



บริษัท กรีนเดย์ โกลบอล จำกัด



คุณชัยรัตน์ คงศุภมานนท์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร



ได้รับรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 14 ในมิติ

- 1) Sustainable Business Practice
- 2) Customer-Focused Product and Service
- 3) Branding & Marketing

บริษัท กรีนเดย์ โกลบอล จำกัด เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2547 โดยผลิตและจำหน่ายผักผลไม้แปรรูป สร้างสรรค์เป็นขนมขบเคี้ยวที่ดีต่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ Greenday และ Glendee สำหรับแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจของ **คุณชัยรัตน์ คงศุภมานนท์** นั้นมาจากการที่ต้องสูญเสียคุณแม่ไปด้วยโรคมะเร็งและตระหนักดีว่าเรื่องสุขภาพกลายเป็นปัญหาใหญ่ของประเทศไทย จึงมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าที่ดีต่อสุขภาพของคนยุคใหม่

ในกระบวนการผลิตกรีนเดย์ได้นำเทคโนโลยีการอบแบบแช่แข็ง (Vacuum Freeze Drying) และการทอดแบบสูญญากาศ (Vacuum Frying) ซึ่งจัดเป็นนวัตกรรมการผลิตที่ช่วยทำให้ไม่อมน้ำมัน และใส่ใจในการคัดเลือกวัตถุดิบ และไม่มีการใส่น้ำตาล หรือสารปรุงแต่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จนได้ผลิตภัณฑ์คุณภาพที่ยังคงรสชาติ



ความอร่อยไว้ได้กว่า 40-50 รายการ สินค้ายอดนิยมที่ขายดีจนสร้างยอดขายได้เกิน 80 เปอร์เซ็นต์ ได้แก่ กระจับเขียว บล็อกโคลี่ สตอเบอร์รี่ มะพร้าว และผักผลไม้รวม 5 สี สำหรับเด็ก นอกจากนี้สินค้าที่ผลิตได้อย่างมีคุณภาพแล้ว กรีนเดย์ยังใส่ใจความคิดสร้างสรรค์ไปกับเกมส์และการ์ตูนการ์ตูนที่อยู่บนแพคเกจจิ้ง เช่น โปรเฟสเซอร์โคดี้ ซึ่งเป็นกระจับเขียวที่ครีเอทเป็นตัวการ์ตูนจระเข้ เพื่อเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ช่วยให้แบรนด์มีความสนุกสนาน เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเด็กๆ ให้หันมารักการทานผักผลไม้ได้มากขึ้น

ปัจจุบันกรีนเดย์มีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา ภายใต้แบรนด์ Yudi และแคนาดา ช่องทางรวมถึงประเทศที่มีโอกาสเติบโตสูงและเป็น Blue Ocean เช่น เอสโตเนีย ฟินแลนด์ เดนมาร์ก และสเปน และยังรับทำ OEM ให้กับต่างประเทศ มีสัดส่วนการขายในประเทศ 30 เปอร์เซ็นต์ และสัดส่วนการขายตลาดต่างประเทศอีก 70 เปอร์เซ็นต์ สำหรับปี 2561 ที่ผ่านมา กรีนเดย์มียอดขาย 400-500 ล้านบาท และในปี 2562 นี้ ตั้งเป้าจะดันยอดขายให้เติบโตเป็น 1,000 ล้านบาท โดยวางแผนเพิ่มกำลังการผลิตอีก 3 เท่า โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย

ไม่เพียงเท่านั้น กรีนเดย์ยังโดดเด่นเรื่องการสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ ด้วยการใส่ใจคุณภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เช่น การนำเมล็ดพันธุ์กระจับเขียวไปแจกให้เกษตรกรที่ทำคอนแทรคฟาร์มมิ่ง (Contract Farming) ปลูก เพื่อควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ มีการรับซื้อและสนับสนุนให้เกษตรกรหันมาปลูกออร์แกนิกกันมากขึ้น เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและส่งเสริมการสร้างรายได้ให้ชุมชนในระยะยาว