

รายงานการไปราชการ ประชุม สัมมนา ศึกษา ฝึกอบรม ปฏิบัติการวิจัย ดูงาน ณ ต่างประเทศ
และการปฏิบัติงานในองค์การระหว่างประเทศ
กรมส่งเสริมการเกษตร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ-สกุล

(ภาษาไทย)

คำนำหน้า (นาย, นาง, น.ส.) ชื่อ ...ประพิศพรรณ..... สกุลอนุพันธ์.....

(ภาษาอังกฤษ)

Prefix (Mr., Mrs., Ms.) First Name PRAPITPAN..... Last Name ANUPUNT

1.2 เกี่ยวกับที่ทำงาน

ตำแหน่ง (วิชาการ/บริหาร)ผู้อำนวยการกลุ่มคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตร.....

หน่วยงาน (เช่น กอง/สำนัก)สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร.....

โทรศัพท์.... 0 2940 6127.....โทรสาร.....-..... e-mai:standard.doae@gmail.com.....

หน้าที่ความรับผิดชอบ *

- ศึกษา วิเคราะห์ วางแผนการปฏิบัติงาน มอบหมาย กำกับ ติดตาม และแก้ไขปัญหา การปฏิบัติงานด้านการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตร
- กำหนดแนวทาง และจัดทำแผนส่งเสริมเทคโนโลยีและระบบการจัดการคุณภาพสินค้าเกษตร ระบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP พืช) การผลิตพืชตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และมาตรฐานสากลอื่นๆ
- ศึกษา พัฒนา ทดสอบ ประยุกต์เทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตร
- ให้คำปรึกษา แนะนำ ถ่ายทอดเทคโนโลยี และการเข้าสู่ระบบมาตรฐานด้านการผลิตพืชอินทรีย์ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP พืช)
- ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติตามหน้าที่อื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

1.3 ชื่อเรื่อง/หลักสูตร

ภาษาไทย

ภาษาอังกฤษ....The Knowledge Co-creation Program on Marketing and Promotion of National and ASEAN GAPs.....

1.4 วัตถุประสงค์ของการเดินทางไป*

- ประชุม สัมมนา ฝึกอบรม ปฏิบัติการวิจัย
 ดูงาน ปฏิบัติงานในองค์การระหว่างประเทศ

1.5 แหล่งให้ทุน

ชื่อองค์กร/หน่วยงาน ผู้ให้ทุนJapan International Cooperation Agency (JICA).....

ประเภทของแหล่งทุน *

- ทุนของหน่วยงานต้นสังกัด ทุนของหน่วยงานอื่นๆ
 ทุนของหน่วยงานต้นสังกัดและหน่วยงานอื่นๆ ทุนส่วนตัว

1.6 ประเทศที่ไป (ตอบได้มากกว่า 1 ประเทศ)*

- 1)ญี่ปุ่น..... 2)
3) 4)

1.7 งบประมาณ – วันเดินทาง*

งบประมาณ-..... บาท

จากวันที่24.../.....พฤศจิกายน...../...2567.. ถึงวันที่6...../.....ธันวาคม...../...2567.....

1.8 ภายใต้โครงการ/หน่วยงาน

ชื่อโครงการ ASEAN-JICA Food Value Chain Development Project (AJFVC).....

ของหน่วยงาน International Development Center of Japan (IDCJ).....

1.9 คุณวุฒิ/วุฒิบัตรที่ได้รับ ...Certificate of Completion for The Knowledge Co-creation

Program on Marketing and Promotion of National and ASEAN

GAPs.....

ส่วนที่ 2 บทคัดย่อหรือสรุปย่อของหลักสูตร เพื่อประโยชน์ในการสืบค้น (ภาษาไทย/อังกฤษ)

2.1 บทคัดย่อหรือสรุปย่อของหลักสูตร*

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

การฝึกอบรม The Knowledge Co-creation Program on Marketing and Promotion of National and ASEAN GAPs เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินการในระยะที่ 1 ซึ่งมีผู้แทนกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านมาตรฐาน GAP ที่เป็นผู้ร่วมดำเนินโครงการ (Counterpart) ของโครงการ ASEAN-JICA Food Value Chain Development Project – Marketing and Promotion of National and ASEAN GAPs จำนวน 22 คน เข้าร่วมการฝึกอบรมฯ ณ ประเทศญี่ปุ่น โดยศึกษาดูงานการส่งเสริมมาตรฐาน GAP ของภาครัฐ ทั้งในระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ผู้ประกอบการ และเกษตรกร รวมทั้งแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตร GAP

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษา ฝึกอบรม ดูงาน ประชุม/สัมมนา ปฏิบัติการวิจัย และการไปปฏิบัติงานในองค์การระหว่างประเทศ

3.1 วัตถุประสงค์

เพื่อให้ผู้แทนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเรียนรู้แนวทางในการส่งเสริม และการตลาด สำหรับมาตรฐาน GAP ในประเทศญี่ปุ่น และนำข้อมูลมาใช้ในการจัดทำแผนงานด้านการส่งเสริม และการตลาด สำหรับมาตรฐาน GAP ของอาเซียน และมาตรฐาน GAP ของแต่ละประเทศ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ASEAN GAP Our Food Our Responsibility Harvesting Health from Our Green Fields”

3.2 เนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญในเชิงวิชาการ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

1) มาตรฐาน GAP ในประเทศญี่ปุ่นเป็นมาตรฐานการบริหารจัดการกระบวนการผลิตทางการเกษตร ที่มุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนในภาคการเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์ 5 ด้าน ได้แก่ ความปลอดภัยอาหาร (food safety) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (environmental conservation) การบริหารจัดการฟาร์ม (farm management) ความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน (worker safety) และการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (protection of human rights) โดยกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมงของประเทศญี่ปุ่น (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries; MAFF) ได้จัดทำเอกสารคำแนะนำสำหรับส่งเสริมการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐาน GAP สาภัก (MAFF Guidelines on International-level GAP : International Standard GAP Guidelines) สำหรับใช้เป็นคำแนะนำให้เกษตรกรนำไปปฏิบัติและสามารถขอการรับรองตามมาตรฐาน GAP ต่างๆ ได้ โดยคำแนะนำดังกล่าวครอบคลุมการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับผัก ผลไม้ ธัญพืช ชา พืชอาหารสัตว์ และสินค้าเกษตรที่ไม่ใช่อาหาร

2) มาตรฐาน GAP ในประเทศญี่ปุ่นที่มีการปฏิบัติและขอการรับรองแบ่งเป็น 4 มาตรฐาน ได้แก่

2.1) Global GAP โดย FoodPLUS ประเทศเยอรมนี สำหรับสินค้าผัก ผลไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ ชา ส่วนขยายพันธุ์พืช และประมง

2.2) ASIA GAP โดย Japan GAP Foundation (JGF) ประเทศญี่ปุ่น สำหรับสินค้าผัก ผลไม้ ธัญพืช และชา

2.3) JGAP โดย Japan GAP Foundation (JGF) ประเทศญี่ปุ่น สำหรับสินค้าผัก ผลไม้ ธัญพืช ชา และปศุสัตว์

2.4) Prefectural GAP หรือ มาตรฐาน GAP ระดับจังหวัด โดย Prefectural Office เช่น S-GAP ของ Saitama Prefectural Office สำหรับสินค้าผัก ผลไม้ ข้าว ชา และ Gifu Seiryu GAP ของ Gifu Prefectural Office สำหรับสินค้าผัก ผลไม้ ธัญพืช ชา รวมทั้งเห็ด แต่ไม่รวมผลิตภัณฑ์แปรรูป เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีองค์กร เช่น Japan Farmers GAP Association ที่บูรณาการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐานระดับ Prefectural GAP ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ Prefectural Office อีกด้วย

โดยสินค้าเกษตรที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP ในประเทศญี่ปุ่น มีทั้งการผลิตเพื่อส่งออก และการจำหน่ายในประเทศ ซึ่งมีช่องทางการจำหน่ายต่างๆ เช่น ตลาดเกษตรกร ห้างสรรพสินค้า หรือการส่งเสริมให้ใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารในเทศกาลสำคัญ เช่น งานกีฬาโอลิมปิก

3) การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ของภาคเอกชน มีการดำเนินงานในรูปแบบต่างๆ เช่น

3.1) Alpha Innovation Company ส่งเสริมการผลิตสินค้าผักและผลไม้ เช่น ต้นหอม แพร่ญี่ปุ่น ตามมาตรฐาน JGAP เพื่อการจำหน่ายในประเทศ โดยมีการจ้างแรงงานเป็นผู้ฝึกการ ในรูปแบบของความร่วมมือที่ไม่หวังผลกำไร “Megumi no Sato”

3.2) Inochio Mirai Company Limited ส่งเสริมการผลิตมะเขือเทศในระบบ Plant Factory ตามมาตรฐาน Global GAP เพื่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

3.3) AEON Store ส่งเสริมการผลิตสินค้าพืชผัก เช่น ต้นหอม ผักกาด ผักกะหล่ำ ตามมาตรฐาน Global GAP ในรูปแบบ Contract Farming กับ AEON Agri Farm เพื่อนำสินค้ามาวางจำหน่ายใน supermarket ของห้างสรรพสินค้า

4) การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ของเกษตรกรรายย่อย ส่วนใหญ่ดำเนินการในรูปแบบของสหกรณ์ โดย Japan Agricultural Cooperatives (JA) ซึ่งเกษตรกรจะผลิตสินค้าโดยใช้ Greenhouse Cultivation และนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดเกษตรกร (Agri-market)

5) การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ในสถาบันการศึกษา เช่น วิทยาลัยเกษตร ได้แก่ Atsumi Agricultural High School ที่ผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน Global GAP ได้เป็นโรงเรียนแรกในประเทศญี่ปุ่น โดยมีการกำหนดหัวข้อวิชาเกี่ยวกับมาตรฐาน GAP ในหลักสูตรการเรียนการสอน รวมถึงมีการจัดทำฟาร์มในสถานศึกษา โดยนักเรียน/นักศึกษา และขอการรับรองมาตรฐาน GAP ซึ่งสินค้าเกษตร GAP ที่ผลิตได้ มีการนำส่งจำหน่ายในพื้นที่เพื่อสร้างรายได้ รวมทั้งเป็นตัวอย่างให้แก่ชุมชนในการผลิตสินค้าเกษตร GAP นอกจากนี้ยังมีมหาวิทยาลัยด้านการเกษตร ได้แก่ International Field Agricultural Center, College of Agriculture, Ibaraki University ที่มีการส่งเสริมการเรียนการสอนด้านมาตรฐาน GAP

6) การผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร GAP แบบครบวงจรของภาคเอกชน โดยบริษัท Drop Farm ผลิตมะเขือเทศ มาตรฐาน ASIA GAP ร่วมกับการใช้เทคโนโลยี imec – film farming ภายในโรงเรือนระบบปิดที่มีการควบคุมสภาพแวดล้อมโดยใช้โทรศัพท์มือถือ เช่น อุณหภูมิ ความชื้น แสงสว่าง คาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้พืชมีการเจริญเติบโตที่ดี ผลผลิตที่ได้รับมีคุณภาพ เนื่องจากพืชสามารถได้รับสารอาหารที่เพียงพอและเหมาะสม โดยการดูดซับผ่านแผ่นฟิล์มไฮโดรเจลที่เป็นเกรดอาหาร และเจริญเติบโตบนแผ่นฟิล์ม ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาการขาดน้ำ การพังทลายของดิน มลพิษต่างๆ และการป้องกันจุลินทรีย์และเชื้อโรคเข้าสู่ต้นพืชได้ รวมทั้งยังเป็นเทคโนโลยีที่ไม่ต้องพึ่งพาเครื่องจักรขนาดใหญ่ ลดปัญหาการจ้างแรงงาน และทำให้สามารถสนับสนุนการจ้างแรงงานที่เป็นเพศหญิง ทั้งในลักษณะเต็มวันและรายชั่วโมง ส่งเสริมการสร้างรายได้สู่ครัวเรือน ทั้งนี้ ผลผลิตมะเขือเทศ GAP จะถูกนำมาจำหน่ายใน 2 ลักษณะ ได้แก่ การบริโภคผลสด และการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น น้ำมะเขือเทศ ขนมหวาน และไอศกรีมที่มีส่วนผสมของมะเขือเทศ เป็นต้น ซึ่งการแปรรูปจะช่วยยืดอายุของสินค้า และทำให้สามารถมีสินค้าจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้า ได้แก่ 6.1) การสร้างแบรนด์ “Drop Farm Beauty Tomato” เป็นเครื่องหมายการค้า 6.2) การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย 6.3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจุดเด่นของผลผลิต เช่น พันธุ์และความหวาน กับตลาดเป้าหมาย 6.4) การสร้างความสนใจต่อสินค้าโดยการเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ด้วยประสบการณ์ของตนเอง เช่น Café Business ซึ่งสามารถเพิ่มรายจ่ายต่อหัวของผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมและขยายการประชาสัมพันธ์ผ่านผู้บริโภคในช่องทางสื่อสังคมต่างๆ 6.5) การจัดทัศนศึกษาร่วมกับบริษัทท่องเที่ยว เพื่อเปิดประสบการณ์ให้ผู้บริโภคได้สัมผัสกับบรรยากาศและรับรู้ข้อมูลการผลิตภายในแปลง ทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐาน ได้เก็บเกี่ยวและชิมผลผลิตมะเขือเทศด้วยตนเอง สร้างให้เกิด fans of the farm ซึ่งจะส่งผลให้มีการสั่งซื้อผลผลิตทางไปรษณีย์เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะต่อไป 6.6) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย การจัดทำ Gift Catalog รวมถึงการจำหน่ายสินค้าใน Drop Off ที่มีการจัดตั้งอยู่ริมถนนบริเวณด้านหน้าฟาร์ม เพื่อให้ผู้ที่สัญจรผ่านไปมาสามารถซื้อสินค้าได้ในเวลาทำการของฟาร์ม และการจัดตั้งตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Automatic Vendor) ไว้ในบริเวณเดียวกัน เพื่อให้ผู้ที่สัญจรผ่านไปมาสามารถซื้อสินค้าได้ในช่วงนอกเวลาทำการของฟาร์ม และ 6.7) การทำธุรกิจต่อเนื่อง ในลักษณะ contract business ได้แก่ การผลิตน้ำมะเขือเทศให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ การจำหน่ายเปลือกมะเขือเทศที่เหลือจากการผลิตน้ำมะเขือเทศให้กับบริษัทผลิตขนมขบเคี้ยวต่างๆ เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชนแล้ว ยังช่วยในการลดปัญหาด้าน food waste อีกด้วย

7) ประเทศสมาชิกอาเซียนได้ร่วมจัดทำแผนงานด้านการส่งเสริมและการตลาดสำหรับมาตรฐาน GAP ของอาเซียนและมาตรฐาน GAP ของแต่ละประเทศ โดยกำหนดเป็นแผนงานระยะสั้น (1 – 5 ปี) แผนงานระยะกลาง (10 ปี) และแผนงานระยะยาว (20 ปี) โดยแบ่งเป็น 6 กิจกรรม ได้แก่ (1) การสร้างความตระหนักรู้ให้กับสาธารณชนเกี่ยวกับมาตรฐาน GAP และการประชาสัมพันธ์เครื่องหมายมาตรฐาน GAP ของอาเซียน (2) การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบธุรกิจอาหาร (3) การปรับกลไกการทำงานเกี่ยวกับมาตรฐาน GAP ของประเทศสมาชิกอาเซียน (4) การเร่งดำเนินการปรับประสานมาตรฐาน GAP ของแต่ละประเทศให้สอดคล้องกับมาตรฐาน GAP ของอาเซียน (5) การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น เช่น กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุตสาหกรรม (6) การสร้างกลไกการดำเนินงานและการเรียนรู้ร่วมกันของประเทศสมาชิกอาเซียน ทั้งนี้ หัวหน้าโครงการ ASEAN-

