

# ชิมเพ็ล ฟู้ดส์ เผยกลยุทธ์ในการนำนมอัลมอนด์สัญชาติไทย ไปยัง 30 ประเทศทั่วโลก



เปิดตัวครั้งแรก กับผู้บริหารหญิงรุ่นใหม่ไฟแรง ผู้บุกเบิกตลาดนมอัลมอนด์ในประเทศไทย เผยกลยุทธ์ในการนำนมอัลมอนด์สัญชาติไทย ไปยัง 30 ประเทศทั่วโลกโดยใช้เวลาเพียง 2 ปี

นางสาวอริสา กุลปิยะวาจา กรรมการผู้จัดการ ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของ บริษัท ชิมเพ็ล ฟู้ดส์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมอัลมอนด์ แบรินด์ 137ดีกรี เผยถึงแนวทางการบุกเบิกตลาดนม อัลมอนด์จนเกิดเป็นกระแสความนิยมเกิดขึ้นในประเทศไทย คือ คิดต่าง สร้างนวัตกรรมใหม่ ใส่ใจผู้บริโภคและสังคม

การคิดต่าง คือ สืบเนื่องจากตนเองแพ้นมวัว จึงพยายามหาทางเลือกใหม่ ที่ไม่เคยมีในตลาดมาก่อน จนเมื่อสองปีก่อนได้ทดลองคั้นนมอัลมอนด์สดดื่มเอง และแจกจ่ายให้ครอบครัวและคนรอบข้างทดลองชิม ซึ่งขณะนั้นนมอัลมอนด์ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในประเทศไทย เริ่มทดลองใส่ขวดแก้วฝากขายตามร้านต่าง ๆ และได้รับการตอบรับดี จึงได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเป็นรูปแบบบรรจุกล่องในรูปแบบปัจจุบัน

การสร้างนวัตกรรมใหม่ คือ การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ตามวัตถุดิบที่ผลิต คือ นมอัลมอนด์, นมวอลนัท และ นมพิสตาชิโอ ซึ่งในปัจจุบันบริษัทเป็นผู้ประกอบการรายเดียวที่ใช้วอลนัท และ พิสตาชิโอ มาผลิตเป็นนม รวมถึงการพัฒนาจนมีถึง 7 รสชาติ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้าหลายกลุ่ม โดย สินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ นมอัลมอนด์สูตรดั้งเดิม ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มาแรง คือ นำนมอัลมอนด์สูตรกาแฟลาเต้ จะเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มวัยทำงาน

นอกจากนี้ยังมีการต่อยอดภูมิปัญญาไทย โดยใช้สารให้ความหวานธรรมชาติจากเกสรดอกมะพร้าว แทนการเติมน้ำตาล เหมาะกับผู้ที่ต้องควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ซึ่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของกลุ่มรักสุขภาพ เนื่องจากอุดมด้วยสารอาหาร ทั้งโปรตีน, ไฟเบอร์, วิตามิน, แมกนีเซียม, โปแตสเซียม, ฟอสฟอรัส, เหล็ก, ซิงค์, แมงกานีส, แคลเซียม และฟลาโวนอยด์ ซึ่งสารฟลาโวนอยด์สามารถช่วยลดคอเลสเตอรอลและสามารถช่วยบำรุงหัวใจ เหมาะสำหรับผู้ที่ควบคุมน้ำหนัก นอกจากนี้สารต้านอนุมูลอิสระที่พบในถั่วทั้งสามชนิด ก็ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้แข็งแรง และยังมีไฟเบอร์ช่วยเรื่องระบบย่อยอาหาร ทำให้กลุ่มเป้าหมายของนม 137 ดีกรี มีหลากหลายกลุ่ม นอกเหนือจากกลุ่มที่แพ้นมวัว ซึ่งทำให้ยังมีโอกาสในการขยายตลาดได้อีกมาก

ใส่ใจผู้บริโภคและสังคม บริษัทใช้เครื่องมือสื่อสารทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ ควบคู่กับการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงมีพันธมิตรด้านช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าทั่วไปเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า โดยจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้บริษัทเข้าร่วมงานแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เพื่อเรียนรู้พฤติกรรม

การบริโภคสินค้ารวมถึงการรักษาสัมพันธภาพกับคู่ค้าทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ 137 ดีกรี ได้รับการยอมรับจาก 30 ประเทศทั่วโลก

ปัจจัยหลักที่ทำให้ 137 ดีกรี ประสบความสำเร็จในเวลาที่ยาวนานอีกประการหนึ่งคือ การให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งปลูกที่ได้มาตรฐานจากต่างประเทศ ผ่านกรรมวิธีการคั้นสดที่ทันสมัย จนถึงกระบวนการบรรจุที่ใช้เทคโนโลยีล่าสุด ตามมาตรฐานการรับรองระบบคุณภาพ GMP, HACCP, ISO 9001, ISO 22000 และ FSSC 22000 ซึ่งบริษัทเป็นผู้ผลิตในประเทศรายเดียวที่ใช้ถั่วเต็มเมล็ดซึ่งมีคุณภาพสูงเป็นวัตถุดิบในการผลิตนม ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณค่าทางอาหารอย่างเต็มที่จากการบริโภคนมทุกกล่องของบริษัท

เพื่อตอบแทนสังคมบริษัท ซิมเพิ้ล ฟู้ดส์ จำกัด ให้ความสำคัญกับการตอบแทนสังคมในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการศึกษา กีฬา และศาสนา ซึ่งบริษัทได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการร่วมยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรด้วยการเป็นผู้รับซื้อดอกมะพร้าวรายใหญ่ของประเทศ เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มเกษตรกรไทยอีกด้วย

ด้านโอกาสทางการตลาด หากวิเคราะห์ตามข้อมูลของ Digital Journal ที่ประมาณการณ์ว่า มูลค่ารวมของตลาดนมอัลมอนด์ทั่วโลกจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเอเชียแปซิฟิกเป็นตลาดที่นมอัลมอนด์เติบโตเร็วที่สุด และตลาดเกิดใหม่เช่น จีน และ อินเดีย ก็เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง แต่ในขณะเดียวกันในประเทศสหรัฐอเมริกา และยุโรปที่มีประสบปัญหา ประชากรมีโรคอ้วน ก็มีความต้องการเครื่องดื่มที่ให้คุณประโยชน์ สามารถควบคุมน้ำหนักและไขมัน รวมถึงต้องการสินค้าระดับพรีเมียม ในรูปแบบ และรสชาติใหม่ ๆ ก็เป็นตลาดที่น่าสนใจ ซึ่งบริษัทจะมีการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง