยความร่วมมือระหว่างสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (Api) และองค์กรพันธมิตรในครั้งนี้จะเป็นกำลังสำคัญที่จะผลักดันสินค้าเกษตรนวัตกรรมไปสู่ผู้บริโภคทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้แทนจากองค์กรพันธมิตรได้กล่าวถึงบทบาทและนโยบายขององค์กรในการสนับสนุนสินค้าเกษตรนวัตกรรม โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

- **การเป็นช่องทางกระจายสินค้าเกษตรนวัตกรรมไปสู่มือผู้บริโภคทั่วประเทศ**

ความร่วมมือที่เกิดขึ้นนี้จะเป็นการเพิ่มช่องทางให้กับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรนวัตกรรมมีพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าของตนและยังเป็นการเชิญชวนให้ผู้บริโภคลองบริโภคสินค้าเกษตรนวัตกรรมเพราะสามารถเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยกลุ่มองค์กรร้านค้าเอกชนที่จะเป็นช่องทางสำคัญประกอบด้วย เลมอน ฟาร์ม ร้านกาแฟคาเฟ่ อเมซอน กูร์เมต์ มาร์เก็ต Ecotopia และ ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต

- **แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป**

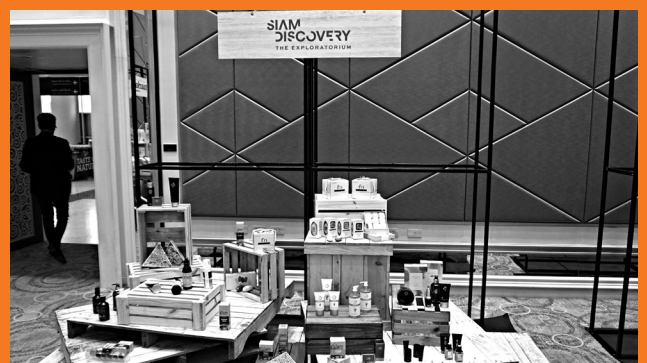
คุณสุวรรณา หลั่งน้ำสังข์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด หรือเลมอน ฟาร์ม เปิดเผยว่าปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิกมากยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องกระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์ ต้องสามารถเก็บความสดใหม่และปลอดภัยและมีรสชาติอร่อยดี มีความหลากหลาย โดยไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่อาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงแต่เป็นนวัตกรรมขั้นพื้นฐานก็ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค เช่น ข้าวผสมบุก ซึ่งไม่ได้อาศัยนวัตกรรมใดๆ แต่เป็นการใส่แนวคิดเข้าไปในผลิตภัณฑ์และเน้นเรื่องสุขภาพของผู้บริโภคเป็นสำคัญ เป็นต้น

- **ส่งเสริมให้เกิดสินค้าเกษตรนวัตกรรมใหม่ๆ นำพาผู้ประกอบการและเกษตรกรเติบโตไปด้วยกัน**

คุณสุชาติ ระมาศ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่การตลาดขายปลีก คาเฟ่ อเมซอน โดยบริษัท ปตท.น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) คุณสุกานันท์ เพ็ชรมาศ ผู้จัดการทั่วไปบริหารสินค้า Gourmet Fresh บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด และคุณชนิดา พันแสน ผู้อำนวยการอาวุโส บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด กล่าวถึงนโยบายขององค์กรที่มีจุดประสงค์เดียวกันคือการสนับสนุนผู้ประกอบการและเกษตรกรให้สามารถพัฒนาสินค้าหรือนำวัตถุดิบที่ตนมีมาใส่ในนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าเกษตรนวัตกรรมไปสู่มือผู้บริโภค โดยทั้งคาเฟ่ อเมซอน ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ตและกูร์เมต์ มาร์เก็ตต่างมีทีมงานที่คัดสรรสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่มีศักยภาพจากทั่วทุกจังหวัดมาวางขายในร้าน นอกจากนี้หากสินค้าของผู้ประกอบการยังไม่พร้อมที่จะออกสู่ตลาด เพราะรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ก็มีทีมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและดึงดูดผู้บริโภค



ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ หัวหน้าโครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบายฝ่ายบริหาร นายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ และดร.นาวัน วิริยะเอี่ยมพิกุล ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย ด้านการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (จากซ้ายไปขวา)





ในด้านการสนับสนุนเกษตรกร บริษัท ปตท.น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ถือเป็นกำลังสำคัญในการช่วยเหลือเกษตรกรทั้งเป็นช่องทางการขายสินค้าเกษตรในช่วงราคาสินค้าตกต่ำเนื่องจากผลผลิตล้นตลาด โดยการขายสินค้าในสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศกว่า 1,700 สถานี นอกจากนี้ยังมีการนำวัตถุดิบทางการเกษตรมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของร้าน คาเฟ่ อเมซอน อาทิ การใช้น้ำมันจากข้าวหรือน้ำข้าวอาคูลมาผสมในเครื่องดื่มหรือขนมแทนนม การใช้ข้าวไรซ์เบอร์รี่มาทำขนมแทนการใช้แป้ง โดยให้ความสำคัญกับรสชาติควบคู่ไปกับสุขภาพที่ดี

• ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรนวัตกรรมเป็นภาษาต่างประเทศให้เป็นที่ยอมรับ

ทีมงานการตลาดของกูร์เมต์ มาร์เก็ตได้ทำการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันสนใจสินค้าออร์แกนิกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ แต่ผู้บริโภคบางกลุ่มอาจจะยังไม่ทราบว่าหาสินค้าเหล่านี้ได้จากแหล่งใด ทางกูร์เมต์ มาร์เก็ตจึงมีการจัดประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เป็นภาษา 4 ภาษาได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ ญี่ปุ่น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติด้วย นอกจากนี้ยังมีการจัดพื้นที่ขายสินค้าเกษตรนวัตกรรมโดยเฉพาะซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการมาร่วมขายและประชาสัมพันธ์สินค้าในพื้นที่ดังกล่าวได้

• ติดอาวุธให้ผู้ประกอบการรายย่อย

เงินทุนถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการทำธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจรายย่อย (SME) ที่ต้องเริ่มต้นด้วยจำนวนเงินทุนไม่มากนัก รัฐบาลเข้าใจปัญหาเรื่องเงินทุนของ SME จึงได้มีการจัดตั้งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) ขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME โดยคุณอุบลรัตน์ คำแหง ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายส่งเสริมการตลาดลูกค้าสัมพันธ์และกิจกรรมเพื่อสังคม เปิดเผยว่าทางธนาคารมีเงินทุนรองรับผู้ประกอบการ SME ถึง 70,000 ล้านบาท โดยมีเงินทุนหลายประเภทตามความต้องการของผู้ประกอบการ ตั้งแต่เงินกู้ 1 ล้านบาท ไม่ต้องอาศัยหลักประกันในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 หรือวงเงินกู้ 5 ล้านบาทในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1 ถึง 3 โดยสามารถกู้เงินได้สูงสุดถึง 30 ล้านบาท ซึ่งรัฐบาลรับรองว่าผู้ประกอบการ SME จะได้รับอัตราดอกเบี้ยถูกที่สุดในประเทศไทย

6 TRF FORUM

• พลักให้มีการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ สนับสนุนแนวคิดจากห้องสู่ห้าง

ดร.นาวัน วิริยะเยี่ยมพิกุล ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย ด้านการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เปิดเผยว่า สำนักงาน สกว. ก่อตั้งขึ้นมาเป็นเวลา 25 ปีมีการกิจสำคัญคือการให้ทุนวิจัยหลากหลายประเภทตั้งแต่ระดับชาวบ้านทำวิจัย นักวิจัย นักเรียนนักศึกษา ระดับปริญญาโท เอก ให้ทุนนักวิจัยอาจารย์ในมหาวิทยาลัย โดยคิดเป็นจำนวนโครงการวิจัยกว่า 20,000 โครงการ แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือมีงานวิจัยจำนวนมากเพียงไม่เกือร้อยละ 10 ที่ถูกนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ในด้านนโยบาย ด้านพาณิชย์ หรือด้านชุมชน จึงได้มีการริเริ่มตั้งโครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบายฝ่ายบริหารขึ้นเพื่อทำหน้าที่เชื่อมโยงงานวิจัยไปใช้ประโยชน์โดยเฉพาะให้หน่วยงานรัฐบาลสามารถนำงานวิจัยที่สกว.มีอยู่ไปใช้ประโยชน์ในทางนโยบายและในด้านพาณิชย์

นอกจากนี้ทาง สกว. ยังมีการจัดตั้งโครงการพัฒนานักวิจัยและงานวิจัยเพื่ออุตสาหกรรม (พวอ.) และฝ่ายอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการผลักดันให้เกิดการทำงานวิจัยที่ตอบสนองการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์หรือการทำงานวิจัยที่สนับสนุนอุตสาหกรรมในกลุ่ม S Curve หากผู้ประกอบการที่สนใจอยากจะทำงานวิจัยสามารถที่จะเข้ามาร่วมลงทุนทำงานวิจัยกับนักวิจัยหรืออาจารย์มหาวิทยาลัย โดยออกทุนจำนวนร้อยละ 40 ถึง 50 ของงานวิจัยและสามารถนำงานวิจัยชิ้นนั้นไปใช้ประโยชน์ได้



โครงการศึกษาดูงานและสัมมนาเรื่อง

การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสภาเกษตรกรแห่งชาติ จัดโครงการศึกษาดูงานและสัมมนาเรื่อง “การค้าเสรีเพื่อยกระดับเกษตรกรไทยก้าวสู่ Smart Enterprises 4.0” ให้แก่กลุ่มเกษตรกรภาคใต้ ระหว่างวันที่ 3 - 5 กันยายน 2561 ณ จังหวัดยะลา เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่เกษตรกร เกี่ยวกับการค้าเสรีระหว่างประเทศทั้งในแง่ความท้าทายและโอกาสที่จะนำพาเกษตรกรไทยก้าวไปสู่ตลาดโลก นอกจากนี้ยังเป็นการรับฟังความคิดเห็นของเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการจัดทำความตกลงการค้าเสรีต่อไป และถือเป็นการสร้างความใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานรัฐและเกษตรกรในพื้นที่ภาคใต้ผ่านการจัดงานในครั้งนี้

ทั้งนี้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยังได้มีโอกาสลงพื้นที่ศึกษาดูงานจากกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็ง ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรสวนไม้ผลอินทรีย์เบตง อำเภอบางตาขุน จังหวัดยะลา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปอาหารยี่ลอปัน (กล้วยหินบันตู) อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา และกลุ่มวิสาหกิจเครือข่ายกลุ่มโรงงานแปรรูปผลไม้บันนังสตา อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา นอกจากนี้ยังได้เยี่ยมชมสวนลองกองพรีเมียมบ้านป่าหวัง ณ อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลาด้วย





นายวัฒนพงศ์ ภูมิถาวร นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นางสาวบัณฑิต จุฑาภักย์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักการค้าสินค้า กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นายพีรภัทร์ เกียรติภิญโญ ผู้เชี่ยวชาญจากสกว. นายเสน่ห์ วิชัยวงษ์ รองเลขาธิการสภาเกษตรกรแห่งชาติ นายอุดม ศรีสมทรง ผู้อำนวยการกลุ่มกำกับดูแลและพัฒนาเศรษฐกิจการค้า นายวิฑิต วัชรโบล นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และนายธีระทัศน์ รังสิโรจน์ GM/Treasure Trading & Distribution., Ltd.

นอกจากการศึกษาดูงานแล้วในการจัดกิจกรรมครั้งนี้ยังมีส่วนของงานเสวนาในหัวข้อต่างๆ โดยได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขาวิชามาให้ความรู้แก่เกษตรกร ทั้งจากกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ สภาเกษตรกรแห่งประเทศไทย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ในส่วนของการเสวนาในหัวข้อ **“สินค้าผลไม้ในตลาดการค้าเสรี”** มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการทำการเกษตร ตั้งแต่ด้านการพัฒนารูปแบบการผลิตสินค้าผลไม้ โดยการเรียนรู้วิธีการปลูกและคัดเลือกพันธุ์ การนำผลไม้ไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและแก้ไขปัญหาราคาคตกต่ำ การรู้เท่าทันสถานการณ์การค้าในตลาดโลก และวิธีการนำพาสินค้าของตนไปสู่ตลาดโลกด้วยเทคโนโลยี 4.0 ซึ่งได้รับเกียรติจาก นายเสน่ห์ วิชัยวงษ์ รองเลขาธิการสภาเกษตรกรแห่งชาติ นายวิฑิต วัชรโบล นักวิชาการพาณิชย์เชี่ยวชาญ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นางสาวบัณฑิต จุฑาภักย์ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักการค้าสินค้า กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ นายฉัตรชัย กิตติไพศาล ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพืชสวนยะลา และนายพีรภัทร์ เกียรติภิญโญ สมาชิกหอการค้าไทย-ฝรั่งเศส และเป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ชุดโครงการผลักดันงานวิจัยสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สกว. โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

• แนวเกษตรกรปรับแผนการปลูกพืชที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

ยะลาเป็นพื้นที่ทางการเกษตรหลักแห่งหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันมีผลไม้ที่เป็นผลผลิตหลักคือทุเรียน ลองกอง มังคุด ส้มโชกุน โดยเฉพาะทุเรียนยะลานั้นมีจุดเด่นคือรสชาติอร่อย เนื้อนุ่ม เป็นที่ถูกใจผู้บริโภคจนทำให้จังหวัดยะลาอยากให้การสนับสนุนการปลูกทุเรียนเป็นวาระจังหวัด ทำให้เกษตรกรในพื้นที่นิยมปลูกทุเรียนกันมากทำให้ช่วงเดือนสิงหาคม และต้นกันยายนผลผลิตออกมาเยอะจนราคาคตกต่ำ เกษตรกรจึงควรคัดเลือกชนิดของทุเรียนที่จะนำมาปลูกเพื่อให้ผลผลิตที่ออกมานั้นไม่ตรงกับฤดูของทุเรียนปกติ เช่น ทุเรียนพันธุ์จันทบุรี 9 ซึ่งมีอายุการเก็บเกี่ยวประมาณ 135 - 140 วัน ออกผลในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงต้นธันวาคมซึ่งเป็นช่วงหลังฤดูทุเรียน นอกจากนี้ยังสามารถเก็บไว้ได้นานกว่าทุเรียนพันธุ์อื่น เป็นต้น นอกจากนี้การปลูกทุเรียนที่เป็นผลไม้ประเภทหลักแล้วเกษตรกรควรเลือกปลูกพืชชนิดอื่นที่เป็นความต้องการของตลาด อาทิ การปลูกกาแฟซึ่งเดิมทีนิยมปลูกกันมาก แต่เมื่อราคายางเพิ่มสูงขึ้นเกษตรกรก็นิยมปลูกยางพารามากยิ่งขึ้นทำให้พื้นที่ปลูกกาแฟลดลง ซึ่งสวนทางกับความต้องการของตลาด โดยประเทศไทยนิยมบริโภคกาแฟเป็นอย่างมาก โดยจะเห็นได้ว่าสถิติการนำเข้ากาแฟในปี 2560 มีเมล็ดกาแฟนำเข้าจำนวนถึง 55,000 ตัน คิดเป็นมูลค่า 4,300 ล้านบาท และแนวโน้มความนิยมการบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 ต่อปี เกษตรกรจึงอาจเลือกที่จะปลูกกาแฟเป็นรายได้เสริมในช่วงที่ผลผลิตผลไม้หลักล้นตลาด

• ผลผลิตที่มีคุณภาพและผ่านการรับรองคุณภาพ

เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถทราบได้ว่าสินค้าที่บริโภคนั้นมีคุณภาพและปลอดภัย จึงขอเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารหรือเครื่องหมาย Q ซึ่งเป็นเครื่องหมายแสดงว่าสินค้าเกษตรนั้นได้รับมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices หรือ GAP) ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นและดึงดูดผู้บริโภคให้เลือกสินค้าของเรา อีกทั้งยังสามารถใช้รับรองเพื่อส่งสินค้าเกษตรออกไปยังต่างประเทศได้ โดยเกษตรกรสามารถเข้ารับการตรวจสอบเพื่อรับรองเครื่องหมายได้ที่สำนักงานเกษตรตำบลหรือจังหวัด



• การแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อข้ามพ้นการผลิตแบบเดิม

การผลิตผลไม้ที่มีความหลากหลายและตรงตามความต้องการของตลาดอย่างเดียวยังไม่สามารถนำพาเกษตรกรให้หลุดพ้นจากปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำได้ เพราะทุกคนล้วนปลูกพืชเหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ดังนั้นสิ่งที่เกษตรกรสามารถทำได้เพื่อให้ก้าวข้ามการผลิตแบบ 1.0 หรือปลูกพืชเพื่อขายผลผลิตอย่างเดียว ไปเป็นเกษตรกรแบบ 4.0 คือการผันตัวไปเป็นผู้แปรรูปสินค้าเกษตรและขายเป็นผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นการแปรรูปขึ้นพื้นฐานจากการใช้ภูมิปัญญาระดับชาวบ้าน เช่น การแปรรูปข้าวเหนียวธรรมดาให้เป็นข้าวจี การนำลองกองมาทำเป็นน้ำลองกอง เป็นต้น การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสินค้าธรรมดาให้ไม่ธรรมดา เช่น การเปลี่ยนภาพลักษณ์แมลงทอดไปสู่ขนมทานเล่นในร้านสะดวกซื้อ การนำทุเรียนธรรมดาไปเสียบไม้แล้วแช่แข็งเพื่อให้สะดวกในการรับประทาน เป็นต้น จนถึงการผลิตโดยอาศัยการวิจัยและพัฒนาขั้นสูง เช่น การนำสารสกัดจากลองกองไปทำเป็นเครื่องสำอาง เป็นต้น ทั้งหมดนี้จะทำให้สินค้าเกษตรที่ปกติมีอายุสั้นและราคาตกต่ำกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงและสามารถขายไปสู่ผู้บริโภคกว้างยิ่งขึ้น

• **การใช้เทคโนโลยีส่งเสริมการขาย** ความสามารถในการนำสินค้าไปสู่มือของผู้บริโภคได้โดยมีต้นทุนต่ำและสะดวกรวดเร็ว สิ่งเดียวที่สามารถตอบโจทย์ของเกษตรกรได้นั้นคือ Digital Economy หรือการขายสินค้าบนโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งเกษตรกรสามารถเข้าถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้ายได้โดยตรง ปราศจากปัญหาถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา แต่เกษตรกรจะต้องทำให้สินค้าของตนมีความโดดเด่นกว่าสินค้าอื่นๆ ในตลาด อาจจะเป็นการแปรรูปสินค้าหรือสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าของตนเอง เช่น คนกรุงเทพฯ นิยมเล่นเกมสล็อตผักกับมือถือหรือคอมพิวเตอร์ เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่จันทบุรีได้นำแนวคิดนี้มาสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าของตนเอง ซึ่งสินค้าที่จะขายนั้นคือต้นทุเรียนธรรมดา แต่เมื่อผสานกับแนวคิดเรื่องความนิยมเล่นเกมสล็อตผักแล้ว ก็เกิดเป็นการขายสิทธิในต้นทุเรียนให้กับคนกรุงเทพฯ ที่ไม่มีพื้นที่ปลูกด้วยตนเอง โดยสื่อสารกันผ่านเฟซบุ๊ก รายงานความคืบหน้าของต้นทุเรียนให้กับผู้ซื้อสิทธิและคิดค่าบริการดูแลต้นทุเรียนตลอดช่วงเวลาที่ซื้อสิทธิ เมื่อต้นทุเรียนพร้อมออกผลแล้ว ก็จัดกิจกรรมให้ผู้ซื้อสิทธิมาเก็บผลทุเรียนด้วยตนเอง พร้อมบริการห้องพักและท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น

• **ขยายตลาดต่างประเทศ** โอกาสทางการตลาดจากภายนอกประเทศยังมีอีกมากมาย แต่เกษตรกรจะต้องเตรียมพร้อมและปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในประเทศนั้นๆ อาทิ รูปแบบการขายผลไม้ในกลุ่มประเทศสหรัฐอเมริกาจะต้องขายในรูปแบบพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) กล่าวคือผลไม้สดต้องถูกตัดแต่งให้สวยงามและสะดวกต่อการรับประทานหรือแปรรูปผลไม้เป็นน้ำพร้อมดื่ม หรือแปรรูปผลไม้เป็นผลไม้อบแห้งเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาให้นานยิ่งขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้การให้ความสำคัญกับเรื่องราวของสินค้าและวิธีการขายสินค้าก็มีความสำคัญมากซึ่งจะเป็นอาวุธสำคัญในการแข่งขันทั้งในตลาดโลก เช่น ประเทศอินโดนีเซียส่งออกสินค้าของตนและแข่งขันส่วนแบ่งตลาดในโลกได้ เพราะอาศัยการสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าตนมาได้ใช้เทคโนโลยีเช่นเดียวกับเนเธอร์แลนด์ ซึ่งได้รับมาสมัยที่ตกเป็นประเทศใต้อาณานิคม โดยสินค้ามีราคาที่ประหยัดแต่คุณภาพดีเทียบเท่ากัน หรือวิธีการขายการท่องเที่ยวของหลวงพระบาง ประเทศลาว มอบประสบการณ์การท่องเที่ยวเทียบเท่ากับมาตรฐานชีวิตชาวฝรั่งเศส โดยจ่ายราคาเท่ากับการท่องเที่ยวฝรั่งเศส ซึ่งนักท่องเที่ยวยินดีจะจ่ายเพื่อคุณภาพดังกล่าว เป็นต้น ดังนั้นเกษตรกรจะต้องปรับตัวให้เท่าทันความต้องการของตลาดโลก และต้องอาศัยข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาว่ากลุ่มประเทศใดที่ไทยได้ทำเขตการค้าเสรีด้วย เพราะเกษตรกรจะได้รับประโยชน์ในเรื่องการได้รับยกเว้นภาษีนำเข้าเมื่อส่งออกสินค้าไปยังประเทศนั้นๆ ได้แก่ กลุ่มประเทศในอาเซียน จีน ญี่ปุ่น อินเดีย ออสเตรเลีย ฮังการี และนิวซีแลนด์ เป็นต้น

เตรียมความพร้อม ผู้ประกอบการโคนมไทย

รับมือ FTA

ARE YOU
READY?



Contents

TRF Forum 3

เอกิ สกว. (TRF FORUM)

เตรียมความพร้อม
ผู้ประกอบการโคมนไทย
รับมือ FTA

Branding กลยุทธ์ตอบโจทย์ 4

ความต้องการผู้บริโภคยุคใหม่

โอกาสส่งออก 5

ผลิตภัณฑ์นมของไทย

ยกระดับผลิตภัณฑ์นม 5

ด้วยนวัตกรรม

แนวโน้มของนวัตกรรม 6

ตลาดน้ำมันในอนาคต

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นม 7

Editor's Note

บรรณาธิการเถลง

การเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบายที่ดำเนินการโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ได้ขยายความร่วมมือไปยังกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์นั้น นอกจากจะได้ดำเนินการในรูปแบบของการนำนักวิจัยไปเข้าร่วมให้ความรู้แล้ว ยังขยายกรอบความร่วมมือในรูปแบบการช่วยเหลือแนะเครือข่ายนักวิจัยที่สามารถให้การบ่มเพาะผู้ประกอบการแบบองค์รวมด้วย ซึ่งนับได้ว่าเป็นครั้งแรกที่โครงการฯ ได้รับโจทย์จากกระทรวงฯ ที่ทำหน้าที่ในการออกนโยบาย และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทีมงานที่เหมาะสมกับโจทย์นั้น โดยสะท้อนให้เห็นถึงจุดเด่นของ สกว. ที่มีเครือข่ายนักวิจัยจากหลากหลายสาขาได้อย่างดี

จดหมายข่าวฉบับนี้จึงเป็นผลการจัดงาน “โครงการจับมือผู้ประกอบการโคมนไทย บุกตลาดต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จาก FTA” โดยร่วมกับกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้บริหารทางธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (CONC Thammasat) ซึ่งภายในงานมีกิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่หลากหลายตั้งแต่การให้ความรู้เรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแผนการตลาด การร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศจีน และการจับคู่ธุรกิจในประเทศจีน เพื่อมุ่งหวังในการบ่มเพาะผู้ประกอบการโคมนรายย่อยของไทยให้สามารถพัฒนาสินค้าที่ทำจากนมโคและส่งออกสู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจ พร้อมทั้งช่วยให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาสินค้าโคมน โดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์

บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จันทวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญจพล โคสะพละกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21

ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

อีเมล prpabproject@gmail.com



เตรียมความพร้อม ผู้ประกอบการโคนมไทย รับมือ FTA

นางสาวบุณิกา แจ่มใส

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง และผู้อำนวยการสำนักพัฒนาความร่วมมือทางการค้า
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

เมื่อวันที่ 24-25 กันยายน 2561 ที่ห้องรัชวิภา โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค กรุงเทพมหานคร กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้บริหารทางธุรกิจแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (CONC Thammasat) ได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) “โครงการจับมือผู้ประกอบการโคนมไทยบุกตลาดต่างประเทศ โดยใช้ประโยชน์จาก FTA”



ในงานอบรมดังกล่าวได้รับเกียรติจากนางสาวบุณิกา แจ่มใส ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาความร่วมมือทางการค้าเป็นประธานกล่าวเปิดงาน ซึ่งจุดประสงค์ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ เป็นไปเพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการโคนมไทย และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงผลกระทบ และแสดงให้เห็นถึงโอกาสการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงทางการค้าเสรี เตรียมความพร้อมและสร้างศักยภาพเกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อปรับตัวให้ทันกับการเปิดเสรีภายใต้ FTA ไทย-ออสเตรเลีย และไทย-นิวซีแลนด์ นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการส่งออกสู่ต่างประเทศของผู้ประกอบการ ซึ่งภาครัฐจะคอยส่งเสริมสนับสนุน และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการบุกไปสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดประเทศจีนที่เป็นตลาดขนาดใหญ่กว่า 1,300 ล้านคน เน้นพื้นที่ทางด้านตะวันออกของประเทศจีน เริ่มตั้งแต่ทางตอนเหนือลงมา คือ ซานตง ปักกิ่ง เจ้อเจียง เจียงซู และเซี่ยงไฮ้ ทางกระทรวงฯ กำหนดเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่จะใช้ตลาดนี้เป็นโอกาสในการขยายการส่งออกผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมนมของไทย

โครงการอบรมนี้เป็นโครงการนำร่องที่สำคัญและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ในเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพเกษตรกรและผู้ประกอบการไปสู่ Smart Enterprises 4.0 การดำเนินธุรกิจในยุคใหม่ เช่น การหาช่องทางการตลาดในประเทศจีน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยนำข้อมูล Big Data มาใช้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

ภายในงานอบรมประกอบไปด้วยหัวข้อการอบรมที่ครอบคลุมหลากหลายประเด็น โดยได้เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น ด้านโค ด้านการแปรรูปนม ด้านการตลาด ด้านการสร้างนวัตกรรม และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมนม มาให้ความรู้ บอกเล่าประสบการณ์ แนะนำแนวทางที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้เข้าร่วมอบรม ซึ่งเป็นตัวแทนจากผู้ประกอบการจากอุตสาหกรรมนม รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ประสบการณ์ และใช้เครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการช่วยกันพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมโคนมและผลิตภัณฑ์นมให้มีประสิทธิภาพ มองหาโอกาสที่จะขยายธุรกิจไปต่างประเทศ และยกระดับผลิตภัณฑ์นมของประเทศไทยไปสู่ตลาดโลกให้มากขึ้นในอนาคต ซึ่งเนื้อหาสาระของการอบรมในแต่ละหัวข้อสามารถสรุปได้ดังนี้

BRANDING

กลยุทธ์ตอบโจทยความต้องการ ผู้บริโภคยุคใหม่

การอบรมในหัวข้อ “การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายและการพัฒนาและการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์” ได้รับเกียรติจาก ดร.สุทธิกร กิ่งแก้ว ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด มาให้ความรู้ชี้แนะแนวทางแก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์นม โดยเฉพาะการสร้าง Branding และ Brand DNA เพื่อให้จะได้เข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ การนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงแบรนด์ที่มีอยู่แล้ว หรือผู้ประกอบการที่จะเริ่มสร้างแบรนด์ใหม่ นำสิ่งที่ได้ไปเป็นหลักในการกำหนดเป็นกลยุทธ์ ทำให้เพิ่มโอกาสเจาะตลาดทั้งในไทยและต่างประเทศ และยังคงตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่อีกด้วย

การสร้าง Branding

1. ต้องเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของเราคือใคร เพราะลูกค้าแต่ละคนมีพฤติกรรมไม่เหมือนกัน โดยวิธีการสัมภาษณ์ลูกค้าจะทำให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับพฤติกรรมของลูกค้ามากที่สุด และจะทำให้เห็นถึงภาพรวม กระบวนการชีวิตของลูกค้า วิธีการซื้อ ทศนคติ ความคิดเห็น ทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
2. ความต้องการของลูกค้าคืออะไร เมื่อทราบถึงกลุ่มเป้าหมายแล้ว หลังจากนั้นศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ตรงกลุ่ม ซึ่งกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มอายุแต่ละช่วงวัยมีพฤติกรรม ความต้องการที่แตกต่างกัน หรือจะแบ่งกลุ่มลูกค้าออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้ากว้าง เช่น นมกล่องที่วางขายอยู่ทั่วไปสำหรับลูกค้าคือใครก็ได้ และกลุ่มลูกค้าแคบ เช่น ผลิตภัณฑ์นมแลคโตสฟรีที่เจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่แพ้น้ำตาลแลคโตส ดังนั้นผู้ประกอบการต้องชัดเจนในตัวผลิตภัณฑ์ว่าตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ากลุ่มไหน
3. การนำเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ รวมไปถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นอกจากนั้นผู้ประกอบการต้องหาสิ่งที่แปลกใหม่ เพิ่มเติมจากสิ่งที่มีอยู่แล้วในท้องตลาด ที่ผู้ประกอบการบริษัทอื่นยังไม่ได้ผลิต เพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่ในปัจจุบันมีความหลากหลาย เฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น นมโยเกิร์ตพร้อมดื่มที่เปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นทรงสี่เหลี่ยม เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากแบรนด์อื่น



อาจารย์ ดร.สุทธิกร กิ่งแก้ว

ผู้อำนวยการศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้บริหารธุรกิจ
แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (CONC Thammasat)
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



Brand DNA คือ หัวใจหลักของแบรนด์ เป็นสิ่งที่บ่งบอกความเป็น
ความเป็นแบรนด์ เป็นสิ่งที่สื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้และรู้สึกกับแบรนด์
ซึ่งในภาพรวมและทุกส่วนของธุรกิจต้องอยู่ภายใต้ Brand DNA ทำให้เป็น
ทิศทางเดียวกัน โดยมี 4 ส่วนที่ต้องนำเสนอให้ชัดเจน ดังนี้

1. Attribute รูปร่างหน้าตา เป็นส่วนที่ลูกค้าเห็นและสัมผัสได้อย่างชัดเจน เช่น ชื่อตราสินค้า โลโก้ สัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น
2. Benefit คุณประโยชน์ที่มีต่อลูกค้า คุณสมบัติที่ทำให้แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งมีเฉพาะเพียงแบรนด์นี้
3. Values คุณค่าของแบรนด์ ความรู้สึกที่ลูกค้าใช้แล้วรู้สึกดี เกิดความมั่นใจ ใช้แล้วภูมิใจ
4. Personality บุคลิกภาพของแบรนด์ที่สื่อความเป็นตัวตนแล้วส่งความรู้สึกไปยังลูกค้า

ในตอนท้ายของการอบรมวิทยากรได้สรุปและฝากถึงผู้ประกอบการว่า
สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความต้องการของลูกค้า ข้อได้เปรียบของผู้ประกอบการ
ที่เป็น SMEs คือ มีความคล่องตัว ปรับเปลี่ยนได้ไว สามารถผลิตผลิตภัณฑ์
เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกิดขึ้นได้เร็วกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งควร
ใช้ข้อได้เปรียบนี้ให้เป็นประโยชน์

โอกาสส่งออก ผลิตภัณฑ์นมของไทย



การอบรมในหัวข้อ “ตลาดส่งออกและกระบวนการเข้าสู่ตลาด” ได้รับเกียรติจาก คุณพฤติ เกิดชูชื่น กรรมการผู้จัดการบริษัท Dairy Home มาเล่าประสบการณ์ในการใช้นวัตกรรมมายกระดับสินค้า และชี้ให้เห็นถึงหนทางการตลาดส่งออกต่างประเทศ เพื่อผู้ประกอบการโคนมจะได้ปรับตัวและพร้อมรับการเปิดเสรี FTA ไทย-ออสเตรเลีย และไทย-นิวซีแลนด์ โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- **การปรับตัวของเกษตรกรและผู้ประกอบการโคนมไทย** หลังจากการเปิดเสรีทางการค้า ผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมรับมือสินค้านมและผลิตภัณฑ์จากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ที่อาจเข้ามาแข่งขันในตลาดประเทศไทย โดยการยกระดับคุณภาพของโคนมไทยทั้งอุตสาหกรรม อันดับแรกการให้อาหารที่เหมาะสมกับวัว คือ อาหารหยาบและวัตถุดิบทางเกษตร เช่น มันสำปะหลัง หญ้า รำข้าว รวมกันเป็นอาหารวัว เกษตรกรสามารถผลิตน้ำนมได้โดยที่ต้นทุนลดลง และมีคุณค่าทางอาหารที่เป็นประโยชน์ และหากเป็นอาหารวัวที่เป็นพืชปลูกด้วยวิธีปลอดสารพิษแล้ว ก็จะสามารถเป็นน้ำนมออร์แกนิก สามารถเพิ่มมูลค่าให้น้ำนมได้ หรือน้ำนมได้รับการรับรองว่ามีคุณภาพ ดังนั้นการยกระดับคุณภาพน้ำนมถือว่าเป็นบันไดขั้นแรกของการทำตลาดนม
- **การใช้นวัตกรรมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์จากนม** ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายรายที่นำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นมแบบใหม่มากขึ้น เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคนี้ที่มีความหลากหลาย เช่น นมก่อนนอน (Bedtime Milk) สินค้าของ Dairy Home ที่ได้ทำการคิด วิเคราะห์ หาข้อมูล ทำวิจัย ทดสอบผลิตเป็นนมก่อนนอนที่มีสารเมลาโทนิน (Melatonin) ธรรมชาติสูงซึ่งช่วยให้นอนหลับสบายสามารถพักผ่อนได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้การวิจัยแล้ว ยังต้องวิเคราะห์ด้านการตลาดว่ามีคนสนใจหรือไม่ ความต้องการของผู้บริโภคคืออะไร ซึ่งผู้ประกอบการสามารถร่วมมือกับนักวิจัย ทำการศึกษาค้นคว้า พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้
- **ตลาด CLMV** (คือ ประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม ประเทศในกลุ่มอาเซียน) เป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยที่ต้องการทำตลาดต่างประเทศ เป็นการทดสอบว่าสินค้าได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคจากต่างประเทศหรือไม่ ก่อนที่จะก้าวไปสู่ตลาดที่ใหญ่ คือ ประเทศจีน ผู้ประกอบการ SMEs หรือ สหกรณ์จะได้เรียนรู้กระบวนการส่งผลิตภัณฑ์นมออกสู่ต่างประเทศ การเจรจาการค้า การขนส่ง การดูแลจนถึงปลายทาง ซึ่งจะเปิดโลกทัศน์ให้ผู้ประกอบการได้เห็นตลาดต่างประเทศ และจะได้นำประสบการณ์มาพัฒนา ปรับปรุง ผลิตภัณฑ์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร นาคทอง



ยกระดับผลิตภัณฑ์นม ด้วยนวัตกรรม

การอบรมหัวข้อ “กระบวนการพัฒนา และนวัตกรรมเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์นม” ดำเนินการอบรมโดยโครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับฝ่ายบริหารของ สกว. เชิญวิทยากรมาให้ความรู้ คำแนะนำ ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงแนวทางสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับน้ำนม เพื่อให้ผู้ประกอบการได้เห็นภาพรวมของกระบวนการผลิตนม ได้รับเกียรติจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนมเจริญ แสงรัตน์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีพลาสมา รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑารัตน์ เศรษฐกุล ผู้เชี่ยวชาญโคผู้ประสานงานฝ่ายเกษตรของ สกว. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร นาคทอง ผู้เชี่ยวชาญการแปรรูปนมโค นมแพะ และนมกระป๋อง รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และคุณสุพรรณี เมืองมา ผู้จัดการโรงแปรรูปผลิตภัณฑ์นม มูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งวิทยากรทุกท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ของอุตสาหกรรมนม รวมไปถึงผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้ผู้ประกอบการโคนมได้รับความรู้ ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ นำไปพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์นม โดยสรุปสาระสำคัญดังนี้

- ผศ. ดร.ศศิธร นาคทอง ผู้เชี่ยวชาญการแปรรูปนมโค นมแพะ และนมกระป๋อง ได้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและวิธีการสร้างมูลค่าสินค้าของโคนมของไทย ซึ่งพบว่าเมื่อเทียบผลิตภัณฑ์น้ำนมไทยกับต่างประเทศแล้ว ผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศมีความหลากหลายมากกว่าของไทย ดังนั้น ผลิตภัณฑ์นมของไทยจึงควรที่เพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยการใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ด้วยกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ การใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ นอกจากนั้นผู้ผลิตยังต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภค หรือกระแสความต้องการในปัจจุบันที่มีความต้องการเฉพาะกลุ่มมากขึ้น สำหรับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมนมด้วยนวัตกรรมนั้นผู้ผลิตต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังต่อไปนี้



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนมเจริญ แสงวรัตน์

แนวโน้ม ของนวัตกรรม ตลาดน่านม ในอนาคต

- 1. Knowledge** คือ ความรู้ อันดับแรกสำหรับผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ทางวิทยาศาสตร์เรื่ององค์ประกอบน่านม สภาวะของน่านมว่ามีอะไรบ้าง เมื่อนำหลักวิทยาศาสตร์เข้าไปในกระบวนการผลิตน่านม ผลที่ได้รับจะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์อะไรได้บ้าง เช่น การนำน้ำออกจากน่านม กลายเป็นนมผง หรือ การทำน่านมให้กลายเป็นชีส เป็นต้น ซึ่งผู้ผลิตจึงต้องมียุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการสร้างนวัตกรรม
- 2. Understand** คือ ต้องเข้าใจการเปลี่ยนแปลง ผู้ผลิตต้องศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกัน ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ สร้างความแตกต่างของสินค้า แสดงให้ผู้บริโภคเห็นถึงความพรีเมียมของสินค้า เช่น นมแลคโตสฟรี หากต้องการส่งออกไปยังตลาดอาเซียน ก็ต้องทำการศึกษากฎการตลาดว่าผู้บริโภคในเอเชียชอบรสแบบไหน ผลิตภัณฑ์นมประเภทไหน ถ้าจะขายให้ผู้บริโภคในประเทศอาเซียนจึงควรเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค
- 3. Standard** คือ มาตรฐาน ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนม เช่น มาตรฐานฟาร์ม มาตรฐาน GMP มาตรฐานเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการสินค้านั้นปลอดภัยแล้วก็มีคุณภาพ ทำให้เกิดเป็นความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์

- การเน้นสารอาหารรอง (Micronutrient) พวกวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ ผลิตภัณฑ์นมที่มีสารอาหารพวกนี้เสริมเข้าไป เช่น นมผงที่เสริมสารอัลฟา-แลคตัลบูมิน มีความสำคัญต่อการสร้างสารสื่อประสาทในสมองของเด็ก ช่วยในการพัฒนาสมอง
- ผลิตภัณฑ์ที่มีความต่าง เช่น นมบรรจุในกระป๋องพร้อมด้วยผลไม้ ภายในกระป๋อง เกิดเป็นลูกเล่นให้ผู้บริโภคต้องเขย่าก่อนดื่ม เพื่อให้ น่านมผสมกับผลไม้ ซึ่งนวัตกรรมเข้ามามีบทบาท ดังนั้นผู้ประกอบการต้องเริ่มคิดผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง
- รักษาสิ่งแวดล้อม น่านมที่ใส่ในบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ ย่อยสลายโดยไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม และกลับไปสู่การบรรจุนมในขวดแก้ว ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมของโลก และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้
- สุขภาพ ประเด็นนมด้วยส่วนผสมที่มาจากวัตถุดิบธรรมชาติ เช่น สีสันที่สกัดมาจากธรรมชาติ นอกจากนั้นยังได้รับสารต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidant) ที่มีอยู่ในพืช ผัก ผลไม้ต่างๆ นอกจากนั้น นมที่ผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุด นมอแกนิก มีความเป็นธรรมชาติ มีคุณค่าทางอาหารครบ มีไฟเบอร์ พร้อมบอกการให้พลังงานและแคลอรี ซึ่งตอบความต้องการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มรักษาสุขภาพมากขึ้น
- เจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มที่ต้องการสร้างกล้ามเนื้อในร่างกาย โดยผลิตภัณฑ์ที่มีการผสมเวย์ผง (Whey Powder) เพื่อที่จะได้สะดวกพร้อมดื่ม หรือ หากเจาะกลุ่มตลาดผู้หญิงทำงานที่ไม่ค่อยมีเวลา ต้องเป็นนมที่ดื่มแล้วมีสารอาหารครบถ้วน มีโปรตีนสามารถดื่มแทนข้าวเช้า สะดวกในการพกพา



นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์นม



- คุณสุพรรณิ เมืองมา ผู้จัดการโรงแปรรูปผลิตภัณฑ์นม มูลนิธิโครงการหลวง ได้มาให้คำแนะนำในส่วนของผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งมูลนิธิโครงการหลวง ส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ทำการเพาะปลูก ผัก ผลไม้ เห็ด ทำปศุสัตว์ ประมง สำหรับโรงแปรรูปผลิตภัณฑ์จากนม ส่วนมากมาจากการแปรรูปนมกระป๋อง ที่ได้รับพระราชทานพันธุ์ นมกระป๋องมาจากในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยสนับสนุนให้เกษตรกรบนดอยที่อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเลี้ยงกระบือพันธุ์นี้ทางโครงการฯ ส่งเสริมให้เลี้ยงสัตว์เป็นอาชีพเสริม เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร โดยการรับซื้อนมดิบแล้วนำมาแปรรูปเป็น เฟต้าชีส (Feta chesses) เนยแข็งประเภทหนึ่งที่ทำจากชีสสด นอกจากนั้นยังมีการแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์เฟต้าในน้ำมันมะกอก พร้อมปรุง ที่ผลิตมาจากความต้องการของผู้บริโภค

สำหรับการดำเนินงานของโครงการหลวง แตกต่างจากธุรกิจทั่วไป การผลิตไม่ได้เกิดจากความต้องการจากผู้บริโภค แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการที่อยากจะทำอาชีพเสริมให้กับเกษตรกร ทำเป็นอาชีพเสริมทางโครงการมีทีมงานที่ทำหน้าที่ศึกษาวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์โคนมให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถกระจายรายได้ สร้างคุณค่าในเชิงพาณิชย์ให้แก่เกษตรกร นโยบายของโครงการหลวงเน้นขายสินค้าราคาถูกกว่าสินค้านำเข้า 20% นอกจากนั้นทางโรงงานแปรรูปยังเปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจ หน่วยงาน สหกรณ์ เข้ามาศึกษาดูงานได้



คุณสุพรรณิ เมืองมา

- ในส่วนของผู้เชี่ยวชาญทางด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี โดย ผศ.ดร. ชนม์เจริญ แสงวรรัตน์ ชี้ให้เห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม ซึ่งปัจจุบันพลวัตในอุตสาหกรรมอาหารโลก มีการเปลี่ยนแปลงที่เร็วและรุนแรง ผู้ประกอบการ SMEs ต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการนำเอา นวัตกรรม เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในขั้นตอนกระบวนการผลิต ยกตัวอย่างเช่น มีงานวิจัยของต่างประเทศได้ทำการวิจัยศึกษาการนำพลาสมา (Plasma) มาใช้ในอุตสาหกรรมนม เช่น การใช้ Low Temperature Plasma ฆ่าเชื้อ อี.โคไล (E.coli) ที่อยู่ในน้ำนม นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่นำ Plasma encapsulated มาใช้ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพลาสมาสามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมน้ำนมได้ แต่ในอุตสาหกรรมน้ำนมในประเทศไทยยังไม่ได้มีการศึกษาค้นคว้าทดสอบจากตัวอย่างงานวิจัยต่างประเทศดังกล่าวแสดงให้เห็นได้ว่ามีเทคโนโลยีที่สามารถใช้กับอุตสาหกรรมนมได้ ดังนั้นขึ้นอยู่กับทางผู้ประกอบการที่จะมีความคิดในการผลิตผลิตภัณฑ์นมใหม่ๆ เลือกใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่มีอยู่ ซึ่งนักวิจัยก็พร้อมที่จะช่วยเข้ามาทำการศึกษาวิจัย

อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (STeP) เป็นหน่วยงานหนึ่งที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ ภาคเอกชนกับนักวิจัย โดยใช้องค์ประกอบที่มีอยู่ในมหาวิทยาลัย คือ ความรู้ นักวิจัย และเครื่องมือ รวบรวมเข้าด้วยกัน ซึ่ง STeP มีหน้าที่ช่วยให้แก่นักวิจัยและเอกชนพัฒนาต่อยอดงานวิจัยเพื่อผลักดันงานวิจัยออกสู่เชิงพาณิชย์ ซึ่งครอบคลุมถึงการทำวิจัยร่วมกับภาคเอกชน การบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี การถ่ายทอดเทคโนโลยี การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์เทคโนโลยี การออกแบบนวัตกรรม การให้บริการห้องปฏิบัติการและเครื่องมือปฏิบัติการ การให้บริการโรงงานต้นแบบเทคโนโลยี รวมทั้งการสร้างโอกาสทางธุรกิจในรูปแบบต่างๆ



รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑารัตน์ เศรษฐกุล



- ผู้เชี่ยวชาญท่านสุดท้ายที่มาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการโคนม คือ รศ.ดร.จุฑารัตน์ เศรษฐกุล ผู้เชี่ยวชาญโค และเป็นผู้ประสานงานฝ่ายเกษตรของ สกว. ได้มาบรรยายให้ผู้ประกอบการโคนมให้เห็นถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมนม ซึ่งผู้ประกอบการโคนมควรมองทั้งระบบห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม ไม่เพียงเฉพาะด้านนํ้านมเท่านั้น ซึ่งโคนมก็สามารถนำเนื้อมาเพิ่มโอกาสสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ประกอบการได้นอกจากนั้นยังต้องเตรียมความพร้อม ให้เกษตรกรสามารถแข่งขันกับการเปิดเสรีทางการค้าได้
- อุตสาหกรรมโคนมในประเทศให้ความสำคัญไม่ใช่เฉพาะโคเนื้อ แต่โคนมก็สามารถให้เนื้อได้เช่นเดียวกัน เช่น ประเทศญี่ปุ่น เนื้อวัวที่อยู่ในตลาดประมาณ 30% เป็นเนื้อที่มาจากโคนม จะเห็นได้ว่าในตลาดเนื้อไม่ได้มาจากโควากิวเพียงอย่างเดียว แต่ตลาดในประเทศไทยมีการแยกประเภทออกเป็น โคเนื้อให้เนื้อเท่านั้น กับ โคนมให้นํ้าเท่านั้น ดังนั้นผู้ประกอบการ และเกษตรกร ควรหันมามองจุดดีของเนื้อโคนมที่มีความนุ่มและอร่อย ซึ่งสามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้นอกจากนํ้านม
- การค้าเสรี (FTA) ระหว่างไทยกับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2563 ตลาดโคเนื้อในประเทศไทยจะต้องมีมาตรการป้องกันตลาดโคเนื้อในประเทศให้สามารถแข่งขันกับเนื้อที่มาจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ได้ ดังนั้นยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อที่สามารถรักษาตลาดการบริโภคเนื้อวัวไทยได้จะต้องมีระบบความปลอดภัยด้านอาหาร (Food safety) โรงฆ่าสัตว์ต้องได้รับมาตรฐาน GMP หากได้รับการรับรองคุณภาพ ก็จะทำให้เพิ่มโอกาสทำตลาดเนื้อได้ทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนั้นต้องกระตุ้นประชากรโคเนื้อ และเนื้อโค เช่น นำโคนมตัวเมียมาเป็นแม่พันธุ์เพื่อสร้างโคเนื้อ หรือนำโคนมตัวผู้มาเลี้ยงเป็นโคขุนก็สามารถทำได้ ผลิตเนื้อที่มีคุณภาพเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับเนื้อนำเข้าและส่งออกเนื้อโคไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศได้

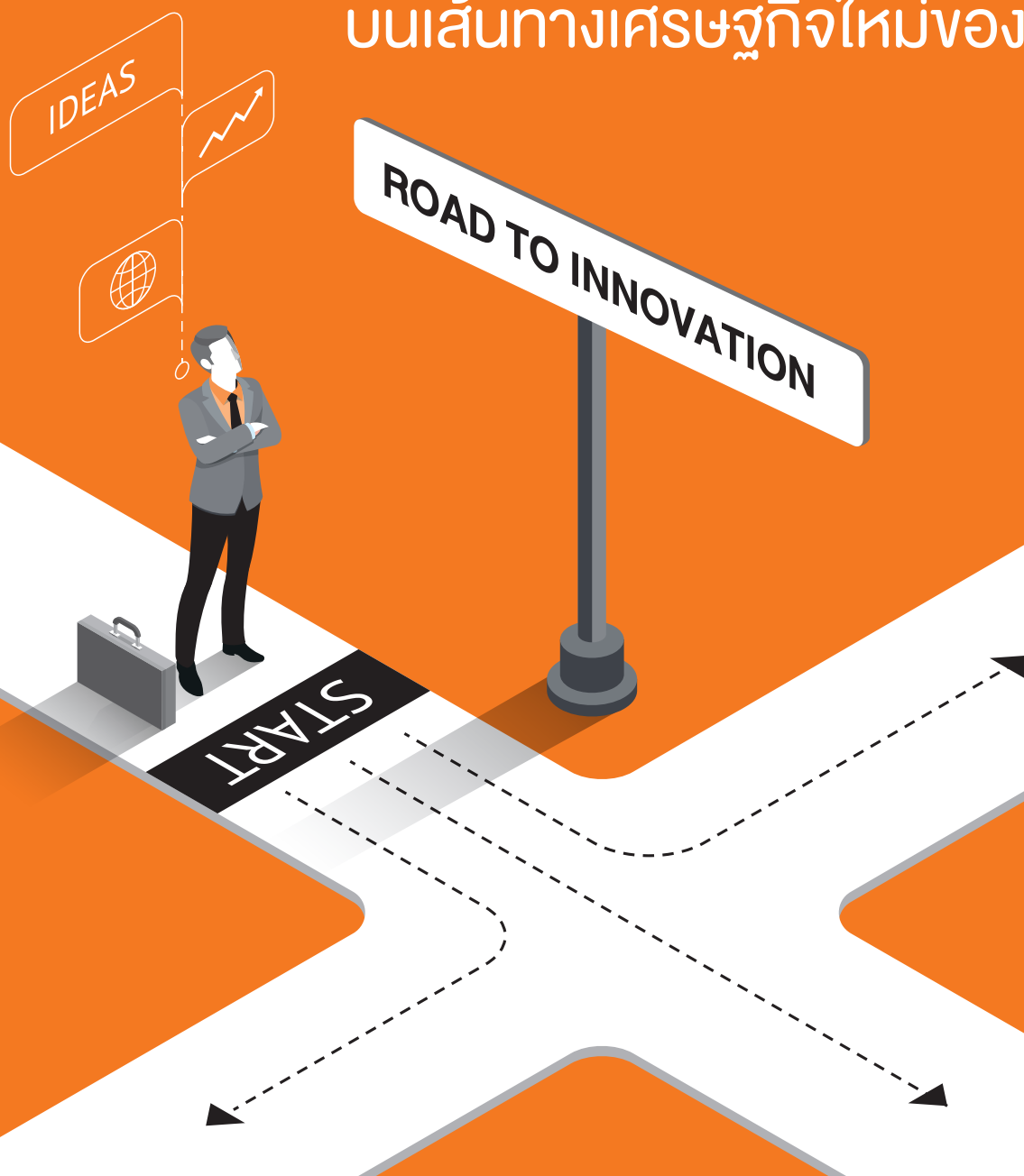


สำหรับผู้ประกอบการที่มีความคิดอยากพัฒนาผลิตภัณฑ์นม หรือมีนวัตกรรมที่อยากต่อยอด แต่ยังไม่มีนักวิจัยเข้าร่วมพัฒนา สามารถเข้าไปที่เว็บไซต์ของ สกว. <https://www.trf.or.th> เพื่อดูข้อมูลที่เกี่ยวข้องว่านักวิจัยท่านใดที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องกับนม นอกจากนั้น ทาง สกว. ยังมีการให้ทุนสนับสนุนการวิจัย โดยผู้ประกอบการสามารถยื่นขอทุนผ่านกิจกรรมโครงการ สกว. ได้ ในลักษณะนักวิจัยร่วมกับผู้ประกอบการ หรือว่าหากเป็นสหกรณ์ก็จะสามารถทำกิจกรรมแบบนี้ได้เช่นเดียวกัน โดยศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ดังกล่าว



<https://www.trf.or.th>

จับกระแส สินค้าเกษตรนวัตกรรม บนเส้นทางเศรษฐกิจใหม่ของไทย



Contents

TRF Forum 3

เวที สกว. (TRF FORUM)

จิภระ แสง

สินค้าเกษตรนวัตกรรม
บนเส้นทางเศรษฐกิจใหม่
ของไทย

ความรู้ วิจัย นวัตกรรม 4.0 5

เพิ่มโอกาสความสำเร็จ

สกว. เข้าร่วมหารือในการ สนับสนุนภาคเอกชนไทย สร้างนวัตกรรม วัสดุทางการแพทย์ 6

Editor's Note

บรรณาธิการแถลง

การเปลี่ยนแปลงแบบพลิกโฉมเกิดขึ้นได้ในหลากหลายธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสินค้าเกษตรนวัตกรรมที่เผชิญกับความท้าทายทั้งในแง่การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดจนถึงการพลิกโฉมของเศรษฐกิจโลกที่มีส่วนผสมของการค้าเสรีและการกีดกันทางการค้ารูปแบบใหม่ ความท้าทายต่างๆ เหล่านี้ เป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐที่มีส่วนในการกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศ ผู้ประกอบการที่นับได้ว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง รวมไปถึงภาควิชาการจำเป็นต้องเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในปีหน้า

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เล็งเห็นความสำคัญของความท้าทายแบบพลิกโฉมสำหรับสินค้าเกษตรนวัตกรรม พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการรับมือโดยมีการวางยุทธศาสตร์ล่วงหน้าสำหรับปี พ.ศ. 2562 จึงได้จัดให้มีการสัมมนา “2 Guru จิภระ แสงสินค้าเกษตรนวัตกรรม: ชี้นำช่องทางเพิ่มโอกาสสำเร็จ” เพื่อนำเสนอความท้าทายในอนาคตอันใกล้ แลกเปลี่ยนความเห็นกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เสนอแนะทางออก และพัฒนาทางเลือกในการจัดกิจกรรมร่วมกับทุกภาคส่วน นอกจากการจัดการสัมมนาแล้ว โครงการฯ ยังได้ขยายความร่วมมือกับกรมการค้าต่างประเทศ ผ่านการพัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกันอีกด้วย ซึ่งในจดหมายข่าวฉบับนี้ จะได้สรุปผลการประชุมกับบริษัทบุญญานิตยวิสาหกิจ ที่ได้รับรางวัล Rice Plus Award จากกรมการค้าต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางการพัฒนางานวิจัยไปพร้อมกันต่อไป

ทั้งนี้ โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร หวังว่าจดหมายข่าวฉบับนี้ที่สรุปสาระสำคัญจากการจัดสัมมนาและการประชุมเพื่อพัฒนาโจทย์ดังกล่าวจะให้แนวทางการส่งเสริมช่องทางการค้าสำหรับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรนวัตกรรมโดยมีฐานจากงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

สุนิดา อรุณพิพัฒน์
บรรณาธิการ

POLICY-RESEARCH PLATFORM

กองบรรณาธิการ สุนิดา อรุณพิพัฒน์
จินตวัฒน์ ไชยชนะวงศ์
ลักขณา กมลธรรมวงศ์
ปัญจพล โคสพะละกิจ

จัดทำโดย โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
อีเมล prpabproject@gmail.com



รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร อิศวิลานนท์

จับกระแสสินค้าเกษตรนวัตกรรม: บนเส้นทาง ฐานเศรษฐกิจใหม่ ของไทย



วันที่ 4 ตุลาคม 2561 ที่ผ่านมา ทางกรรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดย ชุดโครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร (The Policy-Research Platform for Administrative Branch [PRP-AB] Project) ได้จัดงานเสวนา เรื่อง **“2 Guru จับกระแสสินค้าเกษตรนวัตกรรม: ชี้นำช่องทางเพิ่มโอกาสสำเร็จ”** ณ ห้องประชุม 802 ชั้น 8 กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยรับเกียรติจาก วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร อิศวิลานนท์ นักวิชาการอาวุโส สถาบันคลังสมองของชาติ และ รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าณรงค์ ศรีรอด กรรมการ และ Head of Innovation and Research Development Institute บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด

การจัดเสวนาครั้งนี้เป็นความร่วมมือระหว่าง สกว. กับ กรมการค้าต่างประเทศ เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ สกว. จะได้ส่งผ่านงานวิจัยไปสู่ฝ่ายนโยบายได้อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการเผยแพร่งานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าเกษตรนวัตกรรมให้สนองตอบต่อทิศทางตลาด และนโยบายของประเทศ ให้แก่หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้สามารถนำความรู้จากผลการศึกษาวินิจฉัยไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกิจกรรมและแผนงานต่อไป ซึ่งผลจากการเสวนาครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

รศ. ดร.สมพร อิศวิลานนท์ นักวิชาการอาวุโส สถาบันคลังสมองของชาติ ได้นำเสนอเนื้อหาในสามประเด็นหลักคือ 1. การก้าวสู่ฐานเศรษฐกิจใหม่ของโลก 2. การปรับตัวของไทยสู่สินค้าเกษตรนวัตกรรม 3. ทิศทางสินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทย ซึ่งมีสาระสำคัญโดยสรุปในการนำเสนอแต่ละหัวข้อ ดังนี้

ประเด็นแรกการก้าวสู่ฐานเศรษฐกิจใหม่ของโลก แรงขับเคลื่อนสำคัญที่นำไปสู่ฐานเศรษฐกิจใหม่

- ปัจจุบันโลกมีความเป็นพลวัตของตลาดและการแข่งขันทางการค้าภายใต้นโยบายการค้าเสรี เกิดการรวมกลุ่มประเทศภาคีต่างๆ ขึ้นหลายกลุ่ม จึงทำให้พรมแดนทางการค้าได้ขยายตัวไปพร้อมๆ กับการพัฒนาการในทางการค้าเกิดความเป็นพลวัตภายในกลุ่มการค้าและระหว่างกลุ่มการค้า อย่างไรก็ตามก็ทำให้เกิดกฎกติกาทางการค้าที่เกิดขึ้นตามมา รวมถึงประเด็นใหม่ๆ ด้านมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย ตลอดจนความปลอดภัยของผู้บริโภค และบ่อยครั้งประเด็นดังกล่าวได้ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือกีดกันทางการค้าตามมา ในขณะเดียวกันโลกให้ความสำคัญต่อบรรยากาศการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

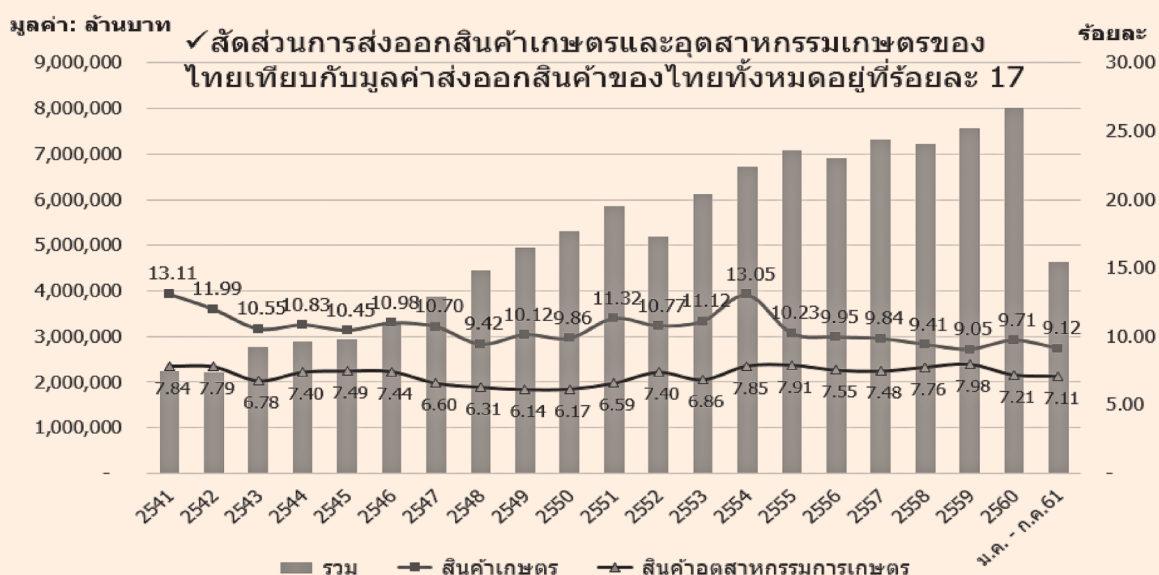
- ขณะเดียวกันผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญ ซึ่งมีพฤติกรรมความต้องการที่เปลี่ยนไปจากเดิมมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับอาหารปลอดภัย ให้ความสำคัญในเรื่องคุณค่าโภชนาการ กินอาหารที่สามารถเป็นยาด้วย หรือ การตระหนักถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น โลกร้อน การใช้น้ำมากเกินไป การทำลายสภาพป่าไม้ เป็นต้น ดังนั้นความต้องการของผู้บริโภคจะเป็นตัวการกำหนดคุณลักษณะของสินค้าไปสู่ภาคการผลิตในตลาดการค้า สภาพเช่นนี้จึงทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดการค้าทำให้ผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับตัวในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะการพึ่งพิงเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างคุณค่าและมูลค่า การลดต้นทุนให้ต่ำลง และการพัฒนาในคุณภาพของสินค้าขึ้นด้วยต้นทุนเท่าเดิมหรือต่ำกว่า

- การขับเคลื่อนสู่ Sustainable Bio-based Economy ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจฐานชีวภาพ (Bio Economy) โดยใช้ก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) อาศัยเป็นแรงขับเคลื่อนและสนับสนุนที่สำคัญทำให้เกิดความก้าวหน้าในนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามากกว่าการส่งออกเพียงวัตถุดิบ (Raw Materials) นอกจากนั้นความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้เกิดปรับปรุงพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ เช่น ข้าวไร่เชอร์รี่ ข้าวสายพันธุ์ใหม่เพื่อสุขภาพ การสร้างคุณสมบัติใหม่ๆ ให้พันธุ์พืชและสัตว์ เช่น การต้านทานต่อโรคแมลง ต้านทาน ภัยแล้ง หรือการภูน้ำท่วม การเพิ่มคุณภาพของผลผลิต เป็นต้น ด้วยปัจจัยข้างต้นจึงนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ใหม่ๆ

- ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ICT และ Digital Technology ที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้คนในโลกมีความเชื่อมโยง ความใกล้ชิดกันมากขึ้น อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการดำเนินชีวิตของผู้คนในโลกอย่างก้าวกระโดด และพัฒนาการสู่การเกิดขึ้นของฐานเศรษฐกิจใหม่ คือ เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) การแพร่กระจายของเทคโนโลยีดิจิทัลขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาคส่วนเศรษฐกิจต่างๆ เช่น ภาคธุรกิจ มีพัฒนาการไปสู่การดำเนินธุรกิจแบบอิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce นอกจากนั้นธุรกิจยังมีหลากหลายรูปแบบภายใต้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ได้แก่ เว็บไซต์ (Website) แอปพลิเคชัน (Application) โซเชียลมีเดีย (Social Media) เป็นต้น ในส่วนของภาคเกษตร จากกระบวนการผลิตแบบเดิม กลายเป็นเกษตรแม่นยำสูง (Precision Agriculture) โดยการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเกษตรกร ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิตและเพิ่มคุณภาพผลผลิต นวัตกรรมดิจิทัลยังเอื้อสู่การเรียนรู้ เพิ่มศักยภาพของคนในชุมชนให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้นกว่าเมื่อก่อนมาก นอกจากนั้นยังทำให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนในรูปแบบใหม่ นำนวัตกรรมไปสู่กระบวนการผลิตสินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

- แรงกดดันจากปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) การเข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aged Society) การขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals (SDGs))

✓ไทยเป็นหนึ่งในสิบของประเทศผู้ส่งออกอาหารโลก



ที่มา : การบรรยายของ รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร อิศวิลานนท์ (TRF Forum, 4 ตุลาคม 2561)

ประเด็นที่สอง การปรับตัวของไทยสู่สินค้าเกษตรนวัตกรรม

- ในทางข้อเท็จจริงประเทศไทยเป็นหนึ่งในสิบของประเทศผู้ส่งออกอาหารโลก โดยสัดส่วนการส่งออกสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรของไทยเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยอยู่ที่ร้อยละ 17 การส่งออกของไทยยังอยู่ในรูปของการส่งสินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการผลิต (Basic Commodity) สินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย คือ ข้าว ยางพารา ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เป็นต้น ทำให้เกิดรายได้จากการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยในแต่ละปีไม่มากนักซึ่ง ดังนั้น แรงส่งที่สำคัญของประเทศไทยที่จะหนีจากกับดักรายได้ปานกลางไปสู่รายได้สูงขึ้น การยกฐานะภาคเกษตรจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทำอย่างไรให้สินค้าเกษตรที่ส่งออกสามารถแข่งขันได้ โดยจะต้องนำเสนอจุดเด่นของสินค้าทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ดังนั้นการใช้นวัตกรรมเข้ามาแปรรูปสินค้าเกษตรมีบริบทที่จำเป็นมาก

- นโยบายประเทศไทย 4.0 ขึ้น เปลี่ยนจากการทำมากได้น้อยสู่การทำน้อยได้มาก โดยใช้นวัตกรรมเข้าไปอยู่ในกระบวนการขั้นตอนต่างๆ โดยเฉพาะในภาคการเกษตร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งสามารถใช้นวัตกรรมเข้าไปเอื้อประโยชน์ในแง่ของการยกระดับฐานเศรษฐกิจชุมชน ฐานเศรษฐกิจรากหญ้า ซึ่งเป็นการปรับโครงสร้างของประเทศสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่

- เร่งพัฒนากลไกสร้างคุณค่าและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับสินค้าในห่วงโซ่อุปทาน เช่น การเปลี่ยนข้าวจากการปลูกแบบธรรมดาเป็นการปลูกแบบอินทรีย์ หรือ การสร้างความเฉพาะในเรื่องของพันธุ์ต่างๆ ทั้งพันธุ์พืชและสัตว์ การแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น

- เร่งขยายฐานธุรกิจ (Platform) ของภาคการเกษตรไทยสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เช่น เกษตร 4.0 การขยายฐานของธุรกิจฟาร์มสู่ฟาร์มอัจฉริยะ ระบบการปลูกพืชที่ควบคุมสภาพแวดล้อม (Plant factory) สร้างผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลรายใหม่ด้านการเกษตร (Agri-Tech Startup) และขยายการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) เพื่อเพิ่มทางเลือกห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรและช่องทางการตลาด เช่น ตลาดออนไลน์ ตลาดสินค้าเฉพาะ (Niche Market) การขยายตัวของร้านค้าสะดวกซื้อ และ Super Market นอกจากนั้น

- ในส่วนของการท่องเที่ยว ส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เช่น สนับสนุนการท่องเที่ยวในเมื่อหัวเมืองรองปรับปรุงแบบเป็นท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ถึงวิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของ

นักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรม ให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต ชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี และนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นทำให้เกิดการเรียนรู้มา เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน

ประเด็นที่สาม ทิศทางสินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทย

- เมื่อมองไปข้างหน้าจะพบว่า สินค้าเกษตรกรรมไทย ต้องตอบโจทย์ความต้องการด้านอุปสงค์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ฐานเศรษฐกิจใหม่ เนื่องจากการเติบโตทางเศรษฐกิจ และระดับรายได้ของครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น ผู้คนต้องการความสะดวกสบาย (Convenience) การมีเวลาจำกัดและเหลือเวลาทำอาหารเองน้อย ขณะเดียวกันการขยายตัวของเมืองและชุมชนเมือง ทำให้ชีวิต และรูปแบบการดำเนินชีวิตได้เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารของครัวเรือนก็เปลี่ยนแปลงไป นิยมการซื้ออาหารสำเร็จรูป นอกจากนั้นกระบวนการตลาดก็ต้องมีการพัฒนา เพิ่มช่องทางใหม่ในการซื้อสินค้า เช่น การตลาดออนไลน์ ร้านสะดวกซื้อที่มีผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปพร้อมรับประทาน

- ทิศทัศน์ด้านสุขภาพของผู้บริโภค ในปัจจุบันคำนึงถึงคุณค่าโภชนาการมากกว่าเพื่ออิมท้อง ต้องการอาหารที่ปลอดภัย สะอาด ความเป็นธรรมชาติ ตรวจสอบที่มาได้อย่างชัดเจนตลอดเส้นทางอาหารเสริมภูมิคุ้มกัน อาหารเป็นยา เช่น ควินัว (Quinoa) หรือกลุ่มของข้าวพื้นเมืองที่มีสารต้านอนุมูลอิสระสูง นอกจากนั้นการให้คุณค่าและความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การให้คุณค่าระบบนิเวศจำเพาะ วัฒนธรรม การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์รักษาสันติภาพ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และด้วยสถานการณ์ของสังคมในประเทศไทยที่เกิดการขยายฐานประชากรของกลุ่มผู้สูงวัยมากขึ้น รูปแบบของการผลิตสินค้าก็ควรผลิตอาหารสุขภาพเพื่อรองรับประชากรกลุ่มนี้

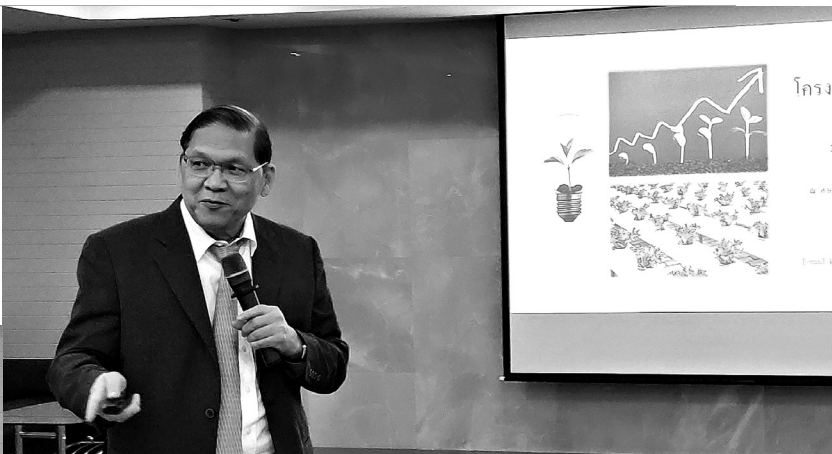
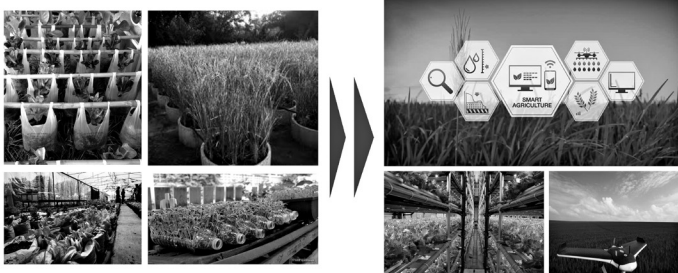
- ตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง (Niche Products) ปรับปรุงกระบวนการผลิต พัฒนาคุณภาพสินค้า หาช่องทางการตลาดใหม่ การยกระดับห่วงโซ่อุปทาน โดยใช้นวัตกรรมเข้ามาสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การพัฒนาจากเศรษฐกิจฐานพื้นฐานของการทำไร่ ทำนา เลี้ยงสัตว์ ไปสู่เศรษฐกิจแบบยั่งยืน ยกตัวอย่างเช่น การปรับโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานของสินค้ามันสำปะหลังจากการเป็นวัตถุดิบพื้นฐานส่งออกสู่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูง พัฒนาการเกษตร เป็นแหล่งพลังงานสีเขียว (Green Energy) และการขายค้าสินค้าเกษตรผ่านตลาดรูปแบบใหม่ในรูปแบบของตลาดออนไลน์

ความรู้ วิจัย นวัตกรรม 4.0 เพิ่มโอกาสความสำเร็จ



ในส่วนการอภิปรายของ รศ.ดร.กล้าณรงค์ ศรีรอต กรรมการ บริษัท น้ำตาลมิตรผล จำกัด ได้นำเสนอให้เห็นถึงปัญหาของเกษตรกรไทยที่ผ่านมาซึ่งเผชิญกับปัญหาคาสิโนค้าเกษตรตกต่ำ ไม่ว่าจะเป็นยาง ปาล์ม อ้อย สับปะรด มะพร้าวซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาภัยธรรมชาติ การขาดเทคโนโลยีใหม่ ขาดความรู้ ไม่มีต้นทุนใช้ในการทำเกษตร และปัญหาหนี้สินของเกษตรกร เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงของเกษตรกรที่จะต้องพบกับปัญหาต่างๆ ทั้งที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ สภาพดิน ฟ้า อากาศ เหมาะสมแก่การเพาะปลูก ดังนั้นเกษตรกรจึงต้องแสวงหาความรู้ใหม่ พัฒนาความรู้ความสามารถศักยภาพของตนเอง การนำเทคโนโลยี นวัตกรรมเข้ามาช่วย ตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิต การแปรรูป จนถึงขั้นตอนสุดท้ายทำการการตลาด เพื่อที่เกษตรกรจะสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีรายได้เลี้ยงครอบครัว มีความมั่นคงและยั่งยืนในอาชีพซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals-SDGs) ขององค์การสหประชาชาติที่ได้ตั้งกรอบทิศทางการพัฒนาของโลก เพื่อให้ประเทศต่างๆ นำไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

From Plastic Bags to Modern Farm



รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าณรงค์ ศรีรอต

- ลักษณะเด่นทางภูมิประเทศของประเทศไทยสามารถปลูกพืชและเก็บเกี่ยวได้ตลอดทั้งปี ซึ่งวิธีการปลูกสามารถทำได้ไม่ว่าจะเป็นถุงพลาสติก ขวดน้ำรีไซเคิล บ่อซีเมนต์ การปลูกผักแนวตั้ง เพื่อลดพื้นที่การปลูก การปลูกผักตามระเบียบคอนโด ระเบียบบ้านหรือสวนหลังบ้าน ซึ่งเป็นการปลูกอย่างง่ายไปจนถึงการทำเกษตรแบบสมัยใหม่ (Modern Farm) ที่นำประโยชน์จากเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพาะปลูกและการบริหารจัดการไร่
- มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการเป็นพื้นที่เพาะปลูกเกษตรกรรมต่อประชากรสูงเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านพื้นที่เพาะปลูกในประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วน 3.31 ไร่ต่อคน ขณะที่ เวียดนาม 0.75 ไร่ต่อคน ฟิลิปปินส์ 1.25 ไร่ต่อคน และเมียนมา 1.88 ไร่ต่อคน



โครงการกิจกรรมเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร
(The Policy-Research Platform for Administrative Branch [PRP-AB] Project)

ที่มา : การบรรยายของ รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าณรงค์ ศรีรอต
(TRF Forum, 4 ตุลาคม 2561)

สกว. เข้าร่วมหารือ ในการสนับสนุนภาคเอกชนไทย สร้างนวัตกรรมวิสาหกิจทางการแพทย์



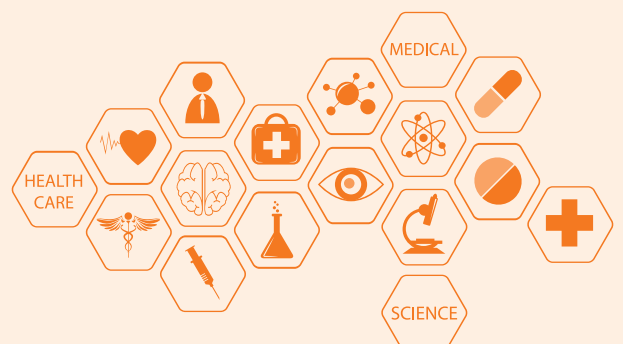
นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงสุด อันดับที่ 8 ของโลก ซึ่งความหลากหลายของพืชในประเทศไทย มีหลายชนิดที่ควรปลูก นอกจากนั้นมูลค่าของพืชที่ปลูกก็มีความหลากหลายเช่นเดียวกัน จากผลการสำรวจมูลค่าพืชที่ปลูกได้ในเมืองไทยพบว่า หน่อไม้ฝรั่ง เป็นพืชที่ให้ราคาดีที่สุดในบรรดาพืชที่ปลูกได้ ซึ่งตรงข้ามกับ ข้าว ที่เป็นพืชเกษตรที่คนไทยปลูกเป็นอันดับหนึ่งกลับมีมูลค่าต่ำกว่า

การทำการตลาดในโลกปัจจุบัน สิ่งที่ยืนอย่างแพร่หลาย และต้องให้ความสำคัญอันดับแรกๆ คือ การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) การซื้อขายสินค้าเกษตรออนไลน์ ก็จะทำให้เกิดความรวดเร็วในการเข้าถึงลูกค้า สื่อสารถึงผู้บริโภคโดยตรง เข้าถึงง่าย สะดวก สามารถเข้าได้ทุกที่ทุกเวลา

ดังนั้นเกษตรกรจึงควรใช้ประโยชน์จากภูมิประเทศของประเทศไทยให้เกิดประโยชน์สูงสุด ความหลากหลายในสายพันธุ์พืช ผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ ทำการตลาดดิจิทัล ซึ่งจะผลักดันให้ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรสามารถไปถึงเป้าหมายได้

การประชุมระหว่าง บริษัทบุญยนิตรวิสาหกิจ นำโดย นพ.สิทธิพร บุญยนิตร กรรมการผู้จัดการบริษัท พร้อมคณะทำงาน (ด้านขวา) กับนายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ (ด้านซ้าย) และผู้แทนจากสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (สกน.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

วันพฤหัสบดีที่ 21 มิถุนายน 2561 ณ ห้องรับรอง 4 ชั้น 17 อาคาร กรมการค้าต่างประเทศ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้เข้าร่วมการหารือในการประชุมระหว่าง บริษัทบุญยนิตรวิสาหกิจ นำโดย นพ.สิทธิพร บุญยนิตร กรรมการผู้จัดการบริษัท พร้อมคณะทำงาน กับนายอดุลย์ โชตินิสากรณ์ อธิบดีกรมการค้าต่างประเทศ โดยยังมีผู้แทนจากสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (สกน.) เข้าร่วมประชุมในครั้งนี้ด้วย ซึ่งเป็นการประชุมเพื่อหารือแนวทางช่วยเหลือสนับสนุนในการสร้างนวัตกรรมวิสาหกิจทางการแพทย์ของบริษัทเอกชนไทย





ผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ของบริษัทบุญญินทรีย์วัสดุแพทย์

บริษัทบุญญินทรีย์วัสดุแพทย์เป็นบริษัทที่ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม โดยเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ในการห้ามเลือดใช้เป็นอุปกรณ์ในห้องผ่าตัด โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศไทย เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา สมุนไพร เปลือกหอย เป็นต้น นำมาวิจัยพัฒนา ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมเข้ามาเพื่อผลิตเป็นเครื่องมือแพทย์ โดยพืชหลักที่ทางบริษัท ให้ความสนใจ คือ ข้าว องค์ประกอบที่สกัดมาจากข้าว เมื่อนำข้าวมา สกัดให้บริสุทธิ์แล้วมีความปลอดภัย 100% ต่อมนุษย์ สามารถนำมา เป็นส่วนผสมของยาเม็ด วัสดุห้ามเลือด นอกจากนั้นสารที่สกัดมาจาก ข้าวนั้น ร่างกายยังสามารถย่อยสลายได้ตามกลไกธรรมชาติ

ผลงานของบริษัทมีหลายหลายผลิตภัณฑ์ และได้รับรางวัล การประกวดจากหลายงาน หนึ่งในนั้น คือ ผลิตภัณฑ์ข้าวฟองสุรดาได้รับ รางวัลการประกวด Rice Plus Award 2018 ที่กรมการค้าต่างประเทศ ดำเนินการจัดประกวด ในประเภทของผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวไทย ที่มีใช้อาหาร โดยได้รับรางวัลชนะเลิศถ้วยรางวัลพระราชทานจาก สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

สำหรับประเด็นในการหารือ บริษัทบุญญินทรีย์วัสดุแพทย์ ได้ขอ เข้าปรึกษาหารือและขอความช่วยเหลือ ด้านเงินทุนสนับสนุน แนวทาง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัท เนื่องจากบริษัทขาดความรู้ทางด้าน การตลาด รายได้ค่อนข้างน้อย ขาดสภาพคล่อง เพราะต้องใช้จ่าย ในด้านการวิจัย ซึ่งเบื้องต้นทางกรมการค้าต่างประเทศได้ประสาน ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการช่วยเหลือสนับสนุน งานวิจัย แหล่งเงินทุนหมุนเวียน ช่องทางส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

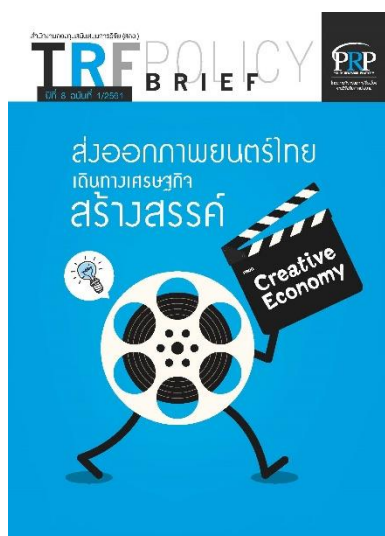
ผลจากการประชุมหารือครั้งนี้ได้ข้อสรุปถึงแนวทางการให้ ความช่วยเหลือบริษัทบุญญินทรีย์วัสดุแพทย์ โดย ทางบริษัทควรจัด ลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในบริษัท มองหาผลิตภัณฑ์ตัวนำ ที่ต้องการผลักดันเป็นอันดับแรก สามารถพร้อมที่จะออกสู่ตลาดได้ เช่น ผลิตภัณฑ์ข้าวฟองสุรดา ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ แล้วนำมาพูดคุยกับ ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะให้ความช่วยเหลือ เช่น สกว. สกน. ช่วยกันวางแนวทางในการผลักดันออกสู่ตลาด เพื่อที่จะให้บริษัทมี เสถียรภาพสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

หลังจากนั้นบริษัทควรทำการศึกษาการตลาดเปรียบเทียบ ระหว่างผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ในตลาดปัจจุบัน หาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมการขาย สร้างความเชื่อมั่นให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น มองในแง่ของลดค่าใช้จ่ายใน การนำเข้าวัสดุทางการแพทย์จากต่างประเทศที่มีคุณสมบัติใกล้เคียง กัน และยังทำให้เกิดความภาคภูมิใจใช้ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่เกิดจาก ฝีมือคนไทย การนำผลการวิจัยที่ลงในบทความวารสารมาเผยแพร่ ให้การรับรองมาตรฐาน จะยิ่งทำให้ผู้ใช้เกิดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

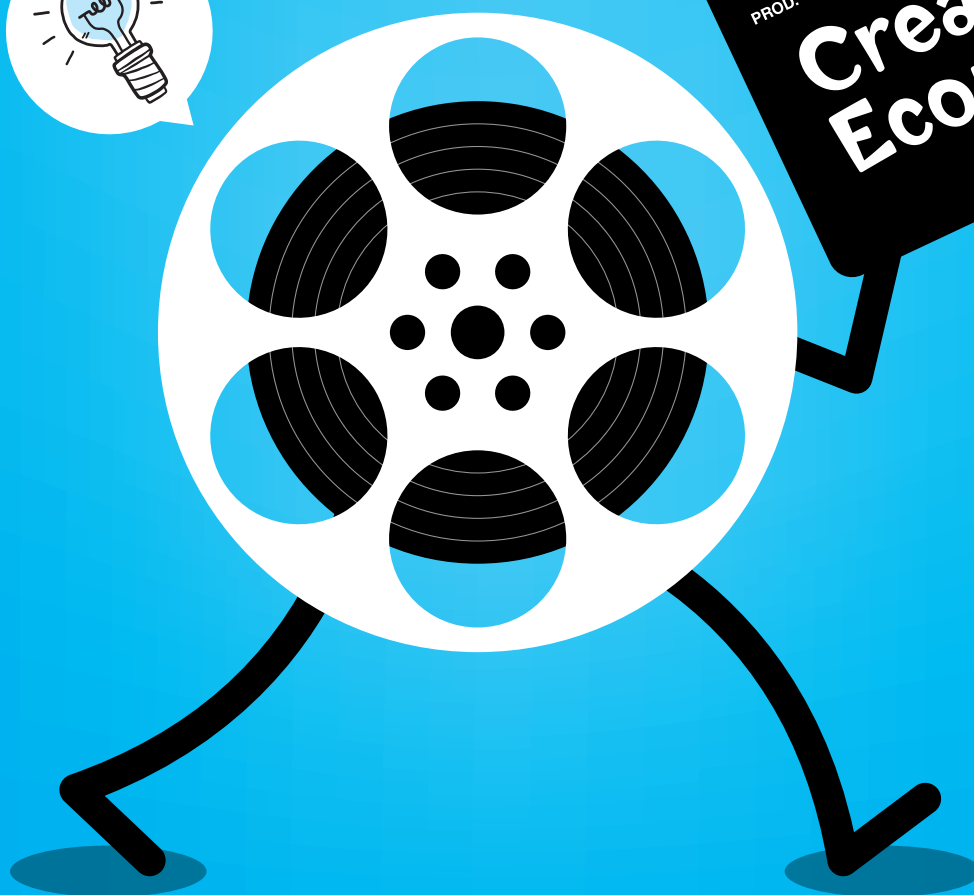
จากการประชุมหารือครั้งนี้จะเห็นได้ว่า สำหรับผู้ประกอบการใด ที่ต้องการคำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจ อยากหาทุนสนับสนุนทำวิจัย ต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือหาช่องทางจับคู่ธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ และ สกว. มีความยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือพร้อมให้การสนับสนุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรนวัตกรรมของไทย

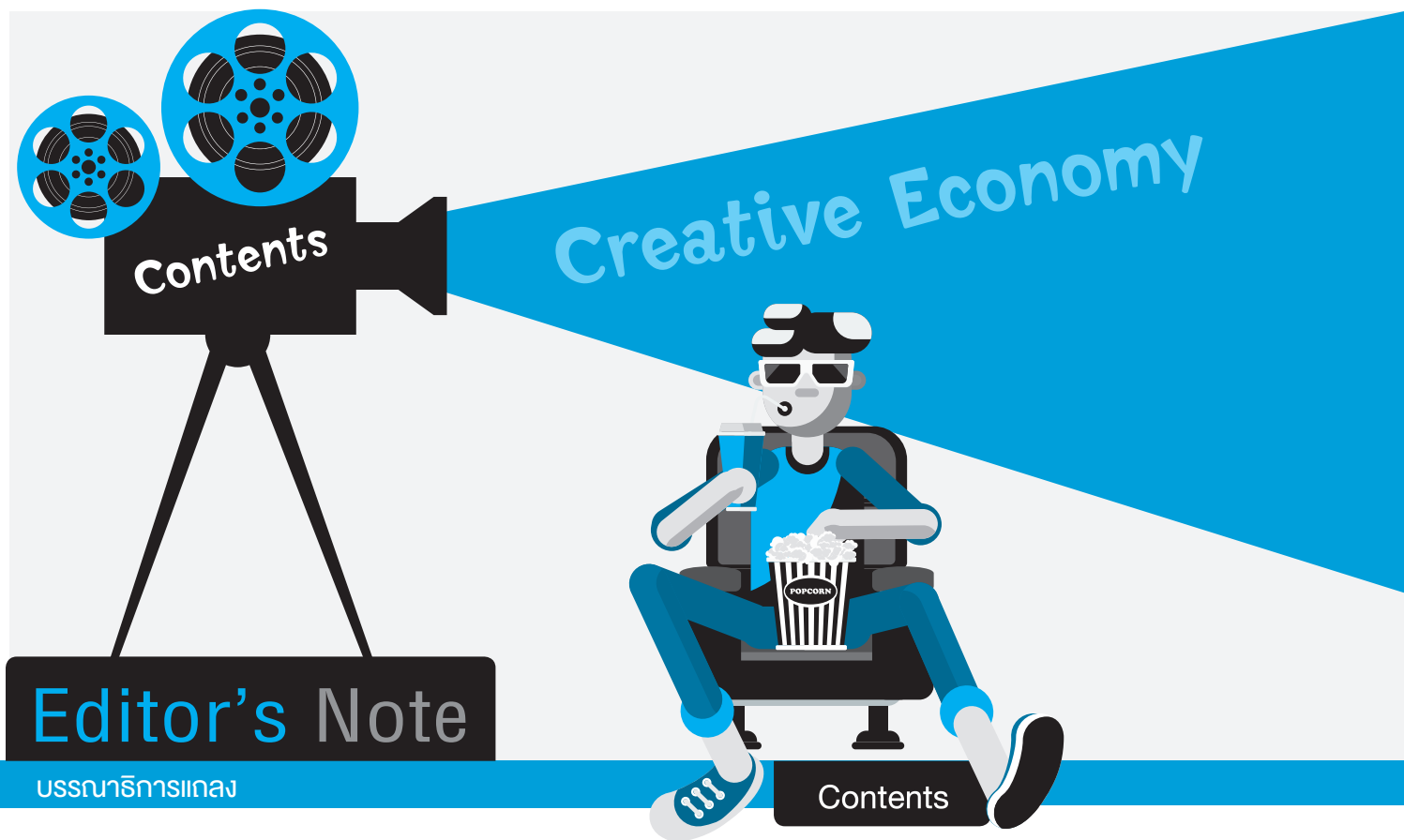
ทั้งนี้บทบาทของหน่วยงานภาครัฐหลายส่วนมีการให้ ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ ที่ยังขาดความรู้ในการบริหาร ธุรกิจ การบ่มเพาะสนับสนุนและพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ การหาช่องทางการตลาด การพัฒนาต่อยอดงานวิจัยให้ไปสู่ เชิงธุรกิจ อย่างเช่น สถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (สกน.) จะช่วยอำนวยความสะดวก แก้ไขปัญหาอุปสรรคใน การดำเนินธุรกิจ ส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการตลาด การ ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรนวัตกรรมทั้งในและต่างประเทศ หรือสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มีการให้ทุน สนับสนุนครบวงจร ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้น งานวิจัยพื้นฐาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ทดลอง จนถึง ปลายาง ขึ้นตอนออกสู่ตลาด

TRF Policy Brief



ส่งออกภาพยนตร์ไทย เดินทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์





TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) เป็นเอกสารที่สรุปและเรียบเรียงจากงานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นหลัก และอาจมีการนำรายงานวิจัยหรือเอกสารรายงานจากแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบเพื่อให้ได้เนื้อหาที่สมบูรณ์ขึ้น วัตถุประสงค์หลักในการจัดทำ Policy Brief คือ การส่งผ่านผลงานวิจัยของ สกว. ไปสู่ฝ่ายนโยบาย (ผู้กำหนดนโยบายและฝ่ายปฏิบัติงานนโยบาย)

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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 04** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 08** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนายวัชชัย กมลวรรณ

จัดทำโดย

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032

ส่งออกภาพยนตร์ไทย เดินทางเศรษฐกิจ สร้างสรรค์*



ประเด็นสำคัญ

1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นนโยบายหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่จะต้องเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิต (Factor-Driven Economy) เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-Driven Economy) โดยที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นเครื่องมือหนึ่งที่รัฐบาลเลือกสนับสนุนเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ
2. จากการศึกษาพบว่า สถานการณ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจำแนกตามกิจกรรมของห่วงโซ่มูลค่าอยู่ในสถานะที่ดีและมีความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง โดยเฉพาะด้านการผลิตภาพยนตร์และสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามการยกระดับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและการจัดจำหน่าย
3. สำหรับผลการเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี (เกาหลีใต้) พบว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มีความได้เปรียบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอยู่หลายประการ อาทิ อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้สามารถสร้างการกระจายรายได้และการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจมากกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยหลายเท่า ในด้านการพัฒนาภาพยนตร์พบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังด้อยกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เป็นอย่างมากในแง่ของความหลากหลายของภาพยนตร์ สำหรับการจัดหาเงินทุนพบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ไม่แตกต่างกันมากนัก
4. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายจากงานวิจัย ได้แก่
 - ในด้านโครงสร้างการบริหารงาน ภาครัฐต้องมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ หรือการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐให้ดำเนินงานอย่างมีเอกภาพ
 - ในด้านการประชาสัมพันธ์และอำนวยความสะดวก ภาครัฐควรส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย ซึ่งภาพยนตร์สามารถเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมของไทยสู่ต่างประเทศ
 - ในด้านกฎหมายและกฎระเบียบ ภาครัฐต้องมีการปรับปรุงกฎหมายที่สนับสนุนและส่งเสริมมากกว่าการกำกับดูแล โดยเฉพาะการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันภายใต้เขตการค้าเสรี
 - ในด้านการนำออกแสดงและการตลาด ภาครัฐจะต้องสนับสนุนการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเป็นการขยายช่องทางทางการตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น
 - ในด้านการบริโภค จากการที่ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมที่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ รวมถึงสื่อบันเทิงไทย ภาครัฐควรออกนโยบายส่งเสริมการผลิตและส่งออกละครไทยไปยังตลาดอาเซียน

* สรุปลและเรียบเรียงจากโครงการวิจัยเรื่อง “การยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยภายใต้การค้าเสรี” โดย ผศ.ดร.ศุภเจตน์ จันทร์สารสิน และคณะ (2558) ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

1. บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นนโยบายหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่จะต้องเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิต (Factor-Driven Economy) เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-Driven Economy) ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า **“การพัฒนาเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของการสร้างสรรค์และการใช้ประโยชน์จากความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาเชื่อมโยงเข้ากับมรดกทางวัฒนธรรม การสะสมความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ”** ซึ่งได้แบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ศิลปะ สื่อ และงานสร้างสรรค์ ออกแบบ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมสื่อของไทยเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งในปัจจุบัน โดยเฉพาะสื่อบันเทิงในรูปแบบภาพยนตร์และละคร ซึ่งคาดว่าจะมีส่วนที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องได้แก่ การรับจ้างทำงานแทน (Outsourcing) การบริการถ่ายทำ (Production) การเก็บรายละเอียดของงานหลังการถ่ายทำ (Post Production) การบริการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในไทย (Location Shooting) และการขายลิขสิทธิ์ โดยข้อมูลในเบื้องต้น ปี 2560 อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีมูลค่าที่หมุนเวียนในประเทศประมาณ 3 หมื่นล้านบาท (สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2561)

สำหรับขีดความสามารถทางการผลิตของประเทศไทยมีปัจจัยเชิงบวกด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพสูงและต้นทุนต่ำ และผู้สร้างรายใหญ่มีเงินทุนสูง มีความรู้และประสบการณ์สูง รวมถึงสถานที่ถ่ายทำที่สวยงามที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งมีการส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ โครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ที่มีกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ แบบ One On One ของนักธุรกิจภาพยนตร์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างบริษัทภาพยนตร์ไทย กับบริษัทภาพยนตร์ต่างประเทศ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2561)

จากการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์และขีดความสามารถทางการผลิตของประเทศไทยได้กลายเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยต่อไปอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเติบโตอย่างยั่งยืนต้องมีการยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น Policy Brief ฉบับนี้ มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการยกระดับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และการเปรียบเทียบกับประเทศที่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ซึ่งจะช่วยให้สามารถสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของไทยอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเรียบเรียงจากโครงการวิจัยซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เรื่อง **“การยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยภายใต้การค้าเสรี”** รวมถึงงานวิจัยและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

ยกระดับอุตสาหกรรมบันเทิงไทยและการเรียนรู้จากแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ของประเทศเกาหลีใต้

ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ คือ กิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการดำเนินงานของอุตสาหกรรม โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้แบ่งห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 6 กิจกรรม ได้แก่ การพัฒนาภาพยนตร์ การจัดหาเงินทุน การผลิต (ถ่ายทำและตัดต่อ) การจัดจำหน่าย การนำออกแสดง และการบริโภคนอกจากนี้ยังประกอบด้วยกิจกรรมสนับสนุน 2 กิจกรรม ได้แก่ การดำเนินงานด้านการตลาด และการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย บัญชี และที่ปรึกษา

ผลการศึกษาศาสนการณ์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่จำแนกตามกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่าที่เน้นเพียง 5 กิจกรรมหลักเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ โดยจำแนกตามกิจกรรมของห่วงโซ่มูลค่า 5 กิจกรรม

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย	กิจกรรม	อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้																						
การพัฒนาและเขียนบทภาพยนตร์ไทยส่วนใหญ่ยังมีปัญหา ภาพยนตร์จำนวนมากยังขาดคุณภาพและขาดความคิดสร้างสรรค์นี้ ภาพยนตร์ไทยยังขาดเอกลักษณ์ซึ่งจะใช้เป็นจุดขายในประเทศในระยะยาว โดยเฉพาะเอกลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยร่วมสมัยที่สามารถสะท้อนความเป็นไทย สังคมไทย และคของคนไทยในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาภาพยนตร์พัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มมีบุคลากรด้านการพัฒนาบทมากขึ้น มีบทภาพยนตร์ที่มีความหลากหลายและสร้างสรรค์เนื่องจากมีการศึกษาในสาขาภาพยนตร์โดยตรงมากขึ้น	การพัฒนาภาพยนตร์	ภาพยนตร์เกาหลีใต้มีหลากหลายแนวที่มีความสร้างสรรค์และในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างรายได้ได้สูงไม่ว่าจะเป็นแนวกีฬา ภัยพิบัติ สงคราม สืบสวนสอบสวน หรือวิทยาศาสตร์ (Sci-Fi) สะท้อนให้เห็นคุณภาพของการพัฒนาบทภาพยนตร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เป็นอย่างดี																						
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีข้อจำกัดด้านเงินทุน กล่าวคือบริษัทรายใหญ่ที่สามารถผลิตภาพยนตร์ได้อย่างต่อเนื่องเงินลงทุนในการสร้างภาพยนตร์ต่ำลง เนื่องจากผลกระทบแข่งขันจากภาพยนตร์ต่างประเทศและปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงการรับชมภาพยนตร์ทางอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหม่และขนาดเล็กได้เข้าสู่ธุรกิจนี้แต่ก็มีการออกจากธุรกิจจำนวนมากเช่นกัน	การจัดการเงินทุน	ภาพยนตร์เกาหลีใต้ส่วนใหญ่ได้รับเงินทุนมาจากบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่ที่มีตลาดแบบผูกขาด																						
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสามารถผลิตภาพยนตร์ไทยได้โดยเฉลี่ย 50 เรื่องต่อปี โดยมีข้อได้เปรียบทางด้านการผลิตภาพยนตร์สูงอันเนื่องมาจากการที่มีบุคลากรที่มีความสามารถและมีฝีมือสูงค่าแรงค่อนข้างต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่าอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการผลิตภาพยนตร์ก็มีความพร้อมและมีมาตรฐานสูงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีต้นทุนในการผลิตต่ำเมื่อเทียบกับระดับคุณภาพ นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยสำหรับถ่ายทำภาพยนตร์ที่สวยงามและหลากหลายเป็นปัจจัยศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย	การผลิต: การถ่ายทำ และการตัดต่อ	จากการศึกษาพบว่า ในปี 2003 - 2012 จำนวนภาพยนตร์เกาหลีใต้ที่ผลิตได้ในแต่ละปีมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังต่อไปนี้ <table><tr><th>ปี</th><th>จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิตได้</th></tr><tr><td>2003</td><td>65</td></tr><tr><td>2004</td><td>74</td></tr><tr><td>2005</td><td>83</td></tr><tr><td>2006</td><td>108</td></tr><tr><td>2007</td><td>112</td></tr><tr><td>2008</td><td>108</td></tr><tr><td>2009</td><td>118</td></tr><tr><td>2010</td><td>140</td></tr><tr><td>2011</td><td>150</td></tr><tr><td>2012</td><td>140</td></tr></table>	ปี	จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิตได้	2003	65	2004	74	2005	83	2006	108	2007	112	2008	108	2009	118	2010	140	2011	150	2012	140
ปี	จำนวนภาพยนตร์ที่ผลิตได้																							
2003	65																							
2004	74																							
2005	83																							
2006	108																							
2007	112																							
2008	108																							
2009	118																							
2010	140																							
2011	150																							
2012	140																							
เมื่อพิจารณารายได้จากการฉายภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ พบว่าประเทศไทยทำรายได้ค่อนข้างน้อย โดยสาเหตุที่มีผู้ชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์มีจำนวนน้อย ได้แก่ ผู้ชมจำนวนมากมีค่านิยมภาพยนตร์ไทยมีคุณภาพต่ำกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศ รวมถึงโรงภาพยนตร์มีลักษณะค่อนข้างผูกขาดทำให้ตัวชมภาพยนตร์มีราคาแพง	การจัดจำหน่าย	จากการศึกษาพบว่า ในปี 2003-2006 จำนวนตัวชมภาพยนตร์เกาหลีใต้ขายได้เป็นจำนวนมากกว่าภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี ค.ศ. 2006 ภาพยนตร์เกาหลีใต้สามารถขายตัวได้เป็นจำนวนถึง 97.91 ล้านใบ ในขณะที่ภาพยนตร์ต่างประเทศขายตัวได้เพียง 55.49 ล้านใบเท่านั้น โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 63.8 ต่อ 36.2																						
เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติในประเทศไทย โดยเฉพาะเทศกาลโลกแห่งกรุงเทพ ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงในแง่ของการแลกเปลี่ยนความคิดและวัฒนธรรมในการสร้างภาพยนตร์ รวมทั้งพัฒนาคนรุ่นใหม่ให้มีความสามารถในการสร้างและพัฒนาให้ทัดเทียมระดับนานาชาติ	การนำออกแสดง	อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มีการนำภาพยนตร์ออกแสดงผ่านการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่สำคัญหลายรายการ ทั้งที่เป็นรายการใหญ่และเก่าแก่และรายการมีความคิดสร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์ อาทิ เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน (Busan International Film Festival: BIFF) เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซอน (Puchon International Fantastic Film Festival: PiFan) เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติจีออนจู (Jeonju International Film Festival: JIFF) เทศกาลภาพยนตร์สตรีนานาชาติในโซล (International Women's Film Festival in Seoul: IWFFIS) เทศกาลภาพยนตร์เยาวชนนานาชาติในโซล (Seoul International Youth Film Festival: SIYFF)																						



จากการศึกษาเปรียบเทียบพบว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มีความได้เปรียบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอยู่หลายประการ อาทิ อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้สามารถสร้างการกระจายรายได้และการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจมากกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยหลายเท่า โดยการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-Added) และรายได้ภาษีของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้สูงกว่าของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นอย่างมาก ในด้านการพัฒนาภาพยนตร์พบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังด้อยกว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เป็นอย่างมากในแง่ของความหลากหลายของภาพยนตร์ ในด้านการจัดหาเงินทุนพบว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยและเกาหลีใต้ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ มีการแข่งขันระหว่างบริษัทผู้สร้างภาพยนตร์รายใหญ่จำนวนไม่กี่แห่ง สำหรับข้อได้เปรียบของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ ได้แก่ ต้นทุนการผลิตภาพยนตร์ที่ต่ำกว่าในขณะที่คุณภาพและมาตรฐานการผลิตไม่แตกต่างกัน บุคลากรที่มีความเป็นมิตรและมีอัธยาศัยมากกว่า สถานที่สำหรับถ่ายทำภาพยนตร์ที่มีความหลากหลายและสวยงามมากกว่า รวมถึงการสร้างเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถดึงดูดให้ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์และใช้ Outsource จากประเทศไทยมากกว่า





นอกจากนี้ อัมพร (2558) ได้ศึกษาการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในอาเซียนที่สามารถประยุกต์ผลของการวิจัยมาวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาการจัดจำหน่าย และการนำออกแสดงของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมในต่างประเทศ โดยผู้วิจัยพบว่า สื่อบันเทิงไทยได้รับความนิยมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีน และมีการเผยแพร่ละครไทยทางสถานีโทรทัศน์ของแต่ละประเทศมากขึ้น รวมทั้งมีการนำละครไทยไปแปลเป็นภาษาท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต โดยสามารถแบ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ชมดั้งเดิมที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย เช่น กัมพูชา และชนกลุ่มน้อยในพม่า ที่มีความใกล้ชิดทางภาษาและวัฒนธรรมไทยที่สามารถตอบสนองความต้องการเสพความทันสมัยที่ขาดหายไปในชีวิตประจำวัน และ 2) กลุ่มผู้ชมใหม่ในประเทศที่ไม่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย เช่น เวียดนามและจีน เป็นต้น ทั้งนี้ มีผลกระทบทางอ้อมจากความนิยมของละครไทย ได้แก่ การเรียนภาษาไทยในเวียดนามเพิ่มขึ้น ความนิยมของสินค้าไทย และความนิยมของนักแสดง อย่างไรก็ตาม ผลของการวิจัยไม่สามารถระบุได้ว่าความนิยมของละครไทยสามารถทดแทนวัฒนธรรมประชาานิยมจากเกาหลีได้ได้ ทั้งนี้ ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งในประเทศเกาหลีใต้เองและในตลาดโลกโดยที่รัฐบาลเกาหลีใต้มีบทบาทอย่างมากต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ อาทิ การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอื่นๆ ของประเทศ การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยนำไปเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ การตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจเพื่อดูแลอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยตรง การให้ทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง การตั้งโรงภาพยนตร์ที่เปิดโอกาสให้ภาพยนตร์อินดี้ได้นำออกฉาย และการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติอย่างต่อเนื่อง

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

3.1 ในด้านโครงสร้างการบริหารงาน

ภาครัฐต้องมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ หรือการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐให้ดำเนินงานอย่างมีเอกภาพโดยตัวอย่างหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย อาทิ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม

3.2 ในด้านการประชาสัมพันธ์และอำนวยความสะดวก

ภาครัฐควรส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมแพทย์แผนไทย ซึ่งภาพยนตร์สามารถเป็นกระบอกเสียงในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมของไทยสู่ต่างประเทศ อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อาจจะเป็นหน่วยงานในการสร้างประชาสัมพันธ์และการตลาดให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จะต้องมีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวกและดึงดูดให้ต่างประเทศเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์และสื่อรูปแบบต่างๆ ในประเทศไทย โดยผลักดันการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ บุคลากร ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงขั้นตอนการติดต่อและขออนุญาตใช้สถานที่

3.3 ในด้านกฎหมายและกฎระเบียบ

ภาครัฐต้องมีการปรับปรุงกฎหมายที่สนับสนุนและส่งเสริมมากกว่าการกำกับดูแล โดยเฉพาะนโยบายการคุ้มครองอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยจากภาพยนตร์ต่างประเทศในรูปแบบอุตสาหกรรมทารก (Infant Industry) เพื่อให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันภายใต้เขตการค้าเสรี

3.4 ในด้านการนำออกแสดงและการตลาด

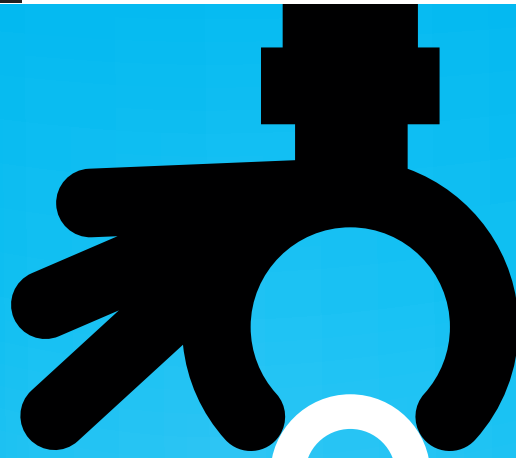
ภาครัฐจะต้องสนับสนุนการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติที่มีอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ เทศกาลภาพยนตร์โลกแห่งกรุงเทพ (World Film Festival of Bangkok) ให้สามารถดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจจะเรียนรู้แนวทางการปฏิบัติที่ดีเลิศจากการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติของประเทศเกาหลีใต้ รวมถึง ภาครัฐสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเฉพาะกลุ่ม อาทิ ภาพยนตร์เด็ก ภาพยนตร์สตรี ภาพยนตร์การ์ตูน เพื่อเป็นการขยายช่องทางทางการตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น

3.5 ในด้านการบริโภค

จากการที่ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมที่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ รวมถึงสื่อบันเทิงไทย ภาครัฐควรออกนโยบายส่งเสริมการผลิตและส่งออกละครไทยไปยังตลาดอาเซียน อาทิ การส่งเสริมผ่านการลดอุปสรรคทางการค้าที่เป็นมาตรการทางภาษี ความช่วยเหลือทางด้านศุลกากร การส่งเสริมความรู้เรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการค้าบริการของประเทศสมาชิกอาเซียน และ การใช้สิทธิประโยชน์จากความตกลงการค้าเสรี

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (1 พฤษภาคม 2561). อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเคลื่อนทัพสู่เทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ 2018. สืบค้นจาก http://www.ditp.go.th/ditp_pdf.php?filename=contents_attach/226606/226606.pdf&title=226606
- ศุภเจตน์ จันทรส้าน และคณะ. (2558). การยกระดับความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยภายใต้การค้าเสรี. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สำนักพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (16 มกราคม 2561). ธุรกิจบริการด้านภาพยนตร์. สืบค้นจาก http://www.ditp.go.th/ditp_pdf.php?filename=contents_attach/211764/211764.pdf
- อัมพร จิรัฐติกร. (2558). การศึกษาเรื่องการค้าละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



อาหารฮาลาลไทย รุกตลาดศักยภาพอินโดนีเซีย





Editor's Note

บรรณาธิการแปล

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) เป็นเอกสารที่สรุปและเรียบเรียงจากงานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นหลัก และอาจมีการนำรายงานวิจัยหรือเอกสารรายงานจากแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบเพื่อให้ได้เนื้อหาที่สมบูรณ์ขึ้น วัตถุประสงค์หลักในการจัดทำ Policy Brief คือ การส่งผ่านผลงานวิจัยของ สกว. ไปสู่ฝ่ายนโยบาย (ผู้กำหนดนโยบายและฝ่ายปฏิบัติงานนโยบาย)

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



Contents

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 06** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 07** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนางสาวพรรษชล พงษ์เพียจันทร์

จัดทำโดย

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032



อาหารฮาลาลไทย รุกตลาดศักยภาพ อินโดนีเซีย*

ประเด็นสำคัญ

1. ภาครัฐมีเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยส่งออกสินค้าฮาลาลสูงติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลกภายในปี 2563 จากปัจจุบันที่อยู่ในอันดับที่ 9 แต่จากการศึกษาพบว่าตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทยยังขาดความน่าเชื่อถือในประเทศมุสลิมทั้งในระดับอาเซียนและระดับโลก ดังนั้นการพัฒนาระบบรับรองมาตรฐานฮาลาลของไทย ควรคำนึงถึงการได้มาตรฐานฮาลาลในประเทศคู่ค้าด้วย
2. เพื่อให้การส่งออกสินค้าฮาลาลเป็นไปตามเป้าหมายและยุทธศาสตร์ของรัฐบาล อินโดนีเซียจึงเป็นตลาดศักยภาพใหม่สำหรับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีปริมาณการบริโภคสูง และชาวมุสลิมในประเทศเป็นชนชั้นกลางที่มีกำลังซื้อ แต่การเข้าไปในตลาดฮาลาลอินโดนีเซียนั้นมีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น สินค้าต้องได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลแห่งอินโดนีเซียเท่านั้น และผู้นำเข้าห้ามจัดจำหน่ายโดยตรง จะต้องส่งผ่านผู้จัดจำหน่ายอีกทอดหนึ่งจึงจะสามารถวางขายในอินโดนีเซียได้
3. จากผลการสำรวจความคุ้นเคยของชาวมุสลิมที่มีต่อตราสัญลักษณ์ฮาลาล พบว่าตราฮาลาลไทยยังเป็นรองตราฮาลาลมาเลเซีย ทั้งนี้มาจากการที่ไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิม ส่งผลให้สินค้าอาหารฮาลาลไทยยังขาดความน่าเชื่อถือและไม่ถูกเลือกจากกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมเท่าที่ควร
4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย ได้แก่
 - รัฐบาลควรผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาล ตามองค์กรศาสนาแห่งอินโดนีเซีย และประสานงานกับหน่วยงาน LPPOM MUI ของอินโดนีเซีย เพื่อจัดส่งบุคลากรมาอบรมการจัดทำระบบฮาลาล และตรวจรับรองในประเทศไทย
 - ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้นำเข้าและกระจายสินค้าของอินโดนีเซีย และร่วมกันวางแผนการตลาดกับผู้นำเข้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งเน้นตลาดระดับกลางถึงบนที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง
 - ส่งเสริมการกระจายสินค้าอาหารฮาลาลไทยไปยังอินโดนีเซียโดยพัฒนาระบบการให้บริการที่ครอบคลุมทุกขั้นตอนของการส่งออก และสนับสนุนให้ส่งออกสินค้าผ่านโครงสร้างโลจิสติกส์ตามช่องทางภาคใต้ตอนล่างของไทยกับเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย
 - รัฐบาลควรผลักดันการทำธุรกิจค้าปลีกในอินโดนีเซีย โดยประสานงานให้ผู้ประกอบการสร้างพันธมิตรกับค้าปลีกที่มีสาขาอยู่ทั่วอินโดนีเซีย เช่น Alfamart และ Indomaret

* สรุปลและเรียบเรียงจากโครงการวิจัย เรื่อง “การสร้างคุณค่าบนการจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล” โดย ผศ.ดร.ชุตินา ไวยราษฎร์ และคณะ (2558) และ “การตระหนักรู้ และความคาดหวังต่อตราสัญลักษณ์ฮาลาลในอาเซียนของผู้บริโภคชาวมุสลิมในอาเซียนและผู้บริโภคชาวมุสลิมที่มีศักยภาพ” โดย นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม และคณะ (2560) ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (ดูเอกสารอ้างอิง) (พระราชล พงษ์เพียจันทร์ : ผู้สรุปและเรียบเรียง)



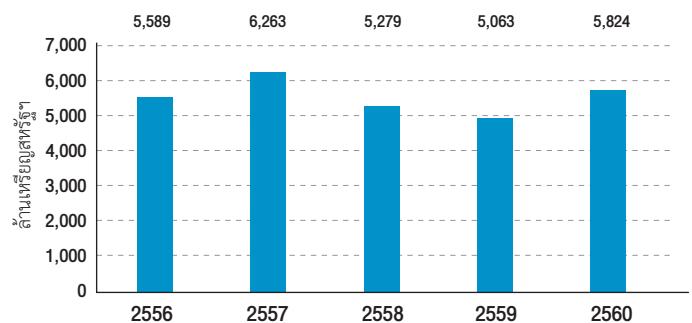
“ครัวไทยสู่ครัวโลก” *Kitchen of the World*

1. บทนำ

ประเทศไทย มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารอย่างจริงจัง มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เพื่อผลักดันให้อาหารไทย เป็นที่ยอมรับจาก ผู้บริโภคทั่วโลก ภายใต้นโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” (Kitchen of the World) ที่เน้นการขยายตลาด การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า อาหารไทยที่มีคุณภาพ และการพัฒนาธุรกิจบริการอาหารให้ได้ มาตรฐานระดับสากล ซึ่งที่ผ่านมามูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารและ เครื่องดื่มของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังมีกรมพาณิชย์ฯ ใหม่ เพิ่มเติม โดยให้ความสนใจกับตลาดอาหารฮาลาลที่มีการขยายตัวสูง ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้ อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมและ พัฒนาศักยภาพธุรกิจสินค้าและบริการฮาลาล (พ.ศ. 2559-2563) โดยภาครัฐมีเป้าหมายที่จะให้ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าฮาลาล สูงติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลกภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2563) จากปัจจุบัน ที่อยู่ในอันดับที่ 9 ภาครัฐจึงมีการกำหนดยุทธศาสตร์สำคัญในการ สนับสนุนการส่งออกสินค้าฮาลาลไทย 4 ด้าน ดังนี้

1. การเสริมสร้างศักยภาพมาตรฐานตลาด และการตรวจสอบ การรับรองตราสินค้าฮาลาล
2. เสริมสร้างศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล
3. การพัฒนาผู้ประกอบการสู่ตลาดสากล
4. การพัฒนาศักยภาพด้านการวิจัย เพื่อการพัฒนาสินค้าและ บริการฮาลาล

ที่ผ่านมารัฐบาลได้ดำเนินการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม ฮาลาลไทยให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้หลายประการ ไม่ว่าจะเป็น การปรับลดระยะเวลาในการขอใบรับรองตราเครื่องหมาย ฮาลาลให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น การพัฒนาสินค้าฮาลาลให้ได้รับ มาตรฐานฮาลาลไทย (Thailand Diamond Halal) เพื่อเพิ่มการ ส่งออกไปยังประเทศมุสลิม รวมทั้งมีการเผยแพร่และฝึกอบรม การดำเนินการฮาลาลสำหรับผู้ประกอบการมากขึ้น ทำให้ปี 2560 มีจำนวนผู้ประกอบการที่ยื่นขอจดทะเบียนรับรองฮาลาลจาก สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทยทั้งสิ้น 4,683 บริษัท ซึ่งในจำนวนนี้ ร้อยละ 90 เป็นบริษัทที่เกี่ยวข้องกับ การผลิตอาหาร ทำให้มูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ฮาลาลไทยไปยังประเทศมุสลิม หรือประเทศในกลุ่ม OIC (The Organization of Islamic Cooperation) เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่า การส่งออกสินค้าและเครื่องดื่มทั้งหมดมีแนวโน้มสูงขึ้น (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1: มูลค่าการส่งออกอาหารฮาลาลของไทยไปยังประเทศมุสลิม ในปี 2556-2560

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกร (2561)

คำว่า “ฮาลาล” มาจากภาษาอาหรับ หมายถึง “อนุญาต” มีความสอดคล้องกับหลักจิตวิญญาณของศาสนาอิสลาม ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการอุปโภคบริโภคของชาวมุสลิม โดยตลาดฮาลาล สามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มสินค้าและบริการ 6 ประเภท ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม การเงินและธนาคารพาณิชย์ การท่องเที่ยว แฟชั่น บ้านเกิดและบันเทิง และการเกษตรกรรมและเครื่องสำอาง ในบรรดากลุ่มอุตสาหกรรมฮาลาลนั้น ตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลในระดับโลก มีการขยายตัวมากที่สุด โดยมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 1.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2556 และมีมูลค่ามากกว่าร้อยละ 16 ของมูลค่าตลาดอาหารโลก ซึ่งคาดการณ์ว่า ตลาดอาหารฮาลาลจะขยายตัวเพิ่มเป็น 1.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2561

ตลาดอาหารสำหรับผู้บริโภคชาวมุสลิม หรือตลาดอาหารฮาลาล เป็นตลาดที่ใหญ่มากที่สุดตลาดหนึ่งของโลก และกำลังได้รับความสนใจอย่างมากจากอัตราการขยายตัวของตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการขยายตัวในตลาดฮาลาลโลก ได้แก่ การเพิ่มจำนวนประชากรชาวมุสลิม โดยในปี 2553 ประชากรชาวมุสลิมมีจำนวนประมาณ 1.6 พันล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23.2 ของประชากรโลก และคาดการณ์ว่าในปี 2593 ประชากรชาวมุสลิมจะเพิ่มจำนวนเป็น 2.76 พันล้านคน หรือร้อยละ 29.7 ของประชากรโลก นอกจากนี้รายได้ของประชากรชาวมุสลิมยังเพิ่มสูงขึ้น และชาวมุสลิมเองก็ตระหนักถึงความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ฮาลาล ส่งผลให้อุตสาหกรรมฮาลาล โดยเฉพาะสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม มีการแข่งขันสูงในตลาดโลก

ในปี 2560 มูลค่าการค้าตลาดอาหารฮาลาลของประเทศมุสลิมในกลุ่ม OIC อยู่ที่ประมาณ 162,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากมูลค่าตลาดที่สูง ทำให้ประเทศผู้ผลิตและส่งออกอาหาร ต่างให้ความสนใจและต้องการเข้าไปมีส่วนแบ่งทางการตลาด ประเทศไทยเองก็มีความพยายามที่จะเข้าไปมีบทบาทในห่วงโซ่การผลิตอาหารฮาลาลด้วยเช่นกัน โดยผู้นำในตลาดอาหารฮาลาลโลกอันดับที่ 1-5 ได้แก่ บราซิล อินเดีย รัสเซีย สหรัฐฯ และอาร์เจนตินา ส่วนไทยอยู่ในอันดับ 9 ของประเทศผู้ส่งออกอาหารฮาลาลในตลาด



อย่างไรก็ตาม เมื่ออาหารฮาลาลเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูง การแข่งขันก็รุนแรงตามไปด้วยเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะผู้ส่งออกที่เป็นเพื่อนบ้านในอาเซียน ทั้งมาเลเซียและอินโดนีเซีย ที่ใช้ข้อได้เปรียบจากการเป็นประเทศมุสลิมเพื่อเข้าถึงตลาดนี้ได้สะดวก แต่ก็เป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศที่มีบทบาทในตลาดอาหารฮาลาลโลก อันดับที่ 1-5 ล้วนไม่ได้เป็นประเทศมุสลิมเช่นเดียวกับประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าตลาดอาหารฮาลาลเป็นตลาดที่เปิดกว้างสำหรับแหล่งผลิตจากที่ต่างๆ ดังนั้นผู้ผลิตอาหารฮาลาลของไทย นอกจากจะต้องสร้างความเชื่อมั่นทางด้านการผลิตอาหารฮาลาลที่ได้คุณภาพตามมาตรฐาน ยังต้องพัฒนารูปแบบอาหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอาหารเพื่อสุขภาพ อาทิ อาหารออร์แกนิก และฟังก์ชันนัลฟู้ดส์ อาหารสำหรับคนรุ่นใหม่และผู้สูงอายุ รวมถึงมองหาตลาดส่งออกใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ

ปัจจุบันประชากรมุสลิม 1,800 ล้านคนทั่วโลก เป็นประชากรที่อยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กว่า 300 ล้านคน จากจำนวนนี้ กว่าร้อยละ 73 อยู่ในประเทศอินโดนีเซีย ร้อยละ 4.3 อยู่ในมาเลเซีย และร้อยละ 22 อยู่ในกลุ่มประเทศภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้อินโดนีเซียเป็นตลาดขนาดใหญ่สำหรับอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีปริมาณการบริโภคสูงมากในกลุ่มประเทศอาเซียน อีกทั้งการเติบโตทางด้านรายได้ของประชากรอินโดนีเซีย ส่งผลให้ชนชั้นกลางมากขึ้น ประชากรมีกำลังซื้อที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตนเอง ทั้งนี้ยังมีการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อจากพฤติกรรมยุคใหม่ของประชากรอินโดนีเซีย มีการทำงานนอกบ้านมากขึ้น ทำให้ต้องการความสะดวกในการบริโภค รวมถึงผู้บริโภครับรู้ว่าสินค้าไทยมีคุณภาพ ความปลอดภัยสูง มีเทคโนโลยีการผลิต และระบบการบรรจุที่ดี ดังนั้นอินโดนีเซียจึงเป็นตลาดศักยภาพใหม่ที่ไทยควรเข้าไปลงทุน ซึ่งการผลักดันให้สินค้าฮาลาลไทยสามารถแข่งขันในตลาดฮาลาลอินโดนีเซียได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นจะต้องวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ต่อประเทศคู่ค้าที่ชัดเจน รวมทั้งยกระดับคุณภาพสินค้าอาหารฮาลาลไทยให้ได้มาตรฐานตามที่อินโดนีเซียกำหนด อีกทั้งยังต้องศึกษาข้อจำกัดทางการค้าต่างๆ เพื่อกำหนดนโยบายอย่างรัดกุมในการเข้าถึงตลาดผู้บริโภคมุสลิมอินโดนีเซีย

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

2.1 ข้อจำกัดในการส่งออกอาหารฮาลาลไทยในตลาดอินโดนีเซีย

การส่งออกอาหารฮาลาลไปยังอินโดนีเซียนั้น ต้องเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้าจากรัฐบาลอินโดนีเซียหลายอย่าง เนื่องจากประธานาธิบดีโจโกวีโดโด ได้ให้ความสำคัญกับนโยบายด้านการเกษตรและอาหาร ซึ่งใจความหลักของนโยบายจะเน้นให้อินโดนีเซียสามารถพึ่งพาตนเองและลดการนำเข้าสินค้าในด้านนี้ ทำให้มีการกำหนดมาตรการทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures: NTMs) เพื่อป้องกันการนำเข้าสินค้าจากประเทศอื่น เช่น มาตรการออกใบอนุญาตผู้นำเข้า (Import Licensing) และการขออนุญาตนำเข้า (Import Permit) จะต้องเป็นไปตามระเบียบวิธีที่อินโดนีเซียกำหนด ทั้งนี้ผู้นำเข้าห้ามนำเข้าเพื่อจำหน่ายโดยตรงเป็น Finished goods ให้แก่ผู้บริโภคหรือร้านค้าปลีก จำเป็นต้องส่งผ่านให้กับผู้จัดจำหน่ายอีกทอดหนึ่ง จึงจะสามารถวางขายได้ และการใช้เครื่องหมายฮาลาลบนฉลากต้องได้รับการรับรองอาหารฮาลาลแห่งอินโดนีเซีย โดยหน่วยงาน MUI (Majelis Ulama Indonesia) ขององค์กรศาสนาแห่งอินโดนีเซียเท่านั้น ซึ่งตราสินค้าฮาลาลของไทยที่รับรองโดยคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ยังไม่ได้รับอนุญาตให้แสดงบนสินค้า ทำให้ผู้ที่ส่งออกสินค้าอาหารไทยไปยังอินโดนีเซีย จำเป็นต้องปิดทับไม่ให้เห็นตรารับรองฮาลาลของไทย ดังนั้นการดำเนินการให้ได้มาซึ่ง MUI Halal Certificate จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ส่งออก เพราะจะสามารถเข้าถึงตลาดอินโดนีเซียที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลได้

2.2 ความเชื่อมั่นในตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทย

การที่ประเทศไทยไม่ใช่ประเทศมุสลิม ทำให้ตราสัญลักษณ์ฮาลาลจากประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมมีจุดอ่อน คือ มาตรฐานการตรวจสอบเนื่องจากผู้บริโภคชาวมุสลิมมีความเห็นว่าผู้ที่ตรวจสอบของประเทศนั้นๆ ซึ่งอาจจะไม่ได้เป็นชาวมุสลิม จึงไม่รู้จักกระบวนการที่ถูกต้องในการตรวจสอบที่แท้จริง อาจจะไม่เข้าใจหลักศาสนาอิสลาม นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าคนในประเทศที่ไม่ใช่มุสลิมมีศีลธรรมน้อยกว่าคนในประเทศมุสลิม เมื่อไม่เห็นวิธีการและกระบวนการผลิต จึงไม่มั่นใจว่าการผลิตมีความถูกต้องจริงหรือไม่

จากผลการสำรวจการตระหนักรู้ จำได้ และคุ้นเคยต่อตราสัญลักษณ์ฮาลาลของประเทศต่างๆ ในอาเซียน พบว่าผู้ตอบจากประเทศอาเซียนส่วนใหญ่เลือกตราของประเทศมาเลเซียเป็นอันดับหนึ่ง และเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ตอบจากประเทศนอกอาเซียน ตราฮาลาลมาเลเซียก็ยังคงเป็นอันดับหนึ่งที่ผู้บริโภคมุสลิมรู้จักและจำได้ ในขณะที่ตราฮาลาลไทยยังอยู่ในอันดับรอง (ตารางที่ 1) แสดงให้เห็นว่าตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทยยังขาดความน่าเชื่อถือในประเทศมุสลิมทั้งในระดับอาเซียนและระดับโลก ซึ่งการขาดความเชื่อมั่นนี้ส่งผลกระทบต่อตรงต่อตลาดอาหารฮาลาลไทย เนื่องจากสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทยจะไม่ถูกเลือกจากผู้บริโภคมุสลิม ทำให้ไทยเข้าถึงตลาดฮาลาลในต่างประเทศได้ยากขึ้น ดังนั้นการพัฒนากระบวนการรับรองมาตรฐานฮาลาลไทย ควรพัฒนาทั้งมาตรฐานตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทย และผลักดันให้สินค้าอาหารฮาลาลไทย ได้รับการรับรองตามมาตรฐานของประเทศคู่ค้าด้วย

ตาราง 1 : จำนวนของตราสัญลักษณ์ฮาลาลที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำได้และคุ้นเคย

กลุ่มตัวอย่าง	ตราฮาลาลที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำได้และคุ้นเคย						
	มาเลเซีย	สิงคโปร์	ไทย	บรูไน	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	เวียดนาม
ประเทศในกลุ่มอาเซียน	247	145	200	126	95	70	59
จีน	15	8	8	6	4	5	3
ตุรกี	31	24	17	8	7	6	6
แอฟริกา	46	8	32	8	14	8	2
ตะวันออกกลาง	104	22	85	24	42	19	10
อื่นๆ	2	0	2	0	0	0	1
รวม	445	207	344	172	162	108	81

ที่มา : นันทรัตน์และคณะ (2560)

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

3.1 ผลักดันการรับรองมาตรฐานฮาลาลในประเทศคู่ค้า

ประเทศไทยมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการตรวจสอบรับรองตราสินค้าฮาลาลอยู่แล้ว แต่ยังเน้นที่การพัฒนาตราสัญลักษณ์ฮาลาลไทย (Thailand Diamond Halal) ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการขยายตัวในการทำตลาดกลุ่มมุสลิม จึงควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานการรับรองในประเทศคู่ค้า ดังนั้น การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไทยสามารถขยายตลาดสู่กลุ่มมุสลิมอินโดนีเซีย รัฐบาลจำเป็นต้องศึกษาหาวิธีการดำเนินการใหม่ คือ การทำให้ผู้ประกอบการไทยได้รับการรับรองมาตรฐานฮาลาลที่กำหนดโดย MUI ขององค์กรศาสนาแห่งอินโดนีเซีย อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพราะการที่จะเลือกใช้ตราของเจ้าของมาตรฐานได้ ขึ้นกับการกำหนดของประเทศคู่ค้า มิได้กำหนดโดยประเทศผู้ผลิต ขณะเดียวกันภาครัฐควรประสานงานกับหน่วยงาน Lembaga Pengkajian Pangan dan Obat-obatan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) ของอินโดนีเซีย ในการจัดส่งบุคลากรมาอบรมการจัดทำระบบฮาลาล และตรวจรับรองในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการยอมรับมาตรฐานฮาลาลจากประเทศไทยในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิมอินโดนีเซีย

3.2 ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ

เพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการสู่ตลาดสากล ภาครัฐโดยกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และหน่วยงานเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบข.) ควรร่วมกับหน่วยงานภาคการศึกษาในการเข้ามาส่งเสริมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ในด้านกฎระเบียบมาตรฐานการผลิตอาหารฮาลาล เพื่อควบคุมการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่ประเทศคู่ค้าต้องการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยจะต้องค้นหาพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้นำเข้าและกระจายสินค้าของอินโดนีเซียที่มีศักยภาพ และร่วมกันวางแผนการตลาดกับผู้นำเข้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งเน้นตลาดระดับกลางถึงบนที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง ให้ความสำคัญกับสินค้าแปรรูปที่ขาดการผลิต ขาดเทคโนโลยี ขาดวัตถุดิบในอินโดนีเซีย และเป็นสินค้าใหม่ที่มีบรรจุภัณฑ์สวยแปลกตาทันสมัย ไม่ควรเน้นตลาดราคาสินค้าต่ำ เพราะไม่สามารถแข่งขันกับจีนได้ และอายุการเก็บของผลิตภัณฑ์ต้องยาว เนื่องจากระยะเวลาในการนำเข้าและกระจายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกใช้เวลานานประมาณ 23 วัน สำหรับสินค้าอาหารที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดีในตลาดอินโดนีเซีย คือ นมผง ช็อคโกแลต ไอศกรีม เนยถั่ว คุกกี้ ซอสปรุงรส ซีเรียล และอาหารเพื่อสุขภาพหรือออร์แกนิก ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าว





3.3 ส่งเสริมการกระจายสินค้าอาหารฮาลาลไทยไปยังอินโดนีเซีย

ภาครัฐควรพัฒนาระบบการบริหารงานแบบการให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) ด้วยระบบ National Single Windows (NSW) โดยเชื่อมโยงข้อมูลระบบรับรอง ศุลกากร ผู้ส่งออก และท่าเรือตั้งแต่ภายในประเทศไปจนถึงประเทศคู่ค้า เพื่อความรวดเร็ว ลดข้อผิดพลาดในการดำเนินการกระจายสินค้า และยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับระบบควบคุมการไหลของสินค้านานาชาติ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ช่องทางในการขยายธุรกิจการค้าเพิ่มเติมผ่านเขตจังหวัดทางภาคใต้ตอนล่างของไทยกับเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย ตามนโยบายการพัฒนาโครงสร้างโลจิสติกส์ของประเทศไทยและอินโดนีเซียในการพัฒนาท่าเรือน้ำลึกแห่งใหม่ เพื่อให้การขนส่งแลกเปลี่ยนสินค้ามีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

3.4 ผลักดันการทำธุรกิจค้าปลีกในอินโดนีเซีย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ควรผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยเข้ามาทำธุรกิจค้าปลีกในประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากอินโดนีเซียมีการขยายตัวของยอดขายจากค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อให้การขยายช่องทางกระจายสินค้าอาหารฮาลาลไทยสู่ประเทศอินโดนีเซียได้มากขึ้น ทางหน่วยงานควรช่วยประสานงานจับคู่หุ้นส่วนทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไทยที่จะมาทำธุรกิจค้าปลีกในประเทศอินโดนีเซีย โดยเน้นการสร้างพันธมิตรกับค้าปลีกที่มีสาขาทั่วอินโดนีเซีย เช่น Alfamart, Indomaret และอาจมีการช่วยสนับสนุนงบประมาณในการทำการตลาดในช่วงเริ่มต้น

เอกสารอ้างอิง

- ชุดิมา ไชยราชูทธิ์ และคณะ. (2558). การสร้างคุณค่าบนการจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- นันทรัตน์ ตั้งวิฑูรธรรม และคณะ. (2560). การตระหนักรู้ และความคาดหวังต่อตราสัญลักษณ์ฮาลาลในอาเซียนของผู้บริโภคชาวมุสลิมในอาเซียนและ ผู้บริโภคชาวมุสลิมที่มีศักยภาพ. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). โอกาส SME ไทย ชิงตลาดฮาลาลโลก. สืบค้นจาก https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Thai-SME-Opportunity_Halal-Market.aspx

พัฒนาอาชีพศึกษา ผ่านการเชื่อมประสบการณ์ และระบบการศึกษา





Editor's Note

บรรณาธิการกลอง

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) 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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 04** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 08** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนายจิตวัฒน์ วิจิตรถาวร

จัดทำโดย

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032



พัฒนาอาชีพศึกษา ผ่านการเชื่อมประสบการณ์ และระบบการศึกษา

ประเด็นสำคัญ

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และ กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2558-2577) ซึ่งให้เห็นว่า รัฐบาลไทยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มขีดความสามารถกำลังแรงงาน ของประเทศ แต่ในปัจจุบันรัฐบาลยังคงไม่สามารถยกระดับ ฝีมือแรงงานได้อย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถยกระดับขีดความ สามารถในการผลิตของประเทศได้
2. จากการสำรวจปัญหาในการยกระดับฝีมือแรงงานของไทย พบว่า แรงงานยังขาดแรงจูงใจในการศึกษาด้านอาชีพศึกษาและ การพัฒนาทักษะ นอกจากนี้ยังพบว่า บรรดาหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ต่างทำหน้าที่ของตน ไม่มีการแบ่งหน้าที่กัน อย่างชัดเจน ขาดการประสานงาน และมีการทำงานซ้ำซ้อนกัน อีกทั้งยังขาดมาตรฐานกลางในการเทียบโอนความรู้ ตลอดจน ยังไม่สามารถเทียบโอนประสบการณ์การทำงานให้เป็น หน่วยกิตการศึกษาได้ ทำให้ไม่สามารถเชื่อมต่อโลกของ การทำงานและโลกของการศึกษาเข้ากันได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็น อุปสรรคต่อการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่อง

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

- รัฐบาลควรมีมาตรการสร้างแรงจูงใจให้กับแรงงาน โดย เร่งสร้างภาพลักษณ์ของการศึกษาสายอาชีพศึกษาอย่าง ต่อเนื่องและส่งเสริมความสำคัญและความสำเร็จของ ผู้ที่ศึกษาในสายอาชีพศึกษา ทั้งต่อนักเรียน ครูฝ่ายแนะแนว การศึกษาและผู้ปกครอง
- รัฐบาลควรพยายามปรับแก้กฎหมายให้เกิดการประสานงาน ควรมีการออกกฎหมายที่กำหนดให้มีหน่วยงานกลาง มาทำหน้าที่ดังกล่าว ซึ่งหน่วยงานที่ควรทำหน้าที่รับรอง และเชื่อมต่อระหว่างโลกของงานและโลกของการศึกษา ก็คือ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) สังกัด สำนักนายกรัฐมนตรี
- ส่งเสริมให้มีธนาคารหน่วยกิต (Credit Bank) เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมรายละเอียดประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาของแรงงานแต่ละคน และสามารถนำไปใช้เทียบ ถ่ายโอนหน่วยกิตได้

*สรุปและเรียบเรียงจากโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาแบบคลังหน่วยกิตเพื่อการเทียบโอนความรู้ ทักษะไปสู่การยกระดับฝีมือแรงงานตามมาตรฐาน หรือ การศึกษาในระดับที่สูงขึ้น” โดย ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน และคณะ และ “การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการยกระดับแรงงานฝีมือและคุณวุฒิทางการศึกษา ผ่านการจัดตั้งคณะกรรมการมาตรฐานฝีมือแรงงาน” โดย ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน และคณะ และ “ปัญหาและทางออกด้านการบริหารแรงงานของสหภาพยุโรป ในอุตสาหกรรมยานยนต์ รายงานฉบับสมบูรณ์” โดย ผศ. ดร.ธัญญลักษณ์ วีระสมบัติ

1. บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศ ปัญหาภัยคุกคามของการเป็นประเทศที่มีรายได้ปานกลางส่วนหนึ่งเกิดจากปัญหาการผลิตของไทยที่ยังขาดนวัตกรรมที่เกิดขึ้นได้จากการมีทรัพยากรมนุษย์คุณภาพสูง ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ได้ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต หากปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีไม่ทัน จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง แนวทางการพัฒนาที่สำคัญก็คือ ต้องมีการยกระดับศักยภาพในการแข่งขันและการหลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลางสู่รายได้สูงโดยการพัฒนาผลิตภาพแรงงาน

นอกจากนี้ กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2558-2577) ระบุว่า ยุทธศาสตร์ที่หนึ่ง คือ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้มีการระบุถึงความจำเป็นในการพัฒนาและยกระดับผลิตภาพแรงงานไว้ว่า **“จำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับผลิตภาพแรงงาน เพื่อส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มสมรรถนะของแรงงาน พัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะฝีมือให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิต เพื่อให้สามารถตอบสนองการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตของประเทศไทยในอนาคต”**

อย่างไรก็ดี ปัญหาที่พบก็คือ รัฐบาลยังคงไม่สามารถยกระดับฝีมือแรงงานได้อย่างต่อเนื่อง และไม่สามารถยกระดับขีดความสามารถในการผลิตของประเทศได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผลิตภาพในการผลิตของแรงงานในบางสาขาลดลง และในบางสาขาเพิ่มได้ล่าช้า เพราะไม่สามารถนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตได้ เนื่องจากแรงงานไม่มีความรู้เพียงพอ ทำให้ประเทศไทยยังคงพึ่งแรงงานไร้ฝีมือทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ และไม่สามารถยกระดับขีดความสามารถในการผลิตของประเทศได้ เป็นเหตุให้ประเทศขาดสมรรถนะในการแข่งขันเนื่องจากยังต้องอาศัยแรงงานราคาถูกเป็นหลัก แต่มีต้นทุนค่าแรงที่สูงกว่าประเทศคู่แข่ง **Policy Brief** ฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อการระบุถึงปัญหาและอุปสรรคในการยกระดับฝีมือแรงงาน และเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาฝีมือแรงงานได้อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

2.1 จำนวนผู้ศึกษาระดับอาชีวศึกษาต่ำกว่าเป้าหมาย และแรงงานระดับอาชีวศึกษาเข้าสู่ตลาดแรงงานในสัดส่วนที่น้อยลงเนื่องจากแรงงานกลุ่มเป้าหมายขาดแรงจูงใจในการศึกษาและพัฒนาทักษะการผลิตแรงงานถึงฝีมือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) เป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงาน ซึ่งประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายในการผลิตผู้สำเร็จอาชีวศึกษาเทียบกับผู้สำเร็จการศึกษาสายสามัญให้ได้ร้อยละ 60:40 ผลที่เกิดขึ้นจริงกลับไม่เป็นเช่นนั้น ข้อมูลปี 2558 ระบุว่า สัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาเมื่อเทียบกับสายสามัญในปี 2557 อยู่ที่ 32:68

สัดส่วนนักเรียนอาชีวศึกษาเมื่อเทียบกับสายสามัญ

พ.ศ.	รวม	ชาย	หญิง
2550	39 : 61	n.a.	n.a.
2551	39 : 61	n.a.	n.a.
2552	37 : 63	46 : 54	30 : 70
2553	36 : 64	44 : 56	30 : 70
2554	35 : 65	43 : 67	27 : 73
2555	34 : 66	43 : 67	26 : 74
2556	32 : 68	41 : 59	25 : 75
2557	32 : 68	41 : 59	23 : 77

ที่มา: กระทรวงศึกษาธิการ 2558



นอกจากนี้ผลการประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานปี 2560 และปี 2561 แสดงให้เห็นว่า แม้ประมาณการผู้สำเร็จการศึกษาสายอาชีวศึกษาเข้าสู่ตลาดแรงงานในปี 2561 จะมีมากกว่า 2560 แต่จำนวนดังกล่าวก็ยังน้อยกว่าผู้สำเร็จการศึกษาสามัญที่เข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลประมาณการของปี 2560 ระบุว่า จากจำนวนผู้ที่เข้าสู่แรงงานทั้งสิ้น 555,416 คน มีผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพคิดเป็น 6.41% ของจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดแรงงานทั้งหมด สัดส่วนของผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงคิดเป็น 17.21% ของจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดแรงงานทั้งหมด ในขณะที่ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนอยู่ที่ 60.78% ของจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดแรงงานทั้งหมด ในขณะที่ข้อมูลสำหรับปี 2561 ระบุว่า จากจำนวนผู้ที่เข้าสู่แรงงานทั้งสิ้น 634,205 คน มีผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพคิดเป็น 7.55% ของจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดแรงงานทั้งหมด สัดส่วนของผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงคิดเป็น 15.07% ของจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดแรงงานทั้งหมด ในขณะที่ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมีสัดส่วนอยู่ที่ 63.17% ของจำนวนผู้ที่คาดว่าจะเข้าสู่ตลาดแรงงานทั้งหมด

ประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานปี 2560 และ 2561

ระดับการศึกษา	ประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงาน ปี 2560		ประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงาน ปี 2561	
	จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 3	66,923	12.05	69,591	10.98
มัธยมศึกษาปีที่ 6	19,741	3.55	20,508	3.23
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช. ปีที่ 3)	35,584	6.41	47,856	7.55
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวช. ปีที่ 2)	95,600	17.21	95,600	15.07
ปริญญาตรี	337,568	60.78	400,650	63.17
รวมทั้งสิ้น	555,416	100.00	634,205	100.00

ที่มา: กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน



ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า จำนวนของผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษายังไม่ได้รับความนิยมและมีทิศทางในการเข้าสู่ตลาดแรงงานน้อยลงเมื่อเทียบกับผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

ประการแรกพบว่า เป็นปัญหอันเนื่องมาจากแรงงานโดยค่านิยม ประเพณี วัฒนธรรม เช่น ภาพลักษณ์ของนักเรียนอาชีวศึกษาที่ถูกมองว่ายากพวกตึกกันและเป็นเด็กหัวไม่ดี ตลอดจนโครงสร้างผลตอบแทนที่ไม่จูงใจให้ผู้นิยมศึกษาในสายอาชีวศึกษา ซึ่งผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า ส่วนผู้ที่สำเร็จการศึกษาสายอาชีวศึกษากลับได้รับค่าตอบแทนที่น้อยกว่าทั้งๆ ที่เป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังพบว่า มีแรงงานไทยบางส่วนไม่ต้องการรับการพัฒนา โดยปฏิเสธและไม่ชอบหากฝึกทักษะเพิ่มเติมแล้วต้องทำงานเพิ่ม ต้องมีความรับผิดชอบเพิ่มเติม อีกทั้งยังพบปัญหาการลาออกบ่อยทำให้เกิดปัญหาความไม่ต่อเนื่องของการพัฒนาทักษะ แสดงให้เห็นว่า ปัญหอันเนื่องมาจากแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะของแรงงาน ก็เป็นหนึ่งในอุปสรรคต่อการพัฒนาฝีมือแรงงานในประเทศเช่นกัน



2.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานฝีมือแรงงานขาดการประสานงานกัน ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานหลักสูตรการเรียนการสอนให้เป็นหนึ่งเดียวทั้งประเทศได้

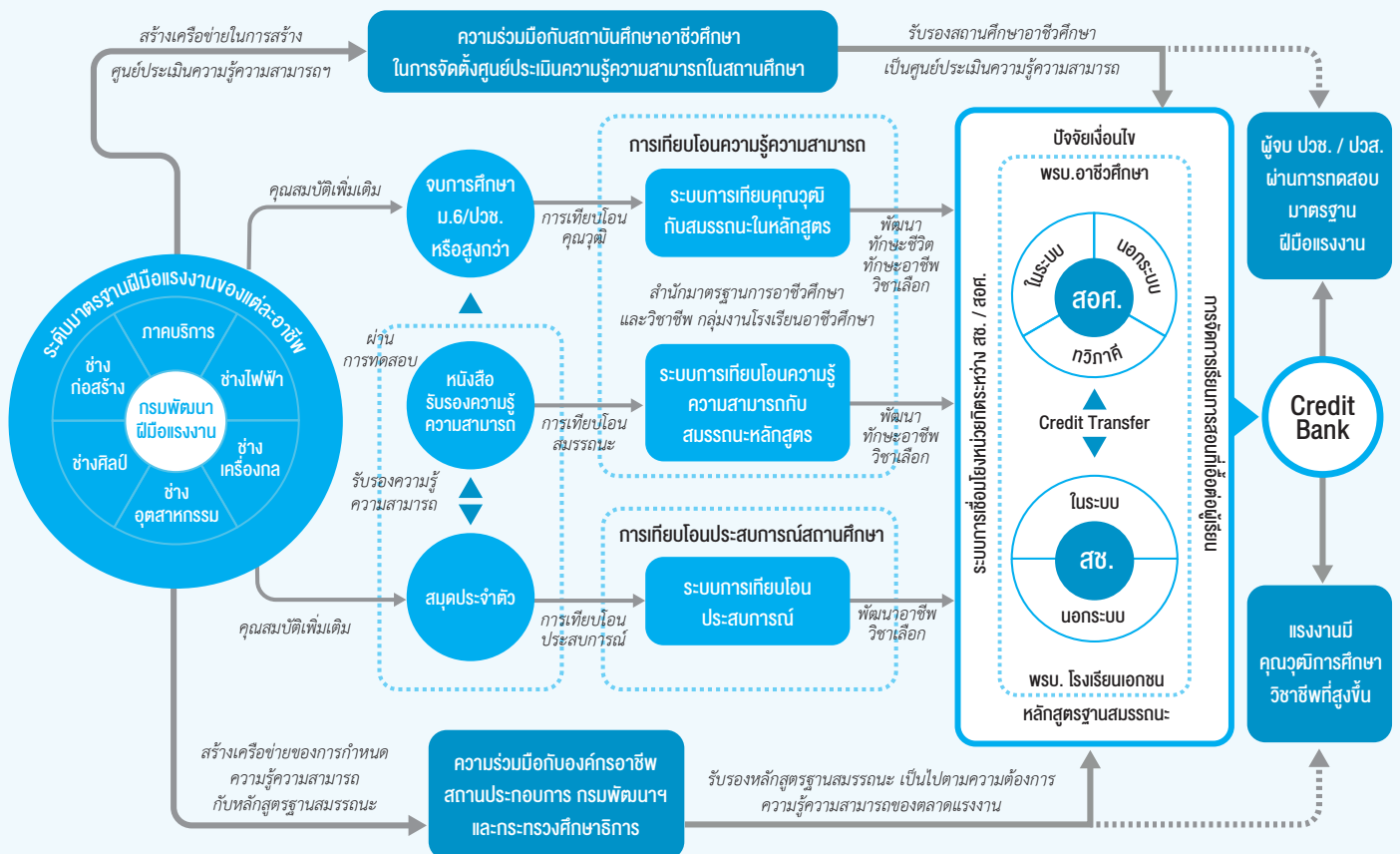
ประการที่สองประเทศไทยมีหน่วยงานที่พยายามทำมาตรฐานฝีมือแรงงานอยู่อย่างน้อยสามหน่วยงาน แต่ต่างฝ่ายต่างทำหน้าที่ตามที่กฎหมายรองรับการปฏิบัติหน้าที่ของตน ขาดการประสานงานกัน ขาดหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบด้านนี้อย่างจริงจัง ไม่มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนว่า หน่วยงานใดเป็นหน่วยงานด้านนโยบาย หน่วยงานใดเป็นหน่วยปฏิบัติงาน และหน่วยงานใดเป็นหน่วยประสานงานและให้การรับรองมาตรฐานต่างๆ ทำให้หน่วยงานเป็นจำนวนมากอาจทำหน้าที่ซ้ำซ้อนกัน ทำให้ไม่สามารถประสานงานกันเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติโดยรวมได้ดีเท่าที่ควร ทำให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีมาตรฐานที่จะต้องได้รับการรองรับหลายมาตรฐาน นอกจากมาตรฐานฝีมือแรงงานที่จัดทำโดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงานแล้ว ยังมีมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพที่จัดทำโดยสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานเหล่านี้ยังไม่สามารถกำหนดมาตรฐานให้เป็นหนึ่งเดียวและแปลงมาตรฐานเหล่านั้นให้เป็นหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อให้สถาบันการศึกษานำไปจัดทำหลักสูตรให้เหมือนกันทั้งประเทศได้ ปัจจัยความหลากหลายดังกล่าวก่อให้เกิดเป็นอุปสรรคสำหรับแรงงานในการพัฒนาความรู้ความสามารถของตนอย่างต่อเนื่อง

2.3 แรงงานไม่สามารถเทียบโอนประสบการณ์การทำงานให้เป็นหน่วยกิตการศึกษาได้

อุปสรรคในการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องประการถัดมาก็คือ แรงงานในประเทศไทยไม่สามารถเทียบโอนประสบการณ์การทำงานให้เป็นหน่วยกิตการศึกษาได้ ทำให้ไม่สามารถเชื่อมต่อกับโลกของการทำงานและโลกของการศึกษาเข้ากันได้อย่างชัดเจน ในขณะที่ประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วในสหภาพยุโรป อังกฤษ นิวซีแลนด์ และแม้แต่ประเทศมาเลเซีย ต่างมีคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานในทักษะอาชีพต่างๆ ในระดับต่างๆ ของแต่ละอาชีพ โดยที่มาตรฐานดังกล่าวมาสามารถแปลงเป็นหลักสูตรการศึกษาวิชาชีพได้ทั้งหมด โดยสถานศึกษาวิชาชีพจะต้องจัดหลักสูตรที่เป็นกรอบคุณวุฒิวิชาชีพให้สอดคล้องกับมาตรฐานต่างๆ ที่ถูกกำหนดขึ้น วิธีการเช่นนี้ทำให้การเทียบโอนระหว่างมาตรฐานฝีมือแรงงานกับคุณวุฒิทางการศึกษาสามารถเทียบโอนกลับไปได้



งานวิจัยของ ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน และคณะ ชี้ให้เห็นว่า การเชื่อมต่อเทียบโอนประสบการณ์การทำงานให้เป็นหน่วยกิตการศึกษาสามารถทำได้ โดยแรงงานสามารถใช้แฟ้มประวัติประสบการณ์ของการทำงาน (Portfolio) และวุฒิทางการศึกษาทั้งในระบบ นอกกระบบ หรือตามอัธยาศัยของแรงงาน แต่ละคนโดยแรงงานสามารถยื่นแฟ้มนี้ให้คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องประเมินว่า ถ้ามีการศึกษาเช่นนี้ ประสบการณ์เช่นนี้ ถ้าประสงค์จะศึกษาต่อ จะเทียบกับ วิชาใดได้บ้าง นอกจากนี้สถานทำงานก็สามารถประเมินสมรรถนะของพนักงาน จากแฟ้มดังกล่าวได้ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การทำแฟ้มของตนเพื่อไปเสนอ คณะกรรมการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องอาจมีปัญหาความน่าเชื่อถือและต้องใช้เวลา ในการตรวจสอบข้อมูลนานพอสมควร การมีสถาบันที่เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ ก่อนรวบรวมข้อมูลไว้ที่ส่วนกลาง เรียกว่า ธนาคาร/คลังเครดิต (Credit Bank) ที่สามารถเรียกได้ผ่านระบบออนไลน์โดยตรง จะช่วยลดปัญหาในการตรวจสอบ ความน่าเชื่อถือได้ระดับหนึ่ง และถ้ามีระบบถ่ายโอนมาตรฐานฝีมือแรงงาน เพื่อคุณวุฒิการศึกษาได้ดังภาพที่ 1 ก็จะทำให้โลกการทำงานและโลกของ การศึกษาสามารถเชื่อมต่อกันได้โดยสมบูรณ์ ซึ่งรูปแบบการเทียบโอนมาตรฐาน ฝีมือแรงงานเพื่อคุณวุฒิการศึกษาวิชาชีพจะมีกระบวนการดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : รูปแบบการเทียบโอนมาตรฐานฝีมือแรงงานเพื่อคุณวุฒิการศึกษาวิชาชีพ



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- รัฐบาลควรมีมาตรการสร้างแรงจูงใจให้กับแรงงาน โดยเร่งสร้างภาพลักษณ์ของการศึกษาสายอาชีพศึกษาอย่างต่อเนื่องและส่งเสริมความสำคัญและความสำเร็จของผู้ที่ศึกษาในสายอาชีพศึกษา และให้ความสำคัญกับครูฝ่ายแนะแนวการศึกษาให้นักเรียนมีโอกาสสูงในสถานประกอบการเพื่อให้ได้เรียนรู้และเข้าใจกระบวนการทำงานและโอกาสก้าวหน้าของผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษา รวมถึงให้ผู้ปกครองมีโอกาสในการร่วมรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเรียนต่อด้วยเพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจที่ดีต่อการศึกษายาอาชีพศึกษา
- ต้องมีกฎหมายเพื่อจัดระบบโครงสร้างการทำงานและประสานงาน เพื่อให้ทุกหน่วยงานปฏิบัติตามหน้าที่ของตนตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งกฎหมายดังกล่าวจะต้องไม่ขัดแย้งกับกฎหมายเฉพาะของแต่ละหน่วยงาน โดยมีรัฐมนตรีจากหลายกระทรวงร่วมรักษาการตามกฎหมายดังกล่าว นอกจากนี้จะต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานไม่ให้ทำงานซ้ำซ้อนกัน คือ จำแนกออกเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในเชิงนโยบาย หน่วยงานที่ทำหน้าที่ปฏิบัติ และหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการประสานงานและการรับรอง ลักษณะนี้จะทำให้การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ เป็นเอกภาพ ไม่ทำงานซ้ำซ้อนกัน หน่วยงานที่ควรจะทำหน้าที่รับรองและเชื่อมต่อระหว่างโลกของงานและโลกของการศึกษาก็คือ สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี เพราะปัจจุบันสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพก็ได้จัดทำคลังข้อมูลสำหรับผู้ที่มีแนวโน้มให้มีการประเมินคุณวุฒิวิชาชีพอยู่ส่วนหนึ่งอยู่แล้ว
- ควรมีคลังหน่วยกิต หรือ Credit Bank ซึ่งจะต้องมีข้อมูลขนาดใหญ่มาก (Big Data) มาใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเพื่อเชื่อมต่อโลกของการทำงานและโลกของการศึกษาเข้าด้วยกัน โดยเริ่มต้นจากการทำโครงการนำร่อง โดยทดลองใช้กับมาตรฐานฝีมือแรงงานในภาคการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมาตรฐานช่างฝีมือไฟฟ้า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของไไทยนั้น Credit Bank ควรมีข้อมูลรายบุคคลของผู้ที่จะได้รับการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพทางทักษะ ประสบการณ์การทำงาน การเรียนรู้รูปแบบอื่นๆ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของแฟ้มข้อมูลรายบุคคล ข้อมูลดังกล่าวจะต้องเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้และได้รับการรับรองแล้วจากผู้ทรงคุณวุฒิว่าเป็นความจริงเพื่อถูกนำไปประเมินในการขอยอดความรู้หรือประสบการณ์ต่อไป Credit Bank จะช่วยให้ระบบเทียบโอนความรู้และประสบการณ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. (2560). ข้อมูลผู้สำเร็จการศึกษาและประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงาน ปี 2560

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). รายงานการประชุมประจำปี 2558 เรื่องทิศทางการพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

คณะอนุกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์และกรอบการปฏิรูป. (2558). กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2558-2577)

อัญญลักษณ์ วีระสมบัติ. (2560). ปัญหาและทางออกด้านการบริหารแรงงานของซีพีฟลายเออร์ไทยในอุตสาหกรรมยานยนต์.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ประชาไท. (2560). TCU: ใคร ๆ ก็เชียร์ ‘สายอาชีพ’ แต่ทำไมเด็กไม่เลือกเรียน. สืบค้นจาก <https://prachatai.com/journal/2017/04/71058>

อภิชัย พันธเสน, อนุชัย รามวรังกูร, นลินรัตน์ รักกุศล, โดยมีบริษัท Magzune เป็นที่ปรึกษาทางเทคนิค. (2560). การพัฒนาระบบคลังหน่วยกิตเพื่อการเทียบโอนความรู้ ทักษะไปสู่การยกระดับฝีมือแรงงานตามมาตรฐาน หรือการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

อภิชัย พันธเสน, อนุชัย รามวรังกูร, นลินรัตน์ รักกุศล. (2558). การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการยกระดับแรงงานฝีมือและคุณวุฒิทางการศึกษาผ่านการจัดตั้งคณะกรรมการมาตรฐานฝีมือแรงงาน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



การยกระดับและพัฒนาการค้าและ

โลจิสติกส์ไทย

ผ่านการปรับปรุงกฎหมายพาณิชย์

THAI
LOGISTICS

Editor's Note

บรรณาธิการ

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) เป็นเอกสารที่สรุปและเรียบเรียงจากงานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นหลัก และอาจมีการนำรายงานวิจัยหรือเอกสารรายงานจากแหล่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบเพื่อให้ได้เนื้อหาที่สมบูรณ์ขึ้น วัตถุประสงค์หลักในการจัดทำ Policy Brief คือ การส่งผ่านผลงานวิจัยของ สกว. ไปสู่ฝ่ายนโยบาย (ผู้กำหนดนโยบายและผู้ปฏิบัตินโยบาย)

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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 07** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 08** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนายศรีภูมิ อิศรพันธุ์

จัดทำโดย

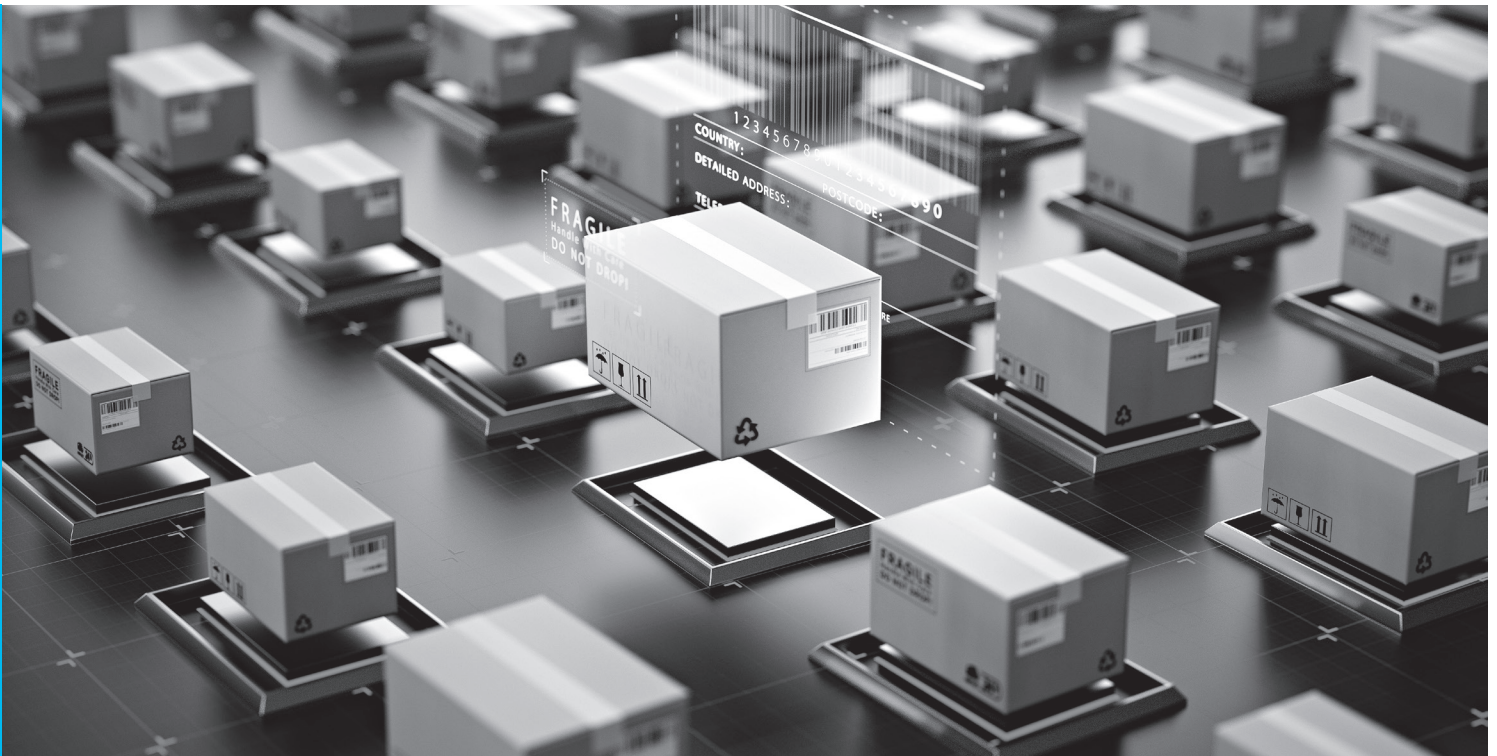
โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

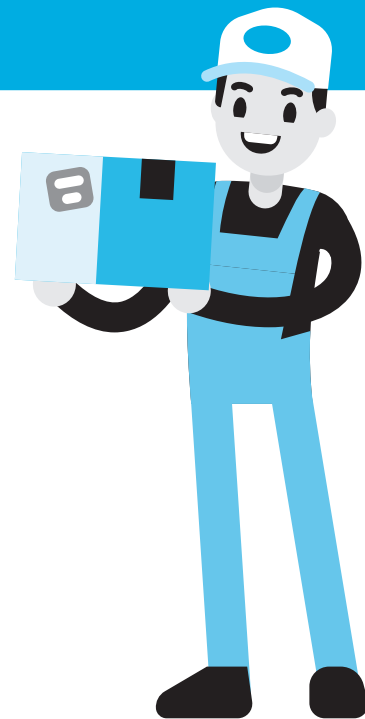
โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032



การยกระดับและพัฒนากำและโลจิสติกส์ ไทยผ่านการปรับปรุงกฎหมายพาณิชย์

ประเด็นสำคัญ

1. ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายทุกระดับมุ่งเน้นยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการค้า โดยหนึ่งในแนวทางไปสู่เป้าหมายคือการปรับกฎระเบียบที่เป็นข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคต่อการค้า
2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าผ่านแดนของไทยที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันมิได้มีเฉพาะกฎหมายที่ประกาศใช้บังคับโดยหน่วยงานเดียว จึงทำให้กฎหมายยังไม่มีความเป็นเอกเทศ ก่อให้เกิดความยุ่งยากแก่ผู้ประกอบการ
3. การปรับปรุงกฎหมายการค้าผ่านแดนและโลจิสติกส์ควรพิจารณาและให้ความสำคัญทั้งด้านการอำนวยความสะดวก (Facilitation) กับการนำผ่านสินค้า และการบังคับใช้กฎหมาย (Enforcement)





บทนำ

4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

- ควรออกมาตรการบริหารผ่านผันระเบียบข้อบังคับที่ไม่เอื้อต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามแดนและสินค้าผ่านแดนเพื่ออำนวยความสะดวก ลดภาระและความยุ่งยากให้แก่ผู้ประกอบการ
- ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อบูรณาการการปรับกฎระเบียบการค้าและโลจิสติกส์ให้มีความสอดคล้องกับความตกลงระหว่างประเทศที่ไทยให้สัตยาบัน
- ควรมีการให้บริการแบบ One Stop Service ในการให้บริการขนส่งข้ามแดนพร้อมทั้งให้ข้อมูลและคำปรึกษาและนำเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่เหมาะสมมาใช้ในการอำนวยความสะดวกและตรวจสอบสินค้า

ความสำคัญตามนโยบายและบริบทการเปลี่ยนแปลง

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2560 เห็นชอบแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้แผนยุทธศาสตร์ฯ ดังกล่าวเป็นกรอบในการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ ให้สำเร็จและใช้ประโยชน์ได้ตามระยะเวลาที่กำหนด โดยแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจัดทำขึ้นภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่มีเป้าหมายให้ประเทศไทยสามารถยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการค้า การบริการ และการลงทุนในภูมิภาคประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

1. การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
3. การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ เพื่อสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของประเทศและการดำเนินการลักษณะบูรณาการระหว่างหน่วยงาน



หนึ่งในเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น มุ่งส่งเสริมการเจรจาการค้าระหว่างประเทศทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี กำหนดหน่วยงานหลักและท่าทีที่ชัดเจนของไทยและเน้นการเจรจาเชิงรุกเพื่อจัดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ ทั้งมาตรการทางภาษี (Tariffs) และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-tariff barriers-NTBs) เช่น การเปลี่ยนแปลงกฎหมายหรือนโยบายทางการค้าของประเทศ การเปลี่ยนแปลงมาตรการทางภาษี มาตรการด้านการขนส่งมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศผ่านกรอบความตกลงระหว่างประเทศ ทั้งในระดับอนุภูมิภาค ภูมิภาค และระดับโลก โดยเฉพาะกับประเทศคู่ค้าชายแดน เพื่อให้การขนส่งสินค้าระหว่างประเทศของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย (LSPs) เกิดความสะดวกคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบคือ กระทรวงพาณิชย์ พร้อมทั้งหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการคลัง กระทรวงคมนาคม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงพลังงาน และภาคเอกชน

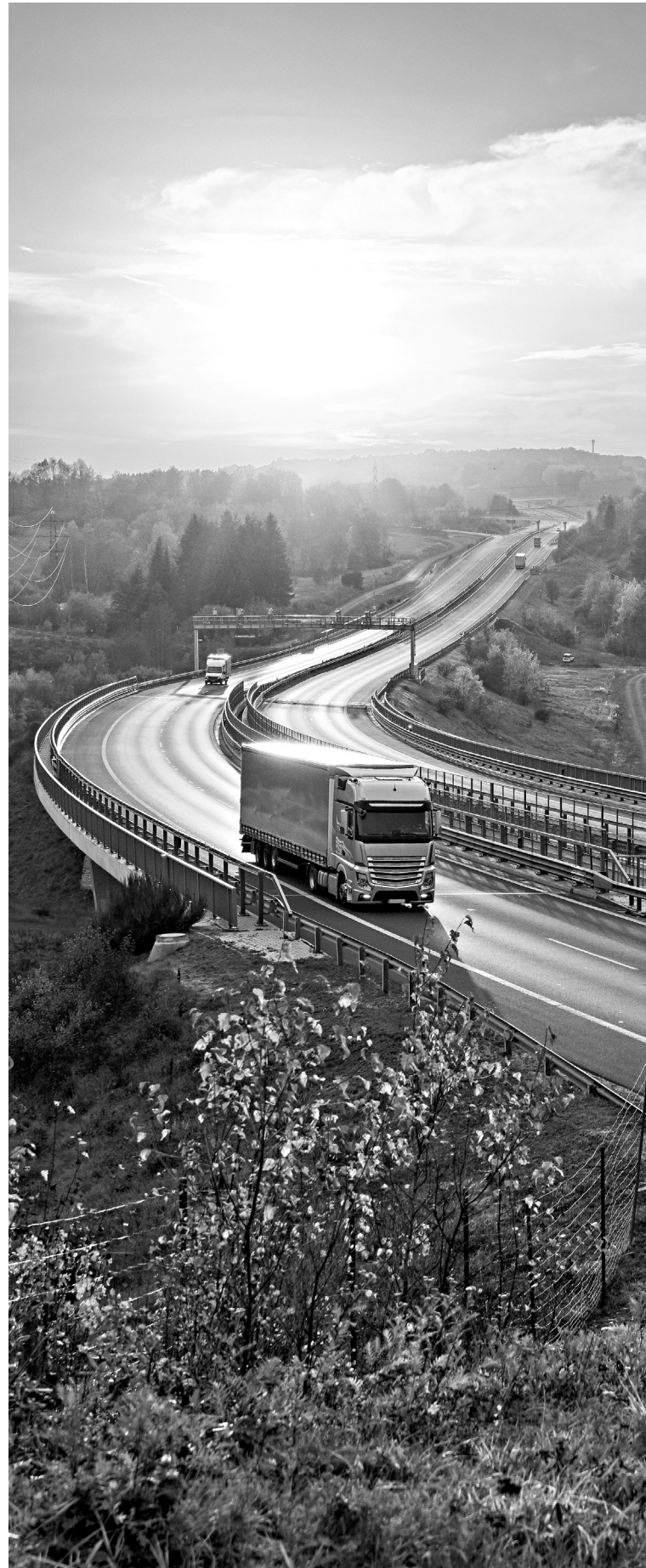
สอดคล้องกับนโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ วิสัยทัศน์ และ แผนยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2561-2564 ในการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบให้ทันสมัยและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นการปรับกฎระเบียบที่เป็นข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคต่อการค้า เพื่อมิให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจการค้า โดยยังคงไว้ซึ่งมาตรการที่ปกป้องผลประโยชน์ของประเทศและประชาชน

อย่างไรก็ตาม จากสภาพข้อเท็จจริงพบว่า แม้ประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีความตกลงระหว่างประเทศในเรื่องการอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าผ่านแดนหลายฉบับ แต่ก็มีความท้าทายในการปฏิบัติตามพันธกรณีของความตกลงระหว่างประเทศต่างๆ ในเรื่องการขนส่งสินค้าผ่านแดน อีกทั้งในทางปฏิบัติพบว่า ประเทศไทยและอาเซียนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางถนน ทางน้ำและทางอากาศ แต่กลับไม่ให้ความสนใจในการผลักดันการพัฒนาการปรับกฎระเบียบการค้าและโลจิสติกส์ให้เอื้อต่อการค้าและลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน

ดังนั้น หนึ่งในแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทยที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยและความตกลงระหว่างประเทศที่ร่วมเป็นภาคี คือ การปรับกฎระเบียบการค้าและโลจิสติกส์ โดยให้ความสำคัญกับประเด็นที่เป็นจุดสำคัญของไทยและอาเซียนที่ไม่ได้รับการปรับปรุง ได้แก่ การปรับกฎระเบียบการค้าและกฎระเบียบโลจิสติกส์ซึ่งเป็นอุปสรรคที่มีใช่ว่า เพื่อให้เกิดการไหลเวียนของการค้าภายในภูมิภาคได้มากขึ้น

โดยควรพิจารณาและให้ความสำคัญทั้งในด้านการอำนวยความสะดวก (Facilitation) กับการนำผ่านสินค้า และการบังคับใช้กฎหมาย (Enforcement) เพื่อรักษาความมั่นคงของประเทศ รักษาสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยต่อชีวิตและสุขภาพของประชาชน ที่จะต้องมีการการถ่วงน้ำหนักระหว่างสองด้านนี้อย่างเหมาะสม

จากการการศึกษากฎระเบียบการค้าและโลจิสติกส์ของไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า หนึ่งในกฎระเบียบหลักที่เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามแดนและผ่านแดน คือ พระราชบัญญัติการส่งออกนอกและการนำเข้าในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งเป็นที่มาของการออกประกาศกระทรวงพาณิชย์ ภายใต้การให้ข้อคิดเห็นและการร้องขอจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยคำนึงถึงเหตุผลด้านความมั่นคงและผลกระทบที่จะมีต่อเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวม



ข้อค้นพบจากงานวิจัย

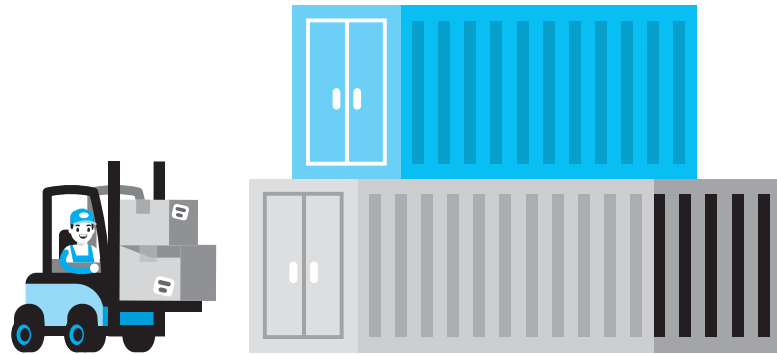
การขนส่งสินค้าผ่านแดนและข้ามแดนภายใต้พระราชบัญญัติการส่งออกนอกและการนำเข้าในราชอาณาจักรซึ่งสินค้าให้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์โดยอนุมัติของคณะรัฐมนตรี ในการประกาศกำหนดให้สินค้าที่นำผ่านใดๆ เป็นสินค้าต้องห้ามในการนำเข้าหรือเป็นสินค้าที่ต้องขออนุญาตในการนำเข้า หรือสามารถกำหนดประเภท ชนิด คุณภาพ มาตรฐาน จำนวน ปริมาตร ขนาด ซึ่งในบางกรณีส่วนราชการอื่นเป็นผู้เสนอเรื่องมายังกระทรวงพาณิชย์โดยอาศัยเหตุผลความจำเป็นประกอบ และกระทรวงพาณิชย์จะได้พิจารณาหารือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อออกประกาศต่อไป และบางกรณีเป็นการควบคุมร่วมกับการใช้อำนาจหน้าที่ของหน่วยงานอื่นประกอบกัน ภายใต้ประกาศกระทรวงพาณิชย์

การกำหนดหลักเกณฑ์ควบคุมและการกำหนดให้สินค้าจำนวนหลายรายการเป็นสินค้าที่ต้องมีการขอใบอนุญาตตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อ การขนส่งสินค้าข้ามแดนและผ่านแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยผู้ประกอบการต้องมีการระดมเวลาและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ซึ่งไม่เอื้อต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามแดนและผ่านแดนตามความตกลงระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นภาคี โดยพบว่า สินค้ากลุ่มสินค้าเกษตรและอาหาร เป็นกลุ่มสินค้าที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

นอกจากนี้ยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขนส่งสินค้านระหว่างประเทศโดยตรง เช่น พระราชบัญญัติศุลกากร ที่ได้มีการออกประกาศต่างๆ ที่อาศัยอำนาจตามกฎหมายเช่นเดียวกัน ดังนั้นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าผ่านแดนของไทยที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบันมิได้มีเฉพาะกฎหมายที่ประกาศใช้บังคับโดยหน่วยงานเดียว หากแต่ยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่ประกาศใช้บังคับโดยหน่วยงานอื่นๆ ด้วย ส่งผลให้ในทางปฏิบัติมีได้อยู่ภายใต้การควบคุมโดยหน่วยงานเพียงหน่วยงานเดียว ทำให้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าผ่านแดนของไทยจึงยังไม่มีความเป็นเอกเทศ อีกทั้งยังก่อให้เกิดความยุ่งยากแก่ผู้ประกอบการเนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการตามกฎหมายอื่นๆ เพื่อขออนุญาตในการนำผ่านสินค้าที่มีกฎหมายกำหนดเพิ่มเติม และในการขออนุญาตหรือการดำเนินการที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและไม่สามารถดำเนินการให้เสร็จในทีเดียวได้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

1. ควรออกมาตรการบริหารให้มีการปรับปรุงผ่อนผันระเบียบข้อบังคับที่ไม่เอื้อต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามแดนและสินค้าผ่านแดน เนื่องจากประกาศกระทรวงที่ออกภายใต้พระราชบัญญัติเป็นกฎระเบียบในเชิงกว้างที่ให้อำนาจรัฐมนตรีในการออกประกาศทั้งโดยอำนาจหน้าที่โดยตรงและจากข้อเสนอหรือคำแนะนำจากหน่วยงานภาครัฐอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระทรวงซึ่งกฎหมายให้อำนาจออกมาตรการบริหาร ซึ่งบางครั้งกฎระเบียบดังกล่าวอาจเป็นเหตุให้เกิดอุปสรรคเกินความจำเป็นในการเคลื่อนย้ายสินค้าบางประเภท ดังนั้น จึงควรพิจารณาผ่อนผันข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเป็นบางรายการหรือรายการณี เพื่ออำนวยความสะดวก ลดภาระและความยุ่งยากให้แก่ผู้ประกอบการ
2. การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อบูรณาการปรับกฎระเบียบภายในประเทศที่เป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามแดนและสินค้าผ่านแดน โดยมีการประสานงานเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกันทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนการปรับกฎระเบียบให้สอดคล้องกับนโยบายที่ภาครัฐกำหนด ภายใต้การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งกฎระเบียบของไทยที่เป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามแดนและผ่านแดนส่วนใหญ่จะเป็นกฎระเบียบที่อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติ เช่น กฎกระทรวงประกาศกระทรวง เป็นต้น โดยควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการบูรณาการปรับกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าข้ามแดนและสินค้าผ่านแดน ซึ่งต้องมีการหารือกันในรายละเอียดทั้งหลักการ และการขัดกันของกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยหน่วยงานที่เข้าร่วมควรประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนภาควิชาการที่เกี่ยวข้อง
3. การปรับกฎระเบียบของไทยตามกรอบความตกลงระหว่างประเทศที่ประเทศไทยเป็นภาคี เพื่อให้สอดคล้องกับบทบัญญัติภายใต้กรอบความตกลง ตลอดจนศึกษากฎหมาย กฎระเบียบ แนวความคิด และแนวปฏิบัติที่ดีในเรื่องการขนส่งสินค้าผ่านแดนของประเทศสมาชิกอาเซียน และประเทศที่อาเซียนจะมีความเชื่อมโยงในอนาคต เช่น ประเทศจีน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความร่วมมือทางด้านการขนส่งสินค้าผ่านแดนร่วมกันในอาเซียน
4. ควรมีการให้บริการแบบ One Stop Service เป็นมาตรฐานในการให้บริการและมีหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาด้านการพาณิชย์ และการขนส่ง ในลักษณะการดำเนินงานให้เป็นจุดตรวจร่วม (Common Control Area) พร้อมทั้งให้ข้อมูลและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ และควรนำเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่เหมาะสมมาใช้จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการตรวจสอบสินค้าที่นำผ่านด้วยเหตุผลด้านความมั่นคงปลอดภัยพร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้กับการขนส่งสินค้าผ่านแดนให้เป็นไปตามหลักพันธกรณีระหว่างประเทศ



เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา และคณะ. (2558). การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านโลจิสติกส์การค้าของประเทศไทยด้วยการปรับกฎระเบียบการค้าและโลจิสติกส์ และโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าเพื่อรองรับการรวมกลุ่มเศรษฐกิจและข้อตกลงด้านโลจิสติกส์และการค้าระหว่างประเทศ. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- วันชัย รัตนวงษ์ และคณะ. (2559). โครงการศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการค้าชายแดนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และนำเสนอแบบจำลองทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมการดำเนินการของเอกชนบริเวณจุดผ่านแดนและเขตอุตสาหกรรมส่งออก. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สุธรรม อยู่โนธรรม และคณะ. (2560). โครงการ: การศึกษากฎหมายเพื่อพัฒนาความร่วมมือด้านการขนส่งสินค้าผ่านแดนของประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- แผนยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2561-2564. (เมษายน 2561). กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์
- แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564). (สิงหาคม 2560). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สังคมสูงวัย ก้าวอย่างไร ให้เท่าเทียม





Editor's Note

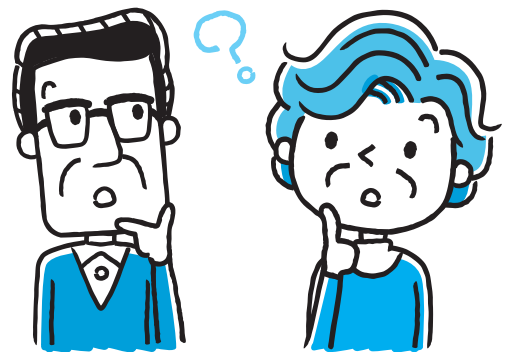
บรรณาธิการกลาง

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) 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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 05** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 07** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

จัดทำโดย

สถานที่ติดต่อ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนางสาวพรรษชล พงษ์เพียจันทร์

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032

สังคมสูงวัย ก้าวอย่างไรให้เท่าเทียม*

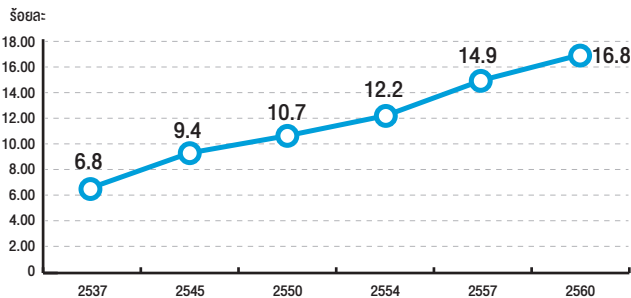
ประเด็นสำคัญ

1. ผู้สูงอายุในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดการณ์ว่าภายในปี 2571 ไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ รัฐจึงจัดทำแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ เพื่อกำหนดทิศทางและสวัสดิการต่างๆ ในการดูแลผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพ แต่จากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า การจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ และกลุ่มผู้สูงอายุยากจน ทำให้ผู้สูงอายุที่เข้าไม่ถึงสวัสดิการของรัฐ ไม่สามารถพึ่งพาตนเองและขาดหลักประกันในชีวิต
2. จากนโยบายการช่วยเหลือผู้สูงอายุของรัฐที่ผ่านมา ในการออกมาตรการต่างๆ ทั้งการลดหย่อนภาษีแก่ผู้มีรายได้ที่เลี้ยงดูบุตรที่ไม่มีรายได้ การให้เงินช่วยเหลือในรูปแบบเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ และหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ไม่ได้ตอบโจทย์ผู้สูงอายุที่ยากจน หรือเป็นแรงงานนอกระบบเท่าที่ควร เนื่องจากนโยบายดังกล่าวเป็นการเอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุชนชั้นกลางที่มีอาชีพตามการคุ้มครองของรัฐ ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุยากจนยังไม่ได้ได้รับการช่วยเหลือที่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้มาตรการเหล่านี้กลายเป็นนโยบายที่สร้างความเหลื่อมล้ำทางสังคมแก่ผู้สูงอายุ
3. จากการศึกษาการจัดระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุพบว่า การจัดระบบสวัสดิการควรให้ความสำคัญกับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ โดยเน้นการจัดสวัสดิการให้แก่ครอบครัวที่มีการดูแลผู้สูงอายุ และสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีรายได้ มีเงินออมและสามารถเข้าถึงบริการด้านสุขภาพได้อย่างเท่าเทียม ทั้งนี้ภาครัฐส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน และชุมชน ต้องมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ เพื่อร่วมกันพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณค่า
4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย
 - รัฐบาลควรทบทวนอัตราการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุให้สอดคล้องกับค่าครองชีพ เช่น ยุติการให้เบี้ยยังชีพแก่ผู้สูงอายุที่มีรายได้เกินเส้นความยากจน 3,000 บาทต่อเดือน และเพิ่มเบี้ยยังชีพกับผู้สูงอายุด้อยโอกาส หรือให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้สูงอายุที่ไม่ต้องการรับเบี้ยยังชีพ เป็นการลดหย่อนภาษีและรับสวัสดิการในด้านอื่นแทน
 - รัฐบาลควรปรับปรุงประมาณต่อคนในนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าทุกระบบ ให้มีความใกล้เคียงกันมากขึ้น และควรส่งเสริมให้ภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจการให้บริการสุขภาพ ออกแบบระบบงานประกันที่รองรับต่อกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีทางเลือกในการสร้างหลักประกันด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น
 - ภาครัฐต้องสร้างระบบการออมระยะยาวแบบบังคับสำหรับทุกคน และสนับสนุนการเป็นสมาชิกกองทุนการออมแห่งชาติตั้งแต่วัยหนุ่มสาว เพื่อวางแผนการใช้ชีวิตในวัยสูงอายุแบบพึ่งพาตนเอง โดยมีหลักประกันทางรายได้ที่เพียงพอกับค่าครองชีพในวัยเกษียณ
 - ภาครัฐควรมีนโยบายปรับเกณฑ์ขยายการเกษียณอายุราชการจาก 60 ปีเป็น 65 ปี หรือขอความร่วมมือภาคเอกชนในการขยายการเกษียณอายุงานเพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมวัยผู้สูงอายุตอนต้นที่ยังมีศักยภาพในการทำงานให้สามารถสร้างรายได้ และพึ่งพาตนเองได้ในระดับหนึ่ง

* สรุปลและเรียบเรียงจากโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม” โดย รศ.ดร.กฤษณา รุ่งโรจน์วิมชัย และ รศ.ดร.อำไพรัตน์ อักษรพรหม (2560) “การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม” โดย ภูษงค์ เสนานุช และคณะ (2560) และ “โครงการพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม” โดย ศ.ระพีพรรณ คำหอม และคณะ (2560) ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (ดูเอกสารอ้างอิง) (พรรคชลพงษ์เพียรจันทร์ : ผู้สรุปและเรียบเรียง)

1. บทนำ

ประเทศไทยมีจำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง (ภาพที่ 1) ทำให้สังคมไทยก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ตั้งแต่ปี 2550 โดยมีประชากรผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 10.7 ของประชากรทั้งประเทศ และเพิ่มเป็นร้อยละ 16.8 ในปี 2560 ซึ่งคาดการณ์ว่าไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aged Society) ภายในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2551–2571 โดยสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11.10 เป็นร้อยละ 23.50 หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของประชากรทั้งประเทศ ขณะที่ผู้สูงอายุมีความเสี่ยงต่อการดำรงชีวิตในสังคมมากขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุมีรายได้น้อย ไม่เพียงพอกับการใช้ชีวิต ส่วนใหญ่มีปัญหาสุขภาพเจ็บป่วยเรื้อรัง และถูกทอดทิ้งให้อยู่ลำพัง ทำให้ผู้สูงอายุขาดหลักประกันความมั่นคงในชีวิต



ภาพที่ 1 : ร้อยละของประชากรสูงอายุในประเทศไทย
ปี 2537 2545 2550 2554 2557 และ 2560
ที่มา : กรมกิจการผู้สูงอายุ

การรับมือกับโครงสร้างประชากรของประเทศไทยที่กำลังเข้าสู่ภาวะประชากรสูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้มอบหมายให้คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ จัดทำแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ซึ่งปัจจุบันอยู่กำลังดำเนินการอยู่ในแผนฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) โดยให้ความสำคัญกับวงจรชีวิต และทุกคนในสังคมที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ รวมทั้งยังมองว่าผู้สูงอายุไม่ใช่บุคคลด้อยโอกาสหรือเป็นภาระต่อสังคม แต่สามารถมีส่วนร่วมและเป็นพลังในการพัฒนาสังคมได้ ดังนั้นผู้สูงอายุจึงควรได้รับการส่งเสริมและเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน และรัฐ ให้ดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี และคงไว้ซึ่งภาวะสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้นานที่สุด บนวิสัยทัศน์ **“ผู้สูงวัยเป็นหลักชัยของสังคม”** และได้กำหนดยุทธศาสตร์ 5 ด้าน เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ดังนี้

1. ด้านการเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อวัยสูงอายุที่มีคุณภาพ
2. ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้สูงอายุ
3. ด้านระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ
4. ด้านการบริหารจัดการเพื่อการพัฒนางานด้านผู้สูงอายุอย่างบูรณาการระดับชาติ และการพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุ
5. ด้านการประมวลผล พัฒนา และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุ และการติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ

จากการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ในระยะที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554) พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อวัยสูงอายุที่มีคุณภาพ และยุทธศาสตร์ที่ 3 ระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ เป็น 2 ใน 5 ยุทธศาสตร์ที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานและต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด โดยเฉพาะยุทธศาสตร์ที่ 3 ซึ่งครอบคลุม 4 มาตรการได้แก่ มาตรการคุ้มครองด้านรายได้ มาตรการหลักประกันสุขภาพ มาตรการด้านครอบครัว ผู้ดูแล และการคุ้มครอง และมาตรการระบบการบริการและเครือข่ายการเกื้อหนุน แสดงให้เห็นว่าการจัดระบบสวัสดิการสังคมเพื่อดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยยังต้องได้รับการพัฒนา

ปัจจุบันประเทศไทยมีรูปแบบการจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ 4 รูปแบบ คือ การประกันสังคม การช่วยเหลือสาธารณะ การบริการสังคม และการช่วยเหลือเกื้อกูลของภาคประชาชน แต่การจัดสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่ผ่านมามีปัญหาและอุปสรรคหลายประการ เช่น การกระจายความรับผิดชอบในหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติยังไม่ตรงกับปัญหา และความไม่พร้อมของงบประมาณ นอกจากนี้บุคลากรหรือคนในครอบครัว ยังขาดความตระหนักถึงความสำคัญของผู้สูงอายุ เนื่องจากคิดว่าเป็นภาระของครอบครัวและสังคม จึงไม่ให้ความสนใจและขาดความเข้าใจต่อผู้สูงอายุ อีกทั้งผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูง ไม่มีเงินออม และต้องพึ่งพารายได้จากบุคคลอื่น โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ ซึ่งมีจำนวนมากถึงร้อยละ 90 ของผู้สูงอายุทั้งหมด ไม่มีหลักประกันทางรายได้ และสวัสดิการที่มั่นคง ทำให้สวัสดิการสังคมที่รัฐจัดให้กับผู้สูงอายุไม่เพียงพอและยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุอย่างแท้จริง ดังนั้นการออกแบบระบบสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ นอกจากจะต้องส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากสถาบันครอบครัวแล้ว ยังต้องเน้นการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมแก่ผู้สูงอายุด้วย

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

2.1 ความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากนโยบายของรัฐบาล

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายลดหย่อนภาษีแก่ผู้มีรายได้ที่เลี้ยงดูบุพการีที่ไม่มีรายได้ ซึ่งเป็นมาตรการทางภาษีที่รัฐบาลส่งเสริมให้ลูกหลานเลี้ยงดูพ่อแม่ที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงทางรายได้ แต่จากการศึกษาพบว่านโยบายดังกล่าวทำให้ประชาชนในเขตชนบทที่มีการดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้สิทธิลดหย่อนภาษีนี้ เพราะมีรายได้ไม่ถึงเกณฑ์เสียภาษี กอปรกับในความเป็นจริงการพัฒนาคุณภาพของผู้สูงอายุ ยังต้องการการดูแลในชีวิตประจำวัน สุขภาพร่างกาย และสุขภาพจิต จากลูกหลานที่อาศัยด้วยกันแบบครอบครัว ทำให้นโยบายนี้ยังไม่ได้ช่วยเหลือครอบครัวที่มีผู้สูงอายุเท่าที่ควร

จากการจัดสรรเงินสงเคราะห์ในรูปแบบเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุของรัฐบาล ที่มีนโยบายจัดสวัสดิการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุแบบขั้นบันได ได้แก่ อายุ 60-69 ปีได้ 600 บาท อายุ 70-79 ปีได้ 700 บาท อายุ 80-89 ปีได้ 800 บาท และอายุมากกว่า 90 ปีขึ้นไปได้ 1,000 บาท นั้น ยังพบว่าผู้สูงอายุที่มีฐานะปานกลางและรายได้สูงบางส่วนร่วมลงทะเบียนรับเบี้ยยังชีพด้วย โดยคิดว่าเป็นสิทธิที่พึงได้ ทำให้ผู้สูงอายุบางคนรับเบี้ยยังชีพแล้วเก็บเป็นเงินออมเพื่อให้ลูกหลานเมื่อตนเองเสียชีวิต ในขณะที่ผู้สูงอายุยากจนกลับไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิต

นอกจากนั้นนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าที่รัฐบาลบังคับใช้มีความแตกต่างกันมากระหว่างสิทธิประกันสังคม (2,105 บาทต่อคน/ปี) สิทธิหลักประกันสุขภาพ (3,109 บาทต่อคน/ปี) และสิทธิข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ (11,000-12,000 บาทต่อคน/ปี) ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงสิทธิในการรักษาพยาบาลที่ได้รับการบริการและเงินช่วยเหลือไม่เท่าเทียมกัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบที่ใช้บริการจากหลักประกันสุขภาพ และผู้สูงอายุที่ไม่มีบัตรประจำตัวประชาชน ยังไม่สามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ในรูปแบบเดียวกันกับผู้สูงอายุที่ได้รับการคุ้มครองในหลักประกันสุขภาพอื่น

ดังนั้นนโยบายของรัฐด้านสวัสดิการสังคมที่เข้ามาตราทางภาษี มาตรการเบี้ยยังชีพ และหลักประกันสุขภาพ จึงกลายเป็นนโยบายที่สร้างความเหลื่อมล้ำทางสังคมแก่ผู้สูงอายุและครอบครัว ทั้งยังไม่ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น



2.2 แบบจำลองระบบสวัสดิการสังคมสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ

จากผลการศึกษาพบว่า การจัดสวัสดิการสังคมสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ ควรพัฒนาด้วยแบบจำลองระบบสวัสดิการ (ภาพที่ 2) ที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. **ปรัชญา** คือ “สังคมครอบครัวเดียวกัน เท่าเทียมในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ อยู่แบบเศรษฐกิจพอเพียง เข้าถึงพื้นที่และเข้าใจความต้องการของครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ”
2. **เป้าประสงค์ 3 ประการ** คือ Smart Elderly Family, Strong Elderly Family และ Responsible Elderly Family (SSR) นำไปสู่ยุทธศาสตร์สวัสดิการสังคมสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม 3 ด้าน ได้แก่ เศรษฐกิจ สวัสดิการสังคม และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
3. **ดำเนินการด้วย 8 กลยุทธ์** ได้แก่ ขยายอายุการเกษียณงาน สร้างอาชีพและรายได้ มาตรการภาษี สนับสนุนครอบครัวเป็นสถาบันหลักในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ สวัสดิการสังคมเพื่อเสริมการพึ่งพาตนเองของครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ สวัสดิการสังคมเพื่อการช่วยเหลือครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในสังคมของครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสังคมในการดูแลครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ
4. **ขับเคลื่อนโดยใช้กลไกที่สอดคล้องกับแนวคิดประเทศไทย 4.0** ซึ่งประกอบด้วย 4 กลไก ได้แก่ การจัดการชุมชนอย่างมีธรรมาภิบาล การวิจัยชุมชนเพื่อชุมชน การเฉลี่ยทุกข์เฉลี่ยสุขชุมชน และชุมชนสื่อสารออนไลน์

ปรัชญา

“สังคมครอบครัวเดียวกัน เก้าเทียมในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ อยู่แบบเศรษฐกิจพอเพียง เข้าถึงพื้นที่ และเข้าใจความต้องการของครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ”

เป้าประสงค์

Smart Elderly Family
ครอบครัวมีรายได้เลี้ยงดูพึ่งพาตนเองได้
ไม่เป็นปัญหาของสังคม

Strong Elderly Family
การแบ่งปันกับแบบถ้อยคำมิตร ไม่ให้ขาดแคลน
ความภาคภูมิใจในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

Responsible Elderly Family
ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุและชุมชน
มีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์แก่กัน

ยุทธศาสตร์การจัดสวัสดิการสังคมสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

ด้านเศรษฐกิจ

- ขยายอายุการเกษียณงาน
- สร้างอาชีพและรายได้
- มาตรการภาษี

ด้านสวัสดิการสังคม

- สนับสนุนครอบครัวเป็นสถาบันหลักในการจัดสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุ
- สวัสดิการสังคมเพื่อเสริมการพึ่งพาตนเองของครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ
- สวัสดิการสังคมเพื่อการช่วยเหลือครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ

ด้านศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในสังคมของครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสังคมในการดูแลครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ

การจัดการชุมชนอย่างมีธรรมาภิบาล

การวิจัยชุมชนเพื่อชุมชน

การเลือกผู้กัก ใจเสียสูงชุมชน

ชุมชนสื่อสารออนไลน์

กลไกขับเคลื่อนที่สอดคล้องกับประเทศไทย 4.0

ภาพที่ 2 : แบบจำลองระบบสวัสดิการสังคมสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ

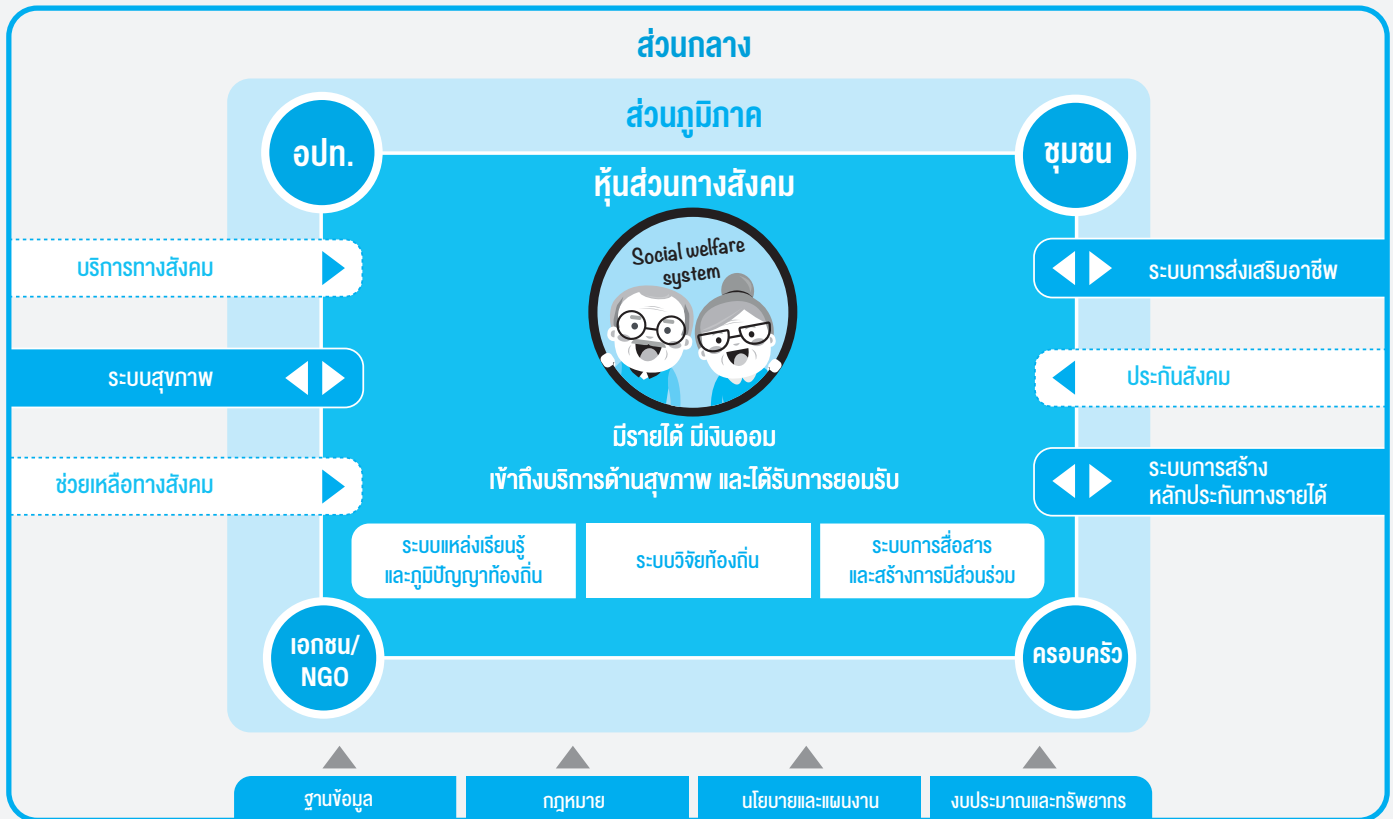
ที่มา : กฤษฎา รุ่งโรจน์วนิชย์ และอำไพรัตน์ อักษรพรหม (2560)

2.3 แบบจำลองระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ

จากการศึกษากระบวนการสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ พบว่าควรพัฒนาด้วยแบบจำลองที่เน้นการจัดระบบสวัสดิการให้ผู้สูงอายุมีรายได้ มีเงินออม เข้าถึงบริการด้านสุขภาพ และได้รับการยอมรับจากคนในสังคม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในมิติเศรษฐกิจ สวัสดิการสังคม และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (ภาพที่ 3)

โดยแบบจำลองระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ ควรเน้นให้หุ้นส่วนทางสังคมในท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการร่วมกัน ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) ชุมชน (ชมรมผู้สูงอายุ และกลุ่มจิตอาสาต่างๆ รวมทั้งวัด มัสยิด โบสถ์) และครอบครัว ซึ่งท้องถิ่นควรจัดให้มีระบบการดำเนินงาน 3 ระบบ ได้แก่ ระบบแหล่งเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น ระบบการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วม และระบบงานวิจัยท้องถิ่น

นอกจากนั้น หน่วยงานของรัฐส่วนกลางต้องวางแนวทางและดำเนินการจัดสวัสดิการที่เอื้อต่อผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ ให้ครอบคลุมระบบการส่งเสริมอาชีพ ระบบการสร้างหลักประกันทางรายได้ และระบบสุขภาพ เพื่อส่งต่อการดำเนินการไปยังหน่วยงานของรัฐในส่วนภูมิภาคระดับจังหวัด และลงสู่ระดับท้องถิ่นต่อไป โดยใช้แนวคิดทางสวัสดิการสังคมผสมผสาน ทั้งการบริการทางสังคม การประกันทางสังคม และการช่วยเหลือทางสังคม อีกทั้งภาครัฐต้องมีปัจจัยต่างๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดสวัสดิการ ได้แก่ ฐานข้อมูล กฎหมาย นโยบายและแผนงาน งบประมาณและทรัพยากร



ภาพที่ 3 : แบบจำลองระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ

ที่มา : ภูซังค์ เสนานุช และคณะ (2560)

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

3.1 ทบทวนนโยบายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ

รัฐบาลควรทบทวนอัตราการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุให้สอดคล้องกับค่าครองชีพ และกำหนดเงื่อนไขการรับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เช่น ยุติการให้เบี้ยยังชีพแก่ผู้สูงอายุที่มีรายได้เกินเส้นความยากจน 3,000 บาท ต่อเดือน และเพิ่มเบี้ยยังชีพกับผู้สูงอายุด้วยโอกาส เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้ในระดับหนึ่ง และควรมีกฎหมายในการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้สูงอายุที่มีฐานะและไม่ต้องการรับเบี้ยยังชีพ สามารถที่จะคืนเบี้ยยังชีพที่ตนมีสิทธิรับได้ โดยอาจเปลี่ยนเป็นสิทธิประโยชน์ในการนำไปลดหย่อนภาษี หรือการได้รับบริการหรือสวัสดิการอื่นๆ ทดแทน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายเบี้ยยังชีพของรัฐลง

3.2 ปรับปรุงหลักประกันสุขภาพของผู้สูงอายุ

รัฐบาลควรปรับปรุงนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าให้สามารถคุ้มครองผู้สูงอายุทุกกลุ่ม และปรับงบประมาณต่อคนในหลักประกันสุขภาพทุกระบบให้มีความใกล้เคียงกันมากขึ้น พร้อมกำหนดสิทธิในการรับบริการด้านสุขภาพในสถานพยาบาลต่างๆ ของผู้สูงอายุอย่างชัดเจน และแจ้งให้ผู้สูงอายุทราบถึงสวัสดิการทางสุขภาพที่ตนได้รับ อีกทั้งรัฐบาลควรส่งเสริมให้ภาคเอกชนที่ประกอบธุรกิจการให้ประกันสุขภาพ ออกแบบระบบงานประกันที่รองรับต่อกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุมีทางเลือกในการสร้างหลักประกันด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ควรจัดทำระบบสุขภาพในระดับท้องถิ่น โดยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประสานความร่วมมือกับสาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ และโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบลในการให้บริการตรวจสุขภาพ การเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุที่ติดเตียง และการให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ



3.3 สร้างระบบการออมระยะยาวเพื่อการใช้ชีวิตในวัยสูงอายุแบบพึ่งพาตนเอง

ภาครัฐจำเป็นต้องสร้างระบบการออมระยะยาวแบบบังคับสำหรับทุกคน เพื่อการใช้ชีวิตในวัยสูงอายุแบบพึ่งพาตนเอง โดยสร้างหลักประกันทางรายได้แก่ผู้สูงอายุในอนาคตให้เพียงพอแก่ค่าครองชีพที่จะเกิดขึ้น และสนับสนุนการเป็นสมาชิกกองทุนการออมแห่งชาติที่ต้องเริ่มต้นออมตั้งแต่วัยหนุ่มสาว ทั้งนี้ควรประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญของการพึ่งพาตนเองได้อย่างมั่นคงในบั้นปลายชีวิตว่าเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องใส่ใจ ยอมรับ และปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน เพื่อเป็นการสร้างหลักประกันเมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ และลดปริมาณของผู้สูงอายุด้อยโอกาสในระยะยาว

3.4 ขยายอายุการทำงานของผู้สูงอายุ

แนวคิดในโลกปัจจุบันมองว่าบุคคลที่อยู่ในวัยผู้สูงอายุตอนต้น โดยเฉพาะช่วงอายุตั้งแต่ 60-65 ปี ยังเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพและความรู้ความสามารถที่จะทำงานได้ ดังนั้นภาครัฐจึงควรมีกฎหมายมาตรการ หรือนโยบายที่ส่งเสริมให้คนที่ยังมีศักยภาพนั้น สามารถทำงานหรือประกอบอาชีพต่อไปได้หากมีความพร้อมและความต้องการ โดยอาจพิจารณาปรับเกณฑ์ขยายการเกษียณอายุราชการจาก 60 ปี เป็น 65 ปี หรือขอความร่วมมือภาคเอกชนในการขยายการเกษียณอายุงานเพิ่มขึ้น รวมถึงการส่งเสริมให้มีการจ้างงานผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับทักษะและสมรรถนะทางร่างกายมากขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุกลุ่มนี้มีรายได้ และลดการใช้สวัสดิการจากภาครัฐ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา รุ่งโรจน์วิชัย และ อำไพรัตน์ อักษรพรหม. (2560). การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ภูซึก เสนานุช และคณะ. (2560). การพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานนอกระบบ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ระพีพรรณ คำหอม และคณะ. (2560). โครงการพัฒนาระบบสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/aboutus/1>

จีนเที่ยวไทย อย่างไร...? ให้ได้ผล





บรรณาธิการกลาง

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) 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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 05** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 08** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

จัดทำโดย

สถานที่ติดต่อ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนางสาวพรรษชล พงษ์เพียจันทร์

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032

จีนเที่ยวไทย อย่างไร...? ให้ได้ผล



ประเด็นสำคัญ

1. ภาครัฐต้องการผลักดันการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเพื่อกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน จึงกำหนดนโยบาย **“เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต”** ที่เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักอย่างชาวจีน กลับนิยมท่องเที่ยวในเมืองหลักมากกว่า เนื่องจากยังไม่รู้ถึงความน่าสนใจของการท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ และคิดว่าเมืองที่อยู่ในบริเวณใกล้ๆ กัน ไม่มีความแตกต่าง เห็นได้จากการนิยมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงอย่าง เชียงราย ลำพูน และลำปาง
2. ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจีนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี แต่การเข้ามาของนักท่องเที่ยวจีนจำนวนมาก กลับไม่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเท่าที่ควร เนื่องจากชาวจีนมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวออนไลน์แบบครบวงจร ที่สามารถทำธุรกรรมการท่องเที่ยวก่อนเดินทางได้อีกทั้งรูปแบบการชำระเงินออนไลน์ของจีน ยังเป็นช่องทางที่ทำให้การไหลของเงินไม่จำเป็นต้องผ่านเข้าสู่กระบวนการภายในประเทศไทย นำมาซึ่งการเกิดกลุ่มธุรกิจทัวร์จีนที่อาศัยนอมินีหรือตัวแทนคนไทยในการดำเนินกิจการเพื่อทำธุรกรรมนอกประเทศ และรวบกิจกรรมการให้บริการท่องเที่ยวในไทยไว้ทั้งหมด จนเกิดปัญหาการจัดทัวร์ราคาต่ำกว่าต้นทุน หรือ **“ทัวร์ศูนย์เหรียญ”** ที่ทำให้ไทยสูญเสียรายได้จากนักท่องเที่ยวจีนเป็นจำนวนมาก
3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย
 - รัฐบาลควรกำหนดมาตรการเพื่อควบคุมการไหลของเงินทั้งในระบบออนไลน์และระบบนอมินีหรือตัวแทน โดยพัฒนาระบบ E-payment ของไทยให้เชื่อมต่อกับระบบชำระเงินออนไลน์ของจีน และใช้มาตรการทางภาษีที่เข้มงวดเข้าตรวจสอบบริษัททัวร์จีนที่มีพฤติกรรมส่อถึงการเลี่ยงระบบภาษีของไทย
 - ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อออนไลน์ หรือ Mobile Application ที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมใช้ เช่น Wechat, Baidu, Weibo, Youku, Tudou, Sina.com และ QQ.com โดยเน้นความสวยงามและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของเมืองรอง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทย
 - เร่งพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรองให้มีระบบขนส่งสาธารณะและสาธารณูปโภคการท่องเที่ยวที่สะดวกสบาย โดยหน่วยงานภาครัฐและชุมชนควรบริหารจัดการในแต่ละท้องถิ่นร่วมกัน และจัดทำข้อมูลการเดินทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวจีนสามารถตามรอยเส้นทางในการท่องเที่ยวเมืองรองนั้นๆ ได้

* สรุปและเรียบเรียงจากโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว: ตลาดนักท่องเที่ยวจีน” โดย ดร.กวรรณ สักขร และคณะ (2560) และ “การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปสงค์ของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน (ปีที่2: ผลกระทบจากการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย)” โดย ดร.อักรพงศ์ อินทอง และคณะ (2561) ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (ดูเอกสารอ้างอิง) (พรชชล พงษ์เพียจันทร์ : ผู้สรุปและเรียบเรียง)

1. บทนำ

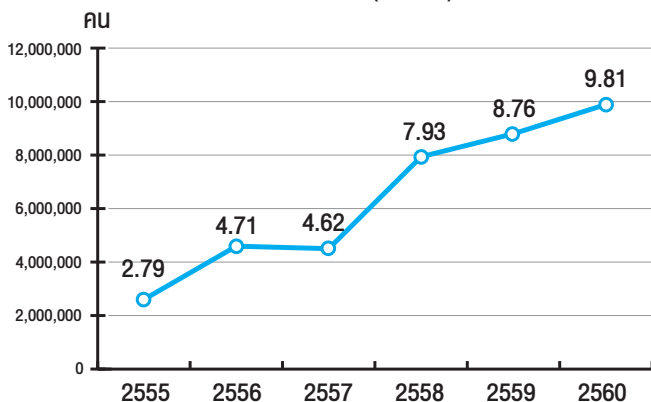
การท่องเที่ยวไทยเป็นอุตสาหกรรมหลักในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ จากสถิติในปี 2560 แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสร้างรายได้กว่า 2.75 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ซึ่งถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และเพื่อให้การท่องเที่ยวไทยสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (แผน 5 ปี) โดยแผนพัฒนาฉบับแรกเริ่มตั้งแต่ปี 2555-2559 และปัจจุบันอยู่ในแผนฉบับที่ 2 คือ 2560-2564 ซึ่งได้แบ่งยุทธศาสตร์การพัฒนออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
3. การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว
4. การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว
5. การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

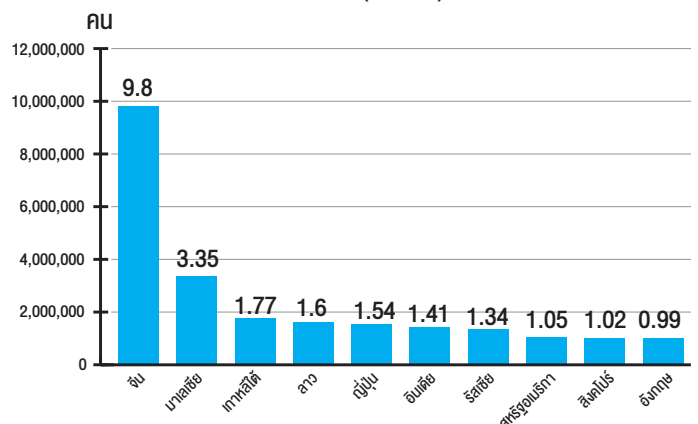
ดังนั้นเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยในปี 2561-2562 ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ที่กำหนด รัฐบาลโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จึงได้กำหนดนโยบายหลัก 2 โครงการ คือ **“ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน”** (Amazing Thailand Tourism Year 2018) และ **“เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต”** (Amazing Thailand Go Local) โดยให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกื้อกูลเรื่องความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยาและการต่างประเทศ เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อนำรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน และผลักดันให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง

เมื่อพิจารณาจากตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยสูงเป็นอันดับ 1 อย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี (ภาพที่ 1) โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวจีนมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยอย่างชัดเจน (ภาพที่ 2) ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจีนเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด และมีความสำคัญมากที่สุดตลาดหนึ่งของการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ภาพที่ 1: จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2555 - 2560 (ล้านคน)



ภาพที่ 2: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2560 (ล้านคน)



ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ปัจจุบันจีนอนุญาตให้ประชากรเดินทางไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ถึง 121 ประเทศ จีนจึงส่งออกนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่า 100 ล้านคนต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งจีนยังใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวนานาชาติมากที่สุดในโลก โดยการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 เป็นการท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย เนื่องจากเป็นการเดินทางระยะสั้น ค่าใช้จ่ายไม่สูง จึงสามารถท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ไม่ใช่ช่วงวันหยุดตามเทศกาลได้ นอกจากนี้องค์การการท่องเที่ยวโลกยังได้พยากรณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2573 จีนจะส่งออกนักท่องเที่ยวสูงถึง 200 ล้านคนต่อปี และในทศวรรษหน้า จีนจะยังคงเป็นตลาดท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ในปี 2560 ไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมมาเที่ยวมากที่สุดในเอเชีย นำหน้าญี่ปุ่น มัลดีฟส์ ฮองกง และสิงคโปร์ สาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากนั้น มาจากปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง จำนวนเที่ยวบินตรงจากเมืองสำคัญในมณฑลต่างๆ ของจีนสู่ไทยมีจำนวนมาก ประการที่สอง ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทยในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ของจีนสร้างความรู้ต่อการท่องเที่ยวไทยให้กับคนจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประการที่สาม ภัยคุกคามด้านการก่อการร้ายในประเทศแถบตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปยุโรปมีแนวโน้มรุนแรง นักท่องเที่ยวจีนจึงเลือกท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียที่มีความปลอดภัยกว่า

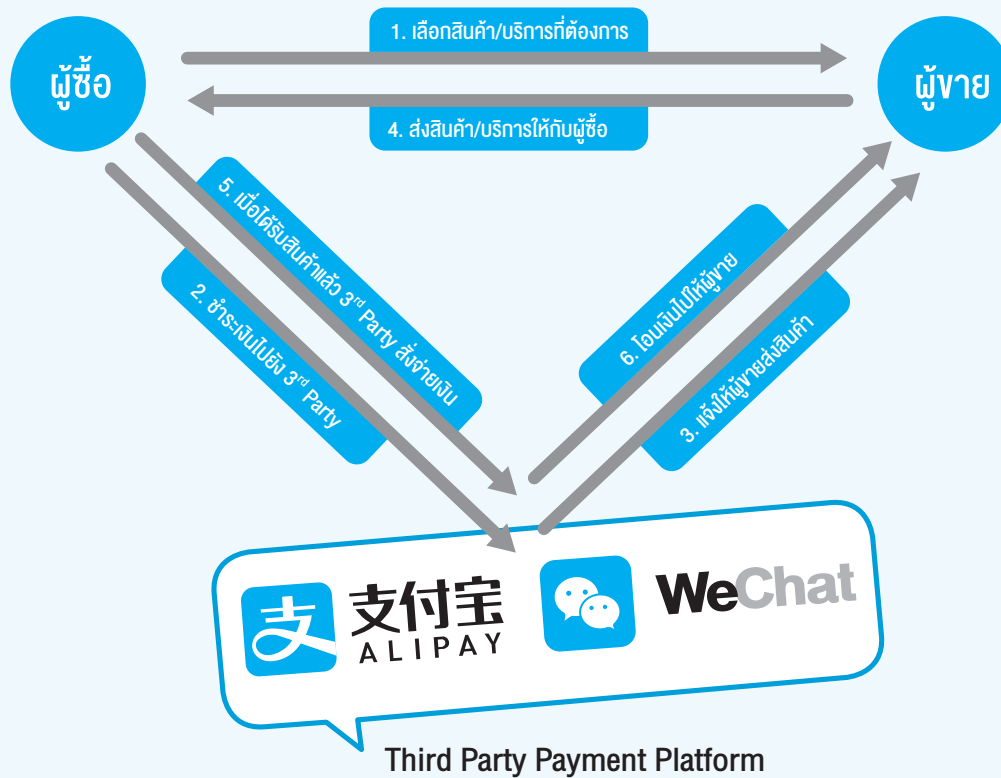
จากสถานการณ์นี้ทำให้ไทยมีความได้เปรียบและมีโอกาสสูงในการสร้างรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาเป็นจำนวนมาก แต่การหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ทำให้กำลังรองรับของไทยในด้านต่างๆ ไม่เพียงพอ อีกทั้งพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์มาเป็นการเที่ยวแบบอิสระมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลและทำธุรกรรมต่างๆ ทางออนไลน์ได้ กอปรกับปัญหาจากการจัดทัวร์ราคาต่ำกว่าต้นทุน หรือ “ทัวร์ศูนย์เหรียญ” ทำให้รายได้ที่เข้ามาจากนักท่องเที่ยวจีน มีจำนวนน้อยกว่าที่ควรจะเป็น ดังนั้นการศึกษาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อรับมือกับรูปแบบการท่องเที่ยวของชาวจีน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ไทยได้รับประโยชน์จากนักท่องเที่ยวจีนอย่างแท้จริง



2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

2.1 จีนเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวออนไลน์

ประเทศจีนมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางธุรกิจไปสู่ระบบออนไลน์อย่างรวดเร็ว ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ตและระบบชำระเงินออนไลน์ของประเทศจีนที่มุ่งสู่ “สังคมไร้เงินสด” อย่างสมบูรณ์แบบ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์และก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ (Startup Business) เป็นจำนวนมากที่เข้ามาให้บริการท่องเที่ยว ทำให้จีนมีระบบเศรษฐกิจท่องเที่ยวออนไลน์แบบครบวงจร ตั้งแต่การหาข้อมูล การจอง การชำระเงิน การวิจารณ์ผล และการแนะนำต่อ ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวจีนสามารถจัดการธุรกรรม การท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองในทุกขั้นตอน โดยบริษัทเทคโนโลยีออนไลน์ขนาดใหญ่ของจีน 3 กลุ่ม คือ Baidu, Alibaba และ Tencent หรือกลุ่ม The BAT เป็นผู้นำในการพัฒนาระบบชำระเงินที่เป็นทางเลือกใหม่ คือ ระบบการชำระเงินผ่านบุคคลที่ 3 (Third Party Payment) ผ่านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Baidu Wallet, Alipay และ WeChat เพิ่มเติมจากการใช้บัตรเครดิตและเครดิต ทำให้การทำธุรกรรมเกิดขึ้นอย่างสะดวกบนโทรศัพท์มือถือ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 : ระบบการชำระเงินออนไลน์ด้วย Smart Mobile ผ่าน Third Party Payment Platform ของนักท่องเที่ยวจีน ที่มา : อัครพงศ์ และคณะ (2561)

สำหรับนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศพบว่าปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบการท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์ (Mass Tourists) มาเป็นการเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Travelers: FIT) ที่มีพฤติกรรมการพึ่งพาอุปกรณ์สมาร์ตเคลื่อนที่ (Smart Mobile) เพื่ออำนวยความสะดวก ทั้งในด้านการหาข้อมูลการท่องเที่ยว ตลอดจนการชำระเงินค่าบริการต่างๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำได้ในเกือบทุกๆ สถานที่ นำไปสู่มิติใหม่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวออนไลน์ของประเทศจีนที่ผู้ประกอบการต่างๆ เริ่มพัฒนาตัวแบบทางธุรกิจ หรือถูกควบรวมเข้ากับบริษัทที่มีพื้นฐานการเป็นธุรกิจออนไลน์แบบ E-commerce โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับช่องทางการชำระเงินในธุรกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มอิสระที่นิยมหาข้อมูล และสั่งซื้อบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์ด้วยอุปกรณ์สมาร์ตแบบเคลื่อนที่



การเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่า การวางแผนและการชำระเงินค่าบริการที่พัก ตัวเครื่องบิน หรือแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบ One day trip สามารถทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ก่อนเดินทางได้ ซึ่งการชำระเงินออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และเริ่มแพร่กระจายสู่การชำระค่าบริการในกิจกรรมอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหาร การซื้อสินค้า หรือแม้กระทั่งการใช้บริการระบบขนส่งสาธารณะ แนวโน้มดังกล่าวทำให้ในอนาคตนักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยโดยไม่จำเป็นต้องพกเงินสด บัตร ATM หรือบัตรเครดิตอีกต่อไป มีเพียง Smart Mobile ก็สามารถท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

2.2 ผลกระทบจากธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ของจีน

จากความสะดวกของการบริการท่องเที่ยวออนไลน์ครบวงจร ที่นักท่องเที่ยวจีนสามารถทำธุรกรรมทุกอย่างได้ผ่านตัวแทนในประเทศจีน ทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่กระจายไปยังประเทศปลายทางเท่าที่ควร ส่งผลให้ประเทศไทยเสียเปรียบจากรูปแบบธุรกิจท่องเที่ยวนี้ อีกทั้งการเข้าถึงนักท่องเที่ยวจีนเพื่อให้บริการออนไลน์จากผู้ประกอบการไทยโดยตรงยังเป็นไปได้ยาก เนื่องจากต้องไปจดทะเบียนบริษัทในประเทศจีนและให้บริการข้อมูลการจองออนไลน์เป็นภาษาจีน รวมทั้งการชำระเงินออนไลน์ต้องผ่านตัวแทนบุคคลที่ 3 ของจีน

นอกจากนี้ หากพิจารณารูปแบบการชำระเงินออนไลน์ของจีน ยังพบว่า การไหลของเงินมีช่องทางที่ไม่จำเป็นต้องผ่านเข้าสู่กระบวนการภายในประเทศไทย แม้ว่ารูปแบบการให้บริการชำระเงินออนไลน์ผ่านระบบ Alipay, WeChatpay และ QR Code จะเป็นระบบที่ถูกต้องตามกฎหมายไทย และธนาคารแห่งประเทศไทยสามารถตรวจสอบได้ก็ตาม แต่หากเป็นลักษณะการชำระเงินในรูปแบบออนไลน์ที่ธุรกิจกลุ่มโรงแรม รถเช่า ร้านอาหาร โกดังนำเที่ยว และอื่นๆ ที่มีการดำเนินธุรกรรมโอนเงินแบบบุคคลต่อบุคคลแล้ว ปัจจุบันก็ยังไม่มีวิธีการที่จะตรวจสอบจำนวนที่ถูกต้องได้ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวบางส่วนจึงไม่ผ่านระบบภาษีและธนาคารพาณิชย์ของไทยทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวจีนไม่ตกอยู่กับประเทศไทยทั้งหมด

ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจึงต้องพยายามหาทางปรับตัวเข้าสู่ตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์ และพัฒนาระบบรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นไปตามรูปแบบที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมใช้ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการในการตรวจสอบการไหลของเงินอย่างเข้มงวด เพื่อให้รายได้จากนักท่องเที่ยวจีนสามารถเข้าสู่ผู้ประกอบการไทยได้มากขึ้น

2.3 ผลกระทบจากธุรกิจท่องเที่ยวในรูปแบบ “ทัวร์ศูนย์เหรียญ”

ปัจจุบันธุรกิจท่องเที่ยวกลุ่มทัวร์จีนในไทยมีการแข่งขันที่รุนแรงมาก ทำให้ราคาทัวร์ปรับลดลงจนถึงระดับเท่าทุนหรือต่ำกว่าทุน ส่งผลให้การทำกำไรของธุรกิจ มิได้อยู่ที่การบริหารจัดการต้นทุนและรายรับในกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกต่อไป แต่ต้องหันไปพึ่งพารายได้จากการซื้อสินค้าของกลุ่มนักท่องเที่ยว เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในรายได้ของบริษัทยาเที่ยว จนทำให้กลุ่มร้านค้าเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบกลุ่ม และนำไปสู่สถานการณ์ของการจัดทัวร์ราคาต่ำกว่าต้นทุน หรือ “ทัวร์ศูนย์เหรียญ”

