

SME ONE



SMEONE

ขับเคลื่อน SME ไทย อย่างยั่งยืน

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ

เรียนรู้การทำธุรกิจจากประสบการณ์ตรงของผู้ประกอบการ
ในหลากหลายภาคธุรกิจทั่วประเทศไทย

E-book

รวบรวมข้อมูลศูนย์บริการ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

พร้อมให้คำปรึกษาและส่งต่อองค์ความรู้
เพื่อขับเคลื่อนวงจรธุรกิจ SME ให้ก้าว
ไปได้ไกลยิ่งขึ้น



สารบัญ

ภาคกลาง

- น้ำพริกแคบหมูขายน้อย การตลาดกลับหัวแฉ่งเกิดเพราะบุลลี่ตัวเอง 4
- กระเทียมเห็ด ฟาร์ม ไทรน้อย จาก Passive Income สู่ Agro Tourism 9
- MISTER BOX 14

ภาคเหนือ

- ทำน้ำกุเล ยืนหนึ่งร้านอาหารล้านนาเชียงราย 20

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

- กัญชาแคนซัสคำจากพืชท้องถิ่นสู่มหานครกัญชาของโลก 25

ภาคตะวันออก

- คุณละอ อ จากชาวสวนสู่ราชินีผลไม้กวน 31

ภาคตะวันตก

- สวนปิ่นแสน เกษตรยุคใหม่ที่ตอบโจทย์ทั้ง People, Planet, Profit 36

ภาคใต้

- เคนแอนด์เค ซุปเปอร์สโตร์ Disrupt ตัวเอง ก่อนจะถูก Disrupt 42

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ

ภาคกลาง



น้ำพริกแคบหมูยำน้อย

การตลาดกลับหัวแฉงเกิดเพราะบุลส์ตัวเอง

คุณ ศรัญญู เพียรทำดี
ผู้ก่อตั้ง น้ำพริกแคบหมูยำน้อย



น้ำพริกแคบหมูยำน้อย การตลาดกลับหัวแฉงเกิดเพราะบุลส์ตัวเอง

คนที่เล่นโซเชียลมีเดียเป็นประจำจะเคยเห็นเพื่อนหรือคนรู้จักแชร์โพสต์ภาพหรือข้อความของแบรนด์อาหารอย่าง “น้ำพริกแคบหมูยำน้อย” กันมาบ้างไม่มากก็น้อย น้ำพริกแคบหมูยำน้อยขายของด้วยการโพสต์บุลส์ตัวเองตลอดเวลาแถมแฟนเพจก็มักจะชอบเข้ามาร่วมแฉงด้วยการบุลส์ในลักษณะที่ว่า “น้ำพริกแคบหมูยำน้อยเป็นได้ทุกอย่างยกเว้นอาหาร” เนื้อหาของบทสนทนาที่กล่าวมานี้ เรียกได้ว่าเป็นการตลาดแบบกลับหัวคือแทนที่จะบอกสรรพคุณด้านดีของสินค้าแต่กลับใช้วิธีการตรงกันข้าม ที่สำคัญคือ วิธีนี้กลับทำให้ยอดขายหรือผลลัพธ์ที่ได้กลับมามีจุดขาดไม่ถึง

หลายคนอาจจะสงสัยว่า เพราะเหตุใดน้ำพริกแคบหมูยำน้อยถึงประสบความสำเร็จจากหลักสูตรการตลาดนอกตำรา วันนี้เบียร์-ศรัญญู เพียรทำดี ผู้ก่อตั้งน้ำพริกแคบหมูยำน้อยจะมาเล่าเบื้องหลังการทำงานให้ฟัง

ชื่อน้ำพริกแคบหมูยำน้อยมาจากอะไร

ศรัญญู : พ่อแม่ผมชื่อน้อย แม่ก็เป็นคนทำน้ำพริกด้วยก็เลยเอาชื่อย่อยๆ บ้านๆ เป็นน้ำพริกแคบหมูยำน้อย

วันที่ตัดสินใจลาออกมาทำธุรกิจทำเต็มตัว เราเห็นโอกาสในการขายของผ่านแพลตฟอร์ม หรือผ่านช่องทางออนไลน์อย่างไร

ศรัญญู : ช่วงแรกคือทำด้วยความสนุกอย่างเดียว ตอนนั้นรายได้ทั้งหมดก็ให้แม่หมดเลย เราอยากให้แม่มีรายได้เพิ่มขึ้นมากกว่าที่ขายแค่ในหมู่บ้าน เพราะเรามีเพื่อนๆ เยอะอะไรแบบนี้ เราก็เลยโพสต์ขายไปในนั้น แต่อย่างที่บอกไปพอเริ่มเปิดเพจถึงจุดหนึ่งคนรู้จักเยอะขึ้นเป็น Viral แล้วรายได้มันเพิ่มขึ้นจึงเริ่มมองเห็นโอกาสซึ่งเป็นช่วงที่ก่อนที่ผมคิดจะลาออกก็เลยวางแผนว่าจะต้องทำการตลาดอะไรให้จริงจังมากขึ้น

ช่วงแรกๆ ทำเจออุปสรรคหรือปัญหาอะไรบ้างไหม

ศรัญญู : ช่วงแรกที่ผมทำด้วยความสนุกผมไม่คิดว่ามันเป็นอุปสรรคเลย แต่พอออกจากงานแล้วมาทำจริงจังเราก็จะอุปสรรคแรก คือตัวเราไม่ใช่พ่อค้ามาก่อนเป็นพนักงานประจำมาตลอด ในโลกของการขายของเราเป็นมือใหม่มาก เราไม่รู้เรื่องหลังบ้านไม่รู้เรื่องบัญชีซึ่งเราเป็นคนดูแลคนเดียว เรียกว่ามันเป็นสิ่งที่ไม่เคยเจอมากกว่าเราก็เลยเริ่มเรียนรู้ไปพอถึงตอนนี้ก็โอเคแล้ว

ผมโชคดีอย่างหนึ่งคือ ตอนที่ผมเปิดเป็นบริษัทเราเจอ COVID-19 ปีที่แล้ว แต่เราไม่ใช่ร้านอาหารเราอยู่ในออนไลน์มันก็เลยส่งผลดีตรงที่ทุกๆ คนก็อยู่บ้านกันหมดทำให้ยอดขายของเราเยอะขึ้น แต่พอคลายล็อกดาวน์ยอดขายปีนี้ก็จะเริ่มตกลงจากปีที่แล้ว

อุปสรรคตอนนี้อาจแรกก็คือ ยอดขายที่ดรอปลงเราก็กำลังคิดอย่างอื่นเพิ่ม เมื่อก่อนออนไลน์ 100% ตอนนี้ก็เริ่มมีออกบูธบ้าง แล้วก็มีการขยายตลาดไปออฟไลน์บ้าง ไปติดกับร้านอาหาร เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรืออะไรแบบนี้ที่เขาต้องใช้แคหมู



การทำตลาดแบบบูธส่วนตัวเองต้องรักษาความพอดีอย่างไรเพื่อให้คนสนุกสนานแต่คงความน่าเชื่อถือมืออยู่

ศรัญญู : เราอยู่มา 2 ปีแล้ว ถ้ามีคนอื่น เช่น ร้านอาหารมาทำตามอันนี้คิดว่าไม่โอเค ลูกค้าน่าจะไม่เกิดแบ่งของ ผมเปิดมาด้วยแบบนี้ตั้งแต่แรกอยู่แล้ว เราใช้การเพิ่มฐานลูกค้าไปเรื่อยๆ โดยที่ลูกค้าจะรู้จักเราก่อนจะซื้อสินค้าของเรา แต่ถามว่ามีขอบเขตใหม่ก็มีตั้งแต่เปิดเพจมามืออยู่ประมาณ 2-3 คอนเทนต์ที่ลงไปแล้วไม่โอเค เราก็ลบทิ้ง

ประสบการณ์ตอนนั้นทำให้เราคิดมากขึ้นก่อนที่จะลงคอนเทนต์อะไรต้องดูให้รอบคอบมากขึ้น โดยขอบเขตก็มาจากการที่เราเคยลงไปแล้วมันไม่โอเคมันอาจจะแรงไป เราก็จะรู้จุดแล้วว่าจะไม่ล้ำเส้นตรงนี้ หลังจากที่มีการลงไปแล้วคนไม่โอเค การลงครั้งต่อไปเราก็จะไตร่ตรองและคิดมากขึ้น มันก็ทำให้เราคุมโทนได้อยู่ในความสนุกไม่ไปเดือดร้อนคนอื่นไม่ให้ภาพลักษณ์มันดาร์กเกินไปเอาแค่สนุกๆ แค่นี้ก็พอ

ตอนนี้คอนเทนต์ที่อยู่ในเพจเราคิดเองประมาณกี่เปอร์เซ็นต์แล้วลูกค้าที่ส่งมาร่วมแถมด้วยประมาณกี่เปอร์เซ็นต์

ศรัญญู : น่าจะประมาณ 50:50 ด้วยความที่คอนเทนต์ของเรามีหลายแบบ ทำเป็นText บ้าง Meme บ้าง ช่วงแรกเราเป็นคนคิดเองหมด พอทำไปสักพักลูกค้าที่ซื้อของไปเขาถ่ายรูปแล้วส่งมาให้เราทาง inbox เราก็อยากให้ทุกคนเห็นคอนเทนต์ของลูกค้าที่ส่งมาให้เราเหมือนกัน พอเราลงไปคนก็อยากจะไปซื้อแล้วส่งมาให้เราดูเหมือนกันเพื่อให้เราไปโพสต์มันก็จะเป็นอย่างนี้นะ

เวลาเราคิดมุกเราคิดจากอะไร

ศรัญญู : ตัวผมอยู่ดีๆ ก็คิดขึ้นมาเองได้ช่วงหลังๆ ผมก็จะใช้มุกที่เป็นกระแสอะไรที่เป็นกระแส ช่วงนั้นเราก็พยายามเชื่อมโยงกับสินค้าเราหรือคาแรคเตอร์ของสินค้าเรา ซึ่งถ้าเป็นคอนเทนต์เกี่ยวกับกระแสลูกเพจก็จะชอบมากกว่า เพราะมันเป็นอะไรที่อยู่ในสถานการณ์ตอนนั้นแล้วมันอิมแพคคนได้ง่าย

ส่วนคอนเทนต์ที่อยู่ๆ คิดได้เองก็มีบ้างบางทีไปเจอ Meme ของฝรั่งก็เอามาใส่บ้างให้มันเข้ากับสินค้าเรา ประเด็นหลักเวลาที่เราจะลงคอนเทนต์อะไรมันต้องดึงคาแรคเตอร์หรือจุดขายของเพจเราและสินค้าเราให้เชื่อมโยงกันได้ เนียนมากที่สุดให้มันดูสนุกและดูตลกที่สุด แต่ผมก็ไม่ได้เล่นทุกกระแสดูว่ากระแสไหนเล่นได้ มันก็มีหลายครั้งที่คิดว่ากระแสไม่น่าเล่นแต่ดูแล้วไม่รู้ว่าเชื่อมโยงกันยังไงก็ยังไม่เล่นมันจะดูฝืนไปถ้าเล่น นอกจากนี้ก็จะมียูทูปเบอร์ที่ลูกเพจส่งมาให้ อย่างที่บอกไป

ปัจจุบันน้ำพริกแคะหมูยอน้อยมีขายสินค้าอื่นๆหรือไม่

ศรัญญู : เราเริ่มมาจากน้ำพริกแคะหมูตอนนี้มีน้ำพริกปลาทุฟและน้ำพริกกุ้งเสียบเพิ่มขึ้นมาเพราะลูกเพจบางคนเขากินหมูไม่ได้เราก็เลยคิดต่อว่าจะทำอะไรเพราะเขาอยากสนับสนุนเรา เราก็เลยออก Product เพิ่มที่ไม่ใช่หมู คือเขาเป็นอิสลามแล้วมาสั่ง ซึ่งเรารู้แล้วว่าเขากินหมูไม่ได้ก็เลยคิดเป็นน้ำพริกปลากับกุ้งขึ้นมาเพื่อลูกเพจของเราที่ซีพวอร์ตเรา

นอกจากการขายสินค้า ตอนนี้เพจน้ำพริกแคะหมูยอน้อยเริ่มกลายเป็น Media เพราะมีคนมาจ้าง Tie-in ตรงนี้เกิดขึ้นมาได้อย่างไร

ศรัญญู : ก็คือตั้งแต่ช่วงที่เป็น Viral มาและเมื่อก่อนผมก็เคยรับงาน Tie-in มาบ้างอยู่แล้วจากการเป็นแอดมินเพจ Buffalo Gags ผมคิดไว้ตั้งแต่เริ่มเปิดเพจแล้วว่าเราต้องมีรายได้ 2 ทาง ทางหนึ่งก็คือมาจากน้ำพริก อีกทางก็คือมาจากการ Tie-in พอแล้วทำคอนเทนต์ไปสักพักเราจะเริ่มเห็นว่ามันขายของอย่างอื่นได้ด้วย ผมไม่ได้คิดว่าถ้าเป็นเพจของกินแล้วต้องขายของกินอย่างเดียวมันทำควบคู่ไปด้วยกันได้ และรู้สึกท้าทายตัวเองด้วย เช่น เวลาเขาให้โจทย์มาว่าขายยาสีฟันในเพจทำให้มันเชื่อมโยงกับ Product ของเรายังไง หรือขายร้านอาหารบาร์บีคิวปลาช้ำจะเชื่อมโยงกันอย่างไร

ผมรู้สึกว่ามันเป็นการท้าทายตัวเองด้วยว่าเวลาที่มีลูกค้ามาจ้างแบบนี้เราจะทำคอนเทนต์อะไรได้บ้าง พอเราเริ่มทำไปอันหนึ่งเจ้าอื่นที่เห็นเขาก็เริ่มมาจ้างมากขึ้นเรื่อยๆ มันก็เป็นแบบนี้มาตลอด พอผมดูคอนเทนต์ตัวเองแล้วก็รู้สึกว่ามันก็ไม่แปลกอะไรที่จะมีคนมาจ้าง Tie-in แต่คนอื่นที่มองเข้ามามันอาจจะดูแปลก เพราะตัวเองขายของอยู่แล้วยังมีของอย่างอื่นมาขายอีกมันก็ดูแปลกดีแต่ทำออกมาแล้วมันโอเค

ปัจจุบันนี้รายได้มาจากการขายสินค้าเราเองประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์และรายได้มาจากการที่คนมาจ้าง Tie-in ประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์

ยอดขายน้ำพริกมาจากช่องทางออนไลน์ที่เปอร์เซ็นต์และจากการไปออกบูธที่เปอร์เซ็นต์

ศรัญญู : มาจากออนไลน์ประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์ เพราะที่ไปออกบูธก็ไม่ได้เยอะขนาดนั้น เพราะหัวใจหลักที่มากออกบูธ คืออยากมาเจอแฟนเพจมากกว่า เพราะรู้สึกว่าสิ่งที่เราเป็นแบรนด์อะไรสักแบรนด์หนึ่ง เข้าใจว่ายอดติดตามเราเยอะแต่ผมคิดในฐานะที่ตัวเองเป็นลูกเพจ เราก็อยากให้แบรนด์ที่เราชอบเป็นกันเองกับเรา ในออนไลน์เราก็เป็นกันเองอยู่แล้ว แต่อยากให้เขาได้เจอเราตัวจริงๆ ด้วยเพราะเวลาที่เขามาซื้อตอนที่เราไปออกบูธก็จะมีคนพูดคุยกันเขาก็จะบอกว่าติดตามอยู่นะ ชอบมุนั้นมุนี่มากเลย มันทำให้มีความรู้สึกที่ไม่ใช่เป็นแค่พ่อค้ากับลูกค้า แต่รู้สึกว่าเป็นเพื่อนกันมากกว่า แนวคิดแบบนี้ผมก็ใช้ในเพจด้วยเวลาที่คนทักมาสั่งใน Inbox ผมก็จะคุยเล่นมุกก่อนที่จะมีการซื้อขาย ผมคิดว่ามันเป็นความรู้สึกที่ดีว่าการถามราคาแล้วก็ซื้อขายโอนเงินกันจบ ก็เลยเอาตรงนี้มาใช้ในการออกบูธด้วยมันจะได้มีการเจอกันต่อหน้า

ในส่วนของการผลิตตอนนี้ทำกันอย่างไร

ศรัญญู : ทำเอง 100 เปอร์เซ็นต์เลยแล้วผมก็ให้น้องสาวออกจากการงานมาช่วยด้วย ตอนนี้เป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนมากกว่าโฮมเมด พ่อแม่พี่น้องก็ออกมาช่วยกันหมด ในส่วนการตลาดผมคนเดียวหมดเลย ส่วนการผลิตก็จะเป็นคุณแม่กับน้องสาวช่วยกัน ตอนนี้นักคุณแม่ก็เลิกขายในไลน์หมู่บ้านแล้ว



