

ศักยภาพของการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน¹

อภี วิบูลย์พงศ์² ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์³ ศรัณย์ อารยะรังสฤษฎ์² พัฒนา เจียรวิริยะพันธ์²

กมล งามสมสุข² ยาวเรศ เชาวนพูนผล² พิชิต ธานี² นัยทัศน์ ภูศรีรัมย์⁴

1. บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ ภาคอุตสาหกรรมมีส่วนในมูลค่าผลิตภัณฑ์เบื้องต้นของประเทศมากขึ้นตามลำดับ แต่ภาคเกษตรอันเป็นสาขาเศรษฐกิจซึ่งมีประชากรถึงร้อยละ 58 กลับสร้างรายได้เพียงร้อยละ 30 เท่านั้น ปัญหาช่องว่างระหว่างรายได้ให้ความรุนแรงยิ่งขึ้น และเป็นมูลเหตุของการอพยพแรงงานจากชนบทเข้าสู่เมือง ปัญหาความอ่อนแอของสถาบันครอบครัว เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้ให้ความสำคัญต่อการสร้างงาน และยกระดับรายได้ภาคชนบทมากกว่าแผนพัฒนาฯ ในฉบับที่ผ่านมา มาตรการหนึ่งซึ่งมีความเป็นไปได้อย่างมากในการแก้ปัญหาข้างต้น พร้อมกับ

สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตร ก็คือ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร โดยอุตสาหกรรมพื้นบ้านในชนบท

รายงานฉบับนี้จะนำเสนอสถานภาพของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านกล่าวคือ โครงสร้างการผลิต การตลาด นโยบาย มาตรการ และสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ ตลอดจนปัญหาต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน

การรวบรวมและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้มีการรวบรวมข้อมูลดังนี้ คือ

1) การตรวจสอบเอกสาร เพื่อรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมนี้เพื่อแสดงสถานภาพของอุตสาหกรรมนี้ของประเทศโดยรวม และกำหนดทิศทางการวิจัยให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) การประเมินแรงกดดันเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นสำหรับวางแผนการวิจัย

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลงานวิจัยเรื่อง “แนวทางยกระดับอุตสาหกรรมพื้นบ้าน : กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา และลำปาง” ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และคณะกรรมการตรวจรับงานวิจัยที่ให้ข้อคิดและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และขอขอบคุณ อุตสาหกรรม และคณะกรรมการตรวจรับงานวิจัยที่ให้ข้อคิดและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ และขอขอบคุณ คุณสากันย์ สุวรรณการ โปรแกรมเมอร์ของโครงการ และคุณประทานทิพย์ กระมล และคุณนันทมน ธีระกุล นักวิจัยผู้ช่วยที่ทำงานนี้สำเร็จด้วยดี

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

⁴ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3) ทำการสำรวจในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านใน 4 จังหวัดในภาคเหนือ (ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา และลำปาง) โดยได้รับความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่เคหกิจเกษตรในพื้นที่

4) การสำรวจโดยการสัมภาษณ์ตัวอย่าง ใน 4 จังหวัดเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย

- ผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้าน จำนวน 47 กลุ่ม

- ผู้ประกอบการอิสระ จำนวน 122 ราย

- ผู้ประกอบการค้า จำนวน 50 ราย

- ผู้บริโภคชั้นสุดท้าย จำนวน 150 ราย

5) กรณีศึกษา 5 กรณี

6) สัมภาษณ์ ประชุมและสัมมนา ร่วมกับฝ่ายต่างๆ เป็นกลุ่มๆ คือ

- เจ้าหน้าที่เคหกิจเกษตร

- เจ้าหน้าที่สาธารณสุข

- เจ้าหน้าที่ธนาคารออมสิน

- ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการลงทุน

ภาคเหนือ

- เจ้าหน้าที่กระทรวงเกษตรจากกรมประมง กรมปศุสัตว์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ พัฒนาชุมชน พาณิชยจังหวัด สรรพากรจังหวัด ศูนย์เศรษฐกิจอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมจังหวัด

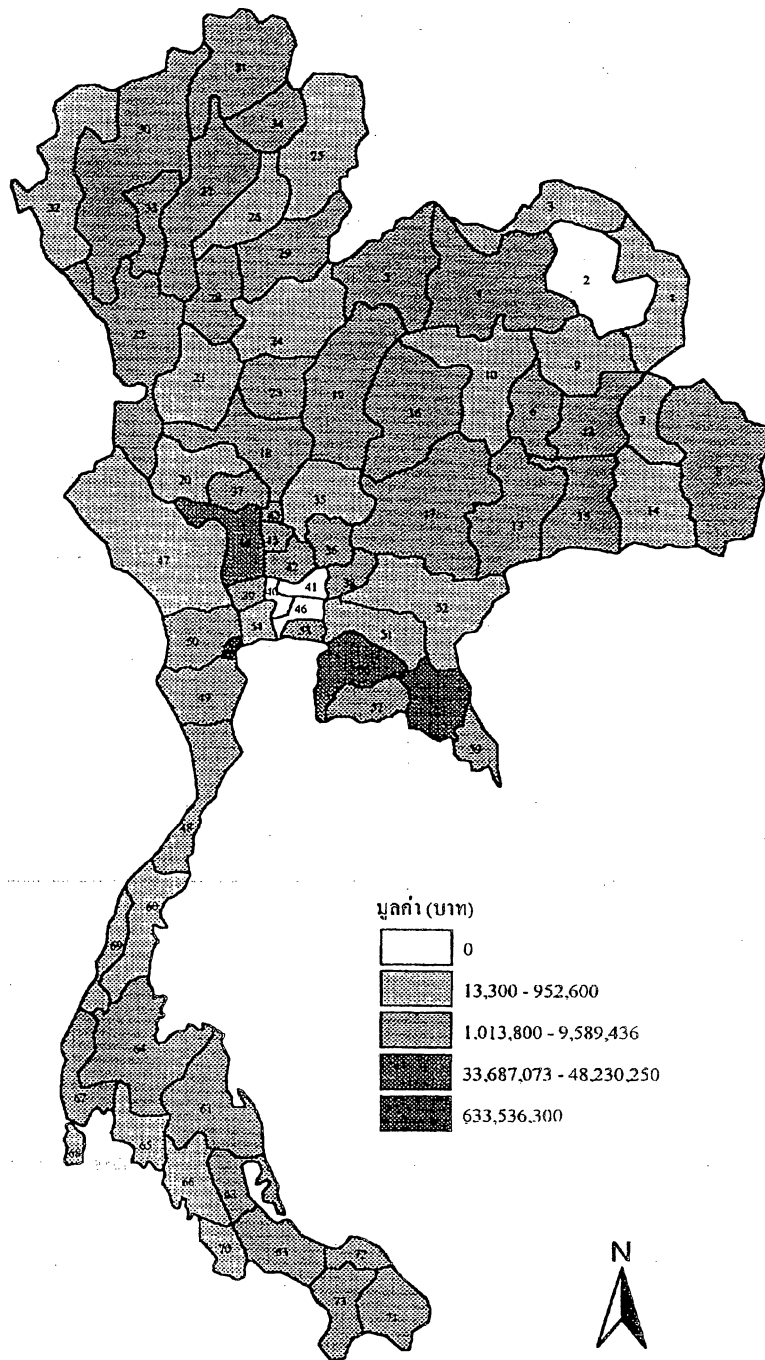
- ฯลฯ

ข้อมูลจากส่วนต่างๆ ถูกนำมาวิเคราะห์เชิงระบบเพื่อให้เห็นสถานภาพของอุตสาหกรรม และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ โดยอาศัยการวิเคราะห์ สหสาขาวิชา การทดสอบด้วยสถิติ และสมการถดถอย ตามความเหมาะสม

2. ข้อมูลทั่วไปของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านของประเทศ

อาศัยข้อมูลจาก "ทะเบียนผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตรในครัวเรือนและชนบท : เล่มที่ 1 และ 2 ประเภทผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหาร" สำรวจโดยฝ่ายอุตสาหกรรมเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร (2536)" และทำการแปรรูปข้อมูลดังกล่าวนี้สามารถสรุปได้ว่า อาหารแปรรูปพื้นบ้านมีมูลค่ารวมประมาณ 939.66 ล้านบาท โดยมีการกระจายทั่วทุกภาคของประเทศ โดยภาคกลางมีมูลค่าผลผลิตสูงสุด (796.7 ล้านบาท) รองลงมาคือ ภาคเหนือ (66.6 ล้านบาท) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (39 ล้านบาท) และภาคใต้ (37.4 ล้านบาท)

จังหวัดที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด คือ สมุทรสงคราม จากผลิตภัณฑ์ผลไม้ รองลงมาคือ สุพรรณบุรี จากการผลิตวุ้นเหาะจระเข้ (การกระจายของมูลค่าผลิตภัณฑ์ของประเทศ แสดงไว้ในรูปที่ 1)



รูปที่ 1 มูลค่ารวมผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้าน

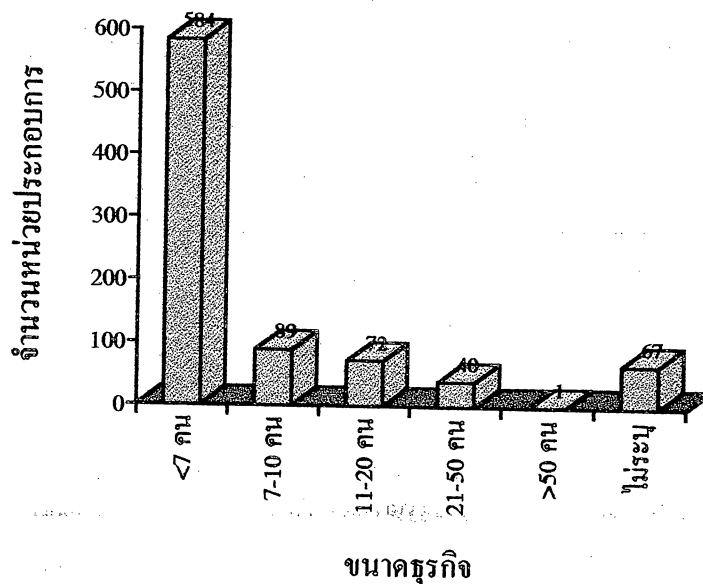
ผลิตภัณฑ์ซึ่งมีมูลค่าการผลิตสูงสุด 6 อันดับแรก ได้แก่ มะพร้าว มะม่วงหิมพานต์ วานหางจรเข้ มะยม กล้วย และหน่อไม้

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของภาคเหนืออื่น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผลไม้ (25.2 ล้านบาท) รองลงมา คือ เนื้อสัตว์ (19.2 ล้านบาท) ผัก (16.6 ล้านบาท) ธัญพืช (4 ล้านบาท) และผลิตภัณฑ์ปลา (1.4 ล้านบาท) ส่วนผลิตภัณฑ์พื้นบ้านอื่นๆ มีมูลค่าตามรายงานต่ำกว่า 1 ล้านบาท ทั้งหมด

3. สถานภาพอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านของ 4 จังหวัดเป้าหมาย

3.1 ภาพรวม

จากข้อมูลสำมะโนชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านของ 4 จังหวัดนี้ ประกอบด้วยผู้ผลิตอิสระเป็นจำนวนมาก (536 ราย) ในขณะที่มีการผลิตโดยกลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มอื่นๆ 317 กลุ่ม การผลิตครัวย่อยละ 60 ของผู้ประกอบการมีขนาดเล็กไม่เข้าข่ายค่าจำกัดความของโรงงาน คือ มีคนงานต่ำกว่า 7 คน (ดังรูปที่ 2)



ที่มา : จากการสำรวจสำมะโน

รูปที่ 2 จำนวนหน่วยประกอบการแยกตามจำนวนแรงงานประจำ

ผลิตภัณฑ์สำคัญของ 4 จังหวัด โดยพิจารณาจากมูลค่า และแบ่งตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากเนื้อ ผักตบ และอาหารขบเคี้ยว และผลไม้ตบ ตามลำดับ โดยที่สินค้าหลักของแต่ละจังหวัดค่อนข้างแตกต่างกัน คือ ผักและผลไม้ตบ และผลิตภัณฑ์เนื้อใน

จังหวัดเชียงใหม่ ผลิตภัณฑ์เนื้อ ผักตบ และอาหารขบเคี้ยวในจังหวัดเชียงราย ผลิตภัณฑ์ปลาต้ม และพริกแห้งในจังหวัดพะเยา ผลิตภัณฑ์เนื้อและผักตบในจังหวัดลำปาง (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 มูลค่าของผลิตภัณฑ์ใน 4 จังหวัดจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์

บาท

กลุ่มผลิตภัณฑ์	จังหวัด					ร้อยละ
	เชียงใหม่	เชียงราย	พะเยา	ลำปาง	รวม	
ผักตบและผักกระป๋อง	11,964,379	531,175	2,519,255	4,131,150	24,145,959	17.85
ผลไม้ตบและเซียม	9,686,133	302,200	14,086	90,100	10,092,519	7.46
อาหารขบ ทอด และคั่ว	5,807,679	549,469	1,740,437	1,690,535	13,788,120	10.19
ผลไม้ตากแห้ง อบแห้ง และ ทำผง	4,021,157	315,000	1,500	199,387	4,537,044	3.35
เต้าเจี้ยว ซีอิ๊ว และถั่วเน่า	2,317,879	39,400	16,082	187,740	2,561,101	1.89
ไข่เค็ม	1,353,940	234,000	7,200	315,000	1,910,140	1.41
น้ำพริก ขอส และน้ำจิ้ม	2,041,900	98,600	19,200	19,000	2,178,700	1.61
น้ำผลไม้	598,555	156,500	2,500	86,940	844,495	0.62
ผลิตภัณฑ์จากปลา	576,240	34,514	11,347,195	-	12,757,949	9.43
ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์	7,632,208	25,843,555	883,800	7,964,000	42,323,563	31.29
ผลไม้กระป๋อง	10,000	-	38,000	-	48,000	*
อาหารกวน เชื่อม และคลูกน้ำตาล	546,300	121,300	265,000	873,000	1,805,600	1.33
พริกแห้ง	2,660,000	68,450	10,000,000	-	12,728,450	9.41
อื่น ๆ	2,735,585	988,560	765,000	68,700	5,557,845	4.11
รวมทั้งหมด	51,951,955	40,082,723	27,619,255	15,625,552	135,279,485	100.00

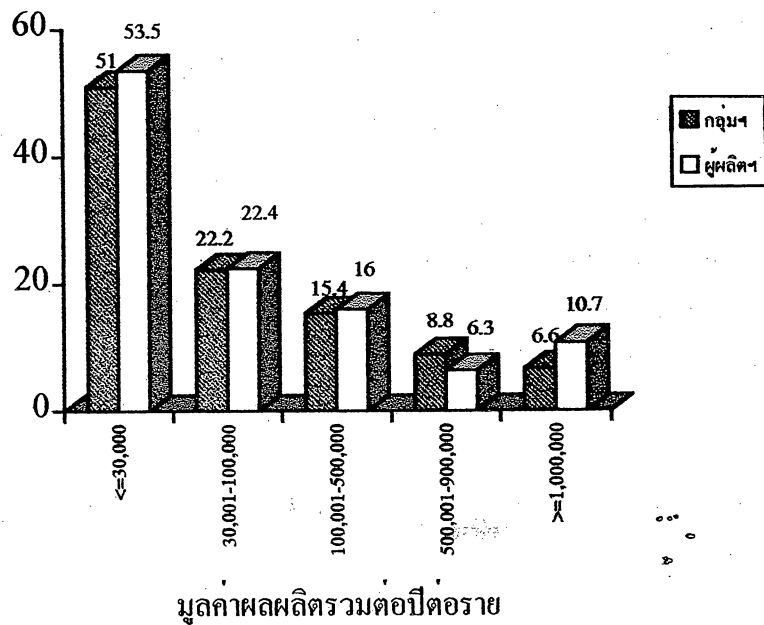
ที่มา : การสำรวจสำมะโน

3.2 ขนาดธุรกิจและผลสำเร็จ

ผลการสำรวจตัวอย่างผู้ประกอบการที่บ้านทั้งประเภทกลุ่ม (กลุ่มฯ) และผู้ผลิตอิสระ (ผู้ผลิตฯ) พบว่า ประมาณร้อยละ 50 เป็นธุรกิจขนาดเล็กมาก โดยมีมูลค่าผลผลิตไม่เกิน 30,000 บาท ต่อปี (รูปที่ 3) อาจกล่าว

ได้ว่าธุรกิจขนาดเล็กที่มีมูลค่าไม่ถึง 1 ล้านบาทนั้น มีกว่าร้อยละ 90 ของหน่วยประกอบการทั้งหมด และการกระจายของธุรกิจถึงร้อยละ 90 อยู่ในมือของหน่วยประกอบการเพียงไม่กี่ราย (ร้อยละ 1.2 ของจำนวนผู้ประกอบการตัวอย่าง)

ร้อยละของตัวอย่าง



มูลค่าผลผลิตรวมต่อปีต่อราย

ที่มา : จากการสำรวจ

รูปที่ 3 มูลค่าผลผลิตรวมต่อปีต่อราย

แม้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็กแต่ร้อยละ 70 ของกลุ่มฯ และร้อยละ 76 ของผู้ผลิตเห็นว่าธุรกิจของตนประสบความสำเร็จ อันเป็นผลสืบเนื่องจากการมีตลาดรองรับเป็นสำคัญ สำหรับกลุ่มฯ นั้นความร่วมมือของสมาชิกเป็นเหตุผลสำคัญรองลงมา ส่วนผู้ผลิตฯ ที่ไม่ประสบความสำเร็จกล่าวว่า เป็นเพราะขาดตลาดรองรับสินค้าถึงร้อยละ 50 และขาดความรู้ในด้านการแปรรูปและมีวัตถุดิบไม่เพียงพอ

ทั้งกลุ่มฯ และผู้ผลิตฯ ถึงร้อยละ 45-53 เห็นว่าธุรกิจของตนสามารถจะขยายตัวต่อไปได้เพราะมีตลาด

รองรับสินค้าอยู่ ประมาณร้อยละ 16-19 ระบุว่าสามารถขยายธุรกิจได้แต่มีเงื่อนไขหลายประการ และส่วนที่เหลือคิดว่าไม่สามารถขยายธุรกิจได้

ในรอบ 3 ปี (2536-2538) ที่ผ่านมา การผลิตอาหารแปรรูปพื้นบ้านมีการขยายตัวในอัตราที่น่าพอใจ กล่าวคือ ร้อยละ 23 ถึง 120 โดยเฉพาะ เต้าเจี้ยว ซีอิ๊ว ผักดอง และผลิตภัณฑ์เนื้อ มีอัตราการเพิ่มสูงกว่าร้อยละ 100 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการขยายตัวของกลุ่มฯ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 มูลค่าเฉลี่ยต่อผลิตภัณฑ์และแนวโน้มของผลิตภัณฑ์ 13 ประเภท พ.ศ. 2536-2538

หมวดสินค้า	จำนวน	มูลค่าผลผลิต (บาท)			อัตราการขยาย (ร้อยละ)		
	ผลิตภัณฑ์	2538	2537	2536	2537-38	2536-37	2536-38
1. ผักตบและผักกระป๋อง	61	361,947	319,022	104,250	13	206	110
2. ผลไม้ตบและเชื่อม	21	70,043	44,443	29,720	58	50	54
3. ฉาบ ทอด และคั่ว	73	127,677	310,939	277,098	-59	12	-23
4. ผลไม้ตากแห้ง อบแห้ง หรือทำผง	26	32,675	61,126	22,154	-47	176	65
5. เต้าเจี้ยวและซีอิ้ว	11	39,592	17,940	6,500	128	208	168
6. ไข่เค็ม	4	319,750	208,750	199,000	740	186	463
7. น้ำพริก	15	85,677	39,106	38,786	119	1	60
8. น้ำผลไม้	11	28,272	21,320	6,920	33	208	120
9. ผลิตภัณฑ์ปลา (ไม่รวมน้ำปลา)	45	305,381	267,071	265,896	14	0	7
10. ผลิตภัณฑ์เนื้อ	36	875,888	591,540	206,956	48	186	117
11. ผลไม้กระป๋อง	1	12,000	-	-	-	-	-
12. ผลไม้กวน เชื่อม หรือคลุกน้ำตาล	26	34,780	21,250	16,754	64	27	45
13. อื่นๆ	19	55,342	37,475	34,788	48	8	28
รวม	349	242,456	232,747	142,601	4	63	34

หมายเหตุ : 1 มูลค่าผลิตภัณฑ์นี้เป็นมูลค่าเฉลี่ยต่อรายที่ทำการผลิต

$$2 \text{ อัตราการขยายตัว} = \frac{\text{มูลค่ารวมปีที่ 2} - \text{มูลค่ารวมปีที่ 1}}{\text{มูลค่ารวมปีที่ 1}}$$

3.3 การผลิตอาหารแปรรูปพื้นบ้าน

ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้านเกือบทั้งหมดผลิตโดยการวิธีแปรรูปขึ้นพื้นฐาน อุปกรณ์ส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์งานครัวโดยทั่วไป สำหรับอุปกรณ์จำเพาะเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมีเพียง 16 รายการ ซึ่งใช้โดยผู้แปรรูป 100 ราย กลุ่มฯ ได้อุปกรณ์เหล่านี้จากความช่วยเหลือมากกว่าจากการซื้อด้วยเงินทุนของกลุ่มฯ เอง แต่สำหรับผู้ผลิตฯ นั้นอุปกรณ์เกือบทั้งหมดได้มาจากการลงทุนด้วยตนเอง

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านยังมีการผลิตที่ไม่ถูกสุขอนามัยอาหาร นับตั้งแต่การใช้โรงเรือนที่ไม่เหมาะสม ทำให้ยากต่อการควบคุมสัตว์รบกวน การกำจัดสิ่งปฏิกูล การทำความสะอาดอาคาร พื้นที่ใช้สอย และอุปกรณ์ ตลอดจนจนถึงการควบคุมความสะอาดในระหว่างการผลิตและการบรรจุ

สำหรับสิ่งเจือปนในอาหารพื้นบ้านพบว่า มีเพียงน้อยรายที่มีการใช้สี และสารกันบูด อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ประกอบการใช้สารกันบูดที่ไม่ทราบชนิดอยู่ร้อยละ 4.74 ในกรณีของ ทอफी น้ำพริก น้ำสตรอเบอรี่ และผลไม้ดอง

การใช้ภาชนะบรรจุที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคมีพบบ้างในการทำผลิตภัณฑ์ประเภทดอง เช่น ผักดอง ผลไม้ดอง ปลาต้ม โดยใช้ใบและถังพลาสติกในการหมักดอง แต่ผู้ผลิตส่วนมากใช้ตุ้มและโถในการหมักดอง

โดยสรุปแล้ว พบว่าเทคโนโลยีการผลิตในปัจจุบันสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้อีกมาก โดยนำเครื่องมือ อุปกรณ์เข้ามาช่วย เช่น เครื่องหั่น (ข้าวเกรียบ) เครื่องคั้นน้ำ (ซิง) เครื่องทอดเกล็ดปลา เครื่องบด และเครื่องบรรจุ เป็นต้น

3.4 การตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปพื้นบ้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่มได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้ซื้อระดับกลาง และผู้บริโภคสามารถสรุปประเด็นการตลาดที่น่าสนใจบางประเด็นดังนี้

เนื่องจากการผลิตอาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นธุรกิจขนาดเล็ก และมีความหลากหลายสูง แต่ละหน่วยการผลิตมีปริมาณผลิตไม่มาก ผู้แปรรูปจึงทำการตลาดด้วยตนเอง ดังนั้นช่องทางการไหลของสินค้าจึงค่อนข้างสั้น ส่วนมากขายตรงให้แก่ผู้บริโภคในท้องถิ่น และพ่อค้าปลีกในท้องถิ่น แต่สำหรับผู้ผลิตที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่จะขายให้แก่พ่อค้าส่งในระดับจังหวัดและต่างจังหวัดด้วย ผู้ผลิตฯ และกลุ่มฯ สามารถเข้าถึงตลาดค้าปลีกได้ดีพอสมควรแต่ไม่สามารถเข้าถึงพ่อค้าส่งได้มากนัก อย่างไรก็ตามร้านค้าส่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการค้าอาหารแปรรูปพื้นบ้าน

ในการกำหนดราคาขายนั้น ทั้งผู้ผลิตฯ และกลุ่มฯ ตั้งราคาเองโดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิต และราคาสินค้าชนิดเดียวกันในตลาดเป็นเกณฑ์ เท่าที่ผ่านมาผู้ประกอบการ (ร้อยละ 47.2) ระบุว่า ราคาผลิตภัณฑ์ค่อนข้างคงที่

สำหรับผู้ซื้อระดับกลาง (พ่อค้า) ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78) ทำหน้าที่ 2 อย่างในเวลาเดียวกัน คือ ขายส่งและขายปลีก พ่อค้าเหล่านี้ให้เหตุผลที่ทำธุรกิจนี้ว่าการซื้อขายอาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นธุรกิจที่ซื้อขายสะดวก และมีแนวโน้มของผู้ที่เข้ามาทำธุรกิจนี้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นดัชนีบ่งชี้อย่างหนึ่งว่าอาหารแปรรูปพื้นบ้านน่าจะมีศักยภาพในการขยายตัวในอนาคต

ในส่วนทักษะต่อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งเป็นผู้บริโภคในเมืองและชนบทนั้น พบว่า ผลิตภัณฑ์ซึ่งซื้อเป็นประจำ ได้แก่ เต้าเจี้ยว ซีอิ๊ว ผลิตภัณฑ์เนื้อ น้ำพริก น้ำจิ้ม และผลิตภัณฑ์ปลา ส่วนผลิตภัณฑ์ซึ่งไม่เป็นที่นิยมนัก ได้แก่ น้ำผลไม้ ผลไม้ตากแห้ง อบแห้ง และผักดอง

ผู้บริโภคร้อยละ 72 เลิกบริโภคผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 1 ชนิด จากที่เคยบริโภคมาแล้ว เหตุผลสำคัญนอกเหนือจากความชอบแล้ว ก็คือ ความสะอาด (ตารางที่ 3) นอกจากนี้ ผู้บริโภคได้ให้ความเห็นซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการแปรรูปเพื่อนำไปปรับปรุงสินค้าของตนเอง แยกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 3 เหตุผลที่ผู้บริโภคที่เคยบริโภคอาหารแปรรูปพื้นบ้านและปัจจุบันเลิกบริโภคแล้ว เรียงตามลำดับ

อันดับ ความสำคัญ	ผู้บริโภคในเมือง			ผู้บริโภคในชนบท		
	เหตุผล	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ	เหตุผล	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
1	ไม่ชอบรสชาติ/ไม่อร่อย	17	26.56	ไม่สะอาด	10	22.73
2	ไม่สะอาด	13	20.31	อันตรายมีพิษ	7	15.91
3	ทานไม่ได้	9	14.06	ทานไม่ได้	4	9.09
4	กาลสนา	6	9.38	ไม่ชอบรสชาติ/ไม่อร่อย	3	6.82
5	ไม่ชอบกลิ่น	4	6.25	ข้าวไม่ดี/บอกต่อ	3	6.82
	อื่นๆ	15	23.44	อื่นๆ	17	38.64
รวมคำตอบทั้งหมด		64	100		44	100.00

ที่มา จากการสำรวจ

ตารางที่ 4 คุณลักษณะต่างๆ ของอาหารแปรรูปพื้นบ้านในปัจจุบันที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ

ชนิดของผลิตภัณฑ์	ลำดับความพึงพอใจ		
	1	2	3
1. ผักดอง/ผักกระป๋อง	ความสะอาด	กลิ่น	รส
2. ผลไม้ดอง/แช่อิ่ม	ความสะอาด	สี	รส
3. ผลิตภัณฑ์ฉาบ/ทอด/คั่ว	ความสะอาด	ความหลากหลาย	รส
4. ผลไม้แห้ง	ความสะอาด	รส	สี
5. เต้าเจี้ยว/ซีอิ๊ว	ความสะอาด	ความหลากหลาย	รส
6. ไข่เค็ม	สี	ความสะอาด	รส กลิ่น
7. น้ำพริก/น้ำจิ้ม	กลิ่น	รส	ความสะอาด
8. น้ำผลไม้	ราคา	ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า	สี
9. ผลิตภัณฑ์ปลา	ความสะอาด	กลิ่น	รส กลิ่น
10. ผลิตภัณฑ์เนื้อ	รส	ความสะอาด	ราคา
11. ผลไม้กระป๋อง	ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า	ความสะอาด สี กลิ่น รส	-
12. ผลไม้กวน/เชื่อม	การเก็บรักษา บรรจุภัณฑ์ ชื่อ สะดวก	-	-

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ผู้บริโภคที่ตอบคำถามนี้ร้อยละ 99 เป็นผู้บริโภคที่อยู่ในเมือง ลำดับความพึงพอใจได้จากการคิด
คะแนนรวมของ 3 ลำดับแรก (โดยวิธี Likert Scale)

4. ความเป็นไปได้ของการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน

ความเป็นไปได้ของการยกระดับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านนั้น พิจารณาจากสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และแนวโน้มที่คาดว่าจะเป็นไปได้ ใน 6 ด้าน คือ 1) องค์ความรู้ทางเทคโนโลยี และการนำไปใช้ 2) ขนาดการผลิตที่มีประสิทธิภาพ 3) แนวโน้มตลาด 4) วัตถุดิบ 5) ความสามารถในการจัดการ และบริหารธุรกิจ 6) นโยบาย และสถาบัน และหลังจากนั้นจะเป็นการสรุปจุดอ่อน และจุดแข็งของอุตสาหกรรมฯ เพื่อชี้ชัดถึงความเป็นไปได้ของการยกระดับอุตสาหกรรม

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสรุปได้ดังต่อไปนี้

4.1 การพัฒนาในด้านเทคโนโลยีและการนำไปใช้

องค์ความรู้ และเทคโนโลยีเพื่อการแปรรูปอาหารในระดับโรงงานมีเพียงพอ แต่สำหรับอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านนั้น มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตอย่างง่าย ซึ่งเหมาะสมสำหรับขนาดของธุรกิจในปัจจุบัน เช่น การกวน และดองผลไม้ เป็นต้น ในปัจจุบันมีผู้ผลิตจำนวนมาก ซึ่งใช้เครื่องมือช่วยในการผลิตเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตขนาดเล็กมักไม่มีการลงทุน อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นอาหารพื้นบ้านแต่ผู้แปรรูปสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพ และลดความสูญเสียได้โดยการนำเทคโนโลยีอย่างง่ายบางอย่างมาใช้ร่วมด้วยในขนาดดังกล่าวแล้ว เพื่อลดการใช้แรงงานที่ขาดแคลน และขาดความชำนาญ

สำหรับเทคโนโลยีบางอย่างซึ่งผู้แปรรูปได้นำมาใช้โดยขาดความเข้าใจอย่างแท้จริง ทำให้อาจเกิดอันตรายต่อผู้บริโภคได้ เช่น การทำผลไม้และผักกระป๋อง เมื่อผู้แปรรูปรู้ขั้นตอนการบรรจุกระป๋อง ก็จะบรรจุกระป๋องผลิตภัณฑ์ทั้งหลายซึ่งผลิตได้โดยไม่มีความรู้เกี่ยวกับชนิดของวัสดุที่นำมาทำกระป๋องว่าอาจจะทำปฏิกิริยากับชนิดของผลิตภัณฑ์ที่นำไปบรรจุอย่างไรบ้าง

ผู้แปรรูปบางรายไม่สามารถเสาะหาเครื่องมือที่ต้องการได้ ทั้งนี้เพราะไม่ทราบแหล่งผลิต แหล่งขาย หรือในบางกรณีไม่ทราบว่าเครื่องมือบางอย่างที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานของตนได้

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านประสบกับปัญหาต่าง ๆ ทั้งทางด้านต้นทุนการผลิต และคุณภาพของสินค้า ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้แปรรูปอาหารพื้นบ้านจะต้องเร่งปรับปรุงวิธีการผลิต โดยนำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้อย่างรวดเร็ว เพื่อแก้ปัญหาต่อไปนี้

1. การขาดแคลนแรงงานในบางช่วง และในบางพื้นที่ หรือค่าจ้างแรงงานที่ค่อนข้างสูง การใช้เครื่องมืออุปกรณ์จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของแรงงาน ทำให้ผู้แปรรูปสามารถจ่ายค่าแรงในอัตราที่สูงได้ เช่น กรณีของการผลิตข้าวแตน (ขนมนางเล็ก) ที่จังหวัดลำปางซึ่งผู้แปรรูปไม่สามารถจ้างแรงงานแข่งกับโรงงานเชรามิคได้ เป็นต้น

2. เชื้อเพลิงแพงขึ้น โดยเฉพาะการใช้ถ่านของผู้แปรรูปบางรายเพื่อต้มหน่อไม้ การใช้แก๊สหรือแอลบจะช่วยลดต้นทุนและลดการตัดไม้ทำลายป่าได้อีกทางหนึ่งด้วย

3. ต้องแข่งขันกับโรงงานซึ่งนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ เช่น โรงงานขนาดใหญ่ทำการผลิตแทน โดยการเติมจุลินทรีย์ที่บริสุทธิ์ลงไป ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและอาจหันไปบริโภคผลิตภัณฑ์ของโรงงานใหญ่ได้

จากการศึกษาพบว่า ผู้แปรรูปอาหารพื้นบ้านมีความต้องการที่จะปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตของตนอยู่แล้ว ดังนั้นการให้คำแนะนำส่งเสริมจะทำให้ทำได้โดยง่าย อย่างไรก็ตาม ผู้แปรรูปส่วนใหญ่ยังขาดแคลนเงินทุนอยู่มาก โดยเฉพาะเงินทุนที่จะใช้สำหรับการปรับปรุงสถานที่แปรรูปให้เหมาะสมถูกสุขลักษณะ และการลงทุนใน

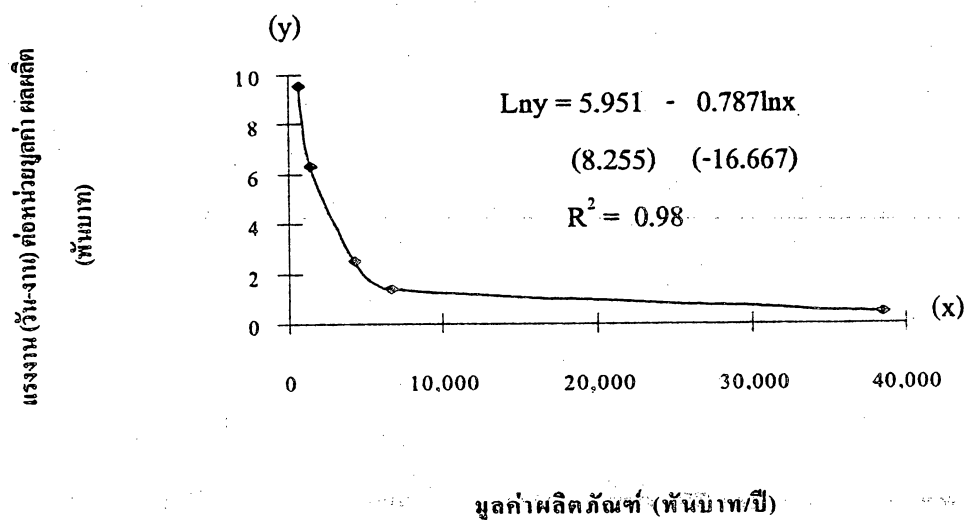
เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีราคาแพง การรวมกลุ่มอาจเป็นวิธีแก้ปัญหานี้ได้

4.2 ขนาดการผลิตที่มีประสิทธิภาพ

ในขณะนี้อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านประกอบด้วยหน่วยธุรกิจขนาดเล็กมาก จนถึงขนาดที่จัดได้ว่าเป็นโรงงานขนาดย่อม กล่าวคือ หน่วยธุรกิจถึงร้อยละ 68 เป็นขนาดที่ไม่เข้าข่ายจำกัดความของโรงงาน (มีพนักงานต่ำกว่า 7 คน) โดยมีมูลค่าของผลผลิตต่อปีต่ำกว่า 30,000 บาท ซึ่งมีถึงร้อยละ 50 ของกลุ่มและผู้ผลิตอิสระ และประมาณร้อยละ 75 มีรายได้ต่ำกว่า 100,000 บาท ส่วนขนาดการผลิตที่มีพนักงานประจำ 7 คนขึ้นไปนั้น

มีร้อยละ 32 แสดงว่าในปัจจุบันหน่วยธุรกิจที่สมควรจดทะเบียนเป็นโรงงานมีจำนวนไม่น้อยเช่นกัน

การที่จะยกระดับขนาดการผลิตของแต่ละหน่วยให้สูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ได้หรือไม่นั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายด้านประกอบกัน สำหรับขนาดเล็กที่มีรายได้ต่ำกว่า 1 แสนบาทต่อนั้น สมควรได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ จากผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการผลิต ซึ่งให้เห็นว่าขนาดการผลิตที่ใหญ่กว่ามีแนวโน้มของต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง และอัตราส่วนของราคาต่อต้นทุนสูงกว่าขนาดการผลิตที่เล็กกว่า และประสิทธิภาพนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการใช้แรงงาน (รูปที่ 4)



ที่มา : การคำนวณ

รูปที่ 4 ความสัมพันธ์ของแรงงานต่อหน่วยกับขนาดธุรกิจ

การยกระดับโดยการขยายขนาดการผลิตนั้นมิได้หมายถึงการเพิ่มจำนวนคนงานเพียงอย่างเดียวแต่หมายถึงการขยายผลผลิตต่อปี ซึ่งอาจเกิดจากการลงทุนในอุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือเพิ่มขึ้น หรือเกิดจากการรวมผู้ผลิตรายย่อยให้อยู่ในรูปของกลุ่มเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (economies of size) แนวคิดของการรวมกลุ่มเพื่อทำการเป็นที่ยอมรับจากที่ประชุมระดมความคิดเห็น โดยทำเป็นโครงการนำร่องตามประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์จากเนื้อหรือจากผัก ฯลฯ

4.3 แนวโน้มการตลาด ...

