

ปีที่ 31 ฉบับ 10728 วันจันทร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 หน้า 24

‘นวัตกรรมเอสเอ็มอี’

• สาลีณี กับพลา
กรุงเทพฯธุรกิจ

อิงวิจัยขยับโตยั่งยืน

สวนเกษตรสร้างแบรนด์ “ซีแอนด์ซัน” ส่งดอกเกลือเกรดพรีเมียมชิงตลาดสุขภาพ พร้อมต่อยอดสู่ดอกเกลือปรุงรส ขณะที่ “บ้านมะขาม” พัฒนาระดับด้วยการวิจัยและพัฒนา เตรียมขยายฐานลูกค้าสู่กลุ่มเด็กที่เน้นของกินเล่นสร้างสรรค์สไตล์ไทยๆ

สองแบรนด์อาหารจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คงแขนกันรับรางวัล SME สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จากงาน “เซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทย ยั่งยืน 2560” ปีที่ 2 กระตุ้นความสนใจให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ เกิดแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

‘ดอกเกลือ’ปรุงรสด้วยไอเดีย

ธุรกิจนาเกลือของครอบครัวที่ทำมานานกว่า 40 ปี ผลผลิตที่ได้ก็ขายผ่านพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อถึงที่ กระทั่งรู้สึกว่าคุณค่ามาก ผนวกรวม สุธพันธ์ ตัดสินใจสร้างแบรนด์ ซีแอนด์ซัน (Sea & Sun) สำหรับขายดอกเกลือทะเลธรรมชาติ ในช่วงแรกเป็นเพียงการขายในถุงพลาสติกเย็บด้วยแม็ก กระทั่งเธอนำดอกเกลือไปปรุงอาหารแล้วอ้อพวีดีโอในโซเชียลมีเดีย ทำให้ดอกเกลือได้รับความสนใจในกลุ่มแม่และเด็ก

ทั้งนี้ ดอกเกลือเป็นเกลือจากผิวน้ำ มีความบริสุทธิ์สูง เค็มน้อยกว่าเกลือทั่วไป มีไอโอดีนสูงและอุดมไปด้วยแร่ธาตุต่างๆ ตามธรรมชาติ จึงตอบโจทย์ตลาดแม่และเด็ก ส่งผลให้ซีแอนด์ซันไปได้ดีกับตลาดออนไลน์ จึงเริ่มปรับบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม พร้อมส่งตัวอย่างดอกเกลือไปตรวจหาแร่ธาตุชนิดต่างๆ ที่สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อนำมาระบุอ้างอิงในฉลาก สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค พร้อมทั้งเดินทางไปเพิ่มช่องทางจำหน่ายให้ใกล้ผู้บริโภคที่สุด จึงติดต่อไปที่ Shopat24 กระทั่งสามารถ

สร้างยอดขายได้มากกว่า 700 ยูนิต์ในครั้งแรก

“เราอยากไปได้มากกว่าเดิม จึงเริ่มพัฒนาดอกเกลือปรุงรส เนื่องจากลูกค้าที่ใช้ดอกเกลือเป็นวัตถุดิบทำขนมไทยมีความต้องการกลิ่นใบเตยด้วย ประกอบกับได้ไปฮ่องกงและพบว่ามีการปรุงรสทั้งรสกระเทียม รสเนื้อ จึงจุดประกายว่าดอกเกลือก็สามารถทำได้และจะเป็นการปรุงรสธรรมชาติที่ไม่ใช่ผงปรุงรสอย่างที่นิยมใช้ในอาหารทุกจาน” ผนวดี ในฐานะกรรมการผู้จัดการ บริษัท คอสท์เพอร์เฟกต์โปรดักส์ จำกัด กล่าว

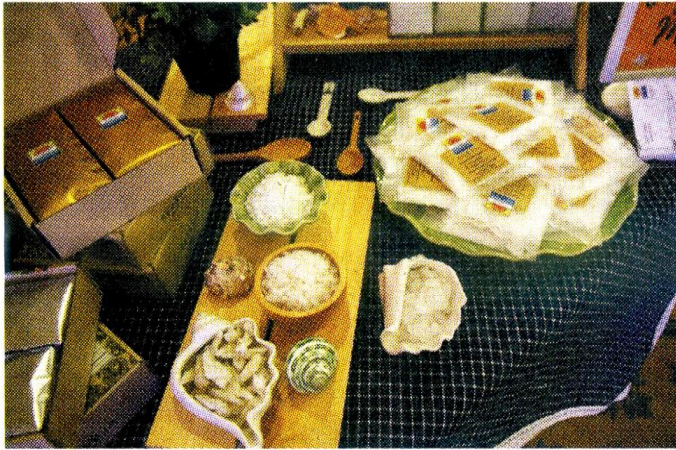
ผนวดีอยู่ระหว่างการพัฒนาสูตรดอกเกลือรสใบเตย รสปลา รสกุ้งและรสปลาหมึก โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ 100% แม้ว่าคอร์สต้นทุนจะสูงกว่าผงปรุงรสสำเร็จรูป แต่เธอมั่นใจว่า ผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยและมาจากธรรมชาตินี้จะตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่รักสุขภาพ เด็ก ผู้สูงอายุและคนป่วยที่ต้องจำกัดความเค็ม

บ้านมะขาม เดิมหน้าด้วยวิจัย

สำหรับมะขามพร้อมรับประทาน ผลผลิตจากสวนที่เพชรบูรณ์ของครอบครัวส่งขายที่ตลาดละลายทรัพย์และร้านขายส่ง ก็ต้องเผชิญจุดเปลี่ยนเมื่อ “นิวัฒน์ ไชวงค์ ประเสริฐ” มองเห็นร้านสะดวกซื้อกำลังบูมและติดต่อนำผลิตภัณฑ์เข้าไปวางขายได้สำเร็จในปี 2546

“ตอนนั้นเราปรับตัวเยอะมากทั้งบรรจุภัณฑ์ โครงสร้างบริษัท โรงงานผลิต รวมถึงมีลูกค้าต่างชาติต่อยอดจากการเห็นสินค้าในร้านสะดวกซื้ออีกด้วย” ชนิกันต์ ไชวงค์ ประเสริฐ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อบริษัท สวนผึ้งหวาน จำกัด ผู้ผลิตแบรนด์บ้านมะขาม กล่าว

ในขณะเดียวกันก็เริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยตั้งทีมวิจัยและพัฒนาของตนเอง



ดอกเกลือปรุงรสและมะขามแปรรูป ได้รับรางวัล “เซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน”

ออกมาในรูปแบบของมะขามเคี้ยวหนึบและ พัฒนาอายุการเก็บรักษาให้นานขึ้น ขยายสู่ ตลาดได้มากขึ้นและโกอินเตอร์ไปในจีน ญี่ปุ่น เกาหลี ตะวันออกกลาง และจะเริ่ม เข้าตลาดยุโรปในปี 2561

ชนิกานต์ กล่าวว่า ปีที่ผ่านมาสร้าง รายได้กว่า 220 ล้านบาท และในปีนี้ตั้งเป้า รายได้ 300 ล้านบาท จากตลาดต่างประเทศ และตลาดออนไลน์ พร้อมกับจะออก ผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ เช่น มะขามพร้อมดื่ม ซอสมะขาม น้ำมะขามเปียกพร้อมใช้ เป็นต้น

“เราถนัดเรื่องของกินเล่นและผลไม้อบแห้ง เมื่อเข้ามาช่วยงานก็เริ่มสร้างแบรนด์ ลูกในชื่อ เลิฟฟาร์ม (Love Farm) ตามแนวคิด Creative Thai Snack ที่อยาก ให้ของกินเล่นที่คุ้นเคยอยู่ในรูปแบบใหม่ จึงพัฒนาออกมาเป็นฝรั่งพริกเกลืออบแห้ง มะม่วงน้ำปลาหวานอบแห้ง และในปีนี้มี ฝรั่งคลุกบ๊วยอบแห้งออกมา”