

(ตอนที่ 4)

# งานที่ปรึกษาการลงทุน

ลภวิทย์ วรินทร์นุวัตร

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

**Un** ความนี้ ผู้เขียนขอเล่าประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้จากงานที่ปรึกษาในการจัดแผนธุรกิจเครื่องดื่มไฮเดรตกรล้วยจากกากไช้ร้ปกล้วยหรือการแปรรูปกล้วยให้เป็นของเหลวในรูปแบบต่างๆ ซึ่งผลไม่กล้วย จัดเป็นอีกผลไม้หนึ่งที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงมาก ในประเทศญี่ปุ่นเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการบริโภคกล้วยในหลายรูปแบบ รวมถึงสามารถแปรรูปออกเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวถึงเป็นของฝากที่มีชื่อเสียงอย่างหนึ่ง คือ Tokyo Banana ที่มีราคาค่อนข้างสูง



ทั้งๆ ที่ประเทศไทยมีต้นกำเนิดกล้วยในหลายพันธุ์เพราะดินฟ้าอากาศที่เหมาะสม และสามารถปลูกได้มาก ในหลายจังหวัด ซึ่งผู้ประกอบการก็เริ่มจากการปลูกแล้วแปรรูปอย่างง่าย คือ การนำกล้วยมาชุบน้ำผึ้งเพื่อการยืดอายุผลิตภัณฑ์ โดยที่เราค้นดาในการเป็นของฝากที่จังหวัด พิษณุโลก เราสามารถเห็นมีการขายอย่างมาก บริเวณที่นักท่องเที่ยวเข้าไปนมัสการ พระพุทธชินราช วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ จ.พิษณุโลก มีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาอย่างง่าย เช่น กล่องละ 35 บาท สามกล่องร้อยโดยผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ในการหา

กลยุทธ์ และเข้าใจธุรกิจก็จะเริ่มทำการแปรรูปในรูปแบบอื่นเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า จากโจทย์ว่ากล้วยจำเป็นต้องผ่านการรักษาอายุผลิตภัณฑ์ที่ใช้น้ำผึ้งเพียงอย่างเดียวเท่านั้นหรือสามารถแปรรูปอื่นได้อีกมากมายหรือไม่ เช่น ชูบชาเขียว อัลมอนต์ ซอคโกแล็ต ฯลฯ เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าเพื่อยกระดับให้เป็น สินค้าพรีเมียม เป็นสินค้ากล้วยตากบรรจุกล่องที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ไมเดิร์นเทรด รวมถึงร้านขายของฝาก มีการรวมกลุ่มผู้ปลูกกล้วยเพื่อให้วัตถุดิบเพียงพอในระยะยาว มีการดำเนินการส่งออกไปยังต่างประเทศที่นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วย เคยมีคนไทยที่ไปเที่ยวต่างประเทศยังซื้อกลับมาเป็นของฝากเลย

ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ที่ไม่หยุดนิ่ง มองการแปรรูปต่อมา เป็นไฮเดรตกรล้วย เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพประเภทพร้อมดื่ม (Ready to drink) โดยการนำน้ำส้มสายชูที่หมักจากกากของช้ปกล้วยในกระบวนการผลิตไฮ้ร้ปกล้วยตาก มาทำการเจือจาง และปรุงแต่งรสชาติด้วยไฮ้ร้ปกล้วย และน้ำ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถดื่มได้ทันที



งานที่ปรึกษาจึงได้เริ่มต่อยอดจากการ ทีมที่ปรึกษาเริ่มทำหน้าที่ปรึกษาธุรกิจจาก จากการประยุกต์ความรู้ทางด้านบริหารธุรกิจโดยใช้วิชาการผลิต ศึกษาทางวิจัยกระบวนการผลิตเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลในประเทศไทยที่แบ่งเป็น กลุ่มหลักใน 2 ประเภท คือ กลุ่มแรกเรียก Emotional functional drink เป็นเครื่องดื่มที่มีการเติมคุณค่าของสารต่างๆ เข้าไปในเครื่องดื่มเพื่อเป็นเพียงสีสัง (Colorful functional drink) มากกว่าการมุ่งเน้นคุณประโยชน์หรือคุณค่าของสารอาหารที่เติมลงไปอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ส่วนมากเป็นเครื่องดื่มที่มุ่งเน้นเพื่อความสดชื่น ดับกระหายมากกว่าการเน้นคุณค่าของสารอาหารต่อสุขภาพผู้บริโภค และกลุ่มเครื่องดื่มในกลุ่มที่เป็น Real functional drink เป็นเครื่องดื่มที่มีการเติมคุณค่าของสารต่างๆ เข้าไปในเครื่องดื่มที่มุ่งเน้นคุณประโยชน์หรือคุณค่าของสารอาหารที่เติมลงไปอย่างชัดเจน เห็นผลได้จริง และเป็นแนวโน้มหลักของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหรือเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลในปัจจุบัน จึงมีการใส่ปริมาณสารสำคัญที่มากเพียงพอที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้เมื่อมีการบริโภคอย่างต่อเนื่อง ที่มีอยู่หลายตราสินค้า (Brand) ในท้องตลาด ทีมที่ปรึกษาจึงได้เสนอ SWOT analysis เริ่มตั้งแต่

**Strengths** ข้อดี จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยแบรนด์สินค้าเดิมของผู้ประกอบการ เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคสำหรับกล้วยตากบรรจุกล่อง มีช่องทางจัดจำหน่ายเดิมที่ครอบคลุม โดยเฉพาะช่องทางร้านสะดวกซื้อ วัตุดิบจากไร่กล้วย เป็นวัตถุดิบเหลือทิ้งทำให้มีต้นทุนวัตถุดิบต่ำในการผลิตการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี และงานวิจัยสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ผู้ประกอบการมีห้องเย็นเป็นของตนเองทำให้สามารถสต็อกวัตถุดิบกล้วยตาก เพื่อการขยายกำลังการผลิตหรือทำคลังสินค้า (Stocks) ในช่วงราคากล้วยตากต่ำได้

**Weaknesses** ข้อที่ยังมีปัญหาหรืออุปสรรค ทีมที่ปรึกษาได้นำเสนอข้อมูลในด้านธุรกิจไม่มีความเชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมเครื่องดื่มไม่มีพื้นที่ปลูกกล้วยเป็นของตนเองเป็นกำลังหลัก ทำให้ต้องใช้การรับซื้อผลผลิตกล้วยตากจากภายนอกเป็นหลักในขณะนี้ และผลิตภัณฑ์ไซเดอร์กล้วยในช่วงเริ่มต้นออกตลาดมีเพียงรสชาติเดียวทำให้ไม่มีความหลากหลาย เงินลงทุนสำหรับการออกผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการขยายกิจการมีจำกัด กระบวนการผลิตไซเดอร์มีความสัมพันธ์กับปริมาณการผลิตหรือยอดขายของไร่กล้วย และความสามารถด้านการบริหารจัดการสินค้าคงคลังยังไม่มีประสิทธิภาพมากเพียงพอ

**Opportunities** โอกาสธุรกิจที่สามารถอยู่ได้ กระแสความนิยมการบริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ มีคู่แข่งประเภทไร่กล้วยเพียงรายเดียวในประเทศไทย และยังไม่ประสบความสำเร็จทางการตลาด ยังไม่มีสินค้าเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหรือเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลที่มาจากกล้วยอยู่ในตลาด และการสนับสนุนจากหน่วยงานวิจัยของรัฐ

**Threats** ข้อจำกัดที่คิดว่าจะเกิดขึ้น ตั้งแต่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องไซเดอร์หรือประโยชน์จากการบริโภคไซเดอร์ จำนวนคู่แข่งเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพหรือเครื่องดื่มฟังก์ชันนัลประเภทอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาด ผู้ในตลาดเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า ทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาตลาดได้ตามความต้องการมีค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายสูงสำหรับการเข้าสู่ช่องทางจัดจำหน่ายร้านสะดวกซื้อ การแข่งขันด้านราคาับซื้อผลผลิตกล้วยตากในช่วงที่มีปริมาณผลผลิตกล้วยตากน้อย จากผู้ประกอบการรายอื่นๆ สภาวะความแห้งแล้งทำให้ปริมาณผลผลิตกล้วยน้อยลง ส่งผลต่อราคาวัตถุดิบกล้วยตาก

อ่าน ต่อฉบับหน้า

เปิดรับสมัครแล้ว

ป.โท

ภาคการศึกษาที่ 1  
ปีการศึกษา 2559

มีโอกาสได้รับ  
ทุนการศึกษา **ฟรี**  
**100%**  
ตลอดหลักสูตร  
หรือลดค่าหน่วยกิต  
**50%**

หลักสูตร วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (M.Eng.)

- สาขาเทคโนโลยีวิศวกรรม (MET)

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.)

- สาขาการจัดการอุตสาหกรรม (MIM)
- สาขาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร (EEM)
- สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น (MBJ)

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (M.Sc.)

- สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ (MIT)



สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น  
Thai-Nichi Institute of Technology  
泰日工業大学  
สำนักงานคิด ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจ สถาบันประติษฐ์ ผลิตภัณฑ์บริหาร

สอบถามเพิ่มเติม โทร. 02 763 2600 ต่อ 2403

1771/1 ถ.พัฒนาการ ระหว่ง ซ.พัฒนาการ 37-39 แขวงสวนหลวง  
เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 www.tni.ac.th ThaiNichi

