

ผลไม้อบแห้ง“คันนา” เดินหน้าส่งออกเต็มสูบ



ผลไม้อบแห้ง“คันนา” เดินหน้าส่งออกเต็มสูบ ผนักกำลังพาร์ทเนอร์ระดับโลก

เตรียมเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในเกาหลี สวนกระแสเศรษฐกิจไทยขาลง

“คันนา” (KUNNA) แบรินด์ผลไม้อบแห้ง ผู้ครองตลาดขนมของฝากอันดับ 1 ของนักท่องเที่ยวในไทยและต่างประเทศ เตรียมจับมือกับพาร์ทเนอร์ที่แบรนต์ระดับโลกออกสินค้าตัวใหม่ที่ประเทศเกาหลีในช่วงเดือนเมษายน ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เอเชียซีรีส์” คือ การเอาอาหารคาวมาทำเป็นอาหารอบแห้งแบบขนมทานเล่น โดยจะเปิดตัวเป็น 3 เมนู ตั้งเป้าปี 63 เดินหน้าส่งออก สวนกระแสเศรษฐกิจไทยขาลง

โบว์-ณชา จึงกานต์กุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท คันนา โกรเซอรีส์ จำกัด กล่าวว่า “ตลอดระยะเวลา 8-9 ปีที่ผ่านมา เราได้ลงทุนพัฒนาสินค้า การสร้างความเชื่อมั่น การสร้างฐานลูกค้า เพื่อให้สินค้าของเราได้เป็นสินค้าที่ลูกค้าบอกกันปากต่อปาก ซึ่งการตลาดในต่างประเทศเห็นผลจริง ๆ ตั้งแต่ 3 ปีที่แล้ว โดยลูกค้าต่างชาติจะถ่ายรูปในมือถือ ปรี้นต์รูปมา หรือเปิด Blog ของชาวเกาหลีมาตามชื่อสินค้าของเรา โดยจุดเด่นที่ครองใจทั้งคนไทยและคนต่างชาติของเรา คือคุณภาพของสินค้า เราเลือกใช้วัตถุดิบที่ดีที่สุด เมื่อทานแล้วจะต้องอร่อยที่สุด หอมที่สุด เมื่อเรารักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของเราอย่างดี ก็ไม่ใช่เรื่องยากที่ทำให้สินค้าภายใต้แบรนต์ “คันนา” ของเรา สามารถครองอันดับ

หนึ่งในตลาดสินค้าประเภทขนมของฝากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

โบว์-ณชา จึงกานต์กุล กล่าวต่อว่า สำหรับกลยุทธ์การตลาดของเราที่ใช้ต่อเนื่องมายาวนาน คือ การมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพสินค้า ให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภค จนเกิดการบอกต่อปากต่อปาก นอกจากนี้เรายังทำตลาดในต่างประเทศ โดยการออกงานแฟร์ในต่างประเทศ อาทิ Thai Festival ที่กรุงฮานอย ประเทศเวียดนาม ,งาน world expo 2020 ซึ่งเวลาเราไปออกงานที่ต่างประเทศ เราจะมีกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ สนใจเข้ามาซื้อสินค้าของเรา โดยที่ไม่ต้องขอชิมสินค้าเลย เพราะเขารู้จักเราแล้ว เขาบอกว่าเคยซื้อเรามาแล้วที่เมืองไทย มันคือความสำเร็จจากการบอกต่อปากต่อปากของกลุ่มลูกค้า

โบว์-ณชา กล่าวต่อปิดท้ายว่า ว่า เทรนด์อาหารในปีนี้เป็นคือ “การลดน้ำตาลในอาหาร” เพราะตอนนี้ปัญหาที่กลุ่มประเทศทางตะวันออกกลางกำลังเจอหนักมาก คือ คนป่วยที่เป็นโรคเบาหวาน ซึ่งปัจจุบันทางออกที่มี คือ การใช้หญ้าหวานแทน แต่ก็ต้องยอมรับว่าในเชิงของการบริโภคมันไม่ได้อร่อยเท่าน้ำตาล เพราะฉะนั้นตนเองอยากจะบอกว่าการหวานมันไม่ได้เป็นรสชาติเดียวที่ทำให้เรารู้สึกอร่อยได้ สุดท้ายแล้วความอร่อยคือ ความกลมกล่อมของรสชาติอาหาร ซึ่งมีมาจากการปรุงวัตถุดิบและเครื่องแกงให้เกิดความกลมกล่อมของอาหารมันไม่ได้มาจากความหวานเพียงอย่างเดียว ร่วมด้วยตอนนี้ที่มีการเก็บภาษีความหวานด้วยแรง ยิ่งทำให้ผู้ประกอบการต้องคิดหนัก เพราะถ้าในสินค้ามีปริมาณน้ำตาลมากก็ยิ่งต้องจ่ายภาษีมากขึ้นตามด้วย

“ถึงแม้ “คันทนา” จะเติบโตมากในต่างประเทศ แต่เราก็ไม่เคยลืมว่าเราเกิดมาจากไหน เรายังคงเดินหน้าตอบแทนสังคมไทยอยู่เสมอ อย่างในปีนี้เป็น เราเลือกทำกิจกรรม CSR ด้วยการปลูกป่าชายเลน เนื่องจากเรามองว่าวัตถุดิบหลักของ “คันทนา” ได้รับมาจากธรรมชาติ จากชาวบ้านในพื้นที่ต่าง ๆ เราจึงต้องการที่จะเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับชุมชน “เพราะถ้าไม่มีพื้นที่สีเขียว เราคงไม่มีอะไรที่ดีได้” รวมถึงเราได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าอยากให้พนักงานของเราทุกคนเป็นคนดี มีประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งเราอยากแสดงให้เห็นว่าการทำความดีที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมันเป็นเรื่องง่ายที่ไม่แบ่งแยกฐานะ ทุกคนสามารถเริ่มทำได้จากสิ่งเล็กๆ อย่างการปลูกต้นไม้แค่หนึ่งต้นก็ถือได้ว่าเป็นการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมแล้ว” โบว์-ณชา กล่าวเสริม