

การปรับตัวของภาคการเกษตรเพื่ก้าวเข้าสู่ตลาดสากล
การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน



ดร. ธนาวิษญ์ จินดาประดิษฐ์

วิสัยทัศน์ของประเทศไทยในการผู้นำในตลาดโลก

ครัวของโลก

- Important sector with declining world market position
- Insufficient value chain presences and lack of brands key issues

แฟชั่นเซตร้อน

- Three (Textiles/Apparel, Jewelry, Leather) important sectors with declining world market share and few linkages
- Insufficient value chain presence and inconsistent policy key issues

เมืองหลวงของการท่องเที่ยวเอเชีย

- Important sector with potential for significantly higher value creation
- Lack of shared vision is critical constraint

ศูนย์กลางยานยนต์

- Growing sector with small world market share moving gradually out of protection
- Low level of productivity and innovation key issues

ศูนย์กลางกราฟฟิคดีไซด์

- Very small sector of few companies
- Uncompetitive business environment and lack of linkage to existing IT activities are critical issues

Thailand's Cluster Vision: World Leader in Niche Markets

Selected Niches

Food: *Kitchen of the World*

- Important sector with declining world market position
- Insufficient value chain presences and lack of brands key issues

Fashion: *Asia Tropical Fashion*

- Three (Textiles/Apparel, Jewelry, Leather) important sectors with declining world market share and few linkages
- Insufficient value chain presence and inconsistent policy key issues

Tourism: *Tourism Capital Asia*

- Important sector with potential for significantly higher value creation
- Lack of shared vision is critical constraint

Automotive: *Detroit of Asia*

- Growing sector with small world market share moving gradually out of protection
- Low level of productivity and innovation key issues

Software: *World Graphic Design Center*

- Very small sector of few companies
- Uncompetitive business environment and lack of linkage to existing IT activities are critical issues

1 ขจัดความยากจน



2 ขจัดความอดอยาก
สร้างความมั่นคง
ทางอาหาร



3 ส่งเสริมความเป็น
อยู่ที่ดีของทุกคน



4 ส่งเสริมโอกาส
ในการเรียนรู้



5 สร้างความเท่าเทียม
ทางเพศสตรีและ
เด็กหญิงทุกคน



6 จัดการน้ำอย่าง
ยั่งยืนและพร้อม
ใช้สำหรับทุกคน



7 ให้ทุกคนเข้าถึง
พลังงานที่ยั่งยืน
ได้ตามกำลังของตน



8 ส่งเสริมการเจริญ
เติบโตทางเศรษฐกิจ
ที่ยั่งยืน



9 ส่งเสริม
อุตสาหกรรมที่
ยั่งยืนและนวัตกรรม



10 ลดความ
เหลื่อมล้ำทั้งภายใน
และระหว่างประเทศ



11 สร้างเมืองและ
การตั้งถิ่นฐาน
ที่ปลอดภัย



12 สร้างรูปแบบ
การผลิตและ
การบริโภคที่ยั่งยืน



13 ดำเนินการอย่างเร่ง
ด่วนเพื่อแก้ปัญหา
โลกร้อน



14 อนุรักษ์และใช้
ประโยชน์จาก
ทรัพยากรทาง
ทะเลอย่างยั่งยืน



15 ส่งเสริมการใช้
ประโยชน์ที่ยั่งยืน
ของระบบนิเวศ
บนบก



16 ส่งเสริมสันติภาพ
และการเข้าถึงระบบ
ยุติธรรมอย่าง
เท่าเทียมกัน



17 สร้างความร่วมมือ
ระดับสากลต่อการ
พัฒนาที่ยั่งยืน



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

แนวโน้มของโลกในอนาคตจะมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรคือ การขจัดความยากจน การขจัดความอดอยาก การจัดการน้ำ การเข้าถึงพลังงาน การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน การอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางน้ำ การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน

1 NO
POVERTY



2 ZERO
HUNGER



3 GOOD HEALTH
AND WELL-BEING



4 QUALITY
EDUCATION



5 GENDER
EQUALITY



6 CLEAN WATER
AND SANITATION



7 AFFORDABLE AND
CLEAN ENERGY



8 DECENT WORK AND
ECONOMIC GROWTH



9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE



10 REDUCED
INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES
AND COMMUNITIES



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

12 RESPONSIBLE
CONSUMPTION
AND PRODUCTION



13 CLIMATE
ACTION



14 LIFE BELOW
WATER



15 LIFE
ON LAND



16 PEACE AND JUSTICE
STRONG INSTITUTIONS



17 PARTNERSHIPS
FOR THE GOALS





ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์
กล่าวถึงโมเดลเศรษฐกิจไทยในแต่ละยุค

บทสรุป รหัส "ประเทศไทย 4.0" คืออะไร?

โมเดล 3 รหัส ที่ผ่านมามี
ยังไม่สามารถนำพาประเทศไทย
ผ่านกับวิกฤตความยากจน
ไปสู่ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง
ขั้นสูง หรือรายได้สูง

ผู้จัดการ
info
Graphics

ที่มา : แผนภาพ ดร. สุวิทย์ เมษินทรีย์
Dr. Suwit Moesincee
(<https://web.facebook.com/drsuwitpage/>)

เริ่มจากโมเดลรหัส



ประเทศไทย 1.0
เน้นไปที่ภาคการเกษตร ขยายวัตถุดิบ



ประเทศไทย 2.0
เน้นไปที่อุตสาหกรรมเบา
ใช้ต้นทุนแรงงานและวัตถุดิบน้อย
เช่น อุตสาหกรรมทอผ้า อาหาร
และเครื่องใช้ไฟฟ้า



ประเทศไทย 3.0
เป็นช่วงเวลาที่ผ่านมามีจนถึงปัจจุบัน
โดยเริ่มเน้นไปที่อุตสาหกรรมหนัก
และส่งออก



