

การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2563



นางสาวพุดิศา บุญตระกูล

ผู้วิจัย

ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช,

D.B.A.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรารณา ปุณณกิติเกษม,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อาภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาสน์ ทิฆุทรัพย์,

D.B.A.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยสามารถสำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากดร. ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช อาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัยที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษา ข้อคิดเห็นและแนะนำแนวทางที่ถูกต้องเหมาะสม ตลอดจนตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถพัฒนาปรับปรุง งานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ โดยผู้วิจัยสามารถนำความรู้ที่ได้เรียนมาปรับใช้ในงานวิจัย ในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่สละเวลาในการให้ข้อมูลและความคิดเห็น รวมถึง กำลังใจความช่วยเหลือและการสนับสนุนที่ดีจากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง เพื่อน ๆ ทุกคนและพี่ที่มงาน วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยไม่มากนักน้อย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ หากงานวิจัยนี้ผิดพลาดหรือบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

พุดิศา บุญตระกูล

การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

FORESIGHT FOR FOOD INDUSTRY IN THAILAND

พุดิสสา บุญตระกูล 6150446

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ภูมิพร ชรรรมสถิตย์เดช, D.B.A., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรารณา
ปุ่นณกิติเกษม, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาสน์ ทิททรัพย์, D.B.A.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการคาดการณ์อนาคตเชิงยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อทราบถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกและในประเทศไทย เพื่อกำหนดแนวทางกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อจำลองภาพเหตุการณ์สำหรับเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต (Scenario Planning)

เนื่องด้วยอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อร่างกายและการดำรงชีวิตของมนุษย์ เมื่อศึกษาอุตสาหกรรมแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการดำรงชีวิตในปัจจุบันรูปแบบการรับประทานอาหารรวมถึงสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อทางเลือกรับประทานอาหาร ทำให้องค์กรจำเป็นต้องมีการคาดการณ์อนาคตในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เพื่อให้สามารถเห็นภาพเหตุการณ์และเตรียมกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าปัจจุบันประเทศไทยนั้นยังไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญต่อการคาดการณ์อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต และได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและเทรนด์การบริโภคซึ่งอาจเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

คำสำคัญ : การคาดการณ์อนาคต/ อุตสาหกรรมอาหาร/ อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย/
Foresight/ Scenario Planning

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ความสำคัญของการคาดการณ์อนาคต (The Importance of Foresight)	6
2.2 ทฤษฎีหรือแนวคิดการขับเคลื่อนของการคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลก	8
2.3 แนวโน้ม (Trends) การเปลี่ยนแปลงความต้องการอาหารในอนาคต	14
2.4 การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย	20
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
2.6 การคาดการณ์อาหารที่จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อบริบทของประเทศไทย	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	39
3.1 การกำหนดกลุ่มประชากร	39
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยและการเก็บข้อมูล	39
3.3 คำถามสำหรับการสัมภาษณ์	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	42
3.5 การทดสอบคุณภาพของการเก็บข้อมูล	43
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล	44
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	44
4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทย	45
4.3 การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย	62
4.4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม	66
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	67
5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)	68
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	69
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตของอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทย	71
5.4 ข้อเสนอแนะแนวทางในการทำวิจัยครั้งถัดไป	72
5.5 ข้อจำกัดในการทำวิจัย	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	76
ประวัติผู้วิจัย	84

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 แสดงการวิเคราะห์ STEEP Analysis	15
2.2 แสดงการวิเคราะห์ STEEP Analysis ในบริบทของประเทศไทย	35
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	45
4.2 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหาร ในประเทศไทยช่วง 5-20 ปีข้างหน้า	62
5.1 แสดงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาพิจารณาประกอบกับแนวโน้มของอาหาร ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยช่วง 5-20 ปี	68

สารบัญญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง GDP Per Capita และปริมาณการบริโภคเนื้อสัตว์	25
2.2 ผลกระทบของโลกต่อระบบอุตสาหกรรมอาหาร	25
2.3 Global water withdrawals for agriculture based on CAWMA scenarios of alternative investment strategies	28
5.1 แบบจำลองภาพวาดเหตุการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย (Scenario Planning Foresight for Food Industry in Thailand)	69



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การคาดการณ์อนาคต (Strategic Foresight) ถูกนำมาใช้ในการวางกลยุทธ์ขององค์กร ทั้งในระดับองค์กร (Corporate Strategy) ไปจนถึงระดับปฏิบัติการ (Functional Strategy) เพื่อช่วยเสริมให้องค์กรมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันรวมถึงการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยยุคสมัยที่มีการเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญส่งผลให้พฤติกรรมและรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการรับประทานอาหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเข้าสู่สังคมเมือง ผู้คนย้ายถิ่นฐานมากขึ้น หรือแม้กระทั่งการเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ทำให้มีพฤติกรรมต้องการอาหารที่สามารถรับประทานได้ง่าย สามารถหาซื้อได้สะดวกรวดเร็ว

ในปี 2050 จำนวนประชากรทั่วโลกอาจเพิ่มขึ้นถึง 2 พันล้านคน จาก 7.7 พันล้านคน เป็น 9.7 พันล้านคนจากการคาดการณ์จาก United Nations และมีสถิติการย้ายถิ่นฐานเข้าสังคมเมือง ในปี 2018 โดยประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง 55% และอาจเพิ่มในปี 2050 เป็น 68% จากการอยู่อาศัยรวมกันในพื้นที่แออัดทั้งมลพิษและโรคภัยต่าง ๆ ซึ่งแปรผกผันกับทรัพยากรอาหารที่มีจำนวนลดลง เนื่องจากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาโลกได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นภาวะโลกร้อน ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมก่อให้เกิดปริมาณผลผลิตลดลง ส่งผลให้วัตถุดิบและปริมาณอาหารไม่เพียงพอต่ออัตราการเติบโตของประชากร

รวมถึงผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเทรนด์การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเป็นหลัก เนื่องด้วยปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญใส่ใจกับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง อ้างอิงจากผลสำรวจของมินเทล (Mintel) ที่ได้เปิดเผยเทรนด์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคชาวไทยที่มีเป้าหมายเรื่องการดูแลสุขภาพ ส่งผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาปรับใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อสรรสร้างอาหารให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภค

ด้วยความท้าทายของอุตสาหกรรมอาหารที่มีความสำคัญต่อมนุษย์เป็นอย่างมาก ประกอบกับเทรนด์การรับประทานอาหารและทางเลือกในการบริโภคกำลังเปลี่ยนไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตระหนักถึงสุขภาพ อีกทั้งยังให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพอาหารและแหล่งที่มาของ

วัตถุประสงค์อ้างอิงจาก IFIC (International Food Information Council Foundation) หรือเทรนด์ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยของระบบนิเวศและความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์หรือภาชนะที่ใช้สำหรับอาหารมีแนวโน้มที่จะใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้สามารถย่อยสลายได้อย่างรวดเร็ว ขั้นตอนและกระบวนการในการผลิตคิดค้นจำเป็นจะต้องใช้เครื่องมือสำหรับการคาดการณ์อนาคตร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Foresight and New Product Development) โดยมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation and Technology) เข้ามาปรับใช้ทั้งในระดับกำหนดนโยบาย (Policy) อุตสาหกรรม (Industry) และองค์กร (Corporate) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจต่อผู้บริโภคสูงสุด

การที่เราเข้าใจถึงเทรนด์ความต้องการอาหารที่กำลังมาในอนาคต จะช่วยให้สามารถนำไปวางแผน พัฒนาผลิตภัณฑ์ และกระบวนการการตัดสินใจ จากเทรนด์รักสุขภาพที่มาแรงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงข้อมูลจาก World Health Organization (WHO) ได้กล่าวว่าประชากรกลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คาดว่าในปี 2050 จะมีประชากรที่อายุมากกว่า 60 และ 80 ปี จำนวน 2,000 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากในปี 2015 ที่มีจำนวน 900 ล้านคน ดังนั้นประชากรจึงต้องการดูแลสุขภาพให้มีอายุยืนยาว ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เริ่มหันมาผลิตอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและมีทางเลือกที่หลากหลายเพิ่มจำนวนมากอ้างอิงข้อมูลการสำรวจของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคอาหารประเภทนี้เป็นกลุ่มคนที่มีกำลังในการซื้อ มีการค้นคว้าหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และแสวงหาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตอบโจทย์กับความต้องการของตนเอง เป็นไปได้อย่างยิ่งว่าแนวโน้มของอาหารที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพเป็นหลัก รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่เปลี่ยนไป เลือกที่จะบริโภคเพื่อต้องการเพิ่มสารอาหารจากคุณค่าทางโภชนาการพื้นฐาน การรับประทานอาหารเพื่อป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บที่อาจเกิดขึ้น โดยสะท้อนผ่านจากผลิตภัณฑ์อาหารที่ออกจำหน่ายสู่ตลาดมากมาย

สิ่งสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องด้านอุตสาหกรรมอาหารควรตระหนักถึงในปัจจุบันนี้จำเป็นต้องกำหนดภาพแนวโน้มในการเตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตให้ชัดเจน ทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค รูปแบบของอาหาร กระบวนการในการผลิตตั้งแต่วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม รวมถึงวัตถุดิบที่คาดว่าจะมีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรและความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกรับประทานที่เพิ่มมากขึ้นจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาในต่างประเทศ เช่น ในทวีปยุโรปได้มีการศึกษาการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารมากมาย เช่น ประเทศแคนาดา ประเทศสวีเดน ประเทศสวีเดน และประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นต้น ได้มีการศึกษาเรื่องนี้อย่างละเอียดต่ออย่างไรก็ตามเมื่อได้ทำการค้นคว้าข้อมูลแล้วพบว่าในประเทศไทยนั้นยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการคาดการณ์อนาคตของ

อุตสาหกรรมอาหารอย่างชัดเจน ซึ่งการเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอาหารในอนาคตนั้นเป็นสิ่งที่ควรตระหนักและเตรียมความพร้อมอย่างยิ่ง เพราะอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อร่างกายมนุษย์ อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติได้กล่าวไว้ว่าประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) และมีความอุดมสมบูรณ์สูงสุดเป็นอันดับที่ 8 ของโลก กล่าวคือในแต่ละพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่แตกต่างกันไปตามลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม โดยความหลากหลายทางชีวภาพสะท้อนให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์จากแหล่งอาหาร ส่งผลให้อาหารของประเทศไทยนั้น มีความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถนำมาเป็นจุดเด่นในการสร้างความได้เปรียบเชิงธุรกิจ โดยที่การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก อ้างอิงข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยกล่าวว่าในปี 2562 เทียบเป็น 17% ของ GDP ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องปรับตัวและมีการนำเครื่องมือการคาดการณ์อนาคตเข้ามาร่วมใช้ในการวางแผนเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งจะช่วยในการเตรียมรับมือและวางแผนแนวทางการคาดการณ์อาหารในอนาคตที่มีแนวโน้มความต้องการและทิศทางที่กำลังเปลี่ยนแปลง

เนื่องด้วยอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญต่อร่างกายและการดำรงชีวิตของมนุษย์ เมื่อศึกษาดูเทรนด์แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการดำรงชีวิตในปัจจุบัน รูปแบบการรับประทานอาหาร รวมถึงสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อทางเลือกรับประทานอาหาร ทำให้องค์กรและบริษัทจำเป็นต้องมีการคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เพื่อให้สามารถเห็นภาพเหตุการณ์และเตรียมกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจทำงานวิจัยนี้เลือกใช้แนวคิด Scenario Planning และ STEEP Analysis มาวิเคราะห์ร่วมกัน โดยผู้วิจัยคาดว่าอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตนั้น ผู้บริโภคจะเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น เช่น อาหารที่อุดมไปด้วยคุณค่าทางสารอาหาร (Super Food) อาหารทางเลือก (Functional Food) อาหารอินทรีย์ (Organic Food) อาหารเฉพาะบุคคล (Personalized Food) เป็นต้น มีความสนใจแหล่งที่มาของวัตถุดิบ และด้วยความที่ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีความหลากหลายทางชีวภาพและวัตถุดิบ ส่งผลให้อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาจเป็นสิ่งบ่งชี้ให้ผู้บริโภคเลือกบริโภควัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่นมากกว่าจะเลือกรับประทานอาหารอินทรีย์ หรือ Super Food เนื่องจากสามารถหารับประทานได้ง่าย สามารถปลูกรับประทานได้ที่บ้าน ราคาไม่สูง รวมถึงสามารถประชาสัมพันธ์ในธุรกิจการท่องเที่ยวที่เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหาร
2. เพื่อทราบถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกและในประเทศไทย
3. เพื่อกำหนดแนวทางกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตให้ตอบโต้กับความต้องการของผู้บริโภค
4. เพื่อจำลองภาพเหตุการณ์สำหรับเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต (Scenario Planning)

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งมุ่งศึกษาเรื่องการคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์งานวิจัย ได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงสามารถนำแผนแนวทางนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

Foresight: การมองอนาคต หมายถึง การวิเคราะห์ คาดการณ์ และอธิบายการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต หรือเพื่อออกแบบอนาคต ที่พึงประสงค์ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ต้องใช้ความคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และจินตนาการ (Imagination)

Food Industry: อุตสาหกรรมอาหาร

Stakeholders: ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล หน่วยงานหรือองค์กรที่ให้ความสนใจ หรือมีความเกี่ยวข้องกับผลสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งส่งผลบวกและผลลบต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและทางอ้อม

Scenario Planning: เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งของการมองอนาคต โดยสถานการณ์นั้นสร้างขึ้นมาจากอาศัยโครงเรื่อง (Plot) ที่มาจากแนวโน้ม (Trends) ที่เห็นอยู่ในปัจจุบันและความไม่แน่นอน (Uncertainties) ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ซึ่งสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจึงมีได้หลายสถานการณ์ขึ้นอยู่กับแนวโน้มและความไม่แน่นอนที่เลือกมาประกอบกัน

Horizontal Scanning: เป็นกระบวนการเฝ้าติดตามและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบ โดยข้อมูลจากการติดตามและวิเคราะห์จะนำไปสนับสนุนการวางแผนและการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

Mega Trend: แนวโน้มของปัจจัยภายนอกที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคตและเป็นแรงผลักดันการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและด้านมนุษย์ ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่อการพฤติกรรมของมนุษย์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย”
โดยผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ความสำคัญของการคาดการณ์อนาคต (The Importance of Foresight)
- 2.2 ทฤษฎี แนวคิดการขับเคลื่อนของการคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลก
- 2.3 แนวโน้ม (Trends) การเปลี่ยนแปลงความต้องการอาหารในอนาคต
- 2.4 การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 การคาดการณ์อาหารที่จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อบริบทของประเทศไทย

2.1 ความสำคัญของการคาดการณ์อนาคต (The Importance of Foresight)

เมื่อการพัฒนาประเทศต้องอาศัยการวางแผนอย่างรอบคอบเพราะต้องตระหนักถึงทิศทางที่กำลังจะก้าวเดินต่อไปในอนาคต อย่างไรก็ตามเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดสามารถเกิดขึ้นได้จากความแน่นอนของปัจจัยมากมาย ผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจกลายเป็นปัญหาใหญ่กับองค์กรทุกระดับ ตั้งแต่ต้นนโยบายประเทศไปจนถึงเจ้าของธุรกิจรายย่อย การคาดการณ์อนาคตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะเป็นฐานแห่งความรู้สำหรับหลายหน่วยงาน เพื่อช่วยคาดการณ์ความเป็นไปได้อันเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในสถานการณ์ปัจจุบัน

บริษัทหรือองค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้มีการคาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้น หลังจากนั้นจึงได้มีการนำเครื่องมือที่ใช้ในการคาดการณ์อนาคต (Strategic Foresight) มาปรับใช้ ซึ่งมีกระบวนการและวิธีที่หลากหลายเพื่อช่วยให้สามารถประเมินเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต เป็นการผสมผสานวิธีการคาดการณ์อนาคตที่แตกต่างกันและการรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยเปลี่ยนจากกระบวนการคาดการณ์อนาคตให้เป็นสิ่งที่ทรงพลังและสำคัญ และในปัจจุบันสามารถนำระบบไอทีเข้ามาช่วยเหลือและรองรับวิธีการคาดการณ์อนาคตที่ซับซ้อน

Strategic Foresight เป็นรูปแบบหนึ่งของการมองอนาคต โดยส่วนใหญ่ใช้คำว่า การพยากรณ์ (Forecast) หมายถึงเหตุการณ์จากอดีต ปัจจุบัน อนาคต เป็นการคาดการณ์ถึงภาพ เหตุการณ์อนาคตที่คาดว่าจะเกิดขึ้น (พันธุอาจ ชัยรัตน์, 2014) โดยมีหลากหลายประเทศและ หลายองค์กรที่ได้นำเครื่องมือการมองอนาคต (Foresight) มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนอนาคต เช่น เชลล์ (Shell) เป็นองค์กรแรกของโลกที่มีการทำ Scenario Planning (การวิเคราะห์สถานการณ์ ในอนาคต) ของอุตสาหกรรมพลังงานหรือธนาคารดอยช์แบงก์ (Deutsche Bank) ได้มีการศึกษาและ ทำอนาคตศาสตร์เรื่อง Foresight ถึงทวีปแอฟริกาในปี 2050 เพื่อที่จะได้สามารถจัดการการเงิน ในระยะยาว หรือประเทศสิงคโปร์ที่ได้แนวทางกระบวนการที่สำคัญจากการมองภาพอนาคต มีการกำหนดเทรนด์ (Trend Setting) ขึ้นมาใหม่ เพื่อเป็นชุดข้อมูลเทรนด์ที่นำไปวางแผนหรือ ดำเนินงานต่อในอนาคต

รวมถึงในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีบริษัทระดับโลก เช่น PepsiCo ที่มีการนำเครื่องมือ Strategic Foresight มาทดลองใช้ในองค์กรตั้งแต่ปี 2008 ตามที่ (Ted Farrington, Keith Henson และ Christian Crews, 2012) ได้กล่าวว่า PepsiCo เริ่มนำเครื่องมือ Strategic Foresight มาปรับใช้ครั้งแรกจากเรื่อง Research Portfolio หลังจากนั้นได้ประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่องจนถึง ปัจจุบัน รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและการคาดการณ์ถึงอนาคต เพื่อช่วย สำหรับการวางแผนผลิตภัณฑ์ให้ตอบ โจทย์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และอีกหนึ่งองค์กรแนวหน้าของ อุตสาหกรรมอาหารที่ได้มีการนำเครื่องมือ Strategic Foresight มาประยุกต์ใช้อย่างยาวนาน ได้แก่ คิกโคแมน (Kikkoman) ซึ่งนำมาปรับใช้ในเรื่อง Food Culture อันเนื่องมาจากเป็นบริษัทที่มีกลุ่ม ลูกค้าทั่วโลกส่งผลให้พฤติกรรมการรับประทานของผู้บริโภคแต่ละประเทศและชนชาตินั้น มีความแตกต่างกัน มีการแบ่งชนิดของสินค้าตามภูมิภาค ซึ่งปัจจุบันมีความแตกต่างของสินค้า ประมาณ 20-30 Food Culture เพื่อให้ตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภคแต่ละประเทศมากที่สุดอ้างอิงจาก (ForbesCustom, 2018)

การมองอนาคต (Strategic Foresight) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญต่อระดับประเทศ และองค์กรเป็นอย่างมากเพราะจะช่วยให้เราสามารถเห็นภาพในอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น ทั้งยังเป็น การวางแผนและคาดการณ์เหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นอนาคตอีกด้วย เพื่อให้สามารถปรับตัวกลายเป็น ผู้นำเนื่องจากสามารถวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภครวมถึงกระบวนการ ในการเตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ทฤษฎี แนวคิดการขับเคลื่อนของการคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลก

2.2.1 แนวคิดการคาดการณ์อนาคตเชิงกลยุทธ์ (Strategic Foresight)

จากที่ Coates (1985) ได้กล่าวว่า การคาดการณ์อนาคตเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนในเรื่องการผลักดันไปสู่อนาคตที่พึงประสงค์ในระยะยาว ซึ่งควรมีการวางแผนรายละเอียดต่าง ๆ ก่อนเข้าสู่กระบวนการกำหนดนโยบาย การวางแผนและการตัดสินใจในระดับสูงต่อไป ซึ่งเป็นวิธีการที่แสดงให้เห็นถึงทางที่สามารถชี้วัดแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นและเพื่อการพัฒนา รวมถึงการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด การเชื่อมโยงเพื่อวิเคราะห์เรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน นโยบาย อีกทั้งเป็นเรื่องของการเตรียมความพร้อมไปสู่ความต้องการและโอกาสในอนาคต การมองอนาคตในหน่วยงานภาครัฐไม่ใช่เพียงเรื่อง การกำหนดนโยบาย แต่จะช่วยให้เมื่อเวลาและสถานการณ์เกิดการเปลี่ยนแปลงสามารถกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ ได้ชัดเจน ยืดหยุ่น และใช้ปฏิบัติงานได้จริง แม้ว่าจะมีสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับการวางแผน แต่ก็ไม่ใช่การวางแผน โดยที่การมองอนาคตเป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งของการวางแผนเท่านั้น”

ตามที่กระทรวงวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของนิวซีแลนด์ (Ministry of Research, Science & Technology) ได้มีการให้ความหมายการมองภาพอนาคตไว้ว่าการมองภาพอนาคตนั้นเป็นกระบวนการที่นำไปสู่หนทางแห่งอนาคตที่ปรารถนาและรวมจินตนาการพร้อมกลยุทธ์เข้าด้วยกันเพื่อการรังสรรค์อนาคตนั้น ๆ แต่อีกความหมายที่ได้รับยอมรับตามศูนย์คาดการณ์เทคโนโลยีเอเปคได้กล่าวไว้เป็น “กระบวนการที่มีการดำเนินไปอย่างเป็นระบบในการมองอนาคตของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และมีปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม” อย่างไรก็ตามจากประสบการณ์ของหลากหลายประเทศที่ผ่านมาพบว่าการมองภาพอนาคตได้นำไปประยุกต์ใน 4 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. การมองภาพอนาคตของเทคโนโลยี เพื่อการวางแผน การกำหนดและจัดลำดับความสำคัญของเทคโนโลยีมุ่งเป้า (Foresight about future of technology aimed at technology planning and priority setting)
2. การมองอนาคตของเทคโนโลยี เพื่อระบุเทคโนโลยีที่จะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม (Foresight about future of technology aimed at identifying technologies might contribute to economic and social change)
3. การมองอนาคตของความต้องการทางสังคมและเศรษฐกิจและหาวิธีที่จะตอบรับด้วยเทคโนโลยี (Foresight about social and economic needs and the ways in which these might be solved with the help of technologies)

4. การมองอนาคตของความต้องการทางสังคมและเศรษฐกิจและหาวิธีที่จะตอบรับ ซึ่งอาจไม่มีองค์ประกอบของเทคโนโลยี (Foresight about social and economic needs aimed at identifying ways to alleviate these)

Richard (2002) กล่าวว่า การคาดการณ์อนาคตนั้นเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะในระดับมหภาค เนื่องจากการคาดการณ์อนาคตทำให้เกิดกระบวนการหลากหลายวิธี สามารถนำไปปรับใช้ในเชิงนโยบายขององค์กร อีกทั้งยังสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้หากองค์กรกำลังเผชิญปัญหาในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง แต่สิ่งที่จำเป็นในการเตรียมความพร้อม คือ การเตรียมแผนระยะสั้นระยะกลาง และระยะปัจจุบัน จะช่วยส่งผลให้การคาดการณ์อนาคตนั้นมีความแม่นยำมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจะช่วยให้องค์กรเห็นถึงสัญญาณเตือนในการดำเนินการรวมถึงความท้าทายที่จะเข้ามาเป็นอุปสรรค โอกาส และหนทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่ อีกทั้งการใช้การคาดการณ์อนาคตจะช่วยให้เห็นภาพในอนาคตอันใกล้ เพื่อเตรียมความพร้อมเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้น หรือสามารถใช้ตั้งสมมติฐานเพื่อจำลองเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้อีกด้วย

จากโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การคาดการณ์อนาคตนั้นไม่ได้เป็นเพียงเชิงนามธรรม แต่สามารถอธิบายถึงอุปสรรคที่สามารถหลีกเลี่ยงได้และโอกาสที่สามารถเกิดขึ้นได้ โดยที่อุปสรรคและโอกาสที่เกิดขึ้นนั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่บริษัทหรือองค์กรจำเป็นต้องดำเนินการ ถึงแม้จะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในระยะสั้น ส่วนองค์กรที่ดำเนินธุรกิจแต่ไม่ได้วิเคราะห์วางแผนการคาดการณ์อนาคตนั้นอาจจะต้องเผชิญกับอุปสรรคที่ไม่ได้ให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตามแม้ไม่มีวิธีใดที่สามารถใช้ในการคาดการณ์อนาคตได้อย่างแม่นยำ แต่องค์กรที่ใช้การคาดการณ์อนาคตอย่างต่อเนื่องจะสามารถรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตได้มีประสิทธิภาพมากกว่าและส่งผลให้บริษัทและองค์กรนั้นสามารถประสบความสำเร็จและพัฒนาต่อไปได้เพราะมีความเข้าใจถึงอนาคตอันใกล้ที่จะเกิดขึ้น การมองอนาคตอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยลดความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้นและเผยให้เห็นทางเลือกในการวางแผนกลยุทธ์

M.N.ChengJane และคณะ (2016) ได้กล่าวว่าการทำการคาดการณ์อนาคต สามารถทำออกมาได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Scenario Planning) แผนที่นำทางการพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Road Mapping) และ Scenario-Based Road Mapping เป็นต้น โดยที่ Scenario Planning เป็นหนึ่งในเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้กันทั่วไปช่วยในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพสำหรับการวางแผนระยะกลางถึงระยะยาวภายใต้เงื่อนไขสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ช่วยให้สามารถจัดการและสร้างแผนกลยุทธ์สำหรับสิ่งที่คาดไม่ถึงและเผื่อระวังในทิศทางที่

ถูกต้องและประเด็นที่ถูกต้อง โดยมีการสร้างภาพจำลองใช้เพื่ออธิบายสถานการณ์ที่คาดหวังหรือคาดการณ์ในอนาคตที่หลากหลาย

Victor van Rij (2010) กล่าวว่า Horizontal Scanning เป็นเครื่องมือสำหรับการคาดการณ์อนาคตที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อช่วยคิด ถกเถียง และกำหนดกรอบในอนาคตให้เป็นไปตามที่สังคมต้องการอย่างเป็นระบบ โดยปัจจุบันมี 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร ประเทศเดนมาร์ก และ ประเทศเนเธอร์แลนด์ที่ได้นำเครื่องมือนี้ไปปรับใช้ในระดับชาติตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่น การพัฒนานโยบายและการกำหนดวาระการวิจัย

Horizontal Scanning เป็นการมองอนาคตในแบบที่มีความเฉพาะตัวแบบองค์รวมอย่างเป็นระบบช่วยในการสร้างภาพและเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ และช่วยให้เห็นประเด็นเหตุการณ์ที่อาจเป็นปัญหาหรือมีแนวโน้มที่เป็นไปได้เพื่อเสริมมุมมองด้านความสัมพันธ์ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ

Horizontal Scanning ไม่ได้เป็นการพยากรณ์ โดยบางหัวข้อสามารถทำนายได้ บางหัวข้อก็อาจจะคาดการณ์ได้ และบางหัวข้อก็คาดการณ์ไม่ได้ ซึ่งสิ่งที่เราคาดการณ์ว่าอาจจะเกิดขึ้นสามารถทำได้เพียงรอให้เหตุการณ์เกิดขึ้น และรับมือกับผลลัพธ์ที่เกิดตามมา แต่อาจคิดวิธีที่เร่งให้เหตุการณ์เกิดเร็วขึ้น เหตุการณ์เกิดช้าลง หรือป้องกันไม่ให้เกิดเหตุการณ์นั้นขึ้นเลย

Horizontal Scanning สามารถพิจารณาได้เป็นการคาดการณ์อนาคตในวงกว้าง เพื่อใช้ระบุปัญหาอย่างเป็นระบบ ชวนำทางให้อนาคตเป็นไปอย่างที่ต้องการ หลังจากผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์

Horizontal Scanning ได้นิยามว่าเป็นการตรวจสอบความเป็นไปได้ในอนาคต ซึ่งสามารถตรวจสอบปัญหา ภัยคุกคาม โอกาส และเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างเป็นระบบ ซึ่ง Horizontal Scanning อาจเป็นการสำรวจเหตุการณ์ใหม่ เหตุการณ์ที่ไม่อาจจะเกิดขึ้น แนวโน้มของเหตุการณ์ และสัญญาณอ่อน ๆ โดยมีขั้นตอนในการทำ Horizontal Scanning ดังนี้

1. มองหาประเด็นหรือปัญหา โดยเครื่องมือ STEEP (Search for Issues within the STEEP domains)

เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มการศึกษาศาสนาการวิเคราะห์สัญญาณอ่อนที่ไม่ได้มุ่งเน้นศึกษาเพียงแค่แนวโน้มของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นเท่านั้น แต่ยังสามารถค้นพบความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ใหม่ที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยง ความไม่แน่นอน และเหตุการณ์จากปัจจัยภายนอกที่ไม่คาดคิดจะเกิดขึ้นอีกด้วย เพื่อให้ครอบคลุมถึงปัญหาที่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้น ได้แก่

- **Social** เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ การปฏิสัมพันธ์ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์
- **Technological** เกี่ยวกับเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ รวมถึงการศึกษา
- **Economical** เกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร และการบริการ
- **Environmental (Physical)** เกี่ยวกับโลก ดิน น้ำ อากาศ และอวกาศ
- **Political** เกี่ยวกับรัฐบาล กฎหมาย กฎระเบียบ

2. การระบุ กำหนดปัญหา และคัดกรองปัญหา (Identifying, Characterizing and Filtering issues)

การกำหนดปัญหา การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา โดยผ่านการประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต การกำหนดระยะเวลาถึงเหตุการณ์ใดที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ความน่าจะเป็น ความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์นั้นจะช่วยให้สามารถวางแผนเตรียมพร้อมในการรับมือ

3. การจัดกลุ่มและเฝ้าระวังปัญหา (Clustering and Monitoring issues)

การจัดกลุ่มปัญหาที่เกี่ยวข้องกันไว้ด้วยกันเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในภาพรวม และมีการติดตามเฝ้าระวังแต่ละประเด็นปัญหา เพื่อให้คาดการณ์อนาคตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 ทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ (Scenario Planning)

Lindgren and Bandhold (2003) ได้กล่าวถึงความหมายและความสำคัญของการวาดแผนภาพแห่งอนาคต การใช้เทคนิคพยากรณ์แบบเดิมอาจไม่สามารถวาดภาพการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของปัจจัยภายนอกองค์กรได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความไม่แน่นอนและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หรือมีข้อมูลอย่างจำกัด จากเหตุผลดังกล่าวทำให้องค์กรมองข้ามปัจจัยคุกคามที่รุนแรงรวมถึงโอกาสที่สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการอยู่รอดหรือเติบโตขององค์กรนั้น ๆ

การวาดแผนภาพแห่งอนาคต (Scenario Planning) เป็นเครื่องมือที่ถูกออกแบบเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ซึ่งอาจสรุปได้ว่าเป็นการวางแผนสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับการคาดการณ์และจัดการการเปลี่ยนแปลงในระดับสภาพแวดล้อมและระดับอุตสาหกรรม รวมถึงการวาดภาพเกี่ยวกับ

สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต จากการเป็นแนวคิดด้านกลยุทธ์ที่สำคัญในสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่มีความเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะการวาดภาพแห่งอนาคตเป็นการเชื่อมโยงที่ชัดเจนระหว่างสิ่งที่จะเกิดในอนาคตกับการรับมือเชิงกลยุทธ์ และระหว่างการคำนึงถึงอนาคต ความแตกต่างที่มีจินตนาการและความสร้างสรรค์สำหรับการนำแผนกลยุทธ์ไปปฏิบัติได้จริง

ภาพเหตุการณ์แห่งอนาคต (Scenario) หมายถึง การมองภาพเหตุการณ์ที่สามารถเกิดขึ้นและเป็นไปได้ในอนาคต (Ringland, 2006) ซึ่งความสำคัญของการสร้างภาพแห่งอนาคตจะต้องมีความเป็นเหตุเป็นผลที่ภาพวาดเหตุการณ์เหล่านั้นได้ผ่านการคิดวิเคราะห์ และสร้างขึ้นจากความเป็นไปได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคตที่มองเห็นภาพเหตุการณ์หรือโอกาสที่เป็นเหตุให้ภาพเหตุการณ์เหล่านั้นกำเนิดขึ้น ซึ่งกลุ่มภาพเหตุการณ์เหล่านั้นต้องไม่ครอบคลุมเฉพาะภาพเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิสัยทัศน์ (Vision) เพียงอย่างเดียว แต่ควรคำนึงถึงภาพเหตุการณ์อื่นที่จะกระทบองค์กรด้วย โดยการวาดภาพแห่งอนาคตไม่ได้เป็นการทำนายอนาคตหรือการพยากรณ์ แต่เป็นมุมมองแห่งอนาคตที่ได้มีการคำนึงถึงเรื่องราวของแต่ละทางเลือกที่มีโอกาสเกิดขึ้นและเป็นไปได้จากบริบทที่เกี่ยวข้องกับอนาคต (Kiely, Beamish, & Armistead, 2004; Cornelius, Van de Putte, & Romani, 2005)

การวาดภาพแห่งอนาคตสามารถอธิบายภาพเหตุการณ์ของอนาคตที่มีโอกาสเป็นไปได้อื่นๆ และสะท้อนอนาคตได้หลากหลายมุมมอง จากที่ Cornelius และคณะ (2005) ให้ความคิดเห็นเรื่องความสำคัญของการวาดภาพแห่งอนาคตในหลากหลายมุมมอง

1. การวาดภาพอนาคตจะต้องนำเสนอจากพื้นฐานสำหรับการออกแบบและการคัดเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร
2. ภาพวาดแห่งอนาคตจะช่วยให้ผู้บริหารมีการตระหนักและคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ รวมถึงการดำเนินกิจการขององค์กรด้วยภาพของอนาคตที่แตกต่างกัน
3. ภาพวาดแห่งอนาคตนำเสนอเครื่องมือสำหรับระบุเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตและแนวทางการตอบสนองขององค์กรต่อวิธีการพัฒนาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
4. ภาพวาดแห่งอนาคตนำเสนอความเป็นไปได้ในการบูรณาการข้อมูลเชิงคุณภาพกับเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้ที่วางแผนวาดภาพแห่งอนาคตสามารถประเมินผลลัพธ์ประกอบกับพิจารณาตัวแปรที่หลากหลาย
5. ภาพวาดแห่งอนาคตช่วยให้สามารถขยายความคิดหรือมุมมองที่ไม่เปลี่ยนแปลงของผู้บริหารได้

ในปัจจุบันมีองค์กรจำนวนมากที่ได้นำภาพวาดเหตุการณ์แห่งอนาคตไปประยุกต์ใช้กับวิธีการวางแผนภาพวาดเหตุการณ์แห่งอนาคต โดยการวางแผนการพยากรณ์และกระบวนการวางแผนงบประมาณเสมือนกับวิธีการประเมินสำหรับการมีประสิทธิผลของข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับอนาคตที่อาจเกิดขึ้นได้หลากหลาย (Axson, 2011) ซึ่งการวาดภาพเหตุการณ์แห่งอนาคตได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเนื่องมาจากปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ

1. ผลกระทบวงกว้างในเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาสถานการณ์ได้ และเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น การก่อวินาศกรรมเมื่อวันที่ 11 กันยายน ค.ศ. 2001 หรือโรคระบาด เช่น โรคไขหวัดนก โรคไขหวัดหมู เชื้ออีโบล่า หรือเชื้อเมอร์ส เป็นต้น

2. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของสังคมโลก เช่น การเติบโตที่รวดเร็วทางเศรษฐกิจของประเทศอินเดียและจีน การขยายตัวของสื่อสังคมออนไลน์และอุปกรณ์สื่อสาร เป็นต้น (Axson, 2011)

ดังนั้น การวางแผนภาพวาดเหตุการณ์แห่งอนาคตจะกล่าวถึงศิลปะการใช้การวาดภาพเหตุการณ์แห่งอนาคตเพื่อใช้ในการตัดสินใจ (Ringland, 2006) หรือเป็นกระบวนการที่ใช้ในการบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะช่วยให้เตรียมความพร้อมของผู้บริหารในองค์กรต่อเหตุการณ์ที่เป็นไปได้ และมีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคต (Kuye & Oghojafor, 2011)

2.2.3 ทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพพื้นภายนอก (STEEP Analysis)

Hadrien และคณะ (2011) กล่าวว่าที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญในองค์กรได้นิยาม STEEP Analysis ว่าเป็นการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลสภาพแวดล้อมขององค์กรโดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เหตุผลที่ STEEP Analysis ได้ถูกพิจารณาว่าเป็นเครื่องมือที่ทรงพลัง เพราะช่วยในการรับมุมมองที่ครอบคลุมขององค์กรในปัจจุบัน โดยที่สภาพแวดล้อมและภัยคุกคามในอนาคตนั้นมีข้อเสนอแนะว่า หากองค์กรนั้นสามารถระบุข้อบกพร่องและประเมินปัจจัยทั้งหมดที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจได้ จะช่วยเสริมให้องค์กรนั้นอยู่เหนือคู่แข่ง และเตรียมรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งผลลัพธ์ของ STEEP Analysis เป็นสิ่งที่ช่วยให้องค์กรสามารถจัดการการตัดสินใจเกี่ยวกับการคาดการณ์ของการเติบโต ตลาดใหม่และโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่ง STEEP จะสอดคล้องกับปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลกับองค์กร ดังนี้

2.2.3.1 Social Factors: S ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

- ทักษะคิดและความคิดเห็นของผู้บริโภค รวมถึงรูปแบบของการเลือกซื้อ
- ข้อมูลประชากรศาสตร์ (อายุ เพศ เชื้อชาติ และขนาดครอบครัว)
- ระดับการศึกษา

2.2.3.2 Technological Factors: T ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

- การเข้าถึงนวัตกรรมต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต การขนส่ง เทคโนโลยีด้านชีวภาพและพันธุศาสตร์
- วิธีการในการเรียนรู้ การทำงานร่วมกัน และการเข้าสังคม
- ปัญหาทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา

2.2.3.3 Economical Factors: E ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

- บ้านเมืองและเศรษฐกิจต่างประเทศ รวมถึงทิศทางของประเทศ
- การเปลี่ยนแปลงภาษี
- การเติบโตของงาน และการว่างงาน

2.2.3.4 Ecological/Environmental Factors: E ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

- ปัญหาเชิงระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อม
- วัฒนธรรมองค์กร หรือรูปแบบการจัดการทัศนคติของพนักงานและความผูกพันต่อสิ่งแวดล้อม
- ตลาดเป้าหมายและคุณค่าของลูกค้าที่มีต่อสิ่งแวดล้อม

2.2.3.5 Political and Legal Factors: P ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย

- เงินทุน
- นโยบายการซื้อขาย
- ความเป็นผู้นำของรัฐบาล
- กฎหมาย หรือหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านกระบวนการ

2.3 แนวโน้ม (Trends) การเปลี่ยนแปลงความต้องการอาหารในอนาคต

ปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้เลือกรับประทานอาหารเพียงเพราะเป็นแค่ปัจจัยสี่หรือจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น เพราะการรับประทานอาหารนั้นสะท้อนถึงแง่มุมเชิงวัฒนธรรม รสนิยม และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้อีกด้วย จึงเป็นเหตุให้เทรนด์ของอาหารในปัจจุบันจะมีทางเลือกหลากหลายให้ผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานได้ เทรนด์อาหารที่กำลังมาแรงส่วนใหญ่จะเป็น

อาหารเพื่อสุขภาพ รับประทานแล้วทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง มีอายุยืนนาน แต่จะต้องคงความสด สะอาด ใหม่ อร่อย รสชาติถูกปากผู้บริโภค อีกทั้งจำเป็นต้องมีหน้าตาอาหารไม่ต่างเดิม เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องการกินเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกระบวนการผลิตและนวัตกรรม เทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาททำให้อาหารมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ตอบโจทย์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป (Praormpit Katchwattana, 2019)

หากจำแนกการวิเคราะห์แนวโน้มที่เกิดขึ้นในปัจจุบันตามกระบวนการ (Process) แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ STEEP Analysis และการวิเคราะห์ตามแนวโน้มของเทรนด์ที่จะเกิดขึ้น เพื่อนำสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง หรือภาพเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตนำไปดำเนินการเตรียมความพร้อมในการวางกลยุทธ์ในอนาคต

2.3.1 การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ STEEP Analysis

ตารางที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์ STEEP Analysis

STEEP สภาพพื้นภายนอก	สถานการณ์และแนวโน้มที่มีผลกระทบ กับอุตสาหกรรมอาหาร (Trend)
S: Social ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไป เนื่องจากการรับรู้และตระหนักถึงสุขภาพ (Health Conscious) ส่งผลให้มีการเลือกรับประทานมากขึ้น รูปแบบของอาหารเปลี่ยนไป ต้องการรับรู้ที่มาของวัตถุดิบ (Traceability) รวมถึงการเป็นสังคมเมืองชีวิตเร่งรีบ ทำให้รูปแบบของอาหารที่เลือกบริโภคจะต้องรับประทานง่ายและดีต่อสุขภาพ - ผู้บริโภคมีการศึกษาข้อมูลทางโภชนาการ (Nutrition Facts) ก่อนเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากตระหนักถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารและสุขภาพ - ประเทศไทยและหลายประเทศกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ทำให้ผู้ประกอบการด้านการผลิตจำเป็นต้องปรับตัวและผลิตผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมกับผู้สูงอายุมากขึ้น - การย้ายถิ่นฐาน (Migration) เนื่องจากความยากจน การขาดโอกาสในการจ้างงาน และความไม่มั่นคงด้านอาหาร ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคอาหารก่อให้เกิดความท้าทายในการจัดการระบบอาหารซึ่งทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น

<p>T: Technological ปัจจัยด้านเทคโนโลยี</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิตอาหาร เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต และผลผลิตสุดท้าย - Plant Based Food เป็นอาหารที่ทำมาจากพืช เช่น ถั่ว ถั่วเหลือง โดยใช้กระบวนการแปรรูปพืชให้มีความใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์ทั้งเนื้อสัมผัสและรสชาติ - ผู้ผลิตตระหนักถึงบรรจุภัณฑ์และภาชนะที่สามารถย่อยสลายง่ายขึ้น (Smart Packaging) รวมถึงสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (Traceability) - 3D Printing ใช้หลักการทำงาน FDM (Fused Deposition Modeling) ทำอาหารได้ตามรูปแบบที่ต้องการ ซึ่งเทคโนโลยีนี้สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย โดยที่ผู้บริโภคสามารถเลือกใส่วัตถุดิบได้ตามต้องการ - Smart Garden จำลองระบบนิเวศของพืชแต่ละชนิดให้เป็นไปแบบธรรมชาติ สามารถปลูกในอาคาร หลากหลายสายพันธุ์ เพื่อทดแทนทรัพยากรที่ได้จากการเพาะปลูกบนพื้นที่ธรรมชาติลดลง และกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการปลูกพืชแต่ไม่มีเวลาดูแล
<p>E: Economical ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จากผลกระทบด้านการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ผลิต และผู้บริโภคเริ่มมีการตระหนักถึง Circular Economy หรือเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภคด้วยการนำวัตถุดิบที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ (Re-Material) หรือนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) ที่เน้นการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และให้เกิดเป็นขยะน้อยที่สุด - การแข็งค่าของเงินสกุลบาทส่งผลกระทบต่อส่งออก ส่งผลให้ความสามารถทางการแข่งขันด้านราคาของสินค้าไทยลดลง - โโรคระบาดต่าง ๆ เช่น COVID-19 ไข้หวัดนก เป็นเหตุก่อให้เกิดเศรษฐกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศชะลอตัว - ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเป็นปัญหาที่หลายประเทศกำลังประสบปัญหา เมื่อสภาพเศรษฐกิจมีแนวโน้มดีขึ้นหรือประเทศมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจมากขึ้น ส่งผลให้มีการนำพื้นที่ที่

	<p>เหมาะสมสำหรับทำเกษตรกรรมไปสร้างเป็นที่อยู่อาศัยและโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้พื้นที่ทำการเกษตรในหลายประเทศทั่วโลกลดลง ในขณะที่ความต้องการบริโภคอาหารนั้นมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การถูกกีดกันการค้าระหว่างประเทศ ส่งผลกระทบต่อปริมาณวัตถุดิบ ทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ หรือทรัพยากรที่ไม่สามารถผลิตในประเทศต้องนำเข้าจากประเทศอื่น ก่อให้เกิดทรัพยากรขาดแคลน
<p>E: Ecological/Environmental ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Climate Change เนื่องจากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นและอากาศสามารถกักเก็บความชื้นได้มากขึ้นเช่นกันทำให้มีฝนตกเพิ่มขึ้น อาจส่งผลทำให้พืชผลจมน้ำและเสียหายได้ นอกจากนี้ยังมีการปนเปื้อนของสารพิษที่ถูกพัดมาจากหลายแห่ง ทำให้อาหารเกิดการปนเปื้อนสารพิษส่งผลให้ผลผลิตพืชผลมีจำนวนลดลง (Decrease Resources) แต่บางพื้นที่กลับประสบภัยแล้งเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากอัตราการระเหยของน้ำเพิ่มขึ้น เมื่ออุณหภูมิของโลกสูงขึ้นจนทำให้แหล่งน้ำหลายแห่งแห้งแล้ง แหล่งน้ำบาดาลหลายแห่งก็กำลังหมดไปอาจทำให้น้ำทะเลไหลเข้าแทนที่น้ำจืดส่งผลให้น้ำมีความเค็มสูงซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพืชเกษตรหลายชนิดที่อาศัยน้ำปริมาณมากในการเพาะปลูก - จากการที่ผู้บริโภคอยู่ในยุคที่ใช้ชีวิตแบบสังคมเร่งรีบและสามารถสั่งอาหารผ่าน Online Platform ได้ ก่อให้เกิดมลพิษจากการขนส่งมากขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดขยะจากภาชนะที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้นอีกด้วย (Pollution and Waste) - Carbon Foot Print เป็นปริมาณของก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งแต่การได้มาของวัตถุดิบ การประกอบชิ้นส่วน การขนส่ง การใช้งาน จนถึงการจัดการกำจัดซากผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง - การตระหนักถึงบรรจุภัณฑ์ของอาหารให้สามารถย่อยสลายและเกิดขยะน้อยที่สุด

<p>P: Political and Legal ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Preventive Policy นโยบายการป้องกันสุขภาพตนเองสำหรับผู้บริโภคทุกวัย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเจ็บป่วย และลดอัตราการเสียชีวิต - ปัญหาความขาดแคลนทรัพยากร ส่งผลให้แต่ละประเทศกักตุนทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของประชากรในประเทศ อาจก่อให้เกิดความไม่พอใจของประเทศที่เคยทำการค้าร่วมกัน
--	--

2.3.2 วิเคราะห์ตามแนวโน้มของเทรนด์ที่จะเกิดขึ้น

จากเว็บไซต์ของ Food Innopolis เมืองนวัตกรรมอาหาร ได้นำเสนอเรื่องราวเทรนด์อาหารที่น่าสนใจ โดยมีความคิดเห็นถึงเทรนด์การรักสุขภาพจะยังมาต่อเนื่อง ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะดูแลสุขภาพให้มีอายุที่ยืนยาวแต่สุขภาพดี ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ผู้ผลิตจัดจำหน่ายออกมานั้นจะช่วยเสริมสร้างในเรื่องของข้อและกระดูกให้แข็งแรง ช่วยในการบำรุงสมอง ป้องกันการเกิดโรคมะเร็ง หัวใจ เป็นต้น โดยเทรนด์อาหารที่น่าสนใจ ได้แก่

2.3.2.1 Nutrition Facts สินค้าที่ติดฉลาก การระบุส่วนผสมในผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เช่น สินค้านี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสารสังเคราะห์ มีสารที่ให้ความหวานทดแทนน้ำตาล สีและกลิ่นสังเคราะห์ รวมถึงกระบวนการผลิตที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด ใช้ส่วนผสมหลักจากธรรมชาติ สามารถทราบแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตวัตถุดิบแต่ละอย่างได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่รักสุขภาพ

2.3.2.2 Plant Based Food อาหารที่ทำมาจากพืชเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่ประกอบด้วย ผัก ผลไม้ ธัญพืช ถั่ว สมุนไพร และสารสกัดจากพืช ซึ่งตอบสนองความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารและเครื่องดื่มจากพืชที่จะสามารถช่วยสร้างเสริมก่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพแบบองค์รวม และมีความเชื่อว่าจะได้รับคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่าอาหารทั่วไป และในหลายปีที่ผ่านมาทั่วโลกได้ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเริ่มมีการหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่วนในเรื่องของอาหารนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มหันมาบริโภคอาหารที่มีแหล่งที่มาจากธรรมชาติ เนื่องจากกระบวนการผลิตเนื้อก่อให้เกิดก๊าซมีเทน ซึ่งปศุสัตว์เป็นธุรกิจที่เพิ่มก๊าซเรือนกระจกขนาดใหญ่ของโลก นอกจากนี้การรับประทาน Plant Based Food ยังช่วยในเรื่องการป้องกันโรคและรักษาโรคต่าง ๆ ได้มากมาย เช่น รักษาโรคหลอดเลือดหัวใจ เนื่องจากบริโภคผักเพิ่มขึ้น ทำให้ระดับคอเลสเตอรอลโดยรวมลดลง รวมถึงไขมันไม่ดีก็ลดลงด้วยเช่นเดียวกันหรือการเลี่ยงอาหารจากเนื้อสัตว์ที่มีไขมันสูง โปรตีนสูงและปรุงด้วยกระบวนการทอดหรือย่างทำให้ลด

โอกาสการเกิด Advanced Glycation End: AGEs หรือสารที่สร้างความเสื่อมและความชราต่อร่างกาย อีกทั้งยังเป็นสารที่เข้าไปเร่งกระบวนการเสื่อมภายในร่างกาย ก่อให้เกิดโรคต่อกระดูก ภาวะจอประสาทตาเสื่อม รวมทั้งยังสร้างความเสื่อมต่อกระดูก หัวใจ ไต และตับ ทำให้อายุการใช้งานของอวัยวะต่าง ๆ ลดลง

2.3.2.3 Personalized Nutrition โภชนาการเฉพาะบุคคล เป็นการเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับตนเอง โดยเน้นการลดความหวาน ลดเค็ม หลีกเลี่ยงอาหารที่มีน้ำมันมาก รวมถึงอาหารที่มีการปรุงแต่งด้วยการสังเคราะห์ เนื่องจากมีรูปร่าง น้ำหนัก ส่วนสูง และความต้องการทางร่างกายไม่เหมือนกัน จึงจำเป็นต้องเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคลและเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงของกลุ่มโรค Non-Communicable Diseases: NCDs หรือโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ซึ่งพบมากในปัจจุบัน สาเหตุหลักเกิดจากผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารที่ไม่เป็นประโยชน์หรือเสี่ยงต่อการทำลายสุขภาพ เนื่องจากในปี 2011 กลุ่มประเทศยุโรป มีโครงการวิจัยชื่อ Food4me เพื่อศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ในการใช้แนวคิดรับประทานอาหารให้เป็นยาเหมาะสมกับยีนส์ (Gene) และ DNA ของแต่ละบุคคล เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงของการเกิดโรค อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการกินที่ไม่เหมาะสมกับยีนส์ของแต่ละบุคคล ลดความเสี่ยงของโรคที่จะเกิดในอนาคต สามารถนำไปต่อยอดขายเฉพาะบุคคล เพื่อช่วยให้ทราบโภชนาการที่เหมาะสมกับตนเอง มีแบบแผนการกินที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อเตรียมตัวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ อีกทั้งยังลดต้นทุนทางเศรษฐกิจของบุคคลและสังคมได้อย่างมหาศาลด้วย

2.3.2.4 Evergreen Consumption ผู้บริโภครักตนเองและรักษ์โลกด้วย เป็นเทรนด์ที่ผู้บริโภคยุคใหม่จะศึกษาถึงกระบวนการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยกระบวนการผลิตนั้นต้องมีการจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ สร้างของเสียและมลพิษที่ให้น้อยที่สุด หรือการผลิตที่ทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรมากเกินไปจนตัดสินใจเลือกซื้อและรับประทานผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีบรรจุกภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นเหตุผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคตามเทรนด์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

2.3.2.5 Less Sugar ลดน้ำตาล เพิ่มความหวานที่ดีต่อสุขภาพ เนื่องจากเทรนด์รักสุขภาพของผู้บริโภคและการขึ้นภาษีน้ำตาลของภาครัฐบาลส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานเครื่องดื่มที่เป็นความหวานทางเลือกใหม่ที่ไม่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ เช่น ใช้หญ้าหวาน แทนน้ำตาล มีสาร Stevioside ให้ความหวานมากกว่าน้ำตาล 200 -300 เท่า โดยให้พลังงาน 0 แคลอรี จึงเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดและผู้ที่ต้องการลดน้ำหนัก อีกทั้งยังช่วยบำรุงตับอ่อน ลดปริมาณไขมันในเส้นเลือด ลดความเสี่ยงการเกิดโรคหัวใจและความดันโลหิตสูง

2.3.2.6 Healthy Ready-to-eat Food อาหารพร้อมทานเพื่อสุขภาพ โดยมีการคำนึงถึงปริมาณน้ำตาลน้อย ไขมันอิ่มตัวต่ำ ไขมันรวมต่ำ ใยอาหาร และโปรตีนในปริมาณที่เพียงพอต่อร่างกายต้องการ ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคในกลุ่ม Millennial ที่มีอายุระหว่าง 18-34 ปี และกลุ่ม Baby Boomer ที่มีอายุระหว่าง 51-69 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องดูแลสุขภาพและปรับเปลี่ยนโภชนาการให้เหมาะสมกับวัย

2.3.2.7 Healthy Drink เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยครอบคลุมตั้งแต่เครื่องดื่มผสมโปรตีนจากพืช เครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่น เครื่องดื่มที่มีเนื้อสัมผัส เครื่องดื่มสุขภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เครื่องดื่มใส (Clear Drink) เป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อทำให้รส กลิ่น สัมผัสยังคงเดิม แต่ดึงเอาสารอาหารบางอย่างออกเพื่อทำให้รูปผลิตภัณฑ์ใสเพื่อโชว์ความบริสุทธิ์ รวมถึงแอลกอฮอล์ 0% ที่ผลิตเพื่อความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับเทรนด์ในการบริโภคแอลกอฮอล์แบบพอเหมาะ มีส่วนแบ่งการตลาด 0.3-0.5% ในสหรัฐอเมริกา และมีการคาดการณ์ในปี 2023 จะมีส่วนแบ่งเพิ่มเป็น 5%

2.4 การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

2.4.1 ความเหมือน/แตกต่างของการคาดการณ์อุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกกับประเทศไทยในอนาคต

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบการคาดการณ์อุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกกับประเทศไทยในอนาคต พบว่ามีกรอบแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน โดยที่การคาดการณ์อุตสาหกรรมในบริบทของประเทศไทยนั้น ส่วนใหญ่จะเน้นวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ หรือท้องถิ่น ทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์พิเศษพันธุ์เฉพาะตัว (Unique) ที่ในต่างประเทศไม่ได้มีเหมือนกับในประเทศไทย รวมถึงมีความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) และด้วยความที่ผู้บริโภคประเทศไทยให้ความสำคัญกับอาหารอินทรีย์ (Organic Food) และการรับประทานเพื่อสุขภาพ รวมถึงอาหารที่พร้อมรับประทาน (Ready to eat) ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของคนสังคมเมืองที่มีความเร่งรีบ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่รับประทานได้ง่าย แต่จะต้องดีต่อสุขภาพและอร่อยร่วมด้วย ผู้วิจัยคาดว่าประเทศไทยควรมีการดำเนินการคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย เพื่อเตรียมรับมือกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและเทรนด์ของอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะช่วยให้มีแผนการในการดำเนินงานธุรกิจทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมอาหารทั้งหมด

พิมพ์เพ็ญ และ นิธิยา (2010) สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ความเป็นประเทศไทยที่มีความเฉพาะตัว มีรสชาติที่หลากหลายรส อร่อย กลมกล่อม และยังมีความเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนไทยในแต่ละพื้นที่ท้องถิ่นที่ผ่านการปรุงแต่งให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ โดยอาหารพื้นบ้านของไทยเป็นอาหารที่ได้สมดุลทางโภชนาการ จะช่วยให้อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยโดดเด่นเพิ่มขึ้น ทั้งในเรื่องของวัตถุดิบที่สดใหม่ รสชาติอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้เป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วโลก ซึ่งไม่ว่าใครที่ได้รับประทานนั้นก็มีความต้องการรับประทานใหม่ทุกครั้ง จึงทำให้เห็น โอกาสที่อาหารไทยจะมีชื่อเสียง และมีความแตกต่างกับชาติอื่น อีกทั้งหากมีการนำวัตถุดิบและอาหารมาผสมผสานกับเศรษฐกิจหรือธุรกิจที่ทำกำไรให้กับประเทศไทยได้จะช่วยให้เพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบอาหารไทยกลายเป็นเทรนด์ในระดับโลก

ปัจจุบันประเทศไทยมีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญ โดยมีการศึกษาและพัฒนาอาหารอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ Food Innopolis หรือเมืองนวัตกรรมอาหารที่ได้ก่อตั้งเพื่อให้ประเทศไทยมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมด้านอาหาร รวมถึงมีการให้บริการแบบ One Stop Service เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และช่วยให้ผู้ประกอบการนั้นสามารถเข้าถึงแหล่งทรัพยากรการวิจัยของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภาครัฐ ได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้นด้วย

นอกจากนี้ประเทศไทยได้มีการร่วมมือของ Food Innopolis กับศูนย์วิจัยอื่นที่พร้อมให้ความร่วมมือในการวิจัยและพัฒนา กับภาคเอกชนอีกด้วย ได้แก่ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (Biotech) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (Nectec) ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (Nanotech) และ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (Mtec) เป็นต้น โดยมีนักวิจัยประสบการณ์สูงด้านวิทยาศาสตร์อาหารและนักศึกษาด้านวิทยาศาสตร์อาหารและสาขาที่เกี่ยวข้องรวมถึงเครือข่ายความร่วมมือ ได้แก่ สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ กรมวิทยาศาสตร์บริการ สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) สถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) สถาบันอาหาร ที่คอยให้การช่วยเหลือ สนับสนุน และวิจัยพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารร่วมกัน เพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมีอาหารและวัตถุดิบมีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค เตรียมความพร้อมสำหรับการคาดการณ์อาหารในอนาคต มีกิจกรรมที่ให้ผู้ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความรู้ เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

2.4.2 การคาดการณ์อุตสาหกรรมอาหารกับความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย

วิสุทธิ (2015) กล่าวว่าประเทศไทยนั้นเป็นประเทศมีความหลากหลายทางชีวภาพ หรือ Biodiversity ซึ่งหมายถึง การมีอยู่ของสิ่งมีชีวิตหลายชนิด หลายสายพันธุ์ในระบบนิเวศที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยซึ่งมีความแตกต่างและหลากหลาย โดยความหลากหลายทางชีวภาพนั้นเกิดจากการสะสมความแตกต่างของสิ่งมีชีวิตแต่ละชนิดในระยะเวลานาน ซึ่งเกิดมาจากวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต โดยความหลากหลายทางชีวภาพนั้นเริ่มจากการเกิดความหลากหลายทางพันธุกรรม ซึ่งทำให้เกิดความหลากหลายทางสปีชีส์จากความแตกต่างหลากหลายของระบบนิเวศ

ด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเทศไทยที่มีความโดดเด่นในเรื่องของวัตถุดิบจากธรรมชาติ มีพื้นที่สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการเพาะปลูกพืชพันธุ์ได้มากมาย เนื่องด้วยเทรนด์ของอาหารที่กำลังมา ณ ปัจจุบัน มีทิศทางของการรับประทานเพื่อสุขภาพเป็นส่วนใหญ่ หากมีการผสมผสานนำวัตถุดิบจากธรรมชาติ วัตถุดิบท้องถิ่นของประเทศไทยมาประยุกต์ใช้ก็จะสามารถสร้างความแตกต่างให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก

เนื่องจากเทรนด์การรับประทานของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน ซึ่งส่วนของประเทศไทยนั้นมีความแตกต่างจากประเทศอื่น ด้วยความได้เปรียบด้านวัตถุดิบธรรมชาติที่มีมากมายหลายหลายชนิด สามารถนำมาแปรรูปและสร้างมูลค่าให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือเมนูอาหารใหม่ได้ด้วยพื้นฐานของวัตถุดิบเอง สามารถสร้างโอกาสในการวางแผนทิศทางของอุตสาหกรรมอาหารที่แตกต่างจากทั่วโลกได้ รวมถึงประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว เทียบได้เป็น 17% ของ GDP ปี 2562 อ้างอิงจากธนาคารแห่งประเทศไทย สามารถนำอาหารท้องถิ่น พื้นบ้าน มานำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติ ให้รู้จักอาหารท้องถิ่นของประเทศไทย หากประทับใจจะส่งผลกระทบต่อในอนาคตนั่นเอง ดังนั้นการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อให้สามารถปรับตัวและเตรียมความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ค้นหางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงและสนับสนุนผลวิจัย ดังนี้

2.5.1 The Netherlands in The Global Food System

Eline, Willem, Sijbren, Hannes and Michel Rademaker (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความท้าทายด้านอาหารในอนาคต รวมถึงปัจจัยเกี่ยวกับผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Climate Change) การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรทั่วโลก (Increased Population Growth) และรายได้ที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก (Rising Incomes Worldwide) ที่กระทบระบบอาหารในอนาคต คาดการณ์ว่าจำนวนปริมาณทรัพยากรอาหารทั่วโลกลดลง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมถึงมลพิษ โรคและการไม่มีประสิทธิภาพในการจัดสรรอาหารให้เพียงพอต่อความต้องการ โดยการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศ ส่งผลให้เริ่มมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ การตัดแต่งพันธุกรรม รวมถึงเครื่อง 3D Printing เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตอาหารให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวโน้มความต้องการอาหารทั่วโลกมีอิทธิพลอย่างมากต่อระบบนิเวศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อในระยะยาว ซึ่งรวมถึงพฤติกรรมบริโภค รูปแบบวิถีการใช้ชีวิต การขยายตัวของสังคมเมือง โดยประเทศที่มีรายได้ปานกลางจำนวนมากได้รับผลกระทบจากความต้องการด้านการบริโภคอาหารที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะความต้องการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพดี แต่ในประเทศที่กำลังพัฒนาคาดว่ามีความต้องการด้านเนื้อสัตว์ และโปรตีนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก GDP ต่อคนอยู่ระหว่าง USD1,000 ไปจนถึง USD30,000 รวมถึงจำนวนประชากรที่มีความต้องการในการบริโภคเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากความต้องการทางด้านอาหารทั่วโลกมีการเติบโตมากขึ้น ส่งผลให้มีการค้าระหว่างประเทศมากขึ้นเช่นกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกและปริมาณในการบริโภคเพิ่มขึ้น และคาดการณ์ว่าจะเกิดการแข่งขันทางด้านราคาของอาหาร เนื้อสัตว์ เชื้อเพลิงชีวภาพ ส่งผลกระทบต่อให้ราคาของสินค้าปรับตัวสูงขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม (Climate Change) ถือเป็นภัยคุกคามที่สำคัญต่อความมั่นคงด้านอาหารของโลก รวมถึงผลกระทบด้านสภาพอากาศ ภัยแล้ง น้ำท่วม ไฟป่า ซึ่งแต่ละประเทศได้รับผลกระทบไม่เท่ากัน ยกตัวอย่าง ประเทศมาลาวีและบังคลาเทศมีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมด้านภัยแล้งและอุทกภัยมากที่สุด ส่วนประเทศแคนาดา ประเทศรัสเซียอาจได้รับประโยชน์จากการเพิ่มการผลิตทางการเกษตรเนื่องจากมีฤดูกาลที่ยาวนานขึ้น และมีการคาดการณ์ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้าจะมีอุณหภูมิเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 0.7 °C ซึ่งมีผลต่อ

สุขภาพในปศุสัตว์เนื่องมาจากความเครียดของสัตว์ ทำให้ปริมาณผลผลิตลดลงและไม่ได้ประสิทธิภาพ รวมถึงการขาดแคลนน้ำ เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรและปศุสัตว์จำเป็นต้องใช้น้ำในการเติบโต และทาง UN (The United Nations) ได้คาดการณ์ในอีก 15 ปีข้างหน้าจะขาดแคลนน้ำดื่มสำหรับการบริโภคและการเกษตรกรรม 40%

ความสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพจากการแย่งที่ดินที่กินรวมถึงผู้ผลิตได้รับผลกระทบต่ออุปทาน (Supply) ของห่วงโซ่อาหาร เนื่องจากการขาดแคลนอาหารและพฤติกรรมความต้องการบริโภคอาหารเพิ่มมากขึ้น ทำให้การสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพนั้นอาจทำให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศของธรรมชาติและโรคระบาดจากการใช้ยาฆ่าแมลงและปุ๋ยที่เกษตรกรต้องการเพิ่มผลผลิตให้มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

คาดการณ์ว่าในปี 2050 จำนวนประชากรโลกจะเติบโตมากขึ้นถึง 10 พันล้านคน และจะมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในทางกลับกันประชากรผู้สูงอายุในแถบตะวันตกจะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญ ซึ่งในระดับโลกนั้นการเปลี่ยนแปลงทางประชากรและเศรษฐกิจมีความต้องการอาหารและความหลากหลายของสินค้าเกษตรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเติบโตอย่างรวดเร็วของประชากรนั้นช่วยผลักดันให้อุปสงค์ (Demand) ทั่วโลกนั้นเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการเติบโตของรายได้ คาดว่าจะเพิ่มขึ้น 60% จากเดิม ซึ่งจะต้องมีการเตรียมความพร้อมทรัพยากรให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และคาดว่าในปี 2030 ประชากรทั่วโลกมากกว่า 60% จะย้ายถิ่นมาอาศัยอยู่ในเขตเมือง และในปี 2050 ประชากรเกือบ 70% จะได้รับผลกระทบในด้านทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนไป มีการบริการสั่งอาหารผ่านออนไลน์หรือสามารถให้ส่งได้ถึงหน้าบ้าน เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย และสามารถเลือกทรัพยากรที่ต้องการได้ตามความต้องการ

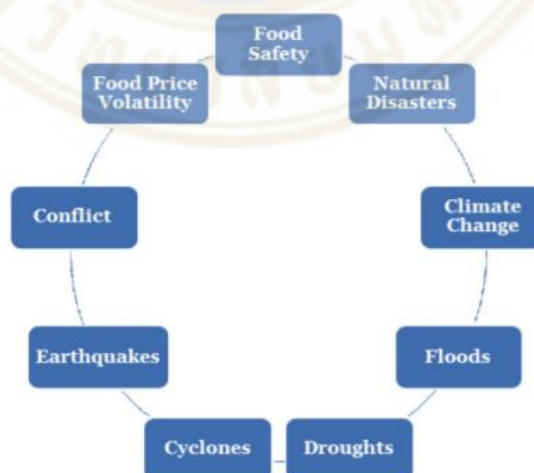
ความต้องการด้านอาหารมีเพิ่มมากขึ้นมาจากรูปแบบการบริโภคอาหารที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารจากหลากหลายเมนูที่มีวัตถุดิบที่แตกต่างกันเป็นส่วนประกอบ เช่น ขนมปัง บะหมี่ พาสต้า และข้าว รวมถึงพฤติกรรมที่ปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการและความเร่งรีบของผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลา โดยได้มีการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจกับการบริโภคอาหารในหลากหลายรูปแบบโดยเฉพาะเนื้อสัตว์ ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลองค์การอาหารและการเกษตร (Food and Agriculture Organization database) และข้อมูลด้านเศรษฐกิจจากธนาคารโลก (World Bank World) เป็นดัชนีชี้วัดการผลิตอาหารทั่วโลก โดยเป็นการแบ่งข้อมูลตามภูมิภาค ได้แก่ ประเทศในกลุ่ม Asia-Oceania, ประเทศในกลุ่ม Latin American ประเทศในกลุ่ม Middle Eastern และ North African และประเทศ

ในกลุ่ม Sub-Saharan African ซึ่งกราฟด้านล่างจะอธิบายเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งเห็นได้ว่าการบริโภคเนื้อสัตว์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับ GDP ที่ต่ำลง



รูปภาพที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง GDP Per Capita และปริมาณการบริโภคเนื้อสัตว์
(ข้อมูลจาก Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAOSTAT)

การคาดการณ์ของชาวต่างชาติคาดว่าจะเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินอย่างต่อเนื่อง จากการผลิตที่ลดลง การขาดเงินทุนในการศึกษาวิจัยและงบประมาณที่มีไม่เพียงพอ ส่งผลให้อุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) ไม่ไปในทิศทางเดียวกันนำไปสู่ความไม่มั่นคงทางการเมือง เกิดกระแสต่อการค้าระหว่างประเทศและผลผลิต อาจทำให้เกิดความขาดแคลนด้านอาหารอย่างวิกฤตได้



รูปภาพที่ 2.2 ผลกระทบของโลกต่อระบบอุตสาหกรรมอาหาร

2.5.2 Superfood เทรนด์อาหารของคนรุ่นใหม่

Sascha, Thomas and Peter (2018) กล่าวว่า เทรนด์ของ Superfood ที่เป็นกระแสมาในหลายปีก่อน เนื่องจากความตระหนักและกังวลด้านสุขภาพของสังคมผู้สูงวัยเป็นสิ่งขับเคลื่อนที่สำคัญในการเติบโตของ Superfood โดยในทวีปยุโรปมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ Superfood จำนวนมาก ส่งผลให้มีการเติบโตและเป็นที่ยอมรับอย่างต่อเนื่อง โดยผลิตภัณฑ์ที่มีขายกำกับว่า Superfood (Mintel, 2018) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

ตัวอย่างของเทรนด์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ เมล็ดกะเพรา (Basil Seeds) เมล็ดเจีย (Chia Seeds) โกจิเบอร์รี่ (Goji Berries) เป็นต้น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต่อสุขภาพและสามารถหาซื้อได้ง่ายจากห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยยอดขายของ Goji Berries ในประเทศเยอรมันนั้นเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ประมาณ 23 ล้านยูโร (Statista, 2018) และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

Nannaphat (2016) กล่าวว่า Super Food เป็นคำศัพท์เพื่อกล่าวถึงอาหารที่ผู้บริโภคมีความเชื่อว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและอาจช่วยรักษาอาการหรือโรคบางอย่างได้ ซึ่งเป็นหนึ่งในเทรนด์อาหารยอดนิยมที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก แต่อาหารชนิดนี้ไม่ถือว่าเป็นอาหารที่แปลกใหม่ เพียงแต่จะเน้นคัดสรรวัตถุดิบทางอาหารที่ให้โภชนาการมากกว่าเดิมพร้อมกับการเลือกใช้เครื่องเทศ สมุนไพร และอาหารที่ได้รับการรับรองถึงการช่วยสร้างเสริมสุขภาพและบำรุงร่างกายมาตั้งแต่โบราณเป็นหลัก ตัวอย่างของ Superfood ได้แก่ คินัว (Quinoa) เมล็ดเจีย (Chia Seeds) คามู คามู (Camu Camu) กระเทียมสีดำ (Black Garlic) มัทฉะ (Matcha) เคเฟออร์ (Kefir) มันแกว (Jicama) กิมจิ (Kimchi) และถั่วเลนทิล (Lentil) ซึ่งแต่ละชนิดมีสรรพคุณทางโภชนาการที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคควรเลือกรับประทานให้ได้สัดส่วนที่พอเหมาะเพื่อสุขภาพที่ดี

Super Food ได้ผ่านการวิจัยว่าอุดมไปด้วยแร่ธาตุและวิตามินที่มีประโยชน์ต่อร่างกายมนุษย์ ซึ่งในช่วงปี 2018-2019 จะเห็นว่าผู้คนทั่วโลกนิยมที่จะรับประทานอาหารสุขภาพสไตล์ Vegan อาหารคลีน และอาหารมังสวิรัตกันมากขึ้น ซึ่งอาหารเหล่านี้ถือเป็นหนึ่งในกลุ่ม Super Food ที่มีอัตราการเติบโตที่ดีมาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มหันมาให้ความสนใจในเรื่องสุขภาพกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งสหรัฐอเมริกาได้คาดการณ์ว่าอัตราการเจริญเติบโตของ Super Food ยังคงมีไปจนถึงปี 2022 และกลายมาเป็นเทรนด์อาหารใหม่ของโลกที่มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์

จูโรจน์ (2562) กล่าวว่า Super Food เป็นคำศัพท์ที่ใช้กล่าวถึงอาหารที่ผู้บริโภคมีความเชื่อว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพตามที่ได้บันทึกไว้ในพจนานุกรมของแมคมิแลน (Macmillan Dictionary) โดยให้คำจำกัดสำหรับ Super Food เป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและอาจช่วย

รักษาอาการโรคบางอย่างได้เพราะใน Super Food ส่วนใหญ่นั้นจะประกอบด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidants) วิตามินและสารอาหารอื่น ๆ มากมาย

ในอดีต Super Food ถูกสร้างขึ้นมาจากจุดประสงค์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยบริษัทผู้ผลิตอาหารจะคิดฉลากลงบนอาหารที่มีคุณประโยชน์สูง ซึ่งฉลากจะระบุถึงสารอาหารและประโยชน์ต่อสุขภาพที่อาจได้รับจากการรับประทานอาหารชนิดนั้น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม แม้ไม่มีคำจำกัดความทางการแพทย์แต่อาจกล่าวได้ว่า Super Food คือ อาหารที่อุดมด้วยคุณประโยชน์ต่าง ๆ ประกอบด้วย สารโภชนาการ เช่น โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุและสารต้านอนุมูลอิสระ เป็นต้น ซึ่งการรับประทานอาหารประเภทนี้จะช่วยบำรุงสุขภาพ อีกทั้งอาจช่วยลดความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรังหรือทำให้มีอายุยืนยาวขึ้นได้ นอกจากนี้ผู้ที่รับประทาน Super Food อาจมีรูปร่างและสุขภาพที่ดีกว่าผู้ที่ไม่รับประทานอาหารประเภทนี้อีกด้วย

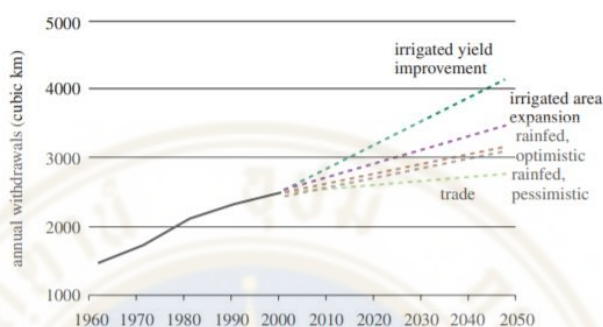
สำหรับ Super Food ในประเทศไทย โดยมูลนิธิโครงการหลวงได้สนับสนุนเกษตรกรในเครือข่ายให้เลี้ยงปลาและปลูกพืชเกษตรที่ถูกจัดในกลุ่ม Superfoods ได้แก่ เบอร์รี่ อะโวคาโด เห็ดพุดโตเบลโล มะเขือเทศเชอร์รี่ คิวโนว ข้าวกล้องคอกอย ผักเกษตรอินทรีย์ เห็ดปุยฝ้าย ลูกฟิก และปลาเรนโบว์เทราท์ โดยวัตถุดิบทั้งหมดเป็นวัตถุดิบที่เพาะปลูกและเลี้ยงภายในประเทศไทย ซึ่งโครงการหลวงและภาคเอกชนได้สนับสนุนพื้นที่จัดจำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้ผลิตกลุ่มอาหาร Super Food โดยได้รับผลตอบแทนที่ดีสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม Super Food อาจซื้อได้ว่าเป็นอาหารที่อุดมด้วยคุณค่าสารอาหารมากมาย แต่ก็ไม่สามารถทดแทนสารอาหารที่มนุษย์ต้องการได้ทั้งหมด ดังนั้นการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ร่วมกับการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอก็เป็นเรื่องสำคัญเพราะสุขภาพที่แข็งแรงย่อมส่งผลต่อการลดความเสี่ยงที่จะเกิดโรค

2.5.3 Managing uncertainty: a review of food system scenario analysis and modelling

Michael and Dirk (2010) กล่าวว่าความซับซ้อนของด้านสังคมนิเวศวิทยาคือภัยกับระบบของอาหารที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2050 ที่มีการคาดการณ์ว่าจะมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร โลกรวมที่ 9,000 ล้านกว่าคน และการค้าระหว่างประเทศจะเป็นปัจจัยสำคัญรวมถึงปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ภัยพิบัติต่าง ๆ ที่เป็นความท้าทายความสามารถในการปรับตัวของผู้บริโภคและเกษตรกร และการเปลี่ยนแปลงในการผลิตอาหารและการบริโภคอาหารของผู้บริโภค

การคาดการณ์การทำเกษตรกรรมระดับโลกในปี 2030/2050 โดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) จะผลิตโครงสร้างระบบของอาหารเพื่อใช้รักษาสมดุลบางส่วน เนื่องจากการเติบโตของประชากรในอนาคตที่เพิ่มขึ้นและการเติบโตของผลผลิตลดลง ซึ่งควบคู่ไปกับอัตราการเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยกับระดับการบริโภคของประชากรที่เพิ่มขึ้น หากเมื่อถึงปี 2050 นั้น คาดว่าจะช่วยบรรเทาความต้องการวัตถุดิบทางการเกษตร



รูปภาพที่ 2.3 Global water withdrawals for agriculture based on CAWMA scenarios of alternative investment strategies Source: de Fraiture et al. (2007). Reproduced with permission of Earthscan Ltd (<http://www.earthscan.co.uk>).

การประเมินระบบนิเวศอาหารในยุค Millennium ได้คาดการณ์ว่าจะมีการผลิตอาหารต่อคนในปี 2050 สูงกว่าในปี 2000 และจะมีความโดดเด่นในเรื่องของการเปิดเสรีการค้าโลก ความร่วมมือระดับโลก และวิธีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน ซึ่งคาดว่าในปี 2050 นั้นผลผลิตทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนานั้น ส่วนใหญ่จะผลิตผลผลิตจากในฟาร์มที่มีขนาดขนาดใหญ่ มีการนำนวัตกรรม TechnoGarden มาใช้ในการส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของการเกษตรทั่วโลก เพื่อให้ทรัพยากรทางการเกษตรยังเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.5.4 แนวโน้มธุรกิจนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตของประเทศไทย

อรรถกา สีนุญเรือง (2560) กล่าวว่าอุตสาหกรรมอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งในปี 2559 ประเทศไทยนั้นได้เป็นประเทศอันดับที่ 1 ของการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารไปสู่กลุ่มประเทศอาเซียนและได้เป็นประเทศที่มีการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารไปยังทั่วโลกซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 13 คิดเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของประเทศร้อยละ 5.8 หรือมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมากกว่า 830,000 ล้านบาท เนื่องจากจุดแข็งและรากฐานของประเทศไทย

ที่มีความหลากหลายและปริมาณของวัตถุดิบรวมถึงประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการด้านการผลิตในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยจะสามารถเติบโตและสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจไปเป็นการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมอาหาร รวมถึงห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยเริ่มตั้งแต่การพัฒนานวัตกรรมในอุตสาหกรรมรวมทั้งในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่า (Value Added) และการพัฒนาในเรื่องของการบริการอุตสาหกรรมอาหารที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและกระแสสังคมทั่วโลกในปัจจุบันและในอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หรือ สนช. ได้ดำเนินการศึกษาและวิจัยแนวโน้มและการพัฒนานวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต จากผลการศึกษาและวิจัยส่งผลให้ทราบถึงแนวโน้มการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมอาหารไทยในอนาคต ประกอบด้วย

1. ความหลากหลายของประชากร (Demographic Diversity)
2. การขยายตัวของสังคมเมือง (Embracing Urbanization)
3. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอาหารเชิงศิลป์ (Rise of Aesthetic Food Technology)
4. เศรษฐกิจวัฒนธรรมอาหาร (Emergence of Food Cultural Economy)
5. วิกฤติการเดินทางของอาหาร (First Mile Crisis)
6. สงครามอาหาร (Food War)

2.5.5 อุตสาหกรรมอาหารไทยกับอาหารอนาคต (Future Food)

ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (2560) กล่าวว่ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพ (Functional Food and Drink) เป็นตลาดขนาดใหญ่รุ่งลงมาจากอาหารอินทรีย์ (Organic Food) และมีอัตราการเติบโตที่ต่ำกว่า โดยปี 2560 มีผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพออกวางจำหน่ายในตลาดโลกจำนวน 17,396 รายการ เติบโตเฉลี่ย 4.3% ต่อปีในช่วง 5 ปีหลัง ซึ่งตัวอย่างอาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพ เช่น โยเกิร์ต ซีเรียล ชูปลั๊กสลัด น้ำผลไม้ จัดเป็นกลุ่มสินค้าหลักในตลาดโภชนเภสัช (Nutraceutical) เนื่องจากเป็นอาหารที่ทำหน้าที่เฉพาะเจาะจงในการส่งเสริมสุขภาพด้านต่าง ๆ เพิ่มเติมจากคุณประโยชน์ทางโภชนาการทั่วไป จึงสามารถตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพของตนเอง ขณะที่อาหารทางการแพทย์ (Medical

Food) และอาหารกลุ่มที่ผลิตขึ้นมาใหม่ทางนวัตกรรม (Novel Food) มีจำนวนน้อยมาก เมื่อเทียบกับสองกลุ่มแรก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ที่พัฒนาและแยกตัวออกมาจากอาหารแบบเดิม ทำให้มีความอ่อนไหวต่อการกล่าวอ้างทางสุขภาพ (Health Claim) รวมทั้งการกล่าวอ้างความใหม่ในเชิงนวัตกรรม

โอกาสในบริบทของประเทศไทย หากพิจารณาจากองค์ประกอบด้านศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการไทยควบคู่กับโอกาสทางธุรกิจจากแนวโน้มตลาดโลก พบว่าในช่วงแรกของประเทศไทย ควรมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจของผู้ประกอบการไปสู่อาหารอนาคต 2 กลุ่มหลักก่อน ได้แก่ ตลาดอาหารเกษตรอินทรีย์ และกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพ กล่าวคือ ตลาดอาหารอินทรีย์ (Organic Food) เป็นตลาดอาหารอนาคตที่ผู้ประกอบการไทยสามารถพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดดังกล่าวได้ หากก้าวผ่านอุปสรรคความเพียงพอด้านวัตถุดิบและการขอการรับรอง โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา กลุ่มผู้ประกอบการของไทยสามารถผลิตสินค้าอาหารอินทรีย์เพื่อวางจำหน่ายเป็นจำนวน 565 รายการ ซึ่งเติบโตเฉลี่ย 46% ต่อปี โดยมีสินค้าที่สำคัญ เช่น ข้าว ชาพร้อมดื่ม เครื่องดื่มสมุนไพร โยเกิร์ต น้ำผลไม้ นมพร้อมดื่ม เป็นต้น

2.5.6 อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต และจุดเปลี่ยนและโอกาสของประเทศไทย

โชติกา ชุ่มมี (2561) กล่าวว่า อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างโดดเด่นและน่าจับตามองสำหรับพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) นอกจากจะเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมเป้าหมายในกลุ่ม First S-Curve แล้ว อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของประเทศไทยยังได้เปรียบจากความแข็งแกร่งของปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ มาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัยที่ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยสำหรับการก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารของโลกในอนาคต รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีความอุดมสมบูรณ์

กระทรวงอุตสาหกรรมและ The Japan External Trade Organization (JETRO) กล่าวว่า ปัจจุบันมีนักลงทุนชาวญี่ปุ่นให้ความสนใจลงทุนเพื่อสานต่อนโยบาย Food Innopolis ของภาครัฐที่มีการตั้งเป้าเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารไปสู่อุตสาหกรรมขั้นสูงด้านนวัตกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและความงาม รวมถึงการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากแหล่งโปรตีนทางเลือกใหม่ ๆ ที่ไม่ใช่เนื้อสัตว์เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่หันมาใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศในเรื่อง Food for the Future ที่ต้องการผลักดันให้เกิดศูนย์นวัตกรรมอาหารและสินค้าเกษตรแปรรูปในพื้นที่ EEC เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรแล้ว ภาคธุรกิจยังสามารถ

ต่อยอดและเชื่อมโยงองค์ความรู้กับอุตสาหกรรมแห่งอนาคตที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ก่อนในระยะเริ่มต้นอย่างอุตสาหกรรมดิจิทัลหรืออุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ ซึ่งจะมีส่วนช่วยขับเคลื่อนและยกระดับอุตสาหกรรมเป้าหมายอื่น ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารไปสู่อุตสาหกรรม 4.0 อีกด้วย

อาหารทางการแพทย์ (Medical food) เป็นที่ได้รับความสนใจในกลุ่มอาหารแห่งอนาคตที่มีคาดว่าจะมีโอกาสเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความสนใจเนื่องจากทั่วโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยคาดว่าจะในอีกประมาณ 30 ปีข้างหน้า สัดส่วนของผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเกือบ 30% ของจำนวนประชากรทั้งหมดซึ่งจากปัจจุบันที่ 11% ส่งผลให้ความต้องการด้านการรักษาพยาบาลรวมถึงการใช้จ่ายเพื่อการดูแลสุขภาพตลอดจนอาหารทางการแพทย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามมีการคาดการณ์ถึงภายในปี 2020 นั้นมูลค่าตลาดอาหารทางการแพทย์ในประเทศไทยจะเติบโตขึ้นประมาณ 2,850 ล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับ Roadmap ที่ทางรัฐบาลวางแผนเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารทางการแพทย์ของประเทศไทยในอนาคต

2.5.7 เทรนด์อุตสาหกรรมอาหารไทย ปี 2560

กระทรวงอุตสาหกรรม (2560) กล่าวว่า เทรนด์อุตสาหกรรมอาหารไทย ปี 2660 นั้นเน้นเรื่องของการคงคุณค่าโภชนาการ อาหารเพื่อสุขภาพที่บำรุงทั้งภายในและภายนอก และเจาะตลาดโซเชียล เนื่องจากผู้บริโภคใหม่มีแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารมากขึ้นจนเหมือนว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตอาหารให้เกิดการปรับเปลี่ยนต่อพฤติกรรมผู้บริโภคบริโภคของยุคปัจจุบัน เนื่องจากให้ความสนใจเนื้อหาของประโยชน์และโทษของโภชนาการที่มีผลต่อสุขภาพในระยะยาวที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของบริการส่งอาหารถึงบ้านและในสถานที่ต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน

ศ.ดร.ชุติมา ไชยสุวฤทธิ์ (2560) กล่าวถึงข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ว่า ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกสินค้าอาหารเป็นอันดับต้นของโลก โดยมีส่วนแบ่งการตลาด 6.3% จากทั่วโลก ซึ่งเป็นอันดับ 2 ของเอเชียและกล่าวว่าในปี 2560 นั้นอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยจะมีเทรนด์ใหม่ที่ที่น่าสนใจและคาดว่าจะได้รับความนิยม เช่น อาหารที่มีสีดำ ซึ่งมีส่วนผสมของสารคาร์บอนเพื่อดูดซับสารพิษ นอกจากนี้ในกลุ่มเด็ก กลุ่มคนทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุจะให้ความสนใจกับอาหารจำพวกซูปรูที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ช่วยเพิ่มความสดชื่นให้ร่างกาย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทรนด์การเลือกบริโภคอาหารที่ทำมาจากวัตถุดิบที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมได้ผลผลิตจากธรรมชาติโดยไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งด้วยสารเคมี และมีการระบุที่มาของแหล่งผลิตที่น่าเชื่อถือซึ่งสอดคล้องกับอาหารที่ใส่ใจต่อสุขภาพ หรืออาหารที่สอดคล้องกับพันธกรรมของ

แต่ละบุคคลที่ได้รับความสนใจมากขึ้น โดยคณะอุตสาหกรรมเกษตรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีการศึกษาและวิจัยอาหารเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ที่ได้นั้นไปปรับกระบวนการผลิต ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยเน้นการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นหลัก (Raw Material) ลดกระบวนการแปรรูป เน้นการคงคุณค่าของสารอาหาร และบูรณาการเทคโนโลยี และนวัตกรรมสำหรับการผลิตอาหารจากพืชที่มีแหล่งที่มาของการใส่ใจสิ่งแวดล้อม สินค้ามีขนาดเหมาะสมต่อการบริโภคและรณรงค์เรื่องการบริโภคที่เกินพอดีจนเหลือทิ้งเป็นขยะ

แนวโน้มการบริโภคอาหารของโลกในปี 2560 จะมีลักษณะเฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้บริโภค เป็นอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน เช่น เด็ก วัยทำงาน นักกีฬาหรือผู้ที่ต้องการลดน้ำหนัก ผู้สูงอายุ หรือผู้ป่วย เป็นต้น และสนใจศึกษาข้อมูลความรู้ต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์ กล่าวคือผู้บริโภค ให้ความสนใจและความน่าเชื่อถือจากข้อมูลทางออนไลน์ โดยเฉพาะเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการสั่งซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องใส่ใจในการปรับตัวให้ทันต่อข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของผู้บริโภค รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์โดยใช้สื่อดังกล่าวให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งอุตสาหกรรม 4.0 มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการประกอบธุรกิจเพื่อปรับทิศทางการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่สามารถเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มให้ชัดเจนและมากขึ้น

อย่างไรก็ตามสำหรับบรรพบุรุษของอาหารยังถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สร้างความน่าสนใจ ดึงดูด ที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น โดยรูปลักษณะต่าง ๆ เช่น ถ้วยหรือชามจะได้รับความนิยม โดยเฉพาะในกลุ่มคนโซเชียลที่นิยมการแชร์และไลค์ ถือเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารได้อีกทางหนึ่ง

2.5.8 กลยุทธ์การปรับตัวของอุตสาหกรรมอาหารไทย

กระทรวงอุตสาหกรรม (2560) กล่าวว่า การนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าและผลิตภัณฑ์สูงขึ้น ในขณะที่การผลิตเพื่อส่งออกไม่ได้เปรียบทางสิทธิภาษี ทำให้ประเทศไทยต้องเพิ่มมูลค่าทางการผลิตโดยยกระดับห่วงโซ่การผลิตให้สูงขึ้น โดยเป็นไปตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนที่ประกาศใช้เมื่อต้นปี 2558 ที่ให้มีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เช่น การผลิตอาหารที่มีฤทธิ์ในเชิงการรักษา (Medical Food) ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหาร

การหาตลาดใหม่เนื่องด้วยความไม่ได้เปรียบในทางสิทธิภาษีในตลาดยุโรปทำให้สูญเสียตลาดไปให้คู่แข่งที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีไม่ว่าจะเป็นประเทศอินเดีย ประเทศเวียดนาม และประเทศบราซิล ซึ่งการมองหาตลาดส่งออกใหม่ที่นอกเหนือจากตลาดในยุโรป เช่น ประเทศ

แอฟริกาที่มีประชากรมากกว่า 1,000 ล้านคนและเศรษฐกิจกำลังขยายตัว หรือกลุ่มคณะมนตรีความมั่นคงรัฐอ่าวอาหรับ Gulf Cooperation Council (GCC) ที่มีกำลังซื้อสูงและนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรมากถึงร้อยละ 80-90 ของความต้องการบริโภคภายในประเทศ หรือตลาดรัสเซียที่ต้องการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรเพิ่มขึ้นเพื่อชดเชยการนำเข้าสินค้าอาหารจากสหภาพยุโรป

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้อาหาร (Value added) และจะต้องส่งถึงกลุ่มผู้บริโภคได้สำเร็จ (Consumer Communication) โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อาหารที่ผลิตนั้นไม่เพียงแต่ในเรื่องของประโยชน์เพื่อสุขภาพที่เพิ่มไปเท่านั้น แต่ควรตระหนักถึงผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น ด้านคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิต รสชาติที่มีให้เลือกหลากหลาย หรือความสะดวกในการบริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารให้รับมือกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงเศรษฐกิจโลกในอนาคตที่อาจเป็นตัวแปรสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง

2.5.9 แนวโน้มอาหาร ในปี 2018 และ 2019

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2561) กล่าวว่าอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการผสมผสานหรือตัดแปลงจากแนวโน้มของตลาดที่มีอยู่ด้วยอิทธิพลจากวัฒนธรรมทั่วโลกหรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายที่มีการขยายตัวในตลาดเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์อาหารและเครื่องดื่มขึ้นมาใหม่อยู่ตลอดเพื่อให้ตอบโจทย์กับความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งในปัจจุบันผู้ผลิตจำนวนมากเป็นบริษัทสตาร์ทอัพรายใหม่ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในตลาดดังกล่าว โดยสามารถรับมือกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดได้ทันเวลาและนำเสนอนวัตกรรมใหม่สู่ท้องตลาดเพื่อตอบโจทย์ความสนใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งลักษณะของธุรกิจที่ยืดหยุ่นทำให้บริษัทเหล่านี้สามารถปรับกลยุทธ์ให้เข้ากับค่านิยมของตลาดได้ง่ายกว่าบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ โดยนักวิเคราะห์เทรนด์ Hanni Rützler ชาวออสเตรียได้มีการคาดการณ์ถึงแนวโน้มของตลาดอาหารและเครื่องดื่มในอนาคตสำหรับปี 2018 และ 2019 ไว้ดังนี้

2.5.9.1 Plant-Based Food เป็นอาหารที่มีส่วนประกอบจากพืชเป็นหลักที่มีลักษณะคล้ายกับธรรมชาติที่สุด ไม่ผ่านกระบวนการเก็บถนอมอาหารใด ๆ โดย Plant-Based Food ทำมาจากวัตถุดิบได้หลากหลาย เช่น ถั่วชนิดต่าง ๆ หรือถั่วเหลือง เมล็ดธัญพืช และสาหร่ายเนื่องจากเป็นอาหารที่ให้โปรตีนสูง จึงคาดการณ์ว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากพืชจะได้รับความนิยมมากขึ้นในอนาคตและอาจเป็นอาหารจานหลักในแต่ละมื้อ โดยมีเนื้อสัตว์หรืออาหารทะเลเป็นเครื่องเคียงเท่านั้น ซึ่งปัจจุบัน Plant-Based Food ได้รับความนิยมในกลุ่มคน Millennials Gen X และ Gen Z เป็นอย่างมาก ส่งผลให้หลากหลายบริษัทได้มีการวิจัยพัฒนาและศึกษาวิธีการนำเมล็ดพันธุ์เข้าสู่

ตลาดและต่อ ยอดจากเดิม เช่น การสกัดเป็นน้ำมัน เป็นผงหรือแปรรูปเพื่อแทนที่อาหารแบบเดิม เช่น พาสต้าจากควินัว แป้งเด็กจากธัญพืช เป็นต้น

2.5.9.2 Transparency ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสในการผลิตสินค้าและคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น และต้องการทราบที่มาของวัตถุดิบและสินค้าตลอดจนอาหารและเครื่องดื่มที่บริโภคอย่างละเอียด เนื่องจากมีความกังวลเรื่องสารเคมีที่ใช้เพื่อการถนอมอาหารหรือส่วนผสมที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพได้ ดังนั้นผู้ประกอบการภาคการผลิตต้องคำนึงถึงความโปร่งใสในกระบวนการผลิตและการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือ

2.5.9.3 Healthy Hedonism ในปัจจุบันผู้บริโภคจำนวนมากได้หันมาเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ให้คุณค่าทางโภชนาการและให้พลังงานอย่างเต็มที่แทนอาหารไขมันต่ำ และให้ความสำคัญในเรื่องของรสชาติที่คุ้นเคยและอร่อย รวมถึงความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร ดังนั้นอุตสาหกรรมอาหารควรปรับตัวโดยการคิดค้นและดัดแปลงวิธีการนำเสนออาหารที่ใช้ส่วนผสมที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายและน่าดึงดูดสำหรับผู้บริโภค

2.5.9.4 The New French ช่วง 20 ปีที่ผ่านมาอาหารฝรั่งเศสได้รับความนิยมลดลงเมื่อเทียบกับหลายศตวรรษก่อน เนื่องจากยึดติดกับความดั้งเดิมส่งผลให้ไม่ปรับตัวไปตามความต้องการของตลาดและขาดสิ่งแปลกใหม่ที่จะดึงดูดผู้บริโภครุ่นใหม่ แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการปรับเปลี่ยนอาหารฝรั่งเศสอีกครั้ง โดยเป็นการผสมผสานระหว่างภัตตาคารหรูและบิสโตรเข้าด้วยกัน ทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เพราะมีบรรยากาศเป็นกันเอง และใช้วัตถุดิบที่เป็น Homemade แต่ยังคงเน้นคุณภาพเช่นเคย นอกจากนี้ยังมีความเป็นนานาชาติมากขึ้น และได้นำจุดเด่นของการปรุงอาหารของวัฒนธรรมอื่น ๆ มาประยุกต์ใช้อย่างลงตัว เช่น การใช้ผงกะหรี่และชีสร่วมกันในการสร้างรสชาติที่กลมกล่อม และการใช้ซอสรสเผ็ดของอาหารไทยในเมนูอาหารเปิดอย่าง เป็นต้น แต่รสชาติที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารฝรั่งเศสยังคงอยู่ในอาหารแต่ละเมนู

2.5.9.5 Localization สินค้าจากท้องถิ่นจะกลายเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารเพราะสามารถสื่อสารเรื่องราว ความสดของวัตถุดิบ คุณภาพของวัตถุดิบ และความสะอาด โดย Localization นั้น ได้ถูกนิยามว่าเป็นความสดใหม่จากธรรมชาติที่ส่งตรงจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค โดยใช้กำลังและกระบวนการผลิตผ่านครัวเรือน อยู่บริเวณใกล้เคียงบ้าน และมีเรื่องราวที่น่าสนใจ เช่น ช็อกโกแลตแมกซิกัน เนยอินเดีย งาดำคาอิติ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันได้มีผู้ประกอบการรายใหญ่ผลิตสินค้าที่นำเสนอความเป็นท้องถิ่นเพื่อตอบโต้กับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

2.6 การคาดการณ์อาหารที่จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อบริบทของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ผ่านเทคนิค Horizontal Scanning ที่นำเครื่องมือ STEEP Analysis เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์ตามแนวโน้มของเทรนด์ที่จะเกิดขึ้นแล้วนั้น พบว่ารูปแบบของอาหารที่คาดการณ์จะเกิดขึ้นในอนาคตต่อบริบทของประเทศไทย มีดังนี้

2.6.1 การวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือ STEEP Analysis

ตารางที่ 2.2 แสดงการวิเคราะห์ STEEP Analysis ในบริบทของประเทศไทย

STEEP (สภาพพื้นภายนอก)	สถานการณ์และแนวโน้มที่มีผลกระทบ กับอุตสาหกรรมอาหาร (Trend)
S: Social ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> - พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนไป เนื่องจากการรับรู้และตระหนักถึงสุขภาพ (Health Conscious) ส่งผลให้มีการเลือกรับประทานมากขึ้น รูปแบบของอาหารเปลี่ยนไป ต้องการรับรู้ที่มาของวัตถุดิบ (Traceability) รวมถึงการเป็นสังคมเมือง ชีวิตเร่งรีบทำให้รูปแบบของอาหารที่เลือกบริโภคจะต้องรับประทานง่ายและดีต่อสุขภาพ - ผู้บริโภคมีการศึกษาข้อมูลทางโภชนาการ (Nutrition Facts) ก่อนเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากตระหนักถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารและสุขภาพ - ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ทำให้ผู้ประกอบการด้านการผลิตจำเป็นต้องปรับตัวและผลิตผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมกับผู้สูงอายุมากขึ้น
T: Technological ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> - การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิตอาหาร เริ่มตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต และผลผลิตสุดท้าย - Plant Based Food เป็นอาหารที่ทำมาจากพืช เช่น ถั่ว ถั่วเหลือง โดยใช้กระบวนการแปรรูปพืชให้มีความใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์ทั้งเนื้อสัมผัสและรสชาติ - ผู้ผลิตตระหนักถึงบรรจุภัณฑ์และภาชนะที่สามารถย่อยสลายง่ายขึ้น (Smart Packaging) รวมถึงสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของวัตถุดิบ (Traceability)

	<p>- Smart Garden จำลองระบบนิเวศของพืชแต่ละชนิดให้เป็นไปแบบธรรมชาติ สามารถปลูกในอาคาร หลากหลายสายพันธุ์ เพื่อทดแทนทรัพยากรที่ได้จากการเพาะปลูกบนพื้นที่ธรรมชาติลดลง และกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการปลูกพืชแต่ไม่มีเวลาดูแล</p>
<p>E: Economical ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ</p>	<p>- จากผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคเริ่มมีการตระหนักถึง Circular Economy หรือเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภคด้วยการนำวัสดุที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่ (Re-Material) หรือนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) ที่เน้นการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและให้เกิดเป็นขยะน้อยที่สุด</p> <p>- โรคระบาดต่าง ๆ เช่น COVID-19 ไข้หวัดนก เป็นเหตุก่อให้เกิดเศรษฐกิจทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศชะลอตัว</p> <p>- ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเป็นปัญหาที่หลายประเทศกำลังประสบเมื่อสภาพเศรษฐกิจมีแนวโน้มดีขึ้นหรือประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจมากขึ้นส่งผลให้มีการนำพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับทำเกษตรกรรมไปสร้างเป็นที่อยู่อาศัยและโรงงานอุตสาหกรรม ทำให้พื้นที่ทำการเกษตรลดลง ซึ่งแปรผกผันกับความต้องการบริโภคสินค้าอาหารที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น</p>
<p>E: Ecological/Environmental ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม</p>	<p>- Climate Change เนื่องจากอุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นและอากาศสามารถกักเก็บความชื้นได้มากขึ้นเช่นกันทำให้มีฝนตกเพิ่มขึ้น อาจส่งผลทำให้พืชผลจมน้ำและเสียหายได้ นอกจากนี้ยังมีการปนเปื้อนของสารพิษที่ถูกพัดมาจากหลายแห่ง ทำให้อาหารเกิดการปนเปื้อนสารพิษได้ส่งผลให้ผลผลิตพืชผลมีจำนวนลดลง (Decrease Resources) แต่บางพื้นที่อาจประสบปัญหาภัยแล้งเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากอัตราการระเหยของน้ำเพิ่มขึ้นเมื่ออุณหภูมิของโลกสูงขึ้นจนทำให้แหล่งน้ำหลายแห่งแห้งแล้ง แหล่งน้ำบาดาลหลายแห่งก็กำลังหมดไปอาจทำให้น้ำทะเลไหล</p>

	<p>เข้าแทนที่น้ำจืด ส่งผลให้น้ำมีความเค็มสูงซึ่งอาจส่งผลต่อพืชเกษตรหลายชนิดที่อาศัยน้ำปริมาณมากในการเพาะปลูก</p> <ul style="list-style-type: none"> - จากการที่ผู้บริโภคอยู่ในยุคปัจจุบันที่ใช้ชีวิตแบบสังคมเร่งรีบ และสามารถสั่งอาหารผ่าน Online Platform ได้ ก่อให้เกิดมลพิษจากการขนส่งมากขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดขยะจากภาชนะที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้นอีกด้วย (Pollution and Waste) - Carbon Foot Print เป็นปริมาณของก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกจากผลิตภัณฑ์แต่ละหน่วยตลอดวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งแต่การได้มาของวัตถุดิบ การประกอบชิ้นส่วน การขนส่ง การใช้งาน จนถึงการจัดการกำจัดซากผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรง - การตระหนักถึงบรรจุภัณฑ์ของอาหารให้สามารถย่อยสลายและเกิดขยะน้อยที่สุด
<p>P: Political and Legal ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาความขาดแคลนทรัพยากร ส่งผลให้แต่ละประเทศกักตุนทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของประชากรในประเทศ อาจก่อให้เกิดความไม่พอใจของประเทศที่เคยทำการค้าร่วมกัน

2.6.2 วิเคราะห์ตามแนวโน้มของเทรนด์ที่จะเกิดขึ้น

2.6.2.1 Nutrition Facts and Traceability สินค้าติดฉลาก ระบุส่วนผสมในผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เช่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล ปราศจากสารรวมถึงกระบวนการผลิตที่ผ่านการแปรรูปน้อยที่สุด ใช้ส่วนผสมหลักจากธรรมชาติ โดยผู้บริโภคสามารถทราบแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตวัตถุดิบได้ด้วยตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่รักสุขภาพให้มากที่สุด

2.6.2.2 Plant Based Food อาหารที่ทำมาจากพืชเป็นหลัก ส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ประกอบด้วย ถั่ว สมุนไพร ผัก ผลไม้ สารสกัดจากพืช และธัญพืช ซึ่งช่วยตอบสนองความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารและเครื่องดื่มาจากพืชจะสามารถสร้างเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพ และมีความเชื่อว่าจะได้รับคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่าอาหารทั่วไป ซึ่งหลายปีที่ผ่านมาทั่วโลกตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยสนใจและให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาบริโภคอาหารที่มาจากธรรมชาติ เนื่องมาจากกระบวนการในการผลิตเนื้อจะเพิ่มก๊าซมีเทนซึ่งปศุสัตว์เป็นธุรกิจที่เพิ่มก๊าซเรือนกระจกขนาดใหญ่ของโลก

2.6.2.3 Personalized Nutrition โภชนาการเฉพาะบุคคล เป็นการเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับตนเอง โดยเน้นการลดความหวาน ลดเค็ม หลีกเลี่ยงอาหารที่มีน้ำมัน รวมถึงอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งจากการสังเคราะห์ เนื่องจากแต่ละบุคคลมีรูปร่าง น้ำหนัก ส่วนสูง และความต้องการทางร่างกายไม่เหมือนกันจึงจำเป็นต้องเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล รวมถึงเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงของกลุ่ม

2.6.2.4 Healthy Ready-to-eat Food อาหารพร้อมทานเพื่อสุขภาพ เป็นอาหารพร้อมทานที่ค้ำึงถึงปริมาณน้ำตาลน้อย ไขมันอิ่มตัวต่ำ ไขมันรวมต่ำ แต่มีปริมาณใยอาหาร และโปรตีนในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย

2.6.2.5 Healthy Drink เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่ม โดยมีตั้งแต่เครื่องดื่มผสมโปรตีนจากพืช เครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่น เครื่องดื่มที่มีเนื้อสัมผัส เครื่องดื่มสุขภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เครื่องดื่มใส (Clear Drink) เป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อทำให้รส กลิ่น สัมผัสยังคงเดิม โดยการดัดสารอาหารบางอย่างออกเพื่อโชว์ความบริสุทธิ์ รวมถึงแอลกอฮอล์ 0% ที่ผลิตเพื่อความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับเทรนด์ในการบริโภค แอลกอฮอล์แบบพอเหมาะ

2.6.2.6 Localization Food อาหารท้องถิ่น ความเป็นอาหารท้องถิ่น สามารถสื่อสารถึงเรื่องราว ความสดใหม่ คุณภาพ และความสะอาด โดยอาหารท้องถิ่นของประเทศไทยมีรสชาติอร่อย กลมกล่อม หลากหลายรส และมีความเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนไทยแต่ละท้องถิ่นที่ปรุงแต่งให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ โดยอาหารพื้นบ้านไทยถือเป็นอาหารสมดุลทางโภชนาการ ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นจุดเด่นและนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่ประเทศไทย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยและกระบวนการวิจัย (Methodology) เพื่อดำเนินการให้การวิจัยมีประสิทธิภาพ สามารถแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การกำหนดกลุ่มประชากร
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยและการเก็บข้อมูล
- 3.3 คำถามสำหรับการสัมภาษณ์
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การทดสอบคุณภาพของการเก็บข้อมูล

3.1 การกำหนดกลุ่มประชากร

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยและการเก็บข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เนื่องจากงานวิจัยนี้ต้องการทราบถึงความคิดเห็นต่อการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย เพื่อใช้ในการปรับกลยุทธ์และวางแผนอนาคตอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย หรือธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของผู้ประกอบการ ซึ่งไม่สามารถอธิบายโดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ เนื่องจากไม่มีกรอบตัวแปรที่ชัดเจน และงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ผ่านมาเน้นใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหาร (ยกตัวอย่างเช่น “The Netherlands in the global food system” (Eline, Willem, Sijbren, Hannes and Michel Rademaker

(2016) และ “Managing uncertainty: a review of food system scenario analysis and modelling” (Michael and Dirk (2010)) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวมถึงการนำข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) มาสอบถามเพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ได้ศึกษามาด้วยกระบวนการวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นหลัก ซึ่งผู้วิจัยทำการออกแบบฟอร์มการสัมภาษณ์ในลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อมุ่งหาข้อมูลโดยละเอียดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

กระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบการวิจัย (Research Design) หรือการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการดำเนินการโดยสรุปดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางการสร้างแนวคิดในการศึกษาวิจัย เพื่อกำหนดขอบเขตและหัวข้อการวิจัย อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก

2. สร้างแบบสอบถามในการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ และสรุปปัจจัยด้านต่าง ๆ จากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาครอบคลุมตามขอบเขตการวิจัย ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการศึกษาเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ มีการเรียงลำดับคำถาม โครงสร้างคำถามการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทย

ส่วนที่ 3 : การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการปรับตัวการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรม

3. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการและโครงสร้างคำถาม เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและเพื่อให้ได้ถึงข้อมูลที่ตรงตามกรอบงานวิจัยที่ต้องการ

4. นำแบบฟอร์มคำถามที่ผ่านการปรับปรุงมาใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.3 คำถามสำหรับการสัมภาษณ์

การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทย โดยแบ่งรูปแบบการสอบถามข้อมูลเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทย ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย และส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นสำหรับการปรับตัวการดำเนินธุรกิจในอนาคต โดยคำถามทั้ง 4 ส่วน ผู้วิจัยจะเป็นผู้สัมภาษณ์โดยตรง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

- เพศ
- อายุ
- ตำแหน่ง
- สถานที่ทำงาน
- ประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมอาหาร

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทย

เมื่อนำแนวโน้มของอาหารที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตมาศึกษาในบริบทของประเทศไทย ท่านมีความเห็นอย่างไร เห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

- Organic Food
- Personalized Nutrition
- Plant Based Food
- Super Food
- Healthy Ready-to-eat Food and Drink
- Localized Food
- Labelling and Traceability
- Smart Garden

ส่วนที่ 3 : การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

- ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 5 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร
- ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 10 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร
- ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 15 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร
- ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 20 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร
- ท่านมีความเห็นว่าอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต ควรมีการเตรียมความพร้อมและปรับตัวอย่างไร

ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์รายบุคคล (Interview) จากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ของข้อความที่ถูกจดบันทึกและอัดเสียงไว้ โดยทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันระหว่างตัวข้อมูลและบริบท โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. วางแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาแนวทางในการหาคำตอบ วัตถุประสงค์ของการวิจัยและคำถาม
2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) มาบันทึกให้อยู่ในรูปแบบเอกสาร ทำการอ่าน จัดเรียงข้อมูล และเปรียบเทียบข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ค้นหาคำตอบสำคัญของงานวิจัย
3. นำข้อมูลที่ได้ทำการจัดเรียงและเปรียบเทียบมาจับประเด็นสำคัญสำหรับการตอบคำถามวิจัยหรือประเด็นอื่นเพิ่มเติมที่พบจากการสัมภาษณ์
4. จัดกลุ่มของคำตอบที่มีประเด็นไปในทิศทางเดียวกัน และกำหนดประเด็นหลัก (Theme) เพื่อค้นหาแบบแผน (Pattern) ของข้อมูลในแต่ละประเด็นหรือระหว่างประเด็น พร้อมสร้างคำอธิบาย
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้แบ่งกลุ่มไว้ เพื่อหาความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกันระหว่างข้อมูลบริบทและความหมาย โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง มีทั้งการบันทึกเสียงหรือกรณีให้ผู้ให้

สัมภาษณ์ไม่สะดวกให้เข้าพบเพื่อให้ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผ่านทางโทรศัพท์และจดบันทึกขณะสัมภาษณ์ หรือกรณีให้ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่สะดวกให้บันทึกเสียง ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์และจดบันทึกขณะสัมภาษณ์

3.5 การทดสอบคุณภาพของการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างชุดคำถามเพื่อใช้ในการวิจัยนี้ โดยศึกษาวิธีการสร้างชุดคำถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยมีผู้ศึกษาไว้แล้ว จึงนำมาประยุกต์ให้เข้ากับงานวิจัยที่ต้องการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังต่อไปนี้

3.5.1 ความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำชุดคำถามในการสัมภาษณ์ให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง เพื่อความเหมาะสมตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ปรับปรุงแก้ไขภาษาและคำถามให้กระชับชัดเจน เข้าใจง่ายสำหรับผู้ถูกสัมภาษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการหาคำตอบสำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้

3.5.2 ความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยนำชุดคำถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบก่อน (Pre-Test) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ชุด การทดสอบก่อนการวิจัยนี้เพื่อหาความน่าเชื่อถือของชุดคำถามว่ากลุ่มตัวอย่างนี้มีความเข้าใจในชุดคำถามหรือไม่ และได้คำตอบตามที่คาดหวังหรือไม่ หากทดสอบแล้วพบว่าชุดคำถามนี้ผู้ถูกสัมภาษณ์เข้าใจและได้คำตอบตามที่คาดหวัง จึงนำชุดคำถามไปเก็บจริง

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่องการคาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการวิจัยในรูปแบบการศึกษาวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทยจำนวน 10 ราย และนอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกและในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการศึกษาวิจัยให้สมบูรณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
- 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทย
- 4.3 การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย
- 4.4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นมีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 10 ราย ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง	ประสบการณ์ (ปี)
คนที่ 1	ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์	13
คนที่ 2	ประธานกรรมการบริหาร	8
คนที่ 3	ผู้จัดการแผนกสารสนเทศ ด้านเทคโนโลยี และเครื่องจักรอุตสาหกรรมอาหาร	6
คนที่ 4	ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์	14
คนที่ 5	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายนวัตกรรม	2
คนที่ 6	Supervisor	7
คนที่ 7	Supervisor	6
คนที่ 8	ที่ปรึกษาด้านอาหาร	4
คนที่ 9	Business Development and R&D Executive	5
คนที่ 10	Center R&D Innovative	8

4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทย

จากคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตมาศึกษาในบริบทของประเทศไทยนำมาสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทยถึงความคิดเห็นต่าง ๆ มีความเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย สามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.1 Organic Food

รายละเอียด : อาหารออร์แกนิกหรืออาหารอินทรีย์ เป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตจากทางเกษตรโดยปลอดสารเคมีทุกชนิด ไม่ทำการตัดต่อทางพันธุกรรมจากเมล็ดพันธุ์ รวมถึงกระบวนการผลิตที่ไม่มีการใช้สารเคมีในการกำจัดพืชด้วย ทุกกระบวนการและขั้นตอนการผลิตนั้นจะต้องปลอดสารปนเปื้อนทั้งสิ้นไม่ว่าจะจากมนุษย์หรือจากโรงงานอุตสาหกรรม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย ซึ่งหากมองตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ ในประเทศไทยไม่ได้เป็นออร์แกนิก 100% เนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูงและปัจจุบันที่เคลมว่าเป็นออร์แกนิกอาจจะต้องเป็นบริษัทใหญ่ที่สามารถ Traceability ได้ว่าเป็นออร์แกนิกจริง ๆ หรือไม่”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“... เห็นด้วย อยากให้เกิดในภาพของประเทศไทย แต่อยากให้มีการแบ่งระดับความเป็นออร์แกนิกและมีมาตรฐานมารองรับของฟาร์มแต่ละราย ซึ่งประเทศไทยคิดว่ายังทำได้ค่อนข้างยากเพราะกฎหมายต่าง ๆ และการให้ความรู้กับเกษตรกรรวมถึงผู้บริโภค”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“... ไม่เห็นด้วย มองว่าการจะทำให้เกิด Pure Organic คงยาก ถึงแม้จะเป็นการเคลมว่าเป็นออร์แกนิกก็จริง แต่ก็ไม่ได้ 100% ยังไม่โปร่งใส”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“... ไม่เห็นด้วยในบริบทของประเทศไทย เพราะยังมีการตัดต่อพันธุกรรมอยู่ ไม่ได้เป็น Pure Organic”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“... ไม่เห็นด้วย ปัจจุบันอาหารออร์แกนิกมี Shelf Life สั้น ต้นทุนสูง และในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ยังต้องใช้สารเคมีอยู่ เพราะต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“... เห็นด้วย ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกทั้ง Food และ Non-Food และอนาคตประเทศไทยจะทำออร์แกนิกได้แบบ 100% เพราะมีการควบคุมเป็นมาตรฐานการเกษตรของฟาร์ม”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“... ไม่เห็นด้วย เพราะออร์แกนิกจะต้องเป็นตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ มองว่าเป็นไปได้ค่อนข้างยากที่จะไม่ใช้สารเคมีในการแปรรูปและยิ่งในอนาคตจะมีเรื่องของนวัตกรรมอย่างอื่นเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ได้คุณค่าต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“... เห็นด้วย เนื่องจากคนเริ่มตระหนักเรื่องสุขภาพมากยิ่งขึ้น อาหารออร์แกนิกในอนาคตจะเติบโตขึ้น ซึ่งเมื่อนอกมีการเคลมเกือบทุกอันเลยว่าเป็น Non-GMO ไม่มีการตัดต่อพันธุกรรม เพราะฉะนั้นเมืองไทยต้องตามมาแน่นอน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“... เห็นด้วย ปัจจุบันอาหารออร์แกนิกในประเทศไทยเป็นตลาดที่กำลังเติบโตแม้ยังจะเพิ่งเริ่มต้น อีกทั้งการแปรรูปอาหารให้ใกล้เคียงธรรมชาติมากที่สุด ไร้สารพิษ และเป็นการตอบโจทย์เทรนด์สุขภาพ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย คิดว่าจะมีแนวโน้มมากขึ้น เนื่องจากตอนนี้มีแผนผลิตอาหารเกี่ยวกับผู้สูงอายุค่อนข้างเยอะ และเทรนด์ของสุขภาพกำลังมาเข้ามาแล้ว จึงคิดว่ามีแนวโน้มค่อนข้างสูงที่จะมาในประเทศไทย (Organic for Aging Society)”

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่เห็นด้วยทั้ง 5 รายให้ความคิดเห็นว่าอาหารออร์แกนิกในประเทศไทยมีทิศทางเติบโตมากขึ้น ต้องการให้เกิดขึ้นในประเทศไทยและเป็นเทรนด์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาตระหนักในเรื่องของสุขภาพ มีความต้องการรับประทานอาหารที่มีความสดใหม่ ปลอดภัย ไร้สารพิษ รวมถึงหลายองค์กรเริ่มคำนึงในเรื่องของการผลิตสินค้าที่เป็นออร์แกนิกมากขึ้น เพื่อให้ตอบโจทย์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป จึงมองว่าอุตสาหกรรมอาหารในอนาคตของประเทศไทยจะเป็นไปในทิศทางของอาหารออร์แกนิกแน่นอน

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ไม่เห็นด้วยทั้ง 5 รายให้ความคิดเห็นว่าในประเทศไทยนั้นอาหารออร์แกนิกยังไม่ได้เป็นออร์แกนิกแบบ 100% ตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ ยังคงมีการนำสารเคมีต่าง ๆ เข้ามาใช้ในกระบวนการเพื่อคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงราคาขายที่ถูกกว่าการควบคุมขั้นตอนกระบวนการผลิตให้เป็นแบบพืชออร์แกนิก และมองว่าสำหรับประเทศไทยยังต้องใช้ระยะเวลาที่จะทำให้เกิดแบบเต็มรูปแบบ เนื่องจากเรื่องข้อจำกัดต่าง ๆ ข้อกฎหมาย รวมถึงการให้ความรู้เกษตรกรและผู้บริโภคในเรื่องของความเข้าใจและความหมายของคำว่าอาหารออร์แกนิก

4.2.2 Personalized Nutrition

รายละเอียด : โภชนาการเฉพาะบุคคล เป็นการเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับตนเอง โดยเน้นการลดความหวาน ลดความเค็ม รวมถึงอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งด้วยการสังเคราะห์ เนื่องจากแต่ละบุคคลมีรูปร่าง น้ำหนัก ส่วนสูง และความต้องการสารอาหารทางร่างกายไม่เหมือนกัน จึงจำเป็นต้องเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสม รวมถึงเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงของโรค

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะเทรนด์ของผู้บริโภคก็เป็นแบบนี้ อัตราการเกิดน้อยลงและผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้นทำให้คนดูแลสุขภาพชีวิตตนเองดีขึ้น ดังนั้นอุตสาหกรรมอาหารจำเป็นต้องปรับและผลิตสินค้าออกมาเพื่อตอบโจทย์ เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย ปัจจุบันผู้บริโภคขาดข้อมูลว่ารับประทานแบบใดถึงดีและเหมาะสมต่อร่างกาย การปรับการรับประทานอาหารทำได้ยากขึ้นอยู่กับตัวบุคคล การเป็นโรคของแต่ละคนก็

แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นจะต้องกินแตกต่างกันเพื่อรักษาโรคที่ตนเองเป็น เหมาะกับกลุ่มคนที่พร้อมจะเริ่มดูแลตนเองและคิดว่าจะเติบโตขึ้นในกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เป็นเทรนด์แน่นอนและเกิดแล้วด้วย ยิ่งเฉพาะคนในเมือง มีการเลือกบริโภคและมีความสนใจในเรื่องกินแล้วได้ผลอย่างไร มี Search Engine หาข้อมูลทำได้ง่าย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล ซึ่งแต่ละคนขาดและต้องการไม่เหมือนกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะเป็นสิ่งที่อุตสาหกรรมขนาดใหญ่พยายามจะทำอยู่แล้ว แต่จะไปทางด้าน Medical และเสริมสร้างมากกว่าเป็นโภชนาการเฉพาะกลุ่ม เช่น อาหารสำหรับผู้ป่วยโรคไต โรคมะเร็ง เป็นต้น และมีการคำนวณในเรื่องของสารอาหารที่เพียงพอต่อวัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะมีอาหารทางเลือกสุขภาพเยอะขึ้น เช่น Low Sugar Low Sodium เพิ่มขึ้นสำหรับคนที่ต้องการปรับโภชนาการการกิน และตอนนี้ ออกรกกฎหมาย ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องปรับให้เข้ากับกฎหมายด้วย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย มาแน่นอนในอนาคตอันใกล้ แต่อาจจะคิดในเรื่องของ Technology ในตอนนี้ว่าจะมีการปรับยังไง รวมถึง Regulation เพราะการปรับสารอาหารให้เข้ากับแต่ละคน จับกลุ่มลูกค้า Niche Market และผู้ที่มีกำลังซื้อก็น่าจะตอบโจทย์ได้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย ไม่คิดว่าจะเป็นเทรนด์หลักของอุตสาหกรรมอาหารในอนาคตที่จะต้องเปลี่ยน คิดว่าเป็นทางเลือกที่ให้ผู้บริโภคเลือกได้ว่าอยากจะปรับมืออาหารหรือ Nutrition ให้เข้ากับตนเอง ซึ่งแต่ละบุคคลมีรูปร่าง ความต้องการที่ต่างกัน มีความชอบที่ต่างกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่ยังเป็นอนาคตอันใกล้สำหรับประเทศไทย หากสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นจะเริ่มต้นในวงแคบก่อน เช่น วงการแพทย์ การรักษาด้วยอาหาร วงการโภชนบำบัด หรือสาธารณสุข แต่ประชาชนในวงกว้างจะยังไม่สามารถเข้าถึงมากเท่าไร เนื่องจากข้อจำกัดทางกฎหมายและเทคโนโลยี”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่ว่าจะเป็นการเน้นเฉพาะกลุ่มเท่านั้น เช่น คนที่เป็นโรคเบาหวาน โรคความดัน มีการปรับรสชาติให้เหมือนอาหารโรงพยาบาลมากกว่า คล้าย Medical Food เพราะคิดว่าคนทั่วไปก็ยังบริโภคอาหารรสชาติปกติอยู่”

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่เห็นด้วยทั้ง 9 รายให้ความคิดเห็นว่า Personalized Nutrition เป็นเทรนด์ที่มาแน่นอน เนื่องจากว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้นแต่ละบุคคลมีปัญหาทางด้านร่างกายแตกต่างกัน มีความต้องการเฉพาะบุคคล การรับประทานเพื่อรักษา และป้องกันจึงต้องมีการปรับเพื่อให้เข้ากับปัญหาของแต่ละคน เช่น ผู้ที่เป็นโรคเบาหวาน โรคความดัน โรคหัวใจ ผู้ที่ต้องการอาหารลดความหวาน ความเค็ม เป็นต้น ประกอบกับอัตราการเกิดของประชากรในอนาคตของประเทศไทยจะน้อยลง จำนวนผู้สูงอายุมีเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่คำนึงถึงเรื่องสุขภาพเป็นหลัก

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่เห็นด้วย 1 รายให้ความคิดเห็นว่า เทรนด์นี้เริ่มมีเข้ามามากขึ้นแต่ไม่คิดว่าจะเป็นเทรนด์หลักของอุตสาหกรรมอาหารในอนาคต โดยมองว่า Personalized Nutrition นั้นเป็นเพียงทางเลือกที่ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ว่าอยากจะปรับมื้ออาหารหรือโภชนาการให้เข้ากับตนเองเท่านั้น และไม่คิดว่าจะเป็นสิ่งที่ผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารต้องเปลี่ยนมาเพื่อทำ Personalized Nutrition โดยเฉพาะ

4.2.3 Plant Based Food

รายละเอียด : เป็นอาหารที่ทำมาจากพืชเป็นหลัก เช่น ถั่ว บีทรูท เป็นต้น เพื่อตอบสนองความเชื่อและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารและเครื่องดื่มจากพืชจะสามารถสร้างเสริมให้เกิดผลดีต่อสุขภาพแบบองค์รวม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่อาจจะต้องใช้เวลาานกว่าจะเกิดในประเทศไทย เนื่องจากมีแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์สามารถหาอาหารรับประทานได้ง่าย แต่ในอนาคตแหล่งปลุสัตว์อาจจะน้อยลงเนื่องจากจำนวนประชากรและต้องการพื้นที่อยู่อาศัยเยอะมากขึ้น ทำให้การเลี้ยงสัตว์อาจจะยากและน้อยลง และมองว่าในอนาคตจะมีการพัฒนาให้เหมือนเนื้อจริง เหมาะกับกลุ่มที่ทานมังสวิรัต”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยและมาแน่นอน ปัจจุบันผู้บริโภคทราบกันว่ากินแล้วดี แต่อาจจะต้องมีการปรับ Texture รูปร่าง และรสชาติให้เหมือนกับเนื้อจริง เพราะฉะนั้นผู้ผลิตน่าจะต้องมี Creativity ในการผลิตหรือในอนาคตอาจจะมี Plant Based Food ที่เป็น Personalized ได้เหมือนกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่มองว่าในประเทศไทยยังต้องใช้เวลามากอีกสักพัก ซึ่งคนไทยจะยังเลือกรับประทานอาหารที่ทำมาจากสัตว์หรือจากธรรมชาติมากกว่า ด้วยเรื่องของราคาเป็นเรื่องหลัก เนื่องจาก Plant Based Food มีราคาสูงกว่าเนื้อสัตว์จริงๆ กลุ่มที่บริโภคก็อาจจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงมาก อาจจะไม่เหมาะกับตลาดที่เป็น Mass ในประเทศไทยมากเท่าไรนัก”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะการเพาะปลูกพืชสร้างผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าการเลี้ยงสัตว์”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย แต่คิดว่ายังไม่ใช่วันนี้ที่ผู้บริโภคจะรับประทาน เพราะอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาแต่หากพัฒนาจนอ้อยและมีคุณค่าทางสารอาหารได้เทียบเท่ากับอาหารปกติก็อาจจะโอเค เป็นเทรนด์ที่จะเกิดขึ้นจริงแต่ไม่สามารถทดแทนอาหารปกติได้ ยังต้องรับประทานอาหารจากธรรมชาติควบคู่อยู่ดี”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยสำหรับคนที่รับประทานเนื้อสัตว์ไม่ได้ และเป็นสินค้าที่เฉพาะกลุ่มผู้บริโภค ส่วนในประเทศไทยอาจจะต้องใช้เวลาอีกนาน เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคยังไม่ได้ต้องการอาหารที่เป็นทางเลือกและผู้ผลิตเองไม่ได้มีสินค้าใหม่มาให้ผู้บริโภคเลือกได้หลากหลาย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะว่าพืชให้ผลผลิตมากเมื่อเทียบกับปริมาณเนื้อสัตว์ และมีหลากหลายมากกว่า ส่วนพืชก็จะมีบางชนิดที่นักวิจัยยังไม่ได้ศึกษาแต่อาจจะมีคุณค่าทางโภชนาการเทียบเท่าอาหารที่มาจากเนื้อสัตว์ เพราะฉะนั้นในอนาคตน่าจะเป็นไปได้ที่ Plant Based มีบทบาทในอุตสาหกรรมมากขึ้นและตอบโจทย์กับผู้บริโภคที่ทานมังสวิรัตด้วย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยมาก เพราะผู้บริโภคเริ่มตระหนักว่าการบริโภคเนื้อสัตว์ไม่ใช่แค่เรื่องของ การรักษ์โลกแต่เป็นเรื่องของการบริโภคเนื้อสัตว์มากจะทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกายอย่างไรและ คาดว่าจะเป็นเทรนด์ไปสู่อุตสาหกรรมอาหารในอนาคตได้ และการปศุสัตว์ก็อาจจะไม่ได้ดีเท่าเดิม คำนึงศีลธรรมมากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย Plant Based Food โดมากในประเทศอเมริกา และเริ่มเข้าสู่ประเทศไทย เพียงแต่ค่านิยมและกำลังซื้อของคนไทย อาจจะทำให้สิ่งนี้ไม่บูมมากเท่าค่านิยมของคนต่างชาติ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะตอนนี้สื่อก็มีทำมาจากผักแทนเนื้อสัตว์ น่าจะเริ่มเข้ามาเรื่อย ๆ และผู้บริโภคเริ่มเปิดใจรับ Plant Based Food มากขึ้น แต่อาจจะต้องมีการให้ความรู้ข้อมูลกับผู้บริโภคในการตัดสินใจว่าดีกว่าโปรตีนธรรมชาติอย่างไร”

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่เห็นด้วยทั้ง 9 รายให้ความคิดเห็นว่า Plant Based Food นั้นเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค เหมาะกับผู้ที่ทานมังสวิรัต ไม่ทานเนื้อสัตว์ เป็นเทรนด์ที่จะเกิดขึ้นในประเทศไทยแน่นอน มีบทบาทในอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยมากขึ้นเพราะปัจจุบันมีหลากหลายผู้ประกอบการที่หันมาทำผลิตภัณฑ์ Plant Based Food รวมถึงผู้บริโภคเริ่มมีการเปิดใจกับ Plant Based Food มีการตระหนักถึงการรักษ์โลก และโทษจากการรับประทานเนื้อสัตว์ที่ส่งผลเสียต่อร่างกาย แต่อาจจะต้องใช้ระยะเวลากว่าที่ผู้บริโภคจะหันไปรับประทาน Plant Based Food แบบเต็มรูปแบบในประเทศไทย เนื่องจากว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านการเกษตรและการปศุสัตว์เพราะฉะนั้นการรับประทานเนื้อสัตว์จึงสามารถหารับประทานได้ง่ายกว่าและราคาถูกกว่า

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่เห็นด้วย 1 รายให้ความคิดเห็นว่า Plant Based Food เป็นอาหารทางเลือกและคิดว่าในปัจจุบันผู้บริโภคจะยังไม่เลือกรับประทาน อีกทั้งยังอยู่ในช่วงกำลังพัฒนาปรับปรุงและยังไม่ตอบโจทย์ด้านคุณค่าทางสารอาหาร ส่วนใหญ่ทำจากถั่ว มีโซเดียมสูงเพื่อใช้ในการปรุงแต่งซึ่งในอนาคตหากมีการพัฒนาจนอร่อยและมีคุณค่าทางสารอาหารได้เทียบเท่ากับอาหารปกติก็อาจจะส่งผลดีต่อผู้บริโภค และคาดว่าจะมาเป็นเทรนด์ที่จะมาในอนาคตแต่ไม่สามารถทดแทนอาหารปกติได้ยังคงต้องรับประทานโปรตีนหรืออาหารที่มาจากรธรรมชาติอยู่ดีควบคู่ รวมทั้งควรมีการทำการตลาดและให้ความรู้กับผู้บริโภคเพิ่มถึงคุณประโยชน์ของ Plant Based Food เพิ่มเติมด้วย

4.2.4 Super Food

รายละเอียด : เป็นอาหารที่อุดมไปด้วยคุณประโยชน์ประกอบด้วย เช่น โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระ เป็นต้น ช่วยบำรุงสุขภาพ อีกทั้งยังอาจช่วยลดความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง เป็นหนึ่งในเทรนด์อาหารยอดนิยมที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก เช่น กล้วยไฟซ์ ควินัว เมล็ดเจีย ชาเขียว โกจิเบอร์รี่ แชลมอน อะโวคาโด ผลไม้ตระกูลเบอร์รี่ และน้ำมันมะกอก เป็นต้น

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เป็นการพัฒนา Super Food ที่เป็น Raw Material มองว่าอุตสาหกรรมควรต่อยอด เช่น Avocado พันธุ์ไทยมาพัฒนาให้ดีขึ้น และขายเป็น Superfood หรือ ชาเขียวยอดอ่อน จากดอย หากนำมาพัฒนาน่าจะประสบความสำเร็จ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่ต้องพิจารณาว่าใน Superfood มีสารอาหารอะไรแล้วจะนำไปแปรรูปเป็น Functional Food เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดอย่างไร และหาผลทางวิทยาศาสตร์มาบ่งชี้ว่าดีและเด่นกว่าตัวอื่นอย่างไร อยากให้คนไทยสร้างเรื่องราวถึงความเป็นเอกลักษณ์และคุณประโยชน์ให้ทุกคนรับรู้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย ปัจจุบันเป็นเทรนด์ที่มามาอยู่แล้วในกลุ่มคนเมือง คนกรุงเทพฯ โดยเฉพาะพวกชัยุ่พีชก็มาตักพักแล้วและคิดว่ามีแนวโน้มจะโตขึ้นอยู่แล้วแน่นอน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะเป็นอาหารที่มีวิตามินสูง เป็นที่รู้จักดีในการมีส่วนช่วยต้านโรคร้าย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยที่ว่าเป็นเทรนด์ในอาหารยอดนิยม เป็นสิ่งที่รับประทานได้แต่คนส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับรู้ว่าจะรับประทานปริมาณเท่าไรถึงจะมีประสิทธิภาพ ควรรับประทานให้ Balance ต่อร่างกายดีกว่า และไม่มีใคร Educate ให้ผู้บริโภคทราบ ต้องเรียนรู้ด้วยตนเอง”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยและมีอยู่แล้วแต่คิดว่าบางคนอาจจะยังไม่รู้ว่าอะไรคือ Superfood เพราะเป็นคำที่เฉพาะที่คนที่อยู่ในวงการนี้จะรู้ว่า Product ตัวไหนเรียกว่า Superfood คิดว่าในอนาคต Superfood ก็ยังจะทำออกมาเป็น Raw Mat อยู่ไม่ได้ทำออกมาเป็นรูปแบบ Supplement”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะเป็นเทรนด์มาเรื่อย ๆ และแต่อาจจะใช้เวลาในการปลูกและการวิจัย เพราะเป็นผลผลิตทางการเกษตร และคิดว่า Superfood จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต เพราะปัจจุบันมีการค้นพบการวิจัยตลอดเวลาว่า Raw Material มีประโยชน์อะไรใหม่ที่เพิ่งมาค้นพบ เช่น คิวโนัว เป็นต้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยและเป็นเทรนด์แน่นอน เริ่มจากคิวโนัว หรืออะไรก็ตามที่เป็นอาหารที่ให้พลังงาน ให้คุณค่าทางโภชนาการค่อนข้างสูง คนอาจจะยังไม่ได้รับรู้จักมากในประเทศไทยขนาดนั้น

แต่ในเมืองนอกมีแล้ว ทำให้คนรู้สึกว่าการกินแค่นี้ได้รับประโยชน์แล้ว เป็นรัฐพีชที่หาได้ทั่วไป
ตอนนี้คนเริ่มมีการทำวิจัยทำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยและเกิดขึ้นมากแล้วในปัจจุบัน แต่จัดอยู่ในกลุ่มอาหาร Premium ที่เป็น
Niche Market ไม่ใช่คนส่วนมากของประเทศที่เข้าถึงและต้องการบริโภคในตลาดนี้”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่เป็นเทรนด์มาก็จริงแต่ยังเป็นสินค้าจำกัดเฉพาะกลุ่ม เพราะต้นทุนสูง
ส่งผลให้ราคาสูงตามไปด้วย อาจจะไม่เหมาะกับกลุ่มที่ไม่มีกำลังซื้อ แต่อาจจะเหมาะกับกลุ่มที่เป็น
โรคประจำตัว หรือกินเพื่อรักษาเท่านั้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นด้วยให้ความคิดเห็นว่า Super Food เป็นเทรนด์อาหาร
ยอดนิยมซึ่งผู้บริโภคเลือกรับประทานเพื่อช่วยป้องกันโรคภัยและเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน แต่ส่วนใหญ่
จะยังไม่รู้ถึงคุณประโยชน์ที่สำคัญ โดยในกลุ่มผู้บริโภคคนไทยอาจจะยังไม่รู้จัก Super Food ดีมาก
เท่าที่ควร หรือไม่ทราบว่าตัวใดคือ Super Food รวมถึงในเรื่องการรับประทานปริมาณเท่าใดจึงจะ
เพียงพอต่อหนึ่งวันหรือเพียงพอต่อร่างกายของแต่ละบุคคล ซึ่งในปัจจุบัน Super Food มีหลากหลาย
ในผู้บริโภคที่ต้องการเลือกรับประทานและเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม เนื่องจากมีต้นทุนสูง เหมาะกับ
ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ ในอนาคตคาดว่าจากการวิจัยและพัฒนาค้นคว้าหาวัตถุดิบและคุณประโยชน์
ของวัตถุดิบเก่าและใหม่จะส่งผลให้มี Super Food เพิ่มมากขึ้นในท้องตลาด

4.2.5 Healthy Ready-to-eat Food and Drink

รายละเอียด : อาหารและเครื่องดื่มพร้อมทานเพื่อสุขภาพ คำนึงถึงปริมาณน้ำตาลน้อย
ไขมัน ใยอาหาร และโปรตีนในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยเพราะทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่เป็น Ready to eat น่าจะขายได้อยู่แล้ว และ
เป็นทางเลือกที่ดีกว่าเดิม สำหรับประเทศไทยสามารถเติบโตได้ในอุตสาหกรรมเป็น 10 ปีในอนาคต
จะมี Nutrition Claim เป็นการแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งคนไทยในช่วง 1-2 ปีนี้
มีการตระหนักและได้รับรู้ว่าสิ่งที่รับประทานเข้าไปให้พลังงานเท่าไร”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เทรนด์นี้มีอยู่แล้ว และเข้ากับคนไทยมากกว่าครึ่งประเทศ จะเห็นได้ว่า
ตาม Modern Trade เน้นเรื่องของความคงทนของคุณภาพต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ แต่ก็ขึ้นอยู่กับระดับ

ของความพร้อมทาน เช่น ไม้ใส่ Preservative หรือการนำ Technology เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต เพื่อที่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย น่าจะมานั่นนอน เพราะสมัยนี้เป็นแบบ Ready-to-Drink มากขึ้นตามแบรนด์ชั้นนำถึงแม้ราคาสูงก็ยอมจ่าย คิดว่าน่าจะมาในประเทศไทย และเชื่อในฉลากผลิตภัณฑ์ที่วางขายในห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะคำว่า Healthy คือมีส่วนเสียน้อยและเพิ่มในส่วนที่ดี”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย มีการเคลมว่าเป็น Healthy ก็จริง แต่พอผ่านกระบวนการผลิตก็ไม่ Healthy แล้วหรือเวลาแพ็คเกจไปนั้นเป็น Food Grade หรือไม่ มีการตรวจสอบดีพอหรือไม่ว่าจะไม่เกิดการเพาะเชื้อขึ้นมาระหว่างทาง ควรคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยเป็นอันดับหนึ่ง”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะว่าเป็นปัจจุบันนี้โรคภัยไข้เจ็บเยอะขึ้น ทางหน่วยงานราชการออกกฎหมายให้ผู้บริโภคควรบริโภคสิ่งที่ดีต่อสุขภาพ จึงบังคับให้ผู้ประกอบการทำตาม ซึ่งคล้ายกับ Personalized Nutrition”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะมีมาตลอดอยู่แล้ว คิดว่าในอนาคตยังคงมี แต่อาจจะมีรูปแบบการนำเสนอที่ต่างออกไป”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย ไม่คิดว่าจะเป็นเทรนด์ที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารได้และคิดว่าในอนาคตกำลังดรอปลงแน่นอน เพราะมีการใส่วัตถุเจือปนอาหารซึ่งขัดกับเทรนด์ออร์แกนิกกำลังจะเกิดขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะเกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน และเกิดขึ้นในวงกว้างด้วย กำลังเติบโตเป็นอย่างมาก”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะกลุ่มลูกค้าที่สนใจเรื่องสุขภาพส่วนใหญ่จะคำนึงและตัดสินใจเลือกจากปริมาณแคลอรี ไขมัน หรือน้ำตาลน้อยกว่า”

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่เห็นด้วยทั้ง 8 รายให้ความคิดเห็นว่า Healthy Ready-to-eat Food and Drink นั้นเป็นสินค้าทางเลือกที่มีอยู่ตามท้องตลาดทั่วไปในประเทศไทยและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้หลากหลาย คาดว่าจะยังสามารถเติบโตได้ในอีกช่วงระยะเวลาหนึ่งสำหรับประเทศไทยเหมาะกับผู้บริโภคที่รักสุขภาพและมีความเร่งรีบ รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ออกจำหน่ายมาในปัจจุบันนั้นมีการอธิบายรายละเอียดปริมาณแคลอรี โซเดียม ไขมัน เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่เห็นด้วยทั้ง 2 รายให้ความคิดเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมานานแล้ว และคาดว่าจะเริ่มหายไปในอนาคต รวมถึงไม่น่าจะเป็นเทรนด์หลักที่สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารได้ อีกทั้งในเรื่องที่มีการเคลมเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพนั้นให้ความคิดเห็นว่ายังต้องมีการใส่วัตถุเจือปนในอาหารเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทานหรือเป็นสิ่งที่ทางโรงงานได้จัดเตรียมมาเพื่อผู้บริโภค และไม่มั่นใจเรื่องของความปลอดภัยในกระบวนการผลิตถึงสิ่งเจือปนต่าง ๆ อาจมีการเพาะเชื้อ การตรวจสอบที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น

4.2.6 Localized Food

รายละเอียด : อาหารท้องถิ่นของประเทศไทยมีความหลากหลาย รสชาติอร่อย วัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยในแต่ละพื้นที่ สามารถนำมาพัฒนา เป็นจุดเด่นเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและเข้าถึงอาหารไทยได้ง่ายขึ้น

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่ในอุตสาหกรรมยังมีน้อยอยู่ มีโอกาสที่ในอุตสาหกรรมก็ยังสามารถพัฒนาต่อได้อยู่ ซึ่งเห็นได้จากทุเรียน เช่น ทุเรียนป่าละอูหรือหลงลับแล ในอนาคตอาจจะให้ความสนใจกับที่มาของผลิตภัณฑ์ว่าดียังไง แตกต่างจากที่อื่นอย่างไร และทุกภาคมีวัตถุดิบที่เป็นจุดเด่นแตกต่างกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย ควรเน้นเรื่องการขนส่งและการถนอมอาหาร ซึ่งวิธีการแปรรูปอาหารท้องถิ่นบางอย่างมีข้อจำกัดในการถนอมอาหาร และควรมีการจับมือร่วมกับมหาวิทยาลัยท้องถิ่นในเรื่องของ Shelf Life รวมถึงมีการนำ Technology เข้าใช้ในกระบวนการมากขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย มองว่าอาจจะต้องเลือกวัตถุดิบของที่ยังไม่ผ่านการแปรรูป ซึ่งหากเป็นของที่ผ่านการแปรรูปมาแล้วจะทำให้เสน่ห์ของวัตถุดิบถูกลดลง”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะแต่ละท้องถิ่นมีความเหมาะสมในการเพาะปลูก การผลิต และวัตถุดิบที่แตกต่างกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะดูเข้าถึงง่าย แต่เรื่องของ Food Safety อาจจะต่ำ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยมีการทำ GI ในผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด ในอนาคตอาจจะต้องนำ Innovation เข้ามาช่วยในการควบคุมให้ได้วัตถุดิบมีคุณภาพเท่าเดิม”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะวัตถุดิบในประเทศไทยมีเยอะ หลากหลาย และราคาไม่แพง สามารถนำไปปรุงแต่งเป็นอาหารได้หลากหลายเมนู และหากมีการนำไปพัฒนาให้ดีขึ้นและทำให้เป็นที่รู้จักกับชาวต่างชาติได้ก็ดี ซึ่งจะต้องมีวิธีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบ จะส่งผลให้เกษตรกรที่ขายวัตถุดิบพัฒนาให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น และการกระจายรายได้สู่ชุมชน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย เพราะมองว่า Localized food เป็นสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ มองว่าคนส่วนใหญ่อยากกินอาหารสดมากกว่าและอร่อย และไม่ได้มองว่า Localized food จะถูกยกระดับไปเป็น Mass Production เพราะทำตลาดค่อนข้างยาก”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย คิดว่าเป็นเทรนด์ อาจเพิ่มลูกเล่นให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการกินอาหารนี้มีต้นกำเนิดมาจากไหนหรือทำ Marketing ให้ดี คิดว่าถ้าทำออกมาได้ดีอนาคตน่าจะไปได้ไกล ปัจจุบันอาหารท้องถิ่นของไทยยังไม่ได้มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักอย่างดีในหมู่ต่างชาติ ดังนั้นหากทำให้ต่างชาติรู้ว่าประเทศไทยไม่ได้มีแค่ประเทศไทย มีอาหารที่เป็นท้องถิ่น คิดว่าหากมีคนเริ่มทำ ต่อไปน่าจะบูม”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพื่อชูจุดขายจากเอกลักษณ์ของสิ่งที่มี แรกเริ่มกำลังจะมีการโตสูงในปีนี้ แต่สถานการณ์ปัจจุบันทำให้ถูกลดความสำคัญลง หาก COVID-19 หายไป เทรนด์นี้มีโอกาสกลับมาเติบโตอีกครั้งตามจังหวะแน่นอน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยและน่าสนใจ ก่อนหน้านี้เคยบูม แต่คิดว่าการคุมวัตถุดิบยังมีปัญหา เพราะวัตถุดิบส่วนใหญ่จะเป็นตามฤดูกาล ซึ่งถ้าคุมได้ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการจัดซื้อให้มีความต่อเนื่องก็น่าสนใจที่ดึงมาเป็นเอกลักษณ์เราได้”

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่เห็นด้วยทั้ง 8 รายให้ความคิดเห็นว่า Localized Food นั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะนำวัตถุดิบท้องถิ่นตามพื้นที่แต่ละจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทยนั้นมาเพิ่มมูลค่าทางการตลาดของสินค้า ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรมีการพัฒนาวัตถุดิบให้มีคุณภาพที่ดีมากขึ้น อีกทั้งประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีวัตถุดิบมีจำนวนมาก มีความแตกต่างกันได้ง่ายและราคาถูก ซึ่งหาก Localized Food ได้รับความนิยมนั้นจะช่วยเพิ่มความต้องการของผู้บริโภค และกระจายรายได้สู่ชุมชนมากขึ้น คาดว่าจะเป็นเทรนด์ในอนาคตที่จะเกิดขึ้นในบริบทของประเทศไทย แต่อาจจะต้องมีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการควบคุมคุณภาพและปริมาณของสินค้าให้มีมาตรฐานใกล้เคียงกันจากความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ แต่ละพื้นที่ท้องถิ่น

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่เห็นด้วยทั้ง 2 รายให้ความคิดเห็นว่า Localized food ไม่สามารถยกระดับไปเป็น Mass Production ได้เนื่องจากการทำการตลาดค่อนข้างยาก รวมถึงการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาแปรรูปนั้นจะทำให้เสน่ห์และคุณค่าของวัตถุดิบลดลง ถึงแม้ผลิตภัณฑ์จะมีแข็งส่วนประกอบวัตถุดิบของอาหารว่าเป็นวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีมาตรฐาน แต่เมื่อผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วนั้นทำให้น่าสนใจน้อยลง

4.2.7 Labelling and Traceability

รายละเอียด : สินค้าที่ติดฉลากระบุส่วนผสมในผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เช่น ส่วนประกอบต่าง ๆ การปราศจากสารสังเคราะห์ มีสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล ใช้ส่วนผสมหลักจากธรรมชาติ รวมถึงระบุกระบวนการผลิต เป็นต้น อีกทั้งผู้บริโภคยังสามารถทราบแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตได้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยแต่ควรคู่กับการให้ความรู้กับผู้บริโภคด้วย เพราะ 2 ปีที่ผ่านมา อย. ได้ประกาศให้ใช้ Labelling ที่ใส่ INS Number หรือ E Number เป็นเลขจำเพาะของแต่ละสารจนผู้บริโภคเห็นแล้วเกิดความสงสัย ซึ่งส่งผลต่ออุตสาหกรรมอาหารช่วงหนึ่ง”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย อยากให้ทำอย่างจริงจังเนื่องจากปัจจุบันระบบ Traceability ของประเทศไทยเป็นแบบง่ายแค่ Scan QR Code เท่านั้น แต่รายละเอียดไม่ได้บอกแน่ชัดว่าแต่ละกระบวนการเป็นอย่างไร ใช้น้ำจากแหล่งไหน และควรมีการนำกฎหมายมาบังคับให้เกิดเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจได้มากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย มีความเชื่อในฉลากผลิตภัณฑ์ที่วางขายในห้างสรรพสินค้าอยู่แล้ว มีความน่าเชื่อถือ และเรื่องของ Traceability เคยทำงานที่องค์กรหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากจะต้อง Trace ได้ถึงแม้กระทั่งเกษตรกรแรงงานเลขว่าถูกกฎหมายหรือไม่”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะการระบุรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บนฉลากทำให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ เพิ่มความเชื่อถือของผลิตภัณฑ์”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย และต้องมีการระบุทุกครั้งด้วยว่าจะต้องค้นหาแหล่งที่มาของวัตถุดิบผ่านการ Scan QR Code ต้อง Trace ได้ตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ เพราะฉะนั้นหากทุกผลิตภัณฑ์สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ว่าสิ่งที่นำมาใส่มาจากไหน และส่วนของ Labelling มีการแจ้งมาอยู่แล้วแต่ผู้บริโภคไม่เข้าใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคควรศึกษาเป็นอย่างมาก”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะว่ามี การดูฉลากว่าผลิตภัณฑ์ใส่อะไรไปบ้าง มี Food Additive อะไรบ้างหรืออย่างบางที่มี QR Code ให้เรารู้ว่าบริษัทอะไรผลิต มีกระบวนการอะไรบ้าง คิดว่าดีต่อผู้บริโภคให้เข้าใจมากขึ้น เป็นอีกทางเลือกหากผู้บริโภคต้องการบริโภคในรูปแบบที่ต่างกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“...เห็นด้วยและคิดว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่น่าจะอยากทราบที่มาของวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์รวมถึงกระบวนการผลิตที่สามารถตรวจสอบได้จากผู้บริโภคเอง แต่ Nutrition Facts บน Labelling ผู้บริโภคยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากขนาดนั้น เป็นเทรนด์ที่มีมานานแล้ว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะผู้บริโภคอยากรู้มากขึ้น Nutrition facts มีความสำคัญ ใส่อะไรแทนอะไร อยากรู้ว่าสิ่งที่รับประทานเข้าไปมีอะไรบ้าง มีแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ว่าอันนี้มาจากไหน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย ใน USA และจีนมีเทรนด์นี้เติบโตสูงมาก โดยเฉพาะ Blockchain Technology ในการ Support Supply Chain ตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ แต่ในประเทศไทยคาดว่าจะต้องใช้ระยะเวลาอีกสักพักถึงจะตามทัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เป็นจุดเด่นของสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดความแตกต่างว่า Product มีดีอย่างไร มีวัตถุดิบอะไรบ้าง มองว่าเป็นการโฆษณาไปในตัวด้วย ซึ่งเห็นว่ามีเทรนด์มาอยู่แล้ว และทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อใจว่าสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ด้วย”

ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเห็นด้วยให้ความคิดเห็นว่า Labelling and Traceability นั้นมีความสำคัญและจำเป็นมากในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมการรับรู้ที่เปลี่ยนไปจากเดิม ต้องการรับรู้ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ปริมาณแคลอรีต่อการใช้บริโภค รวมถึงต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ว่าวัตถุดิบ ขั้นตอนกระบวนการผลิตนั้นเป็นอย่างไร มีความปลอดภัยมากน้อยเพียงใด น่าเชื่อถือหรือไม่ ซึ่งปัจจุบันหลายบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารได้มีการนำ QR Code ติดที่สลากเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบเข้าถึงข้อมูลได้ด้วยตนเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงในเรื่องของความโปร่งใสด้วย แต่ยังคงการให้ออกคั้นนั้นสามารถชี้แจงกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ เมล็ดพันธุ์ที่ใช้ แหล่งพื้นที่เพาะปลูก น้ำที่ใช้ในการเพาะปลูก รวมถึงตลอดจนกระบวนการผลิต ส่วนในเรื่องของ Labelling และ Nutrition Facts นั้นผู้บริโภคได้ให้ความสนใจมากขึ้น ช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือและความแตกต่างในผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคได้ดี

4.2.8 Smart Garden

รายละเอียด : เทคโนโลยีการจำลองระบบนิเวศให้เป็นไปตามธรรมชาติ เพื่อให้สามารถควบคุมคุณภาพและทดแทนทรัพยากรที่ได้จากพื้นที่ธรรมชาติลดลง เช่น Farm Factory, Smart Farm, Vertical Garden, Aquatic Lab และ Container Lab เป็นต้น

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย และยังไม่ใช้เร็วเท่านี้ เพราะประเทศไทยยังมีพื้นที่ให้เพาะปลูกอีกเยอะ และเป็นประเทศเกษตรกรรม ถ้าไปทำแบบนี้คนในประเทศส่วนใหญ่จะตกงาน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะจะช่วยทำให้สารอาหารและวัตถุดิบมีคุณภาพมากขึ้น สามารถ Maintain ได้ แต่ในประเทศไทยคิดว่ายังไม่เอื้อ และราคาสูง ซึ่งอยู่ที่ผลลัพธ์ที่อยากได้ว่าทำแล้วคุ้มไหม มีประโยชน์กว่าเดิมไหม อาจจะเหมาะกับพืชที่สามารถปลูกได้เฉพาะบางพื้นที่เท่านั้นมากกว่า”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย ยังไม่เหมาะสำหรับประเทศไทย เนื่องจากเป็นประเทศผลิตอาหารและเป็นประเทศเกษตรกรรมและยังมีพื้นที่เพาะปลูกมหาศาล ปลูกได้ทุกอย่าง แต่หากจะเน้นเป็นเรื่องของการตลาดหรือผู้ประกอบการรายใหญ่ต้องการทำการตลาดไปยังผู้บริโภคที่น่าสนใจ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะปัจจุบันพื้นที่สำหรับทำการเพาะปลูกและปศุสัตว์ลดลง จำเป็นต้องมีเทคโนโลยีช่วยในการเพาะปลูก”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่การปลูกแบบนี้ยังคงต้องได้คุณค่าทางสารอาหารที่พืชผักเหล่านั้นสามารถ Deliver ให้กับมนุษย์ได้ รวมถึงต้องปลอดภัยด้วย”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย คิดว่าจะมาในประเทศไทยแต่อีกนานเพราะมีแต่ควบคุมคุณภาพ ไม่ได้มีถึงขั้นเป็นการจำลองระบบนิเวศอะไรขนาดนั้นอาจจะต้องมีการให้ความรู้กับเกษตรกรทราบถึงการทำการเกษตรในรูปแบบใหม่ ๆ ว่ามีข้อดีข้อเสียอย่างไร สามารถเพิ่มมูลค่าได้ยังไง ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆเข้ามาสนับสนุน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย เพราะคิดว่าเป็นแค่พื้นที่ขนาดเล็ก ไม่สามารถปลูกผลผลิตที่มีขนาดใหญ่ได้ คิดว่า Smart Garden จะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถควบคุมการผลิตได้ดีขึ้น แต่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“...ไม่เห็นด้วย เพราะคิดว่าทำให้ครอบคลุมได้โดยไม่ต้องมีเทคโนโลยีแบบนี้ก็ได้ ถ้าอยากทำให้ครบทั้ง Supply Chain ก็อาจจะทำได้ เป็นผลกำไรแต่คิดว่ายังไม่ใช้เทรนด์”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย เพราะเป็นทิศทางที่ประเทศการเกษตรอย่างไทยกำลังไปในโมเดล Digital Transformation 5.0 ดังนั้นเทรนด์นี้เกิดขึ้นแน่นอน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“...เห็นด้วย แต่คิดว่าจะใช้เวลานานในประเทศไทยถึงจะมีการใช้อย่างแพร่หลาย และน่าจะมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยกว่านี้และต้นทุนค่อนข้างสูงมากอยู่”

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ที่เห็นด้วยทั้ง 6 รายให้ความคิดเห็นว่า Smart Garden นั้นเป็นทิศทางที่จะเกิดขึ้นในอนาคตสำหรับประเทศไทย ซึ่งในอนาคตคาดว่าพื้นที่เพาะปลูกจะลดลง จึงควรนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการเพาะปลูกเพื่อควบคุมคุณภาพและปริมาณของผลผลิต นอกจากนี้จะช่วยให้เกษตรกรทำงานได้สะดวกมากขึ้นแล้ว ยังให้ผลผลิตที่มีคุณภาพมากขึ้นด้วย สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรที่ได้จากการเพาะปลูกได้ดี แต่อาจจะต้องใช้ระยะเวลาที่จะเกิดขึ้นในบริบทของประเทศไทย เนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรยังไม่ได้รับความรู้เท่าที่ควร และยังยึดติดกับการทำการเกษตรรูปแบบเดิม

ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ไม่เห็นด้วยทั้ง 4 รายให้ความคิดเห็นว่าการนำ Smart Garden มาปรับใช้ยังไม่เหมาะกับประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม มีพื้นที่เพาะปลูกเป็นจำนวนมาก สามารถเพาะปลูกพืชได้หลากหลาย การควบคุมคุณภาพให้ครอบคลุมทั้ง Supply Chain สามารถทำได้ โดยที่ไม่ต้องพึ่งพา Smart Garden อีกทั้งหากนำมาใช้ในกระบวนการเพาะปลูกอาจกระทบกับปัญหาแรงงานในอนาคต เนื่องจากประชากรจำนวนมากดำรงชีพด้วยการทำการเกษตร แต่จะไม่กระทบกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์เรื่องความคิดเห็นแนวโน้มอาหารในอนาคตของประเทศไทย ทั้ง 8 ข้อนั้น พบว่าแนวโน้มของอาหารที่ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นด้วยตรงกันมากที่สุดมีอยู่ 4 ข้อด้วยกัน ได้แก่

- Personalized Nutrition
- Plant Based Food
- Super Food
- Labelling and Traceability

4.3 การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทย 10 รายนั้น ได้ให้ความเห็นที่ตรงกันสำหรับการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยช่วง 5-20 ปีตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยช่วง 5-20 ปีข้างหน้า

5 ปี	10 ปี	15 ปี	20 ปี
- Healthy Food - Super Food	- Healthy Food - New Raw Material - Plant Based Food - Traceability	- Healthy Food - Personalized Nutrition - Plant Based Food - Smart Garden	- New Production Processes - Small Food Size - Fresh Food

4.3.1 ความคิดเห็นต่อการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย 5 ปีข้างหน้า

หลังจากที่ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วนั้น พบว่ามีประเด็นสำคัญ 2 ประเด็นที่จะเป็นทิศทางของอนาคตอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า ได้แก่ (1) Healthy Food (2) Super Food เนื่องจากจะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้พฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคได้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยหันมาใส่ใจและตระหนักในเรื่องของสุขภาพโภชนาการมากยิ่งขึ้น เนื่องด้วย COVID-19 ที่เข้ามามีบทบาทและส่งผลกระทบต่อประชากรเป็นอย่างมากส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกรับประทานอาหารที่มีน้ำตาลน้อย ไขมันต่ำ โซเดียมต่ำหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นออร์แกนิก สะอาด ปลอดภัย รับประทานเพื่อป้องกันโรคภัย เพิ่มภูมิคุ้มกันให้แข็งแรง รวมถึงผลิตภัณฑ์ Healthy Ready to eat Food and Drink จะเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภค คาดว่าจะมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และ Super Food ที่กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นถึงผู้บริโภคจะหันไปรับประทานกันมากขึ้น และอุตสาหกรรมอาหารอาจจะเริ่มมีการเตรียมความพร้อมในการวิจัยวัตถุดิบใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เนื่องจากเป็นหนึ่งในอาหารที่ดีต่อสุขภาพส่งผลให้ผู้บริโภคจะมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้น

4.3.2 ความคิดเห็นต่อการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย 10 ปีข้างหน้า

หลังจากที่ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วนั้น พบว่ามีประเด็นสำคัญ 4 ประเด็นที่จะเป็นทิศทางของอนาคตอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า ได้แก่ (1) Healthy Food (2) New Raw Material (3) Plant Based Food (4) Traceability เนื่องจากเทรนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องของกลุ่มผู้บริโภคนั้นจะเป็น Healthy Food แต่จะต้องมีรสชาติที่อร่อยรับประทานได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการควรปรับผลิตภัณฑ์อาหารให้มีรสชาติที่ดีมากขึ้น และผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นถึงประเด็นที่จะมีการค้นพบวัตถุดิบท้องถิ่นใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากว่าในช่วงระยะเวลา 5 ปีนั้นอาจมีการวิจัยและทดลองอาหารใหม่จนทำให้วัตถุดิบที่มีอยู่ลดลง ในอนาคต 10 ปีนี้จึงเป็นการต่อยอดในการค้นพบวัตถุดิบใหม่เพิ่มขึ้น รวมถึง Plant Based Food ที่อาจเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น อาจมีการปรับทั้งรสชาติ รูปร่าง และราคาให้กลุ่มผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ในวงกว้าง อีกทั้งยังมีในเรื่องของ Traceability ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีความต้องการทราบที่มากระบวนการต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ก่อนที่ตนจะเลือกซื้อ

4.3.3 ความคิดเห็นต่อการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย 15 ปีข้างหน้า

หลังจากที่ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วนั้น พบว่ามีประเด็นสำคัญ 4 ประเด็นที่จะเป็นทิศทางของอนาคตอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 15 ปีข้างหน้า ได้แก่ (1) Healthy Food (2) Personalized Nutrition (3) Plant Based Food (4) Smart Garden ซึ่งจะเห็นได้ว่าเทรนด์ของ Healthy Food จะยังมาอย่างต่อเนื่องจาก 5-10 ปีก่อนที่ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก แต่เรื่องของ Personalized Nutrition จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เนื่องด้วยเทรนด์เรื่องสุขภาพที่มาอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการรับประทานที่เฉพาะบุคคล เนื่องจากแต่ละคนมีปัญหาทางด้านร่างกายแตกต่างกัน ดังนั้นการรับประทานเพื่อเสริมภูมิคุ้มกัน รักษาโรค หรือป้องกันนั้นเพื่อให้ตอบโจทย์กับร่างกายของแต่ละคนจึงมีความเฉพาะบุคคล อีกทั้ง Plant Based Food จะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้มีรูปร่าง ลักษณะ รสชาติที่ใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์หรืออาหารจริงมากขึ้น มีการคิดค้น โปรตีนที่นำมาใช้ในการทำ Plant Based Food มากขึ้นกว่าเดิม มีการคำนึงถึงในเรื่องคุณค่าทางโภชนาการสารอาหารทำให้ได้ประโยชน์ใกล้เคียงสิ่งที่มาจากธรรมชาติ ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย และระบบนิเวศมากกว่าให้โทษ และในเรื่องสุดท้ายจะเป็นในเรื่องของการนำ Smart Garden ที่เป็น

เทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อทดแทนแรงงานจากคน นำมาใช้เพื่อควบคุมคุณภาพ ปริมาณของผลผลิต ช่วยให้กระบวนการผลิตมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

4.3.4 ความคิดเห็นต่อการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย 20 ปีข้างหน้า

หลังจากที่ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วนั้น พบว่ามีประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นที่จะเป็นทิศทางของอนาคตอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 20 ปีข้างหน้า ได้แก่ (1) New Production Processes (2) Small Food Size (3) Fresh Food เนื่องจากช่วงระยะเวลา 5-15 ปี นั้นมีการผลิตคิดค้นนวัตกรรมหรือสิ่งต่าง ๆ มากมายเกิดขึ้น ในช่วงระยะ 20 ปีข้างหน้าจะเป็นช่วงที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น เพื่อช่วยในการลดแรงงาน ควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีมาตรฐาน อาจเกิดเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ที่เกิดจากการคิดค้นจากนักพัฒนาเพื่อช่วยในกระบวนการผลิตมากขึ้น รวมถึงอาจมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยสรรสร้างอาหารรูปแบบใหม่ให้เกิดขึ้นจากเดิม เช่น Novel Food หรือ อาหารขนาดเล็กลงแต่สามารถให้คุณค่าทางสารอาหารครบ 5 หมู่ ให้พลังงานเยอะ หรืออาหารสดที่ยังคงมีความสดเหมือนใหม่แม้จะผลิตออกมาเป็นเวลานาน แต่ยังคงมีความปลอดภัยต่อการบริโภค หรืออาหารแปรรูปที่เหมือนไม่แปรรูปผ่านกระบวนการในการแปรรูปน้อยที่สุดเพื่อคงคุณค่าทางสารอาหาร

4.3.5 ความคิดเห็นต่อการเตรียมความพร้อมการปรับตัวสำหรับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างได้มีการให้ความคิดเห็นถึงอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในหลากหลายประเด็น ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สรุปถึงประเด็นที่องค์กรในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยควรปรับตัวและเตรียมความพร้อมเพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสามารถพัฒนาและแข่งขันในระดับโลกได้ ดังนี้

4.3.5.1 กฎระเบียบ ข้อบังคับสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

เป็นหนึ่งในอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากในประเทศไทยมีกฎระเบียบข้อบังคับที่ปิดกั้นต่อการทำธุรกิจหรือแม้กระทั่งกฎหมายที่ยังไม่รองรับอาหารรูปแบบใหม่ เช่น Novel Food เป็นต้น รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย (SME) ที่ไม่ได้มีต้นทุนมากพอที่จะสามารถนำผลิตภัณฑ์เข้าตรวจสอบ ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินในการตรวจสอบคัดกรองเพื่อให้ผ่านมาตรฐาน ดังนั้นจึงมีความคิดเห็นต้องการให้ทางรัฐบาลช่วยส่งเสริมให้

ผู้ประกอบการสามารถทำธุรกิจได้สะดวกยิ่งขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

4.3.5.2 เทคโนโลยีอาหาร

ประเทศไทยอยู่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ตามวิสัยทัศน์นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาใช้ในกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำเป็นสิ่งที่จะต้องควรให้ความสำคัญและปรับตัวตามยุคสมัย เพราะจะช่วยเพิ่มคุณภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยการศึกษาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมจากต่างประเทศเป็นต้นแบบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมตามบริบทของประเทศไทยนั้นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแต่ละขั้นตอนของการผลิต หากผู้ประกอบการเปิดใจและปรับตัวจะช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน เช่น การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการฆ่าเชื้อ แต่ยังคงคุณค่าทางสารอาหารได้ครบถ้วน การนำเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตทำให้ใช้แรงงานจากคนน้อยลง รวมถึงทำให้งานสามารถสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้เป็นอย่างดี เป็นต้น

4.3.5.3 การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนการผลิต

หลายองค์กรมีการก่อตั้งหน่วยงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง โดยปัจจุบันการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในแต่ละองค์กรนั้นมีขั้นตอนและวิธีการศึกษาวิจัยที่แตกต่างกัน ซึ่งองค์กรในประเทศไทยส่วนใหญ่ไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญเรื่องการทำวิจัยมาเทียบเท่าต่างประเทศ ดังนั้นแต่ละองค์กรควรสนับสนุนให้มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงขั้นตอนกระบวนการผลิตที่เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรเข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงได้

4.3.5.4 พฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งที่แต่ละองค์กรและผู้ประกอบการพึงทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รวมถึงประเมินสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคอยู่เสมอ เนื่องจากความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยปัจจุบันมีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลาจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อที่จะได้นำไปวางแผนกลยุทธ์และออกผลิตภัณฑ์ให้ตอบโต้กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากที่สุด

4.3.5.5 เทรนด์ที่กำลังจะเกิดขึ้น

เนื่องจากเทรนด์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและเทรนด์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความชื่นชอบของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ซึ่งการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและคำนึงถึงเทรนด์ใหม่ที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นทำให้สามารถเตรียมความพร้อมการเปลี่ยนแปลงในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตอบโจทย์และครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางธุรกิจได้หากสามารถทำความเข้าใจและนำไปปรับใช้เพื่อให้เป็นเจ้าตลาด

4.4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมพบว่าส่วนใหญ่ให้ความเห็นถึงประเด็นที่ต้องการให้อุตสาหกรรมอาหารส่งเสริมให้แต่ละองค์กรทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง รวมถึง Market Research เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ได้ตรงกับสิ่งที่องค์กรต้องการ และเปิดรับทำความเข้าใจศึกษาพฤติกรรมความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค นำไปสู่การทำ Foresight เพื่อคาดการณ์อนาคตถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อเป็นผู้นำตลาดได้ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์และทิศทางขององค์กร เพื่อเตรียมรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งควรมีการให้ความรู้ด้านอาหารกับผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคที่เข้าใจรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริงนั้นเป็นเพียงแค่งเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ควรทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงส่วนประกอบ คุณประโยชน์ และขั้นตอนกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

ด้วยความที่ในปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งสุขภาพ กลุ่มตัวอย่างจึงมีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ควรผลิตออกมาเพื่อให้ตอบโจทย์กับผู้บริโภคนั้นควรให้ความสำคัญในเรื่องของคุณค่าทางโภชนาการเป็นหลัก การรับประทานให้เหมาะสมกับความต้องการทางด้านร่างกายของตนเอง (Personalized Nutrition) จะมีเพิ่มมากขึ้นแต่จะต้องทำให้รสชาติรับประทานได้ง่าย อร่อย อีกทั้งประเทศไทยนั้นเป็นประเทศสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) อย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากประชากรส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพตนเองมากขึ้น ทำให้เสียชีวิตช้าลง ดังนั้นหลากหลายองค์กรควรเตรียมความพร้อมสำหรับการผลิตอาหารเพื่อคนสูงอายุ (Elderly Food) ซึ่งอาจจะเป็นอาหารอนาคต (Future Food) ที่สามารถเคี้ยว กลืนง่าย ปรับรสชาติอาหารให้พอดีกับความชอบของผู้สูงอายุ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทย จำนวน 10 ราย โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแนวทางการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหาร
2. เพื่อทราบถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกและในประเทศไทย
3. เพื่อกำหนดแนวทางกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภค
4. เพื่อจำลองภาพเหตุการณ์สำหรับเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต (Scenario Planning)

เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อได้นั้น จึงได้กำหนดคำถามเพื่อใช้สำหรับสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องและได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสำหรับวิเคราะห์ต่อไปและมีวิธีการเก็บข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์และจัดกลุ่ม ซึ่งในครั้งนี้นักวิจัยได้แบ่งประเด็นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย
- 5.4 ข้อเสนอแนะแนวทางในการทำวิจัยครั้งถัดไป
- 5.5 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

จากขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

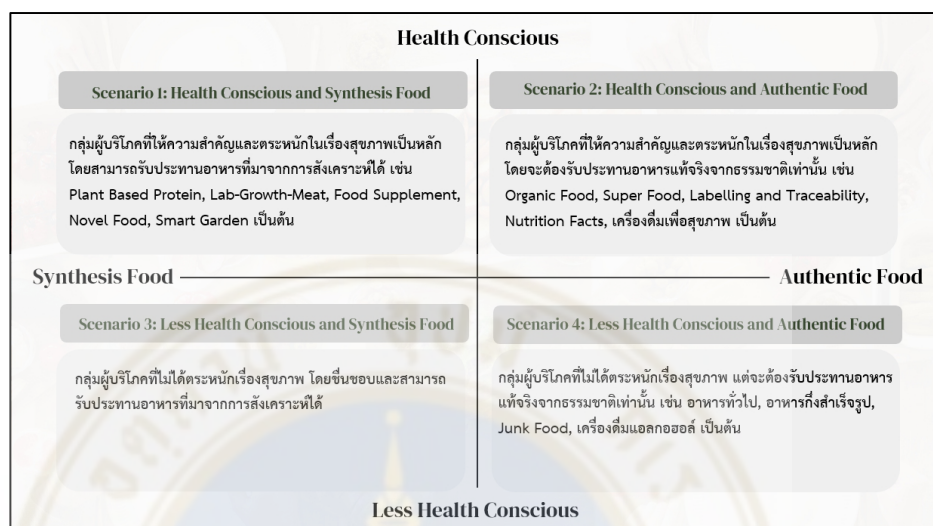
จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทยและการคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในช่วง 5-20 ปี เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาพิจารณาประกอบกับแนวโน้มของอาหารที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตตามบริบทของประเทศไทยตามแต่ละช่วงเวลานั้นพบว่าเกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) เป็นหลักแต่ความสำคัญหรือการเป็นที่นิยมนั้นจะแตกต่างกันตามบริบทของเวลา โดยสามารถเกิดรูปแบบของผลิตภัณฑ์อาหารต่าง ๆ และเรียงดังตารางดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาพิจารณาประกอบกับแนวโน้มของอาหารที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยช่วง 5-20 ปี

	5 ปี	10 ปี	15 ปี	20 ปี
Product	- Healthy Food - Nutrition Facts	- Healthy Food - Traceability - Raw Material (New, Local) - Plant Based Food	- Healthy Food - Plant Based Food - Personalized Nutrition - Super Food	- New Production Processes - Fresh Food
Theme	Health Conscious	Traceability	Personalized Nutrition and Super Food	R&D and Innovation

จากการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาพิจารณาประกอบกับแนวโน้มของอาหารที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตตามบริบทของประเทศไทยตามแต่ละช่วงเวลานั้นพบว่าปัจจัยสำคัญที่กลุ่มผู้บริโภคให้ความสำคัญ ได้แก่ การตระหนักในเรื่องของสุขภาพ (Health Conscious) และรูปแบบของอาหารที่มาจากธรรมชาติ (Authentic Food) ซึ่งมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยได้ โดยสามารถจัดทำแผนภาพเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต (Scenario Planning) ได้เป็น 4 เหตุการณ์ดังนี้ กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและตระหนักในเรื่องสุขภาพเป็นหลัก โดยสามารถรับประทานอาหารที่มาจากธรรมชาติได้ (Health Conscious and Synthesis Food) กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและตระหนักในเรื่องสุขภาพเป็นหลัก โดยจะต้องรับประทานอาหารแท้จริงจากธรรมชาติเท่านั้น (Health Conscious and Authentic Food) กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ได้ตระหนักเรื่องสุขภาพ โดยชื่นชอบและสามารถรับประทานอาหารที่มาจาก

สังเคราะห์ได้ (Less Health Conscious and Synthesis Food) และกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่ได้ตระหนักเรื่องสุขภาพ แต่จะต้องรับประทานอาหารแท้จริงจากธรรมชาติเท่านั้น (Less Health Conscious and Authentic Food) โดยแสดงตามภาพด้านล่าง



รูปภาพที่ 5.1 แสดงแบบจำลองภาพวาดเหตุการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย (Scenario Planning Foresight for Food Industry in Thailand)

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในประเทศไทยนั้น ทางผู้วิจัยได้พิจารณาประกอบกับแนวโน้มของอาหารที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตตามบริบทของประเทศไทยตามแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้ผลการคาดการณ์แม่นยำมากที่สุด โดยอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตช่วงระยะ 5-20 ปีข้างหน้า เป็นดังนี้

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตช่วงระยะเวลา 5 ปีข้างหน้าคาดการณ์ว่าจะเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมตระหนักถึงสุขภาพเป็นหลัก (Health Conscious) โดยมีผลิตภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่ที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) และผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลากโภชนาการ (Nutrition Facts) เนื่องจากเป็นเทรนด์ต่อเนื่องจากปัจจุบันที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตระหนักเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น คำนึงถึงส่วนประกอบและจำนวนแคลอรีที่ได้จากการรับประทานอาหาร ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคที่รักสุขภาพ

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตช่วงระยะเวลา 10 ปีข้างหน้าคาดการณ์ว่าจะเกี่ยวข้องกับชิมการตรวจสอบย้อนกลับที่มาของผลิตภัณฑ์ (Traceability) โดยผลิตภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่จะนั้นจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) เหมือนกับช่วงระยะเวลา 5 ปีแต่จะต้องมีการพัฒนาให้มีรสชาติที่อร่อย สามารถรับประทานได้ง่ายกว่าเดิม รวมถึงผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจะต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง เป็นต้น ซึ่งอาจจะเกิดวัตถุดิบใหม่ขึ้นในช่วงระยะเวลานี้ โดยจะเป็นทั้งวัตถุดิบใหม่ที่ถูกค้นพบหรือวัตถุดิบท้องถิ่นที่ผ่านการรับรองจากการวิจัยถึงคุณประโยชน์ของวัตถุดิบ และมีการพัฒนาโปรตีนจากพืช (Plant Based Food) ให้มีรสชาติ รูปลักษณะ เนื้อสัมผัสที่ใกล้เคียงกับโปรตีนจากธรรมชาติมากขึ้น

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตช่วงระยะเวลา 15 ปีข้างหน้าคาดการณ์ว่าจะเกี่ยวข้องกับชิมโภชนาการเฉพาะบุคคล (Personalized Nutrition) และซูเปอร์ฟู้ด (Super Food) โดยผลิตภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่จะนั้นจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) เหมือนกับช่วงระยะเวลา 5-10 ปี และจะมีการพัฒนาโปรตีนจากพืช (Plant Based Protein) ต่อจากช่วง 10 ปีให้มีรสชาติ รูปลักษณะ และเนื้อสัมผัสที่ใกล้เคียงกับโปรตีนจากธรรมชาติมากขึ้นกว่าเดิม รวมถึงมีราคาที่เข้าถึงได้ทุกกลุ่มผู้บริโภค จากการมีผลิตภัณฑ์หลากหลายที่ให้ผู้บริโภคที่รักสุขภาพสามารถเข้าถึงได้ง่ายนั้น ทำให้เกิดรูปแบบการรับประทานอาหารแบบโภชนาการเฉพาะบุคคล (Personalized Nutrition) เนื่องจากผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารที่เสริมสร้างภูมิคุ้มกันหรือแก้ไขปัญหาเฉพาะบุคคลได้ง่ายขึ้น หรือการรับประทานอาหารขนาดเล็กแต่ให้สารอาหารที่เพียงพอต่อร่างกายที่มีความต้องการรับประทานอาหารเฉพาะบุคคล รวมถึงระยะเวลาเหมาะสมที่สามารถวิจัยและค้นพบวัตถุดิบใหม่ที่เป็นซูเปอร์ฟู้ด (Super Food) ซึ่งในอนาคตจะมีให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคได้หลากหลาย

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคตช่วงระยะเวลา 20 ปีข้างหน้าคาดการณ์ว่าจะเกี่ยวข้องกับชิมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม (R&D and Innovation) โดยในช่วงระยะเวลานี้จะมุ่งเน้นในเรื่องของการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตและการนำเชื้อ โดยในแต่ละขั้นตอนของการผลิตนั้นจะผ่านคนงานน้อยลง (New Production Processes) มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยทำให้วัตถุดิบสามารถส่งมอบถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้อาหารที่ส่งถึงผู้บริโภคนั้นยังมีความสดใหม่ (Fresh Food) และการนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการคงความสดใหม่ของอาหารถึงแม้จะตั้งบนชั้นวางขายอยู่เป็นเวลานาน โดยที่คุณค่าทางสารอาหารยังคงอยู่

โดยผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้กับอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในแต่ละบริบทขององค์กรตามความเหมาะสม

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้เข้าใจภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารอาหารทั่วโลก และในประเทศไทย โดยผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารสามารถนำผลการศึกษาวิจัยใช้เพื่อเป็นแนวทางการวางกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในอนาคตได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสามารถเพิ่มกำไรจากอุตสาหกรรมได้ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย 4 ประการ ดังนี้

5.3.1 เทรนด์ใหม่

เนื่องจากเทรนด์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและเทรนด์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความชื่นชอบของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ซึ่งการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญและคำนึงถึงเทรนด์ใหม่ที่มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นทำให้สามารถเตรียมความพร้อมการเปลี่ยนแปลงในการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ตอบโจทย์และครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางธุรกิจได้หากสามารถทำความเข้าใจและนำไปปรับใช้เพื่อให้เป็นเจ้าตลาด

5.3.2 พฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งที่แต่ละองค์กรและผู้ประกอบการพึงทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย รวมถึงประเมินสิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคอยู่เสมอ เนื่องจากความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยปัจจุบันมีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการรายเล็กและรายใหญ่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอยู่ตลอดนั้นจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อที่จะได้นำไปวางแผนกลยุทธ์และออกผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมากที่สุด

5.3.3 การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนการผลิต

หลายองค์กรมีการก่อตั้งหน่วยงาน วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง โดยปัจจุบันการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในแต่ละองค์กรนั้นมีขั้นตอนและวิธีการศึกษาวิจัยที่

แตกต่างกัน ซึ่งองค์กรในประเทศไทยส่วนใหญ่ไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญเรื่องการทำวิจัยมาก เทียบเท่าต่างประเทศ ดังนั้นแต่ละองค์กรควรสนับสนุนให้มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงขั้นตอนกระบวนการผลิตที่เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรเข้าใจปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงได้

5.3.4 เทคโนโลยีอาหาร

ประเทศไทยอยู่ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ตามวิสัยทัศน์นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาใช้ในกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำเป็นสิ่งที่องค์กรควรให้ความสำคัญและปรับตัวตามยุคสมัย เพราะจะช่วยเพิ่มคุณภาพของสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยการศึกษาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมจากต่างประเทศเป็นต้นแบบเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมตามบริบทของประเทศไทยนั้นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพแต่ละขั้นตอนของการผลิต หากผู้ประกอบการเปิดใจและปรับตัวจะช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน เช่น การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการฆ่าเชื้อ แต่ยังคงคุณค่าทางสารอาหารได้ครบถ้วน การนำเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตทำให้ใช้แรงงานจากคนน้อยลง รวมถึงทำให้งานสามารถสำเร็จคล่องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้เป็นอย่างดี เป็นต้น

จากทั้ง 4 ประการที่ผู้วิจัยที่ได้กล่าวไปข้างต้นนั้น อาจเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะที่ผู้ประกอบการทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรคำนึงถึงและทำความเข้าใจอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการศึกษาเทรนด์แนวโน้มต่าง ๆ และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการควรทำความเข้าใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสามารถนำไปสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ในอนาคต

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในหน่วยงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชน จึงทำให้ผลการศึกษาไม่ครอบคลุมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งอาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนหรือผู้ที่ทำงานในหน่วยงานอื่นของอุตสาหกรรมอาหาร ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

5.5 ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการคาดการณ์อนาคตเป็นการศึกษาจากปัจจัยหลายด้าน เพื่อวิเคราะห์สิ่งที่กระทบต่ออุตสาหกรรมและประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลจากมุมมองของแต่ละท่านซึ่งอ้างอิงจากประสบการณ์ทำงานเป็นส่วนใหญ่ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างที่ได้สัมภาษณ์นั้นเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในหน่วยงานภาคเอกชนเป็นหลักและเป็นผู้ที่อยู่ในหน่วยงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้นั้นเป็นเพียงความคิดเห็นจากหน่วยงานเดียวเท่านั้น



บรรณานุกรม

- Atwise Consulting Company Limited. (2561). Scenario Analysis & Planning
- Cheng, M. N. M., Wong, W. K. J., Cheung, C. F. B., & Leung, K. H. B. (2016). A scenario-based roadmapping method for strategic planning and forecasting: A case study in a testing, inspection and certification company
- Chivot, E., Auping, W. L., Sijbren, deJong, Rööös, H., & Rademaker, M. (2016). The NETHERLANDS IN THE GLOBAL FOOD SYSTEM.
- Cornelius, P., Romani, M., & Van de Putte, A. (2005). Three Decades of Scenario Planning in Shell.
- Kanokwan Kankate. (2562). โอกาสใหม่! ของธุรกิจอาหาร อาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับคนรักสุขภาพ. <https://stepstraining.co/trendy/trend-healthy-food-and-drink>
- Farrington, T., Henson, K., & Crews, C. (2012). Research Foresights: The Use of Strategic Foresight Methods for Ideation and Portfolio Management.
- ForbesCustom. (2018). Japan: Looks To The Future
- Marketeeronline. (2017). Circular Economy คืออะไร สำคัญอย่างไรต่อโลกของเรา
- Praornpit Katchwattana. (2562a). 4 ฟู้ดเทรนด์ ปี 2019 เข้าวางการอาหาร เน้นเทคโนโลยีการผลิตล้ำสมัย ดีต่อสุขภาพ รักษ์โลก. <https://www.salika.co/2019/01/28/4-food-trends-2019/>
- Praornpit Katchwattana. (2562b). จัดอันดับ '9 เทรนด์อาหารแห่งอนาคต 2020' รุกตลาดเอเชีย เน้นผู้ประกอบการไทยเจาะตลาดพรีเมียม. <https://www.salika.co/2019/09/09/9-food-trends-of-future-2020/>
- Rassarín. (2562). เบียร์แอลกอฮอล์ 0% หึ้มแรง ถ้าโดนภาษีโหด จะขอส่งเครื่องดื่ม RTD ทำตลาดแทน. <https://www.brandbuffet.in.th/2019/06/beer-non-alcohol-and-tax-problems/>
- Rassarín. (2561). เทรนด์เครื่องดื่มใหม่จากญี่ปุ่น Clear Drink Trend กาแฟ- ชา- เบียร์ เครื่องดื่มใส ทั้งไร้แอลกอฮอล์ ไร้คาเฟอีน
- Reilly, M., & Willenbockel, D. (2010). Managing uncertainty: A review of food system scenario analysis and modelling. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0141>
- Rij, V. van. (2010). 16 Horizon scanning: Monitoring plausible and desirable futures
- Ringland, G. (2006). Introduction to Scenario Planning

- Slaughter, R. A. (2002). Developing and applying strategic foresight
- Szigeti, H., Messaadia, M., Eynard, B., & Majumdar, A. (2011). STEEP analysis as a tool for building technology roadmaps
- Techsauce Team. (2018). STI Forum 2018: Future Thinking คิดไกลไปข้างหน้า ให้ “คน” พัฒนาทัน "เทคโนโลยี". <https://techsauce.co/tech-and-biz/sti-forum-2018-future-thinking>
- Wetters, S., Horn, T., & Nick, P. (2018). Goji Who? Morphological and DNA Based Authentication of a “Superfood.” <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpls.2018.01859/full>
- กมลกานต์ โกศลกาญจน์. (2014). ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์: มองอนาคตเพื่อกำหนดปัจจุบัน [Interview]. <https://hr.tcdc.or.th/en/Articles/Detail/ดรพันธุ์อาจ-ชัยรัตน์-มองอนาคตเพื่อกำหนดปัจจุบัน>
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2560). รายงานแนวโน้มอาหาร ในปี 2018 และ 2019
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2560). แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารปี 2560
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). เทรนด์อุตสาหกรรมอาหารไทย ปี 2560
- กัลยา ตันติยาสวัสดิกุล. (2561). Training of Trainers on Foresight Management for Strategic Planning Specialists
- ชัยเสกฐ์ พรหมสร. (2558). แนวคิดเรื่องการวางแผนภาพวาดแห่งอนาคต เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย
- ชาญวิทย์. (2019). ความหลากหลายทางชีวภาพ
- ชาลิสา เมฆานุกภาพ. (2019). Clear Drink เห็นเคลียร์ๆ ใสๆ ไว้ใจน้ำดื่มแต่งกลิ่นได้เปล่า?
- โชติกา ชุ่มมี. (2018). อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต ... จุดเปลี่ยนและโอกาสของไทยที่ไม่ไกลเกินเอื้อม
- ฐิโรจน์ โกวิฒนะ. (2562). SuperFoods สุดยอดอาหารอุดมคุณค่า
- นุชจรีม เย็นทรง. (2561). วิถุอาหารโลกกับโลกอื่น
- วิสุทธิ์ ไบไม้. (2548). ความหลากหลายทางชีวภาพในประเทศไทย
- ศูนย์วิจัยชะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2560). อุตสาหกรรมอาหารไทยกับอาหารอนาคต (Future Food)
- สยามธุรกิจออนไลน์. (2560). สนช. จับมือ สถาบันอาหาร ก.อุตสาหกรรม จัดงาน “ประกาศแนวโน้มธุรกิจนวัตกรรมอาหารแห่งอนาคตของประเทศไทย”
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2560). มารู้จัก Scenario Analysis ใน 1 หน้ากัน การวิเคราะห์พยากรณ์แนวโน้ม



แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย งานวิจัยเรื่อง “การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย”

ผู้วิจัย: นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับ ประกอบงานวิจัยเรื่อง “การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแนวทางการคาดการณ์อนาคตเชิงยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรมอาหาร
2. เพื่อทราบถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมอาหารทั่วโลกและในประเทศไทย
3. เพื่อกำหนดแนวทางกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย ในอนาคต ให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภค
4. เพื่อจำลองภาพเหตุการณ์สำหรับเตรียมความพร้อมในการปรับตัวของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต (Scenario Planning)

คำจำกัด

1. Foresight: การมองอนาคต หมายถึง การวิเคราะห์ คาดการณ์ และอธิบายการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต หรือเพื่อออกแบบอนาคตที่พึงประสงค์ ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ต้องใช้ ความคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และจินตนาการ (Imagination)

หมายเหตุ

1. ในระหว่างการสัมภาษณ์อาจมีการบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ หากผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่สะดวกที่จะให้ทำการบันทึก สามารถแจ้งผู้ทำการสัมภาษณ์ได้
2. ข้อมูลที่ได้รับจะถูกรักษาไว้เป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา เท่านั้น
3. แบบสอบถามสัมภาษณ์แบ่งเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

เพศ ชาย หญิง

อายุ.....ปี

ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

ประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมอาหาร.....ปี

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอาหารในอนาคตของประเทศไทย

เมื่อนำแนวโน้มของอาหารที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตมาศึกษาในบริบทของประเทศไทย ท่านมีความเห็นอย่างไร เห็นด้วยหรือไม่ เพราะเหตุใด

2.1 Organic Food

อาหารออร์แกนิกหรืออาหารอินทรีย์ เป็นอาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตจากทางเกษตร โดยปลอดสารเคมีทุกชนิด ไม่ทำการตัดต่อทางพันธุกรรมจากเมล็ดพันธุ์ รวมไปถึงกระบวนการผลิตที่ไม่มีการใช้สารเคมีในการกำจัดพืชด้วย ทุกกระบวนการและขั้นตอนการผลิตนั้นจะต้องปลอดสารปนเปื้อนทั้งสิ้นไม่ว่าจะจากมนุษย์หรือจากโรงงานอุตสาหกรรม

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 Personalized Nutrition

โภชนาการเฉพาะบุคคล เป็นการเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับตนเอง โดยเน้นการลดความหวาน ลดความเค็ม รวมไปถึงอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งด้วยการสังเคราะห์ เนื่องจากแต่ละบุคคลมีรูปร่าง น้ำหนัก ส่วนสูง และความต้องการสารอาหารทางร่างกายไม่เหมือนกัน จึงจำเป็นต้องเลือกรับประทานอาหารให้เหมาะสม รวมไปถึงเพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงของโรค

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 Plant Based Food

เป็นอาหารที่ทำมาจากพืชเป็นหลัก เช่น ถั่ว บีทรูท เป็นต้น เพื่อตอบสนองความเชื่อและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารและเครื่องดื่มจากพืชจะสามารถสร้างเสริมให้เกิดผลดีต่อสุขภาพแบบองค์รวม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 Super Food

เป็นอาหารที่อุดมไปด้วยคุณประโยชน์ ประกอบด้วย เช่น โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุ และสารต้านอนุมูลอิสระ เป็นต้น ช่วยบำรุงสุขภาพอีกทั้งยังอาจช่วยลดความเสี่ยงต่อโรคเรื้อรัง เป็นหนึ่งในเทรนด์อาหารยอดนิยมที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก เช่น กล้วย ควินัว เมล็ดเจีย ชาเขียว โกจิเบอร์รี่ ผลไม้ตระกูลเบอร์รี่ แซลมอน อะโวคาโด และน้ำมันมะกอก เป็นต้น

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

2.5 Healthy Ready-to-eat Food and Drink

อาหารและเครื่องดื่มพร้อมทานเพื่อสุขภาพ คำนึงถึงปริมาณน้ำตาลน้อย ไขมัน ใยอาหาร และโปรตีนในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

2.6 Localized Food

อาหารท้องถิ่นของประเทศไทยมีความหลากหลาย รสชาติอร่อย วัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยในแต่ละพื้นที่ สามารถนำมาพัฒนาเป็นจุดเด่นเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และเข้าถึงอาหารไทยได้ง่ายขึ้น

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

2.7 Labelling and Traceability

สินค้าที่ติดฉลากระบุส่วนผสมในผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เช่น ส่วนประกอบ การปราศจากสารสังเคราะห์ มีสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล ใช้ส่วนผสมหลักจากธรรมชาติ รวมไปถึงระบุกระบวนการผลิต เป็นต้น อีกทั้งผู้บริโภคยังสามารถทราบแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตได้

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

2.8 Smart Garden

เทคโนโลยีการจำลองระบบนิเวศให้เป็นไปตามธรรมชาติ เพื่อให้สามารถควบคุมคุณภาพ และทดแทนทรัพยากรที่ได้จากพื้นที่ธรรมชาติลดลง เช่น Farm Factory, Smart Farm, Vertical Garden, Aquatic Lab และ Container Lab เป็นต้น

เห็นด้วย

ไม่เห็นด้วย

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 : การคาดการณ์อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย

3.1 ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 5 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 10 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3.3 ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 15 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3.4 ท่านมีความเห็นว่าอนาคตของอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยในอีก 20 ปีข้างหน้าจะเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

3.5 ท่านมีความเห็นว่าอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในอนาคต ควรมีการเตรียมความพร้อมและปรับตัวอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....