ถ้ามีคนมาจ้างผลิตจะรับทำหรือไม่

ศรัญญู : ก็ต้องดูก่อน จริงๆ เราก็คิดว่าจะขยาย เพราะปีนี้เราต้องการเพิ่มยอดขายให้มันเยอะขึ้น และเราอยากได้ตลาดที่เป็นออฟไลน์ ซึ่งถ้าเราได้แล้วเราก็จะคิดต่อว่าเราจะต้องมีการจ้างคนเพิ่มหรืออะไร แต่ตอนนี้เรายังไปไม่ถึงตรงนั้นยังคงทำแบบเดิมอยู่ ถ้ามีคนมาจ้างเราก็ต้องมีการขยายการผลิตเพิ่มก็เป็นเรื่องอนาคตไป

ถ้าทุกอย่างกลับมาเป็นปกติเราอยากจะทำยอดขายอย่างไร

ศรัญญู : ตอนนี้ก็ใกล้ปกติแล้ว ครึ่งหลังของปีนี้ผมก็แพลนไว้ว่าจะดูตลาดออฟไลน์ ถ้าได้ตรงนั้นมันจะเป็นรายได้ที่ตายตัว สมมติเราทำส่งให้ร้านอาหารที่มีหลายสาขาเราก็จะได้ยอดขายจากตรงนั้นตายตัว ส่วนในออนไลน์เราก็ทำการตลาดไปแบบนี้ แล้วมันก็มีอีกหลายส่วนที่ผมยังไม่ได้ทำ อย่างเช่นไลฟ์ขายของก็ยังไม่ได้ทำ ส่วนช่องทาง TikTok ก็กำลังคิดจะทำ ซึ่งมีอีกเยอะมากเลยที่คิดว่าจะทำแต่ยังอยู่ในแผนงาน

อย่างไลฟ์สดจริงๆ ถ้าให้เปิดมือถือไลฟ์มันก็ทำได้เลย แต่ผมก็อยากทำให้มันดีเพราะมันคือไลฟ์ครั้งแรก การไลฟ์แต่ละครั้งต้องมีคอนเทนต์ด้วยตอนนี้ยังคิดไม่ออกว่าจะยังไงแต่ก็พยายามจะทำให้ได้ภายในปีนี้

ตอนนี้คนรู้จักเราสินค้าก็ติดตลาดแล้ว คิดว่าอะไรคือความท้าทายของน้ำพริกแคบหมูยายน้อย

ศรัญญู : ตอนนี้ผมอยากจะให้ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจครอบครัวจริงๆ สมมติว่าผมวางมือไปแล้วธุรกิจนี้ต้องอยู่ได้ด้วยตัวมันเอง ผมพยายามจะทำแบบนั้นอยู่ลูกค้าผมก็จะได้มาต่อยอดตรงนี้ได้ เพราะตัวผมก็อาจจะไม่ได้อยู่ทำงานสุดจริงๆ แล้วผมก็มีงานในด้านอื่นด้วย ตอนนี้ผมก็เลยอยากจะเพิ่มในส่วนของการขยาย ความท้าทายก็คือ การเพิ่มยอดขายให้เยอะขึ้นเรื่อยๆ ให้ยอดมันนิ่งและเสถียรมากกว่านี้

อยากจะเป็นผู้ประกอบการ SME ในการทำธุรกิจ

ศรัญญู : เวลาที่คนมาถามผมก็จะบอกว่า สั้นๆ ง่ายๆ คือให้ลงมือทำเลย

บทสรุป

ความสำเร็จของน้ำพริกแคบหมูยำน้อยมาจากหลักการง่ายๆ 3 ประการ ประการแรก เริ่มจากศรัทธาในตัวเองที่รู้ว่าตัวเองชอบทำคอนเทนต์ชอบความสนุกสนาน ซึ่งเป็นที่มาของการสร้างจุดขายที่แตกต่างจนสามารถสร้างรายได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ ประการที่ 2 คือการลงมือทำอย่างจริงจังและทำเต็มที่ และประการสุดท้ายคือทำอย่างสม่ำเสมอ ศรัทธาตั้งกฎให้ตัวเองว่าอย่างน้อยต้องลงคอนเทนต์วันละ 1 คอนเทนต์ ซึ่งก็ทำแบบนี้มาตั้งแต่เปิดเพจ จนทำให้ยอดขายและจำนวนผู้ติดตามเติบโตขึ้นทั้ง 2 ด้าน



กระท่อมเห็ด ฟาร์ม ไทรน้อย จาก Passive Income สู่ Agro Tourism

กระท่อมเห็ด เกิดจากความคิดที่ต้องการจะสร้างรายได้เสริมหรือ Passive Income ของพนักงานกินเงินเดือน 2 คน คือ นัยนา ยิ่งเกิด และปริญญ์ แสงดี ทั้ง 2 หาข้อมูลการทำธุรกิจจนมาเจอหลักสูตรสอนการเพาะเห็ดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จึงตัดสินใจเข้าอบรม ก่อนเริ่มลงมือเพาะเห็ดอย่างจริงจัง

ผ่านไปไม่กี่ปีจากชุมชนเห็ดเล็กๆ กระท่อมเห็ดได้ขยายกิจการมาเป็นศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับเห็ดในชื่อ “กระท่อมเห็ด ฟาร์ม ไทรน้อย” โดยเปิดอบรมไปแล้วกว่า 99 รุ่น

ปัจจุบันกระท่อมเห็ด ฟาร์ม ไทรน้อยเริ่มขยายไปสู่ธุรกิจท่องเที่ยวการเกษตร หรือ Agro Tourism ที่กำลังได้รับความนิยม วันนี้ นัยนา ยิ่งเกิด จะมาเล่าถึงเคล็ดลับความสำเร็จที่จะมาเป็นฟาร์มเห็ดอินทรีย์ ว่าทำอย่างไรให้ขายดี ชนิดที่ว่า เพาะเห็ดได้เท่าไรก็ไม่พอขาย

จุดเริ่มต้นของกระท่อมเห็ดมีที่มาอย่างไร

นัยนา : จุดเริ่มต้นเกิดจากความกลัวตกงาน เพราะสถานการณ์การเงินที่ทำงานในช่วงนั้นมีการควบรวมกิจการ ตอนนั้นกังวลว่าถ้าเกิดตกงานขึ้นมาจริงๆ จะทำอย่างไร จากที่เป็นคนทำงานกินเงินเดือนมาตลอดจึงเริ่มมองหาว่าจะทำธุรกิจอะไรเสริม พอได้คุณยายที่เชียงใหม่ให้คำแนะนำว่าให้ลองศึกษาการทำฟาร์มเห็ด จึงเริ่มต้นด้วยการค้นข้อมูลในอินเทอร์เน็ต ตามด้วยการทดลองหาซื้อก้อนเห็ดให้ร้านสอนวิธีการเพาะเห็ด ว่าต้องรดน้ำอย่างไร ให้ความชื้นแบบไหน แล้วก็ลองเอามาปลูกที่บ้าน

พอได้ลองทำก็เห็นผลผลิตที่ออกมาแล้วตื่นตาตื่นใจ ก็เลยตกหลุมรัก มันเหมือนกับเราปลูกต้นไม้อะไรไม่เคยขึ้นเลยแต่ทำไมเราปลูกเห็ดขึ้น จึงกลายเป็นจุดเริ่มต้น มุ่งมั่น ตั้งใจที่จะเรียนรู้เพิ่มเติม

พอหาข้อมูลเพิ่มก็เห็นว่าที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีหลักสูตรสอนให้กับคนที่สนใจ จึงตัดสินใจลงเรียนจนจบหลักสูตร และได้อาจารย์ที่สอนมาเป็นพี่ปรึกษาตอนที่เริ่มทำธุรกิจ คำแนะนำของอาจารย์ คือ ต้องหาแหล่งชุมชน และหาที่ปลูกใกล้บ้านจะได้ดูแลง่าย เพราะว่าเห็ดต้องดูแลค่อนข้างใกล้ชิด จนได้ที่ประมาณ 300 ตารางวา ก็เริ่มทดลองปลูกรวม 3 กระท่อม กระท่อมละ 5,000 ก้อน ก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นของการทำฟาร์มเห็ดที่ชื่อ กระท่อมเห็ดขึ้นมา

ตอนที่เริ่มทำมองเทรดสุขภาพอย่างไร

นัยนา : ตอนนั้นไม่ได้มองเรื่องเทรดเรื่องสุขภาพเลย มองแค่ว่าเราจะลงทุนทำอะไรที่ใช้ทุนน้อย แต่ว่าสามารถเก็บเงินได้ทุกวัน ที่สำคัญคือ เราเป็นผู้หญิง ผู้หญิงก็รักสวยรักงามก็ไปอยู่กลางแดด ไม่ชอบที่จะต้องไปทำงานหนักๆ แล้วก็ต้องต้องดูแลในโรงเรือนที่มีความชื้น เก็บในร่ม คือไม่ได้เหนื่อยมาก แล้วพอเก็บเห็ดมาเสร็จ เราก็เอามาแป็ก เห็ดมันก็สวยเหมือนดอกไม้สีชมพู สีเหลือง สีน้ำตาล สีขาว พอแป็กบรรจุใส่ลงไปในถุงสวยๆ มันเหมือนกับเราจัดดอกไม้ คือเราก็อำปก็รู้สึกมีความสุขไปด้วย

ประจวบเหมาะที่ช่วงนั้นกระแสเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในหลวงรัชกาลที่ 9 มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้น กระทั่งเห็ดก็เลยอยู่ในเทรนด์ตรงนั้นไปด้วย เราก็อใช้ประสบการณ์ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์จากงานประจำ มาประยุกต์ใช้ว่าเราจะจุดเด่นส่วนไหนขึ้นมา เพื่อให้คนได้รู้จัก อย่างเช่น วันวาเลนไทน์ เราก็เอาดอกเห็ดสีชมพูมาจัดเป็นช่อบูเก้ เป็นแบบเป็นช่อดอกเห็ดให้คนไปมอบแทนดอกกุหลาบ คือดอกเห็ดสีชมพูแสดงถึงความรักอยู่แล้ว แล้วยังสามารถกินและดูแลสุขภาพได้ด้วย ก็ กลายเป็นว่าคนได้รู้จักเห็ดสีชมพูเพิ่มขึ้น จากเดิมไม่มีใครกล้ากิน

ช่วงเริ่มต้นปลูกเห็ดขาย เจออุปสรรคหรือปัญหาอะไรบ้างหรือไม่

นัยนา : เราเจอปัญหาเรื่องการขาย ตอนแรกเราคิดว่าแม่ค้าที่ขายเห็ดอยู่แล้วคงจะชอบ เพราะไม่ต้องเดินทางไปซื้อที่อื่น แต่ที่ไหนได้ พฤติกรรมของแม่ค้าตามตลาดสดทั่วไป เขาไม่ได้วิ่งซื้อตามฟาร์ม เขาไปรับซื้อตามตลาดค้าส่ง เช่น ตลาดไท เขาจะโทรสั่งตอนเย็นว่าจะไรหาดบ้าง เช่น มะเขือ พริก มะนาว เห็ด วันรุ่งขึ้นเขาไปรับทุกอย่างขึ้นรถกระบะ คือเขาไม่จำเป็นต้องวิ่งไปแต่ละฟาร์ม ก็เลยกลายเป็นว่าแม่ค้าไม่รับเห็ดของเรา

พอแม่ค้าไม่รับซื้อเห็ด แล้วดอกเห็ดก็ออกมาเต็มโรงก็เลยตัดสินใจไปเช่าแผงที่ตลาดกับเพื่อน ตื่นมาประมาณ 3-4 แล้วก็เอาเห็ดไปยื่นขาย แต่เห็ดของเราเก็บตอนเช้าก็จะดูสด ดูใหม่ เพราะเราเห็นตามท้องตลาดจะเป็นแป็กๆ แบบว่าเป็นภาดโฟมแล้วก็มีพลาสติกรัด ไม่สวย หน้าตาแต่ละแผงจะเหมือนกันหมด เพราะไปรับที่แหล่งเดียวกัน จึงกลายเป็นว่าเห็ดของเรามีความต่างเกิดขึ้นในท้องตลาด คนที่เป็น End User เดินมาถาม อันนี้คือเห็ดภูฐานหรือ? ทำไมที่เขากินทุกวันหน้าตาไม่เป็นแบบนี้? เราก็ต้องอธิบายให้ลูกค้าทราบว่าเห็ดของเรามาจากฟาร์มโดยตรง

ชื่อใหม่ว่า ตอนนั้นเห็ดร้อยกว่าถุง ขายหมดในเวลาประมาณชั่วโมงกว่าๆ ไม่ถึง 2 ชั่วโมง เราจึงรู้ว่าสินค้ามันขายได้ด้วยตัวของมันเองถ้าของเราดีจริง ก็เลยตัดสินใจว่าถ้าไม่มีใครรับ เราก็มายขายเองดีกว่า ไม่ต้องผ่านแม่ค้าคนกลางด้วย แต่ว่าปรากฏว่าพอเราขายดีมีคนมาบุ่งเพื่อซื้อสินค้าของเรา แม่ค้าที่เขาปฏิเสธเราเขาก็เห็น และรับซื้อเห็ดของเรา หลังจากนั้นก็ไม่ต้องไปขายที่ตลาดอีกเลย กลายเป็นว่าแม่ค้าแวะเวียนกันมาซื้อเห็ดที่ฟาร์มของเรา

ส่วนเรื่องของดินฟ้าอากาศที่ส่งผลกับสินค้า บางครั้งหน้าฝนจะมีปัญหาตรงที่เห็ดออกมาเยอะก็จะทำให้ราคาของเราจะถูกกดด้วย ถ้าเกิดแม่ค้าที่เขาเคยมารับเรา พอเขาไปเจอที่อื่นถูกกว่าเราเขาก็ไม่เอาของเรา เราต้องทำอย่างไร ก็คือเราต้องเพิ่มการแปรรูป เพิ่มการกระจายสินค้าไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น ตอนนี้เราเริ่มไปขายที่ตลาดจริงใจ เซ็นทรัล เวสต์เกต ที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ แล้วก็เพิ่งเริ่มเข้าไปจำหน่ายที่ Golden Place ถ้าเรามีกำลัง เราก็คงสามารถกระจายทั่วประเทศ แต่ตอนนี้ผลิตผลของเราสามารถกระจายได้แค่ประมาณ 4-5 สาขาเท่านั้น

จากปลูกเห็ดขายก็เริ่มขยายมาสอนปลูกเห็ด แนวคิดเกิดขึ้นมาได้ยังไง

นัยนา : พอเราได้มาอยู่ตรงนี้ เราก็ออยากให้คนได้มีประสบการณ์ในการทำเกษตร เพราะว่าเรานึกถึงตอนที่我们是มนุษย์เงินเดือน กว่าเราจะหาอาชีพได้สักอาชีพมันยากมาก บางคนนี้ล้มลุกคลุกคลานต้องเสียเงิน แบบลองผิดลองถูก เราก็อเลยเปิดเป็นศูนย์เรียนรู้ คือให้คนได้สามารถเดินเข้ามาดู ได้เข้ามาสัมผัสประสบการณ์ในเรื่องของการเอาเห็ดไปลองเพาะ เหมือนที่เราเคยไปเอาเห็ดมาลองเพาะข้างบ้าน เพื่อให้รู้ว่าเขาชอบหรือเปล่า เขามีความสนใจในเรื่องของเกษตรหรือเปล่า ก่อนที่เขาจะลงทุนจริง

เราสอนการดูแลเห็ดเบื้องต้น คุณจะเอามาก่อน 2 ก้อน 3 ก้อนก็แล้วแต่ คือเราเปิดรับเต็มที่เลย กลายเป็นว่าช่วงนั้นเป็นช่วงที่เศรษฐกิจพอเพียงกำลังมา หน่วยงานต่างๆ ที่เขาเห็นก็พาชาวบ้านมาเรียนรู้ แล้วเราก็ทำหลักสูตรสำหรับคนที่อยากเป็นเจ้าของฟาร์มเห็ด โดยให้อาจารย์ที่เขามาสอนแต่ปรับหลักสูตรให้สั้นลง เหลือแค่หลักสูตรลงมือปฏิบัติอย่างเดียว เพราะว่าคนที่มาเขาก็ต้องการที่จะรู้ว่าตัวเองเหมาะไหมกับอาชีพนี้หรือไม่ เราเปิดเพื่อให้คนที่ได้มาเรียนรู้แบบทำเป็นอาชีพได้อย่างจริงจัง แล้วก็เราเป็นที่ปรึกษาให้

