การสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตปศุสัตว์ด้วยเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร

พิมพ์จันทร์ หวลอารมณ์

นักวิทยาศาสตร์การแพทย์ชำนาญการ

ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ปทุมธานี กองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

หัวข้อการบรรยาย

- สถานการณ์ตลาดปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย
- การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าปศุสัตว์
- แนวคิดในการการแปรรูปเนื้อโค เนื้อสุกร
- แนะนำกองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์
- โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ






สถานการณ์ตลาดปศุสัตว์และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย





การผลิต และตลาดโคเนื้อโคเนื้อ

Credit : ผชช.บุญยัง สรวงท่าไม้

สถานการณ์โลก ปี 2559 ทั่วโลกผลิตโคเนื้อได้ 998 ล้านตัว เพิ่มขึ้น 2.03 %
ประเทศผู้ผลิตเนื้อโครายใหญ่ได้แก่ India (303 ล้านตัว), Brazil (226 ล้านตัว), China (100 ล้านตัว), EU (90 ล้านตัว), USA (20 ล้านตัว)

ปี 2560 ประเทศไทยมีประชากรโคเนื้อ 4,876,228 ตัว เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 19.38 %
เป็นผลมาจากมาตรการส่งเสริม โครงการต่าง ๆ และการห้ามฆ่าและส่งออกโคเพศเมีย

ปี 2560 มีปริมาณการผลิตโคเนื้อ 1.11 ล้านตัว เพิ่มขึ้น 1.10 % เป็นผลมาจากฐานแม่เพิ่มขึ้น

ราคาโคเนื้อมีชีวิต ปี 2560 เฉลี่ย 110 บาท/กก. ราคา ณ เดือน ก.พ. 2561 เฉลี่ย 91.94 บาท/กก.

ปริมาณการผลิตโคเนื้อในประเทศไทยไม่พอกับความต้องการของตลาดส่งออก จึงต้องมีการนำเข้าจาก Myanmar เพื่อส่งออกไปยัง Laos และ Malaysia

ปี 2559 นำเข้าโคมีชีวิต 100,544 ตัว ส่งออกโคมีชีวิต 162,588 ตัว

นำเข้าโคเนื้อจาก Myanmar 99.9 % ราคาเฉลี่ย 28,000 บาท/ตัว
ส่งออกไป Laos 75.62 % ราคาเฉลี่ย 43,000 บาท/ตัว

การนำเข้าเนื้อโค ปี 2559 นำเข้าเนื้อโค 9,139 ตัน (45,700 ตัว) ส่งออก 1,582 ตัน (8,000 ตัว)
ส่วนใหญ่มาจาก Australia เพื่อบริโภคและเป็นวัตถุดิบแปรรูปส่งออก

สถานการณ์โคเนื้อ ปี 2560

Credit : ผชช.บุญยัง สรวงท่าไม้

ข้อจำกัด
โรคระบาดโดยเฉพาะ FMD มีอย่างต่อเนื่อง
ฟาร์มผลิตในลักษณะ Smart Farmer ยังมีน้อย ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตได้ และผลผลิตไม่สม่ำเสมอ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ
ต้นทุนสูงเมื่อเทียบกับประเทศที่นำเข้า
มีการลักลอบใช้สารเร่งเนื้อแดง
โอกาส
ผลิตทดแทนการนำเข้าปีละ 100,544 + 45,700 ตัว
เพิ่มปริมาณการส่งออกโคมีชีวิต
เพิ่มปริมาณการส่งเนื้อโคแช่เย็นแช่แข็ง หรือ เนื้อโคแปรรูป
ผลิตเนื้อจากโคนมตัวผู้

การผลิต และตลาดนม-ผลิตภัณฑ์นม

สถานการณ์โลก ปี 2559 USDA ประมาณการผลผลิตน้ำนมของโลก 502.82 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2558 1.7 % ประเทศผู้ผลิตที่สำคัญได้แก่ EU 30.33 %, USA 19.56 %, India 14.32 %, China 7.61, Brazil 7 %

ประเทศไทย ปี 2560 มีแม่โครีดนม 245,000 ตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่มีแม่โครีดนม 243,000 ตัว

การผลิตน้ำนมดิบในปี 2560 ประมาณการที่ 1,193,590 ตัน MOU รับซื้อนมระหว่างผู้เลี้ยงและผู้ประกอบการ ปี 2560 3,328 ตัน/วัน หรือ ประมาณ 1,214,790 ตัน/ปี คิดเป็นมูลค่า 21,866 ล้านบาท

ปริมาณน้ำนมดิบปี 2560 สูงกว่าปี 2559 เนื่องจากเกษตรกรปรับปรุงคุณภาพการผลิตด้านอาหารและการจัดการฟาร์ม แม่โคนมให้นมปริมาณมากขึ้น มีการคัดทิ้งแม่โคให้นมน้อยและสุขภาพไม่ดีออกจากฟาร์ม

การตลาด ผลผลิตน้ำนมดิบเกือบทั้งหมดทั้งหมดเข้าสู่อุตสาหกรรมแปรรูปนมพานิชย์ นมโรงเรียน และส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ (UHT, Pasteurize)

เกษตรกรขายน้ำนมดิบได้ราคาที่สูงขึ้นตามคุณภาพ โดยเพิ่มจากปี 2559 ราคา 17.87 เป็น 18.00 บาท/กก.

ต้นทุนการผลิตในไตรมาส 3/59 เฉลี่ย 15.20 บาท/กก. ไตรมาส 4/59 เฉลี่ย 14.74 บาท/กก

ปี 2559 มีการนำเข้านมผงขาดมันเนย 58,350 ตัน นำไปผลิตนมเปรี้ยว 35 %, นมข้นหวาน 19 %, อื่นๆ 46 %

นมผงขาดมันเนย 58,350 ตัน คิดเป็นน้ำนมดิบได้ 580,000,000 กก. คิดกลับไปเป็นแม่รีดได้ 145,000 ตัว

สถานการณ์โคนม ปี 2560

Credit : ผชช.บุญยัง สรวงท่าไม้

ข้อจำกัด
1. ต้นทุนการผลิตน้ำนมของเกษตรกรสูง
2. ปริมาณผลผลิตน้ำนมยังต่ำเมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกผลิตภัณฑ์นม
3. มีปัญหาเรื่องคุณภาพน้ำนม (Total solid ต่ำกว่า 12.25 %) และความสะอาดของน้ำนม (Somatic Cell Count มากกว่า 550,000 เซลล์/ลบ.ซม.
4. โรคระบาดโดยเฉพาะ FMD มีอย่างต่อเนื่อง
5. รูปแบบการบริโภคเกือบ 100 % เป็นนมหรือโยเกิร์ตพร้อมดื่ม
โอกาส
1. ผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า 145,000 ตัว
2. ปริมาณการบริโภคครีม เนย ชีส ของตลาดภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น และมีการนำเข้าจำนวนมาก

การผลิต และตลาดสุกร

Credit : ผชช.บุญยัง สรวงท่าไม้

สถานการณ์โลก USDA คาดว่าปี 2560 การผลิตเนื้อสุกรโลกมีปริมาณรวม 110.73 ล้านตัน

China ผลิตเนื้อสุกรได้ 52.75 ล้านตัน แต่ไม่พอกับความต้องการบริโภคภายในประเทศ
EU ผลิตเนื้อสุกรได้ 23.45 ล้านตัน, USA ผลิตเนื้อสุกรได้ 11.85 ล้านตัน

ประเทศผู้ส่งออกเนื้อสุกรที่สำคัญของโลกคือ EU 3.3 ล้านตัน/ปี, USA 2.6 ล้านตัน/ปี, 2 แหล่งรวมกันมีปริมาณกว่า 67 % ของโลก รองลงมา Canada 1.3 ล้านตัน/ปี

ประเทศไทย ปี 2560 มีสุกร 10,191,784 ตัว เพิ่มขึ้น 10.40 % จากปี 2559
โดยในจำนวนนี้แบ่งเป็น สุกรพันธุ์ 935,046 ตัว สุกรขุน 8,605,766 ตัว และสุกรพื้นเมือง 650,972 ตัว

ผลผลิตสุกรปี 2560 คือ 18.53 ล้านตัว, มูลค่า 138,975 ล้านบาท

ผลผลิตสุกร 94 % หรือ 17.41 ล้านตัว ใช้บริโภคภายในประเทศ และส่งออกสุกรมีชีวิตอีก 1 ล้านตัว คิดเป็น 5.4 % และส่งออกในรูปเนื้อสุกร (แปรรูปและแช่เย็นแช่แข็ง) 5 % คิดเป็น 92,650 ตัว

ราคาสุกรมีชีวิต ปี 2560 เฉลี่ย 66.54 บาท/กก. ต้นทุนการผลิตในไตรมาส 2/2560 เฉลี่ย 65.94
ราคาสุกร ณ วันที่ 22 ก.พ. 2561 เฉลี่ย 48.40 บาท/กก. ภาคตะวันตก 45 / ภาคเหนือ 54 / ภาคอีสาน 47

ปี 2559 ประเทศไทยนำเข้า เนื้อสุกร 1,309 ตัน, ส่วนที่บริโภคได้และหนัง 102,756 ตัน, ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร 105 ตัน

สถานการณ์สุกร ปี 2560

Credit : ผชช.บุญยัง สรวงท่าไม้

ข้อจำกัด

1. โรคระบาดโดยเฉพาะ FMD มีอย่างต่อเนื่อง
2. ต้นทุนการผลิตสูงเมื่อเทียบกับประเทศผู้ส่งออกเนื้อสุกร
3. การส่งออกเนื้อสุกรและเนื้อสุกรแปรรูปไปต่างประเทศค่อนข้างจำกัดเนื่องจากปัญหาโรค FMD
4. มีการลักลอบใช้สารเร่งเนื้อแดง
5. ผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ 95 % และส่งออกเพียง 5 % แต่นำเข้าเครื่องในจำนวนเพิ่มขึ้น

โอกาส

1. เพิ่มการส่งออกสินค้าประเภทแปรรูป และใช้เครื่องในทดแทนการนำเข้า โดยการเจรจาขยายโควต้าเนื้อสุกรปรุงสุกประเทศคู่ค้าเดิม และหาคู่ค้าประเภทเนื้อสุกรและสินค้าแปรรูปให้มากขึ้น
2. โอกาสที่อยู่ใกล้กับชายแดนจีนที่เป็นตลาดใหญ่

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าปศุสัตว์

ทำไมต้องทำผลิตภัณฑ์ ?

1. เพื่อเป็นการถนอมอาหารและยืดอายุการเก็บรักษา

2. เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากลาย เพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค

3. เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบ

การสร้างมูลค่าเพิ่ม คือกระบวนการผลิตสินค้า ซึ่งทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอน หรือบริการที่เพิ่มเติมแก่ลูกค้า ทำให้ตั้งราคาได้สูงขึ้น และผู้บริโภคพอใจในระดับราคานั้น หรือทำให้ได้รับประโยชน์ทางใจที่เป็นนามธรรม เช่น การติดตั้ง การบริการ การรับประกัน

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้เนื้อสัตว์

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการผลิต

มันสำปะหลัง

มันเส้น

มันอัดเม็ด

แป้งมัน

ต้นทุน/มูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการผลิต

สุกรขุนมีชีวิต | ซากสุกร | เนื้อสุกรตัดแต่ง | ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร



ต้นทุน/มูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการผลิต

น้ำนมดิบ

นมพาสเจอไรส์บรรจุขวด

เนยแข็ง

ต้นทุน/มูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยกระบวนการผลิต

ไข่เค็ม

ไข่เค็มสมุนไพร

ไข่เค็มดินสอพองเสริมไอโอดีน

ต้นทุน/มูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการบริการ

ต้นทุน/มูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการบริการ

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการบริการ

ลมโชยบาร์เบอร์ บาร์เบอร์ติดแอร์ บาร์เบอร์..?..

ต้นทุน/มูลค่า

การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการบริการ

การสร้างคุณค่าให้แก่สินค้า (Value creation)

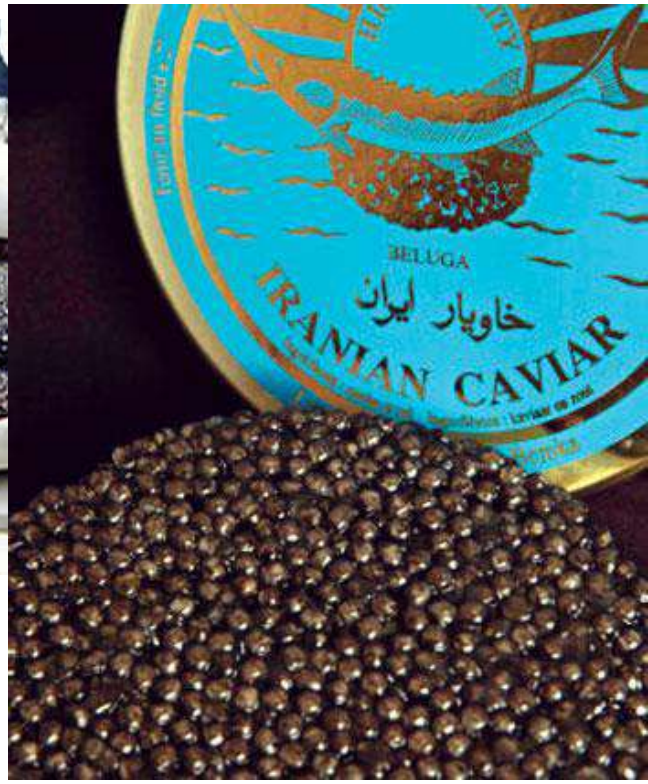
การสร้างคุณค่า (Value creation) คือการใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบของประเทศ อันเกิดจากทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มาสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า และบริการ

- Value Creation Economy คือกระบวนการสร้างสรรค์ใส่คุณค่าลงไปในสินค้าและบริการ มีผลดีกว่าระบบเศรษฐกิจที่เป็นอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าจำนวนมาก ๆ
- Value creation ทำให้เกิดสินค้าและบริการที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ เพราะเป็นสิ่งที่มีอยู่เฉพาะในธรรมชาตินั้น ๆ หรือภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมานาน หรือเป็นเทคโนโลยีเฉพาะที่ไม่มีใครทำได้ ทำให้เกิดสินค้าที่มีคุณค่าสร้างราคาให้สูงได้ ไม่มีใครสามารถแข่งขันหรือตัดราคาได้

Value creation

“แชมเปญ” เป็นอำเภอหนึ่งในประเทศฝรั่งเศส มีความได้เปรียบเชิงที่ตั้ง ที่ดวงอาทิตย์ส่องแสงลงมายังภูเขาปริมาณและความเข้มของแสงแดดดีที่สุดสำหรับปลูกองุ่น ซึ่งเป็นวัตถุดิบผลิตแชมเปญและไวน์ที่ได้รสชาติดีที่สุดในโลก ส่งผลทำให้เกิด “แชมเปญ” ที่กระบวนการผลิตแชมเปญจากสถานที่อื่นๆ ไม่สามารถมีรสชาติเทียบเท่าและไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

Value creation



ปลา Sturgeons ชนิดหนึ่งในทะเล Caspian ประเทศอิหร่าน หากมัวแต่นอนมองก็ไม่รู้ว่าไข่ของปลาชนิดนี้สีดำ จึงเกิดงานวิจัยที่พัฒนาขึ้นมาในประเทศอิหร่าน คือ งานวิจัยเรื่องไข่ปลาคาร์เวีย (Caviar) ที่ราคาแพงมากๆ

Value creation

Tofu-kun and Tofu jerky

ถั่วเหลืองของโทคะจินำมาผลิตเต้าหู้ นำไปตากแดด หมักซอส รมควันด้วยไม้จากต้นซากุระ

Value creation

Nama Pasta (นามาพาสต้า)

ผลิตจากข้าวสาลีที่ปลูกในเขตโทคะจิ 100%

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารจริยธรรม
ไข่ไก่จากแม่ไก่อารมณ์ดี ที่ถูกเลี้ยงตามธรรมชาติของอดมชัยฟาร์ม

พื้นฐานการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาจากการคำนึงถึงความถูกต้อง การมีศีลธรรม การไม่ทารุณสัตว์ การมีความเป็นธรรมต่อสังคมและส่วนรวม ซึ่งเป็นสิ่งที่สาธารณชนทั่วโลกกำลังให้ความตระหนัก ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ “ไข่ไก่” ดังกล่าวจึงเกิดขึ้น โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการเลี้ยงไก่ โดยปล่อยตามธรรมชาติ และไม่ได้ถูกกักขัง

ตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์อาหารสร้างสรรค์ผสมผสาน
Herbal organic syrup from the Alps

พื้นฐานการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาจากลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น กระแสสุขภาพ และการคำนึงถึงความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งเป็นสิ่งที่ชาวโลกส่วนใหญ่กำลังให้ความสำคัญ จึงนำเอาสมุนไพรอินทรีย์จากเทือกเขาแอลป์ในสวิตเซอร์แลนด์ อาทิ เลมอนทายม์ (Lemon thyme) ซึ่งมีสรรพคุณช่วยบรรเทาอาการไข้และปวดต่างๆ ลดอาการไอ ช่วยระบบย่อยอาหารให้ดีขึ้น และช่วยลดน้ำตาลในเลือด และมิ้นต์ (Mint) ให้กลิ่นหอมสดชื่น ลมหายใจสะอาด และระงับกลิ่นปาก มาทำเป็นเครื่องดื่มไซรัปพร้อมบริโภคให้กับผู้บริโภค และในทุกกระบวนการผลิตมีความพิถีพิถัน อาทิ ขั้นตอนเก็บเกี่ยวสมุนไพรดำเนินการด้วยมือ

ตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์อาหารฟังก์ชัน
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป “Nission”
ช่วยควบคุมน้ำหนัก

พื้นฐานการคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาจากการคิดเพื่อตอบสนองแนวโน้มการนิยมบริโภคอาหารสุขภาพ และความต้องการที่จะควบคุมน้ำหนัก ในขณะที่ผู้บริโภคยังคงสามารถบริโภคในผลิตภัณฑ์เดิมที่คุ้นเคย รวมถึงคงความสะดวกสบายในการบริโภค ทั้งนี้บะหมี่ดังกล่าวได้มีการเติมส่วนผสมอาหารเชิงหน้าที่ลงไป หรือลดทอนส่วนผสมบางอย่างให้ลดลง ซึ่งทำให้กลายเป็นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่นอกจากอร่อยแล้ว ยังสามารถช่วยควบคุมน้ำหนักให้กับผู้บริโภคได้อีกด้วย

