

แผนธุรกิจ ปลาหมึกอบกรอบได้กั๋ง

ชัยรัตน์ แดงตะโก¹

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันอาหารทะเลแปรรูปนับว่าเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในภาคใต้ โดยมีทรัพยากรทางทะเลเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งธรรมชาติทางทะเลและอาหารทะเล เป็นต้น

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้อาหารทะเลในปัจจุบันมีรูปแบบและวิธีการที่หลากหลาย โดยเฉพาะการแปรรูปให้เป็นอาหารทะเลสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน โดยเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายและสร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก แต่อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ยังขาดกระบวนการสร้างเอกลักษณ์ ยังขาดจุดยืนที่แตกต่าง จึงทำให้รูปแบบของอาหารทะเลแปรรูปไม่มีความแตกต่างและโดดเด่นเท่าที่ควร

ปลาหมึกอบกรอบได้กั๋งได้มองเห็นช่องทางในธุรกิจ จึงได้สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ปลาหมึกอบกรอบโดยการเพิ่มรสชาติให้มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งในอุตสาหกรรมเดียวกันพบว่ายังไม่มี的增加รสชาติให้กับผลิตภัณฑ์ โดยปลาหมึกอบกรอบได้กั๋ง ได้มีการเพิ่มความหลากหลายของรสชาติขึ้นมาเป็น 4 รสชาติ ได้แก่ รสดั้งเดิม รสหวาน รสเผ็ด และรสปลาหมึกแท้ และจะคิดค้นรสชาติใหม่ๆ เพิ่มขึ้นในอนาคต ตลอดจนในเรื่องของเอกลักษณ์ ปลาหมึกอบกรอบได้กั๋งก็ได้สร้างระบบเอกลักษณ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น สี โลโก้ และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น และให้คุณประโยชน์ได้จริง

ปลาหมึกอบกรอบได้กั๋งใช้กลยุทธ์ความหลากหลายของรสชาติ ความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์ ประกอบกับการทำการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ มีการใช้สื่อโฆษณาที่ทันสมัย ดึงดูดตา มีจุดสัมผัสแบรนด์ที่หลากหลาย ทำให้เกิดการรับรู้ จดจำ ต่อผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต

และจากการทำการวิเคราะห์สมมุติฐานทางการเงินพบว่าธุรกิจปลาหมึกอบกรอบ ได้กึ่งใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 4,000,000 บาท ใช้แหล่งเงินทุนของเจ้าของกิจการเองจากการประเมินผลการลงทุน 5 ปี พบว่า ปลาหมึกอบกรอบได้กึ่งสามารถทำกำไรได้ตั้งแต่ปีแรกทั้งสิ้น 6,697,470 บาท IRR เท่ากับ 160% และมี NPV เท่ากับ 12,680,010.34 บาท

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ, ปลาหมึกอบกรอบได้กึ่ง

บทนำ

ประเทศไทยในฐานะที่เป็นประเทศที่สามารถจับสัตว์ทะเลได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี และมีการนำไปใช้เพื่อบริโภคในรูปแบบต่างๆ กัน ทั้งในการบริโภคสดและเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตแปรรูป ประเภทต่างๆ เช่น อาหารทะเลแช่แข็ง, อาหารทะเลกระป๋อง, ทำเค็มและอบแห้ง เป็นต้น ซึ่งการอบแห้งเป็นกรรมวิธีในการถนอมอาหารทะเลชนิดหนึ่งซึ่งสามารถทำให้เก็บรักษาอาหารทะเลได้เป็นระยะเวลานานขึ้น และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะปลาหมึกแห้ง โดยอาหารทะเลอบแห้งนั้นสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามวัตถุดิบ คือ ปลาหมึกแห้ง กุ้งแห้ง เป็นต้น โดยปลาหมึกจะมีสัดส่วนการแปรรูปโดยการตากแห้งมากที่สุดประมาณร้อยละ 24 ของผลผลิตปลาหมึกที่จับได้ทั้งหมด รองลงมาคือกุ้ง ร้อยละ 17 ของผลผลิตกุ้งทั้งหมด ในการแปรรูปส่วนใหญ่จะเป็นการทำให้แห้งโดยไม่ต้องมีการปรุงรส และส่วนที่ผ่านการปรุงรสโดยใช้ส่วนผสมต่างๆ เพื่อให้รสชาติน่าทานมากขึ้น

