

สรุปรายงานการเดินทาง

การเข้าร่วมงาน Workshop on Accelerating Agribusiness Startups

ณ เมืองยอกยาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย

ระหว่างวันที่ 10 – 16 มีนาคม 2562

เรื่องเดิม

ตามที่นางสาวมณฑา ไก่ทิพย์ ผู้จัดการส่งเสริมนวัตกรรม ศูนย์สร้างสรรค์ธุรกิจนวัตกรรมเกษตร (ABC center) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนประเทศไทยจากองค์การเพิ่มผลผลิตแห่งเอเชีย โดยการประสานงานของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ เข้าร่วมงาน Workshop on Accelerating Agribusiness Startups ระหว่างวันที่ 11 – 15 มีนาคม 2562 ณ เมืองยอกยาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย โดยมีผู้เข้าร่วมจากภูมิภาคเอเชียจำนวน 14 ประเทศ ได้แก่ 1) อินเดีย 2) ปากีสถาน 3) เนปาล 4) ฟิลิปปินส์ 5) สิงคโปร์ 6) กัมพูชา 7) เวียดนาม 8) บังกลาเทศ 9) ไต้หวัน 10) มองโกเลีย 11) อิหร่าน 12) มาเลเซีย 13) อินโดนีเซีย และ 14) ประเทศไทย เพื่อร่วมกันสร้างเครือข่ายในการพัฒนารัฐกิจเกี่ยวกับการเกษตร

สรุปประเด็นสำคัญ

กิจกรรมงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการดังกล่าว เป็นการพัฒนาลักสูตรของมหาวิทยาลัยคอร์เนล ประเทศสหรัฐอเมริกา ร่วมกับกระทรวงการเกษตรของอินโดนีเซีย โดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางการดำเนินงานของแต่ละประเทศที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเกษตรกรมีความสามารถผลิตอาหารได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยการเร่งสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจการเกษตรรุ่นใหม่ โดยผ่านแนวทางการเลือกใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับธุรกิจ การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และการบริหารจัดการเพื่อความยั่งยืน ตลอดจนการเยี่ยมชมธุรกิจการเกษตรระดับชุมชนอย่างกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสละอินโดนีเซียปลอดสารเคมีเพื่อการส่งออก และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของการปลูกแก้วมังกรและพืชผสมผสาน โดยสรุปประเด็นสำคัญของการอบรมครั้งนี้ได้ดังต่อไปนี้





พิธีเปิดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

ลักษณะการอบรม จะแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

I. การเรียนรู้ในห้องเรียนจากผู้สอนที่มีประสบการณ์ในเชิงวิชาการและอุตสาหกรรม

1. Innovative Approach & Strategies for Food Startups/SME's,

Thomas Darmawan Chairman of Permanent Committee on Food Processing and Protein Industry KADIN Indonesia

คุณ Thomas เป็นประธานหอการค้าและอุตสาหกรรม ได้ชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญของการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรของโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก www.worldometer.com พบว่าอันดับหนึ่งของเอเชียได้แก่ประเทศจีน 1,418 ล้านคน อันดับ 2 อินเดีย 1,363 ล้านคน อันดับ 3 ญี่ปุ่น 127 ล้านคน อันดับ 4 เกาหลีใต้ 51 ล้านคน อันดับ 5 ออสเตรเลีย 25 ล้านคน และอันดับ 6 นิวซีแลนด์ 5 ล้านคน อีกส่วนที่สำคัญของอาเซียนที่ประชากรจำนวนมากเช่นกัน ได้แก่ อันดับ 1 อินโดนีเซีย 269 ล้านคน อันดับ 2 ฟิลิปปินส์ 108 ล้านคน เวียดนาม 97 ล้านคน โดยถ้าพิจารณาจำนวนประชากรเฉพาะของดงนั้นตลาดอาเซียน 660 ล้านคน และเอเชียอีก 6 ประเทศนั้น มีประชากรรวมกันถึง 3,647 ล้านคน จะเป็นตลาดด้านการเกษตรและอาหารที่ใหญ่มาก และจะเติบโตอีกมาก

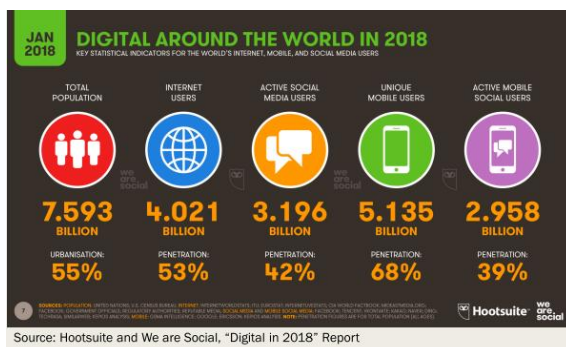
ตลาดอินโดนีเซีย ถือว่าเป็นตลาดด้านเกษตรและอาหารขนาดใหญ่มากและมีความสำคัญ เนื่องจากมีประชากร 269 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 300 ล้านคนในปี ค.ศ. 2030 ซึ่งมีมูลค่าทางเศรษฐกิจของโลกอันดับที่ 16 ในปัจจุบัน คาดว่าจะเติบโตเป็นอันดับที่ 7 ของโลกในปี 2030 นี้ โดยแบ่งเป็นระดับกำลังซื้อจากผู้มีรายได้สูงร้อยละ 12 ระดับกลางร้อยละ 47 และระดับล่างร้อยละ 41 สำหรับการบริโภคอาหารนั้น อันดับแรกเป็นกลุ่มของเนื้อไก่ และกระบวนการแปรรูปอาหารต่างๆ โดยสินค้าทางด้านการเกษตรและประมง ต้องการเพิ่มการผลิตมากกว่าร้อยละ 50 เพื่อตอบสนองกับผู้บริโภคในประเทศ รวมถึงในขณะนี้มีการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ในการสั่งซื้ออาหาร เช่น GoFood Gobox Blibli Tokopedia Bukalapak โดยมีการเติบโตใน 3 กลุ่ม คือ 1) การค้าออนไลน์ขนาดเล็ก 2) การค้าออนไลน์ขนาดใหญ่และการส่งออก และ 3) การบริการขนส่งจากห้างร้านสู่ผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ที่ทาง Startups หรือ SME ควรจะต้องใช้เพื่อสามารถสร้างตลาดในระดับสากล ได้แก่ 1) คุณภาพของสินค้าและส่งมอบตรงเวลา 2) การแข่งขันด้านราคากับคู่แข่ง 3) ประสิทธิภาพด้านการควบคุมต้นทุนการผลิตและแหล่งวัตถุดิบ 4) การประกันมาตรฐานและคุณภาพอย่างต่อเนื่อง 5) ไม่มีสารปนเปื้อนตามมาตรฐานการส่งออกของประเทศที่จะนำเข้า 6) การตรวจสอบย้อนกลับได้และรักษาความยั่งยืน 7) มีสัญลักษณ์ทางสิ่งแวดล้อม และการเกษตรแบบออร์แกนิก และ 8) การทำงานอย่างมีส่วนร่วมกับทุกส่วนที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุน นอกจากนี้ยังได้ฝากส่งท้ายว่า ผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนานวัตกรรมให้กับสินค้าและบริการเพื่อสร้างความแตกต่าง ทั้งในส่วนกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ให้ความสำคัญ และรสชาติ ซึ่งจะสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน



2. Digital Technologies for Smart AgriFood Value Chains, Lin Fu & Dora Heng Cornell University

คุณ Lin Fu ได้กล่าวให้เห็นถึงแนวโน้มของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในโลก ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจากประชากรทั่วโลก และในเอเชีย จำนวนร้อยละ 50 มีการใช้อินเทอร์เน็ต มีการใช้มือถือในการติดต่อมีจำนวนมากโดยเฉพาะกลุ่มเอเชีย ตลอดจนการนำมือถือไปทำให้เกิดประโยชน์ต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงเกิดแนวโน้มที่สำคัญในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้งานกับกลุ่มคนต่าง ๆ ได้แก่ การตรวจสอบและเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า การนำข้อมูลลูกค้าหรือส่วนตัวมาวิเคราะห์



ด้วยการเติบโตของการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล จึงมีการนำมาใช้ประยุกต์กับการเกษตรและอาหาร ตลอดห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม มีแนวโน้มการใช้งานต่างๆ ดังนี้

ประเภท	ตัวอย่าง
การบริหารจัดการฟาร์ม ด้วยซอฟต์แวร์ เซนเซอร์ และ IOT (Internet of Things)	- อุปกรณ์บันทึกข้อมูล - ซอฟต์แวร์การสนับสนุนการตัดสินใจ - การวิเคราะห์ข้อมูล big data
หุ่นยนต์ เครื่องจักรกล และอุปกรณ์	- อุปกรณ์ใช้งานในฟาร์ม - ระบบอัตโนมัติ - โดรน - อุปกรณ์การเพาะปลูก
ระบบฟาร์มแบบใหม่	- ฟาร์มในร่ม - การเลี้ยงแมลง - การผลิตสาหร่าย และจุลินทรีย์
เทคโนโลยีการจัดการตลอดห่วงโซ่การผลิต	- ระบบการตรวจสอบอาหารปลอดภัยและตรวจสอบย้อนกลับ - โลจิสติกส์ และการขนส่ง - การแปรรูปอาหาร
Bioenergy and Biomaterial	- กระบวนการและการสกัดสารที่ไม่ใช่อาหาร - Feedstock technology
นวัตกรรมอาหาร	- โปรตีนรูปแบบใหม่ - สารผสมและเติมแต่งรูปแบบใหม่
รูปแบบตลาดด้านอาหาร/e-commerce	- Online farm-2- consumer - การจัดการมีอาหาร - การขนส่งอาหารแบบพิเศษ

คุณ Dora Heng ได้ยกตัวอย่างของรูปแบบการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้งานในภาคการเกษตร ตลอดห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม ทั้งในส่วนการผลิต การบริหารจัดการผลิต และการสร้างรูปแบบตลาด ตัวอย่างเช่น

- Farm to Market Alliance (FtMA) เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยโครงการอาหารโลกแห่งสหประชาชาติ (the United Nations World Food Programme , WFP) ผ่านระบบของ Consortium ที่มีผู้เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่าเพิ่ม ในระดับนานาชาติ ได้แก่ Green Revolution in Africa (AGRA), Grow Africa, RaboBank, the International Finance Corporation (IFC), Yara International, Syngenta and Bayer มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย สร้างความรู้ด้านการเพาะปลูก การให้แหล่งเงินทุนให้เกิดการสร้างตลาด ด้วยตัวเอง และส่งต่อไปถึงมือผู้บริโภค โดยเริ่มทำใน ราวินดา แทนซาเนีย เคนยา และแซมเบีย พร้อมทั้งจะขยายไปในส่วนของ Sub-Saharan Africa

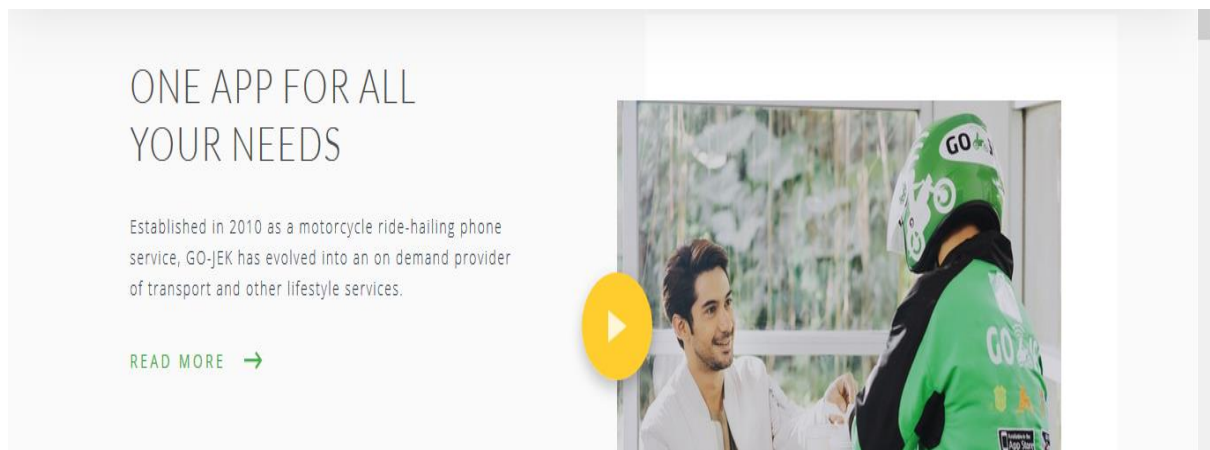


- Precision Agriculture for Development (PAD) เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยมีพันธกิจในการสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยในประเทศกำลังพัฒนาโดยการให้ข้อมูลและบริการที่ปรับแต่งเองเพื่อเพิ่มผลผลิต มีความสามารถในการทำกำไร และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ลักษณะการดำเนินการถือเป็นรูปแบบใหม่สำหรับการส่งเสริมการเกษตร ให้เกษตรกรได้รับคำแนะนำด้านการเกษตรส่วนบุคคลผ่านโทรศัพท์มือถือ มีการดำเนินการร่วมกับองค์กรพันธมิตรและหน่วยงานของรัฐ ซึ่งมีเกษตรกรจำนวน 100 ล้านคนในประเทศกำลังพัฒนา เช่น เคนยา เอธิโอเปีย ราวินดา อินเดีย ปากีสถาน สนับสนุนข้อมูลผ่านระบบ

ด้วยการสื่อสารแบบสองทางและการรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกรที่ปรับแต่งตามภูมิศาสตร์ ตลาด และคุณลักษณะของเกษตรกร เมื่อเกษตรกรตระหนักถึงประโยชน์ของบริการนี้พวกเขามีแรงจูงใจที่จะให้ข้อมูลที่ถูกต้องในระบบ ซึ่งจะปรับปรุงคำแนะนำในระบบตลอดเวลา เป็นการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ส่งผลให้ระบุประเภทของข้อมูลและกลไกการส่งมอบที่ทำงานได้ดีที่สุดสำหรับเกษตรกร



- Go-Jek เป็นสตาร์ทอัพสัญชาติอินโดนีเซีย ที่สร้างแพลตฟอร์มการส่งอาหารสู่ผู้บริโภค ที่มีการเติบโตสูงมากในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีมูลค่าตลาดในปี 2019 มีค่า 54 พันล้านเหรียญสหรัฐ แต่ก็มีคู่แข่งชันมากเช่นกัน ในปี 2015 มีคน download 98 ล้านครั้ง โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดส่งอาหารของอินโดนีเซียร้อยละ 87 ซึ่งตอนนี้ Go-Jek เริ่มมาสร้างตลาดในประเทศไทย ภายใต้ชื่อ GET



- Warung Pintar เป็นสตาร์ทอัพสัญชาติอินโดนีเซีย ที่นำเทคโนโลยีมาปรับปรุงคุณภาพของร้านค้าเป็น Smart Kios เพื่อแก้ปัญหาให้กับประชาชนที่มีรายได้น้อยเพื่อให้เข้าถึงเทคโนโลยี ซึ่งชุมชนของเหล่านี้ขายสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ ขนมปัง, สบู่ ไปจนถึงบุหรี่ มีบริการที่นั่ง ฟรี Wifi รวมถึงจอ LCD ทั้งหมดนี้สามารถจ่ายค่าบริการผ่านธุรกรรมออนไลน์ ธุรกิจนี้เป็นการรวบรวมเทคโนโลยี ยกตัวอย่างเช่น Moka POS เป็นแอปพลิเคชันเครื่องคิดเงินดิจิทัล Jurnal เป็นแอปพลิเคชันจัดการบัญชี Kudo เป็นแอปพลิเคชันตัวแทนรับ ขายต่างๆ และ สินค้าที่ขายผ่าน E-Commerce ด้วยเงินสด (ปัจจุบันถูก Grab ซื้อไปแล้ว) Do-Cart เป็นแอปพลิเคชันสำหรับจัดซื้อและจัดส่งสินค้า Waresix เป็นระบบบริหารจัดการระหว่างคลังสินค้ากับร้านค้าปลีกในรูปแบบชุมชนของ การลงทุนจะเก็บค่าธรรมเนียมครั้งเดียวเพียงในจำนวน 5,000 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 156,000 บาท ซึ่งค่าธรรมเนียมนี้ครอบคลุมทั้งหมดของค่าใช้จ่ายที่แฝงลอยนี้มีรวมถึงอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อให้แผงลอยเหล่านี้สามารถรองรับความต้องการของชุมชนได้



- Limakio เป็นสตาร์ทอัพสัญชาติอินโดนีเซีย ที่สร้างแพลตฟอร์มให้กับชาวนา ในการเชื่อมโยงตลาดโดยตรงกับแผงลอยหรือผู้ขายอาหาร ซึ่งทำงานเป็นหุ้นส่วนที่สำคัญของ Warung Pintar



การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เกี่ยวกับเกษตรและอาหาร ยังมีแนวทางที่จะเกิดขึ้นได้อีกจำนวนมาก นับว่าเป็นการทำนายร่วมกับการสร้างโอกาสที่จะทำให้เกิดการพัฒนาใน 3 ประเด็นหลักดังนี้

1. ดิจิทัลที่ถูกขับเคลื่อนโดยข้อมูลและความชัดเจนถูกต้องของข้อมูล
 - วิธีการใหม่ๆ ในการบันทึกและการเก็บข้อมูล เช่น การบันทึกแบบดิจิทัล ข้อมูลจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความโปร่งใสในการซื้อขาย
 - ข้อมูลจำนวนมากพอร่วมกับการวิเคราะห์ เพราะสิ่งสำคัญการเข้าใจลูกค้าและความคาดหวัง สามารถออกแบบการใช้งานได้อย่างตอบโจทย์
 - ต้นทุนและความคุ้มค่า
2. ดิจิทัลสามารถทำให้เกิดการโปร่งใสและความน่าเชื่อถือได้
 - แพลตฟอร์มที่จะกำจัดพ่อค้าคนกลาง เช่น แอปพลิเคชันสำหรับการกู้ยืมเงิน ข้อมูลทะเบียนผู้เกษตร การส่งมอบสินค้าตามความต้องการ
 - สร้างความเชื่อถือของข้อมูลสังคมออนไลน์
 - ระบบอาหารปลอดภัย และการตรวจสอบย้อนกลับได้ตลอดห่วงโซ่ ข้อมูลตามความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดการสร้างกลุ่มผู้ใช้งาน ขยายตลาดให้มากขึ้น
3. ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่างๆ
 - ดิจิทัล ช่วยสนับสนุนการพัฒนาของหน่วยงานรัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับต่างๆ เช่น ขวานรายย่อย SMEs
 - ดิจิทัลสามารถเชื่อมโยงผู้เกี่ยวข้องในหลากหลายมิติ
 - ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน
 - ความสำคัญในการสร้างระบบนิเวศเพื่อเอื้อต่อ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ และมีการบูรณาการ



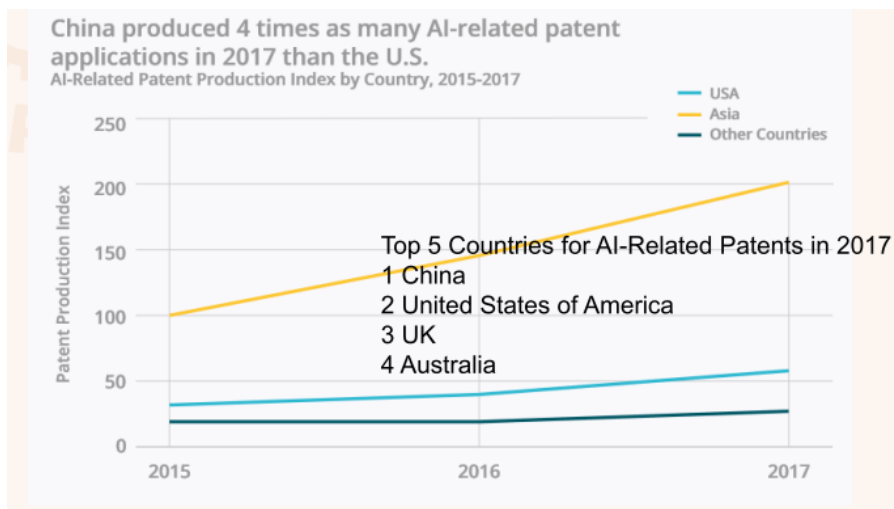
3. Small Business Incubators : A Global Perspective

Joselito C. Bernardo Agribusiness Consultant

Startup หรือวิสาหกิจเริ่มต้น เป็นองค์กรธุรกิจแบบชั่วคราวหรือบริษัทรุ่นใหม่ ที่ต้องการได้รับการร่วมลงทุน หรือการเป็นหุ้นส่วนที่มีการออกแบบให้เกิดการหารูปแบบธุรกิจใหม่ๆ โดยการที่เป็นบริษัทคนรุ่นใหม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบริษัทบนพื้นฐานของเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งผู้ก่อตั้งมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์จุดปัญหาตามความต้องการที่มีช่องว่างการเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยรายได้ ผลกำไร และจำนวนพนักงานในบริษัทจะเกิดการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วระหว่างบริษัทและอุตสาหกรรม เนื่องจากการออกแบบลักษณะธุรกิจให้ขยายการเติบโตได้อย่างรวดเร็วอย่างไม่มีข้อจำกัดจากบริบทต่างๆ จึงมีความแตกต่างที่ชัดเจนของวิสาหกิจเริ่มต้น จากธุรกิจขนาดเล็ก นิยามจาก “Natalie Robehmed – Forbes Staff on article “What is a startup”.

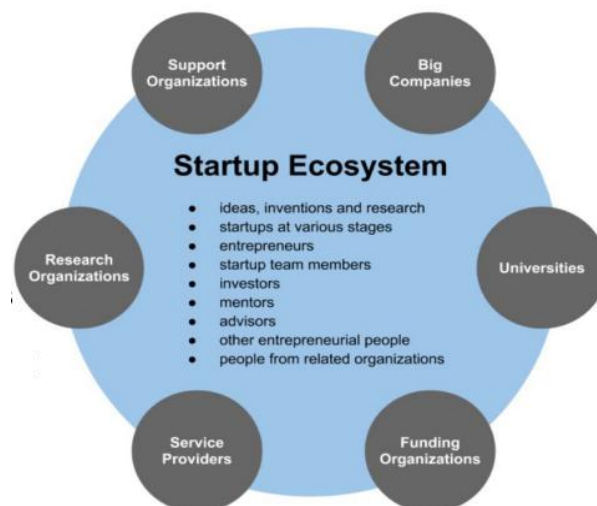


การเติบโตของแต่ละกลุ่มย่อย (Sector) ที่มีการเติบโตสูง ในปี ค.ศ. 2013 พบว่ากลุ่มของเกษตรและอาหารมีการเติบโตเป็นอันดับสอง อัตราการเติบโตร้อยละ 171 ใน 5 ปี สำหรับอันดับหนึ่งคือ กลุ่มการผลิตและหุ่นยนต์ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 189 ซึ่งได้รับการร่วมลงทุนในช่วง early stage อันดับสาม คือ Blockchain อัตราการเติบโตร้อยละ 163 ใน 5 ปี และอันดับ 4 คือ Artificial Intelligence Big Data & Analytics อัตราการเติบโตร้อยละ 77.5 ใน 5 ปี ซึ่งในปัจจุบันอัตราการเติบโตของกลุ่มนี้ อยู่ในระดับสูงมาก ที่มีนโยบายการพัฒนาในหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศจีน



ทั้งนี้ วิสาหกิจเริ่มต้นมุ่งหวังให้เกิดการเติบโตสูงที่ต้องการเป็น “Unicorn” ที่มีการตีมูลค่าของบริษัทจำนวน 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือมากกว่า ซึ่งจากข้อมูลในปี 2013 มีเพียง 39 บริษัท ซึ่งในปี 2018 มีจำนวนถึง 279 บริษัท ตามรายงานของ TechCrunch เมื่อมูลค่าการลงทุนมากขึ้นในระดับมากกว่า 10 พันล้านเหรียญสหรัฐ จะเรียกว่า “Decacorn” และเมื่อมีมูลค่ามากกว่า 100 พันล้านเหรียญสหรัฐ จะเรียกว่า “Hectocorn”

สิ่งสำคัญของการสร้างวิสาหกิจเริ่มต้นคือ Startup Ecosystem การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการสร้างและเติบโตให้กับวิสาหกิจเริ่มต้น ด้วยการสร้างให้เกิดจากกลุ่มคน และวิสาหกิจเริ่มต้นในหลากหลายขั้นตอนการเติบโต ทั้งในส่วนกายภาพและการเชื่อมต่อระหว่างกันที่จะสร้างสรรค์ให้เกิดวิสาหกิจเริ่มต้นกลุ่มใหม่ และการขยายการเติบโต



ศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ (Business Incubators) เป็นองค์กรหรือบริษัท ที่จะช่วยสนับสนุนให้บริษัทใหม่หรือ วิสาหกิจเริ่มต้น เกิดการพัฒนา โดยออกแบบเพื่อเร่งให้เกิดการเติบโตและประสบความสำเร็จ ผ่านการสนับสนุนทรัพยากรต่างๆ และบริการที่เกี่ยวข้องเช่น การอบรม การใช้บริการสถานที่ การเป็นที่ปรึกษา และ การสร้างการเชื่อมโยงประสานงานในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีหลากหลายประเภท เช่น

- Virtual business incubator – online business incubator
- Kitchen incubator – มุ่งเน้นในกลุ่มของอาหาร
- Kitchen incubator – มุ่งเน้นด้านอุตสาหกรรมอาหาร

- Public incubator – มุ่งเน้นสินค้าสำหรับสาธารณะ
- Seed incubator – มุ่งเน้นกลุ่มของ Early stage
- Startup studio – interacting portfolio companies
- Hybrid incubator – การเชื่อมโยงระหว่าง virtual incubator with on premise activities

ในการทำงานของการบ่มเพาะผ่านกระบวนการใช้คำปรึกษา การเชื่อมโยงประสานงาน และบริการต่างๆ เช่น Co-working space การทำต้นแบบ เพื่อให้วิสาหกิจเริ่มต้นได้ทดลองแนวคิด สร้างรูปแบบธุรกิจ การทำงานปรับ product-market fit ก่อให้เกิดทรัพย์สินทางปัญญา เกิดการเชื่อมโยงกับทุกภาคส่วนที่อยู่ในระบบนิเวศที่เอื้อให้เกิดการสร้างวิสาหกิจเริ่มต้น โดยจะแบ่งมี 3 ลำดับขั้นสำคัญของวิสาหกิจเริ่มต้นที่จะเข้ามาบ่มเพาะ ได้แก่

1. ขั้น study การศึกษารูปแบบธุรกิจเบื้องต้น
2. ขั้น seed การศึกษาตลาด สร้างรูปแบบธุรกิจ ให้ทุนสนับสนุนเบื้องต้น
3. ขั้น start เริ่มทำผลิตภัณฑ์และบริการออกสู่ตลาด การทำงานในรูปแบบธุรกิจ และให้เกิดการเติบโต



APO ได้ศึกษาเกี่ยวกับศูนย์บ่มเพาะด้านอาหารได้แก่

1. Rutgers University ในมลรัฐนิวเจอร์ซีย์ สหรัฐอเมริกา



ศูนย์บ่มเพาะฯ ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทในสหรัฐอเมริกา และบริษัทระดับนานาชาติ ที่ต้องการหา รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ในสหรัฐอเมริกา ได้รับรางวัล “Incubation for the Year” ในปี 2017 จากสมาคมธุรกิจนวัตกรรมนานาชาติ (International Business Innovation Association, INBIA) โดยมีบริการที่หลากหลายให้กับผู้รับการบ่มเพาะ ได้แก่

1. การให้คำปรึกษาด้านธุรกิจและเทคโนโลยี
2. การบริการอบรมด้านต่างๆ และมีการออกแบบพิเศษ
3. สร้างเครือข่ายด้านผู้เชี่ยวชาญของมลรัฐนิวเจอร์ซีย์
4. กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์
5. การเชื่อมโยงกับนักลงทุน
6. การวิเคราะห์ทางเคมีและ Mass Spectrometer

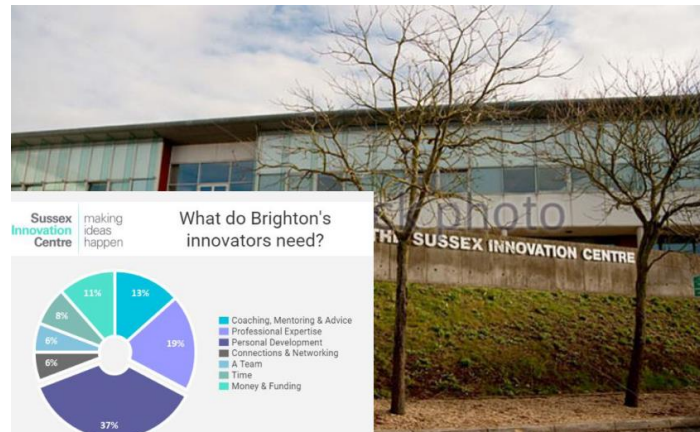
ตัวอย่างวิสาหกิจเริ่มต้นด้านอาหาร ที่ผ่านการบ่มเพาะ

- **First Field** : เป็นบริษัทในมลรัฐนิวเจอร์ซีย์ผลิตซอสมะเขือเทศ โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น โดยมีการใช้น้ำตาลน้อยกว่าร้อยละ 50 ของแบรนด์ผู้นำในตลาด
 - **Jin Ja** : เป็นบริษัทที่ผลิตเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ด้วยส่วนผสมที่ประกอบด้วย ชิงสด ชาเขียว พริก cayenne มินต์ และมะนาว โดยสามารถช่วยเพิ่มพลังงาน และย่อยสลายได้ดี ในการต้านอนุมูลอิสระ
 - **Chia Star** : ผู้ก่อตั้งเป็นผู้ประกอบการของ Sara Erb โดยได้เริ่มทำธุรกิจและขายธุรกิจ 3 ธุรกิจเมื่อ 20 ปีที่แล้ว โดยเริ่มธุรกิจใหม่คือ Chia Star ในธุรกิจของเครื่องดื่มที่ทำมาจากผลไม้ เบอร์รี่ และเมล็ด chia โดยมีคุณค่าคือ มีปริมาณแคลเซียม สารต้านอนุมูลอิสระ โพแทสเซียม โปรตีน เส้นใย และแมงกานีสสูง แต่ปริมาณน้ำตาลค่อนข้างต่ำมาก
2. Cornell University Agriculture and Food Innovation Center



ศูนย์บ่มเพาะฯ ที่อยู่ภายในมหาวิทยาลัย ดังนั้นจะมีห้องปฏิบัติการวิเคราะห์ เช่น ความเป็นกรดต่าง ความหวานของอาหารและเครื่องดื่ม พฤติกรรมของน้ำ ร่วมสนับสนุนการทดลองทดสอบของวิสาหกิจเริ่มต้น ได้แก่ ห้อง โดยมีกระบวนการที่สร้างระบบการตรวจสอบ และอำนาจในการตัดสินใจต่างๆ

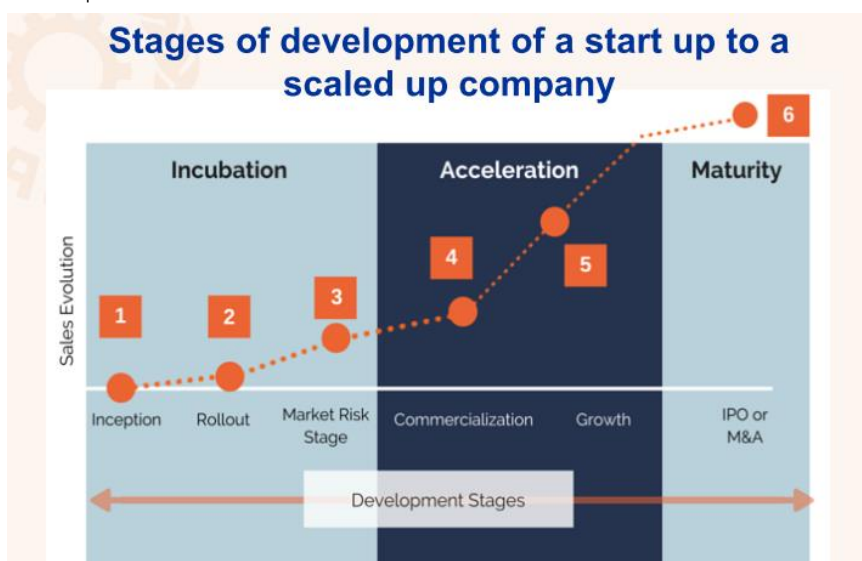
3. Sussex University Incubation center



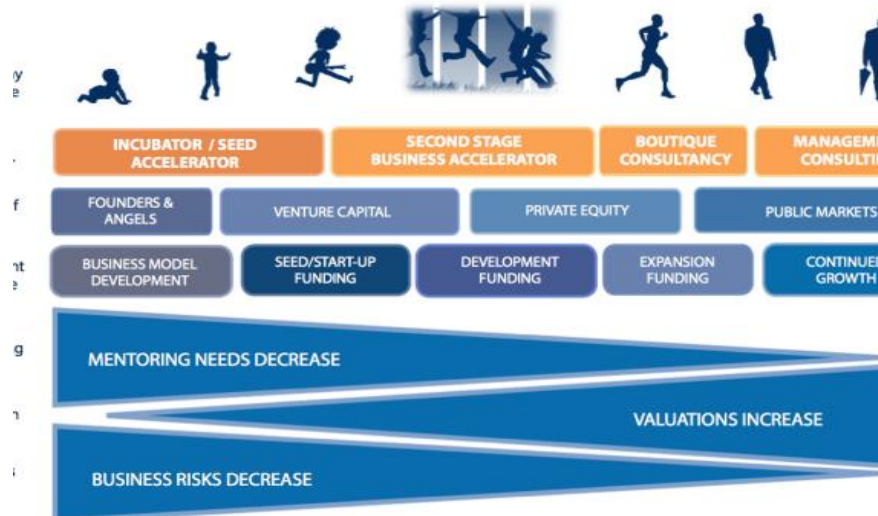
ศูนย์บ่มเพาะฯ ที่เน้นการให้คำปรึกษา และระบบผู้เชี่ยวชาญเพื่อสนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรค์แนวคิด ผ่านกระบวนการออกแบบทางความคิด เพื่อให้เกิดเป็นรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างมีนวัตกรรม สามารถแข่งขันในตลาดได้

กระบวนการที่สำคัญในแต่ละขั้นเพื่อให้ธุรกิจเริ่มต้นเติบโตเป็นบริษัทฯ ที่สามารถมีตลาด และการเข้าสู่ตลาดหุ้น โดยจะแบ่งขั้นการพัฒนา และการเติบโตได้ 3 ขั้น ดังนี้

1. ขั้นการบ่มเพาะ (Incubation) เป็นขั้นเริ่มต้นที่จะนำหาแนวทางแนวคิดที่จะทำธุรกิจ การเริ่มแปลงแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Problem-Solution fit) และการทำ MVP เพื่อทดสอบตลาดเริ่มต้น เพื่อทำ product & market fit
2. ขั้นการเร่งให้เติบโต (Acceleration) เป็นขั้นที่เริ่มมีตลาดมีลูกค้าที่ชัดเจน ซึ่งจะมีการปรับให้เป็นความต้องการของการแก้ไขปัญหาและลูกค้า และเริ่มการขยายผลไปอย่างรวดเร็ว
3. ขั้นการเติบโต (Maturity) เมื่อรูปแบบธุรกิจได้รับการยอมรับจากลูกค้า พร้อมทั้งจะเติบโตและขยายธุรกิจ ซึ่งก็ต้องการแหล่งของเงินร่วมลงทุนในตลาดหุ้น (IPO) หรือการควบรวมกิจการ (Mergers and Acquisitions (M&A))



Stages of development of a start up to a scaled up company



II. การจัดระดมสมองและแลกเปลี่ยนประสบการณ์และมุมมองกับผู้เข้าร่วมอบรม

1. การประชุมระดมสมองเกี่ยวกับวิสาหกิจเริ่มต้นด้านเกษตรอาหารในมุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานอิสระ

ทางผู้แทนประเทศไทย 2 คน ได้ร่วมกันจัดทำ Country Paper (ภาคผนวก 1) ตามหัวข้อที่กำหนดที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเกษตรของประเทศไทย โดยมีนโยบาย 4.0 ในการพัฒนาการเกษตรให้สามารถเติบโตโดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งรูปแบบที่สำคัญคือ การใช้แนวทางของวิสาหกิจเริ่มต้นด้านการเกษตร หรือ AgTech startup

ที่มีการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและสร้างรูปแบบบริการใหม่เพื่อช่วยสนับสนุนให้เกิดการพลิกโฉมประเทศไทย โดยทาง ABC center เป็นแพลตฟอร์มกลางเชื่อมโยงประสานงานและขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาผู้ประกอบการที่มีรูปแบบธุรกิจใหม่ (New Business model) และใช้เทคโนโลยีเชิงลึก (Deep Tech) พัฒนาแนวทางการแก้ปัญหาภาคการเกษตรเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำเกษตรกรรมของประเทศ โดยการสร้างและพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของผู้ประกอบการนวัตกรรมการเกษตร (AgTech Ecosystem) ตลอดจนการเกิดเชื่อมโยงกันทุกภาคส่วน



ตามกำหนดการจะเป็นการรายงาน Country Paper ของผู้เข้าร่วมอบรม แต่เนื่องจากความแตกต่างของผู้เข้าอบรมที่มีหลากหลาย ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน วิสาหกิจเริ่มต้น เกษตรกร และหน่วยงานอิสระ (ภาคผนวก 2) ทำให้ทางคณะผู้สอนจึงปรับเป็นการระดมความเห็นในด้านต่างๆ กับตัวแทนจากประเทศต่างๆ พอสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. ความหมายของ AgriFoodTech Startup ความหมายยังหลากหลายในหลายประเทศ ซึ่งในอินโดนีเซียก็มีเรื่องของ Satartup ที่มีอยู่จำนวนมาก ซึ่งจะในส่วนของการพัฒนา application สำหรับการขนส่งที่มียูนิคอน ประสบความสำเร็จด้านการขนส่งที่จะช่วยสนับสนุน
2. การสนับสนุนด้านต่างๆ ในแต่ละประเทศมีปัญหาคล้ายๆ กัน ที่ทุกส่วนต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ
3. เป้าหมายที่สำคัญของแต่ละประเทศ ต้องการยกระดับเกษตรกร หรือกลุ่มเกษตรกรให้สามารถพัฒนาการเกษตรด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน



2. การประชุมระดมสมองเกี่ยวกับแนวทางการสร้างรูปแบบทางการตลาดใหม่ให้กับธุรกิจทางการเกษตร

Prof. Dr. Ralph D. Christy Cornell Univer ได้นำเสนอเรื่อง “What all startups should know about strategy: Implications for you marketing plan” ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างกลยุทธ์ที่สำคัญ เพื่อสร้างธุรกิจให้เกิดการเติบโตและสามารถแข่งขันในตลาด โดยต้องมีการวางตำแหน่งของบริษัท ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบธุรกิจที่ชัดเจน โดยประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์หลักคือ กลยุทธ์ของบริษัท กลยุทธ์ด้านการตลาด และแผนการตลาด เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน โดยได้เลือก 4 ธุรกิจ ได้แก่

1. ฟาร์มไฮโดรโปนิกส์ในอินโดนีเซีย (กลุ่มนี้ที่มณฑลฯ เข้าร่วมระดมสมอง)
2. ช็อคโกแลตจากโกโก้ในอินโดนีเซีย
3. ธุรกิจทำซอส น้ำปลาในกัมพูชา
4. Mazaraat Cheese เป็นสูตรทำจากธรรมชาติในอินโดนีเซีย

จากนั้นจะแบ่งกลุ่มให้ทำ Marketing Strategy Canvas เพื่อร่วมกันหาแนวทางให้เกิดแผนธุรกิจที่มีความชัดเจนในการเติบโตได้อย่างรวดเร็ว



MARKETING STRATEGY CANVAS

SUMMARY OBJECTIVES What business needs and challenges will your marketing strategy meet?			
STRATEGY TARGET SEGMENTS Who are your target audience?		STRATEGY VALUE PROPOSITION What is your product's most important attribute? What distinguishes it from the competitors?	
PRODUCT Functionality, branding, quality, packaging	PRICE Price, discounts, rebates, premium	PROMOTION Advertising, messaging, media, public relations, packaging	PLACE Channel strategy, location, logistics, distribution

การประชุมระดมสมองเพื่อปรับแนวทางการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบใหม่ๆ ที่ตอบสนอง 4P :
Product Price Promotion Place



ในกลุ่มที่ร่วมประชุมระดมสมองเป็นของธุรกิจฟาร์มไฮโดรโปนิคส์ และทำผลิตภัณฑ์ผักสลัดขายไปยังร้านค้า ซุปเปอร์มาร์เกตต่างๆ ในอินโดนีเซีย ซึ่งต้องการเพิ่มรูปแบบการสร้างตลาดใหม่มากขึ้นทางกลุ่มได้เสนอรูปแบบธุรกิจให้กับ amazing farm ได้แก่

1. On Farm Experience ทำให้ลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มเด็กๆ ได้ลงมือเกี่ยวกับการปลูกผัก



2. Food Service Concept ทำเป็นร้านอาหาร และให้ประสบการณ์ได้รับเกี่ยวกับการปลูกผัก ในลักษณะ salad bar หรือ On-site farm



3. Corporate Office Sales สร้างตลาดร่วมกับบริษัทห้างร้านต่างๆ โดยส่งไปถึงที่ทำงาน ร่วมกับการทำแผนโปรโมชั่นต่างๆ



4. Product Traceability การตรวจสอบย้อนกลับในทุกขั้นตอนการผลิต



5. Current Product Enhancement เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น เมล่อน สตอเบอร์รี่ หรือการเพิ่มเรื่องของสารกีดต่างๆจากพืช เพื่อเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์สุขภาพ



III. การเยี่ยมชมฟาร์มและการผลิตทางการเกษตรของอินโดนีเซีย

1. กลุ่มเกษตรกรในการผลิตสละอินโด Salaka Indo

กลุ่มเกษตรกรนี้ เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกสละในพื้นที่ โดยกระบวนการทำสวนจะมีองค์ความรู้ถ่ายทอดซึ่งกัน และมีสถานที่ในการคัดแยก ทำความสะอาด และบรรจุ เพื่อส่งออกและขายในตลาดอินโดนีเซีย โดยโรงงานได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล มีกลุ่มเกษตรกรในลักษณะสหกรณ์มาบริหารจัดการ ซึ่งกลุ่มนี้มีการทำสละอินโดที่มีคุณภาพสูง และได้มีปริมาณได้เพียงพอ ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าจากประเทศไทยติดต่อให้ส่งออกไปยังห้างสรรพสินค้าชั้นนำ





2. Sabai farm เป็นฟาร์มที่ทำด้านเกษตรอินทรีย์ มีผลิตภัณฑ์หลักเป็นแก้วมังกร และผลไม้เมืองร้อนต่างๆ ทำในลักษณะหารสำหรับการท่องเที่ยว รวมถึงร่วมกับวิทยาลัย มหาวิทยาลัยให้นักศึกษามาฝึกงาน ซึ่งข้อคิดอย่างหนึ่งที่น่าสนใจคือ “ฟาร์มเขาไม่ได้ขายผลไม้ราคาสูง ดังนั้นการใช้เครื่องมือทันสมัยเช่นหุ่นยนต์ต่างๆ ต้องมองถึงความคุ้มค่า และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการคุ้มค่าที่สุด





บทสรุปวิเคราะห์สิ่งที่ทำ

กระบวนการบ่มเพาะและเร่งสร้างธุรกิจการเกษตรและอาหารจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ที่แก้ไขปัญหาด้านการเกษตรและอาหารได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในภูมิภาคเอเชีย การทำการเกษตรมีแนวทางการดำเนินงานเป็นแปลงเกษตรขนาดเล็กและรูปแบบของปัญหาที่คล้ายกันมาก ซึ่งในอนาคตสามารถเกิดการเชื่อมโยงและการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีนวัตกรรม เพื่อนำแนวทางการแก้ไขปัญหามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเกษตรกรระหว่างกันได้ต่อไป อย่างตัวอย่างเช่น “sayurbox” เป็นวิสาหกิจเริ่มต้นด้านการเกษตรของอินโดนีเซีย ที่พัฒนาแพลตฟอร์มด้านตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ ด้วยการเชื่อมโยงระบบการขนส่งและการจัดการผลผลิตทางการเกษตร อีกทั้งมีการส่งเสริมการใช้บรรพบุรุษที่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ซึ่งมีเป้าหมายจะขยายแพลตฟอร์มสู่ภูมิภาคนี้ ซึ่งประเทศไทยก็มีวิสาหกิจเริ่มต้น ที่เริ่มสร้างรูปแบบตลาดใหม่ๆ ให้กับเกษตรกร เช่น MeZ FreshKet FarmKaidee KasetTRADE Farmto รวมถึงการพัฒนาการนำนวัตกรรมใหม่มาประยุกต์ใช้กับการเกษตร

ดังนั้นส่วนของประเทศไทย ควรจะเร่งสร้างผู้ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยสนับสนุนการแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกร ซึ่งสามารถมองตลาดที่ใหญ่ขึ้นนอกจากประเทศไทย ซึ่งมีรูปแบบของฟาร์มใกล้เคียงกันน่าจะนำไปขยายผลในระดับตลาดเอเชียมีความเป็นไปได้สูง ซึ่งต้องเรียนรู้วัฒนธรรมและการทำการเกษตรของแต่ละประเทศ เพื่อนำแพลตฟอร์มหรือแนวทางการแก้ไขปัญหามาของวิสาหกิจเริ่มต้นเข้าไปขยายผลได้ไม่ยากต่อไป



มณฑา ไก่หิรัญ
ผู้สรุปรายงานการประชุม