BangkokBizNews.com
กรุงเทพธุรกิจ

ปีที่ 29 ฉบับ 10135 วันพุธที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2559 หน้า 9

# อิ่มท้อง ด้วยพุดดิ้งใส่นวัตกรรม

creative

บวร วิเชียรสินธุ์ ร่วมกับสถาบันโภชนการมหิดลสร้างผลิตภัณฑ์อาหารใหม่

● บุษกร ภู่แส

**พุดดิ้งพร้อมสารอาหารครบ 5 หมู่พร้อมรับประทาน เป็นผลิตภัณฑ์สิ่งปรุงจากแล็บสถาบันโภชนการมหิดล ได้รับการสนับสนุนงบ 407,500 บาท จากโครงการคูปองนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หวังเปิดเซกเมนต์ใหม่ในตลาดอาหารและเครื่องดื่มพร้อมรับประทาน**

**ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ในยุคไฮสปีด**

**อาหารสำเร็จรูปพร้อมกินเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตที่เร่งรีบ แต่พื้นที่ในตลาดถูกผู้ประกอบการรายใหญ่ยึดครองแล้ว จึงเป็นเรื่องยากสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่จะเข้ามาแทรก กลายเป็นแรงกดดันให้เกิดการคิดค้นสินค้ารูปแบบใหม่คือ พุดดิ้งและสมูทตี้ที่รับประทานง่ายและมีสารอาหารครบ ภายใต้แบรนด์ Taste 'n Time โดยบริษัท วิชไวย์ กรุ๊ป จำกัด ที่อาศัยองค์ความรู้จากสถาบันโภชนการมหิดล**

## : ทางเลือกของคนยุคไฮสปีด

"ผมกลับมาจากอเมริกาได้ 4 ปีก็อยากทำธุรกิจด้านอาหารส่งออก เนื่องจากไทยเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์มาก จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งและสมูทตี้พร้อมรับประทานจากผลไม้ไทย จึงเข้ามาคุยกับนักวิจัยที่สถาบันโภชนาการฯ จากนั้นใช้เวลาปีกว่าทำการวิจัยกระทั่งสำเร็จ" บวร วิเชียรสินธุ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท วิชไวย์ กรุ๊ป จำกัด กล่าว

แม้สถานการณ์ในการทำธุรกิจจะไม่ใช่เรื่องง่าย แต่บวรก็พยายามปรับกระบวนการผลิตและกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เข้ากับพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป เพื่อให้เข้าถึงทิศทางที่อุตสาหกรรมอาหารจะมุ่งไปในอนาคตได้ เช่น การปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละประเทศซึ่งมีรสนิยมแตกต่างกันทั้งรสชาติและรสสัมผัสต่างๆ โดยได้รับการแนะนำจากตัวแทนจำหน่ายในแต่ละประเทศ เป็นต้น

"วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์คือ ทำให้ชีวิตง่ายขึ้นด้วยการบริโภคพุดดิ้งหรือสมูทตี้ที่มีสารอาหารที่ร่างกายต้องการใน 1 มื้อครบได้ง่ายๆ แค่บิดฝาที่ถุงแล้วดูดง่ายกว่าการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปหรืออาหารปิ้ง ย่าง โดยเฉพาะหนุ่มสาวออฟฟิศที่ไม่ค่อยมีเวลารับประทานมื้อเช้า และมื้อเย็น ขณะนี้อยู่ระหว่างการเจรจากับโมเดิร์นเทรดและร้านสะดวกซื้อเพื่อวางขายสินค้า"

(ต่อด้านหลัง)

บวร กล่าวว่า คอนเซปต์ของ Taste 'n Time คือเป็นอาหารไลฟ์สไตล์สำหรับผู้ที่ใช้ชีวิตเร่งรีบ ในประเทศจะชิมลางตลาดด้วยผลิตภัณฑ์พุดดิ้ง 2 รสชาติคือกาแฟกับสตรอว์เบอร์รี ส่วนผลิตภัณฑ์สมูทตี้มี 3 รสชาติ มะม่วงน้ำดอกไม้ มังคุดและมะพร้าวน้ำหอมจะวางจำหน่ายในต่างประเทศ

ทั้งนี้ ในส่วนของคูปองนวัตกรรมจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์พุดดิ้งที่มีสารอาหารครบห้าหมู่ โดยใช้เทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์การอาหารและโภชนาการในการหาสัดส่วนที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ให้สามารถคงรูปเป็นเจล และป้องกันการตกตะกอนของส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ ทำให้มีคุณค่าทางโภชนาการสูงขึ้น ทั้งโปรตีน คาร์โบไฮเดรตและไขมัน ทั้งยังเพิ่มวิตามินและแร่ธาตุที่จำเป็นกับการบำรุงสมองและการทำงานของร่างกาย

"พุดดิ้งพร้อมรับประทานถือว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ไม่ได้เข้ามาแข่งกับอาหารสด เพราะเชื่อว่ามีกลุ่มคนทำงานที่ไม่มีเวลา ซึ่งมักจะไม่รับประทานอาหารเช้า เราจึงเป็นทางเลือกให้อิ่มท้องและได้สารอาหารด้วย เป้าหมายต่อไปจะพัฒนาสูตรสำหรับกลุ่มนักกีฬาและเด็ก"

## มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ

ในฐานะผู้ประกอบการหน้าใหม่ เขาต้องปรับตัวพอสมควรจากเดิมคิดว่า งานทำได้เร็วกว่านี้ แต่ทุกย่างก้าวในการทำงานเจอปัญหาอุปสรรคทุกขั้นตอน อาทิ สูตรผลิตภัณฑ์มีการปรับหลายรอบกว่าจะลงตัว เพื่อทดสอบการตอบรับของลูกค้าเบื้องต้นก่อนที่จะเปิดตัวสินค้าอย่างเต็มตัว

จากการได้คุยกับกลุ่มลูกค้าจากต่างประเทศ ที่สนใจนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายนั้น ทำให้รับรู้ถึงรสนิยมการบริโภคของแต่ละประเทศ ทั้งรสชาติ รสสัมผัส ที่ไม่เหมือนกัน ทำให้ต้องเรียนรู้ใหม่หมดทุกขั้นตอน บางครั้งทำให้รู้สึกท้อบ้างแต่เมื่อนึกถึงความสำเร็จที่กลับมาในอนาคต ทำให้มีกำลังใจเดินหน้าต่อไป

"ถ้ามีโอกาสที่จะทำความฝันให้เป็นจริง เราก็จะตื่นขึ้นมาอย่างมีความหวังและแรงที่ผลักดันให้ไปถึงจุดนั้นให้เร็วที่สุด" บวรกล่าว