



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทย
ในกรีซของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ท่ามกลาง
สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ

จัดทำโดย นางเอื้อพงศ์ อ่วมพิทยา
รหัส 7003

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 7 ปี 2558
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทย
ในกรีซของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ท่ามกลาง
สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ

จัดทำโดย นางเอื้องพงศ์ อ่วมพิทยา
รหัส 7003

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 7 ปี 2558
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูต เพ็ญศักดิ์ ชลาวัณย์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูต จันทร์ทิพา ภู่อรรถกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย ก๊กผล)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ในฐานะที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ เป็นกลไกของกระทรวงการต่างประเทศในต่างประเทศในการผลักดันยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศและนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมอาหารไทยและประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในกรีซ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์จึงมีพันธกิจในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศในยุโรป ปี 2556-2560 นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2557 ให้ปี 2558 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558” (2015 Discover THAINESS) และนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซมาอย่างต่อเนื่องทุกปี แต่เนื่องจากกรีซกำลังประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่รุนแรงอย่างต่อเนื่องยาวนานมากกว่า 7 ปี ซึ่งกรีซจะต้องใช้เวลาอีกนานกว่าที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ ด้วยเหตุนี้สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงต้องหาวิธีดำเนินการที่เหมาะสมและดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ทำการศึกษา วิเคราะห์เพื่อหาวิธีการที่เหมาะสมและดีที่สุดในการดำเนินการท่ามกลางสถานการณ์ที่ไม่ปกติของกรีซดังกล่าว

ที่ผ่านมาการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นการดำเนินการในกรุงเอเธนส์ แต่ถึงแม้ว่าวันสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของกรีซยิ่งเลวร้ายลงทำให้คนกรีกสนใจแต่เรื่องปากท้องของตน และยังไม่สนใจเรื่องของชาติอื่น ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นว่า การดำเนินการด้วยวิธีดังกล่าวยังไม่เพียงพอ เห็นได้จากอาหารไทยยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมและแพร่หลายในกรีซ ผู้เขียนจึงได้ศึกษาหาสาเหตุว่าเป็นเพราะเหตุใดอาหารไทยจึงไม่เป็นที่นิยมในกรีซพร้อมกันนั้นได้ศึกษาหาวิธีการที่จะส่งเสริมอาหารไทยในกรีซให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้นเพื่อเป็นการรักษาพื้นที่ของความเป็นไทยในด้านอาหารและประเทศไทยในด้านต่างๆ อาทิ การท่องเที่ยว ศิลปะ วัฒนธรรม เพื่อให้คงอยู่ในความสนใจของคนกรีกรวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่กรีซ

ผู้เขียนได้นำแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์วิธี SWOT (SWOT Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ซึ่งจะทำให้สามารถมองเห็นจุดแข็ง จุดอ่อนของหน่วยงาน และทราบถึงโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงานตามแผนงานทำให้การกำหนดเป้าหมาย และวิธีการดำเนินงานเป็นไปได้เหมาะสมที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นเอกอัครราชทูตฯ คนปัจจุบัน (นายจุมพล มนัสช่วง) ได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยโดยเน้นเป้าหมายเพื่อให้อาหารไทยเป็นที่คุ้นเคยและไม่ห่างหายไปจากสายตาของคนกรีกซึ่งกำลังประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง โดยมีหลักการว่า ในขณะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทย สถานเอกอัครราชทูตฯ จะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เอกลักษณ์ของประเทศไทยไปพร้อมกันด้วยซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปและสินค้าไทยเพื่อส่งเสริมให้คนกรีกและคนต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวที่กรีซหาโอกาสเดินทางไปยังไทยให้มากขึ้น พร้อมทั้งผลักดัน

ให้มีการนำเข้าสินค้าอาหารไทย รวมทั้งสินค้าไทยโดยผู้บริษัทผู้นำเข้าของกรีซให้มากขึ้น ซึ่ง กลยุทธ์ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ใช้มี 3 วิธี คือ 1) การใช้วิธีเชิงรุกโดยการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐ และ ภาค เอกชน ทั้ง ใน เมือง หลวง และ ใน ต่าง จั ง ห ว ด ที่ มี ศั ก ย ภาพ 2) การเข้าร่วมในงานเทศกาลของกรีซทั้งที่จัดในเมืองหลวงและในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพ และ 3) การสาธิตวิธีการทำอาหารโดยร่วมมือกับบริษัท/ร้านขายสินค้าอาหารเอเชียและอาหารไทยในกรุงเอเธนส์

ผลจากการวางกลยุทธ์และกำหนดวิธีการดำเนินภารกิจทั้ง 3 วิธี ดังกล่าวประสบผลสำเร็จ อย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ ปัจจุบันมีร้านอาหารกรีกที่เพิ่มเมนูอาหารไทยในร้านเพิ่มขึ้นอีก 4 ร้าน จากเดิมที่มีร้านอาหารไทยที่มีรสชาติไทยแท้เพียง 1 ร้าน และร้านอาหารที่มีเมนูอาหารไทยอีกเพียง 2 ร้านเท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนกรีกนิยมรับประทานอาหารไทยมากขึ้นกว่าแต่ก่อน นอกจากนี้จำนวนคนกรีกที่เดินทางมาประเทศไทยได้เพิ่มขึ้นในช่วงปี 2556-2557 อย่างไรก็ดี ยังพบว่า มีข้อจำกัดในการดำเนินการ อาทิ การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง งบประมาณที่จำกัด ซึ่งผู้เขียนได้มีข้อเสนอแนะเพื่อกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาให้การสนับสนุนสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งได้แก่ การสนับสนุนทางด้านงบประมาณ ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และเอกสารเผยแพร่ การขยายฐานการเผยแพร่อาหารไทยไปยังกรีซ การจัดส่งผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย การเข้าร่วมงานเทศกาลที่สำคัญๆ ของกรีซ และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยด้วยวิธีอื่น

กล่าวโดยสรุปคือ การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ จะต้องดำเนินการในเชิงรุกต่อไปและกระทำอย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าจะต้องมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นบ้างก็ตาม เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซขยายวงกว้างขึ้นซึ่งหากทำได้ก็จะเท่ากับเป็นการรักษาพื้นที่ของความเป็นไทยในกรีซไว้ได้

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำรายงานการศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซฉบับนี้ ผู้เขียนประสงค์จะเสนอมุมมองอีกแง่มุมหนึ่งเพื่อให้กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปพิจารณาสนับสนุนให้การดำเนินการกิจของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ขยายวงกว้างอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การจัดทำรายงานฉบับนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์เป็นเพราะผู้เขียนได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ คณะอาจารย์ที่ปรึกษา 3 ท่าน ได้แก่ เอกอัครราชทูต เพ็ญศักดิ์ ชลารักษ์ เอกอัครราชทูต จันทร์ทิพา ภูตระกูล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย ก๊กผล รวมทั้งเอกอัครราชทูต จุมพล มั่นสขช่วง ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำในเบื้องต้นในเรื่องของกรอบความคิดในการจัดทำรายงาน

ในโอกาสนี้ ผู้เขียนจึงขอขอบพระคุณบุคคลที่มีรายชื่อข้างต้นที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้รายงานฉบับนี้มีคุณค่ายิ่งขึ้นซึ่งผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า มุมมองและข้อเสนอแนะในรายงานจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศในยุโรปโดยเฉพาะในประเทศที่ประสบวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในโอกาสต่อไป

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ ที่ได้จัดหลักสูตรนักบริการการทูต รุ่นที่ 7 ปี 2558 ซึ่งผู้เขียนได้มีโอกาสเข้ารับการฝึกอบรมในปี

เอื้อพงศ์ อ่วมพิทยา
กรกฎาคม 2558

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ฅ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	9
1.3 ขอบเขตการศึกษา	9
1.4 วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	9
1.5 ประโยชน์ของการศึกษา	10
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 ความหมายของแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์วิธี SWOT	11
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ผลการศึกษา	14
3.1 ขั้นตอนที่ 1 การค้นคว้าหาข้อมูล	14
3.2 ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎี	18
3.3 ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ในการ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซท่ามกลาง สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจ	22
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	32
4.1 สรุปผลการศึกษา	32
4.2 ข้อเสนอแนะ	34
บรรณานุกรม	38
ประวัติผู้เขียน	40

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ตัวเลขบ่งชี้สภาพเศรษฐกิจของกรีซ	4
ตารางที่ 2	การค้าระหว่างไทยและกรีซในปี 2557	6
ตารางที่ 3	วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	19

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1	แผนภาพของ SWOT	11
ภาพที่ 2	ภาพถ่ายการแสดงฟ้อนรำไทย ชุดพื้นเมืองของไทย หัตถกรรมไทยที่คณะนักแสดงของไทยนำมาแสดงและมอบไว้ให้ศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas	25
ภาพที่ 3	การประชาสัมพันธ์งาน Earthdancers Athens Festival	29
ภาพที่ 4	การแกะสลักผลไม้ไทยในงานแสดงอาหารไทยและการสาธิตการทำอาหารไทยที่ร้านเรือนไทย	31
ภาพที่ 5	ผู้จัดทำนิตยสารเกี่ยวกับอาหารของกรีซเข้าชมการสาธิตการทำอาหารไทยและการแกะสลักผลไม้ไทยที่ร้านเรือนไทย	31

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	กราฟแสดงอัตราการเติบโตของกรีซเทียบกับยูโรโซน	4
แผนภูมิที่ 2	อัตราการว่างงานของกรีซเปรียบเทียบกับของยูโรโซน	5

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1.1 กรีซเป็นประเทศที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคยุโรปตอนใต้ มีประชากรจำนวนประมาณ 11.3 ล้านคน (ปี 2557) และมีคนไทยอาศัยอยู่ประมาณกว่า 400 คน คนไทยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 70 เป็นผู้หญิงไทยที่แต่งงานกับคนกรีก ส่วนที่เหลือมีอาชีพรับจ้างทำงานบ้าน ผู้ช่วยพ่อครัว พนักงานนวดแผนไทยและสปา ร้านอาหารไทยในกรีซที่มีรสชาติไทยแท้มีเพียงร้านเดียวคือ ร้านเรือนไทย ซึ่งดำเนินกิจการมาตั้งแต่ปี 2543 จนถึงปัจจุบันโดยสามีคนกรีกและภริยาคนไทยเป็นเจ้าของ และมีร้านอาหารที่ขายอาหารไทยและมีเมนูอาหารชาติอื่นรวมอยู่ด้วยอีก 1 ร้าน ชื่อ ร้าน Royal Thai ซึ่งเพิ่งดำเนินกิจการเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยมีเจ้าของเป็นคนฟิลิปปินส์ นอกนั้นเป็นร้านอาหารของคนกรีกซึ่งขายอาหารกรีก อาหารเมดิเตอร์เรเนียน และมีอาหารไทยรวมอยู่ในเมนูด้วยเพียง 2 ร้าน เปิดกิจการอยู่ในกรุงเอเธนส์ 1 ร้าน และที่เกาะ Mikonos ซึ่งเป็นเกาะที่มีชื่อเสียงทางด้านท่องเที่ยวของคนวัยหนุ่มสาวอีก 1 ร้าน

1.1.2 การดำเนินการส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทยที่ผ่านมาจะเป็นการดำเนินการในกรุงเอเธนส์ เช่น ช่วงปี 2554-2555 สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ได้ดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทย โดยได้จัดแสดงอาหารไทยและการแกะสลักผลไม้ไทยพร้อมทั้งเผยแพร่เอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีไทย และจัดงานเลี้ยงรับรองที่โรงแรม Astir Palace ซึ่งเป็นโรงแรมระดับ 5 ดาวที่ตั้งอยู่ในบริเวณชายหาดที่เป็นที่นิยมไปพักผ่อนของคนกรีกในเมืองหลวง โดยทางโรงแรมได้จัดเทศกาลอาหารนานาชาติในเดือนกันยายนของทุกปีซึ่งอยู่ในช่วงปลายฤดูร้อนที่คนกรีกยังพักร้อนอยู่ และสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าร่วมจัดแสดงอาหารไทยและประชาสัมพันธ์ประเทศไทยนานเป็นเวลา 1 สัปดาห์ โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เชิญคณะทูตานุทูต กงสุล (อาซีพ) และกงสุลกิตติมศักดิ์ต่างประเทศประจำกรีซ เจ้าหน้าที่ระดับสูงของกระทรวงการต่างประเทศของกรีซ รัฐสภา หน่วยงานของรัฐ นักธุรกิจ คนที่อยู่ในวงสังคมชั้นสูงของกรีซ เข้าร่วมพิธีเปิดงาน โดยเอกอัครราชทูตฯ เป็นผู้เปิดงาน และหลังจากวันนั้นจนถึงสิ้นสุดสัปดาห์ โรงแรม Astir Palace ได้เปิดให้ประชาชนทั่วไปรวมทั้งลูกค้าที่พักในโรงแรมเข้ารับประทานอาหารไทยตามปกติ

อย่างไรก็ดี สถานเอกอัครราชทูตฯ เห็นว่า การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในวิธีดังกล่าวยังไม่เพียงพอเนื่องจากกรีซกำลังอยู่ในช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างหนัก คนกรีก รวมทั้งคนต่างชาติที่มารับประทานอาหารในโรงแรม Astir Palace มีไม่มากนัก และการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังอยู่ในเมืองหลวง อาหารไทยจึงยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมและแพร่หลายในกรีซ สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้ศึกษาหาสาเหตุว่าเป็นเพราะเหตุใดอาหารไทยจึงไม่เป็นที่นิยมในกรีซ พร้อมกันนั้นได้ศึกษาหาวิธีการที่จะส่งเสริมอาหารไทยในกรีซให้เป็นที่แพร่หลาย

มากขึ้น รวมทั้งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกรีซ เนื่องจากกรีซเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมแห่งหนึ่งของโลกจนทำรายได้ให้แก่กรีซเป็นอันดับ 1

1.1.3 อย่างไรก็ตาม สถานเอกอัครราชทูตฯ ก็ต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทย คือ ปัญหาสภาพเศรษฐกิจของกรีซที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่องเข้าขั้นเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจมากกว่า 7 ปีจนถึงปัจจุบันและยังไม่มีแนวโน้มที่จะฟื้นคืนได้ในอนาคตอันใกล้ ปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซเหมือนกับประเทศในยุโรปหลายประเทศแต่ปัญหาของกรีซรุนแรงและยาวนานซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ กล่าวคือ ในภาพรวมปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ในยุโรปแบ่งเป็น 3 ลักษณะ แต่สำหรับกรีซได้ประสบปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจทั้ง 3 ลักษณะ ได้แก่ วิกฤติการคลังจากการขาดดุลการคลังและหนี้สาธารณะ เช่น กรีซ และโปรตุเกส วิกฤติธนาคารจากหนี้เสียสูงและทุนไม่พอ ธนาคารขาดสภาพคล่อง เช่น กรีซ ไอร์แลนด์ และสเปน และวิกฤติทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการตัดลดการขาดดุลงบประมาณ เอกชนขาดสภาพคล่อง ธุรกิจล้มละลาย อัตราการว่างงานสูง ทำให้เศรษฐกิจหดตัวอย่างรุนแรง ได้แก่ กรีซ ไอร์แลนด์ ไชปรัส โปรตุเกส และสเปน ซึ่งเห็นได้ว่ากรีซประสบปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างหนักอีกทั้งยังเป็นปัญหาที่ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2552 จนถึงขั้นที่กรีซต้องขอความช่วยเหลือทางการเงินจากสหภาพยุโรป (European Union หรือ EU) International Monetary Fund (IMF) และ European Central Bank (ECB) หรือที่เรียกว่า “เจ้าหนี้ 3 ฝ่าย หรือ Troika” นับตั้งแต่ปี 2553 เป็นต้นมา

1.1.4 สาเหตุของการเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจจนกลายเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซมาจากปัญหาสำคัญที่เกิดจากการที่กรีซใช้จ่ายเงินเกินตัวโดยวิกฤติทางเศรษฐกิจได้เริ่มตั้งช่วงหลังของปี 2517 ภายหลังจากที่รัฐบาลทหารที่เข้ามายึดอำนาจการปกครองโดยวิธีรัฐประหารเมื่อปี 2510 ภายใต้อำนาจของ Colonel George Papadopoulos นายกรัฐมนตรี ได้หมดอำนาจลงเนื่องจากรัฐบาลทหารใช้กำลังปราบปรามประชาชนที่ประท้วงรัฐบาลที่ประสบความล้มเหลวในการเข้าไปแทรกแซงในไซปรัสเป็นผลให้ตุรกีส่งกำลังทหารเข้าไปในไซปรัสและยึดครองไซปรัสบางส่วน จนเกิดเหตุการณ์นองเลือด และหลังจากนั้นเป็นต้นมา รัฐบาลทุกชุดได้ดำเนินนโยบายประชานิยมโดยการจัดหาเงินอุดหนุนให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนทำให้รัฐบาลมีรายจ่ายมากกว่ารายรับทำให้กรีซมีหนี้สาธารณะต่อผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) เกิน 100% และภายหลังจากที่กรีซได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกอันดับที่ 10 ของสหภาพยุโรป (EU) และเข้าร่วมเป็นสมาชิกยูโรโซน (Eurozone) และเปลี่ยนมาใช้เงินสกุลยูโรแทนการใช้เงินสกุลพื้นเมืองคือ ดรักมา เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2543 กรีซสามารถเข้าถึงแหล่งเงินกู้ได้สะดวก ทำให้กรีซกู้เงินเพิ่มขึ้นเพื่อนำเงินมาใช้จ่ายสำหรับภาครัฐที่นับวันจะยิ่งขยายตัว จนทำให้ปลายปี 2552 ภาระหนี้สินของกรีซมีจำนวนมากขึ้นจนนักลงทุนเกิดความกังวลว่ากรีซอาจประสบกับปัญหาการชำระหนี้คืน ปัญหาทางเศรษฐกิจดังกล่าวได้บานปลายจนกลายเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจ ซึ่งสาเหตุประการสำคัญ ได้แก่

1) การทุ่มเงินไปกับระบบราชการ เนื่องจากจำนวนเจ้าหน้าที่ของรัฐมีมากถึงกว่า 3 ล้านคน (จำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 11.3 ล้านคน) โดยรัฐบาลจ่ายเงินเดือน และเงิน

