



ISSN 025-8516

www.dip.go.th/e-journal

อุตสาหกรรมสาร

1

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปีที่ 50 ฉบับเดือนกันยายน-ตุลาคม 2550

โอกาสและธุรกิจ ขนมหไทย



CONTENTS

วารสารอุตสาหกรรมสาร ฉบับเดือนกันยายน - ตุลาคม 2550



- 4 Editor Talk
- 5 Interview :
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ผลักดันชนบทไทยสู่ตลาดโลก
- 7 Interview :
'รอยัล สวัสดิ์ (Royal Sawasdee)'
ผู้ทำขนมให้สวดด้วยบรรจุภัณฑ์
- 10 SMEs Profile :
'นพวรรณชนบทไทย' ชี้อากาศ
เจาะตลาดชนบทไทย ในต่างแดน
- 13 SMEs Profile :
'ชนบทไทยเก๋ๆ' จับชนบทไทยใส่กล่อง
เปิดเว็บไซต์ขยายตลาดแนวใหม่
- 15 SMEs Profile :
'ทองม้วนไทยพัฒนา' พัฒนารูปแบบ
และรสชาติขนมไทย สู่ระดับอินเตอร์
- 17 SMEs Profile :
'ปิยะบุษ นาคคง' สร้างอาชีพงานประดิษฐ์
ขนมจิ้ง ฝ้ายทอดฝีมือปากไว้ให้แผ่นดิน
- 19 SMEs Focus :
'เอสแอนด์พี' ขยายขนมไทยสู่สากล
ขายรสชาติคู่คุณภาพคลาสสิก
- 21 Product Design :
เพิ่มมูลค่าสินค้า ด้วยบรรจุภัณฑ์สวย
- 24 Special Report :
คุณทองแดงและลูกๆ
ที่มีชื่อเป็นชนบทไทยโบราณ 9 ชนิด

- 29 Report :
ประวัติความเป็นมาของขนมไทย
- 31 Report :
ขนมไทยในเทศกาลต่างๆ
- 33 Information :
น้ำตาลกับขนม
- 35 Information :
กลิ่นและสีขนมจากธรรมชาติ
- 37 Information :
ขนมเสริมราศี
- 38 Information :
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขนมไทย
- 40 Book Corner





ISSN 025-8516
www.dip.go.th/e-journal

อุตสาหกรรมสาร

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายปราโมทย์ วิทยาสุข
อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นายสมเกียรติ ภู่งงชัยฤทธิ์
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นางสาวกฤษณา รวยอาจิม
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นายสุรศิษฐ์ บุญญาภิสันท์
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
นางบุญเจือ วงษ์เกษม

เลขาธิการกรม

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร ทิมะพันธุ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เป็ลสันโมฬี

บรรณาธิการ

นายพิษณุชัย ประยูรหาญ

กองบรรณาธิการ

นายชูศักดิ์ เอกชน
นางสาวจงกลณี เขจรานนท์
นางสาวสายสัมพันธ์ จิรวุฒิกุล
นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์
นายวีระพล ผ่องสุภา
นายพีรพงษ์ จินดารักษ์
นางสาวสุปรียา ดิษฐปัญญา

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลศิญา ชุมศรี
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย
นายพัฒน์พงศ์ กอปรวัตรธรรม
นางสุรางค์ งามวงศ์

ฝ่ายภาพ

นายทวิวัฒน์ หล่องกุล
นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์
นายไตรรงค์ รักษาสุวรรณ
นางสาวโสภา ศรีสำราญ

ออกแบบปกโดย

นางสาวปาจริย์ สุชาภิรมย์

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

EDITOR TALK

ขมไทยขยับสภาวะ จากอารยธรรมสู่ระบบธุรกิจ

เราคู่กันเคยกับขมไทยมาตลอดชีวิต บางครั้งมองข้ามความสำคัญของขมไทยซึ่งสามารถบ่งบอกวัฒนธรรมของประเทศได้ โดยเฉพาะการใช้ขมในงานเทศกาลและงานบุญต่างๆ บ่งชี้ถึงอารยธรรมอันยาวนานของประเทศได้เป็นอย่างดี

ในประวัติศาสตร์มีหลักฐานซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับต่างชาติ โดยมีขมเป็นผลพวงของการติดต่อกับต่างประเทศด้วย ตัวอย่างเช่น ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ถือได้ว่าเป็นยุคทองของการทำขมไทย มีบันทึกจดหมายเหตุของฝรั่งเศสว่า การทำขมไทยสมัยสมเด็จพระนารายณ์ฯ เจริญรุ่งเรืองมาก มีชาวโปรตุเกสเข้ามาสอนชาววังทำขมหวาน โดยใช้ไข่ขาวกับไข่แดงเป็นส่วนผสมหลัก ขมที่สอนทำสมัยนั้นยังคงนิยมมาจนถึงสมัยนี้ ได้แก่ ขมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขมหม้อแกง รวมไปถึงขมทองโป่ง ขมทองพลุ ขมลำป้านี้ และขมไข่เต่า เป็นต้น

ปัจจุบัน ขมไทยหลายชนิดได้รับความนิยมถึงขั้นทำเป็นอุตสาหกรรมผลิตขมขายกันเป็นล่ำเป็นสัน บางชนิดได้รับการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบด้วยการแช่แข็งส่งออกนอก ขมไทยมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนหลากหลายมากขึ้น เพื่อยืดอายุขมให้เหมาะสมกับการจัดจำหน่ายทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

การขายขมไทยในวันนี้ ไม่ใช่เพียงแค่ธุรกิจ แต่เป็นการค้าขายที่แฝงด้วยอารยธรรมของประเทศ คณะผู้จัดทำวารสารอุตสาหกรรมสาร ขอเสนอเนื้อหาขมไทย เพื่อถ่ายทอดความภูมิใจสู่หนังสือเล่มนี้

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารฯ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากผู้ประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารฯ ไปตีพิมพ์เผยแพร่ควรแจ้งให้กองบรรณาธิการทราบ”



มบุญ จันทรประสิทธิ์

นับเป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้ประกอบการหลายราย โดยหนึ่งในด้านที่ดูแล ได้แก่ การให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนมไทย สำหรับ ‘มบุญ จันทรประสิทธิ์’ ผู้อำนวยการส่วนอุตสาหกรรมเกษตร ส่วนอุตสาหกรรมเกษตร สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขากรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

หนึ่งในเอกลักษณ์ของชนชาติไทย

ผอ.มบุญกล่าวว่า หากจะมองถึงภาพของขนมไทยในอดีตนั้น จะเป็นขนมพื้นบ้านหรือเป็นขนมที่มาจากในวัง โดยส่วนใหญ่จะเน้นความมีกลิ่นหอมของเทียนหอม มีการอบด้วยควันเทียน เป็นศาสตร์แห่งความหอมแบบโบราณ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของขนมไทยที่มีเพียงแค่ในประเทศไทยเท่านั้น

“ขนมไทยมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากรสชาติแล้วยังให้เรื่องของอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งเป็นความละเอียดอ่อนในการประณีตบรรจงในการประดิษฐ์ขึ้นขนม การประณีตสร้างสรรค์นั้นเกิดจากสัญชาตญาณที่ซึมอยู่ในสายเลือดของคนไทยที่คอมพิวเตอร์ไม่สามารถบันทึกได้”

หากถามว่าอะไรคือขนมไทย ลักษณะของขนมไทยนั้นจะบ่งบอกและแสดงออกถึงวัฒนธรรมของสังคมและความเป็นไทย ส่วนประกอบของขนมไทยนั้นมีหลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น แป้ง ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว กะทิ น้ำตาล ผัก ผลไม้ ซึ่งในปัจจุบันอาจจะมีการผลิตส่วนผสมส่วนประกอบจากตะวันตกมากขึ้น มีการใช้แป้งและไข่เข้ามาเป็นส่วนผสมในขนม

‘กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผลักดันขนมไทยสู่ตลาดโลก’

“เราต้องภูมิใจในข้อดีและความโดดเด่นที่เรามี ถ้าคนไทยรู้จักใช้กลยุทธ์รวมไปถึงมีความเข้าใจในการพัฒนา มีการเรียนรู้และการสื่อสารถึงข้อดีข้อเด่นของขนมไทยให้คนอื่นได้รู้จัก ตลอดจนรู้จักสื่อสารให้เขาเหล่านั้นได้รู้เหตุผลและความจำเป็นในการที่จะต้องซื้อ จะทำให้เราสามารถทำตลาดขนมไทยได้”

สำหรับข้อดีและข้อเด่นของขนมไทยนั้น มีหลากหลายซึ่งล้วนแสดงถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางโภชนาการที่มีครบทั้ง 5 หมู่ นับเป็นศาสตร์และศิลป์แสดง ความอ่อนช้อยและการประติประตอยบ่งบอกถึงภูมิปัญญาที่มีเฉพาะคนไทยเท่านั้น

ยุทธวิธีส่งเสริมการทำตลาด

แม้จะมีความโดดเด่นและยากที่จะหาใครเหมือน แต่ ผอ.มบุญกลับมองว่า ผู้ประกอบการคนไทยเองยังขาดการเรียนรู้ในการทำตลาดแบบเชิงลึก เรียกได้ว่าทำตลาดไม่เป็น ค่าขายไม่เป็น ซึ่งหากผู้ประกอบการต้องการที่จะทำตลาดได้ดีจะต้องมียุทธวิธีในการทำตลาด

หากลองลึกในรายละเอียดของยุทธวิธีในการทำตลาด ไม่ว่าจะเป็นการทำตลาดในประเทศหรือตลาดส่งออก สิ่งที่ต้องประกอบการจะต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีในการเก็บรักษาขนมให้อยู่ได้นาน ซึ่งอาจจะใช้วิธีการแช่แข็ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการใช้แบรนด์ที่สื่อถึงความเป็นไทย เป็นต้น

“แม้จะได้เปรียบในองค์ความรู้และการเป็นเจ้าของขนมไทย แต่คนไทยยังขาดการเรียนรู้ในเชิงลึกเป็นการเรียนรู้แค่สั้นๆ ค่าขายไม่เป็น ซึ่งการทำตลาดนั้นจะต้องเรียนรู้ให้ลึกในทุกๆ ด้าน รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ตเข้ามาเสริมจะส่งผลให้การทำตลาดง่ายขึ้น”

ช่วยเหลือผู้ประกอบการทุกด้าน

สำหรับการให้ความช่วยเหลือในส่วนของการส่งเสริมอุตสาหกรรมนั้น ผอ.มบุญกล่าวว่า ทางกรมฯ จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ในด้านของเทคโนโลยี GMP ด้านการผลิตในแบบมาตรฐานสากล รวมไปถึงการควบคุมจุลินทรีย์



นอกจากนี้ ยังมีการจุดประกายนำร่องต่อการผลิตภัณฑ์ ด้วยการนำเอาสมุนไพรไทยมาเป็นส่วนประกอบของขนมไทย เรียกว่าเป็นการประยุกต์ขนมไทยให้ร่วมสมัยมากขึ้น ตามกระแสนิยมในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งยังสามารถรับประทานได้ทุกวัน รวมทั้งมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น

“ยกตัวอย่าง ขนมทองม้วน ทางกรมฯ มีการประยุกต์ใหม่ โดยการนำมาพับ 3 เพื่อให้สามารถรับประทานแบบพอค้า และมีการนำมาเพิ่มส่วนผสมของดอกกุหลาบ เป็นการจุดประกายธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการซึ่งมีจำนวน 10 รายที่สามารถส่งออกทองม้วนไปยังหลายประเทศ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่นฮ่องกง แคนาดา เป็นต้น”

โอกาสธุรกิจขนมไทย

หากจะมองโอกาสธุรกิจขนมไทยนั้น ยังคงมีทิศทางที่สดใสสามารถออกสู่ตลาดโลกได้ไม่ยาก เนื่องจากในตลาดต่างประเทศ

ประเทศต่างให้ความยอมรับในตัวขนมไทย เห็นได้จากการไปแสดงงานนิทรรศการในต่างประเทศ ทั้งนี้ คงต้องขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการคนไทยเองที่จะต้องนำกลยุทธ์ต่างๆ ไปใช้ในการทำตลาด เพื่อเสริมจุดดีของขนมไทยที่มีอยู่แล้วให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

“เป็นการใช้ในทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ ยุทธวิธี ยุทธศาสตร์ โดยในส่วนของกรมฯ เอง ขณะนี้เรามีโปรเจกต์ที่จะผลิตแยมดอกกุหลาบ แยมดอกอัญชัน แยมชาใบหม่อน รวมไปถึงคุกกี้สมุนไพร ชিং ตะไคร้ กระเทียม หอมเจียว พริกไทยดำ เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่อยอดธุรกิจขนมไทยเพื่อการทำตลาดที่ง่ายขึ้น”

ที่ผ่านมา ผอ.มณูญ ให้คำปรึกษาและดูแลผู้ประกอบการ SMEs จำนวนกว่า 500 ราย ทั้งรายเล็กและรายใหญ่ โดยให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในทุกด้าน เพื่อเสริมสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่ง นี่คือการกิจอันสำคัญของผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้ประกอบการ *



มณูญ จันทรประสิทธิ์ ผู้อำนวยการส่วนอุตสาหกรรมเกษตร ส่วนอุตสาหกรรมเกษตร สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โทรศัพท์ 0-2367-8241-3, 0-2367-8025 โทรสาร 0-2381-5571, 0-2381-0757

ประวัติการศึกษา ปริญญาตรี บริหารธุรกิจสาขาทั่วไป มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประสบการณ์การทำงาน เป็นที่ปรึกษาและวิทยากรบรรยายให้องค์กรและหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน จัดทำโครงการและปฏิบัติ ตลอดทั้งดำเนินการเผยแพร่จนเป็นธุรกิจการส่งออก เช่น โครงการกระดาษสา ผ้าฝ้าย เซรามิก และกะลามะพร้าว จัดทำโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดครอบครัว โครงการยกระดับการลงทุนและการตลาดอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปอาหารและสมุนไพร ระดับครัวเรือนและระดับกลาง เสริมสร้างนักธุรกิจ SMEs อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งแผนการลงทุน การผลิต และการตลาด รวมทั้งเป็นอาจารย์สอนให้กับมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร สถาบันพระจอมเกล้าฯ



รอยัล สวัสดิ์ (Royal Sawasdee) พิทักษ์ขนมให้สวยด้วยบรรจุภัณฑ์

บริษัท อุตสาหกรรมขนมไทย ตั้งขึ้นเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2546 ตามมติของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเล็งเห็นว่ากลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจเกี่ยวกับขนมไทยมีศักยภาพที่จะสามารถผลิตสินค้าเพื่อส่งออกต่างประเทศได้ แต่ยังขาดการรวมกลุ่มและไม่มีคามเข้มแข็งพอ จึงได้ตั้งบริษัทแห่งนี้ขึ้นมาเพื่อพัฒนาวิสาหกิจเหล่านี้ให้มีความสามารถในการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศ

วัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งเพื่อเป็นองค์กรหลักในการจัดการ ส่งเสริม ผลิต และจำหน่ายขนมไทยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งเป็นองค์กรหลักในการประชาสัมพันธ์การบริโภคขนมไทย ด้วยวิสัยทัศน์ที่จะมุ่งมั่นพัฒนาขนมไทย เพื่อก้าวไกลในตลาดสากล

คุณพิรวัสส์ จาตุรงค์กุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท อุตสาหกรรมขนมไทย จำกัด กล่าวว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน (OTOP) มากกว่า 1,000 ราย จะคัดสรรจากความแข็งแกร่งและศักยภาพของแบรนด์อันดับหนึ่งและสองของตลาดแต่ละกลุ่ม และมาตรฐานระดับ 3-5 ดาว เพื่อให้คำปรึกษา แนะนำช่องทางการตลาด กลวิธีพัฒนาสินค้า

อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทก็ยังคงต้องสร้างโมเดลธุรกิจตลาดเพื่อให้เป็นตัวอย่างสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงตัวสินค้าควบคู่กันไปกับสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบที่สะดวกต่อการรับประทานรสชาติสาละนียม ลดความหวาน และหลากหลาย ตลอดจนโครงสร้างภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและโดดเด่น ผ่านตราสินค้า ‘รอยัล สวัสดิ์’

รายการสินค้ายอดนิยมนี่มียอดขายสูง ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ทองม้วน (Crispy Rools) 6 รส คือ รสช็อกโกแลต, รสต้นตำรับ, รสหมูหยอง, รสตั๋มยำกุ้ง, รสกล้วยหอม, รสทุเรียน 2) ผลไม้อบแห้ง (Crispy Dries Fruit) เหมือนกับได้ทานผลไม้สดๆ อายุของผลไม้อบแห้งสามารถอยู่ได้นานถึง 1 ปี มีด้วยกันทั้งหมด 4 รส คือ ทุเรียน มังคุด ลำไย เงาะ 3) มะขาม (Tamarind) คัดสรรจากเพชรบูรณ์ คงรสชาติดั้งเดิม และเพิ่มเติมอีก 3 รส คือ รสหวาน รสสไปซี่ และรสบ๊วย และ 4) ข้าวแต๋น (Khotan) จากกลุ่มแม่บ้านลำปาง หยิบรับประทานได้ง่ายเพราะมีขนาดพอคำ และยังสามารถดัดแปลงเป็นข้าวแต๋นหน้าคานาเปได้อย่างหลากหลายและเพิ่มอรรถรสด้วยรูปทรงต่างๆ อย่างวงแหวน มินิ 5) ถั่วเม็ดมะม่วงหิมพานต์อบเกลือ, ถั่วอบสมุนไพร, ปลาข้าวสารอบสมุนไพร, ปลาจิ้งจอกอบสมุนไพร และถั่วกรอบแก้ว (Snack)

นอกจากขนมแห้งแล้ว ยังมีขนมสด อาทิ ลูกชุบที่แก้ปัญหาอายุเก็บรักษาด้วยการแช่แข็งซึ่งมียอดขายสูงที่สุดคือ 4-5

‘Royal Sawasdee’ แบนด์ขนมไทยขบเคี้ยวที่ยกระดับเทียบชั้นอินเตอร์ไปแล้ว แต่ก็ยังต้องทำหน้าที่แกนหลักพนักก้าง SMEs และ OTOP ทั้งประเทศนับพันรายเพื่อหาหนทางกู้ชีวิต!?! โดยให้ความสำคัญกับ ‘บรรจุภัณฑ์’ ที่ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ‘ดีไซน์-แบรนด์ดิ้ง-มาร์เก็ตติ้ง’ เพื่อตราสินค้า ‘The Taste of Asia’ ก่อนก้าวสู่ตลาดโลก

แสนบาทต่อเดือน ในขณะที่หน้าร้านภายในท่าอากาศยานกรุงเทพมียอดขายรวมสูงสุดถึง 5.5 ล้านบาทเลยทีเดียว โดย Royal Sawasdee คือแบรนด์ของขนมไทย ที่สามารถตีตลาดได้ภายในเวลาเพียง 1 ปีครึ่ง ซึ่งยอดขายในปีแรกอยู่ที่ 12 ล้านบาท ส่วนปี 2548 อยู่ที่ 40 ล้านบาท และเฉพาะในเดือนธันวาคม 2548 นับว่าเติบโตสูงโดยมียอดขายรวมอยู่ที่ 4,018,750 บาท เฉลี่ยวันละ 129,637 บาท ซึ่งช่วงเวลาที่ถือว่าเป็นนาทีทองขายดีเป็นเทน้ำเทท่าจะอยู่ในช่วงปลายของวัน คิดเป็นร้อยละ 50 ของยอดขาย

ยึดหลักการตลาดแนวใหม่

ใช้บรรจุภัณฑ์ทดแทนผู้ผลิต

“ปัญหาปัจจุบันคือภาพลักษณ์ขนมไทย ต้องแสดงตัวคุณภาพออกมาให้เด่นชัด ซึ่งก็คือ กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นระบบ เน้นความสะอาด อิงกลิ่นและสีจากธรรมชาติที่เป็นจุดแข็งมาโปรโมท ตลอดจนการปกป้องตัวสินค้าภายในให้มีอายุยาวนานขึ้น (ถนอมอาหาร) เพื่อขึ้นเชิงทางการตลาดส่งออก”

ส่วนลักษณะภายนอกจะชนะใจลูกค้า ต้องใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้โดนใจสายตาต่างชาติ และกลุ่มลูกค้ายุคใหม่ เนื่องจากภาพลักษณ์เดิมๆ ที่บ้านเราอนุรักษ์และสืบทอดโดยไม่เปลี่ยนแปลง เกิดข้อดีคือ เราสามารถดึงขนมที่เผยแพร่จากชาวต่างชาติเก็บเอาไว้ได้ทั้งหมด ทำให้ประเทศไทย คือแหล่งที่มีขนมมารวมตัวกันมากที่สุดในโลก แต่ขณะเดียวกันอุปสรรคก็คือ เราถูกตีกรอบกระบวนการคิด ขาดการพัฒนาในรูปแบบให้ทันสมัยตามกระแสและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ฉะนั้น ทางออกจึงต้องแก้ไขใหม่ควบคู่กับการคงคุณลักษณะดี ๆ ที่เป็นอยู่เอาไว้

คุณพิรวัสส์กล่าวต่อว่า จุดสำเร็จของ ‘Royal Sawasdee’ คือการเป็นผู้นำตลาดแฟชั่นขนมด้วย ปรับกระบวนการทัพ เปลี่ยนความคิด เพื่อรู้ลักษณะสินค้าอย่างถ่องแท้ก่อนการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์

“เพราะความต่างทางวัฒนธรรมการกิน ลูกค้าต่างชาติเขาจะไม่รู้มาก่อนว่าของข้างในกล่องดีหรือมีคุณสมบัติเด่นยังไง ฉะนั้น การตัดสินใจซื้อ นอกจากเขาจะมีพื้นความรู้อยู่บ้างแล้ว จะคำนึงเรื่องราคาถูกหรือไม่ แต่ก่อนจะมองราคา การเลือกหยิบก็ต้องดูของที่สวย ดังนั้น จึงต้องให้แพ็คเกจจิ้งเป็นตัวพูดแทนเรา”

กุญแจแห่งความสำเร็จในการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริม Brand Value ประกอบด้วย 1) New เพิ่มความแปลกใหม่ สร้างความตื่นตาตื่นใจ และแตกต่าง มีความเป็นแฟชั่น เพราะผู้บริโภคมี Education และมีสื่อนัดจาด้านดึงดูด 2) Function รูปแบบการใช้งานต้องตรงกับประเภทสินค้า หมายรวมถึงมีสถานะเป็นสินค้าของขวัญ (Gift) ได้ และขั้นตอนการเก็บรักษา ต้องสามารถถนอมคุณค่าของสินค้าได้มากที่สุด

ผู้ใหญ่ ซึ่งจะพิจารณาที่คุณสมบัติสินค้า มองจะว่าขายใครก่อนเป็นสำคัญ

ปรับรสชาติเปลี่ยนทัศนคติ

เดินหน้ารถตลาดต่างประเทศ

คุณพีรพงศ์เล่าว่า ปัญหาของขนมไทยในปัจจุบัน ได้แก่ ราคา (Price) ที่จัดให้อยู่ในระดับพรีเมียม ทำให้ฐานลูกค้าเรากระจุกอยู่ระดับบนและต่างชาติ ตลอดจนช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ซึ่งสถานการณ์ที่แน่นอนในอดีต อย่างร้านค้าภายในท่าอากาศยานกรุงเทพ ซึ่งสามารถสร้างยอดขายได้สูงดังกล่าว และยังเปรียบเสมือน ‘Showcase’ เป็น



3) Fun สนุกสนาน มีลูกเล่นบนตัวกล่อง อย่าง Die-Cut รูปมือออกมาเพื่อสร้างกิจกรรมให้ลูกค้าขยับเล่นกับกล่องได้ หรือย่อขนาดลง ซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมในการซื้อของฝากชิ้นเล็กๆ แต่หลากหลาย

ขั้นตอนการออกแบบสินค้าจึงต้องเตอะตาให้เกิดพฤติกรรมซื้อในทันที (First Impressive) ตลอดจนการให้ข้อมูลทางโภชนาการ และภูมิหลังความเป็นมาของขนมดังกล่าว หรือเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี การท่องเที่ยวของไทย ให้สามารถเจาะใจลูกค้าต่างชาติที่ไม่คุ้นเคย

นอกจากนั้น ยังตอบย้ำว่า ‘บรรจุภัณฑ์’ จะช่วยเรื่องการตลาดได้อาทิ 1) เพิ่มคุณค่าสินค้าผ่านตัวการ์ตูนตัวอย่าง ‘Good Taste’ จะดีตราบนผลิตภัณฑ์ที่ถูกค่ากว่าร้อยละ 80 สั่งซื้อ รวมถึง 2) การสร้างแพ็คเกจจิ้งรองรับชนิดลูกอม อย่าง กล้วยกวน ถั่วอบแห้งต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้ตกได้เอง ภายใต้โปรเจกต์ ‘Sawasdee Thailand’ ที่ทำร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ 3) ใช้แบรนด์ดังใหม่ ‘Saweedas’ สลับตัวอักษรแบรนด์ใหม่สำหรับกลุ่มมะขามไว้เพื่อทำตลาดลูกค้าคนไทย เป็นต้น

คุณพีรพงศ์บอกว่า นอกจากนั้น ‘Royal Sawasdee’ ยังโดดเด่นเรื่องการจัดองค์ประกอบศิลปะระหว่างภาพกับตัวอักษรแล้ว ยังลงลึกในหลักการถนอมอาหารคงคุณสมบัติเดิมให้มีอายุยาวขึ้นซึ่งการใช้กระดาษเป็นวัสดุของแพ็คเกจจิ้ง มีข้อดีที่สามารถสั่งออเดอร์ชิ้นต่ำได้ แต่พลาสติกก็ขาดไม่ได้ เนื่องจากต้นทุนต่ำกว่า

ความพิเศษอีกประการหนึ่งที่จะสามารถต่อยอดแผนงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้แก่ข้อดีเรื่องการวิจัย (Research) มีห้อง Lab ในประเทศสำหรับทั้ง R & D และ C & D ไม่ใช่เพียงการสังเกต แต่พยายามนำเสนอตัวอย่างใหม่ๆ ออกไปเสมอ รวมทั้งแนวทางการพัฒนาสินค้าเพื่อกลุ่มเป้าหมายใหม่ อย่างเด็กวัยรุ่นจะมาจากต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนอง

ประตูทางการค้าสำหรับสินค้าขนมไทยที่จะเดินทางออกไปยังต่างประเทศง่ายขึ้น กลับถูกปิดทวงอย่างน่าเสียดายเมื่อยังไร้พื้นที่ขาย ณ สนามบินสุวรรณภูมิ

การปรับตัวของ ‘Royal Sawasdee’ คือ การกลับมามาตลาดในประเทศ เพื่อเป็นฐานกำลังกระตุ้นความต้องการของคนไทยจนเกิดการบอกต่ออีกครั้ง โดยขยายตราสินค้าเพื่อโอกาสแยกเทคนิคการค้าไม่ให้ซ้ำกัน หรือการตอบโต้กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างในแต่ละประเทศ ซึ่งนำมาสู่ดีไซน์บรรจุภัณฑ์ของ ‘เซย์ไฮ’ (Say Hi) ซึ่งเป็นการดัดแปลงจากต้นฉบับแบรนด์หลักให้สีลูกเล่นและสีสัน หวังกระตุ้นความต้องการกลุ่มเด็กๆ ส่วน ‘สมาย’ (Smile) เกิดมาเพื่อตอบสนองกลุ่มที่โตขึ้นอย่าง นักศึกษาและวัยทำงานกับทัศนคติที่เปลี่ยนมาบริโภคขนมไทยตามกระแส ‘ไทยนิยม’

ขณะเดียวกัน ก็มุ่งการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ อย่าง ไอศกรีม ขนมที่ทำจากสมุนไพรตามโปรเจกต์ Thai Herb เครื่องดื่มจากดอกไม้ เช่น ดอกบัว ดอกเข็ม หรือดอกดาหลา เป็นต้น เพื่อสร้างประเภทสินค้าเพิ่มเติม

ส่วนจุดจำหน่ายในประเทศก็ต้องเปลี่ยนแปลงด้วยการเพิ่มช่องทางค้าปลีกในศูนย์การค้ากระจายในห้างเทสโก้โลตัส และได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าไปในร้านค้าตามโรงแรมต่างๆ พร้อมมุ่งเดินหน้าขยายสาขา ซึ่งเปรียบตัวเองเป็นร้านขายของฝากประจำจังหวัดที่ดึง SMEs และ OTOP มารวมตัวกัน

คุณพีรพงศ์กล่าวว่า ได้วางวิธีการจัดสรรกลุ่มสมาชิกใหม่เพื่อโปรโมทตัวเอง ด้วยการตั้งคอร์เนอร์ New Entry เป็นเวลา 2 เดือน แล้วมาพิจารณายอดขายบวกกับผลการวิจัย ทั้งนี้ การดึงเอาข้อดีเรื่องข้อมูลวิจัยของร้านสวัสดิ์ที่จะสามารถคัดกรองสินค้าผู้ประกอบการที่จำหน่ายอยู่ก่อนแล้ว ก็ยังจะนำมาพิจารณาสินค้ารายใหม่ๆ บางตัวที่มีศักยภาพแต่ขาดโอกาสให้เข้ามาขายด้วยเช่นกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการตอบโจทย์ลูกค้าตัวเองได้ อีกทั้งยังตอบสนองผู้ผลิตทั้งหลายให้ได้ศึกษาเทคนิคการตลาด การยอมรับ ตระหนักในตราสินค้าของกลุ่ม มีการกระจายงาน มุ่งสู่การเป็นผู้ประกอบการที่สามารถสร้างแบรนด์ตัวเองได้ในท้ายที่สุด

กระนั้น ไม่ใช่เพียงย้อยู่ในประเทศเท่านั้น เพราะเริ่มมีการนำเข้ามากขึ้น และปัญหาที่ละเอียดไม่ได้ คือการแอบอ้างของต่างชาติที่ผลิตขนมของไทยเพื่อขายแข่ง ทำให้เราจะต้องเดินหน้ารุกตลาดต่างประเทศ โดย ‘Royal Sawasdee’ ยังคงหวังเจาะจุดขายในสุวรรณภูมิอยู่ ควบคู่ไปกับการเซ็นสัญญา เพื่อให้มีร้านค้าลงทุกสนามบินหลักๆ ตามประเทศต่างๆ

การผลิตสินค้าจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมต่างชาติแต่ละประเทศว่าชื่นชอบอย่างไร โดยลูกค้าส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 70 จะอยู่ในประเทศแถบเอเชีย ประกอบด้วย ประเทศจีน ญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ ไต้หวัน มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ซึ่งมีความต้องการสินค้าแบบดั้งเดิม (Original) และราคาเบา ส่วนอีกร้อยละ 20 จะเป็นประเทศในแถบตะวันตก อเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และชาวตะวันออกกลางที่มักต้องปรับรสชาติให้อ่อนลง เน้นที่รูปลักษณ์สินค้าทั้งภายในและภายนอกแบบพรีเมียม

ความน่าสนใจยังอยู่ที่การปรับกลยุทธ์เป็นฐานผู้ผลิต (OEM) และให้สื่อเรื่องวัฒนธรรมประเทศคู่ค้าทดแทน เสมือนซุ้บตัวใหม่แล้วส่งนอก ซึ่งอยู่ในช่วงทดสอบที่ประเทศบาห์เรน และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (เมืองดูไบ) *



บริษัท อุตสาหกรรมขนมไทย จำกัด
21 อาคารทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น 19 ถนนวิภาวดี-รังสิต
แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทรศัพท์
0-2278-8000 ต่อ 210 โทรสาร 0-2278- 8800 ต่อ 207
มือถือ 08-1754-3400 www.thaiconfection.com

นพวรรณขนมไทย

ใช้โอกาสเจาะตลาดขนมไทยในต่างแดน



“ไม่ว่าเศรษฐกิจของประเทศจะเป็นอย่างไร ขนมก็ยังขายได้เสมอ การผลิตขนมขายจึงเป็นธุรกิจที่สามารถอยู่รอดในทุกสถานการณ์ เพียงแค่ผู้ผลิตมีใจรักและทุ่มเทจริงๆ จึงจะประสบความสำเร็จได้”

นี่คือโอกาสการตลาดของขนมไทย ซึ่ง ‘อาจารย์นพวรรณ จงสุขสันติกุล’ ผู้เชี่ยวชาญด้านขนมและอาหารมานานกว่า 30 ปี และในฐานะเจ้าของ ร้าน ‘นพวรรณขนมไทย’ ผู้มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับถึงความอร่อยในรสชาติของขนมไทยนานาชนิด และเป็นผู้สร้างสรรค์ขนมไทยให้มีรูปลักษณะวิจิตรสวยงามเป็นที่ยอมรับในวงการขนมไทย นอกจากนี้ ยังเป็นผู้นุรักษ์ขนมไทยให้อยู่คู่สังคมไทยต่อไป รวมทั้งสร้างสรรค์ขนมไทยให้เป็นที่ยอมรับของชาวต่างประเทศ โดยมีโอกาสโชว์ฝีมือการทำขนมไทยให้ชาวต่างชาติชื่นชมมาแล้วหลายประเทศ

คุณแม่ผู้จุดประกาย-ถ่ายทอดวิชาขนมไทย

อาจารย์นพวรรณ จงสุขสันติกุล กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของร้านนพวรรณขนมไทย ซึ่งเริ่มต้นมาจากครอบครัว โดยเติบโตมาจากการเป็นลูกมือช่วยคุณแม่ทำอาหารไทยทั้งคาวและหวาน เรียกได้ว่าตั้งแต่ ป.3 ป.4 ก็ช่วยคุณแม่ขนข้าวเหนียวทำขนมแล้ว ดังนั้น จึงมีความเคยชินกับกระบวนการทำขนมจนไม่รู้สึกละอายหรือลำบาก แต่เป็นความสุข เป็นงานอดิเรกที่เราเลือกเพื่อที่จะทำให้คุณแม่มีรอยยิ้ม

“ทุกๆ ครั้งเวลาปิดเทอมเพื่อนๆ จะเตรียมโปรแกรมไปเที่ยวกัน แต่เราไม่เคย เราจะมีความรู้สึกว่าปิดเทอมแล้ว จะต้องขนข้าวเหนียวไปขาย วันหนึ่งขนหนึ่งถัง คือ 15 กิโลฯ ขนแล้วได้ 30 กิโลฯ ขายได้เท่าไร คิดอย่างนั้นมาตลอดตั้งแต่เด็ก เพราะฉะนั้น ทุกวันนี้ถึงแม้จะทำงานไม่หลับไม่นอน 24 ชั่วโมง หรือ 48 ชั่วโมง ก็มีความสุขก็ปกติ เพราะนั่นคือสิ่งที่ฝังตัวมาตั้งแต่เด็กๆ”

และเมื่อเติบโตขึ้น วิชาการทำขนมจึงติดตัวมาตลอด และสาเหตุที่เลือกทำขนม เพราะขนมอยู่ตรงไหนก็ขายได้ ขนมนั้นมิตรกับทุกคน ร้านอาหารขนมก็ขายได้ ร้านก๋วยเตี๋ยวขนมก็ขายได้ จะเป็นร้านอะไรก็ได้ ขนมวางขายได้หมด ดังนั้น เมื่อไปทำงานเป็นผู้บริหารโรงแรมที่พัทยา จึงใช้เวลาว่างช่วงเช้าให้เป็นประโยชน์ด้วยการทำขนมแล้วนำไปฝากเพื่อนๆ ที่ทำงานแบ่งกันและตามสถานที่ต่างๆ เมื่อชิมแล้วก็มีการสั่งซื้อจำนวนมาก ก็ใช้เวลาตอนกลางวันในการทำขนม พอตอนเช้าก่อนไปทำงานก็ขับรถไปส่งแล้วค่อยไปทำงาน

“เราเป็นฝ่ายผู้บริหารเข้างาน 9 โมง เลิก 5 โมง เพราะฉะนั้น งานเช้า 9 โมงเช้า เราขับรถจากบ้านไปที่ทำงานแค่ 5 นาที ซึ่ง 5 นาทีนี้ระหว่างทางเราทำขนมไปฝากขายให้เพื่อนๆ ก่อนเข้าทำงานเราก็เก็บได้แล้วพันทกว่าบาท และเราก็เข้ามาทำงานปกติ 8 โมงครึ่งก็ถึงออฟฟิศ เข้าไปนั่งพักเหนื่อยแป๊บหนึ่ง เริ่มงาน 9 โมงก็ไม่ได้ผิดระเบียบอะไร”

ปากต่อปากสร้างชื่อ ‘นพวรรณขนมไทย’

อาจารย์นพวรรณกล่าวว่า สำหรับร้านนพวรรณขนมไทยจุดเริ่มต้นอย่างเป็นจริงเป็นจังเกิดขึ้นตอนที่ลูกๆ ย้ายเข้ามาเรียนในกรุงเทพฯ จึงตามมาอยู่ด้วยเพื่อจะได้มีเวลาดูแล ที่นี้พอเข้าชั้นมาลูกๆ ไปโรงเรียนกัน แม่จะว่างและตอนนั้นก็ได้เซลล์ชวนชิมมาแล้วจากการที่ คุณชาย ทัศนศิริ สวัสดิวัตน์ มาสั่งขนมทาน คุณชายบอกว่าอร่อยหมดทุกอย่าง อย่างนั้นเอาป้ายเซลล์ชวนชิมไปเลยดีกว่า ก็บอกไปว่ายังไม่ได้ใช้ทำอะไร คุณชายบอกเอาไปเถอะเดี๋ยวสักวันก็ต้องได้ใช้ จนกระทั่งต้นปี 2541 มีโอกาสได้ไปเป็นอาจารย์สอนอาชีพให้ประชาชนที่มหาวิทยาลัยเกษตร - ศาสตร์ ก็มานึกได้ว่าเราไปสอนบ่อยๆ น่าจะมีลูกค้าขี้ลูกหลานใจ ยิ่งถ้ามีป้ายเซลล์ชวนชิมด้วยก็ยิ่งดีจึงเริ่มเห็นประโยชน์

“จากการเข้าไปสอนที่มหาวิทยาลัยเกษตรฯ ทำให้เราได้จับธุรกิจขนมไทยในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น เพราะนอกจากมาเรียนทำ อร่อยแล้วก็มาสั่ง และก็บอกปากต่อปากไปเรื่อย จนกระทั่งถูกคัดเข้าไปอยู่ในการอบรมเรื่องแฟรนไชส์ เพราะเขาเห็นขนมเราอร่อยและสวยดี วางขายที่ไหนฟรีก็คุ้มก็หมด ก็เลยเอาเข้าระบบแฟรนไชส์ตั้งแต่วันแรกๆ ก็อบรมไปเรื่อยๆ จนกระทั่งมาคัดอีกรอบหนึ่ง เป็นรอบแอตวอนซ์โปรแกรมไปต่างประเทศ เนื่องจากความรู้เดิมเราก็จบจากเมืองนอก ภาษาใช้ได้ ก็ไม่มีอุปสรรค แถมทำงานโรงแรมมา 30 ปี ฟรีเซ็นต์งานให้ต่างชาติก็เยอะ เมื่อรวมประกอบทุกอย่างแล้วสรุปว่าให้ภาครัฐช่วยดันเรา โกงอินเตอร์ดีที่สุดในเรื่องเข้าอบรมแอตวอนซ์โปรแกรม ได้เป็นหนึ่งในธุรกิจไม่กี่อย่างที่ได้อัตโนมัติขึ้น มา โดยเป็นธุรกิจขนมไทยเจ้าเดียวในโครงการนี้”

และการได้เข้ามาสัมผัสตรงนี้ เป็นจุดที่ทำให้เราไม่ได้ใส่ใจเรื่องการทำขนมวางขาย เรามีหน้าร้านแต่ไม่มีขนมวางขาย แต่มีมอเตอร์ไซด์ทุกวัน สั่งซื้อไปจัดงานต่างๆ จึงได้คิดว่าใครที่จะลงทุนธุรกิจขนม ขอย่างเดียวมีเพื่อนเยอะ ไม่ต้องมีร้านก็ได้ แค่มมีคนมาสั่งทำขนมก็อยู่ได้สบายแล้ว

‘ขนมมงคล 9-อาลวดอกกุหลาบ’ เอกลักษณ์ประจำร้าน

สำหรับขนมไทยที่เป็นจุดเด่นของร้านนพวรรณขนมไทย อาจารย์นพวรรณบอกว่าคือขนมมงคล 9 เป็นหลัก เพราะตามชื่อจริง ๆ ของนพวรรณ คือทองแก้ว เราก็เลยเจริญรุ่งเรืองกับขนมมงคลทั้ง 9 ได้แก่ จามรกุฎ เสน่ห์จันทร์ ทองเอก ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ฝอยเงิน เม็ดขนุน และขนมชั้น

นอกจากนี้ ยังมีขนมไทยที่เราคิดประดิษฐ์ขึ้นใหม่ให้มีรูปลักษณะสวยงามน่ารับประทาน เช่น อาลวดอกกุหลาบ ซึ่งได้รางวัลถ้วยพระราชทานจากสมเด็จพระพี่นางฯ เป็นรางวัลที่ภูมิใจที่สุด รวมทั้งนพวรรณขนมไทยยังเป็นรายแรกที่คิดในเรื่องการพัฒนาขนมเพื่อให้ผลงานออกไปสู่ระดับสากล เช่น นำขนมทองเอกมาทำเป็นดอกกุหลาบ ซึ่งหากไปเปิดดูหนังสือของททท. จะพบว่า ระบุไว้ชัดเจนว่าอาจารย์นพวรรณเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์นี้ จึงสามารถระบุได้เลยว่าอาลวดอกกุหลาบ และทองเอกดอกกุหลาบ นพวรรณขนมไทยเป็นผู้คิดค้นประดิษฐ์ขึ้นเป็นเจ้าแรก

ศึกษาวิธีการกิน โอกาสเจาะตลาดโกอินเตอร์

สำหรับโอกาสของขนมไทยในการโกอินเตอร์หรือการเจาะตลาดส่งออกต่างประเทศนั้น อาจารย์นพวรรณกล่าวว่า ถ้าพูดถึงตลาดต่างประเทศสำหรับขนมไทยเท่าที่ไปสัมผัส สิงคโปร์ ชอบขนมไทยมาก เนื่องจากเคยชินกับขนมประเภทแป้งเหมือนมาเลเซีย เพียงแต่ไม่ชอบรสหวานจัดมาก จึงนับเป็นตลาดที่ใช้ได้สำหรับขนมไทย หรืออย่างเวียดนามประเทศบ้านใกล้เรือนเคียงก็ชอบขนมที่ทำจากแป้ง ขนมไทยอย่างขนมเหนียว ถั่วแปบ จึงขายดิบขายดีที่นั่น ขณะที่ญี่ปุ่นจากประสบการณ์ที่เคยไปร่วมงานแสดงอาหารโดยนำฝอยทองกรอบไปจำหน่าย ปรากฏว่าทำไปประมาณ 10,000 ชิ้น ขายหมดเกลี้ยงในพริบตา ต้องไปทำสดๆ ที่นั่น ก็มีคนเข้าคิวรอซื้อยาวเหยียด

หรือประเทศยุโรป เช่นอิตาลีเป็นอีกประเทศที่ขนมไทยสามารถทำตลาดได้ โดยคนอิตาลีชอบของหวานมาก เพราะปกติจะรับประทานช็อกโกแลต ไอศกรีมเป็นหลัก รวมถึงนม เนย และแป้ง ดังนั้น ขนมไทยอย่างอาลัวที่ดัดแปลงใช้ส่วนผสมช็อกโกแลต คัสตาร์ด และใช้นมแทนกะทิเป็นที่ชื่นชอบของคนอิตาลีมาก รวมถึงวุ้นกะทิ และขนมกรุบกรอบอย่างขนมฝิง

“เท่าที่ไปสัมผัสตลาดต่างประเทศทุกที่พบว่า การเจาะตลาดเหล่านี้ เราต้องไม่ผิดธรรมชาติการกินของเขา อันดับแรกเลยต้องศึกษาลาดก่อนว่าชอบแบบไหน ต้องรู้ว่าขนมแบบไหนเหมาะกับประเทศใด หวานไปอาจขายไม่ได้ รสชาติต้องพอดีกับจริตของแต่ละชาติ”

‘ลูกซุบ’ ขนมไทยอนาคตสดใสตลาดต่างประเทศ

อาจารย์นพวรรณกล่าวว่า ขนมไทยที่วิเคราะห์ดูแล้วน่าจะมีโอกาสในการทำตลาดต่างประเทศได้ดี คือ ขนมลูกซุบ เพราะเป็นขนมไทยอีกหนึ่งชนิดที่ไม่ยากลำบากในการหาลูกค้า เพียงแต่จะหาอย่างไรให้เขาซื้อด้วยความน่ารัก และพอรับประทานแล้วติดใจ คือตอนซื้อยังไม่รู้ว่าอร่อยแต่ซื้อเพราะรูปร่างหน้าตาน่ารักน่าซื้อ แต่พอซื้อแล้วรับประทานแล้วต้องกลับมาซื้ออีก นั่นคือเทคนิคของร้านนพวรรณขนมไทยที่กำลังคิดค้นศึกษาอยู่ โดยเรากำลังคิดสูตรขนมลูกซุบที่ไม่ใช้สีจากสารสังเคราะห์ แต่ใช้สีจากธรรมชาติจากสีของดอกไม้ ส่วนรูปแบบก็จะเน้นผักและผลไม้ไทยเป็นหลัก ส่วนแพ็คเกจจิ้งก็จะทำเป็นกล่องที่ภายในแบ่งเป็นช่องสำหรับใส่ลูกซุบแต่ละชิ้นแบบเดียวกับกล่องใส่ช็อกโกแลต แต่ของเราพอเปิดกล่องมาเป็นขนมลูกซุบทั้งหมด เช่น พักทอง มะเขือเทศ พริก มะเขือยาว เป็นต้น โดยวิธีการส่งออกก็จะผลิตขนมสำเร็จเป็นชิ้นแล้วบรรจุใส่กล่องเพื่อแช่แข็งส่งไปยังตลาดปลายทางในลักษณะอาหารพร้อมรับประทาน โดยขนมของเราไม่ต้องนำไปทำอะไรอีกเพียงแค่นำออกจากตู้แช่แล้วปล่อยทิ้งไว้สักพักก็รับประทานได้โดยรสชาติความอร่อยเหมือนทำเสร็จใหม่ๆ ซึ่งขณะนี้มอเตอร์ไซด์เข้ามาแล้วจากที่แอนดี้ที่ ซูเปอร์มาร์เก็ตประเทศแคนาดา

กุมเก-ตังใจ ธุรกิจร้านขนมไทยโปรอด

อาจารย์นพวรรณกล่าวถึงอนาคตตลาดขนมไทยว่า ขนมก็ยังขายได้เสมอ การผลิตขนมขายจึงเป็นธุรกิจที่สามารถอยู่รอดได้ในทุกสถานการณ์ ผู้ผลิตต้องมีความตั้งใจ และใส่ใจกับงานมากกว่าขนมชนิดอื่น ต้องใช้ความละเอียดถี่ถ้วนและให้เวลากับขั้นตอนการทำขนมแต่ละชนิดมาก เพราะแต่ละขั้นตอนไม่สามารถปล่อยวางแล้วไปทำอย่างอื่น แล้วค่อยกลับมาได้ ขั้นตอนและวิธีการทำขนมไทยเป็นอะไรที่ทำแล้วต้องทำให้เสร็จค้างคาไม่ได้ ถ้าว่างมือแล้วเสียเลย นี่คือข้อบังคับของการทำธุรกิจขนมไทย ดังนั้น หากคิดจะทำธุรกิจนี้แทบจะต้องตัดขาดจากเรื่องส่วนตัว จะนัดใครไปไหนนานๆ ก็ยากลำบาก ยิ่งหากเปิดร้านเพื่อรับออเดอร์หรือให้ลูกค้าโทรฯ มาสั่ง เพราะไม่รู้ว่าลูกค้าจะโทรฯ มาสั่งขนมเวลาไหน เมื่อสั่งมาก็ต้องทำเลยไปไหนไม่ได้ ผู้ที่จะทำธุรกิจนี้จึงต้องทุ่มเทพอสมควร แต่รับรองได้ว่าเป็นธุรกิจมีโอกาสเจริญเติบโตได้ในทุกสภาพเศรษฐกิจ *





ร้านนพวรรณขนมไทย
88/9 ถนนเทศบาลสงเคราะห์ ประชานิเวศน์ 1
แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ 0-2591-5173
โทรสาร 0-2589-5759

ขนมไทยเก่าพี่น้อง จับขนมไทยใส่กล่อง เปิดเว็บไซต์ขยายตลาดแนวใหม่



ขนมไทย อีกหนึ่งเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมความเป็นไทย ยากที่จะมีชนชาติใดจะมาสร้างสรรคให้เสมอเหมือนได้ ซึ่งต่างชาตินิยมให้การยอมรับในรสชาติและความประณีตในการผลิต และหากจะมองผู้ที่ทำธุรกิจขนมไทยในบ้านเราแล้ว มีผู้ประกอบการหลายรายที่ผลิตและทำตลาดขนมไทย ซึ่งในแต่ละรายต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป

‘ขนมไทยเก่าพี่น้อง’ เชื่อว่าชื่อนี้หลายคนคงรู้จักกันดี ถึงความโดดเด่นของรสชาติและการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของขนมไทยตกทอดมาจากรุ่นแม่สู่รุ่นลูก ด้วยกรรมวิธี ขั้นตอนการผลิตที่ประณีตบรรจงและรักษามาตรฐานสูตรขนมแบบดั้งเดิมเอาไว้

เริ่มต้นจากร้านเล็กๆ

คุณกรกมล ลีลาธิรภัทร กรรมการผู้จัดการ บริษัท ขนมไทยเก่าพี่น้อง จำกัด หนึ่งในทายาทเล่าให้ฟังว่า ขนมไทยเก่าพี่น้องเริ่มต้นจากการเป็นธุรกิจครอบครัว โดยมีคุณแม่ (เจ๊ลิ้งฮวย) ซึ่งเป็นชาวจีนชานานแท้ เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงใหญ่ในการทำขนม ซึ่งในช่วงแรกนั้นเป็นการขายขนมหน้าบ้านย่านสะพานสูงเป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี ก่อนจะมีวิวัฒนาการกลายเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์ในปัจจุบัน

“คุณแม่จะตื่นขึ้นมาตั้งแต่เช้ามีด เตรียมของมูลข้าวเหนียว โดยมีลูกๆ มาช่วยคนกะทิ หยอดหน้า ผัดหน้ากึ่ง ทำให้ลูกๆ เหมือนได้ถูกฝึกการทำขนมไปในตัวตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็น การฝึกโบตอง หรือการทำข้าวต้มผัด ต้องฝึกกล้วยอย่างไรงี้จะได้ข้าวต้มผัดที่ออกมาหน้าตาสวย ขนมเทียนจะต้องห่ออย่างไรนมจึงจะสวย”

นอกจากขนมไทยจำพวก ข้าวเหนียวมูน ข้าวเหนียวหน้าต่างๆ ข้าวต้มผัด ขนมเทียน สังขยาฟักทองเป็นลูก ยังมีอาหารไทย ไม่ว่าจะเป็นขนมจีนน้ำยาปลาช่อน ห่อหมกหอยแมลงภู่วีโรตแซก แต่หากถามว่าอะไรที่ขึ้นชื่อลือชาและสร้างชื่อเสียงให้เห็นจะเป็น ข้าวเหนียวมูน ที่มูนจากกะทิสด เก็บไว้ค้างคืนแล้วไม่เสีย แม้ว่าราคาขายในขณะนั้นจะราคาโลกรั่มละ 24 บาท ซึ่งสูงกว่าร้านในละแวกเดียวกันที่ขายเพียงโลกรั่มละ 12 บาท แต่ก็ไม่ได้ทำให้จำนวนลูกค้าลดลงแม้แต่น้อย ขณะที่ปัจจุบันจะขายโลกรั่มละ 120 บาท

เคล็ดลับความอร่อย

“ข้าวเหนียวมูน ต้องเป็นข้าวเหนียวสดพันธุ์เขี้ยวจากลำปาง และใช้หวดดินในการนึ่ง ส่วนใบเตยที่ใส่ในน้ำต้มได้หวดดินจะทำให้ได้กลิ่นหอมของใบเตย ส่วนข้าวต้มผัด ถ้าทำจากข้าวเหนียวมูนที่เราเหลือจากขาย ก็สามารถทำได้แต่รสชาติจะไม่อร่อย ไม่เหมือนข้าวเหนียวดิบที่เอามาแช่แล้วผัดกับกะทิสด มันจะมีความเหนียวหวานมัน อร่อยกว่ากันเยอะ นี่ก็คือเคล็ดลับเฉพาะ ซึ่งเป็นการปลูกฝังจากคุณแม่ที่ให้เราได้ทำและเรียนรู้ไปด้วย”

ส่วนสูตรที่ใช้ทุกอย่างยังคงเดิมตั้งแต่รุ่นคุณแม่ เพียงแต่จะมีการวัดปริมาณที่แม่นยำมากขึ้น ต่างจากแต่เดิมที่อาศัยความชำนาญในการใช้หม้อ กะละมังในการชั่งตวงทำให้ได้ปริมาณที่ไม่แน่นอน ด้วยเหตุนี้จึงมีการจดสูตรเดิมที่คุณแม่ใช้และนำมาชั่งตวงให้ได้ปริมาณที่แน่นอน ซึ่ง 80 เปอร์เซ็นต์ จะเป็นสูตรดั้งเดิมที่ถอดมาจากคุณแม่ ส่วนอีก 20 เปอร์เซ็นต์ เป็นการดัดแปลงเอง และมีการใช้เครื่องชั่งดิจิตอลเข้าช่วย

รูปแบบการทำตลาด

จากการเริ่มต้นทำขนมขายหน้าบ้าน และใครต่อใครต่างพากันเรียกติดปากว่า ข้าวเหนียวมูนเจ๊ลิ้งฮวย หน้าวัดสะพานสูง ต่อมาในปี 2521 ได้ขยายกิจการมาเปิดร้านที่ท้องฟ้าการค้าเพื่อเกษตรกร หรือตลาด อ.ต.ก. และตั้งชื่อใหม่ว่า ‘ขนมไทยเก่าพี่น้อง’ ซึ่งแม้ว่าคุณแม่หรือเจ๊ลิ้งฮวยจะเสียชีวิตไปนาน 10 ปีแล้ว ปัจจุบันจาก 9 คนพี่น้อง เหลือเพียงแค่ 4 คน 2 ครอบครัวเท่านั้นที่ดูแลธุรกิจนี้

“มีขนมหลากหลายที่ลูกค้าติดใจในรสชาติและให้การยอมรับ ไม่ว่าจะเป็น ข้าวเหนียวหน้าต่างๆ ที่เราจัดใส่กระถง ตะโก้ที่มีไส้แห้ว เผือก สาकुข้าวโพด สาकु





มะพร้าวอ่อน มันสำปะหลัง ซึ่งเดี๋ยวนี้ใส่มันสำปะหลังหายาก ไม่ค่อยมีคนทำแล้ว นอกจากนี้ ยังมีลูกชุบ ทองหยิบ ทองหยอด รวมทั้งขนมไทยโบราณ เช่น ทองเอก จ๋ามงกุฏ เสน่ห์จันทร์ กระเช้าสีดา กลีบลำดวน ฯลฯ ที่มีการทำสดๆ ออกขายทุกวัน”

นอกจากร้านที่ อ.ต.ก. ยังมีการส่งไปยังลูกค้าใน กลุ่มสายการบิน โรงแรมระดับ 5 ดาว 80 แห่งในกรุงเทพฯ และลูกค้าในกลุ่มร้านอาหาร รวมทั้งยังมีช่องทางเว็บไซต์ที่รับจัดเลี้ยง การสั่งจองขนมสำหรับงานพิธีการต่างๆ เช่น การจัดขนมขันหมาก โดยลูกค้าที่ได้มาจะเป็นการบอกปากต่อปาก ถึงคุณภาพและบริการ

เมื่อธุรกิจมีการขยายตัว จึงต้องมีการสร้างโรงงานผลิตเพิ่มเพื่อรองรับลูกค้าในกลุ่มโรงแรมโดยเฉพาะ โดยในไลน์ผลิตจะมีการควบคุมความสะอาดด้านการแต่งกายของพนักงาน เครื่องมือที่ใช้จะเป็นสเตนเลสทั้งหมด มีการล้างและฉีดแอลกอฮอล์ และมีการเช็กลูกค้าเข้ามาดูระบบ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าให้ยอดขายการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น โดยทางโรงงานมีกำลังผลิตได้ 30,000-50,000 ชิ้นต่อวัน

จับขมไทยมาใส่กล่อง

ในส่วนขนมมันจะคงหน้าตาแบบดั้งเดิมไว้ แต่จะหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านรสชาติ เช่น ลดความหวานลงเพื่อให้ลูกค้าและผู้บริโภคปรับเปลี่ยนได้หลายขึ้น ส่วนสีสันทของขนมที่เข้มเกินไปอาจปรับให้สีสันทนทานมากยิ่งขึ้นโดยใช้สีธรรมชาติเข้ามาช่วย ส่วนบรรจุภัณฑ์ที่ห่อขนมยังคงเน้นกระทงใบตอง โดยบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ด้านนอกจะออกแบบเป็นกล่องมีลวดลายบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามคงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยไว้

“ถามว่าคิดอย่างไรถึงเอาขนมมาใส่กล่อง ซึ่งความจริงแล้วชอบใส่ใบตองมากกว่ามันจะดูสวยงามแต่ลูกค้าอาจจะมองเรื่องความสะดวกของใบตอง และเรายังมีข้อจำกัดด้านการเดินทาง เพราะปัจจุบันมีลูกค้าซื้อไปต่างประเทศ ดังนั้น รูปแบบของตัวกล่องต้องสามารถป้องกันไม่ให้ขนมและคงหน้าตาเดิมเอาไว้”

ขยายตลาดส่งออก

เมื่อสินค้าได้รับการตอบรับจากในประเทศ ด้วยศักยภาพของกำลังการผลิต จึงมองการขยายตลาดส่งออกและเป็นระยะเวลาประมาณ 1 ปีแล้วในการทำตลาดส่งออก ปัจจุบันมีการส่งออกไปยังประเทศออสเตรเลีย ซึ่งนิยม ขนมกล้วย ขนม

ฟักทอง ข้าวต้มมัด ส่วนตลาดจีนนิยมลูกชุบ ตลาดอเมริกันยมฝอยทอง ตลาดแคนาดานิยมลูกชุบ รวมไปถึงการส่งออกไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศด้วย

“ขนมไทยแม้จะมีอายุสั้นแต่สามารถทำตลาดส่งออกได้ ไม่ใช่แค่เพียงขนมอบแห้งเท่านั้น สำหรับขนมสดก็สามารถส่งออกได้ แต่สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือการหาวิธีในการส่งออกแล้วให้รสชาติและหน้าตาของขนมยังคงเดิม เราลองหลายวิธีมาก ก่อนส่งออกจะมีการเก็บสินค้านั้นไว้ในช่องฟรีซที่ 4-10 องศา หลังจากนั้นจะนำมาเว็บเพื่อดูว่า รสชาติและหน้าตาของขนมเปลี่ยนไปหรือไม่ รวมทั้งการใช้วิธีการผ่านความร้อน แล้วตั้งไว้ข้างนอกโดยไม่นำเข้าตู้เย็น จะเห็นว่า สีสันท กลิ่น เปลี่ยนไป”

ธุรกิจขนมไทยยังมีอนาคต

มองในอนาคตคาดว่าตลาดส่งออกน่าจะเติบโตได้ดี แต่สิ่งที่ต้องการคือการส่งเสริมจากภาครัฐในส่วนของผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาในด้านของ GMP ซึ่งหากมองในภาพรวมแล้วอุตสาหกรรมขนมไทยสามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้อีกมากและมีผู้ประกอบการขนมไทยหลายรายที่สามารถส่งออกได้เพียงแต่ยังขาดการส่งเสริมจากภาครัฐในการให้ความรู้ ตั้งแต่การจัดเก็บสินค้าก่อนส่งออก ในส่วนของผู้ประกอบการเองต้องให้ความสนใจในเรื่องของวัตถุดิบก่อนนำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศ เพราะวัตถุดิบนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ หากสินค้าไม่มีคุณภาพ ส่งผลให้ปิดกั้นโอกาสของผู้ประกอบการรายอื่นด้วย

ข้อดีเกี่ยวกับลูกค้าธุรกิจโดนบ

“สิ่งที่ทำธุรกิจเติบโตมาได้จนถึงทุกวันนี้เป็นเพราะความซื่อสัตย์ที่มีต่อลูกค้า สมมุติว่าสินค้าที่ส่งไปถึงมือลูกค้าแล้วพบว่าคุณภาพไม่เหมือนตอนที่ดูของตัวอย่าง เราต้องแสดงความรับผิดชอบทันที เช่น ข้าวต้มมัดใส่ฝอยทองที่ส่งไปในล็อตเดียวกัน อันหนึ่งเนื้อไม่ชุย ด้าน กับอีกอันหนึ่ง เนื้อชุย สีสวย เมื่อเราพบความผิดพลาดเราต้องรีบโทรฯ แจ้งลูกค้าว่าสินค้าล็อตนี้ไม่เต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ถึงจะลงเรือไปแล้วก็ตาม นี่คือการที่เราแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า”

ส่วนการบริหารงานกับลูกน้องนั้น ปัจจุบันมีพนักงานรวมทั้งสิ้น 130 คน ซึ่งเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นจะเป็นการร่วมกันแก้ไข ปัญหา ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในไลน์ผลิต หรือในส่วนของการสำนักงาน เพื่อให้เขาเหล่านั้นรู้สึกว่าได้แก้ปัญหานั้นเพียงคนเดียว*

บริษัท ขนบไทยเก๋าน้อง จำกัด

19, 26 ซอยโชติวัฒน์ ซอย 4 ถนนประชาชื่น

แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

โทรศัพท์ 0-2585-5313-4 โทรสาร 0-2959-3665

www.kaopeenong.com



สุกัญญา กิจสวัสดิ์

‘ทองม้วนไทยพัฒนา’ ขึ้นแท่นผู้ผลิตทองม้วนฉบับโกอินเตอร์เต็มสูบ อาศัยการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ด้วยการทุ่มเทพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา ให้มีขนาดกะทัดรัด และหลากหลายรสชาติตามเทรนด์ตลาด มากกว่า 30 รสชาติ กับคำนิยามศาสตร์โภชนาการ หลักการผลิตให้ตรงใจลูกค้าแถบเอเชีย

ในช่วงก่อนปี 2543 คนเมืองกาญจน์ต้องคุ้นชินกับห้างสรรพสินค้าแห่งแรกในจังหวัดกาญจนบุรี ‘Am Shopping Center’ ที่อยู่มาจนถึง 15 ปี แต่แล้วต้องมาปิดตัวลงหลังถูกห้างอินเตอร์เบียดชิงพื้นที่

อดีตเจ้าของพื้นที่ดังกล่าว คุณ **สุกัญญา กิจสวัสดิ์** มองเห็นโอกาสที่ยังไม่มีใครทำธุรกิจขนมทองม้วนอย่างเป็นรูปเป็นร่างและตั้งเป้าสร้างตราสินค้าจริงจัง จึงเริ่มสังเกตจากลูกค้าในประเทศเดิมๆ ที่เข้ามาถามไถ่ว่าร้านไหนทำขนมทองม้วนอร่อยบ้าง และยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น ซึ่งชอบรับประทานและมักจะหาซื้อกันครั้งละมากๆ จึงตัดสินใจลงมือในธุรกิจทองม้วน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ที่ตัวเองพอจะมีอยู่บ้าง และจากการจ้างผู้ที่มีฝีมือด้านขนมทองม้วนมาช่วย

จากคำพูดที่ว่า “คุณต้องทำขนม

ทองม้วน เพื่อการส่งออกให้ได้” ของอาจารย์มนูญ จันทร์ประสิทธิ์ ผู้อำนวยการส่วนอุตสาหกรรมเกษตร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นผู้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เมื่อครั้งเข้าขอรับคำปรึกษาจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กลายเป็นแรงผลักดันให้ ‘ทองม้วนไทยพัฒนา’ ต้องตั้งใจพัฒนา 4 รูปแบบ คือ 1. รูปแบบการผลิต 2. รสชาติหลากหลาย 3. ถูกสุขอนามัย มีคุณค่าทางโภชนาการ และ 4. สู่ลักษณะที่ดีในการผลิต เพื่อการพัฒนาการผลิตทองม้วนอย่างยั่งยืน

จะว่าไปแล้วคงไม่มีใครไม่รู้จักขนมขบเคี้ยวแบบไทยๆ อย่าง ‘ทองม้วน’ หลอดใหญ่ๆ และแตกหักง่ายก่อนจะรับประทานเข้าปากเสียอีก นี่คือจุดอ่อนที่ต้องแก้ไขเป็นประการแรก ด้วยวิธีการย่อส่วนให้เป็นหลอดเล็ก กะทัดรัด ยาวเพียง 5 เซนติเมตร พอดีคำสะดวกต่อการบริโภคโดยใช้ปริมาณทองม้วนเท่าเดิม ผ่านการม้วนเนื้อทองม้วนแน่น จำนวนชิ้นมากขึ้น ฉะนั้น เมื่อรับประทานก็จะกรอบ ไม่แตกหักง่ายเหมือนก่อน

“เพราะเราเห็นพฤติกรรมการบริโภคของต่างชาติ โดยเฉพาะชาวตะวันตกที่มีวิถีชีวิตง่ายๆ ไม่เน้นพิธีการ การรับประทานขนมมักนอนเล่น นั่งเล่น พร้อมกับรับประทานบนเตียง ทำให้การตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคง่ายขึ้นอีกชั้นหนึ่ง จากความคุ้นเคยกับขนมกรอบจากนม เนยเป็นทุน”

ทองม้วนไทยพัฒนา พัฒนารูปแบบและรสชาติขนมไทยสู่ระดับอินเตอร์



ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งพร้อมยืดอายุสินค้าเป็นสิ่งที่ไม่ได้เช่นกัน คุณสุกัญญา กิจสวัสดิ์ เจ้าของเครื่องหมายการค้า ‘ทองม้วนไทยพัฒนา’ กล่าวว่า เมื่อครั้งเก่าแพ็คเกจจึงเป็นเพียงถุงพลาสติกใส ที่ไม่สามารถขนส่งในปริมาณที่มากได้ เนื่องจากการซ้อนทับกันจะทำให้ขนมแตกไม่คงรูปสวย

เธอก็เลือกออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีทั้งกระป๋อง (can), กล่องกระดาษ, แบบดิลล์, กระปุกใส เกิดผลพลอยได้คือ สามารถขนส่งต่อเที่ยวได้ปริมาณมากขึ้น คือ ใน 1 ตู้คอนเทนเนอร์ สามารถบรรจุทองม้วนกระป๋องเพิ่มขึ้นมากกว่าหลายเท่าตัว ทำให้ลดต้นทุนเรื่องการขนส่งได้อีกทาง

แม้ต้นทุนบรรจุภัณฑ์จะสูงขึ้น แต่ก็สามารถเพิ่มราคาจากสินค้าห่อละ 10-20 บาท กลับมีราคาตั้งแต่ 35-100 บาท ขณะที่ยังมีแบบหุหุรา ที่ใช้กล่องผ้าไหมดีไซน์สวยสามารถเพิ่มราคาได้ถึงหลักพัน ซึ่งเป็นที่นิยมในช่วงเทศกาลของขวัญของฝาก

ความหวังจะยกระดับสินค้าให้น่าจับต้อง และพัฒนาเรื่อยมา ซึ่งปัจจุบันลูกค้าสามารถระบุได้ว่าต้องการแบบใด อย่างลูกค้าได้หวั่นจางให้เราเป็นผู้รับจ้างผลิตให้ในแบรนด์เขา และเราทำออกมาเป็นกล่องกึ่งพิเศษ ซึ่งในนั้นจะมีทองม้วน 1 ชิ้น ต่อ 1 ซอง

นิกรสไทยก็มีในทองม้วน

จุดยืนที่สองของ ‘ทองม้วนไทยพัฒนา’ คือ การพัฒนาผสมสูตรทองม้วนใหม่ ทั้งรสชาติ และส่วนผสมรสชาติดังกล่าวมีผลตามเทรนด์สุขภาพและถูก ‘ลิ้น’ ลูกค้าแต่ละประเทศ



จากรสชาติดั้งเดิม คือ หวาน และเค็มเท่านั้น ทำให้ปัจจุบัน ‘ทองม้วนไทยพัฒนา’ กลายเป็นตัวแทนของขนมไทยบ้านๆ ที่มีสีสัน เรื่องความหลากหลายของไส้และรสทองม้วน อาทิ ทองม้วนหมูหยอง ทองม้วนฝอยทอง ทองม้วนช็อกโกแลต ทองม้วนสมุนไพรร ทองม้วน ห่อสาหร่าย เป็นต้น ต่อมาได้เพิ่มสูตรให้มากขึ้นพร้อมการใส่ไส้ที่ แปลกใหม่ ตามกระแสนิยมของผู้บริโภค โดยแรกๆ มีไส้หมูหยองน้ำ พริกเผา และชาเขียว มาซูโรง แต่สูตรใหม่ที่เพิ่งทำออกมาอย่างกาแฟ คาปูชิโน และสตอเบอรี่ ก็ทำยอดขายในตลาดในภาคนี้ไม่น้อย

“เมื่อได้ไปทดลองตลาดด้วยการไปออกบูธตามแหล่งชุมชน ต่างๆ ก็ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในเวลาอันรวดเร็ว จึงได้คิดค้น สูตรใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง เช่น ทองม้วนช็อกโกแลต ที่ได้นำ ทองม้วนรสต้นตำรับมาชุบช็อกโกแลต เพื่อเจาะตลาดผู้บริโภคที่ชื่นชอบช็อกโกแลตที่มีมากมายหลากหลายเชื้อชาติ ทองม้วนหมูหยอง หวังเจาะตลาดเอเชียอย่างฮ่องกง สิงคโปร์ และจีน ทองม้วนฝอยทอง ที่ผสมผสานความกลมกลืนของขนมไทยที่เป็นที่นิยมสองชนิดเพื่อ สร้างเอกลักษณ์ใหม่ขึ้นมา และทองม้วนน้ำพริกเผา ซึ่งได้ผสมน้ำพริก เผือกเข้ากับทองม้วน สำหรับผู้ที่ชื่นชอบความเข้มข้นของรสชาติ เช่น ไทย จีน และฮ่องกง เป็นต้น”

ปัจจุบันทองม้วนไทยพัฒนามีกว่า 30 รสชาติแล้ว โดยมีความแตกต่างกันไป บ้างลดทอนส่วนผสม เพื่อให้เข้ากับรสนิยมที่ต่าง เช่น บางรสอาจผสมแป้งกับหัวกะทิเยอะ บางรสก็อาจลดปริมาณลง มา เรียกว่าเป็นสูตรเฉพาะของแต่ละรส เพื่อรองรับผู้บริโภคทุกชาติ ทุกโลก

สำหรับการยอมรับในตลาดต่างๆ คุณสุกัญญา กล่าวว่า ตลาดยุโรปต้องลดความหวานลง พวกเขาชอบรสชาติดั้งเดิม เช่น รสกระเทียมพริกไทย ผักชี รสชาเขียว และรสต้มยำกุ้ง แต่ต้องลด ความเผ็ดลง ซึ่งตลาดชาวยุโรปเป็นคนท้องถิ่นในประเทศนั้นๆ แต่ ตลาดอเมริกาชอบรสผลไม้ เช่น รสทุเรียน รสกล้วยหอม รสมะพร้าว และรสเผือก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตลาดคนไทยหรือคนเอเชียที่รู้จักสินค้า อยู่แล้ว สำหรับโซนเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ฮ่องกง ชอบไส้หมูหยอง เป็น ตลาดที่ตอบรับมากที่สุด

ส่วนวัตถุดิบทั้งหมดมาจากไทย ยกเว้นสาหร่ายที่นำเข้ามาจากประเทศจีน ซึ่งรสชาติในการนิยมนิยมบริโภคทองม้วนของผู้บริโภคในแต่ละชาติ จะมีความแตกต่างกันออกไป ส่วนกรรมวิธีการผลิตที่ไม่ใช้ สารปรุงแต่งรสชาติ หรือสารกันเสียก็ยังคงเดิม ตามแนวทางถูก สุขอนามัย มีคุณค่าทางโภชนาการที่วางไว้เบื้องต้น

และด้วยเหตุ ‘ทองม้วนไทยพัฒนา’ เป็นหนึ่งในโครงการ ร้านจำหน่ายสินค้าภูมิปัญญาไทย (DIP Village Products) ร้านค้า ลักษณะโฮวเฮย (DIP Shop) สำหรับขายผลิตภัณฑ์จากกลุ่ม SMEs เกษตรแปรรูป สมุนไพรรวมถึงเครื่องสำอางไทย ซึ่งเป็นบริการแผน ใหม่ด้วยกลยุทธ์ต่อการเสริมสร้างธุรกิจของชุมชน สังคม และระดับ ประเทศ ให้มีความเข้มแข็งทั้งการลงทุน การผลิต และการตลาด เป็น จุดขายและประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดการสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และวงจรธุรกิจ โดยการสั่งซื้อวัตถุดิบในท้องถิ่นและจังหวัด ใกล้เคียงที่ขึ้นชื่อในส่วนผสม เช่น มะพร้าว ก็ต้องทับสะแกเท่านั้น

เพราะเป็นแหล่งที่ได้ชื่อว่ามะพร้าวดีที่สุดของบ้านเรา พร้อมเพิ่ม อัตราจ้างพนักงานกว่า 120 คน ขยายกำลังการผลิตสูงถึง 500 กิโลกรัม หรือกว่าครึ่งตันต่อวัน รวมทั้งปรับค่าแรงให้สูงขึ้น เพื่อให้ พนักงานใส่ใจต่อเนื้องานที่ออกมา และรักษาคุณภาพของสินค้าได้ ดีมากขึ้น

ติดแบรนด์ขึ้นห้าง เปิดตลาดเอเชีย

ผู้จัดการทั่วไปทองม้วนไทยพัฒนาเล่าต่อว่า สัดส่วนการ ตลาดในประเทศร้อยละ 30 ได้มาจากหน้าร้านบนถนนแสงชูโต ซึ่งเป็นห้างเดิมนั้นได้ถูกกำหนดให้เป็นเสมือนโชว์เคส ยังมีการ กระจายออกไปเป็นสินค้าของฝากยังขึ้นวางหรืออย่างสยามพารากอน ดี เอ็มโพเรียม และร้านเซเว่นอีเลฟเว่น รวมถึงแหล่ง ทองเที่ยวสำคัญๆ ของไทย เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ซึ่งในอนาคต สินค้าของ ‘ทองม้วนไทยพัฒนา’ จะต้องสามารถหาซื้อได้ตามร้าน สะดวกซื้อ ตามห้างสรรพสินค้า และแหล่งชุมชนต่างๆ

ส่วนกำลังการผลิตส่งออกต่างชาตร้อยละ 70 ได้รับ อิทธิพลจากความมั่นใจในสินค้า ทำให้เธอกำลังจะเปิดตัวสินค้า ผ่านงานแสดงสินค้าที่จัดโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทั้งในและ ต่างประเทศ ซึ่งหลังจากเริ่มออกงานแสดงสินค้า เพียงปีกว่าๆ เธอ ก็ได้ลูกค้ารายใหญ่จากฮ่องกง และสิงคโปร์ แต่เป็นการรับจ้างผลิต ติดแบรนด์อื่น ปรับสูตรตามออเดอร์ แต่เราก็ได้พ่วงขายใน แปรนด์ ทองม้วนไทยพัฒนาสำหรับฮ่องกงไปด้วย และหลังจาก นั้นก็มีลูกค้าหลายๆ ประเทศสั่งซื้อเข้ามาเรื่อยๆ

“ตั้งแต่เราทำตลาดมา ก็มีออเดอร์เพิ่มขึ้นตลอด โดยใน ต่างประเทศ เรายังไม่ทำตลาดเองเพราะไม่มีความเชี่ยวชาญพอ เลยให้นักธุรกิจที่โน่นทำตลาดให้ ซึ่งยอดสั่งในรายใหม่ๆ ช่วง แรกๆ จะไม่เยอะ แต่ต่างชาติมีความถี่ในการสั่งซื้อ อย่างที่ได้หัวน ตอนแรกเขาสั่งไปประมาณ 3,000 กล่อง พอออเดอร์ที่ 2 เขาก็ สั่งเพิ่มเป็นอีกเท่าตัวเลย และขอทำสัญญาให้เราขายให้เขาเพียง เจ้าเดียวที่ได้หัวนเป็นเวลาถึง 2 ปี โดยปัจจุบันมีออเดอร์ส่งออก ไปทั้งญี่ปุ่น ที่เป็นบริษัทลักษณะเครือข่ายส่งให้ตัวแทนที่ อินโดนีเซียด้วย และได้หัวนเองก็เป็นตลาดใหญ่ และจีน ตลาด ใหม่ ส่วนฝั่งตะวันตกก็มีอเมริกา, เนเธอร์แลนด์, เบลเยียม, ฝรั่งเศส และอังกฤษ”

คุณสุกัญญา กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ตัวเองจะใช้วิธี เปิดเว็บไซต์แนะนำตัวเองอีกทางผ่าน www.snackthailand.com พร้อมสร้างภาพลักษณ์ผู้นำด้านขนมขบเคี้ยวไทยในการผลิต ผลิตภัณฑ์ขนมไทยอื่นๆ อาทิเช่น ขนมผิง โสมนัส ในแบรนด์ ‘สิน สยาม’ เพื่อต่อยอดธุรกิจออกไป โดยยังเน้นที่ความแตกต่างด้าน รสชาติ คุณภาพสินค้า และรูปลักษณ์ที่เป็นสากลนิยมขึ้น *

ทองม้วนไทยพัฒนา

284/53 ถนนแสงชูโต ตำบลบ้านเหนือ

อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 71000

โทรศัพท์ 0-3451-3505, 08-1735-1745, 08-1919-7179

โทรสาร 0-3451-1533 www.snackthailand.com



คงไม่มีใครปฏิเสธว่า
ไม่รู้จักหญิงสาวที่
ชื่อ “ปิยะนุช นาคคง”
ผู้มีความสามารถ
ในบทบาทนักพูดชื่อดัง

พิธีกรมากฝีมือ และตำแหน่งที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการ
กระทรวงวัฒนธรรม กายาภคนสำคัญของ อ.ดร.นิพนธ์
นาคคง บุคคลดีเด่นทางวัฒนธรรม ที่ถือเป็นปูชนียบุคคลทาง
ด้าน ‘ของจ๊ว’ ซึ่งปิยะนุชก็ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ทาง
ด้านงานปั้นของจ๊วมาจากการตลาดที่เรียกว่า ‘ลูกไม้หล่นไม่
ไกลต้น’ เพราะได้ซึมซับทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับงานฝีมือของ
จ๊วได้อย่างลงตัว

อันนี้...ความรักและความหลงใหลในกลิ่นอายของปั้นจ๊ว
เหล่านี้ทำให้ปิยะนุชภาคภูมิใจมากกว่าจะเป็นธุรกิจและการค้า
หากแต่ต้องการสร้างของปั้นจ๊วให้เป็นสมบัติแห่งแผ่นดิน โดยการ
สวมบทบาท ‘ครู’ ที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ของจ๊วให้กับคนไทยมากกว่า
30,000 คน ตลอดระยะเวลา 4 ปีเต็ม โดยไม่หวังค่าเล่าเรียน
แม้แต่บาทเดียว เพียงเพื่อต้องการให้ของจ๊วกลายเป็นอาชีพให้กับ
คนไทยได้มีรายได้และหล่อเลี้ยงชีพให้กับแผ่นดิน

ของจ๊วในปัจจุบันสามารถสร้างชื่อให้กับประเทศไทย จาก
การส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ ทั้งยุโรป อเมริกา เอเชีย และ
ล่าสุดเตรียมรุกไปยังตลาดตะวันออกกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
บาห์เรน ซึ่งปิยะนุช นาคคง ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์ของจ๊วแห่ง
ประเทศไทย ที่ตั้งอยู่ที่เดียวกับพิพิธภัณฑ์เด็ก จตุจักร กรุงเทพฯ ได้
ให้สัมภาษณ์ถึงตลาดของจ๊วแห่งใหม่ว่า

‘ของจ๊ว’ สร้างอาชีพหล่อเลี้ยงคนไทย

ปีนี้จะเน้นไปยังตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น โดยเฉพาะ
อย่างยิ่งบาห์เรน เรามีการพูดคุยและเจรจาเรื่องธุรกิจเรียบร้อยแล้ว
ซึ่งเขาก็ทิ้งมากที่คนไทยมีฝีมือที่ประณีตและงดงาม สามารถ
ถ่ายทอดของจริงย่อยส่วนให้มีขนาดจ๊วเหมือนจริง และหากตลาด
บาห์เรนเปิดยอมรับสินค้าเราให้เข้าไปจำหน่าย ก็จะเป็นผลดีกับ
ผู้ประกอบการงานปั้นจ๊ว เพราะเป็นการช่วยสร้างตลาดใหม่ๆ ให้
เกิดขึ้น สร้างรายได้และชื่อเสียงให้ประเทศ

ปิยะนุช นาคคง สร้างอาชีพ งานประดิษฐ์ ‘บนมจ๊ว’ ถ่ายทอดฝีมือปากไวให้แผ่นดิน

ปัจจุบันมูลค่าตลาดรวมของจ๊วทั่วประเทศอยู่ที่ประมาณ
500 ล้านบาท มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะความ
ต้องการในตลาดต่างประเทศมีสูง ผิดกับตลาดในประเทศที่มีความ
ต้องการอยู่ในเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่กำลังซื้อสูง
เนื่องจากของจ๊วมีราคาแพงตั้งแต่หลักร้อยไปถึงหลักแสน แล้วแต่ชิ้น
งานว่ามีขนาดเล็กมากแค่ไหน ใช้วัสดุอะไร และย่อยส่วนจากของจริง
ได้เหมือนมากแค่ไหน เรียกได้ว่ายิ่งเล็กยิ่งแพง เพราะการทำจะ
ยากขึ้นตามไปด้วย

งานประดิษฐ์ของจ๊วมักจะได้เปรียบงานศิลปะอื่นๆ หลาย
แขนงเนื่องจากต้นทุนไม่สูง ใช้พื้นที่ในการทำน้อย ประกอบกับของ
จ๊วสามารถเป็นธุรกิจสำหรับคนว่างงานหรืออยากใช้เวลาว่างให้เกิด
ประโยชน์ได้โดยมีการเปิดสอนตั้งแต่เด็กเล็กขึ้นไปจนถึงผู้ใหญ่ ซึ่ง
จุดนี้จะเป็นการเผยแพร่ตลาดของจ๊วได้มากขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งใน
อนาคตอาจจะกลายเป็นธุรกิจส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับประเทศได้
อย่างมาก

ของจ๊ว ไม่ใช่ของเล่น แต่เป็นของจริงที่ย่อขนาดลงมาโดย
ใช้วัสดุจริงในการทำ ส่วนของที่สามารถเสื่อมสลายได้อย่างอาหาร
หรือขนม ก็จะต้องใช้วัสดุทดแทนอย่างดินวิทยาศาสตร์ เมื่อแห้งจะ
แข็งตัวเหมือนพลาสติก สามารถผสมสีได้ทุกเฉด ซึ่งสีที่เราเลือกใช้
จะเป็นสีผสมอาหาร เนื่องจากอยู่กับเด็กๆ เป็นส่วนมาก เพราะแบ่ง
ขนมปังที่แต่ก่อนนิยมใช้กันนั้น พอเวลาผ่านไปนานเข้าก็จะคืนตัวได้
อีกทั้งมีตัวมอดที่จะเป็นอุปสรรคในการเก็บรักษา

ส่วนรูปแบบของจ๊วมีมากมายและหลากหลาย เรียกได้ว่า
ทุกอย่างที่เป็นของจริงที่ย่อขนาดลงมาโดยใช้วัสดุจริงในการทำ ไม่
ว่าจะเป็นของสะสม และของที่สร้างขึ้นมาเอง อย่าง เบเกอร์ อาหาร
กระทง มีมุมให้เด็กๆ ได้ลองปั้น เป็นการฝึกทักษะในการใช้มือ โดย
จะเริ่มจากของง่ายๆ อย่างขนมโดนัท และผักที่พวกเขารู้จัก เช่น
แครอท ส่วนผู้ใหญ่ที่สนใจและรักในของจ๊ว ที่นี้เขาก็เปิดสอน มีให้
เลือกเรียนถึง 99 แบบ ราคาแบบละ 99 บาท

ปัจจุบันการปั้นของจ๊วมีการพัฒนาไปมาก นอกจากรูปแบบ
ที่เปลี่ยนไปเรื่อยเพื่อหลีกเลี่ยงคนที่มาลอกเลียนแบบแล้ว ยัง
ได้มีการนำเทคนิคเข้ามาช่วย เพื่อให้งานดูมีชีวิตและเหมือนจริงมาก
ขึ้น และเพิ่มสีสันให้งานของจ๊วดูน่าสนใจ และยังสามารถเรียกลูกค้า
ได้ โดยงานปั้นของจ๊วจะมีงานตัวอื่นมาประกอบด้วย เช่น งานไม้
งานแก้ว หล่อเรซิน และงานพิมพ์จากคอมพิวเตอร์กราฟิก เพื่อให้
ชิ้นงานดูแตกต่างกว่าคู่แข่ง และสร้างความน่าสนใจให้กับลูกค้า



สวมบทพิธีเซ็นเตอร์ ‘ของจิว’

คอร์สในการสอนทำของจิวนั้นมาจากการเดินสายสอนปั้นของจิว หรือเรียกว่าพิพิธภัณฑ์ของจิวสัญจร โดยขณะนั้นมีวัตถุประสงค์ในการทำโครงการ ‘ของจิวสัญจร’ เพื่อปลุกกระตือรือร้นและสร้างกระแสให้ทุกคนตระหนักถึงคุณค่าของพิพิธภัณฑ์ ตระหนักถึงความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อบอกให้ทุกคนรู้ว่ายังมีพิพิธภัณฑ์มากมายทั่วประเทศที่รอคอยการมาเยือนของผู้ชมอยู่อย่างมีความหวัง และนำออกสัญจรไปให้ประชาชนในหลายเขตพื้นที่ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดได้ชมกัน

ปัจจุบัน ครูปิยะนุชได้กลายเป็นโลโก้หรือพิธีเซ็นเตอร์ของ ‘ของจิว’ ไปแล้ว ใครที่เคยเรียนมาก็จะนำรูปของปิยะนุช นาคคง ไปติดเพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพของสินค้าของจิว ซึ่งมีการสัญจรแต่ละปี 12 ครั้ง 12 แห่งในระยะเวลาปีครึ่ง ซึ่งเดินสายมาแล้วรวม 4 ปีเต็ม ซึ่งมาครั้งนี้เราก็มีการเดินสายจัดโครงการ ‘ของจิวสัญจร’ น้อยลง

เพราะหันมาเน้นความสำคัญที่พิพิธภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ที่เดียวกับพิพิธภัณฑ์เด็กเป็นหลัก เพราะการสร้างพิพิธภัณฑ์ขึ้นใหม่ไม่ได้หวังรายได้เท่าไร แต่สิ่งที่จะได้กลับมาสำหรับนักท่องเที่ยวคือความตื่นตาตื่นใจ และผู้ที่ต้องการประดิษฐ์ของจิวเป็นอาชีพจะมีการเปิดสอนหน้าพิพิธภัณฑ์ เพราะปัจจุบันตัวเองก็มีส่วนของจิวส่งออกยังตลาดต่างประเทศที่สร้างรายได้ให้ได้มากพอสมควร

ทั้งนี้ การปลุกกระแสตลาดของจิวให้คนไทยมีความตื่นตัวมากขึ้นกว่านี้ จะต้องมีการหันมาทำการตลาด การประชาสัมพันธ์ผลงานกับกิจกรรมที่ต่อเนื่อง เพราะในอดีตการประดิษฐ์ของจิวขาดการประชาสัมพันธ์ ต่างคนต่างทำ เป็นงานหัตถกรรมหรือศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลมากกว่า

อย่างพิพิธภัณฑ์ของจิวสัญจร สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนามตามจารึกในหิรัญบัฏ มา ส่วนกลุ่มเป้าหมายก็จะเป็นคนที่มีการศึกษา มีรสนิยม และมีกำลังซื้อเยอะ

“ดิฉันเข้าใจว่าของจิวในยุคนี้น่าจะเป็นของเล่นของผู้สูงอายุ ที่เมื่อสมัยยังเป็นเด็กไม่มีโอกาสได้เล่นของเล่น ของจิวจึงเป็นเหมือนการเติมความสุขในช่วงวัยเด็กที่ขาดหายไป”

ด้านในพิพิธภัณฑ์ของจิว จัดเป็นห้องแสดงจำนวน 30 กว่าห้อง อาทิ พิพิธภัณฑ์ของจิว, ห้องของเส็กที่สุดในโลก, ห้องพันธุ์ปลาในท้องทะเลไทยทุกชนิดจิว, วิถีชีวิตไทยจิว, ขนมจิว, งานลอยกระทงจิว, งานวิถีไทยกับใบตองจิว, อาหารไทยจิว, ครั้วไทยสมัยอดีตจิว, กว๊านเดียวหาบโบราณมาสู่ร้านกัวยเดียวจิว, ห้องเครื่องจักสานจิว พืชผัก ผลไม้ไทย ที่ปรากฏอยู่ในการละเล่นจ้าวผลไม้ไทย ห้องครัวฝรั่งจิว และห้องอาหารญี่ปุ่นจิว เป็นต้น

นอกจากจะมีของจิวสวยๆ โชว์อยู่กว่า 36 ตู้แล้ว ยังมีกิจกรรมให้ลองๆ ได้ร่วมสนุกกันอีกเพียบ ไม่ว่าจะเป็นการทดลองปั้นขนม ปั้นเบเกอรี่ ปั้นไอศกรีม ปั้นผัก ปั้นผลไม้ การแข่งตอบปัญหาเรื่องแหล่งเรียนรู้ และพิพิธภัณฑ์ในเมืองไทย ซึ่งรางวัลของจิว ชมการสาธิตประดิษฐ์ของจิว จากแชมป์ของจิวแห่งประเทศไทย รวมทั้งกิจกรรมอันแสนอบอุ่นระหว่างครอบครัว อย่างการช่วยกันสร้างบ้านแสนอบอุ่น ที่มีทั้งโต๊ะ เก้าอี้ เตียงนอน ตู้ ขนาดจิวต่างๆ

ปี 2548 ที่ผ่านมา จัดสัญจรของจิว โดยไฮไลท์ของงาน ‘คนรักของจิว’ ในป็นี่อยู่ที่ผลงานชุด ‘ACTION FIGURE’ ซึ่งเป็นหุ่นประดิษฐ์จิวเหมือนจริงเลียนแบบคนดัง อาทิ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร, ภราดร ศรีชาพันธุ์, ธงชัย แมคอินไตย์, ตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง ‘สุริโยทัย’ ฯลฯ รวมถึงหุ่นคนดังของโลกอีกมากมาย ที่มีขนาดอัตราส่วน 1:8 และสามารถขยับเปลี่ยนท่าทำได้ถึง 37 ท่า ซึ่งนับเป็นพัฒนาการของเล่นที่ขยับทำได้มากที่สุดในโลกอีกด้วย

ทั้งนี้ ภายในงานนอกจากผู้ชมจะได้เพลิดเพลินไปกับงานจิว และกิจกรรมต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็น นิทรรศการสุดยอดฝีมือช่างของจิวแห่งสยาม การสาธิตการประดิษฐ์ของจิวฝีมือแชมป์ของประเทศ และนักประดิษฐ์ชั้นแนวหน้าของไทย ปี 2542-2546 และในอนาคตอันใกล้ก็จะสร้างพิพิธภัณฑ์ของจิวให้มีชื่อเสียงทั่วโลก และเพื่อเป็นผลพวงในการผลักดันธุรกิจของจิวไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลกเช่นเดียวกัน

ปิยะนุชเล่าต่อว่า จากการไปดูงานทางด้านพิพิธภัณฑ์ที่ประเทศอังกฤษเมื่อช่วงเดือนมิถุนายน 2550 ที่ผ่านมา ได้รับความรู้และข้อมูลต่างๆ ในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ทุกพิพิธภัณฑ์ที่ไม่ใช่แค่เฉพาะของจิวให้เกิดประโยชน์กับคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการจัดการในพิพิธภัณฑ์ให้มีความระบอบมากขึ้น เนื่องจากในประเทศอังกฤษ พิพิธภัณฑ์ British Museum มีอักษรเบลล์สำหรับคนตาบอด มีทางลาดสำหรับผู้พิการ และมีลิฟต์บริการ รวมไปถึงจะเปิดให้เข้าฟรี เพราะรายได้พิพิธภัณฑ์จะมาจาก 2 ทางเท่านั้น คือ มาจากร้านอาหาร กาแฟ และขนมในพิพิธภัณฑ์ และร้านจำหน่ายของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์

“เราจะนำระบบการจัดการเหล่านี้ มาปรับใช้กับพิพิธภัณฑ์จิวและพิพิธภัณฑ์ทุกแห่งของไทยที่มีกว่า 700 แห่งได้เข้าสู่ระบบการจัดการลักษณะนี้เพื่อทำให้พิพิธภัณฑ์ของคนไทยเป็นระบบมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพยายามสร้างกระแสให้คนไทยเข้าพิพิธภัณฑ์ ให้รู้จักการเรียนรู้และศึกษามรดกชาติอย่างลึกซึ้ง และเข้าใจประวัติศาสตร์ชาติไทยอย่างถ่องแท้” *

ปิยะนุช นาคคง บริษัท สือวัฒนธรรม จำกัด
56 ซอยทิศใต้ ถนนสุขุมวิท 51
แขวง/เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
โทรศัพท์ 0-2277-2676

‘ขนมไทย’ อยู่คู่กับวิถีชีวิตของคนไทยมา ยาวนานนับศตวรรษ วิวัฒนาการของขนมไทยจึง เกิดขึ้นมาโดยตลอดตามยุคสมัย ถูกถ่ายทอดออกมาเป็นรูปลักษณะของขนม รสชาติ หรือแม้แต่สูตรผสมที่ทำให้ขนมมีรสชาติที่แตกต่างกันออกไป เรียกได้ว่าขนมไทย เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการดำรงชีวิตของคนไทย เพราะมีอิทธิพลต่อ วัฒนธรรมการกินของคนไทยชนิดแยกกันไม่ออกมาตั้งแต่โบราณแล้ว ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีขนมของชาติตะวันตกเข้ามา มี อิทธิพลอย่างมากก็ตาม

แม้ขนมไทยจะสูญหายไปจากความนิยมในสังคมไทยไปบ้าง แต่ก็ยังมีคนไทยอีกจำนวนไม่น้อยเลยที่ยังชื่นชอบขนมไทยอีกเป็นจำนวนมาก เพราะ ‘ขนมไทย’ ยังคงสามารถสร้างสีสันด้วยรสชาติหอมหวานอยู่ใน วัฒนธรรมไทย กระทั่งทุกวันนี้เราจะเห็นผู้ประกอบการขนมไทยจำนวนมาก ทั้งร้านขนาดเล็ก ขนาดกลาง และร้านที่มีแบรนด์จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำ...เหล่านี้เป็นตัวสะท้อนให้เกิดภาคอุตสาหกรรมนี้ขึ้นใน ประเทศไทย

ตลาดขนมไทยที่ขึ้นชื่อมีอยู่หลายแห่งด้วยกันเมื่อเราเดินไปตาม ตลาดทุกแห่งทั่วประเทศก็มีขนมไทยวางขายอยู่ให้เห็นเกลื่อนตาเต็มไปหมด ไม่ว่าจะเป็น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมชั้น ขนมเบื้อง ขนม น้ำดอกไม้ ทองม้วน ก็ยังคงความเป็นขนมยอดฮิตของคนไทยอยู่มาก ทำให้ผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่มองเห็น โอกาสของตลาดขนมไทย จึงพัฒนาความคิดและไอเดียในการสร้างแบรนด์ขึ้นมาเพื่อให้ลูกค้าได้จดจำตราสินค้าของตัวเองได้ง่ายขึ้น บางราย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เรื่องของรูปลักษณะ รสชาติ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่นแบบเฉพาะของตัวเอง

ธุรกิจขนมไทยจึงเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจอย่างยิ่ง จากการ ลงพื้นที่สำรวจตลาดขนมไทยในสไตล์โมเดิร์นเทรดและร้านค้าทั่วไป พบว่ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะตามห้างสรรพสินค้ามีการ เปิดบูธขายขนมจำนวนมากขึ้น ผู้บริโภคยังนิยมซื้อขนมไทยกลับไป รับประทาน และเป็นของฝาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเทศกาลสำคัญ ‘ขนม ไทย’ จะขายดิบขายดี การปรับเปลี่ยนรสชาติและรูปลักษณะของขนมไทย ให้เข้ากับรสนิยมของตลาดยุคนี้ ทำให้ธุรกิจขนมไทยขยายตัวและเติบโต อย่างเงิบๆ ผู้ประกอบการหลายรายสามารถขยายการผลิตส่งขนมไทย ออกไปต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ

อุตสาหกรรมการผลิตขนมไทย ทุกวันนี้มีเพียงไม่กี่แบรนด์ที่ ประสบความสำเร็จ และแจ้งเกิดแบรนด์ได้จนกระทั่งครองใจผู้บริโภคอย่าง เหนียวแน่น ไม่ว่าจะเป็น ขนมบ้านอัยการ, นพวรรณทองม้วนสด, แบรนด์ ‘รอยัล สวิสดี’ ของบริษัท อุตสาหกรรมขนมไทย จำกัด ก็ประกาศชัยชนะ ในการเป็นผู้นำธุรกิจขนมไทยเป็นอันดับต้นๆ ของเมืองไทย กระทั่งสร้าง ชื่อในระดับอินเตอร์ได้เป็นผลสำเร็จ

เอสแอนด์พี ขยายขนมไทยสู่สากล ขายรสชาติคุณภาพคลาสสิก

ยักษ์ใหญ่เบเกอรี่เมืองไทย อย่าง ‘เอสแอนด์พี (S&P)’ ภายใต้การดำเนินงานของบริษัท เอส แอนด์ พี ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) และกลุ่มบริษัทในเครือ ประกอบธุรกิจร้านอาหารและร้านเบเกอรี่ รวมทั้งจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อเอสแอนด์พี ก็ลงมาจับกระแสความ เป็นไทยถ่ายทอดออกมาเป็นรูปลักษณะของขนมบรรจุภัณฑ์ และนำมาตกแต่งเบเกอรี่ให้มีความผสมผสานตะวันตกและ ตะวันออกได้อย่างลงตัว

ในที่นี้จึงได้หยิบยกแบรนด์ ‘เอสแอนด์พี’ ที่ถือเป็นผู้นำทางความคิด และไอเดียในการทำตลาดรวมถึงมี กิจกรรมกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยเราจะเห็นว่าทุกวัน พุธจะมีการจัดโปรโมชันให้กับผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าในราคา พิเศษภายในจุดจำหน่ายของเอสแอนด์พีในห้างสรรพสินค้า ซึ่งเราๆ ท่านๆ คงจะคุ้นเคยกันดี



และหากหลายคนจำกันได้ เมื่อช่วงปี 2549 ที่ ผ่านมา เอสแอนด์พีก็ได้มีการจัดนิทรรศการขนมไทยร่วม สมัยเป็นครั้งแรกชื่อ ‘Simply Thai Delicacies Exhibition’ ใช้พื้นที่ถึง 200 ตารางเมตร ถ่ายทอดเรื่องราวอย่างเรียบง่าย มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับขนมไทยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์แบบใหม่ๆ รวมถึงวัตถุดิบที่นำมาทำขนม ใน พื้นที่ของศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ นอกจากนี้ ยังมีขนม ไทยร่วมสมัยที่เอสแอนด์พีกำลังจะนำออกสู่ตลาดเพื่อขยาย โลกสินค้าอย่างจริงจัง โดยใช้ชื่อแบรนด์ ‘Simplythai’



เราจะเห็นว่าขนมไทยมีวางขายอยู่ในเอสแอนด์ฟิมา นานแล้วนับ 10 ปี แต่ในความรู้สึกของลูกค้ายองเอสแอนด์ฟิเป็น อินเทอร์เน็ตมีการวางจำหน่ายสินค้าที่เป็นกลุ่มเบเกอรี่ และ ขนมเค้ก ซึ่งครั้งนี้เอสแอนด์ฟิต้องการจะย้ายภาพลักษณ์ความเป็น แบรินด์ของคนไทยอย่างแท้จริง เอสแอนด์ฟิประสบความสำเร็จ อย่างยิ่งทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ไปสร้างชื่อเสียงให้ กับประเทศไทยได้รู้จักอาหารไทย ขนมไทย ซึ่งจากการที่เราได้ รวบรวมเอาข้อมูลจากเว็บไซต์ของ www.snpfood.com

พบว่าร้านอาหารในต่างประเทศ **บริษัท เอส แอนด์ ฟิ โกลเบิล จำกัด** เป็นผู้บริหารร้านอาหารสาขาของเอสแอนด์ฟิใน ต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีอยู่ 18 สาขา ภายใต้อชื่อต่างๆ ดังนี้ Patara Fine Thai Cuisine เป็นร้านอาหารไทยร่วมสมัยเจาะกลุ่ม ลูกค้ายกระดับบน โดยเน้นความประณีตในการนำเสนอ รสชาติของ อาหาร การให้บริการ ตลอดจนรูปแบบการตกแต่งร้าน อาหาร ของร้าน 'Patara' มีรสชาติที่คงเอกลักษณ์ของอาหารไทยแท้ๆ ถึง แม้จะเป็นร้านอาหารที่ให้บริการแก่ลูกค้าชาวต่างชาติ

ในปี 2548 ร้านอาหาร Patara สาขาลอนดอน ได้รับ รางวัล PM Award 2005 (Prime Minister's Export Award 2005) ด้าน Best Service Provider ทั้งยังได้รับคำชื่นชม และ การโหวตจากนิตยสารชั้นนำต่างๆ ว่าเป็นร้านอาหารไทยที่ดีที่สุด ในกรุงลอนดอน

Siam Kitchen เป็นร้านอาหารไทยแบบเรียบง่ายใน สิงคโปร์ เน้นอาหารจานเดียว ทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่จะอยู่ตามห้างสรรพสินค้าในแหล่งชุมชน เพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย การ ตกแต่งร้านใช้รูปแบบทันสมัย แต่แฝงความเป็นไทยด้วยวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ สยามคิทเชนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และได้รับ ความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งทางร้านได้รับเครื่องหมายรับรอง ฮาลาล (Halal) ทำให้สามารถให้บริการลูกค้าชาวมุสลิมที่มีอยู่ เป็นจำนวนมากในสิงคโปร์

Thai เป็นร้านอาหารไทยแนวร่วมสมัยอยู่ในกรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เน้นเมนูอาหารไทยผสมตะวันตก ตกแต่ง ร้านในแนวทรูหรา เจือกลิ่นอายความเป็นไทยด้วยวัสดุตกแต่ง

Patio เป็นร้านอาหารฝรั่งร่วมสมัยในบรรยากาศสบายๆ เน้นอาหารตะวันตกที่คัดสรรแล้ว โดยมีเมนูอาหารไทยบาง รายการซึ่งเป็นที่ยอมรับของชาวต่างประเทศ ตกแต่งร้านในแบบ เรียบง่าย และใช้วัสดุตกแต่งร้านจากประเทศไทยเพื่อแสดง เอกลักษณ์ของความเป็นไทย

