



สวทช
NSTDA



มะเขือเทศครีมเบ็ดบาร์

By โตไม้โต



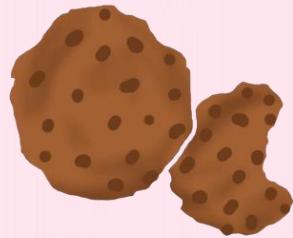
Khun Yuam Wittaya School

Problem Statement

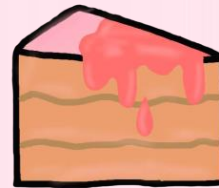
ปัจจุบันแนวโน้มของผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพของตนเองมากขึ้น ส่งผลให้มีเบเกอรี่ทางเลือกเพิ่มขึ้น โดยมะเขือเทศครีมเบิ้ลบาร์มี **สารไลโคปีน** ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ ลดริ้วรอยแห่งวัย บำรุงผิวพรรณให้สดใส



ขนมปัง 53%



ขนมอบ คุกกี้,พาย,
ครัวซอง 25%



ขนมเค้ก 22%

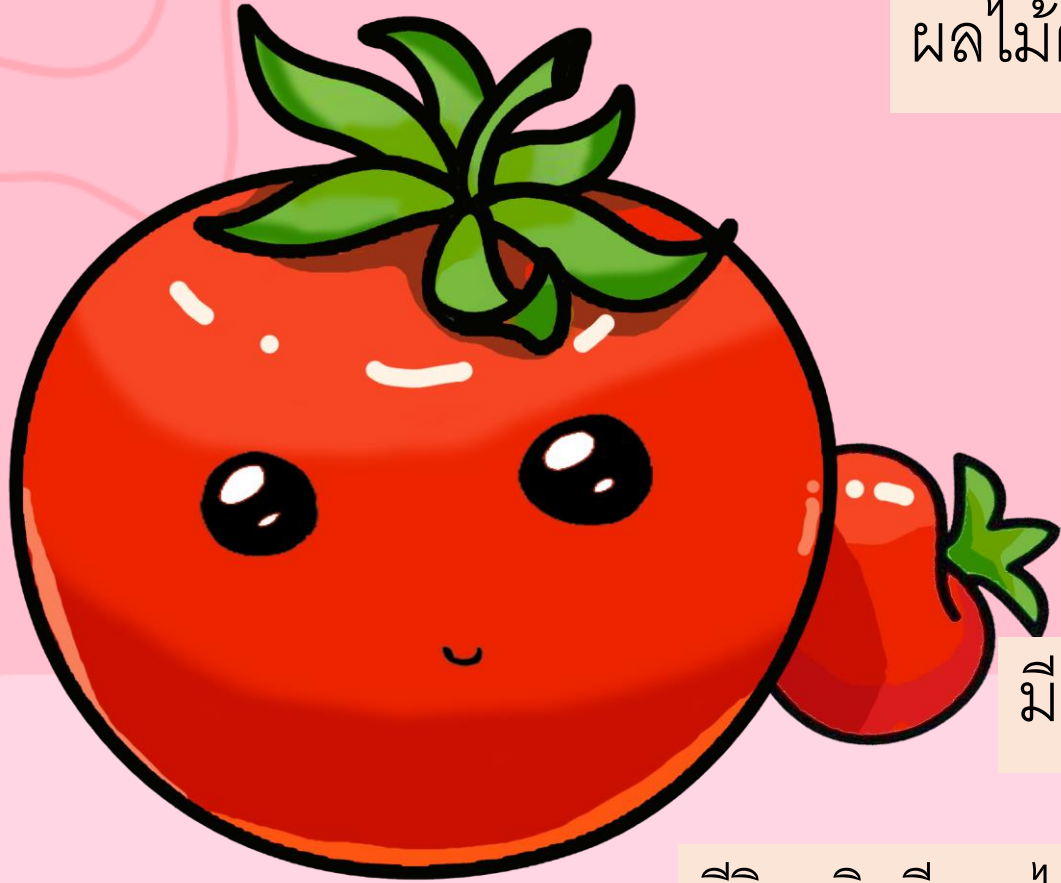


คนที่ไม่ชอบรับประทาน
มะเขือเทศ 70 %

อ้างอิงจากการทำแบบสอบถาม

มะเขือเทศ

ผลไม้ตระกูลเบอร์รี่



ช่วยบำรุงผิวพรรณให้สดชื่น ไม่แห้งกร้าน

ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้ร่างกายให้แข็งแรง

มีสารต่อต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยลดและชะลอการเกิดริ้วรอย

