



บริษัท ไทยอินโนฟู้ด จำกัด



คุณเอกภูมิ หอมสุวรรณ  
กรรมการผู้จัดการ

**ได้รับรางวัลในมิติ**

- องค์กรที่มีการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovative Enterprise)
- การบริหารจัดการด้านบุคลากร (People Excellence)
- การสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

จากจุดเริ่มต้นของการทำแฮมเริ่มจากคุณยายที่มาสั่งครอบครัวที่ย่านดอนเมือง หลักกิโลเมตรที่ 26 และต่อมาทายาทธุรกิจรุ่นที่ 3 อย่างคุณเอกภูมิ หอมสุวรรณ ได้ก้าวเข้ามาสานต่อธุรกิจโดยก่อตั้งเป็นบริษัท สหทธิลักษณ์ อินโนฟู้ดส์ จำกัด จึงเป็นที่มาของธุรกิจผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแฮมรูปแบบต่าง ๆ ภายใต้ชื่อ "แฮมดอนเมือง กม.26" และ "แฮมสหทธิลักษณ์" ซึ่งได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคมานานกว่า 30 ปี ด้วยรสชาติที่มีเอกลักษณ์ วัตถุดิบที่สด สะอาด ถูกสุขลักษณะ จนได้สัญลักษณ์เซลล์ชวนชิม การันตีความอร่อย



นับเป็นรายแรกของประเทศไทยที่มีการนำนวัตกรรม การฉายรังสีในอาหารมาใช้กับผลิตภัณฑ์แฮม เพื่อฆ่าเชื้อโรคที่มีอันตรายต่อสุขภาพที่แฝงอยู่ในเนื้อหมู โดยปราศจากสารกัมมันตรังสีตกค้าง ช่วยยืดอายุการจัดเก็บสินค้าให้ยาวนานถึง 2 เดือน เป็นแฮมพร้อมรับประทานที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคเรื่องความปลอดภัย และเป็นแฮมที่สามารถรับประทานได้ทันที มีการคัดเลือกและเติมเกลือไนไตรท์ 3 สายพันธุ์ที่ผ่านมาตรฐาน ออย. เพื่อให้ได้รสชาติที่อร่อยและคงที่ ได้รับคัดเลือกให้เป็นโรงงานนำร่องในโครงการ "อาหารฉายรังสี" จากสำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกทั้งยังเป็นโรงงานนำร่องด้านการใช้दनเชื้อชีวภาพในกระบวนการผลิตแฮมที่ได้รับการคัดเลือกจากศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ไบโอเทค) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

อินโนฟู้ด จำกัด เพื่อขยายฐานการผลิตให้รองรับและเพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งขยายตลาดให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น คนควาและพัฒนาารูปแบบสินค้าใหม่ ๆ ตอบโจทย์ผู้บริโภค เช่น แฮมสไลด์ แฮมหมุยอเสักรอกรมควัน แฮมเนือง แฮมพร้อมปรุง รวมถึงเป็นรายแรกที่นำเทคโนโลยีสุญญากาศมาใช้กับบรรจุภัณฑ์แฮมพลิกโฉมแฮมด้วยรูปแบบ Easy Peel แก้ปัญหาแฮมตุ่มจิว้ที่ในสมัยก่อนที่มักมีการปนเปื้อนจากหนังยางที่อาจไปสัมผัสกับเนื้อแฮมทำให้เสียรสชาติ และดูห็นสมัยตอบโจทย Pain point ในเรื่องภาพลักษณ์ของสินค้า ทำให้ขนาดพอดีคำ มีพริกทุกเม็ด รับประทานได้ง่าย และยังช่วยลดขยะที่เกิดจากหนังยางและจากถุงพลาสติกที่ตัดใช้เฉพาะมุมพัฒนา know how จนยกระดับจากอาหารพื้นบ้านแปรรูปสู่มาตรฐานระดับอุตสาหกรรม ทั้งรสชาติ ความสะอาด ความปลอดภัย และบรรจุภัณฑ์

หัวใจหลักที่สำคัญอีกประการที่ทำให้บริษัทก้าวสู่ความสำเร็จก็คือการให้ความสำคัญกับด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ วางหลักสูตรการอบรมเทียบเท่ากับบริษัทชั้นนำรายใหญ่ นอกจากนี้ ยังมีการวางแผนรับมือกับความเสียหายจากภาวะวิกฤติต่าง ๆ อยู่เสมอ เช่น มาตรการรับมือกับโรคระบาดในหมู และการเตรียม Stock วัตถุดิบสำรองสำหรับยามวิกฤติ หรือแม้กระทั่งล่าสุดเมื่อต้นทุนราคาวัตถุดิบสูงขึ้น ทางบริษัทก็ได้ ตรีงราคาสินค้าเดิมนให้สูงขึ้นที่สุด หลังจากนั้นจะมีการปรับราคาขึ้นในรอบหลายปี เพราะไม่สามารถแบกรับต้นทุนวัตถุดิบหลักเนื้อหมูที่ขึ้นราคาสูงเท่าตัว เนื่องจากทางบริษัทฯ ใช้วัตถุดิบเนื้อหมูเกรดดี และเมื่อสถานการณ์ปรับสู่สภาวะปกติ จะปรับราคาสินค้าลดลงให้ลูกค้าได้รับผลกระทบน้อยที่สุด เพื่อให้บริษัทสามารถประคองธุรกิจและพนักงานในองค์กรให้ผ่านพ้นในช่วงวิกฤตินี้ไปได้ จนกว่าสถานการณ์จะดีขึ้น



ล่าสุดในปี 2564 รายได้ธุรกิจเติบโตกว่า 200 ล้านบาท สำหรับแผนธุรกิจในอนาคต ตั้งเป้าหมายจะขยายตลาดในกลุ่มธุรกิจโฮเรกา(Horeca) ประกอบไปด้วย ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร คาเฟ่และธุรกิจจัดเลี้ยง ที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เน้นตลาด Supplier ให้กับร้านอาหาร และพัฒนาผลิตภัณฑ์มาบกดลาตอาหารแช่แข็ง (Frozen) เน้นการพัฒนาเครื่องจักรเพื่อลดกำลังการผลิตและลดโอกาสเกิดสัมผัสปนเปื้อนในสินค้าอีกด้วย