e-newsletter

ฉบับประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2557

- ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมอาหารเพิ่มไม่หวั่นปัญหาการเมือง
- เทรนด์อาหารและไวน์ของออสเตรเลียในปี 2014
- นวัตกรรมอาหารธรรมชาติและออร์แกนิค

ABOUT AS

สถาบันอาหาร จัดตั้งขึ้นจากแนวคิดของภาครัฐ โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และภาคเอกชน โดยกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย เพื่อหาองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นแกนนำในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม จึงได้มอบหมายให้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ดำเนินการศึกษา เพื่อหาข้อเสนอแนะและความจำเป็นในการจัดตั้งองค์กร หรือหน่วยงานที่จะเป็นแกนนำในภารกิจดังกล่าว

จากผลการศึกษา ได้มีข้อสรุปและเสนอแนะให้มีหน่วยงานใหม่ ที่จะเป็นองค์กรนำในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยในรูปแบบของ “สถาบัน” โดยมีภารกิจเป็นแหล่งให้บริการข้อมูลด้านการค้าและเทคโนโลยีการบริการด้านการตรวจวิเคราะห์การประสานความร่วมมือเพื่อการแก้ไขปัญหา และยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอาหารกอบในช่วงเวลาดังกล่าว กระทรวงอุตสาหกรรม มีดำริที่สอดคล้องและเป็นแนวทางเดียวกัน จึงได้นำเสนอเรื่องการจัดตั้ง “สถาบันอาหาร” เข้าสู่วาระการพิจารณาของคณะรัฐมนตรี และมีมติให้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2539 ในรูปแบบ องค์กรเครือข่ายภายใต้อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรมตามคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรมที่ 440/2539 ลงวันที่ 28 พฤศจิกายน 2539

nfi
สถาบันอาหาร
กระทรวงอุตสาหกรรม

วิสัยทัศน์

สถาบันอาหารจะเป็นองค์กรชั้นนำในด้านการสร้างคุณค่า (Value Creation) ให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศด้วยการบริการที่เป็นเลิศ

พันธกิจ

สร้างคุณค่าด้านวิชาการเทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่ล้ำสมัยทันสถานการณ์ที่ตอบสนองความต้องการของภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหาร

ค่านิยม

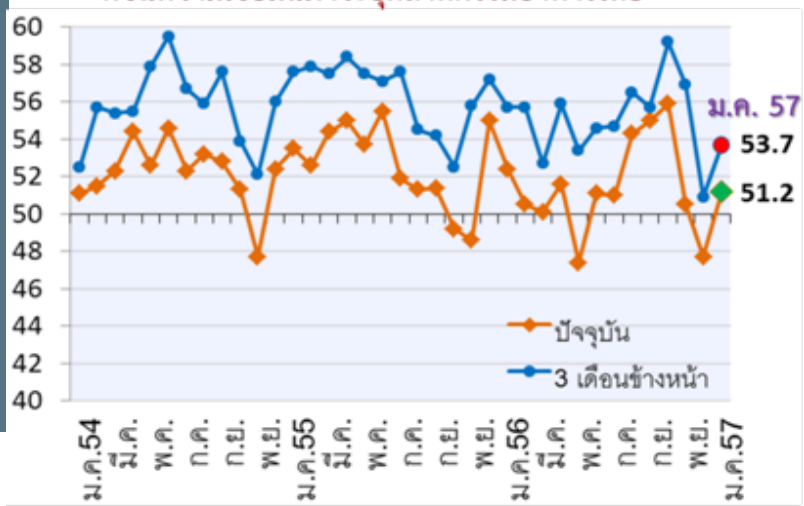
“สถาบันอาหารดำเนินการด้วยความซื่อสัตย์สุจริตโปร่งใสมีคุณธรรมให้ความเคารพซึ่งกันและกันและมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยการส่งมอบ

ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมอาหารเพิ่ม ไม่หวั่นปัญหาการเมือง

"สถานการณ์การชุมนุมทางการเมืองได้ส่งผลเชิงจิตวิทยาต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมอาหารหดตัวลงในช่วงสั้นๆ ก่อนที่จะกลับมาอยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นอีกครั้งในเดือนมกราคมที่ผ่านมาทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการได้ให้น้ำหนักกับปัจจัยภายนอกที่จะส่งผลต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากกว่าปัจจัยในประเทศประกอบกับสถานการณ์ทางการเมืองไม่ได้เกิดความรุนแรงมากนักธุรกิจส่วนใหญ่ยังสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้โดยเฉพาะภาคการส่งออกที่ผู้ประกอบการเชื่อมั่นว่าจะเป็นปัจจัยสำคัญผลักดันการขยายตัวของธุรกิจในปีนี้"

สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม ได้สำรวจความเชื่อมั่นผู้บริหารและผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมอาหารในเดือนมกราคม 2557 จำนวน 80 ราย ครอบคลุมกิจการขนาดใหญ่และขนาดกลางเป็นหลัก พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นภาวะอุตสาหกรรมอาหารไทยอยู่ที่ระดับ 53.7 ซึ่งมีค่ามากกว่า 50 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทางธุรกิจดีขึ้น โดยเฉพาะความเชื่อมั่นที่มาจากองค์ประกอบด้านยอดคำสั่งซื้อในอุตสาหกรรมที่เน้นส่งออกที่ดูจะมีน้ำหนักมากกว่าด้านอื่น ทั้งนี้เนื่องจากได้รับปัจจัยสนับสนุนจากแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว เงินบาทที่อ่อนค่าลง รวมทั้งปัจจัยที่เอื้ออำนวยในรายสาขาซึ่งแตกต่างกันออกไป โดยอุตสาหกรรมสาขาที่ดัชนีความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้น อาทิ ไก่ อาหารทะเล กระป๋อง ผักผลไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์นม ขนมอบกรอบ รวมทั้ง

ดัชนีความเชื่อมั่นภาวะอุตสาหกรรมอาหารไทย



ที่มา: จากการสำรวจผู้ประกอบการเดือนมกราคม 2557

เครื่องปรุงรสอย่างไรก็ตามดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมอาหารที่เน้นตลาดในประเทศอยู่ที่ระดับ 49.7 แสดงให้เห็นว่ามีผู้ประกอบการบางส่วนกังวลต่อสถานการณ์ทางการเมืองที่จะกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ

ที่มา :

ฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร 2008 ซอยอรุณอมรินทร์ 36 ถนนอรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700

เทรนด์อาหารและไวน์ของออสเตรเลียในปี 2014

เครื่องปรุงพื้นเมืองชาว

มีความเป็นออสเตรเลียมากขึ้นในด้านการกิน โดยให้ความสนใจกับรสชาติที่แท้จริงของประเทศแห่งแสงแดดของพวกเขา พืชป่า เช่น ผักโขมนิวซีแลนด์ที่อุดมไปด้วยธาตุเหล็กที่เป็นที่รู้จักของชาวออสเตรเลีย พื้นเมืองดั้งเดิมมานับศตวรรษ ในอาหารเย็นในบรรยากาศแบบออสเตรเลีย

Rockpool, ซิดนีย์, รัฐ

ออสเตรเลเซียน

Neil Perry เชฟผู้ได้รับรางวัลมากที่สุดใออสเตรเลียชาว Rockpool แชมป์การทำอาหารในแบบออสเตรเลเซียนมาอย่างยาวนาน กล่าวว่า **"ผมคิดว่าเราผสมผสานความเป็นเอเชียได้ดีกว่าทุกที่ในโลก ด้วยวัฒนธรรมและประเพณีที่เชื่อมโยงกันอย่างเหนียวแน่น"**

บ่มเพาะความเป็นเอเชีย,

Tanunda, รัฐเซาท์ออสเตรเลีย

http://www.australia.com/th/australias-food-wine-trends-2014.aspx

และยังมี ... อาหารเอเชียสมัยใหม่

(Hipster Asian) Terry Durack นักวิจารณ์อาหารชั้นแนวหน้าของออสเตรเลีย กล่าวว่าอาหารเอเชียสมัยใหม่กำลังเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากอาหารเอเชียมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและได้รับการยกย่องในรูป แบบอาหารออสเตรเลียสมัยใหม่ที่ไม่ซ้ำแบบใคร เขากล่าวว่า "คุณจะพบเห็นการผสมผสานกับระหว่างฮอทดอกและกิมจิ ปลาหมึกปรุงรสด้วยเกลือและพริกไทย เบอร์เกอร์เป็ดปักกิ่ง ขนมปิ่ง (แพนเค้กแบบจีน) ไส้ซี่โครงสไตล์เกาหลี และค็อกเทล Singapore Slang"

