

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษา และได้ทำการจัดสาระสำคัญต่างๆตามลำดับดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวข้องเกี่ยวกับความสามารถการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้
2. แผนแม่บท แผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป
3. แนวทางการพัฒนาพื้นที่ สถานการณ์ และผลกระทบต่อการพัฒนาภาคกลาง
4. สภาพอุตสาหกรรมอาหารของไทยและภาวะอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวข้องเกี่ยวกับความสามารถการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้

1.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิด ทฤษฎี Diamond Model ของ พอร์เตอร์ (Porter)

พอร์เตอร์ได้อธิบายถึงองค์ประกอบและปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในระดับบริษัทและความเป็นชาติในหนังสือ The Competitive Advantage of Nations คือความสามารถที่จะผลิตผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ดีขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง ผลผลิต (Productivity) เป็นกุญแจสำคัญของการแข่งขันของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน โดยพอร์เตอร์ได้เสนอ Diamond เป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสี่กับบทบาทของรัฐบาลหรือนโยบายที่มีผลต่อธุรกิจ และโอกาสหรือสิ่งที่ไม่ได้คาดฝันที่อาจเกิดขึ้นได้ในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 มีดังนี้ (Porter, 2002)

1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor conditions)

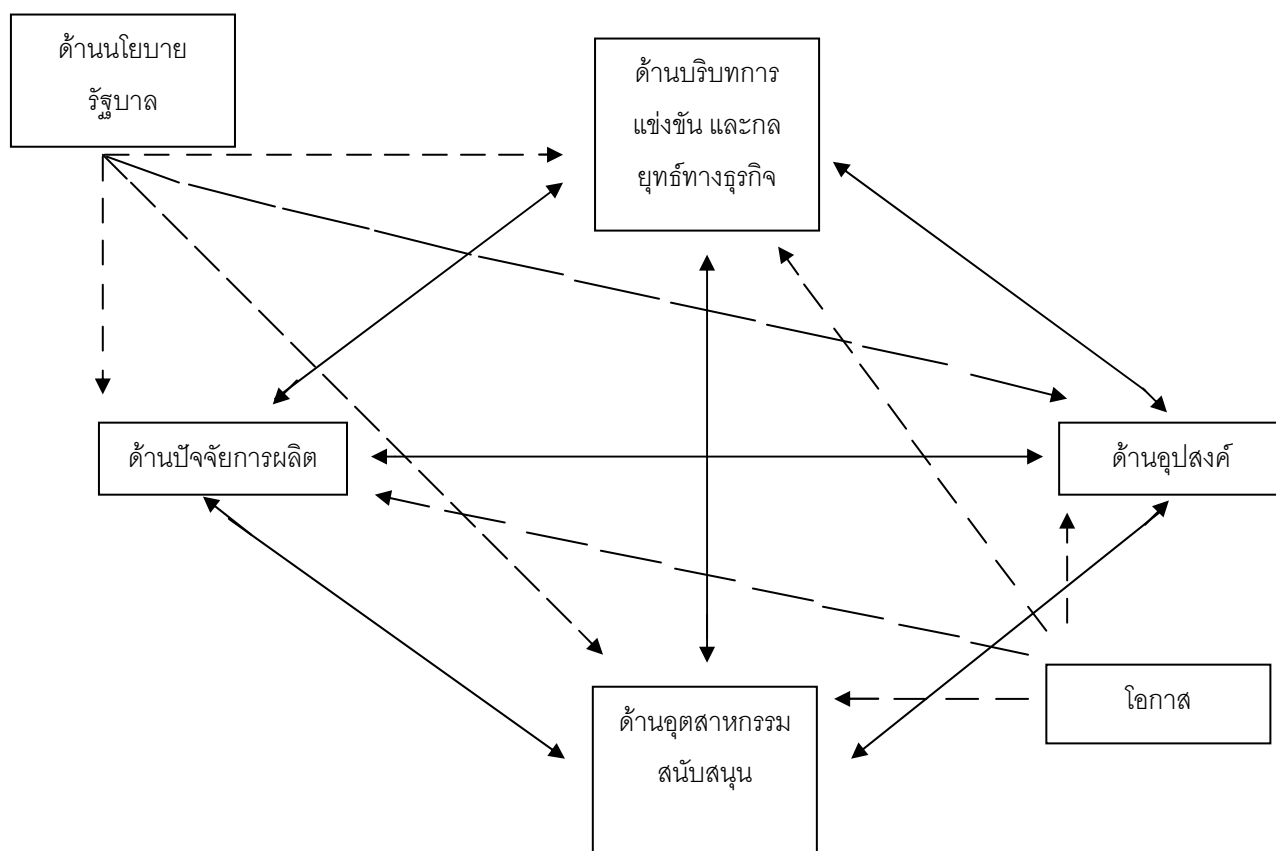
2. ปัจจัยสนับสนุน หรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนธุรกิจต่อเนื่อง (Related and supporting industries)

3. ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand conditions)

4. บริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for firm strategy and rivalry)

ทั้งนี้องค์ประกอบที่สำคัญนอกเหนือจากองค์ประกอบทั้ง 4 ที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันมีอีก 2 ประการ คือ บทบาทของรัฐบาล (Role of government) คือ กรอบที่จะสร้างเสริมหรือบั่นทอนความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในประเทศนั้นๆ โดยเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อกำหนดความได้เปรียบทั้งสี่องค์ประกอบข้างต้น ทั้งนี้ Porter เสนอว่าบทบาทที่เหมาะสมของรัฐบาลน่าจะเป็นเพียงการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจและการเมืองที่ชัดเจนจนมีเสถียรภาพ ปรับปรุง และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการอุปทานพื้นฐานและองค์กระสาธารณะ กำหนดกฎกติกาที่เอื้อต่อการแข่งขันมากกว่าการปกป้องหรือผูกขาด และสร้างหรืออำนวยความสะดวกต่อการพัฒนาการของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) และองค์ประกอบอีกประการหนึ่งคือ โอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป (Chance) คือ การเผื่อคำอธิบายไว้ในกรณีที่ภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นนอกเหนือไปจากคาดการณ์ปกติ เช่น การค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ยิ่งใหญ่ (Breakthroughs) การเกิดสงครามหรือภัยพิบัติตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านราคาในตลาดโลก อย่างฉับพลันทันที สิ่งเหล่านี้ย่อมเป็นได้ทั้งวิกฤตและโอกาสสำหรับแต่ละองค์กรและมีผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของความสามารถในการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศด้วย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวถึง Diamond Model หรือตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจไว้ว่า การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจไม่ใช่เพื่อเป้าหมายเฉพาะของแต่ละบริษัท แต่เป็นวิธีการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจจะต้องวิเคราะห์หาคุณภาพของปัจจัยแวดล้อม (Quality of the Business Environment) ที่เอื้อให้บริษัทต่างๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเพิ่มผลผลิต (Productivity) ของตนได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง พอร์เตอร์ ได้เสนอ Diamond Model เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มผลผลิตอันจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจในท้ายที่สุด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2547)



ภาพที่ 2.1 ตัวแบบ Diamond Model

ที่มา: (Porter, 2002)

องค์ประกอบหลักทั้ง 4 ใน Diamond Model ที่เกี่ยวพันกันในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน สามารถอธิบายประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor conditions) คือ องค์ประกอบที่มีอยู่ในแต่ละประเทศแต่ว่ามีระดับแตกต่างกันไป เช่น

1.1 ขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทุนต่างๆ ภูมิอากาศและภูมิประเทศ โครงสร้างประชากร แรงงานที่ไม่ชำนาญ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้รับการพัฒนาไม่มากนัก มักเป็นบ่อเกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ไม่ยั่งยืน

1.2 ขั้นซับซ้อน ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ระดับความรู้ของประชาชนทักษะฝีมือแรงงาน ระบบสาธารณูปโภค (การขนส่ง โทรคมนาคม เทคโนโลยี ระบบสาธารณสุข ระบบการบริหารจัดการ และระบบข้อมูลข่าวสาร) เป็นปัจจัยที่มีการพัฒนามีความสำคัญมากในการเสริมสร้างความสามารถได้เปรียบเชิงแข่งขันขั้นสูง

ปัจจัยเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต ยังจำแนกได้เป็น ปัจจัยทั่วไปหรือปัจจัยที่เกื้อหนุนแก่ความสามารถโดยรวมของประเทศหรือเป็นประโยชน์สำหรับทุกประเภทกิจการ โดยทั่วไปมีอยู่ตามธรรมชาติกับปัจจัยการผลิตที่เฉพาะเจาะจงที่ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมบางชนิดเท่านั้นมักเป็นปัจจัยที่เกิดจากการช่วยกันสร้างหรือร่วมกันพัฒนาในประเทศนั้นๆ เช่น วิทยาการความรู้เฉพาะทาง โดยทั่วไปแล้วปัจจัยการผลิตที่ยังได้รับการพัฒนาสูงขึ้นก็มักจะมีลักษณะที่จำกัดเฉพาะมากขึ้น ดังนั้นปัจจัยการผลิตที่เฉพาะเจาะจงจึงมักพัฒนามาจากปัจจัยทั่วไป พอร์เตอร์ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ด้วยการขาดแคลนปัจจัยการผลิตตามธรรมชาตินี้แทนที่จะบั่นทอนความสามารถในการแข่งขัน อาจช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในบางอุตสาหกรรม เนื่องจากว่าข้อกำหนดเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ นอกจากนี้ปัจจัยการผลิตในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายต่างๆ ของรัฐทำให้เพิ่มทักษะความรู้และสนับสนุนอุตสาหกรรมต่างๆ ได้ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า ด้านปัจจัยการผลิตเป็นความพร้อมด้านปริมาณและคุณภาพของปัจจัยนำเข้า อันได้แก่

- ทรัพยากรมนุษย์ คือ จำนวนแรงงาน ทักษะ ต้นทุนค่าแรง และต้นทุนการจัดการ หากเครือข่ายวิสาหกิจนั้นมีกลุ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้เฉพาะ เช่น บุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านเทคนิคที่อาศัยฝีมือและความเชี่ยวชาญพิเศษ และด้านการวิจัยและพัฒนาอยู่เป็นจำนวนมากก็จะเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น เช่น บริษัทไม่สามารถแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่เน้นการให้บริการระดับสูงหรือผลิตสินค้าที่มีความแตกต่างได้ ถ้าหากขาดแรงงานที่มีการศึกษาสูงและมีทักษะที่เชี่ยวชาญ

- ทรัพยากรทางกายภาพ คือ ความอุดมสมบูรณ์ คุณภาพของที่ดิน แหล่งน้ำ เหมืองแร่ ป่าไม้ สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และเขตเวลา เป็นการพิจารณาความสมบูรณ์ของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตของประเทศ รวมทั้งความได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศหรือภูมิอากาศ

- วัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ละเอียดอ่อนของประเทศ แต่สามารถเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศได้

- ทรัพยากรด้านความรู้ คือ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิทยาการ การตลาด แหล่งความรู้ในมหาวิทยาลัย หน่วยงานทางสถิติ คู่มือ รายงาน และงานวิจัย

- แหล่งเงินทุน คือ ต้นทุนของเงินทุนภายในประเทศ พิจารณาจากความพอเพียงของแหล่งทุนสำหรับธุรกิจ เงื่อนไขหรือความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งทุน รวมทั้งการมีเครื่องมือหรือกลไกการจัดสรรทุนที่มีประสิทธิภาพ

- โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ระบบการขนส่ง สื่อสารโทรคมนาคม สาธารณสุข วัฒนธรรม และคุณภาพชีวิตของประชากร

2. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุน ธุรกิจต่อเนื่อง (Related and Supporting industries) คือ ที่มาของปรากฏการณ์ Cluster สำหรับแต่ละอุตสาหกรรมซึ่งแทนที่จะเป็นอุตสาหกรรมที่อยู่อย่างโดดเดี่ยว โดยคุณภาพและความพร้อมความสามารถของผู้ผลิตและบริการสนับสนุน ตลอดจนธุรกิจต่อเนื่องที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน เป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่สำคัญในการทำให้อุตสาหกรรมแต่ละชนิดที่กระจุกตัวกันในแต่ละพื้นที่ มีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่ากันได้ ทั้งนี้รวมถึงความได้เปรียบจากขนาดของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีต้นสาย (upstream) จนปลายสาย (downstream) ในบริเวณใกล้เคียงกันในการทำให้ปัจจัยสนับสนุนได้เปรียบและมีความสามารถในการแข่งขัน ต้องทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนร่วมมือประสานงานซึ่งกันและกัน ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากเหตุปัจจัย 3 ข้อ ได้แก่

2.1 ช่องทางที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่น

2.2 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ใช้กับผู้ผลิตวัตถุดิบ ชิ้นส่วน เครื่องจักร เนื่องจากความต่อเนื่องระหว่างโซ่คุณค่า และการที่บริษัทและซัพพลายเออร์มีสำนักงานใหญ่อยู่ประเทศเดียวกันจะทำให้มีการเจรจาต่อรองกันง่ายกว่าและส่งผลให้เกิดการร่วมมือกันทำมากกว่า

2.3 ความร่วมมือกันตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรมกระบวนการยกระดับและเพิ่มจำนวน ในการที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ไขปัญหาหรือแลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาซึ่งกันและกัน เหตุปัจจัยสำคัญคือการที่อุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันอยู่ใกล้กันและมีวัฒนธรรมเดียวกันทำให้เป็นไปได้ว่าจะเกิดความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาอย่างลึกซึ้งตลอดกระบวนการนวัตกรรม นอกจากนี้อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาล ด้านการโฆษณา ด้านการอำนวยความสะดวกและด้านอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกันจะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันของกิจกรรมในกระบวนการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเรียกว่าการเชื่อมโยงแนวตั้ง แต่แนวคิดของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจจะให้ความสำคัญครอบคลุมไปถึงการเชื่อมโยงของธุรกิจ ในแนวนอนด้วย ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมในเครือข่ายวิสาหกิจที่ต้องเกื้อหนุนกันและเสริมความสามารถในการแข่งขันซึ่งกันและกัน แต่ไม่ได้อยู่ในสายของการผลิตตามห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งในการวิเคราะห์การเชื่อมโยงตามแนวตั้งและแนวนอนดังกล่าวตามตัวแบบ Diamond จะพิจารณาในลักษณะดังนี้

- ความเชื่อมโยงเชิงกิจกรรม เป็นการวิเคราะห์ถึงการมีอยู่ และคุณภาพของผู้ผลิต/จัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งช่วยเสริมให้ห่วงโซ่อุปทานมีความเข้มแข็งต่อเนื่อง

- ความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ ซึ่งวิเคราะห์จากระดับของการประสานร่วมมือกันของธุรกิจต่างๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาด ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในเครือข่าวนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้จะต้องวิเคราะห์ถึงบทบาทขององค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างความร่วมมือภายในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น สมาคมการค้าหรือการรวมกลุ่มในลักษณะต่างๆ ของธุรกิจเอกชน สมาคมวิชาชีพ สถาบันเฉพาะทาง เครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัยต่างๆ ตลอดจนคณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ที่ได้แสดงบทบาทที่เหมาะสมในการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดความร่วมมืออย่างใกล้ชิดของผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจ โดยมีใช้เป็นองค์กรที่มุ่งแต่เรียกร้องผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม หรือรวมกลุ่มเพื่อผูกขาดทางการค้า

3. ด้านอุปสงค์ (Demand conditions) หรือความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการที่ซับซ้อนและละเอียดลึกซึ้งยิ่งขึ้นของผู้บริโภคหรือประชาชน โดยเริ่มจากในประเทศก่อน คือ แรงกระตุ้นที่ชักนำให้ผู้ผลิตสินค้าและบริการพยายามแข่งขันปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นตลอดเวลาและตลอดจนได้ทดลองกับตลาดใกล้เคียงตัวก่อนซึ่งนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาดโลก นอกจากนั้นแล้วหากค่านิยมที่โดดเด่นบางประการในสังคมหนึ่งๆ ได้แพร่หลายไปยังสังคมอื่นๆ ก็อาจชักนำให้อุตสาหกรรมที่สอดคล้องกันจากประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าประเทศอื่นๆ

โดยปกติมักเข้าใจกันว่าการส่งออกหรือตลาดระหว่างประเทศ มีผลทำให้อุปสงค์ในประเทศมีความสำคัญน้อยลงต่อการสร้างความได้เปรียบ แต่ในความเป็นจริงแล้วอุปสงค์ในประเทศมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบของประเทศมากกว่าอุปสงค์ในต่างประเทศ เนื่องจากบริษัทจะมีความเข้าใจในความต้องการของผู้ซื้อในประเทศได้ชัดเจนกว่าความต้องการของผู้ซื้อในต่างประเทศมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อรายสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ลักษณะอุปสงค์ในประเทศที่สำคัญต่อการเสริมสร้างและรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ คือ

3.1 ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ การที่อุปสงค์ในประเทศมีขนาดใหญ่นั้นแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการรองรับการผลิตจำนวนมากได้ ซึ่งทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตต่อ

หน่วยที่เกิดจากการผลิตคราวละมากๆ (Economies of scale) อีกทั้งยังมีการลดต้นทุนจากการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายครั้ง

3.2 ส่วนผสมอุปสงค์ในประเทศในอุตสาหกรรมเดียวกัน ตลาดบางส่วนมีอุปสงค์ในประเทศคล้ายกับตลาดโลก ในขณะที่บางส่วนแตกต่างจากตลาดโลกมาก ผู้ประกอบการมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในส่วนที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จักจริงมากกว่า

3.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าอุปสงค์ต่อสินค้านั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่น

นอกจากนี้อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาล ด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อ รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า ลักษณะของความต้องการสินค้าและบริการภายในประเทศ ได้แก่

1) ความต้องการของผู้ซื้อในประเทศ และการตอบสนองของธุรกิจ

- โครงสร้างสัดส่วนความต้องการภายในประเทศที่มีต่ออุตสาหกรรมหรือบริการ เพื่อให้ได้เปรียบจากการประหยัดจากขนาด (Economic of scale)

- ความต้องการและมาตรฐานที่สูงขึ้นของผู้ซื้อในประเทศ รวมทั้งคุณภาพสินค้า บริการ เกิดการคิดค้นผลิตสินค้าใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

- การคาดการณ์ล่วงหน้าในความต้องการของผู้บริโภค กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและสามารถแข่งขันได้

2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต

- ความได้เปรียบจากการประหยัดจากขนาด เนื่องจากความต้องการในประเทศมีมาก ปรับปรุงผลิตภาพและพัฒนาด้านเทคโนโลยี

- ผู้บริโภคมีความเป็นตัวของตัวเอง มีอิสระ เสรี จะส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม ความหลากหลาย

- อัตราการเติบโตของความต้องการในประเทศ

- ความรวดเร็วในการรับรู้ ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศช่วยให้ผลิตสินค้าได้ก่อนคู่แข่ง

- วงจรชีวิตของสินค้าจากการอิมพอร์ตในตลาดเป็นตัวกดดันให้เกิดการลดราคาสินค้า และการแนะนำสินค้าใหม่ๆ

3) ความต้องการในประเทศที่มีลักษณะเป็นสากลช่วยผลักดันให้สินค้าและบริการของประเทศออกสู่ต่างประเทศได้

- การเดินทาง หรือการเคลื่อนย้ายบ่อยนั้น จะทำให้ความต้องการสินค้าหรือบริการกระจายออกไป

- อิทธิพลต่อความต้องการสินค้า/บริการจากต่างประเทศ ทำให้สินค้า/บริการกระจายสู่สากลได้

4) ความต้องการที่หลากหลายในตลาด เป็นตัวเสริมพัฒนาการในอุตสาหกรรมความสัมพันธ์และความต้องการที่เกี่ยวเนื่องกัน เช่น ขนาดของสินค้าที่เหมาะสม คุณภาพ รูปแบบ และราคาที่ตอบสนองความต้องการ

4. ด้านบริบทการแข่งขัน และกลยุทธ์ทางธุรกิจ (Context for firm strategy and rivalry) ซึ่งเกี่ยวพันถึงวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นของประเทศที่มีผลต่อการที่เลือกใช้ยุทธการและโครงสร้างในการบริหารและการจัดองค์กรซึ่งมีส่วนอย่างมากในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเทศ สามารถสนับสนุนความมีประสิทธิภาพ การลงทุน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพราะแนวคิดและกลยุทธ์แบบหนึ่งๆ ย่อมเหมาะสมกับลักษณะของอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งเท่านั้น และย่อมนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าอุตสาหกรรมอีกแบบหนึ่งในอีกสังคมหนึ่ง โดยวัฒนธรรมของประเทศที่มีผลต่อกลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กรนั้นมีความหมายรวมถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรด้วย

นอกจากนั้นแล้ว พอร์เตอร์ ยังเชื่อด้วยว่าการแข่งขันที่รุนแรงภายในประเทศรวมทั้งการแข่งขันทางด้านราคา และการแข่งขันในด้านอื่นๆ เช่น ด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ย่อมจะนำไปสู่องค์กรธุรกิจที่เข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขันสูงในระดับนานาชาติ เพราะผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมนั้นที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจะเกิดแรงกดดันให้ต้องพัฒนา พยายามพยายามไปสู่การปรับปรุงกระบวนการและพัฒนานวัตกรรมในที่สุด อีกทั้งยังต้องปรับกลยุทธ์ในการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่คุณภาพได้ด้วยต้นทุนต่ำ จะทำให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ในที่สุด และจะก่อให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้โครงสร้างและสภาพการแข่งขันในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลในด้านภาษี ด้านการป้องกันการผูกขาด เป็นต้น

จากแนวคิดของ พอร์เตอร์ เกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นำไปสู่การกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งการแข่งขันในโลกปัจจุบัน เป็นการแข่งขันที่ไม่จำกัดอยู่เฉพาะบริษัทหรือผู้ประกอบการเท่านั้น แต่เป็นการแข่งขัน

ของแต่ละเมือง ภูมิภาค และประเทศด้วย ซึ่งแรงผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลง คือ โลกาภิวัตน์ การเปิดเสรี และการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อเศรษฐกิจโลกมีการแข่งขันมากขึ้น แต่ละประเทศต่างมุ่งที่จะสร้างความสามารถในการแข่งขันทั้งระดับมหภาคและจุลภาค หนึ่งในวิธีที่การสร้างความสามารถในการแข่งขันก็คือ การรวมกลุ่มที่เรียกว่า คลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งมีที่มาจากบทสังเคราะห์ที่ พอร์เตอร์ได้สรุปว่า กฎแห่งความเก่งในการแข่งขันนั้นต้องมองเป็นรายสินค้าหรือบริการเป็นรายๆ ไป โดยคลัสเตอร์เป็นวิธีหนึ่งที่สร้างให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืน

5. ด้านนโยบายรัฐบาล (Government) เป็นบทบาทของภาครัฐและบทบาทของโอกาส (The Role of government and The Role of chance) คือ นโยบายของรัฐบาลส่งเสริม ช่วยเหลือใน ตลาดทุน ด้านการศึกษา กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ และมาตรฐานของสินค้า การลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา การเรียนรู้เทคโนโลยีที่ทันสมัย

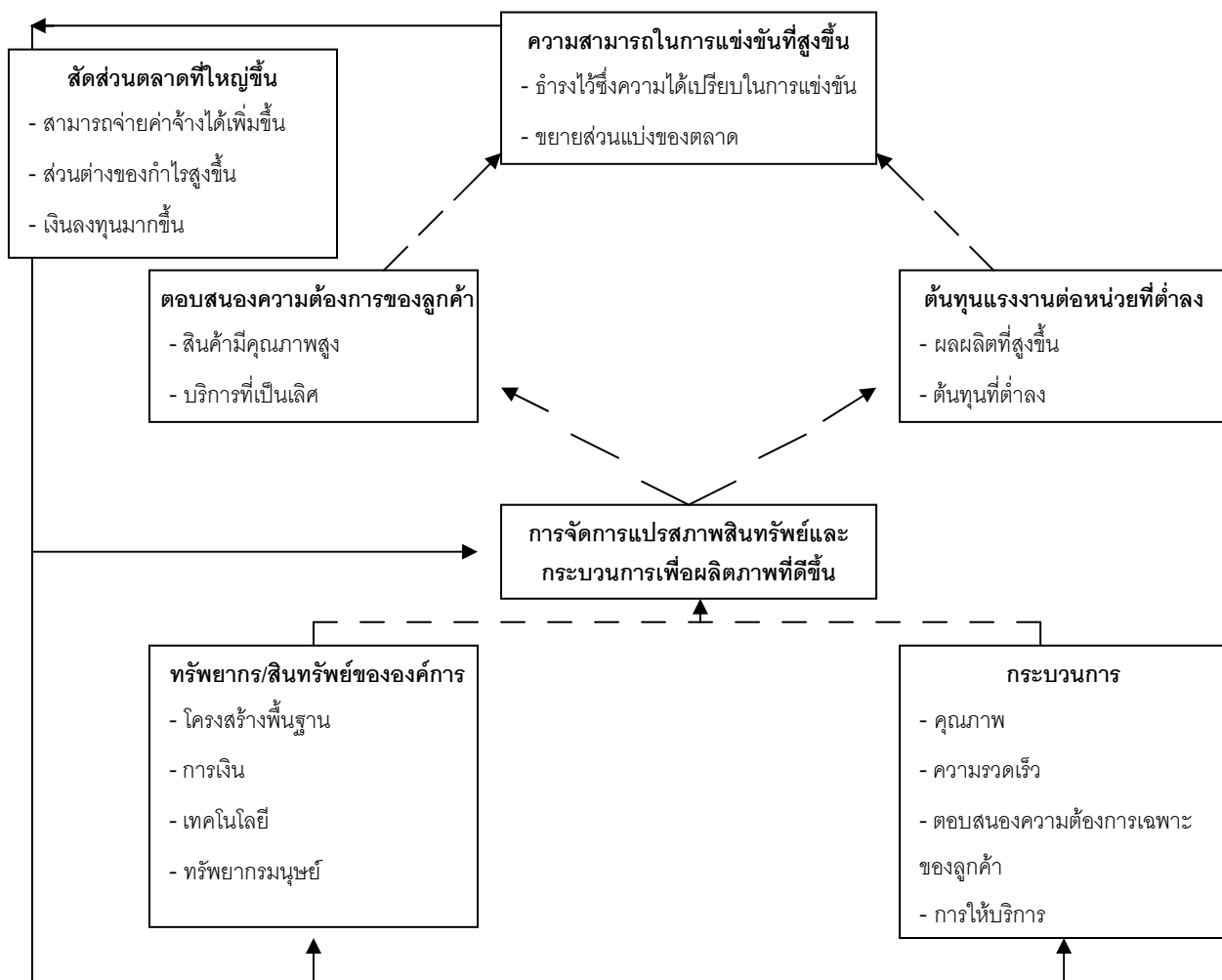
5.1 รัฐบาลมีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือในฐานะผู้บริโภคสินค้า/บริการ รายใหญ่ของประเทศ

5.2 รัฐบาลกำหนดสภาพของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน โอกาสจากสภาพแวดล้อมของประเทศด้วยบทบาทภาครัฐสนับสนุนให้ประเทศเกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

6. โอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป (Chance) คือ การเผื่อไว้ในกรณีที่ภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นนอกเหนือไปจากคาดการณ์ปกติ เช่น การค้นพบเทคโนโลยีใหม่ๆ

2) แนวคิด Dynamic Productivity and Competitiveness Linkages ของ เชอชูลู่

เชอชูลู่ (Shurchuluu, 2002) ได้อธิบายถึงการเชื่อมโยงผลผลิตและการแข่งขัน ซึ่งผลิตภาพนั้น คือ กฎแห่งความสามารถในการแข่งขัน ดังภาพ



สัญลักษณ์ — — ➔ แสดงความเชื่อมโยงจากผลิตภาพสู่ความสามารถในการแข่งขัน

————➔ แสดงวงจรต่อเนื่องจากความสามารถในการแข่งขันสู่ผลิตภาพ

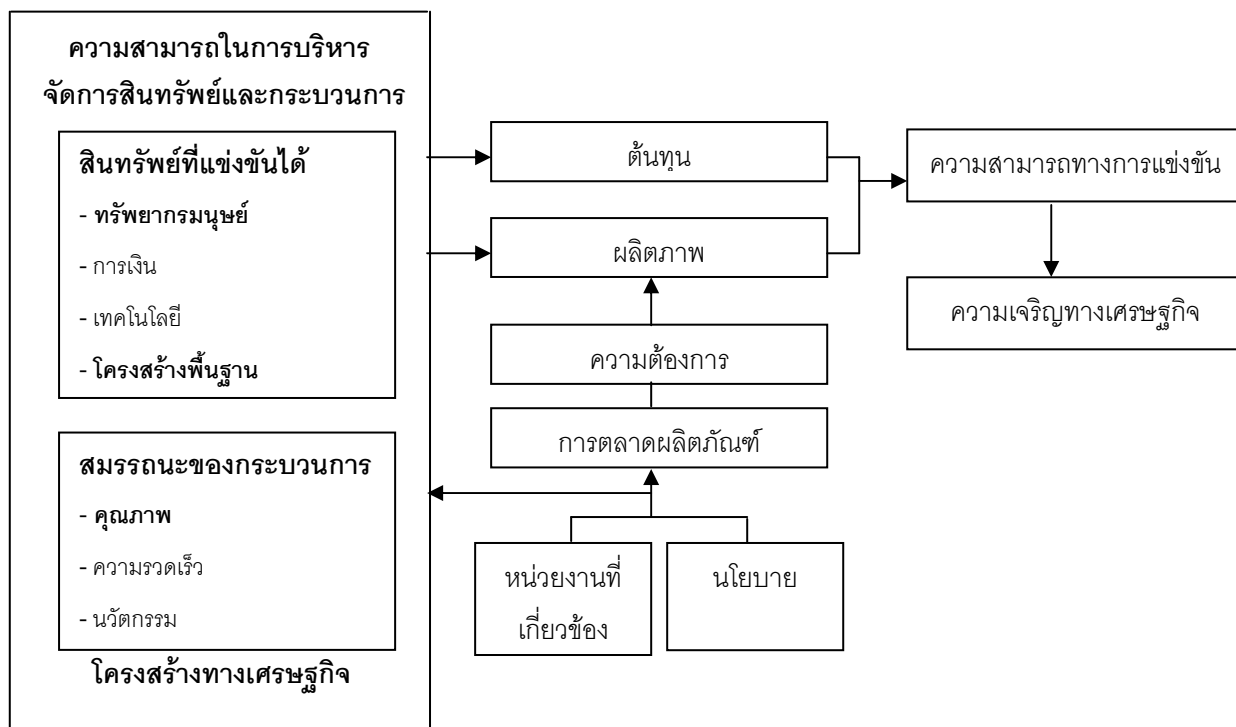
ภาพที่ 2.2 การเชื่อมโยงผลผลิตและการแข่งขัน

ที่มา: (Shurchuluu, 2002)

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่าผลิตภาพที่ดีขึ้นนั้นเกิดจากความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์และกระบวนการ (Capability) ขององค์กร โดยสินทรัพย์ที่แข่งขันได้ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐาน การเงิน เทคโนโลยี และทรัพยากรมนุษย์ สมรรถนะของกระบวนการ ประกอบด้วย คุณภาพ ความรวดเร็ว การตอบสนองความต้องการเฉพาะ และการบริการ โดยเมื่อมีการจัดการประสิทธิภาพสินทรัพย์และกระบวนการที่ดีแล้ว จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องคุณภาพ และการบริการที่เป็นเลิศได้ อีกทั้งยังช่วยให้ต้นทุนแรงงานต่อหน่วยต่ำลง ธุรกิจมีผลผลิตที่สูงขึ้น ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

ธุรกิจสามารถอ้างไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้นอีกด้วย การมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นนี้ทำให้สัดส่วนตลาดของธุรกิจมีขนาดใหญ่ขึ้น ธุรกิจสามารถที่จะจ่ายค่าจ้างได้มากขึ้น มีส่วนต่างของกำไรสูงขึ้น ทั้งยังรวมไปถึงการมีเงินลงทุนที่มากขึ้นด้วย

นอกจากนี้ เชอชูลู (Shurchulu) ได้กำหนดกรอบแนวคิดความสามารถทางการแข่งขันเพื่อสร้างความเจริญเติบโตให้กับเศรษฐกิจของประเทศดังภาพ



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดความสามารถทางการแข่งขัน

ที่มา: (Shurchulu, 2002)

จากภาพข้างต้น กรอบแนวคิดความสามารถทางการแข่งขันนั้น ประกอบด้วยความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์และกระบวนการ และโครงสร้างทางเศรษฐกิจ โดยความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์และกระบวนการนั้น ได้แก่ สินทรัพย์ที่แข่งขันได้ เช่น กำลังคน เทคโนโลยี โครงสร้างทางกายภาพ และทุนทางการเงิน รวมถึงกระบวนการที่ใช้แปรรูปสินทรัพย์ไปเป็นสินค้าและบริการ และกระบวนการทางการแข่งขัน โดยมุมมองทางธุรกิจการจัดการที่มีประสิทธิภาพในกระบวนการทางด้านการแข่งขัน ได้แก่ คุณภาพ นวัตกรรม และความเร็วเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการแข่งขัน

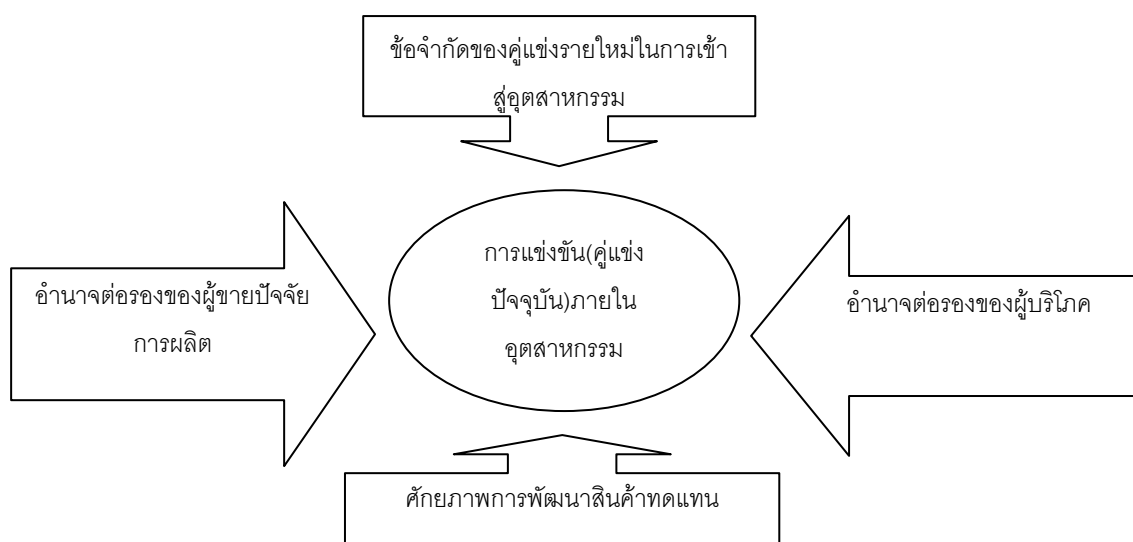
กระบวนการทางด้านคุณภาพที่ได้มาตรฐานในระดับโลกทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ ในขณะที่นวัตกรรมทำให้มีการพัฒนาสินค้ารูปแบบและวิธีการดำเนินงานใหม่ๆ อยู่เสมอ เพื่อก้าวให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และเนื่องจากวงจรชีวิต

ผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสั้น ดังนั้นความเร็วในการผลิตสินค้าหรือการให้บริการจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกระบวนการแข่งขัน สิ้นทรัพย์ทางการแข่งขัน และกระบวนการทางการแข่งขันจะถูกเติมเต็มด้วยประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรที่หายาก ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะถูกพิจารณาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจ

สิ้นทรัพย์ทางการแข่งขันและกระบวนการทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลผลิตและต้นทุนของธุรกิจ ซึ่งการมีผลผลิตสูงและต้นทุนต่ำ มีความสำคัญสำหรับการแข่งขัน และการแข่งขันจะสร้างความเจริญเติบโตให้กับเศรษฐกิจ อนึ่งการจะได้มาซึ่งผลผลิตและต้นทุนนั้น จะเกิดจากความต้องการของลูกค้าและตลาดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งตลาดผลิตภัณฑ์นั้นเป็นผลจากการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และนโยบายต่างๆ ที่มาสนับสนุน การดำเนินงานของธุรกิจ

3) ทฤษฎีแรงผลักดันแห่งการแข่งขัน 5 ปัจจัยของพอร์เตอร์

ทฤษฎีนี้ (The five competition forces-Porter) พอร์เตอร์ ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจในหนังสือ Competitive strategy โดยให้หลักไว้ว่าในทางปฏิบัติแรงกดดันจากการแข่งขัน (ซึ่งเป็นตัวกำหนดศักยภาพแห่งการทำกำไร) มิได้มาจากจำนวนคู่แข่งหรือผู้ผลิตภายในอุตสาหกรรมนั้นเท่านั้น แต่ที่จริงแล้วจำนวนผู้ผลิตหรือคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเป็นเพียงปัจจัยหนึ่งเท่านั้น ในความเป็นจริงแล้วแรงกดดันหรือความเข้มข้นแห่งการแข่งขันนั้นจะถูกกำหนดโดยแรงผลักดันแห่งการแข่งขัน 5 ปัจจัย (พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์, 2542, หน้า 127)



ภาพที่ 2.4 Porter's five- forces model พลัง 5 ประการของการแข่งขัน

ที่มา: (Wheelen & Hunger, 2006, p.82)

ทฤษฎี Porter's five competition forces model นี้พัฒนาขึ้นมาโดยพอร์เตอร์ เพื่อนำมาใช้ในประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งพอร์เตอร์ เห็นว่ามีปัจจัยที่สำคัญที่จะต้องนำมาวิเคราะห์ 5 ปัจจัย ได้แก่

1. สถานะการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry) โดยการวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจเดียวกัน อาจต้องวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะกลไกการค้าเสรีในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเคลื่อนไหวทุนได้อย่างรวดเร็วอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจที่เป็นอยู่ การวิเคราะห์ขนาดของคู่แข่ง กำลังการผลิต เงินทุน ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่ง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน

2. อำนาจต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining power of customers) โดยการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูง และผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยเฉพาะในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง

3. อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining power of suppliers) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่างๆ ให้แก่บริษัทเรา โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้าธุรกิจต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่งๆ สูงก็จะมีความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะถ้าผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใดก็จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทันที

4. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of new entrants) โดยการวิเคราะห์ว่ามีความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มากน้อยเพียงใด ถ้าการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกก็จะต้องทำให้บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจได้ง่าย

5. การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of substitute) โดยการวิเคราะห์ว่าสินค้าและบริการที่บริษัทมีอยู่นั้น มีโอกาสหรือไม่ที่จะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของบริษัท ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต (อนิวัช แก้วจำนง, 2551, หน้า 46)

1.2 แนวคิดเรื่องความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

แนวคิดเรื่องความสามารถในการแข่งขันนั้น ได้ก่อให้เกิดกระแสความตื่นตัวในการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก นโยบายและยุทธศาสตร์ต่างๆ ของภาครัฐที่ออกมาล้วนอยู่บน

พื้นฐานของการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิรูประบบราชการ เปลี่ยนบทบาทภาคเอกชน การรวมกลุ่มเศรษฐกิจ และการเปิดเสรีทางการค้า

วิธีร์ พานิชวงศ์ และคณะ (2550) ได้อธิบายถึงแนวคิดเรื่องความสามารถในการแข่งขัน ได้เริ่มต้นขึ้นในทศวรรษที่ 80 โดยประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อที่จะนำเอาแนวคิดดังกล่าวเข้ามาปรับ เป็นยุทธวิธีรับมือการขยายตัวทางการค้าของประเทศญี่ปุ่น การเพิ่มศักยภาพในการผลิต การใช้ เทคโนโลยีต่างๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทเป็นตัวนำในการดำเนินการทางการค้ามากขึ้น และรวมไปถึง การส่งผ่านข้อมูลข่าวสารที่ไร้พรมแดน ความสามารถทางการแข่งขันจึงเป็นกระแสความตื่นตัวของ โลกในทศวรรษใหม่อย่างแท้จริง ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันนั้นมีความหมายในหลายมิติ ขึ้นอยู่กับกระแสของรูปแบบการแข่งขันในตลาดโลก

สำหรับประเทศไทยนั้น นับตั้งแต่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 ไทยได้เร่งพัฒนาฟื้นฟู ให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศให้กลับเข้าสู่สภาวะปกติโดยรักษาความสมดุลระหว่างการ ขยับเคลื่อนขีดความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นสิ่งที่ สำคัญมาก และปัจจุบันแม้ภาพรวมทางเศรษฐกิจของไทยจะดีขึ้น แต่ประเทศไทยได้เล็งเห็นถึง ความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนที่ แท้จริง โดยได้วางยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งสามารถแบ่ง ได้ตามระดับการพัฒนาเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับมหภาค ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ 2 ประการ คือ ประการแรกเป็นการสร้าง รากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก อาทิ ระบบลอจิสติกส์ ส่วนประการที่สองนั้นเป็นส่วนที่มี บทบาทที่เข้มแข็งในเวทีโลก

2. ระดับภาคการผลิต ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ 3 ประการ คือ ประการแรกเป็นการ สร้างความเป็นเลิศของสินค้าในตลาดโลก ประการที่สองความสามารถทางนวัตกรรมที่มีพื้นฐาน จากการเรียนรู้และภูมิปัญญา ทั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรที่ไม่เพียงมีฝีมือและทักษะ แต่มี ทักษะคิดและค่านิยมที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันให้กับประเทศ และ ประการที่สามการเป็นสังคมผู้ประกอบการโดยเน้นการวางนโยบายและมาตรการที่สนับสนุนการ ประกอบการ

3. ระดับสังคม ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ 2 ประการ คือ ประการแรกการเป็นสังคมที่ เชื่อมั่นและภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน และประการที่สองการเป็นสังคมที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี

การเข้าใจแนวคิดเรื่องความสามารถในการแข่งขันมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง การที่เข้าใจว่าความสามารถในการแข่งขันจะต้องมาจากการที่สินค้ามีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าคู่ค้าหรือการที่มีค่าแรงงานถูกนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น เพราะในปัจจุบันการแข่งขันคือความสามารถที่จะผลิตหรือให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดผลผลิตเท่ากับหรือดีกว่าคู่แข่ง มิใช่เป็นเพียงการแข่งขันกันเพียงด้านต้นทุนเท่านั้น ประเทศใดที่มีค่าแรงงานถูกกว่าย่อมเข้ามาแทนที่ต่อไปในอนาคต และเมื่อผู้ประกอบการสามารถทำให้สินค้าและบริการของตนเกิดผลผลิตแล้ว สิ่งที่ต้องพยายามทำต่อไป และอาจเรียกได้ว่าเป็นหัวใจของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนคือ การทำให้สินค้าและบริการดียิ่งขึ้นรวมถึงการมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง คุณภาพ คุณค่า รูปแบบ ความน่าเชื่อถือ ราคา และนวัตกรรม การทำให้เกิดความแตกต่างเป็นสิ่งที่จะต้องสร้างขึ้นให้ได้ในการดำเนินกิจกรรมทางการค้าในปัจจุบัน จากกระแสโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันการที่ประเทศจะพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเฉพาะในส่วนของประเทศของตนนั้นอาจไม่เพียงพอ การรวมกลุ่มธุรกิจจึงเริ่มที่จะเข้ามามีบทบาท และได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างเศรษฐกิจและการลงทุน ปัจจุบันบริษัทหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความชำนาญเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งของสายการผลิต และจะใช้บริการจากภายนอก (Out-sourcing) ในส่วนการผลิตอื่นๆ เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดในการแข่งขัน ทั้งในด้านของความชำนาญเฉพาะด้าน (Core competencies) และการประหยัดจากขนาด (Economies of scale)

การรวมกลุ่มธุรกิจหรือที่เรียกว่าคลัสเตอร์ หมายถึง การรวมกลุ่มบริษัทในทุกๆ ด้าน ตั้งแต่ผู้จัดส่งสินค้าที่มีความชำนาญเฉพาะด้านที่แตกต่างกันรวมไปถึงผู้ให้บริการและโครงสร้างพื้นฐานเฉพาะด้าน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ช่องทางการจำหน่าย ลูกค้า และสถาบันที่เกี่ยวข้อง องค์กรผู้ผลิตความรู้ เช่น มหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย บริษัทวิศวกรรม ฯลฯ เข้าด้วยกันเพื่อสร้างกลุ่มการค้ากลุ่มอุตสาหกรรมจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำการแข่งขันในปัจจุบัน และแม้ว่าการรวมกลุ่มคลัสเตอร์จะมีการแข่งขันแต่ขณะเดียวกันก็มีความร่วมมือกันโดยกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์กัน แต่ไม่จำเป็นต้องดำเนินการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรืออยู่รวมกันเป็นกลุ่มในพื้นที่เดียวกัน จากการพึ่งพากันทำให้เกิดการเชื่อมโยงที่เป็นระบบในการถ่ายทอดความรู้จะทำให้คลัสเตอร์มีประสิทธิภาพโดยรวมเหนือกว่าผู้ประกอบการที่มีการรวมตัวหรือรวมตัวกันเฉพาะในด้านการค้าเพียงอย่างเดียว

ดอน (Don, 2003) ได้กล่าวถึง ความสามารถในการแข่งขันเชิงยุทธวิธีว่า เป็นส่วนผสมผสานที่เกิดจากการเอาองค์ประกอบของทักษะ กระบวนการดำเนินงานและองค์ความรู้ เป็นการจัดเตรียมสิ่งที่แสดงคุณค่าให้กับลูกค้า และเป็นการยากสำหรับคู่แข่งที่จะลอกเลียนแบบ

ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2544) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การแข่งขันว่า กลยุทธ์การแข่งขันใดๆ ก็ตามมักจะกำหนดวัตถุประสงค์ไว้เพื่อสร้างรายได้เปรียบในตลาด คำว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีประเด็นให้พิจารณา คือ การนำเสนอคุณค่าที่เหนือกว่าแก่ลูกค้าและต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยเปรียบเทียบบริษัทหนึ่งๆ จะสามารถนำเสนอคุณค่าที่เหนือกว่าลูกค้าได้ก็ต่อเมื่อบริษัทนั้นๆ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง เครื่องมือในการนำเสนอคุณค่าที่เหนือกว่า ได้แก่ การกำหนดราคา การสื่อสาร และการนำเสนอสินค้าหรือบริการให้ไปถึงมือลูกค้า

สทอลล์ (Stalk, 1992) ได้กล่าวถึง การแข่งขันเพื่อสร้างความสามารถว่า เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่งของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จำเป็นต้องนำเอากลยุทธ์เข้ามามีส่วนช่วยในการปรับตัวอย่างมาก ลักษณะของกลยุทธ์ไม่ได้หมายถึงการมีโครงสร้างของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่จะหมายถึง การมีลักษณะที่เป็นพฤติกรรมองค์กรที่ไม่หยุดนิ่งและเป็นพลวัตรในการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลง ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบริษัทนั้นจะต้องมีการสร้างให้เกิดเงื่อนไขกระบวนการดำเนินธุรกิจที่สำคัญที่ยากจะลอกเลียนแบบและใช้สิ่งนั้นเป็นส่วนในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2545) ได้กล่าวว่า ลักษณะเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งที่จะถือได้ว่าเป็นความสามารถในการแข่งขัน มีด้วยกัน 3 ลักษณะที่สำคัญ คือ ความสามารถในการสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ และความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือตลาด ในประเด็นของการสร้างความแตกต่างนั้นธุรกิจจะต้องพยายามพัฒนาสินค้าและบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง และต้องทำให้ลูกค้ามองเห็นและรับรู้ถึงคุณค่าที่มากกว่าคู่แข่งให้ได้ ความแตกต่างในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้า การบริการ คุณภาพ และนวัตกรรมใหม่ๆ นี้จะทำให้ธุรกิจสามารถเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรงได้

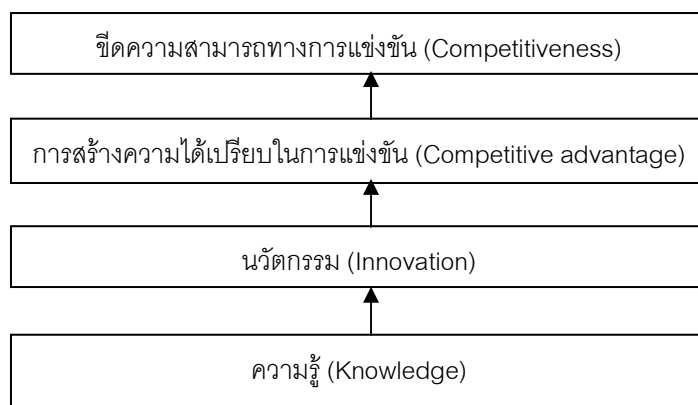
วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2546, หน้า 13-15) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดว่า กลยุทธ์การตลาดเน้นตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละคนจำนวนมาก กลยุทธ์การตลาดมุ่งความสัมพันธ์ระหว่างกิจการ ลูกค้า และหน่วยงานอื่นๆ โดยผลลัพธ์ที่สำคัญ คือ ความภักดีของลูกค้าที่เกิดจากความพึงพอใจของลูกค้า กลยุทธ์การตลาดนี้สามารถสร้างศักยภาพทางการแข่งขันแก่กิจการได้ โดยผ่านการให้บริการที่แตกต่างและเหนือคู่แข่งและเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทางเครือข่ายความเร็ว และการเข้าถึงการตลาด