เมื่อเห็นอย่างนี้แล้วนักภาคภูมิใจในความเป็นบริษัทของ ไทยอย่างแท้จริงในการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยเรา นับเป็น กรณีศึกษาตัวอย่างในการผลักดันธุรกิจให้เติบโตสู่สายตาชาวโลก ไม่เพียงเท่านั้น ตลาดในประเทศที่กำลังได้รับความนิยมเมื่อหันไป ทางไหนคนสมัยใหม่ก็จะเร่งรีบกับเวลา ทำให้อาหารสำเร็จรูปแช่ แช็งกลายเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคทุกวันนี่

โดยเฉพาะอย่างยิ่งขนมไทยที่ทำเป็น Frozen หรือขนม หวานสำเร็จรูปแช่แช็ง แบรินด์ '**ควิกมีล**' (Quick Meal) ที่มีวาง จำหน่ายในร้านไฮเปอร์มาร์เก็ตทั่วประเทศ อาทิ สาครถั่วดำ, บัวลอยน้ำขิง, ขนมปลากุริ, บัวลอยเผือก, รวมมิตรกะทิสด, โอนี่ แป๊ะก๊วย, ข้าวเหนียวทุเรียน, ครองแครงกะทิสด เป็นต้น นับว่า เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี เพราะไม่ต้องใช้ เวลามาก และยังสะดวก รวดเร็วในการรับประทานอีกด้วย

ด้วยแนวคิดการทำตลาดของเอสแอนด์ฟิจึงไม่น่าแปลก ใจที่สามารถแจ้งความสำเร็จให้เป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาคนไทย และชาวต่างชาติได้รู้จัก 'ความเป็นไทย' 'อาหารไทย' และ 'ขนม ไทย' ถ่ายทอดลงในสูตรอาหารไทย และขนมไทยที่มีรสชาติและ เอกลักษณ์เฉพาะที่ยากหาตัวจับได้ รวมถึงการสานต่อเรื่อง กิจกรรมทางการตลาดที่มาจากความเป็นแบรนด์ของคนไทย จึง เข้าใจพฤติกรรมความต้องการของคนไทยอย่างแท้จริง อันหมาย รวมไปถึงชาวต่างชาติว่าชื่นชอบอะไร รสชาติแบบไหน เพราะ ความ 'เข้าใจ' ในการผสมผสานวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก ได้อย่างลงตัว *



เพิ่มมูลค่าสินค้า ด้วยบรรจุภัณฑ์สวย

การจัดจำหน่ายสินค้าแทบทุกชนิดในปัจจุบัน นอกจากตัวสินค้าต้องมีคุณภาพเป็นที่ต้องการตรงกับที่ผู้บริโภคต้องการแล้ว อีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ก็คือบรรจุภัณฑ์ ที่ห่อหุ้มสินค้าเหล่านั้นไว้ เพราะรูปลักษณ์ภายนอกเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสามารถจับต้องได้ก่อนที่จะสัมผัสสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน

ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงนับเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ จึงมีผลงานที่รับผิดชอบสนับสนุนผู้ประกอบการในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ ส่วนบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งที่ผ่านมาได้มีผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จมากมาย

คุณพฤษชาติ ชีวะโอสถ หัวหน้างานออกแบบและเทคโนโลยี ส่วนบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) บรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับห่อหุ้มเพื่อปกป้องตัวสินค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าไปพร้อมกันด้วยในการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ และ 2) บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสำหรับช่วยเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการขนส่งสินค้าจากแหล่งซื้อไปสู่การใช้งานของผู้บริโภคอย่างปลอดภัยและประหยัดค่าใช้จ่าย

โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวทางที่กล่าวมานี้ มีผู้ประกอบการหลายรายที่ขอรับการสนับสนุนจากส่วนบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จึงได้นำผลงานบางส่วนมานำเสนอเพื่อให้เห็นถึงแนวคิดและประโยชน์จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าแก่ตัวสินค้า

1. กล่องบรรจุข้าวกล้องสด ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีเรียลเทค คอร์ปอเรชั่น จำกัด ที่มาขอรับบริการโดยระบุว่าข้าวกล้องสดที่ผลิตได้มีคุณสมบัติพิเศษ คือ ผ่านกระบวนการสีข้าวโดยไม่สูญเสียวิตามิน จึงต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุในปริมาณพอเหมาะสำหรับการรับประทานใหม่ครั้งเดียวเมื่อแกะกล่อง บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจึงยึดแนวคิดบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย โดยชูจุดเด่นรูป ‘ดอกข้าว’ ซึ่งเป็นส่วนที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงมาแสดงไว้บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อให้ผู้บริโภคถึงแหล่งที่มาของข้าวกล้องสดคุณภาพสูง และเน้นความเป็นไทยไปพร้อมกันด้วย เพราะผู้ผลิตต้องการส่งสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศ

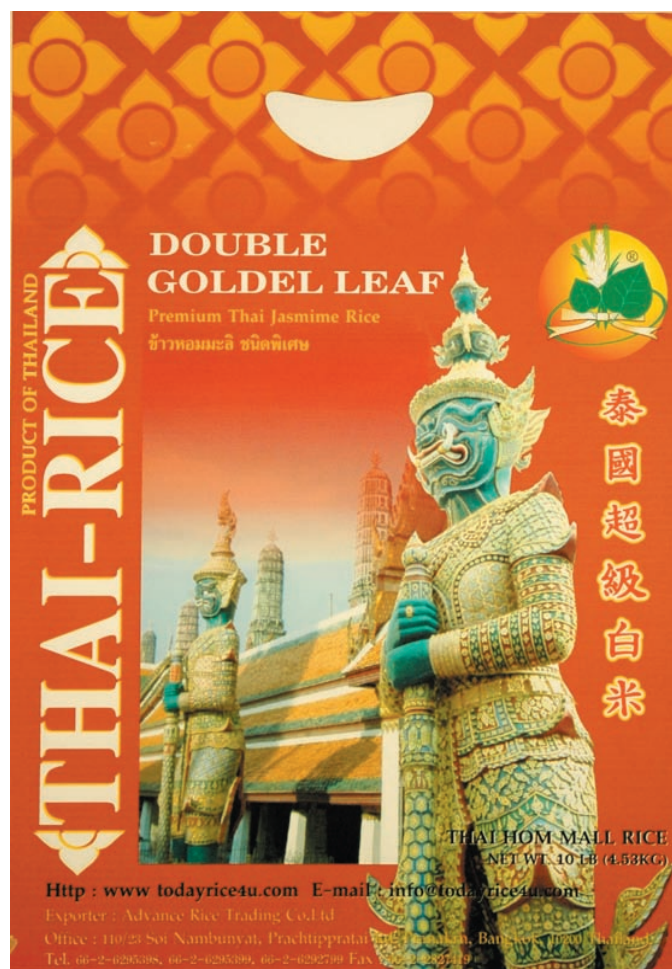
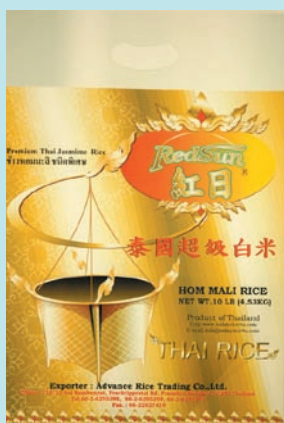


2. กล่องบรรจุชาอูหลง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาอูหลงดอยปางกีด อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่ จัดจำหน่ายโดยบริษัท ไฮ-คอมเทรดดิ้ง จำกัด แนวคิดในการออกเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มลูกค้าระดับบน โดยวางจำหน่ายภายในบริเวณสนามบินเชียงใหม่ และศูนย์การค้า การออกแบบจึงเน้นความสวยงามแบบสากลและประโยชน์ใช้สอยที่สะดวกในการพกพา รูปแบบจึงเป็นลักษณะกล่องใหญ่ที่ภายในบรรจุกล่องเล็กที่ใส่ใบชาอูหลงพร้อมสำหรับการบริโภค



3. ถุงบรรจุข้าวหอมมะลิ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท แอดวานซ์ ไรท์เทรดดิ้ง จำกัด ผู้ผลิตและส่งออกข้าวหอมมะลิไปจำหน่ายต่างประเทศ ผลงานชิ้นนี้เป็นกรออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายที่ประสบความสำเร็จสูงสุด ซึ่งถูกใช้เป็นกรณีตัวอย่างในการเผยแพร่งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะผู้ประกอบการนำชิ้นงานที่ออกแบบลวดลายและโลโก้ข้างถุงที่มีเอกลักษณ์ไปบรรจุข้าวหอมมะลิส่งจำหน่าย ปรากฏว่าช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ตัวสินค้าอย่างมหาศาล โดยปีแรกมีกำไรสุทธิ 70 ล้านบาท ปีที่สอง 150 ล้านบาท ปีที่สาม 300 ล้านบาท และปีนี้เป็นปีที่สี่ มีเป้าหมายกำไรสุทธิ 450 ล้านบาท

ทั้งนี้ เนื่องจากข้าวหอมมะลิที่บรรจุอยู่ภายในทุกบริษัทที่ส่งออกจำหน่ายมีคุณภาพสินค้าทัดเทียมกันหมด แต่ข้าวหอมมะลิของบริษัท แอดวานซ์ ไรท์เทรดดิ้ง มีความแตกต่างที่บรรจุภัณฑ์สวยงามทำให้ช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น สร้างแรงจูงใจให้เป็นที่ต้องการมากขึ้น



4. กล่องบรรจุขนมปังชีสเชคไส้สับปะรด ตรา ‘เกาะหลัก’ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ บรรจุภัณฑ์ชิ้นนี้เป็นบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายสำหรับการซื้อเพื่อเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยวัตถุประสงค์ของการออกแบบ คือ เมื่อวางไว้ในร้านจะดูสวยงามสะดุดตาเห็นชวนให้น่าซื้อ และเมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อแล้วสามารถหิ้วไปเป็นของฝากได้อย่างสะดวก



5. บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แก้วเป่า สินค้ากลุ่มชาวบ้าน จังหวัดสมุทรปราการ เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง โดยได้แนวคิดจากประเทศญี่ปุ่นแล้วนำมาประยุกต์ใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในประเทศทำให้มีต้นทุนถูกกว่าต่างประเทศมาก โดยใช้พลาสติกใสที่ปกติใช้ห่อผลไม้มาตัดเย็บแล้วติดกระดาษแล้วนำมาประกบกับตัวสินค้าให้กลายเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ขนส่งเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์แก้วเป่าได้อย่างสะดวกและรักษาสภาพสินค้าให้ปลอดภัยไม่แตกหักระหว่างการขนส่ง ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งสินค้าได้หลายลักษณะทั้งสินค้าขนาดใหญ่ชิ้นเดียว หรือสินค้าขนาดเล็กที่บรรจุรวมกันในกล่องเดียวเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งเพียงครั้งเดียว *



ส่วนบรรจุภัณฑ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ชอยตรีมิตร ถนนพระรามที่ 4 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0-2367-8191, 0-2367-8185

คุณทองแดงและลูกๆ ที่มีชื่อเป็นขนมไทยโบราณ 9 ชนิด

คุณทองแดง เป็นสุนัขทรงเลี้ยงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่องราวของคุณทองแดงสร้างความรู้สึกอบอุ่นและประทับใจให้แก่ชาวไทยทั้งประเทศ โดยเฉพาะความเฉลียวฉลาด ชื่อสัตย์ และกตัญญูของคุณยิ่งนัก คุณทองแดงเป็นสุนัขที่มีสันมาคารวะ และมีกิริยามารยาทเรียบร้อย เจียมเนื้อ เจียมตัว รู้จักที่ต่ำที่สูง เวลาเฝ้าฯ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จะนั่งต่ำกว่าเสมอ แม้จะทรงดึงตัวขึ้นมากอด คุณทองแดงก็จะทรุดตัวลงหมอบกับพื้น นอกจากความกตัญญูต่อผู้มีพระคุณแล้ว คุณทองแดงยังสั่งสอนลูกๆ ให้มีระเบียบอีกด้วย อย่างเช่น เวลาเฝ้าฯ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ลูกบางตัวจะจับพระกรแบบอยากเล่นด้วย พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจะรับสั่งว่า “ทองแดง มาจัดการหน่อย” คุณทองแดงจะตรงเข้าจับขาลูก ลากตัวออกไป แล้วส่งเสียงขู่ และจับปากเป็นเชิงปรามจนลูกร้องเอ็งยอมแพ้ จะทำเช่นนี้กับลูกทุกตัวที่แตกแถว

เรื่องราวเกี่ยวกับคุณทองแดงและลูกๆ ถูกถ่ายทอดผ่านหนังสือพระราชนิพนธ์เรื่อง ‘ทองแดง’ ทำให้เกิดกระแสความนิยมชมชอบคุณทองแดงไปทั่วบ้านทั่วเมือง แม้แต่ชื่อลูกๆ ของคุณทองแดง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงตั้งชื่อทั้ง 9 ตัว เป็นชื่อขนมโบราณที่มีคำว่า ‘ทอง’ นำหน้าทั้งหมด ได้แก่ ทองเอก ทองชมพูนุท ทองม้วน ทองกัฒ ทองพลุ ทองหิบบ ทองหยอด ทองอัฐ ทองนพคุณ

นอกจากกระแสนิยมชมชอบคุณทองแดงแล้ว ต่อมาเกิดกระแสการตื่นตัวในวงการขนมไทย มีการอนุรักษ์และฟื้นฟูขนมไทยตามชื่อลูกๆ ของคุณทองแดง ปรากฏว่าขนมไทยบางชนิดเกือบสูญหายไปจากสังคมไทย และมีอีกหลายชนิดที่คนรุ่นหลังเริ่มไม่รู้จักแล้ว วารสารอุตสาหกรรมสารเล่มนี้ ขอนำภาพลูกๆ ของคุณทองแดง พร้อมภาพขนมตามชื่อลูกๆ ของคุณทองแดงทั้ง 9 มาถ่ายทอดให้ผู้อ่านได้ทราบ





ทองเอก

ขนมทองเอก

ส่วนผสม

ไข่ไก่ 6 ฟอง

ผลอัลมอนต์ 1/2 ถ้วยตวง

น้ำตาลทราย 1 ถ้วยตวง

กะทิ 1 ถ้วยตวง

ทองคำเปลว 2 แผ่น

วิธีทำ

1. คั่วผลอัลมอนต์ให้กรอบ บดให้ละเอียดเป็นผงแป้ง แล้วร่อนหลายๆ ครั้ง
2. ใส่ไข่แดง น้ำตาลทราย ลงในกะทิ คนให้เข้ากัน จนน้ำตาลทรายละลาย
3. ร่อนผลอัลมอนต์ลงในส่วนผสมข้อ 2 ที่ละเอียด ตะล่อมให้เข้ากัน
4. นำไปตั้งไฟอ่อนๆ กวนจนปั้นได้ ใส่พิมพ์ทั้งให้เย็น เคาะออก ตัดทองคำเปลว นำไปอบควันเทียน

ส่วนผสม

ไข่ไก่ (ไข่แดง) 5 ฟอง

แป้งข้าวเหนียว 1/2 ถ้วยตวง

แป้งข้าวเจ้า 1/2 ถ้วยตวง

กะทิ 1 ถ้วยตวง

น้ำตาลทราย 1/2 ถ้วยตวง



ขนมทองชมพู

ทองชมพู

วิธีทำ

1. ผสมแป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า ให้เข้ากัน นวดด้วยกะทิ
2. นำไข่แดง น้ำตาลทราย คนให้เข้ากันแล้วนำมาผสมกับส่วนผสมข้อ 1.
3. นำขึ้นตั้งไฟอ่อนๆ กวนจนปั้นได้
4. ใส่พิมพ์ทั้งไว้ให้เย็นแล้วเคาะออก นำไปอบควันเทียน

ส่วนผสม

แป้งข้าวเจ้า 1/2 กิโลกรัม

น้ำตาลทราย 2 1/2 ถ้วยตวง

ไข่เป็ด 3 ฟอง

หัวกะทิ 2 ถ้วยตวง

เกลือ 2 1/2 ช้อนชา

หางกะทิ 3 ถ้วยตวง



ขนมทองม้วน

ทองม้วน

วิธีทำ

1. ผสมแป้งข้าวเจ้า เกลือ น้ำตาลทราย และไข่แดงให้เข้ากัน
2. ใส่หัวกะทิที่ละเอียดลงในแป้งที่เตรียมไว้ในข้อ 1 นวดเบาๆ จนนุ่มแล้วค่อยๆ เทหัวกะทิที่ละเอียดจนหมด จากนั้นจึงเทหางกะทิ คนให้เข้ากันกรองด้วยกระชอน
3. เตรียมพิมพ์ทองม้วนผิงไฟให้ร้อน (ถ้าผิงด้วยไฟถ่านจะทำให้ขนมหอมดี) เมื่อพิมพ์ร้อนได้ที่จึงทาด้วยน้ำมันพืชหรือน้ำมันหมู
4. หยอดแป้งที่ผสมไว้ลงพิมพ์ ปิดพิมพ์ ผิงกลับไปกลับมารอบเหลือง ลอกออกจากพิมพ์ แล้วม้วนเป็นกลมๆ ขณะยังร้อน

ส่วนผสมแป้ง

แป้งสาลี 1 ถ้วยตวง

น้ำตาลทราย 1/2 ถ้วยตวง

ไข่เป็ด 1 ฟอง

น้ำปูนใส 2 ช้อนโต๊ะ

เกลือ 1/8 ช้อนชา

หัวกะทิ 1/2 ถ้วยตวง

วิธีทำ

ผสมแป้งสาลี น้ำตาลทราย เกลือ ไข่แดง และน้ำปูนใส ให้เข้ากัน
นวดด้วยหัวกะทิทีละน้อยให้เข้ากันจนหมดหัวกะทิ กรองด้วย
กระชอน



ขนมกอกัด



กอกัด

ส่วนผสมไส้กึ่ง

กึ่งนาง 1/2 กิโลกรัม

เกลือ 1 ช้อนโต๊ะ

น้ำตาลทราย 1 1/2 ช้อนโต๊ะ

น้ำมันพืชหรือน้ำมันหมู 3 ช้อนโต๊ะ

รากผักชี กระเทียม พริกไทย (โขลกให้ละเอียด) 1 ช้อนโต๊ะ

วิธีทำ

- ล้างกึ่งนางตัวให้สะอาด แกะเปลือกออกให้หมด โดยแยกมันกึ่งนางไว้
สับเนื้อกึ่งนางละเอียด แล้วจึงใส่มันกึ่งนาง สับรวมให้เข้ากัน
- ตั้งกระทะใส่น้ำมัน พอร้อน ใส่รากผักชี กระเทียม พริกไทยที่
โขลกละเอียดแล้วผัดให้หอม
- ใส่กึ่งนางสับปรุงรสด้วยเกลือ น้ำตาลทราย
- เตรียมพิมพ์ทองม้วน ผิงไฟให้ร้อน ใช้น้ำมันทาพิมพ์ หยอดแป้ง
ลงบนพิมพ์ ผิงกลับไปกลับมา พอเหลืองแล้วลอกออก หยอดใหม่
อีกครั้ง พอเหลือง ตักไส้กึ่งนางทาให้ทั่ว นำแผ่นที่ลอกออกมาประกบกัน
ใหม่ แล้วผิงจนกรอบ นำออกจากพิมพ์

ส่วนผสม

แป้งสาลี 1 ถ้วยตวง

เนย 3 ช้อนโต๊ะ

ไข่ไก่ 4 ฟอง

น้ำ 1 ถ้วยตวง

เกลือป่น 1/8 ช้อนชา

น้ำมันสำหรับทอด 4 ถ้วยตวง

วิธีทำ

- ผสมน้ำ เกลือป่น เนย ใส่กระทะทองตั้งไฟให้เดือด ปิดไฟ
- ร่อนแป้งลงในเครื่องปรุงตามข้อ 1. คนอย่างรวดเร็ว
- ใส่ไข่ไก่ทั้งฟอง จำนวน 3 ฟอง และไข่แดง 1 ฟอง คนให้เข้ากัน

4. ใส่น้ำมันในกระทะตั้งไฟกลางจนน้ำมันร้อน ตักหยอดทีละลูก
เมื่อสุกเหลืองแล้วตักขึ้น

5. รับประทานกับน้ำเชื่อม ซึ่งมีส่วนผสมประกอบด้วยน้ำตาลทราย
1 1/2 ถ้วยตวง ผสมกับน้ำ 1 ถ้วยตวง

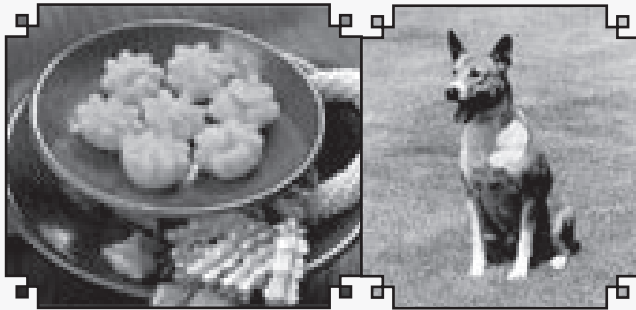
ตั้งไฟเคี่ยวจนเหนียว ใส่น้ำหวานสีแดง ให้มีสีสวยตามชอบ



ขนมทองพุลู



ทองพุลู



ขนมกอนทียิบ

กอนทียิบ

ส่วนผสม

ไข่เป็ด 10 ฟอง

น้ำลอยดอกมะลิ 5 ถ้วยตวง

น้ำตาลทราย 1 กิโลกรัม

วิธีทำ

1. ผสมน้ำ น้ำตาลทราย ตั้งไฟให้เดือด พอเหนียว ตักน้ำเชื่อมขึ้น ใส่ภาชนะไว้พอประมาณ ส่วนที่เหลือตั้งไฟต่อไป
2. แยกไข่แดง ไข่ขาว
3. ตีไข่แดงให้ขึ้น ไข่จะเปลี่ยนเป็นสีนวล
4. ตักไข่ที่ตีได้ที่แล้วหยอดลงในน้ำเชื่อมที่ตั้งอยู่บนไฟอ่อนให้เป็นวงกลมพอสุกกลับอีกด้านหนึ่งลง
5. ตักแผ่นทองหยิบขึ้นวางในน้ำเชื่อมที่เตรียมไว้ ใช้นิ้วหัวแม่มือ นิ้วกลาง นิ้วชี้ ของมือซ้ายหยิบไข่ ตามด้วยนิ้วหัวแม่มือ นิ้วชี้ ของมือขวาหยิบขึ้นใส่ในถ้วยตะไล

ส่วนผสม

ไข่เป็ด 10 ฟอง

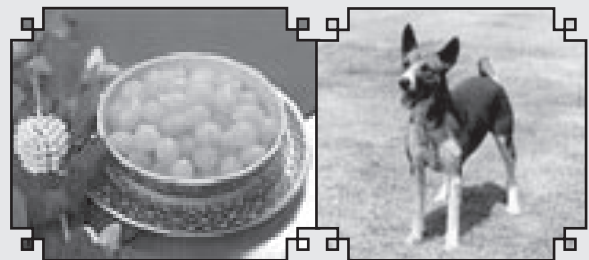
น้ำตาลทราย 7 ถ้วยตวง

แป้งทองหยอด 1/4 ถ้วยตวง

น้ำลอยดอกมะลิ 6 ถ้วยตวง

วิธีทำ

1. ผสมน้ำ น้ำตาลทราย ตั้งไฟให้เดือดพอเหนียว ตักน้ำเชื่อมขึ้นไว้สำหรับลอยทองหยอด ที่เหลือตั้งไฟต่อไปให้น้ำเชื่อมเหนียว
2. แยกไข่แดง ไข่ขาว
3. ตีไข่แดงให้ขึ้น ค่อยๆ ใส่แป้งทองหยอดแล้วคนให้เข้ากัน
4. หยอดไข่ที่ตีแล้วลงในน้ำเชื่อมที่ตั้งอยู่บนไฟ ใช้นิ้วชี้ และนิ้วกลางเป็นตัวกำหนด ต้องการลูกเล็กใหญ่ตามชอบ นิ้วหัวแม่มือจะเป็นนิ้วที่ช่วยลูบแป้งลงที่ปลายนิ้ว แล้วจึงสะบัดไข่ลงในน้ำเชื่อม
5. เมื่อทองหยอดสุกลอยขึ้น ตักใส่ถ้วยน้ำเชื่อมสำหรับลอย

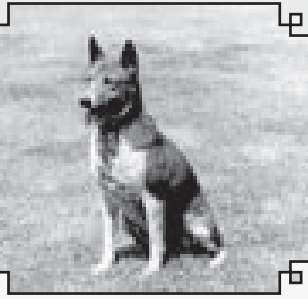


ขนมกอนทียอด

กอนทียอด



ขนมกองงอฐ



กองงอฐ

ส่วนผสม

แป้งสาลี	1 ถ้วยตวง
น้ำตาลทราย	3/4 ถ้วยตวง
เกลือ	3/4 ช้อนโต๊ะ
กะทิ	1/2 ถ้วยตวง
ไข่เป็ด (ไข่ไข่แดง)	1 ฟอง
น้ำปูนใส	2 ช้อนโต๊ะ

วิธีทำ

1. ผสมน้ำตาล เกลือ กับแป้งสาลี เคล้าให้เข้ากัน
2. ใส่ไข่แดงลงในกะทิ คนให้เข้ากัน เทลงในเครื่องปรุงตามข้อ 1. นวดให้เข้ากัน ใส่ น้ำปูนใสกรองด้วยกระชอน
3. ผิงพิมพ์ทองม้วนให้ร้อน แล้วหยอดแป้งที่ผสมลงบนพิมพ์ ผิงกลับไปกลับมาพอเป็นแผ่น ลอกออก แล้วหยอดแป้งลงพิมพ์อีกครั้งหนึ่ง ผิงเหมือนเดิม พอเป็นแผ่น ให้นำแผ่นแรกลงวาง แล้วผิงกลับไปกลับมาให้กรอบ จึงลอกออก