ตอนนั้นเลยกลายเป็นเทรนด์ มีคนสมัครเรียนเยอะมาก เดือนหนึ่งเรารับเต็มที่เกือบ 30 คน เมื่อก่อนตั้งใจจะเปิดแค่เดือนละครั้ง แต่ตอนกระแสเศรษฐกิจพอเพียงมาแรง เราเปิดสอนเกือบทุกอาทิตย์ แล้วคนก็เต็มทุกครั้ง ทุกคนที่เข้ามาคือเขาอยากจริงจัง

ไม่กลัวว่าคนที่เรียนแล้วเขาจะมาแย่งอาชีพเราหรือ

นัยนา : ตอนเราเปิดสอนมีแต่คนถามประเด็นนี้ ต้องบอกว่าจริงๆ แล้ว การเกษตรยุคนี้เป็นเรื่องของปากท้องจริงๆ แต่เห็ดเป็นอะไรที่สามารถประยุกต์ไปช่องทางอื่นๆ ได้ ไม่ใช่แค่เอามาผัดกับทอด ไม่ใช่เข้าไปอยู่ตามแผงผักอย่างเดียว ถ้าเกิดเราศึกษาลงไปลึกๆ แล้ว เห็ดมีสารสำคัญของยา เห็ดมีคุณค่าสามารถเป็นโปรตีนแทนเนื้อสัตว์ได้ คือสามารถต่อยอดไปในเรื่องของสุขภาพ เป็นเทรนด์ในเรื่องอาหารเป็นยา เป็นเทรนด์ในเรื่องของอาหารเสริมได้ คนที่มาเรียนบางส่วนเขามาเรียนเพื่อที่จะไปต่อยอดในเรื่องของสายสุขภาพ นำไปแปรรูป นำไปทำอาหารเสริมแบบทำเป็นผงอาหารบด

แล้วเห็ดมันไม่เหมือนสินค้าเกษตรทั่วไป สมมติว่า มะม่วง 1 ตัน ออกลูกก็บางครั้งเป็น 100 ลูกพร้อมกันแค่ครั้งเดียว แต่ว่าเห็ดจะไม่ใช้ เราจึงไม่เห็นเลยว่าเกษตรกรฟาร์มเห็ด จะเอาเห็ดมาเทกึ่งเพื่อประท้วงรัฐบาลเรื่องราคาของพืชผลการเกษตรจากเห็ด และปัจจุบันนี้ในเชิงของผู้บริโภคเห็ดยังมีความต้องการมากกว่าการผลิตอยู่ ทุกวันนี้ดอกเห็ดที่ออกมาก็ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ ทั้งๆ ที่ตอนนี้เราเพิ่งขยายพื้นที่ปลูกอีกประมาณ 3 ไร่ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการผู้บริโภคแต่ก็ยังไม่พอ

เพราะฉะนั้น ถ้าถามว่ากลัวไหมเราไม่กลัวเลย เราบอกกับคนที่มาเรียนทุกคนว่า สิ่งสำคัญที่เราจะทำเกษตรแล้วประสบความสำเร็จ ก็คือเราต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน สมัยก่อนบางคน One man show คุณจะโตคนเดียวอาจจะทำได้ แต่ในยุคปัจจุบันมันต้องมีการแบ่งปันข้อมูลและมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน อย่างเช่น เรามีลูกฟาร์ม ช่วงไหนที่ลูกฟาร์มเขาขาดดอกเห็ด เขาก็มีกลุ่มแม่ค้าประจำมารับ เขาก็สามารถวิ่งมารับเห็ดของเราได้ เพื่อที่เขาจะได้ไม่เสียลูกค้าของเขา

เหมือนกัน ถ้าเราขาดดอกเห็ดก็สามารถที่จะไปรับของเขา มา เพื่อที่จะเอามาให้ลูกค้าเรา การรวมตัวเป็นกลุ่มก่อนจะไม่ทำให้ลูกค้าเราหายไป เวลาที่เกิดโรคระบาดเราก็ไปแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน มันก็เลยทำให้เหมือนกับว่าช่วยเหลือซึ่งกันและกันมากกว่าที่จะแข่งขันกัน

วันที่กระท่อมเห็ดต้องขยายกิจการให้ใหญ่ขึ้น ต้องลงทุนซื้อที่ดินเพิ่ม วันนั้นตัดสินใจด้วยเหตุผลอะไร

นัยนา : อย่างที่บอกว่าเรายังทำงานประจำอยู่ ด้วยความที่เรามีความรู้รู้สึกว่าเราอยากมีรายได้ 2 ทาง ส่วนของฟาร์มเห็ดก็เป็น Passive Income ที่เข้ามา เงินเดือนประจำเราก็มี เราก็มีความรู้สึกว่ารูทกิจนี่ไปได้ แล้วมันก็สามารถที่จะเลี้ยงดูเรา หรือหากเกิด Crisis ในชีวิต เกิดมีการ Layoff หรือว่าเกิดเราเบื่องานหรืออะไรก็ตาม ก็เลยมองว่าถ้าเราจะทำก็ต้องรู้จักต่อยอดอาชีพ จึงตัดสินใจไปซื้อที่ดินที่ไทรน้อยด้วยเงินลงทุนที่มาน้ำพักน้ำแรงของเรา จากเงินเดือนประจำ จาก Passive Income จากฟาร์มที่เราได้มา เอาไปลงซื้อที่ดิน 1 ไร่ แล้วก็ลงทุนใหม่หมดทุกอย่าง

ตอนนั้นคิดไว้ในใจว่ากระท่อมเห็ดจะไม่ใช่แค่ศูนย์เรียนรู้ ไม่ใช่แค่ขายดอกเห็ด แต่ต้องเป็นเกษตรท่องเที่ยว คือ เราต้องทำอะไรให้คนได้เข้ามามีประสบการณ์ ได้มาท่องเที่ยว เรียนรู้ แล้วถ้าเกิดใครเข้ามาแล้วเขาารู้สึกว่าเขาชอบ แล้วเขาจะเลือกทำเป็นอาชีพต่อ ก็เลยกลายมาเป็นเปิดเป็นสถานที่ที่คนที่เข้ามาเรียนรู้และมาเที่ยวได้ โดยที่มีคาเฟ่ มีร้านอาหารที่เน้นเมนูเห็ดเป็นหลัก แล้วก็กิจกรรมให้ครอบครัวพ่อแม่ลูก หรือจะเป็นใครก็ตามที่อยากจะมามีประสบการณ์ได้มาเก็บเห็ด

คือพอเขาได้เข้าไปในโรงเห็ดแล้วให้เขาเห็นว่า ทำไมเห็ดมีสีเหลือง สีชมพู สีดำ สีขาว คือเขาก็จะได้เรียนรู้ว่าเห็ดต้องดูแลอย่างไร ให้เขาก็รู้สึกถึงความสุขกับการที่เขาได้เก็บเห็ด แล้วเราก็ตำหนึกให้เขาเห็นว่าเห็ดต้องเก็บหรือต้องดูแลอย่างไร แล้วคุณสามารถเอาไปทำอาหารได้อะไรบ้าง แล้วมีประโยชน์กับร่างกายเราอย่างไร ตรงนี้มันก็เลยเป็นวงจรธุรกิจที่ใหญ่มาก

กระท่อมเห็ดได้รับผลกระทบจาก COVID-19 มากน้อยเพียงใด

นัยนา : COVID-19 ระลอกแรก ไม่กระทบเลยขายดีขึ้นอีกต่างหาก เพราะว่าคนทำกับข้าว อยู่บ้าน ลือकादानं สินค้าของเราที่ขายที่ซูเปอร์มาร์เก็ต ไม่พอขาย คือวางขายปั๊บ หหมดวันต่อวันเลย เราก็ต้องเร่งกำลังการผลิตเพื่อจะเอาดอกเห็ดไปวางขาย แล้วก่อนเห็ดของเรา ลูกค้าก็มาซื้อเพราะเขาต้องการเอาเห็ดไปเพาะที่บ้าน แล้วเก็บเอง จะได้ไม่ต้องไปซื้อตามท้องตลาด เราเลยเพิ่มช่องทางนอกจากที่จะเป็นหน้าฟาร์ม มาขายออนไลน์ผ่าน Shopee ลูกค้าต้องการที่จะให้ส่ง Delivery ไปที่บ้านในต่างจังหวัดก็จะมาซื้อในช่องทางนี้

แล้วบางคนที่เขามองว่าการขายใหญ่ๆ ที่เขาต้องเลี้ยงลูกน้อง อย่างเช่น โรงแรมที่ปิดเขาก็มาเอาก่อนเห็ดไปเพาะ เพื่อที่จะเอารายได้มาเลี้ยงลูกน้อง ให้ลูกน้องมีอะไรทำ ซึ่งตรงนี้ก็กลายเป็นว่าเกษตรสามารถที่จะพิสูจน์ได้ว่าในช่วงสถานการณ์ COVID-19 คนยังต้องกิน ยังต้องใช้ ก็ยังขายได้อยู่

แต่พอระลอกหลังๆ กลายเป็นว่าคนเจอพิษเศรษฐกิจหนักขึ้น การลงทุนก็เริ่มลดลง หลังจากเจอระลอก 3 คนเริ่มชะลอการลงทุน เพราะว่าเขารู้สึกไม่มั่นใจ อย่างคนที่เขาเป็นเจ้าของโรงแรมที่เคยซื้อเห็ดเราไป เขาก็ไปต่อไม่ไหว ต้องเอาลูกน้องออกก็ไม่มีใครดูแล ก็เลยไม่ได้มารับก่อนเห็ดจากเรา จากเดิมที่ว่าเอาก่อนเห็ดไปให้ลูกน้องขาย ก็ต้อง Layoff ก็เลยไม่ทำอะไรต่อ กลายเป็นว่าก่อนเห็ดที่ระลอกแรกขายดี ระลอกหลังก็เริ่มซาลง แต่ดอกเห็ดยังขายได้ ส่วนธุรกิจร้านอาหารช่วงที่เราปิดร้าน เรายังมีรายได้จากการขายก่อนเห็ดมาช่วยจุนเจือ ทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ ทำให้เราสามารถพยุงธุรกิจให้ไปได้

ถ้าทุกอย่างกลับมาเป็นปกติ อยากจะต่อยอดธุรกิจอย่างไร

นัยนา : เรามองไปที่ Plant-Based Food เพราะว่าตอนนี้คนกำลังสนใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อม คนไม่ค่อยอยากจะทำอะไรที่เกี่ยวกับเรื่องปศุสัตว์ที่สร้างมลภาวะ เพราะว่าเขาต้องการอาหารที่ไม่ทำลายโลก อันนี้เป็นเทรนด์ที่เราศึกษามา เราอาจจะอยู่วงการ ESG (Environmental, social and corporate governance) ด้วยก็เลยทำให้เราเห็นภาพ

ในเรื่องของการเกษตรจริงๆ แล้วเห็ดค่อนข้างที่จะไม่มีอะไรที่ทำร้ายโลก เพราะว่า Zero Waste มากๆ อย่างที่บอกว่าเห็ดถ้าไม่สวยก็ไม่ได้ทิ้งให้เกิดแก๊สมีเทนขึ้นไปทำลายชั้นบรรยากาศ เพราะเอามาแปรรูปได้หมดทุกอย่าง แล้วก่อนเห็ดก็ไม่มีขยะ เพราะว่าเอาไปทำเป็นปุ๋ยได้หมด

ส่วนในตลาดผู้สูงวัย ตอนนี้กำลังดูอยู่ว่าจะสื่อสารสำคัญในเห็ดนางรมวอลสีชมพู กับเห็ดนางรมทองที่มีคอลลาเจนค่อนข้างสูง ตอนนี้กำลังศึกษาว่าจะต้องทำอะไรถึงจะสามารถเข้าไปอยู่ในตลาดความสวย ความงามได้ ซึ่งตรงนี้ต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เขาเกี่ยวข้องเพิ่มเติม

จากนี้ต่อไป อะไรคือความท้าทายของกระท่อมเห็ด

นัยนา : อย่างที่กล่าวไปว่าเราอยากจะเรียนรู้ในเรื่องของการต่อยอดธุรกิจอาหารในส่วนที่เป็นอาหารในอนาคต คือ Plant-Based Food กับต่อยอดในเรื่องของความสวยงาม เราพยายามหาสาระสำคัญของในเห็ดแล้วก็ดึงออกมา ซึ่งตอนนี้ก็มีอาจารย์ที่ปรึกษาที่รู้จักใน Agro Genius ให้คำปรึกษาอยู่

นอกจากนี้ก็ยังมีความเรื่องตลาดประเทศเพื่อนบ้าน เพราะเรามีคนจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาอบรมกับเรา ทำให้เรารับรู้ข้อมูลว่าในประเทศลาวมีความต้องการเห็ดเยอะมาก แต่เขาไม่มีวัตถุดิบ ไม่มีการรวมกลุ่มที่ทำให้เพาะเห็ดได้ เพราะว่าเขาไม่มีทักษะแบบเรา เนื่องจากอาหารของเห็ดที่ดีคือขี้เลื่อยจากไม้ยางพารา ต้องเป็นไม้ยางพาราถึงจะดีที่สุด ซึ่งตรงนี้ที่ลาวไม่ค่อยมี เคยมีนักลงทุนที่ลาวชวนเราไปลงทุน ซึ่งเรามองว่าลาวก็ไม่ได้ไกลบ้านเราเท่าไร หลัง COVID-19 เราก็คงต้องมาศึกษาตลาดเรื่องนี้อย่างจริงจัง

อยากจะให้ฝากคำแนะนำสำหรับคนที่อยากจะมากลองปลูกเห็ดขายจะให้คำแนะนำอะไร

นัยนา : แนะนำว่าควรต้องเริ่มต้นด้วยการถามตัวเองว่าชอบหรือเปล่า เพราะสิ่งนี้เป็น Passion ถ้าเรามีความชอบในสิ่งนั้น เวลาเราเจอปัญหาหรืออุปสรรคอะไรมันจะทำให้เรารู้สึกว่าเราไม่ยากท้อ อันนี้คือต้องถามใจตัวเองว่าเราชอบหรือไม่เป็นอันดับแรก อีกเรื่องคือต้องค่อยๆ ลงมือทำ บางคนอาจจะมีการลังเลก็จริง เราเคยเจอลูกค้าหลายๆ คนที่ตอนแรกทำแบบฟาร์มใหญ่โต แต่ไม่ประสบความสำเร็จก็มี ซึ่งตรงนี้เราอยากให้เขาค่อยๆ เริ่ม ค่อยๆ ก้าว หลังจากนั้นจะขยายธุรกิจก็ไม่สายเกินไป ถ้าคุณพร้อมในเรื่องของประสบการณ์ เรื่องของตลาด และเรื่องของการลงทุน เพราะทุกอย่างต้องเอื้อกันหมด ที่สำคัญพอคุณทำแล้วประสบความสำเร็จ คุณต้องต่อยอด และต้องหาความรู้เพิ่มเติม ไม่ใช่ยืนอยู่ตรงนั้น อันนี้เป็นสิ่งที่จะต้องเน้นย้ำ

บทสรุป

ความสำเร็จของกระท่อมเห็ดมาจากการเลือกปลูกพืชที่ตลาดมีความต้องการ มีการแข่งขันไม่สูง และมีการศึกษาข้อมูลก่อนจะลงมือทำจริงๆ จนเกิดความชำนาญ อีกทั้งยังใช้วิธีการมองลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยมีการนำข้อมูลความต้องการของลูกค้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจล่าสุดคือร้านอาหารที่มีการเพิ่มเมนูอาหารใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ

รวมถึงประสบการณ์ของผู้ก่อตั้งที่ทำงานประจำในสายงานสื่อสารการตลาดทำให้กระท่อมเห็ดไวต่อการเปลี่ยนแปลงในส่วนของการปฏิบัติการรับสารของผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งในโซเชียล มีเดีย

Mister Box

สร้างธุรกิจกล่องส่งอาหารจาก **Pain Point**



คุณ นริศรา รวีจรรุค
เจ้าของและผู้ก่อตั้ง MisterBox



Mister Box สร้างธุรกิจกล่องส่งอาหารจาก Pain Point

Mister Box เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายกล่องส่งอาหารที่มีลูกค้าเป็นผู้ประกอบการร้านค้ามากมาย ทั้ง SMEs และแบรนด์ขนาดใหญ่ แต่หลายคนอาจจะไม่เคยรู้มาก่อนว่าเบื้องหลังความสำเร็จของ Mister Box เกิดมาจาก Pain Point ตอนเป็นแม่ค้าออนไลน์ของคุณออย นริศรา รวีจรรุค

คุณนริศรา พยายามหาทางออกเรื่องการส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยสินค้าไม่เสียหายให้กับตัวเองอยู่พักใหญ่ และเริ่มมองเห็นโอกาสที่ซ่อนตัวอยู่ในปัญหาดังกล่าว จนเป็นที่มาของการพัฒนากล่องใส่สินค้าสำหรับไรเดอร์ และเกิดเป็นธุรกิจใหม่อย่าง Mister Box ในที่สุด

Mister Box เกิดขึ้นมาได้อย่างไร

นริศรา : ช่วงนั้นเป็นวิกฤตปี 2540 เศรษฐกิจเมืองไทยค่อนข้างแย่ บ้านออยก็เป็นหนึ่งในนั้นก็เลยเริ่มทำธุรกิจหลายอย่าง แต่เป็นธุรกิจเล็กๆ ก็มีไปขายของที่ตลาดนัด ขายรองเท้า เครื่องสำอางก็รับเข้ามาขาย ก็คือทำเล็กๆ น้อยๆ ไป แต่สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อก่อนการทำเดลิเวอรี่ด้วยมอเตอร์ไซค์แทบจะไม่มีใครรู้จักเลย แล้วก็จะจะมีแบรนด์ที่ทำพวกนี้น้อยมาก แล้วออยก็จะมีจุดเด่นว่าจะส่งของให้ลูกค้าเร็วกว่าคู่แข่ง เพราะส่วนใหญ่เขานิยมส่งสินค้าทางไปรษณีย์กับ

ออยใช้วิธีเรียกมอเตอร์ไซค์ไปส่ง แล้วไรเดอร์ที่เรียกไปร้อยละ 90 ไม่มีกล่อง ออยก็เลยถามเขาว่าทำไม เพราะเมื่อก่อนคนเวลาสั่งของจะสั่งจำนวนค่อนข้างเยอะ เราก็เป็นห่วงสินค้าของเราที่เลยอยากจะทำเพื่อแก้ปัญหาตรงนี้ เพราะเวลาที่เราให้ไรเดอร์เอาของไปส่งลูกค้า เขาก็กลัวเขาเกิดอันตรายด้วย ตรงนี้ก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาว่าเราอยากจะทำกล่องใส่สินค้า ก็เลยถามไรเดอร์ทุกคนที่มาว่าเขาต้องการกล่องแบบไหน แล้วทำไมเขาถึงหาไม่ได้ มีจุดไหนที่เขามองว่าเป็นปัญหา

สิ่งที่เราเห็นก็คือ ถ้าเราสามารถทำกล่องให้เขาให้เขาสามารถซื้อได้ 1) เจ้าของแบรนด์หรือเจ้าของสินค้าก็จะมีความสุขมากเพราะว่าสินค้าไปถึงลูกค้าอย่างปลอดภัย 2) ไรเดอร์ก็จะจับรถได้อย่างปลอดภัย เพราะไม่ต้องแวนถุง 3) เวลาที่ลูกค้าได้สินค้าของเราไป เขาก็จะแฮปปี้ เรียกว่าเป็นการแก้ปัญหาที่ไม่มีคนทำ ก็เลยคิดว่าจะทำกล่องใส่สินค้าที่สามารถขายครั้งละ 1 กล่อง โดยไม่ต้องทำวอลุ่มใหญ่ เพื่อที่ไรเดอร์จะสามารถซื้อได้

ตอนนั้นมองเห็นโอกาสอะไร

นริศรา : อย่างแรก โรเตอร์เขาต้องการซื้อกล่องจำนวนน้อย คือครั้งละ 1 ใบ อันนี้คือปัญหาของโรเตอร์ที่หาซื้อไม่ได้ อย่างที่สองคือ เขาต้องการสีที่เขาอยากได้ เพราะพวกนี้เป็น Branding ด้วย ซึ่งมันจะต้องสั่งผลิตเยอะ ไม่อย่างนั้นจะไม่ได้สีที่เขาอยากได้

สิ่งแรกที่อยู่ๆก็คิดไปติดกับโรงงานที่รู้จักกันก่อน เราขอเขาเอาของมาสต็อกไว้ แล้วขายทีละใบ เพราะตอนนั้นไม่มีใครยอมทำจำนวนน้อยอยู่แล้ว จนถึงปัจจุบันนี้ก็ไม่มีใครยอมทำน้อยอยู่ดี เราก็เลยเอามาจำนวนหนึ่งแล้วเอามาลองขายไปก่อน เราลองขายสีที่นิยมที่สุดคือ สีดำ เพราะสีดำสามารถติดโลโก้สีอะไรก็ได้ เป็นสีมาตรฐาน แล้วพอคนเริ่มบอกปากต่อปาก เราก็เริ่มรู้ปัญหาแล้วเราก็เอามาแก้ทีละจุดๆ ทำไปเรื่อยๆ สิ่งของเราก็จะเริ่มเพิ่มขึ้น

ตอนแรกๆ แทบไม่ได้ทำอะไรที่มีคิดจะล้มเลิกหลายรอบ แต่มันมีเสียงกลับมาว่า ชอบคุณที่เราทำขึ้นมา เขาสามารถหาเงินจากกล่องนี้ได้มากขึ้น ช่วยให้เขาประหยัดค่าน้ำมัน มันทำให้เรารู้สึกว่ามีความประโยชน์จริงๆ ก็เลยทำต่อ เพราะเราเห็นว่าถ้าคนรู้จักเราเยอะขึ้นก็น่าจะมีประโยชน์ในวงกว้างมากขึ้น เราก็เริ่มยิงโฆษณาให้คนเห็นเราเยอะขึ้น ด้วยความที่ตอนแรกเราไม่ได้มีทีมงาน เราไม่สามารถหาเซลล์วิ่งไปหาลูกค้าได้ เราก็เลยใช้วิธียิงโฆษณาผ่านออนไลน์เอา

คุณนริศราค้าขายและทำกล่องด้วย ถึงจุดหนึ่งที่ต้องตัดสินใจเลือกธุรกิจหลัก ในวันนั้นคิดอย่างไร

นริศรา : เป็นการตัดสินใจที่ใหญ่มาก มันมี 2 สเต็ป สเต็ปการขายจากออฟไลน์มาเป็นออนไลน์แล้วก็สเต็ปออนไลน์ที่เป็นสินค้าตัวอื่นมาเป็นกล่อง Mister Box สเต็ปแรก เมื่อก่อนอวยขายของตามตลาดนัด ขายรองเท้า เราเห็นว่าทำไมแม่ค้าแย่งกันขาย แต่ทำไมคนซื้อไม่มีเลย ทุกวันที่เราไป ค่าที่แพงขึ้นเรื่อยๆ แม่ค้าแย่งกันเรื่อยๆ แต่คนน้อยลง เพราะเมื่อก่อนเขาก็จะเปิดหลายที่ คนก็กระจายกัน คนก็เลยน้อยลง เราก็เลยคิดว่าจะไปออนไลน์ดีกว่า พอเราเอารองเท้าออนไลน์ สินค้าที่มีสต็อกเยอะเวลาอยู่ในออนไลน์จะต้องใช้เงินเยอะมาก

พอมาขายออนไลน์เต็มตัว ก็ขายเครื่องสำอางด้วย ตอนแรกเลือกเครื่องสำอางที่เป็นตัวแทน ตอนนั้นเราทำออนไลน์ไม่เป็น ก็เลยคิดว่าเข้าไปเป็นตัวแทนจะได้รู้เคล็ดลับว่าขายอย่างไร จะได้เอามาขายรองเท้า พอเราได้ไปขายครีม จึงรู้ว่าครีม 1 กระปุกสามารถใช้ได้กับลูกค้าหลายช่วงอายุ เป็นผู้ชาย ผู้หญิงก็ได้ ดังนั้นสต็อกก็เลยน้อย แต่พอเราเอารองเท้าไปลองขายบ้าง ด้วยความที่เงินเราน้อย เราไม่มีทางรู้เลยว่าคนจะซื้อรองเท้าไซส์อะไร ชอบสีอะไร ช่วงนั้นที่ขายครีมก็เริ่มมีรายได้เพิ่ม รองเท้าก็ค่อยๆ ลดลงไปเรื่อยๆ จนเรารู้สึกว่าครีมขายได้เยอะกว่ารองเท้า เราก็เลยเปลี่ยนมาขายครีม เราทำออนไลน์แรกๆ ก็เหมือนเด็กใหม่ ช่วงนั้นยังยิงโฆษณากันง่าย แต่ก็มาเจอวิกฤตคือ มีครีมที่มีปัญหาออกจ่ากัน แม้จะไม่ใช้ครีมของเรา แต่ส่งผลให้ลูกค้าตกใจแล้วก็ไม่ซื้อครีมไปเลย ในตอนนั้นเราก็เริ่มคิดแล้วว่าถ้าเป็นแบบนี้ต่อไป ก็ไม่รู้ว่าครีมตัวนี้จะกลับขึ้นมาได้อีกไหม เราไม่รู้ว่าเจ้าของแบรนด์เขาจะสู้ไหม ระหว่างนั้นที่เราเรียกกรมารับสินค้าไปส่งก็เริ่มเห็นปัญหาของกล่อง ตอนนั้นเรากำลังกล่องควบคู่กับขายครีมแล้ว ในจังหวะที่ครีมกำลังลดลง ถึงจุดหนึ่งก็ตัดสินใจเปลี่ยนมาทำกล่องเต็มตัว

เพราะเราเป็นตัวแทนสินค้า วันหนึ่งเราก็อยากเป็นเจ้าของ แต่ว่าอวยไม่ได้อยากเป็นเจ้าของครีม แล้วการสร้างอาชีพของคนเป็นเรื่องที่สร้างแรงบันดาลใจให้อวยมากกว่า บางคนอาจจะชอบความสวยงาม แต่อวยชอบเรื่องการช่วยให้คนมีอาชีพ เราทำอันนี้เราชอบมากกว่า แม้ว่าเงินจะได้น้อยกว่าในตอนแรกๆ เพราะกว่าที่เราจะทำจนมีรายได้จริงๆ ก็เกือบ 2-3 ปี ก่อนหน้านั้นก็แค่รับธุรกิจได้ ยังไม่ได้ทำอะไรเลย

ช่วงที่เปลี่ยนมาทำ Mister Box เต็มตัว เจอปัญหาอุปสรรคอะไร และแก้ปัญหาอย่างไร

นริศรา : เจอปัญหาเยอะมาก อย่างแรกคือมันเป็นเรื่องใหม่มาก เราหาความรู้จากอินเทอร์เน็ตไม่ได้เลย เพราะไม่ค่อยมีคนทำ เพราะฉะนั้นเราก็ต้องออกมาหางานเองหมดเลย ออกไปคุยกับลูกค้าว่าเขาอยากได้อะไร แล้วเราก็ไปดีไซน์กัน เพราะจริงๆ แล้วเราจบวิศวะมาด้วย เราดีไซน์แล้วกลับไปถามเขาว่าแบบนี้ใช้ได้ไหม

อย่างที่สองคือ โนว่ชาวเรายังไม่ มี ในมุมมองของออยคิดว่ามันเหมือนการออกกำลังกาย ช่วงแรกที่เราออกกำลังกาย ทำอะไรเราก็เหนื่อย เพราะว่าแรงเราไม่มี ประสบการณ์ทำทางเรายังไม่เป็นก็จะล้าบ้างเจ็บบ้าง การทำธุรกิจก็เหมือนกัน เรายังไม่มีพาร์กเนอร์ ไม่มีทีมงาน ไม่มีเงินทุน ออยก็แก้ทีละอย่าง เรื่องเงินทุนก็คือค่อยๆ เก็บ ไม่ได้ทำแบบใหญ่โตทีเดียว พอมีเงินก็ค่อยๆ ทยาย เราก็ค่อยๆ เจอพาร์กเนอร์ที่เราต้องการทำแบบนี้เหมือนกัน มีคนที่อยากทำเพื่อ SMEs ไทย แต่ก็ไม่ใช่ว่าทุกคนคิดเห็นเหมือนเรา

เรื่องต่อมาก็คือ การเรียนรู้ เรื่องนี้สำคัญ ตอนแรกที่เรายังไม่เงินทุนก็อาศัยเรียนฟรีไปก่อน พอเราเริ่มมีเงินก็เลยเริ่มลงทุนกับการเรียนมากขึ้น พอเราเรียนเยอะขึ้นก็จะเริ่มรู้จักคนเยอะขึ้น มันก็ทำให้โลกของเราเริ่มกว้างขึ้น ได้เห็นว่าอะไรจะมาช่วยให้บริการและสินค้าของเราดีมากขึ้น

พอธุรกิจเริ่มเดินได้ มีวิธีการพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าเข้าไปในสินค้าอย่างไร

นริศรา : Mister Box เริ่มต้นด้วยกล่องเก็บอาหารก่อน เพราะว่าทางไรเดอร์เขาคุ้นชินแบบนั้น เรายังอยากได้กล่องแบบนั้น เราก็เลยทำขึ้นมา แต่พอเราเริ่มทำไปสักพัก เราเริ่มมีธุรกิจที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับอาหารอีกมากมาย เราก็เลยเริ่มทำกล่องส่งสินค้าเฉพาะทางมากขึ้น เมื่อก่อนกล่องที่ไรเดอร์ติดกับมอเตอร์ไซด์ มันจะมีฉนวนเล็กๆ ถามว่ามันเก็บอุณหภูมิได้ไหมก็เก็บได้นิดหน่อย แต่จุดประสงค์ของเราคือ ต้องการกล่องที่กันน้ำกันฝน ปลอดภัย สินค้าจากเราไปถึงลูกค้า ลูกค้าแอปปี สินค้าไม่เสียหาย ซึ่งไรเดอร์เมื่อก่อนส่งหลายอย่าง เขาไม่ได้ส่งของเรคนเดียว บางทีเขาส่งอาหารด้วย เราก็เลยทำกล่องที่จะไปส่งอาหารก็ส่งได้ หรือจะส่งของก็ส่งได้

พอ Mister Box เริ่มกระจายจากไรเดอร์ไปสู่ผู้ประกอบการ เพราะว่าไรเดอร์เขาจะเริ่มบอกผู้ประกอบการว่าให้ซื้อร้าน Mister Box ผู้ประกอบการเขาก็เริ่มมีความต้องการที่ต่างออกไป เขาก็เลยเริ่มมาคุยกับเรา แล้วก็เรียกเราไป Visit ช่วงแรกๆ เรายังไม่ได้ไปให้คำปรึกษาเขา แต่ว่าเราไปเป็นทีมงานให้เขา เหมือนไปคุยกันว่าเราทำแบบนี้กันดีไหม พอเราทำแบบนี้ไปเรื่อยๆ ก็เหมือนเป็นการบ้านให้เราไปทำเป็น Customize

โดยปกติแล้วไรเดอร์แต่ละที่จะไม่เหมือนกัน แต่ส่วนใหญ่ไรเดอร์เขาจะติดเรื่องค่าใช้จ่ายเป็นอย่างแรก สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ กล่องมันก็จะดีไม่ได้ มันก็จะดีได้แค่ระดับหนึ่งที่ต้นทุนมันได้ แต่ถ้าบริษัทไหนเขาต้องการรักษาสินค้าของเขาจริงๆ กล่องที่เป็น Standard ก็จะใช้ไม่ได้ คราวนี้ทางบริษัทเขาก็ต้องสั่งเอง

ปัญหา COVID-19 ส่งผลกระทบต่อ Mister Box ในเชิงบวกหรือเชิงลบ

นริศรา : ถ้าถามในธุรกิจของ Mister Box บวกอยู่แล้ว เพราะว่าเราเริ่มธุรกิจก่อน COVID-19 ซึ่งตอนนั้นออยก็มีลูกค้าจำนวนหนึ่งอยู่แล้ว แต่ COVID-19 กลายเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้คนมาทำเดลิเวอรี่มากขึ้น โดยที่บริษัทก็ไม่ได้ตั้งใจ ซึ่งโอกาสที่มาพร้อมความเสี่ยง COVID-19 ทำให้เรารู้ว่าระบบหลังบ้านมีความสำคัญมาก เรื่องนี้สอนเรามาก ถ้าลูกค้าเข้ามาหาเรา แล้วเราไม่สามารถ Flow standard ได้เหมือนที่เราเคยทำ มันจะทำให้เกิดความเสียหายกับบริษัท ถึงแม้ว่าจะขายดี แต่การบริการเราไม่สามารถทำได้ตามความต้องการลูกค้า รวมถึงความเร็ว ไลน์การผลิตของเราก็จะเกิดปัญหา

