



ISSN 0125-8516
http://e-journal.dip.go.th

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 59 ฉบับเดือนกันยายน - ตุลาคม 2560

ISSN 0125851-6



มะพร้าวน้ำหอมไทย

คือเบอร์ 1 ของโลก

ข้าวแต๋นมูนคลุกตำรับภาคเหนือ

ซูข้าวเหนียวเขี้ยวจุของภาคอีสาน

ข้าวโพดม่วง

มหัศจรรย์ของการแปรรูป

สับปะรดไทย

เลี้ยงคนทั่วโลก

กล้วยไทย

ขยับฐานะเป็นพืชเศรษฐกิจ

น้ำพริกเผาให้นักเรียนนอก

ดันพริกหอมกระเทียมลงขวดส่งออก

กาแฟไทยไบโอติก

พันธุ์ใหม่หนึ่งเดียวในโลก

เกษตรแปรรูป



หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

1 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1
(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยาแพร่ น่าน)
158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226
โทรสาร (053) 248 315
e-mail: ipc1@dip.go.th

4 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4
(อุดรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย เลย)
399 ม.11 ถนนมิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330
โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207-238 โทรสาร (042) 207 241
e-mail: ipc4@dip.go.th

2 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2
(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)
292 ถนนเลี้ยวเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านกร่าง
อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
โทรศัพท์ (055) 282 957-9
โทรสาร (055) 283 021
e-mail: ipc2@dip.go.th

5 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5
(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด
มุกดาหาร สกลนคร)
86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302
e-mail: ipc5@dip.go.th

3 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3
(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี
ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี)
200 ม.8 ถนนเลี้ยวเมือง ต.ท่าหลวง
อ.เมือง จ.พิจิตร 66000
โทรศัพท์ (056) 613 161-5
โทรสาร (056) 613 559
e-mail: ipc3@dip.go.th

7 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7
(อุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ)
222 หมู่ที่ 24 ถนนคลังอาวุธ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี 34000
โทรศัพท์ (045) 313 772, (045) 313 945,
(045) 314 216, (045) 314 217
โทรสาร (045) 312 378, (045) 312 493
e-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8
(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา
นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี สมุทรสาคร
สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.ดอนก่ายาน
อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000
โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031
โทรสาร (035) 441 030
e-mail: ipc8@dip.go.th

6 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6
(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)
333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา 30170
โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089
e-mail: ipc6@dip.go.th

9 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9
(ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี สระบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
67 ม.1 ถนนสุขุมวิท ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
โทรศัพท์ (038) 261-203, 273-702, 784 654-5
โทรสาร (038) 273 701
e-mail: ipc9@dip.go.th

หน่วยงานส่วนกลาง
(กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ
นนทบุรี ปทุมธานี) ถนนพระรามที่ 6
ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4422-3
โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10
(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)
131 ม.2 ถนนเทพรัตนบุรี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
e-mail: cre-pic10@dip.go.th

11 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11
(สงขลา ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)
165 ถนนกาญจนวนิช ต.น่าน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
e-mail: ipc11@dip.go.th



05

Information

ทิศทางเกษตรแปรรูป
พืชเศรษฐกิจของไทย
ยกระดับสู่ตลาดโลก

Contents

วารสารอุตสาหกรรมสาร
ฉบับเดือนกันยายน - ตุลาคม 2560



08 Market & Trend

ถอดรหัสอุตสาหกรรมกาแฟไทย



12-14



Smart Biz

VAGASO กาแฟไทย
ไบโอติกพันธุ์ใหม่หนึ่งเดียวในโลก

Akha Ama อาข่า อาม่า
กาแฟไทยระดับโลกเพื่อชุมชน

25

Show Case

เพลลิน Banana Chips
พืชนวัตกรรมปลูกด้วยหอมทองดกไซส์
ขยายตลาดไทยและต่างประเทศ



32

Biz Focus

ไทย..แชมป์ส่งออกสับปะรดโลก



16



19

Smart SMEs

แคทส (KATS) น้ำพริกเผา
สูตรพรีเมียม พริก หอม กระเทียม
ดับเจ้าเดินลงขวดเตรียมพร้อมส่งออก

ข้าวแต๋นหมูคนลูก
ตำรับภาคเหนือ
ชูข้าวเหนียวเหนียว
ของภาคอีสาน



30

Innovation

น้ำมะพร้าวสปาร์กลิ่ง เพิ่มมูลค่ามะพร้าวด้วยนวัตกรรม

22 Special Report

กล้วย พืชเศรษฐกิจเงินล้านต่อฐานสู่อุตสาหกรรม

28 Marketing

มะพร้าวน้ำหอมไทย ครองเบอร์ 1 ของโลก

32 Biz Focus

ไทย..แชมป์ส่งออกสับปะรดโลก

34 Product Design

เส้นใยจากใบสับปะรด นวัตกรรมแฟชั่นแห่งอนาคต

37 Special Focus

ข้าวโพดม่วง มหัศจรรย์แห่งการแปรรูป

40 Good Governance

อยากได้เกียรติ ก็ต้องให้เกียรติผู้อื่นก่อน

41 Book Corner

Editor Talk

ไทยได้เปรียบแปรรูปอุตสาหกรรมเกษตร

อุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรเป็นสาขาที่มีศักยภาพสูง สามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ให้ก้าวหน้าไปพร้อมกัน การแปรรูปเกษตรไม่ได้มองแค่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าเกษตรไปสู่อุตสาหกรรมเท่านั้น แต่การแปรรูปเกษตรยังสะท้อนไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าไทย การพัฒนาช่องทางการตลาด และการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากล

ปัจจัยสำคัญในการแปรรูปเกษตรที่มองข้ามไม่ได้ คือ ความรู้, ความคิดสร้างสรรค์, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, เทคโนโลยี, นวัตกรรม, บรรพชน และ การสร้างแบรนด์ ถูกนำมาใช้ เพื่อพลิกโฉมพืชผลทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เรียกกันเพๆ และทันสมัยตามยุคนี้ว่า Smart Products

จับตามองโอกาสของไทย ไทยมีความได้เปรียบในการแปรรูปสินค้าเกษตรไปสู่อุตสาหกรรมอย่างครบวงจร เพราะไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบด้านเกษตร ไทยมีกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรมที่ทันสมัย และไทยเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก เพราะไทยส่งออกสินค้าเกษตรติดอันดับโลกหลายรายการ นอกจากนี้ศักยภาพในการแปรรูปเกษตรของไทยทำให้นักลงทุนไทยออกไปลงทุนในต่างประเทศกันมากขึ้น

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

อุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่องมายาวนาน
นับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 59

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4511

ที่ปรึกษา

นายพสุ โลหารชุน

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพรเทพ การศัพท์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภานุวัฒน์ ตรียางกูรศรี

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางเน่งน้อย เวทยพงษ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพิฐ รอดภัย

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

นายวิระพล ผ่องสุภา

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปภาณทิพย์ เปลี่ยนโมฬี

กองบรรณาธิการ

นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์, นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์,
นายชเนศ ศรีพิทักษ์, นางสาวนฤมล ผึ้งเนียม,
นายไพฑูรย์ มะเมี่ยมเมือง, นางเกสร ภูแดง,
นายธนาธิกร กล้าพัก, นางสาวรุ่งศรี งามวงศ์,
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,
นางสาวกนกกรักษ์ นุกุลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,
นายธวัชชัย มะกล้าทอง

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด
77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายไหม
แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220
โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม
จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

ทิศทางเกษตรแปรรูป

พืชเศรษฐกิจของไทย

ยกระดับสู่ตลาดโลก

หากพูดถึงพืชเศรษฐกิจคำนิยามง่ายๆ ของคำนี้คือการทำการเกษตรที่สามารถปลูกพืชในปริมาณที่เพียงพอ ทั้งในเรื่องของการบริโภคในครัวเรือน รวมไปถึงการเก็บเกี่ยวเพื่อผลิต นำไปขายสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ชุมชน และเกษตรกร ประเทศไทยเรียกได้ว่าเป็นประเทศที่ทำเกษตรกรรมจะเห็นได้จากเกือบทุกภาค ทุกจังหวัดของประเทศไทยมีการทำเกษตรกรรมกันทุกพื้นที่ การปลูกพืชเศรษฐกิจจึงเหมาะสมกับคนไทยอย่างมาก เพราะนอกจากจะได้เอาไว้ใช้รับประทานในครัวเรือนแล้วยังสามารถส่งออกเพื่อจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้เช่นกัน และปัจจุบันเองการทำการเกษตรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ หรือด้านเงินทุน การปลูกพืชเศรษฐกิจจึงเริ่มเป็นที่นิยมกันมากขึ้นในปัจจุบัน





การปลูกพืชเศรษฐกิจนอกจากจะได้ผลิตผลเพื่อการบริโภคในครัวเรือนแล้ว ยังสร้างรายได้ให้กับครอบครัว นอกจากนี้ยังมีความสำคัญในระดับประเทศไม่น้อย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างอาชีพหลักให้กับคนไทยเพื่อลดอัตราการว่างงานลง ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบระดับอุตสาหกรรมเพื่อการแปรรูป ช่วยส่งเสริมภาคธุรกิจในประเทศไทยให้เติบโต อีกทั้งยังยกระดับภาคการเกษตรของไทยให้ไปสู่ระดับโลก และยังส่งผลให้รายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นจากการเกษตรอีกด้วย

พืชที่มีบทบาทกับเศรษฐกิจของประเทศไทย

พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยมีหลากหลายชนิด แต่พืชที่ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกและทำรายได้ให้กับประเทศได้มหาศาลคือ ข้าวที่ในแต่ละปีประเทศไทยส่งออกข้าวเป็นจำนวนมาก หากคิดเป็นตัวเลขก็เกือบแสนล้านบาท และในอนาคตคาดว่าจะมีปริมาณการส่งออกมากขึ้นโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิของไทยที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นอกจากข้าวหอมมะลิแล้วยังรวมไปถึงข้าวเจ้า ข้าวเหนียว ข้าวเปลือก โดยประเทศที่นำเข้าข้าวจากประเทศไทยมากที่สุดคือ จีน ฮองกง มาเลเซีย แคนาดา อิหร่าน อิรัก เป็นต้น สำหรับพืชที่ปลูกง่ายอย่างมันสำปะหลังถือเป็นอาหารที่สำคัญของประเทศในเขตร้อนอย่างประเทศในทวีปแอฟริกา และทวีปอเมริกาใต้ การส่งออกมันสำปะหลังจึงสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปีทั้งในรูปแบบของการแปรรูปเป็นแป้งมันสำปะหลัง หรือจะเป็นข้าวโพดที่เป็นพืชเศรษฐกิจที่น่าจับตามองเพราะในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ข้าวโพดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในด้านการส่งออก ประเทศไทยเองเป็นประเทศที่ผลิตน้ำตาลและส่งออกน้ำตาลที่ทำมาจากอ้อย เรียกได้ว่าเป็นรายได้ใหญ่ในอาเซียนซึ่งไทยสามารถผลิตได้มากกว่าประเทศในอาเซียนมากถึงร้อยละ 85 และสุดท้ายยางพาราพืชเศรษฐกิจที่ไทยส่งออกอย่างต่อเนื่องโดยมีการส่งออกมากกว่า 1 ล้านตันต่อปี

ผลผลิตและมูลค่าการผลิตของ 5 พืชเศรษฐกิจไทย

ข้อมูลเดือนกุมภาพันธ์ 2560 ระบุว่าประเทศไทยมีผลผลิตข้าวมากกว่า 20,000 ตัน และมีมูลค่าการผลิตประมาณ 275,198 ล้านบาท ผลผลิตข้าวโพด 4,058 ตัน มูลค่าการผลิต 28,081 ล้านบาท มันสำปะหลังผลผลิตรวม 31,817 ตัน มูลค่าการผลิต 47,092 ล้านบาท ผลผลิตอ้อย 90,254 ตัน มูลค่าการผลิต 86,193 ล้านบาท และยางพารามีผลผลิต 4,388 มูลค่าการผลิต 214,178 ล้านบาท ซึ่งตัวเลขการเจริญเติบโตของพืชเศรษฐกิจที่กล่าวมานั้นล้วนแล้วแต่มีตัวเลขการเติบโตที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนอยู่ไม่น้อย



การส่งออกพืชเศรษฐกิจของไทยในปี 2559 - ต้นปี 2560

ข้อมูลสถิติจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรระบุว่า ปริมาณการผลิตแป้งมันสำปะหลังในประเทศไทยมีมากกว่า 4 พันล้านตัน มูลค่าการส่งออกมากกว่า 5 หมื่นล้านบาท ปริมาณการผลิตข้าวมากกว่า 10 ล้านตันมูลค่าการส่งออกมากกว่า 2 แสนล้านบาท ข้าวโพดมีปริมาณการผลิตมากกว่า 7 แสนล้านตัน มูลค่าการส่งออกมากกว่า 5 พันล้านบาท นอกจากนี้พืชเหล่านี้แล้วยังมีพืชอื่นๆ ที่ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการผลิตอยู่เกือบทุกภาคไม่ว่าจะเป็นกาแฟ ปาล์มน้ำมัน หรือจะเป็นอุตสาหกรรมการเลี้ยงสัตว์อย่างกึ่ง ปลา วัว หมู ไก่ เป็นต้น ที่นำรายได้เข้าให้กับประเทศไทย

การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตร

อุตสาหกรรมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของประเทศไทยจุดประสงค์ของแปรรูปนั้นส่วนใหญ่จากปัญหาผลผลิตล้นตลาด จึงคิดวิธีที่จะทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจากเดิม และสินค้าจะต้องมีความแปลกใหม่ รสชาติก็เป็นอย่างสำคัญที่จะทำให้เป็นที่นิยมของตลาด การพัฒนาสินค้าก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของการแปรรูปเพิ่มความใหม่ให้กับสินค้า หรือดัดแปลงจากสินค้าเดิมเพื่อเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ เป็นที่รู้ดีว่าประเทศไทยถือเป็นอุตสาหกรรมเกษตรที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก สังเกตได้ว่าทุกจังหวัดจะมีกลุ่มที่ดำเนินการแปรรูปผลผลิตที่ได้จากการเกษตรหลากหลายกลุ่ม และกระจายเกือบทุกพื้นที่ในประเทศไทย นอกจากจะทำรายได้ให้กับประเทศด้วยการส่งออกแล้ว ยังถือเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชนนั้นๆ อีกด้วย



สำหรับประเทศไทยนั้นนอกจากการส่งออกพืช ผลไม้แบบสดแล้ว การส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปมาจากผลผลิตทางการเกษตรก็สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ไม่น้อยเช่น ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากยางพารา หรือแม้แต่แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว มะม่วงอบแห้ง เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปนั้นสามารถจำหน่ายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้รับความนิยมจากลูกค้าต่างประเทศมากที่สุดก็คือ อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง เนื่องจากสินค้าประเภทนี้มีอายุการเก็บรักษาที่ค่อนข้างนาน และในด้านการขนส่งเองก็ขนส่งได้ง่ายจึงเป็นที่นิยมจากต่างประเทศ อุตสาหกรรมการแปรรูปของประเทศไทยถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการที่จะผลิตเพื่อการบริโภคผลิตเพื่อการส่งออกและที่สำคัญอุตสาหกรรมของการแปรรูปของประเทศไทยยังได้รับการยอมรับจากลูกค้าในต่างประเทศในเรื่องของการส่งมอบสินค้า รวมไปถึงคุณภาพของสินค้าที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดนั่นเอง

ด้วยตัวเลขการผลิตและตัวเลขการส่งออกของพืชเศรษฐกิจไทยทำให้เชื่อว่าในอนาคตตัวเลขเหล่านี้จะมีปริมาณการผลิตและการส่งออกมากขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยการผลิตในหลายๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นพื้นที่เพาะปลูกทางภาคการเกษตร แรงงานที่ผลิตผลผลิต รวมถึงการควบคุมคุณภาพของผลผลิตที่ได้ หากผลผลิตที่มีคุณภาพนอกจากจะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าทั้งในและนอกประเทศแล้ว ยังส่งผลให้มูลค่าของผลผลิตเพิ่มมากขึ้น และยังสามารถทำรายได้ให้กับเศรษฐกิจของภาคการเกษตรของไทยได้อย่างมากมาย อาจทำให้ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะขึ้นเป็นเบอร์ 1 ของโลกในด้านการผลิตสินค้าด้านการเกษตรรวมถึงการส่งออกอีกด้วย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีหน่วยงานที่ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ซึ่งผู้ประกอบการขอบริการได้ที่สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตร กองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 2 ซอยตรีมิตร กล้วยน้ำไท ถนนพระราม 4 เขตคลองเตย กทม. 10110 โทร. 0 2367 8182, 0 2367 8145.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก
www.thaisabuy.com
www.oae.go.th

Market & Trend

• เรื่อง : นุชเนตร จักรกลาม



ถอดรหัสอุตสาหกรรมกาแฟไทย

การผลักดันอุตสาหกรรมกาแฟไทยให้ได้มาตรฐานและมีศักยภาพทางการแข่งขันกับตลาดโลกในอนาคต จำเป็นต้องเชื่อมโยงองค์ประกอบและความร่วมมือแบบบูรณาการต่อเนื่องในทุกห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปถึงปลายน้ำ โดยเน้นการผลักดันอัตลักษณ์ของกาแฟไทยควบคู่ไปกับการบริหารจัดการแบบครบวงจร

