



'คีนัน'

นวัตกรรมกรีนทำเงิน

● จีราวัฒน์ กองแก้ว

"ทิศทางของโลกในวันนี้เป็นเรื่องของกรีน" แต่กรีนในหลายปีที่ผ่านมา กับกรีนต่อจากนี้ไป ไม่เหมือนกัน กรีนนับจากนี้คือ กรีนที่ขายได้ ไม่ใช่กรีนแบบ ตรามา แต่เป็นกรีนที่ทำเงินเข้ากระเป๋า ผมเรียกว่า นวัตกรรมสีเขียว (Greenovative)"

"วสันต์ อริยพชรรัตน์" ประธานกรรมการบริหาร บริษัท คีนัน จำกัด ผู้นำด้านผลิตภัณฑ์สารชีวบำบัด (Bioremediation Agent) แปรนต์ "KEEN" (คีนัน) บอกความน่าสนใจของเทคโนโลยีนวัตกรรมสีเขียว หรือ Greenovative (Green+Innovative) Technology ในยุคที่ผลิตภัณฑ์รักษ์โลกจะทำเงินได้เป็นกอบเป็นกำ ไม่ใช่แค่การสร้างภาพให้ดูดีเท่านั้น

"ความสำคัญของ นวัตกรรม คือ จะทำอย่างไรให้เป็นเชิงพาณิชย์ได้"

นั่นคือโจทย์ที่เขายืนใส่ธุรกิจ กลายเป็นที่มาของการแสวงหาความร่วมมือเพื่อค้นคว้าวิจัยไบโอเทคโนโลยี ร่วมกับ ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (ไบโอเทค) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

รวมทั้งคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ เพื่อวิจัย และคิดค้นจนเกิดนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์สารชีวบำบัด มีคุณสมบัติย่อยสลายไม่เลกุลน้ำมัน ล้างชั้นส่วน บำบัดน้ำเสีย ขจัดโอโซนและคราบสกปรกที่กำจัดยาก แม้แต่ราบน้ำมันในทะเล หรือกระทั่งกลิ่นเหม็นในภาคอุตสาหกรรม และครัวเรือนได้อย่างครบวงจร ที่สำคัญคือไม่ก่อให้เกิดสารเคมีตกค้างทำลายสิ่งแวดล้อม

"นั่นคือเหตุผลที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคีนัน คำว่า Why? (ทำไม) ต้องมาก่อน หลายครั้งที่งานวิจัยผลิตภัณฑ์จะคิดจาก "What" (อะไร) แล้วทำออกไปขาย โดยที่ไม่สามารถตอบได้ว่า ผู้บริโภคต้องการใช้อะไรกันแน่ แต่เราจะเริ่มจาก Why?"

คำถามที่ตั้งจากโจทย์ของผู้ใช้ผ่านหลักยึด (3 E) ที่ปรากฏอยู่ในแบรนด์ "KEEN" คือ Ecology, Environment และ Earth ระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และโลก พร้อมความหมายป้องกันในภาษาญี่ปุ่น แปลว่า "ทองคำ" นำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่คิดแบบ 360 องศา

เราตั้งใจให้ คีนัน เป็นแบรนด์ของคนไทย เช่นเดียวกับที่เมื่อพูดถึงซัมซุงคนจะคิดถึงเกาหลี่ แอปเปิ้ลก็คิดถึงอเมริกา อยากให้เมื่อคิดถึง คีนัน คนทั่วโลกจะคิดถึง นวัตกรรมของคนไทย

เขาสานิตผลิตภัณฑ์ชะล้างที่ใช้กับการล้างคราบน้ำมันในอู่ซ่อมรถยนต์ ที่มาพร้อมตัวเครื่องซึ่งมีคุณสมบัติในการชะล้างคราบน้ำมันได้หมดจดโดยไม่สิ้นเปลืองน้ำ และค่าใช้จ่าย เพราะตัวเครื่อง



จะบำบัดน้ำในขั้นตอนเดียว เพื่อหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้ จึงคุ้มค่า ติดต่อทั้งผู้ใช้และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

หรืออย่างงานใหญ่ๆ อย่างปัญหาคราบน้ำมันในทะเล และแหล่งน้ำธรรมชาติ ซึ่งเกิดขึ้นบ่อยครั้งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา จนสร้างผลกระทบ และ

วสันต์ อริยพุทธรัตน์

“KEEN” คือ ผลิตภัณฑ์สารชีวบำบัด รับหน้าที่ “ขจัด บำบัด และเยียวยา” คราบน้ำมันและสิ่งสกปรกทั้งในภาคอุตสาหกรรมและครัวเรือน เพื่อผู้คนและสิ่งแวดล้อม นี่คือการต้นแบบธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรมสีเขียว (Greenovative) ที่ตอบความยั่งยืนด้วยการทำให้เป็นจริงได้ในเชิงพาณิชย์



ความเสียหายให้กับระบบนิเวศน์ พวกเขามีผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เรื่องใหญ่ ถูกจัดการได้อย่างง่ายดาย และในเวลาอันรวดเร็ว โดยหลังการกำจัดคราบ ยังไม่ทิ้งสารตกค้างสร้างปัญหาให้กับสิ่งแวดล้อม

"ตอนนี้เทคโนโลยีเราสามารถเปลี่ยนน้ำมันให้กลายเป็นน้ำได้ ซาตอย่างเดียวยังทำไม่ได้ คือการทำให้มันกลับมาเป็นน้ำมันเท่านั้น"

เขาพูดติดตลก แต่ดูจะไม่ไกลเกินจริง เมื่อผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสีเขียวในวันนี้ดูจะทำอะไรได้มากมาย จากสินค้าที่มีถึง 13 สูตร ครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้ทั้ง อุตสาหกรรม ปิโตรเคมี (แท่นขุดเจาะน้ำมัน, โรงกลั่นน้ำมัน, สถานีบริการน้ำมัน) อุตสาหกรรมยานยนต์ โรงพยาบาล อาหาร และที่พักอาศัย โดยงานหนักคือพยายามพัฒนาโมเดลธุรกิจ ที่ทำให้ลูกค้า รัฐบาล เข้าใจ เชื่อมั่น และเกิดความต้องการให้ได้ ซึ่งนั่นคือความท้าทายของผู้ประกอบการเช่นเขา

"ผลิตภัณฑ์ของเราอยู่ในหลายกลุ่มอุตสาหกรรม ตั้งแต่กลุ่มก็มีสินค้าที่ทดแทนกันได้เต็มไปหมด จะทำอะไรให้นวัตกรรมซึ่งคนไทยยังไม่รู้จักมากนัก ให้เขารับรู้ ว่า คินน์ ดีกว่า และถูกกว่า คือดีกว่า ผลิตภัณฑ์สารเคมี และถูกกว่าอย่างการที่สามารถนำน้ำมันมารีไซเคิลได้ โจทย์สำคัญคือ ทำอย่างไรให้ผู้บริโภครับรู้ในสิ่งเหล่านี้" เขายกความท้าทายเพิ่งเปิดตัวผลิตภัณฑ์ได้ประมาณ 3 ปี แต่ธุรกิจเติบโตก้าวกระโดด โดยปัจจุบันมียอดขายประมาณ 100 ล้านบาท ซึ่งน่าตื่นเต้นไปกว่านั้นคือ เป้าหมายใน 3-5 ปี ข้างหน้า เขาบอกว่า อยากจะมียอดขายเพิ่มเป็น 500 ล้านบาท ใน 3 ปี และ 1,000 ล้านบาท ใน 5 ปีให้ได้ ภายใต้มูลค่าตลาดรวมที่เขาบอกว่าไม่น่าจะต่ำกว่า 5,000 ล้านบาท

โดยเน้นตลาดผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เกาหลี ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ เวียดนาม กัมพูชา นอกจากนี้ บริษัทยังมีแผนร่วมวิจัยพัฒนากับสถาบันไบโอเทคโนโลยี จากประเทศฟินแลนด์ เพื่อก้าวสู่แบรนด์ระดับโลก โดยคาดว่าฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งจะทำให้สามารถต่อยอดไปยังตลาดอื่นๆ ในระดับโลก อาทิ ฟินแลนด์ รัสเซีย และยุโรป

"ที่เราค่อนข้างมั่นใจเพราะอีกไม่กี่ปี AEC เปิดตลาดก็กว้างขึ้น รวมถึงโอกาสในตลาดโลก ซึ่งเราจะพยายามต่อไป สิ่งสำคัญคือ เราตั้งใจให้คินน์เป็นแบรนด์ของคนไทย เช่นเดียวกับที่เมื่อพูดถึงซัมซุงคนจะคิดถึงเกาหลี แอปเปิ้ลก็คิดถึงอเมริกา เราอยากให้เมื่อคิดถึง คินน์ คนทั่วโลกจะคิดถึงนวัตกรรมของคนไทย"

เขายกอีกคู่แข่งในต่างประเทศของธุรกิจกลุ่มเดียวกัน ยังไม่มีอะไรน่ากลัว เมื่อผลิตภัณฑ์สารชีวบำบัด (Bioremediation Agent) ในเอเชียยังไม่มีใครทำ ขณะที่ยุโรป มีผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้แต่การนำมาทำในเชิงพาณิชย์ได้หลายๆ กลุ่มเหมือนพวกเขา ยังไม่มีคู่แข่งชัดเจน และนั่นจะเป็นโอกาสให้กับน้องใหม่ได้เติบโตใหญ่ในสนามนี้

"ผลิตภัณฑ์ของเราไม่ได้เป็นเทคโนโลยีที่สูงส่ง แต่เป็นสัญลักษณ์ของนวัตกรรมที่ไม่จำเป็นต้องมาจากงานวิจัยเลิศล้ำ เพราะงานวิจัยเรื่องการค้นพบจุลินทรีย์มีมาตั้ง 50 ปีแล้ว แต่การที่เราทำงานวิจัยต่างๆ มารวมกัน แล้วสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรม และจาก Innovation ไปสู่ Greenovation นี่ต่างหากที่สำคัญ"

เวลาเดียวกับที่ผลิตภัณฑ์รักษ์โลกถือกำเนิดขึ้น พวกเขาก็นำพาตัวเองไปพิสูจน์ในหลายๆ เวที เพื่อการันตีโอกาสในตลาด และการยอมรับจากลูกค้า ที่มาของสารพัดรางวัล เรียกว่ากวาดมาทุกเวทีที่เขาประกวด ไม่ว่าจะเป็นหรือต่างประเทศ โดยปี 2555 ที่ผ่านมามีรางวัล 9 รางวัล อาทิ รางวัลเหรียญทอง ในงาน International Invention Innovation & Technology Exhibition 2012 ณ ประเทศมาเลเซีย รางวัล "Grand Prize" in Asia ในงาน Asian Science Park Association (ASPA Award 2012) และรางวัล The Best Innovation in Environment ในงาน SME THAILAND INNO AWARDS 2012 เป็นต้น

"หลังจากนี้สิ่งที่ท้าทายเรามากๆ คือ จะทำอย่างไรให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน เพราะหลายๆ แบรินด์ พอทำไป ก็อาจมีคู่แข่งตามมาบ้าง หรือ สอง มันเอาที่ไปแล้ว ตกยุคแล้ว เพราะฉะนั้น ทำธุรกิจนวัตกรรมสำคัญคือ ต้องไม่หยุดนิ่ง ต้องทำตัวให้เป็นน้ำที่ไม่เต็มแก้วเสมอ เปรียบเทียบก็เหมือนเรานมสดอยู่วันนี้ทานได้ แต่รุ่งนี้ก็บูดแล้ว ฉะนั้นต้องมีการพัฒนาและก้าวหน้าตลอด อย่าง R&D ก็ต้องวิจัยต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้มีสินค้าใหม่ๆ ให้กับเราต่อไป"

นี่คือนักสร้างสรรค์นวัตกรรมสีเขียว ที่ทำให้เป็นจริงได้ในเชิงพาณิชย์ เพื่อตอบโจทย์ทั้ง ธุรกิจ โลก และสิ่งแวดล้อม