ถามว่ารอดมาได้ยังไงตอนนั้น ตอนนั้นถึงขั้นต้องหยุดแล้วก็คุยกับทีมงานเลยว่า เรามีปัญหาอะไรหลังบ้านบ้าง เราก็คุยกันว่าจะผลิตแค่กี่ชิ้นก่อน ไม่อย่างนั้นปัญหาก็จะไม่หยุด แล้วก็ลองมาดูว่าจะอะไรที่เราพลาดไปบ้าง เราก็ไปตามเก็บในสิ่งที่เราผิดพลาดไป ออยคิดว่า COVID-19 ทำให้เราแกร่งขึ้น จากตอนที่เรา Look forward อย่างเดียว SMEs ส่วนใหญ่น่าจะเป็นเหมือนกัน พอขายดีก็ขายอย่างเดียว ออกไปเจอลูกค้าอย่างเดียว แต่เราสัปดาห์หลังบ้านว่าการบริการของเรายังเป็นมาตรฐานเดิมหรือเปล่า

จริงๆ ปัญหามีอยู่แล้วแต่มันอยู่ใต้พรม เราไม่เคยเห็น แต่พอมีปริมาณมากๆ มันเลยเกิดปัญหา เราถึงเห็นปัญหา ทำให้ทีมงานเราตระหนักหลายอย่างเลย เพราะมันเป็นอะไรที่เราไม่เคยเห็น COVID-19 รอบแรกก็ค่อนข้างรุนแรง เพราะว่าทุกคนตกใจ แต่พอมันมีรอบที่ 2 เราก็มีการเตรียมการที่ดีขึ้นแล้ว การตกใจมันก็น้อยลงแล้ว มันก็เลยราบรื่นขึ้น

Mister Box เคยปรึกษาหรือขอความร่วมมือจากหน่วยงานรัฐบาลหรือไม่

นริศรา : เคยเข้าอบรมกับกรมอุตสาหกรรม เกี่ยวกับการตลาดอยู่ครั้งหนึ่ง คือยื่นสมัครไปแล้วเขาคัดเลือกมา 30 ผู้ประกอบการซึ่ง Mister Box ได้รับการคัดเลือก แต่ถ้าเป็นเรื่องขอคำปรึกษา ยอมรับว่าออยไม่ค่อยมีความรู้ ว่าต้องไปปรึกษาใครหรือช่องทางไหน ถ้า สสว. อยากให้ออยเป็นกระบอกเสียงประชาสัมพันธ์ ออยช่วยตรงนี้ได้ เพราะออยเชื่อว่าคนที่ในกลุ่มลูกค้าของออยเป็น SMEs ทั้งนั้น ก็จะเป็นประโยชน์กับพวกเขาด้วย ออยสามารถบอกข้อมูลพวกนี้ได้ เพราะอย่างน้อยทำให้ SMEs ได้ประโยชน์

ในเชิงการแข่งขัน กลัวสินค้าจากจีนจะมาแย่งลูกค้าหรือไม่

นริศรา : เราทราบอยู่แล้วว่ามีพวกนี้ ไม่ต้องถึงจีนก็ได้ เวลาเราทำธุรกิจอะไรก็ตามก็จะมีธุรกิจที่มาแย่งลูกค้าเราเป็นเรื่องปกติ แต่ถามว่าเรามีเทคโนโลยีอะไรไหมจริงๆ แล้ว Mister Box ก็จะมีสินค้าที่เป็นเฉพาะทางที่เพิ่งเปิดตัวไปไม่นานเป็นกล่องที่สามารถเก็บอุณหภูมิติดลบได้ แล้วก็มีการจดสิทธิบัตรการดีไซน์ แต่สุดท้ายประเด็นก็คือ ถ้ามีคนทำได้เลียนแบบเราได้ เราก็ต้องยอมแพ้ไปมันก็ต้องแล้ว คือถ้าออยไม่สามารถเดินหน้านำเขาไปได้ แล้วเขาตามมาติดราคาแล้วทำทุกอย่างได้เหมือนเราแถมราคาถูกกว่า ทางลูกค้าออยก็สมควรจะไปเลือกสิ่งที่ดีกว่าสำหรับเขา ซึ่งก็โอเค เพราะว่าเราทำได้ไม่จริง

ในอนาคตอยากจะต่อยอดธุรกิจอย่างไร ถ้าสถานการณ์ทุกอย่างกลับมาเป็นปกติ

นริศรา : เราเชื่อว่าสุดท้ายเดลิเวอรี่ไม่หายไป แต่อาจจะเปลี่ยนรูปแบบ เพราะว่าคุณได้ของเร็วแล้ว ให้เขากลับมาได้ของช้า เขาไม่โอเคอยู่แล้ว ตอนนี้เดลิเวอรี่อาจจะเด่นที่อาหารเป็นส่วนใหญ่ เพราะว่าคนออกไปทานอาหารไม่ค่อยได้อยู่แล้ว แต่จริงๆ แล้วยังมีธุรกิจอีกเยอะที่กำลังจะเข้าสู่เดลิเวอรี่ ด้วยความที่เรามีประสบการณ์ตรงนี้มา เราก็จะมาทำธุรกิจที่เฉพาะทางมากขึ้น

อันที่สองคือ เราจะมีธุรกิจที่เป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกัน แต่เป็นธุรกิจคนละตัวกัน สมมติร้านอาหาร เขาอาจจะต้องมีกล่องเดลิเวอรี่ แล้วก็มียุกรณ์เครื่องครัว เพราะในหนึ่งธุรกิจจะมีการใช้สินค้าหลายอย่าง ตอนนี้เรามีพาร์ตเนอร์ที่เป็นกลุ่มลูกค้าเดียวกัน เพื่อให้มีสินค้าที่หลากหลายขึ้น และตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเดียวกัน ข้อดีคือเราไม่ต้องลงทุนเองทั้งหมด แล้ว Mister Box จะชอบไปร่วมมือกับแบรนด์อื่นๆ เพราะจะช่วยเรื่องการลดต้นทุน ลูกค้าก็จะได้รับความสะดวกสบายเพิ่มขึ้น อีกส่วนที่เราไม่ลืมก็คือ เราต้องออกไปสัมมนา ไปหาความรู้ต่างๆ เพื่อที่เราจะได้ไปเจอ Connection ในด้านอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น เพราะว่าตอนนี้เราทำของเราคนเดียวมันไม่ทันโลกที่วิ่งเร็วมากๆ

ตอนนี้เรามีการพัฒนาที่วางแก้ว เราดีไซน์เอง เราจดสิทธิบัตรการดีไซน์ คือเราดูปัญหาที่เกิดขึ้น เราคิดว่าคนที่ขายน้ำ ถ้าเกิดเขามีที่วางแก้วที่มันคง เวลาเขาส่งน้ำ 6 แก้ว อยู่ๆ ก็ส่งแค่ 3 แก้ว ที่ก็หายไปอีก 3 แก้ว พื้นที่ที่เหลือก็จะใช้ไม่ได้ เราทำที่วางแก้วที่ไรเดอร์ไม่ต้องจับแก้ว ป้องกันเกี่ยวกับเรื่องความสะอาด เพราะไม่อย่างนั้นไรเดอร์ก็ต้องจับแก้วไปให้ลูกค้า อันนี้เราก็ถือไป อย่างที่สองก็คือเรื่องถุงหิ้วที่ไม่ต้องใช้ อย่างที่สามคือถ้าคุณไม่ใช้คุณเก็บคุณพบได้ คุณก็ใส่อย่างอื่นได้

มองตลาดต่างประเทศไว้บ้างหรือไม่

นริศรา : จริงๆ อยากไปมาก แต่พอ COVID-19 มา เรารู้ว่าหลังบ้านเรายังไม่แน่น เราก็เลยพยายามทำหลังบ้านเราก่อน ก็เป็นความโชคดีที่ COVID-19 เข้ามาก่อน ไม่อย่างนั้นถ้าเราไปต่างประเทศ งานจะเข้าเรากันที่ ความจริงตอนนี้เราก็มีส่งต่างประเทศบ้างประปราย แต่ยังไม่ได้นับ ต่อไปก็อาจจะนับเป็นจุดๆ เป็นประเทศไป

อะไรคือความท้าทายของ Mister Box นับจากนี้ไป

นริศรา : ความท้าทายก็คือสิ่งที่ถามมาตอนต้นว่าไม่กลัวถูกลอกเลียนแบบหรือ สุดท้ายแล้วเราต้องเปลี่ยนแปลงตลอด เพราะเทคโนโลยีมันไปเร็วมาก รวมถึงช่องทางการขายมันไปเร็วมาก เมื่อก่อนอาจจะมี Facebook Google Shopee Lazada ต่อไปที่ TikTok เรื่องช่องทางการขายเราต้องปรับตัว และในส่วนของลูกค้าเราก็ต้องปรับตัวเพื่อกลุ่มลูกค้าของเขาเหมือนกัน

อีกอย่างก็คือ จะหาพาร์ทเนอร์มาร่วมงานกับเราอย่างไร ที่มองเห็นเหมือนกันมาร่วมมือกัน อันนี้ก็เป็นความยากอย่างหนึ่งของ Mister Box ที่จะต้องตอบโจทย์ทุกอย่างสำหรับระบบ SMEs ของเมืองไทย อย่างเช่น บางโรงงานก็ยังไม่ปรับตัว บางทีเราอยากจะทำน้อย เขาไม่ยอม อนาคตโรงงานเขาก็จะอยู่ยาก เพราะจะโดนจีนแย่งตลาด

ถ้าจะให้ฝากถึงคนที่จะเป็นผู้ประกอบการ SMEs จะให้คำแนะนำอย่างไร

นริศรา : เบื้องต้นอาจจะต้องลองทำเลย บางทีเราได้แต่คิดแต่เราไม่ทำสักทีจริงๆ ถ้าได้ลงมือทำ เราจะทำค่อยๆ เก่งขึ้นเองเมื่อเราเจอปัญหา แต่ต้องเริ่มต้นจากง่ายๆ ก่อน ทุกธุรกิจยากตอนเริ่มนี้แหละ พอเริ่มแล้วมันจะเดินไปเรื่อยๆ แล้วมันจะไปไกลกว่าที่เราคิด หรืออาจจะไม่เป็นอย่างที่เราคิด แต่ถ้าเราเริ่มแล้วมันไม่ใช่ เราก็จะรู้ว่ามันไม่ใช่ ก็ดีกว่าเราไม่เริ่ม แล้วเราก็ไม่รู้อะไรเลย

ถ้าเราทำธุรกิจ อยากจะบอกว่าทุกองค์ประกอบของการทำธุรกิจไม่ใช่แค่การขายแต่มันเป็นทุกอย่างเลยไม่อยากให้มองข้าม ส่งสินค้าก็มีผล คุยกับลูกค้าก็มีผล เพราะว่าเราคุยกับเขาโดยตรง เวลาเราส่งของ เราส่งแค่กล่องไปลูกค้าเห็นของก็มีผล การเขียนคอนเทนต์ก็มีผล การบริหารจัดการทุกอย่างมีผลกับธุรกิจทั้งหมด เวลาทำธุรกิจแรกๆ จะมีปัญหาว่าเรานั้นแต่เรื่องการขาย โดยลืมนิดอย่างอื่นไป บางทีการขายเราอาจจะดีแล้วก็ได้ แต่ข้างหลังต่างหากที่ยังไม่ดี หรืออะไรรอบข้างที่ไม่ดีมันก็ทำให้เราขายไม่ได้ ก็เลยอยากให้มองรอบๆ ด้วย

สุดท้ายอยากให้ SMEs ลองคิดในมุมที่เราเป็นลูกค้า สมมติถ้าออยเป็นไรเดอร์ออยจะทำอย่างไร จะเสิร์ชหาอย่างไร เราจะรู้เลยว่า เวลาที่เราเป็นคนซื้อกับตอนที่เราเป็นคนขายมันต่างกัน เราต้องลองเปลี่ยนบทบาทเราดูบ้าง เราจะได้เข้าใจลูกค้าเราจริงๆ เพราะมันจะมีอะไรที่ลูกค้าติดปัญหาแต่ไม่กล้าพูด เพราะว่าคนไทยเป็นคนขี้เกรงใจ ถ้าถามตรงๆ เขาไม่พูด ดังนั้นเราต้องไปหาเอง

บทสรุป

ความสำเร็จของ Mister Box มาจากการสังเกตความต้องการของไรเดอร์ ซึ่งเป็น Pain Point ใหญ่ของธุรกิจขายสินค้าออนไลน์ ในยุคที่คุณนริศรายังเป็นแม่ค้าขายเครื่องสำอาง โดยคุณนริศรามองเห็นโอกาสที่มาพร้อมกับปัญหาการส่งสินค้า และหยิบเอาปัญหามาพัฒนากล่องใส่สินค้าสำหรับไรเดอร์ที่ตอบโจทย์ความต้องการ 3 ด้าน คือ 1. มีราคาที่ไรเดอร์สามารถซื้อหาไปใช้ได้ 2. สินค้ามีคุณภาพ ติดตั้งง่าย มีหลายสี หลายขนาดให้เลือก 3. การจำหน่ายแบบค้าปลีกในปริมาณน้อย 1 ชิ้นก็ยังขาย จนทำให้ Mister Box เป็นที่ยอมรับและบอกต่อแบบปากต่อปากจากไรเดอร์ด้วยกัน

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ

ภาคเหนือ





ทำน้ำกุแ่ ยี่ห้อหนึ่งร้านอาหารล้านนาเชียงราย

“กุแ่” เป็นร้านอาหารพื้นเมืองเก่าแก่เล็กๆ ในจังหวัดเชียงรายชื่อของกุแ่ก็มาจากสับปะรดกุแ่ที่มีที่เดียวในประเทศไทย คือเชียงราย กุแ่มีการขยายกิจการมาเปิดสาขาใหม่ในชื่อ “ทำน้ำกุแ่” และกลายเป็นอีกหนึ่งแลนด์มาร์กที่สำคัญของเชียงรายเพราะสาขานี้เป็นร้านอาหารขนาดใหญ่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 2,000 คน มีห้องประชุมขนาดใหญ่รองรับงานประชุมสัมมนาได้ประมาณ 300 คน

ความสำเร็จของร้านอาหารกุแ่นี้ มี ดร. อนุรัตน์ อินทร ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงรายเป็นผู้อยู่เบื้องหลัง อะไรที่ทำให้ดร. อนุรัตน์ มั่นใจและขยายพื้นที่ร้านอาหารบนพื้นที่ 12 ไร่ครึ่งจนสามารถรองรับคนในระดับ 2,000 คนต่อวัน บทสัมภาษณ์นี้มีคำตอบ...