กำเนิดกาแฟในประเทศไทย

ประวัติศาสตร์ประเทศไทยในสมัยอยุธยาบันทึกไว้ว่า กาแฟ เป็นพืชชนิดหนึ่งที่ปลูกมาตั้งแต่ยุคนั้นเรื่อยมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์เองที่มีการปลูกกาแฟอย่างจริงจังและแพร่หลายมากขึ้น รว. พ.ศ. 2367 หรือรัชกาลที่ 3 เป็นต้นมา ไทยเริ่มทำการขายค้ากับชาติต่างๆ อาทิ อังกฤษ เนเธอร์แลนด์ ฯลฯ และมีการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์กาแฟกับพ่อค้าต่างชาติ เพื่อทำการเพาะปลูกเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน จริงๆ แล้วเมล็ดกาแฟทั่วโลกมีมากกว่า 6,000 สายพันธุ์ แต่กาแฟที่นิยมปลูกเชิงธุรกิจสามารถแบ่งได้ 2 สายพันธุ์ คือ โรบัสต้า และ อาราบิก้า ซึ่งทั้ง 2 สายพันธุ์สามารถปลูกในเมืองไทยได้ โรบัสต้า มีถิ่นกำเนิดในเขตร้อนชื้นของทวีปแอฟริกา เป็นสายพันธุ์กาแฟที่ปลูกมากในพื้นที่ภาคใต้ เดิมโตได้ดีที่ระดับน้ำทะเลปานกลางถึงความสูงเหนือระดับน้ำทะเล 1,050 เมตร ซึ่งครั้งแรกที่กาแฟ

โรบัสต้าเข้ามาในเมืองไทยนั้นมีข้อสันนิษฐานว่าได้รับมาจากประเทศอินโดนีเซีย โดยนายตีหมุม ชาวไทยอิสลาม นำมาปลูกที่ตำบลบ้านตะโหนด อำเภอสบไถ่ จังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ. 2447 และในเวลาต่อมาก็มีการคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์กาแฟโรบัสต้าให้มีคุณภาพเหมาะสมต่อการปลูก ปัจจุบันแหล่งปลูกกาแฟโรบัสต้าในภาคใต้ที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี กระบี่ นครศรีธรรมราช ประจวบคีรีขันธ์ พังงา

ส่วน อาราบิก้า ในบันทึกของพระสารสาสน์พลขันธ์ ชาวอิตาลี เล่าว่าพันธุ์กาแฟอาราบิก้าเริ่มปลูกในเมืองไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 ที่สภาพแวดล้อมสูงเหนือระดับน้ำทะเล 700 เมตรขึ้นไป มีความชื้นสูง และสภาพอากาศเย็น ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ภาคเหนือและบางส่วนของภาคอีสาน อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ตาก เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2515 - 2522 เกิดโครงการปลูกพืชทดแทนฝิ่นในเขต



ภาคเหนือขึ้น และกาแฟอาราบิก้าก็เป็นพืชที่มีศักยภาพในการปลูกทดแทนฝิ่นได้ จึงมีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกกาแฟพันธุ์นี้มาจนปัจจุบัน โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้วิจัยและพัฒนาสายพันธุ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้สายพันธุ์กาแฟที่มีคุณสมบัติโดดเด่นเหมาะสม อาทิ กาแฟอาราบิก้าพันธุ์เสียงใหม่ 80 ที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร ในปี 2550 ในฐานะกาแฟอาราบิก้าพันธุ์แรกที่ยกย่องว่าดีและมีโอกาสพัฒนาคุณภาพของคุณลักษณะกาแฟให้สูงขึ้นได้อีก ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการในการบริโภคกาแฟอาราบิก้าที่เพิ่มขึ้น โดยมีการส่งเสริมการปลูกจากภาครัฐและเอกชน ให้ปลูกแซมกับต้นไม้ใหญ่และไม่ยืนต้น เช่น สวนลินจี่ สวนชาเมี่ยง เป็นต้น



กาแฟรวมอุตสาหกรรมกาแฟไทย

ด้วยความที่กาแฟได้รับความนิยมในวงกว้างจากผู้บริโภคทั่วโลก เนื่องจากมีกลิ่นและรสชาติเฉพาะตัวอีกทั้งในเมล็ดกาแฟมีคาเฟอีน ซึ่งเป็นสารกระตุ้นประสาทที่ทำให้ผู้ดื่มรู้สึกสดชื่น กระปรี้กระเปร่า วัฒนธรรมการดื่มกาแฟจึงดำเนินควบคู่ไปกับชีวิตประจำวันของผู้คนในนานาประเทศมาตั้งแต่อดีตจวบจนทุกวันนี้ และส่งผลให้ กาแฟเป็นพืชที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจโลก กว่า 50 ประเทศทั่วโลกที่ปลูกและมีกาแฟเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ โดยมีบราซิล เวียดนาม และอินโดนีเซียเป็นผู้ครองตลาด

สำหรับประเทศไทย กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่ทำรายได้ให้เกษตรกรเฉลี่ยปีละ 3,000 ล้านบาท โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 3 - 50,000 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.05 ของโลก ซึ่งเป็นผลผลิตจากโรบัสต้าประมาณร้อยละ 79 และอาราบิก้าร้อยละ 21 ของผลผลิตทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2559 พบว่า อาราบิก้า สามารถผลิตได้ประมาณ 9,000 ตัน ส่วนโรบัสต้าผลิตได้ราว 17,800 ตัน ซึ่งจะเห็นว่าผลผลิตเมล็ดกาแฟของไทยมีแนวโน้มลดลง สวนทางกับปริมาณความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของโรงงานแปรรูปที่เพิ่มขึ้นสูงถึง 70,000 - 75,000 ตันต่อปี ในการรองรับความต้องการและกระแสนิยมบริโภคกาแฟควบคู่กันในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ทั้งรูปแบบเมล็ดกาแฟดิบและกาแฟสำเร็จรูป ทำให้เกิดการนำเข้าเมล็ดกาแฟจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น นำมาสู่การเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) เพื่อลดภาษีนำเข้าเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูปเหลือร้อยละ 5 และร้อยละ 0 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตามจุดอ่อนของอุตสาหกรรมกาแฟไทยที่เป็นอุปสรรคต่อการแข่งขันในตลาดโลกคือเรื่องของคุณภาพของเมล็ดกาแฟที่ไม่ได้มาตรฐานและไม่สม่ำเสมอ อันเนื่องมาจากหลายปัจจัย อาทิ การกำหนดภาชนะนำเข้าเมล็ดกาแฟจากต่างประเทศสูงเป็นอันดับ 2 ของโลกจากกลุ่มประเทศผู้ผลิตกาแฟทั้งหมด การพัฒนาองค์ความรู้ของเกษตรกร การพัฒนาคุณภาพและสายพันธุ์ของเมล็ดกาแฟ การขาดแคลนเทคโนโลยีในการจัดการ กระบวนการเก็บรักษาเมล็ดกาแฟ การแปรรูป และความเชื่อมโยงความร่วมมือแบบบูรณาการจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งห่วงโซ่การผลิต เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เอื้อให้ผลผลิตที่ได้ต่ำกว่าเป้าที่ตั้งไว้ทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพ ประกอบกับต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าประเทศอื่นๆ ทั้งในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาค จึงทำให้เสียเปรียบในการแข่งขันกับตลาดโลก

แต่ขณะเดียวกันกาแฟไทยก็มีจุดแข็งด้านสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกกาแฟทั้งสองสายพันธุ์ และกาแฟไทยยังได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพและรสชาติดี โดยเฉพาะพันธุ์อาราบิก้าที่ได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ปัจจุบันยังมีการเพิ่มพื้นที่การปลูกกาแฟอย่างต่อเนื่องทั้งสายพันธุ์อาราบิก้าที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ และโรบัสต้าที่มีการเพิ่มพื้นที่การปลูกขึ้นอีกร้อยละ 5 อีกทั้งภาครัฐและเกษตรกรเองก็ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการผลิตให้ได้มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice : GAP) มากขึ้น ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีในการเดินหน้านวัตกรรมมาตรฐานกาแฟไทยในทิศทางสร้างมูลค่าโดดเด่นด้านอัตลักษณ์ ประกอบกับการขยายตัวของธุรกิจ



กาแฟและตลาดผู้บริโภคกาแฟที่มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้อุตสาหกรรมกาแฟขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศไทยที่มีฐานผู้บริโภคกาแฟที่แข็งแกร่งและมีความต้องการในการบริโภคกาแฟที่มีคุณภาพหลากหลาย ซึ่งมากกว่ากำลังการผลิตอยู่เกือบเท่าตัว ดังนั้นเกษตรกรผู้ผลิตกาแฟในเมืองไทยและผู้ประกอบอุตสาหกรรมกาแฟไทยควรร่วมมือกันหาช่องทางตรงนำเสนอกาแฟไทยที่มีคุณภาพหลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคโดยใช้กลไกตลาดเป็นตัวผลักดัน

เกษตรกรรุ่นใหม่และการรวมกลุ่มเครือข่าย ตัวแปรที่กำหนดอนาคตของกาแฟไทย

จากการประเมินการขยายตัวในปีที่ผ่านมาตลาดกาแฟจะขยายเพิ่มขึ้นราวร้อยละ 15-20 เนื่องจากภาคการเกษตรขยายตัวและธุรกิจร้านกาแฟมีจำนวนมากขึ้น และพบว่าตลาดที่มี





ความสำคัญและมีแนวโน้มการเติบโตที่น่าจับตามองคือ ตลาดกาแฟพิเศษ ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นร้อยละ 3-5 เมื่อเทียบสัดส่วนกาแฟทั่วไปต่อกาแฟพิเศษ จะอยู่ที่ร้อยละ 90 และร้อยละ 10 ตามลำดับ โดยกลุ่มผู้บริโภคตลาดกาแฟพิเศษ จะให้ความสำคัญกับรสชาติที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งปลูกที่ต่างกัน การพัฒนากาแฟทั้ง 2 สายพันธุ์ในแง่รสชาติ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตควรพัฒนาอย่างจริงจังโดยสามารถทำได้หลายวิธีในแง่การปลูก การคั่ว และแปรรูป ซึ่งปัจจุบันบุคลากรในอุตสาหกรรมกาแฟประเทศไทยเองก็มีศักยภาพและความพร้อมมากกว่าในอดีตรวมถึงกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ความต้องการที่เปลี่ยนไปของตลาด เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องและเดินทางสู่การเป็นผู้ผลิตกาแฟที่มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล เกิดการรวมกลุ่ม จัดตั้งสมาคม เครือข่าย และจัดกิจกรรมเกี่ยวกับกาแฟเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีวิสัยทัศน์และเห็นโอกาสการต่อยอดอาชีพปลูก

กาแฟจากชุมชนพ่อแม่ ร่วมด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจซึ่งต้องยอมรับว่าผลตอบแทนของการปลูกกาแฟในปัจจุบันค่อนข้างเป็นที่น่าพอใจ อีกทั้งระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งที่สะดวกของประเทศไทย ทำให้เข้าถึงตลาดง่าย รวมทั้งเกษตรกรไทยเองก็มีความสามารถในการแปรรูปกาแฟแต่อยู่ในระยะพัฒนา เน้นจุดขายด้านกาแฟอินทรีย์หรือออร์แกนิก คุณภาพและเอกลักษณ์ของกาแฟที่มีคุณสมบัติเฉพาะแต่ละส่วนมีรสชาติแตกต่างกันเพื่อสร้างประสิทธิภาพและความโดดเด่น ตอบโจทย์ความต้องการจากตลาดกาแฟโลกให้หันมาสนใจกาแฟไทยเพิ่มมากขึ้น

การสร้างความตื่นตัวในการพัฒนาคุณภาพของกาแฟไทยให้ได้ผลในระยะยาวนั้นจะต้องผนึกกำลังกันจากทุกฝ่ายและทำงานสอดคล้องกันเพื่อเดินทางด้วยเป้าหมายเดียวกันเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับกาแฟไทยอย่างยั่งยืน.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

<http://www.arda.or.th>
<http://thaipublica.org>
<http://www.prachachat.net>
<http://www.bangkokbiznews.com>
<http://www.bangkokbiznews.com>
<https://www.facebook.com>
<http://www.manager.co.th/Home>
www.posttoday.com/biz/sme/491199
<https://www.facebook.com/permalink.php>

Smart Biz

• เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโล



ท่ามกลางตลาดอุตสาหกรรมกาแฟที่มีผู้ค้าตบเท้าเข้ามาอย่างต่อเนื่อง การสร้างความแตกต่างนั้นถือเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจนำหน้าไปอีกขั้น เช่นเดียวกับ ‘VAGASO’ (แวกัสโซ่) กาแฟแบรนด์ไทยน้องใหม่ที่กำลังสร้างความแตกต่างของกาแฟจากการพัฒนาผ่านนวัตกรรม Biotic Process ซึ่งทำให้กาแฟแวกัสโซ่นั้นมีสารกาบา (GABA) มากกว่ากาแฟพืชชนิดหลายเท่าตัว และ Akha Ama (อาข่า อาม่า) กาแฟที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบกิจการเพื่อสังคมหมู่บ้านแม่จันใต้บนดอยสูงของชนเผ่าอาข่า ที่ชูจุดเด่นในเรื่องกาแฟพิเศษ

‘VAGASO’ กาแฟไทยไบโอติกพันธุ์ใหม่หนึ่งเดียวในโลก

คุณรุ่งศักดิ์ วิเศษศักดิ์ชัย ซีอีโอและผู้ก่อตั้งกาแฟแวกัสโซ่นั้นเป็นนักประดิษฐ์ที่ชอบศึกษานวัตกรรมใหม่ๆ และมีความรู้ด้านเครื่องยนต์เป็นทุนเดิม จนวันหนึ่งมองเห็นช่องทางของธุรกิจกาแฟจึงตัดสินใจเข้ามาสร้างความแตกต่างในวงการนี้ “ผมไม่ได้ทำกาแฟธรรมดา แต่จะทำกาแฟนวัตกรรม ถ้าผมทำกาแฟที่เหมือนคนทั่วไปที่เขาขายกัน คงจะไม่รอด หรือจะชูจุดขายด้วยแหล่งปลูกกาแฟที่อีสานก็ดูจะไม่ดึงดูดนัก ดังนั้นการใช้นวัตกรรมดูจะเป็นทางออกที่ดีที่สุด เพื่อผลิตภัณฑ์ที่มีขึ้นเดียวในโลก” โดยคุณรุ่งศักดิ์ใช้เวลาทุ่มเทวิจัยและพัฒนากาแฟนวัตกรรมอยู่ 2 ปีจากการสนับสนุนทุนวิจัยจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(องค์การมหาชน) หรือ NIA จนเกิดขึ้นเป็นแบรนด์ VAGASO (แวกัสโซ่) กาแฟที่ใช้เทคโนโลยีด้านชีวภาพหมักเมล็ดกาแฟด้วยกระบวนการ Biotic



กาแฟแว็กซ์ไซ เป็นกาแฟสัญชาติไทยแท้ 100% ที่เลือกใช้เมล็ดกาแฟในประเทศไทย โดยรับซื้อผลผลิตจากชาวสวนกาแฟในเชียงใหม่และชัยภูมิในราคายุติธรรม ก่อนจะพัฒนาเป็น Biotic Coffee หมายถึง กาแฟที่ผ่านกระบวนการหมักเฉพาะตัว เพื่อปรับปรุงคุณภาพของเมล็ดกาแฟ โดยการหมักเมล็ดกาแฟแห้งจาก Dry Process ด้วยเอนไซม์สายพันธุ์พิเศษ จากนั้นหมักด้วยการควบคุมปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อย่างละเอียดทุกขั้นตอน โดยเลียนแบบการหมักในกระเพาะขมด ซึ่งกระบวนการนี้เรียกว่า Biotic Process เป็น ‘Biotic Coffee’ กาแฟนวัตกรรมหนึ่งเดียวในโลก “เราเลือกใช้ขั้นตอนการเอ็นไซม์ในการหมักกาแฟ ให้ไม่ต่างจากกระเพาะอาหารในตัวขมด หลังเห็นกาแฟที่ขมดมีราคาแพงและผลิตได้น้อย มีปริมาณจำกัด ขณะที่คนบางกลุ่มกลับมองว่า เป็นการรังแกสัตว์ด้วยซ้ำ ดังนั้นในเมื่อสินค้ายังเป็นที่ยอมรับ แต่ปริมาณยังไม่เพียงพอ เราจึงใช้วิธีเลียนแบบธรรมชาติ รังสรรค์กาแฟที่ขมดขึ้นเองด้วยนวัตกรรม ซึ่งสิ่งที่ได้กลับมาคือสรรพคุณที่มากกว่าในหลายๆ ด้าน” คุณรุ่งศักดิ์ ผู้ก่อตั้งกาแฟแว็กซ์ไซกล่าว

ความน่าสนใจของกาแฟแว็กซ์ไซคือ ให้คุณภาพเทียบเท่ากับกาแฟขี้ชะมด โดยเป็นคุณภาพที่สามารถพิสูจน์ได้ ผลิตได้ปริมาณไม่จำกัด ไม่ทรมานสัตว์ อีกทั้งมีราคาถูกกว่าหลายเท่าที่สำคัญยังบรรจุในซองดริป (Drip Bag) ทำให้สะดวกเหมือนกาแฟสำเร็จรูป แต่คงกลิ่นและรสชาติเหมือนกาแฟสด โดยจุดเด่นเมล็ดกาแฟหมักนั้นจะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางชีวเคมี ทำให้เมล็ดกาแฟแว็กซ์ไซมีกลิ่นหอม ที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนกาแฟไหน ให้รสนุ่มละมุน กลมกล่อม ให้ความรู้สึกกลมกล่อมในปาก หวานชุ่มคอ ดื่มง่าย ความขมลดลง พร้อมทั้งมีสารกาบา (GABA: Gamma aminobutyric Acid) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและระบบประสาท ช่วยเพิ่มความผ่อนคลายเมื่อได้ดื่ม สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายกาแฟแว็กซ์ไซ คุณรุ่งศักดิ์มองไกลถึงตลาดต่างประเทศ เพราะเชื่อว่ากาแฟคุณภาพระดับนี้สามารถเข้าไปอยู่ในสายการบินและโรงแรมชั้นนำได้ และด้วยตลาดยังเปิดกว้าง อีกทั้งใช้กรรมวิธี Biotic มาผลิต ทำให้สามารถผลิตได้ในปริมาณมาก ขณะที่ราคาถูกกว่ากาแฟขี้ชะมด ซึ่งเชื่อว่าจุดขายเหล่านี้จะทำให้กาแฟแว็กซ์ไซ มีโอกาสเติบโตสูง.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

<http://www.manager.co.th/Bizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9600000038537>