1.3 การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในมิติด้านนวัตกรรม

แนวคิดเรื่องการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) ในมิติด้านนวัตกรรม (Innovation) ในปัจจุบันถือว่าสำคัญ ธุรกิจมีการแข่งขันสูงและต้องอาศัยปัจจัย

หลายด้านอันจะทำให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการจัดการที่ดีกับทรัพยากรทางการจัดการ อันประกอบด้วย บุคลากร (Man) เครื่องจักร (Machine) วัตถุดิบ (Material) เงิน (Money) การจัดการ (Management) และตลาด (Market) หรือ 6 M's โดยมีบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้องค์กรเจริญเติบโตไปข้างหน้าอย่างมั่นคง

จรินทร์ อาสาทรงธรรม (2548) ได้อธิบายถึงข้อได้เปรียบหรือจุดแข็งของธุรกิจ (Strength) เป็นสิ่งที่ทุกองค์กรพยายามสร้างขึ้นมาแต่ก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่ง่ายที่กิจการสามารถสร้างขึ้นมาได้ กิจการต้องเสียเวลามาปรับกลยุทธ์กับสินค้าให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) โดยต้องพยายามศึกษาถึงกลยุทธ์ความสำเร็จ และจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่เป็นหัวใจหลักของการประสบความสำเร็จ คือ รัฐบาลมีนโยบายให้ความสำคัญกับการศึกษาอย่างจริงจัง ด้วยการพยายามส่งเสริมภาคเอกชนมีการทำวิจัยและพัฒนาพร้อมไปกับผลงานของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ (Knowledge) ของภาคเอกชนให้สามารถพัฒนาในเชิงพาณิชย์ได้ และจากภาพเป็นการแสดงลำดับขั้นของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ



ภาพที่ 2.5 ลำดับขั้นของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ที่มา: (จรินทร์ อาสาทรงธรรม, 2548)

จากแผนภาพ ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดก็คือ ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมาด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning organization) ให้ได้ ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ ระบบโทรคมนาคม หรือแม้กระทั่งระบบอินเทอร์เน็ตสามารถช่วยทำให้กิจการสร้างองค์ความรู้ได้หลากหลายรูปแบบ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่างๆ ที่บุคลากรมีเพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป นวัตกรรมเป็นการเรียนรู้การผลิตและการใช้ประโยชน์จาก

ความคิดใหม่ เพื่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการใหม่ การปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี และการใช้เทคโนโลยีให้เป็น ประโยชน์และเกิดผลพวงทางเศรษฐกิจและสังคม

นวัตกรรมไม่จำเป็นต้องเป็นเทคโนโลยีและจับต้องได้ (Tangible innovation) เท่านั้น แต่นวัตกรรมยังสามารถครอบคลุมถึงสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangible innovation) โดยเฉพาะการจัดการสมัยใหม่ ก็ถือว่าเป็นนวัตกรรมได้ เช่น ธนาคารกสิกรไทย ได้มีการนำ Balanced Scorecard (BSC) มาใช้และประสบความสำเร็จในการควบคุมกิจการและบริหารเชิงกลยุทธ์ได้ เป็นอย่างดี เมื่อองค์กรสามารถสร้างนวัตกรรม พร้อมทั้งมีการจัดการที่ดีในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การตลาด การเงิน การผลิต และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้แล้ว ก็จะทำให้องค์กรสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage) ได้ ทั้งนี้ตามทฤษฎีของ พอร์เตอร์ ได้กล่าวถึงการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์ต้นทุน (Cost strategy) กิจการต่างๆ พยายามลดต้นทุนจนทำให้สร้างความได้เปรียบกว่าคู่แข่ง เช่น ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพในการนำนวัตกรรมด้านการจัดการ เกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain management) เพื่อลดต้นทุนด้วยการนำ เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการติดต่อระหว่าง Supplier และศูนย์กระจายสินค้า (Distribution center) จนทำให้สามารถตั้งราคาได้ต่ำของสินค้าแต่ละชิ้นกว่าคู่แข่งได้

2. กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiate strategy) ในอดีตสินค้ามักจะมีการผลิตที่เป็นจำนวนมาก (Mass production) ตามความต้องการของผู้ขาย แต่ปัจจุบันจะทำเช่นนั้นไม่ได้อีก แล้ว เพราะกลุ่มลูกค้ามีความต้องการหลากหลายทำให้ต้องมีการสร้างความแตกต่างมากกว่ารายอื่น

3. กลยุทธ์เฉพาะกลุ่ม (Focus strategy) คือกลยุทธ์มุ่งกลุ่มเฉพาะหรือตลาดใดตลาดหนึ่ง

กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นพื้นฐานที่แต่ละกิจการพยายามสร้าง และเมื่อแต่ละประเทศมีหลายองค์กรที่สามารถสร้างความได้เปรียบก็จะทำให้ประเทศนั้นๆ มีขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitiveness) ที่เหนือกว่าอีกประเทศอื่นๆ ดังนั้นกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในมิติด้านนวัตกรรมสร้างได้ ดังนี้

1. มีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ที่ดี การวิจัยและพัฒนาเป็นสิ่งที่สำคัญ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม แต่ละประเทศจะมีระบบและนโยบายด้าน

วิจัยและพัฒนาที่แตกต่างกันไป บางประเทศก็ประสบความสำเร็จ เช่น บริษัทเอกชนมีการทำวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัย มาพัฒนาและต่อยอดจนกระทั่งภาคเอกชน นำไปประยุกต์ในเชิงพาณิชย์ได้

ในปี 2546 ประเทศไทยมีการใช้งบประมาณในการวิจัยและพัฒนาประมาณ 1,300 ล้านบาทหรือเท่ากับ 0.26 ของ GDP ของประเทศ ซึ่งถือว่ามียานวนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับบริษัทชั้นนำ ปัญหาหนึ่งของประเทศไทยก็คืองานวิจัยส่วนมาก จะเป็นงานวิจัยจากภาครัฐ เช่น มหาวิทยาลัย และหน่วยงานวิจัยต่าง ๆ ภาครัฐ เป็นต้น ได้มีการทำวิจัยก็จริงแต่ผลของงานวิจัยส่วนมากไม่ได้มีการนำมาพัฒนาและต่อยอดในเชิงธุรกิจได้จริง เพราะอาจเกิดเนื่องจากเงื่อนไขและข้อจำกัดของแต่ละหน่วยงานเช่น ระเบียบการขออนุญาตนำข้อมูลมาใช้กับภาคเอกชน เป็นต้น ไม่สามารถทำได้ ดังนั้นรัฐจำเป็นต้องแก้ไขปัญหานี้ให้ได้มิฉะนั้นนวัตกรรมของประเทศไม่สามารถเกิดขึ้นมาได้

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product development) ที่มีโอกาสความเป็นไปได้ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นสิ่งที่องค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญ เพราะสินค้าใหม่ 100 ชนิดอาจจะมีที่อยู่รอดในช่วง 2-3 ปีแรกมีประมาณ 10% เท่านั้น และสินค้านี้คงกล่าวอาจจะประสบความสำเร็จหลังจากนั้น มีอีกเพียง 3-4% เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นเราจึงเห็นสินค้าต่างๆมีวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Product life cycle) มีลักษณะแตกต่างกันไป กระบวนการพัฒนาสินค้าใหม่ จึงประกอบด้วย การระดมความคิด การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด การพัฒนากลยุทธ์ตลาด การวิเคราะห์ธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการทดสอบการแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

3. มีเทคนิคการผลิต (Production) ทันสมัย การผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอันมาก นอกเหนือจากการทำให้สินค้าที่ถึงมือผู้บริโภคแล้วจำเป็นต้องมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้ ตัวอย่างเทคนิคที่สำคัญของการผลิตได้แก่

3.1 การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total quality management) เป็นวิธีการที่มีการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงพนักงานระดับล่าง วิธีการหนึ่งที่นิยมใช้ในการจัดการก็คือ วงจรเดมมิง (Deming cycle) ที่มีการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยใช้ระบบวงจร P-D-C-A

3.2 การเปรียบเทียบ (Benchmarking) เป็นวิธีการในการวัดและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ บริการ เพื่อนำผลของการเปรียบเทียบมาใช้ในการปรับปรุงองค์กรเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ การเปรียบเทียบอาจจะมีการเปรียบเทียบภายในองค์กร คู่แข่งขัน หรืออาจจะองค์กรอื่นที่ไม่ใช่คู่แข่งโดยตรงก็ได้

3.3 การควบคุมโดยใช้ Six sigma เป็นวิธีทางการจัดการที่นำมาประยุกต์จากสถิติที่จะยอมให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นน้อยที่สุดในกระบวนการผลิต ซึ่งการทำให้มีมาตรฐานระดับนี้ได้เป็นเรื่องที่ยากมาก แต่ถ้าสามารถทำได้จะก่อให้เกิดคุณภาพต่อธุรกิจเป็นอันมาก

4. หาผู้ถ่ายทอดและหาความร่วมมือทางเทคโนโลยีที่มีประสบการณ์ ด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้นวัตกรรมนั้น มีการพัฒนาและต่อยอดจากเดิม รูปแบบของการถ่ายทอดเทคโนโลยี ได้แก่

4.1 การเจรจาซื้อขายเทคโนโลยีแบบเบ็ดเสร็จ (Turn key) ผู้ขายอาจถ่ายทอดความรู้ทั้งหมด รวมทั้งอุปกรณ์และความรู้ในกระบวนการผลิตให้แก่ผู้ซื้อ

4.2 การนำผลิตภัณฑ์ของต่างประเทศมาดัดแปลง การพัฒนาจากผลิตภัณฑ์เดิมอาจจะถอดเป็นชิ้นๆ เพื่อศึกษาระบบการทำงานและพัฒนาขึ้นใหม่เพื่อให้ดีกว่าเดิม เช่น ประเทศญี่ปุ่น ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ได้มีการนำสินค้าต่างๆ มาถอดชิ้นส่วนและศึกษาจนทำให้ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วจนถึงปัจจุบัน และประเทศจีนก็ได้นำกลยุทธ์นี้มาใช้กับประเทศของตนเช่นกัน

4.3 การส่งคนไปศึกษาและดูงานในต่างประเทศ เกิดจากปัญหาการถ่ายทอดเทคโนโลยียังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ และขาดแคลนกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งจำเป็นต้องผลิตคนด้วยการส่งไปดูงานในประเทศที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันไป เช่น ประเทศอิสราเอลมีความเชี่ยวชาญด้านชลประทาน ประเทศสหรัฐอเมริกามีความเชี่ยวชาญด้านไอที เป็นต้น

4.4 การเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชนและจัดพิมพ์เป็นเอกสารวิชาการ ประเทศไทยยังไม่ค่อยได้ผลมากนัก เนื่องจากคนไทยยังมีทักษะภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารและการแปลยังมีความเชี่ยวชาญน้อย

5. มีกระบวนการพาณิชย์กรรม (Commercialization) ที่ดี การทำให้สินค้านวัตกรรมไปสู่ตลาดนั้นเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการทำให้องค์กรอยู่รอด ซึ่งขั้นตอนในการพัฒนากระบวนการพาณิชย์กรรม มีดังนี้

5.1 การพัฒนาตลาด (Marketing technology product) ก่อนที่จะมีการพัฒนาในขั้นนี้

5.1.1 องค์กรควรตอบคำถามก่อน คือ เราควรทำอะไร R&D ด้านใดที่ควรทำ สินค้าใหม่ตัวใดที่ควรพัฒนา ควรใช้เทคโนโลยีใดในการผลิต

5.1.2 ควรมีการติดต่อสื่อสาร (Communication) ภายในและภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.3 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า เช่น นำ Customer relation management (CRM) มาใช้ เป็นต้น

5.2 การวางแผนด้านทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property right) ซึ่งมีความสำคัญ คือ สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า ปัจจุบันทรัพย์สินทางปัญญา มีความสำคัญต่อสินค้านวัตกรรมเป็นอย่างยิ่ง โดยมีการแย่งชิงผลประโยชน์ในสินค้านั้นๆ เช่น กวาวเครือที่มีงานวิจัยและพัฒนาจนเป็นสินค้าประเภทเครื่องสำอางออกมาและไปจดสิทธิบัตรในประเทศญี่ปุ่น ได้มีถกเถียงกันว่ามีความถูกต้องหรือไม่ เพราะนักวิชาการบางท่านกล่าวว่า กวาวเครือ เป็นพืชสมุนไพรของประเทศไทย ผลประโยชน์ที่น่าจะเป็นของประเทศไทย แต่กรมทรัพย์สินทางปัญญาแจ้งว่างานวิจัยนั้นสามารถนำไปจดสิทธิบัตรในต่างประเทศได้ เพราะสมุนไพรดังกล่าวไม่สามารถ ระบุแหล่งปลูกและที่มาได้ เนื่องจากหาได้จากในประเทศอื่นๆ เช่น พม่า ลาว กัมพูชา ได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังมีกรณีศึกษาสินค้าของประเทศไทยอีกมากที่ยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ด้านทรัพย์สินทางปัญญา เช่น ข้าวหอมมะลิ เป็นต้น

ดังนั้นการจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา จึงมีความสำคัญและผลประโยชน์กับผู้คิดค้นและวิจัยนวัตกรรมนั้นๆ มิฉะนั้นอาจทำให้ผู้คิดค้นหมดกำลังใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ ดังเช่นซอฟต์แวร์โปรแกรมภาษาไทย Word Chula หรือ Word ราชวิถี ที่มีการลอกเลียนแบบจนผู้สร้างชิ้นงานนั้น ไม่มีการพัฒนาต่ออีกเลย เป็นต้น

โรเจอร์ (Roger, 2004, pp.141-153) ได้กล่าวถึง การลงทุนด้านนวัตกรรมและการวิจัยพัฒนาพบว่า ความแตกต่างของขนาดกิจการย่อมมีผลต่อการลงทุนด้านนวัตกรรมและการวิจัยพัฒนา แต่ยังไม่สามารถสรุปได้ชัดเจนว่าคำตอบที่ถูกต้องในความเป็นจริงเป็นอย่างไร แนวคิดหลักในการอธิบายมี คือ กิจการขนาดใหญ่ย่อมมีการลงทุนด้านนวัตกรรมและการวิจัยและพัฒนามากกว่ากิจการขนาดเล็ก และกิจการขนาดเล็กมีแรงจูงใจที่จะลงทุนด้านนวัตกรรมและการวิจัยพัฒนามากกว่ากิจการขนาดใหญ่เหตุผลที่สนับสนุนแนวคิด คือ

1. กิจการขนาดใหญ่มีเงินสดหมุนเวียนมากกว่า จึงมีเงินทุนเพื่อกิจกรรมนวัตกรรมมากกว่าและมีสินทรัพย์มากทำให้สามารถเป็นหลักค้ำประกันเงินกู้ได้มากกว่า
2. ต้นทุนนวัตกรรมและการวิจัยพัฒนาเป็นต้นทุนคงที่ กิจการขนาดใหญ่จะมีผลได้จากการลงทุนมากกว่ากิจการขนาดเล็กเนื่องจากมียอดขายที่มากกว่า และมักจะมีการลงทุนในนวัตกรรมด้านกระบวนการผลิตมากกว่านวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์

3. กิจการขนาดใหญ่มีจำนวนนักวิจัยและมีความรู้สะสมมากกว่ากิจการขนาดเล็ก ทำให้มีอัตรากิจกรรมนวัตกรรมที่สูงกว่า ความเสี่ยงจากการลงทุนจึงต่ำกว่า

อย่างไรก็ตามยังมีเหตุผลที่สนับสนุนว่ากิจการขนาดเล็กมีแรงจูงใจที่จะลงทุนด้านนวัตกรรมเช่นกัน ได้แก่ แรงจูงใจในการลงทุนของกิจการขนาดใหญ่จะลดลงหากกิจการขนาดเล็กสามารถเห็นหนทางและโอกาสได้รวดเร็วกว่า ทำให้มีการปรับตัว ปรับแผนการวิจัยได้ง่ายกว่า และกิจการขนาดเล็กทำงานวิจัยได้ยืดหยุ่นกว่า เพราะกิจการขนาดใหญ่มีโครงสร้างการบริหารงานค่อนข้างซับซ้อนและตายตัว นอกจากนี้นวัตกรรมของกิจการขนาดเล็กมักจะมาจากเครือข่ายความรู้จากแหล่งภายนอกเป็นหลัก

เฮริช (Hurst, 2005, p.4) ได้กล่าวถึงอนาคตและความเชื่อมั่นในอาหารแปรรูปว่า อาหารแปรรูปในอนาคตมีเงื่อนไขพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการคือ ความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องความสะดวกสบายในการรับประทานและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในกระบวนการผลิต การขายปลีก และการรับประกันความปลอดภัยของอาหาร โดยอาหารแปรรูปไม่จำเป็นต้องมีราคาถูก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าผู้บริโภคต้องการในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัย ถ้าไรคือมูลค่าเพิ่มของสินค้ามาจากส่วนต่างระหว่างปริมาณการขายและต้นทุนของสินค้า อาหารแปรรูปเป็นที่นิยมอย่างมากทำให้มีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การบรรจุภัณฑ์ทำให้อาหารมีความสะดวกรวดเร็วและง่ายต่อการรับประทานเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ค่อนข้างเร่งรีบและต้องการความสะดวกในการบริโภค และสามารถเก็บรักษาสภาพและยืดอายุของผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานขึ้น กระบวนการผลิตอาหารเพื่อขายนั้นผลิตภัณฑ์ต้องอยู่บนพื้นฐานของคุณภาพมีส่วนผสมของสารกันบูดน้อยที่สุด โดยไม่ทำให้คุณค่าทางโภชนาการลดลง การแข่งขันมีหลากหลายไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนประสมของอาหาร การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การควบคุมการจัดการ และความสะดวกจากการอุ่นให้ร้อนก่อนรับประทาน การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกระบวนการผลิต สิ่งต่างๆเหล่านี้สนับสนุนให้อาหารแปรรูปเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย

1.4 ความสามารถในการแข่งขันระดับอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศ ในการศึกษาความสามารถในการแข่งขันระดับอุตสาหกรรมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547) จากการประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจพบว่า ไทยมีความได้เปรียบด้านภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมทำให้มีผลผลิตเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบของอุตสาหกรรมมากมายและหลากหลาย แรงงานในส่วนของการผลิตเป็นแรงงานที่มีทักษะฝีมือดี มีความละเอียด ประณีต พิถีพิถัน ผู้ผลิตมีแนวโน้มการพัฒนาด้านคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากคนไทยที่มีรายได้ปาน

กลางมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อและบริโภคอาหารมากขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากบทบาทและแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกที่มีความเข้มงวดในการคัดเลือกสินค้าเน้นเรื่องการควบคุมคุณภาพ ความสะอาดและมาตรฐานการผลิต ตลอดจนภาครัฐได้ดำเนินการใช้มาตรการผลักดันและบังคับให้ผู้ผลิตอาหารปรับปรุงโรงงานเพื่อให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยตื่นตัวในการปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการผลิตให้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมอาหารยังมีประเด็นที่สำคัญที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถก้าวไปสู่การเป็นครัวของโลก ได้ดังนี้

1. ประเด็นการขาดการบริหารจัดการที่ดีตลอดห่วงโซ่อาหาร โดยในด้านวัตถุดิบ ราคา มีความผันผวนและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ เกษตรขาดความรู้ความเข้าใจในวิธีการบริหารฟาร์ม การเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ที่ถูกต้องเหมาะสม ขาดการวางแผนและการประสานงานกับผู้ผลิต ทำให้ผลผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ด้านกระบวนการผลิตพบว่า การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบกับผู้ผลิตอาหาร และการถ่ายทอดความรู้ให้แก่เกษตรกรยังมีเพียงส่วนน้อย ขาดระบบฐานข้อมูลเพื่อรองรับการสืบค้นแหล่งที่มาวัตถุดิบ ด้านลอจิสติกส์พบว่า ระบบการขนส่งยังไม่มีพัฒนาอย่างเต็มที่ในการรองรับขนส่งและกระจายสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิความเย็นตลอดเส้นทาง การลำเลียง ด้านการตลาด ผู้ประกอบการยังขาดความสนใจสร้างตราผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อแข่งขันและเจาะตลาดใหม่ ด้านผู้บริโภค ในประเทศขาดความพึงพอใจในการเลือกบริโภคอาหารที่มีความสะอาดและปลอดภัย ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมอาหารขาดความรู้ความเข้าใจ เพื่อทำหน้าที่บริหารและสร้างความเชื่อมโยงตลอดตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

2. ประเด็นความปลอดภัยของอาหาร การสร้างภาพพจน์ให้แก่ผู้บริโภคภายในประเทศให้คำนึงถึงความพึงพอใจในการเลือกบริโภค ประกอบกับแหล่งขายอาหารมีการกระจายตัวสูง ทำให้ยากแก่การควบคุมดูแลของภาครัฐส่งผลให้อาหารไม่ปลอดภัยยังคงมีการจำหน่ายอย่างแพร่หลายในประเทศ

3. ประเด็นภาครัฐบาล อุตสาหกรรมอาหารมีความเกี่ยวโยงกันในหลายหน่วยงาน ในภาครัฐ ทำให้ยากต่อการประสานงานด้านนโยบาย และการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานให้มีความสอดคล้องกันส่งผลให้เกิดความยุ่งยาก ล่าช้า และไม่สะดวกในการติดต่อสำหรับผู้ประกอบการ และภาครัฐยังขาดหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจนที่ดูแลตลอดกระบวนการ

1.5 การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย

ตามรายงานฉบับสมบูรณ์ของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่ได้จัดทำโครงการจัดทำและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10

(2551, หน้า 117-118) เสนอสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในหัวข้อการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย ที่ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมต่างๆ ในอนาคต โดยเห็นว่าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ในอีก 5 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2550-2554) ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการใช้วัตถุดิบในประเทศ และสามารถปรับใช้และพัฒนาเทคโนโลยีของตนได้อย่างเหมาะสมในระยะยาว คือ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ทั้งนี้คุณลักษณะของอุตสาหกรรมที่พึงปรารถนาในอนาคตจะเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดการขยายตัวด้วยการเพิ่มผลผลิตการผลิต (Productivity) มีการปรับเปลี่ยนประเภทสินค้าที่ผลิตไปสู่สินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น มีการใช้แรงงานทักษะ แรงงานที่มีความรู้ และเทคโนโลยีสูงขึ้น มีการสร้างนวัตกรรมตลอดห่วงโซ่การผลิต มีการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ในลักษณะที่เป็นเครือข่ายและเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเหล่านี้ด้วย

1. การพัฒนาองค์ความรู้ให้สอดคล้องกันกับทิศทางการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมด้วยการพัฒนากำลังคนด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม และส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันระหว่างธุรกิจเอกชนและกลุ่มเครือข่ายอุตสาหกรรม กับสถาบันวิจัย อุทยานวิทยาศาสตร์ และศูนย์บ่มเพาะของมหาวิทยาลัยต่างๆ

2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบลอจิสติกส์ ทั้งภายในและเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

3. การส่งเสริมให้เกิดและยกระดับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

4. ส่งเสริมการลงทุนเชิงรุก

5. สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน

สำหรับประเด็นสำคัญในการพัฒนาตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 คือ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ เพื่อสร้างเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง สมดุล และเป็นธรรม โดย

1. การปรับโครงสร้างการผลิตทางการเกษตรต้องดำเนินการโดยเน้นเรื่องการสร้างมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะผลผลิตอาหารผ่านการผลิตอาหารที่มีความปลอดภัย มีคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค การปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมเกษตร โดยจัดระบบการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม และการสร้างระบบการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรกับอุตสาหกรรมเกษตรที่มีประสิทธิภาพและเป็นธรรม การพัฒนาระบบตลาดที่มีความเป็นธรรม มีระบบมาตรฐานการคัดคุณภาพที่เชื่อถือได้