จุดเริ่มต้นของร้านอาหารกุแ่คืออะไร

ดร. อนุรัตน์ : พื้นเพผมเป็นคนเชียงรายโดยกำเนิด เมื่อก่อนผมทำธุรกิจหลายตัว เคยทำรับเหมาก่อสร้างร้านเช่าวิดีโอ พอดีมีห้องว่างก็เลยลองเปิดร้านอาหารดูเป็นร้านเล็กๆ พอทำมาหลังจากนั้น VCD ก็เริ่มซาลง เพราะมีเรื่องอินเทอร์เน็ตเข้ามา มีการดูหนังออนไลน์มากขึ้นก็เลยมาทำร้านอาหารเหนือ เพราะที่เชียงรายยังไม่ค่อยมี

เมื่อก่อนใช้ชื่อว่า ร้านอาหารเหนือกุแ่ แล้วก็พัฒนามาย้ายมา 2-3 ที่ จนมาเปิดอีกสาขานึงอยู่ริมแม่น้ำกก ก่อนช่วง COVID-19 นิดนึงก็มาได้ที่ใหม่ใช้ชื่อว่า ทำน้ำกุแ่ โดยเป็นการยุบ 2 สาขามารวมกัน ร้านใหม่นี้จะเป็นร้านขนาดใหญ่มีพื้นที่กว่า 12 ไร่ครึ่ง มีห้องประชุมขนาดใหญ่ 4-5 ห้อง มีห้องคาราโอเกะ 8 ห้อง สามารถรับคนได้ถึง 2,000 คน

ในวันที่คิดจะเปิดร้านอาหารเหนือเราเห็นโอกาสของการขายวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไร

ดร. อนุรัตน์ : ตอนนั้นผมเป็นรองประธานหอการค้าฝ่ายท่องเที่ยวแล้วรู้สึกว่าร้านอาหารเหนือในเชียงรายไม่ค่อยมี เหมือนเวลาที่เราไปได้เราอยากจะทานอาหารได้ ไปอีสานก็อยากจะทานอาหารอีสาน แต่เวลามาเหนือก็อยากให้ มีร้านอาหารที่ดูดีหน่อยเป็นห้องแอร์ เป็นกระโจมอะไรแบบนี้ ผมก็คิดว่าน่าจะอัพเกรดตรงนี้ได้ จึงเกิดความคิดที่จะทำร้านอาหารเหนือที่ทานในห้องแอร์ มีอาหารที่มีมาตรฐานสะอาดไว้สำหรับรองรับแขกผู้ใหญ่ หรือแขกที่มาต่างถิ่นได้ โดยวางเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย เพราะต่างชาติไม่ค่อยชอบทานอาหารไทยโดยเฉพาะอาหารเหนือเท่าไร

คนไทยมองอาหารไทยเป็นอาหารที่หากินได้ง่ายหรือทำเองได้ ดังนั้นเวลาจะเฉลิมฉลองมักจะไปกินอาหารต่างประเทศ มองตรงนี้อย่างไร

ดร. อนุรัตน์ : คิดว่าเป็นเรื่องปกติ ช่วงนั้นที่ผมเปิดร้านอาหารพวกชาบูหรืออาหารญี่ปุ่นก็ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าไร เพราะที่ผมเปิดมาก็ 20 กว่าปีแล้ว ถือว่าตอนนั้นอาหารไทยยังโดดเด่นอยู่แต่ก็มีอาหารต่างชาติบ้างเล็กน้อย แต่มันแพงมากคนก็ไม่กล้าทาน ผมมองว่าคนในท้องถิ่นหรือแม้แต่คนต่างท้องถิ่นมา เขาก็อยากจะทำอาหารไทยเป็นส่วนใหญ่

ร้านอาหารภูเก็ตติดกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มองแนวโน้มการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

ดร. อนุรัตน์ : การเติบโตในเรื่องท่องเที่ยวในเชียงรายเพิ่มสูงขึ้นโดยตลอด เมื่อก่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่หลักแสนตอนนี้ก็ขยับขึ้นเป็นหลักล้าน ปัจจุบันนี้เชียงรายมีนักท่องเที่ยวต่อปีเกิน 3 ล้านคน ในจำนวนนี้ 70-80% ก็เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย แตกต่างจากที่เชียงใหม่ ภูเก็ต หรือพุกาที่จะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจีนก็จะเข้าเชียงใหม่เป็นส่วนใหญ่ ของเราจะเป็นนักท่องเที่ยวไทยเป็นกลุ่มนักศึกษาดูงานเป็นกลุ่มมอช. เทศบาลที่เขามาศึกษาดูงานเป็นส่วนใหญ่ และในช่วงหน้าหนาวที่อากาศดี คนก็จะเยอะมาก

จากวันที่เราเริ่มต้นธุรกิจวันแรกกับทุกวันนี้ธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปขนาดไหน

ดร. อนุรัตน์ : ก็เปลี่ยนไปเยอะ ทุกวันนี้ร้านก็ใหญ่ขึ้นค่าใช้จ่ายและค่าอะไรต่างๆ ก็สูงขึ้น ต้นทุนเราก็สูงขึ้นด้วยรายได้ช่วงก่อน COVID-19 ก็ถือว่าดี ผมทำร้านใหม่มา 20 กว่าล้านบาท คาดว่าไม่เกิน 5 ปีก็คืนทุน แต่พอเจอ COVID-19 ก็เลยชะงักไปนิดนึง เพราะเราทำรับแขกผู้ใหญ่ ภูเก็ตมีโอกาสต้อนรับนายกรัฐมนตรีมาแล้ว 3-4 คน รวมถึงยังได้ต้อนรับเชื้อพระวงศ์ด้วย เราได้รับประกันเรื่องความอร่อย ความสะอาด และความปลอดภัย เป็นร้านที่ขึ้นชื่อในเชียงรายรับแขกบ้านแขกเมืองได้

พอเกิด COVID-19 ภูเก็ตได้รับผลกระทบมากน้อยเพียงใด และแก้ปัญหาอย่างไร

ดร. อนุรัตน์ : ลูกค้าเราหายไปประมาณ 90% เหลือแค่ 10% ในช่วงที่ COVID-19 ระบาดหนักๆ ประมาณ 1-2 ปีที่แล้ว ช่วงนั้นยอมรับว่าหนักมากเลย เพราะตอนนั้นคนก็กลัวกันมาก ส่วนตอนนั้นคนกลับมาประมาณ 50% แต่ถ้าเป็นช่วงเทศกาลก็จะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 70-80%

ช่วงที่ลูกค้าน้อยลง เราประกอบธุรกิจด้วยการลดพนักงานลง และลดค่าใช้จ่าย และให้พนักงานเข้าเป็นเวลา ช่วงที่ COVID-19 ระบาดหนักๆ ก็ให้พนักงานทำวันเว้นวัน ถ้าช่วงเช้าไม่มีคนก็ทำช่วงบ่ายสลับไป พยายามลดค่าใช้จ่าย มีพนักงานบางส่วนที่เราอยากออกเราก็ให้ออก ไม่ได้ยื้อไว้และไม่ได้รับเพิ่ม แล้วก็บริหารจัดการต้นทุนไป

ตอนแรกมีความคิดว่าจะปิดร้านชั่วคราว แต่การทำร้านอาหารหัวใจสำคัญคือ เรื่องลูกค้า เพราะตัวเราทำอาหารไม่เป็น ถ้าลูกค้าไปทำงานที่อื่นแล้วเราดึงตัวเขากลับมาจะยาก จึงตัดสินใจเปิดร้านต่อเพื่อที่จะประคับประคองไปและทำให้ขาดทุนน้อยที่สุด

เราก็บอกพนักงานว่า เราไม่อยากจะปิดร้าน เพราะทุกคนก็ตกงาน เราต้องช่วยกันประหยัดไปก่อน ถ้าอะไรกลับมาดีก็ให้ทำงานปกติ เหมือนตอนนี้ก็กลับมาทำงานปกติแล้ว

การไม่มีความชำนาญในเรื่องของการทำอาหาร อยากทราบว่าทำไมถึงกล้าลงทุนเปิดร้านอาหารขนาดใหญ่แบบนี้

ดร. อนุรัตน์ : ผมเป็นคนชอบทานอาหาร ไปจังหวัดไหนก็ชอบชิมอาหาร บางทีก็เอามาคิดสูตรเอง เช่นที่นี้กะหล่ำผัดน้ำปลาอร่อย เราเอามาลองทำหลายๆ แบบ แล้วก็คิดค้นวัตถุดิบใหม่ๆ มาลองทำเมนูอาหารใหม่ๆ เช่น เนื้อย่างจากเมื่อก่อนใช้เนื้อโคขุนธรรมดาทีลองเปลี่ยนมาเป็นโคขุนวากิวออสเตรเลีย พยายามทำให้ที่ร้านมีความหลากหลายมากขึ้น จากเมื่อก่อนที่เป็นอาหารเหนืออย่างเดียว ก็กลับมาทำอาหารจีนด้วย อาหารทั่วไปด้วย แล้วก็ทำอาหารญี่ปุ่นมาเสริมหรือทำอาหารเกาหลีมาบางส่วน เพื่อให้มันหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ช่วงแรกภูเก็ตเป็นอาหารเหนือ 100%

แต่ช่วงหลังก็มาเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะร้านใหม่เราก็มีอาหารญี่ปุ่น ด้วยมีปลาดิบ มียำแซลมอนให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

การเพิ่มเมนูอาหารนานาชาติเข้ามามีความกังวลว่านักท่องเที่ยวจะสับสนหรือไม่

ดร. อนุรัตน์ : ภูแลที่ขายอาหารเหนือจริงๆ จะเป็นช่วงที่เปิด 2 สาขาพอมาทำสาขาใหม่ก็มีอาหารทั่วไปมาเพิ่มแต่ร้านเดิมที่ใช้ชื่อภูแลก็ยังเป็นอาหารเหนือส่วนใหญ่ เพราะคนรู้จักในชื่อนั้นว่าเป็นอาหารเหนือ ส่วนทำน้ำกุและได้เรื่องบรรยากาศเพราะอยู่ริมแม่น้ำกก แต่มีการเพิ่มความหลากหลายในร้านใหม่ ลูกค้าก็ไม่สับสน แต่พอคนมากินแล้วรู้ว่าเป็นร้านเดียวกัน คนก็เริ่มไปร้านที่แม่น้ำกกเพราะเห็นว่าบรรยากาศดีกว่า ก็คือเป็นเหมือนเดิมแต่เพิ่มอาหารทั่วไปมากขึ้น ดังนั้นพอเราย้ายมาสาขาใหม่ก็เลยคิดว่าปิดสาขาเดิมดีกว่า เพราะบริหารจัดการง่ายกว่า แล้วคนก็รู้จักชื่อร้านเราเยอะแล้ว และลูกค้าก็ไม่สับสน

ช่วงที่เราเริ่มต้นธุรกิจใหม่ๆเราเจอปัญหาอุปสรรคอะไร และมีการแก้ปัญหาอย่างไร

ดร. อนุรัตน์ : ก็มีปัญหารื่องก๊าก เพราะว่าเราทำอาหารไม่เป็น เราก็ต้องจ้างเขาตลอด ยอมเขาเกือบทุกอย่างจนเราคิดว่าก็ต้องพัฒนาในเรื่องพวกนี้ ถึงแม้เราทำอาหารไม่เป็น แต่เราก็ควรจะมีคนควรจะทำยังไง ถ้ามีทุกคนใหม่มาเขาก็ต้องทำอาหารให้รสชาติเหมือนกับสโตร์ของร้านเรา

เราแก้ปัญหาโดยเอาระบบเข้ามาเป็นตัวช่วยบริหารจัดการ เมื่อก่อนมีก๊ากใหญ่ 1 คนและมีผู้ช่วยก๊าก 1 คน ตอนหลังเราก็มีก๊ากเพิ่มมากขึ้น สอนให้มีความชำนาญมากขึ้นและมีความหลากหลาย เราพยายามสอนให้ก๊าก 1 คนสามารถทำอาหารได้ 2-3 ประเภททำให้เขาเกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ แล้วก็พยายามฝึกฝนตัวเอง ที่ร้านครัวจะใหญ่มากคนในครัวประมาณ 30 คน เราต้องบริหารจัดการให้ได้ว่าในครัวจะทำกันอย่างไร คนไหนทำประเภทไหน คนนี้ทำประเภทต้ม คนนี้ทำประเภทผัดหรือทอดก็แยกกันไปเลย

ผมเคยไปนั่งทานร้านซูชิที่เป็นร้านอาหารญี่ปุ่น ลองไปนั่งกินแล้วก็ดูเขาทำก็เห็นเขาแยกส่วนกันทำ เวลาออเดอร์เข้ามาก็เห็นเขามีหน้าที่ของตัวเอง มันก็ทำให้อาหารไม่ช้า ต่างจากเมื่อก่อนที่มีเชฟใหญ่คนเดียวกว่าจะรอเชฟใหญ่ทำเสร็จคนมาเต็มร้านแล้วทำไม่ทัน

ผมค่อนข้างโชคดีที่จบปริญญาตรีวิศวะโยธา จึงเอาระบบวิศวะมาใช้บริหารงานในครัวด้วยการแบ่งเป็นสถานีย่อยๆ ออกไป ใช้ทักษะที่เราเคยเป็นอดีตผู้รับเหมามาจัดการให้เป็นระบบมากขึ้น ใช้ศาสตร์หลายๆ เรื่องมาบริหารจัดการ ทำให้ปัญหาใหญ่ของร้านอาหาร คือเวลาเปลี่ยนพ่อครัวแม่ครัวรสชาติจะเปลี่ยนของร้านเราไม่ค่อยมี ร้านผมถึงจะเปลี่ยนก๊ากก็มีคนแทนตลอด

ที่ผ่านมาเคยไปขอคำปรึกษาจากหน่วยงานภาครัฐบ้างหรือไม่

ดร. อนุรัตน์ : มีบ้างในช่วงที่ทำการตลาดออนไลน์และเรื่องอื่นๆ บ้าง เขามาทำเรื่องร้านอาหารปลอดภัย อาหารสะอาดมีการอบรมพนักงานอะไรตลอด เราก็ทำทุกอันที่เขาให้มามาตรการเรื่อง COVID-19 มีมาตรฐานอะไรทำทุกอย่าง มีการพัฒนาพนักงานตลอด เพราะผมก็เป็นประธานหอการค้าจังหวัดเชียงรายด้วย เราก็ต้องทำให้ลูกค้าเชื่อใจว่าร้านเรามีเกณฑ์มีมาตรฐานที่น่าเชื่อถือ เพราะบางทีรับแขกผู้ใหญ่อย่างปลัดกระทรวงหรือรัฐมนตรี เราก็ต้องมีความมั่นใจตรงนี้ไม่เช่นนั้นเขาก็ไม่กล้าพาผู้ใหญ่มารับประทานอาหาร

การเลือกวัตถุดิบที่พรีเมียมขึ้นสามารถเพิ่มมูลค่าอาหารได้มากน้อยเพียงใด

ดร. อนุรัตน์ : ผมสังเกตมาตลอดแม้ว่าส่วนตัวผมเป็นคนชอบทานอาหารเหนือ แต่เวลาผมไปทะเลรับประทานอาหารหนึ่งมื้อต้องมีค่าใช้จ่ายประมาณ 3-4 พันบาท แต่พอมานินอาหารเหนือผมหมดไม่ถึงพันบาท เราก็สงสัยว่าทำไมอาหารเหนือแทบจะไม่มีมูลค่า

เราก็เลยมาออกแบบเมนูใหม่ มีการจัดงานใหม่รูปแบบใหม่ วัตถุดิบดีขึ้น เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าขึ้นไป อย่างเราไปทะเลภูเก็ตกลับละ 1,200-1,500 บาท เราก็ต้องซื้อทาน เพราะว่าเราไปถึงที่แล้วถามว่าสดไหมบางทีมันก็ไม่สด เราก็เลยมาคิดว่าเมนูไหนที่กำลังเป็นที่นิยมเวลาเอามาทำก็ได้รับการตอบรับที่ดี เช่นเนื้อวากิวเราก็เอาเนื่องจากออสตรีย์มาขายหรือปลาแซลมอนเราเอาแซลมอนมาทำเมนูเช่นน้ำปลา โดยเฉพาะผู้หญิงจะชอบทานแซลมอนอยู่แล้ว เราก็พยายามคิดค้นความหลากหลาย เด็กก็มีเมนูสำหรับเด็ก เมนูผู้สูงอายุก็มี เมนูคนทานเจก็มีพยายามคิดเมนูให้หลากหลาย

SME ONE : ภูแลมีเมนูที่เป็นอาหารเหนือแต่ใช้วัตถุดิบพรีเมียมบ้างหรือไม่

ดร. อนุรัตน์ : ไม่ค่อยมี ถ้าเป็นอาหารเหนือก็ยังเป็นแบบเดิม เพราะถ้ามันแพงมากเกินไปคนก็จะไม่กล้าสั่ง ทุกวันนี้อาหารที่ร้านคนมาทานก็ยังบอกว่าถูกแล้ว เราไม่ได้ขึ้นราคา ช่วงเทศกาลก็ไม่ขึ้น เมนูก็เป็นแบบชุดเดียวแบบเดียว 1-2 ปี กว่าที่จะเปลี่ยนเมนูครั้งนึง

มีเคล็ดลับบริหารร้านอย่างไรให้ภูแลเป็นที่พูดถึงของนักท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา

ดร. อนุรัตน์ : ก็เป็นเรื่องของคุณภาพ และความสะอาด รวมถึงเรื่องชื่อเสียงก็สำคัญ เพราะเราเปิดมา 20 กว่าปีแล้ว เราก็ค่อนข้างรักษาชื่อเสียง เราให้ความสำคัญเรื่องการเอาใจใส่กับลูกค้า เวลามีปัญหาเจ้าของร้านก็ต้องรีบเข้าไปดูเลยทันที ไม่ใช่ให้ลูกน้องไปแทน เพราะลูกน้องก็ตอบไม่ได้ ไม่เงินลูกค้าก็ลง Facebook คำ Complain เราต้องกล้าเผชิญกับเหตุการณ์แล้วก็ตัดสินใจแก้ปัญหา

