

ความสำคัญของการสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

คำนิยาม ความหมายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร หมายถึง การนำผลิตผลทางการเกษตรมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไปเป็นกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ซึ่งอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติให้ต่างไปจากเดิมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งสินค้าเกษตรด้านที่ไม่ใช่อาหารและด้านอาหาร

ด้านอาหารจะมีกระบวนการแปรรูปและถนอมอาหารเข้ามาเกี่ยวข้องทำให้สินค้ามีราคาและมูลค่ามากกว่าที่เคยมี ลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด ช่วยส่งเสริมให้เกิดอาชีพ ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเกษตรลดลง เพราะสินค้าเกษตรมีลักษณะที่ใหญ่และกินเนื้อที่มาก (Bulky) จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าเกษตรเป็นรายการหนึ่งที่สำคัญของต้นทุนการตลาด การแปรรูปก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง เช่น โรงงานน้ำตาล ผลิตภัณฑ์หลักของโรงงานคือน้ำตาล ตามด้วยผลพลอยได้ ได้แก่ ชานอ้อยสามารถนำไปใช้เป็นเชื้อเพลิง วัตถุดิบในการผลิตเยื่อกระดาษและไม้อัด เป็นการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารชนิดใหม่โดย

๑. การอบ หรือ ตากแห้ง เป็นกรรมวิธีในการถนอมอาหารชนิดหนึ่ง ซึ่งทำให้สามารถเก็บอาหารไว้ได้นานขึ้น เช่น กุ้งแห้ง ลำไยอบแห้ง

๒. การเผา คั่ว หรือทอด ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภค เช่น น้ำพริก

๓. การแช่แข็ง เช่น ข้าวแกงทอดกึ่งสำเร็จรูปเป็นอาหารในลักษณะแช่แข็ง เกิดขึ้นมาจากแนวคิดในการพัฒนาข้าวราดแกง ซึ่งมีคุณค่าทางโภชนาการสูง เนื่องจากมีส่วนผสมของสมุนไพรและเครื่องเทศหลายชนิดให้อยู่ในรูปแบบสากล สะดวกต่อการรับประทานและเก็บรักษาได้นาน

๔. การทำเค็ม โดยหมักเกลือ อาจนำไปผึ่งแดดหรือไม่ก็ได้ เช่น หัวไชโป้ว ปลาเค็ม

๕. การหมัก เช่น ปลาร้า น้ำปลา เต้าเจี้ยว

๖. การดอง เช่น ชিংดอง มะม่วงดอง

๗. การทำให้แห้งโดยอาศัยธรรมชาติ อาศัยการผึ่งลม เช่น ปลา เนื้อสัตว์ เมล็ดธัญพืช ผลไม้ เช่น องุ่น กัวยาว ผัก เป็นวิธีการต้องอาศัยแสงแดดเพียงพอ ต้นทุนต่ำ แต่อาจทำให้อาหารแห้งไม่ต่อเนื่องเป็นผลทำให้อาหารเน่าเสียระหว่างการรอตากแดดครั้งต่อไป

๘. การฉายรังสีอาหาร เป็นการนำอาหารไปรับรังสีจากต้นกำเนิดรังสี ในปริมาณที่เหมาะสม รังสีที่ใช้ฉายอาหารได้แก่ รังสีแกมมา รังสีเอกซ์ และรังสีอิเล็กตรอน รังสีดังกล่าวเป็นพลังงานชนิดหนึ่ง มีลักษณะเป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า มีความยาวคลื่นสั้น มีอำนาจทะลุทะลวงผ่านวัตถุได้สูง สามารถใช้ทำลายจุลินทรีย์ พยาธิ และแมลงที่ปนเปื้อนมาในอาหารได้ โดยอนุกรมของอาหารไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อรังสีผ่านไปในวัตถุใด จะไม่ทำให้วัตถุนั้นเกิดเป็นสารรังสีขึ้น ดังนั้น อาหารที่ผ่านการฉายรังสี จึงไม่มีรังสีตกค้าง และไม่มีการสะสมของรังสีเกิดขึ้น การถนอมอาหารโดยใช้รังสี เช่น ผลิตภัณฑ์แพนมาที่ฉายรังสี

วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

มีหลายรูปแบบ ได้แก่

๑. การสร้างแบรนด์ คือ มีตราสินค้าหรือเครื่องหมายของสินค้า ทำให้เรามีความภาคภูมิใจในสินค้าและเกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้า ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ และลดการเลียนแบบสินค้า ทำให้ผู้ซื้อจดจำสินค้าของเราได้ ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ และลดการเลียนแบบสินค้า