Value creation สินค้าปศุสัตว์

Grass Fed Milk

Bed Time Milk

Organic Milk และ Bed Time Milk

ความเฉพาะของระบบการผลิตและเทคโนโลยี

Value creation สินค้าปศุสัตว์

ไข่เค็มไชยา

ความเฉพาะของแหล่งผลิตไข่ที่มีไข่แดงและมันกว่าที่อื่น

Value creation สินค้าปศุสัตว์

นม Lactose 0 %

ความเฉพาะเทคโนโลยีการผลิต

Value creation สินค้าปศุสัตว์

ไก่ฮ่องสอน

ความเฉพาะของพันธุกรรมและแหล่งผลิต

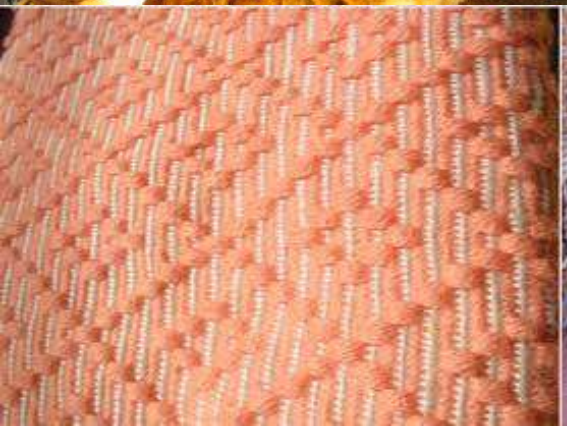
Value creation สินค้าปศุสัตว์

ไก่ดำดอยแม่สลอง

ความเฉพาะของพันธุกรรมและแหล่งผลิต

Value creation สินค้าปศุสัตว์



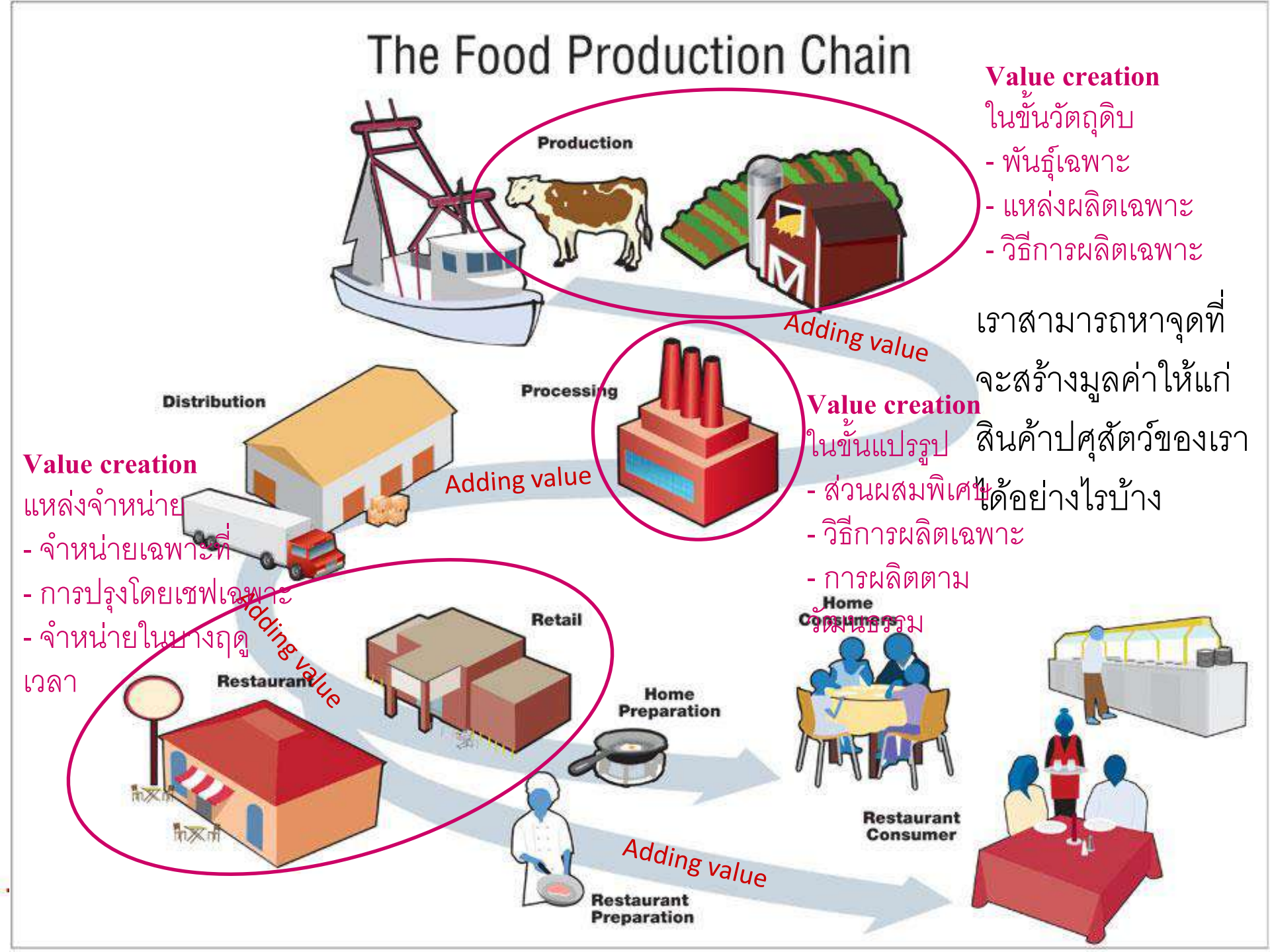




ผ้าทอขนแกะแม่ฮ่องสอน

ความเฉพาะแหล่งผลิตและวัฒนธรรมของชนเผ่า

เป็ดอี้เหลียงหมูจินหัว

ความเฉพาะของพันธุกรรมและแหล่งผลิต


The Food Production Chain
Production
Adding value
Processing
Distribution
Adding value
Retail
Restaurant
Adding value
Home Preparation
Restaurant Preparation
Adding value
Home Consumers
Restaurant Consumer
Value creation
ในขั้นวัตถุดิบ
- พันธุ์เฉพาะ
- แหล่งผลิตเฉพาะ
- วิธีการผลิตเฉพาะ
Value creation
ในขั้นแปรรูป
- ส่วนผสมพิเศษ
- วิธีการผลิตเฉพาะ
- การผลิตตามวัฒนธรรม
Value creation
แหล่งจำหน่าย
- จำหน่ายเฉพาะที่
- การปรุงโดยเชฟเฉพาะ
- จำหน่ายในบางฤดูเวลา
เราสามารถหาจุดที่จะสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าปศุสัตว์ของเราได้อย่างไรบ้าง

เทคนิคการแปรรูปเนื้อสัตว์

- การใช้ความร้อน
- การใช้ความเย็น
- การทำแห้ง
- การรมควัน
- การหมักเกลือ
- การทำให้เกิดกรด

การใช้ความร้อน

พาสเจอร์ไรส์ (Pasteurization)	สเตอร์ริไรส์ (Sterilization)
อุณหภูมิ 55-75 °C	อุณหภูมิ > 100 °C



การใช้ความเย็น

การแช่เย็น (Chilling)	การแช่แข็ง (Freezing)
อุณหภูมิ 0-4 °C	อุณหภูมิ -20°C หรือ -40 °C


การทำแห้ง


การรมควัน (Smoking)

การทำให้เกิดกรด (Fermentation)

วัตถุเจือปนอาหาร
FOOD ADDITIVES


เครื่องเทศ

เครื่องจักร

การเน่าเสียของเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์

คุณภาพของผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์

ระดับ A หรือ Premium

ระดับ B คุณภาพปานกลาง

แป้ง หนัง ไขมัน 10-20%

ระดับ C คุณภาพต่ำที่สุด

คำนวณต้นทุนการผลิต

1. วัตถุดิบ (Direct Material)
2. แรงงาน (Direct Labor)
3. ปัจจัยการผลิต (Manufacturing Overhead)

ปัจจัยการผลิต

1. ต้นทุนผันแปร (Variable Cost)
   - ค่าน้ำประปา
   - ค่าไฟฟ้า
   - ค่าโทรศัพท์
   - ค่าวัสดุสำนักงาน
   - ค่าซ่อมแซมเครื่องจักร
   - ค่าภาชนะบรรจุ
   - ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม

2. ต้นทุนคงที่ (Fix Cost)
   - ค่าแรงงานทางอ้อมในส่วนการบริหาร หรือสำนักงาน
   - ค่าเสื่อมราคาของเครื่องจักร
   - ค่าโฆษณา
   - ค่าที่ดิน , สิ่งก่อสร้าง
   - ค่าดอกเบี้ยเงินกู้

มาตรฐาน ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ยูบีเอ็ม เอเชีย

http://marketeer.co.th/archives/127048

สินค้าที่สดใหม่ มาจากธรรมชาติที่ไม่ปรุงแต่ง

นำส่วนผสมจากพืชพรรณธรรมชาติมาใช้

http://marketeer.co.th/archives/127048

Localisation

ความเป็น Local สื่อสารได้ถึงเรื่องราว ความสดใหม่ คุณภาพ ความสะอาด และความเป็นธุรกิจขนาดเล็ก

ผลิตและจำหน่ายในช่วงเวลาและปริมาณที่จำกัด เพื่อนำเสนอความพิเศษและพรีเมี่ยม

http://marketeer.co.th/archives/127048

ความโปร่งใส จริงใจกับผู้บริโภค

http://marketeer.co.th/archives/127048

ทานอาหารให้เป็นยา อย่าทานยาเป็นอาหาร

http://marketeer.co.th/archives/127048

Sweeter Balance

สารให้ความหวานจากธรรมชาติหลากหลาย

http://marketeer.co.th/archives/127048

เมล็ดธัญพืช นำมาซึ่งรสชาติ สัมผัส ของธรรมชาติที่หลายหลาย ให้ประโยชน์ต่อร่างกายและมีโปรตีนสูง

http://marketeer.co.th/archives/127048

สุขภาพที่ลงตัว

อาหารที่ดีต่อสุขภาพอย่างยืดหยุ่น

(อาหารสำหรับคนเพาะกาย คนเป็นเบาหวาน ผู้สูงอายุ)

http://marketeer.co.th/archives/127048

Smart Packaging

บรรจุภัณฑ์ที่สามารถบอกวันหมดอายุ หรือช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับรับประทาน โดยการเปลี่ยนสี เปลี่ยนรูป

http://marketeer.co.th/archives/127048

แนวโน้มแหล่งโปรตีนในอนาคต

ว่ากันว่าการบริโภคเนื้อวัวเพียง 1 กิโลกรัม ต้องอาศัยอาหารในการเลี้ยงถึง 25 กิโลกรัม และใช้น้ำมากถึง 20,000 ลิตร แถมยังผลิตก๊าซเรือนกระจกออกมามากถึง 22 กิโลกรัม

- ผลกระทบต่อสภาพภูมิอากาศ
- ผลกระทบต่อสุขภาพ
- ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท Impossible Foods, Burger King, McDonald's และ KFC เริ่มออกผลิตภัณฑ์เนื้อเทียมมาทำตลาด ไม่ว่าจะเป็นเบอร์เกอร์เนื้อไร้เนื้อ ไก่ทอดมังสวิรัติ ตอบรับกระแสความนิยมของผู้บริโภคทั่วโลกโดยเฉพาะชาวอเมริกาและยุโรป