ช่วยเหลือสวัสดิการและผลประโยชน์ต่างๆ อย่างเต็มที่ อาทิ เงินโบนัสในช่วงวันหยุดอีสเตอร์ และวันปีใหม่

2) ระบบประกันสังคม รัฐบาลกรีซใช้งบประมาณจำนวนมากกับการให้สิทธิประโยชน์แก่ผู้รับประกันสังคม นอกจากนี้ ยังมีกองทุนอีกจำนวนมาก อาทิ กองทุนประกันสังคมหลัก กองทุนประกันสังคมสมทบ กองทุนประกันสุขภาพ จึงทำให้ระบบประกันสังคมของกรีซมีกองทุนจำนวนมากแบ่งตามสาขาอาชีพ เช่น กองทุนประกันสังคมสำหรับนายความ แพทย์ ผู้สื่อข่าว พนักงานธนาคารแห่งชาติ การไฟฟ้า เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ระบบราชการและระบบประกันสังคมของกรีซเป็น “นโยบายประชานิยม” ของรัฐบาลกรีซในอดีต

3) การหลบเลี่ยงภาษีหลากหลายรูปแบบโดยประชาชนส่วนใหญ่มักจะหลีกเลี่ยงที่จะไม่เสียภาษีโดยเฉพาะผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ และผู้ประกอบการเดินเรือระหว่างประเทศซึ่งส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจลักษณะ offshore โดยจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทในต่างประเทศ

4) อัตราการคอร์รัปชันที่สูงมาก นอกจากนี้ ยังมีสาเหตุมาจากการใช้งบประมาณอย่างมหาศาลกับการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก เมื่อปี 2547

1.1.5 เมื่อปี 2553 กรีซได้ขอความช่วยเหลือทางการเงินจากสหภาพยุโรป (European Union หรือ EU) International Monetary Fund (IMF) และ European Central Bank (ECB) หรือ ที่เรียกว่า “เจ้าหนี้ 3 ฝ่าย หรือ Troika” ระยะที่ 1 เป็นเงินจำนวน 110 พันล้านยูโร เมื่อปี 2553 และระยะที่ 2 เป็นเงินจำนวน 130 พันล้านยูโร เมื่อปี 2555 โดยเจ้าหนี้ 3 ฝ่ายได้ยื่นเงื่อนไขให้กรีซปฏิบัติตามมาตรการรัดเข็มขัด (Austerity measures) อย่างเคร่งครัดเพื่อ “สร้างวินัยทางการคลัง” เป็นการแลกเปลี่ยนกับการรับความช่วยเหลือดังกล่าว มาตรการรัดเข็มขัดที่กรีซถูกกำหนดให้ต้องปฏิบัติ ได้แก่

1) การลดรายจ่ายของภาครัฐ อาทิ ลดเงินเดือน ลดโบนัส ลดบำนาญ ลดสัดส่วนการจ้างงานทดแทนผู้ที่เกี่ยวข้องอายุ ลดสัดส่วนเงินสมทบกองทุนประกันสังคม การยุบรวมหน่วยงานของรัฐเข้าด้วยกัน

2) การจัดเก็บรายได้เพิ่ม อาทิ การขึ้นอัตราภาษีต่างๆ เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ภาษีสรรพสามิต ภาษีน้ำมันเชื้อเพลิง ภาษีอสังหาริมทรัพย์

3) การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อาทิ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ การแก้ไขกฎหมายต่างๆ เพื่อลดขั้นตอนในการประกอบธุรกิจและเพื่อดึงดูดการลงทุน การเปิดเสรีอาชีพสงวน

อย่างไรก็ดี กรีซไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรการรัดเข็มขัดได้ทุกอย่าง อีกทั้งการปฏิรูปการคลังยังดำเนินไปอย่างล่าช้าเนื่องจากทุกรัฐบาลที่ผ่านมามีแรงกดดันทางการเมืองภายในและประชาชนที่ต่อต้านการดำเนินการตามมาตรการรัดเข็มขัดดังกล่าว

1.1.6 เมื่อปี 2554 สภาพเศรษฐกิจของกรีซตกต่ำสุดขีดและถึงแม้ต่อมาสภาพเศรษฐกิจของกรีซได้ผ่อนคลายลงบ้างและค่อยๆ กระเตื้องขึ้นมาจากจุดต่ำสุดเล็กน้อยอย่างช้าๆ จนถึงปี 2557 เนื่องจากรัฐบาลชุดก่อนหน้าโดยนาย Antonis Samaras นายกรัฐมนตรี (พรรค New Democracy-ND ซึ่งมีแนวนโยบาย Liberal-conservative) ได้ดำเนินมาตรการรัดเข็มขัดอย่างเคร่งครัดเพื่อที่รัฐบาลจะได้มีเงินเพียงพอที่จะนำไปชำระหนี้ที่เห็นได้จากตัวเลขบัญชีสภาพเศรษฐกิจของกรีซข้างล่างนี้

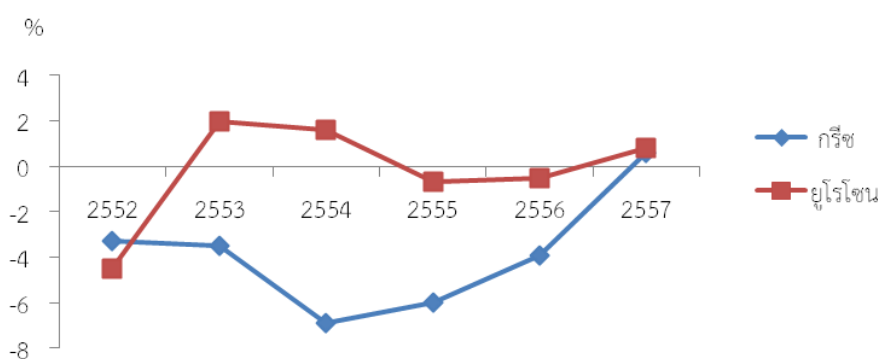
ตารางที่ 1 ตัวเลขบ่งชี้สภาพเศรษฐกิจของกรีซ

ข้อมูลทางเศรษฐกิจ	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558*
1) อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (% Real GDP Growth)	-3.3 %	-3.5 %	-6.9 %	-6.0 %	-3.9 %	0.6 %	2.9 %
2) ดุลบัญชีขีงประมาณ (% GDP)	-11.1 %	-10.1 %	-9.8 %	-5.8 %	-2.3 %	-2.0 %	-1.5 %
3) ปริมาณหนี้สาธารณะ (ล้านยูโร) (คิดเป็น % ของ GDP)	299,682 129.7 %	329,513 148.3 %	355,658 170.6 %	340,600 175.6 %	319,133 174.9 %	318,000 177.7 %	316,900 171.4 %
4) ผลผลิตมวลรวม ประชาชาติ (GDP) (มูลค่า : ล้านยูโร)	231,081	222,251	208,532	194,003	182,438	178,944	184,870
5) อัตราการว่างงาน	10.4 %	14.5 %	21.3 %	26 %	27.5 %	25.5 %	25 %
6) อัตราเงินเฟ้อ	1.21 %	4.7 %	3.33 %	0.9 %	-0.9 %	-1.5 %	-0.3 %

หมายเหตุ * ตัวเลขประมาณการ

ที่มา: กระทรวงการคลังของกรีซ

และเพื่อแสดงให้เห็นอัตราการเติบโตของกรีซในช่วงระหว่างปี 2552-2557 ผู้เขียนจึงได้นำกราฟแสดงอัตราการเติบโตของกรีซเมื่อเทียบกับยูโรโซนในภาพรวม โดยจะเห็นว่า เมื่อปี 2554 อัตราการเติบโตของกรีซตกต่ำลงถึงขีดสุดและหลังจากนั้นเมื่อปี 2555 เป็นต้นไปสภาพเศรษฐกิจจึงค่อยๆ กระเตื้องขึ้นมาอย่างช้าๆ ดังนี้

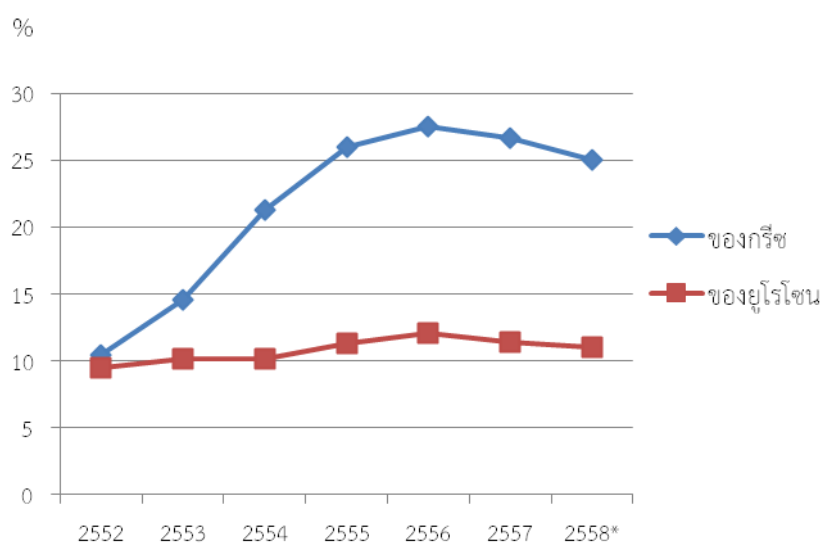


แผนภูมิที่ 1 กราฟแสดงอัตราการเติบโตของกรีซเทียบกับยูโรโซน

ที่มา : Eurostat

อย่างไรก็ดี สภาพทางเศรษฐกิจของกรีซก็ยังคงอยู่ในภาวะที่ตกต่ำและรัฐบาลยังไม่สามารถชำระหนี้แก่ Troika ได้หมด และยังคงมีปัญหาเรื่องภาคเอกชนและการธนาคารขาดสภาพ

คล่อง ภาคเอกชนประสบปัญหาการกู้เงินเพื่อนำไปดำเนินธุรกิจ แม้รัฐบาลจะพยายามรณรงค์ให้มีการเพิ่มการส่งออกสินค้าและลดการนำเข้าสินค้าเพื่อลดการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศที่มีมาโดยตลอด กอปรกับโครงสร้างเศรษฐกิจของกรีซมีขนาดเล็กและไม่แข็งแรง ขาดอุตสาหกรรมหนักพื้นฐานทำให้กรีซต้องพึ่งพาการนำเข้ามาก นอกจากนั้น อัตราการว่างงานของกรีซยังคงสูงอยู่ คือ ในปี 2557 อยู่ในระดับ 25.5% แม้จะลดลงจากปีก่อนๆ คือ 27 % แต่ก็ยังอยู่ในระดับสูงที่สุดเมื่อเทียบกับยูโรโซน และแม้ว่า รัฐบาลกรีซจะคาดการณ์ว่า อัตราการว่างงานในปี 2558 น่าจะลดลงเหลือ 25 % แต่กรีซก็ยังคงต้องการความช่วยเหลือทางการเงินจาก Troika อยู่ต่อไป



แผนภูมิที่ 2 อัตราการว่างงานของกรีซเปรียบเทียบกับของยูโรโซน

ที่มา : Eurostat

เมื่อรัฐบาลชุดปัจจุบันนำโดยนาย Alexis Tsipras นายกรัฐมนตรี (หัวหน้าพรรค Coalition of the Radical Left-SYRIZA ซึ่งมีแนวนโยบายรัฐสวัสดิการและซ้ายจัด) ได้รับเลือกตั้งเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2558 โดยนาย Alexis Tsipras ได้รับชัยชนะจากการชูนโยบายคัดค้านการปฏิบัติตามมาตรการรัดเข็มขัดของ Troika ได้เจรจาต่อสัญญาเงินกู้ (ตามที่ได้สัญญาไว้กับประชาชนเมื่อครั้งหาเสียงในการเลือกตั้งทั่วไป) ซึ่งหมดอายุเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2558 (เดิมสัญญาเงินกู้หมดอายุลงเมื่อสิ้นเดือนธันวาคม 2557 และเนื่องจากกรีซยังไม่พร้อมที่จะออกจากโครงการเงินกู้เพราะยังไม่สามารถหารายได้เพียงพอที่จะบริหารประเทศและชำระหนี้ได้ จึงได้มีการขอต่ออายุสัญญาเงินกู้ออกไปอีก 2 เดือน) ออกไปอีก 4 เดือน คือเดือนมีนาคมจนถึงเดือนมิถุนายน 2558 โดยมีเงื่อนไขที่ Troika กำหนดให้กรีซจะต้องจัดทำรายละเอียดแผนปฏิรูปทางเศรษฐกิจที่จะนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม โดยต้องเสนอแผนปฏิรูปทางเศรษฐกิจที่มีการแจกแจงรายละเอียดถึงวิธีการหารายได้เพื่อให้เพียงพอจ่ายของรัฐบาล และเกินพอที่จะชำระหนี้จำนวนมหาศาลด้วย ในขณะที่ต้องลดรายจ่ายภาครัฐลงอีกเพื่อให้ Troika พิจารณาเห็นชอบเพื่อแลกกับการอนุมัติเบิกจ่ายเงินกู้ก่อนสุดท้าย จำนวน 7.2 พันล้านยูโร อย่างไรก็ตาม กรีซยังไม่สามารถจัดทำรายละเอียดแผนปฏิรูปทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งทำให้

Troika ผิดหวังเป็นอย่างมากและไม่สามารถอนุมัติเบิกจ่ายเงินกู้ก้อนสุดท้าย จำนวน 7.2 พันล้านยูโรให้แก่กรีซได้ จนกระทั่งสัญญาเงินกู้ได้สิ้นสุดลงเมื่อวันที่ 30 มิถุนายน 2558 ซึ่งทำให้กรีซไม่ได้เงินกู้ก้อนใหม่และไม่สามารถชำระเงินที่กู้ยืมมาเมื่อถึงกำหนดชำระตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 และงวดต่อไปได้จนในที่สุด รัฐบาลของกรีซต้องทำประชามติเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2558 เพื่อให้ประชาชนเลือกว่าจะยอมรับมาตรการรัดเข็มขัดของ Troika โดยตอบ YES หรือไม่ยอมรับซึ่งหมายถึงการเสี่ยงต่อการที่กรีซต้องออกจากยูโรโซน (ไม่ใช่เงินสกุลยูโรอีกต่อไป และกลับมาใช้เงินสกุลพื้นเมืองคือดรัมมา) โดยตอบ NO ซึ่งผลการลงประชามติที่ออกมาคือ ประชาชนร้อยละ 61 ตอบ NO และร้อยละ 39 ตอบ YES ซึ่งนายกรัฐมนตรีของกรีซหวังที่จะใช้ผลจากการทำประชามติดังกล่าวทำให้การเจรจาต่อรองกับกลุ่มประเทศเจ้าหนี้มีน้ำหนัก แต่เมื่อสถานการณ์บีบบังคับ ธุรกิจเดินต่อไปไม่ได้ ธนาคารต้องปิดลงเพราะขาดสภาพคล่อง ประชาชนเดือดร้อนแสนสาหัส รัฐบาลกรีซจึงต้องกลับมาตอบรับมาตรการของกลุ่มประเทศเจ้าหนี้อีกครั้ง จนในที่สุดกลุ่มประเทศเจ้าหนี้จึงต้องหารือกันอีกครั้งในเรื่องเงินกู้งวดสุดท้ายที่จะให้แก่กรีซ อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนเห็นว่า แม้ว่ากรีซจะได้รับเงินกู้งวดสุดท้าย และกรีซจะยังคงอยู่ในยูโรโซนต่อไป สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซก็ยังคงหนักหนาสาหัสอยู่ดีและกรีซก็จะมีเงินที่จะใช้หนี้ให้แก่กลุ่มประเทศเจ้าหนี้

1.1.7 สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซไม่เพียงแต่ส่งผลทำให้ฐานะทางเศรษฐกิจของประชาชนย่ำแย่ลง การใช้จ่ายของประชาชนฝืดเคืองขึ้นเนื่องจากประชาชนมีกำลังซื้อไม่มากเท่านั้น แต่ยังคงส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างไทยและกรีซถึงแม้ว่ามูลค่าการค้าระหว่างไทยและกรีซจะไม่มาก โดยไทยได้เปรียบดุลการค้ามาอย่างต่อเนื่อง และมีผลต่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซ

ตารางที่ 2 การค้าระหว่างไทยและกรีซในปี 2557

มูลค่า : ยูโร

การค้า	2553	2554	2555	2556	2557	% ป.ป.
1. ไทยส่งออก	164,415,490	124,428,383	104,326,303	95,603,348	106,833,317	11.75
2. ไทยนำเข้า	26,074,341	18,461,857	50,085,869	31,745,328	36,101,083	13.72
3. การค้ารวม	190,489,831	142,890,240	154,412,172	127,348,676	142,934,400	12.24
4. ดุลการค้า	138,341,149	105,966,526	54,240,434	63,858,020	70,732,234	10.76

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติกรีซ

1.1.8 นอกจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวแล้ว ปัจจัยด้านลักษณะนิสัยของคนกรีกที่เป็นอนุรักษนิยม (Conservative) ไม่ค่อยชอบทดลองอาหารของชนชาติอื่น ถ้าคนกรีกไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยชิมอาหารไทยมาก่อน ก็มักจะปฏิเสธที่จะทดลองเพราะคนกรีกมีความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ของอาหารของตน เนื่องจากตามประวัติศาสตร์ของกรีซ อาหารกรีกมีความเป็นมายาวนานมากกว่า 4,000 ปี ถือได้ว่าเป็นอาหารบุกเบิกอาหารชาติตะวันตก (Forerunner of Western cuisine) มีอิทธิพลแพร่หลายผ่านไปทางโรมันโบราณเข้าไปยังยุโรป¹ มีผลต่อการดำเนินโครงการดังกล่าวเช่นเดียวกัน

¹ แหล่งที่มา: www2.thaieurope.net/รายงานการวิเคราะห์ลักษณะ/

อย่างไรก็ดี สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ได้มองเห็นปัจจัยส่งเสริมการดำเนินโครงการดังกล่าว ในขณะที่เดียวกันเนื่องจากลักษณะของอาหารกรีกเน้นสีส้ม ประดับด้วยผักหลากหลายชนิดและเป็นอาหารสุขภาพจนได้ชื่อว่าเป็นอาหารที่ควบคุมน้ำหนัก (The healthy Mediterranean diet) อาทิ Greek salad Lentil soup ซุปมะนาวสไตล์กรีก Green salad ที่ปรุงด้วยน้ำมันมะกอก มะเขือเทศ และผักหลายชนิด และใช้เครื่องปรุงที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่นเดียวกับอาหารไทย อาทิ กระเทียม โหระพา หัวหอม สะระแหน่ พริก อบเชย (Cinnamon) ยี่ห่วย่า กานพลู ธัญพืช² เนื่องจากอาหารกรีกเป็นอาหารที่มีรสชาติจัดกว่าอาหารเมดิเตอร์เรเนียนอื่นๆ ซึ่งสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ มองเห็นว่า น่าจะเป็นจุดขายและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่อาหารไทยได้เป็นอย่างดี กอปรกับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ในฐานะหน่วยงานราชการจะต้องผลักดันนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมอาหารไทยโดยสนับสนุนให้คนไทยในกรีซที่เปิดร้านอาหารไทยอยู่แล้วมีลูกค้ามากขึ้น และให้ร้านอาหารกรีก และ/หรืออาหารเมดิเตอร์เรเนียนเพิ่มเมนูอาหารไทย หรือที่มีเมนูอาหารไทยอยู่แล้วให้มีมากขึ้นเพื่อให้อาหารไทยเป็นที่แพร่หลายในกรีซ ซึ่งจะเชื่อมโยงถึงการนำเข้าเครื่องปรุงอาหารและสินค้าอาหารไทยในกรีซเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลไปสู่การทำให้คนกรีกและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไปท่องเที่ยวในกรีซเลือกที่จะเดินทางไปพักผ่อนในประเทศไทยด้วย

1.1.9 ด้วยสภาพแวดล้อมและเหตุผลข้างต้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงได้ศึกษาและประเมินปัญหาที่เกิดขึ้น โดยกำหนดวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในสถานการณ์ที่ไม่ปกติเช่นนี้ด้วยการมุ่งที่จะทำให้คนกรีก “ตระหนักรู้ถึงความเป็นไทยและรับกระแสนิยมไทย” ก่อนเป็นอย่างน้อย เพื่อที่จะเป็นแรงกระตุ้นให้คนกรีก (รวมถึงคนต่างชาติที่พำนักอยู่ในกรีซและนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรีซ) ให้ความสนใจ หันมารับประทานอาหารไทยเป็นทางเลือกและนิยมอาหารไทยในที่สุด รวมทั้งรู้จักแหล่งท่องเที่ยว เอกลักษณะวัฒนธรรมของไทย และหาโอกาสเดินทางไปประเทศไทยมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศและนโยบายของรัฐบาล ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศในยุโรป ปี 2556-2560: กลุ่มประเทศที่ 2 (กลุ่มนอร์ดิก EFTA ยุโรปตะวันตก และยุโรปใต้) ทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน โดยเฉพาะการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเน้นการเป็นประตูการท่องเที่ยวสู่อาเซียน ยกกระดับภาพลักษณ์ประเทศสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวระดับกลางและบน และกลยุทธ์ทางด้านสังคม วัฒนธรรม ภาพลักษณ์ โดยเฉพาะการส่งเสริมกระแสนิยมไทยและภาพลักษณ์ที่ดีของไทยและให้ชุมชนไทยมีบทบาทมากขึ้น ทั้งนี้ การกำหนดยุทธศาสตร์ดังกล่าวเนื่องจากเห็นว่า ยุโรปอยู่ในช่วงที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ และวิกฤติทางเศรษฐกิจในยุโรปก็คือโอกาส และประเทศไทยควรเร่งใช้ประโยชน์จากนโยบาย “มุ่งเอเชีย” ของยุโรปเพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic objectives)³

² แหล่งที่มา : en.wikipedia.org/wiki/Greece_cuisine และ www.visitgreece.gr/en/gastronomy/regional_cuisine/local_flavours_of_the_greek_cuisine.

³ สำนักนโยบายและแผน กระทรวงการต่างประเทศ, แผนยุทธศาสตร์รายภูมิภาค พ.ศ. 2556-2560.

2) นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2557 ให้ปี 2558 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558” (2015 Discover THAINESS) คำว่า “THAINESS” มีความหมายถึง วัฒนธรรมไทย หรือ Thai Culture ซึ่งทุกสิ่งที่มีในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นคน ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย เป็นต้น ที่ถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่นหรือถูกปรับปรุงให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในปัจจุบันซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นแบบดั้งเดิม (Traditional) หรือแบบร่วมสมัย (Comtemporary) เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและแสดงเอกลักษณ์ของคุณสมบัติของคนไทยและเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมในฐานะที่ประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) ในปี 2015 ด้วย

3) นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of the World) โดยมุ่งดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อให้มีการขยายตัวของร้านอาหารไทยจำนวนมาก ซึ่งจะส่งผลดีต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย การส่งออกสินค้าอาหารและสินค้าอื่นๆ⁴

1.1.10 สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์หาวิธีการที่เหมาะสมกับสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจและลักษณะนิสัยและพฤติกรรมการรับประทานของคนกรีกในการดำเนินโครงการการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทย ซึ่งผลจากการศึกษาและวิเคราะห์หาวิธีการดำเนินการ พบว่า วิธีการที่เหมาะสมในการดำเนินการท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจในกรีซและได้ผลมากที่สุดมี 3 วิธี ได้แก่

1) การใช้วิธีเชิงรุกโดยการสร้างและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ กับหน่วยงานของรัฐ และภาคเอกชน ทั้งในเมืองหลวงและในต่างจังหวัด ที่มีศักยภาพเพื่อเชิญชวนให้ร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ในการดำเนินการกิจ

2) การเข้าร่วมในงานเทศกาล/กิจกรรมที่รัฐบาลของกรีซ/ภาคเอกชนจัดขึ้นทั้งในเมืองหลวงและในเมืองต่างๆ ที่มีศักยภาพ

3) การสาธิตวิธีการทำอาหารไทยโดยความร่วมมือกับบริษัท/ร้านขายสินค้าอาหารเอเชียและอาหารไทยในกรุงเอเธนส์

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ มีความมุ่งหวังให้กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักว่า แม้ว่าการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยในกรีซจะมีปัจจัยเกื้อหนุนทั้งจุดแข็ง โอกาส แต่ก็มีจุดอ่อน และความท้าทายอยู่ด้วย ซึ่งแตกต่างจากการดำเนินกิจกรรมในลักษณะเดียวกันของสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลใหญ่ไทยหลายแห่งในยุโรป

⁴ แหล่งที่มา: www.thaifoodtoworld.com/home/governmentpol.php.

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อให้กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซมีความเข้าใจและมองเห็นภาพของสภาพปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ให้ตรงกันยิ่งขึ้น

1.2.2 เพื่อเป็นข้อเสนอแนะให้กระทรวงการต่างประเทศ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมองเห็นโอกาส ช่องทาง และตระหนักถึงความต่อเนื่องในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในประเทศซึ่งอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติ คือ สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ อย่างเต็มที่เพื่อผลักดันให้อาหารไทยเป็นที่กล่าวถึงติดปากของคนกรีก รวมทั้งคนต่างชาติที่อยู่ในกรีซ และได้รับความนิยมนำไปหลายในกรีซต่อไป

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1 การค้นคว้าหาข้อมูลที่เป็นที่มาของสาเหตุของปัญหา สภาพปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจนับตั้งแต่กรีซเริ่มประสบปัญหาอย่างหนักตั้งแต่ปี 2552 จนกระทั่งเศรษฐกิจของกรีซตกต่ำสุดเข้าสู่ภาวะวิกฤติเมื่อปี 2554 รวมทั้งสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซในปัจจุบัน

1.3.2 วิธีการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่อาหารไทยในกรีซ และผลที่ได้รับ

1.4 วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

1.4.1 ในด้านวิธีการดำเนินการศึกษา ผู้เขียนจะทำการศึกษา ประมวล และวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงานของกรีซและของไทย รวมทั้งภาคเอกชนของกรีซ โดยใช้วิธีการอธิบายเชิงพรรณนาถึงภาพรวมของสภาพเศรษฐกิจของกรีซ มูลเหตุที่มาของการเกิดปัญหาเศรษฐกิจของกรีซจนนำมาสู่สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้า การลงทุนระหว่างไทย-กรีซ รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวกรีซที่เดินทางมาไทยโดยมีเอกสารแสดงภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจของกรีซ เอกสารแสดงมูลค่าการค้า การลงทุนระหว่างไทยและกรีซ และเอกสารแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวกรีซที่เดินทางมาไทยเปรียบเทียบในช่วงปี 2556-2557 นอกจากนี้ ผู้เขียนจะนำประสบการณ์โดยตรงจากการที่ผู้เขียนปฏิบัติราชการอยู่ที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ และได้รับมอบหมายจากเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ให้ทำหน้าที่ดูแลรับผิดชอบงานด้านการเมืองเศรษฐกิจ โครงการส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทย (รวมถึงการท่องเที่ยว) ในกรีซ และประเทศในเขตอาณานิคม (เซอร์เบีย และมอลตา) ซึ่งทำให้ผู้เขียนต้องดูแลติดตามการดำเนินงานดังกล่าวตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงสิ้นสุดโครงการ

1.4.2 ในส่วนของระเบียบวิธีการศึกษา ผู้เขียนเลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อนำมาหาวิธีการที่เหมาะสมในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์

1.5 ประโยชน์ของการศึกษา

1.5.1 เพื่อให้กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมองเห็นภาพของปัญหาเป็นภาพเดียวกัน

1.5.2 เพื่อเป็นแนวความคิดในการจัดทำกลยุทธ์ของการดำเนินยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศต่อยุโรป โดยเฉพาะกับกรีซและประเทศที่ประสบปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างหนักหน่วงและคาดว่าจะต้องใช้ระยะเวลาอันยาวนานที่รัฐบาลของประเทศนั้นจะแก้ไขปัญหาได้

บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ ซึ่งถือว่าเป็นสถานการณ์ที่ไม่ปกติ นั้น ผู้เขียนได้นำแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์วิธี SWOT (SWOT Analysis) มาใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 ความหมายของแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์วิธี SWOT



ภาพที่ 1 แผนภาพของ SWOT⁵

ความหมายของการวิเคราะห์วิธี SWOT Analysis คือเป็นการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงาน คำว่า SWOT ย่อมาจาก ประเด็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ ได้แก่ S-Strength (จุดแข็ง) W-Weakness (จุดอ่อน) O-Opportunity (โอกาส) และ T-Threat (อุปสรรค) ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดยอัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ได้นำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในช่วงทศวรรษที่ 1960-1970 หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์ โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายใน และสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ ในการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารในอุตสาหกรรม

⁵ แหล่งที่มา: en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis.

นั้นๆ ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของตน ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อไป สำหรับความหมายและคำจำกัดความของการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นมีดังต่อไปนี้

2.1.1 จุดแข็ง (Strength)

หมายถึง สภาพแวดล้อมภายใน คือ ผลกระทบทางด้านบวกที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของบริษัทหรือเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในบริษัทที่สามารถกระทำได้ดี กล่าวโดยทั่วไปแล้ว ธุรกิจทุกแห่งควรต้องทราบถึงความสามารถที่เป็นจุดเด่นของตนเอง ซึ่งต้องมีการพิจารณาในทุกๆ องค์ประกอบ เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน การผลิต การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็งเพื่อนำมากำหนดเป็น กลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานต่างๆ ให้ตนเอง มีความโดดเด่นหรือสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ตัวอย่างของจุดแข็ง ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัท วิสัยทัศน์ ของผู้บริหาร ฐานะทางการเงินที่มั่นคง เป็นต้น

2.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

คือ ผลกระทบทางด้านลบที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของบริษัทหรือข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจหรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในบริษัทที่ไม่สามารถกระทำได้ดี และส่งผลให้บริษัทเกิดความเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจได้ ตัวอย่างของจุดอ่อน ได้แก่ ต้นทุนทางการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง ปัญหาด้านพนักงานขาย ภาพลักษณ์ของบริษัท เป็นต้น

2.1.3 โอกาส (Opportunity)

หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงผลกระทบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจที่ส่งผลทาง ด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารจะต้องมีการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายนอกอยู่เสมอเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมทั้งต้องคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และการแข่งขันอยู่เป็นระยะๆ เพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้

2.1.4 อุปสรรค (Threat)

หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามหรือมีผลเสียต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึง ผลกระทบด้านลบของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องระมัดระวังในสิ่งที่เป็นข้อจำกัดของ การดำเนินธุรกิจเนื่องจาก เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลเสียหายได้ เราไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อจำกัดหรืออุปสรรคเพื่อไม่ให้ เกิดขึ้นได้ แต่ถ้าเรามีการวิเคราะห์และคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เราก็จะสามารถหาทางป้องกันผลเสียที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลงไปได้ ตัวอย่างของอุปสรรคจากภายนอก ได้แก่ ภัยธรรมชาติต่างๆ ความแข็งแกร่งของคู่แข่ง ต้นทุนทางพลังงาน ที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT จะช่วยให้เข้าใจได้ว่าปัจจัยแต่ละอย่างเหล่านี้มีอิทธิพลต่อบริษัทอย่างไร จุดแข็งของบริษัทจะเป็นความสามารถภายในที่นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจทำลายผลการดำเนินงาน โอกาส

ภายนอกจะเป็นสถานการณ์ที่ส่งเสริมโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย และในทางกลับกันเป็นอุปสรรคจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมาย⁶

สรุปได้ว่า ข้อดีของการวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญขั้นแรกของการวางแผนดำเนินงานเนื่องจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ในทฤษฎีนี้จะทำให้เรามองเห็นทั้งภาพรวม ข้อดี ข้อเสียต่างๆ ขององค์กร และทราบถึงโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินงานตามแผนงานทำให้การกำหนดเป้าหมาย และวิธีการดำเนินงานเป็นไปได้อย่างเหมาะสมที่สุด

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือเนื้อเรื่องในรายงานของผู้เขียน นั้น จากการตรวจสอบรายงานส่วนบุคคลของผู้เข้ารับการอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 1-6 แล้ว ยังไม่พบว่า มีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือเนื้อเรื่องในรายงานของผู้เขียนโดยตรง อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบรายงาน/บทวิเคราะห์ของหน่วยงานอื่นๆ พบว่า มีการเขียนเรื่องอาหารไทยสู่ครัวโลกเพื่อส่งเสริมให้อาหารไทยเป็นอาหารที่คนทั่วโลกรู้จักและแนวทางการพัฒนาอาหารไทยตลอดจนปัญหาของผู้ประกอบการอาหารไทย พ่อครัวไทย ฯลฯ อาทิ

2.3.1 เอกสารศึกษาเฉพาะกรณีเรื่อง อาหารจากไทยก้าวไกลสู่ครัวโลก โดยสถาบันจิตวิทยาความมั่นคง ปี 2545 ซึ่งเป็นการศึกษาอุตสาหกรรมอาหารตามโครงสร้างการผลิตไม่รวมอาหารสัตว์ โดยเน้นศึกษาแนวทางในการผลักดันให้อาหารไทยเป็นอาหารที่คนทั่วโลกรู้จัก รวมทั้งเพื่อศึกษาถึงการส่งเสริมให้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดและมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น

2.3.2 การพัฒนาศูนย์กลางโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ณ นครลอสแอนเจลิส โดย พรจิต สมบัติพานิช คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปี 2548 ซึ่งเป็นการวิจัยเรื่องการพัฒนาศูนย์กลาง (hub) โครงการ “ครัวไทยสู่โลก” ณ นครลอสแอนเจลิส โดยกำหนดวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาและวิเคราะห์ถึงลักษณะและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับโครงการไว้ 2 กรอบ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยและผู้บริโภคชาวต่างประเทศที่บริโภคอาหารไทยที่อยู่ในนครลอสแอนเจลิสและเมืองบริเวณรอบ

2.3.3 การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดย ทศนีย์ ลิ้มสุวรรณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปี 2548 ซึ่งเป็นงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติต่อการบริการอาหารไทยในจังหวัดท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรค แนวทางการพัฒนาศักยภาพอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวและแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

⁶ แหล่งที่มา: [www.dip.go.th,Portals/0/AEC/SWOT](http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT) ของอุตสาหกรรมรายสาขา.pdf.

บทที่ 3 ผลการศึกษา

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 1 ว่า เนื่องจากที่ผ่านมามาอาหารไทยไม่ค่อยเป็นที่นิยมและแพร่หลายในหมู่คนกรีก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ จึงได้ศึกษาหาสาเหตุว่าเป็นเพราะเหตุใดอาหารไทยจึงไม่เป็นที่นิยมในกรีซ และได้ศึกษาหาวิธีการส่งเสริมอาหารไทยให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ซึ่งการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ของกรีซให้ดีเนื่องจากเป็นการดำเนินการท่ามกลางวิกฤติทางเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ของกรีซ ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ใช้วิธีการในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซให้เหมาะสมกับสถานการณ์มากที่สุด และต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อที่อย่างน้อยคนกรีกจะได้ “ตระหนักรู้ถึงความเป็นไทย และรับกระแสนิยมไทย” ตามยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศและนโยบายของรัฐบาล ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการต่างประเทศในยุโรป ปี 2556-2560 : กลยุทธ์กลุ่มประเทศที่ 2 (กลุ่มนอร์ดิก EFTA ยุโรปตะวันตก และยุโรปใต้)

2. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้ปี 2558 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558” หรือ “2015 Discover THAINESS” ซึ่งอาหารไทยเป็น 1 ใน 7 สิ่งที่มีคุณค่าของความเป็นไทยที่จะต้องส่งเสริม ซึ่งได้แก่ ศิลปะไทย (Thai Arts) วิถีชีวิตไทย (Thai Way of Life) ภูมิปัญญาของคนไทย (Thai Wisdom) เทศกาลและการละเล่นไทย (Thai Festivity) การนวดแผนไทยและอบสมุนไพรไทย (Thai Wellness) และกิจกรรมเพื่อความสนุก (Thai Fun)

3. นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก คือ การส่งเสริมภาพลักษณ์อัตลักษณ์ครัวไทยสู่ครัวโลก และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด โดยใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ ความรู้ด้านอาหารไทยที่มีคุณสมบัติที่ดี มีคุณภาพ และคุณค่าทางโภชนาการอย่างต่อเนื่อง⁷

เพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจขั้นตอนในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงผลของการดำเนินการ ผู้เขียนจึงขอกล่าวถึงขั้นตอนของการดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

3.1 ขั้นตอนที่ 1 การค้นคว้าหาข้อมูล

ผู้เขียนได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงานทั้งของกรีซและของไทย เว็บไซต์ต่างๆ เกี่ยวข้อง รวมทั้งจากประสบการณ์ที่พบด้วยตนเองในเรื่องข้อมูลของร้านอาหาร ร้านขายของชำและขายสินค้าอาหารเอเชียและอาหารไทยในกรีซ โดยผู้เขียนได้ศึกษาและวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ

⁷ แหล่งที่มา: www.oae.go.th/download/Government_policies/Strategy_Workshop_Series4.pdf.

ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่เห็นว่ามีผลทั้งต่อการส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทยทั้งในทางบวกและทางลบ เพื่อสร้าง “ความตระหนักรู้ถึงความเป็นไทย และรับกระแสนิยมไทย” ในหมู่คนกรีก ดังนี้

3.1.1 การหาข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาของอาหารกรีก

ผู้เขียนได้ทำการค้นคว้าหาข้อมูลด้านประวัติศาสตร์ความเป็นมาของอาหารกรีก และพบว่า คนกรีกมีความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ของอาหารกรีกเนื่องจากตามประวัติศาสตร์ของ กรีซ อาหารกรีกมีตำนานความเป็นมายาวนานกว่า 4,000 ปี เรียกได้ว่าเป็นอาหารบุกเบิกอาหารชาติ ตะวันตก (Forerunner of Western cuisine) อาหารกรีกแผ่อิทธิพลเข้าไปในยุคโรมันโบราณไปสู่ ยุโรปและเข้าสู่ประชาชนที่มีเชื้อชาติหลากหลายในยุโรป ที่เป็นต้นนี้เนื่องมาจากกรีซมีความสำคัญเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางการค้าในยุคโรมัน คนกรีกมีโอกาสดำเนินค้ากับคนหลากหลายเชื้อชาติและ วัฒนธรรม เส้นทางการค้าในยุคโรมันซึ่งไม่เพียงแต่นำวัฒนธรรมที่หลากหลายมาสู่สังคมกรีกโบราณ เท่านั้น แต่ยังนำความรู้เรื่องสินค้าโภคภัณฑ์มาสู่คนกรีก โดยเฉพาะเครื่องเทศซึ่งเป็นสินค้าหลักใน เส้นทางการค้ายุคโรมัน ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ได้มีอิทธิพลต่ออาหารกรีกอย่างมาก เห็นได้จากอาหาร กรีกประกอบไปด้วยเครื่องเทศมากมายมาจากที่ต่างๆ ของโลก เช่น ใบสะระแหน่ กระเทียม ใบ โหระพา อบเชย เป็นต้น

ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของกรีซ ได้มีการค้นพบหนังสือแนะนำการ ประกอบอาหาร (Cook book) ของ Archestratos กวีชาวกรีกซึ่งเขียนขึ้นเมื่อ 320 ปีก่อนคริสตกาล และนับเป็นหนังสือประกอบอาหารฉบับแรกในประวัติศาสตร์ อาหารกรีกโบราณมีส่วนผสมเครื่องปรุง แบบประหยัดประกอบด้วยข้าวสาลี น้ำมันมะกอก และเหล้าองุ่น โดยทั่วไปแทบไม่มีการนำเนื้อสัตว์ (เนื้อแดง) มาประกอบอาหาร แต่พบว่าคนกรีกได้นำปลาประกอบอาหารต่างๆ ไป ซึ่งมีลักษณะเป็น อาหารประเภทควบคุมน้ำหนักและได้รับความนิยมอย่างมากในสมัยอาณาจักรโรมันและอาณาจักร ออตโตมัน (Ottoman Empire) อาหารกรีกโบราณหลายชนิดเป็นส่วนหนึ่งของอาหารที่ประกอบตาม ประเพณีนิยมในสมัยอาณาจักรออตโตมัน และบางชนิดเป็นที่นิยมก่อนสมัยอาณาจักรออตโตมัน นอกจากนี้ อาหารกรีกหลายชนิดยังมีรากฐานมาจากอาหารเปอร์เซีย ด้วยเหตุผลของความ ภาคภูมิใจของคนกรีกดังกล่าวทำให้คนกรีกไม่ค่อยชอบทดลองอาหารของชนชาติอื่น กล่าวคือ ถ้าคน กรีกไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยชิมอาหารไทยมาก่อน ก็มักจะปฏิเสธที่จะทดลองรับประทานแตกต่างจากคน ชาติยุโรปอื่นๆ ที่มักจะลองชิมอาหารไทยเมื่อได้รับการแนะนำ หรือทดลองชิมด้วยตนเอง

3.1.2 การหาข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบและเครื่องปรุงในการประกอบอาหารกรีก

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่า อาหารกรีกมีส่วนประกอบด้วยผักหลากหลายชนิดและ เป็นอาหารสุขภาพจนได้ชื่อว่าเป็นอาหารที่ควบคุมน้ำหนัก (The healthy Mediterranean diet) และใช้เครื่องปรุงที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อร่างกายคล้ายคลึงกับ อาหารไทยเพื่อเพิ่มรสชาติเช่นเดียวกับอาหารไทย เช่น กระเทียม โหระพา หัวหอม สารระเหย พริก อบเชย ยี่ห่วย กานพลู เป็นต้น อาหารกรีกจึงได้ชื่อว่ามีรสชาติจัดกว่าอาหารเมดิเตอร์เรเนียนอื่นๆ

ผู้เขียนเห็นว่า การนำคุณสมบัติของอาหารกรีกมาเป็นพื้นฐานในการส่งเสริมประชา สัมพันธ์และเผยแพร่อาหารไทยให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในหมู่คนกรีก น่าจะเป็นปัจจัย สนับสนุนการดำเนินการกิจดังกล่าวของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ได้เป็นอย่างดี เนื่องมาจากอาหารกรีกมีส่วนประกอบของเครื่องเทศที่มีคุณสมบัติเป็นสมุนไพรคล้ายคลึงกับอาหารไทย

ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงต้องโฆษณาคุณสมบัติประโยชน์ของเครื่องเทศที่มีคุณสมบัติเป็นสมุนไพรซึ่งเป็นส่วนประกอบของอาหารไทยเช่นเดียวกันว่า ส่วนประกอบของอาหารไทยมิได้แตกต่างไปจากอาหารกรีกเท่าใด การบริโภคอาหารไทยมีคุณสมบัติต่อสุขภาพเช่นเดียวกับอาหารกรีก และการประกอบอาหารไทยในกรีซก็ไม่ยากอย่างที่คิดเนื่องจากคนกรีกสามารถหาซื้อเครื่องเทศที่มีคุณสมบัติเป็นสมุนไพรได้ง่ายเพราะมีขายตามร้านขายของชำและร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหลายแห่งในกรีซ และผักที่ใช้ในการทำอาหารไทยบางชนิดก็สามารถปลูกได้ในกรีซเนื่องจากสภาพอากาศของกรีซไม่หนาวหรือร้อนเกินไปมีอุณหภูมิเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผักบางชนิด เช่น ตะไคร้ สารระเหย โหระพา พริก เป็นต้น เพื่อโน้มน้าวให้คนกรีกหันมาทดลองประกอบอาหารไทยรับประทาน และโดยที่กรีซเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปท่องเที่ยวที่กรีซเป็นจำนวนมาก (จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในกรีซตลอดทั้งปี ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงธันวาคม 2014 มีจำนวนทั้งสิ้น 24,272,400 คน⁸) ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงต้องดำเนินการส่งเสริมอาหารไทยและประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในกรีซเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวกรีกและชาวต่างชาติเดินทางไปท่องเที่ยวในไทยตามนโยบายให้ปี 2558 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย 2558”

3.1.3 การหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารไทย/ร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียและอาหารไทย

จากการสำรวจร้านอาหารไทย และร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียและอาหารไทย ผู้เขียนพบว่า ในกรีซมีร้านอาหารไทยในกรีซที่มีรสชาติไทยแท้เพียง 1 ร้าน ดำเนินกิจการโดยคนกรีกซึ่งมีภริยาเป็นคนไทย ชื่อ “ร้านเรือนไทย” เปิดดำเนินกิจการมาตั้งแต่ปี 2543 โดยภริยาของเจ้าของร้านซึ่งเป็นคนไทยเป็นผู้ลงมือประกอบอาหารด้วยตนเอง และมีผู้ช่วยแม่ครัวเป็นคนไทย มีพนักงานเสริฟคนไทยเป็นผู้หญิงไทยที่แต่งงานกับคนกรีก ร้านเรือนไทยตั้งอยู่ในบริเวณท่าเรือ Piraeus ซึ่งเป็นท่าเรือที่ใหญ่ที่สุดตั้งอยู่ที่กรุงเอเธนส์ ดังนั้น ลูกค้าส่วนใหญ่จึงเป็นคนกรีกและคนต่างชาติที่ประกอบธุรกิจการค้าในบริเวณรอบ/ไม่ไกลจากท่าเรือ Piraeus ลูกเรือชาวฟิลิปปินส์ที่ทำงานบนเรือเดินสมุทรหรือที่เรียกกันว่า เรือสำราญ (Cruise) ที่นำนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปเยือนกรีซซึ่งมักจะนิยมไปรับประทานอาหารที่ร้านเรือนไทยเมื่อเรือแวะจอดพักที่ท่าเรือและรอเดินทางต่อไปยังประเทศอื่นๆ (เนื่องจากอาหารไทยที่ขายที่ร้านเรือนไทยมีราคาไม่แพง) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เคยรับประทานอาหารไทยหรือเคยเดินทางมาไทย หรือไม่เคยเดินทางมาไทยแต่อยากทดลองรับประทานอาหารไทย และยังมีร้านอาหารที่ขายอาหารไทยและอาหารของชาติอื่นด้วยอีก 1 ร้านที่ชื่อ ร้าน Royal Thai ซึ่งมีเจ้าของเป็นคนฟิลิปปินส์ ก็มีลูกค้าคนกรีกและคนต่างชาติที่ทำงานอยู่ในกรุงเอเธนส์ รวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางไปรับประทานเช่นกัน สำหรับราคาอาหารของร้านเรือนไทยและร้าน Royal Thai แตกต่างกันไม่มากโดยร้านเรือนไทยมีราคาถูกกว่า แต่การตกแต่งร้านของร้าน Royal Thai จะหรูหรากว่าและมีพื้นที่กว้างขวางกว่าร้านเรือนไทย นอกจากนั้น ยังมีร้านอาหารที่มีเจ้าของเป็นคนกรีก และขายอาหารกรีก อาหารเมดิเตอร์เรเนียน และมีเมนูอาหารไทยบางประเภทรวมอยู่ด้วยแต่มีรสชาติไม่เป็นไทยแท้ อีก 2 แห่ง ที่เปิดกิจการอยู่ในกรุงเอเธนส์ และที่

⁸ แหล่งที่มา: www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE

เกาะ Mikonos ซึ่งเป็นเกาะที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวแต่ก็เป็นการเปิดร้านเฉพาะในช่วงที่เป็นฤดูร้อนและเป็นฤดูท่องเที่ยวของกรีซ คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายนของทุกปี และหลังจากฤดูร้อนผ่านพ้นไป ทางร้านจะปิดกิจการชั่วคราว และเจ้าของร้านรวมทั้งพนักงานในร้านก็จะกลับภูมิลำเนาของตน ทั้งนี้ เนื่องจากเมื่อถึงฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ลมจะพัดแรงมาก สายการบินภายในประเทศ รวมทั้งเรือโดยสารประจำที่แล่นระหว่างแผ่นดินกับเกาะจะลดจำนวนเที่ยวลง เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวยกเว้นประชาชนที่อาศัยอยู่บนเกาะเท่านั้น

ผู้เขียนเห็นว่า แม้ว่าร้านอาหารไทยจะยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายในกรีซ แต่ก็เห็นความเป็นไปได้และปัจจัยที่จะส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทยให้เป็นที่แพร่หลายมากกว่านี้ เนื่องจากมีร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียซึ่งจำหน่ายสินค้าอาหารไทยด้วยโดยเฉพาะในกรุงเอเธนส์อยู่มากมายหลายร้าน โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านขายของชำจะเป็นคนกรีกที่แต่งงานกับคนชาติเอเชีย คนกรีกที่เคยเดินทางไปเอเชีย และชาวเอเชียที่อยู่ในกรุงเอเธนส์ซึ่งมีจำนวนมากพอสมควร โดยเฉพาะคนฟิลิปปินส์ ซึ่งมีจำนวนมากกว่า 15,000 คน ที่ทำงานเป็นแม่บ้าน ผู้ดูแลผู้สูงอายุ เด็ก และแต่งงานกับคนกรีก นอกเหนือจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวในกรีซดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.1.4 การหาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะอุปนิสัยของคนกรีกที่มีความคล้ายคลึงกับคนเอเชีย

จากการศึกษาลักษณะอุปนิสัยของคนกรีก ผู้เขียนพบว่า คนกรีกมีลักษณะอุปนิสัยร่าเริง ชอบสนุกสนาน ชอบสุบสุพรี้ เต้นรำ ต้มไวน์ โดยเฉพาะกรีกไวน์ (การหมักไวน์ของกรีซมีมานานนับพันปีมาแล้ว) สุราสีชาที่เรียกว่า Ouzo และ Mastika ซึ่งเป็นเครื่องดื่มพื้นเมืองที่มีแอลกอฮอล์ การทำงานของคนกรีกค่อนข้างเฉื่อยชา ทำงานค่อนข้างไม่เป็นระบบซึ่งแตกต่างจากคนในประเทศยุโรปอื่นๆ การทำงานที่ไม่เป็นระบบและล่าช้าของคนกรีกจึงเป็นที่มาของการคอร์รัปชันอย่างกว้างขวาง ซึ่งลักษณะอุปนิสัยของคนกรีกดังที่ได้กล่าวข้างต้นมีความคล้ายคลึงกับคนเอเชีย อย่างไรก็ตาม คนกรีกมีความภาคภูมิใจในประเทศของตนที่เป็นต้นกำเนิดของระบอบประชาธิปไตย นักปราชญ์ที่เป็นที่ยอมรับของโลก และประวัติศาสตร์อารยธรรมอันยาวนานของประเทศ

3.1.5 การหาข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์อย่างคุ้มค่า

โดยที่เห็นว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ นั้น ไม่จำเป็นต้องดำเนินการแต่เฉพาะในกรุงเอเธนส์ แต่น่าจะดำเนินการในต่างจังหวัดและที่เกาะต่างๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีเป็นจำนวนมาก โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ จะต้องเลือกจังหวัดและเกาะที่เห็นว่า เมื่อดำเนินการแล้วจะได้ผลตอบแทนที่ดีและคุ้มค่า ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงเลือกจังหวัดและเกาะที่มีศักยภาพเพียงพอ เช่น จังหวัดและเกาะที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จังหวัดและเกาะที่มีมีความพร้อมที่จะให้ความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ จังหวัดและเกาะที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารและวัฒนธรรมประจำปี เช่น เกาะ Rhodes ซึ่งเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 3 อยู่ในทะเลเอเจียน (Aegean sea) ทางตอนใต้ของกรีซ มีระยะทางไม่ห่างไกลจากตุรกี เกาะ Lefkada ซึ่งเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับ 4 ตั้งอยู่ในทะเลไอโอเนียน (Ionian sea) อยู่ทางทิศตะวันตกของกรีซ เกาะ Samos ซึ่งเป็นเกาะที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 9 และอยู่ใน

ทะเล เอเจียน เกาะ Santorini เกาะ Mikonos ซึ่งเป็นเกาะที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งยุโรป และเอเชีย อาทิ จีน เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น

3.2 ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎี

ผู้เขียนได้นำข้อมูลดังกล่าวข้างต้นมาดำเนินการวิเคราะห์โดยนำแนวคิดและทฤษฎีวิธี SWOT (SWOT Analysis) มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส มากำหนดวิธีการในการดำเนินการก่อนที่จะลงมือดำเนินการ ทั้งนี้ ผู้เขียนเห็นว่า แม้จะได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธี SWOT ก่อนลงมือดำเนินการแล้ว แต่ก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จะต้องทำการติดตาม ตรวจสอบอย่างใกล้ชิดเป็นระยะตามเวลาที่เห็นควรเพื่อให้การดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทันท่วงการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและประเมินสถานการณ์ได้ล่วงหน้า

การวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT แบ่งออกเป็น การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่นำมาซึ่งการสนับสนุนการดำเนินการ หรือนำมาซึ่งอุปสรรคและความท้าทายต่อการดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ คือ โอกาส และอุปสรรค ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน ผู้เขียนได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้วยวิธี SWOT ดังนี้

1) จุดแข็งของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ โดยกล่าวถึงบุคคลที่ดำรงตำแหน่งสูงสุดในสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ คือ เอกอัครราชทูต ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและกำหนดกลยุทธ์ที่ชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม และความสามารถของบุคลากรต่างๆ ที่ดูแลรับผิดชอบ และปฏิบัติงานในสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แก่ ข้าราชการ และลูกจ้างท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูตฯ

2) จุดอ่อนที่เกิดจากทั้งข้อจำกัดของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ โดยกล่าวถึงจำนวนบุคลากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ การไม่มีสำนักงานของหน่วยงานราชการอื่นของไทย/หน่วยงานไทยประจำที่กรีซ ภาษากรีก/งบประมาณอันจำกัด

ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมีดังนี้

3) โอกาส โดยกล่าวถึงความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างไทยและกรีซ การที่กรีซเป็นประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญในยุโรปของนักท่องเที่ยว เนื่องจากกรีซมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย และเป็นแหล่งอารยธรรมที่สำคัญของโลกแห่งหนึ่ง เป็นต้นกำเนิดของระบอบประชาธิปไตย และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน ลักษณะนิสัยที่ร่าเริงชอบสนุกและมีสีสันของคนกรีก ลักษณะและเครื่องปรุงอาหารกรีก ความกระตือรือร้นในการให้ความร่วมมือของหน่วยงานของรัฐและเอกชนของกรีซ การบูรณาการในการทำงานระหว่างสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ กับหน่วยงานราชการ/หน่วยงานของไทยในต่างประเทศที่ดูแลรับผิดชอบงานที่ครอบคลุมกรีซ

4) อุปสรรค โดยกล่าวถึงสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มของสินค้าบริโภคและบริการ และความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์เรื่องอาหารกรีก ลักษณะอุปนิสัยในการบริโภคอาหารของคนกรีก

เพื่อความชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น ผู้เขียนจึงขอนำเสนอตารางวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

ตารางที่ 3 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	
Strengths (จุดแข็ง)	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลยุทธ์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ชัดเจนและสามารถนำมาปฏิบัติได้ ซึ่งเอกอัครราชทูตคนปัจจุบัน (นายจุมพล มนัสช่วง) ได้มีวิสัยทัศน์ในการกำหนดกลยุทธ์สำหรับการดำเนินภารกิจในกรีซในช่วงสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจเพื่อให้รองรับยุทธศาสตร์กระทรวงการต่างประเทศและนโยบายของรัฐบาล โดยมองว่า ในสภาพเศรษฐกิจที่แสนสาหัสเช่นนี้ ทำให้คนกรีกต้องหมกมุ่นอยู่แต่เรื่องปากท้องของตน และไม่คิดที่จะสนใจเรื่องของคนชาติอื่น โดยเอกอัครราชทูตฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทยว่า การดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในสถานการณ์เช่นนี้ก็เพื่อรักษาพื้นที่ของไทยในกรีซโดยให้อาหารไทยเป็นที่คุ้นเคยและไม่ห่างหายไปจากสายตาคอนกรีก กล่าวคือ เพื่อให้คนกรีกยังคงตระหนักถึงความเป็นไทยและรับกระแสนิยมไทย 2. การดำเนินในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เอกอัครราชทูตฯ ได้สั่งการให้ข้าราชการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมประจำปีของกรุงเอเธนส์และของจังหวัดที่มีศักยภาพเพื่อที่เอกอัครราชทูตฯ จะได้เข้าพบเพื่อทำความรู้จักและหารือกับเจ้าหน้าที่ระดับสูงของหน่วยงานของรัฐและผู้บริหารของภาคเอกชนทั้งในเมืองหลวงและในต่างจังหวัดเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทย โดยก่อนที่จะดำเนินการสถานเอกอัครราชทูตฯ จะพิจารณาศักยภาพของจังหวัดและเกาะจากความสำคัญและความมีชื่อเสียงของจังหวัดและเกาะ จำนวนประชากรในจังหวัดและเกาะว่า มีศักยภาพมากพอและคุ้มค่ากับการดำเนินการหรือไม่เนื่องจากสถานเอกอัครราชทูตฯ ต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพิ่มขึ้น ทำให้ที่ตั้งและระยะทาง 3. การมอบหมายงานและแบ่งภาระหน้าที่ที่ชัดเจนของข้าราชการสถานเอกอัครราชทูตฯ และลูกจ้างท้องถิ่นอย่างชัดเจน โดยเอกอัครราชทูตฯ ได้กำหนดให้มีการประชุมหารือเพื่อเตรียมดำเนินงาน และซักซ้อมความเข้าใจของข้าราชการและลูกจ้างท้องถิ่นเป็นระยะๆ ล่วงหน้าก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานทุกครั้ง 4. ความสามารถและความขยันขันแข็งของข้าราชการในการดำเนินการ 5. ความสมัคสมานสามัคคีของลูกจ้างท้องถิ่นอยู่ในระดับที่ดีมากและมีความเกื้อกูลซึ่งกันและกันซึ่งคุณสมบัติที่ดีเช่นนี้มีส่วนช่วยในการปฏิบัติงานของ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	
	<p>สถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างมาก ทั้งนี้ เนื่องจากลูกจ้างท้องถิ่นส่วนใหญ่ (จำนวน 5 คน เป็นคนไทย 1 คน) ทำงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ มายาวนานหลายปีจนใกล้เกษียณอายุ (ยกเว้นพนักงานขับรถส่วนกลาง 1 คน ซึ่งเพิ่งเข้าทำงานได้ 3 ปี แต่ก็มี ความตั้งใจยืนยันขันแข็งในการปฏิบัติหน้าที่เป็นอย่างดี)</p>
Weaknesses (จุดอ่อน)	<ol style="list-style-type: none"> บุคลากรมีจำนวนจำกัด (ข้าราชการรวมเอกอัครราชทูตฯ มี 5 คน ลูกจ้างท้องถิ่นมีทั้งหมด 7 คน เป็นเสมียนที่มีทักษะและความชำนาญด้านเอกสาร 3 คน (ในจำนวนนี้ทำงานช่วยฝ่ายกงสุล 1 คน) พนักงานขับรถ 3 คน และพนักงานทำความสะอาด 1 คน) ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ จำเป็นต้องแบ่งภารกิจให้ประจำอยู่ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างน้อย 3 คน คือ พนักงานฝ่ายกงสุล พนักงานขับรถ และพนักงานทำความสะอาด เนื่องจากการดำเนินโครงการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการนอกเมืองหลวงซึ่งใช้เวลาในการดำเนินการอย่างน้อย (รวมเวลาเดินทาง) 3 วัน หรือแม้แต่ในเมืองหลวงก็ต้องแบ่งให้ข้าราชการและลูกจ้างท้องถิ่นอยู่ปฏิบัติงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ส่วนข้าราชการ จะต้องอยู่ปฏิบัติหน้าที่อย่างน้อย 2 คน คือ อัครราชทูตที่ปรึกษา และกงสุล การขาดความรู้เรื่องภาษากรีกที่สามารถใช้งานได้ แม้ว่าการติดต่อประสานงานอย่างเป็นทางการระหว่างสถานเอกอัครราชทูตฯ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งของรัฐและเอกชนของกรีซจะใช้ภาษาอังกฤษ เป็นภาษาทางการ แต่การใช้ภาษากรีกก็มีความจำเป็นอยู่โดยเฉพาะในการพูดคุย เชิญชวนให้ประชาชนกรีกโดยทั่วไป (ส่วนใหญ่จะรู้แต่ภาษากรีก) ให้ความสนใจ และแนะนำการประกอบอาหารไทยและเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น จึงต้องอาศัยลูกจ้างท้องถิ่นเท่านั้นในการสื่อสารกับประชาชนกรีกซึ่งขึ้นอยู่กับการใช้ภาษาและการอธิบายความหมายของลูกจ้างท้องถิ่นที่ตรงตามความประสงค์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างแท้จริง งบประมาณที่จำกัด เนื่องจากเป็นการดำเนินการนอกสถานที่นอกเหนือจากการดำเนินการในกรุงเอเธนส์ จึงมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เบี้ยเลี้ยง ที่พัก ในขณะที่หน่วยงานที่จัดสรรงบประมาณ มักจะมองว่า กรีซเป็นประเทศเล็ก ไม่สำคัญเท่าหลายประเทศในยุโรป ไม่ค่อยมีบทบาทและอำนาจต่อรองทางการเมืองและเศรษฐกิจในฐานะที่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงอาจไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณมากนัก โดยที่ผ่านมางบประมาณในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยจะถูกลดลงจากจำนวนที่สถานเอกอัครราชทูตฯ เสนอขอตั้ง เช่น เมื่อปี 2557 งบประมาณของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินการกิจดังกล่าวถูกลดลงครึ่งหนึ่งเป็น 120,000 บาท จากที่ขอตั้งไว้ 240,000 บาท ซึ่งเรื่องนี้สถานเอกอัครราชทูตฯ เห็นว่า หากไทยไม่ตอกย้ำในเรื่องอาหารไทย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	
	และความเป็นไทย ไทยก็อาจสูญเสียความนิยมไทยได้ไม่ยากนัก
Opportunities (โอกาส)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความกระตือรือร้นในการให้ความร่วมมือของหน่วยงานของรัฐและเอกชนของกรีซทั้งในกรุงเอเธนส์ และในต่างจังหวัดกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทย โดยหน่วยงานของกรีซได้ตอบรับให้ความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในทันทีทุกครั้งที่เอกอัครราชทูตฯ พบหารือกับเจ้าหน้าที่ระดับสูงของกรีซ 2. การบูรณาการที่ดีระหว่างสถานเอกอัครราชทูตฯ และสำนักงานผู้แทนของหน่วยราชการอื่นและหน่วยงานของไทยในต่างประเทศที่ดูแลรับผิดชอบภารกิจที่เกี่ยวข้องในกรีซ ได้แก่ สำนักงานการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโรม สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ กรุงโรม สำนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ประจำกรุงโรม สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ กรุงบูคาเรสต์ ประเทศโรมาเนีย ซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลกลุ่มประเทศบอลข่าน (โรมาเนีย บัลแกเรีย เซอร์เบีย มอนเตเนโกร มอลโดวา มาซิโดเนีย และอัลบาเนีย (Tourism Authority of Thailand (Balkan Representative Office) ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ มีภารกิจครอบคลุมประเทศเซอร์เบียและมอลตาด้วย 3. ความคล้ายคลึงของส่วนประกอบและเครื่องปรุงของอาหารไทยและอาหารกรีก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อร่างกายอีกทั้งส่วนประกอบของอาหารหลายชนิด อาทิ ใบโหระพา ตะไคร้ ใบสะระแหน่ ก็สามารถปลูกได้ในกรีซ ส่วนสมุนไพรชนิดอื่นๆ ที่ใช้ในการประกอบอาหารกรีก ก็หาซื้อได้ง่ายในกรีซเช่นกัน 4. ทักษะที่ดีของคนกรีกที่มีต่อคนไทยและคนเอเชีย เนื่องจากกรีซและไทยมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมาโดยตลอด (ไทยและกรีซสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2501) และในภาพรวมคนกรีกจะกล่าวถึงประเทศไทยในทางบวกโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว 5. ลักษณะอุปนิสัยของคนกรีกที่คล้ายคลึงกับคนเอเชีย คนกรีกมีนิสัย ร่าเริง ชอบสนุกสนาน มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ทำงานซ้ำไม่ค่อยเป็นระบบคล้ายคลึงกับคนเอเชีย จึงมีความเข้าใจคนเอเชีย อีกทั้งในทุกโอกาสที่เอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าเยี่ยมคารวะบุคคลระดับสูงของกรีซและ/หรือพบหารือกับเจ้าหน้าที่ระดับสูงและ/หรือผู้บริหารภาคเอกชนของกรีซ มักจะได้รับฟังการกล่าวขานถึงเรื่องความคล้ายคลึงกันกับชาวเอเชียในเรื่องอุปนิสัยใจคอทุกครั้ง 6. การมีคนเอเชียพำนักอาศัยอยู่ในกรีซจำนวนมากพอที่จะช่วยผลักดันการบริโภคอาหารไทยได้ ซึ่งหมายถึง เมื่อสถานเอกอัครราชทูตฯ ดำเนินการส่งเสริมอาหารไทยแล้ว ก็จะมีลูกค้าชาวเอเชียในจำนวนที่มากพอที่จะคุ้นเคยกับการรับประทานอาหารไทยได้ 7. การที่กรีซเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปยังกรีซเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุน

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	
	การส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทยได้
Threats (อุปสรรค)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซอันย่ำแย่ที่ยังไม่มีแนวโน้มจะยุติลงในอนาคตอันใกล้เนื่องจากกรีซไม่มีเงินพอที่จะใช้หนี้แก่ประเทศเจ้าหนี้ที่อยู่ได้ 2. ความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ของอาหารกรีกของคนกรีก กล่าวคือ คนกรีกมีความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ของอาหารกรีก ส่งผลให้คนกรีกไม่ชอบทดลองรับประทานอาหารของชาติอื่นถ้าไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยชิมอาหารไทยมาก่อน 3. อัตราภาษีมูลค่าเพิ่มสูง โดยเฉพาะสินค้าบริโภคและบริการ ได้แก่ อาหารในร้านอาหารและบริการในร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม มีอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มสูงถึง 23% ซึ่งสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในยุโรป

3.3 ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจ

เอกอัครราชทูตฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ โดยมีหลักการว่า ในขณะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยในงาน ส่งเสริมอาหารไทย สถานเอกอัครราชทูตฯ จะดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เอกลักษณ์ของประเทศไทยไปพร้อมกันด้วยโดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวไทย ศิลปะ วัฒนธรรมไทย และเผยแพร่ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูป ซึ่งวางขายอยู่ในร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียและไทยซึ่งมีอยู่มากมายหลายร้านในกรีซไปด้วย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยเชิญชวนให้คนกรีกและคนต่างชาติที่เดินทางไปกรีซหาโอกาสไปท่องเที่ยวในไทยให้มากขึ้น และผลักดันให้มีการนำเข้าสินค้าอาหารไทย รวมทั้งสินค้าไทยโดยผู้บริษัผู้นำเข้าของกรีซให้มากขึ้นเพื่อวางจำหน่ายในร้านขายของชำหรือตามซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ทั้งนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เลือกติดต่อกับบริษัท/ร้านขายสินค้าอาหารเอเชียและอาหารไทยที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั้งคนเอเชียและคนกรีกในกรุงเอเธนส์ ให้นำผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารสำเร็จรูปของไทยและสินค้าอาหารไทย อาทิ ข้าวหอมมะลิ เส้นก๊วยเตี๋ยวของไทยไปแสดงและจำหน่ายในงานร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แก่ บริษัท Cardinal S.A. ซึ่งนำเข้าสินค้าอาหารเอเชียและอาหารไทย และวางจำหน่ายในร้านขายของชำของบริษัทฯ ชื่อ Wok Shop และร้านขายของชำชื่อ La Tienda ซึ่งจำหน่ายสินค้าอาหารเอเชียและไทยแทบทุกประเภท ซึ่งทั้งสองร้านได้ให้ความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นอย่างดีทุกครั้งโดยทั้งสองฝ่ายได้รับประโยชน์ กล่าวคือ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับประโยชน์จากการมีผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูป และวัตถุดิบที่เกี่ยวกับอาหาร สินค้าไทยไปแสดงและจำหน่าย ในขณะที่บริษัท/ร้านขายของชำก็ได้รับประโยชน์จากการที่มีผู้ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูป และสินค้าไทยมากขึ้น และได้ลูกค้าประจำมากขึ้น เห็นได้จากทุกครั้งที่ร้านขายของชำทั้งสองร้านนำสินค้าอาหารไทยมาจำหน่ายในงานส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทยที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัดขึ้น สินค้าที่นำมาจะหมดทุกครั้ง

ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เลือกใช้วิธีการที่เห็นว่าเหมาะสมกับสถานการณ์ที่ไม่ปกติเช่นนี้ โดยในขั้นนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ใช้ 3 วิธี ในการดำเนินการดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 1 คือ 1) การใช้วิธีเชิงรุกโดยการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนทั้งในเมืองหลวงและในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพ 2) การเข้าร่วมในงานเทศกาลของกรีซทั้งที่จัดในเมืองหลวงและในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพ และ 3) การสาธิตวิธีการทำอาหารโดยร่วมมือกับบริษัท/ร้านขายสินค้าอาหารเอเชียและไทยในกรุงเอเธนส์ สรุปได้ดังนี้

3.3.1 การใช้วิธีเชิงรุกโดยการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชนทั้งในเมืองหลวงและในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพ

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ได้ใช้วิธีเชิงรุกในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทย โดยเอกอัครราชทูตฯ ได้กำหนดกลยุทธ์ไว้อย่างชัดเจน โดยตั้งเป้าหมายเพื่อให้อาหารไทยเป็นที่คุ้นเคยและไม่ห่างหายไปจากสายตาและความทรงจำของคนกรีก และเพื่อกระตุ้นให้คนกรีกรวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไปเที่ยวที่กรีซ หาโอกาสเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยด้วย

วิธีดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว เริ่มจากการที่เอกอัครราชทูตฯ เข้าพบเพื่อทำความรู้จักและหารือกับเจ้าหน้าที่ระดับสูงของหน่วยงานของรัฐและผู้บริหารของภาคเอกชนทั้งในเมืองหลวงและในต่างจังหวัดเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทยและประเทศไทยซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยและกรีซให้ใกล้ชิดกัน ในขณะเดียวกัน สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ติดต่อกับบริษัท Cardinal S.A. ซึ่งมีเจ้าของเป็นคนกรีก และเป็นบริษัทที่นำเข้าสินค้าอาหารเอเชียและไทยและวางจำหน่ายในร้านขายของชำของบริษัทฯ ชื่อว่า Wok Shop และร้านขายของชำชื่อ La Tienda เพื่อนำผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปและสินค้าไทยไปแสดงและจำหน่าย พร้อมทั้งติดต่อประสานงานกับสำนักงานการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโรม สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ กรุงโรม และสำนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ประจำกรุงโรม เพื่อขอความร่วมมือในการสนับสนุนเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวไทย สินค้าหัตถกรรมของไทย โปสเตอร์ ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าไทยเพื่อนำไปเผยแพร่ในงาน ซึ่งหน่วยงานในต่างประเทศดังกล่าวได้ให้ความร่วมมือจัดส่งไปให้สถานเอกอัครราชทูตฯ แทบทุกครั้ง นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดแปลตำราการทำอาหารไทยเป็นภาษากรีกและภาษาอังกฤษเพื่อเผยแพร่ด้วย

โครงการที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ดำเนินการในช่วงวาระการดำรงตำแหน่งของเอกอัครราชทูตฯ คนปัจจุบัน (นายจุมพล มั่นส่วง) โดยใช้วิธีการ 3 วิธี มีดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยที่เกาะ Rhodes เกาะ Rhodes เป็นเกาะที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 4 อยู่ในทะเลเอเจียน (Aegean sea) ทางตอนใต้ของกรีซ มีระยะทางไม่ห่างไกลจากตุรกี เกาะ Rhodes เป็นเกาะที่มีศักยภาพและมีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เนื่องจากได้รับอารยธรรมในยุคอาณาจักรออตโตมันซึ่งปกครองกรีซมาร่วม 400 ปี โดยเอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าพบเพื่อทำความรู้จักกับนาย Fotis Hatzidiakos นายกเทศมนตรีของเมือง Rhodes และหารือเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่เมือง Rhodes จะร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินโครงการแนะนำอาหารไทยและ

ประเทศไทยให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ที่เกาะ และนักท่องเที่ยวต่างชาติได้รู้จัก ซึ่งนายกเทศมนตรีของเมือง Rhodes ได้ตอบรับให้ความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในทันทีพร้อมทั้งเสนอที่จะจัดหาสถานที่จัดงาน โดยได้จัดสถานที่ที่สวนสาธารณะ Rodini ในเมือง Rhodes อุปกรณ์เครื่องทำครัวพื้นฐาน วัตถุดิบพื้นฐานที่หาได้จากบนเกาะและในบริเวณใกล้เคียง และอำนวยความสะดวกให้กับสถานเอกอัครราชทูตฯ ตลอดงานโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และดำเนินการเชิญชวนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เข้าร่วมงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ อาทิ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น นักธุรกิจในพื้นที่ท้องถิ่น พ่อครัวผู้ประกอบการร้านอาหารที่เกาะ Rhodes ซึ่งแสดงให้เห็นว่า วิธีการเข้าพบเพื่อแนะนำตัวกับนายกเทศมนตรีของเมือง Rhodes ของเอกอัครราชทูตฯ ประสบความสำเร็จอย่างมาก

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยที่เมือง Rhodes เมื่อวันที่ 7 มิถุนายน 2558 โดยเอกอัครราชทูตฯ และภริยา ได้นำ แม่ครัวของสถานเอกอัครราชทูตฯ และข้าราชการที่ปฏิบัติงานด้านโครงการรวมทั้งลูกจ้างท้องถิ่นที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ช่วยงานด้านโครงการเดินทางไปจัดงานดังกล่าว ซึ่งในพิธีเปิดงาน มีเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นระดับสูงและภาคเอกชนให้เกียรติเข้าร่วมงาน ได้แก่ นาย Fotis Haziadiakos นายกเทศมนตรีของเมือง Rhodes รองนายกเทศมนตรี อัยการ ผู้กำกับตำรวจของเมือง Rhodes กงสุลกิตติมศักดิ์อังกฤษและออสเตรียประจำเมือง Rhodes นักธุรกิจสาขาต่างๆ ผู้ประกอบการร้านอาหารต่างๆ ประชาชนและนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วน จำนวนประมาณ 300 คน ให้ความสนใจเข้าร่วมงาน ในงานดังกล่าวสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แสดงการปรุงอาหารและเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมงานชมและชิมอาหารไทย ซึ่งได้แก่ ผัดเผ็ดน้ำมันหอย แกงมัสมั่นเนื้อ ผัดหมูเปรี้ยวหวาน ข้าวผัดสับปะรด ผัดไทย ข้าวหอมมะลิ ส่วนของหวานคือผลไม้กระป๋อง ได้แก่ เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมงานทราบว่า อาหารไทยมีส่วนประกอบของผัก เครื่องเทศที่เป็นสมุนไพรหลายชนิดเช่นเดียวกับอาหารกรีก และส่วนประกอบดังกล่าวสามารถหาซื้อได้ง่ายตามร้านขายของชำและสินค้าเอเชียและไทย และซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีอยู่ทั่วไป ดังนั้น คนกรีกจึงสามารถประกอบอาหารไทยได้ด้วยตนเอง พร้อมกันนั้นสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แจกตำราอาหารไทยซึ่งจัดพิมพ์เป็นภาษากรีกและภาษาอังกฤษให้แก่ผู้เข้าร่วมงานด้วย และได้ติดตั้งโปสเตอร์ส่งเสริมอาหาร การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทยและมวยไทยในบริเวณงาน พร้อมทั้งแจกเอกสารเผยแพร่ประเทศไทยให้ผู้เข้าร่วมงานและเชิญชวนให้หาโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไทย และเปิดเพลงไทยเพื่อสร้างบรรยากาศของความเป็นไทยภายในงาน เพื่อผ่อนคลายด้วยเสียงเพลงในขณะที่ผู้เข้าร่วมชมและชิมอาหารไทยภายในสวน นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ด้วยความร่วมมือจากร้านขายของชำชื่อ Wok shop ได้วางผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปและจำหน่ายซึ่งมีผู้ซื้อจำนวนมากให้ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยและสินค้าไทย

2) การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยที่เกาะ Lefkada เกาะ Lefkada ตั้งอยู่ในทะเลไอโอเนียน (Ionian sea) อยู่ทางทิศตะวันตกของกรีซ มีประชากรจำนวนประมาณ 23,000 คน เป็นเกาะที่มีคนกรีกและนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวนมากในระดับหนึ่งเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ก่อปรกับเมือง Lefkas ได้จัดงานเทศกาลวัฒนธรรมนานาชาติประจำปีซึ่งประชาชนที่อาศัยอยู่ที่เกาะให้ความสำคัญและตั้งตารอคอยด้วยศักยภาพของเกาะดังกล่าว เอกอัครราชทูตฯ จึงได้เข้าพบเพื่อทำความรู้จักและหารือกับ

นาย Drakontaidis Costas นายกเทศมนตรีของเมือง Lefkas ของเกาะ Lefkada และนาย Arvanitis Spyros ผู้อำนวยการศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas เกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่เมือง Lefkas จะร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินโครงการแนะนำอาหารไทยและประเทศไทยให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ที่เกาะ Lefkada และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะ Lefkada ได้รู้จัก ซึ่งนายกเทศมนตรีของเมือง Lefkas ได้ตอบรับให้ความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในทันทีและเสนอที่จะอำนวยความสะดวกจัดหาสถานที่จัดงาน โดยได้จัดสถานที่ให้แก่สถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas เนื่องจากเห็นว่า สถานเอกอัครราชทูตฯ กับเกาะ Lefkada น่าจะร่วมมือกันได้ดีในหลายด้านนอกเหนือจากอาหารไทย อาทิ ด้านวัฒนธรรม เนื่องจากไทยมีมรดกทางวัฒนธรรมมากมายที่ทรงคุณค่า อาทิ ศิลปะการรำรำ การแสดงทางวัฒนธรรม และการเผยแพร่ประเพณีของไทย รวมทั้งเชิญหน่วยงานท้องถิ่นและประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าร่วมงานดังกล่าว

ทั้งนี้ ในอดีตสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เคยเข้าร่วมงานเทศกาลวัฒนธรรมนานาชาติประจำปีของเกาะ Lefkada ชื่อว่า The Lefkas International Folklor Festival (การจัดงานเทศกาลดังกล่าวมีมาเนิ่นนานแล้วโดยเทศบาลเมือง Lefkas ได้เริ่มจัดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2505) มีคณะนักแสดงทางวัฒนธรรมจากประเทศต่างๆ เข้าร่วมเป็นจำนวนมากประมาณ 150 คณะ งานเทศกาลดังกล่าวมีความสำคัญและความหมายสำหรับประชาชนที่อาศัยอยู่ที่เกาะ Lefkada ซึ่งเมื่อครั้งที่ยังมีสำนักงานการบินไทยเปิดทำการอยู่ที่กรุงเอเธนส์ (แต่สำนักงานฯ ได้ปิดทำการเมื่อปี 2555) สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดคณะนักแสดงทางวัฒนธรรมโดยได้รับความร่วมมือจากสำนักงานการบินไทยฯ เข้าร่วมงาน 4 ครั้ง เมื่อปี 2526 ปี 2542 ปี 2544 และปี 2550 งานเทศกาลดังกล่าวจัดขึ้นในสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนสิงหาคมของทุกปี และในโอกาสการพบหารือกับนายกเทศมนตรีของเมือง Lefkas ดังกล่าว นาย Arvanitis Spyros ผู้อำนวยการศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas ได้นำเอกอัครราชทูตฯ เยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas ซึ่งภายในอาคารได้มีการจัดแสดงภาพถ่าย ชุดประจำชาติ ชุดพื้นเมือง เครื่องดนตรีประจำชาติของไทยที่คณะนักแสดงของไทยนำไปแสดงและมอบให้ศูนย์วัฒนธรรมเก็บรักษาไว้ภายหลังจากเสร็จสิ้นการแสดงด้วย



ภาพที่ 2 ภาพถ่ายการแสดงฟ้อนรำไทย ชุดพื้นเมืองของไทย หัตถกรรมไทยที่คณะนักแสดงของไทยนำมาแสดงและมอบไว้ให้ศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยที่เมือง Lefkas ระหว่างวันที่ 26-30 กันยายน 2557 โดยเอกอัครราชทูตฯ และภริยา ได้นำแม่ครัวของสถานเอกอัครราชทูตฯ และข้าราชการที่ปฏิบัติงานด้านโครงการ รวมทั้งลูกจ้างท้องถิ่นที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ช่วยงานด้านโครงการไปจัดงานดังกล่าว ซึ่งในพิธีเปิดงาน มีนาย Drakontaidis Costas นายกเทศมนตรีของเมือง Lefkas ของเกาะ Lefkada รองนายกเทศมนตรีของเมือง Lefkas นาย Arvanitis Spyros ผู้อำนวยการศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas เจ้าหน้าที่เทศบาล และหน่วยงานอื่นๆ ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม นักธุรกิจ และประชาชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งเดินทางไปท่องเที่ยวที่เกาะ Lefkada ในช่วงดังกล่าวซึ่งยังอยู่ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (ฤดูร้อน) ของกรีซ เข้าร่วมงาน

ในงานดังกล่าว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้นำอาหารไทยไปแสดงในงาน พร้อมทั้งสาธิตการประกอบอาหารโดยแม่ครัวของสถานเอกอัครราชทูตฯ และเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมได้ทดลองชิม ได้แก่ แกงมัสมั่นเนื้อ ผัดเผ็ดน้ำมันหอย ผัดไทย ข้าวผัดสับปะรดใส่ไก่ ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์กับไก่ ข้าวหอมมะลิ ส่วนของหวาน ได้แก่ ผลไม้พื้นเมืองสด ผลไม้กระป๋อง เช่น เงาะ ลิ้นจี่ ลำไย พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมงานทราบว่า อาหารไทยมีส่วนประกอบของผัก เครื่องเทศที่เป็นสมุนไพรหลายชนิดเช่นเดียวกับอาหารกรีก และสามารถหาซื้อได้ง่ายตามร้านขายของชำและสินค้าเอเชียและไทย และซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีอยู่ทั่วไป ดังนั้น คนกรีกจึงสามารถประกอบอาหารไทยได้เอง พร้อมกันนั้นสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แจกตำราอาหารไทยซึ่งได้จัดพิมพ์เป็นภาษากรีกและภาษาอังกฤษให้แก่ผู้เข้าร่วมงานด้วย และได้ติดตั้งโปสเตอร์ส่งเสริมอาหาร การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย และมวยไทยในบริเวณงาน พร้อมทั้งแจกเอกสารเผยแพร่ประเทศไทย ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยทางด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มวยไทย ให้ผู้เข้าร่วมงานและเชิญชวนให้หาโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งเปิดเพลงไทยเพื่อสร้างบรรยากาศของความเป็นไทยภายในงาน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานประมาณเกือบ 300 คน นอกจากนั้น ในงานดังกล่าว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดให้มีการเล่นเกมตอบคำถามเกี่ยวกับประเทศไทย เช่น ชื่อสกุลเงินไทย ศาสนาประจำชาติ สถานที่ที่มีชื่อเสียงของไทย ประเทศเพื่อนบ้านของไทยมีประเทศใดบ้าง โดยมีของรางวัลสำหรับผู้ตอบคำถามถูกต้องเป็นผ้าพันคอไหมไทย เสื้อเชิร์ต และเสื้อใส่ถักทำจากผ้าพื้นเมืองของไทย ซึ่งมีผู้เข้าร่วมสนใจเข้าเล่นเกมกับสถานเอกอัครราชทูตฯ จำนวนมาก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย นอกจากนี้ ด้วยความร่วมมือจากร้านขายของชำชื่อ Wok shop ทางร้านได้วางผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปและจำหน่ายซึ่งมีผู้ซื้อจำนวนมากให้ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยและสินค้าไทยเพื่อไปลองรับประทาน

3.3.2 การเข้าร่วมในงานเทศกาลของกรีซทั้งที่จัดในเมืองหลวงและในต่างจังหวัด

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ได้เข้าร่วมงานเทศกาลสำคัญประจำปีต่างๆ ที่จัดขึ้นที่กรุงเอเธนส์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเข้าร่วมงานเทศกาลในลักษณะนี้จะสามารถดึงดูดประชาชนทั่วไปให้เข้าชมและสั่งซื้ออาหารไทยและผลิตภัณฑ์สินค้าไทยได้อย่างกว้างขวางและบรรลุผลสำเร็จได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดแสดงอาหารไทยให้ผู้เข้าชมได้ทดลองชิมและซื้ออาหารไทย พร้อมทั้งสาธิตวิธีการทำอาหารไทยประเภทต่างๆ ที่คนต่างชาติสามารถทำรับประทานเองได้ โดยได้ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงคุณสมบัติของ

เครื่องเทศที่เป็นสมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบของอาหารไทยเช่นเดียวกับอาหารกรีก และคนกรีกสามารถประกอบอาหารไทยได้เองในบ้าน เนื่องจากสามารถหาซื้อวัตถุดิบได้ง่ายจากร้านขายของชำและผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารสำเร็จรูปในกรุงเอเธนส์ นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท/ร้านขายของชำเพื่อนำผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปไปวางในงานเพื่อจำหน่ายด้วย ดังนี้

1) การเข้าร่วมงาน North Aegean Flavors ที่เกาะ Samos งาน North Aegean Flavors เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่มีชื่อว่า Cultural Exhibition and Gastronomy Presentation ของกรีซซึ่งจัดโดยสำนักงานภูมิภาค เอเจียนตอนเหนือ (North Aegean Region) ที่เกาะ Samos ซึ่งเป็น 1 ใน 10 เกาะของภูมิภาค เอเจียนตอนเหนือและเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของกรีซ โดยเฉพาะทางด้านประวัติศาสตร์ของกรีซ เนื่องจากเกาะ Samos เป็นบ้านเกิดของ Pythagoras ผู้ได้รับการขนานนามว่าเป็นนักคณิตศาสตร์ผู้ยิ่งใหญ่ (The Great mathematician) Aristarchos ผู้ได้รับการขนานนามว่าเป็นนักดาราศาสตร์ที่มีชื่อเสียง (The well known astronomist) และ Epikouros ผู้ได้รับการขนานนามว่าเป็นนักปรัชญาผู้โด่งดังของกรีซ และนาย Themistoklis Sofoulis อดีตนายกรัฐมนตรีของกรีซ ในช่วงปี 1920 Manolis Kalomoiris นักดนตรีและ นักประพันธ์เพลงที่มีชื่อเสียงของกรีซ นอกจากนี้ เกาะ Samos ยังได้รับการขนานนามว่า เป็นกระดุกสันหลังด้านการค้าขายของกรีซ และเคยปกครองตนเองในฐานะรัฐ (State) เมื่อปี 1835 และมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่เป็นมรดกโลกและสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งของกรีซด้วย

งาน North Aegean Flavors จัดขึ้นระหว่างวันที่ 2-5 กรกฎาคม 2558 โดยสำนักงานภูมิภาคเอเจียนตอนเหนือได้เชิญคณะทูตต่างประเทศประจำกรีซเข้าร่วมด้วย โดยมีผู้ว่าการภูมิภาคเอเจียนตอนเหนือ (Governor of North Aegean region) ทำพิธีเปิดงาน ในงานดังกล่าวมีประชาชนเข้าร่วมงานวันละ 200-300 คน โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดแสดงอาหารไทยและจำหน่ายอาหารไทย อาทิ ผัดไทย ขนมเบื้อง ปอเปี๊ยะทอด ข้าวผัด พร้อมทั้งสาธิตวิธีทำอาหารไทยและแจกตำราอาหารไทยซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดพิมพ์เป็นภาษากรีกและภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยและสินค้าไทยที่นำมาจากร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียละอาหารไทยด้วย ทั้งนี้ อาหารไทยที่ขายดีเป็นที่ชื่นชอบของคนกรีกและนักท่องเที่ยวต่างชาติเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผัดไทย ปอเปี๊ยะทอด และขนมเบื้อง นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังได้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยทางการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทย อีกด้วย ทั้งนี้ ก่อนงานสิ้นสุด ได้มีประชาชนที่เข้าร่วมงานจำนวนมากเข้ามาจับมือแสดงความยินดีกับเอกอัครราชทูตฯ และกล่าวชมที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้นำอาหารไทยที่มีสีสันและมีรสชาติอร่อยเข้าร่วมงาน

2) การเข้าร่วมงาน The International Gastronomy Forum ที่กรุงเอเธนส์ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าร่วมงาน The International Gastronomy Forum ซึ่งจัดขึ้นที่กรุงเอเธนส์ โดยสมาคมพ่อครัวของกรีซ (The Hellenic Chef Association) เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2557 และวันที่ 7 มิถุนายน 2558 งานดังกล่าวเป็นงานแสดงอาหารท้องถิ่น และอาหารนานาชาติประจำปีของกรุงเอเธนส์ ซึ่งจัดขึ้นภายใต้งานนิทรรศการ HORECA (ย่อมาจาก Hotel-Restaurant-Cafe) เพื่อให้ผู้ที่อยู่ในวงการอาหาร ได้แก่ ผู้ประกอบอาหารในภัตตาคาร /ร้านอาหาร/โรงแรม/ร้าน

ขายกาแฟ (คนกรีกแทบทุกคนมีพฤติกรรมชอบใช้เวลาร่วมชั่วโมงหรือนานกว่านี้ในการนั่งดื่มกาแฟ เพื่อฆ่าเวลาตามร้านกาแฟและขนมหวานซึ่งมีอยู่ทั่วไปในกรีซ) และประชาชนที่เข้าร่วมงานได้เข้าชมและชิมอาหารกรีกและอาหารนานาชาติ พร้อมทั้งเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหาร เครื่องมือเครื่องใช้ในครัว เครื่องชงกาแฟและชา ฯลฯ โดยมีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากประมาณ 1,000 คน ในงานดังกล่าว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดแสดงอาหารไทย อาทิ ขนมปังหน้าหมู ทอดมัน ผัดไทย และขนมไทย อาทิ กระทงทอง ช่อม่วง หยกมณี และสาธิตวิธีการทำอาหารไทย พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปและสินค้าไทยในงานซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียและไทยชื่อ La Tienda นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังได้แจกตำราอาหารไทยซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดพิมพ์เป็นภาษากรีกและภาษาอังกฤษ และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยทางด้านการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทยและมวยไทย ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้เข้าชม

3) การเข้าร่วมงาน The International Christmas Bazaar ที่กรุงเอเธนส์ งาน The International Christmas Bazaar จัดขึ้นในวันเสาร์และอาทิตย์ก่อนถึงวันคริสต์มาสของทุกปีที่ศูนย์แสดงนิทรรศการ ที่กรุงเอเธนส์ มีสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลต่างประเทศประจำกรีซ องค์กรของกรีซ ร้านค้า นำอาหารและสินค้ามาจำหน่ายในงาน ในงานดังกล่าว มีประชาชนนับพันคนเข้าร่วมงานในช่วง 2 วัน ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ เข้าร่วมทุกปี โดยเมื่อวันที่ 20-21 ธันวาคม 2557 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้นำอาหารไทยไปแสดงและจำหน่าย อาทิ ผัดมะเขือยาว ไข่พะโล้ พะแนงเนื้อ ผัดไทย และวางผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปและสินค้าไทย อาทิ ผ้าไหมไทย เน็คไทผ้าไหมไทย เพื่อจำหน่ายซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียและไทยชื่อ La Tienda ทั้งนี้ สินค้าเครื่องปรุงอาหารไทยที่ขายดี ได้แก่ ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้ไทย และข้าวหอมมะลิ ในขณะเดียวกัน สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยทางด้านการท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี มวยไทย และตกแต่งร้านด้วยโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยด้วย

4) การเข้าร่วมงาน The International Food Festival ที่กรุงเอเธนส์ งาน The International Food Festival เป็นงานการกุศลที่จัดขึ้นที่กรุงเอเธนส์เพื่อหารายได้ให้กับองค์กรการกุศลของกรีซซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเงินไปช่วยเหลือ เลี้ยงดู และสนับสนุนการศึกษาให้แก่เด็กกำพร้าและเด็กด้อยโอกาสในกรีซ และทุกปี มีประชาชนเข้าร่วมงานกว่า 1,000 คน และมีการเก็บค่าบัตรผ่านประตู โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าร่วมงานเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2558 โดยจัดจำหน่ายอาหารไทย อาทิ ทอดมัน ผัดไทย เปาะเปี๊ยะ ขนมปังหน้าหมู และผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยสำเร็จรูปเพื่อนำรายได้มอบให้องค์กรการกุศลของกรีซเพื่อนำไปช่วยเหลือเด็กกำพร้าในกรีซต่อไป โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากร้านขายของชำและสินค้าอาหารเอเชียและไทยชื่อ La Tienda ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมในงานซื้ออาหารไทยและสินค้าอาหารสำเร็จรูปในงานด้วย

5) การเข้าร่วมงาน The International Food Fair ที่กรุงเอเธนส์เป็นงานแสดงอาหารที่จัดขึ้นเพื่อให้สำนักงานผู้แทนต่างประเทศประจำกรีซ และสมาคม องค์กร เอกชนของกรีซ ได้แสดงและจำหน่ายอาหารของประเทศตนและอาหารกรีก เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2557 เพื่อนำรายได้สมทบทุนการกุศลของกรีซ โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดแสดงและจำหน่ายอาหารไทยในงาน

ดังกล่าว อาทิ ผัดไทย ขนมปังหน้าหมู ขนมเบื้อง แต่ไม่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยและสินค้าไทย ในงานดังกล่าวมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 1,000 คน

นอกจากนั้น ยังมีเทศกาลการแสดงทางวัฒนธรรมประจำปีซึ่งจัดขึ้นที่กรุงเอเธนส์ ชื่อว่า งาน Earthdancers Athens Festival ซึ่งเป็นงานแสดงเต้นรำพื้นเมือง และการแสดงดนตรีพื้นเมืองของประเทศต่างๆ ที่จัดขึ้นในช่วงสัปดาห์สุดท้ายของเดือนสิงหาคมของทุกปี โดยมีคณบดีนักแสดงจากต่างประเทศ (ผ่านการติดต่อประสานงานจากสำนักงานผู้แทนต่างประเทศในกรีซ) เข้าร่วมงาน อย่างไรก็ตาม สถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่ได้เข้าร่วมงานดังกล่าวเนื่องจากสถานเอกอัครราชทูตฯ จะต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยในการจัดส่งคณบดีนักแสดงทางวัฒนธรรมไปแสดง ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เคยรายงานให้กระทรวงการต่างประเทศทราบและพิจารณาเมื่อครั้งที่เอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าพบทำความเข้าใจและหารือกับนายกเทศมนตรีเมือง Lefkas และผู้อำนวยการศูนย์วัฒนธรรมของเมือง Lefkas ที่เกาะ Lefkada เรื่องการส่งคณบดีนักแสดงไปแสดงในงานเทศกาลประจำปี The Lefkas International Folklor Festival ที่เกาะ Lefkada โดยคณบดีนักแสดงดังกล่าวสามารถเดินทางต่อไปยังกรุงเอเธนส์เพื่อแสดงในงาน Earthdancers Athens Festival ซึ่งจัดในช่วงเวลาที่ต่อเนื่องกันเพื่อความคุ้มค่าในการจัดส่งคณบดีนักแสดงทางวัฒนธรรมของไทยไปแสดงได้ 2 งานในช่วงเวลาใกล้เคียงเดียวกัน ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่ได้คำตอบในเรื่องดังกล่าว อย่างไรก็ตาม สถานเอกอัครราชทูตฯ เห็นว่า หากไทยส่งคณบดีนักแสดงทางวัฒนธรรมเข้าร่วมงาน Earthdancers Athens Festival เมื่อใด สถานเอกอัครราชทูตฯ ก็จะใช้ออกาสในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในงานเทศกาลดังกล่าวด้วย



ภาพที่ 3 การประชาสัมพันธ์งาน Earthdancers Athens Festival

3.3.3 การสาธิตวิธีการทำอาหารไทย

1) สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ร่วมมือกับบริษัท Cardinal S.A. ซึ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยและสินค้าไทยในการจัดการสาธิตวิธีการทำอาหารไทยให้ผู้เข้าชมได้ชิมอาหารไทย 2 ครั้งๆ ละ 1 วัน เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ และเมษายน 2558 (ทั้งนี้ ความร่วมมือดังกล่าวขึ้นอยู่กับความพร้อมและโอกาสที่จะอำนวยแก่ทั้งสองฝ่าย) โดยทางบริษัท Cardinal S.A. เป็นผู้จัดหาสถานที่แสดงการสาธิตวิธีการทำอาหารไทยให้แก่สถานเอกอัครราชทูตฯ และประชาสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้าของบริษัทฯ ผู้ประกอบการด้านอาหาร และเครือข่ายของบริษัทฯ เข้าชมและชิมในงานซึ่งในโอกาสดังกล่าว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยด้วย ซึ่งมีผู้เข้าชมและชิมได้ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารไทยและสินค้าไทยประมาณ 150 คน

2) เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2558 ภริยาของเอกอัครราชทูตฯ (นางปัทมา มั่นส่วง) ในฐานะสมาชิก Women's International Club of Athens (WIC) ซึ่งเป็นสโมสรสำหรับภริยาคณะทูตานุทูตต่างประเทศประจำกรีซในการพบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของประเทศของตน โดยมีภริยาของคณกรีกที่อยู่ในสังคมชั้นสูง ภริยาของนักธุรกิจที่มีฐานะ เป็นสมาชิกด้วย ได้เชิญคณะภริยาของเอกอัครราชทูตต่างประเทศประจำกรีซ คณะภริยาของหัวหน้าสำนักงานผู้แทนต่างประเทศในกรีซ คณะภริยาของคณกรีกที่อยู่ในสังคมชั้นสูง และสมาชิกของ WIC อื่นๆ เข้าชมการสาธิตวิธีการทำอาหารไทย และชิมอาหารไทย (ไม่มีการจำหน่ายอาหารไทยและผลิตภัณฑ์สินค้าไทย) พร้อมทั้งแจกตำราการทำอาหารไทยซึ่งจัดทำเป็นภาษาอังกฤษและภาษากรีก ซึ่งจัดขึ้นที่ทำเนียบเอกอัครราชทูตฯ เป็นระยะๆ ซึ่งเป็นที่ชื่นชมของบรรดาสมาชิก WIC ที่เข้าชมประมาณ 40-50 คน

3) สถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับร้านอาหารไทยที่ชื่อ ร้านเรือนไทย จัดงานแสดงอาหารไทย และการแกะสลักผลไม้ไทย พร้อมทั้งสาธิตการทำอาหารไทย เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2557 พร้อมทั้งตกแต่งสถานที่ภายในร้านในบรรยากาศแบบไทย และเชิญผู้สอนการทำอาหารจากสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรสอนการทำอาหารนานาชาติ ผู้จัดทำนิตยสารเกี่ยวกับอาหารเข้าชมและชิมอาหารไทย ประมาณ 40 คน พร้อมทั้งชมการสาธิตการทำอาหารไทยโดยแม่ครัวของสถานเอกอัครราชทูตฯ อาทิ ผัดไทย สะเต๊ะไก่ ทอดมันปลา น้ำตก ส้มตำ แกงเขียวหวาน และหลังจากงานดังกล่าวเสร็จสิ้นลง นิตยสารของกรีซ 2 ฉบับ ชื่อ HAI และนิตยสารชื่อ YEAH ซึ่งเป็นนิตยสารที่เขียนเรื่องอาหารที่เป็นที่นิยมในกรีซได้ตีพิมพ์ข่าวการจัดงานสาธิตการทำอาหารไทย การแกะสลักผลไม้ไทย และการสาธิตการทำอาหารไทยด้วย



ภาพที่ 4 การแกะสลักผลไม้ไทยในงานแสดงอาหารไทยและการสาธิตการทำอาหารไทยที่ร้านเรือนไทย



ภาพที่ 5 ผู้จัดทำนิตยสารเกี่ยวกับอาหารของกรีซเข้าชมการสาธิตการทำอาหารไทยและการแกะสลักผลไม้ไทยที่ร้านเรือนไทย

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาการใช้วิธีดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้ง 3 วิธี ดังที่ได้อธิบายให้ทราบแล้วในบทที่ 3 รวมทั้งผลที่ได้รับ ผู้เขียนพบว่าวิธีการดำเนินการทั้ง 3 วิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดในสถานการณ์ที่ไม่ปกติของกรีซเช่นนี้ ทำให้สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถรักษาพื้นที่ของมรดกไทยในด้านอาหารรวมทั้งเอกลักษณ์ของไทยในด้านการใช้พืชสมุนไพรไทยในการประกอบอาหาร ในขณะที่เดียวกันก็สามารถประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในด้านต่างๆ ได้กว้างขวางขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องไม่ลืมว่าการดำเนินการต่างๆ ดังกล่าวเป็นการดำเนินการในขณะที่กรีซกำลังประสบกับปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง

อย่างไรก็ดี แม้ว่าการดำเนินการด้วยวิธีดังกล่าวจะได้รับผลตอบรับที่ดี แต่ผู้เขียนก็พบว่าสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังมีข้อจำกัดบางประการทั้งที่มีสาเหตุมาจากกรีซ และที่มีสาเหตุมาจากหน่วยงานของไทยเอง ซึ่งผู้เขียนขอสรุปข้อดีและข้อจำกัดที่ประเมินได้ ดังนี้

4.1.1 ข้อดี

1) การมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนและมีการดำเนินการที่ต่อเนื่อง

การวางกลยุทธ์และกำหนดวิธีการดำเนินการกิจกรรมทั้ง 3 วิธี ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการทำให้อาหารไทยเป็นที่คุ้นเคยและไม่ห่างหายไปจากสายตาของคนกรีก หรือเพื่อให้คนกรีกยังคงรับรู้ถึงความเป็นไทย และรับกระแสนิยมไทยในช่วงที่กรีซกำลังประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงซึ่งส่งผลให้คนกรีกต้องหมกมุ่นอยู่แต่เรื่องเศรษฐกิจปากท้องของตนจนไม่คิดที่จะสนใจเรื่องของคนชาติอื่นเพราะเห็นว่าไม่สำคัญเท่าความอยู่รอดของตน เป็นกลยุทธ์ที่ชัดเจนและเป็นการดำเนินการในเชิงรุกที่ได้ผลสำเร็จตามความคาดหมาย

นอกจากนี้ การดำเนินการเชิงรุกอย่างต่อเนื่องของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยการใช้วิธีนัดหมายเข้าพบทำความรู้จักและหารือเกี่ยวกับความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นของกรีซในการส่งเสริมอาหารไทยและประชาสัมพันธ์ประเทศไทยถือว่าเป็นวิธีที่ดีมาก สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถดำเนินการในจังหวัด และเกาะที่มีศักยภาพได้อย่างกว้างขวางแทนที่จะดำเนินการในเมืองหลวงเพียงอย่างเดียว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากหน่วยงานท้องถิ่นทุกแห่งที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ไปหารือ ได้ตอบรับให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกแก่สถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินกิจกรรม เป็นอย่างดี

2) มีการเพิ่มเมนูอาหารไทยในร้านอาหารในกรีซมากขึ้น

จากการดำเนินการที่ต่อเนื่องของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วงปี 2557 จนถึงปัจจุบัน ปรากฏว่ามีร้านอาหารในกรีซได้เพิ่มเมนูอาหารไทย รวมไปถึงเมนูอาหารกรีก และอาหารเมดิเตอร์เรเนียนเพื่อเป็นจุดดึงดูดลูกค้าเพิ่มขึ้นอีก 4 ร้าน ได้แก่ (1) Tamarind restaurant

(2) Blue Bamboo restaurant (3) Andaman Thai restaurant และ (4) Oozora restaurant และจากการที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ไปลองรับประทานอาหารรวมทั้งได้รับการบอกเล่าจากผู้ที่เคยไปรับประทานอาหารที่ร้านต่างๆ ดังกล่าว พบว่า เมนูอาหารไทยได้รับความสนใจจากลูกค้าในการสั่งมารับประทาน แม้ว่ารสชาติจะไม่จัดจ้านเป็นไทยแท้ก็ตามซึ่งจากการพูดคุยกับเจ้าของร้านบางร้านทราบว่า หากอาหารไทยมีรสชาติจัดเหมือนกับที่ขายในประเทศไทย ลูกค้าอาจจะไม่เคยชินและไม่นิยมรับประทาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนกรีกนิยมรับประทานอาหารไทยมากขึ้นกว่าแต่ก่อน ซึ่งมีเพียงร้านอาหารไทยที่มีรสชาติไทยแท้ 1 ร้าน คือ ร้านเรือนไทย และร้านอาหารไทยชื่อ Royal Thai ซึ่งขายอาหารไทยและอาหารชาติอื่น รวมทั้งร้านอาหารกรีกที่มีเมนูอาหารไทยบางประเภทที่ทำง่าย ๆ อีก 2 ร้าน เท่านั้น นอกจากนี้ ยังพบว่า คนกรีกได้เดินทางมาประเทศไทยมากขึ้นแม้จะมีจำนวนไม่มากนักเนื่องจากผลกระทบจากวิกฤติทางเศรษฐกิจที่รุนแรงต่อเนื่องยาวนานของกรีซ จากสถิติเมื่อปี 2556 มีชาวกรีกเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 15,129 คน และปี 2557 ชาวกรีกเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 15,718 คน ดังจะเห็นได้จากสถิติการเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกรีกระหว่างปี 2556-2557⁹

4.1.2 ข้อจำกัด

1) ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย

จากการติดตามการเข้าร่วมงานเทศกาลประจำปีด้านอาหารและวัฒนธรรมของสถานเอกอัครราชทูตในเอเชียอื่นๆ พบว่า หลายประเทศ อาทิ อินโดนีเซีย จีน มีนโยบายเชิงรุกทางวัฒนธรรมโดยสถานเอกอัครราชทูตเหล่านั้นได้เข้าร่วมการแสดงในงานเทศกาลที่สำคัญของกรีซแทบทุกครั้งโดยมิได้ถดถอยแม้ว่าจะตระหนักดีว่า เป็นช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซก็ตาม ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นว่า แม้ว่ากรีซกำลังประสบสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างหนักหน่วง แต่สถานเอกอัครราชทูตฯ ก็จะต้องดำเนินภารกิจในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยต่อไปอย่างต่อเนื่องเพื่อทำให้คนกรีกซึ่งยังไม่สนใจเรื่องของคนชาติอื่นเนื่องจากวิกฤติทางเศรษฐกิจ รู้จักและไม่ลืมเลือนอาหารไทยและประเทศไทย ซึ่งเป็นไปได้มากที่คนกรีกที่เคยเดินทางมาประเทศไทยก็คงจะไม่ลืมอาหารไทยและประเทศไทย แต่คนกรีกที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย เพียงแต่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อ ก็จะไม่รู้จักหรือไม่สนใจอาหารไทยและศิลปวัฒนธรรมไทยเลย ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นว่า แม้ว่าสถานเอกอัครราชทูตฯ จะได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานไทยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ อาทิ สำนักงานการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงโรม สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ กรุงโรม แต่หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยมีความเข้าใจสถานการณ์ของกรีซและพร้อมที่จะเดินทางมาในการดำเนินกิจกรรมเช่นเดียวกับสถานเอกอัครราชทูตต่างประเทศในกรีซ โดยให้ความร่วมมือกับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการจัดส่งนักโภชนาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร สมุนไพร ตลอดจนคณะนักแสดงทางวัฒนธรรมเข้าร่วมในงานเทศกาลที่สำคัญๆ ของกรีซ ก็จะเป็นการสนับสนุนการเผยแพร่อาหารไทยและการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น

⁹ สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองไทย, เอกสารแสดงสถิติการเดินทางเข้า-ออก จำแนกตามสัญชาติและประเภทการตรวจลงตราปี 2556-2557.

2) ผลกระทบจากสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ

ผลกระทบจากสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซที่หนักหน่วงทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยได้ผลตอบรับที่ดีได้ในระดับหนึ่ง มีอาจเทียบเคียงได้กับผลตอบรับของการดำเนินการในเรื่องเดียวกันของสถานเอกอัครราชทูตไทย และสถานกงสุลใหญ่ไทยอื่นๆ ในยุโรปได้ อย่างไรก็ตาม การดำเนินการกิจดังกล่าวของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ก็ช่วยให้กรีซรู้จักอาหารไทยและประเทศไทยมากยิ่งขึ้น และจะช่วย ทำให้คนกรีกไม่ลืมอาหารไทยและลิ้มเลือนความเป็นไทย นอกจากนี้ การดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ยังเป็นวิธีกระชับความสัมพันธ์ระหว่างไทยและกรีซผ่านประชาชนกรีกได้เป็นอย่างดี โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ คาดหวังว่า คนกรีกจะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

3) งบประมาณที่จำกัด

การที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ใช้วิธีการในเชิงรุกในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยทั้งในเมืองหลวงและในต่างจังหวัดโดยได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นกว่าที่จะดำเนินการเพียงแต่ในเมืองหลวงเท่านั้น แต่ก็ได้ผลตอบรับในวงที่กว้างขึ้น ดังนั้น การที่กระทรวงการต่างประเทศตัดงบประมาณลงถึงครึ่งหนึ่งจากที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ตั้งขอในปีงบประมาณ 2557 (ซึ่งมิได้มีจำนวนมากมายแต่ประการใด) ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ และถึงแม้ในปีงบประมาณ 2558 งบประมาณของสถานเอกอัครราชทูตฯ จะไม่ถูกตัดลงแต่ก็ด้วยเป็นเพราะการประสานการติดต่ออย่างใกล้ชิดในช่วงที่เอกอัครราชทูตฯ คนปัจจุบัน (นายจุมพล มั่นส่วง) ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักบริหารการคลัง ดังที่ผู้เขียนได้อธิบายให้ผู้อ่านทราบแล้วในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในบทที่ 2

4.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติทางเศรษฐกิจของกรีซ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะเพื่อกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาให้การสนับสนุนสถานเอกอัครราชทูตฯ ดังนี้

4.2.1 ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย

ผู้เขียนเห็นว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยสามารถให้ความร่วมมือในการสนับสนุนการดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

1) การสนับสนุนทางด้านวัสดุอุปกรณ์และเอกสาร

แม้ว่าสถานเอกอัครราชทูตฯ จะสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยในกรีซจนบรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีในระดับหนึ่ง แต่ถ้าหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นพ้องกับวัตถุประสงค์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ และให้ความร่วมมือในการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และเอกสารเพื่อเผยแพร่อาหารไทยและประชาสัมพันธ์ประเทศไทย อาทิ วัสดุทัศน/ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารไทยเพื่อนำไปเปิดฉาย หรือนำไปออกอากาศทางโทรทัศน์ในกรีซได้ คู่มือการทำอาหาร

ไทย แสตมป์ที่ระลึกที่มีภาพอาหารไทยหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสถานเอกอัครราชทูตฯ ใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น

1) การมอบให้ห้องสมุดในสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อเผยแพร่โดยจัดทำเป็น Thai Corner

2) การมอบให้สถาบันที่มีหลักสูตรการสอนทำอาหารนานาชาติซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ที่กรุงเอเธนส์เพื่อผู้สอนใช้ในการสอน ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ เคยเชิญผู้สอนการทำอาหารเอเชียเข้าร่วมงานที่จัดขึ้นร่วมกับร้านอาหารไทยชื่อ เรือนไทย

3) การมอบให้ศูนย์วัฒนธรรมในจังหวัดต่างๆ ของกรีซ

4) การมอบให้เป็นของที่ระลึกให้แก่บุคคลสำคัญต่างๆ ในโอกาสที่เอกอัครราชทูตฯ เข้าเยี่ยมคารวะ หรือเข้าพบ

5) การจัดวางแสดงในงานนิทรรศการต่างๆ

1) การขยายฐานการเผยแพร่อาหารไทยไปยังกรีซ

การจัดส่งนักโภชนาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทยที่เดินสายเผยแพร่อยู่ในประเทศอื่นๆ ในยุโรปอยู่แล้ว เดินทางไปกรีซด้วยเพื่อสาธิตการทำอาหารไทยให้แก่ร้านอาหารไทยคนไทยในกรีซ รวมทั้งคนกรีกที่มีความสนใจในการทำอาหารไทย โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ จะงานแสดงอาหารไทยและจัดให้ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทยที่เดินทางไปกรีซทำการสาธิตวิธีการทำอาหารไทยพร้อมทั้งแนะนำประโยชน์ของการบริโภคอาหารไทยที่มีส่วนประกอบที่ถือว่าเป็นสมุนไพร เช่นเดียวกับส่วนประกอบในอาหารกรีกเพื่อสร้างความเคยชินในการรับประทานให้แก่คนกรีก (และรวมทั้งคนต่างชาติในกรีซ)

3) การเข้าร่วมแสดงวัฒนธรรมไทยในงานเทศกาลที่สำคัญๆ

การเข้าร่วมแสดงวัฒนธรรมไทยของคณะจากไทยในงานเทศกาลที่สำคัญๆ ของกรีซ ไม่เพียงแต่เผยแพร่วัฒนธรรมไทยเท่านั้น แต่ยังสามารถเผยแพร่อาหารไทยหรือแม้แต่สินค้าอาหารสำเร็จรูปของไทยรวมทั้งประเทศไทยในด้านอื่นๆ ไปพร้อมกันมีโอกาสเดียวกันได้ ทั้งนี้ ผู้เขียนเห็นว่า การส่งคณะจากไทยเข้าร่วมงาน ไม่จำเป็นต้องส่งคณะชุดใหญ่ซึ่งมีผู้แสดงจำนวนมาก เพราะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจเห็นว่ามันไม่คุ้มค่าแต่สามารถส่งคณะชุดเล็กประกอบด้วยคนเพียงไม่กี่คนไปแสดงในงานได้ ซึ่งผู้เขียนขอยกตัวอย่าง เช่น (1) การแสดงรำยรำพร้อมกับการแสดงดนตรีพื้นเมืองของคณะนักแสดงจากเวียดนามในงานส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมซึ่งสถานเอกอัครราชทูตเวียดนามประจำกรีซได้เคยจัดแสดงที่กรุงเอเธนส์ มีนักแสดงไม่เกิน 4 คน (2) การแสดงรำยรำของอินโดนีเซียซึ่งสถานเอกอัครราชทูตอินโดนีเซียประจำกรีซได้เคยจัดแสดงในงานนิทรรศการภาพเขียนของศิลปินชาวอินโดนีเซียที่กรุงเอเธนส์ มีนักแสดงไม่เกิน 5 คน และ (3) การแสดงรำยรำของนักแสดงจากญี่ปุ่นซึ่งสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำกรีซได้เคยจัดแสดงที่กรุงเอเธนส์ มีนักแสดงไม่เกิน 5-6 คน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้มีการแสดงของไทยอยู่ในรายการแสดงในงานเทศกาลที่สำคัญๆ ของกรีซ และจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่ได้เคยชมการแสดงของประเทศต่างๆ พบว่า การแสดงไม่ว่าจะเป็นการรำยรำหรือดนตรีพื้นเมืองน่าจะเป็นการแสดงที่มีจังหวะที่ไม่ซ้ำจนเกินไปเพราะคนกรีกมีนิสัยชอบความสนุกสนาน ชอบปรบมือตามจังหวะเพลง ชอบโยกย้ายสายสะโพกตามจังหวะเสียงเพลง

4.2.2 การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยด้วยวิธีอื่น

การประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยสามารถกระทำได้ด้วยวิธีอื่น เช่น (1) การนำเซฟ (พ่อครัว/แม่ครัว) ชาวกรีกและคณะผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและการท่องเที่ยวเยือนประเทศไทย (2) การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติประจำปีที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของกรีซมีชื่อว่า Thessaloniki International Fair ซึ่งจัดขึ้นในเดือนกันยายนของทุกปี ที่เมือง Thessaloniki ซึ่งเป็นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 2 รองจากกรุงเอเธนส์ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของกรีซ ซึ่งหากสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าร่วมแสดงสินค้าไทย ก็จะเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารสำเร็จรูปของไทย และสินค้าไทยได้เป็นอย่างดีเนื่องจากงาน Thessaloniki International Fair ที่จัดขึ้นทุกปีมีคนเข้าชมประมาณ 200,000 คน ทั้งนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เสนอขอตั้งงบประมาณสำหรับปี 2559 แล้วเมื่อเดือนเมษายน 2558¹⁰

นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ กำลังพิจารณาลู่ทางที่จะร่วมมือกับสถาบันการสอนการทำอาหารนานาชาติของกรีซในการจัดการสาธิตการทำอาหารไทยเป็นหลักสูตรเฉพาะกิจ ซึ่งหากทำได้ก็จะเป็นการส่งเสริมการทำอาหารไทยให้กว้างขวางขึ้นต่อไป

4.2.3 ด้านงบประมาณ

แม้ว่าในมุมมองของกระทรวงการต่างประเทศอาจจะเห็นว่า กรีซเป็นประเทศที่มีความสำคัญน้อยกว่าประเทศใหญ่ๆ ในยุโรป ไม่ค่อยจะมีบทบาทในสหภาพยุโรปและไม่ได้เป็นผู้เล่นที่สำคัญของสหภาพยุโรปเนื่องจากกรีซไม่ค่อยมีอำนาจต่อรองเพราะกรีซเองก็กำลังเผชิญกับปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจ ไม่มีเงินพอที่จะใช้หนี้ให้แก่เจ้าหนี้ในอียูเมื่อครบกำหนดชำระหนี้ แต่ก็ต้องไม่ลืมว่า ไทยจะต้องทำให้กรีซจดจำความเป็นไทยและคงความสนใจไทยอย่างไม่เสื่อมคลาย (ในช่วงวิกฤติทางเศรษฐกิจที่กรีซกำลังเผชิญอยู่ กรีซจะไม่สนใจเรื่องอื่นใดมากไปกว่าเรื่องเศรษฐกิจปากท้องของตน) ดังที่ได้ยกตัวอย่าง (ในข้อ 4.1.2) ของการคงไว้ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรม (รวมถึงอาหาร) ของประเทศในเอเชียกับกรีซ เช่น อินโดนีเซีย จีน ดังนั้น ผู้เขียนจึงเห็นว่า กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องน่าจะเข้าใจเหตุผลในเรื่องดังกล่าว โดยเริ่มจากที่กระทรวงการต่างประเทศพิจารณาให้การสนับสนุนงบประมาณงบบุทธศาสตร์ในหมวดรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินภารกิจที่มประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ สำหรับการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยอย่างเต็มที่ (ซึ่งมิได้มีจำนวนมากมายแต่ประการใด) ด้วยความเข้าใจและเห็นพ้องกับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งนี้ โดยไม่ต้องขึ้นอยู่กับกรณีที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ต้องคอยติดตามอธิบายเหตุผลของการดำเนินภารกิจดังกล่าวหลายครั้งและไม่ขึ้นอยู่กับว่าเอกอัครราชทูตฯ จะเป็นใคร

กล่าวโดยสรุป การดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยในกรีซจะต้องดำเนินการในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพด้วยไม่เพียงแต่ดำเนินการในเมืองหลวงเท่านั้นและจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องทั้ง 3 วิธี คือ การใช้วิธีเชิงรุกสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานทั้งในเมืองหลวงและในท้องถิ่นของกรีซ การเข้าร่วมงานเทศกาลสำคัญในเมืองหลวงและในต่างจังหวัด และการสาธิต

¹⁰ โทรเลขสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์ ที่ ATH 88/2558 ลงวันที่ 9 เมษายน 2558

การทำอาหารไทย อย่างไรก็ดี ถึงแม้การดำเนินการต่างๆ ดังกล่าวจะได้รับผลตอบแทนที่ดีและคุ้มค่าซึ่งเห็นได้จากมีร้านอาหารในกรีซที่มีเมนูอาหารไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากการมีกลยุทธ์ที่ชัดเจนและต่อเนื่องของสถานเอกอัครราชทูตฯ แต่การดำเนินการย่อมมีข้อจำกัด (ซึ่งในความคิดของผู้เขียนไม่ประสงค์จะใช้คำว่าข้อเสีย) อาทิ การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง งบประมาณที่จำกัด ซึ่งข้อจำกัดต่างๆ สามารถได้รับการแก้ไขได้เพียงแต่กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมองเห็นภาพที่ตรงกันและทำความเข้าใจให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อที่ประเทศไทยจะได้รักษาพื้นที่ของความเป็นไทยและการนิยมไทยในกรีซไว้ ทั้งนี้ ผู้เขียนได้มีข้อเสนอแนะเพื่อกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาให้การสนับสนุนสถานเอกอัครราชทูตฯ ในด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ การสนับสนุนทางด้านงบประมาณอย่างเต็มที่หรือเต็มความสามารถ ความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และเอกสารเผยแพร่ การขยายฐานการเผยแพร่อาหารไทยไปยังกรีซ การจัดส่งผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทย การเข้าร่วมงานเทศกาลที่สำคัญๆ ของกรีซ และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่อาหารไทยและประเทศไทยด้วยวิธีอื่น ซึ่งหากสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับการสนับสนุนในเรื่องต่างๆ ตามข้อเสนอแนะข้างต้น ก็จะทำให้เป็นการต่อยอดความสัมพันธ์ในระดับประชาชนได้เป็นอย่างดีด้วยการส่งเสริมให้คนกรีกเลือกที่จะรับประทานอาหารไทยก่อนอาหารชาติอื่นเป็นลำดับแรกต่อจากอาหารของตน และหาโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไทย และเรียนรู้สัมผัสวัฒนธรรมไทยที่ละเล็กทีละน้อยต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือ

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ปีท่องเที่ยวไทย วิถีไทย 2558.

_____. Discover THAINESS: 72 Seventytwo Amazing Thailand.

รายงานจากหน่วยงานราชการ

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ. เอกสารภาพรวมการท่องเที่ยวไทย
(มกราคม 2558).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. เอกสาร 2015 Discover THAINESS Campaign.

_____. เอกสาร 2015 Discover THAINESS/ท่องเที่ยววิถีไทย 2558.

นายจุมพล มั่นส่วง, เอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์. หนังสือถึงนาย Fotis Hatzidiakos
นายกเทศมนตรีเมือง Rhodes. 15 เมษายน 2558.

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์. โทรเลข ที่ ATH 88/2558. 9 เมษายน 2558.

สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. เอกสารแสดงสถิติการเดินทางเข้า-ออก จำแนกตามสัญชาติและประเภท
การตรวจลงตราปี 2556-2557.

สำนักนโยบายและแผน กระทรวงการต่างประเทศ. แผนยุทธศาสตร์รายภูมิภาค พ.ศ. 2556-2560.

Foteini Thal Thalassinou, District Vice Commissioner of Culture in North Aegean
Region. หนังสือลงนาม.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
(SWOT Analysis) รายสาขาอุตสาหกรรม [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

[http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT ของอุตสาหกรรมรายสาขา.pdf](http://www.dip.go.th/Portals/0/AEC/SWOT%20ของอุตสาหกรรมรายสาขา.pdf).

ทีมงาน ไทยยุโรป.เน็ต ประจำสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงบรัสเซลส์. รายงานการวิเคราะห์
ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวกรีก ปัญหาและอุปสรรค และโอกาสทางการค้าของไทย
ในตลาดกรีซ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www2.thaieurope.net/รายงานการวิเคราะห์ลักษณะ/>.

สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. ร่างยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลก [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.oae.go.th/download/Government_policies/Strategy_Workshop_Series4.pdf.

- Eurostat. Real GDP growth rate - volume [Online]. Available from:
<http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&ocode=tec00115&plugin=1>
- _____. Unemployment statistics [Online]. Available from: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics
- GREECE All Time Classic. Regional cuisine [Online]. Available from:
http://www.visitgreece.gr/en/gastronomy/regional_cuisine/local_flavours_of_the_greek_cuisine.
- Hellenic Statistical Authority (EL.STAT.). Tourism [Online]. Available from:
<http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>.
- Thai Food to the World. นโยบายรัฐบาลด้านโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
<http://www.thaifoodtoworld.com/home/governmentpol.php>.
- Wikipedia. Greece cuisine [Online]. Available from: http://en.wikipedia.org/wiki/Greece_cuisine.
- _____. SWOT Analysis [Online]. Available from: en.wikipedia.org/wiki/SWOT_analysis.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางเอื้องพงศ์ อ่วมพิทยา
ประวัติการศึกษา	รัฐศาสตรบัณฑิต (การระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2523	เจ้าหน้าที่การทูต 3 กองแบบพิธี กรมพิธีการทูต
พ.ศ. 2527	นายเวร สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเวลลิงตัน
พ.ศ. 2532	เจ้าหน้าที่การทูต 4 กองเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจ
พ.ศ. 2534	กงสุล สถานกงสุลใหญ่ ณ เมืองปิ่นัง
พ.ศ. 2539	เจ้าหน้าที่การทูต 6 กองเผยแพร่ และกองวิทยุกระจายเสียง กรมสารนิเทศ
พ.ศ. 2541	เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโคเปนเฮเกน
พ.ศ. 2545	กองแบบพิธี กรมพิธีการทูต
พ.ศ. 2547	เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงอังการา ประเทศตุรกี
พ.ศ. 2551	ที่ปรึกษา-นักการทูต ระดับชำนาญการพิเศษ กลุ่มงานความมั่นคงระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวง
พ.ศ. 2556-ปัจจุบัน	อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์
ตำแหน่งปัจจุบัน	อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเอเธนส์