

โครงการ พัฒนาวัลเลย์เกษตรอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าออร์แกนิกเพื่อส่งออก



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปข้าวตำบลบ้านผึ้ง(ข้าวสุข)
บริษัทข้าวสุข ออร์แกนิกส์ จำกัด

และ

บริษัท เอ็มติกโฮลดิ้ง จำกัด

การพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉิยงเหนือ (พ.ศ.2461-2564)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1

เกษตรอุตสาหกรรมชั้นนำ การค้าและการท่องเที่ยวสากล ชุมชนน่าอยู่อย่างยั่งยืน

อุดรธานี : เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงภายในปี 2580

เลย : เมืองน่าอยู่ เมืองแห่งการท่องเที่ยว การค้า และการลงทุนภายใต้การพัฒนาที่ยั่งยืน

หนองคาย : เกษตรอุตสาหกรรมวัฒนธรรมรุ่งเรือง เมืองท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง

หนองบัวลำภู : เมืองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม Green City

บึงกาฬ : สังคมมั่นคง เศรษฐกิจมั่นคง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสมดุลยั่งยืน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2

ส่งเสริมการเกษตรด้วยนวัตกรรม ท่องเที่ยว 3 ธรรม 3 ประเทศ มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจสู่อาเซียน

สกลนคร : เป็นแหล่งเกษตรปลอดภัย ก้าวไกลการค้า การลงทุน พัฒนาการท่องเที่ยวสู่ GMS

นครพนม : เมืองน่าอยู่ ประตูเศรษฐกิจสู่อาเซียน และจีนตอนใต้-ตะวันตก

มุกดาหาร : เมืองการค้า การเกษตร การท่องเที่ยวชายโขง เชื่อมโยงอาเซียน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

ศูนย์กลางอุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร เชื่อมโยงการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์สู่ GMS

ขอนแก่น : มหานครน่าอยู่ มุ่งสู่เมืองนวัตกรรม ศูนย์กลางเชื่อมโยงอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

กาฬสินธุ์ : เมืองอาหารปลอดภัย ถิ่นภูมิปัญญาวิถีไทยอีสาน นำท่องเที่ยว นำลงทุน สังคมมั่นคงปลอดภัย

มหาสารคาม : แหล่งผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร ศูนย์กลางการศึกษา-วัฒนธรรม ปชช.มีคุณภาพชีวิตที่ดี

ร้อยเอ็ด : เป็นแหล่งผลิตข้าวหอมมะลิคุณภาพสูง ท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสาน และเมืองสุขภาพ ในปี 2564

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ศูนย์กลางเกษตรอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ ท่องเที่ยวอารยธรรมขอม

การค้าชายแดน สังคมเป็นสุข

นครราชสีมา : โคราชมืองน่าอยู่ มุ่งสู่เมืองนวัตกรรม และเกษตร อุตสาหกรรม สังคมปลอดภัย

ชัยภูมิ : เศรษฐกิจก้าวหน้า สังคมและสิ่งแวดล้อม มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

บุรีรัมย์ : ศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมและกีฬา เศรษฐกิจมั่นคง สังคมสันติสุข 9 ดี

สุรินทร์ : เมืองเกษตรอินทรีย์ ท่องเที่ยววิถีชุมชน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2

อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปและเกษตรอินทรีย์เพิ่มมูลค่า การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ

การค้าชายแดนได้มาตรฐานสากล

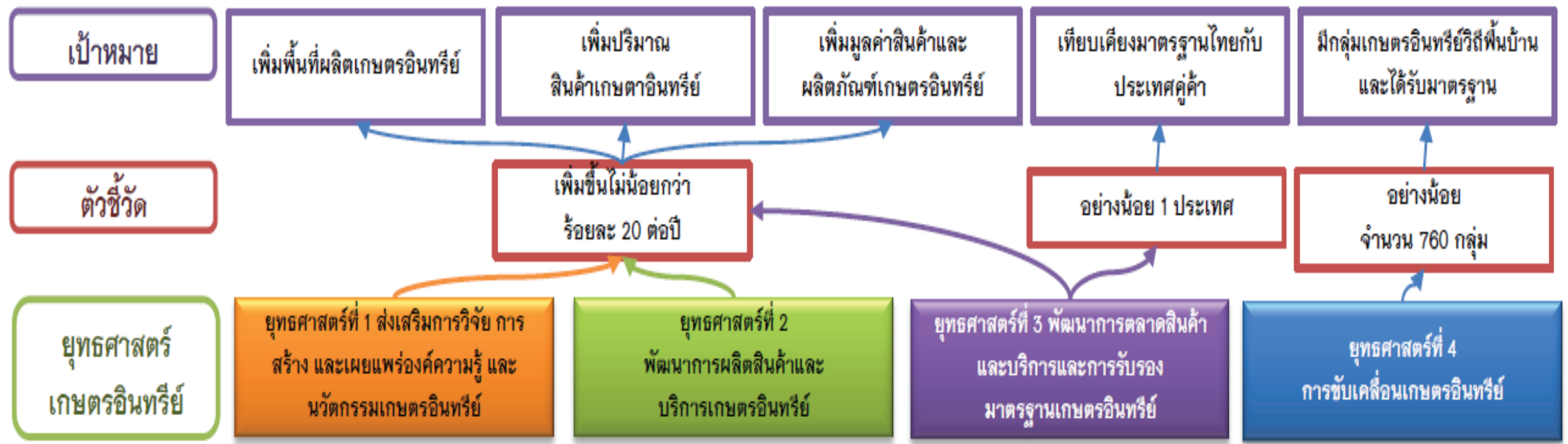
อุบลราชธานี : เมืองน่าอยู่ทันสมัย ประตูสู่การค้าการลงทุน ท่องเที่ยวหลายมิติ เกษตรสู่สากล

