

# ASTVผู้จัดการรายวัน

ASTV Poo Jadhkam Daily  
Circulation: 300,000  
Ad Rate: 1,500

Section: iBiz/หน้าแรก

วันที่ อังคาร 24 กุมภาพันธ์ 2558

ปีที่: 7

ฉบับที่ 1807

หน้า: 17(บนขวา), 18

Col.Inch: 89.08

Ad Value: 133,620

PRValue (x3) 400,860

คลิ๊ป: สีสี่

คอลัมน์. SMEs-FRANCHISE: สแน็ก“แมลง” สร้างเงินล้าน ศักยภาพเมนูรถเข็นให้โฮโซ

## SMEs-FRANCHISE



# สแน็ก“แมลง” สร้างเงินล้าน

## ศักยภาพเมนูรถเข็นให้โฮโซ

ASTVผู้จัดการรายวัน - “แมลงทอด” นับเป็นอาหารที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกายอย่างสูง ทว่า ในท้องตลาดทั่วไป มักมีขายเฉพาะตามรถเข็นข้างทาง ประกอบกับรูปร่างหน้าตาที่หลายคนมองว่าน่าเกลียดน่ากลัว ทำให้กลุ่มผู้บริโภคจำกัดเฉพาะขาประจำหน้าเดิมเท่านั้น

จากประเด็นดังกล่าว จุดไอเดียให้หนุ่มวัย 29 ปี อย่าง “ปณิธาน ตงศิริ” กรรมการผู้จัดการ บริษัท สไมล์บลูมาเกิดตั้งจำกัด ลูกชิ้นมาบุกเบิกนำ “แมลงทอด” มาแปลงโฉมเสียใหม่

อ่านต่อหน้า 18



กลบจุดอ่อนที่ผ่านๆ มา เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้น ภายใต้แนวคิดเปลี่ยนน่ากลัวเป็นน่ารัก เปลี่ยนเซยเป็นทันสมัย และเปลี่ยนเมนูข้างทางให้ได้มาตรฐาน สามารถขายในห้างสรรพสินค้าได้

“ผมชอบกินแมลงทอดมาก แต่หาซื้อได้ยาก มีเฉพาะตามรถเข็น ประกอบกับรู้ข้อมูลว่า ประเทศไทยต้องนำเข้าแมลงจากประเทศเพื่อนบ้านกว่าวันละ 2 ตัน หรือปีละกว่า 700 ตัน และในหลายประเทศแมลงเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมมาก รวมถึง รายงานขององค์การอาหารโลกแห่งสหประชาชาติ (FAO) ระบุว่า แมลงเป็นแหล่งอาหารไขมันต่ำ อุดมไปด้วยโปรตีนและแร่ธาตุหลายชนิด ควรเป็นทางเลือกใหม่ของคนทั่วโลก ข้อมูลเหล่านั้น ทำให้ผมเชื่อว่า แมลงทอดมีโอกาสด้านการตลาดอีกมาก สิ่งสำคัญต้องนำมาแต่งตัวเสียใหม่ เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น สะดวกขึ้น และมีกรรมวิธีผลิตสะอาดปลอดภัย ได้มาตรฐาน” ปณิธาน เกรินนำ

เมื่อเกิดแรงบันดาลใจข้างต้น หนุ่มไฟแรงพร้อมเพื่อนหุ้นส่วนอีก 2 คน ลงขันหลักแสนบาท เริ่มต้นธุรกิจเล็กๆ เมื่อกลางปี พ.ศ. 2556 ชื่ออุปกรณ์มาทดลองทอดแมลงกันเองที่บ้าน ทำอยู่หลายครั้งก็ไม่ได้มาตรฐานตามต้องการ จนในที่สุด ยอมออกทุนให้ทางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ภาควิชาวิศวกรรมอาหาร ช่วยวิจัยและพัฒนาสินค้าให้ ใช้เวลาอยู่กว่า 4 เดือนจึงสำเร็จ หัวใจสำคัญคือ ใช้วิธีการทอดแล้วนำไปอบแห้ง สลัดน้ำมันออกไป ช่วยถนอมอาหารไว้ได้นาน 1 ปีทีเดียว

ในส่วนแหล่งวัตถุดิบ ใช้วิธีซื้อจากฟาร์มเลี้ยง “ระบบปิด” เท่านั้น เพื่อให้ได้แมลงที่สะอาดปลอดภัย ไม่มีสารเคมีปนเปื้อน เบื้องต้นคิดแมลงที่มาแปรรูป 2 ชนิด คือ “แมงสะตัง” กับ “ดักแด้” เพราะเป็นแมลงที่ควบคุมคุณภาพได้ง่ายที่สุด พร้อมปรุงรสชาติต่างๆ ได้แก่ รสดั้งเดิม รสสาหร่าย รสบาร์บีคิว และรสซีส โดยใช้เครื่องหมายการค้าว่า “โฮโซ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปเพื่อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้  
รหัสข่าว: C-150224040098 (24 ก.พ. 58/05.48)



ปณิธาน ระบุว่า กว่าสินค้าจะออกสู่ตลาดได้จริง ลงทุนไปกว่า 5 ล้านบาท เพื่อพัฒนาสินค้า ปรับปรุงโรงงานผลิตให้ได้มาตรฐาน และทำบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ดีตาม ช่วงแรกไม่สำเร็จอย่างที่หวัง แม้จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคอย่างสูงทุกครั้งเวลาออกบูท แต่กลับขายแทบไม่ได้เลย ประเด็นหลัก รูปแบบการนำเสนอยังไม่โดนใจลูกค้า เพราะบรรจุในกระป๋อง ราคา 100 บาท เป็นราคาที่สูงและปริมาณมากเกินไป

ข้อผิดพลาดดังกล่าว ถูกปรับแก้โดยปรับบรรจุภัณฑ์ใหม่เป็นแบบของ 25 บาท พร้อมสื่อสารสินค้าผ่านความน่ารัก สดใสของโลโก้ตัวการ์ตูน ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ และทุกครึ่งเวลาไปออกบูท จะมีตัวตุ๊กตามาสคอตประจำแบรนด์ สร้างภาพลักษณ์ใหม่ของแมลงทอดไปสู่ผู้บริโภค ช่วยแจ้งเกิดอย่างแท้จริง จากขายแทบไม่ออก กลายมาเป็นผลิตไม่พอขาย

"จุดพลิกผันเกิดขึ้นเมื่อประมาณกลางปีที่แล้ว (2557) นี้เอง หลังเราปรับรูปแบบการนำเสนอเสียใหม่ เน้นให้ลูกค้าเห็นสินค้าเรา มากที่สุด และปรับทัศนคติที่มีแมลงทอด โดยกลุ่มคนที่นิยมกิน

แมลงทอดอยู่แล้ว ก็รู้จักเรามากขึ้น รู้ว่ามีสินค้าแบบนี้ในท้องตลาดด้วย คนที่ยังลังเลอยู่ ก็อยากเข้ามาทดสอบชิม ส่วนคนที่ไม่กินแมลงเลย แม้จะไม่ยอมกินเช่นเดิม แต่ความรู้ก็เปลี่ยนเป็นบวกมากยิ่งขึ้น" ปณิธาน กล่าวและเล่าต่อว่า

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นรวดเร็วจนแทบไม่น่าเชื่อ ระยะเวลาเพียงแค่ 5-6 เดือนที่ผ่านมา ยอดสั่งซื้อมากขึ้นเรื่อยๆ โดยกำลังผลิตในปัจจุบัน ประมาณ 7,000-8,000 ซองต่อวัน ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อออเดอร์เข้ามากว่า 10,000 ซองต่อวัน สร้างรายได้กว่า 3-4 ล้านบาทต่อเดือน โดยมีช่องทางขายผ่านตัวแทนค้าส่ง กระจายไปตามร้านค้าปลีกกว่า 200 แห่งทั่วประเทศ

ด้วยยอดขายที่ร้อนแรงดังกล่าว บริษัทลงทุนเพิ่มกว่า 10 ล้านบาท ขยายโรงงานและกำลังผลิต ที่จะสามารถผลิตเพิ่มกว่า 10 เท่า ในปัจจุบัน รองรับการขายตลาดที่กลางปี (2558) จะวางขายในโมเดิร์นเทรด และร้านค้าสะดวกซื้อสมัยใหม่ รวมถึงรับจ้างผลิต (OEM) ให้แก่บริษัทต่างชาติ ซึ่งตามแผนธุรกิจระยะสั้น สินค้านี้จะมียอดขายรวมกว่า 100 ล้านบาท

สำหรับแผนธุรกิจขั้นตอนนี้ กำลังจะทำธุรกิจให้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น ด้วยการทำฟาร์มเลี้ยงแมลงเอง โดยวางระบบการเลี้ยงสมบูรณ์แล้วจ้างเกษตรกรทำหน้าที่ดูแลให้ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนค่าวัตถุดิบ และควบคุมปริมาณวัตถุดิบได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงพัฒนาสินค้าใหม่ ได้แก่ "หนอนไม้ไฟ" ควบคู่กับออกรสชาติใหม่ เช่น ลาบ และต้มยำ เป็นต้น ส่วนแผนธุรกิจในระยะยาวนั้น ต้องการสร้างให้เครื่องหมายความการค้า "ไฮโซ" เป็นสัญลักษณ์ของสแน็กที่มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งในอนาคตไม่ได้จำกัดตัวเองต้องใช้วัตถุดิบเฉพาะแค่ "แมลง" เท่านั้น

"ตอนเด็กๆ ผมมีเพื่อนคนหนึ่ง ซึ่งบ้านเขาค่อนข้างมีฐานะ เขามักพูดกับผมว่า คนยุคเรา มันคิดอะไรใหม่ๆ ไม่ได้แล้ว เพราะทุกอย่างถูกทำไปหมดแล้ว แต่ถึงทุกวันนี้ มันก็พิสูจน์ว่า ยังมีสิ่งใหม่ๆ เกิดขึ้นเสมอ เช่น สมาร์ทโฟน ฯลฯ ในขณะที่ เพื่อนผมคนนั้น ทุกวันนี้ เขาก็ยังทำธุรกิจดั้งเดิมของครอบครัวอยู่ไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น สิ่งสำคัญที่ผมวางแผนธุรกิจไว้ คือ เราจะไม่หยุดพัฒนา แต่จะพยายามสร้างสิ่งใหม่ ซึ่งต้องเป็นสิ่งที่เราสามารถคุมเกมไว้ได้เอง ไม่ได้ทำขึ้นตามกระแสชั่วคราว" ปณิธาน กล่าว ■

ติดต่อ 08-4001-8085

หรือ [www.facebook.com/MalangTordHiso](http://www.facebook.com/MalangTordHiso)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

รหัสข่าว: C-150224040098 (24 ก.พ. 58/05:48)

หน้า: 2/2