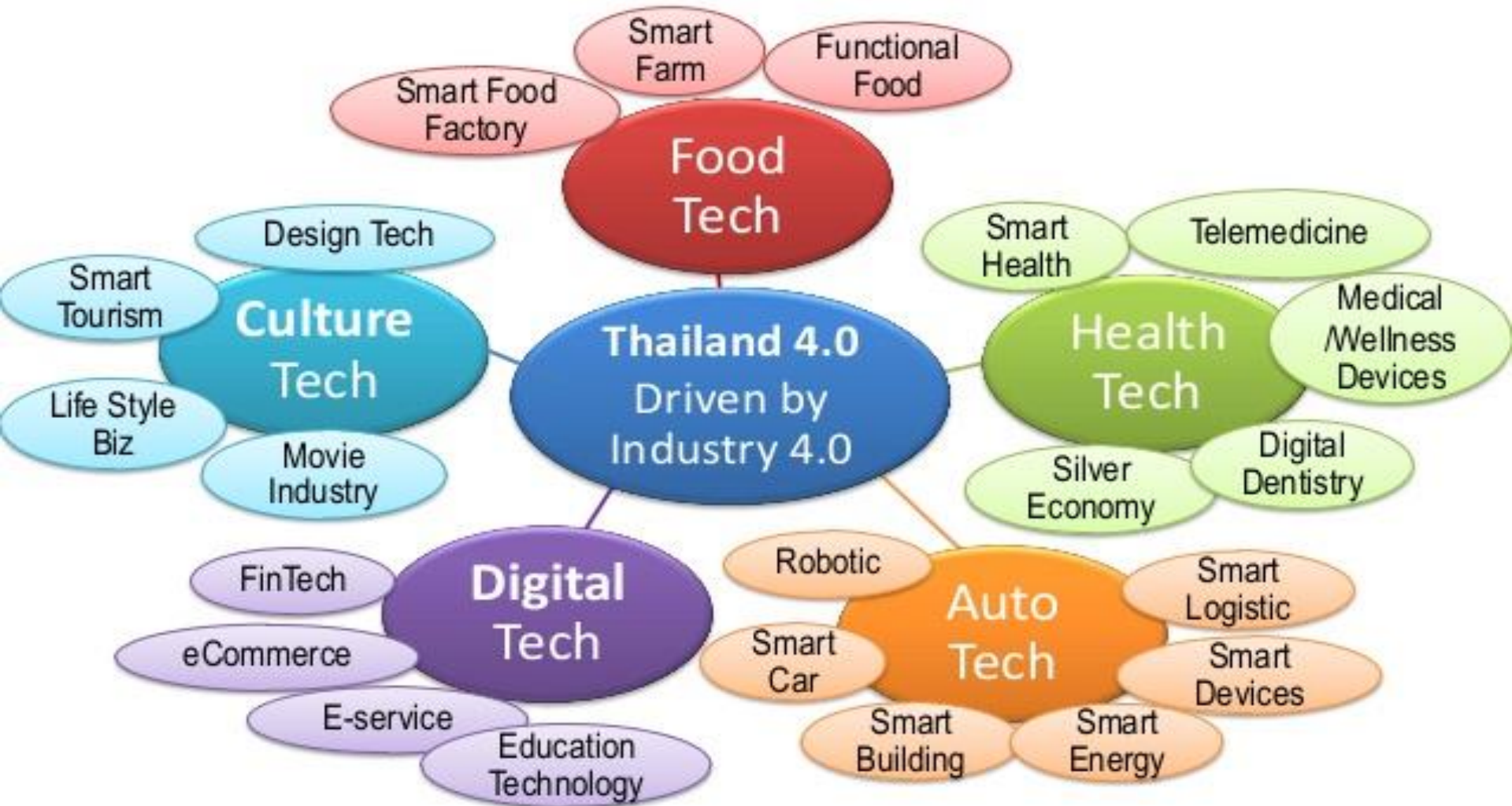
ประเทศไทย 4.0
เป็นช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ
ไปสู่ Value Based Economy
หรือ "เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม"

แนวทาง
ประเทศไทย



- 01** / เปลี่ยนจากสินค้าโภคภัณฑ์
ไปสู่สินค้านวัตกรรม
- 02** / เปลี่ยนจากขับเคลื่อนประเทศ
ด้วยภาคอุตสาหกรรม
ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี
และความคิดสร้างสรรค์
- 03** / เปลี่ยนจากเน้นภาคการผลิตสินค้า
ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

