

โทโก้ วัลเลย์

สูตรยั่งยืนธุรกิจเกษตร
กระจาย “สุข” สู่สังคม

เพื่อนสวนฟาร์ม

ก้าวข้าม Comfort Zone
สร้างธุรกิจเกษตรยั่งยืน

5 เทรนด์สุดล้ำ!

ต่อย้ำเกษตรวิถีใหม่

CIRCLE STRATEGY

กลยุทธ์ “วงกลม”

ปั้นเกษตรอุตสาหกรรมครบเครื่องแบบ 360 องศา



แผนผัง Call Center

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

0 2430 6860

- กด 1 ภาษาไทย - กด 2 ภาษาอังกฤษ

- กด 1 สำนักงานเลขาธิการกรม
- กด 2 กองยุทธศาสตร์และแผนงาน
- กด 3 กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม
- กด 4 กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กด 5 กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่

- กด 6 กองโลจิสติกส์
- กด 7 กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม
- กด 8 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- กด 0 หากไม่ทราบ

อศอ. 0 2430 6861

รศอ.1 0 2430 6862

รศอ.2 0 2430 6863

ตสน. 0 2430 6864

สำนักงานเลขาธิการกรม

0 2430 6865-6866

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มบริหารงานคลังและงบประมาณ
- กด 3 กลุ่มบริหารทรัพยากรบุคคล
- กด 4 กลุ่มประชาสัมพันธ์
- กด 5 กลุ่มพัสดุและอาคารสถานที่
- กด 6 กลุ่มบริหารเงินทุน
- กด 7 กลุ่มวินัยและนิติการ

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

0 2430 6867-6868

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ
- กด 2 กลุ่มติดตามและประเมินผล
- กด 3 กลุ่มแผนปฏิบัติงานและงบประมาณ
- กด 4 กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- กด 5 กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน ก
- กด 6 กลุ่มศึกษาและพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม

กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม

0 2430 6869-6870

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มพัฒนาการจัดการธุรกิจ
- กด 3 กลุ่มพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม
- กด 4 กลุ่มพัฒนาบริการธุรกิจอุตสาหกรรม
- กด 5 กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการ
- กด 6 กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา

กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม

0 2430 6871-6872

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มเชื่อมโยงธุรกิจดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กด 3 กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กด 4 กลุ่มเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจด้วยดิจิทัล

กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่

0 2430 6873-6874

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจ
- กด 4 กลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่
- กด 5 กลุ่มสร้างสังคมผู้ประกอบการ

กองโลจิสติกส์

0 2430 6875-6876

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มนโยบายและประสานเครือข่าย
- กด 3 กลุ่มพัฒนาระบบโลจิสติกส์
- กด 4 กลุ่มมาตรฐานและนวัตกรรมโลจิสติกส์
- กด 5 กลุ่มส่งเสริมโลจิสติกส์องค์กร

กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม

0 2430 6877-6878

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มนโยบายและแผนเกษตรอุตสาหกรรม
- กด 3 กลุ่มเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีการจัดการเกษตรอุตสาหกรรม
- กด 4 กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป
- กด 5 กลุ่มพัฒนารัฐวิสาหกิจเกษตรอุตสาหกรรม

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

0 2430 6879

- กด 1 กลุ่มบริการธุรกิจสารสนเทศ
- กด 2 กลุ่มแผนงานสารสนเทศและบริหารทั่วไป
- กด 3 กลุ่มพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กด 4 กลุ่มระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

อุตสาหกรรม

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่อง
ยาวนานนับถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 65 ปี

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

เลขที่ 75/6 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2430 6865, 0 2430 6866

ที่ปรึกษา

นายไบน้อย สุวรรณชาติ

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางสุชาดา โพธิ์เจริญ

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวัชรุน จัยจำลอง

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวาทิ พิระวานุพงศ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางสาวประเทือง พฤกษาพิทักษ์กุล

เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวพัชร์อัมพรธน ตั้งวตินธรรม

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการ

นางสาวแพรวภัทร โภวาที

กองบรรณาธิการ

นายไพฑูรย์ มะเมี่ยมเมื่อง, นางสาวนฤมล ผึ้งเนียม,
นางสาววรรณศิริ กางกัน, นางสาวเกสร่า จันทร์งาม,
นางสมใจ รัตนโชติ, นางสาวกัญญา ชุมศรี,
นางสาวกนกกรักษ์ นกุลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,
นางสาวจรีนทร์ เหมือนใจใส

บรรณาธิการที่ปรึกษา

นางสาวนราภรณ์ เตยหล้า,
นางสาวสุดา วิชัย, นายอรรถพล ม่วงจินดา,
นางสาวนิชาพัฒน์ ลิ้มปนาคุณเคราะห์

จัดพิมพ์

บริษัท เพนนิชชูการ์ แอสโซซิเอตส์ จำกัด
: 100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3 ถนนพหลโยธิน
แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2270 1123-4 โทรสาร 0 2270 1125

สมัครสมาชิกวารสาร

สมัครได้ 3 ช่องทาง

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง
บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครผ่าน Google Form :
<https://forms.gle/tmXXccJjmTjzZjPK9>

3. สมัครผ่าน QR Code



EDITOR TALKS

เปลี่ยน Mindset

เปลี่ยนโมเดลธุรกิจเกษตรใหม่

โลกของการเกษตรยุคนี้ จะไม่ใช่การที่หลังสู้ฟ้าหน้าสู้ดินอีกต่อไป แต่รายได้และผลกำไรที่แลกมาด้วยน้ำพักน้ำแรงนั้น ต้องมีทั้ง “มูลค่า” และ “คุณค่า” แต่การที่จะไปถึงจุดนั้นได้ ผู้ประกอบการเกษตรจำเป็นต้องเปลี่ยน Mindset ใหม่ เพื่อก้าวออกจาก Comfort Zone และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

การสร้างโมเดลธุรกิจเกษตรรูปแบบใหม่ คือโจทย์ที่ผู้ประกอบการต้องคิดหาคำตอบให้ตัวเอง เพื่อที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันมีหลาย ๆ โมเดลที่ให้ผู้ประกอบการนำไปประยุกต์ใช้ได้ ไม่ว่าจะเป็น

การเกษตร+ท่องเที่ยว = การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ผู้ประกอบการต้องผันตัวเองให้เป็นมากกว่าผู้ผลิต แต่ต้องใส่ใจหัวใจของนักบริการ (Service Mind) ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ด้วย

การเกษตร+เทคโนโลยี = เกษตรอัจฉริยะ พลังของเทคโนโลยีสามารถเปลี่ยนให้ธุรกิจดั้งเดิมที่ต้องอาศัยแรงงานจำนวนมาก ระยะเวลาที่ยาวนาน และความยากลำบากในการทำ ให้ทุกอย่างทำได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น ใช้คนน้อยลง เพราะให้ระบบ AI ช่วยจัดการแทน

การเกษตร+เน็ตเวิร์ก = เครือข่ายธุรกิจเกษตร คุณไม่จำเป็นต้องทำทุกอย่างเองทั้งหมด แต่คุณจำเป็นต้องรู้จักคนที่จะมาช่วยทำแทนในหลายๆ เรื่องได้ การสร้างเน็ตเวิร์กหรือเครือข่ายจะช่วยเปลี่ยนข้อจำกัดให้กลายเป็นพลังได้อย่างไม่น่าเชื่อ

ถึงตรงนี้ หากใครยังมองไม่ออกว่าจะสร้างโมเดลใหม่ๆ ให้ธุรกิจเกษตรของคุณอย่างไร เรื่องราวทั้งหมดในอุตสาหกรรมสารฉบับนี้น่าจะช่วยให้คุณมองเห็นและเกิดความคิดให้กับคุณได้อย่างดี

พัชร์อัมพรธน ตั้งวตินธรรม

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

Highlight

CONTENTS



07

ยกระดับเกษตรไทย แข็งแกร่งทั้งอุตสาหกรรม

ปัทมคุณโยมบาย DIPROM หากจะทำให้
“อุตสาหกรรมเกษตรไทย”
เติบโตและไปได้ไกลกว่านี้ หัวใจสำคัญคือ
ต้องสร้างความแข็งแกร่งให้ได้ตั้งแต่
ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ

เปิดตัวแพลตฟอร์ม เชื่อมเกษตรกร สู่ตลาดแปรรูป

เพราะเข้าใจปัญหาของเกษตรกร
จึงเป็นที่มาของการเกิดตัวกลาง
ที่จะเชื่อมต่อเกษตรกรให้เข้าถึง
การแปรรูปที่ทันสมัย
และครบวงจร เพื่อต่อยอดสินค้า
เกษตรไทยสู่ตลาดโลก

21



เกษตรกร
รายย่อย



พวงจ



27

สร้างແຕ້ມຕໍ່ LEMON ME FARM เติบโตแบบครบวงจร

พาไปรู้จักกับธุรกิจเกษตรยุคใหม่
ที่ใช้เทคโนโลยีมาช่วยจัดการธุรกิจ
ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ
ทำให้สามารถต่อยอดจนกลายเป็น
ฟาร์มที่มีการจัดการ
แบบครบวงจร

รวบตึง Superfood! ของดีอภิลเวลลสินค้าเกษตรไทย

ผลผลิตทางการเกษตรที่หลายคน
มองว่าธรรมดา แต่รู้ไหมว่านี่คือ
วัตถุดิบสุดล้ำค่าเป็นสารตั้งต้นของ
Superfood ชั้นดีที่จะเปลี่ยนสินค้า
เกษตรไทยให้เพิ่มมูลค่า
ได้อย่างมหาศาล

30



05 TREND

5 เทรนด์สุดล้ำ! ตอกย้ำเกษตรวิถีใหม่

07 INTERVIEW

ดร.พลาตุร วงศ์วิวัฒน์
ยกระดับห่วงโซ่อุปทานเกษตรไทย
ให้แข็งแกร่งทั้งอุตสาหกรรม

10 COVER STORY

Circle Strategy : กลยุทธ์ “วงกลม”
ปีนเกษตรอุตสาหกรรม
ครบเครื่องแบบ 360 องศา

15 BUSINESS IDEA

โกโก้ วัลเลย์
สูตรยั่งยืนธุรกิจเกษตร
กระจาย “สุข” สู่สังคม

18 LOCAL SME

เพื่อนสวนฟาร์ม
ก้าวข้าม Comfort Zone
สร้างธุรกิจเกษตรยั่งยืน

21 SMART BIZ

จากใจ แพลตฟอร์มเชื่อมต่อเกษตรกร
เปิดทางสู่ตลาดสินค้าแปรรูป

24 SME FOCUS

ขวัญใจฟาร์ม
สร้างความต่าง “ฟาร์มแมลง”
ด้วยพลังมาตรฐาน

27 INSIGHT SME

LEMON ME FARM
ต่อยอดเกษตรยุคใหม่
สู่ธุรกิจฟาร์มแบบครบวงจร

30 SCOOP

รวบตึง Superfood!
ของดีอภิลเวลลสินค้าเกษตรไทย

32 INNO CORNER

ไอเดีย 5 สินค้าเกษตรแปรรูปสุด
Wow! แห่งยุค

5 เทรนด์สุดล้ำ! ตอกย้ำเกษตรวิถีใหม่

รู้หรือไม่? กระแสของ “กรีนกินรวบ” ที่กำลังแผ่ขยายครอบคลุมไปทุกหย่อมหญ้าให้ต้อง “คิดกรีน ทำกรีน เพื่อให้มีความกรีนหมุนเวียนในโลก” คือ ความท้าทายและเป้าหมายใหม่ที่คนในวงการเกษตรต้องเดินตามให้ทัน ดังนั้น อนาคตความคิดของเกษตรกรไทยวันนี้จึงต้องปักไปให้ไกลกว่าการเพิ่มผลผลิตและเป็นมากกว่าเรื่องของ การเก็บเกี่ยวแบบเดิมๆ

ไม่ต้องแปลกใจที่วันนี้ที่ใครจะคิดว่าโลกนั้นโคจรรอบความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม เพราะไม่ว่าจะหันไปทางไหน เทรนด์นี้ก็เข้าไปเป็นธงในใจของทั้งคนทำธุรกิจและผู้บริโภคกันทั้งนั้น

แนวทางของการเกษตรก็ไม่ต่างกัน เมื่อไม่ได้หยุดอยู่ที่แค่การมองหาวัตถุดิบใหม่ๆ เช่น เห็ด ถั่ว หรือธัญพืชพันธุ์ต่างๆ เพื่อรังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ Plant-based ไม่ว่าจะอาหารหรือสินค้าหมวดหมู่อื่นจากพืชเท่านั้น แต่ยังมีอีก 5 เทรนด์ที่กำลังปลุกการทำเกษตรที่เคยคิดว่ากรีนอยู่แล้ว ต้องกรีนให้สุด และกรีนให้ได้มากกว่าที่เคยอีกด้วย



กำจัดวัชพืชแบบไม่จ้อสารเคมี

ยาฆ่าแมลงและกำจัดศัตรูพืชหลบไป! เมื่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของการใช้หุ่นยนต์ ผสมกับ AI หรือปัญญาประดิษฐ์ และแมชชีนเลิร์นนิ่งมาไกลแบบสุดๆ ทำให้สามารถแยกแยะต้นพืชและวัชพืชออกจากกันได้ฉลาดผ่านการวิเคราะห์ลักษณะลำต้นและประมวลผลจากภาพถ่าย และทำการกำจัดได้โดยไม่ต้องพ่นยาและพ่นคน เช่น ยิงด้วยเลเซอร์กำลังสูง

ทำการชอร์ตด้วยไฟฟ้าเฉพาะจุด หรือใช้ใบมีดในการทำลาย ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ปลอดภัยจากสารเคมี ดีต่อสุขภาพของเกษตรกรแล้วยังช่วยลดต้นทุนของการใช้สารเคมีและแรงงานลงได้ด้วย



ลดคาร์บอนทุกสเปค

เรื่องเครื่องกันมากขึ้นกับการลดการปล่อยคาร์บอนในการทำเกษตร โดยเฉพาะในภาคส่วนของปศุสัตว์ที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกราว 15 เปอร์เซ็นต์จากการปล่อยของโลก ทั้งนี้ ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ของก๊าซมีเทนเกิดจากการย่อยอาหารของสัตว์ โดยปริมาณการปล่อยก๊าซมีเทนจากอุตสาหกรรมปศุสัตว์นั้นเทียบเท่าได้กับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากรถยนต์ถึง 650 ล้านคัน จุดนี้ได้กระตุ้นให้เจ้าของหลายรายเริ่มวัดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ของธุรกิจตัวเอง และจำลองวงจร “จากฟาร์มถึงตู้เย็น” (Farm to Fridge) ตั้งแต่การเรอของวัว การขนส่ง การแช่เย็นผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่บ้าน ไปจนถึงการกำจัดบรรจุภัณฑ์หลังการใช้งานว่าแต่ละส่วนมีการปล่อยก๊าซปริมาณเท่าไร และทำอย่างไรถึงจะลดปริมาณลงได้ เพื่อ Save โลกนี้ให้ดีขึ้น






 **โตแบบ “แนวตั้ง”**

ใครๆ ก็รู้ว่าทำเกษตรต้องใช้พื้นที่และน้ำโหดแค่ไหน ดังนั้น เพื่อประหยัดทรัพยากรที่ว้าและยังเดินหน้าทำงานได้ต่อเนื่องแม้จะอยู่ในเมืองหรือมีเนื้อที่จำกัด การทำเกษตรแนวตั้งในร่ม หรือการปลูกพืชเป็นชั้นๆ และมีการควบคุมการให้น้ำ แสงแดด อุณหภูมิ และสารอาหารผ่านเทคโนโลยีและระบบดิจิทัลตลอด 24 ชั่วโมง กำลังเป็นทางเลือกใหม่มาแรงของเกษตรกรที่มองหาแนวทางเพาะปลูกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากวิธีนี้สามารถช่วยลดการใช้น้ำได้ถึง 95 เปอร์เซ็นต์เมื่อเทียบกับการทำเกษตรทั่วไป แถมยังช่วยให้สามารถวางแผนการผลิตได้ดีขึ้น และลดของเสียที่มาจากการปลูกเกินความต้องการของตลาดได้



 **เพิ่มมูลค่าทุก “กลีบดอก”**

ถึงเวลาคิด! เมื่อไม้ดอกไม้ประดับ รวมถึงธุรกิจดอกไม้กำลังสร้างขยะจำนวนมหาศาลในแต่ละปี ปลูกกระแสของ “Flower Waste” หรือขยะจากดอกไม้ให้เป็นที่พูดถึงกันมากขึ้นเรื่อยๆ ที่มาแรงสุดๆ คงหนีไม่พ้นที่ประเทศอินเดีย

เมื่อขยะจากดอกไม้ที่ส่วนใหญ่มาจากการใช้ในพิธีกรรม และการสักการบูชาคิดเป็นเกือบ 1 ใน 3 ของขยะมูลฝอยทั้งหมดของประเทศ โดยเมื่อน้ำคางคาต้องเผชิญกับมลพิษจากการรองรับเศษดอกไม้เหล่านี้มากกว่า 8 ล้านเมตริกตันในแต่ละปี ได้จุดประกายเทรนด์ของการเปลี่ยนขยะจากดอกไม้ให้กลายเป็นโปรดักต์สุด Cool! เช่น ปู่หมักออร์แกนิก สบู่ เทียน คุกกี้หอม และสีย้อมธรรมชาติให้แพร่หลายและเป็นวงกว้างมากขึ้น



 **เปลี่ยน “สัตว์รุกราน” เป็น Material**

นอกจากวัชพืชแล้ว สัตว์ต่างถิ่นที่รุกราน (Alien Invasive Species) ยังเป็นอีกปัญหามหาปวดหัวของเกษตรกร ซึ่งปัจจุบันโลกของเราต้องรับมือกับ “สัตว์เอเลี่ยน” เหล่านี้มากถึง 35,000 สายพันธุ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและเป็นตัวเร่งให้เกิดการสูญพันธุ์ของสัตว์และพืชท้องถิ่น ทำให้เกษตรกรและธุรกิจนี้ ต้องหาทางออกที่ไม่ใช่แค่ลดปริมาณแต่หยิบมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์แปลกตาให้เห็นกันมากขึ้น เช่น Tamworth Distilling บริษัทผลิตสุราชื่อดังในสหรัฐอเมริกาที่คิดค้น Crab Trapper หรือวิสกี้จากปูเขียวที่ถือเป็นสัตว์ต่างถิ่นที่รุกรานอาละวาดสัตว์น้ำชนิดอื่นและสร้างความเสียหายให้แก่อุตสาหกรรมประมง หอยเชลล์ไปแล้วกว่าหลายล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือในบ้านเราเองก็มีการจับสัตว์เอเลี่ยนอย่างหอยเชอรี่มาแปรรูปเป็นวัตถุดิบอาหารโปรตีนเลี้ยงสัตว์ทดแทนการใช้โปรตีนจากปลาป่น รวมถึงนำมาประกอบเป็นอาหารหลากหลายเมนู เช่น เสียบไม้ย่าง ใส่ส้มตำ หรือลาบหอยเชอรี่ เป็นต้น

ทั้ง 5 เทรนด์ที่ว่ามานี้กำลังเข้ามาสร้างปรากฏการณ์และต่อกรกับเกษตรกรยุคใหม่ให้ต้องพลิกวิธีคิด เพื่อที่จะยืนหยัดและสู้ได้บนโลกที่เดินตามวิถีใหม่แห่งความยั่งยืนเช่นนี้ ■

ดร.พลาวัฐ วงศ์วิวัฒน์

ยกระดับห่วงโซ่อุปทานเกษตรไทย ให้แข็งแกร่งทั้งอุตสาหกรรม

เมื่อห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของภาคการเกษตรที่ต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปของไทยไม่ได้เข้มแข็งอย่างที่ควรจะเป็น จนลดศักยภาพในการช่วงชิงโอกาสในตลาดเสี่ยงต่อการขาดแคลนวัตถุดิบ หรือต้องซื้อวัตถุดิบในราคาสูง ไปจนถึงต้องพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศกลายเป็นหมุดหมายสำคัญที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพริอม (DIPROM) ต้องเร่งเครื่องเดินหน้านโยบายมากกว่าเพียงแค่ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของเกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตร โดยต้องมุ่งเสริมแกร่งให้ทุกองคาพยพของทั้งภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ตั้งแต่ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำให้เติบโตและทะยานไปข้างหน้าด้วยกันได้อย่างเต็มกำลัง

พลิกความอ่อนแอ เพิ่มความแข็งแกร่ง

ในเรื่องนี้ ดร.พลาวัฐ วงศ์วิวัฒน์ ผู้อำนวยการกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ฉายภาพโดยอ้างอิงข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยให้เห็นว่าเมื่อ 60 ปีก่อน แรงงานไทย 60 เปอร์เซ็นต์ทำงานอยู่ในภาคการเกษตร ซึ่งช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้สูงถึง 36 เปอร์เซ็นต์ของจีดีพี แต่ปัจจุบัน ไม่เพียงแต่แรงงาน





ในภาคการเกษตรจะลดลงไปราว 2 เท่า แต่สัดส่วนของภาคการเกษตรไทย ต่อจีดีพียังหดตัวลงกว่า 4 เท่า หรือคิดเป็นเพียง 8-9 เปอร์เซ็นต์ของจีดีพีในปี 2564 เท่านั้น

สภาวะถดถอยเช่นนี้ คือ แรงขับเคลื่อนชั้นดีให้แก่กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม ในการดำเนิน 4 ภารกิจ “พลัสแต่มีต่อ” ดันการเกษตรเข้าสู่อุตสาหกรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งและรายได้ให้กับธุรกิจและเกษตรกรภายใต้เครือข่ายได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

- **ศึกษาวิเคราะห์สภาวะเศรษฐกิจเกษตรอุตสาหกรรม** เพื่อจัดทำนโยบายมาตรการ และโครงการในการพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมที่เหมาะสม

- **ยกระดับธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม** เน้นส่งเสริมและพัฒนาระบบบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม ให้มีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันได้ และมีมาตรฐาน รวมถึงเพิ่มนักธุรกิจเกษตรที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ชุมชน และอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มช่องทางในตลาดให้มากขึ้น

- **พัฒนาอุตสาหกรรมและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป** ให้ตอบโจทย์ตลาด มีคุณภาพ และมีราคาที่แข่งขันได้ทั้งในและนอกประเทศ พร้อมสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอย่างยั่งยืน

- **สนับสนุนการเข้าถึงเครื่องจักรและเทคโนโลยีเกษตรอุตสาหกรรม** เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการผลิต และการแปรรูป รวมถึงถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต การแปรรูป และเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายเกษตรบริการผ่านแพลตฟอร์มของดีพร้อม

5 ปีข้างหน้า... กล้าแกร่งได้ทั้งห่วงโซ่

อย่างไรก็ดี ผู้อำนวยการกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม ไม่คิดที่จะหยุดการพัฒนาไว้เพียงเท่านี้ โดยเฉพาะเมื่อมองไปที่อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่พร้อมไปด้วยห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็งและมีเครือข่ายสนับสนุนจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมยานยนต์ หรืออุตสาหกรรมไฟฟ้า

และอิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้แรงหนุนจากผู้ผลิตชิ้นส่วนโลหะ ชิ้นส่วนพลาสติก ชิ้นส่วนยาง ชิ้นส่วนไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงแม่พิมพ์ ซึ่งมีการยึดหลักการจัดการอุตสาหกรรม (Industrial Management) ในการดำเนินงาน ส่งผลให้มีกระบวนการควบคุมคุณภาพที่สามารถส่งมอบสินค้าและบริการได้อย่างมีคุณภาพ และอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) ซึ่งสะท้อนถึงการใช้การตลาดนำการผลิต ยังช่วยให้สามารถส่งมอบสินค้าถึงมือผู้บริโภคได้อย่างทันเวลา มีคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้เป็นอย่างดี

สิ่งเหล่านี้ทำให้ต้องหันกลับมาตั้งคำถามว่า “ในอีก 5 ปีข้างหน้า จะทำอะไรให้ห่วงโซ่อุปทานของเกษตรอุตสาหกรรมแข็งแกร่งทัดเทียมกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้ได้”

ดังนั้น การสร้างความสำเร็จให้แก่ผู้ประกอบการให้สามารถก้าวสู่ความเป็นสากลผ่านทางโครงการต่างๆ เช่น Genius Academy (GA), Agro Beyond



ในอีก 5 ปีข้างหน้า
จะทำอย่างไรให้ห่วงโซ่อุปทาน
ของเกษตรอุตสาหกรรมแข็งแกร่งเทียบ
กับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีอยู่ในขณะนี้ได้



Academy (ABA), ปลูกปั้น DIPROM Franchise และ DIPROM Move to the Modern Trade ที่ทางดีพร้อม ได้ดำเนินการมากกว่า 4 ปีนั้น จำเป็นต้องเพิ่มดีกรีความเข้มข้นด้วยการเปลี่ยนเป้าหมายจากที่มุ่งเพียง “เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ” ไปสู่ “การสร้างเศรษฐกิจควบคู่กับความยั่งยืน”

โดย 3 แนวทางของการดำเนินงานที่เป็นคำตอบในการไปถึงเป้าหมายที่ว่าในอีก 5 ปีข้างหน้า (ปี 2567-2571) จึงมุ่งไปที่ “สร้าง-มูลค่า-(ไม่หยุด)พัฒนา”

- **สร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่อุปทานของเกษตรอุตสาหกรรม** เพื่อให้เศรษฐกิจฐานรากเกิดการฟื้นตัว ด้วยการผลิตโครงการที่ตอบโจทย์ลูกค้าภาคธุรกิจ คัดสรรลูกค้าที่ดีมีความเป็นฮีโร่เข้าร่วมโครงการ และลดการช่วยเหลือเชิงเตี้ยสูงสู่การช่วยเหลือเชิงเครือข่ายหรือชุมชน พร้อมค้นหาคลัสเตอร์ที่น่าสนใจ เช่น คลัสเตอร์กาแฟ คลัสเตอร์โปรตีนจากแมลง คลัสเตอร์โคขุน เป็นต้น
- **มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าด้วยอุตสาหกรรมเศรษฐกิจใหม่** โดยปรับทิศทางการเกษตรแปรรูป

พื้นฐานสู่อุตสาหกรรมเศรษฐกิจใหม่ที่มีมูลค่าสูงและใช้วัตถุดิบทางการเกษตรอย่างคุ้มค่า เช่น อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต การนำเส้นใยพืชไปเป็นเส้นใยสำหรับด้ายหรือกระดาษ การหมักน้ำผลไม้ไปสู่อะทานอล การทำน้ำมันพืชไปสู่อไบโอดีเซลหรือสารตั้งต้นในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง รวมถึงมอบองค์ความรู้ด้านคุณค่า มาตรฐาน และความปลอดภัยของสินค้าจากการแปรรูปไปสู่อาหารแห่งอนาคตให้แก่ผู้ประกอบการ

- **พัฒนาเครือข่ายเกษตรบริการให้มีศักยภาพ** พร้อมผลักดันธุรกิจเกษตรให้สามารถเข้าถึงเครื่องจักรและเทคโนโลยีในการแปรรูปได้ง่ายขึ้น รวมถึงสนับสนุนให้มีการวางแผนพัฒนาเครื่องจักร เทคโนโลยี และดิจิทัลในการจัดการเกษตรอุตสาหกรรมแบบครบวงจร ตั้งแต่การจัดซื้อ เช่า และซ่อมบำรุง

สุดท้ายนี้ มั่นใจว่าการบูรณาการร่วมกันระหว่างกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมและศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคต่างๆ ของทางดีพร้อม ถือเป็นนิมิตหมายอันดีที่จะผลักดันให้ภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรมของไทยแข็งแกร่งได้ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานอย่างแท้จริง ■

3 ทางเลือก
สู่การปั้น



นักธุรกิจ
เกษตร
รุ่นใหม่



DIPROM และ 3 เส้นทางที่จะเป็นทางเลือกในการทำธุรกิจ เพื่อจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่วงการเกษตร



Traditional : ทำเกษตรผสมผสานตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง



Advance : ก้าวสู่เกษตรท่องเที่ยวและบริการ เจาะผู้บริโภคปลายทางโดยตรง สร้างรายได้จากการเพิ่มมูลค่าหรือการให้บริการ



Network : เชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรอุตสาหกรรมผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานส่งต่อสู่ภาคอุตสาหกรรม สร้างรายได้จากส่วนต่างของยอดขายเน้นขายสินค้าปริมาณมากซึ่งมีต้นทุนไม่มากนัก

CIRCLE STRATEGY

กลยุทธ์ “วงกลม”

ปั้นเกษตรอุตสาหกรรม

ครบเครื่องแบบ 360 องศา



ลำพังเพียงการทำเกษตรแบบเดิมๆ ของ “ต้นน้ำ” ที่หวังผลจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ได้โดยตรง อาจไม่พอสำหรับการแข่งขันบนโลกยุคนี้ เมื่อวันนี้ การจะมีธุรกิจที่แข็งแกร่งและสู้ศึกรอบด้านได้นั้น ต้องอาศัยพลังของ “กลางน้ำ” หรือการแปรรูปผลผลิต ตั้งต้นให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ ซึ่งกำลังทวีความสำคัญและสวมบทผู้ชี้ชะตาที่พร้อม จะช่วงชิงผู้บริโภคที่รออยู่ ณ “ปลายน้ำ” มาให้ได้ อย่างสุดกำลัง

เกษตรกรรมกับเมืองไทย คือ สิ่งที่อยู่คู่กันมาช้านาน โดยศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจธนาคารทหารไทยธนชาต (ทีทีบี) หรือ ttb analytics เผยให้เห็นว่า ภาคเกษตร มีความสำคัญกับเศรษฐกิจไทยคิดเป็น 8.8 เปอร์เซ็นต์ ต่อจีดีพี และสร้างการจ้างงานกว่า 12.2 ล้านคน หรือคิดเป็น 30 เปอร์เซ็นต์ต่อแรงงานรวมทั้งประเทศ โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มูลค่ารายได้ภาคเกษตร เฉลี่ยนั้นอยู่ที่ 1.04 ล้านล้านบาทต่อปี

ทิศทาง ปี 2566 เป็นอย่างไร?

สำนักงานเศรษฐกิจ
การเกษตร (สศก.)
คาดการณ์แนวโน้มจีดีพี
ภาคเกษตรปี 2566

จะขยายตัว
อยู่ในช่วง
1.5-2.5
เปอร์เซ็นต์
และสร้างมูลค่า
688,780
ล้านบาท

บรรเทาปัญหา... สู่การเพิ่มมูลค่า

แม้ว่าจะเป็นผู้ขำข่วน้ำ แต่ภาคเกษตรก็มีเรื่องให้ต้องเผชิญ โดยเฉพาะปัญหาผลผลิตล้นตลาดและราคาตกต่ำ รวมถึงผลผลิตเน่าเสียในช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวที่เกิดขึ้นให้เห็นจนชินตา เป็นโจทย์หลักในอดีตที่เปิดฉากให้เกษตรกรอุตสาหกรรมหรือการแปรรูปสินค้าเกษตรเข้ามา มีบทบาท เพื่อโอบอุ้มสถานการณ์และนับวันยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น จนนำมาสู่ยุคแห่งการแปรรูปที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ความแตกต่าง และความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค



ทั้งนี้ ความนิยมสินค้าเกษตรแปรรูปไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในประเทศไทยแต่ยังดังไกลไปถึงต่างแดน โดยในปี 2565 ไทยส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูปสู่ตลาดโลกเป็นมูลค่าถึง 22,768.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ 17.8 เปอร์เซ็นต์



รู้หรือไม่?

ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออก
สินค้าเกษตรแปรรูป
อันดับที่ 3 ของอาเซียน
และเป็นอันดับที่ 9 ของโลก

ท่ามกลางผลผลิตทางการเกษตรที่นับไม่ถ้วนของไทย ซึ่งมีศักยภาพในการนำมาแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนที่เป็นอาหาร และ

ไม่ใช่อาหาร เช่น ฝ้ายและสิ่งทอ ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม สิ่งของเครื่องใช้ และสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ จากวัตถุดิบทางการเกษตรนั้น มีอยู่ 5 ผลผลิตที่ถือเป็นขวัญใจและสร้างโอกาสในการขายได้เป็นอย่างดี

ข้าว : รุ่งสุดๆ กับการทำเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเข้ากึ่งสำเร็จรูป และพร้อมรับประทาน ผลิตภัณฑ์แบบเส้นและขนมขบเคี้ยว

ผลไม้ : เด่นสุดๆ ถ้ามาพร้อมกับนวัตกรรมและความแปลกใหม่ เช่น นำไปเคลือบช็อกโกแลต หรือยกระดับเป็นเครื่องดื่มสุขภาพพร้อมซัง

เนื้อไก่ : สดใสสุดๆ ทั้งแบบแปรรูปที่ไม่ผ่านการทำให้สุกเพื่อนำไปประกอบอาหารชั้นสุดท้าย และแบบผ่านการทำให้สุกหรือกึ่งสุกแล้วแช่แข็ง เช่น ขาไก่ย่าง เบอร์เกอร์ไก่ และไก่ชุบแป้งทอด

ผัก : นำจับตาสุดๆ โดยเฉพาะที่ปลูกแบบอินทรีย์ ได้ใจกลุ่มเฮลตี้ เช่น ทำเป็นเส้นบะหมี่ผัก ผักดอง และผงผัก

ยางพารา : ขยายตัวสุดๆ กับการทำเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เช่น หมอนและที่นอน อุปกรณ์สำหรับกายภาพบำบัด

3 เหตุผล ทำไม? การแปรรูป คือทางออก ของคนเกษตร



1

เพิ่มความหลากหลาย
ให้ผลผลิต



2

จำหน่ายสินค้า
ได้ในราคาที่ดีขึ้น



3

ลดต้นทุนในการขนส่ง
จากเดิมที่สินค้าเกษตร
มักมีขนาดใหญ่น้ำหนักเยอะ
และกินเนื้อที่มาก



Circle Strategy : เก่งเกินรูป 360 องศา

ดังนั้น เพื่อให้รับมือกับการแข่งขัน
ไม่ว่าจะจากในหรือนอกประเทศได้อย่าง
แข็งแกร่ง ผู้ประกอบการเกษตรแปรรูป
จึงต้องรู้จักเรื่องเครื่องจักรระดับ
ขีดความสามารถให้ครบแบบรอบด้าน
ซึ่งหากเปรียบวิถีเกษตรกรอุตสาหกรรม
เป็นรูปวงกลมที่มีมุมเท่ากับ 360 องศา
และมีการเพิ่มมูลค่าเป็นจุดศูนย์กลาง
การที่จะลากเส้นรอบวงเพื่อสร้าง
รูปวงกลมให้เห็นได้เด่นชัดนั้น จึงเท่ากับ
การเพิ่มทักษะและความสามารถให้ครบ
ในทุกองศาของธุรกิจ และนี่คือ 8 มุม
(แหลมคม) ที่คนในแวดวงต้องลับให้เป็น!

45 องศาแรก...คิดให้สุด “1 ผลผลิต = ก็ผลิตภัณฑ์”

การคัดสรรผลผลิตที่มีคุณภาพ
หรือตกเกรดไปบ้างมาแปรรูปยังเป็น
สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ แต่ยังมีอีก
หนึ่งประเด็นร้อนที่ผู้ประกอบการ
ต้องคิดต่อ นั่นคือจะทำอย่างไร
ให้การใช้ผลผลิตนั้นๆ คุ่มค่าและไม่เกิด
ของเสีย หรือ Zero Waste ให้ได้มาก
ที่สุด ซึ่งหนึ่งในทางออกคือการชุบชีวิต
กากอุตสาหกรรมเกษตรที่ต้องกำจัดทิ้ง
ให้กลายเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ เช่น

ไม้อัดจากเปลือกทุเรียนหรือโยมะพร้าว
ชุดโต๊ะกาแฟจากกากเบียร์ ซึ่งไม่ใช่
แค่ช่วยเพิ่มมูลค่า แต่เป็นการขยายสินค้า
ไปสู่ธุรกิจใหม่ได้

Did You Know?

การแปรรูป ข้ามอุตสาหกรรมมาแรง!

- เมื่อข้าวหนึ่งเมล็ดแปรรูป
เป็นข้าวสารได้ไม่ครบทั้ง
100 เปอร์เซ็นต์ โดยเหลือส่วน
ที่เป็นแกลบ รำข้าว และจมูกข้าว
ที่สามารถนำไปแปรรูปได้ทั้งหมด
เช่น แกลบสามารถนำไปทำเป็น
โซลาร์เซลล์ หรือรำข้าวสามารถ
นำไปสกัดเป็นน้ำมันรำข้าวได้
- เปลือกทุเรียนสามารถข้าม
ไปแปรรูปเป็นน้ำยาบ้วนปากได้
เนื่องจากมีสารโพลีแซ็กคาไรด์
(Polysaccharide) ที่มีฤทธิ์
ทำลายเชื้อแบคทีเรียที่ก่อให้เกิด
โรคฟันผุและโรคเหงือกอักเสบ
โดยไม่เป็นอันตรายต่อเนื้อเยื่อ
ในช่องปาก

45 องศาต่อมา...จัดการ “โรงงาน + เรือหลังบ้าน” ให้เบ็ดเสร็จ

นอกจากการใช้แอปพลิเคชันเพิ่มความแม่นยำในการจัดการผลผลิตหรือตรวจสอบสภาพดินฟ้าอากาศ และเทคโนโลยีอย่างระบบอัตโนมัติ และหุ่นยนต์ช่วยทุ่นแรงในกระบวนการผลิต เช่น แกะหรือปอกเปลือก หีบหรือจัดวางผลผลิต บรรจุลงกล่อง จนถึงขนย้าย ยังมีเรื่อง (ไม่) เล็กที่ผู้ประกอบการต้องหันกลับมาเช็คเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและส่งออกให้มีมากขึ้น ตั้งแต่การจัดวางตำแหน่งการทำงานของ แต่ละแผนกที่ควรส่งต่องานไหลได้อย่างต่อเนื่อง การจัดการสต็อกและออร์เดอร์ ไปจนถึงการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ที่ต้องเป็นระบบอีกด้วย

45 องศาที่สาม... ปันเบรนด์ให้ > แคนแปรรูป

ใครที่ยังคิดว่าหีบผลไม้ในสวนมาแปรรูปบรรจุลงขวดขายแล้วจบ ถึงเวลาต้องคิดใหม่ เพราะยุคนี้ใครทำให้ลูกค้าจำแบรนด์ได้จะยืนหนึ่ง ดังนั้นเรื่องพื้นฐานอย่างการตั้งชื่อให้จำง่าย



มีความเข้ากันกับตัวตนของแบรนด์ ต้องไม่ถูกละเลย รวมถึงโลโก้และสีที่ใช้ ต้องสื่อความหมายได้ดี เท่านั้นไม่พอ ต้องรู้จักสร้าง สตอรี่เล่าเรื่องราวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ที่มาที่ไปเพาะปลูกหรือเลี้ยงที่ไหน สภาพแวดล้อมได้อย่างไร มีความพิเศษหรือเอกลักษณ์ใดที่ชุมชนหรือจังหวัดอื่นไม่มี

45 องศาที่สี่...ยกระดับ “บรรจุภัณฑ์ ≠ ที่ใส่ของ”

องศาที่สำคัญเช่นกัน เมื่อบรรจุภัณฑ์ยุคนี้ต้องเป็นได้มากกว่าใส่สินค้า ซึ่งไม่ใช่แค่ต้องรู้ว่าบรรจุภัณฑ์ประเภทไหนเหมาะที่จะใช้กับสินค้าเกษตรแปรรูปรูปแบบใด แต่ยังต้องคำนึงว่าใช้แล้วจะมีผลอย่างไรต่อโลก ใช้เป็นแพ็คเกจจิ้งรักษ์โลกแทนได้หรือไม่ หรือจะดีกว่าไหม ถ้าออกแบบให้เป็นบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ เช่น กระจกเครื่องดื่มที่เปลี่ยนสีไปตามอุณหภูมิของของเหลวที่อยู่ข้างใน หรือมี QR Code ให้สแกนเพื่อเข้าถึงข้อมูลของสินค้า หรือใช้ระบบเซ็นเซอร์แจ้งเตือนให้เต็มของอัตโนมัติเมื่อสินค้าในกล่องพร้อมไป เช่น อาหารแมว 프리ชดราย เป็นต้น



45 องศาที่ห้า...กับทุก “นวัตกรรม x ความเคลื่อนไหว”

นอกจากการมีความรู้ในกระบวนการแปรรูปอย่างเป็นระบบ ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นวัตกรรมกการยืดอายุ การเก็บรักษา และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้วนั้น ผู้ประกอบการเกษตรยังต้องทันเทรนด์และรู้ว่าช่วงไหนอาหารแปรรูป ด้วยกรรมวิธีใดกำลังมาแรง เช่น ของหมักดองที่มีโพรไบโอติกส์ หรือเชื้อจุลินทรีย์ที่ดีต่อสุขภาพ ทางเดินอาหารกำลังมาแรงในปีนี้อ หรือผลไม้เคลือบน้ำตาลเสียบไม้ เช่น สตรอว์เบอร์รี แอปเปิ้ล ที่ฮิตจนเป็นไวรัลบนโซเชียล สามารถนำมาเป็นไอเดียสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้



45 องศาที่หก... มี “ช่องทางการขาย < 1”

ถ้าอยากเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น การมีช่องทางขายเพียงช่องทางเดียว หรือมีหน้าร้านออนไลน์เพียงอย่างเดียว คงยังไม่พอ การขายของบนออนไลน์ ถือเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งมีช่องทางให้เลือกมากมาย ทั้งการขายบนโซเชียลมีเดีย อย่าง Facebook, TikTok, Instagram, LINE หรือ Twitter รวมถึงแพลตฟอร์ม อีคอมเมิร์ซทั้งในไทยและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังควรพาตัวเองเข้าร่วมงานแฟร์และหมั่นออกบูธ เพื่อสร้างโอกาสในการพบปะแลกเปลี่ยน กับลูกค้าอื่นๆ พร้อมขยายตลาด และเจาะลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ

45 องศาที่เจ็ด... สร้างแต้มต่อด้วย “ข้อมูล”

ไม่เพียงแต่ข้อมูลของลูกค้าที่ผู้ประกอบการเกษตรควรสำรวจ จัดเก็บ และนำมาวิเคราะห์ เพื่อทำการตลาด และผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการ ให้มากที่สุดเท่านั้น ยังต้องยกกำลัง ทำการจัดเก็บข้อมูลการบริหารจัดการ ผลผลิตหรือวัตถุดิบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึง ปลายน้ำด้วย เพื่อให้ทุกกระบวนการ สามารถสอบทานและมีความปลอดภัยได้ ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรม

ต้องการทราบถึงแหล่งที่มา ขั้นตอน การผลิต ไปจนถึงการจัดส่ง และ จัดจำหน่าย เพื่อประกอบการเลือกสรร และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปนั่นเอง

45 องศาปิดจบ... พัฒนา “มาตรฐานแบบ ∞”

สุดท้ายเรื่องของคุณภาพและมาตรฐาน ในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องต้องได้รับการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การเก็บเกี่ยว การผลิต สถานที่จัดเก็บอย่างใกล้ชิด ต้องสะอาด ไม่มีน้ำขัง หรือหากเป็น ห้องเย็นควรมีระบบควบคุมอุณหภูมิ และความชื้นที่เหมาะสมกับผลผลิต และสินค้าแปรรูปแต่ละประเภท ครอบคลุมไปจนถึงการทำมาตรฐาน ให้ผ่านการรับรองต่างๆ เพื่อการส่งออก ไปยังต่างประเทศด้วย ซึ่งต้องมีการติดตามอย่างใกล้ชิดว่าตลาด ที่จะส่งสินค้าไปนั้นมีการเปลี่ยนแปลง กฎระเบียบหรือข้อบังคับใดหรือไม่



กลยุทธ์ทั้งหมดที่ว่ามานี้จะกลายเป็น อาวุธชั้นดีสำหรับผู้ประกอบการเกษตร แปรรูปไทยที่อยากโตไกล เก่งได้ครบ และแกร่งแบบหมดจดใน 360 องศา ■



7 Rights หลักสำคัญ ที่เกษตรกรสหกรณ์ ต้องยึดให้มั่น!

- 1 **Right Quality**
คัดสรรผลผลิตที่มีคุณภาพ ใหม่ สด สะอาด เพื่อแปรรูปให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ
- 2 **Right Prevention**
รู้วิธีป้องกันและยับยั้ง การเจริญเติบโตของจุลินทรีย์
- 3 **Right Hygiene**
รักษาความสะอาด ทุกขั้นตอนในกระบวนการผลิต
- 4 **Right Favouring**
เลือกวิธีการแปรรูป ตามความนิยมของผู้บริโภค
- 5 **Right Nutrition**
รักษาคุณค่าทางโภชนาการของอาหารไว้ให้มากที่สุด
- 6 **Right Palatability**
เสริมสร้างความอร่อย ในรสชาติหลังจากการแปรรูป ให้ดี
- 7 **Right Value**
คำนึงถึงทุกความคุ้มค่า และเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์



โกโก้ วัลเลย์

สูตรยั่งยืนธุรกิจเกษตร

กระจาย “สุข” สู่สังคม

เมื่อทศวรรษก่อน ประเทศไทยยังไม่มียุคความรู้เรื่องการปลูกโกโก้ และแปรรูปในเชิงพาณิชย์ “บุญญ กนะจัน” ลูกหลานเกษตรกรในอำเภอบัว จังหวัดน่าน ที่ออกจากงานประจำเพื่อกลับมาทำอะไรที่บ้านเกิด ได้บินลัดฟ้าไปหาองค์ความรู้จากต่างแดน ก่อนพลิกผืนแผ่นดินบัว ให้กลายเป็นแหล่งปลูกโกโก้อินทรีย์คุณภาพ ต่อยอดสู่รีสอร์ท คาเฟ่ แหล่งเรียนรู้เรื่องโกโก้ และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากโกโก้ครบวงจร รู้จักกันในชื่อ “โกโก้ วัลเลย์” (Cocoa Valley) ธุรกิจเกษตรน้ำดีที่เติบโตยั่งยืนคู่ชุมชน

ทำเกษตรต้องแปรรูป และต่อยอดได้

หลังออกจากงานประจำเพื่อกลับมาเริ่มต้นธุรกิจที่บ้านเกิด บุญญเริ่มทบทวนต้นทุนใกล้ตัวที่มี เขาเกิดมาในครอบครัวเกษตรกร พ่อแม่มีความรู้เรื่องการทำเกษตรและพอมือที่ทางให้ทำกิน จึงตัดสินใจเลือกทำธุรกิจเกษตร โดยมีเจตน์ตั้งต้นว่า ต้องเป็นเกษตรที่สามารถแปรรูป และต่อยอดได้ จะได้ไม่ต้องติดกับดักพ่อค้าคนกลางเหมือนรุ่นพ่อแม่

จากพืชเกษตรนับร้อย ค่อยๆ คัดกรองจนเหลือพืชที่มีศักยภาพและยังเป็นสิ่งที่ขึ้นชอบอย่าง “โกโก้” แต่ปัญหาคือในวันที่เขาเริ่มต้น ประเทศไทยยังไม่มี การปลูกโกโก้จริงจัง และยังไม่มีแหล่งเรียนรู้เรื่องการแปรรูปให้กับเขา



โกโก้ วัลเลย์ รีสอร์ท



“จริงๆ ประเทศไทยมีการปลูกโกโก้มานานแล้ว เพียงแต่ยังเป็นแค่ต้นไม่สามารถต่อยอดไปเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปอย่างจริงจัง ผมจึงเริ่มจากศึกษาเรื่องการปลูก การดูแล โดยมีโจทย์ว่าเราจะปลูกแบบอินทรีย์ เพราะปลอดภัยสำหรับทุกคน หลังจากต้นของเราเริ่มให้ผลผลิต ก็มาศึกษาเรื่องการแปรรูปพอหาความรู้จากเมืองไทยไม่ได้ เลยตัดสินใจไปเรียนที่ต่างประเทศ ซึ่งแต่ละที่ก็มีความแตกต่างกัน อย่าง ยุโรป และอเมริกา เขาไม่มีการปลูกโกโก้ ฉะนั้นจะให้การแปรรูปจากเมล็ดโกโก้หรือ โกโก้บีน (Cocoa Bean) มาเป็นช็อกโกแลตและเครื่องดื่มนั้น ส่วนการแปรรูปจากต้นโกโก้ ผมจึงไปหาความรู้แถวเอเชีย อย่าง อินโดนีเซีย อินเดีย และมาเลเซีย เพื่อเรียนรู้การแปรรูปจากผลสดมาเป็นโกโก้บีน จากนั้นก็บินไปเรียนรู้เรื่องการแปรรูปผลผลิตให้ได้คุณภาพจากยุโรปและอเมริกา เพราะการทำโกโก้บีนมาเป็นช็อกโกแลตต้องอาศัยเทคโนโลยีของยุโรป เป็นหลัก แม้แต่เครื่องจักรก็สั่งซื้อจากยุโรปเพื่อเอาคุณภาพไว้ก่อน”

มनुญใช้เวลาสั่งสมองค์ความรู้ และลองผิดลองถูกอยู่นานถึง 2 ปี ธุรกิจเล็กๆ จากความรักจึงได้ถือกำเนิดขึ้น

ต่อยอดสู่ธุรกิจบริการ และผลิตภัณฑ์แปรรูป

มनुญเริ่มจากปลูกโกโก้บนพื้นที่ประมาณ 10 ไร่ จนปัจจุบันมีสวนโกโก้ของตัวเองและจากเครือข่ายเกษตรกรรวมกว่า 300 ไร่ แม้จะเริ่มจากการปลูกโกโก้ แต่สิ่งที่ทำให้พวกเขากลายเป็นที่รู้จักขึ้นมา คือ “โกโก้ วัลเลย์ รีสอร์ท” (Cocoa Valley Resort) กิจการที่เกิดขึ้นเพราะต้องการเงินทุนมาต่อยอดในธุรกิจโกโก้ โดยเขาเริ่มจากรีโนเวทรีสอร์ตเดิมของครอบครัวที่มีขนาดเพียง 3 ห้อง



ให้กลายเป็นที่พักสุดชิค รองรับผู้คนที่เที่ยวเมืองนาน หลังเปิดมาได้ 6 เดือนก็เริ่มมีรายได้เข้ามา จึงนำเงินเหล่านั้นมาต่อยอดเป็น คาเฟ่โกโก้ เมื่อประมาณ 7-8 ปีก่อน

“เรามีเงินทุนจำกัด จำเป็นต้องเอาไปลงที่จุดจุดหนึ่งก่อน เพื่อให้เกิดเป็นรายได้ขึ้นมา แล้วนำเงินจากตรงนั้นไปลงทุนเพิ่มในจุดอื่น ค่อยๆ ขยายค่อยๆ เติบโต จากรีสอร์ตก็กลายเป็นคาเฟ่ เรามีโกโก้ของเราเอง ทำเครื่องดื่มนและขนมกันเอง ทุกคนเห็นตอนนี้อาจดูว่าสวยหรู แต่ในวันแรกผมขายได้แค่ 2 แก้วเท่านั้น ผมซื้อเองหนึ่งแก้ว เพื่อนผมซื้ออีกแก้ว เพราะย้อนไปสมัยนั้นยังไม่มีไซเซียมมีเดียเหมือนตอนนี้ แม้จะเริ่มต้นได้ไม่ต้นนัก แต่ผมก็มีความสุขกับการอยู่บ้านไปแล้ว เพราะฉะนั้นในอนาคต จะเป็นอย่างไรไม่เป็นที่ทราบแน่ชัด แต่ละวันให้เต็มที่ไว้ก่อน” เขาบอก

เมื่อตัดสินใจแน่วแน่ว่าจะเอาดีกับธุรกิจนี้ เขาก็เดินทางไปหาข้อมูลอย่างไม่ลังเล โดยเริ่มศึกษาหาข้อมูลเยอะขึ้น เรียนรู้และพัฒนาจุดอ่อนที่มีให้ดีขึ้นเรื่อยๆ ธุรกิจเล็กๆ จึงเริ่มมีคนรู้จัก และบอกต่อกันมาเรื่อยๆ เติบโตขึ้นมา เมื่อมีรายได้เพิ่มก็นำมาต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลายขึ้นในเวลาต่อมา



สร้างมหัศจรรย์โกโก้ไทย เป็นได้มากกว่าแค่ “โกโก้”

โกโก้ วัลเลย์ เริ่มต้นธุรกิจเมื่อกว่าสิบปีก่อน ในตอนนั้นไม่ว่าจะในเอเชียหรือยุโรป การแปรรูปโกโก้ จะมุ่งไปที่การทำช็อกโกแลต หรือพวกของกินเป็นหลัก แต่ในวันนี้ โกโก้ไทยสามารถเนรมิตตัวเองไปเป็นอะไรได้มากกว่านั้น

“เราสามารถทำโกโก้ออกมาเป็นของกิน ของใช้ที่หลากหลายมาก ไม่ว่าจะช็อกโกแลตคุณภาพ โกโก้ผงและขนม รวมถึงยังทำเป็นเครื่องสำอางได้อีกด้วย อย่างเช่น สบู่ แชมพู ครีมนวดน้ำ ลิปปาล์ม สครับ ฯลฯ มากไปกว่านั้นด้วยความตั้งใจที่เราอยากจะทำให้โกโก้เกิดประโยชน์สูงสุด และที่สำคัญต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นด้วย เราเลยใช้ส่วนเหลือทิ้ง เช่น เปลือกโกโก้ที่เหลือทิ้งจากกระบวนการผลิต จากปกติจะทำเป็นปุ๋ย เราก็เอามาต่อยอดเป็นสีย้อมผ้าพื้นเมืองของจังหวัดน่าน

บุญญ ณะวัจ

เป็นที่เดียวในโลกที่ทำได้ เป็นสีธรรมชาติที่เกิดจากเปลือกโกโก้เหลือทิ้ง นอกจากนี้ยังทำเป็นสครับธรรมชาติจากเปลือกโกโก้เหลือทิ้ง โดยยังได้รางวัลเหรียญทองจากงานประกวดนวัตกรรมระดับโลก จากประเทศโปแลนด์อีกด้วย นี่คือการความภาคภูมิใจของเรา”

จากตลาดในประเทศที่เน้นขายออนไลน์ ขายในรีสอร์ทและคาเฟ่เป็นหลัก ในอนาคตพวกเขาวางแผนที่จะนำส่งโกโก้แปรรูปจากไทยไปขายในต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันยังอยู่ระหว่างศึกษาตลาดและหาพาร์ตเนอร์ที่ใช้

สร้างการเติบโต ควบคู่การแบ่งปัน

ในการทำธุรกิจ หลายคนอาจมองเรื่องผลกำไรเป็นหลัก แต่สำหรับ โกโก้ วัลเลย์ ทุกสิ่งที่คุณคิดหรือลงมือทำ ต้องให้ประโยชน์กับสังคมและผู้คนด้วย

“ผมอยากทำธุรกิจให้ได้ผลกำไรก็จริง แต่การได้มาซึ่งกำไรนั้น ผมอยากแบ่งปันไปให้คนอื่นด้วย เช่น ผลผลิตการใช้เครื่องจักรบางชิ้นตอนลง แล้วหันมาใช้แรงคนในชุมชนมากขึ้น เพื่อให้



รายได้ถูกกระจายออกไป รวมถึงธุรกิจที่ทำจะต้องดีต่อโลก ไม่เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม เพราะสุดท้ายแล้วถ้าเราได้เงินมา แต่โลกเสื่อมโทรมลงไปเรื่อยๆ ก็ไม่มีประโยชน์ วิธีคิดนี้ ทำให้เขาเป็นธุรกิจที่ทุกคนเห็นแล้วมีความสุขเหมือนมีส่วนร่วมไปกับสิ่งที่เราทำไปด้วย” เขาบอก

สำหรับเกษตรกรอุตสาหกรรมไทย มนุษย์เชื่อว่า ยังมีโอกาสและอนาคต เพราะประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร เรื่องอาหารเราเป็นครัวของโลกได้ ขณะที่เกษตรกรอุตสาหกรรมมีความสำคัญ เพราะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร ประเทศไทยมีพื้นฐานด้านการเกษตรและคนส่วนใหญ่ก็เป็นเกษตรกรอยู่แล้ว ดังนั้น การเพิ่มมูลค่าให้กับการทำเกษตรกรรมจึงเป็นสิ่งที่ดีและสำคัญมาก แต่อยากฝากว่าคนทำธุรกิจควรคำนึงถึงความเป็นอยู่ของสังคมรอบข้างด้วย

“ต่อให้เราทำธุรกิจเติบโตมากแค่ไหน แต่สุดท้ายแล้วไม่มีใครได้ผลประโยชน์คนในประเทศไม่ได้ผลประโยชน์ในวงกว้าง ประเทศเราก็จะไม่เกิดการพัฒนาและเติบโตอยู่ดี แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่เราคำนึงถึงคนอื่น แคร่กำไรของเราให้คนอื่นได้ด้วย มันจะช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศเกิดการหมุนเวียนได้อย่างแท้จริง และในอนาคตลูกหลานของเราก็จะเติบโตอยู่ในสังคมที่ดีอย่างแน่นอน” มนุษย์ฝากไว้ในตอนท้าย ■

ช่องทางติดต่อ

โกโก้ วัลเลย์



339 ม.8 ต.ปัว อ.ปัว จ.น่าน 55120



Cocoa Valley Resort



www.cocoavalleygroup.com



เพื่อนสวนฟาร์ม

ก้าวข้าม Comfort Zone

สร้างธุรกิจเกษตรยั่งยืน

กับดักของคนทำเกษตรมักยึดติดกับสิ่งเดิมๆ ไม่กล้าก้าวข้าม Comfort Zone เพื่อออกมาทำสิ่งใหม่ๆ แต่สำหรับ “เพื่อนสวน” ผู้ให้บริการรับเหมาด้านการเกษตรครบวงจร พวกเขาเก่งผลิตแต่ไม่เชี่ยวชาญเรื่องการตลาด และธุรกิจ กลับตัดสินใจสร้างสรรคสิ่งใหม่ให้ธุรกิจเกษตร เนรมิต “เพื่อนสวนฟาร์ม” คาเฟ่และฟาร์มท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุดแปลกต่าง ขึ้นในเมืองระยอง ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ สู่โอกาสธุรกิจไม่รู้จบ

จากคนขายต้นไม้ในห้างฯ
สู่ผู้ให้บริการด้านงานเกษตร

“เพื่อนสวน” ถือกำเนิดขึ้นเมื่อกว่า 10 ปีก่อน เริ่มจากเป็นร้านขายต้นไม้เล็กๆ ในห้างสรรพสินค้า อาชีพเสริมจากงานประจำ ของ อารีย์ อยู่คง กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพื่อนสวน จำกัด และบริษัท เพื่อนสวนฟาร์ม จำกัด ก่อนขยายขยายมาเป็น “บริษัท เพื่อนสวน จำกัด” ให้บริการรับเหมาดูแลพืชงานวิจัย ผลิตพืช ไม้ดอกไม้ประดับ รับเหมาจัดสวน ดูแลภูมิทัศน์แบบครบวงจร ในเวลาต่อมา โดยมีโอกาสให้บริการบริษัทขนาดใหญ่อย่าง ปตท. รวมถึงดูแลงานวิจัย และงานดูแลภูมิทัศน์ของบริษัทและโรงงานต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง

“เราไม่ได้จบมาทางด้านเกษตร แต่อย่างใด อาศัยว่ามีใจรักในงานเกษตร ศึกษาหาความรู้มาเรื่อยๆ เรามีความรู้พื้นฐานในเรื่องของต้นไม้อยู่แล้ว พอมีโอกาสได้เข้าไปทำวิจัยให้กับบริษัทต่างๆ จึงได้เพิ่มพูนความรู้ พัฒนาศักยภาพในเรื่องของการเกษตรเพิ่มมากขึ้น โดยเราต้องดูแลและผลิตพืชที่ค่อนข้างมีความยาก อย่างพวก สตอร์วเบอร์รี่ ทิวลิป รวมถึงพืชเมืองหนาวต่างๆ และยังได้ประสบการณ์จากการทำงานกับบริษัทใหญ่ๆ มีคอนเนกชันกับนักวิจัย มีโอกาสทำงานร่วมกับที่ปรึกษาที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ทำให้มีองค์ความรู้ในเรื่องของการเกษตรเพิ่มมากขึ้น” อารีย์บอกเล่าการทำงานในช่วงเริ่มต้น

พัฒนาสู่ “เพื่อนสวนฟาร์ม” สร้างมูลค่าเพิ่มมากถึง 2-3 เท่า

จากการทำงานที่เน้นทำตามสั่ง ผู้ว่าจ้างเป็นหลัก พวกเขาเห็นโอกาสที่จะพัฒนาสู่ธุรกิจของตัวเอง หลังเกิดความคิดว่า งานรับเหมาหรืองานบริการนั้น อาจไม่ยั่งยืนเท่ากับธุรกิจที่รันด้วยตัวเอง



จึงพยายามผลักดันธุรกิจที่เป็นของตัวเองขึ้นมา จนมาเป็น “เพื่อนสวนฟาร์ม” ที่เริ่มจากปลูกเมล่อน บัตเตอร์นัท แบล็กเบอร์รี่ ดอกไม้กินได้ และพืชสมุนไพรต่างๆ จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและทางออนไลน์เป็นหลัก ก่อนต่อยอดสู่คาเฟ่และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เรียกว่าเป็นเรื่องใหม่ ที่ห้างไกลความถนัดเดิมของพวกเขา

“ตอนที่ให้บริการรับเหมา ไม่ต้องใช้ความคิดริเริ่มในการทำธุรกิจเท่าไร แค่ทำตามคำสั่ง แต่พอต้องกระโดดออกมาทำเพื่อนสวนฟาร์ม ซึ่งเป็นธุรกิจของเราเองแบบเต็มตัว ต้องไปหาความรู้เพิ่มเติมในเรื่องการทำธุรกิจ จนมีโอกาสเข้าอบรมโครงการพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมต้นแบบอัจฉริยะ โดยกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำให้ได้ความรู้เรื่องการทำธุรกิจมาค่อนข้างเยอะมาก เพราะโดยส่วนตัวแล้วเรามีความรู้เรื่องเกษตร แต่ไม่รู้เรื่องธุรกิจ”

ด้วยองค์ความรู้เรื่องธุรกิจที่ได้รับ ทำให้ความคิดในการทำฟาร์มของพวกเขาเปลี่ยนไป จากเดิมอารีย์บอกว่า



เพื่อนสวนฟาร์มเป็นที่รู้จักจากการทำฟาร์มเมล่อนเมื่อประมาณ 5-6 ปีก่อน มีรายได้จากการขายผลสดเท่านั้น พอเริ่มมีความรู้เรื่องธุรกิจ ทำให้เห็นโอกาสว่า รายได้จากการทำเกษตร ไม่ได้มีเพียงแค่การขายผลผลิตเท่านั้น แต่ยังสามารสร้างกำไรจากส่วนอื่นๆ ได้ด้วย เช่น การเปิดเป็นคาเฟ่

“จุดเด่นหรือดีเอ็นเอของเรา คือนักปลูกต้นไม้ เราสามารถปลูกอะไรก็ได้ สารพัด ขณะที่สถานการณ์ปัจจุบันคนเมืองเริ่มใส่ใจธรรมชาติมากขึ้น ประกอบกับเรามีพื้นที่ที่อยู่ใกล้เมือง และมีความเป็นธรรมชาติ จึงจับสิ่งเหล่านี้มารวมกัน โดยเราทำผลผลิตที่มีคุณภาพ มีสถานที่ให้คนได้มาพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบคาเฟ่สไตล์ธรรมชาติ มีสวนให้ชม มีการแบ่งปันความรู้ ลูกค้านำมาแล้วเขาจะได้หลายอย่าง ขณะที่เราเองก็ไม่จำเป็นต้องขายผลสดเท่านั้น พอกลายเป็นเพื่อนสวนฟาร์มสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตของเราได้มากถึง 2-3 เท่า จากการนำมาแปรรูปเป็นเมนูต่างๆ เพื่อเสิร์ฟในคาเฟ่”

แม้จะเป็นคาเฟ่ แต่ที่นี้ก็แตกต่าง เริ่มจากการปลูกพืชผักที่ทำยาก



และหลากหลาย เามาสร้างสรรคเมนูที่แตกต่างไม่ซ้ำคนอื่น และยังเชื่อมโยงกับความเป็นท้องถิ่นเมืองระยองอีกด้วย เช่น ใช้ดอกไม้กินได้ในทุกเมนู สเต็กที่มีเครื่องเคียงเป็นบัตเตอร์นัทแทนมันบด ไม่ใช่ผักสลัดแต่เป็นผักไมโครกรีนที่ผลิตเอง ขณะที่น้ำราดก็ใช้น้ำเกรวี่ทั่วไป แต่เป็นซอสชะมวง บ่งบอกอัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครนั่นเอง



อารีย์ อยู่คง

ไอเดียสร้างสรรค์ สร้างโอกาสธุรกิจไม่รู้จัก

นอกจากคาเฟ่ที่แตกต่าง เพื่อนสวนยังต่อยอดไอเดียไปสู่โอกาสธุรกิจใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนา “ชุดปลูกผักไมโครกรีน” ผลิตภัณฑ์ที่มาตอบโจทย์คนเมืองยุคหลังโควิด-19 โดยผักไมโครกรีน หรือผักต้นอ่อนนั้นใช้เวลาเพียง 5-7 วันก็สามารถเก็บรับประทานได้แล้ว นอกจากนี้ ยังต่อยอดไปสู่การขายเมล็ดพันธุ์ซึ่งพวกเขาบอกว่าไม่ใช่เมล็ดพันธุ์ทั่วไป แต่ต้องเป็นพืชผักที่แตกต่างและยังไม่ค่อยมีคนทำ เช่น ผักเคล เป็นต้น

ในส่วนของคาเฟ่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว เลี้ยงไม่ได้ที่จะเจอกับช่วงโลว์ซีซั่น จึงต่อยอดมาทำบริการรับจัดเลี้ยง (Catering) เน้นเมนูที่แตกต่างทุกเบรคจะมีเมล็ดอ่อน ผลไม้ขึ้นชื่อของเพื่อนสวนฟาร์ม มาเป็นส่วนประกอบด้วย

“การทำธุรกิจเราต้องรู้จักประยุกต์และปรับตัว ทำให้ทุกวันนี้ผลผลิตจากฟาร์มของเราแทบไม่พอขายด้วยซ้ำ เพราะแค่ใช้ที่คาเฟ่ก็ไม่พอแล้ว โมเดิร์นเทรดตอนนี้ไม่ได้ขายเลย ส่วนแผน

หรือเป้าหมายในอนาคต ในส่วนของเพื่อนสวน ยังคงให้บริการรับเหมาด้านการเกษตรเหมือนเดิม แต่จะมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดปลูกผักไมโครกรีน และจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ต่างๆ เพิ่มเข้ามาด้วย ไม่ใช่บริการอย่างเดียว ส่วนเพื่อนสวนฟาร์มในอนาคตเรามองว่าจะขึ้นโมเดิร์นเทรด โดยยังคงยึดคอนเซ็ปต์เดิมของเพื่อนสวนเอาไว้”

ในฐานะคนที่เริ่มจากความรักในเกษตร และมีความรู้เรื่องธุรกิจเท่ากับศูนย์ อารีย์ย้ำว่า การที่เกษตรกรจะก้าวมาเป็นนักธุรกิจเกษตรได้นั้นต้องกล้าออกจาก Comfort Zone ของการเป็นเกษตรกร เพราะการเป็นผู้ประกอบการมีสิ่งที่ต้องคิดและเรียนรู้อีกเยอะมาก เราอาจเก่งเรื่องการทำเกษตร แต่ยังไม่มีความเป็นมืออาชีพในการทำธุรกิจ ก็ต้องกล้าออกไปหาความรู้เพิ่มเติม แล้วค่อยมาประยุกต์ใช้กับสิ่งที่เป็จุดแข็งของตัวเอง จึงจะกลายมาเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้ ■



ชุดปลูกผักไมโครกรีน

ช่องทางติดต่อ

เพื่อนสวนฟาร์ม



64 ม.6 ซอยสวัสดิ์ ๓.ทับมา
อ.เมืองระยอง จ.ระยอง 21000



PhueansuanFarm



จากใจ

แพลตฟอร์มเชื่อมต่อเกษตรกร เปิดทางสู่ตลาดสินค้าแปรรูป

ธุรกิจเกษตร ถือเป็นธุรกิจสำคัญอันดับต้นๆ ของประเทศ ที่มีมูลค่าการส่งออกและสร้างรายได้ให้กับประเทศมหาศาล ทำให้ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดมีค่อนข้างสูง โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร แต่ปัญหาที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องเจอสำหรับการแปรรูปสินค้าทางการเกษตร คือ ขาดการเข้าถึงกระบวนการแปรรูปที่ทันสมัย มีมาตรฐาน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่มาของการเกิด “จากใจ” แพลตฟอร์มที่เป็นสื่อกลางเชื่อมต่อเกษตรกรให้เข้าถึงการแปรรูปที่ทันสมัยและการบริการที่ครบวงจรเพื่อพัฒนาและยกระดับภาคเกษตรกรให้ก้าวหน้าและต่อยอดสู่ตลาดระดับโลกได้



สนัญชัย sunvit

นำประสบการณ์ผันตัวจากพนักงานประจำสู่การบริหารธุรกิจ

จุดเริ่มต้นก่อนการผันตัวสู่เส้นทาง การเป็นเจ้าของธุรกิจ “สนัญชัย ธนทวี” เคยเป็นพนักงานประจำของบริษัทขายอาหารสัตว์ จำพวกอาหารปลา อาหารกุ้ง จนช่วงหลังบริษัทได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจจากการขายอาหารสัตว์

เป็นการทำธุรกิจแปรรูปสัตว์น้ำเพื่อส่งออก จนเริ่มมีประสบการณ์ทางด้าน การแปรรูปสินค้าและการส่งออก จึงได้ตัดสินใจลาออกเพื่อมาเริ่มต้นทำธุรกิจเป็นของตัวเอง

โดยเริ่มจากการรับซื้อสัตว์น้ำ จำพวกปลานิล และกุ้ง มาจากเกษตรกรนำมาทำการแปรรูปในรูปแบบการแช่แข็งและส่งออก ลูกค้าส่วนมากในขณะนั้นจะเป็นตลาดกลุ่มตะวันออกกลาง คูเวต คูไบ และสหรัฐอเมริกา เมื่อดำเนินธุรกิจไปได้สักระยะทำให้พบปัญหาเรื่องราคาของวัตถุดิบที่แปรผันอยู่ตลอดเวลา ขนาดของปลาที่ไม่แน่นอน ส่งผลกระทบต่อการส่งออก ทำให้มีปลาตกไซส์เหลือมากกว่าหลายหมื่นกิโลกรัม จึงเริ่มศึกษาการแปรรูป เริ่มที่การทำปลานิลแดดเดียว แต่ผลตอบรับไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากต้องใช้แรงงานและพื้นที่จำนวนมาก บวกกับความไม่ถนัดทางด้านนี้ ทำให้ผลิตได้แค่ 20-50 กิโลกรัมต่อวัน ไม่สอดคล้องกับจำนวนปลาตกไซส์ที่มี

“เราจึงเริ่มต้นทำงานวิจัยร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐ จนออกมาเป็นงานวิจัยการแปรรูปปลานิลด้วยการทอดแบบสุญญากาศที่ทำให้สินค้าเก็บได้นาน

1-3 ปี เราได้ต่อยอดจัดตั้งบริษัทใหม่ขึ้นมาในชื่อ บริษัท ภูผาฟาร์ม จำกัด ที่ดำเนินการจัดทำ การแปรรูปแบบทอดสุญญากาศ โดยรับซื้อวัตถุดิบ กุ้ง ปลาตกไซส์ เพื่อช่วยเพิ่มรายได้และทางเลือกให้กับเกษตรกร”

นำเทคโนโลยีมาเป็นสื่อกลางยกระดับภาคเกษตร

หลังจากการดำเนินธุรกิจมาสักระยะ ทำให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจของการแปรรูป พร้อมกับเห็นถึงปัญหาสินค้าตกเกรด ไม่ผ่านมาตรฐานการส่งออกที่เกษตรกรไทยต้องเจอ ทำให้ปัญญาชนตัดสินใจแตกไลน์บริษัทใหม่ในนาม “บริษัท วาริชฟู้ดส์ จำกัด” ที่ให้บริการแปรรูปสินค้าเกษตรที่ตกเกรด โดยเริ่มจากสัตว์น้ำเป็นหลัก และต่อยอดสู่ผลผลิตทางการเกษตรอื่นๆ เช่น ผักผลไม้

“หลังจากที่เปิดรับผลผลิตทางการเกษตรที่หลากหลายมากขึ้น เราพบว่าเกษตรกรทั่วประเทศให้ความสนใจและต้องการส่งผลผลิตให้เราแปรรูปเป็นจำนวนมาก เราจึงเริ่มคิดค้นไอเดีย นำเทคโนโลยีมาเป็นสื่อกลางในการติดต่อกับเกษตรกร จนพัฒนาเป็น “จากใจ” แพลตฟอร์มที่จะทำให้เกษตรกรสามารถติดต่อกับเราและสามารถส่งผลผลิตตนเองให้เข้าสู่กระบวนการแปรรูปได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม โดยเราเริ่มทดลองจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองประทุมรัตน์ จังหวัดปทุมธานี ที่ปลูกกล้วยเพื่อส่งออกและขายในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งในทุกรอบการส่งออกจะมีผลผลิตประมาณ 30 เพอร์เซ็นต์ที่ตกเกรดและต้องถูกทิ้ง เราจึงรับผลผลิตดังกล่าวมาทำงานวิจัยศึกษาความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ จนได้กระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยป๊อปที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการของตลาดจีน”



สำหรับการใช้งานแพลตฟอร์ม จากใจ เกษตรกรสามารถเข้าใช้บริการ ผ่านไลน์ Office Account @jaakjai เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใช้งาน โดยจะมีให้ เกษตรกรได้เลือก 3 บริการด้วยกัน คือ

1. เกษตรกรที่มีผลผลิตตกเกรด สามารถส่งมาแปรรูปและทำการจำหน่าย ผ่านทางแพลตฟอร์มของบริษัท และช่องทางอื่นๆ โดยหลังจากขาย ผลิตภัณฑ์แล้ว ก็จะสามารถขายได้ทั้งหมด หักค่าใช้จ่ายและแบ่งคืนเกษตรกร 30 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งระหว่างกระบวนการ เกษตรกรสามารถเช็คได้ว่าผลผลิตที่ส่ง เข้ามาแปรรูปเป็นสินค้าได้จำนวนกี่ชิ้น นำไปจำหน่ายแล้วได้เงินจำนวนเท่าไร

2. เกษตรกรนำผลผลิตมาขายเป็น วัตถุดิบอย่างเดียว โดยสามารถเช็คผ่าน แพลตฟอร์มได้ว่า ขณะนี้บริษัทต้องการ ผลผลิตอะไรบ้าง ปริมาณที่ต้องการ

JAAKJAI

กรุณารอกข้อมูล

1 — 2

สินค้าของคุณ

กล้วย

เห็ด

ยางพารา

มะม่วง

+ เพิ่ม

ย้อนกลับ

ถัดไป



และรับซื้อในราคาเท่าไร โดยวิธีนี้ จะได้รับเงินตามราคาและจำนวนสินค้า ที่ส่งมาขาย

3. สำหรับเกษตรกรที่ต้องการทำ สินค้าขายเอง สามารถจ้างบริษัทผลิต และแปรรูปสินค้าให้ได้ โดยมีค่าใช้จ่าย ในส่วนของค่าจ้างผลิต โดยเกษตรกร จะส่งผลผลิตเข้ามาให้ผลิตและแปรรูป และส่งกลับไปเพื่อทำการจำหน่ายเอง

เดินหน้าพัฒนาเทคโนโลยี พร้อมกระจายความรู้สู่เกษตรกร

นอกจากการบริการที่ครบวงจรตั้งแต่ การรับซื้อผลผลิต การแปรรูป และ จำหน่ายแล้ว ยังเดินหน้าพัฒนาเทคโนโลยี การแปรรูป และการวิจัยรูปแบบ การแปรรูปที่ตอบโจทย์ความต้องการ ของตลาด

“ในทุกประเภทสินค้าที่เราทำการ ผลิตและแปรรูปจะมีงานวิจัยรองรับ ในทุกผลิตภัณฑ์ และเรายังคงเดินหน้า ต่อ ยอดพัฒนาคิดค้นรูปแบบการแปรรูป ที่เหมาะสมกับผลผลิตในแต่ละชนิด เพื่อยกระดับผลิตภัณ์ทางการเกษตร ของไทยให้มีความหลากหลาย สามารถ เปิดตลาดได้กว้างยิ่งขึ้น”

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญ กับเกษตรกร พร้อมทำการตลาด

สร้างการรับรู้ให้กับภาคเกษตรกร ของไทยโดยในทุกแพ็คเกจจิ้งของ จากใจจะมีรายละเอียดของเกษตรกร เป็น QR Code อยู่ด้านหลัง ลูกค้าสามารถ ตรวจสอบที่มาของวัตถุดิบได้ พร้อมทั้ง เป็นการโปรโมตให้กับเกษตรกรไปในตัว

“เราเดินหน้าพัฒนาการทำตลาด สร้างแบรนด์สินค้าเกษตรของไทยให้ เป็น ที่รู้จักในตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็นการ ออกบูธแสดงสินค้า หรือการวางจำหน่าย ในสถานที่ที่มีนักท่องเที่ยวหลากหลาย ประเทศ เช่น ไอคอนสยาม ส่วนแผน ในอนาคตที่เราวางไว้ คือ การถ่ายทอด นวัตกรรมที่เราได้ศึกษาและทำการวิจัย รวมถึงองค์ความรู้ต่างๆ ให้กับเกษตรกร เพื่อต่อยอดในการพัฒนาผลผลิต เพิ่มโอกาสในการนำสินค้าออกสู่ ตลาดโลก” ธนัญชย์กล่าวทิ้งท้าย ■

ช่องทางการติดต่อ

บริษัท วาริชฟู้ดส์ จำกัด

85 ซอยสวนผัก 44 ถนนสวนผัก
แขวงจิมพลี เขตตลิ่งชัน
กรุงเทพมหานคร 10170

www.warichfood.com



ขวัญใจฟาร์ม

สร้างความต่าง “ฟาร์มแมลง”

ด้วยพลังมาตรฐาน

จากการคาดการณ์จำนวนประชากรโลกของสหประชาชาติ (UN) ที่จะเพิ่มสูงขึ้นถึง 9.7 พันล้านคน ภายในปี 2593 และอาจเพิ่มสูงเกือบ 1.1 หมื่นล้านคน ในปี 2643 และเมื่อรวมกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เนื่องจากภาวะโลกร้อน อาจนำไปสู่การเกิด “วิกฤตขาดแคลนอาหารโลก” ส่งผลให้ “แมลง” โดยเฉพาะ จิ้งหรีด ถูกจัดให้เป็นอาหารชนิดใหม่ของโลก หรือ Novel Food ที่จะเข้ามาทดแทนเนื้อสัตว์ในอนาคต

ด้วยทิศทางของ Novel Food ที่กำลังเปิดกว้างนี้เอง ทำให้ นนทวัฒน์ บางเอี่ยม กรรมการผู้จัดการบริษัท ล้านฟาร์มฮัก จำกัด เจ้าของขวัญใจฟาร์ม ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แมลงแช่แข็งและแมลงแปรรูป ตัดสินใจกระโดดเข้าสู่เส้นทางสายแมลง พร้อมกับเปลี่ยนวิถีเดิมๆ ของการทำฟาร์มแมลงมาสู่ธุรกิจแมลงที่มีมาตรฐานรับรองเป็นรายๆ ของประเทศไทย

เริ่มต้นจากคนกลาง สู่การยกระดับการทำฟาร์ม แมลงยุคใหม่

ทุกครั้งที่ขับรถจากบ้านผ่านเส้นทางพิษณุโลก-กรุงเทพฯ ช่วงระหว่างจังหวัดพิจิตรจะเห็นว่า มีจิ้งหรีดวางขายอยู่เต็ม 2 ข้างทาง จุดประกายให้ชนนทวัฒน์เกิดความสนใจ บวกกับได้ศึกษาเทรนด์ของต่างประเทศ พบว่าความต้องการบริโภคแมลงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นที่มาของอาชีพคนกลาง ซื้อแมลงจากฟาร์มโดยตรง แล้วส่งขายให้กับโรงงานแปรรูป

“เราไม่ใช่แค่คนกลางที่ซื้อมาขายไปเท่านั้น แต่เราพยายามที่จะสร้างความแตกต่างไม่ให้เหมือนกับผู้ชายทั่วไปที่เขาจับแมลงมาใส่ถุงขายกัน เพราะเรานำเอาเรื่องของมาตรฐาน และการตรวจสอบคุณภาพอาหารมาใช้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า เนื่องจากตัวเองมีความรู้ด้านวิชาการอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการตรวจวิเคราะห์โรคเชื้อก่อโรค หรือการปนเปื้อนต่างๆ จึงนำเอาความรู้ตรงนี้มาสร้างเป็นจุดขายให้กับตัวเอง”



นทวัฒน์
บางเอี่ยม



นทวัฒน์เล่าว่า เครือข่ายฟาร์มแมลงที่รับซื้อนั้น ก่อนที่จะส่งขายให้ลูกค้าแมลงจะถูกนำไปตรวจวิเคราะห์ในห้องแล็บเพื่อหาสิ่งอันตรายที่อาจปนเปื้อนอยู่ในแมลง ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดีว่าแมลงที่ซื้อจากเขานั้นสามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย

“เราไปช่วยพัฒนาฟาร์มแมลงส่งเสริมให้ชาวบ้านเลี้ยงเป็นฟาร์มระบบกึ่งปิด ใช้ตาข่ายละเอียดมาติดป้องกันไม่ให้สัตว์พาหะ เช่น นก หนู เข้าไปในฟาร์ม พร้อมแนะนำการใช้อาหารสำเร็จรูปในการเลี้ยงจิ้งหรีด เพราะสามารถควบคุมคุณภาพได้คงที่ และต่อเนื่องมากกว่า และในช่วงของการจับแมลงจะมีการล้างทางเดินอาหารโดยการให้แมลงกินผักทองดิบ ที่จะช่วยกำจัดอาหารที่ตกค้างอยู่ในตัวแมลงออกไป นี่คือนี่ที่เราเอามาทำกับฟาร์มเครือข่าย ส่งผลให้มูลค่าแมลงของเราสูงกว่าทั่วไป”

ก้าวนำคู่แข่ง ขยายโอกาสธุรกิจ ด้วยมาตรฐาน

จากวันแรกที่เริ่มต้นด้วยการซื้อมาขายไป เมื่อความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจมีเพิ่มมากขึ้น นทวัฒน์จึงขยับตัวเอง



หนอนไหมทอดกรอบ

ก้าวไปสู่การเป็นต้นน้ำในฐานะเกษตรกรผู้เลี้ยงแมลง ลงทุนทำฟาร์มของตัวเองที่จังหวัดพิษณุโลก ไปพร้อมๆ กับการขยายเครือข่ายฟาร์มแมลงของเกษตรกรรายอื่นๆ รวมกันแล้วปัจจุบันมีมากกว่า 250 รายทั่วประเทศ และไม่ได้จำกัดอยู่แค่จังหวัดเท่านั้น แต่มีการขยายไปสู่แมลงชนิดอื่น เช่น หมอนไหม รดด่วน ตัวงา ผึ้ง แมงดา ฯลฯ มากไปกว่านั้นยังมีการพัฒนาไปสู่การทำผลิตภัณฑ์แมลงแช่แข็งและแมลงแปรรูปอีกด้วย

แต่ไม่ว่าจะขยายธุรกิจให้เติบโตไปอย่างไร สิ่งหนึ่งที่นทวัฒน์ยังคงยึดมั่นไม่เคยเปลี่ยนแปลง นั่นคือ “มาตรฐาน” ที่จะเป็จุดสร้างความแตกต่าง และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ เพราะนอกเหนือจากใบรับรองการตรวจสอบคุณภาพจากห้องแล็บแล้ว ผลิตภัณฑ์แมลงที่มาจากขวัญใจฟาร์ม

ยังมีมาตรฐาน ออย. รับรองอีกด้วย เรียกว่าเป็นผลิตภัณฑ์แมลงรายแรกของไทยที่มี ออย. รวมถึงการพัฒนาฟาร์มให้ได้มาตรฐาน GAP ซึ่งจากการมุ่งมั่นให้ความสำคัญในการทำเรื่องมาตรฐานนี้เอง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์แมลงของขวัญใจฟาร์มได้เข้าไปจำหน่ายในแม็คโครทั่วประเทศ และขยายตลาดไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย

“คิดเสมอว่าต้องทำตัวเองให้เดินไปข้างหน้าไกลกว่าคู่แข่ง 1-2 ก้าวเสมอ เพราะเรามองว่า จิ้งหรีดเลี้ยงง่าย อนาคตยิ่งก็มีคนเลี้ยงเยอะแน่นอน ซึ่งปัจจุบันในประเทศมีผู้เลี้ยงจิ้งหรีดกว่า 20,000 ราย มีบางช่วงที่ล้นตลาดราคาตกต่ำ เราไม่อยากจะอยู่ใน Red Ocean คนอื่นเขาอาจจะเลี้ยงได้ในมาตรฐานเดียวกับเรา แต่สิ่งที่เรามีมากกว่า คือใบรับรองการตรวจสอบคุณภาพของเราดีจริง และการที่เรายกระดับให้สินค้ามีมาตรฐาน ออย. ซึ่งคู่แข่งยังตามหลังเราอยู่”

ตอบใจลูกค้าต่างแดน เปิดโอกาสโตต่างประเทศ

ปัจจุบันตลาดส่งออกมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมาก จึงเป็นโอกาสให้นันทวัฒน์ส่งออกแมลงแช่แข็งไปยังตลาดออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็น



กลุ่มคนเอเชียที่อยู่ต่างประเทศ ทั้งคนไทย เวียดนาม กัมพูชา หรือลาว ซึ่งพวกเขาจะมีอารมณ์ความคิดถึงบ้านเกิด จึงต้องการที่จะนำเอาแมลงไปปรุงหรือทอดกินในรสชาติแบบของเขารวมถึงร้านอาหารไทยที่อยู่ต่างประเทศก็เช่นกัน มีความต้องการแมลงแช่แข็งในแบบออริจินัล ที่ไม่ต้องปรุงรสชาติแต่อย่างใด เพราะเขาจะนำไปปรุงในรสชาติแบบของทางร้าน เพื่อขายให้กับลูกค้าที่อยู่ในต่างประเทศ ดังนั้นสำหรับตลาดส่งออกของขวัญใจฟาร์ม จึงเน้นที่การส่งออกวัตถุดิบมากกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ผงแมลง

ขณะที่ตลาดในประเทศ นอกจากตลาด B2B หรือการขายแมลงให้กับ

โรงงานแปรรูปที่เป็นตลาดหลักแล้ว การมีช่องทางจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ยังช่วยขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้นด้วย เพียงแต่ต้องยอมรับว่าปริมาณการบริโภคแมลงในบ้านเรายังมีน้อยมากเพียงแค่ 100 กรัม/คนปี โดยตลาดใหญ่ที่สุด ไม่ใช่แมลงผงหรือแมลงโปรตีน แต่เป็นแมลงทอด เพราะสุดท้ายคนซื้อแมลงไม่รู้จะเอาไปทำอะไร ก็จะไปทอดกินเป็นส่วนใหญ่นั่นเอง เชื่อว่าหากมีการส่งเสริมหรือพัฒนาสูตรอาหารที่ทำจากแมลงเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปปรุงได้อย่างหลากหลาย ก็จะทำให้โอกาสของตลาดแมลงในประเทศเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น ■



ช่องทางติดต่อ

บริษัท ล้านฟาร์มอค์ จำกัด
(ขวัญใจฟาร์ม)



174/2 ม.7 ต.แก่งโสภา
อ.วังทอง จ.พิษณุโลก 65220



kwanjai.cricket



www.kwanjaifarms.com



LEMON ME FARM

ต่อยอดเกษตรยุคใหม่

สู่ธุรกิจฟาร์มแบบครบวงจร

ในอดีตการทำธุรกิจเกษตร ถือเป็นต้นน้ำที่ทำหน้าที่ในการผลิตวัตถุดิบ เพื่อส่งขายให้กับโรงงานอุตสาหกรรมหรือธุรกิจอื่นๆ ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพียงทางเดียว ซึ่งแตกต่างกับธุรกิจเกษตรในปัจจุบันที่มีการนำความรู้และเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยทำการเกษตร ทำให้เกษตรกรสามารถจัดการผลผลิตได้ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เริ่มตั้งแต่การปลูกผลผลิต การแปรรูป ไปจนถึงการจัดจำหน่าย ทำให้มีโอกาสแข่งขันที่มากขึ้น รวมถึงการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน เฉกเช่นเดียวกับ “Lemon Me Farm” ที่พัฒนาจากการทำสวนมะนาวเพียงอย่างเดียว ต่อยอดมาเป็นฟาร์มที่มีการจัดการครบวงจร





ปรับตัวรับเกษตรยุคใหม่ ด้วยการจัดการแบบครบวงจร

หลังการต่อยอดจากสวนมะนาว เป็นโรงงานแปรรูปผลผลิตที่มีมาตรฐาน รับรอง GMP, HACCP, GSP, อย. และฮาลาล พร้อมทั้งมีห้องเย็น สำหรับเก็บสต็อกสินค้าแปรรูป อย่าง น้ำมะนาวแช่แข็งที่มีการผลิตประมาณ 150 ตัน/ปี นอกจากนี้ ยังต่อยอดด้วยการปลูกเลมอนหลากหลายสายพันธุ์ รวมถึงการทำธุรกิจร้านอาหาร คาเฟ่ และ ศูนย์การเรียนรู้ที่เปิดให้ผู้คนเข้ามา เยี่ยมชมศึกษาเกี่ยวกับเรื่องมะนาว พลิกโฉมให้ Lemon Me Farm กลายเป็น ฟาร์มที่มีการจัดการแบบครบวงจร

“เราได้เริ่มแตกไลน์ธุรกิจเพิ่มขึ้นทั้ง การปลูกเลมอน การเปิดร้านอาหารกึ่ง Fine Dining เมนูต่างๆ จะมีส่วนผสม ของมะนาวและเลมอนอยู่ในทุกเมนู เช่นเดียวกับคาเฟ่จะมีเมนูที่มีส่วนผสม ของมะนาวให้เลือกมากมาย เช่น อเมริกาน่อมะนาว, เลมอนทาร์ต และ เลมอนชีสเค้ก นอกจากนี้ ฟาร์มของเรา ยังมีร้านขายสินค้าแปรรูปเป็นของตัวเองทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์

ส่งต่อความท้าทาย และการเปลี่ยนแปลง จากรุ่นสู่รุ่น

การทำธุรกิจเกษตรแบบทางเดียว ดูจะเป็นอะไรที่ล้าหลังไปแล้วสำหรับ ในยุคปัจจุบัน จึงทำให้ “ฉัตรชัย ดีสวัสดิ์” ทายาทรุ่นที่ 2 ของ Lemon Me Farm เดินหน้าปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจจากรูปแบบเดิมสู่การจัดการในรูปแบบใหม่ที่ดีขึ้น

“ย้อนกลับไปเมื่อ 50 ปีที่แล้ว เป็นช่วงที่คุณพ่อเริ่มต้นทำสวนมะนาว มาสักกระยะหนึ่งและได้เลิกกิจการไป หันมาจับธุรกิจกล้วยไม้ที่ตอนนั้นค่อนข้างเป็นที่สนใจของตลาดญี่ปุ่น ต่อมา ในปี 2545 ตลาดญี่ปุ่นเริ่มถดถอยลง เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ทำให้ คุณพ่อกลับมาทำธุรกิจมะนาวควบคู่ไปกับการทำธุรกิจกล้วยไม้ จนเข้าสู่ ปี 2554 สวนของเราได้รับผลกระทบ จากเหตุการณ์น้ำท่วมใหญ่ กิ่งพันธุ์ทั้ง มะนาวและกล้วยไม้ได้รับความเสียหาย มากถึง 95 เปอร์เซ็นต์”

หลังจากเหตุการณ์ดังกล่าวคุณพ่อ ของฉัตรชัย ตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจ มะนาวอย่างเต็มตัว เนื่องจากใช้ต้นทุน ที่น้อยกว่าการทำกล้วยไม้ และมีการปลูก การดูแลที่ง่ายกว่า โดยทางสวนจะมีกิ่งพันธุ์ เป็นของตัวเอง คือ พันธุ์มะนาวแป้น แม่ลูกตก แต่ในการทำธุรกิจสวนมะนาว ปัญหาใหญ่ที่เจอและส่งผลกระทบต่อ ธุรกิจมากที่สุด คือ เรื่องของราคา มะนาวที่ไม่คงที่ ส่งผลทั้งในด้านต้นทุน และรายได้ของเกษตรกร

“เมื่อ 8 ปีที่แล้วเราได้เข้ามารับช่วงต่อ จากคุณพ่อ ถ้าพูดถึงความชำนาญ เราอาจปลูกมะนาวสู่เกษตรกรรุ่นเก่าไม่ได้ แต่ในฐานะเกษตรกรรุ่นใหม่เรามีไอเดีย ในการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เริ่มมี การเก็บข้อมูล มีการทำระบบต่างๆ ทั้งระบบน้ำหยด ระบบวัดความชื้น และ ต่อยอดมาทำในส่วนของโรงงานแปรรูป สินค้า ที่นำผลผลิตมะนาวมาแปรรูป เป็นน้ำมะนาวแช่แข็งและน้ำมะนาว พร้อมดื่ม ทำให้สวนของเรามีความ แตกต่างจากสวนอื่นๆ ที่ปลูกมะนาว เพื่อขายผลผลิตเพียงอย่างเดียว”



ฉัตรชัย ดีสวัสดิ์

ที่มีสินค้าให้เลือกมากมาย เช่น น้ำมะนาว, เยลลี่มะนาว, คุกกี้มะนาว, เปลือกมะนาวเชื่อม เป็นต้น ในส่วนของศูนย์การเรียนรู้ที่เปิดให้ทุกคนเข้ามาทำกิจกรรม ทั้งการเรียนรู้ การปลูกมะนาว การทำน้ยมัก กิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับน้ยมอินทรีย์และน้ยมเคมีเป็นอย่างไร ข้อดีข้อเสียของน้ยมแต่ละชนิด ฟาร์มของเราจะให้ความรู้ในเชิงเหตุผลไม่ใช่ความเชื่อ”

ในมุมมองของฉัตรชัย มองว่าการมีหน้าฟาร์มเป็นของตัวเอง มีธุรกิจร้านอาหาร คาเฟ่ ถือเป็นการสร้าง Branding ที่แข็งแรง เป็นธุรกิจเกษตรที่แตกต่างจากการทำเกษตรยุคก่อนๆ

“ก่อนหน้านี้นี้เราทุ่มงบทำการตลาดออนไลน์กว่า 2 ล้านบาทต่อปี ทั้งการจ้าง Youtuber มารีวิว ทำการตลาดผ่านสื่อต่างๆ แต่ไม่ตอบโจทย์เนื่องจากเราเป็นเอสเอ็มอี ไม่ได้มีต้นทุนเยอะขนาดนั้น เราจึงนำงบส่วนนั้นมาพัฒนาคาเฟ่ และร้านอาหารให้น่าสนใจ มีมุมถ่ายรูปจนทำให้ได้ Free Media เข้ามาติดต่อขอสัมภาษณ์ รวมถึงการเช็คอินบอกต่อของลูกค้า ที่นอกจากจะทำให้ฟาร์ม



ของเราเป็นที่รู้จักแล้ว ยังเพิ่มรายได้ให้ฟาร์มได้อีกหนึ่งช่องทาง”

อย่างไรก็ดี การทำฟาร์มแบบครบวงจร ที่มีบริการหลากหลาย ถือเป็นการกระจายความเสี่ยงที่ดี อย่างไรก็ตามในช่วงโควิด-19 ระบาดหนัก ทำให้หลายธุรกิจได้รับผลกระทบมากที่สุดถึงขั้นปิดกิจการ แต่สำหรับ Lemon Me Farm สามารถผ่านพ้นวิกฤตมาได้จากกลยุทธ์การแตกไลน์ธุรกิจเพื่อกระจายความเสี่ยงนั่นเอง



ตั้งเป้าหมายผลักดันมะนาวไทยสู่ตลาดโลก

จากการศึกษาข้อมูลด้านการตลาดและสถิติ ทำให้เห็นว่าการแก้ปัญหาราคามะนาวแค่การแปรรูปอย่างเดียวคงไม่พอ ปัจจุบัน 98 เปอร์เซ็นต์ของมะนาวไทย ถูกบริโภคภายในประเทศทั้งหมด นั่นหมายความว่า ถ้ามีผลผลิตมะนาว 100 ลูก 98 ลูกถูกบริโภคภายในประเทศ มีอยู่แค่ 2 เปอร์เซ็นต์ที่ออกไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

“จากข้อมูลนี้ทำให้เรารู้ว่ามีอีกหลายประเทศที่ไม่รู้จักมะนาวของไทย ทั้งที่มะนาวของไทยมีรสชาติ และกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน และสิ่งที่เราอยากจะทำในส่วนตัวคือ การผลักดันผลผลิตของมะนาวไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก แต่ยังคงต้องใช้เวลาพัฒนาพื้นที่ปลูกให้เพียงพอต่อความต้องการแบ่งปันความรู้ให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ได้มาตรฐาน พัฒนาโรงงานและกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ รวมถึงการคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่จะเข้ามาช่วยในการผลิตและการจัดเก็บที่ทำให้ผลผลิตและสินค้าไม่สูญเสียรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เมื่อเรามีทุกขั้นตอนที่เข้มแข็งมากพอ เราจะเริ่มทำการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ และช่วยให้ภาคเกษตรของประเทศเราเติบโตขึ้นเรื่อยๆ” ฉัตรชัยกล่าวสรุปทิ้งท้าย ■

ช่องทางติดต่อ

Lemon Me Farm

44/1 ม.4 ถ.ศาลายา-บางภาษี
ต.คลองโยง อ.พุทธมณฑล
จ.นครปฐม 73170

Lemon Me Farm

รวบรวม SUPERFOOD!

ของดีพละเวลสินค้าเกษตรไทย

ขึ้นแท่นเป็นหนึ่งในอาหารแห่งอนาคต เมื่อ Superfood มาแรงครองใจคนรักและห่วงใยสุขภาพ ซึ่งคาดว่าในอีก 5 ปีข้างหน้ามูลค่าตลาดทั่วโลกจะทะยานถึง 226.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นับเป็นโอกาสดีที่อยู่แค่เอื้อมของเกษตรกรไทยที่จะใช้ “ผลผลิตเลิศค่าทางโภชนาการ” เพื่อเร่งสร้างแต้มต่อให้กับสินค้าเกษตรแปรรูปให้เติบโตได้ไกลกว่าที่เคย



Superfood คืออะไร?

