



อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปีที่ 50 ฉบับเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2550



เพิ่มมูลค่า



ข้าวไทย





ความหมายของตราสัญลักษณ์

พระราชลัญจกรประจำพระองค์ รัชกาลที่ ๙ เป็นภาพพระที่นั่งอัฐทิศอุทุมพรราชอาสน์ ประกอบด้วย วงจักร กลางจักรมีอักษรเป็นอุณาโลม รอบวงจักรมีรัศมีเปล่งออกโดยรอบ เหนือวงจักรเป็นพระเศวตฉัตร ๗ ชั้น ตั้งอยู่บนพระที่นั่งอัฐทิศอุทุมพรราชอาสน์ อันหมายถึง พระองค์ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ มีพระบรมเดชานุภาพเป็นใหญ่ในแผ่นดิน โดยในการพระราชพิธีบรมราชาภิเษก พระองค์ได้ประทับเหนือพระที่นั่งอัฐทิศอุทุมพรราชอาสน์ ตามโบราณราชประเพณี และสมาชิกรัฐสภาได้อวยน้ำอภิเษกจากทุกจังหวัด เป็นครั้งแรกแทนราชบัณฑิต ส่วนพระแท่นลานั้นโรยด้วยดอกพิกุลเงินพิกุลทอง ๙ ดอก พระราชลัญจกรล้อมรอบด้วยเพชร ๘๐ เม็ด หมายถึง พระชนมพรรษา ๘๐ พรรษา ด้านบนพระราชนิพนธ์เป็นพระมหาพิชัยมงกุฎ อันเป็นเครื่องประกอบพระบรมราชอิสริยยศของพระมหากษัตริย์ และเป็นเครื่องหมายแห่งความเป็นสมเด็จพระบรมราชาธิราช ภายในพระมหาพิชัยมงกุฎเป็นเลข ๙ หมายถึง รัชกาลที่ ๙ พระมหาพิชัยมงกุฎนั้นอยู่ด้านหน้าพระนพปฎลมหาเศวตฉัตร ซึ่งอยู่กึ่งกลางและชนาบ้างด้วยพระเศวตฉัตร ๗ ชั้น อันเป็นเครื่องแสดงพระราชอิสริยยศอันยิ่งใหญ่ของพระมหากษัตริย์ ด้านล่าง พระราชลัญจกรเป็นเลข ๘๐ หมายถึง พระองค์มีพระชนมพรรษา ๘๐ พรรษา ถัดจากเลขไทยลงมาเป็นแพรแถบบอกชื่องานพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ แพรแถบ นอกจากบอกชื่องานพระราชพิธีแล้ว ยังรองรับประคองพระเศวตฉัตรอีกด้วย

CONTENTS

วารสารอุตสาหกรรมสาร ฉบับเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2550

4 Editor Talk

5 Special Story

โครงการข้าว อันเนื่องมาจากพระราชดำริ

8 SMEs Focus

อ่าวไทย ภูเก็ต

ผลิตข้าวหอมมะลิอบกรอบ สแน็กของคนรุ่นใหม่

11 Special Talk

ข้าวน้ำนม Healthy Buddy

ขนมเพื่อสุขภาพจากข้าวไทย

14 SMEs Profile

ข้าวเคลือบสมุนไพร B-Herbs

เคลือบสีข้าวด้วยสมุนไพรรายแรกของโลก

17 Product & Design

HOVFS ฮอฟส์

ตั้งวัดามินจากข้าว

ผลิตเครื่องสำอางเทียบชั้นแบรนด์อินเตอร์

20 Market & Trend

แชมป์ข้าวสีนิล

ความสำเร็จจากงานวิจัย

ขยายสู่การตลาดอย่างรวดเร็ว

23 Innovation

ซองเดอร์

ผลิตธัญพืชขงคิม ฝีมือคนไทยเจ้าแรก

25 Product Design

Rice Cracker

25



8



17



11



26 Good Governance

เลิกผลิตปิดโรงงาน

สุราสาโททำจากข้าว รายใหญ่ในภาคอีสาน

20

28 Information

ประวัติศาสตร์ข้าวโลก

31 Interview

'คลังเตอร์ข้าวพิษณุโลก'

เชื่อมโยงเกษตรกรรมสู่อุตสาหกรรม

33 สมาคมผู้ส่งออกต่างประเทศ

ติดแบรนด์ 'ไทยหอมมะลิ' ผู้ผลิตข้าวระดับโลก

35 Report

การส่งออกข้าวไทยในปี 2550

37 ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ระบบโลจิสติกส์สำหรับข้าวไทย

40 Book Corner

23



จ. พิษณุโลก 2550/6

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายปราโมทย์ วิทยาสุข

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสมเกียรติ ภู่งชัยฤทธิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางสาวกฤษณา รวยอาจีน

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสุรสิทธิ์ บุญญากิรินทร์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางบุญเชื้อ วงษ์เกษม

เลขาธิการกรม

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร ทิมะพันธุ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปาดทิพย์ เปลียนโมฬี

บรรณาธิการ

นายพิษณุชัย ประยูรหาญ

กองบรรณาธิการ

นายชูศักดิ์ เอกชน

นางสาวจกมลณี เพชรานนท์

นางสาวสายสัมพันธ์ จิรวัดกุล

นางสมจิตต์ เดียวสุนทรวงศ์

นายวีระพล ผ่องสุภา

นายพิรพงษ์ จินดารักษ์

นางสาวสุปรียา ดิษฐปัญญา

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลียา ชุมศรี

นายสุรินทร์ ม่วงน้อย

นายพัฒนพงศ์ กอปรวัชรธรรม

นางสุรางค์ งามวงศ์

ฝ่ายภาพ

นายทวีวัฒน์ หล่องกุล

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์

นายไทรรงค์ รักษาสุวรรณ

นางสาวโสภา ศรีสำราญ

ออกแบบปกโดย

นางสาวทิพย์วรรณ ธรรมเชตพันธ์

จัดพิมพ์โดย

บริษัท จีเอ็ม มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)

อาคาร จีเอ็ม กรู๊ป 914 ถนนพระราม 5

แขวงถนนนครไชยศรี เขตดุสิต

กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 0 2241 8000 โทรสาร 0 2241 6622

สมัครเป็นสมาชิกวารสารฯ ได้ที่

บรรณาธิการ วารสารอุตสาหกรรมสาร

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรสาร 0-2354-3299

www.dip.go.th/e-journal

อุตสาหกรรมสาร

ข้าวไทยที่หนึ่งของโลก

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ส่งออกข้าวมากเป็นอันดับ 1 ของโลก และยังคงครองแชมป์อันดับ 1 ติดต่อกันมาเป็นเวลา ยาว นาน ข้าวไทยยังได้ชื่อว่าเป็นข้าวที่อร่อยที่สุดในโลก โดยเฉพาะ ข้าวหอมมะลิของไทยสามารถสร้างชื่อเสียงให้กระฉ่อนไปทั่วโลก

คนไทยเราอยู่ใกล้ชิดข้าวมาตลอดตั้งแต่เล็กจนโต ทำให้เรา มองข้ามคุณค่าของข้าวไปอย่างน่าใจหาย ข้าวเป็นพืชที่มีความ มหัศจรรย์อยู่ในตัวมากมายหลายอย่าง เมล็ดข้าวเพียงเมล็ดเดียว ประกอบด้วย เมล็ดข้าว รำข้าว (เยื่อหุ้มเมล็ด) เปลือกข้าว ภายใน เมล็ดข้าวยังมีสารอาหาร วิตามิน และแร่ธาตุหลายชนิด ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน วิตามินบี วิตามินอี มีกรดอะมิโนอีก หลายชนิด และมีไขมันอยู่ในรำข้าว เมื่อนำมาแปรรูปจะได้น้ำมัน รำข้าวที่มีส่วนประกอบของวิตามินอีเป็นสารหลัก

ข้าวไทยมีอายุเฉลี่ยสูง มีกรดอะมิโนจำนวนมาก ซึ่งช่วยใน การดูดซึมและเผาผลาญอาหาร มีการวิจัยพบสารบางชนิดที่อยู่ใน ข้าวจะช่วยกระตุ้นการไหลเวียนโลหิตได้ นอกจากนี้ ยังมีสารที่ ป้องกันโรคความจำเสื่อมได้อีกด้วย คุณประโยชน์ที่มองไม่เห็นด้วย ตาเปล่าเหล่านี้ ทำให้เกิดการตื่นตัวนำข้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ต่างๆ มากมาย ได้แก่ อาหารหวานสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปต่างๆ ขนมขบเคี้ยว อาหารเสริม เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ สบู่และเครื่องสำอาง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อหวังเพิ่มมูลค่าข้าวให้สูงขึ้น

วารสารอุตสาหกรรมสารเล่มนี้ ได้รวบรวมเนื้อหาสาระเกี่ยว กับข้าวและการเพิ่มมูลค่าของข้าวในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้ เพื่อเชิดชู ความสามารถของผู้ประกอบการไทย และขอมีส่วนร่วมในการ สร้างสรรค์ข้อมูลและความรู้ที่ดีให้แก่สังคมไทยต่อไป

บรรณาธิการบริหาร



โครงการข้าว

อันเนื่องมาจากพระราชดำริ

ดร. สุเมธ ตันติเวชกุล กรรมการและเลขาธิการมูลนิธิชัยพัฒนา และประธานมูลนิธิข้าวไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้รับฉายาเรื่อง 'ในหลวงกับข้าวไทย' : โครงการข้าวอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (The King and Thai Rice : The Royal Rice Project) ในการประชุม Thailand Rice Convention 2007 เมื่อวันที่ 10-12 พฤษภาคม 2550 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพคเมืองทองธานี เนื่องในโอกาสสมโภชฉลองเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 โดยมีสาระน่าสนใจดังนี้

'ข้าว' ชีวิต-จิตวิญญาณของมนุษย์

ดร. สุเมธกล่าวว่า พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงสนพระทัยและเป็นผู้มีความชำนาญในด้านการบริหารจัดการธรรมชาติอย่างยั่งยืน ซึ่งหนึ่งในจำนวนนั้นคือเรื่องของข้าว เพราะข้าวเป็นเรื่องของชีวิต จิตวิญญาณ วัฒนธรรม เป็นความศักดิ์สิทธิ์ที่จะต้องให้ความเคารพ แม้แต่ในพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ซึ่งพระองค์ท่านไม่ได้เสด็จประกอบพระราชพิธีด้วยพระองค์เอง แต่ยังมีตัวแทนพระองค์ นั่นคือ สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร เสด็จออกแทนพระองค์

"ในพระราชวังมีนาข้าว ซึ่งเป็นแหล่งผลิตพันธุ์ข้าว พระราชทานออกมาในทุกปี และเท่าที่ทราบมีพระราชวังอยู่ไม่กี่แห่ง เช่น วังปอแก้วมีนาข้าว แต่จะมีพระราชวังสักกี่แห่งที่มีนาข้าว มีวัง มีปอแก้ว เรียกได้ว่ามีการเกษตรทุกด้านอยู่ในพระราชวัง มีจักรทกลอง ทดสอบ ก่อนจะนำความวิจิตรของพระปราชญ์ชาวไร่ ชาวนา"

จะเห็นได้ว่าพระองค์ท่านให้ความสำคัญกับข้าวอย่างมาก ไม่ถึงหย่อนไปกว่าเรื่องอื่นๆ ในประเทศทุกเรื่อง พระองค์ท่านสนใจในแง่การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพราะให้ความสำคัญกับข้าวเพียงอย่างเดียวไม่ได้ ข้าวจะอยู่ไม่ได้ถ้าไม่มีน้ำ ดังนั้น จะทำอย่างไรในการบริหารจัดการน้ำ กรมชลประทาน กรมป่าไม้ กรมประมง กรมการไฟฟ้า และทรัพยากรธรรมชาติได้เอื้ออำนวยกัน

หลายคนคงมีโอกาสดูชมพระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ แสดงให้เห็นว่าเราให้ความสำคัญกับข้าวมาก ในเวลานี้หลายประเทศพยายามให้ความสำคัญกับการดูแลธรรมชาติ ซึ่งเชื่อว่าเวลานี้ยังโลกของเรามีความเจริญมากขึ้นเท่าไรนั้น มนุษย์กลับยังไม่เคารพธรรมชาติ โดยเฉพาะเราอยู่ในสภาวะของบริโภคนิยมอย่างสุดฤทธิ์ ทุกฝ่ายเริ่มพูดถึงเรื่องภาวะโลกร้อนจากก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และภัยธรรมชาติต่างๆ ที่เกิดขึ้น ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชีวิตมนุษย์อย่างมาก

ส่งเสริมการรักษาพันธุ์ข้าวดั้งเดิม

รวมไปถึงการมุ่งเน้นให้นักวิทยาศาสตร์พยายามแสวงหาพันธุ์ข้าวที่มีน้ำหนักมากที่สุด มีปริมาณและคุณภาพที่มากที่สุด แต่ไม่ลืมพันธุ์พื้นเมืองที่ต้องอนุรักษ์ไว้เพราะมีความพิเศษในตัวเอง สำหรับในบางพันธุ์ที่ควรที่จะพัฒนาในเชิงพาณิชย์นั้นก็ดำเนินการต่อไป โดยในปีนี้นักวิจัยไทยจะนำพันธุ์ข้าวพื้นเมืองจำนวน 81 พันธุ์ จากกว่า 100 สายพันธุ์ มาจัดทำเป็นรูปบัตรดีเอ็นเอ เพื่อส่งเสริมรักษาพันธุ์ข้าวดั้งเดิมไว้

ความจริงแล้วชีวิตของทุกคนเกิดมาไม่ว่าจะอยู่ในซีกโลกใด สิ่งที่จะประกอบชีวิตอยู่ได้ นั่นคือ ธรรมชาติ และคำว่าธรรมชาติในภาษาไทยนั้นคือ ธรรมชาติ เพราะแท้ที่จริงเราทุกคนล้วนเป็นส่วนประกอบของ ดิน น้ำ ลม ไฟ ทั้งนั้น แต่ในยุคสมัยนี้เราอยู่ในยุคของบริโภคนิยมจึงละเลยการให้ความสำคัญกับธรรมชาติไป ทดลยธรรมชาติอยู่ทุกถิ่น เมื่อเราทำลายดิน น้ำ ลม ไฟ แล้ว เท่ากับเราทำลายชีวิตของเราเอง เพราะเราต้องอาศัยอากาศ ดิน น้ำ และไฟพรรณธัญญาหารต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้นมาจากธรรมชาติในการดำรงชีวิตทั้งสิ้น





ดังนั้น จึงไม่น่าประหลาดใจที่คนไทยให้ความเคารพกับธรรมชาติ ให้ความเคารพแม่โพสพ ให้ความเคารพข้าว พระพาย พระพิรุณ ซึ่งไม่ใช่ความเชื่อที่มั่งมาย แต่แท้จริงแล้วคือการให้ความเคารพธรรมชาตินั่นเอง และในหลายประเทศเพื่อนบ้าน ไม่ว่าจะเป็น ลาว กัมพูชา หรือแม้แต่ในทวีปยุโรปบางประเทศ ก็มีความเคารพนับถือข้าวเช่นกัน

‘เกษตรทฤษฎีใหม่’ พื้นฟูผืนดินเสื่อมโทรม

นอกจากนี้ พระองค์ท่านทรงทุ่มเทศึกษาเรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การศึกษาดิน อนุรักษ์ดิน เพราะทุกวันนี้เราอยู่ในระบบทุนนิยม เมื่อเห็นว่ามีคุณค่าที่จะทำก็จะทิ้งดินก็เช่นกัน เรามักจะไปแสวงหาบุกเบิกพื้นที่ใหม่และทำลายพื้นที่ต่อไปเรื่อยๆ ผลสุดท้ายก็ไม่มีดินที่จะสามารถทำประโยชน์ได้อีก

พระเจ้าแผ่นดินของเราพระองค์นี้ ไม่ได้ทิ้งแผ่นดินจะเสื่อมโทรมอย่างไร พระองค์ท่านจะพยายามฟื้นฟูให้กลับคืนสู่สภาพเดิมซึ่งหลายแห่งสามารถฟื้นฟูกลับมาได้ ที่น่าประหลาดนั้นคือเป็นการใช้ธรรมชาติฟื้นฟู เช่น ดินพังทลาย พระองค์มิใช่เครื่องจักรทำขึ้นบันได แต่พระองค์ทรงใช้การปลูกหญ้าแฝกเพื่อสร้างเป็นแนวตามไหล่ระดับ ซึ่งได้ผลอย่างมาก และสำคัญที่สุด ชาวไร่ชาวนาสามารถทำได้เองไม่ต้องพึ่งเครื่องจักร

ในเวลานี้เกษตรกร ชาวไร่ ชาวนา บ้านเราถูกระบบทุนนิยมครอบงำ ทุกคนมุ่งแสวงหาเงินเพียงอย่างเดียว พระองค์ท่านทรงสอนเกษตรกรว่าการบริหารพื้นที่ตามทฤษฎีใหม่ควรทำอย่างไร เพราะเกษตรกรจะมุ่งปลูกข้าวอย่างเดียว ปลูกอะไรอย่างเดียว ปลูกอะไรอย่างเดียวหมดเพียงหวังว่าเมื่อได้เงินมาแล้วจะนำไปซื้ออาหารมาบริโภค ซึ่งการปลูกพืชแบบเดียวนั้นแน่นอนว่าได้เงินจำนวนมากหากทำสำเร็จ แต่หากปีไหนไม่สำเร็จคือการบริหารความเสี่ยง

พระองค์ทรงพระราชทานคำว่า ‘พอมีพอกิน’ ซึ่งในปัจจุบันเราอาจจะไม่สนใจและตื่นเต้น แต่ในความพอมีพอกินนั้นแม้จะไม่ร่ำรวย แต่มันเป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่ ต่อให้ประเทศร่ำรวยแค่ไหน มีพลังงานเต็มประเทศ แต่หากไม่มีกินแล้ว ทรัพย์สินสมบัติที่สะสมไว้ก็ไม่มีความหมายใด อีสราภรณ์ในลัทธิจะขาดไปทันที เพราะเรากินพลังงานเข้าไปไม่ได้ กินอิเล็กทรอนิกส์เข้าไปไม่ได้ กินเครื่องจักรเข้าไปไม่ได้ เช่นกัน

“วิธีการแบบพอมีพอกินเป็นอย่างไร พระองค์ท่านทรงกำหนดออกมาเป็นสูตร 30:30:30:10 โดยแบ่งเป็น 30 เปอร์เซ็นต์แรกในการสร้างน้ำ ปลายทางคืออาหาร แต่ต้นทางคือทรัพยากรที่ต้องบริหารจัดการ พระองค์ท่านสอนว่าทำไมต้องพึ่งพาระบบชลประทานตลอดเวลา ขุดสระได้ไหม หากทุกคนมีน้ำใช้เพื่อรอมัน มีความเสี่ยงน้อยลง ส่วนอีก 30 เปอร์เซ็นต์ถัดมาคือเรื่องข้าว ปลูกข้าวให้ครอบครัวมีกิน ยังไม่ต้องคิดถึงการปลูกเพื่อค้าขาย และอีก 30 เปอร์เซ็นต์ คือ การปลูกพืช 3 อย่าง ได้แก่ 1) พืชที่ใช้กิน 2) ไม้เนื้อแข็ง 3) ไม้โตเร็ว และอีก 10 เปอร์เซ็นต์ที่เหลือคือการเลี้ยงเป็ด เลี้ยงไก่ เปรียบได้กับมีเขว่นอีเลฟเว่นส่วนตัวอยู่หลังบ้าน”





ระบบทฤษฎีของพระองค์ท่านจะไม่มีข้อยกเว้นจากแปลงเลย เพราะทุกอย่างถูกวิธีใช้คืนกลับมาใช้เป็นวงจรหมุนเวียนชีวิตแบบธรรมชาติ ซึ่งพระองค์ท่านยังไม่หยุดเพียงเท่านั้น เพราะหลังจากเหลือกินเหลือใช้จึงจะนำไปขายเป็นขั้นตอนต่อไป สุดท้ายจึงมีการรวมกลุ่มเป็นชุมชนหรือสหกรณ์ต่างๆ ส่งผลให้ระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรจะดีขึ้นและสามารถยกระดับฐานะขึ้นเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเอง ทำให้มีความมั่นคงในชีวิตอย่างยั่งยืน

วงจรทั้งหมดจะส่งผลต่อเนื่องมายังประชากรในประเทศที่ได้รับประทานอาหารที่มีคุณภาพ เป็นการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน พระองค์ท่านทรงเข้าใจวงจรชีวิตว่าเงินทองอาจจะให้ความสะดวก ความสำเร็จ สำหรับคนบางกลุ่มเท่านั้น ไม่สามารถทำให้วงจรชีวิตสมบูรณ์ได้

การพัฒนาอย่างยั่งยืน ทุกฝ่ายต้องทำจริงจัง

ตลอดระยะเวลา 30 ปี ของอายุการทำงานราชการที่ได้ทำงานในชนบทตลอดเวลานั้น ทำให้ได้เห็นสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชาวนา และได้เห็นว่าชีวิตของพวกเขา

เขาเหล่านั้นยังอยู่กับที่ มีใครเคยคิดบ้างหรือไม่ว่าควรจะรับผิดชอบชีวิตพวกเขาอย่างไร นอกจากนี้ การที่ได้เดินทางไปทั่วเอเชีย สหรัฐอเมริกา ยุโรป ในหลายประเทศจะให้ความสำคัญกับคำว่า 'การพัฒนาอย่างยั่งยืน'

"ดังนั้น คำถามที่จะฝากถึงทายาทนั้นคือ เมื่อพูดว่าพัฒนาอย่างยั่งยืนแล้วเราสามารถทำได้จริงหรือไม่ หากยังไม่ทำอย่างจริงจัง คำถามคือจะเริ่มทำได้หรือยัง เพราะตัวอย่างของพระเจ้าแผ่นดินที่ทำให้เราตลอดระยะเวลาการครองราชย์ 60 ปีนี้ พระองค์ท่านได้แสดงให้เห็นว่าหากมีเจตจำนงที่จะทำจริงจังก่อร่วมมือร่วมใจกันสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน และสุดท้ายทุกประเทศและทุกชีวิตคงไม่ต้องการสิ่งใดนอกจากการมีชีวิตที่ยั่งยืน มั่นคง และสมบูรณ์"

ดังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงสัญญาในวันขึ้นครองราชย์ว่า "เราจะครองแผ่นดินโดยธรรม" หมายถึงว่าจะทรงใช้ธรรมาภิบาลในการบริหารแผ่นดิน และเป้าหมายในการบริหารแผ่นดินนั้นเพื่อประโยชน์สุขแก่มหาชนชาวสยาม *



อ่าวไทย ฟู้ด โปรดักส์

ผลิตข้าวหอมมะลิอบกรอบ

สเน็กของคนรุ่นใหม่

ประเทศไทยเป็นอู่ข้าวอู่น้ำมาตั้งแต่อดีต ผลผลิตหลักที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่ง นั่นก็คือ ข้าว ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีการปลูกและส่งออกมากที่สุด จนกระทั่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการปลูกข้าวเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของคนไทยสามารถสร้างผลผลิตเลี้ยงประชากรโลก เปรียบเสมือนเป็น 'ครัวของโลก' ปัจจุบันข้าวไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นข้าวที่ดีที่สุดในโลก โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ

ไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า ตั้งแต่เกิดมายังไม่เคยลิ้มรสชาติ 'ข้าว' และไม่ว่าจะเป็นข้าวแบบไหนเชื่อว่าทุกคนคงเคยทานมาแล้วด้วยกันทั้งนั้น 'ข้าว' ถูกนำมาดัดแปลงและนำมาแปรรูปให้ออกมาเป็นขนม อาหาร และผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ต่างๆ ได้มากมายและหลากหลาย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ ข้าวแปรรูปเป็นของทานเล่น หรือสเน็ก กำลังกลายเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ เพราะรายได้สูงอย่างโคโตะ และซินมัยก็ออกมาเคลื่อนไหวตลาดนี้อย่างหนักตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่การมีฟรีเซ็นเตอร์โฆษณาสร้างแบรนด์ มีกิจกรรมทางการตลาดกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ทำให้สเน็กพันธุ์ข้าวไทยจึงได้รับความนิยมในท้องตลาด

'ข้าวอบกรอบ' ให้คุณค่าทางด้านโภชนาการมากกว่าสเน็กทั่วไปที่ทำจากมันฝรั่ง หรือแป้งสาลี กระแสสุขภาพและการกลัวอ้วน ทำให้ข้าวอบกรอบ กลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง โดยพันธุ์ข้าวไทยที่นำมาแปรรูปเป็นข้าวอบกรอบ คือ ข้าวหอมมะลิ เนื่องจากเป็นข้าวที่มีกลิ่นหอมพิเศษ เหนียวและยืดหยุ่นได้ดี จึงนิยมนำมาแปรรูปเป็นข้าวอบกรอบที่เราเห็นกันในบ้านเรา แต่ความแตกต่างของแต่ละแบรนด์จะอยู่ที่การปรุงรส และกลิ่นเฉพาะที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าตัวนี้