Thailand 4.0 : New Growth Industry



think with Google™

Food Trends 2016



Food With a Function



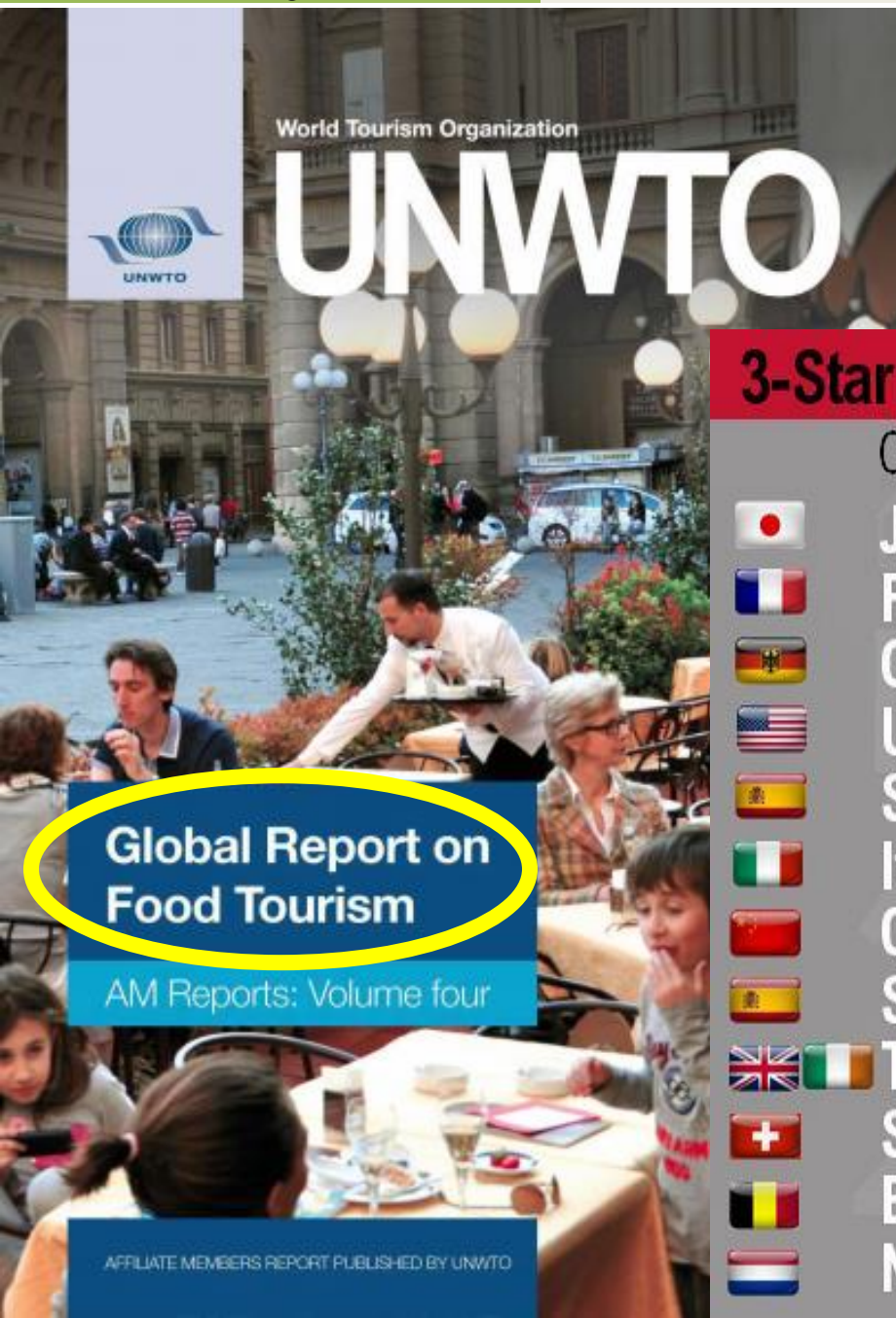
Traveling Through Taste

	FOOD-LIKE			DRUG-LIKE			
SUB-SEGMENT	Everyday Food	Organic Food	Better-for-you Food	NUTRACEUTICALS			OTC/ Prescription Medicines
EXAMPLE							

เผยตลาดสมุนไพรโลกขยายตัวตามกระแสสุขภาพ-ความงาม ปี 63 ภาพรวมพุ่งกว่าแสนล้านเหรียญฯ



ในปี 2001 ตลาดอาหารที่เป็น gluten-free ในสหรัฐอเมริกามีมูลค่าประมาณ 210 ล้านดอลลาร์ฯ ในปี 2006 มูลค่าตลาดเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 696 ล้านดอลลาร์ฯ รายงานของ Packaged Facts คาดการณ์มูลค่าตลาดในปี 2010 ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.7 พันล้านเหรียญฯ และ 2.6 พันล้านเหรียญฯ ในปี 2012



World Tourism Organization

UNWTO



**Global Report on
Food Tourism**

AM Reports: Volume four

AFFILIATE MEMBERS REPORT PUBLISHED BY UNWTO



"A very good restaurant in its category"



"Excellent cooking, worth a detour"



"Exceptional cuisine, worth a special journey"

3-Star restaurants worldwide



COUNTRY			CITIES		
	Japan	28		Tokyo	13
	France	27		Paris	10
	Germany	11		New York	7
	US	10		Hong Kong	5
	Spain	8		San Francisco	2
	Italy	8		London	2
	China	7		Macau	2
	Spain	7		Chicago	1
	The UK Ireland	4		Reims	1
	Switzerland	2		Shonan	1
	Belgium	3			
	Netherlands	2			



นักท่องเที่ยวสูงอายุ



นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่



3. Growing middle class





1. Silver hair tourists



2. Generation Y & Z



3. Growing middle class



FUTURE FARMS

small and smart



เก็บข้อมูลไร่นา
เข้าสู่ระบบ
สารสนเทศ

ติดตามเผื่อระวัง
สุขภาพของสัตว์

สำรวจพื้นที่
ด้วยอากาศ
ยานไร้คนขับ

ใช้หุ่นยนต์ทำไร่นาแทนคน
อัตโนมัติ

รถแทรกเตอร์
อัตโนมัติ

FUTURE FARMS

small and smart

SURVEY DRONES

Aerial drones survey the fields, mapping weeds, yield and soil variation. This enables precise application of inputs, mapping spread of pernicious weed blackgrass could increase Wheat yields by 2-5%.

FLEET OF AGRIBOTS

A herd of specialised agribots tend to crops, weeding, fertilising and harvesting. Robots capable of microdot application of fertiliser reduce fertiliser cost by 99.9%.

FARMING DATA

The farm generates vast quantities of rich and varied data. This is stored in the cloud. Data can be used as digital evidence reducing time spent completing grant applications or carrying out farm inspections saving on average £5,500 per farm per year.

TEXTING COWS

Sensors attached to livestock allowing monitoring of animal health and wellbeing. They can send texts to alert farmers when a cow goes into labour or develops infection increasing herd survival and increasing milk yields by 10%.

SMART TRACTORS

GPS controlled steering and optimised route planning reduces soil erosion, saving fuel costs by 10%.

ภาคการผลิตและบริการที่มีศักยภาพในการแข่งขัน

เกษตร

ข้าว

ยางพารา

ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ผลไม้

พืชพลังงาน

(มันสำปะหลัง/อ้อย/ปาล์มน้ำมัน)

ประมง

ปศุสัตว์

6 อุตสาหกรรมเดิม ที่เป็นฐานรายได้ประเทศ

ผลิตภัณฑ์ยาง

อาหาร

(ผลไม้ อาหารทะเล เนื้อสัตว์แปรรูป)

ปิโตรเคมี/พลาสติก

Biodiesel/Ethanol

ยานยนต์

เครื่องใช้ไฟฟ้า
และอิเล็กทรอนิกส์

5 อุตสาหกรรมอนาคต

อุตสาหกรรมพลังงานสะอาด

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
(อาหารเสริม เครื่องสำอาง ยาสมุนไพร ยาแผน
โบราณ เครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์)

Biochemical products/
Bio-plastic/ Bio Materials

อุตสาหกรรมอากาศยาน

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์
(ออกแบบ แฟชั่น อัญมณี
โฆษณา สถาปัตยกรรม หุ่นยนต์ OTOP)

บริการ

ท่องเที่ยว

ค้าปลีก/ค้าส่ง

ก่อสร้าง

สื่อสารและโทรคมนาคม

บริการสุขภาพ

Growth rate per year = 2.8 % ต่อปี
2555-60, 4.2 % ต่อปี 2561-70

Growth rate per year = 7.8 % ต่อปี 2555-60, 5.1 % ต่อปี 2561-70

Growth rate per year = 6.1% ต่อปี
2555-60, 5.2 % ต่อปี 2561-70

ที่มา: การวิเคราะห์โดย สทศ. และแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 2555-2574

worldometers

**734,983,227**

ประชากรโลกที่ขาดสารอาหารในขณะนี้

1,646,681,319

ประชากรโลกที่มีน้ำหนักเกินในขณะนี้

684,948,965

ประชากรโลกที่เป็นโรคอ้วนในขณะนี้

28,395

ผู้ที่เสียชีวิตจากความหิวโหยในวันนี้

\$ 483,991,231เงินที่จ่ายให้โรคจากความอ้วนในสหรัฐ
ในวันนี้**\$ 175,528,828**เงินที่จ่ายให้การลดความอ้วนในสหรัฐ
ในวันนี้

Agro-based

Air transport

Automotive

Electronics

ICT

Fisheries

Healthcare

Logistics

Rubber-based

Textile and Apparels

Tourism

Wood-based

Priority Integration Sectors

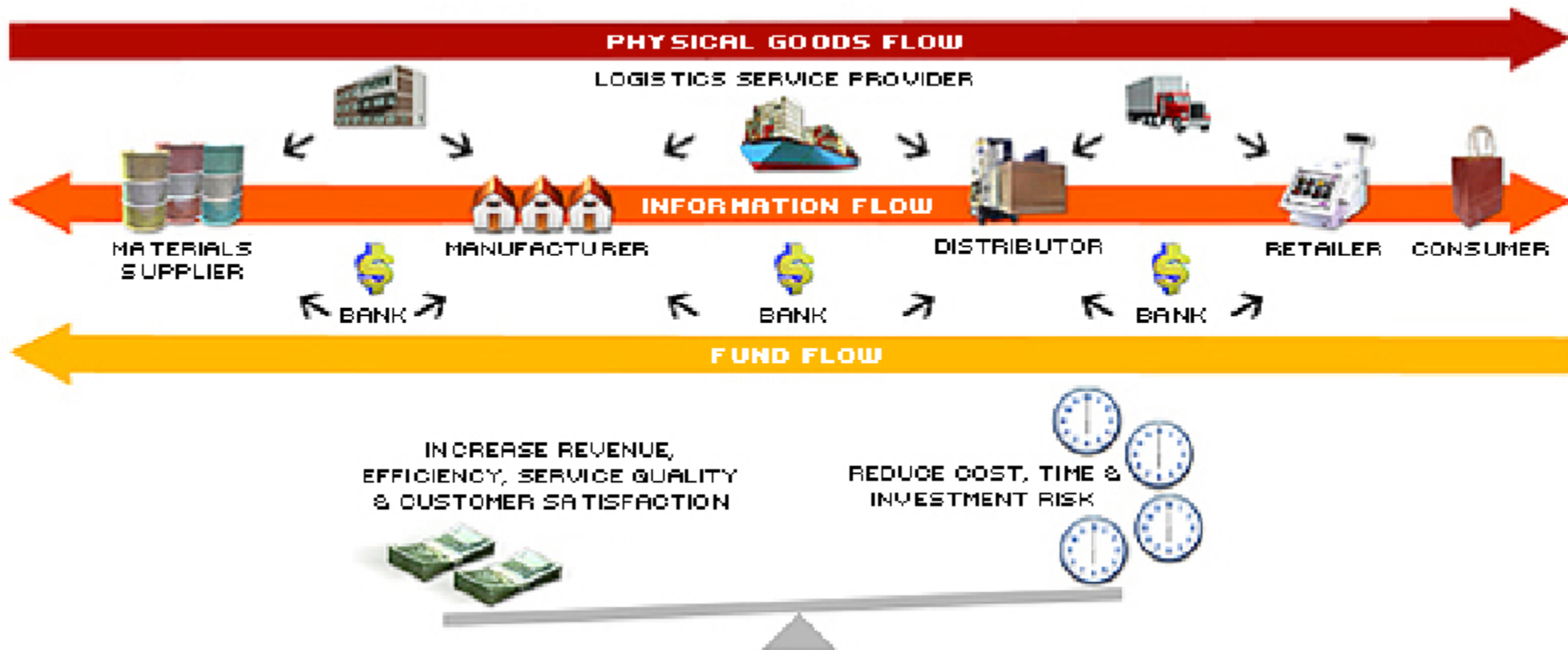
Greater public-private sector consultations and progress in the tourism sector - ASEAN is implementing various measures under the priority integration sectors. ASEAN Economic Ministers have had consultations with private sector representatives on the textile and apparels, and automotive sectors. Significant progress has been made in the 12 priority integration sectors that ASEAN has identified to serve as a catalyst for economic integration in the region:

เพื่อเป็นการเร่งการรวมกลุ่มการค้ากันในประชาคมอาเซียน แต่ละประเทศได้เห็นชอบที่จะเปิดเสรีในอุตสาหกรรมต่างๆที่จะช่วยให้เกิดประโยชน์แก่ภูมิภาค โดยมีข้อตกลงร่วมกันที่จะเปิดเสรีในภาคอุตสาหกรรมอันดับแรกทั้งสิ้น 12 อุตสาหกรรม อันจะส่งผลให้เกิดการปรับตัวอย่างมากในอุตสาหกรรมเหล่านี้ ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการเร่งเตรียมความพร้อมในด้านแรงงานในอุตสาหกรรมเหล่านี้ เพื่อรองรับการขยายตัวต่อไปในอนาคต

