

มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ปี พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๗๐

๑. เรื่องเดิม

คณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๘ เห็นชอบในหลักการข้อเสนอ ๑๐ อุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ซึ่งประกอบด้วย การต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) จำนวน ๕ อุตสาหกรรม และการเพิ่มอุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) จำนวน ๕ อุตสาหกรรม โดยมีอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป (Food for Future) เป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและมีบทบาทสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจของไทยอนาคต ทั้งนี้ อาหารมูลค่าเพิ่มสูง เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ (Functional food) หากได้รับการสนับสนุนและผลักดันการส่งออกอย่างจริงจัง สินค้าในกลุ่มดังกล่าวจะเป็นสินค้าที่มีศักยภาพสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศมากขึ้นในอนาคต โดยแนวโน้มรูปแบบสินค้าอาหารของไทยมีแนวโน้มพัฒนาไปสู่การเป็นสินค้าอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานมากขึ้น

๒. ข้อเท็จจริง

ความสำคัญและสถานการณ์ของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของไทย

๒.๑ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารมีตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อป้อนตลาดภายในประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเข้าใจต่อรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคภายในประเทศ ปัจจุบันมีสัดส่วนการจำหน่ายภายในประเทศ ร้อยละ ๗๐ ของปริมาณการผลิตทั้งหมด ส่วนผลผลิตที่เหลือจะเป็นการผลิตเพื่อส่งออก ต้นทุนการผลิตอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่เป็นทางด้านวัตถุดิบ มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ ๘๐ ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งเป็นการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ร้อยละ ๘๕ นอกจากนี้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารยังเชื่อมโยงกับการผลิตในขั้นตอนต่าง ๆ ของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ซึ่งทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบการเกษตรในประเทศ

๒.๒ การส่งออกอาหารไทย ปี ๒๕๖๐ มีมูลค่า ๑,๐๑๕,๘๑๖ ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ ๖.๙ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๙ มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ ๒.๓ อยู่ในอันดับที่ ๑๕ ของโลก ตลาดอาหารส่งออกอันดับ ๑ ของไทย คือ อาเซียน มีสัดส่วนส่งออกร้อยละ ๒๗.๑ รองลงมาได้แก่ ญี่ปุ่น ร้อยละ ๑๓.๓ สหรัฐอเมริกา ร้อยละ ๑๐.๙ แอฟริกา ร้อยละ ๙.๘ จีน ร้อยละ ๙.๐ และสหภาพยุโรป ร้อยละ ๘.๘

๒.๓ สินค้าส่งออกที่สำคัญ ปี ๒๕๖๐ ได้แก่ ข้าว อันดับที่ ๑ มีสัดส่วนส่งออกร้อยละ ๑๗.๒ รองลงมาได้แก่ ไข่ (ร้อยละ ๑๐.๐), น้ำตาลทราย (ร้อยละ ๙.๐), กุ้ง (ร้อยละ ๖.๙), ปลาทูน่ากระป๋อง (ร้อยละ ๖.๙), แป้งมันสำปะหลังดิบ (ร้อยละ ๓.๕), สับปะรดกระป๋อง (ร้อยละ ๒.๔), เครื่องปรุงรส (ร้อยละ ๒.๒), มะพร้าว (ร้อยละ ๑.๗) และอาหารพร้อมรับประทาน (ร้อยละ ๐.๖) นอกจากนี้ ยังมีสินค้าในกลุ่มอื่น ๆ เช่น นม และผลิตภัณฑ์นม ผลไม้สด น้ำผลไม้ รวมทั้งขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ เป็นต้น

๒.๔ อุตสาหกรรมอาหารสร้างมูลค่าเพิ่ม (GDP) ให้กับเศรษฐกิจไทยมูลค่า ๘๗๘,๙๖๕ ล้านบาท^๑ ปี ๒๕๕๙ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๖.๐ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หรือร้อยละ ๒๒.๒ ของ GDP ภาคอุตสาหกรรมการผลิต

๒.๕ การประกอบการและการจ้างงาน มีผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร จำนวน ๑.๑๒ แสนราย^๒ มีผลผลิตสินค้าอาหารคิดเป็นมูลค่าประมาณ ๒ ล้านล้านบาท^๓ ก่อให้เกิดการจ้างงานประมาณ ๑.๐๙

^๑ ข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

ล้านราย^๔ หรือร้อยละ ๒๓ ของอุตสาหกรรมการผลิต และสามารถส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศมากกว่า ๒๐๐ ประเทศทั่วโลก

๒.๖ การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย (SWOT Analysis)

จุดแข็ง

- ๑) ไทยมีภาคเกษตรที่เป็นแหล่งวัตถุดิบที่เข้มแข็ง คุณภาพดีและมีความหลากหลายสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารชนิดต่าง ๆ ได้มากมาย
- ๒) อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศและรัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนา
- ๓) มีนักธุรกิจรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ ก้าวเข้ามาในแวดวงอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารมากขึ้น
- ๔) สินค้าอาหารไทยคุณภาพดี มีมาตรฐานการผลิตและความปลอดภัยสินค้า เป็นที่ยอมรับในตลาดสากล

จุดอ่อน

- ๑) การผลิตและส่งออกสินค้าอาหารส่วนใหญ่ยังคงเป็นสินค้าในรูปแบบเดิมคือเป็นสินค้าแปรรูปขั้นต้น และมีมูลค่าเพิ่มต่ำ ส่งผลทำให้ประสบปัญหาในการแข่งขันโดยเฉพาะกับประเทศกำลังพัฒนาที่สามารถผลิตสินค้าในรูปแบบเดียวกันเข้าสู่ตลาดโลก
- ๒) แนวโน้มการขาดแคลนแรงงานในสายการผลิตมากขึ้น ทั้งจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และแรงงานไทยหันไปทำงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการที่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีกว่า ประกอบกับปัจจุบันไทยมีการพึ่งพิงแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านในสัดส่วนที่สูง (โดยเฉพาะจากกลุ่ม CLMV) จึงเป็นความเสี่ยงสำหรับอุตสาหกรรมอาหารของไทยหากมีการเคลื่อนย้ายแรงงานกลับประเทศ
- ๓) ผู้ประกอบการ SMEs ขาดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ทำให้เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานรวมทั้งการขยายธุรกิจในอนาคต
- ๔) การขาดระบบบริหารวัตถุดิบต้นน้ำเพื่อให้กระบวนการแปรรูปมีความแน่นอนทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ

โอกาส

- ๑) ตลาดทั้งภายในและต่างประเทศมีความต้องการในผลิตภัณฑ์อาหารทุกประเภทเพิ่มขึ้น เนื่องจากพลเมืองโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพ ประกอบกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการสินค้าอาหารขยายตัวเพิ่มขึ้นตามปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในไทยด้วย
- ๒) ปัจจุบันผู้ประกอบการทั่วโลกได้ปรับตัวเข้าสู่เทคโนโลยีอุตสาหกรรมยุค ๔.๐ ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพขององค์กรธุรกิจได้ โดยเฉพาะกลุ่ม SMEs รวมถึงกลุ่มธุรกิจ Start-up สามารถเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับศักยภาพธุรกิจและมีความคล่องตัวกว่าธุรกิจขนาดใหญ่หรือธุรกิจรายเดิม ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น

^๒ สำนะโนอุตสาหกรรมปี ๒๕๕๖ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

^๓ มูลค่าผลผลิต ณ ราคาหน้าโรงงาน (Ex-factory) ซึ่งประมาณการจากข้อมูลสำมะโนอุตสาหกรรมปี ๒๕๕๖ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

^๔ สถิติถูกจ้างภาคเอกชน ณ สิ้นปี ๒๕๖๐ ที่ได้จากฐานข้อมูลเตือนภัยแรงงาน กระทรวงแรงงาน

ข้อจำกัด

๑) มีคู่แข่งในตลาดโลกมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาต่างมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารมากขึ้น เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติยังอุดมสมบูรณ์ และต้นทุนการผลิตต่ำ โดยเฉพาะค่าจ้างแรงงาน

๒) ภัยคุกคามใหม่ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศ (Climate Change) โรคพืช/สัตว์อุบัติใหม่ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรลดลง ทำให้วัตถุดิบที่จะป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารลดลงตามไปด้วย

๓) ประเทศคู่ค้าโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว มีแนวโน้มนำมามาตรการที่ไม่ใช่ภาษี เช่น สังคม ศิลธรรม แรงงาน สิ่งแวดล้อม ฯลฯ มาใช้ในการการค้า โดยกำหนดเป็นเงื่อนไขของกระบวนการผลิตสินค้านำเข้า (เช่น Carbon Footprint/Water Footprint) ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น



รูปที่ ๑ : สรุปการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

๒.๗ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานหลัก ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ กระทรวงแรงงาน กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงกลาโหม กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงมหาดไทย สำนักงบประมาณ สภาความมั่นคงแห่งชาติ คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าไทย และคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย

๒.๘ แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหาร

จากสภาพเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนความทันสมัยของเทคโนโลยีส่งผลให้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการอาหารที่รับประทานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว พร้อมกับให้ความสำคัญด้านสุขภาพ (Health Conscious) และความปลอดภัย (Food Safety) ควบคู่กันไป พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปข้างต้น กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารอนาคตให้ปรับตัวรองรับกับความต้องการที่เกิดขึ้นใหม่ โดยแนวโน้มอาหารปัจจุบัน (รูปที่ ๒) มีรายละเอียดดังนี้

๑) Personal nutrition/Aging โภชนาการที่เหมาะสมแต่ละคน/แต่ละวัย เช่น อาหารสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจอาหารมีการปรับตัวเพื่อเพิ่มความสามารถในการรองรับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ถือเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจอาหาร เนื่องจากการเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคอีกประเภทหนึ่งเข้ามา อย่างไรก็ตาม ผู้เล่นส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการปรับตัวหรือปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงนี้อย่างชัดเจนมากนัก มีเพียงบริษัทขนาดใหญ่เพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้นที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Amazon ที่ได้เปิด ๕๐+ Active and Healthy Living Store เพื่อขายผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มลูกค้าที่มีอายุมากกว่า ๕๐ ปีขึ้นไป บริษัท Nestle ที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบขวดกาแฟให้มีส่วนโค้งเพื่อให้จับถนัดมือและเปิดง่ายขึ้น และกลุ่มธุรกิจ Asahi ที่ได้ออกผลิตภัณฑ์สตูว์จานเดียวเพื่อรองรับความต้องการของครอบครัวเดี่ยวและผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในญี่ปุ่น เป็นต้น

๒) Functional foods มีประโยชน์เฉพาะต่อสุขภาพ เช่น ประเภทอาหารและเครื่องดื่มเสริม นับเป็นอีกหนึ่งกลุ่มสินค้าที่มีอิทธิพลในตลาด เนื่องจากผู้บริโภคยังคงสรรหาสิ่งที่ดีกว่าและทางเลือกที่มากกว่าในการตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของตนเอง ไม่ว่าจะเป็น อาหารและเครื่องดื่มที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของสมองและร่างกาย การเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน หรือการเสริมความงาม แม้ว่าส่วนแบ่งตลาดของอาหารและเครื่องดื่มเสริมจะคิดเป็นเพียงร้อยละ ๕ ของมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมด แต่ผู้เล่นในตลาดกลับให้ความสนใจสินค้าประเภทนี้สูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ควบคุมน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์บำรุงหัวใจ และผลิตภัณฑ์เสริมการทำงานของระบบย่อยอาหาร ตลาดสินค้าประเภทนี้ที่ใหญ่ที่สุดคือ ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่วนหนึ่งเนื่องจากผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้และมีกำลังซื้อมากกว่าผู้บริโภคในประเทศกำลังพัฒนา

๓) **Clean/Natural/Fresh** อาหารปลอดภัย สดใหม่ ใกล้เคียงธรรมชาติ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปมีความใส่ใจและดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยกลุ่มธุรกิจร้านค้าอาหารจากธรรมชาติและอาหารออร์แกนิก เช่น Whole Food Market ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากสามารถบ่งชี้ถึงศักยภาพการเติบโตของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพและกำลังซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มดังกล่าว

๔) **Convenience** คือ ประเภทอาหารสำเร็จรูป ซึ่งความต้องการอาหารประเภทดังกล่าวในตลาดโลกเพิ่มสูงขึ้นจากรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้น การขยายตัวของจำนวนร้านค้า และขนาดครอบครัวที่เล็กลง อาหารในกลุ่มนี้จะรวมถึงอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน อาหารพร้อมปรุง อาหารส่งถึงบ้าน ตลอดจนกลุ่มอาหารแปรรูปที่เน้นความสะดวกสบายในการบริโภคและมีอายุการเก็บนาน โดยกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมอาหารสำเร็จรูปจะให้ความสำคัญกับความสะดวก รูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์ คุณค่าทางอาหาร ปลอดภัย ความหลากหลาย และความน่าดึงดูดของผลิตภัณฑ์

๕) **Environment friendly** การผลิตอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่าง ๆ และความกังวลเกี่ยวกับอาหารที่ถูกทิ้ง (Food Waste) ที่มีผลวิจัยรายงานว่า ทั่วโลกมีอาหารถูกทิ้งอยู่ประมาณ ๑,๓๐๐ ล้านตัน หรือราว ๑ ใน ๓ ของอาหารที่ผลิตขึ้นทั่วโลก ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มนั้น แต่ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการเตรียมการและกระบวนการผลิตด้วย การพัฒนาอย่างยั่งยืนและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูกและกระบวนการผลิตจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ผลิตต้องหันมาให้ความสำคัญ

๖) **Specialization** ความต้องการเฉพาะเจาะจง เช่น อาหารฮาลาล เนื่องจากกลุ่มประชากรมุสลิมที่กำลังขยายตัว ประกอบกับโอกาสทางธุรกิจในช่วงโซ่การผลิตที่ยังมีผู้เล่นน้อยราย ทำให้ตลาดเศรษฐกิจฮาลาลเป็นตลาดเกิดใหม่ที่ทรงอิทธิพลและมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วที่สุดในโลกวันนี้

๗) **Big bloom of E-commerce** การเติบโตของตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะสินค้าอาหารและเครื่องดื่มมีการค้าขายผ่านตลาดออนไลน์เติบโต ร้อยละ ๒๐ ต่อปี โดยในปี ๒๐๑๗ มีมูลค่า ๘,๓๖๕ ล้านบาท ซึ่งการขยายตัวของการค้าออนไลน์ย่อมส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจอาหารให้เท่าทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน



รูปที่ ๒ : แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหาร

๓. สารสำคัญของมาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้จัดทำ (ร่าง) กรอบมาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ซึ่งมีสาระสำคัญโดยสรุป ดังนี้

๓.๑ แนวทางการพัฒนา

๑) ยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ Global Supply Chain โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตลอดจน New warriors ที่เป็นทั้ง Startup และ Scale up

๒) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพเพื่อผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัย เพื่อการบริโภคในประเทศและส่งออก

๓) ผลักดันการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านเกษตรและอาหาร โดยให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่เป็น SMEs เพื่อนำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐานและมีมูลค่าสูง เป็นที่ต้องการของตลาดและผู้บริโภค

๔) เพิ่มมูลค่าและผลิตภาพการผลิต (Productivity) ให้กับสินค้าอาหารโดยใช้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และการออกแบบ

๕) บูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้เกิดการจัดให้มีระบบการบริหารวัตถุดิบต้นน้ำเพื่อการยกระดับเกษตรกรและการแก้ปัญหาการล้นตลาดและส่งผลให้การแปรรูปมีความแน่นอนในด้านปริมาณและคุณภาพ ตลอดจนการพัฒนาอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่ ตั้งแต่วัตถุดิบ การผลิต และการตลาด รวมทั้งการปรับปรุง/แก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีการพัฒนาทั้งระบบ

๕) สนับสนุนให้เกิดปัจจัยเอื้อเพื่อให้เกิดการลงทุนในประเทศ เช่น World Food Valley ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่นิคมอุตสาหกรรม โรงงานต้นแบบ One Stop Services & Incubation Center และ Food Academy และโครงการเมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) ของรัฐบาลที่มอบหมายให้กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีดำเนินการร่วมกับกระทรวงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ตลอดจนอำนวยความสะดวกต่อการขอรับสิทธิประโยชน์เพื่อส่งเสริมการลงทุน

๖) สนับสนุนการสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้เพื่อรองรับ Digital Economy โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรม และพัฒนาระบบเพื่อเป็นช่องทางการตลาดดิจิทัล

๓.๒ วิสัยทัศน์/เป้าหมาย

วิสัยทัศน์ : “ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารอนาคตแห่งอาเซียนควบคู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก”



รูปที่ ๓ : แนวทางการพัฒนา วิสัยทัศน์/เป้าหมายของมาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

ผลิตภัณฑ์เป้าหมาย :

๑) สินค้า Commodity เช่น กลุ่มข้าวและธัญพืช กลุ่มปศุสัตว์ อาทิ ไก่ ประมง อาทิ กุ้ง ปลา กลุ่มผักผลไม้ อาทิ สับปะรด ข้าวโพดหวาน กลุ่มเครื่องปรุงรส น้ำตาล และมันสำปะหลัง ในรูปแบบอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to eat) / เกษตรอินทรีย์ / เครื่องดื่มสุขภาพ (Healthy drinks) รวมถึงสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์ทันสมัย (Modern Packaging)/บรรจุภัณฑ์ฉลาด (Intelligence Packaging) รวมถึงอาหารที่ยกระดับด้วยการคัดแยกเกรด (Premium Fresh Food)

๒) สินค้าอนาคต Future Food เช่น อาหารสุขภาพและอาหารฟังก์ชัน (Healthy and Functional food) ผลิตภัณฑ์อาหารจากเทคโนโลยีชีวภาพ (Food Biotechnology Products) อาหารใหม่ (Novel Food) อาหารและวัตถุดิบเพื่อผลิตอาหารคุณภาพสูง (High Value Added Food Products) Organic Food Ingredients และธุรกิจเกี่ยวเนื่องเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมอาหาร (Supporting Business for Food Innovation) อาทิ บรรจุภัณฑ์อาหาร และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมอาหาร เป็นต้น

เป้าหมายระยะสั้น ๑ ปี : สร้างช่องทางการตลาดภายในประเทศเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก

- ๑) มี Food Expo จำนวน ๒ ครั้ง เกิดรายได้ ๐.๑๗ ล้านล้านบาท
- ๒) เพิ่มมูลค่าอาหารที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของไทย
- ๓) เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น
- ๔) GDP อาหารเพิ่มขึ้นเป็น ๐.๙๕ ล้านล้านบาท
- ๕) เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน SMEs ด้านอาหารด้วยการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม จำนวน ๓๐ ราย
- ๖) จัดงาน World Food Innovation Forum เพื่อสร้างการรับรู้ในการเป็นศูนย์กลางด้านนวัตกรรมอาหารของประเทศไทย

เป้าหมายระยะกลาง ๓-๕ ปี : ยกระดับเทคโนโลยีและปัจจัยพื้นฐาน พร้อมสร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร

- ๑) มีนวัตกรรมใหม่ ๑,๗๕๐ ราย/ปี (รวม ๘,๗๕๐ ราย)
- ๒) เกิดรายได้จากการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๘๗๕,๐๐๐ ล้านบาท
- ๓) เกิด Center of Food Excellence (CoFE) ๑ แห่ง และ Food Industry Transformation Center (Food ITC) ๒ แห่ง
- ๔) GDP อาหารเพิ่มขึ้นเป็น ๑.๑ ล้านล้านบาท
- ๕) เกิด Future Food Lab อย่างน้อย ๔ แห่ง
- ๖) เกิด Food Tech Startup อย่างน้อย ๑๐๐ ราย ภายใน ๕ ปี

เป้าหมายระยะยาว ๑๐ ปี : ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารอนาคตของอาเซียน

- ๑) ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารอนาคตในอาเซียน
- ๒) ไทยเป็น ๑ ใน ๑๐ ผู้ส่งออกอาหารของโลก
- ๓) GDP อาหารเพิ่มขึ้นเป็น ๑.๓๕ ล้านล้านบาท
- ๔) รายได้ธุรกิจเกี่ยวเนื่องเพิ่มขึ้น ๓.๖ ล้านล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗ ต่อปี)
- ๕) เกิดการลงทุนใหม่ Food SMEs ๐.๑๔ ล้านล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗ ต่อปี)



รูปที่ ๔ : ผลิตภัณฑ์เป้าหมายของมาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

๓.๓ มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

การกำหนดมาตรการในการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ แบ่งเป็น ๒ ส่วน ได้แก่

ส่วนแรก คือ New Growth Engines หมายถึง กลไกขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ ด้วยการแปลงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่มีอยู่ ๒ ด้าน คือ “ความหลากหลายเชิงชีวภาพ” และ “ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม” ให้เป็น “ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน” ด้วยความคิด

สร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนาให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรม S-Curve เพื่อต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าส่งออกของไทย

ส่วนที่สอง คือ **Inclusive Growth Engines** หมายถึง กลไกขับเคลื่อนที่คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารได้รับประโยชน์และเป็นการกระจายรายได้ โดยการสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด การพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจ การส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลกเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การยกระดับขีดความสามารถ และการเสริมสร้างทักษะ

มาตรการฯ ดังกล่าวเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการปรับตัวและการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยจะดำเนินการสร้างปัจจัยที่นำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารหรือที่เรียกว่า **“การสร้างยกกำลัง”** ประกอบด้วย ๑) สร้างนักรบอุตสาหกรรมอาหารพันธุ์ใหม่ (Food Warriors) ๒) สร้างนวัตกรรมอาหารอนาคต (Future Food Innovation) ๓) สร้างโอกาสทางธุรกิจ (New Marketing Platform) และ ๔) สร้างปัจจัยพื้นฐานเพื่อเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรม (Enabling) ทั้งนี้ จะดำเนินการกับอุตสาหกรรมอาหารทุกประเภทและพื้นที่ทั่วประเทศ ดังรูปที่ ๓ มีรายละเอียด ดังนี้

๑) สร้างนักรบอุตสาหกรรมอาหารพันธุ์ใหม่ (Food Warriors) เพื่อสร้างผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ให้เป็นนักรบพันธุ์ใหม่ที่มีนวัตกรรมอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการที่ใช้ฐานความรู้และทักษะเพื่อให้เป็นพลังขับเคลื่อนหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างการเติบโตให้เศรษฐกิจไทย โดยให้ความสำคัญกับผลิตอาหารอนาคต ได้แก่ สินค้าอนาคต Future Food เช่น อาหารสุขภาพ (Healthy Foods) ผลิตภัณฑ์อาหารจากเทคโนโลยีชีวภาพ (Food Biotechnology Products) และอาหารใหม่ (Novel Food)

เร่งยกระดับขีดความสามารถในการปรับตัวและการแข่งขันของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยเฉพาะกลุ่มนักรบพันธุ์ใหม่ของอุตสาหกรรมอาหารไทย (New Warriors of Thai Food Industry) ให้รู้จักใช้ความรู้ ทักษะฝีมือในการต่อยอดเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (Value Added and Value Creation) รวมถึงการปรับเปลี่ยนทิศทางการทำธุรกิจอุตสาหกรรมให้มุ่งเน้นผลิตภัณฑ์อาหารอนาคตที่มีมาตรฐานระดับสากล ได้แก่ อาหารกลุ่ม Functional Food, Wellness Food, Supplement เป็นต้น โดยเน้นการสร้างผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ให้เป็นนักรบพันธุ์ใหม่ที่มีนวัตกรรมอาหาร ทั้งในกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มเดิม (Existing) และกลุ่มที่เป็น Start Up ในระดับชุมชน และระดับ SMEs ที่ต้องการยกระดับขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารอนาคตที่มีมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของประเทศ เช่น ข้าวขาว ผักผลไม้ สัตว์น้ำจืด เพื่อการส่งออกในตลาดโลก โดยอาศัยการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาอุตสาหกรรมจากกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industry) ที่เป็นภาคเอกชน ร่วมกับภาครัฐ รวมถึงการยกระดับเกษตรกรให้ปลูกพืชเชิงอุตสาหกรรมโดยนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตให้ตรงความต้องการของห่วงโซ่อุปทาน โดยมุ่งเน้นการเพิ่มผลผลิตการสร้างมูลค่าเพิ่ม และการพัฒนานวัตกรรม ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

(๑) พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต โดยเน้นการใช้วัตถุดิบในประเทศ

(๒) พัฒนาการจัดการระบบ Logistic ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดการสูญเสียการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดการการขนส่ง

(๓) พัฒนาการตลาดอุตสาหกรรม เช่น การทดสอบตลาด และการขยายตลาดใหม่ และพัฒนาระบบดิจิทัลมาใช้ในการผลิตและการตลาด เช่น การใช้ Software เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิต และการจัดทำ e-Market

(๔) พัฒนากำลังการผลิต โดยนำเครื่องจักร Automation/Robot มาใช้ในการผลิต

(๕) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล

(๖) สนับสนุนผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ให้มีขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านกลไกของ Future Food Lab ซึ่งเป็นระบบนิเวศนวัตกรรมที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยและพัฒนาของผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ทั้งที่เป็น Food Tech Startup และ SMEs ที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง

แนวทางการดำเนินงาน

๑. พัฒนาระบบการการสร้า้งนักรบอุตสาหกรรมอาหาร ๔.๐ และหลักสูตรการพัฒนา ๕ ระดับ

๒. วิเคราะห์ศักยภาพเพื่อหาช่องว่าง (Skill gap analysis) การพัฒนาผู้ประกอบการรายกิจการ

๓. จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในทุกมิติ (Intensive course, Coaching, Consulting เป็นต้น) ๑,๗๕๐ รายต่อปี

๔. เชื่อมโยงนักรบอุตสาหกรรมอาหารกับ Big Brothers (โครงการความร่วมมือที่ให้บริษัทขนาดใหญ่ช่วยผลักดันขับเคลื่อนธุรกิจ SMEs โดยให้สิทธิพิเศษทางภาษีหรือสิทธิประโยชน์เป็นแรงจูงใจ) ทั้งระดับในประเทศและตลาดโลก

๕. สนับสนุนผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ให้มีขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านกลไกของ Future Food Lab ซึ่งเป็นระบบนิเวศนวัตกรรมที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยและพัฒนาของผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และมีนักวิจัยพี่เลี้ยง (Research Coach) ให้คำปรึกษา ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงมาตรการสนับสนุนของรัฐ สถาบันการเงิน และแหล่งองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมออกสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๖. จัดให้มีโปรแกรมเร่งการเจริญเติบโต (Food Technology Accelerator) ของผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหารรุ่นใหม่ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น Boot Camp, IDE (Innovative Driven Enterprise) Program, PADTHAI (Program for Acceleration and Development of Thai Food SMEs) โดยมีการเชื่อมโยงกับแหล่งทุนและผู้ลงทุนจากทั่วโลก

ทั้งนี้ในการดำเนินการข้างต้นภาครัฐสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญและคูปองเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิต/พัฒนาผลิตภัณฑ์/ตลาด

หน่วยงานรับผิดชอบ

กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการอาหาร และ Big brothers

๒) สร้างนวัตกรรมอาหารอนาคต (Future Food Innovation) เป็นมาตรการผลักดันให้ประเทศไทยสร้างประโยชน์จากการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ (Local Content) ซึ่งมุ่งเน้นเพื่อยกระดับนวัตกรรมอาหารอนาคตสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ โดยสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย และเป็นศูนย์กลางในการแปรรูป การสร้างโอกาสในการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมในระยะแรกและขยายการผลิตเพิ่มขึ้นในระยะต่อไป (Manufacturing Start Up and Scale Up) ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร โดยเฉพาะ SMEs ผ่าน Food Industry Transformation Center (ITC) การพัฒนาศักยภาพและบูรณาการความร่วมมือในเครือข่ายหน่วยงาน Center of Food Excellence (CoFE) เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนและเร่งรัดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป และการส่งเสริมให้มี Future Food Lab ในพื้นที่ Food Innopolis ส่วนขยายที่อยู่ในอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคและมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ Food Tech Startup และ SMEs

แนวทางการดำเนินงาน

พัฒนาศักยภาพและบูรณาการความร่วมมือในเครือข่ายหน่วยงาน Center of Food Excellence (CoFE) เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนและเร่งรัดการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ประกอบด้วย ๖ หน่วยงาน ได้แก่ ๑) สถาบันอาหาร ๒) สถาบันไทย-เยอรมัน ๓) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ๔) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ๕) วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม และ ๖) สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (มาตรฐาน ThaiGAP) จัดตั้งเป็น Center of Food Excellence โดยการดำเนินการ ได้แก่

๑. ให้บริการคำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ผู้ประกอบการอาหารเกิดแนวคิดการทำธุรกิจและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (Co-creation Center/One Stop Service)

๒. ให้บริการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากการต่อยอดงานวิจัย พร้อมทั้งออกแบบอาหารและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนทดสอบตลาดและปรับปรุงก่อนผลิตเชิงพาณิชย์จริง (Future food R&D for commercial, Pilot scale)

๓. ให้บริการเช่าเครื่องจักรและสายการผลิตสมัยใหม่ โดยมีผู้เชี่ยวชาญและแรงงานในสายการผลิตรองรับ รวมทั้งเป็นสถานที่สำหรับฝึกสอนแรงงาน (Rental Plant for Commercial)

๔. ให้บริการพัฒนาทักษะแรงงาน (Food Industry Integrated learning center)

๕. ให้ปรึกษา ตรวจสอบวิเคราะห์ ทดสอบ ในการขอรับรองมาตรฐานของอาหารไทย (Future food Testing & STD Laboratory)

หน่วยงานรับผิดชอบ

กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการอาหาร

๓) สร้างโอกาสทางธุรกิจ (New Marketing Platform) เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) ที่เหมาะสมกับผู้ผลิตทุกระดับให้อุตสาหกรรมอาหารไทยมีบทบาทในตลาดโลก การเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิต การค้าสู่สากล รวมถึงการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งด้วยวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ และเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์อาหารกับการท่องเที่ยว

แนวทางการดำเนินงาน

๑. จัดกิจกรรม World Food Expo ระดับโลกในไทย และยกระดับเป็นอุตสาหกรรมเชิงท่องเที่ยวอาหารให้บ่อยครั้งขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์อาหารไทย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ประเทศต่าง ๆ รู้ว่า “ประเทศไทยมีความพร้อมทางด้านอาหารทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และการดำเนินกิจกรรมทางการค้า และการลงทุนระดับปลายน้ำ” รวมทั้งแสดงจุดยืนเป็นผู้นำการผลิตอาหารอนาคตแห่งอาเซียน

๒. พัฒนา Virtual Market เป็นช่องทางเชื่อมต่อผู้ประกอบการสู่ตลาดโลกแบบออนไลน์

๓. พัฒนา Window of Thai Food เพื่อเป็นพื้นที่นำเสนอสินค้า ทดสอบชิม โปรโมทสินค้าแบบออฟไลน์ และเจรจาซื้อขาย

๔. จัดกิจกรรม National/ Regional Food Festival แสดงศักยภาพอาหารไทยในระดับภูมิภาค เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และเพิ่มช่องทางการตลาดให้ผู้ประกอบการ โดยการจัดให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมโรงงานอุตสาหกรรมอาหารในจังหวัดที่มีชื่อเสียงในการใช้วัตถุดิบทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อในจังหวัด เพื่อป้องกันอุตสาหกรรมอาหาร โดยร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงเกษตรฯ

หน่วยงานรับผิดชอบ

กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงมหาดไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และผู้ประกอบการอาหาร

๔) สร้างปัจจัยพื้นฐานเพื่อเร่งการพัฒนาอุตสาหกรรม (Enabling) เพื่อสร้างปัจจัยเอื้อสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย และลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business) ที่จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรม ๔.๐ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น การออกแบบ (Design) การให้บริการทางด้านการศึกษา การให้บริการทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม การให้บริการทางด้านระบบกฎหมายและกฎระเบียบ การบริการทางการเงิน การบริการด้านการเข้าสู่ตลาด การให้บริการทางด้านข้อมูลที่จำเป็น โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ จะต้องทำควบคู่ไปกับการเสริมสร้างความโปร่งใส สุจริต ยุติธรรม รับผิดชอบต่อสาธารณะ และการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาประเทศด้วย

หน่วยงานรับผิดชอบ

กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กระทรวงสาธารณสุข



รูปที่ ๕ : มาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร

กรอบมาตรการการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

ตารางที่ ๑ : การกระตุ้นการส่งออก (New Growth Engines) มีแนวทางและการดำเนินการ ดังนี้

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
๑. สร้างนักรบ อุตสาหกรรมอาหาร พันธุ์ใหม่ (Food Warriors)	๑.๑ สร้าง New Warriors for Future Food	- ยกระดับผู้ประกอบการให้เป็นนักรบพันธุ์ใหม่ด้านอาหารอนาคต ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต ด้านตลาดระบบดิจิทัล มาตรฐานระดับสากล Automation/ Robot/IoT และ Logistic - ดึง Global Player เป็นพี่เลี้ยง (Big Brother) ผู้ประกอบการอาหารอนาคต รวมถึง SMEs เพื่อบ่มเพาะแนวคิดธุรกิจและเทคโนโลยีผลักดัน ไปสู่เวทีโลกตามแนวทางประชารัฐ - พัฒนาโค้ช (Train The Coach) เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการอาหารอนาคต SMEs ปรับตัวสู่ยุค ๔.๐ ประกอบด้วย Biz Transformer, Tech Expert, Biz Mentor - สนับสนุนผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ให้มีขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านกลไกของ Future Food Lab ซึ่งเป็นระบบนิเวศนวัตกรรมที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยและพัฒนาของผู้ประกอบการอาหารรุ่นใหม่ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และมีนักวิจัยพี่เลี้ยง (Research Coach) ให้คำปรึกษา ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงมาตรการสนับสนุนของรัฐ สถาบันการเงิน และแหล่งองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม นำไปสู่การสร้าง	๑ - ๑๐ ปี ๑ - ๕ ปี ๑ - ๓ ปี ๑ - ๕ ปี	อก./วท./สกอ./ก.ดิจิทัล กษ./สสว. อก./วท. อก./วท.

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		นวัตกรรมออกสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ - จัดให้มีโปรแกรมเร่งการเจริญเติบโต (Food Technology Accelerator) ของผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหารรุ่นใหม่ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น Boot Camp, IDE (Innovative Driven Enterprise) Program, PADTHAI (Program for Acceleration and Development of Thai Food SMEs) โดยมีการเชื่อมโยงกับแหล่งทุนและผู้ลงทุนจากทั่วโลก - ยกระดับเกษตรกรให้ปลูกพืชเชิงอุตสาหกรรมโดยนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิตให้ตรงความต้องการของห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะเกษตรอินทรีย์	๑ - ๕ ปี ๑ - ๕ ปี	วท./อก. กษ./วท./อก.
๒. สร้างนวัตกรรมอาหารอนาคต (Future Food Innovation)	๒.๑ การพัฒนาศักยภาพและบูรณาการความร่วมมือในเครือข่ายหน่วยงาน Center of Food Excellence (CoFE)	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อกระตุ้นการเติบโตอาหารอนาคต เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากการต่อยอดงานวิจัย พร้อมทั้งออกแบบอาหารและบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนทดสอบตลาดและปรับปรุงก่อนผลิตเชิงพาณิชย์จริง (Future Food R&D for Commercial, Pilot scale) ให้บริการเช่าเครื่องจักรและสายการผลิตสมัยใหม่ โดยมีผู้เชี่ยวชาญและแรงงานในสายการผลิตรองรับ รวมทั้งเป็นสถานที่สำหรับฝึกสอนแรงงาน (Rental Plant for Commercial) และให้ปรึกษา ตรวจวิเคราะห์ ทดสอบ ในการขอรับรองมาตรฐานของอาหารไทย (Future Food Testing & STD Laboratory)	๑ - ๕ ปี	อก./พณ./กษ./สกอ./วท./ก.ดิจิทัล

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		- สนับสนุนการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อแปรรูปอาหารอนาคตโดยให้บริการคำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ผู้ประกอบการอาหารเกิดแนวคิดการทำธุรกิจและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (Co-creation Center/One Stop Service) และการพัฒนาทักษะแรงงาน (Food Industry Integrated Learning Center) - สนับสนุนให้มี Advanced Food Pilot Plant เฉพาะทางเพื่อบริการภาคเอกชนในการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมอาหารเพื่ออนาคต	๑ - ๕ ปี ๑ - ๕ ปี	อก./พณ./กษ./สกอ./วท./ก.ดิจิทัล อก./วท.
	๒.๒ มาตรการส่งเสริมการลงทุน (Investment Promotion)	ให้สิทธิประโยชน์สำหรับผู้ลงทุนด้านอาหารอนาคต/ Big brothers	๒ - ๕ ปี	BOI/อก.
	๒.๓ การสนับสนุนด้านเงินทุน (Financial support)	Financial Literacy เสริมแกร่งผู้ประกอบการอาหารอนาคต รวมถึง SMEs ให้อบรมรู้การเงิน เพื่อเตรียมความพร้อมให้เข้าถึงแหล่งทุน และปรับปรุงระบบบัญชีเพื่อผลักดันสู่ระบบบัญชีเดียว	๒ - ๕ ปี	อก./กค./SMEs bank
	๒.๔ การพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมอาหาร (Human skills)	- ปรับหลักสูตรการศึกษาให้ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม - สร้างนักวิจัยให้สามารถผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมูลค่าสูงที่สามารถกล่าวอ้างทางสุขภาพ (Health Claim) ได้ - สร้างผู้จัดการนวัตกรรม (Innovation Manager) ด้านอาหาร ซึ่งเป็นบุคลากรที่มีทักษะด้านการบริหารจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีความสามารถในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการ	๑ - ๓ ปี ๑ - ๕ ปี ๑ - ๕ ปี	สกอ./อก. สถาบันการศึกษา/วท./อย. วท./อก. สถาบันการศึกษา/