ยุค 'อ่าวไทย ฟู้ด' เริ่มต้นธุรกิจ

นายณัฐพงศ์ ศิลปวิธานกุล ผู้จัดการ บริษัท อ่าวไทย ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอบกรอบ และถั่วลิสงอบกรอบ ให้สัมภาษณ์ลงในวารสาร 'อุตสาหกรรมสาร' ถึงแนวคิดและการดำเนินธุรกิจว่า ย้อนกลับไป 10 กว่าปีก่อนสมัยคุณปู่เป็นยุคเริ่มตั้งบริษัท จะจัดจำหน่ายเครื่องจักรของอาหารก่อน เครื่องทอด และเครื่องจักรแปรรูปข้าว เป็นชนมอกรอบ โดยจำหน่ายเป็นลักษณะเครื่องจักรสำเร็จรูปเลย ซึ่งขณะนั้นโรงงานในเมืองไทยที่ทำเครื่องจักรแบบนี้จำหน่ายมีอยู่ประมาณ 2-3 โรงเท่านั้น

อ่าวไทย ฟู้ดฯ เป็นบริษัทคนไทยแท้ 100 เปอร์เซ็นต์ ที่ใช้คนไทยคิดและพัฒนาด้านนวัตกรรมโดยคนไทย จากนั้นจึงมีความคิดว่าเรามีความรู้ระดับหนึ่งที่สามารถผลิตชนมอกรอบที่ทำจากข้าวได้ จึงเริ่มดำเนินธุรกิจอย่างจริงจังในการผลิตข้าวแปรรูปในฐานะผู้รับจ้างผลิต (OEM) ในปี พ.ศ. 2546 ขณะนั้นประเทศไทยมีชื่อเสียงในการผลิตข้าวเป็นอันดับหนึ่งเป็นสินค้าที่เป็นเสมือนตัวแทนของประเทศ ประกอบกับคนแพ้แป้งสาลีค่อนข้างเยอะขึ้น ทำให้ข้าวหอมมะลิจึงกลายเป็นทางเลือกหนึ่งในการนำมาแปรรูปเป็นสเน็กต่างๆ

จุดแข็งของบริษัทฯ สามารถนำพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพ ซึ่งจะสั่งซื้อจากโรงสีแถวภาคอีสาน เพราะเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิได้ดีมีคุณภาพ และมองว่าประเทศไทยไม่มีวันขาดแคลนข้าวอย่างแน่นอน และต่างประเทศก็ชื่นชอบข้าวหอมมะลิไทย และถ้านำมาแปรรูปให้ถูกปากคนต่างชาติจะเป็นตัวเลือกที่ดีในการที่เป็นสเน็กแทนมันฝรั่ง ที่ก่อให้เกิดโรคอ้วนและไม่ดีต่อสุขภาพ



สู่วาระการแจ้งเกิดแบรนด์ใหม่

ยูกิจังได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากวัยรุ่นและเด็กๆ ในต่างจังหวัด เนื่องจากรสชาติถูกปาก ราคาไม่แพง และยังให้คุณประโยชน์ต่อร่างกาย ปัจจุบันยูกิจังมี 3 รสชาติ ได้แก่ ซอซอสชาวดริม กุ้ง นอกจากนี้ เราทำแบรนด์เป็นของตัวเอง 2 แบรนด์ คือ 'ปังคุง' ขนมข้าวหอมมะลิอบกรอบรสซุบข้าวโพด และถั่วลิสงอบกรอบแบรนด์ 'ราชานัท' โดยแพ็คเกจจิ้งจะเน้นไปที่สีสันสดใสเหมาะกับเด็กๆ และวัยรุ่น ซึ่งจะมีมีการตลาดออกไปทำไฉเร็กซ์เซลส์กับร้านค้าในต่างจังหวัด

สำหรับการสร้างแบรนด์ปังคุง และราชานัทจะใช้เวลาโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลท้องถิ่น สิ่งพิมพ์ และกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น แจกสื่อเป็นของพรีเมียมให้กับลูกค้า โดยทำโปรโมชั่นร่วมกับร้านค้าท้องถิ่น สำหรับมูลค่าตลาดขนมขบเคี้ยวของไทยในปัจจุบันอยู่ที่ประมาณ 8,000 ล้านบาท แบ่งเป็น 3 เช็กเมนต์ด้วยกัน คือ ถั่ว มันฝรั่ง ขนมอบกรอบจากข้าวและแป้งแปรรูป ซึ่งมันฝรั่งเป็นเช็กเมนต์ที่ใหญ่ที่สุด มีสัดส่วนมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์

ข้าวอบกรอบ จึงค่อยๆ เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นในท้องตลาด จากการที่แบรนด์ดังไม่ว่าจะเป็นโดโซะ และชินมัย ต่างออกมาทำตลาดมีพรีเซ็นเตอร์ลงโฆษณาสร้างแบรนด์ รวมไปถึงทำกิจกรรมกับผู้บริโภคอย่างหนัก กระแสความฮิตขนมข้าวหอมมะลิอบกรอบจึงเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับอ่าวไทย ฟู๊ดๆ ก็มีการผลิตข้าวหอมมะลิอบกรอบให้กับแบรนด์ 'ยูกิจัง' ซึ่งยูกิจังจับตลาดล่างเข้าสู่ร้านค้าในต่างจังหวัดครอบคลุมเกือบทุกจังหวัด โดยเราก็มีการลงโฆษณาทางโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์เช่นเดียวกัน จุดจุดขายตัวคาแร็กเตอร์การ์ตูนญี่ปุ่นขึ้นมาเพื่อสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ให้ตรงกับวัยรุ่น และเกิดการจดจำแบรนด์ได้ง่ายขึ้น

"คาแร็กเตอร์การ์ตูนญี่ปุ่นจะช่วยให้เด็กๆ และวัยรุ่นจดจำแบรนด์ได้ง่ายขึ้น รวมถึงจะเป็นตัวดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจและอยากทดลองทานผลิตภัณฑ์ ซึ่งยูกิจังจะทำการตลาดเจาะกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน Educate ตลาดให้เด็กๆ เกิดความนิยมในการรับประทานขนมข้าวอบกรอบ เพราะมีคุณประโยชน์ด้านโภชนาการดีกว่ามันฝรั่งตามโรงเรียน และสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น"

นับว่าครั้งนั้น 'ยูกิจัง' ก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ผู้บริโภคก็เริ่มรู้จักแบรนด์มากขึ้น ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ก็มีการพัฒนาแพ็คเกจจิ้งและรูปแบบการทำตลาดอย่างต่อเนื่องตามพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยมีระดับราคา 1 บาท และ 5 บาท ควบคู่ไปกับการพัฒนารสชาติให้เหมาะสมกับคนไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะมีการสำรวจความชอบของผู้บริโภค โดยการแจกชิมและพ่วงแถมไปกับผลิตภัณฑ์เดิมที่วางจำหน่ายอยู่ในร้านค้าทั่วไปเพื่อทดสอบตอบรับ จากนั้นจึงนำมาพัฒนารสชาติให้ถูกปากกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น



ผลิตภัณฑ์ข้าวไทยโกอินเตอร์

สำหรับการปั้นแบรนด์ไทยสู่ตลาดต่างประเทศนั้น เราจะมีการพัฒนาสูตรและรสชาติให้เหมาะกับพฤติกรรมของคนต่างชาติ โดยชูเรื่องของรสเผ็ด และสมุนไพร เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนประเทศไทย โดยเราใช้แบรนด์ 'Rice Cracker' รสชาติสไปซี่ ซุสชาติเผ็ดน้อย และได้กลิ่นของพริกชี้หนู เข้าไปเจาะตลาดญี่ปุ่น โดยผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศไทย ขณะเดียวกัน ก็มีตัวอบกรอบที่เป็นสไปซี่เช่นกัน นอกจากนี้ เรายังเตรียมขยายไปยังประเทศอื่นๆ อาทิ เอเชีย ยุโรป และอเมริกา ตะวันออกกลาง ภายในปี พ.ศ. 2552

จุดแข็งที่ทำให้บริษัทมั่นใจในการก้าวไปสู่ตลาดต่างประเทศ เพราะเรามีพันธุ์ข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพ และมีความหอมอร่อยในการนำมาแปรรูปทำขนมทานเล่น แต่ยังคงติดอยู่ที่การสร้างแบรนด์และพัฒนาด้านรสชาติให้ถูกปากคนทั่วโลก จึงมองว่าไม่ใช่เรื่องยากในการที่จะพัฒนารสชาติให้เป็นที่ต้องการของตลาด เพียงแต่บริษัทจะต้องปรับเปลี่ยนรสชาติ แพคเกจจิ้ง และคุณภาพต่างๆ อยู่ตลอดเวลา และออกทำตลาดอย่างต่อเนื่อง

บริษัทมีการพัฒนาข้าวหอมมะลิอบกรอบมาโดยตลอด พยายามนำสมุนไพรไทยและผลไม้ไทยเข้ามาประยุกต์เป็นส่วนผสม แต่ยังคงอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาอยู่ โดยตอนนี้มีน้ำร่องออกมาแล้วเป็น Herb Nut นำสมุนไพรมาเป็นส่วนผสมส่งออกไปยังญี่ปุ่น และซาอูตีอาระเบีย สำหรับขนมข้าวอบกรอบในตลาดโลก จีน และเวียดนามเป็นคู่แข่งคนสำคัญ เพราะสองประเทศนี้มีต้นทุนถูกกว่า และวัตถุดิบต่างๆ ก็มีคล้ายกับเมืองไทย ซึ่งเขาจะสามารถนำมาจำหน่ายในราคาถูกได้ ซึ่งตอนนี้ก็มีการนำเข้ามายังประเทศไทยแล้ว นับว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม คุณภาพและรสชาติจะเป็นตัวกำหนดให้ผู้บริโภคจงรักภักดีต่อแบรนด์ระยะยาว (Brand Loyalty)

สำหรับแผนในอนาคตคงต้องเน้นไปที่การพัฒนาเรื่องระบบโรงงานให้มีความทันสมัยมากขึ้น และเรื่องรสชาติจะต้องมีการคิดค้นและพัฒนาต่อไปเพื่อเป็นจุดแตกต่างจากคู่แข่ง ปัจจุบันเราสามารถผลิตได้ 1 ตันต่อวัน ภายในโรงงานที่มีพื้นที่ประมาณ 3 ไร่ ซึ่งเพียงพอต่อความต้องการของตลาด มีคนงานทั้งหมดกว่า 30 คน ที่จะประจำอยู่ที่เครื่องรีด เครื่องบั้ง และเครื่องไล่ความชื้น เพื่อให้การผลิตสินค้ามีคุณภาพมากยิ่งขึ้น *



จักรพงษ์ กุณรัตนสุวรรน
ผู้จัดการฝ่ายขาย



ปิรัชพงศ์ ศิลปวิธานกุล
ผู้จัดการโรงงาน



ปิรัชพงศ์ ศิลปวิธานกุล

ประวัติการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน

- จบการศึกษา อุดมศึกษาระดับปริญญาตรีจากญี่ปุ่น
- มีประสบการณ์การทำงานในโรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ประเทศญี่ปุ่น
- ปัจจุบันเป็นผู้จัดการทั่วไป บริษัท อ่าวไทย ฟู้ดโปรดักส์ จำกัด

388/8 หมู่ 4 ซอย ว.ป.อ. 11

ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบลท่าไม้ อำเภอกระทุ่มแบน

จังหวัดสมุทรสาคร 74110

โทรศัพท์ 0 3484 6714, 0 3484 6715

e-mail : aowthai_food@yahoo.co.jp





ข้าวน่านม Healthy Buddy

ขนมเพื่อสุขภาพจากข้าวไทย

‘ข้าว’ นอกจากจะเป็นอาหารหลักเคียงคู่การดำรงชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนเรามิอาจปฏิเสธได้ว่า ในข้าวนั้นอุดมไปด้วยคุณค่าและสารอาหารต่าง ๆ แก่ร่างกาย ปัจจุบันยังถูกแปรรูปมาเป็นขนมเพื่อสุขภาพ ทั้งยังคงคุณค่าประโยชน์ไว้ไม่เปลี่ยนแปลง

บริษัท ริชชี คอนเฟคชันแนรี จำกัด ภายใต้การบริหารงานโดย **คุณธนชัย ทรงวิรัตน์** ผู้จัดการทั่วไป เป็นอีกหนึ่งรายที่เห็นความสำคัญของข้าวไทย โดยมีการนำมามผลิตเป็นข้าวน่านม ขนมเพื่อสุขภาพภายใต้แบรนด์ **‘Healthy Buddy’**

คุณธนชัยเล่าว่า ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 บริษัทได้ใช้ระยะเวลา 3 ปี ในการพัฒนาสินค้าขึ้นได้แก่ เมล็ดทานตะวันในแบรนด์ ‘ซันแน็ค’ โดยนำเอาเมล็ดทานตะวันมาเคลือบให้กรอบ ผสมธัญพืช พริก และปรุงรส ซึ่งหลังจากออกสู่ตลาดในปีแรกสามารถขึ้นเครื่องการบินไทย หลังจากนั้นปีที่ 2 มีคู่ค้ารายใหญ่ติดต่อขอร่วมทุนและเป็นตัวแทนจำหน่าย จนกระทั่งมีการขายลิขสิทธิ์ให้กับคู่ค้ารายนี้ในที่สุด

มีหลายคนถามว่าไม่เสียต่ายหรือที่ขายลิขสิทธิ์สินค้าตัวแรกไป เราคิดว่าต้องเป็นสิ่งที่ดีกว่านี้ จึงมองหาสินค้าตัวใหม่ จนกระทั่งในปี 2546 เทรนด์รักสุขภาพกำลังเป็นที่นิยม หลายคนหันมาให้ความสนใจกับเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น จึงเริ่มมองหาสิ่งใกล้เคียงและได้เห็นว่าพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงผลักดันและให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องข้าวมานานหลาย 10 ปี แต่ถึงกระนั้น หากมองในเชิงธุรกิจไม่ว่าจะทำตลาดสินค้าใดก็ตาม จะต้องสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นแต่ต้องอยู่บนพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

“เมื่อเกิดความสนใจ เราจึงพยายามค้นคว้าถึงความแตกต่างของข้าว มันเป็นความโชคดีที่เปิดเจอเว็บไซต์หนึ่งซึ่งมีนักวิจัยญี่ปุ่นเขียนเอาไว้ว่า พบสารแกมมาอะมิโนบิวติคแอซิด (กาบ้า) จากในข้าว สารตัวนี้ทำให้จิตสมาธิขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปในวงการแพทย์จะใช้สารดังกล่าวในการรักษาโรคไฮเปอร์หรือสมาธิสั้น เมื่อค้นคว้าต่อยังพบอีกว่า ข้าวนั้นเป็นธัญพืชที่มีผลข้างเคียงต่อมนุษย์น้อยมากจนแทบจะไม่มีเลย และตัวข้าวเองยังมีกรดอะมิโน 18 ตัว ซึ่งเราได้ทำการวิเคราะห์แยกออกมาแล้ว สำหรับข้าว น่านมมีโปรตีน 14.5 เปอร์เซ็นต์ ส่วนข้าวกล้องจะมีโปรตีนอยู่ประมาณ 8.5 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้น”

แต่ถึงกระนั้น กับความเข้าใจที่มีมาแต่เดิมที่เชื่อกันว่าข้าวทำให้อ้วน เป็นความเข้าใจที่ถูกเพียงครั้งเดียวเท่านั้น โดยวิตามินที่มีจะเผาผลาญคาร์โบไฮเดรตและเป็นบ่อเกิดของพลังงาน ดังนั้นจึงไม่เกิดการสะสมแคลอรี และเมื่อได้เห็นสรรพคุณต่างๆ ในข้าวแล้ว ปัญหาต่อไปนั้นคือจะอย่างไรให้ผลิตภัณฑ์ในฝันนั้นเป็นจริง และต้องมีคุณค่าสูง และที่ขาดไม่ได้คือมีรสชาติอร่อย จึงเริ่มต้นมุ่งมั่นพัฒนาให้เกิดตัวผลิตภัณฑ์ขึ้นโดยใช้ระยะเวลากว่า 1 ปี จนเกิดเป็นข้าวน่านม ‘Healthy Buddy’





“ข้าวทั่วไปในท้องตลาดที่สามารถก่อกำเนิดนั้นส่วนเกิดจากการทอดทั้งสิ้น แต่ข้าวหน้ามของเราเป็นข้าวหน้ามแท้ที่เกิดจากการอบจึงดีต่อสุขภาพเพราะไม่มีไขมันสูง โดยเราหวังว่าผลิตภัณฑ์นี้จะประสบผลสำเร็จมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่เคยทำตลาดก่อนหน้านี้ เพราะมีช่องทางการทำตลาดที่กว้าง จากสเน็ก สามารถพัฒนาเป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูปได้อีกด้วย”

กว่าจะเป็นข้าวหน้าม 'Healthy Buddy'

ในส่วนของวัตถุดิบนั้น บริษัทปลูกข้าวเองในบางส่วน รวมไปถึงการสร้างพันธมิตรโดยร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างๆ ในการนำเอาความรู้และเทคโนโลยีเข้าไปแลกเปลี่ยนความรู้กับชาวนา โดยช่วงเวลา 90 วันของการเก็บเกี่ยว ข้าวในของข้าวหน้ามจะยังเป็นแป้งกึ่งหน้าม ดังนั้น จะต้องทำให้แห้งโดยการสักร่อนน้ำออก ด้วยการให้ความร้อนในอุณหภูมิที่เหมาะสม เหลือข้าว 22 เปอร์เซ็นต์ แต่ความชื้นของสีเมล็ดข้าวยังคงอยู่โดยธรรมชาติ

หลังจากนั้นจึงนำมาสักร่อนเฉพาะเปลือกออก แต่ยังคงเหลือจมูกข้าวและรำข้าวไว้ซึ่งกระบวนการในขั้นตอนนี้อาจเป็นความพิเศษ โดยหลังจากนั้นในการเก็บรักษายังคงเป็นปัญหาเนื่องจากข้าวสามารถบูดเน่า และมีเชื้อราขึ้น จึงต้องนำมาเข้าห้องเย็นอุณหภูมิที่ -5 องศา เพื่อรักษาความสดใหม่เอาไว้ได้นานเป็นปี และสามารถเบิกวัตถุดิบมาเข้าสู่ขั้นตอนการปรุงคั่ว เติมน้ำมันผสมอื่นลงไป เช่น ปลาย่างไหม เกลิอ สมุนไพร จากนั้นจึงอบ และเข้าสู่ขั้นตอนการแพ็ค จนได้เป็นข้าวหน้ามของแท้

ใส่ใจรายละเอียดบรรจุภัณฑ์

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ดังนั้น เครื่องไม้เครื่องมือและเครื่องจักรที่ใช้จึงต้องคิดค้นขึ้นมาเพื่อตัวผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะ ไปจนถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระยะเวลาการคิดและดีไซน์นานถึง 6 เดือน

“เราพยายามคิดว่าชาวโลกทำแพ็คเกจจิ้งอย่างไร และให้ญี่ปุ่นเป็นไคดโมเน่ โดยเราพยายามสอดแทรกวิถีคิดแบบไทยๆ เข้าไป เน้นรูปข้าว ในเบื้องต้นจะเน้นความแวววาว ดูไฮคลาส และสิ่งที่ยากมากนั่นคือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้คนที่ยังไม่รู้จักได้รู้จัก รวมทั้งความหนักใจอีกอย่างหนึ่งก่อนที่สินค้าจะออกสู่ตลาด นั่นคือแคลอรี คาร์โบไฮเดรต ที่หลายคนกลัวกัน จึงต้องพยายามให้ความรู้กับผู้บริโภคให้เข้าใจมากขึ้น ข้าวในบรรจุภัณฑ์จะมีเอกสารแนบพับให้ข้อมูลถึงคุณประโยชน์ของข้าว ในแบบค่อยเป็นค่อยไป แม้จะได้ผลช้า แต่เราเชื่อว่าจะมีผลในระยะยาว”

บุกตลาดจากงาน OTOP

เริ่มทำตลาดในช่วงปลายปี 2547 โดยไม่ได้ทดลองตลาดก่อนเพราะมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ต้องทำตลาดได้ ประกอบกับความที่เป็นบริษัทขนาดเล็กจึงไม่สามารถทุ่มทุนเพื่อหวังโตเร็วได้ โดยวิธีการทำตลาดไม่มีความซับซ้อน เริ่มจากการทำผลิตภัณฑ์แจกให้ผู้บริโภคได้ชิม รวมทั้งการออกร้านในงานแสดงสินค้า OTOP





“เคยไปออกร้านในงาน OTOP แจกผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าชิม ปรากฏว่าลูกค้าเดินกลับมาซื้อ นี่คือความจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งการให้ผู้บริโภคได้ชิม ลิ้มรส ได้เห็นและสัมผัสในตัวสินค้า จะทำให้เขาไม่มีความคลางแคลงใจในตัวสินค้า นอกจากนี้ เราทำแพ็คเกจห่อใหญ่ขายในราคา 45 บาท ซึ่งข้างในบรรจุ 10 ซองเล็ก ถ้าของเรายังคงจริงทั้งยังราคาไม่แพง เชื่อว่า 90 เปอร์เซ็นต์ ลูกค้าต้องซื้อ ผิดกับการทุ่มโฆษณาที่ได้แค่เพียงเสียงและเห็นภาพ แม้จะเกิดจินตนาการ แต่ลูกค้าหรือผู้บริโภคอาจเกิดความเคลงใจหากจะต้องซื้อสินค้านั้นในที่สุด”

ปัจจุบันมีข้าวใหม่ 2 รสชาติ ได้แก่ 1) สูตรเจ 2) ผสมปลา โดยในเร็วๆ นี้เตรียมออกข้าวใหม่รสชาติใหม่ ได้แก่ รสพริกเผาทั้งรวมทั้งมีแผนจะพัฒนาจากขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพเป็นอาหารประจำวันในอนาคต

ด้านกำลังการผลิตสินค้าอยู่ที่ 100-150 ล้านต่อวัน ซึ่งบริษัทสามารถเพิ่มกำลังผลิตได้ตลอดเวลา แบ่งเป็นตลาดในประเทศ 70 เปอร์เซ็นต์ โดยทำตลาดผ่านช่องทางร้านค้าส่ง ร้านเพื่อสุขภาพทุกมุมเมือง ห้างสรรพสินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต ฟู้ดแลนด์ อีเซตัน โค้ด้า ดิงฮั่วเล้ง สุวรรณชาวด เลมอนฟาร์ม ร้านมังสวิวัติจำลอง ศรีเมือง ส่วนอีก 30 เปอร์เซ็นต์ จะเป็นตลาดส่งออกในแบรนด์ของตัวเองไปยัง ไต้หวัน สิงคโปร์ มาเลเซีย โดยมีแผนจะทำตลาดเพิ่มที่ออสเตรเลียในเร็วๆ นี้

ยึดหลัก ‘ให้’ บริหารงาน

กับการดำเนินการทุกอย่างด้วยตนเอง การค้นคว้า การผลิตวัตถุดิบ การผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงการทำตลาด คุณธนชัยมองว่าทั้งหมดเป็นการดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งการทำตลาดโดยร่วมกับดีสทริบิวเตอร์รายต่างๆ นั้น อาจมีปัญหาก็เกิดขึ้นได้ แต่การทำตลาดเองโดยการกระจายสู่ร้านค้ารายย่อยสามารถกำหนดนโยบายต่างๆ ได้ง่ายขึ้น

อย่างไรก็ดี สิ่งที่คุณธนชัยยึดเป็นหลักในการบริหารธุรกิจ นั่นคือ การมองว่าพื้นฐานความสำเร็จของชีวิตคนเราไม่ได้อยู่ที่เงินเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ ยังนำเอาหลักพุทธศาสนามาปฏิบัติ นั่นคือในเรื่องของการ ‘ให้’ หากมีคำว่าให้เพียงคำเดียวเปรียบได้กับการปฏิบัติตามหลักธรรมะได้ทุกข้อ การให้ไม่ใช่เรื่องยาก หากมีความเมตตาเพียงอย่างเดียวก็สามารถปฏิบัติธรรมะได้ทุกข้อ ถ้ามีเมตตาที่ไม่ฆ่าใคร ขณะที่ให้ก็เป็นสุข เมื่อรับไปแล้วก็เป็นสุข และทุกอย่างจะสมบูรณ์ตราบที่ผู้รับเป็นสุข จึงจะเป็นการให้ที่เกิดบารมีทานอย่างแท้จริง

“คนรวยไม่ได้แปลว่าประสบความสำเร็จในชีวิตเสมอไป ในพุทธศาสนาบอกเอาไว้ว่า ตราบใดที่คุณสามารถรับทุกข์เท่าญาติ เมื่อใจคุณรู้เท่าทัน มันก็จะกลายเป็นเล็กเท่าเม็ดทราย ตราบใดที่คุณมีความสุขเท่าเม็ดทรายถ้าคุณรู้เท่าทัน ความสุขนั้นจะเท่าญาติ เท่ากับเราสอนใจตัวเองว่า ทำอย่างไรจึงจะมีความสุขง่าย และทำอย่างไรจึงจะทุกข์ยาก ทุกข์มิใช่ให้ห็นสุขมิใช่ให้เป็น และกำลังใจอย่าไปโอนเอียงจากคนอื่น เพราะยามที่เราต้องการ ผู้คนอาจจะไม่อยู่ให้กำลังใจเราได้ ดังนั้นเราต้องให้กำลังใจกับตัวเราเองดีที่สุด” *



บริษัท รัชชี คอนเฟ็คชั่นเนอรี่ จำกัด

73/1 ซอยพร้อมศรี ถนนสุขุมวิท

เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

โทรศัพท์ 0 2712 8552 โทรสาร 0 2391 5646

e-mail : richiethailand@hotmail.com

ข้าวเคลือบสมุนไพร B-Herbs

เคลือบสีข้าวด้วยสมุนไพรรายแรกของโลก

นับเป็นผู้อยู่ในตลาดค้าข้าวมานานถึง 20 ปี สำหรับ 'บริษัท บางกอกตลาดข้าวไทย จำกัด' แต่ด้วยภาวะการแข่งขันสูงในตลาด จึงทำให้ต้องพัฒนาต่อ ยอดสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ จนก่อเกิดเป็น 'B-Herbs' ข้าวเคลือบสมุนไพรรายแรกของโลก



ธุรกิจก่อตัวจากการสั่งสมประสบการณ์

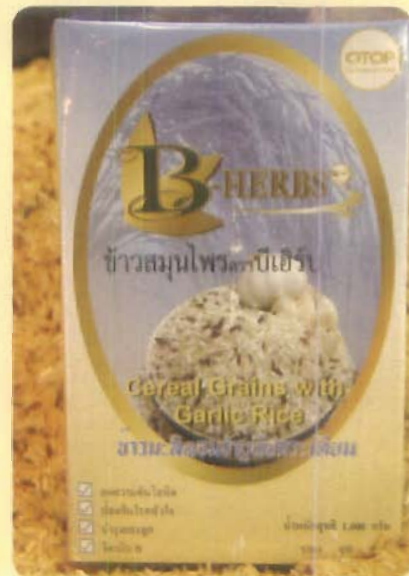
คุณวิชัย พจนสุวรรณกุล ผู้จัดการฝ่ายผลิต บริษัท บางกอกตลาดข้าวไทย จำกัด กล่าวว่า เริ่มต้นธุรกิจโดยจดทะเบียนบริษัทในปี 2545 ในชื่อ 'ตลาดข้าวไทย' เรียกได้ว่ามีประสบการณ์ด้านการค้าข้าวมากกว่า 20 ปี มาในห้วงเวลาที่ตลาดมีการแข่งขันกันสูง บริษัทจึงต้องเริ่มมองหาสิ่งใหม่และช่องทางการทำตลาดที่เอื้อให้สามารถเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ต่อไปได้ ประกอบกับในช่วงดังกล่าวกระแสของสมุนไพรมาแรง จะเห็นได้ว่าในหลายอุตสาหกรรมมีการนำสมุนไพรมาใช้ในการแปรรูปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเครื่อง

สำอาง และอุตสาหกรรมยา

บริษัทเองมองว่า 'ข้าว' ยังคงเป็นอาหารหลักของคนไทย แม้ว่าในสายตาของพ่อค้าข้าวจะมองข้าวในแง่ลบ โดยเห็นว่าข้าวขัดขาวนั้นไม่มีวิตามิน ขณะที่มองเห็นถึงคุณประโยชน์ของสมุนไพร จึงเกิดไอเดียสร้างสรรค์ในการนำสมุนไพรมารวมกับข้าว นับเป็นการสร้างความแปลกใหม่ในตลาด

แต่ด้วยความที่ไม่มีพื้นฐานด้านนี้มาก่อน จึงได้เข้าไปปรึกษากับทางมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยหน่วยงานที่ดูแลคือ 'ศูนย์วิจัยร่วมเอกชน' หรือ ศรช. เป็นการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐร่วมกับภาคเอกชนภายใต้การกำกับดูแลของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งทางมหาวิทยาลัยจะมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนกับภาคเอกชนด้านวิชาการเพื่อก่อให้เกิดศักยภาพด้านเชิงพาณิชย์

"เราเข้าไปปรึกษาและเสนอไอเดียให้กับท่าน ดร. นภาพรพร ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์ในขณะนั้น หลังจากนั้นประมาณ 1-2 เดือน ท่านก็พิจารณาว่าไอเดียที่เราเสนอไปนั้นสามารถที่จะทำเป็นโปรเจกต์ได้ สามารถทำการวิจัยพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้อีกด้วย บริษัทจึงเซ็นสัญญา MOU ร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในการสนับสนุนเงินทุนจำนวนครึ่งหนึ่งของการวิจัย คิดเป็นจำนวนเงิน 350,000 บาท และดำเนินการวิจัยภายใต้ชื่อ 'โครงการวิจัยเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมุนไพรและวิธีการสกัด' รวมถึงวิธีการเคลือบจนกระทั่ง



ได้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวสมุนไพรในแบรนด์ 'B-Herbs' ใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ปี"

วิจัยนานนับปีกว่าจะได้ข้าวสมุนไพร

ในช่วงปี 2546 หลังจากทำการวิจัยจนได้ผลิตภัณฑ์ออกมา บริษัทได้รับการจดอนุสิทธิบัตรมีระยะเวลา 10 ปี ในการคุ้มครองสิทธิ์ รวมไปถึงทำการวิจัยเกี่ยวกับเชื้อราในข้าวโดยบริษัทเป็นผู้ทดสอบด้านการเก็บรักษา หลังจากนั้นในปี 2548 จึงเริ่มทำผลิตภัณฑ์เพื่อทดลองตลาด

"เราทดสอบว่าจะเก็บรักษาสถิตภัณฑ์ได้นานแค่ไหน มีผลทางกายภาพหรือไม่ สีเปลี่ยนหรือไม่ เวลาหุงข้าวออกมาแล้วเหมือนข้าวปกติหรือไม่ ขณะนั้นมีปัญหาเยอะ เพราะสมุนไพรบางอย่างจะมีปฏิกิริยาต่อแสง ซึ่งการเก็บรักษาในภาชนะปกติก็จะเก็บได้ไม่นานต่างจากการเก็บในระบบสุญญากาศที่สามารถเก็บได้นาน หากเก็บในถุงพลาสติกก็จะเกิดเชื้อราและเชื้อราเร็วมากขึ้นกว่าการเก็บในระบบสุญญากาศ นอกจากนี้ เรายังพบว่าสมุนไพรบางอย่างเมื่อโดนแสงแดดหรือแสงร้อนจะทำให้สีเปลี่ยนไป ทั้งยังไปทำลายสาระสำคัญของสมุนไพรอีกด้วย"



สมุนไพรที่เลือกมาเป็นวัตถุดิบนั้นมี 5 ชนิด ได้แก่ กระเจี๊ยบ ขมิ้น ใบเตย กระเทียม และพริก โดยสมุนไพรดังกล่าวคนไทยบริโภคทุกวันจนเกิดความคุ้นเคยและหากมองในทางอุตสาหกรรมล้วนเป็นวัตถุดิบที่มีแหล่งผลิตจำนวนมากไม่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งยังมีงานวิจัยรองรับ

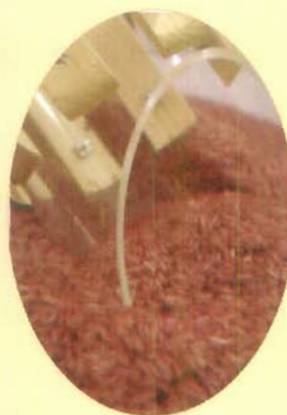
การผลิตสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองตลาดนั้น บริษัทได้ทำบรรจุภัณฑ์ออกมาในขนาด 1 แพ็ค 200 กรัม จำหน่ายในราคา 20 บาท บรรจุในกล่องกระดาษเพื่อป้องกันแสง โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์นำผลิตภัณฑ์ไปแสดงในงานครบ 60 ปี ที่อิมแพค เมืองทองธานี รวมไปถึงการออกงานเกษตรแฟร์ในทุกปี นับว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี แต่ติดปัญหาด้านราคาและช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งในขณะนั้นบริษัทยังไม่ได้เปิดหน้าร้านและไม่มีตัวแทนจำหน่าย

โดยจากการออกงานแสดงสินค้าดังกล่าวทำให้ทราบข้อมูลว่าผู้บริโภคชอบรสชาติและกลิ่นใด หลังจากนั้นบริษัทจึงนำเอาข้อมูลดังกล่าวมาปรับปรุงด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อลดต้นทุน โดยมาปรับบรรจุภัณฑ์เป็นขนาด 1 กิโลกรัม สามารถลดคอร์สได้ 30 เปอร์เซ็นต์ หลังจากนั้นจึงเริ่มมองหาช่องทางจัดจำหน่าย โดยพุ่งเป้าไปที่ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์เป็นแห่งแรกในการแสดง

สินค้าร่วมกับซุ่มโปรโมชัน ระหว่างนั้นยังออกงานแสดงสินค้าร่วมกับ OTOP ด้วย

“ปี 2549 เราไปขอขึ้นทะเบียน OTOP เป็นการดำเนินการควบคู่กันเนื่องจากมองว่าวัตถุดิบไม่ว่าจะเป็นข้าวหรือสมุนไพรล้วนมาจากเกษตรกรทั้งสิ้น ดังนั้น การขึ้นทะเบียน OTOP เพื่อจะได้รับการสนับสนุนในการออกงานร่วมกับ OTOP ขณะเดียวกัน ยังคงออกงานร่วมกับเดอะมอลล์อย่างต่อเนื่อง โดยที่ผ่านมาได้ออกงานร่วมกับเดอะมอลล์ 3 ครั้ง นอกจากนี้ ยังออกงานที่สยามพารากอน นับว่าได้รับการตอบรับที่ดีมาก”

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ข้าวสมุนไพร ‘B-Herbs’ มีการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ทุกสาขา สยามพารากอน ดี เอ็มโพเรียม ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต นอกจากข้าวสมุนไพรทั้ง 5 ชนิดแล้ว เมื่อต้นปีที่ผ่านมาบริษัทยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาอีกเป็นชนิดที่ 6 ได้แก่ ข้าวสมุนไพรอัญชัน รวมทั้งยังมีการผลิตข้าวเหนียวดอกอัญชัน ข้าวเหนียวขมิ้น สามารถนำไปทำข้าวเหนียวมูลได้ โดยในอนาคตผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เตรียมจะออกตลาด ได้แก่ ข้าวสมุนไพรชาเขียวใบหม่อนและดอกบัว ขณะนี้กำลังอยู่ในระหว่างการทดลองในห้องแล็บ อาจจะทำตลาดได้ในช่วงปลายปีนี้



ชีวิตีเจาะตลาด 4 ช่องทาง

ในอนาคตบริษัทมองช่องทางการทำตลาดในประเทศไว้ 4 ช่องทาง ได้แก่ 1) ห้างสรรพสินค้าทั้งหมด 2) ร้านสุขภาพ 3) ร้านอาหารโรงแรม และร้านสปา 4) ช่องทางขายตรง โดยขณะนี้เริ่มทำตลาดร้านสุขภาพประมาณ 4 สาขา รวมไปถึงตลาดสดนอก. และตลาดบองมาเซ ซึ่งภายในปี 2550 นี้คาดว่าจะทำตลาดในห้างสรรพสินค้าทั้งหมด โดยตั้งเป้าว่าหลังจากทำตลาดครบทุกช่องทางจะทำยอดขายได้ช่องทางละ 10 ล้าน หรือ 10,000 กิโลกรัมต่อเดือน โดยปัจจุบันหลังจากทำตลาดมา 6-7 เดือน มียอดขายอยู่ที่ 6,000-7,000 กิโลกรัม คาดว่าภายในสิ้นปีจะทำยอดขายได้ประมาณ 10,000 กิโลกรัม

ส่วนการทำตลาดในต่างประเทศคาดว่าจะสามารถทำได้ในช่วงปี 2551 ผ่านบริษัทพันธมิตร ได้แก่ บริษัทโรซ์แลนด์ฟู้ดร่วมกับบริษัทบีเบสท์อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งเป็นบริษัทส่งออกข้าวหอมมะลิให้กับลูกค้าถึง 60 ประเทศ โดยเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม ที่ผ่านมา มีการออกงานแสดงสินค้าไทเพ็กเป็นการร่วมกันกับทั้งสองบริษัท คาดว่าจะมียอดสั่งซื้อประมาณปลายปีนี้ โดยลูกค้ากลุ่มใหญ่จะอยู่ที่ประเทศออสเตรเลียกว่า 30 ราย นอกจากนั้นจะเป็นในสหรัฐอเมริกา และยุโรปประมาณ 10-20 ราย รวมไปถึงญี่ปุ่น ช่องกึ่ง สิงคโปร์ อีกด้วย

เคล็ดลับอยู่ที่เทคนิคสกัด-เคลือบสี

ในกระบวนการผลิต จะเริ่มต้นจากการคัดพันธุ์ข้าวหอมมะลิแท้ซึ่งปัจจุบันซื้อจากจังหวัดสระแก้ว เข้ามาผ่านกระบวนการทำความสะอาด พร้อมกับคัดเลือกสมุนไพรจากเกษตรกรที่ปลูกแบบไร้สารเคมี จากนั้นนำมาทำความสะอาดด้วยระบบโอโซน ขั้นตอนต่อไปจึงนำมาสกัดตามสูตรเฉพาะของสมุนไพรแต่ละชนิด ทำการเคลือบ อบ โดยในขณะที่ย่อยขั้นตอนการอบนั้นจะมีการวัดความชื้นอยู่ที่ 14 เปอร์เซ็นต์ ต่อจากนั้นจึงนำมาแพ็ค ซึ่งในทุกขั้นตอน จะผ่านการตรวจวิเคราะห์อีกครั้งหนึ่งจากห้องปฏิบัติการกลางของ LCSA มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

“เทคโนโลยีการสกัดและการเคลือบเป็นวิธีการเฉพาะซึ่งบริษัทมีความเชี่ยวชาญในจุดนี้ เทคนิคการสกัดสมุนไพรนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากมีความไม่คงตัวในการตกผลึก หากถ้าไม่เข้ามาสัมผัสจะมองเหมือนง่าย แต่ในความเป็นจริงแล้ว เรื่องของการคงตัวค่อนข้างเป็นปัญหามาก หากเคลือบผิดเพี้ยนไปเพียงนิดเดียว สีที่ได้ก็จะเปลี่ยนไปไม่เหมือนเดิม”

อุตสาหกรรมข้าวโตได้ต้องร่วมมือกัน

ในอนาคตบริษัทมีแผนจะทำตลาดสินค้าอื่นนอกเหนือจากข้าว เช่น แป้ง น้ำสมุนไพร โจ๊ก รวมไปถึงการทำแฟรนไชส์ข้าวปั้นซูชิ ต่อยอดไปจนถึงอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) จากจุดเริ่มต้นของธุรกิจจบจนถึงปัจจุบัน นับเป็นความภาคภูมิใจที่สามารถนำความคิดก่อเกิดเป็นนวัตกรรมและมีผลในเชิงพาณิชย์ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นล้วนมีองค์ประกอบที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็น เวลา เงินทุน ความร่วมมือจากภาครัฐ หากให้ภาคเอกชนดำเนินการเพียงฝ่ายเดียว ด้วยศักยภาพอาจจะเติบโตไม่ได้มาก เนื่องจากถูกขีดกั้นด้วยระบบทุนหรือระบบการค้าแบบเสรี

ส่วนมุมมองที่มีต่ออุตสาหกรรมข้าวไทยนั้น คุณวิชัยมองว่าผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาและแปรรูปสินค้าให้ได้มากที่สุดก่อนส่งออก เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและเพิ่มศักยภาพให้กับเกษตรกรนำมาซึ่งรายได้ที่มากขึ้น ทั้งนี้ ต้องมาจากความร่วมมือของทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น เกษตรกร ภาครัฐ ภาคเอกชน จะทำให้อุตสาหกรรมข้าวไทยเติบโตได้ในอนาคต *

บริษัท บางกอกตลาดข้าวไทย จำกัด
548/15 ซอยไสวสุวรรณ์ ถนนกรุงเกษม-นนท์
แขวง/เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800
โทรศัพท์ 0 2556 1108-9, 08 4005 9868
www.b-herbs.com



‘ฮอฟส์’ (HOVFS) ผลิตภัณฑ์ที่คิดแปลงนำ ‘ข้าวหอม’ เป็นส่วนประกอบหลักในการผลิตสินค้าที่ใช้สำหรับทำความสะอาดร่างกายและบำรุงผม บำรุงผิวเสริมความงาม ได้เกิดขึ้นจากพลิกโฉมเดียวของ **คุณโอกาส จันทน์** อดีตอาจารย์สอนพิเศษวิชาเคมี ทำให้เขามีตึกริสร่างสรรค์ผลงานที่ได้จากการสังเคราะห์ภูมิรู้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสสารทางชีวภาพ และสารเคมี

HOVFS (ฮอฟส์)

ดึงวิตามินจากข้าว พลิตเครื่องสำอาง เทียบชั้นแบรนด์อินเตอร์

เมื่อประมาณ 6 ปีก่อน (พ.ศ. 2544) มีข่าวว่าสหรัฐฯ สนใจที่จะผลิตชิปตัวข้าว จึงได้ศึกษาว่าทำไมพวกเขาจึงมีความต้องการอย่างนั้น ซึ่งแสดงว่าข้าวมีอะไรดีอีก สืบไปสืบมาได้ความว่า ทางสหรัฐฯ ให้นักวิจัยของไทยทำการสกัดข้าวทุกสายพันธุ์ ก็เลยสงสัยว่าสหรัฐฯ จะเอามาทำอะไร พอเริ่มค้นหาข้อมูลแล้วก็ได้ความว่าจะเอามาทำในรูปแบบของเครื่องสำอาง เพราะอิงจากลักษณะของภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่ใช้น้ำข้าวมาล้างหน้า หรือใช้ในการสระผม เมื่อมองในเชิงวิทยาศาสตร์ก็จะมีสารที่ช่วยทำการฆ่าเชื้อโรคได้ มีสารในการต้านอนุมูลอิสระ และก็มีวิตามินต่างๆ ในข้าวอีกด้วย

คุณโอกาสกล่าวต่อว่า ก่อนหน้าที่จะเริ่มทำผลิตภัณฑ์นั้น ได้เดินทางไปดูงานแฟร์ที่ต่างประเทศ ซึ่งมีสินค้าไทยหลากหลายมาขายเห็นงานนี้ด้วย มีผลิตภัณฑ์ทั้งที่ทำมาจากตะกั่วบ้าง ดินเผาบ้าง แต่เมื่อได้ถามที่มาที่ไปของผลิตภัณฑ์ ผู้ขายเขาก็จะบอกไม่ได้ว่ามาจากไหน บอกว่ามาจากบาหลิบ้าง มาจากอินโดฯ บ้าง จุดนี้เองทำให้มองว่า น่าจะหาสินค้าที่สามารถเป็นตัวแทนของ

ประเทศไทยได้อย่างเต็มภาคภูมิบ้าง ชนิดที่หยิบสินค้าขึ้นมาสามารถบอกได้ว่ามาจากประเทศไทย เขาเลยปรึกษาเพื่อนที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องข้าว จึงได้ทดลองเป็นเวลากว่า 2 ปี และได้เริ่มสร้างผลิตภัณฑ์จากข้าวขึ้น

สาเหตุที่เลือกสรรวัตถุดิบข้าวหอมมะลิมาเป็นส่วนประกอบหลัก เนื่องด้วยประโยชน์ในภาพรวมหลักๆ ได้แก่

- มีส่วนประกอบของแร่ธาตุ วิตามิน
- ทำให้ผิวขาวเนียน ผิวมีความสม่ำเสมอและขาวขึ้น
- ช่วยในการรักษาสิว ฝ้า และริ้วรอย
- สามารถกันแดดได้ถึง 6 เท่า
- มีน้ำมันในตัวที่สามารถนวดบำรุงผิว ทำให้ผิวชุ่มชื้นตลอดเวลา ผิวจะนุ่มนวลและไม่แห้งกร้าน
- เมื่อใช้กับหนังศีรษะจะเร่งให้ผมยาวเร็วขึ้น
- มีสารที่ให้ความชุ่มชื้น และสารลดริ้วรอย
- ช่วยทำให้ผิวพรรณนุ่มนวล สดใส และอ่อนเยาว์



นอกจากนั้น ยังสามารถแยกข้อดีตามคุณสมบัติของประเภทข้าวได้อีกด้วย นั่นคือ

- ข้าวหอมมะลิสีขาวที่ไม่เติมสารที่ทำให้เกิดฟอง ช่วยไม่ให้เกิดการแพ้หรือระคายเคือง
- ข้าวหอมมะลิแดง จะช่วยให้ผิวมีความชุ่มชื้นอยู่ตลอดเวลา และดูดซับความมันได้ดี
- ข้าวหอมมะลีสีดำ ด้วยคุณสมบัติเหมาะกับการผลิตแชมพูเหมาะกับทุกสภาพเส้นผม ไม่ว่าผมดัด ผมย้อมหรือทำสีผม

ข้าวหอมมะลิ...แปลงโฉม

‘ฮอฟส์’ มุ่งเน้นความเป็นธรรมชาติมากที่สุดเพราะข้าวจะมีกลิ่นความหอมที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง อีกทั้งโบราณก็มีการใช้ข้าว และน้ำข้าวในการขัดผิวอยู่แล้ว ก็ถือว่ามີประวัติเกี่ยวกับความสวยความงาม จึงตั้งหลักการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิมาบวกกับช่วงสมุนไพรมาแรงในขณะนั้น เพื่อตอบสนองเทรนด์สุขภาพ ทำให้การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติเป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน เครื่องเทศ วัตถุดิบต่างๆ และพืชสมุนไพรในเมืองไทยก็มีหลายตัว เช่น ขมิ้น ข่า พริก เป็นต้น จึงเกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในลักษณะของอุตสาหกรรมแบบครัวเรือน

ผลผลิตของคุณโอภาสที่จัดในรูปแบบบริษัท พาได้กรีน จำกัด มีอยู่กว่า 300 ชนิด จะเริ่มจากผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดก่อน ได้แก่ 1) สบู่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลีสีแดง ซึ่งกรรมวิธีที่ถูกค้นพบนั้น จะเรียกว่า ‘เนเจอร์ลิสซ์’ มีลักษณะเป็นก้อน มีกลิ่นและสีที่ได้จากธรรมชาติ ไม่มีสีสังเคราะห์ใดๆ เป็นส่วนผสม และจะสกัดเอาสารต่างๆ ออกมา ยกเว้นแป้ง อาทิ วิตามิน แร่ธาตุ ที่เป็นตัวช่วยบำบัดรักษาความสูญเสียความสมดุลของผิวพรรณร่วมกับน้ำมันธรรมชาติอีก 8 ชนิด เนื่องจากน้ำมันแต่ละชนิดจะมีหน้าที่ต่างกัน อย่างน้ำมันมะกอก น้ำมันข้าวโพด น้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันรำข้าว น้ำมันปาล์ม น้ำมันมะพร้าว น้ำมันเมล็ดองุ่น ซึ่งมีคุณสมบัติไม่เหนียวมัน ล้างง่าย ล้างเครื่องสำอางได้ และเป็นสารกันบูดธรรมชาติ และน้ำมันหอมระเหย มาร่วมกับโซเดียมไฮดรอกไซด์ โปแทสเซียมไฮดรอกไซด์