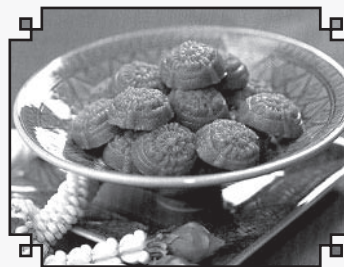
ส่วนผสม

ถั่วทองคั่วป่นละเอียด	1 1/2 ถ้วยตวง
น้ำตาลทราย	3/4 ถ้วยตวง
กะทิ	1 ถ้วยตวง
ไข่ไก่	1 ฟอง

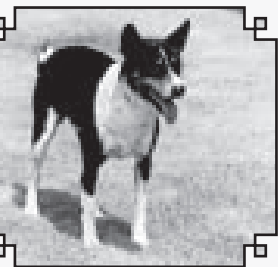
วิธีทำ

1. นำกะทิ น้ำตาลทราย ใส่กระทะทอง พอเดือดยกลง คนให้เย็น แล้วใส่ไข่แดงคนให้เข้ากัน ยกขึ้นตั้งไฟอ่อนๆ จนไข่สุก ยกออกจากเตา
2. ร่อนถั่วทองลงในเครื่องปรุงตามข้อ 1. คนให้เข้ากัน
3. นำมาใส่พิมพ์ไม้ลายดอกกลม เคาะออกมา อบควันเทียนให้หอม

หมายเหตุ : วิธีทำถั่วทอง คั่วถั่วทองให้เหลืองกรอบ แล้วรีบตำให้ละเอียดขณะถั่วยังร้อน นำมาร่อนไข่เฉพาะส่วนที่ละเอียด



ขนมทองนพคุณ



ทองนพคุณ

‘ข้าวหนม’ หรือ ‘เข้าหนม’ หรือ ‘ข้าวหนม’ ล้วนเป็นคำอันเป็นที่มาของคำว่า ‘ขนม’ ซึ่งมีผู้สันนิษฐานว่า ได้ทรงตั้งข้อสันนิษฐานไว้ เริ่มตั้งแต่คำแรก ‘ข้าวหนม’ ที่นักคหกรรมศาสตร์หลายท่านบอกต่อๆ กัน มาว่าน่าจะมาจากคำคำนี้ เนื่องจากขนมมีอิทธิพลมาจากอินเดียที่ใช้ข้าวกับนมเป็นส่วนผสมสำคัญที่สุดในการทำขนมแต่ก็ไม่น่าจะเป็นไปได้ เนื่องจากนมไม่มีบทบาทสำคัญในขนมไทยเลย ขนมไทยใช้มะพร้าวหรือกะทิทำต่างหาก

สำหรับ ‘เข้าหนม’ นั้น พระราชวรวงศ์เธอ กรมหมื่นจรสพรภิญาณ ได้ทรงตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า ‘หนม’ เพี้ยนมาจาก ‘เข้าหนม’ เนื่องจาก ‘หนม’ นั้น แปลว่าหวาน แต่กลับไม่ปรากฏความหมายของ ‘ขนม’ ในพจนานุกรมไทย มีเพียงบอกไว้ว่าทางเหนือเรียกขนมว่า ‘ข้าวหนม’ แต่ถึงอย่างไรก็ไม่พบความหมายของคำว่า ‘หนม’ ในฐานะคำท้องถิ่นภาคเหนือเมื่ออยู่โดดๆ ในพจนานุกรมเช่นกัน

อีกข้อสันนิษฐานหนึ่งก็น่าสนใจไม่น้อย คำว่า ‘ขนม’ อาจมาจากคำในภาษาเขมรว่า ‘หนม’ ที่หมายถึงอาหารที่ทำมาจากแป้ง เมื่อลองพิจารณาดูแล้วพบว่าขนมส่วนใหญ่ล้วนทำมาจากแป้งทั้งนั้น โดยมีน้ำตาลและกะทิเป็นส่วนผสม ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ‘ขนม’ เพี้ยนมาจาก ‘ขนม’ ในภาษาเขมรก็เป็นได้

ประวัติความเป็นมาของขนมไทย



ไม่ว่าขนมจะมีรากศัพท์มาจากคำใดหรือภาษาใด ขนมก็ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมไทยด้วยฐานะของขนมไทยอย่างเต็มภาคภูมิ และคนไทยเองก็ได้ชื่อว่าเป็นชนชาติหนึ่งที่ชอบกินขนมเป็นชีวิตจิตใจ

หลักฐานเก่าแก่ที่สุดที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างขนมไทยกับคนไทยก็คือวรรณคดีมรดกสุโขทัยเรื่อง ไตรภูมิพระร่วง ซึ่งกล่าวถึงขนมต้มที่เป็นขนมไทยชนิดหนึ่งไว้

ขนมไทยเริ่มแพร่หลายมากขึ้นในสมัยอยุธยา ดังปรากฏข้อความในจดหมายเหตุหลายฉบับ บางฉบับกล่าวถึง ‘ย่านป่าขนม’ หรือตลาดขนม บางฉบับกล่าวถึง ‘บ้านหม้อ’ ที่มีการปั้นหม้อ และรวมไปถึงกระทะ ขนมเบี้อง เต้าและรังขนมครก แสดงให้เห็นว่าขนมครกและขนมเบี้องนั้น คงจะแพร่หลายมากจนถึงขนาดมีการปั้นเต้าและกระทะขาย บางฉบับกล่าวถึงขนมชะมด ขนมกงเกวียนหรือขนมกง ขนมครก ขนมเบี้อง ขนมลอดช่อง จนถึงสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช อันถือได้ว่าเป็นยุคทองของการทำขนมไทย ดังที่จดหมายเหตุฝรั่งเศสโบราณได้มีการ





บันทึกไว้ว่า การทำขนมในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชนั้น เจริญรุ่งเรืองมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อชาวโปรตุเกสอย่าง ท่านผู้หญิงวิชาเอนทร์ หรือบรรดาศักดิ์ว่า ท้าวทองกบม้า ผู้เป็นต้นเครื่องขนมหรือของหวานในวัง ได้สอนให้สาวชาววังทำ ของหวานต่างๆ โดยเฉพาะได้นำไข่ขาวและไข่แดงมาเป็นส่วนผสม สำคัญอย่างที่ท่านโปรตุเกสทำกัน ขนมที่ท่านท้าวทองกบม้าทำขึ้น และยังเป็นที่ยอมรับจนถึงปัจจุบันก็ได้แก่ ขนมทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ขนมหม้อแกง และรวมไปถึง ขนมทองโปร่ง ขนมทองพลุ ขนมสำปันนี้ ขนมไข่เต่า ฯลฯ



ล่วงจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ จดหมายเหตุความทรงจำ ของกรมหลวงนรินทรเทวี ผู้ทรงเป็นพระเจ้าน้องยาเธอในสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช กล่าวไว้ว่า ในงานสมโภชพระ- แก้วมรกตและฉลองวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ได้มีเครื่องตั้งสำหรับ หวานสำหรับพระสงฆ์ 2,000 รูป ประกอบด้วย ขนมไส้ไก่ ขนม ฝอย ข้าวเหนียวแก้ว ขนมฝิง กล้วยฉาบ ลำเตี้ย หู่ม สังขยา ฝอยทอง และขนมตะไล

ในกาพย์ห่อโคลงเห่เรือชมเครื่องคาวหวาน บทพระราช- นิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ได้กล่าวชม เครื่องหวานหรือขนมไทยหลายชนิดด้วยกัน อาทิ ข้าวเหนียวสังขยา ขนมลำเจียก ขนมทองหยิบ ขนมทองหยอด ขนมฝิง ขนมรังไร ขนม ช่อม่วง ขนมบัวลอย ฯลฯ

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มี การพิมพ์ตำราอาหารออกเผยแพร่ การทำขนมไทยก็เป็นหนึ่งใน ตำราอาหารไทยนั้น จึงนับได้ว่าการทำขนมไทยและวัฒนธรรมขนม ไทย เริ่มมีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างมีระบบระเบียบใน สมัยรัชกาลที่ 5 นี้เอง แม้ครัวหัวป่าก์เป็นตำราอาหารไทยเล่มแรก ประพันธ์โดยท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ ในตำราอาหารไทยเล่ม นี้ปรากฏรายการสำหรับของหวานเลี้ยงพระ อันประกอบด้วย ขนม ทองหยิบ ขนมฝอยทอง ขนมหม้อแกง ขนมหั่นตรา ขนมถั่วฝู ข้าว เหนียวแก้ว ขนมลื้มกลืน วนัผลมะปราง ฯลฯ แสดงให้เห็นว่าคน ไทยนิยมทำขนมใช้ในงานบุญ ซึ่งก็เป็นแบบแผนต่อเนื่องกันมา ตั้งแต่สมัยอยุธยา *



“สำหรับสังคมไทยแล้ว ขนมหวานของไทย
มีความหมายเกี่ยวข้องกับบุญกุศล
ความรัก ความสุข และความสามัคคี”

ขนมไทยในเทศกาลต่างๆ

คนไทยได้เข้ามามีบทบาทในงานบุญตั้งแต่อดีตมาแล้วที่คนไทยทำขนมพิเศษๆ เฉพาะงานบุญขึ้น นั่นหมายถึงในปีหนึ่งๆ จะมีการทำขนมชนิดนั้นเพียง 1 ครั้งเท่านั้น เนื่องจากทำยากและต้องใช้แรงใจแรงกายของคนหลายๆ คนร่วมกัน ชาวบ้านจะทำขนมขึ้นๆ ในปริมาณมาก ซึ่งถ้าเหลือจากงานบุญก็จะนำไปแจกจ่ายเพื่อนบ้านและเก็บไว้กินเอง หากจะเรียกขนมไทยในงานบุญนี้ว่าขนมตามฤดูกาลก็คงจะไม่ผิดนัก

เทศกาลตรุษสงกรานต์

สมัยก่อน คนไทยถือเอาวันสงกรานต์เป็นวันขึ้นปีใหม่ ก่อนที่รัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม จะกำหนดให้วันที่ 1 มกราคม เป็นวันขึ้นปีใหม่ตามแบบปฏิทินสากลตั้งแต่เมื่อปี พ.ศ. 2484 จนกระทั่งปัจจุบัน

เดิมทีเทศกาลขึ้นปีใหม่สงกรานต์ของไทยเราจะกำหนดวันงานไว้ 3 วันด้วยกัน โดยถือเอาวันที่ 13 เมษายนเป็นวันสงกรานต์ วันที่ 14 เมษายนเป็นวันเนา และวันที่ 15 เมษายนเป็นวันเถลิงศก ขึ้นจุลศักราชใหม่ตามสุริยคติ **ข้าวเหนียวแดงและกะละแม** เป็นพระเอกและนางเอกในเทศกาลตรุษสงกรานต์ การกวนข้าวเหนียวแดงและกะละแมนั้นต้องใช้แรงมาก จึงต้องอาศัยช่วงเทศกาลนี้ที่มีพ่อแม่พี่น้อง และญาติสนิทมิตรสหายมาร่วมประชุมกันโดยพร้อมเพรียง ร่วมแรงร่วมใจกันทำ เมื่อเสร็จแล้วก็นำไปทำบุญที่วัดร่วมกัน สะท้อนให้เห็นถึงความสมัครสมานสามัคคีในครอบครัวและในสังคมไทย

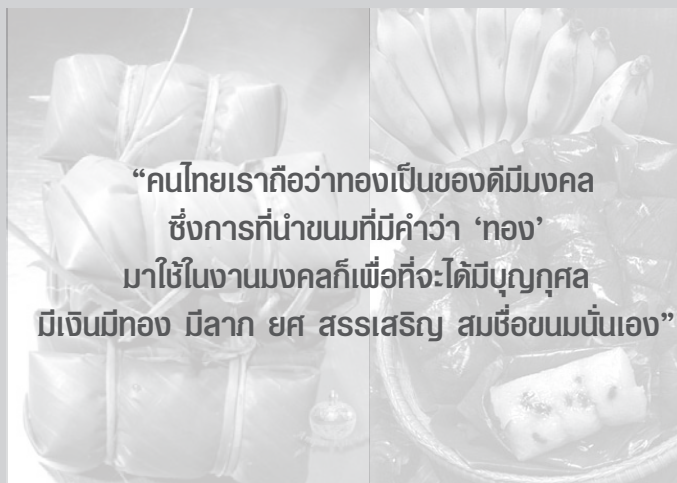
การทำขนมปีใหม่ของคนไทยสมัยก่อนจึงต้องทำให้เสร็จก่อนวันสงกรานต์ เพราะเมื่อถึงวันงานชาวบ้านจะไปทำบุญเลี้ยงพระและก่อพระเจดีย์ทรายที่วัดแล้วจึงรดน้ำดำหัวเล่นสงกรานต์กันไปทั้ง 7 วัน ขนมปีใหม่ของไทยจึงเป็นขนมพื้นเมืองที่ทำขึ้นแล้วสามารถเก็บไว้ได้หลายวัน คือ ข้าวเหนียวแก้ว ข้าวเหนียวแดง และกะละแม ในบรรดาขนมทั้งสามชนิดนี้ การกวนกะละแมถือว่าเป็นเรื่องใหญ่ ไข่ขาวบ้านจะนิยมกวนกันทุกปี ส่วนใหญ่มักจะทำข้าวเหนียวแก้วบ้าง ข้าวเหนียวแดงบ้าง สลับกันไป เพราะสองอย่างนี้ทำได้ง่ายกว่า หรือถ้าบ้านไหนตั้งใจจะกวนกะละแม และเป็นครอบครัวใหญ่มีญาติพี่น้องมาก บรรยากาศช่วงกวนกะละแมจะคึกคักเป็นพิเศษ ทุกคนจะช่วยกันเตรียมการประมาณ 2 วัน โดยเฉพาะเด็กๆ ที่เป็นลูกหลาน จะถือเป็นเรื่องสนุกสนานเพราะไม่เพียงแต่ได้กินกะละแมกันกระतेลั่นเท่านั้น ยังอาจจะได้กินมะพร้าวเผา อ้อยเผา อีกด้วย

การกวนกะละแม สิ่งที่ต้องใช้ได้แก่ น้ำตาลหม้อหรือน้ำตาลปีบ มะพร้าวและข้าวเหนียว ก่อนวันกวน 1 วัน ชาวบ้านจะคัดเลือกมะพร้าวหัวประมาณ 10-15 ลูก มาไว้เพื่อใช้คั้นน้ำกะทิตาม

สัดส่วนที่ต่างจะต้องอาศัยความชำนาญว่าข้าวเหนียวที่หะนานต่อมะพร้าวที่ลูก และใช้น้ำตาลในปริมาณเท่าใด ขั้นตอนแรก ต้องนำข้าวเหนียวไปแช่น้ำเพื่อตัดหยอดไล่ไม่หิน แนน่อนว่าต้องใช้คนที่มีร่างกายแข็งแรงช่วยกันโม่ตั้งแต่ตอนบ่าย กว่าจะเสร็จก็ตกประมาณ 3-4 ห่อของวันเดียวกัน จากนั้นก็จะทุบถุงน้ำแบ่งไว้ด้วยลูกไม้ให้น้ำไหลออกจนเหลือเพียงเนื้อแบ่งหมาดๆ ในวันรุ่งขึ้นประมาณตีสามตีสี่ บรรดาผู้ใหญ่จะตื่นขึ้นมาช่วยกันทำขนม แสงไฟจากตะเกียงลานและตะเกียงรั้วจะถูกจุดให้สว่าง เมื่อเด็กเห็นหรือได้ยินเสียงผู้ใหญ่พูดคุยกัน ก็อดลุกขึ้นมาร่วมวงไม่ได้ บางคนก็อาสาช่วยขูดมะพร้าวจำนวนไม่น้อยเลย จากนั้นก็จะคั้นมะพร้าวขูดด้วยน้ำลอยดอกมะลิใช้กรองแยกออกมาเป็นหัวกะทิและหางกะทิ ส่วนที่เป็นหัวกะทิให้เทลงกระทะใบใหญ่ เคี่ยวด้วยไฟจนแตกมัน แล้วตักใส่อ่างเก็บไว้

ขั้นต่อไป คือนำน้ำที่เตรียมไว้ใส่กะละมัง เทหางกะทิและใส่น้ำตาลหม้อมาผสมคลุกเคล้าเข้าด้วยกันเสร็จแล้วก็เทลงกระทะใบบัวคอกกระทะเหล็กขนาดใหญ่ที่วางอยู่บนเตา ใส่ฟืนให้ลุกโชนแล้วจึงเริ่มลงมือกวนกะละแมกันตั้งแต่เช้าประมาณเก้าโมง ช่วงแรกแป้งก็ยังไม่เหลวอยู่ใช้พายตำมเดียวก็กวนได้ง่าย ช่วงนี้เด็กๆ ที่นึกสนุกมักจะมาขอผู้ใหญ่กวน แต่กระนั้นก็ต้องคอยชูดักกระทะเสมอเพื่อป้องกันไม่ให้แป้งไหม้ติดกันกระทะ และพอแป้งงวดขึ้นเหนียวเดือดเป็นฟองแล้ว เด็กๆ ต้องระวังไม่ให้ฟองแตกถูกตัว เพราะจะทำให้ผิวหนังพองและแสบมาก เมื่อถึงขั้นนี้แล้ว ผู้ใหญ่มักจะลงมือกวนเอง มีการราไฟและเร่งไฟบ้างเป็นจังหวะ จนกระทั่งแป้งเริ่มเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลอ่อนๆ แล้วค่อยๆ เป็นสีน้ำตาลแก่ ช่วงนี้แป้งและน้ำตาลจะเหนียวหนุบหนับขึ้นเรื่อยๆ จึงต้องออกแรงกวนมากเป็นพิเศษ ราว 6 โมงเย็นของวันนั้น กะละแมก็จะกลายเป็นสีดำและเหนียวมากจนแทบจะกวนไม่ไหวต้องใช้พายอันที่สองเข้าช่วยเพราะไม่อย่างนั้นก้นกระทะจะไหม้ได้ ถ้าสังเกตเห็นว่าก้นกระทะทำท่าจะไหม้แล้วต้องรีบเติมหัวกะทิที่เคี่ยวแตกมันแล้วลงไป โดยใส่ทีละน้อยตั้งแต่เวลาบ่ายแก่ๆ เป็นต้นมา ไฟเริ่มมืด กะละแมที่กวนก็เหนียวได้ที่ดีแล้ว จึงค่อยๆ ราไฟในเตาให้อ่อนลง เพื่อป้องกันไม่ให้ก้นกระทะไหม้ จากนั้นจึงใช้พายทั้งสองตำตักกะละแมใส่กระดิ่งที่ปูด้วยเปลือกกาบหมาก เพราะกาบหมากจะช่วยให้อากาศเย็นกลิ่นหอมกว่าใบตอง เป็นอันเสร็จขั้นตอนในการกวนกะละแม เพื่อเก็บไว้กินในวันรุ่งขึ้น ส่วนใหญ่เด็กๆ มักจะอดใจไม่ไหวจะคอยชูดักกะละแมที่ก้นกระทะกินกันก่อนอย่างเอร็ดอร่อย บางคนก็จะนำมะพร้าวอ่อนบ้าง อ้อยบ้าง มาหมกไฟที่ยังพอมือเข็ญอยู่เพื่อให้กลิ่นหอมมากขึ้น

ปัจจุบันประเพณีการให้ขนมปีใหม่เป็นกะละแม ข้าวเหนียวแดง ข้าวเหนียวแก้ว เริ่มไม่เป็นที่นิยมแล้ว เพราะคนไทยส่วนใหญ่มักจะซื้อของขวัญอย่างอื่นมอบให้กันในวันปีใหม่ แต่ก็ใช่



“คนไทยเราก็คือว่าทองเป็นของดีมีมงคล
ซึ่งการที่น่าขบขันที่มีคำว่า ‘ทอง’
มาใช้ในงานมงคลก็เพื่อที่จะให้มีบุญกุศล
มีเงินมีทอง มีลาภ ยศ สรรเสริญ สมชื่อขมนั่นเอง”

ว่าขนมทั้งสามชนิดนี้จะหมดไปจากสังคมไทยเพราะทุกวันนี้ก็ยังเห็นมีกะละแมห่อเป็นคำเล็กๆ น่ารักประจานวางขายกับข้าวเหนียวแก้ว ข้าวเหนียวแดง ตามร้านขายขนมไทยอยู่ทั่วไป อีกทั้งไม่ได้เจาะจงว่า จะต้องมีเฉพาะช่วงเทศกาลปีใหม่ของไทยเท่านั้น

เทศกาลสารทไทย

เทศกาลสารทไทยเป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับทางภาคกลางจะมีการรวมพลในแต่ละบ้านหรือในหมู่บ้านเพื่อกวนกระยาสารทไปทำบุญถวายพระ โดยมีกล้วยไข่ผลงามสุกปลั่งเคียงคู่กันไปด้วย ส่วนทางภาคใต้เทศกาลสารทไทยหรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า งานสารทเดือน 10 นี้ เป็นประเพณียิ่งใหญ่ประจำปี ที่จัดขึ้นในระดับจังหวัดโดยเฉพาะที่จังหวัดนครศรีธรรมราชนั้นจัดขึ้นอย่างเอิกเกริกเลยทีเดียว ขนมในงานบุญสารทเดือน 10 ของชาวปักษ์ใต้มีหลายชนิดด้วยกัน อาทิ **ขนมลา ขนมบ้า ขนมดีซำ ขนมพอง ขนมไข่ปลา ขนมโค ขนมแดง ฯลฯ**

งานบุญออกพรรษาหรืองานตักบาตรเทโว

ข้าวต้มมัด หรือ ข้าวต้มผัด เป็นดาวดวงเด่นของงานบุญออกพรรษาหรืองานตักบาตรเทโวของภาคกลางจะห่อและมัดเป็นกليبโดยใช้ใบตองและเชือกกล้วย ส่วนทางใต้ห่อเป็นทรงกรวยโดยใช้ใบกะพ้อแต่ไม่มัด บางท้องถิ่นห่อเป็นก้อนด้วยใบเตยหรือใบอ้อย แล้วไว้หางยาว เรียกว่า **‘ข้าวต้มลูกโยน’** การนำข้าวต้มมัดมาใส่บาตรทำบุญจนเกิดขึ้นเป็นธรรมเนียมนั้นมียุคประสงค์เพื่อให้พระภิกษุสงฆ์ใช้เป็นเสบียงในการเดินทางไปเผยแผ่พระธรรมคำสั่งสอนซึ่งยึดเป็นแบบแผนมาตั้งแต่สมัยโบราณ

งานมงคลต่างๆ

ในงานมงคลต่างๆ ของไทยอย่างงานแต่งงาน งานทำบุญอายุ งานขึ้นบ้านใหม่ งานบวช ฯลฯ ขนมไทยได้เข้าไปมีบทบาทในสำหรับอาหารหวานที่ทำขึ้นเลี้ยงพระและสำหรับอาหารหวานสำหรับเลี้ยงแขกหรือมาเนิ่นนานแล้ว เนื่องจากความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมาว่า ขนมหวานเป็นอาหารพิเศษสำหรับผู้มีบุญ ความหวานช่วยสร้างสรรค์มิตรภาพและความรัก ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าสำหรับสังคมไทยแล้ว ขนมหวานของไทยมีความหมายเกี่ยวข้องกับบุญกุศล ความรัก ความสุข และความสามัคคี

งานทำบุญเลี้ยงพระ

ขนมหวานของไทยที่นิยมทำขึ้นเพื่อทำบุญเลี้ยงพระในงานมงคล ได้แก่ ขนมตระกูลทองทั้งหลาย อาทิ ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง ทองเอก และขนมที่มีชื่ออันเป็นมงคลอย่าง ขนมถ้วยฟู ขนมชั้น ฯลฯ ขนมที่ใช้เฉพาะในพิธีแห่ขันหมากงานแต่งงานก็มี ขนมกง ขนมสามเกลอ ขนมพระพาย ขนมโพรงแสม ขนมชะมด ฯลฯ ขนมที่ใช้ติดก้นท์เทศน์ก็มีขนมหน้าवल ขนมชั้น ขนมฝักบัว ขนมฝิง ขนมทองม้วน ฯลฯ

งานแต่งงาน

ขนมในงานมงคลอื่นๆ ก็มีชื่ออันเป็นมงคลและมีความหมายไปในทางที่ดี เช่นกัน

อาทิ **ขนมกง หรือ ขนมกงเกวียน** หมายถึงกงเกวียนที่หมุนไปข้างหน้าเช่นเดียวกับพระธรรมจักร ความหมายที่ต้องการสื่อถึงงานแต่งงานก็คือ ต้องการให้คู่บ่าวสาวรักและครองคู่อยู่ด้วยกันชั่วนิรันดร์

ขนมสามเกลอ เป็นขนมที่แสดงถึงความสามัคคี และไม่มีวันพรากจากกัน โดยใช้เป็นขนมเลี้ยงภายในงานแต่งงาน ลักษณะของขนมสามเกลอเป็นลูกกลมๆ เรียงกัน 3 ลูกแบบก้อนเส้า การเลี้ยงแขกจะดูกันตอนทอด กล่าวคือ ถ้าทอดแล้วยังอยู่ติดกัน 3 ลูกถือว่าบ่าวสาวจะรักใคร่กลมเกลียวกัน ถ้าทอดแล้วติดกัน 2 ลูกแสดงว่าจะมีลูกยากหรือไม่มีเลย และถ้าหลุดจากกันหมด ไม่ติดกันเลยแสดงว่าชีวิตคู่จะไม่ยั่งยืนหรือชีวิตสมรสจะไม่มีความสุข อีกนัยหนึ่ง...ถ้าทอดขนมสามเกลอแล้วพองฟูขึ้นจะถือว่าเป็นคู่ที่เหมาะสมกันราวกับทองกับใบหยก แต่ถ้าทอดแล้วด้าน ไม่พองฟู ก็ถือว่าใช้ไม่ได้

สาเหตุที่คนไทยในสมัยโบราณใช้ขนมดังกล่าวในงานมงคลก็เนื่องจากชื่ออันเป็นมงคลนั่นเอง โดยเฉพาะชื่อขนมที่มีคำว่า ‘ทอง’ ประกอบ คนไทยเราก็คือว่าทองเป็นของดีมีมงคล ซึ่งการที่น่าขบขันที่มีคำว่า ‘ทอง’ มาใช้ในงานมงคลก็เพื่อที่จะให้มีบุญกุศลมีเงินมีทอง มีลาภยศ สรรเสริญ สมชื่อขมนั่นเอง

