

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีโอ

14-AG-09-GE-WSP-B

Workshop on Advanced Agribusiness Management

ระหว่างวันที่ 21 - 25 July 2014

ณ Bangkok, ประเทศ Thailand

จัดทำโดย นางสาว บุญทิพ สันติภาพ

ผู้จัดการ

บริษัท มนทิพ 1991 จำกัด

วันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2557

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

- 1.1 รหัส 14-AG-09-AG-WSP-B
- 1.2 ชื่อโครงการ Workshop on Advanced Agribusiness Management
- 1.3 ระยะเวลา ระหว่างวันที่ 21 - 25 July 2014 จำนวนทั้งสิ้น 5 วัน
- 1.4 สถานที่จัด (เมือง ประเทศ) ณ โรงแรมอมารี บลูเลอวาร์ด Bangkok, ประเทศ Thailand
- 1.5 ชื่อเจ้าหน้าที่เอพีโอประจำโครงการ

คุณ รัชฎา อีสันนิสกุล ผู้จัดการส่วนงานความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ

เอพีโอ องค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย ประเทศไทย สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

คุณกรรณิการ์ Kunakornvaroj ส่วนงานความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

- 1.6 จำนวนและรายชื่อวิทยากรบรรยาย

จำนวนวิทยากร 5 ท่าน และผู้ช่วย ด้าน วิเคราะห์กรณีศึกษา 1 ท่าน

1. ศาสตราจารย์ วาล์ฟ คริสตี้ ผู้อำนวยการสถาบันนานาชาติคอร์เนล เพื่ออาหาร การเกษตร และการพัฒนา และ

ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรจากมหาวิทยาลัยคอร์เนล สหรัฐอเมริกา



2. Mr. Chan Seng Kit Managing Director K-Farm Sdn Bhd Selangor Darul Eshan Malaysia



3. ศาสตราจารย์ ลุย ดิวนากกราเซีย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและคณบดีคณะธุรกิจที่ มหาวิทยาลัย พิลิตา ฮาลาแพน

(Universitas Pelita Harapan) เมืองสุราบายา ประเทศอินโดนีเซีย



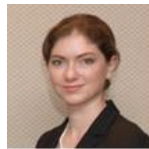
4. Dr. Rosa Roll FAO Regional Office for Asia and the Pacific, Bangkok



5. Mr. Joselito Bernardo Agriculture Department Director, Asian Productivity Organization



6. Ms. Margaret Lync CIIFAD, Cornell University



1.7 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการและประเทศที่เข้าร่วมโครงการ

จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการมีทั้งหมด 20 ท่าน จาก 13 ประเทศดังนี้

-เขมร จีน อิหร่าน อินเดีย อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย เนปาล ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ ศรีลังกา ไทย และเวียดนาม

ส่วนที่ 2 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

2.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อการสัมมนา

มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างมุมมองในระดับโลกและพัฒนาทักษะของผู้เข้าร่วมโครงการในด้านการจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มผลิตภาพและความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจการเกษตร รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมโครงการในประเทศสมาชิกได้แบ่งปันแนวทางปฏิบัติที่ดีด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตร

2.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการฟังบรรยาย

2.2.1. ศาสตราจารย์ ราล์ฟ คริสตี้ ผู้อำนวยการสถาบันนานาชาติคอร์เนล เพื่ออาหาร การเกษตร และการพัฒนา และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรจากมหาวิทยาลัยคอร์เนล สหรัฐอเมริกา

หัวข้อ : "Global Trends and the Key Drivers in Agribusiness Development"

อะไรคือแนวโน้มหรือทิศทางในการดำเนินธุรกิจเกษตรของฝั่งตะวันตก และของประเทศกลุ่มอาเซียน?

ในวันนี้โลกไม่ได้แยกความเป็นตะวันออกและตะวันตกอีกต่อไป เนื่องจากสิ่งที่เกิดและกำลังจะเกิดขึ้นล้วนเป็นภาพที่เหมือนกัน นั่นคือ "ภาพของการอพยพเคลื่อนย้ายของคนชนบทเข้ามาอยู่ในเมืองใหญ่ และเมืองหลวง" ไลฟ์สไตล์ของคนจึงยึดติดกับความสะดวกสบาย การกินดี อยู่ดีมีสุข

อีกทั้งปฏิเสธไม่ได้ว่าในวันนี้มี "ซูเปอร์มาร์เก็ต" เปิดบริการอยู่ทั่วทุกมุมโลก เพราะในวันนี้เป็นโลกยุคของการ "สะดวกซื้อ" ซึ่งทำให้เกิดเป็นระบบและเส้นทางมาตรฐานของการบริโภคเดียวกัน และเรื่องสุดท้ายที่ยังคงเป็นกระแสร้อนอย่างต่อเนื่อง ก็คือ "โลกร้อน" ซึ่งจะทำให้วงจรชีวิตของสัตว์ ตลอดจนพืชเกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง

จากกระแสโลกาภิวัตน์ ธุรกิจการเกษตรกำลังกลายเป็นอุตสาหกรรม ที่มีความซับซ้อนและเต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น ด้วยอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ และความต้องการของตลาด ผู้บริหารธุรกิจการเกษตรทุกต้องขับเคลื่อนองค์กร ภายใต้สภาพธุรกิจที่ผันผวน เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน และมุ่งที่ผู้บริโภคเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันโอกาสทางธุรกิจของธุรกิจเกษตรเอง ก็เพิ่มขึ้นอย่างมากมาที่ส่งผลให้การค้า แผ่ขยายไปทั่วโลก ตลอดจนความต้องการผลิตภัณฑอาหารที่หลากหลายโดยเฉพาะในประเทศเกิดใหม่ที่ประชากรมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แนวโน้ม ของการพัฒนาเช่นนี้ส่งผลให้ภาคธุรกิจนี้ได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้นมาก

การยกระดับการจัดการธุรกิจเกษตรไทย โดยมองภาพรวมในธุรกิจเกษตรของโลก



ธุรกิจเกษตรไทยในยุคสะดวกซื้อ

การปฏิวัติใหม่ของซูเปอร์ มาเก็ต โดยการแผ่ขยาย เข้าสู่ ตลาด นานาชาติ เข้าสู่ภูมิภาคต่างๆ ทั้งโดยตรง หรือการเข้าร่วมควบรวมกับบริษัท ในท้องถิ่น แนวโน้มระบบการจัดซื้อของซูเปอร์มาเก็ต Super market Procurement System การควบคุมคุณภาพการผลิต – ซับซ้อนหลายชั้นระหว่างโรงงานสู่การกระจายสินค้าพร้อมบริการผู้บริโภค การใช้เทคโนโลยีใช้การควบคุมสต็อก การใช้เทคโนโลยีใน การขนส่ง “Procurement logistics technology เพื่อความรวดเร็ว รักษา ความสด สะอาด และ ปลอดภัย และสามารถ บรรทุกได้เป็นจำนวนสูงสุด สามารถกระจายสินค้าถึงสาขาต่างๆอย่างทั่วถึง สังคมเมืองขยายตัวมากขึ้นในทุกมุมเมือง ทุกประเทศ ผู้หญิงต้องออกนอกบ้านทำงานมากขึ้น การเคลื่อนย้าย ของคนชนบทเข้าสู่เมือง การใช้ชีวิตประจำวันก็เปลี่ยนไป ความต้องการความสะดวกสบายของคน ทั้งทางด้านเวลา และ การเดินทาง ตลาด ซูเปอร์มาเก็ตใหญ่ๆ ขยายสาขา เข้าสู่ภูมิภาค เช่น สยาม Makro, Tesco Lotus, Big C, ร้านสะดวกซื้อ 7-11 ซึ่งแต่ละซูเปอร์มาเก็ตเหล่านั้นต่างก็จัดหา สินค้าต่างๆเกือบทุกชนิด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคทั้งอาหารการกิน ของใช้จำเป็นในชีวิตประจำวัน ทั้งในบ้าน และที่ทำงาน สามารถหาซื้อได้ในซูเปอร์มาเก็ต ปัจจุบัน แม้กระทั่งอาหารพร้อมรับประทาน สามารถ นำไปอุ่นแล้ว กินได้เลย กำลัง อยู่ในแนวโน้มที่กำลังเป็นที่ต้องการ อย่างยิ่ง ของสังคมเมือง จากสาเหตุที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางมากขึ้น จึงทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหาร สามารถ ซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง

-การปรับปรุงรสชาติอาหาร กลิ่น ให้ถูกปาก ถูกต้องตาม วัฒนธรรมท้องถิ่น

-ทิศทางของธุรกิจการเกษตร และกฎเกณฑ์สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจการเกษตรในอนาคต

-การเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศ Climate Change โลกร้อนขึ้น เกิดภาวะขาดน้ำแล้ง น้ำท่วม การเปลี่ยนแปลงของ บรรยากาศ

-โครงสร้างพื้นฐาน ทางกายภาพในธุรกิจการผลิตสินค้าการเกษตร

การให้บริการระบบน้ำ และ สุขาภิบาล ระบบพลังงาน ระบบการสื่อสารและ ระบบการขนส่ง

ระบบไฟฟ้า และ ถนน การเชื่อมโยงระบบต่างๆเหล่านี้ ให้มีเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ สำหรับอุตสาหกรรมการผลิต สินค้าการเกษตร ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ต้องเติบโตขยายตัวให้เพียงพอที่จะสนับสนุนการผลิต และ ระบบห่วงโซ่ อุปทานและการขนส่ง



- การเปลี่ยนแปลงของ food system หรือการนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งต้องการ

ความสะดวกสบายในรูปแบบใหม่ๆ และความหลากหลายของสินค้าที่มีมากขึ้น

-แรงกดดันจากประเทศผู้ซื้อจากทั่วโลก โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจต้องเป็นไปตามกฎระเบียบความปลอดภัยของอาหาร

เช่น ต้องมีใบรับรองเรื่องความปลอดภัย ซึ่งผู้ผลิตต้องปฏิบัติตามให้ได้ เช่น อินโดนีเซียมีประชากร 250 ล้านคน เป็นมุสลิม 90% จึงต้องการอาหารที่ผ่านการรับรองฮาลาล หรือต้องลดการใช้สารเคมี จึงต้องใช้ Bio Technology มาช่วย เป็นต้น

- คู่แข่ง เช่น ฮ่องกงผลิตเป็นน้ำตาล แต่ตอนนี้มีการนำไปกลั่นด้วยจุลินทรีย์เพื่อผลิตเป็นแอลกอฮอล์ได้ จึงเกิดการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ผลิตน้ำตาลและผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ได้จากการเกษตร

- เงื่อนไขทางการค้า ทั้งการเปิดเสรีทางการค้า หรือ FTA ของอาเซียน และการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในปี 2015

- ในขณะเดียวกัน ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง การแข่งขันระหว่างธุรกิจได้นำ เทคโนโลยีใหม่ๆ นำมาใช้ในธุรกิจ

- การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ กำลังกลายเป็นโจทย์ที่ท้าทายยิ่งขึ้นสำหรับผู้บริหารธุรกิจการเกษตร

“Strategic Thinking: What Every company Needs to Know about Strategy”

ผู้บริหารธุรกิจการเกษตร ต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์ของธุรกิจ ไว้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด และสามารถธุรกิจต่อไปได้อย่างมั่นคง และแข่งขันได้

ภายใน 15 ปี นับจากนี้ จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นของโลก ทำให้จากวันนี้ไปจะต้องมีอาหารเพิ่มขึ้น 60% และต้องมีการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรขึ้น 40% จึงต้องมีการปรับห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น ผู้นำทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องตระหนัก และพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่นี้ นอกจากนี้ จะต้องมีการปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตภาพ หรือ productivity improvement ควบคู่ไปกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ห่วงโซ่คุณค่าดำเนินไปได้อย่างถูกต้อง สม่าเสมอ และยั่งยืน

- การพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าในธุรกิจการเกษตร นวัตกรรมทางการตลาด และการคิดเชิงกลยุทธ์ รวมทั้ง โอกาสและความท้าทายในวงการธุรกิจการเกษตรของเอเชีย

ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจการเกษตร จำเป็นต้องมีมุมมองที่แม่นยำ ตลอดจนทักษะและองค์ความรู้ที่สามารถตอบสนอง และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่ฉับไวในธุรกิจการเกษตร

- ปัจจัยหลักที่เป็นปัจจัยแวดล้อมสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการธุรกิจเกษตร ได้แก่ หนึ่งใน “เทคโนโลยี” ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ไอที ซึ่งเข้ามามีบทบาทอย่างมาก รวมถึง เรื่องของ Bio Technology , Modern Technology และ NANO Technology

ความไม่มั่นคงทางการเมืองของหลายประเทศในอาเซียน ซึ่งเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องคำนึงถึงและเตรียมรับมือ

“นโยบาย” ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากรัฐบาล ถ้ารัฐมีนโยบายสนับสนุนก็จะผลักดันได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องมาตรฐานต่างๆ ความปลอดภัย และการแข่งขันอย่างยุติธรรม

“สิ่งแวดล้อม” ด้วยการดูแลให้เกิดความยั่งยืน เช่น เรื่องการใส่สารเคมี โดยการให้ความสำคัญกับการสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และ

“คน” คนที่เกี่ยวข้องจะต้องมีทักษะ ความสามารถ ความรู้ และมีคุณภาพ

แนวโน้มของโลกและแรงผลักดันสำคัญในธุรกิจการเกษตร การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรในภูมิภาคเอเชีย

ดังนั้น เพื่อรักษาระดับความสามารถในการแข่งขันธุรกิจจึงจำเป็นต้องมองหาแบบใหม่ในการทำธุรกิจ

ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างองค์กรที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตภาพโดยรวมเพื่อ เสริมความแข็งแกร่ง

ให้กับฐานะของตนในตลาด

2.2.2 ศาสตราจารย์ ลุย ดิวนากราเซีย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและคณบดีคณะธุรกิจที่ มหาวิทยาลัยพิลิตา ฮาลาแพน (Universitas Pelita Harapan) เมืองสุราบายา ประเทศอินโดนีเซีย

บรรยาย หัวข้อ “Leadership in Asian Agribusiness - Revisiting the Value Chain Approach to Development”

ความหมายของธุรกิจการเกษตร

หมายถึง กระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาเกษตรและสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งครอบคลุมถึงการผลิตพืช การเลี้ยงสัตว์ การเพาะเลี้ยงสัตว์และจับสัตว์น้ำ รวมทั้งการผลิตปัจจัยการผลิตธุรกิจการรวบรวมสินค้าจากเกษตรกร การแปรรูป การขายปลีก การขายส่ง การเก็บรักษา การขนส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภค และผู้ใช้ภายในประเทศและต่างประเทศ และรวมถึงสินเชื่อ

ส่วนความสำคัญของธุรกิจการเกษตรนั้นมีมากมาย เช่น เป็นแหล่งการค้าปัจจัยการผลิตการเกษตร, เป็นแหล่งวัตถุดิบ, เป็นแหล่งรายได้ของประเทศ, เป็นแหล่งแรงงานของประเทศ, เป็นมูลค่าที่สำคัญขององค์ประกอบและเป็นผลิตภัณฑ์ประชาชาติ เป็นต้น

แนวโน้มสำคัญนั้นมีอยู่ 7 เรื่องด้วยกัน ดังต่อไปนี้

1. การเติบโตขึ้นของกลุ่มคนชั้นกลาง
2. การที่ประเทศที่พัฒนาแล้วเช่น อเมริกาและกลุ่มประเทศยุโรปเพิ่มแรงกดดันทางการค้าด้านการออกกฎ ระเบียบเกี่ยวกับความปลอดภัยในสินค้ากลุ่มอาหารมากยิ่งขึ้น
3. การเติบโตของอาหารฮาลาล
4. เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า
5. คู่แข่งขันที่ไม่หยุดพัฒนาศักยภาพของตนเอง
6. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- และ 7. ความมั่นคงทางการเมือง

กุญแจสู่ความสำเร็จ

โดยมี 3 ปัจจัยหลักที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ คือ “Collaboration” การให้ความร่วมมือระหว่างคนที่เกี่ยวข้อง โดยมีเรื่องความไว้วางใจเป็นพื้นฐาน (trust) เพราะเราไม่สามารถทำธุรกิจด้วยตัวเองโดยลำพัง เราต้องทำงานร่วมกับผู้อื่น (partners) ทั้งห่วงโซ่อุปสงค์ อุปทาน “Compliance” การปฏิบัติตามกฎระเบียบของภาครัฐที่กำหนดขึ้น ด้วยการทำงานร่วมกับภาครัฐ ผู้ผลิตสินค้าและวัตถุดิบ รวมทั้งลูกค้า ของแต่ละประเทศ และ “Intelligence and Risk Management” การสามารถแกะรอย วิเคราะห์ หรือแม้กระทั่งคาดการณ์ trend ต่างๆ และเตรียมการรับมือกับมัน

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรสามารถพัฒนาและดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน จากการดำเนินธุรกิจอย่างตรงไปตรงมาและยุติธรรม หรือ Fair Trade ซึ่งจะเป็นตัวชี้วัดว่าธุรกิจเกษตรนั้นๆ มีส่วนร่วมหรือตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จากการคำนึงถึงความมั่งคั่งของเกษตรกรรายเล็ก ผู้ผลิตสินค้า หรือการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจไม่ใช่การทำธุรกิจแบบรายคนเดียว จากการคำนึงถึงทุโภชนาการ หรือ Malnutrition ไม่ใช่เพียงเรื่องความปลอดภัยของอาหาร แต่

เรื่องอาหารที่ไม่ปลอดภัยด้วย จากการคำนึงถึงการจัดการกับสิ่งแวดล้อมสำหรับสินค้าและบริการสำหรับผู้มีรายได้น้อย หรือส่วนล่างสุดของ พีรามิดสามเหลี่ยมในทางการตลาด

นอกจากนี้ ผู้บริโภคและสมาคมอาหารต่างๆ ต้องเรียนรู้ที่จะควบคุมพฤติกรรมที่ไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยไม่อนุญาตให้บริษัทเหล่านั้นขายสินค้าในตลาดได้เพื่อให้บทเรียนแก่บริษัทเหล่านั้น เช่น เรื่องควันที่มาจากเกาะสุมาตราซึ่งพัดไปถึง มาเลเซียและสิงคโปร์ ควันนี้เกิดจากการเผาป่าของเกษตรกรและเจ้าของธุรกิจเกษตรเพราะต้องการปลูกปาล์มน้ำมัน ทั้งๆ ที่มีวิธีที่ดีกว่าการเผาป่า ดังนั้น บางกลุ่มที่สังเกตถึงพฤติกรรมนี้จึงห้ามจำหน่ายน้ำมันปาล์มจากบริษัทนี้ สิ่งสำคัญคือในเรื่องความยั่งยืนต้องเริ่มที่ใจของเจ้าของกิจการและผู้บริหาร ไม่คำนึงถึงแต่กำไร ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างยั่งยืน

“Leadership Development in Agribusiness Value Chain Management”

การพัฒนา ความเป็นผู้นำ ในการจัดการมูลค่าของ ห่วงโซ่ ธุรกิจการเกษตร

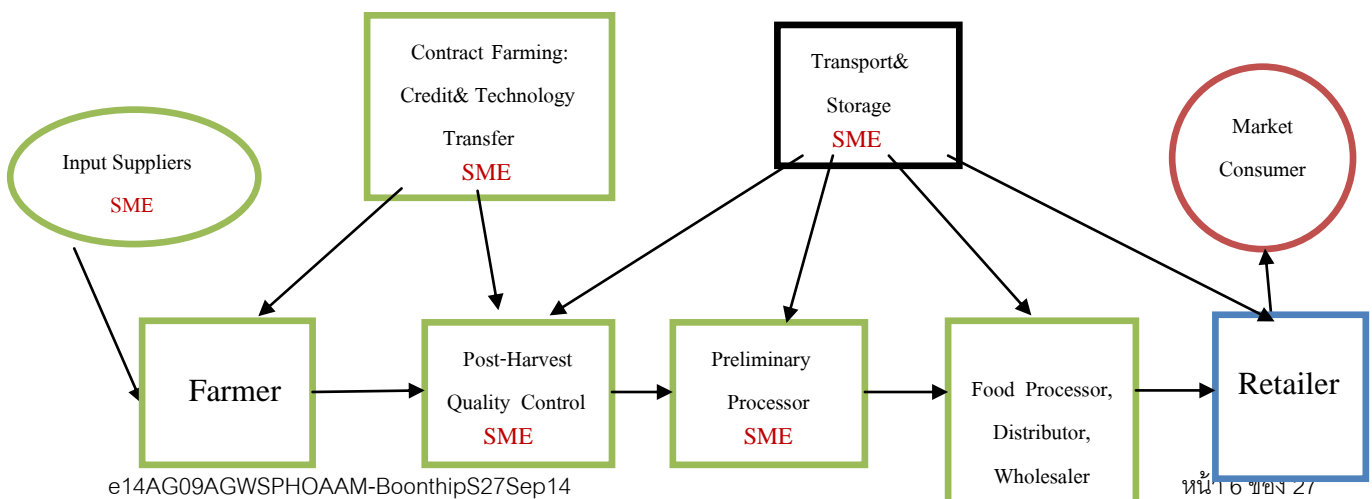


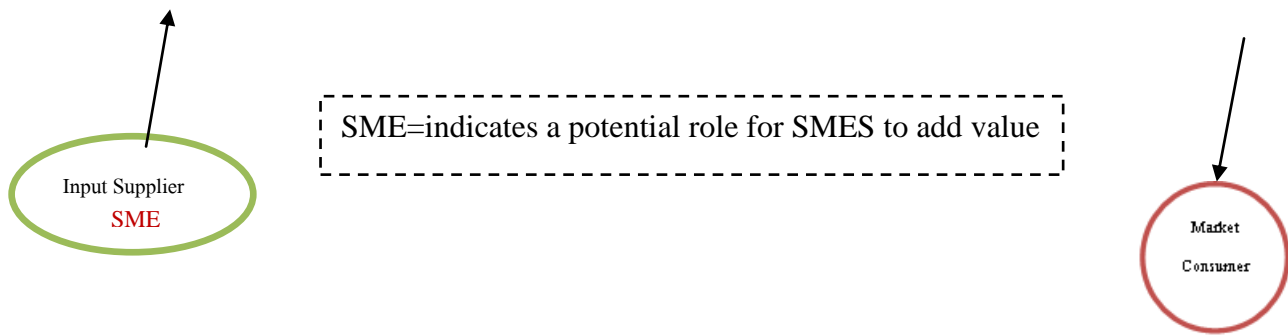
การพัฒนา ความเป็นผู้นำ ในการจัดการมูลค่าของ ห่วงโซ่ ธุรกิจการเกษตร ควรมีกิจกรรมปฏิบัติ

1. เสริมสร้าง ความสัมพันธ์ และ สร้างความไว้วางใจ กับ หน่วยงานในห่วงโซ่ธุรกิจ สร้างความเชื่อมโยงใน ระยะยาวให้มีฐานที่เหนียวแน่น เพื่อให้บรรลุ ประสิทธิภาพในการให้ความร่วมมือกัน
2. พัฒนาเพิ่มสายสัมพันธ์ใหม่ๆกับ หน่วยงานใหม่ๆ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ ซึ่งหน่วยงาน เชื่อมโยง ทางเลือก ในห่วงโซ่ใหม่ๆ ที่มี มาตรฐานของสากลด้านเกษตร , อาหาร หรือ สิ่งที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจะก้าวสู่ตลาดได้
3. แก้ไข และ กระชับ ความสัมพันธ์ กับ ห่วงโซ่ที่ความเข้าใจ ไม่ตรงกัน หรือมี ความเปราะบาง การบริหารงานทรัพยากรบุคคล การบริหารความขัดแย้ง ช่วยกันหาวิธี ลดความสูญเสีย เป็นต้น
4. ปรับปรุง คุณภาพ ของความรู้ ให้ทันสมัย และ เหมาะสมกับเหตุการณ์ แหล่งที่มาของความรู้ เช่นจาก งานวิจัย พัฒนางานนวัตกรรมใหม่ๆ หลักการปฏิบัติงานที่ดี

ห่วงโซ่แห่งมูลค่า ของ เอส เอ็ม อี อยู่ในตำแหน่งไหนกัน

Where are the SMEs in Value Chain?





SME = บ่งบอกถึงบทบาทเพื่อเพิ่มมูลค่า ที่มีศักยภาพ สำหรับ SMEs

ผู้บริหารธุรกิจการเกษตร : การตลาดสำหรับผู้ค้ารายย่อย และธุรกิจ เอส เอ็ม อี

1. การผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพสำหรับ

1.1 ข้อมูลระยะเวลาการเก็บเกี่ยวพืชผลเป็นสินค้าอายุของผลิตภัณฑ์ สินค้าที่มีมาตรฐานรับรองสินค้าเกรดของสินค้า

ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายกับสถานที่ที่สะอาด สินค้าอาหารที่มีคุณภาพดีและราคาที่เหมาะสมผล
ขณะที่ “ Big C ” ก็ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าระดับต่ำลงมาได้ดี



<<<ห้าง บิ๊ก ซี ซูเปอร์ เซ็นเตอร์ ประเทศไทย

1.2 เทคโนโลยี , เครื่องมือ เครื่องใช้ในการผลิต และสิ่งอำนวยความสะดวก ในการผลิตสินค้า วัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการผลิต ขั้นตอนการผลิต การขนส่ง เหล่านี้ที่ผู้ผลิต และเกษตรกร ต้องเตรียมพร้อม เพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ที่เป็น



เป้าหมาย

<<<Syngenta's demonstration plots in Vietnam

1.3 เพื่อให้มั่นใจว่า มีการปฏิบัติ ตามกฎระเบียบ วิธีการผลิตตามกรรมวิธี เพื่อตรวจสอบขอใบรับรอง ต้องมี เครื่องหมายรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า การรับรอง เช่นสินค้าที่เป็นออแกนิก ต้องมี ฉลากรับรอง ออแกนิก

“Sijil Organik Malaysia” ซึ่งเป็น ผู้ออกไปรับรองสินค้า organic หรือ Malaysian Organic Certification Program บริษัทนี้ทำงานใกล้ชิดกับธุรกิจเกษตรขนาดเล็ก เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าอาหารของมาเลเซียได้ผ่านการรับรองเรื่องเกษตรอินทรีย์ หรือ organic



<<<Malaysian Organic Certificate program (Sijil organic Malaysia)

1.4 ความคิดริเริ่มในการใช้ประโยชน์จาก จริยธรรมทางการค้าของประเทศที่พัฒนาแล้ว เพื่อผลประโยชน์ ของ ผู้ขายที่มาจาก ของชุมชน เกษตรกรที่ยากจน

<<<Voluntary codes of conduct formulated between lead firms in the value Chain with suppliers form developing economies

2. การปฏิบัติตามกฎระเบียบความปลอดภัยด้านอาหารและยา รวมถึงระบบควบคุมมาตรฐานคุณภาพ ต่างๆ

2.1 สถานที่ผลิตอาหารที่มีโครงสร้างพื้นฐานด้านความปลอดภัยด้านอาหารและปฏิบัติตามกฎระเบียบโรงผลิต เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานได้รับการสนับสนุน อย่างพอเพียง เส้นทางเอกสารและ งานกระดาษ อื่น ๆ โดยตรวจสอบ



ได้โดยบุคคลที่สาม

>>>Agri-Food & Veterinary of Singapore

2.2 ควรสนับสนุนให้มีสถาบันในท้องถิ่นเป็นตัวกลางในการตรวจสอบ สนับสนุน ด้านการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย ด้านอาหารและผลิตภัณฑ์แก่ ให้กลุ่มเกษตรกรและ SME ให้สามารถทำตามวิธีการเพื่อความสมบูรณ์ของ ของระบบและ กระบวนการ มาตรฐานต่างๆ GMP, HACCP, Halal โดยได้รับการรับรองเป็นสากล



<<<Thailand's Halal Science Center

ผู้บริหารธุรกิจการเกษตร : การดำเนินการ ให้ประสบความสำเร็จ ระหว่าง การเกษตรแบบพันธสัญญา(Contract Farming)และการไปทำสัญญาต่อสำหรับกระบวนการทำงาน (Outsourcing) สำหรับ ผู้ค้ารายย่อย และธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME)

3. เกษตรกรขนาดเล็ก ผู้ผลิตรายย่อย จะประหยัดค่าใช้จ่ายด้านต้นทุนการผลิต

3.1 การผลิตผลิตภัณฑ์พิเศษ ตามคำสั่งซื้อ เป็นโอกาสที่ดี เพราะเป็นตลาดที่กำลังเจริญเติบโต การเคลื่อนย้ายของคนชนบทเข้าสู่เมือง การต้องการความสะดวกสบายของคน ความต้องการรสชาติที่หลากหลาย ดังนั้น การที่จะทำธุรกิจกับประเทศต่างๆ จึงต้องศึกษาวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ให้ดี เช่น อินโดนีเซีย มีกลุ่ม middle class หรือกลุ่มชนชั้นกลางมากขึ้น ซึ่งอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในอาเซียน มาตรฐานการเพิ่มรายได้จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจเกษตร

<<< กลุ่มเป้าหมาย ชนชั้นกลาง ในประเทศอินโดนีเซีย กำลังเติบโต ถึง 135 ล้านคน

3.2 ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร นักท่องเที่ยวมีความสนใจ และเป็นที่ยอมรับ กำลัง เจริญเติบโต ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นตลาดในท้องถิ่น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จากสินค้าเกษตร

<<< การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เปิดโอกาส สำหรับธุรกิจ บริการที่พัก

3.3 การเป็นผู้จำหน่ายมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอน สำหรับอาหารท้องถิ่น และ ห่วงโซ่ อุปทาน เช่น ภัตตาคาร

ร้านสะดวกซื้อ ธุรกิจ เพรินซ์ไฮส์

โรงงานอาหารในท้องถิ่น การควบรวมธุรกิจเช่น บริษัทที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตร เช่น “CP”

บริษัทของไทยซึ่งดำเนินกิจการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำงานร่วมกันได้ดีกับ ธุรกิจท้องถิ่น กลุ่มเกษตรกร และผู้ค้า “Jollibee Foods” บริษัทในฟิลิปปินส์ซึ่งพยายามสร้างความมั่นใจว่าผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี เป็นธุรกิจที่เริ่มจากธุรกิจครอบครัว ขยายไปในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ข้ามไปฝั่งแปซิฟิกและตะวันออกเฉียง โดยมีส่วนกิจคือส่งสินค้าที่มีคุณภาพ “PT. Jaya Wonokoyo Corporindo” ในอินโดนีเซีย ซึ่งเริ่มกิจการจากธุรกิจครอบครัวเช่นกัน ทำธุรกิจเกี่ยวกับการค้าเนื้อสัตว์ปีก บริษัทได้นำเรื่อง Food safety มาปรับใช้กับธุรกิจ ส่งผลให้สามารถส่งออกเนื้อสัตว์ปีกไปประเทศต่างๆ

4. การสร้างความสามารถและช่วยให้อำนาจการพัฒนาคอร์

การพัฒนาคอร์ สร้างความสามารถและช่วยให้อำนาจการพัฒนาคอร์ บรรลุเป้าหมาย ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จ การดูแล ทางสังคม เช่นเป้าหมาย MDG. เรียกว่า เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals) ได้แก่

- เป้าหมายที่หนึ่ง: ขจัดความยากจนและความหิวโหย
- เป้าหมายที่สอง: ให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาระดับประถมศึกษา
- เป้าหมายที่สาม: ส่งเสริมบทบาทสตรีและความเท่าเทียมกันทางเพศ
- เป้าหมายที่สี่: ลดอัตราการตายของเด็ก
- เป้าหมายที่ห้า: พัฒนาสุขภาพสตรีมีครรภ์
- เป้าหมายที่หก: ต้านโรคร้ายแรง มาเลเรีย และโรคสำคัญอื่นๆ
- เป้าหมายที่เจ็ด: รักษาและจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- เป้าหมายที่แปด: ส่งเสริมการเป็นหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนาในประชาคมโลก



4.1 Fair trade ตรามาตรฐานสินค้าเพื่อการค้าที่เป็นธรรม



ตราแฟร์เทรด (Fair Trade) จัดตั้งขึ้นมาโดยมีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมการผลิตอย่างยั่งยืนและลดความยากจน ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่า สินค้าที่มีตราแฟร์เทรดนั้นจะไม่มีสารเคมีอันตราย ผู้ผลิต และคนงานในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งผลิตสินค้าดังกล่าว ปัจจุบัน ตลาดสินค้าแฟร์เทรดมีขนาดที่น่าสนใจ เช่น ในสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นตลาดสินค้าแฟร์เทรดที่ใหญ่ที่สุดนั้น มูลค่าตลาดขยายกว่าเท่าตัวในทุกๆ 2 ปี โดยในปี 2549 มีมูลค่ากว่า 493 ล้านปอนด์ องค์การแฟร์เทรดกล่าวว่า 20% ของ กาแฟคั่วและบด และกล้วยที่ขายใน สหราชอาณาจักรนั้นเป็นสินค้าแฟร์เทรด จึงอาจมองได้ว่า ตราแฟร์เทรดเป็นช่องทางทางการตลาดอีกทางหนึ่งสำหรับผู้ผลิตสินค้าเกษตรไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กาแฟไทย ในช่วงที่ชาวยุโรปหันมาสนใจการผลิตอย่างยั่งยืนมากขึ้น



4.2 UTZ Certified เป็นองค์กรอิสระที่ได้มีการเพิ่มชื่อจาก UTZ Certified ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อสร้างมาตรฐานเป็นแบบอย่างและเพิ่มความเชื่อมั่นในการดูแลและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้ผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเศรษฐกิจ สังคม หรือสภาวะแวดล้อม รวมถึงขั้นตอนการค้าที่โปร่งใสเชื่อถือและสามารถตรวจสอบได้ เพราะสินค้าที่ดีนั้นไม่ได้หมายความว่าเฉพาะถึงรสชาติ คุณภาพ และราคาที่ดีเพียงเท่านั้น

ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับกระบวนการผลิตที่ห่วงใยต่อผู้คนและใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น ซึ่ง UTZ Certified ได้เริ่มเข้ามาควบคุมดูแลตั้งแต่ขั้นตอนการปลูก การเลือกใช้ปุ๋ย หรือยาฆ่าแมลงให้อยู่ในปริมาณที่

เหมาะสม รวมไปถึงเรื่องการใช้แรงงานเด็ก วิธีชีวิตความเป็นอยู่ สุขภาพอนามัยของผู้เพาะปลูกที่จะต้องได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม และมีฝักอบรมในเรื่องการเพาะปลูกให้ถูกต้องอย่างมืออาชีพ รวมทั้งการได้รับข้อมูลด้านการตลาดที่ถูกต้องรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้ออย่างถูกวิธีอีกด้วย



4.3 องค์การ Rainforest Alliance คือองค์การอิสระที่ทำงานกับบุคคล ชุมชน และบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผืนดิน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มประโยชน์ให้กับสังคมและเศรษฐกิจ การรับรองจากองค์การ Rainforest Alliance สนับสนุนให้เกษตรกรเพาะปลูกและจัดการผืนดินอย่างยั่งยืนในทั้ง 3 ด้านได้แก่ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความยุติธรรมทางสังคม และการอยู่รอดทางเศรษฐกิจ

5. ธรรมชาติของบริษัท สำหรับ ธุรกิจ การเกษตร



5.1 ASEAN Corporate Governance Scorecard

เพื่อรองรับการเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเพื่อให้ตลาดทุนอาเซียนมีความเชื่อมโยงกันสำหรับการพัฒนา Scorecard ผู้เชี่ยวชาญจากประเทศต่าง ๆ ได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์

มีวัตถุประสงค์ต้องการยกระดับธรรมาภิบาลหรือการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทจดทะเบียนในภูมิภาคอาเซียน

รวมทั้งประเทศไทย ได้พัฒนาเกณฑ์ที่จะใช้ในการประเมิน โดยพิจารณาจากเกณฑ์ของแต่ละประเทศและอิงกับหลักการขององค์กรหลักเกณฑ์ของ ASEAN CG Scorecard จะเน้นหลักการปฏิบัติจริงมากกว่ารูปแบบการปฏิบัติหรือระบบการทำงานที่ควรจะมี ซึ่งต่างจากปัจจุบันที่เน้นเรื่องระบบการทำงานที่ควรจะมี เช่น มีคณะกรรมการ มีการแยกคณะกรรมการกับผู้บริหาร คณะกรรมการควรจะมีเรื่องนโยบาย มีเรื่ององค์ประกอบของคณะกรรมการที่ควรจะมี และเรื่องกรรมการมีอิสระ

นั่นคือรูปแบบที่พึงปฏิบัติ หรือระบบการทำงานที่ควรจะมีในการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลที่ดี ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาไทยก็เน้นรูปแบบนี้ในการประเมินธรรมาภิบาลของบริษัท แต่ขณะนี้สิ่งเหล่านี้บริษัทส่วนใหญ่ได้ทำไปแล้ว แต่ประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญมากขึ้นต่อไปคือ การปฏิบัติจริงตามกระบวนการที่มีอยู่

5.2 องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT



หลักการกำกับดูแลกิจการของ OECD

ให้บรรลุถึงการมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยั่งยืนในอัตราสูงสุด และมีมาตรฐานในการครองชีพที่ดีขึ้นในเหล่าประเทศสมาชิก ในขณะที่ยังดำรงไว้ซึ่งเสถียรภาพทางการเงิน ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของโลก

- เพื่อมีส่วนร่วมสร้างเสริมการขยายตัวทางเศรษฐกิจตามกรอบของการพัฒนาเศรษฐกิจที่เหมาะสม ทั้งในประเทศที่เป็นสมาชิก และมีได้เป็นสมาชิกของ OECD
- เพื่อมีส่วนร่วมสร้างเสริมการขยายตัวทางการค้าของโลก บนพื้นฐานของการค้าพหุภาคีที่มีการปฏิบัติต่อกันด้วยความเท่าเทียมตามข้อผูกพันระหว่างประเทศ

Value Chain ห่วงโซ่คุณค่า การที่ องค์กร บริษัท ทำการระบุกิจกรรมหลักและการสนับสนุนที่เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆ ของกระบวนการผลิต และกระบวนการจัดส่ง เพื่อลดต้นทุน หรือสร้างความแตกต่าง

ห่วงโซ่คุณค่า แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมภายในองค์กร หรือ บริษัท ที่มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิต เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดจนถึงกระบวนการผลิต Output

ทรัพยากรบุคคลห่วงโซ่คุณค่าในธุรกิจการเกษตร

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร นวัตกรรมทางการเกษตรสามารถทำให้เห็นว่าธุรกิจการเกษตรจะก้าวเข้ามา มีบทบาทสำคัญในโลกอนาคต

ประเด็นที่เกิดขึ้นใหม่ ความสำคัญของทุนมนุษย์ในธุรกิจการเกษตร

1. เสริมสร้างศักยภาพของเกษตรกรรายย่อย ผู้ประกอบการ ให้ มีศักยภาพธุรกิจการเกษตรให้ผลิต ให้มีมูลค่าเพิ่ม มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยรวมด้วย
2. ขยายแนวคิดให้ผู้ประกอบการรายย่อย เห็นความสำคัญของการฝึกอบรมทุนมนุษย์และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ
3. การเข้าสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้บนพื้นฐานของการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ เป็นการส่งเสริมให้ องค์กรมีการเจริญเติบโตและรักษาความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจการเกษตร
4. ความสามารถที่จะสร้าง ทีมงานที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ
5. ในการดำเนินกลยุทธ์ที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ ต้องการทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นประเภท มีความสามารถในหลายๆ ด้าน เพื่อที่จะเติบโต ทดแทน หรือโยกย้ายไปในตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่มากขึ้นได้ โดยที่เขาสามารถที่จะเข้าใจถึง บทบาท และหน้าที่ของเพื่อนร่วมงานซึ่งทำหน้าที่ในตำแหน่งอื่นๆ ได้อย่างมีเหตุและผลมีการติดต่อกันประสานงานกันทุกฝ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ
6. การจัดการมิติทางวัฒนธรรมของทุนมนุษย์ ตระหนักถึง พัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญในวิชาชีพได้นั้น มนุษย์ควรถูกบ่มเพาะในเรื่องของจิตสำนึกและจิตวิญญาณในการรับผิดชอบต่อหน้าที่ เพื่อนร่วมงาน องค์กร สังคม ครอบครัว และตนเอง
- 7 จัดตั้งสถาบันศึกษาให้การศึกษาเรียนรู้ วิจัยและพัฒนา ในท้องถิ่นนั้นๆ สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตร ที่มี นวัตกรรมใหม่ๆ สำหรับ ผู้ประกอบการในชนบท เกษตรกร และ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ

2.2.3 คุณ กิจ ชาญ ผู้บริหารบริษัท K-Farm ประเทศ มาเลเซีย

Mr. Chan Seng Kit conformity Managing Director K-Farm Sdn Bhd, Malaysia

“โอกาสและความท้าทาย ใหม่ สำหรับ ธุรกิจการเกษตร ในเอเชีย”

ความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารที่หลากหลายโดยเฉพาะในประเทศเกิดใหม่ที่ประชากรมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา แนวโน้ม ของการพัฒนาเช่นนี้ส่งผลให้ภาคธุรกิจนี้ได้รับความสนใจเพิ่มสูงขึ้นมาก

ปลูกอะไร ? ✨ กลยุทธ์ และ การตัดสินใจ : - จะใช้กลยุทธ์ไหน ดี 😊

การผลักดันการผลิต 😞 หรือ การใช้ความต้องการ ของผู้บริโภค 😊

ทำไมต้องปลูกหอม ? 📖 ราคาหอมในตลาดได้ราคาดี 🌟

มีโอกาสใช้ประกอบอาหารได้หลายอย่าง-ทำ สลัด หรือทำอาหารได้หลายอย่าง 🌟

แล้ว ปลูกหอมหัวใหญ่ หรือ หอมแดงดี ?

ร่วมมือกับฟาร์มอื่น หรือ ทำฟาร์มเอง

🌸 **การเพิ่มขยาย ฟาร์ม** จัดให้มีกฎระเบียบ ให้เป็นโรงงานผลิตที่เป็นมาตรฐานสากล ต่างๆให้ ครอบคลุม ตามระเบียบ การผลิตที่มีคุณภาพ

สร้างความสมรรถนะภาพ ในการผลิต การฝึกอบรม ครูผู้สอน

ขายที่ไหน ? ➔ ข้อมูลคือ พระเจ้า📖 ข้อมูลการตลาด ข่าวสารการตลาด 📁 การเจรจาต่อรอง

ความรู้ด้านการตลาด เมื่อเทียบกับ ความชำนาญด้านตลาด

ช่องทางการตลาด สินค้ามีมาตรฐานรับรองคุณภาพ

ช่องทางเทคนิคปฏิบัติอื่นๆ 📧

ขายอย่างไร ? สร้างความต้องการของลูกค้า 📩

การบรรจุภัณฑ์

สร้างมูลค่าเพิ่ม

สร้างความเชื่อมโยง สายสัมพันธ์ทางการค้า 📞

จัดตั้งการจัดส่งสินค้า

วิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน 📉

การบริหารการขนส่ง และสิ่งเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของโซ่อุปทาน

หลังการเก็บเกี่ยว ➔

สถานที่การเก็บรักษา 🕒 ⬅

พร้อมที่เข้าสู่การแข่งขัน ✓

การเข้าถึงเกษตรกรในชนบท

เกษตรกรในชนบทมีความเชี่ยวชาญ เก่ง ครอบรู้ในงานเกษตรที่ตนทำอยู่ในชีวิตประจำวัน ความสามารถ ความชำนาญงานด้านเกษตร พืชผลที่ ตนเองผลิต ได้ถูกสะสม และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

แต่ เกษตรกร ส่วนใหญ่ได้รับการศึกษา น้อย เขาไม่สามารถเข้าถึง ด้านวิทยาศาสตร์การเกษตร ไบโอเทคโนโลยี Bio Technology , Modern Technology และ NANO Technology ใหม่ ๆ

เป็นการยากสำหรับเกษตรกรรายย่อยในชนบท ไม่สามารถหาเครื่องมือ เครื่องมือ ปัจจัยการผลิต ที่จะช่วยในการผลิต ให้ จะประสบความสำเร็จในผลิตผลที่ตนเองปลูก และสามารถขายสู่ตลาด ที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง

การสนับสนุนธุรกิจเกษตร ฟาร์มขนาดเล็กอย่างยั่งยืน

- ข้อจำกัด ของการทำเกษตรขนาดเล็ก → ความช่วยเหลือที่จำเป็น
- ◆ ขนาดและกำลังการผลิต → พลังงาน, น้ำ, ปัจจัยการผลิต, ค่าใช้จ่ายด้านค่าแรงงาน, การจัดตั้งกลุ่ม
 - ◆ การบริหารการผลิต → กฎ ระเบียบการปฏิบัติที่ดี, ยกระดับการผลิตที่ดีมีประสิทธิภาพ, คุณภาพ, ใช้งานค่าแรงงานให้น้อยลง การบริหารการเกษตรใหม่, และการป้องกันศัตรูพืช
 - ◆ การบริหารด้าน โลจิสติก และการขนส่ง → ปัจจัยสิ่งแวดล้อม, โครงสร้างพื้นฐาน, คลังเก็บพืชผล, เทคนิคซัพพอร์ต, PHH เทคโนโลยี (Pollution Haven Hypothesis คือ ประเทศที่พัฒนาแล้วย้ายฐานการผลิตสินค้าสกปรกไปประเทศกำลังพัฒนาและนำเข้าสินค้าสกปรกที่ผลิตจากประเทศกำลังพัฒนาจึงกลายเป็นอุทยานมลพิษ ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างในต้นทุนการผลิต ความแตกต่างของกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อม ความแตกต่างของรายได้)
 - ◆ พลวัตของการเปลี่ยนแปลงทางการตลาด → ข้อมูลทางการตลาด และ การเชื่อมโยงเครือข่าย, ทำงานร่วมกับซูเปอร์มาเก็ต, ทำระบบมาตรฐานเช่น GMP, HACCP, GAP เป็นต้น
 - ◆ ช่องทางการตลาด, การเชื่อมโยง → ตลาดเฉพาะเจาะจง, สร้างความเชื่อมโยงการบริหารจัดการด้านอุปสงค์และอุปทาน, ลดตัวกลางของตลาด
 - ◆ สร้างความสามารถในการการแข่งขัน → ไบร่บรอง(VSS Volatile Suspended Solids)ด้านชีวนามัยและสิ่งแวดล้อม (น้ำ), พัฒนาการการบรรจุภัณฑ์, การบริหารด้านข้อมูล
 - ◆ การสร้างกำไร → ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ที่สร้างมูลค่า, การสร้างมูลค่าเพิ่ม, ตลาดเฉพาะเจาะจง, การประมวลผล

ข้อได้เปรียบของเกษตรกรรายย่อย

- การเพาะปลูก ดูแล ควบคุม โดยตนเอง
- สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ช็อบกพร่อง โดยรวดเร็ว
- ใส่ใจดูแล เพาะปลูก ด้วยความตั้งใจ และ ใจจริง

โอกาสที่เป็นไปได้ของเกษตรกรรายย่อย ?

- นำเกษตรกรเข้าสู่ตลาด ขายโดยตัวเกษตรกรเอง
- โลกเปลี่ยนแปลง โลกาภิวัตน์, ช่องทางการเข้าสู่ตลาดใหม่ๆมีอยู่เสมอ
- ตลาดเฉพาะเจาะจง

การนำเอานวัตกรรมใหม่ๆ และ เทคนิค ด้านการเกษตร มาพัฒนาให้เป็นสินค้าเฉพาะกลุ่ม ทำให้เข้าถึงลูกค้า

- เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

อาหารปลอดภัย, ความแตกต่างด้วยวิธีการผลิต, มีใบรับรองคุณภาพ

- พัฒนา สร้างกลุ่มเกษตรกร หรือ สหกรณ์การเกษตร เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งด้านปัจจัยผลิต และด้านตลาด ด้านการเงิน ด้านการผลิต

การใช้กลยุทธ์การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) พืชอาหาร

GAP= Good Agricultural Practice หรือเกษตรที่ดีที่เหมาะสม คือ: การปฏิบัติเพื่อป้องกัน หรือลดความเสี่ยงของอันตรายที่เกิดขึ้นระหว่าง การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อให้ได้ผลิตผลที่มีคุณภาพปลอดภัย และเหมาะสมต่อการบริโภค

วัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ

1. สร้างความมั่นใจว่าการผลิตอาหารใช้หลักความปลอดภัยในขั้นตอนการผลิต และเก็บเกี่ยวทางการเกษตร เพื่อผู้ผลิตปลอดภัย ผู้บริโภคปลอดภัย
2. รักษาสิ่งแวดล้อม และเกิดการเกษตรแบบยั่งยืน
ผลที่ได้:- ได้ผลิตผลที่มีคุณภาพ/มาตรฐาน เป็นที่ต้องการของตลาด- เกษตรกรมีสุขภาพดีขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่าย- ผู้บริโภคปลอดภัย/เชื่อมั่นในสินค้า

กลยุทธ์สร้าง GAP สำหรับกลุ่มเกษตรกรรายย่อย

GLOBAL-GAP เน้นการปลูกพืชหลายชนิดร่วมกัน และการเอาใจใส่สภาพความปลอดภัยของคนงานในระบบการผลิต ความปลอดภัยของสิ่งแวดล้อม และอาหารปลอดภัยต่อผู้บริโภค การรับรองแบบกลุ่ม ปัจจุบัน GLOBAL-GAP ข้อกำหนดเกิดจากการทำงานร่วมกันระหว่าง สมาชิกผู้ค้าปลีกด้านอาหาร ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า และสมาชิกผู้เกี่ยวข้อง ผู้ผลิตปัจจัยการผลิตและผู้บริการด้านการเกษตร Global-GAP เป็นมาตรฐานที่มีการรับรองเกษตรกรทั่วโลกกว่า 93,000 ราย มากกว่า 100 ประเทศ ข้อกำหนดเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลผลิตด้วยวิธีการผลิตในฟาร์มที่ให้ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ลดการใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นสารเคมี รับผิดชอบในสุขภาพและความปลอดภัยของคนงานและสุขภาพของสัตว์เลี้ยง ในกรณีที่เป็นปศุสัตว์

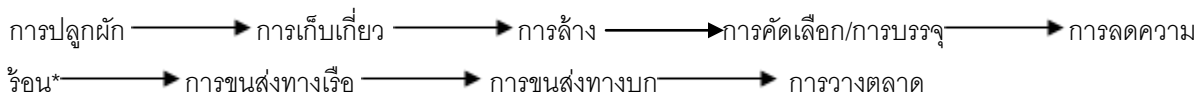
- การยื่นเรื่องเพื่อขอใบรับรอง การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (Global GAP) ในนามกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในชนบท
- กลุ่มเกษตรกรรายย่อยในชนบทซึ่งได้จดทะเบียน กลุ่มอาชีพโดยถูกต้อง
 - เป็นกลุ่มเกษตรกรที่ได้ขึ้นทะเบียนกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หรือหากเป็นกลุ่มเกษตรกรที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนกับภาครัฐต้องมีสมาชิกในกลุ่มที่ขอรับรอง ตั้งแต่ 5 รายขึ้นไป
- กลุ่มเกษตรกร ควรดำเนินการ บริหารการทำ ระบบบริหารคุณภาพ (Quality Management System) หรือ QMS เกิดการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ระบบบริหารคุณภาพมีหลายระบบ ได้แก่ ระบบ Input-Process-Output-Outcome (IPOO) ระบบ Total Quality Management (TQM) และระบบ ISO

ระบบบริหารงานคุณภาพเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นระบบที่จะช่วยให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการได้ตรงตามเกณฑ์ มาตรฐาน ที่วางไว้ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ขณะเดียวกันระบบการบริหารงานคุณภาพจะช่วยให้ลูกค้าได้รับความพอใจ และมั่นใจว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับมีคุณภาพตรงตามความต้องการ

วงจรของระบบการบริหารคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้

1. องค์กรต้องกำหนดเป้าหมายของคุณภาพสินค้าทั้งนี้เป้าหมายจะต้องสอดคล้องกับนโยบายคุณภาพ
2. เป้าหมายคุณภาพและนโยบายคุณภาพ จะนำไปสู่ ระบบคุณภาพ (Quality System)
3. ระบบคุณภาพเป็นหลักเกณฑ์ หรือมาตรฐานในการผลิตสินค้า เพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการตรงกับที่กำหนดไว้
4. เมื่อสินค้าได้ออกจำหน่ายสู่ตลาดแล้ว ย่อมมีผลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อให้สามารถสร้างเป้าหมายคุณภาพที่ดีขึ้น เพื่อตอบสนอง ความต้องการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด

การวางตลาด มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมด้านการผลิตอาหาร การจัดการและการขนย้ายอาหารสดที่ปลอดภัย ตัวอย่าง ขั้นตอนการผลิตผักสดและผลไม้

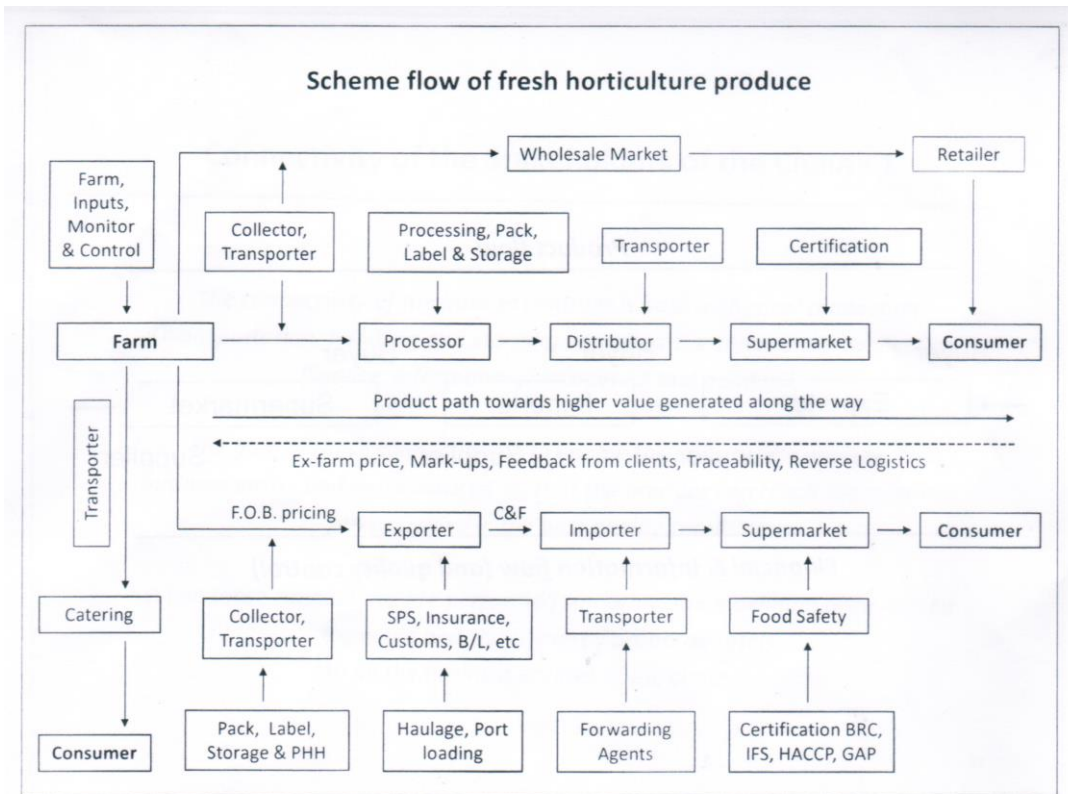


กลยุทธ์การวางแผนสร้าง GAP สำหรับกลุ่มเกษตรกรรายย่อย

- ใครที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อน และผลักดัน การดำเนินการจนสำเร็จโครงการ GAP สำหรับกลุ่มเกษตรกร
- โครงการ GAP นี้จะจัดจ้างดำเนินการ หรือ เป็นการอาสาสมัคร
 - ใครที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อน ดำเนินการ
- การวาง หลักการ แนวทางในโครงการ GAP
 - จัดทำวัตถุประสงค์สำหรับการโครงการ GAP
- ใครเป็นผู้นำ จัดตั้ง ทีมทำงานสถานที่รองรับการดำเนินโครงการ GAP
- งบประมาณในการจัดทำ ดำเนินการ โครงการ GAP

การดำเนิน โครงการ GAP

- การเชิญชวน ให้กลุ่มฯ เข้าร่วมทีม และให้การสนับสนุน โครงการให้ ดำเนินจนลุล่วงให้สำเร็จ ซึ่งต้องใช้ความตั้งใจ และ ต้องการที่จะได้รับความสำเร็จ
 - ♦ แสดงให้เห็น ผลประโยชน์ที่จะได้รับ ทุกคน หลังจากโครงการ GAP สำเร็จ
- การจัดการบุคลากร
- การแก้ปัญหา โดยทันที หากเกิดปัญหาในระบบ อาหารปลอดภัย
- เตรียมการส่งเสริม ให้ตลาดรับรู้ ถึงกลุ่มที่จะได้รับการรับรองแหล่งผลิต GAP



ห่วงโซ่แห่งคุณค่า

สายโซ่ของมูลค่า (value chain) ของหน่วยงาน หมายถึง ระบบของกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กันและเชื่อมโยงกัน ระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย ความเชื่อมโยงนี้หมายถึงว่า เมื่อดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งไปจะมีผลกระทบต่อต้นทุนหรือประสิทธิผลของกิจกรรมอื่นด้วย ความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่างๆ จึงต้องมีการเปรียบเทียบ (trade-offs) ในการทำงานของแต่ละกิจกรรมเพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมโดยรวมของผู้ผลิตจะเกิดประโยชน์สูงสุด เช่น หากต้นทุนในการออกแบบสินค้ามีราคาสูง และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีราคาแพง ก็จะทำให้ต้นทุนหลังการขายลดลงด้วย เพราะสินค้าได้รับการออกแบบมาอย่างดีและผลิตด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

เปรียบเทียบค่าใช้จ่าย	ข้อได้เปรียบที่แตกต่างกัน
วิธีการนี้จะใช้เมื่อองค์กรพยายามที่จะแข่งขันกับค่าใช้จ่ายและต้องการที่จะเข้าใจแหล่งที่มาของความได้เปรียบเสียเปรียบหรือค่าใช้จ่ายของพวกเขาและสิ่งที่ปัจจัยที่ผลักดันให้ค่าใช้จ่ายที่	บริษัท ที่มุ่งมั่นที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าหรือบริการที่ใช้วิธีการข้อได้เปรียบที่แตกต่างกัน
<p>ขั้นตอนที่ 1 ระบุกิจกรรมหลักและการสนับสนุนของบริษัท</p> <p>ขั้นตอนที่ 2 กำหนดความสำคัญของแต่ละกิจกรรมในค่าใช้จ่ายทั้งหมดของผลิตภัณฑ์</p> <p>ขั้นที่ 3 ระบุโปรแกรมควบคุมค่าใช้จ่ายสำหรับแต่ละกิจกรรม</p> <p>ขั้นตอนที่ 4 ระบุการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรม</p> <p>ขั้นตอนที่ 5 ระบุโอกาสสำหรับการลดค่าใช้จ่าย</p>	<p>ขั้นตอนที่ 1 ระบุกิจกรรมที่สร้างมูลค่าของลูกค้า</p> <p>ขั้นตอนที่ 2 ประเมินกลยุทธ์ที่แตกต่างกันสำหรับการปรับปรุงมูลค่าของลูกค้า</p> <p>ขั้นที่ 3 ระบุความแตกต่างของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ดีที่สุด</p>

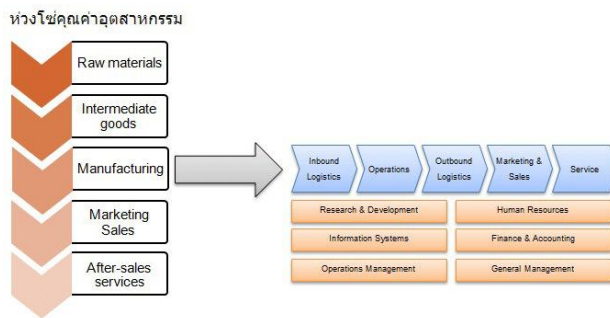
การเชื่อมโยงติดตาม ของห่วงโซ่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ ติดต่อกัน ขององค์กรธุรกิจเป็นทั้งการเชื่อมติดต่อกันทั้งทางกายภาพ (การขนส่ง, การเก็บรักษา) เช่นเดียวกับ การเชื่อมต่อ ทางบริการ การให้ข้อมูล การติดต่อ และ ภาพลักษณ์ที่ดี

เป้าหมาย ของการเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ เหล่านี้เพื่อให้ ผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินธุรกิจ ของพวกเขา ได้ง่าย
ขึ้นและ มั่นใจ มากขึ้นเพื่อให้ การผลิต ที่สามารถเข้าถึง ลูกค้าได้ อย่างรวดเร็วและ อยู่ในสภาพ ที่มีคุณภาพ ที่ดีที่สุด

เมื่อการติดต่อ สัมพันธ์ ระหว่างกันเป็นไปด้วยความราบรื่น และสัดส่วนการแบ่งปันระหว่างห่วงโซ่ ธุรกิจ และ
ผลผลิต มูลค่านี้ ราคาสูงสุดที่คาดหวัง คุ่มค่า

Value Chain ของ บริษัทใดๆ ก็ตามเป็นส่วนหนึ่งของ Value Chain ระดับอุตสาหกรรม หรือ กิจกรรมอื่นๆ ของ
บริษัท เพื่อรับรองเมื่อเทียบกับ Value Chain อุตสาหกรรมให้มากขึ้น การแสดงให้เห็นถึงห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรม
และมีความสัมพันธ์กับ Value Chain ของบริษัท



“พื้นฐานของธุรกิจการส่งออก และการจัดการจัดส่งสินค้า”

ความตกลงว่าด้วยมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Standard: SPS)

มาตรการสุขอนามัยและอนามัยพืชมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการส่งออกสินค้าอาหาร

1. หลักการทั่วไป

ความตกลง SPS กำหนดให้ประเทศภาคีสมาชิกมีสิทธิในการใช้มาตรการใดๆ เพื่อเป็นหลักประกันว่าสินค้าหรืออาหารมี
ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค รวมทั้งสร้างความมั่นใจว่าจะไม่มีการระบาดของเชื้อโรคในประเทศของตน โดยมาตรการที่
กำหนดนั้นจะต้องใช้อย่างเท่าเทียมกัน ระหว่างสินค้าที่ผลิตภายในประเทศผู้นำเข้าและสินค้าที่มาจากประเทศอื่น ดังนั้น
ภาคีสมาชิกจึงมีสิทธิกำหนดมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชได้ เพื่อคุ้มครองสุขอนามัยของมนุษย์สัตว์หรือพืชเท่านั้น
และการใช้มาตรการดังกล่าวจะต้องไม่เป็นการเลือกปฏิบัติ หรือไม่เป็นการเลือกปฏิบัติระหว่างสินค้าที่มาจากประเทศซึ่งมี
สภาพเดียวกันหรือเหมือนกัน

นิยามของ “Sanitary or Phytosanitary Measures” ว่าหมายถึงมาตรการที่ใช้เพื่อ

- คุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพของสัตว์หรือพืชภายในอาณาเขตของประเทศ จากความเสี่ยงที่เกิดจากการเข้ามา การเกิดขึ้น
หรือการแพร่ระบาดของแมลงเชื้อโรค สิ่งมีชีวิตที่เป็นพาหะของโรค หรือสิ่งมีชีวิตที่ก่อให้เกิดโรค
- คุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพของสัตว์หรือพืชภายในอาณาเขตของประเทศ จากความเสี่ยงที่เกิดจากการใช้สารปรุงแต่ง
สิ่งเจือปน สารพิษ หรือสิ่งมีชีวิตที่ทำให้เกิดโรคในอาหารเครื่องดื่ม หรือ อาหารสัตว์
- คุ้มครองชีวิตหรือสุขภาพของสัตว์หรือพืชภายในอาณาเขตของประเทศ จากความเสี่ยงที่เกิดจากเชื้อโรคที่มีในสัตว์ พืช
หรือผลิตภัณฑ์จากสิ่งเหล่านั้นเป็นพาหะ หรือจากการเข้ามา การเกิดขึ้น หรือการแพร่ระบาดของแมลง

- ป้องกันหรือจำกัดความเสียหายอื่นๆ ภายในอาณาเขตของประเทศสมาชิกที่เกิดจากการเข้ามา การเกิดขึ้น หรือการแพร่ระบาดของแมลง

2. การปรับให้สอดคล้อง (Harmonization) กับมาตรฐานระหว่างประเทศ

ความตกลง SPS สนับสนุนให้ภาคีสมาชิกกำหนดมาตรการ SPS ของตนเองที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล รวมทั้งแนวทางและข้อพึงปฏิบัติระหว่างประเทศ กระบวนการนี้เรียกว่า กระบวนการปรับให้สอดคล้อง (Harmonization) องค์การการค้าโลกรับรองมาตรฐานแนวทางและข้อเสนอแนะ ของคณะกรรมการว่าด้วยอาหารระหว่างประเทศ (Codex) ให้เป็นมาตรฐานระหว่างประเทศว่าด้วยความปลอดภัยของอาหาร องค์การการค้าโลกให้การรับรองแก่องค์การโรคระบาดสัตว์ระหว่างประเทศ (International Office of Epizootic: IOE) และสำนักงานเลขาธิการอนุสัญญาปกป้องพืชระหว่างประเทศ (International Plant Protection Convention: IPPC) สำหรับความปลอดภัยของสุขอนามัยสัตว์และสุขอนามัยพืชตามลำดับ

3. การใช้มาตรการที่ต่างกันต่อสินค้าชนิดเดียวกัน

ระดับการป้องกันที่เหมาะสมของแต่ละประเทศอาจแตกต่างกันไปตามลักษณะของประเทศต่างๆ ทั้งในด้านภูมิอากาศที่ต่างกัน การมีอยู่ของแมลงหรือเชื้อโรคและสภาพการรักษาความปลอดภัยของอาหาร จากความแตกต่างเหล่านี้ มาตรการ SPS จึงอาจแตกต่างกันแล้วแต่ประเทศแหล่งกำเนิดของสินค้า

4. การประเมินความเสี่ยง

ความตกลง SPS กำหนดให้ประเทศภาคีสมาชิกใช้มาตรการ SPS ที่อยู่บนพื้นฐานของการประเมินความเสี่ยงที่เหมาะสม โดยในการประเมินความเสี่ยงนี้ ประเทศสมาชิกจะต้องพิจารณาปัจจัยต่างๆ คือ หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ กระบวนการและวิธีการผลิตที่เกี่ยวข้อง วิธีการ

5. ความโปร่งใส

ความตกลง SPS กำหนดให้ประเทศภาคีสมาชิกต้องแจ้งการเปลี่ยนแปลงมาตรการ SPS และให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการของตนตามแนวทางที่กำหนดไว้ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มาตรการ SPS และ TBT มีผลบังคับใช้กับสินค้าบางประเภท เช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร โดยมาตรการ TBT จะเน้นที่การปิดฉลากผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อ ข้อกำหนดเกี่ยวกับขนาดและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ในขณะที่มาตรการ SPS จะเกี่ยวข้องกับการปนเปื้อนในอาหารและเครื่องดื่ม การออกไปรับรองความปลอดภัยของอาหาร การตรวจสอบกักกันพืชและสัตว์ สรรพค้ำจายจากยาฆ่าแมลงในอาหาร และสารปรุงแต่งอาหาร เป็นต้น

ตาราง เปรียบเทียบมาตรฐาน SPS และ TBT ในผลิตภัณฑ์อาหาร

มาตรฐาน SPS	มาตรฐาน TBT
สารปรุงแต่งอาหารในอาหารหรือเครื่องดื่ม	การปิดฉลากผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม
การปนเปื้อนในอาหารและเครื่องดื่ม	ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตผลอาหารสัตว์
สารพิษในอาหารหรือเครื่องดื่ม	ข้อกำหนดเกี่ยวกับการบรรจุหีบห่อสำหรับผลไม้สด
สารตกค้างจากยาสำหรับสัตว์และยาฆ่าแมลง ในอาหาร	ข้อกำหนดเกี่ยวกับขนาดและโครงสร้างของบรรจุ ภัณฑ์
การออกใบรับรองความปลอดภัยของอาหาร ใบรับรองสุขอนามัยของสัตว์หรือพืช	การปิดฉลากที่เกี่ยวกับสุขอนามัยในบรรจุภัณฑ์ที่ ไม่ใช่อาหาร เช่น ฉลากเตือนการสูบบุหรี่อาจเป็น อันตรายต่อสุขภาพ
วิธีการผลิตที่มีผลต่อความปลอดภัยของอาหาร	
ข้อกำหนดการปิดฉลากที่มีผลโดยตรงต่อความ ปลอดภัยของอาหาร	
การตรวจสอบกักกันพืชและสัตว์	
ข้อกำหนดในการประกาศเขตปลอดแมลงและ โรค	
กระบวนการป้องกันและควบคุมหรือกำจัดการ แพร่ขยายของโรคในประเทศ	
ข้อกำหนดทางสุขอนามัยสำหรับผลิตภัณฑ์ นำเข้า	

มาตรการ คุ่มครอง หรือมาตรการการปกป้อง

วิธีการที่เข้าถึง และเผชิญหน้ากับอุปสรรคการค้า

1. อนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ (International Plant Protection Convention, IPPC)
2. โครงการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex Alimentarius Commission - CAC)

เพื่อปกป้องคุ้มครองสุขภาพอนามัยของผู้บริโภคและเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในด้านการค้าระหว่างประเทศ อนุสัญญาอารักขาพืชระหว่างประเทศ (International Plant Protection Convention, IPPC) เป็นอนุสัญญา ระหว่างประเทศซึ่งเกิดจากการที่ประเทศภาคีลงนามให้สัตยาบันร่วมกันโดยอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบขององค์การอาหาร และเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

วัตถุประสงค์ของ IPPC คือ สร้างความมั่นใจต่อประสิทธิภาพการป้องกันการเข้ามาและเกิดการแพร่ระบาดของศัตรูพืช (แมลง โรคพืช วัชพืช) ที่ติดมากับพืช ผลิตผลจากพืช และวัสดุอื่น ๆ ที่มีโอกาสเป็นพาหะของศัตรูพืช (วัสดุบรรจุภัณฑ์ ดิน เครื่องจักร และ อุปกรณ์) จากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง รวมทั้งสนับสนุนมาตรการที่เหมาะสม ในการควบคุมศัตรูพืชเหล่านั้น นอกจากนี้ IPPC ฉบับปัจจุบันได้ขยายให้มีการอารักขาพืชทุกชนิด ได้แก่ พืชปลูก พืชใน สภาพธรรมชาติ (ป่าไม้) และ พืชน้ำ มีการกำหนดมาตรฐานระหว่างประเทศด้านมาตรการสุขอนามัยพืช (International

Standard Phytosanitary Measures, ISPMs) เพื่อให้การดำเนินมาตรการด้านสุขอนามัยพืชของประเทศต่างๆ มีความสอดคล้องกัน

ระบบคุณภาพ HACCP

การวิเคราะห์จุดวิกฤตที่ต้องควบคุมในผลิตภัณฑ์อาหาร

คือ ระบบการจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัย ซึ่งใช้ในการควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้อาหารที่ปราศจากอันตราย จากเชื้อจุลินทรีย์ สารเคมี และสิ่งแปลกปลอมต่าง ๆ อาทิ เศษแก้ว โลหะ เป็นต้น ปัจจุบัน HACCP ถือเป็น มาตรการสากลที่ใช้สร้างความมั่นใจในอุตสาหกรรมอาหารทั้งโดยผู้ผลิตและผู้บริโภค และได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ในปัจจุบัน โครงการมาตรฐานอาหาร FAO / WHO (Codex Alimentarius Commission) จึงได้จัดทำข้อกำหนดหลักการ ของระบบ HACCP และข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ เพื่อให้ประเทศต่าง ๆ ได้นำไปใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร

ระบบ HACCP มี “หลักการ 7 ข้อ” ที่ต้องปฏิบัติตามที่ระบุในมาตรฐานระหว่างประเทศ และประเทศสมาชิกได้ ยึดถือเป็นแนวทางประยุกต์ใช้โดยสอดคล้องกันทั่วโลก ดังนี้

1. ดำเนินการวิเคราะห์อันตราย (Identify hazard and preventive measures) ระบุอันตรายที่อาจเกิดขึ้นใน ทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิต ตั้งแต่ขั้นตอนแรก ของวงจรการผลิต จากวัตถุดิบ วิธีการแปรรูป การกระจายสินค้า จนถึง การบริโภคของลูกค้า โดยการประเมินโอกาสจะเกิดอันตราย และระบุมาตรการควบคุมอันตรายเหล่านั้น
2. หาจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Identify Critical Control Points) กำหนดจุด การปฏิบัติขั้นตอนการทำงานซึ่ง สามารถจะทำการควบคุม เพื่อกำจัดอันตรายหรือลดโอกาสการเกิดอันตราย เรียกว่าจุด CCP ขั้นตอน หมายถึง ขั้นตอน ใดๆ ในกระบวนการการผลิต รวมถึงวัตถุดิบ การรับ การแปรรูป การเก็บเกี่ยว การขนส่ง การปรับสูตร กรรมวิธีการผลิต หรือการจัดเก็บ เป็นต้น
3. กำหนดค่าวิกฤต (Establish critical Limit) ซึ่งต้องควบคุมให้อยู่ภายใต้เกณฑ์ที่กำหนด เพื่อมั่นใจว่า จุด CCP อยู่ภายใต้การควบคุม
4. กำหนดระบบเพื่อตรวจติดตามการควบคุมจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Establish a CCP monitoring system) กำหนดระบบในการเฝ้าระวังจุดวิกฤต โดยการกำหนดแผนการทดสอบหรือการเฝ้าสังเกต
5. กำหนดวิธีการแก้ไข เมื่อตรวจพบว่าจุดวิกฤตที่ต้องควบคุมเฉพาะจุดใดจุดหนึ่งไม่อยู่ภายใต้การควบคุม (Establish corrective action procedures)
6. กำหนดวิธีการทวนสอบเพื่อยืนยันประสิทธิภาพการดำเนินงานของระบบ HACCP (Establish verification procedures)
7. กำหนดวิธีการจัดเก็บเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิธีปฏิบัติและบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ที่เหมาะสมตามหลักการ เหล่านี้ และการประยุกต์ใช้ (Establish documentation and records)

วิธีการป้องกัน ไม่ให้มีสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในสินค้า

1. การเลือกใช้สารกำจัดศัตรูพืชที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
 - ใช้แต่สารกำจัดศัตรูพืชที่ได้รับอนุญาตของสารออกฤทธิ์
 - สูตร ส่วนผสมที่ใช้งานในจำนวนที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (ความเป็นพิษ, ประสิทธิภาพ)
 - ผู้ใช้หรือผู้ควบคุมการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร ต้องรู้จักศัตรูพืช การเลือกชนิดและอัตราการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร

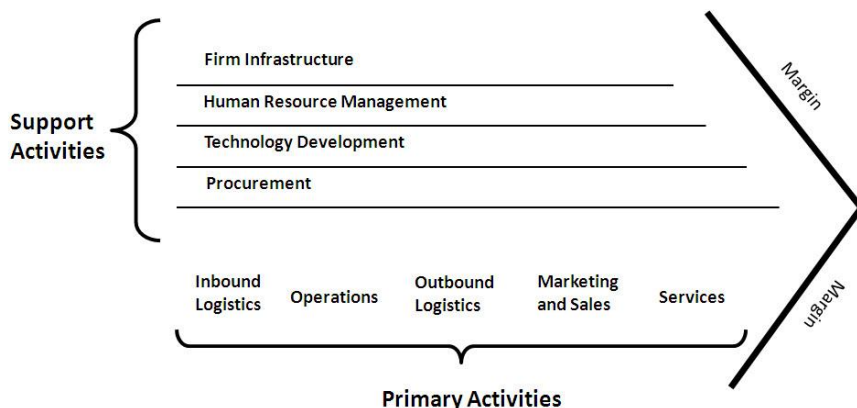
- ต้องไม่ใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรที่ห้ามผลิต นำเข้า ส่งออก หรือ การมีไว้ในครอบครอง ตามพระราชบัญญัติวัตถุอันตราย พ.ศ. 2535 และที่ประเทศคู่ค้าห้ามใช้
 - วิธีการใช้งาน ใช้ผ่านทางใบ หรือ ทางพื้นดิน
 - วิธีการใช้งาน หลังการเก็บเกี่ยว (การล้างทำความสะอาดเครื่องพ่นสารเคมีและอุปกรณ์ภายหลังการใช้ทุกครั้ง และกำจัดน้ำล้างด้วยวิธีที่ไม่ทำให้เกิดการปนเปื้อนสู่สิ่งแวดล้อม ,การแวกซ์)
2. ปฏิบัติตามคำแนะนำในฉลากที่ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง
- เลือกใช้เครื่องพ่นสารเคมีและอุปกรณ์ รวมทั้งวิธีการพ่นสารเคมีที่ถูกต้อง โดยตรวจสอบเครื่องพ่นสารเคมีให้อยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปริมาณ การใช้ การฉีดพ่น
 - จำนวนการใช้ซ้ำ และปริมาณที่ต้องใช้ในการฉีดพ่น
 - ช่วงเวลาก่อนการปลูก ต้องเป็นพื้นที่ซึ่งไม่มีวัตถุหรือสิ่งที่เป็นอันตรายที่จะทำให้เกิดการตกค้างหรือปนเปื้อนสารเคมีที่เป็นอันตราย
 - เกษตรกรผู้ผลิตสามารถใช้สารเคมีทางการเกษตรได้อย่างถูกต้อง ส่วนผสมที่ใช้งานที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ (ความเป็นพิษ persistency)
3. การพิจารณาเรื่องอื่นๆ
- ต้องมีรายชื่อสารเคมีที่ถูกควบคุมภายใต้อนุสัญญาระหว่างประเทศฯ จะต้องเป็นสารเคมีต้องห้ามหรือสารเคมีที่ถูกจำกัดการใช้อย่างเข้มงวด ๔๓ ชนิด
 - จำแนกเป็นป้องกันกำจัดศัตรูพืชและสัตว์(pesticides) ๒๘ ชนิด
 - สูตรผสมของสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชและสัตว์ (pesticide formulations) ที่เป็นอันตรายอย่างร้ายแรง ๔ ชนิด และสารเคมีอุตสาหกรรม (industrial chemicals) ๑๑ ชนิด โดยหลีกเลี่ยงการใช้สารดังกล่าว
 - สภาพอากาศในพื้นที่เพาะปลูกก่อนและหลังการใช้สารกำจัดศัตรูพืช

การใช้ระบบการจัดการศัตรูพืชแบบผสมผสานที่เหมาะสมเพื่อลดการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร ช่วยลดการสะสมของสารตกค้าง

Supermarket Value Chain ห่วงโซ่คุณค่าของซูเปอร์มาเก็ต

Value Chain แนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิคคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่บริษัทสร้างขึ้นสามารถวัดได้โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทมากน้อยเพียงใดแนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ

THE VALUE CHAIN M.E. Porter (1980)



กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรคสินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

เกษตรกรฝ่ายผู้ผลิต Inbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ

Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิต

Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า

Marketing and Sales กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ

Customer Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย

ส่วนกิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหา input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก

Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการ หรือกระบวนการผลิต

Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหา และคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงาน

Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

วิธีการสร้างเครือข่าย ธุรกิจการส่งออกพืชสวน

ขั้นตอนที่ 1 ใช้ยุทธวิธีการกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งทางสร้างความต้องการ และ ส่งเสริมให้เห็นคุณประโยชน์ ของสินค้า แก่ผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมความพร้อมของการผลิต → การแปรรูป → การบรรจุภัณฑ์ → และการจัดส่ง

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาความเชื่อมโยงความรู้ทางบริหารจัดการธุรกิจ และรู้จักผลิตภัณฑ์ ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพที่มีมาตรฐานสากล และทำให้ผู้บริโภคมั่นใจและสร้างความไว้วางใจ เตรียมและแก้ไขข้อสงสัยและความเสี่ยง

ขั้นตอนที่ 4 การควบคุมและประสานงาน เครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งทางผู้ให้บริการ ผู้ขาย และตรวจสอบทุก
ลำดับขั้นตอน การส่งมอบผลิตภัณฑ์

การบริหารการจัดการธุรกิจส่งออก

แหล่งผู้จัดจำหน่ายระดับโลก

การแข่งขันผู้จัดจำหน่ายที่เป็นที่ต้องการ

สำหรับผู้ผลิตสินค้าเกษตรเพื่ออาหาร ให้แก่ซูเปอร์มาเก็ต จากผู้ผลิตหลายรายในสินค้าเดียวกัน

ความต้องการของตลาด และผู้บริโภค

- ความปลอดภัย และคุณภาพ
- การปฏิบัติตามกฎระเบียบ มาตรฐานคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย ต่างๆตามหลักสากล
- การบริหารจัดการซื้อที่มีประสิทธิภาพ
- การบริหารจัดการส่งที่ตรงเวลา
- ราคาที่สามารถแข่งขันได้

2.2.4 Dr. Rosa Rolle FAO Regional Office for Asia and the Pacific, Bangkok

หัวข้อ “Enhancing Innovative Post-harvest Practices to Improve the Competitiveness of Asian Food Value Chains”

การเสริมสร้าง นวัตกรรม การปฏิบัติที่ดี หลังการเก็บเกี่ยว เพื่อปรับปรุงการแข่งขัน ของห่วงโซ่คุณค่า อาหาร แห่งเอเชีย

บริบทของภูมิภาค

- โอกาสสำหรับตลาดที่กระตุ้น การผลิตการมุ่งเน้น การพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าที่ทันสมัย
- ห่วงโซ่อุปทานแบบดั้งเดิม ครอบงำและ การบริหารควบคู่ไปกับห่วงโซ่มูลค่าที่ทันสมัย
- ความท้าทาย ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก

ขาดการตระหนักรู้แนวโน้มของตลาดในปัจจุบัน

ขาดการเข้าถึงเทคโนโลยีและความรู้และทักษะที่จำเป็นในการรักษาความสามารถในการแข่งขันและ
การปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตของพวกเขา

ห่วงโซ่อุปทาน สมัยใหม่และแบบดั้งเดิม

การค้าแบบดั้งเดิม

- การให้ความสำคัญสินค้าเป็นหลัก
- แบ่งแยกส่วนหน่วยการผลิต
- ช่องทาง หลาย ชั้น
- ไม่มีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
- ไม่ให้ความสำคัญการเพิ่มมูลค่าสินค้า
- ผู้ค้าส่ง มีอิทธิพลสูง
- มีการสูญเสีย หลังการเก็บเกี่ยวมาก
- มีข้อจำกัด การเข้าถึง ข้อมูล และการเงิน
- ไม่สามารถควบคุมด้านคุณภาพ ความสะอาด ปลอดภัย

การค้าแบบสมัยใหม่

- การให้ความสำคัญ ผู้บริโภคเป็นหลัก
- มุ่งเน้นไปที่ กระบวนการผลิต
- มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
- มีการบูรณาการระบบ
- สินค้าคุณภาพสูง
- มีตราสินค้า และมีการคิดแบ่งเกรด
- มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร
- ใช้เทคโนโลยีในการเก็บเกี่ยว
- สร้างสรรค์เพิ่ม คุชประโยชน์ของสินค้า

ตามความต้องการของผู้บริโภค

- บริหารการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ
- ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- ผู้บริโภคเป็นผู้นำตลาด

ความท้าทาย

ความต้องการของตลาด และผู้บริโภค

- ความปลอดภัย และคุณภาพ
- การปฏิบัติตามกฎระเบียบ มาตรฐานคุณภาพ มาตรฐานความปลอดภัย ต่างๆตามหลักสากล
- การบริหารจัดการซื้อที่มีประสิทธิภาพ
- การบริหารจัดการส่งที่ตรงเวลา
- ราคาที่สามารถแข่งขันได้

รากฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การจัดการในภาคสนาม

รากฐานการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์การจัดการในห้องเรียน

ประเด็นสำคัญที่จะแก้ไขปัญหาใน การเข้าสู่การแข่งขัน

นวัตกรรมการบริหารองค์กร

นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี

- การบริหารด้านคุณภาพ
- การบริหารด้านความปลอดภัย
- การบริหารด้านการลดการสูญเสีย
- การบริหารด้านการเพิ่มมูลค่า

2.2.5 Mr. Joselito Bernardo วิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากองค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย หรือ APO

หัวข้อ “Emerging Business Models in Agribusiness”

รูปแบบธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในธุรกิจการเกษตร

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

ด้านผู้บริโภคในประเทศร่ำรวย ที่สนใจเรื่องสุขภาพ สวัสดิภาพ และสิ่งแวดล้อม จะหันมาใช้เงินซื้ออาหารที่มีคุณภาพดีขึ้น เช่น สินค้าท้องถิ่น และสินค้าออร์แกนิก ขณะที่แรงกดดันจาก ผู้บริโภคและภาครัฐ ทำให้ผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกหันมาลดขนาดบรรจุ และจำกัดการใช้ไขมันและสารปรุงแต่งอื่นๆ ในอาหาร

จากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นของโลก ทำให้จากวันนี้ไปจะต้องมีอาหารเพิ่มขึ้น 60% และต้องมีการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรขึ้น 40% จึงต้องมีการปรับห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น ผู้นำทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะต้องตระหนัก และพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่นี้ นอกจากนี้ จะต้องมีการปรับปรุงการเพิ่มผลิตภาพ หรือ productivity improvement ควบคู่ไปกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ห่วงโซ่คุณค่าดำเนินไปได้อย่างถูกต้อง สม่่าเสมอ และยั่งยืน

สินค้าเกษตรที่สำคัญ สำหรับตลาดเกิดใหม่ ชา กาแฟ องุ่น แอปเปิ้ล น้ำผึ้ง และ ข้าว

โดย หลัก สำคัญที่ต้องตระหนักและจำเป็นคือ

ออร์แกนิกฟาร์ม

คอนเทคฟาร์มมิ่ง

การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ(โลกร้อน)

2.2.6 Ms. Margaret Lynch CIIFAD, Cornell University, USA

วิเคราะห์กรณีศึกษา

กรณี ธุรกิจผลิตสารสกัดส้มจี๊ดของประเทศฟิลิปปิน

ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน ความเสี่ยงจากวัตถุดิบ

2.1 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการฟังบรรยาย

องค์กรธุรกิจเกษตรไทย จะสามารถแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างไร?

จำนวนคนบนโลกที่เพิ่มขึ้นทุกวัน และนั่นก็ย่อมหมายถึงความต้องการจำนวนผลผลิตทางการเกษตร
จำเป็นต้องเพิ่มจำนวนขึ้นเป็นทวีคูณต้องอาศัย

- การพัฒนาศักยภาพและภาวะผู้นำของคนที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า และความยั่งยืน การบริหารจัดการ
เพื่อก่อให้เกิดผลผลิตที่ยั่งยืนไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

การยกระดับความสามารถ ด้วยการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์กรสามารถตอบสนองโลกที่
เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา ต้องการความร่วมมือร่วมใจไม่ว่าจะเป็นคนภายในองค์กร กระทั่งผู้มีส่วนได้
ส่วนเสียอื่นๆ อาทิ คู่ค้า ลูกค้า

- การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และมาตรฐานต่างๆ ที่เป็นสากล เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์ หรือนโยบายต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นของภาครัฐ , ประเทศคู่ค้า, ซัพพลายเออร์ ฯลฯ

- ความรอบคอบในการทำงาน ในกระบวนการทำงานควรคำนึงถึง P-D-C-A

ปัจจุบันประเทศไทยเรานั้นได้รับการยกย่องว่ามีความเข้มแข็งในเรื่องของธุรกิจการเกษตร(เมื่อเทียบกับ
ประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน)

- เทคโนโลยี ที่มาในรูปของสารสนเทศ, ไบโอเทคโนโลยี, นานาเทคโนโลยี ฯลฯ

- นโยบายของทางภาครัฐ ทั้งในเรื่องของความปลอดภัยของอาหาร และกระทั้งการกีดกันทางการค้า

- สิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนทั้งสิ้น

-

กิจกรรมศึกษาดูงาน บริษัท ซี พี อินเตอร์เทรด จำกัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



โรงงานข้าวนครหลวง โรงงานผลิตข้าวขนาดใหญ่และทันสมัยที่สุดในโลก บ้านหลังใหญ่ของข้าวตราฉัตร บนพื้นที่ 270 ไร่
มูลค่า 3,000 ล้านบาท ในเขตอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาผลิตข้าวด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ควบคุมด้วย

คอมพิวเตอร์ในกระบวนการผลิตทั้งระบบ ในแบบระบบปิดเพื่อควบคุมการผลิตได้ทุกขั้นตอน ผลิตข้าวได้สูงถึง 1,080,000 ตันต่อปี พัฒนาระบบการขนย้ายสินค้าภายในโรงงานเพื่อการใช้พลังงานได้คุ้มค่าที่สุด...

การบรรจุสินค้าที่ทันสมัยที่สุดและรวดเร็วที่สุดในโลก ไปสู่คนไทย ออกสู่ตลาดโลกด้วยท่าเรือขนส่งสินค้าแห่งใหม่ที่ทันสมัย และสมบูรณ์ที่สุดของประเทศ...พร้อมก้าวเป็นผู้นำธุรกิจข้าวอันดับหนึ่งของโลก



โรงงานข้าวนครหลวงเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองการเติบโตของธุรกิจข้าวของบริษัทและประเทศไทยในอนาคต ภายใต้การจัดการที่เป็นระบบที่ทันสมัยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้สามารถตรวจสอบคุณภาพของสินค้าได้ตั้งแต่ต้นทางการผลิต จนถึงมือผู้บริโภค เริ่มตั้งแต่ข้าวสารทั้งหมดที่เข้าสู่กระบวนการผลิต จะถูกส่งมาจากโรงสีของทางบริษัทฯ ที่ผ่านการตรวจสอบรับรองคุณภาพมาตรฐาน จำนวน 5 โรงและโรงสีเครือข่ายจำนวน 100 โรง ทั่วประเทศ นำส่งข้าวสารด้วยระบบการขนส่งที่ครบวงจร ไปยังโรงเก็บวัตถุดิบข้าวที่ควบคุมสภาพแวดล้อมของโรงงานข้าวนครหลวง เพื่อรอการผลิตในขั้นตอนต่อไป

ส่วนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

3.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

ได้รับความรู้จากประสบการณ์ของวิทยากร และ สมาชิกผู้เข้าร่วมโครงการ ได้แนวคิดใหม่ๆที่จะนำมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น

3.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

สร้างยุทธศาสตร์ในการเข้าสู่ตลาดส่งออกด้วย กระแสเสริมสร้างสุขภาพ แนวเกษตรอินทรีย์ และรักษาสิ่งแวดล้อมของโลก และ ช่วยระบบลดโลกร้อน เพื่อ ยกกระตือรือร้นการแข่งขันในตลาดโลกด้วยคุณภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

3.3 ประโยชน์ต่อสายงานหรือวงการในหัวข้อนั้นๆ

โครงการผลักดันและส่งเสริมให้เกษตรกร มาสนใจและเข้าร่วมโครงการเกษตรอินทรีย์ให้มากที่สุด เท่าที่สามารถทำได้ เพราะหลักการเกษตรอินทรีย์ นั้น พื้นที่ข้างเคียง ต้องเป็นเกษตรอินทรีย์ด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภาครัฐเป็นหลัก ว่าจะให้ความสำคัญมากน้อยแค่ไหน จาก สินค้าเกษตรของไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้ในด้านราคา แต่สามารถแข่งขัน ในด้านคุณภาพ และ นวัตกรรมใหม่ๆ เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เท่านั้น

กิจกรรมการขยายผลที่ได้ดำเนินการภายในระยะเวลา 60 วันนับจากวันสุดท้ายของโครงการ

กิจกรรมให้ความรู้ และประโยชน์ของเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มผู้บริหาร

3.4 กิจกรรมการขยายผลที่จะดำเนินการภายใน 6 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ ดำเนินการ

กิจกรรมขยายผล เช่น แผนงานกิจกรรมที่จะดำเนินการ ทำเกษตรออแกนิกไบโหม่อน

ระยะเวลาทั้งโครงการ 1-3 ปี



ส่วนที่ 4 เอกสารแนบ

- 4.1 กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)
- 4.2 เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา (Training Materials)
- 4.3 ประวัติโดยสังเขปของวิทยากรบรรยาย (CV)
- 4.4 รายงานก่อนการเดินทาง (Country Paper-Thailand)
- 4.5 เอกสารนำเสนอผลงานหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (Group Presentation)

บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด
เกษตรศาสตร์ 10903
สาขาที่ 0046 Tel.5798534
TAX ID. 0105546095724
จบรับเงิน

POS IDE053009102241 RCPT#561909
26/09/2014 14:24:51 USER#PARNUPON
RC#401059 W2 TR#2168567

ลงทะเบียน RI 0967 4304 7 TH
น้ำหนัก 1.034 Kg. TH 10400 สามเสเงิน
ชื่อผู้รับ ส่วนวิเทศสัมพันธ์

N ของซีดีวีดีในประเทศ	฿25.00
N ลงทะเบียนฯ	฿13.00

รวมทั้งสิ้น ฿38.00
เงินสด ฿100.00
เงินทอน -฿62.00

ขอบคุณที่ใช้บริการ
สามารถตรวจสอบสถานะสิ่งของฝากส่ง
ที่ www.thailandpost.co.th
หรือ โทร. 1545
อัตราค่าสินค้าเสียหายอย่างสูง: ขึ้น
ลงทะเบียน 300 บาท

ได้จัดส่งทางไปรษณีย์แล้ว