

ส่วนที่ 2 บทคัดย่อหรือสรุปย่อของหลักสูตร เพื่อประโยชน์ในการสืบค้น (ภาษาไทย/อังกฤษ)

2.1 บทคัดย่อหรือสรุปย่อของหลักสูตร*

1) National report of China: mainly to introduce the current development status and achievements of China's politics, economics, society and culture after the foundation of the new China over 70 years and the opening and up over 40 years

2) Trends and challenges in agricultural product logistics and supply chain evolution under the new development pattern: the current situation of modern agricultural product circulation in China, policy directions, functions and roles of various market players in the circulation of agricultural products, the current state of development, and innovations in the approach to modernizing agricultural product distribution

3) Post-harvest treatment and marketing of farm products represented by horticultural products: mainly introduces the key control factors, main methods and technologies of horticultural products circulation and preservation;

4) Agricultural product logistics and supply chain financial management: mainly introduces the comparison between traditional agricultural product supply chains and intelligent agricultural product supply chains, various modes of operation in agricultural product logistics, as well as the operating models and practical applications of agricultural product logistics finance;

5) Agricultural product logistics standardization construction and management: mainly introduces relevant technical standards for standardization of agricultural product cold chain services, operating specifications for cold chain logistics, and the construction of a standardized system for cold chain services.

6) Agricultural product acquisition, storage and packaging technologies: mainly introduce agricultural product storage methods and technologies, storage facilities and equipment, storage volume decisions, and agricultural product packaging technologies to participants.

7) Operation of international trade of agricultural products in the context of digital economy: mainly to discuss with participants the international trade of agricultural products and the distribution of the pattern, the characteristics and trends of international trade of agricultural products, the impact of digital economy on international trade of agricultural products and the innovation of international trade model of agricultural products in the context of digital economy.

8) Agricultural brand building and development in new era: mainly introduces the relationship between agriculture and branding, fundamental practical aspects of new era agricultural brand building, as well as the concepts and methods guiding the development of agricultural brands in new era.

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษา ฝึกอบรม ดูงาน ประชุม/สัมมนา ปฏิบัติการวิจัย และการไปปฏิบัติงานในองค์การระหว่างประเทศ

3.1 วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการจัดการระบบหมุนเวียนสินค้าเกษตรสมัยใหม่สำหรับประเทศในโครงการ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง”.....

3.2 เนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญในเชิงวิชาการ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ไม่น้อยกว่า 1 หน้ากระดาษ A4 (หากมีรายงานฯ แยกต่างหากโปรดแนบไฟล์ PDF ขนาดไม่เกิน 5 MB ส่งด้วย)

01 Development Trends and Challenges of Agricultural Product Logistics and Supply Chain under New Development Patterns- Shan Miyuan, a professor at Hunan University and an independent director at Hongxing Cold Chain (Hunan) Co., Ltd.

1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความท้าทายของโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์เกษตรในยุคใหม่

- ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและปกป้องอุตสาหกรรมเฉพาะด้าน โดยการสร้างประโยชน์จากแบรนด์และการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร
- นโยบายของรัฐบาลจีนมุ่งเน้นการส่งเสริมการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์เกษตรผ่านการพัฒนาโลจิสติกส์แบบห่วงโซ่เย็นและการสนับสนุนการค้าออนไลน์

2. สถานการณ์ปัจจุบัน รูปแบบ และแนวโน้มการพัฒนาทางการเงินของห่วงโซ่อุปทานในภาคเกษตร

- การเงินห่วงโซ่อุปทานในภาคเกษตรมีความสำคัญในการส่งเสริมการ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการเงินทุนและการลดต้นทุนทางการเงิน
- แนวโน้มการพัฒนาทางการเงินของห่วงโซ่อุปทานในอนาคตจะเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการสร้างแพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมโยงผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- การเงินห่วงโซ่อุปทานในภาคเกษตรยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของเกษตรกรรายย่อย และการบริหารจัดการความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน

3. การดำเนินงานการค้าระหว่างประเทศของผลิตภัณฑ์เกษตรในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

- การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินการค้าระหว่างประเทศของผลิตภัณฑ์เกษตรช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลและการวางแผนการผลิต
- การสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการค้าเกษตรช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงง่ายขึ้นและลดความซับซ้อนในการดำเนินการค้าระหว่างประเทศ
- แนวโน้มการพัฒนาของการค้าผลิตภัณฑ์เกษตรในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลจะเน้นการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจและการดำเนินงาน

เนื้อหาในรายวิชาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนาห่วงโซ่อุปทานและการดำเนินงานการค้าของผลิตภัณฑ์เกษตรในอนาคตได้ โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการพัฒนาระบบการรับรองผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดระดับประเทศและนานาชาติ

02 Post-harvest Processing and Distribution of Horticultural Products – Dr.Ding Shenghua Hunan Academy of Agricultural Science

เนื้อหาในรายวิชานี้เน้นถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการที่ทันสมัยในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อช่วยลดการสูญเสียและเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรในตลาด โดยทางประเทศจีนให้ความสำคัญกับการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวของผลผลิตเกษตร โดยเฉพาะผลไม้และผัก เป็นสิ่งสำคัญเพื่อเพิ่มคุณภาพและยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ ประเทศที่พัฒนาแล้วให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ซึ่งมีผลดีต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

มาตรการเพื่อยกระดับการจัดการเชิงพาณิชย์หลังการเก็บเกี่ยว

1. การมาตรฐาน: การออกแบบหรือแนะนำอุปกรณ์ที่มีระบบอัตโนมัติสูง
2. ระบบอัตโนมัติ: การใช้เครื่องจักรในการคัดแยกและบรรจุภัณฑ์
3. การจับคู่: การสร้างตลาดค้าส่งและค้าปลีกที่ทันสมัย
4. ระบบการทำงาน: การสร้างระบบการจัดการผลไม้และผักที่ครอบคลุมตั้งแต่การเก็บเกี่ยว การคัดแยก การจัดเก็บ และการขนส่ง

การเก็บเกี่ยว- การเก็บเกี่ยวเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตและจุดเริ่มต้นของการทำงานหลังการเก็บเกี่ยว ซึ่งมีผลต่อคุณภาพ อายุการใช้งาน และการใช้งานของผลิตภัณฑ์

การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว -รวมถึงการทำความสะดวก การคัดแยก การรักษาก่อนการเก็บรักษา การรักษาด้วยยา การทำความสะอาด การคัดเกรด และการบรรจุภัณฑ์

การทำความเย็นก่อนการจัดเก็บ – การทำความเย็นก่อนการจัดเก็บเป็นกระบวนการที่สำคัญในการลดการเน่าเสียของผลิตภัณฑ์และรักษาความสดใหม่และคุณภาพสูงสุดของผลผลิตทางการเกษตร วิธีการทำความเย็นแบ่งเป็นการทำความเย็นธรรมชาติและการทำความเย็นด้วยมือ เช่น การใช้ลมเย็น น้ำเย็น และการทำความเย็นด้วยสุญญากาศ

03 "Cross Border E-commerce and Digital Marketing of Chinese Agricultural Products (Food)"

-Luo Shuanglin, Hunan Technology and Business University

เนื้อหาในรายวิชาแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเข้าใจและปฏิบัติตามกฎระเบียบระหว่างประเทศ รวมถึงการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพในการขยายตลาดสินค้าเกษตรของจีนผ่านอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน

1. กฎระเบียบในการนำเข้าและส่งออกสินค้าเกษตรของจีนในอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน

1. ข้อตกลงทางการเกษตรของ WTO:

- กำหนดให้มีการสร้างระบบการค้าสินค้าเกษตรที่เป็นธรรมและเน้นการพัฒนาตลาด
- มีเป้าหมายระยะยาวในการลดการอุดหนุนและการคุ้มครองทางการเกษตรที่มีอยู่ เพื่อแก้ไขและป้องกันการบิดเบือนตลาด
- ประเทศกำลังพัฒนาควรได้รับการปฏิบัติที่แตกต่างและพิเศษ เพื่อให้สามารถเข้าถึงตลาดสินค้าเกษตรที่มีความสำคัญได้มากขึ้น

2. โครงสร้างของข้อตกลงทางการเกษตรของ WTO:

