

รง.มะเขือเทศศรีเชียงใหม่ส่งอาหารเด็กขึ้นห้าง

“ศรีเชียงใหม่อุตสาหกรรม” บิ๊กโรงงานมะเขือเทศเก่าแก่ 30 ปี ปรับทัพครั้งใหญ่ทุ่มวิจัยนวัตกรรมอาหารเด็กแบรนด์ “Peachy” รายแรกเมืองไทย เจาะกลุ่มคุณแม่ยุคใหม่

นายศักดิ์ชัย อุ้นจิตติกุล ประธานกรรมการบริษัท ศรีเชียงใหม่อุตสาหกรรม จำกัด และบริษัท พีชชี วิลเลจ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมพร้อมรับประทานสำหรับทารกและเด็กเล็กแบรนด์พีชชี (Peachy) เปิดเผย “ประชาชาติธุรกิจ” ว่า กลุ่มศรีเชียงใหม่อุตสาหกรรมมีโรงงานมะเขือเทศอยู่ที่ อ.ศรีเชียงใหม่ จ.หนองคาย มานานกว่า 30 ปี ล่าสุดได้เพิ่มไลน์ธุรกิจมาผลิตอาหารเด็กซึ่งผลิตจากผักและผลไม้ไทย ใช้นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์แบบถุงพัวร์ โดยใช้ชื่อว่า Peachy Baby Food วางตำแหน่งสินค้าเป็นพรีเมียมโปรดัคต์

ทั้งนี้ได้เริ่มวางจำหน่ายสินค้าไปแล้วตั้งแต่วันที่ 8 มิถุนายน 2555 เป็นต้นมาได้แก่ ฟู้ดแลนด์ทุกสาขา วิลล่า มาร์เก็ต

เอ็มโพเรียม พารากอน เดอะมอลล์ทุกสาขาทั่วประเทศ ล่าสุดเพิ่งวางจำหน่ายที่ท็อปส์ มาร์เก็ตทั้งหมด 100 สาขาทั่วประเทศ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี จึงมีการปรับเป้าหมายยอดขายจากเดิมตั้งไว้ที่ 5 แสนดูเพิ่มขึ้นเป็น 1 ล้านบาทภายในสิ้นปี 2555 โดยได้ลงทุน 20 ล้านบาท ซื้อเครื่องจักรจากอิตาลี ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญอาหารเด็ก

“Peachy Baby Food เป็นนวัตกรรมอาหารเด็กที่เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยและอาเซียน ในอดีตคุณแม่จะนำกล้วยหรือผักทองมาบดผสมกับข้าวโอ๊ตป้อนลูก แต่ปัจจุบันคนสมัยใหม่เป็นวัยทำงาน มีภารกิจมาก ไม่มีเวลาทำอะไรให้กับลูก เราจึงทำหน้าที่เป็นตัวแทนทำอาหารดี ๆ ให้เด็กซึ่งมีคุณค่าอาหารครบ มีให้เลือก 5 สูตร”

นายศักดิ์ชัยกล่าวว่า บริษัทใช้เวลา 2 ปีในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยร่วมมือกับอาจารย์จากมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยขอนแก่น และกระทรวงอุตสาหกรรม จุดเด่นอยู่ที่แพ็คเกจจิ้งใหม่ เรียกว่า รีทอร์ตพัวร์

(retort pouch) ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว แต่มีความแข็งแรง ทนร้อน และสามารถเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ที่อุณหภูมิห้องได้เช่นเดียวกับอาหารกระป๋อง ซึ่งมีเพียงรายเดียวในตลาดขณะนี้ และกำลังเป็นเทรนด์ในตลาดโลกด้วย

นอกจากนี้บริษัทยังเน้นเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในประเทศ ได้แก่ มะม่วง พักทอง แคนตาลูป ข้าวโพดสวีตคอร์น มันเทศ มันฝรั่ง ผักโขม แครอท กล้วยน้ำว้า ซึ่งมีเพียงน้ำแอปเปิ้ลออร์แกนิกส์ชนิดเดียวที่ต้องนำเข้าจากประเทศนิวซีแลนด์ ขณะนี้กำลังพัฒนาสูตรอาหารเพิ่มอีก 10 สูตร คาดว่าต้นปี 2556 จะสามารถออกสู่ตลาดได้ และในเร็ว ๆ นี้กำลังจะออกไปรณรงค์สมูทตี้ผลไม้สดอีกด้วย

นายศักดิ์ชัยกล่าวว่า ในช่วงแรกจะบุกตลาดไทยให้เข้มแข็ง ก่อนที่จะมุ่งไปตลาดต่างประเทศในแถบอาเซียนเพื่อตอบรับกับ AEC และในอนาคตจะเพิ่มช่องทางจำหน่ายไปในแถบเอเชีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกาต่อไป