อุตสาหกรรมอาหารทะเลตากแห้ง

การอบ/ตากแห้งเป็นกรรมวิธีในการถนอมอาหารทะเลชนิดหนึ่ง ซึ่งทำให้สามารถเก็บรักษาอาหารทะเลได้เป็นระยะเวลานานขึ้นและเป็นที่ยอมรับบริโภคของคนไทย และประเทศในเอเชีย โดยเฉพาะปลาหมึกแห้ง อาหารทะเลตากแห้งที่ผลิตได้ส่วนใหญ่จะบริโภคภายในประเทศ มีการส่งออกประมาณร้อยละ 17 ของผลผลิตทั้งหมด ปริมาณความต้องการบริโภคในประเทศในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาได้ปรับตัวลดลงตามภาวะเศรษฐกิจเนื่องจากอาหารทะเลตากแห้งเป็นอาหารที่มีราคาค่อนข้างสูง และประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบในบางช่วง ทำให้ราคาเพิ่มขึ้นไปอีก แต่คาดว่าความต้องการบริโภคในประเทศจะเริ่มกระเตื้องขึ้นหลังจากภาวะเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้นในปี 2557 สำหรับการส่งออกมีแนวโน้มลดลงเช่นกันตามการลดลงของวัตถุดิบ ส่วนการนำเข้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการนำเข้าปลาหมึกแห้งจากเวียดนามที่มีขนาดใหญ่และราคาต่ำกว่าปลาหมึกแห้งในประเทศ

การผลิตอาหารทะเลตากแห้งของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดเล็กและอุตสาหกรรมในครัวเรือนมีแหล่งที่ตั้งกระจายอยู่ตามจังหวัดแถบชายทะเลทั้งใน

ภาคใต้และภาคตะวันออก โดยมีการจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทนในตลาดสดและห้องเย็น เพื่อทำการส่งออก วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นปลาหมึกกล้วย โดยมีอัตรากำไรเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 5-6 ของราคาขาย

ปัญหาที่อุตสาหกรรมอาหารทะเลตากแห้งเผชิญส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาด้าน ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงและขาดแคลนขณะที่คุณภาพของวัตถุดิบค่อนข้างต่ำโดยขนาด ปลาหมึกที่จับได้ ค่อนข้างเล็ก จากสภาพแวดล้อมทางทะเลของไทยที่ค่อนข้างเสื่อมโทรม และต้นทุนน้ำมันที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ราคาขายไม่สามารถปรับตัวเพิ่มขึ้นได้เนื่องจากตลาดมีความต้องการลดลง

การแปรรูปปลาหมึกจึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและลดปัญหาต่างๆดังกล่าวโดยการแปรรูปที่เป็นที่นิยมกันมากที่สุดก็คือการทำปลาหมึกแห้งเพื่อนำมาแปรรูปเป็นปลาหมึกสำเร็จรูปพร้อมรับประทานในรูปแบบต่างๆ

ปลาหมึกที่นำมาตากแห้งมีอยู่ 2 ชนิดคือ ปลาหมึกกล้วย และปลาหมึกสาย โดยเวลาอากาศดีก็นำมาแขวน หรือวางบนเสื่อ หรือแผ่นกระดานตากแดด ถ้าวางบนเสื่อ หรือแผ่นกระดาษจะต้องคอยกับปลาหมึก เพื่อให้แห้งทั่วกันทั้งสองด้าน ถ้าเอาหนังที่หุ้มตัวปลาหมึกแห้งเร็วขึ้น การทำแห้งในระยษนี้อาจจะใช้เวลาเพียง 20-30 ชั่วโมง ถ้าแดดดีๆ แต่ถ้าท้องฟ้าครึ้มด้วยเมฆ อาจจะต้องใช้เวลานาน 48 ชั่วโมง เมื่อทำแห้งในระยะแรกแล้วนำปลาหมึกมาวางซ้อนกัน ใช้ผ้าใบ หรือพลาสติกคลุมไว้ แล้วหาอะไรหนักๆทับไว้ข้างบน อีกทีหนึ่ง ทิ้งไว้แบบนี้สัก 2 หรือ 3 วัน ปลาหมึกจะมีลักษณะยืดหยุ่นมากขึ้น เนื่องจากการแพร่กระจายของความชื้นภายในเนื้อเยื่อขึ้นมาใหม่ หลังจากนั้นจึงนำมาตากแดดให้แห้งอีกครั้งหนึ่ง ใช้เวลาประมาณหนึ่งวันหรือสองวัน กลางคืนเก็บเข้าในที่ร่มป้องกันน้ำค้าง

การเก็บปลาหมึกควรจะเก็บเป็นมัด มัดละ 15 ถึง 20 ตัว โดยเอาปลาหมึกมาวางซ้อนกันให้เป็นระเบียบเรียบร้อย แล้วเอามัดปลาหมึกบรรจุลงในถัง หรือกล่องกระดาษให้มีน้ำหนักประมาณกล่องละ 25-30 กิโลกรัม แล้วนำไปเก็บไว้ในที่ที่มีอุณหภูมิคงที่ (ใช้อุณหภูมิระหว่าง 10 องศาเซลเซียส ถึง 15 องศาเซลเซียส) และมีความชื้นในอากาศคงที่ (ใช้ความชื้นระหว่าง 65 ถึง 70 เปอร์เซ็นต์) (ศูนย์วิจัย ไทยพาณิชย์ จำกัด)

ปลาหมึกอบกรอบปรุงรส

ปลาหมึกอบกรอบปรุงรส หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำปลาหมึกสดมาตัดแต่ง เช่น ลอกหนัง เจาะตา แยกหัวดึงไส้ เอากระดองออก ล้างให้สะอาด ทำให้แห้งโดยใช้ความร้อนจากแสงอาทิตย์หรือพลังงานอื่นจนเป็นปลาหมึกแห้ง จากนั้นนำมาบดหรือรีด

ให้เป็นแผ่นแล้วนำไปอบจนกรอบ ปิ้งแต่งรสด้วยเครื่องปรุงรสและเครื่องเทศ เช่น น้ำตาล น้ำผึ้ง เกลือ พริก และอาจเติมส่วนประกอบอื่น เช่น งาม สมุนไพร เป็นต้น

ปลาหมึกอบกรอบปรุงรสได้รับความนิยมแพร่หลาย กลายมาเป็นอาหารที่นิยมรับประทานเป็นของว่างหรืออาหารคาวก็ได้ มีการพัฒนารูปแบบของรสชาติออกมาเพื่อให้รับประทานกับ ชา กาแฟได้ด้วย ปัจจุบันปลาหมึกอบกรอบปรุงรสได้รับความนิยมไปทั่วโลก มีการพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง ให้สามารถรับประทานได้ในทุกโอกาสทุกเวลา

