

เอเชียติคฯ ทำพิสูจน์ “อัมพวา” กะทิ 100% ในขวด PET แบรินด์ไทยรายแรกของโลก



หุ้มนบกว่า 100 ล้านบาท ฟูพรมสร้างการรับรู้แบรินด์ “อัมพวา” กะทิ 100% ในขวด PET ผ่านสื่อครบวงจร ชูจุดเด่นคั่นทันทีตั้งแต่กะเทาะเปลือก สดจากต้น เสิร์ฟถึงโต๊ะ ใช้เวลาแปรรูปที่สั้นมากเพื่อกงคุณภาพความสดแบบเต็มพิกัด จับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ด้วยรูปลักษณะในขวด PET ทันสมัย ใช้สะดวก พร้อมเดินสายโรดโชว์ทำพิสูจน์ความสดทั่วประเทศกับแคมเปญ “อัมพวาทำโชว์ความสด” บุคตลาดและร้านอาหารกว่า 100 ร้านทั่วไทย สร้าง Product Experience ปักหมุดกระจายสินค้าครอบคลุมทุกช่องทาง ดอทย้ำวิสัยทัศน์ต่อยอดพัฒนา แปรรูป และใช้ประโยชน์จากมะพร้าวแบบครบวงจร

นายณัฐพล วิสุทธิไกรสิทธิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเชียติค อุตสาหกรรมเกษตร จำกัด ผู้ผลิต แปรรูป และส่งออกผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวรายใหญ่ของประเทศไทย เปิดเผยว่า หลังจากทีบริษัทฯ ได้เปิดตัว “อัมพวา” กะทิ 100% ในขวด PET แบรินด์ไทยรายแรกของโลกให้กับผู้ประกอบการทั้งไทยและต่างประเทศ รวมถึงประชาชนทั่วไปครั้งแรกในงาน THAIFEX-World Of Food Asia 2016 รวมทั้งการเริ่มวางจำหน่ายสินค้าที่ร้านค้า และเซเว่น อีเลฟเว่นทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 16 มิถุนายนเป็นต้นมา ปรากฏว่าได้รับการตอบรับที่ดีมากจากกลุ่มผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้ใช้กะทิสด

“เพราะคู่แข่งของเราคือธรรมชาติ ดังนั้นเพื่อพิสูจน์ความสดในแบบกะทิสดจริงๆ อัมพวาจึงได้จัดกิจกรรมทำพิสูจน์ความสด โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ใช้กะทิสดในการปรุงอาหารไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเซฟจากโรงแรมและร้านอาหาร ชันนำจากหัวหิน เซฟจากคริวการบินไทย รวมทั้งสื่อมวลชนที่ได้มาร่วมทำพิสูจน์ความสดกับอัมพวาในวันนี้ รวมไปถึงการขยายการรับรู้และสร้างการทดลองใช้สินค้าด้วยกิจกรรมโรดโชว์ “อัมพวาทำโชว์ความสด” โดยการทำร้านอาหาร 100 ร้านทั่วไทยที่เชื่อในคุณภาพของกะทิสดให้มาทดลองปรุงเมนูเด็ดของร้านด้วยการใช้กะทิอัมพวาในการปรุงอาหาร ซึ่งถือเป็นการสร้างให้เกิดประสบการณ์ในการใช้สินค้า เพราะเราอยากให้ผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินใจเองก่อนที่จะเชื่อในคุณภาพของกะทิอัมพวา โดยเราเชื่อมั่นว่าหลังจากทดลองใช้แล้วทุกคนก็จะประทับใจทำให้เกิดการใช้ซ้ำ และบอกต่ออย่างแน่นอน

นอกจากนั้นเพื่อขยายการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุม ตั้งแต่วันที่ 5 กรกฎาคมศกนี้ จะเริ่มออกอากาศภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ภายใต้แนวคิด “อัมพวา กะทิ 100% คั่นทันทีตั้งแต่กะเทาะเปลือกสดจากต้น เสิร์ฟถึงโต๊ะ รวากับเสกได้” เพื่อสื่อให้เห็นถึงจุดเด่นที่แตกต่างของกะทิอัมพวา โดยเน้นที่ความสด สะอาด ปลอดภัย

ที่สำคัญคือ กลิ่นและรสชาติที่หอมอร่อยใกล้เคียงกับกะทิคั้นสดมากที่สุด สามารถทำอาหารคาวและอาหารหวานได้ทุกชนิด ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ผู้บริโภคมองหาโดยตลอด ทั้งยังบรรจุในขวด PET ที่สะดวกสำหรับการทำอาหารและเก็บรักษา พร้อมทั้งกระจายสินค้าให้ครอบคลุมในทุกช่องทางทางการจัดจำหน่าย ทั้งร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต โมเดิร์นเทรด และร้านค้าทั่วประเทศ”

นายณัฐพล เปิดเผยถึงเบื้องหลังที่กว่าจะกลายมาเป็น “อัมพวา กะทิแท้ 100%” ในรูปแบบขวดว่า การพัฒนาสู่กะทิ 100% ในขวด PET ของ “อัมพวา” ถือเป็น การปฏิวัติรูปแบบกะทิสำเร็จรูปสัญชาติไทยรายแรกของโลกที่คัดสรรจากมะพร้าวคุณภาพชั้นดีจากแหล่งผลิตคุณภาพ นำมาคั้นทันทีตั้งแต่กะเทาะเปลือกโดยผ่านการแปรรูปด้วยกระบวนการผลิตที่ทันสมัย แต่ยังคงไว้ซึ่งคุณภาพความสดของกะทิ บรรจุลงในขวดกันรังสียูวีด้วยระบบปลอดเชื้อ Cold Aseptic Filling Technology ทั้งนี้เพื่อเก็บรักษาความขาวขุ่นหอมมันของกะทิคั้นสดแบบธรรมชาติ รสชาติอร่อย ด้วยขั้นตอนการแปรรูปในระยะเวลาที่รวดเร็ว ทำให้สามารถเก็บความสดตั้งแต่ลูกมะพร้าวได้อย่างเต็มที่ ถือเป็น การบริหารจัดการซัพพลายเชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงทำให้คงความสดใหม่เหมือนกะทิคั้นสดจริงๆ

ปัจจุบันบริษัทฯ มีกำลังการผลิตกะทิอัมพวาสูงสุดอยู่ที่ประมาณ 9,600 ตันต่อปี โดยหลังจากการทำตลาดในประเทศไทยอย่างเต็มรูปแบบใน ปี 2559 นี้ กะทิอัมพวาจะมียอดขาย 500 ล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,000 ล้านบาท ในปี 2560 “ผลิตภัณฑ์ของเราส่งออกทั่วโลกและได้รับการยอมรับมากกว่า 2 ทศวรรษ คู่แข่งของเราคือ ธรรมชาติ เราจึงต้องบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เริ่มตั้งแต่ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับเกษตรกร (Contract Farming) การให้ความรู้เกษตรกรเพื่อช่วยวางแผนการผลิตในแต่ละฤดูกาล รวมถึงการพัฒนาดูแลพันธุ์ต้นกล้ามะพร้าว การดูแลดิน น้ำ และอากาศ เพื่อบรรเทาและป้องกันปัญหาการขาดแคลนมะพร้าว และสำคัญที่สุดคือ การสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้นที่ปลายน้ำ นั่นก็คือการทำให้มะพร้าวสามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกส่วน ซึ่งปัจจุบันเราทำได้แล้ว 80% ไม่ว่าจะเป็น น้ำมันมะพร้าว น้ำกะทิ แป้งจากมะพร้าว รวมทั้งส่วนอื่นๆ ของมะพร้าวที่สามารถนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงได้ และในอนาคตจะพัฒนาไปสู่สินค้าที่ไม่ใช่อาหาร (Non - Food) เพื่อใช้ประโยชน์จากทุกส่วนของมะพร้าวแบบ 100% ซึ่งนั่นหมายถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้นของเกษตรกร เมื่อเราเติบโตได้ เกษตรกรก็ต้องเติบโตอย่างยั่งยืนด้วย” นายณัฐพล กล่าวทิ้งท้าย