



แผนการตลาด

แบรนด์อ้อย

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อม

2568

ตำบลสีสุก อำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา



จัดทำโดย

ผศ.ดร.บุษกร จันทิเทวณูมาส และอาจารย์ ดร.จารุวรรณ พนมอิสระสวัสดิ์
ศูนย์ศึกษาและพัฒนาโคราซ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ภายใต้โครงการ การยกระดับโมเดลแก๊จนค้อยตลาดน้ำ เทคโนโลยี และนวัตกรรม
เพื่อเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็งและชุมชนพึ่งพาตนเอง จังหวัดนครราชสีมา

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อม แบรินด์อิมอ้อย

ความเป็นมาของธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อม วิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวและพืชผลทางการเกษตร ตำบลสีสุก อำเภोजักราช จังหวัดนครราชสีมา ภายใต้โครงการพัฒนาโมเดลแก้จนโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ร่วมกับหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.)

“มะขามป้อม” พืชที่เกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวและพืชผลทางการเกษตร ตำบลสีสุก อำเภोजักราช จังหวัดนครราชสีมา ได้ปลูกแบบอินทรีย์ไว้เป็นจำนวนมากในพื้นที่ สปก. แต่จำหน่ายเป็นผลสดได้ยากและราคาตกต่ำ ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ร่วมกับหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) จึงได้เข้าไปให้การสนับสนุนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนด้วยการยกระดับจากฐานทุนทรัพยากรที่มี ส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถสร้างรายได้เสริม จึงเกิดแนวคิดในการนำมะขามป้อมมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์โดยใช้ไซรัปอ้อยแทนน้ำตาลทราย เพื่อช่วยลดความเปรี้ยว ความฝาดเผื่อน ให้รับประทานง่ายขึ้น ซึ่งเกษตรกรของกลุ่มฯ ได้นำอ้อยที่ปลูกแบบอินทรีย์มาเคี้ยวเป็นไซรัป ไม่มีสารเคมีตกค้าง ดีต่อสุขภาพ จึงได้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อม ได้แก่ น้ำมะขามป้อม ไอศกรีมมะขามป้อม มะขามป้อมแช่อิ่ม มะขามป้อมกวน และน้ำมะขามป้อมเข้มข้น ซึ่งมีวิตามินซีสูง อุดมไปด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ มีรสชาติ “หวานน้ำอ้อย อร่อย ชุ่มคอ” ภายใต้แบรนด์ “อิมอ้อย”

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

ประเภทกิจการ / โครงการ

การผลิต การบริการ ค้าปลีก ค้าส่ง อื่น ๆ

ประเภทผลิตภัณฑ์ /สินค้า /บริการ

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อม แบรินด์อิมอ้อย ได้แก่ น้ำมะขามป้อม น้ำมะขามป้อมสปาร์คกิ้ง น้ำมะขามป้อมเข้มข้น มะขามป้อมแช่อิ่ม มะขามป้อมกวน ไอศกรีมมะขามป้อม สกรับมะขามป้อม

การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบัน

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อมมีการพัฒนาจากสมุนไพรพื้นบ้านสู่การเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปมูลค่าสูงในตลาดสากล จากสถานการณ์ตลาดในปี 2569 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของสารสกัดมะขามป้อมในตลาดโลก ซึ่งคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าสูงถึงหลายหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องระหว่างร้อยละ 5.7 ถึง 7.2 ต่อปี ซึ่งปัจจัยหนุนหลักมาจากกระแสความต้องการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันและความต้องการสารสกัดจากธรรมชาติเพื่อทดแทนสารเคมี

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมีลักษณะที่น่าสนใจคือ มีกลุ่มเป้าหมายหนึ่งมุ่งเน้นการยกระดับการบริโภค (Trading Up) โดยยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเพื่อแลกกับผลิตภัณฑ์ที่มี

ภาพลักษณ์ดี มีนวัตกรรม และมอบคุณค่าทางอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของกลุ่มผลิตภัณฑ์สกินแคร์อย่างสครับมะขามป้อม ที่ชูจุดเด่นเรื่อง "Clean Beauty" และคุณสมบัติด้านการต้านอนุมูลอิสระ ในขณะที่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งยังคงให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า (Trading Down) และให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพและความสะอาด ทำให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปขึ้นพื้นฐาน เช่น น้ำมะขามป้อม มะขามป้อมแช่อิ่ม และ มะขามป้อมกวน ยังคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้หากมีการควบคุมมาตรฐานการผลิตที่ดี

ในแง่ของผลิตภัณฑ์และการแข่งขัน มะขามป้อมได้ยกระดับจากพืชป่ากลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีการพัฒนาสายพันธุ์ให้ตอบโจทย์การแปรรูปมากขึ้น เช่น สายพันธุ์ที่ผลใหญ่และเนื้อเยื่อผู้ประกอบการต้อง คงเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านรสชาติที่มีความฝาดนำ และนำการใช้เทคโนโลยีและภูมิปัญญาในการแปรรูปเพื่อจัดสรรรสชาติแต่ยังคงสรรพคุณทางยาไว้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะรักษาจุดเด่นและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ยังคงต้องมีการทำการตลาดผ่านทั้งช่องทางแวลลู่ออฟไลน์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านอีคอมเมิร์ซ (E-commerce) ควบคู่กัน เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่ในปัจจุบัน

นอกจากนี้ สถานการณ์ตลาดของมะขามป้อมในปัจจุบันยังคงมีโอกาเติบโต โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมสุขภาพและความงาม (Wellness & Beauty) หากแบรนด์สามารถผสานคุณค่าจากธรรมชาติเข้ากับมาตรฐานความปลอดภัย และการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัยผ่านช่องทางดิจิทัล จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อมสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่ม และสร้างการเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)

- วัตถุดิบหาได้จากในพื้นที่ และปลูกแบบอินทรีย์
- ต้นทุนการผลิตต่ำ
- ผลิตภัณฑ์มีวิตามินซีสูง
- รสชาติอร่อย

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ยังขาดการส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์
- กำลังการผลิตจำกัด เนื่องจากเป็นการผลิตในระดับชุมชน อาจไม่สามารถตอบสนองต่อคำสั่งซื้อจำนวนมากในระยะเวลานานสั้นได้
- ช่องทางการจำหน่ายมักจำกัดอยู่เพียงในพื้นที่หรือการออกงานอีเว้นท์

โอกาส (Opportunities)

- เทรนด์ Wellness และ Clean Beauty กระแสโลกที่เน้นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และสารสกัดจากพืชส่งผลบวกต่อผลิตภัณฑ์สกินแคร์อย่างสครับมะขามป้อม
- ได้การสนับสนุนจากภาครัฐและมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสนับสนุนเทคโนโลยีและนวัตกรรมพร้อมใช้ (App Tech)

- กระแสรักสุขภาพ ส่งผลให้ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการอาหารเสริมภูมิคุ้มกันที่มีวิตามินซีสูง และปราศจากน้ำตาล

อุปสรรค (Threats)

- มีการแข่งขันสูง
- ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ
- ข้อกำหนดด้านมาตรฐานในการรับซื้อสินค้าเกี่ยวกับอาหาร

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- กลุ่มลูกค้าสายรักสุขภาพ
- กลุ่มลูกค้าหน่วยงานภาครัฐ
- ลูกค้าจากงานออกบูธ/อีเว้นท์
- กลุ่มลูกค้างานจัดเลี้ยง
- คนกลาง/ตัวแทนจำหน่าย
- กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวที่ซื้อของฝาก

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อมแบรนด์อิมมู้อ้อย วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้มาตรฐานความปลอดภัยต่อสุขภาพ จากวัตถุดิบอินทรีย์และมีวิตามินซีสูง

คู่แข่งชั้น

- คือกลุ่มธุรกิจที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะขามป้อมโดยตรง ทั้งในรูปแบบสกินแคร์และอาหารสุขภาพ
- สตรีบสมุนไพรร
- ขนมสุขภาพ (Healthy Snacks)
- เครื่องดื่มน้ำผลไม้ น้ำสมุนไพรร น้ำชง

การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

1. สร้างยอดขายรวมในปี 2569 เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 20%

