

ปีที่ 28 ฉบับที่ 9797 วันจันทร์ที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2558 หน้า 7

วิทยาศาสตร์ยกระดับรังนก



idea

● บุขกร กุศล

รังนกพร้อมดื่มพาสเจอร์ไรซ์ และรังนกอบแห้งแบบพรีซดราย ผลผลิตจากการยกระดับชิ้นส่วนรังนกที่เหลือจากการขายรังนกแห้ง และก้อนด้วยเทคโนโลยีการทำรังนกแช่เยือกแข็งผสมผสานตำรับจีนโบราณ ส่งขายในประเทศจีนได้สำเร็จ เพิ่มโอกาสขยับรังนกขึ้นเป็นโปรดักส์แชมเปียนของแบรนด์ "จิงเยี่ยนแป๋" ทัดเทียมแบรนด์ต่างชาติ

: สร้างมูลค่าเพิ่มให้รังนก

จากก่อนหน้านี้ต้องเผชิญวิกฤติ เมื่อทางการเงินประกาศห้ามนำเข้ารังนกธรรมชาติจากต่างประเทศ เพราะพบสารไนโตรซิกเกินมาตรฐาน พิกุล เจริญค้า ห้างหุ้นส่วนจำกัด จิงเยี่ยนแป๋รังนก จึงขอความช่วยเหลือจากนักวิจัยมาพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน เริ่มตั้งแต่การคัดเลือก



รังนกมาทำความสะอาด แยกขน อบอุ่นฆ่าเชื้อโรค กระทั่งได้มาตรฐานตามที่ทางการเงินกำหนดและสามารถส่งไปจำหน่ายในประเทศจีน ขณะเดียวกันก็มีแนวคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชิ้นส่วนรังนกที่เหลือด้วยการนำมาทำรังนกพร้อมดื่มแบบพาสเจอร์ไรซ์ ที่มีอายุไม่เกิน 15 วัน แต่ยังไม่ตอบ

เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ที่ได้พัฒนาวิธีการผลิตจนทำให้สามารถยืดอายุยาวขึ้นเป็น 6 เดือนโดยไม่ใส่สารเคมี ผลปรากฏว่า ได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคจึงขยายไลน์ผลิตภัณฑ์รังนกพร้อมดื่ม ด้วยการนำน้ำผึ้งธรรมชาติเข้ามาใส่เพื่อเพิ่มรสหวานในปริมาณที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่เป็นเบาหวานให้สามารถบริโภคได้ด้วย

ราคาจำหน่ายรังนกแห้งเกรด 1 A 2A และ 3A กรัมละ 83 85 และ 88 บาทตามลำดับ เมื่อผลิตเป็นรังนกพร้อมดื่ม รสดั้งเดิม (ไม่ใส่น้ำตาล) 30 กรัม ราคาจะเพิ่มเป็น 370 บาท ส่วนสูตรผสมน้ำผึ้งราคา 390 บาท ส่งผลให้รายได้ในปีนี้เติบโตถึง 50% เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ 20% คาดว่า

ในปีหน้าจะสามารถคืนทุน โดยกลุ่มลูกค้าหลัก 80% เป็นคนจีน หรือคนไทยเชื้อสายจีน ส่วนที่เหลือ 20% เป็นกลุ่มผู้ป่วยหรือผู้ที่ต้องการผลิตภัณฑ์บำรุงร่างกาย

: ส่งไฟต์ชิงแบรนด์รุกตลาดไทย

พิกุล กล่าวว่า ในอนาคต แนวทางการทำธุรกิจ จะแตกแบรนด์ใหม่ เพื่อขยายฐานลูกค้าในประเทศ ที่ไม่เคยบริโภครังนกบ้าน ซึ่งมีจุดเด่นที่คุณภาพและปริมาณมากกว่าแบรนด์รังนกเกาะ ขณะนี้ราคาต่ำกว่า 5-15% พร้อมทั้งใช้กลยุทธ์ราคาเข้ามาดึงดูดใจลูกค้า เนื่องจากบริษัทมีงบจำกัดไม่สามารถแข่งขันกับแบรนด์ต่างประเทศ ดังนั้น ภายใน 1-2 ปีนี้มี

แผนที่ลงทุนกว่า 50 ล้านบาทในการขยายโรงงานผลิตและทำฟาร์มเลี้ยงนกนางแอ่นบ้าน จากปัจจุบันรับซื้อจากผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ

สำหรับกลยุทธ์การทำตลาดของ จิงเยี่ยนแป๋ เน้นการทำตลาดออนไลน์ซึ่งประหยัดที่สุด ทั้งยังเข้าถึงเครือข่ายคนรุ่นใหม่ในยุคออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว แถมวัดผลได้รวดเร็วทันใจด้วย อาทิ WeChat ซึ่งมีผู้ใช้งานในประเทศไทย 600 ล้าน

ปัจจุบัน WeChat ถูกนำมาผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ก่อให้เกิดฟีเจอร์ที่ใช้งานได้อย่างแพร่หลายและใช้งานได้ง่าย โดยเฉพาะกับแบรนด์

จากต่างประเทศที่ต้องการใช้เป็นช่องทางทำตลาดในประเทศไทย ที่สำคัญจะเป็นการร่วมสร้างคอนเทนต์ท้องถิ่นที่เป็นภาษาจีนอีกด้วย

"เราต้องพัฒนาตัวเองตลอดเวลา ไม่มีกรอบ ไม่มีข้อจำกัด เน้นการพูดคุยกับพันธมิตรและซัพพลายเออร์ว่า มีอะไรใหม่ที่เราสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด เพราะความหวังสูงสุดของเราคือ การเป็นแบรนด์รังนกสัญชาติไทยที่คนไทยและคนต่างชาติ โดยเฉพาะจีน อาเซียนและตะวันออกกลาง กล้าบริโภคและเป็นของฝาก คาดว่า 10 ปีข้างหน้า ยอดขายทะลุ 100 ล้านบาท" พิกุล หิงห้าย