

ปีที่ 31 ฉบับ 10764 วันอังคารที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2561 หน้า 24

# ฉีกซองน้ำผึ้งมะนาว วิจัยได้ขายจริง

✦ **บุษกร กุแสด**  
กรุงเทพธุรกิจ

จุดเปลี่ยนแบรนด์ “ผึ้งยิ้ม” จากน้ำผึ้งผสมมะนาวสำเร็จพร้อมขาย อาศัยงานวิจัยและการออกแบบเพื่อขยับสู่ผลิตภัณฑ์สูตรเข้มข้น แก้ปัญหาขนส่งและขยายตลาดส่งออกจากรันตีด้วยรางวัลผู้ประกอบการดีเด่นและรางวัลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดีเด่นในงาน อินโนเวทีฟ เฮาส์ อะวอร์ดส์ 2016 ตั้งเป้า 3 ปียอดขายทะลุ 100 ล้านบาท

แพรนไซส์ผึ้งยิ้มผ่านเกณฑ์พิจารณาให้เป็นผู้ประกอบการตัวอย่าง ในการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย กระทั่งสามารถขยายแพรนไซส์ทั้งในและต่างประเทศเพิ่มขึ้นกว่า 100 สาขาจากเดิม 300 สาขา อีกทั้งนางงานวิจัยมาต่อยอดทางธุรกิจในการพัฒนา “หัวเขื่อน้ำผึ้งมะนาว” จัดจำหน่ายในรูปแบบบีทูซี

## ยืดอายุขยายพื้นที่ตลาด

จากความชอบเครื่องดื่มน้ำผึ้งผสมมะนาวส่งผลให้ **สร้อยกิต จิโรจน์วิวัฒน์** กลายมาเป็นเจ้าของธุรกิจแพรนไซส์แบรนด์ผึ้งยิ้มที่ขยายตัวตลอดระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา แต่ยังมีแพรนไซส์เพิ่มขึ้นทำให้ต้นทุนการขนส่งเพิ่มเป็นเงาตามตัว ประกอบกับข้อจำกัดด้านอายุผลิตภัณฑ์ทำให้ไม่สามารถรับออเดอร์จากลูกค้าที่สนใจนำไปจำหน่ายในต่างประเทศ

“ผลิตภัณฑ์ของเราต้องใช้ความเย็นในการเก็บรักษา หากส่งสินค้าในระยะทางไกลที่ต้องใช้เวลาหลายวัน สินค้าก็จะเสีย

ระหว่างทาง จึงขอรับคำปรึกษาจากทีมนักวิจัยในโครงการ “อินโนเวทีฟ เฮาส์” ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานขึ้น แต่ยังคงรสชาติและความสดไว้ได้

ทาง สกว. ส่งโจทย์วิจัยไปให้ ผศ.ปทุมทริกา รัตนตรัยวงศ์ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านอุตสาหกรรมอาหารจากภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนเรศวร จ.พิษณุโลก เพื่อคิดค้นสูตรการผลิตที่สามารถยืดอายุสินค้า กระทั่งได้ออกมาเป็นน้ำผึ้งผสมมะนาวแบบเข้มข้น เก็บรักษาที่อุณหภูมิห้องและมีรสชาติใกล้เคียงสูตรดั้งเดิมเพิ่มสะดวกสบายในการขนส่งและกระจายสินค้า ทำให้สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ อาทิ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม จีน ยุโรป

“เหตุที่ต้องปรับตัวเพราะยิ่งขายดี ยิ่งเสียเงินค่าขนส่งมากขึ้น จึงต้องพัฒนานวัตกรรมมาช่วยแก้ปัญหา ทำให้สามารถส่งสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า แต่น้ำหนักสินค้าลดลงเพราะเป็นสูตรเข้มข้นที่นำไปผสมเพื่อเพิ่มปริมาณได้ 5-10 ลิตร”

ทั้งนี้ อินโนเวทีฟฯ เป็นหนึ่งในโครงการที่ สกว. พยายามจะผลักดันสร้างผู้ประกอบการ เอสเอ็มอีให้ก้าวสู่การเติบโตทางธุรกิจบนฐานนวัตกรรม ที่ไม่ต้องแข่งขันกันด้วยราคาหรือแรงงานราคาถูก ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น เกิดการจ้างงาน และการรับซื้อวัตถุดิบเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมี



สร้อยภัค จิรวินวัฒน์ (ร้านผึ้งยิ้ม) ร่วมกับนักวิจัย ม.นครสวรรค์ พัฒนาน้ำผึ้งมะนาวสูตรเข้มข้น เพื่อขยายตลาดส่งออก

การลงทุนวิจัยอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการวิจัยของประเทศโดยรวม โดยมีนักวิจัยและผู้ประกอบการเป็นกลไกสำคัญในการร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความรู้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

### ชุดโซ่บังคับคุณใจลูกค้า

นอกจากการพัฒนาตัวสินค้าแล้ว สร้อยภัคยังให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สื่อถึงมะนาวและน้ำผึ้ง โดยมีป๊อปอัพมะนาวด้านบนและช่องน้ำผึ้งออกแบบเป็นโถใส่น้ำผึ้ง แยกเป็นช่องพกพาสะดวก สามารถฉีกออกมาบริโภคได้ง่าย

การบริโภคก็เพียงฉีกซองผสมโซดา น้ำเปล่าหรือเครื่องดื่มอื่นๆ ดื่มได้ทั้งร้อนและเย็น มีอายุการเก็บที่นานโดยไม่ต้องแช่เย็น ล่าสุดได้รับรางวัลผู้ประกอบการดีเด่นและรางวัลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดีเด่นในงานอินโนเวทีฟ แฮ็ลส์ อะวอร์ดส์ 2016

“เดิมมีแฟรนไชส์ในบิ๊มน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า 300 สาขา แบ่งเป็น ต่างจังหวัด 70% กรุงเทพฯ 30% แต่เมื่อทำงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยืดอายุสินค้า ทำให้สามารถเพิ่มจำนวนแฟรนไชส์ได้มากกว่า 100 สาขาทั้งในและต่างประเทศ คาดว่า 3 ปีจากนี้ ตลาดโซนเอเชียจะรู้จักแบรนด์ บี สไมล์ (Bee Smile) และจะมียอดขาย 100 ล้านบาท มีสัดส่วนในประเทศและต่างประเทศ 50:50 พร้อมกันนี้จะขยายทำน้ำผึ้งสตอร์วเบอร์รี่ น้ำผึ้งมะนาวบิวรี่ น้ำผึ้งผสมกีวี และน้ำผึ้งผสมส้มในแบบเข้มข้น โดยใช้วัตถุดิบจากฟาร์มที่ได้มาตรฐาน”

สร้อยภัคให้คำแนะนำว่า การทำธุรกิจควรเริ่มต้นด้วยสิ่งที่ถนัดที่สุด จากนั้นจึงต่อยอดไปสู่สิ่งที่รัก โดยต้องพัฒนาทักษะและความสามารถควบคู่กันไปด้วย เพราะปัจจุบันการแข่งขันและพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องตื่นตัว ขยัน อดทน และมีวิสัยทัศน์การทำธุรกิจ จึงจะสามารถอยู่รอดอย่างยั่งยืนได้