2. การรวมกลุ่มอุตสาหกรรม การแข่งขันในปัจจุบันมีความเข้มข้นขึ้น การสร้างความเข้มแข็งของภาคอุตสาหกรรมไทยจึงมีความสำคัญมาก โดยแนวทางสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถของภาคอุตสาหกรรมไทย คือ การสร้างการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลดต้นทุนทางธุรกรรม การวิจัยพัฒนาและการแสวงหาโอกาสและยุทธศาสตร์สมัยใหม่

1.6 แนวคิดการรวมกลุ่มธุรกิจเพื่อความอยู่รอด

พอร์เตอร์ (Porter) ได้กล่าวถึงแนวคิดการรวมกลุ่มธุรกิจเพื่อความอยู่รอดที่เรียกว่า คลัสเตอร์ (คลัสเตอร์ การรวมกลุ่มธุรกิจเพื่อความอยู่รอดของอุตสาหกรรมไทย, 2546) ไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 3 ประการที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจโลก ได้แก่ กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) การเปิดเสรีทางการค้า (Trade liberalization) และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านไอทีและเทคโนโลยีชีวภาพ โดยในประเด็นท้าทายของประเทศไทยต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว คือ ปัจจุบันภาคการผลิตและบริการของประเทศต้องเผชิญกับการแข่งขันทางการค้าอย่างรุนแรง ในขณะที่ยังคงมีความอ่อนแอทางโครงสร้างการผลิตหลายประการ ทั้งเรื่องของผลิตภาพต่ำ การสร้างนวัตกรรมมีน้อยซึ่งผลลัพธ์ไม่เพียงแต่ทำให้ไทยต้องสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้แก่ประเทศคู่แข่งในตลาดโลกแต่ยังรวมถึงผลกระทบที่ไม่อาจขยายสัดส่วนของการส่งออกให้มากขึ้นอีกด้วย จึงนำไปสู่แนวคิดที่ประเทศไทยถึงเวลาแล้วที่จะนำเอาคลัสเตอร์หรือการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจมาใช้ในฐานะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาระดับจุลภาค เพื่อมาเสริมนโยบายและมาตรการด้านมหภาค ซึ่งครอบคลุมในเรื่องภาษี การเงิน และการส่งเสริมการลงทุน

คลัสเตอร์ได้รับการพัฒนาให้เป็นทฤษฎีในฐานะที่เป็นเครื่องมือการพัฒนาในระดับจุลภาค มีจุดกำเนิดมาจากทฤษฎีว่าด้วยความสามารถในการแข่งขันของชาติของศาสตราจารย์ไมเคิล อี.พอร์เตอร์ โดยเสนอในบทความวิชาการ The Competitive advantage of nations ว่าแนวคิดที่มีความหมายอย่างแท้จริงของความสามารถในการแข่งขันของประเทศ คือ การเพิ่มผลิตภาพ (productivity) พอร์เตอร์ได้ตั้งคำถามว่า เหตุใดความเก่งเฉพาะสินค้าหรือบริการต่างๆ จึงเกิดขึ้นในเฉพาะถิ่นฐานต่างๆ นั้น ได้ เช่น ไวน์ น้ำหอม ที่ฝรั่งเศส ไม้ตัดดอกที่เนเธอร์แลนด์ หรืออุตสาหกรรมการบินที่วอชิงตัน ฯลฯ ซึ่งคำตอบที่ได้จากงานวิจัยของพอร์เตอร์พบว่า เบื้องหลังความเก่งของประเทศต่างๆ นั้นจะต้องมีการตั้งถิ่นฐานของคลัสเตอร์ในรายสินค้าอยู่ในประเทศด้วยเสมอ ดังนั้นคลัสเตอร์ในความหมายของพอร์เตอร์ จึงหมายถึงเครือข่ายที่ประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ มารวมกัน ดังนี้

- 1) การเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน คุณลักษณะนี้ชัดเจนในตัวเองอยู่แล้ว
- 2) ความร่วมมือนำไปสู่ความเชื่อถือว่าไว้วางใจเป็นต้นทุนทางสังคมสำคัญประการหนึ่ง
- 3) การแข่งขัน ข้อแตกต่างของคลัสเตอร์ คือ เป็นความร่วมมือที่อยู่บนพื้นฐานของการแข่งขัน ทำให้แตกต่างจากคำว่า cartel ที่มุ่งกำหนดกลไกราคาหรือปริมาณเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในบรรดาหมู่สมาชิก และประสิทธิภาพโดยรวม

สำหรับการประยุกต์ใช้กับภาคการผลิตของไทยนั้น นโยบายอุตสาหกรรมที่ยึดถือกันโดยทั่วไป จะมุ่งเน้นการเลือกส่งเสริมอุตสาหกรรมเฉพาะด้านที่มีพื้นฐานแนวคิดว่าคุณอุตสาหกรรมบางประเภทจะสร้างความมั่งคั่งได้มากกว่าประเภทอื่น ในขณะที่แนวคิดคลัสเตอร์กลับมุ่งเน้นถึงการเชื่อมโยงผลผลิต ความสามารถในการแข่งขันและกลไกตลาด โดยไม่มุ่งส่งเสริมคลัสเตอร์ใดโดยเฉพาะ ในปัจจุบันสังคมเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังยึดติดกับแนวคิดภายใต้กรอบความได้เปรียบทางธรรมชาติ (Comparative advantage) มากกว่าความเก่งหรือความสามารถในการแข่งขัน (Competitive advantage) ซึ่งเป็นเงื่อนไขทางภาวะวิสัยที่แปลกแยกจากกระบวนการพัฒนาคลัสเตอร์อยู่มาก อีกประการหนึ่งที่คนคิดโดยทั่วไปในหมู่ผู้ประกอบการที่ยังหวังพึ่งพารัฐ แทนที่จะเห็นรัฐเป็นเช่นผู้ร่วมงาน หรือแบบอย่างในการประกอบการที่ยึดถือกันอยู่ก็เน้นไปที่ยอดขายและราคา มากกว่าการพัฒนาธุรกิจด้วยนวัตกรรมต่างๆ

อย่างไรก็ตาม หลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 เป็นต้นมา โอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน สังคมเศรษฐกิจไทยเริ่มปรากฏให้เห็นชัดเจนได้ในระดับหนึ่ง โดยที่แนวคิดคลัสเตอร์ได้พุ่มพักตัวขึ้นในหมู่นักวิชาการไทยหลายสถาบัน เช่น กลุ่ม C&C (Cluster for competitiveness) ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มนักธุรกิจ นักคิดและอาจารย์มหาวิทยาลัยของประเทศ และได้เริ่มแพร่หลายไปยังกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรม คลัสเตอร์ในฐานะเครื่องมือทางยุทธศาสตร์และนโยบาย

ในส่วนของภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับแนวคิดคลัสเตอร์ ในลักษณะของการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบต่างๆ ระหว่างสถาบัน การเชื่อมโยงธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อย่างสมดุลสะท้อนกันออกมาในเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญๆ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน ซึ่งได้มุ่งการสร้างเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจและสังคมระหว่างเมืองและชนบทให้มีบทบาทสนับสนุนซึ่งกันและกัน
- ยุทธศาสตร์ที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งรัฐควรได้กำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ที่พึงปรารถนาของไทย โดยให้ความสำคัญกับการก้าวไปสู่การมีระบบ

เศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มีสมรรถนะ ซึ่งมีลักษณะสำคัญต่างๆ ได้แก่ การเพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน การสร้างธรรมาภิบาลทั้งภาครัฐและเอกชน โครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ การบริหารด้านเศรษฐกิจที่รอบคอบ และทุนทางสังคมที่มีคุณภาพ

ทั้งนี้ ได้มีการนำแนวคิดคลัสเตอร์เข้ามาเป็นแนวทางในการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการบนพื้นฐานแนวคิดที่ว่า ความสามารถในการแข่งขันจะต้องเกิดจากประสิทธิภาพโดยรวม อันเป็นผลมาจากการรวมตัวของกลุ่มภาคการผลิต ที่จากเดิมมุ่งเน้นเพียงการพัฒนาระดับผู้ประกอบการ การส่งเสริมการลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างซึ่งให้ผลในวงจำกัด อย่างไรก็ตาม กระบวนการคลัสเตอร์ (Clustering process) ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยจะช่วยเพิ่มผลผลิตของบริษัทผู้ประกอบการ พร้อมกับเพิ่มขีดความสามารถทางนวัตกรรมและช่วยกระตุ้นให้เกิดธุรกิจใหม่ขึ้นมา โดยอาจสรุปข้อได้เปรียบของคลัสเตอร์ ดังนี้

1) การจัดหาองค์ประกอบพิเศษในการผลิตได้ง่ายรวมทั้งจุดเด่นเรื่องต้นทุนของการจัดหาจะต่ำกว่ารูปแบบอื่นๆ ด้วย

2) การจัดแบ่งหน้าที่การผลิต ตามความชำนาญของผู้ประกอบการในแต่ละรายการในคลัสเตอร์ จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาความเชี่ยวชาญของแต่ละบริษัทและขนาดของการผลิตมีแนวโน้มที่จะขยายใหญ่ขึ้น

3) การเข้าถึงแหล่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและความชำนาญเฉพาะด้าน

4) การเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ เนื่องจากคลัสเตอร์ประกอบด้วยบริษัทผู้จัดวัตถุดิบ/ชิ้นส่วนพิเศษให้สถาบันสนับสนุน ทั้งที่เป็นสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยข้อมูล/สารสนเทศ

5) การเสริมซึ่งกันและกัน ข้อได้เปรียบประการนี้มาจากโครงสร้างของคลัสเตอร์ที่เป็นระบบที่ครอบคลุมทุกด้านและทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่ของการเพิ่มมูลค่า

6) ระดับคุณภาพและผลการดำเนินการ ซึ่งการแข่งขันภายในคลัสเตอร์เป็นแรงกดดันให้มีการเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการระหว่างผู้ประกอบการ

7) การพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมเพราะความใกล้ชิดระหว่างผู้ประกอบการตลอดสายการผลิตกับลูกค้า ทำให้สามารถทราบถึงความต้องการของลูกค้าและแนวโน้มของความต้องการได้เป็นอย่างดี ประการสำคัญที่ต้องเน้นก็คือความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตได้ช่วยทำให้กระบวนการสร้างนวัตกรรมมีประสิทธิภาพสูงขึ้น และการสร้างธุรกิจใหม่ภายในคลัสเตอร์

พลวัตของคลัสเตอร์จะส่งสัญญาณถึงโอกาสช่องว่างหรืออุปสงค์ที่ยังไม่มีการตอบสนองโดยเปิดโอกาสให้เกิดการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้น มิติของการสร้างธุรกิจใหม่ในกลุ่มที่รวมตัวกันนี้ ยังรวมถึงโอกาสที่จะช่วยขยายคลัสเตอร์ทั้งในแนวกว้างและแนวลึก เป็นการเพิ่มความได้เปรียบของคลัสเตอร์มากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงถึงเวลาแล้วที่จะต้องหันมามุ่งมั่นอย่างไม่มีเงื่อนไขเพื่อนำไปสู่การรวมตัวในรูปแบบของคลัสเตอร์ เพราะเป็นการรวมตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจตนเองอย่างแท้จริงภายใต้ความต้องการที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมไทยอย่างยั่งยืน

1.7 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวว่า การพัฒนาคลัสเตอร์มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาความเก่ง หรือความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งนี้เนื่องจาก การรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์นั้นมีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันหรือผลผลิตภาพของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในคลัสเตอร์ทั้งหมด ดังนั้นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการพัฒนาคลัสเตอร์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ, 2548) ได้แก่

1. มีกลุ่มผู้นำที่เข้มแข็งซึ่งอยู่ในกลุ่มธุรกิจหลักของคลัสเตอร์ และมีสมาชิกที่เข้าใจในกระบวนการคลัสเตอร์ มีความเชื่อมั่นและร่วมมืออย่างเข้มแข็งโดยมีเป้าหมายร่วมกัน มีวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ร่วมกัน
2. สร้างกลยุทธ์การพัฒนา พัฒนากลยุทธ์ที่จะพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นด้วยกิจกรรมที่เกิดประโยชน์ให้กับสมาชิกทุกคนได้รวดเร็ว
3. สมาชิกมีความสนใจในการลงทุน เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้วยแนวทางคลัสเตอร์ร่วมกัน
4. มีการประสานกันอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องของสมาชิกในคลัสเตอร์ทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาล สถาบันการศึกษา สมาคมการค้า และหน่วยงานวิจัยและพัฒนาอื่นๆ
5. มีผู้ประสานงาน ทำหน้าที่ประสานการดำเนินงานต่างๆ ของกลุ่ม และผลักดันให้เป็นไปตามแนวทางที่สมาชิกร่วมกันกำหนด
6. มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิกในคลัสเตอร์เพื่อยกระดับความสามารถของทุกฝ่ายอันจะทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนของคลัสเตอร์
7. สมาชิกต้องมีความเชื่อใจกันและมีความไว้วางใจกัน

8. ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในคลัสเตอร์แสดงบทบาทที่เหมาะสมของตน เช่น ภาคเอกชน ต้องมีบทบาทหลักในการผลักดันพัฒนาคลัสเตอร์อย่างเข้มข้น เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน ภาครัฐทำหน้าที่สนับสนุนเชิงนโยบายต่อกลุ่มคลัสเตอร์ในด้านต่างๆ และสนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาบุคลากรในภาพรวม เพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชน ในขณะที่สถาบันการศึกษาต้องเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละคลัสเตอร์ สถาบันเฉพาะทางและสถาบันวิจัยพัฒนาต้องเป็นผู้สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของคลัสเตอร์ ส่วนสมาคม องค์กรความร่วมมือต่างๆ ของเอกชน ต้องทำหน้าที่หลักในการสร้างเวทีเชื่อมโยง และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ข้อมูล เทคนิควิชาการ และสนับสนุนกิจกรรมที่เสริมสร้างพื้นฐานความเข้มแข็งของคลัสเตอร์ เช่น การสร้างมาตรฐาน ธรรมชาติ การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาเทคโนโลยี การรักษาสินค้าสิ่งแวดล้อม

1.8 ยุทธศาสตร์และการแก้ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจสาขาอุตสาหกรรม

สมพงษ์ ตันเจริญผล รองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2550) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์และการแก้ปัญหาการพัฒนาเศรษฐกิจสาขาอุตสาหกรรมไว้ว่า แผนงานหลักในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมไทย ประกอบด้วย

1. เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยี และบุคลากร
2. เชื่อมโยงให้เกิดความร่วมมือระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึงสภาอุตสาหกรรมจังหวัดทั้งหมดเพื่อประโยชน์โดยรวมและมูลค่าเพิ่มในภาคอุตสาหกรรม
3. ประสานความร่วมมือกับภาครัฐเพื่อเสนอแนวทางและผลักดันนโยบายต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไทย
4. พัฒนาความสัมพันธ์กับองค์กรต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างเครือข่ายสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารต่างๆ รวมถึงความร่วมมือในการผลักดันอุตสาหกรรมไทยสู่เวทีโลก
5. หาวิธีการในการลดการใช้พลังงานและพัฒนาการใช้พลังงานทางเลือกของภาคอุตสาหกรรมอย่างเป็นรูปธรรม
6. สนับสนุนธุรกิจ SME และส่งเสริมให้ผู้บริโภคในประเทศใช้สินค้าที่ผลิตจากอุตสาหกรรมดังกล่าว

7. ผลักดันการพัฒนานาฏหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขข้อขัดข้องและส่งเสริมการประกอบธุรกิจในทุกด้าน

8. เสนอและผลักดันให้มีการแก้ไขปรับปรุงโครงสร้างระบบภาษีให้ทันสมัยเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

9. รมว.ค้ให้ทุกอุตสาหกรรมประกอบธุรกิจบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งทางด้านการควบคุมมลพิษ การจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น และช่วยเหลือการพัฒนาชุมชนที่อยู่โดยรอบ

สำหรับขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยที่ยังมีขีดความสามารถในการแข่งขันและมีขีดความสามารถทางการแข่งขันลดลง ได้แก่

1) อุตสาหกรรมไทยที่ยังมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ ยานยนต์ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อาหารแปรรูป ฯลฯ

2) อุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถทางการแข่งขันลดลงคือ อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานในการผลิต (Labor intensive) ได้แก่ สิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม, รองเท้า ฯลฯ

นอกจากนี้ ความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจหรือผลผลิตของประเทศขึ้นอยู่กับ การสร้างมูลค่า และการเพิ่มทุนประสิทธิภาพให้กับผลผลิตและบริการ มิใช่แต่การกำหนดอุตสาหกรรมที่จะแข่งขันเท่านั้นแต่ต้องกำหนดวิธีการที่จะแข่งขันให้ได้รับชัยชนะ โดยปัจจุบันมูลค่าผลผลิตของไทยอยู่ในระดับต่ำและขาดการพัฒนาพื้นฐานเศรษฐกิจให้แข็งแกร่งพอที่จะแข่งขันได้ สำหรับขั้นตอนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนั้นจะต้องพัฒนาปัจจัยการผลิตต่างๆให้มีคุณภาพ ต้นทุนการผลิตต่ำ มีการลงทุนที่มีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพ และการนำนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการผลิต เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น

1.9 การเพิ่มมูลค่าสินค้าผ่านความคิดสร้างสรรค์

1) สถาบันอาหาร

สถาบันอาหาร (2552) ได้กล่าวถึงการเพิ่มมูลค่าสินค้า ในนิตยสารสถาบันอาหาร ในหัวข้อ Value creation ถึงเวลาเพิ่มมูลค่าอาหารผ่านความคิดสร้างสรรค์ ไว้ว่า ในปัจจุบันรัฐบาลหลายประเทศได้ให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นให้กับสินค้าส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นฐานของระบบเศรษฐกิจจนเกิดเป็นแนวคิดเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ (Creative economy) โดยหลายประเทศได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจให้มุ่งเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์มาผสมผสานกับภาคอุตสาหกรรมของประเทศ โดยอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาสูงสุดในระบบธุรกิจของโลกในขณะนี้ ซึ่งสอดคล้องกับบทความเรื่อง The creative

economy ของนิตยสาร Business Week ที่กล่าวถึงโฉมหน้าของเศรษฐกิจในศตวรรษใหม่ไว้ว่า สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการทำธุรกิจในศตวรรษที่ 21 คือ Power of ideas หรือ พลังของความคิด โดยให้เหตุผลว่านักลงทุนทั่วโลกกำลังตกอยู่ในความเสี่ยงเพราะทุนที่มีอยู่อย่างมหาศาลนั้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่สำคัญอีกต่อไป แต่สิ่งที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในปัจจุบันกลับเป็น ความคิดดีๆ ที่จะสามารถสร้างสินค้าหรือบริการที่จะตอบสนองต่อตลาดใหม่นี้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการสร้างมูลค่า (Value creation) ให้กับผลิตภัณฑ์ที่แต่ละประเทศมีจุดแข็ง ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกเริ่มหันมาให้ความสนใจกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative industries)

อย่างไรก็ดีได้มีการให้คำนิยามของเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่าเป็นระบบเศรษฐกิจที่สะท้อนถึงกระบวนการซึ่งรวมเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี เข้าไว้ด้วยกันและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน จึงทำให้เศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์โดดเด่นขึ้นมาท่ามกลางระบบการผลิตอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิมและภาคการเกษตร ตัวอย่างที่เห็นเด่นชัดในประเทศฝรั่งเศส การผลิตแชมเปญมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ คือที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ดวงอาทิตย์ส่องแสงลงมาในเขตพื้นที่ภูเขา 3 ลูกและมีสภาพดินดีที่สุดที่จะปลูกองุ่น ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อผลิตเหล้าแชมเปญและไวน์ รสชาติดีที่สุดในโลก ผสมกับความรู้อะไรและประสบการณ์จากการศึกษากระบวนการหมักองุ่นเพื่อผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลทำให้เกิดแชมเปญ ที่มีรสชาติดีที่สุดในโลกและไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็น วิธีการสร้างคุณค่าและมูลค่า (Value creation) จากส่วนประกอบของสังคมและเทคโนโลยี

สำหรับประเทศไทย ซึ่งแม้ว่าในระยะที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มุ่งเน้นระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม และการพัฒนาอุตสาหกรรมในรูปแบบของ Mass production มาโดยตลอดแต่ก็เกิดคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาของภาคอุตสาหกรรมของไทยให้เกิดความยั่งยืน เพราะแนวทางการพึ่งพาทุนและเทคโนโลยีจากต่างประเทศอาจไม่ใช่แนวทางที่ถูกต้องในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศในอนาคต แต่การพัฒนาให้ประเทศไทยสามารถยืนหยัดอยู่บนเวทีการแข่งขันของโลกได้ในอนาคต น่าจะต้องอาศัยจุดแข็ง คือ ภูมิปัญญา หรือเอกลักษณ์เฉพาะด้านร่วมกับทักษะฝีมืออันประณีตของแรงงานไทยผนวกกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตหรือสร้างสินค้าที่มีคุณค่าเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งก็คือวิธีการสร้างมูลค่า (Value creation) ให้กับสินค้าและบริการ

2) สุรัชย์ โฆษิตบวรชัย

สุรัชย์ โฆษิตบวรชัย (2553) ได้กล่าวถึงการสร้างสรรค์คุณค่า Value creation บทสรุปของความเข้าใจยุคใหม่ ไว้ว่าคำว่า คุณค่า (Value) เป็นเรื่องที่ถูกกล่าวกันมากในการ

บริหารจัดการยุคใหม่จนถูกนำมาใช้เป็นแนวคิดในการทำงานเชิงรุกในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการตลาด การสร้างผลิตภัณฑ์ และอื่นๆ ด้วยเหตุผลที่ว่าองค์กรต้องมีกลไกเพื่อตอบสนองต่อสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นองค์กรสมัยใหม่ที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจนในเรื่องของการสร้างคุณค่า (Value) โดยการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าต้องให้ความสำคัญกับคนอยู่ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มลูกค้า (Customer) หรือกลุ่มคนที่ได้รับผลจากการนำคุณค่าไปใช้ กลุ่มพนักงาน (Employee) เป็นกลุ่มที่มีหน้าที่สร้างสรรค์คุณค่า และกลุ่มของผู้ลงทุน (Investor) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการออกทุนหรือลงทุนในการทำธุรกิจ

สำหรับแนวทางการสร้างสรรค์คุณค่า (Value creation) ให้กับองค์กร สามารถอธิบายได้เป็น 9 ขั้นตอน ดังนี้

1) การรับรู้ความมีคุณค่าของลูกค้า (Customer perception of value) เป็นการนำเอาความรู้สึกของลูกค้าเป็นที่ตั้ง เป็นการมองในรูปแบบที่เรียกว่า Outside-In คือมองจากข้างนอกว่าต้องการหรือพึงพอใจในเรื่องไหน แล้วกลับมาพิจารณาว่าองค์กรสามารถทำอย่างไรที่ลูกค้าต้องการได้หรือไม่ ถ้าได้จะทำอย่างไร ซึ่งมีหลายวิธีที่เป็นที่นิยมในการค้นหาความต้องการของลูกค้า เช่น ใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือในการวัดความรู้สึกของลูกค้า ทำให้ทราบถึงการรับรู้ทางด้านคุณค่าว่า อะไรคือสิ่งสำคัญสำหรับลูกค้า

2) การรักษาฐานลูกค้า (Customer retention) หมายถึงการมองลูกค้า ในองค์กรสมัยใหม่ต้องให้ความสำคัญในการสร้างฐานลูกค้าระยะยาว ดังนั้นไม่ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรจัดขึ้น หรือคิดค้นขึ้นต้องสามารถนำไปสร้างเป็นฐานลูกค้าระยะยาว

3) การสร้างรายได้ (Revenue) ในการสร้างสรรค์คุณค่า ต้องสามารถนำมาสร้างรายได้หรือมูลค่าให้กับองค์กร คำว่ารายได้อาจหมายถึง ตัวเงินที่เพิ่มขึ้นมา หรือหมายถึงชื่อเสียงที่องค์กรจะได้รับ ทำให้องค์กรมีจุดมุ่งหมายที่จะทำและมีกำลังใจในการทำงานเพิ่มมากขึ้น

4) ผลกำไร (Profit) เป็นการมุ่งเน้นเพื่อตอบสนองต่อผู้ลงทุน (Investor) ทำให้ได้ผลตอบแทนจากการลงทุน ดังนั้นในทุกกิจกรรมที่มีการนำเสนอ ต้องมีผลตอบแทนหรือกำไรสามารถนำไปใช้ในการลงทุนเพิ่มเติมในด้านการวิจัยค้นคว้า หรือผู้ถือหุ้นทำให้ผู้ลงทุนมีความต้องการที่จะลงทุนเพิ่มเติมและอยากทำธุรกิจต่อเนื่อง