การดำเนินธุรกิจในรูปแบบทัวร์ศูนย์เหรียญส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นลักษณะการจัดทัวร์

ต่ำกว่าทุนแบบผูกขาดข้ามชาติ ซึ่งเป็นรูปแบบที่เครือข่ายทุนจีน เข้ามาทำหน้าที่บริหารองค์กร ตั้งแต่ต้นทางการรับนักท่องเที่ยว ในประเทศจีน การจัดสรรทรัพยากรให้บริการท่องเที่ยวในไทย รวมถึงการนำนักท่องเที่ยวไปซื้อของยังร้านค้าที่ตนเองเป็นผู้ลงทุน โดยรูปแบบดังกล่าวเครือข่ายทุนข้ามชาติจะเข้าซื้อทุกๆ กิจกรรมการให้บริการท่องเที่ยว เพื่อให้การหาลูกค้าและการให้บริการสามารถ สอดประสานกัน ขณะเดียวกันก็อาศัยการให้นักท่องเที่ยวไปซื้อสินค้า จากร้านค้าในเครือขององค์กร และการให้นักท่องเที่ยวจ่ายเงินเพิ่ม เมื่อใช้บริการท่องเที่ยวหรือสินค้าการอื่นๆ เป็นการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ

นอกจากนี้ยังเกิดปัญหาการเข้ามาของนักธุรกิจจีนที่อาศัยยอมนิน หรือตัวแทนคนไทยในการดำเนินกิจการ และหาช่องว่างต่างๆ ในระบบ เพื่อหลบเลี่ยงการตรวจสอบ เช่น การทำธุรกรรมนอกระบบ การจ้างงาน ที่ผิดกฎหมาย และการจ้างโกดังที่ไม่มีใบอนุญาต ซึ่งทำให้ต้นทุน การดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ต่ำกว่าผู้ประกอบการไทย ในธุรกิจเดียวกัน ในขณะที่ผู้ประกอบการไทยไม่กล้าที่จะดำเนินการ ที่ผิดกฎหมายเพราะหากถูกตรวจสอบพบ จะต้องถูกปรับหรือ ถูกดำเนินการทางกฎหมาย แต่สำหรับนักธุรกิจจีนหากถูกตรวจสอบ พบก็จะใช้วิธีปิดกิจการ แล้วจึงกลับเข้ามาทำธุรกิจใหม่เมื่อโอกาสอำนวย

รูปแบบทัวร์ศูนย์เหรียญลักษณะดังกล่าว จึงนำไปสู่ปัญหา การให้บริการท่องเที่ยว เนื่องจากบริษัททัวร์จะดำเนินการอย่าง ไม่มีคุณภาพเพื่อให้ต้นทุนบริการต่ำที่สุด ส่งผลเสียต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทยในภาพรวม และทำให้โครงสร้างราคาทัวร์ในตลาดท่องเที่ยวไม่สะท้อนต้นทุนที่แท้จริง

2.4 นักท่องเที่ยวจีนนิยมท่องเที่ยวในเมืองหลักมากกว่าเมืองรอง

จากผลการศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 4 จังหวัดได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง รวมถึงอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวจีน เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนมากกระจุกตัว และพักค้างคืนอยู่ในเชียงใหม่ การเดินทางไปยังจังหวัดอื่นอย่าง เชียงราย มักเป็นการเดินทางแบบไปกลับ แม้จะมีการเดินทางไป พักค้างคืนที่อำเภอปายอยู่บ้าง แต่เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ ก็ยังถือว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่า ทั้งนี้ ปัญหาหนึ่งที่พบคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนจะมองทั้ง 4 จังหวัด รวมถึง อำเภอปาย ว่าเป็นเมืองเดียวกันกับเชียงใหม่ และยังไม่มีข้อมูล การเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียงมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวจีน ไม่ตื่นตัวกับการท่องเที่ยวในเมืองรองตามจังหวัดอื่นๆ

ผลศึกษาวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจีนนิยมท่องเที่ยวในเมืองหลักมากกว่าเมืองรอง ซึ่งยังไม่เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นต่างๆ ดังนั้นการสร้างการรับรู้และเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ จะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปที่อื่นในพื้นที่อื่นของประเทศไทยมากขึ้น



3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

3.1 กำหนดมาตรการเพื่อกำกับการไหลของเงิน

ที่ผ่านมาแม้รัฐบาลจะมีการกำหนดมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาการไหลของเงินจากนักท่องเที่ยวชาวจีนอยู่หลายประการ เช่น การออกกฎหมายรองรับการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ของจีน และกำหนดราคามาตรฐานของบริษัททัวร์ที่ห้ามต่ำกว่า 1,000 บาท ต่อคนต่อวัน เพื่อลดผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ศูนย์เหรียญ แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะควบคุมการไหลของเงินได้ ดังนั้นการรับมือกับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงควรกำหนดมาตรการเพิ่มเติมในการควบคุมการไหลของเงินทั้งในระบบออนไลน์และระบบออฟไลน์หรือตัวแทน กล่าวคือ พัฒนาระบบ E-payment ของไทยให้เชื่อมต่อกับระบบชำระเงินออนไลน์ของจีน เพื่อกำกับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนให้สามารถเข้าถึงผู้ประกอบการไทยได้โดยตรง และใช้มาตรการทางภาษีที่เข้มงวดเข้าตรวจสอบบริษัทจีนหรือนอมนิที่มีพฤติกรรมส่อถึงการเลี่ยงระบบภาษีของไทย จึงจะทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้าสู่ประเทศไทยได้มากขึ้น

3.2 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในสื่อออนไลน์ของจีน

จากรูปแบบการท่องเที่ยวออนไลน์ของนักท่องเที่ยวจีน ทำให้ชาวจีนนิยมหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชัน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย จึงควรนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวจีน และ

เน้นการประชาสัมพันธ์ไปยัง Mobile Application ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้ เช่น Wechat, Baidu, Weibo, Youku, Tudou, Sina.com และ QQ.com ซึ่งเป็นช่องทางที่ชาวจีนเข้าถึงได้เร็วมาก โดยที่เราไม่จำเป็นต้องสร้าง Mobile Application ใหม่ สำหรับเนื้อหาต้องนำข้อมูลและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย มาขัดเกลาให้เป็นเรื่องเล่า (Story Telling) สื่อนักท่องเที่ยวจีนเห็นว่าไทยเป็นบ้านเมืองที่มีความงดงาม รวมทั้งสอดแทรกสถานที่ท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาล เช่น ความสวยงามและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของเมืองรอง เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ของไทย ทั้งนี้ต้องพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศและภาษาจีนไปพร้อมกัน จึงจะสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนรับทราบได้อย่างต่อเนื่อง

3.3 พัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรอง

เพื่อสนับสนุนการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นตามนโยบายการท่องเที่ยวเมืองรอง รัฐบาลจึงควรร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ที่เน้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การพัฒนาระบบขนส่งการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะรถโดยสารสาธารณะในพื้นที่ และปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคสำหรับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น จุดบริการน้ำดื่ม จุดทิ้งขยะ และห้องน้ำให้ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ควรให้หน่วยงานภาครัฐและชุมชนทำงานร่วมกันเป็นภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น รวมถึงจัดทำข้อมูลการเดินทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถตามรอยเส้นทางนั้นๆ ได้ จึงจะทำให้เมืองรองมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2560). การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว: ตลาดนักท่องเที่ยวจีน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- อัครพงศ์ อ้นทอง และคณะ. (2561). การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปสงค์ของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน (ปีที่2: ผลกระทบจากการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/main.php?filename=index>

TRE POLICY BRIEF

ปีที่ 8 ฉบับที่ 7/2561



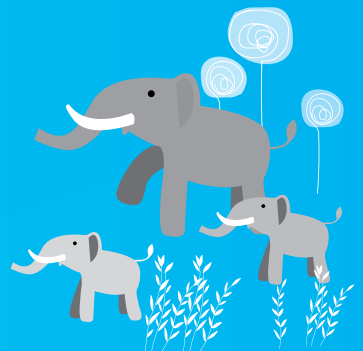
Doi Mae Salong
Chiang Rai



Sukhothai Historical Park
Sukhothai



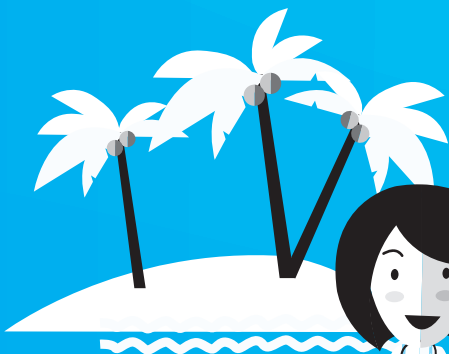
Doi Inthanon Nation park
Chiang Mai



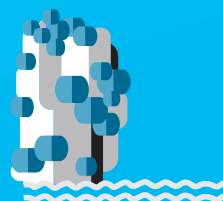
Thai Elephant Conservation Center
Lampang

Welcome To Thailand

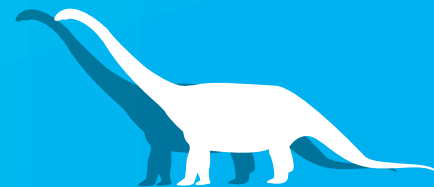
ท่องเที่ยวไทย ได้ได้ หลากรูปแบบ



Koh Samui



Phi Phi Island



Phu Wiang Dinosaur Museum
KhonKaen



Classical Thai tune



Welcome To Thailand

Editor's Note

บรรณาธิการกลาง

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) 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

- [03](#) ประเด็นสำคัญ
- [04](#) บทนำ
- [04](#) ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- [08](#) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนายวัชชัย กมลวรรณ

จัดทำโดย

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032

ท่องเที่ยวไทย เก๋ไก๋...หลายรูปแบบ

ประเด็นสำคัญ

1. ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี คือเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาประเทศ เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดนโยบายบริหารราชการแผ่นดิน โดยมีทิศทางเศรษฐกิจได้มีการวางยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ไทยเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถสูง ทั้งนี้ การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเป็นกลไกหนึ่งที่ถูกกำหนดเพื่อขับเคลื่อนให้ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำเร็จผล โดยผ่านการทำงานของหน่วยงานหลัก คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. จากการศึกษาพบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สามารถสร้างความหลากหลายให้กับการท่องเที่ยวไทย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้
 - การท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อทำกิจกรรมกอล์ฟเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี แต่ยังคงมีความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ ศักยภาพของทางอำนวยความสะดวกในการให้บริการกีฬาการกอล์ฟเชิงท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีจุดอ่อนในด้านการประชาสัมพันธ์สนามกอล์ฟซึ่งมีปริมาณน้อยและขาดความต่อเนื่อง รวมถึงขาดการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดกับลูกค้าและตลาดเป้าหมายที่สำคัญทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้สนามกอล์ฟยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง
 - การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด (เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา และแม่ฮ่องสอน) มีศักยภาพสูงในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการเรียนรู้ที่จัดให้บริการ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และสิ่งบริการการท่องเที่ยวมีศักยภาพปานกลาง สำหรับองค์ประกอบที่มีศักยภาพต่ำ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน จะเป็นปัจจัยส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
 - การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการบริการสปาเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่โดดเด่นสำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอัตราความเติบโตสูง และนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชั้นกลางที่พร้อมจะใช้จ่ายเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ยังคงมีความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ การขาดความชัดเจนในการสร้างอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต



1. บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี คือเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาประเทศ เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดนโยบายบริหารราชการแผ่นดิน โดยมีทิศทางเศรษฐกิจได้มีการวางยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ไทยเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถสูง ทั้งนี้ การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเป็นกลไกหนึ่งที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อขับเคลื่อนให้ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำเร็จผล โดยมุ่งให้ไทยเป็นจุดหมายในการเดินทาง เพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยว พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย และสร้างความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) เป็นแผนการพัฒนาที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน และสร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว แผนพัฒนาดังกล่าวเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ จากรายงานของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council: WTTC) ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 82.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือ คิดเป็น ร้อยละ 20.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมด และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

3. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายจากงานวิจัย ได้แก่

- ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และผู้ประกอบการธุรกิจกอล์ฟ จะต้องมีการศึกษาการตลาด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และปัจจัยการบริโภคของนักท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางประกอบการวางยุทธศาสตร์ในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างชื่อเสียงของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย โดยจากงานวิจัยได้นำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างชื่อเสียงของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย ภายใต้วิสัยทัศน์ **“มุ่งสู่การเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาภายในปี 2020”** (To be the best alternative golfing destination by 2020)
- ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ภาครัฐควรพัฒนาศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) การพัฒนาชุมชนและการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Community Development and Cultural Conservation) และการพัฒนาความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (Cooperation & Participation Development)
- ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตจะต้องมีการสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) ภายใต้แนวคิด **“จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์”** (Unique Selling Point/Proposition: USP)



จากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้เป็นกลไกหนึ่งในการสร้างขีดความสามารถของประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ดังนั้น Policy Brief ฉบับนี้ มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่มีความหลากหลาย โดยเรียบเรียงจากโครงการวิจัยซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ 1) การกำหนดกลยุทธ์การตลาดในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย (รัชพงษ์ และคณะ, 2560) 2) การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการบริการสปาในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต (ญาริญา และคณะ, 2561) และ 3) การบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางอารยธรรมล้านนา เชื่อมโยงกับ สป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้) (สุรีย์ และคณะ, 2559) รวมถึงแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

2.1 การท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟ คือ การที่ผู้เล่นกอล์ฟจากต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวและเล่นกอล์ฟในประเทศไทย โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เพื่อทำกิจกรรมกอล์ฟระหว่างปี 2556-2558 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2558 มีจำนวน 897,320 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 73.05 โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อทำกิจกรรมกอล์ฟ ระหว่างปี 2556-2558

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2556	331,834	-
2557	518,522	56.26
2558	897,320	73.05

จากงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเล่นกีฬากอล์ฟในประเทศไทยมีลักษณะที่มาเล่นกอล์ฟเพื่อพักผ่อนและต้องการความสนุกสนานเป็นส่วนใหญ่ โดยไทยมีจุดเด่นที่สำคัญ คือ สภาพภูมิประเทศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว และความหลากหลายของสถานบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สถานที่ท่องเที่ยว และสปา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟในไทยยังคงมีความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ ศักยภาพของการอำนวยความสะดวกในการให้บริการกีฬากอล์ฟเชิงท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังคงมีจุดอ่อนในด้านการประชาสัมพันธ์สนามกอล์ฟซึ่งมีปริมาณน้อยและขาดความต่อเนื่อง โดยเฉพาะการจัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดกับลูกค้าและตลาดเป้าหมายที่สำคัญทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้สนามกอล์ฟยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในวงกว้าง นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงกีฬากอล์ฟในประเทศไทยขาดการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสนามกอล์ฟ และเจ้าหน้าที่ประจำสนาม โดยเฉพาะแคดดี้ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้และรู้จักศัพท์เทคนิคเกี่ยวกับกีฬากอล์ฟ รวมถึงขาดการบริหารจัดการโครงข่ายการขนส่ง (Transport Network) ที่มีประสิทธิภาพ และการบริการขนส่งสาธารณะที่ยังไม่หลากหลาย ทำให้การเข้าถึงสนามกอล์ฟยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ



2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวทำงานที่ต้องการแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสงบ มีบรรยากาศของวิถีชีวิตในอดีตที่งดงาม และเรียบง่ายเพื่อชดเชยความวุ่นวายและความเคร่งเครียดในชีวิตประจำวัน ในขณะที่เดียวกัน การที่โลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งต้องการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตและความสุขในวัยเยาว์ กลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายใหม่ในตลาดการท่องเที่ยวและเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุดในตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด (เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน พะเยา และแม่ฮ่องสอน) มีทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ โบราณสถาน/แหล่งประวัติศาสตร์/แหล่งสถาปัตยกรรม ศาสนสถาน พิพิธภัณฑ์/สถานที่เก็บรักษามรดกทางวัฒนธรรม สินค้าของที่ระลึกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ชุมชนดั้งเดิม/ชุมชนวัฒนธรรม และงานเทศกาล/งานประเพณี ทั้งหมดนี้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์และโบราณคดีของอาณาจักรล้านนา รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาล้านนาและวิถีชีวิตชาวล้านนาที่ยังสืบทอดมาถึงปัจจุบัน ในส่วนของศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพสูง ในขณะที่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมการเรียนรู้ที่จัดให้บริการ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน สิ่งบริการการท่องเที่ยว มีศักยภาพปานกลาง สำหรับองค์ประกอบที่มีศักยภาพต่ำ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว

สำหรับอุปสรรคและข้อจำกัดในการพัฒนาศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือตอนบนอย่างมีส่วนร่วมจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ได้แก่ ข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความยั่งยืนของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากประชาชนหรือชุมชนเป็น “ผู้รู้เรื่องราว” เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นผู้ได้รับผลประโยชน์และเป็นผู้ได้รับผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว หน่วยงานและองค์กรที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม กรมศิลปากร กรมการท่องเที่ยว สภาวัฒนธรรม ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชนได้มีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการบริการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนและชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวได้มีความรู้ความเข้าใจด้านอนุรักษ์และบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างถูกต้องเหมาะสม นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือตอนบนยังมีข้อจำกัดด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

- 1) ข้อจำกัดด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สภาพเส้นทาง สิ่งบริการบนเส้นทาง และบริการรถโดยสารสาธารณะ หน่วยงานหลักที่รับผิดชอบคือ กรมทางหลวงแผ่นดิน กรมทางหลวงชนบท กรมการขนส่งทางบก องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการบริการ การปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่รับผิดชอบว่าจะมีแผนงานและงบประมาณดำเนินงานที่สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่หรือไม่
- 2) ข้อจำกัดด้านกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ดำเนินการโดยหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะกิจกรรมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเป้าหมายการให้ความรู้ความเข้าใจต่อคุณค่าเชิงวัฒนธรรมของหน่วยงานหรือองค์กรที่รับผิดชอบ นอกจากนี้ มีข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากรในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ข้อจำกัดด้านสิ่งบริการการท่องเที่ยวที่จัดไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว อาทิ พาหนะเดินทาง ที่พักแรม บริการนำเที่ยว การรักษาพยาบาล ความปลอดภัย การสื่อสาร และสัญญาณอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้จำนวนและประเภทสิ่งบริการที่มีทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและรอบแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการสร้างแรงจูงใจต่อนักท่องเที่ยว

- 4) ข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ป้ายสื่อความหมาย ที่จอดรถ ห้องน้ำ ร้านอาหารเครื่องดื่ม ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก บริการซักรีด บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ตู้ ATM
- 5) ข้อจำกัดด้านการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยว รวมถึงการได้รับรางวัลจากหน่วยงานหรือองค์กรชั้นนำด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะรางวัลหรือการรับรองมาตรฐานระดับนานาชาติจะมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว



2.3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการบริการสปา: กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต

ภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานคร มีผลการศึกษาที่แล้วกล่าว่าภูเก็ตมีศักยภาพสูงในการพัฒนาการบริการสปาและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มาภูเก็ตและใช้บริการเชิงสุขภาพ โดยจังหวัดภูเก็ตมีสถานบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพประเภทสปาเพื่อสุขภาพที่ผ่านการรับรองจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตจำนวน 90 แห่ง ประเภทนวดเพื่อสุขภาพ 90 แห่ง นอกจากนี้ในส่วนของรัฐกิจการรักษาพยาบาล ภูเก็ตมีคลินิกเอกชนจำนวน 275 แห่ง มีโรงพยาบาลของรัฐ 3 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชนอีก 3 แห่ง ที่ได้รับการมาตรฐาน JCIA (Joint Commission International Accreditation USA) ทั้งนี้ รายได้หลักของจังหวัดภูเก็ตมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตมีอัตราการเติบโตสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชั้นกลางที่พร้อมจะใช้จ่ายเพื่อคุณภาพ

ชีวิตที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ภูเก็ตมีโอกาสด้านการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อาทิ ตลาดความงามและชะลอวัย ตลาดการบริโภคอาหารสุขภาพ โภชนาการและลดน้ำหนัก ตลาดการออกกำลังกายและจิตใจ ตลาดการตรวจสุขภาพด้วยเทคโนโลยีระดับสูง และตลาดการแพทย์ ทางเสริมและการแพทย์ทางเลือก นอกจากนี้ ภูเก็ตมีพืชสมุนไพรพื้นบ้านหลายชนิด เช่น สับปะรด ส้มแขก (ส้มควาย) มะขาม ขมิ้น ว่านหางจระเข้ แดงกวา ขิง ตะไคร้ เป็นต้น ที่สามารถนำมาใช้ในการบริการสปา อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ภูเก็ตยังคงมีความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ การขาดความชัดเจนในอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการขาดความเชื่อมโยงของส่วนการตลาดต่างๆ ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปาในจังหวัดภูเก็ตที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำในด้านการจัดการองค์กรและการเชื่อมโยง และความรับผิดชอบต่อธุรกิจ



3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1 ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และผู้ประกอบการธุรกิจกอล์ฟ จะต้องมีการศึกษาการตลาด พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และปัจจัยการบริโภคของนักท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางประกอบการวางยุทธศาสตร์ในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างชื่อเสียงของการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้นำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างชื่อเสียงของการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ภายใต้วิสัยทัศน์ **“มุ่งสู่การเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาภายในปี 2020”** (To be the best alternative golfing destination by 2020) โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์การตลาด 5 ข้อ ดังต่อไปนี้

- 1) นำเสนอแบรนด์กอล์ฟของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ บล็อก สื่อโซเชียลมีเดีย เป็นต้น เพื่อสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรพัฒนาระบบเว็บไซต์ของหน่วยงานให้เป็นจุดเริ่มต้นของการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย
 - 2) พัฒนาสู่การเป็นผู้นำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงกอล์ฟ
 - 3) พัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ และการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ
 - 4) เพิ่มโอกาสการท่องเที่ยวจากการจัดการแข่งขันกอล์ฟระดับนานาชาติ
 - 5) สนับสนุนการจัดการสนามกอล์ฟอย่างยั่งยืน
- 3.2 ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยประกอบด้วย
- 1) การพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยกระตุ้น

และเสริมพลัง (Empowerment) ให้คนในชุมชนเป็นผู้ริเริ่มจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้นในชุมชน ควบคู่กับการพัฒนาความเป็นเจ้าของและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและบริหารจัดการที่การท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดระดมความคิดเห็น (Community Dialogue) อาทิ การจัดทำแผนที่ทรัพยากรท่องเที่ยว แผนที่มรดกทางวัฒนธรรม รวมถึงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรในการท่องเที่ยวและการศึกษาดูงานชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ

- 2) การพัฒนาชุมชนและการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Community Development and Cultural Conservation) ได้แก่ การพัฒนาชุมชน (Community Development) ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งบริการนักท่องเที่ยว และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ส่วนการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural Conservation) คือ การดำเนินงานดูแลรักษาฟื้นฟูและสืบทอดวิถีวัฒนธรรม คุณค่าร่วมและสภาพสังคมของชุมชนให้ยังคงอยู่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- 3) การพัฒนาความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (Cooperation & Participation Development) ได้แก่ การพัฒนาความร่วมมือและการมีส่วนร่วมทั้งระหว่างคนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนักท่องเที่ยว ผ่านการสนับสนุนให้มีนโยบายสาธารณะ อันจะนำไปสู่การผลักดันทั้งในระดับนโยบายและการปฏิบัติการ

3.3 ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต จะต้องมีการสร้างตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) ภายใต้แนวคิด **“จุดขายที่เป็นเอกลักษณ์”** (Unique Selling Point/ Proposition: USP) เพื่อสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของสินค้าและบริการของภูเก็ตให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคเห็นถึงประโยชน์ และพร้อมที่จะจ่ายโดยไม่คำนึงเรื่องค่าบริการ เช่น จุดขายของสปาภูเก็ต คือ การใช้สมุนไพรท้องถิ่นของภูเก็ต หรือทำนวดเฉพาะถิ่น หรือการใช้ทรายที่ละเอียดอ่อนที่มีเฉพาะหาดใดหาดหนึ่งของภูเก็ตในการนวดและอบตัว เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560. ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2560-2564.

สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9690.

ณาริญา วีระกิจ และคณะ. 2561. การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการบริการสปาในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

รัชพงษ์ กลิ่นศรีสุข และคณะ. 2560. การกำหนดกลยุทธ์การตลาดในการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

สุรีย์ บุญญาพวงศ์ และคณะ. 2559. การบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนาเชื่อมโยงกับ สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้). สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ผู้ประกอบการจีน รูปแบบต่างๆ กับการใช้ที่ดิน ในประเทศไทย





Editor's Note

บรรณาธิการแปล

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) 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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 04** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 08** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนายจิตวัฒน์ วิจิตรถาวร

จัดทำโดย

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032

ผู้ประกอบการจีน รูปแบบต่างๆ กับการใช้ที่ดิน ในประเทศไทย

ประเด็นสำคัญ

1. The Rise of China เป็นสถานการณ์ที่สำคัญอย่างยิ่งทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งจีนมีแนวโน้มออกไปลงทุนต่างประเทศมากขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะใช้ประโยชน์ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลกมากขึ้น เนื่องจากจีนต้องการแสวงหาความมั่นคงด้านพลังงานและอาหาร
2. ผู้ประกอบการจีนได้ใช้ประโยชน์จากที่ดินของไทยหลายรูปแบบ ซึ่งการใช้ที่ดินรูปแบบต่างๆ ส่งผลกระทบต่อไทยมากน้อยแตกต่างกัน
 - ผลกระทบโดยรวมคือ ผลกระทบต่อผู้ประกอบการไทยที่อาจเสียเปรียบด้านการแข่งขันอันเนื่องมาจากรูปแบบการทำธุรกิจที่ครอบคลุมทั้งระดับต้นน้ำและปลายน้ำของจีน
 - กลุ่มรัฐวิสาหกิจและเอกชนจีนที่มีชื่อเสียงมีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในไทยน้อยมาก แต่มีความเสี่ยงในเรื่องของรายรับที่มีผลต่อการหลีกเลี่ยงภาษี
 - กลุ่มเอกชนที่เข้ามาประกอบธุรกิจโดยการถือครองกรรมสิทธิ์แบบตัวแทนอำพรางได้ส่งผลกระทบต่อที่ดินในเขตเมือง เกิดปัญหาการซื้อที่ดินเพื่อเก็งกำไร
 - กลุ่มบุคคลที่เข้าเมืองไม่ถูกต้องตามกฎหมายจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านที่ดิน ที่อยู่อาศัย และที่ดินทำกินของคนไทย
3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย
 - รัฐบาลควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการถาวรระดับชาติเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน คำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับของทั้งสองฝ่าย และคำนึงถึงความมั่นคงของแต่ละประเทศ
 - รัฐบาลออกนโยบายมาตรการช่วยเหลือการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น
 - รัฐบาลควรมีแผนการรองรับการเข้ามาของทุนจีน โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านเทคโนโลยี มาตรฐานสินค้า และด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
 - รัฐบาลควรใช้มาตรการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเพื่อรองรับการเข้ามาลงทุนของจีน
 - ไทยควรมีฐานข้อมูลการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติ และดำเนินคดีกับผู้ทุจริตทั้งชาวไทยและต่างชาติอย่างเด็ดขาด
 - กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเขต สำนักงานพาณิชย์ ควรเร่งตรวจการค้าของชาวต่างประเทศที่ไม่ได้จดทะเบียน หรือธุรกิจในรูปแบบตัวแทนอำพราง โดยพิจารณาบทลงโทษและประสานกับกรมสรรพากร กรมสรรพสามิต เพื่อพัฒนามาตรการด้านภาษี
 - กระทรวงการต่างประเทศพัฒนานโยบายที่เหมาะสมการให้วีซ่าแก่นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักธุรกิจจีน และมาตรการที่เกี่ยวข้อง เช่น การแสดงหลักฐานการเดินทางที่มีบัตรโดยสารเครื่องบินไปกลับ¹

¹ สรุปลและเรียบเรียงจากโครงการวิจัย เรื่อง “จีนกับการใช้ที่ดินในประเทศไทย” โดย ศิริพร สัจจามันท์ และคณะ และ “โครงการการตั้งถิ่นฐานของชาวจีนรุ่นใหม่: กรณีศึกษาชุมชนจีนแห่งใหม่” โดย ชาดา เจริญวิทยา และคณะ

1. บทนำ

เศรษฐกิจจีนเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่สิ้นสุดยุคของประธานเหมา เจ๋อตง ในปี 1976 ซึ่งจีนได้หันมาใช้นโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจภายใต้ระบบการเมืองสังคมนิยมที่ทันสมัยใน 4 ด้าน หรือนโยบาย 4 ทันสมัย (Four Modernization) อันประกอบด้วย ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม ด้านการป้องกันประเทศ และด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในช่วง ค.ศ.1977-1988 ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงของการเปิดประเทศเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจให้เข้าสู่สากล จากนั้น ในช่วงปี ค.ศ.1990 จีนมีนโยบายขยายเขตพัฒนาเศรษฐกิจลงลึกไปในระดับเมืองเล็กมากขึ้น ตั้งแต่ในช่วงปี 2001-2007 ระบบเศรษฐกิจของจีนขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจสูงที่สุดในโลกเฉลี่ยปีละ 11% และได้ก้าวขึ้นเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของโลกรองจากสหรัฐฯ จีนจึงมีบทบาทสำคัญและทรงอิทธิพลต่อเศรษฐกิจโลกนับแต่ต่อไปในอนาคต

ปัจจุบัน ปรากฏการณ์ The Rise of China กำลังเป็นเรื่องราวที่สำคัญอย่างยิ่งทั้งในปัจจุบันและในอนาคต จีนในฐานะประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจใหม่ได้ปรับเปลี่ยนตนเองจากประเทศที่เคยเป็นผู้รับการลงทุนจากต่างประเทศ มาเป็นประเทศผู้ลงทุนในต่างประเทศ และมีความตื่นตัวในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในต่างประเทศ โดยรัฐบาลจีนได้ให้การสนับสนุนทั้งภาคเอกชนและรัฐวิสาหกิจในการลงทุนในต่างประเทศ โดยมียุทธศาสตร์ที่เป็นรูปธรรมทั้งการเพิ่มความคล่องตัวในการอนุมัติโครงการลงทุนในต่างประเทศ การตั้งหน่วยงานสนับสนุนด้านข้อมูลและประสานงานเพื่อการลงทุนในต่างประเทศ รวมทั้งมาตรการสนับสนุนทางการเงินต่างๆ ปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันให้จีนออกไปลงทุนต่างประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ มีสาเหตุและเป้าหมายที่สามารถสรุปได้ดังนี้:

- ความต้องการแสวงหาความมั่นคงด้านพลังงานและแหล่งทรัพยากร
- ความต้องการขยายตลาดสินค้าและบริการของจีนในต่างประเทศ
- ความต้องการเข้าถึงเทคโนโลยีการผลิต การบริหารและนวัตกรรมต่างๆ
- ความต้องการลดการแข่งขันของตลาดในประเทศ

ปัจจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่า จีนมีแนวโน้มออกไปลงทุนต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องจับตาอย่างใกล้ชิด ดังนั้น การศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของจีนในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้ที่ดินในพื้นที่ต่างๆ ของไทยจึงมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงและการถือครองที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ของประเทศด้วย

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

1. บทบาทของจีนในเศรษฐกิจไทย

นับตั้งแต่ที่มีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ.2518 ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างไทยกับจีนได้พัฒนาอย่างมั่นคงมาโดยตลอด มูลค่าการค้าและการลงทุนระหว่างสองประเทศขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะนับตั้งแต่จีนได้เป็นสมาชิกองค์การการค้าโลกในปี พ.ศ.2544 และมีนโยบายบุกโลก (going out policy) ทำให้บทบาทเชิงเศรษฐกิจของจีนกับไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด จีนได้เข้ามาดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจในไทยมากขึ้นตามขนาดของเศรษฐกิจจีนที่มีการขยายตัวมากขึ้น

การค้าไทยกับจีนมีแนวโน้มสูงขึ้นตามลำดับ บทบาทของจีนต่อภาคการค้าระหว่างประเทศสูงมากขึ้นจนก้าวขึ้นมาเป็นคู่ค้าอันดับที่ 1 ของไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2556 เป็นต้นมา โดยมีสัดส่วนการค้าระหว่างกันประมาณร้อยละ 12-16 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศทั้งหมด

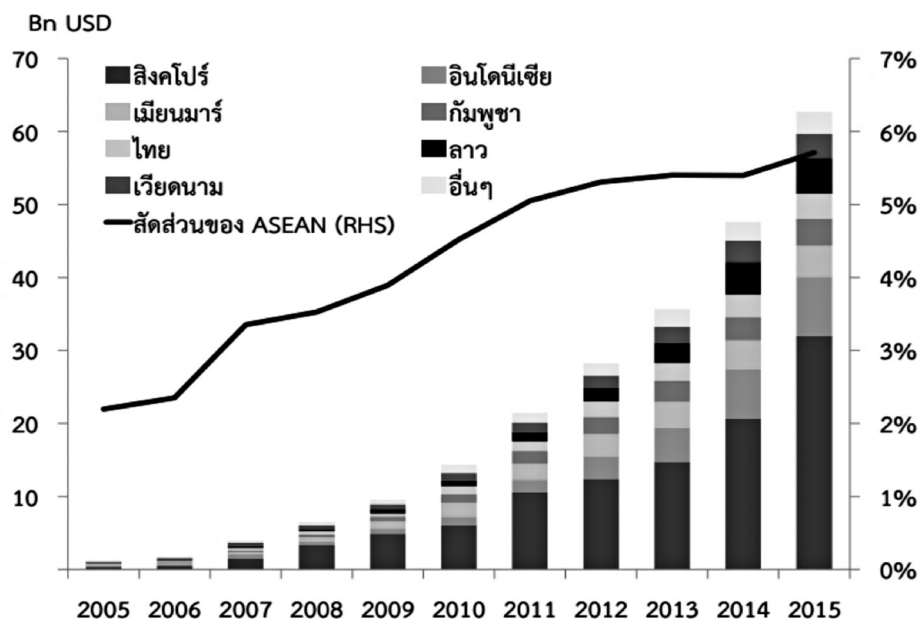
ตารางที่ 1.1 มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับจีน

มูลค่าการค้าระหว่างไทยกับจีน		
ปี	มูลค่า	ร้อยละ
2553	1,454,023.0	12.1
2554	1,722,038.5	12.6
2555	1,986,118.8	13.4
2556	1,979,968.1	13.6
2557	2,057,946.7	14.0
2558	2,204,070.6	15.6
2559	2,324,443.7	16.1
2560	2,513,049.2	16.1

ที่มา: กระทรวงพาณิชย์ <http://www2.ops3.moc.go.th/>

นโยบายการลงทุนโดยตรงของจีนที่เปลี่ยนไปส่งผลกระทบต่อการค้าและการลงทุนในภูมิภาคเอเชียเป็นอย่างมาก และมีการลงทุนในอาเซียนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงไทยด้วย ข้อมูลการลงทุนโดยตรงของจีนในอาเซียนแสดงให้เห็นว่า การลงทุนของจีนในไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดช่วงปี พ.ศ.2548-2558 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

ภาพที่ 1.1 การลงทุนต่างประเทศของจีนในอาเซียน



ที่มา: ชลิตา แท่งเพชร และวรินทร์ วงศ์อุไร ธนาคารแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ สำนะโนครัวประชากรและการเคหะปี 2553 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งมีข้อมูลผลสำรวจประชากรที่มีสัญชาติต่างๆ ในประเทศไทยระบุว่า จำนวนประชากรสัญชาติจีนอยู่ในประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 4 รองจาก พม่า กัมพูชา และลาว ตามตาราง 1.2

ตาราง 1.2 จำนวนประชากรสัญชาติต่างๆ ในประเทศไทย

หน่วย : คน

ประเทศ	ยอดรวม	ภาค				
		กรุงเทพมหานคร	ภาคกลาง	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคใต้
รวม	65,926,261	8,280,925	18,180,635	11,638,686	18,960,897	8,865,118
ไทย	63,250,343	7,551,348	17,141,407	11,263,825	18,785,620	8,508,143
สัญชาติอื่น	2,673,521	729,579	1,039,228	373,682	175,275	355,758
พม่า	1,574,071	303,595	685,959	241,314	34,373	308,829
กัมพูชา	199,405	63,438	117,177	290	14,587	3,912
ลาว	183,606	18,126	49,517	11,854	89,747	14,362
จีน	95,183	55,893	19,739	4,992	7,987	6,571
ญี่ปุ่น	86,659	81,570	3,269	1,505	-	315

ที่มา: รายงานผลล่วงหน้าสำมะโนครัวประชากรและเคหะ พ.ศ.2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร²

² ข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลล่าสุดที่ทางสำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีในขณะนี้ โดยรายงานฉบับใหม่จะจัดทำขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ.2563

2. ผู้ประกอบการจีนกับการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ต่างๆ ของไทย

ผู้ประกอบการจีนได้มีการใช้ประโยชน์พื้นที่ต่างๆ ในไทยด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของไทยไม่เหมือนกัน โดยขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการชาวจีนแต่ละประเภท ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ กลุ่มรัฐวิสาหกิจและเอกชนจีนที่มีชื่อเสียง กลุ่มเอกชนที่เข้ามาประกอบธุรกิจโดยการถือครองกรรมสิทธิ์แบบตัวแทนอำพราง และกลุ่มบุคคลที่เข้าเมืองผิดกฎหมาย

- **กลุ่มรัฐวิสาหกิจและเอกชนจีนที่มีชื่อเสียง**

คิดเป็น 30% ของชาวจีนที่มาลงทุนและอาศัยอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด เป็นกลุ่มที่เข้ามาลงทุนโดยถูกต้องและเสียภาษีตามกฎหมายของไทย การดำเนินธุรกิจของชาวจีนกลุ่มนี้ไม่สร้างปัญหาโดยตรงต่อความมั่นคงของประเทศในเรื่องของการถือครองที่ดินเพราะได้ดำเนินธุรกิจตามเงื่อนไขของกฎหมายไทยโดยเฉพาะนโยบายและมาตรการด้านการส่งเสริมการลงทุน แต่มีความเสี่ยงในเรื่องของรายรับที่มีผลต่อการหลีกเลี่ยงภาษี

- **กลุ่มเอกชนที่เข้ามาประกอบธุรกิจโดยการถือครองกรรมสิทธิ์แบบตัวแทนอำพราง (Nominee)**

มีทั้งหมด 50% ของชาวจีนที่มาลงทุนและอาศัยอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด การทำธุรกิจแบบตัวแทนอำพรางมีการให้พนักงานที่เป็นคนไทยและไม่มีหลักทรัพย์เป็นของตนเอง ถือครองหุ้นของบริษัท 51% ตามกฎหมายของไทย ซึ่งหากชาวจีนกลุ่มนี้พบว่าจะเกิดปัญหาในการบริหารงานหรือไม่พอใจในการทำงานก็สามารถให้ลูกจ้างที่เป็นผู้ถือหุ้นของไทยลาออกหรือเปลี่ยนใหม่ได้ง่าย การดำเนินธุรกิจโดยส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เกิดปัญหาในเรื่องของการซื้อที่ดินเพื่อเก็งกำไร

- **กลุ่มบุคคลที่เข้าเมืองไม่ถูกต้องตามกฎหมาย**

คิดเป็น 20% ของชาวจีนที่มาประกอบกิจการในไทย มักเข้ามาด้วยการซื้อบัตรประจำตัวประชาชน โดยใช้วิธีสวมสิทธิ์ของคนไทยที่เสียชีวิตตามต่างจังหวัด ผู้ประกอบการชาวจีนกลุ่มนี้เป็นผู้ทำธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) และร้านอาหาร เป็นกลุ่มที่ติดตามได้ยากเนื่องจากการย้ายที่อยู่เป็นประจำ เป็นปัญหาด้านความมั่นคงประการหนึ่ง



3. ผลกระทบต่อไทย

การลงทุนของชาวจีนในประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น และมีการประกอบกิจการที่หลากหลาย ทั้งกิจการด้านอุตสาหกรรมการเกษตร อสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก และอื่นๆ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลจีนที่ให้การสนับสนุนด้านการลงทุนและการค้าระหว่างประเทศเพื่อผลประโยชน์ของชาวจีนเป็นหลัก ซึ่งจากการศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการจีนประเภทต่างๆ ลักษณะการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการจีน และการใช้ที่ดินในประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการแต่ละประเภทอาจส่งผลกระทบต่อไทยในรูปแบบที่แตกต่างกันดังนี้

- **ผลกระทบในภาพรวมอันเนื่องมาจากลักษณะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการจีน**

เนื่องจากผู้ประกอบการจีนมักมีลักษณะในการผลิตที่ครอบคลุมทั้งระดับต้นน้ำถึงปลายน้ำ มีการตั้งศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่เพื่อกระจายสินค้าเอง โดยมีคนจีนเข้ามาดำเนินการในทุกขั้นตอน ภายใต้การเปิดเสรีด้านการค้าและการสนับสนุนด้านการลงทุนของไทย อาจส่งผลดีในเชิงรายได้และการจ้างงานซึ่งทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนา แต่อีกด้านหนึ่งก็อาจส่งผลกระทบทางลบต่อผู้ผลิตและผู้ประกอบการไทยที่ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กของไทยเสียเปรียบในด้านการแข่งขัน



- **ผลกระทบจากกลุ่มรัฐวิสาหกิจและเอกชนจีนที่มีชื่อเสียง**

กลุ่มรัฐวิสาหกิจและเอกชนจีนที่มีชื่อเสียงมักเข้ามาประกอบธุรกิจตามขั้นตอนและระเบียบกฎหมายไทย จึงไม่ค่อยส่งผลกระทบมากนัก และการครอบครองพื้นที่เพื่อการลงทุนในโครงการอุตสาหกรรมใหญ่ที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มักไม่มีปัญหาในเรื่องของการครอบครองตามสิทธิที่ระบุไว้ตามกฎหมาย ส่วนภาคการเกษตร โดยเฉพาะในเรื่องของการเช่าที่ดินขนาดใหญ่ หากวิเคราะห์แล้วจะเห็นได้ว่า ไทยมีแนวโน้มได้รับผลกระทบกับปัญหาด้านนี้น้อยมาก เพราะที่ดินส่วนใหญ่ในไทยล้วนถูกจับจองและใช้ประโยชน์แล้ว ต่างกับประเทศเพื่อนบ้านหลายประเทศที่อาจยังมีที่ดินขนาดใหญ่ที่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์เหลืออยู่ ตลอดจนข้อกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการครอบครองหรือเป็นเจ้าของที่ดินของชาวต่างชาติ

- **ผลกระทบจากกลุ่มเอกชนที่เข้ามาประกอบธุรกิจโดยการถือครองกรรมสิทธิ์แบบตัวแทนอำพราง**

กลุ่มเอกชนที่เข้ามาประกอบธุรกิจโดยการถือครองกรรมสิทธิ์แบบตัวแทนอำพรางมักจะส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในเขตเมืองของไทย ผู้ประกอบการจีนมักเกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัยและย่านธุรกิจ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญ มีการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ของจีนในรูปแบบตัวแทนอำพราง (Nominee) โดยให้คนไทยเป็นตัวแทน แต่เนื่องจากคนจีนมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับคนไทยเชื้อสายจีนอยู่มาก จึงทำให้การดำเนินการถือครองที่ดินและทรัพย์สินโดยใช้ตัวแทนอำพรางกระทำได้อย่างแพร่หลายและง่ายดาย การตรวจสอบหาหลักฐานยืนยันอย่างชัดเจนแทบจะกระทำไม่ได้เลย เกิดปัญหาในเรื่องของการซื้อที่ดินเพื่อเก็งกำไร หากการดำเนินธุรกิจเช่นนี้มีมากขึ้น ก็อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านที่ดินได้

- **ผลกระทบจากบุคคลที่เข้าเมืองไม่ถูกต้องตามกฎหมาย**

ปัญหาชาวจีนที่เข้ามาอาศัยในไทยอย่างผิดกฎหมายอาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านที่อยู่อาศัยและที่ดินทำกินของคนไทย และหากคนจีนหลั่งไหลเข้ามาอยู่อาศัยประกอบธุรกิจดึงดูดชุมชนชาวจีนขนาดใหญ่ ก็อาจส่งผลกระทบต่อสังคมไทยที่มีขนาดเล็กกว่าโดยอาจถูกครอบงำโดยอิทธิพลและวัฒนธรรมของจีนที่เป็นประเทศขนาดใหญ่กว่า

4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

- 4.1 ทางด้านนโยบายกับจรรยาบรรณค่านึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับของทั้งสองฝ่าย และความมั่นคงของแต่ละประเทศ ประเทศไทยควรดำเนินการความสัมพันธ์กับมหาอำนาจต่างๆ อย่างสมดุล ประเทศไทยควรมีคณะกรรมการถาวรระดับชาติ และยุทธศาสตร์จากคณะกรรมการควรจะผูกพันกับทุกรัฐบาลที่จะต้องดำเนินการในระยะยาว
- 4.2 รูปแบบธุรกิจของคนจีนที่ครบวงจร และการเข้ามามีบทบาทในการผลิต แปรรูป และขนส่ง อาจทำให้เกิดการผูกขาดในตลาด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กของไทยที่ไม่สามารถแข่งขันได้ ภาครัฐควรมีมาตรการในการปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยเฉพาะธุรกิจด้านโลจิสติกส์เพื่อพัฒนาธุรกิจเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุน โดยอาจดำเนินการให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจให้ธุรกิจแข็งแกร่งยิ่งขึ้น หรืออาจร่วมกับบริษัทที่แข็งแกร่งกว่า เพื่อให้ธุรกิจไทยเข้มแข็งมากขึ้น
- 4.3 ภาครัฐควรกำหนดแผนรองรับการเข้ามาของทุนจีนในไทย โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านเทคโนโลยี มาตรฐานสินค้า และด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และควรมีการควบคุมดูแลที่ดีเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น
- 4.4 การคมนาคมที่สะดวกขึ้น และการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะทำให้นักลงทุนและคนจีนเข้ามาประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจและถือครองทรัพย์สินหรือสังหาริมทรัพย์มากขึ้น มาตรการที่ควรนำมาใช้คือ การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งหลายประเทศได้นำมาจัดเก็บแล้ว แต่ประเทศไทยยังไม่มี การจัดเก็บในขณะนี้ การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างจากผู้ประกอบการชาวต่างชาติจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับงบประมาณไปใช้พัฒนาท้องถิ่นได้มากขึ้น



- 4.5 ไทยควรมีฐานข้อมูลหรือสารสนเทศการถือครองอสังหาริมทรัพย์ของต่างชาติให้เป็นระบบเพื่อติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อวางแผนปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต และหากมีการทุจริต โดยเป็นการร่วมมือระหว่างคนไทยกับชาวต่างชาติที่ถือครองทรัพย์สินผิดกฎหมาย ก็ต้องมีการดำเนินคดีอย่างเด็ดขาดด้วย
- 4.6 กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเขต สำนักงานพาณิชย์ ควรเร่งตรวจการค้าของชาวต่างประเทศที่ไม่ได้จดทะเบียน หรือธุรกิจในรูปแบบตัวแทนอำพราง โดยพิจารณาบทลงโทษและประสานกับกรมสรรพากร กรมสรรพสามิต เพื่อพัฒนามาตรการด้านภาษี
- 4.7 กระทรวงการต่างประเทศพัฒนานโยบายที่เหมาะสมการให้วีซ่าแก่นักท่องเที่ยว นักศึกษา นักธุรกิจจีน และมาตรการที่เกี่ยวข้อง เช่น การแสดงหลักฐานการเดินทางที่มีบัตรโดยสารเครื่องบินไปกลับ

เอกสารอ้างอิง

ศิริพร สัจจามนต์, ขมพูนุช โกสลากร. เพิ่มทุนวิวัฒน์, จรัมพร ให่ล่ายอง. จีนกับการใช้ที่ดินในประเทศไทย. สัญญาเลขที่ RDG5540018.
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ

ชาดา เจริญวิทยา, สุภากร จันทวานิช. 2558. โครงการการตั้งถิ่นฐานของชาวจีนรุ่นใหม่: กรณีศึกษาชุมชนจีนแห่งใหม่. สัญญาเลขที่ SRI5810106.
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพฯ

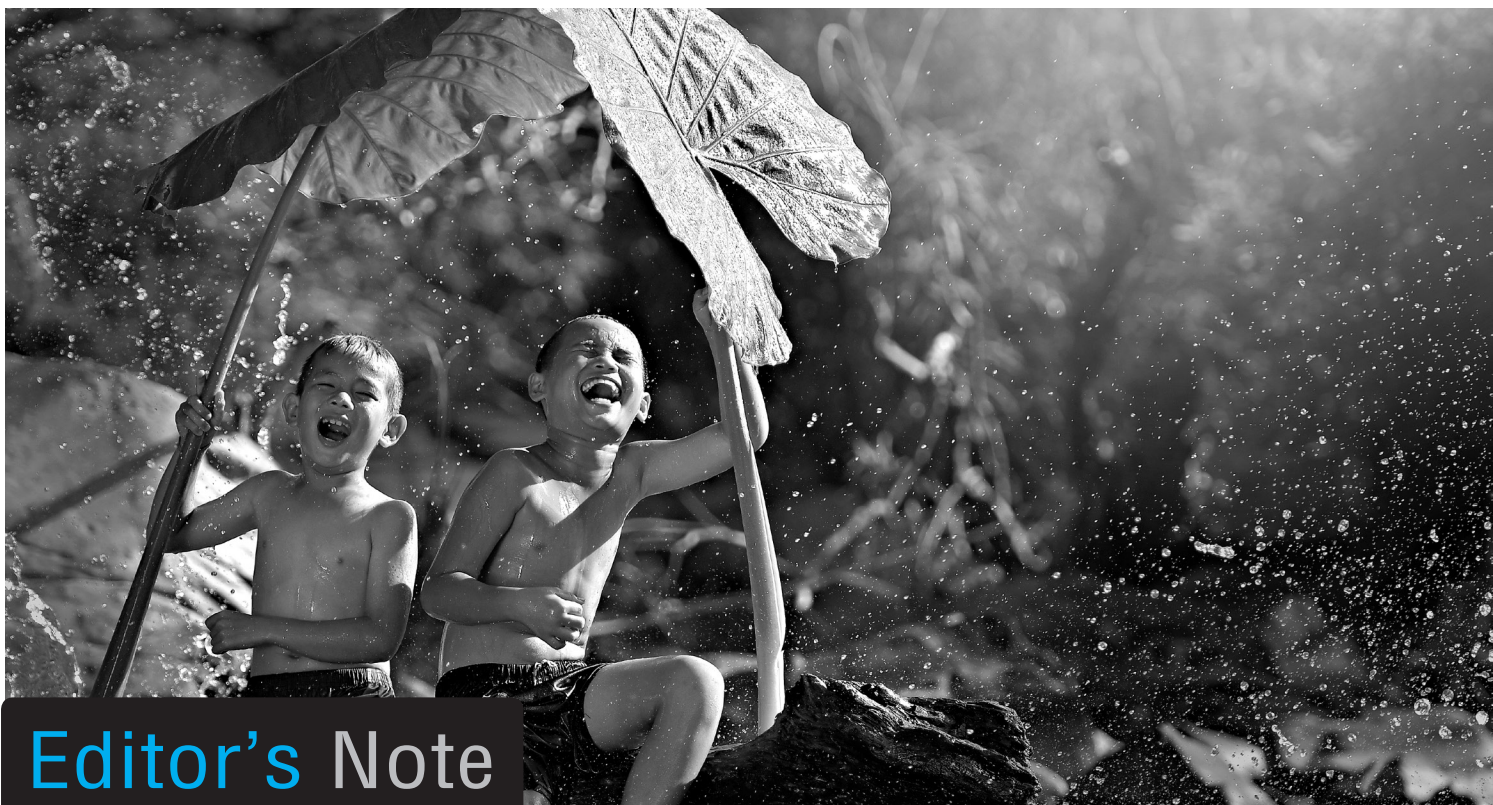
ชลิดา แท่งเพชร, วรณี วงศ์อุไร. 2560. เส้นทางการลงทุนจากแดนมังกร. ธนาคารแห่งประเทศไทย

เศรษฐกิจชุมชน ในสังคมไทย

และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

Sustainable
& Growth





Editor's Note

บรรณาธิการกลาง

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) 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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 05** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 08** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.สุนิดา อรุณพิพัฒน์ และนายธวัชชัย กมลวรรณ

จัดทำโดย

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สถานที่ติดต่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032

เศรษฐกิจชุมชน ในสังคมไทย และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

ประเด็นสำคัญ

1. ระบบเศรษฐกิจชุมชนเป็นระบบที่สัมพันธ์กับชาวไทยจำนวนมากที่สุด เป็นระบบเศรษฐกิจที่อยู่ในทุกภาคของประเทศไทย โดยเฉพาะในชนบท
2. เศรษฐกิจชุมชนมีเป้าหมายเพื่อการดำรงอยู่ของครอบครัว และชุมชนอย่างพอเพียง ใช้แรงงานสมาชิกของครอบครัวเป็นหลัก โดยมีความเอื้ออาทร ความเป็นญาติมิตร เป็นสิ่งสำคัญ ในการสร้างความสัมพันธ์ของระบบ ชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจ จัดสรรทรัพยากรและผลผลิต
3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
 - ควรส่งเสริมให้ชุมชนซึ่งเป็นแกนของสังคมและวัฒนธรรมไทยมีบทบาทในการพัฒนาเพื่อการพัฒนาที่เต็มศักยภาพ ตอบสนองการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง
 - ควรส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรม เป็นการ พัฒนาเศรษฐกิจโดยมีสภาพภูมิศาสตร์ทรัพยากรของพื้นที่ ชุมชนและเครือข่ายชุมชนในท้องถิ่นและวัฒนธรรมของชุมชนกำกับ โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมที่รองรับการพัฒนา เช่น ระบบการขนส่ง การสาธารณสุข การศึกษา
 - ควรส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจโดยทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชนซึ่งมีคุณค่ามากทางเศรษฐกิจ



1. บทนำ

เอกสารบทสรุปเชิงนโยบายฉบับนี้จะนำเสนอข้อค้นพบเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนและตลาดชุมชนที่ได้จากชุดโครงการวิจัย “เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย”¹ อันประกอบด้วยนักวิชาการและนักศึกษาใช้วิธีวิจัยแบบเศรษฐศาสตร์ มานุษยวิทยาและประวัติศาสตร์ ใช้สถิติของรัฐบาล สถิติที่ชุดโครงการฯ สำรวจเอง และใช้ข้อมูลทุติยภูมิทั้งของรัฐบาล นักวิชาการ และนักพัฒนาเอกชน รวมถึงสัมภาษณ์ นอกจากนี้ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบายฉบับนี้จะได้นำเสนอข้อค้นพบจากงานวิจัยโดยนักวิชาการดังกล่าวควบคู่ไปกับการยกเอางานวิจัยท้องถิ่น² โดยคณะผู้ศึกษาซึ่งเป็นชาวบ้านในพื้นที่เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิดที่นักวิชาการได้ค้นพบ

อย่างไรก็ดี แต่ละชุมชนท้องถิ่นไทยมีความแตกต่างหลากหลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะของตน งานวิจัยท้องถิ่นโดยชาวบ้านในพื้นที่จึงมุ่งตอบสนองสภาพแวดล้อมของแต่ละชุมชนที่แตกต่างกันออกไป และให้ผลการศึกษาที่ต่างกันไป ซึ่งเอกสารบทสรุปเชิงนโยบายฉบับนี้มีได้มุ่งหมายที่จะนำเสนอผลการศึกษาจากกรณีศึกษาใดกรณีหนึ่งเป็นการเฉพาะ หากแต่เป็นการนำเสนอข้อค้นพบหลักของชุดโครงการวิจัยโดยนักวิชาการซึ่งให้ผลการศึกษาเศรษฐกิจชุมชนในภาพรวมและใช้งานวิจัยท้องถิ่นประกอบการนำเสนอ



¹ บัวขาว สีเผ่า และคณะ. โครงการวิจัยพัฒนารูปแบบตลาดชุมชน เพื่อสร้างความปลอดภัยด้านการผลิตและบริโภคอาหาร กรณีตลาดเขียว ตำบลนาทอง อำเภอยะยี่น จังหวัดมหาสารคาม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2559.

² ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และคณะ. ชุดโครงการวิจัย “เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2546.

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

ชุดโครงการวิจัย “เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย” ได้มีข้อค้นพบสำคัญ คือ เศรษฐกิจไทยประกอบด้วยเศรษฐกิจสองระบบ คือระบบเศรษฐกิจชุมชนและระบบเศรษฐกิจทุน โดยระบบเศรษฐกิจชุมชนที่ดำรงอยู่ เป็นชีวิตการทำมาหากินของชาวไทยจำนวนมากที่สุด เมื่อพิจารณาในแง่ของจำนวนประชากรไทย ระบบเศรษฐกิจชุมชนนั้นใหญ่กว่าระบบทุน ดำรงอยู่ในทุกภาคของประเทศไทยโดยเฉพาะในชนบท

ลักษณะสำคัญของระบบเศรษฐกิจชุมชนคือ ครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต เป้าหมายของการผลิตคือการรักษาตัวให้อยู่รอดของครอบครัวและชุมชน ให้สามารถเลี้ยงตัวเอง ครอบครัวและชุมชนได้ การผลิตจึงมีลักษณะเพื่อบริโภคในครัวเรือน หรือผลิตเพื่อขายก็ได้ แต่ก็เพื่อให้ได้เงินมาซื้อสินค้าให้ครอบครัวดำรงชีวิตอยู่ได้ มากกว่าที่จะคิดขยายการผลิตให้ใหญ่โตมีกำไรสูงสุด ครัวเรือนมีลักษณะเป็นผู้ผลิตเล็กอิสระขายสินค้าไม่ใช่ขายแรงงาน การผลิตของผู้ผลิตเล็กอิสระนี้ต่างจากการผลิตแบบทุนนิยม กล่าวคือการผลิตในระบบทุนเป็นการผลิตขนาดใหญ่ ใช้ทุนสูงเป็นหลักไม่ใช่ใช้แรงงาน ใช้ที่ดินมากเป็นแบบไร่นาขนาดใหญ่ ใช้แรงงานรับจ้าง





ระบบเศรษฐกิจครอบครัวและชุมชนเป็นระบบที่ฝังตัวอยู่ในพื้นที่สายญาติมิตร สังคมวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความอาหารต่อกันและกัน แลกเปลี่ยนเพื่อความพอเพียงยิ่งขึ้น ไม่ใช่การแข่งขันและเอาัดเอาเปรียบ เขตพื้นที่อาจครอบคลุมตั้งแต่หมู่บ้านเดียวและขยายกว้างถึงเป็นเขตภาษาและวัฒนธรรม

การเปลี่ยนผ่านของระบบเศรษฐกิจครอบครัวและชุมชนไปเป็นระบบทุนเป็นไปอย่างล่าช้าและจำกัด การเปลี่ยนแปลงที่ล่าช้านี้เป็นที่มาของการดำรงอยู่ของเศรษฐกิจของระบบในเศรษฐกิจไทย ซึ่งเป็นการดำรงอยู่ของระบบชุมชนหมู่บ้านด้วยลักษณะที่เป็นพิเศษของหมู่บ้านไทย

การศึกษาพบว่า การดำรงอยู่ได้ของเศรษฐกิจครอบครัวและหมู่บ้านเป็นเพราะการปรับตัวและการต่อสู้ของครอบครัวและชุมชนของชาวบ้านเอง ชาวบ้านปรับตัวโดยการผันการใช้แรงงานครอบครัวจากการปลูกข้าวไปสู่การปลูกพืชหลายชนิด และไปสู่งานบริการและการค้า โรงงานขนาดเล็กในชนบทใช้แรงงานเข้มข้นขึ้น ทำงานหนักขึ้นและแม้จะต้องส่งแรงงานส่วนหนึ่งไปขายแรงงานในเมืองไกลก็ตาม ทั้งหมดนี้เพื่อรักษาครอบครัวและชุมชนเอาไว้ กระบวนการพยายามรักษาตัวเองของครอบครัวและชุมชนนี้มีทั้งต่างทำกัน และทั้งทำกันเป็นเครือข่ายช่วยเหลือซึ่งกันและกันในท้องที่ สายญาติมิตร ระหว่างหมู่บ้าน และอาจกว้างขวางถึงภายในเขตชนชาติและเขตวัฒนธรรม แสดงถึงความสำคัญและพลังผูกพันของสถาบันครอบครัวและชุมชนในเศรษฐกิจชาวบ้านของไทย





งานวิจัยได้ค้นพบการดำรงอยู่และความสำคัญของเครือข่าย (Network) ชุมชน คือพบว่ามีการเครือข่ายการแลกเปลี่ยนมากมายระหว่างชุมชนหมู่บ้านในอดีต วัตถุประสงค์ของการแลกเปลี่ยนคือเพื่อความพอเพียงยิ่งขึ้น ไม่ใช่กำไร ตลาดไม่ได้ขับเคลื่อนโดยกฎแห่งระบบทุนนิยม เครือข่ายเหล่านี้ยังดำรงอยู่ขณะนี้ ในรูปของตลาดนัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยท้องถิ่นที่พบว่ารูปแบบตลาดในกรณีศึกษาท้องถิ่นมีด้วยกัน 3 รูปแบบ คือ รูปแบบตลาดนัดชุมชน รูปแบบตลาดเร่ขาย และรูปแบบขายในแปลง ซึ่งแต่ละหมู่บ้านมีจุดเด่นในเรื่องตลาดแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ชุมชนมีศักยภาพในการซื้อของจากร้านค้าในชุมชนได้มาก

การวิจัยชุด “เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย” ได้ให้ข้อสรุปทางทฤษฎีได้ว่าหมู่บ้านไทยเป็นระบบเศรษฐกิจสังคมระบบหนึ่งในตัวเอง มีเป้าหมายของตัวเองคือมุ่งให้ครอบครัวพอเพียงที่จะดำรงชีพอยู่ได้ ใช้แรงงานสมาชิกของครอบครัวเป็นหลัก มีน้ำใจและความเอื้ออาทร ความเป็นญาติมิตร เป็นเครื่องร้อยรัดส่วนต่างๆ ของระบบจัดสรรและแบ่งปันผลผลิต ในขณะเดียวกัน กรรมสิทธิ์เอกชนไม่มีความเด็ดขาด ในหลายกรณีชุมชนและเครือข่ายชุมชนมีส่วนในการตัดสินใจจัดสรรทรัพยากรและผลผลิต

ลักษณะความเป็นพิเศษของหมู่บ้านไทยที่งานวิจัยค้นพบ คือ

- 1) หมู่บ้านมีความเป็นชุมชนเข้มข้นและดำรงอยู่สืบเนื่องมาช้านาน
- 2) หมู่บ้านเป็นระบบเศรษฐกิจสังคมอีกระบบหนึ่งของตัวเอง
- 3) หมู่บ้านมีเครือข่ายแลกเปลี่ยนและช่วยเหลือกันอย่างกว้างขวาง
- 4) วัฒนธรรมหมู่บ้านเป็นวัฒนธรรมกลางโดยสมัครใจของชนชาติทั้งหลายในท้องถิ่น

ด้วยลักษณะของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมไทยข้างต้น และความเป็นจริงทางประวัติศาสตร์จึงทำให้เกิดการพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสองระบบ และทำให้การแปรรูปเศรษฐกิจไทยจากเศรษฐกิจครอบครัวและชุมชนเป็นระบบเศรษฐกิจทุนเป็นกระบวนการที่ใช้เวลานาน การขยายตัวของระบบทุนเกิดขึ้นอย่างช้าๆ ในขณะที่ระบบชุมชนก็มีกระบวนการในการดำรงตนเองอยู่ให้ได้

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

กระบวนการเปลี่ยนแปลงและอนาคตของเศรษฐกิจสังคมไทย ซึ่งมีระบบชุมชนเป็นระบบใหญ่อยู่ภายในควรเป็นไปในทิศทางใดนั้น งานวิจัยได้มีข้อเสนอเพื่อพิจารณา ดังนี้

- การพัฒนาควรสอดคล้องกับความเป็นจริงและความมุ่งหวังของชาวไทย ควรเป็นเส้นทางที่ชุมชนและวัฒนธรรมชุมชนมีบทบาทนำ เพราะชุมชนเป็นแกนของสังคมและวัฒนธรรมไทย เป็นสถาบันหรือเป็นระบบชีวิตของผู้คนชาวไทยจำนวนมากที่สุด การพัฒนาประเทศชาติที่แท้จริงจะต้องเป็นการพัฒนาที่ระบบที่ใหญ่ที่สุดในแง่ผู้คนนี้ คือระบบชุมชน ที่ผ่านมาระบบชุมชนถูกเอารัดเอาเปรียบ มีโอกาสน้อยที่จะได้พัฒนาเต็มศักยภาพ
- การพัฒนาในอนาคตควรมุ่งที่เศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยมีสภาพภูมิศาสตร์ทรัพยากรของพื้นที่ ชุมชนและเครือข่ายชุมชนในท้องถิ่น และวัฒนธรรมของชุมชนกำกับ เชื่อมโยงท้องถิ่นต่างๆ และทุกส่วนของประเทศเข้าด้วยกันเป็นระบบเดียวกัน ด้วยระบบการขนส่งและคมนาคม ส่งเสริมท้องถิ่นและประชาชนให้มีส่วนร่วมและควบคุมการพัฒนา พัฒนาคุณภาพของประชากรด้วยการสาธารณสุขและการศึกษา
- การพัฒนาระบบเศรษฐกิจครอบครัวและชุมชนให้เข้มแข็งทั้งในระดับท้องถิ่นและขยายขอบเขตเป็นระดับชาตินั้น ต้องเป็นการกระทำของชาวบ้านร่วมกันเอง เกิดจากการมีสำนึกร่วมกันของชาวบ้าน ที่จะรวมตัวพัฒนาอย่างอิสระตามภาวะที่สอดคล้องกับท้องถิ่น มากกว่าที่ผู้หนึ่งผู้ใดจะกำหนดให้แทน คือมีปัญหาชนของชาวบ้าน (Organic Intellectual) ประกอบข้อมูลจากประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชาวบ้านขึ้นเป็นระบบ แล้วสร้างความเข้าใจอันเป็นระบบแล้วนั้นให้แก่ชุมชน จะทำให้ชุมชนรู้จักตัวเองและมีพลังอย่างมากที่จะทำให้แนวทางการพัฒนาแบบชุมชนเป็นที่ยอมรับ
- ประเทศไทยยังมีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มากในเขตท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งมีคุณค่ามากทางเศรษฐกิจ มีตลาดและมีราคา เช่น อาหารและขนม ผ้าทอพื้นเมือง เครื่องปั้นดินเผา สมุนไพร งานบริการต่างๆ ฯลฯ จึงควรส่งเสริมการผลิตกิจการที่เป็นผลจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชนเหล่านี้



เอกสารอ้างอิง

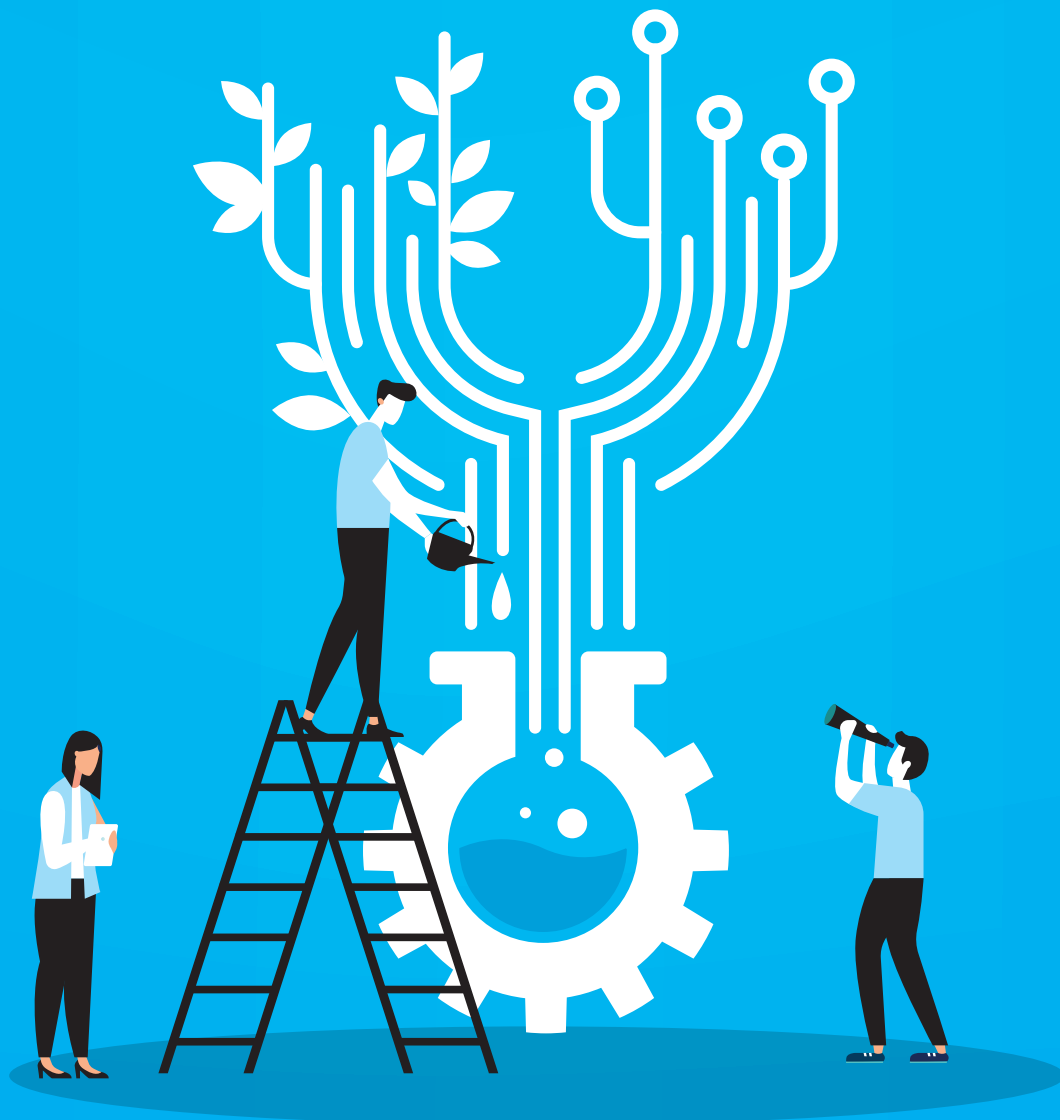
ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และคณะ. ชุดโครงการวิจัย “เศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย”. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2546.

บัวขาว สีเด้า และคณะ. โครงการวิจัยพัฒนารูปแบบตลาดชุมชน เพื่อสร้างความปลอดภัยด้านการผลิตและบริโภคอาหาร กรณีตลาดเขียว ตำบลนาทอง อำเภอยะยี่น จังหวัดมหาสารคาม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2559.

สถานการณ์

และทิศทางการวิจัยภายใต้นโยบายเศรษฐกิจ

จาก **ฐานชีวภาพ**





Editor's Note

บรรณาธิการกลาง

Contents

TRF Policy Brief (หรือ เอกสารบทสรุปเชิงนโยบาย) 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

- 03** ประเด็นสำคัญ
- 04** บทนำ
- 05** ข้อค้นพบจากงานวิจัย
- 07** ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย



กองบรรณาธิการ

จัดทำโดย

สถานที่ติดต่อ

ผศ.ดร.วิภาวดี วงษ์สุวรรณ ดร.นาวัน วิริยะเอี่ยมพิกุล และ ผศ.ดร.จันทวัฒน์ ไชยชนะวงศ์

โครงการกิจกรรมการเชื่อมโยงงานวิจัยกับภาคนโยบาย ฝ่ายบริหาร

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็มทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2278 8200 ต่อ 8329 โทรสาร 0 2298 0032

สถานภาพ

และทิศทางการวิจัยภายใต้นโยบายเศรษฐกิจ

จาก **ฐานชีวภาพ**



ประเด็นสำคัญ



1. ประเทศไทยมีจุดมุ่งหมายที่จะกระตุ้นการสร้างนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของเทคโนโลยีชีวภาพของเอเชีย โดยมีนโยบายประชารัฐด้านเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (Bioeconomy) โดยตรงจากพืชเศรษฐกิจที่ไทยมีความพร้อมอยู่แล้วเป็นพืชนำร่อง เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูง จากเทคโนโลยีโรงงานชีวภาพ
2. ประเทศไทยมีจุดเด่น คือ ความพร้อมทางด้านวัตถุดิบ มีผลิตผลและของเหลือทิ้งทางการเกษตรจากน้ำตาลและกลีเซอรอลในปริมาณมาก ที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตสารเคมีชีวภาพที่มีมูลค่าสูงขึ้นได้ แต่เทคโนโลยีที่มีในปัจจุบันไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทรายใหญ่ในต่างประเทศที่มีความพร้อมผลิตในเชิงพาณิชย์

3. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายจากงานวิจัย

- ส่งเสริมการพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมจากพืชเศรษฐกิจหลัก ควรมีการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของวัตถุดิบทางการเกษตรและการทำให้บริสุทธิ์ในระดับอุตสาหกรรม กลางน้ำหรือการผลิตสารแพลตฟอร์ม เพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับอุตสาหกรรมปลายน้ำหรือการผลิตสารต่อเนื่อง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปสาร โดยสารแพลตฟอร์มที่ควรพัฒนาสำหรับประเทศไทย 4 ชนิด คือ กลีเซอรอล กรดแลคติก ซอร์บิทอล และกรดซัคซินิก
- มีนโยบายสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อผลักดันการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้เกิดเทคโนโลยีการผลิตของประเทศไทยเอง มีการลงทุนเพื่อสร้างงานวิจัยระดับขยายผลให้รองรับการขยายผลสู่เชิงพาณิชย์ได้จริง หรือมีระดับความพร้อมสำหรับการผลิตควบคู่ไปด้วย
- สร้างกลไกสนับสนุนการรวมกลุ่มวิจัยและพัฒนา เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มทำวิจัยและพัฒนาโดยมีโจทย์ปัญหา ร่วมกัน และวางแผนการวิจัยครบทั้ง Value Chain

¹ สรุปและเรียบเรียงจากโครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาและสังเคราะห์สถานภาพและทิศทางการวิจัย ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ” โดย ดร.วราวุฒิ ศุภมิตรมงคล และคณะ (2561) ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (ดูเอกสารอ้างอิง) (ผศ.ดร.วิภาวดี วงษ์สุวรรณ : ผู้สรุปและเรียบเรียง)

1. บทนำ

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรเกษตรที่หลากหลายในปริมาณมาก โดยปัจจุบันนวัตกรรมทางการเกษตรที่นำไปประยุกต์ใช้ทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพมีความสำคัญต่อความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม เทคโนโลยีชีวภาพเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ฐานความรู้เป็นตัวขับเคลื่อน ทั้งในทางการแพทย์ เกษตรกรรม ประมง และอุตสาหกรรม เทคโนโลยีชีวภาพมีส่วนต่อการผลิตเคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐานไปจนถึงการผลิตวัสดุนวัตกรรม อาทิ พลาสติกชีวภาพ เส้นใยคาร์บอนชีวภาพ รัฐบาลมีจุดมุ่งหมายที่จะกระตุ้นการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และการนำไปประยุกต์ใช้ทางด้านเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดศูนย์กลางของเทคโนโลยีชีวภาพของเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูงให้ได้เปรียบในเชิงแข่งขัน โดยเมื่อเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ.2560 รัฐบาลไทยมีนโยบายประชารัฐด้านเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (Bioeconomy) โดยตรงจากพืชเศรษฐกิจที่ไทยมีความพร้อมอยู่แล้วเป็นพืชนำร่อง เช่น มันสำปะหลัง และอ้อย เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ชีวภาพมูลค่าสูงจากเทคโนโลยีโรงกลั่นชีวภาพ (Biorefinery) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ระยะ

- ระยะที่ 1 แผนเส้นทางของรัฐบาล เริ่มจากกลุ่มที่ 1 พลังงานชีวภาพ ตามมาด้วยกลุ่มที่ 2 พลาสติกชีวภาพ และกลุ่มที่ 3 อาหารเพื่อสุขภาพ สุดท้ายคือกลุ่มที่ 4 อุตสาหกรรมยาชีววัตถุและเวชภัณฑ์ขั้นสูง
- ระยะที่ 2 จะทำการลงทุนเพื่อสร้าง Biorefinery Complexes และเมืองใหม่บนเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพและนวัตกรรมที่ครบวงจร
- ระยะที่ 3 จะทำการลงทุนสร้างโรงงานผลิตยาชีววัตถุ ทั้งในระดับต้นแบบและระดับการผลิตแบบการค้า เพื่อยกระดับ Regional Hub เพื่อเป็นต้นแบบอุตสาหกรรมแห่งอนาคต โดยคาดการณ์ว่าจะลงทุนทั้งหมดประมาณ 377,000 ล้านบาท (สานพลังประชารัฐ, 2559)

Bioeconomy ในประเทศไทยมีการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นหลัก เช่น นโยบาย Biotechnology Development Policy Framework 2012 โดยระยะแรกประเทศไทยได้จัดทำยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางด้าน Bioeconomy เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับห่วงโซ่อุปทานของ “อุตสาหกรรมชีวภาพ” ให้สามารถเติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม ซึ่งจากการประยุกต์รวมของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม หน่วยงานที่มีบทบาท คือ ศูนย์กลางวิจัยพัฒนาของอุตสาหกรรมชีวภาพ ศูนย์กลางผลิตผลิตภัณฑ์ชีวภาพ และศูนย์กลางการให้บริการที่เกี่ยวข้อง

เศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (Bioeconomy) เป็นตัวจักรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) อุตสาหกรรมอาหาร และ 2) อุตสาหกรรมที่ไม่ใช่อาหาร โดยประเทศไทยควรที่จะพัฒนาจากการนำเศษเหลือใช้ทางการเกษตรมาใช้ เป็นการจัดการด้านการเกษตรสำหรับพืชเศรษฐกิจ 6 ชนิด ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา อ้อย ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์ม น้ำมัน เพื่อผลิตสารเคมีแพลตฟอร์ม (Chemical Platform Building Blocks) ที่เป็นสารตั้งต้นในอุตสาหกรรมชีวภาพมูลค่าสูง อาทิ เคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

วัตถุดิบที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพมี 2 รุ่น คือ

- 1) วัตถุดิบรุ่นแรก หรือ 1st Generation เป็นวัตถุดิบที่มาจากน้ำตาล และกลุ่มคาร์โบไฮเดรต เช่น น้ำอ้อยสด แป้งมันสำปะหลัง แป้งข้าวโพด เป็นต้น การแปรรูปเบื้องต้นไม่มีความซับซ้อนมากจึงไม่ต้องทำการวิจัยเพิ่มเติม แต่ควรพัฒนาด้านการเพิ่มผลผลิตของวัตถุดิบทางการเกษตรเพื่อรองรับปริมาณการใช้งานที่จะเพิ่มขึ้น ควรศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสารแพลตฟอร์มหรืออุตสาหกรรมกลางน้ำ เพื่อให้ต้นทุนสามารถแข่งขันได้กับสารที่ผลิตได้จากปิโตรเคมีและสารชีวเคมี และการพัฒนาอุตสาหกรรมปลายน้ำหรือการผลิตสารต่อเนื่องและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2) วัตถุดิบรุ่นที่สอง หรือ 2nd Generation คือ วัตถุดิบที่มาจากเซลลูโลส เช่น ชานอ้อย ทางปาล์ม ฟางข้าว เป็นต้น ควรมีแนวทางการวิจัยและพัฒนาด้านอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำเช่นเดียวกับวัตถุดิบรุ่นแรก แต่ต้องมีการศึกษาวิจัยด้านการแปรรูปขั้นต้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัย

2.1 สถานภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมชีวภาพของประเทศไทย

จากการทำ SWOT analysis สำหรับกลยุทธ์ทาง Bioeconomy สรุปว่าประเทศไทยมีจุดเด่น คือ ความพร้อมทางด้านวัตถุดิบ มีผลผลิตและของเหลือทิ้งทางการเกษตรจากน้ำตาลและกลีเซอรอล (Sugar Based & Glycerol Based) ในปริมาณมาก ที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตสารเคมีชีวภาพได้ นอกจากนี้ยังมีบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีและเงินทุน หันมาให้ความสนใจทางด้าน Bioeconomy เช่น ปตท. มิตรผล Thai Wah และ Siam Bioscience เป็นต้น อีกทั้งรัฐให้ความสำคัญ สนับสนุนและผลักดันให้เกิด Bioeconomy เพื่อมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งให้กับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมชีวภาพ

บริษัทมิตรผลได้พัฒนากระบวนการควบคุมแบบต่อเรียง (Cascade process) โดยการสกัดองค์ประกอบที่มีคุณค่า ได้แก่ ลิกนินและเซลลูโลส เพื่อกระบวนการเพิ่มมูลค่าต่อไป และยังมีแนวคิดจะพัฒนาโรงกลั่นชีวภาพ (Biorefinery) ที่ใช้น้ำในสถานะสูงกว่าจุดวิกฤตหรือคาร์บอนไดออกไซด์ เพื่อสกัดลิกนินหรือ

สารประกอบฟีนอลิก และสารเคมีตัวกลางอื่นๆ จากขานอ้อย ลิกนินสามารถเป็นสารแพลตฟอร์มที่จะป้อนให้กับกระบวนการผลิตอีกหลากหลาย อาทิ การผลิตกาวอินทรีย์สำหรับอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมชีวภาพปัจจุบันที่มีในประเทศไทยแสดงดังรูปที่ 1 ผลิตจากวัตถุดิบทางการเกษตร 3 ชนิด ได้แก่ น้ำตาล มันสำปะหลัง และปาล์ม โดยประเภทของอุตสาหกรรม คือ เชื้อเพลิงชีวภาพ (Biofuels) พลังงานชีวภาพ (Bioenergy) ผลิตภัณฑ์เคมีชีวภาพ (Biochemicals) และพลาสติกชีวภาพ (Bioplastic) สารชีวเคมีที่มีการผลิตในระดับอุตสาหกรรมของประเทศไทย ได้แก่ กรดแลคติก กรดซิตริก กลีเซอริน ไลซีน และซอร์บิทอล โดยเอกชนผู้ผลิตมีทั้งบริษัทของประเทศไทย และบริษัทร่วมทุนจากต่างประเทศ เทคโนโลยีที่ใช้ในปัจจุบันของประเทศไทยมีลักษณะเป็นแบบโรงกลั่นชีวภาพระยะที่ 1 เช่น ในกรณีที่วัตถุดิบเริ่มต้นเป็นน้ำมันปาล์ม ซึ่งมีการนำไปใช้ผลิตไบโอดีเซลและมีกลีเซอรินเป็นผลผลิตพลอยได้ แต่ยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีเพิ่มเติมในการแปรรูปกลีเซอริน เป็นสารเคมีชนิดอื่นที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

Agriculture	Industry		Companies
	types	products	
 Sugarcane	Biofuels	Ethanol 1,058 mil L/yr	   
		Biodiesel 1,168 mil L/yr	
 Cassava	Bioenergy	Biogas 1,523 mill m ³ /yr	   
		Biomass to Electricity 2,321 MW	
 Palm	Biochemicals	Lactic acid 100,000 t/yr	 
		Citric acid 15,000 t/yr	
		Glycerine 117 mil L/yr	
		Sorbitol 43,000 t/yr	
		Lysine 47,000 t/yr	
	Bioplastic	Oleochemicals 120,000 t/yr	  
		PBS 20,000 t/yr	
		PLA 75,000 t/yr	 

Source : Modified from Petroleum Institute of Thailand and Sasin Management Consulting, 2015

รูปที่ 1 อุตสาหกรรมชีวภาพปัจจุบันที่มีในประเทศไทย
ที่มา : S. Bhumiratana (2016)

จากการทำ SWOT analysis พบว่าประเทศไทยมีข้อด้อย คือ เทคโนโลยีในประเทศยังอยู่ในระดับการวิจัยพื้นฐาน มีข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีระดับสูงมาใช้ ขาดการการดูดซับเทคโนโลยี และไม่ทันกับความก้าวหน้าในต่างประเทศ ขาดจุดคุ้มทุนที่ชัดเจนในการลงทุนทางเทคโนโลยีจากทั้งทางรัฐบาลและหน่วยงานเอกชน ผู้เชี่ยวชาญของประเทศไทยมีจำกัด ไม่มีแนวทางการจัดการด้านห่วงโซ่มูลค่าอย่างแน่ชัด เช่น การบริหารจัดการเกษตรแปลงใหญ่ และการจัดการด้านโลจิสติกส์

ประเทศไทยมีโอกาส คือ ตลาดของอุตสาหกรรมทางด้านชีวภาพ มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ปัจจุบันมีบริษัทต่างประเทศสนใจและลงทุนจัดตั้งโรงงานผลิต หรือร่วมทุนกับบริษัทในประเทศ ในบางอุตสาหกรรม เช่น Corbion, Cargill, Purac, Evonik นอกจากนี้ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต ทรัพยากรธรรมชาติ ในปัจจุบัน มุ่งสู่ Bioeconomy ทั้งในและต่างประเทศ

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาแล้วประเทศไทยมีภัยคุกคาม คือ ประเทศไทยไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทรายใหญ่ในต่างประเทศที่มีความพร้อมผลิตในเชิงพาณิชย์ มีความสามารถในการแข่งขัน สามารถผลิตและบริหารจัดการ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต ทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ ทั้งนี้ปัจจุบันต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ยังสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้จากปิโตรเลียม เนื่องจากขาดการบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่าที่ดี และการลงทุนทางด้านเทคโนโลยีมีต้นทุนที่สูงมาก

2.2 พืชเศรษฐกิจที่สามารถนำไปพัฒนาสู่ Bioeconomy

ประเทศไทยมีการแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมฐานชีวภาพเป้าหมายในปัจจุบัน เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- (1) กลุ่มที่ 1 สารตัวกลาง/ผลิตภัณฑ์เคมีชีวภาพ ที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีและมีภาคเอกชนสนใจลงทุน เกิดได้ใน 1-3 ปี คือ กรดซักซินิก กรดแลคติก แลคโทด์ และพอลิเมอร์
- (2) กลุ่มที่ 2 สารตัวกลาง/ผลิตภัณฑ์เคมีชีวภาพ ที่เพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมดั้งเดิมเป็นทางเลือกให้กับผู้ลงทุนในอนาคต เกิดได้ใน 3-5 ปี เช่น สารมูลค่าเพิ่มจากเอทานอล และกลีเซอรอล
- (3) กลุ่มที่ 3 เทคโนโลยีฐานที่มีศักยภาพสำหรับอุตสาหกรรมในอนาคต สำหรับ 5-10 ปี เช่น เทคโนโลยีสำหรับอุตสาหกรรมเพื่อเพิ่มความมั่นคงและการแข่งขันที่ยั่งยืน



สิ่งค้นพบจากงานวิจัยเพิ่มเติมร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำไปใช้ประโยชน์ของพืชเศรษฐกิจหลักทั้ง 6 ชนิด พบศักยภาพการใช้ส่วนเหลือทิ้งจากแต่ละพืชเศรษฐกิจดังนี้

- ฟางข้าวเป็นผลพลอยได้ที่น่าสนใจในการพัฒนาภายใต้หลักการเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพเป็นอย่างยิ่ง
- กากมันเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจกว่า ต้นมัน ใบ น้ำยาง และเหง้า
- เนื้อไม้ยางพาราที่เป็นของเหลือจากอุตสาหกรรมยางพาราส่วนใหญ่ นำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เชื้อเพลิง วัสดุเพาะเห็ด ปุ๋ย เป็นต้น ซึ่งไม่มีส่วนเหลือใช้ให้นำมาบริหารจัดการและพัฒนาภายใต้หลักการเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ
- ชานอ้อยเป็นวัตถุดิบที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีสัดส่วนเหลือจากอุตสาหกรรมน้ำตาลในปริมาณมาก มีปริมาณ 28% ของน้ำหนักผลผลิตอ้อย เฉลี่ยต่อปีคิดเป็น 28.57 ล้านตัน และยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย หากมีการพัฒนาภายใต้หลักการเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพที่ดี จะสามารถเพิ่มมูลค่าของการนำกากชานอ้อยไปใช้ได้เป็นอย่างมาก ซึ่งอาจก่อให้เกิดจุดคุ้มทุนของการบริหารทรัพยากรจากอ้อย
- ลำต้นข้าวโพด เป็นผลพลอยได้ที่เหลืออยู่ในปริมาณมาก โดยคิดเป็น 82 เปอร์เซ็นต์ของผลผลิตข้าวโพด คิดเป็นปริมาณเฉลี่ยปีละ 3.90 ล้านตัน ถ้านำมาพัฒนาภายใต้หลักการเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพที่ดี น่าจะมีปริมาณเพียงพอในการนำไปใช้ประโยชน์
- ทางปาล์มมีปริมาณมากถึง 17 ล้านตันต่อปีโดยเฉลี่ย ซึ่งยังไม่มีการนำไปใช้ประโยชน์ที่ชัดเจน ส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นเชื้อเพลิง ถ้านำมาพัฒนาภายใต้หลักการเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ จะสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าของเหลือทิ้งจากอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มได้

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากงานวิจัย

3.1 ส่งเสริมการพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมจากพืชเศรษฐกิจหลัก

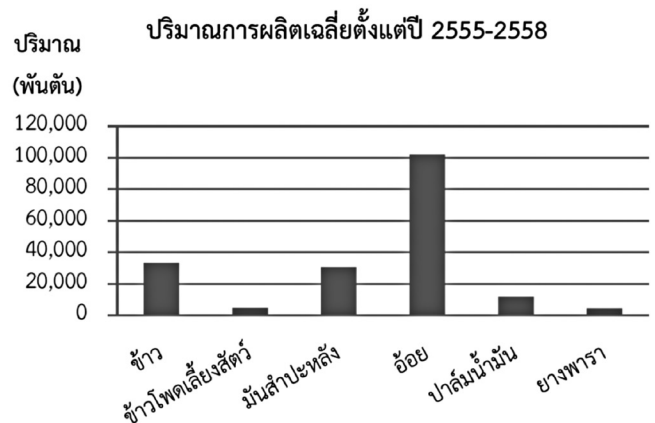
ประเทศไทยควรมีการศึกษาการเพิ่มผลผลิตของวัตถุดิบทางการเกษตร ในระดับอุตสาหกรรมกลางน้ำหรือการผลิตสารแพลตฟอร์ม (Building Blocks) ที่ควรเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการทำให้บริสุทธิ์ เพื่อเป็นวัตถุดิบให้กับอุตสาหกรรมปลายน้ำหรือการผลิตสารต่อเนื่องและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

สารแพลตฟอร์มที่ควรพัฒนาสำหรับประเทศไทย 4 ชนิด คือ กลีเซอรอล กรดแลคติก ซอร์บิทอล และกรดซัคซินิก

- **กลีเซอรอล** เป็นสารเคมีแพลตฟอร์มที่มีการใช้งานมาก รวมถึงการเป็นสารตั้งต้นในการผลิตสารเคมีอื่น กลีเซอรอลเติบโตในตลาดโลกร้อยละ 6.5 และมีมูลค่าการนำเข้าภายในประเทศไทยกว่า 1,000 ล้านบาท มูลค่าส่งออกกว่า 700 ล้านบาท สามารถนำไปผลิตเป็นสารตั้งต้นในการผลิตพลาสติกชีวภาพ ทดแทนสารเคมีที่ผลิตได้จากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี
- **กรดแลคติก** มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมอาหาร เริ่มมีการใช้งานในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และเป็นสารตั้งต้นในการผลิตสารเคมีอื่น มีแนวโน้มการเติบโตทางการตลาดโลกร้อยละ 7 วัตถุดิบหลักในการผลิตสำหรับประเทศไทยคือมันสำปะหลัง กับอ้อย แต่การผลิตกรดแลคติกจากชีวมวลยังมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง เนื่องจากเทคโนโลยีการใช้เชื้อจุลินทรีย์ช่วยในการผลิตยังไม่คงที่ รัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนการผลิต วิจัยและพัฒนาอย่างเต็มที่

- **ซอร์บิทอล** หรือ สารให้ความหวานแทนน้ำตาล มีแนวโน้มเติบโตทางการตลาดระดับดี เนื่องจากมีผู้ป่วยเบาหวาน และผู้บริโภคที่รักสุขภาพเพิ่มขึ้น ผลกระทบที่ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลจึงได้รับความนิยม โดยโซลิทอลมีร้อยละ การเติบโตของตลาดโลก 6.6 ซอร์บิทอลมีมูลค่าการนำเข้าอยู่ที่ประมาณ 350 ล้านบาท และมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 150 ล้านบาท
- **กรดซัคซินิก** มีแนวโน้มในการเติบโตสูงที่สุด โดยมีร้อยละ การเติบโตของมูลค่าตลาดโลกเท่ากับ 28 (คาดการณ์ระหว่างปี พ.ศ.2559-2564) มูลค่าตลาดของกรดซัคซินิกไม่สูงนัก (63.2 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ.2554) แต่ราคาขายต่อหน่วยค่อนข้างสูง (2,860-3,000 USD/MT 3,000 USD/MT ในปี พ.ศ.2554) ประเทศไทยมีมูลค่านำเข้าประมาณปีละ 161 ล้านบาท เป็นสารเคมีแพลตฟอร์มที่ใช้งานหลากหลาย โดยเฉพาะการใช้เป็นสารตั้งต้นในการผลิตสารเคมีอนุพันธ์

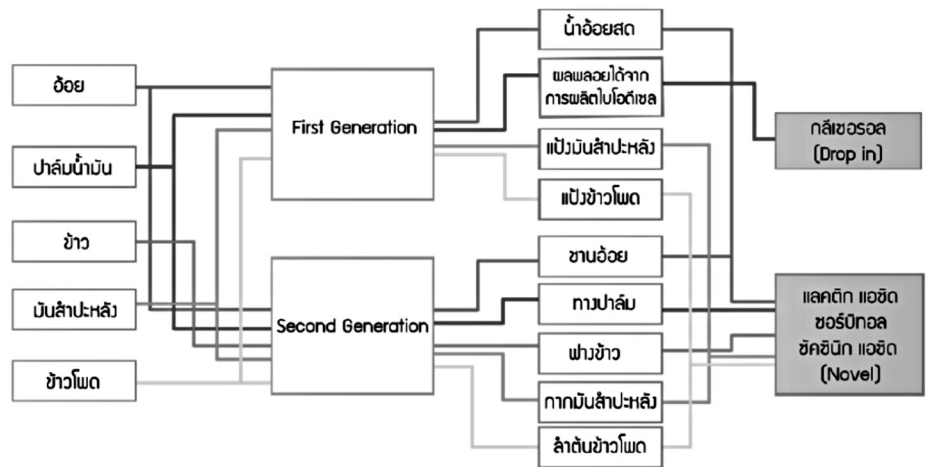
เมื่อพิจารณาการผลิตสารแพลตฟอร์มจากพืชเศรษฐกิจ ประเทศไทยมุ่งเน้นการพัฒนาการผลิตพืชเศรษฐกิจ 6 ชนิด คือ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา อ้อย ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน เมื่อแบ่งตามปริมาณของผลผลิตที่ได้พบว่า ประเทศไทยมีผลผลิต ข้าว เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มันสำปะหลัง อ้อย ปาล์มน้ำมัน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และยางพารา ดังรูปที่ 2 และสรุปวัตถุดิบและสารแพลตฟอร์มที่น่าสนใจเพื่อพัฒนาต่อไปดังรูปที่ 3



รูปที่ 2 ปริมาณการผลิตของพืชเศรษฐกิจ 6 ชนิด ในประเทศไทย
ที่มา : วราวุฒิ และคณะ (2561)



ห่วงโซ่อุปทานของพืชเศรษฐกิจแต่ละชนิดจะแสดงว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์และผลิตผลิตภัณฑ์อะไรได้บ้าง จัดเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นต้น ขั้นกลาง หรือ ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย เพื่อจะสามารถประเมินและจัดการปริมาณวัตถุดิบแต่ละชนิดได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และสามารถวางแผนการผลิตในอนาคตให้เพียงพอและเหมาะสมกับการนำไปใช้ในระดับอุตสาหกรรม



รูปที่ 3 สรุปวัตถุดิบและสารแพลตฟอร์มที่น่าสนใจเพื่อพัฒนาต่อไป

3.2 มีนโยบายสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

หากต้องการผลักดันการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้เกิดเทคโนโลยีการผลิตของประเทศไทยเอง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีนโยบายการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง มีการลงทุนเพื่อสร้างงานวิจัยระดับขยายผล (Pilot Scale) ให้รองรับการขยายผลสู่เชิงพาณิชย์ได้จริง หรือ มีระดับความพร้อมสำหรับการผลิต (Manufacturing Readiness Level (MRL)) ควบคู่ไปด้วย

3.3 สร้างกลไกสนับสนุนการรวมกลุ่มวิจัยและพัฒนา

ควรมีการรวมกลุ่มทำวิจัยและพัฒนาโดยมีโจทย์ปัญหาร่วมกัน และวางแผนการวิจัยครบทั้ง Value Chain เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่น่าไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้และพัฒนาเทคโนโลยีในทุกๆ ด้าน อาทิ ด้านเกษตร (Green Biotechnology) ด้านอุตสาหกรรม (White Biotechnology) ด้านอาหาร (Yellow Biotechnology) ด้านยาและสุขภาพ (Red Biotechnology) พร้อมทั้งสร้างตลาดทั้งในและต่างประเทศ สามารถดูตัวอย่างได้จากประเทศอื่นในเอเชียที่ประสบความสำเร็จ อาทิ

- ประเทศมาเลเซียมีนโยบายด้านเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ มีการจัดการด้านการเกษตรที่เชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมแบบครบวงจร เช่น ปาล์มน้ำมัน และมีจุดแข็งด้านการจัดการองค์กร ซึ่งมีองค์กรดูแลนโยบายด้านการพัฒนา Bioeconomy โดยตรง โดยจัดตั้ง Bioeconomy Corporation ภายใต้การดูแลของกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเป็นศูนย์กลางในการสนับสนุน อำนวยความสะดวก และให้คำปรึกษาทุกด้านแก่อุตสาหกรรมจากฐานชีวภาพ อาทิ การลงทุน การพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ การสร้างคลัสเตอร์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น
- ประเทศเกาหลี เป็นประเทศแรกในทวีปเอเชียที่รัฐบาลมีการออกยุทธศาสตร์การเติบโตแบบสีเขียวและคาร์บอนต่ำ มุ่งเน้นงานวิจัยเทคโนโลยีชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับด้านการแพทย์และสุขภาพ รวมไปถึง ชีวเคมี ชีวอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีชีวภาพทางทะเล โดยการทำเกษตรแบบทันสมัยด้วยเทคโนโลยีชีวภาพและเทคโนโลยีสารสนเทศ การสร้างคลัสเตอร์ การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การจัดตั้งศูนย์นวัตกรรม และการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก มาเป็นแนวทางที่ควรนำมาปรับใช้ในการจัดการ การเกษตร อุตสาหกรรม และการพัฒนานวัตกรรมตามลำดับ

เอกสารอ้างอิง

วรารุณี ศุภมิตรมงคล และคณะ. 2561. การศึกษาและสังเคราะห์สถานการณ์ภาพและทิศทางการวิจัย ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

S. Bhumiratana. 2016. Bioeconomy in the Context of Thailand. Paper presented at the Thai - German Bioeconomy Conference: Cooperation Opportunities for a Sustainable Bioeconomy.

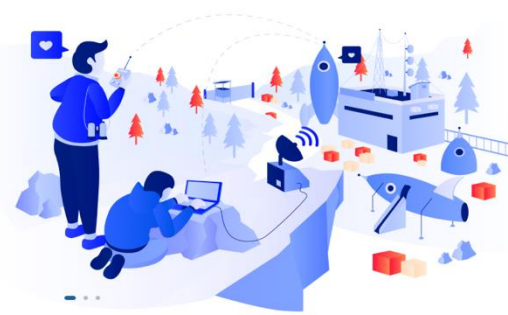
หน้าเว็บไซต์ “ปันจัย”



RESEARCH SHARING CENTER
FOR BUSINESS
AND POLICY

[เกี่ยวกับ “ปันจัย”](#)
[ติดต่อ “ปันจัย”](#)
[ปันกิจกรรม](#)
[ปันความรู้](#)
[ปันมุมมอง](#)
[ชวนร่วมปัน](#)



นวัตกรรมสินค้า

เกษตรไทยแห่งอนาคต

ศจ.บพ. สุทธิพันธุ์ จิตพิพัฒน์

ปันกิจกรรม





ดูทั้งหมด >



RESEARCH SHARING CENTER
FOR BUSINESS
AND POLICY

[เกี่ยวกับ “ปันจัย”](#)
[ติดต่อ “ปันจัย”](#)
[ปันกิจกรรม](#)
[ปันความรู้](#)
[ปันมุมมอง](#)
[ชวนร่วมปัน](#)




ปันความรู้

ดูทั้งหมด >



สถิติทางเศรษฐกิจการนำเข้า ส่งออก

19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561



รายชื่อผู้ประกอบการ

17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561



บทความทางวิชาการ

14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561



สิ่งพิมพ์



สื่อวิดีโอ



อื่นๆ



นวัตกรรมสินค้า เกษตรไทยแห่งอนาคต



“แรงบิดาโล” ผ่านงาน 2018 จังหวัดขอนแก่น



“จังหวัดเชียงใหม่” สืบค้นเกษตรนวัตกรรม 2018



การหลุดพ้นกับดัก ประเทรายได้ปานกลาง ด้วยวิถี และนวัตกรรม



RESEARCH SHARING CENTER
FOR BUSINESS
AND POLICY

[เกี่ยวกับ “ปันจัย”](#)
[ติดต่อ “ปันจัย”](#)
[ปันกิจกรรม](#)
[ปันความรู้](#)
[ปันมุมมอง](#)
[ชวนร่วมปัน](#)






อนาคต



จังหวัดขอนแก่น



นวัตกรรม 2018



ได้ปานกลาง ด้วยวิถี และนวัตกรรม

ชวนร่วมปัน

ดูทั้งหมด >



“จังหวัดเชียงใหม่” สืบค้นเกษตรนวัตกรรม 2018

8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย



การหลุดพ้นกับดัก ประเทรายได้ปานกลาง ด้วยวิถี และนวัตกรรม

8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย



“แรงบิดาโล” ผ่านงาน 2018 จังหวัดขอนแก่น

8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561

 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

© 2018 TRF Sharing Database

สรุปผลแบบสอบถาม TRF Forum

“การหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางด้วยวิจัยและนวัตกรรม”

วันพฤหัสบดีที่ 14 มิถุนายน 2561 เวลา 13.00 – 16.00 น.

ณ ห้องกมลพร ชั้น 1 โรงแรมเดอะ สุโกศล

สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมงาน

จำนวนผู้ลงทะเบียนล่วงหน้า 53 คน เข้าร่วมทั้งสิ้น 37 คน

จำนวนผู้ลงทะเบียนหน้างาน 11 คน

จำนวนสื่อมวลชน 4 สำนักข่าว ได้แก่ 1.กรุงเทพธุรกิจ 2.voice tv 3.www.salika.co/ 4.posttoday

รวมผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 52 คน

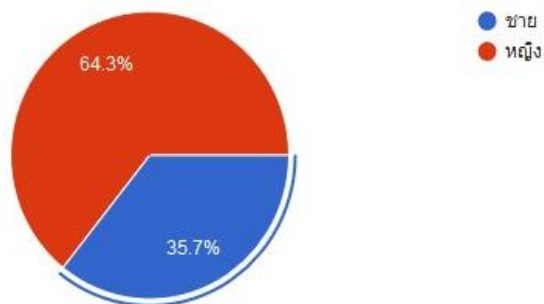
สรุปแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 29 ราย แบ่งเป็น

หญิง 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.3 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ชาย 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.7 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ไม่ตอบ 1 ราย



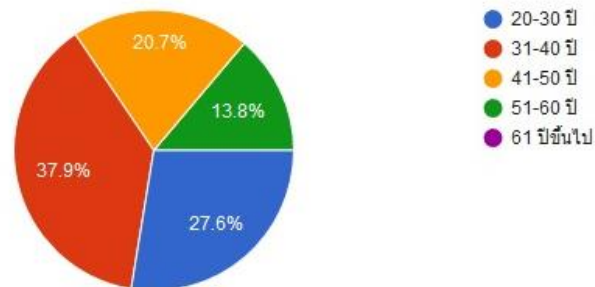
ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

20 – 30 ปี 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.6 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

31 – 40 ปี 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.9 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

41 – 50 ปี 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

51 – 60 ปี 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด



อาชีพ

รับราชการ 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.3 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

พนักงานรัฐวิสาหกิจ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.2 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

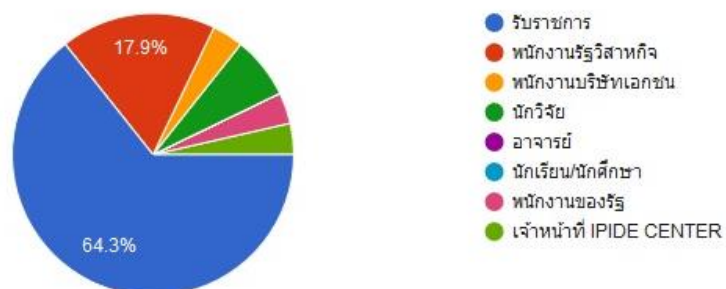
พนักงานบริษัทเอกชน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

นักวิจัย 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

พนักงานของรัฐ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

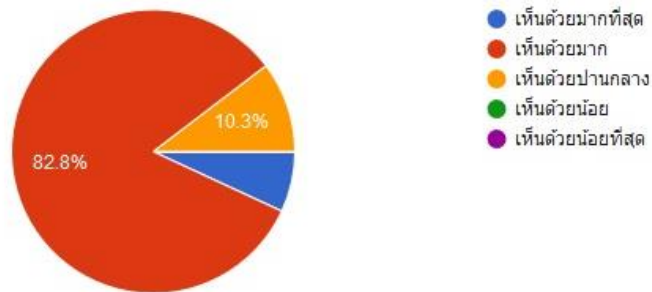
เจ้าหน้าที่ IPIDE CENTER กรมทรัพย์สินทางปัญญา 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ไม่ตอบ 1 ราย



แบบประเมินงานสัมมนา

1. ความรู้ที่ท่านได้รับจากการสัมมนาเป็นประโยชน์หรือสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของท่านได้



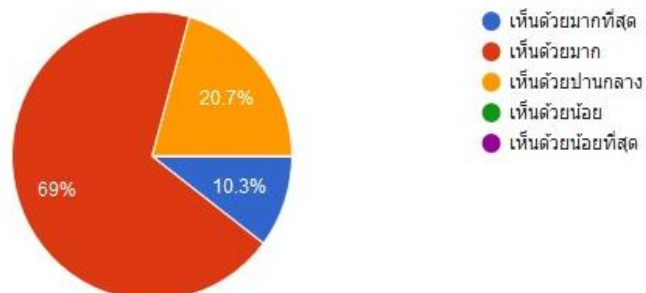
เห็นด้วยมากที่สุด 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.9

เห็นด้วยมาก 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.8

เห็นด้วยปานกลาง 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.3

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าการสัมมนาเป็นประโยชน์ต่อเขาหรือเขาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับการทำงานได้

2. เนื้อหาที่น่าสนใจมีรายละเอียดที่เหมาะสม



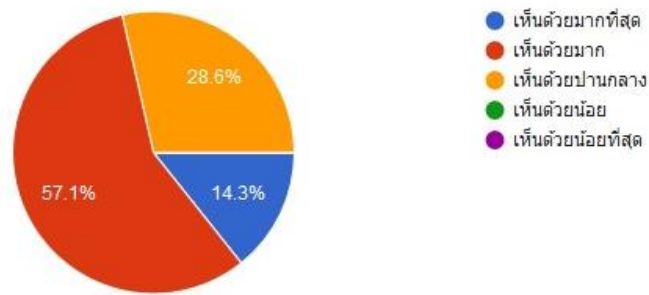
เห็นด้วยมากที่สุด 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.3

เห็นด้วยมาก 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 69

เห็นด้วยปานกลาง 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าเนื้อหาที่น่าสนใจมีความเหมาะสม

3.เอกสารประกอบการสัมมนามีความเหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3

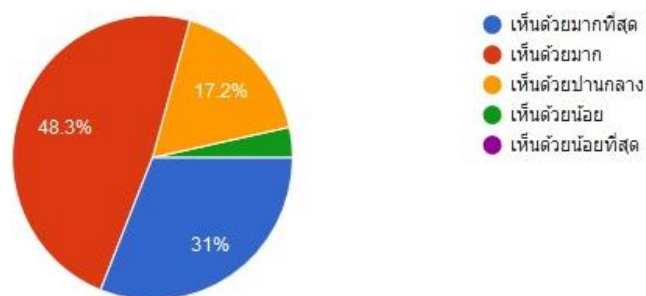
เห็นด้วยมาก 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.1

เห็นด้วยปานกลาง 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6

ไม่ตอบ 1 ราย

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าเอกสารประกอบมีความเหมาะสม

4.การประชาสัมพันธ์และการชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับงานสัมมนามีความเหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 31

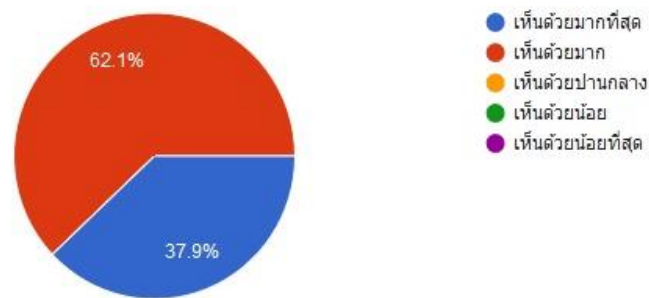
เห็นด้วยมาก 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.3

เห็นด้วยปานกลาง 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.2

เห็นด้วยน้อย 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.4

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากและมากที่สุดว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานสัมมนามีความเหมาะสม

5.การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ในงานเป็นไปอย่างเหมาะสม

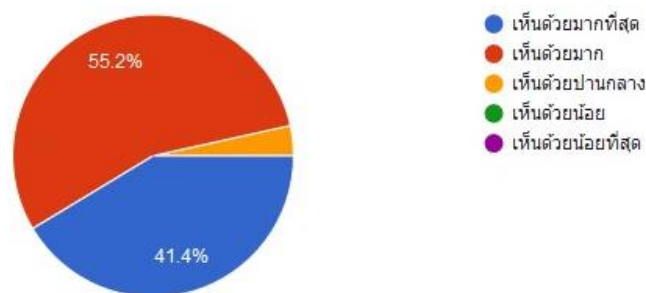


เห็นด้วยมากที่สุด 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.9

เห็นด้วยมาก 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.1

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดและเห็นด้วยมากว่าการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่งานเป็นไปอย่างเหมาะสม

6.สถานที่จัดงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.4

เห็นด้วยมาก 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.2

เห็นด้วยปานกลาง 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.4

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดและเห็นด้วยมากว่าสถานที่จัดงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- 1.ควรมีการศึกษาถึง success case และ failure case ของนโยบายภาครัฐของไทยที่ผ่านมาว่ามีปัญหาจากปัจจัยใด เช่น งบประมาณ ปัญหาการเมือง คอร์รัปชัน เป็นต้น และสัดส่วนระหว่าง success case และ failure case ของนโยบายรัฐ
- 2.สำหรับผลิตภัณฑ์ เกมชีวิตภาพที่มีมูลค่าเพิ่มสูงในอนาคต ควรมีการเสนอให้เห็นชัดเจนเป็นแนวทางว่าสินค้าใด
- 3.อยากให้จัดตั้งวันเพราะบางหน่วยงานต้องเดินทางมาไกล อยากได้ความรู้เยอะๆ

“ร้านค้าริมทางญี่ปุ่น ค้าผ่านแดนลาว ตลาดชุมชน : ช่องทางการค้าสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย”

วันอังคาร ที่ 28 สิงหาคม 2561 เวลา 13.00 – 15.00 น.

ณ ห้องประชุม 802 ชั้น 8 อาคารกรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมงาน

จำนวนผู้ลงทะเบียนล่วงหน้า 64 คน เข้าร่วมทั้งสิ้น 37 คน

จำนวนผู้ลงทะเบียนหน้างาน 11 คน

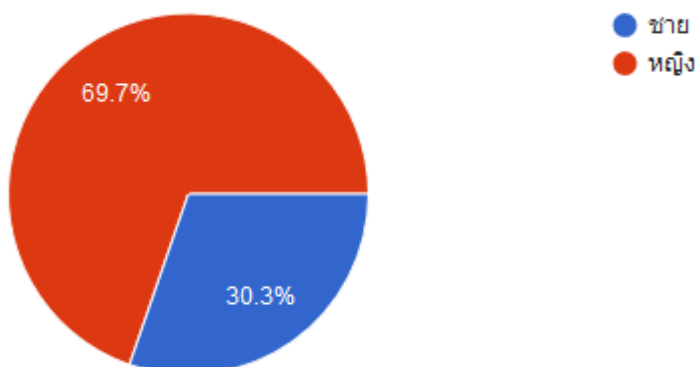
รวมผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 48 คน

สรุปแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 33 ราย แบ่งเป็น

หญิง 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.7 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ชาย 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.3 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด



ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

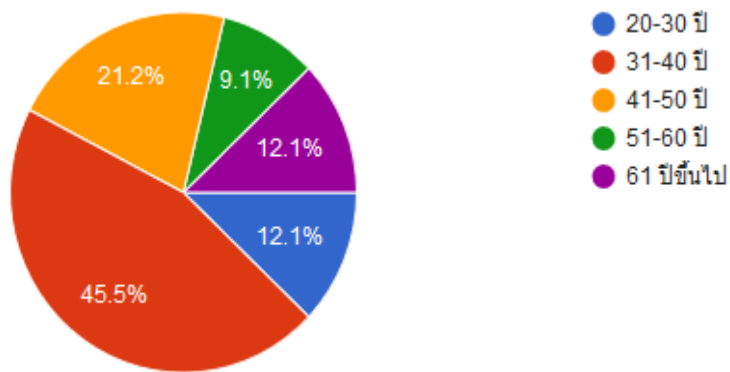
20 – 30 ปี 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

31 – 40 ปี 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.5 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

41 – 50 ปี 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

51 – 60 ปี 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

61 ปีขึ้นไป 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด



อาชีพ

รับราชการ 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.6 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

พนักงานรัฐวิสาหกิจ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

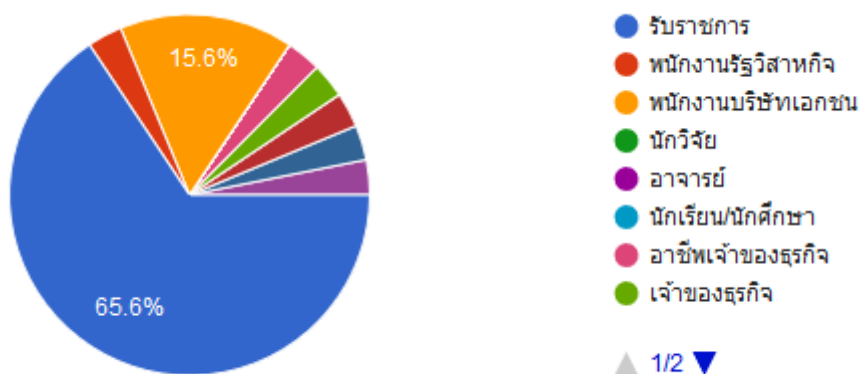
พนักงานบริษัทเอกชน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.6 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

เจ้าของธุรกิจ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

พนักงานราชการ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

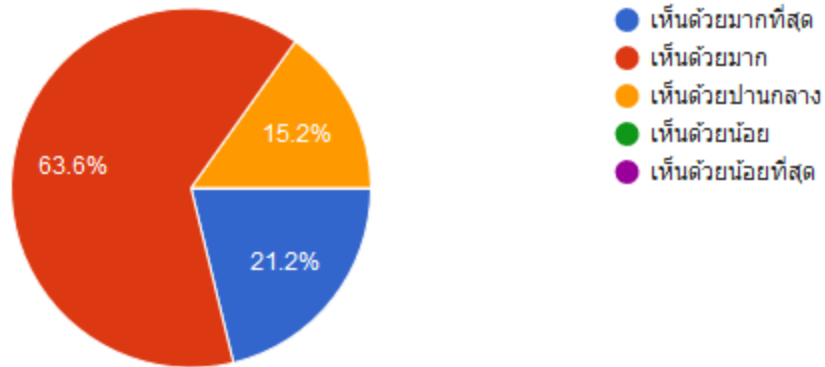
กรรมการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ไม่ตอบ 1 ราย



แบบประเมินงานสัมมนา

1. ความรู้ที่ท่านได้รับจากการสัมมนาเป็นประโยชน์หรือสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของท่านได้



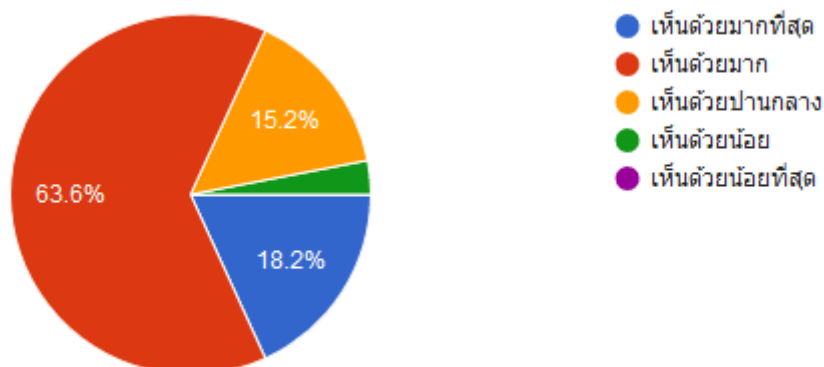
เห็นด้วยมากที่สุด 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2

เห็นด้วยมาก 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.6

เห็นด้วยปานกลาง 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.2

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าการสัมมนาเป็นประโยชน์ต่อเขาหรือเขาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับการทำงานได้

2. เนื้อหาที่น่าสนใจมีรายละเอียดที่เหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2

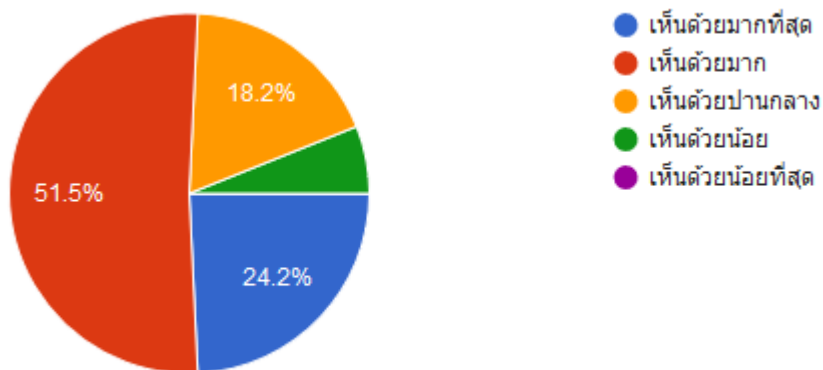
เห็นด้วยมาก 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.6

เห็นด้วยปานกลาง 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.2

เห็นด้วยน้อย 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสม

3.เอกสารประกอบการสัมมนามีความเหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.2

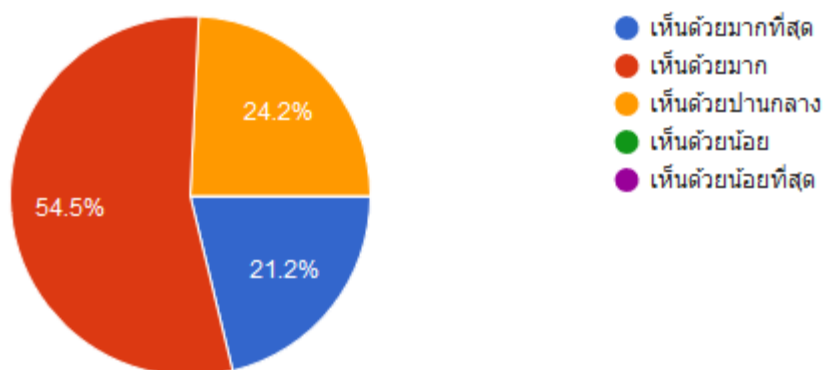
เห็นด้วยมาก 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.5

เห็นด้วยปานกลาง 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2

เห็นด้วยน้อย 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.1

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าเอกสารประกอบมีความเหมาะสม

4.การประชาสัมพันธ์และการชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับงานสัมมนามีความเหมาะสม



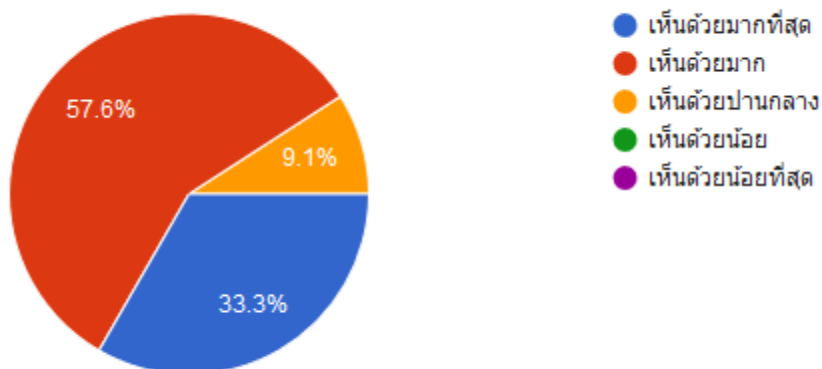
เห็นด้วยมากที่สุด 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2

เห็นด้วยมาก 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.5

เห็นด้วยปานกลาง 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.2

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานสัมมนาที่มีความเหมาะสม

5.การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ในงานเป็นไปอย่างเหมาะสม



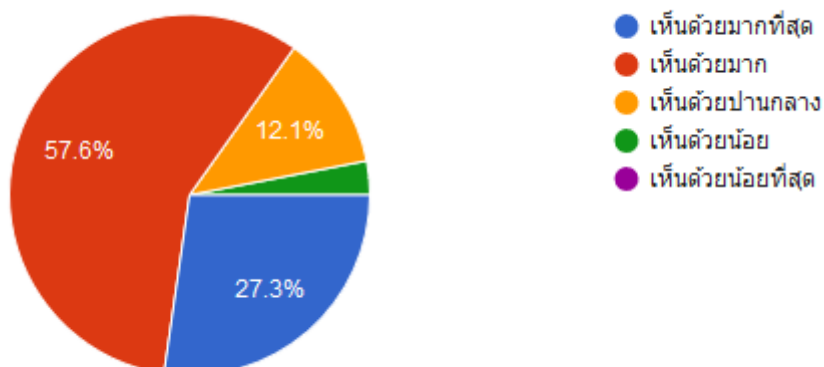
เห็นด้วยมากที่สุด 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3

เห็นด้วยมาก 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.6

เห็นด้วยปานกลาง 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากที่สุดและเห็นด้วยมากกว่าการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่งานเป็นไปอย่างเหมาะสม

6.สถานที่จัดงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3

เห็นด้วยมาก 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.6

เห็นด้วยปานกลาง 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1

เห็นด้วยน้อย 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 3

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าสถานที่จัดงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

- 1.เนื้อหาดีมาก แต่เวลาน้อยทำให้สื่อสารเนื้อหาออกมาได้จำกัด
- 2.น่าจะเพิ่มเวลามากขึ้น ข้อเสนอที่ประเทศไทยต้องปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดจากการคุกคามของธุรกิจจีน ทางรอดของธุรกิจไทย ควรจะเป็นอย่างไร
- 3.อยากให้มีความชัดเจนของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ แนวทางและปัญหาในการดำเนินธุรกิจ
- 4.ให้เวลาการพูดในแต่ละหัวข้อน้อยเกินไป ทำให้การฟังไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควร เช่น หัวข้อการพูดของอาจารย์สมพงษ์
- 5.หากมีการเปลี่ยนแปลงเวลาการจัดประชุม ควรแจ้งให้ผู้สนใจทราบ ผ่านทางใดก็ได้ที่คิดว่าข้อมูลจะส่งถึงได้
- 6.ควรจัดที่จอดรถให้แก่ผู้ที่ท่านเชิญมาประชุมเพราะที่จอดรถหายากมาก
- 7.ด้านพุน้ำร้อน จ.กาญจนบุรี สิ่งประดิษฐ์จากไม้ยังไม่ให้นำเข้า ขอผ่อนผันนำเข้ามาเพื่อการส่งออกผ่านแดนหรือบริโภครภายในประเทศเรา
- 8.ดีมาก

“2 ฐูร จัปกระแสดนค้แษตรนวัตรกรรม: ช้ซ่งทาง เพ้มโอกาสสำเร็จ”

ในวันพฤหัสบดี ที่ 4 ตุลาคม 2561 เวลา 10.00 – 12.00 น.

ณ อาคารกรรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมงาน

จำนวนผู้ลงทะเบียนล่วงหน้า 93 คน เข้าร่วมทั้งสิ้น 70 คน

จำนวนผู้ลงทะเบียนหน้างาน 27 คน

รวมผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 97 คน

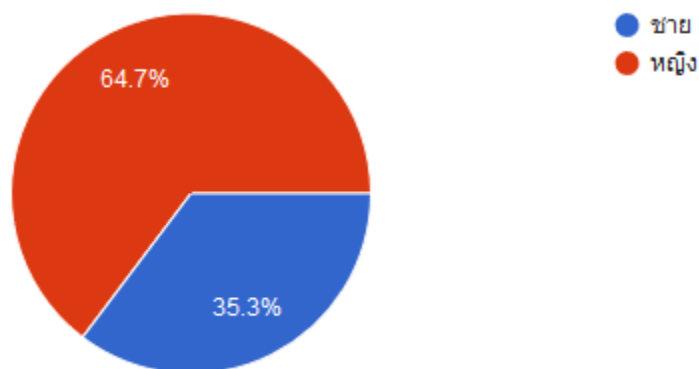
สรุปแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 35 ราย แบ่งเป็น

หญิง 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.7 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ชาย 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.3 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ไม่ตอบ 1 ราย



ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

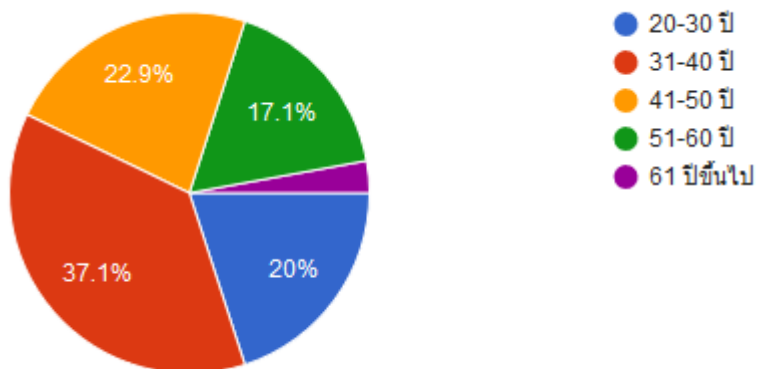
20 – 30 ปี 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

31 – 40 ปี 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

41 – 50 ปี 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.9 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

51 – 60 ปี 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

61 ปีขึ้นไป 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

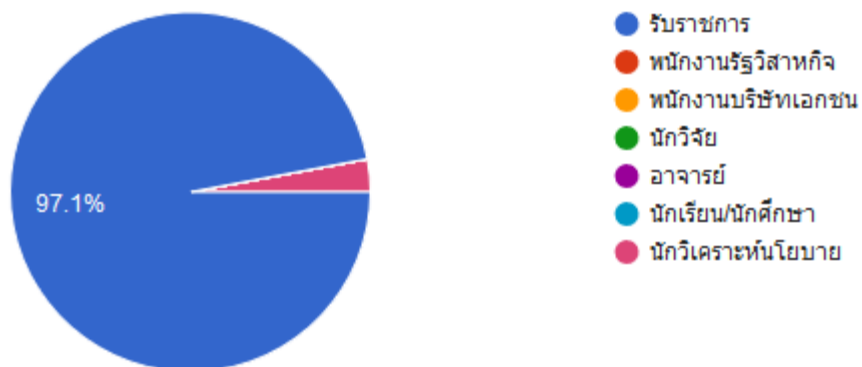


อาชีพ

รับราชการ 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.1 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

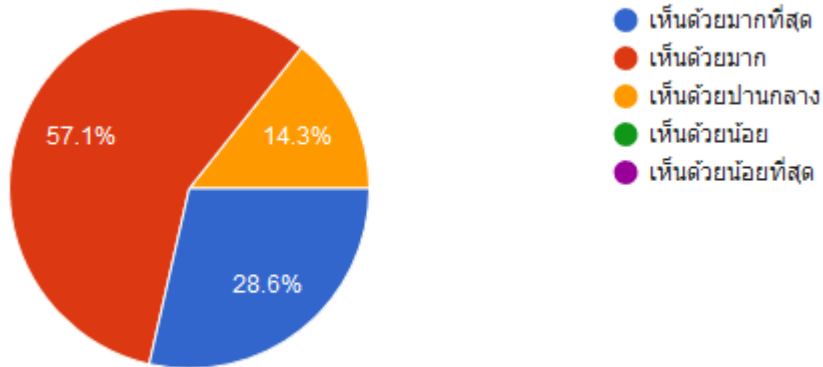
นักวิเคราะห์นโยบาย 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9 ของผู้เข้าร่วมทั้งหมด

ไม่ตอบ 1 ราย



แบบประเมินงานสัมมนา

1. ความรู้ที่ท่านได้รับจากการสัมมนาเป็นประโยชน์หรือสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของท่านได้



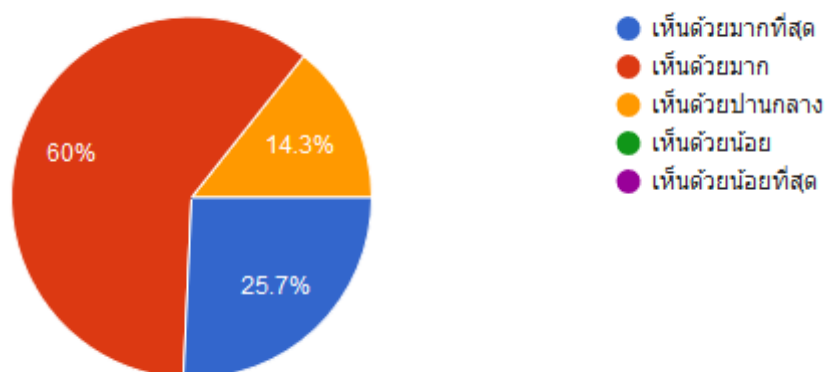
เห็นด้วยมากที่สุด 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6

เห็นด้วยมาก 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.1

เห็นด้วยปานกลาง 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าการสัมมนาเป็นประโยชน์ต่อเขาหรือเขาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับการทำงานได้

2. เนื้อหาที่น่าสนใจมีรายละเอียดที่เหมาะสม



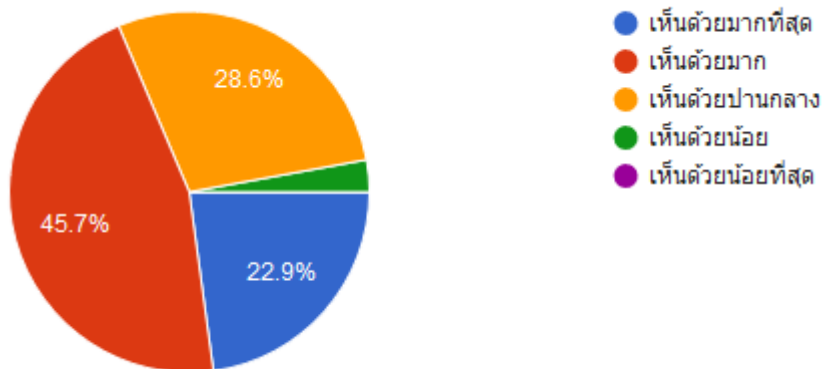
เห็นด้วยมากที่สุด 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7

เห็นด้วยมาก 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 60

เห็นด้วยปานกลาง 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าเนื้อหาที่น่าสนใจมีความเหมาะสม

3.เอกสารประกอบการสัมมนามีความเหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.9

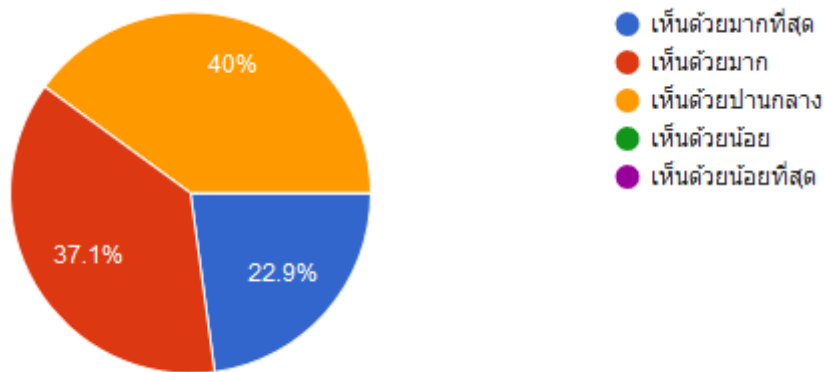
เห็นด้วยมาก 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.7

เห็นด้วยปานกลาง 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6

เห็นด้วยน้อย 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากและเห็นด้วยปานกลางว่าเอกสารประกอบมีความเหมาะสม

4.การประชาสัมพันธ์และการชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับงานสัมมนามีความเหมาะสม



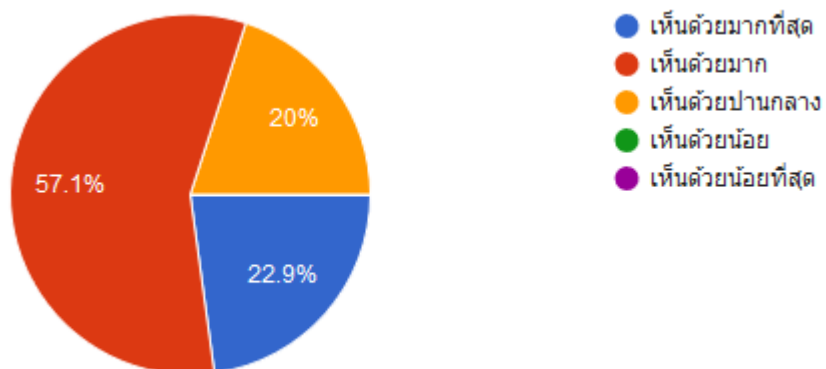
เห็นด้วยมากที่สุด 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.9

เห็นด้วยมาก 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.1

เห็นด้วยปานกลาง 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 40

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากและเห็นด้วยปานกลางว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานสัมมนามีความเหมาะสม

5.การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ในงานเป็นไปอย่างเหมาะสม



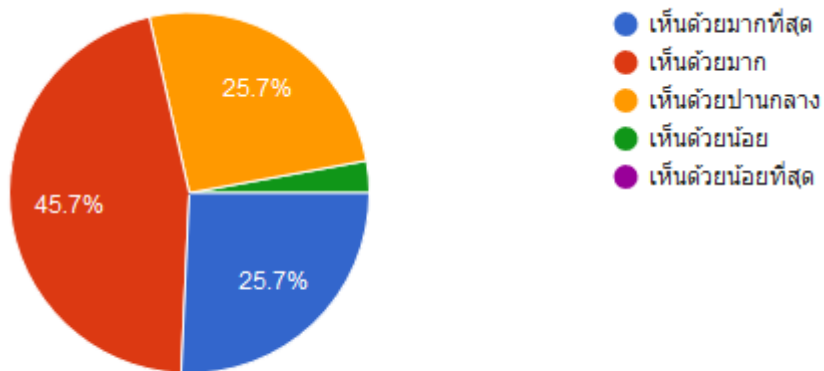
เห็นด้วยมากที่สุด 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.9

เห็นด้วยมาก 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.1

เห็นด้วยปานกลาง 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 20

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากว่าการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่งานเป็นไปอย่างเหมาะสม

6.สถานที่จัดงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม



เห็นด้วยมากที่สุด 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7

เห็นด้วยมาก 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.7

เห็นด้วยปานกลาง 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.7

เห็นด้วยน้อย 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9

แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าสถานที่จัดงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1.เนื้อหาดีแต่เวลาน้อยไป