ทำความเข้าใจกันก่อนสักนิดว่า Superfood ที่ได้ยินจนชินหูนี้ไม่ใช่ซูเปอร์ฮีโร่จากนอกโลก แต่เป็นอาหารของเราๆ ที่อุดมไปด้วยสารอาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ และเต็มไปด้วยส่วนประกอบที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นโปรตีน วิตามิน แร่ธาตุ สารต้านอนุมูลอิสระ โยเกิร์ต หรือกรดไขมันที่มีประโยชน์นั่นเอง

โดยในบ้านเราเองนั้นก็รายล้อมไปด้วยผลผลิตทางการเกษตรมากมายที่เรียกได้ว่าเป็นสารตั้งต้นของ Superfood ชั้นดี และต่อไปนี่คือ 5 วัตถุดิบสุดล้ำค่าที่อยากพามาให้เห็นเป็นไอเดียกัน

แมลง... แหล่งโปรตีนใหม่ของโลก

คุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว เมื่อมีแมลงที่กินได้ราว 2,000 ชนิดให้เลือกสรร ตั้งแต่จิ้งหรีด จักจั่น ตั๊กแตน หรือแม้กระทั่งหนอนที่สามารถนำมาแปรรูปได้ โดยกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักตัวของแมลงนั้นจะประกอบไปด้วยสารอาหาร รวมถึงโปรตีนที่มีปริมาณมากกว่าสัตว์อื่นๆ ในปัจจุบันนี้ทั้งหมด ทั้งนี้คนอย่างน้อย 2 พันล้านคนหรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของประชากรโลกนั้นกินแมลงเป็นประจำ แถมยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะใส่ใจสุขภาพและรักโลก



รู้หรือไม่?: จิ้งหรีดผลิตก้ำกัซมีเทนน้อยกว่าวัวถึง 80 เปอร์เซ็นต์ และปล่อยแอมโมเนียน้อยกว่าหมู 8-12 เท่า



ผ้า... บ้องใหม่แห่งวงการที่น่าจับตา

ผ้า ไช้ผ้า หรือไข่น้ำ คือพืชน้ำขนาดเล็กสีเขียวที่ผู้คนทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยนิยมนำมาประกอบเป็นอาหารพื้นถิ่นมาช้านาน ปัจจุบันกำลังก้าวสู่บทบาทใหม่ในฉายา “คาเวียร์เขียว” ดาวรุ่งแห่งวงการ Superfood ที่อุดมไปด้วยโปรตีน ซึ่งสูงถึง 45 เปอร์เซ็นต์ของน้ำหนักแห้ง แถมยังผลิตโปรตีนได้สูงกว่าถั่วเหลือง 5-10 เท่าเมื่อเทียบในพื้นที่การเพาะปลูกที่เท่ากัน นอกจากนี้ยังมีกรดอะมิโนจำเป็นครบทั้ง 9 ชนิด รวมถึงโอเมก้า 3 วิตามินบี 12 และสารอื่นๆ อีกมากมาย ทำให้ได้รับความนิยมทั้งในไทยและต่างประเทศแพร่หลายมากขึ้น

รู้หรือไม่?: ผ้า คือ พืชดอกที่เล็กที่สุดในโลก โดยในแต่ละวันสามารถเติบโตได้เร็วกว่าข้าวโพดถึง 50 เท่า



เห็ด...ตัวถึงแห่งยุค

ขาดไปไม่ได้สำหรับเห็ด เพราะประกอบไปด้วยสารอาหารอย่างวิตามินและแร่ธาตุกว่า 15 ชนิด และเป็นแหล่งโปรตีนจากธรรมชาติที่มีแคลอรีต่ำ และมีไฟเบอร์สูง โดยเห็ดต่างสายพันธุ์อาจให้สารอาหารที่แตกต่างกัน เช่น เห็ดนางรมและเห็ดหอมจะอุดมไปด้วยใยอาหาร ในขณะที่เห็ดไมตาเกะ และเห็ดแชมปิยองสีขาวจะมีวิตามิน D สูง ซึ่งดีต่อกระดูกและระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย ซึ่งนอกจากจะบริโภคโดยตรงแล้ว เห็ดยังเป็นสุดยอดวัตถุดิบของเทรนด์แรงอย่าง Plant-based Meat อีกด้วย

รู้หรือไม่? : มีเห็ดที่กินได้ทั้งหมด 2,189 ชนิด แบ่งเป็น กินได้อย่างปลอดภัย 2,006 ชนิด และอีก 183 ชนิด ต้องผ่านกระบวนการก่อนจะกินได้อย่างปลอดภัย



ชาเขียว...วัตถุดิบมาแรงเกินต้าน

พร้อมไปพร้อมกับสารต้านอนุมูลอิสระ โดยเฉพาะคาเทชินที่มีคุณสมบัติ

ต้านมะเร็งและลดการอักเสบ ส่งผลให้ชาเขียวกลายเป็นหนึ่งในเครื่องดื่มที่อุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการยอดนิยมของโลก โดยคาดว่าการผลิตชาเขียวทั่วโลกจะสูงถึง 2.97 ล้านตันในปี 2566 นี้ ซึ่งไม่ใช่แค่จะเป็นตัวแม่ของวงการเครื่องดื่มเท่านั้น แต่ชาเขียวยังเป็นวัตถุดิบมาแรงในผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอีกด้วย

รู้หรือไม่? : ในปริมาณเครื่องดื่มที่เท่ากัน ชาเขียวจะมีกาเฟอีนน้อยกว่ากาแฟถึง 3 เท่า



อะโวคาโด...สุดยอดผลไม้ทำให้ออ

ไม่ต้องแปลกใจเพราะประเทศไทยก็สามารถปลูกอะโวคาโดได้ แถมให้ผลผลิตดีไม่น้อยหน้าต่างแดนอีกด้วย ซึ่งเจ้า Superfruit ในร่มของ Superfood นี้มันอุดมไปด้วยไขมันดี หรือกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวถึง 70 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งช่วยป้องกันการสะสมของไขมันในเส้นเลือด และลดอัตราเสี่ยงของโรคหัวใจและหลอดเลือด นอกจากนี้ยังมีวิตามินสูง และแร่ธาตุกว่า 20 ชนิด สารพัดประโยชน์แบบนี้ ทำให้กลายเป็นขวัญใจของทุกคนปลูก คนแปรรูป และคนเปย์เงินเพื่อหามาใช้และบริโภคไปตามๆ กัน

รู้หรือไม่? : ในอะโวคาโด 100 กรัมจะมีไฟแทสเซียมสูงถึง 14 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมากกว่ากล้วยที่มีอยู่ 10 เปอร์เซ็นต์

FUN FACT!



นักโภชนาการยกให้อาหารหมักดอง เช่น โยเกิร์ต ผักดอง กิมจิ และซาคคอมบูชา เป็นสุดยอด Superfood แห่งปี 2566 โดยมีหน้าใหม่อย่างพืชน้ำ เช่น สาหร่าย สาหร่ายทะเล และมอสส์ทะเล รวมถึงเครื่องดื่มนมทางเลือกแทนนมวัวเข้ามาร่วมวงด้วย



ที่มา : Pollock Communications and Today's Dietitian : The 11th Annual "What's Trending in Nutrition" Survey

ทั้งหมดนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของวัตถุดิบชั้นดีที่รอให้เกษตรกรไทยนำไปคิดต่อยอด เพื่อรังสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่เพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต แต่ยังเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ทะเลปลูกเหนือคู่แข่งได้แบบไม่ซ้ำใคร ■

ไอเดีย 5 สินค้า

เกษตรแปรรูปสุด Wow! แห่งยุค

เมื่อพูดถึงสินค้าเกษตรแปรรูป หลายคนคงนึกภาพเป็นสินค้าธรรมดาทั่วไปที่แปรรูปมาจากผลผลิตทางการเกษตรที่อาจดูไม่น่าสนใจและเข้าถึงยากสำหรับลูกค้าบางกลุ่ม แต่ในปัจจุบันยุคที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาเป็นส่วนประกอบสำคัญในหลายๆ ภาคธุรกิจรวมถึงภาคการเกษตร จึงทำให้การแปรรูปสินค้าเกษตรมีการพัฒนา และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านของขั้นตอนการผลิต รสชาติ ไปจนถึงรูปแบบและดีไซน์ ทำให้สินค้าเกษตรแปรรูปมีความทันสมัย และตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น มาดูกันว่า ความก้าวหน้าของสินค้าเกษตรแปรรูปในปัจจุบันพัฒนาไปแค่ไหนแล้วบ้าง



UPTON'S Natural Jackfruit เนื่องจากขุ่น

แบรนด์สินค้าวีแกนที่มีชื่อเสียงแห่งเมืองชิคาโกผลิตสินค้าเพื่อตอบโจทย์ความต้องการให้กับกลุ่มคนรับประทานวีแกน โดยผลิตสินค้าที่น่าสนใจมากมาย โดยเฉพาะ “เนื้อที่ทำมาจากขุ่น” สำหรับคนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ขุ่นเป็นผลไม้ที่รู้จักและคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี แต่สำหรับชาวต่างชาติแล้ว ขุ่นเป็นผลไม้ที่มีความแปลกใหม่ มีรสชาติที่น่าลิ้มลอง ทางแบรนด์จะเลือกใช้ขุ่นอ่อนที่มีแหล่งปลูกอยู่ในประเทศไทยมาเป็นวัตถุดิบหลัก เพราะให้รสสัมผัสที่คล้ายกับเนื้อสัตว์ มีความนุ่ม นอกจากนี้ ยังสามารถนำมาปรุงได้หลากหลายรสชาติ ถือเป็นทางเลือกที่ดีให้กับกลุ่มคนรับประทานวีแกน

www.uptonsnaturals.com

Just Egg ไข่จำแลง

“ไข่” เป็นแหล่งโปรตีนชั้นดี แล้วยังมีประโยชน์มากมาย แต่ในขณะเดียวกันไข่ก็ติด 1 ใน 3 อาหารที่มีคนแพ้มากที่สุด จึงทำให้ Just Egg ได้คิดค้นผลิตภัณฑ์ไข่เหลวที่ทำกรแปรรูปมาจากถั่วเขียว ให้รสสัมผัส และรสชาติมีความใกล้เคียงกับไข่ที่ถูกต้องแล้ว นิยมนำมาทำเมนู ออมเล็ต ไข่คน ข้าวผัดไข่ ไข่เจียว หรือเฟรนช์โทสต์ นอกจากนี้ ยังมีสารอาหารและคุณประโยชน์เทียบเท่ากับไข่ไก่ แต่ปราศจากคอเลสเตอรอล โดย Just Egg 3 ซ้อนโต๊ะ ให้ปริมาณโปรตีน 5 กรัม และให้พลังงานเพียง 70 กิโลแคลอรีเท่านั้น

www.ju.st/eat/just-egg





XO CUBE กาแฟฟรีชดราย

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกาแฟที่มาในรูปแบบก้อนเจ้าแรกของประเทศไทยที่ยกระดับผลิตภัณฑ์กาแฟให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยใช้นวัตกรรมฟรีชดรายเทคโนโลยีก็ักเก็บความสดของอาหาร เพื่อคงความสด ความหอม และรสชาติของกาแฟ ให้ได้รสสัมผัสที่ดีเหมือนดื่มกาแฟสดจากกาแฟ XO CUBE มาในรูปแบบก้อนฟรีชดราย สะดวกต่อการพกพา สามารถชงได้ทั้งน้ำร้อนและเย็นพร้อมดื่มภายใน 10 วินาที มีรสชาติให้เลือกถึง 3 รสชาติ 3 in 1 มอคค่า และอเมริกาโน่ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวกสบาย

www.xocubefreezedry.com

Fit Cricket Protein Bar โปรตีนจิ้งหรีด

โปรตีนแหล่งสารอาหารสำคัญในการเสริมสร้างกล้ามเนื้อและช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของร่างกาย พบมากในเนื้อสัตว์ ไข่ นม ถั่วชนิดต่างๆ และอีกหนึ่งแหล่งโปรตีนที่กำลังเป็นกระแสมาแรงและน่าจับตามอง นั่นคือ โปรตีนจากแมลง โดยเฉพาะจิ้งหรีด ซึ่งเมื่อเทียบในปริมาณแคลอรีที่เท่ากันจิ้งหรีดมีโปรตีนมากกว่าเนื้อวัวถึง 2 เท่า นอกจากนี้ ยังอุดมไปด้วยไฟเบอร์ แคลเซียม ธาตุเหล็ก กรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวและไม่อิ่มตัวเชิงซ้อน ซึ่งเป็นแหล่งไขมันโอเมก้า 3 และโอเมก้า 6 ชั้นดี Fit Cricket จึงนำจิ้งหรีดมาแปรรูปเป็นโปรตีนบาร์ ซึ่งในแต่ละแท่งจะมีส่วนผสมของจิ้งหรีดมากถึง 60 ตัว และให้ปริมาณโปรตีนมากถึง 10 กรัม

www.fitcricket.com



Prikka Spicy Coffee กาแฟพริกขี้หนู

ความเข้มข้นเปรี้ยวของกาแฟกลายเป็นรสชาติที่คุ้นเคยและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรืออาจนำมาดัดแปลงเพิ่มรสชาติด้วยการเติมน้ำตาล นม น้ำผลไม้ หรือช็อกโกแลตเพื่อให้ได้เมนูที่หลากหลายมากขึ้น แต่หากอยากลองรสชาติที่แปลกใหม่มากกว่านั้น Prikka Spicy Coffee กาแฟ 3 in 1 เจ้าแรกของโลกที่มีสารสกัดจากพริกขี้หนูเป็นส่วนผสมถูกคิดค้นและพัฒนาสูตรโดยเภสัชกร ที่ผสมรสชาติเข้มข้นของกาแฟและความเผ็ดร้อนของพริกขี้หนูได้อย่างลงตัว สร้างรสสัมผัสที่แตกต่างจากกาแฟทั่วไป ให้ความรู้สึกอุ่นร้อนเป็นประสบการณ์แปลกใหม่น่าลิ้มลอง นอกจากนี้ คุณสมบัติของพริกยังมีฤทธิ์ช่วยเร่งการเผาผลาญพลังงานและไขมันได้อีกด้วย ■

[f](#) Prikka Spicy Coffee – Manufacturer



ใบสมัครสมาชิก

วารสารอุตสาหกรรมสาร 2566



สมาชิกเก่า สมาชิกใหม่ วันที่สมัคร

ชื่อ/นามสกุล บริษัท/หน่วยงาน

ที่อยู่

จังหวัด รหัสไปรษณีย์ เว็บไซต์บริษัท

โทรศัพท์ โทรสาร ตำแหน่ง

อีเมล

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ
- ท่านคิดว่าเนื้อหาของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป
 ดีที่สุด ดีมาก ดี พอใช้ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด
 ดีที่สุด ดีมาก ดี พอใช้ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1 2 3 ตามลำดับ)
 การตลาด การให้บริการของรัฐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลอุตสาหกรรม อื่นๆ ระบุ.....
- คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1 2 3 ตามลำดับความชอบ)
 Trend Interview Cover Story Business Idea Local SME
 Smart Biz SME Focus Insight SME Scoop Inno Corner
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน
 ได้ประโยชน์มาก ได้ประโยชน์พอสมควร ได้ประโยชน์น้อย ไม่ได้ประโยชน์
- เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
 91-100 คะแนน 81-90 คะแนน 71-80 คะแนน 61-70 คะแนน ต่ำกว่า 60 คะแนน

สมัคร
สมาชิก
วารสาร

สมัครทางไปรษณีย์

- จำหน่ายถึงบรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สมัครผ่าน Google Form : <https://forms.gle/tmXXccJmTjzZjPK9>
- สมัครผ่าน QR Code





ดีพร้อมโต

โตได้ โตไว โตไกล โตให้ยั่งยืน

“

ถึงเวลาแล้ว...
ที่ผู้ประกอบการไทย
จะโตไปกับดีพร้อม ”

”

ไบน้อย สุวรรณชาติ
อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



โตได้ (START)

ทุกคนมีโอกาส
เริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้

โตไว (SPEED)

เร่งการเติบโตธุรกิจ
อย่างก้าวกระโดด

โตไกล (SCALE)

ยกระดับธุรกิจ
สู่ระดับสากล

โตให้ยั่งยืน (SUSTAINABLE)

อุตสาหกรรมเติบโตคู่กับชุมชน
และสังคมอย่างสงบสุขและยั่งยืน

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

<https://facebook.com/diprom.ejournal>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากโหลดข้อมูลดาวน์โหลดได้ **ทันที!**



สมัครเป็นสมาชิกได้ที่ โทรสารที่หมายเลข 0 2354 3299 หรือ Google Form :