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/742497>

<https://www.facebook.com/VagasoBioticCoffee/>

<http://www.vagaso.com/>



Smart Biz

• เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน



‘Akha Ama’ อาข่า อ่ามา กาแฟไทยระดับโลกเพื่อชุมชน

การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จะช่วยผลักดันให้เมล็ดกาแฟมีเรื่องราวที่ดี และเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงคืนกำไรสู่ต้นน้ำ เจกเช่นเดียวกับ ‘อาข่า อ่ามา’ แบรินด์กาแฟเพื่อชุมชนที่ก่อตั้งขึ้นโดย **ลี อายุ จือปา** เด็กหนุ่มจากชนเผ่าอาข่าแห่งหมู่บ้านแม่จันใต้ จังหวัดเชียงราย ที่มีความตั้งใจพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่อย่างยั่งยืน “คนรุ่นพ่อแม่ของผมไม่ได้มีการศึกษา ส่วนใหญ่ทำอาชีพปลูกกาแฟ แม้แต่เด็กๆ รุ่นราวคราวเดียวกันบางส่วนก็ไม่ได้ไปโรงเรียน เพราะที่ตั้งของหมู่บ้านเราห่างไกลจากตัวเมืองมาก แต่พ่อแม่เล็งเห็นว่าการศึกษาคือสิ่งสำคัญ จึงทำให้ผมมีโอกาสได้ลงมาเรียนหนังสือในเมือง และได้รับน้ำใจมากมายจากคนรอบตัว จนสามารถเรียนจบปริญญาตรี”





เมื่อเรียนจบเลือกทำงานในองค์กร NGO ด้านการศึกษา
ราว 4 ปี และตัดสินใจเดินทางกลับเพื่อตอบแทนชุมชนบ้าน
เกิดของตนเอง แต่ก็พบกับปัญหาการปลูกและขายกาแฟที่
ต้องคอยให้ผู้ค้าคนกลางขึ้นมาซื้อเมล็ดพันธุ์โดยมีอำนาจใน
การต่อรอง ทำให้ถูกกดราคากาแฟอยู่บ่อยครั้ง ลีจึงลองคิด
โมเดลการจำหน่ายกาแฟขึ้นใหม่เพื่อช่วยให้กาแฟของชาวบ้าน
มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น คือ ตั้งธุรกิจเพื่อชุมชนขึ้นในหมู่บ้าน
ให้ชาวบ้านเข้าร่วมเป็นสมาชิกโดยสมัครใจ และนำผลผลิต
ของตัวเองมาขายในจำนวนเท่าไรก็ได้ตามต้องการพร้อมกับ
เปิดร้านกาแฟเล็กๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นสถานที่
จำหน่ายเมล็ดกาแฟของชาวบ้าน และเป็นช่องทางแนะนำให้
คนเมืองได้รู้จักกับกาแฟของบ้านแม่จันได้โดยตรง

และในปี 2553 ลีได้ลองส่งกาแฟของตัวเองเข้าประกวด
ในงานประกวดกาแฟระดับโลก เพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่ากาแฟของ
บ้านแม่จันได้มีคุณภาพดีในระดับไหน ซึ่งผลตอบรับที่ได้กลับ
มาคือ อาชา อำมาได้รับการคัดเลือกโดยสมาคมกาแฟชนิด
พิเศษแห่งยุโรป เพื่อใช้ในการชิมกาแฟนานาชาติประจำปี
2554 ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นตัวประกันที่ได้ว่ากาแฟไทย
นั้นมีความพิเศษเหมือนกัน ปัจจุบันลีดำเนินธุรกิจ อาชา อำมา
ในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม (หรือ Social Enterprise) ที่จะช่วย
หาทางออกให้ชุมชน เข้าไปดูว่าชุมชนมีปัญหาอะไร แล้วหา
วิธีแก้ไข เรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาจากล่างสู่บน เพราะ
นอกจากจะเป็นช่องทางทางการขายเมล็ดกาแฟให้กับชาวบ้านแล้ว



ยังเข้าไปช่วยปลูกฝังให้ชาวบ้านใส่ใจกับวัฒนธรรมการดื่มกาแฟ
มากขึ้น ผลักดันให้ผู้ปลูกเมล็ดกาแฟรู้จักประเมินคุณภาพ
ผลผลิตของตัวเอง จะได้พัฒนาการผลิตได้อย่างถูกต้อง
ซึ่งรายได้ของอาชาอำมาในปัจจุบันมาจากร้านกาแฟ 40% และ
จากโรงคั่วกาแฟ 60 % เป็นรายได้ที่ถูกส่งคืนกลับสู่ชุมชนทำให้
ชาวบ้านมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถส่งลูกหลานให้ได้รับ
การศึกษาที่ดี และมีเงินทุนในการซื้ออุปกรณ์ที่ดีมาพัฒนา
ผลผลิตของตัวเองด้วย.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

- <http://www.akhaama.com>
- www.facebook.com/akhaamacoffee
- <http://www.manager.co.th/Home/ViewNews.aspx?NewsID=9580000083406>
- <https://www.tcdconnect.com/content/9967/>

Smart SMEs

• เรื่อง : อรุษา กิตติวัฒน์



แคทส : KATS น้ำพริกเผา สูตรพรีเมียม

พริก หอม กระเทียม ตบท้ายด้วยผงชูรสพรีเมียมพร้อมส่งออก

แม้ว่าธุรกิจอาจต้องปิดตัวไปตามกาลเวลา แต่ความรู้ในการผลิตสินค้า ยังคงอยู่ และกลายเป็นต้นทุนสำคัญให้กับรุ่นหลังได้ เช่นเดียวกับ “น้ำพริกเผาตราส.กุหลาบ” ที่ครั้งหนึ่งเคยผลิตส่งขายในห้างสรรพสินค้าและส่งออกไปยังต่างประเทศ ก่อนจะหยุดการผลิตหันไปจับธุรกิจอื่นแทน จนกระทั่งทายาทรุ่นหลาน นริศรา สือชาพิพัฒน์ คิดก่อตั้งธุรกิจของตัวเองขึ้นมา

จุดเริ่มต้นที่ได้เปรียบ

นริศราเคยทำงานฝ่ายจัดซื้อให้กับห้างสรรพสินค้าแบรนด์ต่างประเทศและหันไปจับงานด้านการตลาดให้กับแบรนด์โลชั่นเครื่องสำอางบำรุงผิว ก่อนไปเรียนต่อปริญญาโท MBA ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างศึกษาอยู่ในต่างประเทศ ด้วยนิสัยที่ไม่ทำอาหารเองจึงกลายเป็นผู้บริโภคเต็มตัวและทำให้มองเห็นโอกาสสำหรับสินค้าไทยในกลุ่มอาหารที่จะเข้าไปทำตลาดในต่างประเทศ โดยมีสินค้าไทยที่สร้างแรงบันดาลใจคือ ซอสพริกศรีราชาที่ได้รับความนิยมมากและมีวางขายทั่วไป หลังจากเรียนจบกลับมาเมืองไทย นริศราตัดสินใจเริ่มต้นสร้างธุรกิจของตัวเองทันทีเพราะเชื่อว่ายิ่งเริ่มได้เร็วก็จะผ่านช่วงล้มลุกคลุกคลานได้เร็วขึ้น





ย้อนกลับไป 40 ปีก่อน คุณย่าคุณยาย เคยเป็นเจ้าของกิจการโรงงานน้ำพริก ส.กุหลาบ ซึ่งต่อมาหยุดการผลิตหันไปจับธุรกิจด้านอื่น แต่ยังเป็นที่ยี่งกันในกลุ่มกุหลาบว่า คุณย่าทำอาหารอร่อยมากและมีสูตรน้ำพริกต้นตำรับอยู่ ต่อมาคุณแม่ของนริศราขอสูตรจากคุณย่าเพื่อทำน้ำพริกเผารับประทานคู่กับแครกเกอร์ ข้าวเกรียบและขนมปังสำหรับมือเช้า เมื่อใครได้ชิมต่างชอบใจเป็นที่มาของการที่คุณแม่ทำน้ำพริกเผาโฮมเมดขายในกลุ่มเพื่อน นริศรามองเห็นว่านี่เป็นสินค้าที่กำลังตามหาซึ่งมีเหตุผลสามข้อหลัก

“ข้อแรก เดี่ยวนี้ของเอเชียเป็นที่นิยมในสายตาคนต่างชาติ มีตลาดที่ใหญ่และขายได้ดี คนอเมริกันหนึ่งคนกิน 3-4 เท่าของคนไทยเรา หมายความว่ามีโอกาสที่จะขายได้มากขึ้นด้วย เราเชื่อว่าในอนาคตสินค้าไทยอาหารไทยยังคงไปได้ ของไทยที่คนไทยเคยๆ แต่คนต่างชาติเห็นแล้วอาจตื่นเต้น”

“ข้อสอง พอเราเน้นสินค้าที่ผลิตแบบอุตสาหกรรม ต่อไปเมื่อขยายธุรกิจก็สามารถใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยในการผลิตได้ขณะที่ธุรกิจอย่างร้านอาหารยิ่งเติบโตก็ยิ่งเหนื่อยและต้องจัดการกับคนมากขึ้น ในอนาคตแรงงานคนก็จะมีต้นทุนสูงขึ้นด้วย

“และข้อสุดท้ายอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ถ้าคนชอบแบรนด์นี้แล้วก็จะซื้อเรื่อยๆ ไม่เหมือนสินค้าแฟชั่นที่เปลี่ยน

ตลอดเวลา อย่างคุณแม่ใช้น้ำปลาตราปลาหมึกมาตลอดชีวิต รุ่นเราก็อใช้ต่อมาโดยไม่คิดเปลี่ยนไปใช้แบรนด์อื่น กลายเป็นแบรนด์รอยัลตี้โดยไม่ต้องโฆษณา วันหนึ่งเราอยากเป็นแบบนี้บ้าง”

จากการที่มองหาธุรกิจที่ในวันข้างหน้าสามารถทำให้เป็นแมส (ผลิตทีละมากๆ) เมื่อถึงวันที่เติบโตจนต้องขยายธุรกิจก็สามารถใช้เครื่องจักรและระบบการผลิตมาแทนได้ น้ำพริกเผาก็มีความเหมาะสม เป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ เนื่องจากต้นทุนครอบครัวที่ได้เปรียบคือองค์ความรู้และประสบการณ์ ทั้งสูตรลับเฉพาะประจำตระกูลบวกกับการที่ครั้งหนึ่งเคยอยู่ในธุรกิจน้ำพริกและเคยผลิตส่งออกมาก่อน

เข้าครัวครั้งแรกต้องทึ่งหมด

จากหญิงสาวที่ไม่เคยทำอาหารเอง เมื่อจับธุรกิจในกลุ่มอาหาร เป็นเวลาที่ต้องเข้าครัวครั้งแรกเพื่อลงมือทำน้ำพริกเผาด้วยตัวเองให้รู้ซึ่ง ก่อนที่จะเข้าสู่ระบบการผลิตจริง

“ตอนแรกเราคิดว่าที่สำคัญเป็นเรื่องการตลาดอย่างเดียว แต่คุณพ่อบอกว่าไม่ใช่ ยังมีเรื่องของการรักษาคุณภาพของสินค้าให้อร่อยและถูกปากลูกค้าอีกด้วย ดังนั้นเราจึงพัฒนาและใส่ใจรายละเอียดทุกขั้นตอนของการผลิต ช่วงเริ่มต้นเรารู้สึกว่ายากมาก เพราะเป็นคนไม่เคยทำอาหารไม่เข้าใจหลักการเลย อย่างหัวหอม



ที่ต้องเอาไปคั่ว เราก็ไม่รู้ว่าจุดไหนที่ได้ที่แล้ว ครั้งแรกที่ทำออกมา ขมจนต้องเททิ้งหมด พอลองมือทำเองถึงรู้ว่าน้ำพริกที่ดูเหมือนไม่มีอะไร จริงๆ มีรายละเอียดมาก เลยต้องเข้ามาทบทวนตรงนี้กว่าจะมั่นใจ”

นริศรา มองการเข้าสู่ตลาดน้ำพริกเผาที่มีแบรนด์ใหญ่ครองตลาดว่ารายเล็กๆ ไม่สามารถไปแข่งขันได้อยู่แล้ว ดังนั้นต้องทำให้แตกต่าง จับลูกค้าคนละกลุ่ม เป็นที่มาของน้ำพริกเผาพรีเมียมที่มีจุดเด่น คือ คัดสรรวัตถุดิบชั้นดี เนื้อกึ่งคัปปิเศษ น้ำมันรำข้าว ที่ได้รับความนิยมในกลุ่มคนรักสุขภาพ ไม่ใส่สี ไม่แต่งกลิ่น ไม่ใส่ผงชูรส และไม่ใช้วัตถุกันเสีย เน้นความเป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ

เข้าสู่ระบบธุรกิจซื้อวัตถุดิบจากโรงงาน

หลังจากได้แผนธุรกิจที่ครอบคลุม จากนั้นนริศราจึงเริ่มวางแผนโรงงานต้องมีสถานที่ผลิตที่ปิด แบ่งส่วนเป็นห้องทำการผลิต ห้องสต็อก วัสดุที่ใช้ต้องมีมาตรฐาน และควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบทุกล็อต เช่น พริก หอม กระเทียม และอื่นๆ อย่างเคร่งครัดตามมาตรฐานโรงงาน

“เดิมเราซื้อวัตถุดิบจากตลาด ต้องเปลี่ยนมาซื้อจากโรงงานที่เชื่อถือได้ มีที่มาที่ไป เพราะถ้ามีปัญหาขึ้นมา ต้องตรวจสอบย้อนกลับไปได้ว่าเกิดอะไรขึ้น วัตถุดิบที่รับเข้ามาล็อตไหนมีปัญหาจากไหน”

สร้างแบรนด์ซุสลาตองเด่น

หลังจากที่ได้ อย. ในเดือนกันยายนปี พ.ศ.2559 ที่ผ่านมานิศราจึงเริ่มทำตลาดอย่างจริงจังในแบรนด์ KATS ซึ่งมาจากชื่อเล่นของเธอเอง และ ไคชื่อ ที่แปลว่า Let start to eat (มาากินกันเถอะ) สำหรับคนจีนที่ออกเสียง “แคทส” ยากกว่า โดยมีน้ำพริกเผารสดั้งเดิม (น้ำพริกเผากุ้ง) และรสไก่ (น้ำพริกเผากุ้งผสมเนื้อไก่) ที่เข้มข้นด้วยกุ้งแห้งคัปปิเศษบดละเอียดและอัดแน่นด้วยเนื้อไก่หั่นเป็นชิ้นเล็กๆ เน้นคุณภาพเหมือนทำรับประทานเอง

ที่บ้านรสกลมกล่อม เผ็ดและหวานกำลังดี ภายใต้อโลแกน “ผัด หมัก รวด จิ้ม ใช้แคทสที่เดียวจบ” ขวดเดียวทำอะไรก็ได้ไม่ว่าทาขนมปัง คลุกข้าว หรือปรุงเป็นอาหารได้หลายอย่าง

ครั้งแรกฉลากออกแบบมาในโทนสีดำ-แดง ดูทันสมัย แต่เมื่อไปวางอยู่กับสินค้าอื่นกลับดูมืดไป นริศราซึ่งเคยจับงานทางด้านการตลาดมารู้ว่าโทนสีเป็นเรื่องที่สำคัญไม่แพ้โลโก้บนฉลากคนจะจดจำรูปภาพมากกว่าชื่อ จึงเลือกสีแดงที่สะดุดตา และโลโก้ดอกกุหลาบที่มาจากชื่อคุณย่า เน้นให้จดจำง่าย นอกจากบอกวิธีรับประทาน ส่วนผสม ส่วนที่เพิ่มเข้ามาซึ่งยังไม่พบในผลิตภัณฑ์กลุ่มเดียวกันก็คือ QR code ที่เป็นช่องทางเชื่อมโยงไปสู่หน้าเพจเฟซบุ๊กและไลน์ เพื่อให้สามารถติดต่อโดยตรง

โครงการ NEC ชั่วงตลาด

การเข้าอบรมในโครงการ NEC ทำให้มองเห็นช่องทางการตลาดอื่นๆ เพิ่มเข้ามา นอกจากวางจำหน่ายในซูเปอร์มาเก็ตที่เน้นสินค้าคุณภาพหรือสินค้าสุขภาพที่มีสาขาทั่วประเทศ เช่น ร้านไบเมี่ยง เลมอนฟาร์ม ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ร้านค้าสุขภาพเล็กๆ ยังชี้ช่องทางอีคอมเมิร์ซผ่าน เว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์อย่าง Lazada และ 11street สามารถสั่งซื้อและส่งตรงถึงบ้านได้ด้วย

“เป้าหมายสูงสุดคือ อยากทำให้คนต่างชาติยอมรับน้ำพริกเผาของเรา แบบเดียวกับที่เราไปเห็นซอสพริกศรีราชาไปขายอยู่ในต่างประเทศ”.