ศรีสะเกษ : ดินแดนเกษตรปลอดภัย การค้าและการท่องเที่ยวครบวงจร

ยโสธร : ยโสธรเมืองเกษตรอินทรีย์ เมืองแห่งวิถีอีสาน

อำนาจเจริญ : เมืองธรรมเกษตร เขตพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง เส้นทางการค้าสู่สากล

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564



ตลาดออร์แกนิกไทย ... ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในระดับต้นน้ำ-กลางน้ำ

	ต้นน้ำ	กลางน้ำ	ปลายน้ำ
ความหลากหลายของสินค้า	ปานกลาง	น้อย NOW	น้อยมาก
นวัตกรรมของสินค้า	น้อย	ปานกลาง	สูง
มูลค่าสินค้า/ หน่วย	น้อย	ปานกลาง	สูง
ลักษณะของกลุ่มผู้ประกอบการ	- เกษตรกร/ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน - กลุ่ม SME - ผู้ประกอบการค้าปลีกรายเล็ก-กลาง	- กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ แม่บ้านเกษตรกร - โรงงานแปรรูปอาหารและเครื่องดื่ม - ผู้ประกอบการร้านอาหาร - ผู้ประกอบการค้าปลีกรายกลาง-ใหญ่	- ผู้ประกอบการรายใหญ่ - บริษัทข้ามชาติ (Global Company) - ธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ - กลุ่มโรงพยาบาล
จำนวนผู้ผลิตสินค้า	มาก	ปานกลาง	น้อย
การแข่งขันในตลาด	สูง	ปานกลาง	น้อย

ที่มา: รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ: ต้นน้ำ

= สินค้าออร์แกนิกที่ยังไม่แปรรูป อาทิ กลุ่มเกษตรอินทรีย์/อาหารสดต่างๆ

กลางน้ำ

= สินค้าออร์แกนิกแปรรูปขั้นกลาง เช่น กลุ่มอาหารแปรรูป อาหารพร้อมทานเครื่องดื่มออร์แกนิก

ปลายน้ำ

= สินค้าออร์แกนิกแปรรูปขั้นสูง เช่น กลุ่มอาหาร Superfood/ Free-Form อาหารทางการแพทย์ อาหารเสริม



5 กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มมาแรง

- อาหารออร์แกนิกแปรรูปขั้นสูง
- อาหารออร์แกนิกเฉพาะกลุ่ม
- อาหารเสริมและวิตามิน
- อาหารออร์แกนิกพร้อมรับประทาน
- เครื่องดื่มออร์แกนิกกลุ่ม Functional Drink และ Energy Drink

- **กลุ่มอาหารออร์แกนิกแปรรูปขั้นสูง** อาทิ กลุ่ม Super Foods (Super Grains, Superfruits) กลุ่ม Free-Form (ปราศจากสารกันบูด/กลูเตน/สารแต่งสี) กลุ่ม Better For You (ไขมัน/น้ำตาล/เกลือ/คาเฟอีนต่ำ) และพวกผงสกัดจากพืช
- **อาหารออร์แกนิกเฉพาะกลุ่ม** อาทิ อาหารสำหรับเด็ก ผู้ป่วย หรือผู้สูงอายุ (เช่น นมออร์แกนิกแคลอรีต่ำ)
- **อาหารเสริมและวิตามิน** อาทิ สารสกัดจากพืชออร์แกนิกที่ช่วยบำรุงร่างกายและความงาม
- **อาหารออร์แกนิกพร้อมรับประทาน** อาทิ ข้าวออร์แกนิกฟรีซพร้อมอุ่น สแน็คบาร์จากธัญพืชออร์แกนิก อาหารพร้อมทานออร์แกนิก

ส่วนกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหรือ End-User ที่สำคัญและเป็นแรงขับเคลื่อนของตลาดมีอยู่ 3 กลุ่มคือ

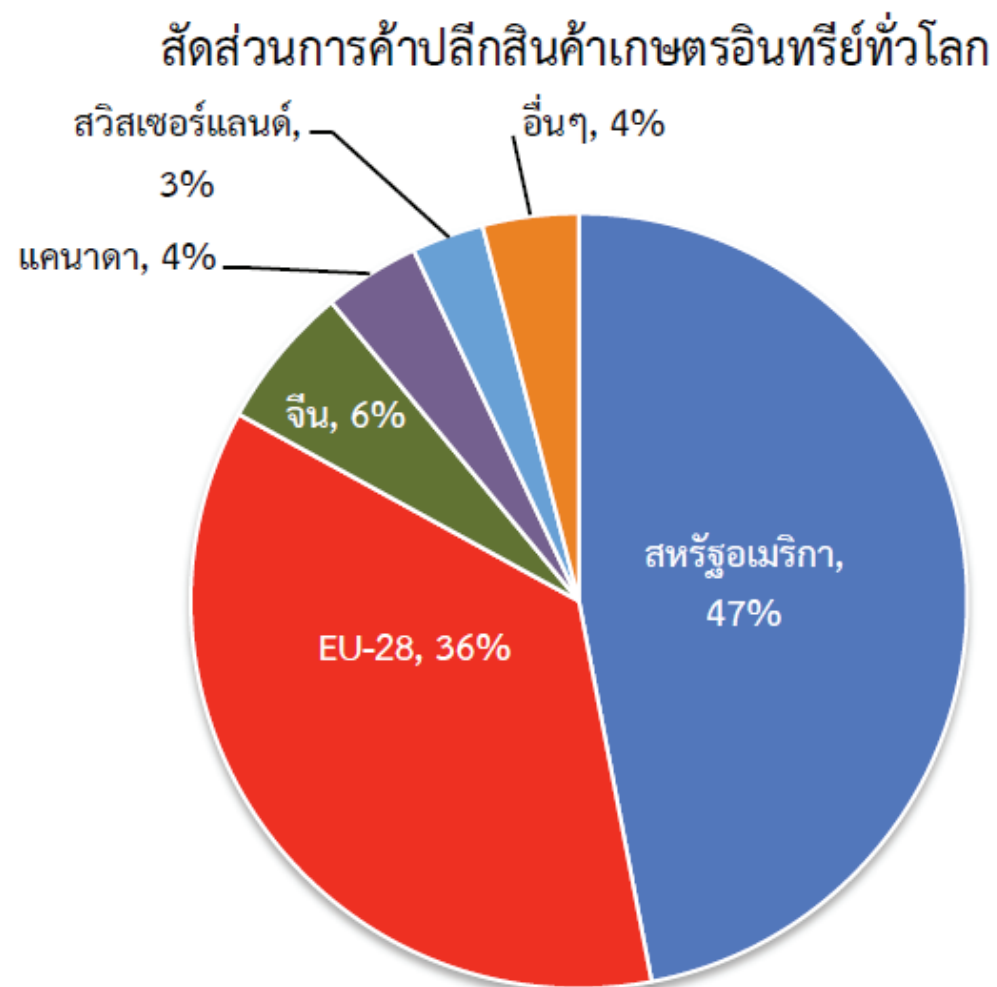
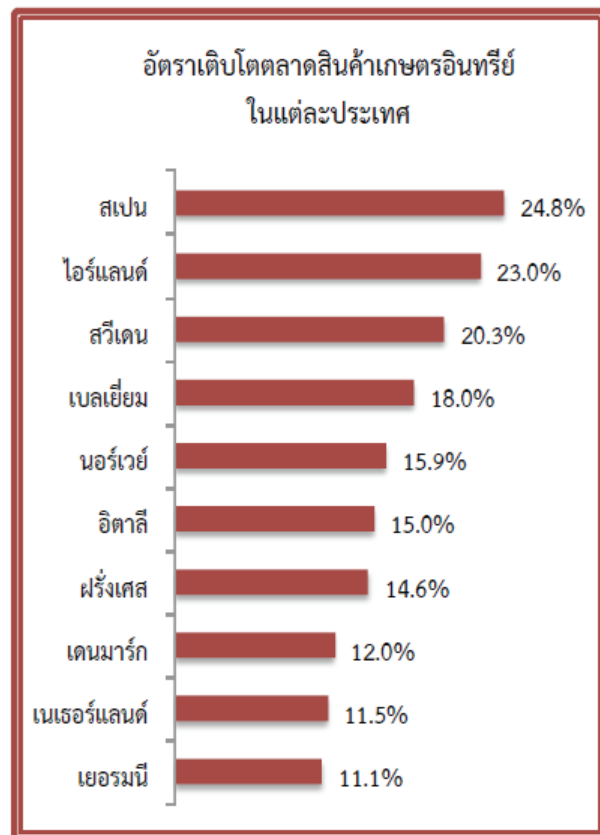
1. **กลุ่มคนรุ่นใหม่ (Millennials)** กลุ่มนี้มีจำนวนกว่า 20 ล้านคน พฤติกรรมที่น่าสนใจของกลุ่มนี้คือ ต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี จึงหันมาเอาใจใส่สุขภาพตนเองและคนในครอบครัว อีกทั้งมีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ตัดสินใจซื้อง่าย และชอบจับจ่ายผ่านช่องทางดิจิทัล อีกทั้งยังสนใจและติดตามผู้มีชื่อเสียงเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์รวมถึงการใช้ชีวิตผ่านโซเชียลมีเดีย และนำมาปรับใช้ในชีวิต
2. **กลุ่มผู้สูงอายุ (Aging-Society)** คาดการณ์ว่าจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป จะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในปี 2561 เป็นร้อยละ 13 ในปี 2563 ทำให้ประชากรกลุ่มนี้จะกลายมาเป็นหนึ่งในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่อยู่ในครอบครัวที่มีฐานะปานกลางขึ้นไปและมีกำลังซื้อสูง ลูกหลานดูแล อีกทั้งปัจจุบันจะเริ่มเห็นมีการใช้โซเชียลมีเดียด้วยตัวเองมากขึ้น เพื่อการสื่อสาร หาข้อมูล และสั่งซื้อสินค้า
3. **กลุ่มผู้ป่วย** ผู้คนในปัจจุบันเผชิญกับความเครียดจากการทำงานและการใช้ชีวิตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสังคมเมือง มีการสะสมสารพิษในร่างกายจากภาวะแวดล้อม (ทั้งจากการรับประทานอาหารและการเผชิญมลภาวะต่างๆ) ซึ่งจากสถิติพบว่า จำนวนผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง และเนื้องอกเพิ่มสูงมากขึ้นต่อเนื่อง จาก 7.8 แสนคนในปี 2549 เป็น 2.85 ล้านคนในปี 2559² หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี (CAGR ปี 2549-2559)