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์หลักคือการสร้างความมั่นใจในคุณภาพโดยชูจุดเด่นเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้มาตรฐานความปลอดภัยต่อสุขภาพ จากวัตถุดิบอินทรีย์และมีวิตามินซีสูงในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่

- สครับมะขามป้อม ที่เน้นใช้วัตถุดิบจากมะขามป้อมที่อุดมไปด้วยวิตามินซีธรรมชาติและ AHA ผสมผสานสมุนไพรท้องถิ่น ช่วยผลัดเซลล์ผิวอย่างอ่อนโยน
- น้ำมะขามป้อม พัฒนาสูตรให้ดื่มง่าย ได้ความหวานจากน้ำอ้อย อร่อย ชุ่มคอ วิตามินซีสูง ตอบโจทย์กลุ่มคนรักสุขภาพที่ต้องการเสริมภูมิคุ้มกัน ได้รับการรับรองจาก ออย.
- น้ำมะขามป้อมสปาร์คคอลลิง พัฒนาสูตรให้ดื่มง่าย ได้ความหวานจากน้ำอ้อย อร่อย ชุ่มคอ วิตามินซีสูง ปราศจากแอลกอฮอล์ ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ที่รักสุขภาพ และต้องการความสดชื่น ความเย็นซ่าจากเครื่องดื่ม
- มะขามป้อมแช่อิ่ม ผลิตจากมะขามป้อมคัตไซส์ ชุ่มคอ แช่อิ่มด้วยน้ำอ้อย
- มะขามป้อมกวน ผลิตด้วยกรรมวิธีที่มีมาตรฐานความสะอาดและรสชาติอร่อย ปราศจากน้ำตาล โดยบรรจุในซองซิปล็อกที่พกพาสะดวก เหมาะสำหรับเป็น Healthy Snack
- ไอศกรีมมะขามป้อม รสชาติหวานความเปรี้ยวหวานพร้อมเนื้อมะขามป้อม พร้อมท็อปปิ้งพริกเกลือสามรสและไซร์บ้อ้อย
- น้ำมะขามป้อมเข้มข้น ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มพร้อมชง สามารถชงได้ทั้งน้ำร้อนและเย็น และเก็บไว้ได้นานโดยไม่ต้องแช่เย็น สามารถนำไปเป็นส่วนผสมของอาหารได้หลายประเภท

ด้านราคา

35-79 บาท

ด้านช่องทางการจำหน่าย

- งานออกบูธ/อีเว้นท์
- งานจัดเลี้ยง/ประชุม/สัมมนา
- ร้านขายของฝาก
- ร้านสุขภาพ
- ตลาดนัด
- คนกลาง/ตัวแทนจำหน่าย
- ช่องทางออนไลน์

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์
- จัดโปรโมชั่นแถม
- จัดโปรโมชั่นลดราคา

“นั่งเดินนาดูดาวเกี่ยวข้าวสีสุก”												
ถ่ายทอดองค์ความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์												
กิจกรรมเปิดศูนย์ส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุและจำหน่ายสินค้าชุมชน “ตำบลสีสุก” อ.จักราช จ.นครราชสีมา												

แผนฉุกเฉินหรือแผนประเมินความเสี่ยง

ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
วัตถุดิบมะขามป้อมขาดแคลนเนื่องจากมะขามป้อมมีระยะเก็บเกี่ยวปีละ 1 ครั้ง	ไม่สามารถผลิตสินค้าจำหน่ายนอกฤดูได้	สำรองวัตถุดิบด้วยการทำมะขามป้อมแช่แข็งไว้รองรับการผลิตนอกฤดู
ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงขึ้นเนื่องจากราคาน้ำมัน	ต้นทุนค่าใช้จ่ายในสูงขึ้นกระทบต่อผลกำไรที่ได้รับ	การรวมกลุ่มพันธมิตร ในฐานะวิสาหกิจชุมชน ควรประสานงานกับกลุ่มอื่นเพื่อแชร์รถขนส่งสินค้าในการเดินทางไปยังงานแสดงสินค้าเดียวกันเพื่อหารค่าใช้จ่ายน้ำมัน หรือพิจารณายกเลิกออกงานขนาดเล็กหรือระยะทางไกลที่ไม่คุ้มทุน