

เอกสารโครงการนวัตกรรมหรือสหพัฒน์ ประจำปี 2567 (ปีที่ 20) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม Squeeze it, Dip it, Eat it อร่อยสนุกหยุดไม่อยู่กับ คิวพี

ประเภทนวัตกรรม

- ☒ Product ☐ Production ☐ System & Process ☐ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ ESG : Environment, Social & Governance
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ บริษัท คิวพี (ประเทศไทย) จำกัด

ผู้สร้างนวัตกรรม

- 1) คุณปัทมา รุ่งเรือง ตำแหน่ง Supervisor
- 2) คุณภูมิพัฒน์ สุทธิจิต ตำแหน่ง Section Manager
- 3) คุณกิตติพล ดั่งชะเอม ตำแหน่ง Asst. Department Manager
- 4) คุณภาชกร ปิ่นน้อย ตำแหน่ง Asst. Department Manager

สถานที่ติดต่อ แผนกผลิต บริษัท คิวพี (ประเทศไทย) จำกัด

โทรศัพท์ 032-741771-5 ต่อ 7403,7408

มือถือ คุณปัทมา 083-8426550/ คุณภูมิพัฒน์ 083-8426485

E-mail..PattamaR@kpthai.com, PumipatS@kpthai.com

ลงชื่อ  ผู้อนุมัติ

(นายมานิตย์ แยมศิริ)

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายโรงงาน

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ

- ☐ สิทธิบัตร เลขที่..... ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่.....
☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☒ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร
☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ).....

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☐ มีการริเริ่มมาก่อน ☒ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน
☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)
☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)
.....
☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)
.....

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด
☐ นำมาใช้จริง ตั้งแต่..... ☒ วางตลาด ตั้งแต่ มีนาคม 2566

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นการทานง่าย, ความสะดวก รวดเร็วของการรับประทาน และกระแสนิยมการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสื่อสารภาพลักษณ์ของคิวพีให้อยู่ในทุกที่ทุกเวลา เข้าถึงทุกกลุ่มผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายคือกลุ่มลูกค้าวัยเด็ก และวัยรุ่น (New generation) เป็นแนวคิดสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในครั้งนี้

ในช่วงโควิดปี 2019 มีผู้คนส่วนใหญ่ที่ต้องเก็บกักตัวอยู่กับบ้านเกิดช่วงเวลาว่างที่สามารถฝึกฝนในการทำอาหารจึงเป็นช่วงเริ่มต้นของ การนำชีสมาพัฒนาเป็นซอสชีสที่ได้รับกระแสนิยม **นำมาบีบราดบน เฟรนฟรายส์และของทอด เนื้อซอสมีสีเหลืองดึงดูดให้สนใจ ด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์หอม ถูกใจในหลายๆคน จึงไม่น่าแปลกใจที่ซอสชีสจึงเป็นซอสอีกชนิดหนึ่งที่จะชวนให้น่าลิ้มลอง!!!** กลายเป็นแนวคิดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เน้นความสะดวกและรวดเร็วในการทานให้ง่ายขึ้นเพียงบีบราด ซอสบน เฟรนฟรายส์และของทอด ก็สามารถทานได้เลย เนื้อซอสอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่รักษาสภาพขนาดหลอดพอดีมือบีบ

เราคิวพีเกิดความท้าทายในการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์มายองเนส ผสมเชดด้าชีส ตราคิวพี(KEWPIE CHEDDAR CHEESE MAYO) เป็นมายองเนสเนื้อเนียน ใช้จิ้มแทกกับของทอด เช่น เฟรนฟรายส์ ทาขนมปัง ทานคู่ขนมทานเล่น และยังมีมายองเนส ผสมเห็ดทรัฟเฟิล ตราคิวพี(KEWPIE TRUFFLE MAYO) ที่เป็นมายองเนสเนื้อนุ่มละมุน หอมและกลมกล่อมกับเห็ดทรัฟเฟิลนำเข้าจากอิตาลี เป็นคู่เมนูของทอด เช่น กุ้งทอด ทานคู่กับพิซซ่า, บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ที่นำมาบรรจุในหลอดบีบพร้อมทาน (Squeeze Tube) ส่งผลให้เกิดการพัฒนาตัวสินค้าควบคู่กับการเลือกบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวกับการสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ รวมถึงเข้าถึงการรับประทานของผู้บริโภค ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่คิวพีใช้บรรจุเป็นขวดบีบที่เรียกว่าซอร์ฟทิว (soft tube) ไม่มีการแสดงข้อมูลสินค้าและรายละเอียดบนขวดบีบ มีเพียงการแสดงข้อมูลบนถุงที่ใช้ในการหุ้มห่อ คิวพี จึงมองหาบรรจุภัณฑ์หลอดบีบพร้อมทาน ที่สามารถแสดงรายละเอียด ,สีส้ม ภาพลักษณ์ของสินค้าที่ดึงดูดและเหมาะสมกับการใช้ทาน พร้อมการพัฒนาสินค้าใหม่ภายใต้ concept **เมื่อคว่ำหลอด และยังไม่ได้บีบสินค้าต้องไม่ไหล บีบหลอดเนื้อซอสไหลได้ง่าย และเมื่อหยุดบีบเนื้อซอสจะต้องไม่หยดหรือเปื้อนที่หลอด** จากการพัฒนาจึงได้เนื้อสินค้า และรสชาติเข้าถึงผู้บริโภคบีบซอสและเทบนสินค้า โดยไม่ต้องบีบใส่ภาชนะ ช่วยลดความยุ่งยากในการรับประทาน

จากการร่วมมือของหน่วยงานภายในบริษัทและบริษัทผู้จำหน่ายบรรจุภัณฑ์ในการพัฒนาสินค้าเป็นระยะเวลากว่า 3 ปี จึงได้วางขายออกสู่ท้องตลาด เมื่อเดือนมีนาคม 2566 ซึ่งสินค้าได้วางจำหน่ายที่ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าทั่วไป และช่องทางออนไลน์ สินค้าได้รับผลตอบรับอย่างดีและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งมียอดขายปีแรกถึง 22.5 ล้านบาท แสดงถึงความสำเร็จของสินค้า ที่เหมาะกับสำหรับทุกเพศทุกวัย ทั้งเด็ก วัยรุ่น และกลุ่มครอบครัว ที่เน้นการใช้งานครบครัน สะดวก รวดเร็ว พกพาไปได้ทุกที่ทุกเวลา

คำสำคัญ New generation, มายองเนส, Squeeze Tube, Soft Tube