5) การฝึกอบรม (Training) เป็นการเพิ่มเติมองค์ความรู้ไม่เพียงแต่ทำให้พนักงานมีความเข้าใจในหลักของการสร้างคุณค่าแล้ว (Value creation) แต่ยังเป็นการเปิดมุมมองให้

สามารถมีความคิดที่มีความแตกต่างไปจากความคิดเดิม ทำให้ได้แนวทางการคิดแบบใหม่ๆ ตลอดเวลาเป็นต้น

6) การสร้างขวัญกำลังใจ (Motivation) เป็นการสร้างแรงจูงใจทำให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจที่จะพยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการสร้างแรงจูงใจอาจทำได้ในหลายรูปแบบเช่น การให้สิ่งตอบแทนเป็นรางวัล (Reward) เป็นค่าตอบแทน (Incentive) หรืออาจให้ในลักษณะของการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

7) การให้บริการต่อลูกค้า (Customer's service) ผลของความคิดในการสร้างสรรค์คุณค่า ต้องสามารถตอบสนองหรือนำไปให้บริการกับลูกค้าได้ เพราะถึงแม้ผลิตภัณฑ์ได้ออกแบบมาจะดีเพียงไร แต่ไม่สามารถนำมาใช้หรือให้บริการได้ เป็นเพียงแค่ต้นแบบที่ไม่สามารถนำมาผลิตได้ด้วยเหตุผลใดก็ตาม เช่น เรื่องของเทคโนโลยียังไม่สามารถทำได้หรือราคาแพงมากเกินไปก็ไม่มีประโยชน์อะไร เพราะไม่เป็นการตอบโจทยี่ที่ได้รับมาจากลูกค้า และเสียเวลาลงทุนลงแรงในการสร้างสรรค์คุณค่า

8) การลงทุนกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลตอบแทนจากการลงทุนต้องนำมาสร้างสรรค์คุณค่าขั้นต่อไป ไม่สามารถหยุดยั้งได้ มิฉะนั้นคู่แข่งก็จะแซงหน้าไป การออกแบบสร้างสรรค์คุณค่าจึงเป็นสิ่งใหม่เพียงช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้นและจะปรับเปลี่ยนไปตามเวลา ดังนั้น ทุกองค์กรจึงต้องมีการจัดสรรเงินจากผลกำไรมาใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Research and development) ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

9) การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีนวัตกรรม (Innovative product) เป็นผลจากพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นนโยบายขององค์กรที่มุ่งเน้นสร้างผลิตภัณฑ์หรือแนวทางของคุณค่าใหม่ๆ ให้กับองค์กร ดังนั้นจึงต้องมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะคำว่า นวัตกรรม (Innovation) ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่จับต้อง คือ สินค้าเพียงอย่างเดียว แต่อาจเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น การให้บริการหรือความคิดสร้างสรรค์ก็นับว่าเป็นนวัตกรรมได้เช่นกัน

การวิจัยและพัฒนาเป็นหัวใจในการสร้างสรรค์คุณค่า ที่เรียกว่า Research and development ซึ่งคนหลายคนในสังคมนี้อาจจะไม่คุ้นเคยเท่าใดนัก เพราะบางกลุ่มทำ Copy and development ใครผลิตได้เป็นต้องคัดลอกอยู่ร่ำไป จนบางครั้งสามารถออกสินค้าได้เร็วกว่าต้นฉบับ

2. แผนแม่บท แผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

2.1 แผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหาร พ.ศ. 2553-2557

แผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหาร พ.ศ.2553-2557 กำหนดสาระสำคัญในหลักการของเรื่องต่างๆ ตามมติคณะรัฐมนตรีวันที่ 13 มกราคม 2553 ดังนี้ (สำนักพัฒนายุทธศาสตร์และติดตามนโยบายพิเศษ, 2553)

1. ความเป็นมา กระทรวงอุตสาหกรรมโดยสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมได้รับจัดสรรงบประมาณในการดำเนินโครงการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อศึกษาและกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ซึ่งการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหารในครั้งนี้ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวทางการดำเนินการ ภายใต้กรอบแนวคิดสำคัญ คือ การเร่งเครื่องประเทศไทยด้วยอุตสาหกรรมอาหาร (Thailand food forward) ที่มุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศอย่างก้าวกระโดดด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการแปรรูปสินค้าทางการเกษตรของไทย การเพิ่มผลผลิต การควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ควบคู่ไปกับการใช้ยุทธวิธีทางการตลาดเพื่อเร่งสร้างยอดขายด้วยการสร้างการรับรู้ การสร้างความมั่นใจ และความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนต่อการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ทั้งนี้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่นำเสนอภายใต้แผนแม่บทฯ ดังกล่าวได้มีการวิเคราะห์และพิจารณาร่วมกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเห็นว่ามีความจำเป็นที่อุตสาหกรรมอาหารของไทยจะต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

2. สาระสำคัญของแผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหาร พ.ศ.2553-2557

2.1 วิสัยทัศน์ คือ ประเทศไทยจะเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอาหารของโลกที่เน้นการเพิ่มคุณค่าและความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

2.2 วัตถุประสงค์ เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย มีทิศทาง เป้าหมายที่ชัดเจน และมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอย่างเป็นระบบและเป็นองค์รวม ที่สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและการพัฒนาประเทศที่เปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดแนวนโยบายด้านอุตสาหกรรมอาหารเชิงบูรณาการร่วมกัน เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต และเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าอาหารของไทย รวมถึงผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศจะมีความเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าอาหาร

ไทย ซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายส่วนแบ่งการตลาดของไทยในทุกกลุ่มสินค้าอาหารได้อย่างเป็นรูปธรรม

2.3 เป้าหมาย

2.3.1 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารของไทยเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 10% ต่อปี

2.3.2 สัดส่วนมูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 60% ของยอดมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารรวม

2.3.3 โรงงานผลิตอาหารของไทยได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตระดับสากล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของโรงงานทั้งหมด

2.3.4 สินค้าอาหารของไทยมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนด้านคุณภาพและดีต่อสุขภาพ

2.3.5 ประเทศไทยมีมาตรฐานอาหารภายในประเทศที่ทัดเทียมมาตรฐานสากล

2.4 สาระสำคัญของกรอบยุทธศาสตร์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

2.4.1 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในระดับภาพรวม ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างคุณค่า ให้กับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศทั้งระบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างการรับรู้ (Consumer awareness) ยกระดับภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยในการส่งเสริม เพิ่มขีดความสามารถของการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมอาหาร

2.4.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในระดับกลุ่มสินค้า คือ

(1) กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นต้น มี 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนามาตรฐานวัตถุดิบและระบบการผลิต

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี/องค์ความรู้เพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การปรับปรุงและพัฒนาระบบการขนส่งสินค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างภาพลักษณ์สินค้าอาหารแปรรูปขั้นต้นของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

(2) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป มี 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การสร้างนวัตกรรมนำเทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต ได้แก่

1. การจัดหาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูป ประกอบด้วย

- ประสานความต้องการเทคโนโลยี เครื่องจักรที่ผู้ประกอบการต้องการและดำเนินการจัดหาเพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต
- การส่งเสริมให้มีระบบในการทำงานร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานวิจัยและผู้ประกอบการ และสร้างกลไกในการเข้าถึงองค์ความรู้ที่มีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมการผลิตเครื่องจักรแปรรูปอาหารภายในประเทศ โดยประสานกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในการผลิตเครื่องจักรที่มีความต้องการสูงและมีเทคโนโลยีไม่ซับซ้อนมากนักเพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs จะได้มีโอกาสเข้าถึง และสามารถนำเทคโนโลยีในการผลิตที่สูงขึ้นได้
- สนับสนุนการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของผู้ประกอบการสามารถนำมาหักเป็นค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีได้

2. การเพิ่มคุณค่า สร้างความแตกต่างและเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทย ประกอบด้วย

- พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในรูปแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่เน้นความเร็ว ความสะดวกสบาย แต่ในขณะเดียวกันต้องการอาหารที่มีประโยชน์ มีคุณภาพและความปลอดภัยสูง
- การส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยืดอายุการเก็บรักษา มีความสวยงาม รักษาสิ่งแวดล้อม สะดวกต่อการใช้งานและย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ
- พัฒนาเอกลักษณ์แสดงคุณค่าทางโภชนาการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริม พัฒนาคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหารแปรรูปของไทย ประกอบด้วย

1. การยกระดับศักยภาพการดำเนินงานห้องปฏิบัติการ ส่งเสริมให้ห้องปฏิบัติการในประเทศไทยได้รับการยอมรับจากประเทศผู้นำเข้า
2. กระตุ้นให้ผู้บริโภคเป็นแรงผลักดันให้มีการพัฒนาคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ได้แก่
 - จัดให้มีรางวัลสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคทั้งในด้านของรสชาติและในด้านของคุณภาพความปลอดภัยโดยให้ผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินด้วยการลงคะแนน

- สร้างความเข้าใจและความใส่ใจให้กับผู้บริโภคต่อการอ่านและใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่จะบนฉลากข้างผลิตภัณฑ์อาหารประกอบการตัดสินใจซื้อ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทย ประกอบด้วย

1. การพัฒนาช่องทางการเข้าถึงตลาด ได้แก่

- การจัด Road show หรือ Trade fair เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารของไทยอย่างต่อเนื่อง

- พัฒนาการตลาดเสมือนจริง Virtual market ผ่าน Website เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าอาหารของไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคทั่วโลกสามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า และติดต่อกับผู้ผลิตไทยได้โดยตรง

- ศึกษาพฤติกรรม แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในรายการกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปในแต่ละตลาดที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นช่องทางด้านการผลิต การตลาด และการลงทุน รวมถึงการศึกษาโอกาสความเป็นไปได้ในการสร้างคุณค่าเพิ่มรายการกลุ่มผลิตภัณฑ์

2. การสร้างตราผลิตภัณฑ์อาหารแห่งชาติ

- สร้างสัญลักษณ์สำหรับตราผลิตภัณฑ์อาหารแห่งชาติและประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลก โดยชูจุดเด่นในเรื่องของคุณภาพและความปลอดภัย

- ผู้ผลิตสนใจใช้ตราผลิตภัณฑ์อาหารแห่งชาติต้องผ่านการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้าอาหารแปรรูปของประเทศไทยมีคุณภาพและความปลอดภัยอย่างแท้จริง

- ผลักดันให้เกิดมาตรฐานอาหารสำเร็จรูปของไทยในแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทั้งผู้บริโภคในและต่างประเทศ

2.2 แผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป

ภาครัฐได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปทั้งหมด 8 แผนงาน โดยมีสาระสำคัญดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553)

1. ปรับปรุงผลิตภาพและปรับกระบวนการผลิตให้มีต้นทุนและการส่งมอบสินค้าที่แข่งขันได้ โดยการสร้างระบบและเครือข่ายข้อมูลอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อสร้างความเชื่อมโยงและให้เกิดระบบประสานที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ภาคการผลิตวัตถุดิบ การแปรรูป การตรวจสอบคุณภาพ และการส่งออก รวมทั้งมีการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการจัดหาวัตถุดิบสำหรับ

อุตสาหกรรมอาหารและอาหารสัตว์ และมีการรณรงค์ให้มีการนำระบบ HACCP มาใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร

2. ยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยี โดยมีการปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการนำเข้าเครื่องจักรบางชนิดมาใช้ในการกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพและคุณภาพผลิตภัณฑ์

3. ยกระดับความสามารถของแรงงานต่างๆ ไปสู่แรงงานฝีมือ โดยการจัดตั้งกองทุน Training Fund เพื่อปล่อยกู้และอุดหนุนค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญ วางระบบการพัฒนาฝีมือแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาหลักสูตร ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานฝึกอบรมบุคลากรภาคอุตสาหกรรม

4. เสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

5. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า รวมทั้งพัฒนาคุณภาพสินค้าส่งออกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารที่มีคุณภาพสูงและมีการจัดตั้ง Trading firm เพื่อสนับสนุนการส่งออก

6. สนับสนุนการกระจายหน่วยผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้น และมีมลภาวะต่ำไปสู่ชนบท โดยมีการชักจูงธุรกิจเอกชนที่เหมาะสมสู่ชนบท พร้อมทั้งจัดสินเชื่อเพื่อเคลื่อนย้ายหน่วยผลิตที่ใช้แรงงานไปสู่ภูมิภาค

7. ชักจูงการลงทุนจากต่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีสำหรับอนาคต โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการแลกเปลี่ยนข้อมูลการลงทุนระหว่างผู้ลงทุนไทยกับผู้ลงทุนต่างประเทศ

8. การจัดการอุตสาหกรรมมีมลภาวะสูงไปยังเขตที่กำหนด ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสะอาดเพื่อลดมลภาวะ โดยส่งเสริมการนำของเหลือใช้จากอุตสาหกรรมอาหารมาใช้ประโยชน์ โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ศึกษาความเป็นไปได้ของการผลิตเชิงพาณิชย์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่อุตสาหกรรม

สำหรับภาคเอกชนโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการปรับตัวด้านปัจจัยต้นทุนพลังงานและต้นทุนวัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องหาแนวทางปรับตัวในการลดต้นทุนในองค์ประกอบอย่างจริงจัง โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและปรับปรุงประสิทธิภาพในระบบโลจิสติกส์ ลดการสูญเสียพลังงานและวัตถุดิบโดยต้องใช้ทรัพยากรอย่าง

คุ่มค่าที่สุด วางแผนรับมือปัญหาราคาน้ำมันโดยพิจารณาแนวทางการใช้พลังงานรูปแบบอื่นในกระบวนการผลิตและการขนส่ง นอกจากนี้ธุรกิจควรพิจารณาแนวทางในการนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้เพื่อลดต้นทุนและปรับปรุงประสิทธิภาพ ในด้านพลังงานและปัญหาโลกร้อนอาจสร้างโอกาสให้แก่หลายธุรกิจในการพัฒนาเทคโนโลยีและรูปแบบสินค้าที่ตอบสนองกระแสประหยัดพลังงานและรักษาสภาพแวดล้อมประหยัดพลังงานหรือใช้พลังงานทางเลือก ผลิตภัณฑ์บรรจุก๊าซที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การผลิตพลังงานทดแทน อุปกรณ์สื่อสารและไอทีที่ตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจในการลงทุนด้านระบบโลจิสติกส์และการใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาช่วยในการลดต้นทุนองค์กร และพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการ เป็นต้น สำหรับด้านการพัฒนาทักษะแรงงานควรดำเนินการดังนี้

1. ควรพิจารณาอัตราค่าจ้าง ใช้หลักเกณฑ์จากความสามารถและจากประสบการณ์เป็นสำคัญ

2. ควรสร้างความรู้สึกรักที่ติดต่อกันให้แก่ลูกจ้าง เพื่อให้ลูกจ้างภูมิใจในงานที่ปฏิบัติ

3. ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนางานแก่ลูกจ้าง

4. พัฒนาด้านการบริหารจัดการ

4.1 ต้องมีการแลกเปลี่ยน "Best practice" ทั้งจากภายในและภายนอกหรือระหว่างองค์กร/หน่วยงาน/บริษัท

4.2 ควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) อย่างชัดเจน เร่งสร้างความเข้าใจพนักงานทุกระดับชั้น เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทางเดียวกัน

2.3 แผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2552-2554

แผนการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2552-2554 ของรัฐบาล นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี เมื่อมกราคม 2552 ได้กำหนดกรอบแนวทางการบริหารราชการแผ่นดิน (2552) โดยมีนโยบายปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและกลยุทธ์/วิธีการบางรายการด้านเกษตรอุตสาหกรรม การตลาด การค้าและการลงทุน ดังนี้

1. ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร โดยส่งเสริมการวิจัยและพัฒนามาตรฐานการผลิตและความปลอดภัยด้านสินค้าเกษตรและอาหารตามมาตรฐานสากลในระดับชุมชน และมีการเชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตรกับอุตสาหกรรมเกษตร ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรที่ได้คุณภาพและมาตรฐานสากล ส่งเสริมความแข็งแกร่งของตราสินค้า จัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร รวมทั้งเร่งรัดการเจรจาระหว่างประเทศที่

เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร และให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนสนับสนุนเงินทุนพัฒนาเครื่องจักรเพื่อแปรรูปขั้นต้นของสินค้าเกษตร

กลยุทธ์/วิธีการ

- พัฒนาระบบการผลิตและคุณภาพของผลผลิต โดยพัฒนาปรับปรุงระบบคุณภาพทั้งพืช ปศุสัตว์ และประมง (GAP GMP HACCP) ให้ได้ผลผลิตที่ได้มาตรฐานสากลรวมทั้งสนับสนุนด้านการตลาดสินค้าเกษตรและปัจจัยการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าสินค้าเกษตร

- ส่งเสริมการผลิต จัดการสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตร

2. สร้างความมั่นคงด้านอาหาร โดยส่งเสริมการทำเกษตรตามแนวพระราชดำริ ขยายกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาเกษตรทฤษฎีใหม่ โครงการอาหารกลางวันและธนาคารโค กระบือตามแนวพระราชดำริและสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน วนเกษตร ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เพื่อลดการใช้สารเคมีและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร รวมทั้งสนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับความมั่นคงทางด้านอาหาร

กลยุทธ์/วิธีการ

- สร้างความมั่นคงอาหาร โดยส่งเสริมการทำเกษตรตามแนวพระราชดำริ การเรียนรู้ และการพัฒนาเกษตรทฤษฎีใหม่ สนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เพื่อลดการใช้สารเคมี และจัดหาที่ราชพัสดุเพื่อสนับสนุนโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

3. กำหนดมาตรการแก้ไขปัญหของแต่ละอุตสาหกรรมและพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในอนาคต เช่น อุตสาหกรรมผลิต เครื่องจักรภายในประเทศ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมอัญมณี เป็นต้น โดยปรับปรุงมาตรการส่งเสริมการลงทุน ด้านภาษีและที่มีใช้ภาษีให้สามารถจูงใจนักลงทุนและส่งเสริมการร่วมทุนกับบริษัทต่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง

กลยุทธ์/วิธีการ

- เร่งรัดการปรับปรุงมาตรการ กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรม
- ปรับปรุงมาตรการส่งเสริมการลงทุนให้เหมาะสมสามารถจูงใจนักลงทุนโดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในอนาคต

- เร่งรัดการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในอนาคต

4. ร่วมมือกับภาคเอกชนในการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานสินค้าให้ทัดเทียมและล้ำหน้าในระดับสากล โดยสนับสนุนให้มีกลไกการระดมทุนและประกันความเสี่ยงให้กับ

ภาคเอกชนเพื่อกระตุ้นให้ภาคเอกชนลงทุนทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้น รวมทั้งให้การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับสินค้าที่ผลิตในประเทศและมีตราสัญลักษณ์ไทย

กลยุทธ์/วิธีการ

- ส่งเสริมผลักดันการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตอบสนองความต้องการตลาด
- สนับสนุนให้มีกลไกกระตุ้นภาคเอกชนลงทุนทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้น
- พัฒนาและถ่ายทอดผลการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีสู่เชิงพาณิชย์

5. ส่งเสริมลงทุนในภาคการเกษตรอุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพโดยเฉพาะสินค้าอาหารและบริการสุขภาพ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ สินค้าและบริการที่ใช้ในนวัตกรรมและภูมิปัญญา การลงทุนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งสนับสนุนการลงทุนในต่างประเทศในสาขาที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพ และสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ

กลยุทธ์/วิธีการ

- ส่งเสริมการค้าและการลงทุนที่มีศักยภาพในต่างประเทศ
- เสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพพร้อมสู่สากล
- ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการระบบธุรกิจ
- พัฒนาผู้ประกอบการ สนับสนุนอุตสาหกรรมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในไทย

3. แนวทางการพัฒนาพื้นที่ สถานการณ์ และผลกระทบต่อการพัฒนาภาคกลาง

3.1 แนวทางการพัฒนาพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง

สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) ได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาภาค เพื่อสนับสนุนจังหวัดและกลุ่มจังหวัดให้สามารถใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดและแผนพัฒนากลุ่มจังหวัด โดยการจัดกลุ่มและกำหนดทิศทางการพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางประกอบด้วย 6 กลุ่มจังหวัด ได้แก่ (สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550)

กลุ่มภาคกลางตอนบน 1: พระนครศรีอยุธยา นนทบุรี ปทุมธานี สระบุรี

กลุ่มภาคกลางตอนบน 2: ลพบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง

กลุ่มภาคกลางตอนกลาง : ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว

กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1: กาญจนบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี นครปฐม

กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2: เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มภาคตะวันออก : ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด

สุมาลี เดชาอนุรักษ์กุล (2551) ในฐานะผู้อำนวยการสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาพื้นที่ภาคกลางตอนล่างในอนาคตไว้ว่า บทบาทการพัฒนาภาคกลางจะเป็นฐานอุตสาหกรรมหลักและแหล่งผลิตอาหาร Ready to cook Ready to eat ของประเทศที่เติบโตอย่างมีคุณภาพและมีความยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการค้า การขนส่งและสื่อสารเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เป็นฐานการเรียนรู้และวิจัย พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สำหรับบทบาทการพัฒนาในกลุ่มที่ 1 จังหวัดนครปฐม ราชบุรี สุพรรณบุรี กาญจนบุรี นั่นคือเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ศูนย์การค้า การขนส่งและสื่อสารเชื่อมโยงสภาพพม่า อุตสาหกรรมสำคัญของกลุ่มคือ อาหาร เครื่องดื่ม และสิ่งทอ กลุ่มที่ 2 สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เป็นแหล่งอุตสาหกรรมประมง ครบวงจรแหล่งอุตสาหกรรมหลัก เป็นฐานการเรียนรู้และวิจัย กลุ่มนี้เป็นเขตเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูง ด้านท่องเที่ยว อุตสาหกรรม และเกษตรกรรม มีอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อภาคกลางคือ ผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม

3.2 สถานการณ์การพัฒนาภาคกลางและการเปลี่ยนแปลงตามกรอบยุทธศาสตร์

สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง (2552) ได้รายงานสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงตามกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลาง โดยสรุปสาระสำคัญตามกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลาง คือ ภาคกลางเป็นพื้นที่ที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจส่วนรวมของประเทศ เป็นศูนย์รวมที่ตั้งของอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีระบบชลประทานค่อนข้างสมบูรณ์ มีพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำที่เหมาะสมในการพัฒนาการเกษตร มีสภาพภูมิประเทศที่หลากหลายทั้งป่าเขา ทะเล เกาะแก่ง และมีพื้นที่ติดชายแดนติดกับประเทศกัมพูชาด้านตะวันออกและติดกับสหภาพพม่าด้านตะวันตก จึงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงด้านการค้า การท่องเที่ยว และการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้เศรษฐกิจของภาคกลางเติบโตดี ทำให้ความปัญหาภายในพื้นที่ภาคกลางลดลง อย่างไรก็ตามการที่เศรษฐกิจของภาคกลางได้พึ่งพิงอุตสาหกรรมสูง จึงมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการผลิตจำนวนมากจนเกินกว่าความสามารถในการฟื้นคืนความสมบูรณ์ได้ดั้งเดิม ก่อให้เกิดของเสียจากการผลิต ทำให้ระบบนิเวศขาดความสมดุล เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ทั้งน้ำเสีย มลพิษทางอากาศ ปัญหาขยะ ทำให้เกิดความไม่สมดุลและยั่งยืนของการพัฒนา จากศักยภาพ โอกาส ข้อจำกัดและสภาพปัญหาการพัฒนาดังกล่าว กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลางในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 10 (2550-2554) จึงได้กำหนดบทบาทและยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลาง ตลอดจนทิศทางการพัฒนากลุ่มจังหวัด 6 กลุ่มในพื้นที่ภาคกลาง ดังนี้

1. บทบาทการพัฒนาพื้นที่

1.1 ฐานอุตสาหกรรมหลักและแหล่งผลิตอาหาร Ready to cook Ready to eat ของประเทศที่เติบโตอย่างมีคุณภาพและมีความยั่งยืน ภาคกลางมีส่วนการผลิตอุตสาหกรรมร้อยละ 74 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมรวมทั้งประเทศ และมีสัดส่วนเงินลงทุนพัฒนาอุตสาหกรรมของภาคกลางสูงถึงร้อยละ 78 ของประเทศ อุตสาหกรรมสำคัญของภาค คือ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า

1) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนกลางและตะวันออกเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมหลักสมัยใหม่ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ และอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการขนส่งทางอากาศ โดยมีจังหวัดระยอง และชลบุรี เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและเพื่อการส่งออก ที่ต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม และพัฒนาโลจิสติกส์ให้ครบวงจรและมีประสิทธิภาพ

2) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 1 และ 2 เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมเซรามิก โดยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริเวณพื้นที่นี้ ได้แก่ จังหวัดสระบุรี อโยธยา

3) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยสนับสนุนการขยายการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม และพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตร เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

1.2 ศูนย์กลางการค้า การขนส่งและสื่อสารเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน

1.3 ฐานการเรียนรู้และวิจัย พัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคกลาง การพัฒนาฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาเสถียรภาพการพัฒนาอุตสาหกรรม เกษตร การบริการ การลงทุนให้มีความมั่นคงและเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดย

1) ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมและย่านอุตสาหกรรม รวมถึงการให้ความสำคัญกับการติดตามประเมินผลทางด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อการเตือนภัยและจัดการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมก่อนที่จะมีผลกระทบต่อชุมชนข้างเคียง โดยเฉพาะพื้นที่ ชลบุรี ระยอง สมุทรปราการ พระนครศรีอยุธยา และฉะเชิงเทราซึ่งเป็นแหล่งอุตสาหกรรม ยานยนต์ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเข้าสู่การผลิตอาหาร Ready to cook และ Ready to eat ในพื้นที่ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรีสุพรรณบุรี สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร

2) ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการสนับสนุนด้านการตลาด เงินทุนและความรู้การบริหารจัดการแก่อุตสาหกรรมขนาดกลางขนาดย่อม

3) ส่งเสริมการพัฒนาการเกษตรเพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรรวมถึงพัฒนาและปรับปรุงระบบการปลูกพืช การแปรรูปและการประมง โดยการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรโดยเน้นพื้นที่ ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี ราชบุรี นครปฐม สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร

4) พัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการระดับนานาชาติ รวมถึงเร่งรัดพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนนน้ำประปา การกำจัดขยะมูลฝอย โดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ เช่น ชะอำ หัวหิน พัทยา เกาะช้าง เป็นต้น

5) สร้าง Value Chain และพัฒนารูปแบบการดำเนินงานใหม่ โดยขยายบริการที่มีศักยภาพในการแข่งขัน เช่น การบริการด้านการศึกษา สุขภาพ (โรงพยาบาล/Spa) ในพื้นที่บริเวณชลและปราจีนบุรีชลบุรี ระยอง เพชรบุรี

6) พัฒนาประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมาตรฐานระดับนานาชาติโดยเน้นการพัฒนาระบบรางเชื่อมโยงภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แหล่งอุตสาหกรรมและท่าเรือ โดยเฉพาะพื้นที่ จังหวัด ระยอง ชลบุรี และสระบุรี เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง

3. สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ ภาคกลางยังคงเป็นภาคที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจต่อประเทศ โดยมีสัดส่วนการผลิตสูงที่สุดในประเทศ อย่างไรก็ตามเศรษฐกิจภาคกลางยังคงพึ่งพิงภาคอุตสาหกรรมสูง ทำให้เศรษฐกิจขาดความมั่นคงและไม่ยั่งยืน โดยการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงปี 2550 แม้ว่าจะประสบความสำเร็จดี แต่การขยายตัวทางเศรษฐกิจของภาคกลางที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นการเพิ่มการผลิตและการส่งออกของภาคอุตสาหกรรม เนื่องจากเศรษฐกิจภาคกลางพึ่งพิงอุตสาหกรรมมากกว่าร้อยละ 60 ซึ่งการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมทำให้มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากและสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ภาคอุตสาหกรรมของภาคกลางยังพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ สินค้าทุน เทคโนโลยี และตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจของภาคกลางขาดความมั่นคงและไม่ยั่งยืน มีความเสี่ยงที่ต้องเผชิญกับผลกระทบจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากในช่วงปลายปี 2551 ต่อเนื่องมาถึงปี 2552 เศรษฐกิจภาคกลางได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ส่งผลต่อการลงทุนและยอดการสั่งซื้อของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ทำให้โรงงานอุตสาหกรรมหลายโรงต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยการลดชั่วโมงการทำงาน

รวมถึงการเลิกจ้างและหลายโรงงานต้องเลิกกิจการไป ทำให้เกิดอัตราการว่างงานเพิ่มขึ้นส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของภาคกลาง ดังนั้นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะต่อไปจึงจำเป็นต้องหาแนวทางที่ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศ โดยสามารถพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง และศึกษาหาแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมทางเลือกใหม่ๆบนศักยภาพ และโอกาสของภาคเพื่อลดการพึ่งพาจากต่างประเทศ โดยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการศึกษาเพื่อให้เยาวชนในรุ่นต่อไป มีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศ และควรให้ความสำคัญกับการต่อยอดการศึกษาวิจัยด้านต่างๆ ให้สามารถนำมาปฏิบัติและใช้งานได้จริงเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศ รวมทั้งควรกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมบนหลักความพอเพียง เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรกับการฟื้นฟู เพื่อฟื้นคืนสภาพความสมดุลของทรัพยากร

ในด้านโครงสร้างการผลิตของภาคมีจุดอ่อนที่พึ่งพิงภาคอุตสาหกรรมสูง เนื่องจากอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขั้นต้นที่มีคู่แข่งทางการค้ามาก แม้ว่ามีแนวโน้มพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมขั้นกลางและสูง แต่เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องนำเข้าวัตถุดิบ ชิ้นส่วน พลังงาน เงินทุน และเทคโนโลยีจากต่างประเทศสูง ปี 2551 ภาคกลางมีสัดส่วนการผลิตภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 62 เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 61.1 ในปี 2550 ซึ่งการที่เศรษฐกิจภาคกลางพึ่งพิงภาคอุตสาหกรรมสูง ทำให้เป็นปัญหาต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของภาคให้ยั่งยืน เนื่องจากการพัฒนาอุตสาหกรรมของภาคส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมขั้นต้นที่มีคู่แข่งทางการค้ามาก และมีการใช้ทรัพยากรในการผลิตมากเกินไปจนเกินขีดความสามารถในการฟื้นคืน และสร้างปัญหาสิ่งแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาอุตสาหกรรมของภาคเริ่มมีแนวโน้มพัฒนาไปในทางที่ดี โดยมีการพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมขั้นกลางและสูงมากขึ้น สำหรับปัญหาการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สำคัญของภาค คือ การขาดแคลนแรงงานคุณภาพ แรงงานไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การขาดการกำหนดพื้นที่รองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรม การขยายตัวอุตสาหกรรมกระทบต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงทำให้เกิดปัญหาความขัดแย้งในพื้นที่ และการเพิ่มผลผลิตการผลิต (Productivity) ด้วยนวัตกรรมยังมีน้อยมาก อีกทั้งต้องพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อให้การลำเลียงสินค้าที่มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต

3.3 บริบทการเปลี่ยนแปลง และผลกระทบต่อการพัฒนาภาคกลาง

สุมาลี เตชนารักษ์นุกูล (2553) ในฐานะผู้อำนวยการสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง ได้รายงานการติดตามประเมินผลภาคและประเด็นการพัฒนาภาคกลางในระยะแผนฯ 11 ในหัวข้อบริบทการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อการพัฒนาภาคกลาง คือ

1. กระบวนการแข่งขันสาขาเศรษฐกิจหลักเกษตร อุตสาหกรรมที่ส่งออก
 - เร่งพัฒนาประสิทธิภาพ คุณภาพ เกษตร และอุตสาหกรรม ปรับกระบวนการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - พัฒนาคุณภาพแรงงาน ด้านเทคนิค การบริหารจัดการสมัยใหม่
 - พัฒนามูลค่าเพิ่มของสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา
 - การเชื่อมโยงการค้า การสื่อสาร เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว
2. เปิดโอกาสภาคเป็นเศรษฐกิจเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิต (อาหารแปรรูปสินค้า เครื่องประดับยานยนต์ ชิ้นส่วน อิเลคทรอนิกส์ และปิโตรเคมี)
 - พัฒนาภาคธุรกิจ การบริการโลจิสติกส์ ระบบโลจิสติกส์
 - ภาครัฐอำนวยความสะดวกการค้าอย่างจริงจัง
 - ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับจุดแข็งด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา
3. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน การเกษตร การดูแลสุขภาพ
 - เกิดช่องว่างการสืบทอดอาชีพทำนา ต้องปรับการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรเชิงธุรกิจแบบสมัยใหม่ จัดการในเชิงนโยบายอย่างเป็นระบบ
 - รณรงค์ให้ชุมชนและท้องถิ่นตื่นตัว ดูแล เอาใจใส่ผู้สูงอายุมากขึ้น
4. กระบวนการเกษตรปัญหาภัยธรรมชาติ วิกฤตพลังงาน
 - เตรียมนโยบายความพร้อมเกษตรกร วิจัยค้นคว้า
 - พัฒนาระบบเฝ้าระวัง แก้ไขปัญหาภัยธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพยั่งยืน (พัฒนาระบบฐานข้อมูลเตือนภัย สร้างเครือข่าย องค์ความรู้)
 - พัฒนาปุ๋ยและแหล่งน้ำธรรมชาติ
 - ปรับโครงสร้างการผลิตไปสู่การผลิตพืชพลังงาน

สำหรับข้อเสนอประเด็นการพัฒนาภาคกลางในระยะแผนฯ 11 ด้านเศรษฐกิจ คือ

1. ยกระดับกระบวนการผลิตภาคการเกษตรไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย

2. ส่งเสริมการพัฒนากำลังคน ปรับปรุงกระบวนการผลิตของภาคอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับค่านิยม ในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี มีคุณภาพให้กับคนทำงาน ชุมชน และผู้บริโภค ปลายทาง

3. สนับสนุนการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มและทรัพย์สินทางปัญญาให้กับผลผลิตชุมชน

4. สนับสนุนให้จังหวัดและกลุ่มจังหวัด พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว บริการ ธุรกิจเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและการสร้างประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

5. สนับสนุนกลุ่มธุรกิจ อุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศ มีการยกระดับการบริหารจัดการไปสู่การสร้างเชื่อมโยงและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจที่ระดับห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain competitive advantage)

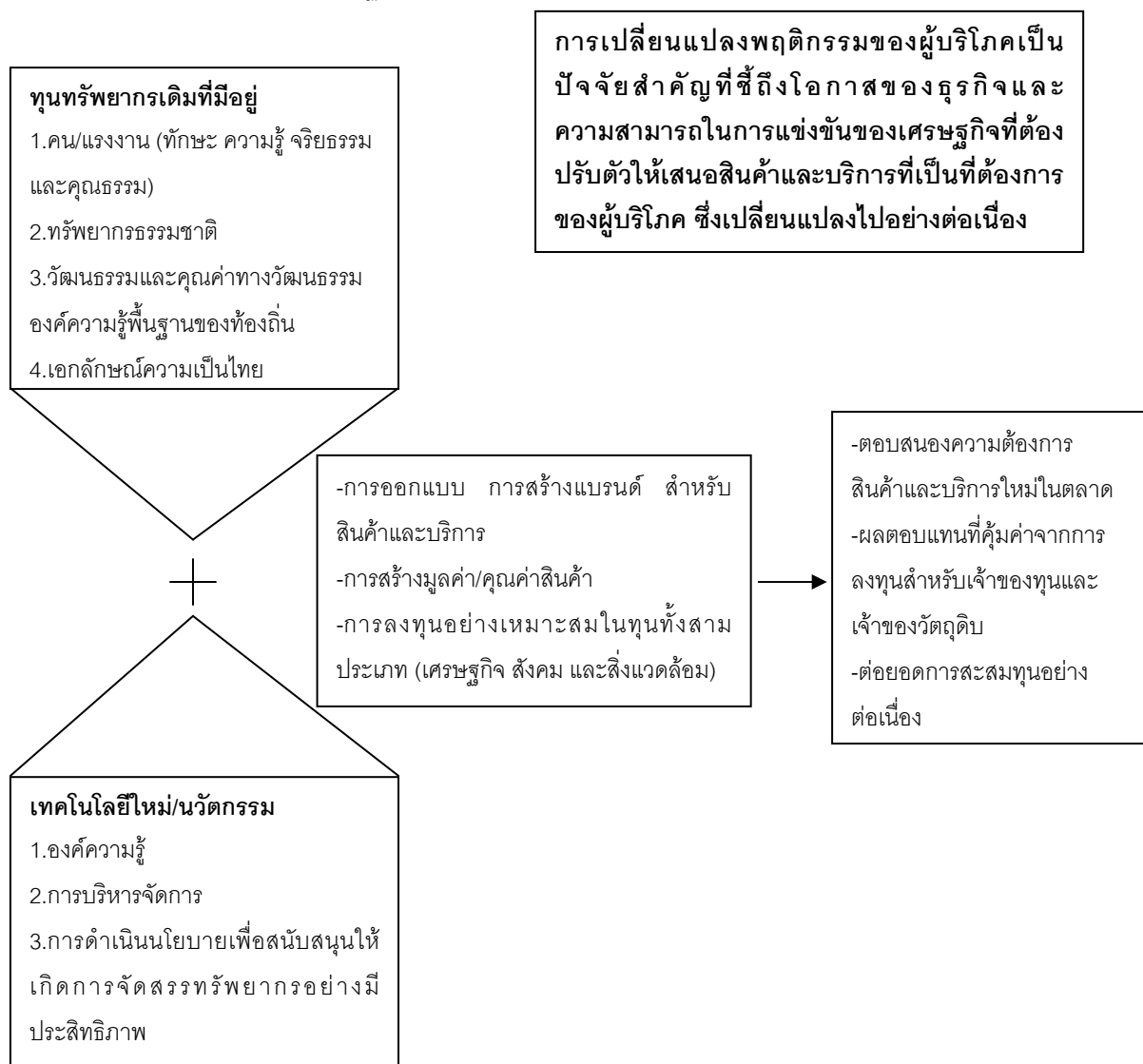
6. สนับสนุนให้มีการพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับตลาดผู้สูงอายุ

7. สนับสนุนให้มีการศึกษาทางเลือกของเกษตรกรภาคกลางในการปรับระบบการผลิตไปสู่พืชพลังงาน

3.4 ความเชื่อมโยงระหว่างทุนทางเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม

ความเชื่อมโยงในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของประชาชนในประเทศ และเพื่อสร้างรายได้เงินตราต่างประเทศจากการส่งออกไปยังตลาดโลกนั้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กล่าวในทุนทางเศรษฐกิจ (Economic capital) เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (2551, หน้า 18-19) ว่า ต้องใช้ทุนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบ อย่างไรก็ตามการขยายตัวของผลผลิตและรายได้ที่สร้างขึ้นนั้นไม่สามารถใช้เป็นตัววัดความสุขหรือสวัสดิการสังคมที่ดีได้ แต่ตัวชี้วัดความสุขที่สำคัญคือสวัสดิการสังคม ซึ่งสวัสดิการสังคมจะเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพและยั่งยืนได้ หากการพัฒนาเศรษฐกิจสามารถสร้างรายได้ส่วนเกินได้เพียงพอเพื่อไปเสริมสร้างสวัสดิการสังคมให้เกิดขึ้น ซึ่งมีฉะนั้นแล้วสวัสดิการสังคมอาจจะไม่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันการสร้างรากฐานทุนทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะ ที่ดิน ป่าไม้ แร่ธาตุ และน้ำ ให้เป็นวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตของภาคเศรษฐกิจได้อย่างมีคุณภาพนั้นเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยิ่ง เนื่องจากทรัพยากรที่เสื่อมโทรมลงหมายถึงต้นทุนทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้น ดังนั้น

การดูแลทรัพยากรธรรมชาติให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืนจึงเป็นปัจจัยหรือ
ต้นทุนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดความเชื่อมโยงของทุนแต่ละประเภท

ที่มา: (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551, หน้า 19)

กรอบแนวคิดความเชื่อมโยงของทุนแต่ละประเภท เป็นหลักการการสร้าง
เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปพร้อมกับการเพิ่มหรือพัฒนาสวัสดิการสังคม และการดูแล
ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ คือ การพัฒนาทุนในรูปแบบ ดังนี้

1. ทุนมนุษย์ต้องมีศักยภาพและธรรมาภิบาล (Labor productivity and good governance) มีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน
กฎระเบียบ และการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการรักษาสิ่งแวดล้อมตามหลัก

ที่ว่า ผู้ที่สร้างมลภาวะคือ ผู้ที่ต้องรับผิดชอบจ่ายภาษีสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะสนับสนุนการสะสมทุนเศรษฐกิจให้เกิดในระดับที่เหมาะสมในแต่ละสาขาการผลิต รวมทั้งเป็นกรอบให้มีการใช้ทุนทุกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีผลตอบแทนของการลงทุนที่คุ้มค่าเพื่อช่วยสร้างทุนในอนาคตได้

2. ในขณะเดียวกัน การใช้ทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพก็ต้องอาศัยทุนมนุษย์ที่มีศักยภาพและธรรมาภิบาล การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐาน กฎระเบียบ และการบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน มิฉะนั้นแล้ว การใช้ทุนทางสังคมและธรรมชาติสิ่งแวดล้อมเพื่อการผลิตสินค้าและบริการอย่างสิ้นเปลืองและเสื่อมโทรมก็จะลดผลิตภาพแรงงานและทุนอื่นในอนาคต หรือกลายเป็นต้นทุนในอนาคตได้ และจะส่งผลให้ค่าจ้างแรงงานที่แท้จริง (Real effective wage) สูงขึ้นโดยที่ผลิตภาพไม่เพิ่มขึ้น อาทิ แรงงานที่มีปัญหาสุขภาพจะทำให้ค่าใช้จ่ายประกันสังคมต้องเพิ่มสูงขึ้น และส่งผลให้ผลตอบแทนของการลงทุนในอนาคตต่ำลง

3.5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) อาหารแปรรูปไทย

ในการศึกษาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปไทยพบ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553)

จุดแข็ง คือ มีโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์เหมาะแก่การลงทุน มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากบีโอไอจูงใจให้มาลงทุน มีศักยภาพการเติบโตของตลาดภายในประเทศสูง มีทรัพยากร และวัตถุดิบเพียงพอในอุตสาหกรรม มีโอกาสในการขยายตลาดต่างประเทศทั้งประเทศเดิมและประเทศใหม่สูง และมีระบบมาตรฐาน HACCP สามารถลดความเสี่ยงหรือของเสียในองค์กรได้

จุดอ่อน คือ สถาบันการเมืองอ่อนแอ ขาดแรงงานที่มีทักษะหลายสาขา โดยเฉพาะแรงงานอาชีวะ ขาดการบริหาร และจัดการที่ดี ฐานเทคโนโลยีไม่แข็งแกร่ง ประเทศไทยมีขนาดเศรษฐกิจที่เล็ก ดังนั้นหากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว เศรษฐกิจของประเทศจะชะลอตัวตามไปด้วย

โอกาส คือ เขตการค้าเสรีอาเซียนที่จะมีภาษีเหลือร้อยละ 0-5 ภายในปี 2558 รวมทั้งการที่ไทยทำข้อตกลง FTA กับประเทศต่างๆ เช่น อินเดีย ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น จะช่วยผลักดันให้ไทยสามารถส่งออกสินค้าไปยังประเทศเหล่านี้ได้มากขึ้น

อุปสรรค คือ การแข่งขันจากประเทศเกิดใหม่ที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนแรงงานต่ำ เช่น จีน และเวียดนาม แนวโน้มการแข่งขันการค้าจะรุนแรงขึ้นจากการที่ประเทศต่างๆ

ทำ FTA กันมากขึ้น การกีดกันทางการค้าของประเทศต่างๆ มีมากขึ้น ค่าเงินบาทมีแนวโน้มผันผวนไม่มีเสถียรภาพ และพึ่งพิงการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศสูง

ทั้งนี้โรงงานแปรรูปอาหารส่วนใหญ่มีการกระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ตามรูปแบบของวัตถุดิบที่ใช้ในโรงงาน เช่น โรงงานที่เน้นความสดของวัตถุดิบก่อนเข้าโรงงานจะตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งผลิตใหญ่ขณะที่โรงงานที่เน้นการผลิตโดยใช้ปริมาณ หรือให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากวัตถุดิบนั้นจะกระจายตัวตามแหล่งที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น ใกล้กับเขตกรุงเทพ และปริมณฑล เป็นต้น

สำหรับที่ตั้งของโรงงานแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น ในกลุ่มของอุตสาหกรรมอาหารทะเลพบว่าโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ปลา เช่น ปลาทูน่า ปลาซาร์ดีน ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศ คือ จังหวัดสงขลา และบริเวณชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย ส่วนโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกุ้งนั้นมักจะกระจายอยู่ตามจังหวัดต่างๆ ที่มีการเพาะเลี้ยงกุ้งและจังหวัดใกล้เคียงกับกรุงเทพ เพื่อความสะดวกในการส่งออก โดยตั้งอยู่ในภาคกลางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ภาคใต้ ซึ่งมีมากที่จังหวัดสงขลา กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปผักและผลไม้ มีโรงงานแปรรูปกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ตามแหล่งวัตถุดิบเช่นกัน โดยแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ทางภาคเหนือ เนื่องจากมีพื้นที่และสภาพภูมิอากาศเหมาะสมต่อการเพาะปลูกพืชผักผลไม้เกือบทุกชนิด เช่น ลำไย ลิ้นจี่ ถั่วลิสงเตา ส่วนโรงงานผลิตสับปะรดกระป๋องนั้น ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด นอกจากนั้นจะอยู่ในจังหวัด นครปฐม เพชรบุรี ชุมพร ชลบุรี ระยอง กาญจนบุรี และสมุทรสาคร ซึ่งล้วนแต่เป็นแหล่งผลิตสับปะรดที่สำคัญทั้งสิ้น โรงงานในกลุ่มเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ มีการกระจุกตัวอย่างมากในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐาน และผู้ประกอบการสามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ ส่วนโรงงานขนาดกลางจะกระจายตัวตามเขตจังหวัดใหญ่ในภูมิภาค เช่น สงขลา เชียงใหม่ นครราชสีมา เป็นต้น และส่วนใหญ่เป็นโรงงานในเครือของผู้ผลิตที่อยู่ในภาคกลาง โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูปข้าวกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยมีจำนวนโรงงานในแต่ละจังหวัดตั้งแต่ 40 โรงงานขึ้นไป แต่โรงงานการแปรรูปข้าวขนาดใหญ่และขนาดกลาง เช่น การทำแป้งมัน หรือบดเมล็ดธัญพืชอื่นๆ จะกระจายตัวอยู่ในเมืองใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการขนส่งผลผลิตเข้าสู่ภาคกลางได้สะดวก ได้แก่ นครราชสีมา อุตรดิตถ์ เป็นต้น เมื่อพิจารณาโรงงานต่อเนื่อง เช่น โรงงานทำขนมปัง และผลิตภัณฑ์อาหารจากแป้ง พบว่ากระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนโรงงานที่อยู่ตามภูมิภาคต่างๆ จะมีขนาดเล็กและกระจายตัวอยู่เกือบทุกจังหวัดในประเทศไทย อุตสาหกรรมเครื่องเทศ เครื่องปรุงรสของไทยนั้นมีโรงงานขนาดใหญ่เพียง 20 โรงงานเท่านั้น และ

ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ปริมาณพล และในเขตภูมิภาค ได้แก่ เชียงราย กำแพงเพชร และกาฬสินธุ์ โดยเป็นโรงงานผลิตซีอิ๊วในจังหวัดเชียงราย และผลิตผงชูรสจากมันสำปะหลังในอีก 2 จังหวัด ส่วนกลุ่มโรงงานขนาดกลางนั้นจะผลิตสินค้าอย่างหลากหลาย ได้แก่ น้ำพริกแกง น้ำปลา ซอสถั่วเหลืองและผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง เป็นต้น

3.6 ศักยภาพประเทศไทยในมุมมองของ พอร์ตเตอร์

พอร์ตเตอร์ ได้สะท้อนภาพประเทศไทยผ่านผลการศึกษาศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย (ศักยภาพประเทศไทยในมุมมองของ ไมเคิล อี พอร์ตเตอร์, 2546) โดยในบทศึกษานั้นมีคำตอบในการสะท้อนภาพ และความจำเป็นของการขับเคลื่อนและเปลี่ยนแปลงจากเศรษฐกิจและธุรกิจที่ได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative advantage) มาเป็นสังคมเศรษฐกิจที่เป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitiveness advantage)

โดยการศึกษาคณะทำงานได้พิจารณาถึงบริบทซึ่งก็คือ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศไทย ในระดับเศรษฐกิจมหภาค และในระดับจุลภาค ซึ่งได้ใช้กรอบแนวคิด Diamond Model ของ ศาสตราจารย์ไมเคิล อี พอร์ตเตอร์ เป็นทฤษฎีที่พูดถึงองค์ประกอบและปัจจัย ที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในระดับบริษัทและความเป็นชาติ โดยพิจารณาจากคุณลักษณะ 4 ประการ คือ ปัจจัยการผลิต (Factor conditions) ปัจจัยสนับสนุนหรือความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและธุรกิจต่อเนื่อง (Related and supporting industries) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand conditions) ยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และบริบทการแข่งขัน (Firm strategy, structure and rivalry)

ประเทศไทยใช้นโยบายเศรษฐกิจมหภาคโดยดำเนินการผ่านนโยบายการเงิน และการคลังเป็นหลัก ซึ่งไม่เพียงพอสำหรับการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนได้ การพัฒนาอุตสาหกรรมในช่วงที่ผ่านมาเริ่มจากการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า และต่อมามุ่งส่งเสริมการผลิตเพื่อการส่งออกและเน้นการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ โดยอาศัยข้อได้เปรียบจากปัจจัยในการผลิตที่มีราคาต่ำ

พัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ช่วยผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยบางส่วนเปลี่ยนผ่านจากระดับของพัฒนาการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อได้เปรียบจากปัจจัยพื้นฐานในการผลิตไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการลงทุน ซึ่งหากจะพัฒนาให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างแท้จริงแล้ว จะต้องเป็นการลงทุนเพื่อสร้างปัจจัยที่มีลักษณะเฉพาะและก้าวหน้ากว่าเดิม เช่น โครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพสูงหรือแรงงานที่มีทักษะสูง เป็นต้น อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตมีไม่มากนักในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

กล่าวคือ ระบบเศรษฐกิจยังคงต้องพึ่งพิงรายได้จากภาคอุตสาหกรรมและบริการในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับเมื่อสิบปีที่แล้วภาคเกษตรกรรมยังคงเป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญอยู่ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นแล้วสัดส่วนของแรงงานในภาคเกษตรกรรมของไทยลดลงค่อนข้างช้า เหตุผลที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ภาคอุตสาหกรรมและบริการ ยังไม่เข้มแข็งเพียงพอที่ดูดซับแรงงานได้มากเหมือนในประเทศอื่น และไม่สามารถเป็นภาคเศรษฐกิจนำ ในการยกระดับพัฒนาการของประเทศ ได้การพัฒนาของระบบเศรษฐกิจไทย มีการกระจุกตัวในส่วนกลางสูง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และภูมิภาค ที่รองรับเขตที่ตั้งอุตสาหกรรม เช่น ภาคตะวันออก ขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เพื่อเกษตรกรรมมีระบบเศรษฐกิจที่เล็กสุด ทั้งที่เป็นแหล่งรองรับแรงงานมากที่สุด และเหตุที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภาคกลางและจังหวัดรอบกรุงเทพฯ ส่วนหนึ่งก็เพราะนโยบายการบริหารจัดการของประเทศไทยในอดีตเป็นแบบรวมศูนย์ ทำให้กลไกการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติในระดับท้องถิ่นของรัฐบาลมีข้อจำกัด ยังไม่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร รวมทั้งขาดการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน และองค์กรท้องถิ่นในฐานะผู้มีส่วนได้รับประโยชน์และผลกระทบ

ทางด้านความสามารถการแข่งขันของไทยมีประเด็นน่าสนใจ คือ แม้ว่าเศรษฐกิจของประเทศไทยได้กลับมาขยายตัวหลังจากวิกฤตการณ์ทางด้านเศรษฐกิจเมื่อปี 2540 แต่เมื่อเทียบการขยายตัวทางเศรษฐกิจและระดับของรายได้ต่อประชากรกับของประเทศอื่น ไทยยังคงมีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่ล้าหลังหลายประเทศ และมีแนวโน้มจะห่างกันมากขึ้น การฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการฟื้นตัวของการส่งออก ซึ่งยังได้รับอิทธิพลจากค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลง ตั้งแต่ปี 2540 การฟื้นตัวทางด้านเศรษฐกิจและการส่งออก ยังไม่สามารถชี้ว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องได้ เนื่องจากปัจจัยที่สะท้อนความสามารถการแข่งขันของไทย คือ ผลิตภาพของประเทศยังอยู่ในระดับต่ำกว่าประเทศคู่แข่งหลายๆ ประเทศ ทั้งนี้เป็นผลจากภาคเกษตรกรรมที่เป็นภาคการผลิตที่สำคัญของประเทศ ยังคงมีผลิตภาพต่ำอย่างต่อเนื่อง นอกจากผลิตภาพที่บ่งชี้ถึงระดับของความสามารถแข่งขันที่ต่ำของประเทศแล้ว ยังสะท้อนจากปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ยังคงมีปัญหา เช่น การไม่เพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดโลกของประเทศ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่น้อยลง และระดับของการสร้างนวัตกรรมยังน้อยมาก

สำหรับสภาพแวดล้อมเศรษฐกิจจุลภาค มีการวิเคราะห์บริบทพื้นฐานด้านเศรษฐกิจจุลภาคของความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ (1) ความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจ และกลยุทธ์ของบริษัท (2) คุณภาพของปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจ ระดับเศรษฐกิจจุลภาค โดยผลการศึกษได้พุ่งตรงไปที่ ความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ของบริษัท

จากการศึกษาพบว่า บริษัทของไทยส่วนใหญ่ยังเน้นความได้เปรียบจากการมีค่าจ้างแรงงานและวัตถุดิบราคาถูก และการดำเนินกลยุทธ์ของบริษัทยังไม่ได้มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตหรือผลผลิตภาพของตนด้วยการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน กล่าวคือ ยังมีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ศักยภาพด้านเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และการสร้างตราสินค้าอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งไม่ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามากนัก อย่างไรก็ตามบริษัทขนาดใหญ่ของไทย ได้เริ่มการเปลี่ยนการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าและพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนมากขึ้นแล้ว

4. สภาพอุตสาหกรรมอาหารของไทยและภาวะอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

4.1 ภาพรวมอุตสาหกรรมอาหารของไทย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า อุตสาหกรรมอาหาร หมายถึง อุตสาหกรรมที่นำผลผลิตจากภาคเกษตร ซึ่งได้แก่ ผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง มาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต โดยอาศัยเทคโนโลยีต่างๆ ในกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภคหรือการนำไปใช้ในขั้นต่อไป และเป็นการยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจากพืช ปศุสัตว์ และประมง โดยผ่านกระบวนการแปรรูป ขึ้นต้น หรือขึ้นกลางเป็นสินค้าสำเร็จรูป หรือขึ้นปลายที่เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป สำหรับคำว่า อาหารแปรรูป หมายถึง อาหารที่ผ่านกระบวนการที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของอาหารไปแล้ว หรืออาหารที่ผสมกับส่วนผสมอื่นๆ หรือหมายถึง อาหารสดที่แปรรูปทำให้แห้ง หรือหมักดอง หรือในรูปอื่นๆ รวมทั้งที่ใช้สารปรุงแต่งอาหาร

โดยอุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมลำดับแรกที่ได้รับการสนับสนุนมาตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ในปี พ.ศ.2504 เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนน้อยใช้วัตถุดิบภายในประเทศสูง และสามารถนำเอาทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์ของประเทศไปพัฒนาเพื่อประโยชน์ในทางอุตสาหกรรมได้มาก ทำให้ง่ายต่อการพัฒนาเพื่อการลงทุน นอกจากนี้อุตสาหกรรมอาหารยังก่อให้เกิดผลเชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการผลิตอื่นๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การผลิตกระป๋อง ผลิตภัณฑ์พลาสติกอันจะนำไปสู่การจ้างงานและรายได้ประชาชาติที่สูงขึ้นการพัฒนาอุตสาหกรรมในช่วงแรกๆ มีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าหรือเพื่อใช้ภายในประเทศเป็นประการสำคัญ ต่อมาเมื่อการผลิต

ขยายตัวมากขึ้นผู้ประกอบการมีความรู้ความชำนาญมากขึ้น อุตสาหกรรมเริ่มได้ประโยชน์จากการผลิตในปริมาณมากและเกิดศักยภาพในการส่งออก การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารจึงเปลี่ยนทิศทางการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าไปสู่การผลิตเพื่อส่งออกและสามารถนำรายได้มาสู่ประเทศมากขึ้นเรื่อยๆ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ซึ่งสามารถสรุปการพัฒนาของอุตสาหกรรมอาหารไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553)

1. ช่วงก่อนปี พ.ศ. 2503 สินค้าที่ส่งออกกว่าร้อยละ 70 จะเป็นสินค้าเกษตรส่วนเกินจากการบริโภคภายในประเทศและใช้เทคโนโลยีอย่างง่ายในการถนอมอาหาร เช่น การตากแห้ง การดอง และการฉาบหรือเคลือบน้ำตาล เป็นต้น

2. ปี พ.ศ. 2503-2513 เป็นช่วงที่รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยนำเทคโนโลยีการผลิตนมข้นหวาน ผักและผลไม้กระป๋อง มาจากประเทศไต้หวัน และประเทศญี่ปุ่นเพื่อทำการผลิตในประเทศและเริ่มมีการส่งออก

3. ปี พ.ศ. 2513-2523 ช่วงนี้ประเทศไทย มีรายได้จากการส่งออกอาหารแปรรูปมากขึ้นรัฐบาลจึงเปลี่ยนมาใช้นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ผลิตเพื่อการส่งออก อย่างไรก็ตามผู้ผลิตในภาคอุตสาหกรรมอาหารยังคงขาดความชำนาญทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ในช่วงเวลาดังกล่าวจึงมีการปรับปรุง Technology know how เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐานและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศได้

4. ปี พ.ศ. 2523-2533 เป็นช่วงที่ภาคอุตสาหกรรมมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องค่าแรงงานซึ่งต่ำกว่าต่างประเทศ ผู้ผลิตมีความรู้ความชำนาญในการผลิตมากขึ้น สามารถผลิตและขายสินค้าจนเกิด economy of scale ในขณะเดียวกันสินค้าอุตสาหกรรมอาหารของไทยก็ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ อุตสาหกรรมอาหารจึงเติบโตไปพร้อมกับอุตสาหกรรมอื่นๆ อย่างรวดเร็ว ในช่วงเวลานี้ได้มีการนำ เทคโนโลยีจากยุโรปและอเมริกาเข้ามาปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต

5. ปี พ.ศ. 2533-2543 ยุคแห่งการเปิดเสรีทางการค้าและการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในตลาดโลกสูงขึ้น เนื่องจากมีประเทศผู้ผลิตรายใหม่ซึ่งมีค่าจ้างแรงงานต่ำและมีวัตถุดิบที่คล้ายคลึงกับไทยเข้าสู่ตลาดโลก นอกจากนี้กฎเกณฑ์การค้าโลกยังมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมอาหารจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาความสามารถทั้งในเรื่องเทคโนโลยีการผลิต การตลาด และการจัดการอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพยายามผลิตสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกันยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญทางด้านความสะอาดและสุขอนามัยควบคู่ไปกับการพัฒนาตนเองเพื่อเข้าสู่มาตรฐานสากลต่างๆ เช่น ISO 9000 ISO

14000 HACCP เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน สำหรับการแปรรูปอุตสาหกรรมอาหารจะมีลักษณะการผลิตของอุตสาหกรรมจำแนกตามกระบวนการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ การถนอมอาหารโดยใช้ความร้อน กระบวนการแช่เยือกแข็งอาหาร ได้แก่ การแช่เยือกแข็งอาหารโดยใช้ความเย็นที่ต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียส กระบวนการทำแห้งอาหาร ได้แก่ การอบแห้งหรือการทำอาหารแห้ง การถนอมรักษาอาหารด้วยสารเคมี ได้แก่ การหมักดอง การใช้เทคโนโลยีที่ประเทศไทยใช้ในการสีข้าว ซึ่งปัจจุบันยังมีการสูญเสียจากการหักของเมล็ดข้าวถึงร้อยละ 15-18 การให้ความร้อนด้วยพลังงานไมโครเวฟและการฉายรังสีอาหาร

กระบวนการผลิตที่มีการแปรรูปโดยใช้ความร้อน และแช่เยือกแข็งเป็นที่นิยมมากสำหรับผลิตภัณฑ์ กุ้ง ไก่ อย่างไรก็ตามแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีการแปรรูปจะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของตลาด เนื่องจากมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวดจะทำให้โอกาสของอาหารสำเร็จรูป และกึ่งสำเร็จรูปต้องใช้เทคโนโลยีของการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีรสชาติใกล้เคียงธรรมชาติมากยิ่งขึ้น สำหรับสินค้าอาหารที่มีลักษณะเฉพาะภูมิภาค เช่น อาหารไทยจะมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าอาหารประเภทอื่น เนื่องจากการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ภายในประเทศ การให้ความสำคัญของอาหารกลุ่มนี้เพื่อการส่งออกต้องมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคที่อาจต้องปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ดีขึ้น สำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารไทยในต่างประเทศต้องมีการพัฒนาให้ส่งออกในรูปอาหารแห้งหรือผง โดยต้องมีเทคโนโลยีการถนอมวัตถุดิบเหล่านั้นอย่างพอเพียงด้วยต้นทุนต่ำ โดยต้องพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยให้มากยิ่งขึ้นจึงจะสามารถผลักดันให้อาหารไทยเป็นที่นิยมทั่วโลก การผลิตในอุตสาหกรรมอาหารมีความเชื่อมโยงกับการผลิตในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การใช้เทคโนโลยีการผลิตในโรงงาน การบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง ที่มีมาตรฐานสากล ซึ่งการผลิตในอุตสาหกรรมอาหารโดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การขนถ่ายวัสดุ การทำความสะอาด การแยกสาร การลดขนาด การผสม การทำรูปร่าง การให้ความร้อน และการบรรจุ

กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารนี้ต้องอาศัยการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่นๆ ได้แก่ การขนส่ง อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ อุตสาหกรรมผลิตเครื่องจักรทำความร้อน เป็นต้น โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อให้คุณภาพของอาหารเป็นไปตามที่กำหนด ซึ่งการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับอุตสาหกรรมสนับสนุนเหล่านี้ส่วนใหญ่สามารถจัดหาได้ ภายในประเทศ อย่างไรก็ตามแนวโน้มการพัฒนาให้เกิดอุตสาหกรรมสนับสนุนที่ทันสมัยเริ่มเป็นที่ต้องการของอุตสาหกรรมมากขึ้น เช่น ด้านการบรรจุภัณฑ์เริ่มใช้เทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์โดยใช้แก๊สไนโตรเจนที่ช่วยให้รสชาติ กลิ่น สี ของอาหารมีความเป็นธรรมชาติใกล้เคียงกับ

การประกอบอาหาร เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารในกระบวนการผลิตในโรงงาน ต้องดำเนินการให้ควบคู่ไปกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนหลักอย่างต่อเนื่องจึงจะสามารถทำให้อุตสาหกรรมอาหารไทยเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในอนาคต

4.2 ภาวะอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ได้กล่าวว่า ไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำในการผลิตอาหาร และเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีโรงงานแปรรูปอาหารกว่า 10,000 ราย ในจำนวนนี้เป็นผู้ผลิตขนาดเล็กกว่า 85% วัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปอาหารส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบในประเทศที่มีราคาถูก มีผลผลิตปริมาณมาก และจะมีการแปรรูปขั้นต้น ไม่ใช่เทคโนโลยีระดับสูง แต่สินค้าคุณภาพที่มีราคาสูงและต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูงส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น วัตถุดิบอาหาร วัตถุดิบแต่งกลิ่นรส ปลาทะเล ฯลฯ แนวโน้มการนำเข้าวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบอาหารในโรงงานมีการนำเข้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทิศทางเดียวกับการขยายตัวของการส่งออกอาหารของไทย โดยเฉพาะการนำเข้าส่วนผสมเพื่อนำมาผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในนวัตกรรมใหม่ๆ และส่วนผสมที่มีคุณภาพสูงสำหรับสินค้าพรีเมียม นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของช่องทางกระจายสินค้าและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคทำให้ธุรกิจผลิตอาหารแปรรูปพร้อมรับประทานและอาหารแช่แข็งขยายตัวอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทยมีรากฐานการผลิตที่เข้มแข็งกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน บริษัทผู้แปรรูปอาหารรายใหญ่เกือบทั้งหมดเป็นผู้ส่งออกและพึ่งพิงตลาดต่างประเทศค่อนข้างมาก แนวโน้มที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อชนิดและคุณภาพของสินค้าและทำให้โครงสร้างอุตสาหกรรมเริ่มเปลี่ยนแปลงมีหลายปัจจัย ได้แก่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553)

1. ประเทศไทยเป็นประเทศที่เปิดกว้างในการค้าทำให้มีการใช้วัตถุดิบนำเข้าเพื่อแปรรูปของโรงงานในประเทศค่อนข้างมาก ทำให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าที่หลากหลายและออกผลิตภัณฑ์ใหม่มาแนะนำตลาดอยู่เนืองๆ

2. การเพิ่มความวิตกกังวล การดูแลสุขภาพจะทำให้คนไทยตื่นตัวในการเลือกบริโภคอาหาร อาหารประเภท แมโครไบโอติกส์ (Macrobiotics) อาหารเจ อาหารสุขภาพจึงได้รับความนิยมมากขึ้น ถึงแม้ตลาดจะไม่ใหญ่โตอย่างแถบยุโรป แต่ผู้บริโภคก็ให้ความสนใจสูง มีความต้องการอาหารกลุ่มเพื่อสุขภาพที่ราคาแพง และสะดวกในการบริโภค

3. การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกที่เพิ่มขึ้นมากกว่า 700 สาขาทั่วประเทศ ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและคาดหวังกับความหลากหลายของสินค้า คุณภาพ และราคามากขึ้น ทำให้ธุรกิจค้าปลีกใช้เป็นเงื่อนไขต่อรองให้ผู้ผลิตให้ผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานสูงขึ้น

4. การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ทำให้ผู้แปรรูปอาหารหันมาลงทุนผลิตสินค้าพร้อมรับประทานและอาหารแช่แข็งเพิ่มมากขึ้น

5. อุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยว ได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของวัฒนธรรมอาหารยุโรปธุรกิจสถานบันเทิงและท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายจำนวนร้านค้ามินิมาร์ททำให้ช่องทางกระจายสินค้าเพิ่มขึ้นมาก บริษัทผู้ผลิตทั้งขนาดใหญ่และ OTOP ต่างได้รับประโยชน์ และได้มีการขยายตลาดส่งออกเพิ่มขึ้นด้วย

6. ร้านแฟรนไชส์ (Franchise) อาหารของต่างประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็วทั้งในรูปแบบร้านอาหารและเอาท์เล็ต (Outlet) เพื่อตอบสนองการดำเนินชีวิตที่สะดวกสบายของผู้บริโภค การเติบโตของธุรกิจอาหารฟาสต์ฟู้ดส์ (Fast foods) เป็นตัวเร่งให้อุตสาหกรรมอาหารอื่นๆ ขยายตัวด้วย เช่น เบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์นม อุตสาหกรรมเนื้อสัตว์และไก่

7. อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลของไทยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 4 ในเอเชีย รองจาก ญี่ปุ่น จีน และอินเดีย สินค้าที่ผลิตได้มากกว่าร้อยละ 90 เพื่อการส่งออก ดังนั้นการยกระดับคุณภาพมาตรฐานการผลิตจึงเป็นหัวใจสำคัญเพื่อการรักษาตลาด รูปแบบสินค้าที่ส่งออกเป็นอาหารกระป๋องและแช่แข็งประมาณร้อยละ 80 สินค้าส่งออกที่สำคัญ คือ หน้ากะป๋อง กุ้งแช่แข็ง และหมึกแช่แข็ง

เมื่อพิจารณาระดับเทคโนโลยีที่ใช้ในการแปรรูปอาหาร จะพบว่าโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลางจะใช้เทคโนโลยีพื้นฐานในการแปรรูป เช่น การทำแห้ง การหมัก ส่วนเทคโนโลยีที่ทันสมัยส่วนใหญ่จะนำเข้าและนำมาผลิตสินค้าทั่วไป เช่น การแช่เย็น การแช่แข็ง พาสเจอร์ไรส์ สเตอริไลส์ และใช้เทคโนโลยีเฉพาะสำหรับผลิตสินค้าที่เฉพาะเจาะจง สำหรับในด้านของมาตรฐานอุตสาหกรรมเป็นระบบการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารในขั้นตอนการผลิตและมาตรฐานโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งระบบที่สำคัญมีดังนี้

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) เป็นระบบที่กำหนดขึ้นโดย US Food and Drug Administration (FDA) ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นระบบควบคุมคุณภาพที่ดีที่สุด เป็นการวิเคราะห์อันตรายและการควบคุมจุดวิกฤตในกระบวนการผลิต โดยมีพื้นฐานมาจากการตระหนักถึงอันตรายจากเชื้อจุลินทรีย์ที่สามารถเกิดขึ้นในขั้นตอนต่างๆ ของการผลิตและอัตราหรือความเสี่ยงทางคุณภาพ การเน่าเสีย และการปนเปื้อนของสารปนเปื้อนอันตรายหรือความเสี่ยง

เหล่านั้นสามารถกำจัดให้หมดไปหรือควบคุมให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ส่วนผลดีที่ได้รับนอกจากจะมีต่อตัวผลิตภัณฑ์แล้ว ระบบ HACCP ยังมีประโยชน์ต่อผู้ผลิตด้านการผลิตได้ทันเวลา ลดการสูญเสียของผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งยังมีข้อมูลหรือรายงานเป็นหลักฐานสำหรับการตรวจสอบของลูกค้า และหน่วยงานที่รับผิดชอบซึ่งจะเป็นสิ่งที่แสดงว่าผู้ผลิตมีการประกันคุณภาพการผลิตอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น HACCP จึงเป็นมาตรฐานที่ถือปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

GMP (Good Manufacturing Practice) เป็นหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร เป็นระบบบริหารคุณภาพพื้นฐานระบบหนึ่งซึ่งเป็นแนวทางปฏิบัติในการผลิตอาหาร เพื่อให้ผู้ผลิตเกิดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่ผลิตว่ามีคุณภาพตรงตามคุณภาพมาตรฐานที่กำหนดและสม่ำเสมอในทุกวันที่ทำการผลิต ปัจจุบัน GMP เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและบางประเทศได้กำหนดเป็นกฎบังคับทั้งผู้ผลิตภายในประเทศและผู้ผลิตต่างประเทศที่ต้องการส่งสินค้าไปขายในประเทศตนเอง เช่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น ทั้งนี้หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารจำแนกได้เป็นหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตว่าด้วยหลักเกณฑ์ทั่วไป (General Principles of Food Hygiene) ว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต บรรจุ และเก็บผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์วิธีการในการผลิตอาหารเฉพาะแต่ละประเภท (Specific GMP)

4.3 อุตสาหกรรมอาหารไทยปี 2553

ในช่วงที่ประเทศประสบกับวิกฤตเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทในการพยุงเศรษฐกิจของประเทศมาตลอด เพราะอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ ดังนั้นธุรกิจอาหารจึงยังคงเติบโตได้แม้จะอยู่ในช่วงที่ผู้บริโภคมีปัญหาเศรษฐกิจ สถาบันอาหาร (2553, หน้า 41-48) ได้กล่าวถึงในเรื่องอุตสาหกรรมอาหารไทยปี 2553 เติบโตตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยอย่างมากเพราะเป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่พึ่งพิงวัตถุดิบภายในประเทศถึงร้อยละ 85.9 ของการใช้วัตถุดิบทั้งหมด สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการส่งออกโดยตรงมากกว่าปีละ 7 แสนล้านบาท รายได้ส่วนนี้ยังก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมากทั้งในสายโซ่อุปทานการผลิตอาหารตั้งแต่เกษตรกรจนถึงมือผู้บริโภค

แนวโน้มปี 2553 คาดว่าอุตสาหกรรมอาหารจะขยายตัวเพิ่มขึ้นทั้งภาคการผลิตและภาคการค้า โดยแนวโน้มการผลิตดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอาหารไทยปี 2553 คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.3 ตามทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจโลก ส่วนอุตสาหกรรมการแปรรูปผักผลไม้คาดว่าจะการผลิตจะขยายตัวร้อยละ 10.6 สถานการณ์การ

ส่งออกผลไม้แปรรูปจะมีปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.9 มูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 สถานการณ์การส่งออกผักสดแปรรูปจะมีปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.2 มูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 สถาบันอาหาร (2553, หน้า 46)

อนึ่ง สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2553, หน้า 146-151) กระทรวงอุตสาหกรรม ได้รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายไตรมาสในไตรมาส 1 ปี 2553 (มกราคม-มีนาคม) ว่า ภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน (ไม่รวมผลิตภัณฑ์น้ำตาลทราย) เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 เป็นผลจากการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจประเทศ อุตสาหกรรมอาหารที่เป็นส่วนประกอบในการผลิตสินค้าอาหารที่อิงตลาดส่งออกส่วนใหญ่มีการผลิตเพิ่มขึ้น เช่น ธัญพืชและแป้ง ผักผลไม้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.9 และ 29.9 ตามลำดับ สำหรับตลาดในประเทศ ปริมาณการจำหน่ายสินค้าอาหารภายในประเทศ (ไม่รวมผลิตภัณฑ์น้ำตาลทราย) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน สินค้ากลุ่มน้ำตาลและผักผลไม้ มีการจำหน่ายเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนร้อยละ 101.6 และ 13.5 ตามลำดับ ตลาดต่างประเทศการส่งออกอุตสาหกรรมอาหาร มีมูลค่ารวม 5,789.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 190,382.2 ล้านบาท โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 ในรูปของเหรียญสหรัฐ ส่วนสินค้ากลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มข้าวและธัญพืช กลุ่มผักผลไม้ ส่งออกเพิ่มขึ้นทั้งในรูปของเหรียญสหรัฐ และเงินบาท เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัว โดยเฉพาะลูกค้าหลักอย่างสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหภาพยุโรป กลุ่มผลิตภัณฑ์ผักผลไม้ มีมูลค่าการส่งออก 561.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 18,458.8 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.2 ในรูปของเหรียญสหรัฐ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

นงศเยาว์ สุวรรณภาคคีดี (2546) ศึกษาเรื่องส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแปรรูปจากผลไม้ ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพแต่มีปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ การตั้งราคาสินค้าผู้ผลิตจะพิจารณาจากกำไรที่ต้องการในระดับที่เหมาะสม ช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่ครอบคลุมและต้นทุนค่าขนส่งสูง การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ยังไม่มากเท่าที่ควร จุดแข็งของผู้ผลิตคือเรื่องความเชี่ยวชาญและชำนาญในการผลิต แต่มีจุดอ่อนในเรื่องข้อจำกัดกำลังการผลิต ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้า “ภูมิปัญญา

ไทย” มากขึ้น รวมทั้งรัฐบาลสนับสนุนอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นโอกาสทางการตลาดของผู้ผลิต แต่คู่แข่งที่เพิ่มจำนวนขึ้นในตลาดก็ยังคงเป็นอุปสรรคของผู้ผลิต กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดที่ผู้วิจัยเสนอแนะคือ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ตั้งราคาสินค้าตามกลุ่มลูกค้าหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างแท้จริง และมีการส่งเสริมการตลาดโดยการออกงานแสดงสินค้า รัฐบาลควรสนับสนุนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยการสร้างตราสินค้า “OTOP” ให้ผู้บริโภครับรู้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและเชื่อถือได้

รพีพร รุ่งสีทอง (2547) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของกิจการในอุตสาหกรรมผักและผลไม้แปรรูปในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่านวัตกรรมที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมผักและผลไม้แปรรูปเป็นนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์พบในกิจการที่ผลิตสินค้าสำเร็จรูป เช่น ผักผลไม้กระป๋องและน้ำผลไม้ ลักษณะเป็นแบบผู้ขายน้อยรายนวัตกรรมที่พบจึงอยู่ในรูปของการทำสินค้าให้มีความแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ มากกว่าที่จะเป็นนวัตกรรมเพื่อการลดต้นทุน โดยที่ผู้นำตลาดมีความเสี่ยงจากการลงทุนที่ต่ำกว่าฝ่ายวิจัยและพัฒนาทำการค้นคว้าทดลองเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาไม่สูงมากนักเนื่องจากกระบวนการทดลองต่างๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ส่วนนวัตกรรมด้านกระบวนการผลิตจะเกิดตามมาเพื่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าใหม่ โดยมีทั้งการติดตั้งเครื่องจักรใหม่และปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิม โดยใช้บริการจากซัพพลายเออร์ด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์ นวัตกรรมด้านอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ คือนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ พบในกิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ ที่มีศักยภาพด้านเงินทุนทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แหล่งที่มาของนวัตกรรมเหล่านี้จะมาจากภายนอกองค์กรเป็นหลัก เนื่องจากประหยัดเวลาและต้นทุน ด้านความสัมพันธ์ระหว่างการลงทุนด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ พบว่าค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา มีความสัมพันธ์กับยอดขายและการจ้างงาน อย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นในกิจการขนาดใหญ่และกิจการต่างชาติ ข้อเสนอแนะเพื่อการลงทุนด้านนวัตกรรมในอุตสาหกรรมผักและผลไม้แปรรูปได้แก่ ภาครัฐควรจัดหาข้อมูลด้านการตลาดและเทคโนโลยี และเน้นให้การอุดหนุนด้านเงินทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาทั้งกับกิจการขนาดเล็กและขนาดกลาง และควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเทคโนโลยีกับกิจการร่วมทุนและกิจการต่างชาติ ทั้งนี้เพื่อให้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศมากขึ้น

พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข (2546) ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของหัตถอุตสาหกรรมเซรามิก: กรณีศึกษาเซรามิกศิลาดล ผลการศึกษาพบว่าผลการวิเคราะห์

ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ Dimond Model ตามองค์ประกอบทั้งสี่พบว่า ด้านปัจจัยการผลิตมีข้อได้เปรียบคือ มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น แรงงานมีฝีมือ มีรากฐานทางวัฒนธรรม ข้อด้อยคือ คุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่ ระดับการศึกษาของแรงงานต่ำ ขาดนักออกแบบ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านปัจจัยสนับสนุนมีข้อได้เปรียบคือ มีอุตสาหกรรมต้นน้ำถึงปลายน้ำครบวงจร มีสถาบันส่งเสริม สนับสนุนและให้ความรู้ในพื้นที่ ข้อด้อยคือ ขาดความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้านปัจจัยอุปสงค์มีข้อได้เปรียบคือ ความต้องการของลูกค้าในประเทศมีความละเอียดและพิถีพิถันในตัวสินค้า แต่มีข้อด้อยตรงที่ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าน้อยในด้านคุณค่า และกระบวนการผลิต ส่วนด้านกลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสภาวะการแข่งขันมีข้อได้เปรียบเกี่ยวกับกลยุทธ์การผลิต เช่น มีเทคนิค ภูมิปัญญา กลยุทธ์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การแข่งขันสูงด้านรูปแบบและคุณภาพ แต่มีข้อด้อยคือ ขาดความรู้กลยุทธ์การตลาด และการส่งเสริมการตลาด ขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจ

สมชาย องค์ศิริพร (2550) ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมอาหารไปประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหาร (กุ้ง) ของผู้ส่งออกไทย ได้แก่ ปัจจัยภายใน (Internal factor) เช่น ต้นทุนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการจัดการวัตถุดิบ การวิจัยและพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต การมีพันธมิตรทางการค้า ปัจจัยที่ส่งผลทางบวก หรือสร้างโอกาส ได้แก่ เทคโนโลยีการผลิต รองลงมาได้แก่ ทักษะความรู้ความชำนาญของพนักงาน ระบบงาน และระบบการจัดจำหน่าย ที่มีประสิทธิภาพ และปัจจัยเป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันของผู้ส่งออกไทย ได้แก่ ความเพียงพอในวัตถุดิบในประเทศที่ใช้ในการผลิต รองลงมาได้แก่ ราคาของวัตถุดิบในประเทศ ต้นทุนพลังงานสูง อำนาจต่อรองของผู้ซื้อและคู่แข่งจากต่างประเทศ ส่วนนโยบายจากภาครัฐ จะมีผลกระทบทางด้านบวกแก่ผู้ส่งออกซึ่งจะเป็นการเพิ่มโอกาสโดยเฉพาะโครงการเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับญี่ปุ่น

ชัยยงค์ ลือวิริยะพันธุ์ (2542) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ผลกระทบการเปิดเสรีการค้าภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป โดยใช้แบบจำลองดุลยภาพทั่วไป ผลการศึกษาพบว่า การเปิดเสรีการค้าเอเปคของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปทำให้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทยได้รับประโยชน์มากขึ้นแตกต่างกันไปในอุตสาหกรรม และนำไปสู่การขยายตัวของอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปสูง ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และเมื่อพิจารณาการลดค่าเงินบาทร่วมด้วย การส่งออกอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทยยังคงเพิ่มขึ้น ส่วนทางด้านการผลิตยังคงมีการขยายตัวในบางอุตสาหกรรม

เท่านั้น แต่จะทำให้เกิดการหดตัวลงทางเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตามการเปิดเสรีการค้าเอเปคของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปก็มีแนวโน้มที่จะทำให้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ดังนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการที่จะรักษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้

ภาณุ บุรณจารุกร, สิทธิเดช ครุฑสี และจักรทอง ทองจิต (2552) ศึกษาเรื่องการจัดการคุณภาพและความปลอดภัยในอาหาร กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารขนาดเล็กในเขตภาคเหนือตอนล่าง ผลการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ถูกกำหนดให้เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ของภาคเหนือตอนล่าง สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการหวังที่จะได้รับจากสินค้าอาหาร นอกเหนือจากเรื่องคุณภาพ ก็คือ ความปลอดภัยในการบริโภค ดังนั้นต้องสร้างความมั่นใจให้ กับผู้บริโภคได้ว่า สินค้าอาหารดังกล่าวได้คุณภาพมาตรฐานที่ดีและมีความปลอดภัยในการบริโภคสำหรับปัญหาและอุปสรรคของการจัดการคุณภาพและความปลอดภัยในอาหาร คือ การไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ในการผลิต ไม่มีรูปแบบโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน ไม่มีการควบคุมระบบเอกสาร ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการจัดการ ไม่มีระบบการบริหารงานที่ดีพอ สไตล์การบริหารงานที่เน้นการสั่งงานเป็นหลัก ไม่มีระบบบริหารการจัดการทรัพยากรบุคคลที่ดีพอ การขาดการใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ โดยปัจจัยความสำเร็จคือความร่วมมือร่วมใจของผู้บริหารระดับสูง การสนับสนุนด้านทรัพยากรจากผู้บริหารระดับสูง ภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การตัดสินใจโดยใช้ข้อเท็จจริงเป็นหลัก การมีส่วนร่วมของพนักงาน ทักษะการทำงานเป็นทีม การพัฒนาทักษะฝีมือความเชี่ยวชาญของพนักงาน ทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการใช้ประโยชน์ข้อมูล ทักษะที่ดีและข้อตกลงร่วมกันในการบรรลุเป้าหมายองค์กร การมีกิจกรรมการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และการพัฒนาองค์ความรู้ทางระบบบริหารคุณภาพ (TQM)

ไพบุลย์ สิทธิบริบูรณ์ (2546) ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าอุปโภค: กรณีศึกษา บริษัท คอลเกต-ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาพบว่าพนักงานระดับบริหารส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับสูงว่า ปัจจัยทางด้านวิสัยทัศน์ กลยุทธ์การแข่งขัน วัฒนธรรมองค์กร การตลาด การผลิตและการบริการ เทคโนโลยีสารสนเทศ การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า การเรียนรู้และพัฒนา คุณภาพและการควบคุมบรรยากาศในการทำงาน ทักษะทางการบริหารและภาวะผู้นำ การวิจัยและพัฒนาเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน ส่วนโครงสร้างองค์กรเห็นด้วยในระดับปานกลาง

วันทนา คิมหะจันท์ (2549) ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมผักแช่แข็งของไทย ผลการศึกษาพบว่าทั้งพืชผักตระกูลถั่วแช่แข็ง และหน่อไม้ฝรั่งแช่เย็นเป็นสินค้าที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขัน โดยทั้งสองมีค่า RCA มากกว่า 1 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยมีการส่งออกที่ดีกว่าประเทศอื่นๆ ในตลาดโลก ผลจากการวิเคราะห์กรณีศึกษารายบริษัทพบว่าปัจจัยหลายประการที่มีส่วนผลักดันให้อุตสาหกรรมผักแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทยประสบความสำเร็จในการส่งออก ปัจจัยเหล่านั้นประกอบด้วย ความได้เปรียบจากการมีผลผลิตตลอดทั้งปีทำให้ผลผลิตทางการเกษตรป้อนโรงงานแปรรูปได้ตลอดทั้งปี มีความพร้อมทางด้านปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น แรงงานมีทักษะ และมีระบบการบริหารจัดการที่ดีในระบบ Contract farming ประกอบกับกรอบนโยบายของภาครัฐที่เอื้อต่อการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มบริษัทข้ามชาติ ซึ่งมีทั้งกลุ่มที่เข้ามาลงทุนผลิตเพื่อส่งออก และกลุ่มผู้ซื้อซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อนักลงทุนภายในประเทศในการเตรียมความพร้อมทางด้านต่างๆ ตั้งแต่ การแนะนำการผลิต ความต้องการของตลาด และวิธีปฏิบัติตามข้อกำหนดทางด้านมาตรฐานสุขอนามัยต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ผู้ส่งออกมีตลาดส่งออกมากกว่าหนึ่งตลาด และแต่ละตลาดมีกฎระเบียบที่แตกต่างกันเหล่านี้มีส่วนช่วยผู้ผลิตในประเทศให้สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารที่แตกต่างกันได้อย่างดี

นราธร ปานดี (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอาหาร ผลการศึกษาพบว่าแนวทางในการปฏิบัติงานที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในส่วนของอุตสาหกรรมอาหารมีทั้งสิ้น 6 ปัจจัยด้วยกันโดยเรียงลำดับความสำคัญได้ดังนี้ การวางแผนด้านการเงินล่วงหน้า การคิดค้นและปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอย่างสม่ำเสมอ การปรับปรุงวิธีการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต การโฆษณาเพื่อนำเสนอสินค้าหรือเผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง มีกระบวนการคัดสรรบุคลากรที่มีรูปแบบที่ชัดเจน และมีการติดตามผลการใช้ผลิตภัณฑ์จากลูกค้าสม่ำเสมอตามลำดับ

เอมอร คำนุช และคณะ (2542) ศึกษาเรื่องการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารของไทย ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญที่จะรักษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารไว้ได้คือ การบริหารซัพพลายเชน ซึ่งเป็นกระบวนการตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบผ่านขั้นตอนการผลิต ตลอดจนการนำสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เพราะอาหารเป็นสินค้าอุปโภค บริโภคที่แตกต่างกันไม่มากนัก กลยุทธ์ทางการตลาดที่

ใช้ส่วนใหญ่เน้นเรื่องราคาและคุณภาพ ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับขนาดใหญ่ได้ ดังนั้น การลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตจึงเป็นการบริหารทรัพยากรที่มี ประสิทธิภาพ เพื่อลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นออกให้มากที่สุดโดยไม่ลดคุณภาพของสินค้าอันจะเป็น กลไกหนึ่งที่จะสร้างอุตสาหกรรมอาหารให้อยู่รอดได้ในระยะยาว

สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2548) ศึกษาเรื่องการสร้างและ พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจ เอกชนไทย มีขอบเขตการวิจัยโดยเป็นการศึกษาวิจัยถึงสถานะที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของสถาน ประกอบการเอกชนหรือขนาดย่อมและขนาดกลางของไทย โดยมีขอบข่ายครอบคลุมการจัดหา วัตถุดิบ แหล่งเงินทุน เทคโนโลยี และบุคลากร ตลอดจนศึกษาถึงจุดอ่อน และจุดแข็งในการ ดำเนินธุรกิจ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทักษะและความสามารถในการบริหารพบว่า ปัจจัยที่มี ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่สำคัญเป็นลำดับแรก คือ ความซื่อสัตย์ ลำดับที่ 2 เน้น คุณภาพของสินค้า ลำดับที่ 3 ปรับปรุงสินค้า ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ลำดับที่ 4 ความคิดใหม่ในการดำเนินงานธุรกิจ ลำดับที่ 5 การเข้าใจบริการลูกค้า โดยพบว่า ความต้องการ ทักษะในการบริหารเมื่อเปรียบเทียบกับความสามารถในปัจจุบัน ผู้ประกอบการต้องการอันดับที่ 1 ความคิดใหม่ในการพัฒนาธุรกิจ อันดับที่ 2 การรับ ถ่ายทอดเทคโนโลยีและการหาบุคลากรที่มี ความสามารถเข้ามาร่วมงาน อันดับที่ 3 ความตั้งใจทำงานของพนักงาน อันดับที่ 4 การเรียนรู้ เพิ่มเติมด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ และการได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานคณะกรรมการ ส่งเสริมการลงทุน อันดับที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันในตลาด การมีบุคลากรที่มีความชำนาญ และฝึกอบรมให้พนักงานมีความสามารถ

อนานิมีส (Anonymous, 2010) ศึกษาเรื่องการสร้างโอกาสที่ยิ่งใหญ่ใน ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอาหารแปรรูป (Food processing sector: Offering huge oppertunities) ผลการศึกษาเป็นดังนี้ ภาคอุตสาหกรรมในกระบวนการผลิตอาหารของประเทศ อินเดียกำลังเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูป การบริโภคอาหารแบบตะวันตกกำลังเป็นที่นิยมใน ประเทศอินเดีย โดยเฉพาะอาหารที่เพิ่มความสะดวกสบายในการรับประทาน เช่นอาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมทาน (ready-to-cook and ready-to-eat) มีความต้องการเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการ สินค้าและบริการที่หลากหลายรวมถึงอาหารแปรรูปมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เพราะเป็นที่ต้องการอย่าง มากของประชากรส่วนหนึ่ง นอกจากนี้ความต้องการอาหารที่สะดวกพร้อมปรุงและคำนึงถึงเรื่อง สุขภาพและความปลอดภัยของอาหารก็มีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน รัฐบาลอินเดียได้พิจารณาให้ อาหารแปรรูปจัดอยู่ในอุตสาหกรรมประเภทดาวรุ่ง ประเทศอินเดียมีต้นทุนทางด้านโลจิสติกสูง

เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านโครงสร้างพื้นฐานอันได้แก่ ถนน โกดังเก็บสินค้า การขนส่ง อย่างไรก็ตามผู้บริโภคชาวอินเดียมีความอ่อนไหวทางด้านราคาเป็นอย่างมากแต่ในทางบวกจะมีความยืดหยุ่นทางด้านรายได้ ความต้องการอาหารแปรรูปขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นทางด้านราคา ผู้บริโภคชาวอินเดียมีแนวโน้มความต้องการอาหารแปรรูปหรืออาหารพร้อมปรุงสูงขึ้น รัฐบาลอินเดียมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในด้านที่สำคัญคือ ด้านการเงิน เทคโนโลยี และทรัพยากรมนุษย์ โดยพยายามสร้างโอกาสด้วยการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานรวมทั้งการจัดการ การแก้ปัญหา ทางด้านโลจิสติกส์ (โกดังสินค้า ขนเก็บอาหาร ห้องเย็น การขนส่ง รวมถึงการแช่แข็ง) การจัดการด้านซัพพลายเชน และการจัดการด้านอาหารปลอดภัย สถานที่เก็บอาหาร และการขายปลีก

ไวร์ (Wire, 2009) ศึกษาเรื่องสมัพันธ์อุตสาหกรรมอินเดียแข่งขันที่จะยกเว้นภาษีสำหรับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปและผัก ผลการศึกษาพบว่าสมัพันธ์อุตสาหกรรมของประเทศอินเดีย ได้ยกเว้นสำหรับสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมผลิตผักและผลไม้ การยกเว้นภาษีสำหรับสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมผลิตผักและผลไม้ดังกล่าวเชื่อกันว่าเป็นเครื่องมือที่จะใช้กันตั้งแต่เมษายน 2553 ซึ่งได้กล่าวถึงขั้นตอนในการสนับสนุนอุตสาหกรรม สมัพันธ์อุตสาหกรรมของประเทศอินเดียได้เรียกร้องให้รัฐบาลอินเดียช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตผักและผลไม้ด้วยการให้เงื่อนไขทางภาษี ในอัตราพิเศษคือ ศูนย์เปอร์เซ็นต์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังได้ยืนยันการยกเว้นภาษีดังกล่าวจนถึงเดือนเมษายน 2554 ผลผลิตผลไม้ของประเทศประมาณ 50 ล้านตัน ในขณะที่ผลผลิตผัก 90 ล้านตัน อุตสาหกรรมการผลิตผักแปรรูปในประเทศประมาณ 2 % ของภาคการผลิตทั้งหมด ในขณะที่การผลิตผักแปรรูปในสหรัฐอเมริกา มี 65 % และจีน 23 % ของภาคการผลิตทั้งหมด ถึงแม้จะมีความสามารถในการผลิตต่ำมีการสูญเสียของผักและผลไม้จำนวนมาก แต่สมัพันธ์อุตสาหกรรมอินเดียก็ยังคงทำงานต่อไปอย่างเข้มข้นเพราะยังขาดแคลนยังเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนจากภาครัฐที่เพียงพอ

พอล (Paul, 2008, p.20) ศึกษาเรื่องตัวชี้วัดที่ใช้เปรียบเทียบทางการแข่งขันพบว่า อุตสาหกรรมการผลิตอาหารแปรรูปขนาดกลางได้ให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับตัวชี้วัดที่ใช้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย วัตถุดิบ บริการ ผู้จัดหาเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต พนักงานเก่าและลูกค้า นอกจากนี้ยังรวมถึงตัวชี้วัดทางด้านผลการปฏิบัติงาน รูปแบบการจัดซื้อ จำนวนของสถานที่โรงงาน การว่าจ้างในกระบวนการทางเทคโนโลยี วัตถุดิบ โครงสร้างองค์กร นวัตกรรมในกระบวนการผลิตและนวัตกรรมของสินค้า รวมถึงการประเมินทางด้านการจัดการ

โรดริโก (Rodrigo, 2010, p.467) ศึกษาเรื่องเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร ผลการศึกษาพบว่าในกระบวนการเก็บรักษาส่วน

ใหญ่ โดยทั่วไปจะใช้การควบคุมอุณหภูมิซึ่งจะเป็นการประหยัดและปลอดภัย อย่างไรก็ตามในกระบวนการแปรรูปอาหารยังต้องคงไว้ซึ่งคุณค่าทางโภชนาการ เมื่อเร็ว ๆ นี้มีกระบวนการเก็บรักษาอาหารซึ่งได้มีการพัฒนาขึ้นตามความต้องการของตลาดเฉพาะส่วนซึ่งผู้บริโภคสมัยใหม่ที่จะจ่ายสูงขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณค่าทางโภชนาการของอาหารแปรรูป โดยมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบของการศึกษาสมบัติทางกายภาพของน้ำหรือของเหลวในภาวะปกติและภายใต้ความดันสูงและการสั่นสะเทือนของสนามแม่เหล็กไฟฟ้า ซึ่งแสดงให้เห็นประเด็นสำคัญของการได้เปรียบทางด้านคุณภาพอาหาร ความสนใจของอุตสาหกรรมและปลอดภัยจากการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวซึ่งพบว่ามีโรงงานอุตสาหกรรมมากกว่า 100 โรงงานสนใจ โดยเทคโนโลยี HHP และ PEF ต้องการที่จะมีการประเมินโดยอุตสาหกรรมต่างๆและมีการควบคุมเพื่อให้เป็นเครื่องมือที่อุตสาหกรรมต่างๆมีไว้ใช้ได้ อันจะทำให้เกิดการขยายตลาดและยกระดับของอุตสาหกรรม

ซิน (Xin ,2010, p.129) ศึกษาเรื่องนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สร้างกำไรให้กับอุตสาหกรรมเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพจริงหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่านวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีเพื่อการผลิตสินค้ามีระดับนัยสำคัญ ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน โดยทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุน(ROI)เพิ่มขึ้นจาก 2.20% เป็น 7.07% ในช่วงระยะเวลา 4 ปี

จากการที่ได้ทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปแนวคิดหลักที่นำมาใช้ในการทำวิจัย คือ แนวคิดทฤษฎี Diamond Model ของ พอร์เตอร์ (Porter) ที่กำหนดองค์ประกอบที่สำคัญสี่ด้านหลักที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และแนวคิด Dynamic Productivity and Competitiveness Linkages ของ เชอชูลู (Shurchuluu) ที่ได้อธิบายถึงการเชื่อมโยงผลผลิตและการแข่งขันซึ่งผลิตภาพนั้น คือ ภาวะสูงสุดความสามารถในการแข่งขัน