JICA Food Value Chain Development Project (AJFVC) – Marketing and Promotion of National and ASEAN GAPs จะนำแผนงานด้านการส่งเสริมและการตลาดดังกล่าวนี้ เสนอให้ The Export Working Group on ASEAN Good Agricultural Practices พิจารณาต่อไป

3.3 ประโยชน์ที่ได้รับต่อหน่วยงานภายในสังกัดของกรมส่งเสริมการเกษตร

1) การนำความรู้ ข้อมูล แนวคิด และวิธีการดำเนินงานส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ของประเทศญี่ปุ่น มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนางานส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ของกรมส่งเสริมการเกษตร

2) การนำ (ร่าง) แผนงานด้านการส่งเสริม และการตลาด สำหรับมาตรฐาน GAP ของอาเซียน และมาตรฐาน GAP ของแต่ละประเทศ มาใช้เป็นกรอบในการดำเนินงานส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP ของไทย

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

4.1 ปัญหา/อุปสรรค

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

4.2 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

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


ส่วนที่ 5 จะนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างไรบ้าง

1) การส่งเสริมมาตรฐาน GAP ให้แก่เด็กและเยาวชน โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น กองพัฒนาเกษตรกร กองส่งเสริมโครงการพระราชดำริ การจัดการพื้นที่และวิศวกรรมเกษตร และโรงเรียนต่างๆ ในการกำหนดหัวข้อวิชาเกี่ยวกับมาตรฐาน GAP ในหลักสูตรการเรียนการสอน และหลักสูตรการฝึกอบรม เป็นต้น เพื่อให้เด็กและเยาวชน สามารถผลิตสินค้าเกษตรที่มีความปลอดภัย สำหรับการบริโภคในครัวเรือน และต่อยอดในการจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ รวมทั้งเป็นต้นแบบและสื่อกลางในการถ่ายทอดความรู้ด้าน GAP ไปยังผู้ประกอบการและชุมชนต่อไป

2) การส่งเสริมการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร GAP แบบครบวงจร โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน GAP และส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเกษตร GAP โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การสร้างแบรนด์สินค้า การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับกลุ่มบุคคลเป้าหมาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจุดเด่นของผลผลิตกับตลาดเป้าหมาย การสร้างความสนใจต่อสินค้าโดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ด้วยประสบการณ์ของตนเอง เช่น Café Business รวมทั้งส่งเสริมและขยายการประชาสัมพันธ์ผ่านผู้บริโภคในช่องทางสื่อสังคมต่างๆ การจัดทัศนศึกษาเพื่อเปิดประสบการณ์ให้ผู้บริโภคได้สัมผัสกับบรรยากาศและรับรู้ข้อมูลการผลิตภายในแปลง ทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐาน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย การจำหน่ายสินค้าใน Drop Off และการจัดตั้งตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Automatic Vendor) และ การทำธุรกิจต่อเนื่อง ในลักษณะ contract business เป็นต้น

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

..... กศ.เนชั่นเนล.เสิร์ฟ counterpart ของโครงการฯ จากที่ได้ไปที่โครงการไป รับหนังสือ
..... งานของบริหารกรมการฯ. OAP ของประเทศไทย ผู้รับฯ ที่ได้ส่งมอบสมุดภาพการทำงาน ระหว่าง
..... ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน อย่างละเอียด ครบถ้วน
..... สามารถนำความรู้ และประสบการณ์มาประยุกต์ ระบุโครงการของ เสริม OAP ของไทยได้

ลงชื่อ..... 
ตำแหน่ง..... (นายวุฒิชัย ชินวงศ์)
..... ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร
ลงวันที่..... ๒๕ ก.พ. ๖๕

ผู้ประสานงาน
ชื่อ-นามสกุลประพิศพรรณ อนุพันธ์.....
โทรศัพท์ 0 2940 6127.....
e-mail: standard.doae@gmail.com ...