

ประสิทธิผลในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (Bio Circular Green Economy : BCG) ต่อ
ผู้ประกอบการส่งออกอาหารไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The effectiveness of Bio-Circular-Green Economy Policy (BCG) implementation on
Thai food export entrepreneurs



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2022

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	ประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (Bio Circular Green Economy : BCG) ต่อผู้ประกอบการส่งออกอาหารไทย
โดย	น.ส.ภัณฑิรา เศรษฐจิรวโรจน์
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.วิมลมาศ ศรีจำเริญ

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริมา ทองสว่าง)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร.วิมลมาศ ศรีจำเริญ)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.พิมพ์สิริ อรุณศรี)	
.....	กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรชนี ศรีไย)	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภัณฑิรา เศรษฐจิรวโรจน์ : ประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (Bio Circular Green Economy : BCG) ต่อผู้ประกอบการส่งออกอาหารไทย. (The effectiveness of Bio-Circular-Green Economy Policy (BCG) implementation on Thai food export entrepreneurs) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.วิมลมาศ ศรีจำเริญ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินนโยบายให้เกิดประสิทธิภาพและศึกษาแนวทางการพัฒนาและช่วยเหลือการปรับตัวของผู้ประกอบการอาหารไทยในกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้แทนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ผู้ประกอบการทางด้านอาหารที่เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN และเจ้าหน้าที่สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ผลจากการศึกษาพบว่า ที่ผ่านมามีการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มีประสิทธิภาพแต่ไม่มากเท่าที่ควร โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินนโยบาย ได้แก่ ความเร่งด่วนของนโยบายก่อให้เกิดข้อจำกัดในการจัดสรรงบประมาณอย่างไม่ทั่วถึง ทั้งนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการจัดทำโครงการ และกิจกรรม เช่น กฎระเบียบของกลุ่มตลาดประเทศเป้าหมาย ซึ่งส่งผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการ รวมไปถึงการบูรณาการบันทึกความร่วมมือระดับกระทรวงที่ยังไม่เป็นรูปธรรมและไม่เกิดผลตามที่คาดหวังในการส่งเสริมการส่งออกผู้ประกอบการอาหารไทย

ทั้งนี้ แนวทางในการปรับปรุงนโยบายอาจทำได้โดยเริ่มจากการจัดทำงบประมาณที่มุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ (Strategic Performance Based Budgeting : SPBB) ควบคู่ไปกับการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนสำรองเมื่อเกิดนโยบายเร่งด่วน ปรับเปลี่ยนระบบการวัดผลให้มีประสิทธิภาพเพื่อต่อยอดในการขอจัดสรรงบประมาณประจำปีที่สูงขึ้น และจัดทำแผนการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่ชัดเจนและมีเนื้อหาสาระภายใต้บันทึกความร่วมมือเพื่อต่อยอดการส่งออกสินค้าอาหารโดยเฉพาะเจาะจง

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์
ปีการศึกษา 2565

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6382042124 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD:

Phantira Setjiraviroj : The effectiveness of Bio-Circular-Green Economy Policy (BCG) implementation on Thai food export entrepreneurs. Advisor: WIMONMAT SRICHAMROEN, Ph.D.

The study on Effectiveness of Bio-Circular-Green (BCG) Policy in Thailand's Food Exportation aimed to study factors affecting the implementation of the BCG policy and to study guidelines for developing and adjusting Thai food exportation in the BCG THE NEXT GEN project. This policy is overseen by the Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce under the Platform Economy Project to drive Thailand towards being a leader in the BCG THE NEXT GEN Project 2022 (BCG Pilot Project). This study employed qualitative research method. The data was collected from in-depth interviews of food exporters who participated in the BCG THE NEXT GEN Project and officers from Department of International Trade Promotion and the National Economic and Social Development Board who have been involved in the implementation of the policy.

The researcher found that in up to date, the implementation of the BCG new economic model policy by the Department of International Trade Promotion Ministry of Commerce is effective but not at its best. This is because the urgency of the policy which resulted in inconsistent budget allocations. In addition, the evaluation systems for policy implementation effectiveness could not fully assess a long-term outcomes as only outputs could only be measured in the early stages after the end of activities. Other factors such as preparing business owners for importing countries' regulations compliance can influence their readiness and policy implementation activities. Furthermore, policy integrations and cooperations at ministry level are still unclear and impractical, resulting in the policy being unable to produce the expected outcomes in promoting Thai food exportation.

However, guidelines for improving the policy may involve employing the approach of Strategic Performance Based Budgeting (SPBB) which focuses on strategic performance along with the preparation of the annual expenditure budget. This is to ensure funds being reserved for an urgent policy. Productivity measurement system can be modified in order to extend the request for higher annual budget allocations. A clear integration and cooperation plans between agencies can also be established under the memorandum of

Field of Study:	Public Administration	Student's Signature
Academic Year:	2022	Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จสมบูรณ์ได้อย่างครบถ้วนหากปราศจากความกรุณาของ อ.ดร.วิมลมาศ ศรีจำเริญ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก ที่ได้รับผู้วิจัยเป็นนิสิตที่ปรึกษา โดยทำหน้าที่ คอยชี้แนะแนวทาง ให้คำปรึกษาข้อมูลเชิงวิชาการต่าง ๆ ตลอดจนสร้างกำลังใจที่ต้ออย่างยิ่งในการจัดทำ สารนิพนธ์ ตั้งแต่วันแรกที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์เข้าศึกษาคณะรัฐศาสตร์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต รุ่นที่ 54 ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จนวันที่ผู้วิจัยสำเร็จการศึกษา รวมทั้งคณะกรรมการ สารนิพนธ์ทั้ง 4 ท่าน ที่ช่วยแนะนำทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์และสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

อีกทั้ง ขอขอบคุณหน่วยงานต้นสังกัด กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในภาคส่วนสำนักงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ BCG THE NEXT GEN สำหรับการเป็นกลุ่มตัวอย่างในการให้สัมภาษณ์ที่ดี รวมถึงอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลเชิงลึกทางด้าน เอกสารการดำเนินงาน ทำให้ผู้วิจัยสามารถผ่านพ้นไปได้ด้วยดี รวมถึงขอขอบคุณเพื่อนๆ รมม. รุ่นที่ 54 ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และให้คำแนะนำกันมาโดยตลอด โดยเฉพาะกลุ่ม Avang Gard อันประกอบไปด้วย พีป๊อป พีกิก นุ่น เอ๊ะ และน้องพลอย สำหรับมิตรภาพที่ดีตลอดระยะเวลา 2 ปี ในการศึกษาปริญญาโท

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณครอบครัว บิดา มารดา กู๋ และป้า ที่คอยให้กำลังใจ ให้คำแนะนำ สนับสนุนในทุกๆการตัดสินใจ และการกระทำ รวมถึงสนับสนุนเงินทุนในการเล่าเรียน และคอยแสดงความยินดีตลอดช่วงชีวิตที่ผ่านมา ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินนโยบายเพื่อสนับสนุนการส่งออกอาหารของไทย และสามารถยกระดับการส่งออกอาหารที่มีสินค้าเข้าช่วย BCG ต่อไป หากสารนิพนธ์เล่มนี้ผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ภณชิตรา เศรษฐจิรวโรจน์

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.1.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหารไทย.....	4
1.1.2 การกีดกันนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่.....	6
1.1.3 ผลการดำเนินงานตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ด้านการส่งออกอาหาร.....	11
1.1.4 ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการส่งออกอาหารไทย.....	12
1.1.5 กิจกรรม BCG THE NEXT GEN.....	13
1.1.6 นโยบายส่งเสริมการส่งออกอาหารไทย.....	16
1.2 คำถามการวิจัย.....	18
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	18
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	18
1.5 ขอบเขตของการศึกษา.....	18
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19

1.7	นิยามศัพท์	19
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.1	การนำนโยบายไปปฏิบัติ	20
2.1.1	ความหมายการนำนโยบายไปปฏิบัติ	20
2.2.2	ข้อควรคำนึงในการนำนโยบายไปปฏิบัติ	25
2.3.3	การประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ	29
2.2	ประสิทธิผลนโยบายสาธารณะ	33
2.2.1	ความหมายของประสิทธิผลการดำเนินนโยบายสาธารณะ	33
2.2.2	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของนโยบาย	34
2.2.3	การวัดประสิทธิผลการดำเนินนโยบายสาธารณะ	35
2.3	การส่งออกและปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนการส่งออก	37
2.3.1	การส่งออกอาหารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหาร	37
2.3.2	ตัวอย่างการส่งออกสินค้าที่ประสบความสำเร็จของประเทศไทยและปัจจัย	41
2.4	กรอบแนวคิดการวิจัย	43
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	44
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	44
3.1.1	กลุ่มตัวอย่างผู้ปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเชิงนโยบาย	44
3.1.2	กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN จำนวน 2 บริษัท... ..	45
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	45
3.3	การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
3.4	การวิเคราะห์ข้อมูล	46
บทที่ 4	ผลการศึกษา	48
4.1	ความเหมาะสมด้านสภาพแวดล้อม (Context)	48
4.1.1	ความเข้าใจในบริบทและวัตถุประสงค์ของนโยบาย	48

4.1.2	เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และการปรับตัวของผู้ประกอบการ.....	53
4.2	ความเหมาะสมด้านปัจจัยนำเข้า (Input)	57
4.2.1	ด้านทรัพยากร	57
4.2.2	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนการดำเนินงาน	60
4.3	ความเหมาะสมด้านกระบวนการ (Process)	67
4.3.1	การสื่อสารระหว่างองค์การในการนำนโยบายไปปฏิบัติ.....	67
4.4	ความเหมาะสมด้านผลผลิต (Product).....	69
4.4.1	ผลผลิตและความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการ	69
4.4.2	ผลผลิตทางด้านความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ.....	71
4.5	กฎระเบียบในการส่งออกอาหาร	72
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	74
5.1	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบาย BCG ในการสนับสนุนการส่งออกสินค้าอาหารไทยของกระทรวงพาณิชย์	74
5.1.1	วัตถุประสงค์ของนโยบาย	74
5.1.2	ทรัพยากร	79
5.1.3	ความร่วมมือ-การสื่อสาร ระหว่างองค์การ ต่อการขับเคลื่อนให้เป็นไปตามนโยบาย ...	81
5.1.4	กฎระเบียบ มาตรการ.....	83
5.1.5	การปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่อตลาดสินค้าอาหาร BCG	85
5.2	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาและช่วยเหลือการปรับตัวของผู้ประกอบการอาหารไทยในกิจกรรม BCG THE NEXT GEN.....	86
5.2.1	เปิดโอกาสจัดนิทรรศการต่อยอดให้กลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN	86
5.2.2	การสนับสนุนแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการกิจกรรม BCG THE NEXT GEN.....	87
5.2.3	การบูรณาการระหว่างสำนักงานเพื่อต่อยอดกิจกรรม BCG THE NEXT GEN	87
5.3	ข้อจำกัดในการศึกษา	88

5.3.1 ความร่วมมือของผู้ให้สัมภาระ.....	88
5.3.2 ข้อมูลประกอบการศึกษา.....	88
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต	88
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	94
ประวัติผู้เขียน.....	99



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกอาหารไทยระหว่างปี พ.ศ. 2563 - 2565.....	3
ตารางที่ 2 การจำแนกสินค้าที่เข้าข่าย BCG สำหรับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.....	13
ตารางที่ 3 ตัวชี้วัดตามโมเดล CIPP โดยผู้วิจัย	37
ตารางที่ 4 กิจกรรมส่งเสริมการส่งออกอาหาร BCG ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565	51
ตารางที่ 5 ตัวชี้วัดของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภายใต้การดำเนินโครงการ	70
ตารางที่ 6 สรุปผลผลิตการกิจกรรมอาหารภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565	75
ตารางที่ 7 ระเบียบมาตรฐานการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมายปลายทาง	83

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 สัดส่วนส่งออกอุตสาหกรรมสินค้าไทย.....	1
ภาพที่ 2 ความเชื่อมโยงนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ต่อแผนฯระดับที่ 2 และยุทธศาสตร์ชาติ	7
ภาพที่ 3 การสร้างมูลค่าในมิติต่าง ๆ ภายใต้การดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่	9
ภาพที่ 4 องค์ประกอบของ CIPP Model.....	37



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1

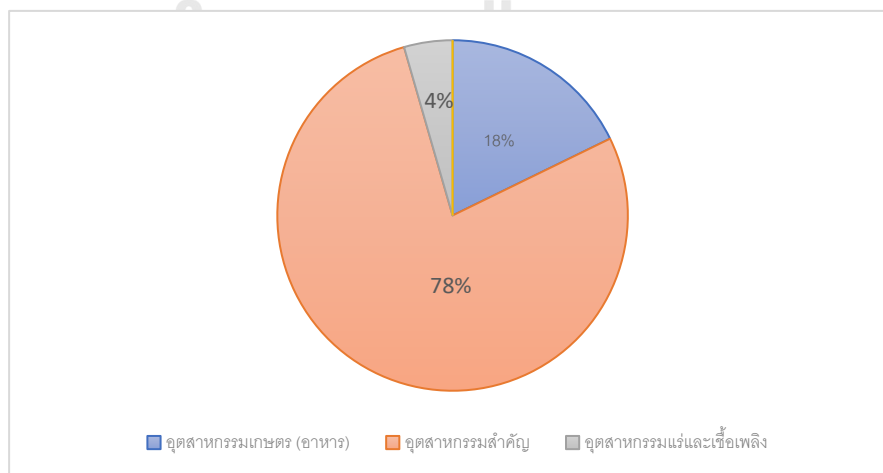
บทนำ

ประสิทธิผลในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (Bio circular green economy : BCG) ต่อผู้ประกอบการส่งออกอาหารไทย : The effectiveness of Bio-Circular-Green Economy Policy (BCG) implementation on Thai food export entrepreneurs

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อาหารเป็นแหล่งพลังงานที่สำคัญในการดำรงชีวิต ประชาชนมีความจำเป็นในการบริโภค เพื่อนำพลังงานจากสารอาหารมาใช้ประกอบกิจกรรมในแต่ละวัน (ณภัทรดนัย สุขบดีพันธ์, 2563) สินค้าอาหารจึงเป็นสินค้าที่ทำให้เศรษฐกิจสามารถขับเคลื่อนไปได้ไม่ว่าจะเป็นในสถานการณ์ปกติ หรือสภาวะวิกฤต เช่น สภาวะสงคราม สถานการณ์โรคระบาด และเป็นการสร้างอาชีพให้กับประชาชนให้เกิดการจ้างงาน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2564) ดังนั้น อาหารจึงกลายเป็นสินค้าสำคัญในการส่งออกของหลาย ๆ ประเทศ โดยที่ผ่านมามีสินค้าอาหารไทย จัดเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรที่มีบทบาทสำคัญในการส่งออกรองลงมาจากรวมกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญ เนื่องจากประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรบุคคลและวัฒนธรรมที่หลากหลาย เช่น ภาคเกษตรกรรมที่เป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญของโลก ภาคอุตสาหกรรมที่มีความเข้มแข็งพัฒนาสายการผลิตในการแปรรูปวัตถุดิบที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

ภาพที่ 1 สัดส่วนส่งออกอุตสาหกรรมสินค้าไทย



ที่มา : (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

จากการที่ประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายทางทรัพยากร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ความแตกต่างในข้อได้เปรียบของอาหารไทยในการส่งออก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) อุตสาหกรรมอาหารไทยจึงเป็นหนึ่งในสี่อุตสาหกรรมหลักของประเทศที่มีสัดส่วนร้อยละ 17.78 (ม.ค. -ก.ค. 65) ของอุตสาหกรรมทั้งหมด ครองอันดับการส่งออกอาหารลำดับที่ 13 ของโลกโดยที่ผ่านมาไตรมาสแรกในปี 65 การส่งออกในภาคอุตสาหกรรมอาหารขยายตัวร้อยละ 28.8 คิดเป็นมูลค่า 2.8 แสนล้าน เป็นกลุ่มอาหารประเภทแช่แข็ง สินค้าเกษตร คาดการณ์ว่าสถานการณ์การส่งออกอาหารไทยในครึ่งปีหลังจะลดลง เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจเงินเพื่อปัญหาสิ่งแวดล้อม สงครามระหว่างประเทศ ที่ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค โดยที่ผ่านมากลุ่มตลาดที่มีการขยายตัวในการส่งออกในไตรมาสแรกของปี 65 ได้แก่ ภูมิภาคตะวันออกกลางร้อยละ 101.9 และภูมิภาคเอเชียใต้ร้อยละ 255 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) โดยในกลุ่มสินค้าภาคอุตสาหกรรมเกษตรที่รวมสินค้าประเภทอาหารจากพิกัดศุลกากร 200000000 ค้นหาจำนวนยี่สิบรายการที่มีการส่งออกมากที่สุดหมวดอุตสาหกรรมเกษตร และได้พบว่าเป็นสินค้าอาหารมากถึงสิบสามรายการ โดยเป็นสินค้าอาหารที่ทำจากพืช และพืชที่เกิดการแปรรูปเสียส่วนใหญ่ซึ่งการวัดมูลค่าตัวเลขการส่งออกเป็นการจัดประเภทสินค้าตามพิกัดศุลกากร (Harmonized System: HS CODE) โดยองค์การศุลกากรโลก (World Custom Organization: WCO) เป็นความร่วมมือของประเทศสมาชิกจำนวน 176 ประเทศ และกระทรวงพาณิชย์ได้นำฐานข้อมูลดังกล่าวมาจัดประเภทอีกครั้ง โดยแบ่งสินค้าการส่งออกเป็นสี่หมวดหมู่ ได้แก่ สินค้าอุตสาหกรรมเกษตร พิกัดศุลกากร 200000000 สินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ พิกัดศุลกากร 100000000 สินค้าอุตสาหกรรมแร่และเชื้อเพลิง พิกัดศุลกากร 400000000 และสินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ พิกัดศุลกากร 300000000 (กองพิกัดอัตราศุลกากร, 2564)

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกอาหารไทยระหว่างปี พ.ศ. 2563 - 2565

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาท			
	2563	2564	2564 (ม.ค.-ก.ค.)	2565 (ม.ค.-ก.ค.)
- ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	69,094.89	73,821.17	40,362.16	48,841.10
- ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	15,635.97	45,007.49	19,602.25	46,177.65
- ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	51,291.46	58,520.43	32,599.77	41,141.31
- เครื่องดื่ม	59,886.11	60,570.32	37,181.42	39,468.34
- สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรอื่น ๆ	43,081.24	47,362.91	24,962.60	34,885.89
- สิ่งปรุงรสอาหาร	26,393.90	29,877.81	16,563.42	18,870.25
- ผักกระป๋อง และผักแปรรูป	15,158.15	14,700.84	8,152.90	9,343.91
- ผลิตภัณฑ์ข้าว	10,867.44	11,083.35	6,030.97	6,781.09
- นมและผลิตภัณฑ์นม	8,916.03	9,361.71	5,344.18	5,853.36
- หมากฝรั่งและขนมที่ไม่มีโกโก้ผสม	4,596.10	5,257.28	2,752.32	3,533.05
- ไอศกรีม	2,756.42	3,538.72	1,951.30	2,631.58
- ซุปและอาหารปรุงแต่ง	2,242.51	2,298.03	1,331.46	1,424.46
- โกโก้และของปรุงแต่ง	1,307.53	1,329.56	697.88	1,132.33
รวม 20 รายการ	561,015.08	609,216.71	331,641.98	470,540.05
รวมทั้งสิ้น	561,015.08	609,216.71	331,641.98	470,540.05

ที่มา : (กองพิักัดอัตราศุลกากร, 2564)

1.1.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหารไทย

ตลอดระยะเวลาสองปีที่ผ่านมา (2563 - 2564) โลกได้เผชิญกับความท้าทายในหลาย ๆ มิติ ทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ภัยธรรมชาติ และสงครามระหว่างประเทศ ที่ส่งผลให้หลายประเทศทั่วโลกเกิดการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและมีการใช้มาตรการจำกัดการส่งออกอาหารและพลังงานเพื่อรักษาความมั่นคงในการบริโภคภายในประเทศ โดยประเทศไทยเองจึงต้องปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทโลก โดยพิจารณาจาก 4 ปัจจัย ดังนี้

1) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจภายในประเทศ เศรษฐกิจภายในประเทศที่ผ่านมาเกิดการชะลอตัวและเป่าคาดการณ์ต่ำกว่าที่ตั้งไว้ จากสาเหตุสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน ค่าแรงและต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้น แต่กำลังการซื้อปรับตัวลดลง จากวิถีการดำเนินชีวิตที่เน้นการออมส่งผลให้รายได้ของประเทศลดลง ทำให้ภาคอุตสาหกรรมเกิดการนับเทคโนโลยีมาปรับใช้ในขั้นตอนการผลิตมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) รวมถึงการพัฒนาที่ผ่านมาเกิดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ประชากรต่อหัวสูง เนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจกระจุกตัวในพื้นที่อุตสาหกรรมทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางรายได้ กลุ่มชุมชนกลุ่มเกษตรกร และผู้ประกอบการขนาดเล็ก ซึ่งถือเป็นเศรษฐกิจฐานรากที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงความรู้ การอบรม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการต่อยอดสินค้าชุมชนที่มีศักยภาพ (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) ถึงแม้ว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดได้มีการคลี่คลายลงแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มกลับมาได้เพียงบางส่วน จากสาเหตุการดำเนินนโยบายการกักตัวของแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงก่อนหน้านี้การบริการกระจายวัคซีนของรัฐบาลที่มีความล่าช้า จึงส่งผลต่อการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่จะต้องใช้เวลาที่ยาวนานกว่าประเทศอื่น ๆ ทำให้ธุรกิจบางส่วนยังไม่สามารถกลับมาดำเนินงานได้ตามปกติ รวมถึงแรงงานบางกลุ่มที่อาจยังต้องตกงานหรือว่างงานแฝงไปอีกระยะหนึ่ง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

2) ปัจจัยด้านสถานการณ์โลก จากกรณีสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ทำให้นานาประเทศตัดสินใจคว่ำบาตรและกีดกันรัสเซียเพื่อตอบโต้การกระทำที่รุนแรง รวมทั้งพยายามควบคุมความเข้มแข็งทางทหารและการเมืองของรัสเซียส่งผลให้ราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะมีความผันผวนสูง จากมาตรการคว่ำบาตรน้ำมันดิบของยุโรปต่อรัสเซียและความเสี่ยงที่รัสเซียอาจตอบโต้ด้วยมาตรการต่างๆ เช่น การหยุดส่งออกน้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน (ปตท., 2565) รวมถึงปริมาณการผลิตปุ๋ยในโลกรับตัวลดลง เนื่องจากมีวัตถุดิบบางส่วนนำเข้าจากรัสเซีย และมีการคว่ำบาตรจำกัดการส่งออกทำให้เกิดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อราคาพลังงานของประเทศไทย

ทำให้ภาคอุตสาหกรรมต่างๆ มีต้นทุนฐานการผลิตเพิ่มสูงขึ้น (TNN Online, 2565) อย่างไรก็ตาม หากในอนาคตสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครนอาจจะยุติลงได้ แต่อาจเกิดสงครามทางเศรษฐกิจ จะดำเนินต่อผ่านการใช้เครื่องมือมาตรการคว่ำบาตรเศรษฐกิจจากสหรัฐและชาติตะวันตก ซึ่งอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างประเทศ จากที่มีสงครามการค้าระหว่างสหรัฐและจีนที่ส่งผลกระทบต่อซัพพลายเชนโลก และอาจมีแนวโน้มที่จะมีความขัดแย้งที่เพิ่มขึ้นระหว่างฝ่ายสหรัฐและชาติตะวันตกกับฝ่ายรัสเซียและพันธมิตร (กรุงเทพธุรกิจ, 2565)

3) ปัจจัยทางด้านสถานการณ์โควิด หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิดเริ่มคลี่คลายลง หลาย ๆ ประเทศอยู่ในช่วงฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ โดยประเทศไทยเป็นกลุ่มประเทศที่ฟื้นตัวช้า เพราะอุตสาหกรรมภายในประเทศบางส่วนยังต้องพึ่งพาภาคการท่องเที่ยว อีกทั้ง ปัญหาการขาดแคลนเซมิคอนดักเตอร์หรือบริษัทขนส่งและตู้คอนเทนเนอร์ในภาคการขนส่ง มีแนวโน้มยืดเยื้อ เนื่องจากอัตราการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ต่างกันในแต่ละประเทศทำให้เกิดความไม่สมดุลของอุปสงค์และอุปทานในตลาดโลก สำหรับการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และการขนส่งสินค้าที่ใช้ระยะเวลานานคาดว่าสถานการณ์จะปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากหลายประเทศจะสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด 19 ได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังต้องให้ความสำคัญกับการปรับตัวของราคาพลังงานและโภคภัณฑ์ในตลาดโลก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) และในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 หลายประเทศมีการจำกัดการส่งออกอาหารเพื่อรักษาความมั่นคงทางด้านอาหาร เช่น การประกาศใช้นโยบายโควิดเป็นศูนย์ (Zero Covid-19) โดยควบคุมการเดินทางเข้าออกอย่างไม่มีกำหนด (ประชาชาติธุรกิจ, 2565) ทำให้ประเทศไทยมีโอกาสในเวทีระหว่างประเทศมากขึ้น

4) เทรนด์การบริโภค จากบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงในระยะสองปี ทำให้การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างต่าง ๆ ในหลาย ๆ ประเทศเปลี่ยนแปลงไป และทำให้เกิด global mega trends ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวันของคนทั่วโลกในยุคหลังโควิด 19 โดย global mega trends ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกตลอดระยะสองปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคในหลาย ๆ ประเทศเปลี่ยนแปลงไปประชากรหันมาใส่ใจเรื่องของสุขภาพในการดำเนินชีวิตมากขึ้นจากการตระหนักได้ว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อม และโรคภัยที่เกิดขึ้น ล้วนเกิดจากฝีมือมนุษย์ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับสินค้าประเภทที่สามารถทดแทนสารเคมีได้จากพืชธรรมชาติมากขึ้น โดยพิจารณาตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต บรรจุภัณฑ์ คุณภาพอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสะท้อนความยั่งยืนในหลายมิติในการเลือกซื้อเพิ่มขึ้น ปัจจุบันสินค้าอาหารที่ทำจากพืช (Plant based) เช่น ถั่วเหลือง ข้าว สาหร่าย ซึ่งมีจุดขายด้านโภชนาการ

ความยั่งยืน และรักษาสุขภาพ จึงเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั่วโลก อีกทั้ง ความท้าทายของสังคมไทยและอีกหลายประเทศทั่วโลกคือโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น อาหารฟังก์ชันจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของผู้สูงอายุในการรับประทานอาหารที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย (ปณิตดา เกษมจันทโชติ, 2565) โดยการให้คำนิยามอาหารฟังก์ชันจึงมีหลายความหมายซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในแง่ของประโยชน์คุณค่าทางสารอาหารที่พึงจะได้รับ ดังนั้น อาหารฟังก์ชันหมายถึง อาหารทั่วไป แต่มีการเพิ่มคุณค่าโดยใช้เทคโนโลยีในระบบการผลิต เพื่อเพิ่มคุณค่าสร้างประโยชน์ให้สุขภาพ โดยช่วยการรักษาโรคเรื้อรัง สร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552)

โดยในหลาย ๆ ประเทศก็มีความตื่นตัวในการปรับตัวต่อพฤติกรรมผู้บริโภคหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด 19 และสถานการณ์สงครามระหว่างประเทศซึ่งที่ผ่านมาประเทศสาธารณรัฐเกาหลีที่เน้นการประชาสัมพันธ์อาหารผ่านหลักการ soft power อาหารในยุค Next Normal ที่เน้นคุณค่าทางโภชนาการและโปรตีนสูงจากถั่วเหลือง รวมถึงการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืชแทนเนื้อสัตว์ อีกทั้ง จากสถานการณ์กักตุนอาหารผลพวงจากสงครามและสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ทำให้ความต้องการอาหารกระป๋องและอาหารสำเร็จรูป มีความต้องการสูงขึ้นจาก Google search trend ถึงแม้ว่าจะเป็นอาหารกระป๋อง ความต้องการของผู้บริโภคยังต้องการความสดและคุณภาพของอาหาร โดยการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ต้องอาศัยการปรับตัวของผู้ประกอบการ (BCG Next Gen Thailand, 2565)

1.1.2 การก่อด้านนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่

ในวันที่ 19 มกราคม 2564 มีมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้มีการขับเคลื่อนโดยอิงหลักเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy : BCG Model) และมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารโมเดลเศรษฐกิจ BCGเพื่อกำหนดแผนการดำเนินงาน และโครงการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสร้างความเข้มแข็งจากข้อได้เปรียบในด้านความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565a) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ หรือ Bio Circular Green Economy : BCG Model จึงเป็นโมเดลที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ที่เน้นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) การใช้ทรัพยากร ศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชน ผู้ประกอบการขนาดเล็ก รวมถึงกลุ่มเกษตรกรนำมาประยุกต์ใช้ผ่านองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี นวัตกรรม ร่วมกับความหลากหลายทางวัฒนธรรม บนพื้นฐานในการใช้ทรัพยากรอย่างสมดุลและเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน (Value-based Economy)

ซึ่งประกอบไปด้วย 4 สาขา ได้แก่ 1) เกษตรและอาหาร 2) สุขภาพและการแพทย์ 3) พลังงาน วัสดุ และเคมีชีวภาพ และ 4) สาขาการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) โดยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เล็งเห็นว่าโมเดลเศรษฐกิจใหม่จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยสามารถหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง ผ่านการเพิ่มมูลค่าสินค้าจากการช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยเน้นการผลิตปริมาณน้อยแต่สร้างรายได้มาก และเกิดการเชื่อมโยงกับ 5 อุตสาหกรรมภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทางด้านการเกษตรเทคโนโลยีชีวภาพ การแปรรูปอาหาร เชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ การแพทย์ ครบวงจร และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และปรับตัวต่อมาตรการทางสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทโลก เช่นการมุ่งสู่ความเป็นกลางคาร์บอน (Carbon Neutrality) การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เป็นศูนย์ (Net Zero GHG Emission) และการจัดการกับปัญหาขยะโดยกำหนดให้ออมัติแผนยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2569 เป็นวาระแห่งชาติสำหรับการดำเนินวิถีชีวิตใหม่หลังการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 (Post COVID-19 Strategy) และนำแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นกรอบการทำงานของงบประมาณปี 2565 ที่เน้นการเติบโต เศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนของประชาชน โดยวัดค่าจากคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชาชน พร้อมทั้งรักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพให้มีคุณภาพที่ดี ด้วยการ ใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ภาพที่ 2 ความเชื่อมโยงนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ต่อแผนระดับที่ 2 และยุทธศาสตร์ชาติ



ที่มา : (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การสร้างความยั่งยืนให้กับทรัพยากรที่มีอยู่ภายในประเทศ โดยการสร้างความสมดุลในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ เพื่อให้ประชากรในรุ่นถัดไปสามารถกลับมาใช้ใหม่ได้ตามหลักการใช้ทรัพยากรหมุนเวียน ไม่เพียงแต่ปัจจัยทางด้านการผลิตแต่รวมถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยใช้ความหลากหลายทางชีวภาพ และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นจุดเด่นในการขับเคลื่อนพัฒนาชุมชน ผ่านความคิดสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ และเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าการผลิตและบริการในทุก ๆ สินค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมที่อยู่ภายใต้แนวคิด BCG ให้เกิดการแข่งขันอย่างยั่งยืนผ่านการให้ความรู้ทางเทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน ให้ความสำคัญกับการทำน้อยได้มาก

ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาศักยภาพชุมชนให้สามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก ผ่านการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาปรับใช้เพื่อบรรเทาวิกฤตทางด้านสิ่งแวดล้อม และตอบสนองความต้องการตลาด

โดยหลักการทำงานนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ Bio Circular Green Economy : BCG Model ที่เน้นเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ในการพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่าเพิ่มผ่านการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมในกระบวนการผลิต ก่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ (1) การออกแบบที่สามารถลดมลภาวะสิ่งแวดล้อม (2) คุณค่าในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ (3) ใช้ทรัพยากรหมุนเวียนเพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศธรรมชาติ และเชื่อมโยงหลักการดังกล่าวของประเทศไทยสู่เวทีระหว่างประเทศ โดยผสมผสานแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy: SEP) เป็นหลักเชื่อมโยงกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal : SDG) (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

ภาพที่ 3 การสร้างมูลค่าในมิติต่าง ๆ ภายใต้การดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่



ที่มา : (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

พร้อมทั้งร่วมงานกับภาคเอกชน กลุ่มชุมชน กลุ่มเกษตรกร เพื่อหาแนวทางการดำเนินงานจากที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านความหลากหลายทางด้านทรัพยากร อุตสาหกรรม และวัฒนธรรม ให้กลายเป็นความสามารถในการแข่งขันทางด้านระบบการผลิตโดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ ซึ่งในประเภทอุตสาหกรรมอาหารไทยให้มีความสำคัญกับการเปลี่ยนรูปแบบการผลิตสินค้าเกษตรเป็นสินค้าอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ ซึ่งมีสินค้าในกลุ่มเป้าหมาย 3 ประเภท ได้แก่ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

(1) กลุ่มอาหารเดิม (Commodity) เป็นสินค้าทั่วไปที่สามารถซื้อขายได้ในตลาด ซึ่งส่วนใหญ่จะถูกนำไปใช้ในลักษณะวัตถุดิบ (Material) ที่ไม่มีการแปรรูปก่อนการบริโภค และมีมาตรฐานเดียวกันไม่ว่าแหล่งการผลิตจะอยู่ส่วนไหนบนโลกเพื่อนำไปต่อยอดสินค้าไม่ว่าจะเป็นทางด้านอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอะไหล่รถยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยสินค้าโภคภัณฑ์มีความต้องการในตลาดสูงและจะมีราคาที่สูงขึ้นตามเศรษฐกิจ โดยสินค้าโภคภัณฑ์สามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) Hard Commodity สินค้าโภคภัณฑ์จากธรรมชาติ ได้แก่ ถ่านหิน ทองคำ น้ำมัน แร่ธาตุ 2) Soft Commodity ได้แก่ ยางพารา และผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งสินค้าโภคภัณฑ์เกษตร (Agricultural Commodity) ส่วนใหญ่นำไปผลิตอาหารสำหรับคนและสัตว์ เช่น กาแฟ ข้าว และถั่วเหลือง เป็นต้น (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

(2) กลุ่มอาหารฟังก์ชัน (Functional Food) อาหารที่ส่งเสริมการรักษาสุขภาพที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัยซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากประชาชนหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น โดยการหันมารับประทานอาหารที่ดีมีประโยชน์ต่อร่างกาย ผลิตภัณฑ์อาหารฟังก์ชันจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของประชาชนที่รักสุขภาพ เพราะอาหารฟังก์ชันมีการแปรรูปน้อย แต่เมื่อบริโภคเข้าสู่ร่างกายจะให้คุณค่าอาหารที่มากกว่าความอิม โดยเน้นการมีสุขภาพที่ดีหลังจากการบริโภค เช่น การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย ชะลอการเสื่อมโทรมของอวัยวะ โดยสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ 1) ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการเติมสารอาหาร เพื่อสร้างสุขภาพที่ดีต่อร่างกายที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบแคปซูล อาหารเสริมสมุนไพร และสามารถบริโภคได้ทุกวัน หรืออาจกล่าวได้ว่าการแปรรูปอาหารดั้งเดิมผ่านการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้เพื่อทำให้อาหารธรรมดา กลายเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีการแปรรูปจากวัตถุดิบธรรมชาติที่ทำจากพืช เช่น ถั่วเหลือง มะเขือเทศ โดยไม่ได้เพิ่มหรือลดคุณค่าอาหาร (สถาบันอาหาร, 2563) โดย Spence J. T. (2006) ได้จัดหมวดหมู่อาหารฟังก์ชัน โดยแบ่งตามประเภทกระบวนการผลิตเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการเพิ่มเติมสารอาหารที่มีประโยชน์ (Fortified product) เช่น ขนมปังเสริมวิตามิน 2) วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มีการปรับปรุงสารอาหาร (Enrich product) เช่น การตัดต่อพันธุกรรมพืช 3) อาหารที่มีการสกัดสารที่ไม่ดีต่อสุขภาพหรืออันตรายออกจากตัวผลิตภัณฑ์ (Altered Food) เช่น การดัดแปลงอาหารที่ก่อให้เกิดการแพ้ และ 4) อาหารที่ได้รับการพัฒนาด้วยเทคโนโลยีพันธุกรรม เช่น ข้าวที่มีการเสริมธาตุเหล็ก (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2561) มากไปกว่านั้น อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) คือ อาหารที่มีการปรุงแต่งส่วนผสมเพิ่มเติมเพื่อช่วยเสริมสุขภาพร่างกายของผู้บริโภค นอกเหนือจากการบริโภคอาหารทั่วไป เช่น โปรตีน ไขมัน วิตามินและเกลือแร่ โดยช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคประจำตัวต่าง ๆ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552)

(3) กลุ่มอาหารท้องถิ่นหรืออาหารพื้นบ้าน เป็นอาหารที่อุดมไปด้วยโภชนาการซึ่งส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ไม่ได้มีการดัดแปลงมาก จะใช้สิ่งที่มีในแต่ละท้องถิ่นมาประกอบอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่จะมีข้าวเป็นอาหารหลัก ซึ่งอาจเป็นข้าวเหนียวและข้าวเจ้าที่สามารถปลูกในท้องถิ่นนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี การปรุงอาหารจะเป็นการต้ม แกง ยำ ตำ มีการปรุงที่เรียบง่าย ไม่ได้มีความพิถีพิถันและเป็นการใช้เวลาไม่มาก ใช้น้ำมันในการปรุงอาหารน้อยเน้นน้ำมันจากพืชหรือน้ำมันจากเนื้อสัตว์ธรรมชาติ และเน้นการใช้เนื้อสัตว์ที่ไม่มากนัก เครื่องปรุงส่วนใหญ่ใช้เป็นสมุนไพรที่ได้จากธรรมชาติและมีจุดเด่นคือ การนำความหลากหลายทางชีวภาพในการปลูกพืชแต่ละชนิดมาปรับใช้ดัดแปลงเป็นน้ำพริก

หรือหลนต่าง ๆ อาหารพื้นบ้านมีจุดเด่นในการปรุงน้อยเพื่อผู้บริโภคจะได้รับรสชาติจากวัตถุดิบโดยตรง และเป็นอาหารที่มีไขมันต่ำแต่มีเส้นใยอาหารสูง มีคุณค่าทางโภชนาการมีความปลอดภัยจากสารเคมี และยังให้สรรพคุณทางสมุนไพรสำหรับผู้บริโภคที่รักษาสุขภาพ (พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์, 2556)

ผู้วิจัยจึงให้คำนิยามกลุ่มสินค้าส่งออกภายใต้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG ตามสำนักงานยุทธศาสตร์และนโยบายการค้า (TPSO) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่นำแผนยุทธศาสตร์มาปรับใช้กับแผนงานในกระทรวงพาณิชย์ในการรองรับเศรษฐกิจใหม่ โดยสำนักงานยุทธศาสตร์และนโยบายการค้าได้นำแผนยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมให้เกิดการแข่งขันอย่างยั่งยืนผ่านการให้ความรู้ทางเทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและแผนยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยใช้ความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นจุดเด่นในการขับเคลื่อนพัฒนาชุมชนมานิยามสินค้าส่งออกภายใต้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

- 1) สินค้าจะต้องใช้ วัตถุดิบ ทรัพยากร และสายการผลิตภายในประเทศ ในการพัฒนาผ่านเทคโนโลยีนวัตกรรม มาใช้ในการแปรรูปเพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่าที่สูงขึ้น
- 2) สินค้าจะต้องมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันการละเมิดกฎระเบียบการค้าระหว่างประเทศ ในประเด็นมาตรการทางด้านสิ่งแวดล้อม และการถูกกีดกันทางการค้า
- 3) ระบบการผลิตของสินค้าจะต้องมีการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม มาปรับใช้ และดำเนินการผลิตให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดโลกในกลุ่มสินค้าอาหารและเกษตร
- 4) สินค้าที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายจะได้รับการสนับสนุนเงินจากภาครัฐ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

1.1.3 ผลการดำเนินงานตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ด้านการส่งออกอาหาร

จากที่กล่าวไปข้างต้น นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เป็นแผนพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลา 4 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2564 – 2569 โดยมีความคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จะเพิ่มขึ้นและเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน ในการใช้ทรัพยากรทางชีวภาพให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแบบทำน้อยได้มาก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการดำเนินงานตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ด้านการส่งออกอาหาร ยังไม่สามารถประเมินผลได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นช่วงต้นในการปรับใช้แผนในการจัดทำโครงการของแต่ละกระทรวง และสินค้าประเภทอาหารยังเผชิญกับความท้าทายที่ไม่สามารถควบคุมได้ อันได้แก่ ปัจจัยทางด้านสภาพภูมิอากาศ ที่ส่งผลต่อความผันผวนด้านราคาสินค้าเกษตรที่เป็นวัตถุดิบต้นน้ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด ที่ยังไม่เกิดการแปรรูป

และจัดอยู่ในกลุ่มประเภทสินค้าทั่วไป (Commodity Food) ในการจัดประเภทสินค้าภายใต้นโยบาย โมเดลเศรษฐกิจใหม่ ปริมาณการเก็บเกี่ยวลดลงส่งผลให้ผลิตผลมีต้นทุนราคาสูง ประกอบกับผลผลิต ต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากทำให้ทรัพยากรทางชีวภาพมีความเสื่อมโทรมลงหากภาคการเกษตร เข้มแข็งอุตสาหกรรมอาหารไทยจะไม่จำเป็นต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ และผู้ประกอบการ ที่มีศักยภาพสูงจะสามารถนำทรัพยากรที่มีมาแปรรูป เพื่อสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารฟังก์ชัน (Functional Food) ที่มีความต้องการในตลาดมากกว่า (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2562)

1.1.4 ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการส่งออกอาหารไทย

กระทรวงพาณิชย์ เป็นกระทรวงที่มีภารกิจดูแลเรื่องสินค้าอุปโภคและบริโภคของประเทศไทย รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อเพิ่มมูลค่า ในการส่งออก ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดงานแสดงสินค้า และการฝึกอบรมผู้ประกอบการ โดย กรมที่มีภารกิจรับผิดชอบในการดูแลตลาดและผู้ประกอบการตามนโยบายที่ภาครัฐมอบหมาย คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (Department of International Trade Promotion: DITP) ที่มีภารกิจหลัก ได้แก่ (1) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทย (2) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้า และบริการไทย (3) ขยายช่องทางตลาดแก่สินค้าและบริการไทย (4) ยกระดับคุณภาพการให้บริการ ให้ได้รับการยอมรับในเวทีโลกโดยมีสำนักงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมสินค้าเกษตรและ อุตสาหกรรม และสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า

กระทรวงอุตสาหกรรม มีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาคการผลิตให้มีความสมดุล มั่นคง และยั่งยืน เพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ โดยการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ จะก่อให้เกิดการเพิ่มผลิตภาพ มูลค่า และ มาตรฐาน รวมถึงพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ในเวทีโลก ซึ่งสามารถทำได้โดยการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนทั้งในด้านกฎหมายและกฎระเบียบ การอำนวยความสะดวก ในการประกอบกิจการ และการพัฒนาบุคลากรทรัพยากรบุคคล (สำนักงานปลัดกระทรวง อุตสาหกรรม, 2559)

กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักคุณภาพ และความปลอดภัยทางด้านอาหารมีบทบาทในการ ศึกษาวิจัย และพัฒนาด้านอาหาร รวมถึงประเมินความเสี่ยงเกี่ยวกับความปลอดภัยทางด้านอาหาร (food safety) รวมถึงให้บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการด้านอาหาร เพื่อให้ผู้ประกอบการ นำข้อบกพร่องไปพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

1.1.5 กิจกรรม BCG THE NEXT GEN

กระทรวงพาณิชย์ มีภารกิจที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ภายใต้แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 คือ การพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสินค้าและบริการให้มียอดความรู้ ในการผลิตสินค้าบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการค้าของประเทศไทย รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นให้กับสินค้าและบริการของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในตลาดต่างประเทศ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้ดำเนินการพัฒนาองค์ความรู้ให้ผู้ประกอบการไทย ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ผู้ประกอบการไทยที่ใช้นวัตกรรมตามหลักโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG และสินค้าที่มีนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และขยายช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ สู่ต่างประเทศ โดยมี 3 โครงการสำคัญที่สามารถนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของนิทรรศการ BCG ในการประชุมสุดยอดผู้นำ APEC ในเดือนพฤศจิกายน 2565 นี้ด้วย ภายใต้โครงการ BCG Heroes โดยมีระยะการดำเนินโครงการระหว่างปี 2564 - 2565

ตั้งแต่ปี 2564 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มีการคัดเลือกผู้ประกอบการไทยที่ใช้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ในการประกอบธุรกิจ ในการเพิ่มมูลค่า และมีสินค้าที่น่าสนใจ ตอบโจทย์การใช้ชีวิตประจำวันของยุค NewNormal และบริบทโลกที่เปลี่ยนไปซึ่งสามารถจำแนกออกมาเป็น 3 กลุ่มผู้ประกอบการ BCG ทั้งในกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และกลุ่มสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนี้

ตารางที่ 2 การจำแนกสินค้าที่เข้าข่าย BCG สำหรับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

หมวดสินค้า	กิจกรรม	รายละเอียด
ไลฟ์สไตล์	BCG 50 Heroes	เป็นกลุ่มผู้ประกอบการไทยนำร่องกลุ่มแรก จำนวน 50 แปรนต์ ในกลุ่มสินค้าไลฟ์สไตล์ที่กรมฯ วางแผนจะพาไปเจาะตลาดต่างประเทศและประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทั่วโลก สร้างภาพลักษณ์ทางการค้าที่ดีให้กับประเทศ โดยพิจารณาการใช้วัตถุดิบจากเศษเหลือ การเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบฐานชีวภาพ กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการออกแบบให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น - เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เช่น Deesawat, PIN, Qualy, Pasaya, Wasoo

หมวดสินค้า	กิจกรรม	รายละเอียด
		<ul style="list-style-type: none"> - <u>แพชั่น เสื้อผ้า และเครื่องประดับ</u> เช่น Artwork, Labrador, Thai Num Choke - <u>สินค้าไลฟ์สไตล์</u> เช่น Bioform, DD Paper Cup, Orga, Tapioplast-inside เป็นต้น
<p>อาหารและเครื่องดื่ม</p> <p>ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ</p>	BCG Next Gen	<p>รวบรวมผู้ประกอบการสินค้ากลุ่มอาหาร เช่น สินค้า Plant-based food แป้งมันสำปะหลังออร์แกนิก สำหรับประกอบอาหารและเบเกอรี่ นวัตกรรมสำหรับคนแพ้อาหารและเบเกอรี่ นวัตกรรมสำหรับคนแพ้อาหารในแป้งสาลี เส้นหมี่โปรตีนไข่ขาวพร้อมรับประทาน ไร้แป้ง ไร้น้ำตาล เครื่องดื่มและอาหารเสริมเพื่อสุขภาพจากสมุนไพร เป็นต้น</p>
<p>สินค้าท้องถิ่นที่ใช้ประโยชน์จาก</p> <p>ความหลากหลายทางวัฒนธรรม</p>	BCG Essence	<p>รวบรวมผู้ประกอบการ BCG ที่ไม่ใช่สินค้าอาหาร ที่ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางวัฒนธรรมในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย สร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจาก 17 จังหวัด (เชียงใหม่ นนทบุรี เพชรบุรี พะเยา กาญจนบุรี นครนายก นครปฐม น่าน ปทุมธานี พิษณุโลก สุรินทร์ และ กรุงเทพมหานคร) จำนวน 30 ราย แบ่งเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>ของตกแต่งบ้านและของใช้ในบ้าน</u> เช่น Charcoal Like (ถ่านไม้ดูดซับกลิ่น จากขยะทางการเกษตร/เชียงใหม่ ศิลาดล ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาล้านนา จากวัดสุทธธรรมชาติปราศจากสารเคมี - <u>สินค้าแฟชั่นและสิ่งทอ</u> เช่น Bangkok Crafter กระเป๋าสานจากเตยปาหนัน วัตถุดิษฐ์วัฒนธรรมชาติที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ - <u>สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม</u> เช่น Cocco ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจาก จ. น่าน ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ สกัดสารเซริซินจากรังไหม

ที่มา : (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2564)

บริษัทภาคเอกชนที่เข้าร่วมโครงการ BCG The Next Gen

- บริษัท ทีเอสซี (ประเทศไทยจำกัด) เป็นบริษัทเครื่องตีเพื่อสุขภาพที่ผลิตขึ้นจากข้าวท่อนอินทรีย์หักเหลือจากการกระเทาะเปลือกมาแปรรูป ผ่านกรรมวิธีการหมักเป็นเครื่องตีข้าวที่มีรสชาติหวานธรรมชาติ คุณค่าทางโภชนาการสูง ลดความอยากอาหาร และเป็นการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรไทย ซึ่งปัจจุบันบริษัทดังกล่าว เข้าข่ายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) แต่ยังไม่ได้ออก

- บริษัท สยาม คอนซูเมอร์ โปรดักส์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารจากพืชในรูปแบบอาหารทะเล และอาหารทั่วไป โดยพยายามลดการพึ่งพาทรัพยากรทางทะเล และการทำประมงเชิงอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์หลายชนิด เช่น เนื้อกุ้งบดจากพืช ทอดมันกุ้งจากพืช แสมจากพืช เบคอนจากพืช โดยกระบวนการผลิตมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปทั่วไป

- บริษัท ออริจีไรซ์ จำกัด เป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากข้าวกล้องงอกไรซ์เบอร์รี่อัดเม็ดที่อุดมไปด้วยคุณค่าทางสารอาหารโดยเป็นการนำข้าวอินทรีย์ที่ปลูกแบบออร์แกนิกปราศจากสารเคมี จากเกษตรกรท้องถิ่นในเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาแปรรูปเพิ่มมูลค่า และนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในขั้นตอนการผลิต

- บริษัท เมดิฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจากโจ๊กเพลนจากป็นฮัก โดยเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับข้าวด้วยนวัตกรรม โดยมุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับข้าวที่เป็นธรรมชาติและออร์แกนิก บริษัท เมดิฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด ใส่ใจในกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ภายใต้แนวคิด "From Farm To Fork" เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพ ปลอดภัย และอุดมไปด้วยคุณค่าทางสารอาหารโดยนอกจากข้าวแล้ว ทางบริษัทยังได้นำข้าวไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น โจ๊ก เครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมเกษตร(อาหาร) เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย เป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมสำคัญประกอบกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ประชากรหันมาให้ความสนใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผู้เขียนจึงมีความสนใจในการศึกษาประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบาย BCG ต่อผู้ประกอบการส่งออกอาหารไทยภายใต้การดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ที่เน้นการทําน้อยแต่ได้มากผ่านการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อส่งเสริมการสร้างอาชีพกับกลุ่มคนเศรษฐกิจฐานรากบนพื้นฐานความยั่งยืนสิ่งแวดล้อม และเชื่อว่าอุตสาหกรรมอาหารไทยที่สามารถปรับตัวโดยการนำโมเดลเศรษฐกิจใหม่อาจสร้างความได้เปรียบในการส่งออก และเกิดการกระจายรายได้ให้กับชุมชนมากขึ้น

1.1.6 นโยบายส่งเสริมการส่งออกอาหารไทย

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานหลักในการนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจมาปรับใช้ เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าทุก ๆ ประเภท โดยมีโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกเพียงกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทางด้านอาหาร โดยแบ่งการดำเนินการโครงการเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 : การพัฒนาคน และสินค้า ส่งเสริมการใช้นวัตกรรม

1) โครงการยกระดับผู้ประกอบการสู่เศรษฐกิจกระแสใหม่ (Upskill & Reskill) ครั้งที่ 3 โดยจัดฝึกอบรมผู้ประกอบการ ผ่านระบบ Zoom เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบทการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล เมกะเทรนด์ของโลกด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างแบรนด์ภายใต้แนวคิดการตลาดแบบ "อีคิกโก" ของประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

2) โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของไทยในส่วนภูมิภาคสู่ตลาดโลก (ภาคใต้) เป็นการจัดสัมมนาให้ความรู้ให้คำปรึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และระยะที่ 2 จัดกิจกรรมขยายช่องทางการตลาดผ่าน Thaitrade.com และแพลตฟอร์มพันธมิตรของกรม จังหวัดสงขลามีผู้ประกอบการ OTOP/SME ในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ที่ผ่านการอบรมระยะที่ 1 เข้าร่วม

ระยะที่ 2 : การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้า BCG ไทย

1) จัดทำ/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำ E-catalogue ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และสื่อประชาสัมพันธ์ทางสื่อ Social Media ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาตามแนวคิด BCG ภายใต้โครงการ BCG Heroes อันประกอบไปด้วย สินค้าไลฟ์สไตล์ BCG Next Gen อันประกอบไปด้วยอาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และ BCG Essence อันประกอบไปด้วย สินค้าท้องถิ่นที่ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ไม่ใช่สินค้าอาหาร

2) เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ โดยเน้นตลาดที่ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม งานมหกรรมพืชสวนโลก (The International Horticultural Expo: EXPO) ณ เมือง Almere เนเธอร์แลนด์ วันที่ 14 เม.ย. - 9 ต.ค. 2565 โดยจัดแสดงสินค้าในกลุ่มอาหารแห่งอนาคต ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่นำมาจัดแสดงจะมีการจัดทำ QR Code เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเข้าถึงรายละเอียดการติดต่อบริษัทผู้ผลิตได้ (สกอ.)

3) ประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีการออกแบบที่ตีบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ แพลตฟอร์ม DesignWanted ของอิตาลี และผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ DesignWanted (Instagram, Facebook, Twitter และ Pinterest) ซึ่งมีผู้ติดตามจำนวนมาก

ระยะที่ 3 : การส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ และการจัดกิจกรรม OBM

1) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้า BCG ของไทยบนแพลตฟอร์มที่เป็นพันธมิตรกรรม ได้แก่ PChome (ได้ทุกวัน) ซึ่งมีการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ และผลักดันสินค้า BCG ไทยขึ้นจำหน่ายบนแพลตฟอร์ม PChome ได้จำนวน 3 แบนด์

2) การดำเนินการเปิดหน้าร้าน TOPTHAI บนแพลตฟอร์ม Shopee เพื่อเชื่อมต่อแบบอัตโนมัติสู่ประเทศเป้าหมาย 3 ประเทศ ปัจจุบัน ดำเนินการในประเทศมาเลเซียสำเร็จแล้ว และอยู่ระหว่างการดำเนินการบนแพลตฟอร์มในประเทศสิงคโปร์ และฟิลิปปินส์

3) การจัดกิจกรรม OBM สินค้า BCG อาทิ อาหารแห่งอนาคต สินค้านวัตกรรมเกษตร เป็นต้น สร้างมูลค่าการค้าคาดการณ์ภายใน 1 ปีกว่า 3,800 ล้านบาท และส่งเสริมผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้า BCG เข้าเป็นสมาชิก Thaitrade.com จำนวน 88 ราย

กิจกรรมอื่น นอกแผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มฯ

ส่งเสริมผู้ประกอบการขอใบรับรองฉลากสิ่งแวดล้อม (Circular Mark) โดยเป็นการร่วมมือกับหน่วยงานบริหารและจัดการการลงทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วีกรีน คณะสิ่งแวดล้อม) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และโครงการความร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมเพื่อจัดการกับพลาสติกและขยะอย่างยั่งยืน (กลุ่ม PPP Plastics) และมีการส่งต่อผู้ประกอบการที่ผ่านโครงการพัฒนาผู้ประกอบการเฉพาะกลุ่มของกรม ให้ขอใบรับรอง Circular Mark เพื่อใช้เป็นเครื่องมือการตลาด และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบรับรองและฉลากผลิตภัณฑ์หมุนเวียน (Circular Mark) ของไทยในต่างประเทศเพื่อสร้างการรับรู้ในเครื่องหมายรับรองดังกล่าว อันจะมีส่วนช่วยสนับสนุนความเชื่อมั่นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทย

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Model) ก่อให้เกิดประสิทธิผลการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการส่งออกอาหารภายใต้กลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN อย่างไร

1.2.2 ปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ และส่งผลอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อประสิทธิผลของการดำเนินนโยบาย BCG ในการส่งออกสินค้าอาหารไทยของกระทรวงพาณิชย์

1.3.2 เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาและช่วยเหลือการปรับตัวของผู้ประกอบการอาหารไทยในกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ซึ่งโครงการดังกล่าวเป็นการรวบรวมผู้ประกอบการอาหารที่มีสินค้าเข้าข่ายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ที่มีศักยภาพในกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ แต่ยังไม่ได้ออกทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวม 19 จังหวัด

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินนโยบาย BCG ต่อการส่งออกสินค้าอาหารไทยอย่างยั่งยืนเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออกอาหาร ผู้ปฏิบัติงานดำเนินนโยบายเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาจากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี เพื่อนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับการศึกษาวิจัย โดยศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และการทบทวนวรรณกรรมจากบทความหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร สัมภาษณ์บุคลากรของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG MODEL) และผู้ประกอบการที่ส่งออกอาหาร อันได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานดำเนินโครงการภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ เจ้าหน้าที่จากสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ และผู้ประกอบการอาหารที่เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และบริษัทที่เข้าร่วมโครงการ BCG THE NEXT GEN ในพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลาศึกษาประเด็นการนำนโยบายไปปฏิบัติของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภายใต้ต้นนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ที่รัฐบาลไทยมีการประกาศใช้ตั้งแต่ปี 2564 มีระยะการดำเนินงาน 4 ปี (2564 – 2569) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกรอบระยะเวลา 3 เดือน (สิงหาคม - ตุลาคม 2565)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อทราบถึงประสิทธิผลของการดำเนินนโยบาย BCG ต่อการส่งออกอาหารไทย

1.6.2 เพื่อหาแนวทางเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกสินค้าอาหารของผู้ประกอบการไทย

1.7 นิยามศัพท์

1.7.1 ผู้ประกอบการส่งออกอาหารหมายถึง ผู้ประกอบการอาหารที่มีผลิตภัณฑ์เข้าข่ายตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ และเข้าร่วมโครงการ BCG THE NEXT GEN ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อันได้แก่ สินค้าอินทรีย์ เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based meat) อาหารฟังก์ชัน และอาหารพื้นเมืองท้องถิ่น

1.7.2 อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่มีการเพิ่มเติมสารอาหารที่มีประโยชน์วัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มีการปรับปรุงสารอาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการสกัดสารเคมีออกจากวัตถุดิบ โดยมีจุดมุ่งหมายในการสร้างสุขภาพที่ดีให้กับผู้บริโภค

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาประสิทธิผลในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ต่อการส่งออกสินค้าอาหาร ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยในประเด็นดังกล่าว ดังนี้

- 2.1 การน่านโยบายไปปฏิบัติ
- 2.2 ประสิทธิภาพนโยบายสาธารณะ
- 2.3 การส่งออกและปัจจัยสนับสนุนในการส่งออก
- 2.4 กรอบแนวคิด

2.1 การน่านโยบายไปปฏิบัติ

2.1.1 ความหมายการน่านโยบายไปปฏิบัติ

นโยบายสาธารณะเป็นเครื่องมือที่ถูกกำหนดโดยรัฐบาล องค์กร หรือกลุ่มผลประโยชน์ที่มีอำนาจตามกฎหมาย ในการแก้ไขปัญหาสาธารณะทางด้าน เศรษฐกิจ ความมั่นคง การต่างประเทศ หรือภารกิจที่เป็นขอบเขตการบริหารงานของรัฐบาล โดยมีลักษณะเป็นการวางแผนดำเนินการจากข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ ในการจัดสรรทรัพยากร การบริหารงานในสังคม โดยพิจารณาจากผลผลิตหรือผลลัพธ์ จากนโยบายสาธารณะที่นำไปปฏิบัติ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ เพราะมีความเชื่อมโยงต่อ 1) รัฐบาลในบทบาทผู้กำหนดนโยบาย 2) ประชาชนในฐานะผู้ได้รับผลกระทบจากการดำเนินนโยบาย และ 3) ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2563) ซึ่งมีนักวิชาการมากมายที่ได้ให้ความหมายของการน่านโยบายไปปฏิบัติไว้ ดังนี้

Bardach E. (1980) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะเป็นหนึ่งในกระบวนการทางการเมืองที่มีความเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และการวิจัย เนื่องจากเป็นการขับเคลื่อนการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในสังคมที่เกิดจากข้อกำหนดนโยบาย โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์และกระบวนการอย่างชัดเจน ดังนั้น การน่านโยบายไปปฏิบัติจึงเปรียบเสมือนผลผลิตทางการเมือง เพื่อแก้ไขปัญหาภายในสังคมในประเด็นต่าง ๆ และชี้ให้เห็นถึงอุปสรรคระหว่างการปฏิบัติงาน การน่านโยบายไปปฏิบัติจึงครอบคลุมถึงกระบวนการ (Policy Cycle) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ และบ่งบอกถึงตัวชี้วัดความสำเร็จ อีกทั้ง Pressman J. L. and Wildavsky A. B. (1973) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ การน่านโยบายไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการนโยบาย ซึ่งเป็น

ขั้นตอนที่สำคัญเพราะเป็นการดำเนินงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ เพื่อให้สังคมอยู่มีสุขขึ้น โดยเป็นสิ่งที่รัฐบาลกำลังปฏิบัติอยู่และเป็นธรรมชาติของนโยบาย ดังนั้น การนำนโยบายไปปฏิบัติจึงกลายเป็นหน้าที่ขององค์การราชการที่จะต้องรับผิดชอบในการนำนโยบายของรัฐบาลไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จในทุกด้าน

Mazmanian D. A. and Sabatier P. A. (1989) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนำนโยบายไปปฏิบัติและนโยบายสาธารณะ โดยชี้ให้เห็นว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นขั้นตอนสำคัญ ในกระบวนการนโยบายสาธารณะ ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติหมายถึง การนำการตัดสินใจ นโยบายที่ได้กระทำไว้ไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จและเป็นการร่วมกันทำงานภายใต้กฎหมายที่ผ่านความเห็นชอบของฝ่ายนิติบัญญัติ หรือคำสั่งของฝ่ายบริหาร หรือคำพิพากษาของศาลสูงสุด หรือศาลฎีกา ซึ่งตามอุดมคติแล้วการตัดสินใจนโยบาย คือ การบ่งชี้ปัญหา การกำหนดวัตถุประสงค์ และการกำหนดโครงสร้างกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งกระบวนการกำหนดนโยบายไปปฏิบัติประกอบด้วย ขั้นตอนหลายขั้นตอน เริ่มด้วยการกำหนดกฎพื้นฐานสำหรับการปฏิบัติการคาดหมายผลลัพธ์จากการนำนโยบายไปปฏิบัติ การยินยอมปฏิบัติตามของกลุ่มเป้าหมาย การพิจารณาผลกระทบจากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทั้งที่เจตนาและไม่ได้เจตนาผลกระทบจากการตัดสินใจของหน่วยปฏิบัติ และการปรับปรุงกฎระเบียบพื้นฐานที่ใช้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เหมาะสม ซึ่งกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- 1) การพิจารณาผลลัพธ์ของนโยบายของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยมุ่งให้เกิดผลลัพธ์ที่พึงปรารถนาตามวัตถุประสงค์ของนโยบายที่กำหนดไว้
- 2) การยินยอมปฏิบัติตามของกลุ่มเป้าหมายต่อการตัดสินใจนโยบายของผู้กำหนดนโยบาย หากนโยบายใดที่กลุ่มเป้าหมายไม่ยินยอมปฏิบัติ จะก่อให้เกิดอุปสรรคสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ
- 3) พิจารณาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของหน่วยงานที่นำไปปฏิบัติ เพื่อจำแนกว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นผลกระทบในทางบวกหรือทางลบ ถ้าเกิดผลในทางลบก็จะได้ปรับปรุงแก้ไขต่อไป
- 4) พิจารณาผลกระทบจากการรับรู้ของผู้ตัดสินใจนโยบาย ซึ่งผู้ตัดสินใจนโยบายจะประเมินได้ว่าเป็นผลกระทบที่พึงปรารถนาหรือไม่
- 5) การประเมินกระบวนการทางการเมืองที่มีบทบาทในการบัญญัติกฎหมายเพื่อพิจารณาปรับปรุงกฎหมายให้มีความเหมาะสมในการนำไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ

โดยการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นหนึ่งในกระบวนการดำเนินนโยบายหรือวงจรนโยบายสาธารณะ (policy cycle) เพื่อให้ทราบที่ไปที่มา พัฒนาการ และข้อบกพร่องของตัวนโยบาย ซึ่งสามารถจำแนกวงจรของนโยบายสาธารณะได้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2563)

1) การก่อตัวของนโยบายสาธารณะ (Policy Formation) เป็นการวิเคราะห์สภาพปัญหาสาธารณะที่เกิดขึ้นเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบายในการแก้ไขปัญหา โดยส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อวงกว้างจนเป็นที่ถกเถียงภายในสังคม (Public Issue) หรือเป็นปัญหาของสังคม (Public Problem) ซึ่งมีลักษณะของปัญหาที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือ ความรุนแรงทางการเมือง สร้างแรงกระตุ้นต่อความรู้สึก และสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคม โดยขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบาย เป็นขั้นตอนที่สำคัญเนื่องจาก เป็นการจัดลำดับความสำคัญของนโยบาย ในการกำหนดทิศทางของทางเลือกการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ และเป็นการสร้างกรอบเกณฑ์ประเมินผลว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ Levine (1985, อ้างถึงใน ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2563) ได้กล่าวว่า การเข้าใจการก่อตัวของนโยบายจะเข้าใจถึงปัญหาในการสร้างวาระที่เกิดขึ้นมากขึ้น โดยสามารถจำแนกเป็น 4 ตัวแบบย่อย