เทรนด์ธุรกิจ
อาหารและเครื่องดื่ม
2021

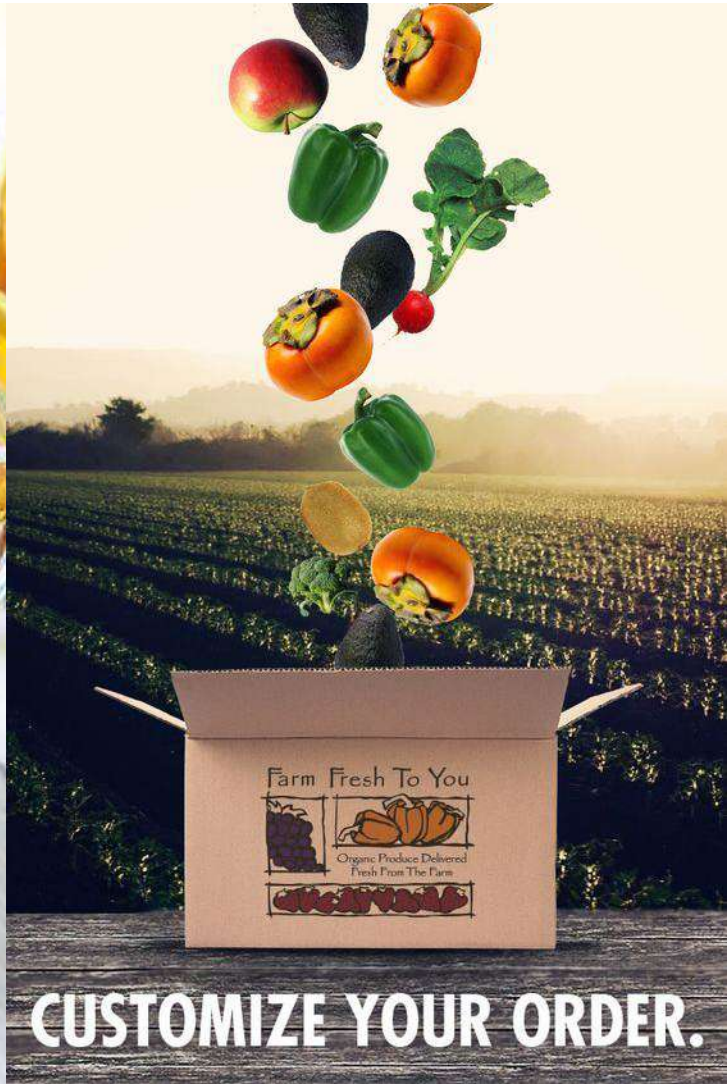
1. ธุรกิจ Delivery


FRESH FROM
THE FARM

2. Meal Kits


OLD DOG RANCH
ROSEMARY WALNUTS
Farm Fresh To You
Organic Produce Delivered
Fresh From The Farm
BROWN LARGE


MEAL KIT



3. ความโปร่งใสของผลิตภัณฑ์

4. สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5. ลดปริมาณหวาน มัน เค็ม

6. อาหารที่มีโปรตีนสูง

7. ธุรกิจ Coffee Stand

Schedule

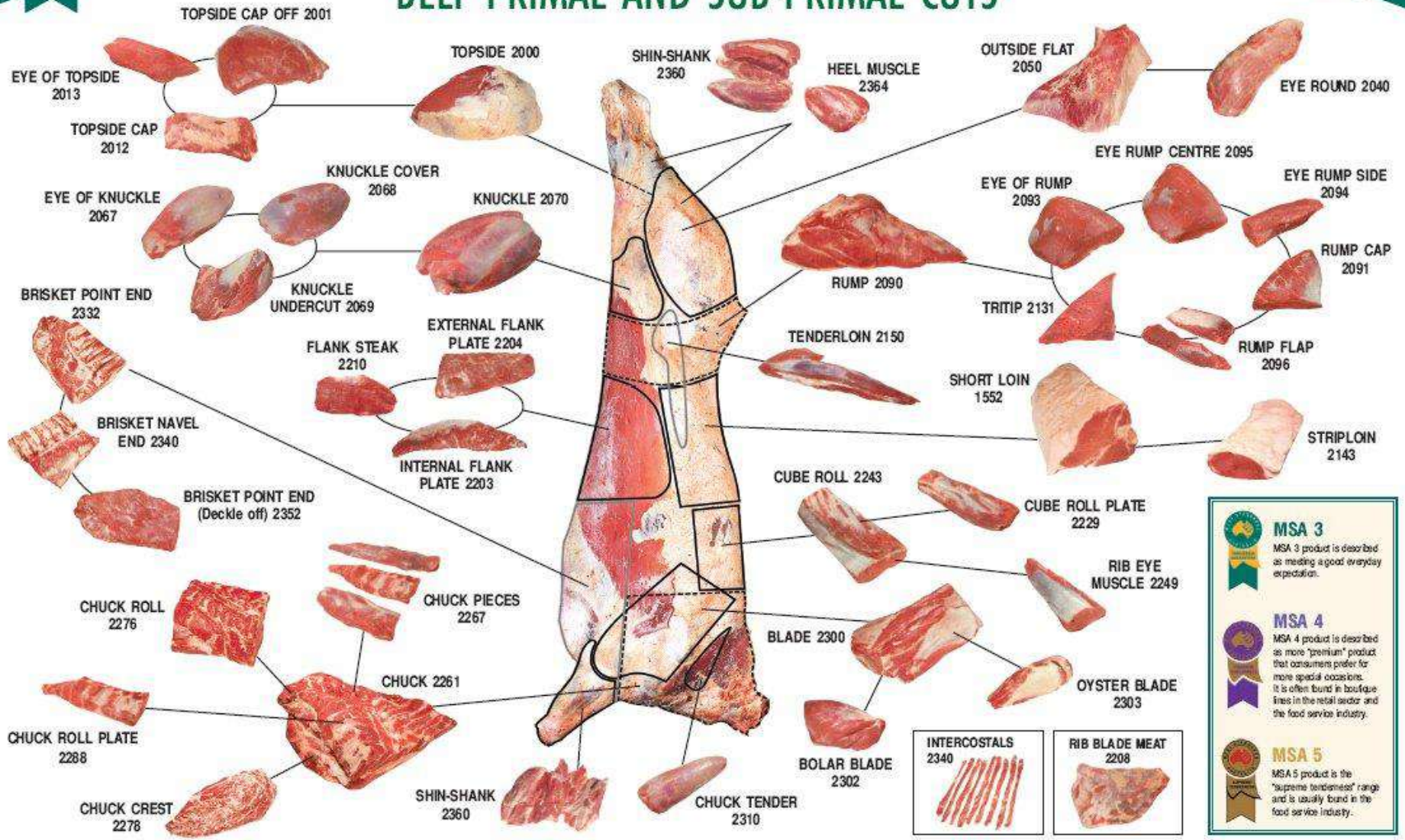
8. เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

แนวคิดในการแปรรูปเนื้อโค

MEAT STANDARDS AUSTRALIA

MEAT & LIVESTOCK AUSTRALIA

BEEF PRIMAL AND SUB-PRIMAL CUTS



MSA 3
MSA 3 product is described as meeting a good everyday expectation.

MSA 4
MSA 4 product is described as more "premium" product that consumers prefer for more special occasions. It is often found in boutique lines in the retail sector and the food service industry.

MSA 5
MSA 5 product is the "supreme tenderness" range and is usually found in the food service industry.

การแบ่งสัดส่วนของเนื้อโคตามความนุ่ม

1. เนื้อส่วนที่นุ่มที่สุด

เหมาะสำหรับทำสเต็ก

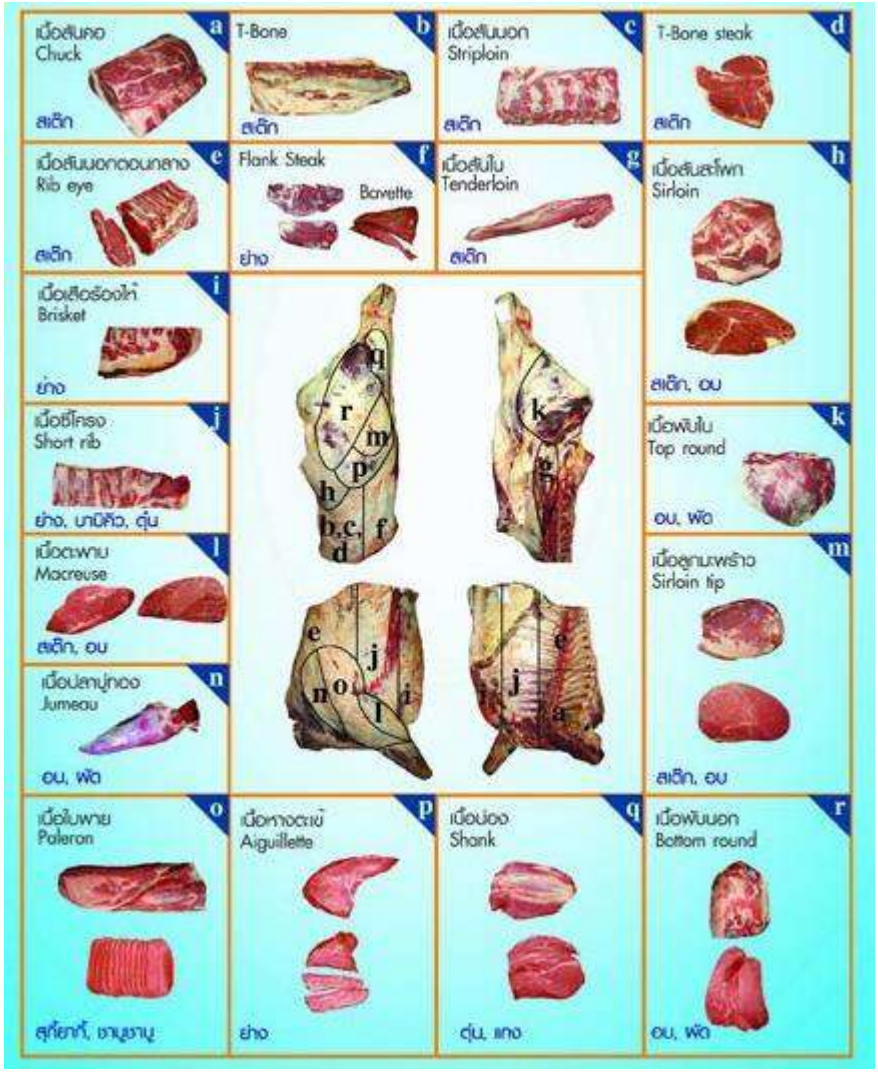
2. เนื้อส่วนที่นุ่มปานกลาง

เนื้อบางส่วนยังพอทำสเต็กได้

เหมาะสำหรับทำเนื้ออบ และผลิตภัณฑ์ที่คงรูปเนื้อเดิม

3. เนื้อส่วนที่นุ่มน้อย

เหมาะสำหรับทำเนื้อตุ๋น และผลิตภัณฑ์ประเภทลดขนาดแล้วขึ้นรูปใหม่



1. <u>เนื้อส่วนที่นุ่มที่สุด</u> ได้แก่ สันนอกส่วนอก (Rib) และสันนอกส่วนท้อง (Loin) เหมาะสำหรับทำสเต็ก เนื่องจากนุ่มและมีไขมันแทรกอยู่มากกว่าส่วนอื่นๆ