ความต้องการของตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านหลายชนิด มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากมีความต้องการทั้งในประเทศและส่งออกได้แก่ ผักและผลไม้แปรรูป หน่อไม้กระป๋อง ลำไยอบแห้ง น้ำผลไม้ ผลิตภัณฑ์บางชนิดเป็นสินค้าซึ่งใช้ประจำจึงมีแนวโน้มความต้องการสูงขึ้นตามจำนวนประชากร เช่น ข้าว เต้าเจี้ยว น้ำพริก อาหารขบเคี้ยว และผลิตภัณฑ์จากเนื้อ สำหรับน้ำผลไม้และผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป (ตาก กวน เชื่อม ฯลฯ) พบว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีจากโรงงานเท่านั้นที่มีความต้องการขยายตัว สำหรับสินค้าจากผู้แปรรูปพื้นบ้านยังไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดทั่วไปนัก

ในปัจจุบันตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านส่วนใหญ่เป็นตลาดในระดับล่างถึงปานกลาง ผู้ผลิตมักขายให้แก่ผู้บริโภคในพื้นที่เป็นส่วนใหญ่ สำหรับผู้ประกอบการที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จจะมีตลาดกว้างขึ้นคือ ขายสินค้าให้แก่ ร้านค้าส่ง หรือร้านค้าปลีก เพื่อเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว การที่สินค้าเหล่านี้ไม่มีการจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคในเมืองมากนักเป็นเพราะคุณภาพของสินค้าส่วนใหญ่ไม่เป็นที่ยอมรับนั่นเอง การนำสินค้าไปจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต สำหรับผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูงนั้น จำเป็นต้องได้รับอนุญาตติดฉลากอาหาร

ก่อน ซึ่งผู้ผลิตน้อยรายที่สามารถผลิตได้ตามมาตรฐานนี้ นอกจากนั้นอาหารส่วนใหญ่จัดเป็นประเภทอาหารทั่วไปไม่จำเป็นต้องขออนุญาตใช้ฉลาก จึงขาดโอกาสสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคโดยการใช้ฉลากอาหารดังกล่าว

สินค้าบางประเภทเป็นสินค้าที่ไม่มีการแข่งขันจากโรงงานมาตรฐานเช่น ผลิตภัณฑ์เนื้อเค็ม/ทอด ปลาร้า แคบหมู และน้ำพริก จึงเป็นสินค้าของอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านได้ต่อไป ส่วนสินค้าที่มีการทดแทนโดยสินค้าจากโรงงานได้มาก เช่น เต้าเจี้ยว ข้าว ข้าวเกรียบ หมูยอกุนเชียง จำเป็นต้องเร่งปรับปรุงให้สามารถแข่งขันกับสินค้าทดแทนให้ได้ อย่างไรก็ตามสินค้าของอุตสาหกรรมพื้นบ้าน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเป็นที่ยอมรับกันว่ามีสารกันบูดเจือปน จึงนำมาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ แต่ความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพอื่น ๆ ยังไม่เป็นที่ยอมรับมากนักจึงจำเป็นต้องพัฒนาต่อไป

โดยสรุปแล้วโอกาสในการขยายตลาดมีแนวโน้มในทางบวกด้วยหลักฐานหลายประการคือ

1. แนวโน้มผู้เข้ามาประกอบการค้าอาหารพื้นบ้านโดยตรงมีมากขึ้น และผู้ประกอบการค้าให้เหตุผลว่าสินค้าอาหารพื้นบ้านขายได้ง่ายและมีราคาถูกลง
2. ในปัจจุบันมีแนวโน้มว่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านบางประเภทมีการวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกตกันมากขึ้น และผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักมีบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดใจและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์บางชนิดได้รับการรับรองจากสถาบันผู้บริโภคบางสถาบันทำให้ผู้ซื้อเกิดความมั่นใจทั้งในรสชาติและอาจรวมถึงความปลอดภัยด้วย
3. ผลิตภัณฑ์บางอย่าง เช่น น้ำผลไม้ ของผู้แปรรูปอาหารพื้นบ้านบางรายได้รับอนุญาตให้ติดฉลากอาหาร และวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกตได้
4. สินค้าบางชนิดจากกลุ่มแม่บ้านมีวางจำหน่ายในร้านค้าปลีก เซเว่นอีเลว่น เช่น ส้มลิ้ม เต้าเจี้ยว แสดงว่าหากสินค้ามีคุณภาพดีและสามารถติด

ต่อหาช่องทางจำหน่ายได้ก็สามารถจำหน่ายในตลาดระดับบนได้

5. ตลาดระดับบนเป็นตลาดที่มีอำนาจซื้อสูง และยังมีความต้องการสินค้าประเภทอาหารอีกมาก ในขณะที่อาหารพื้นบ้านยังเข้าไปจำหน่ายน้อยมาก จึงสามารถขยายส่วนแบ่งตลาดได้อีก

6. สำหรับตลาดที่มีอำนาจซื้อสูงนั้น (ตลาดในเมือง และตลาดนักท่องเที่ยว) ราคาของสินค้าที่ผู้ผลิตได้รับจะสูงกว่าราคาในตลาดล่างแต่ต้นทุนก็จะสูงขึ้นบ้าง เนื่องจากคุณภาพที่สูงขึ้นรวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่ดีขึ้น ดังนั้นผู้แปรรูปจะได้กำไรมากขึ้นจากการผลิตที่มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนได้

4.4 วัตถุดิบ

วัตถุดิบหลักในการแปรรูปอาหารพื้นบ้านได้มาจากในพื้นที่ กล่าวคือร้อยละ 75 ของผู้แปรรูปหาซื้อวัตถุดิบจากตลาดในพื้นที่ ร้อยละ 15 ปลูกเอง (ผักกล้วย) หรือหาเอง (หน่อไม้ สะเดา เห็ด) วัตถุดิบซึ่งมาจากแหล่งอื่น ได้แก่ ปลา สำหรับผลิตปลาต้ม (ในจังหวัดพะเยา) ผู้แปรรูปพบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบหลักอยู่บ้าง คือในบางเวลาไม่สามารถหาซื้อได้ หรือมีราคาแพง และบางครั้งมีคุณภาพไม่ดีพอ อย่างไรก็ตามอาจกล่าวได้ว่าผู้แปรรูปส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเรื่องวัตถุดิบรุนแรงยกเว้นการหาหน่อไม้ซึ่งขัดต่อกฎหมายป่าไม้ ผู้ผลิตหน่อไม้อัดปิ้ง หรือหน่อไม้ดอง จำเป็นต้องหาวัตถุดิบจากการปลูกมาทดแทนในอนาคต หรือเปลี่ยนผลิตภัณฑ์

4.5 ความสามารถในการจัดการและการบริหารธุรกิจ

ผู้ประกอบการแปรรูปอาหารประเภทกลุ่มฯ และผู้ประกอบการอิสระ ร้อยละ 70-76 ประเมินว่าตนเองประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ และร้อยละ 43-53 สามารถขยายงานได้ เนื่องจากมีตลาดรองรับ และได้

ได้รับความร่วมมือจากสมาชิก (เฉพาะกรณีของกลุ่มฯ) แต่จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์เพิ่มเติมพบว่า ความสำเร็จในการหาตลาด (และความร่วมมือของสมาชิก) เป็นผลจากความสามารถเฉพาะตัวของประธานกลุ่มแม่บ้าน โดยทั่วไปประธานกลุ่มเป็นผู้มีบทบาทอย่างสำคัญยิ่ง ทั้งในด้านการคิดริเริ่มและการตัดสินใจต่าง ๆ กลุ่มที่มีการผลิตขนาดใหญ่กว่าจะมีการแบ่งหน้าที่ของกรรมการได้ชัดเจนกว่ากลุ่มที่มีการผลิตขนาดเล็ก

ประสบการณ์จากการประกอบอาชีพค้าขายหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่น ๆ ทำให้ประธานกลุ่มมีโลกทัศน์ และมีเครือข่ายมากกว่าประธานกลุ่มซึ่งมีอาชีพทำนา หรือแม่บ้าน

อย่างไรก็ตาม พบว่าแม้แต่กลุ่มฯ หรือผู้ผลิตฯ ที่ประสบความสำเร็จแล้ว ยังมีข้อจำกัดในการดำเนินการบริหารอยู่มากในด้านต่างๆ คือ