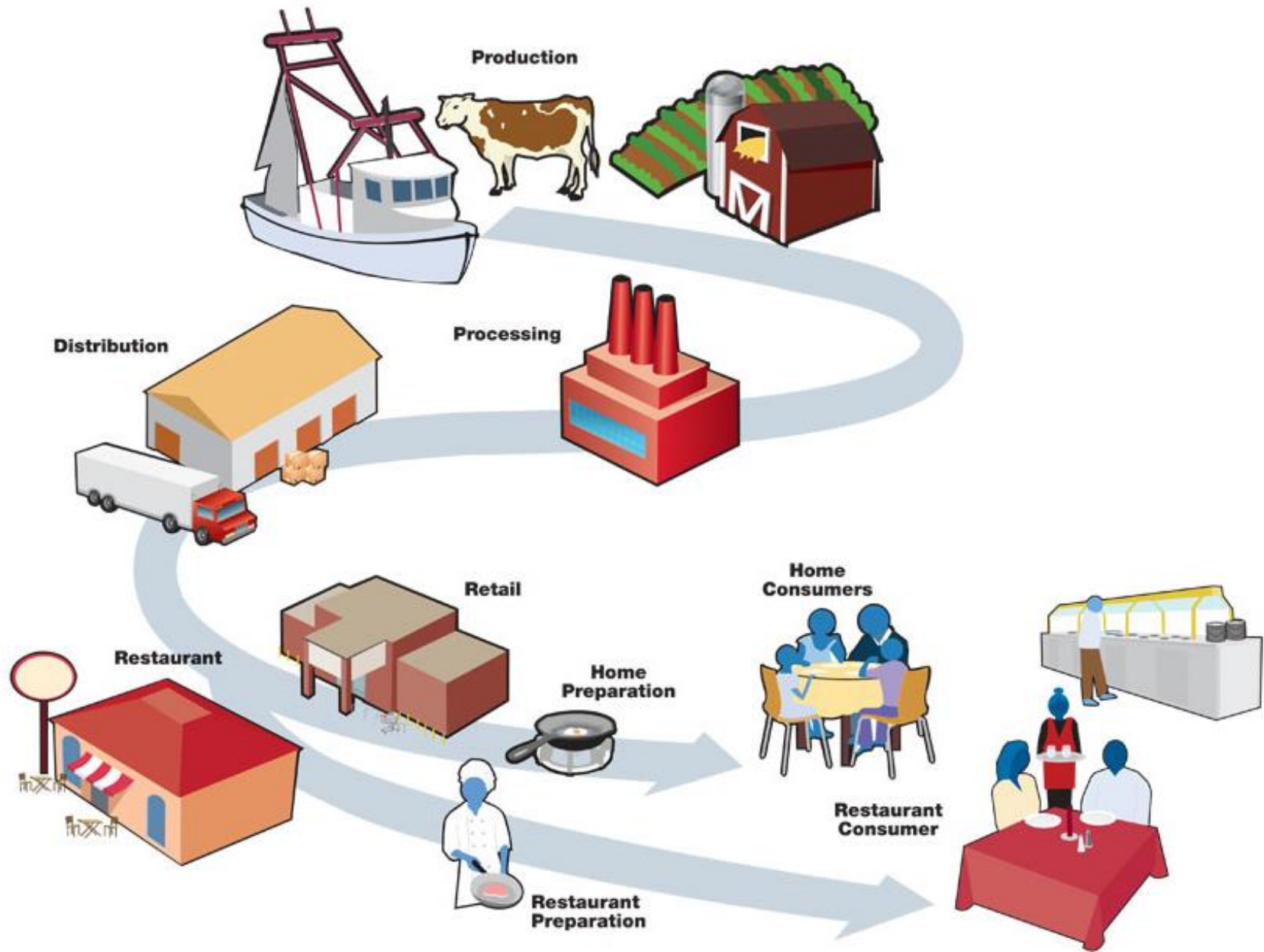


Goods	Services	Intellectual property	Other topics
> Agriculture and agriculture negotiations > Anti-dumping and rules negotiations > Balance of payments > Customs valuation > GATT and the Goods Council > Import licensing > Information technology products > Market access for goods and related negotiations > Preshipment Inspection > Rules of origin > Safeguards (contingency trade barriers) > Sanitary and phytosanitary measures (food safety, animal and plant health and safety) > Schedules of concessions on goods > State trading enterprises > Subsidies and countervailing measures and rules negotiations > Tariffs > Technical barriers to trade > Textiles > Trade facilitation	The General Agreement on Trade in Services (GATS), financial services, telecommunications, etc. Includes analyses of service trade liberalization and day-to-day work on trade in services in the WTO. > Services gateway page > Services negotiations	The Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS Agreement) and related issues in the WTO. > Intellectual property gateway page > TRIPS and public health and dedicated webpage for notifications > Geographical indications > Article 27.3(b), protection for plants and animals, traditional knowledge and biodiversity > Non-violation complaints (Article 64.2) > Technology transfer > Least developed countries' priority needs	> Accessions (goes to "The WTO" – institutional information – section of the website) > Building trade capacity > Aid for Trade > Technical assistance and training > Integrated Framework > Standards and Trade Development Facility (STDF) > Civil aircraft > Competition policy > Development > Electronic commerce > Environment > Government procurement > Investment and trade > Regional trade agreements and negotiations on RTAs > Trade policy reviews
		Dispute settlement > Dispute settlement gateway page	

การเชื่อมโยงระหว่างบริษัท มิได้มีเฉพาะสินค้า (Physical Goods Flow) เท่านั้น แต่ยังมีการเชื่อมโยงทางด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information Flow) และการเชื่อมโยงทางการเงิน (Financial Flow) ด้วยทั้งนี้ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ จะช่วยให้การบริหารจัดการทั้ง Supply Chain มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยสามารถพิจารณาถึงความเชื่อมโยงกิจกรรมทางธุรกิจตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบจนถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



The Food Production Chain



The Well-Traveled Salad. Do You Know Where Your Food Has Been?

As consumers, many of us fail to recognize that even our domestic and local food supplies are part of a global network. The daily activity of consuming food directly links our health as humans to the health of crops and produce, food animals, and the environments in which they are produced.

LETTUCE

Canada, Chile, Dominican Republic, Mexico, Peru, USA

CROUTONS

Argentina, Australia, Brazil, Canada, China, France, India, Mexico, Netherlands, Poland, Russia, Switzerland, Uruguay, USA, Vietnam

CUCUMBERS

Canada, Honduras, India, Mexico, Spain, USA

TOMATOES

Canada, Dominican Republic, Holland, Israel, Italy, Mexico, USA

FETA CHEESE

Canada, Denmark, Egypt, Germany, Greece, Israel, Italy, Turkey, UK, USA

ONIONS

Canada, China, Germany, India, USA

VINAIGRETTE

Argentina, Brazil, Canada, Chile, China, France, Germany, Greece, India, Indonesia, Italy, Mexico, Morocco, Peru, Portugal, Spain, Thailand, Tunisia, Turkey, USA, Vietnam

OLIVES

Greece, Israel, Mexico, Spain, USA

SPROUTS

Argentina, Australia, Bangladesh, Canada, China, Egypt, France, India, Morocco, Nepal, Pakistan, South Africa, Spain, Turkey, USA

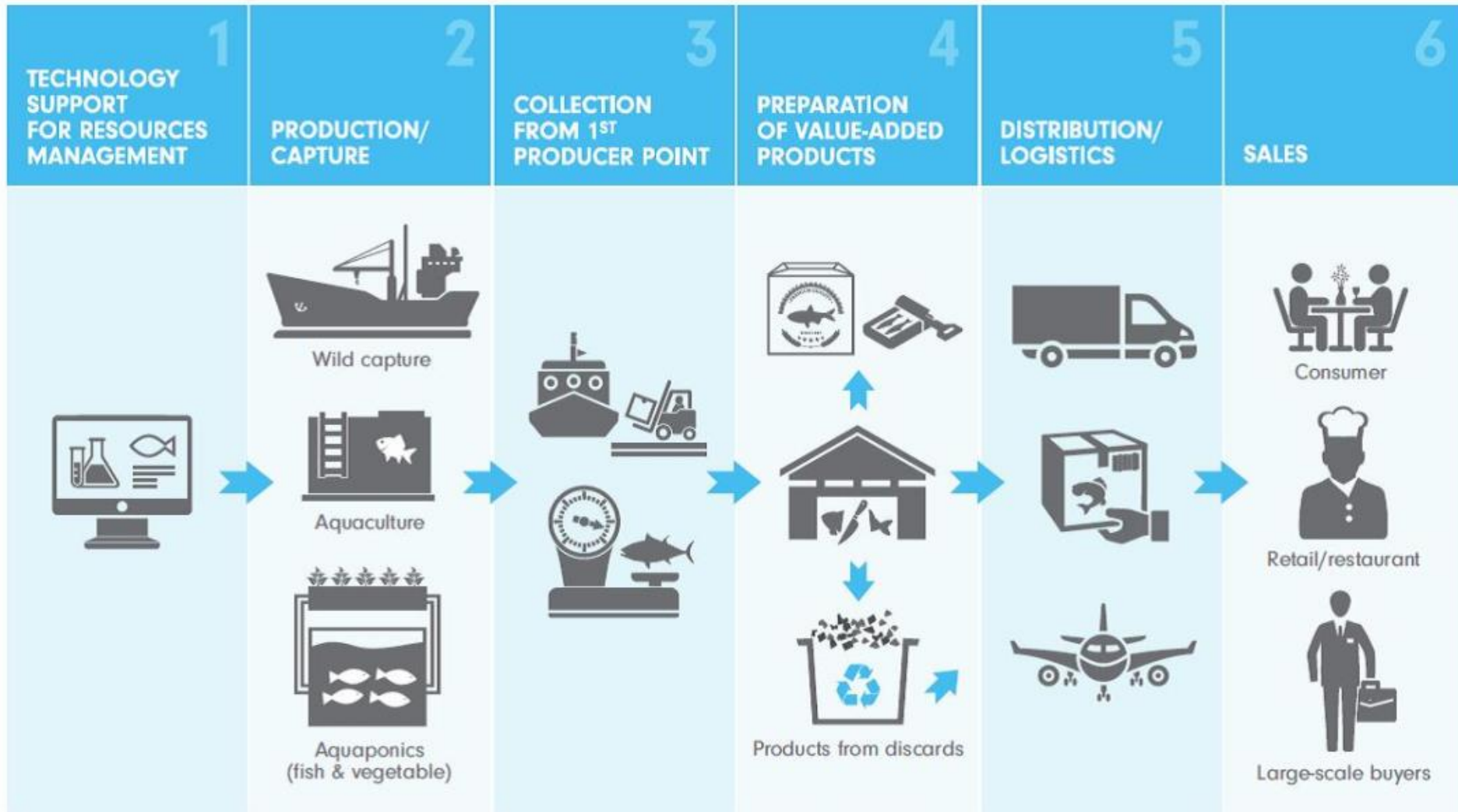
MANDARIN ORANGES

Israel, Mexico, Morocco, South Africa, Spain

A "One Health" approach to food safety—bringing together expertise and resources from the clinical, veterinary, wildlife health, and ecology communities—has the potential to reveal the sources, pathways, and factors driving the outbreaks of foodborne illness and possibly prevent them from occurring in the first place.

NOTE: Countries are listed in alphabetical order and not by volume of export.

SEAFOOD SUPPLY CHAIN



Work for the



europa.eu

EUROPA > Topics > Food safety

Home How the EU works ▾ EU by topic ▾ EU law ▾ Life

Food safety

From farm to fork

The EU's food safety strategy:

- covers safe food, animal health and welfare, plant health
- ensures food is traceable as it moves from the farm to so that trade is not held up and we have choice and variety
- applies high standards to food produced inside the EU and

อาหารปลอดภัย - จากฟาร์มถึงลิ้น

FARM to fork

2012/2013

Enjoy the flavors grown by Mid-South farmers, prepared by the top chefs of Memphis

Benefiting



MEMPHIS FARMERS MARKET

Visit the market Saturdays
April - October
7 am - 1 pm

S. Front St. at GE Patterson,
South Main, Downtown

memphisfarmersmarket.org

Bleu Restaurant
Sunday, June 3, 2012
11:00 am - 2:00 pm
701-334-5750

Felicia Suzanne's
Friday, June 22, 2012
11:00 am - 2:00 pm
701-523-0871

Rizzo's Diner
Monday, August 13, 2012
6:00 pm - 7:01-523-2033

Alchemy
Monday, August 27, 2012
6:00 pm - 701-726-4444

Interim
Monday, September 10, 2012
6:00 pm - 701-818-0821

Napa Café
Monday, October 15, 2012
6:00 pm - 701-683-0441

Harvest Celebration
Sunday, November 4, 2012
4:00 pm - 7:00 pm

Elegant Farmer
Sunday, December 16, 2012
6:00 pm - 701-324-2221

Cheffie's Café
Monday, January 21, 2013
6:00 pm - 701-343-0488

Amerigo
Monday, February 4, 2013
6:00 pm - 701-761-4000

Trolley Stop Market
Monday, March 18, 2013
6:00 pm - 701-526-1361



SUBARU
Jim Keras Automotive

Poster design provided by Edie's Memphis Magazine

FOOD & BEVERAGE SAFETY FOR THE INTERNATIONAL TRAVELER

What's Safer & What's Not

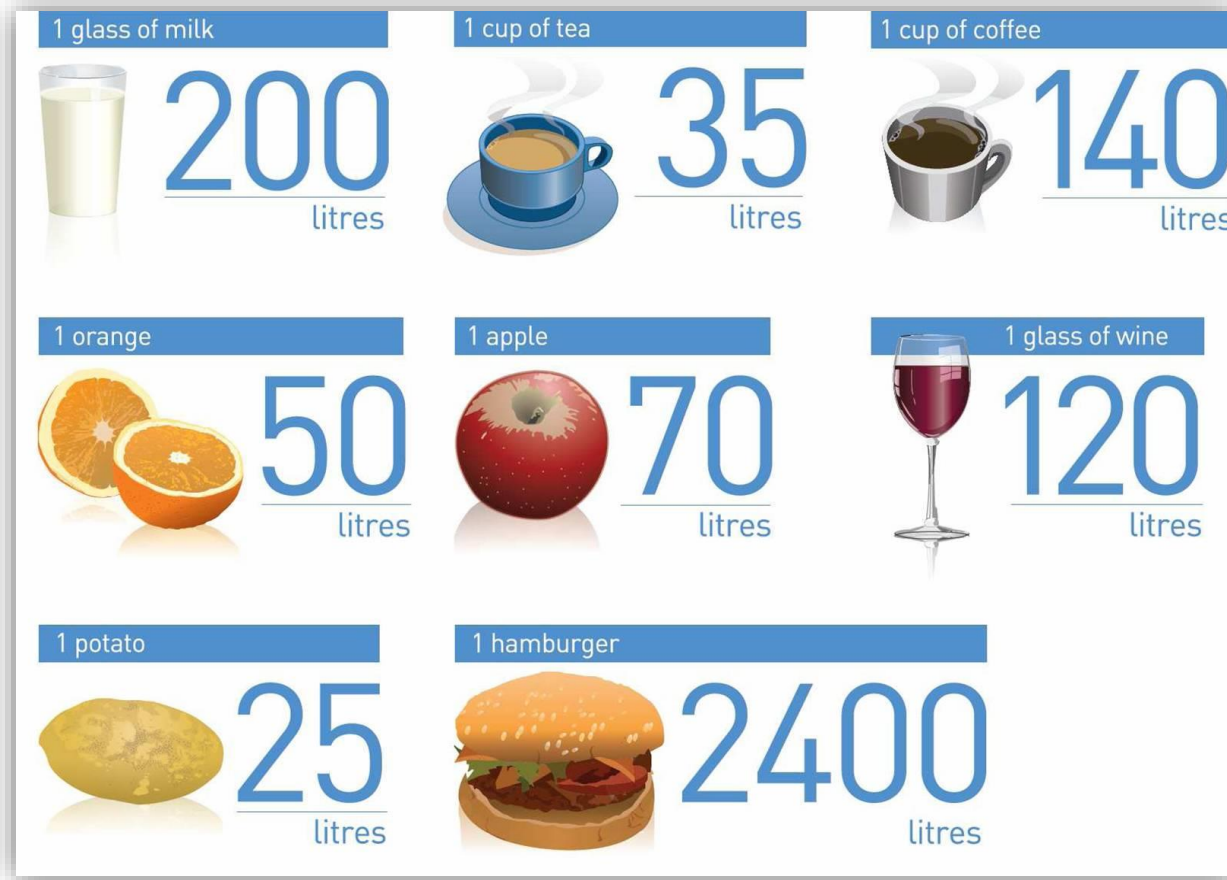
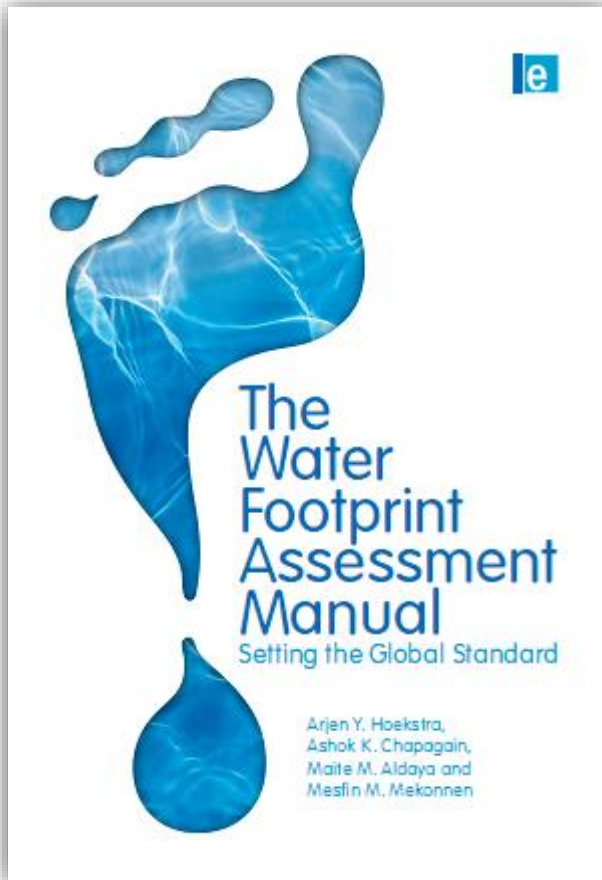
TRAVELERS' HEALTH
TRAVEL SAFE. TRAVEL SMART.

Unclean food and water can cause travelers' diarrhea and other diseases. Travelers to developing countries are especially at risk. In otherwise healthy adults, diarrhea is rarely serious or life-threatening, but it can certainly make for an unpleasant trip. Take steps to avoid diarrhea when you travel.



U.S. Department of
Health and Human Services
Centers for Disease
Control and Prevention



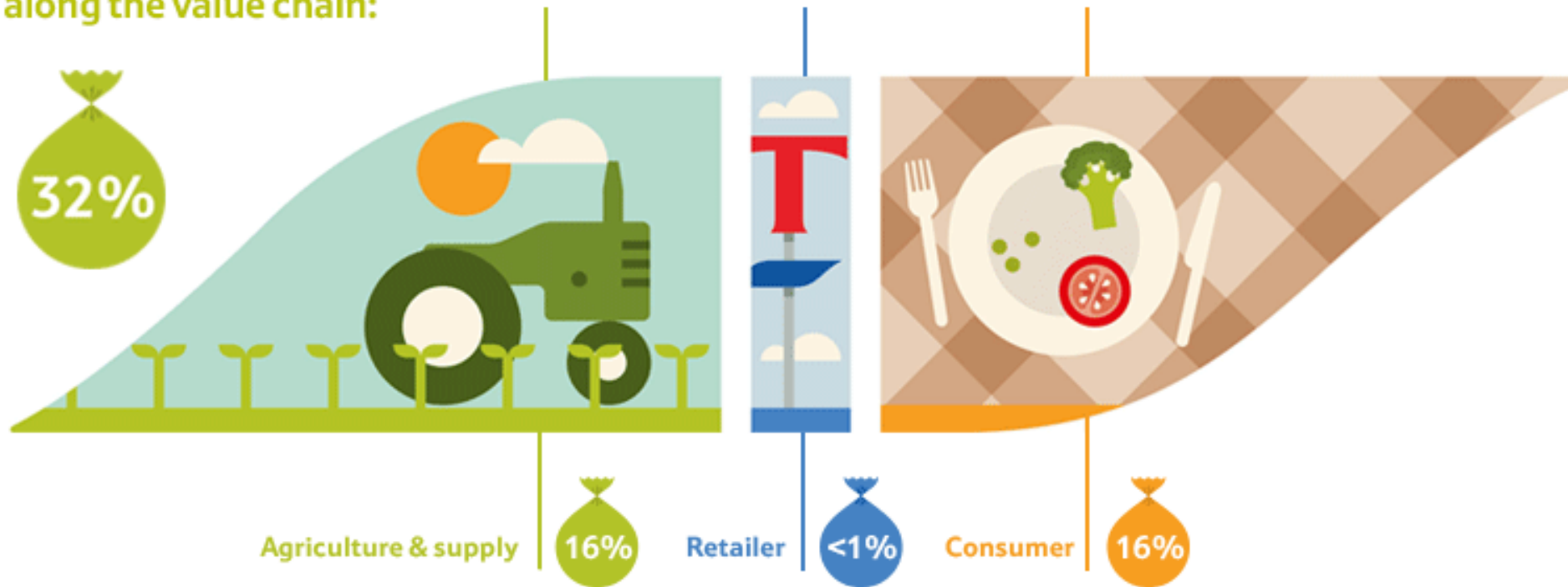


จากปัญหาการขาดแคลนน้ำ ทำให้องค์กรต่างเริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการน้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการควบคุมความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ดังนั้นจึงเป็นกระแสที่ติดตามการใช้น้ำในกระบวนการผลิตทั้งกระบวนการที่เรียกว่า “Water Footprint”

The screenshot displays the Platts website interface. At the top left is the Platts logo with 'McGraw Hill Financial' underneath. To the right are login fields for 'UserName:' and 'Password:' with a 'LOG IN' button. Further right is a 'Search Platts' bar and a 'Cart' icon. Below the login fields are links for 'My Subscription', 'Register', 'Contact Us', 'Forgot Password?', and 'Help'. A secondary navigation bar includes 'Advanced Search' and a list of market categories: HOME, PRODUCTS & SERVICES, NEWS & ANALYSIS, METHODOLOGY & REFERENCE, SUBSCRIBER SUPPORT, and ABOUT PLATTS. Below this is a red bar with specific market categories: OIL, NATURAL GAS, ELECTRIC POWER, COAL, SHIPPING, PETROCHEMICALS, METALS, and AGRICULTURE. The main content area features a breadcrumb trail 'Home | Products & Services | Agriculture Products & Services' followed by the heading 'Agriculture Prices, Industry News and Analysis'. A subtext states 'Platts is your point of reference for global Agriculture markets.' Below this are three yellow buttons labeled 'Biofuels', 'Sugar', and 'Grains'. A section titled 'Platts in the Agriculture market' contains a paragraph: 'We provide the biofuels, sugar and grains industry with critical market news and data, including price assessments for Biodiesel, Ethanol, ETBE, EU Sugar and more.' On the right side, there is a 'Product Finder' section with three steps: 'Step 1: Choose a Commodity', 'Step 2: Choose a Service Type', and 'Step 3: Choose a Product / Service'. Below this is a promotional banner for the '2ND ANNUAL KINGSMAN SUGAR CONFERENCE' in Miami, scheduled for September 9-11, 2015. At the bottom right, a blue bar reads 'Most Popular in Agriculture'.

การเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เป็นเรื่องสำคัญมากในการบริหารจัดการในอนาคต โดยเฉพาะข้อมูลของสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาหรือมีความไม่แน่นอนสูง จะต้องยังให้ความสำคัญเพื่อนำมาลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต

Total food waste
along the value chain:



WHAT IS CONSIDERED FOOD WASTE?



Esthetic
or quality
standards



Oversized
portions and
plate waste



Passed
due
dates



Uneaten
edible
parts

ปัจจุบันการบริหารจัดการ Supply Chain ของอาหาร (Food Supply Chain) เริ่มให้ความสำคัญกับ Food Loss และ Food Waste มากขึ้นเนื่องจากความกังวลในเรื่องของความมั่นคงทางอาหาร ซึ่งกลายเป็นความเสี่ยงระดับโลก

THE FOOD THAT GOES STRAIGHT IN THE BIN

BAGGED SALAD

- Field losses: **17%**
- Processing losses: **15%**
- Retail waste: **1%**
- Consumer waste: **35%**

■ Action plan: Buy-one-get-one-free deals to be replaced by mix-and-match with other fresh items

BAKERY

- Field losses: **5%**
- Processing losses: **14%**
- Retail waste: **4%**
- Consumer waste: **25%**

■ Fewer products to be displayed. Customers to be given tips on how to use stale bread

TOTAL WASTE

68%



APPLES

- Field losses: **11%**
- Processing losses: **2%**
- Retail waste: **0.2%**
- Consumer waste: **27%**

■ Give customers better advice on how to store fruit at home

TOTAL WASTE

40%



GRAPES

- Field losses: **6%**
- Processing losses: **0.5%**
- Retail waste: **0.5%**
- Consumer waste: **17%**

■ Conducting trials of new longer-life varieties to reduce spoiling

TOTAL WASTE

24%

BANANAS

- Field losses: **2%**
- Processing losses: **7%**
- Retail waste: **1%**
- Consumer waste: **10%**
- Fruit to be displayed in 'hammocks' to protect it on shelves

TOTAL WASTE

20%



[Sign In](#) | [Join Free](#) My Alibaba ▾



What are you looking for...



[Get Quotations ▾](#)

[Home](#) > All Categories

Products by Category

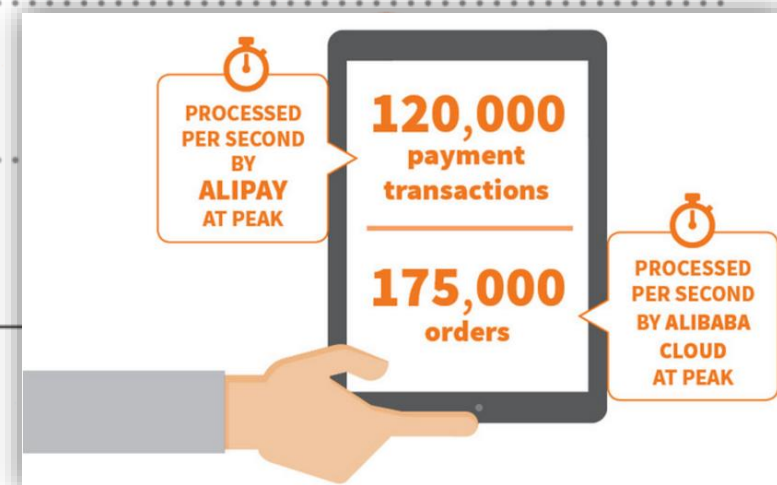
Agriculture & Food	Apparel, Textiles & Accessories	Auto & Transportation	Bags, Shoes & Accessories
Electronics	Electrical Equipment, Components & Telecoms	Gifts, Sports & Toys	Health & Beauty
Home, Lights & Construction	Machinery, Industrial Parts & Tools	Raw & Processed Materials	Packaging, Advertising & Office

Internet companies

Selected, 2013

	Total value of transactions, \$bn	Active users, m	Spending per second, \$	Market value* per user, \$	Average spending per user, \$
 Alibaba [†] (China)	269	279	9,368	602	1,061
 amazon (United States)	116	244	3,691	614	477
 ebay (United States)	88	128	2,775	504	684
 JD.COM (China)	21	47	656		
 Rakuten (Japan)	16	90	521		

Sources: Company and press reports;
The Economist estimates



การปรับตัวของภาคการเกษตรเพื่อก้าวเข้าสู่ตลาดสากล
การบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทาน



Facebook.com/tanavichc
tanavich.c@gmail.com
089.009.0009