2. เนื้อส่วนที่นุ่มปานกลาง ได้แก่ เนื้อไหล่ (Chuck) และเนื้อสะโพก (Round) ยังสามารถทำสเต็กได้ แต่จะมีความนุ่มน้อยกว่าส่วนแรก เหมาะสำหรับการปรุงที่ใช้อุณหภูมิต่ำเวลานาน ๆ เช่น เนื้ออบ (Roast Beef) หรือผลิตภัณฑ์ประเภทที่ยังคงรูปเนื้อเดิม เช่น เนื้อสไลด์ เนื้อแดดเดียว เนื้อฝอย เนื้อทุบ

3. เนื้อส่วนที่นุ่มน้อย ได้แก่ เนื้อส่วนที่เหลือจาก 2 ส่วนแรก เช่น เสือร้องไห้ พื้นอก พื้นท้อง น่อง และคอ จะเป็นส่วนที่มีเนื้อเยื่อเกี่ยวพันแทรกอยู่มาก และเป็นกล้ามเนื้อก้อนเล็ก ไม่เหมาะสำหรับทำสเต็ก เหมาะสำหรับทำสตู หรือเนื้อตุ๋น เนื้อบด และผลิตภัณฑ์ประเภทลดขนาดแล้วขึ้นรูปใหม่ เช่น ไส้กรอก เนื้อเชียง

การแปรรูปเนื้อโค

1. เนื้อสด

แบ่งตามรูปแบบการเก็บรักษา > เนื้อร้อนหรือเนื้ออุ่น เนื้อแช่เย็น เนื้อแช่แข็ง

แบ่งตามรูปแบบการตัดแต่ง > เนื้อก้อน เนื้อสเต็ก เนื้อลูกเต๋า เนื้อสไลด์ เนื้อบด

การแปรรูปเนื้อโค

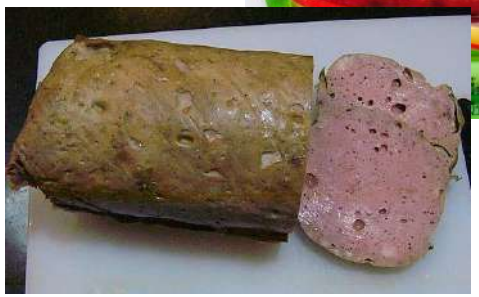
2. เนื้อแปรรูป

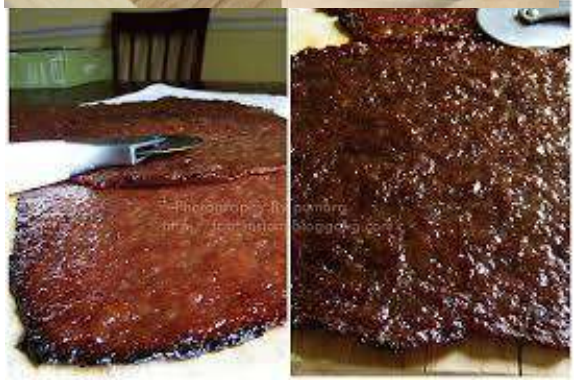
2.1 ชนิดคงรูปเนื้อเดิม > เนื้อแดดเดียว เนื้อสวรรค์ เนื้อแห้ง (Jerky) เนื้อฝอย
เนื้อทุบ เนื้อส้ม

การแปรรูปเนื้อโค

2. เนื้อแปรรูป

2.2 ชนิดลดขนาดแล้วขึ้นรูปใหม่ > ลูกชิ้น ไส้กรอก เนื้อเชียง หม่ำ เนื้อยอ มีทโลฟ เนื้อแผ่น





การแปรรูปเนื้อโค

3. อาหารปรุงสุกจากเนื้อโค > อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

อาหารกระป๋องหรือภาชนะที่ปิดสนิทแล้วฆ่าเชื้อ

การใช้ประโยชน์จากเนื้อโคส่วนต่าง ๆ

1. โคพื้นเมือง

“โคพื้นเมืองขุน” ต้องตั้งเป้าหมายการผลิตโคอายุน้อย เพื่อให้ได้เนื้อนุ่มไม่เป็นที่ปฏิเสธจากผู้บริโภค และขายความเป็น Native ที่มีอายุเต็มวัยเร็ว

1.1 เนื้อชิ้นส่วนหลัก (สันนอก สะโพก)

เนื้อสด > เนื้อแกง/เนื้อทำอาหาร บรรจุแพ็ค เนื้อสไลด์สำหรับชาบูและปิ้งย่าง

แปรรูป > ผลิตภัณฑ์ที่ยังคงรูป เช่น เนื้อแผ่น เนื้อทุบ เนื้อแดดเดียว เนื้อสวรรค์ เนื้อฝอย ฯลฯ

1.2 เนื้อชิ้นส่วนรอง เศษเนื้อ

แปรรูป > ผลิตภัณฑ์ที่ลดขนาดหรือขึ้นรูปใหม่ ลูกชิ้น เนื้อยอ ไส้กรอก หม่ำ เบอเกอร์

> อาหารกระป๋อง/ถุงเพ้าท์ เช่น ผัดกะเพราเนื้อ พะแรงเนื้อ แกงกะหรี่ หรือเมนูพื้นบ้านเพื่อขายคนต่างถิ่น/คนต่างชาติ เช่น อุ๊บ อ่อม ฮังเล

การใช้ประโยชน์จากเนื้อโคส่วนต่าง ๆ

2. โคขุน “โคหนุ่มเนื้อนุ่ม และโคเนื้อนุ่มมันแทรก”

เนื้อชิ้นส่วนหลัก (สันนอก สะโพก) : สเต็กพรีเมี่ยม

เนื้อส่วนรอง (ไหล่ น่อง พื้นท้อง) : สเต็กเนื้อย่าง เนื้อสดสำหรับปรุงอาหาร เนื้อเปื่อย ชาบู ปิ้งย่าง

เนื้อเศษ : ผลิตภัณฑ์ที่ลดขนาดหรือขึ้นรูปใหม่ ผลิตภัณฑ์ไทย ผลิตภัณฑ์ยุโรป เช่น ลูกชิ้น เนื้อยอ ไส้กรอก หม่ำ เบอเกอร์

3. โคปลดระวาง โคคุณภาพต่ำ

3.1 เนื้อชิ้นส่วนหลัก (สันนอก สะโพก)

เนื้อสด > เนื้อแกง/เนื้อทำอาหารไทย บรรจุแพ็ค

แปรรูป > ผลิตภัณฑ์ที่ยังคงรูป เช่น เนื้อแผ่น เนื้อทุบ เนื้อแดดเดียว เนื้อสวรรค์ เนื้อฝอย

3.2 เนื้อชิ้นเล็ก เศษเนื้อ

แปรรูป > ผลิตภัณฑ์ที่ลดขนาดหรือขึ้นรูปใหม่ ลูกชิ้น เนื้อยอ ไส้กรอก หม่ำ เบอเกอร์

แนวคิดการแปรรูปเนื้อสุกร


Farm Sook
ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์
Farm Sook
หมูสด


35.-


45

แนะนำกองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์






Pathum Thani Livestock Product
Research And Development Center
Division of Livestock products
DLD

เรา คือ ใคร





คำสั่งกรมปศุสัตว์ ที่ 566/2560
เรื่อง จัดตั้งกองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

อำนาจหน้าที่

1. ศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีด้านการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

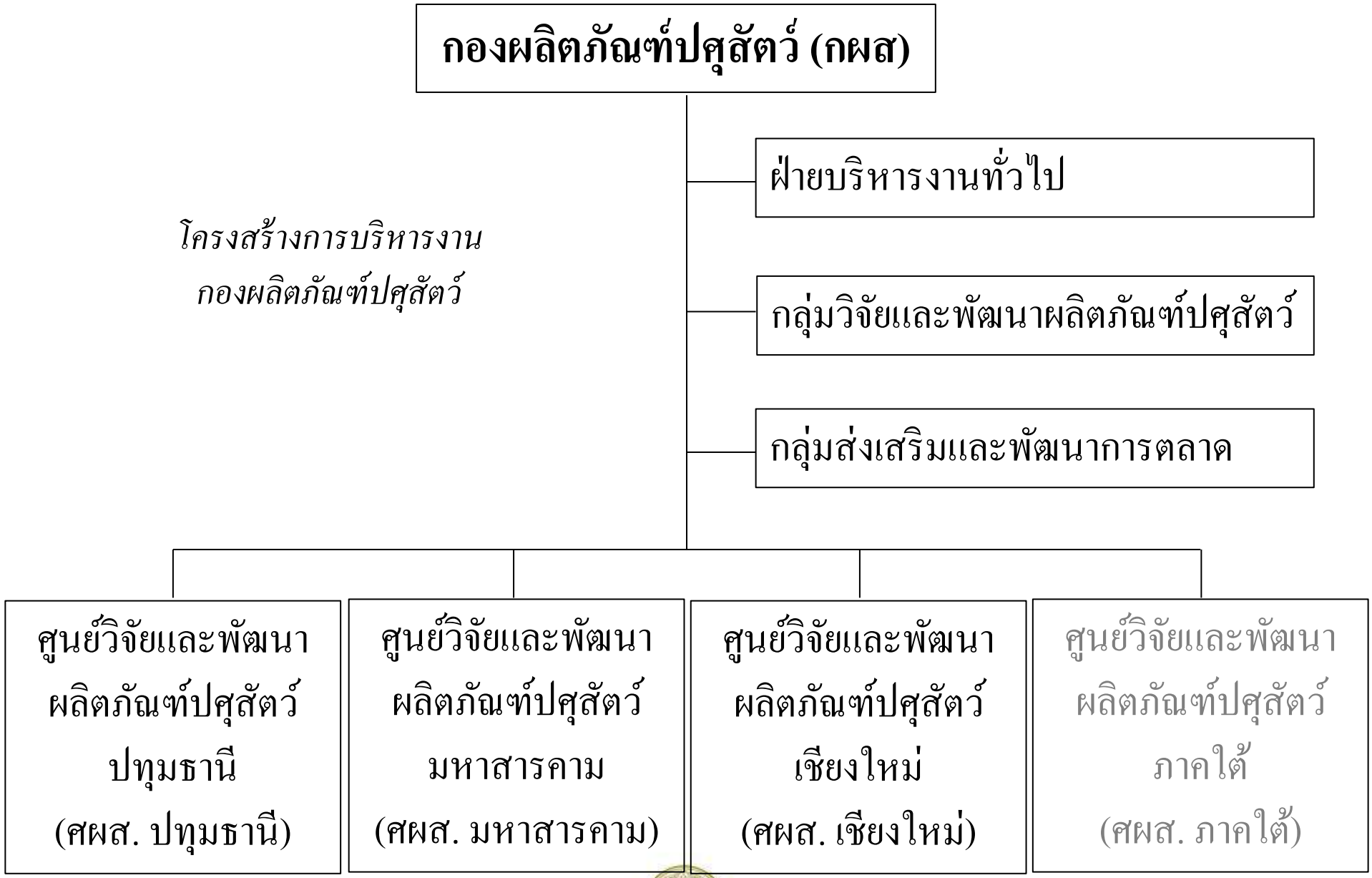
2. ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำแผนแม่บท แผนยุทธศาสตร์ แผนงานส่งเสริม และการวิจัยด้านการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

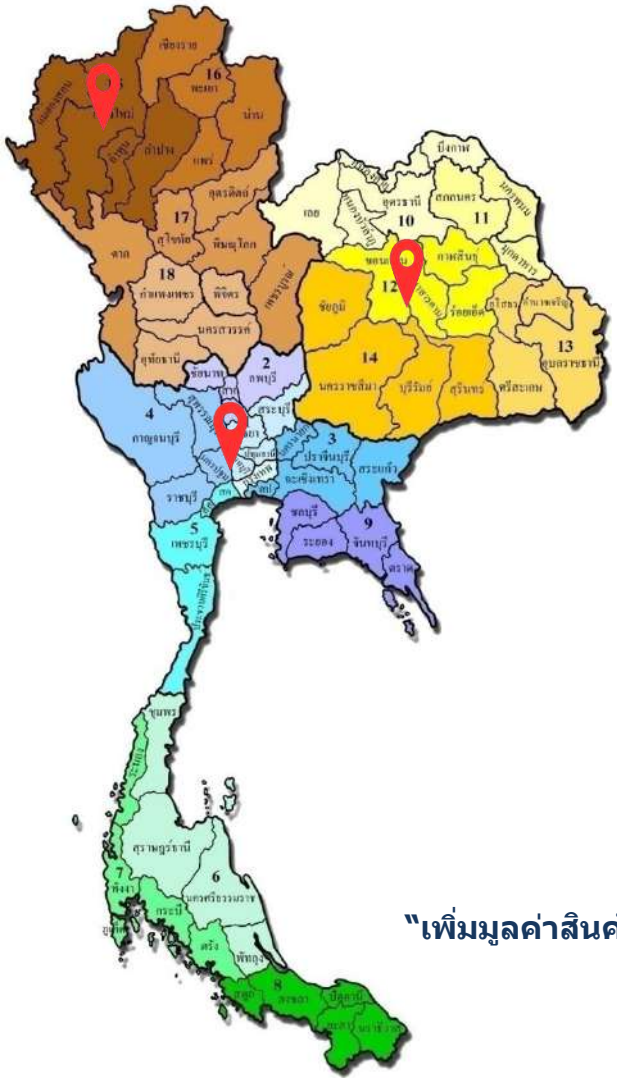
3. ส่งเสริมและสนับสนุนการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งด้านการผลิตและการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

4. ให้คำปรึกษา แนะนำ และถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีด้านการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้อง

5. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

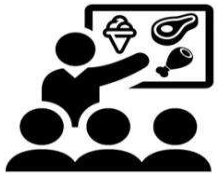
โครงสร้างการบริหารงาน
กองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์





วิจัย
Research

ผลิต
Production



ถ่ายทอด
Transfer

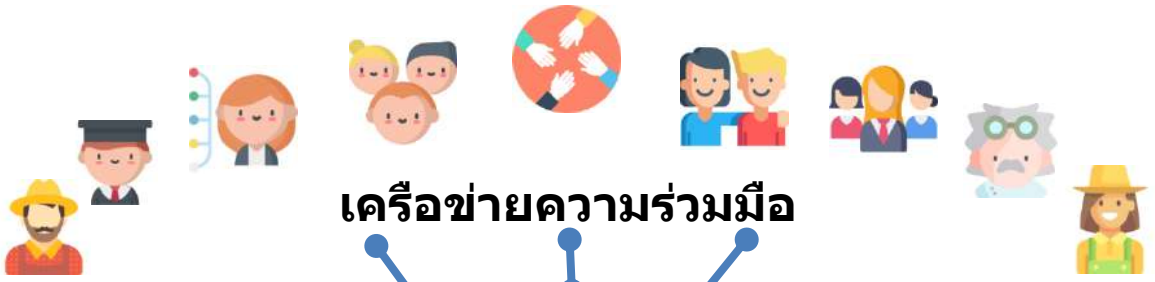
ส่งเสริม
Extension

ตลาด
Marketing

ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์เชียงใหม่
ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์มหาสารคาม
ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ปทุมธานี

กองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

"เพิ่มมูลค่าสินค้าปศุสัตว์ขั้นพื้นฐาน ให้แก่เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อยและประชาชนทั่วไป เพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน"



เครือข่ายความร่วมมือ

เราทำอะไร

ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

ผลิต วิจัยและพัฒนา ส่งเสริมการแปรรูปและพัฒนาการตลาด

สินค้าปศุสัตว์ขั้นพื้นฐาน

เกษตรกร ผู้ประกอบการรายย่อย ประชาชนทั่วไป

"เพิ่มมูลค่า"

"ยั่งยืน"

"ปลอดภัย"

รูปแบบ

งบประมาณ

ผลิตภัณฑ์และแปรรูป

มาตรฐานและคุณภาพ

การบริหารจัดการ

การตลาด

สร้างรายได้แก่ผู้ผลิต
ปลอดภัยต่อผู้บริโภค

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

- ❑เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ประยุกต์สูตร/วิธีการจากต่างประเทศ
- ❑ศึกษาต้นทุนการผลิตและลดต้นทุน
- ❑การใช้วัตถุดิบทดแทน

วิจัย
Research

- ❑ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ทดแทนการนำเข้า
- ❑ การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

การศึกษา วิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ

ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋อง ได้แก่

- ไก่แม่ฮ่องสอนตุ๋นยาจีน อุ๊บไก่แม่ฮ่องสอน
- ไก่ดำตุ๋นยาจีน ไก่ดำซอสกระเทียม ไก่ดำซอสน้ำแดง
- ต้มยำไก่ประดู่หางดำเชียงใหม่ ไก่ประดู่หางดำทอดกระเทียม ยำจิ้นไก่ประดู่




การศึกษา วิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ชนิดต่าง ๆ

- ผลิตภัณฑ์จากแพะ ได้แก่ แพะสวรรค์ แพะทุบ แพะแผ่น ไส้อั่วแพะ
- แพะตุ๋นยาจีน แกงกะหรี่แพะ บะกุ๊ดเต๋แพะ แกงเผ็ดแพะ ซุปแพะ

การศึกษา วิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากน้ำนม

- ผลิตภัณฑ์เนยแข็ง (Cheese) ได้แก่ มอสซาเรลล่า (Mozzarella)
  รีคอตต้า (Ricotta) เกาด้า (Gouda) เชดด้า (Cheddar)
  ฮาลูมี่ (Halumi) กริลชีส (Grill Cheese)
  เกาด้าจากน้ำนมแพะ (Goat Gouda) เฟต้าจากน้ำนมแพะ (Goat Feta)

การศึกษา วิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ ปี 2560

1. โครงการพัฒนาฟาร์มและปรับปรุงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะจังหวัดนนทบุรี แหล่งงบประมาณ สวก.
2. การศึกษาสภาวะการอบแห้งที่เหมาะสมในการผลิตแพะแผ่นปรุงรส แหล่งงบประมาณ วช.
3. โครงการศึกษาสภาวะการฆ่าเชื้อและบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการแปรรูปครีมนมกระบือสเตอริไลซ์ และนมกระบือพร่องมันเนยสเตอริไลซ์ สำหรับโรงงานแปรรูปน้ำนมขนาดเล็ก แหล่งงบประมาณ กรมปศุสัตว์

การพัฒนากระบวนการผลิตเนยแข็งเชดด้าจากน้ำนมแพะที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย (งบวิจัย วช. ปี 2561)

ความก้าวหน้า

1.ประชุมชี้แจงแผนงาน การดำเนินงาน และจัดซื้อ

2.เริ่มทำการศึกษาทดลอง

การศึกษาสภาวะการฆ่าเชื้อและบรรจุภัณฑ์ในกระบวนการแปรรูปนมกระบือพร่องมันเนยสเตอริไลซ์ สำหรับโรงงานแปรรูปน้ำนมขนาดเล็ก

การศึกษากระบวนการผลิตนมอัดเม็ดโดยเริ่มจากน้ำนมดิบ




ลาบ อบแห้ง

การใช้เนื้อวัวส่วนรองและเศษเนื้อ

Duck

Foie gras

ฟัวกราส์
จากตับเป็ด

200 g.

ควรบริโภคก่อน / Best Before

ผลิตโดย

ศูนย์วิจัยและพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์เชียงใหม่

การศึกษาวิธีการผลิตไข่ป่นอย่างง่ายสำหรับเป็นอาหารสัตว์

สบู่สครับเขากวางอ่อน

(ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพาน สกลนคร)

การทำเข็มขัดจากฐานเขากวาง

เพิ่มมูลค่าเศษเหลือจากการตัดเขา

(ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพาน สกลนคร)

ไก่งวงแช่แข็ง ไก่งวงรมควัน

ลูกอมเสริมโปรตีน
สำหรับเด็ก

โปรตีนบาร์จากชีส
สำหรับวัยที่ต้องการพลังงาน

ไอศกรีมสุขภาพ
สำหรับผู้สูงอายุ

ผลิต
Production










การแปรรูปผลิตภัณฑ์

- ❑ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์เพื่อทดลองตลาด
- ❑ฝึกทักษะ/ความชำนาญของเจ้าหน้าที่
- ❑ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์
- ❑งานโครงการตามพระราชดำริฯ

ผลิตภัณฑ์เนื้อ ผลิตภัณฑ์นม เพื่อการทดลองตลาด

ผลิตภัณฑ์เนื้อจากโครงการฟาร์มตัวอย่างฯ

ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์
ประเภทเนื้อสัตว์

-เพรสแฮม
-แฮมต้ม
-ไส้กรอกเวียนนา
-ไส้กรอกแฟรงค์เฟอร์เตอร์
-ไส้กรอกคนักเวิร์ท
-ไส้กรอกอีสาน
-ไส้กรอกพริกสด

ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์
ประเภทเนื้อสัตว์

-หมูยอ -กุนเชียง

-ลูกชิ้นหมู -เบคอน

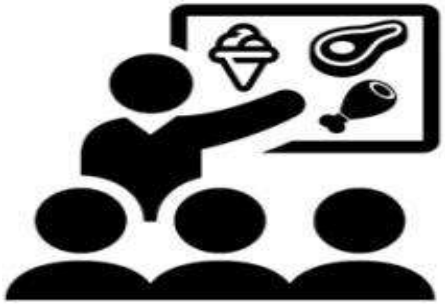
-แหนม

-ตับบด

-เป็ดอี๋เหลียงรมควัน

-แฮมจินหัวรมควัน

-หมูจินหัวรมควัน



ถ่ายทอด
Transfer




สนับสนุนโครงการต่างๆ เช่น แปลงใหญ่ ทฤษฎีใหม่

การถ่ายทอดเทคโนโลยี ด้านการแปรรูปและผลิตภัณฑ์

- ❑จัดฝึกอบรมทั้งในสถานที่/นอกสถานที่
- ❑สาธิตในงานนิทรรศการต่างๆ






zoetis
From Farm To Table
UNITED CENTER

Free
Free


Dairy home
Organic Milk





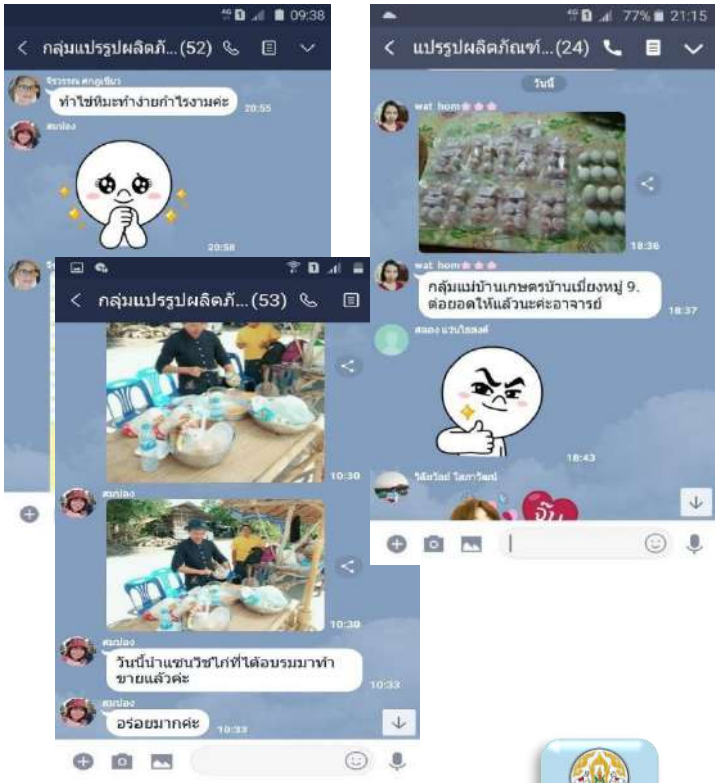
ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ปทุมธานี


กรมปศุสัตว์
สาธิตการแปรรูปน้ำนมโคผ่านระบบออนไลน์
สามารถรับชมผ่าน LIVE
กองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ เวลา 12.30 น
เมนูทำเองง่ายๆ
Rerun
จันทร์ 25 มกราคม 64
นมใบหม่อน
โดย สหกรณ์ผู้เลี้ยงโคนม โคกก่อ จำกัด
อังคาร 26 มกราคม 64
เต้าหู้นมสด
โดย บริษัท แดรี่ โฮม วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
พุธ 27 มกราคม 64
Cheese Stick
โดย สหกรณ์โคนม ขอนแก่น จำกัด
พฤหัสบดี 28 มกราคม 64
เค้กแครอท
โดย patisserie boulangerie arts
ศุกร์ 29 มกราคม 64
แกงเขียวหวาน นมแลคโตสฟรี
โดย บริษัท แมรี่ แอน แดรี่ โปรดักส์ จำกัด
โดยกองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์


LIVE
กรมปศุสัตว์
สาธิตการแปรรูปน้ำนมโคผ่านระบบออนไลน์
"แปรรูปนม ไว้กิน ไว้ใช้ สไตล์ชาวฟาร์ม"
สามารถรับชมผ่าน
ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์เชียงใหม่
เวลา 12.30 น.
จันทร์ 18 มกราคม 64
นม สปา
อังคาร 19 มกราคม 64
โยเกิร์ต แบบง่ายๆ
พุธ 20 มกราคม 64
น้ำนมโค แทนกะทิ
พฤหัสบดี 21 มกราคม 64
วุ้น นมสด
(สไตล์แม่อุ้ยไปวัด)
ศุกร์ 22 มกราคม 64
นมปั่น ภูเขาไฟ
โดย ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์เชียงใหม่ กองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์

ศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์กรมปศุสัตว์ มหาสารคาม

ส่งเสริม
Extension



- **บริการให้คำปรึกษา (Consultancy service)**

❑ ส่งเสริมการแปรรูป

เกษตรกร
ผู้ประกอบการ

- แปรรูป พัฒนาผลิตภัณฑ์
- สร้าง ปรับปรุงโรงงาน/เครื่องมือ
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- การขอเลขสารบบ
- เงินทุน

เครือข่ายความร่วมมือ

กิจกรรม OTOP ประจำปี 2561

สำรวจกลุ่มวิสาหกิจร่วมกับสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

จ.ราชบุรี : กุนเชียงหมู

จ.ประจวบคีรีขันธ์ : หมูเส้นปรุงรส

จ.ชัยนาท : ไข่เยี่ยวม้า

จ.ปทุมธานี : ไส้อั่วแคบหมู

ศูนย์รวมนมสถานีวิจัยและทดสอบพันธุ์สัตว์สกลนคร แนะนำการแปรรูปไอศกรีมชาเขียวสูตรพรีเมี่ยม มอสซาเรลล่าชีสและกริลชีส

Division of Livestock Products

สหกรณ์โคนมนครลำปาง

ให้คำปรึกษาเรื่องการจัดตั้งงบประมาณอุปกรณ์
และเครื่องมือการแปรรูปผลิตภัณฑ์นม

สหกรณ์โคนมสันกำแพง

ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการแปรรูปและ
ทิศทางความต้องการของตลาด

นางอนงภรณ์ อรุณเนตร
(ไส้อั่วป่าหล้า)

เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ประดู่หางดำ

ให้คำปรึกษาเรื่อง การสร้างโรงงานแปรรูป
เนื้อสัตว์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การให้บริการวิชาการแก่ผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และขีดความสามารถในการผลิตระดับชุมชน ธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลาง

คุณพัชราภรณ์ อุ่นประเสริฐ ผู้ประกอบการ ผลิตกุนเชียงหมู จังหวัดเชียงใหม่

การให้บริการวิชาการแก่ผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และขีดความสามารถในการผลิตระดับชุมชน ธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลาง

โรงงานแปรรูป กลุ่มแม่บ้านตำบลดอนแก้ว อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

การให้บริการวิชาการแก่ผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และขีดความสามารถในการผลิตระดับชุมชน ธุรกิจขนาดย่อม และขนาดกลาง

นรากรฟาร์ม ผลิตนมพาสเจอไรส์ และร้านไอศกรีมนมสด อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง

สาวิตรีฟาร์ม ผลิตนมมะพร้าว เต้าฮวยนมสด โยเกิร์ต อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง

- การตลาด
- ร้านค้าสวัสดิการกรมปศุสัตว์

ตลาด Marketing

วันพระบิดาแห่งฝนหลวง

Centralworld
Late Afternoon Marche’

ร้านค้าสวัสดิการกรมปศุสัตว์ (Livestock Farm Outlet)

ประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) เพื่อวางแผนการผลิต และร่วมกันพัฒนาคุณภาพผลผลิตไก่งวงและไก่พื้นเมืองให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

RIMPING supermarket

ท็อปส์ Tops

งานตลาดคลองผดุงกรุงเกษม โดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
วันที่ 6 – 26 พฤศจิกายน 2560

การส่งเสริมการตลาดและการเชื่อมโยงสินค้าปศุสัตว์

การส่งเสริมการตลาดและการเชื่อมโยงสินค้าปศุสัตว์

International Food Expo (IFE) London – แนะนำอาหารจากไก่ไทย โดยเมนูอาหารไทย ข้าวหมกไก่

FOOD TRUCK SERVICE

งานไก่งวงสกลนคร โดยทีมมหาสารคาม

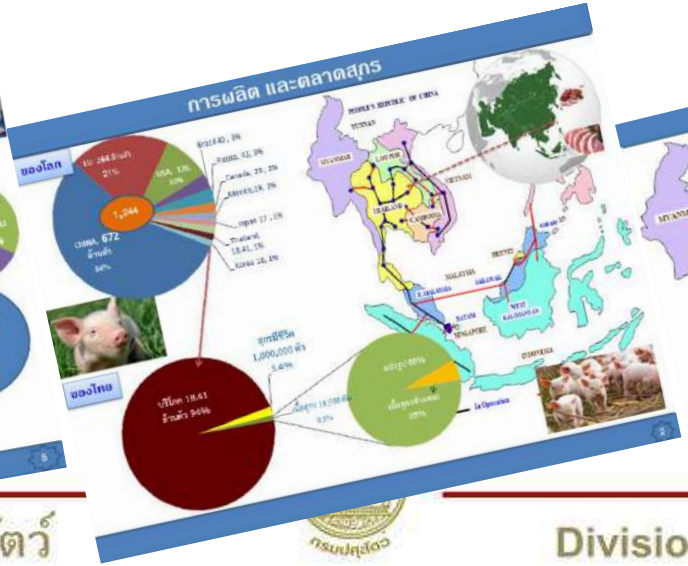
งานวันเกษตรแห่งชาติ โดยทีมปทุมธานี

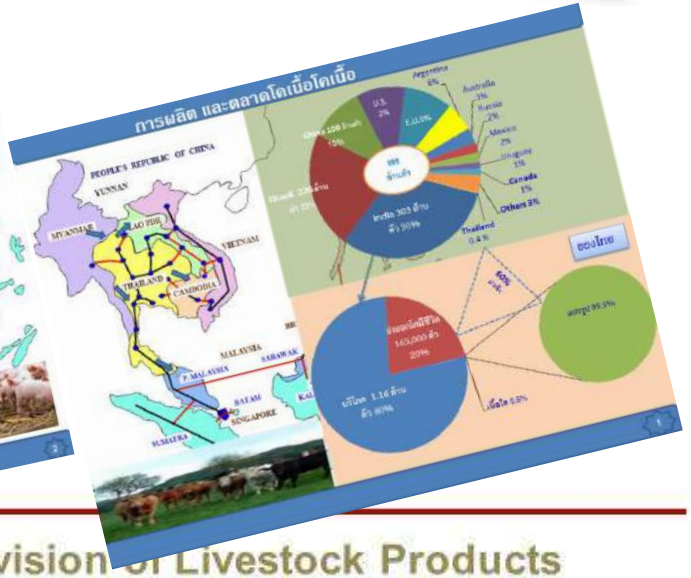
Food Truck สนับสนุนภารกิจของกรมปศุสัตว์ และพื้นที่ต่าง ๆ เช่น งานวันเกษตรแห่งชาติ ที่ จ.ชลบุรี

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับ ปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

1. การพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีการแปรรูปสินค้าปศุสัตว์ ให้แก่เจ้าหน้าที่ส่งเสริม (2562)
2. การสัมมนากลุ่มเกษตรกรด้านการแปรรูปสินค้าปศุสัตว์ (2562)





โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

3. OTOP 1 : การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้านการแปรรูปสินค้าปศุสัตว์ ให้สามารถผลิตสินค้ามีดาวมากขึ้น (5 ดาว)

รายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เป้าหมาย ปีงบประมาณ 2561

ลำดับที่	จังหวัด	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์
1.	ปทุมธานี	วิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารธัญบุรี	ไส้อั่ว
2.	ชัยนาท	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดสะพาน	ไข่เยี่ยวม้าแฟนซี
3.	ชัยภูมิ	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตาเนิน	ไข่เค็มพอกดินสอพอง
4.	อุดรธานี	กลุ่มไข่เค็มไอโอดีนบ้านหนองบัวบาน	ไข่เค็มไอโอดีน
5.	สกลนคร	กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหนองกุง	ไส้กรอกหมู
6.	นครพนม	ป้าเหียนหมูยอ	ขาหมูยัดไส้
7.	ลำปาง	กลุ่มพัฒนาสตรีทำแคบหมู (ตราหม้อเงิน)	แคบหมูไร้มัน
8.	พะเยา	กลุ่มแม่บ้านแปรรูปอาหารบ้านหัวขัว	จิ้นส้มหมู
9.	เชียงราย	วิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารบ้านเหมืองหลวง	แหนมหมูตรานันทนีย์
10.	ตาก	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มบ้านลาดยาว	ไข่เค็ม
11.	พิจิตร	กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร ไข่เค็มและน้ำพริก	ไข่เค็มพอกสมุนไพรเสริมไอโอดีน
12.	ราชบุรี	กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านสิงห์	กุนเชียงหมู
13.	ประจวบคีรีขันธ์	กลุ่มพัฒนาอาชีพไร่ใหม่ 2003	หมูเส้นปรุงรส ตราบูรพาฟาร์ม
14.	สงขลา	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัวควนร่วมใจ	ไข่เค็มไอโอดีน
15.	สตูล	กลุ่มเศรษฐกิจพอเพียงบ้านวังพะเนียด	ไข่เค็มพอเพียง

การเตรียมคุณสมบัติเพื่อเข้าร่วมโครงการ OTOP

1. ถ้ามีกลุ่มมาติดต่อ หรือ สำรวจพบ ให้ดูว่ากลุ่มมีผลิตภัณฑ์ใดบ้าง และดูศักยภาพของกลุ่มหรือผู้นำกลุ่ม
2. ถ้ายังไม่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ให้เชิญชวนผลักดัน ให้จดทะเบียน เพื่อเข้าเงื่อนไขการขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ถ้าจดแล้วให้ดูการต่ออายุ
3. ถ้าสินค้าตัวไหนดูดี หรือ พอใช้ได้ ให้ส่งคัดสรรดาว (1 – 5 ดาว) ที่พัฒนาชุมชน ซึ่งจะทำการคัดสรรทุก 2 ปี ถ้าสินค้ายังดูไม่ดี ให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือเบื้องต้น เพื่อให้ดูดีขึ้น แล้วจึงส่งคัดสรรดาว
4. เมื่อได้ระดับดาวมากแล้ว สามารถเข้าสู่โครงการ OTOP 1 ได้

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

4. OTOP 2 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น (2562)

กองผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

ck Products

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

5. การฝึกอบรมการแปรรูปสินค้าปศุสัตว์แก่บุคคลทั่วไป

การแปรรูปผลิตภัณฑ์นมขั้นพื้นฐาน
การผลิตภัณฑ์เนยแข็งในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก
การประยุกต์ใช้ผลิตภัณฑ์นมในการแปรรูปเบเกอรี่
การทำผลิตภัณฑ์ความงามจากน้ำนมแพะอย่างง่าย
การทำผลิตภัณฑ์สปาจากน้ำนมแพะ โฮมเมด
การแปรรูปสุกรสำหรับผลิตภัณฑ์พื้นบ้านไทย
การแปรรูปเนื้อสุกรสำหรับผลิตภัณฑ์ยุโรป
การตัดแต่งเนื้อโคและการปรุงสเต็กเพื่อสร้างอาชีพ
การแปรรูปสัตว์ปีก เพื่อสร้างอาชีพ

การอบรมการแปรรูปเนื้อสัตว์ และสัตว์ปีก

การอบรมการแปรรูปน้ำนม และเครื่องสำอางค์จากน้ำนมแพะ

กิจกรรมให้คำแนะนำ ปรึกษา และการสาธิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

ศพก. ศูนย์เรียนรู้เพิ่มผลผลิตทางการเกษตร อ.ลี้ จ.ลำพูน

โครงการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพเพื่อแก้ไขปัญหาที่ดินทำกินของเกษตรกร

แปลงใหญ่ ไก่ประดู่หางดำ จ.เชียงราย

โครงการผลิตโคเนื้อคุณภาพเพื่อการตลาดแบบครบวงจรยั่งยืน และอาหารปลอดภัยสู่ครัวโลก เขตภาคเหนือตอนบน 2 จ.พะเยา

กิจกรรมให้คำแนะนำ ปรึกษา และการสาธิตการแปรรูปผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์

การรับนักศึกษาฝึกงาน

การรับผู้มาศึกษาดูงาน

การสาธิตและแสดงนิทรรศการ

การให้คำปรึกษาแก่ผู้มาติดต่อ

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

6. การสนับสนุนภารกิจกรมปศุสัตว์และพื้นที่

งานโครงการหลวง 48 การแสดงผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่ได้รับการส่งเสริมให้เลี้ยงบนพื้นที่สูงและพื้นที่บริวารของโครงการหลวง

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

6. การสนับสนุนภารกิจกรมปศุสัตว์และพื้นที่

โครงการยกระดับมาตรฐานการผลิตและเพิ่มมูลค่าสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำนมโคคุณภาพสูง
โดย สำนักงานปศุสัตว์เขต 5

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

6. การสนับสนุนภารกิจกรมปศุสัตว์และพื้นที่

- การฝึกอบรมหลักสูตรการแปรรูปเนื้อโค โครงการผลิตโคเนื้อคุณภาพ เพื่อการตลาดแบบครบวงจร ยั่งยืน และอาหารปลอดภัยสู่ครัวโลก เขตภาคเหนือตอนบน 2 สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพะเยา
- ให้ความรู้เรื่องการฆ่าสุกรและใช้อุปกรณ์ที่ถูกต้องโรงฆ่าสัตว์และชำแหละสุกร จ.พะเยา

โครงการ/กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับปศุสัตว์จังหวัดและปศุสัตว์อำเภอ

7. การส่งเสริมการตลาดและการเชื่อมโยงสินค้าปศุสัตว์

จบการนำเสนอ
ขอบคุณค่ะ

THANK YOU FOR YOUR ATTENTION