- ตัวแบบถังขยะ (Garbage-can Model) เป็นการก่อตัวนโยบายจากการเสนอปัญหาจากฝ่ายต่าง ๆ ที่มีความประสงค์ที่จะแก้ไขปัญหาสาธารณะภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะแตกต่างจากการแก้ไขปัญหาทั่วไปเพราะทราบถึงปัญหาก่อน แล้วจึงหาทางแก้ไขผ่านการกำหนดนโยบายสาธารณะ
- ตัวแบบชุมชนนโยบาย (Policy Communities) ปัญหาสาธารณะเกิดจากการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบจากผู้เชี่ยวชาญ ข้าราชการ และความร่วมมือจากแต่ละชุมชนที่เผชิญกับปัญหาอย่างแท้จริง โดยการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ภายใต้ตัวแบบชุมชนนโยบายมีความอิสระต่อการเมือง
- ตัวแบบผู้ประกอบการนโยบาย (Policy Entrepreneurs) เป็นการก่อตัวนโยบายสาธารณะจากผู้มีอิทธิพลในสังคม กลุ่มคนดังกล่าวอาจจะเป็นนักการเมือง ข้าราชการประจำ นักวิชาการ ผ่านการชี้แนะและเสียสละทรัพยากรส่วนตัว เช่น เงิน เกียรติยศ ในการขับเคลื่อนวาระนโยบายนั้น ๆ
- ตัวแบบหน้าต่างนโยบาย (Policy Windows) การก่อตัวของนโยบายสาธารณะขึ้นอยู่กับบริบทในช่วงเวลานั้น ๆ มีความเหมาะสมในการผลักดันวาระปัญหานั้น ๆ หรือไม่ โดยแรงขับเคลื่อนในการพิจารณาการก่อตัวนโยบายจะง่ายเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรัฐประหารทางการเมือง

2) การกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) เมื่อประเด็นปัญหาเข้าสู่วาระนโยบาย ผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายจะนำวาระดังกล่าวมาพิจารณาอีกครั้ง เพื่อคำนึงถึงบริบทของประเด็นปัญหา ลักษณะของประเด็นปัญหา ผลกระทบของปัญหา และค่าใช้จ่ายในการบริหารงบประมาณ โดยมีนักวิชาการต่างประเทศ Thomas R. Dye (1984 อ้างถึงใน ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2563) ได้กล่าวว่า การกำหนดนโยบายคือการแปรสภาพปัจจัยนำเข้าปัญหาของรัฐบาลให้เป็นนโยบายสาธารณะ โดยแบ่งเป็น 4 หลักการ ดังนี้

- **ตัวแบบเหตุและผล (Rational Model)** คำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดที่สังคมพึงได้รับ กำไรจากการดำเนินนโยบายจะต้องมากกว่าต้นทุนค่าใช้จ่ายงบประมาณที่ได้เสียไป โดยอาศัยกระบวนการตัดสินใจที่พิจารณาจากค่านิยมที่มีความชัดเจน วัตถุประสงค์ที่มีความสอดคล้องกับค่านิยม สามารถแยกแยะทางเลือกและวิธีในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ พร้อมทั้งคำนวณผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการนำนโยบายปฏิบัติว่าเกิดผลดีมากกว่าผลเสีย
- **ตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Model)** นำมาใช้กำหนดนโยบายในบริบทที่สถานการณ์ไม่มีความแน่นอน และผู้กำหนดนโยบายไม่ยากยึดติดกับการดำเนินนโยบายในระยะยาว จึงนำแผนงานโครงการที่เคยทำมาแล้วมาปรับใช้อีกครั้ง เนื่องจาก มีข้อจำกัดในด้านความรู้ ข้อมูล ระยะเวลา และทรัพยากร
- **ตัวแบบชนชั้นนำ (Elite Model)** การกำหนดนโยบายสาธารณะเป็นไปตามความต้องการของรัฐบาลหรือกลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคมมากกว่าเพื่อประชาชนอย่างแท้จริง เพราะมีความเชื่อว่าประชาชนขาดความรู้ ไร้ซึ่งการตอบสนองในการนำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้
- **ตัวแบบกลุ่ม (Group Model)** เป็นการกำหนดแนวทางนโยบายจากกลุ่มผู้มีอิทธิพล โดยผู้กำหนดนโยบายต้องรับมือผ่านการต่อรองเพื่อหาข้อตกลงที่สามารถยอมรับร่วมกันได้ และถ่วงดุลอำนาจ ภายใต้บริบทสังคมการเมืองที่มีการจัดตั้งรัฐบาลหลายกลุ่ม ส่งผลให้นโยบายเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

3) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (policy implementation) หลังการที่นโยบายได้รับการเห็นชอบ นโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นจะถูกกระจายไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อให้ผลลัพธ์บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งการจะทำให้นโยบายได้ผลลัพธ์ที่เกิดประสิทธิผลต่อสังคมมากที่สุดต้องคำนึงถึง สภาพแวดล้อม สมรรถนะในการปฏิบัติงาน แรงสนับสนุน ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบาย รวมถึงกลุ่มผลประโยชน์ที่มีส่วนได้เสียกับนโยบาย

4) การประเมินผลนโยบาย (Policy Evaluation) ผู้กำหนดนโยบายคาดหวังผลผลิตจากการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยพิจารณาจากตัวนโยบายสามารถบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดนโยบายไว้หรือไม่ รวมทั้งประเมินผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหลังการนำนโยบายไปปฏิบัติ ดังนั้น การประเมินผลนโยบายจึงเป็นการประเมินประสิทธิผล หรือผลสัมฤทธิ์ของนโยบายที่เกิดขึ้นว่าคุ้มค่าต่อการบริหารใช้จ่ายงบประมาณหรือไม่ และคำนึงถึงมาตรฐานการยอมรับทางสังคม รวมถึงความถูกต้องของการดำเนินงานโครงการตามแผนนโยบาย

5) ความต่อเนื่อง การทดแทน และการสิ้นสุดนโยบาย (Policy Maintenance, Succession & Termination) หลังจากการประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ ส่งผลให้เกิดการวิเคราะห์นโยบายในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อกำหนดรูปแบบในการจัดทำข้อเสนอแนะแก้ไขปัญหาข้อบกพร่องของนโยบายไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการดำเนินนโยบาย ซึ่งจะพิจารณาจาก 4 ประเด็น ได้แก่ (1) วงจรการปรับปรุง (Adjustment Cycle) (2) วงจรต่อเนื่อง (Continuation Cycle) (3) วงจรการยุติ นโยบาย (Termination Cycle) และ(4) วงจรการเปลี่ยนแปลงแก้ไขโครงสร้างใหม่ (Restructuring Cycle)

กุลชน ธนาพงศธร (2537, อ้างถึงใน ศุภชัย ยาวะประภาษ และปิยากร หวังมหาวร, 2553) ได้กล่าวถึงแนวทางการศึกษานโยบายสาธารณะ ว่าสามารถจำแนกเป็น 3 วิธีการ ได้แก่

(1) การศึกษาทางทฤษฎีหรือตัวแบบของนโยบาย (Policy Theory or Policy Model) เป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับทฤษฎีหรือตัวแบบจากศาสตร์แขนงวิชาอื่น ๆ มาปรับใช้ในการศึกษานโยบายสาธารณะ เช่น ตัวแบบระบบ ตัวแบบถังขยะ และตัวแบบชนชั้นนำ

(2) การศึกษาจากขอบเขตของเนื้อหาโยบายสาธารณะ (Policy Area) ให้ความสำคัญกับการศึกษาประเด็นผลกระทบที่เกิดจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ เช่น การจัดประเภทขอบเขตด้านสิทธิพลเมือง สวัสดิภาพ และประกันสังคม

(3) การศึกษากระบวนการนโยบายสาธารณะ (Policy Process) มุ่งเน้นการศึกษาขั้นตอนของกระบวนการก่อตัวของนโยบายสาธารณะนั้น ๆ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการดำเนินการของผู้มีส่วนได้เสีย

2.2.2 ข้อควรคำนึงในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

Breuer G. D. and Delon P. (1983) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ ได้แก่

1. ที่ไปที่มาของนโยบาย (Source of Policy) โดยพิจารณาจากการก่อตัวของนโยบาย กระบวนการกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) จนกระทั่งการนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งมีแรงขับเคลื่อนด้านปัจจัยอื่น ๆ ดังนี้

1.1 คำสั่งของฝ่ายบริหาร ก่อนการประกาศใช้นโยบายต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการก่อตัวของวงจรรายนโยบาย ตั้งแต่กระบวนการก่อรูปนโยบาย การพัฒนาทางเลือกนโยบาย และการตัดสินใจเลือกนโยบาย เนื่องจากหลังการประกาศใช้นโยบายดังกล่าวจะกลายเป็นผลผลิต (Outputs) ของการเมืองที่มีความชอบธรรมด้วยกฎหมาย และมีความถูกต้องเป็นที่ยอมรับสำหรับค่านิยมของสังคมไทย ถ้าหากนโยบายที่ประกาศใช้ไม่ได้รับการยอมรับทางด้านค่านิยมของประชาชน อาจส่งผลให้นโยบายดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จหลังจากการนำไปปฏิบัติ

1.2 เนื้อหาหรือรายละเอียดในกฎหมาย Breuer G. D. and Delon P. (1983) เชื่อว่า เนื้อหาหรือรายละเอียดในกฎหมายเป็นผลผลิตจากกระบวนการทางการเมือง ที่ได้จากการหาทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหาจากทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายด้วยการหาหรืออย่างประนีประนอม (Compromise) ดังนั้น เนื้อหาสาระของกฎหมายจะเป็นตัวกำหนดทิศทางนโยบายให้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์และความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย รวมถึงมาตรการในการดำเนินงาน หน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบทลงโทษ หากเนื้อหาสาระสำคัญของตัวบทกฎหมายมีความชัดเจนและครอบคลุมต่อประเด็นปัญหา นโยบายที่ต้องการแก้ไขการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม หากเนื้อหาสาระสำคัญไม่ชัดเจนและไม่สอดคล้องกับเงื่อนไขในการนำนโยบายไปปฏิบัติ ตัวนโยบายสาธารณะอาจเกิดความล้มเหลวได้

1.3 ขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารในการประกาศใช้กฎหมายที่ถือว่าเป็นนโยบายที่ออกโดยรัฐบาล กล่าวคือ นโยบายประกาศออกมาใช้เมื่อได้รับความเห็นชอบจากฝ่ายบริหารแล้ว ยังต้องให้ฝ่ายนิติบัญญัติเห็นชอบด้วยหากฝ่ายนิติบัญญัติไม่เห็นชอบนโยบายดังกล่าวอาจไม่สามารถนำมาปฏิบัติได้ ดังนั้น ฝ่ายบริหารจะมีการประสานงานกับกลุ่มการเมืองในสภา ก่อนการเสนอร่างกฎหมายสำคัญจะเข้าสภา เพื่อให้แน่ใจว่าจะได้รับการสนับสนุนเพียงพอ ซึ่งเป็นการต่อรองและประณีประนอมรอบ จะเห็นได้ว่าฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารมีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติในแง่การปรับตัวบทกฎหมายและนโยบายให้ทุกฝ่ายยอมรับได้

1.4 ข้าราชการระดับสูงเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดทิศทางการดำเนินนโยบาย เนื่องจากผู้บริหารเป็นผู้กำหนดค่านิยมขององค์กร และเป็นคนที่นำนโยบายไปปฏิบัติและมองเห็นถึง

ปัญหาจากการบริหารงาน ผู้บริหารจึงมีอำนาจหน้าที่และมีอิทธิพลในการพิจารณาการดำเนินทางเลือกของนโยบายเพื่อนำเสนอต่อฝ่ายการเมืองในการปรับปรุงแก้ไข ดังนั้น หากผู้บริหารกำหนดปัญหา นโยบายสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน จะทำให้การเสนอทางเลือกนโยบายเป็นทางเลือกที่สามารถจะแก้ไขปัญหาย่างเป็นรูปธรรม นโยบายนั้น ๆ จะถูกนำมาปรับใช้อย่างแท้จริง ผู้บริหารจึงเป็นฟันเฟืองสำคัญที่สามารถทำให้นโยบายบรรลุวัตถุประสงค์

1.5 การพิจารณาและการวินิจฉัยของศาลฎีกา คือบรรทัดฐานที่หน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติต้องเคารพและปฏิบัติตาม เมื่อมีปัญหาในทางกฎหมายและศาลฎีกาได้พิพากษาไว้อย่างใด คำพิพากษานั้นถือเป็นที่สุด เพราะเป็นมาตรฐานการตัดสินโดยชอบธรรม หากไม่ปฏิบัติตาม อาจก่อให้เกิดปัญหาความเสียหาย จนถูกฟ้องร้องจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบได้

2. ความชัดเจนของนโยบาย (Clarity of Policy) โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของตัวนโยบาย ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้นโยบายสามารถขับเคลื่อนสอดคล้องกับภารกิจงานของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันมักเผชิญกับปัญหาที่ว่านโยบายกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจนแต่หน่วยงานที่นำไปปฏิบัติไม่ชัดเจนจากการใช้ดุลยพินิจส่วนตัว ในทางกลับกันกรณีวัตถุประสงค์ไม่ชัดเจนอาจก่อให้เกิดความล้มเหลวก่อนการนำนโยบายไปปฏิบัติก็เป็นได้ เพราะผู้นำนโยบายไปปฏิบัติไม่เข้าใจถึงเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การกำหนดนโยบายที่ดีจึงต้องคำนึงถึงความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบายและรายละเอียดที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดการบิดเบือนในการนำนโยบายโดยการนำไปปฏิบัติอย่างไม่เหมาะสม ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึงความสำคัญเกี่ยวกับความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของนโยบายอย่างระมัดระวังและควรจัดทำแผนเพื่อการประเมินผลนโยบาย

3. นโยบายถูกสนับสนุนจากกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (Support of Policy) หลังจากการกำหนดนโยบายนโยบายจะถูกนำไปปฏิบัติภายใต้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจะบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายเพียงไหนขึ้นอยู่กับความดำเนินงานของผู้ปฏิบัติงาน และการกำหนดค่านิยมการสนับสนุนของผู้บริหาร ประกอบกับปัจจัยทางด้านการเมืองกลุ่มผลประโยชน์มีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนเนื่องจากเป็นอีกหนึ่งกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติโดยตรง เพราะมีอิทธิพลต่อการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากร และมีบทบาทการดำเนินการเลือกใช้ทางเลือกของนโยบายต่อไป อย่างไรก็ตาม การนำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต้องอาศัยทักษะการบริหารเข้ามาปรับใช้ โดยอาศัยปัจจัยทางการเมืองมาบริหารด้วยหากมีค่านิยมทางการเมืองในการสนับสนุนนโยบายน้อย โอกาสที่นโยบายนั้นจะเป็นไปตามความตั้งใจของผู้กำหนดนโยบายก็น้อยตาม อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าค่านิยมทางการเมืองในการสนับสนุนจะมีมาก ก็ไม่ได้หมายความว่านโยบายดังกล่าวจะมีประสิทธิผลมากเพราะการสนับสนุนทางการเมืองที่มากพอเป็นสิ่งจำเป็น แต่ไม่ใช่เงื่อนไขของอิทธิพลสำหรับการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ

4. ความซับซ้อนในการบริหารงาน (Complexity of Administration) ความสัมพันธ์ของโครงสร้างองค์การและการบริหารงานการดำเนินนโยบายของแต่ละองค์การส่งผลต่อประสิทธิภาพในการนำนโยบายไปปฏิบัติ แต่ละหน่วยงานมีความคาดหวังต่อผลลัพธ์ในการนำไปปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายหรือประโยชน์ขององค์การที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ผู้บริหารควรวางแผนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ด้วยการพิจารณาการโครงสร้างองค์การด้วย และบังคับใช้นโยบายทั้งแบบแนวราบ (Horizontally) และแนวตั้ง (Vertically) เพราะบางหน่วยงานมีตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ความซับซ้อนการนำนโยบายไปปฏิบัติก็มักซับซ้อนมาก Greenwood R. (1979) เห็นว่า ความสัมพันธ์ของผู้กำหนดนโยบายและผู้นำนโยบายไปปฏิบัติสามารถสร้างผลกระทบกับประสิทธิภาพนโยบายที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ ถ้าหากมีความสัมพันธ์อันดี นโยบายที่นำไปปฏิบัติจะไม่เบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายของตัวนโยบายที่เคยกำหนดไว้ ดังนั้น การนำนโยบายไปปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ต้องคำนึงถึงลักษณะองค์การและดุลยพินิจของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งผู้กำหนดนโยบายและผู้มีอำนาจตัดสินใจนโยบายควรพิจารณาให้ดีในการประกาศใช้นโยบายในหน่วยงานที่มีโครงสร้างภายในองค์การที่มีความซับซ้อน และมีหน่วยงานใต้บังคับบัญชาหลากหลายต่อการควบคุม ซึ่งจะส่งผลให้วัตถุประสงค์ไม่ตรงตามความต้องการของนโยบาย อย่างไรก็ตาม สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2545) เห็นว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติจะสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ (Incentives for Implementers) ซึ่งผู้บริหารควรสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานให้กับผู้ปฏิบัติงาน แต่ในระบบราชการเองก็ยังเผชิญกับปัญหาผู้ปฏิบัติงานขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทำให้ผู้ปฏิบัติงานไม่มีแรงจูงใจทางด้านรางวัลและไม่ทราบถึงผลกระทบที่ตามมาหากปฏิบัติหน้าที่บกพร่อง แต่ถ้าหากพิจารณาในด้านธรรมชาติของมนุษย์ (Human Nature) มนุษย์ย่อมต้องการได้รับการชื่นชม และกำลังใจจากผู้อื่น จากการปฏิบัติหน้าที่ ดังนั้น บทบาทภาวะผู้นำของผู้บริหารจึงเป็นเรื่องสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน ผ่านการส่งเสริมขวัญกำลังใจให้ผู้ปฏิบัติรู้หน้าที่และมีพลังในการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (สมบัติ อารังธัญวงศ์, 2545)

Van Meter D. S. and Van Horn C. E. (1975) เห็นว่าข้อควรคำนึงในการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิภาพ ต้องคำนึงถึง 3 ประเด็น คือ การบริหารองค์การ ผลกระทบของนโยบาย และความสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ โดยการศึกษาผลลัพธ์ของนโยบาย และจุดประสงค์เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินประสิทธิผลของนโยบาย อีกทั้ง ความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับปัจจัยอีก 3 ประการ คือ กระบวนการสื่อความหมาย สมรรถนะขององค์การ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อนโยบายและผลการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายของนโยบาย ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรที่สำคัญ 6 ตัวแปร ได้แก่ (Van Meter D. S. and Van Horn C. E., 1975)

1) มาตรฐาน และวัตถุประสงค์ของนโยบาย (Policy Standard and Objectives) เมื่อกำหนดนโยบายเป็นที่เรียบร้อยแล้วมาตรฐานและวัตถุประสงค์ของนโยบายเป็นขั้นตอนแรกที่ต้องกำหนดให้ชัดเจน เนื่องจากนโยบายต้องมีวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรมและมีมาตรฐาน เพื่อให้การประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมาตรฐานและวัตถุประสงค์นโยบายจะต้องมีความสอดคล้องกับความเป็นจริงและมีความชัดเจน เพราะหากนโยบายปราศจากเป้าหมายและข้อกำหนดที่ชัดเจน ก็ไม่สามารถที่จะทราบผลสำเร็จหรือล้มเหลวจากการนำนโยบายไปปฏิบัติได้

2) ทรัพยากรของนโยบาย (Policy Resources) การให้ความร่วมมือกับผู้ที่เกี่ยวข้องในวงจรรนโยบาย และการจัดสรรงบประมาณ และสิ่งจูงใจของผู้ปฏิบัติงาน ส่งผลให้การดำเนินนโยบายเป็นไปได้ด้วยดีและเกิดประสิทธิผล

3) การสื่อสารระหว่างองค์การและการบังคับให้เป็นไปตามนโยบาย (Inter-Organizational Communication and Enforcement Activities) คือการทำความเข้าใจร่วมกันในตัวรายละเอียดนโยบาย เพื่อให้หน่วยงานกลางสามารถบังคับใช้นโยบายให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการกระจายงานไปยังหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องในทุกระดับได้ ซึ่งตัวชี้วัดในการสื่อสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องมีความชัดเจน ความเที่ยงตรง และมีการสื่อสารระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ โดยการสื่อสารที่สำคัญคือความช่วยเหลือจากระดับบนลงล่าง

4) ลักษณะของหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ (Characteristics of Implementing Agencies) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ต้องพิจารณาจากลักษณะโครงสร้างอย่างเป็นทางการขององค์การ และลักษณะอย่างไม่เป็นทางการขององค์การไปพร้อม ๆ กัน กล่าวคือ การมองโครงสร้างการบริหารงานภายใน เช่น งานทรัพยากรบุคคลในประเด็นปริมาณกำลังคน ความสามารถทักษะในแต่ละสายงาน ระดับการควบคุมตามสายบังคับบัญชา รวมถึงการพิจารณาความสัมพันธ์ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการระหว่างผู้ปฏิบัตินโยบาย และความอยู่รอดขององค์การ

5) เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง (Economic, Social, and Political Condition) เป็นมิติที่ส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่เป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่ต้องรับมือต่อความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ วัดจากระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละชุมชน ในแง่สภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เงื่อนไขทางสังคม วัดจากค่านิยมความเชื่อของคนใน คุณภาพชีวิต และความร่วมมือต่อการดำเนินนโยบาย เงื่อนไขทางการเมือง การสนับสนุนหรือคัดค้านต่อวัตถุประสงค์ของนโยบายจากกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ

6) ท่าทีของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ (disposition the implementers) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพราะถ้าหากวัตถุประสงค์ของตัวนโยบายไม่สอดคล้องต่อทัศนคติส่วนตัวของผู้ปฏิบัติ อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน ดังนั้น ควรนำผู้ที่เกี่ยวข้องมามีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบายตั้งแต่แรก เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ความเข้าใจต่อตัววัตถุประสงค์ของนโยบาย และทราบทิศทาง การตอบสนองต่อนโยบายโดยปราศจากอคติ

ซึ่งตัวแบบแนวคิดเป็นการชี้ให้เห็นถึงปัญหาและปัจจัยส่งเสริมที่สามารถนำพาให้นโยบายประสบความสำเร็จ โดยแบ่งตัวแปรออกตามปัญหาการนำนโยบายไปปฏิบัติ และได้ตั้งข้อสังเกตว่าการนำนโยบาย ปฏิบัติจะประสบความสำเร็จมากที่สุดเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงไม่มาก และผู้ที่เกี่ยวข้องต้องมีทัศนคติในเชิงบวกต่อจุดมุ่งหมายของนโยบายในระดับสูง

2.3.3 การประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ

Morell J. A. (1979) มองว่าการประเมินผลนโยบายสาธารณะมีจุดมุ่งหมายเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมจากการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชานโยบายสาธารณะและวิชาการวิจัยของ Wollmann H. (2006) โดยการประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถแบ่งได้เป็น 2 หลักการ ได้แก่ 1) เครื่องมือในการวัดผลการปฏิบัติงานหลังจากการบังคับใช้นโยบายสาธารณะ เพื่อประเมินกระบวนการและผลลัพธ์ในการกำหนดนโยบาย และ 2) เป็นขั้นตอนหนึ่งในการกำหนดนโยบาย เพื่อรายงานผลหรือข้อมูลไปยังผู้กำหนดนโยบายและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ในการกำหนดเป้าหมายการดำเนินนโยบายเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป ซึ่งมีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ให้คำนิยาม ดังนี้

เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ (2555) และ Suchman E.A. (1967) ได้กล่าวว่าการประเมินผลนโยบายสาธารณะ (Policy Evaluation) หรือการวิจัยประเมินผล (Evaluation Research) มีนัยยะที่เหมือนกัน ในการหาผลลัพธ์และแนวทางในการแก้ไขปัญหาของนโยบาย (Formative) หรือประเมินผลสรุป (Summative) ของนโยบายและโครงการ โดยการประเมินผลนโยบายสาธารณะสามารถแบ่งเป็นแผนงาน โครงการ หรือแยกย่อยออกเป็นงาน อย่างไรก็ตาม การประเมินผลนโยบายสาธารณะ หรือการวิจัยประเมินผล ได้ให้ความสำคัญในการประเมินที่แตกต่างกันออกไป โดยนโยบายสาธารณะจะให้ความสำคัญกับการประเมินรายละเอียดนโยบาย แผนงาน โครงการ แต่การวิจัยประเมินผลให้ความสำคัญกับระเบียบการวิจัยที่คำนึงถึงวิธีการ (Means) และการประเมินผลให้ความสำคัญกับการดูผลลัพธ์กิจกรรมว่าบรรลุตามเป้าหมายหรือไม่ (Ends) ทั้งนี้ Wholey (1970 อ้างถึงใน สุรศักดิ์ ชะมารัมย์, 2562) ได้ให้คำนิยามโดยขยายความว่าการประเมินผลนโยบายสาธารณะ เป็นการประเมินประสิทธิผลของแผนงาน โครงการ ว่าบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้ตั้งไว้ เช่นเดียวกับ Anderson (1983, อ้างถึงใน สุรศักดิ์ ชะมารัมย์, 2562) การกำหนดนโยบายสาธารณะเป็นกิจกรรมที่ต้อง

ขับเคลื่อนตามบริบทปัญหาของสังคม ดังนั้น การประเมินผลการนำนโยบายเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการแบบคู่ขนานในตอนนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อประมาณการงบประมาณ เพื่อให้ผู้ประเมินทราบถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนโยบายอย่างแท้จริง อีกทั้ง Dunn (1981, อ้างถึงใน สุรศักดิ์ ชะมารัมย์, 2562) การประเมินผลนโยบายเป็นการลงรายละเอียดการดำเนินงานของนโยบายซึ่งเป็นวิธีในการประเมินข้อดีข้อเสีย ว่าควรดำเนินการต่อหรือไม่

ดังนั้น การประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นแนวทางวัดผลสัมฤทธิ์หรือผลลัพธ์ การดำเนินงาน เพื่อประมาณการค่าใช้จ่ายทางด้านงบประมาณ และประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้กำหนดนโยบายนำมาพิจารณาปัจจัยการแก้ไขในการปรับใช้นโยบายสาธารณะนั้น ๆ ในแต่ละช่วงบริบทเวลาอย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิผลสูงสุดให้กับประชาชน โดยการประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ ควรพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติด้วย เพื่อวิเคราะห์ว่านโยบายมีแนวโน้ม หรือทำให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายของนโยบายหรือไม่

นอกจากขอบเขตการประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้วิจัยมองว่าการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายต้องระบุขอบเขตทางด้านระยะเวลาในการประเมินผลให้ชัดเจน โดยปัจจุบันการบริหารภาคงานภาครัฐ เป็นแบบกระบวนทัศน์ใหม่ (New Public Management) ให้ความสำคัญกับการบริหารงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result Base Management) วัฒนธวัฒน์ โอภาสวัฒนา (2555) กล่าวว่า การประเมินผลนโยบายสาธารณะสามารถวัดได้จากหลายขั้นตอนภายใต้วงจรนโยบาย แต่ขั้นตอนการประเมินผลหลังจากการนำนโยบายไปปฏิบัติจะเห็นข้อเท็จจริงได้มากที่สุด ในประเด็นผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข รวมถึงสะท้อนให้เห็นการทำงานของผู้กำหนดนโยบายสำหรับข้อมูลในการตัดสินใจมากขึ้น หากต้องการดำเนินนโยบายที่มีความสอดคล้องกันในอนาคต ซึ่งการประเมินผลนโยบายสามารถพิจารณาจากขั้นตอนวงจรนโยบาย ทั้งการประเมินผลก่อนเริ่มดำเนินงาน การประเมินผลในภาพรวม หรือการประเมินผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยวัดตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประเภทของการประเมินผลสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทตามช่วงระยะเวลา ดังนี้

1) การประเมินผลก่อนเริ่มการดำเนินการ (Preliminary Evaluation) เป็นการศึกษาถึงปัญหา อุปสรรค ปัจจัยเสี่ยง รวมถึงผลกระทบในการดำเนินนโยบาย ก่อนการกำหนดกระบวนการดำเนินงานให้เกิดความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณสูงสุด รวมถึงศึกษาผลกระทบหลังจากการประกาศใช้นโยบาย โดยต้องคำนึงถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2) การประเมินผลระหว่างการดำเนินงาน (Formative/Implementation Evaluation) เป็นการประเมินผลในระหว่างที่โครงการหรือกิจกรรมยังไม่สิ้นสุด โดยเป็นการตรวจสอบความคืบหน้า

ของแต่ละกิจกรรมเพื่อนำปัญหาที่เผชิญมาปรับปรุงและแก้ไขเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้น โดยไม่ควรถ่วงปัญหาที่เกิดขึ้นไว้นานเพราะอาจส่งผลกระทบต่อเป้าหมายที่กำหนดไว้ในโครงการ และยากต่อการแก้ไข

3) การประเมินผลเมื่อนโยบายสิ้นสุดลงแล้ว (Summative Evaluation) เป็นการประเมินผลการดำเนินงานการนำนโยบายไปปฏิบัติทั้งระบบ เพื่อหาข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินนโยบายครั้งต่อไปของผู้บริหาร เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องหรือการพัฒนาที่มีความเหมาะสมกับการดำเนินงานมากขึ้น

จะเห็นได้ว่า การประเมินผลการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ มีความสำคัญในการวัดผลลัพธ์ ในการดำเนินนโยบายของภาครัฐว่าก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพเพียงใด และสามารถแก้ปัญหาสาธารณะอย่างแท้จริงหรือไม่ อีกทั้ง ยังเป็นทางเลือกประกอบการตัดสินใจของผู้กำหนดนโยบาย ผู้บริหาร ผ่านการนำข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและครอบคลุมในทุก ๆ มิติ มาพิจารณาการใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดินของภาครัฐต่อไป

ขั้นตอนในการประเมินผลนโยบายสาธารณะ

โดยผู้วิจัยขอหยิบยกแนวคิดการประเมินผลนโยบายสาธารณะที่มีนัยยะไปในทิศทางเดียวกัน ในการพัฒนาการดำเนินงานจากการประเมินผลสัมฤทธิ์ อย่าง Jones (1977, อ้างถึงใน สุรศักดิ์ ชะมารัมย์, 2562) ได้กำหนดไว้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดรายละเอียด (Specification) กำหนดหลักเกณฑ์การประเมินให้ชัดเจน เนื่องจากรายละเอียดนโยบายและเป้าหมายที่ต้องการดำเนินการให้บรรลุผลมีความแตกต่างกันออกไป ดังนั้นควรกำหนดหลักเกณฑ์ว่าจะต้องประเมินอะไรให้ชัดเจน เช่น หากศึกษาประสิทธิผลของนโยบายของการส่งออก อาจประเมินจากผลลัพธ์การส่งออกของผู้ประกอบการในช่วงเวลาการดำเนินนโยบาย ดังนั้น การกำหนดรายละเอียดนโยบายที่ชัดเจนส่งผลให้ทราบถึงประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการประเมินที่ชัดเจนขึ้น

2) การวัดผล (Measurement) การวัดผลที่สามารถก่อให้เกิดประสิทธิผลต้องเป็นเครื่องมือที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประเมิน และเป็นการเก็บข้อมูลที่มีหลักเกณฑ์ ซึ่งอาจเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกิดจากความรู้สึกหรือความประทับใจที่ต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม การกำหนดหลักเกณฑ์การรวบรวมข้อมูลที่ชัดเจน จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้อง เที่ยงตรง และเชื่อถือได้

3) การวิเคราะห์ (Analysis) โดย (เยาวดี วิบูลย์ศรี, 2544) ได้แบ่งขั้นตอนการประเมินผลกระบวนการประเมินผลโครงการออกเป็น 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ 2) การกำหนดวัตถุประสงค์หลักเกณฑ์ของการประเมิน 3) การกำหนดขอบเขตของการประเมิน 4) การพิจารณากำหนดตัวบ่งชี้และแหล่งข้อมูล 5) การวิเคราะห์ข้อมูล และ 6) การสรุปผลการประเมิน ในแต่ละขั้นตอนมีสาระสำคัญโดยสังเขป ดังนี้

- 1) การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ก่อนการประเมินต้องศึกษาโครงร่างของโครงการ ที่นำเสนอก่อนขอการอนุมัติ พร้อมทั้งเอกสารรายงานความก้าวหน้าของโครงการ รายงานผลโครงการฉบับสมบูรณ์เมื่อสิ้นสุดโครงการ เป็นต้น โดยข้อมูลพื้นฐานที่ได้กล่าวมาจะช่วยให้ผู้ประเมินทราบถึงความเป็นมาขั้นตอนการปฏิบัติ รวมทั้งผลการดำเนินงานในภาพรวม ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการประเมินโครงการในภาพรวมต่อไป
- 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมิน ผู้ประเมินจะต้องเข้าใจหลักเกณฑ์และรายละเอียดโครงการ เพื่อตอบคำถามต่าง ๆ เช่น จะประเมินโครงการอะไร ประเมินทำไม ประเมินเพื่อใคร หรือใครเป็นผู้ใช้ผลการประเมินโดยผู้ประเมินต้องหาคำตอบให้ชัดเจนจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ได้แก่ เอกสารโครงการ รวมทั้งควรมีการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบผู้ดำเนินโครงการ และผู้สนับสนุนโครงการ
- 3) การกำหนดขอบเขตของการประเมิน ต้องเข้าใจขอบข่ายการประเมิน โดยผู้ประเมินต้องกำหนดกรอบให้ชัดเจน ทางด้านโครงการ พื้นที่ และกลุ่มตัวอย่าง ที่มีศักยภาพและไม่มีศักยภาพคละกันไป รวมถึงพื้นที่ที่มีปัญหา เพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการประเมิน อย่างเป็นรูปธรรมและเชื่อถือได้
- 4) การพิจารณากำหนดตัวบ่งชี้และแหล่งข้อมูล สามารถเป็นตัวบ่งชี้ในเชิงคุณภาพหรือปริมาณก็ได้ โดยเป็นขั้นตอนหลังจากการกำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ตรงตามเป้าหมายในการประเมิน โดยพิจารณาจากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ หรืออาจพิจารณาจากความคาดหวังของชุมชน สังคม และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการส่งผลการประเมิน ซึ่งในบางครั้งต้องอาศัยการพิจารณาจากความคาดหวังของชุมชน สังคม และผู้ใช้ผลประเมินโดยตรง
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นขั้นตอนที่เกิดหลังจากการเก็บข้อมูล โดยจะต้องพิจารณาให้ชัดเจนว่าข้อมูลที่เก็บได้นั้นเหมาะสมที่จะวิเคราะห์ในเชิงปริมาณด้วยค่าสถิติ หรือวิเคราะห์เชิงคุณภาพ
- 6) การสรุปผลการประเมิน เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการประเมินผลและสำคัญที่สุด เนื่องจากต้องนำผลข้อมูลที่ได้ไปประมวลเพื่อจัดทำรายงานสรุป เพื่อระบุถึงปัญหาของผลผลิตของโครงการ ระบุปัญหาและข้อจำกัดของโครงการ รวมถึงข้อเสนอแนะในการดำเนินโครงการ ในลักษณะเดียวกัน (สุรศักดิ์ ชะมารัมย์, 2562)

โดยผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าแนวคิดของ Jones สามารถปรับใช้ในการศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อน ประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 เนื่องจากมีรายละเอียดข้อมูลในการวิจัย และสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาในครั้งนี้

2.2 ประสิทธิภาพนโยบายสาธารณะ

2.2.1 ความหมายของประสิทธิผลการดำเนินนโยบายสาธารณะ

หลังจากได้ทราบขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติและการประเมินผลหลังการนำนโยบายไปปฏิบัติ ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาเรื่องประสิทธิผลของนโยบายสาธารณะนั้นจำเป็นที่จะต้องทราบความหมายของประสิทธิผล และแนวคิดในการประเมินประสิทธิผล เพื่อให้เข้าใจหลักเกณฑ์ และพิจารณาการใช้ตัวชี้วัดให้เหมาะสมกับการประเมินประสิทธิผลที่ต้องการศึกษา โดยให้ความสำคัญกับการประเมินประสิทธิผล (Effectiveness Evaluation) ทางด้านการประเมินตัวนโยบายว่าก่อให้เกิดผลลัพธ์ตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และส่งผลกระทบต่อบริบทสังคมอย่างไร โดยเอกสารวิชาการหลายฉบับที่ผ่านมา มักให้ข้อเสนอแนะว่าการประเมินประสิทธิผลโครงการที่ดีที่สุด คือ ช่วงระยะเวลาเมื่อสิ้นสุดลง และผ่านไประยะเวลาหนึ่ง แต่ในทางปฏิบัติ หน่วยงานมักประเมินประสิทธิผลของโครงการเมื่อโครงการนั้นสิ้นสุดลง ซึ่งผู้วิจัยจึงได้รวบรวมและนำเสนอความหมายของประสิทธิผลไว้ ดังนี้

ความหมายของประสิทธิผล

Daft R.L. (2001) ได้ให้คำนิยามของคำว่าประสิทธิผลจากความสำเร็จในการบริหารทรัพยากรภายในองค์กรอย่างมีคุณค่า และมีการจัดการองค์การที่มีการจัดการภายในที่ดี ผู้ปฏิบัติงานเกิดความสุขและพึงพอใจในงานที่ทำ และเกิดความสามัคคีทำให้เกิดผลผลิต (Outcome) สูงสุด เช่นเดียวกับ Robbins S.P. (2000) นิยามประสิทธิผล เป็นสิ่งที่องค์การต้องทำเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ระยะสั้นและระยะยาว โดยพิจารณาจากผลลัพธ์และกระบวนการ ศุภชัย ยาวะประภาส (2540) นิยามประสิทธิผล หมายถึง ศักยภาพหรือความสามารถที่หน่วยงาน ๆ หนึ่ง สามารถดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนโยบาย (พิทยา บวรวัฒนา, 2552a) นิยามประสิทธิผลเป็นเรื่องการประเมินผลการปฏิบัติงานว่าดำเนินการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ ทิพาวดี เมฆสุวรรณ (2544) ได้ให้นิยามของประสิทธิผลในมุมมองของการบริหารโครงการ ในการเปรียบเทียบวัตถุประสงค์กับผลลัพธ์ของโครงการ ว่าโครงการนั้น ๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ล่วงหน้า ตามที่คาดการณ์ไว้ในวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างไร (ติน ปรัชญพฤทธิ, 2552) ให้นิยามประสิทธิผล ในแง่ของผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายได้เพียงไหน

ถวัลย์รัฐ วรเทพพิณพงษ์ (2540) ประสิทธิภาพเกิดจากการประเมินความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์การ โดยผู้ปฏิบัติงานต้องทราบถึงขั้นตอนการดำเนินงาน คาดการณ์ผลลัพธ์ที่พึงได้ ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น เพื่อนำมาปรับใช้กับการทำงาน โดยความสำเร็จของงานหรือนโยบายสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1) งานประจำ (Routine) เป็นการประเมินผลงานประจำปีเพื่อ

วัดผลการปฏิบัติงานว่าสิ่งที่ทำบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้เพียงใด คุณภาพของงานตอบโจทย์เป้าหมายที่ได้กำหนดหรือไม่ เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหา และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด และ 2) งานโครงการ เป็นผลจากการประเมินงานประจำ เพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจว่าโครงการเหล่านั้นควรดำเนินการต่อหรือไม่ สามารถบรรลุเป้าหมายอย่างน้อยเพียงใด คัดค้านการใช้จ่ายงบประมาณแค่ไหน ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ไขเพื่อหาแผนสำรองมาทดแทนช่องว่างที่ไม่ได้ก่อให้เกิดประสิทธิผล เหมาะสม และถูกต้อง โดยการพัฒนาการประเมินโครงการเมื่อเผชิญกับปัญหา มีแนวทางการดำเนินงาน 4 ส่วน ดังนี้

- 1) การประเมินงานเพื่อพัฒนาเรื่องงานที่มีอยู่ให้เกิดคุณภาพ ทางด้านการใช้จ่ายงบประมาณ การบริหารงานที่คำนึงถึงประชาชนเป็นหลักว่าจริงหรือไม่ ซึ่งการประเมินผลงานนั้นสามารถสร้างผลตอบแทนในรูปแบบของทั้งวัตถุ หรือผลตอบแทนที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น ความพึงพอใจของประชาชนในการเข้ารับบริการ
- 2) การประเมินผลงานเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นความบกพร่องทางด้านความรู้ในการปรับตัวต่อความท้าทายในการทำงานของโลกยุคปัจจุบัน ทางด้านความสามารถต่าง ๆ จะได้หาทางส่งเสริมให้บุคลากรเหล่านั้นได้มีการพัฒนา หรือมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนงานเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและค้นหาตนเองในทางที่ถนัด และส่งเสริมในการฝึกอบรมทักษะใหม่ ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม
- 3) การประเมินผลจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เมื่อมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ ผู้ที่เกี่ยวข้องจะเกิดความไว้วางใจกับหน่วยงานว่ามีคุณภาพ น่าเชื่อถือ และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับองค์กรอื่น ๆ
- 4) การประเมินผลจะก่อให้เกิดความยุติธรรม ซึ่งถือเป็นหนึ่งในปัจจัยการขับเคลื่อนงานที่สำคัญ ซึ่งเป็นกำลังใจให้กับผู้ปฏิบัติงานพัฒนาตนเอง เพื่อสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน โดยมีเกณฑ์ วิธีการ ระบบการประเมินที่มีความเท่าเทียม (โอภาส มีเชาว์, 2561)

2.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบาย

การกำหนดนโยบายสาธารณะมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงทางด้านการแก้ไขปัญหาสังคมให้ดีขึ้น ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดประสิทธิผลสูงสุดในการบรรลุวัตถุประสงค์นั้น ต้องอาศัยการประเมินผลที่เป็นระบบแบบแผน เพื่อหาจุดบกพร่องและนำมาปรับแก้ในตัวรายละเอียดนโยบาย กระบวนการดำเนินงานแผนงานต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้ตัวบทนโยบายซึ่งสามารถประเมินผลได้สามระยะเวลา พร้อมทั้งคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายตามแนวคิดของ Banner, Doctors, and Gordon (1975, อ้างถึงใน เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ (2555) ดังนี้

1) งบประมาณในการจัดทำโครงการเพื่อตอบสนองนโยบาย อย่างที่ทราบกันดีว่างบประมาณแผ่นดินมีอยู่อย่างจำกัด ที่ผ่านมาจึงเกิดการจัดสรรงบประมาณอย่างไม่เป็นธรรมเพื่อพวกพ้องและรักษาผลประโยชน์ของตนเอง ประกอบกับสถานการณ์ภัยคุกคามระหว่างประเทศ ส่งผลให้งบการจัดซื้ออาวุธกระทรวงกลาโหมมียอดสูงขึ้น ในทางกลับกันงบประมาณในการแก้ไขสังคมมีอยู่อย่างจำกัด การประเมินผลนโยบายสาธารณะจึงมีความสำคัญในการเป็นตัวกำหนดการจัดสรรงบประมาณของประเทศ

2) การมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกภาคส่วน เริ่มเห็นข้อบกพร่องการบริหารจัดสรรงบประมาณอย่างไม่สมเหตุสมผล ผู้มีอำนาจในระบบการเมืองมีบทบาทในการกำหนดนโยบายเพียงไม่กี่คน ประชาชนจึงเห็นว่ารัฐบาลควรมีการประเมินผลนโยบายสาธารณะที่ได้นำมาปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

3) บริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลง จากบริบทโลกอยู่ในสภาวะหมู่บ้านโลก (Global Village) ความเชื่อมโยงของการบริหารและผู้มีส่วนได้เสียที่ซับซ้อนขึ้น ปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นจึงส่งผลกระทบในวงกว้าง โดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ส่งผลให้การแก้ไขปัญหาเชิงนโยบายมีความซับซ้อนตาม เมื่อกลไกการแก้ไขปัญหาผ่านนโยบายสาธารณะไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ ก็ต้องเกิดการปฏิรูปการบริหาร ไม่ใช่การแก้ไขพฤติกรรมหรือทัศนคติรายบุคคล ซึ่งการปฏิรูปก็ต้องอาศัยการประเมินผลเพื่อชี้จุดบกพร่อง ของปัญหาในสังคม ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาทางสังคม และปัญหาทางเศรษฐกิจ

4) โครงสร้างของหน่วยงานภาครัฐ ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างให้เกิดความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยเน้นการให้สิทธิประชาชนเข้ามามีบทบาทในโครงการไปพร้อม ๆ กับการขยายตัวของโครงการ เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพความเป็นมืออาชีพในการทำให้โครงการประสบความสำเร็จ

5) การรับรู้ของภาคประชาชน ปัจจุบันสังคมมีความซับซ้อนขึ้น ความอดทนต่อความไม่เท่าเทียมหรือความไม่ยุติธรรมน้อยลง ส่งผลให้ประชาชนมองว่าข้าราชการมีอภิสิทธิ์ทำอะไรเอื้อต่อผลประโยชน์ของพวกพ้อง ขาดความน่าเชื่อถือ ไม่มีคุณภาพในการปฏิบัติงานเพราะถือประโยชน์ส่วนตัวเป็นหลัก ซึ่งโดยหลักการการให้บริการประชาชนเป็นหน้าที่สิทธิสาธารณะที่พึงปฏิบัติ

2.2.3 การวัดประสิทธิผลการดำเนินนโยบายสาธารณะ

สุดท้ายแล้วการวัดประสิทธิผลของนโยบายเป็นการตรวจสอบผลลัพธ์ของตัวนโยบายว่าตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้หรือไม่ และก่อให้เกิดผลกระทบอย่างไร ซึ่งสามารถวัดผลลัพธ์ได้ 3 ช่วงเวลา ได้แก่ การประเมินผลก่อนเริ่มการดำเนินการ การประเมินผลระหว่างการดำเนินงาน การประเมินผลเมื่อนโยบายสิ้นสุดลงแล้ว โดยส่วนใหญ่นิยมวัดประสิทธิผลของนโยบายเมื่อสิ้นสุดลง

โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดโมเดลการประเมินแบบซิป (CIPP Model) ของ Stufflebeam เพราะเป็นโมเดลที่ได้รับความนิยมและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายโดยแนวคิดของ Stufflebeam เน้นการกำหนดบทบาทการทำงานระหว่างฝ่ายประเมินกับฝ่ายบริหารอย่างชัดเจน โดยมองว่าฝ่ายประเมินมีหน้าที่ระบุความสำคัญของปัญหา จัดหาสรรทรัพยากร และนำเสนอข้อมูลที่ได้รับให้กับฝ่ายบริหาร เพื่อนำไปประเมินผลการปฏิบัติงานหรือปัญหาต่าง ๆ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม การแบ่งแยกการบริหารยังเผชิญกับปัญหาทางด้านการตัดสินใจอย่างไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการมีอคติในการประเมิน Stufflebeam ได้กำหนดประเด็นการประเมินออกเป็น 4 ประเภทตามอักษรภาษาอังกฤษ ในรูปแบบที่เรียกว่า CIPP MODEL ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การประเมินสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation : C)

การก่อตั้งนโยบายสาธารณะเกิดจากปัญหาสาธารณะที่ส่งผลกระทบในวงกว้าง โดยการประเมินสิ่งแวดล้อมเป็นการประเมินก่อนการดำเนินการ โครงการ เพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผล ความจำเป็นที่ต้องดำเนิน โครงการ ประเด็นปัญหา และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการว่าสามารถแก้ไขปัญหาที่สถานการณ์นั้น ๆ ได้มากน้อยเพียงใด

2. การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation : I)

หลังจากที่เรากำหนดนโยบายและประเมินสภาวะแวดล้อมเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของการดำเนินโครงการบนพื้นฐานของความเหมาะสม โดยมุ่งหวังให้เกิดประสิทธิผลและผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ เพื่อนำไปกำหนดค่าใช้จ่ายงบประมาณ บุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ ต่อไป

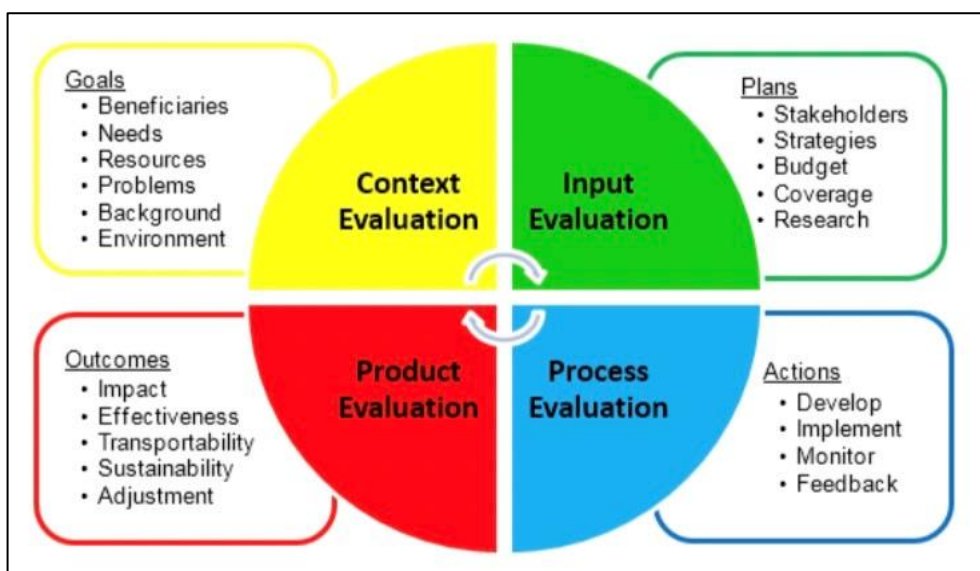
3. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P)

เป็นหน้าที่ของฝ่ายประเมินในการรวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการในการแก้ไข ปรับปรุง ให้การดำเนินการช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น พร้อมทั้งเป็นการตรวจสอบพิจารณาการดำเนินงานกิจกรรมว่ามีความเหมาะสมทางด้านเวลาและทรัพยากรที่ใช้ในโครงการมากน้อยเพียงใด รวมถึงการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องภายในองค์การที่ต้องบันทึกไว้เป็นหลักฐานในทุก ๆ ขั้นตอน เพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็งของการดำเนินโครงการว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือไม่ ซึ่งการประเมินกระบวนการโครงการต้องศึกษาระหว่างการดำเนินโครงการนั้น ๆ

4. การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P)

ตามแนวคิดดังกล่าวการประเมินผลผลิตในเชิงเปรียบเทียบเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหาร โดยเป็นการเปรียบเทียบผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับที่เกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้ เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจว่าควรดำเนินนโยบายหรือแก้ไขจุดบกพร่องใด อย่างไรก็ตาม การประเมินผลแบบนี้ไม่ได้ให้ความสนใจต่อเรื่องผลกระทบ (Impact) และผลลัพธ์ (Outcomes) ของนโยบาย แผนงานและโครงการอย่างเป็นรูปธรรม

ภาพที่ 4 องค์ประกอบของ CIPP Model



ที่มา : (Yale Poorvu Center for Teaching and Learning, 2020)

ตารางที่ 3 ตัวชี้วัดตามโมเดล CIPP โดยผู้วิจัย

การประเมิน	ตัวชี้วัด
สภาพแวดล้อม	ความเหมาะสมในการดำเนินนโยบายตอบสนองต่อปัญหา
ปัจจัยนำเข้า	ความเหมาะสม ทรัพยากร การวางแผนการดำเนินงาน
กระบวนการ	ความเหมาะสมทางการดำเนินงาน
ผลผลิต	ผู้ประกอบการสามารถส่งออกได้มากขึ้น

2.3 การส่งออกและปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนการส่งออก

2.3.1 การส่งออกอาหารและปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหาร

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรในภาคเกษตรกรรม เป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของโลก ส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารไทย เป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก วัตถุดิบอาหารไทยจึงได้รับความนิยมและการยอมรับอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ และมีความต้องการสูงในตลาดโลกจากคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า แต่การส่งออกอุตสาหกรรมอาหารยังต้องอาศัยหลายปัจจัยในการขับเคลื่อน โดยในปัจจุบันในภาคอุตสาหกรรมอาหารยังเผชิญกับปัญหาทั้งปัจจัยภายในประเทศ และระหว่างประเทศ ด้าน

ประเด็นเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ดังนั้น การปรับตัวของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถยกระดับศักยภาพการส่งออกขงประเทศไทย โดยสามารถอธิบายภายใต้ประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ด้านมาตรการกฎระเบียบ

1) การควบคุมการนำเข้าของประเทศคู่ค้า ที่ผ่านมามาตรการนำเข้าสินค้าประเทศปลายทางมีความเข้มงวดมากขึ้น เนื่องจากหลาย ๆ ประเทศหันมาให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางด้านอาหาร (Food Safety) ในกลุ่มสินค้าอาหารแปรรูปเนื่องจากส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคโดยตรง ประกอบกับปัญหาระหว่างประเทศที่เกิดขึ้น เช่น ความขัดแย้งระหว่างประเทศรัสเซียและยูเครน ส่งผลต่อการนำเข้าส่งออกปุ๋ยทำให้ต้นทุนสินค้าเกษตรปรับตัวสูงขึ้น จึงเกิดการแข่งขันทางการค้าที่รุนแรงขึ้น ทำให้มีการออกกฎระเบียบต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวต่อบริบทโลก โดยการออกกฎระเบียบในเวทีระหว่างประเทศนั้น มักเกิดข้อสงสัยว่าการบังคับใช้เป็นการกีดกันทางการค้าทางอ้อม หรือเพื่อคุ้มครองความสะอาดและปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นเหตุผลหลัก

2) มาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีและการบังคับใช้ภาษีในผลิตภัณฑ์บางชนิด ได้แก่ มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด ผ่านการตั้งราคาขั้นต่ำของสินค้า มาตรการสุขอนามัย โดยการส่งออกสินค้าไปยังประเทศปลายทางจะมีการตรวจสอบสินค้าในระยะเวลานาน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมส่งผลให้ต้นทุนของราคาสินค้าเพิ่มขึ้น และมาตรฐานสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นข้อกำหนดที่แต่ละประเทศกำหนดขึ้นมา เช่น สินค้ากึ่งไทยกับปัญหาการทุ่มตลาด (Anti-dumping) ในสหรัฐอเมริกา และที่ผ่านมามาตราดในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ได้บังคับใช้มาตรการที่ใช้ภาษีและไม่ใช้ภาษี ในการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในด้านแรงงาน วัตถุดิบ ชีพพลายเซน บรรจุภัณฑ์ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีการยกระดับคุณภาพสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

3) กฎเกณฑ์และข้อตกลงระหว่างรัฐบาลของประเทศคู่ค้า ผ่านการทำสัญญาและข้อตกลงระหว่างประเทศในรูปแบบของ FTA (Free Trade Agreement) หรือข้อตกลงแบบทวิภาคี (Bilateral) และ พหุภาคี (Multilateral Agreements) ซึ่งมีผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เช่น การกำหนดโควตาการส่งออก หรืออัตราภาษีที่มีการบังคับจัดเก็บ ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการเสียเปรียบคู่แข่งในตลาดต่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561)

ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

1) อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนต่างประเทศ การผันผวนของค่าเงินบาทส่งผลต่อราคาซื้อขายสินค้าอาหาร เพราะเนื่องจากวัตถุดิบ (Commodity Food) มักเป็นการซื้อขายล่วงหน้าหากค่าเงินแข็งในการลงนามสัญญาสั่งซื้อ บริษัทได้รับสินค้าบริโภคในราคาถูก ได้กำไรสูงขึ้นหลังจากการนำไปแปร อย่างไรก็ตาม การที่ค่าเงินบาททรงตัวไม่ผันผวนตามวิกฤตต่าง ๆ จะสร้างความเชื่อมั่น

ให้กับนักลงทุนได้มากกว่า แต่ในปัจจุบัน ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นส่งผลให้นักลงทุนหันมาสนใจตลาดประเทศไทยและตลาดเอเชียที่มากขึ้น

2) ราคาพลังงาน เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมทุกประเภท หากราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้นก็จะส่งผลต่อต้นทุนในการผลิต และระบบโลจิสติกส์ ทำให้ภาพรวมการส่งออกชะงักตัว เพราะประเทศคู่ค้าหันไปซื้อขายกับประเทศที่มีวัตถุดิบที่ต้นทุนราคาต่ำกว่า ถึงแม้ว่า จะมีการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจหลังการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด-19 แต่ยังคงมีการปรับลดกำลังการผลิตน้ำมันดิบลงมาอยู่ที่ระดับ 7.2 ล้านบาร์เรลต่อวัน หรือ 7% ของความต้องการใช้น้ำมันของโลก ดังนั้น ราคาพลังงานยังคงมีที่ท่าที่จะปรับสูงขึ้น

3) เสถียรภาพทางการเมือง การบริหารงานของรัฐบาลเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุนต่างชาติ ทั้งในแง่การบริหารงบประมาณรายจ่ายประจำปีในการนำเงินไปลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ และมาตรการทางด้านภาษี ดอกเบี้ย ในการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง ในระบบเศรษฐกิจ และการบริหารของแต่ละบริษัท เพราะในการขนส่งแต่ละครั้งต้องอาศัยต้นทุนเป็นจำนวนมาก เช่น ค่าการวางระวางเรือ เป็นต้น

4) การเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพภูมิอากาศ และสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ ซึ่งนำไปสู่ผลกระทบทางด้าน วัตถุดิบ ฐานการผลิต และระบบโลจิสติกส์ ในระบบการส่งออก อันได้แก่ อุทกภัย ภัยแล้ง หรืออัคคีภัย ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมและปศุสัตว์ ที่เป็นฐานการผลิตสำคัญในการนำไปต่อยอดแปรรูปอาหารในภาคอุตสาหกรรม รวมถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดส่งผลให้ระบบโลจิสติกส์มีความล่าช้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การขนส่งสินค้า (ธนาคารกรุงเทพ, 2564)

การปรับตัวของผู้ประกอบการต่อเทรนด์โลก

ด้วยบริบทความท้าทายที่เปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ในประเทศและระหว่างประเทศส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องกลับมาทบทวนการดำเนินธุรกิจของตนเอง ตั้งแต่การบริหารงานทางการเงิน ให้สอดคล้องต่อความท้าทายในแต่ละบริบท ในการลดต้นทุนการผลิต และหวังผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น ทางด้านกระบวนการผลิต กลยุทธ์การขายสินค้าให้ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่รักสุขภาพ และมีช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงประโยชน์ และจุดประสงค์ของสินค้านั้น ๆ พร้อมทั้ง ปรับโฉมการดำเนินงานของบริษัทให้เกิดความยืดหยุ่นมากขึ้น ในแง่การบริหารงานบุคคลโดยการทำการอบรมพนักงานให้เข้าใจเป้าหมายในการประกอบธุรกิจประเภทอาหารนั้นอย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานใส่ใจขั้นตอนการผลิตให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และวางแผนฟื้นฟูธุรกิจในการเพิ่มทักษะเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ผ่านการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำงานทางไกล การทำงานจากที่บ้าน (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2563) หากมองทางด้าน

การผลิตที่ผ่านมาอุตสาหกรรมอาหารเป็นการผลิตส่งออกสินค้าอาหารที่มีลักษณะที่แปรรูปขั้นต้น มีมูลค่าน้อย ส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดการค้าระหว่างประเทศได้อย่างเต็มศักยภาพ ปัจจุบันจึงมีการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาปรับใช้ในกระบวนการผลิตโดยการเพิ่มสารอาหารที่มีคุณค่า หรือตัดสารพิษที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายออก ที่เรียกกันว่า อาหารฟังก์ชัน (Functional Food) หรืออาหารเฉพาะทาง ที่ตอบสนองต่อความต้องการตลาดคนรักสุขภาพและรับมือกับสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น เช่น อาหารสำหรับผู้สูงอายุ อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเพื่อนักกีฬา ที่นำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้เพื่อสร้างมูลค่า และได้รับความนิยมน้อยอย่างแพร่หลาย (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) ซึ่งอาหารรักสุขภาพมีแนวโน้มสินค้าที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2564 เนื่องจาก พวกกลุ่มสินค้ากลุ่มโปรตีนจากพืช สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ทดแทนจากทั้งสัตว์ อาหารทะเล พร้อมทั้งตอบโจทย์คนรักสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีกระบวนการผลิตที่รักสิ่งแวดล้อม ลดการสูญเสีย ไม่ก่อให้เกิดขยะ ในการนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของคนรุ่นใหม่ (ธนาคารกรุงเทพ, 2564)

อีกทั้ง ศุภชัย เหมือนโพธิ์ (2565) มองว่าศักยภาพของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (Personal Entrepreneurial Characteristics; PECs) ต้องประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ดังนี้

1) ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (Achievement Competencies) ในการแสวงหาโอกาสในการหาความรู้ใหม่ ๆ มาปรับปรุงธุรกิจ สร้างสรรค์โอกาสใหม่ ๆ ไปพร้อมกับการใช้สติปัญญาความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบที่มีต่องานของตนเอง และบุคคลรอบตัวซึ่งจะก่อให้เกิดความผูกพันต่อเป้าหมาย ทำให้ผู้ประกอบการทุ่มเทกับงาน พร้อมทั้งจะเผชิญกับอุปสรรคความท้าทายในการปฏิบัติงานก็ตาม และผลผลิตที่ได้ก็จะได้ผลผลิตตั้งใจปรารถนา

2) ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies) การตั้งเป้าหมายของบริษัทให้สอดคล้องกับความถนัดของตัวผู้ประกอบการ และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อการวางแผนติดตามอย่างเป็นระบบ ในการวิเคราะห์ปัญหาที่บริษัทต้องเผชิญ และหาแนวทางแก้ไขอย่างทันที่ พร้อมทั้งผู้ประกอบการ ต้องมีลักษณะที่เป็นคนแสวงหาความรู้หาข้อมูลทางด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ และการเมือง หรือเข้าอบรมสัมมนา ในการวิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างถูกต้อง

3) ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies) คือ การที่ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในตัวเองในการเข้าสังคม เพื่อสร้างเครือข่ายในการต่อยอดทางธุรกิจ ผ่านการเชื่อมโยงความถนัดของแต่ละบริษัทในการบูรณาการและพัฒนาศักยภาพ ในการสร้างแรงจูงใจต่อผู้เข้าร่วมงาน

2.3.2 ตัวอย่างการส่งออกสินค้าที่ประสบความสำเร็จของประเทศไทยและปัจจัย

ปัจจุบันสินค้าภาคอุตสาหกรรมอาหารของไทย ไม่ว่าจะเป็นสินค้าเกษตรซึ่งจัดอยู่ในประเภท Commodity Food อันได้แก่ ผักสด ผลไม้สด เครื่องเทศสมุนไพร รวมถึงสินค้าเกษตรแปรรูป ประเภทซึ่งจัดอยู่ในประเภท (Functional Food) เครื่องดื่ม นมและผลิตภัณฑ์ ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เครื่องปรุงรสอาหาร ตลอดจนสินค้า ปศุสัตว์ อย่างเช่น ไก่สดแช่แข็ง เป็นที่นิยมและมีมาตรฐานการผลิตเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในต่างประเทศเพิ่มขึ้น ประกอบกับความต้องการสินค้าในตลาดโลก มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารของไทย โดยผู้วิจัยจะพูดถึง สินค้าอาหารในภาพรวมภายใต้การใช้ FTA และยกตัวอย่างความได้เปรียบของการส่งออกอาหารแช่แข็ง ของไทยในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร

โดยที่สินค้ากลุ่มอาหารที่มีการส่งออกไปยังประเทศคู่ FTA ขยายตัวได้ดี ในช่วง 6 เดือนของ ปี 2564 ได้แก่ 1) ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง มูลค่า 3,215 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 43 2) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง มูลค่า 2,012 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 46 3) ไก่แปรรูป มูลค่า 1,256 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 3 4) ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่น ๆ มูลค่า 1,138 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 4 5) เครื่องดื่ม มูลค่า 1,063 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 9 6) ผลไม้ กระป๋องและแปรรูป มูลค่า 923 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 8 7) ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ มูลค่า 558 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 239 8) ไก่สด แช่เย็นแช่แข็ง มูลค่า 483 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 5 9) เครื่องปรุงรสอาหาร มูลค่า 464 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัว ร้อยละ 14 และ 10) ผักสด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง มูลค่า 192 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารของไทยในปี 2565 จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่คลี่คลายลง แต่มีประเด็นข้อ ขัดแย้งรัสเซียยูเครนและเศรษฐกิจโลกที่ซบเซาลง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อคำสั่งซื้อสินค้ากลุ่มอาหารของไทย ในอนาคตหากสถานการณ์ยังไม่คลี่คลาย อย่างไรก็ตาม โรงงานแปรรูปอาหาร โดยเฉพาะอุตสาหกรรม แปรรูปอาหารทะเลที่เน้นผลิตเพื่อการส่งออก เช่น กุ้ง ปลาทะเล ซึ่งจะกระทบ ต่อกลุ่มสินค้าอาหาร ส่งออกที่ใช้ปัจจัยการผลิตภายในประเทศในสัดส่วนที่สูง ยังคงขับเคลื่อนได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจน ปัจจัยด้านต้นทุนค่าขนส่งทางเรือที่เพิ่มสูงขึ้นจากปัญหาการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์และค่าระวาง เรือที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งภายในประเทศที่มาจาก การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ในตลาดโลก ประกอบกับปัจจุบันผู้บริโภคจะหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพ โดยหันมาบริโภคอาหาร เพื่อสุขภาพมากขึ้น รวมถึงคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรวิเคราะห์

ทิศทาง และแนวโน้มของตลาด ความนิยม และพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า รวมถึงการพัฒนาสินค้ากลุ่มอาหารเพื่อตอบโจทย์กระแสรักสุขภาพและขยายสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น ตลอดจนภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จาก FTA ในการเพิ่มโอกาสและศักยภาพในการส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารของไทยไปยังตลาดประเทศคู่ FTA และการสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาและยกระดับสินค้ากลุ่มอาหารของไทยสู่ตลาดโลก และสามารถครองส่วนแบ่งตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ทางการค้า, 2565)

