

## บทที่ 3

สถานะทั่วไปของอุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็ง และสถานะการค้าเงินงานของ  
บริษัท เชียงใหม่โฟรเซนฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลจากการศึกษาในบทนี้มี 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะแวดล้อมของ  
อุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็ง ซึ่งเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และอีกส่วน  
หนึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานะการค้าเงินงานของ บริษัท เชียงใหม่โฟรเซนฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน)  
จากการรวบรวมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และจากการสัมภาษณ์พนักงานของบริษัทที่ได้รับมอบ  
หมายให้ข้อมูล

\* 17-19  
↓  
สถานะทั่วไปของอุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็ง

อุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็ง หรืออุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็ง เป็นการ  
กล่าวรวมถึงกิจกรรมของอุตสาหกรรมห้องเย็น ที่ดำเนินการสำหรับเก็บรักษาผักผลไม้โดยการ  
แช่เย็นอย่างหนึ่ง และรวมถึงกรรมวิธีในการเก็บรักษาโดยการแช่แข็งอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งจะมีการนำ  
เอาวัตถุดิบผักและผลไม้สด มาผ่านการจัดเก็บในห้องเย็นหรือผ่านกรรมวิธีการแช่แข็งก่อนการจัด  
เก็บเพื่อรักษาคุณภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดและประเภทของผักและผลไม้ โดยก่อน  
การจัดเก็บในห้องเย็นนั้น จะมีการนำวัตถุดิบมาคัดเลือก คัดเกรด ตรวจสอบคุณภาพ ตัดแต่ง อาจมี  
การแปรรูปภายนอกบางส่วนก่อนบรรจุในภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ และนำเข้าไปเก็บรักษาในห้องเย็น  
หรือมีการนำวัตถุดิบที่จัดเก็บในห้องเย็น เพื่อรอการผลิตหรือแปรรูปมาทำการคัดเลือก คัดเกรด  
ปอก ทำความสะอาดและแปรรูปโดยกรรมวิธีต่างๆ เช่น การดอง การอบแห้ง การทำให้สำเร็จรูป  
บางอย่าง เช่น การทอดหรือการแช่แข็ง เป็นต้น และบรรจุในภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ หลังจากนั้นจะ  
นำผลิตภัณฑ์ที่ได้เข้าไปเก็บรักษาในห้องเย็นหรือไม่แล้วแต่ความจำเป็น

ดังนั้น หากกล่าวถึงอุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็ง หรืออุตสาหกรรมผักและผลไม้  
แช่เย็นและแช่แข็ง จะหมายความถึงกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยเป็นการประกอบกร  
อุตสาหกรรมห้องเย็นหรือแช่แข็ง ที่มีกิจกรรมเฉพาะในการเก็บรักษาคุณภาพของผักและผลไม้โดย  
ตรง แต่ถ้าหากกล่าวถึงผลิตภัณฑ์ผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็ง หมายถึงตัวสินค้าผักและผลไม้หรือ

สินค้าสำเร็จรูปที่ผ่านการเก็บรักษาคุณภาพในห้องเย็นหรือการแช่แข็งนั่นเอง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม , 2540 : 9)

ความหมายของการแช่แข็ง เป็นกรรมวิธีที่นำพืชผักและผลไม้ ผ่านความเย็น เป็นการทำให้ผลผลิตมีอุณหภูมิลดลงโดยใช้อุณหภูมิตั้งแต่ -20 ถึง -40 องศาเซลเซียส จนกว่าน้ำในเซลล์พืชจะเปลี่ยนสถานะจากของเหลวไปเป็นของแข็ง (ฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) , 2543 : 4)

17-18

### ความเป็นมาของอุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งของไทย

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตพืชผักและผลไม้ที่สำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคนี้ พืชผักเศรษฐกิจที่สำคัญประกอบด้วย ข้าวโพดฝักอ่อน เห็ดฟาง หน่อไม้ฝรั่ง หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือเทศ จิง แดง มะเขือม่วง พริก และถั่วลันเตา ส่วนผลไม้เมืองร้อนก็มี สับปะรด เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ มะละกอ มะม่วงทุเรียน เสาวรส มังคุด และมะพร้าวอ่อน เป็นต้น ผลผลิตเหล่านี้ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้หลายประเภท ทั้งโรงงานขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่กระจายการผลิตอยู่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะการกระจายอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาคเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่จะกระจายรายได้และการจ้างงานสู่ชนบทให้มากที่สุด

อุตสาหกรรมผักผลไม้แช่แข็งในประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่เริ่มมีขึ้นในประเทศไทยไม่นานนัก เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2529-2530 โดยมีวัตถุประสงค์ในการแช่เย็นผักผลไม้เพื่อเก็บรักษาผักผลไม้ที่ออกมามากในช่วงฤดูกาล และนำไปจำหน่ายนอกฤดูกาล หลังจากนั้นจึงเริ่มมีการนำเอาเทคโนโลยีการแช่แข็งผักผลไม้จากต่างประเทศเข้ามาเริ่มใช้ ในระยะแรกนั้นอุตสาหกรรมอาหารประเภทนี้ยังมีไม่มากนัก เนื่องจากขาดฐานการตลาดของการขายสินค้านี้ในตลาดต่างประเทศ และตลาดภายในประเทศก็ยังไม่ยอมรับ เพราะมีผักสดและผลไม้สดให้เลือกซื้อได้ตลอดปี ตลอดจนการเก็บรักษาอาหารแช่แข็งเสียค่าใช้จ่ายสูง และยังมีอัตราเสี่ยงจากการเน่าเสียสูงกว่าอาหารบรรจุกระป๋อง ดังนั้นสินค้าประเภทผักแช่แข็งจึงยังมีการส่งออกไม่มากนัก ในปี พ.ศ. 2530 มีการส่งออก 333 ตัน ส่วนมากเป็นพืชผักประเภทถั่ว หน่อไม้ฝรั่ง และข้าวโพดฝักอ่อน ส่วนผลไม้แช่แข็งก็มีปริมาณไม่มากนักเช่นกัน เฉลี่ย 300-500 ตันต่อปี ผลไม้แช่แข็งส่วนมากจะเป็นสับปะรด แว่นสด ภายหลังมีการทดลองส่งออกผลไม้ประเภทต่างๆ เช่น ทุเรียนพันธุ์หมอนทองแช่แข็ง ขนุนแช่แข็ง และมังคุดแช่แข็ง โดยใช้ระบบการผลิตอาหารแช่แข็งแบบไอคิวเอฟ (IQF - Individual Quick Freezing) อุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็งของไทยยังมีคู่แข่งมากในอนาคต และมีโอกาสที่จะหาตลาดส่งออกมากขึ้น อุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็งอาจไม่เหมาะสมที่จะลงทุนในการผลิตขนาดเล็ก เพราะอาจไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายได้ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนค่อนข้างสูง

ตั้งแต่ห้องเย็นและอุปกรณ์ซึ่งมีราคาสูง ค่ากระแสไฟฟ้าก็ต้องเสียในอัตราสูงมาก และหากผู้ประกอบการจะลงทุนในการซื้อเครื่องจักรในการผลิตอาหารแช่แข็ง ก็มีราคาและต้นทุนค่ากระแสไฟฟ้าสูงเช่นกัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง แต่ในระยะที่ผ่านมา ผลตอบแทนจากการลงทุนค่อนข้างดี จึงทำให้มีผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น และอุตสาหกรรมนี้เริ่มมีการพัฒนาการผลิตมากขึ้นเป็นลำดับ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2540 : 10)

ปัจจุบันการส่งออกผักผลไม้สดแช่เย็นและแช่แข็ง มีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้มากขึ้น การส่งออกมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้น เนื่องจากผักผลไม้ไทยหลายประเภทเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผักสดแช่เย็นและแช่แข็งที่มีการส่งออกมากเป็นพวกพืชผักเศรษฐกิจ ได้แก่ ข้าวโพดอ่อน กระเจี๊ยบเขียว แครอท ถั่วแระ ถั่วแขก ถั่วลันเตา มะเขือม่วง แดงญี่ปุ่นและหน่อไม้ เป็นต้น ส่วนผลไม้ที่มีการส่งออกมาก ได้แก่ ทูเรียน สับปะรด ลำไย ส้มโอ ลิ้นจี่ และมะม่วง เป็นต้น ตั้งแต่ปี พ.ศ.2541-2543 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกผักและผลไม้สดแช่เย็นและแช่แข็งเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังข้อมูลที่แสดงมูลค่าการส่งออกดังนี้ (<http://www.moc.go.th/dbe> , 14 กันยายน 2544)

ตารางที่ 1 แสดงมูลค่าตลาดส่งออกผักสดแช่เย็นและแช่แข็ง 10 ประเทศแรกของไทย

รายการ	มูลค่า: ล้านบาท		
	2541	2542	2543
1. ญี่ปุ่น	2,067.4	1,953.0	1,836.9
2. สหราชอาณาจักร	304.8	335.8	405.8
3. มาเลเซีย	111.2	143.0	152.7
4. ใต้หวัน	29.5	45.1	127.7
5. เนเธอร์แลนด์	90.1	87.2	86.5
6. สวีเดน	39.1	68.9	79.3
7. สหรัฐอเมริกา	61.5	115.9	110.3
8. สิงคโปร์	99.7	112.4	122.7
9. เยอรมนี	46.1	55.1	79.6
10. ออสเตรเลีย	31.1	30.6	42.1
รวม 10 รายการ	2,880.7	2,947.0	3,043.6
อื่นๆ	293.6	323.2	345.0
มูลค่ารวม	3,174.3	3,270.2	3,388.6

ที่มา : สำนักบริหารสารสนเทศการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ตารางที่ 2 แสดงมูลค่าตลาดส่งออกผลไม้สดแช่เย็นและแช่แข็ง 10 ประเทศแรกของไทย

มูลค่า: ล้านบาท

รายการ	2541	2542	2543
1. ออสเตรเลีย	1,590.7	2,240.9	2,423.5
2. ใต้หวัน	970.5	1,063.3	973.3
3. มาเลเซีย	331.1	500.5	397.2
4. สหรัฐอเมริกา	413.9	365.8	433.3
5. อินโดนีเซีย	0.8	191.1	432.5
6. ญี่ปุ่น	116.8	122.6	183.4
7. แคนาดา	153.7	221.0	227.3
8. จีน	25.5	140.0	402.9
9. สิงคโปร์	48.1	184.7	166.2
10. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	27.8	36.0	86.4
รวม 10 รายการ	3,678.7	5,066.0	5,726.1
อื่นๆ	314.4	442.3	489.4
มูลค่ารวม	3,993.2	5,508.3	6,215.5

ที่มา : สำนักบริหารสารสนเทศการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

ผักผลไม้สดแช่เย็นและแช่แข็งของไทย ก็ยังมีโอกาสที่จะขยายตลาดออกไปได้อีก เนื่องจากจากผลผลิตมีคุณภาพสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ซึ่งได้แก่ จีน ใต้หวัน และอินโดนีเซีย อีกทั้งมีผลผลิตนานาชนิดหมุนเวียนออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ประกอบกับความต้องการของตลาดต่างประเทศยังมีปริมาณสูง โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดสำคัญของไทย

**ความเป็นมาของอุตสาหกรรมผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งของจังหวัดเชียงใหม่**

สำหรับในภาคเหนือของไทย เนื่องจากภูมิประเทศได้เปรียบในการเพาะปลูกผักผลไม้ประเภทต่างๆ เป็นจำนวนมาก จึงมีผู้เริ่มทำการค้าขายผลผลิตพืชผักและผลไม้มากขึ้น เมื่อมีการค้าในลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการได้เริ่มเล็งเห็นความสำคัญของการเก็บรักษาคุณภาพพืชผักผลไม้และการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าในสินค้า จึงได้มีการนำเอาเทคโนโลยีของการแช่เย็นและแช่แข็งเข้ามาใช้ในภูมิภาคนี้ โดยในระยะแรกทางภาคเหนือมีการลงทุนของบริษัท

ไทยฟาร์มมีจำกัดที่จังหวัดลำพูน เป็นโรงงานผลิตผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งแต่กิจการไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากมีปัญหาในการวางแผนทางด้านวัตถุดิบ ขาดการประสานงานที่ดีระหว่างผู้ผลิตและเกษตรกรผู้เพาะปลูก ภายหลังได้เลิกกิจการไป ต่อมาได้เริ่มมีการลงทุนขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยในปี พ.ศ. 2531 โรงงานห้องเย็นแหลมทองกิจเจริญได้ริเริ่มจัดตั้งขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่เป็นรายแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแช่เย็นและแช่แข็งผักและผลไม้ที่เพาะปลูกได้ในท้องถิ่นเอง ใช้เงินลงทุนประมาณ 50 ล้านบาท และมีการว่าจ้างแรงงานในระยะแรกเพียง 20 คน หลังจากนั้นจนถึงปี พ.ศ. 2540 มีโรงงานอุตสาหกรรมแช่เย็นและแช่แข็งจัดตั้งขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนถึง 20 โรงงาน มีเงินลงทุนรวมกันทั้งสิ้น 1,454 ล้านบาท และมีการจ้างแรงงานทั้งสิ้น 2,305 คน นับว่าจังหวัดเชียงใหม่ มีการลงทุนจัดตั้งโรงงานอุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งสูงสุดในภาคเหนือ ทั้งนี้เพราะมีความพร้อมในเรื่องของผลผลิตการเกษตรด้านผักและผลไม้ที่ใช้เป็นวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมของภาคเหนือตอนบนที่ค่อนข้างสะดวกและรวดเร็ว ทั้งการคมนาคมขนส่งทางบกและการขนส่งทางอากาศซึ่งทำให้ได้เปรียบจังหวัดอื่นๆ มาก อุตสาหกรรมนี้สามารถนำเงินรายได้เข้าสู่ภูมิภาคเป็นจำนวนมาก ทั้งยังช่วยกระจายรายได้ให้แก่เกษตรกร ผู้เพาะปลูกผักและผลไม้ในเขตภาคเหนือตอนบนเป็นจำนวนมากด้วยเช่นกัน (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1, 2540 : 11-12)

### **ประเภทของผลิตภัณฑ์ผักผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งในจังหวัดเชียงใหม่**

เนื่องจากภาคเหนือมีผักและผลไม้หลายประเภท แต่ผู้ประกอบการในธุรกิจอุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่เย็นและแช่แข็ง จะเลือกซื้อพืชผักและผลไม้เพื่อนำมาแช่เย็นและแช่แข็ง โดยส่วนใหญ่จะทำการคัดเลือกชนิดและประเภทของพืชผักและผลไม้ต่างๆ ที่จัดว่าเป็นพืชเศรษฐกิจ ตลาดมีความต้องการสูงทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ รวมทั้งรับจ้างผู้ประกอบการค้าพืชไร่บางรายที่ไม่มีห้องเย็นเองเพื่อทำการเก็บรักษา โดยคิดค่าบริการแช่เย็นตามน้ำหนักของพืชผักและผลไม้เป็นรายเดือน ซึ่งพืชผักและผลไม้เหล่านี้จะมีราคาดี ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้แช่เย็นและแช่แข็งที่เป็นพืชเศรษฐกิจเหล่านี้ แบ่งออกได้หลายชนิดตามวัตถุดิบผักและผลไม้ที่ใช้ซึ่งประกอบด้วย

จากข้อมูลการสำรวจการผลิตและการส่งออกของอุตสาหกรรมผักและผลไม้แช่แข็งจังหวัดเชียงใหม่ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 มีรายละเอียดของประเภทพืชผักและผลไม้ ซึ่งนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์แช่แข็ง ดังนี้

### ประเภทพืชผัก

ประเภทพืชผักซึ่งเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมพืชผักและผลไม้แช่แข็ง ได้แก่

#### 1. ถั่วแระ โดยเฉพาะถั่วแระญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเป็นตลาดใหญ่ของผลิตภัณฑ์ถั่วชนิดนี้ และญี่ปุ่นเองไม่สามารถผลิตได้ทันกับความต้องการของตลาดในประเทศ ได้วันจึงได้พัฒนาการผลิตถั่วชนิดนี้ในจีนอย่างได้ผล โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตและการบรรจุหีบห่อที่ทันสมัย ทำให้สามารถครองตลาดญี่ปุ่นได้ถึงร้อยละ 88 ของการผลิต อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ประเทศไทยสามารถเพาะปลูกถั่วชนิดนี้ได้ในพื้นที่เช่นกัน บริเวณจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย แพร่ และน่าน และเป็นสินค้าที่ทำการผลิตทั้งแช่เย็นและแช่แข็ง เพื่อส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่

#### 2. ถั่วแขก

ขณะนี้มีการพัฒนาพันธุ์จนมีคุณภาพดี ทำการเพาะปลูกในบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน และอุดรดิตถ์ เป็นผลิตภัณฑ์ทั้งแช่เย็นและแช่แข็ง เพื่อส่งไปยังตลาดต่างประเทศคือประเทศญี่ปุ่น ฮองกง และสิงคโปร์

#### 3. ถั่วลันเตา

เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งถั่วลันเตาทั้งเปลือก และถั่วลันเตาแกะเปลือกออกเอาเฉพาะเมล็ด มีการเพาะปลูกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน การส่งออกยังมีปริมาณไม่มากนัก แต่มีราคาสูงส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ถั่วลันเตาแช่เย็น ตลาดที่สำคัญคือประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และแคนาดา

#### 4. มะเขือม่วง

ขณะนี้มีการส่งเสริมให้เพาะปลูกทั่วไปในเขตภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน เชียงราย แพร่ และน่าน ปัจจุบันมีโรงงานส่งออกเป็นผลิตภัณฑ์มะเขือม่วงคองในน้ำเกลือเจือจางและแช่เย็น โดยส่งไปยังประเทศญี่ปุ่นเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งได้รับความนิยมจากตลาดอย่างแพร่หลาย และขณะนี้ผู้ประกอบการได้พัฒนาการผลิตโดยทำให้เป็นอาหารสำเร็จรูปมากขึ้น โดยการผลิตเป็นมะเขือม่วงทอดและแช่แข็ง เพื่อรักษาคุณภาพและส่งออกไปยังตลาดประเทศญี่ปุ่นเช่นกัน ปัจจุบันสินค้าที่ผลิตให้สำเร็จรูปจะสะดวกกับผู้บริโภคมาก เพียงแต่นำเข้าเตาอบไมโครเวฟก็จะสามารถรับประทานได้ เทคนิคการผลิตที่พัฒนาขึ้นนี้จะทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

#### 5. ข้าวโพดฝักอ่อน

มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะปลูกหลายจังหวัด ในภาคเหนือตอนบน ฤดูกาลเพาะปลูกคือ เดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งการแช่เย็นและการแช่แข็ง บาง

ครั้งมีการบรรจุหีบห่อผสมกับพืชผักอื่นๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าในการจำหน่ายด้วย ตลาดของข้าวโพดฝักอ่อนจะมีทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ เกาหลี ได้หวัน และสหรัฐอเมริกา

#### 6. หอมหัวใหญ่

เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่ง เพาะปลูกมากในเขตอำเภอฝางและอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ผลผลิตจากห้องเย็นส่วนใหญ่จะส่งจำหน่ายตลาดในประเทศนอกฤดูกาลเพาะปลูก เพื่อรอราคาให้สูงขึ้น แต่ขณะนี้ ได้เริ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สำเร็จรูปมากขึ้น โดยสามารถนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารประเภท Fast food คาดว่าในอนาคตจะมีการส่งออกตลาดต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

#### 7. มันฝรั่ง

จัดว่าเป็นพืชที่เริ่มมีความนิยมมากขึ้นทั้งตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ขณะนี้ที่นิยมเป็นพันธุ์จากต่างประเทศชื่อพันธุ์ “Russet Burbank” ซึ่งเป็นสาเหตุจากความนิยมในอาหารประเภท Fast food เช่นกัน มันฝรั่งมีการเพาะปลูกมากในเขตอำเภอฝาง อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดตาก ส่วนใหญ่จะเป็นการแช่เย็นเพื่อเก็บรักษาและส่งมายังตลาดในส่วนกลาง

#### 8. แครอท

มีการเพาะปลูกมากในเขตภาคเหนือตอนบน ในระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนมีนาคม ผลิตภัณฑ์มีทั้งการแช่เย็นและแช่แข็ง โดยมีการผลิตและแปรรูปในโรงงานเป็นส่วนใหญ่ และบางครั้งจะมีการบรรจุหีบห่อผสมกับพืชผักชนิดอื่นเช่นกัน เพื่อให้ได้ราคาสูงขึ้น ตลาดมีทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลี และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

#### 9. ผักขม

เดิมมีการเพาะปลูกน้อย เพราะตลาดในประเทศไม่ค่อยมีความต้องการ แต่ปัจจุบันตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะญี่ปุ่นมีความต้องการมาก จึงได้เริ่มมีการเพาะปลูกและนำเข้าโรงงานมากขึ้น จากการสำรวจปริมาณวัตถุดิบยังมีน้อย ในการศึกษาจึงได้จัดรวมไว้ในกลุ่มของพืชผักอื่นๆ คาดว่าในอนาคตจะมีการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เพิ่มมากขึ้น

#### 10. จิง

ขณะนี้มีการเพาะปลูกเพิ่มมากขึ้นในบริเวณอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดตาก และจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนใหญ่จะทำการแช่เย็นโดยมีการแปรรูปบ้างเล็กน้อย ตลาดมีทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ได้หวัน เกาหลี และฮองกง เป็นต้น ขณะนี้เริ่มมีการขยายตัวของตลาดมากขึ้นเช่นกัน

### 11. แดงญี่ปุ่น

เป็นแดงกว่าที่นำพันธุ์มาจากญี่ปุ่นอีกชนิดหนึ่ง มีการส่งเสริมการเพาะปลูกในจังหวัดภาคเหนือตอนบนหลายจังหวัด การผลิตส่วนใหญ่จะดองเกลือเจือจางและแช่เย็น เพื่อส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นซึ่งตลาดมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะมีการขยายเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

### 12. พริกแห้ง

พริกมีการเพาะปลูกในหลายจังหวัดทางภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้ประกอบการหลายรายได้ทำการอบแห้งและนำเข้าเก็บไว้ในห้องเย็น เพื่อรักษาคุณภาพและรอราคานอกฤดูกาลผลิต ตลาดส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในประเทศ โดยเฉพาะในส่วนกลางและตลาดในท้องถิ่นภาคเหนือ

### ประเภทผลไม้

ประเภทผลไม้ซึ่งเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมพืชผักและผลไม้แช่แข็ง ได้แก่

#### 1. ลำไย

ลำไยจัดว่าเป็นผลไม้ที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยประมาณปีละ 50,000 ตัน ปัจจุบันมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ลำไยหลายประเภท เช่น อบแห้งและบรรจุกระป๋อง เป็นต้น แต่ในฤดูกาลจะมีลำไยออกมามากและจำเป็นต้องนำเข้าเก็บรักษาไว้ในห้องเย็นเป็นจำนวนมาก จากการสำรวจพบว่าผลิตภัณฑ์ลำไยแช่เย็น จะส่งไปจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประกอบด้วย ส่องกง มาเลเซีย สิงคโปร์ ใต้หวัน ญี่ปุ่น และประเทศอังกฤษ