บริษัท แคทส จำกัด

1/5 หมู่บ้านสีลมแกรนด์เทอร์เรส ถนนสีลม
เขตบางรัก กทม. 10500
โทร. 08 5462 2926
อีเมล nariskat@gmail.com



ผู้ประกอบการต้นแบบที่นำศักยภาพสินค้าแปรรูปเกษตรของไทย “ข้าวเหนียวเจี้ยววู” เกรดเอามาประยุกต์สร้างสรรค์ใหม่รูปแบบอาหารทานเล่น “ข้าวแต๋น” จากตำรับอาหารโบราณมาต่อยอดให้แปลกใหม่ด้วยกระบวนการ “มูนคลุก” แต่งเติมวัตถุดิบเครื่องคาวหวาน อย่างเครื่องแกง รัญพืช และผลไม้ปั่นซื้อ เกิดเป็นสินค้าแบรนด์ไทยคุณภาพส่งออกในชื่อ PASSiOn rice พร้อมตีตลาดทั้งในไทยและต่างประเทศด้วยวิธีการตลาดให้ความรู้สู่ผู้บริโภคหวังผลักดันธุรกิจและผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบจากผลิตผลทางการเกษตรของไทยให้มีชื่อเสียงในระดับสากล



ข้าวแต๋นมูนคลุก

ตำรับภาคเหนือ

ชูข้าวเหนียวเจี้ยววูของภาคอีสาน



แนวคิดสร้างสรรค์ข้าวแต๋นมูนคลุก

คุณวิรัช ธนพงษ์พิทักษ์ ผู้สร้างสรรค์และเจ้าของผลิตภัณฑ์ข้าวแต๋นมูนคลุกแบรนด์ แพชชั่นไรซ์ (PASSiOn rice) กล่าวถึงนิยามของ PASSiOn rice เป็นการเล่าเรื่องราววัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนไทยมีมายาวนาน ตั้งแต่ในสมัยอดีตและยังคงปฏิบัติสืบกันมาจนถึงปัจจุบัน โดยตีความสำคัญของ “ตำรับอาหารโบราณ” และการดึงรากวัฒนธรรมการกินสมัยโบราณมา “ประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย”

“การจัดสำรับอาหารของคนไทยในสมัยก่อนจะมีทั้งของคาวและของหวาน คือรับประทานอาหารเสร็จแล้ว ก็มักจะต้องตบท้ายด้วยของหวานหรือผลไม้เป็นการล้างปากวัฒนธรรมนี้อาจอิงได้จากสุภาษิตไทยโบราณที่เขียนไว้ว่า “กินคาวไม่กินหวานสันดานไพร่” ซึ่งสำนวนนี้ฟังดูอาจจะรุนแรงแต่บ่งบอกได้ถึงเรื่องราวการรับประทานอาหารในสังคมคนไทยในอดีต คนที่มีฐานันดร คนสูงศักดิ์ คนบดี หรือ

ผู้มีฐานะร่ำรวยในสมัยก่อนเหยียดหยันคนที่มีความฐานะทางสังคมต่ำกว่าในอดีตไพร่มีความเป็นอยู่ค่อนข้างแร้นแค้น อาหารการกินไม่สมบูรณ์พร้อมนัก โอกาสที่จะทานของหวานจึงยาก ไม่เหมือนกันพวกที่ฐานะนครสูงที่มีอาหารการกินเพียบพร้อมทั้งของคาวของหวาน จะเห็นได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่มีมายาวนานในทุกภาคของประเทศไทย”

จากรากฐานประวัติศาสตร์อาหารไทยดั้งเดิม นำมาสู่การคิดค้นตำรับอาหารแบบฉบับอาหารทานเล่นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ เกิดเป็น PASSiOn rice นำข้าวแต่น ซึ่งเป็นขนมทางภาคเหนือมาประยุกต์เป็นข้าวแต่นมุนคลุก มุ่งหวังให้เป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก (Souvenir) เกรดพรีเมียม (Premium) โดยใช้วัตถุดิบหลักอย่างข้าวเหนียวเขี้ยวงูมาทำข้าวแต่นมุนคลุก ซึ่งข้อดีของข้าวเหนียวชนิดนี้มีรูปแบบเม็ดยาวเรียวยาวแหลม ลักษณะคล้ายเขี้ยวงู เวลานึ่งจะนุ่มหอม พอนำมาผัดและทอดด้วยไฟแรง ข้าวเหนียวจะกรอบกรอบไม่กรอบแข็ง ข้าวไม่แตกหัก เม็ดสวย ซึ่งส่วนประกอบหลักนี้มีที่มาจากภาคอีสาน อันเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพสูง ซึ่งเกษตรกรไทยผลิตได้เอง ในระดับเกรดเอ มาตรฐานส่งออก

ไอเดียสร้างสรรค์สัมผัสใหม่ชวนลิ้มลอง

PASSiOn rice ได้ทำผลิตภัณฑ์ขนมโดยใช้เรื่องราววัฒนธรรมการกินของคนไทยเข้าไปสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ขนม 2 ประเภท ได้แก่ Thai Oriental Delicious เป็นรสชาติอาหารคาวที่มีส่วนผสม เครื่องเทศ เครื่องแกง และเครื่องคาว เป็นรสชาติแบบไทยๆ กับ Passion Mix Favor เป็นรสชาติของหวานมีส่วนผสมแยม ผลไม้ ผลไม้อบแห้ง คาราเมล ช็อกโกแลต และอีกหลายอย่างจะมีรสชาติเป็นของหวาน ซึ่งทั้ง 2 ประเภทจะมีหลากหลายรสชาติให้ได้ลิ้มลอง

เจ้าของผลิตภัณฑ์ เล่าถึงกลุ่มสินค้าในหมวด Thai Oriental Favor ประกอบด้วย น้ำพริกปลาสลิดพริกขี้หนูเม็ดมะม่วงหิมพานต์ น้ำพริกแกงฮังเลคูลูก สตอเบอร์รี่อบแห้งแยม น้ำจิ้มบ๊วยคูลูกมะเขือเทศสีดา และน้ำพริกปลาสลิดไข่เค็ม มีทบอล รวมทั้งรสชาติยอดนิยมอย่าง ส้มซ่าหมีกรอบ อัลมอนต์ชาอูชิบายกระบวนกรสร้างสรรค์รสชาติยอดฮิตว่าแพชชั่นไรซ์ได้นำรสชาติของหมีกรอบทรงเครื่อง ซึ่งเป็นอาหารทานเล่นตำรับชาววัง มาประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ โดยใช้ไอเดียความเป็น PASSiOn rice เข้าไป นั่นคือการใช้ข้าวแต่นมุนเป็นส่วนผสมหลัก แล้วให้ข้าวแต่นมุนเป็นตัวเล่าเรื่องราวของหมีกรอบส้มซ่า เล่าเรื่องราวความเป็นของทานเล่นกึ่งอาหารคาวกึ่งอาหารหวาน แต่ยังคงรสชาติหมีกรอบแบบชาววังดั้งเดิม เพิ่มเติมเนื้อสัมผัสที่เป็นข้าวแต่นมุนคลุก และผสมด้วยอัลมอนต์ เต้าหู้ทอดคูลูกเล้าปรุงรสด้วยน้ำมะขามเปียก และสิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือน้ำส้มซ่า ที่ให้ความหอมและเปรี้ยวกำลังดี ซึ่งเวลาเคี้ยวกล้วยจะแตกพองด้วยความเปรี้ยวกำลังดี ละมุนลิ้นด้วยความหวาน ที่กลืนลงลำคอรสชาติที่พอเหมาะจะแผ่ซ่านความอร่อยทุกคำที่เคี้ยวเลยทีเดียว

ส่วนในหมวด Passion Delicious Favor ประกอบด้วย มาร์ชเมลโล่ทุเรียนช็อกโกแลตคูลูกเม็ดพีแคน นูเทลล่าฟักเชื่อมไวท์ช็อกแยมมะม่วงคูลูกผลไม้อบแห้ง แยมลำไยคูลูกลำไยอบแห้งวานิลลา ที่รามิสุกาแฟ คาราเมลอัลมอนต์ ชาเขียวทุเรียนแมคคาเดเมีย และมาร์ชเมลโล่ทุเรียนกวน

“เหตุผลที่เรานำสิ่งที่มีอยู่แล้วในตลาดอย่าง ข้าวแต่น มาเปลี่ยนโฉมใหม่ อาจตอบได้ ด้วยชื่อแบรนด์ของเรา ผมตั้งชื่อแบรนด์ PASSiOn rice เพื่อสะท้อนสิ่งที่อยากทำ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจไม่ใช่การเลียนแบบ เพราะฉะนั้นผมต้องทำสิ่งใหม่ขึ้นมา เมื่อมองว่า จะทำข้าวแต่น ผมเริ่มทำรีเสิร์ชพบว่าอาหารชนิดนี้มีคุณค่า แต่กลับไม่มีมูลค่า เลยคิดว่าจะทำอย่างไรให้ขายได้ในราคาที่สูงขึ้น จึงต้องใส่ความแปลกใหม่เข้าไป คิดค้นสูตรใหม่เอง และทดลองปรุงส่วนผสมด้วยตัวเอง ไม่ใช่แค่เติมแต่งกลิ่นและรสเท่านั้น เช่น รสมาร์ชเมลโล่ทุเรียนกวน ผมก็ลองเอาทุเรียนกวนมาทำแล้วเติมบางอย่างเข้าไป ก็พบว่ามันเข้ากัน



ได้ดีกับข้าวแต่น หรือสูตรของคาวใช้เครื่องแกงอย่าง น้ำพริกปลาสลิดพริกขี้หนูเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ก็ต้องไม่ให้เผ็ดจนเกินไปคิดว่าต้องใส่เม็ดมะม่วงเพื่อให้รู้สึกกรุบกรอบตอนเคี้ยว จากนั้นก็ทดลองสูตรอื่นๆ จนเป็นที่พึงพอใจทั้งเนื้อสัมผัสและรสชาติ พร้อมกับขอคำปรึกษาด้านสูตรและโภชนาการกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ก่อนจะออกมาเป็นข้าวแต่นมุนคลุกหลายรสชาติจำหน่ายในปัจจุบัน”

ต่อมา PASSiOn rice จึงได้ปรับให้เป็นรูปแบบคอฟฟี่เบรคมากขึ้น โดยทำเป็นชิ้นๆ ฉีกกินได้ง่ายและขยายไลน์มาผลิตน้ำผลไม้แยมสดในชื่อ PASSiOn rice โดยนำแยมที่เป็นวัตถุดิบทำข้าวแต่นมาทำเป็นน้ำได้ด้วย สร้างสรรค์ใหม่เป็นรส มะม่วงเสาวรส สลเสาวรส และกีวี่ครีมไซดาเป็นรสชาติหลัก และในช่วงฤดูหนาว จะมีรสที่รามิสุช็อกโกแลต นมสดลำไย ขนุน ท้อไข่ และรัมเรซิน วางตลาดเพิ่มเติมด้วย และวิธีรักษากำลังจะทำขนมผิงลำไยอบแห้ง ซึ่งจะเปลี่ยนตัวขนมผิงมาประยุกต์กับข้าวแต่น ตามด้วยข้าวแต่นโมจิ ออกสู่ตลาดในเร็วๆ นี้ ขณะเดียวกันก็กำลังทดลองทำข้าวแต่นมาการอง มาเสิร์ฟตลาดในอนาคตด้วย



“เมื่อผมยึดหลักเอาสิ่งที่มีคุณค่ามาทำให้มีมูลค่า จึงอยากจะพัฒนาสินค้าของเราให้สอดคล้องกับแนวคิดนั้น ผมอยากให้กลุ่มลูกค้ามีความรู้ใหม่ว่าของที่เห็นนั้นสามารถแบ่งได้อีก จากข้าวแต่นธรรมดา 35 บาท จะทำอย่างไรให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าการกับจ่ายเงินหลักร้อย ดังนั้น วิธีการสื่อสารสินค้าของเราไปสู่ผู้บริโภคจึงต้องเข้าไป

ทำความเข้าใจกับลูกค้าถึงความน่าสนใจและความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ Crispy Rice และสร้างการเรียนรู้ใหม่โดยบอกข้อมูล เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้สงสัย เราก็บอกข้อมูลเพิ่มเติมเข้าไปอีก ผ่านแพ็คเกจจิ้งหรือช่องทางโซเชียลอย่างเฟซบุ๊ก พอลูกค้าได้ชิมเห็นบรรจุภัณฑ์ก็จะเข้าใจและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น หรือแม้แต่เครื่องดื่มก็สามารถสื่อสารความเป็นออร์แกนิกของผลไม้ที่เราปลูกเอง และอธิบายเรื่องราวที่มาของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตที่ดีต่อสุขภาพได้อีกด้วย”

เพิ่มมูลค่าภาคเกษตรอย่างมีกึ๋น

รวิวัชร ยังตั้งความมุ่งหมายให้ข้าวแต่นมูนคลุก PASSiOn rice ไม่ใช่แค่อาหาร ของรับประทานเล่น หรือของฝากของที่ระลึก (Souvenir Premium Grade) เพื่อสืบสานตำนานอาหารไทย (Story Based on Thai Eating Culture) เท่านั้น แต่ต้องการให้คนไทยที่เป็นเจ้าของพันธุ์ข้าวได้รับประทานข้าว หรือขนมที่ทำจากข้าวต้องมีคุณภาพ และตั้งเป้าให้ PASSiOn rice เป็นตัวแทนของข้าวเหนียวคุณภาพจากประเทศไทยถึงมือผู้บริโภคชาวต่างชาติหวังไว้ศักยภาพเพื่อเป้าหมายเพิ่มมูลค่าการส่งออกของภาคการเกษตร

“เดิมเราเน้นตลาดขายส่ง เพราะไม่มีหน้าร้าน เราจึงเน้นไปที่กลุ่มร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว และส่งออกในรูปแบบส่งรายบุคคลหรือค้าปลีกกับกลุ่มลูกค้าองค์กร ที่จะต้องซื้อกระเช้าของขวัญอยู่แล้ว เราจึงนำเสนอผลิตภัณฑ์ของเรา โดยสื่อสารเรื่องการสนับสนุนสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปการเกษตรของไทย และเราสามารถจัดเซตบ็อกซ์ ทำให้ลูกค้าประทับใจในการดีไซน์แพ็คเกจจิ้งกล่องกระดาษเกรดเอให้สวยงาม เสริมด้วยสินค้าอื่นๆ อย่างผ้าพันคอเพื่อเพิ่มมูลค่า (Value) และนำเสนอความแปลกใหม่ของส่วนผสมรสชาติข้าวแต่นมเมื่อเขายอมรับในไอเดียของเรา ก็จะมีการออเดอร์อย่างสม่ำเสมอเพื่อทดแทนกระเช้าของขวัญเดิมไปโดยปริยาย”

ร่วมหลักสูตรอัจฉริยะทางธุรกิจ

รวิวัชร ธนพงษ์พิทักษ์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นมูนคลุก PASSiOn rice ยอมรับว่าได้เข้าโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้นำความรู้มาใช้กับธุรกิจของตนเอง โดยเฉพาะเรื่องบัญชีและการวางแผนภาษี นอกจากนี้ยังได้เข้าอบรมหลักสูตร Genius Academy ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหลักสูตรสร้างอัจฉริยะทางธุรกิจ จากหลักสูตรนี้ได้นำความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณภาพในระดับสากลเพื่อพร้อมส่งออก และยังนำความรู้เรื่องการค้นหา DNA หรือตัวตนของสินค้าไปต่อยอด เพื่อที่จะให้สินค้าชัดเจนกับกลุ่มเป้าหมายที่จะจำหน่าย.



ข้าวแต่นมูนคลุก PASSiOn rice

45 หมู่ 5 บ้านบัวใหญ่ ตำบลบัวใหญ่

อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น 40140

โทร. 08 7325 9994

อีเมล raveevach@gmail.com

Special Report

• เรื่อง : อรุษา กิตติวัฒน์



กล้วย

พืชเศรษฐกิจเงินล้านต่อฐานสู่อุตสาหกรรม

สารอาหารและประโยชน์จะแตกต่างกันออกไป ซึ่งสารอาหารสำคัญในกล้วยที่มีเหมือนกันจะเป็นสาร เซโรโทนิน (Serotonin) เป็นสารที่สร้างจากโปรตีนที่เป็นกรดอะมิโน มีส่วนช่วยในเรื่องของระบบทางเดินอาหารโดยเฉพาะกระเพาะอาหาร ลำไส้เล็ก สารทริปตามีน (Tryptamine) เป็นสารที่สร้างกรดอะมิโนที่ร่างกายไม่สามารถสร้างเองได้ มีส่วนช่วยในกระบวนการนอนหลับจึงเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการนอนหลับอย่างสนิท สารอีพิเนฟริน (Epinephrine) สารที่จะช่วยในเรื่องของระบบประสาท สารโดพามีน (Dopamine) เป็นสารที่ช่วยบำรุงสมองและร่างกาย และสารเบนโซไพเร็น (Benzopyrene) นอกจากสารเหล่านี้แล้วยังมีสารอาหารอื่นๆ อีกมากมายซึ่งเป็นสารอาหารจำเพาะของกล้วยแต่ละชนิดจะแตกต่างกันออกไปตามชนิดของกล้วย

กล้วยหอมมีวิตามินบี 6 ปี 12 โพแทสเซียมและแมกนีเซียมอยู่เป็นจำนวนมาก กล้วยหอมสามารถลดอาการปวดหัว ปวดท้อง ในประเทศไทยมีผลผลิตกล้วยหอมมากกว่า 200,000 ตันต่อปีซึ่งข้อมูลสินค้าเกษตรตลาดไทระบุไว้ว่ากล้วยหอม

กล้วยเป็นพืชที่สามารถปลูกได้ทุกพื้นที่ ทุกครัวเรือน และสามารถผลิตออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี กล้วยที่คนไทยนิยมรับประทานมีมากมายหลายชนิด นอกจากความอร่อยที่ถูกปากคนไทยแล้ว กล้วยยังเป็นพืชที่มีประโยชน์ทางด้านโภชนาการรวมถึงสารอาหารที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกายอีกด้วย อีกทั้งยังมีกลิ่นหอม เนื้อนุ่ม เป็นไม้ล้มลุกที่มีอายุยาวนานหลายปี แตกหน่อและออกผลได้หลายครั้ง สำหรับประเทศไทยกล้วยที่นิยมนำมาปลูกและนิยมนำมารับประทานจะเป็นกล้วยหอม กล้วยน้ำว้า กล้วยไข่ และกล้วยหักมุก



<http://www.pritipbrand.com>

มีแนวโน้มเพิ่มพื้นที่เพาะปลูก จากเดิมปี 2558 มีพื้นที่ 68,128 ไร่ เพิ่มขึ้นในปี 2559 เป็น 82,128 ไร่ โดยมีพื้นที่ปลูกใหม่ทั้งในภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ แม้ปริมาณผลผลิตในปี 2559 มีเพียง 155,209 ตัน ลดลงจากที่ปี 2558 ที่มีปริมาณ 207,514 ตัน แต่มีแนวโน้มราคาจำหน่ายหน้าสวนเพิ่มขึ้น จากปี 2558 ที่กิโลกรัมละ 18.51 บาท เพิ่มขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 22 บาทในปี 2559 สำหรับกล้วยหอมเป็นพืชที่เกษตรกร ผู้ค้ามีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับเทศกาลสำคัญ อาทิ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลสารทจีน

กล้วยน้ำว้ามีธาตุเหล็ก แคลเซียม ฟอสฟอรัส วิตามินซี แคโรทีน โนอาซีน และใยอาหารจำนวนมาก กล้วยน้ำว้ายังสามารถแก้โรคโลหิตจาง และโรคเลือดออกตามไรฟัน และในประเทศไทยมีผลผลิตกล้วยน้ำว้ามากกว่า 1 ล้านตันต่อปี

กล้วยไข่มีสารเบต้าแคโรทีน เหล็ก แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส กล้วยไข่ช่วยลดริ้วรอยเนื่องจากกล้วยไข่มีสารต้านอนุมูลอิสระ และช่วยในเรื่องของเนื้อเยื่อได้อีกเช่นกัน ในประเทศไทยมีผลผลิตกล้วยไข่มากกว่า 170,000 ตันต่อปีกล้วยหักมุกมีสารเด่นๆ ที่เรียกว่าไซโตอินโดไซด์ 1 2 3 4 และ 5 ที่จะช่วยบรรเทาอาการท้องอืดท้องเฟ้อ และโรคกระเพาะ





นอกจากนี้กล้วยยังเป็นพืชที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วนตั้งแต่ใบจนถึงราก ซึ่งกล้วยถือว่าเป็นสมุนไพรในครัวบ้านเลยก็ว่าได้รากและลำต้นของกล้วยนั้นสามารถนำมารักษาผิวหนังที่เกิดผื่นแดง แผลที่เกิดจากไฟไหม้และน้ำร้อนลวก หรือนำมาต้มเพื่อแก้อาการกระหายน้ำได้ ส่วนของก้านกล้วยหากเป็นสมัยก่อนจะนำมาทำเป็นของเล่นของเด็กๆ หรือนำมาฝานเป็นเส้นเล็กๆ ใช้สำหรับมัดของได้ ส่วนใบกล้วยนำมาประดิษฐ์กระทง บายศรีหรือห่อของได้เพราะใบกล้วยทนความร้อนได้เป็นอย่างดี ส่วนของหัวปลีนำมาใช้เป็นเครื่องเคียงสำหรับประกอบอาหารอย่างผัดไทย ยำหัวปลีได้เช่นกัน

กล้วยสู่อุตสาหกรรมแปรรูปเพื่อเศรษฐกิจไทย

กล้วยในประเทศไทยสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย ซึ่งกล้วยสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้ไม่น้อยกว่า 300 ล้านบาท ทั้งการขายแบบผลสดที่คนส่วนใหญ่นิยมรับประทานกล้วยในลักษณะของผลไม้สดเนื่องจากได้คุณค่าทางอาหารมากมาย การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของสินค้า OTOP ประจำท้องถิ่นประจำจังหวัด ที่ผลิตขายในรูปแบบของฝากที่ขายตามท้องตลาดอย่างกล้วยฉาบ กล้วยตาก กล้วยอบ ฯลฯ หรือขายในรูปแบบของใบตองที่สามารถนำไปใช้ได้หลากหลาย ซึ่งปัจจุบันมีเกษตรกรบางรายปลูกกล้วยเพื่อใช้ประโยชน์จากใบตองเป็นหลัก สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปกล้วยเพื่อการส่งออกนั้นมีหลายประเภทอย่าง กล้วยแปรรูปอย่างง่าย เช่น กล้วยอบแห้ง กล้วยฉาบน้ำตาล เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันมี

การควบคุมคุณภาพ และความสะดวกในการผลิตอย่างเคร่งครัด เพื่อให้สินค้าได้มาตรฐานตามที่ตลาดต้องการ และกล้วยแปรรูปบรรจุกระป๋อง วัตถุดิบที่นำมาใช้แปรรูปส่วนใหญ่ ได้แก่ กล้วยน้ำว้า และกล้วยไข่ที่สุกแล้ว นำมาปอกเปลือก ฝานบาง ๆ แล้วแช่ลงในน้ำเชื่อม นำไปบรรจุกระป๋อง และทำการส่งออก

ด้วยประโยชน์ของกล้วยและรูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกล้วย ทำให้ในอนาคตอุตสาหกรรมกล้วยของประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอีกเท่าตัว แต่สิ่งหนึ่งที่ระวังคือต้องควบคุมคุณภาพการผลิตทั้งแบบผลสดและการแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาดได้รับมาตรฐานและได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.honestdocs.co
www.positioningmag.com
www.saikaoschool.ac.th
www.pikool.com
www.booktime.co.th



Show Case

• เรื่อง : บัณฑิตา ศิริพันธ์



เพลิน Banana Chips

ฟื้นฟูวิถีการแปรรูปกล้วยหอมทองตากโฮส ขยายตลาดไทยและต่างประเทศ

ไม่ว่าจะผ่านมากี่ยุคที่สมัยกล้วยหอมทองก็ยังเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมอยู่เสมอ ด้วยสรรพคุณด้านสุขภาพที่มากมายทำให้กล้วยหอมทองกลายเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่มีความสำคัญ เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทำให้เกษตรกรหันมาปลูกกันอย่างแพร่หลาย แต่บางช่วงกล้วยหอมทองก็มีราคาตกต่ำเนื่องจากผลผลิตที่ล้นตลาด รวมถึงปัญหาทางด้านการเพาะปลูกที่ทำให้ผลผลิตออกมาไม่ได้ขนาดตามมาตรฐาน ขายไม่ได้ราคา วิชากิจชุมชนกลุ่มอาชีพผลไม้สดและผลผลิตเกษตรแปรรูปบ้านดอนทอง หมู่ที่ 4 ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จึงจุดประกายความคิดแปรรูปขนมจากกล้วยหอมทองขึ้นมา

ยกระดับกล้วยหอมทองตากโฮส สู่สินค้าแปรรูป มากรางวัล

คุณวันดี ไพโรจน์บุญ ประธานกลุ่มอาชีพผลไม้สดและผลผลิตเกษตรแปรรูปบ้านดอนทอง เปิดเผยว่า เดิมทีภายในชุมชนปลูกกล้วยหอมทองกันเกือบทุกครัวเรือนอยู่แล้ว เพราะถือว่าเป็นผลไม้มงคลและให้ผลผลิตจำนวนมากในแต่ละปี แต่ก็เสี่ยงต่อการที่สินค้าจะล้นตลาดด้วยเหมือนกัน จึงนำเอากล้วยหอมทองมาแปรรูปเพราะมองว่ายังไม่ค่อยสนใจที่จะแปรรูปสินค้าจากกล้วยหอมทองเท่าไรนัก จึงนำมาแปรรูปเป็นกล้วยฉาบ ภายใต้แบรนด์ “เพลิน Banana Chips” ซึ่งจะใช้ปริมาณกล้วยหอมทองตากวันละ 1 ตันหรือเดือนละประมาณ 20 ตัน โดยจะซื้อผ่านชาวบ้านในหมู่บ้านผ่านกลไกการรับซื้อเหมา คละคุณภาพในราคาตั้งแต่ 12-30 บาท ต่อกิโลกรัม และเมื่อนำมาผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วจะขายกล้วยหอมทองอบเนย





อยู่ที่ราคากิโลกรัมละ 300 บาท ส่วนแบบที่บรรจุขายเป็นซองจะอยู่ที่ราคาตั้งแต่ 15-45 บาท ซึ่งกล้วยดิบ 1 หวีสามารถแปรรูปได้จำนวน 5 ซองเล็ก จะเห็นว่าขั้นตอนการแปรรูปเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าได้เป็นอย่างดี และอีกหนึ่งเคล็ดลับสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแตกต่างจากที่อื่นคือการใช้กล้วยหอมทองแท้ 100% ในการผลิต มีให้เลือกกันถึง 3 รสด้วยกัน คือ กล้วยหอมทองอบเนย รสหวานดั้งเดิม ที่ปรุงแต่งรสให้หวานมันลงตัว กลิ่นหอมของเนยช่วยให้รสชาติกลมกล่อมขึ้นอีกเท่าตัว โดยรสชาตินี้เป็นรสแรกที่ถูกผลิตออกมาจนได้รับการยอมรับอย่างล้นหลามเพราะเล็งเห็นถึงความต้องการที่จะหาขนมทานเล่นของกลุ่มผู้รักสุขภาพ รสต่อมาคือ กล้วยหอมทองอบเนยรสหวาน รสชาติใกล้เคียงกับกล้วยหอมทองธรรมชาติ มีรสหวานตัดเค็มเล็กน้อย รสสุดท้ายคือ กล้วยหอมทองอบเนยรสเค็ม มัน หอม กรอบกำลังดี ทานได้ทุกโอกาส พร้อมเตรียมแตกไลน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กด้วยการเพิ่มรสชาติอย่างสหา่วย, บาร์บีคิว, ปาปริก้า, ซ็อกโกแลต เป็นต้น การันตีความสำเร็จด้วยรางวัลสินค้าโอท็อประดับ 5 ดาว รางวัลสินค้าดีเด่นระดับประเทศ และได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตจาก อย., GMP, HACCP และฮาลาล ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

เผยแนวคิดการสร้างแบรนด์ให้ติดตาม ติดใจผู้บริโภค

สำหรับการแปรรูปกล้วยหอมทองของกลุ่มจะให้ความสำคัญกับคนมากกว่าเครื่องจักรถึงแม้จะอยู่ในยุคสมัยที่มี





เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยในการผลิตแล้วก็ตาม เพราะต้องการกระจายรายได้ภายในชุมชนให้ผู้สูงอายุมีงานทำและมีรายได้ โดยแต่ละขั้นตอนการผลิตจะยึดแนวทางและวิธีทำแบบดั้งเดิม เริ่มต้นจากการนำกล้วยหอมทองมาล้างด้วยน้ำเกลือเพื่อขจัดคราบสกปรกและยางกล้วย จากนั้นนำมาปอกพร้อมทั้งแยกขนาดและคุณภาพ กล้วยที่สุกเกินไปจะถูกคัดออกมาเพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าประเภทอื่น ส่วนกล้วยที่ดิบจะนำสไลด์ให้เป็นแผ่นเพื่อนำไปทอด จากนั้นนำไปผึ่งให้แห้งก่อนนำเข้าเครื่องอบแห้งอีกครั้ง และนำมาปรุงรสชาติเป็นอันเสร็จพร้อมจำหน่าย และการที่จะทำให้สินค้าติดตลาดได้นั้นนอกจากคุณภาพในการผลิตหรือรสชาติที่ดีแล้วยังต้องอาศัยความประทับใจแรกด้วย นั่นก็คือการออกแบบแพ็คเกจจิ้งให้น่าดึงดูด สะดุดตาตั้งแต่แรกเห็น คิดไปถึงรูปภาพหรือสัญลักษณ์อะไรที่คนเห็นแล้วเกิดความรู้สึกสนุกสนานอยากลองหยิบขึ้นมา สูดทำย จึงเลือกรูปลิงมาใช้เป็นโลโก้ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เพลิร์น Banana Chips กินแล้วเพลิร์นหยุดไม่อยู่” บรรจุทั้งแบบใส่ซอง ใส่กระปุก หรือใส่กล่อง อีกทั้งยังมีการจัดเซตตามช่วงเทศกาลต่างๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้าในการซื้อไปเป็นของขวัญ

ตลาดส่งออกต่างประเทศด้วยกลยุทธ์การพัฒนาไม่หยุดนิ่ง

จนถึงปัจจุบันผลิตภัณฑ์ เพลิร์น Banana Chips ได้จับจองพื้นที่ในตลาดมากกว่า 4 ปีแล้ว ซึ่งถือว่ามีเจริญเติบโตที่ดีขึ้นเรื่อยๆ อาจเพราะเลือกผลิตสินค้าจากกล้วยหอมทองเพียง



อย่างเดียว ทำให้คนจดจำแบรนด์ได้ง่าย รวมถึงมีการพัฒนาทั้งคุณภาพ รสชาติ และปริมาณอยู่ตลอดเวลาทำให้ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคมาโดยตลอด ซึ่งนอกจากจะมีงานจำหน่ายตามร้านค้าอาหารเพื่อสุขภาพชั้นนำทั่วไปแล้ว ยังส่งออกขายไปยังต่างประเทศด้วย โดยเริ่มต้นจากการได้มีโอกาสไปจัดแสดงสินค้าไม่ว่าจะเป็นประเทศจีน ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ ซึ่งวิสัยขยายตลาดเริ่มต้นมาจากการเข้าร่วมโครงการส่งออกต่างประเทศของ ธ.ก.ส. หลังจากนั้นจึงได้นำความรู้ที่ได้มาต่อยอดในการพัฒนาเครื่องจักรและการออกแบบจัดแสดงสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักแบรนด์มากขึ้น สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ก็คือคุณภาพของสินค้า ที่จะต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาให้ตอบสนองความต้องการของท้องตลาดทั้งไทยและต่างประเทศ

คุณวันดี กล่าวปิดท้ายว่า “อยากให้ผู้บริโภคหันมาเลือกซื้อสินค้าที่ทำจากกล้วยหอมทองกันเยอะๆ เพื่อเป็นแรงผลักดันให้ชาวบ้านเกิดกำลังใจในการปลูกไปจนถึงขั้นตอนการแปรรูปออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ อีกทั้งในขณะนี้ทางภาครัฐยังให้การสนับสนุนการปลูกและแปรรูปกล้วยทำให้มั่นใจได้ว่าผลผลิตที่ออกไปได้ผ่านกรรมวิธีที่ถูกต้องและปลอดภัยแน่นอน”



เพลิร์น Banana Chips

88/1 หมู่ 4 ตำบลคลองใหม่ อำเภอสามพราน
จังหวัดนครปฐม 73110
โทร. 08 7400 2667
www.facebook.com/plearnbananaofficial

มะพร้าว น้ำหอมไทย ครองเบอร์ 1 ของโลก

มะพร้าวเป็นพืชตระกูลปาล์มอีกทั้งยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยอีกชนิดหนึ่ง มะพร้าวสามารถเก็บผลผลิตได้เกือบทั้งปี ซึ่งแหล่งปลูกมะพร้าวและแหล่งผลิตมะพร้าวหลักของไทย คือจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และปัตตานี การผลิตมะพร้าวในประเทศไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาได้ผลิตมะพร้าวมากกว่า 1 ล้านตันต่อปี สำหรับแนวโน้มการบริโภคของไทยมีตัวเลขที่มากขึ้น เนื่องจากคนไทยมักจะนำเนื้อมะพร้าวมาใช้ในการบริโภคทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน แม้แต่น้ำมันมะพร้าวมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคนิยมมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคหันมาสนใจสุขภาพมากขึ้น ทั้งการรับประทานโดยตรงแบบอาหารเสริมหรือนำมาผสมในอาหาร บางคนใช้ทาผิวหรือนำมาทาผมนั่นเอง



เมื่อปี 2559 ตามรายงานของ FAO Statistics ระบุว่าพื้นที่ปลูกมะพร้าวของโลกจะน่าจะมีพื้นที่ปลูกมะพร้าวของโลก 75 ล้านไร่ ผลผลิตรวม 61 ล้านตัน 3 อันดับแรกของประเทศที่มีการปลูกมากที่สุดคือฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และอินเดีย ขณะที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 6

จากพื้นที่การปลูกมะพร้าวของไทยสามารถแบ่งออกได้เป็นมะพร้าวแก่ และมะพร้าวน้ำหอม ที่ทำผลผลิตมากกว่า 3 แสนตัน ไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ที่ได้จากมะพร้าวทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นน้ำกะทิ น้ำมะพร้าว มะพร้าวผลสด และน้ำมันมะพร้าว

สำหรับมะพร้าวน้ำหอมของไทยถือเป็นพันธุ์พื้นเมืองที่มีถิ่นกำเนิดเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น ปัจจุบันมะพร้าวน้ำหอมเป็นผลไม้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ในตลาดการส่งออกสินค้าของประเทศ และในตลาดของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทย ด้วยคุณสมบัติเฉพาะที่มีกลิ่นหอมคล้ายกลิ่นใบเตย อีกทั้งเนื้อมะพร้าวที่ยังอ่อนจะมีความนุ่ม และมะพร้าวน้ำหอมเองก็เป็นที่นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศเนื่องจากมะพร้าวน้ำหอมมีองค์ประกอบด้านโภชนาการและที่สารอาหารสำคัญอย่างโปแตสเซียม แมกนีเซียม แคลเซียม วิตามินซี ปี 2 ปี 5 และปี 6 รวมไปถึงกรดโฟลิก กรดอะมิโน ทั้งนี้ยังมีฮอร์โมนเอสโตรเจนสูง มีน้ำตาลกลูโคสและเกลือแร่ที่ร่างกายสามารถดูดซึมไปใช้เป็นพลังงานได้ดีอีกด้วย



มะพร้าวน้ำหอมไทยครองเบอร์ 1 โลก

หากเอ่ยชื่อว่ามีมะพร้าวน้ำหอมจากประเทศไทย หรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า Aromatic Coconut from THAILAND จะได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคมาก การตลาดส่งออกที่สำคัญคือประเทศจีนที่เปิดรับซื้อมะพร้าวเพื่อส่งออกไปยังประเทศจีนและประเทศอื่นๆ ในต่างประเทศมะพร้าวน้ำหอมของไทยสามารถขายได้ในราคาที่สูงอย่างเช่นประเทศจีน ขายอยู่ที่ลูกละประมาณ 70 บาท หากเป็นในยุโรปตกลูกละ 100 บาทขึ้นไป ในขณะที่มะพร้าวน้ำหอมจากประเทศคู่แข่งอย่างเวียดนาม ฟิลิปปินส์ ศรีลังกา อินเดีย ฯลฯ มีราคาที่ถูกกว่ามะพร้าวน้ำหอมของไทยมาก ปัจจุบันประเทศไทยมีแปลงปลูกมะพร้าวที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP แล้วมีพื้นที่กว่า 17,564.40 ไร่

มะพร้าวน้ำหอมออเดอร์งามช่วงเทศกาล

นอกจากผลไม้เพื่อสุขภาพแล้วมะพร้าวน้ำหอมก็ถือว่าเป็นผลไม้สำหรับเทศกาลมงคลอีกด้วย ด้าน**คุณสุรวุฒิ ปุติภัทรพงศ์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ แอนด์ เจ ผลไม้ไทย จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายมะพร้าวน้ำหอมสด กล่าวว่า ในช่วงเทศกาลตรุษจีนเป็นช่วงเวลาที่มะพร้าวน้ำหอมจะขายดีมากเรียกว่า ทำกันแทบไม่ทันทางบริษัทมีช่องทางในการจัดจำหน่ายมะพร้าว 2 ช่องทางคือตลาดไทที่ส่งวันละ 20,000 ลูก และเทสโก้โลตัส 8,000 ลูก สำหรับการส่งออกตลาดต่างประเทศอย่างจีนจัดส่งเดือนละ 150,000 ลูก

มะพร้าวออร์แกนิกลุยตลาดโลก

คุณดุจเดือน ศศะนาวิน เลขาธิการสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ระบุว่ากระทรวงเกษตรฯ เร่งส่งเสริมการผลิตมะพร้าวอินทรีย์หรือออร์แกนิก เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มผู้รักสุขภาพและมุ่งส่งเสริมให้เกษตรกรพัฒนาประสิทธิภาพการผลิต ปรับลดต้นทุนการผลิต

ต่ำลง มีการจัดการที่ดีภายในฟาร์ม และผลิตแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลผลิตมะพร้าวจากสวนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไม่ว่าจะเป็น GAP หรือเกษตรอินทรีย์ จะมีโอกาสทางการตลาดสูงทั้งการจำหน่ายผลสดและไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มะพร้าว โดยปีนี้มะพร้าวสดมีราคาดีเนื่องจากผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยเพราะได้รับผลกระทบจากปัญหาแล้งในช่วงที่ผ่านมา ขณะที่ความต้องการของตลาดมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น

คุณสุรวุฒิ ปุติภัทรพงศ์ กรรมการผู้จัดการบริษัทเอ แอนด์ เจ ผลไม้ไทย จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายมะพร้าวน้ำหอมสด กล่าวว่าทางอเมริกันนิยมบริโภคมะพร้าวน้ำหอมออร์แกนิก ที่ผ่านมามะพร้าวออร์แกนิกของบริษัทได้รับการรับรองจากออร์แกนิกไทย แต่เมื่อนำเข้าไปยังสหรัฐอเมริกาทางแบรนด์จะต้องขอใบรับรองใหม่จาก USDA ซึ่งขณะนี้ได้ผ่านการคัดเลือกเพื่อตรวจสอบแล้ว โดยตลาดการส่งออกของบริษัทอยู่ที่ 60 % ได้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ฮองกง ออสเตรเลีย ส่วนตลาดในประเทศอยู่ที่ 40 % รวมแล้วผลิตเพื่อจัดจำหน่ายมากกว่า 3 ล้านลูกต่อปี

โอกาสและการแข่งขัน

ปัจจุบันตลาดมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่ที่มีการแข่งขันสูงขึ้นทั้งคู่แข่งโดยตรงคือผู้รับซื้อไปจำหน่ายเป็นมะพร้าวสด หรือกลุ่มที่รับไปแปรรูปเป็นสินค้าอื่นๆ มีการพัฒนาสินค้าที่แปรรูปจากมะพร้าวเพื่อหนีคู่แข่งและเพิ่มโอกาสการขายในตลาดโลก

นายสุรวุฒิ ปุติภัทรพงศ์ กล่าวว่าปีที่ผ่านมามีโรงงานรับซื้อมะพร้าวเกิดขึ้นมากกว่า 3 โรง เฉพาะในพื้นที่ จ.ราชบุรี ทั้งโรงงานของผู้ซื้อที่พัฒนาจากรายเล็กสู่รายกลาง ไปจนถึงโรงที่เป็นการร่วมทุนกันระหว่างคนในพื้นที่และนายทุนจากต่างประเทศ อย่างเช่น จีน ฮองกง ดันให้ราคารับซื้อมีความผันผวนสูง ทำให้ทางบริษัทเริ่มตั้งทีมวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าวน้ำหอม โดยใช้เวลากว่า 1 ปี จนได้สินค้า 2 ผลิตภัณฑ์ คือ ฐานในลูกมะพร้าว และพุดดิ้งมะพร้าว โดยชูจุดแข็งเป็นมะพร้าวที่เป็นมะพร้าวน้ำหอม คาดว่าจะเริ่มจำหน่ายได้ในเดือนมีนาคมนี้ ผ่านช่องทางโมเดิร์นเทรด เช่น เทสโก้ โลตัส และหากได้รับการตอบรับดีก็จะขยายไลน์การผลิตต่อไป.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.prachachat.net

www.manager.co.th

A&J Thai Fruit Co., Ltd.

Innovation

• เรื่อง : บัณฑิตา ศิริพันธ์



น้ำมะพร้าวสปาร์กลิ่ง

เพิ่มมูลค่ามะพร้าวด้วยนวัตกรรม

น้ำมะพร้าวนอกจากจะเป็นเครื่องดื่มจากธรรมชาติที่ทำให้ร่างกายรู้สึกสดชื่น ดับร้อน แก้อาการกระหายน้ำ แล้วยังมีส่วนช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตและการแบ่งเซลล์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ น้ำมะพร้าวยังมีวิตามินและแร่ธาตุที่จำเป็นต่อร่างกายอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นวิตามินซี วิตามินบี กรดอะมิโน ธาตุแคลเซียม ธาตุแมกนีเซียม ธาตุฟอสฟอรัส ธาตุโพแทสเซียม ธาตุเหล็ก และยังมีไขมันที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายอีกด้วย ที่สำคัญ น้ำมะพร้าวมีผลช่วยชะลอการเกิดโรคอัลไซเมอร์หรือโรคความจำเสื่อมในสตรีวัยทอง หากดื่มเป็นประจำยังสามารถช่วยสมานแผลให้หายเร็วขึ้น ปัจจุบันมีหลากหลายบริษัทที่ทำน้ำมะพร้าวบรรจุกระป๋อง บรรจุขวดพร้อมดื่มมากมายเพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้ผู้บริโภค

น้ำมะพร้าวสปาร์กลิ่งเครื่องดื่มอัดแก๊สแนวใหม่

คุณชญญา ธนศักดิ์ภัทร ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไทยโคโคไนท์ จำกัด (มหาชน) (THAICOCO) เปิดเผยว่า “ตลาดอาหารและเครื่องดื่มจากมะพร้าวมีการขยายตัวอย่าง

มะพร้าวเป็นพืชเศรษฐกิจ ที่สำคัญของไทยที่สามารถนำมาใช้แปรรูปได้ทั้งต้น ไม่ว่าจะเป็นใบมะพร้าวที่นำมาทำเป็นเครื่องสานไว้ใช้ในครัวเรือน กะลามะพร้าวที่นำมาทำเป็นของตกแต่งบ้าน มะพร้าวสดที่นำมาทำอาหารแต่ที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนี้คือ น้ำมะพร้าวเพราะเป็นเครื่องดื่มอีกประเภทหนึ่งใกล้ตัวมีสรรพคุณมากมาย ทั้งช่วยบำรุงผิวพรรณ อีกทั้งยังสามารถนำมาประกอบอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายไม่น้อย และน้ำมะพร้าวเองก็สามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาดหรือจะซื้อแบบลูกแล้วนำมาผ่าเองก็ยังได้



ต่อเนื่องทุกปี ทำให้ยอดขายของบริษัทขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปี 2559 มีการขยายตัวมากกว่า 10% และในไตรมาสแรกของปี 2560 มีการขยายตัว 20% จากกระแสความนิยมสินค้าเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในตลาดส่งออกอย่างสหภาพยุโรป และสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการเติบโตมากขึ้น หลังจากมีงานวิจัยออกมาว่าไขมันจากน้ำมะพร้าวเป็นไขมันที่ดีต่อสุขภาพ ยิ่งส่งผลให้ยอดขายมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มผลิตภัณฑ์กะทิ”

นอกจากนี้ยังได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดเมื่อเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมาคือ น้ำมะพร้าวสกรุปาร์กลิ่ง BLANC COCO ที่มีให้เลือกถึง 2 แบบอย่างน้ำมะพร้าวธรรมชาติอัดแก๊ส และแบบอัดแก๊สผสมแอลกอฮอล์เพียง 5% “จุดเริ่มต้นของไอเดียในการพัฒนาสกรุปาร์กลิ่งจากพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าในกลุ่มสหภาพยุโรปจะนิยมเครื่องดื่มสกรุปาร์กลิ่งอยู่แล้ว เพราะเชื่อว่าช่วยย่อยไม่ให้เกิดอาหารท้องอืด ซึ่งมีกลุ่มคนที่ทานมาเป็นเวลานานแล้ว แต่ประเทศไทยเรานี้มีน้ำมะพร้าวที่รสชาติดีอยู่แล้ว จึงได้ทดลองอัดแก๊สลงไป ถือว่าเป็นการใส่นวัตกรรมเข้าไปในอาหารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมะพร้าว

ซึ่งในการผลิตได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและการพัฒนาเป็นอย่างแรก เรามีทีมที่ทำวิจัยและพัฒนาเป็นแกนนำเพื่อให้ได้ผลสูงสุดในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมอีกด้วย”

ต่อยอดจนมาจากแปงมะพร้าวอบกรอบ

สำหรับบริษัท ไทยโคโคนัท จำกัด (มหาชน) นอกจากเครื่องดื่มน้ำมะพร้าวอัดแก๊สแล้วยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวจากแปงมะพร้าวอบกรอบภายใต้แบรนด์ COCO Rice เพิ่มความแปลกใหม่ด้วยการใส่ซอสดีปเข้าไป ซึ่งภายในของมีซอสดีปถึง 3 รสชาติได้แก่ รสซอสมะเขือเทศ รสซอสพริกศรีราชา และรสซอสพริกหยวก นอกจากนี้คุณัญญา ยังเผยถึงปัจจัยเสี่ยงในการพัฒนาสินค้าจากมะพร้าวไว้ว่า “ปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการใช้มะพร้าวเป็นหลักในการผลิตคือ ปริมาณวัตถุดิบมะพร้าวในประเทศไทยมีอาจจะเสี่ยงกับการผลิตที่ไม่เพียงพอ เนื่องจากในปัจจุบันที่กลุ่มคนหันมาให้ความสนใจในสร้างผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ราคาผลมะพร้าวปรับราคาขึ้นตามไปด้วย จึงต้องมีการปรับแผนการผลิต โดยการนำเข้าวัตถุดิบมะพร้าวสำหรับทำแกงจากประเทศเพื่อนบ้าน มะพร้าวลูกจากอินโดนีเซียเป็นตลาดหลัก”.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

บริษัท ไทยโคโคนัท จำกัด (มหาชน)
67 หมู่ 1 ตำบลหนองกลางนา จังหวัดราชบุรี 70000
โทร. 0 2584 1777
www.thaicococonut.industry.in.th
www.prachachat.net
www.theblancococo.com

ไทย.. แชมป์ส่งออก สับปะรดโลก



www.pinterest.com

ประเทศไทยถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีการส่งออกสับปะรดเป็นอันดับต้นๆ ของโลกทั้งในรูปแบบของผลสับปะรด และรูปแบบของการแปรรูป สับปะรดเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ปัจจุบันประเทศไทยกลายเป็นประเทศผู้ผลิตสับปะรดรายใหญ่ที่สุดของโลกสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศราว 25,000 ล้านบาท รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศบราซิล

ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ระบุว่าระหว่างปี 2555-2558 ประเทศไทยมีเนื้อที่เพาะปลูก สับปะรด 455,371 ไร่ แบ่งเป็นพื้นที่ปลูกทางภาคเหนือ 78,928 ไร่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 23,593 ไร่ ภาค กลาง 348,204 ไร่ และภาคใต้ 4,646 ไร่ พื้นที่ที่สามารถ เก็บเกี่ยวผลผลิตได้ทั้งประเทศรวม 446,771 ไร่และมีผลผลิต 1,825,195 ตัน แบ่งเป็นภาคเหนือ 74,770 ไร่ได้ผลผลิต 259,073 ตัน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 23,270 ไร่ได้ผลผลิต 108,172 ตัน ภาคกลาง 344,107 ไร่ได้ผลผลิต 1,437,828 ตัน และภาคใต้ 4,624 ไร่ได้ผลผลิต 20,122 ตัน ส่วนจังหวัดที่มีพื้นที่ เพาะปลูกมากที่สุดก็คือจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

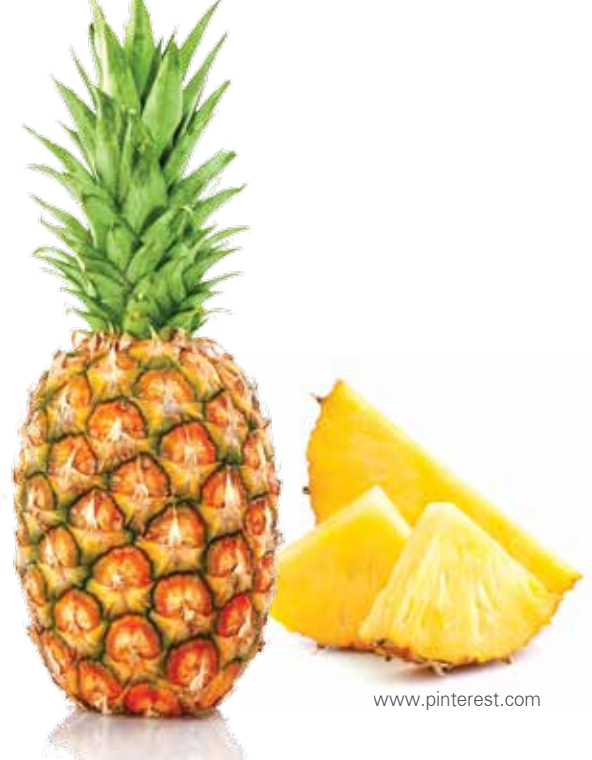
ด้วยปริมาณการผลิตที่สูงทำให้ไทยครองแชมป์การ ส่งออกสับปะรดโลก ในปี 2557 ประเทศไทยส่งออกสับปะรด กระบองมากเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยสามารถครองส่วน แบ่งตลาดมากถึงร้อยละ 45.6 ของมูลค่าการส่งออกสับปะรด กระบองทั่วโลก เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบในด้านศักยภาพ ในการผลิตเพราะมีจำนวนโรงงานแปรรูปและกำลังผลิต มากกว่า แต่จะเสียเปรียบในเรื่องของต้นทุนการผลิตและอัตรา

ภาษีนำเข้าไปยังสหภาพยุโรป (European Union -EU) ที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งอย่างฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย เพราะไทยเป็นแหล่งนำเข้าสับปะรดกระป๋องที่สำคัญอันดับ 1 ของสหภาพยุโรป ส่วนใหญ่นำเข้าโดยประเทศเยอรมนี แม้ว่าปี 2558 ไทยจะสูญเสีย GSP หรือ Generalized System of Preferences หมายถึง ระบบการให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร ส่งผลให้สับปะรดกระป๋องที่ไทยส่งออกจะต้องเสียภาษีมากถึง 25.6 เปอร์เซ็นต์ แต่ไทยก็ยังครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2558 ซึ่งทางสหภาพยุโรปนำเข้าสับปะรดกระป๋องจากไทยมากถึง 108,000 ตัน ด้วยเหตุผลที่ว่ากระบวนการผลิตและการแปรรูปที่ได้มาตรฐาน ทำให้ต่างที่นำเข้าสับปะรดกระป๋องของไทยยอมรับในคุณภาพ

ในปี 2558 อุตสาหกรรมสับปะรดมีผลผลิตจากโรงงานสับปะรด 1.785 ล้านตัน ซึ่งลดลงจากปี 2557 เนื่องจากการที่การผลิตน้อยและการผลผลิตในแต่ละไร่ก็ลดน้อยลง แต่สถานการณ์อุตสาหกรรมสับปะรดไทยในปี 2559 พบว่าผลผลิตมีปริมาณ 1.84 ล้านตัน ราคา 10.18 บาทต่อกิโลกรัม และปริมาณการส่งออกสับปะรดในรูปแบบของการแปรรูปในปี 2559 มีการส่งออกสับปะรดกระป๋องมากกว่า 482,637 ตัน นำสับปะรดมากกว่า 85,329 ตัน รวมทั้งหมด 567,807 ตัน



แต่ในช่วงปี 2559 ผลผลิตสับปะรดจะมีปริมาณการผลิตที่ลดลงในทางกลับกันปริมาณการส่งออกสับปะรดนั้นเพิ่มขึ้น การส่งออกสับปะรดในปี 2559 มีการส่งออกสับปะรดสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสับปะรดรวม 1.790 ล้านตันสด เพิ่มขึ้นจากปริมาณ 1.775 ล้านตันสดของปี 2558 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.85 และราคาของสับปะรดโรงงานที่นำมาแปรรูปมีตัวเลขที่ลดลงจากสับปะรดบริโภคที่มีตัวเลขเพิ่มขึ้นจากเดิม ด้วยเหตุผลที่ว่าผลผลิตสับปะรดที่ออกมาสู่ตลาดนั้นไม่ได้คุณภาพตามที่ตลาดต้องการ ทำให้โรงงานแปรรูปสับปะรดปรับลดราคารับซื้อ โดยราคาที่เกษตรกรขายสับปะรดมีดังนี้ สับปะรด



โรงงานกิโลกรัมละ 7.25 บาท ลดลงจากกิโลกรัมละ 7.31 บาท ลดลงจากกิโลกรัมละ 10.57 บาท ในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ร้อยละ 31.41 สับปะรดบริโภคกิโลกรัมละ 13.90 บาท เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 13.78 บาท เพิ่มขึ้นจากกิโลกรัมละ 13.68 บาท ในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ร้อยละ 1.61

นอกจากนี้สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรระบุว่าสถานการณ์การส่งออกสับปะรดในปี 2560 ช่วงเดือนมกราคม ปริมาณผลผลิตสับปะรดลดลง ผลผลิตที่ออกสู่ตลาดในเดือนมกราคมที่ผ่านมา ประมาณ 0.121 ล้านตัน หรือประมาณ 6.07 ของปริมาณผลผลิตรวม 1.989 ล้านตัน ลดลงจากปริมาณ 0.199 ล้านตัน ของเดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 39.20 แต่ก็เพิ่มขึ้นจากปริมาณ 0.117 ล้านตันในช่วงเดือนมกราคมของปี 2559 ร้อยละ 3.42

และในเดือนเมษายนที่ผ่านมา มีการส่งออกสับปะรดแปรรูปปริมาณรวม 0.709 ล้านตัน มีผลผลิตที่ออกสู่ตลาดวันละ 7,000 ตัน และมูลค่าการส่งออกสับปะรดมีมูลค่า 7,505 ล้านบาทและคาดว่าในอนาคตตัวเลขการผลิตและมูลค่าการส่งออกจะเพิ่มมากขึ้นอย่างแน่นอน.



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

<http://www2.thaieurope.net>
<http://thaifood.org.com>
<http://www.pngall.com>
<http://anniesfarm.net>
<https://www.gotoknow.org>
<https://www.pinterest.com>

<https://www.kasikornbank.com>
<http://aginfo.oae.go.th>
<http://nobacks.com/pineapple-ve>
<https://thai.alibaba.com>
<http://hinchepine.com>

Product Design

• เรื่อง : พงษ์นภา กิจโมกข์



สับปะรดเป็นพืชที่คนไทยรู้จักกันดี และสับปะรดยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งของประเทศไทยเลยทีเดียวได้ สามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมการแปรรูปเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้หลากหลายผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นสับปะรดกระป๋อง สับปะรดแช่แข็ง หรือน้ำผลไม้แปรรูป ซึ่งสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไม่ต่ำกว่าปีละหลายพันล้านบาท และหนึ่งในการแปรรูปหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วนั้นก็คือนำสับปะรดที่สามารถนำมาทำเป็นกระดาษ หรือนำมาทำเป็นเส้นใยผ้าจากใบสับปะรด

เส้นใยจากใบสับปะรด

สู่นวัตกรรมแฟชั่นแห่งอนาคต



การแปรรูปเส้นใยจากใบสับปะรด (Pineapple Fibers) เป็นการแปรรูปที่สามารถนำมาถักทอเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้มากมายทั้งเสื้อผ้า หมวก กระเป๋า ผ้าพันคอ สำหรับใบสับปะรดไม่ใช่ทุกใบที่จะสามารถนำมาผลิตเป็นเส้นใยได้ เกณฑ์ในการคัดเลือกนั้น ใบสับปะรดที่นำมาใช้ในการผลิตเส้นใยในอุตสาหกรรมสิ่งทอควรมีอายุ 1-1.5 ปี หากอายุน้อยกว่านี้อาจทำให้เส้นใยที่ได้นั้นไม่มีความแข็งแรงและสั้น ส่วนใบที่แก่เกินไปจะมีความหยาบและแข็ง โดยทั่วไปการเก็บเกี่ยวผลของสับปะรดจะได้ใบของสับปะรดประมาณ 2.7 กิโลกรัม ต่อวันโดยคัดเลือกใบที่มีความยาว 80-100 เซนติเมตร เชี่ยวรสไม่มีรอยสีน้ำตาล และที่สำคัญจะต้องทำการชุบหลังจากการตัด 24 ชั่วโมงเท่านั้น เพราะหากเกินไปกว่านี้จะทำให้สีของเส้นใยมีความคล้ำไม่สวย

การผลิตเส้นใยที่ได้จากใบสับปะรดสามารถทำได้ 3 วิธีคือ 1. การแยกเส้นใยด้วยมือ Scaraping 2. การแยกโดยวิธีการแช่ฟอก Water Retting 3. การแยกโดยเครื่องจักรกล Decorticating machine เส้นใยที่ได้จากการแยกสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้ 1. เส้นใยละเอียดมาก (Finest Ber) เป็นเส้นใยที่มีการคัดเลือกอย่างปรณีต 2. เส้นใยละเอียด (Fine ber) เป็นเส้นใยที่มีสีขาวนวลสะอาด เส้นใยมีขนาดเล็กและนุ่ม สามารถทอเป็นผ้าบางเนื้อละเอียดที่มีความนุ่มนวล



ใช้ประโยชน์ในการทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เส้นด้าย
ทอเป็นผ้าพันคอ ชุดแต่งงาน ชุดราตรี และเสื้อเชิ้ตบารอง
3. เส้นใยหยาบ (Coarse) เส้นใยมีสีน้ำตาล เส้นใยหยาบ
สามารถใช้ทำเชือกผูกกรองเท้า เชือกเย็บกรองเท้า ผมของตุ๊กตา
หรือใช้ร้อยสายสร้อยคอ

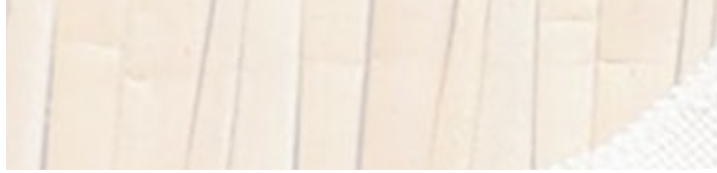
ผ้าบารองจากเส้นใยใบสับปะรดทำมือ

การผลิตผ้าบารอง (Barong) เป็นการทอจากเส้นใย
สับปะรดที่ขูดด้วยมือ นอกจากนั้นนำมาผูกต่อกันเป็น
เส้นยาว แล้วจึงนำมาทอเช่น ผ้าคลุมไหล่ และผ้าเอนกประสงค์
ที่มีลักษณะเป็นผ้าโปร่ง บาง เนื้อผ้าค่อนข้างแข็ง การทอผ้า
ใยสับปะรดแบบหัตถกรรมพื้นเมืองของไทย ใช้เส้นยืนเป็นเส้น
ไหมหรือฝ้าย และเส้นใยสับปะรดเป็นด้ายพุ่ง ทอโดยการสอด
เส้นพุ่งระหว่างเส้นด้ายยืน และสามารถทำได้หลากหลายลาย
เช่น ลายขัด ลายผ้าโปร่ง ลายไทย ลายลูกแก้ว เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปเส้นใยใบสับปะรด

กลุ่มแปรรูปกระดาษใยสับปะรดบ้านขุนกระทิ้ง จังหวัด
ชุมพร ได้นำใบสับปะรดหลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตในพื้นที่
ของจังหวัดชุมพรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อปต่างๆ เช่น
กล่องเอนกประสงค์ อัลบั้ม ใส่ซีดี ที่หิ้งนามบัตร กระเป๋า
เอกสาร และกระดาษใยสับปะรด เป็นต้น





"We are more than the product"



กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์(ใยต้นกล้วย-ใยสับปะรด) ตำบลปากโทก จังหวัดพิษณุโลก นำเส้นใยสับปะรดมาแปรรูปเป็นสินค้าโอท็อปเช่น กล่องใส่กระดาด กรอบรูป เป็นต้น

เส้นใยสับปะรดความแปลกใหม่ของวงการสิ่งทอ

ในแต่ละปีมีผลผลิตสับปะรดมากกว่า 6 แสนไร่ โดยในแต่ละไร่จะต้องมีการตัดใบและต้นทิ้งกว่า 4 พันกิโลกรัม ด้วยเหตุนี้จึงมีการนำเส้นใยของใบสับปะรดมาใช้อุตสาหกรรมการทอผ้า ด้วยคุณสมบัติที่มีความคงทนแข็งแรง สามารถระบายอากาศได้ดี ส่งผลให้ราคาของเส้นใยใบสับปะรดมีมูลค่ากิโลกรัมละ 700 บาท

งานวิจัยของคุณสุชาดา อุชชิน จากหน่วยปฏิบัติการเทคโนโลยีสิ่งทอ สถาบันคันคว้าและพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลวิจัยระบุว่ารูปแบบการถักทอด้วยฝีมือคนไทย ทำให้ได้ผลงานจากใยสับปะรดที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า พรม หรือแม้แต่ต่อยอดเป็นกระดาดก็ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ยังมีความหลากหลายในเรื่องของสีสันทัน เพราะประเทศไทยมีสีที่ได้จากธรรมชาติมากมายโดยไม่ต้องพึ่งสีจากสารเคมี นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริงเมื่อเร็ว ๆ นี้ได้มีการจัดแสดงผลงานสิ่งทอจากใยสับปะรดในงาน AW Mercedes Benz Berlin Fashion Week ณ กรุงเบอร์ลิน ประเทศเยอรมัน โดย Dr.Carmen Hijosa ผู้ก่อตั้ง Pinatex อีกด้วย

TAKTAI แບนด์เสื้อผ้าไทยจากเส้นใยจากธรรมชาติ

คุณกัญจิรา สงไพศาล เจ้าของแบรนด์เสื้อผ้าที่มีชื่อว่า ทักทาย (TAKTAI) ทักทายเป็นแบรนด์ที่ใช้วัตถุดิบหลักเส้นใยจากพืชภายในประเทศและนำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ได้มาจากเส้นใยธรรมชาติ 100% และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นผ้าใยสับปะรด ผ้าใยกล้วย ผ้าใยไผ่ ผ้าใยบัว ผ้าใยข้าว ผ้าผักตบชวา หรือจะเป็นผ้าใยกล้วย ซึ่งจุดเริ่มต้นของการทำแบรนด์คือการศึกษเส้นใยธรรมชาติภายในประเทศ นำมาพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้กระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุดและผสมผสานความเป็นไทยเข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ ที่มีทั้งเสื้อ กระโปรง รองเท้า และยังเน้นการช่วยเหลือชุมชนเกษตรกรต่าง ๆ และนี่คือจุดเริ่มต้นของแบรนด์ทักทายที่ผลิตเสื้อผ้าให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

<https://kasetmodern.wordpress.com>
<http://eweb.bedo.or.th>
<https://www.gotoknow.org>
<http://article.shopsnapapp.com>
<https://www.taktaibrand.com>

ข้าวโพดม่วง

มหัศจรรย์แห่งการแปรรูป

หลายคนยังไม่คุ้นเคยกับการรับประทานข้าวโพดสีม่วง (Purple Sweet Corn) อาจเพราะมีความคุ้นเคยกับการรับประทานข้าวโพดสีเหลือง หรือข้าวโพดสีขาว ปัจจุบันข้าวโพดชนิดนี้กำลังเป็นที่นิยมในหมู่คนรักสุขภาพ เพราะประโยชน์ของข้าวโพดสีม่วงไม่ได้น้อยไปกว่าข้าวโพดที่เราเคยรับประทานเลย ปัจจุบันข้าวโพดสีม่วงกำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในขณะนี้ ซึ่งสามารถพบเห็นได้ตามท้องตลาดทั่วไป ด้วยคุณค่าทางอาหารที่สูง และมีประโยชน์ทำให้ข้าวโพดสีม่วงกำลังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

ข้าวโพดสีม่วงเป็นข้าวโพดที่มีฝักใหญ่ความยาวฝักประมาณ 18-20 เซนติเมตร ความกว้างประมาณ 5.3-5.5 เซนติเมตร รสชาติของข้าวโพดม่วงมีทั้งความหวานและความเหนียว ที่สำคัญสารอาหารที่มีอยู่ในข้าวโพดชนิดนี้คือ สารแอนโทไซยานิน (Anthocyanin) เป็นสารชนิดเดียวกับในผลไม้อย่างองุ่น ทับทิม และผลไม้ในกลุ่มของเบอร์รี่ เช่น สตรอเบอร์รี่ (Strawberry) แครนเบอร์รี่ (Cranberry) เชอร์รี่ (Cherry) เป็นต้น

ข้าวโพด ม่วงรักษารักสุขภาพประโยชน์

สารสีม่วงที่ในเมล็ดข้าวโพดนั้นมีสารแอนโทไซยานินนี้ มีคุณสมบัติในการต่อต้านอนุมูลอิสระได้ในระดับสูง ช่วยลดโอกาสการเกิดมะเร็งชนิดเนื้องอก เสริมสร้างภูมิคุ้มกันต่อต้านเชื้อโรค เพิ่มการทำงานของเม็ดเลือดแดง ลดความเสี่ยงที่จะเกิดโรคหัวใจ ลดการเสื่อมโทรมของดวงตา ช่วยควบคุมระดับน้ำตาลเหมาะสำหรับผู้ที่มีน้ำตาลในเลือดสูง และที่สำคัญยังช่วยชะลอความแก่ให้กับสาว ๆ อีกด้วย นอกจากนี้ข้าวโพดม่วงยังมีสรรพคุณทางยาซึ่งเมล็ดข้าวโพดนั้นสามารถ



<http://www.rakbankerd.com/>

นำมาบดเป็นยารักษาแผล ช่วยให้แผลสมานตัวได้เร็วขึ้น
ต่อต้านเชื้อโรคที่จะเข้าสู่แผล นอกจากนั้นยังข้าวโพดหาก
นำมาต้มดื่มจะช่วยแก้โรคบิด ท้องร่วง ขับปัสสาวะอีกด้วย

ข้าวโพดม่วงพีชรักษาโรคปลูกไว้สร้างรายได้

สำหรับเกษตรกรที่ต้องการปลูกข้าวโพดสีม่วงสามารถ
ปลูกได้ 2 วิธีคือการปลูกแบบเดี่ยวที่จะทำการปลูกโดยเว้น
ระยะห่าง 75 เซนติเมตร และการปลูกแบบคู่ที่มีการยกร่องสูง
ใช้ระยะห่างระหว่างร่อง 120 เซนติเมตรซึ่งสองวิธีนี้จะทำให้
ได้จำนวนต้นประมาณ 7,000 ต้นต่อไร่ ใช้เมล็ดประมาณ 2-3
กิโลกรัมต่อไร่เท่านั้น สำหรับการเก็บเกี่ยวผลผลิตนั้นจะเก็บ
เกี่ยวได้เมื่อมีอายุประมาณ 60-70 วัน สำหรับผู้ที่อยากลอง
ทานข้าวโพดสีม่วงก็สามารถหาเมล็ดพันธุ์มาปลูกไว้ในพื้นที่
บ้านได้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นสภาพดินก็เป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่มี
ผลต่อการเจริญเติบโตของผลผลิต



คุณหริณทิพย์ รักษาเคน เกษตรกร ตำบลปาทวยนัง
อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่นกล่าวว่าปลูกข้าวโพดข้าวโพด
มากกว่า 20 ปี บอกได้เลยข้าวโพดสีม่วงทั้งฝักมีอยู่ 3 พันธุ์
ด้วยกัน พันธุ์ชูพรีมของเจียไต๋ให้เมล็ดเป็นสีม่วงทั้งฝักมีปลูก
มาเป็นเวลา 2 ปี ถือเป็นพันธุ์ที่ดีที่สุดในตอนนี้ เป็นที่ต้องการ
ของตลาดอย่างมาก จนปลูกได้ไม่พอขาย เพราะกินแล้วจะมี
ทั้งความเหนียว นุ่ม และหวาน ไม่เหมือนสีม่วงพันธุ์อื่นที่มี
แต่เหนียว ไม่นุ่ม ไม่หวาน แถมเปลือกเมล็ดยังหนา กินไป
แล้วสากลิ้นตลาดเลยไม่นิยมเท่าไร นอกจากนี้คุณหริณทิพย์
ยังบอกอีกว่าข้อดีของข้าวโพดพันธุ์นี้ไม่ได้มีดีเพียงความนุ่ม
หวาน ถูกปากผู้บริโภคเท่านั้น ยังมีข้อดีสำหรับเกษตรกร
นั่นคือลำต้นไม่สูงมาก ที่จะช่วยเรื่องการเก็บเกี่ยวได้ง่าย
อีกด้วย



<http://www.imagui.com>



ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสกัดจากข้าวโพดสีม่วง ต้านมะเร็งและชะลอวัย

รศ.ดร.สุชีลา เตชะวงศ์เสถียร ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยปรับปรุงพันธุ์พืชเพื่อการเกษตรที่ยั่งยืนมหาวิทยาลัยขอนแก่น เปิดเผยเกี่ยวกับสารสกัดจากข้าวโพดสีม่วงในงานประชุมและแสดงนิทรรศการเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านเกษตรและอาหาร ที่ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค(บางนา) ที่จัดโดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ได้มีการพัฒนาสารสกัดสีแดงธรรมชาติ จากข้าวโพดเหนียวสีม่วง ซึ่งในสารสกัดนี้มีสารแอนโทไซยานิน ที่มีความสามารถในการต้านอนุมูลอิสระ เหมาะสำหรับนำมาใช้เป็นส่วนผสมอาหาร และสามารถเสริมในอาหารประเภทต่างๆ อย่างน้ำผลไม้ เครื่องดื่ม

เครื่องดื่มข้าวโพดสีม่วงสำเร็จรูป

ผศ.จันทน์ อริยะพงศ์สรรค์ ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร คณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ระบุว่า “ได้นำงานวิจัยของ รองศาสตราจารย์กมล เลิศรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาพืชสวน คณะเกษตรศาสตร์ ซึ่งปรับปรุงพันธุ์ข้าวโพดเพื่อเพิ่มประโยชน์ของข้าวโพดสีม่วงให้กลายเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ นำเปลือกและซังของข้าวโพดสีม่วง โดยนำมาผ่านกระบวนการแปรรูปให้กลายเป็นสารปรุงแต่งสีแดงธรรมชาติที่ผ่านกระบวนการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีแต่ใช้น้ำมาสกัดให้เป็นผงสารสกัดดังกล่าวเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับผลผลิตการเกษตรของไทยในการทำตลาด จากการวิจัยพบว่า ข้าวโพดมีสารแอนโทไซยานินสูงมากกว่าในเมล็ดข้าวโพด รวมถึงในองุ่น กระเจี๊ยบหรือผลไม้ต่างๆ ที่มีสีแดงมากกว่าเป็น 10 เท่า เมื่อนำมาแปรรูปเป็นผงจะได้สารสกัดที่มีสีแดง สีม่วงมีคุณสมบัติละลายน้ำได้ สามารถผสมในเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ขนมไทยแทน สารสังเคราะห์ นอกจากจะให้สีสันที่สวยงามแล้วยังให้คุณค่าด้านสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย”

นอกจากนี้บริษัทสยามมิราโกรเป็นอีกหนึ่งบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปมาจากข้าวโพดสีม่วงเป็นน้ำผลไม้กล่องชนิดพร้อมดื่มอย่าง น้ำผลไม้ 100% ผสมสารสกัดธรรมชาติเข้มข้นจากข้าวโพดสีม่วง ชาหอมข้าวโพดสีม่วง หรือจะเป็นคุกกี้ผสมโยเกิร์ตจากข้าวโพดสีม่วง ที่อุดมไปด้วยสารแอนโทไซยานิน สารประกอบฟีนอลิก และโยเกิร์ตชนิดละลายน้ำได้ จากข้าวโพดสีม่วง และมีวิตามินบี 1 และวิตามินบี เหมาะกับคนที่รักสุขภาพแต่ไม่มีเวลาอย่างแน่นอน.



ขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.thairath.co.th
www.siammiragro.com
www.thaieditorial.com
www.kehakaset.com
www.kasetmodern.wordpress.com

Good Governance

• เรื่อง : ปาณกัมพย์ เป็เลียนโบ๊พ



ธรรมชาติของคนเราต้องการความภาคภูมิใจในตัวเองไม่
ว่าจะเป็นคนยากดีมีจน สูงต่ำด้าวอย่างไร ก็มักจะหาความ
ภาคภูมิใจจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งในชีวิตของตนจนได้ เช่น ฐานะ
ชาติตระกูล การศึกษา หน้าตา การงาน ความสามารถ รูปร่าง
หน้าตา เป็นต้น

ไม่มีใครปรารถนาที่จะคบหากับบุคคลที่ชอบใช้กิริยาวาจา
มาบั่นทอนความภูมิใจทำลายเกียรติยศของตน ไม่ว่าบุคคล
นั้นๆ จะเป็นใครก็ตามครูบาอาจารย์เคยเล่าให้ฟังว่าเคยรู้จักสามี
ภรรยาคนหนึ่งเป็นชาวจีนที่อพยพมาอยู่เมืองไทย ปกติภรรยาเป็น
คนที่เคารพและให้เกียรติสามีมากถึงแม้ตัวเองจะเป็นคนเก่งทำ
มาค้าขายจนร่ำรวย แต่ก็คอยระมัดระวังเสมอไม่ให้สามีกระทบ
กระเทือนใจว่าแท้จริงแล้วใครเป็นหลักในครอบครัวใครเป็นผู้มี
บทบาทในการสร้างฐานะ อยู่ด้วยกันมาร่วมสี่สิบปี ไม่เคยมีปาก
เสียงกันเลย แต่มีอยู่คราวหนึ่งภรรยาปรารถนาเรื่องญาติที่เมืองจีน
ติดต่อมาสามีหัวเราะแล้วพูดว่า

“จะมีอะไรก็คงอยากได้เงิน ยากจนอย่างนั้น ให้ไปสักพัน
สองพันก็ซื้อคร้านจะดีใจ”

ภรรยาโกรธมากคาดไม่ถึงว่าสามีจะพูดดูแคลนญาติของตน
เช่นนั้น จึงพูดประชดประชันสามี่เป็นครั้งแรกว่า ตัวเองร่ำรวยนัก
หรือใจจึงพูดเช่นนั้นแล้วก็เลยต่อว่าอะไรไปอีกยี่สิบยี่

คำพูดที่อวดแบ่งทำลายเกียรติผู้อื่นเพียงไม่กี่คำ สามารถ
ทำให้ภรรยาทุกข์ทุกข์ยากมากกว่า 40 ปี เสียความรู้สึกที่ดี
เสียศรัทธาต่อสามีได้อย่างไม่น่าเชื่อ เช่นเดียวกับคนที่รู้สึก
ตัวเองเป็นคนทำบุญคุณกับใครไม่ขึ้นคือ ช่วยเขาแล้ว ทำดีกับเขา
แล้ว เขาไม่สำนึกบุญคุณของเราอย่างที่เราหวังไว้ แล้วก็มานั่งน้อย
อกน้อยใจ หมัดกำลังใจที่จะทำความดี หรือช่วยเหลือใครๆ อีก
ทำให้ต้องเสียเพื่อน เสียมิตร เสียโอกาสดีๆ ในชีวิตไปอีกมากมาย

อยากได้เกียรติ ก็ต้องให้เกียรติผู้อื่นก่อน

ซึ่งที่จริงแล้วถ้าสุขุมสักหน่อย ไตร่ตรองสักนิดก็จะมองเห็น
สาเหตุ มองเห็นตนเองได้โดยไม่ยกยอตัวเอง นั่นคือ ที่รู้สึกตัว
ตัวเองเป็นคนทำบุญทำคุณกับใครไม่ขึ้น ส่วนใหญ่มักจะพลาดเพราะ
การมองเห็นแต่เกียรติของตนเอง แล้วมองไม่เห็นเกียรติของผู้อื่น
นั่นเอง พอได้ช่วยเหลือใครไปก็รู้สึกตัวว่าเป็นคนช่วย เป็นคนให้
ทำให้ไม่มีความระมัดระวังกิริยาวาจา เผลอแสดงท่าทางหยิ่งๆ
แล้วก็ใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสม ถูกดูถูกแคลนคนที่ตนได้ช่วยเหลือ
ก่อให้เกิดความรู้สึกที่เป็นลบต่อผู้ฟัง เป็นการทำลายสายสัมพันธ์
อย่างที่คุณพูดเองก็คาดไม่ถึงทีเดียว เพราะคนเรานั้นถ้าไม่จำเป็น
จริงๆ แล้ว ก็ไม่มีใครอยากบากหน้าไปขอความช่วยเหลือคนอื่น
การเอ่ยปากขอความช่วยเหลือใดๆ จากใคร คนที่ขอก็ไม่ค่อย
สบายใจ เกิดความรู้สึกตัวว่าตัวด้อยกว่าอยู่แล้ว พอเจอคนที่ช่วยที่
แสดงท่าทางและเอ่ยวาจาข่มทับเข้าอีก เขาก็จะยิ่งไม่สบายใจ
ความรู้สึกสำนึกในบุญคุณก็ลดลง ตรงกันข้ามผู้ที่ช่วยเหลือคนอื่น
พร้อมทั้งให้กำลังใจเสริมความเชื่อมั่นของเขาค่ะ นั้นจะได้
รับความยกย่องความเคารพจากใจจริง

จะเห็นได้ว่าการช่วยคนไม่ใช่เรื่องง่ายๆ เลย ต้องทำด้วย
ความมีสติและด้วยความรู้สึกของ “ผู้ให้” จริงๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
การให้เกียรติซึ่งกันและกัน

**ผู้ที่ปรารถนาจะประสบความสำเร็จในชีวิต จะเว้นจาก
การให้เกียรติคนไปไม่ได้เลย**

ในวงการธุรกิจก็เช่นกัน บริษัทหลายแห่งที่เจ้าของหรือผู้ถือ
หุ้นใหญ่ ไม่ให้เกียรติลูกน้องเท่าที่ควร คิดแต่ว่าตัวเป็นนายเป็น
เจ้าของบริษัท บางครั้งไปอารมณ์เสียจากที่อื่นมา แล้วกลับมา
ลงที่ลูกน้องบ้าง ทำกับเขาอย่างไม่มีเหตุผลบ้างหลายๆ ครั้งใน
ที่สุดก็เสียลูกน้องมือดีไป กลายเป็นการบั่นทอนความก้าวหน้า
ของกิจการตัวเองไปอย่างน่าเสียดาย ทั้งนี้เพราะเขาสลึมไปว่าเงิน
นั้นซื้อใจคนไม่ได้.



Book Corner

• เรื่อง : สุพรรณษา พุทรสุภา



รายงานการศึกษาวิจัย ภาพรวมอุตสาหกรรมเกษตร แปรรูป

ผู้เขียน : ส่วนพัฒนาอุตสาหกรรม
แปรรูป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
รหัส : RES กสอ2 ร59
เนื้อหาเกี่ยวกับ รายละเอียด
อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ได้แก่
อุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน อุตสาหกรรม
มันสำปะหลัง อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง
อุตสาหกรรมสมุนไพร อุตสาหกรรมปุย
และอินทรีย์แปรรูป

น้ำสมุนไพร 108

ผู้เขียน : กัญจนา ตีวิเศษ
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
รหัส : IB 2 ก24
รายละเอียดได้รวบรวมภูมิปัญญา
ในการนำเอาผัก ผลไม้ หรือสมุนไพร
มาทำเครื่องดื่มในรูปแบบต่างๆ โดย
เน้นที่รสชาติและคุณประโยชน์ในการ
ที่จะนำมาใช้เพื่อประกอบการส่งเสริม
คุณภาพ หรือประกอบการรักษาโรค
เพื่อทำให้การรักษาโรคดีขึ้น



คู่มือการแปรรูปผลไม้ และสมุนไพรไทย เพื่องานสร้าง อาชีพเสริม แปรรูปผลไม้และ สมุนไพร

ผู้เขียน : นื่องมะเหมี่ยว
รหัส : IB 13 ธ51
นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการแปรรูป
ผลไม้และสมุนไพร



รวนเงินล้าน...

ด้วยธุรกิจอาหารแปรรูป

ผู้เขียน : ดิณณพัชร์ พูลพิพัฒน์
รหัส : IB 17 ต53
รู้จักกับธุรกิจอาหารแปรรูป ตั้งแต่เริ่มต้น
ในการลงมือทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้าน
การวางแผนก่อนการผลิต ช่องทางการ
จัดจำหน่าย การตลาด การผลิตสินค้า
และการบริหารเงินทุน รวมทั้งเจาะลึก
ถึงข้อมูลในการทำธุรกิจเส้นทางนี้

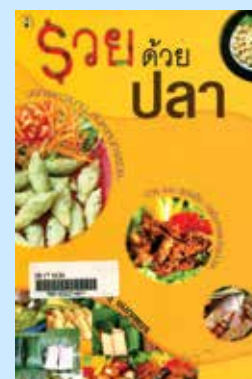


การแปรรูปสัตว์น้ำ

ผู้เขียน : กรมประมง
รหัส : IB 17 อ384
หนังสือเล่มนี้ได้รวบรวมการ
แปรรูปสัตว์น้ำเป็นการถนอม
อาหารโดยกรรมวิธีต่างๆ

รวนด้วยปลา

ผู้เขียน : พงษ์พันธุ์ ชมภูเพชร
รหัส : IB 17 ร126
เนื้อหาเกี่ยวกับการแปรรูปอาหาร
จากปลา ที่มากกว่าการทอด
อย่าง ปิ้ง หมก เผา นึ่ง ต้ม ฯลฯ
บอกได้ว่า รสเด็ด ทำขายมีสิทธิ์
รวย เผยกลเม็ด เคล็ดลับที่ไม่ลับ
ตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ ไปจนถึง
กระบวนการผลิตใช้เครื่องปรุงอะไร
ถึงอร่อย พร้อมสาระน่ารู้อาหาร
แปรรูปจากปลา



เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร : Food Processing Technology

ผู้เขียน : วิไล รังสาดทอง
รหัส : IB 13 ว3
หนังสือเล่มนี้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการ
แปรรูปอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตร



📍 สถานที่สอบถามรายละเอียดและข้อมูลเพิ่มเติม
ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
โทร. 0 2202 4425, 0 2202 4417 หรือ 0 2354 3237
เว็บไซต์ <http://library.dip.go.th>



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2560

☐ สมาชิกเก่า ☐ สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

ชื่อ / นามสกุล.....บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... เว็บไซต์บริษัท.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....
- ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)
☐ การตลาด ☐ การให้บริการของรัฐ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ ระบุ.....
- คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)
☐ Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) ☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล)
☐ SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) ☐ Report (รายงาน / ข้อมูล) ☐ Innovation (นวัตกรรมใหม่)
☐ Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) ☐ Book Corner (แนะนำหนังสือ) ☐ อื่นๆ ระบุ.....
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน
☐ ได้ประโยชน์มาก ☐ ได้ประโยชน์พอสมควร ☐ ได้ประโยชน์น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 60 คะแนน

สมัครสมาชิกวารสาร กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่มจากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

- สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299
- สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

[หน้าแรก](#)[เกี่ยวกับ กสอ.](#)[งานบริการ](#)[ข้อมูลสำหรับผู้](#)[ข่าว กสอ.](#)[รับเรื่องร้องเรียน](#)[ถามตอบ](#)[ผังเว็บไซต์](#)

<http://www.dip.go.th>

แหล่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และงานบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรณานุกรมเครื่องจักร, ฐานข้อมูลวัตถุดิบ, ฐานข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต, ฐานข้อมูลการออกแบบ, ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้บริการสำหรับ SMEs และผู้สนใจทั่วไป

<http://elearning.dip.go.th> ระบบฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ต

แหล่งรวบรวมความรู้ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้ง ผู้สนใจทั่วไป สามารถเข้าไปเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น เทคนิคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ บัญชี และการเงิน ตลอดจนเทปบันทึกการคลินิควิสาหกิจที่ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเรียนได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



<http://bsc.dip.go.th> ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรม

- Business Start Up เริ่มต้นธุรกิจ
- Business Information ข้อมูลทางธุรกิจ
- Business Advisory ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ
- Business Opportunity โอกาสใหม่ทางธุรกิจ
- Business Improvement พัฒนาศักยภาพของธุรกิจ
- Japan Desk การทำธุรกิจกับญี่ปุ่น

<http://strategy.dip.go.th> ยุทธศาสตร์และแผนงาน

- ข้อมูลอุตสาหกรรม
- ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค
- ข้อมูลระหว่างประเทศ
- โครงการ AEC

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 (เชิงสะพานบดินทรามาริบัติ) เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

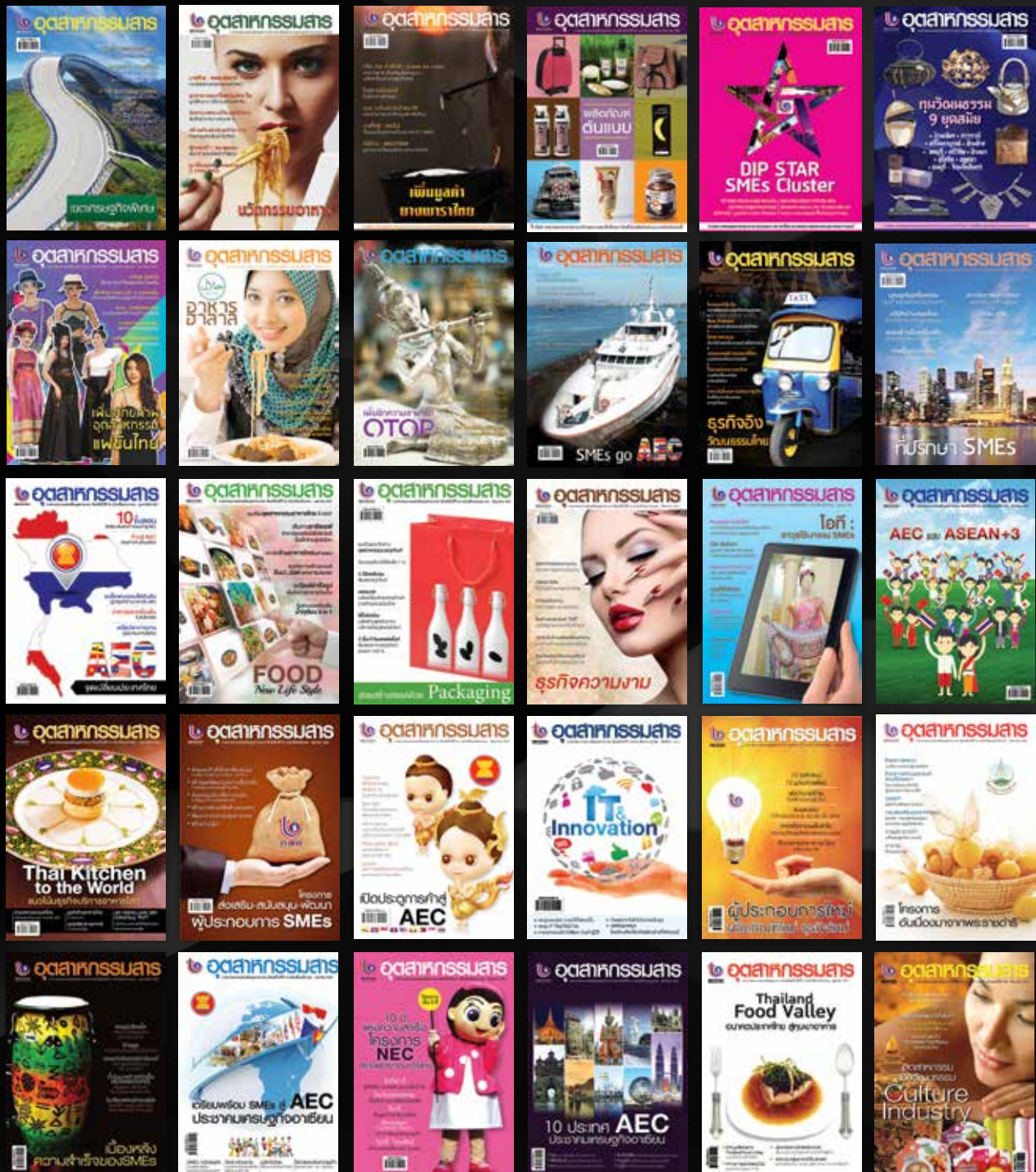
Call Center 1358

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

เว็บวารสารปรับปรุงใหม่ ! อุตสาหกรรมสารออนไลน์ <http://e-journal.dip.go.th> ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และ
แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ
ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากรับข้อมูลดาวน์โหลดได้เลย



สมัครเป็นสมาชิกได้

วารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
สมัครผ่านโทรสารที่หมายเลข **0 2354 3299** หรือ สมัครผ่านอีเมล : **e-journal@hotmail.com**