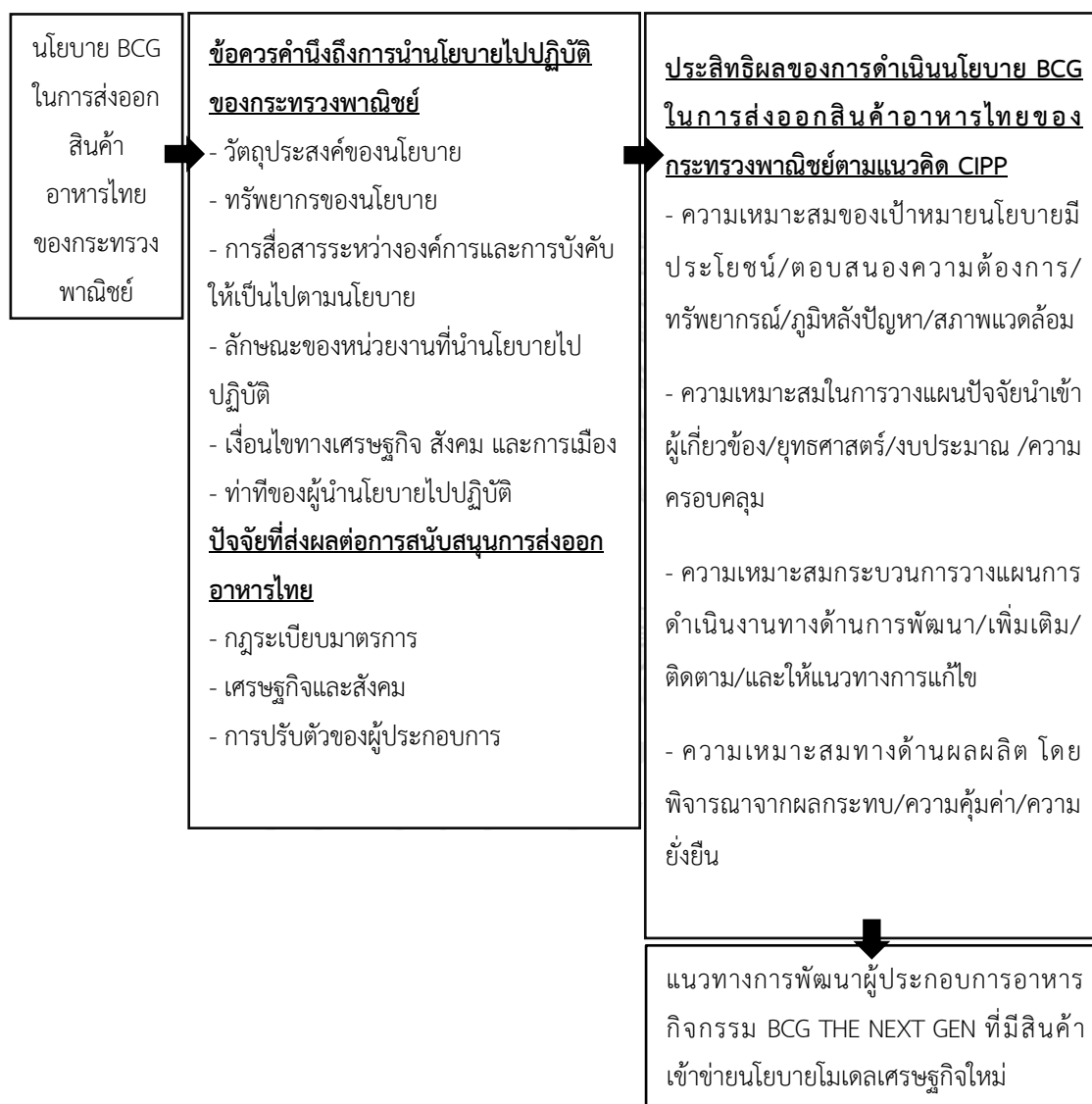
การส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง

ถือเป็นอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่สร้างมูลค่ารายได้มหาศาลให้กับประเทศ แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาด้านวัตถุดิบ ปัญหาด้านแรงงาน ปัญหาทางการตลาดและอุปสรรคทางเทคนิคต่อการค้า ผู้วิจัยจึงยกกรณีศึกษาผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งของผู้ประกอบการในเขตสมุทรสาคร เนื่องจากจังหวัดสมุทรสาครนั้นเป็นจังหวัดชายทะเลจึงมีศักยภาพหรือความสามารถในการจับสัตว์น้ำทางทะเลได้เป็นจำนวนมาก โดยสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการส่งออกอาหารทะเลแช่แข็งมากที่สุดคือปัจจัยทางด้านต้นทุนที่มีราคาถูก (Low-cost leadership strategy) รองลงมา คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy) และด้านที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือการมุ่งเน้นตลาดเป้าหมายโดยเฉพาะ (Focus strategy) โดยผู้ประกอบการแต่ละบริษัทก็ให้ความสำคัญในแต่ละด้านที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามทางด้านประเด็นความแตกต่างการจัดตั้งองค์กร จำนวนเงินทุนเริ่มต้นของบริษัท ระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ จำนวนพนักงานในปัจจุบัน ไม่ได้ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกอาหารทะเลที่เพิ่มมากขึ้น แต่ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมมีผลต่อการได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดคือความสามารถของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) รองลงมาคือการเมืองและการปกครอง (Political and Legal) และด้านที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือเทคโนโลยี (จิราพรพรณ สุกุลลิม, 2558)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสนับสนุนในการส่งออกอาหาร คือ การรับมือต่อสถานการณ์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป และการบริหารจัดการของผู้ประกอบการในการรับมือต่อบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการบริหารจัดการองค์กร ด้านการปรับปรุงคุณภาพสินค้าเพื่อให้สอดคล้องต่อกลุ่มประเทศเป้าหมายในการส่งออกสินค้า รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความต้องการสินค้าในตลาดโลกที่ตอบสนองเทรนด์ตลาด แต่สินค้าประเภทอาหารยังติดปัญหาเรื่องขั้นตอนในการส่งออกที่ต้องผ่านกฎระเบียบและมาตรการทางด้านคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะสินค้าเกษตร รวมถึงกระบวนการผลิตที่ต้องตามหลักอนามัยของประเทศปลายทาง

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำมาสู่การตอบคำถามการวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลการนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มาปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับแผนงานกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการยกระดับกลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN ในการส่งออกอาหาร สามารถสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ ดังนี้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาประสิทธิผลในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการส่งออกอาหารไทยกลุ่ม BCG THE NEXT GEN ผู้วิจัยมีการวางแผนทางการศึกษาแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับนำไปใช้วิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่วัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในการส่งออกสินค้าอาหารไทยของกลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN และหาแนวทางการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าว โดยดำเนินการศึกษาหัวข้อดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจมาปรับใช้ให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมและภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ภายใต้ขอบเขตผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในกลุ่มสินค้าอาหาร และผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ BCG THE NEXT GEN ซึ่งผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเป้าประสงค์ (Purposive Sampling) โดยเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายในการศึกษาวิจัย (คณะกรรมการจัดการความรู้, 2562)

3.1.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ปฏิบัติงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องเชิงนโยบาย

จำนวน 4 ราย ได้แก่

- ผู้ปฏิบัติงานดำเนินแผนงานนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ 2 รายในระดับปฏิบัติการ และระดับชำนาญการพิเศษภายใต้สำนักพัฒนายุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีภารกิจในการจัดทำยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายการให้บริการหน่วยงาน ตัวชี้วัดทางด้านกลยุทธ์ ผลผลิต ภายใต้กิจกรรมกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนบริหารราชการแผ่นดิน และยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์

- ผู้จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกอาหารภายใต้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ 1 ราย จากสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า เนื่องจากเป็นสำนักงานที่นำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มาปรับใช้ในทุก ๆ สินค้า และเป็นผู้ดำเนินการจัดทำกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ตั้งแต่ต้นจนจบ
- เจ้าหน้าที่จากสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จำนวน 1 ราย โดยเป็นเจ้าหน้าที่ติดตามและประเมินผลการดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทางด้านนโยบาย แผนงาน และโครงการพัฒนาที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อการพัฒนาประเทศในภาพรวม รวมทั้งให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเร่งรัด ปรับปรุง หรือเลิกล้มโครงการพัฒนาอันหนึ่งอันใดเมื่อเห็นสมควร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN จำนวน 2 บริษัท

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้แบ่งกลุ่มส่งเสริมการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารภายใต้แนวคิดนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ที่เรียกว่ากิจกรรม BCG THE NEXT GEN โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 บริษัท ดังนี้

- บริษัท ทีเอสซี (ประเทศไทยจำกัด) เป็นบริษัทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ผลิตขึ้นจากข้าวท่อนอินทรีย์หัก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการแปรรูปสร้างมูลค่าจากข้าวที่เป็นสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญต่อรายได้มวลรวมของประเทศ และได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย
- บริษัท สยาม คอนซูเมอร์โปรดักส์ จำกัด เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารจากพืชในรูปแบบอาหารทะเลแช่แข็งที่ทำจากพืช ซึ่งการส่งออกอาหารทะเลแช่แข็ง หรือไก่แช่แข็งเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับต้น ๆ ในการส่งออกอาหาร และสินค้าอาหารทะเลแช่แข็งทำจากพืชมีแนวโน้มอาจกลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในอนาคต

CHULALONGKORN UNIVERSITY

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews) เป็นลักษณะผสมผสานแบบโครงสร้างและไร้โครงสร้าง แต่มีลักษณะที่มีความยืดหยุ่นสูง กำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าเพื่อสะดวกในการเก็บข้อมูล (อรวรรณ พิงเพราะ และรสาพร หม้อศรีใจ, 2562) ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ต่อกลุ่มผู้ประกอบการส่งออกอาหาร BCG THE NEXT GEN ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากคำถามที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ล่วงหน้า และเป็นคำถามในรูปแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องสามารถให้ข้อมูลได้อย่างมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นโดยขึ้นอยู่กับลักษณะงานและความเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งเป็นลักษณะวิจัยที่ศึกษาข้อเท็จจริงจากสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ โดยศึกษาจากภาพรวมในทุกมิติ เพื่อหาความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากความรู้สึก และความหมายที่มนุษย์ให้ความสำคัญต่อบริบทสิ่งแวดล้อมในช่วงเวลานั้น เนื่องจากบางบริบททางสังคมในบางช่วง ไม่สามารถอธิบายด้วยเหตุผล (แวนดาว พรหมเสน, 2554) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกการเก็บข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1) การศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารทางราชการ วารสาร บทความวิชาการ งานวิจัย บันทึก คำสั่งของทางราชการ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) การสัมภาษณ์ผู้วิจัยเลือกการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Dept Interview) ลักษณะแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยในชุดคำถามมีการกำหนดประเด็นและโครงสร้างของคำถามไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นประเด็นคำถามที่เชื่อมโยงกับการประเมินประสิทธิภาพภายใต้กรอบแนวคิด CIPP ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินนโยบาย ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนในการส่งออกอาหารไทย ซึ่งจะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความครอบคลุม จากผู้ปฏิบัติงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายขับเคลื่อนกลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN และกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ BCG THE NEXT GEN ในฐานะผู้มีส่วนได้เสียเชิงนโยบายและเป็นผู้กำกับติดตามการปฏิบัติงานของกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อสำรวจมุมมอง ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการนำนโยบายไปปฏิบัติ และผู้วิจัยสอบถามเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมและเก็บข้อมูลตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้แล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดประมวลผล เปรียบเทียบ และวิเคราะห์ ตามกรอบแนวคิดที่ได้ตั้งไว้ โดยใช้รูปแบบการวิเคราะห์เนื้อหาสาระแบบ (Content Analysis) ซึ่งเป็นการจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ถอดเทป โดยสรุปในแต่ละประเด็นจำแนกเป็นกลุ่มก่อนจะนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาคำตอบตามปัญหาวิจัยที่ได้ตั้งไว้ และเป็นวิธีที่นิยมในการทำวิจัยทางสังคมศาสตร์ (วัชรินทร์ อินทพรหม, 2562) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ ดังนี้

1) รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องรวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ จากนั้นจำแนกข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นการศึกษา คัดแยกและจัดระเบียบข้อมูลที่ซ้ำกัน ให้อยู่ในหมวดเดียวกัน ในส่วนของข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำมาเรียบเรียงหาความเชื่อมโยง เพื่อให้เป็นข้อมูลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ต่อการส่งออก ผู้ประกอบการโครงการ BCG THE NEXT GEN ต่อไป

2) วิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์ปัญหาการนำนโยบายไปปฏิบัติ และข้อได้เปรียบของการนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มาปรับใช้กับผู้ประกอบการโครงการ BCG THE NEXT GEN เมื่อได้ข้อมูลทั้งหมดสำหรับการศึกษา และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล เรียบร้อยแล้วนั้น ผู้วิจัยจะนำผลการวิเคราะห์มาเสนอแนะในการปรับปรุงนโยบาย เพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการส่งออกอีกครั้ง



บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาประสิทธิผลการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ หรือ BCG เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงนโยบายและแนวทางการทำงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น โดยใช้วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวมถึงการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบายจำนวน 6 ราย อันประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติงานในการขับเคลื่อนนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในภาพรวม จำนวน 2 ราย ผู้ปฏิบัติงานจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกจำนวน 1 ราย เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จำนวน 1 ราย และผู้แทนภาคเอกชนบริษัทผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN จำนวน 2 ราย

สำหรับการประเมินผลความสำเร็จประสิทธิผลการดำเนินนโยบาย BCG โดยมีเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ซึ่งใช้แนวทางการพิจารณาการนำนโยบายไปปฏิบัติตามรูปแบบ CIPP Model ประกอบกับข้อควรคำนึงในการนำนโยบายไปปฏิบัติซึ่งผลการสัมภาษณ์และการค้นคว้าเอกสารเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ แบ่งออกได้ 5 ประเด็น ดังนี้

- 4.1 ความเหมาะสมด้านสภาพแวดล้อม (Context)
- 4.2 ความเหมาะสมด้านปัจจัยนำเข้า (Input)
- 4.3 ความเหมาะสมด้านกระบวนการ (Process)
- 4.4 ความเหมาะสมด้านผลผลิต (Product)
- 4.5 ปัจจัยด้านกฎระเบียบที่ส่งผลต่อการส่งออกอาหาร

4.1 ความเหมาะสมด้านสภาพแวดล้อม (Context)

4.1.1 ความเข้าใจในบริบทและวัตถุประสงค์ของนโยบาย

ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของนโยบายเป็นหนึ่งในปัจจัยที่นำไปสู่การนำนโยบายปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการแก้ไขปัญหา สำหรับเป็นแนวทางการตัดสินใจของรัฐบาลในการดำเนินนโยบายต่อไป โดยผู้ให้สัมภาษณ์มีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายโมเดลเศรษฐกิจว่ามีจุดประสงค์ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและนโยบายมีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและนวัตกรรมในปัจจุบัน โดยนโยบายยังมุ่งเน้นการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองการพัฒนาของเศรษฐกิจนั้น โดยความชัดเจนของนโยบาย เป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถเป็นไปตามทิศทางที่กำหนดไว้ได้ตามแบบแผน ดังนี้

“รัฐบาลมีการกำหนดนโยบายโมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นวาระแห่งชาติในการให้หน่วยงานต่าง ๆ นำไปปฏิบัติ ขับเคลื่อนบูรณาการ กระทรวงพาณิชย์เป็นอีกหน่วยงานที่ร่วมรับผิดชอบ กรมฯ ได้รับมอบหมายทางด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ ด้านการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ และด้านการพัฒนาช่องทางการตลาด จึงเกิดเป็น โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

“ความชัดเจนของนโยบาย ส่งผลให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสามารถกำหนดทิศทางการดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างมีแบบแผน โดยอิงจากนโยบายหลัก (BCG) เริ่มจากการพัฒนาคนหรือผู้ประกอบการจากการให้ความรู้ ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ พวก Kitchen of the World และเปิดช่องทางการตลาดทั้ง online และ offline กับต่างประเทศ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการกำหนดแนวทางการทำงานจากแผนยุทธศาสตร์ชาติ โดยมี 4 ประเด็นหลักในการเตรียมความพร้อมภารกิจ กิจกรรมกรมฯ เพื่อรองรับความท้าทายในอนาคต ซึ่งนโยบายโมเดลเศรษฐกิจอยู่ภายใต้ประเด็นที่ 1 คือการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการผ่านการให้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีเพื่อการพึ่งพาตนเองให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้เทคโนโลยี Cloud , Big Data , Robotics โดยจัดทำโครงการหลักสูตรฝึกอบรมต่าง ๆ รวมถึงเสริมสร้างองค์ความรู้ การปรับเปลี่ยนความคิดและความเชื่อ (mindset) เพื่อปรับตัวสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprises) และด้วยแนวคิด “รักษัโลก” ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio Circular and Green) ซึ่ง โครงการ BCG THE NEXT GEN อยู่ในแผนระดับที่ 2 ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งก็จะมีการรับสมัครผู้ประกอบการอาหารผ่าน BCG checklist ว่าอาหารมีความเข้าข่าย B-C หรือ G อย่างไร โดยโครงการทั้งหลาย ที่ทำภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม...ก็เชื่อมโยงมาจากวิสัยทัศน์ และพันธกิจกรมฯ ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

นอกจากนี้จากการศึกษาเอกสารเพิ่มเติมพบว่าในส่วนของบริบทของนโยบายนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้รับนโยบายเร่งด่วน จากผู้บริหารระดับสูงในการเร่งรัดจัดทำโครงการเพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงจากที่นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เป็นยุทธศาสตร์ชาติลำดับที่ 3 ที่มีการกำหนดรายละเอียดภารกิจงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละกระทรวงได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ในแต่ละหน่วยงานได้นำรายละเอียดของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มาปรับใช้ในการจัดทำโครงการต่าง ๆ ประกอบกับบริบทสังคมในการทำงานที่ขับเคลื่อนโดยฝ่ายการเมือง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงมีการวางแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ภายใต้โครงการ “เศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่” เพื่อตอบสนองต่อนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG ในการส่งเสริมการส่งออกของผู้ประกอบการทางด้านต่าง ๆ ซึ่งสินค้าอาหาร BCG เป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการภายใต้วิสัยทัศน์กรมที่ว่า “ความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าระหว่างประเทศไทยเป็น 1 ใน 5 ของเอเชีย ภายในปี 2570”

กรมฯ จึงมีการขับเคลื่อนโครงการให้เกิดเป็นรูปธรรม และสอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ในการส่งเสริมผู้ประกอบการอาหารที่มีสินค้าเข้าข่าย BCG สามารถส่งออกอาหารได้มากขึ้น โดยการยกระดับศักยภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าอาหาร BCG ในปี 2565 กรมฯ จึงมีการดำเนินกิจกรรม จำนวน 61 กิจกรรม แบ่งเป็นกิจกรรมส่วนกลางจำนวน 28 กิจกรรม และต่างประเทศจำนวน 33 กิจกรรม ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินกิจกรรมของสินค้าทุกประเภท ไม่ใช่เพียงสินค้าอาหาร โดยผู้วิจัยจึงได้แจกแจงกิจกรรมทางด้านอาหารให้เห็นถึงการดำเนินงานทั้ง 3 ด้าน ซึ่งครอบคลุมทุกประเภทสินค้า และมีการแยกประเภทกิจกรรมทั้ง 3 ด้านอย่างชัดเจน ประกอบไปด้วย

- 1) การพัฒนาผู้ประกอบการ ผ่านการจัดสัมมนา ฝึกอบรม และจัดทำหลักสูตรการเรียนรู้ผ่านหลักสูตร e-learning ภายใต้ NEA e-Academy เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตามแนว BCG ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และพาณิชย์จังหวัด ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของวัตถุประสงค์ของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่
- 2) การพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและบริการ การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและให้คำปรึกษาเชิงลึกโดยดำเนินการร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรโดยการบ่มเพาะผู้ประกอบการทั้งส่วนกลางและภูมิภาค ให้พัฒนาสินค้าตามแนวคิด BCG และสร้างแบรนด์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ในส่วนสินค้า อาหารสำเร็จรูป อาหารเครื่องดื่ม ฮาลาลในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนใต้ ที่มุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชน พัฒนาต่อยอดเพื่อการส่งออก โดยคำนึงถึงหลัก BCG ในการจัดกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมผู้ประกอบการไทยสู่ความยั่งยืน (BCG to Carbon Neutrality) ด้วยการจัดสัมมนาเสริมสร้างองค์ความรู้และฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้าน BCG และ Carbon footprint เพื่อเตรียมความพร้อมในการยื่นขอฉลากคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของผลิตภัณฑ์ต่อไป และ
- 3) พัฒนาช่องทางการตลาด ผ่านการขยายแพลตฟอร์มออนไลน์ ThaiTrade.com และมีการจัดตั้งร้าน TOPTHAI ซึ่งเป็นร้านค้าออนไลน์ของกรม บนแพลตฟอร์ม

e-Commerce ขึ้นนำในต่างประเทศที่เป็นพันธมิตรของกรมฯ โดยดำเนินการแล้ว ใน 7 ประเทศ ได้แก่ Amazon (สหรัฐอเมริกา), Tmall China ในเครือ Alibaba Group (จีน), Big Basket (อินเดีย), Klangthai.com (กัมพูชา), Blibli.com (อินโดนีเซีย), PChome (ไต้หวัน) และ Shopee (มาเลเซีย) เพื่อเป็นช่องทางในการนำสินค้าไทยที่มีคุณภาพ รวมถึงสินค้า BCG ขึ้นขาย และส่งเสริม cross-border e-commerce รวมถึงการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ (OBM) โดยมี รายละเอียด ดังนี้ (สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ, 2565)

ตารางที่ 4 กิจกรรมส่งเสริมการส่งออกอาหาร BCG ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565

ด้านที่ 1 พัฒนาคคนและสินค้า ส่งเสริมการใช้นวัตกรรม	
พัฒนาผลิตภัณฑ์ระดับชุมชนจังหวัด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	
1.	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ 5 จังหวัดชายแดนใต้ เพื่อการค้าระหว่างประเทศ สินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล (ธ.ค. 64 – มิ.ย. 65)
2.	โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปสู่ตลาดโลก (มี.ค. – ก.ย. 65)
ด้านที่ 2 ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้า BCG ไทย	
จัดทำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์สินค้า BCG ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจัดทำข้อมูล แบนเนอร์ จุดเด่นอย่างสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	
3.	จัดทำ เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ clip vdo “BCG คืออะไร ฉบับผู้ประกอบการ” และ ทำ Catalog เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการ และผลงาน BCG <ul style="list-style-type: none"> - BCG Next Gen (เล่าด้วยแกน Biodiversity ความหลากหลายทางชีวภาพ) - BCG Heroes (เล่าด้วยแกน Circular and green economy และ climate change) - BCG THAI THAI (เล่าด้วยแกน ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น)
4.	การเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าอาหารแห่งอนาคต (Future Food Showcase) ภายในคูหาประเทศไทย งานแสดงสินค้า China International Expo 2021 (CIEE) ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน (5 - 10 พ.ย. 64)
5.	การเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าแห่งอนาคต (Future Food Showcase) ภายในคูหาประเทศไทย งานพืชสวนโลก The International Horticultural Expo : Expo 2022 Floriade ณ เมือง Almere ประเทศเนเธอร์แลนด์ (เม.ย. – ต.ค. 65)
6.	กิจกรรมประชาสัมพันธ์และนำเสนออาหารแห่งอนาคต และเนื้อจากพืช (Plant-based Meat) เพื่อสร้างการรับรู้ต่อชาวฮ่องกง โดยร่วมกับเชฟที่มีชื่อเสียงปรุงอาหารโดยใช้เนื้อจากพืช และเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการไทย

7.	ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าอาหาร BCG ในงาน Seoul Food & Hotel 2022
8.	โครงการผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคตไทยฯ โดยจัดกิจกรรมสาธิตและแข่งขันการปรุงอาหารไทยออนไลน์ ร่วมกับสื่อมวลชน บล็อกเกอร์ ตลอดจนผู้มีชื่อเสียงในสังคม
9.	โครงการผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคตไทยฯ โดยประสานภาคเอกชนและสมาคมที่เกี่ยวข้อง (ฝ่ายไทย) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด เช่น ปรับและนำเสนอข้อมูลในฉลากอาหารที่เข้าร่วมโครงการให้เหมาะสมกับตลาด เป็นต้น
10.	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดจีน โดยประชาสัมพันธ์และสนับสนุนการใช้เนื้อจากพืช (Plant-based Meat) ในร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select
ด้านที่ 3 ส่งเสริมการขายแพลตฟอร์มออนไลน์	
ส่งเสริมการขายสินค้า BCG บนแพลตฟอร์มออนไลน์	
11.	ประสานกับแพลตฟอร์มพันธมิตรของกรม ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์โครงการและนำผู้ประกอบการเป้าหมาย
12.	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในแพลตฟอร์มออนไลน์ Bigbasket/Berrika/ Namdhari's Fresh
13.	สคต. ลอนดอน ร่วมกับ สกอ. และ สพต. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารแห่งอนาคต ร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ในสหราชอาณาจักร
14.	โครงการผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคตไทยฯ โดยจัดกิจกรรมสาธิตและแข่งขันการปรุงอาหารไทยออนไลน์ ร่วมกับสื่อมวลชน บล็อกเกอร์
15.	OBM สินค้าอาหารแห่งอนาคต เช่น Plant based Food
16.	OBM สินค้า Plant-based Food อาหารสัตว์เลี้ยง สินค้าบรรจุภัณฑ์
17.	OBM สินค้า BCG กลุ่มอาหารแห่งอนาคต (Future Food) ระหว่างผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าอเมริกา

ที่มา : (สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ, 2565)

จากการสัมภาษณ์และข้อมูลดังกล่าว จึงกล่าวได้ว่านโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ มีความเหมาะสมในการกำหนดแผนการดำเนินงานของกระทรวงพาณิชย์ เนื่องจากเป็นวาระแห่งชาติ ที่ผู้นำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ จนเกิดเป็นแผนการดำเนินงาน (Action Plan) โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ที่มีความสอดคล้องกับภารกิจกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่เน้นส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อยกระดับการส่งออก ในทุก ๆ สินค้า ทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ 1) ส่งเสริมการขายแพลตฟอร์มออนไลน์ 2) ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้า BCG ไทย 3) ส่งเสริมการขายแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยผู้วิจัย

ได้ทำการแจกแจงกิจกรรมทางด้านอาหาร เพื่อชี้ให้เห็นถึงการนำนโยบายมาปฏิบัติผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ในการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ และสอดคล้องต่อบริบทสังคมในการทำงานในจังหวัดนั้น ๆ

4.1.2 เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และการปรับตัวของผู้ประกอบการ

เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดนโยบายในระดับมหภาค เพราะเป็นสภาพปัญหาในการเริ่มก่อตัวนโยบายเพื่อนำนโยบายไปปฏิบัติในการแก้ไขปัญหา โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ส่งผลต่อการวางแผนการจัดทำโครงการเพื่อรองรับนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ดังนี้

เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการดำเนินโครงการภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เพื่อพัฒนาการส่งออกอาหารไทย โดยคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้ประกอบการ โดยที่ผ่านมาพบว่าการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจชะลอตัว จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้เกิดการปิดประเทศในตลาดสำคัญ ๆ ทำให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีการปรับแผนการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการยังสามารถดำเนินธุรกิจได้จากการกลับมาทบทวนการดำเนินงาน และผลักดันการทำงานแสดงสินค้าเสมือนจริง (virtual trade show) ในกลุ่มประเภทสินค้าต่าง ๆ โดยในงานแสดงสินค้าอาหาร THAIFEX ANUGA ASIA 2020 มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานในการสร้างมาตรฐานใหม่ที่เป็น New Normal ของงานแสดงสินค้านานาชาติ ทำให้บริษัทต่างชาติจากทั่วทุกมุมโลกสามารถเชื่อมต่อฐานข้อมูลภายในเว็บไซต์ ในการค้นหาผู้ประกอบการอาหารไทย ในการเจรจาการค้าจับคู่ทางธุรกิจ และสามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการจัด Showcase สินค้าอาหาร Future Food ภายใต้แนวคิด BCG เพื่อสร้างทางเลือกให้กับผู้ประกอบการต่างประเทศ ดังจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์

“ตอนที่โควิดระบาดหนัก ๆ ตลาดหลัก ๆ มีการปิดประเทศ ทำให้ทั้งกรมฯ และผู้ประกอบการไม่สามารถเดินทางเพื่อจัดกิจกรรมขยายตลาดได้ ช่วงนั้นกรมฯ ก็ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้เป็นแบบออนไลน์ โดยการนำแผนงานที่ดำเนินการอยู่แล้วมาปรับใช้ ทั้งการจัดฝึกอบรมผู้ประกอบการ การเจรจาธุรกิจ ในสินค้าอาหารผ่านงานแสดงสินค้าแบบเสมือนจริง (THAIFEX ANUGA ASIA 2020) โดยภายในงานก็จะมีหัวข้อเกี่ยวกับ Future Food ที่อยู่ภายใต้นโยบาย”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“สถานการณ์โควิด ที่แพร่ระบาดทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศมีความไม่แน่นอน ส่งผลต่อการพิจารณารูปแบบการดำเนินโครงการโดยเฉพาะโครงการที่มีความเกี่ยวข้องกับการขยาย ตลาดสินค้าอาหารในต่างประเทศ ที่ต้องเกาะติดสถานการณ์ตลาดและแนวโน้มผู้บริโภคอย่างใกล้ชิด รวมถึงกิจกรรมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินโครงการ BCG THE NEXT GEN)

“จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในภาพรวมเหมือนจะผ่านพ้นจุดวิกฤตไปแล้ว แต่มาตรการหรือนโยบายในการเปิดพรมแดนระหว่างประเทศในภูมิภาค ตลอดจนมาตรฐานด้านความสะอาดและปลอดภัยที่สอดคล้องกับพฤติกรรมทางท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ที่ใช้ร่วมกันยังไม่แน่นอน จึงอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและนักท่องเที่ยว รวมถึงความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศ และกฎระเบียบการเข้าเมืองที่ไม่เอื้ออำนวย”

(เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

เงื่อนไขทางสังคม

ปัจจัยทางด้านสังคมส่งผลการกำหนดแผนการดำเนินงานโครงการกิจกรรมของกรมฯ ซึ่งจะนำไปสู่การส่งออกที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการอาหารไทย โดยผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าหลังจากรณีการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด - 19 ส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ประกอบกับโครงสร้างจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลการส่งออกอาหารสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มอาหาร Future Food จนกลายเป็น Global Trend ดังนี้

“ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจต่อสุขภาพมากขึ้นทั้งกลุ่มผู้สูงอายุ และวัยรุ่น การดำเนินกิจกรรมทางด้านอาหารของกรมฯ จึงเป็นอีกเป้าหมายที่สำคัญหากดูจากกิจกรรมที่แบ่งการดำเนินกิจกรรม 33 โครงการ ที่สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศดำเนินการเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเจรจาด้านธุรกิจทางด้านอาหาร ไม่ค่อยมีในกิจกรรมส่วนกลาง”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

“Global trend ความต้องการสินค้าอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น ไม่สนใจราคา อาหารผู้สูงอายุมีความต้องการในตลาดเพิ่มขึ้น...พวก elderly snack เมื่อนอกให้ความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมมาก การบริโภคเนื้อสัตว์ก็ยังถือว่ามี การปล่อยก๊าซเรือนกระจก แต่พวกสินค้า Organic ส่งผลกระทบต่อมลพิษน้อยกว่า”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“THAIFEX ANUGA ASIA 2020 มีผู้เข้าชมการสาธิตการปรุงอาหาร plant base เยอะมาก และคนส่วนใหญ่ บอกว่ามีรสชาติและสัมผัสใกล้เคียงกับอาหารต้นแบบ และดีต่อสุขภาพ ช่วยแก้ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม และหลายคนมองว่าอาหารแห่งอนาคตมีราคาสูง”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

“มีโอกาสได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า Future Food เป็นสินค้าที่มาแรงมาก มีความหลากหลายทางด้านช่วงวัยผู้บริโภค เคยเดินชมงานแสดงสินค้า Thaixex สมัยที่ผลิตภัณฑ์ Plant Base ยังไม่ได้เป็นที่รู้จักมากขนาดนี้ มีคนให้ความใส่ใจอย่างล้นหลาม”

(ผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ท่านที่ 1)

“การค้าระหว่างประเทศในระยะที่ผ่านมาได้เผชิญกับปัญหาในการผลิตแบบ Mass Production ของประเทศผู้ผลิตขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับตัว เพื่อให้เข้ากับบริบทใหม่ (New Normal) ทั้งในด้านการตลาด และการเพิ่มช่องทางการซื้อขายสินค้า โดยเฉพาะการปรับตัวสู่ตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้สะดวกและรวดเร็ว รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม”

(เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

เงื่อนไขทางการเมือง

ปัจจัยทางการเมือง เป็นปัจจัยระดับมหภาคในการติดตามผลการดำเนินงานโครงการ การกำหนดตัวชี้วัด และช่วยขับเคลื่อนให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้นจากการต่อยอดของข้าราชการ ทางการเมือง จึงเกิดเป็นโครงการนำร่องเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่ ดังจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

“บางโครงการในระยะแรก ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการอาจไม่ใช่สินค้าอาหาร แต่เป็น วัตถุประสงค์ในประเภทสินค้าเกษตร ซึ่งเราก็นำผู้เข้าร่วมโครงการเกษตรผลิต พาณิชย์ตลาดมาต่อยอด เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายผู้บริหารระดับสูง”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

“การเมืองก็มีผล ในแง่การติดตามประเมินผลการดำเนินนโยบาย ในการมาต่อยอดว่า ควรดำเนินนโยบาย BCG อย่างไร จะสามารถขับเคลื่อนยกระดับการส่งออกได้มากขึ้นไหม หากมี ประสิทธิภาพ เขาก็จะผลักดันกลุ่ม Future Food ด้วยการต่อยอดจากโครงการอื่น ๆ ตามมา ซึ่งจริง ๆ แล้ว โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทย สู่ BCGฯ เป็นเพียงโครงการนำร่อง เพราะได้รับ นโยบายเร่งด่วนมา เลยมีความติดขัดด้านงบประมาณ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“กรมฯ ใช้ ตัวชี้วัดเดิมคือ มูลค่าการส่งออก และการจับคู่ธุรกิจ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับ นโยบาย BCG แต่การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้นโยบาย BCG ในโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่ เป็นเพียงโครงการนำร่อง ตามนโยบายทางการเมืองหลังการ ขออนุมัติงบประมาณปี 65 ไปแล้ว”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

“ยุทธศาสตร์มีการกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนอยู่แล้ว เหลือแต่ภาครัฐผลักดันนโยบายให้ เกิดผลสำเร็จในทุกภาคส่วนพร้อมทั้งดึงคนรุ่นใหม่ในภาคเอกชนเข้าร่วมดำเนินการและมีการติดตาม การดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต”

(เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

“บุคลากรกรมฯ ยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับ นโยบาย BCG ทำให้เวลาจัดทำกิจกรรม เพื่อรองรับนโยบายก็เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก อีกทั้ง เราต้องคำนึงถึงตลาดต่างประเทศด้วย ในความเข้าใจ ของ BCG และกรมฯจะต้องสื่อความอย่างไร เพราะบางประเทศเขาจัดคำว่า BCG เป็นสินค้าที่รักษาลิ่งแวดล้อม”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

ด้านทรัพยากรงบประมาณ

“การบริหารทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าจากการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปี ส่งผลให้การดำเนินนโยบายเกิดประสิทธิผล ในการวางแผนดำเนินงานจัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้เพียงพอต่อ 61 กิจกรรม ทั้งระดับส่วนกลาง และระหว่างประเทศ ผ่านโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ถึงแม้ผลผลิตประสบความสำเร็จร้อยละ 100 ในแง่การจัดทำกิจกรรม แต่ผลลัพธ์บางกิจกรรมอาจไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่คาดหวัง ในการจัดทำโครงการเจรจาจับคู่ธุรกิจทางด้านกิจกรรมด้านต่างประเทศ เนื่องจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงต้องจัดลำดับความสำคัญในการดำเนินงานให้สามารถจัดสรรงบประมาณได้อย่างทั่วถึงทั้ง 3 ด้าน โดยกรมฯ ได้มีการต่อยอดกับกิจกรรมที่ขับเคลื่อนก่อนการมีโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ เช่น การขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ Thaitrade.com โดยผู้ประกอบการที่มีสินค้าอาหารเข้าชาย BCG ก็สามารถสมัครและดำเนินการซื้อขายได้ ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“กรมฯ ได้ใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าในการดำเนินโครงการใหม่ ๆ และต่อยอดโครงการที่มีอยู่แล้ว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์โครงการ แต่สุดท้ายก็ยังเผชิญกับปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ รวมถึงบุคลากรและความเชี่ยวชาญในภารกิจงานนั้นๆ เพื่อรังสรรค์โครงการใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับภาพใหญ่นโยบาย อย่างไรก็ตาม กรมฯ ก็มีการปรับใช้กิจกรรมที่อยู่ในระหว่างการดำเนินงาน เช่น เว็บไซต์ Thaitrade ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

“โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่ เป็นโครงการนำร่องที่ยังเผชิญปัญหาเกี่ยวกับการจัดสรรงบประมาณไม่เพียงพอต่อกิจกรรมการดำเนินงาน ถึงแม้ว่าในปี 2565 การดำเนินกิจกรรมจะสามารถดำเนินการได้อย่างเสร็จสิ้น แต่กิจกรรมทางการทำ Business Matching อาหารในส่วนของต่างประเทศ ต้องล่าช้าออกไป อีกทั้ง โครงการนำร่องดังกล่าวถูกจัดทำหลังการขออนุมัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2565 การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่จึงเป็นการนำกิจกรรมที่กรมฯ ได้ปฏิบัติตามภารกิจกรมมาต่อยอดเพื่อให้เกิดความสอดคล้อง และเกิดประสิทธิผล ในการสร้างโอกาสการส่งออกอาหารซึ่งจะเห็นว่ากิจกรรมการพัฒนาผู้ประกอบการทางด้านอาหารซึ่งมีเพียง 2 โครงการ อันได้แก่ โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ 5 จังหวัดชายแดนใต้ เพื่อการค้าระหว่างประเทศ สินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล และ โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทยสำเร็จรูปสู่ตลาดโลก ซึ่งไม่มีการบูรณาการต่อยอดกับโครงการทางด้านประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายแพลตฟอร์ม ด้วยความเป็นนโยบายเร่งด่วนที่มีการอนุมัติงบประมาณไปแล้ว ผู้ปฏิบัติงานจึงมีองค์ความรู้ที่ไม่มาก และต้องพยายามเชื่อมโยงภารกิจงานให้สอดคล้องต่อ BCG ซึ่งส่งผลให้ บางทีนโยบายและโครงการไม่ค่อยสามารถตอบสนอง BCG อย่างแท้จริง แต่ยังสามารถส่งออกได้ในฐานะที่เป็นสินค้าอาหาร”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

ปัจจัยทางด้านทรัพยากรทางด้านงบประมาณ และทรัพยากรบุคคล ส่งผลต่อการปฏิบัติงานในการดำเนินกิจกรรม เพื่อรองรับนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ในด้านทรัพยากรบุคคล หน่วยงานมีความพยายามที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการมากที่สุด ด้วยการให้บุคลากรทำหน้าที่ตามความเชี่ยวชาญ หรือความถนัดของตน และมีการรับสมัครบุคลากรเพิ่มเป็นระยะอย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่าบุคลากรที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ยังขาดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ในส่วนของทรัพยากรด้านงบประมาณ หน่วยงานพยายามบริหารงบประมาณรายจ่ายประจำปีอย่างคุ้มค่าให้ครอบคลุมทุกกิจกรรมภายใต้โครงการ BCG แต่งบประมาณที่ได้รับยังไม่เพียงพอทำให้บางกิจกรรมต้องขยายระยะเวลาออกไป และผลผลิตที่ได้ไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง เนื่องจากนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เพิ่งมีการบังคับใช้ หลังจากอนุมัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีไปแล้ว จึงมีการแก้ปัญหาโดยการต่อยอดจากโครงการที่หน่วยงานกำลังดำเนินงาน ส่งผลให้แต่ละกิจกรรมไม่มีความเชื่อมโยงในการพัฒนาผู้ประกอบการในการส่งออกแต่ละด้าน

4.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนการดำเนินงาน

การวางแผนการดำเนินงาน เป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติเกิดประสิทธิผล ถึงแม้ว่า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังมีข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรทางด้านงบประมาณ แต่ที่ผ่านมาทางกรมฯ พยายามดำเนินนโยบายให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยก่อนที่นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่จะได้รับความสนใจจากทางรัฐบาล กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีการจัดทำความร่วมมือระดับระหว่างองค์การกับกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในการผลักดันสินค้าที่เข้าข่าย BCG ให้สามารถส่งออกได้ ทางด้านกระบวนการผลิตผ่านนวัตกรรม และเทคโนโลยี พร้อมทั้งกรมฯ ยังมีการจัดลำดับความสำคัญของงาน โดยมีรายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ ดังนี้

ความร่วมมือระดับระหว่างองค์การและหน่วยงานสังกัดกระทรวงพาณิชย์

ความร่วมมือระดับระหว่างองค์การเป็นอีกหนึ่งแรงผลักดันให้การดำเนินโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เกิดประสิทธิผล โดยความร่วมมือเกิดขึ้นผ่านการมีบันทึกความร่วมมือ หรือ MOU ระหว่างกระทรวงในการสร้างความเข้าใจร่วมกันในการวางแผนดำเนินงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการ การจัดทำโครงการ โดยเป็นการแบ่งปันฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงาน โดยมีรายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“จริง ๆ กรมฯ มีการดำเนินการภายใต้บันทึกความเข้าใจความร่วมมือกับกระทรวง การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อเร่งพัฒนาช่องทางตลาดในการนำนวัตกรรม เทคโนโลยีมาปรับใช้กับสินค้าต่างๆ และนำมาวางแผนการดำเนินงาน แนวทางในการจัดกิจกรรมที่แต่ละสำนักรับผิดชอบ เพื่อส่งเสริมการส่งออกของผู้ประกอบการกลุ่มเป้าหมายในแต่ละประเภทสินค้า ทั้ง 3 ด้าน โดยการบูรณาการระหว่างกรมฯ ส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางแบ่งปันฐานข้อมูลผู้ประกอบการ จัดทำโครงการฝึกอบรม หรือคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทางกรมฯ ไปดำเนินการต่อยอดให้สอดคล้องกับการส่งออกสินค้าอาหาร BCG”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

“กรมฯ มีการใช้รายละเอียดจากการทำบันทึกความเข้าใจระหว่างกระทรวงอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม บางส่วนมาปรับใช้ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้มีความสอดคล้องกับ ความ BCG ในการนำเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต และการลดโลกร้อน แต่ไม่ได้เป็นการเข้ามามีบทบาทในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อต่อยอดกิจกรรม หรือการใช้งบประมาณร่วมกัน อาจมีเพียงการแชร์ข้อมูลที่ประสบความสำเร็จแล้วจากการเข้าร่วมกิจกรรมของกรมฯ แต่ก็ยังไม่ได้เห็นเป็นรูปธรรม เพราะเราก็เพิ่งจัดทำโครงการนำร่อง BCG เสร็จ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

ผู้วิจัยมีการศึกษาต่อจากเอกสารสรุปการประชุมเพิ่มเติมจากบทสัมภาษณ์ พบว่ากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้มีการประสานระดับผู้บริหารระหว่างองค์การภายใต้ภารกิจกระทรวงพาณิชย์ และในระดับกรม ในการจัดประชุมหารือ โดยแต่ละกรมและหน่วยงานให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการต่อยอดการดำเนินกิจกรรม โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีสินค้าเข้าข่าย BCG ระหว่างกรมการค้าภายใน เนื่องจากกรมการค้าภายในมีโครงการที่รับผิดชอบในด้านการช่วยเหลือการขยายสินค้าวัตถุดิบเกษตร ในระดับต้นน้ำที่มีความคาดหวังให้กลุ่มเกษตรกรสามารถนำวัตถุดิบส่งออกได้ โดยมีการประสานกับทางสถาบันพัฒนาผู้ประกอบการการค้ายุคใหม่ (NEA) ซึ่งเป็นสำนักงานหนึ่งของกรมฯ มีหน้าที่หลักในการจัดทำโครงการพัฒนาผู้ประกอบการเน้นสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจตามแนวคิด BCG โดยเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ผู้ประกอบการ จึงมีการบูรณาการภายในกระทรวงระหว่างกรมการค้าภายใน ในหลักสูตร “เกษตรทันสมัย พาณิชย์ขายได้” ซึ่งเป็นการขอความร่วมมือกรมการค้าภายใน ช่วยคัดเลือกเกษตรกร จากโครงการ Farm Outlet แล้วหลังจากนั้นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจึงทำการวางแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกิจกรรมกรมฯ ที่ได้จัดทำขึ้นมาเพื่อรองรับนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการหลายรายยังติดปัญหาทางด้านแหล่งเงินทุน และคุณสมบัติในแง่ต้องผ่านการฝึกอบรมเบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งออกหรือเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่กรมฯจัดในประเทศไทย เช่น THAIFEX ANUGA ASIA 2020 (สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ, 2565)

บันทึกความร่วมมือระดับกระทรวงจึงเป็นกรอบการวางแผนกิจกรรม และแนวทางการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ผ่านการแบ่งปันฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่มีศักยภาพหรือคุณสมบัติเข้าข่าย BCG ระหว่างองค์การ แต่ยังเป็นไปในทิศทางที่ไม่ค่อยเหมาะสม เนื่องจากบันทึกความร่วมมือดังกล่าว

เป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันในการช่วยเหลือยกระดับการส่งออก ทางด้านการนำเทคโนโลยี มาปรับใช้ แต่ไม่ได้มีรายละเอียดการเข้ามาวางแผนระบบการทำงานร่วมกัน เป็นเพียงกรอบความร่วมมือ ในการดำเนินงานช่วยเหลือผู้ประกอบการที่มีสินค้า กระบวนการผลิต ที่เข้าข่าย BCG เท่านั้น

การจัดลำดับความสำคัญของงาน

การจัดลำดับความสำคัญของงานอย่างเป็นระบบ ส่งผลต่อประสิทธิภาพต่อการนำนโยบายไป ปฏิบัติให้เกิดผลผลิตตามที่คาดหวังและบรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบาย โดยกรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ มีการจัดลำดับความสำคัญของงานจากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด และมีการประสานงาน ส่งต่อการดำเนินงานไปยังสำนักงานที่เกี่ยวข้อง จากบทสัมภาษณ์ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

“งบประมาณเป็นสิ่งที่มืออยู่อย่างจำกัดมาก กรมจึงมีการพิจารณาความคุ้มค่าจาก ความสำคัญของกิจกรรมว่าตอบโจทย์บริบทประเทศในช่วงจังหวะนั้น ๆ มากน้อยเพียงไหน เลยต้อง มาจัดลำดับความสำคัญของแผนการจัดกิจกรรมกันอีกรอบ ดังนั้น ต้องวางแผนการจัดทำงบประมาณ โดยประเมินอย่างครอบคลุม บางโครงการที่อยู่ต่างประเทศอาจต้องเลื่อนออกไปไม่ก็ลดขนาดลง”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“โครงสร้างองค์การมีการแบ่งงานที่ชัดเจนในแต่ละสำนัก การดำเนินนโยบาย BCG จึงสามารถขับเคลื่อนไปได้ แต่ด้วยความเป็นนโยบายใหม่บางโครงการก็อยู่ระหว่างการดำเนินงาน ส่วนตัวเป็นเจ้าของที่สำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มการค้า (สนม.) จึงมีหน้าที่จัดทำ Catalog book เกี่ยวกับผู้ประกอบการที่มีสินค้าเข้าข่าย BCG ทั้งทางด้านสินค้าอาหาร สินค้าไลฟ์ สไตล์ และถ้าเป็นสำนักคลัสเตอร์สินค้าก็จะรับผิดชอบการทำ Show case ต่อไป หรือเป็นการ Coordinate ร่วมกัน เวลาจัดงานแสดงสินค้า”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

การจัดลำดับความสำคัญของงานเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากยังติดปัญหา กับงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดส่งผลให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงต้องจัดลำดับความสำคัญของงานจากปริมาณงบประมาณ ส่งผลให้บางกิจกรรมที่ดำเนินการอาจไม่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ เท่าที่ควร ถึงแม้ว่าจะมีโครงสร้างองค์การที่แบ่งงานกันอย่างชัดเจน และมีการประสานงานภายใน หน่วยงานได้เป็นอย่างดีก็ตาม

ลักษณะของหน่วยงานในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ลักษณะหน่วยงานในการนำนโยบายไปปฏิบัติส่งผลต่อประสิทธิภาพของนโยบาย โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีโครงสร้างองค์การที่แบ่งภารกิจงานอย่างชัดเจน จึงทำให้การกำหนดผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่สามารถขับเคลื่อนไปได้ตามแผนที่ได้วางไว้ แต่ยังคงติดกับปัญหาการดำเนินงานอย่างเป็นลำดับขั้น โดยมีรายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“สำนักยุทธศาสตร์และการค้าระหว่างประเทศ (สยค.) ฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่จัดทำข้อมูลภาพรวมการดำเนินการของกรมฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ BCG เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหาร กรมฯ และรพว. ในโอกาสต่าง ๆ แต่การดำเนินนโยบาย BCG เป็นการจัดทำกิจกรรมผ่านสำนักงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (สกอ.) จะมีการจัด show case อาหารแห่งอนาคต ในงานแสดงสินค้า THAIFEX ANUGA 2020 รวมถึงสำนักส่งเสริมนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มการค้า (สนม.) สำนักที่มีความเกี่ยวข้องทางด้านเทคโนโลยีอย่างสำนักตลาดพาณิชย์ ดิจิทัลมีการจัดตั้งร้าน TOPTHAI ซึ่งเป็นร้านค้าออนไลน์ของกรมฯ บนแพลตฟอร์ม e-Commerce ขึ้นมาในต่างประเทศที่เป็นพันธมิตรกรมฯ เช่น Amazon (สหรัฐอเมริกา) เป็นต้น”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

“การแบ่งภารกิจงานในด้านโครงสร้างองค์การเป็นไปอย่างมีลำดับขั้น และเป็นการทำงานที่ต้องใช้ความร่วมมือหลายฝ่าย กล่าวคือ ภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะมีสำนักงานส่งเสริมสินค้าหรือคลัสเตอร์สินค้า ที่มีภารกิจหลักในการจัดงานแสดงสินค้า (Trade Fair) เช่น สำนักส่งเสริมสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม มีการจัดทำ show case สินค้า Future Food เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าได้เห็นสินค้าของไทย รวบรวมข้อมูลสถานการณ์การส่งออก (Fact Sheet) รวมถึงการจัดกิจกรรมจับคู่ธุรกิจสินค้าที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของตนเอง ผ่านการจัดทำรายชื่อบริษัทของประเทศไทยที่มีศักยภาพในการส่งออกในหมวดหมู่อุตสาหกรรมนั้น ๆ และทางสำนักพัฒนาตลาดหนึ่งหรือสอง (สพต.1, สพต.2) จะดำเนินการประสานงานไปยังสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินโครงการ BCG THE NEXT GEN)

จากการขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทย สู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายภายใต้การรับผิดชอบภารกิจงานของแต่ละสำนักงานโดยเป็นการจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับประเภทสินค้าในอำนาจหน้าที่ของตน แต่ยังเป็นไปอย่างมีลำดับขั้นตอน กล่าวคือ ต้องดำเนินการจัดกิจกรรมให้เสร็จสิ้นภายในสำนักที่รับผิดชอบให้เสร็จสิ้นก่อน จึงดำเนินการอีกกิจกรรมต่อได้ ถึงแม้ว่ากิจกรรมทั้งสองมีความเชื่อมโยงกัน แต่ไม่สามารถดำเนินการไปพร้อม ๆ กัน ส่งผลให้การขับเคลื่อนกิจกรรมทางด้านอาหาร ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เท่าที่ควร

แผนงานเพื่อตอบสนองนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่

ที่ผ่านมากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าของประเทศไทยเป็นหลัก ทั้งทางด้านพัฒนาสินค้า และผู้ประกอบการ ดังนั้น การเข้ามามีบทบาทของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่จากการผลักดันของรัฐบาลจึงเป็นการคัดเลือกผู้ประกอบการที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีข้อมูลจากการสมัครสมาชิก และกิจกรรมอื่น ๆ มาวางแผนงานใหม่เพื่อสอดคล้องกับนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 โดยมีรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ด้วยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจหลักในการสนับสนุนการส่งออกสินค้าของไทยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อยู่แล้ว และก่อนหน้านี้กรมฯ มีการรับสมัครสมาชิกกรมฯ แบ่งตามประเภทสินค้าผ่านเว็บไซต์ DITP Drive โดยจัดหมวดหมู่เป็นผู้ประกอบการที่มีการส่งออกแล้ว กำลังจะส่งออก บริษัทที่เป็นเฉพาะฐานการผลิต และบริษัทที่ยังไม่มีการส่งออกเป็นผู้ประกอบการรายเล็ก... กรมฯ ก็พยายามผลักดันผู้ประกอบการรายเล็กที่เป็นกลุ่มสินค้า BCG ให้สามารถส่งออกไปตลาดต่างประเทศได้มากขึ้นผ่านการใช้ฐานข้อมูลสมาชิกกรมฯ โดยเฉพาะตลาดที่คำนึงถึงสินค้าสุขภาพ เช่น กลุ่มประเทศในยุโรป ออสเตรเลีย”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีเป้าหมายและภารกิจงานตามกฎหมายจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาด สินค้าและธุรกิจบริการของไทย รวมถึงการให้บริการข้อมูลทางการค้า และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก มาตั้งแต่ปี 2553 ทำให้กระบวนการปฏิบัติงาน (Process) ในการส่งเสริมผู้ประกอบการและการวางแผนการดำเนินการเข้าใจง่าย เป็นไปในทิศทางเดียวกับแผนการดำเนินงานการขับเคลื่อนนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาผู้ประกอบการ การประชาสัมพันธ์ และการขยายตลาดผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทางเว็บไซต์ Thaitrade.com และพันธมิตรของกรมฯ อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ส่งผลให้มีการส่งเสริมการทำกิจกรรมจับคู่ธุรกิจแบบออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com ซึ่งดูแลโดยสำนักพัฒนาตลาดพาณิชย์ดิจิทัล หากผู้ประกอบการสนใจที่จะส่งออกสินค้า หรือต้องการองค์ความรู้เพิ่มเติมในประเด็นการค้าระหว่างประเทศเพื่อต่อยอดการส่งออก สามารถติดต่อศูนย์ให้บริการคอลเซ็นเตอร์กรมฯ 1169 ซึ่งรับผิดชอบโดยสำนักงานสารสนเทศและการบริการการค้าระหว่างประเทศ มีเจ้าหน้าที่ให้บริการคำแนะนำขั้นตอนการส่งออก รวมถึงด้านการให้องค์ความรู้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมฯ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

การวางแผนการดำเนินงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในการรับมอบนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มาวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากกรมฯ มีภารกิจเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาด และการให้บริการต่าง ๆ ทางด้านการส่งออกอยู่แล้ว ดังนั้น การรับมอบนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่กับการวางแผนการดำเนินงานจึงเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาปรับใช้ให้เกิดประสิทธิผล และตอบโจทย์การพัฒนาผู้ประกอบการ การประชาสัมพันธ์ และการขยายตลาดผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ

ข้อจำกัดในการบริหารทรัพยากร

ข้อจำกัดในการบริหารทรัพยากร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ เนื่องจากหลังการวางแผนการดำเนินงาน โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ พบว่า กรมฯ ยังเผชิญกับข้อจำกัดทางด้านการบริหารงานด้านทรัพยากรบุคคล และงบประมาณ เนื่องจากนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เป็นนโยบายเร่งด่วนระหว่างปีงบประมาณ และทางกรมฯ ได้มีการจัดทำแผนการดำเนินงานการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และปัญหาจำนวนบุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้มีความเชี่ยวชาญทางด้านสายงานต่ำ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

“โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่เป็นโครงการนำร่องที่นำกิจกรรมของกรมฯ มาปรับใช้ เนื่องจากเป็นนโยบายเร่งด่วนในช่วงที่กรมฯ จัดทำแผนการดำเนินงานเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทำให้กรมฯ ต้องบริหารการใช้จ่ายเงินจากงบประมาณรายจ่ายประจำปีให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมของกรมฯ ที่มีอยู่แล้ว ส่งผลให้บางกิจกรรมต้องลดขนาดลง เช่น การทำ show case สินค้า BCG ในงานแสดงสินค้าต่างประเทศ และการเจรจาจับคู่ธุรกิจ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

“กรมฯ ใช้เงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีในการดำเนินงาน โครงการนำร่องเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ไม่ได้ใช้เงินที่รัฐบาลให้นำมาดำเนินงานด้าน BCG เพราะถ้าเราได้รับพิจารณาจากเงินดังกล่าว ปริมาณงานเราจะเพิ่มขึ้นแต่บุคลากรไม่ได้เพิ่มตาม และการจัดทำแผนปฏิบัติงานของกรมฯ คือเราจะขอเป็นก้อนใหญ่ แล้วค่อยมาเกลี้ยลงในแต่ละกิจกรรมมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์ว่าในช่วงนั้น ๆ กรมฯ ให้ความสนใจกับด้านใด โดยที่ผ่านมามีโครงการ BCG จะมีปัญหาทางด้านกิจกรรมที่อยู่ต่างประเทศทางด้านการจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจ ที่ต้องลดขนาดให้เล็กลง และอาจต้องเลื่อนการจัดออกไปบ้าง”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“ข้าราชการมีจำนวนไม่มาก เนื่องจากตำแหน่งข้าราชการบางส่วนในกรมฯ ปฏิบัติงานอยู่สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กรมจึงจ้างลูกจ้างร้อยละ 40 และเป็นการจ้างแบบรายชิ้นงาน ซึ่งจะมีการประเมินชิ้นงานในทุก ๆ สิ้นเดือน เพื่อจ่ายเงินเดือนส่งผลให้การ Turn Over ของงานสูง ผู้ปฏิบัติงานไม่มีความเชี่ยวชาญในงาน เช่น ฝ่ายที่ทำ BCG THE NEXT GEN มีข้าราชการ 2 คน ได้แก่ หัวหน้า และผู้ปฏิบัติงาน และอีก 3 คนเป็นลูกจ้าง ซึ่งมีกิจกรรมที่อยู่ภายใต้ภารกิจฝ่ายมากกว่าจำนวนบุคลากร และแต่ละกิจกรรมใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานประมาณ 4-5 เดือน”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

ข้อจำกัดการบริหารทรัพยากรด้านงบประมาณ และการบริหารทรัพยากรบุคคล ส่งผลต่อการวางแผนการดำเนินงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในการขับเคลื่อนนโยบายเร่งด่วนให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมายในการส่งออกอาหาร BCG จากการศึกษาที่หน่วยงานต้องมีการลดขนาดบางกิจกรรมลง เพราะจำนวนงบประมาณที่ได้รับจัดสรรไม่เพียงพอต่อกิจกรรมภายใต้โครงการโมเดลเศรษฐกิจใหม่ เนื่องจากการวางแผนการดำเนินงานของกรมฯ เสร็จสิ้นแล้วก่อนที่นโยบายจะมีการบังคับใช้อย่างจริงจัง ส่งผลให้การจัดสรรงบประมาณแต่ละกิจกรรมเป็นไปอย่างไม่ทั่วถึง อีกทั้ง จำนวนบุคลากรมีอยู่อย่างจำกัด และมีอัตราการหมุนเวียนสูง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินนโยบายให้เกิดประสิทธิผล

4.3 ความเหมาะสมด้านกระบวนการ (Process)

4.3.1 การสื่อสารระหว่างองค์การในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การสื่อสารระหว่างองค์การเป็นหนึ่งในวิธีการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลจากความร่วมมือทั้งระดับหน่วยงาน และระดับองค์การ ก่อนการวางแผนจัดทำดำเนินงานกิจกรรมทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ การพัฒนาสินค้า การประชาสัมพันธ์ และการขยายแพลตฟอร์มตามวัตถุประสงค์ของนโยบาย โดยอาศัยความร่วมมือภายในหน่วยงาน และระหว่างหน่วยงาน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า การบูรณาการระหว่างหน่วยงานเป็นปัจจัยที่ยากต่อการควบคุม เพราะต้องอาศัยอำนาจการตัดสินใจของหน่วยงานปลายทาง อย่างไรก็ตาม การบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชนอาจสามารถก่อให้เกิดผลผลิตตามที่คาดหวังมากกว่า มากไปกว่านั้น นอกจากความร่วมมือระหว่างองค์การยังต้องให้ความสนใจกับองค์ประกอบปัจจัยด้านอื่น ๆ ภายใต้อันได้แก่ 4 การขับเคลื่อน x 4 การส่งเสริม ดังนี้

“การบูรณาการเป็นสิ่งที่ดีที่สุด แต่ในบริบทระหว่างหน่วยงานยังมีข้อจำกัดในการตัดสินใจที่จะทำ สำนักต่าง ๆ ภายในกรมฯ ให้ความร่วมมือในการประสานงานให้ข้อมูลในการต่อยอดการดำเนินงานเป็นอย่างดี ทั้งในกลุ่มคลัสเตอร์สินค้าที่มีฐานข้อมูลทางด้านผู้ประกอบการอาหารกลุ่ม Future Food ภายใต้การดำเนินงานนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ เพื่อให้สำนักพาณิชย์ดิจิทัลที่นำไปขยายตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่อไป”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่เข้าใจคำว่า BCG คืออะไร มีประโยชน์อย่างไร ซึ่งการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน อาทิเช่น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ในการประชาสัมพันธ์โครงการกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมฯ ที่เข้าข่ายสินค้าอาหาร BCG อาจสามารถเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ Startup”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

“การผลักดันพัฒนานโยบาย BCG เป็นการผนึกกำลังในการทำงานในรูปแบบจตุรภาคี (Quadruple Helix) ซึ่งไม่ใช่เป็นเพียงการทำงานร่วมกันระหว่าง ภาครัฐ-เอกชน/ชุมชน/สังคม มหาวิทยาลัยสถาบันวิจัย และหน่วยงานต่างประเทศ เพื่อดึงความรู้ ความสามารถและวิทยาการเข้ามาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทในประเทศ แต่กลไกการพัฒนา BCG ประกอบด้วย 4 การขับเคลื่อน x 4 การส่งเสริม (4 Drivers X 4 Enablers) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องในประเด็นการยกระดับการส่งออกของผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรมขึ้น ไม่ว่าจะเป็น กฎระเบียบ การปรับปรุงสภาพพื้นที่ การยกระดับองค์ความรู้”

(เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

การสื่อสารระหว่างหน่วยงานภายใต้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีความเหมาะสมเนื่องจากเป็นแนวทางการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการในการส่งออกอาหารจากภารกิจในแต่ละสินค้าให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพราะแต่ละสำนักงานมีความแตกต่างทางด้านเนื้อหา งาน แต่ทุกภารกิจของกรมสามารถส่งเสริมการส่งออกสินค้าตั้งแต่กลางน้ำจนถึงปลายน้ำ แต่ยังคงเผชิญกับปัญหาองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของ BCG ถึงแม้ว่าการบูรณาการระหว่างกรมจะเป็นไปได้ยากก็ตาม

4.4 ความเหมาะสมด้านผลผลิต (Product)

4.4.1 ผลผลิตและความคุ้มค่าในการดำเนินโครงการ

ผลผลิตและความคุ้มค่าในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ผ่านโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่ มีความสำคัญในการต่อยอด และแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการดำเนินนโยบายและโครงการดังกล่าวได้อย่างตรงจุด โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวถึงผลผลิตในรูปแบบของมูลค่าการส่งออก และปัญหาตัวชี้วัดของทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ไม่สามารถวัดผลผลิตได้อย่างแท้จริงในระยะยาว เนื่องจากเป็นการวัดจากมูลค่าการส่งออก และจำนวนการจับคู่เจรจาธุรกิจ ที่สามารถวัดได้เพียงช่วงต้นของการดำเนินกิจกรรม รวมถึงข้อมูลดิบด้านผลผลิตในเชิงมูลค่ายังไม่เพียงพอ เพราะมีเพียงตัวเลขประมาณการ ถึงแม้ว่า การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศด้านการพัฒนาสินค้าและผู้ประกอบการที่มีสินค้าอาหารเข้าข่าย BCG สามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า แต่ในขณะเดียวกันต้นทุนการผลิตของสินค้าอาหารที่มีคุณสมบัติเข้าข่าย BCG ก็มีต้นทุนสูงขึ้นเช่นกัน โดยมีรายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“พูดถึงเรื่องตัวชี้วัดกิจกรรมของกรมฯ คือ มูลค่าการส่งออกและจำนวนคู่เจรจาธุรกิจที่เพิ่มขึ้น แต่มันก็เป็นเพียงผลผลิตในช่วงเสร็จสิ้นโครงการในช่วงต้น ไม่สามารถประเมินในระยะยาว แต่เท่าที่พอทราบกำลังพัฒนาระบบติดตาม DITP Drive บางทีนโยบายไม่ใช่แค่การจัดทำโครงการเพื่อตอบสนองเป้าหมาย แต่เป็นการพัฒนาระบบข้อมูลดิบด้วย เช่น BCG เพิ่มขึ้น 1 ล้านล้านบาทแล้ว current เท่าไหร่ ปัจจุบันเป็นแค่การประมาณการ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 1)

“มันมีมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น ในการเพิ่ม value กับสินค้า ทำให้เราได้เปรียบกว่าพวกสินค้าจีน. ถ้าเรื่องต้นทุนไม่สามารถเทียบได้เลย แต่ BCG เป็นข้อต่อรองในการค้าที่ทำให้เราขายได้เพิ่มขึ้น หากเราขายสินค้าพร้อมคุณภาพ และต้นทุนต่ำ”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ท่านที่ 2)

“สินค้าอาหาร BCG เหมือนเป็นการสร้างมูลค่าอาหารของไทย และเป็นทางเลือกในการซื้อของผู้บริโภคที่รักษาสິงแวดล้อม สุดท้ายหากนโยบายเสร็จสิ้น พวกโครงการทางด้านอาหารก็ยังสามารถดำเนินต่อไปได้ เพราะประเทศไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบครัวโลก แต่อาจต้องมีการปรับกระบวนการผลิตในการให้ความใส่ใจพวก carbon emission มากขึ้น”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

จากบทสัมภาษณ์ผู้วิจัยจึงมีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม จากเอกสารเกี่ยวกับตัวชี้วัดและผลผลิตของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึง ประจำปี 2565 ในภาพรวมสามารถแจกแจงผลผลิต โดยแยกเป็น 4 รายการ ตามตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ตัวชี้วัดของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศภายใต้การดำเนินโครงการ

ที่	รายการ	แผนทั้งปี (ปีงบประมาณ 2565)	ผลการดำเนินการสะสม ปีงบประมาณ 2565	
			จำนวน	% ของแผนทั้งปี
1.	จำนวนกิจกรรม	61 กิจกรรม	61 กิจกรรม	100 %
2.	มูลค่าเจรจาการค้า	517.60 ล้านบาท	5,366.20 ล้านบาท	1,036.75%
3.	จำนวนผู้ประกอบการไทย ที่ได้รับประโยชน์	2,056 ราย	4,868 ราย	236.77%
4.	การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์	0.9 ล้านครั้ง	20.54 ล้านครั้ง	2,282.22%

ที่มา : (สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ, 2565)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีการวัดผลผลิตได้อย่างเหมาะสมทางด้านกำหนดตัวชี้วัดจากมูลค่าการส่งออกและมูลค่าการเจรจาธุรกิจ แต่ผลผลิตที่ได้ยังไม่แน่นอนในการติดตามระยะยาวส่งผลให้การสรุปผลผลิตกิจกรรมทางด้านอาหารต่าง ๆ เป็นเพียงเป้าคาดการณ์ อย่างไรก็ตาม ทางกรมฯ ก็พยายามพัฒนาระบบ DITP Drive ในการติดตามผลผลิตในระยะยาว แต่การดำเนินโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ก็ยังสามารถยกระดับศักยภาพในการส่งออกสินค้าอาหารที่เข้าข่าย BCG เพื่อเป็นทางเลือกของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า

อย่างไรก็ตาม หากพูดในบริบทระดับประเทศสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในฐานะหน่วยงานที่ดูภาพรวมของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ได้มีการจัดทำเว็บไซต์ในการติดตามผลการดำเนินงานโครงการต่าง ๆ ของแต่ละกระทรวงที่ได้รับมอบหมายในการขับเคลื่อนนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ เนื่องจากเป็นแผนยุทธศาสตร์ชาติที่รัฐบาลให้ความสนใจ และมีกฎหมายในการสั่งการโดยมีรายละเอียดจากบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“การดำเนินการตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) นั้น มีความเชื่อมโยงกับแผนการพัฒนาประเทศทั้ง 3 ระดับ ทุกหน่วยงานจึงต้องนำเข้าแผนการดำเนินงานของหน่วยงานตาม พ.ร.บ.การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติพ.ศ. 2560 และ พ.ร.บ.แผนและขั้นตอนการดำเนินการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. 2560 กำหนดให้หน่วยงานของรัฐรายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ และการปฏิรูปประเทศโดยทางสภาพัฒฯ จัดทำระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSOCR) เพื่อเป็นเครื่องมือให้หน่วยงานของรัฐใช้รายงานผลการดำเนินการตามแผนระดับต่าง ๆ ของประเทศ”

(เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

4.4.2 ผลผลิตทางด้านความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ

ผลผลิตจากความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการส่งผลให้กิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ประจำปี 2565 สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับบริษัทสินค้าอาหารภายใต้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ทางด้านความน่าเชื่อถือของแบรนด์ในการขายสินค้าอาหาร BCG โดยเป็นลักษณะจากการต่อยอดการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ได้อยู่ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ จากบทสัมภาษณ์ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

“ทางบริษัท เข้าร่วมโครงการ BCG THE NEXT GEN เพราะหวังว่าจะได้รับโอกาสจากทางภาครัฐในการ ประชาสัมพันธ์แบรนด์ และสินค้าที่อยู่ภายใต้ BCG ทำให้ผู้นำเข้าต่างประเทศมีความเชื่อถือบริษัทเรามากขึ้น และส่วนตัวอยากมีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ทางด้านการพัฒนาสินค้า”

(ผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ท่านที่ 1)

“กิจกรรมต่าง ๆ ของกรมฯ สามารถสร้างโอกาสในธุรกิจของผม จากที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมกรมฯ โครงการ Idea Lab และมีคนชักชวนให้มาเข้าร่วมโครงการ BCG THE NEXT GEN สามารถสร้างความตระหนักรู้ที่มากขึ้นในกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภค ให้ความสำคัญของนโยบาย BCG และสามารถสร้างโอกาสทำตลาดกับคู่ค้าที่หลากหลายให้กับผม ถึงแม้ทางบริษัทจะยังไม่มีส่งออก”

(ผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ท่านที่ 2)

ผลผลิตความสำเร็จจากการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ของทางผู้ประกอบการ ภายใต้กิจกรรม BCG THE NEXT GEN เป็นไปอย่างเหมาะสม เนื่องจากกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการสร้างโอกาสในการส่งออกสินค้าอาหารให้กับกลุ่มผู้ประกอบการมากขึ้น เพราะจากการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของบริษัท และทำให้ประชาชนหันมาใส่ใจกับสินค้าอาหาร BCG มากขึ้น

4.5 กฎระเบียบในการส่งออกอาหาร

กฎระเบียบในการส่งออกอาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 เกิดประสิทธิผล เนื่องจากการส่งออกอาหารนอกจากต้องอาศัยภาครัฐที่มีนโยบายพร้อมที่จะสนับสนุนแต่ต้องอาศัยความพร้อมและความต้องการของผู้ประกอบการด้วย ถึงแม้ว่า Future Food จะได้รับความนิยมจากตลาดต่างประเทศ แต่การส่งออกอาหารประเภทดังกล่าวยังต้องอาศัยมาตรฐานในการรับรองสินค้าในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ ทางด้านกระบวนการผลิตหรือกระบวนการบรรจุภัณฑ์ซึ่งสร้างต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการสินค้าอาหารที่อยู่ภายใต้โครงการ BCG THE NEXT GEN โดยจากการสัมภาษณ์พบว่ากฎระเบียบในการส่งออกอาหารที่เกี่ยวข้อง เช่น USFDA ของประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นกฎระเบียบการนำเข้าของประเทศปลายทาง รวมถึงกฎระเบียบที่ส่งผลกระทบต่อ การนำเข้าวัตถุดิบของผู้ประกอบการในประเทศไทยส่งผลกับความสามารถในการส่งออก ทั้งในด้านการผลิต และคุณภาพ โดยมีรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“BCG THE NEXT GEN เป็นเหมือนสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างความตระหนักรู้ว่าเรามีความหลากหลายทางด้านสินค้าอาหาร BCG เพื่อเป็นทางเลือกกับผู้บริโภคภายในประเทศมากกว่า เพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่แคว่มีคุณสมบัติที่มีสินค้าเข้าข่าย BCG แต่ยังไม่มีความเพียงพอสำหรับการส่งออก ในแง่ตราสินค้ารับรองมาตรฐานในต่างประเทศ และยังไม่มีความชัดเจนที่จะดำเนินการต่อยอด ต้องขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการมีความสมัครใจและมีงบประมาณเพียงพอหรือไม่”

(เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ดำเนินกิจกรรม BCG THE NEXT GEN)

“ผมเองก็อยากส่งออก เวลาเข้าร่วม Show Case งานต่าง ๆ มีต่างชาติพวกอเมริกา ญี่ปุ่นสนใจ แต่เราก้ยังไม่มิตรา USFDA ที่เป็นระเบียบจดทะเบียนแหล่งผลิต และการดำเนินการยังต้องอาศัย เงินทุน และเวลา”

(ผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ท่านที่ 1)

“ที่ผ่านมาเผชิญปัญหาเกี่ยวกับการต้องห้ามนำเข้าวัตถุดิบบางประเภท หรือบางครั้งใช้เวลาในการลงทะเบียนหรือตรวจสอบสินค้านาน และบางทีการส่งออกสินค้า เมื่อบอกว่ามาจากประเทศไทย จะมีการตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน”

(ผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ท่านที่ 2)

“การส่งเสริมการส่งออกทางด้านอาหารต้องอาศัย 4 การส่งเสริม (4 Enablers) โดยหนึ่งในนั้นคือการปลดล็อกข้อจำกัดทางกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ในการเอื้ออำนวยการพัฒนา BCG ระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) เพื่อประเมินค่าผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบน้อย หรือเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ภาคเอกชนดำเนินการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตเพื่อให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำสุด ในการป้องกันการกีดกันทางการค้า”

(เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

จากการสัมภาษณ์ผู้แทนจากทางภาครัฐ และภาคเอกชนในกลุ่มผู้ประกอบการอาหารภายใต้โครงการ BCG THE NEXT GEN ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในการนำมาปฏิบัติของกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบทสัมภาษณ์ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายในด้านที่ไปที่มาโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ BCG ยุคใหม่ แผนการดำเนินงาน การบริหารทรัพยากร และตัวชี้วัดนโยบายในการนำนโยบายไปปฏิบัติ รวมไปถึงด้านสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ จากการสัมภาษณ์ พบว่าการนำนโยบาย BCG ไปปฏิบัติผ่านกิจกรรม BCG THE NEXT GEN สามารถเกิดประสิทธิผลได้จากความเหมาะสมของสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของความเหมาะสมปัจจุบันเข้า ภายใต้ประเด็นบันทึกความร่วมมือระหว่างระดับกระทรวงยังเป็นไปได้อย่างไม่เหมาะสม เนื่องจากไม่มีความชัดเจนทางด้านบูรณาการโครงสร้างขององค์การที่ไม่ได้เอื้อต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ และทางด้านผลผลิตยังไม่สามารถระบุได้แน่นอน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ในการส่งออกสินค้าอาหารของกระทรวงพาณิชย์ และหาแนวทางการพัฒนาและช่วยเหลือผู้ประกอบการภายใต้กิจกรรม BCG THE NEXT GEN โดยผู้วิจัยจึงดำเนินการสรุปผลการศึกษา ประสิทธิภาพในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ภายใต้แนวคิดโมเดล CIPP โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) เป้าหมายนโยบายมีประโยชน์/ตอบสนองความต้องการ ทรัพยากร ภูมิหลังปัญหา สภาพแวดล้อม 2) การวางแผนปัจจัยนำเข้าผู้เกี่ยวข้อง/ยุทธศาสตร์งบประมาณ ความครอบคลุม 3) กระบวนการวางแผนการดำเนินงาน การพัฒนา เพิ่มเติม และ 4) ด้านผลผลิต ความคุ้มค่าและความยั่งยืน โดยจากผลการศึกษา พบว่าปัจจัย 1) – 3) มีความเหมาะสม แต่ปัจจัยนำเข้าทางด้านงบประมาณ และทรัพยากรบุคคล ยังมีข้อจำกัดอย่างเด่นชัด ในส่วนปัจจัยที่ 4) ยังไม่สามารถระบุได้แน่นอน

ทั้งนี้ ผลการศึกษาดังกล่าว เป็นผลมาจากปัจจัยที่ควรคำนึงถึงอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการดำเนินนโยบาย BCG ในการส่งออกสินค้าอาหารไทยของกระทรวงพาณิชย์ดังต่อไปนี้

5.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการดำเนินนโยบาย BCG ในการสนับสนุนการส่งออกสินค้าอาหารไทยของกระทรวงพาณิชย์

5.1.1 วัตถุประสงค์ของนโยบาย

จากการสัมภาษณ์และข้อมูลที่เพิ่มเติมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่ากระทรวงพาณิชย์ ได้นำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มาปรับใช้ เนื่องจากรัฐบาลมีการประกาศเป็นวาระแห่งชาติที่มีความสำคัญรองลงมาจาก ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่เน้นการพัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ จากความหลากหลายทางด้านทรัพยากร เป็นการพัฒนาแบบ 4+1 ซึ่งสินค้าอาหารและสินค้าเกษตร เป็นกลุ่มสินค้าเป้าหมาย (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565b) จึงกลายมาเป็นแผนการดำเนินงานภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ซึ่งประกอบไปด้วย 61 กิจกรรม ทั้งในส่วนภูมิภาค และระหว่างประเทศ ซึ่งจะขับเคลื่อนโดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ซึ่งมีทูตฝ่ายการพาณิชย์ประจำการ โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน อันได้แก่ 1) การพัฒนาองค์ความรู้ 2) การประชาสัมพันธ์ และ 3) การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ ที่ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าไม่ได้จำกัดเพียงสินค้าอาหารในการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการในการส่งออก โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่จึงเกิดการจัดทำโครงการ

และกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีความสอดคล้องกับวรรณกรรมคือ ความชัดเจนของนโยบาย (Clarity of Policy) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่สามารถขับเคลื่อนไปได้ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานของผู้นำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Brever G. D. and Delon P., 1983)

อีกทั้ง ในส่วนภาคบุคลากรในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้าใจต่อวัตถุประสงค์ของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ในการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการสินค้าอาหารที่เข้าข่าย BCG ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนให้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ประสบความสำเร็จในการทำให้ผู้ประกอบการที่มีสินค้าอาหารเข้าข่าย BCG สามารถส่งออกได้ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมที่ว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นหน้าที่ขององค์การราชการและผู้เกี่ยวข้องที่ได้รับมอบหมายที่ต้องรับผิดชอบ เพื่อให้ประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ในทุกด้านที่ได้ตั้งไว้ (Pressman J. L. and Wildavsky A. B., 1973)

จากข้อมูลในตารางที่ 6 ต่อไปนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นว่า มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการส่งออกทางด้านอาหารเพียง 17 กิจกรรม จาก 61 กิจกรรม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28 จากกิจกรรมทั้งหมด ซึ่งมีปริมาณที่น้อย แต่ถ้าหากสังเกตประเภทของกิจกรรมจะพบว่า การส่งออกอาหารจะกระจุกตัวในด้านที่สาม คือ การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ ภายใต้กิจกรรมการจับคู่เจรจาธุรกิจในส่วนของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ซึ่งสร้างมูลค่าการส่งออกทางด้านอาหารเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 6 สรุปผลผลิตการกิจกรรมอาหารภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565

	ด้านที่ 1 พัฒนาคอนและสินค้า ส่งเสริมการใช้นวัตกรรม	ผลการดำเนินโครงการ
1.	โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ 5 จังหวัดชายแดนใต้ เพื่อการค้าระหว่างประเทศ (สินค้าอาหารและเครื่องดื่มฮาลาลในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนใต้ โดยมุ่งเน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชน พัฒนาต่อยอดเพื่อการส่งออก โดยคำนึงถึงหลัก BCG)	มูลค่าการส่งออก โดยนำผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ไปเข้าร่วมกิจกรรมในระยะที่ 3 (การขยายช่องทาง การตลาดผ่าน Thaitrade.com แพลตฟอร์มพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ และกิจกรรม OBM และ นำ

		ผู้ประกอบการจำนวน 28 ราย เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร 2565 (THAIFEXANUGA ASIA 2022 “The Hybrid Edition”)
	โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์อาหารไทย สำเร็จรูปสู่ตลาดโลก	ผู้ประกอบการ เข้าร่วมโครงการ ไม่ต่ำกว่า 10 ราย มีผู้ประกอบการ ผ่านการหลักสูตรการอบรม จำนวน 8 ราย
ด้านที่ 2 ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้า BCG ไทย		
2.	จัดทำ/เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ - สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับ BCG : Clip VDO “BCG คือ อะไร ฉบับผู้ประกอบการ” - จัดทำ e-Catalogue เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการ/ผลงาน BCG	จำนวนผู้ประกอบการ 30 ราย
3.	การเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าอาหารแห่งอนาคต (Future Food Showcase) ภายในคูหาประเทศไทย งานแสดงสินค้า China International Import Expo 2021 (CIIE 2021) ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน	ผู้ประกอบการอาหารแห่ง อนาคต 30 ราย จัดแสดง ตัวอย่างสินค้าอาหารแห่งอนาคต (Future Food Showcase) ทั้ง 4 กลุ่มได้แก่ Functional Food, Novel Food, Medical Food และ Organic Food ของ ผู้ประกอบการ จำนวน 34 ราย เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการ เจาะเข้าสู่ตลาดจีน
4.	การเข้าร่วมจัดแสดงสินค้าอาหารแห่งอนาคต (Future Food Showcase) ภายในคูหาประเทศไทย งานพืชสวนโลก The International Horticultural Expo: EXPO 2022 Floriade ณ เมือง Almere ประเทศเนเธอร์แลนด์	ผู้ประกอบการอาหารแห่ง อนาคต 30 ราย เข้าร่วมงาน แสดงสินค้า

5.	กิจกรรมประชาสัมพันธ์และนำเสนออาหารแห่งอนาคต และเนื้อจากพืช (Plant-based Meat) เพื่อสร้างการรับรู้ต่อชาวฮ่องกง	ร้านอาหารไทยเข้าร่วมกิจกรรม ไม่น้อยกว่า 5 ร้าน
6.	ประชาสัมพันธ์สินค้า BCG ในงาน Foodex 2022	มีผู้เข้าเยี่ยมชมคหุหาของไทย ประมาณ 3,000 ราย
7.	ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าอาหาร BCG ในงาน Seoul Food & Hotel 2022	จำนวนผู้เข้าชม ผู้ส่งออกสินค้า Future Food/Plant based meat นำสินค้าเข้าร่วมแสดง และมีผู้นำเข้าเกาหลีใต้สนใจมาเยี่ยมชมคหุหากรมมากกว่า 800 ราย
8.	โครงการผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคตไทยๆ โดยจัดกิจกรรมสาธิตและแข่งขันการปรุงอาหารไทยออนไลน์ ร่วมกับสื่อมวลชน บล็อกเกอร์ ตลอดจนผู้มีชื่อเสียงในสังคม	สร้างการรับรู้ไปยังผู้บริโภค มากกว่า 14 ล้านคน ผ่านสื่อมวลชน สำนักข่าว และอินฟลูเอนเซอร์ จำนวนรวม 24 ราย
9.	โครงการผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคตไทยๆ	รวบรวมความคิดเห็นจากผู้นำเข้าและให้คำปรึกษากับผู้ส่งออกสินค้าอาหาร Plant based meat จำนวน 6 ราย
10.	โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอาหารไทยและธุรกิจบริการอาหารไทยในตลาดจีน โดยประชาสัมพันธ์และสนับสนุนการใช้เนื้อจากพืช (Plant-based Meat) ในร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select	ร้านอาหารไทยนำเสนอเนื้อจากพืช (Plant-based Meat) ในเมนูอาหารเพิ่มขึ้น 3 ร้าน
ด้านที่ 3 ส่งเสริมการขายแพลตฟอร์มออนไลน์		
11.	ประสานกับแพลตฟอร์มพันธมิตรของกรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	ผู้ประกอบการในกลุ่มวิชาชีพ เพื่อสังคมสามารถลงขายผ่านแพลตฟอร์มพันธมิตรของกรม 10 ราย
12.	จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในแพลตฟอร์มออนไลน์ Bigbasket/Berricka/ Namdhari's Fresh	ยอดขายรวมของสินค้าไทยเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนไม่ต่ำกว่า 1 ล้านบาท

13.	สคต. ลอนดอน ร่วมกับ สกอ. และ สพต. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าอาหารแห่งอนาคต ร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ในสหราชอาณาจักร	จำนวนผู้ซื้อเข้าร่วมโครงการ 50 ราย ยอดสั่งซื้อสินค้า 5 ล้านบาท ในปีแรก
14.	โครงการผลักดันผลิตภัณฑ์อาหารแห่งอนาคตไทยฯ	สินค้า Future Food ที่ใช้ในกิจกรรมสาธิตการปรุงอาหารไทย ถูกวางจำหน่ายผ่าน www.shop.billa.at ซึ่งมีจำนวนสมาชิกไม่ต่ำกว่า 65,000 ราย
15.	OBM สินค้าอาหารแห่งอนาคต เช่น Plant based Food	ผู้เข้าร่วมเจรจาธุรกิจ และมูลค่าการส่งออก
16.	OBM สินค้า Plant-based Food อาหารสัตว์เลี้ยง สินค้าบรรจุภัณฑ์	ผู้เข้าร่วมเจรจาธุรกิจ และมูลค่าการส่งออก
17.	OBM สินค้า BCG กลุ่มอาหารแห่งอนาคต (Future Food) ระหว่างผู้ส่งออกไทยและผู้นำเข้าอเมริกา	ผู้เข้าร่วมเจรจาธุรกิจ และมูลค่าการส่งออก

ที่มา : (สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ, 2565)

โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ดังกล่าวยังตอบสนองต่อบริบทสภาพแวดล้อมภายนอก อันได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการทบทวนวรรณกรรมที่ว่า การกำหนดแนวทางการดำเนินนโยบายภายใต้ตัวจริงนโยบายเป็นเป็นผลผลิตทางการเมือง เพื่อแก้ไขปัญหาภายในสังคมในประเด็นทางด้านสังคม และเศรษฐกิจ และชี้ให้เห็นถึงอุปสรรคระหว่างการปฏิบัติงาน ที่นำปัจจัยภายนอกมากำหนดแผนการดำเนินงาน ซึ่งจะถูกขับเคลื่อนด้วยกลุ่มการเมืองหรือบุคคลชั้นสูง ผู้ปฏิบัติงาน และประชาชน (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2563) ซึ่งทางสังคมพบว่าความต้องการซื้ออาหาร BCG ของกลุ่มผู้บริโภคสูงวัยและวัยรุ่นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นและผู้บริโภคคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญของราคาเป็นรอง ส่งผลให้ผู้ประกอบการทางด้านอาหารมีโอกาสที่จะส่งออกได้มากขึ้น หากมีการพัฒนาศักยภาพทางด้านกระบวนการผลิต และเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าการก่อตัวของโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติในการพิจารณาจากบริบทสภาพแวดล้อม ปัญหาที่เกิดขึ้น และสอดคล้องกับการประเมินประสิทธิผลโมเดล

CIPP ในตัว C : Context Evaluation ที่ประเมินความจำเป็นจากสภาพปัญหาการหาทางเลือก และการวางแผนการดำเนินงานโดยใช้การจัดทำโครงการเป็นเครื่องมือ

5.1.2 ทรัพยากร

จากการศึกษาประสิทธิผลในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ผ่านการสัมภาษณ์และเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม พบว่า ภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการจัดลำดับความสำคัญของงานอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาความสำคัญของกิจกรรมก่อนหลังโดยมีระยะเวลาในการดำเนินโครงการเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจด้วย สืบเนื่องจากการบริหารงบประมาณที่มีอย่างจำกัด แต่ต้องตอบสนองต่อนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่อย่างเร่งด่วน โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ (ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิพษ์, 2540) ที่ว่าการประเมินประสิทธิผลของนโยบายต้องพิจารณาจากความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีงบประมาณอย่างจำกัด แต่ลักษณะของหน่วยงานยังเอื้ออำนวยในการแบ่งโครงสร้างงานที่ง่ายต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์และเกิดประสิทธิผลสูงสุด

โดยประเด็นการจัดสรรงบประมาณ นอกจากการขอเบิกจ่ายงบประมาณรายจ่ายประจำปี ที่ดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานและมีความสอดคล้องกับภารกิจกรมฯ โดยเจ้าหน้าที่กิจกรรมนั้น ๆ ผู้วิจัยขอเสนอการจัดทำงบประมาณที่มุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ (Strategic Performance Based Budgeting : SPBB) ควบคู่ไปกับการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปี ในกรณีที่มีนโยบายเร่งด่วน เพราะองค์ประกอบสำคัญของระบบงบประมาณแบบ SPBB คือความสำเร็จในการบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายในทุกระดับตั้งแต่ยุทธศาสตร์ระดับชาติจนถึงเป้าหมายระดับกระทรวงและระดับกรม โดยในองค์ประกอบหนึ่งของงบประมาณแบบ SPBB ได้กล่าวไว้ว่า การนำเงินนอกงบประมาณมาพิจารณาร่วมกับงบประมารายจ่ายประจำปี จะสามารถบริหารการดำเนินงานบนความเสี่ยงที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างครอบคลุมและสามารถใช้ประโยชน์ในการวางแผน อีกทั้ง การประมาณการค่าใช้จ่ายล่วงหน้า 3 ปี (Medium Term Expenditure Framework : MTEF) จากค่าใช้จ่ายที่หน่วยงานได้รับอนุมัติในปัจจุบัน ประกอบกับมีแนวทางแบบประมาณการระดับผู้บริหารจนถึงระดับผู้ปฏิบัติการ (Top Down) ซึ่งเป็นการประเมินประมาณการค่าใช้จ่ายโดยอาศัยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและทิศทางนโยบายของทางรัฐบาลประกอบด้วย (วรนุช สาเกษล, 2560) การจัดทำงบประมาณในลักษณะนี้อาจช่วยส่งผลให้กรมฯ สามารถดำเนินทุกกิจกรรมตามระยะเวลาที่กำหนดเพราะมีงบประมาณที่เพียงพอในการบริหารงาน ถึงแม้จะเป็นนโยบายเร่งด่วนก็ตาม และไม่ต้องจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมก่อนหลัง จากประเด็นปัญหาการจัดสรรงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

อีกทั้ง กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังมีผลผลิตจากการดำเนินโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 จากการศึกษาประสิทธิผลการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ มีการประเมินผลการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านจำนวนคู่เจรจาธุรกิจ และมูลค่าการส่งออกจากการเจรจาธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมการบริหารงานแบบกระบวนทัศน์ใหม่ (New Public Management) ให้ความสำคัญกับการบริหารงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ (Result Base Management) และขั้นตอนการประเมินผลหลังจากการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งจะสามารถเห็นข้อเท็จจริงได้มากที่สุดที่สุดในประเด็นผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบว่าเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข รวมถึงสะท้อนให้เห็นการทำงานของผู้กำหนดนโยบาย (วัณณะวัฒน์ โอภาสวัฒนา, 2555) ในการกำหนดทิศทางการของงบประมาณในปัจจุบันงบประมาณหน้าต่อไป

อย่างไรก็ตาม ในด้านทรัพยากรบุคคลพบว่าบุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีอยู่อย่างจำกัด และไม่มีผู้เชี่ยวชาญทางด้านนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ เนื่องจากนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่เพิ่งประกาศใช้ในปี 2564 และเป็นวาระเร่งด่วน ส่งผลให้ประสิทธิผลในการดำเนินกิจกรรมใหม่อาจไม่เกิดประสิทธิผลเท่าที่ควร ดังนั้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรดำเนินการจัดทำแผนบริหารทรัพยากรมนุษย์ทางการจัดฝึกอบรมในการเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางด้านรายละเอียดนโยบาย เนื่องจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้รับมอบนโยบายแบบเร่งด่วน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถขอจำนวนบุคลากรเพิ่มเติมได้อย่างทันกาล ดังนั้นการเพิ่มเติมองค์ความรู้ผ่านการฝึกอบรม โดยวิเคราะห์จากจุดบกพร่องในการดำเนินกิจกรรมผ่านการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และรายละเอียดทางด้านองค์ความรู้ (บรรยงค์ โตจินดา, 2543) จึงเป็นวิธีการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เห็นผลที่สุด อย่างไรก็ตาม หากได้บุคลากรเพิ่มเติมก็จะต้องมีการอบรมให้ความรู้อีกครั้งเช่นกัน ซึ่งผู้วิจัยมองว่ากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรดำเนินการจัดโครงการฝึกอบรมทางด้านนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ในสำนักงานที่มีภารกิจเกี่ยวกับสินค้าอาหาร และสำนักที่กำกับดูแลเรื่องแผนการดำเนินงานของกรมฯ อันได้แก่ สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ และสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้า เพื่อให้เกิดองค์ความรู้และนำไปใช้ให้เกิดผลผลิตในการส่งออกในทิศทางเดียวกัน

5.1.3 ความร่วมมือ-การสื่อสาร ระหว่างองค์กร ต่อการขับเคลื่อนให้เป็นไปตามนโยบาย

จากการสัมภาษณ์และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความร่วมมือระดับกระทรวง คือร่วมมือกับกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยเป็นความร่วมมือที่มีเนื้อหาสาระในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ไทยในระดับระหว่างประเทศ ซึ่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าของสินค้าด้วยงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการสร้างช่องทางขยายตลาดในยุคชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) แต่ความร่วมมือดังกล่าวนี้ไม่ได้ระบุอย่างชัดเจนถึงประเด็นโมเดลเศรษฐกิจใหม่ แต่มีนัยยะแฝงในประเด็นการเข้ามา มีบทบาทของเทคโนโลยี และนวัตกรรมในการช่วยเหลือภาคการผลิต ซึ่งการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในกรอบของกระทรวงพาณิชย์ภายใต้ประเด็นการเข้ามา มีบทบาทของเทคโนโลยี และนวัตกรรม ยังไม่ค่อยเป็นรูปธรรม ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมของ Van Meter D. S. and Van Horn C. E. (1975) ประเด็นความเข้าใจร่วมกันในตัวรายละเอียดนโยบายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบสามารถบังคับใช้นโยบายให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เพราะ รายละเอียดภายใต้ความร่วมมือระหว่างองค์กรไม่ได้ระบุชัดเจนถึงประเด็นโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องในความร่วมมือไม่มีความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงาน ซึ่งหากไม่มีความเข้าใจร่วมกันในตัวรายละเอียดนโยบายที่เกี่ยวข้องแล้ว หน่วยงานที่รับผิดชอบก็ไม่สามารถบังคับใช้นโยบาย ให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้ตามที่คาดหวังไว้

บันทึกความร่วมมือดังกล่าวได้มีการลงนามช่วงต้นปี 2564 และมีกำหนดระยะเวลา 2 ปี ซึ่งในช่วงระยะเวลานั้น นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ยังมีบทบาทน้อย และมีได้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้การดำเนินโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 มิได้ถูกขับเคลื่อนด้วยบันทึกความร่วมมือระหว่างระดับกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม แต่เป็นเพียงการใช้รายละเอียดบางส่วนทางด้านวัตถุประสงค์ของบันทึกความร่วมมือ มาปรับใช้ จนเกิดเป็นโครงการนำร่องเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นว่าควร จัดตั้งคณะกรรมการในกลุ่มสาขาเป้าหมาย ที่ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้เกี่ยวข้องที่ครอบคลุมตั้งแต่ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม รวมถึงประชาคมวิจัย ที่มีความเชี่ยวชาญ ทางด้านการตลาด นโยบาย ในการทำหน้าที่ผลักดันการขับเคลื่อน ติดตาม และ รายงานผลการดำเนินงานรายไตรมาส และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการสนับสนุน การประชาสัมพันธ์เปิดเผยข้อมูลแก่สาธารณชนในการตรวจสอบ และเข้าถึงกิจกรรมต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565a) เพื่อวิเคราะห์จุดบกพร่องในการ

น่านโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ไปปรับใช้ในแต่ละกระทรวง และติดตามผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

จากการศึกษาประเด็นการสื่อสารระหว่างองค์การ พบว่ากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีการประสานงานกับหน่วยงานภายใต้สายบังคับบัญชาได้เป็นอย่างดี แต่ยังมีข้อจำกัดในการร่วมมือกับการสื่อสารระหว่างระดับองค์การ ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ในการทำความเข้าใจของผู้ประกอบการในประเด็นรายละเอียดของ BCG ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมของ Brevier G. D. and Delon P. (1983) ที่กล่าวว่า การน่านโยบายไปปฏิบัติควรถูกสนับสนุนจากกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (Support of Policy) เนื่องจากกลุ่มผลประโยชน์มีอิทธิพลต่อการมีบทบาทในการเลือกใช้ทางเลือกของนโยบาย ดังนั้น ถ้าหากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสามารถมีความร่วมมือกับทางภาคเอกชน ภาคประชาสังคม การขับเคลื่อนโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 อาจสามารถเกิดผลผลิตได้อย่างเป็นรูปธรรมมากกว่านี้