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		ในภาคอุตสาหกรรมและนักวิจัยในสถาบันวิจัยหรือสถาบันการศึกษาให้สามารถร่วมมือกันในการสร้างนวัตกรรมและนำงานวิจัยออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ		
	๒.๕ การส่งเสริมให้มี Future Food Lab ในพื้นที่ Food Innopolis ส่วนขยายที่อยู่ในอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคและมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	- ส่งเสริมให้มี Future Food Lab ในพื้นที่ Food Innopolis ส่วนขยายที่อยู่ในอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคและมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการ โดยการพัฒนา/ปรับปรุง/โครงสร้างพื้นฐานเพิ่มเติม เพื่รองรับการให้บริการภาคเอกชน อาทิเช่น การจัดให้มีคลังเก็บรวบรวมส่วนผสมอาหาร (Ingredient Library) การจัดให้มีโรงงานต้นแบบสำหรับการขยายผลการผลิตจากห้องปฏิบัติการ (Scale-up Facilities) โรงงานนำร่องการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน อ.ย. (Certified Food Pilot Plant) และพัฒนาศักยภาพห้องปฏิบัติการทดสอบอาหารสู่มาตรฐานสากล ทั้งนี้ อุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคและมหาวิทยาลัย มีความเชี่ยวชาญและสาขามุ่งเน้น ที่มีศักยภาพและพร้อมในการดำเนินการ Future Food Lab ดังนี้ ๑) อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความเชี่ยวชาญและมุ่งเน้นด้านอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารเชิงหน้าที่ (Healthy and Functional Food)	๑ - ๕ ปี	วท./ สถาบันการศึกษา/ อก.

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		๒) อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความเชี่ยวชาญและมุ่งเน้นด้านอาหารและสารสกัดที่ออกฤทธิ์เชิงหน้าที่ (Functional Food and Ingredient) อาหารปลอดภัย (Food Safety) และ เครื่องจักรกลการผลิตอาหาร (Food Machinery/Smart Food Processor) ๓) อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีความเชี่ยวชาญและมุ่งเน้นด้านอาหารทะเลและอาหารฮาลาล ๔) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีความเชี่ยวชาญและมุ่งเน้นด้านการวิเคราะห์ทดสอบขั้นสูง และโรงงานต้นแบบที่ได้มาตรฐานในการให้บริการแก่ภาคเอกชน ๕) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความเชี่ยวชาญและมุ่งเน้นด้านโรงงานต้นแบบในระดับการผลิต ห้องปฏิบัติการวิจัยต่าง ๆ ในการตรวจวิเคราะห์ข้อมูลและรวบรวมเทคโนโลยีสมัยใหม่ทั้งส่องกล้อง อัจฉริยะมาต่อยอดเป็นบริการฐานข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการอาหาร และเชี่ยวชาญด้าน Mechatronics Automation Robotics and Simulation ๖) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีความเชี่ยวชาญและมุ่งเน้นด้านอาหารปลอดภัย (Food Safety) สารสกัดที่ออกฤทธิ์เชิงหน้าที่ (Functional Ingredients) และ นวัตกรรมนมและผลิตภัณฑ์ (Dairy innovation)		

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม การให้คำปรึกษาด้านวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม การหา ผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรวิจัย การจัดทำระบบมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรม และด้านการขอรับสิทธิประโยชน์ จากมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ พัฒนาอาหารแปรรูปด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ	๑ - ๕ ปี	วท./อก./กษ./ สถาบันการศึกษา/ สถาบันวิจัย
๓. สร้างโอกาสทาง ธุรกิจ (New Marketing Platform)	๓.๑ พัฒนาลาดอาหารอนาคต และช่องทางการจำหน่าย (Global Connect)	- จัดงาน Food Expo อย่างน้อยปีละ ๒ ครั้ง/ปี - เชื่อมโยงตลาดสู่การค้าปลีกโลก - พัฒนา Big Data ฐานข้อมูล SMEs พร้อมเปิด SMEs One Portal แพลตฟอร์ม Knowledge & Service ให้ SMEs เข้าถึง บริการทั่วถึง ทุกที่ ทุกเวลา	๑ ปี ๑ - ๕ ปี ๑ - ๓ ปี	อก./พณ./ก.ดิจิทัล/ กก. (ททท.)/มท./ สสว.
	๓.๒ สนับสนุนการสร้างเครือข่าย การผลิตและตลาดแห่งอนาคต (Smart Production Network)	พัฒนา Digital Value Chain เพื่อผลักดันผู้ประกอบการ อาหารอนาคต รวมถึงผู้ประกอบการอาหาร SMEs สู่ Global Value Chain เชื่อมเครือข่ายสากลโดยเข้าสู่ระบบ E-commerce ที่มีอยู่แล้วเข้าสู่ตลาดโลก	๒ - ๕ ปี	อก./พณ./ก.ดิจิทัล/ กก. (ททท.)
	๓.๓ การดึงดูดภาคเอกชนชั้นนำ ทั้งไทยและต่างประเทศให้มาใช้ บริการและลงทุนวิจัยพัฒนาและ นวัตกรรมในเมืองนวัตกรรม อาหาร (Food Innopolis)	จัดกิจกรรมดึงดูดบริษัทเอกชน นักวิจัย และหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศมาร่วมดำเนินการใน เมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) โดยจัดกิจกรรม การตลาดและประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ (Branding) ของเครือข่ายเมืองนวัตกรรมอาหาร เพื่อแสดงให้เห็น	๑ - ๕ ปี	วท./อก./กต./พณ.

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		เห็นว่าประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งศูนย์กลางนวัตกรรมอาหารของโลก อาทิเช่น กิจกรรม Road Show/Door Kocker ในต่างประเทศ เพื่อชักชวนหน่วยงานวิจัยระดับโลก และบริษัทที่ใช้นวัตกรรมเข้มข้น หรือ “Brain-based Company” เข้ามาลงทุนทำกิจกรรมวิจัยพัฒนาในพื้นที่เมืองนวัตกรรมอาหาร		
๔. สร้างปัจจัยพื้นฐาน เพื่อเร่งการพัฒนา อุตสาหกรรม (Enabling)	๔.๑ การสนับสนุนทางการเงิน (Financial Support)	พัฒนาเครื่องมือทางการเงิน/การคลัง และสร้างกลไกให้ SMEs เข้าสู่แหล่งเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ	๑ - ๒ ปี	กค./อก.
	๔.๒ พัฒนาการรวมกลุ่มและ เครือข่าย (Clustering & Networking)	- พัฒนาการเกษตรเข้าสู่การผลิตแบบ Smart Farming และสร้างเครือข่ายการผลิตเพื่อสร้างความมั่นคงทางด้านวัตถุดิบ คุณภาพมีความสม่ำเสมอ และราคามีเสถียรภาพ - ส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายนวัตกรรมอุตสาหกรรมอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทาน	๓ - ๕ ปี ๑ - ๒ ปี	กษ./อก. อก./วท./สกอ./ สภาอุตสาหกรรม/สภาหอฯ
	๔.๓ ส่งเสริมและยกระดับ มาตรฐานอาหาร (Food Standard Up)	- ส่งเสริมการสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับอาหารในระดับต่าง ๆ - พัฒนากลไกเร่งรัดการพิจารณาความปลอดภัย/การประเมินความเสี่ยงของอาหารสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ ที่ผลิตจากวัตถุดิบในประเทศไทย - ยกระดับ SMEs สู่มาตรฐาน (SMEs Standard) ที่เหมาะสม พร้อมสร้างระบบมาตรฐานเฉพาะ (มอก.S) - ส่งเสริมและสนับสนุนให้สถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องมีผู้ควบคุมความปลอดภัยด้านอาหาร และมีระบบประกันคุณภาพที่ได้มาตรฐาน ตลอดจนมีระบบ	๓ - ๕ ปี ๑ - ๒ ปี ๒ - ๕ ปี ๑ - ๓ ปี	กษ./อก./อ.ย./ ก.ดิจิทัลฯ/สภาอุตสาหกรรม/อก. อก. อย. / อก. (สอห.)/ วท.

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
		ตรวจสอบย้อนกลับและการประเมินตนเอง - สร้างระบบมาตรฐานที่จะรองรับการพิสูจน์ (Identify) สารสกัดชนิดใหม่ของไทยจากสมุนไพรหรืออาหาร ให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและระดับสากล - ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ/อุตสาหกรรมอาหารมีการใช้วัตถุดิบทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานหรือมีการดำเนินการตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP)	๓ - ๕ ปี ๑ - ๕ ปี	วท./อย. กษ./ สภาอุตสาหกรรม / สภาหอฯ กษ./สสว./อก.
	๔.๔ Laws and Regulation	- ประสานความช่วยเหลือการขอขึ้นทะเบียนตำรับอาหารและการขอรับรอง GMP - อำนวยความสะดวกในการขอขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐานต่าง ๆ	๑ - ๕ ปี ๑ - ๕ ปี	อย./อก./วท. อย./อก./วท.
	๔.๕ Eco System	สร้าง/เพิ่มขีดความสามารถของมหาวิทยาลัยในการทำงานเชิงประสานความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ภาควิชาการและรัฐ (Private-Professional-Public Partnership) เพื่อการวิจัยและพัฒนาเชิงสหสาขาวิชา (Multidisciplinary Research and Development) โดยให้มีศูนย์นวัตกรรม (Innovation Center) ในการผลิตอาหารมูลค่าสูงที่สามารถกล่าวอ้างทางสุขภาพได้ หรือที่มีมูลค่าเชิงคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นขีดความสามารถด้านการประเมินความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ การทดลองในสัตว์ทดลอง การทดลองในมนุษย์ หรือสามารถวิเคราะห์และวิจัยในห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐานระดับสากล	๑ - ๕ ปี	สถาบันการศึกษา / วท./สธ.

มาตรการ “การสร้างยกกำลัง ๔”	แนวทาง	การดำเนินการ	ระยะเวลา	หน่วยงาน รับผิดชอบ
	๓.๒ ท่องเที่ยววิถีไทย-อาหารถิ่น (Gastronomy Tourism)	- จัดงานเทศกาลอาหารระดับภูมิภาค (Regional Food Festival) ใน ๕ ภูมิภาค รวม ๕ ครั้ง - จัด/ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีมาตรฐานและความ เป็นเอกลักษณ์ด้านรสชาติอาหารไทย (Local Authentic Food Villages)	๑ - ๕ ปี ๒ ปี	กก. (ททท.)/ อก./ พณ. อก./ กก. (ททท.)/ พณ.
๔. สร้างปัจจัยพื้นฐาน เพื่อเร่งการพัฒนา อุตสาหกรรม (Enabling)	๔.๑ พัฒนาการรวมกลุ่มและ เครือข่าย (Clustering & Networking)	- ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทำ Contact Farming กับเกษตรกร - ส่งเสริมการรวมกลุ่มของวิสาหกิจเพื่อสามารถผลิตผลผลิต ทางการเกษตรให้เพียงพอกับโรงงานแปรรูป - จัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์ข้าวเกษตรอินทรีย์ และส่งเสริม/ผลักดัน พัฒนากลุ่มให้ได้รับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์สากล - ส่งเสริมระบบมาตรฐานในอุตสาหกรรมแปรรูปข้าวและมัน สำปะหลัง เช่น GMP ฮาลาล HACCP ISO 14001 เพื่อขยาย ตลาดสู่ต่างประเทศได้	๑ - ๕ ปี ๑ - ๕ ปี ๑ - ๕ ปี ๑ - ๑๐ ปี	กษ./ อก./ สภาอุตสาหกรรม/ สภาหอฯ กษ./ อก./ สภาอุตสาหกรรม/ สภาหอฯ กษ./ อก./ วท./ พณ. กษ./ อก./ วท./ พณ.
	๔.๒ ส่งเสริมและยกระดับ มาตรฐานอาหาร (Food Standard Up)	ส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพหรือเอกลักษณ์เฉพาะ (มีตลาดรองรับ) จะทำให้ราคาเพิ่มสูงขึ้น เช่น เกษตรอินทรีย์ GAP วัตถุดิบสินค้าที่มีรูปทรงต่าง ๆ เช่น แดงโมส้เหลี่ยม ข้าว น้ำตาลต่ำ เป็นต้น	๑ - ๑๐ ปี	กษ./ อก./ วท./ สสว./ สถาบันการศึกษา/ สถาบันวิจัย