ข้อมูลการตลาด	จีน 	ญี่ปุ่น 	สิงคโปร์ 
กลุ่มเป้าหมาย	แม่และเด็ก/ชนชั้นกลางรายได้ปานกลางถึงสูง	ผู้สูงอายุ/คนรุ่นใหม่	คนรุ่นใหม่/นักท่องเที่ยว/ชาวต่างชาติที่มาทำงานในประเทศ
สินค้าไทยที่มีศักยภาพ	ผลิตภัณฑ์จากข้าวออร์แกนิก ขอสปรงรส ผลไม้อบแห้ง น้ำมะพร้าว	Functional Food ที่ทำจากข้าวผลิตภัณฑ์ ข้าวออร์แกนิกเครื่องดื่มสมุนไพรออร์แกนิก	ข้าว ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากข้าวและธัญพืช อาหารแปรรูป ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มออร์แกนิก
ช่องทางการจำหน่าย	• ร้านกรีน (ขายออร์แกนิกเฉพาะ) • Supermarket • E-Commerce • จำหน่ายวัตถุดิบในลักษณะ B2B ให้กับกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร หรือโรงงานผลิต	• Supermarket • Home Delivery • ร้านกรีน (ขายออร์แกนิกเฉพาะ) • E-Commerce • จำหน่ายวัตถุดิบในลักษณะ B2B ให้กับกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร หรือโรงงานผลิต	• Supermarket • Home Delivery • ร้านกรีน (ขายออร์แกนิกเฉพาะ) • E-Commerce • จำหน่ายวัตถุดิบในลักษณะ B2B ให้กับกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร หรือโรงงานผลิต
ปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงเมื่อเลือกซื้อสินค้า	• มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ • ความปลอดภัยด้านอาหาร • สินค้าพรีเมียมคุณภาพสูง	• มีเรื่องราว (Brand Story) • มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ • สินค้าพรีเมียมคุณภาพสูง • เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	• สินค้าพรีเมียมคุณภาพสูง • มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ • สินค้าแปลกใหม่
กลยุทธ์ทางการตลาด	• มีโลโก้รับรองมาตรฐานของจีนและระดับสากล • มีการขนส่งที่ดี คงความสด แพ็กเกจสวยงาม • สินค้าหายาก/แปลกใหม่	• สินค้าหายากแปลกใหม่ • มีเรื่องราว (Brand Story) • มีแบรนด์/แพ็กเกจสวยงาม • มีโลโก้รับรองมาตรฐานสินค้าระดับสากล	• มีโลโก้รับรองมาตรฐานสินค้าระดับสากล • ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า • มีแบรนด์/แพ็กเกจสวยงาม

ที่มา: รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2561)



แหล่งที่มาข้อมูล : FiBL-AMI Surveys 2017



แหล่งที่มาข้อมูล : FiBL-AMI survey 2017 based on national data

มูลค่าตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์



ทั่วโลก : 2.95
ล้านล้านบาท

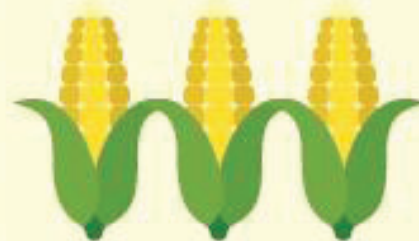
ภายในประเทศ : 2.73
พันล้านบาท

ส่งออก : 1
พันล้านบาท

ขยายตัว 20% ต่อปี



พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในไทย



ปัจจุบัน

300,000 ไร่

ภายในปี 2564
เป้าหมายเพิ่มเป็น

600,000 ไร่



ที่มา : กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

พื้นที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์



ในปี พ.ศ. 2558 จำนวน

284,918.44 ไร่/13,154 ฟาร์ม

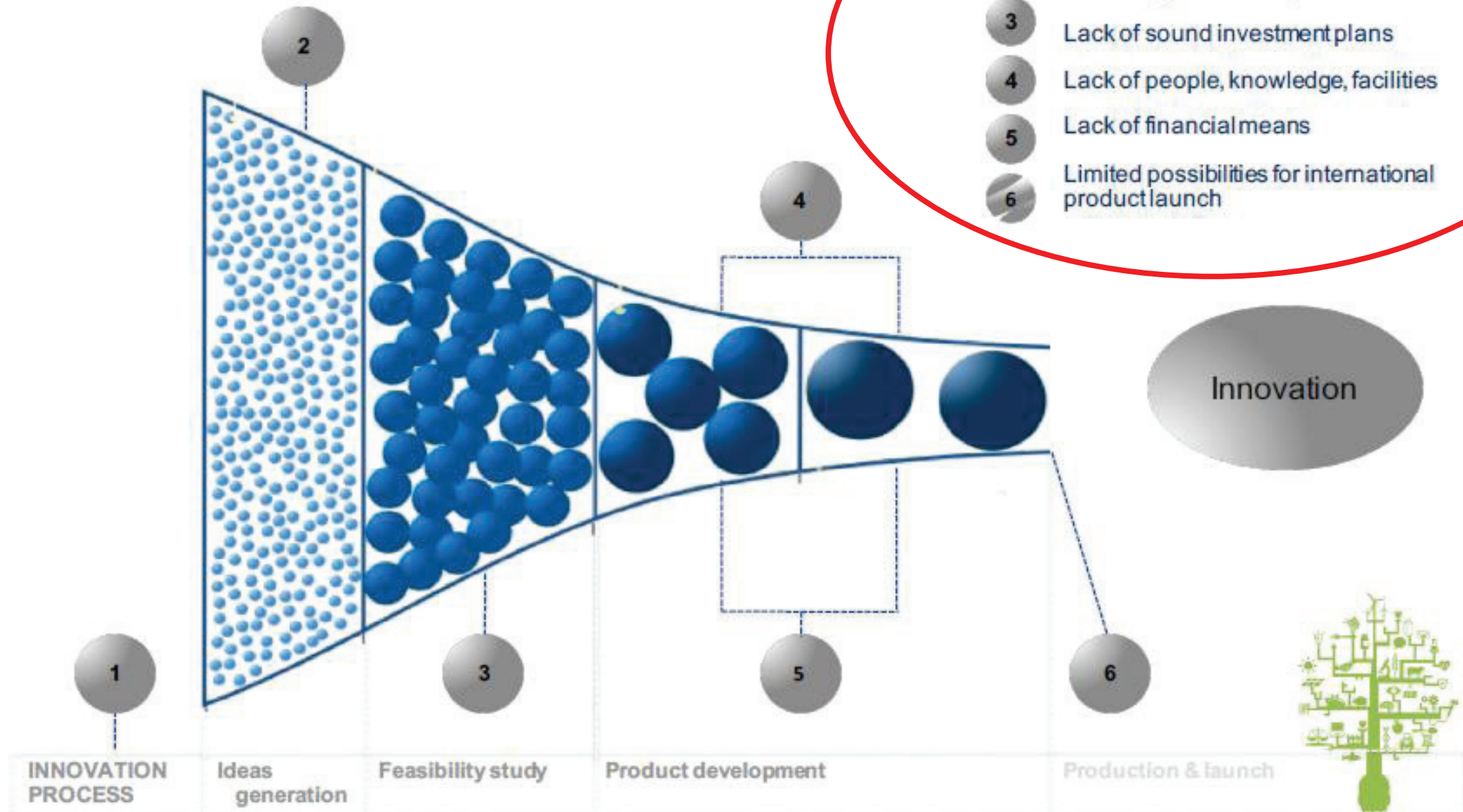
ที่มา : มูลนิธิสืบนาคะเสถียร

การศึกษาธุรกิจเกษตรแปรรูปในต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ

- เนเธอร์แลนด์ Food Valley



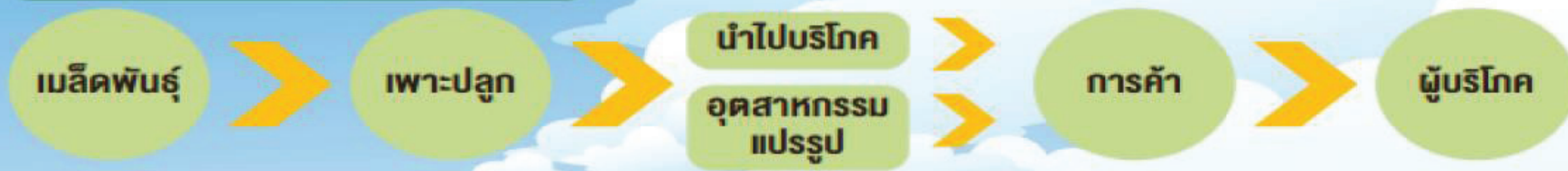
ดอกไม้จากฮอลแลนด์คือตัวแทนความหรูหรา ที่
ตราถึงคุณภาพชั้นสูง ภาพกล่องดอกไม้คาร์ตบอร์ด
แข็งแรง แสตมป์ ข้อความ “quality flowers
from Holland” ย้ำถึงภาพลักษณ์นี้ได้ดี และไม่น่า
แปลกใจที่ฮอลแลนด์ได้พัฒนากลายเป็นผู้ส่งออก
ดอกไม้อันดับหนึ่งของโลก ด้วยมูลค่าการส่งออก
ดอกไม้ราว 5.4 พันล้านยูโรต่อปี และหัวดอกไม้อีก
700 ล้านยูโรต่อปี



เกษตรแบบใหม่

เทคโนโลยีกับสายธุรกิจจากฟาร์มถึงผู้บริโภค

แบบเดิม (กระทรวงเกษตรฯ-อุตสาหกรรม-พาณิชย์)



แบบใหม่ (กระทรวงเกษตรฯ-อุตสาหกรรม-พาณิชย์-คมนาคม-DE-วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)



ที่มา : สกพอ.

Value Creation for Aroma Thai Hom Mali Organic Rice for sustainability in farmers life

โครงการพัฒนาระบบการผลิตข้าวหอมคุณภาพอินทรีย์ครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจที่ยั่งยืนของชาวนา

แผนแม่บท (Master Plan)



Gluten-Free Conversions

HandyandHomemade.com

WHEAT FLOUR

RICE FLOUR

POTATO STARCH

TAPIOCA STARCH

3 cups

2 cups

2/3 cup

1/3 cup

2 3/4 cups

2 cups

1/2 cups

1/4 cup

2 1/2 cups

1 1/2 cups

1/2 cups

1/4 cup

2 cups

1 1/2 cups

1/3 cup

1/3 cup

1 3/4 cups

1 1/4 cups

5 tbsp

3 tbsp

1 1/2 cups

1 cup

5 tbsp

3 tbsp

1 1/4 cups

3/4 cup

1/3 cup

3 tbsp

1 cup

1/2 cup

3 tbsp

1 tbsp

1/2 cup

1/3 cup

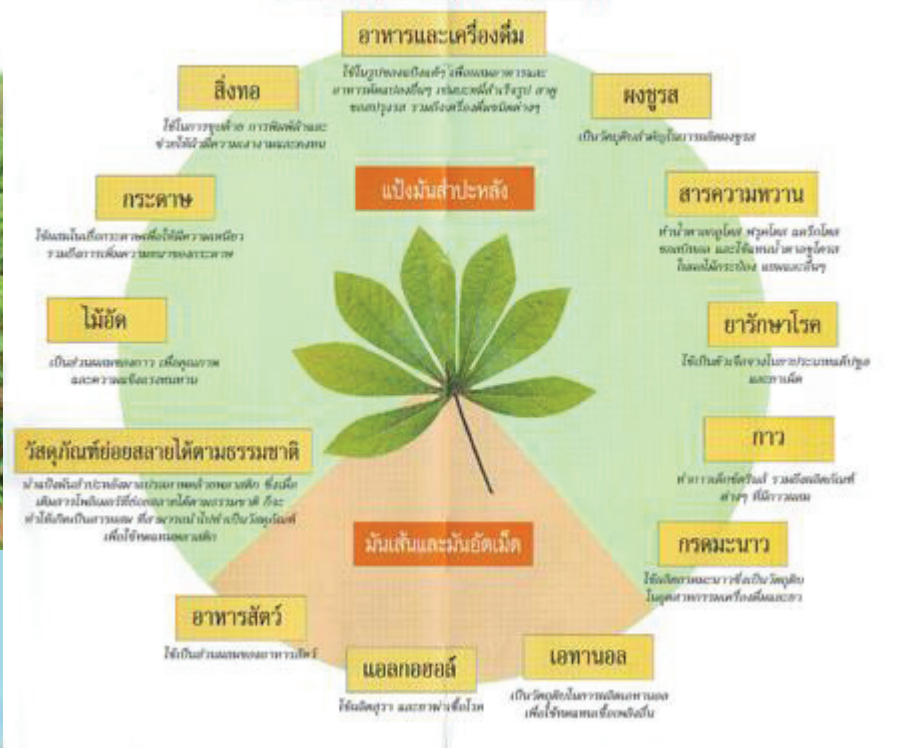
2 tbsp

1 tbsp





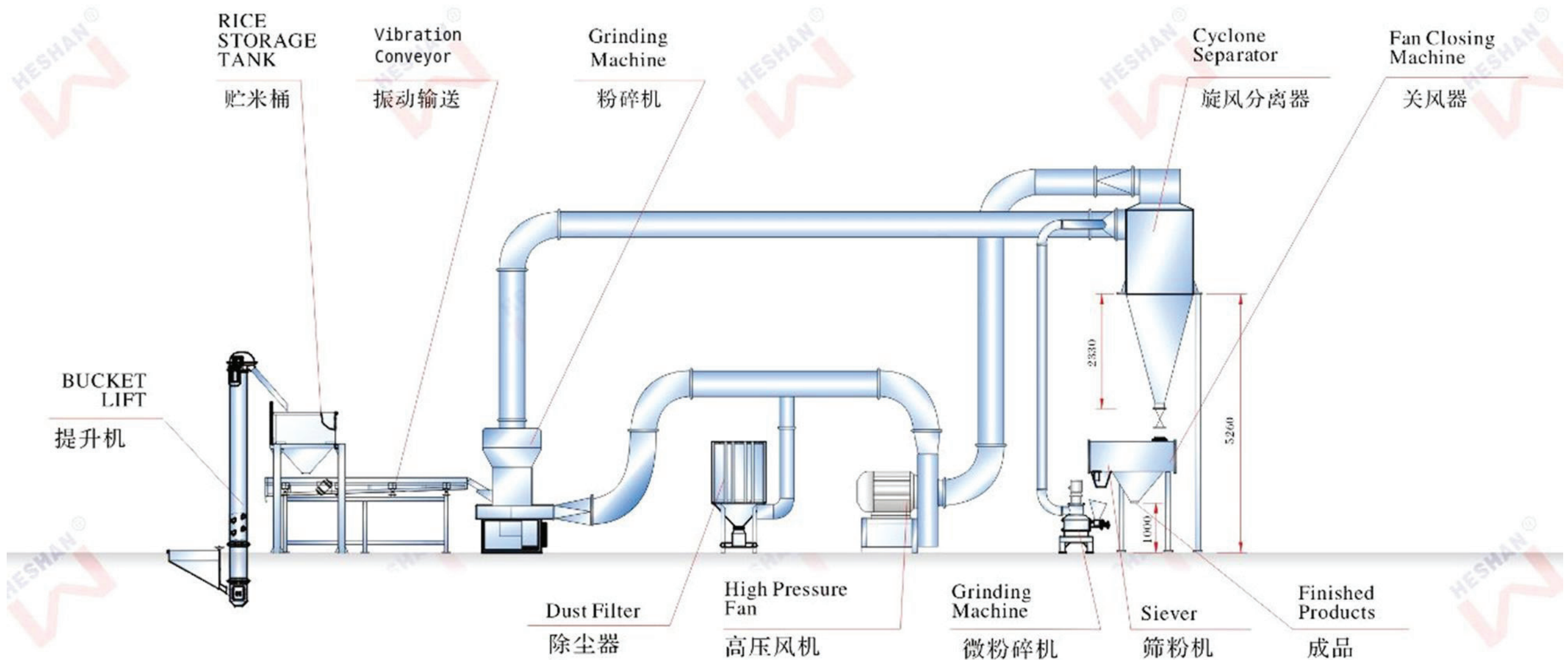
ประโยชน์ของมันสำปะหลัง



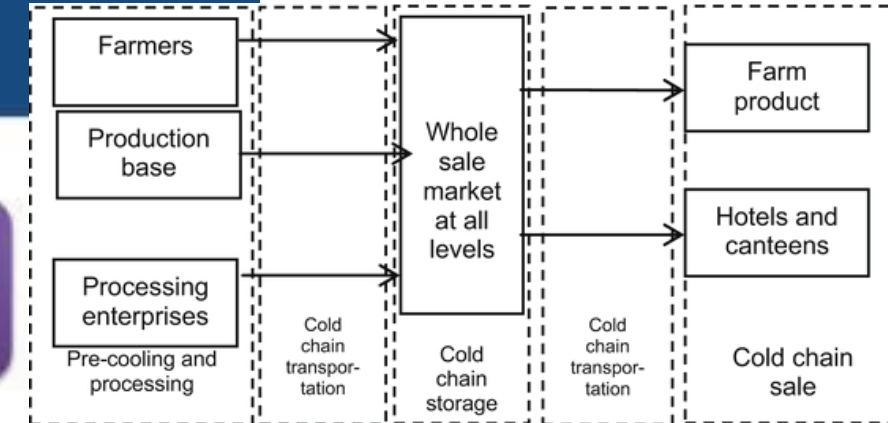
สิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน โรงงานแปรรูปข้าวและมันสำปะหลัง
เป็นสารตั้งต้นอุตสาหกรรมอาหารออร์แกนิก พร้อมห่วงโซ่ความเย็น ที่
มีมาตรฐานการผลิต มาตรฐานการส่งออก และมาตรฐานออร์แกนิกส์
รับรองผลิตภัณฑ์ระดับสากล



Brown Rice Flour System



What is Cold Chain ?



Fruits & Vegetables



Meat



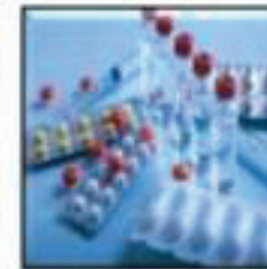
Fish & Seafood



Dairy Products



Beverages



Pharmaceutical



แผนดำเนินงานต่อเนื่องในระยะ 5 ปี 2562-2567

เป้าประสงค์ของโครงการจัดตั้ง ออร์แกนิกวัลเลย์ เมืองนวัตกรรมและเทคโนโลยีอาหารออร์แกนิกเพื่อส่งออกและผู้สูงอายุ

- เพื่อบูรณาการตลาด การแปรรูป และการเพาะปลูกตลอดห่วงโซ่ซัพพลายเชนและระบบโลจิสติกส์ เย็นให้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน (ALL IN ONE)
- เชื่อมโยงความรู้และเทคโนโลยีทั้งในและต่างประเทศมาสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรหลักในพื้นที่ เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ผลไม้ สมุนไพรและหรือถั่ว สำหรับผู้สูงอายุและคนป่วยโรค NCD เพื่อให้เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการฯ มีรายได้สูงกว่าหนึ่งหมื่นบาทต่อไร่ต่อเดือน
- เพิ่มมูลค่าการส่งออกอาหารออร์แกนิกส์ให้มีส่วนแบ่งในตลาดโลกอย่างน้อย 1% ในปี 2567
- บริหารจัดการออร์แกนิกวัลเลย์ด้วยรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเป็นเจ้าของร่วมกิจการภายในระยะเวลา 3-5 ปี
- สร้างความเป็นธรรมแก่ทุกภาคส่วนในห่วงโซ่ด้วยการให้มาตรฐาน EVA และการได้รับการรับรองจาก Fair Trade Organization สากล
- เป็นศูนย์ถ่ายทอดนวัตกรรมและเทคโนโลยีอาหารออร์แกนิกมาตรฐานสากลแบบ Adult Learning

ค้นหา YSF ที่มี
ศักยภาพในการแปรรูป
ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

พัฒนาสินค้าตามความ
ต้องการลูกค้า

พัฒนาโรงงานกลาง
และระบบโลจิสติกส์
ออร์แกนิกและรักษา
คุณภาพด้วยความเย็น

ขยายเครือข่าย

เอ็มดีกรู๊ป บิวการ์เตอร์
098 979 4287

แผนแม่บท

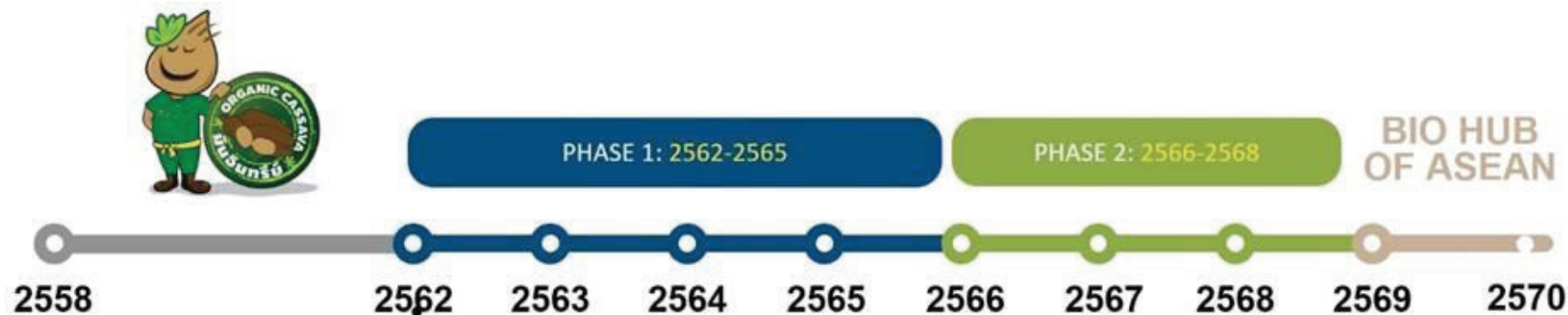
โครงการพัฒนาห่วงโซ่เกษตร
อุตสาหกรรมแปรรูปออร์แกนิก



ตัวอย่าง แผนงาน

Organic Cassava Starch

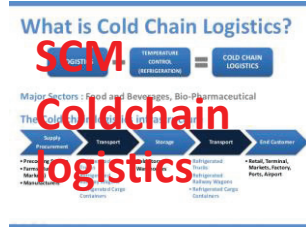
แผนยุทธศาสตร์ 10 ปี การพัฒนาอุตสาหกรรมชีวเคมีอินทรีย์ (Organic Bioeconomy) ซึ่งใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉยงเหนือ โดยการพัฒนาดังแต่ต้นน้ำคือการส่งเสริมการปลูกพืชอินทรีย์ตามความต้องการของตลาด การร่วมมือกับภาครัฐในการถ่ายทอดความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ให้แก่เกษตรกร การตรวจรับรองโดยผู้ตรวจสอบตามมาตรฐานระดับสากล ตลอดจนถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั่วโลกที่รักสุขภาพ และต้องการอาหารปลอดภัย โดยมีแผนการดำเนินงาน ดังนี้



1. ส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังอินทรีย์ให้ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล จำนวน 100,000 ไร่ เพื่อผลิตแป้งมันสำปะหลังอินทรีย์
2. ลงทุนในโครงการผลิตแป้งฟลาวาร์มันสำปะหลังอินทรีย์เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหารปลอดสารกลูเตน
3. ส่งเสริมการปลูกพืชอินทรีย์อื่นๆ เช่น ข้าวอินทรีย์ หนุ่ยอินทรีย์ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมชีวเคมีอินทรีย์ในเฟสที่ 2
4. การขออนุญาตใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อทำอุตสาหกรรมตามกฎหมายผังเมือง
5. สนับสนุนการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉยงเหนือตอนล่าง 2
 - สิทธิประโยชน์ทางภาษีพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์
 - การปรับปรุงการคมนาคมขนส่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
 - การเชื่อมโยงตลาดทางธุรกิจสินค้าจากเกษตรอินทรีย์สู่ตลาดโลก
 - การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ / เทคโนโลยีชีวภาพ
 - สถาบันการศึกษาในพื้นที่สร้างหลักสูตรและโรงงานต้นแบบเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์

Organic Food Ingredients & Biochemicals

1. Organic Cassava Starch
2. Organic Cassava Flour
3. Organic Modified Starch for Pharmaceutical
4. Organic Maltodextrin
5. Organic Sugar Syrup and Sweetener
6. Organic Rice Starch for cosmetics
7. Organic Rice Flour for food
8. Organic Amino Acids for animal feeds i.e. Organic Lysine
9. Organic Soluble Fiber
10. สารสกัดจากพืช ผัก และสมุนไพรอินทรีย์



ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมยั่งยืน ไทยออร์แกนิก วิสาหกิจเพื่อสังคม



MDIC GROUP
Business Network Developer



Sipso™
用12年時間，煮好一盤米

Sipso成立于2003年1月。12年来，专注于生产米类甜品和速食米饭。Sipso公司以“高品质，高效率”为理念，旗下的产品已通过SGS, GMP, BRC等认证。它的产品因包装精美，口感美味，携带方便，自上市以来，获得一致好评，在泰国深受欢迎。