- ประกอบด้วย 13 ส่วน, 21 ข้อและ 5 ภาคผนวก
- ส่วนที่สำคัญรวมถึงการสนับสนุนในประเทศ การเข้าถึงตลาด และการแข่งขันในการส่งออก

2. การตลาดดิจิทัลในอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดนสำหรับสินค้าเกษตรของจีน

1. การขยายตลาดสินค้าเกษตรของจีน:

- การนำเข้าสินค้าแบรนด์คุณภาพจากแอฟริกา เช่น กาแฟ ถั่ว และพริกแห้ง ผ่านโครงการ "African Brand Warehouse"
- การสร้างศูนย์บ่มเพาะธุรกิจอีคอมเมิร์ซแบบถ่ายทอดสด และการจัดงานเทศกาลอีคอมเมิร์ซเพื่อการถ่ายทอดสดสินค้าแอฟริกา

2. การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในเส้นทางสายไหมทางอีคอมเมิร์ซ:

- จีน ได้ลงนามข้อตกลงความร่วมมือด้านอีคอมเมิร์ซกับ 30 ประเทศ ครอบคลุม 5 ทวีป.
- การพัฒนาคุณภาพของระบบนิเวศอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน เพื่อสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ และการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน

3. การปรับปรุงคุณภาพสินค้าผ่านอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน:

- นโยบายสนับสนุนจากรัฐบาลและการควบคุมที่เข้มงวด เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าที่นำเข้าและส่งออก
- ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ และสนับสนุนผู้ขายที่มีคุณภาพสูงในการขยายตลาด
- บริษัทที่ดำเนินการอีคอมเมิร์ซควรพัฒนาทักษะภายในและเพิ่มคุณภาพของสินค้า โดยการลงทุนในนวัตกรรมเทคโนโลยีและการสร้างแบรนด์

ประโยชน์ในการนำไปใช้

1. การเข้าใจนโยบายและกฎระเบียบ:

- ผู้ประกอบการสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อกำหนดของ WTO เพื่อหลีกเลี่ยงข้อขัดแย้งทางการค้าและการลงโทษ

2. การพัฒนายุทธศาสตร์การตลาด:

- การใช้ประโยชน์จากศูนย์บ่มเพาะและกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดขายและการเข้าถึงตลาดใหม่

3. การปรับปรุงคุณภาพสินค้า:

- การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและเสริมสร้างแบรนด์

04 Current Situation, Mode and Development Trend of Agricultural Supply Chain Finance – Dr. Yuan Shijun

1. การเงินห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Finance - SCF):

- เป็นรูปแบบการเงินที่เกิดขึ้นเนื่องจากความไม่เท่าเทียมในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางที่มีปัญหาในการหาแหล่งเงินทุน
- SCF รวมการเงินเข้ากับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้การไหลเวียนของเงินทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงทางการเงิน

2. การเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตร (Agricultural Supply Chain Finance - ASCF):

- เป็นการจัดการเงินที่รวมผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการเกษตร เช่น เกษตรกร บริษัทเกษตร และองค์กรสหกรณ์
- ใช้เครดิตของบริษัทเกษตรและการรับประกันขององค์กรสหกรณ์เพื่อยกระดับเครดิตของเกษตรกรและลดความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้

3. สถานการณ์ปัจจุบันของการเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตร:

- มีโมเดลการเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตรหลักสามรูปแบบ: ธนาคารเป็นผู้นำ, บริษัทหลักเป็นผู้นำ, และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเป็นผู้นำ
- การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและบล็อกเชนในการพัฒนาการเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตรเพื่อเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการจัดการ

4. แนวโน้มการพัฒนาของการเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตร:

- การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการควบคุมความเสี่ยงและทำให้การดำเนินการทางการเงินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- การพัฒนาการเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตรต้องมุ่งเน้นที่การประสานความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ ทั้งธนาคาร สถาบันการเงิน บริษัทเกษตร และเกษตรกร

5. ปัญหาและอุปสรรคในระบบการเงินห่วงโซ่อุปทานเกษตร:

- กลไกการควบคุมความเสี่ยงที่ไม่สมบูรณ์ และความเสี่ยงในการดำเนินงาน
- ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่มีความหลากหลายไม่เพียงพอและช่องทางในการเพิ่มจำนวนลูกค้าที่จำกัด
- การขาดการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างธนาคารและสถาบันการเงินอื่นๆ

เนื้อหาในรายวิชานี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงระบบการเงินห่วงโซ่อุปทานเกษตรในประเทศไทย เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชนบทและเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทานเกษตร

05 International Trade Operation of Agricultural Products under the Background of Digital Economy –

Yin Yuanyuan, prof and doctor Hunan University Of Technology and Business

1. การสร้างแบรนด์และการพัฒนาเกษตรในยุคใหม่

1. การสร้างแบรนด์ในภาคเกษตร:

- การสร้างแบรนด์เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เกษตร โดยการสร้างเอกลักษณ์และความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค
- การสร้างแบรนด์เกษตรช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด เพิ่มโอกาสในการส่งออก และสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

2. เทคนิคและกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์:

- การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การตลาดดิจิทัลและการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- การร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

2. สถานการณ์ปัจจุบัน รูปแบบ และแนวโน้มการพัฒนาการเงินห่วงโซ่อุปทานเกษตร

1. การเงินห่วงโซ่อุปทานเกษตร:

- เป็นการจัดการเงินทุนที่เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค
- ใช้เทคโนโลยีการเงิน (FinTech) เช่น บล็อกเชน และแพลตฟอร์มการเงินดิจิทัลในการเพิ่มประสิทธิภาพ

2. แนวโน้มการพัฒนา:

- การใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ในการปรับปรุงการตัดสินใจ
- การพัฒนาระบบการเงินที่ยั่งยืนเพื่อสนับสนุนเกษตรกรรายย่อย

3. แนวโน้มและความท้าทายของโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เกษตร

1. ความท้าทาย:

- การจัดการ โลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อรักษาคุณภาพและความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์เกษตร
- การจัดการความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ

2. แนวโน้มการพัฒนา:

- การใช้เทคโนโลยี IoT และบล็อกเชนในการติดตามและตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน
- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน โลจิสติกส์และการขนส่งที่ทันสมัย

4. การค้าเกษตรระหว่างประเทศภายใต้เศรษฐกิจดิจิทัล

1. รูปแบบการกระจายการค้าเกษตรระหว่างประเทศ:

- ประเทศที่พัฒนาแล้วมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตร โดยเฉพาะในยุโรปและอเมริกา
- ประเทศกำลังพัฒนาที่มีความได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติก็เป็นผู้ส่งออกสำคัญในผลิตภัณฑ์เฉพาะ

2. ลักษณะการค้าเกษตรระหว่างประเทศ:

- ผลิตภัณฑ์เกษตรมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสภาพธรรมชาติ และมีลักษณะเฉพาะตัวทั้งด้านฤดูกาลและภูมิภาค
- การค้าผลิตภัณฑ์เกษตรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในหมวดน้ำมันพืช ผัก และผลไม้

3. การนำนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้:

- การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อเพิ่มความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน
- การพัฒนาระบบการค้าดิจิทัลเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ

เนื้อหาในรายวิชานี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการเกษตร รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระยะยาว

06 Purchase, Storage, and Package Technology of Agricultural Products – Professor Liu Zhuzhong , Hunan Women’s University Changsha

เนื้อหาวิชานี้เน้นถึงความสำคัญของการซื้อ การจัดเก็บ และการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการห่วงโซ่อุปทานและลดความสูญเสียในการจัดเก็บ โดยใช้เทคโนโลยีและวิธีการต่างๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีและตรงตามความต้องการของตลาด

การซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

1. ความหมายของการซื้อ: การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหมายถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่บริษัทจัดจำหน่ายทำการซื้อสินค้าทางการเกษตรด้วยการแลกเปลี่ยนเงินตรา การจัดการการซื้อที่ดีช่วยส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม ทำให้เศรษฐกิจเมืองและชนบทเจริญรุ่งเรือง และตอบสนองความต้องการประจำวันของประชาชน
2. ประเภทของการซื้อ:
 - การซื้อแบบมีแผน: แบ่งเป็นการซื้อบังคับและการซื้อตามการเจรจา
 - การซื้อแบบไม่มีแผน: การซื้อที่บริษัทจัดจำหน่ายทำการซื้อจากเกษตรกรตามการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานในตลาด
3. การเลือกวิธีการซื้อ: การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจะถูกกำหนดโดยระบบสังคมนิยม การซื้อแบบมีแผนจะมีสัดส่วนมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระดับผลิตภาพของประเทศ
4. ลักษณะของการซื้อ:
 - มีนโยบายเป็นแนวทาง
 - ไม่มีการบังคับในการผลิตและส่งมอบ
 - มีฤดูกาลที่ชัดเจน
 - เน้นเทคนิค
 - มีการกระจายตัวสูง
5. วิวัฒนาการของวิธีการซื้อ: การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในประเทศต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจและการเมือง ตั้งแต่การซื้อบังคับไปจนถึงการซื้อที่ยืดหยุ่นตามสภาพตลาด

การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

1. การตัดสินใจในการจัดเก็บ:
 - ควรจัดเก็บเมื่อมีผลกำไร
 - การจัดเก็บช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วและลดความเสี่ยงจากการเข้าสู่ตลาดอย่างรวมศูนย์
2. สถานที่จัดเก็บ:
 - การเก็บในสถานที่ผลิต การขุดห้องใต้ดิน หรือการเข้าคลังสินค้าในเขตชานเมือง
 - การตัดสินใจที่ตั้งคลังสินค้าจะส่งผลกระทบต่อความเร็วในการตอบสนองและต้นทุนของห่วงโซ่อุปทาน
3. วิธีการจัดเก็บ:
 - การวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ในการเลือกสถานที่จัดเก็บ
 - การป้องกันความเสียหายต่างๆ เช่น การสูญเสียจากความชื้น สัตว์รบกวน และการออกซิเดชัน
4. การป้องกันการสูญเสียในการจัดเก็บ:
 - การลดความชื้นในอากาศ การป้องกันการสัมผัสกับแสงแดด และการจัดการกับศัตรูพืช

เทคโนโลยีการจัดเก็บและบรรจุภัณฑ์

1. มาตรการปกติในการจัดเก็บ:

- การช้อน การขูด การจัดเก็บในห้องใต้ดิน การจัดเก็บในถ้ำ และการจัดเก็บในบ้านที่มีการระบายอากาศ
- การใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์หรือก๊าซเฉื่อยอื่นๆ ในสภาพแวดล้อมการจัดเก็บแบบปิดเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา

2. การจัดเก็บในอุณหภูมิปกติ:

- การช้อนผลิตภัณฑ์ในสถานที่ชั่วคราว การขูดในพื้นที่ผลิต และการใช้ห้องใต้ดิน

07 Standardization construction and management of agricultural products logistics- Professor Yuan Shijun, deputy director of the Research Office

เนื้อหาวิชาเกี่ยวกับการสร้างมาตรฐานและการจัดการ โลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์การเกษตร

1. การวิเคราะห์โซ่อุตสาหกรรมของผลิตภัณฑ์การเกษตร: โซ่อุตสาหกรรมของผลิตภัณฑ์การเกษตรครอบคลุมตั้งแต่การเพาะปลูก การจัดการภาคสนาม การแปรรูป การเก็บรักษา การหมุนเวียน และการขายในตลาด การสร้างมาตรฐานของโลจิสติกส์สำหรับผลิตภัณฑ์การเกษตรเป็นกระบวนการที่ครอบคลุมตลอดการผลิตและการหมุนเวียนของผลิตภัณฑ์การเกษตร
2. มาตรฐานสำหรับระบบโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์การเกษตร
 - มาตรฐานการประสานงานและความสอดคล้องของระบบโลจิสติกส์: รวมถึงมาตรฐานการเข้ารหัส การแปลงเป็นบาร์โค้ด และมาตรฐานเอกสารที่เกี่ยวข้อง
 - มาตรฐานเทคนิคย่อย การจัดการและบริการ: รวมถึงมาตรฐานข้อมูล มาตรฐานอุปกรณ์เทคนิค มาตรฐานกระบวนการดำเนินงาน มาตรฐานการจัดการ และมาตรฐานการบริการ
3. การสร้างมาตรฐานการบริการโลจิสติกส์สำหรับผลิตภัณฑ์การเกษตร:
 - จำเป็นต้องมีมาตรฐานที่ครอบคลุมตั้งแต่การเก็บเกี่ยว การบรรจุ การขนส่ง และการจัดเก็บ
 - การสร้างมาตรฐานข้อมูล: รวมถึงการใช้เทคโนโลยีการจัดการข้อมูล การสร้างระบบฐานข้อมูล และการใช้ระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์
4. การปรับปรุงกฎหมายและข้อบังคับ:
 - การสร้างมาตรฐานโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์การเกษตร: ต้องอาศัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมซึ่งขึ้นอยู่กับกฎหมายและข้อบังคับต้นความกระตือรือร้นของหลายฝ่ายในการเข้าร่วมการสร้างระบบข้อมูล
 - การปกป้องสิทธิของเจ้าของ: ผ่านวิธีการทางกฎหมายเพื่อปกป้อง ลดหรือจัดการบิดเบือนข้อมูล และการลงโทษการกระทำที่ผิดกฎหมาย.

การก่อสร้างมาตรฐานและการจัดการโซ่เย็นของผลิตภัณฑ์การเกษตร

1. ความสำคัญของการก่อสร้างมาตรฐานโซ่เย็น:

- การพัฒนาเกษตรกรรมในประเทศจีน: โซ่เย็นมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาเกษตรกรรม โดยมีคววดยเฉพาะกับการพัฒนา e-commerce ที่สดใหม่
- มาตรฐานการจัดการอุณหภูมิและคุณภาพ: การบริการ โลจิสติกส์โซ่เย็นครอบคลุมกระบวนการทั้งหมดของโลจิสติกส์ รวมถึงการจัดการอุณหภูมิและการควบคุมคุณภาพ

2. มาตรฐานการบริการโซ่เย็น:

- มาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานอุปกรณ์ และมาตรฐานการดำเนินงาน: การสร้างระบบมาตรฐานที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการ จากการเก็บเกี่ยว การเก็บรักษา การขนส่ง จนถึงการส่งมอบถึงมือลูกค้า

เนื้อหาวิทยานี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการวางแผนการเกษตรได้ โดยการสร้างมาตรฐานที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกกระบวนการ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการและลดการสูญเสียในกระบวนการ โลจิสติกส์.

08 Agricultural Branding and Development in the New Era – Wang Peizhi , Hunan Agricultural University

ความสำคัญของการสร้างแบรนด์ทางการเกษตร

- การสร้างแบรนด์ทางการเกษตรเป็นก้าวสำคัญในการพัฒนาคุณภาพสูงของการเกษตรในยุคใหม่ ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ปรับปรุงประสิทธิภาพทางการเกษตร และเพิ่มรายได้ของเกษตรกร
- การสร้างแบรนด์ทางการเกษตรช่วยที่ยั่งยืนในชนบท เพิ่มมูลค่าและความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์เกษตรในตลาด และส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจในชนบท

องค์ประกอบหลักของการสร้างแบรนด์ทางการเกษตร

- การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์เกษตรอย่างเข้มงวด เพื่อให้มั่นใจว่ามีคุณภาพ ความปลอดภัย และคุณค่าทางโภชนาการสูง
- การปกป้องแบรนด์: สร้างกลไกการปกป้องแบรนด์เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ์ รวมถึงการปกป้องสิทธิ์และชื่อทางการค้า
- การสร้างภาพลักษณ์: สร้างและเผยแพร่บุคลิกภาพและคุณค่าของแบรนด์ผ่านชื่อแบรนด์ โลโก้ และบรรจุภัณฑ์ที่น่าจดจำและสะดุดตา
- ผลิตภัณฑ์เกษตรยังคงมีต้นทุนสูง มูลค่าต่ำ ประสิทธิภาพต่ำ และมีความเสี่ยงสูง
- การสร้างแบรนด์ทางการเกษตรระดับภูมิภาคยังคงมีปัญหามากมายประการ เช่น การสร้างซ้ำ การบริหารจัดการที่ไม่ชัดเจน และการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