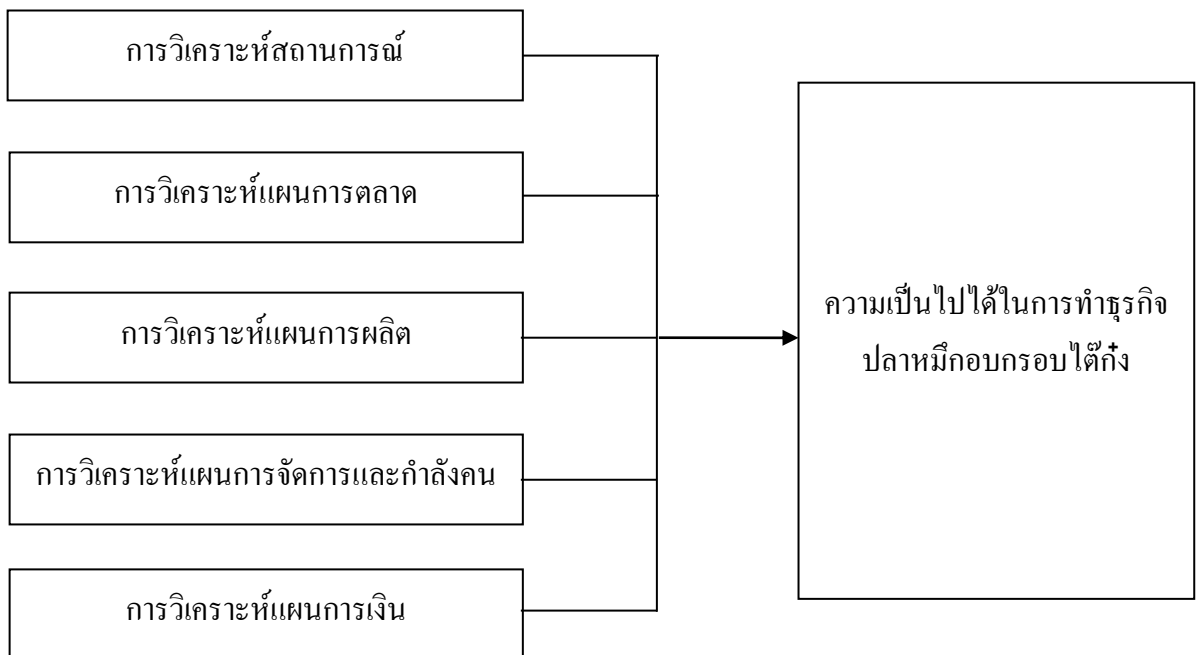
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ปลาหมึกอบกรอบได้กึ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ปลาหมึกอบกรอบได้กึ่ง

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจ ปลาหมึกอบกรอบได้กึ่ง

2. ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมีนาคม-เดือนกันยายน

2558

นิยามคำศัพท์

1. แผนธุรกิจ หมายถึงการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต/การดำเนินงาน การวิเคราะห์ด้านการเงิน และสรุปผลว่า ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานหรือไม่
2. ปลาหมึกกรอบ หมายถึง การนำปลาหมึกแท้คุณภาพดี มาผ่านกรรมวิธีการผลิตโดยเครื่องจักรที่ทันสมัย ประุงรสชาติอร่อยไม่ซ้ำใคร กลายเป็นขนมขบเคี้ยวจากปลาหมึกแท้
3. การวิเคราะห์สถานการณ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์กร โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)
4. การวิเคราะห์ด้านการตลาด หมายถึง การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายการวางตำแหน่ง ทางการตลาด การกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
5. การวิเคราะห์ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนการผลิต/การบริหารขององค์กร
6. การวิเคราะห์ด้านการจัดการและกำลังคน หมายถึง การกำหนดโครงสร้างองค์กร
7. การวิเคราะห์ด้านการเงิน หมายถึง รายได้หรือยอดขาย กำไรสุทธิ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายใน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

- การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยการใช้วิธี SWOT Analysis มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

จุดแข็งของกิจการ (Strengths)

