

ปีที่ 28 ฉบับที่ 9776 วันจันทร์ที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2558 หน้า 9

เส้นทางนวัตกรรม 'วันสนันท์'

● บุชร กุ๊ส

วนสนันท์ แบรินด์สินค้าของฝากจาก เชียงใหม่ที่ใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย มี คุณภาพและปลอดภัยต่อผู้บริโภค กระทั่งเป็นที่รู้จัก และยอมรับไกลถึงทั่วโลกจากแหลมไอบีเอเค แคมพูบิ๊อปและข้าวซอยกึ่งสำเร็จรูป

"ความสำเร็จของนวัตกรรมไม่ใช่ได้มาโดย บังเอิญ แต่เกิดจากความมุ่งมั่นในการนำวิทยาศาสตร์ มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีคุณภาพและ มาตรฐาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสายตาของลูกค้า เริ่มต้นจากแหลมไอบีเอเค ที่ผ่านการพัฒนา และพิสูจน์ว่ารับประทานได้ทันที ซึ่งแตกต่างจากแหลมทั่วไป" ชลากร เอกชัยพัฒน กุล ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ การตลาดต่างประเทศ บริษัท เชียงใหม่วันสนันท์ จำกัด กล่าวถึงเคล็ดลับความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ของฝากท้องถิ่นที่อยู่มากว่า 30 ปี

เทคโนโลยีคือความสำเร็จ

คอนเซ็ปต์หลักคือ การนำผลิตภัณฑ์พื้น เมืองที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น มาผสมผสานกับ เทคโนโลยีอาหารให้กลายเป็นสินค้านวัตกรรมที่มี มาตรฐานกระบวนการผลิต เช่น แกงฮังเล ลาบคั่ว แบบเชียงใหม่ แกงแค ที่เป็นเมนูพื้นเมืองบรรจุใน ห่อฟอยล์ พร้อมทาน หรือเป็นสินค้าของฝาก

ล่าสุดได้พัฒนาเมนูข้าวซอยกึ่งสำเร็จรูปบรรจุ ลงในถุงรีทอร์ทแพคเกจ ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว ทำจากฟิล์มหลายชนิดมาเชื่อมประสาน สามารถทน ต่อความร้อนและความดันสูงเหมือนกับกระป๋อง และ สามารถเก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิห้องได้ น้ำหนักเบา ขนส่ง ง่าย ทั้งยังช่วยรักษาคุณภาพด้านต่างๆ ของอาหาร เช่น สี กลิ่น รส เนื้อสัมผัสของอาหารได้ดี บวกกับรสชาติที่ เป็นเอกลักษณ์ของอาหารภาคเหนือ ชาวต่างชาติสามารถ รับประทานได้รวมทั้งสามารถนำไปฝากคนไทยในต่าง ประเทศได้ด้วย ขณะที่ลูกค้าในประเทศจะเป็นกลุ่ม นักศึกษาไปจนถึงคนทำงาน ไม่กลัวที่จะทดลองของ ใหม่ สามารถตอบสนองวิถีชีวิตที่ต้องการความรวดเร็ว สะดวกสบาย

ทั้งนี้ เมื่อ 2 ปีก่อนได้สร้างความฮือฮาให้กับ



ตลาดแคมพูบิ๊อปด้วย "แคมพูบิ๊อป" โดยนำแคมพูบิ๊อปกลม ร้อนให้พองตัวขึ้นมาแทนวิธีการ ทอดเหมือนเดิมที่ต้มน้ำมันถึง 30% แต่เมื่อเปลี่ยนวิธีการผลิตปรากฏว่าหมู 1 กิโลกรัม ให้ผลผลิตแคมพูบิ๊อปที่น้ำหนัก 8 ชีด และ จากการวิเคราะห์พบว่า ไขมันเหลือ 20% ที่สำคัญ สามารถเก็บได้นานขึ้นถึง 60 วัน เมื่อต้องการรับ ประทานเพียงนำเข้าไมโครเวฟเท่านั้น

โครงการแคมพูบิ๊อปดังกล่าวได้รับทุนสนับสนุน จำนวนหนึ่งจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในอนาคตจะพัฒนาแคมพูบิ๊อป เป็นขนมขบเคี้ยว ขณะเดียวกันก็จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ กึ่งสำเร็จรูปออกสู่ตลาดมากขึ้น เช่น หมูตุ๋น น้ำต้มยำ แกงเขียวหวานและ ต้มยำไก่

สร้างจุดแข็ง&แบรนด์

"นวัตกรรมเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้และพัฒนา ต่อเนื่อง ในแต่ละปีบริษัทให้ความสำคัญกับการลงทุน พัฒนาและวิจัยเทคโนโลยีที่นำมาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ส่งผลให้แบรนด์วันสนันท์เติบโต

มาได้จนถึงทุกวันนี้ ผลจากการลงทุนดังกล่าวกลายเป็นจุดแข็งและจุดเด่น รวมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือให้ กับแบรนด์ในสายตาผู้บริโภค ไม่ใช่แค่อร่อยแต่ยังมี คุณภาพและมาตรฐานอีกด้วย"ชลากร กล่าว

ปัจจุบันบริษัทมีรายได้รวมปีละ 25 ล้านบาทมา จากสินค้า 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มผักผลไม้แปรรูป กลุ่มสินค้าแช่แข็ง เช่น แหลม หมูยอ ไส้กรอก ได้อิว กลุ่มสินค้าแช่แข็ง กลุ่มอาหารเหนือแปรรูปและกลุ่ม อาหารเจ สัดส่วนรายได้หลัก 60% มาจากกลุ่มอาหาร แปรรูป ที่เหลือ 40% เฉลี่ยในแต่ละกลุ่ม

ชลากรในฐานะทายาทที่มรดกงานต่อ กล่าวว่ ไม่ง่าย กับธุรกิจนี้ เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจไม่ดีจึงต้องพยายาม หาตลาดใหม่เพื่อให้ยอดขายได้ตามเป้าหมาย ซึ่งปีนี้ตั้งเป้า โต 10% ส่วนหนึ่งมาจากการขยายตลาดออกต่างประเทศใน ประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่นและประเทศเพื่อนบ้าน

อนาคตหากมีความพร้อมจะแต่งตั้งตัวแทน จำหน่าย ขณะเดียวกันก็ยึดแนวทางการนำวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีมาใช้ต่อยอดธุรกิจ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าที่ ใสใจสุขภาพ พร้อมไปกับการพัฒนากระบวนการผลิต ให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับระดับประเทศและ ต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมอาหาร