



ข่าวจากหนังสือพิมพ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 โทรสาร 0-2259-6172

ข่าวจากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 2-5 เดือนธันวาคม พ.ศ.2561 หน้า 25 มูลค่าข่าว 611,288.-

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

‘เชิ๊ปเป้’
คัดสรรทุกสิ่งด้วยนวัตกรรม
เพื่อสุขภาพทุกคน

เราจะทำให้ชีวิต
ของผู้คนดีขึ้น
ผ่านจิตวิญญาณ
ที่สร้างสรรค์
ของเรา

**ปิยจิต
รักอริยะพงศ์**
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท เชิ๊ปเป้ จำกัด (มหาชน)

สมรภัฏาพร • เรื่อง จงกฤษณ์ โพธิ์ทอง
เจนจิรา



I ามองว่าองค์กรของเราเป็น “นวัตกรรม” เกิดและโตมาด้วยนวัตกรรม จะนั้นในทุกจุดเริ่มต้น เราจะต้องสร้างสิ่งแวดล้อม สร้างคน ให้มีทัศนคติของการเป็น “นวัตกรรม” คุณปิยจิต รักอริยะพงศ์ เผยถึงแนวคิดหลักในการขับเคลื่อนซิปเป้ ให้บรรลุตามเป้าหมายสู่การเป็นผู้นำในธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ แก่ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศอย่างครอบคลุม

ในวัยเด็กตนถูกปลูกฝังให้เรียน ฐานะขายและทดลองขายจริงในพื้นที่ ต่างๆ โดยเฉพาะการนั่งรถไปขาย ของ คุณปิยจิตหรือคุณอ้อเล่าให้ฟัง ด้วยน้ำเสียงที่เป็นกันเอง พร้อมกับ เผยต่อไปว่า ด้วยประสบการณ์และการคลุกคลีในงานขายหลังจากศึกษา จบได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์ต่อใน ด้านการเงินกับธนาคารชั้นนำของ โลกเป็นเวลากว่า 15 ปี หลังจากนั้น ตนเลือกที่จะกลับมาสานต่อธุรกิจ ของครอบครัวอย่างเต็มตัว เพื่อให้ แบรนดิไทยชื่อนี้ไปยืนสู่เวทีสากลได้ อย่างภาคภูมิใจ โดยในขณะนั้นคือ บริษัท ทริพย์อนันต์ เยนเนอรัลฟู้ด และเปลี่ยนชื่อมาเป็น บริษัท ซิปเป้ จำกัด (มหาชน) ในปี 2556

คุณปิยจิตเล่าต่ออีกว่า แต่เดิม เราทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารมาโดย ตลอด โดยเฉพาะของขบเคี้ยวอย่าง คุกกี้ หรือแม้กระทั่ง คุกกี้แคร่ง ซึ่ง เคล็ดลับจากคุณแม่ผู้เป็นเจ้าของ สูตรเน้นย้ำเสมอว่า “เราต้องใช้ส่วนผสม และส่วนผสมที่ดีอยู่เสมอ โดยจะต้องสดใหม่ สะอาด เสมือน ทำให้กับครอบครัวทาน” อย่างไรก็ดี

นอกจากการพัฒนาในอุตสาหกรรม อาหาร เราได้ต่อยอดเข้าสู่อุตสาหกรรม เครื่องดื่มอย่างเต็มตัวในปี 2544 โดยภาพจำแรกคือผลิตภัณฑ์อย่าง “โมกู โมกู” หรือน้ำผลไม้ผสมวัน มะพร้าว ซึ่งในขณะนั้นสร้างความ แปลกใหม่ให้กับผู้บริโภคและตลาด โดยนับเป็นรายแรกของโลกที่สร้างสรรค์ น้ำผลไม้ผสมวันมะพร้าวได้สำเร็จ สตรีนักบริหารรายนี้เผยว่า ในเมื่อ เราไม่มีเงินในการทำตลาด ฉะนั้น เราจะต้องสร้างความแตกต่างในแง่ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตัวสินค้านั้น ขายได้ด้วยตัวเอง โดยกลยุทธ์สำคัญ สำหรับการมัดใจผู้บริโภคคือ **คุณภาพ รสชาติ และต้องดีต่อสุขภาพ**