1. ปลาหมึกกรอบปรุงรส สามารถรับประทานได้ทันทีโดยไม่ต้องนำมาปรุงใหม่
2. สามารถเก็บไว้ได้นาน
3. มีความโดดเด่นและแตกต่างในด้านบรรจุภัณฑ์
4. วัตถุดิบหลักในการผลิตมีตลอดทั้งปี
5. มีแหล่งวัตถุดิบที่ใกล้กับโรงงาน ช่วยลดต้นทุนการผลิต

จุดอ่อนของกิจการ (Weaknesses)

1. มีกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนซับซ้อน

2. ผลิตภัณฑ์มีการแปรรูปที่ไม่หลากหลาย
3. เมื่อเทียบกับในหมวดหมู่มุมขนมขบเคี้ยว ปลาหมึกอบกรอบปรุงรสมีราคาที่สูงกว่า

โอกาสของกิจการ (Opportunities)

1. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้การดำเนินงานของธุรกิจ ดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่นยิ่งขึ้น
2. แนวโน้มการขยายตัวของประชากรและการรวมกลุ่มประเทศอาเซียน
3. ปลาหมึกเป็นอาหารทะเลที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง เป็นแหล่งไอโอดีนชั้นดี
4. มีคู่แข่งชั้นน้อย เพราะการสร้างแบรนด์ให้กับปลาหมึกอบกรอบปรุงรสนั้นยังมีอยู่ไม่มากส่วนใหญ่มีอยู่ในรูปของฝักของอุตสาหกรรมครัวเรือนเล็กๆ
5. ระบบเอกลักษณ์ต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งยังไม่โดดเด่น เช่นเป็นเพียงแค่โลโก้สติ๊กเกอร์บนหีบห่อถุงและถาดพลาสติกเท่านั้น

อุปสรรคของกิจการ (Threats)

1. ปลาหมึกค่อนข้างมีโคเรสเตอรอลสูง
2. คู่แข่งชั้น ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดในธุรกิจประเภทเดียวกัน
3. ภาวะโลกร้อนสร้างปัญหาให้กับสัตว์น้ำในทะเล อาจทำให้อุตสาหกรรมกำลังเผชิญกับการขาดแคลนวัตถุดิบได้

• การวิเคราะห์ด้านการตลาด

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (T: Target Market)

บริษัทมีการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้ (1) เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์ ในส่วนของอายุและรายได้ (2) แบ่งตามลักษณะภูมิศาสตร์คือกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และ (3) แบ่งตามพฤติกรรม คือกลุ่มผู้บริโภคที่เล็งเห็นถึงคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ จึงได้มีการซื้อนำไปเป็นของฝาก และ ผู้ที่ชื่นชอบรับประทานอาหารทะเลแปรรูป ประเภทปลาหมึกอบกรอบปรุงรส ดังนั้น บริษัทจึงสรุปกลุ่มเป้าหมายหลักของปลาหมึกอบกรอบได้ทั้ง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อายุระหว่าง 21 – 40 ปี ชื่นชอบรับประทานอาหารทะเลแปรรูป ประเภทปลาหมึกอบกรอบปรุงรส

การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (P: Positioning)

ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกอบกรอบได้ทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายของรสชาติ โดยมีให้เลือกด้วยกัน 4 รสชาติ มีความได้เปรียบคู่แข่งชั้นเนื่องจากมีให้เลือกเพียงแค่รสชาติเดียวเท่านั้น และในด้านบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สามารถสื่อสารตัวเองได้มากกว่าตลอดจนการป้องกันสินค้าให้คงสภาพอย่างสมบูรณ์ที่สุด



กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ราคา (Product and Price Strategy)

ปลาหมึกอบกรอบได้กึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสารเคมีตลอดกระบวนการผลิตใช้ปลาหมึกจากอ่าวไทย ซึ่งเป็นปลาหมึกในทะเลน้ำตื้น มีเนื้อที่บางไม่หนามาก ลำตัวเรียวยาวไม่กว้างได้สัดส่วนและง่ายสำหรับการนำมาบดยีด แปรรูปโดยอุตสาหกรรมครัวเรือนในท้องถิ่นโดยไม่ใช้น้ำเกลือ ใช้น้ำทะเลในการแปรรูปปลาหมึกให้เป็นปลาหมึกแห้ง เมื่อนำมาแปรรูปเป็นปลาหมึกอบกรอบจะทำให้ได้คุณภาพมากยิ่งขึ้น ปลาหมึกอบกรอบได้กึ่ง เป็นผลิตภัณฑ์ปลาหมึกอบกรอบที่มีความหลากหลายทางด้านรสชาติ โดยมีให้เลือกด้วยกัน 4 รสชาติได้แก่ รสหวาน รสเผ็ด รสปลาหมึกแท้ๆ และรสดั้งเดิม ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ของปลาหมึกอบกรอบได้กึ่งมีลักษณะในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของฝาก โดยบรรจุภัณฑ์สามารถยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โชว์ตัวเองได้อย่างสะดุดตา เป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารตัวเองได้เป็นอย่างดี ในด้านคุณสมบัติ ประโยชน์ สามารถกันความชื้น กันแสง เมื่ออุณหภูมิสูงหรือต่ำ ด้านทานไม่ทำให้ผลิตภัณฑ์แปรสภาพไม่แตกไม่ฉีกขาดง่าย ปกป้องให้สินค้าอยู่ในสภาพใหม่สดอยู่ในสภาวะแวดล้อมของตลาดได้ในวงจรรยาว โดยไม่แปรสภาพขนานแท้ และดั้งเดิม เหมาะสำหรับเป็นของฝาก สะดวกในการพกพาและ ขนย้าย จัดเป็นของฝากระดับพรีเมียมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นในอุตสาหกรรมเดียวกัน

กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

การตั้งราคา ได้ตั้งจะตั้งราคาเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบของการขาย นั่นก็คือการขายในรูปแบบของของฝาก โดยทั่วไปแล้วในร้านของฝากประเภทอาหารและขนมของจีนชื่อต่างๆจะมีโปรโมชั่นในลักษณะที่เน้นจำนวน คือจะกระตุ้นการขายโดยหากซื้อเยอะราคา จะต่ำลง โปรโมชั่นที่นิยมทำกันก็คือ ชิ้นละ 35 บาท ชื้อ 3 ชิ้นในราคา 100 บาท เป็นต้น และหากเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งกันพบว่าปลาหมึกกรอบได้ตั้งมีราคาขายที่ถูกกว่าหากเปรียบเทียบในเรื่องของน้ำหนักสุทธิ

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายในรูปแบบของของฝาก จึงเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตรงต่อวัตถุประสงค์หลักในการขายเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จึงเลือกช่องทางการจำหน่ายที่เป็นร้านของฝากจากการเดินทางเป็นหลักโดยครอบคลุม ทั้งทางรถยนต์ รถทัวร์ สนามบิน ท่าเรือ ตลอดจนร้านของฝากชั้นนำของแต่ละจังหวัดทั่วภาคใต้ อีกทั้งยังมีช่องทางการสั่งซื้อออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์และแฟนเพจ

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)

บริษัทฯ มีการจัดทำ Website เป็นของตนเอง มีการลงโฆษณาในอินเทอร์เน็ต บิลบอร์ด โปสเตอร์ มีการสร้างพันธมิตรกับบริษัทที่เกี่ยวข้อง มีการให้อัตราส่วนลดและแถมของสมนาคุณในกรณีที่สั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก โดยบริษัทฯ มีงบโฆษณาในปีแรกประมาณ 4 แสนบาท เพื่อให้ตราสินค้าของบริษัทฯ เป็นที่รู้จัก

