

คุณรัฐวุฒิ แซ่ตั้ง
ผู้อำนวยการการขายและการตลาด
บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน)

คุณกานุกพงศ์ พงศ์ติยะชวางกุล
ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและขายในประเทศ
บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน)

KBS

น้ำตาลครบุรี

นวัตกรรมความหวาน

Food Solution

จากโรงงานผลิตน้ำตาลขนาดเล็กเมื่อ 50 ปีก่อน แปรสภาพมาเป็นบริษัทมหาชน ในปี 2554 นับได้ว่าในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) เติบโตอย่างก้าวกระโดดสามารถขยายกำลังการผลิตจนกระทั่งขึ้นมาเป็นโรงงานน้ำตาลระดับต้นๆ ของประเทศ

นอกจากจะเป็นองค์กรหนึ่งที่เติบโตอย่างรวดเร็วแล้ว ยังนำจับตามองมากขึ้น โดยเมื่อปลายปี 2557 เพิ่มบทบาทจากผู้ผลิต OEM สู่การปลุกปั้นแบรนด์ของตัวเองภายใต้ชื่อ “เคบีเอส” พร้อมสร้างจุดต่างจากตลาดด้วยการวางตำแหน่งเป็น Food Solution และในปีหน้าน้ำตาลครบุรีกำลังจะก้าวไปอีกขั้นในฐานะบริษัทชั้นนำในธุรกิจอ้อย น้ำตาล และชีวพลังงาน หรือ Sugar Energy Complex อย่างเต็มตัว

Engineering for Growth

กว่าจะเป็นเจ้าของแบรนด์ “เคบีเอส” ในวันนี้ต้องบอกว่า บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) มีเส้นทางธุรกิจการเติบโตที่น่าสนใจ เพราะเดิมทีน้ำตาลครบุรี มีฐานการผลิตอยู่ในอำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี แต่ด้วยความไม่หยุดอยู่กับที่ในปี 2539 จึงย้ายฐานการผลิตไปที่อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเล็งเห็นว่าพื้นที่ทำเลที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกอ้อยมากกว่า

ด้วยวิสัยทัศน์ที่ต้องการจะเป็นบริษัทชั้นนำในธุรกิจอ้อย น้ำตาล และชีวพลังงาน ในปี 2554 บริษัทจึงจับมือกับกลุ่มบริษัท มิตรชวย ประเทศญี่ปุ่น เข้ามาเป็นพันธมิตรเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจยิ่งขึ้น ถือเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญที่จะทำให้น้ำตาลครบุรีก้าวขึ้นมาเป็นบริษัทชั้นนำระดับโลกในเวลาต่อมา

คุณรัฐวุฒิ แซ่ตั้ง ผู้อำนวยการขายและการตลาด บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ช่วงปี 2555-2560 เป็นช่วงปีแห่งการพัฒนา ซึ่งบริษัทเดินหน้าขยายการลงทุนตามแนวกยุทธศาสตร์หลักของบริษัท ที่มุ่งมั่นจะเป็นองค์กรชั้นนำในธุรกิจอ้อย น้ำตาล และชีวพลังงาน ตั้งแต่ปี 2555-2557 บริษัทใช้งบประมาณ 1,650 ล้านบาท ก่อสร้างโรงไฟฟ้าชีวมวล ขนาด 35 เมกะวัตต์ จนสามารถเริ่มจ่ายไฟฟ้าให้ กฟผ. ตามสัญญาชนิด Firm ขนาด 22 เมกะวัตต์ ตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2558 ที่ผ่านมา