มีวิตามินซีและไลโคปีนช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด

มะเขือเทศยังมีโพแทสเซียมที่ช่วยลดปริมาณของไขมันไม่ดี (**LDL**)



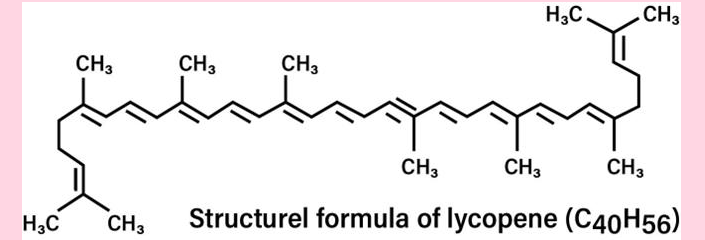
จุดเด่นของผลิตภัณฑ์



ใช้มะเขือเทศที่ปลอดสารพิษ



น้ำตาลที่ไม่ขัดขาว



มีสารไลโคปีน ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ ลดริ้วรอยแห่งวัย บำรุงผิวพรรณให้สดใส



เนยไขมันมะพร้าว



แป้งแอลมอนด์

Target



กลุ่มคนที่ไม่ชอบรับประทานมะเขือเทศ



กลุ่มคนที่ใส่ใจผิวพรรณ



กลุ่มวัยเรียน



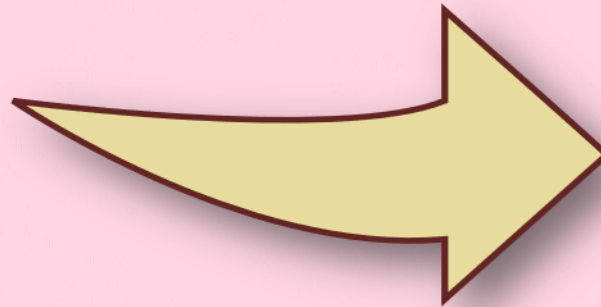
กลุ่มวัยทำงาน

Social Impact Assessment

เป้าหมายหลัก



- ล้นตลาด
- ราคาต่ำ
- มีประโยชน์ต่อร่างกาย



เป้าหมายทางสังคม



มะเขือเทศครีมเบิ้ลบาร์

Process

02

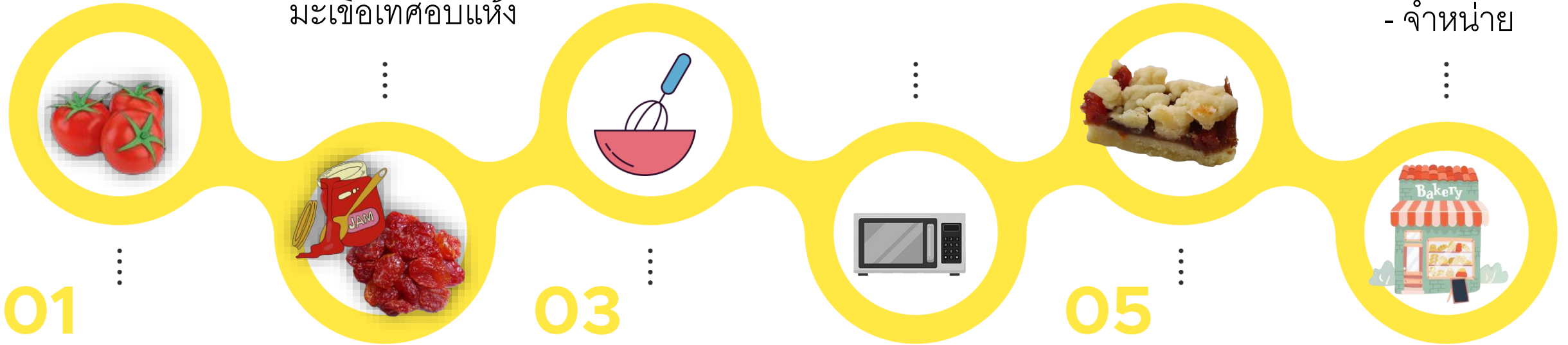
แยมมะเขือเทศและ
มะเขือเทศอบแห้ง

04

อบที่อุณหภูมิ 170 C

06

-ใส่บรรจุภัณฑ์
-จำหน่าย



01

ล้าง ทำความสะอาด
มะเขือเทศ

03

ผสมแป้งอัลมอนต์ น้ำตาลไม่ขัดขาว
เนยมะพร้าว แยมมะเขือเทศ
มะเขือเทศอบแห้ง

05

ผลิตภัณฑ์
“มะเขือเทศครีมเบิ้ลบาร์”

Key Partner

ร้านเบเกอรี่



เกษตรกรที่ปลูกมะเขือเทศ

ร้านกาแฟ



บริษัทขนส่ง

price setting

จำหน่ายชิ้นละ 25 บาท
(ขนาด 30 กรัม)

โดยเริ่มต้นผลิตสินค้า 5,000 ชิ้น/เดือน

ลงทุน 83,760 บาท/เดือน

Profit 41,240 บาท



ระยะเวลา 1ปี แผนการผลิตสินค้า

60,000 ชิ้น/ปี

Profit 494,880 บาท



ปริมาณ

30 กรัม

ราคา

25 บาท

สารไลโคปีน



เนยจากไขมันมะพร้าว



น้ำตาลไม่ขัดขาว



50 กรัม

50 บาท



22 กรัม

5 บาท



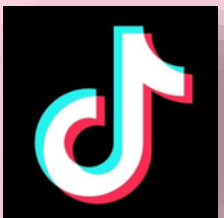
CONTACT



ผลิตภัณฑ์ “ดอยสน”



0839130993 (บริษัท **crumto**)



Crumto_shop

FUTURE PLAN

มีแผนเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เช่น



Lotus's



เพิ่มธัญพืชและรสชาติที่หลากหลายที่น่าสนใจ

8. Key Partners

- เกษตรกรที่ปลูกมะเขือเทศ
- บริษัทขนส่ง
- ร้านเบเกอรี่
- ร้านคาเฟ่



7. Key Activities

- พัฒนาสินค้าให้ดีขึ้นโดยเพิ่ม
ฉัญพืชและเพิ่มรสชาติที่
หลากหลาย
- เพิ่มมาตรฐานสินค้าให้
ปลอดภัยและมีคุณภาพ
- สร้างเครือข่ายตัวแทนการ
จำหน่าย



6. Key Resource

- สินค้า
- พนักงาน
- สื่อโฆษณา
- แหล่งวัตถุดิบ
- แรงงาน
- ระบบการขาย



2. Value Proposition

- สินค้ามีความแปลกใหม่
- เป็นสินค้าที่มีคุณค่าทาง
โภชนาการดีต่อผิวพรรณ
- ใช้วัตถุดิบสินค้าล้นตลาด
ที่ขายไม่ได้มาเพิ่มมูลค่า
- สินค้ามีคุณภาพได้
มาตรฐานการผลิต



4. Customer Relationships

- ติดตามผลลัพธ์จากลูกค้า ราย
กลุ่ม/รายคน
- บริการอย่างมีประสิทธิภาพ



3. Channel

- ร้านเบเกอรี่
- ร้านกาแฟโดยสน
- Social media
- เอ็ดก้อเหลียว
- ร้านคาเฟ่



1. Customer Segments

- กลุ่มวัยเรียน
- กลุ่มวัยทำงาน
- กลุ่มคนไม่ชอบทานมะเขือเทศ
- กลุ่มคนที่ใส่ใจผิวพรรณ
- กลุ่มคนที่ชอบเบเกอรี่



9. Cost Structure

- วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์
- ค่าพัฒนาสูตร
- ค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิต

- ค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้า
- ค่าแรงงาน
- ค่าใช้จ่ายในการทำตลาด



5. Revenue Streams

- ค่าทำสัญญาซื้อขาย
- รายได้ขายส่งที่เกิดจากคู่ค้า
- รายได้ขายปลีกจากการจำหน่ายสินค้า

Social media



Team



นางสาว อภิษา สุรินทร์
CEO



นางสาว มาติกา โพดู
MANUFACTURER



นาย ชยพล ฤดีปราโมทย์
GRAPHIC DISIGN



นางสาว พลอยเม็ตแท้ สายใยบัวตอง
MANUFACTURER



นางสาว วรนุช วิวัฒน์สมบูรณ์
MARKETING



นางสาวสุทธิพร พลพยัคฆ์กุล
ที่ปรึกษาโครงการวิทยาศาสตร์ และที่ปรึกษาหลัก
(เจ้าของร้านขนมไทย เบเกอรี่ แปรรูปอาหาร)



ดร.อัฐฐพล อิศสระ
(ที่ปรึกษาพิเศษ)
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มทร.ธัญบุรี

“มะเขือเทศครีมเบิ้ลบาร์”

อร่อยทุกชิ้น ใส่ใจทุกคำ