- การวิเคราะห์แผนการผลิต

บริษัทฯ มีแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญต่อกระบวนการผลิตอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง เอื้อประโยชน์ต่อปัจจัยในการผลิตต่างๆมากมายเช่น ลดต้นทุนการขนส่ง ความสดใหม่ของคุณภาพวัตถุดิบ มีปริมาณวัตถุดิบที่เพียงพอ เป็นต้น โดยมีต้นทุนการผลิตปลาหมึกกรอบอยู่ที่ประมาณ 30% ของราคาขาย

กระบวนการผลิต

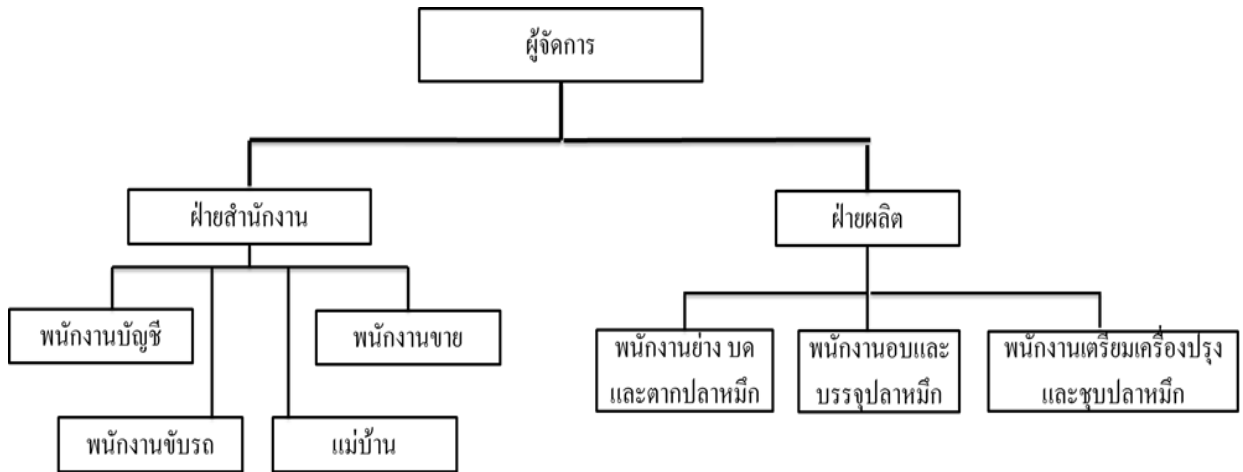
- เตรียมปลาหมึกแห้ง โดยตรวจสอบ ความชื้น ขนาด สี และกลิ่น
- นำปลาหมึกแห้งมาล้างด้วยเตาถ่าน ใช้ความร้อนระดับถ่านระอุ แต่ไม่มีประกายไฟ ใช้เวลาในการล้าง ประมาณ 20 วินาที โดยพลิกกลับไปมาข้างละ 10 วินาที เนื่องจากปลาหมึกมีลักษณะเนือบางและมีขนาด 3 นิ้ว จึงใช้เวลาในการล้างค่อนข้างน้อย