#### 2. ลิ้นจี่

มีการเพาะปลูกมากในเขตอำเภอฝาง อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ มีผลผลิตจากการเพาะปลูกเฉลี่ยปีละประมาณ 30,000 ตัน ลิ้นจี่จากห้องเย็นส่วนหนึ่งจะนำไปแปรรูปโดยการบรรจุกระป๋องและอบแห้ง และอีกส่วนหนึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แช่เย็นส่งไปจำหน่ายยังประเทศญี่ปุ่น แคนาดา และอังกฤษ

#### 3. ส้ม

ส้มที่มีชื่อเสียงมากคือส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งของอำเภอฝาง และอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ ขณะนี้ผลผลิตบางส่วนขายในประเทศและอีกส่วนหนึ่งส่งไปจำหน่ายยังประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซียและฮ่องกง ซึ่งยังมีปริมาณน้อยไม่เพียงพอับความต้องการของตลาด ผู้เพาะปลูกหลายรายกำลังพยายามเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น คาดว่าในอนาคตจะเป็นผลไม้ที่มำรายได้สูงให้กับจังหวัดเชียงใหม่เช่นกัน



## 4. สตรอเบอร์รี่

มีการเพาะปลูกในเขตจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย แต่ยังมีปริมาณไม่มากนัก ขณะนี้ได้เริ่มมีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แยมและบางส่วนนำมาแช่แข็ง เพื่อส่งไปยังตลาดส่วนกลาง คาดว่าในอนาคตจะมีการเพิ่มปริมาณการผลิตและการจำหน่ายมากขึ้น

## 5. มะขาม

ผลผลิตบางส่วนมาจากจังหวัดแพร่ เพชรบูรณ์ และมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และนำเข้ามาแช่เย็นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแหล่งเพาะปลูกบางแห่งยังไม่มีห้องเย็นรองรับผลผลิตในฤดูกาล แต่เนื่องจากเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่ทำให้ผลตอบแทนสูง คาดว่าจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นในการนำเข้ามาแช่เย็นในอนาคต

## 6. แอปเปิ้ลและสาลี่

ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ มีการเพาะปลูกในประเทศบ้าง แต่ยังมีปริมาณน้อย โดยผู้ประกอบการบางรายนำเข้ามาจากประเทศจีน ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา โดยผลผลิตส่วนใหญ่จะนำเข้ามาจากประเทศจีน และขนส่งเข้ามาจัดเก็บแช่เย็นไว้ในจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากราคาในประเทศค่อนข้างดี และสามารถขายได้ตลอดปีเช่นกัน คาดว่าจะมีปริมาณการแช่เย็นเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

\* 25-34  
↓  
สถานะการดำเนินงานด้านการผลิตและส่งออกผักและผลไม้แช่แข็งของ บริษัท เชียงใหม่โฟรเซน ฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน)

## 1. ความเป็นมาของบริษัท

บริษัท เชียงใหม่โฟรเซนฟู้ดส์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ทำการผลิตและส่งออกผักผลไม้แช่แข็ง เช่น ถั่วแขก ถั่วแระ แครอท ข้าวโพดฝักอ่อน เงาะ ลิ้นจี่ มังคุด ลำไย เป็นต้น โดยมีสถานประกอบการ คือ อาคารสำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 149/34 ซอยแองโกลพลาซ่า ถนนสุริวงส์ เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร และมีที่ตั้งโรงงาน 2 แห่ง คือ โรงงานที่ 1 เลขที่ 92 หมู่ที่ 3 ถนนเชียงใหม่-พร้าว ตำบลหนองจ่อม อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โรงงานที่ 2 เลขที่ 299 หมู่ที่ 3 ถนนเชียงใหม่-พร้าว ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ บริษัทจดทะเบียนนิติบุคคลเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2531 โดยมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 50 ล้านบาท ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 210 ล้านบาท บริษัทได้รับอนุญาตจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เป็นบริษัทจดทะเบียนเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2536 และเริ่มทำการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2536

แนบกร ๓๓๖ The detailed Information of the factory



ตารางที่ 4 แสดงลักษณะรายได้ของบริษัท เชียงใหม่โพรเซสฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม ตลาดผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ.2540-2543

ตามตลาดผลิตภัณฑ์	2540		2541		2542		2543	
	พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%	พันบาท	%
ต่างประเทศ	745,971	98.2	1,044,514	89.4	934,523	97.4	910,241	95.6
ในประเทศ	5,059	0.7	23,727	2	14,759	1.5	20,674	2.2
กำไรจากอัตราแลกเปลี่ยน	-	0	86,121	7.4	2,265	0.3	8,111	0.8

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนการขายได้ของบริษัท เชียงใหม่โพรเซสฟู๊ดส์ จำกัด(มหาชน) จำแนกตาม ไตรมาสปี พ.ศ.2540-2543

สถิติสัดส่วนการขาย	2539	2540	2541	2542	2543
ไตรมาส 1	13.08	20.78	19.94	20.42	18.56
ไตรมาส 2	26.55	26.71	27.36	30.58	33.03
ไตรมาส 3	38.22	31.17	28.04	25.44	26.05
ไตรมาส 4	22.15	21.34	24.66	23.56	22.36
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

แนบรูป ตาราง TOTAL Sales Values & Export Volume (1998-2001)

## 2.2 ลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

เมื่อบริษัทได้รับวัตถุดิบ จะนำมาทำการตรวจสอบคุณภาพโดยแผนกควบคุมคุณภาพของบริษัทฯ หลังจากนั้นนำไปผ่านเครื่องคัดขนาด และทำการแปรสภาพ เช่น ตัดหัวท้าย ตัดเป็นท่อน เป็นชิ้นเล็ก เป็นต้น แล้วนำไปผ่านเครื่องล้างด้วยน้ำ และฆ่าเชื้อ หลังจากนั้นนำไปต้มและแปรสภาพโดยแช่ในน้ำเย็น ผ่านเครื่องสลัดน้ำ แล้วนำเข้าเครื่องแช่เยือกแข็งสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูป และนำไปเก็บไว้ในห้องเย็นที่ -25 องศาเซลเซียส หลังจากนั้นแผนกตรวจสอบคุณภาพจะทำการตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งหนึ่ง พร้อมกับคัดเกรด และบรรจุหีบห่อสำเร็จเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมนำออกจำหน่ายต่อไป

