

®

GS1 Thailand Newsletter Vol. 20 No. 3 | July - September 2013



# GS1 Newsletter

วารสารสถาบันรหัสสากล

## Thailand



# SmartBar

## on Smart Phone



[www.gs1thailand.org](http://www.gs1thailand.org)



Available to Download in August



ประวิทย์ ไซติปราชญกุล  
 ผู้อำนวยการสถาบันรหัสสากล

## EDITOR'S TALK

### ขอต้อนรับสมาชิกทุกท่านเข้าสู่ไตรมาสที่ 3 ครีว

ปีศาจครั้งแรกกับสองไตรมาสที่ผ่านมา เตรียมพร้อมเริ่มต้นครึ่งหลังกับไตรมาสที่ 3...ที่ผ่านมามารส่งออกไทยไปสหภาพยุโรป (EU) ในช่วง 4 เดือนแรก (มกราคม-เมษายน) ปี 2556 มีการขยายตัวถึงร้อยละ 6.8 หรือมีมูลค่า 6,575 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ท่ามกลางสถานการณ์และภาวะเศรษฐกิจที่ทรงตัว ประเทศเยอรมนียังคงเป็นประเทศที่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและฟื้นตัวจากสภาวะเร็วและดีที่สุดของอียู ซึ่งหากมองตามที่แนวโน้มการส่งออกสินค้าของเยอรมนียังมีแนวโน้มว่าเป็นโอกาสดีของประเทศไทยที่จะส่งออกสินค้าวัตถุดิบไปสู่เยอรมนี นอกจากนั้นอาหารฮาลาลไทยและตลาดฮาลาลโลก ยังคงเป็นอีกหนึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่น่าจับตามองในขณะนี้ เพราะว่ามีขนาดใหญ่มากในตลาดโลก ประเมินว่าเป็น 1 ใน 4 ของประชากรโลก ในปี 2573

ในอนาคตอันใกล้ ระบบโลจิสติกส์และการตรวจสอบคุณภาพสินค้าต่างๆ ย่อมมีความเข้มข้นขึ้นอย่างแน่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตรวจสอบจากภาครัฐที่ต้องเป็นไปอย่างละเอียด จึงทำให้บางครั้งต้องใช้เวลามากพอสมควร แต่ด้วยการพัฒนาระบบต่างๆ ของ GS1 แล้ว ผมมั่นใจว่า “มาตรฐาน GS1 จะเป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยลดภาระการทำงานของรัฐบาลในการตรวจสอบสินค้า เพื่อความปลอดภัยของประชาชน” อย่างแน่นอน

## CONTENTS

## GS1 Thailand Newsletter Vol. 20 No. 3

July - September 2013

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>3</b> <b>GS1 Global News</b><br/>                 ASEAN MO Coordinating Meeting in KL...<br/>                 การประชุมการเปิดเสรีทางการค้าและภาคบริการของอาเซียน<br/>                 สูการเป็น “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน”</p> <p><b>6</b> <b>GS1 Society</b><br/>                 GS1 Thailand @ THAIFEX – World of Food ASIA 2013...<br/>                 ร่วมผลักดันครัวไทยสู่ครัวโลก</p> <p><b>10</b> <b>Scoop Highlight</b><br/>                 GS1 Application: Easy to Use Easy to inspect...<br/>                 แอปพลิเคชันที่ตอบสนองต่อปัญหาของวันนี้<br/>                 GS1 &amp; Open Mobile Alliance (OMA)...<br/>                 ผนึกกำลังพัฒนาแอปพลิเคชันในการสแกนบาร์โค้ด</p> <p><b>13</b> <b>Code of Success</b><br/>                 Celebrating 40<sup>th</sup> Anniversary of GS1...<br/>                 กว่า 40 ปี กับนวัตกรรมที่โดดเด่น</p> <p><b>14</b> <b>GS1 Healthcare</b><br/>                 ร่วมเดินทางดูงานโรงพยาบาลและงานด้าน Healthcare<br/>                 ณ ประเทศญี่ปุ่น กับ GS1 Healthcare</p> <p><b>16</b> <b>GS1 Case Study</b><br/>                 กรณีศึกษา: การนำมาตรฐาน GS1 มาใช้ในการบริหารจัดการ<br/>                 การขนส่งในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p> | <p><b>20</b> <b>GS1 Standard</b><br/>                 “มาตรฐาน GS1 เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ช่วยลดภาระการทำงานของรัฐบาล<br/>                 ในการตรวจสอบสินค้า เพื่อความปลอดภัยของประชาชน”</p> <p><b>22</b> <b>Biz Breakthrough</b><br/>                 เยอรมนีขยายปีกลงทุนต่างประเทศ... ชูนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจ</p> <p><b>24</b> <b>RFID Corner</b><br/>                 “Touch Screen และ NFC นวัตกรรมสิ่งซื้อสินค้าและโฆษณา<br/>                 ผ่านตู้หยอดเหรียญ”</p> <p><b>26</b> <b>Trendy Tech</b><br/>                 การกำหนดเลขหมายประจำตัวสินค้า (GTIN-13) และ<br/>                 การคำนวณตัวเลขตรวจสอบ (Check Digit)</p> <p><b>30</b> <b>Training Buzz</b><br/>                 การฝึกอบรมเผยแพร่ข้อมูลความรู้เรื่องบาร์โค้ด และ<br/>                 ตารางหลักสูตรการอบรม เดือนกรกฎาคม – กันยายน 2556</p> <p><b>32</b> <b>Product Focus</b><br/>                 ประชาสัมพันธ์สินค้า และบริการกับ GS1 Newsletter</p> <p><b>32</b> <b>Product Showcase</b><br/>                 ประชาสัมพันธ์สินค้ากับสถาบันรหัสสากล</p> <p><b>34</b> <b>Kitchen of the World</b><br/>                 ทิศทางและแนวโน้มของสินค้าอาหารฮาลาลไทย<br/>                 และตลาดฮาลาลโลก</p> |
|---|---|

## BOARD OF CONSULTANT

รายชื่อคณะที่ปรึกษา  
 ปูน คงเจริญเกียรติ  
 ไพโรจน์ เกษแมนกิจ  
 คุณหญิงกุลทรัพย์ เกษแมนกิจ  
 สันติ สุวรรณ์  
 ยงยุทธ ทวีกุลวัฒน์

## TEAMWORK

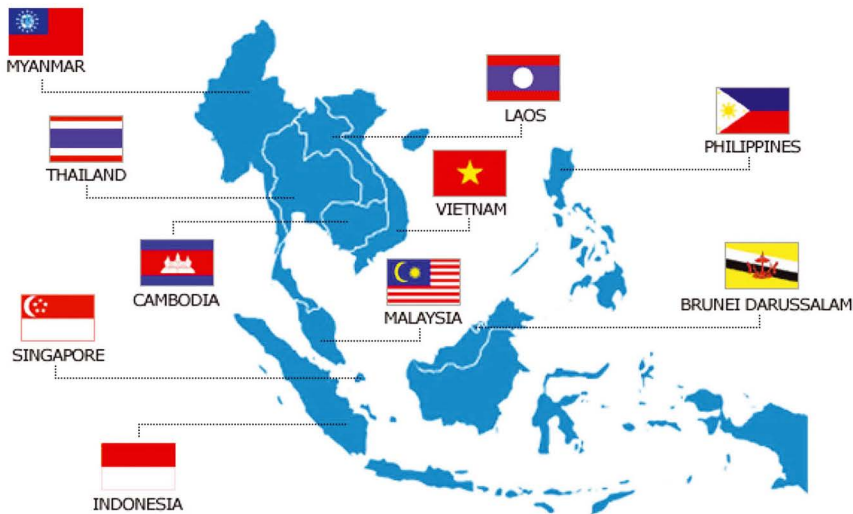
**บรรณาธิการ**  
 ประวิทย์ ไซติปราชญกุล

**กองบรรณาธิการ**  
 ศุภกนิษฐ์ สุดชูเกียรติ  
 เปรมฤดี คุณณา

ฉัตรชนก สุฝักชี  
 พรรณพิมพ์ จิระเกียรติ  
 อวิกา พอกเพ็ญดี  
 ณังกร โสภาประดิษฐ์  
 สุคนธ์ทิพย์ วังเยี่ยมเสริมสุข  
 การินภยาส ว่องศรีเจริญชัย

นิชกานต์ อุชชิน  
 นवलพรรณ ลิ้มเจริญ  
 เฉลิมศักดิ์ คำตา  
 สุธาสินี กองรส  
 พรรณิภา เป้าคำ  
 สริสา อึ้งชุมโชค

## ASEAN Member Countries



# ASEAN MO

## Coordinating Meeting

13 May 2013 – Kuala Lumpur, Malaysia

การเปิดเสรีทางการค้าและภาคบริการของอาเซียน สู่การเป็น “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” (ASEAN Economic Community - AEC) โดยเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกันหรือที่เรียกกันว่า Single Market and Production Base ภายในปี 2558 ถือว่าเป็นความท้าทายอย่างยิ่งต่อธุรกิจไทย และนับเป็นเรื่องยี่งัดที่สุดในกลุ่มประเทศสมาชิก GS1 สมาชิก GS1 ภายในแถบประเทศอาเซียนได้จัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 13 พฤษภาคม 2556 ที่ผ่านมา ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย โดยประเทศสมาชิก GS1 ที่เข้าร่วมการประชุมมีดังนี้ มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ไทย และตัวแทนจาก GS1 Global ซึ่งเป็นการประชุมอัปเดตข้อมูลการทำงาน เพื่อพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่จะเกิดในอีก 2 ปีข้างหน้า

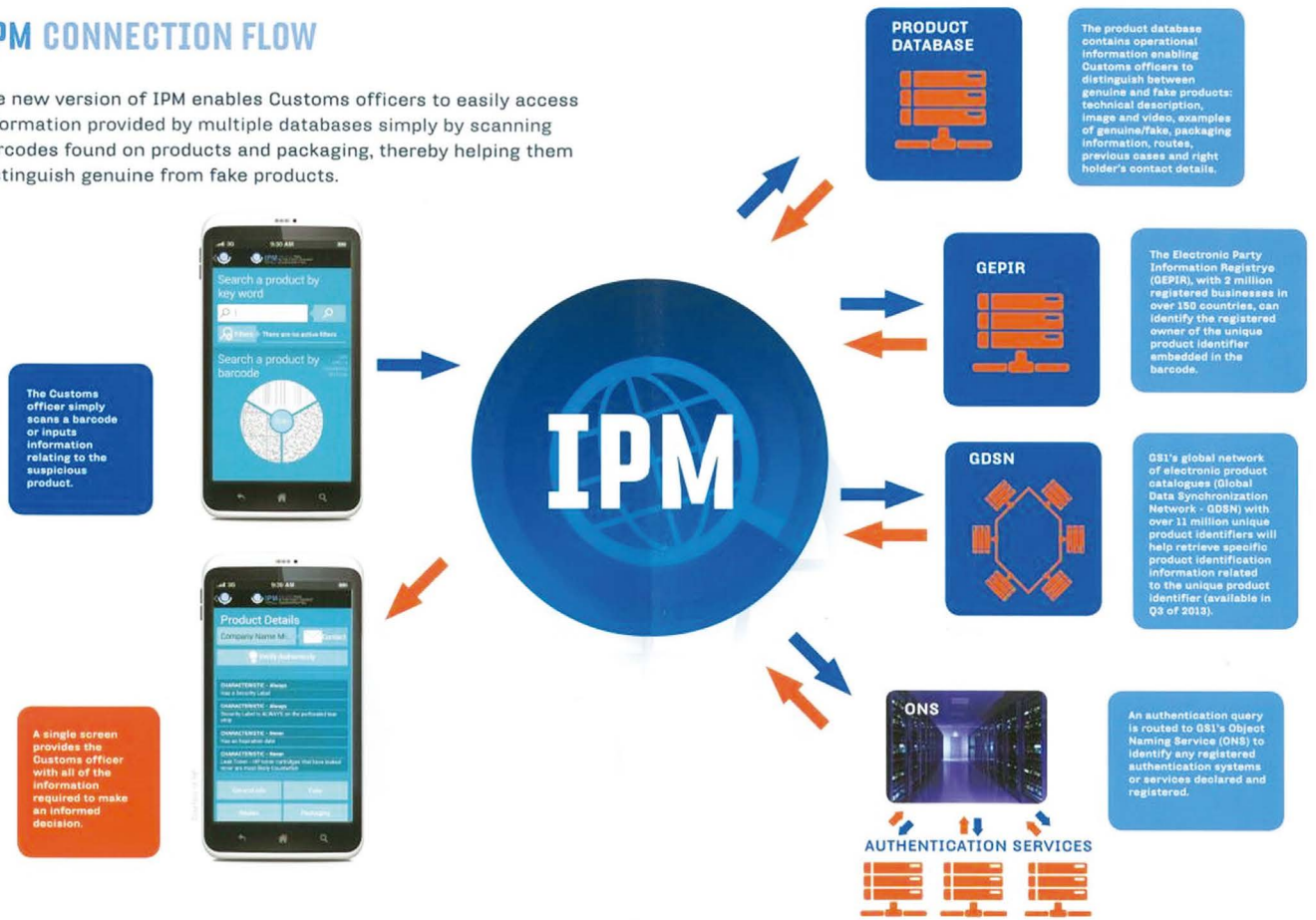
จากการประชุมดังกล่าว กลุ่มประเทศสมาชิก GS1 ได้มีความเห็นตรงกันว่า ภาคธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญเป็นในส่วนของภาคการผลิตและการค้า โดยแนวทางจะมุ่งเน้นไปในเรื่องของความปลอดภัยของสินค้าอุปโภคบริโภคและระบบการขนส่งในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นเพื่อเป็นการผลักดันให้เกิดการใช้มาตรฐานสากล GS1 นั้นทาง GS1 ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการประชุมต่างๆ ของกลุ่มประเทศภูมิภาคอาเซียน

การจัดประชุมครั้งสำคัญที่เกิดขึ้น เช่น ASEAN Plus Three หรืออาเซียนบวก 3 เป็นการประชุมของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน จำนวน 10 ประเทศ ร่วมกับอีก 3 ประเทศที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม คือ จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ รวมทั้งสิ้น 13 ประเทศ ซึ่งการประชุมจะแบ่งคณะกรรมการประชุมออกเป็นภาคส่วนต่างๆ ดังนี้

- AEM: ASEAN Economic Ministers การประชุมรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน
- AMM: ASEAN Ministerial Meeting การประชุมคณะรัฐมนตรีในภูมิภาคอาเซียน
- AFMM: ASEAN Finance Ministers Meeting การประชุมคณะรัฐมนตรีด้านการเงินในภูมิภาคอาเซียน
- SEOM: Senior Economic Officials Meeting การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน
- ASC: ASEAN Standing Committee การประชุมกลุ่มคณะกรรมการประจำอาเซียน
- SOM: Senior Officials Meeting การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโส

## IPM CONNECTION FLOW

The new version of IPM enables Customs officers to easily access information provided by multiple databases simply by scanning barcodes found on products and packaging, thereby helping them distinguish genuine from fake products.



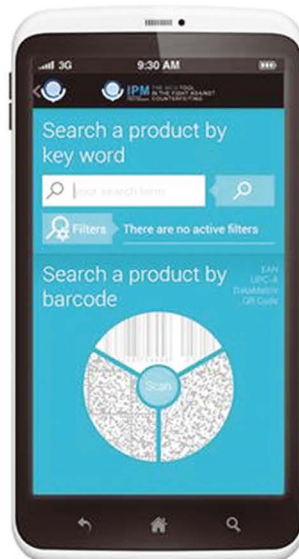
- ASFOM: ASEAN Senior Finance Officials Meeting การประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการเงินในภูมิภาคอาเซียน
  - AHMM: ASEAN Health Ministers Meeting การประชุมรัฐมนตรีด้านสาธารณสุขในภูมิภาคอาเซียน
- และจากการเข้าร่วมการประชุมในครั้งนี้ ทาง GS1 ได้เข้าไปมีส่วนในการทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาในคณะกรรมการภายในแต่ละกลุ่ม และนำเสนอแนวทางต่างๆ เช่น การปรับใช้มาตรฐานสากล GS1 ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันของภาครัฐกิจต่างๆ และให้มีความสอดคล้องกับการทำงานตามภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ กรมศุลกากร รวมไปถึงการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังต่างประเทศ โดยมุ่งประเด็นหลักไปทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ AEM, SEOM และ AHMM ที่ถือว่า มีบทบาทหลักในการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานตามนโยบายภาครัฐ

### Interface Public Members – IPM

จากความพยายามอย่างต่อเนื่องในการแก้ไขปัญหาการขายสินค้าผิดกฎหมาย ซึ่งรวมถึงสินค้าปลอมและสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ องค์การศุลกากรโลก (The World Customs Organization - WCO) และ GS1 ได้เข้ามามีบทบาทร่วมกันในการพัฒนาระบบ Interface Public Members ขึ้นมา โดยใช้มาตรฐานสากลของทาง GS1 บาร์โค้ดในการค้นหาสินค้าที่มีอยู่มากกว่า 1,000,000 รายการ ที่ถูกเก็บอยู่ในฐานข้อมูลที่ได้สร้างขึ้น โดยสินค้าแต่ละตัวจะมีความเป็นเอกลักษณ์

ภายในตัวเอง ซึ่งใช้สัญลักษณ์บาร์โค้ด เป็นกุญแจในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลของสินค้าที่อยู่บนฐานข้อมูลที่สามารถเชื่อถือได้

ในแอปพลิเคชัน IPM นี้สามารถค้นหาข้อมูลสินค้าโดยการสแกนบาร์โค้ดบนตัวสินค้าหรือสามารถกรอกหมายเลขประจำตัวสินค้าเพื่อค้นหาข้อมูลของสินค้าที่อยู่บนฐานข้อมูลผ่านโครงข่ายเชื่อมโยงข้อมูลของ GS1 ไม่ว่าจะเป็นที่ตั้งของบริษัทผู้ผลิต ข้อมูลสินค้าจุดสังเกตของสินค้า หรือสามารถแจ้งปัญหาที่เกิดจากตัวสินค้าได้ ซึ่งรองรับบาร์โค้ดได้ 2 ชนิดทั้ง 1D Barcode และ 2D Barcode



• Seminar on GS1 Global Traceability Standard

ในโอกาสนี้สถาบันรหัสสากล (GS1 Thailand) ได้เข้าร่วมสัมมนาในหัวข้อ Protect Your Brand, Maximise the Business Value and Gain the Consumer Trust โดยได้รับเกียรติจาก Ms. Carolyn Lee, Food Traceability Manager, GS1 Global เป็นผู้บรรยาย ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการในประเทศมาเลเซีย มาเข้าร่วมงานสัมมนาในครั้งนี้ด้วย

การตรวจสอบย้อนกลับเป็นความสามารถในการบ่งชี้ตำแหน่งที่ตั้งของตัวสินค้าทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยการใช้งานระบบการตรวจสอบย้อนกลับที่เป็นที่รู้จักกันดีที่สุด คือ การระบุตำแหน่งของอาหาร เกษษณภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีข้อบกพร่องหรือไม่ปลอดภัยเพื่อที่จะนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นออกจากตลาดได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในกรณีที่มีการเรียกคืนสินค้า หากเกิดกระบวนการเรียกคืนสินค้าได้อย่างรวดเร็วจะสามารถลดผลกระทบในเชิงลบทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นได้ และสามารถช่วยรักษาความไว้วางใจของลูกค้าในคุณภาพของตราสินค้า รวมทั้งทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในระบบที่ได้รับการตรวจสอบเพื่อความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม ระบบการตรวจสอบย้อนกลับได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายนอกเหนือจากการเรียกคืนสินค้า ตัวอย่างเช่น ระบบการตรวจสอบย้อนกลับสามารถช่วยตรวจสอบคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภค เช่น การปนเปื้อนสารพิษในผลิตภัณฑ์นมผง การปลอมแปลงไข่ไก่ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ และเครื่องสำอางที่ปนเปื้อนสารที่ก่อให้เกิดอาการแพ้



การนำระบบการตรวจสอบย้อนกลับมาใช้ในซัพพลายเชนมีความจำเป็นสำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ต้องเชื่อมโยงการไหลทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และข้อมูลของผลิตภัณฑ์ โดยต้องมองซัพพลายเชนแบบองค์รวม และการจัดการในส่วนนี้จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมีกำหนดมาตรฐานสากลในการดำเนินธุรกิจ

การนำระบบมาตรฐาน GS1 มาใช้ภายในองค์กรเป็นรากฐานของการบ่งชี้เฉพาะ และการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ทรัพย์สิน การบริการ และสถานที่ได้อย่างถูกต้อง



## @ THAIFEX - World of Food ASIA 2013



เมื่อวันที่ 22-23 พฤษภาคม 2556 ที่ผ่านมา ทางสถาบันหีสสากล (GS1 Thailand) ได้มีโอกาสเข้าร่วมงาน THAIFEX - World of Food ASIA 2013 ที่จัดขึ้น ณ ชาเลนเจอร์ฮอลล์ อิมแพ็ค เมืองทองธานี ที่ถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์เชิงรุกในการผลักดันครัวไทยสู่ครัวโลก ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ร่วมกับ 2 หน่วยงานหลักคือ หอการค้าไทย และ โคโลญ เมสซ ประเทศเยอรมนี จัดขึ้นอย่างยิ่งใหญ่ ภายใต้แนวคิด "Savor the Best in Asia" โดยมีวัตถุประสงค์ให้เป็นเวทีในการแสดงสินค้าอาหารระดับนานาชาติ เพื่อเผยแพร่ศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมอาหารไทย ทั้งด้านการเป็นแหล่งวัตถุดิบและแหล่งผลิตอาหารสู่ตลาดโลก ตลอดจนให้ผู้ซื้อ ผู้บริโภคทั่วโลกรับรู้และยอมรับประเทศไทยในฐานะครัวของโลกอย่างแท้จริง

นอกจากการแสดงผลและจำหน่ายสินค้าอาหารและบริการที่เกี่ยวข้องแล้ว ภายในงานยังมีกิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจอีกมากมาย อาทิ นิทรรศการอาหารฮาลาลและอาหารออร์แกนิก นิทรรศการตราสัญลักษณ์ Fair-Trade กิจกรรมส่งเสริมอาหารไทย แฟรนไชส์ รวมทั้งการจัดสัมมนาในหัวข้อต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น Import Control on Food of Plant และ World of Food Safety ซึ่งจากงานสัมมนาในหัวข้อ World of Food Safety มีสิ่งที่น่าสนใจที่ทาง GS1 Thailand นำมาแลกเปลี่ยนกับท่านสมาชิกในครั้งนี้นับ 2 เรื่องด้วยกัน

01

# GFSI

## (Global Food Safety Initiative)

**GFSI** เป็นองค์กรที่เกิดจากการผลักดันทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาระบบการจัดการด้านความปลอดภัย ในด้านอาหารเพื่อที่จะสร้างความมั่นใจ และความเชื่อมั่นว่าอาหารที่ผู้บริโภคนำไปบริโภคนั้นมีความปลอดภัย และไม่ก่อให้เกิดอันตราย ซึ่งเป็นองค์กรที่นำเสนอหลักการ ในการประสานร่วมกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญในด้านความปลอดภัยด้านอาหารจากผู้ค้าปลีก ผู้ผลิต บริษัท ผู้ให้บริการด้านอาหารตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน องค์กรนานาชาติ นักวิชาการ และรัฐบาล โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะควบคุม บริษัทผู้ผลิต โดยการออกมาตรการควบคุมด้านความปลอดภัยของอาหารตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยควบคุมไปถึงการป้อน (Feed) การจำหน่ายจ่ายแจก (Distribution) และการบรรจุ (Packaging) การพัฒนาโครงการสร้างประสิทธิภาพในธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจที่ยังไม่พัฒนามากนัก (Less Developed Business) เพื่อที่จะทำให้เข้าถึงตลาดชุมชนได้ง่ายขึ้น

การบริหารจัดการของ GFSI ถูกควบคุมโดย The Consumer Goods Forum ซึ่งเป็นเครือข่ายสากลอิสระสำหรับผู้ค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค และผู้ผลิตทั่วโลก ปัจจุบัน GFSI มีสมาชิกอยู่กว่า 400 ราย ใน 150 ประเทศทั่วโลก โดยหน้าที่ของ GFSI เป็นเสมือนตัวกลางระหว่างหน่วยงานเอกชน และรัฐบาล มีหน้าที่หลักในการตั้งกฎเรื่องความปลอดภัยของอาหาร และวิธีการที่จะนำหลักการเหล่านี้ไปใช้ในการควบคุมและบริหารจัดการ ส่วนหน่วยงานรัฐบาลจะมีหน้าที่ในการประสานช่องว่างต่างๆ ที่เกิดขึ้น และประสานนโยบายรัฐบาลให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันระหว่างภาคเอกชนและรัฐบาล ดังรูปที่ 1

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นสมาชิกของ GFSI คือ ผู้บริโภคจะมีความมั่นใจมากขึ้น อีกทั้งประสิทธิภาพที่มากขึ้น ในการบริหารจัดการ รวมทั้งด้านงบประมาณ ส่วนในแง่ของผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่บริโภคนั้น มีคุณภาพและปลอดภัย และยังสามารถเข้าถึงตลาดได้สะดวกยิ่งขึ้น

ประเด็นเรื่องอาหารปลอมแปลง และหลอกลวงต่อผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนประกอบ หรือ ข้อมูลฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีการร้องเรียนอยู่บ่อยๆ ตัวอย่างเช่น ในผลิตภัณฑ์ลาซานยาเนื้อ ที่ฉลากบรรจุภัณฑ์เขียนไว้ว่าเป็นเนื้อวัว 100 เปอร์เซ็นต์นั้น แต่กลับพบการปนเปื้อนส่วนผสมของเนื้อม้า หรือในผลิตภัณฑ์นมก็อาจมีการผสมกับส่วนผสมที่มีความเข้มข้นไม่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐาน และเป็นอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค และ/หรือ ในอีกหลายๆ กรณีที่มีการร้องเรียนเรื่องอาหารที่ไม่ปลอดภัยเกิดขึ้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ฟ้องร้องเหล่านี้ขึ้น GFSI จึงได้ออกมาตรการควบคุมเรื่องอาหารปลอมแปลงอย่างเข้มงวดขึ้น เพื่อควบคุมในเรื่องคุณภาพอาหาร และสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคว่าได้บริโภคอาหารที่มีคุณภาพและมีส่วนผสมที่ปลอดภัย



รูปที่ 1 แผนภาพแสดงหน้าที่ของ GFSI

ที่มา: GFSI & Group Danone, France

02

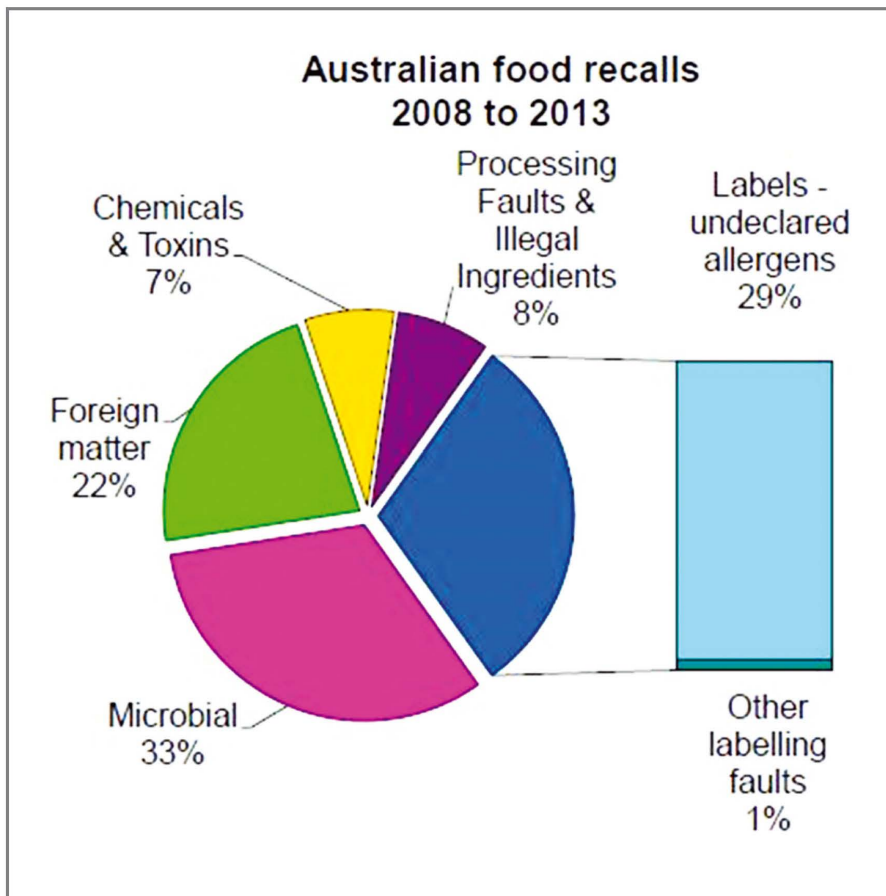
# GS1 Recallnet

**GS1 Recallnet** คือ ซอฟต์แวร์ที่มีประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรในทุกขนาด ซึ่งรวมไปถึงผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าปลีก และผู้นำเข้า ซึ่งมีประโยชน์ในการแบ่งปันข้อมูลสำหรับการเรียกสินค้าคืนแบบทันที และในการเตือนการเพิกถอนสินค้ากับผู้ค้าและผู้มีอำนาจ ในการควบคุมความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งระบบนี้จะช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ และยังเป็นการปกป้องแบรนด์สินค้าอีกด้วย

GS1 Recallnet ให้บริการโดย GS1 Australia ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความมั่นใจในการเข้าถึงข้อมูลของภาคธุรกิจทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก

เรื่องที่มีการเรียกคืนสินค้ามากที่สุดในประเทศออสเตรเลีย ตั้งแต่ปี 2551 ถึง 2556 ถึง 33% มาจากการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์ รองลงมา 29% คือ ฉลากผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีการระบุถึงการแพ้ (Allergens) ผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดการแพ้และถูกเรียกคืนจำนวนมาก ได้แก่ ถั่ว ผลิตภัณฑ์นม กากถั่วในผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีส่วนผสมของกากถั่ว และ ไข่

มาตรฐาน ISO สำหรับการเรียกคืนสินค้า คือ ISO 10393:2013 เป็นเสมือนคู่มือแนะนำแก่ผู้ผลิต ไม่ว่าจะเป็นการนำโปรแกรมเรียกคืนสินค้ามาใช้ หรือโปรแกรมการบริหารจัดการงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพโดยลดความเสี่ยง และปกป้องผู้บริโภคจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย โดย Global Standards One (GS1) จะมีหน้าที่ในการออกบาร์โค้ดระบุตัวสินค้า และการติดตามสินค้าตลอดห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงขอบเขตอำนาจในการเรียกคืนสินค้า



รูปที่ 2 แผนภูมิแสดงการเรียกคืนสินค้าในประเทศออสเตรเลียในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2551 ถึง พ.ศ. 2556

Source: FSANZ official recall notifications as at 17 April 2013





# Application

## Easy to Use Easy to Inspect

การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์มือถือในท้องตลาดนั้น เต็มไปด้วยแอปพลิเคชันที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมากมายทั้งที่มีประโยชน์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีสาระน่ารู้ ให้ความบันเทิงต่างๆ เป็นต้น แต่แอปพลิเคชันที่ทุกองค์กรหรือทุกคนทั่วไปต่างต้องการใช้งานมีเพียงน้อยนิดเมื่อเทียบกับแอปพลิเคชันที่มีอยู่มากมายในท้องตลาด ทำให้ยอดการดาวน์โหลดมาใช้งานกระจุกกระจายกันออกไป

สถาบันรหัสสากล (GS1 Thailand) ได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีคุณค่าและมีประโยชน์เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถนำไปใช้งานได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกวันนี้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดจากสินค้าไม่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน สินค้าที่ไม่ผ่านการรับรองความปลอดภัย หรือสินค้าปลอมแปลง เป็นต้น

ในการพัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นนี้มีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ผลิต ผู้บริโภค สามารถตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ของสินค้าได้ในทันทีที่ต้องการ สำหรับผู้ผลิตนั้นสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของผู้ผลิตได้ด้วยตัวเอง เนื่องจากทางสถาบันฯ ได้มีการร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาล เช่น สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เป็นต้น ในการรับรองมาตรฐานต่างๆ ในตัวสินค้าให้กับผู้ผลิต ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในตัวสินค้าที่ได้ซื้อหรือบริโภคไป อีกทั้งยังช่วยในการปกป้องตัวสินค้าในการลักลอบปลอมแปลงในการนำหมายเลขประจำตัวสินค้าไปใช้กับสินค้าอื่นที่ไม่ใช่สินค้าของผู้ผลิตสินค้านั้นๆ

ในส่วนผู้บริโภคนั้นสามารถค้นหาข้อมูลของบริษัทผู้ผลิต ข้อมูลสินค้า เช่น วิธีการใช้งาน ข้อควรระวัง ส่วนประกอบ เป็นต้น รวมถึงสามารถแจ้งปัญหาที่พบให้แก่เจ้าหน้าที่ดูแลสินค้านั้นๆ ของบริษัทผู้ผลิตได้อย่างทันทีได้โดยตรงผ่านศูนย์บริการข้อมูล (Call center) ของบริษัทผู้ผลิตสินค้าได้โดยตรง



## GS1 Trusted Source of Data for Thailand Product Information Datapool การจัดเก็บฐานข้อมูลสินค้าจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

ในการจัดเก็บข้อมูลที่มาจกแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือนั้น เป็นประเด็นสำคัญสำหรับโครงการนี้สืบเนื่องจากปัจจุบันเกิดปัญหามากมาย จากข้อมูลที่ไม่มีความน่าเชื่อถือหรือข้อมูลที่เกินจริง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเคลือบแคลงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ที่เกิดจากผู้ผลิต ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายต่างแข่งขันกันในการแย่งชิงผู้บริโภคเพื่อให้ได้มาซึ่งยอดขาย ทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารแก่ผู้บริโภคในรายละเอียดสำคัญๆ แก่ผู้บริโภค เช่น การแสดงข้อมูลของตัวสินค้าที่ไม่สามารถแสดงได้อย่างชัดเจนและครบถ้วน ข้อมูลมาตรฐานการรับรองความปลอดภัยต่างๆ ที่ผู้บริโภคควรจะได้รู้ เป็นต้น ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาทำให้เกิดผลกระทบต่างกับยอดขายและความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต

การจัดเก็บข้อมูลบริษัทและข้อมูลสินค้ามาไว้ที่หน่วยงานที่มีมาตรฐานรับรอง และยังเป็นหน่วยงานที่ได้รับความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งยังเป็นหน่วยงานสากลที่มีอยู่ทั่วโลกนั้น ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในตัวบริษัทและสินค้าของผู้ผลิต ผู้บริโภคสามารถไว้วางใจในคุณภาพและมาตรฐานในสินค้าที่ได้รับไป

โครงสร้างข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นมานั้น เป็นโครงสร้างมาตรฐานสากลที่ถูกนำไปใช้งานในการจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลกลางของแต่ละประเทศที่เป็นสมาชิกของ GS1 Global ที่มีอยู่ทั่วโลก ทำให้เกิดมาตรฐานในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่าง GS1 Thailand และ GS1 ต่างๆ ทั่วโลก เกิดเป็นโครงข่ายการเชื่อมโยงข้อมูลที่สามารถค้นหาข้อมูลสินค้าหรือบริการจากทุกๆ ที่ในโลก ที่ได้มีการเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลนี้

### ขั้นตอนการใช้งานระบบ GS1 Trusted Source of Data for Thailand Product Information Datapool

- ผู้ผลิตทำการลงทะเบียนเพื่อกรอกข้อมูลต่างๆ ของบริษัทผู้ผลิต และทำการกำหนดรหัสผ่านในการเข้าไปเพิ่มข้อมูลสินค้า
- เพิ่มข้อมูลสินค้าตามจำนวนสินค้าที่ได้รับในช่องทางที่ระบุไว้
- บันทึกข้อมูลต่างๆ ที่ได้กรอกไว้เก็บลงฐานข้อมูล



### GS1 Thailand Mobile Com for Extended Packaging

#### แอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์มือถือสำหรับตรวจสอบข้อมูลสินค้า

ในปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าทุกรายจะต้องแสดงรายละเอียดต่างๆ ของสินค้า แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดต่างๆ อาจทำให้ไม่สามารถแสดงข้อมูลได้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น วิธีการใช้ ช่องบ่งชี้การใช้งาน ขนาดการใช้งานหรือรับประทาน เป็นต้น

ดังนั้น GS1 Global จึงได้กำหนดมาตรฐานการจัดเก็บฐานข้อมูลสินค้าจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (GS1 Trusted Source of Data for Thailand Product Information Datapool) ที่จำเป็นที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ ได้ โดยสำหรับโครงการนี้จะนำมาแสดงผลผ่านอุปกรณ์มือถือ สมาร์ทโฟน รวมไปถึงแท็บเล็ต เพื่อสามารถให้ผู้บริโภคทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้ทุกที่ ผ่านแอปพลิเคชันที่ทาง GS1 Thailand ได้พัฒนาขึ้น ทำการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยการสแกนผ่านกล้องบนอุปกรณ์มือถือในการค้นหาข้อมูลผ่านฉลากที่ติดอยู่บนสินค้าไม่ว่าจะเป็นบาร์โค้ด (Barcode) ดาต้าเมทริกซ์ (DataMetrix) หรือ รหัสคิวอาร์ (QR Code)

ในการแสดงผลข้อมูลผ่านอุปกรณ์มือถือนั้น จะดึงข้อมูลที่ได้รับมาจากผู้ผลิตสินค้าที่ได้ทำการบันทึกข้อมูลผ่านระบบ GS1 Trusted Source of Data for Thailand Product Information Datapool มาแสดงตามเมนูต่างๆ ที่ระบุไว้ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเลือกดูข้อมูลสินค้าต่างๆ ได้ตามความต้องการ

#### ขั้นตอนการใช้งานระบบ GS1 Thailand Mobile Com for Extended Packaging

- ติดตั้งแอปพลิเคชันลงบนอุปกรณ์มือถือ ที่สนับสนุนระบบปฏิบัติการ iOS หรือ Android
- ทำการ Scan หรือกรอกหมายเลข Barcode ผ่านแอปพลิเคชัน
- เลือกดูข้อมูลจากเมนูต่างๆ ที่มีให้เลือก





ในเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา GS1 ร่วมกับ Open Mobile Alliance (OMA) ในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้ในการสแกนบาร์โค้ดในมือถือ ซึ่งอำนวยความสะดวกสบายอย่างมากต่อผู้พัฒนาแอปพลิเคชันเนื่องจากแอปพลิเคชันนี้จะถูกเชื่อมต่อกับข้อมูลต่างๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ



ที่มา [www.gs1.org/about/media\\_centre](http://www.gs1.org/about/media_centre)



# และ Open Mobile Alliance (OMA)

## GS1 พนักำล้งพัฒนาแอปพลิเคชันในการสแกนบาร์โค้ด

“ในปัจจุบันข้อมูลข่าวสารต่างๆ นานาได้ถูกอัปโหลดลงโทรศัพท์มือถือ ซึ่งการสแกนบาร์โค้ดเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างง่ายดาย ทุกวันนี้หลายอุตสาหกรรมได้ใช้ระบบบาร์โค้ดที่รองรับระบบที่หลากหลาย ที่แตกย่อยมาจาก Non-standard solutions โดยข้อมูลจำเพาะนี้จะช่วยทำให้ผู้พัฒนานวัตกรรมแอปพลิเคชันสำหรับ mCommerce และอุตสาหกรรมโฆษณาผ่านทางมือถือ ในการที่จะพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีประสิทธิภาพและสามารถย่อยขยายได้” Bryan Sullivan รองประธานและคณะกรรมการบริหารกลุ่ม OMA กล่าว

GS1 เป็นองค์กรหลักในการจัดหาและบริหารจัดการในเรื่องบาร์โค้ด ซึ่งมีบริษัทสมาชิกกว่า 2 ล้านบริษัท และผลิตภัณฑ์ที่ถูกใช้บาร์โค้ดของทาง GS1 มีมากกว่าพันล้านผลิตภัณฑ์ในทั่วโลก