บริษัทยังลงทุน 3,100 ล้านบาท เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตจาก 23,000 ตันอ้อย/วัน เป็น 35,000 ตันอ้อย/วัน โดยใช้เทคโนโลยีการผลิตน้ำตาลที่ทันสมัย จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้โรงงานน้ำตาลให้ทันสมัยขึ้นด้วย สายการผลิตใหม่นี้จะสร้างเสร็จในเดือน พฤศจิกายน 2558 พร้อมใช้สำหรับการเปิดหีบในเดือนธันวาคม 2558 พร้อมกันนี้ บริษัทยังลงทุน 400 ล้านบาท เพื่อก่อสร้าง Conditioning Silo และ Packing Station ใหม่ เพื่อยกระดับคุณภาพน้ำตาล และนำระบบที่ทันสมัยเข้ามาช่วยบริหารระบบขนส่ง Logistic ของบริษัท

นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนการก่อสร้างโรงงานเอทานอลขนาด 200,000 ลิตรต่อวัน ซึ่งยังอยู่ในขั้นตอนการดำเนินการ เมื่อโครงการทั้งหมดนี้แล้วเสร็จจะเป็นการยกระดับฐานการผลิตของโรงงานน้ำตาลครบุรีในปัจจุบันให้เป็น Sugar Energy Complex ซึ่งมีความสมบูรณ์และทันสมัย มีประสิทธิภาพและศักยภาพ การแข่งขันเทียบเท่าโรงงานน้ำตาลขนาดใหญ่ทั้งในระดับประเทศ และระดับโลก

“ปัจจุบัน เรามีกำลังการผลิต 35,000 ตันต่อวัน ขยายจากเดิม 23,000 ตันต่อวัน เพื่อตอบโต้ภัยคุกคามของเรา เพราะขนาดที่เหมาะสมต่อการเป็น Sugar Energy Complex จะต้องมีกำลังการผลิต 3.5-4 ล้านตันต่อปี ซึ่งถือว่ากำลังการผลิตของเราตอนนี้อยู่ในระดับต้น ๆ ของประเทศ”

คุณรัฐวุฒิ อธิบายถึงวิสัยทัศน์ของการก้าวขึ้นเป็น Sugar Energy Complex ว่า สืบเนื่องมาจากบริษัทไม่ได้มองตัวเองในธุรกิจอ้อยเพียงอย่างเดียว แต่ยังมองโอกาสการต่อยอดไปสู่ธุรกิจพลังงานสะอาดเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำกากอ้อยมาทำพลังงานไฟฟ้าชีวมวล และนำกากน้ำตาลซึ่งเป็นผลพลอยได้มาจากการทำน้ำตาลมาผลิตเอทานอล ซึ่งจะส่งผลดีต่อภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ เพราะช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ ช่วยถ่วงดุลอำนาจทางการค้าอันเป็นพันธกิจหลักของบริษัทด้วยเช่นกัน

Supply Chain Management

อย่างไรก็ดี การจะก้าวเป็น Sugar Energy Complex จำเป็นต้องพัฒนาระบบการทำงานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เริ่มจากการผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในโรงงาน และการสร้างตลาดผ่านกลยุทธ์อันแตกต่างจากตลาด

“ความท้าทายในการทำธุรกิจนี้ คุณภาพวัตถุดิบต้องมาก่อน เราจะต้องทำให้ชาวไร่มีรายได้เพิ่มขึ้น ด้วยผลผลิตต่อไร่ต่อตันที่ดีขึ้น เพื่อเกิดการปลูกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เราเริ่มโครงการ Smart Farm ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อช่วยเหลือชาวไร่ทุกด้าน นอกจากด้านการเงินซึ่งมีอยู่ก่อนแล้ว ยังเข้าไปให้ความรู้ทางวิชาการเพิ่มเติม โดยนักวิชาการทั้งในและนอกบริษัท เพื่อให้ชาวไร่ปลูกอ้อย ได้ผลผลิตมากขึ้นในพื้นที่เดียวกัน เริ่มตั้งแต่สายพันธุ์อ้อยที่ดีมีคุณภาพ การเตรียมดินที่ถูกต้อง การปลูกที่เหมาะสม นอกจากนี้เรายังมองไปถึงการบริหารต้นทุนการเก็บเกี่ยวเข้าโรงงานให้กับชาวไร่ ด้วยการจับบุคลากรรวมทั้งเครื่องมือพร้อมช่วยชาวไร่ในการตัดอ้อย รวมถึงรถบรรทุกขนส่งมายังโรงงาน เพื่อลดต้นทุนของเขาให้ได้มากที่สุด”

ขณะเดียวกัน ในแง่กระบวนการผลิตในโรงงานจะต้องทำให้ต้นทุนต่ำที่สุด ด้วยการทำให้เกิด Economy of Scale โดยเพิ่มกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นกว่า 50% ในรอบปีที่ผ่านมา พร้อมนำผลพลอยได้จากการผลิตต่อยอดสร้างรายได้ในธุรกิจพลังงาน สุดท้าย คือการสร้างตลาดด้วยกลยุทธ์การสร้างมูลค่าให้ลูกค้ากับสินค้าใหม่ ๆ โดยแจ้งเกิดน้ำตาลแบบเคบีเอส จะเห็นได้ว่า กระบวนการทำงานทั้ง 3 ส่วน จะประสานรับลูกกันอย่างต่อเนื่องได้ก็ต่อเมื่อมีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ซึ่งการพัฒนาคนนี่เองก็เป็นที่ถูกใจแห่งความสำเร็จของน้ำตาลครบุรีเช่นกัน

“มาจากที่เราตั้งวิสัยทัศน์ที่ต้องการเป็นองค์กรชั้นนำในธุรกิจอ้อยน้ำตาลและชีวพลังงาน โดยบูรณาการบุคลากร เทคโนโลยี และการจัดการ จะเห็นได้ว่าเราใช้คำว่า



“กล่าวได้อย่างเต็มปากว่าวันนี้ บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรหนึ่งที่เติบโตอย่างรวดเร็วกลายเป็นโรงงานน้ำตาลระดับต้นๆ ของประเทศไทย ด้วยกำลังการผลิตปีละ 3.5 ล้านตัน ซึ่งถือว่าอยู่ในฐานะบริษัทชั้นนำธุรกิจอ้อย น้ำตาล และชีวพลังงาน หรือ Sugar Energy Complex อย่างเต็มตัว”

บุคลากรก่อนเป็นลำดับแรก เพราะเรามองว่า “คน” เป็นฟันเฟืองที่สำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนองค์กร”

2 ปีที่ผ่านมา บริษัทจึงมีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรโดยกำหนดคุณสมบัติของคน KBS หรือ Shared Value ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับสร้างโปรแกรมการพัฒนาบุคลากรให้เป็นไปในทิศทางที่องค์กรตั้งวิสัยทัศน์ไว้ ประกอบไปด้วย 1.Integrity คือ ความเป็นมืออาชีพเพื่อให้พนักงานแต่ละฝ่าย ทั้งฝ่ายไร่ ฝ่ายผลิต และฝ่ายการตลาดรวมกว่า 1,300 ชีวิต ทำงานโดยยึดมั่นในหลักการและจรรยาบรรณของวิชาชีพที่ถูกต้อง สามารถตอบโต้ลูกค้าได้ตรงจุด 2.Organizational Commitment หรือการทำงานอย่างสุดความสามารถ เพื่อพัฒนาตัวเองและช่วยยกระดับองค์กร และ 3. Analytical Thinking หรือความสามารถในการคิดวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริง (Root Cause) ของปัญหา เพื่อไปสู่การแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้อง

“เคบีเอส” New Comer, But Not Follower

แม้ในภาคการผลิตของน้ำตาลครบุรี จะผ่านร้อนผ่านหนาวและอุปสรรคต่างๆ จนขึ้นมาอยู่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ แต่สำหรับแบรนด์น้ำตาล “เคบีเอส” ในตลาดค้าปลีกยังถือเป็น Player หน้าที่ใหม่ในตลาด ท่ามกลางการแข่งขันในตลาดนี้ ซึ่งมีมูลค่ารวม 4,600 ล้านบาท บริษัททราบดีว่า การชิงพื้นที่ในตลาดคงไม่สามารถใช้กลยุทธ์เดิมได้

“เนื่องจากเคบีเอส เป็นแบรนด์ใหม่ในตลาด จึงเป็นความท้าทายที่จะให้ผู้บริโภคหันมาใช้ของเรา เพราะน้ำตาลก็คือน้ำตาลเป็นหนึ่งใน Commodity Product แต่เราไม่ยอมเป็นผู้ตามเด็ดขาด” คุณภาณุพงศ์ พงศ์ดิยะขวงกุล ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและขายในประเทศ บริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) กล่าวอย่างมั่นใจ

ความตั้งใจที่จะไม่เป็นผู้ตาม นำมาซึ่งกลยุทธ์ความเชี่ยวชาญในการสร้างความแตกต่างให้ตลาดเป็นเจ้าแรกในหลาย ๆ เรื่อง

คุณภาณุพงศ์ กล่าวถึงจุดตั้งต้นของการสร้างความต่างดังกล่าวมาจากการวางคอนเซ็ปต์แบรนด์เคบีเอสให้เป็น Food Solution ให้ผู้บริโภคทั่วไป และผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

กลุ่มบริษัท น้ำตาลครบุรี จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นในปี 2508 เป็นกลุ่มบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำตาลทราย ดำเนินการอย่างครบวงจร ก่อตั้งโดยครอบครัวกวีลาตีเมทริพย์ บริหารงานจากบริษัทโรงงานน้ำตาลเล็กๆ จนเติบโตเป็นบริษัทมหาชน ปัจจุบันเคบีเอส มีรายได้จากการขายน้ำตาลสู่ตลาดต่างประเทศคิดเป็น 75% โดยส่วนใหญ่ขายผ่าน International Trader ส่วนอีก 25% เป็นการจำหน่ายในตลาดในประเทศผ่าน 3 ช่องทางหลัก คือกลุ่มผู้ผลิตอาหารและเครื่องคั้นรายใหญ่ เช่น อาจ, ยูโรเปียนฟู้ด, เคลี่ฟู้ด, อายโอบี-โม-โตะ, ยูนิเฟรสซิเดนท์, คาราบาวแดง ฯลฯ, กลุ่ม Modern Trade โดยรับเป็นผู้ผลิต OEM ผลิตภัณฑ์น้ำตาลทรายบรรจุถุง 1 กิโลกรัม House Brand ของ บิ๊กซี โลตัส กิ๊พส์ และสุดท้ายช่องทางการขายผ่านอีบีวี และห้างท้องถิ่น เพื่อกระจายกลุ่มเป้าหมายให้ทั่วประเทศ

“Food Solution ของเคบีเอส คือการหาทางเลือกใหม่ให้ลูกค้า ดังนั้นการพัฒนาสินค้าจำเป็นต้องสร้างอินโนเวชั่นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดีที่สุดในการใช้งาน และตอบโต้ภัยในสิ่งที่แบรนด์อื่นไม่สามารถทำได้”

ปลายปีที่ผ่านมา บริษัทวางตลาดน้ำตาล 3 ชนิดพร้อมๆ กัน ประกอบด้วย น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ KBS First ซึ่งเป็น Refined Sugar คุณภาพสูง ผ่านการทำให้บริสุทธิ์ด้วยการกรอง และตกผลึกจนได้น้ำตาลที่มีความใสสะอาดทุกเกล็ด น้ำตาลทรายธรรมชาติ KBS Brown ที่มีกลิ่นหอมจากธรรมชาติ หอม หวาน กลมกล่อม และ KBS 2X Double Sweet น้ำตาลนวัตกรรมใหม่ล่าสุดที่มีคุณสมบัติหวาน 2 เท่า จากส่วนผสมของซูคราโลส ซึ่งเป็นน้ำตาลสกัดเข้มข้นจากอ้อย 100% สามารถใช้ได้กับอาหารและเครื่องดื่มทุกชนิด ปรุงอาหารได้ทั้งร้อน และเย็น

กล่าวได้ว่า KBS 2X Double Sweet เป็นแบรนด์แรกในตลาดเมืองไทยที่ผลิตน้ำตาลหวาน 2 เท่า นั่นหมายความว่า ในความหวานเท่ากัน แต่ KBS 2X Double Sweet จะใช้ปริมาณเพียงครึ่งเท่านั้น ตรงนี้เป็นการตอบโต้ภัยทั้งกลุ่มผู้บริโภค เพราะจากคุณสมบัติหวาน 2 เท่า จะทำให้แคลอรีลดลงเหมาะกับกลุ่มรักสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้เวลาการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบทางเลือกที่ดีที่สุด ขณะเดียวกันยังตอบโต้ภัยผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เพราะนอกจากจะสะอาด ปลอดภัยแล้ว ยังประหยัดเวลาการประกอบอาหารและช่วยลดต้นทุนค่าวัตถุดิบ

“ในฐานะ New Comer เราต้องหา Blue Ocean ในตลาดให้เจอแล้วเจาะกลุ่ม Niche Market เราจึงวางตำแหน่ง KBS 2X Double Sweet ภายใต้คอนเซ็ปต์ Sweet & Smart น้ำตาลสำหรับคนฉลาดคิดฉลาดเลือก ซึ่งหลังจากเปิดตัวไป ปรากฏว่าได้รับผลตอบรับจากตลาดเกินคาด โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เนื่องจากเราพบว่า น้ำตาลคิดเป็นต้นทุนกว่า 40-50% ของผู้ประกอบการร้านอาหาร เครื่องดื่ม และเบเกอรี่ และด้วย Pricing ของผลิตภัณฑ์ จะทำให้ต้นทุนค่าน้ำตาลของเขาลดลง 25-30% จึงทำให้อุรกิจมีกำไรมากขึ้น ทั้งยังลดภาระการขนส่งน้ำตาล และลดพื้นที่ในการจัดเก็บสต็อกน้ำตาลอีกด้วย”

แน่นอนว่า เมื่อ KBS 2X Double Sweet เป็นเจ้าแรกในตลาดที่ให้ความหวาน 2 เท่า จึงเป็นสิ่งท้าทายไม่น้อย ที่จะเข้าไปเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ฉะนั้นการเข้าไป Educate ตลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้ตามใครไม่ใช่อะไรแล้ว น้ำตาลครบุรี จึงมีวิธีเปิดใจผู้บริโภคที่แตกต่างจากตลาดเป็นเจ้าแรกเช่นกัน

คุณภาณุพงศ์ กล่าวว่า เนื่องจาก KBS 2X Double Sweet เป็นโปรดักต์ที่ Fit กับกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีมากที่สุด ปีนี้บริษัทจึงเริ่มเจาะตลาดกลุ่มนี้ก่อน โดยตั้งหน่วยเซลล์คอมมานโดขึ้นมา ครอบคลุมตลาดกรุงเทพฯ และปริมณฑลก่อนในระยะแรก เพื่อเข้าไป Convince ลูกค้าผู้ประกอบการเอสเอ็มอีโดยเฉพาะ หน่วยนี้ต่างจากทีมเซลล์ทั่วไปที่ทำหน้าที่เพียงจัดคิวนัดคุยเชียร์สินค้า แต่ทีมเซลล์คอมมานโดจะเข้าไปสร้างประสบการณ์ให้เกิดการตลาดโดยใช้จริง และเห็นผลจริงว่าให้ความหวานได้เท่าเดิม แต่สามารถลดต้นทุนได้ 30% มาเป็นหัวทอกในการเข้าถึงลูกค้า ซึ่งส่วนใหญ่ติดใจจนเกิดการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง และกลายมาเป็นลูกค้าประจำของเคบีเอสในที่สุด

นอกจากนี้ยังจัดกิจกรรม “สัญญาอาชีพ” ร่วมกับหน่วยงานการปกครองท้องถิ่น สอนการปรุงอาหาร และขนมสูตรต่างๆ สร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนเพื่อสร้างแบรนด์เคบีเอสให้เป็นที่รู้จักอีกทางหนึ่ง และในอนาคตได้มีการวางแผนเพิ่มช่องทางออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารเพื่อเข้าถึง Community กลุ่มต่างๆ ของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีอีกด้วย

“เราทราบดีว่า สูตรอาหารและเครื่องดื่มเป็นหัวใจในการทำธุรกิจของเอสเอ็มอี เพื่อเป็นการตอบโต้ภัยความต้องการในกลุ่มนี้ เราจึงมี Solution Team ประกอบไปด้วย



นักวิทยาศาสตร์การอาหาร (Food Science) และเชฟ เพื่อพัฒนาสูตรอาหาร และเครื่องดื่มร่วมกับผู้ประกอบการโดยเฉพาะ ปัจจุบันเรามีทั้งหมดมากกว่า 10 สูตร ครอบคลุมอาหารคาว หวาน เครื่องดื่ม และน้ำจิ้มรสชาติต่างๆ”

Opportunity

ผลของการไม่ทำตัวเป็นผู้ตาม และพยายามแสวงหาช่องทางใหม่ๆ อยู่เสมอ แสดงให้เห็นถึงโอกาสการเติบโตของน้ำตาลครบุรีในอนาคต โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ KBS 2X Double Sweet ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์การบริโภคน้ำตาลของประเทศพัฒนาแล้วที่นิยมน้ำตาลประเภทนี้มากขึ้น

นอกจากเจาะกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีอย่างต่อเนื่อง คุณรัฐวุฒิ กล่าวถึงแผนปีหน้าว่า จะนำ KBS 2X Double Sweet เข้าไปเจาะตลาดในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ผ่านวิธีการสาธิตสินค้าในช่องทางต่างๆ พร้อมกับนั้นยังมีแผนเปิดตัวนวัตกรรมน้ำตาลชนิดใหม่ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อยปีละ 1 ชนิด เพื่อตอบโต้ภัยอื่นอันแตกต่างของแบรนด์เคบีเอส

“ตลาดรวมการบริโภคน้ำตาลของเมืองไทยมีมูลค่า 50,000 ล้านบาท แบ่งเป็น ตลาดคอนซูเมอร์มูลค่า 4,600 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตเป็นไปตามจีดีพี ซึ่งจากการลอนซ์เคบีเอสเพียง 1 ปี ปัจจุบันเรามีมาร์เก็ตแชร์ 20% คิดเป็นยอดขาย 1,000 ล้านบาท จากการตอบรับที่ดีเช่นนี้ เราจึงตั้งเป้าการเติบโตในปีหน้าเพิ่มขึ้นอีก 20% หรือมีมาร์เก็ตแชร์เพิ่มเป็น 25% นับเป็นอัตราการเติบโตที่มากกว่าตลาด”

ไม่เพียงแต่ตลาดในประเทศเท่านั้น บริษัทยังมองโอกาสการเติบโตในตลาดต่างประเทศ จากปัจจุบัน 75% ของกำลังการผลิตถูกส่งออกไปจำหน่าย 15 ประเทศ โดยหลักๆ อยู่ในภูมิภาคฟาร์อีสต์ อาทิ จีน ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์ เมียนมาร์ และเวียดนาม ในอนาคตมีแผนจะเข้าไปขยายในตลาดกลุ่มประเทศอาเซียนมากขึ้น ผ่านการเน็กกำลังกับพาร์ทเนอร์ค้าปลีกท้องถิ่นในการบุกตลาดต่อไป