งานเลี้ยงต่างๆ

นอกจากงานบุญและงานมงคลดังกล่าวแล้ว ในสมัยก่อนยังมีงานเลี้ยงใหม่ของเหล่าเศรษฐีและข้าราชการผู้มีเมตตามุทิตาประจำใจซึ่งจะเรียกชาวบ้านมากินขนมกัน ขนมที่ถูกนำมาเลี้ยงในงานนี้ก็คือ **ขนมสี่ถ้วย** ได้แก่ **ขนมไข่กบหรือเม็ดแมงลัก ขนมกบปล่อยหรือลอดช่อง ขนมนางลอยหรือข้าวเม่า และขนมไอ้ต้อหรือข้าวเหนียวดำ**นี้ ขนมทั้ง 4 ชนิดนี้จะรับประทานร่วมกับน้ำกะทิ เรียกได้ว่าคนกินอิ่มอร่อยสบายท้อง คนทำคนปรุงได้บุญ และคนออกเงินเลี้ยงก็สุขใจที่ได้ทำบุญทำทานขนมไทยนัยแห่งยศศลา *



น้ำตาลกับขนม

ถ้าเอ่ยถึงขนม ไม่ว่าจะเป็นขนมไทยหรือขนมของชาติไหนๆ รสชาติแรกๆที่คนทั่วไปต้องนึกถึงก็คือรสหวาน โดยเฉพาะขนมไทยนั้นถึงกับมีคำเรียกกันติดปากว่าของหวานเลยทีเดียว นั่นคงเป็นเพราะการขึ้นชื่อในเรื่องรสชาติความหวานที่มีอยู่มากมาแต่ไหนแต่ไรนั่นเอง และหากจะให้นึกกันต่อไปว่า ถ้าเอ่ยถึงความหวาน คนส่วนใหญ่หรือคนทุกคนจะนึกถึงอะไรเป็นอันดับแรกแน่นอน...ทุกคนต้องนึกถึง 'น้ำตาล'

น้ำตาล เป็นเครื่องปรุงที่ทุกบ้านต้องมีติดครัว เรียกได้ว่าเป็นเครื่องปรุงชุดพื้นฐานสำหรับปรุงอาหารทั้งคาวและหวานมาแต่สมัยโบราณแล้ว ในสมัยก่อนคนไทยเราไม่มีน้ำตาลทรายใช้อย่างปัจจุบัน ก็จะใช้น้ำตาลโตนดที่ได้จากการปาดน้ำหวานจากรวงตาลแทน น้ำตาลโตนดนี้มีหลายรูปแบบเรียกชื่อตามภาษาถิ่นที่ใส่ เช่น ถ้าอยู่ในปักษ์ก็เรียกว่าน้ำตาลปึก ถ้าอยู่ในหม้อก็เรียกว่าน้ำตาลหม้อ ถ้าเพียงแค่น้ำตาลเป็นก้อนๆ ลักษณะเหมือนดินสอพอง แต่ใหญ่กว่าก็เรียกว่า น้ำตาลงับ เป็นต้น

ภายหลังเมื่อมีน้ำตาลที่มีลักษณะตกผลึกเป็นเกล็ดซึ่งเรียกว่าน้ำตาลทรายใช้ ก็ใช้น้ำตาลทรายเป็นหลักกันแทบทุกครั้ง เรือน้ำตาลทรายมีอยู่ 2 แบบ แบบแรกเรียกว่าน้ำตาลทรายแดง เพราะมีสีน้ำตาลออกแดง เนื่องจากยังไม่ผ่านกรรมวิธีในการฟอกขาวที่สำคัญก็คือยังมีวิตามินและเกลือแร่เหลืออยู่ ส่วนน้ำตาลทรายอีกชนิดหนึ่งนั้นผ่านการฟอกขาวจนไม่เหลือวิตามินและเกลือแร่แล้ว มีเพียงคาร์โบไฮเดรตล้วนๆ เราเรียกว่าน้ำตาลทรายขาว น้ำตาลทรายหนึ่งที่เรานิยมนำมาใช้ในการถนอมอาหาร เกี่ยวกับวิธีการถนอมอาหารโดยใช้น้ำตาลนั้นคนไทยเรารู้จักใช้กันมานานแล้ว ซึ่งวิธีการที่ใช้กันมาแต่โบราณเลยก็คือ การเชื่อมและการกวนอาหารที่นำมาเชื่อมและกวนนี้ที่นิยมกันมากก็คือผลไม้ชนิดต่างๆ ทั้งนี้ มีจุดประสงค์เพื่อเก็บถนอมผลไม้ไว้ไม่ให้เน่าเสียไว้กินเองในครอบครัว หรือแบ่งปันในหมู่เครือญาติและเพื่อนบ้าน ให้ได้กินกันอย่างเอร็ดอร่อยทั่วถึง จะเห็นได้ว่าแม้คนในสมัยก่อนจะไม่ได้เรียนรู้ทฤษฎีหรือหลักการในการถนอมอาหารเชิงวิทยาศาสตร์ และ



เทคโนโลยีอย่างคนสมัยนี้ แต่ก็สามารถถนอมอาหารด้วยวิธีการง่ายๆ เพื่อเก็บรักษาไว้กินนานๆ

การฉาบ

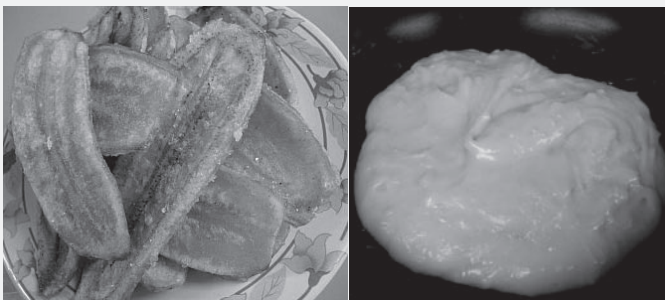
การใช้น้ำตาลในการถนอมอาหารนั้นปัจจุบันก็ยังคงใช้อย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะกับผลไม้ และผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆ ที่ทำให้ได้มาซึ่งขนมไทยๆ รสชาติหวานๆ มันๆ การใช้น้ำตาลฉาบหรือเคลือบเป็นวิธีถนอมอาหารที่ทำให้อาหารคงทนและเก็บไว้ได้นานวิธีหนึ่ง เพียงตมน้ำตาลให้จับตัวกันชั้นสากนิดแล้วนำอาหารที่ต้องการถนอมไว้ด้วยวิธีการฉาบ ลงไปก็จะได้อาหารหรือขนมรสชาติเยี่ยมเก็บไว้กินนานๆ ขนมที่ผ่านการถนอมอาหารด้วยวิธีนี้ก็ได้อีก ถ้วยฉาบ มันฉาบ เผือกฉาบ ครอบแครงไข่เหี้ย รังนก ฯลฯ

การกวน

เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้เราได้ขนมรสชาติอร่อยลิ้นไว้กินกันจนแทบลืมเรื่องวันหมดอายุไปเลย การกวนเป็นการลดปริมาณน้ำในเนื้ออาหารที่ดีที่สุดวิธีหนึ่ง อาหารที่ทำมาถนอมส่วนใหญ่เป็นผลไม้สดที่เหลือจากกินสดๆ เช่น มะม่วง ถั่วฝักยาว มะยม ฯลฯ ที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรก็มีบ้าง เช่น มัน ถั่ว เผือก ข้าวเหนียว ฯลฯ วิธีการทำนั้นก็ไม่ยากเลย เพียงแต่ต้องใช้เวลานานสักหน่อยเท่านั้นเอง ก่อนอื่นต้องนำเนื้อผลไม้หรือผลผลิตทางการเกษตรที่ต้องการกวนนั้นมายี หรือขยี้ให้เนื้อแตกแล้วใส่ลงในกระทะทองเหลือง ตั้งไฟอ่อนๆ ใช้ไม้พายกวนหรือคนไปเรื่อยๆ เพื่อให้น้ำระเหยออกและไม่ให้เนื้ออาหารติดกระทะ ระหว่างนั้นก็ใส่น้ำตาลลงไป ถ้าอาหารที่ทำมาถนอมนั้นต้องการรสชาติมันๆ เพิ่มขึ้นด้วยก็ใส่มะพร้าวขูดหรือน้ำกะทิลงไป เติมน้ำตาลเล็กน้อยเพื่อชูรส กวนจนเนื้อข้นเหนียวจึงค่อยยกลง ทิ้งไว้ให้เย็น แล้วเก็บใส่ภาชนะที่มีฝาปิดมิดชิด มีอาหารที่ทำโดยวิธีการกวนอีกชนิดหนึ่งก็เพียงกวนแป้งและกะทิให้เข้ากับน้ำตาล (ถ้าจะให้ดีควรใช้น้ำตาลปึก) เท่านั้นก็มีรสชาติดีหวานมันอร่อยอย่าบอกใครเชียว รับรองได้ว่าต้องเคยได้กินกันทุกคน ขนมกวนที่วันนี้ก็คือกะละแมนั่นเอง

การเชื่อม

เป็นการถนอมอาหารที่ทำให้ได้อาหารรสชาติอร่อยและแปลกไปอีกแบบ การเชื่อม คือ การนำอาหารแช่ลงในน้ำเชื่อม น้ำตาลจะเป็นตัวช่วยดึงน้ำออกจากอาหารทำให้จุลินทรีย์ที่ทำให้อาหารเน่าเสียไม่สามารถเจริญเติบโตได้ ในขณะเดียวกันน้ำตาลจะซึมเข้าไปในเนื้อเยื่อแทนของน้ำจืดในตัว ทำให้เพิ่มรสหวานมากยิ่งขึ้น อาหารเชื่อมที่คนทั่วไปนิยมกินกัน โดยเฉพาะในหมู่



สาว ๆ นั้นคงไม่พ้นผลไม้แช่อิ่มรสเปรี้ยวทั้งหลาย เช่น มะม่วง มะดัน มะยม มะขาม ฯลฯ การแช่อิ่มนี้ทำให้ได้รสชาติผลไม้แบบหวานซ่อนเปรี้ยว เพราะความหวานจะเข้าไปผสมกลมกลืนกับความเปรี้ยว จนบางทีก็ลืมเปรี้ยวไปเลย ผลไม้ที่ผ่านการถนอมอาหารโดยวิธีการแช่อิ่มนี้ นอกจากจะมีรสชาติอร่อยลิ้นแล้ว ยังมีราคาสูงพอสมควรอีกด้วย ถ้าจะกล่าวว่าการแช่อิ่มทำให้อาหารมีราคาสูงขึ้นก็คงจะไม่ผิด เพราะตอนที่เป็นผลไม้สดนั้นมีราคาเพียงกิโลกรัมละไม่กี่บาท แต่เมื่อนำมาแช่อิ่ม รอเวลาสักนิด พอให้ผลไม้ได้ซึมซับความหวาน นำออกมาขายจะได้ราคาถึงหลายเท่าตัว

การดอง

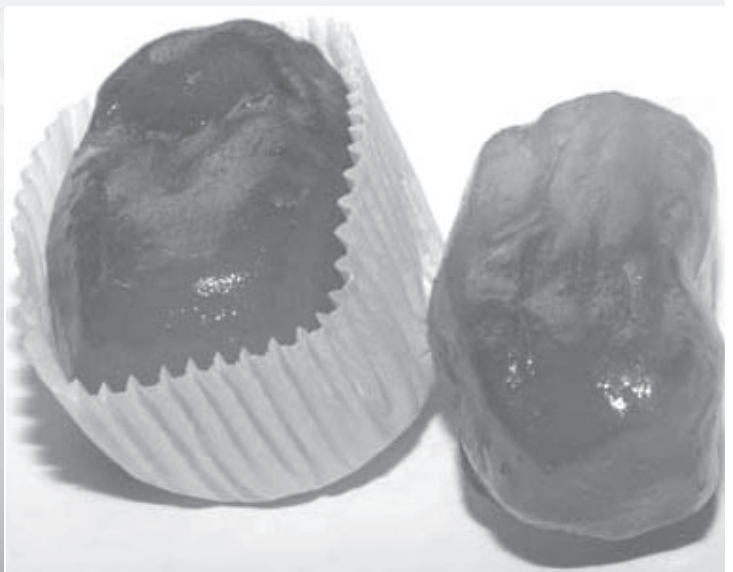
เป็นวิธีการถนอมอาหารที่คล้ายๆ กับการแช่อิ่ม ต่างกันตรงที่การดองนี้ใช้น้ำตาลเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่หนักไปทางเกลือมากกว่าหน่อย เรียกได้ว่าในการดองนั้นมีเกลือเป็นพระเอก และมีน้ำตาลเป็นพระรอง การดองอาหารชนิดอื่นๆ ที่ไม่ใช่ผลไม้รสเปรี้ยวต้องเติมเชื้อจุลินทรีย์ลงไปด้วย แต่ถ้าเป็นผลไม้เปรี้ยวๆ อย่างมะม่วง มะยม มะดัน ฯลฯ นั้นไม่จำเป็นเพราะเขาจะใช้ความเค็มจัดบวกกับความเปรี้ยวที่มีอยู่แล้วแทนผลไม้ดอง ได้แก่ มะยมดอง มะม่วงดอง ฝรั่งดอง พุทราดอง มะกอกดอง มะขามดอง ฯลฯ

นอกจากวิธีการถนอมอาหารดังได้กล่าวมาแล้วนี้แล้ว น้ำตาลยังสามารถทำอะไรได้อีกหลายอย่าง โดยเฉพาะนำมากินคู่กับขนมในรูปของน้ำเชื่อมและน้ำกะทิ แล้วมีน้ำแข็งใสขาวๆ พูๆ ถ้ายังได้กินในฤดูร้อนด้วยแล้วชื่นใจอย่าบอกใครเชียว น้ำเชื่อมที่ใช้ในการทำขนมน้ำเชื่อมก็คือน้ำตาลทรายเจ้าเก่า ต้มน้ำกับน้ำตาลทรายในอัตราส่วนที่พอเหมาะ ถ้าต้มพอให้หวานมีลักษณะเป็นน้ำเชื่อมที่ค่อนข้างใส ก็ใช้กินคู่กับขนมหรือผลไม้ลอยแก้วต่างๆ เช่น กระถ่อนลอยแก้ว ลูกตาลลอยแก้ว ข้าวต้มน้ำวุ้น วุ้นสามแซ่ พักเชื่อม มะม่วงเชื่อม ฯลฯ หรือจะใช้กินคู่กับน้ำดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพก็ได้ เช่น น้ำใบบัวบก น้ำมะตูม น้ำใบเตย น้ำตะไคร้ ฯลฯ

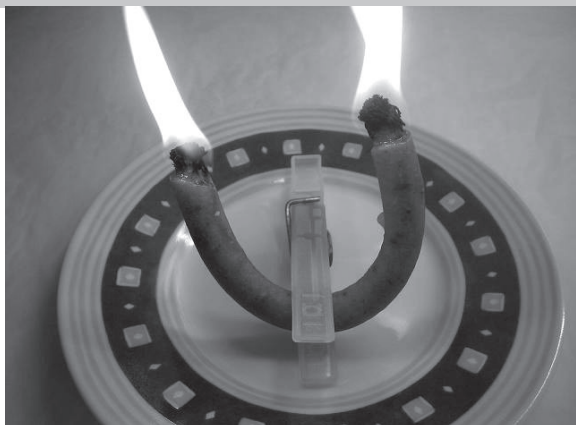


แต่ถ้าแค่ยวน้ำตาลต่อไปจนค่อนข้างข้นก็ใช้ดื่มสุกขนมไทยได้ เช่น ถ้าข้นน้อยหน่อยก็ใช้ทำฝอยทอง น้ำเชื่อมที่พอจะดื่มฝอยทองได้ก็คือน้ำเชื่อมที่เดือดจนมีฟองใหญ่อยู่ตรงกลาง ซึ่งเมื่อลองเอาพายคนดูจะข้นพอประมาณ ถ้าน้ำเชื่อมมีฟองมากยิ่งขึ้นและมีความข้นมากขึ้นอีกก็เหมาะสำหรับดื่มทองหยิบ และถ้าน้ำเชื่อมข้นมาก เมื่อเดือดจะมีฟองเต็มกระทะเหมาะสำหรับดื่มทองหยอด นอกจากนี้ เรายังใช้น้ำเชื่อมเชื่อมผลไม้และผลิตผลทางการเกษตรอื่นๆ ได้อีกด้วย เช่น มันเชื่อม เผือกเชื่อม แห้วเชื่อม กล้วย (ชนิดต่างๆ) เชื่อม ฟักทองเชื่อม ฯลฯ ขนมที่ต้มกับน้ำเชื่อมนี้เก็บไว้กินได้หลายวัน ดังนั้น การดื่มขนมไทยโดยใช้น้ำเชื่อมนี้จึงเป็นวิธีการถนอมอาหารไปในตัว

ส่วนน้ำกะทินั้นนิยมใช้น้ำตาลปีบ เพราะจะได้ความหอมแบบไทยๆ ไปอีกแบบ ว่ากันว่าน้ำตาลปีบนั้นจับคู่กับกะทิได้อย่างเหมาะเจาะลงตัวที่สุด ยิ่งถ้าได้กลิ่นเทียนอบร่ำเข้าไปด้วยแล้วยิ่งน่าลิ้มรสมากขึ้น น้ำกะทินี้มักกินคู่กับเผือกต้ม แดงไทย ลอดช่อง ข้าวเหนียวดำนึ่ง เม็ดแมงลัก ฯลฯ *



กลิ่นและสีบนมจากธรรมชาติ



เทียนอบรำชนมไทย

ชนมไทย เป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ประจำชาติไทยที่มีผู้นุรักษ์และสืบสานกรรมวิธีในการทำไม่ได้ขาด แม้เพียงจำนวนไม่มากหรือถ้าเป็นชนมที่ทำยาก ต้องใช้ศิลปะในการทำค่อนข้างสูง ก็ยังหาผู้สืบทอดได้น้อย เส้นห์ของชนมไทยนั้นนอกจากจะอยู่ที่รสชาติอันกลมกล่อมอร่อยลิ้น และรูปลักษณะทั้งงดงามอ่อนช้อยตามแบบไทย ที่เกิดขึ้นจากฝีมือประณีตของผู้ประดิษฐ์ประดอยแล้ว ยังมีกลิ่นหอมรุ่มจวนจิตซึ่งเป็นปัจจัยเชื่อเชิญให้ลองลิ้มชิมรสอีกด้วย ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า เส้นห์อีกอย่างหนึ่งของชนมไทยก็คือกลิ่นหอมนั่นเอง

หนึ่งในกลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชนมไทยก็คือเทียนอบ คนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่อาจยังไม่เคยเห็นรูปร่างหน้าตาของเทียนอบจะรู้อีกทีก็ตอนได้กลิ่นเทียนอบติดชนมไปแล้ว หรือบางคนอาจไม่รู้ด้วยซ้ำไปว่ากลิ่นที่ตัวเองบอกว่าหอมหวานนั้นคือ กลิ่นของเทียนอบ ก็เลยกินไปอย่างเอร็ดอร่อย ซึ่งในรสอันหอมหวาน โดยไม่รู้ที่มาของกลิ่นเอาเสียเลย การใช้เทียนอบที่มีมาตั้งแต่สมัยก่อนนั้น ไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรว่าเริ่มมาตั้งแต่สมัยใด ทราบแต่เพียงว่าใช้กันมาช้านานแล้ว โดยใช้ออบชนมไทยเป็นหลัก เช่น ในการทำลูกชุบ เมื่อกว่นแล้วเรียบร้อยแล้วก็อบเทียนให้หอมก่อนจึงนำมาปั้นเป็นรูป

ในการทำชนมหม้อตาลแบบโบราณ เมื่อหยอดน้ำตาลลงในพิมพ์รูปหม้อแล้ว สักพักก็เรียงชนมลงในโหล เพื่ออบควันเทียนให้หอม ฯลฯ และนอกจากคนสมัยก่อนจะใช้เทียนอบในการอบชนมให้มีกลิ่นหอมแล้ว ยังใช้ออบแป้งรำดอกสารภี เพื่อใช้ประพาดตัวหลังอบน้ำอึกด้วย ชนมที่ต้องผ่านกรรมวิธีการอบเทียนนั้นมียุหลายชนิดด้วยกัน อาทิ ลำป้านนี้ ทองเอก กลีบลำดวน ปุยฝ้าย โสมนัส ข้าวตู ฯลฯ อย่างน้ำกะทิที่นำมาราดชาหริ่ม ลอดช่อง แต่งไทย ฯลฯ ก็ล้วนต้องการผ่านการอบรำด้วยเทียนอบทั้งสิ้น

การอบควันเทียนเริ่มจากการจุดไฟที่เทียนอบแล้วนำไปวางระหว่างชนมที่อยู่ในขวดโหล เมื่อไฟลามไปถึงขี้ผึ้งแล้วก็ดับไฟให้เหลือแต่ควัน จากนั้นก็ปิดฝาขวดโหลทันที ทั้งไว้ค้างคืน ๑ คืน จะได้ชนมไทยกลิ่นหอมกรุ่นละมุนละไม ในขั้นตอนการอบควันเทียนนี้ต้องระมัดระวัง ไม่ให้เถ้าดำๆ รอบเนื้อเทียนหล่น

หรือปลิวไปถูกชนม ดังนั้น หากต้องการจะอบควันเทียน ครังต่อไป ก็ต้องดูแลเรื่องนี้เป็นพิเศษเสียหน่อย เพราะเทียนอบที่ผ่านการใช้งานไปครังหนึ่งแล้วจะมีเถ้าดำๆ ติดอยู่เป็นจำนวนมาก ควรเอาเถ้าดำๆ รวมเนื้อเทียนนั้นออกไปเสียก่อน เรียกว่ากันไว้ดีกว่าแก้ จะได้ไม่ต้องมานั่งเสียใจทีหลังว่าชนมสวยๆ กลิ่นหอมๆ เปราะเปื้อนไปหมด

การอบชนมด้วยดอกกุหลาบ

ดอกกุหลาบที่ใช้ต้องเป็นดอกกุหลาบมอญสีชมพู กุหลาบมอญพันธุ์นี้ค่อนข้างจะมีน้อย ทั้งยังมีราคาแพงอีกด้วย ดังนั้น ชนมไทยที่อบด้วยกลิ่นของดอกกุหลาบมอญสีชมพูนี้จึงหายากตามไปด้วย การอบชนมด้วยดอกกุหลาบทำได้โดยเด็ดกลีบดอกกุหลาบออกมาทีละกลีบ ต้องระวังไม่ให้กลีบดอกช้ำแล้วนำไปโรยบนชนม จากนั้นก็ปิดฝาชนมไว้ทั้งค้างคืน 1 คืน



การอบขนมด้วยดอกกระดังงา

จะต้องทำการลบดอกกระดังงาด้วยไฟที่จุดจากเทียนอบเพื่อให้กลีบดอกชำรุดเสียก่อน จากนั้นก็ต้องบีบกระเปาะดอกให้แตก กลิ่นหอมจะออกมาค่อนข้างฉุนเลยทีเดียว เมื่อทำขั้นตอนเตรียมดอกกระดังงานี้เรียบร้อยแล้วนำไปใส่ลงในขนมที่ต้องการอบแล้วปิดฝาให้มิดชิดทิ้งไว้ค้างคืน การนำไฟมาลบกลีบดอกกระดังงานี้ยังเป็นที่มาของสำนวนที่ว่า ‘กระดังงาลบไฟ’



เทคนิคการทำขนมจากธรรมชาติ

การทำขนมหวานไทยให้น่ารับประทาน และสะดุดตาผู้บริโภค สีของขนมสามารถดึงดูดใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี การทำขนมหวานไทยใช้สีอ่อนๆ จะทำให้ขนมสวย ผู้ประกอบขนมหวานไทยควรใช้สีที่ได้จากธรรมชาติของพืชชนิดต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงสีผสมอาหารมากชนิดที่อาจมีอันตรายต่อร่างกายของผู้บริโภค

1. ใบเตย ให้สีเขียว มีลักษณะใบยาวเรียวยาว สีเขียวจัด มีกลิ่นหอม โคนใบมีสีขาวนวล ลักษณะเป็นกอ ใบแก่มีสีเขียวจัด ให้กลิ่นหอมมาก ใบเตยมีสองชนิด คือ เตยหอม และเตยไม่หอม การเลือกใช้นิยมใช้ใบเตยหอมที่มีกอใหญ่ มีใบโต ไม่มีเมล็ดเงาะ วิธีการคั้นน้ำใบเตย หั่นใบเตยเป็นฝอย แล้วโขลกให้ละเอียด ใส่ผ้าเล็กน้อย คั้นเอาน้ำเตยออกให้เข้มข้นที่สุด กรองด้วยผ้ากรองพยายามอย่าให้กากใบเตยหลงลงไปในส่วนที่กรองแล้ว

2. กาบมะพร้าว ให้สีดำ ใช้กาบมะพร้าวแก่เผาไฟให้ไหม้จนเป็นสีดำทั้งอัน ใส่ผ้าคั้น กรองด้วยผ้ากรอง เอากากออกให้หมด

3. ขมิ้น ให้สีเหลืองขมิ้น เป็นพืชล้มลุก มีหัวใต้ดิน ลักษณะเป็นแงะคล้ายขิง สีเหลือง มีกลิ่นหอมใช้ผสมกับขนมที่ต้องการให้มีสีเหลือง วิธีการใช้ ทูบขมิ้นให้แตก ห่อผ้าแล้วนำไปแช่กับน้ำให้ออกสี

4. ดอกอัญชัน ให้สีม่วงคราม เป็นพืชไม้เลื้อยมีดอกสีม่วงคราม ลักษณะคล้ายดอกถั่ว ตรงปลายสีม่วงคราม ตรงกลางสีเขียว เวลาใช้ให้เลือกเอาแต่ส่วนที่เป็นสีม่วง วิธีการใช้ ใส่ผ้าเค็ดเล็กน้อย แช่ดอกอัญชัน สักครู่คั้นให้ออกสีคราม กรองเอากากออก หยอดน้ำมะนาวลงไป สีจะเปลี่ยนเป็นสีม่วง

5. ดอกดิน ให้สีดำ เป็นพืชชนิดหนึ่ง จะมีตอนหน้าฝน ดอกปนกับรากไม้ชนิดอื่น เช่น รากอ้อย รากหญ้าคา ดอกดินโผล่ออกจากดิน มีสีม่วงเข้ม กลีบดอกรีๆ ใช้ผสมกับแป้งทำขนมดอกดิน

6. หนุ่ยฝรั่ง ให้สีเหลือง เป็นพืชชนิดหนึ่งมีลักษณะคล้ายเกสรดอกไม้ตากแห้ง มีกลิ่นหอม เมื่อนำมาใช้ชงกับน้ำร้อนแล้วกรองเอากากออกใช้แต่น้ำ

7. ครั่ง จะได้สีแดง ใช้รั้งครั่งมาแช่น้ำ ถ้าต้องการสีแดงคล้ำ เติมน้ำส้มลงไปเล็กน้อย

8. กระเจี๊ยบ จะได้สีแดงเข้ม ใช้ส่วนที่เป็นกลีบหุ้มผลนำมาต้มกับน้ำ

9. เกสรดอกคำฝอย จะได้สีเหลือง ใช้แช่ในน้ำร้อน กรองเอาแต่น้ำ *





ราศีเมษ

คนธาตุไฟ เหมาะกับชนมประเภทเย็นๆ พวกกะทิ อย่างลอดช่อง ชาหริ่ม ลอยแก้วต่างๆ ส่วนเครื่องดื่มผลไม้ตามฤดูกาล



ราศีพฤษภ

คนธาตุดิน รักชอบในศิลปะแบบโบราณ ชนมไทยต้องกึ่งแห้ง กึ่งเปียก เช่น ชนมชั้น เปียกปูน ชนมกรวย ชนมถ้วย เครื่องดื่มอย่างน้ำมะตูม น้ำตะไคร้ แก้วชวย



ราศีเมถุน

คนธาตุลม เอาแน่เอานอนยาก จะกินขนมที่หายาก เช่น ชนมกระจุจ ชนมहनानवल หรือชนมตามวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ เครื่องดื่มประเภทค็อกเทล



ราศีกรกฎ

คนธาตุน้ำที่ใจเย็น ใจดี นุ่มนวล ชนมประเภทหวานมัน อย่างข้าวเหนียวสังขยา ชนมประเภทแกงบวด เครื่องดื่มน้ำหวานธรรมดา ชา กาแฟทั้งร้อน ทั้งเย็น



ราศีสิงห์

คนธาตุไฟ ค่อนข้างเอาแต่ใจ ชนมต้องการสีสดใส เช่น สีแดง ส้ม ทอง ประเภททองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง จ่ามงกุฎ ข้าวเหนียวแดง ต้มผลไม้ หรือน้ำสมุนไพรชาดอกคำฝอย จับเลี้ยง



ราศีกันย์

คนธาตุดิน ค่อนข้างใจเย็นและมั่นคง ชอบทำขนมคู่บารมีต้องมีสีขาว หรือสีนวลงามตา อย่างขนมฝิง ชนมहनानवल วุ้นกะทิ เครื่องดื่มประเภทเพื่อสุขภาพ รังนก โสม น้ำสมุนไพรเป็นสิริมงคล



ราศีตุลย์

คนธาตุลมไม่ค่อยยินดียินร้ายอะไร ต้องชนมลา ชนมฝักบัว ลำป้านเนื้ออ่อน ซ่อม่วง ชอบน้ำผัก ผลไม้คั้นสดๆ

ชนมเสริมราศี



ราศีพิจิก

คนธาตุน้ำ ชอบชนมประเภทน้ำ และมีกะทิเป็นส่วนประกอบ ประเภทแกงบวด ชนมครองแครง ไข่เต่า ปลากริม บัวลอย หรือโรตีสายไหม เครื่องดื่มต้องมีรสเปรี้ยว อย่างน้ำมะนาว สับปะรด น้ำมะขาม เสริมความเป็นตัวเอง และความมั่นใจ



ราศีธนู

คนธาตุไฟ เหมาะกับชนมมงคลพิธีต่างๆ เครื่องดื่มประเภทของสูง เช่น น้ำมะพร้าว น้ำตาลสด ชา กาแฟใส่นม



ราศีมังกร

คนธาตุดิน ไม่ต้องการรสชาติโดดเด่น และเน้นความประณีต ประติดประต่อ



ราศีกุมภ์

คนธาตุลม ไม่ค่อยชอบอะไรง่ายๆ สนใจแค่กขนมปัง ประเภทเบเกอรี่มากกว่าขนมไทย ชอบดื่ม น้ำส้ม น้ำเสาวรส น้ำแอปเปิ้ล ฯลฯ



ราศีมีน

คนธาตุไฟ ไม่ค่อยร้อนเท่าไร ต้องเลือกขนมฟองมุก ชนมเลิบบ่อนาง และประเภทข้าวเม่า ข้าวตัง เสริมการมีมนุษย์สัมพันธ์คนรอบข้าง และชอบน้ำผัก ผลไม้เพื่อสุขภาพ *

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขนมไทย

มพช.๑/๒๕๕๖

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขนมไทย

๑. ขอบข่าย

๑.๑ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ไม่ครอบคลุมขนมไทยประเภทอื่นที่ได้มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น

๒. บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ มีดังต่อไปนี้
๒.๑ ขนมไทย หมายถึง อาหารที่ทำจากวัตถุดิบต่างๆ เช่น แป้ง ข้าว กะทิ น้ำตาล ไข่ หรืออื่นๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สีสันสวยงาม มีรสหวานอร่อย มีกลิ่นหอม อาจมีการเติมแต่งสี กลิ่น และรส

๓. ประเภท

๓.๑ ขนมไทย แบ่งออกเป็น ๔ ประเภท คือ

๓.๑.๑ ขนมกวน เช่น ลูกชุบ เปียกปูน ลี้มกลืน กะละแม ตะโก้ ข้าวเหนียวแก้ว ผลไม้กวนชนิดต่างๆ

๓.๑.๒ ขนมเชื่อมสด เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน กล้วยเชื่อม มันสำปะหลังเชื่อม ลูกตาลเชื่อม สาเกเชื่อม

๓.๑.๓ ขนมเชื่อมแห้ง เช่น พักกรอบ มะยมเชื่อมแห้ง ลูกหยีเชื่อมแห้ง

๓.๑.๔ ขนมทอด เช่น ดอกจอก ฝักบัว มันฝรั่งนก กล้วยแขก ขนมกง ทองพลุ

๓.๑.๕ ขนมผิง เช่น หม้อแกง บ้าบิ่น ขนมผิง

๓.๑.๖ ขนมต้ม เช่น ต้มแดง ต้มขาว ข้าวต้มน้ำวัน

๓.๑.๗ ขนมปัง/ยาง เช่น ทองม้วน ทองพับ

๓.๑.๘ ขนมหนึ่ง เช่น ขนมชั้น ปุยฝ้าย ถ้วยฟู ไล่ไส้ ขนมตาล ขนมกล้วย ขนมถั่ว

๓.๑.๙ อื่นๆ เช่น จ่ามงกุฎ ทองเอก กลีบลำดวน วุ้นกะทิ แป้งจี

๔. คุณลักษณะที่ต้องการ

๔.๑ ลักษณะทั่วไป

มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวถูกต้องตรงตามชื่อเรียกขนมไทยที่ระบุไว้ที่ฉลาก

๔.๒ สี กลิ่น รส

ต้องมีสี กลิ่น รส เป็นไปตามเอกลักษณ์เฉพาะตัวของขนมไทยนั้นๆ

๔.๓ ลักษณะเนื้อ

ต้องเป็นไปตามเอกลักษณ์เฉพาะของขนมไทยนั้นๆ

เมื่อตรวจสอบโดยวิธีให้คะแนนตามข้อ ๔.๑ แล้ว ต้องได้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละลักษณะจากผู้ตรวจสอบทุกคน ไม่น้อยกว่า ๓.๒๕ คะแนน และไม่มีลักษณะใดได้ ๑ คะแนน จากผู้ตรวจสอบคนใดคนหนึ่ง

๔.๔ สิ่งแปลกปลอม

ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอม เช่น ลวดเย็บกระดาษ ไม้กลัด เส้นผม ชิ้นส่วนของแมลง

๔.๕ วัตถุเจือปนอาหาร

๔.๕.๑ วัตถุกันเสีย ให้ใช้ได้ตามชนิดและปริมาณตามที่กฎหมายกำหนด

๔.๕.๒ สีผสมอาหาร ให้ใช้ได้ตามชนิดและปริมาณตามที่กฎหมายกำหนด

๔.๖ จุลินทรีย์

๔.๖.๑ จำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด ต้องไม่เกิน ๑,๑๐๕ โคโลนีต่อตัวอย่าง ๑ กรัม

๔.๖.๒ ต้องไม่มีราปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจน

๕. สัญลักษณ์

๕.๑ สัญลักษณ์ในการทำขนมไทย ให้เป็นไปตามคำแนะนำตามภาคผนวก ก.

๖. การบรรจุ

๖.๑ ให้บรรจุขนมไทยในภาชนะบรรจุที่สะอาด แห้ง ผนึกได้เรียบร้อย โดยต้องไม่ใช้ลวดเย็บกระดาษ ป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกภายนอกหรือความชื้น และไม่ดูดซึมไขมันจากขนมไทย กรณีใช้ภาชนะบรรจุ ที่ทำด้วยโลหะต้องไม่เป็นสนิม

๖.๒ ปริมาณสุทธิของขนมไทยในแต่ละภาชนะบรรจุ ต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก

๗. เครื่องหมายและฉลาก

๗.๑ ที่ภาชนะบรรจุขนมไทยทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมี เลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

(๑) ชื่อเรียกขนมไทย

(๒) ชนิดและปริมาณวัตถุเจือปนอาหาร (ถ้ามี)

(๓) ปริมาณสุทธิ

(๔) ข้อแนะนำในการเก็บรักษา เช่น ควรเก็บไว้ในตู้เย็น

(๕) วัน เดือน ปีที่ทำ และ วัน เดือน ปีที่หมดอายุ หรือข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)”

(๖) ชื่อผู้ทำ หรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

๘. การชักตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน

๘.๑ รุ่น ในที่นี้ หมายถึง ขนมไทยที่มีชื่อเรียกอย่างเดียวกัน ทำโดยกรรมวิธีเดียวกัน ที่ทำหรือส่งมอบหรือซื้อขายในระยะเวลาเดียวกัน

๘.๒ การชักตัวอย่างและการยอมรับ ให้เป็นไปตามแผนการชักตัวอย่างที่กำหนดต่อไปนี้

๘.๒.๑ การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับการทดสอบลักษณะทั่วไป สี กลิ่น รส ลักษณะเนื้อ สิ่งแปลกปลอม การบรรจุ

และเครื่องหมายและฉลาก ให้ชักตัวอย่างโดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน ๓ หน่วยภาชนะบรรจุ เมื่อตรวจสอบแล้วทุกตัวอย่าง ต้องเป็นไปตามข้อ ๔.๑ ถึงข้อ ๔.๔ ข้อ ๖. และข้อ ๗. จึงจะถือว่าขนมไทยรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

๔.๒.๒ การชักตัวอย่างและการยอมรับ สำหรับ การทดสอบวัตถุเจือปนอาหาร และจุลินทรีย์ ให้ชักตัวอย่าง โดยวิธีสุ่มจากรุ่นเดียวกัน จำนวน ๕ หน่วยภาชนะบรรจุนำมาทำเป็นตัวอย่างรวม เมื่อตรวจสอบแล้วตัวอย่างต้องเป็นไปตามข้อ ๔.๕ และข้อ ๔.๖ จึงจะถือว่าขนมไทยรุ่นนั้นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

๔.๓ เกณฑ์ตัดสิน

ตัวอย่างขนมไทยต้องเป็นไปตามข้อ ๔.๒.๑ และข้อ ๔.๒.๒ ทุกข้อ จึงจะถือว่าขนมไทยรุ่นนั้นเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้

๙. การทดสอบ

๙.๑ การทดสอบลักษณะทั่วไป สี กลิ่น รส และลักษณะเนื้อ

๙.๑.๑ ให้แต่งตั้งคณะผู้ตรวจสอบ ประกอบด้วยผู้ที่มีความชำนาญในการตรวจสอบขนมไทยอย่างน้อย ๕ คน แต่ละคนจะแยกกันตรวจและให้คะแนนโดยอิสระ

๙.๑.๒ หลักเกณฑ์การให้คะแนน ให้เป็นไปตามภาคผนวก ข.

๙.๒ การทดสอบวัตถุเจือปนอาหาร จุลินทรีย์ และปริมาณสุทธิ ให้ปฏิบัติตามวิธีวิเคราะห์ที่หน่วยตรวจสอบใช้ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ

๙.๓ การทดสอบสิ่งแปลกปลอม ภาชนะบรรจุ และเครื่องหมายและฉลาก ให้ตรวจพินิจ

ภาคผนวก ก.

สัญลักษณ์ (ข้อ ๕.๑)

ก.๑ สถานที่ตั้งและอาคารผลิต

ก.๑.๑ สถานที่ตั้งตัวอาคารและที่ใกล้เคียง ควรอยู่ในที่ที่ไม่ทำให้ขนมไทยที่ผลิตเกิดการปนเปื้อนได้ง่าย โดย

ก.๑.๑.๑ สถานที่ตั้งตัวอาคารและบริเวณโดยรอบ สะอาด ไม่มีน้ำขังและและสกปรก

ก.๑.๑.๒ ควรอยู่ห่างจากบริเวณหรือสถานที่ที่มีฝุ่นมากผิดปกติ

ก.๑.๑.๓ ไม่ควรอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่น่ารังเกียจ

ก.๑.๒ อาคารผลิตมีขนาดเหมาะสม มีการ

ออกแบบและก่อสร้างในลักษณะที่ง่ายแก่การบำรุงรักษา การทำความสะอาด และสะดวกในการปฏิบัติงาน โดย

ก.๑.๒.๑ พื้น ฝาผนัง และเพดานของอาคารสถานที่ผลิต ควรก่อสร้างด้วยวัสดุที่คงทน ทำความสะอาด และซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดเวลา

ก.๑.๒.๒ ควรแยกบริเวณผลิตขนมไทยออกเป็นสัดส่วน ไม่ควรอยู่ใกล้ห้องสุขา ไม่ควรมีสิ่งของที่ไม่ใช้แล้ว หรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอยู่ในบริเวณผลิต

ก.๑.๒.๓ พื้นที่ใช้ปฏิบัติงาน ควรมีบริเวณเพียงพอ แสงสว่าง และการระบายอากาศที่เหมาะสม

ก.๒ เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการผลิต

ก.๒.๑ ภาชนะหรืออุปกรณ์ในการผลิตที่สัมผัสกับขนมไทย ทำจากวัสดุที่มีผิวเรียบ ไม่เป็นสนิม ไม่กัดกร่อนหรือทำปฏิกิริยากับขนมไทย ล้างทำความสะอาดได้ง่าย

ก.๒.๒ เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ สะอาด และเหมาะสมกับการใช้งาน ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อน ติดตั้งได้ง่าย มีปริมาณเพียงพอ รวมทั้งสามารถทำความสะอาดได้ง่าย และทั่วถึง

ก.๓ การควบคุมกระบวนการผลิต

ก.๓.๑ วัตถุดิบและส่วนผสมในการผลิตขนมไทย สะอาด มีคุณภาพดี มีการล้างหรือทำความสะอาดก่อนนำไปใช้

ก.๓.๒ การผลิต การเก็บรักษา ขนย้าย และขนส่งขนมไทย มีการป้องกันการปนเปื้อนและการเสื่อมเสียของขนมไทย

ก.๔ การสุขาภิบาล การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด

ก.๔.๑ น้ำที่ใช้ล้างทำความสะอาดเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ และมือผู้ประกอบการขนมไทย เป็นน้ำสะอาด และมีปริมาณเพียงพอ

ก.๔.๒ มีวิธีการป้องกันและกำจัดสัตว์นำเชื้อ แมลงและฝุ่น ไม่ให้เข้าในบริเวณผลิตตามความเหมาะสม

ก.๔.๓ มีการกำจัดขยะ สิ่งสกปรก และน้ำทิ้ง อย่างเหมาะสม เพื่อไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนกลับลงสู่ขนมไทย

ก.๔.๔ สารเคมีที่ใช้ล้างทำความสะอาด และใช้กำจัดสัตว์นำเชื้อและแมลง ควรใช้ในปริมาณที่เหมาะสม และเก็บแยกจากบริเวณที่ผลิตขนมไทย เพื่อไม่ให้ปนเปื้อนลงสู่ขนมไทยได้

ก.๕ บุคลากรและสุขลักษณะผู้ปฏิบัติงาน

ผู้ทำขนมไทยทุกคนต้องรักษาความสะอาดส่วนบุคคลให้ดี เช่น สวมเสื้อผ้าที่สะอาด มีผ้าคลุมผมเพื่อป้องกันไม่ให้เส้นผมหล่นลงในขนมไทย ไม่ไ้เล็บยาว และล้างมือให้สะอาดก่อนสัมผัสขนมไทยทุกครั้ง

ภาคผนวก ข.

หลักเกณฑ์การให้คะแนนในการทดสอบลักษณะทั่วไป
สี กลิ่น รส และลักษณะเนื้อ (ข้อ ๙.๑.๒)

ลักษณะที่ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่กำหนด	ระดับการตัดสิน คะแนน				
		ดีมาก	ดี	ปานกลาง	พอใช้	ต้องปรับปรุง
ลักษณะทั่วไป	เอกลักษณ์เฉพาะตัวถูกต้องตรงตามชื่อเรียกขนมไทยที่ระบุไว้ที่ฉลาก	๕	๔	๓	๒	๑
สี กลิ่น รส	เป็นไปตามเอกลักษณ์เฉพาะตัวของขนมไทยนั้นๆ	๕	๔	๓	๒	๑
ลักษณะเนื้อ	เป็นไปตามเอกลักษณ์เฉพาะตัวของขนมไทยนั้นๆ	๕	๔	๓	๒	๑

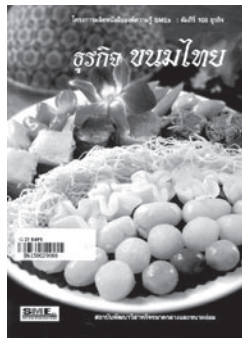
แหล่งข้อมูล : เว็บไซต์ของสำนักงานมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ชื่อหนังสือ : ธุรกิจขนมไทย

ผู้เขียน : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รหัส : G 25 ๕48ข

เนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจขนมไทย ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพและคุณสมบัติของผู้ประกอบการ การตลาด การผลิต การบริหาร รวมถึงการลงทุน



ชื่อหนังสือ : ธุรกิจร้านเบเกอรี่

ผู้เขียน : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รหัส : G 25 ๕48รบ

เนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจเบเกอรี่ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพ และคุณสมบัติของผู้ประกอบการ การตลาด การดำเนินงานและการผลิต การบริหาร ธุรกิจร้านเบเกอรี่ การเงินและการลงทุน



ชื่อหนังสือ : ธุรกิจไอศกรีมโฮมเมด

ผู้เขียน : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รหัส : G 25 ๕48อค

เนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจไอศกรีมโฮมเมด ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพ/คุณสมบัติของผู้ประกอบการ การตลาด การผลิตไอศกรีมโฮมเมด การบริหารงานธุรกิจไอศกรีมโฮมเมด รวมถึงการลงทุน



ชื่อหนังสือ : เทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตการเกษตรลูกกวาดและขนมขบเคี้ยว

ผู้เขียน : สำนักส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยี

รหัส : IB 30 ส1

หนังสือเล่มนี้ได้รวบรวมวิธีการทำลูกกวาดและขนมขบเคี้ยวต่างๆ

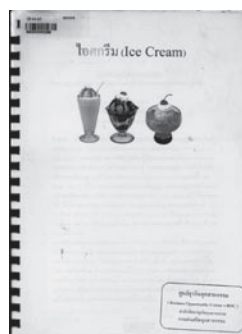


ชื่อหนังสือ : ไอศกรีม (Ice Cream)

ผู้เขียน : สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

รหัส : IB 64 อ5

กล่าวถึงการผลิตไอศกรีมและการตรวจสอบคุณภาพ

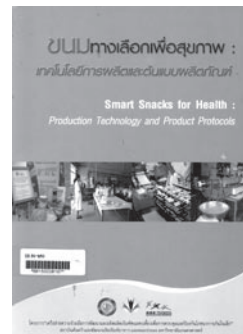


ชื่อหนังสือ : ขนมทางเลือกเพื่อสุขภาพ : เทคโนโลยีการผลิตและต้นแบบผลิตภัณฑ์

ผู้เขียน : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

รหัส : IB 30 ข50

ประกอบด้วยการพัฒนาขนมเด็กเพื่อสุขภาพ ขนมขบเคี้ยวสุขภาพสำหรับเด็ก เทคโนโลยีการผลิตปลาแผ่นกรอบ เทคโนโลยีเอกซเรย์กับการผลิตขนมขบเคี้ยวในระดับอุตสาหกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์สแนคเบญจรงค์ เทคโนโลยีการผลิตบิสกิตถั่วเขียว

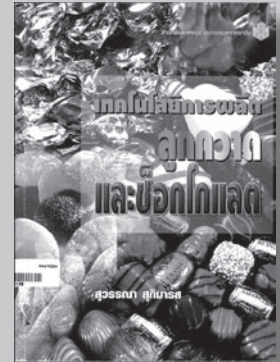


ชื่อหนังสือ : เทคโนโลยีการผลิตลูกกวาดและช็อกโกแลต

ผู้เขียน : สุวรรณา สุภิมารส

รหัส : IB 30 ส5

เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตลูกกวาดและช็อกโกแลต กรรมวิธีการผลิต เทคนิค และอุปกรณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำตาลเป็นส่วนผสมหลัก กรรมวิธีการผลิต เทคนิค และอุปกรณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์จากโกโก้และช็อกโกแลต การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ลูกกวาดและช็อกโกแลต บรรจุภัณฑ์ การบรรจุ และอายุการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ลูกกวาดและช็อกโกแลต แนวโน้มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมลูกกวาดและช็อกโกแลต



ชื่อหนังสือ : เบเกอรี่เทคโนโลยีเบื้องต้น

ผู้เขียน : จิตธนา แจ่มเมฆ

รหัส : IB 40 จ8

เนื้อหาประกอบด้วยประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมขนมอบ เครื่องมือและการปฏิบัติทั่วไปในการทำเบเกอรี่ วัตถุดิบที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เทคนิคในการทำผลิตภัณฑ์ที่ใช้ยีสต์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ยีสต์ คุณลักษณะการเสื่อมเสียของขนมปัง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผงฟู เพสตรีคูกี้ สุขลักษณะและการจัดรูปโรงงานเบเกอรี่



ชื่อหนังสือ : วารสารวิจัยการตลาดขนมขบเคี้ยว

ผู้เขียน : บริษัท ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ จำกัด

รหัส : IB 30 ว37

เนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อขนมขบเคี้ยว ผู้บริโภคกับการบริโภคขนมขบเคี้ยว การสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภค และความคิดเห็นต่อการรับประทานขนมขบเคี้ยว



ชื่อหนังสือ : รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอุตสาหกรรมผัก ผลไม้อบกรอบ

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : RES กสอ17 จ63

เนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการอุตสาหกรรมผัก ผลไม้อบกรอบ การวิเคราะห์สถานะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม สถานะตลาด ความต้องการและการแข่งขัน กลยุทธ์ทางการตลาด การดำเนินงานธุรกิจและการผลิต รวมถึงการลงทุนและการเงิน



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) โดยเน้นกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะลงปฏิบัติ (Experiential Learning) 4 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมและบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จิตวิทยา ผู้ประกอบการ เกมธุรกิจ และการสร้างกลุ่มสัมพันธ์
ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการด้านต่างๆ
ความรู้เกี่ยวกับการจัดตั้งธุรกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงานกำกับ ควบคุม และหน่วยงานส่งเสริมพัฒนาการวิเคราะห์และจัดทำโครงการลงทุนและแผนธุรกิจ โดยให้จัดทำแผนธุรกิจจริงๆ ตามความสนใจลงทุนของแต่ละบุคคล และทดลองนำเสนอแผนธุรกิจต่อสถาบันการเงิน หรือแหล่งทุนอื่นๆ เพื่อขอสนับสนุนสินเชื่อหรือการร่วมลงทุน

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

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

วารสารอุตสาหกรรมสารเป็นวารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่มีอายุยาวนานกว่า 50 ปี เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการส่งเสริมความรู้ ด้านอุตสาหกรรม เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วย แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม



ยุทธศาสตร์การอยู่รอด
อย่างยิ่งใหญ่ Brand & Design
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
กันยายน-ตุลาคม 2551



เอสเอ็มอีเกษตรแปรรูป
ยกระดับความได้เปรียบด้วยมูลค่าเพิ่ม
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2551



อาหารพร้อมทาน อาหารพร้อมปรุง
ปีที่ 52 ฉบับเดือน
มกราคม-กุมภาพันธ์ 2552



พลิกบทบาทการให้บริการ SMEs
ปีที่ 52 ฉบับเดือน
มีนาคม-เมษายน 2552



โอกาสทางธุรกิจ ชา-กาแฟ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
กรกฎาคม-สิงหาคม 2551



อุตสาหกรรมสนับสนุนฐานราก
การผลิตภาคอุตสาหกรรมทุกมิติ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤษภาคม-มิถุนายน 2551



เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
มีนาคม-เมษายน 2551



Frozen food
อาหารแช่แข็งเติมโตทั่วโลก
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
มกราคม-กุมภาพันธ์ 2551



เพิ่มมูลค่า ข้าวไทย
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2550



โอกาสและธุรกิจ ขนมไทย
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
กันยายน-ตุลาคม 2550



โลจิสติกส์ เพิ่มผลผลิตอุตสาหกรรม
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
กรกฎาคม-สิงหาคม 2550



ธุรกิจ SMEs ผู้ประกอบการสตรี
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
พฤษภาคม-มิถุนายน 2550

สมัครเป็นสมาชิกได้ที่ :

วารสารอุตสาหกรรม กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
 สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข 0 2354 3299

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