จากผลการศึกษา พบว่าภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศยังมีกระบวนการดำเนินงาน การติดตาม และปรับปรุงโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 จากการแบ่งภารกิจงานตามความรับผิดชอบของแต่ละสำนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของนโยบายในบททบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดของ Banner, Doctors, and Gordon (1975, อ้างถึงใน เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ, 2555) ที่กล่าวว่า การขยายโครงสร้างของหน่วยงานส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวโครงการหรือกิจกรรม ในการทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ และง่ายต่อการติดตามผลการดำเนินงานและต่อยอดโครงการ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้แบ่งการดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการ BCG ตามสำนักสินค้า การประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการส่งออกอาหารที่มีสินค้าเข้าชาย BCG จะเป็นการรับผิดชอบของสำนักงานที่เกี่ยวข้อง คือสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มการค้า และสำนักส่งเสริมสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม ทั้งนี้ สำนักส่งเสริมสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมจะดูแลผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้วมีทุนทรัพย์ในการต่อยอดธุรกิจให้สอดคล้องต่อ BCG แต่สำนักส่งเสริมวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มการค้า จะดำเนินงานกิจกรรม BCG THE NEXT GEN เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีสินค้าเข้าชาย BCG แต่ยังมีศักยภาพไม่เพียงพอต่อการส่งออก

5.1.4 กฎระเบียบ มาตรการ

หน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องในการออกตรามาตรฐานรับรองทางด้านกฎหมายขาดการบูรณาการร่วมกัน ซึ่งการประกอบกิจการอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยยังต้องพึ่งพากฎระเบียบตลอดห่วงโซ่การผลิตอาหาร ซึ่งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องนั้นมีอยู่อย่างกระจัดกระจายภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานที่แตกต่างกัน เช่น การขออนุญาต การขึ้นทะเบียน ซึ่งที่ผ่านมารัฐบาลพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าว จากการจัดทำพระราชบัญญัติคณะกรรมการอาหารแห่งชาติ พ.ศ. 2551 เพื่อให้เกิดเอกภาพความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ก็ยังติดปัญหาระบบการบริหารราชการที่ไม่เอื้ออำนวย จากการต้องผ่านการดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นลำดับ และหลายขั้นตอน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563) นอกจากอุตสาหกรรมทางด้านอาหารที่มีสินค้าเข้าชาย BCG ต้องผ่านการรับรองในการดำเนินการผลิตภายในประเทศอย่างถูกต้องตามกฎหมายแล้วนั้น การที่ผู้ประกอบการมีความประสงค์ที่จะส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศจะต้องมีมาตรฐานการผลิตที่ได้รับการรับรองจากทางต่างประเทศด้วย โดยผู้วิจัยขอยกตัวอย่างตราสัญลักษณ์ทางการรับรองมาตรฐานสินค้าในกลุ่มสินค้าอินทรีย์หรือออร์แกนิก ไปยังตลาดประเทศปลายทาง ดังตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 ระเบียบมาตรฐานการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศเป้าหมายปลายทาง

ระเบียบ/มาตรฐาน	รายละเอียด
	เป็นตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ USDA ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก
	สินค้าที่มีตราสินค้าดังกล่าวสามารถผลิตได้จากทั่วโลก และมีเงื่อนไขว่าสินค้าปศุสัตว์จะต้องไม่ใช่ยาปฏิชีวนะในกระบวนการผลิต และเอกสารการนำเข้าต้องระบุข้อความ “Certified in compliance with the terms of the US-Canada Organic Equivalency Arrangement”

ระเบียบ/มาตรฐาน	รายละเอียด
	<p>สินค้าต้องมีการผลิตบางส่วน หรือบรรจุในสหภาพยุโรป โดยมีเงื่อนไขห้ามใช้ยาปฏิชีวนะในประเภทปศุสัตว์ การนำเข้าต้องมีเอกสารรับรองจากแผนงานงานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (National Organic Program - NOP) ของสหรัฐอเมริกา และใบรับรองอินทรีย์ที่ออกโดยหน่วยรับรองที่ได้รับอนุญาตจากสหภาพยุโรป ยกเว้นสินค้าประมง</p>
	<p>เป็นตรามาตรฐานที่ใช้ในสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชของญี่ปุ่น ที่สามารถจำหน่ายแบบอินทรีย์ในสหรัฐฯ อีกทั้ง สินค้าต้องมีการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งในประเทศญี่ปุ่น ยกเว้น ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่พืช ซึ่งไม่ได้อยู่ในขอบเขตข้อตกลงทางการค้า และการนำเข้าต้องผ่านการรับรองมาตรฐาน USDA โดยมีเงื่อนไขต้องมีเอกสารรับรองจากแผนงานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (NOP) ของสหรัฐฯ</p>
	<p>เป็นตราสินค้าของสหรัฐฯ ครอบคลุมสินค้าแปรรูปที่ผ่านการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ของกระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบทเกาหลีใต้ (MAFRA) รวมถึงสินค้าต้องมีคุณสมบัติผ่านกระบวนการผลิตขั้นสุดท้ายในเกาหลีใต้ ยกเว้นสินค้าเกษตรที่ไม่มีการแปรรูป</p>

ที่มา : (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

จากผลการศึกษาพบว่าถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 เพื่อสร้างโอกาสในการส่งออกสินค้าอาหารที่เข้าข่าย BCG แต่ยังคงพบกับประเด็นปัญหาทางด้านกฎระเบียบมาตรฐานในการส่งออกวัตถุดิบที่ผลิตจากสินค้าเกษตรในกลุ่มตลาดสินค้าเป้าหมายในต่างประเทศ โดยการขอตราสัญลักษณ์รับรองการผลิตเพื่อการันตีมาตรฐานอาจเป็นการสร้างต้นทุนกับผู้ประกอบการ แต่ถ้าหากผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงข้อจำกัดในส่วนนี้ได้ ก็จะสามารถเพิ่มผลผลิตในการส่งออก ซึ่งการได้ตราสัญลักษณ์รับรองให้ถูกต้องตามกลุ่มประเทศเป้าหมายปลายทาง เช่น การติดฉลากสินค้าเกษตรต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของ Federal Food Drug and Cosmetic Act (FD&C Act) และ The Fair Packaging and Labeling Act นี้ถือว่าเป็นการสร้างกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy) ของสินค้าได้ตาม การศึกษาของ (จิราพรธณ สกุลลิ้ม, 2558)

5.1.5 การปรับตัวของผู้ประกอบการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่อตลาดสินค้าอาหาร BCG

จากบทสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการมีความกระตือรือร้นในการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 แต่ผู้ประกอบการยังไม่สามารถเข้าถึงข่าวสารกิจกรรมกรมฯ ได้อย่างทั่วถึง และส่วนใหญ่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการประชาสัมพันธ์ BCG THE NEXT GEN เป็นผู้ประกอบการที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ มาก่อน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว โดยมีความสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมของผลการศึกษาของ ศุภชัย เหมือนโพนธ์ (2565) ที่ว่าผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจทางด้านบริการ รวมถึงธุรกิจสินค้าอาหารจะต้องมีการปรับตัวต่อบริบทที่เปลี่ยนไปในยุค New Normal ที่ให้ความสนใจต่อสภาพแวดล้อมภายนอก โดยคำนึงถึงสถานการณ์ปัจจุบัน (Situation Analysis) ประสบการณ์ที่ได้รับจากการระบาดของ COVID - 19 ที่ทำให้คนเกิดการเรียนรู้ที่จะปรับตัวเป็นแนวปฏิบัติใหม่ (New Normal) เพื่อให้สามารถดำรงธุรกิจได้ในปัจจุบันและในอนาคต ผ่านการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมเข้ามาใช้ ในการทำตลาดประชาสัมพันธ์สินค้าโดยใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการกิจกรรม BCG THE NEXT GEN เป็นกลุ่มผู้ประกอบการอาหารที่มีคุณสมบัติเข้าข่าย BCG แต่ยังไม่ได้มีผู้ประกอบการรู้จักอย่างแพร่หลาย ซึ่งหลังการเข้าร่วมกิจกรรมของกรมฯ ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN ได้รับการตอบรับจากการประชาสัมพันธ์ในงาน Show case ของกรมฯ จากการนำ QR code สแกนเพื่อเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-catalog) ที่รวบรวมผู้ประกอบการกิจกรรม BCG THE NEXT GEN เอาไว้

5.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาและช่วยเหลือการปรับตัวของผู้ประกอบการอาหารไทยในกิจกรรม BCG THE NEXT GEN

จากการศึกษาประสิทธิผลการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 พบว่ากิจกรรม BCG THE NEXT GEN มีเพียงกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ที่เป็นส่วนหนึ่งในการเล่าเรื่องความเป็นมาของ BCG โดยคัดเลือกผู้ประกอบการทางด้านอาหารที่มีสินค้าเข้าขาย BCG และเป็นทั้งผู้ที่มีศักยภาพที่ส่งออกแล้ว และยังไม่สามารถส่งออกได้ โดยผู้ประกอบการที่อยู่ในสื่อประชาสัมพันธ์ BCG THE NEXT GEN CATALOG จะได้รับโอกาสเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่มี Showcase กลุ่มสินค้าอาหาร BCG อย่างต่อเนื่อง ทั้งสรรพสินค้าบางแห่ง แต่กลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN ยังติดปัญหาในการส่งออกทางด้านต้นทุนที่ไม่เพียงพอต่อการต่อยอดทั้งกระบวนการผลิต และการขอมาตรฐานสินค้าต่าง ๆ อยู่ ทำให้ถึงแม้จะได้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า ก็ยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะส่งออกสินค้า โดยผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการช่วยเหลือผู้ประกอบการอาหารไทยภายใต้กิจกรรม BCG THE NEXT GEN ดังนี้

5.2.1 เปิดโอกาสจัดนิทรรศการต่อยอดให้กลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN

ถึงแม้ว่ากรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จะมีการดำเนินงานจัดนิทรรศการสินค้าอาหาร BCG กลุ่มอาหารแห่งอนาคต (Future Food) ในงานแสดงสินค้า THAIFEX ANUGA ASIA 2020 ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยมีโอกาสในการนำผลิตภัณฑ์เข้าร่วมจัดแสดงในลักษณะ Showcase ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรม Workshop สามารถทดลองชิมอาหารที่เซฟปรุงจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงด้านแนวคิด ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูลสำคัญระหว่างผู้ซื้อ ผู้ส่งออก และผู้บริโภคที่เข้าร่วมกิจกรรม (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2564) โดยภายในงานแสดงสินค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว ซึ่งผู้วิจัยมองว่างานแสดงสินค้านี้ควรเปิดโอกาสให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้ส่งออกแต่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN ได้มีโอกาสส่งออกผ่านการส่งเสริมภาพลักษณ์ตลาดและอาจได้ประโยชน์ทางอ้อมจากการระดมทุนสนับสนุนจากผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่สนใจจากภายในงาน รวมถึงควรมีการขยายการดำเนินโครงการในรูปแบบดังกล่าวในภูมิภาคไทยภายในงานแสดงสินค้าเกษตรและอาหารในต่างประเทศที่กรมฯ เข้าร่วม เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างการรับรู้อาหารแห่งอนาคตไทย (Future Food) สู่ตลาดประเทศเป้าหมายต่อไป (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565)

5.2.2 การสนับสนุนแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการกิจกรรม BCG THE NEXT GEN

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีกิจกรรม SME PRO-ACTIVE ซึ่งเป็นกิจกรรมให้เงินสนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความประสงค์ที่จะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มสินค้า BCG ผู้วิจัยจึงเห็นว่ากรมฯ ควรมีการขยายทิศทางการดำเนินงานให้เงินอุดหนุนกับกลุ่มผู้ประกอบการ BCG THE NEXT GEN ที่ครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการผลิต การประชาสัมพันธ์ และการขยายตลาด เพื่อนำไปต่อยอดในการศึกษาแนวโน้มตลาด ปรับตัวรับกับสถานการณ์โลก และควรให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการในการลดการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบ ส่วนประกอบนำเข้าจากต่างประเทศ (สำนักยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ, 2565)

5.2.3 การบูรณาการระหว่างสำนักงานเพื่อต่อยอดกิจกรรม BCG THE NEXT GEN

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการอาหารในกลุ่มกิจกรรม BCG THE NEXT GEN มีโอกาสประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ Catalog ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์และ Showcase ผ่านงานแสดงสินค้า ซึ่งหากสังเกตกิจกรรมที่ BCG THE NEXT GEN จะอยู่ในกิจกรรมด้านที่ 2 ด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรยกระดับกลุ่มผู้ประกอบการอาหาร BCG THE NEXT GEN เป็นกลุ่มนำร่องในการพัฒนาศักยภาพในการส่งออก และส่งเสริมการขยายตลาดต่างประเทศอย่างแท้จริง โดยการพัฒนาสินค้าและผู้ประกอบการผ่านการฝึกอบรม และมีการต่อยอดมาแนะนำเสนอในงานนิทรรศการและแสดงสินค้าต่าง ๆ เพราะที่ผ่านมาการดำเนินโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 แบ่งเป็น 3 ด้าน อันได้แก่ 1) การพัฒนาผู้ประกอบการและสินค้า 2) ทางด้านประชาสัมพันธ์ 3) การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ออฟไลน์ ไม่ได้ทำให้เกิดการต่อยอดหรือบูรณาการอย่างชัดเจนหากกรมฯ สามารถพัฒนาสินค้าและผู้ประกอบการผ่านการฝึกอบรม ด้วยการทำให้ผู้ประกอบการในโครงการ BCG THE NEXT GEN เป็นกลุ่มนำร่องและช่วยประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการและแสดงสินค้าต่าง ๆ ได้ก็จะสามารถพัฒนาระดับศักยภาพในการส่งออกอาหารได้อย่างควบคู่กัน

5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

5.3.1 ความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์

เนื่องจากนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) เป็นนโยบายเร่งด่วนและเพิ่งบังคับใช้ เป็นวาระแห่งชาติเมื่อปี 2564 และเป็นวาระพิเศษในปี 2565 จากประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงาน APEC กระทรวงพาณิชย์ในฐานะกระทรวงขับเคลื่อนเศรษฐกิจ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงต้องดำเนินโครงการเพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าที่มีคุณสมบัติเข้าข่าย BCG ส่งผลให้ผู้ให้ข้อมูลในการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถให้ข้อมูลได้อย่างจำกัด และไม่คอยให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเท่าที่ควร

5.3.2 ข้อมูลประกอบการศึกษา

แหล่งข้อมูลในการศึกษาทางด้านนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในการส่งเสริมการส่งออกอาหารยังไม่แพร่หลาย เนื่องจากเป็นนโยบายที่เพิ่งบังคับใช้ ผลงานของแต่ละกระทรวงจึงยังไม่ค่อยชัดเจน ถึงแม้ตามแผนการปฏิบัติงานจะมีการกำหนดตัวชี้วัดก็ตาม โดยโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565 ก็เป็นเพียงโครงการนำร่องจึงไม่สามารถคาดการณ์ความยั่งยืนหรือการนำมาต่อยอดได้ อีกทั้ง การให้คำนิยามคำว่าอาหารสำหรับการส่งออกที่มีความเข้าข่าย BCG ของแต่ละกระทรวงมีความแตกต่างกันตามบริบท และบทบาทหน้าที่

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต

5.4.1 สนับสนุนการศึกษาเพิ่มเติมในกิจกรรมเฉพาะด้าน เช่น การพัฒนาผู้ประกอบการและสินค้า การประชาสัมพันธ์ หรือการขยายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ โดยกำหนดขอบเขตกิจกรรมเฉพาะอาหาร ภายใต้โครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ ประจำปี 2565

5.4.2 ศึกษาการเปรียบเทียบจุดอ่อน-จุดแข็งในการดำเนินโครงการเศรษฐกิจแพลตฟอร์มขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ผู้นำ BCG ยุคใหม่ โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาให้ชัดเจน เช่น ศึกษาจุดอ่อน - จุดแข็งในการใช้จ่ายงบประมาณภายใต้โครงการ BCG ระหว่างปีงบประมาณ 2555 - 2556 เพื่อนำผลการศึกษามากำหนดแผนการดำเนินงานในการจัดสรรงบประมาณต่อไป หากโครงการดังกล่าวสามารถขับเคลื่อนไปได้ในระยะที่สอง

5.4.3 การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN หลังจากเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงองค์การในการให้บริการยกระดับการส่งออกอาหารของผู้ประกอบการประเภทอื่น ๆ รวมถึงวางแผนการดำเนินงานให้เกิดผลผลิตที่มีประโยชน์กับสังคมต่อไป

บรรณานุกรม

- Bardach E. (1980). The implementation game: The happen after a bill. *Massachusetts Institute of Technology*.
- BCG Next Gen Thailand. (2565). BCG Next Gen Thailand 2565. สืบค้นจาก <https://www.bcg.in.th/>
- Breuer G. D. and Delon P. (1983). The Foundation of Policy Analysis. *Homewoods, IL : Dorsey*.
- Daft R.L. (2001). Foundations of the Theory and Design of the Organization. *Translated by: Parsaeian A. and Arabi M., Office of Management Research, Tehran*.
- Greenwood R. (1979). Relations between central and local government in Sweden: the control of local government expenditure.
- Mazmanian D. A. and Sabatier P. A. (1989). Implementation and publicpolicy: With a new postscript. *Latham, MD: University Press of America*.
- Morell J. A. (1979). Program Evaluation in Social Research. *New York : Pergamon Press*.
- Pressman J. L. and Wildavsky A. B. (1973). Implementation (2nd ed.). *San Francisco: University of California Press*.
- Robbins S.P. (2000). Organizational Behavior. *9th Edition, Prentice-Hall Inc., New York*.
- Spence J. T. (2006). Challenges related to the composition of functional foods. *Journal of Food Composition and Analysis*.
- Suchman E.A. (1967). Evaluative Research : Principles an Practice in Public Service and Social Action Programs. *New York : Russell Sage Foundation*.
- TNN Online. (2565). สงครามรัสเซียยูเครนกระทบเงินเฟ้อพุ่ง 4.2% จากราคาพลังงานที่ทะยานขึ้น. สืบค้นจาก <https://www.tnnthailand.com/news/wealth/107637/>
- Van Meter D. S. and Van Horn C. E. (1975). The Policy Implementation Process: A conceptual Framework. *Administration and Society, 6(4), 445-487*.
- Wollmann H. (2006). Policy Evaluation and Evaluation Research.
- Yale Poorvu Center for Teaching and Learning. (2020). CIPP MODEL. Retrived from <https://poorvucenter.yale.edu/CIPP>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2564). สรุปผลการหารือแนวทางการดำเนินนโยบาย BCG.

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). ข้อเสนอ BCG in Action: The New Sustainable Growth Engine โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. สืบค้นจาก https://www3.rdi.ku.ac.th/wp-content/uploads/2019/11/ข้อเสนอ-BCG-in-action_The-New-Sustainable-Growth-Engine.pdf
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565a). แผนปฏิบัติการดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทย ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570. สืบค้นจาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/bcg/BCG-Action-Plan-2564-2570-256502-01.pdf>
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565b). ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2569. สืบค้นจาก <https://www.sepo.go.th/assets/document/file/6%20ยุทธศาสตร์%20BCG%20พ.ศ.%202564-2569.pdf>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2565). รับมือความ “ผันผวน” ของ “โลก” ให้ได้ทุกมิติ. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/1015252>
- กองทัพอากาศ. (2564). พิกัดศุลกากร HS CODE คืออะไร. สืบค้นจาก <https://ecs-support.github.io/KM/customs/pages/tariff/>
- คณะกรรมการจัดการความรู้. (2562). คู่มือการจัดการความรู้ด้านการผลิตบัณฑิต และด้านการวิจัย โครงการปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย ประจำปีศึกษา 2562. สืบค้นจาก <http://www.phd.ru.ac.th/images/document/KM/KM-2562.pdf>
- จิราพรรณ สกุลลิ้ม. (2558). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกลยุทธ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกทะเลแช่แข็งของผู้ประกอบการในจังหวัดสมุทรสาคร. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย ปีที่ 3 ฉบับที่ 3 ประจำเดือนเมษายน - กรกฎาคม 2558, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณภัทรน้อย สุขบดีนทร์. (2563). สารอาหารที่ให้พลังงาน ประกอบด้วยอาหารกลุ่มใดบ้าง. สืบค้นจาก <https://ngthai.com/science/14843/macronutrients/>
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2552). การบริหารการพัฒนา ความหมาย เนื้อหา แนวทางและปัญหา. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพิพิงษ์. (2540). การกำหนดและการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2563). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ. คณะรัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพาวดี เมฆสุวรรณ. (2544). การบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2564). โอกาสและความเสี่ยงธุรกิจส่งออกอาหารไทยปี 2564. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/opportunities-and-risks-of-thai-food-export->

[business-2021](#)

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2563). คาคการณ์จีดีพีไทยปี 2564 ขยายตัวร้อยละ 2.5-4.

สืบค้นจาก <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/3622>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). ส่องเศรษฐกิจปี 2565 ก้าวแรกหลังมรสุมโควิด 19. สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256406TheKnowledgeEconomicOutlook.aspx>

บรรยงค์ โตจินดา. (2543). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

ปณิตดา เกษมจันทโชติ. (2565). สรุป 10 เทรนด์อาหารและเครื่องดื่ม มาแรงปี 2022. สืบค้นจาก

<https://www.bangkokbiznews.com/business/1007336>

ปตท. (2565). ธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ. สืบค้นจาก

<https://www.pttplc.com/th/Products/Ourbusinessbypttplc/Internationaltradingunit.aspx>

ประชาชาติธุรกิจ. (2565). จีนล็อกดาวน์เส้นเงิน เสี่ยงอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสะเทือน. สืบค้นจาก

<https://www.prachachat.net/world-news/news-886064>

พิทยา บวรวัฒนา. (2552a). ทฤษฎีองค์การสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : ศักดิโสภณการพิมพ์.

พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์. (2556). อาหารพื้นบ้านไทย. สืบค้นจาก

<https://www.foodnetworksolution.com/wiki/word/2258/อาหารพื้นบ้านไทย>

เยาวดี วิบูลย์ศรี. (2544). การประเมินโครงการ : แนวคิดและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2555). การจัดการภาครัฐแนวใหม่ กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.

วรนุช สาเกษล. (2560). ความคุ้มค่าในการใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดิน. สืบค้นจาก

<http://www.nidtep.go.th/2017/publish/doc/20210906-1.pdf>

วัชรินทร์ อินทพรหม. (2562). การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. สืบค้นจาก

<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/AJPU/article/download/164379/155988/>

วัฒน์วัฒน์ โอภาสวัฒนา. (2555). ความสำคัญของการประเมินผลกับการดำเนินนโยบาย. สืบค้นจาก

[https://www.sme.go.th/upload/mod_download/25.ความสำคัญของการประเมินผลกับการดำเนินนโยบาย\(ตป.\).pdf](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/25.ความสำคัญของการประเมินผลกับการดำเนินนโยบาย(ตป.).pdf)

แหวดาว พรหมเสน. (2554). การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ. สืบค้นจาก

http://ird.rmuti.ac.th/newweb/journal/journal4-1/RMUTIjournal4-1_10.pdf

ศุภชัย ยาวะประภาส. (2540). กลยุทธ์บริหารภาครัฐสถาบันมาตรฐานสากลภาครัฐแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงาน ก.พ.

ศุภชัย ยาวะประภาส และปิยากร หวังมหาพร. (2553). นโยบายสาธารณะไทย : กำเนิด พัฒนาการและสถานภาพของศาสตร์ กรุงเทพฯ : บริษัท จูตทอง จำกัด.

- ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2565). รูปแบบการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมวิถีชีวิตใหม่. วารสารมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น. สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/256682>
- สถาบันอาหาร. (2563). Future Food info. สืบค้นจาก <http://fic.nfi.or.th/futurefood/functional.php>
- สมบัติ อารงธัญวงศ์. (2545). นโยบายสาธารณะ : แนวความคิดการวิเคราะห์และกระบวนการ. กรุงเทพฯ : สมาธรรม. สืบค้นจาก <https://library.coj.go.th/en/book/4300/book-4300.html>
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2565). ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ เพื่อผลักดันการส่งออกสินค้าภายใต้ BCG MODEL. สืบค้นจาก http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/fulltext_khesnechingklyuththsnges_rimsinkhaasng_0.pdf
- สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). BCG Model ของกระทรวงอุตสาหกรรม. สืบค้นจาก <https://www.industry.go.th/th/industrial-economy/7775>
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2564). วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม โอกาสสำคัญเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG Economy Model. สืบค้นจาก https://www.nstda.or.th/home/news_post/bcg-economy-model/
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2561). อาหารใหม่ (Novel food) คืออะไร. สืบค้นจาก <https://warning.acfs.go.th/th/articles-and-research/view/?page=8>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ. สืบค้นจาก <http://cms.sme.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). สสว. นำ SME กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเข้าร่วมแสดงสินค้าในต่างประเทศ. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=121&id=1183>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). ยุทธศาสตร์ชาติ. สืบค้นจาก <http://nsc.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2022/03/PPT-NS-May-2564.pdf>
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ทางการค้า. (2565). สัดส่วนการส่งออก. สืบค้นจาก <http://www.tpsoc.moc.go.th/th>
- สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม. (2564). THAIFEX ANUGA ASIA 2020 สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/ewt_news.php?nid=8615&filename=center
- สุรศักดิ์ ชะมารัมย์. (2562). ประเด็นร่วมสมัยทางนโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ. พิมพ์ครั้งที่ 1. ร้อยเอ็ด : คณะนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- อรรชร พิงเพราะ และรสาพร หม้อศรีใจ. (2562). เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูล : การสัมภาษณ์. สืบค้นจาก

<https://northnfe.blogspot.com/2019/08/ED256212.html>

โอภาส มีเชาว์. (2561). ประสิทธิภาพการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เพื่อการชำระหนี้เงินกู้ยืมของกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา. สืบค้นจาก <https://e-research.siam.edu/wp-content/uploads/2019/04/Ph.D-2018-Thesis-The-effectiveness-of-public-policy-implementation-for-the-repayment-of-student-loan-fund-compresses.pdf>





ภาคผนวก
ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่าง : - ผู้ปฏิบัติงานในการขับเคลื่อนนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ในภาพรวม จำนวน 2 ราย
 - ผู้ปฏิบัติงานจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพในการส่งออกจำนวน 1 ราย

- 1) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีการนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มาปรับใช้อย่างไร และบทบาทหน้าที่ของท่านเกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง
- 2) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) สามารถช่วยสนับสนุนส่งเสริมการส่งออกผู้ประกอบการอาหารภายใต้สินค้า BCG อย่างไร
- 3) ปัจจัยอะไรบ้างที่สามารถผลักดันให้นโยบายดังกล่าวสามารถเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการอาหารในการส่งออกได้
- 4) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) สามารถสร้างผลผลิต(Outputs) ในการต่อยอดการส่งออกของผู้ประกอบการอาหารไทยภายใต้กลุ่มสินค้าอาหาร BCG อย่างไร
- 5) ท่านคิดว่าโครงการที่ทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) มีการวางแผนที่ชัดเจนหรือไม่ อย่างไร
- 6) หลังจากการประกาศใช้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่(BCG) ทางกรมฯ พบปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติหรือไม่อย่างไร
- 7) ผู้บริหารกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีส่วนร่วมในการนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่(BCG) มาปรับใช้ในโครงการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าอาหารอย่างไร
- 8) ท่านคิดว่าวัตถุประสงค์ของนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสำหรับผู้ประกอบการส่งออกอาหารในกลุ่มสินค้าอาหาร BCG มีความชัดเจนมากน้อยเพียงใดและอย่างไร
- 9) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง (stakeholders) เช่น ใครบ้างและอย่างไร
- 10) ท่านคิดว่ามีปัจจัยด้านองค์การ ที่ส่งผลต่อการนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ไปปฏิบัติหรือไม่อย่างไร
- 11) ท่านคิดว่าอะไรเป็นปัจจัยสำหรับหน่วยงาน และผู้ประกอบการในการจูงใจเพื่อทำให้การนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) เพื่อสนับสนุนการส่งออกอาหารไทยบรรลุวัตถุประสงค์
- 12) ในการดำเนินงานตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) เพื่อสนับสนุนการส่งออกอาหารไทยหน่วยงานของท่านมีความร่วมมือกับหน่วยงานใดบ้าง อย่างไร
- 13) ในฐานะผู้ปฏิบัติงานคิดว่า การปฏิบัติงานของกรมฯสามารถนำนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) มาปรับใช้ผ่านโครงการส่งออกอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

- 14) ทรัพยากรต่างๆ ในการปฏิบัติงานเพียงพอหรือไม่อย่างไร
 - 15) ตลอดระยะเวลาในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ในฐานะผู้ดำเนินการแผนการปฏิบัติงานกรมฯ คิดว่าเกิดประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดอย่างไร และยังเผชิญกับปัญหาประเด็นใด
 - 16) ข้อเสนอแนะสำหรับนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่
-



ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่าง : - เจ้าหน้าที่สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จำนวน 1 ราย

- 1) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยอย่างไรบ้าง ในแง่การส่งออกผู้ประกอบการอาหารไทย
- 2) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) สามารถสร้างผลผลิต (Outputs) ตามวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุความต้องการของรัฐบาลในแง่การเพิ่มศักยภาพการส่งออกอาหารไทยอย่างไร
- 3) หลังจากการประกาศใช้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) เกิดปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติในแต่ละหน่วยงานอย่างไร
- 4) ความร่วมมือในการดำเนินงานตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างไรบ้าง
- 5) ปัจจุบันมีการดำเนินการตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ไปถึงขั้นตอนใด?
- 6) ที่ผ่านมามีผลการดำเนินนโยบายเป็นอย่างไร
- 7) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ได้แก่อะไรบ้าง และอย่างไร
- 8) ปัจจัยที่เอื้อให้การดำเนินงานตามนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ในด้านอุตสาหกรรมอาหาร ประสบผลสำเร็จได้แก่อะไรบ้าง เอื้ออย่างไร
- 9) หากมองทางด้านรายละเอียดนโยบาย ผู้ปฏิบัติงานคิดว่าทางรัฐบาลควรเพิ่มเติม พัฒนา และติดตามนโยบายทางด้านใด และควรมีแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างไร เพราะเนื่องจากบางโครงการอยู่ในระหว่างการดำเนินงาน
- 10) ในการนำนโยบายไปปฏิบัติหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางในการพัฒนา และติดตามการดำเนินงานอย่างไร เพื่อให้ได้ผลดีที่สุด
- 11) ท่านคิดว่านโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ควรเพิ่มเติมในประเด็นใดหรือไม่อย่างไร?
- 12) ท่านคิดว่าความต่อเนื่องของนโยบายดังกล่าวเป็นอย่างไรบ้าง
- 13) นโยบายมีแนวทางในการปรับเปลี่ยนตามบริบทที่เปลี่ยนไประหว่างดำเนินงานตามนโยบายอย่างไร
- 14) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) สามารถช่วยสนับสนุนส่งเสริมการส่งออกผู้ประกอบการอาหารภายใต้สินค้า BCG หรือไม่อย่างไรบ้าง
- 15) ข้อเสนอแนะในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ในการส่งเสริมการส่งออกสินค้าประเภทอาหาร

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่าง : - ผู้แทนภาคเอกชนบริษัทผู้เข้าร่วมกิจกรรม BCG THE NEXT GEN จำนวน 2 ราย

- 1) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) สามารถช่วยเหลือธุรกิจของท่านอย่างไรบ้าง
- 2) ท่านทราบถึงโครงการที่ทางกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ดำเนินการภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากสำหรับผู้ประกอบการส่งออกอาหารในกลุ่มสินค้าอาหารหรือไม่ อะไรบ้าง
- 3) ถ้าทราบ ท่านมีความเข้าใจจุดประสงค์ของโครงการ กระบวนการ และผลที่คาดหวังชัดเจนหรือไม่เช่นอะไรบ้าง?
- 4) ท่านเคยได้เข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โครงการภายใต้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) หรือไม่ เพราะเหตุใด (จึงเข้าร่วม หรือไม่เข้าร่วม)
- 5) การประกาศใช้นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ส่งผลต่อธุรกิจของท่านอย่างไรบ้าง
- 6) ผู้ประกอบการมีบทบาทในการจัดทำ และการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่อย่างไรบ้าง
- 7) ตลอดระยะเวลาในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ ผู้ประกอบการพึงพอใจต่อการดำเนินงานของกรมฯหรือไม่ เพราะเหตุใด
- 8) ข้อเสนอแนะสำหรับนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่
- 9) ที่ผ่านมามีการส่งออกอาหารประเภทอาหารไทยประสบกับปัญหาอะไรบ้าง
- 10) ท่านคิดว่าสิ่งใดส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอาหารไทยบ้าง และอย่างไร
- 11) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ส่งผลต่อการส่งออกอย่างไรบ้าง
- 12) ในฐานะผู้ประกอบการ คิดเห็นอย่างไรต่อนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG)
- 13) ยังมีประเด็นไหนที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจำเป็นต้องแก้ไขเพื่อยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการในการส่งออก ภายใต้ นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่
- 14) นโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) สามารถเพิ่มศักยภาพการส่งออกและตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการอาหารภายใต้ความท้าทายทางด้านสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันหรือไม่อย่างไร
- 15) ผู้ประกอบการได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างไรในการดำเนินนโยบายโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG) ของรัฐบาลในการส่งเสริมการส่งออก

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

ภัณทิรา เศรษฐจิรวโรจน์

สถานที่เกิด

จังหวัดนนทบุรี

ที่อยู่ปัจจุบัน

จังหวัดนนทบุรี



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY