



บริษัท โทฟูซัง จำกัด



คุณสุนาม พานิชการ  
กรรมการผู้จัดการ  
บริษัท โทฟูซัง จำกัด

ได้รับรางวัลในมิติ

1. Customer-focused Product and Service
2. Entrepreneurship
3. Branding and Marketing
4. Innovative Enterprise

"มักมีคนถามผมว่าทำไมถึงกล้าเสี่ยงทำธุรกิจน้ำเต้าหู้ มันดูธรรมดาและมีผู้ผลิตอยู่แล้วหลายเจ้า ผมคิดว่าเสมือนการตกปลา ถ้าผมตกปลาคนเดียวในบ่อที่มีปลาน้อย โอกาสได้ก็มันน้อย แต่ถ้าผมตกปลาในบ่อที่มีปลาเป็นหมื่น ๆ ตัว แม้จะมีคนตกหลายคน แต่โอกาสที่จะได้ปลาก็มีมากกว่า ผมไม่เคยคิดว่าจะต้องเป็นหนึ่งในนั้น แต่โทฟูซังมีจุดยืนของแบรนด์ที่ชัดเจน เราเป็นน้ำเต้าหู้ออแกนิกแท้ 100% และมั่นใจว่าลูกค้าสัมผัสได้ถึงความแตกต่างทั้งรสชาติและสุขภาพที่ได้รับ"

จุดกำเนิดของโทฟูซัง เกิดจากไอเดียของคุณสุนาม พานิชการ ผู้มีหน้าที่ในการหาซื้อน้ำเต้าหู้คั้นสด 100% มาให้คุณพ่อทานทุกวัน แต่ด้วยความที่ต้องทำงานประจำไปเช้ากลับดึก ทำให้การหาซื้อกลายเป็นเรื่องยาก จึงอยากทำธุรกิจน้ำเต้าหู้คั้นสด และค้นคว้าหาข้อมูลทดลองทำเริ่มจากให้คุณพ่อชิม โดยได้ร่วมมือกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมหาวิทยาลัยศิลปากรช่วยคิดค้นสูตรและกรรมวิธีการผลิตที่ให้รสชาติเหมือนกับน้ำเต้าหู้แบบดั้งเดิม และใส่นวัตกรรมเข้าไปเพื่อยืดอายุสินค้าให้อยู่ได้นานขึ้น โดยไม่ต้องพึ่งสารกันบูด ใส่ใจตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบถั่วเหลืองออแกนิกทั้งในและต่างประเทศ



ที่ไม่ตัดแต่งพันธุกรรม และมีโปรตีนสูงกว่าถั่วเหลืองทั่วไป ได้รับการรับรอง FDA และ USDA Organic จากอเมริกา และพัฒนาเครื่องจักรที่ใช้โมเมล็ดถั่วเหลืองที่สามารถรักษาโปรตีนได้สูงกว่ากระบวนการทั่วไปแต่ยังคงรสชาติหอมอร่อยแบบดั้งเดิมไว้ได้ พร้อมเลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นส่วนผสม เช่น น้ำเชื่อมจากกล้วย น้ำตาลอ้อยธรรมชาติ งาขาว งาดำคั่วบดแท้ ๆ รวมถึงคิดค้นนวัตกรรมการบรรจุเม็ดแมงลักลงในขวดน้ำเต้าหู้โดยคงรูปเดิมได้เพียงรายเดียวในประเทศไทย และเป็นผู้ผลิตน้ำเต้าหู้เพียงรายเดียวในภูมิภาค

อาเซียนที่ ผ่านการคัดเลือกตามมาตรฐานเพื่อเป็นคู่ค้ากับ บริษัท เดอะ วอลท์ ดิสทริบิวต์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้การดูลิขสิทธิ์มาตีไลน์ลงบนแพคเกจจิ้ง ปัจจุบัน โทฟูซังมีช่องทางจำหน่ายทั้ง Retail Store และ Modern Trade ทั่วประเทศ เช่น เซเว่น มิกซ์ แมคโคร กรูเม่ ท็อป รวมถึงโรงพยาบาล โรงเรียน หรือร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และส่งออกไปยังต่างประเทศ เช่น จีน สิงคโปร์ ฮองกง มาเลเซีย และเวียดนาม



นอกจากนี้ โทฟูซังมีการส่งเสริมให้เกษตรกรไทย ปลูกถั่วเหลืองออแกนิก ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยมีน้อยมาก โดยแจกเมล็ดพันธุ์และให้คำแนะนำในการทดลองปลูก ถ้าสามารถปลูกได้ดี มีโปรตีนสูงระดับมาตรฐาน ก็พร้อมรับประกันซื้อในราคาที่สูงกว่าถั่วเหลืองทั่วไป 2 เท่า

ที่ผ่านมาโทฟูซังเคยได้รับรางวัล Top Outstanding Local Brands 2019 จาก Kantar ซึ่งเป็นการจัดลำดับแบรนด์ในกลุ่ม Fast-Moving Consumer Goods หรือสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อ และมีการหมุนเวียนสินค้าสูง สำหรับในปี 2562 โทฟูซังมียอดขาย 523 ล้านบาท และตั้งเป้าว่าในปี 2563 จะมีรายได้เติบโตเพิ่มขึ้นเป็น 700 ล้านบาท