๒. หาทางเลือกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การลดภาวะโลกร้อน เป็นกระบวนการผลิตที่ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกหรือมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณต่ำ รวมถึงเป็นแนวทางในการเลือกซื้อสินค้าที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อน อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมและตั้งรับให้กับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศที่มีมาตรการการกีดกันทางการค้า และมีแนวโน้มว่าเราอาจจะถูกกำหนดจากประเทศคู่ค้าให้แสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกบนผลิตภัณฑ์ที่จะส่งออกไปจำหน่ายมากขึ้น การใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิต วัตถุดิบบางประเภทสามารถก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น การเผาปูนขาวในกระบวนการผลิตปูนซีเมนต์ กระบวนการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การผลิตถัณท์น้ำมันปาล์มโอเลอิน ชนิดบรรจุขวดและชนิดถุงเติม ตรา หยก เป็นต้น

๓. บรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีและแนวคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีองค์ประกอบ ๓ ส่วนคือ ส่วนประโยชน์ต่อการใช้งาน ส่วนให้ความรู้สึกถึงอารมณ์ผู้บริโภค เช่น บรรจุภัณฑ์ชานอ้อยเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยนำกากชานอ้อยที่เหลือใช้ในโรงงานผลิตน้ำตาลมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารเพื่อทดแทนบรรจุภัณฑ์แบบเดิมที่ใช้โฟม



การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

สินค้าเกษตรมีพื้นฐานจากด้านการผลิต การตลาดและหลักทางเศรษฐศาสตร์เพื่อให้สามารถเห็นช่องทางการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลผลิตทางการเกษตร การสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้าทางการเกษตร (ทั้งจากผลิตผลเดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่) การตรวจสอบและกำหนดมาตรฐานสินค้า ตั้งแต่กรรมวิธีการผลิต การแปรรูป การเก็บรักษา การส่งมอบ ทั้งนี้รวมถึงผลิตผลพลอยได้ระหว่างการผลิต

๑. การผลิตของสินค้าเกษตรนอกฤดูฤดูกาล (มีต่อเนื่องตลอดทั้งปี) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตนอกฤดูฤดูกาล

๒. การผลิตสินค้าเกษตรตรงกับความต้องการเฉพาะตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภค

๓. การให้ผลิตผลทางการเกษตรที่ยั่งยืนที่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่างเหมาะสมขณะเดียวกันผู้ผลิตสามารถได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม

๔. การจัดการในการเพาะปลูกที่ดีและเหมาะสม หมายถึง ลดการใช้สารเคมี และหันมาใช้วิธีธรรมชาติตามแนวทางของเกษตรอินทรีย์มากขึ้น เช่น การใช้ปุ๋ยชีวภาพปุ๋ยพืชสด หรือน้ำหมักชีวภาพแทนปุ๋ยเคมีหรือการใช้สมุนไพรในการกำจัดศัตรูพืชสิ่งต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติยังคงอุดมสมบูรณ์ตามเดิม เมื่อดินดี น้ำดี

ผลผลิตที่มีคุณภาพ ลดการพึ่งพาสารเคมี ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตไปได้มาก ที่สำคัญที่สุดเมื่อการจัดการเกษตรของเราปลอดภัยในทุกกระบวนการ ผลผลิตของเราก็จะผ่านการรับรองมาตรฐานการผลิต หรือ GAP ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้า สินค้าเป็นที่ต้องการในตลาด และราคาจำหน่ายก็ดีขึ้นตามไปด้วย มาตรฐาน GAP เพิ่มเติมว่า “สำหรับมาตรฐาน การผลิตที่เหมาะสม หรือ GAP นั้น จะครอบคลุมในทุกๆ กระบวนการผลิต สินค้าเกษตร ตั้งแต่การเริ่มเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และหลังการเก็บเกี่ยว จนถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตได้แล้ว เกษตรจะต้องมีการจัดการเพื่อรักษาคุณภาพของผลผลิตให้สมบูรณ์ที่สุดจนกว่าจะขนส่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งจะต้องเป็นไปตามวิธีธรรมชาติ หรือหากจำเป็นต้องใช้สารเคมี ก็ควรใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามที่มาตรฐานกำหนด

นอกจากนี้สินค้าเกษตรทุกชิ้นจะต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ถึงที่มาที่ไปตั้งแต่เริ่มการเพาะปลูกจนถึงสิ้นสุดกระบวนการขนส่งได้ อาทิ แหล่งที่มาของเมล็ดพันธุ์ วันที่เริ่มปลูกวันที่ใส่ปุ๋ย วันที่เก็บเกี่ยว เป็นต้น

๕. เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดและการกระจายผลผลิตไปสู่ตลาด และเตรียมความพร้อมเพื่อแสวงโอกาสจากการค้าเสรี โดย

๕.๑ ขยายช่องทางการตลาดรองรับสินค้าเกษตรที่ได้มาตรฐานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น ตลาดในท้องถิ่น สร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ โดยลดภาระค่าใช้จ่ายในการตรวจรับรองมาตรฐานทางภาษี

๕.๒ พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้าและการจัดการด้านโลจิสติกส์เกษตร

๕.๓ ปรับปรุงตลาดสินค้าเกษตรทุกระดับให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มมูลค่าและลดต้นทุนการผลิตอย่างเพียงพอ ให้สามารถสร้างกลไกเชื่อมโยงระหว่างตลาดท้องถิ่น ตลาดกลางสินค้าเกษตรในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ และตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าให้มีขีดความสามารถในการกระจายผลผลิตไปยังผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง

๕.๔ กระจายตลาดสินค้าส่งออกไทยที่มีศักยภาพสูงให้กว้างขวางเพื่อลดผลกระทบจากการพึ่งพิงตลาดหลัก โดยส่งเสริมภาคเอกชนในการขยายช่องทางตลาดของสินค้าไทยร่วมกับกลุ่มเศรษฐกิจและประเทศต่างๆ ทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี การผนึกพลังร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐในต่างประเทศ รวมทั้งการพัฒนาสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าของตนเองที่เน้นคุณภาพและมาตรฐาน มีการวางระบบการขายและกระจายสินค้าอย่างครบวงจร พร้อมทั้งใช้มาตรการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น การซื้อขายแบบให้สินเชื่อและการค้าต่างตอบแทน

๕.๕ พัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยการทำการศึกษาความต้องการและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพราะปัจจุบันวิถีชีวิต (Lifestyle) ของผู้บริโภคเปลี่ยนไปมาก สินค้าเกษตรบางชนิดที่เคยได้รับความนิยมอาจไม่ค่อยเหมาะกับวิถีชีวิตของคน รุ่นใหม่หากไม่มีการพัฒนาสินค้าหรือปรับตัวตามความต้องการของลูกค้า ผล ไม้อย่างทุเรียนที่ว่ากันว่าเป็นราชาแห่งผลไม้ ก็ดูจะไปกันไม่ค่อยได้กับกระแสอาหารเพื่อสุขภาพและการควบคุมน้ำหนักที่กำลัง มาแรง รวมทั้งขนาดครอบครัวที่เล็กลง การใช้ชีวิตในห้องแอร์เกือบตลอดเวลาของคนชั้นกลาง เหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดทุเรียนทั้งในและต่างประเทศเพราะกลิ่นที่ฉุนหกรับประทานในห้องแอร์ ขณะที่ผลไม้อย่างส้ม มะม่วงหรือฝรั่งที่ขนาดเหมาะสมต่อการบริโภคคนเดียว การปอกเปลือกทำได้ง่าย ดูจะเป็นผลไม้ที่มีอนาคตที่ดีกว่า ทำการตลาดได้ง่ายกว่า เกษตรกรเองก็ต้องหันมาเลือกพันธุ์ผลไม้ที่สอดคล้องกับชีวิตคนเมืองที่เป็นตลาดใหญ่ ของสินค้า เช่น มะละกอหรือแตงโมพันธุ์ที่ผลมีขนาดใหญ่ ก็ต้องมุ่งไปทำการตลาดขาย เข้าร้านอาหารหรืออุตสาหกรรมอาหาร หากจะขายปลีกให้กับลูกค้าทั่วไป มะละกอพันธุ์ที่ผลมีขนาดเล็กอย่างมะละกอฮาวายและแตงโมพันธุ์ที่มีผลเล็กดูจะ มีโอกาสทางการตลาดมากกว่า

๕.๖ ส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดหาและเป็นช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้า โดยให้ความรู้ที่ถูกต้องและเหมาะสมแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เตรียมความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งด้านบุคลากรระบบโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ และสนับสนุนกลไกที่จำเป็นต่อการสร้างหลักประกันและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้ามามีบทบาทในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนร่วมมือกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ในการผลักดันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ

๕.๗ พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ โดยความร่วมมือภาครัฐและเอกชน ให้สามารถให้บริการข้อมูลแก่กลไกที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมการเชื่อมโยงระบบข้อมูลระหว่างส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในระดับจังหวัด เพื่อให้สามารถบริการข้อมูลด้านการค้า การตลาด และการลงทุน แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน นำไปสู่การส่งเสริมการค้าและการลงทุนได้เต็มตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าสินค้าเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรยังมีปัจจัยหลายอย่างที่เกี่ยวข้อง

๑) การจัดการด้านโลจิสติกส์ทำให้สินค้าเกษตรมีต้นทุนต่ำ เพราะสามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ลดการสูญเสียระหว่างการขนส่งและลดขั้นตอนและระยะเวลาในการส่งสินค้า

๒) การรณรงค์การผลิตสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การทำเกษตรอินทรีย์

๓) การสร้างแบรนด์สินค้า

๔) การพัฒนาการรับรองมาตรฐาน GAP เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต

- มีฐานข้อมูลที่ดี คาดการณ์ตลาดได้ล่วงหน้า

- พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค

- มีการเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคจากการตลาด

๕) เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างมูลค่าโดยพัฒนารูปแบบ เช่น จากข้าวแต๋นที่ทำเป็นชิ้นใหญ่ก็พัฒนารูปแบบเป็นชิ้นเล็กพอกา หรือกล้วยตากที่ซึ่งขายเป็นกิโลกรัม ราคา ๖๐ บาท ก็พัฒนาเป็นกล้วยตาก ๑ ชิ้น บรรจุในกระดาษฟอยด์สีส้มสวยงามซื้อเป็นของขวัญกับชาวต่างประเทศได้ ความพิเศษในบรรจุภัณฑ์ เช่น แหล่งที่มาภูมิปัญญาของสินค้า

ระบบสนับสนุน

บทบาทของรัฐ หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร ได้แก่

- กรมวิชาการเกษตรในการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์พืช วิจัยและพัฒนาวิธีการปลูก การดูแลรักษา การป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

- กรมส่งเสริมการเกษตร นำผลที่ได้จากกรมวิชาการเกษตรไปเผยแพร่แก่เกษตรกร

- กรมส่งเสริมสหกรณ์ นำวิธีการสหกรณ์ให้เกษตรกรรวมตัวกันเพื่อการพัฒนาการเกษตร

- กรมปศุสัตว์ ทำหน้าที่ป้องกันและรักษาโรคสัตว์

มีบทบาทด้านต่างๆ ดังนี้

๑) การวิจัยเพื่อการพัฒนา เช่น พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ การแปรรูปการเก็บรักษาพัฒนาเทคโนโลยีในการแปรรูป เพื่อให้สินค้านั้นมีศักยภาพในด้านการตลาด การจัดหาหน่วยมีการวิจัยเรื่องเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยวรวมทั้งบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และจัดหาตลาด

๒) ด้านวิชาการ เช่น การฝึกอบรมเกษตรกร ผู้แปรรูปและผู้ส่งออกสินค้าเกษตร เช่น องค์การสะพานปลา องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย องค์การอาหารสำเร็จรูป โรงงานยาสูบ โรงงานน้ำตาล องค์การพอกหนังและโรงงานกระดาษบางปะอิน

๓) การสร้างกำลังคนให้กับหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดตั้งสถาบันการศึกษาในระดับต่าง ๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการตามทิศทางของการพัฒนาประเทศ เช่น หลักสูตรธุรกิจเกษตร อุตสาหกรรมเกษตรและวิศวกรรมเกษตร รวมทั้งฝึกอบรมแรงงานเพื่อการปฏิบัติการ

๔) กฎหมายและระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เช่น การประกันราคาขั้นต่ำผลิตผลเกษตรบางชนิด การให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ และนโยบายการจัดซื้อสินค้าโดยองค์กรของรัฐและเอกชน

๕) ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและอาหารจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



แนวคิดการสร้างรายได้ขยายโอกาส โดยการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

แนวคิดการสร้างรายได้ขยายโอกาส โดยการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรคือแนวทางที่จะช่วยให้เกษตรกรไทยสามารถขายผลผลิตให้ได้ราคา ยกระดับไปสู่การตอบสนองความต้องการของตลาด ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่สนองความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรด้านอาหาร และไม่ใช่อาหาร

ผลผลิตเกษตรนำมาแปรรูปหมายถึงการนำผลผลิตทางการเกษตรซึ่งมีอยู่ในรูปวัตถุดิบมาผ่านกระบวนการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาใช้ในกรรมวิธีการผลิต การแปรรูปเพื่อสามารถบริโภค มีอายุยืนยาวขึ้น ตลอดจนทั้งความสะดวกสบายในรูป ผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป

๑. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรด้านอาหาร

เป็นผลผลิตสด ได้แก่ ผัก-ผลไม้สด, อาหารแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่มีอายุการเก็บสั้น จึงต้องมีการแปรรูป สาเหตุสำคัญที่ทำให้อาหารเสื่อมเสียได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางเคมีและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากจุลินทรีย์ ดังนั้นหลักการในการยืดอายุการเก็บและการแปรรูปอาหารคือ การยับยั้งหรือชะลอการเสื่อมเสียที่เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

๒. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรด้านที่ไม่ใช่อาหาร

ได้แก่ ฝ้ายและสิ่งทอ, หัตถกรรมและสิ่งประดิษฐ์จากวัตถุดิบทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามเป็นต้น การสร้างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้กับแบรนด์ เช่น สินค้าเฟอร์นิเจอร์ทำวัสดุจากไม้ เน้นการใช้ฝีมือแรงงานคน (Craftsmanship) มากกว่าการใช้เครื่องจักร เพื่อให้ผิวสัมผัสของเนื้อไม้และลวดลายเกิดมีความเป็นธรรมชาติ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า

๓. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบริการ

สร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เช่น ชมแปลงเกษตรอินทรีย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านบริการ แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งทำรายได้และการจ้างงานที่สำคัญ แต่ก็ได้ส่งผลกระทบต่อเชิงลบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมหลายประการ อาทิ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมทั้งวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบริการที่ต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เต็มศักยภาพ นอกจากนี้ ยังต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านบริการการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอและขาดคุณภาพ การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

๔. การสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจชุมชน

สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจแก่ธุรกิจชุมชน โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และภาคีการพัฒนาต่างๆ ในการร่วมกันพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ในรูปเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน จัดทำระบบข้อมูลสินค้าชุมชน สนับสนุนการจัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ที่เน้นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเองตั้งแต่การผลิตจนถึงการตลาด ให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและบริการในท้องถิ่น ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว

๕. การสร้างกระแสผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

สินค้าเกษตรก็ไม่ต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปที่สามารถใช้เครื่องมือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์มาสร้างกระแสความนิยมเพื่อกระตุ้นให้ตลาดเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ อย่างเช่น ภาครัฐเคยมีโครงการรณรงค์ให้คนดื่มนม ก็ช่วยให้ตลาดนมเติบโตขึ้นอย่างมาก ต้นสาลวดีหรือชื่อเดิมคือล้นทม มีความเชื่อเดิมว่าชื่อไม่เป็นมงคลปลูกเฉพาะในวัด แต่เมื่อมีการเปลี่ยนชื่อและทำการตลาดแบบ สร้างกระแสผ่านสื่อต่างๆ ทำให้กลายเป็นไม้ประดับยอดฮิตในช่วง ๔-๕ ปีที่ผ่านมา มีเกษตรกรผู้ปลูกต้นไม้นี้รายขึ้นและน่าจะกลายเป็นต้นไม้เศรษฐกิจอีก ชนิดหนึ่งของเกษตรกรไทยสิ่ง ที่เกิดขึ้นกับต้นสาลวดีก็เคยเกิดขึ้นมาแล้วกับกล้วยไม้ บอนสี โป๊ยเซียนและว่านต่างๆ ที่เคยได้รับความนิยมเป็นช่วงๆ เป็นต้นไม้ที่มีผู้นิยมปลูกเป็นงานอดิเรก มีตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งไม่ต่างอะไรกับสินค้าแฟชั่นอย่างเสื้อผ้าที่มีกระแสความนิยมแบบขึ้นๆ ลงๆ ตัวเก่าเลิกฮิตก็จะมีตัวใหม่เข้ามาแทนที่ ดังนั้นสินค้าเกษตรประเภทไม้ดอกไม้ประดับ รวมถึงเพาะสัตว์เลี้ยงก็น่าจะยืมแนวทางการตลาดของสินค้าแฟชั่นมาใช้ทำการ ตลาดได้ ไม่ว่าจะเป็นการปลูกกระแสผ่านคนดังหรือการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างการจัด Exhibition หรือการประกวด เป็นต้น

เรียบเรียงโดย กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน
กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร