

การศึกษาโอกาสและความเป็นไปได้ของธุรกิจ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์  
เรื่อง  
การศึกษาความเป็นไปได้ของแนวคิดผลิตภัณฑ์  
ขนมขบเคี้ยวกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วันที่ 24 ตุลาคม พ.ศ. 2560

นางสาวหนึ่งฤทัย วัชรขจร  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนพล วีระสา,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,  
Ph.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ดวงพร อากาศศิลป์,  
Ph.D.  
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ  
มหาวิทยาลัยมหิดล

เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องแผนธุรกิจ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” สำหรับกลุ่มวัยทำงาน ที่ชื่นชอบในการรับประทานขนมขบเคี้ยว แต่ก็ยังใส่ใจในสุขภาพและเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาข้อมูล และโอกาสความเป็นไปได้ในธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมกราโนล่าที่ดีต่อสุขภาพ สำหรับผู้ที่ชื่นชอบ รับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นประจำ แต่รักสุขภาพและใส่ใจในรูปร่าง เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้สามารถนำไปใช้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างดี และประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ทางบริษัทฯ ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงแก่อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานกรรมการ และคณะกรรมการที่ปรึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนพล วีราสา อาจารย์กฤษกร สุขเวชชวรกิจ และอาจารย์ตรียุทธ พรหมศิริ ที่กรุณาให้คำแนะนำ เป็นที่ปรึกษา และประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แนวคิดในกระบวนการสร้างธุรกิจ จนทำให้รายงานศึกษาอิสระฉบับนี้เกิดขึ้นมาได้ จนประสบความสำเร็จ

สุดท้ายนี้ทางบริษัทฯ ขอกราบขอบพระคุณสมาชิกในครอบครัวที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจที่สำคัญ ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ในห้องทุกท่านที่สละเวลาแบ่งปันข้อมูลอันมีคุณค่าตลอดจนคณะครู อาจารย์ทุกท่านสำหรับความรู้และคำปรึกษา ขอขอบคุณบรรณารักษ์การเรียนการสอนที่มีคุณภาพซึ่งเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านได้มอบให้และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดมา

หนึ่งฤทัย วัชรขจร

## บทสรุปผู้บริหาร

“Ricenola” เป็นธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายขนมกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิไทยเกิดขึ้นจากการมองเห็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยว และการเพิ่มขึ้นของพฤติกรรมผู้บริโภคขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ประกอบกับปัญหาของธุรกิจโรงสีข้าวที่เผชิญกับการแข่งขันด้านราคาในตลาด ทำให้หนึ่งในสมาชิกกลุ่มที่ทำธุรกิจโรงสีข้าวเพื่อการส่งออกมองหาธุรกิจใหม่ โดยนำเอาข้าวหอมมะลิที่มีอยู่จำนวนมาก มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้น โดยเหตุผลที่เลือกใช้ข้าวหอมมะลิเนื่องจากเป็นพันธุ์ข้าวที่มีสารอาหารและคุณประโยชน์ต่อสุขภาพหลายประการ อีกทั้งข้าวหอมมะลิซึ่งปลูกในจังหวัดชัยนาทยังเป็นข้าวที่มีคุณภาพดีอันดับ 1 ของประเทศ เนื่องจากมีสภาพดินดีที่เหมาะสมต่อการปลูกข้าวหอมมะลิและมีปริมาณน้ำในนาข้าวจากเขื่อนเจ้าพระยาอย่างเพียงพอ ทำให้เมล็ดข้าวหอมมะลิตมีความสมบูรณ์ เมล็ดใหญ่ และสามารถปลูกได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการรับประทานขนมขบเคี้ยวจำนวน 208 คน พบว่าร้อยละ 23.1 ของกลุ่มตัวอย่าง ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพประเภทกราโนล่ามากที่สุด

ทางกลุ่มจึงได้เริ่มต้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิของไทย ที่มีประโยชน์ เหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งชื่นชอบการรับประทานขนมขบเคี้ยวแต่ใส่ใจในสุขภาพ และคุณประโยชน์ของอาหารที่รับประทาน โดยผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใช้วัตถุดิบในประเทศไทยเป็นหลัก แตกต่างจากผลิตภัณฑ์กราโนล่าทั่วไปที่ใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมีราคาแพง และมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กำหนด เพื่อให้ลูกค้าได้รับประทานขนมขบเคี้ยวที่อร่อย สด สะอาด ปลอดภัย มีคุณประโยชน์ ในราคาไม่แพง

ทางกลุ่มได้จัดตั้งบริษัท ไรซ์โนล่า จำกัด โดยมีหนึ่งในหุ้นส่วนที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จากการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรการประกอบขนมอบ (Diplôme de Pâtisserie) ที่สถาบันเลอ กอร์ดอง เบลอ คูสิต เป็นผู้คิดค้นพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และได้ทำการทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test) กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 20 คน เพื่อพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
<b>บทที่ 1</b> ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ	<b>1</b>
<b>บทที่ 2</b> สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ	<b>3</b>
2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของบริษัท	3
2.1.1 จุดแข็ง (Strengths)	3
2.1.2 จุดอ่อน (Weakness)	4
2.1.3 โอกาส (Opportunities)	5
2.1.4 อุปสรรค (Threats)	6
2.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ	7
2.3 ข้อสรุปจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและโอกาสของธุรกิจ	8
<b>บทที่ 3</b> การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน	<b>9</b>
3.1 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)	9
3.1.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)	9
3.1.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor)	11
3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันทั้ง 5 (Five Force Analysis)	14
3.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	15
<b>บทที่ 4</b> แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ	<b>18</b>
4.1 แนวคิดธุรกิจ	18
4.1.1 ชื่อตราสินค้า	18
4.1.2 ชื่อบริษัท	18
4.1.3 วิสัยทัศน์	18

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.1.4 พันธกิจ	18
4.1.5 เป้าหมายทางธุรกิจ	18
4.1.6 วัตถุประสงค์	19
4.2 รูปแบบธุรกิจ	19
4.2.1 ตราสินค้า	19
4.2.2 ชื่อผลิตภัณฑ์	19
4.2.3 สี	20
4.2.4 โลโก้	21
4.2.5 บรรจุภัณฑ์	21
4.2.6 ลักษณะผลิตภัณฑ์	21
4.2.7 ราคาสินค้า	25
4.2.8 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์	25
4.2.9 รูปแบบธุรกิจ	25
<b>บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ</b>	<b>26</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>28</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>30</b>
ภาคผนวก ก	31
ประมาณการประชากรจำแนกตามกลุ่มอายุและเพศ (1 ก.ค. 2560)	
ภาคผนวก ข	32
แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคต่อขนมขบเคี้ยว (Survey)	
ภาคผนวก ค	35
ผลวิจัยจากแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคต่อขนมขบเคี้ยว เพื่อสุขภาพ (Survey)	
ภาคผนวก ฉ	40
ภาพบรรยากาศการทดลองผลิต Ricenola	
ภาคผนวก ง	42
แบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)	
ภาคผนวก จ	43
ผลวิจัยจากแบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)	
ภาคผนวก ฉ	47
ภาพบรรยากาศการทำแบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)	
ภาคผนวก ช	48
ผลการสอบถามความคิดเห็นในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์	
ภาคผนวก ซ	49
ประโยชน์ของวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ Ricenola	

## สารบัญ (ต่อ)

ประวัติผู้วิจัย

หน้า

59



## สารบัญตาราง

	หน้า
<b>ตาราง</b>	
3.1 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ Ricenola	12
4.1 ข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนาด 45 กรัม	23
4.2 ข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนาด 80 กรัม	24





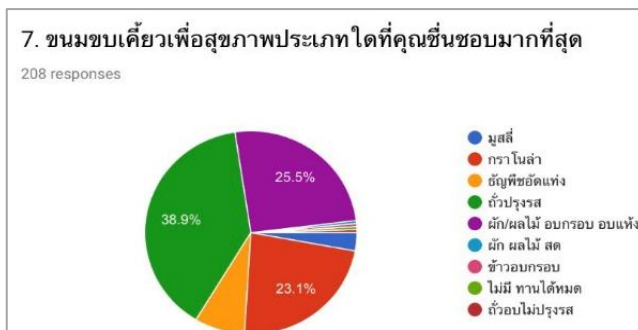
## สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
1.1 ผลสำรวจความชื่นชอบขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ	1
3.1 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย	9
3.2 ขนมกราโนล่า ตรา Daily Bites	10
3.3 ขนมธัญพืชกรอบ ตรา Sunbites	11
3.4 ขนมมันฝรั่งกรอบ ตรา Lay's	13
4.1 ฉลากบรรจุภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย	20
4.2 ตราสินค้า Ricenola	21
4.3 ผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย	25

## บทที่ 1

### ความเป็นมาของแนวคิดธุรกิจ

“Ricenola” เป็นธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายขนมกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งเกิดขึ้นจากการมองเห็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยว โดยในปี 2559 ตลาดขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 9.5% มีมูลค่า 39,587 ล้านบาท หรือคิดเป็นการบริโภคขนมขบเคี้ยวของคนไทยเฉลี่ย 1.39 กิโลกรัมต่อคนต่อปี โดยมูลค่าของตลาดขนมขบเคี้ยวดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นถึง 55,401 ล้านบาทในปี 2564 รวมถึงผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งปัญหาของบริษัทกลุ่มธรรมาภิบาล หรือธุรกิจโรงสีข้าวเพื่อการส่งออกของหนึ่งในหุ้นส่วนบริษัทฯ ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นผู้ส่งออกข้าวไทยใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ แต่ก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาจากคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประเทศอินเดียซึ่งส่งออกข้าวไทยมากเป็นอันดับ 1 ของโลก และประเทศเวียดนามที่ส่งออกข้าวไทยมากเป็นอันดับ 3 รองจากไทย (ข้อมูลจากสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย ปี 2559) จึงส่งผลให้ต้องเริ่มมองหาธุรกิจใหม่โดยนำเอาข้าวหอมมะลิที่มีอยู่จำนวนมาก มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้น โดยเหตุผลที่เลือกใช้ข้าวหอมมะลิเนื่องจากเป็นพันธุ์ข้าวที่มีสารอาหารและคุณประโยชน์ต่อสุขภาพหลายประการ อีกทั้งข้าวหอมมะลิซึ่งปลูกในจังหวัดชัยนาทยังเป็นข้าวที่มีคุณภาพดีอันดับ 1 ของประเทศ เนื่องจากมีสภาพดินดีที่เหมาะสมต่อการปลูกข้าวหอมมะลิและมีปริมาณน้ำในนาข้าวจากเขื่อนเจ้าพระยาอย่างเพียงพอ ทำให้เมล็ดข้าวหอมมะลิตมีความสมบูรณ์ เมล็ดใหญ่ และสามารถปลูกได้ตลอดทั้งปี ทั้งนี้บริษัทฯ ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการรับประทานขนม



ขบเคี้ยวจำนวน 208 คน พบว่าร้อยละ 34.1 ของกลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบในการรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ และร้อยละ 23.1 ของกลุ่มตัวอย่าง ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพประเภทกราโนล่ามากที่สุด

รูปภาพ 1.1 ผลสำรวจความชื่นชอบขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ

ทางบริษัทฯ จึงได้เริ่มต้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิของไทย ที่มีประโยชน์ เหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งชื่นชอบการรับประทานขนมขบเคี้ยวแต่ใส่ใจในสุขภาพ และคุณประโยชน์ของอาหารที่รับประทาน โดยผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใช้วัตถุดิบในประเทศไทยเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นข้าวหอมมะลิ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เมล็ดพิททอง หรือลูกเกด แตกต่างจากผลิตภัณฑ์กราโนล่าทั่วไป ที่ใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาแพง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กำหนด เพื่อให้ลูกค้าได้รับประทานขนมขบเคี้ยวที่อร่อย สด สะอาด ปลอดภัย มีคุณประโยชน์ ในราคาที่ไมแพง

ทั้งนี้หนึ่งในหุ้นส่วนของบริษัทฯ ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จากการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรการประกอบขนมอบ (Diplôme de Pâtisserie) ที่สถาบันเลอ กอร์ดอง เบลดุสิต เป็นผู้คิดค้นพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยในเบื้องต้นบริษัทฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ Ricenola รส Original (น้ำผึ้ง) และได้ทำการทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test) ซึ่งเป็นการทดลองด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของผู้ชิม ได้แก่ การมอง การฟัง การดม การชิม และการสัมผัส โดยการใช้สเกลความชอบ 9 คะแนน (Nine-Point Hedonic Scale) ซึ่งเป็นสเกลความชอบที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจำนวน 20 คน เพื่อพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในด้านลักษณะที่ปรากฏ สี กลิ่น รสชาติ ความหวาน และเนื้อสัมผัส ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งจากการทำแบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test) พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะกรอบ อร่อย มีความหวานที่พอดี คือไม่จืดชืด หรือหวานจนเกินไป ปราศจากกลิ่นของข้าว รวมถึงต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีรสชาติที่หลากหลายและแตกต่างจากรสชาติของกราโนล่ายี่ห้ออื่นๆ

## บทที่ 2

### สภาพแวดล้อมและการวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจ

#### 2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของบริษัท

การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด บริษัทฯ ใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์ โดยรวมพบว่ามีโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจในการลงทุน โดยมีปัจจัยสนับสนุนดังนี้

##### 2.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

- เป็นพันธมิตรกับผู้ส่งออกข้าวรายใหญ่ของไทย “ชนสรไรซ์มิลล์” ทำให้ทางบริษัทฯ มีสิทธิ์ต่อควัตถุดิบหลัก หรือข้าวเปลือก ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักของผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” อย่างเพียงพอ
- มีเครือข่ายชานา ทำให้ได้ต้นทุนวัตถุดิบ (ข้าวเปลือก) ในราคาถูก เนื่องจากทางชนสรไรซ์มิลล์มีการรับซื้อข้าวเปลือกจากชานาอย่างไม่จำกัดปริมาณ ส่งผลให้บริษัทฯ ไรซ์โนล่า จำกัดมีต้นทุนวัตถุดิบข้าวที่ถูก โดยเป็นราคามาตรฐานของข้าวเปลือก อีกทั้งชานาจำนวนมากก็ยินดีที่จะเข้ามาขายข้าวเปลือกให้กับโรงสี เพราะเชื่อใจในการตีราคาข้าวเปลือกและจ่ายเงินอย่างตรงไปตรงมาของโรงสี
- มีความพร้อมในด้านกำลังการผลิต แรงงาน เทคโนโลยี และลูกค้า อย่างที่ทราบว่ชนสรไรซ์มิลล์เป็นโรงสีที่รับผลิตข้าวสารให้กับลูกค้าต่างประเทศในแบรนด์ต่างๆ จำนวนมาก อาทิ จีน, ญี่ปุ่น, แอฟริกา และเบนิน เป็นต้น ดังนั้นจึงมีความพร้อมในเรื่องกำลังการผลิต แรงงาน เทคโนโลยี และรวมถึงลูกค้าทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสของบริษัทฯ ที่จะสามารถเพิ่มยอดขายของ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย”
- มีความพร้อมในด้านเงินลงทุน เนื่องจากทางชนสรไรซ์มีการลงทุนโดยใช้เงินทุนส่วนตัว และเงินจากการกู้ยืมธนาคาร จึงมีความพร้อมในการลงทุนกับธุรกิจที่มีโอกาสและความก้าวหน้าได้ทันที
- สามารถผลิตสินค้าได้เองโดยไม่ต้องจ้าง OEM “Ricenola กราโนล่าข้าวไทย” ผ่านการคิดค้นสูตรและทดลองทำโดยบริษัทฯ ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญที่มากด้วย

ประสบการณ์ด้านขนมอบ โดยบริษัทฯวางแผนจะทำการปรับปรุง ต่อเติมส่วนอาคารผลิต และยื่นขออนุญาตสถานที่ผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพื่อให้บริษัทฯสามารถผลิตสินค้าออกจำหน่ายได้เองโดยไม่ต้องจ้าง OEM

- มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการคิดค้นสูตรใหม่ๆสำหรับผลิตภัณฑ์ หนึ่งในหุ้นส่วนบริษัท ไรซ์โนล่า จำกัด สามารถคิดค้นพัฒนาสูตรใหม่ๆสำหรับผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” ที่มีความแตกต่างและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านคุณลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ โดยใช้ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์จากการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรการประกอบขนมอบ (Diplôme de Pâtisserie) ที่สถาบันเลอ กอร์ดอง เบลอ คูลิต ซึ่งมีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น
- ผู้ถือหุ้นในบริษัทฯมีวิสัยทัศน์อยากให้คนไทยมีสุขภาพที่ดีขึ้น ซึ่งเป็นแรงผลักดันในการคิดค้น สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ

### 2.1.2 จุดอ่อน (Weakness)

- “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” เป็นตราสินค้า (Brand) ใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก จำเป็นต้องอาศัยการออกแบบกลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้าที่ดีพอ เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ การจดจำและนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ
- ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ในราคาที่สูงมากนัก เพราะผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าเป็นวัตถุดิบราคาถูก ถึงแม้จะผ่านกระบวนการแปรรูปแล้วก็ตาม
- รสชาติยังไม่มี ความแตกต่างและโดดเด่นจากขนมกราโนล่ายี่ห้ออื่นมากนัก จึงอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนใจ หันไปซื้อกราโนล่ายี่ห้ออื่นหรือขนมขบเคี้ยวประเภทอื่นๆที่มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย
- ในระยะแรกบริษัทฯทำการตลาดและจำหน่ายสินค้าเพียงรสชาติเดียวเท่านั้น คือ รส Original (น้ำผึ้ง) ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดในการทำการตลาดและขยายสินค้าสู่กลุ่มผู้บริโภค รวมไปถึงบริษัทฯต้องพึ่งพายอดขายจากผลิตภัณฑ์เพียงแบบเดียวเท่านั้น ในอนาคตบริษัทฯจึงจำเป็นต้องคิดค้นสูตรใหม่ๆ และจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลายมากขึ้น

- ยังไม่มีเลข อย. และฉลากโภชนาการ ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มขาดความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์
- ยังไม่มีสถานที่ผลิตที่เป็นกิจจะลักษณะตามกฎเกณฑ์ Good Manufacturing Practice (GMP) ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จะให้การอนุมัติผ่านได้
- บรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐานสำหรับการจัดเก็บสินค้าเป็นเวลานาน

### 2.1.3 โอกาส (Opportunities)

- ผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น
- ตลาดขนมขบเคี้ยวมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลตลาดขนมขบเคี้ยว ปี 2559 มีมูลค่าถึง 39,587 ล้านบาท เติบโตขึ้น 9.5% และมีแนวโน้มมูลค่าตลาดที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ
- ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับ Top 10 Food Trend in 2017 ซึ่งสามารถทานเล่นเมื่อไรก็ได้ ไม่ทำให้หนักท้องหรืออึดเกินไป (Flexitarian) และสามารถรับประทานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ (Mindful Meal Prep) ซึ่งลักษณะต่างๆเหล่านี้จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถตอบโจทย์ความต้องการลูกค้าได้เป็นอย่างดี
- ตลาดอาหารเข้าซีเรียลมีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ Ricenola นอกจากจะเป็นขนมขบเคี้ยวแล้ว ก็ยังสามารถทานเป็นอาหารเข้าซีเรียลได้เช่นเดียวกัน
- ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันหันมารับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพมากขึ้น ถิ่นขึ้นและรับประทานแทนมื้ออาหาร (Snackification)
- ผู้บริโภคมีการรับรู้ (Perception) ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทราโนล่า เนื่องจากรู้สึกว่าการทานแล้วไม่ทำให้อ้วน (ในปริมาณที่พอเหมาะ) ซึ่งดีกว่าการทานขนมขบเคี้ยวทั่วไปที่ไม่มีประโยชน์
- มีร้านค้าเฉพาะทาง ซึ่งวางขายสินค้าเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ ทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

- หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SME รายใหม่เป็นอย่างมาก ในการให้ข้อมูลและปรับปรุงระบบขั้นตอนในการขออนุญาตต่างๆ ให้สะดวกและง่ายลง ทั้งนี้เพื่อเอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง
- อีคอมเมิร์ซในไทย เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จำนวนการใช้สมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการใช้ระบบชำระเงินออนไลน์ที่แพร่หลายมากขึ้น ประกอบกับสินค้าที่เป็นเทรนด์ในปี 2017 ได้แก่ สินค้าในหมวด Softline จำพวกสินค้าเพื่อสุขภาพ ทำให้ช่องทางออนไลน์กลายเป็นช่องทางที่น่าสนใจในการทำธุรกิจ

#### 2.1.4 อุปสรรค (Threats)

- เนื่องจากอัตราการส่งออกข้าวทั่วประเทศลดลง ทำให้ผู้ส่งออกข้าวรายอื่นๆ เริ่มนำข้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในมือมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น เส้นบะหมี่ และขนมขบเคี้ยว เป็นต้น
- บริษัทผู้ผลิตขนมเคี้ยวหลายๆบริษัท เร่งปรับตัว พัฒนาปรับปรุงสินค้า โดยหันมาผลิตขนมเพื่อสุขภาพ และขนมที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์เทรนด์รักสุขภาพ และการกินคลีนของผู้บริโภคในปัจจุบัน
- มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้ามาในอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวมากขึ้นเรื่อยๆ จากโอกาสและแนวโน้มการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่เพิ่มสูงขึ้น
- อาจมีผู้ประกอบการรายอื่นๆ หันมาทำผลิตภัณฑ์ในลักษณะเดียวกันกับ Ricenola
- ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการซื้อและรับประทานผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพเป็นจำนวนมาก
- ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้เข้ามาควบคุมดูแลคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น ทั้งการผลิต การวางจำหน่าย และการโฆษณา โดยมีกฎหมายและขั้นตอนที่ยุ่งยาก

## 2.2 การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ

จากการที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยว โดยในปี 2559 ตลาดขนมขบเคี้ยวมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 9.5% มีมูลค่า 39,587 ล้านบาท หรือคิดเป็นการบริโภคขนมขบเคี้ยวของคนไทยเฉลี่ย 1.39 กิโลกรัมต่อคนต่อปี โดยมูลค่าของตลาดขนมขบเคี้ยวดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นถึง 55,401 ล้านบาทในปี 2564 รวมถึงผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งปัญหาของบริษัทยักษ์ใหญ่ เช่น ทรู หรือธุรกิจโรงสีข้าวเพื่อการส่งออกของหนึ่งในหุ้นส่วนบริษัทฯ ซึ่งถึงแม้ว่าจะเป็นผู้ส่งออกข้าวไทยใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ แต่ก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาจากคู่แข่งรายอื่นๆ ในตลาดสูง จึงส่งผลให้ต้องเริ่มมองหาธุรกิจใหม่โดยนำเอาข้าวหอมมะลิที่มีอยู่จำนวนมากมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้น โดยเหตุผลที่เลือกใช้ข้าวหอมมะลิเนื่องจากเป็นพันธุ์ข้าวที่มีสารอาหารและคุณประโยชน์ต่อสุขภาพหลายประการ อีกทั้งข้าวหอมมะลิซึ่งปลูกในจังหวัดชัยนาทยังเป็นข้าวที่มีคุณภาพดีอันดับ 1 ของประเทศ เนื่องจากมีสภาพดินดีที่เหมาะสมต่อการปลูกข้าวหอมมะลิและมีปริมาณน้ำในนาข้าวจากเขื่อนเจ้าพระยาอย่างเพียงพอ ทำให้เมล็ดข้าวหอมมะลิมีความสมบูรณ์ เมล็ดใหญ่ และสามารถปลูกได้ตลอดทั้งปี

ดังนั้นจึงเป็นที่มาและการเกิดผลิตภัณฑ์ “Ricenola” ขนมกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิไทย สำหรับกลุ่มวัยทำงาน ที่ชื่นชอบในการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่อร่อย ทานง่าย พกพาสะดวก และใส่ใจในสุขภาพ เลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งส่วนประกอบหลักของไรซ์โนล่า นั้นคือ ข้าวหอมมะลิซึ่งมีประโยชน์อย่างมาก ช่วยลดระดับไขมันคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด เนื่องจากในข้าวหอมมะลีสารตัวหนึ่งชื่อว่า Gamma – Orzanol ซึ่งสารตัวนี้มีคุณสมบัติในการช่วยลดระดับไขมันและคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด ดังนั้นจึงมีผลทำให้ระบบไหลเวียนโลหิตของเราทำงานได้อย่างเป็นปกติ เลือดจึงสามารถไปเลี้ยงส่วนต่างๆ ของร่างกายได้ดี และช่วยลดอัตราการเกิดโรคต่างๆ อีกด้วย เม็ดมะม่วงหิมพานต์ มีสารอาหารที่ประกอบไปด้วยคาร์โบไฮเดรต ใยอาหาร โปรตีน วิตามินบี แคลเซียม ที่ป้องกันการเกิดโรคมะเร็ง เสริมสร้างสุขภาพหัวใจและช่วยให้กระดูกแข็งแรง เมล็ดฟักทองมีแมงกานีส แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส ทองแดง สังกะสี เหล็ก ที่ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลที่ไม่ดีและการควบคุมน้ำตาลในเลือด ส่วนลูกเกด อุดมด้วยคุณค่าทางสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากมาย ทั้งธาตุฟอสฟอรัส ธาตุแคลเซียม ธาตุเหล็ก โบรอน วิตามินต่างๆ ลูกเกดนั้นไม่มีไขมันอิ่มตัวและคอเลสเตอรอล แต่มีสารต้านอนุมูลอิสระรวมไปถึงเส้นใยอาหารสูง นอกจากความอร่อยแล้ว ไรซ์โนล่า ยังให้ประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างมาก รวมถึงกระแสด้านตัวเรื่องการใส่ใจในสุขภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไรซ์โนล่าถือเป็นขนมขบเคี้ยวทางเลือกสำหรับคนรักสุขภาพ นอกจากนี้ เคล็ดลับของ “ไรซ์โนล่า” คือสูตรลับในการปรุงกราโนล่าที่ อร่อย ผ่านการลอง



ทดลองถูกมานับครั้งไม่ถ้วน ทำให้บริษัทฯ คิดค้นสูตรและมีเทคนิคพิเศษ (Knowhow) ของการทำกรานอล่าให้ถูกปากผู้บริโภค (Sensory Test) เหมาะกับเป็นขนมขบเคี้ยวหรือทานประกอบอาหารอื่นๆ เช่น โรยบนสลัด ทานคู่กับนมและโยเกิร์ต ก็ยิ่งอร่อย ดีต่อสุขภาพ ด้วยส่วนผสมที่คัดสรรแล้วว่าเป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

### 2.3 ข้อเสนอจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและโอกาสของธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่าในอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวมีการแข่งขันสูง สินค้าทดแทนมีจำนวนมาก โดยบริษัทฯ สามารถสร้างความโดดเด่นจากการวางตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning) เพื่อให้สินค้าเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า คือเป็นขนมขบเคี้ยวที่ให้พลังงานหรือแคลอรีต่ำ และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ หลังจากนั้นบริษัทฯ ต้องมุ่งเน้นการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า เพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจในสินค้าและเกิดการรับรู้ที่ดี (Perception) ต่อตราสินค้า ทั้งยังต้องสื่อสารเพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงคุณค่า และประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า หลังจากสินค้าของบริษัทฯเป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่งแล้ว การสร้างและรักษฐานลูกค้าให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้นจึงเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญในลำดับต่อมา โดยมุ่งเน้นการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สร้างความหลากหลายทางรสชาติและรูปแบบของสินค้าเพื่อเป็นตัวเลือกในการบริโภคให้กับลูกค้ามากขึ้น พัฒนาระบบการผลิตที่สามารถเก็บรักษาคุณภาพสินค้าได้เป็นเวลานาน มีข้อมูลโภชนาการอธิบายคุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน

### บทที่ 3

## การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน

### 3.1 การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (Competitor Analysis)

ในส่วนของกรวิเคราะห์เปรียบเทียบคู่แข่ง สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

#### 3.1.1 คู่แข่งทางตรง (Direct Competitor)

3.1.1.1 Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย

Facebook: [www.facebook.com/Ricenola](https://www.facebook.com/Ricenola)



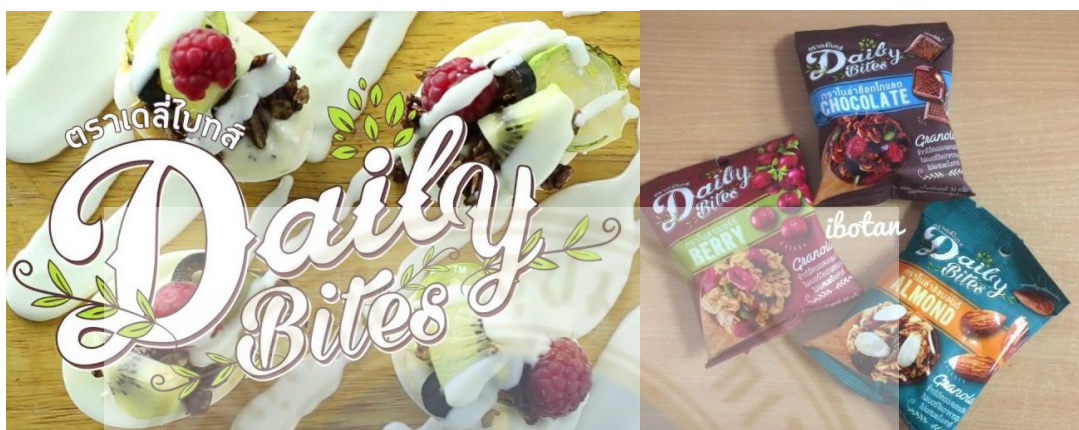
รูปภาพ 3.1 ตราสินค้าผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย

ผลิตโดยบริษัท ไรซ์โนล่า จำกัด เป็นขนมกราโนล่าเคลือบที่ทำจากวัตถุดิบของไทย ทั้งข้าวหอมมะลิที่เป็นส่วนประกอบหลัก และธัญพืชต่างๆที่ดี และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยบริษัท ได้ทำการคัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดีเยี่ยมให้กับลูกค้าผู้ซึ่งชื่นชอบการรับประทานขนมขบเคี้ยวและมีความใส่ใจในสุขภาพ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากแป้งสาลี ปราศจากไขมันทรานส์ ไม่ใช้น้ำตาลขัดสี ไม่ใส่วัตถุกันเสีย และที่สำคัญผลิตโดยวิธีการอบแทนการทอด ภายใต้ชื่อ Ricenola ปัจจุบันมี

1 รสชาติ คือ รส Original (น้ำผึ้ง) บรรจุถุงขนาดเล็ก 45 กรัม ราคา 35 บาท และขนาดใหญ่ 80 กรัม ราคา 65 บาท

### 3.1.1.2 Daily Bites ขนมกราโนล่า

Facebook: [www.facebook.com/DailyBitesSnacks](http://www.facebook.com/DailyBitesSnacks)



รูปภาพ 3.2 ขนมกราโนล่า ตรา Daily Bites

ผลิตโดยบริษัท แอดแลนติก ฟู้ดส์ จำกัด เป็นขนมกราโนล่าที่ทำจากข้าวโอ๊ตนำเข้าจากประเทศออสเตรเลียคู่กับส่วนประกอบที่มีประโยชน์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้คนไทยหันมาดูแลสุขภาพและใส่ใจต่อสุขภาพ โดยมีการคัดสรรวัตถุดิบชั้นดีที่มีประโยชน์ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับคนรักสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ไม่ผสมแป้งสาลี มีไฟเบอร์ใยอาหารสูง และที่สำคัญอบแทนการทอด โดยไม่ใช้สารกันเสีย ภายใต้ชื่อ Daily Bites สามารถหาซื้อได้สะดวกที่เซเว่นอีเลเว่นทุกสาขา ปัจจุบัน Daily Bites มีด้วยกัน 3 รสชาติ โดยมีวิवरสชาติต่างๆดังนี้

- ขนมกราโนล่าเบอร์รี่ (Berry): มีส่วนประกอบของข้าวโอ๊ตเต็มเมล็ด, แครนเบอร์รี่, และเมล็ดฟักทอง ซึ่งมีรสชาติอร่อยกลมกล่อม หอม มัน หวานตัดกับแคนเบอร์รี่รสเปรี้ยวอย่างลงตัว
- ขนมกราโนล่าอัลมอนด์ (Almond): มีส่วนประกอบของข้าวโอ๊ตเต็มเมล็ด, ลูกเกด, เมล็ดทานตะวัน และอัลมอนด์ หอมอร่อย มันๆ มีประโยชน์กับอัลมอนด์ หวานหอมน้ำผึ้ง ทานตัดกับลูกเกดรสเปรี้ยวพอดี
- ขนมกราโนล่าช็อกโกแลต (Chocolate): มีส่วนประกอบของข้าวโอ๊ตเต็มเมล็ด, แครนเบอร์รี่, เมล็ดฟักทอง และดาร์กช็อกโกแลต เป็นที่โปรดปรานของเด็กและวัยรุ่น เป็นขนมทานเล่น ทานใส่นมหรือโยเกิร์ตก็อร่อยดีมีประโยชน์

**วิเคราะห์คู่แข่ง:** เคลี่ไบท์ ขนมขบเคี้ยวกราโนล่า สำหรับคนรุ่นใหม่ใส่ใจในสุขภาพ เน้นย้ำการใช้วัตถุดิบหลักเป็นข้าวโอ๊ตจากประเทศออสเตรเลียผ่านการปรุงรสจนมีรสชาติที่อร่อยถูกปาก ทานได้เรื่อยๆ เหมาะสำหรับทานเล่น แต่อย่างไรก็ตาม ขนมธัญพืชอบกรอบตรา Sunbites ก็ยังคงให้พลังงานที่สูงกว่า Ricenola อยู่พอสมควร

### 3.1.2 คู่แข่งทางอ้อม (Indirect Competitor)

#### 3.1.2.1 Sunbites ขนมธัญพืชอบกรอบ

Facebook: [www.facebook.com/SunbitesThailand](http://www.facebook.com/SunbitesThailand)



รูปภาพ 3.3 ขนมธัญพืชอบกรอบ ตรา Sunbites

ผลิตโดยบริษัทเป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรคดิง ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แลย์ ซึ่งเล็งเห็นกระแสรักสุขภาพที่มาแรง จึงออกผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวแนวใหม่เพื่อเอาใจสาวๆ วัยทำงานที่รักสุขภาพ และมีไลฟ์สไตล์เร่งรีบ และทันสมัย โดย Sunbites เป็นขนมขบเคี้ยวซึ่งทำจากธัญพืช

หลากหลายชนิด ได้แก่ ข้าวโพด ข้าวสาลี ข้าวเจ้า และข้าวโอ๊ต ผ่านกรรมวิธีการอบแทนการทอด จึงมีไขมันน้อยกว่าขนมขบเคี้ยวทั่วไป แต่ยังคงให้พลังงานต่อร่างกายสำหรับวันทำงานอันเร่งรีบ ที่สำคัญยังมีความหอม กรอบ อร่อยถูกปากสาวไทยด้วยเครื่องปรุงสูตรลับเฉพาะ ด้วยเหตุนี้สาว ๆ จึงสามารถเคี้ยวชิ้นไบท์เพลินใจได้ทั้งซองโดยไม่ต้องกลัวอ้วน และไม่ต้องหักห้ามใจตัวเองให้ทานเพียงครึ่งซองเหมือนขนมขบเคี้ยวชนิดอื่น ปัจจุบันนี้ขนม Sunbites ออกผลิตภัณฑ์ให้เลือกรับประทานถึง 6 รสชาติ

**วิเคราะห์คู่แข่ง:** ขนมธัญพืชอบกรอบตรา Sunbites มีลักษณะคล้ายกับขนมขบเคี้ยวทั่วไป มีรสชาติอร่อย และมีความหลากหลายด้านรสชาติให้กับผู้บริโภคได้เลือกซื้อเลือกรับประทาน แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับในแง่จำนวนแคลอรีหรือพลังงานที่ให้ จากตารางที่ 3.1 จะพบว่าขนมธัญพืชอบกรอบตรา Sunbites ให้พลังงานที่สูงกว่า Ricenola ค่อนข้างมาก อีกทั้งยังมีส่วนผสมของผงชูรส ซึ่งหากรับประทานเข้าไปในปริมาณมากอย่างต่อเนื่อง อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพได้อีกด้วย

ตารางที่ 3.1 แสดงการเปรียบเทียบคู่แข่งของผลิตภัณฑ์ Ricenola

แบรนด์				
คู่แข่ง	-	ทางตรง	ทางอ้อม	ทางอ้อม
ลักษณะผลิตภัณฑ์	ขนมกราโนล่า	ขนมกราโนล่า	มันฝรั่งอบกรอบ (Lay's Baked)	ขนมธัญพืชอบกรอบ
วัตถุดิบหลัก	ข้าวหอมมะลิ, เม็ดมะม่วงหิมพานต์, เมล็ดพืชทอง	ข้าวโอ๊ต	มันฝรั่ง	ธัญพืช (ข้าวโพด, ข้าวสาลี, ข้าวเจ้า, ข้าวโอ๊ต)
จำนวนแคลอรี/45 กรัม	177 kcal	203 kcal	210 kcal	219 kcal

### 3.1.2.2 Lay's Baked มันฝรั่งแผ่นอบกรอบ

Facebook: [www.facebook.com/LaysThailand](http://www.facebook.com/LaysThailand)



รูปภาพ 3.4 ขนมันฝรั่งอบกรอบ ตรา Lay's

ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งอบกรอบเลย์ ผลิตโดยบริษัทเป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดคิง โดยนับว่าเป็นผู้นำในตลาดขนมขบเคี้ยวของประเทศไทย และด้วยกระแสรักสุขภาพที่เข้ามามีบทบาทต่อการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในประเทศไทย ทางบริษัทจึงออกผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งซึ่งใช้กระบวนการแปรรูปด้วยการอบ แทนการทอด ทำให้ผลิตภัณฑ์มีปริมาณไขมันลดน้อยลงกว่า 50% ในชื่อ Lay's Baked โดยปัจจุบันมีรสชาติให้เลือก 3 รสชาติได้แก่ รสบาร์บิควิว รสสาหร่าย และรสชีสและมะเขือเทศ

วิเคราะห์คู่แข่ง: Lay's Baked ขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งอบกรอบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาสำหรับผู้ใส่ใจในสุขภาพและรูปร่าง โดยเปลี่ยนกระบวนการผลิตจากการทอดมาเป็นการอบเพื่อลดปริมาณไขมันให้น้อยลง แต่อย่างไรก็ตามจากตารางที่ 3.1 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ Ricenola แล้ว จะเห็นได้ว่า Lay's Baked นั้นให้พลังงานที่สูงกว่ามากด้วยวัตถุดิบที่มีเพียงมันฝรั่งเท่านั้น ไม่มีธัญพืชอื่นๆที่มีประโยชน์ต่อร่างกายเลย อีกทั้งยังปรุงรสด้วยส่วนผสมที่มีผงชูรสซึ่งเป็นโทษต่อร่างกายอีกด้วย

### 3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยกดดันทั้ง 5 (Five Force Analysis)

ทางบริษัทฯ ได้ทำการวิเคราะห์สถานะอุตสาหกรรมของธุรกิจ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” โดยใช้ทฤษฎีของ Porter’s Five Force Model โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.2.1 การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants)

เนื่องจากธุรกิจขนมขบเคี้ยวเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก ทำให้มีการคุกคามของผู้เข้ามาใหม่สูง (+) แต่อย่างไรก็ตาม การจะสร้างชื่อเสียง ศักยภาพ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจให้กับลูกค้า และการดำเนินธุรกิจอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืนนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ยากยิ่งกว่า ดังนั้นผู้ที่คิดจะเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ ควรทำการศึกษาให้รอบด้าน การจะสามารถขยายธุรกิจขนมขบเคี้ยวให้เติบโตขึ้นได้ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ในการดูแล ควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า มีเครือข่ายที่แข็งแกร่ง มีลูกค้าที่เหนียวแน่น รวมถึงความสามารถในการสร้างยอดขายให้โตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

#### 3.2.2 อำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Supplier)

เนื่องจากบริษัทฯ มีแหล่งซัพพลายวัตถุดิบเป็นของตนเองจากธุรกิจโรงสีข้าว และยังมีคอนเนกชันจากกลุ่มชาวนาซึ่งนำข้าวเปลือกมาขายที่โรงสีเป็นประจำ โดยโรงสีจะรับซื้อแบบไม่จำกัด ซึ่งการซื้อขายข้าวเปลือกระหว่างกลุ่มชาวนากับโรงสีได้ดำเนินมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว ทำให้ซัพพลายเออร์มีอำนาจในการต่อรองที่ต่ำ (-) หากบริษัทฯ มีออเดอร์การผลิต “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” ในปริมาณมากก็จะไม่มีปัญหาเรื่องการซัพพลายวัตถุดิบอย่างข้าว อีกทั้งบริษัทฯ ยังสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาถูก จึงส่งผลทำให้บริษัทฯ มีต้นทุนของสินค้าที่ต่ำ และสามารถขายผลิตภัณฑ์ในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งได้

#### 3.2.3 สินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

แม้จะมีสินค้าทดแทนผลิตภัณฑ์ Ricenola อยู่เป็นจำนวนมาก (+) นั่นก็คือ ขนมขบเคี้ยวทั่วไปในท้องตลาด โดยเฉพาะขนมขบเคี้ยวสูตรใหม่ๆ ที่พยายามใช้กระบวนการผลิตด้วยการอบแทนการทอด ซึ่งแข่งขันกันในทุกๆ ด้าน ทั้งราคา คุณภาพ และความหลากหลาย แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ขนมขบเคี้ยวเหล่านี้ยังคงมีจำนวนแคลอรีที่สูง และปรุงรสด้วยผงชูรสซึ่งเป็นโทษแก่ร่างกายต่างจากผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” ของบริษัทฯ ที่ทั้งอร่อย แคลอรีต่ำ และให้ประโยชน์ คุณค่าทางโภชนาการแก่ผู้บริโภค

### 3.2.4 อำนาจต่อรองลูกค้า (Bargaining Power of Buyer)

ผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” เป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งต้องการทานขนมขบเคี้ยวที่มีรสชาติอร่อย สด ใหม่ มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพ อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวกราโนล่ายี่ห้อเดียวที่ทำจากข้าว ซึ่งให้รสสัมผัสที่แปลกใหม่ ต่างจากกราโนล่าทั่วไป โดยหากลูกค้าต้องการทานขนมขบเคี้ยวกราโนล่าที่ทำจากข้าว ก็จะสามารถซื้อได้จากบริษัท ไรซ์โนล่า จำกัด เพียงเจ้าเดียวเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้อำนาจการต่อรองของลูกค้าต่ำ (-)

### 3.2.5 การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

ตลาดขนมขบเคี้ยวเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูงมาก (+) เพราะเป็นสินค้าที่ซื้อง่าย ขายคล่องและมีกำไรในสัดส่วนที่สูง อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถดัดแปลงนำวัตถุดิบต่างๆ หลากหลายชนิดมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบ ดังนั้นจึงมีผู้ประกอบการรายใหม่จำนวนมากที่จำเป็นต้องเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ อย่างไรก็ตามบริษัทฯก็ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรง คือการวางตำแหน่งภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning) ตามความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า นั่นก็คือ เป็นขนมขบเคี้ยวที่ให้พลังงานต่ำและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

## 3.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

### 3.3.1 ด้านสารอาหาร

ผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” เป็นเจ้าแรกที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ขนมกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิไทย โดยข้าวหอมมะลิมิคุณค่าประโยชน์ช่วยลดระดับไขมันคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด ช่วยลดความเสี่ยงในอัตราการเกิดโรคหัวใจ โรคตับ โรคไต โรคเบาหวาน โรคภูมิแพ้ และโรคความจำเสื่อม ช่วยลดระดับ LDL เพิ่มระดับ HDL ช่วยให้ระบบเผาผลาญทำงานได้ดี มีโอเมก้า 3 และ 6 ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและบำรุงผิวพรรณ

นอกจากนี้ส่วนประกอบอื่นๆก็ให้สารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพเช่นกัน ได้แก่ มะม่วงหิมพานต์ซึ่งมีโปรตีน และไขมันที่เป็นไขมันไม่อิ่มตัว คาร์โบไฮเดรต วิตามิน A วิตามิน B วิตามิน E แกลีอแร์ แคลเซียม ฟอสฟอรัส และธาตุเหล็ก ช่วยป้องกันโรคหัวใจและหลอดเลือด มะเร็ง



ลำไส้ใหญ่ ประสาทจอตาเสื่อม ช่วยบำรุงสุขภาพเหงือกและฟัน ตลอดจนเสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรง ป้องกันไขมันอุดตันในเส้นเลือดและช่วยรักษาสมดุลในร่างกาย

ส่วนเมล็ดพืชทอง ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลที่ไม่ดี ช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดต่อต้านโรควิตกกังวล และป้องกันสูบบุหรี่ในลำไส้

ลูกเกด ช่วยรักษาโรคโลหิตจาง ระบบขับถ่าย การย่อยอาหาร บำรุงผิวพรรณและสายตา

ด้วยเหตุนี้ ผู้บริโภคจะได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพ รวมถึงการป้องกันการเกิดโรคต่างๆ จากการรับประทาน Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย ที่มากกว่าแค่ความอร่อย

### 3.3.2 ด้านความสะดวกสบาย

ผลิตภัณฑ์ “Ricenola” นำเสนอผลิตภัณฑ์ ขนมกราโนล่าข้าวไทยในรูปแบบขนมขบเคี้ยวบรรจุอยู่ในถุงซิปล็อคใส ตั้งได้ ซึ่งสะดวกสบายกับผู้บริโภคในการพกพาติดตัว และสามารถเปิดรับประทานได้ทุกที่ทุกเวลา สำหรับผู้บริโภคที่ทานไม่หมด ก็สามารถปิดซิปล็อคเพื่อเก็บไว้ทานในครั้งต่อไป นอกจากนี้ทางบริษัทฯ มีช่องทางการจำหน่าย 2 ช่องทางหลักด้วยกันคือ ช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Instagram, LINE@ และ Office line group ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่สะดวกสบายสำหรับลูกค้าในเขตปริมณฑลและต่างจังหวัด และช่องทางการจำหน่ายแบบออฟไลน์ ได้แก่ ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (ร้านไบเมียง 10 สาขา และร้าน Lemon Farm 14 สาขา), ตลาดนัดออฟฟิศ (ตลาดรวมทรัพย์และตลาดร่มเปิด) และตัวแทนจำหน่าย

### 3.3.3 ด้านความคุ้มค่า

ผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” ถูกออกแบบมาโดยคำนึงถึงความชอบในการรับประทานขนมขบเคี้ยวที่มีรสชาติอร่อย มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพ ด้วยการเลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพดีของไทยที่เต็มไปด้วยคุณประโยชน์ โดยบริษัทฯ ตั้งราคาจำหน่ายในช่วงราคาที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ให้การยอมรับและเต็มใจจะจ่าย อีกทั้งยังหาซื้อได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วผ่านช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยจากการทดลองตลาด (Market Test) ด้วยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Ricenola ทำให้บริษัทฯ พบว่า มีลูกค้าจำนวนไม่น้อยที่รู้สึกชื่นชอบในรสชาติผลิตภัณฑ์ และรู้สึกคุ้มค่า จนมีการกลับมาซื้อซ้ำในครั้งที่ 2 และครั้งถัดๆ ไป

### 3.3.4 ด้านการตลาด

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในอุตสาหกรรมขนมขบเคี้ยวที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน ด้วยการแหวกแนวใช้วัตถุดิบทั้งหมดจากประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าวหอมมะลิ รวมไปถึงการที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯเป็นผลิตภัณฑ์ในตราสินค้าใหม่ (Brand) ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภค บริษัทฯจึงจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ และจดจำในตราสินค้า รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ ผ่านการนำเสนอจุดเด่นเรื่องการใช้วัตถุดิบข้าวไทย รสชาติความอร่อย ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ และความคุ้มค่าของราคา

### 3.3.5 ด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ

หนึ่งในหุ้นส่วนบริษัท ไรซ์โนล่า จำกัด เป็นผู้คิดค้นพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ “Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” โดยใช้ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์จากการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรการประกอบขนมอบ (Diplôme de Pâtisserie) ที่สถาบันเลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ซึ่งเป็นสถาบันสอนการประกอบอาหารที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ทั้งนี้ความเชี่ยวชาญที่บริษัทฯมี จะช่วยสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์ได้

## บทที่ 4

### แนวคิดธุรกิจและรูปแบบธุรกิจ

#### 4.1 แนวคิดธุรกิจ

##### 4.1.1 ชื่อตราสินค้า

Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย

##### 4.1.2 ชื่อบริษัท

บริษัท ไรซ์โนล่า จำกัด มีสำนักงานและอาคารผลิตตั้งอยู่ที่ 18/9 หมู่ 6 กม.15  
ช.สนามบึงสุวรรณภูมิ ถ.บางนาตราด ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

##### 4.1.3 วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวกราโนล่าข้าวไทย มีความโดดเด่นในเรื่อง  
รสชาติที่อร่อย และมีประโยชน์ต่อร่างกาย

##### 4.1.4 พันธกิจ

เป็นผู้ผลิตขนมกราโนล่าจากข้าวหอมมะลิไทย ที่มีรสชาติอร่อย มีประโยชน์ต่อร่างกาย  
ใช้วัตถุดิบคุณภาพดีจากประเทศไทย ใส่ใจในขั้นตอนและกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานสำนักงาน  
คณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มุ่งมั่นในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์รสชาติใหม่ๆ เพื่อ  
ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

##### 4.1.5 เป้าหมายทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะที่ 1 มุ่งจัดจำหน่ายสินค้าผ่าน Modern Trade โดยเน้นร้านค้าด้าน  
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ ร้านไบเบียร์ และร้าน Lemon Farm เป็นต้น พร้อมกับการออกบูธ  
ประชาสัมพันธ์ และแจกตัวอย่างสินค้า ในขณะที่เดียวกันก็สร้างการรับรู้และความเข้าใจในตราสินค้า

ด้วยการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook page, Instagram, Line@ และ Office line group ต่างๆ

เป้าหมายระยะที่ 2 ขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเพิ่มการจัดจำหน่ายสินค้าที่ตลาดนัดออฟฟิศต่างๆ อาทิ ตลาดรวมทรัพย์ย่านอโศก และตลาดร่มเปิดย่านพระรามเก้า เป็นต้น

เป้าหมายระยะที่ 3 เริ่มใช้ตัวแทนจำหน่าย (Distributor) เพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่ต่างจังหวัด ร้านคาเฟ่หรือร้านกาแฟรายย่อยที่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศไทย

#### 4.1.6 วัตถุประสงค์

4.1.6.1 เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคขนมขบเคี้ยวที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

4.1.6.2 เพื่อตอบสนองต่อความนิยมการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน โดยผลิตภัณฑ์จะต้องเป็นขนมขบเคี้ยวที่มีรสชาติอร่อย ถูกปากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และประกอบไปด้วยวัตถุดิบและส่วนผสมที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

4.1.6.3 เพื่อสร้างยอดขาย 7.56 ล้านบาทในปีที่ 1 และเติบโตเป็น 12.42 ล้านบาทในปีที่ 5

#### 4.2 รูปแบบธุรกิจ

##### 4.2.1 ตราสินค้า

“Ricenola” ขนมกราโนล่าข้าวไทย

##### 4.2.2 ชื่อผลิตภัณฑ์

Ricenola เป็นชื่อที่เกิดจากการผสมคำระหว่างคำว่า “Rice” ที่แปลว่าข้าวซึ่งทางบริษัทฯ ได้นำมาใช้เป็นส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์ และคำว่า “Granola” ที่แปลว่าธัญพืชปรุงรสอบกรอบผสมผสานกันจนได้เป็นชื่อผลิตภัณฑ์และชื่อแบรนด์ “Ricenola” ซึ่งเป็นชื่อที่จดจำง่าย และแตกต่างไม่ซ้ำใคร อีกทั้งชื่อนี้ยังบ่งบอกถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ข้าวและธัญพืชมาเป็นส่วนประกอบผ่านกระบวนการปรุงรสและอบจนกรอบ

### 4.2.3 สี

สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ Ricenola จะเน้นใช้สีขาว สีเหลือง และสีส้ม โดยสีขาวซึ่งเป็นพื้นหลังของบรรจุภัณฑ์เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสะอาด ตัดกับโลโก้สีดำของผลิตภัณฑ์ทำให้โลโก้ดูโดดเด่น นอกจากนี้ยังมีลวดลายของเมล็ดข้าวซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของผลิตภัณฑ์ โดยใช้สีเหลืองและสีส้ม ซึ่งเป็นสีที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความอยากอาหาร และยังทำให้ผลิตภัณฑ์ดูน่าสนใจและน่ารับประทานอีกด้วย



รูปภาพ 4.1 ฉลากบรรจุภัณฑ์ Ricenola ขนมหกรานอล่าข้าวไทย

#### 4.2.4 โลโก้

โลโก้ของผลิตภัณฑ์ Ricenola ใช้ตัวอักษรสีดำ ที่ดูเรียบง่าย แต่ทันสมัย ซึ่งเอื้ออำนวยให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถอ่านและจดจำชื่อได้ง่าย โดยมาพร้อมกับ Tagline “Thai rice granola snack” ที่ช่วยอธิบายค่านิยมของผลิตภัณฑ์

# Ricenola

## Thai rice granola snack

### รูปภาพ 4.2 ตราสินค้า Ricenola

#### 4.2.5 บรรจุภัณฑ์

สินค้าจะถูกบรรจุลงในถุงพลาสติกซิปล็อคใสตั้งได้ขนาด 10x15 ซม. สำหรับถุงเล็ก และขนาด 12x19 ซม. สำหรับถุงใหญ่ เนื่องจาก Ricenola เป็นขนมกราโนล่าเจ้าแรกที่ใช้ข้าวไทยเป็นส่วนประกอบหลัก การเลือกใช้ถุงซิปล็อคใสจะทำให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน ทำให้เกิดความเข้าใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น อีกทั้งถุงซิปล็อคยังมีน้ำหนักเบา ลูกค้าสามารถพกติดตัวไปได้ทุกที่ และสามารถปิดบรรจุภัณฑ์ได้หากรับประทานไม่หมด ทั้งนี้ใช้การซีลบรรจุภัณฑ์ด้วยความร้อนเพื่อป้องกันสิ่งแปลกปลอมและอากาศที่อาจเล็ดลอดเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ รวมถึงใช้สารซิลิกาความชื้น (Silica gel) เพื่อช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์อีกด้วย

#### 4.2.6 ลักษณะผลิตภัณฑ์

จากการศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทฯ พบว่าขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ ถั่วปรุงรส ผัก/ผลไม้อบแห้ง และกราโนล่าตามลำดับ บริษัทฯ จึงได้คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพที่มีข้าวหอมมะลิซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักจากบริษัท ชนสรรไรซ์ จำกัด และส่วนผสม วัตถุดิบต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายชื่นชอบมาเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ Ricenola โดยมุ่งเน้นรสชาติที่อร่อย ถูกปากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเป็นปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเคลือรรีดำ และมีประโยชน์ต่อร่างกาย

รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย มีดังนี้

- ส่วนผสมหลักทำจากธัญพืช ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เมล็ดพืชทอง และผลไม้อบแห้ง ได้แก่ ลูกเกด
- ผลิตโดยกระบวนการคั่วเมล็ดข้าวเปลือกจนป๊อป คลุกเคล้ากับส่วนผสมอื่นๆ แล้วจึงนำไปอบจนแห้งกรอบ
- ไม่มีแป้งสาลี ดังนั้นผู้ที่แพ้แป้งสาลีหรือกลูเตนจึงสามารถรับประทานได้โดยไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย
- ไม่ใช้น้ำตาลขัดสี
- ไม่ใส่วัตถุกันเสีย
- ปัจจุบันมี 1 รสชาติ คือ รส Original (น้ำผึ้ง)

จากตารางที่ 4.1 และ 4.2 เป็นการประมาณการข้อมูลทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ Ricenola โดยการคำนวณค่าโภชนาการผ่านเว็บไซต์ NutritionData.com ซึ่งเป็นการคำนวณเทียบประเภทและปริมาณวัตถุดิบส่วนผสมต่างๆที่ได้ลงในผลิตภัณฑ์ โดยใช้ข้อมูลอ้างอิงจากฐานข้อมูลมาตรฐานสารอาหารของกระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา (USDA's National Nutrient Database for Standard Reference) ซึ่งชี้ว่าผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทยขนาด 45 กรัมให้พลังงาน 177 กิโลแคลอรี โดยสามารถแบ่งแยกเป็นพลังงานจากคาร์โบไฮเดรต 20.2 กรัม หรือคิดเป็น 43.2% พลังงานจากไขมัน 10.3 กรัม หรือคิดเป็น 49.8% พลังงานจากโปรตีน 3.6 กรัม หรือคิดเป็น 7% และยังประกอบไปด้วยวิตามินแร่ธาตุอีกมากมายหลายชนิด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทยขนาด 80 กรัมให้พลังงาน 315 กิโลแคลอรี โดยสามารถแบ่งแยกเป็นพลังงานจากคาร์โบไฮเดรต 36 กรัม หรือคิดเป็น 43.1% พลังงานจากไขมัน 18.4 กรัม หรือคิดเป็น 49.8% พลังงานจากโปรตีน 6.4 กรัม หรือคิดเป็น 7.01% นั่นเอง

## ตารางที่ 4.1 ข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนาด 45 กรัม

NUTRITION INFORMATION		
Amounts per Entire Recipe (45g)		
<b>Calorie Information</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Calories	177 (741 kJ)	9%
From Carbohydrate	76.5 (320 kJ)	
From Fat	88.2 (369 kJ)	
From Protein	12.4 (51.9 kJ)	
From Alcohol	~0.0 (0.0 kJ)	
<b>Protein &amp; Amino Acids</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Protein	3.6 g	7%
<b>Vitamins</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Vitamin A	126 IU	3%
Vitamin C	0.3 mg	0%
Vitamin D	~2.8 IU	~1%
Vitamin E (Alpha Tocopherol)	~0.2 mg	~1%
Vitamin K	~4.8 mcg	~6%
Thiamin	0.1 mg	5%
Riboflavin	0.0 mg	1%
Niacin	0.4 mg	2%
Vitamin B6	0.1 mg	4%
Folate	4.5 mcg	1%
Vitamin B12	0.0 mcg	0%
Pantothenic Acid	0.2 mg	2%
Choline	~2.8 mg	
Betaine	~0.1 mg	
<b>Carbohydrates</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Total Carbohydrate	20.2 g	7%
Dietary Fiber	~0.9 g	~3%
Starch	~3.1 g	
Sugars	~10.9 g	
<b>Fats &amp; Fatty Acids</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Total Fat	10.3 g	16%
Saturated Fat	3.7 g	18%
Monounsaturated Fat	4.2 g	
Polyunsaturated Fat	1.5 g	
Total trans fatty acids	~0.0 g	
Total trans-monoenoic fatty acids	~0.0 g	
Total trans-polyenoic fatty acids	~0.0 g	
Total Omega-3 fatty acids	28.4 mg	
Total Omega-6 fatty acids	1505 mg	
Learn more about these fatty acids and their equivalent names		
<b>Minerals</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Calcium	15.3 mg	2%
Iron	1.2 mg	7%
Magnesium	54.1 mg	14%
Phosphorus	93.3 mg	9%
Potassium	192 mg	5%
Sodium	32.9 mg	1%
Zinc	1.3 mg	8%
Copper	0.3 mg	17%
Manganese	0.3 mg	17%
Selenium	~3.5 mcg	~5%
Fluoride	~19.3 mcg	
<b>Sterols</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Cholesterol	10.6 mg	4%
Phytosterols	~	
<b>Other</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Alcohol	0.0 g	
Water	10.1 g	
Ash	0.8 g	
Caffeine	~0.0 mg	
Theobromine	~0.0 mg	

**Footnotes for Ricenola (45 g.)**

Source: Nutrient data for this listing was provided by Custom. Each "~" indicates a missing or incomplete value.

Percent Daily Values (%DV) are for adults or children aged 4 or older, and are based on a 2,000 calorie reference diet. Your daily values may be higher or lower based on your individual needs.

Nutrition Data's Opinion, Completeness Score™, Fullness Factor™, Rating, Estimated Glycemic Load (eGL), and Better Choices Substitutions™ are editorial opinions of NutritionData.com, given without warranty, and are not intended to replace the advice of a nutritionist or health-care professional. Nutrition Data's opinions and ratings are based on weighted averages of the nutrient densities of those nutrients for which the FDA has established Daily Values, and do not consider other nutrients that may be important to your health or take into account your individual needs. Consequently, Nutrition Data's higher-rated foods may not necessarily be healthier for you than lower-rated ones. All foods, regardless of their rating, have the potential to play an important role in your diet.

The Amino Acid Score has not been corrected for digestibility, which could reduce its value.



## ตารางที่ 4.2 ข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนาด 80 กรัม

NUTRITION INFORMATION		
Amounts per Entire Recipe (80g)		
<b>Calorie Information</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Calories	315 (1319 kJ)	16%
From Carbohydrate	136 (569 kJ)	
From Fat	157 (657 kJ)	
From Protein	22.1 (92.5 kJ)	
From Alcohol	~0.0 (0.0 kJ)	
<b>Protein &amp; Amino Acids</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Protein	6.4 g	13%
<b>Vitamins</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Vitamin A	225 IU	4%
Vitamin C	0.5 mg	1%
Vitamin D	~4.9 IU	~1%
Vitamin E (Alpha Tocopherol)	~0.4 mg	~2%
Vitamin K	~8.6 mcg	~11%
Thiamin	0.1 mg	8%
Riboflavin	0.0 mg	3%
Niacin	0.6 mg	3%
Vitamin B6	0.1 mg	7%
Folate	7.9 mcg	2%
Vitamin B12	0.0 mcg	0%
Pantothenic Acid	0.3 mg	3%
Choline	~5.0 mg	
Betaine	~0.3 mg	
<b>Carbohydrates</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Total Carbohydrate	36.0 g	12%
Dietary Fiber	~1.5 g	~6%
Starch	~5.5 g	
Sugars	~19.3 g	
<b>Fats &amp; Fatty Acids</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Total Fat	18.4 g	28%
Saturated Fat	6.5 g	33%
Monounsaturated Fat	7.5 g	
Polyunsaturated Fat	2.7 g	
Total trans fatty acids	~0.0 g	
Total trans-monoenoic fatty acids	~0.0 g	
Total trans-polyenoic fatty acids	~0.0 g	
Total Omega-3 fatty acids	50.5 mg	
Total Omega-6 fatty acids	2675 mg	
Learn more about these fatty acids and their equivalent names		
<b>Minerals</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Calcium	27.3 mg	3%
Iron	2.1 mg	12%
Magnesium	96.2 mg	24%
Phosphorus	166 mg	17%
Potassium	342 mg	10%
Sodium	58.6 mg	2%
Zinc	2.2 mg	15%
Copper	0.6 mg	30%
Manganese	0.6 mg	30%
Selenium	~6.1 mcg	~9%
Fluoride	~34.4 mcg	
<b>Sterols</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Cholesterol	18.9 mg	6%
Phytosterols	~	
<b>Other</b>		
Amounts Per Selected Serving		%DV
Alcohol	0.0 g	
Water	17.9 g	
Ash	1.4 g	
Caffeine	~0.0 mg	
Theobromine	~0.0 mg	

**Footnotes for Ricenola (80 g.)**

Source: Nutrient data for this listing was provided by Custom. Each "~" indicates a missing or incomplete value.

Percent Daily Values (%DV) are for adults or children aged 4 or older, and are based on a 2,000 calorie reference diet. Your daily values may be higher or lower based on your individual needs.

Nutrition Data's Opinion, Completeness Score™, Fullness Factor™, Rating, Estimated Glycemic Load (eGL), and Better Choices Substitutions™ are editorial opinions of NutritionData.com, given without warranty, and are not intended to replace the advice of a nutritionist or health-care professional. Nutrition Data's opinions and ratings are based on weighted averages of the nutrient densities of those nutrients for which the FDA has established Daily Values, and do not consider other nutrients that may be important to your health or take into account your individual needs. Consequently, Nutrition Data's higher-rated foods may not necessarily be healthier for you than lower-rated ones. All foods, regardless of their rating, have the potential to play an important role in your diet.

The Amino Acid Score has not been corrected for digestibility, which could reduce its value.

#### 4.2.7 ราคาสินค้า

- ผลิตภัณฑ์ขนาด 45 กรัม จำหน่ายในราคาปลีก 35 บาท และราคาส่ง 30 บาท
- ผลิตภัณฑ์ขนาด 80 กรัม จำหน่ายในราคาปลีก 65 บาท และราคาส่ง 55 บาท

#### 4.2.8 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์



รูปภาพ 4.3 ผลิตภัณฑ์ Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย

#### 4.2.9 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจของบริษัท ไรซ์โนล่า จำกัด เป็นลักษณะของธุรกิจ B2C (Business to Consumer) โดยทำการผลิตและส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยตรง ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Instagram, Line@ และ Office line group และช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ โดยการตั้งบูธจำหน่ายสินค้าที่ตลาดนัดใกล้สำนักงาน ได้แก่ ตลาดรวมทรัพย์ (ย่านอโศก) และตลาดร่มเปิด (ย่านพระรามเก้า)

นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ยังทำธุรกิจในลักษณะ B2B (Business to Business) อีกด้วย โดยการผลิตสินค้าเพื่อขายส่งให้กับตัวแทนจำหน่าย นำไปวางขายที่หน้าร้านคาเฟ่หรือร้านกาแฟต่างๆ รวมไปถึงการวางจำหน่ายสินค้าที่ร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องทางที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ร้านโบเมียง จำนวน 10 สาขา และร้าน Lemon Farm จำนวน 14 สาขา

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกิจ

“Ricenola ขนมกราโนล่าข้าวไทย” สำหรับกลุ่มวัยทำงาน ที่ชื่นชอบในการรับประทานขนมขบเคี้ยว แต่ก็ยังใส่ใจในสุขภาพและเลือกรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสของผู้บริโภคในยุคใหม่ เพราะตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 เป็นต้นมา วารสารเผยแพร่หลายฉบับให้ความเห็นว่ากระแสการรักสุขภาพ ตั้งแต่การออกกำลังกาย จนถึงถึงการใส่ใจเรื่องอาหารการกินของคนในยุคนี้ ได้เติบโตอย่างก้าวกระโดดและไม่มีทีท่าว่าจะหยุดได้ง่ายๆ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น แต่การวิถีชีวิตในแต่ละวันที่มีความเร่งรีบ มีการทำกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ซึ่งรวมทั้งการทำงาน การออกกำลังกาย และการเข้าสังคม ทำให้เวลาที่ใช้สำหรับรับประทานอาหารแบบเต็มมือลดลงไปด้วย ดังนั้นการบริโภคอาหารที่เตรียมง่าย สามารถหยิบมารับประทานง่ายและหยิบพกพาสะดวก มีคุณประโยชน์

ทางบริษัทฯ จึงได้เริ่มต้นพัฒนาผลิตภัณฑ์และการคิดค้นและปรับปรุงสูตรจนมีความเชี่ยวชาญและตอบโจทย์ลูกค้าในเรื่องรสชาติอร่อย ถูกปาก และมีประโยชน์ ซึ่งเหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งชื่นชอบการรับประทานขนมขบเคี้ยวแต่ใส่ใจในสุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาจากวัตถุดิบในประเทศไทยเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นข้าวหอมมะลิ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เมล็ดพืชทอง หรือลูกเกด แตกต่างจากผลิตภัณฑ์กราโนล่าทั่วไป ที่ใช้วัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งมีราคาแพง นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีนโยบายมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานตามที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) กำหนด เพื่อให้ลูกค้าได้รับประทานขนมขบเคี้ยวที่อร่อย สด สะอาด ปลอดภัย มีคุณประโยชน์ ในราคาที่ไม่แพง

ทางบริษัทฯ ได้วางแผนการจัดจำหน่ายจริงในรสชาติน้ำผึ้งเป็นรสชาติแรก ซึ่งผลตอบรับจากลูกค้าเป็นที่พอใจเป็นอย่างมากทั้งออเคอร์ในกรุงเทพฯ เขตปริมณฑล และต่างจังหวัด(จ.พิจิตร จ.นครสวรรค์ จ.ชัยนาท จ.เขียงราย เป็นต้น) ทางบริษัทจึงมองเห็นโอกาสในการเติบโตขึ้นของธุรกิจ และมีแผนในอนาคตที่จะขยายใหญ่ขึ้นตามแผนธุรกิจที่ ได้วางไว้ ส่วนในการแข่งขันของตลาดขนมขบเคี้ยวที่ดี หรือในตลาดกราโนล่าที่ดี แน่แน่นอนว่าเป็น ตลาดที่มีการแข่งขันสูงจากการที่ได้วิเคราะห์ไปแล้วโดยบทข้างต้น ดังนั้นข้อมูลจากบทวิเคราะห์จะนำไปสู่การทำการตลาดเพื่อมัดใจกลุ่มลูกค้าทั้งดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเดิมและหาลูกค้าใหม่ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ภาคธุรกิจจะหลีกเลี่ยงไม่ได้

เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีสินค้าทดแทนสูง การทำการตลาดจึงเป็นเรื่องสำคัญต้องเข้าใจกลุ่มผู้บริโภค เป้าหมายว่ามีความต้องการอย่างไร สามารถตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้หรือไม่ นอกจากนี้จากการวิเคราะห์คู่แข่งในตลาด เรามองให้ออกถึงกลยุทธ์ของคู่แข่งทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และในการตลาด เพื่อรู้ทิศทางและนำมาปรับกลยุทธ์ ของบริษัทต่อไปในอนาคต



## บรรณานุกรม

- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. 2559. อันดับผู้ส่งออกข้าวไทย เดือน ม.ค.-มิ.ย. ปี 2559. (ออนไลน์).  
แหล่งที่มา : [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1469290992](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1469290992).  
3 สิงหาคม 2560
- ข้าวสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. 2560. สรุปสถานการณ์ส่งออกข้าวไทยปี 2559 และแนวโน้มและทิศ  
ทางการส่งออกข้าวไทยปี 2560. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.thairiceexporters.or.th/Press%20release/2017/TREA%20Press%20Release%20Thai%20Rice%20Situation%20&%20Trend%202017-03022017.pdf>. 3 สิงหาคม 2560
- นลินทิพย์ ภักศศิริกุลคำธร. 2559. 12 Trends อาหารมาแรง ปี 2016-2017. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
<http://positioningmag.com/1097514>. 3 สิงหาคม 2560
- เมธาวี ชุณหวุฒิยานนท์. 2559. Top 10 Food Trends for 2017 – เทรนด์อาหารน่าจับตามองปี 2560.  
(ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://fic.nfi.or.th/foodsectordatabankNews-detail.php?smid=1480>. 3 สิงหาคม 2560
- ศูนย์วิจัยระยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. 2560. ส่วนแบ่งตลาดขนมขบเคี้ยว ปี 2559. (ออนไลน์).  
แหล่งที่มา : <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=138>.  
7 สิงหาคม 2560
- PAKIN J. 2558. ขนมขบเคี้ยว ผู้เล่นหน้าเก่า แต่รสชาติต้องใหม่อยู่เสมอ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :  
<http://marketeer.co.th/archives/51927>. 7 สิงหาคม 2560
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2560. แผนการส่งเสริมSME ฉบับที่ 4 (พ.ศ.  
2560-2564). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://sme.go.th>. 12 กันยายน 2560
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2560. คำชี้แจงประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยเรื่องการ  
แสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http://food.fda.moph.go.th/law/data/announ\\_fda/600721\\_367\\_383.pdf](http://food.fda.moph.go.th/law/data/announ_fda/600721_367_383.pdf). 12 กันยายน 2560

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2551. ประกาศสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่อง หลักเกณฑ์การโฆษณาอาหาร พ.ศ. 2551. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : [http://food.fda.moph.go.th/law/data/announ\\_fda/061RuleOfFoodAd51.pdf](http://food.fda.moph.go.th/law/data/announ_fda/061RuleOfFoodAd51.pdf). 12 กันยายน 2560
- Diamond Grains. 2560. รสชาติสินค้า Diamond Grains. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.diamondgrains.com/flavor.html>. 19 สิงหาคม 2560





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ประมาณการประชากรจำแนกตามกลุ่มอายุและเพศ (1 ก.ค. 2560)

ประมาณการประชากร จำแนกตามกลุ่มอายุ และเพศ (1 กรกฎาคม 2560) ข้อสมมติภาวะเจริญพันธุ์ปานกลาง ทวีรฆานาจักร พ.ศ. 2543 - 2573  
Population estimates, by age group and sex (as of 2017, July 1<sup>st</sup>), medium fertility assumption, Whole Kingdom: 2000 - 2030

กลุ่มอายุ (ปี)	2543 (2000)	2544 (2001)	2545 (2002)	2546 (2003)	2547 (2004)	2548 (2005)	2549 (2006)	2550 (2007)	2551 (2008)	2552 (2009)	2553 (2010)	2554 (2011)	2555 (2012)	2556 (2013)	2557 (2014)	2558 (2015)	2559 (2016)	2560 (2017)	2561 (2018)	2562 (2019)
รวม	62,236	62,836	63,419	63,982	64,531	65,099	65,574	66,041	66,482	66,903	67,313	67,597	67,912	68,251	68,610	68,980	69,222	69,455	69,679	69,893
หญิง	31,571	31,889	32,196	32,491	32,777	33,062	33,325	33,574	33,808	34,030	34,244	34,407	34,583	34,770	34,965	35,163	35,309	35,446	35,576	35,699
0-4	2,349	2,348	2,347	2,346	2,345	2,343	2,342	2,311	2,248	2,164	2,074	1,994	1,938	1,908	1,897	1,895	1,878	1,852	1,815	1,772
5-9	2,563	2,542	2,504	2,451	2,392	2,343	2,315	2,305	2,315	2,331	2,333	2,312	2,271	2,208	2,136	2,071	2,019	1,977	1,946	1,921
10-14	2,566	2,564	2,569	2,575	2,576	2,559	2,528	2,481	2,425	2,374	2,341	2,326	2,327	2,339	2,345	2,331	2,298	2,247	2,185	2,122
15-19	2,632	2,618	2,601	2,583	2,569	2,562	2,562	2,568	2,576	2,574	2,556	2,523	2,474	2,417	2,368	2,338	2,324	2,329	2,341	2,344
20-24	2,688	2,666	2,653	2,645	2,637	2,626	2,612	2,595	2,578	2,564	2,557	2,557	2,563	2,571	2,569	2,552	2,519	2,469	2,413	2,365
25-29	2,849	2,817	2,780	2,742	2,708	2,680	2,659	2,646	2,638	2,630	2,619	2,606	2,589	2,572	2,558	2,552	2,551	2,558	2,566	2,564
30-34	2,906	2,909	2,903	2,887	2,866	2,839	2,807	2,771	2,733	2,689	2,672	2,651	2,638	2,631	2,623	2,612	2,599	2,582	2,565	2,552
35-39	2,735	2,777	2,817	2,851	2,877	2,892	2,895	2,889	2,874	2,853	2,827	2,795	2,759	2,722	2,689	2,662	2,641	2,629	2,621	2,614
40-44	2,439	2,510	2,570	2,622	2,669	2,715	2,757	2,797	2,832	2,858	2,873	2,877	2,871	2,857	2,836	2,811	2,780	2,744	2,708	2,675
45-49	1,941	2,037	2,136	2,235	2,327	2,410	2,482	2,542	2,594	2,641	2,688	2,730	2,770	2,805	2,832	2,848	2,852	2,846	2,833	2,813
50-54	1,485	1,566	1,635	1,720	1,811	1,906	2,001	2,100	2,198	2,290	2,373	2,443	2,503	2,555	2,604	2,650	2,692	2,733	2,769	2,796
55-59	1,208	1,240	1,279	1,325	1,380	1,444	1,514	1,592	1,677	1,767	1,861	1,954	2,052	2,149	2,240	2,322	2,392	2,452	2,505	2,553
60-64	1,054	1,073	1,089	1,106	1,127	1,158	1,188	1,226	1,273	1,327	1,391	1,458	1,535	1,618	1,707	1,800	1,891	1,987	2,083	2,174
65-69	837	863	893	924	954	980	998	1,014	1,033	1,056	1,087	1,117	1,155	1,201	1,254	1,317	1,383	1,458	1,539	1,626
70-74	600	622	647	674	705	737	764	786	806	828	856	890	930	968	1,008	1,059	1,117	1,184	1,261	1,349
75-79	357	378	400	424	449	477	490	507	531	564	605	632	660	687	714	739	760	780	801	824
80 ขึ้นไป	362	368	373	379	385	390	411	434	457	482	508	538	569	603	638	675	712	752	793	837
ชาย	30,666	30,947	31,223	31,491	31,754	32,037	32,249	32,467	32,674	32,873	33,068	33,190	33,328	33,481	33,645	33,816	33,914	34,009	34,103	34,194
0-4	2,494	2,474	2,463	2,453	2,443	2,451	2,428	2,395	2,333	2,252	2,166	2,092	2,041	2,011	1,999	1,995	1,978	1,951	1,914	1,869
5-9	2,690	2,668	2,631	2,579	2,521	2,472	2,440	2,424	2,424	2,430	2,423	2,397	2,353	2,292	2,223	2,160	2,111	2,071	2,041	2,017
10-14	2,692	2,691	2,695	2,700	2,699	2,682	2,651	2,606	2,552	2,501	2,466	2,446	2,439	2,441	2,438	2,418	2,381	2,330	2,269	2,208
15-19	2,724	2,716	2,705	2,693	2,685	2,681	2,682	2,688	2,694	2,691	2,673	2,641	2,594	2,539	2,491	2,459	2,440	2,435	2,438	2,433
20-24	2,725	2,722	2,719	2,715	2,713	2,707	2,700	2,689	2,678	2,670	2,667	2,668	2,674	2,681	2,678	2,661	2,629	2,582	2,528	2,480
25-29	2,725	2,719	2,715	2,711	2,708	2,705	2,703	2,701	2,698	2,695	2,690	2,683	2,673	2,662	2,654	2,651	2,652	2,659	2,666	2,663
30-34	2,727	2,730	2,727	2,719	2,711	2,704	2,699	2,695	2,692	2,689	2,687	2,684	2,683	2,681	2,678	2,673	2,665	2,657	2,646	2,639
35-39	2,592	2,624	2,652	2,675	2,692	2,702	2,705	2,702	2,696	2,689	2,683	2,677	2,673	2,671	2,669	2,667	2,665	2,663	2,662	2,659
40-44	2,307	2,373	2,429	2,477	2,520	2,559	2,591	2,619	2,643	2,661	2,673	2,673	2,673	2,666	2,660	2,655	2,649	2,646	2,644	2,643
45-49	1,827	1,914	2,005	2,097	2,183	2,261	2,326	2,383	2,432	2,475	2,515	2,546	2,574	2,598	2,617	2,629	2,631	2,629	2,623	2,618
50-54	1,400	1,461	1,529	1,603	1,683	1,768	1,853	1,943	2,034	2,120	2,198	2,251	2,316	2,363	2,407	2,448	2,478	2,506	2,530	2,549
55-59	1,116	1,144	1,178	1,221	1,270	1,328	1,387	1,452	1,525	1,604	1,688	1,769	1,855	1,942	2,026	2,102	2,163	2,216	2,264	2,308
60-64	942	955	967	980	999	1,026	1,052	1,086	1,127	1,175	1,231	1,286	1,347	1,416	1,490	1,571	1,647	1,729	1,814	1,895
65-69	713	731	753	778	802	824	836	848	863	883	911	934	964	1,001	1,046	1,099	1,148	1,205	1,269	1,339
70-74	494	504	516	533	553	577	594	618	641	662	691	726	766	805	846	895	946	1,001	1,061	1,126
75-79	277	291	305	319	333	349	351	357	370	392	421	436	452	468	485	502	513	524	536	552
80 ขึ้นไป	231	233	235	237	239	241	251	261	272	284	296	309	323	338	353	369	387	405	424	444

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี  
Source: Office of the National Economic and Social Development Board, Office of the Prime Minister.

(พันคน in Thousand)											
2563 (2020)	2564 (2021)	2565 (2022)	2566 (2023)	2567 (2024)	2568 (2025)	2569 (2026)	2570 (2027)	2571 (2028)	2572 (2029)	2573 (2030)	Age group (year)
70,100	70,217	70,330	70,440	70,547	70,651	70,645	70,640	70,636	70,632	70,629	Total
35,816	35,899	35,977	36,051	36,120	36,186	36,209	36,229	36,246	36,260	36,270	Female
1,725	1,687	1,651	1,615	1,581	1,548	1,511	1,474	1,438	1,402	1,366	0-4
1,892	1,860	1,827	1,793	1,758	1,723	1,689	1,654	1,619	1,583	1,547	5-9
2,069	2,024	1,986	1,954	1,924	1,891	1,858	1,824	1,790	1,756	1,722	10-14
2,328	2,295	2,243	2,181	2,119	2,067	2,022	1,985	1,953	1,923	1,890	15-19
2,335	2,321	2,325	2,338	2,341	2,325	2,292	2,240	2,178	2,117	2,065	20-24
2,546	2,514	2,465	2,408	2,360	2,330	2,317	2,321	2,334	2,337	2,321	25-29
2,545	2,545	2,552	2,560	2,558	2,541	2,509	2,460	2,403	2,355	2,326	30-34
2,603	2,590	2,574	2,557	2,544	2,538	2,537	2,545	2,553	2,551	2,534	35-39
2,648	2,628	2,616	2,609	2,602	2,592	2,579	2,563	2,546	2,534	2,528	40-44
2,789	2,758	2,723	2,688	2,656	2,630	2,610	2,599	2,592	2,586	2,576	45-49
2,813	2,817	2,813	2,800	2,782	2,758	2,729	2,695	2,661	2,630	2,605	50-54
2,601	2,643	2,684	2,721	2,749	2,767	2,773	2,769	2,758	2,741	2,720	55-59
2,256	2,325	2,385	2,438	2,488	2,537	2,580	2,621	2,659	2,689	2,709	60-64
1,717	1,807	1,901	1,996	2,085	2,168	2,235	2,295	2,350	2,402	2,454	65-69
1,215	1,277	1,346	1,424	1,511	1,604	1,692	1,787	1,881	1,968	2,049	70-74
850	885	922	963	1,010	1,066	1,117	1,176	1,248	1,334	1,435	75-79
883	923	964	1,008	1,054	1,101	1,159	1,220	1,284	1,352	1,423	80 and over
34,284	34,318	34,353	34,389	34,427	34,465	34,436	34,411	34,390	34,373	34,358	Male
1,821	1,782	1,743	1,707	1,671	1						



**ภาคผนวก ข**  
**แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคต่อขนมขบเคี้ยว (Survey)**

**แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยวิชา Independent study ของนักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ เพื่อให้งานวิจัยสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ขอความกรุณาท่านโปรดตอบคำถามตามความเป็นจริงมากที่สุด โดยคำตอบและข้อมูลของท่านจะถูกเก็บรักษา และนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงวิชาการเพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น

**ช่วงที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป**

1. เพศ
  - หญิง
  - ชาย
2. อายุ
  - ต่ำกว่า 18 ปี
  - 18-30 ปี
  - 31-40 ปี
  - 41-50 ปี
  - มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
  - ต่ำกว่าปริญญาตรี
  - ปริญญาตรี
  - ปริญญาโทขึ้นไป
4. อาชีพ
  - นักเรียน/นักศึกษา
  - ธุรกิจส่วนตัว
  - ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ
  - พนักงานบริษัทเอกชน
  - อื่นๆ

5. รายได้ต่อเดือน
- ต่ำกว่า 15,000 บาท
  - 15,000-30,000 บาท
  - 30,001-45,000 บาท
  - มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป

## ช่วงที่ 2 : พฤติกรรมการบริโภคขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ

6. คุณชื่นชอบการรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด
- ไม่ชอบเลย
  - ไม่ชอบ
  - เฉยๆ
  - ชอบ
  - ชอบมาก
7. ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพประเภทใดที่คุณชื่นชอบมากที่สุด
- มุสลี่
  - กราโนล่า
  - ธัญพืชอัดแท่ง
  - ถั่วปรุงรส
  - ผัก/ผลไม้อบกรอบ อบแห้ง
  - อื่นๆ
8. คุณรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพบ่อยเพียงใด
- ทุกวัน
  - 4-6 วันต่อสัปดาห์
  - 1-3 วันต่อสัปดาห์
  - เดือนละครั้ง
  - ไม่ทานเลย
9. คุณเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพจากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ร้านสะดวกซื้อ
  - ร้านค้าในสถานศึกษา/ที่ทำงาน
  - ร้านค้าออนไลน์
  - ร้านขายสินค้าเพื่อสุขภาพ
  - อื่นๆ

10. ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ คุณคำนึงถึงสิ่งใดบ้าง (เรียงลำดับ: สำคัญที่สุด 1 – สำคัญน้อยที่สุด 7)
- สารอาหารที่มีประโยชน์/มีคุณค่าต่อร่างกาย
  - ทานแล้วไม่อ้วน
  - รสชาติอร่อย
  - หาซื้อง่าย
  - ราคาไม่แพง
  - บรรจุภัณฑ์มีสีสดดึงดูด น่าหยิบจับ
  - สะดวกในการพกพา/หยิบรับประทาน
11. คุณคิดว่ารัฐพืช ที่ผลิตในประเทศไทย กับรัฐพืชที่นำเข้าจากต่างประเทศ มีคุณภาพต่างกันหรือไม่อย่างไร
- รัฐพืชที่ผลิตในไทย มีคุณภาพ “แย่กว่ามาก”
  - รัฐพืชที่ผลิตในไทย มีคุณภาพ “แย่กว่า”
  - รัฐพืชที่ผลิตในไทย มีคุณภาพ “ใกล้เคียงกัน” กับรัฐพืชที่นำเข้าจากต่างประเทศ
  - รัฐพืชที่ผลิตในไทย มีคุณภาพ “ดีกว่า”
  - รัฐพืชที่ผลิตในไทย มีคุณภาพ “ดีกว่ามาก”
12. คุณคิดเห็นอย่างไรกับการนำข้าวหอมมะลิไทยมาใช้เป็นส่วนประกอบหลักของขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ
- น่าสนใจมาก
  - น่าสนใจ
  - เฉยๆ
  - ไม่น่าสนใจ
  - ไม่น่าสนใจเลย

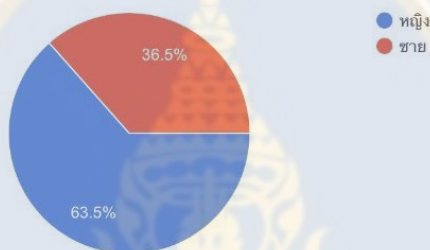
## ภาคผนวก ก

## ผลวิจัยจากแบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภคต่อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ (Survey)

## ช่วงที่ 1 :ข้อมูลทั่วไป

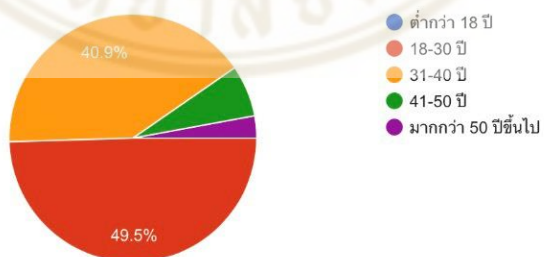
## 1. เพศ

208 responses



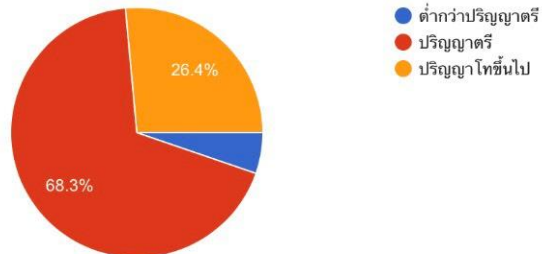
## 2. อายุ

208 responses



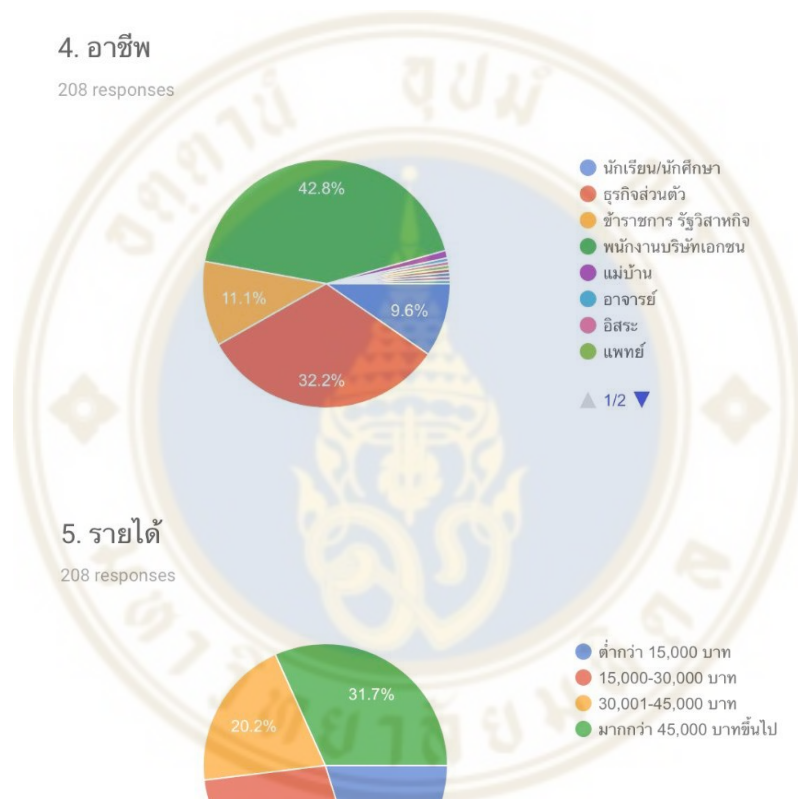
### 3. ระดับการศึกษา

208 responses



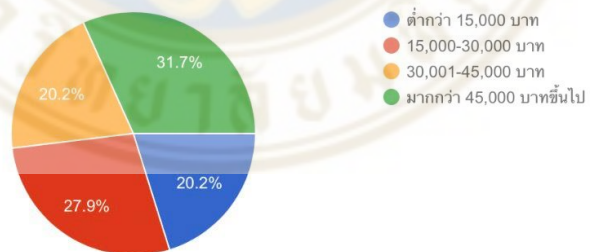
### 4. อาชีพ

208 responses



### 5. รายได้

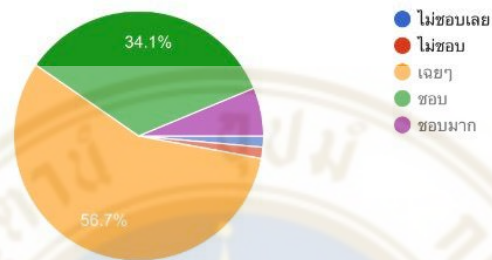
208 responses



## ช่วงที่ 2 :พฤติกรรมกรบริโภคขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ

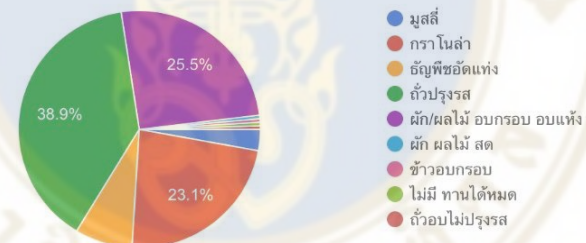
### 6. คุณชื่นชอบการรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพมากน้อยเพียงใด

208 responses



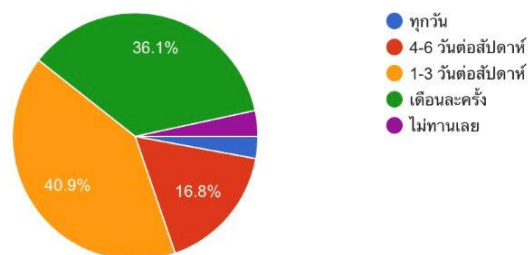
### 7. ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพประเภทใดที่คุณชื่นชอบมากที่สุด

208 responses



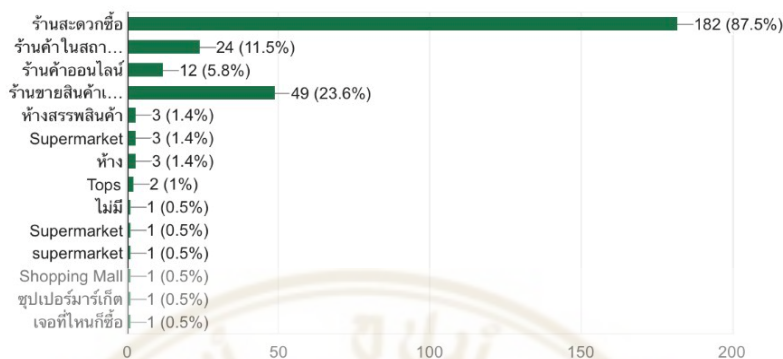
### 8. คุณรับประทานขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพบ่อยเพียงใด

208 responses

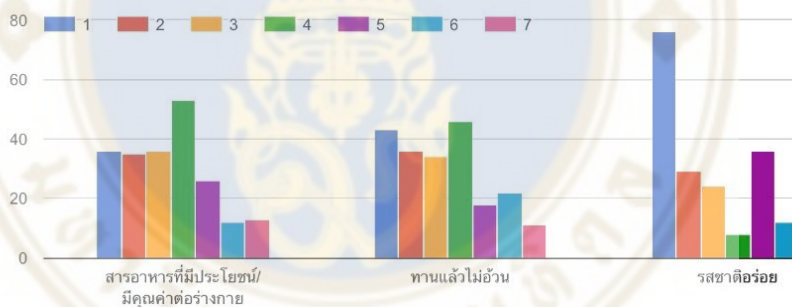


### 9. คุณเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพจากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

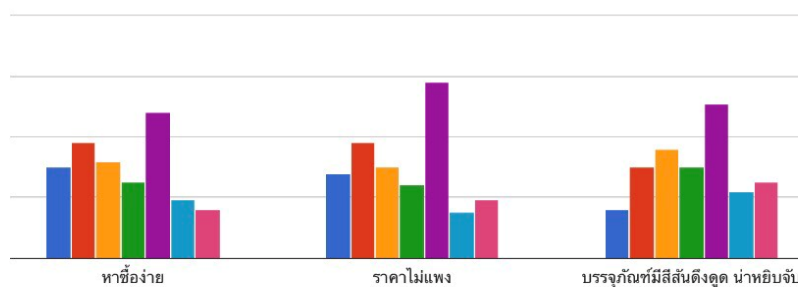
208 responses



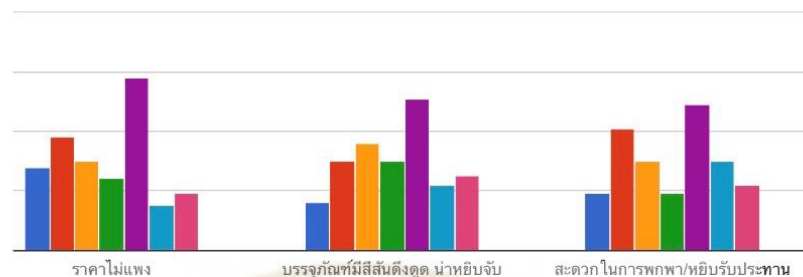
### 10. ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ คุณคำนึงถึงสิ่งใดบ้าง (เรียงลำดับ: สำคัญที่สุด 1 - สำคัญน้อยที่สุด 7)



### 10. ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ คุณคำนึงถึงสิ่งใดบ้าง (เรียงลำดับ: สำคัญที่สุด 1 - สำคัญน้อยที่สุด 7)

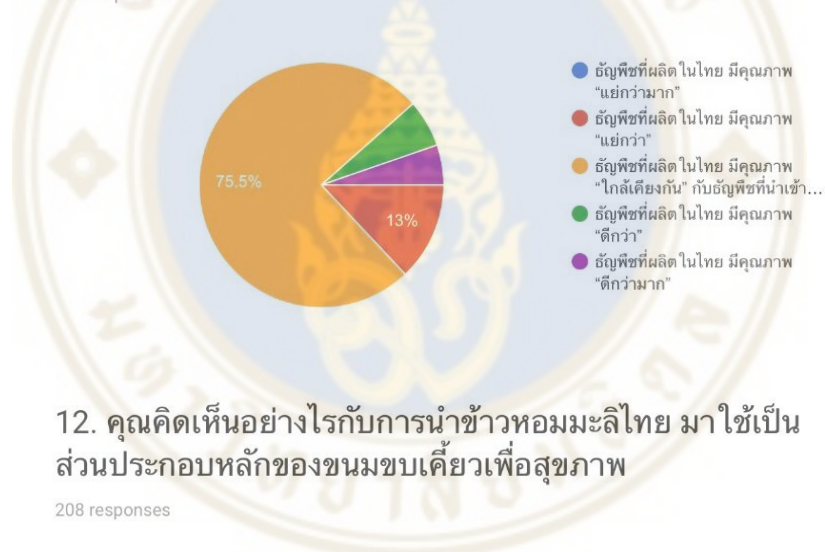


10. ในการเลือกซื้อขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ คุณคำนึงถึงสิ่งใดบ้าง (เรียงลำดับ: สำคัญที่สุด 1 – สำคัญน้อยที่สุด 7)



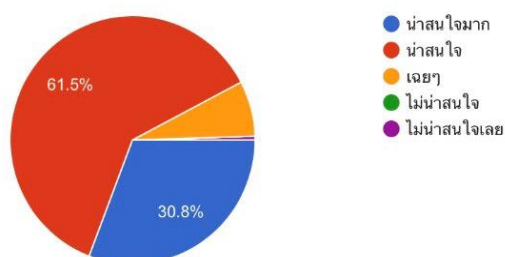
11. คุณคิดว่าธัญพืช ที่ผลิตในประเทศไทย กับธัญพืชที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ มีคุณภาพต่างกันหรือไม่ อย่างไร

208 responses



12. คุณคิดเห็นอย่างไรกับการนำข้าวหอมมะลิไทย มาใช้เป็น ส่วนประกอบหลักของขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ

208 responses





ภาคผนวก ข  
ภาพบรรยากาศการทดลองผลิต Ricenola





**ภาคผนวก ง**  
**แบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)**

<b>แบบทดสอบ Sensory Test</b>									
<b>Ricenola ขนมกรานอล่าข้าวไทย (รสดั้งเดิม)</b>									
ชื่อ..... วันที่..... ชุดที่.....1.....									
คำแนะนำ: กรุณาทดสอบตัวอย่างและใส่เครื่องหมาย ✓ลงในช่องคะแนนความชอบ/ความสนใจในแต่ละคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์									
คุณลักษณะ	ระดับคะแนน								
	ไม่ชอบมากที่สุด	ไม่ชอบมาก	ไม่ชอบปานกลาง	ไม่ชอบเล็กน้อย	เฉยๆ	ชอบเล็กน้อย	ชอบปานกลาง	ชอบมาก	ชอบมากที่สุด
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ความชอบโดยรวม									
รสชาติ									
ความหวาน									
กลิ่น									
สี									
ลักษณะที่ปรากฏ									
เนื้อสัมผัส									

คุณสมบัติ	ไม่สนใจมากที่สุด	ไม่สนใจมาก	ไม่สนใจปานกลาง	ไม่สนใจเล็กน้อย	เฉยๆ	สนใจเล็กน้อย	สนใจปานกลาง	สนใจมาก	สนใจมากที่สุด
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์หากมีวางจำหน่ายในอนาคต									

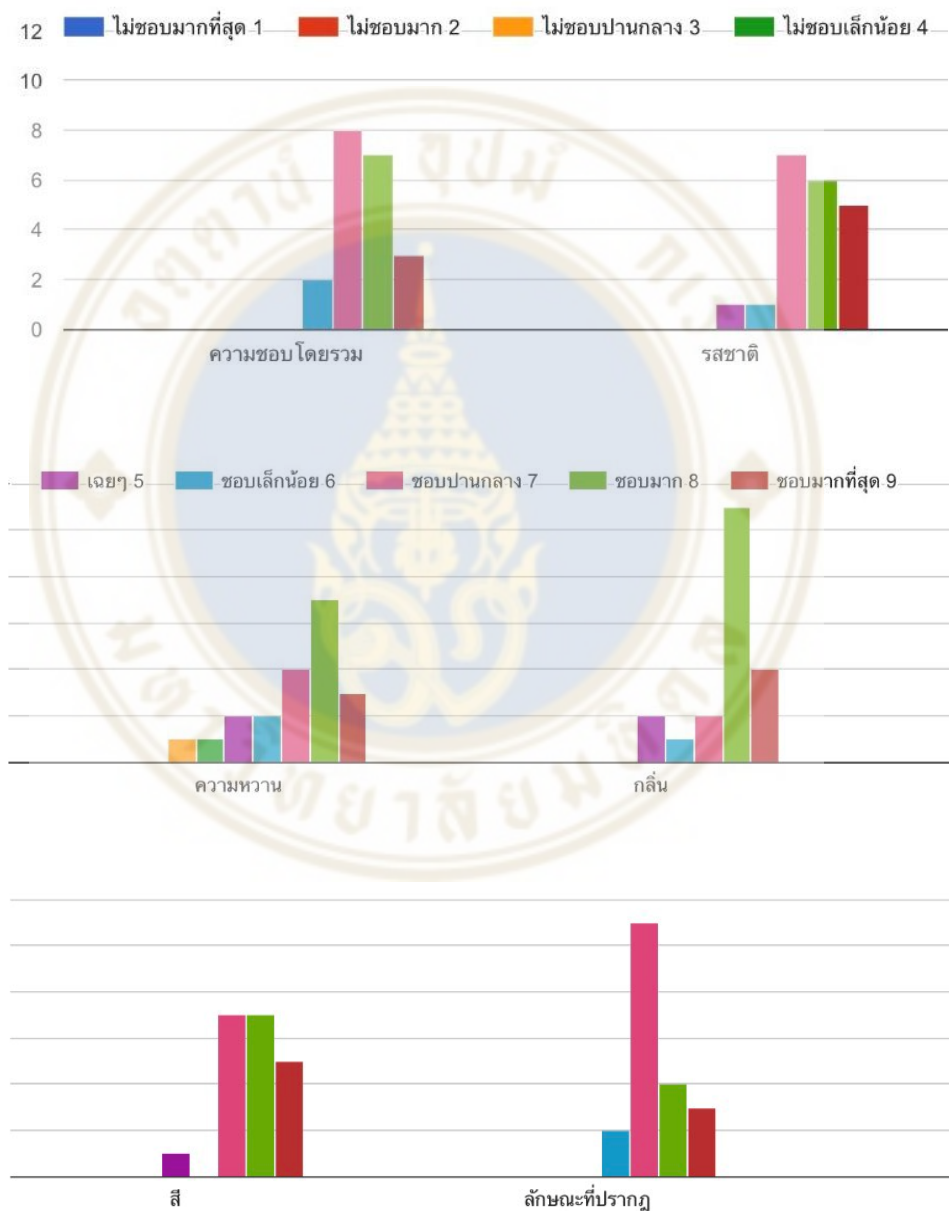
สิ่งที่คุณอยากให้ปรับปรุงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้ .....

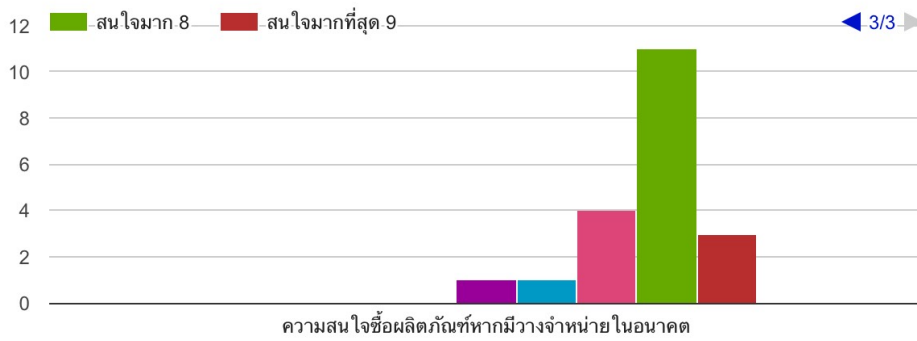
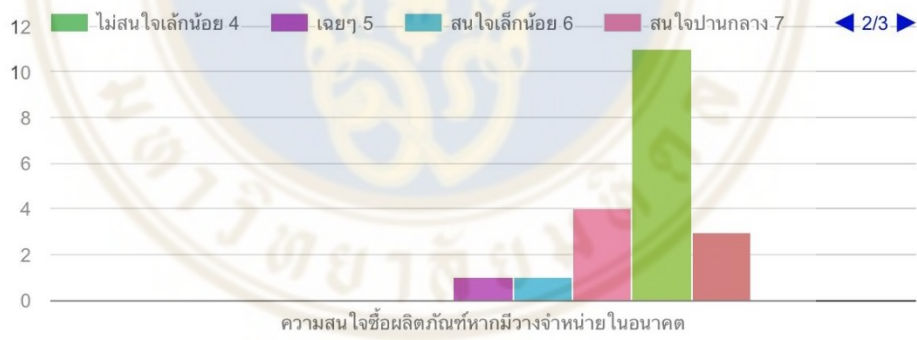
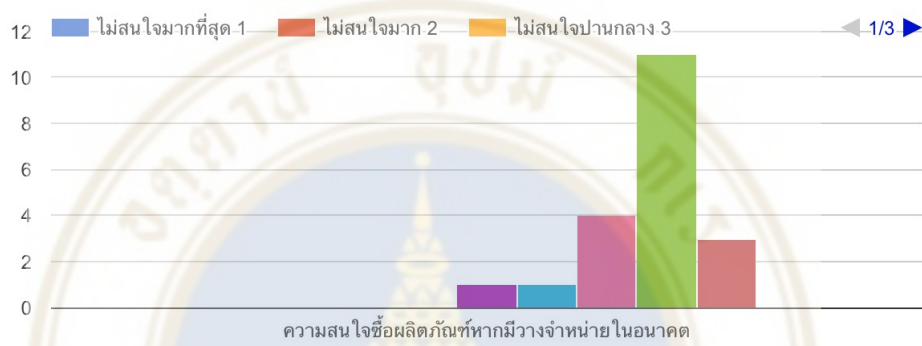
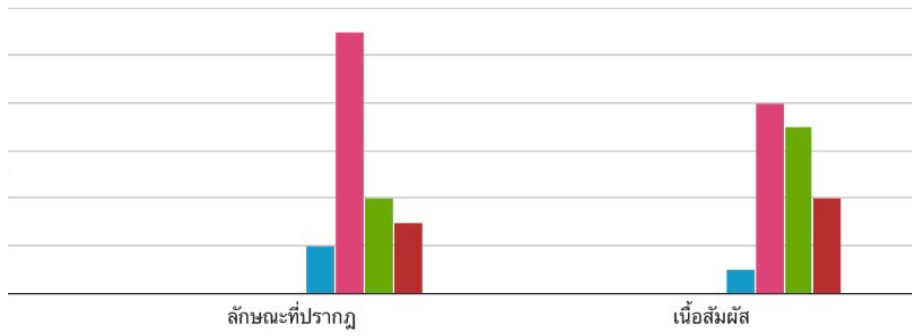
รสชาติอื่นๆของผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ที่คุณอยากรับประทาน .....

ถั่ว/ธัญพืช/ผลไม้แห้งอะไรที่คุณอยากให้มีในผลิตภัณฑ์นี้ .....

ราคาของผลิตภัณฑ์ที่คุณเต็มใจจะจ่ายในปริมาณ 35 กรัม (หรือเทียบเท่ากลางในลำทั่วไป จำนวน 1ถ้วย/ถุง) .....

**ภาคผนวก จ**  
**ผลวิจัยจากแบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)**



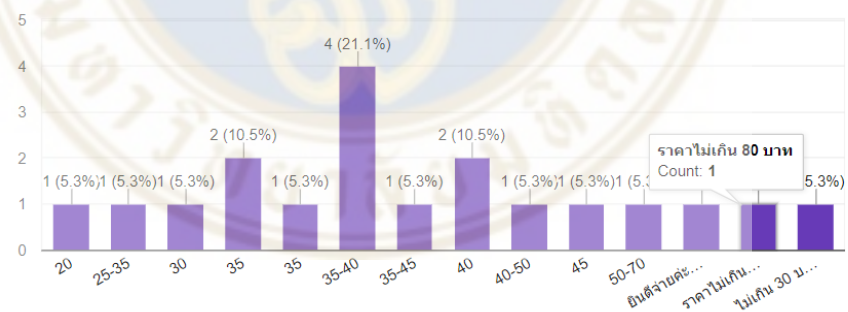


## สรุปผลการทำแบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)

คุณลักษณะ	ผลการทดสอบของกลุ่มเป้าหมาย (20คน)			สรุปผล
	ไม่ชอบ (คน)	เฉยๆ (คน)	ชอบ (คน)	
ความชอบโดยรวม	-	-	20	ชอบ
รสชาติ	-	1	19	ชอบ
ความหวาน	2	2	16	ชอบ
กลิ่น	-	2	18	ชอบ
สี	-	1	19	ชอบ
ลักษณะที่ปรากฏ	-	-	20	ชอบ
เนื้อสัมผัส	-	-	20	ชอบ
<b>คุณสมบัติ</b>				
ความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ หากมี วางจัดจำหน่ายในอนาคต	-	1	19	สนใจ

ราคาของผลิตภัณฑ์ที่คุณเต็มใจจะจ่ายในปริมาณ 35 กรัม (หรือเทียบเท่ากราโนล่า  
ทั่วไป จำนวน 1 ถ้วย/ถุง)

19 responses



## สิ่งที่คุณอยากให้ปรับปรุงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นี้

13 responses

หวานมากไป, ควรมีข้อมูลโภชนาการบอกว่าไม่อ้วน (ให้กินแล้วรู้สึกดี)
หวานเกินไป, มีลูกเคดเยอะไปทำให้รสชาติเสีย
ทุกอย่างดีหมดแล้ว
หวานไปนิดนึง
ไม่ชอบผลไม้อบแห้ง
ความเหนียวของตัวกราโนล่า
ต้องการให้ซอสต่างๆ ง่ายขึ้น
เพิ่มคาราเมลมากกว่านี้ดี
ยังไม่ค่อยรอบเท่าที่ควร และน่าจะหลากหลายรสชาติ
เนื้อสัมผัสน่าจะกรอบกว่านี้
ความกรอบของเนื้อข้าว
รสชาติที่แตกต่างกว่านี้

## ถั่ว/ธัญพืช/ผลไม้แห้งอะไรที่คุณอยากให้มีส่วนในผลิตภัณฑ์นี้

14 responses

ถั่ว, ไม่ชอบลูกเคด (ส่วนตัว)
แมคคาเดเมียบด (หั่นชิ้นเล็กๆ)
ทุกอย่างดีหมดแล้ว
ไม่ชอบผลไม้อบแห้ง
ถั่วอัลมอนด์
อะไรก็ได้ที่ทานแล้วไม่อ้วน
ผลไม้แห้งตระกูลเบอร์รี่/ลูกเคด
ธัญพืช + ผลไม้อบแห้ง
อัลมอนด์, ถั่ว
เพิ่มผลไม้แห้งตามฤดูกาล
แคนเบอร์รี่แห้ง
ถั่ว
โอเคแล้ว ถ้าเยอะไปมันจะออกเป็นธัญญาหารมากไป
ไม่มี

## รสชาติอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ที่คุณอยากรับประทาน

14 responses

ชาเขียว, โกโก้
วาซาบิ
ทุกอย่างดีหมดแล้ว
ต้องดับกลิ่นเปลือกข้าวออก
รสชาติธรรมชาติ (ไม่ปรุงรสเพิ่ม)
น้ำผึ้ง
เพิ่มผลไม้ 2-3 อย่าง
ชาเขียว, ชาไทย, สตรอเบอร์รี่
อยากให้รสชาติแตกต่างกว่าที่มีขายในท้องตลาดมากกว่านี้ หากดูรสชาติของตัวสินค้ามากกว่านี้ มีความรู้สึกคล้ายสินค้าอื่น
บาร์บีคิว, ชีส
รสชาติเข้มข้นกว่านี้
บาร์บีคิว, รสปลาหมึก
มีความเปรี้ยวของลูกเคด, ความมันจากธัญพืช, ความหวานของข้าว (สรุปกลมกล่อม)
อร่อย พอดี เหมาะสำหรับกินเวลาว่าง

ภาคผนวก ฉ

ภาพบรรยากาศการทำแบบทดสอบทางประสาทสัมผัส (Sensory Test)





### ภาคผนวก ข

## ผลการสอบถามความคิดเห็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์



## ภาคผนวก ข

### ประโยชน์ของวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ Ricenola

#### ข้าวหอมมะลิ (Jasmine Rice)



ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวที่มีลักษณะพิเศษคือ มีกลิ่นหอมอ่อนๆคล้ายกับใบเตย ดังนั้นเราจึงพบว่า คนมักนิยมรับประทานข้าวหอมมะลิกัน นอกจากนี้ยังมีอาหารแปรรูปต่างๆที่ทำจากข้าวหอมมะลิเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งสาเหตุหนึ่งที่ทำให้หลายคนสนใจรับประทานข้าวหอมมะลิ ก็คือ ประโยชน์และคุณค่าทางสารอาหารของข้าวหอมมะลินั่นเอง โดยประโยชน์ของข้าวหอมมะลิมิรายละเอียดดังนี้

1. ช่วยลดระดับไขมันคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด เนื่องจากในข้าวหอมมะลีสารตัวหนึ่งชื่อว่า Gamma – Orzanol ซึ่งสารตัวนี้มีคุณสมบัติในการช่วยลดระดับไขมันและคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด ดังนั้นจึงมีผลทำให้ระบบไหลเวียนโลหิตของเราทำงานได้อย่างเป็นปกติ เลือดจึงสามารถไปเลี้ยงส่วนต่างๆของร่างกายได้ดี ทำให้อวัยวะสำคัญของร่างกายอย่าง หัวใจ ตับ ไต มีเลือดไปเลี้ยงเพียงพอ อวัยวะใดที่เสื่อมสภาพก็กลับมาทำงานได้เป็นปกติ
2. ช่วยลดอัตราการเกิดโรคต่างๆ ไม่น่าเชื่อว่าแค่การรับประทานข้าวหอมมะลินั่นจะมีส่วนช่วยลดอัตราความเสี่ยงในการเกิดโรคต่างๆได้ ทั้งโรคหัวใจ โรคตับ โรคไต โรคเบาหวาน โรคภูมิแพ้ และ

โรคความจำเสื่อม ดังนั้นการรับประทานข้าวเช้าไปอย่างไรเสียก็ย่อมเกิดผลดีต่อร่างกายอย่างแน่นอน เหมือนดังที่คนสมัยก่อนมักพูดกันอยู่เสมอว่า “กินข้าวได้เสียก็ไม่ใช่อะไรหรอก”

3. ช่วยปรับระดับคอเลสเตอรอล ชนิด LDL ซึ่งมีโทษต่อร่างกายให้ลดต่ำลง

4. ช่วยปรับระดับคอเลสเตอรอล ชนิด HDL ซึ่งมีประโยชน์ให้เพิ่มสูงขึ้นในระดับที่เหมาะสม

5. ช่วยให้ระบบเผาผลาญทำงานได้ดี หลายคนคิดว่าการรับประทานข้าวซึ่งเป็นแป้งเข้าไปจะทำให้อ้วน ซึ่งเป็นความคิดที่ผิด เพราะในความเป็นจริง ข้าวหอมมะลิมีคุณสมบัติในการช่วยลดไขมันที่สะสมอยู่ตามส่วนต่างๆของร่างกาย และยังช่วยให้ระบบเผาผลาญของร่างกายทำงานได้ดีขึ้นอีกด้วย

6. มีโอเมก้า 3 ที่มีส่วนช่วยในการบำรุงและป้องกันภาวะเสื่อมของสมอง ซึ่งสาเหตุของโรคความจำเสื่อม โรคอัลไซเมอร์ และโรคอัมพฤกษ์

7. มีโอเมก้า 6 ที่มีส่วนช่วยให้ผิวพรรณสดใสมีน้ำมีนวล ช่วยทำให้ประจำเดือนมาเป็นปกติ ช่วยให้การ ทำงานของระบบสืบพันธุ์ทั้งของหญิงและชายเป็นปกติ และยังช่วยลดภาวะการมีบุตรยากได้อีกด้วย

8. วิตามินอี ในรูปของโทโคเฟอรอล และโทโคโทรอินอลในข้าวหอมมะลิ มีส่วนช่วยในการยับยั้ง การเกิดอนุมูลอิสระ และเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ทำให้ร่างกายของผู้ที่บริโภคข้าวหอมมะลิแข็งแรง ไม่เจ็บป่วยง่ายๆ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่ป่วยเป็นโรคภูมิแพ้ ข้าวหอมมะลิจะช่วยรักษาได้ผลดีมาก

9. ช่วยบำรุงผิวพรรณ เนื่องจากในข้าวหอมมะลิมีสารที่ชื่อว่า “เซราไมด์” ซึ่งมีคุณสมบัติที่ช่วยบำรุง ผิวพรรณให้นุ่มนวลอ่อนเยาว์ ลบเลือนริ้วรอยเหี่ยวย่น ลดจุดด่างดำ ฝ้า และกระ ดังนั้นการ รับประทานข้าวหอมมะลิเป็นประจำจะมีส่วนช่วยแก้ปัญหาผิวต่างๆเหล่านี้ได้

10. ช่วยลดอาการอักเสบ เนื่องจากในข้าวหอมมะลิมีสารไตรกรีเซอไรด์ ที่ช่วยลดอาการอักเสบ ลด อาการบวม และยังช่วยคลายกล้ามเนื้อ ทำให้เลือดในร่างกายไหลเวียนได้เป็นปกติ ไม่จับตัวเป็นลิ่ม โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ป่วยไขข้ออักเสบ หรือเป็นโรคเก๊าท์ ข้าวหอมมะลิจะช่วยรักษาได้ผลดีมาก

ที่มา: <http://sukkaphap-d.com>

## เม็ดมะม่วงหิมพานต์ (Cashew Nut)



เม็ดมะม่วงหิมพานต์ มีรูปร่างคล้ายรูปไต มีถิ่นกำเนิดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และมีการนำมาปลูกในประเทศไทย โดยปลูกมากในจังหวัดระนองและทางใต้ของประเทศ ประโยชน์ของเม็ดมะม่วงหิมพานต์มีอยู่มากมาย โดยมีสารอาหารที่ประกอบไปด้วย คาร์โบไฮเดรต ใยอาหาร โปรตีน ไขมัน (กรดไขมันอิ่มตัว) วิตามินบี1 วิตามินบี2 วิตามินบี3 วิตามินบี5 วิตามินบี6 วิตามินซี วิตามินอี แคลเซียม ธาตุเหล็ก แมกนีเซียม แมงกานีส ฟอสฟอรัส โพแทสเซียม โซเดียม และสังกะสี ทั้งนี้คุณประโยชน์ของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ สามารถแบ่งได้เป็น 10 ประเด็นดังนี้

### 1. ป้องกันการเกิดโรคมะเร็ง

เม็ดมะม่วงหิมพานต์เป็นพืชอีกชนิดหนึ่งที่อุดมไปด้วยสารแอนโทไซยานิน ซึ่งเป็นสารเดียวกับที่พบอยู่ในเมล็ดองุ่น มีฤทธิ์เป็นสารต้านอนุมูลอิสระที่ทำหน้าที่ในการยับยั้งการเกิดเนื้องอก และช่วยหยุดการแบ่งตัวของเซลล์มะเร็งได้อีกด้วย มีการศึกษาพบว่า การรับประทานเม็ดมะม่วงหิมพานต์สามารถช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดมะเร็งลำไส้ได้ และด้วยแร่ทองแดงที่มีอยู่ในเม็ดมะม่วงหิมพานต์ในปริมาณสูงก็ยังทำให้ถั่วชนิดนี้มีประโยชน์ในการยับยั้งความเสี่ยงในการเกิดโรคหัวใจได้อีกเช่นกัน

### 2. เสริมสร้างสุขภาพหัวใจ

ในบรรดาถั่วทุกชนิด เม็ดมะม่วงหิมพานต์ถือเป็นถั่วที่มีปริมาณไขมันน้อยที่สุด แกรมภายในเม็ดมะม่วงหิมพานต์นั้นก็ยังอุดมไปด้วยกรดโอเลอิก ซึ่งเป็นกรดไขมันไม่อิ่มตัวเชิงเดี่ยวที่พบได้มากในน้ำมันมะกอก โดยเจ้ากรดโอเลอิกนี้เป็นกรดไขมันที่ดีต่อสุขภาพหัวใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะจากการศึกษาพบว่า กรดโอเลอิกจะเข้าไปลดปริมาณไขมันไตรกลีเซอไรด์ในเลือด ทำให้หลอดเลือด

หัวใจแข็งแรง และลดความเสี่ยงโรคหัวใจและหลอดเลือดได้ อีกทั้งแมกนีเซียมในเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ยังช่วยลดความดันโลหิตและป้องกันไม่ให้หัวใจวาย ไม่เพียงเท่านั้น เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ยังไม่มีคอเลสเตอรอลให้กวนใจ ใครที่อยากให้อายุยืนยาวหัวใจแข็งแรงขอแนะนำให้นำมารับประทานเลยล่ะ

### 3. ช่วยให้อายุยืนยาว

เรามักจะเข้าใจว่าแคลเซียมเป็นแร่ธาตุที่มีความสำคัญกับกระดูก แต่จริงๆ แล้ว แมกนีเซียมก็สำคัญเช่นเดียวกัน เพราะนอกจากแคลเซียมแล้ว ในกระดูกของคนเราก็มียูแมกนีเซียมอยู่ด้วยเช่นกัน และเป็นแร่ธาตุสำคัญที่ช่วยในการสะสมแคลเซียมของกระดูก การขาดแมกนีเซียมอาจทำให้กระดูกไม่สามารถสะสมแคลเซียมไว้ใช้ได้เพียงพอ อีกทั้งเอนไซม์จากแร่ทองแดงที่อยู่ในเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ยังทำงานร่วมกับคอลลาเจนและอีลาสตินในร่างกาย ทำให้กระดูกและข้อต่อต่างๆ ทำงานได้อย่างแข็งแรงคงทน รวมทั้งมีความยืดหยุ่นมากขึ้นอีกด้วย

### 4. บำรุงสายตา

ประโยชน์อีกอย่างหนึ่งที่น่าอัศจรรย์ของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์นั้นมาจากสารอนุมูลอิสระตัวเล็กๆ ที่ชื่อว่าซีแซนทีน (Zea-Xanthin) ซึ่งเป็นสารอนุมูลอิสระที่เมื่อรับประทานเข้าไปแล้วก็จะถูกดูดซึมเข้าไปยังจอประสาทตา และเข้าไปช่วยป้องกันรังสี UV อีกทั้งยังช่วยป้องกันการเสื่อมสภาพของดวงตาในผู้สูงอายุได้อีกด้วย

### 5. บำรุงสุขภาพผมและผิวหนัง

ทองแดง ถือเป็นแร่ธาตุที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายซึ่งสามารถพบได้มากในเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยเจ้าแร่ทองแดงนี้มีเอนไซม์อยู่เป็นจำนวนมาก และเอนไซม์เหล่านี้ทำหน้าที่ในการเปลี่ยนตัวเองให้กลายเป็นเมลานิน ซึ่งเป็นเซลล์ที่มีความสำคัญต่อเส้นผมและผิวหนัง ช่วยให้ผมดำ และสีผิวหนังที่สม่ำเสมอ

ที่มา: <http://www.dailynews.co.th/article/249867>

<https://health.kapook.com/view127787.html>

## เมล็ดฟักทอง (Pumpkin Seed)



ในเมล็ดฟักทองมีแมงกานีส แมกนีเซียม ฟอสฟอรัส ทองแดง สังกะสี เหล็ก ทริปโตเฟนและโปรตีนอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งยังเป็นแหล่งรวมของวิตามินอี เค ซี และบี นอกจากนี้เมล็ดฟักทองยังอุดมไปด้วยโปรตีนและกรดไขมันที่จำเป็นต่อร่างกายอีกหลายชนิด โดยเมล็ดฟักทองเป็นธัญพืชที่มีผลผลิตตลอดทั้งปี ไม่ต้องแช่เย็น พกพาได้สะดวก และยังมีรสชาติหวานอร่อยอีกด้วย สำหรับคุณประโยชน์ของเมล็ดฟักทอง สามารถแบ่งได้เป็น 10 ประเด็นดังนี้

### 1. ช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลที่ไม่ดี

การบริโภคเมล็ดฟักทองสามารถช่วยลดระดับของ LDL (คอเลสเตอรอลที่ไม่ดี) ในร่างกายของเราได้ โดยในปี 2012 วารสารทางการแพทย์ของแอฟริกันได้ตีพิมพ์ข้อมูลการวิจัยว่า หนูที่เลี้ยงด้วยเมล็ดฟักทองมีระดับ HDL (คอเลสเตอรอลชนิดดี) เพิ่มขึ้นและระดับ LDL (คอเลสเตอรอลที่ไม่ดี) ลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเราควรหันมารับประทานเมล็ดฟักทองอบแห้ง 2-4 ช้อนโต๊ะทุกวัน โดยไม่ต้องเพิ่มเกลือหรือปรุงรสใดๆเพื่อสุขภาพที่ดี

### 2. การควบคุมน้ำตาลในเลือด

ในปี 2010 วารสารโรคเบาหวานและภาวะแทรกซ้อนได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเมล็ดฟักทองกับโรคเบาหวาน การศึกษาค้นคว้าครั้งนั้นแสดงให้เห็นว่า เมล็ดฟักทองสามารถช่วยควบคุมระดับอินซูลินและป้องกันภาวะแทรกซ้อนของโรคเบาหวานโดยการลดสภาวะความเครียดออกซิเดชัน (Oxidative Stress) นอกจากนี้ยังพบว่ามีส่วนผสมในน้ำมันเมล็ดฟักทองที่ช่วยป้องกันโรคไตจากเบาหวานได้อีกด้วย ดังนั้นคนที่ป่วยโรคเบาหวานจึงสามารถรับประทานเมล็ดฟักทองเป็นอาหารว่างเพื่อสุขภาพ โดยทานประมาณ 2 ช้อนโต๊ะต่อวัน

### 3. ต่อด้านโรควิตกกังวล

ในปี 2007 การศึกษาของ Canadian Journal of Physiology and Pharmacology พบว่าทริปโตเฟน (Tryptophan) ที่พบในเมล็ดพืชทองสามารถช่วยบรรเทาความวิตกกังวลได้ สมองใช้ทริปโตเฟนเพื่อทำให้เรารู้สึกมีความสุขและสบายใจ ดังนั้นหากร่างกายมีทริปโตเฟนในปริมาณน้อยจนเกินไป ก็สามารถนำไปสู่ภาวะซึมเศร้าและความผิดปกติทางอารมณ์อื่นๆได้

### 4. บรรเทาอาการโรคข้ออักเสบ

เมล็ดพืชทองและน้ำมันในเมล็ดมีคุณสมบัติช่วยลดอาการปวดและการอักเสบในข้อต่อ จึงเป็นประโยชน์มากในการรักษาโรคข้ออักเสบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคเข่าเสื่อมและโรคไขข้ออักเสบ ในปี 1995 วารสารเภสัชวิทยาวิจัยเกี่ยวกับน้ำมันเมล็ดพืชทองพบว่า สามารถรักษาโรคข้ออักเสบได้และยังไม่มีผลข้างเคียงอีกด้วย โดยการลดการอักเสบของโรคข้ออักเสบ ผู้ป่วยควรได้รับการนวดในบริเวณที่ได้รับผลกระทบด้วยน้ำมันเมล็ดพืชทองวันละ 2 ครั้งเป็นเวลา 10 นาที

### 5. ดีต่อกระเพาะปัสสาวะและต่อมลูกหมาก

เมล็ดพืชทองสามารถป้องกันภาวะกระเพาะปัสสาวะบีบตัวไวเกินปกติ (Overactive Bladder) และช่วยรักษาอาการต่อมลูกหมากโต โดยสารไฟโตสเตอรอล (Phytosterols) ที่พบในเมล็ดพืชทองสามารถช่วยลดขนาดต่อมลูกหมากโตได้ นอกจากนี้สังกะสีในเมล็ดพืชทองยังสามารถช่วยลดการปัสสาวะบ่อยในช่วงเวลากลางคืนได้อีกด้วย

### 6. ปกป้องกระดูก

เมล็ดพืชทองเป็นแหล่งที่อุดมไปด้วยแมกนีเซียม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนากระดูกและป้องกันโรคกระดูกพรุน อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงในการหักของกระดูก โดยการรับประทานเมล็ดพืชทอง 1/4 ถ้วยทุกวัน จะสามารถช่วยลดอาการของโรคกระดูกพรุนได้

### 7. ปรับปรุงสุขภาพหัวใจ

เมล็ดพืชทองมีแมกนีเซียมที่ช่วยในการทำงานของหัวใจและควบคุมความดันโลหิตสูง ทั้งมีบทบาทสำคัญในจังหวะการเต้นของหัวใจโดยสามารถป้องกันการเกิดหัวใจหยุดเต้นฉับพลันได้อีกทั้งทองแดงในเมล็ดพืชทองยังมีส่วนช่วยในการเพิ่มจำนวนของเม็ดเลือดแดงและเพิ่มการไหลเวียนของออกซิเจนในเลือดอีกด้วย

#### 8. ป้องกันและสู้กับพยาธิในลำไส้

เมล็ดฟักทองมีคุณสมบัติที่ช่วยในการกำจัดพยาธิตัวตืด พยาธิเข็มหมุดและปรสิตอันตรายอื่น ๆ ในลำไส้ (ข้อมูลจากหนังสือ The Doctors Book of Home Remedies)

#### 9. การนอนหลับ

เมล็ดฟักทองมีทริปโตเฟนอยู่เป็นจำนวนมากซึ่งร่างกายใช้แปลงเป็นเซโรโทนิน (Serotonin) และเมลาโทนิน (Melatonin) เพื่อช่วยในการนอนหลับพักผ่อนอย่างเต็มที่ รับประทานโดยผสมผงเมล็ดฟักทอง 1 ช้อนโต๊ะกับนมอุ่นๆ 1 แก้ว ทานก่อนนอนอย่างน้อย 1 ชั่วโมง

#### 10. ช่วยเพิ่มระบบภูมิคุ้มกัน

เมล็ดฟักทองอุดมไปด้วยสังกะสีที่ช่วยเพิ่มระบบภูมิคุ้มกันในร่างกาย หากร่างกายขาดธาตุสังกะสีมากๆก็จะทำให้รู้สึกอ่อนแอ เป็นหวัดง่าย เกิดสิวและมีปัญหาสุขภาพอื่นๆอีกมากมาย นอกจากนี้เมล็ดฟักทองยังมีสารต้านอนุมูลอิสระอีกหลายชนิดที่มีความจำเป็นต่อร่างกาย อย่างเช่น ซีลีเนียมซึ่งช่วยให้ร่างกายสามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว

ที่มา: <http://www.fxdio.com/10-benefits-of-pumpkin-seeds.html>



## ลูกเกด (Raisin)



ลูกเกด คือองุ่นพันธุ์ที่ไม่มีเมล็ด ผลิตโดยนำผลองุ่นมาตากแห้งหรืออบให้แห้งด้วยสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ (Sulfur Dioxide) จนได้ลูกเกดสีดำ ที่มีกลิ่นหอมและรสชาติหวาน ซึ่งลูกเกดไม่เพียงเป็นอาหารทานเล่น หรือส่วนประกอบในอาหารคาวหวานเท่านั้น แต่ยังอุดมด้วยคุณค่าทางสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากมาย ทั้งธาตุฟอสฟอรัส ธาตุแคลเซียม ธาตุเหล็ก โบรอน วิตามินต่างๆ ลูกเกดนั้นไม่มีไขมันอิ่มตัวและคอเลสเตอรอล แต่มีสารต้านอนุมูลอิสระรวมไปถึงเส้นใยอาหารสูง คุณประโยชน์ของลูกเกดในการช่วยรักษาโรคสามารถแบ่งได้เป็น 10 ประเด็นดังนี้

1. ลูกเกดอุดมไปด้วยสารแอนติออกซิแดนต์ ที่มีคุณสมบัติในการกำจัดอนุมูลอิสระออกจากร่างกาย และช่วยยับยั้งการเกิดโรคความเสื่อมของร่างกาย โดยอนุมูลอิสระนั้นสามารถเข้าสู่ร่างกายได้ทั้งทางอาหารและมลพิษ ถ้าไม่กำจัดออกมาก็จะเป็นสาเหตุให้เซลล์ในร่างกายเสื่อมเร็วและก่อให้เกิดโรคต่างๆตามมา เช่น โรคมะเร็ง โรคความแก่ ฯลฯ

2. ลูกเกดถือเป็นแหล่งรวมของฟอสฟอรัสและแคลเซียมที่ใหญ่แห่งหนึ่ง ซึ่งสูงกว่าองุ่นถึง 7 เท่า และธาตุทั้งสองชนิดนี้ก็มีความสำคัญต่อคนเรา โดยจะทำงานร่วมกันในการช่วยเสริมสร้างให้กระดูกและฟันแข็งแรง รวมทั้งยังมีส่วนสำคัญทำให้ระบบประสาทและกล้ามเนื้อทำงานได้เป็นปกติ และมีประสิทธิภาพ

3. ลูกเกดมีน้ำตาลฟรุกโทสเป็นส่วนประกอบหลัก ซึ่งเป็นน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวที่สามารถดูดซึมได้ง่ายโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการย่อย เหมาะเป็นอาหารของคนที่เป็นโรคเบาหวานรวมถึงคนทุกวัยด้วย เพราะไม่ทำให้ระดับน้ำตาลในเลือดเพิ่มมากขึ้นเท่ากับแป้งและน้ำตาลชนิดอื่น
4. ลูกเกดยังมีสรรพคุณช่วยป้องกันไม่ให้ฟันผุ ซึ่งเป็นผลมาจากน้ำตาลฟรุกโทสเช่นกัน เพราะแม้ว่าฟรุกโทสนั้นมีคุณสมบัติเป็นน้ำตาล แต่ก็ต่างจากน้ำตาลทั่วไปที่เมื่อรวมตัวกับแบคทีเรียภายในช่องปากแล้ว จะกลายเป็นกรดแลคติกซึ่งทำให้ฟันผุได้
5. ลูกเกดมีเส้นใยอาหารอยู่สูง ซึ่งมีประโยชน์ต่อร่างกายในแง่ของการช่วยให้ระบบการขับถ่ายทำงานดีขึ้น ขับถ่ายได้สะดวก ลดความเสี่ยงที่จะเป็นโรคท้องผูก โรคริดสีดวงทวาร หรือโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังช่วยลดน้ำหนักและทำให้รู้สึกอิ่มเร็วอีกด้วย
6. ลูกเกดมีเบต้าแคโรทีนที่มีประโยชน์ต่อผิวหนัง ทำให้ผิวมีสุขภาพดี ไม่แก่ก่อนวัย ผิวพรรณดูผ่องใสมีน้ำมีนวล และยังมีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงของเซลล์ในดวงตา ป้องกันโรคเกี่ยวกับดวงตาและสายตา ทำให้สามารถมองเห็น ได้ชัดเจนแม้ในที่มืด
7. ลูกเกดอุดมไปด้วยกรดทาร์ทาริก ซึ่งมีฤทธิ์ในการช่วยย่อยอาหาร ใครที่มักมีปัญหาอาหารไม่ย่อยย่อยหรือย่อยยาก โดยเฉพาะอาหารประเภทโปรตีนและไขมัน การทานลูกเกดเป็นประจำจะสามารถช่วยปัญหานี้ได้
8. ลูกเกดเป็นแหล่งของธาตุเหล็ก ที่มีความสำคัญต่อร่างกายอีกชนิดหนึ่ง มีหน้าที่สำคัญในการช่วยสร้างเม็ดเลือดแดง ซึ่งทำหน้าที่นำพาออกซิเจนไปหล่อเลี้ยงส่วนต่างๆภายในร่างกาย ช่วยป้องกันโรคโลหิตจาง และช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย
9. ลูกเกดมีโบรอนที่มีคุณสมบัติช่วยให้ร่างกายสามารถดูดซึมแร่ธาตุต่างๆ ได้ดี อาทิ ลดการดูดซึมแคลเซียมและแมกนีเซียมออกไปทางปัสสาวะ เพิ่มการดูดซึมของแคลเซียม และช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นให้แก่กระดูก

10. ลูกเกดมีสรรพคุณช่วยทำให้เจริญอาหาร เนื่องจากลูกเกดมีโพลีแซคคาไรด์หรือกรดโฟลิก ซึ่งช่วยร่างกายหายจากอาการอ่อนเพลีย อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อคุณแม่หลังคลอด โดยช่วยให้มีน้ำนมมากขึ้น

ที่มา: <http://sukkaphap-d.com>