กรรมวิธีที่ใช้ผลิตสบู่ดังกล่าวเรียกว่า ‘กระบวนการเย็น’ เป็นวิธีธรรมชาติดั้งเดิมที่สามารถรักษาคุณภาพของสบู่ได้มากที่สุด และเก็บรักษาได้ 2 ปี โดยสบู่ 1 ชิ้นจะต้องใช้ข้าว 5 กิโลกรัม เลย์ทีเดียว 2) ครีมน้ำ (Shower Gel) สำหรับผิวแห้ง, ผิวธรรมดา และผิวผสม 3) น้ำมันนวดและบำรุง 4) แชมพูได้จากข้าวหอมมะลีสีดำ และมีน้ำมันจากตะไคร้หอมที่ช่วยทำให้ผมยาวเร็วและนุ่มสลวยขึ้น และ 5) ครีมนวดผิวจากข้าวหอมมะลิ 5 ชนิด ซึ่งเป็นไฮไลท์สินค้าที่ขายดี





ตามตลาดสุขภาพบูม

คุณโอภาสเล่าต่อว่า สำหรับด้านตลาดการแข่งขันนั้น ถือว่าผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือน และคล้ายกันถือว่าเป็นคู่แข่ง จึงต้องพยายามสร้างความแตกต่าง พร้อมใช้จุดแข็งที่ขั้นตอนการผลิตเครื่องสำอางแบรนด์ฮอฟส์ ที่เน้นคอนเซ็ปต์เพื่อธรรมชาติอย่างแท้จริง ซึ่งการผลิตทุกขั้นตอนจะมุ่งเน้นการรักษาสภาพแวดล้อม ไม่ให้เสียสมดุลที่ทำให้เกิดปัญหาเรื่องมลภาวะ ทั้งยังรักษาระดับคุณภาพให้เป็นมาตรฐาน เพื่อสร้างความศรัทธาและเชื่อมั่นต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

หลังจากได้รับความช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม แผนงานด้านตลาดต่อไปยังคงคอนเซ็ปต์ที่ธรรมชาติ โดยใช้กลิ่นบำบัดอยู่ในลักษณะของ 'เนเจอร์ล อโรมา' และมุ่งพัฒนาเรื่องของแพ็คเกจจิ้งให้มีความน่าสนใจ เป็นจุดดึงดูดลูกค้า รวมทั้งพัฒนาเรื่องของสูตรที่ใช้ผลิตเครื่องสำอางให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าจะอยู่ระดับบี และบีบวกขึ้นไป และเป็นกลุ่มที่ห่วงใยเรื่องของสุขภาพ ฮอฟส์จึงมุ่งเจาะตลาดระดับพรีเมียม โดยสร้างอิมเมจของตัวสินค้าขึ้นมาให้ดูอินเตอร์ ซึ่งราคาจะอยู่ตรงกลางระหว่างโอเรียนทอลพรีนเซส และบอดีชีซิป กำหนดราคามีตั้งแต่ 30 กว่าบาท ไปจนถึง 6,000 บาท

สำหรับฮอฟส์ใช้วิธีการสื่อสารการตลาดด้วยการออกบูธเป็นหลัก เพื่อให้ปรากฏชื่อทางจำหน่ายแบ่งออกเป็น 2 ทางหลักๆ ได้แก่ การวางสินค้าในประเทศเป็นช่องทางแรก โดยมีช่องทางลูกค้าตัวแทน

จำหน่าย ซึ่งจะขายเป็นแบบทั้งร้าน ตกแต่ง ลงสินค้าให้เรียบร้อย หรือว่าจะเอาสินค้าไปทดลองขายก็ได้ ซึ่งจะมีบริการให้คำปรึกษา และแนะนำช่องทางธุรกิจ

ทั้งนี้ ลูกค้าตัวแทนถือเป็นหน่วยงานเสริมช่องทางหลัก คือ ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต อย่างเดอะมอลล์ ทุกสาขา, ซินิวัตร โฮมมาร์ท เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้ากลุ่มใหญ่ ตามด้วยการวางสินค้าในส่วนของโรงแรม โรงพยาบาล และกลุ่มสปา อาทิ บำรุงราษฎร์ ช่องทางที่ตามมาคือ วางสินค้าจำหน่ายในส่วนที่เป็นดีฟรี่ ทั้งภายในสุวรรณภูมิ และพัทยา และที่เซ็นทรัลเวิลด์ ในลักษณะของกิฟต์เซต เป็นของที่ระลึก ช่องทางเหล่านี้ก็นำสินค้าผ่านไปถึงมือทั้งชาวไทยและต่างชาติ

คุณโอภาสยังกล่าวว่า แนวโน้มของตลาดสินค้าธรรมชาติตอนนี้มีการเติบโตของตลาดค่อนข้างสูง คาดอัตราการเติบโตเกือบ 600 เปอร์เซ็นต์ต่อปี เห็นได้ชัดว่าทั่วโลกให้ความสนใจมากขึ้นในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นธรรมชาติและในส่วนของคนไทยเองก็ให้ความสำคัญมากขึ้น แนวโน้มของสินค้าตัวนี้จึงไปได้ไกลเพราะสอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ

และด้วยเหตุการณ์ดังชื่อแบรนด์ของสินค้าแปรรูปข้าวหอมมะลิตัวนี้ ว่า HOVFS อ่านเป็นภาษาเยอรมันก็ 'ฮอฟ' ถ้าอ่านเป็นภาษาอังกฤษเสียงก็จะคล้าย HOPE (โฮฟ) เพื่อให้เกิดความเด่นสะดุดตาสำหรับชาวต่างชาติ

ในด้านการตลาด คุณโอภาสยังมองว่าการจำหน่ายสินค้าที่ตลาดต่างประเทศ 80 เปอร์เซ็นต์ ด้วยการนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากข้าวหอมมะลิไปทดลองตลาดต่างประเทศ อาทิ ประเทศเยอรมนี สิงคโปร์ และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นช่องทางที่สอง ทั้งนี้ ก็เพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายออกสู่ตลาดสากล โดยให้ภูมิปัญญาไทยที่ผลิตโดยคนไทย ออกสู่สายตาชาวโลก *

'ฮอฟส์' (HOVFS)

คุณโอภาส จำนงค์

บริษัท พาติกรีน จำกัด

โทรศัพท์ 0 2935 2323 หรือ 08 1833 6911

แยมพุดขาวสีนิล

ความสำเร็จจากงานวิจัย
ขยายสู่การตลาดอย่างรวดเร็ว



‘ข้าว’ ถือเป็นสัญลักษณ์ประจำประเทศไทยที่หล่อเลี้ยงชีวิตคนไทยมาช้านานกว่าร้อยปี รุ่นสู่รุ่นที่คนไทยไม่ลืมบุญคุณ ‘ข้าว’ ที่เลี้ยงคนทั้งแผ่นดินให้ยืนหยัดมีชีวิตอยู่มาได้ถึงปัจจุบัน และคำว่า ‘ข้าว’ หลายคนคงนึกถึงข้าวสารที่หุงเป็นอาหารประจำวัน และหลายคนก็เติบโตมากับข้าวมองว่าข้าวเป็นของธรรมดาไม่มีอะไรที่พิเศษไปกว่าการเป็นอาหารประจำของหลายๆ ชาติ แต่จริงๆ แล้ว ‘ข้าว’ คำสั้นๆ คำเดียวนี้มีความมหัศจรรย์มากมาย ประเทศในแถบตะวันตกหรือในสหรัฐอเมริกามองข้าวเป็นสิ่งที่มิประโยชน์ เป็นพืชที่มีคุณค่ามากมาย

ก็จริงแล้วคุณประโยชน์ของข้าวมีมากมายเหลือคณานับ...เพราะคนไทยสามารถเสกข้าวไทยให้กลายมาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมายนับร้อยนับพันชนิด โดยข้าวสามารถนำมาแปรรูปให้เป็นได้ทั้งขนม อาหารหลากหลายชาติอีกจำนวนมาก เครื่องสำอาง แยมพุด ครีมนวดผม สบู่ ครีมนวดเท้า หรือแม้แต่มาทำยารักษาโรค ทว่า...สายพันธุ์ของข้าวมีผลต่อการนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

ทำความเข้าใจข้าวสีนิล คืออะไร

ในที่นี้ขอหยิบยก ‘ข้าวสีนิล’ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ‘ข้าว’ อย่างมากมายมหาศาล เพราะเมล็ดข้าวสีนิลนับได้ว่าเป็นมหัศจรรย์แห่งข้าว เริ่มตั้งแต่ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิทัศน์ ความหลากหลายนี้ทำให้ข้าวเป็นแหล่งของธาตุอาหารหลักและธาตุอาหารเสริมที่สำคัญ องค์ประกอบของสารที่อยู่ในเมล็ดข้าวนอกจากแป้ง โปรตีน วิตามินแล้ว ออโรซานอล และรงควัตถุแอนโทไซยานิน และโปรแอนโทไซยานิน ยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับสุขภาพและความงามตามธรรมชาติ

“ข้าวสีนิลจึงถูกพัฒนามาเพื่อเสริมความงามตามธรรมชาติของเส้นผมโดยเฉพาะ สารสกัดจากรำข้าวสีนิลมีสารสำคัญเรียกว่า ‘สารแอนโทไซยานิน’ ซึ่งมีคุณสมบัติเด่นในการขยายหลอดเลือดและกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิตบริเวณรากผม จึงช่วยเร่งการหลุดร่วงของเส้นผมและฟื้นฟูสภาพการทำงานของรากผมใหม่ และเสริมด้วยส่วนผสมของสมุนไพรช่วยทำให้เส้นผมดกดำ ฟูมสลวย ไม่แตกปลาย ช่วยให้มีการไหลเวียนของเส้นเลือดฝอยดี และบำรุงรากผมให้แข็งแรงเป็นผลให้เส้นผมไม่หลุดร่วงง่าย รงควัตถุในข้าวสีนิลยังช่วยทำให้ผมมีสีน้ำตาลเข้มตามธรรมชาติ ชะลอการเกิดผมหงอกและผมร่วงก่อนวัยอันควร”

เหล่านี้คือคำยืนยันจาก ดร. สมพงษ์ ตระกูลรุ่ง ผู้อำนวยการห้องปฏิบัติการดีเอ็นเอเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ที่เป็นหนึ่งในผู้คิดค้นและพัฒนาข้าวสีนิลขึ้นมาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความงามภายใต้การทำตลาดและจัดจำหน่ายของบริษัท สีนิล ไรซ์ จำกัด ได้ให้สัมภาษณ์กับ ‘วารสารอุตสาหกรรมสาร’ ไว้อย่างน่าสนใจว่า

ข้าวสีนิล เป็นพันธุ์ข้าวที่ได้จากการวิจัยและปรับปรุงพันธุ์ มีคุณประโยชน์มากมาย เนื่องจากเมล็ดข้าวสีนิลยังอุดมไปด้วยโปรตีนและธาตุเหล็กเข้มข้น วิตามินอี วิตามินบีรวม และสารสกัดอื่นๆ อีก 106 ชนิด จึงเหมาะทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งบางส่วนได้ใช้สมุนไพรอีกกว่า 20 ชนิดเป็นส่วนผสม อาทิ ชมิ้นชัน ซึ่งมีฤทธิ์ลดการอักเสบ ป้องกันการแข็งตัวของหลอดเลือด และชะลอความแก่ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งขณะนั้นได้ผลิตแชมพูป้องกันผมร่วงนำร่องก่อนเป็นผลิตภัณฑ์แรก

ข้าวสีนิลถูกแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ความงาม

จากนั้นได้มีการทดลองใช้จริงกับอาสาสมัคร จนกระทั่งแตกสายผลิตภัณฑ์ความงามดังได้กล่าวมาข้างต้น ซึ่งผมก็คือหนึ่งในอาสาสมัครนั้น ผมเองก็มีปัญหาที่ผมหลุดร่วงมากคนหนึ่ง และ



พยายามไปรักษาและใช้ผลิตภัณฑ์ที่ใครๆ เขาบอกว่าดีอยู่หลายที่มาก ผมรักษาอยู่นานเป็นปีแต่ก็ไม่เป็นผล กระทั่งมาได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แชมพูป้องกันผมร่วงแล้วปรากฏว่าดีเกินคาด พร้อมกันนี้ได้วิจัยและเก็บข้อมูลจากอาสาสมัคร ปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ยาสระผมจากข้าวสีนิลได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นว่าผมร่วงระหว่างการสระลดลงอย่างชัดเจน

ผมกับทีมนักวิจัยอีก 7 ท่าน จึงเกิดแรงบันดาลใจในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความงาม โดยมีข้าวสีนิลเป็นหลัก และหาสมุนไพรที่ให้สรรพคุณต่างๆ นำมาเป็นส่วนผสมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ นักวิจัยได้เดินหน้าสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่จากข้าวสีนิลอีกหลายรายการ อาทิ ครีมนวดผม สบู่ล้างหน้า สบู่ป้องกันผิว ครีมบำรุงผิวหน้า โดยสามารถแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ

1. ผลิตภัณฑ์เพื่อเส้นผม ได้แก่ โทนิกบำรุงรากผม, เจลปิดผมขาว, แฮร์โค้ท, แชมพูจัดทรงแค และแชมพูจัดความมัน
2. ผลิตภัณฑ์เพื่อผิวพรรณ ได้แก่ เจลทารอบดวงตาสีนิล, เดย์ครีม, ไนท์ครีม, สมุนไพรข้าวกระชายบูรณ, ลิปสติคบำรุงริมฝีปาก, สบู่ลดฝ้า, น้ำแร่สมุนไพรสีนิล, สมุนไพรข้าวแต๋นหัวสัว, ครีมอาบน้ำสีนิล
3. ผลิตภัณฑ์ในสปา ได้แก่ รำข้าวสีนิลขัดฟอกผิว, แวกซ์ขัดผิวสีนิล, ครีมทาผิวสีนิล และครีมรักษาผิวแตกลายสีนิล

ปฐมบท 'สีนิล' แจ้งเกิดแบรนด์

หลังจากการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์ข้าวสีนิลจนประสบความสำเร็จและสามารถขยายไลน์สินค้าเกี่ยวกับความงามได้ตามเป้าหมายแล้วในปี พ.ศ. 2548 จึงได้รวมกลุ่มนักวิจัยเพื่อตั้งบริษัทขึ้นมาเอง โดยใช้ชื่อว่า 'บริษัท สีนิล ไรซ์ จำกัด' มีจุดมุ่งหมายเพื่อขยายพันธุ์และส่งเสริมให้เกษตรกรจำหน่ายสินค้าแปรรูปจากข้าวสีนิล พร้อมทั้งทำการตลาด หาช่องทางจัดจำหน่าย พร้อมทั้งหาทุนในการวิจัยร่วมด้วย โดยบริษัทได้ตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าที่นำหัตถกรรมของชาวไทยรวมถึงความสำคัญของข้าวกับประวัติศาสตร์การพัฒนาของชาติไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

บริษัทได้พัฒนาข้าวสีนิลและนำสารสกัดอันทรงคุณค่ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชุดบำรุงเส้นผม และสบู่ล้างหน้าที่โดดเด่นด้วยคุณค่าของสารสกัด

ทางธรรมชาติ ได้ตระหนักถึงคุณประโยชน์อันหลากหลายของข้าวไทย จึงร่วมกับชมรมคนรักข้าวเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้าวและคุณประโยชน์ของข้าวที่มีการค้นพบมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในและต่างประเทศ

ในปี พ.ศ. 2548 บริษัทยังใช้แบรนด์ 'หอมนิล' อยู่ เพราะใช้ข้าวหอมมะลินำมาเป็นส่วนผสมกับพันธุ์ข้าวสีนิล เลยได้ใช้ชื่อ 'หอมนิล' ในช่วงแรก ต่อมามีปัญหาของปลอมล้นตลาด ผู้บริโภคได้รับความเดือดร้อน เกิดผลกระทบข้างเคียงและเป็นอันตรายในการใช้ของปลอม รวมถึงก็มีรายใหม่ๆ เข้ามาทำตลาดแล้วใช้ชื่อว่าหอมนิล ทำให้คนเกิดความสับสนและเข้าใจผิด จึงต้องทำการเปลี่ยนชื่อเป็น 'สีนิล' เมื่อปี พ.ศ. 2549 ที่ผ่านมา

ขณะนั้นเราไม่สามารถแก้ไขปัญหของปลอมได้ในทันที ค่อยๆ อธิบายและทำความเข้าใจกับผู้บริโภคที่ใช้ของปลอมแล้วเกิดปัญหา โดยผู้บริโภคเองก็มีการโทรฯ มาแจ้งและถามไถ่จากบริษัท ทำให้เราได้มีโอกาสชี้แจงให้ผู้บริโภคเข้าใจและไปบอกต่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในกลุ่มลูกค้าสีนิลที่มีอยู่จำนวนมากนับพันราย รวมถึงเราต้องยอมปิดศูนย์จำหน่ายสีนิลที่ศิริราชไป เพราะผู้ที่เป็นตัวแทนจำหน่ายเราผลิตเอง โดยนำของเลียนแบบไปวางไว้ปะปนกับผลิตภัณฑ์ข้าวสีนิล จึงเกิดปัญหาขึ้น ในที่สุดผู้บริโภคก็เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

ดร. สมวงษ์กล่าวถึงการทำการตลาดและสร้างแบรนด์ 'สีนิล' ว่า การทำการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งใช้คุณภาพของสินค้าเป็นตัวนำ ให้ผู้บริโภคสัมผัสและสัมผัสประสบการณ์ (Experiential Marketing) ในการใช้ผลิตภัณฑ์ด้วยตัวเอง เมื่อใช้แล้วเห็นผลและเกิดความประทับใจก็จะเกิดการบอกต่อเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าไปในตัว รวมถึงผู้บริโภคก็เกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์เช่นเดียวกัน ควบคู่กับใช้กลยุทธ์อีอาร์เอ็มกับลูกค้า โดยจะส่งไคเร็กเมลล์ให้กับลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์สีนิลที่ปัจจุบันมีราว 1,000 ราย นอกจากนี้ ยังสร้างการรับรู้แบรนด์และผลิตภัณฑ์ใหม่ผ่านเว็บไซต์ของสีนิลเอง

[http:// www.sininrice.com](http://www.sininrice.com)



ผลิตภัณฑ์ 'สินิล' โกอินเดอร์

ด้านช่องทางจัดจำหน่ายผ่านร้านตัวแทนจำหน่ายที่ปัจจุบันมีมากกว่า 20 แห่งทั่วประเทศ อาทิ ในกรุงเทพฯ มีทีโกลเด็นเพลซ ทุกสาขา ร้านบ้านสินิล (เสรีเซ็นเตอร์) ร้านสวัสดิการทหาร (สนามเป้า) ร้านอัญการบ้านสินิล (บางแค) ในต่างจังหวัด มีศูนย์สินิล เชียงราย ศูนย์สินิล เชียงใหม่ ร้านชีวะกร (โคราช) ร้านชีวะมาร์ท (ภูเก็ต) บริษัท พงศ์แก้วพาร์ตเมนต์ จำกัด ร้านโบว์สินิล (ชลบุรี) ร้านสินิล (ขอนแก่น) ร้านปฐมสินิล เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศอีกด้วย โดยได้รับความสนใจและติดต่อเข้ามาเป็นตัวแทนจำหน่ายของสินิล เช่น อิตาลี คูโบ ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ ซึ่งมีเงื่อนไขว่าตัวแทนจำหน่ายในประเทศต่างๆ ต้องใช้แบรนด์สินิล หรือใช้คำที่พ้องกับเรียกชื่อสินิล หรืออาจจะใช้ชื่อไทยก็ได้

ด้วยเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากต้องการให้ข้าวสินิลเป็นที่รู้จักต่อคนทั่วโลก ให้ความรู้คนไทยก็มีสินค้าที่ดีและมีประสิทธิภาพจากการแปรรูปข้าวไทย เพราะเชื่อมั่นว่าไม่มีข้าวใดจะมีคุณค่าและสายพันธุ์ที่ดีเท่ากับข้าวไทยอีกแล้ว ข้าวสินิลจะปลูกให้ได้ประสิทธิภาพดีต้องอยู่ในพื้นที่ที่มีอากาศเย็น ข้าวสินิลจึงปลูกให้ผลดีทางภาคเหนือ

และหากขั้นตอนการผลิตทั้งหมดอยู่ในความดูแลของนักวิจัยจะทำให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับการขยายพันธุ์ข้าวสินิล ก็จะมีใจเช่นกันว่าพันธุ์ข้าวรุ่นต่อไปจะไม่เปลี่ยนแปลง นั่นหมายความว่า การนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อความงามก็จะเกิดประสิทธิภาพสูง

แผนงานในอนาคตของสินิล

เราจะมุ่งความสำคัญไปที่การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวสินิลและสมุนไพรที่จะเข้ามาเป็นส่วนผสมรองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น ขยายไลน์โปรดักท์ให้เพิ่มขึ้นและหลากหลายมากขึ้นเพื่อป้อนลูกค้าที่มีปัญหาด้านเส้นผมที่แตกต่างกัน หรือมีสภาพผิวพรรณที่แตกต่างกันด้วย เราจะมีสูตรของผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้นสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างเจาะลึกถึงบุคคล ยกตัวอย่าง ลูกค้าผู้ชายจะมีหนังศีรษะมันกว่าผู้หญิง ก็จะ



เกิดปัญหารังแคได้มากกว่า การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันไปด้วย

ส่วนทางด้านกำลังการผลิตในอนาคต ถ้ามีออร์เดอร์เข้ามามากก็อาจจะขยายการผลิตเพิ่มมากขึ้นจากโรงงานที่จังหวัดนครปฐม และปัจจุบันยังไม่มีปัญหาเรื่องการผลิต ยังสามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าอยู่ ยกตัวอย่าง แชมพูสามารถผลิตได้ราว 10,000 ขวดต่อวัน อย่างไรก็ตาม แผนระยะใกล้นี้เตรียมออกผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เป็นลักษณะน้ำสกัดจากข้าวสินิล มีสรรพคุณช่วยต้านอนุมูลอิสระ และเป็นในลักษณะสแน็ก หรือโปรตีนสกัด

นอกจากนี้ ยังมีข้าวมาทำเป็นลูกกลอน แก้วโรตาทวน และน้ำมันรำข้าวสินิล ก็กำลังจะออกมาทำตลาดเร็ว ๆ นี้เช่นเดียวกัน มองว่าข้าวสินิล เป็นข้าวที่มีศักยภาพอย่างแท้จริง เพราะข้าวสินิลสามารถนำมาแปรรูปได้หลากหลายเพื่อความงามอย่างแท้จริง สามารถเป็นผลิตภัณฑ์ความงามที่ใช้ทั้งภายนอก และภายใน เป็นในรูปของแชมพู ครีมนวด ครีมนวดหน้า สบู่ ครีบบำรุงผิว และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นับว่าข้าวสินิลสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนไทยได้อย่างแท้จริง... *



บริษัท สนิล ไรซ์ จำกัด

114 หมู่ 15 ถนนมาลัยแมน ตำบลสระสัณฐ์

อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140

โทรศัพท์ 08 7831 5797, 0 3428 2520-4

ซองเดอร์ พลัตถิณพืชมงคล ฝีมือคนไทยเจ้าแรก



การคัดค้นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ออกสู่ตลาดทั้งๆ ที่ยังไม่มีใครผลิตมาก่อนในเมืองไทย เป็นเรื่องที่ยากมากในการลงมือผลิต ที่สำคัญคือ เสียเงินไปในการทุ่มเงินมหาศาลไปกับสิ่งที่ยังมองไม่เห็นอนาคต แต่สตรีร่างเล็กใจเหล็กท่านนี้ กลับทำสิ่งที่ยากให้สำเร็จได้ ด้วยพลังใจที่มุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ดีๆ ให้คนไทยได้บริโภค จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการผลิต 'ธัญพืชขงดีม' หรือ 'ซีเรียล' ออกสู่ตลาดเป็นรายแรก สตรีท่านนี้คิดอย่างไร และมั่นใจในความสำเร็จแค่ไหน ทำไมจึงกล้าลงทุนในสิ่งที่มองไม่เห็นอนาคต หากคำตอบได้จากเนื้อหาต่อไปนี้

คุณสุวรรณา จิวัฒน์ไพบูลย์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซองเดอร์ไทยออร์แกนิก จำกัด เปิดเผยเบื้องหลังการลงทุนผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ 'ซองเดอร์' (Xongdur) ซึ่งใช้ข้าวและธัญพืชทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เธอให้เหตุผลของจุดเริ่มต้นด้วยความคิดที่ว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทซีเรียลเมื่อก่อนนี้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศทั้งๆ ที่ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม จึงเกิดไอเดียอยากทำผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ขึ้นมาเพื่อจะได้นำธัญพืชของไทย เช่น ข้าวกล้อง ข้าวหอมมะลิ ข้าวฟ่าง ถั่ว งา ฯลฯ มาแปรรูปเป็นเครื่องดื่มสุขภาพให้คนไทยได้บริโภคของดีในราคาถูก

จากความคิดนี้เองจุดชนวนให้คุณสุวรรณาลงมือทดลองผลิตในปี 2543 พร้อมๆ กับบุกเบิกไปทุกสถานที่ที่คิดว่ามีข้อมูลเรื่องนี้อยู่ ในขณะที่สามีคือ คุณชรรอง จิวัฒน์ไพบูลย์ พัฒนาเครื่องจักรขึ้นมาใช้เองเพื่อรองรับการผลิตธัญพืชขงดีมในครั้งนี้ ทั้งสองท่านใช้เวลาหลายปี 2 ปี ในที่สุดก็ผลิตซีเรียลธัญพืชของไทยได้สำเร็จ ด้วยเครื่องจักรประสิทธิภาพสูงที่สร้างขึ้นมาเอง เป็นเครื่องอบแห้งที่สามารถผลิตซีเรียลให้เป็นเกล็ดได้สำเร็จเป็นรายแรกของประเทศ



ในการผลิตเครื่องดื่มธัญพืชขงดีมนี้ ใช้วัตถุดิบประเภทข้าวหอมมะลิ ข้าวหอมมะลิ ข้าวฟ่าง ลูกเดือย ถั่วเหลือง ถั่วเขียว งา เป็นต้น เริ่มจากการนำเมล็ดธัญพืชปลอดสารพิษมาผสมตามอัตราส่วนของแต่ละสูตรแต่ละรส จากนั้นนำไปต้มให้สุก ผ่านเครื่องอบแห้ง รีดออกมาเป็นแผ่น จากนั้นจึงนำไปร่อนเป็นเกล็ด เรียกว่า 'เกล็ดซีเรียล' เสร็จแล้วนำไปผสมน้ำตาลที่บดละเอียดนำไปอบอีกครั้ง แล้วจึงบรรจุใส่ซอง ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นระบบปิด เพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์กระทบกับอากาศ เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน จึงมั่นใจได้ในความสะอาดและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตรายนี้



เมื่อผลิตได้สำเร็จจึงลุยเรื่องตลาดเป็นลำดับต่อไป ใช้วิธีทดลองตลาดในนาม 'กลุ่มธัญพืชปลอดสารพิษ ชุมชนอุทองฟ้าสาธุ' โดยใช้วัตถุดิบจากกลุ่มเกษตรกรที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลงในการเพาะปลูก ซึ่งเป็นจุดขายผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการเน้นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ต่อมาได้สร้างตราชื่อ 'ซองเดอร์' ให้กับสินค้าเพื่อให้ลูกค้ารู้จักและไว้วางใจ ช่วงเริ่มต้นจำหน่ายผลิตภัณฑ์ คุณสุวรรณายอมรับว่ามีทุนน้อยและขาดความเข้าใจเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปลักษณะของซองเดอร์ในช่วง เริ่มต้นจึงทำแค่ซองพลาสติกเรียบๆ มีสติ๊กเกอร์บอก ตราสินค้าและรายละเอียดต่างๆ ยอมรับว่าผลิตภัณฑ์ไม่ สวยสะดุดตา ต่อมาเมื่อเป้าหมายหวังขยายตลาดส่งออก จึงขอความช่วยเหลือจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการตลาดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จนมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดูคลาสสิกมากขึ้น

ธัญพืชซองดีมีมือคนไทยภายใต้แบรนด์ 'ซองเดอร์' 'Xongdur' ชื่อฝรั่งแต่มีความหมายเป็นไทยๆ ว่า 'ซองเต็ม' หมายถึงคุณภาพยังเหมือนสมัยไล่ของเดิมๆ นั่นแหละ ผลิตภัณฑ์ซองเดอร์ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง มีวางจำหน่ายไปยังร้านค้าและห้างสรรพสินค้าทั่วไป ยิ่ง กว่านั้นซองเดอร์ได้ผันตัวเองเป็นสินค้าส่งออกที่ตลาด ผู้ป้อนอาหารมารับ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปยืนอวด คุณภาพให้ชาวโลกได้รู้จักในเวทีต่างประเทศมาหลาย เวที ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ซองเดอร์ ก็คือ คุณสุวรรณา และ คุณยรรยง จิวณนโฬบูลย์ ผู้สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดขึ้นในเมืองไทย เป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพที่มีอนาคตและมีโอกาสทางธุรกิจอีกยาวไกล *



ผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพแปรรูปจากข้าวภายใต้แบรนด์ 'ซองเดอร์'

- ✦ ธัญพืชซองดีมี ผลิตภัณฑ์จากข้าวและธัญพืชเต็มเมล็ดรวม 8 ชนิด ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ลูกเดือย ข้าวฟ่าง เม็ดบัว ถั่วเขียว ถั่วแดง ถั่วเหลือง ข้าวโพด ได้สารอาหารคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน พร้อมแร่ธาตุสารอาหารรวม ถึงใยอาหาร ตามธรรมชาติ
- ✦ จี๊ข้าวกล้องงอกสำเร็จรูป ผสมผักหวานและสาหร่ายทะเล ช่วยให้อย่อยง่ายและเร็ว ไม่สะสมไขมัน
- ✦ ซุปข้าวหอมมะลิ ผสมกล้วยน้ำว้าและฟักทอง ได้โปรตีนสูงพร้อม เบต้าแคโรทีนจากฟักทองซึ่งเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ

บริษัท ซองเดอร์ ไทยออร์แกนิกฟู้ด จำกัด

24/24 หมู่ 4 ถนนสนามบินน้ำ ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000 โทรศัพท์ 0 2967 1200 โทรสาร 0 2967 1302

โรงงาน 129 หมู่ 1 ตำบลหนองไธ้ อำเภออุทุมพร จังหวัดสุพรรณบุรี 72160

e-mail : xongdur@yahoo.com www.Xongdur.com



Rice Cracker

ปัจจุบัน ขนมอบกรอบทำจากข้าวกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ด้วยคุณค่าของสารอาหารที่มีอยู่ในข้าว จึงมีผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศนำข้าวมาแปรรูปเป็นขนมขบเคี้ยวกรอบๆ ใช้เมล็ดข้าวเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เรียกว่า Rice Cracker รูปลักษณ์ของขนมดูคล้ายขนมปังกรอบ ส่วนรสชาติจะแตกต่างกันไปตามความนิยมของประเทศนั้นๆ Rice Cracker ที่ผลิตในประเทศจีน ได้หวัน มาเลเซีย จะมีรสชาติออกเค็มๆ ที่กำลังนิยมเป็น Rice Cracker ผสมพริกไทยดำ รสชาติจะออกเผ็ดนำ ส่วนรสยอदनิยมอีกรสหนึ่งก็คือ รสพิซซ่า สำหรับ Rice Cracker ของญี่ปุ่น จะทำเป็นชิ้นเล็กๆ ขนาดพอดีคำ เน้นความหอมและรสชาติจากซีส ส่วนขนม Rice Cracker ที่วางขายอยู่ในตลาดเมืองไทยรูปแบบจะคล้ายคลึงกันหมด เป็นลักษณะแบนๆ รีๆ รสชาติหวานน้ำ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนม Rice Cracker ส่วนใหญ่ใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกห่อหุ้มตัวขนม การดีไซน์ห่อขนมนิยมใช้สีส้มที่สะดุดตา ดังตัวอย่างที่เห็นในภาพเหล่านี้ *





เลิกผลิตปิดโรงงาน สุราสาโททำจากข้าว รายใหญ่ในภาคอีสาน

‘ความดีสากล’ ที่ยิ่งใหญ่ได้บังเกิดขึ้น เมื่อโรงงานผลิตสุราสาโท ยี่ห้อ ‘พูจิมิ’ เลิกผลิต เลิกค้า เท หุบ ปิดโรงงานอย่างเป็นทางการ การปิดตัวลงครั้งนั้นสร้างความฮือฮาไปทุกวงการ เนื่องจากกิจการกำลังรุ่งโรจน์และสร้างรายได้มหาศาล สินค้ากำลังขายดีเป็นที่รู้จัก การค้าขายวงกว้างจากหมู่บ้านขยายสู่อำเภอเสิงสาง ในจังหวัดนครราชสีมา สองข้างถนนมีชาวบ้านนำสาโทพูจิมิวางขายตลอดเส้นทางในฐานะสินค้า OTOP ที่มีชื่อของอำเภอ

ไม่มีใครคาดคิดมาก่อนเลยว่า ท่ามกลางความรุ่งโรจน์เช่นนี้ นายอรรถพร ตั้งนาศาสตร์ เจ้าของโรงงานจะกล้าตัดสินใจปิดตัวลงอย่างกะทันหัน ด้วยเหตุผลสั้นๆ ว่า ‘กลัวบาป’ ทั้งนี้ เห็นภาพคนที่ดื่มสุราแล้วไปเกิดอุบัติเหตุตายบ้าง เข้าโรงพยาบาลบ้าง ทะเลาะกันในครอบครัวบ้าง ภาพเหล่านี้ดกย่ำอยู่ตลอดเวลาว่า “กิจการที่ทำอยู่นี้สร้างความร่ำรวยบนความหายนะของผู้อื่นหรือเปล่า” แต่ชนวนที่นำไปสู่การตัดสินใจเลิกผลิตอย่างเด็ดขาด เกิดขึ้นเมื่อได้ดูรายการธรรมะที่ใช้ชื่อว่าสื่อสีขาว เห็นภาพบุญ-บาป-นรก-สวรรค์ จึงเกิดสลดสังเวช จากนั้นได้เรียกประชุมหุ้นส่วนเผยความรู้สึกว่าอยากเลิกผลิตปิดโรงงาน แรกๆ ก็กลัวว่าจะถูกคิดค่าเสียหายจากเพิงกู้เงินก้อนใหญ่มาลงทุนผลิตสาโทพูจิมิ หลังจากเผยความรู้สึกและให้เหตุผลส่วนตัว ในที่สุดก็มีมติร่วมกันเป็นเอกฉันท์คือ เลิกผลิตปิดโรงงาน โดยหุ้นส่วนทุกคนยอมรับผิชอบหนี้สินร่วมกัน

หลังจากนั้นข่าวเลิกผลิตปิดโรงงานสุราสาโทพูจิมิแห่งนี้ก็แพร่สะพัดไปทั่วหมู่บ้าน มีการกำหนดวันที่จะนำสุราสาโทที่มีอยู่ในโรงงานมาเททิ้งทั้งหมด แม้แต่ขวดที่บรรจุสุราสาโทก็จะถูกทุบทิ้งให้สิ้นซากเช่นกัน งานถูก

กำหนดขึ้นอย่างเป็นทางการในวันที่ 30 มิถุนายน 2547 ก่อนหน้านั้นได้นำรถแมคโครมาขุดหลุมขนาดใหญ่ให้เป็นร่องลึกระยะทางยาวกว่า 100 เมตร เพื่อใช้สำหรับเทสุราลงในร่องหลุมนี้

เมื่อวันสำคัญมาถึง ชาวบ้านและแขกผู้มีเกียรติเดินทางมาร่วมงานเป็นเป็นจำนวนมากเกินคาดหมาย ผู้คน





หลังไหลมารวมงานประมาณ 5.000 คน ผู้ใหญ่ในระดับอำเภอและระดับจังหวัดถูกเชิญมาเป็นสักขีพยานและเป็นประธานในพิธีอย่างยิ่งใหญ่ บรรยากาศวันงาน เมื่ออย่างเท่าเข้าสู่บริเวณพิธี ภาพที่ทุกคนได้เห็นก็คือ สิ่งใส่เหล่านับร้อยกองเป็นภูเขา ถึงหัวเขื่อนที่มีอาณาเขตในการผลิตสุราสาโทได้อีกจำนวนมหาศาล ถูกจัดเรียงไว้ข้างๆ ร่องหลุมใหญ่อีกสองร้อยกว่าตัว และอีกสองร้อยกว่าตัวรออยู่ในโรงงาน เนื่องจากที่ว่างไม่พอ

เมื่อประธานในพิธีมาถึง พล.ต.วีระวุธ สังส่าย รองแม่ทัพภาคที่ 2 พิธีก็ดำเนินเรื่อยมา จนมาถึงจุดสำคัญของงาน ผู้มาร่วมงานทุกคนต่างชูขวดเหล้าขึ้นทั้งสองมือเพื่อถวายตนเล็กดื่มเหล้า และไม่ขอยกเกี่ยวกับสุราทุกชนิด ภาพขวดเหล้านับหมื่นขวดที่ลอยอยู่เหนือศีรษะผู้คนในวันนั้น เป็นภาพที่น่าประทับใจมาก

จากนั้นหน้าที่ประวัติศาสตร์ก็มาถึง เมื่อประธานให้สัญญาณทุกคนต่างพลิกขวดแล้วเทเหล้าที่อยู่ในมืออย่างใจจดใจจ่อ จนลิ้มความร้อนของแสงแดด ลิ้มกลิ่นเหล้าที่เหม็นฟุ้งคลอบอบวลไปทั่วบริเวณ เหล้าทุกขวดถูกเททิ้งจนหมดสิ้น จากนั้นถึงหัวเขื่อนหลายร้อยตัวถูกเตะหลักไหลบ่าลงสู่บ่ออย่างไม่ขาดสาย ขวดเหล้าร่วมแสนขวดถูกไล่เสียงมาทิ้งที่หลุมขวด จากนั้นประธานในพิธีใช้รถแมคโครทุบกระแทกขวดทุกใบจนแตกละเอียด เสร็จแล้วเกลี่ยดินปิดสุสานขวดเหล้า

เมื่อพิธีเทเหล้า 'ปิดโรงงานสุราสาโท พุจิมิ' ระบุไปถึงนายอำเภอเลิงสาง นายอำเภอจึงได้จัดประชุมหน่วยงานราชการในวันรุ่งขึ้น และนำการเทเหล้าปิดโรงงานครั้งนั้นขยายผล ด้วยการให้สาธารณชนสุ้ออำเภอเชิญทุกหมู่บ้านว่ามีใครบ้างที่ติดเหล้าและดื่มเหล้าบ้าง และมอบหมายให้ไปทำให้ผู้ที่ติดเหล้าและดื่มเหล้าใน

อำเภอเลิงสางเลิกเหล้าให้ได้อย่างเด็ดขาด และยังได้ให้ อสม. และผู้ใหญ่บ้านเข้าอบรมผู้นำชุมชนในการเลิกเหล้า เพื่อเป็นต้นแบบเลิกเหล้าประจำหมู่บ้านอีกด้วย

วันนี้...ไม่มีโรงงานผลิตสุราสาโท 'พุจิมิ' อีกแล้ว มีเหลือไว้ก็แค่ 'วีรบุรุษคนดีของสังคม' ที่ชื่อว่า นายอรรถพร ตั้งนุศาสตร์ ผู้เลิกผลิตสุราสาโท หันไปปลูกแผ่นดินปลูกพืชเกษตรอินทรีย์หล่อเลี้ยงตนเองและผู้คนในสังคมต่อไป

ข้าวเป็นพืชที่มีคุณค่ามหาศาล ข้าวไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลก เราไม่ควรนำข้าวไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่ให้โทษแก่ผู้บริโภคหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำร้ายสังคม *



ประวัติศาสตร์ข้าวโลก

ข้าว เป็นธัญญาหารหลักของชาวโลก จัดเป็นพืชสายพันธุ์เดียวกับหญ้า ซึ่งนับได้ว่าเป็นหญ้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกและมีความหลากหลายทางชีวภาพสามารถปลูกขึ้นได้ง่าย มีความทนทานต่อทุกสภาพภูมิประเทศในโลก ไม่ว่าจะเป็นกึ่งแห้งแล้งแบบทะเลทราย พื้นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง หรือแม้กระทั่งบนเทือกเขาที่หนาวเย็น ข้าวก็ยังสามารถงอกงามขึ้นมาได้อย่างทรหดอดทน

ข้าวชนิดแรกที่มีมนุษย์รู้จักนำมากินคือ ข้าวป่า

จากหลักฐานที่พบทำให้สันนิษฐานได้ว่า เมื่อประมาณ 16,000-13,000 ปีที่แล้ว ยุคน้ำแข็งใกล้สิ้นสุดลง สัตว์ใหญ่หลายชนิดเริ่มสูญพันธุ์ไป มนุษย์จึงต้องลอบหาอาหารล่าสัตว์แล้วหันมาสะสมข้าวป่าและพืชเพื่อเป็นอาหาร

Richard S. Macheish นักโบราณคดีชาวอเมริกันผู้ซึ่งทำการศึกษาศถานที่ทางประวัติศาสตร์ของจีนแผ่นดินใหญ่ในปี 2536 มีหลักฐานที่ยืนยันได้ว่า ประเทศจีน คือแหล่งกำเนิดของการปลูกข้าว เพราะได้พบร่องรอยของข้าวป่าที่มีอายุถึง 16,000 ปี และข้าวที่ปลูกอายุกว่า 9,000 ปี โดยพิจารณาจากการขุดพบหลักฐานข้าวใหม่ที่ติดอยู่กับเศษภาชนะ รวมทั้งเศษดินข้าวสมัยโบราณที่ขุดได้จากถ้ำ 2 แห่งในหุบเขาเมืองหนานชาง (Nanchang) เมืองหลวงของมณฑลเจียงซี (Jiangxi) ซึ่งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของจีน

จุดเริ่มต้นของการเพาะปลูกข้าวของมนุษย์จากวัฒนธรรมสูงชันของประเทศจีน และวัฒนธรรมขั้วบีเนียนของประเทศเวียดนาม บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำตอนเหนือของอินเดียตอนล่าง ด้านตะวันออกของเซี่ยงไฮ้มาลัย ซึ่งการเพาะปลูกใช้วิธีการปลูกคล้ายกับการทำไร่เลื่อนลอย



หลังจากนั้นวิวัฒนาการปลูกข้าวจากการทำไร่เลื่อนลอยมาเป็นการทำนาหว่าน ประมาณ 9,000 ปีก่อน และพัฒนาสู่การทำนาแบบปักดำ ซึ่งพบหลักฐานในวัฒนธรรมบ้านเชียงของไทย เมื่อราว 5,000 ปีที่ผ่านมา

หลักฐานการค้นคว้าที่ค้นพบ ข้าวป่าในช่วงแรกจะมีก้านและใบเดี่ยวแต่ที่ปลูกใหม่มีถึง 5 ก้านเป็นการแสดงให้เห็นว่าในช่วงเวลาดังกล่าวมนุษย์เริ่มเข้าใจว่าหากปลูกข้าวลงดินเองจะเพิ่มขึ้นถึง 5 เท่า แสดงให้เห็นถึงความเป็นมนุษย์ในการพัฒนาการเกษตรเพื่อดำรงชีวิต

สายพันธุ์ของพืชตระกูลข้าว ที่มีอยู่บนโลกนี้มีมากถึง 120,000 สายพันธุ์ แต่พันธุ์ที่รู้จักและนำมาปลูกสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ *Oryza Savita* ที่นิยมเพาะปลูกในทวีปเอเชีย และ *Oryza Glaberrina* ที่นิยมเพาะปลูกในทวีปแอฟริกา แต่ข้าวที่ปลูกและซื้อ-ขายกันในตลาดโลกเกือบทั้งหมดจะเป็นข้าวจากทวีปเอเชีย แบ่งเป็น 3 กลุ่มตามลักษณะและพื้นที่ปลูกได้ดังนี้

1. **ข้าวอินดิกา (Indica)** หรือข้าวเจ้า เป็นข้าวที่มีลักษณะเมล็ดเรียวยาว ไร่ต้นสูง ตั้งชื่อมาจากแหล่งที่ค้นพบครั้งแรกในประเทศอินเดีย เป็นข้าวที่นิยมเพาะปลูกในทวีปเอเชียเขตร้อน ตั้งแต่ จีน เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ไทย อินโดนีเซีย ไปจนถึงอินเดียและศรีลังกา และแพร่กระจายไปทั่วเขตอบอุ่นตั้งแต่หลัง พ.ศ. 1000 ทั่วเขตร้อนน้ำอิรวดี และต่อมาแพร่ขยายเพาะปลูกในทวีปอเมริกา

เฉพาะในเมืองไทย ข้าวอินดิกานิยมเพาะปลูกในบริเวณที่ราบลุ่มตอนใต้ของแม่น้ำเจ้าพระยาเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็วแทนข้าวเหนียวที่เคยปลูก ซึ่งคนไทยสมัยนั้นเรียกข้าวอินดิกาที่มาจากต่างประเทศว่า 'ข้าวของเจ้า' แล้วเรียกกันสั้นลงเหลือเพียง 'ข้าวเจ้า' มาถึงทุกวันนี้

2. ข้าวจาปอนิกา (Japonica) เป็นข้าวเหนียวเมล็ดป้อมกลมรี มีแหล่งกำเนิดจากทางภาคเหนือแล้วผ่านมาทางลุ่มแม่น้ำโขงในสมัยก่อนพุทธศตวรรษที่ 20 หลังจากนั้นลดจำนวนลงไปแพร่หลายในเขตอบอุ่นที่ ญี่ปุ่น เกาหลี รัสเซีย ยุโรป และอเมริกา

3. ข้าวจาวานิกา (Javanica) เป็นข้าวลักษณะเมล็ดป้อมใหญ่สันนิษฐานว่าเป็นข้าวพันธุ์ผสมระหว่างข้าวอินดิกาและจาปอนิกา นิยมเพาะปลูกใน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน หมู่เกาะรีวกีว และญี่ปุ่น แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมนักเพราะให้ผลผลิตต่ำประเทศต่างๆ ในโลกต่างก็มีการพัฒนาสายพันธุ์ข้าวใหม่ เพิ่มพื้นที่การเพาะปลูกข้าวและวิธีการปลูกข้าวให้ได้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น

อารยธรรมข้าวไทย

ข้าวของไทยเป็นพืชอาหารประจำชาติที่มีตำนานประวัติศาสตร์มายาวนาน ปรากฏเป็นร่องรอยพร้อมกับอารยธรรมไทยมาไม่น้อยกว่า 5,500 ปี ซึ่งมีหลักฐานจากแถบข้าวที่เป็นส่วนผสมของดินใช้เครื่องปั้นดินเผาที่บ้านเชียง อำเภอโนนนกทา จังหวัดอุดรธานี ตำบลบ้านโคก อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น อันสันนิษฐานได้ว่าเป็นเมล็ดข้าวที่เก่าแก่ที่สุดของไทยรวมทั้งยังพบหลักฐานเมล็ดข้าวที่ขุดพบที่ถ้ำปุงสูง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยแถบข้าวที่พบนี้มีลักษณะของข้าวเหนียวเมล็ดใหญ่ที่เจริญงอกงามในที่สูง

นอกจากนี้ ยังมีการค้นพบเมล็ดข้าว ถั่วดำถั่วในดินและรอยแถบข้าวบนเครื่องปั้นดินเผาที่โคกพนมดี อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี แสดงให้เห็นถึงชุมชนปลูกข้าวสมัยก่อนประวัติศาสตร์ในแถบชายฝั่งทะเลรวมทั้งยังหลักฐานคล้ายดอกข้าวป่าที่ถ้ำเขาทะลุ จังหวัดกาญจนบุรี อายุประมาณ 2,800 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงรอยต่อของยุคหินใหม่ตอนปลายกับยุคโลหะตอนต้น

ภาพเขียนบนผนังถ้ำหรือผนังหินอายุประมาณ 6,000 ปี ที่ผาหมอนน้อย บ้านดงกุ่ม ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีลักษณะคล้ายบันทึกการปลูกอัญพืชอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเหมือนข้าว ภาพควาย แปลงพืชคล้ายข้าว แสดงให้เห็นว่ามนุษย์ได้รู้จักการเพาะปลูกข้าวเป็นอย่างดีแล้ว

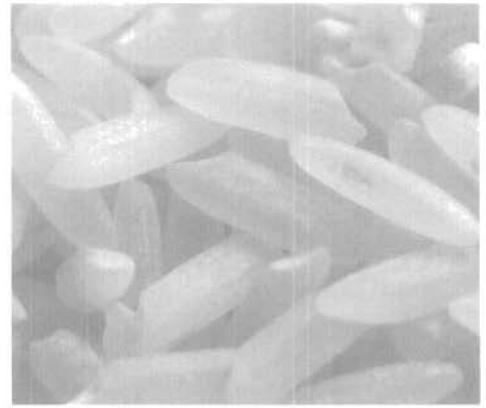


นักวิทยาศาสตร์ชาวญี่ปุ่น 3 คน คือ Teyada Natabe, Tomoya Akihama และ Osamu Kinoshita แห่งมหาวิทยาลัย Toei และกระทรวงเกษตรและกรมป่าไม้ ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องข้าวไทย ดูแถบจากแผ่นอิฐโบราณจากโบราณสถาน 108 แห่งใน 39 จังหวัดทั่วทุกภาคของประเทศไทย ทำให้สันนิษฐานได้ว่า การปลูกข้าวในไทยมีมานานนับตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 6 โดยข้าวที่ปลูกจะเป็นข้าวเหนียวบางส่วนเมล็ดป้อม และข้าวเหนียวไร้มล็ดใหญ่ ต่อมาการปลูกข้าวเหนียวไร้น้อยลง แล้วเริ่มมีการปลูกข้าวนาสวนเมล็ดเรียวยาวเพิ่มขึ้น