Piadina Slowfood, Lonsdale Street, เมลเบิร์น, รัฐวิกตอเรีย

แนวคิดขยะเหลือศูนย์

Joost Bakker เป็นเจ้าของร้านอาหาร ต้องการให้ร้านอาหารในออสเตรเลียมุงเป้าไปที่แนวคิดขยะเหลือศูนย์ เขาเพิ่งสร้างร้านอาหารปลอดขยะขึ้นเป็นแห่งแรกของโลก นำธัญพืชปลอดสารที่ปลูกในท้องถิ่นมาโม่เพื่อทำขนมปังนมปลอดสารสำหรับกาแฟมาในถังสแตนเลสสตีลที่สามารถนำกลับไปใช้ใหม่ได้ และเครื่องอบอาหาร Gaia ที่เปลี่ยนจากอาหารเหลือทิ้งให้กลายเป็นปุ๋ยที่อุดมด้วยแร่ธาตุและสะอาดได้ในชั่วข้ามคืน ปุ๋ยเหล่านี้ชาวนาจะนำกลับไปใช้เพื่อเพาะปลูกต่อไป

เมือง Ballarat, รัฐวิกตอเรีย

เทรนด์อาหารและไวน์ของออสเตรเลียในปี 2014

ลุกขึ้นแล้วทำตัวให้สดชื่น : อาหารเช้าที่ทานได้ตลอดทั้งวัน

Terry Durack นักวิจารณ์และผู้สังเกตการณ์ด้านอุตสาหกรรมกล่าวว่าเมนูที่ขายดีที่สุดในร้านอาหารเหล่านี้คือไข่และเบคอนม้วน, Baked Egg Shashouka (ไข่ในซอสมะเขือเทศรสเผ็ด) และอะโวคาโดบดกับมะนาวทาบนขนมปังเปรี้ยว ทั้งหมดนี้สามารถขายได้ตลอดทั้งวัน

Torquay, รัฐวิกตอเรีย

ลานเบียร์กลับมาอีกครั้ง

"ลานเบียร์" ค่อยๆ กลับมาอีกครั้ง ชมการรวมตัวกันกลางแจ้งของ Bright Young Things แห่งออสเตรเลียที่ The Garden ในเพิร์ธ หรือโรงเบียร์ Cowraramup Brewery ในแหล่งปลูกไวน์ Margaret River ในรัฐเวสเทิร์นออสเตรเลีย พบกับพวกเขานั่งเอนกายอยู่บนม้านั่งลายทางสีขาวสลับดำพร้อม Bloody Mary ใน Bali Bar ใน Darwin, โรงแรมในบริสเบนในรัฐควีนส์แลนด์ หรือ Norfolk ของซิดนีย์

http://www.australia.com/th/australias-food-wine-trends-2014.aspx

นวัตกรรมอาหารธรรมชาติและออร์แกนิค

สินค้าที่มีราคาสูงยังคงประสบปัญหาเนื่องจากความตกต่ำทางเศรษฐกิจ แต่ตลาดสินค้าธรรมชาติและออร์แกนิคยังคงมีความได้เปรียบซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพหรือสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนมากกว่า สำหรับแนวโน้มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มออร์แกนิคนั้น ส่วนใหญ่เป็นการใช้วัตถุดิบธรรมชาติหรือส่วนผสมออร์แกนิคในการผลิตเป็นอาหารในรูปแบบเดิมๆ หรือไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งมากนัก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคที่เคยรับประทานอาหารออร์แกนิคนั้นปรารถนาผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกมากขึ้น และยังมีผู้บริโภคอีกมากที่สนใจอาหารประเภทนี้ในส่วนเครื่องดื่ม สิ่งที่เห็นได้ชัดคือการใช้สารให้กลิ่นรสใหม่ที่มีความน่าสนใจ พร้อมๆ กับการเปลี่ยนค่านิยมตามแบบเดิมให้กลายมาเป็นทางเลือกใหม่เพื่อสุขภาพ

นวัตกรรมและแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารทางธรรมชาติและออร์แกนิคให้เติบโตได้กลยุทธ์ลับที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต้องรู้คือลูกค้าต้องการบริโภคสิ่งที่ดีกว่าในขณะเดียวกันก็ต้องการรักษาความสมดุลของโลกไว้ด้วยซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่หลายตัวต้องให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์เดิมที่เป็นที่รู้จักเพื่อรักษาผู้บริโภคอาหารออร์แกนิคในปัจจุบันไว้แต่ในเวลาเดียวกันก็ต้องเสนอผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มลูกค้าใหม่โดยคำนึงถึงสุขภาพและเหตุผลในเชิงศีลธรรม

สปาเก็ตตี้ซอสมะเขือเทศสไตล์อิตาลี(เยอรมัน)เมนูมังสวิรัติ100%พร้อมรับประทานไม่มีคอเลสเตอรอล อาหารออร์แกนิคมีส่วนประกอบของผงถั่วเหลืองธรรมชาติ

ที่มา : Food Today Magazine

นวัตกรรมอาหาร ธรรมชาติและออร์แกนิค

เนื้อเต้าหู้ (USA) มีกลิ่นรสถั่วน้อยมากและเนื้อสัมผัสเหมือนครีมข้นใช้สำหรับทำขนมหวานขนมอบและไอศกรีม รวมทั้งเครื่องดื่ม น้ำสลัดและซุป

เครื่องดื่มถั่วเหลืองออร์แกนิค (UK) อุดมด้วยโอเมก้า 3 ปราศจากแลกโตส และ คอเลสเตอรอล

อาหารธัญพืชปราศจากกลูเตน (UK) วางขายในบรรจุภัณฑ์รีไซเคิลที่สามารถย่อยสลายได้ภายใน 18

สารให้ความหวานจากน้ำตาลไซลิทอล (UK) ให้รสชาติและความรู้สึกเหมือนน้ำตาลแท้มีดัชนีน้ำตาลต่ำความหวานใกล้เคียงกับน้ำตาลแต่มีแคลอรี่เพียง 60% ช่วยส่งเสริมสุขภาพฟันและเหงือก เหมาะกับผู้ป่วยโรคเบาหวาน

ที่มา : Food Today Magazine

ยกระดับมาตรฐานข้าวไทย สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

"ข้าว"พืชเศรษฐกิจสำคัญต่อการส่งออกของไทยด้วยเกษตกรไทยมีการปลูกข้าวเป็นพืชหลัก ข้าวไทยได้รับการพัฒนาพันธุ์ข้าวและคุณภาพเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลกทำให้ข้าวไทยเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เรื่องที่ต้องตระหนักของ "คุณภาพข้าว"ถือเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการแข่งขันในตลาดโลกในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ

ในรอบปี 2556 มีกระแสข่าวเรื่องคุณภาพข้าวไทยอย่างต่อเนื่อง กรณีองค์การอาหารและยาของสหรัฐ (USFDA) กักสินค้าข้าวไทย เนื่องจากพบว่ามีการใช้สารเคมีรมควันและบางแห่งมีมอดรวมถึงเชื้อราและการเผยแพร่ข้อมูลในโซเชียลมีโดยว่าข่าวสารบรรรจุถุงไม่มีคุณภาพและมีสารปนเปื้อน ส่งผลกระทบกับภาพรวมข้าวไทยทั้งระบบ อีกทั้งเป็นการทำลายภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

แนวทางการยกระดับมาตรฐานข้าวอย่างบูรณาการการทำงานด้านคุณภาพมาตรฐานข้าวตลอดห่วงโซ่อาหารถือว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการสร้างความเชื่อมั่นต่อคุณภาพข้าวไทยได้อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้ข้าวไทยได้รับการยอมรับจากทั่วโลก

อันดับผู้ส่งออก	ประเทศ	ปี 2012	ปี 2013 (November)
1	อินเดีย	10.25	10.50
2	เวียดนาม	7.72	7.20
3	ไทย	6.94	7.00
ทั่วโลก		39.11	38.37

ที่มา : USDA ERS-Rice : November 2013

"โครงการปันน้ำใจ ให้ครัวโรงเรียน" ครั้งที่ 2

วันที่ 7 – 9 กุมภาพันธ์ 2557 ที่ผ่านมา ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สถาบันอาหาร ร่วมแบ่งปันน้ำใจช่วยครัวโรงเรียนในการดำเนินกิจกรรมให้คำปรึกษาและมอบทุนเพื่อซ่อมแซมปรับปรุงโรงครัวที่สะอาดถูกสุขลักษณะที่ให้กับโรงเรียนบ้านต่อเรือ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้น้องๆได้มีโรงครัวที่สะอาดและถุกสุขลักษณะที่ดี

ภาพเก็บตก นางอรวรรณ แก้วประกายแสงกูล รองผู้อำนวยการสถาบันอาหาร แสดงความเอ็นดูเด็กนักเรียน โรงเรียนบ้านต่อเรือ

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่สถาบันอาหารร่วมกันถ่ายรูปรวมกับคณะครูและนักเรียนบ้านต่อเรือ

มอบของ นางอรวรรณ แก้วประกายแสงกูล รองผู้อำนวยการสถาบันอาหาร มอบทุนการศึกษาและพัดลมเพื่อให้โรงเรียนนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อไป