1. การบริหารการลงทุน โดยทั่วไปแล้วยังขาดวิสัยทัศน์ด้านการลงทุนเชิงธุรกิจ แต่พอใจที่จะขยายกิจการด้วยการรับความช่วยเหลือแม้ว่าจะอยู่ในฐานะซึ่งสามารถกู้ยืมเพื่อนำมาลงทุนได้
2. การวิเคราะห์โครงการเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการตัดสินใจของผู้บริหารทุกคน แต่จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดแนวคิด หรือบางส่วนซึ่งคาดว่าจะมีความรู้พอประมาณก็ไม่อาจแน่ใจได้ว่า มีความสามารถที่จะวิเคราะห์ได้ถูกต้องหรือไม่
3. ความสามารถในการจัดการเกี่ยวกับแรงงาน แรงงานและวัตถุดิบเป็นองค์ประกอบหลักของต้นทุน เมื่อขาดการบริหารจัดการที่ดีและการใช้แรงงานไม่เกิดประสิทธิภาพแล้ว ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูงและความสามารถในการแข่งขันลดลง การจ้างเหมาโดยขาดการประเมินผลงานอย่างรอบคอบเป็นส่วนหนึ่งของการใช้แรงงานอย่างไม่ประหยัด
4. การจัดการด้านวัตถุดิบ ผู้แปรรูปยังขาดการถนอมรักษาวัตถุดิบเพื่อให้มีใช้ตลอดฤดูกาลแปรรูป

ซึ่งการแก้ไขปัญหานี้นอกเหนือจากความรู้ความเข้าใจแล้ว จำเป็นต้องมีเงินทุน และความรู้เสริมด้วย วัตถุประสงค์หลายชนิดสามารถเก็บถนอมไว้แปรรูปได้นาน เช่น ถั่วเหลือง (สำหรับเต้าเจี้ยวและซีอิ้ว) กระเทียม (สำหรับผลิตปลาซึ่ม) หรือแม้แต่ผลไม้ต่าง ๆ

5. ความรู้ในด้านการตลาด แม้ผู้ประกอบการแปรรูปจะประเมินว่าตนประสบความสำเร็จเพราะมีตลาดรองรับสินค้า และความสำเร็จก็เกิดจากความสามารถในการหาตลาดก็ตาม แต่ยังพบว่าผู้จัดการยังมีความสามารถจำกัดอยู่ในระดับหนึ่ง เช่น

- ไม่มีแนวคิดของการแบ่งส่วนตลาด (market segment) ทำให้ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภค

- ไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางเลือกอื่นๆ

- ไม่มีความรู้เกี่ยวกับความต้องการของตลาดโดยรวม

6. ขาดข้อมูลเพื่อการจัดการอย่างเพียงพอ ข้อมูลซึ่งผู้ประกอบการได้รับนั้นส่วนมากเป็นข้อมูลที่ได้รับจากผู้ติดต่อด้วย ซึ่งมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจในระยะสั้น และการปรับปรุงแก้ไขปัญหาคณะเฉพาะหน้าเป็นสำคัญ ผู้ประกอบการขาดแคลนข้อมูลในระดับกว้าง (มหภาค) เป็นอย่างมาก เช่น เทคโนโลยี แหล่งวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ แหล่งอุปกรณ์ แหล่งสินเชื่อ แหล่งความต้องการแนวโน้มตลาด ตลอดจนกฎหมายอาหารและยา และกฎหมายการค้า ข้อมูลในระดับกว้างเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านเป็นอย่างยิ่ง

7. เป้าหมายของการจัดการ สำหรับกลุ่มแม่บ้านนั้น เป้าหมายของกลุ่มส่วนใหญ่ซึ่งทำการแปรรูปอาหารนั้น เป็นไปเพื่อหารายได้เสริมให้แก่แม่บ้าน และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ การที่กำหนดเป้าหมายให้เป็นอาชีพเสริมนั้นทำให้ขาดน้ำหนักร และความมุ่งมั่นใน

เชิงธุรกิจ ขาดแรงผลักดันให้เกิดการจัดหาแรงงาน (หรือสมาชิก) และวัตถุดิบเพื่อให้มีการผลิตในขนาดที่เกิดประสิทธิภาพ ตลอดจนขาดการจัดการในด้านผลตอบแทนที่นำมาซึ่งกำลังใจในการพัฒนาธุรกิจ (กรณีศึกษา)

การที่จะยกระดับการแปรรูปอาหารพื้นบ้านของหน่วยประกอบการขนาดเล็กให้ใหญ่ขึ้นนั้น ควรเริ่มจากการกำหนดเป้าหมายในเชิงธุรกิจของผู้ประกอบการให้ชัดเจน อย่างไรก็ตามควรยอมรับว่าแต่ละหน่วยฯ อาจมีเป้าหมายได้หลายประการที่นำมาซึ่งความแตกต่างของวิธีการจัดการ

4.6 นโยบาย และสถาบัน

นโยบาย มาตรการ/แผนงาน ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้านมีจำกัดมาก นโยบายและมาตรการโดยตรงที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ประสงค์ที่จะส่งเสริมสนับสนุนหน่วยประกอบการทุกระดับตามความสามารถของแต่ละหน่วยประกอบการ ได้แก่ สนับสนุนให้หน่วยที่สามารถแปรรูปอาหารขนาดครัวเรือนและชุมชนให้ มีการจัดการเชิงธุรกิจขนาดย่อม มีการรวมผลผลิตกันขายผ่านกลุ่ม สำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้น (มีการแปรรูปอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพทางธุรกิจ) นั้น สนับสนุนให้ดำเนินการเป็นธุรกิจขนาดย่อมเพื่อตลาดภายในและนอกประเทศ

มาตรการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมีมากเพียงพอที่จะสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ แต่ในทางปฏิบัติยังขาดการประสานกันและขาดความต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับมาตรการในด้านสุขอนามัยอาหาร มาตรการสินเชื่อเพื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมกับมาตรการช่วยเหลือในด้านการผลิตและการตลาด เป็นต้น

หน่วยงานซึ่งให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการแปรรูปมีหลายหน่วยงาน (รูปที่ 5) ปกติเป็น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานพัฒนาชนบทและการเกษตร แต่ส่วนใหญ่ไม่มีหน้าที่โดยตรงในการพัฒนาการแปรรูปอาหาร การให้ความช่วยเหลือผู้แปรรูปจึงมีลักษณะค่อนข้างเป็นเอกเทศ และปรากฏว่ากลุ่มฯ ขนาดใหญ่ได้รับความช่วยเหลือมากกว่ากลุ่มฯ ขนาดเล็ก ส่วนผู้ผลิตฯ ได้รับความช่วยเหลือน้อยกว่ากลุ่มฯ

4.7 จุดอ่อน จุดแข็ง ข้อจำกัดและโอกาสของ

อุตสาหกรรมฯ

เพื่อให้เห็นความเป็นไปได้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน จำเป็นที่จะต้องประเมินจุดเด่นและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมนี้ซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

4.7.1 จุดอ่อนและข้อจำกัด

ก. ปัญหาภายใน

1) ในปัจจุบันการแปรรูปอาหารของหน่วยประกอบการส่วนใหญ่ (ทั้งขนาดเล็กและขนาดค่อนข้างใหญ่ซึ่งประสบความสำเร็จแล้ว) ยังถือเป็นกิจกรรมเสริม

2) ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในด้านเทคโนโลยีการผลิตอย่างเพียงพอ

3) ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการตลาดเป็นอย่างมาก

4) ผู้ประกอบการขาดความรู้ในด้านคุณภาพของสินค้า เป็นอย่างมาก

5) ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการจัดการด้านแรงงานอย่างเพียงพอ

6) ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการจัดการโครงการและการบริหารการเงินเป็นอย่างมาก

7) ผู้ประกอบการขาดความรู้ในการจัดการด้านวัตถุดิบอย่างเพียงพอ

8) ผู้ประกอบการขาดความร่วมมือจากสมาชิก หรือขาดความสามารถในการบริหารองค์กร

9) ผู้ประกอบการแบบกลุ่มไม่กล้าลงทุน มักขอความช่วยเหลือจากทางราชการ

ข. ปัญหาจากภายนอก

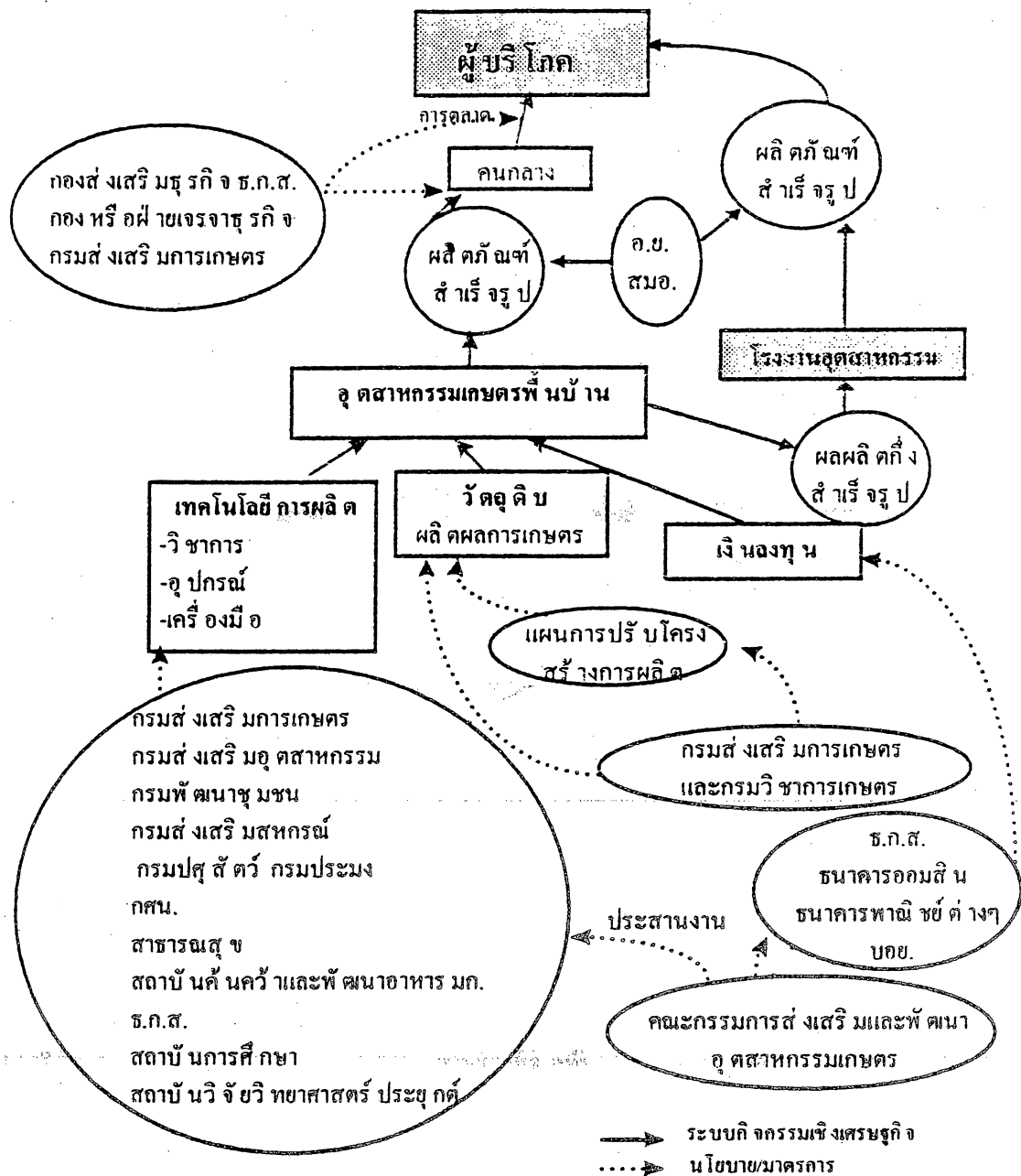
1) วัตถุดิบไม่แน่นอน และราคาแพงในบางฤดู

2) การแข่งขันกับสินค้าจากโรงงานมาตรฐานสูง สำหรับสินค้าประเภทเดียวกัน เช่น เต้าเจี้ยว และมีการแข่งขันพอสมควรสำหรับสินค้าทดแทน เช่น อาหารขบเคี้ยว

3) มีการแข่งขัน การจ้างงานในหลายพื้นที่

4) ขาดการเชื่อมโยงประสานงานระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

5) ขาดการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่บางหน่วยประกอบการได้รับความช่วยเหลือจากหลายหน่วยงาน



รูปที่ 5 โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปพื้นบ้าน หน่วยงาน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

4.7.2 จุดแข็งและโอกาส

1. ผู้จัดการซึ่งมีพื้นฐานด้านธุรกิจสามารถสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจอาหารแปรรูปพื้นบ้านได้ดี
2. ผู้ประกอบการไม่น้อยมีความกระตือรือร้นในการที่จะปรับปรุง และพัฒนากิจการของตน
3. เป็นอุตสาหกรรมซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้โดยการขยายขนาดการผลิต
4. มีธุรกิจที่มีขนาดการผลิตซึ่งใหญ่เพียงพอ และประสบความสำเร็จซึ่งเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก
5. องค์ความรู้ในด้านเทคโนโลยีมีเพียงพอทั้งในระดับครัวเรือนและระดับโรงงาน
6. มีช่องว่างที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ได้โดยใช้เครื่องมืออุปกรณ์เครื่องจักรช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของแรงงาน ซึ่งจะนำมาสู่ต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลง ผลตอบแทนต่อแรงงานสูงขึ้น และเพิ่มคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดระดับบนได้
7. วัตถุดิบหลักเป็นสินค้าเกษตรที่ผลิตในท้องถิ่น จึงหาได้ง่ายและราคาถูกโดยเปรียบเทียบ
8. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ของตนเอง (เป็นอาหารประจำท้องถิ่น เช่น แหนม, ขนม) ทำให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว
9. เป็นสินค้าซึ่งสามารถสร้างความแตกต่าง และเอกลักษณ์ที่จะใช้เป็นจุดขายได้ง่าย (เช่น น้ำพริก)
10. การเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านในส่วนหนึ่งนั้นเป็นประโยชน์คือเชื่อว่าการไม่ใช้สารกันบูดสามารถนำมาเป็นจุดขายได้
11. มีตลาดรองรับระดับขายส่งและขายปลีก ซึ่งยังสามารถขยายตลาดได้อีกมากทั้งตลาดในประเทศและส่งออก
12. ผลิตภัณฑ์บางอย่างเป็นผลิตภัณฑ์ประณีตต้องใช้แรงงานประติบัรจึงมีการแข่งขันจากโรงงานน้อย
13. แนวโน้มของสินค้าเชื้อสำหรับอุตสาหกรรมนี้ดีขึ้นโดยลำดับ
14. อุตสาหกรรมนี้เป็นทางออกหนึ่งสำหรับแก้ปัญหาการค้าผลผลิตเกษตรตกต่ำ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรจึงสอดคล้องกับนโยบายการเกษตร
15. อุตสาหกรรมนี้มีส่วนช่วยแก้ปัญหาการอพยพแรงงานและแก้ปัญหาสังคม
16. เป็นอุตสาหกรรมซึ่งรัฐมีนโยบายสนับสนุนในแผนพัฒนา ฉบับที่ 8 จึงเป็นโอกาสที่หน่วยประกอบการจะได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนมากขึ้น

สรุป

จะเห็นได้ว่าจุดแข็งของอุตสาหกรรมนี้มีหลายประการที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาได้เป็นอย่างดี ส่วนจุดอ่อนและปัญหาของอุตสาหกรรมนี้เป็นสิ่งซึ่งสามารถแก้ไขได้หากมีนโยบายและการปฏิบัติอย่างจริงจัง อย่างไรก็ตามการกำหนดนโยบายควรยึดหลัก 2 ประการ คือ 1. การกำหนดกลยุทธ์ และมาตรการต้องชัดเจนและสอดคล้องกัน และมีการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ และ 2. นโยบายกลยุทธ์ และมาตรการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ควรกำหนดให้เป็นเชิงรุกอย่างแท้จริง โดยใช้การตลาดนำการผลิตเป็นจุดเริ่มต้น