การศึกษาริวิจัยนี้ทำให้ทราบว่า ในช่วงพุทธศตวรรษที่ 11-20 มีข้าวชนิดต่างๆ จำนวน 3 ชนิด คือ ข้าวเมล็ดใหญ่ ได้แก่ ข้าวเหนียวทั้งอกงามในที่สูง ข้าวเมล็ดป้อม ได้แก่ ข้าวเหนียวทั้งอกงามในที่ลุ่ม (ทั้งสองชนิดมีการเพาะปลูกก่อนสมัยทวารวดี (พุทธศตวรรษที่ 11-16) และเมล็ดข้าวเรียวยาว ได้แก่ ข้าวเจ้า พบในสมัยศรีวิชัย (พุทธศตวรรษที่ 13-18) ซึ่งข้าวแต่ละชนิดพบมากหรือน้อยแตกต่างกันไปตามระยะเวลา

ประมาณ พ.ศ. 540-570 ไทยได้รับอิทธิพลด้านศิลปกรรมและการค้าจากจีน ซึ่งคาดว่ามาตามล่านำโขงสู่ดินแดนอีสานตอนล่าง ที่นิยมปลูกข้าวเหนียวเมล็ดป้อม และเมล็ดใหญ่กันอย่างแพร่หลาย เช่นเดียวกับภาคกลางในยุคทวารวดี

ในช่วงเวลานั้นเริ่มมีการเพาะปลูกข้าวเจ้าเมล็ดยาวเรียวยาวขึ้นแล้ว สันนิษฐานว่านำมาจากอาณาจักรขอม ซึ่งในยุคนั้นถือว่าเป็นชนชั้นปกครอง การหุงต้มข้าวเมล็ดยาวนี้แตกต่างจากข้าวของชาวพื้นเมืองจึงเชื่อว่าเป็นสาเหตุให้ข้าวชนิดนี้ถูกเรียกว่า 'ข้าวเจ้า' และเรียกข้าวเหนียวว่า 'ข้าวโพ่' บ้างก็เรียกว่า 'ข้าวบ่าว' หรือ 'ข้าวนี้่ง' ซึ่งข้าวในสมัยนั้นเรียกกันเป็นสิ่งที่บ่งบอกชนชั้นได้อีกด้วย



ในสมัยกรุงสุโขทัย (พ.ศ. 1740-2040) ข้าวที่ปลูกในสมัยนี้ยังเป็นข้าวเหนียวเมล็ดป้อมและเมล็ดยาวเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เริ่มปลูกข้าวเจ้าเมล็ดยาวเรียวยาวเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ในยุคนั้นพระมหากษัตริย์ทรงทำนุบำรุงการกสิกรรม ได้ผลผลิตอุดมสมบูรณ์ ดังปรากฏในศิลาจารึกว่า 'ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว' มีการหักล้างทางพงศาวดารและถือครองเป็นที่ทำกิน และที่ดินนั้นจะสืบทอดเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลาน การสร้างหลักปักฐานเพื่อประกอบอาชีพกสิกรรมเช่นนี้ ก่อให้เกิดระบบการปกครอง เศรษฐกิจและสังคมขึ้น ดังนั้น ระบบศักดินาซึ่งเป็นการแบ่งระดับชนชั้นตามจำนวนของพื้นที่นาจึงน่าจะเริ่มในยุคนี้นี้

ต่อมาเข้าสู่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น บ้านเมืองมีความมั่นคงเป็นอู่ข้าวอู่น้ำที่สำคัญ อีกทั้งหัวเมืองในอาณาจักรจำนวนมากเริ่มระบบการปกครองแบบจตุสดมภ์มี 'กรมนา' ดูแลและส่งเสริมและสนับสนุนการทำนาอย่างจริงจัง เพราะข้าวเป็นอาหารหลักของประชากรและเป็นเสบียงสำรองในยามเกิดศึกสงคราม โดยข้าวที่ปลูกส่วนใหญ่ยังคงเป็นข้าวเหนียวเมล็ดป้อมและเมล็ดยาว แต่การปลูกข้าวเจ้าเมล็ดยาวเรียวยาวขึ้นด้วย

สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย-กรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นในต้นรัชสมัยรัชกาลที่ 3 ได้มีการเก็บอากรข้าวในภาคกลาง ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ข้าวที่ทางราชการแนะนำ หรือพันธุ์พื้นเมืองที่มีคุณภาพ ส่วนภาคเหนือตอนบนนิยมปลูกข้าวเหนียว แต่ในภาคเหนือตอนล่างและภาคใต้เน้นปลูกข้าวเจ้าเป็นหลัก

ในช่วงนี้เองที่ประเทศตะวันตกได้ออกล่าอาณานิคม และเมืองไทยเป็นหนึ่งในเป้าหมาย แต่ด้วยพระปรีชาญาณและวิเทศব্যอันชาญฉลาดของพระมหากษัตริย์ทุกพระองค์ ไทยจึง

รอดพ้นเงื้อมมือของต่างชาติ และดำรงเอกราชอยู่ได้ ซึ่งส่วนหนึ่งคือ การเปิดเสรีการค้ากับต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ข้าวกลายเป็นสินค้าออกที่สำคัญของไทย รัฐบาลต้องขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มปริมาณผลผลิตข้าวในเขตพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด

ปัจจุบันการปลูกข้าวในประเทศไทยคงมีเพียงข้าวเมล็ดป้อมที่พบมากในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขณะที่ข้าวเมล็ดยาว พบมากในภาคกลางและภาคใต้ ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ปลูกข้าว คิดเป็น 45 เปอร์เซ็นต์ ของพื้นที่เพาะปลูกทั่วประเทศ ส่วนใหญ่ปลูกข้าวหอมมะลิ 105 ซึ่งเป็นข้าวคุณภาพดีที่สุดในโลก ข้าวที่ปลูกในพื้นที่แถบนี้จึงมักปลูกไว้เพื่อขาย รองลงมาคือ ภาคกลาง และภาคเหนือ ที่พื้นที่เพาะปลูกเท่ากันประมาณ 25 เปอร์เซ็นต์

ทุกวันนี้ไทยเป็นแหล่งปลูกข้าวที่ผลิตรายแรกสุดของโลกมากที่สุด และเป็นศูนย์กลางของการศึกษาวิจัยพันธุ์ข้าว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้สร้างตำนานแห่งอารยธรรมัญญาหารของมนุษยชาติ *

แหล่งข้อมูล :

The Rice Exporters Association

37 Soi Ngamduplee, Rama 4 Road

Sathorn District, Bangkok 10120,

Tel. 0 2287 2674-7 Fax : 0 2287 2678

www.riceexporters.or.th



‘คลัสเตอร์ข้าวพิษณุโลก’ เชื่อมโยงเกษตรกรรม สู่อุตสาหกรรม

ในช่วงปี 2548 จังหวัดพิษณุโลกประสบปัญหาด้านราคาข้าว เนื่องจากทางจังหวัดนำพันธุ์ข้าวหอมมะลิมาจากภาคตะวันออก หลังจากได้ผลผลิตออกมาแล้วมีคุณภาพ ลักษณะรูปร่างเหมือนกับข้าวหอมมะลิทุกประการ แต่ราคากลับไม่เท่า จึงนำมาซึ่งปัญหาการชุมนุมประท้วงของชาวนาในจังหวัด

จากปัญหาที่เกิดขึ้น ประกอบกับในปี 2551 เชื้อนแควน้อยที่จังหวัดพิษณุโลกจะสร้างเสร็จ ทำให้มีพื้นที่ที่ได้รับชลประทานเพิ่มขึ้นถึง 1.5 แสนไร่ ส่วนใหญ่แล้วจะทำการปลูกข้าวเป็นหลัก ดังนั้น ในปี 2549 ศูนย์จึงมีการผลักดันให้เกิด ‘คลัสเตอร์ข้าว’ โดยความร่วมมือของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 2 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมจังหวัด และหอการค้าจังหวัดพิษณุโลก

‘คลัสเตอร์’ ทางรอดข้าวพิษณุโลก

นายประสงค์ นิลบรรจง ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หนึ่งในหัวหน้ากองคนสำคัญในการผลักดันให้เกิดกลุ่มคลัสเตอร์ข้าวของจังหวัดพิษณุโลกกล่าวว่า แม้จะใช้พันธุ์ข้าวหอมมะลิก็ตาม แต่ทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เรียกชื่อเป็นข้าวหอมจังหวัด เนื่องจากมีการเลือกไว้ว่าพื้นที่การปลูกข้าวหอมมะลิได้นั้นมีทั้งหมด 19 จังหวัดในประเทศไทยเท่านั้น ถ้าปลูกนอกพื้นที่ดังกล่าวแล้วจะไม่ถือเป็นข้าวหอมมะลิ

ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ทางจังหวัดจึงต้องสร้างความเข้าใจโดยให้ข้อมูลกับชาวนาว่า ถึงแม้จะนำพันธุ์ข้าวมาจากที่เดียวกัน แต่ในการพิจารณาข้าวหอมมะลินั้นจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะที่ต้องปลูกในพื้นที่ 19 จังหวัด แม้จะมีผลผลิตข้าวที่เหมือนกันในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น เชลลูโลส จำนวนท้องข้าวตรงกัน แต่ก็ยังไม่สามารถนับว่าเป็นข้าวหอมมะลิได้

จังหวัดพิษณุโลก มีประชากรในพื้นที่ประมาณ 800,000 คน มีประชากรนอกพื้นที่ที่เข้ามาในจังหวัดประมาณ 800,000-900,000 คน ประกอบอาชีพทำเกษตรกรรม ส่วนใหญ่ปลูกข้าวนาปรังเฉลี่ยปีละ 2-3 ครั้ง ให้ผลผลิตนาปรังสูงถึง 600-700 กิโลกรัมต่อไร่ หรือคิดเป็นกว่า 1 ตันต่อไร่ โรงงานที่ตั้งในพื้นที่จะเกี่ยวกับแปรรูปการเกษตร ส่วนใหญ่ดำเนินการผลิตและแปรรูปข้าวจำหน่ายกันในพื้นที่ รวมไปถึงส่งเข้ามาท่าตลาดในกรุงเทพฯ โดยปัจจุบันพิษณุโลกมีโรงสีที่ทำการส่งออกเพียง 2 แห่งเท่านั้น

“เราใช้ชื่อว่า ‘กลุ่มอุตสาหกรรมข้าวจังหวัดพิษณุโลก’ ในกลุ่มมีสมาชิกคลัสเตอร์ 22 ราย โดยเน้นไปที่ SMEs แบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ ได้แก่ 1) กลุ่มโรงสีข้าว เป็นทั้งผู้ผลิตและฝ่ายการตลาด 2) กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าว คิดเฉพาะประธานเกษตรกรจังหวัด 3) กลุ่มแปรรูปที่นำข้าวไปใช้ประโยชน์ เช่น โรงงานก๋วยเตี๋ยว โรงงานทำเส้นขนมจีน”

ทั้ง 4 หน่วยงานมองว่าหากมีการรวมกลุ่มจัดตั้งคลัสเตอร์ข้าวจะสร้างความตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น หลังจากการจัดตั้ง ‘คลัสเตอร์ข้าว’ แล้ว ยังได้รับความร่วมมือจากสถาบันอาหารในการเข้ามาช่วยเป็นที่ปรึกษาระดมความคิดเห็นในการทำแผนแม่บท (Master Plan) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) แบ่งเป็น แผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

กระตุ้นตลาดข้าวภายในจังหวัด

สำหรับ Action Plan หรือแผนปฏิบัติการที่กลุ่มได้ดำเนินการไปแล้ว ได้แก่

1. การพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของการผลิตข้าว โดยการคัดพันธุ์ข้าวที่ตรงความต้องการของโรงสี ได้แก่ พันธุ์พิษณุโลก 1 พันธุ์ชัยนาท 03 รวมไปถึงพันธุ์ปิ่นทองที่เคยได้รับรางวัลชนะเลิศระดับประเทศแต่เจียบหายไปไม่เป็นที่รู้จัก โดยนำพันธุ์ข้าวดังกล่าวข้างต้นกลับมาพัฒนาใหม่

“การเอาข้าวพันธุ์ปิ่นทองกลับมาทำใหม่คงต้องใช้ระยะเวลาพอสมควร อาจเป็นปีครึ่งหรือ สอง ปี เพราะมันหายไปจากท้องนา โดยคุณลุงสุรินทร์ได้พยายามหาพันธุ์ข้าวเก่าๆ เช่น พันธุ์ข้าวกอเดียว มารวบรวมเก็บไว้ เพราะมองว่าในด้านของการทำตลาดคงต้องเป็นข้าวที่มีประวัติ มีตำนาน มีเรื่องราว เรื่องเล่า น่าจะทำให้ตลาดได้ง่ายแต่ต้องมีการพัฒนาให้เป็นข้าวที่ตรงความต้องการของตลาด โดยแผนงานดังกล่าวทางกลุ่มยังได้รับการสนับสนุนจากทางเกษตรอีกด้วย”

2. การลดเปอร์เซ็นต์ข้าวหักจากการสีข้าว โดยการตั้ง **ตร. ผดุงศักดิ์ วาณิชขัง** นักวิชาการเข้ามาช่วย ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่มาจากการปรับรอบของกระเพาะข้าวกับเกลียวโคมุนที่ไม่เท่ากัน ขาวนาหรือโรงสีจะดำเนินการด้วยประสบการณ์ แต่นักวิชาการจะทราบว่าการทำอย่างไรให้ความเร็วของรอบกับความเร็วของกระเพาะสัมพันธ์กัน จึงส่งผลให้เปอร์เซ็นต์ข้าวหักลดน้อยลง

3. การทำ GMP ของโรงงาน ซึ่งทางกลุ่มได้ดำเนินการคัดเลือกโรงสีที่ทำ GMP จำนวน 5 แห่ง โดยได้แนวคิดมาจากยุทธศาสตร์ของจังหวัดที่มีการส่งเสริมในเรื่องของคุณภาพด้านเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งมีโครงการ ‘ปลูกวันแม่ เกียววันพ่อ’ โดยในปีนี้จะดำเนินการต่อเนื่องอีกด้วย

4. การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ด้วยการทำข้าวใหม่ให้เป็นข้าวเก่า สาเหตุที่ต้องทำเช่นนั้นเพราะข้าวเก่ามีราคาดีกว่าข้าวใหม่ โดยทางกลุ่มมีเทคโนโลยีที่สามารถทำข้าวใหม่ให้เป็นข้าวเก่าได้ภายในเวลา 1 วัน และสามารถคงความเก่าได้นาน 3 เดือน ผ่านขั้นตอนกระบวนการอบไอน้ำทำให้เปอร์เซ็นต์แตกต่างลดน้อยลง สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ รวมทั้งลดการสูญเสียข้าวได้ โดยมีการดำเนินการด้วยโรงงานทดลอง 1 แห่ง ทดลองในโมเดลเล็กแต่ปัจจุบันได้มีการขยายเป็นโมเดลใหญ่ และหลังจากนี้จะดำเนินการต่อในโรงงานอีก 2-3 แห่ง

“เราจะทำในเรื่องของข้าวที่ได้คุณภาพ และโรงสีที่ได้ GMP ดำเนินการผลิตเป็นข้าวถุงเป็นการผลักดันให้ใช้ข้าวในพื้นที่มากที่สุด รวมทั้งมีการทำตราสินค้าของกลุ่ม ขณะนี้มีการทำแบรนด์และโลโก้ออกมาแล้ว คาดว่าจะสามารถแก้ปัญหาได้หากเขื่อนสร้างแล้วเสร็จ โดยในปีแรกทางกลุ่มได้รับงบประมาณ 1 ล้านบาท และในปีที่ 2 ได้รับงบประมาณ 5 แสนบาท และคาดว่าในปี 2551 จะใช้งบประมาณ 2-3 แสนบาท ในการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องโดยอาจจะขอความร่วมมือในส่วนของงบประมาณจากภาคเอกชนมากขึ้น”

จับมือสถาบันศึกษาพัฒนา By Product

จาก Action Plan ที่กล่าวมาข้างต้น จะเป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพ เช่น การแปรรูปแป้ง เพราะมองว่าในอนาคตหากมีผลผลิตข้าวออกมามากขึ้น ขณะที่ปัจจุบันมีการแปรรูปแป้งทำเป็นก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน แต่ทางกลุ่มมีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในการช่วยกันพัฒนาเป็นแป้งสำเร็จรูปง่ายต่อ

การเก็บรักษาและเป็นมาตรฐานเดียวกัน เพื่อทำตลาดให้กับโรงงานทำก๋วยเตี๋ยว ขณะนี้อยู่ในระหว่างการทดลอง มีความคืบหน้าไปแล้ว 60 เปอร์เซ็นต์ รวมถึงแผนในอนาคตจะมีแผนพัฒนาตัวแป้งเพื่อให้ได้แป้งสำเร็จรูปคุณภาพสูงที่สามารถนำไปทำอย่างอื่นได้

ส่วน By Product ของผลิตภัณฑ์ เช่น แกลบดำ โดยในเบื้องต้นสกัดออกมาเป็นซิลิกาเจล สามารถนำไปใช้ในเรื่องของกาเพราะปลูกต้นไม้ ราคาอยู่ที่กรัมละ 5 บาท ต้นละ 5,000 บาท โดยเท่าที่ทราบในพื้นที่อื่นมีการส่งออกแกลบดำไปยังประเทศออสเตรเลียและญี่ปุ่น และหากมีการพัฒนาเป็นซิลิกาเซลล์ก็นำไปใช้ทำแผงพลังงานแสงอาทิตย์จะเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้สูงขึ้นไป

สำหรับแผนการทำตลาดที่ทางกลุ่มจะดำเนินการในปี 2551 นั้นคือการจัดโครงการข้าวหอมมะลิพิษณุโลกเพื่อการบริโภคในจังหวัด โดยดึงกลุ่มคนอาจารย์และนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยมาร่วมส่งเสริมการใช้ข้าวในจังหวัด

“การจัดโครงการดังกล่าวเพราะมองว่าในจังหวัดมีมหาวิทยาลัยหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็น มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล หากรวมแล้วมีทีมงานประมาณ 10,000 คน ซึ่งคนกลุ่มนี้จะส่งเสริมการบริโภคข้าวพิษณุโลกได้ อีกทั้งในจังหวัดยังเป็นศูนย์กลางของหน่วยราชการภาคเหนือตอนล่าง ที่สำคัญไปกว่านั้น คือ พิษณุโลกถูกวางให้เป็นเมือง สีเขียวกินโคจีน หากเราส่งเสริมการบริโภคข้าวพิษณุโลกได้ก็จะถือว่าเป็นตลาดที่ใหญ่ทีเดียว”

เศรษฐกิจพอเพียง เน้นพึ่งพาตนเอง

อย่างไรก็ดี จากการดำเนินงานของกลุ่มใน 1 ปีที่ผ่านมาความสำเร็จที่เห็นได้ชัดเจนนั่นคือ การที่ทุกคนเห็นความจำเป็นของปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ ทำให้มองเห็นอุปสรรคและโอกาสในอนาคตร่วมกันคิดหาทางแก้ไข ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก นอกจากนี้ Action Plan ต่างๆ ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว เช่น การทำข้าวใหม่ให้เป็นข้าวเก่า หรือการลดเปอร์เซ็นต์การแตกหัก นับว่าประสบความสำเร็จอีกเช่นกัน

“นับได้ว่าเป็นโครงการที่ดี แต่คงไม่สามารถนำมาเป็นต้นแบบได้ทั้งหมด แม้ว่าคลัสเตอร์ข้าวจะเกิดขึ้นในหลายจังหวัด สุพรรณบุรี พิจิตร อุดรธานี มีความแตกต่างในด้านของพื้นที่และการดำเนินการคนละแนวทางกัน ซึ่งทางกลุ่มจะดำเนินการในแบบพึ่งพาตนเองแบบเศรษฐกิจพอเพียงและมองถึงปัญหาที่เกิดขึ้นว่าจะแก้ไขกับมันอย่างไร”

นอกจากนี้ ในจังหวัดยังมีกลุ่มคลัสเตอร์เครื่องจักรกลการเกษตร โดยในปี 2550 หากมีการดำเนินการต่อจะมุ่งไปในเรื่องของอุตสาหกรรมแปรรูป และไม่เห็นในเรื่องข้าวเพียงอย่างเดียว แต่จะมองอาหารที่ขึ้นชื่อของจังหวัด เช่น ก๋วยเตี๋ยว และหมี่ข้าว อาจจะดำเนินการในรูปแบบ Ready to Eat *

สมาคมผู้ส่งออกข้าวออกต่างประเทศ ติดแบรนด์ 'ไทยหอมมะลิ' สู่ศึกตลาดข้าวระดับโลก



ภาวะค่าเงินบาทแข็งตัวกระทบกับสถานการณ์สินค้าส่งออกอย่างเลี่ยงไม่ได้...ข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นรายการสินค้าขึ้นชื่ออันดับต้นๆ ของประเทศก็เช่นกัน แม้จะขายได้มากขึ้นเท่าใด แต่ผลตอบกลับมาก็อวสานที่น้อยลงเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนกลายเป็นตัวแปรให้การเติบโตลดลง

หากเรามองตัวเองการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้จากภาวะการส่งออก สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ข้าวไทยยังขายได้ไม่ถึงขั้นซบเซา เนื่องจากตัวเลขรายได้จากการส่งออกเฉลี่ยอยู่ที่ 7 แสนตันต่อเดือน ทำให้คาดการณ์ได้ว่าครึ่งปีนี้จะตกที่ 4 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2549 เท่ากับ 3.6 ล้านตัน ซึ่งถือว่าเพิ่มขึ้น 9.6 เปอร์เซ็นต์ และตั้งเป้าไว้ว่าปี 2550 โดยเฉพาะช่วงท้ายปีเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคมที่ปริมาณการส่งออกมากที่สุดของปี น่าจะช่วยให้มีปริมาณการส่งออกที่ 8.5 ล้านตัน โดยมีตลาดนำเข้าข้าวใหญ่เป็นอันดับหนึ่ง อย่างอินโดนีเซียซึ่งนำเข้าถึง 2 ล้านตันต่อปี



คุณชูเกียรติ โอภาสวงศ์ นายกสมาคมผู้ส่งออกข้าวต่างประเทศ เปิดเผยถึงสถานการณ์คัดค้านว่า ผู้ประกอบการรายเล็กจะกระทบเรื่องรายได้หนักกว่ารายใหญ่ที่มีอำนาจการต่อรองสูงฐานการผลิตใหญ่ และปริมาณสินค้าสต็อกที่แน่นอน

ขณะเดียวกัน ก็เชื่อว่าทุกอย่างจะทรงตัวคงที่อยู่นี้ตลอด เพราะขณะที่ประเทศไทยยังอยู่ในช่วงแก้ปัญหาทางการเงิน เรายังต้องเผชิญกับอุปสรรคจากปัจจัยภายนอก นั่นคือ คู่แข่งทางการค้าในภูมิภาคอาเซียน อย่างเวียดนาม ที่มีศักยภาพการผลิตและการค้าที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

“แม้ว่าปริมาณการบริโภคของทั้งโลกจะสูงขึ้น แต่เวียดนามก็เติบโตเพราะผลผลิตที่ 740 กิโลกรัมต่อไร่ นั้น เวียดนามส่งออกเพียง 5 ล้านตันเท่านั้น ซึ่งไทยดูเหมือนจะมีโอกาสสูงเพราะมีปริมาณการส่งออกข้าวของโลกเป็นอันดับหนึ่ง และมีพันธุ์ข้าวเลี้ยงชื่ออย่างข้าวหอมมะลิที่ขายได้เฉลี่ยกว่า 1.6 ล้านตัน ซึ่งเวียดนามยังปลูกได้คุณภาพไม่เท่าเรา แต่เรากลับละเลยความสำคัญของปริมาณข้าวที่ปลูกได้น้อยลง โดยมีอัตราผลผลิตต่อไร่อยู่ที่ 430 กิโลกรัมเท่านั้น”

คุณชูเกียรติกล่าวต่อว่า นอกจากเวียดนามแล้ว จีนก็เป็นผู้เล่นที่น่ากลัวไม่แพ้กัน เพราะสามารถสร้างผลผลิตได้มากถึง 1,000 กิโลกรัมต่อไร่ นอกจากนั้น ก็ไม่ควรมองข้ามอัตราการบริโภคข้าวภายในประเทศ ซึ่งปี 2549/2550 นั้น จีนครองอันดับหนึ่ง ส่วนเวียดนามก็มีอัตราการกินข้าวมากกว่าไทยเกินครึ่ง (เวียดนาม 18.25 เปอร์เซ็นต์ ไทย 9.50 เปอร์เซ็นต์)

“สำหรับไทยนั้น ภาวะการส่งออกขึ้นอยู่กับการค้าในประเทศเป็นตัวกำหนด หากภาคการบริโภคของคนในประเทศน้อยลง จากเดิมที่ 11-12 ล้านตัน แล้วส่งออกประมาณ 7.4 ล้านตัน เราอาจต้องเหนือกว่าเดิมที่จะต้องผลักดันการส่งออกข้าวเพิ่มขึ้น ให้ทันกับผลผลิตที่มีอยู่เท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ซึ่งควรจะคงสัดส่วนการส่งออกให้เท่าเดิมคือ 20 เปอร์เซ็นต์ เอาไว้”

ปัญหาที่เปรียบเป็น ‘งูกินหาง’ หรือ ‘ยิ่งแก้ยิ่งจมวัดปมให้แน่นขึ้น’ ยังพอมองออกอยู่บ้าง ซึ่งนายกสมาคมผู้ส่งออกข้าวต่างประเทศให้คำแนะนำถึงทางออกของปัญหา

เริ่มที่ต้นทุนอย่างแนวทางพัฒนาพันธุ์ข้าว ควบคู่ไปกับการชลประทานที่เกื้อหนุนกัน เพราะการสร้างยุทธศาสตร์ข้าว ยังต้องคำนึงเรื่องปริมาณน้ำฝนด้วย

ที่ผ่านมาั้น ภาครัฐในฐานะหน่วยที่การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าว นั้น ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านการส่งออกได้ เนื่องจากทิศทางพัฒนาพันธุ์ข้าว มักคำนึงเพียงคุณภาพผลผลิตที่ดี แต่หลงลืมเรื่องต้นทุนที่สูงขึ้น

“อาจคิดไม่ถึงว่าการพัฒนาพันธุ์ข้าวขึ้นมาใหม่ จะกระทบและเข้ามาเปลี่ยนแปลงฐานข้าวเดิมของเรา ยกตัวอย่างข้าวปทุมธานีกำลังทำวิจัยข้าวหอมมะลิ เพราะขนาดความยาวกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ โกลด์เดียวกัน สามารถปลูกได้ทั้งปี แต่ราคาข้าวหอมมะลิลอยที่ 600 บาท ในขณะที่ข้าวปทุมธานี อยู่ที่ 400 บาท ฉะนั้น การต่อยอดหรือคิดแปลงต้องหันมามองทั้งระบบด้วย”

ด้านภาคของการแปรรูปนั้น ผลผลิตที่ได้จากผลิตภัณฑ์แปรรูปอย่างขนมปัง เส้นก๋วยเตี๋ยว ขนมขบเคี้ยวต่างๆ เป็นต้น มีอัตราการส่งออกเพียง 7 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งคาดว่าอนาคตน่าจะสูงขึ้นเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ นั้น ยังไม่ใช่ตัวแปรที่จะเปลี่ยนแปลงภาพรวมของอุตสาหกรรมได้ หากแต่จะเข้ามาเป็นทางเลือกของผู้บริโภค ฉะนั้น การขยายตัวข้าวแปรรูปลดลงจึงต้องอาศัยระยะเวลา

ส่วนเรื่องการลอกเลียนแบบของต่างชาตินั้นยาก เพราะสภาพดินฟ้าอากาศไม่เหมือนกัน ข้าวหอมมะลิชอบดินร่วนทรายแบบภาคอีสานของไทยมากที่สุด

คุณชูเกียรติเสริมต่อว่า ค่าแรง ทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง ฉะนั้น เราต้องทำให้ต้นทุนการผลิตข้าวไทย ลดลงจากเดิมที่มักใช้วิธีประกันราคาพืชผล เอาใจเกษตรกรรากหญ้า เปลี่ยนมาเป็นบูรณาการทั้งกระบวนการผลิต ด้วยการให้การศึกษาศูนย์กลาง นำผลการวิจัยข้าว ซึ่งปัจจุบันรัฐยังให้ความสำคัญน้อย มามุ่งทำให้การปลูกข้าวมีผลผลิตมากขึ้น แรงด้านทานโรคมากขึ้น เพื่อลดต้นทุน ส่วนเอกชนคงทำหน้าที่ผลักดันตามหลัง

ส่วนอีกทิศทางหนึ่งที่กำลังจะเป็นปัญหาเฉพาะหน้า และอาจลุกลามเป็นสายป่านยาว นั่นคือ ต้องลดต้นทุนด้านการขนส่ง (Logistic) ซึ่งภาพรวมผู้ประกอบการไทยสูญเสียเงินไปกับอัตราค่าน้ำมันที่มีความผันผวนและสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในอัตรา 20 เปอร์เซ็นต์จากค่าใช้จ่ายทั้งหมด ซึ่งทั่วไปน่าจะรวมแล้วไม่เกิน 15 เปอร์เซ็นต์

ไทยจึงต้องสรรหาวิธีมาอำนวยความสะดวก เน้นการรองรับระบบขนส่งให้สัมพันธ์กัน โดยหันมาให้ความสำคัญกับช่องทางเรือสินค้ามากขึ้น เพราะประหยัดกว่า

หากแต่ขณะนี้ได้เกิดภาวะการขาดแคลนเรือสำหรับขนส่งสินค้า ในช่วงที่จีนเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกปี 2008 ซึ่งมีความต้องการเรือเป็นจำนวนมากสำหรับขนส่งอุปกรณ์และสินค้า ด้านเจ้าของกิจการเรือขนส่งเองก็มองถึงโอกาสทางการค้าช่องทางนี้ด้วย ฉะนั้น จึงอาจให้ความสำคัญกับการขนส่งข้าวลดลง เพราะต้องใช้พื้นที่มากแต่กลับได้เม็ดเงินน้อย

คุณชูเกียรติกล่าวต่อว่า สำหรับปลายน้ำคือภาคการค้าขาย ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการพยายามรักษารฐานลูกค้าเก่าเอาไว้ แม้ผลประกอบการไม่เท่าเดิม จึงต้องใช้วิธีลดค่าใช้จ่ายฟุ่มเฟือยออกไป

ในขณะเดียวกัน ไทยจำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมบริโภคข้าวจากการบริโภคที่ลดลง มาเปลี่ยนวัฒนธรรมการกิน แนวทางพัฒนาการกินแบบต่างๆ ให้มากขึ้น ซึ่งจากตัวเลขการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยไปจีนเป็นอันดับสอง ทำให้รู้ได้ว่าเราต้องผลักดันพฤติกรรมรับประทานข้าวหอมมะลิในจีนให้มากขึ้น และยังมีแนวโน้มในการขยายตัวที่ดีที่สุด แม้ว่าขณะนี้การที่จีนนำข้าวหอมมะลิไปผสมกับข้าวอื่น เป็นอุปสรรคต่อภาพลักษณ์ข้าวไทย พร้อมไปกับอัตราการขายข้าวหอมมะลิของไทยจะลดลงก็ตาม

“เราจำเป็นต้องให้ข้อมูลผู้บริโภคผู้บริโภคแบรนด์ ‘ไทยหอมมะลิ’ ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้ตั้งชื่อพิเศษ หรือชื่อเฉพาะนี้ เมื่อ 3-4 ปีก่อน (2546) เราต้องสร้างตราสินค้าของเราเองให้แข็งแกร่ง ซึ่งที่ผ่านมาโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก ที่ทำให้อุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเป็นหมื่นต้น น่าจะสะท้อนมุมมองว่าการสร้างภาพลักษณ์ ‘ข้าวไทยหอมมะลิ’ จะยังมีความจำเป็นและสำคัญอยู่” *

สมาคมผู้ส่งออกข้าวต่างประเทศ

37 ซอยงามดูพลี ถนนพระราม 4 แขวงทุ่งพญาไท

เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ 0 2287 2674-7, 0 2222 6141-3

โทรสาร 0 2287 2678

e-mail : contact@riceexports.or.th

การส่งออกข้าวไทยในปี 2550

ในปัจจุบันเราพบว่า ข้าวไทยได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลกในเรื่องของคุณภาพที่ดี ทั้งนี้ ข้าวที่ผลิตในประเทศไทยจะแบ่งออกเป็นประเภทเมล็ดป้อมซึ่งพบว่าการเพาะปลูกมากทางภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ และยังมีข้าวเมล็ดยาวซึ่งพบมากในพื้นที่ภาคกลางและภาคใต้ของประเทศ โดยส่วนใหญ่แล้วพันธุ์ข้าวที่นิยมเพาะปลูก คือ ข้าวหอมมะลิ 105 อย่างไรก็ตาม ข้าวไทยก็พบปัญหาจากการแข่งขันในตลาดโลกในหลายประการ

ตารางที่ 1 ประเทศผู้ส่งออกข้าว*

ประเทศผู้ส่งออก	2545/46	2546/47	2547/48	2548/49	2549/50	2550/51
ไทย	7,552	10,137	7,274	7,376	8,800	9,000
เวียดนาม	3,795	4,295	5,174	4,705	5,000	4,800
อินเดีย	4,421	3,172	4,687	4,537	4,300	4,100
ปากีสถาน	1,958	1,986	3,032	3,000	3,100	3,200
สหรัฐอเมริกา	2,834	3,090	3,862	3,363	1,400	2,700
จีน	2,583	880	656	1,210	1,000	1,500

หน่วย : 1000 (Milli tons)

*ข้อมูลจาก 'Foreign Agricultural Service, USDA 2007'

แม้ภาวะการแข่งขันในการส่งออกข้าวจะสูงขึ้นในปัจจุบัน รวมถึงสภาพปัญหาที่มาจากพื้นที่เพาะปลูกและสภาพอากาศ แต่อนาคตการส่งออกข้าวไทยในปี 2550 นี้ยังมีช่องทางที่ดี ดังจะเห็นได้จากรายงานของคณะกรรมการตรวจข้าวและฝ่ายมาตรฐานสินค้าและเอทีเคาเนท์ สภาพหอการค้าแห่งประเทศไทย ที่ได้ทำการสรุปไว้ว่า ปริมาณการส่งออกข้าวรวมตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2550 มีปริมาณการส่งออกรวม 2,747,863 เมตริกตัน เทียบกับระยะเดียวกันของปี พ.ศ. 2549 มีปริมาณการส่งออกรวม 2,521,451 เมตริกตัน เพิ่มขึ้น 226,385 เมตริกตัน หรือเพิ่มขึ้นโดยประมาณ 8.97 เปอร์เซ็นต์ สำหรับในส่วนของการค้าข้าวโลก ทั้งการนำเข้าและส่งออกพบว่ามีการขยายตัว ซึ่งในปี พ.ศ. 2550 นี้พบว่าปริมาณการค้าข้าวโลกมีปริมาณ 29.48 ล้านตันข้าวสาร โดยเพิ่มขึ้น 3.62 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้แล้วสต็อกข้าวคงเหลือจากปลายปี พ.ศ. 2549 นั้นมีปริมาณที่ลดลง 7.92 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นผู้ส่งข้าวไปยังต่างประเทศรายใหญ่ที่สุดของโลกในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากรายงานการส่งออกข้าวของแต่ละประเทศดังแสดงในตารางที่ 1

ทั้งนี้ เป็นเพราะผู้ผลิตที่เป็นคู่แข่งทางการค้ารายสำคัญของประเทศไทย ซึ่งคือประเทศเวียดนาม และอินเดีย ลดปริมาณการส่งออกข้าว ในส่วนของประเทศเวียดนามนั้นประสบกับภัยธรรมชาติและศัตรูพืช ทำให้ไม่มีผลผลิตเหลือพอที่จะส่งออก อีกทั้งยังต้องมีการนำเข้าข้าวจากกัมพูชาประมาณปีละ 5 แสนตัน เพื่อนำมาส่งออกต่อจากการขายข้าวล่วงหน้า สำหรับประเทศอินเดียซึ่งมีขนาดประชากรจำนวนมากกำลังประสบปัญหาขาดแคลนข้าวสาร ประกอบกับการแข็งค่าของเงินรูปี ทำให้ปริมาณการส่งออกข้าวของอินเดียลดลง

นอกจากนี้ ประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ได้เพิ่มปริมาณการนำเข้า ไม่ว่าจะเป็นประเทศอินโดนีเซียที่ได้รับผลกระทบจากปรากฏการณ์ El Nino ทำให้เกิดภัยแล้ง น้ำท่วม การเพาะปลูกล่าช้า ส่งผลให้ผลผลิตลดลง ทำให้รัฐบาลอินโดนีเซียได้มีการ

ประกาศซื้อข้าวเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 5 แสนตันในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2550 ซึ่งได้มีความเชื่อมั่นว่าจะมีการซื้อข้าวจากผู้ส่งออกไทย นอกจากนี้แล้ว ประเทศฟิลิปปินส์ซึ่งมีประชากรมากถึง 84 ล้านคน ซึ่งผู้ผลิตในประเทศไม่สามารถผลิตข้าวได้เพียงพอต่อความต้องการของประชากร อีกทั้งยังเผชิญกับสภาพอากาศที่แปรปรวน อุณหภูมิลดต่ำลงมาก ทำให้อากาศแห้งแล้งส่งผลต่อผลผลิต ได้มีการรายงานว่าการรัฐบาลฟิลิปปินส์อาจจะนำเข้าข้าวจากประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากปัญหาการปนเปื้อนของข้าวที่ผ่านการคัดค้านผู้-กรรม โดยเมื่อปลายปี พ.ศ. 2549 องค์การอาหารแห่งชาติดีฟิลิปปินส์ได้ทำการยกเลิกการประมูลซื้อข้าวจากประเทศสหรัฐอเมริกาถึง 2 ครั้ง

ตารางที่ 2 ประเทศผู้นำเข้าข้าว¹

ประเทศผู้นำเข้า	2545/46	2546/47	2547/48	2548/49	2549/50	2550/51
ฟิลิปปินส์	1,300	1,100	1,890	1,800	1,850	1,900
ไนจีเรีย	1,448	1,369	1,777	1,600	1,700	1,700
อินโดนีเซีย	2,750	650	500	550	1,800	1,600
อิรัก	672	889	786	1,300	1,300	1,300
กลุ่มประเทศอื่นๆ	1,150	1,184	1,058	1,100	960	1,100
ซาอุดีอาระเบีย	725	1,500	1,357	1,200	900	1,015

หน่วย : 1000 (Mill T Basis)

¹ข้อมูลจาก 'Foreign Agricultural Service, USDA 2007'

²ข้อมูลจาก 'สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร' ธันวาคม พ.ศ. 2549'

อย่างไรก็ตาม รัฐบาลฟิลิปปินส์จะทำการเปิดประมูลซื้อข้าวจากต่างประเทศในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2550 นี้อีกประมาณ 3 แสนตัน โดยคาดการณ์ไว้ว่าผู้ส่งออกข้าวจากประเทศไทยจะเป็นผู้ชนะการประมูล² สำหรับในส่วนของประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียนั้นได้มีรายงานสถานการณ์การผลิตและการค้าข้าวของประเทศไทยมาเลเซียไว้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2549-2550 จะมีการนำเข้าข้าวเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากประเทศไทยไม่มีพื้นที่เพาะปลูกมากพอ รวมถึงวิธีการเพาะปลูกข้าวยังไม่สามารถทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้นได้ การนำเข้าข้าวส่วนใหญ่มาจากประเทศไทย สำหรับปริมาณการนำเข้าข้าวของประเทศไทยที่สำคัญแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 3 แสดงมูลค่าการส่งออกข้าวชนิดข้าวที่ส่งออกและราคาส่งออก³

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549	ม.ค. - เม.ย. 2550		Δ(%)
						2549	2550	
ส่งออก(ล้านตัน)	7.25	7.60	10.14	7.30	7.42	2.39	2.66	11.3
-มูลค่า (ล้านบาท)	67,193	76,368	110,376	90,874	97,349	30,176	34,257	13.5
-มูลค่า (USD)	1,554	1,844	2,749	2,278	2,553	764	965	26.3
ชนิดข้าวส่งออก (ล้านตัน)								
-ข้าวคุณภาพดี	4.39	4.85	7.36	5.01	5.38	1.82	N.A.	N.A.
-ข้าวคุณภาพต่ำ	1.22	1.25	0.58	0.42	0.38	0.11	N.A.	N.A.
-ข้าวหนึ่ง	1.64	1.50	2.20	1.87	1.66	0.46	N.A.	N.A.
ราคาเฉลี่ย (บาท/ตัน)								
-ราคาส่งออก(ร/ตัน)	214	245	271	312	344	319	363	15.8
-ราคาส่งออก(บาท/ตัน)	9,237	10,052	10,885	12,448	13,119	12,624	12,872	2.0

³ข้อมูลจาก 'กรมการค้าภายใน'

ตารางที่ 4 รายชื่อบริษัทผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ไปจำหน่ายต่างประเทศในปี 2550⁴

ลำดับ	บริษัท	ปริมาณการส่งออก (เมตริกตัน)
1	บริษัท นครหลวงค้าข้าว จำกัด	333,335
2	บริษัท เอเชียโกเดินไรซ์ จำกัด	310,325
3	บริษัท ข้าวไชยพร จำกัด	108,752
4	บริษัท ซี.พี. อินเตอร์เทรด จำกัด	83,571
5	บางซื่อโรตัสเซียเม้ง	83,363

⁴ข้อมูลจาก 'สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร' ธันวาคม พ.ศ. 2549'

โดยสรุปแล้วทิศทางการค้าข้าวไทยในปี 2550 นี้ถือว่ามีความเสี่ยงและแนวโน้มการส่งออกที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากประเทศมีสต็อกข้าวเพียงพอเพื่อการบริโภคภายในประเทศและเพื่อส่งออก ประกอบกับประเทศผู้ส่งออกที่เป็นคู่แข่งมีปริมาณผลผลิตที่ลดลงทำให้ราคาข้าวในประเทศเหล่านั้นสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อส่งออกก็ขึ้นกับค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินเหรียญสหรัฐ ตลอดจนปัญหาการขาดแคลนแรงงานและเรือขนส่งสินค้าที่ทำให้อัตราค่าระวางเรือเพิ่มสูงขึ้น ปัญหาการปลอมปนก็เป็นประเด็นสำคัญซึ่งรัฐบาลควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพข้าว เพื่อส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในการส่งออกไปยังต่างประเทศต่อไป *



ยุทธศาสตร์การพัฒนา ระบบโลจิสติกส์สำหรับข้าวไทย

เนื่องจากในปัจจุบันการค้าในตลาดโลกมีการเปิดเสรีทางการค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศและเพื่อรักษาสถานภาพทางการค้าจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมและธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้า 'การบริหารจัดการโลจิสติกส์ หรือ Logistics Management' ซึ่งเป็นแนวคิดที่สำคัญที่สามารถทำให้บรรลุความต้องการดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผน การดำเนินงาน การควบคุมการทำงาน การจัดการระบบข้อมูลและการจัดการทางการเงินที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้ค้าส่งไปจนถึงผู้บริโภค โดยจะมุ่งเน้นการพิจารณาไปที่การบริหารการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บหรือการกระจาย กล่าวโดยสรุปคือ เป็นแนวคิดในการบริหารตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงสินค้าหรือการให้บริการแก่ลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ ได้หน่วยงานหลายหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชนได้ทำการศึกษาสถานภาพและปัญหาในระบบโลจิสติกส์ซึ่งพบว่าประสิทธิภาพในการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยยังด้อยกว่าประเทศคู่ค้า ทั้งนี้ เนื่องมาจากเศรษฐกิจการค้าโลกและปัจจัยทางเศรษฐกิจภายในประเทศที่ส่งผลกระทบมาจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น การกีดกันทางการค้าโดยไม่ใช้ภาษี ปัญหาการก่อการร้ายที่ลุกลามไปทั่วโลก และที่สำคัญก็คือการขยายอาณาจักรทางธุรกิจของบริษัทต่างชาติซึ่งมีต้นทุนทางโลจิสติกส์ที่ต่ำกว่า

ด้วยเหตุนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งได้ร่วมกับหน่วยงานทั้งจากทางภาครัฐและเอกชนในการจัดทำ 'แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2550-2554' ขึ้น โดยมี 5 ยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ในภาคการผลิต (Business Logistics Improvement) 2) การเพิ่มประสิทธิภาพระบบขนส่งและโลจิสติกส์ (Transport and Logistics Network Optimization) 3) การพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ (Logistics Service Internationalization)

4) การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation Enhancement) และ 5) การพัฒนากำลังคนและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ (Capacity Building) เพื่อให้ได้ระบบโลจิสติกส์ที่เป็นมาตรฐานสากลซึ่งสามารถสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าของภูมิภาคอินโดจีน โดยจะเน้นที่การลดต้นทุนโลจิสติกส์ เพิ่มความสามารถของธุรกิจให้มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ดีรวมไปถึงการคำนึงถึงความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในขั้นตอนการนำส่งสินค้าและบริการ อีกทั้งยังผลักดันให้แผนยุทธศาสตร์นี้ไปสู่การปฏิบัติจริงและเป็นระบบในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจต่างๆ สศช. จึงได้จัดทำ 'แผนปฏิบัติการการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ของไทย' เพื่อรองรับยุทธศาสตร์ดังกล่าว ในแผนนี้ได้มีส่วนหนึ่งที่เป็น 'แผนปฏิบัติการเร่งด่วน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ปี 2550' ซึ่งเป็นแนวทางเพื่อบรรเทาปัญหาด้านโลจิสติกส์ของประเทศในระยะเร่งด่วน โดยเรื่องของการจัดการโลจิสติกส์เกี่ยวกับ 'ข้าว' จัดว่าเป็นแผนเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการทันที เพื่อให้เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรมในระยะเวลา 1 ปี ประเด็นที่ได้รับการพิจารณาในแผนดังกล่าวจะประกอบด้วย ภาพรวมการผลิตและส่งออกข้าวของประเทศ ปริมาณการส่งออกข้าว ห่วงโซ่มูลค่าของสินค้า รูปแบบการขนส่งและผู้รับภาระต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนโลจิสติกส์รวมไปถึงสภาพปัญหาด้านโลจิสติกส์

พื้นที่เพาะปลูก

พื้นที่เพาะปลูกข้าวในประเทศไทย (ข้อมูลในปี 2549) มีประมาณ 67 ล้านไร่ โดยอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ภาคกลางจะเป็นพื้นที่ที่เพาะปลูกข้าวเจ้าเป็นหลัก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเป็นแหล่งผลิตข้าวเหนียว โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเป็นแหล่งเพาะปลูกข้าวหอมมะลิซึ่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ สำหรับภาคเหนือตอนบนเป็นแหล่งข้าวเจ้าและข้าวเหนียว ส่วนภาคเหนือตอนล่างจะมีการเพาะปลูกข้าวเจ้าเป็นหลัก ภาคใต้จะมีการเพาะปลูกข้าวเจ้าพันธุ์พื้นเมือง ผลผลิตข้าวนาปีมากที่สุดอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (46%) รองลงมาคือภาคเหนือ (26%) ภาคกลาง (24%) และภาคใต้ (4%) ส่วนผลผลิตข้าวนาปรังมากที่สุดอยู่ที่ภาคกลาง (57%) ภาคเหนือ (35%) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (7%) และภาคใต้ (1%) สำหรับพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางนั้นพื้นที่การปลูกข้าวจะเกาะกลุ่มกัน แต่ในขณะที่ภาคเหนือตอนบนและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนจะมีการกระจายตัวกันออกไป

การผลิตข้าว

สำหรับโครงสร้างอุตสาหกรรมข้าวนั้นเริ่มต้นที่เกษตรกรหรือชาวนาจะทำการปลูกข้าวจนได้ข้าวเปลือก จากนั้นจะส่งต่อไปยังสถาบันทางการเกษตร/รัฐบาล ทำข้าว หรือจะส่งต่อไปยังพ่อค้าคนกลาง/ตัวแทนจากโรงสี เพื่อแปรรูปข้าวเปลือกให้เป็นข้าวสาร โดยเฉลี่ยแล้ว จะมีการผลิตข้าวปริมาณ 29 ล้านตันที่มาจากทั่วประเทศที่จะต้องถูกขนส่งจากพื้นที่เพาะปลูกเพื่อไปยังโรงสี ปริมาณข้าวเปลือกที่ถูกสีให้มาเป็นข้าวสารและถูกปรับปรุงคุณภาพจะมีประมาณ 19 ล้านตัน จากนั้นจะเป็นหน้าที่ของหอ (คนกลาง) ช่วยติดต่อไปยังผู้จำหน่ายในประเทศหรือผู้ส่งออกไปยังต่างประเทศ จะมีการขายทั้งขายปลีก ไม่ว่าจะเป็นการตวงจากถัง กระสอบ หรือบรรจุสำเร็จในถุงพลาสติกสำหรับร้านค้าปลีก หรือมีการบรรจุลงกระสอบเพื่อขายส่งให้แก่ผู้อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร โดยปริมาณการบริโภคข้าวภายในประเทศจะอยู่ที่ประมาณ 10-12 ล้านตันต่อปี และมีปริมาณข้าวส่งออกประมาณ 7-8 ล้านตันต่อปี

โลจิสติกส์ในการผลิตข้าว

โครงสร้างระบบโลจิสติกส์ในการผลิตข้าวประกอบด้วยกิจกรรมหลายส่วนและหลายหน่วยงาน ตั้งแต่เกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตและถือว่าเป็นต้นทางในห่วงโซ่อุปทาน เกษตรกรจะทิ้งรายย่อย กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์ สำหรับโรงสีนั้นจะมีที่ตั้งกระจายอยู่ทั่วประเทศ โดยโรงสีที่มีกำลังการผลิตมากมักจะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีผลผลิตจำนวนมาก ทั้งนี้ เพื่อลดต้นทุนการขนส่ง อย่างไรก็ตาม จังหวัดที่มีปริมาณการผลิตน้อย อาทิเช่น จังหวัดน่าน ระนอง กระบี่ หรือพื้นที่เพาะปลูกทางภาคใต้บางจังหวัดจะไม่มีโรงสีตั้งอยู่ โรงสีนี้สามารถพิจารณาได้ว่าเป็นผู้แปรรูปและปรับปรุงคุณภาพของข้าว ในส่วนของท่าข้าวจะเป็นที่รวบรวมข้าวก่อนมีการกระจาย ซึ่งพบว่าท่าข้าวมีประมาณ 55 แห่ง โดยตั้งอยู่ในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ในเรื่องของ การจัดเก็บนั้นจะประกอบด้วยไซโล โกดังกลาง คลังสินค้าสาธารณะ คลังสินค้าขององค์การคลังสินค้า รวมไปถึงคลังสินค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรเพื่อช่วยในการกระจายสินค้า ในการขนส่งข้าวเปลือกนั้นจะนิยมใช้รถบรรทุกหรือรถกระบะเพื่อขนส่งจากพื้นที่เพาะปลูกมายังโรงสี การขนส่งโดยรถประเภทนี้คิดเป็น 88 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือว่าเป็นการขนส่ง

ที่มีต้นทุนสูง สำหรับข้าวสารที่ผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพแล้วจะจำหน่ายภายในประเทศ 62 เปอร์เซ็นต์ และจำหน่ายยังต่างประเทศ 28 เปอร์เซ็นต์ สำหรับในประเทศนิยมใช้รถบรรทุก ขณะที่การส่งออกไปยังต่างประเทศจะมีการขนส่งข้าวสารจากโรงสีไปยังที่จัดเก็บ โดยใช้ทั้งรถบรรทุก รถไฟ และเรือขนส่งซึ่งผ่านทางแม่น้ำเจ้าพระยา

สำหรับผู้ค้าส่งและผู้ส่งออกจะมีหน้าที่ในการกระจายสินค้า ซึ่งผู้ค้าส่งส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพฯ (18%) สำหรับผู้ส่งออกข้าวจะมีที่ตั้งส่วนใหญ่ในกรุงเทพฯ (60%) โดยท่าเรือที่มีการใช้เพื่อการส่งออกประกอบด้วย ท่าเรือคลองเตย ท่าเรือแหลมฉบัง และท่าเรือที่เกาะสีชัง (99%) สำหรับการค้าข้าวที่ผ่านชายแดนมีปริมาณที่น้อยมาก สำหรับโครงสร้างของตลาดข้าวจะประกอบด้วย 2 ช่วงเวลา คือ ตลาดข้าวเปลือกและตลาดข้าวสาร ในกรณีนาปีจะใช้เวลาประมาณ 6-7 เดือน และนาปรังจะใช้เวลาประมาณ 1 เดือน ในการขนส่งข้าวไปยังท่าข้าวต่างๆ นั้นยังขึ้นอยู่กับภูมิภาคด้วย ในการขนส่งจากพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างและภาคกลางพบว่าในการขนส่งจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อจะส่งออกไปยังต่างประเทศนั้น 90 เปอร์เซ็นต์ จะเป็นการขนส่งทางน้ำโดยอาศัยแม่น้ำเจ้าพระยาและแม่น้ำป่าสัก โดยล่องเรือไปถึงท่าเรือในกรุงเทพฯ และสมุทรปราการ โดยเรือจะจอดที่เกาะสีชัง สำหรับการขนส่งจากจังหวัดนครสวรรค์นั้นจะอาศัยการขนส่งทางบกเป็นหลักเพื่อไปยังท่าเรือแหลมฉบัง สำหรับการขนส่งในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีการใช้การขนส่งทางรถไฟเพื่อมายังท่าเรือแหลมฉบัง สำหรับต้นทุนโลจิสติกส์ในการค้าข้าวแสดงดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 ต้นทุนโลจิสติกส์ของข้าว

ต้นทุนโลจิสติกส์	ล้านบาท	ร้อยละของรายได้	สัดส่วน
ค่าขนส่ง	15,469	5%	25%
ค่าสินค้าคงคลัง	12,080	4%	20%
ค่าขนถ่ายน้ำหนักและสูญเสีย	17,741	6%	29%
ค่าบริหารจัดการ	15,757	5%	26%
รวม	61,047	19%	100%

(ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

ตารางที่ 2 ต้นทุนที่เกี่ยวข้องในต้นทุนโลจิสติกส์ของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	ค่าขนส่ง	ค่าสินค้าคงคลัง (บาท/ตัน/เดือน)	ค่าสูญเสีย (ร้อยละ/ตัน/เดือน)	ค่าบริหารจัดการ
เกษตรกร	150 บาท/ตัน	40	0.5	
โรงสี	18-50 บาท/กระสอบ	40	0.5	
ผู้ส่งออก	5,000 บาท/ตู้	40	0.5	
ผู้ค้าส่ง/ผู้ค้าปลีก	18-50 บาท/กระสอบ	40	0.5	✓
สถาบันรัฐ		✓	✓	✓

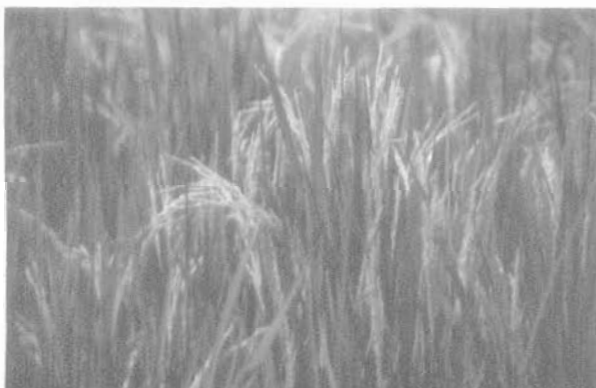
(ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

มาตรการเร่งด่วน

เพื่อสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ในการค้าข้าว หน่วยงานภาครัฐได้ออกมาตรการเร่งด่วนเพื่อแก้ไขปัญหา โดยจะเป็นมาตรการที่ต้องดำเนินการทันทีและต้องให้เสร็จเป็นรูปธรรมภายในระยะเวลา 1 ปี ซึ่งประกอบด้วย

ข้าวในจังหวัดนครสวรรค์ (ข้าวก้านทอง-ท่าเรือแหลมดง) : รูปแบบการขนส่งจะใช้โดยรถไฟซึ่งมีความพร้อมในการขนส่ง

ข้าวในจังหวัดนครราชสีมา (สถานีรถไฟบ้านเกาะ สถานีรถไฟ กุดจิก-ท่าเรือแหลมดง) : จะมีมาตรการเร่งด่วนที่ดำเนินการได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม ก็คือจะให้การรถไฟจัดเส้นทางขนส่งรวมถึงเพิ่มเที่ยวขนส่งสินค้า โดยในขณะนี้ปริมาณข้าวที่รอการขนส่งประมาณ 7 แสนตันต่อปี ซึ่งควรมีขบวนรถ 30 ขบวนต่อเดือน นอกจากนี้ ยังมีมาตรการเร่งด่วนที่ต้องเพิ่มการลงทุนในปี 2550 เพื่อให้เพียงพอต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าในปี 2551 โดยมีการคาดการณ์ไว้ว่าในปี 2551 จะมีความต้องการขนส่งสินค้าโดยรางเพิ่มขึ้นอีก 5 แสนตันต่อปี ซึ่งระบบรางแบบเดิมไม่สามารถรองรับได้ เนื่องจากการเดินทางด้วยรถไฟมีต้นทุนต่ำจึงได้มีการเสนอให้ทางการรถไฟเพิ่มหัวรถจักรเพิ่มอีก 1 คัน รวมกับแคร่จำนวน 20 แคร่ โดยใช้เงินลงทุนประมาณ 140 ล้านบาท ใช้ระยะเวลาในการจัดหาประมาณ 10-15 เดือน



ข้าวในจังหวัดอ่างทองและพระนครศรีอยุธยา-เกาะสีชัง (การขนส่งทางลำน้ำ) : จะมีมาตรการที่สามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม โดยในขณะนี้ทางกระทรวงคมนาคมและกรมการขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี รวมถึงหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชนให้การส่งเสริมการขนส่งทางน้ำ โดยได้มีการพิจารณากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์ ซึ่งกำหนดให้แล้วเสร็จภายในเดือนมีนาคม 2550 นอกจากนี้ ยังได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการขนส่งทางลำน้ำขึ้น

อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านโลจิสติกส์ในการค้าข้าว ยังมีหลายประการซึ่งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรให้ความร่วมมือกันเพื่อแก้ปัญหา โดยปัญหาที่เกิดขึ้นสามารถสรุปได้ คือ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งจากเกษตรกรไปยังโรงสีค่อนข้างสูง เพราะพื้นที่การเพาะปลูกกระจายตัวและปริมาณการผลิตน้อยไม่คุ้มค่าขนส่งโดยใช้รถบรรทุก นอกจากนี้ ยังมีปัญหาในการขนส่งทางเรือที่แม่น้ำเจ้าพระยาในช่วงฤดูน้ำหลากซึ่งทำให้เรือไม่สามารถล่องลงไปได้สะพานได้จึงทำให้เกิดต้นทุนมากขึ้นในการขนส่ง ทั้งหมดนี้ควรได้รับการแก้ไข ปัญหาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการค้าให้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ เน้นให้ผู้ประกอบการยังมีความเห็นว่าควรปรับปรุงและเพิ่มการขนส่งโดยใช้ทางรถไฟให้มากขึ้น *

เอกสารอ้างอิง

1. 'โครงการศึกษาศักยภาพระบบโลจิสติกส์สำหรับข้าวไทย' องค์การคลังสินค้า กระทรวงพาณิชย์, ศูนย์ความเป็นเลิศด้านโลจิสติกส์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2. 'แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2550-2554' สำนักงบประมาณ กรมการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2550

เรื่อง : แวนชยาย



ชื่อหนังสือ : อุตสาหกรรมการแปรรูปข้าว ปีที่ 44 กันยายน-ตุลาคม 2544

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : J กสอ127 2544

เนื้อหาในเล่มประกอบด้วยอุตสาหกรรมแปรรูปข้าว เช่น ข้าวหอมมะลิไทย ข้าวกระป๋อง สบู่ น้ำมันรำข้าว เทคโนโลยีแปรรูปข้าว เป็นเครื่องดื่มสุขภาพ และการผลิตข้าวกล้องสำเร็จรูป



ชื่อหนังสือ : การศึกษาวิเคราะห์ธุรกิจสหกรณ์การเกษตรเมืองร้อยเอ็ด บริษัทโรงสีข้าวสหกรณ์ การเกษตรเมืองร้อยเอ็ดผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : IB กสอ55 ก14

กล่าวถึงการจัดการกลยุทธ์ธุรกิจสหกรณ์การเกษตร การวิเคราะห์ทางการเงิน การวิเคราะห์การผลิตข้าวหอมมะลิ ระบบการสีข้าวหอมมะลิ และวิเคราะห์ด้านการตลาด



ชื่อหนังสือ : รายงานการศึกษาวิเคราะห์ผลงานวิจัยเรื่องการแปรรูปข้าวและผลิตภัณฑ์ข้าว พ.ศ. 2532

ผู้เขียน : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

รหัส : RES 2 ส21

เป็นการศึกษาสถานการณ์และปัญหาข้าว ด้านการผลิต การแปรรูปและการตลาด



ชื่อหนังสือ : การเพิ่มโอกาสและศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมโรงสีข้าวจังหวัดสุพรรณบุรีเพื่อการส่งออก

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : DIP กสอ2 ก48

เป็นการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการค้าข้าว ผลกระทบต่อการส่งออกข้าวของไทย ภาวะการผลิต บทบาท และศักยภาพอุตสาหกรรมโรงสีข้าวจังหวัดสุพรรณบุรี



ชื่อหนังสือ : เอกสารประกอบการบรรยายสัมมนาการแปรรูปอาหารและคลินิกปรึกษา แนะนำ

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : IB กสอ12 ก1

กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากข้าว เช่น ขนมจีน ก๋วยเตี๋ยว ข้าวเหนียว อาหารว่าง เทคนิคการผลิต



ชื่อหนังสือ : บัญญัติ 10 ประการ สำหรับการตลาดโรงสีข้าว

ผู้เขียน : วิสูตร จินสุทธินิการ

รหัส : IB 5517

เป็นข้อแนะนำการวางแผนการตลาดข้าวสาร จากประสบการณ์จริง 10 ประการในการดำเนินการธุรกิจโรงสีข้าวให้ประสบความสำเร็จ



ชื่อหนังสือ : ผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ที่มีในอนาคต

ผู้เขียน : บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

รหัส : IB 13 ผ37

เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตลาดของผลิตภัณฑ์ข้าว การจัดหาวัตถุดิบ และกระบวนการแปรรูปข้าว เช่น ขนมอบกรอบ แผ่นแป้ง ข้าวผัดแช่เยือกแข็ง



ชื่อหนังสือ : โครงการลงทุนผลิตภัณฑ์ข้าวกิ่งสำเร็จรูป

ผู้เขียน : บริษัท ไทยฟาส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

รหัส : IV กสอ2 ข2

การศึกษาโครงการลงทุนผลิตภัณฑ์ข้าวกิ่งสำเร็จรูป ด้านการตลาดการผลิต การเงินและการวิเคราะห์การลงทุน



ชื่อหนังสือ : การศึกษาอุตสาหกรรมสีข้าวจังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : DIP กสอ2 ป48

กล่าวถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมสีข้าว ความหมายของการสีข้าว กระบวนการสีข้าว รูปแบบของโรงสี กระบวนการผลิต การพัฒนาอุตสาหกรรมสีข้าว กระบวนการสีข้าวและเทคโนโลยีโรงสีข้าว



ชื่อหนังสือ : เทคโนโลยีสำหรับชาวชนบท เล่มที่ 6

ผู้เขียน : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

รหัส : T 14 ศ38 ล6

กล่าวถึงลักษณะของเครื่องปลูกข้าว ระบบการ

ปักดำ

ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2550

ประเภทสมาชิก

- ☐ ผู้ประกอบการ บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร ฯลฯ
 ☐ หน่วยงานราชการ
 ☐ สถาบันการศึกษา
 ☐ ประชาชนทั่วไป

โปรดกรอกข้อมูลโดยละเอียดเพื่อประโยชน์ในการแจ้งข่าวกิจกรรม

วันที่สมัคร / /

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน - - - -

ชื่อผู้สมัคร.....นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....

ตำแหน่ง.....เว็บไซต์บริษัท.....

ทุนจดทะเบียน.....(บาท) จำนวนคนงาน.....คน

สัดส่วนการถือหุ้น : ไทย.....% ต่างชาติ.....%

กำลังการผลิต.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิต คือ
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก
- ข้อมูลที่ท่านต้องการ คือ
- ประโยชน์ที่ได้จากวารสาร คือ
- เนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในขั้น
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่ม
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการมากที่สุด
☐ การตลาด ☐ การให้บริการ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลทั่วไป
☐ อื่นๆ ระบุ
- ท่านชอบคอลัมน์ไหนมากที่สุด
☐ Interview (สัมภาษณ์) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์)
☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล) ☐ Management (การบริหารจัดการ)
☐ World Wide Web (แนะนำเว็บไซต์) ☐ Scoop (เจาะลึกเฉพาะเรื่อง)
☐ Information (ข้อมูลอุตสาหกรรม) ☐ อื่นๆ ระบุ
- ท่านได้นำข้อมูลจากวารสารอุตสาหกรรมสารไปใช้ประโยชน์แก่ท่าน
☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ พอสมควร ☐ น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารอุตสาหกรรมสารเทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 50 คะแนน

วันเดือนปีเกิด

เพศ ☐ 1 ชาย ☐ 2 หญิง

เชื้อชาติ ☐ 1 ไทย ☐ 2 อื่นๆ

ศาสนา ☐ 1 พุทธ ☐ 2 คริสต์

☐ 3 อิสลาม ☐ 4 ฮินดู

☐ 5 อื่นๆ

การศึกษาสูงสุด

☐ 1 ประถมศึกษา

☐ 2 มัธยมศึกษา

☐ 3 มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา

☐ 4 อนุปริญญา/ปวส./ปวท.

☐ 5ปริญญาตรี

☐ 6 ปริญญาโท หรือสูงกว่า

ประเภทธุรกิจ

1. ภาคการผลิต

- ☐ 1. อาหารและเครื่องดื่ม
☐ 2. ผลิตภัณฑ์ยาสูบ
☐ 3. สิ่งทอ
☐ 4. เครื่องแต่งกาย
☐ 5. พอกหนังและตกแต่ง
☐ 6. ผลิตภัณฑ์ไม้
☐ 7. ผลิตภัณฑ์กระดาษ
☐ 8. การทำสิ่งพิมพ์
☐ 9. ปิโตรเลียมและถ่านหิน
☐ 10. ผลิตภัณฑ์เคมี
☐ 11. ยางและพลาสติก
☐ 12. ผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากแร่โลหะ
☐ 13. โลหะขั้นมูลฐาน
☐ 14. ผลิตภัณฑ์จากโลหะประดิษฐ์
☐ 15. การผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรกล
☐ 16. เครื่องใช้สำนักงาน
☐ 17. เครื่องจักรกล
☐ 18. ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องยนต์และอุปกรณ์
☐ 19. เครื่องมือแพทย์
☐ 20. ยานยนต์
☐ 21. อุปกรณ์ขนส่งอื่นๆ
☐ 22. ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน
☐ 23. การนำกลับมาใช้ใหม่
☐ 24. อื่นๆ

2. ภาคการค้า

- ☐ 1. ค้าปลีก ☐ 2. ค้าส่ง

3. ภาคบริการ

- ☐ 1. อสังหาริมทรัพย์
☐ 2. โรงแรม ร้านอาหาร
☐ 3. บริการธุรกิจ
☐ 4. บันเทิง กีฬา ท่องเที่ยว
☐ 5. การเงิน
☐ 6. สุขภาพ
☐ 7. การศึกษา
☐ 8. การขนส่ง
☐ 9. อื่นๆ

ฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น

(ระยะเวลาฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 72 ชั่วโมง และปรึกษาแนะนำไม่น้อยกว่า 30 ชั่วโมง) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีพื้นฐานความรู้ หรือประสบการณ์เชิงธุรกิจมาบ้างแล้ว และต้องการเพิ่มพูนความรู้ในการประกอบธุรกิจเพียงบางด้าน อาทิ การจัดการด้านการตลาด การเงิน การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น รวมทั้งการฝึกอบรม เพื่อปรับแนวคิดในการพัฒนาผู้ประกอบการ และหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบธุรกิจรูปแบบต่างๆ เช่น ธุรกิจแฟรนไชส์ ธุรกิจไอที เป็นต้น

ฝึกอบรมหลักสูตรระยะยาว

(ระยะเวลาฝึกอบรมไม่น้อยกว่า 198 ชั่วโมง และปรึกษาแนะนำไม่น้อยกว่า 60 ชั่วโมง) เพื่อพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Development) โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะลงมือปฏิบัติ (Experiential Learning) 4 ด้าน ได้แก่

- พฤติกรรมและบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จิตวิทยา ผู้ประกอบการ เกมธุรกิจ และการสร้างกลุ่มสัมพันธ์
- ความรู้และทักษะในการบริการจัดการด้านต่างๆ
- ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงานกำกับ ควบคุม และหน่วยงานส่งเสริมพัฒนา
- การวิเคราะห์และจัดทำโครงการลงทุนและแผนธุรกิจ โดยให้จัดทำแผนธุรกิจจริงๆ ตามความสนใจลงทุนของแต่ละบุคคล และทดลองนำเสนอแผนธุรกิจต่อสถาบันการเงิน หรือแหล่งทุนอื่นๆ เพื่อขอสนับสนุนสินเชื่อหรือการลงทุน

เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ New Entrepreneurs Creation (NEC)

บริการบ่มเพาะธุรกิจ หรืออนุบาลการลงทุน

(Business Incubation) โดยจัดจ้างพี่เลี้ยง (Mentor) ติดตามดูแล ให้ความช่วยเหลือตลอดกระบวนการก่อตั้งกิจการและเริ่มดำเนินธุรกิจ จนมีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ จะมีการจัดสถานที่ให้ผู้ประกอบการใหม่ที่ได้รับการคัดเลือกจำนวนหนึ่ง เข้าใช้ดำเนินธุรกิจภายในอาคารศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Incubation Center) ของหน่วยอบรมดำเนินงานเป็นระยะเวลาหนึ่งตามความเหมาะสม

สนใจโครงการดูรายละเอียดได้ที่

www.dip.go.th/nec หรือ สอบถามได้ที่ สำนักงานพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0-2202-4574, 0-2202-4553 โทรสาร : 0-2245-8890, 0-2245-8892 e-mail : nec@dip.go.th

www.dip.go.th/e-journal

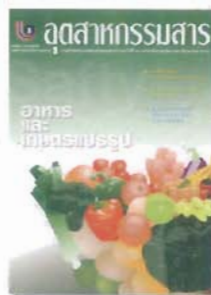
อ่านวารสารอุตสาหกรรมสารผ่านเว็บไซต์



เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2549



พื้นที่อุตสาหกรรมภาคใต้
เดือน มี.ค. - เม.ย. 2548



อาหาร และ เกษตรแปรรูป
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2548



วิทยาศาสตร์ชุมชน
เดือน ก.ค. - ส.ค. 2548



ธรรมาภิบาล
เดือน ก.ย. - พ.ย. 2548



ประเพณีท้องถิ่น
เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2548



หมู่บ้านอุตสาหกรรม
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2549



64 ปี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน มี.ค. - เม.ย. 2549



ชี้อ้างอิงอาชีพ
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2549



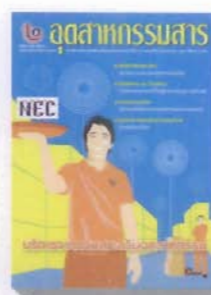
เสริมสร้างผู้ประกอบการดาว
พัฒนาเครื่องแต่งกายมุสลิม
เดือน ก.ค. - พ.ค. 2549



การออกแบบบรรจุภัณฑ์
หน่วยงานสนับสนุนบรรจุภัณฑ์
เดือน ก.ย. - พ.ค. 2549



โครงการสวนพระองค์ สวนจิตรลดา
เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2549



บริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน ม.ค. - ก.พ. 2550



บริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เดือน พ.ค. - มิ.ย. 2550



โลจิสติกส์ เพิ่มผลผลิตอุตสาหกรรม
เดือน มี.ค. - ก.พ. 2550



โอกาสและธุรกิจ ชนไทย
เดือน ก.ย. - พ.ค. 2550

วารสารอุตสาหกรรมสาร เป็นวารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 นับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่พิมพ์เผยแพร่ให้ความรู้มายาวนานที่สุดเล่มหนึ่ง

วารสารอุตสาหกรรมสาร มีความทันสมัยในเนื้อหาเสมอ ได้รับรวมเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและ SMEs โดยตรง แต่ละเล่มประกอบด้วยเนื้อหาด้านทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการขององค์กรต่างๆ การแนะนำเว็บไซต์ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม

สมัครเป็นสมาชิกวารสารอุตสาหกรรมสาร ได้ที่ :
บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร ฝ่ายประชาสัมพันธ์
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรสาร 0-2354-3299