

การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตสู่ความยั่งยืน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม

Food Innovation Promoting Industry of the Future towards Sustainability to Enhance the Ministry of Industry Competitiveness

นลินี สุรดิษฐ์

Nalinee Suradinkura

สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Development Administration Program, Suan Sunandha Rajabhat University

Email: nalineessru@gmail.com

Received July 20, 2022; **Revised** October 1, 2022; **Accepted** October 20, 2022

Abstract

This research aimed to study level of industrial promotion of food innovations of the future towards sustainability in order to increase the Ministry of Industry's competitiveness and the development guidelines for the promotion of food innovation industries of the future towards sustainability in order to increase the Ministry of Industry's competitiveness. This research employed mixed-methodology with quantitative and qualitative methodology. The samples used in the quantitative methodology were 400 persons in food-related industries. Accordingly, the data were collected by questionnaires and analyzed using descriptive and inferential statistics. Data were collected by in-depth interviews with key informants, including seven executives in departments related to food industry promotion. The research results were found as follows: the level of industrial promotion of food innovations of the future at a high level and when considering each component, it was found that the consumer behavior was at the highest level followed by consumer demand, consumer attitude, and strategy respectively. Factors related to overall competitiveness found to be at a high level.

Keywords: Promoting Industry; Food Innovation; Future towards Sustainability; The Ministry of Industry Competitiveness

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตสู่ความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม และ ศึกษาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตสู่ความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ บุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร จำนวน 400 ราย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหารในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 7 ราย ผลการวิจัยพบว่า ระดับการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค อยู่ในระดับที่สูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านทัศนคติของผู้บริโภค และด้านกลยุทธ์ตามลำดับ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางการแข่งขันในภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การส่งเสริมอุตสาหกรรม; นวัตกรรมอาหาร; อนาคตสู่ความยั่งยืน; ความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม

บทนำ

อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างโดดเด่นและน่าจับตามองสำหรับพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor (EEC)) นอกจากจะเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่ม First S-Curve แล้ว อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของประเทศไทยยังได้เปรียบจากความแข็งแกร่งของปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่มาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัยที่ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยสำหรับการก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารของโลกในอนาคต รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์ แต่เกษตรกรของประเทศไทยกลับไม่ได้เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมเกษตรได้รับเงินสนับสนุนคิดเป็นสัดส่วนไม่มากนักของงบประมาณในแต่ละปี อุตสาหกรรมเกษตรจึงยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีต่ำเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ซึ่งนั่นอาจเป็นภาพสะท้อนถึงวิธีการทำงานของเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ยังคงต้องทำการเกษตรแบบเดิม ซึ่งดูเป็นเรื่องขัดแย้งกันอย่างมากกับภาพลักษณ์ของอาหารไทยในสายตาคนต่างชาติ ดังนั้นความท้าทายของเกษตรกรและผู้ทำงานอยู่ในห่วงโซ่ของการผลิตอาหารก็คือ ทำอย่างไรจึงจะให้อุตสาหกรรมหลักของประเทศนี้อยู่รอดต่อไปได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆมากมายในสถานการณ์ที่ทุกอย่างเปลี่ยนไปทั้งกระบวนการผลิต สภาพอากาศ และรสนิยมของผู้บริโภค (Chumme, 2018)

อุตสาหกรรมอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ (Sibunruang, 2017) ซึ่งในปี 2559 ประเทศไทยนั้นได้เป็นประเทศอันดับที่ 1 ของการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารไปสู่กลุ่มประเทศอาเซียน และได้เป็นประเทศที่มีการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารไปยังทั่วโลก ซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 13 คิดเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของประเทศร้อยละ 5.8 หรือมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมากกว่า 830,000 ล้านบาท เนื่องจากจุดแข็งและรากฐานของประเทศไทยที่มีความ

หลากหลายและปริมาณของวัตถุดิบ รวมถึงประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการด้านการผลิตในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยจะสามารถเติบโตและสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจไปเป็นการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยเริ่มตั้งแต่การพัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมรวมทั้งในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่า (Value Added) และการพัฒนาในเรื่องของการบริการอุตสาหกรรม อาหารที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและกระแสสังคมทั่วโลกในปัจจุบันและในอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น มีการคาดการณ์ถึงภายในปี 2020 นั้นมูลค่าตลาดอาหารทางการแพทย์ในประเทศไทยจะเติบโตขึ้นประมาณ 2,850 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับ Roadmap ที่ทางรัฐบาลวางแผน เพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารทางการแพทย์ของประเทศไทยในอนาคต (Chumme, 2018) ผู้ประกอบการไทยสามารถพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดดังกล่าวได้หากก้าวผ่านอุปสรรคความเพียงพอด้านวัตถุดิบและการขอการรับรอง โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมากลุ่มผู้ประกอบการของไทยสามารถผลิตสินค้าอาหารอินทรีย์เพื่อวางจำหน่ายเป็นจำนวน 565 รายการ ซึ่งเติบโตเฉลี่ย 46% ต่อปี โดยมีสินค้าที่สำคัญ เช่น ข้าว ชาพร้อมดื่ม เครื่องดื่มสมุนไพร โยเกิร์ต น้ำผลไม้ นมพร้อมดื่ม เป็นต้น (Smart Center for the Food Industry, 2017)

อาหารแห่งอนาคต หรือ Future Food เป็นอีกหนึ่งเทรนด์ในอุตสาหกรรมอาหารที่กำลังถูกพูดถึงอย่างแพร่หลาย เพื่อให้การบริโภคอาหารมีส่วนช่วยสร้างความยั่งยืน เนื่องจากจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดความไม่สมดุลกับทรัพยากรที่มีอยู่ รูปแบบการใช้ชีวิตของคนที่เปลี่ยนไป ความต้องการผลผลิตทางการเกษตรและสินค้าโภคภัณฑ์ของผู้บริโภคที่ต้องการอาหารที่มีคุณภาพดี โภชนาการสูง และปลอดภัยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) ที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารและส่งผลกระทบต่อรูปแบบทำการเกษตรแบบทั่วไป (conventional agriculture) เปลี่ยนแปลงไปทั่วโลก อาหารแห่งอนาคตจึงเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพและสนับสนุนกระบวนการผลิตอาหารที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยลงกว่าเดิมด้วยแนวทางที่ยั่งยืน ด้วยเหตุปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาการผสมผสานกันของเทคโนโลยีนวัตกรรมการผลิตอาหารขั้นสูง (Advanced Foods) ให้มีความยั่งยืนเพียงพอต่อความต้องการอาหารของประชากรทั่วโลกในอนาคตด้วยการใช้ปัจจัยการผลิตที่น้อยแต่ได้คุณค่าทางโภชนาการสูง รวมถึงการพัฒนาการสร้างอาหารใหม่ (Novel Food) เพื่อเป็นโภชนาเฉพาะบุคคล ทั้งนี้แนวโน้มการผสมผสานเทคโนโลยีที่น่าสนใจ อาทิ Plant-based Food ผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช ซึ่งเป็นอาหารกลุ่มโปรตีนทางเลือก (Alternative Protein) ที่ใช้วัตถุดิบจากพืชซึ่งให้โปรตีนสูง โดยมีการพัฒนารสชาติ กลิ่น และสี ให้เหมือนผลิตภัณฑ์จากสัตว์เป็นหนึ่งในอาหารแห่งอนาคต (Future Food) ซึ่งกำลังได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้น สำหรับประเทศไทย Plant-based มีมูลค่าตลาดประมาณ 2.8 หมื่นล้านบาท ในส่วนของตลาดส่งออกในปี 2019 พบว่าในประเทศสหรัฐอเมริกามีมูลค่าตลาดสูงถึง 5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐคิดเป็นอัตราการเติบโต 11 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ซึ่งถ้าเทียบกับอาหารอื่นๆทั่วไปเติบโตเพียง 2 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น ซึ่งคาดการณ์ว่าอีก 3-4 ปีข้างหน้ามูลค่าตลาดมีแนวโน้มขยายตัวต่อ 5 หมื่นล้านบาท ตัวเลขดังกล่าวถือได้ว่า เป็นตัวเร่งให้ผู้ประกอบการอาหารต้องมองหาโอกาสจากตลาด Plant-based Food (Department of Industrial Promotion, 2021) ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาอาหารอนาคตของประเทศไทยด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติเป็นหัวใจหลักในการพัฒนาวงการอาหารอนาคตของไทย จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษา “การส่งเสริม

อุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตสู่ความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตสู่ความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตสู่ความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ (1) ด้านกลยุทธ์ (2) ด้านความต้องการของผู้บริโภค (3) พฤติกรรมของผู้บริโภค และ (4) ทศนคติของผู้บริโภค สำหรับกรอบแนวคิดที่เป็นตัวแปรตาม คือ ความสามารถทางการแข่งขันประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ (1) การถ่ายทอดเทคโนโลยี (2) มาตรฐานความปลอดภัย (3) ข้อมูล (4) ผลิตภัณฑ์ (5) ความร่วมมือ และ (6) ความยั่งยืน

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตด้านประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือบุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 1,015,823 คน (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2020) ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informance) ผู้บริหารในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหาร จำนวน 7 ราย

ด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทจำกัด ที่ทำธุรกิจด้านอาหารในประเทศไทย

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรม

Cory (1951) ได้ให้ความหมายของการส่งเสริมคือ การช่วยเหลือและให้คำแนะนำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ความเจริญก้าวหน้าความเข้าใจ ความร่วมมือ การฝึกปฏิบัติ รวมทั้งการกระตุ้น การปรับปรุงการทำงาน และการปรับปรุงตนเองให้ดียิ่งขึ้น

การส่งเสริม (Extension) หมายถึง ต่อยืดยาว ยืดนาน แผ่กว้าง ซึ่งทางอากว้างขวาง ขยาย ส่วนที่ต่อออกไป ส่วนขยาย ส่วนเพิ่มเติม ส่วนประกอบ การส่งเสริม (Extension) เป็นการขยายและถ่ายทอดความรู้ตามระบบวิทยาการแผนใหม่ (Innovation System) ซึ่งก่อประโยชน์ทางการศึกษา (Education Advantages) และมีคุณค่าทางการปฏิบัติ (Practical Values) แก่บุคคลผู้พึงได้รับความช่วยเหลือในการเรียนรู้หรือผู้รับการส่งเสริม (People Intended, Clientele, Audience) ให้สามารถพัฒนาตนเอง โดยการเรียนรู้ที่สามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Better Living) เป็นสำคัญ (Boonruang, 1979)

การส่งเสริม (Extension) หมายถึง การวางแผนโครงการใดโครงการหนึ่งในการนำเอาความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและการวิจัยต่าง ๆ นำออกไปสู่ประชาชนในชนบท โดยความรู้ที่นำออกไปนั้น ประชาชนสามารถรับรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย โดยประยุกต์เข้ากับสภาพแวดล้อมและความเป็นอยู่ของประชาชนในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งการถ่ายทอดความรู้ ต้องคำนึงถึงการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (Appropriate Technology) เพื่อให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อชุมชน อีกทั้งมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและจริยธรรมควบคู่กันไป (Intrakhampon, 2003)

กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักของรัฐบาลที่เป็นส่วนขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม แบ่งเป็น 3 กลุ่มภารกิจ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ด้านกำกับตรวจสอบ กระบวนการผลิต และด้านส่งเสริมอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ (Department of Industrial Promotion, 2021) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ดำเนินการภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม ได้รับมอบหมายภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่ทั่วประเทศ ให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการประกอบกิจการที่เป็นเลิศและมีความยั่งยืนสู่สากล พัฒนาเครือข่ายองค์การภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึง สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรม

นวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต

ปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้เลือกรับประทานอาหารเพียงเพราะเป็นแค่ปัจจัยสี่หรือจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น เพราะการรับประทานอาหารนั้นสะท้อนถึงแง่มุมเชิงวัฒนธรรม รสนิยม และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้อีกด้วย จึงเป็นเหตุให้เทรนด์ของอาหารในปัจจุบันจะมีทางเลือกหลากหลายให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานได้ เทรนด์อาหารที่กำลังมาแรงส่วนใหญ่มักจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ รับประทานแล้วทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง มีอายุยืนนาน แต่จะต้องคงความสด สะอาด ใหม่ อร่อย รสชาติถูกปากผู้บริโภค อีกทั้งจำเป็นต้องมีหน้าตาอาหารไม่ต่างเดิม เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องการกินเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกระบวนการผลิตและนวัตกรรมเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาททำให้อาหารมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ตอบโจทย์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์เบื้องต้นเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจอาหาร สร้างทรัพยากรเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับปัจจัยภายในและเพื่อป้องกันและกำจัดภัยคุกคามจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมการแข่งขัน นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีแผนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน (Na Nakorn, 2022) นำไปสู่การดำรงชีวิตอย่างยั่งยืนของครัวเรือนได้อย่างครอบคลุมและเป็นระบบมากขึ้น (Chen and Phakdeeaphiro, 2021)

ประเทศไทยนั้นเป็นประเทศมีความหลากหลายทางชีวภาพ หรือ Biodiversity ซึ่งหมายถึงการมีอยู่ของสิ่งมีชีวิตหลายชนิด หลายสายพันธุ์ ในระบบนิเวศที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยซึ่งมีความแตกต่างและหลากหลาย โดยความหลากหลายทางชีวภาพนั้นเกิดจากการสะสมความแตกต่างของสิ่งมีชีวิตแต่ละชนิดในระยะเวลาอันยาวนาน ซึ่งเกิดมาจากรีวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต โดยความหลากหลายทางชีวภาพนั้นเริ่มจากการเกิดความหลากหลายทางพันธุกรรม ทำให้เกิดความหลากหลายทางสปีชีส์ จากความแตกต่างหลากหลายของระบบนิเวศ ด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเทศไทยที่มีความโดดเด่นในเรื่องของวัตถุดิบจากธรรมชาติ มีพื้นที่สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเพาะปลูกพืชพันธุ์ได้มากมาย เนื่องด้วยเทรนด์ของอาหารที่กำลังมา ณ ปัจจุบัน มีทิศทางของการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นส่วน

ใหญ่ หากมีการผสมผสานนำวัตถุดิบจากธรรมชาติ วัตถุดิบท้องถิ่นของประเทศไทยมาประยุกต์ใช้ก็จะสามารถสร้างความแตกต่างให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก (Chantanasiri, 2022)

สรุป แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต หมายถึง การที่กระทรวงอุตสาหกรรมเข้ามามีส่วนขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมนวัตกรรมอาหาร โดยการช่วยเหลือ แนะนำ และถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารให้สามารถปรับปรุงการทำงานและการปรับปรุงตนเองให้ดียิ่งขึ้น ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นจากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ นำไปสู่การแสวงหาความสำเร็จเชิงพาณิชย์ การสร้างตลาดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการและการบริการใหม่ และมาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัยที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงศักยภาพและความพร้อมสำหรับการก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารของโลกในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed methods research) โดยเน้นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เป็นหลักและใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นข้อมูลเสริม ในส่วนที่เกี่ยวกับการวิจัยเชิงปริมาณนั้น เป็นการศึกษาระเบียบสำรวจ (Survey study) ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ได้แก่ 1) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเอกสาร โดยค้นคว้าข้อมูลจากตำราหนังสือ รายงานผลการวิจัย สถิติ ตัวเลข และเอกสารต่าง ๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศรวมถึงข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ต และ 2) การรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยสนามประกอบด้วย 2 หัวข้อ ได้แก่ (1) การแจกและการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และ (2) ปัญหาและแนวทางแก้ไข

การแจกและการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้ว แจกให้กลุ่มตัวอย่างทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งเก็บรวบรวมคำตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งกลับคืนมาทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ก่อนหน้านั้นผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำนวน 400 โรงงาน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ มีดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ผู้วิจัยค้นคว้าจากฐานข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ เอกสาร บทความทางวิชาการ รายงานผลการศึกษา บทวิพากษ์ วิจัย เป็นต้น จากแหล่งข้อมูลทั้งในห้องสมุด สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีจุดแข็งคือ ความแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลง แม่นยำ ครอบคลุมประเด็น ส่วนจุดอ่อนคือ การนำข้อมูลมาใช้เกิดความยากลำบาก เนื่องจากมีระเบียบกฏเกณฑ์ การเข้าถึงข้อมูลเป็นไปได้ยาก ข้อมูลที่ได้หากไม่ครบก็อาจไม่แม่นยำเท่าที่ควร

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นการสนทนอย่างมีจุดหมายที่แน่นอนทั้งสองฝ่าย คือ ผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์จะต้องมีการวางแผนและเตรียมการให้พร้อมรวมทั้งดำเนินการตามขั้นตอนที่จะช่วยให้ได้ความจริงจากผู้ให้สัมภาษณ์ (Kunnited and Somjai, 2015) โดยจุดแข็งของการสัมภาษณ์ คือ มีเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถเน้นประเด็นที่กำลังศึกษาและให้ความกระจ่างเชิงสาเหตุได้ ส่วนจุดอ่อน คือ หากคำถามไม่เหมาะสม อาจจะมีอคติสอดแทรกในคำถามและคำตอบได้ รวมทั้งความแม่นยำของ

คำตอบมักจะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย และคำตอบที่ได้มักสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์อยากได้คำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย และคำตอบที่ได้มักสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์อยากได้คำตอบ ทั้งนี้ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

(1) ศึกษาวิจัยเอกสาร โดยรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความทางวิชาการ รายงานผลการศึกษามหาวิทยารณ วิจารณ์ เป็นต้น จากแหล่งข้อมูลทั้งในห้องสมุด สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ โดยวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเนื้อหาที่ต้องการศึกษา เพื่อให้ครอบคลุมองค์ประกอบต่างๆที่เกี่ยวข้อง

(2) นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ เพื่อสร้างข้อคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นเรียบเรียงจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

(3) ขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดส่งหนังสือไปยังหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขออนุญาตในการให้สัมภาษณ์

(4) เดินทางไปยังสถานที่นัดหมาย เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้เตรียมไว้ ซึ่งในขั้นตอนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้บันทึกถ้อยคำการให้สัมภาษณ์โดยขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ ทำการบันทึกเทปการสัมภาษณ์ ประกอบกับการใช้วิธีการบันทึกย่อและจดบันทึกข้อความสำคัญของผู้ให้สัมภาษณ์ขณะสัมภาษณ์ และบันทึกรายละเอียดภายหลังสิ้นสุดการสัมภาษณ์แล้ว

(5) สรุปผลและรวบรวมจัดกลุ่มความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยใช้แบบสรุปความคิดเห็นและข้อเสนอแนะข้อมูลต่าง ๆ ที่ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อรายงานในเชิงพรรณนา โดยใช้ตารางและแผนภาพประกอบ สอดทานข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลร่วมกัน

ผลการวิจัย

ผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับของการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ (1) ด้านกลยุทธ์ (2) ด้านความต้องการของผู้บริโภค (3) ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และ (4) ด้านทัศนคติของผู้บริโภค โดยรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อระดับการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต

รายการ	($\bar{x}$)	S.D.	แปลผล
การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต	3.95	0.84	มาก
ด้านกลยุทธ์	3.60	0.88	มาก
1. องค์การมีแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการที่มีความสำคัญสำหรับองค์การ เพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานขององค์การ	3.39	0.93	ปานกลาง
2. องค์การมีแผนปฏิบัติการเพื่อให้งานบรรลุผลตามเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้	3.51	0.84	มาก
3. ผู้บริหารขององค์การทำการตัดสินใจ วิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายโดยตรง	3.61	0.90	มาก
4. ผู้บริหารขององค์การใช้ทรัพยากรและศักยภาพ เพื่อสร้างโอกาสและ ป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ขององค์การ	3.76	0.79	มาก

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างฯ (ต่อ)

รายการ	($\bar{x}$)	S.D.	แปลผล
5. องค์การจัดทำแผนการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ระยะยาวอย่างเหมาะสมที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.71	0.96	มาก
ด้านความต้องการของผู้บริโภค	3.81	0.85	มาก
6. องค์การมีกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ปฏิบัติต่อลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมาย	3.45	0.98	ปานกลาง
7. องค์การมีแนวทางการปฏิบัติเป็นลักษณะตัวต่อตัว หรือเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม	3.67	0.94	มาก
8. องค์การมีกระบวนการให้บริการลูกค้าในการขาย การตลาดทางตรง การจัดการทางการบัญชีและกระบวนการสั่งซื้อ	3.88	0.80	มาก
9. องค์การให้การสนับสนุนการให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ	4.06	0.72	มาก
10. องค์การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเพื่อผลกำไรในระยะยาวขององค์กร	3.98	0.82	มาก
ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค	3.90	0.92	มาก
11. องค์การมีความสามารถในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค	3.86	0.95	มาก
12. องค์การมีความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ถูกต้อง	3.93	0.78	มาก
13. องค์การมีการศึกษากลุ่มผู้บริโภคถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ	3.93	0.97	มาก
14. ผู้บริหารทนายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้องว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร	3.72	0.95	มาก
15. องค์การมีกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด	4.03	0.94	มาก
ด้านทัศนคติของผู้บริโภค	3.78	0.87	มาก
16. องค์การนำความรู้สึกและความคิดเห็นที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินผลิตภัณฑ์	3.79	0.87	มาก
17. องค์การทำการรวบรวมข้อมูลที่สนใจและตรงกับความต้องการ	3.74	0.79	มาก
18. องค์การเพิกเฉยต่อข้อมูลที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสน	3.93	0.92	มาก
19. องค์การสร้างความมั่นใจในการเข้าถึงข้อมูลหรือสิ่งต่าง ๆ ง่ายดายขึ้น	3.62	0.85	มาก
20. องค์การมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค	3.80	0.92	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าในภาพรวมระดับการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.95$) และเมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบ พบว่า ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค อยู่ในระดับสูงที่สุด ($\bar{x} = 3.90$) รองลงมาเป็นด้านความต้องการของผู้บริโภค ($\bar{x} = 3.81$) ด้านทัศนคติของผู้บริโภค ($\bar{x} = 3.78$) และด้านกลยุทธ์ ($\bar{x} = 3.60$) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

ด้านกลยุทธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ผู้บริหารขององค์การใช้ทรัพยากรและศักยภาพ เพื่อสร้างโอกาสและป้องกันภัยอันตรายต่างๆขององค์การ ($\bar{x} = 3.76$) รองลงมาตามลำดับ คือ องค์การจัดทำแผนการดำเนินงาน วัตถุประสงค์ระยะยาวอย่างเหมาะสมที่สุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 3.71$) ผู้บริหารขององค์การทำการตัดสินใจ วิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายโดยตรง ($\bar{x} = 3.61$) องค์การมีแผนปฏิบัติการเพื่อให้งานบรรลุผลตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ($\bar{x} = 3.51$) และองค์การมีแผนแม่บทหรือแผนปฏิบัติการที่มีความสำคัญสำหรับองค์การเพื่อใช้ในการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานขององค์การ ($\bar{x} = 3.39$) ด้านความต้องการของผู้บริโภค ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$) โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า องค์การให้การสนับสนุนการให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ ($\bar{x} = 4.06$) รองลงมาตามลำดับ คือ องค์การสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเพื่อผลกำไรในระยะยาวขององค์การ ($\bar{x} = 3.98$) องค์การมีกระบวนการการให้บริการลูกค้าในการขาย การตลาดทางตรง การจัดการทางการบัญชีและกระบวนการสั่งซื้อ ($\bar{x} = 3.88$) องค์การมีแนวทางการปฏิบัติเป็นลักษณะตัวต่อตัวหรือเฉพาะกลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม ($\bar{x} = 3.67$) และ องค์การมีกลยุทธ์การตลาดที่ใช้ปฏิบัติต่อลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{x} = 3.45$) ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า องค์การมีนำกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่างๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด ($\bar{x} = 4.03$) รองลงมาตามลำดับ องค์การมีการศึกษากลุ่มผู้บริโภคถึงสาเหตุของการซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ ($\bar{x} = 3.93$) องค์การมีความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ถูกต้อง ($\bar{x} = 3.93$) องค์การมีความสามารถในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ($\bar{x} = 3.86$) และผู้บริหารทนายใจหรือเดาใจกลุ่มผู้บริโภคของกิจการได้ถูกต้อง ว่ากลุ่มผู้บริโภคเหล่านั้นต้องการอะไร มีพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แรงจูงใจในการซื้อเกิดจากอะไร ($\bar{x} = 3.72$)ด้านทัศนคติของผู้บริโภค ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า องค์การเปิดเผยต่อข้อมูลที่ไมมีความเกี่ยวข้องกับตนเอง ทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสน ($\bar{x} = 3.93$) รองลงมาตามลำดับ คือ องค์การมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ($\bar{x} = 3.80$) องค์การนำความรู้สึและความคิดเห็นที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.79$) องค์การทำการรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจและตรงกับความต้องการ ($\bar{x} = 3.74$) และ องค์การสร้างความมั่นใจในการเข้าถึงข้อมูลหรือสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ($\bar{x} = 3.62$)

ผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน ดังนี้

- 1) การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต ประกอบด้วย (1) ด้านกลยุทธ์ (2) ด้านความต้องการของผู้บริโภค (3) ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และ (4) ด้านทัศนคติของผู้บริโภค
- 2) ความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย (1) การถ่ายทอดเทคโนโลยี (2) มาตรฐานความปลอดภัย (3) ข้อมูล (4) ผลิตภัณฑ์ (5) ความร่วมมือ และ (6) ความยั่งยืน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับของการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต

ที่	ตัวแปรอิสระ	Mean	St.Dev.	Skewness	Kurtosis	ระดับ
1	ด้านกลยุทธ์	3.60	0.88	-.636	.139	มาก
2	ด้านความต้องการของผู้บริโภค	3.81	0.85	-1.501	2.411	มาก
3	ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค	3.90	0.92	-.606	-.178	มาก
4	ด้านทัศนคติของผู้บริโภค	3.78	0.87	-1.017	.481	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		3.95	0.84			มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ในภาพรวมระดับความคิดเห็นระดับของการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัว พบว่าตัวแปรอิสระทุกด้าน อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขัน

ที่	ตัวแปรอิสระ	Mean	St.Dev.	Skewness	Kurtosis	ระดับ
1	การถ่ายทอดเทคโนโลยี	3.87	0.83	-1.135	.541	มาก
2	มาตรฐานความปลอดภัย	4.07	0.87	-1.534	2.039	มาก
3	ข้อมูล	3.80	0.79	-.164	-.957	มาก
4	ผลิตภัณฑ์	3.81	0.87	-1.282	.823	มาก
5	ความร่วมมือ	3.79	0.88	-.655	.358	มาก
6	ความยั่งยืน	3.87	0.88	-.483	-.667	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		4.04	.90			มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าในภาพรวมระดับความคิดเห็นความสามารถทางการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายตัว พบว่าตัวแปรตามทุกด้าน อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตกับความสามารถทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ด้าน (1) การถ่ายทอดเทคโนโลยี (2) มาตรฐานความปลอดภัย (3) ข้อมูล (4) ผลิตภัณฑ์ (5) ความร่วมมือ และ (6) ความยั่งยืน สามารถสรุปได้ว่า

(1) การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านความต้องการของผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ ได้ร้อยละ 74.0

(2) การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และด้านทัศนคติของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ ได้ร้อยละ 76.6

(3) การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านข้อมูล ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และ ด้านทัศนคติของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 74.8

(4) การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และด้านทัศนคติของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 81.9

(5) การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านความร่วมมือ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ และด้านความต้องการของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 67.4

(6) การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านความยั่งยืน ได้แก่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และทัศนคติของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ ร้อยละ 46.8

ข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งผลจากการที่องค์การให้การส่งเสริมการนำเอาแนวความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ ตลอดจนผลผลิตทางวิทยาศาสตร์ หรือการถ่ายทอดความรู้หรือพัฒนาการจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง มีสถานที่ผลิต อุปกรณ์เครื่องจักร บุคลากร วัสดุ เอกสารต่าง ๆ และสิ่งอื่น ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน การจัดการข้อมูลข่าวสาร โดยมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบทำให้องค์การมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น เกิดมีสินค้าใหม่ที่เกิดมาจากผลพลอยได้ หรือของที่เหลือทิ้งในธุรกิจ และนำมาซึ่งยอดขายหรือกำไรที่เพิ่มขึ้น เกิดความร่วมมือจะเกิดจากความร่วมมือของทุกฝ่ายในการดำเนินกิจกรรม และมีระบบบริหารจัดการและความร่วมมือแบบบูรณาการขององค์การได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญที่ว่า องค์การควรมีการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมอาหารมูลค่าสูง และผู้เชี่ยวชาญนวัตกรรมอาหาร โดยมีระบบเชื่อมโยงฐานข้อมูล Food Innopolis Service Platform รวมทั้งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการที่เป็นนวัตกรรม หรือมีการรับถ่ายทอดเทคโนโลยีร่วมกับภาคอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนากระบวนการผลิต ให้มีประสิทธิภาพ หรือมีผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงออกสู่ตลาด มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตให้ตรงความต้องการของห่วงโซ่อุปทาน โดยการจัดงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและในสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ การแสวงหาความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม โดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ศูนย์ วิจัยและพัฒนาไปสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ในการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ และ/หรือปรับปรุงกระบวนการผลิต การส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคตจะมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต โดยการสนับสนุนการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ จนสามารถนำไปพัฒนาการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม และบริษัทต้องตระหนักและสิ่งให้ความสำคัญในการลงทุนเพื่อความยั่งยืน ซึ่งอาจจะเป็นด้านของการพัฒนา ตรวจสอบกระบวนการต่าง ๆ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หรือความรับผิดชอบต่อทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน และยังสอดคล้องกับการวิจัย Waiprib et al. (2013) พบว่า 1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตปลานิลที่ผลิตในไทย จากภาครัฐและเอกชน มีข้อคิดเกี่ยวกับการสร้างเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวกับพ่อค้าคนกลางและผู้ค้ารายย่อย รวมถึงแนวทางการเคลื่อนย้ายปลานิล ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานกำกับดูแลด้านความปลอดภัยของปลานิล ก่อนและหลังออกสู่ตลาด และสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Henderson and Clark (1990) พบว่า อาหารหลายชนิดเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนจากหลากหลายภูมิภาค ความท้าทายที่เกิดขึ้นนี้ผู้ประกอบการ จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างของอาหารพื้นถิ่น เป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์เบื้องต้นเพื่อความสามารถได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจอาหาร สร้างทรัพยากรเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับปัจจัยภายใน และเพื่อป้องกันและกำจัดการคุกคามจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องมีแผนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรักษาความสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน (Na Nakorn, 2022) นำไปสู่แนวทางที่ผู้ประกอบการร่วมกับนักการตลาดจะต้องวิเคราะห์รูปแบบ การสื่อสาร และกิจกรรมส่งเสริมการขายรายการอาหารพื้นถิ่นแต่ละรายการ เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์

สรุปผล

การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งผลจากการที่องค์การให้การส่งเสริมการนำเข้า แนวความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ ตลอดจนผลผลิตทางวิทยาศาสตร์ หรือการถ่ายทอดความรู้หรือพัฒนาการจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง มีสถานที่ผลิต อุปกรณ์เครื่องจักร บุคลากร วัสดุ เอกสารต่าง ๆ และสิ่งอื่น ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน การจัดการข้อมูลข่าวสาร โดยมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบทำให้องค์การมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น เกิดมีสินค้าใหม่ที่พัฒนาจากผลพลอยได้หรือของที่ทิ้งแล้วในธุรกิจ และนำมาซึ่งยอดขายหรือกำไรที่เพิ่มขึ้น เกิดความร่วมมือจะเกิดจากความร่วมมือของทุกฝ่าย ในการดำเนินกิจกรรมและมีระบบบริหารจัดการและความร่วมมือแบบบูรณาการขององค์การได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญที่ว่าองค์การควรมีการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมอาหารมูลค่าสูง และผู้เชี่ยวชาญนวัตกรรมอาหารโดยมีระบบเชื่อมโยงฐานข้อมูล Food Innopolis Service Platform

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

(1) ความต้องการของบริโคมมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี มาตรฐานความปลอดภัย ข้อมูล ผลิตภัณฑ์ และความร่วมมือ ความยั่งยืนความโปร่งใสขององค์การธุรกิจ ดังนั้น องค์การให้การสนับสนุนการให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเพื่อผลกำไรในระยะยาวขององค์การ มีกระบวนการการให้บริการลูกค้าในการขายการตลาดทางตรง การจัดการทางการบัญชีและกระบวนการสั่งซื้อ โดยมีการนำเข้า แนวความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการ ตลอดจนผลผลิตทางวิทยาศาสตร์ หรือการถ่ายทอดความรู้หรือพัฒนาการจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง มีวิธีปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ในระบบงานเพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานให้มีมากยิ่งขึ้น

(2) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรมด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยี มาตรฐานความปลอดภัย ผลิตภัณฑ์ และความยั่งยืน ดังนั้น องค์การควรมีนโยบายกระบวนการตัดสินใจซื้อข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด มีการศึกษากลุ่มผู้บริโภคถึงสาเหตุของ

การซื้อ การเปลี่ยนแปลงการซื้อ การตัดสินใจซื้อ มีความสามารถในการค้นหาทางแก้ไข พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ สินค้าของผู้บริโภคได้ถูกต้อง ดังนั้น องค์การควรทำให้ความรู้เหล่านี้กระจายไปและเกิดการคิดค้นวิธีการใหม่ ๆ เพื่อสนองต่อความต้องการให้กว้างขวางยิ่งขึ้น มีการพิจารณาองค์ประกอบในการถ่ายทอดเทคโนโลยีและนำมาใช้วิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับงานและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน และองค์การมีกระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น หรือพัฒนาขึ้นในสถานที่หนึ่งเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่ง มีข้อกำหนด ระเบียบ แบบแผน และวิธีปฏิบัติที่นำมาใช้ในการผลิตที่ดีและได้สินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล

(3) กลยุทธ์มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ข้อมูล ความร่วมมือ ดังนั้น องค์การควรมีหลักเกณฑ์วิธีการที่ดี สำหรับการผลิตอาหารที่ปลอดภัยและเหมาะสม สำหรับการบริโภค มีการอ้างอิงผลทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และประสบการณ์ และมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุด ควบคุม กำกับกระบวนการผลิตอาหาร มีการพัฒนาความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของการเป็นองค์การแห่งอนาคต มีการจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอต่อการพัฒนาองค์ความรู้ และมีเอกสารข่าวสารข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่มีในรูปของตัวเลข ภาษา สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่อธิบายถึงวัตถุประสงค์หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั่วไปในการทำงาน มีความร่วมมือที่หวังผลระยะยาว

(4) ทักษะคติของผู้บริโภคมีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม ด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ ดังนั้น องค์การไม่เพิกเฉยต่อข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน (องค์การมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นำความรู้ลึก และความคิดเห็นที่ผู้บริโภคนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินผลิตภัณฑ์ และทำการรวบรวมข้อมูลที่สนใจและตรงกับความต้องการ สร้างความมั่นใจในการเข้าถึงข้อมูลหรือสิ่งต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น โดยให้ความสำคัญกับส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน มีการพัฒนาความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของการเป็นองค์การแห่งอนาคต มีสินค้าใหม่ที่พัฒนาจากผลพลอยได้ หรือของที่ทิ้งแล้วในธุรกิจ ที่นำมาซึ่งยอดขายหรือกำไรที่เพิ่มขึ้น มีการเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ตอบสนองความต้องการด้วยผลิตภัณฑ์ นำมาซึ่งกำไรและส่วนครองตลาดที่มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

(1) หน่วยงานหรือองค์การที่เกี่ยวข้อง ควรจัดทำคู่มือการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตที่ได้จากผลการวิจัย ซึ่งในระยะแรกควรเน้นการประเมินแบบง่าย โดยการตรวจสอบจากเอกสาร หรือหลักฐานที่ปรากฏ และควรมีการพัฒนาตัวชี้วัดที่มีความสลับซับซ้อน และมีความละเอียดยิ่งขึ้น เพื่อการประเมินในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

(2) หน่วยงานที่กำกับดูแลองค์การหรือองค์การที่เกี่ยวข้อง ควรจัดสัมมนาทางวิชาการเกี่ยวกับปัจจัย ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์การธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ทั่วประเทศ

(3) หน่วยงานที่กำกับดูแลองค์การหรือองค์การที่เกี่ยวข้อง ควรจัดให้มีที่ปรึกษาทางด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตที่เกี่ยวกับปัจจัยได้แก่ การถ่ายทอดเทคโนโลยี มาตรฐานความปลอดภัย ข้อมูล ผลิตภัณฑ์ ความร่วมมือ และความยั่งยืนให้กับองค์การธุรกิจที่สนใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

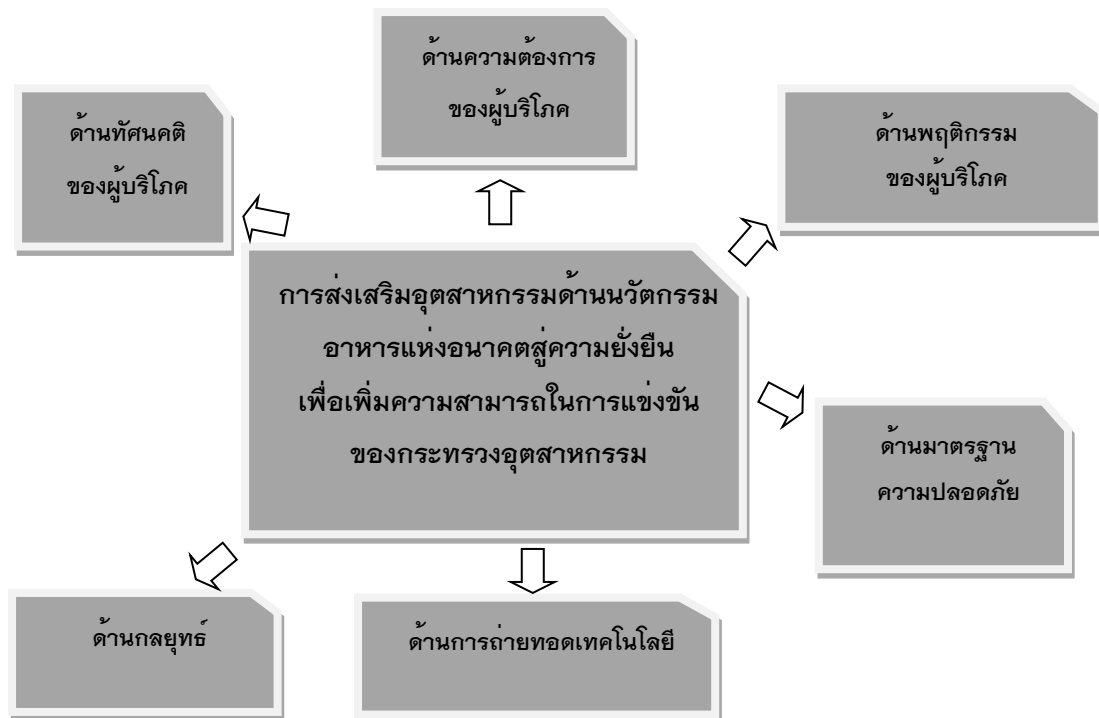
(1) ควรมีการศึกษาวิจัย ตัวแบบประเมินสำหรับใช้ประเมินการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตที่เหมาะสมกับหน่วยงาน จำแนกระหว่างหน่วยงานราชการทั่วไป รัฐวิสาหกิจ องค์การรัฐประเภอื่น ๆ

และภาคเอกชน ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถประเมินการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตได้เหมาะสม และสอดคล้องกับแต่ละองค์การ

(2) ควรมีการศึกษาขององค์การอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ

องค์ความรู้ใหม่

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ เรื่องการส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่ง อนาคตสู่ความยั่งยืนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้ภาครัฐ ภาคเอกชน และ ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในองค์การธุรกิจ รวมทั้งการศึกษาต่อยอดในเรื่องการส่งเสริม อุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหาร และการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันด้านนวัตกรรมอาหาร ดังรายละเอียด ในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 การส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตสู่ความยั่งยืน
เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกระทรวงอุตสาหกรรม

References

- Boonruang, P. (1979). Supervision of Promotion. *Journal of Agricultural Extension*, 11(3), 4–6.
- Chantanasiri, S. (2022). Operational Efficiency Factors Affecting Profitability of the Companies of the Agricultural and Food Industry Group Listed on the Stock Exchange of Thailand: Food and Beverage Sectors. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 5(1), 232–249.
- Chen, X., & Phakdeephirot, N. (2021). Comparison and Analysis of the Methods for Measuring the Sustainability of Farmers' Livelihoods. *International Journal of Multidisciplinary in Management and Tourism*, 5(2), 87–99. <https://doi.org/10.14456/ijmmt.2021.9>
- Chummee, C. (2018, October 8). *Food Industry of the Future... Turning Point and Opportunity*. Bangkokbiznews. <https://inews.bangkokbiznews.com/read/347126>
- Cory, N. Durward. (1951). Incentives Used in In-Service Education of Teachers. *North Central Association Quarterly*, 25, 358–360.
- Department of Industrial Promotion. (2021). Plant-based Food: Food of the Future World. *Substance Industry*, 63, 13–15.
<file:///C:/Users/bc316/Downloads/75114a8506de6348c0a02459f545462f.pdf>
- Henderson, R.M., & Clark, K.B. (1990). Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 9–30. <https://doi.org/10.2307/2393549>
- Intrakhampon, W. (2003). *Agricultural Extension and Rural Development*. Department of Agricultural Extension and Dissemination, Faculty of Agriculture, Chiang Mai University.
- Ministry of Industry. (2017). *Trends of the Thai food industry in 2017*. Ministry of Industry.
- Kunnited, N., & Somjai, S (2015). *Advanced Research Methodology and Research Design* (2nd ed.). Master Print Samsen.
- Na Nakorn, N. (2022). The Strategic Management for Competitive Advantage Improvement of Halal Food Business in Pattani Province. *Journal of Arts Management*, 6(1), 33–46.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2020). *Number and employment Small and Medium Enterprises, Year 2019*. https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20200825165227.pdf
- Pariyakon, P. (2009). *Strategic Planning: Concepts and Applied Approaches*. National Institute of Development Administration.
-

- Sibunruang, A. (2017). *Raise Food Innovations for the Future, Push the Ability to Compete in the World Market*. <https://www.chiangmainews.co.th/economics/632021/>.
- Smart Center for the Food Industry. (2017). *Thai Food Industry and Future Food*.
- Waiprib, Y. et al. (2013). *Synthetic Research on Increasing the Production Standards of Tilapia Products Throughout the Chain to Support the Food Safety Strategy*[Research report, The Thailand Research Fund].
- Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis* (2nd ed.). Harper and Row.