

ผักหวานบ้าน Star Gooseberry

Scientific name: Sauropus androgynus (L.) Merrill.

-pitch deck-
by LUM-II CMU



WISDOM POWER
OF LOCAL FOOD

Introduction

- ❖ **ผักหวานบ้าน** เป็นผักอีกชนิดหนึ่งที่มีอยู่มากในทุกภูมิภาคของไทย พบมากในป่าผสมผลัดใบ ป่าทุ่ง ป่าแดง ริมทุ่งนา นิยมนำมาปลูกริมรั้ว มีกลิ่นเฉพาะตัวที่ชัดกว่าผักหวานป่าเล็กน้อย
- ❖ **ผักหวานบ้าน** แรกยอดทั้งปี และแตกยอดมาเป็นพิเศษในช่วงฤดูฝน
- ❖ **ใบอ่อนและยอดอ่อนของผักหวาน** นิยมมาปรุงอาหาร เป็นส่วนที่มีวิตามินเอสูง ช่วยเสริมประสิทธิภาพการทำงานของตับ สร้างเซลล์กระดูก

ดังนั้น ทีมพัฒนาของเราจึงได้ ร่วมกันคิดค้นวิธีการเพิ่มมูลค่า **"ผักหวานบ้าน"** ให้สูงขึ้น และให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางผ่าน **"นวัตกรรมและเทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตทางเกษตรของไทย"** เป็น **"Local Food"** ให้เป็นที่ยอมรับระดับ Global





OBJECTIVES



1. เพื่อพัฒนา **อาหารพื้นถิ่น** ที่เป็นเอกลักษณ์ของคนในภาคเหนือให้เป็น**ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป**ที่เหมาะสมสำหรับ**ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ**
2. เพื่อต่อยอด **แกงผักหวานบ้าน** ให้เป็นผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภคและพร้อมปรุง (Ready to Eat and Ready to Cook) ผสมผสานกับ**ส่วนผสมอาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่น**ที่เป็นเอกลักษณ์ของทางภาคเหนือ
3. เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่**นิยมอาหารเหนือหรืออาหารไทยพื้นบ้าน** และ**ต้องการความสะดวกสบาย**ในการประกอบอาหาร
4. เพื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการทำแห้งด้วยลมร้อน (**drying technology**) มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ local food ที่สามารถต่อยอดใน**อุตสาหกรรมอาหาร** ตั้งแต่ **ธุรกิจ SMEs ไปสู่อุตสาหกรรม**

Market pain



1 ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงปรุงสำเร็จ นำมาใช้เฉพาะรูปแบบการต้มและใส่ผักสดเพื่อรับประทาน

--> การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ผงแกงผักหวานบ้าน 2 in 1 ที่สามารถรับประทานได้ 2 รูปแบบ ทั้งแบบคลุกข้าวสำเร็จรูปที่สามารถ รับประทานได้ทันที และแบบซूपกึ่งสำเร็จรูปที่เติมน้ำแล้วนำไปผ่านความร้อน สามารถบริโภคเป็นอาหารมื้อหลักได้ สามารถที่ตอบโจทย์ lifestyles ของคนในปัจจุบัน ทั้งง่าย สะดวก รวดเร็ว



2 อาหารเหนือหรืออาหารไทยพื้นบ้าน มีกรรมวิธีการเตรียมที่ค่อนข้างยุ่งยากและใช้เวลานาน

--> การปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สะดวกสบายต่อการรับประทาน จะทำให้ผู้บริโภคทั้งไทยและต่างประเทศ เข้าถึง รสชาติและกลิ่นรส ของอาหารเหนือและอาหารไทยพื้นบ้าน ได้ง่ายขึ้น

3 แกงผักหวานปรุงสุกมีรสชาติอร่อยกลมกล่อม แต่มีอายุการเก็บรักษาสั้น ขนส่งยาก

-> การปรับผลิตภัณฑ์ให้เป็นรูปแบบผง โดยการนำผักหวานบ้าน และวัตถุดิบเครื่องแกงชนิดต่างๆ มาทำแห้งในสภาวะที่เหมาะสม ทำให้ยังคงรสชาติที่ดี คงเอกลักษณ์ สามารถยืดอายุการเก็บรักษา ขนส่งง่าย และสามารถเป็นสินค้าส่งออกของไทยได้



Target Market

Market Size

จาก LOCAL Food
สู่ GLOBAL Food



1. กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบาย

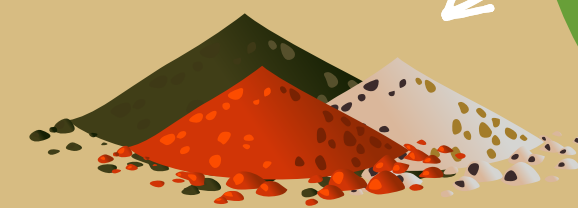
2. กลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีเวลาในการเตรียมอาหาร

3. กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมรับประทาน
อาหารเนื้อ และ อาหารพื้นบ้าน

4. ร้านอาหารและร้านจำหน่าย
ผลิตภัณฑ์ทั้งสำเร็จรูปในไทย
และต่างประเทศ



ซูปกึ่งสำเร็จรูป



เครื่องแกงปรุงสำเร็จ



ผงโรย/คลุกข้าว

Solution/Innovation :



ปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็น

ผลิตภัณฑ์ผงแกงผักหวานบ้าน 2 in 1

ที่สามารถรับประทานได้ 2 รูปแบบ

ทั้งแบบคลุกข้าวสำเร็จรูปที่สามารถ รับประทานได้ทันที

และแบบซूपกึ่งสำเร็จรูปที่เติมน้ำแล้วนำไปผ่านความร้อน

สามารถที่ตอบโจทย์ lifestyles ของคนในปัจจุบัน ทั้งง่าย สะดวก รวดเร็ว

- ผลิตภัณฑ์ผงคลุกข้าวสำเร็จรูปกลิ่นรสแกงผักหวาน



- ผลิตภัณฑ์ซूपกึ่งสำเร็จรูปกลิ่นรสแกงผักหวาน



ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผงแกงผักหวานบ้าน 2 in 1



รวบรวมผักหวาน
และวัตถุดิบอื่นๆ จากเกษตรกร
และ กลุ่ม OTOP ต่างๆ



ใช้ Drying technology
ในการทำแห้งวัตถุดิบ
โดยใช้อุณหภูมิและเวลาที่เหมาะสม



ศึกษาอัตราส่วนผสมของวัตถุดิบแห้งที่เหมาะสม
(Dried Mixed Ingredients)



ศึกษาอัตราส่วนที่
เหมาะสมของ
ผงคลุกและข้าว



ศึกษาการคืนรูป/
อัตราส่วนที่เหมาะสม
ของผงซุปรและน้ำ



ทดสอบทางประสาท
สัมผัสกับผู้บริโภค
(Sensory Test)



ผงแกงผักหวานบ้าน
2 in 1

Competitive advantage :



1 Local food

2 Convenient

3 Ready to eat

4 Easy to cook

5 You can make your choice (2 in 1)

6 Local ingredient

7 No MSG

ผลิตภัณฑ์ผงคลุกข้าว
กลิ่นรสแกงผักหวาน



ผลิตภัณฑ์ซุปรกึ่งสำเร็จรูป
กลิ่นรสแกงผักหวาน



Business model: โมเดลทางธุรกิจ รายได้

KEY PARTNERS

- กลุ่มเกษตรกรสวนผักหวานบ้าน
- กลุ่มเกษตรกรวัตถุดิบเกษตรและผู้ประกอบการในประเทศ
- กลุ่มแม่บ้านOTOPผลิตปลาธำพวง
- SUPPLIERS จลากและบรรจุภัณฑ์
- ผู้ให้บริการการจัดส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ (LOGISTIC PARTNERS)



KEY ACTIVITIES

- ผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกและนิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน
- เพื่อส่งเสริมเกษตรกรผู้ปลูกผักหวานให้มีรายได้และยั่งยืน
- ส่งเสริมผักพื้นบ้านของไทย
- ทำการตลาดส่งเสริมการขายทั้งในและต่างประเทศ
- ใช้นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์

KEY RESOURCES

- วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สะอาด จากตลาดของเกษตรกร
- สูตรผลิตภัณฑ์
- องค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- เครื่องมือและเทคโนโลยีใช้ในการผลิตที่เหมาะสม
- แรงงาน
- เงินลงทุน

VALUE PROPOSITIONS

" 2 in 1" Ready to Eat & Ready to Cook Product

- ผลิตภัณฑ์ที่สะดวกต่อการรับประทานและการประกอบอาหาร

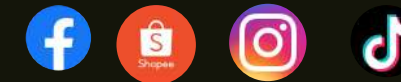
- ผลิตภัณฑ์ผงคลุกข้าวสำเร็จรูปกลั่นรสแกงผักหวาน

- ผลิตภัณฑ์ซूपกึ่งสำเร็จรูปกลั่นรสแกงผักหวาน



CUSTOMER RELATIONSHIPS

สื่อสารข้อมูลทาง social media ต่างๆ



- โปรโมชัน ส่วนลดให้กับลูกค้า
- รายได้ส่วนหนึ่งนำไปจัดกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น ทุนการศึกษาสำหรับเกษตรกรและครอบครัว

CHANNELS

- ตัวแทนจำหน่าย
- Social Media ต่างๆ
- ออกบูธตามงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ
- ร้านขายฝาก
- ร้านขายปลีก ห้างสรรพสินค้า



CUSTOMER SEGMENTS

- ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกในการรับประทานอาหาร
- ผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกในการประกอบอาหาร
- ผู้บริโภคที่นิยมรับประทานอาหารพื้นบ้าน



COST STRUCTURE

- ค่าวัตถุดิบ และ บรรจุภัณฑ์
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องจักร
- ค่าใช้จ่ายพนักงานและแรงงาน
- ค่าใช้จ่ายด้านงานวิจัยและพัฒนา
- ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์
- ค่าใช้จ่ายด้านการซ่อมบำรุงเครื่องจักรและสถานที่ผลิต
- ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ต่างๆ

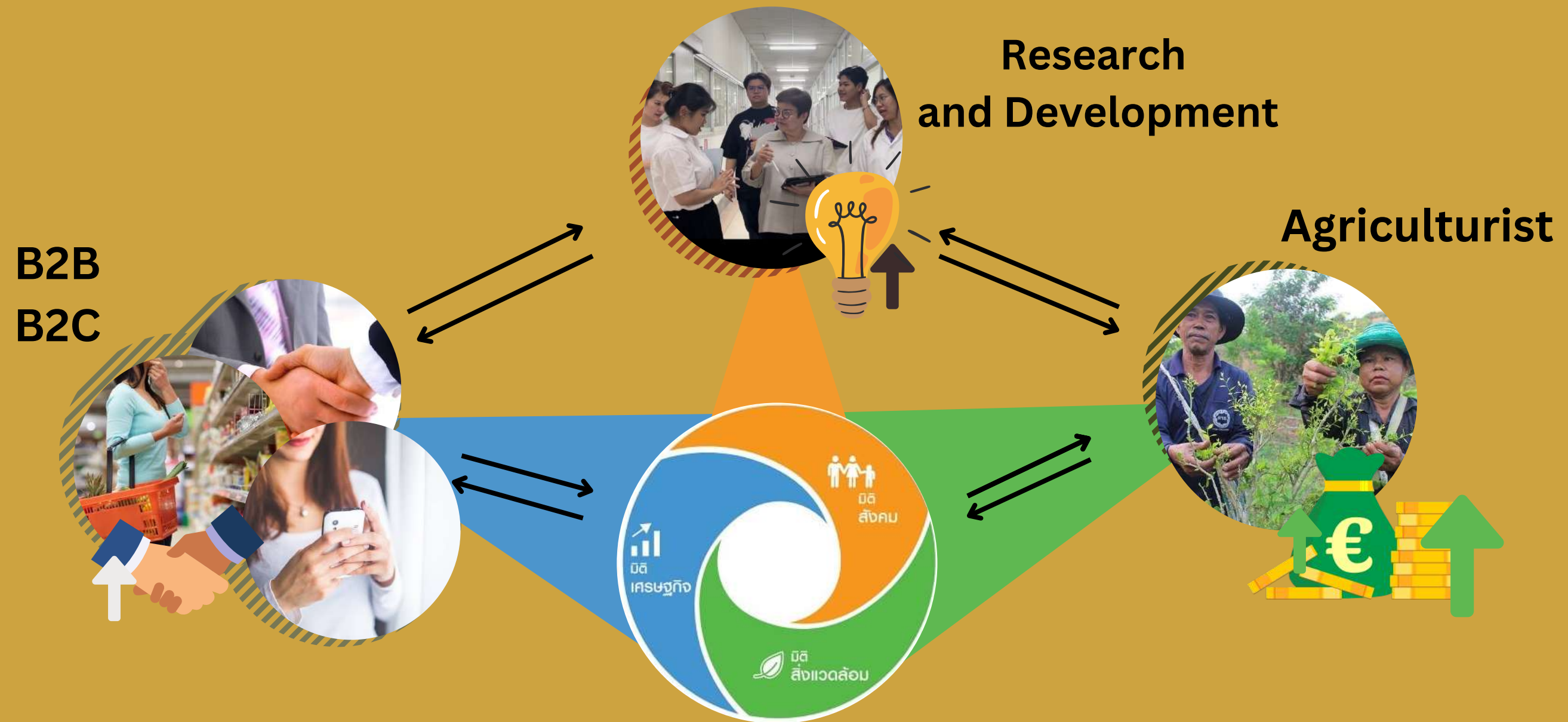
REVENUE STREAMS

- รายได้การจัดจำหน่ายสินค้าทั้งรูปแบบ B2C และ B2B
- รายได้จากการขายผ่านช่องทาง online



Sustainability:

ศักยภาพในการดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน



ทางทีมพัฒนาได้เล็งเห็นคุณค่าของการเกษตรในท้องถิ่น
จึงต้องการส่งเสริมเกษตรกรผู้เพาะปลูกผักหวานบ้าน รวมไปถึงวัตถุดิบ สมุนไพรต่าง ๆ
โดยนำเทคโนโลยีการทำแห้งด้วยลมร้อนมาประยุกต์
ร่วมกับศาสตร์ทางด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัตถุดิบพื้นบ้าน
ที่มีการเพิ่มมูลค่าส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น

Team : สมาชิกในทีม ความเชี่ยวชาญของทีม

1. ความเชี่ยวชาญด้านอาหารพื้นบ้านภาคเหนือ



ทีปรีกษา



ปณวัช อีรณไพบูลย์

3. ความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร



ทีปรีกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. นิรมล อุตมอ่าง



สุญาดา ม่วงพิน

2. ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการทำแห้ง และการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร



นาฏนภัส บัวละอ



ณัฐนนท์ เกตุดิษฐ

4. ความเชี่ยวชาญในการส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์ทางการตลาด



สุภัทสร คำบุญมี



ฐิติมา จินดาคำ