

ส่วนที่ 2 บทคัดย่อหรือสรุปย่อของหลักสูตร เพื่อประโยชน์ในการสืบค้น (ภาษาไทย/อังกฤษ)

2.1 บทคัดย่อหรือสรุปย่อของหลักสูตร*

1) โครงการ ASEAN-JICA Food Value Chain Development Project (AJFVC) มีระยะเวลาดำเนินการ 3 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2567 – 2569 ภายใต้ความร่วมมือระหว่างสำนักเลขาธิการอาเซียนและองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าอาหารภายในอาเซียน โดยครอบคลุมถึงมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices; GAP) มาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary Measure; SPS) มาตรฐานการปฏิบัติทางการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ดี (Good Aquaculture Practices; GAqP) และการพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public and Private Partnership (PPP)) โดยแบ่งการดำเนินการเป็น 2 ระยะ ดังนี้

- ระยะที่ 1 การศึกษาสถานการณ์และกิจกรรมการส่งเสริมมาตรฐาน GAP ของแต่ละประเทศ การจัดทำวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนงานด้านการส่งเสริมและการตลาด และศึกษาดูงานการดำเนินการตามมาตรฐาน GAP ของประเทศญี่ปุ่น

- ระยะที่ 2 การจัดทำแผนงานด้านการส่งเสริมและการตลาดสำหรับมาตรฐาน GAP ของอาเซียน และมาตรฐาน GAP ระดับประเทศ และการดำเนินกิจกรรมนำร่องในประเทศเป้าหมาย

2) การสัมมนาครั้งที่ 1 The First Seminar of AJFVC Development Project (GAP Component) เป็นส่วนหนึ่งการดำเนินการในระยะที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบสถานการณ์และกิจกรรมการส่งเสริมมาตรฐาน GAP ของแต่ละประเทศ และการจัดทำวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนงานด้านการส่งเสริมและการตลาด โดยมีผู้แทนกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านมาตรฐาน GAP ที่เป็นผู้ร่วมดำเนินโครงการ (Counterpart) ของโครงการ ASEAN-JICA Food Value Chain Development Project – Marketing and Promotion of National and ASEAN GAPs จำนวน 20 คน เข้าร่วมสัมมนาฯ โดยมี Dr. Kanchana Wanichkorn, Director, Sectoral Development, Association of Southeast Asian Nations เป็นประธาน และดำเนินการสัมมนาโดยผู้แทนจากองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan International Cooperation Agency; JICA)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษา ฝึกอบรม ดูงาน ประชุม/สัมมนา ปฏิบัติการวิจัย และการไปปฏิบัติงานในองค์การระหว่างประเทศ

3.1 วัตถุประสงค์

1) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมมาตรฐาน GAP ระดับประเทศ และสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับมาตรฐาน ASEAN GAP

2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดสินค้าเกษตร GAP และการส่งเสริมมาตรฐาน ASEAN GAP และมาตรฐาน GAP ระดับประเทศ

3) เพื่อพัฒนาแผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริม GAP ของแต่ละประเทศ และอาเซียน

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

1) สถานการณ์และกิจกรรมการส่งเสริมมาตรฐาน GAP ของแต่ละประเทศในอาเซียน

1.1) ปัจจุบันอาเซียนอยู่ระหว่างดำเนินการปรับประสานมาตรฐาน GAP ระดับประเทศ ให้สอดคล้องกับมาตรฐาน GAP ของอาเซียน โดยประเทศที่มีมาตรฐาน GAP สอดคล้องกับมาตรฐาน GAP ของอาเซียนในหมวดความปลอดภัยอาหารแล้ว ได้แก่ เนการาบรูไนดารุสซาลาม ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐสิงคโปร์ และประเทศไทย

1.2) ประเทศที่มีหน่วยรับรองระบบงานและห้องปฏิบัติการตรวจสอบที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ISO ได้แก่ สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐสิงคโปร์ และประเทศไทย

1.3) ประเทศที่มีการรับรองมาตรฐาน GAP มากที่สุด ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐสิงคโปร์ และเนการาบรูไนดารุสซาลาม ตามลำดับ

2) การจัดทำวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และแผนงานด้านการส่งเสริมและการตลาดสำหรับมาตรฐาน GAP ของอาเซียน

2.1) วิสัยทัศน์: “ASEAN GAP Our Food Our Responsibility

Harvesting Health from Our Green Fields”

2.2) กลยุทธ์ ได้แก่ การจัดทำบันทึกความร่วมมือเพื่อเป็นตลาดเดียวของอาเซียน การปรับประสานให้มาตรฐาน GAP ระดับประเทศสอดคล้องกับมาตรฐาน GAP ของอาเซียนทั้งหมด การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในกลุ่มประเทศอาเซียน การสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตรให้ประเทศผู้นำเข้าสินค้าเกษตรจากอาเซียน การเพิ่มตลาด/ช่องทางจำหน่าย และการสร้างความรู้/การรับรู้ เพื่อให้ผู้บริโภค เห็นความสำคัญของความปลอดภัยอาหารและมาตรฐาน GAP

2.3) แผนงานด้านการส่งเสริมและการตลาดสำหรับมาตรฐาน GAP ของอาเซียน ได้แก่

- แผนงานด้านการฝึกอบรมความปลอดภัยอาหารและมาตรฐาน GAP ให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค การพัฒนาหลักสูตร E-learning การรับรองมาตรฐานแบบกลุ่ม และการรับรองผลผลิตของผู้ประกอบการ

- แผนงานด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การสร้างความร่วมมือระหว่างเกษตรกรกับบริษัทผู้ผลิตอาหาร / ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล ในการรับซื้อสินค้าเกษตรที่ได้รับมาตรฐาน GAP การทำเกษตรพันธสัญญา การจับคู่ธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การให้สิทธิประโยชน์ / สิทธิพิเศษทางด้านภาษี การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรที่ได้รับมาตรฐาน GAP และการสร้างความรู้/การรับรู้ เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของความปลอดภัยอาหารและมาตรฐาน GAP ผ่านสื่อและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสังคม สื่อโทรทัศน์ การจัดนิทรรศการ การวาง จุดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

3.3 ประโยชน์ที่ได้รับต่อตนเอง

- 1) การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานส่งเสริมและรับรองมาตรฐาน GAP ของประเทศกลุ่มอาเซียน
- 2) การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างประเทศกลุ่มอาเซียนในการส่งเสริมมาตรฐาน ASEAN GAP
- 3) การสร้างเครือข่ายในการทำงานด้านส่งเสริมและรับรองมาตรฐาน GAP ของประเทศกลุ่มอาเซียน

3.4 ประโยชน์ที่ได้รับต่อหน่วยงาน

- 1) การนำความรู้ และข้อมูลที่ได้รับมาปรับใช้ในการดำเนินงานส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ของกรมส่งเสริมการเกษตร
- 2) การเผยแพร่ความรู้ และข้อมูลที่ได้รับ ให้แก่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อให้ทราบความก้าวหน้า แนวคิด และวิธีการดำเนินงานส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ของประเทศต่างๆ และประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนางานต่อไป
- 3) การเผยแพร่ความสำเร็จในการดำเนินงานส่งเสริมและรับรองมาตรฐาน GAP ของประเทศไทย

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

4.1 ปัญหา/อุปสรรค

4.2 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ควรสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสไปเข้ารับการฝึกอบรม/สัมมนาในประเทศต่างๆ ที่มีการดำเนินงานด้าน GAP ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ รับทราบแนวคิด และเรียนรู้วิธีการปฏิบัติ เพื่อให้มีความริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถนำความรู้มาปรับใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรได้มากยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 5 จะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างไรบ้าง

ปัจจุบัน ประเทศไทยเป็นประเทศผู้นำในการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมและรับรองสินค้าเกษตรตามระบบมาตรฐาน GAP ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน จึงได้รับการยอมรับให้เป็นต้นแบบในการดำเนินงานด้านมาตรฐาน GAP ให้กับประเทศอาเซียนอื่นๆ แต่จากการเข้าร่วมการสัมมนาในครั้งนี้ ทำให้ได้รับข้อมูลที่จะนำมาใช้กำหนดเป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานได้ ทั้งในส่วนที่เป็น common problem เช่น เกษตรกรไม่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดเรื่องการจดบันทึก ตลาดเฉพาะสำหรับจำหน่ายสินค้าเกษตร GAP มีจำนวนน้อย ราคาสินค้าเกษตร GAP ไม่แตกต่างจากราคาสินค้าเกษตรทั่วไป ผู้บริโภคยังไม่เห็นความสำคัญของสินค้าเกษตร GAP เป็นต้น และในส่วนของ mutual interest ที่ทุกประเทศในอาเซียนให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตร GAP ซึ่งการเข้าเป็นผู้ร่วมดำเนินโครงการระยะ 3 ปีนี้ จะเป็นโอกาสให้ประเทศไทยได้พัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานเกี่ยวกับการส่งเสริมและรับรองสินค้าเกษตร ตามระบบมาตรฐาน GAP ให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ และนำไปสู่การดำเนินงานตามมาตรฐาน ASEAN GAP ต่อไป

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

ผลจากการเข้าร่วมสัมมนาทำให้นักคิดค้นใหม่ การสร้างงานใหม่ ที่เกี่ยวข้องกับ Food Value Chain ได้ทั้งระบบ ตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบของเกษตรกรในภาคเกษตร

ลงชื่อ.....

ทักษิณี

ตำแหน่ง.....

(นางสาวเพ็ญระพี ทองอินทร์)
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมผลิต

รักษาราชการแทนผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

ผู้ประสานงาน

ชื่อ-นามสกุล ประพิศพรรณ อนุพันธ์.....

โทรศัพท์

e-mail.