OMA เป็นองค์กรที่มาตรฐานของอุปกรณ์มือถือได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านคุณสมบัติที่หลากหลาย สามารถให้บริการช่องทางได้หลายช่องทาง มีข้อกำหนดและ Application Programming Interfaces (APIs) ที่หลากหลาย เพื่อที่จะรองรับการบริการต่างๆ ในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งรวมไปถึง OMA DM (Device Management) ที่ถูกใช้ในอุปกรณ์ต่างๆ กว่า 1.4 พันล้านชิ้น

GS1 และ OMA ได้ทำงานร่วมกันมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 ณ ตอนนี้อย่าง GS1 และ OMA ได้ร่วมกันพัฒนาระบบมาตรฐานสากลขึ้นเพื่อให้ผู้ผลิตโทรศัพท์มือถือ และผู้ดำเนินการทางธุรกิจได้คิดค้นและพัฒนา

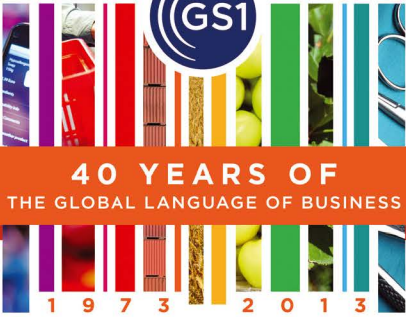
โทรศัพท์มือถือที่สแกนบาร์โค้ดได้ โดยต้องคุณลักษณะหลักๆ คือ

- การสแกนที่มีความเป็นสากลสามารถใช้ได้ทั่วโลก
- Built-in code scanning การพัฒนาระบบ Web API ที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ผ่านกล้อง และแอปพลิเคชัน
- Intelligent linking การเชื่อมโยงอย่างชาญฉลาดของบาร์โค้ดกับข้อมูลที่เชื่อถือได้ ที่ถูกเขียนโดยบริษัทเจ้าของบาร์โค้ดนั้น
- รองรับการรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ของผู้ใช้ ซึ่งรวมถึงสถานที่ที่ตั้งไว้ในมาตรฐานของเราด้วย

นวัตกรรมแอปพลิเคชันในการสแกนโค้ดนี้จะช่วยให้มีการรวมกันระหว่าง Code scanning กับ แอปพลิเคชัน อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาอุปสรรค ความซับซ้อน ค่าใช้จ่ายในการพัฒนา และยังช่วยลดเวลาในการนำของสู่ตลาด

“จำนวนผู้บริโภคในการใช้โทรศัพท์มือถือในการค้นหาข้อมูลและซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสเปคที่เราคิดค้นขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการและน่าเชื่อถือ ซึ่งทำให้การใช้ชีวิตประจำวันง่ายขึ้น” John Phillips, SVP Customer Supply Chain and Logistics ของ PepsiCo กล่าว

GS1 และ OMA จะออกสเปคลักษณะจำเพาะใหม่ในปี 2557 โดยบริษัทและองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาที่จะจัดขึ้นในปีนี้ได้ โดยบริษัทที่ได้เสนอชื่อเข้าร่วมแล้ว เช่น Fujitsu, NEC และ AT&T



40 YEARS OF THE GLOBAL LANGUAGE OF BUSINESS

# Celebrating our 40<sup>th</sup> Anniversary

## เฉลิมฉลองครบรอบ 40 ปี GS1

กว่า 40 ปีที่ผ่านมา เราได้เห็นนวัตกรรมที่โดดเด่นที่เกิดจากความพยายามของการร่วมมือกันในภาคส่วนอุตสาหกรรม เทคโนโลยี แอปพลิเคชัน และอุตสาหกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น GS1 ได้เข้ามา มีบทบาทอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการผลักดันวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจราบรื่นขึ้น มาดูกันว่าในช่วงระยะเวลา 40 ปี ที่ผ่านมา เราได้คิดค้นและทำอะไรไปบ้าง

ระบบ GS1 บาร์โค้ด ที่มีเลขหมาย 13 หลักได้ถูกนำมาใช้เป็นตัวบ่งบอกลักษณะจำเพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นสากลทั่วโลก

มาตรฐาน GS1 ได้พัฒนาไปมากกว่าการสแกน ณ จุดขาย แต่เรายังมีการใช้เทคโนโลยี ITF-14 ที่ใช้ในการประทับบรรจุภัณฑ์ขายส่ง

UCC (GS1 US) และ EAN International (GS1) ได้ลงนามความร่วมมือร่วมกันในการบริหารจัดการการใช้มาตรฐานสากล ด้วยข้อตกลงนี้ทำให้ GS1 มีประเทศสมาชิกมากขึ้นเป็น 45 ประเทศ

SC31 คณะกรรมการ International Organisation for Standardisation ได้ออกความร่วมมือระดับสากลในการพัฒนาระบบมาตรฐานสากล

เริ่มต้นศตวรรษใหม่ ด้วยสมาชิกที่มากขึ้นถึง 90 ประเทศ

EPC Global Architecture and Standards ได้ก่อตั้งขึ้น และ GS1 DataMatrix สัญลักษณ์บาร์โค้ดสองมิติที่ถูกนำมาใช้โดย GS1 ก็ได้รับการยอมรับ

ชื่อใหม่ขององค์กร คือ GS1 ได้ตั้งขึ้น ซึ่งเป็นสากลและที่มีการใช้ทั่วโลก

1973 1976 1983 1990 1996 2000 2003 2005 2013

1974 The European Article Numbering (EAN) Association ได้ก่อตั้งขึ้น ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงบรัสเซล ประเทศเบลเยียม มีประเทศสมาชิกร่วมก่อตั้ง 12 ประเทศ จากสหภาพยุโรป ในขณะที่เดียวกันก็ได้มีการพัฒนามาตรฐาน GS1 เพื่อใช้ในระบบซัพพลายเชนอย่างมีประสิทธิภาพในภาคส่วนค้าปลีก

1977 1989 มาตรฐาน GS1 ได้ขยายไปในภาคส่วนโลจิสติกส์ด้วยการใช้ GS1 128 บาร์โค้ด รวมถึง GS1 Application Identifiers ที่สามารถใส่ข้อมูลและอ่านข้อมูลได้มากกว่าเดิม นอกจากนี้ GS1 ได้ริเริ่มเข้าสู่ eBusiness ในเวอร์ชัน EANCOM Manual ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลสำหรับ Electronic Data Interchange (EDI)

1995 1999 GS1 ได้ขยายภาคส่วนมาตรฐานการใช้บาร์โค้ดไปสู่ภาคส่วนสุขภาพด้วยการก่อกำเนิดโครงการ Healthcare Collaboration Project

2002 Global Standards Management Process (GSMP) ได้ก่อตั้งขึ้น เพื่อเป็นเวทีระดับสากลในการปรึกษาหารือ และสร้างมาตรฐานแบบแผนใหม่ในการพัฒนาธุรกิจ

2004 GS1 XML และ Radio Frequency Identification (Gen2) ได้มีการนำมาใช้ Global Data Synchronisation Network (GDSN) ฐานข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้เป็นแพลตฟอร์มแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ก่อกำเนิดขึ้น

2007 2011 GS1 ได้ขยายการบริการครอบคลุมไปถึง GS1 QR Code

1973 ผู้นำอุตสาหกรรมในสหรัฐอเมริกาได้เลือกมาตรฐานในการระบุสินค้า (The Universal Product Code) ปัจจุบันบาร์โค้ดระบบนี้ก็ยังถูกใช้อยู่และรู้จักกันในนามของ GS1



1974 The Universal Code Council (UCC) เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ได้ถูกก่อตั้งขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา (GS1 US) โดยผลิตภัณฑ์แรกที่มีการใช้มาตรฐานบาร์โค้ดคือหมากฝรั่ง Wrigley วางขายที่ Marsh Supermarket ในมลรัฐโอไฮโอ



1999 Auto-ID Centre โดย Massachusetts Institute of Technology ได้ก่อตั้งขึ้น โดยเป็นผู้นำในการพัฒนาระบบ Electronic Product Code (EPC) สัญลักษณ์ GS1 DataBar ได้ถูกลดขนาดลง อีกทั้งยังมีการพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2007 องค์กรศุลกากรโลก และ GS1 ได้ลงนามข้อตกลงในการร่วมกันพัฒนามาตรฐานสากลที่ใช้ในภาคส่วนศุลกากร GS1 ได้เข้าร่วมใน Business-to-Consumer (B2C) โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อมโยงด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลของผลิตภัณฑ์ผ่านทางโทรศัพท์มือถือโดยผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

2013 ปัจจุบัน GS1 ได้มีสมาชิกถึง 111 ประเทศ และในปีนี้ก็เป็นที่แห่งการเฉลิมฉลอง GS1 ครบรอบ 40 ปี ในการเป็น "the Global Language of Business"





# Healthcare

กับการพัฒนาระบบซัพพลายเชนในโรงพยาบาล

ต่อเนื่องจากวารสารฉบับที่แล้ว การแลกเปลี่ยนการศึกษาระหว่างประเทศไทย - ญี่ปุ่น ในด้าน Healthcare เพื่อประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีมาตรฐานสากล GS1 มาประยุกต์ใช้กับระบบภายในโรงพยาบาลเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในวันที่ 5-9 มีนาคม 2556 ทาง GS1 ร่วมกับทางทีมนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหิดลและแพทย์จากรพ. รามาธิบดี และ รพ. ศิริราช ได้เดินทางศึกษาดูงานโรงพยาบาลและงานด้าน Healthcare ณ ประเทศญี่ปุ่น จำนวน 5 แห่ง

++ GS1 Japan Office ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและศึกษาสถานการณ์การจัดการระบบบาร์โค้ดยาในประเทศไทยญี่ปุ่น รวมถึงความร่วมมือระหว่าง GS1 และภาคอุตสาหกรรม

++ Toho Pharmaceutical Co., Ltd. เยี่ยมชมศึกษาระบบจัดเก็บและกระจายยาในศูนย์กระจายสินค้าการจัดการสินค้าคงคลัง และคลังยา

++ NTT Medical Center Tokyo, Gotanda เยี่ยมชมศึกษาระบบโลจิสติกส์ภายในโรงพยาบาล ตั้งแต่การรับสินค้าเข้าคลังจนถึงจ่ายยาให้ผู้ป่วย

++ National Center for Child Health and Development Center, Setagaya เยี่ยมชมเกี่ยวกับ Central Supply, Drug Dispensary

++ Kameda Medical Center, Chiba เยี่ยมชมและศึกษาดูงานระบบโลจิสติกส์ภายในโรงพยาบาล ตั้งแต่การรับสินค้าเข้าคลังจนถึงจ่ายยาผู้ป่วย รวมถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้บาร์โค้ด

จากการศึกษาดูงานในครั้งนี้ทำให้ได้ทราบกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ในการจัดการซัพพลายเชนด้านสาธารณสุขทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อนำมาพัฒนาและปรับใช้การทำงานภายในประเทศให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น



## The Australian Supply Chain Reform

การพัฒนาระบบซัพพลายเชนด้าน Healthcare ในประเทศไทยกำลังดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง สถาบันรหัสสากล (GS1 Thailand) ร่วมกับศูนย์ความเป็นเลิศด้านการจัดการโซ่อุปทานสุขภาพ มหาวิทยาลัยมหิดล (ศูนย์ LogHealth) ได้เชิญผู้แทนจากหน่วยงานรัฐบาลออสเตรเลีย The National E-Health Transition Authority Limited (NEHTA) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการพัฒนาฐานข้อมูลและการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศด้านสุขภาพสาธารณสุข (Health System – Central Data Source & e-Procurement) มาบรรยายพิเศษเมื่อวันอังคารที่ 30 เมษายน 2556 ที่ผ่านมา ณ ห้องประชุม GS1 Room 2 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ภายใต้หัวข้อ “การดำเนินการระบบฐานข้อมูลยาและเวชภัณฑ์ในประเทศออสเตรเลีย” ซึ่งได้รับเกียรติจาก Mr. Sean Smith – Senior Business Analyst Supply Chain และ Mr. Ken Blaikie – Senior Consultants in Supply Chain Reform จาก NEHTA เป็นผู้บรรยาย และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ขั้นตอนการดำเนินการ อุปสรรค และการแก้ไขปัญหาที่ผ่านมา พร้อมกับมุ่งเน้นในเรื่องการบริหารจัดการระบบซัพพลายเชนของประเทศออสเตรเลีย โดยได้รับความสนใจจากเภสัชกร แพทย์ โรงพยาบาลรัฐและเอกชน รวมถึง ผู้จัดจำหน่ายยา และหน่วยงานต่างๆ เข้าร่วมฟังอย่างคับคั่ง

++ ประเทศออสเตรเลียมีระบบการสาธารณสุขที่ค่อนข้างซับซ้อน เนื่องจากประเทศออสเตรเลียมี 8 รัฐ ซึ่งแต่ละรัฐก็ขึ้นตรงต่อรัฐบาลของรัฐบาลตัวเอง ประเทศออสเตรเลียจึงมีการพัฒนารูปแบบยุทธศาสตร์ต่างๆ เพื่อพัฒนา และปรับปรุงระบบให้มีความเชื่อมโยงถึงกัน เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ ในแต่ละภาคส่วนระบบภายในประเทศออสเตรเลียส่วนมากได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ถึง 70% มีเพียง 30% เท่านั้นที่เป็นการสนับสนุนจากเอกชน

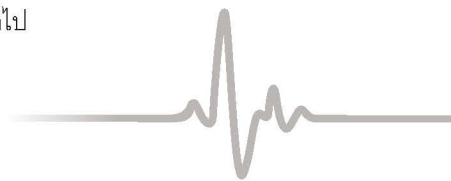
++ การใช้ระบบ National Product Catalogue (NPC) หรือ GS1 Net ภายในประเทศออสเตรเลีย เปรียบเสมือนฐานข้อมูลที่ผู้ผลิตสินค้าจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รวมทั้งราคา ต่อบริการภาครัฐด้านสาธารณสุขของประเทศ และโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นเสมือนฐานข้อมูลกลางในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า และหน่วยงานต่างๆ ในการเข้าถึงข้อมูลที่เหมาะสมและมีมาตรฐาน โดยใช้ GTIN (เลขหมายมาตรฐานประจำตัวสินค้า) ในการระบุ

++ ระบบ Message Implementation Guidelines (MIGs) เป็นระบบที่ใช้เสมือนกับเป็นการเชื่อมโยงข้อมูลผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับ National Product Catalogue (NPC) ที่เป็นการใช้บาร์โค้ดเป็นตัวนำพาข้อมูล แต่ในระบบ MIGs จะเป็นการพัฒนาโดยนำเทคโนโลยี RFID มาใช้ในการระบุผลิตภัณฑ์



++ นอกจากนี้ยังมีการใช้ AMT (Australian Medicines Terminology) ในการระบุยาที่ใช้ในประเทศออสเตรเลีย โดยการใช้อักษร ทั้งในเรื่องของแบรนด์การค้า และยาสามัญทั่วไป ซึ่งการใช้ AMT นี้เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อที่จะลดความผิดพลาดในการจ่ายยาให้คนไข้ โดยสามารถใช้ระบบนี้ในการสั่งจ่ายยาคนไข้ ทำบันทึกประวัติคนไข้ ส่งต่อข้อมูลคนไข้ ซึ่ง AMT จะแตกต่างจาก GTIN ตรงที่ว่า AMT จะบอกถึงคำจำกัดความเฉพาะด้านการแพทย์ (Clinical terminology) เช่น ชนิดโรค การรักษา และชนิดของยา เป็นต้น และในส่วนของระบบซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวข้องทางด้านสาธารณสุข ประเทศออสเตรเลียได้ถือระบบ Health Level Seven (HL7) มาเป็นมาตรฐานกลางภายในประเทศ โดยจะใช้ในการส่ง รับ แลกเปลี่ยนข้อมูล ระหว่างหน่วยงานด้านสุขภาพภายในประเทศออสเตรเลีย

จากประสบการณ์ของท่านวิทยากรที่นำมาแชร์ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้าน Healthcare ในประเทศไทย ได้มีแนวทางการพัฒนาต่อยอดระบบบริหารจัดการซัพพลายเชนในประเทศไทยให้มีมาตรฐานกลางที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการหรือการดูแลรักษาคนไข้ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงนำไปก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบฐานข้อมูลยาและเวชภัณฑ์ เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนในโครงการพัฒนาระบบการบริหารจัดการคลังยาและเวชภัณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุข ปี 2555-2557 ต่อไป





# กรณีศึกษา: การนำมาตรฐาน GS1 มาใช้ในการบริหารจัดการการขนส่งในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การนำเทคโนโลยี EANCOM มาใช้กับธุรกิจจะช่วยเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการสื่อสาร อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนและประหยัดเวลาในการบริหารจัดการ

โครงการ RPOZEUS เกิดจากความร่วมมือของ GS1 ประเทศเยอรมนี และ IW Consult ซึ่งได้รับการสนับสนุนในเรื่องงบประมาณจาก German Federal Ministry of Commerce & Technology โดยมีจุดประสงค์เพื่อจะลดการใช้กระดาษในการออกใบกำกับสินค้า และคู่มือในการขนส่งระหว่างประเทศเยอรมนี และฝรั่งเศส การเข้าร่วมโครงการนี้ธุรกิจ SMEs จะต้องผ่านระบบทดสอบการปฏิบัติการภายในองค์กรของตนในระดับพื้นฐานก่อน

German Spedition Martin ร่วมกับ GCF คู่ค้าจากฝรั่งเศสได้เข้าร่วมการทดสอบ eBusiness Solutions ที่เป็นมาตรฐานที่ใช้ในระดับสากลทั่วโลก และจากการร่วมมือกันทดสอบปฏิบัติการมาเป็นเวลาหลายปี ทำให้ทั้งสองบริษัทนี้สามารถคิดค้นกระบวนการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานที่ใช้ในการขนส่งระหว่างประเทศ

โดยในขั้นตอนแรกที่ต้องดำเนินการคือ คิดค้นกระบวนการในการส่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ของใบกำกับสินค้า และคู่มือในการขนส่ง การใช้ระบบ Electronic Data Interchange (EDI) นั้นช่วยให้กระบวนการในการสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนและเวลา การไหลลดสินค้าที่ผิดพลาดหรือการคำนวณค่าใช้จ่ายที่ผิดพลาดก็จะลดน้อยลงจากการนำกระบวนการมาตรฐานสากลมาใช้

## ความท้าทาย

ความท้าทายในการนำระบบถ่ายโอนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนมาใช้คือ การคิดค้นระบบโครงสร้างที่เหมาะสมภายในบริษัทและนำมาปรับใช้กับระบบมาตรฐาน GS1 ระบบปฏิบัติการทางเทคนิคจะถูกเช็คและตรวจสอบอยู่เสมอสม่ำเสมอ เพื่อควบคุมคุณภาพและความถูกต้องแม่นยำ

ขั้นตอนที่มีความท้าทายอีกขั้นคือ ขั้นตอนการระบุอินเตอร์เฟซการระบุขั้นตอนนี้จะช่วยให้ EDI Clearing Centre ในระดับการนำไปประยุกต์ใช้ด้านเทคนิคนั้นมีความชัดเจนถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล

## วัตถุประสงค์ของโครงการนี้คือ

- ทำให้กระบวนการขั้นตอนต่างๆ รวดเร็วขึ้น
- หลีกเลี่ยงข้อมูลที่ต้องป้อนด้วยมือ
- ลดค่าใช้จ่าย และจำนวนกระดาษ
- ลดค่าใช้จ่ายไปรษณีย์การ
- ผู้ค้าและคู่ค้าได้ประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย (Win-Win Situation)



ผลการปฏิบัติงาน

ประหยัดงบประมาณถึง 13,200 ยูโรต่อปี และระยะเวลาคืนทุน 1.6 ปี

บริษัทหุ้นส่วน



**PROZEUS** มีหน้าที่บริหารจัดการข้อมูลและมาตรฐาน eBusiness ที่จะช่วยทำให้บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมบรรลุวัตถุประสงค์



**Spedition Martin** ก่อตั้งในปี 1975 มุ่งเน้นด้านการจัดหาและด้านการแจกจ่ายทางโลจิสติกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน Fast Moving Consumer Goods และ General Industrial Goods



**Group GCF / Les Grands Chais de France (GCF)** ก่อตั้งในปี 1979 ในปัจจุบันเป็นหนึ่งในผู้ขายส่งไวน์ และสปิริต (Spirits) ที่ใหญ่ที่สุดในฝรั่งเศส และยังมีเครือข่ายในการกระจายสินค้าทั่วโลก

- ระยะเวลาของโครงการ : 9 เดือน
- การลงทุนด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ : 11,500 ยูโร
- จำนวนพนักงานต่อวัน : 23 คน (9,000 ยูโร)
- ระยะเวลาในการใช้ทุนคืน : 1.6 ปี
- จำนวนเงินที่ประหยัดได้ : 13,200 ยูโรต่อปี

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- คำจำกัดความของ EDI-Interface
- การพัฒนาปรับปรุงขององค์กร
- โครงการ Cross Functional
- Project Leadership
- วิเคราะห์ As-Is-State
- คำจำกัดความของ Target-State



Georg Martin, Chief of Operation in Spedition Martin กล่าวว่า "ระบบปฏิบัติการข้อความอิเล็กทรอนิกส์ EANCOM IFTMIN และ INVOIC ช่วยประหยัดงบประมาณรายจ่ายและเวลาเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังลดขั้นตอนในการใช้บุคลากรปฏิบัติการ ภายในระยะเวลาสองปีเราก็สามารถคืนทุนกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปทั้งหมด"

Key Learning

- การบริหารจัดการโครงการเป็นปัจจัยหลักในการวางแผนนำไปใช้ และควบคุมระหว่างคู่ค้าระหว่างประเทศ
- การประสานงาน การวางแผนอย่างถูกต้อง การบริหารจัดการและเตรียมเอกสารต่างๆ เป็นขั้นตอนที่สำคัญ
- ขั้นตอนในการตรวจสอบและการนำไปประยุกต์ใช้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง เป็นอีกปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จ

ประโยชน์ที่ได้รับ

Spedition Martin สามารถแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า และมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นักวิเคราะห์เศรษฐกิจรายงานว่า Spedition Martin จะสามารถคืนทุนค่าใช้จ่ายได้ภายใน 2 ปี ค่าใช้จ่ายที่ลดไปจาก Electronic Message IFTMIN ถือเป็น 70% และจากการแนะนำบัญชีคู่สัญญา Cross-Border INVOIC สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ถึง 30 % ประหยัดเวลาในการคิดค้น Transport Instruction ถึง 80 นาทีต่อวัน (สำหรับ GCF และ 2 คู่ค้า) และประหยัดเวลาต่อวันในการทำเอกสารเรียกเก็บเงิน (5 นาที ต่อวันภายใน GCF และ 15 นาทีต่อวัน กับบริษัทคู่ค้า)

ผลลัพธ์จากการเปลี่ยนมาใช้ EDI (Electronic Data Interchange)

- การทำงานระบบปฏิบัติการด้วยมือลดลง
  - การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น
  - ความผิดพลาดน้อยลงจากการขนส่งสินค้า
- มาตรฐาน GS1 ที่นำมาใช้นั้นมาจาก GS1 EANCOM รวมไปถึง Electronic Transport Instruction (IFTMIN) ซึ่งใช้ในการขนส่งจาก GCF ไปสู่ Spedition Martin ในเยอรมัน

เอกสารอ้างอิง  
บทความ Case study: Transport Management using GS1 standards in an SME project



# Transportation and Logistics การขนส่งและโลจิสติกส์

“มาตรฐาน GS1 เป็นอีกหนี่งวิธีที่ช่วยลดภาระการทำงานของรัฐบาลในการตรวจสอบสินค้า เพื่อความปลอดภัยของประชาชน”



ผู้คนจำนวนมากวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาซื้อ มาอาหารที่พวกเขาบริโภคจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือไม่ และพวกเขาจะสามารถมั่นใจได้อย่างไรว่าของเล่นที่จะนำไปให้เด็กๆ เล่น รวมทั้ง ผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์ที่พวกเขาซื้อมานั้นจะมีความปลอดภัย

คุณ Doug Bailey, ประธานบริษัท U.S. International Trade Data System (ITDS) Product Information Committee (PIC) กล่าวว่า “คณะกรรมการด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อคิดค้นและพัฒนามาตรการเพื่อความปลอดภัยในการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์ ส่วนบทบาทของรัฐบาลในการป้องกันการนำเข้าที่ไม่ปลอดภัยและผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงนั้น รัฐบาลมีหน้าที่เพียงแต่ตรวจสอบสินค้านำเข้าเพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าที่นำเข้านั้นเป็นสินค้าที่ไม่เป็นอันตราย แต่เนื่องด้วยงบประมาณของรัฐบาลที่มีอยู่อย่างจำกัด ผนวกกับสินค้าที่มีการนำเข้าได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมาก ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติที่การตรวจสอบดูแลสินค้านั้นจะไม่ทั่วถึง”

สมาชิกของ ITDS PIC กล่าวว่า เราต้องการที่จะมองเห็นและตรวจสอบในทุกขั้นตอนของการขนส่ง เพื่อความปลอดภัยและสร้างความเชื่อมั่น คุณ Bailey เคยทำงานในสายห่วงโซ่อุปทานในภาคสวนปศุสัตว์ เนื้อสัตว์ และสัตว์ปีก เขาค้นเคยเป็นอย่างดี เรื่องมาตรฐาน GS1 เนื่องด้วยระบบนี้สามารถอำนวยความสะดวกอย่างมากต่อธุรกิจในการที่จะติดตามผลิตภัณฑ์และด้วยการนำระบบมาตรฐาน GS1 GTINs และ Global Classification Codes มาใช้นั้น การตรวจสอบผลิตภัณฑ์ส่งออกและนำเข้าจึงลดลงไปได้ถึง 80% ในปีแรก”

ในการศึกษานำร่องในภาคส่วนของเล่นเด็กและเกมส์ เรื่องการตรวจสอบสินค้า ในสหรัฐอเมริกาผลิตภัณฑ์ของเล่นเด็กและเกมส์ถูกนำเข้ากว่า 68% ซึ่งหมายถึง 75% ของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถูกตรวจสอบมาแล้วที่ศุลกากร และเพียงแค่หนึ่งในสี่ส่วนของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่ได้ถูกตรวจสอบจากด่านศุลกากร

การใช้ GS1 GTIN ในการระบุสินค้าและการนำเข้าสินค้านั้น จะช่วยอำนวยความสะดวก อีกทั้งยังประหยัดเวลาในการตรวจสอบสินค้าของด่านศุลกากร ในทางกลับกันผู้นำเข้าสินค้าก็ยิ่งประหยัดค่าใช้จ่ายประมาณ 30,000 เหรียญสหรัฐต่อปีที่ต้องเสียไปกับค่าธรรมเนียมในการตรวจสอบ ซึ่งทำให้เราสามารถทำนายคาดการณ์ล่วงหน้าได้ อีกทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพและช่วยให้การไหลของสินค้าราบรื่นขึ้น

คุณ Doug Bailey กล่าวสรุปไว้ว่า “จากการใช้มาตรฐาน GS1 รัฐบาลจะสามารถเพิ่มความสนใจไปยังการขนส่งที่ต้องการตรวจสอบ หรือสินค้าที่มีความเสี่ยงสูง โดยไม่ต้องเสียเวลาไปกับ การตรวจสอบในทุกการขนส่ง”



ผู้ใดสนใจในข้อมูลเพิ่มเติมสามารถเข้าไปอ่านบันทึกรายงานเรื่อง “Leveraging E-Commerce Product Data for Smarter Cargo Management” และ “Guidance for Using E-Commerce Data to Manage Product Admission at International Border” ได้ที่เว็บไซต์ [www.itds.gov](http://www.itds.gov)

เอกสารอ้างอิง

บทความ GS1 US White Paper ในหัวข้อ “From Port to Port: Moving Products across Borders with Greater Visibility and Efficiency”

ส่งออกไทยไปอียูขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 7 ขณะที่การค้ากับเยอรมนีโตกว่าร้อยละ 12 ซีเอสธุรกิจ  
แครง ไทยควรเร่งขยายการค้าลงทุนร่วมพัฒนานวัตกรรม ใช้โอกาส AEC ดึงดูดนักลงทุน  
เพยแรวานฝีมือขาดแคลน เยอรมนีเปิดช่องทางคนไทย พ่อครัว แม่ครัวอาหารไทย ขวอิชา  
ที่สถานทูตในกรุงเทพฯ แล้ว

# เยอรมนีขยายปีกลงทุนต่างประเทศ ชวนนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจ



นางศรีรัตน์ รัษฐปานะ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (สค.) เปิดเผยรายงานจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคร.) นครแฟรงก์เฟิร์ต เยอรมนี ว่าการส่งออกไทยไปสหภาพยุโรป (อียู) ในช่วง 4 เดือนแรก (มกราคม-เมษายน) ปี 2556 มีการขยายตัวร้อยละ 6.8 หรือมีมูลค่า 6,575 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ท่ามกลางสถานการณ์และภาวะเศรษฐกิจที่ทรงตัว แต่เยอรมนียังคงเป็นประเทศที่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และฟื้นตัวจากสภาวะเร็วและดีที่สุดของอียู เนื่องจากรัฐบาลของเยอรมนีดำเนินนโยบายสำคัญ คือ การลดการว่างงาน และการสร้างงานในกลุ่มเยาวชนหนุ่มสาว รวมถึงการผลักดันการส่งออกสินค้าหลัก โดยเฉพาะยานยนต์และเครื่องจักรกล ซึ่งนำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับ 1

“เยอรมันได้ขยายการลงทุนไปประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้นมาก เช่น สหรัฐอเมริกา จีน บราซิล อินเดีย และไทย เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนในตลาดสินค้ายานยนต์และตลาดสินค้าเครื่องบินและชิ้นส่วนประกอบต่างๆ โดยสินค้าส่งออกสำคัญของเยอรมนีในปัจจุบันและในอนาคต ได้แก่ สินค้ายานยนต์และส่วนประกอบ เครื่องจักรกล มอเตอร์ เครื่องยนต์ และผลิตภัณฑ์ยา” นางศรีรัตน์ กล่าว

จากการสัมมนา “Innovation: Made in Germany” ให้นักธุรกิจที่สนใจขยายตลาดการค้าการลงทุนไปยังต่างประเทศ โดยเน้นการทำงานร่วมภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนานวัตกรรมนั้น มีข้อสรุปว่าควรใช้ “Made in Germany” เป็น

จุดแข็งในการบุกตลาดต่างประเทศ เพราะคนทั่วโลกต่างมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และพร้อมที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่แพงกว่าสินค้าจากประเทศอื่น ทั้งนี้ เบื้องหลังความสำเร็จของเยอรมนีอยู่ที่การสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพ ตั้งแต่ระดับช่างฝีมือไปจนถึงผู้บริหาร เพื่อสร้างนวัตกรรมและการผสมผสานงานวิจัยในภาคการศึกษาและภาคเศรษฐกิจ ทำให้มีเม็ดเงิน ضخมฉีดเข้ามาในเรื่องการวิจัยมากขึ้น รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับการวิจัยมาก โดยรัฐบาลได้ใช้งบประมาณ (ไม่รวมงบประมาณที่ใช้ในเรื่องการศึกษา) ในปี 2553 ถึงประมาณ 70,000 ล้านยูโร คิดเป็นร้อยละ 2.8 ของจีดีพี

“แนวโน้มการลงทุนในอนาคตของภาคเศรษฐกิจในเยอรมนี โดยเฉพาะภาคธุรกิจขนาดกลาง จะให้ความสำคัญกับการขยายการลงทุนไปยังต่างประเทศ โดยเป้าหมายหลักคือ จีน อินเดีย และประเทศในแถบอเมริกาใต้ ภายใต้แนวคิดเน้นการผลิตเพื่อขายในภูมิภาคที่เข้าไปลงทุน ไม่ใช่เน้นการผลิตเพื่อส่งกลับมาจำหน่ายในเยอรมนีหรือในยุโรป และที่สำคัญต้องเน้นการลงทุนด้านการวิจัยในต่างประเทศควบคู่ไปกับการลงทุน ทั้งนี้ โอกาสการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และไทยจะช่วยให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นที่น่าสนใจแก่นักลงทุนจากเยอรมนีมากขึ้น เนื่องจากเยอรมนีเห็นว่าเป็นตลาดที่ยังมีการขยายตัวอยู่มาก หาก AEC สามารถสร้างจุดเด่นในการเป็นภูมิภาคการลงทุนที่มีแรงงานฝีมือ มีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพที่พร้อมทำงานด้านการวิจัยก็จะเป็นที่ดึงดูดของนักลงทุนจากเยอรมนีมากขึ้น”

“การส่งเสริมสินค้าคุณภาพของไทย ควรเน้นเรื่องการประชาสัมพันธ์แบรนด์ประเทศ (Country Brand) เช่น การใช้ตราสัญลักษณ์ไทยแลนด์ ทรัสต์ มาร์ค (Thailand Trusted Mark) เพื่อให้ตราคุณภาพนี้เป็นที่รู้จักในหมู่นักค้าในวงกว้างและพัฒนาภาพลักษณ์พร้อมคุณภาพสินค้าควบคู่กันไป” นางศรีรัตน์ กล่าว

นางดวงกมล เจียมบุตร ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต กล่าวว่า ตามที่แนวโน้มการส่งออกสินค้าของเยอรมนียังมีแววสดใส นั้นนับเป็นโอกาสดีของไทยที่จะส่งออกสินค้าเพื่อนำมาใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ ของเยอรมนี เพราะยังจำเป็นต้องนำเข้าสินค้าและชิ้นส่วนบางชนิดเพื่อนำไปประกอบและผลิตสินค้าก่อนส่งออกขายตามประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น อุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์และชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องประดับแท้ พลอยสีต่างๆ เป็นต้น เพื่อพัฒนารูปแบบและคุณภาพสินค้า พร้อมกับช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและปฏิบัติตามระเบียบของอียูอย่างเคร่งครัด

“การขยายสู่ทางการค้า คงต้องมองกันให้ลึก อาทิ ในปี 2565 เยอรมนีจะหยุดใช้ไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์ ซึ่งทำให้ทุกภาคส่วนต้องหันมาใช้พลังงานทางเลือกเพื่อผลิตไฟฟ้า เช่น พลังงานลม แสงอาทิตย์ แต่การผลิตพลังงานทางเลือกนี้



การส่งออกไทยไปเยอรมนี 4 เดือนแรก มีมูลค่า 1,279 ล้านบาทหรือ 37,907 ล้านบาท) ขยายตัวกว่าร้อยละ 12.5 สินค้าส่งออกสำคัญ คือ ัญญาภัณฑ์และเครื่องประดับ แพรวงจรไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น การนำเข้า 2,131 ล้านบาทหรือ 64,121 ล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 17.7 สินค้านำเข้า คือ เครื่องจักรและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์

มีต้นทุนที่สูงกว่า ซึ่งอาจเป็นผลกระทบให้ต้องลดต้นทุนด้านอื่นๆ เช่น วิจัยและพัฒนา แต่จะเป็นโอกาสที่จะเรียนรู้การลดใช้พลังงานเพื่ออนุรักษ์โลก” นางศรีรัตน์ กล่าว

นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากเยอรมนีมีอัตราการเกิดของประชากรค่อนข้างต่ำ และประชากร 1 ใน 5 เป็นประชากรที่อายุมากกว่า 65 ปี แต่กลุ่มอายุโรโซนมีปัญหการว่างงานจำนวนมาก ปัจจุบันเยอรมนีออกกฎหมายอนุญาตให้นำเข้าแรงงานในสาขาที่ขาดแคลนจากประเทศที่ไม่ใช่สมาชิกอียูได้ ซึ่งไทยได้ประโยชน์จากกรณีแรงงานฝีมือที่ต้องใช้ความสามารถที่ไม่สามารถเรียนรู้ในเยอรมนีได้ เช่น การนวดแผนไทย ฟอคริว แม่ครัวอาหารไทย นายจ้างในเยอรมนีสามารถขอใบอนุญาตให้แก่ลูกจ้างได้ โดยต้องแสดงแบบฟอร์มการขอวีซ่าทำงาน โดยขอได้จากสถานทูตเยอรมันที่กรุงเทพฯ สัญญาการจ้างงานครอบคลุมเรื่องอัตราเงินเดือน ชั่วโมงการทำงานเป็นภาษาเยอรมัน ใบริบรองตรวจสุขภาพที่เมืองไทย และใบริบรองและประกาศนียบัตรต่างๆ เป็นต้น โดยขอได้จากสถานทูตเยอรมันที่กรุงเทพฯ เป็นต้น

กว่า 10 ปี ที่เราค้นเคยกับการซื้อเครื่องดื่มหรือสินค้าผ่านตู้จำหน่ายสินค้าหยอดเหรียญ หรือ Vending Machine และอีกไม่นานเราก็จะคุ้นเคยกับการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อชำระสินค้าหรือค่าโดยสารรถไฟฟ้ ด้วยเทคโนโลยี NFC (Near-Field Communication) จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ตู้จำหน่ายสินค้าหยอดเหรียญแบบที่คุ้นเคยจะกึ่งเวลาแปลวร้างไปสู่ตู้ที่เป็นมากกว่าการจำหน่ายสินค้าภายในตู้

## “Touch Screen และ NFC นวัตกรรมสิ่งซื้อสินค้าและ โฆษณาผ่านตู้หยอดเหรียญ”

บริษัท ชันร้อยแปด จำกัด ผู้นำตลาด Vending machine ภายใต้แบรนด์ 108 Vending และ บริษัท เทคโนโลยี แอสเสท แมนเนจเม้นท์ พลัส จำกัด ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์และ Takepoints แอปที่ได้นำ NFC มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ได้ร่วมกันพัฒนา Vending machine โดยนำเทคโนโลยี LCD Touch screen และ NFC เข้ามาผสมผสานเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนยุคนี้

108 Vending - LCD Interactive vending จะแสดงสินค้าผ่านจอ LCD ขนาด 46 นิ้ว โดยผู้ซื้อสินค้าสามารถสัมผัสเลือกสินค้าผ่านระบบ Touch Screen ซึ่งแสดงเป็นรูปกราฟิก หรือจะเลือกชมวิดีโอโฆษณาและโฆษณาภาพนิ่ง นอกจากนี้ผู้ซื้อจะเห็นสินค้าที่มีความสวยงามมากขึ้นและเคลื่อนไหวได้แล้วยังสามารถรับข้อมูลเพิ่มเติมเข้าสู่โทรศัพท์มือถือของผู้ซื้อเองผ่าน NFC ที่จุดรับข้อมูล ซึ่งสามารถเปิดชมสินค้าผ่านเว็บไซต์ Youtube หรือ Google Map

นอกจากตัวอย่างการรับข้อมูลเพิ่มเติมจาก Vending ไปสู่มือถือด้วย NFC แล้ว ยังมีการประยุกต์ใช้งานในรูปแบบการรับ e-Voucher เช่น เมื่อพบเห็นโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่าน LCD Vending machine สามารถรับ e-Voucher เพื่อเป็นส่วนลด หรือรับสินค้าฟรีได้ที่ร้านหรือจุดรับสินค้า ผู้ที่สนใจเพียงนำมือถือแตะกับจุดส่งข้อมูลที่ตู้ ผ่านเทคโนโลยี NFC เพียงเท่านั้น e-Voucher ที่สนใจก็จะไปอยู่บนมือถือ และสามารถไปรับโปรโมชั่นได้ โดยผู้ทำโฆษณาเองสามารถวัดประสิทธิภาพของการทำโฆษณาได้อย่างแม่นยำ ว่าเป็นใคร อายุเท่าไร เห็นสื่อโฆษณานี้เมื่อไหร่ ที่จุดไหน และไปใช้กับร้านจริงหรือไม่

ใครจะคิดว่าในตู้ที่เคยบรรจุได้แต่สินค้าเพียงไม่กี่ชิ้น ต่อไปจะสามารถบรรจุได้ทั้งสินค้าและบริการอย่างไม่จำกัด และยังเปลี่ยนรูปแบบการขายสินค้าภายในตู้เป็นการใช้พื้นที่โฆษณาแบบ Interactive กับผู้ชมและวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกไม่นานเกินรอตู้จำหน่ายสินค้าหยอดเหรียญ ก็จะแปลงร่างไปเป็นตู้จำหน่ายและโฆษณาแบบไร้ขีดจำกัด



ผู้ที่สนใจใช้งาน RFID ติดต่อรับคำปรึกษา และเรียนรู้เทคโนโลยีด้าน RFID ได้ที่ **สถาบันส่งเสริมความเป็นเลิศทางเทคโนโลยีอาร์เอฟไอดีแห่งประเทศไทย** .....

ตารางการอบรมและเยี่ยมชมงาน เดือนพฤษภาคม และ มิถุนายน 2556

กิจกรรม	วัน-เดือน-ปี	สถานที่
เยี่ยมชมงาน “Smart Phone Technology ตอน Smart Marketing & Smart Services”	15 พ.ค.	A Loft Hotel กทม.
อบรม “เทคนิคการบริหารจัดการสินทรัพย์ขององค์กร ด้วยเทคโนโลยี RFID รุ่นที่ 2” [Asset Management System (AMS) & Real Time Location System (RTLs)]	29 พ.ค.	ห้องศูนย์สถิติ RFID
เยี่ยมชมงาน “การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID เพื่อการบริหารจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะ”	19 มิ.ย.	บจ.โลอ้อน (ประเทศไทย) ชลบุรี
อบรม “การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID ในกระบวนการผลิต”	29 มิ.ย.	ห้องศูนย์สถิติ RFID

หมายเหตุ : ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูล โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม:

สถาบันส่งเสริมความเป็นเลิศทางเทคโนโลยีอาร์เอฟไอดีแห่งประเทศไทย  
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย  
คุณวิไลลักษณ์ ศิริคม โทรศัพท์: 0 2345 1211, 0 2345 1213, 0 2345 1231  
โทรศัพท์มือถือ: 08 1923 5400 โทรสาร: 0 2345 1232  
อีเมล: wilailaks@off.fti.or.th; rfid.th@gmail.com เว็บไซต์: www.rfid.or.th  
เฟซบุ๊ก: www.facebook.com/rfid.thailand

# การกำหนดเลขหมายประจำตัวสินค้า (GTIN-13) และการคำนวณตัวเลขตรวจสอบ (Check Digit)

## การกำหนดเลขหมายประจำตัวสินค้า (GTIN-13)

1

### โครงสร้างบาร์โค้ดสำหรับบุคคล/นิติบุคคล

9999 เลขหมาย

885 \_ \_ \_ \_ \_ XXXX C คือ รหัสสินค้าที่บริษัทต้องกำหนดเองโดยสินค้ารายการแรกคือ 0001 รายการที่สองคือ 0002 สามารถกำหนดได้ถึง 9999 รายการ โดยสถาบันฯ แนะนำให้กำหนดสินค้าเรียงต่อกันเพื่อป้องกันความสับสนในการใช้งานเลขหมาย และยังทำให้ทราบว่ารหัสสินค้าของสมาชิก ณ ปัจจุบันใช้งานถึงรหัสใดแล้ว

### ตัวอย่าง



น้ำดื่ม	0.6 ลิตร	885 1234 0001 C
	1.0 ลิตร	885 1234 0002 C
	1.5 ลิตร	885 1234 0003 C
	2.0 ลิตร	885 1234 0004 C
	2.5 ลิตร	885 1234 0005 C

2

### โครงสร้างบาร์โค้ดสำหรับ OTOP

9 เลขหมาย

885 \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ X C คือ รหัสสินค้าที่บริษัทต้องกำหนดเองโดยสินค้ารายการแรกคือ 01 รายการที่สองคือ 02 สามารถกำหนดได้ถึง 9 รายการ โดยสถาบันฯ แนะนำให้กำหนดสินค้าเรียงต่อกัน เพื่อป้องกันความสับสนในการใช้งานเลขหมายและยังทำให้ทราบว่ารหัสสินค้าของสมาชิก ณ ปัจจุบันใช้งานถึงรหัสใดแล้ว

99 เลขหมาย

885 \_ \_ \_ \_ \_ \_ \_ XX C คือ รหัสสินค้าที่บริษัทต้องกำหนดเองโดยสินค้ารายการแรกคือ 01 รายการที่สองคือ 02 สามารถกำหนดได้ถึง 99 รายการ โดยสถาบันฯ แนะนำให้กำหนดสินค้าเรียงต่อกัน เพื่อป้องกันความสับสนในการใช้งานเลขหมายและยังทำให้ทราบว่ารหัสสินค้าของสมาชิก ณ ปัจจุบันใช้งานถึงรหัสใดแล้ว

**ข้อควรระวังในการกำหนดรหัสสินค้า**

1. สินค้าต่างชนิดกัน ต้องกำหนดเลขหมายแตกต่างกัน
2. สินค้าชนิดเดียวกันแต่มีความแตกต่างด้านสี รส กลิ่น ขนาด จำนวน และคุณลักษณะบรรจุ ต้องกำหนดเลขหมายให้มีความแตกต่างกัน



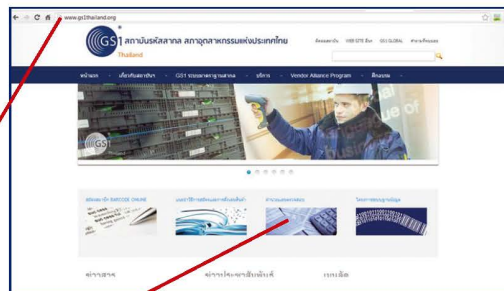
เลขตรวจสอบ (Check Digit) เป็นหมายเลขหลักสุดท้ายที่วางอยู่ในตำแหน่งขวาสุดของชุดตัวเลขบาร์โค้ด และ "Check Digit" นี้เกิดขึ้นจากการคำนวณเท่านั้น ซึ่งจะไม่สามารถระบุกำหนดค่าตัวเลขนี้เองได้ เนื่องจากหากมีการระบุให้หลักสุดท้ายเป็นเลข 9 หรือเลขอื่นตามที่ต้องการนั้น ทั้งๆ ที่ Check Digit ที่คำนวณออกมาไม่ใช่เลขนั้น ก็จะมีปัญหาเกิดขึ้นทันที คือเครื่องสแกนเนอร์จะไม่สามารถอ่านค่าสัญลักษณ์บาร์โค้ดนั้นได้

ตัวเลขสุดท้ายหลักที่ 13 นี้ จะมาได้อย่างไร และมีความสำคัญเช่นไร วันนี้ทางฝ่ายสมาชิกมีวิธีการง่ายๆ มาแนะนำสมาชิกทุกท่านได้ทราบครับ

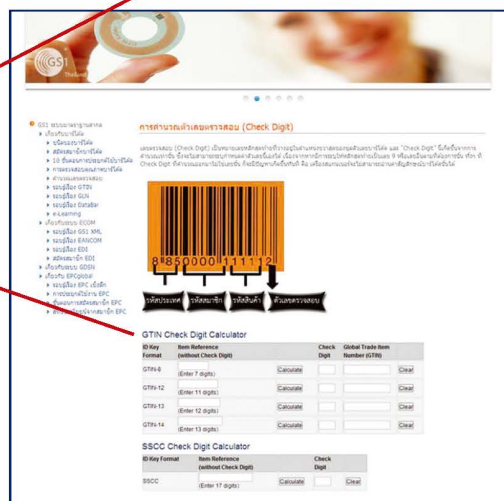


**วิธีการคำนวณบนเว็บไซต์**

1. เข้าเว็บไซต์สถาบัน [www.gs1thailand.org](http://www.gs1thailand.org)



2. เลือกคำนวณเลขตรวจสอบเลข



3. เมื่อกำหนดรหัสสินค้าได้แล้วนำเลขทั้ง 12 ตัว ใส่ในช่องและกด Calculate ก็จะได้เลข Check Digit

GTIN Check Digit Calculator

ID Key Format	Item Reference (without Check Digit)	Check Digit	Global Trade Item Number (GTIN)
GTIN-8	(Enter 7 digits)	Calculate	Clear
GTIN-12	(Enter 11 digits)	Calculate	Clear
GTIN-13	(Enter 12 digits)	Calculate	Clear
GTIN-14	(Enter 13 digits)	Calculate	Clear

ค่าป้ล็ก

ค่าสำง

## วิธีการคำนวณด้วยตนเอง

### วิธีการคำนวณค่าตัวเลขตรวจสอบของ EAN - 13 / GTIN-13

ตัวอย่างเลขรหัสสินค้า 8 8 5 1 2 3 4 0 0 7 8 9 C

- ขั้นที่ 1 เริ่มต้นด้วยนำเลขหมายที่อยู่ในตำแหน่งคี่มาบวกรวมกัน เริ่มจากขวาไปซ้าย  
 $\rightarrow 9 + 7 + 0 + 3 + 1 + 8 = 28$
- ขั้นที่ 2 นำผลรวมจากขั้นที่ 1 คูณด้วย 3  
 $\rightarrow 28 * 3 = 84$
- ขั้นที่ 3 นำเลขหมายที่อยู่ในตำแหน่งคู่มาบวกรวมกัน เริ่มจากขวาไปซ้ายเหมือนเดิมครับ  
 $\rightarrow 8 + 0 + 4 + 2 + 5 + 8 = 27$
- ขั้นที่ 4 นำผลลัพธ์จากขั้นที่ 2 มาบวกกับผลลัพธ์ในขั้นที่ 3  
 $\rightarrow 84 + 27 = 111$
- ขั้นที่ 5 เมื่อได้ผลรวมในขั้นที่ 4 ออกมา เราจะดูเฉพาะหลักสุดท้ายหรือหลักหน่วย หลังจากนั้นให้นำ 10 ไปลบจากหลักหน่วย และตัวเลขที่ได้นั้นจะเป็น "Check Digit" ที่ถูกต้องครับ  
 $\rightarrow 111 \rightarrow 10 - 1 = 9$  เพราะฉะนั้น ตัวเลขตรวจสอบก็คือ 9

ในกรณีที่หลักสุดท้ายของผลรวมในขั้นที่ 4 เป็นเลข 0 เช่น รวมออกมาแล้วได้ 110 ตัวเลขตรวจสอบ หรือ "Check Digit" ก็คือ 0 ครับ สำหรับ ITF-14 ก็ใช้หลักการคำนวณเดียวกันนี้ แต่จะมีตัวเลขที่ใช้ในการคำนวณเพิ่มขึ้นอีก 1 หลัก เราเริ่มคำนวณดูกันเลยดีกว่าครับ

ตัวอย่างเลขรหัสสินค้า 1 8 8 5 1 2 3 4 0 0 7 8 9 C

- ขั้นที่ 1  $9 + 7 + 0 + 3 + 1 + 8 + 1 = 29$
- ขั้นที่ 2  $29 * 3 = 87$
- ขั้นที่ 3  $8 + 0 + 4 + 2 + 5 + 8 = 27$
- ขั้นที่ 4  $87 + 27 = 114$
- ขั้นที่ 5  $114 \rightarrow 10 - 4 = 6$  เพราะฉะนั้น ตัวเลขตรวจสอบก็คือ 6



เมื่อได้บาร์โค้ดครบ 13 หลักแล้ว ทางสมาชิกต้องจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลไว้ว่าบาร์โค้ดแต่ละเลขคือสินค้าอะไร พร้อมระบุรายละเอียดสินค้า ซึ่งจะทำให้ทราบว่ามีสมาชิกได้กำหนดรหัสสินค้าไปที่รายการแล้ว และเมื่อติดต่อส่งสินค้าให้กับลูกค้า ก็ต้องแจ้งข้อมูลส่วนนี้ให้ลูกค้าทราบว่าเลขหมายประจำตัวสินค้าแต่ละเลขคือ สินค้าอะไร



# อัปเดตการอบรมที่ผ่านมา

## บาร์โค้ดกับการจัดการสินค้า ในปัจจุบันและอนาคต

การแนะนำเทคโนโลยีบาร์โค้ดให้เข้าถึงกลุ่มธุรกิจทุกอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งในธุรกิจให้ขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้นได้อย่างไรนั้น สถาบันรหัสสากลจึงตระหนักถึงการออกไปเผยแพร่ให้ความรู้สู่ภาคธุรกิจด้วยการเข้าไปร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมการผลิต (SMI) เดินทางไปศึกษารายความผลความรู้เรื่อง “บาร์โค้ดกับการจัดการสินค้าในปัจจุบันและอนาคต” ในจังหวัดต่างๆ 5 ภูมิภาค ใน 2 โครงการ คือ



โครงการ Workshop สัณจรรยาผลความรู้ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

- โครงการ Workshop สัณจรรยาผลความรู้ด้านโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคอุตสาหกรรมเพื่อความเข้มแข็งทางธุรกิจ ใน 12 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม ปทุมธานี นครพนม ชัยนาท ศรีสะเกษ นครนายก พะนัฒนบุรี ปัตตานี สตูล และปราจีนบุรี (ร่วมกับกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ (กพร.))



- โครงการสัมมนาสัญจร 5 ภูมิภาค “Productivity On Tour-ได้อย่างมั่นใจ ไปด้วยกัน ไปได้ไกล กับผลิตผลที่ยั่งยืน” ใน 5 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม กระบี่ ลำพูน เพชรบุรี และหนองคาย (ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน))

โดยที่ผ่านมามีได้เดินทางออกให้ความรู้ในโครงการแรกแล้ว 2 จังหวัดคือ ครั้งที่ 1 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 25-26 เมษายน 2556 ณ บริษัทโรงเส้นไหมซอเฮง จำกัด จังหวัดนครปฐม ผู้เข้าร่วมงานกว่า 80 ท่าน ส่วนครั้งที่ 2 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 9-10 พฤษภาคม 2556 ณ โรงแรมบางกอกกอล์ฟ สเปา รีสอร์ท จังหวัดปทุมธานี มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 70 ท่าน ซึ่งภายในงานได้มีการกล่าวถึง Case Study จากบริษัทฯ ที่นำระบบบาร์โค้ดไปประยุกต์ใช้และพัฒนาการบริหารจัดการสินค้า และระบบโลจิสติกส์เพื่อเป็นการลดต้นทุน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบริษัทฯ ได้ทั้งระบบอย่างแท้จริง

สำหรับโครงการที่ 2 ที่จัดไปแล้ว 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2556 ณ โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์ จ.นครปฐม มีผู้สนใจเข้าร่วมงานอย่างคึกคักกว่า 120 คน โดยภายในงานผู้สัมมนาได้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องทิศทางเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย และค่าเงินบาท โดยทีมนักวิชาการจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (EIC) รวมถึงการบรรยายจากนักวิชาการของสถาบันรหัสสากล ในด้านการนำเทคโนโลยีบาร์โค้ดไปเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในเรื่องของการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ในกระบวนการทำงานทั้งระบบของธุรกิจ และบรรยากาศภายในงานมีผู้สนใจเข้าร่วมงาน ชมบูธของสถาบันฯ และให้การสอบถามเกี่ยวกับการใช้งานบาร์โค้ด การสมัครสมาชิกบาร์โค้ดกันอย่างหนาแน่น

สำหรับการเดินทางไปให้ความรู้ในจังหวัดต่างๆ ใน 5 ภูมิภาคในครั้งต่อไป สถาบันฯ จะนำมาเผยแพร่ให้ท่านสมาชิกสถาบันฯ รับทราบกันในฉบับต่อไป



โครงการสัมมนาเสวนา 5 ภูมิภาค  
 “Productivity On Tour-โตอย่างมั่นใจ  
 ไปด้วยกัน ไปดีไกล กับผลิตภัณฑ์ยั่งยืน”

**หลักสูตรการอบรม กรกฎาคม - กันยายน 2556**

เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนบาร์โค้ด สามารถนำหลักเกณฑ์ข้อกำหนดต่างๆของการสร้างและการนำบาร์โค้ดไปใช้อย่างถูกต้อง เป็นไปตามมาตรฐาน ทางสถาบันฯ จึงกำหนดให้สมาชิกรายใหม่ทุกราย ต้องผ่านการอบรม การใช้บาร์โค้ดมาตรฐาน GS1 ในการจัดการสินค้า สำหรับสมาชิกรายใหม่ ลงทะเบียนและเข้าอบรมภายในระยะเวลา 2 เดือนนับจากวันรับอนุมัติเป็นสมาชิก

**โปรแกรมการอบรมต่างๆ ในช่วงเดือนกรกฎาคม - กันยายน 2556 ดังนี้**

หลักสูตร	เนื้อหาหลักสูตร	วันที่จัด	อัตราค่าอบรม
ความรู้เบื้องต้นการใช้มาตรฐานสากล GS1 Barcode ในธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แนะนำเกี่ยวกับ GS1 และ สถาบันรหัสสากล (GS1 Thailand)</li> <li>- ภาพรวมของระบบมาตรฐานสากล GS1</li> <li>- ประโยชน์การใช้บาร์โค้ดมาตรฐานสากล</li> <li>- สิทธิประโยชน์ในการสมัครสมาชิกสถาบันรหัสสากล</li> </ul>	30 กรกฎาคม 03 กันยายน 24 กันยายน	บุคคลทั่วไป: ฟรี
การใช้บาร์โค้ดมาตรฐานสากล GS1 และ GS1-128 ในการจัดการสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บาร์โค้ดมาตรฐานระบบ GS1</li> <li>- โครงสร้างเลขหมายบาร์โค้ดมาตรฐาน GS1 System</li> <li>- การกำหนดเลขหมายประจำตัวสินค้า</li> <li>- การประยุกต์บาร์โค้ดมาตรฐาน GS1-128</li> <li>- GS1-128 Application Identifiers (AI's)</li> <li>- การจัดการซัพพลายเชนในแบบจำลอง</li> </ul>	09, 23 กรกฎาคม 06 สิงหาคม 10, 24 กันยายน	สมาชิกGS1: ฟรี* บุคคลทั่วไป: 1,200 บาท
การประยุกต์ใช้และตรวจสอบคุณภาพบาร์โค้ดเพื่อการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การกำหนดเลขหมายบริษัท เลขหมายประจำตัวสินค้า</li> <li>- การเลือกวิธีการจัดพิมพ์และคุณลักษณะของเครื่องสแกนบาร์โค้ด</li> <li>- การเลือกใช้บาร์โค้ดให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์</li> <li>- ข้อกำหนดและเทคนิคการใช้บาร์โค้ด</li> <li>- มาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพบาร์โค้ด</li> <li>- วิธีการตรวจสอบคุณภาพบาร์โค้ดเพื่อการใช้งานจริง</li> </ul>	26 กรกฎาคม 27 กันยายน	สมาชิก GS1 และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย : 1,600 บาท บุคคลทั่วไป: 2,000 บาท

\*สมาชิกเก่าที่สมัครเกิน 2 เดือน หากต้องการเข้าร่วมอบรมเสียค่าใช้จ่ายท่านละ 500 บาท

ผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ [www.gs1thailand.org](http://www.gs1thailand.org) หรือที่ฝ่ายฝึกอบรม โทรศัพท์: 0 2345 1197



**สถาบันรหัสสากล** ได้มีการจัดทำวารสาร **GS1 Thailand Newsletter** มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ ข่าวสารต่างๆ ให้กับสมาชิกและผู้สนใจทั่วไป มียอดการพิมพ์ครั้งละ 11,000 ฉบับ โดยทางทางสถาบันฯ ทำการเพิ่มคอลัมน์ **Product Focus** ลงในวารสารของสถาบันฯ ซึ่งสมาชิกสามารถโฆษณาสินค้าของสมาชิกได้ใน **ราคาพิเศษ !!!**



**มือใหม่**

- คอลัมน์ 4 สี จำนวน 2 หน้า A4 มีพื้นที่โฆษณา จำนวน 6 ตำแหน่ง แต่ละตำแหน่ง มีพื้นที่เท่ากับ 1/3 ของหน้า A4
- สมาชิกแต่ละราย สามารถโฆษณาสินค้าได้ 1 ตำแหน่ง เท่านั้น ไม่สามารถซื้อพื้นที่เพิ่มเติมได้ เนื่องจากสถาบันฯ ต้องการกระจายสิทธิ์ให้กับสมาชิกรายอื่นอย่างเท่าเทียมกัน
- ในพื้นที่ 1 ตำแหน่ง สามารถลงรูปได้จำนวน 1 รูป พร้อมทั้งข้อความโฆษณาสินค้า ไม่เกิน 5-7 บรรทัด โดยใช้แบบตัวอักษร Angsana New ขนาด 14
- อัตราค่าโฆษณาพิเศษสำหรับสมาชิก 2,000 บาท (ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%) สำหรับการโฆษณา 1 ตำแหน่ง ต่อการลงโฆษณา 1 ครั้ง

สนใจติดต่อ: คุณสุคนธ์ทิพย์ สถาบันรหัสสากล  
โทร. 0 2345 1197 E-mail: sukonthipw@gs1thailand.org

**ประชาสัมพันธ์สินค้ากับสถาบันรหัสสากล**

สถาบันรหัสสากล สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จัดพื้นที่แสดงสินค้าภายในบริเวณสถาบันฯ เพื่อหมุนเวียนให้สมาชิกของสถาบันฯ ได้นำสินค้ามาประชาสัมพันธ์

**หากสมาชิกท่านใดสนใจ สามารถส่งผลิตภัณฑ์มาร่วมจัดแสดงโดยไม่จำกัดจำนวน!**

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ :

คุณณิชกานต์ อูชชิน

โทรศัพท์: 0 2345 1190 อีเมล: nichakanu@gs1thailand.org

**เงื่อนไข**

- ฟรี! ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น
- พิจารณาการนำสินค้าขึ้นแสดงโชว์ตามลำดับการยื่นเรื่อง
- จัดแสดงสินค้าให้เป็นระยะเวลา 1 เดือน หรือมากกว่านั้น
- ขอสงวนสิทธิ์ในการเก็บสินค้าที่นำมาจัดแสดง





# ทิศทางและแนวโน้มของสินค้าอาหารฮาลาลไทยและตลาดฮาลาลโลก

อาหารฮาลาล คือ อาหารตามหลักความเชื่อทางศาสนา การกระจายตลาดต้องสร้างความเชื่อมั่นในการผลิตแก่ผู้ซื้อ ผู้ผลิตต้องมีความซื่อสัตย์ ถึงแม้จะนับถือศาสนาอิสลามเหมือนกัน แต่ตลาดมีความแตกต่างกันด้านวัฒนธรรม พฤติกรรมประจำถิ่น จึงควรทำความรู้จักตลาดเป้าหมายที่นำเสนอให้ดี

ในปี 2563 ประชากรโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 7.7 พันล้านคน โดยจะมีประชากรมุสลิมร้อยละ 24.9 หรือประมาณ 1.9 พันล้านคน และในปี 2573 จะเพิ่มขึ้นเป็น 2.2 พันล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.4 ของประชากรโลก ซึ่งจะเห็นได้ว่าขนาดประชากรที่นับถือศาสนาอิสลาม มีความเคร่งครัดในการบริโภคอาหารตามหลักศาสนาที่เรียกว่าอาหารฮาลาลนั้นมีขนาดใหญ่มากในตลาดโลก ประเมินว่าเป็น 1 ใน 4 ของประชากรโลก และหากรวมถึงกลุ่มประชากรที่ไม่นับถือศาสนาอิสลาม แต่มีความเชื่อมั่นว่าอาหารฮาลาลนั้นสะอาด ปลอดภัย ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าแฝง ก็เชื่อได้ว่าตลาดอาหารฮาลาลนั้นน่าจะมีมูลค่ามากกว่า 1 ใน 3 ของตลาดอาหารโลก

การประเมินมูลค่าตลาดอาหารฮาลาลโลกมีการประเมินจากหลายหน่วยงาน เนื่องจากไม่มีระบบบันทึกการค้าที่เจาะจงว่าเป็นสินค้าฮาลาล สถาบันอาหารจึงได้ประเมินจากสมมติฐานที่ว่า สินค้าอาหารที่มีศักยภาพเป็นอาหารฮาลาลได้ทั้งโดยธรรมชาติและโดยต้องผ่านการรับรอง และได้ตัดมูลค่าการค้าอาหารที่ไม่ใช่ฮาลาลแน่นอนออก จากสมมติฐานข้างต้นพบว่ามูลค่าการค้าอาหารโดยรวมในตลาดโลกปี 2554 อยู่ที่ประมาณ 1,063.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยเป็นอาหารที่มีศักยภาพเป็นอาหารฮาลาลอยู่ 957.57 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 90 ของมูลค่าการค้าอาหารทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการส่งออกอาหารของไทยค่อนข้างพึ่งพิงตลาดเก่าอย่างสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และออสเตรเลียอย่างมาก เมื่อเกิดวิกฤติเศรษฐกิจหรือปัญหาการกีดกันทางการค้าจึงส่งผลกระทบต่อมาก ดังนั้นจึงควรมองหาตลาดใหม่ซึ่งจะเป็นตลาดอาหารฮาลาลที่มีศักยภาพสูง อย่างเช่น โมร็อกโก และ อียิปต์

**โมร็อกโก** จากการวิจัยของสถานทูตไทยในโมร็อกโก พบว่าตราฮาลาลมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจขึ้น การที่เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวดีทำให้คนชั้นกลางมีรายได้เฉลี่ยสูงขึ้น มีความสามารถในการซื้ออาหารมากขึ้น ธุรกิจค้าปลีกที่ขยายตัวอย่างมากทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงอาหารในบรรจุภัณฑ์ง่ายขึ้น ความต้องการอาหารที่สะดวกรวดเร็ว บรรจุภัณฑ์ที่เป็นซองเล็กได้ขยายตัวขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะกลุ่มบิสกิต ขนมขบเคี้ยว ลูกอม ขนมหวาน ซุป โดยในปี 2554 โมร็อกโกนำเข้าอาหารมูลค่า 4,599.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อัตราขยายตัวร้อยละ 39.01 จากปี 2553 โดยไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพียงประมาณร้อยละ 0.2 เท่านั้น

**อียิปต์** ตลาดฮาลาลในอียิปต์ มีแนวโน้มเติบโตสูงตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ในปี 2555 -2559 Business Monitor คาดการณ์การบริโภคอาหารต่อคนต่อปีขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 8.35 ยอดขายเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 12.55 โดยในปี 2555 ไทยส่งออกอาหารไปอียิปต์มูลค่า 7,537.9 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 42.27 เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองในช่วงปี 2554 ทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศลดลง เกิดอัตราเงินเฟ้อสูง ปริมาณผลิตในประเทศลดลง ขณะที่ความต้องการสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในความมั่นคงของชีวิตและทรัพย์สินหันมาสำรองอาหารมากขึ้น ทำให้ในปี 2555 อาหารสำเร็จรูป โดยเฉพาะทูน่ากระป๋อง ปลาแมคเคอเรลกระป๋อง สับปะรดกระป๋องต่างๆ ขยายตัวดี