



กรุงเทพธุรกิจ

Date :

วันอังคารที่ ๖ สิงหาคม ๒๕๖๑ หน้า ๑

‘ซอสถั่วดำ’ มหัศจรรย์แห่งสี

● บุกรก กุศล

‘ถั่วดำ’ วัตถุดิบแห่งความหวังของนักธุรกิจหนุ่ม ที่ต้องการนำเสนอความแตกต่างให้กับผู้บริโภคชาวไทยที่คุ้นเคยกับถั่วเหลือง และสร้างโอกาสให้กับธุรกิจในฐานะผู้บุกเบิกตลาดใหม่กับผลิตภัณฑ์ “ซอสถั่วดำ” ภายใต้แบรนด์สองพี่น้อง

“เหตุผลที่ทำให้เราเห็นช่องว่างในธุรกิจ เนื่องจากยังไม่มีใครทำซอสถั่วดำออกมาขาย เราจึงมีโอกาสที่จะสร้างตลาดพร้อมไปกับแบรนด์ในเวลาเดียวกัน” ที่มาของสินค้าแนะนำโดย **จรัสฤทธิ์ สุขกาย** ผู้บุกเบิกซอสถั่วดำสูตรได้หัวนรายแรกในไทยเมื่อ 6 ปีที่แล้ว

เส้นทางของผู้บุกเบิก

มองจากหน้าตาแล้ว ซอสถั่วดำอาจดูไม่ต่างจากซอสถั่วเหลืองทั่วไป แต่สิ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือสีดำจากวัตถุดิบ ซึ่งนำเข้ามาจากอเมริกาและจีนแล้วนำ

มาหมักผสมกัน เพื่อให้ได้กลิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การนำเข้านี้โดยผ่านการคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่ไว้ใจได้ เพื่อให้ได้วัตถุดิบการผลิตที่ได้มาตรฐาน และที่สำคัญต้องผ่านการรับรองว่า non GMO

“นอกจากกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน สะอาดปลอดภัยเพื่อให้ได้ซอสถั่วดำสูตรต้นตำรับของได้หัวนอย่างแท้จริงแล้ว ยังได้เลือกสรรวัตถุดิบคือถั่วดำที่มีโปรตีนสูง ซึ่งส่วนใหญ่จะนำเข้าจากจีน แต่กลิ่นจะไม่หอม และก็มีส่วนหนึ่งนำเข้าจากอเมริกาและของไทยซึ่งให้กลิ่นหอมแต่โปรตีนต่ำต้องนำผสมให้ได้มาตรฐานตามที่เรากำหนด”

นอกจากนี้ได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัยด้านการเกษตรของมหาวิทยาลัยแม่โจ้และมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เพื่อศึกษาวิจัยและหาแหล่งปลูกถั่วดำในแถบภาคเหนือซึ่งสภาพดินเหมาะกับการทำไร่ถั่วดำ ทั้งนี้ เพื่อแก้ปัญหาในเรื่องของมาตรฐานด้านวัตถุดิบและเพื่อรองรับกระบวนการผลิตเต็มรูปแบบในอนาคต

หลังเปิดตลาดมา 6 เดือนปรากฏว่า ได้รับผลตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคไทย เนื่องจากรสชาติและ



คุณสมบัติที่แตกต่าง สังเกตได้จากยอดขายในช่องทางโมเดิร์นเทรดและร้านอาหาร แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่าซอสถั่วเหลืองทั่วไป ในฐานะผู้บุกเบิกตลาดจึงต้องพยายามสร้างการรับรู้ด้วยการตั้งอาจารย์ ยิ่งศักดิ์ จงเลิศเจษฎาวงศ์ มาเป็นผู้นำเมนูอาหารไทยที่ใช้ซอสถั่วดำ จากนั้นรุกเข้าไปตามรายการอาหารในรูปแบบของ Product Tie-in รวมทั้ง