จากโมกู โมกู ไม่ได้หยุดเพียง เท่านั้น ทางบริษัทได้เปิดตัว “ซิปเป้ เบ้ บิวดิ ดริงค์” ในปี 2549 ด้วยการ ชูแนวคิด “แค่ดื่ม...ก็สวย!!” ซึ่งตรงกับความต้องการตลาดในยุคนั้นที่ ให้ความสำคัญกับเรื่องของความงาม รวมทั้งต่อยอดมาถึงปัจจุบันในเรื่อง ของเทรนด์สุขภาพ โดยทำให้ผลิตภัณฑ์ ดังกล่าวเกิดเป็นหมวดหมู่ใหม่ใน ตลาดเครื่องดื่ม คือ Functional

Drink หรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จากนั้นตลอด 10 ปีที่ผ่านมา ซิปเป้ได้ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 กลุ่มหลักได้แก่ ผลิตภัณฑ์

ประเภทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และความ สวยงาม, ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มน้ำผลไม้, ผลิตภัณฑ์ประเภทผงพร้อมชง, ผลิตภัณฑ์ ประเภทกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มเพื่อควบคุม น้ำหนัก, ผลิตภัณฑ์ประเภทเฮลตี้เพื่อสุขภาพ และความงามภายใต้ 13 ดราสินค้า โดยปัก หมุดอุดมการณ์ที่มุ่งหวัง “จะทำให้ชีวิตของ ผู้คนดีขึ้น ผ่านจิตวิญญาณที่สร้างสรรค์ของเรา” ไม่เพียงเท่านั้นยังกระหายในการสร้างความแตกต่างอยู่เสมอ เช่น การขยายกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จำพวก Healthier Snack อาทิ ZEA Max (ซีแม็กซ์) หรือขนมขบเคี้ยวที่ดีต่อสุขภาพ

โดยนอกจากอร่อยแล้ว ยังกา รันดีว่าเป็น “สุดยอดนวัตกรรมขนม” เนื่องจาก ZEA Max คัดสรรเนื้อปลา ทะเลแท้ชั้นดีเป็นส่วนผสมหลักถึง 90% ซึ่งยังไม่มีแบรนด์ใดสูงเท่า และ ไขมัน 0% อีกทั้งกระบวนการผลิตยัง ใช้การย่าง ไม่ใช้น้ำมัน มีประโยชน์ โปรตีนสูง มีโอเมก้า 3 และดีเอชเอ ที่สำคัญสามารถก้าวขึ้นบนเวทีสากล

ได้อย่างภูมิใจเพราะได้รับรางวัล SIAL Innovation Finalist Award 2018 ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน โดยได้รับคัดเลือกเป็นสินค้านวัตกรรม 1 ใน 10 จาก 164 ผู้ร่วมเข้าแข่งขันทั่วโลก โดยในรายการเดียวกันยังได้รับรางวัล SIAL INNOVATION CHINA 2018, SELECTION อีก 1 ผลิตภัณฑ์ และที่ปารีสอีก 2 ผลิตภัณฑ์

“นวัตกรรมคือฐานรากของเรา” คุณปิยจิตเผยต่ออีกว่า เราเลือกที่จะพัฒนาองค์กรด้วยการใช้นวัตกรรมซึ่งมิติแรกคือการปลูกฝังทีมงานให้มีดีเอ็นเอของการเป็นนวัตกรรม อาทิ การยกระดับเซ็บเป้ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ผ่านการจัดฝึกอบรมที่มีหัวข้อความรู้ต่อกัน 100 เรื่อง หรือจะเป็นการเปิดโอกาสให้คิดค้นและนำเสนอนวัตกรรมรวมทั้งแนวคิดที่เป็นประโยชน์ นอกจากการทำงานยังส่งเสริมในเรื่องของสุขภาพ อาทิ

การจัดกิจกรรมส่งเสริมการออกกำลังกาย เช่น แคมเปญ 90 วันไขมันฉันเพื่อเธอ (You Burn WE Give) เพื่อให้ทีมงานทุกคนหันมาออกกำลังกาย ซึ่งทุกการวิ่ง 1 กม.สามารถมาแสดงผลเพื่อแลกเปลี่ยนรายได้ 15 บาท โดยรายได้ทั้งหมดจะนำไปบริจาคเพื่อซื้อเครื่องมือแพทย์ ถือได้ว่านอกจากกายแข็งแรง ใจที่เกิดจากการให้ก็มีความสุขใจ

อย่างไรก็ดีนวัตกรรมยังถูกนำไปสร้างมูลค่าและเติมเต็มให้สินค้ามีคุณค่ายิ่งขึ้น ด้วยการนำเอาผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร อาทิ มะพร้าว มาแปรรูปเป็นกลุ่มสินค้าต่างๆ เพื่อสุขภาพ นอกจากนี้เพิ่มรายได้ยังเพิ่มช่องทางให้กับเกษตรกรได้เติบโตไปด้วยกัน ขณะเดียวกันยังพร้อมส่งต่อนวัตกรรมสู่ภาคการศึกษา ด้วยการบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการกับทางมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เพื่อสนับสนุนทางด้านการวิจัย นวัตกรรมอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการพัฒนาหลักสูตรทางด้านการเรียนการสอน รวมทั้งการศึกษาดูงานฝึกงาน เพื่อร่วมกันพัฒนานักศึกษาให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และร่วมกันพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

“เรามีความฝันที่ต้องการสร้างแบรนด์ไทยสู่แบรนด์โลก ซึ่งปัจจุบันเซ็บเป้ได้ขยายสู่ตลาดต่างประเทศไปแล้วกว่า 84 ประเทศทั่วโลกในทุกทวีป เรารู้สึกภูมิใจและดีใจ โดยทุกความสำเร็จ ทุกยอดขายและทุกรางวัลที่ได้รับ เกิดจากการทำงานที่เป็นทีม แม้ในบางครั้งต้องเจอกับอุปสรรคและปัญหาเพียงเรามีความเชื่อและศรัทธา โดยไม่ลืมนึกว่าหลัก

ดั้งเดิมที่เราเริ่มทำธุรกิจคืออะไร อดทนกับสิ่งนั้นและปรับเปลี่ยนอย่างยืดหยุ่น โดยสิ่งสำคัญที่ยังทำให้เราขับเคลื่อนได้อย่างต่อเนื่องและมีเสถียรภาพคือนวัตกรรม ขณะเดียวกันเรายังพร้อมก้าวเดินไปข้างหน้าด้วยการผสมผสานหรือทวีตแบรนด์ไปในหลากหลายหมวดหมู่สินค้า อาทิ Preaw Coffee 2 สูตรใหม่ สูตรมอคค่าและสูตรกาแฟ เครื่องดื่มพร้อมชงแคลอรีต่ำ ปราศจากน้ำตาล หรือ BeautiAc-na เครื่องดื่ม Beauti Drink สูตรใหม่ล่าสุด สีเขียวมินท์ ครั้งแรกของเครื่องดื่มสำหรับผู้ที่ต้องการป้องกันและรักษาผิวให้ห่างไกลสิว เป็นต้นเพื่อสร้างสีสันและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างครอบคลุม เพื่อให้ทุกคนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นผ่านจิตวิญญาณที่สร้างสรรค์ของเรา” คุณปิยจิต กล่าวทิ้งท้าย