แนวโน้มในยุคใหม่ของการสร้างแบรนด์ทางการเกษตร

- การพัฒนาเกษตรกรรมและการแปรรูปที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและยั่งยืนมากขึ้น โดยใช้วิธีการปลูกและเลี้ยงที่ลดการใช้ปุ๋ยและสารกำจัดศัตรูพืช และการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และการบริโภคทรัพยากรผ่านการเปลี่ยนแปลงสีเขียวในคำละการขนส่ง

เนื้อหาวิทยานี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการและการปฏิบัติได้ในการพัฒนานโยบายและ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการสร้างแบรนด์ทางการเกษตรที่มีคุณภาพสูง ส่งเสริมการพัฒนาเกษตรกรรมที่ยั่งยืน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์เกษตรในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.3 ประโยชน์ที่ได้รับต่อตนเอง

.....เป็นการเก็บเกี่ยวประสบการณ์และเสริมสร้างความรู้ในด้านการจัดการระบบหมุนเวียนสินค้าเกษตรสมัยใหม่ ซึ่งได้เห็นถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการจัดการสินค้าเกษตรตามห่วงโซ่อุปทานในรูปแบบต่างๆ รวมถึงได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ผู้เข้าร่วมฝึกอบรม.....

3.4 ประโยชน์ที่ได้รับต่อหน่วยงาน

.....ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมอบรม และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าองค์ความรู้ที่ได้รับถ่ายทอดจากการศึกษาดูงาน จะสามารถนำมาเป็นแนวคิดในการพัฒนาในงานส่งเสริมการเกษตรตามโอกาสและความเหมาะสม.....

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

4.1 ปัญหา/อุปสรรค

.....

4.2 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....อยากให้มีการดำเนินการฝึกอบรม หรือศึกษาดูงานในต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการเปิดโอกาสและประสบการณ์ให้กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการใช้องค์ความรู้ที่ได้รับนำมาประยุกต์ใช้และพัฒนาการดำเนินงาน ในงานที่ได้รับมอบหมาย.....

ส่วนที่ 5 จะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างไรบ้าง

.....จากการเข้าร่วมฝึกอบรมในโครงการการก่อสร้างและการจัดการระบบหมุนเวียนสินค้าเกษตรสมัยใหม่สำหรับประเทศในโครงการ “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” ได้รับองค์ความรู้ในประเด็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและปกป้องอุตสาหกรรมเฉพาะด้าน โดยการพัฒนาแบรนด์สินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร, การเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตร ควรมีการให้เครดิตหรือรับประกันขององค์กรสหกรณ์ เพื่อยกระดับเครดิตเกษตรกรและลดความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้ รวมถึงการพัฒนาการเงินห่วงโซ่อุปทานการเกษตรด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและบล็อกเชน เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและ.....

ประสิทธิภาพในการจัดการ, การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เน้นการใช้เทคโนโลยีและกระบวนการที่ทันสมัยในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การทำความสะอาด การคัดแยก การทำให้เย็น การคัดเกรด และการบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยลดการสูญเสียและเพิ่มมูลค่าของผลิตผลทางการเกษตรในตลาด, การค้าอีคอมเมิร์ซข้ามพรมแดน การใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและการเข้าใจร่วมถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบระหว่างประเทศ เพื่อขยายตลาดสินค้าเกษตรของไทยผ่านอีคอมเมิร์ซ, การสร้างแบรนด์และตลาดดิจิทัล พัฒนาและสนับสนุนการสร้างแบรนด์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยสร้างอัตลักษณ์และความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค และใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศ โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการนำความรู้เหล่านี้ไปประยุกต์ใช้จะช่วยพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยมากยิ่งขึ้น ตอบสนองต่อความต้องการของเกษตรกรและตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

.....
.....
.....
.....
.....

(ลงชื่อ) ว่าที่ร้อยตรี.....



(คุณเด็ยว วงศ์ภักดิ์)

ตำแหน่ง เกษตรจังหวัดเชียงราย

ลงวันที่ 25 ธ.ค. 2567

ผู้ประสานงาน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวฐิติมา ตาคำ

โทรศัพท์

e-mail