- นำปลาหมึกที่ย่างสุกแล้วมาบดทีละตัว ให้ได้ขนาดความยาวขยาย 2-3 เท่าตัวของขนาดปกติ
 - นำปลาหมึกที่บดได้ขนาดเรียบร็อยแล้วมาช้อนกันเป็นชั้น (ไม่สามารถนำปลาหมึกลงไปชุบน้ำจิ้มทีละตัวได้ เนื่องจาก ปลาหมึกมีลักษณะที่บางและเบา อาจเกิดการฉีกขาดได้ จึงต้องนำมาเรียงกันให้เป็นชั้นๆ) แล้วนำลงไปชุบน้ำจิ้มที่ปรุงสุกไว้ ได้แก่ รสหวาน รสเผ็ดและ รสตั้งเค็ม และรสปลาหมึกแท้ๆ (ซึ่งรสปลาหมึกแท้ๆ ไม่ต้องทำการชุบน้ำจิ้มนำไปอบกรอบได้เลย) แช่ไว้ประมาณ 20 นาที เพื่อให้ น้ำจิ้มซึมผ่านเข้าไปในตัวปลาหมึก โดยต้องให้อุณหภูมิของน้ำจิ้มนั้นร้อนอยู่ตลอดระยะเวลาของการแช่ปลาหมึกลงไป เพราะหากเย็นลง อาจทำให้มีการแข็งตัวของส่วนผสม นั่นก็คือ เบะแซ มีผลให้น้ำจิ้มไม่ซึมเข้าสู่ตัวปลาหมึกได้ทั่วถึง
 - นำปลาหมึกขึ้นมาจากแช่น้ำจิ้ม เรียงลงแผงตาก หรือ ถาด แล้วนำปลาหมึกไปผึ่งลมจากพัดลมโดยให้ลมที่อุณหภูมิห้องปกติ เพื่อให้ น้ำจิ้มซึมเข้าสู่เนื้อปลาหมึก และให้ปลาหมึกเซ็ดตัว คงรูป
 - นำไปอบโดยให้ความร้อนอยู่ที่ 70-80 องศาเซลเซียส ใช้เวลาอบ 3 ชั่วโมง
- ตรวจสอบรสชาติ รูปทรง แล้วนำสู่กระบวนการชั่งน้ำหนัก และ บรรจุ
- การวิเคราะห์แผนการจัดการและกำลังคน

โครงสร้างองค์กร

กิจการใช้ลักษณะการจัดการ โครงสร้างองค์กรแบบตามหน้าที่ (Functional Organization) เพราะว่าขนาดขององค์กรมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากนักการจัดการ โครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้ทำได้ง่ายต่อการบริหาร อีกทั้งยังง่ายต่อการควบคุมสั่งการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาพแสดงแผนผังองค์กร (Organization Chart)



- การวิเคราะห์แผนการเงิน

บริษัทใช้เงินลงทุนเริ่มแรก 4 ล้านบาท มียอดขายปีที่ 1 เท่ากับ 27,000,000 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 29,700,000 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 32,670,000 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 35,937,000 มีกำไรสุทธิในปีที่ 1 เท่ากับ 7,197,470 บาท ปีที่ 2 เท่ากับ 8,242,430 บาท ปีที่ 3 เท่ากับ 9,227,988 บาท ปีที่ 4 เท่ากับ 10,472,036 มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value; NPV) เท่ากับ 12,680,010 บาท และมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return; IRR) เท่ากับ 160%

สรุปผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้านการตลาด การวิเคราะห์ด้านการผลิต การวิเคราะห์ด้านกำลังคน และการวิเคราะห์ด้านการเงิน ได้ข้อสรุปว่า ธุรกิจปลาหมึกกรอบได้ตั้ง ภายใต้เงื่อนไขที่บริษัทกำหนดขึ้นมีความเป็นไปได้ในการลงทุน

บรรณานุกรม

สายใย เลิศสุภกุล.การปรับปรุงคุณภาพปลาหมึกกล้วยแห้ง.วิทยานิพนธ์ (วท.ม.

(วิทยาศาสตร์การอาหาร)) สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การอาหาร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2531. 167 หน้า. 2531

ศูนย์วิจัย ไทยพาณิชย์ จำกัด.อุตสาหกรรมอาหารทะเลตากแห้ง (กุ้งและปลาหมึกแห้ง)

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://boc.dip.go.th/>

บมจ.ธนาคารกรุงไทย.ภาวะเศรษฐกิจไทย [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก

<http://www.ktb.co.th/ktb/th/economy-report.aspx>

สายสร สุขเกษม.ความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่ออาหารทะเลแช่แข็งพราน
ทะเล ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ หลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด.มีนาคม 2552
กองกลยุทธ์การตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.ภาพรวมนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไตร
มาสที่ 1 ปี 2558. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก . <http://thai.tourismthailand.org/>