## 2.3 ด้านการผลิต

### 2.3.1 วัตถุประสงค์และผู้จำหน่ายวัตถุประสงค์

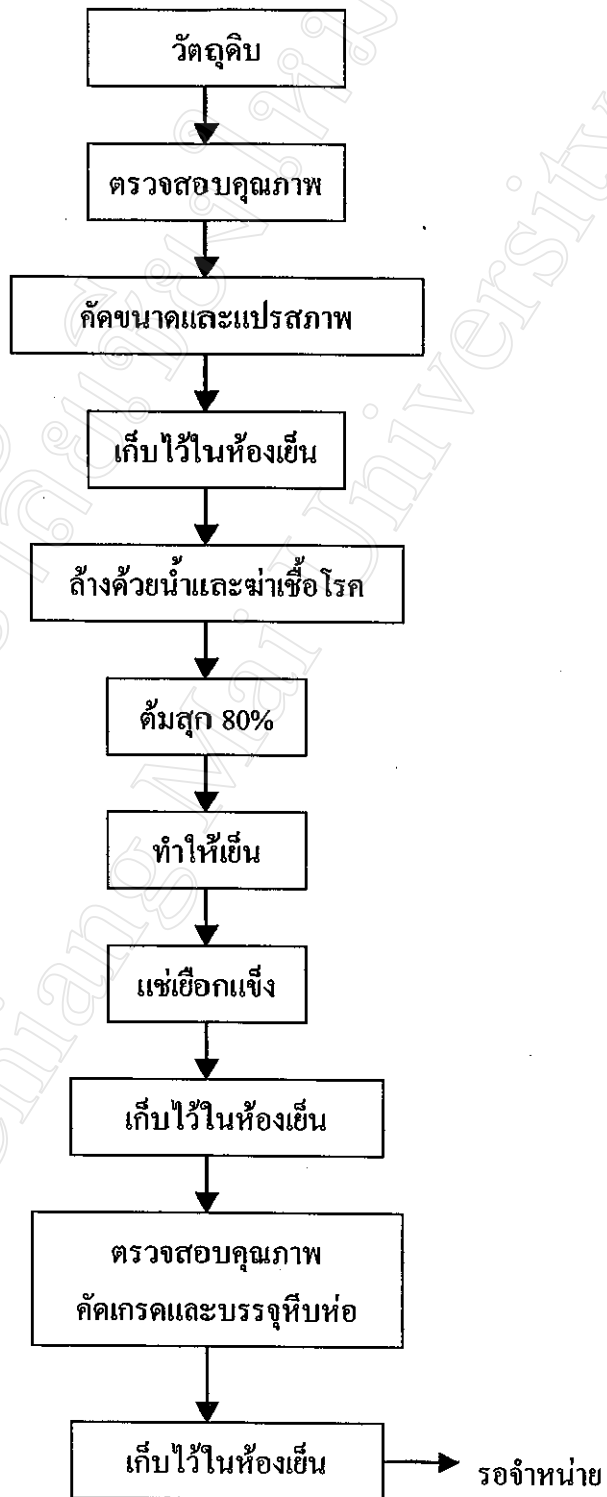
วัตถุประสงค์ของบริษัท เชียงใหม่โพรเซ่นฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) เป็นผลผลิตที่รับซื้อจากเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งในปัจจุบันมีมากกว่า 20,000 ครอบครั้ว มีพื้นที่ครอบคลุม 8 จังหวัดภาคเหนือ คือ เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ น่าน ลำปาง พะเยา ลำพูน แม่ฮ่องสอน และปัจจุบันได้ขยายไปยังภาคเหนือตอนล่างบางส่วน เช่น พิษณุโลก ชัยนาท เพชรบูรณ์ สุโขทัย และสิงห์บุรี โดยบริษัทจะเป็นผู้จัดหาเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชให้เกษตรกร และบริษัทจะรับซื้อผลผลิตที่เกษตรกรเป็นผู้เพาะปลูกในราคาประกัน นอกจากนี้ในระหว่างการเพาะปลูกจะมีผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นพนักงานส่งเสริมการเกษตรของบริษัทเป็นผู้คอยให้ความรู้ และให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการดูแลรักษา การใส่ปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และมีผลผลิตต่อไร่สูงสุด และเมื่อผลผลิตสามารถเก็บเกี่ยวได้แล้ว ทางบริษัทจะรับซื้อในราคาประกัน และหักส่วนของเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชออกจากราคาผลผลิต ราคาซื้อวัตถุประสงค์โดยเฉลี่ยของบริษัท คือ ถั่วแขกและถั่วแระ 5.50-15.50 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนพืชผลอื่นๆ 5.00-25.00 บาทต่อกิโลกรัม

### 2.3.2 กำลังการผลิตและปริมาณการผลิต

ตารางที่ 6 แสดงกำลังการผลิตและปริมาณการผลิตของบริษัท เชียงใหม่โพรเซ่นฟู๊ดส์ จำกัด (มหาชน) ในปี พ.ศ. 2541-2543

รายการ	หน่วย	2541	2542	2543
กำลังการผลิตเต็มที่	ตัน	27,000	27,000	27,000
ปริมาณการผลิตจริง	ตัน	18,384	17,915	15,589
อัตรการใช้กำลังการผลิตจริง	%	68.09	66.35	57.74
อัตราเพิ่มของปริมาณการผลิต	%	17.79	(22.55)	(12.98)
อัตรการเพิ่มมูลค่าการผลิต	%	24.22	8.30	(10.04)

## 2.3.3 ขั้นตอนการผลิต



แผนภาพ. แสดงขั้นตอนการผลิตผักและผลไม้แช่แข็ง

### 2.3.4 แหล่งที่มาของเทคโนโลยี

บริษัทได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ร่วมทุนชาวไต้หวัน โดยผู้ร่วมลงทุนได้ส่งเจ้าหน้าที่ระดับบริหารมาช่วยควบคุม ดูแล และถ่ายทอดความรู้ทางด้านการผลิตให้กับพนักงานของบริษัท ซึ่งในปัจจุบันพนักงานของบริษัทมีความรู้ความสามารถที่จะดูแล และควบคุมการผลิตได้เป็นอย่างดี

เทคโนโลยีการผลิตของบริษัทเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย สินค้าของบริษัทผ่านการแช่เยือกแข็งเพื่อรักษาความสด เก็บไว้ได้นาน มีสีส้มที่เป็นธรรมชาติ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย

### 2.3.5 ความเพียงพอของเครื่องจักรและบุคลากร

เครื่องจักรของบริษัทที่มีอยู่ในปัจจุบันเพียงพอที่จะทำการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในต่างประเทศได้ ตลอดจนพนักงานของบริษัทต่างได้รับการถ่ายทอดความรู้ทางด้านเทคนิคการผลิตจากผู้ร่วมลงทุน ทำให้สามารถควบคุมการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตของบริษัทยังเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

### 2.3.6 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

น้ำทิ้งที่ผ่านกระบวนการผลิตของบริษัท อาจจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงได้นำไปผ่านระบบบำบัดน้ำเสีย เพื่อให้คุณภาพของน้ำทิ้งเป็นไปตามที่กรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนดก่อนที่จะปล่อยลงสู่ระบบระบายน้ำ และในส่วนของเศษวัสดุคั่วที่เหลือจากการผลิต บริษัทจะขายในรูปของผลพลอยได้เพื่อนำไปใช้เป็นอาหารสัตว์ ทำให้ไม่มีของเสียในส่วนนี้ที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

## 2.4 ด้านการตลาด

### 2.4.1 กลยุทธ์ทางการตลาด

อุตสาหกรรมผักผลไม้แช่แข็ง นับเป็นผลิตภัณฑ์แนวใหม่เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อรับประทานได้ทั้งปี โดยไม่มีวัตถุกันเสียเจือปน

### 2.4.2 กลยุทธ์การแข่งขันที่สำคัญ

1. คุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน สด อร่อย
2. การจัดส่งสินค้าสม่ำเสมอในเวลาที่ถูกค่าต้องการ
3. ราคาใกล้เคียงหรือต่ำกว่าคู่แข่ง แต่คุณภาพดีกว่า

4. การให้ส่วนลดเมื่อสั่งซื้อปริมาณมาก
5. การเขียนเขียนและเอาใจใส่ดูแลอย่างใกล้ชิด

#### 2.4.3 จุดเด่น

1. ผู้ร่วมลงทุนของบริษัทมีฐานการตลาดที่แข็งแกร่ง
2. ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทล้วนแต่เป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ มีความรู้ทางด้านการค้าพืชผลทางการเกษตรมานานนับสิบปี
3. ผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทเป็นผลิตผลทางการเกษตรที่มีคุณภาพดี และมีรสชาติอร่อย
4. พื้นที่เพาะปลูก สามารถทำการปลูกได้เกือบตลอดทั้งปี และปัญหาทางด้านความแปรปรวนของอากาศมีน้อย เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น จีน และไต้หวัน เป็นต้น

#### 2.4.4 จุดด้อย

1. ระยะทางการขนส่งสินค้าทั้งทางบก และทางน้ำ เมื่อเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศแล้วไกลกว่ามาก ทำให้บริษัทมีต้นทุนค่าขนส่งที่สูงกว่า
2. ความไม่แน่นอนของค่าเงิน
3. ขนาดและพื้นที่เพาะปลูกมีขนาดเล็ก ทำให้การพัฒนาการเพาะปลูกโดยนำเอาเครื่องจักรมาใช้ในการเก็บเกี่ยวเพื่อลดต้นทุน ไม่สามารถทำได้ง่าย

#### 2.4.5 ลูกค้าเป้าหมาย

ลูกค้าเป้าหมายของบริษัท คือ ห้างสรรพสินค้า โรงแรม ร้านอาหารญี่ปุ่น ซึ่งจะเน้นในกลุ่มลูกค้าระดับกลางขึ้นไป และกลุ่มลูกค้านักธุรกิจที่ต้องการสินค้าในรูปกิ่งสำเร็จรูปที่สะอาด ถูกหลักอนามัย และมีความสะดวกในการบริโภค

#### 2.4.6 นโยบายการตั้งราคา

บริษัทมีนโยบายที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในราคาพอสมควร ซึ่งเมื่อเทียบกับราคาของคู่แข่งต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะมีราคาใกล้เคียงหรือต่ำกว่าเล็กน้อย

#### 2.4.7 การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศเกือบทั้งหมด โดยผ่านช่องทางการจำหน่าย คือ

##### ในประเทศ

จำหน่ายผ่านตัวแทน คือ บริษัท พี.พี.ฟู๊ดส์ซัพพลาย จำกัด ซึ่งในปี 2542 มีสัดส่วนการจำหน่ายประมาณร้อยละ 1.3 ของมูลค่าการจำหน่ายทั้งหมด

ต่างประเทศ มีช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทาง คือ

1. จำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตต่างๆ ในญี่ปุ่น โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายผ่านช่องทางนี้ ประมาณร้อยละ 86.7 ของยอดขายรวม

2. จำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ ฮิโตะชู คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นผู้ร่วมทุนของบริษัท โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายผ่านช่องทางนี้ ประมาณร้อยละ 12 ของยอดขายรวม โดยบริษัทจะจ่ายค่านายหน้าให้กับตัวแทนจำหน่ายในอัตราร้อยละ 3 ของยอดขายรวม

#### 2.4.8 ผู้แทนจำหน่าย

เนื่องจากสินค้าของบริษัทส่วนใหญ่จำหน่ายในต่างประเทศ ดังนั้นการแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย บริษัทจะพิจารณาจากความเหมาะสม เพื่อมิให้มีการแย่งลูกค้ากันเอง และเงื่อนไขที่สำคัญ คือ การสั่งซื้อสินค้าทุกครั้ง ลูกค้าของบริษัทจะต้องทำการเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต (Letter of Credit : L/C.) หรือมีการโอนเงินทางโทรสาร (Telegram Trasfer : T/T.) ในนามบริษัทโดยตรง ทำให้ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัทไม่เคยมีหนี้สูญที่เกิดจากการจำหน่ายสินค้า

#### 2.4.9 ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นห้างสรรพสินค้า และซูเปอร์มาร์เก็ตในต่างประเทศ จากความสัมพันธ์อันดีกับผู้ร่วมลงทุนและลูกค้า ทำให้บริษัทไม่สูญเสียดูการค้ารายใดออกไป ในทางกลับกันนับตั้งแต่บริษัทดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2533 เป็นต้นมา บริษัทมีแต่ความเจริญก้าวหน้า และมีผลประกอบการที่ดีอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามเพื่อลดความเสี่ยงของการสูญเสียดูการค้าที่สำคัญ บริษัทจึงพยายามเปิดตลาดให้มากขึ้น โดยในปัจจุบันบริษัทสามารถส่งสินค้าไปขายยังประเทศสหรัฐอเมริกา และสวีเดนได้มากขึ้น



### 3. ภาวะอุตสาหกรรมและการแข่งขัน

#### 3.1 ภาวะอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์ผักผลไม้แช่แข็งนับเป็นผลิตภัณฑ์แนวใหม่ ซึ่งแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ประเภทบรรจุกระป๋องหรืออบแห้ง ผลิตภัณฑ์ผักผลไม้แช่แข็งเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงไว้ซึ่งความสด สะอาด รสชาติเดิมที่ไม่ปรุงแต่ง สีสันทันที่เป็นธรรมชาติและปราศจากสารเคมีใดๆ ดังนั้น จึงไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและผ่านกระบวนการผลิตโดยการแช่แข็ง ทำให้สามารถมีผลิตภัณฑ์ที่คงความสดไว้บริโภคได้ตลอดทั้งปี ถึงแม้ว่าจะอยู่นอกฤดูกาลก็ตาม

#### 3.2 ปัจจัยต่อความสำเร็จ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ คือ บริษัทมีผู้ร่วมลงทุนที่มีความพร้อมในทุกด้าน ทั้งด้านประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจพืชผักผลไม้มานานนับ 10 ปี ด้านเงินทุน ด้านเทคโนโลยีทางการผลิต และที่สำคัญที่สุด คือด้านการตลาด

#### 3.3 โอกาส

จากการที่คนไทยส่วนใหญ่มีอาชีพทางด้านเกษตรกรรม และบริษัทดำเนินธุรกิจทางด้านสินค้าเกษตรแช่แข็งเพื่อการส่งออก จึงเป็น โอกาสอันดีที่บริษัทได้ช่วยให้เกษตรกรของประเทศมีรายได้ และเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ สินค้าเกษตรของไทยมีต้นทุนต่ำและวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศมีน้อยมากไม่เกินร้อยละ 5 ของยอดขาย สินค้าเกษตรจึงมีความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน โดยเฉพาะในภาวะที่ค่าเงินบาทลอยตัว ธุรกิจเกษตรยังทำกำไรได้ดี

#### 3.4 อุปสรรค

บริษัทอาจมีอุปสรรคจากการกีดกันทางการค้าของต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในแถบยุโรป อย่างไรก็ตามบริษัทได้ทำการลดต้นทุนการผลิต และพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น

#### 3.5 ส่วนแบ่งตลาด

บริษัทเป็นผู้ส่งออกรายใหญ่ในผลิตภัณฑ์ถั่วแขกแช่แข็ง และถั่วแระแช่แข็ง โดยมีสัดส่วนการส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของการส่งออกถั่วแขกแช่แข็งและถั่วแระแช่แข็งทั้งหมดของประเทศ

### 3.6 สภาพการแข่งขัน

#### คู่แข่งภายในประเทศ

บริษัทเป็นผู้ส่งออกถั่วแขก และถั่วแระรายใหญ่ของประเทศ โดยมีสัดส่วนการส่งออกไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของการส่งออกถั่วแขกและถั่วแระทั้งหมด บริษัทมีคู่แข่งที่สำคัญ 2 บริษัท ซึ่งมีกำลังการผลิต ประมาณ 3,000 ตันต่อปี ในขณะที่บริษัทมีกำลังการผลิต 27,000 ตันต่อปี

#### คู่แข่งต่างประเทศ

ประเทศจีนและไต้หวันนับว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของบริษัท โดยเฉพาะประเทศจีน เนื่องจากมีต้นทุนค่าแรงงานต่ำกว่าประเทศไทยมาก ทำให้สามารถขายสินค้าได้ในราคาต่ำกว่าสินค้าเกษตรของจีนมีข้อเสียในเรื่องคุณภาพที่ด้อยกว่าของไทย สำหรับไต้หวันปัจจุบันได้นำเอาเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวโดยเครื่องจักรมาใช้แทนคนงาน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและต้นทุนถูกมาก อย่างไรก็ตามทั้ง 2 ประเทศ ก็มีข้อเสียในเรื่องความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีภัยธรรมชาติเกิดขึ้นบ่อยครั้ง ในขณะที่ประเทศไทยไม่ค่อยประสบปัญหาเหล่านี้มากนัก และฤดูกาลเพาะปลูกของไทยสามารถเพาะปลูกได้เกือบตลอดทั้งปี ทำให้มีสินค้าเพื่อจัดส่งให้แก่ลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

A