ในอนาคตภูแลจะต่อยอดธุรกิจอย่างไร

ดร. อนุรัตน์ : ผมทำมาเยอะแล้วทำมาหลายธุรกิจ อนาคตก็อาจจะไปซื้อแฟรนไชส์ร้านของหวานมา หรือเปิดบริการในส่วนของอาหารว่าง, อาหารกลางวันอาหารแบบจานเดียว เช่น สปาเก็ตตี้อะไรแบบนี้ เพื่อเอามาเสริมธุรกิจ เพราะว่าร้านอาหารของเราพื้นที่กว้างมาก และส่วนใหญ่คนมากินตอนเย็น ช่วงกลางวันจะเงียบ ผมก็มีแนวคิดว่าจะทำเป็นคาเฟ่ หรือสวนน้ำตกสวยๆอ อาจจะไม่ต้องใหญ่มาก แต่สามารถดึงให้มีลูกค้าช่วงกลางวันได้

โครงการนี้กำลังคิดอยู่ผมเพิ่งจะไปดูงานมา 2-3 ที่คิดว่าน่าจะเปิดบริการได้ในช่วงฤดูท่องเที่ยว คือหน้าหนาวเลย

อยากให้ฝากคำแนะนำสำหรับคนที่จะมาเป็นผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะกับร้านอาหาร

ดร. อนุรัตน์ : ถ้าเป็นเด็กรุ่นใหม่ถ้าจะทำร้านอาหารก็ต้องรักในธุรกิจจริงๆ อย่าคิดว่ามาทำได้เล่นๆ สนุกๆ เพราะการเปิดร้านอาหารรายละเอียดมันเยอะมาก แล้วก็ต้องเอาใจใส่ทุกขั้นตอน อย่างปัจจุบันนี้ผมยังไปจ่ายตลาดเองเลย ตอนเช้า 8-9 โมง ผมก็ไปตลาดทุกวัน เมื่อก่อนผมก็หลวมให้เด็กไปจ่ายตลาดก็โดนโกง ถ้าเราทำเองได้มันก็จะช่วยเซฟและได้พัฒนา แต่เราต้องมีเวลาและรักมันด้วย ไม่ใช่มาทำแล้วปล่อยให้ลูกน้องทำ แบบนี้อย่างไรก็ไม่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ก็ให้มีการเรียนรู้ตลอดเวลา ต้องตามโลกให้ทัน ต้องปรับตัวเองตลอดเวลา

บทสรุป

ปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารท้องถิ่นอย่างภูแลสามารถดำเนินกิจการมายาวนานกว่า 20 ปี นั้นมาจากการวางโพสิชั่นนิ่งที่ชัดเจนว่าเป็นร้านอาหารเหนือที่จับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทย รวมถึงการรักษาเรื่องมาตรฐานและคุณภาพอาหารให้คงเส้นคงวา และมีรสชาติที่เหมือนเดิม โดยเอาประสบการณ์จากสายงานวิศวกรเข้ามาพัฒนาระบบการจัดการในครัว และสุดท้ายคือการปรับปรุงสถานที่ให้ใหม่และคงความความสะอาดไว้ตลอดเวลา

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



“กัญชาแคนซำคำ”

จากพืชท้องถิ่นสู่มหานครกัญชาของโลก

คุณ กันใจ ณรังศรี

ประธานวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชา

SME ONE



กัญชาแคนซำคำจากพืชท้องถิ่นสู่มหานครกัญชาของโลก

การได้รับความนิยมของ “กัญชา” ที่เพิ่งจะเปลี่ยนสถานะจากยาเสพติดมาเป็นพืชสมุนไพรในช่วง 1-2 ปีนี้ ถือเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจไม่น้อย เพราะสินค้าที่เคยต้องหาซื้อกันแบบใต้ดิน เมื่อได้รับโอกาสให้ขึ้นมาวางขายอย่างถูกกฎหมาย กระแสการตอบรับจากคนไทยส่วนใหญ่จึงมีมาอย่างล้นหลาม

พบว่าช่วงแรกของการปลดล็อก ราคาขายของกัญชาในบางจังหวัดดีดตัวขึ้นไปสูงถึง 20,000 บาทต่อกิโลกรัม กัญชาจึงถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่น่าจับตาดูอย่างมาก...

SME ONE มีโอกาสได้พูดคุยกับสมาชิกสภาจังหวัด (สจ.) กันใจ ณรังศรี ประธานสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม และประธานวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชา ที่เป็นเฟื่องจักรสำคัญในการสร้าง “กัญชาแคนซำคำ” ให้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจทางเลือกในพื้นที่

เป้าหมายสูงสุดของ สจ.กันใจ นั้นไม่ได้มองกัญชาเป็นแค่พืชสมุนไพร หากแต่มองไกลไปถึงการเชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อปลูกปั้นให้จังหวัดนครพนมเป็นมหานครกัญชาของโลก

ที่มาของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกพืชสมุนไพร หองแคนซำ เกิดขึ้นมาได้อย่างไร

กันใจ : หลังจากที่รัฐบาลได้มีการแก้ไข พ.ร.บ. ยาเสพติด โดยอนุญาตให้ใช้กัญชา-กระท่อมทางการแพทย์ ได้ก็เริ่มมองเห็นทิศทางของพืชเศรษฐกิจตัวใหม่ นั่นก็คือ กัญชา จึงไปจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนปลูกพืชสมุนไพร เหตุผลที่ต้องมีคำว่าสมุนไพร เพราะกัญชาจะเกี่ยวโยงหรือเชื่อมโยงกับแพทย์แผนไทย เพราะเป็นพืชสมุนไพรชนิดหนึ่ง โดยทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดก็มีนโยบายให้ปลูกกัญชา แต่มีระเบียบขั้นตอน วิธีการในการขอเข้าร่วมโครงการ โดยให้วิสาหกิจไปทำ MOU (Memorandum of understanding) กับ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่มีแพทย์แผนไทย เราก็ทำโครงการเสนอเป็นขั้นตอนไปเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชุมพิจารณาอนุมัติ

หลังจากได้รับการอนุมัติ เราเริ่มทำโครงการกัญชา 50 ต้น บนโรงเรือนขนาดแค่ 6*12 เมตร โดยปลูกปีละ 2 ครั้ง ตอนที่เรได้รับอนุญาตให้ปลูก พ.ร.บ. ยาเสพติดประเภทที่ 5 จะยกเลิกเฉพาะใบ ก้าน ราก ลำต้น ส่วนช่อและดอกยังเป็นยาเสพติดอยู่ วิสาหกิจเราก็ขายได้แค่ใบสด ใบแห้ง ก้านแห้ง รากแห้ง ส่วนช่อดอกก็ส่งกลับไปที่กรมการแพทย์ทางเลือกเพื่อนำไปปรุงเป็นยาต่อไป

การปลูกกัญชาดูแลรักษายากกว่าพืชเกษตรทั่วไปหรือไม่อย่างไร

กันใจ : ไม่ยาก ถ้าเข้าใจตัวกัญชาแล้วก็สามารถปลูกได้ง่ายมาก ปลูกกัญชาใช้น้ำมากไปก็ไม่ได้ นำน้อยก็ไม่ได้ เขาไม่ชอบความแฉะ แต่ชอบความชื้น แล้วก็เค็มมากไปก็ไม่ชอบ ชอบปุ๋ยคอก ปุ๋ยจิ้งจอกอะไรพวกนี้ ส่วนศัตรูของกัญชา ก็คือเพลี้ย ตั๊กแตน ไส้แดง กับโรครากเน่า เชื้อราในโคน ใบเน่าแค่นั้นเอง

สภาพภูมิประเทศมีผลกับคุณภาพของกัญชาหรือไม่ อย่างไร

กันใจ : กัญชาที่ปลูกในภาคอีสาน ปลูกในภาคเหนือ หรือปลูกในภาคใต้จะได้ผลผลิตที่ไม่เหมือนกัน กัญชาคุณภาพดีที่สุดในโลกจะอยู่แถวสกลนคร นครพนม ฝั่งภูพาน ด้านทิศตะวันออก เพราะดินเหมาะแก่การปลูกกัญชา โดยธรรมชาติแล้วสายพันธุ์กัญชาที่อยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำสงครามจะมีอยู่ 2 สายพันธุ์ คือ สายพันธุ์หางกระรอก และสายพันธุ์หางเสือ ซึ่งเหมาะมากกับดินในจังหวัดนครพนม

หรือแม้แต่ภาคอีสานเหมือนกัน แต่ถ้าไปปลูกทางฝั่งภาพสินธุ์ก็จะมีคุณภาพอีกแบบหนึ่ง ไปปลูกที่ร้อยเอ็ดก็จะได้อีกแบบหนึ่ง เหมือนกับทุเรียนที่ไหนก็ปลูกได้ ในอีสานเขาก็ปลูกได้ แต่รสชาติและคุณภาพจะไม่เหมือนกัน ทุเรียนคุณภาพดีจะมาจากจันทบุรีและระยอง เขาเรียกว่าถิ่นเกิดถิ่นกำเนิดมันอยู่ที่ไหน ก็จะต้องอยู่ที่นั่น

ทุกวันนี้คนนิยมทำกัญชาไปทำอะไร

กันใจ : แล้วแต่ละคนจะเอาไปใช้ อย่างใบสดเขาอาจจะไปชงเป็นชา ใช้ดื่มตอนเช้า ตอนเย็น ก่อนนอน อะไรได้หมด หรือนำไปปรุงอาหารก็ได้ ใส่ตั้มยำก็ได้ ใส่แกงก็ได้ ไปผัดรวมกันกับผักบุ้งก็ได้ ผักกระเฉดก็ได้ หรือไปสร้าง Story ในการตกแต่งอาหารจานอาหาร สร้างมูลค่าขึ้นมาก็ได้ ส่วนใบแห้งเขาก็จะนำไปเป็นชาชง ไปต้มเป็นยา ก้านกับรากก็สามารถเอาไปดองเหล้าผสมน้ำผึ้งเดือนห้ากินเป็นยาได้ แต่น้ำมันกัญชาปัจจุบันยังผิดกฎหมายอยู่ ต้องรอประกาศกฎกระทรวง เพราะว่าในกฎหมายระบุไว้ว่าสารสกัดจากกัญชามีค่า THC เกิน 0.2% ถือว่ายังผิดกฎหมายอยู่

ทุกวันนี้ขายสินค้าผ่านช่องทางไหน

กันใจ : เรานั่นขายส่ง ใครสนใจก็สั่งซื้อมา เราก็จัดส่งไปไม่มีหน้า ส่วนในอนาคตเราถ้าหากว่ามันเป็นไปได้ เราก็จะไปเพิ่มวัตถุประสงค์ ไปจดทะเบียน ไปจ่ายค่าธรรมเนียม เราจะปลูกเพื่อส่งออก เราจะปลูกเพื่อแปรรูป เราจะปลูกเพื่อปลูกให้กับบริษัท โรงงาน เราก็ต้องทำ MOU กับบริษัทหรือว่าโรงงานที่จะเอากัญชาไปแปรรูป ไปสกัดออกมาเป็นพืชสมุนไพร หรืออาหารต่างๆ นี่คืออนาคต

ช่วงเริ่มต้นทำธุรกิจ กับตอนนี้แตกต่างกันอย่างไร

กันใจ : เราเริ่มได้รับอนุญาตเมื่อปีพ.ศ. 2563 ในปีนั้นเราก็ปลูกมา 2 รอบ ใบสดตอนนั้นเราขาย กิโลกรัมละ 15,000 บาท ส่วนใบแห้งเราขายกิโลกรัมละ 40,000 บาท ก้านแห้ง ลำต้นแห้งอยู่ที่ประมาณกิโลกรัมละ 15,000 บาท รากแห้งก็อยู่ที่ 45,000 บาท รวมแล้วเราปลูก 2 รอบ หักต้นทุน หักค่าใช้จ่ายแล้วก็จะเหลืออยู่ประมาณ 6-8 แสนบาทประมาณนี้ ตอนนั้นใครๆ ก็สนใจ เพราะกัญชากำลังได้รับความนิยม

มองในเรื่องของสมุนไพร สรรพคุณของกัญชาดีต่อสุขภาพ คนที่ซื้อไปก็จะนำไปชงชากินเป็นตั้ม หรือไปเพิ่มมูลค่าทางอาหาร คือไปสร้าง Story เพื่อให้มีกัญชา คนที่รับประทาน ราคาอาหารก็จะสูงขึ้น มาในปัจจุบันราคากัญชาใบสดก็เริ่มผันแปรไป เนื่องจากว่าทางองค์การอาหารและยาสามารถที่จะอนุญาตให้วิสาหกิจที่ขอเข้าร่วมโครงการปลูกกัญชาได้ทั่วประเทศ จนมีจำนวนประมาณ 2,000 เกือบ 3,000 แห่งแล้ว ราคามันเลยไม่นิ่ง ไม่เหมือนเมื่อปี 2563

ปัจจุบันใบกัญชาสดราคาลงมาอยู่ที่ 2,000 บาท ไม่เกิน 5,000 บาท ใบแห้งจะอยู่ที่ประมาณ 5,000 ถึง 10,000 บาท ส่วนก้าน ลำต้นอยู่ที่ประมาณ 3,000 บาท ส่วนรากอยู่ที่ประมาณ 20,000 บาทต่อกิโลกรัม แม้ราคาจะขายลดลง แต่คนไทยตอนนี้กำลังสนใจเรื่องกัญชามากขึ้น เพราะหลังจากที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขได้ลงนามในประกาศ ในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมาจะมีผลบังคับใช้ภายใน 120 วัน ก็คือวันที่ 8 มิถุนายน 2565 กัญชาจะสามารถปลูกได้ แต่คนทั่วไปจะปลูกได้อย่างไร เจ๊อนไทเป็นอย่างไรก็ต้องรอฟังประกาศทางราชการว่าจะให้คนทั่วไปแจ้งขออนุญาตปลูกได้ที่ต้น ปลูกเพื่ออะไร เพื่อบริโภค เพื่อเป็นยา หรือว่าเพื่อการค้าการขาย ตรงนี้จะมีรายละเอียดค่อนข้างเยอะพอสมควร

ส่วนวิสาหกิจที่จัดวิสาหกิจถูกต้อง ได้รับใบรับรองเป็นวิสาหกิจเรียบร้อยแล้ว ก็ต้องรอฟังประกาศทางราชการอีกครั้งหนึ่งว่าเราจะให้ไปจดทะเบียน ไปยื่นค่าธรรมเนียม ไม่ว่าคุณจะปลูกเพื่อผลิต คุณจะปลูกเพื่อสกัด คุณจะปลูกเพื่อเป็นการค้าส่งออกป้อนให้กับโรงงาน มันก็มีทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ แล้วก็ปลายน้ำ แล้วต่อไปก็ต้องฟังทางราชการเป็นหลักหลังจากที่ครบ 120 วันในวันที่ 8 มิถุนายน 2565 ที่จะถึงนี้

มองแนวโน้มของธุรกิจกัญชาในอนาคตเป็นอย่างไร

กันใจ : ผมเชื่อว่ากัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจที่จะทำให้คนไทยจะล้มตาอาปากได้ มีพืชชนิดไหนที่ราคาขายกิโลกรัมละ 2,000 – 3,000 บาทบ้าง ขนาดผักคะน้าที่ปลูกต้องใช้เวลา ต้องปลูกที่แปลงถึงจะได้ 2,000 บาท แต่กัญชานี้ ทั้งใบแห้ง ใบสด ทั้งก้าน ทั้งราก ทั้งช่อดอกไม่มีที่ทิ้งเลย ทุกส่วนของต้นกัญชาเป็นสมุนไพรทั้งหมด เพราะฉะนั้นตรงส่วนนี้น่าสนใจมาก แต่ที่สำคัญคือ ทางภาครัฐต้องวางแผน ต้องอำนวยความสะดวก ต้องถือประโยชน์ต่อเกษตรเป็นหลัก เพราะว่าเกษตรกร บางครั้งต้นทุนเล็กๆ น้อยๆ ก็แทบจะต้องไปกู้ยืมเขามา ไม่เหมือนภาคเอกชนที่เขามีต้นทุน

เพราะฉะนั้น ภาครัฐต้องมาดูในเรื่อง 1. คุณภาพ เรื่องนี้สำคัญมาก กัญชาใครปลูกก็ได้ แต่สำคัญว่าคุณจะเอาสายพันธุ์ที่ดีมาจากไหนที่ทำให้ปลูกได้ดี 2. ปลูกแล้วจะไปขายให้ใคร นี่คือหัวใจสำคัญที่รัฐต้องมาดู รัฐต้องมาควบคุม รัฐมาจัดระเบียบในเรื่องกัญชาให้เป็นระบบ ไม่เช่นนั้นจะเกิดปัญหาปลูกแล้วไม่รู้จะเอาไปขายที่ไหน ถ้ามีผลผลิตมากเกินไปไม่รู้จะขายที่ไหน ก็จะมีการกดราคากัน ก็จะมีนายหน้าเข้ามาเหมือนสินค้าเกษตรอื่นๆ สำหรับทางราชการต้องใส่ใจเรื่องนี้

มีความกังวลเรื่องราคาขายในอนาคตหรือไม่

กันใจ : ในอนาคตก็กลัวเหมือนกัน แต่ถ้าหากตลาดใหม่ๆ ที่ไม่ใช่แต่ภายในประเทศได้หมายถึงส่งออก ถ้าเราสามารถส่งออกได้ในนามวิสาหกิจ หรือในนามนิติบุคคลได้ก็สามารถแข่งขันเรื่องราคา แข่งกันเรื่องคุณภาพ ทีนี้เกษตรกรจะต้องมาแข่งขันเรื่องการคัดกรองสายพันธุ์ สายพันธุ์ไหนที่ตลาดเขาต้องการ สายพันธุ์ไหนมี CBD สูง มีค่า THC สูงที่ตลาดต้องการ เราก็ต้องมาปรับปรุงสายพันธุ์ รวมถึงแข่งขันกันเรื่องการปลูกกัญชาให้ปลอดภัยจากสารตกค้าง จากสารเคมี ทำให้ต่อไปมันต้องมาวัดกันที่คุณภาพ ก็เพราะสินค้าการเกษตรทั่วไปมันก็จะมีเกรดเอ เกรดบี เกรดซี ราคามันก็ห่างๆ กันไปตามคุณภาพและสายพันธุ์ ทุกวันนี้ที่เราปลูกนี้สายพันธุ์เราเป็นสายพันธุ์พื้นเมือง คือ สายพันธุ์หางกระรอก

มีวิธีการที่จะต่อยอดธุรกิจจากวิสาหกิจชุมชนอย่างไร

กันใจ : ที่คิดว่าไว้แล้ว คือจะทำเป็นชาชงเป็นแบรนด์ของเราเอง เป็นแบบสินค้า OTOP เป็นสินค้าประจำถิ่น เป็นของฝาก ซึ่งหลังจากวันที่ 8 มิถุนายนนี้จะเห็นภาพชัดเจนขึ้น เพราะจะสามารถแปรรูปเป็นสินค้าได้มากขึ้น เช่นทำเป็นจี้ห้อย เป็นสบู่ เป็นยาสระผม เป็นยาสัฟวัน เป็นยาต้ม ยาหม่อง เป็นยาที่มีสรรพคุณแบบ Viagra ได้ด้วย

เราคุยกันไว้คร่าวๆ สินค้าล็อตแรกก็คงจะเป็นอะไรที่ทำได้ง่ายๆ ก่อนคือ เป็นชาเพื่อสุขภาพ เราจะเน้นเรื่องสุขภาพเป็นหลัก เพราะว่า Concept ของเราก็คือ กล้วยาเป็นพืชสมุนไพร เราต้องการให้พี่น้องประชาชนคนไทยเนี่ย ให้มาใส่ใจเรื่องสุขภาพเป็นหลักก่อน และในอนาคตเราก็อยากจะเอาสินค้าเราไปวางขายในห้าง ไปขาย Makro, Lotus หรือ Big C พวกนี้

นอกจากนี้เรามีทำศูนย์การศึกษาเรียนรู้กล้วยาแบบครบวงจร เพื่อที่ว่าใครสนใจอยากมาศึกษาดูงานว่าที่นี่เขาปลูกกล้วยากันอย่างไร ให้น้ำ ให้อุณหภูมิอย่างไรก็มาได้

ชื่อที่เราจะใช้กับผลิตภัณฑ์คืออะไร

กันใจ : แคนช้างคำ เพราะที่ตั้งวิสาหกิจเราอยู่ที่หนองแคนช้าง ตำบลนาคำ อำเภอศรีสงคราม จังหวัดนครพนม ทีนี้เราก็เลยหมวดคำว่าหนองแคนช้างมาเป็นแคนช้าง ส่วนคำก็มาจากตำบลนาคำ

จะพัฒนาเป็นสินค้า OTOP มีไปขอคำปรึกษาของหน่วยงานราชการบ้างหรือไม่

กันใจ : เราขอคำปรึกษาจากสำนักงานสาธารณสุข จากหน่วยงานแผนกแพทย์แผนไทยเป็นหลัก ว่าผลิตภัณฑ์ที่เราจะทำจำเป็นต้องมีการขึ้นทะเบียนหรือไม่ เพื่อมาตรฐานในผลิตภัณฑ์ของเรา ตอนนี้เรากำลังศึกษาข้อมูลโดยตรงกับกรมการแพทย์ทางเลือก ก็จะมีเจ้าหน้าที่ทางกรมการแพทย์ทางเลือกคอยเป็นคนชี้แนะชี้แนะ และเป็นคนหาตลาดให้ด้วย

มีโอกาสที่จะไปโมกให้ป็นหมู่บ้านกล้วยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

กันใจ : ในเมื่อจังหวัดเราเป็นจังหวัดที่ปลูกกล้วยาที่ดีที่สุดในประเทศก็คิดในใจไว้อยู่ แล้วก็มีการวางแผนไว้แล้ว เพราะทางภาครัฐ และองค์กรส่วนท้องถิ่นเองก็ต้องการจะผลักดันกล้วยาในเชิงสุขภาพ และเชิงการท่องเที่ยว เราคุยกันตลอดและวางแผนไว้ว่าต่อไปในอนาคตอยากให้นครพนมจะกลายเป็นมหานครแห่งกล้วยาโลก

อยากให้ฝากแนะนำสำหรับคนที่คิดจะลองปลูกกล้วยาในเชิงธุรกิจ

กันใจ : เริ่มต้นก็ต้องศึกษาเรียนรู้ขั้นตอนในการปลูกกล้วยาให้ถูกต้องตามรายละเอียดที่ทางราชการก่อน จากนั้นก็ต้องมาศึกษาเรียนรู้ว่ากล้วยาสายพันธุ์พื้นเมืองแต่ละสายพันธุ์ต้องปลูกอย่างไรถึงดี ดูแลรักษาอย่างไร ศัตรูพืชมีอะไรบ้าง ต้องศึกษา ต้องเข้าใจคำว่ากล้วยาก่อน ถึงจะลงมือปลูกได้ พุดง่ายๆ ก็คือ ห้ามทำตามกระแสเด็ดขาด แต่ต้องเริ่มจากความเข้าใจไม่ใช่ว่ามีเงินแล้ว มีทุนแล้ว รวมกลุ่มกันได้ นึกอยากจะปลูก ปลูกเลย เพราะปลูกกล้วยามันมีรายละเอียดพอสมควรนะครับ

ส่วนใครสนใจจริงๆ ทีมงานในวิสาหกิจพร้อมให้ความรู้โดยที่ไม่ได้ปิดบังซ่อนเร้นอำพราง จะอธิบายและก็นำท่านไปในแนวทางที่มันถูกต้อง เพราะเราต้องการพัฒนากล้วยาของประเทศไทยไปด้วยกัน

ความสำเร็จของกัญชาแคนซางคำนั้นอยู่ที่การมองเห็นโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงสถานะของกัญชาจากยาเสพติดมาเป็นพืชสมุนไพร และใช้หลักปฏิบัติง่ายๆ คือ “ทำทันที” โดยลงมือทำก่อนใคร นอกจากนี้ยังใช้วิธีการตลาดสมัยใหม่คือนั้นสร้างแบรนด์ “กัญชาแคนซางคำ” ให้เป็นที่จดจำในภาพของสินค้าพืชสมุนไพร ซึ่งสามารถต่อยอดและเชื่อมโยงกับแพทย์แผนไทยที่ได้รับการยอมรับจากคนไทยทั่วประเทศ

เมื่อมารวมกับแนวคิดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกพืชสมุนไพร หนองแคนซางที่พยายามยกระดับกัญชาจากสินค้าโภคภัณฑ์ท้องถิ่น (Commodities) สู่การสร้างแบรนด์เพื่อยกระดับมาตรฐาน และสร้างมูลค่า จึงถือเป็นส่วนผสมที่ลงตัวสำหรับการบุกเบิกพืชสมุนไพรที่กำลังมาแรงอย่างกัญชา

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
ที่ประสบความสำเร็จ

ภาคตะวันออก





คุณละอ

จากชาวสวนสุราษฎร์ธานีผลไม้กวน

คุณละอ สุวรรณสว่าง
ผู้ก่อตั้ง

คุณละอ จากชาวสวนสุราษฎร์ธานีผลไม้กวน

ผลไม้กวน “คุณละอ” ก่อตั้งโดย คุณละอ สุวรรณสว่าง เป็นแบรนด์สินค้าผลไม้แปรรูปชื่อดังของจังหวัดระยองที่นักท่องเที่ยวชาวไทยคุ้นเคยเป็นอย่างดี เพราะมีวางจำหน่ายในแหล่งของฝากของจังหวัดระยองมากกว่า 40 ปี

“คุณละอ” มีรางวัล “สินค้า OTOP 5 ดาว” เป็นเครื่องรับประกันคุณภาพสินค้า ทั้งความสะอาด รสชาติ ทุกวันนี้คุณละอแทบจะกวนผลไม้ทุกอย่างที่มีในระยอง เช่น ทุเรียน มังคุด สับปะรด ขนุน มะละกอ แก้วมังกร ฯลฯ จนใครต่อใครหลายคนให้สมญานามว่า “ราชินีแห่งผลไม้กวน”

จุดเริ่มต้นธุรกิจของคุณละอผลไม้กวนเป็นมาอย่างไร

ละอ : จุดเริ่มต้นก่อนที่จะมาทำผลไม้กวน ดิฉันเป็นเกษตรกรมาก่อน ทำสวนปลูกสับปะรดส่งโรงงาน ส่วนสับปะรดที่เหลือซึ่งโรงงานไม่รับซื้อ เช่น มีขนาดที่ไม่ได้มาตรฐานก็นำมาแปรรูปเป็นสับปะรดกวน ตรงนี้เป็นปัญหาใหญ่ของเกษตรกรเลย คือปกติแล้วจะมีคนรับซื้อสับปะรดที่หน้าโรงงาน แต่จะมีบางส่วนที่ถูกคัดออก และขายไม่ได้ราคา เช่น ขายให้โรงงานก็โลกรับละ 7 บาท เวกก็จะรับซื้อเหลือก็โลกรับละ 1.50 บาท แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ก็เลือกขาย เพราะดีกว่าเอาไปทิ้งเปล่าๆ

เราก็เลยมีความคิดว่าจะเอาผลไม้ที่ถูกคัดเกรดออก ไปแปรรูปเป็นสินค้าอย่างอื่น เพื่อแก้ปัญหาราคาผลไม้ทิ้งไปที่มันตกต่ำ โดนกดราคาด้วยการนำมาแปรรูป สมัยก่อนราคาสินค้าแปรรูปแตกต่างจากขายเหมาเยอะ แต่ปัจจุบันก็เริ่มแตกต่างกันน้อยลง เพราะราคาวัตถุดิบแพงขึ้น ต้นทุนอื่นๆ แพงขึ้น เช่น ค่าแก๊ส หรือค่าแรงสมัยนี้ก็สูงขึ้น

ในวันที่ตัดสินใจเลิกปลูกสับปะรดมาทำผลไม้กวนเต็มตัว ตอนนั้นคิดอย่างไร

ละอ : เราเริ่มต้นจากการทำสับปะรดกวนตอนแรกมันขายได้ ก็เลยมาทดลองทำตัวอื่น ปรากฏว่าทำแล้วมันก็ขายได้อีก ตอนนั้นยังปลูกสับปะรดอย่างเดียว แต่พอเราทำผลไม้กวนขายแล้วติดตลาด เราก็ไม่ได้มีเวลาไปทำสวนสับปะรด และเปลี่ยนมาเป็นหาซื้อจากชาวสวนใกล้บ้านอีกที เรียกว่าเปลี่ยนธุรกิจจากเกษตรกร มาเป็นเจ้าของโรงงานอุตสาหกรรมอาหารแบบครัวเรือนเต็มตัว จนถึงตอนนี้ก็ประมาณ 40 ปีแล้ว

ปัจจุบันคุณละออ ผลิตละจำหน่ายผลไม้กวนอะไรบ้าง

ละออ : เราเริ่มต้นจากสับปะรดเป็นสินค้าตัวแรก ตอนนี้อามีกล้วย มังคุด ทุเรียน หนูน มะม่วง เรียกว่ามีผลไม้หลายอย่าง สับปะรดเองก็แปรรูปได้หลายอย่าง อย่างเช่น สับปะรดกวนธรรมดา ที่เอาไปทานมบิง มีลูกอมสับปะรด มีสับปะรดกวนกะทิ แล้วก็ยังมีสับปะรดบ๊วย สับปะรดแก้ว ทำได้ 6 อย่างจากสับปะรดลูกเดียว

ช่วงที่เปลี่ยนอาชีพจากชาวสวนมาเป็นเจ้าของโรงงาน เจอปัญหา หรืออุปสรรคอะไรบ้าง

ละออ : ที่เจอคือตอนแรกขายได้บ้างไม่ได้บ้าง บางครั้งไปขายก็น้อยใจเหมือนกัน แต่ก็กัดฟันสู้ ช่วงแรกๆ ที่เราขาย ตอนเจอปัญหาสินค้าขายไม่ได้ เราแก้ปัญหาด้วยการให้ลองชิมสินค้า พอคนได้ลองชิมก็ติดใจแล้วก็ซื้อ ร้านก็เลยอยู่ได้มาจนถึงปัจจุบันนี้

คือเราผลิตสินค้าเองแล้วก็ขายผ่านหน้าร้านของตัวเอง ปัจจุบันก็มีขายส่งด้วย สินค้าของเราตอนนี้กระจายออกไปขายทั่วประเทศ ผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงช่องทาง Facebook ที่ให้หลามาช่วยขาย เราขายส่ง ขายปลีก ขายผ่านตัวแทนจำหน่าย เราก็ขายทุกทางที่ขายได้ นอกจากนี้ในปัจจุบันเราก็มีเปิดโอกาสให้คณะศึกษาดูงานมาศึกษาดูงานเป็นแหล่งเรียนรู้ของนักเรียนนักศึกษา เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์แบรนด์คุณละออให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น

ปัจจุบันนี้เรารับซื้อผลไม้หรือวัตถุดิบมาจากไหนบ้าง

ละออ : ส่วนใหญ่รับมาจากจังหวัดระยองทั่วทั้งจังหวัด เรามีทำห้องเย็นเพื่อถนอมอาหาร ทำให้เรามีสินค้าขายได้ทั้งปี แม้ว่าผลไม้บางประเภทจะออกเป็นฤดูกาล เช่น ทุเรียนกับมังคุด แต่เราก็มีขายทั้งปี เพราะเรามีห้องเย็น แต่ถ้าเป็นกล้วย หรือสับปะรดจะมีวัตถุดิบตลอดทั้งปี เราก็ไม่ต้องใส่ห้องเย็น

ทุกวันนี้สินค้าเกษตรที่มาส่งให้เราจะมี 2 ประเภท คือ เกษตรกรที่เป็นชาวสวนจริงๆ ทุกอาทิตย์จะมีชาวสวนเจ้าใหญ่มาส่ง 1 ครั้ง และก็จะจะมีแบบชาวบ้านรายเล็กๆ ในหมู่บ้าน ในชุมชนที่ปลูกกินเองในบ้านแต่กินไม่ทัน เขาก็เอามาขายให้เรา แบบนี้เราก็รับซื้อ

พอมี COVID-19 นักท่องเที่ยวหายไป ยอดขายของคุณละออตกลงมากน้อยเพียงใด

ละออ : สินค้าของเราเน้นขายนักท่องเที่ยวชาวไทย เรายังไม่ได้ขายต่างประเทศเลย ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาตินักท่องเที่ยวหายไปเลยไม่กระทบยอดขายเท่าไร ส่วนรายได้จากจากนักท่องเที่ยวเงินในเมืองไทยที่หายไป เราแก้ปัญหาดูด้วยการไปขายตามร้านอาหารในจังหวัดระยอง เรียกว่าร้านเล็กร้านน้อย ร้านไหนที่ขายได้เราก็เอาไปส่งขาย ก็ขายได้ตลอด

แต่ยอมรับว่า COVID-19 ช่วงแรกๆ ยอดขายของเราก็ตกลง แต่โชคดีที่เราปรับตัวมาขายออนไลน์ ซึ่งทำให้ลูกค้าประจำที่ไม่ได้เดินทาง หันมาสั่งซื้อทางออนไลน์แทน แต่ตอนนี้พอเปิดประเทศเราทำไม่ทันเลย ตอนนี้ลูกค้าสั่งออเดอร์มาต้องรออีก 2 วันถึงจะส่งได้ เพราะเราทำไม่ทันจริงๆ

สินค้าที่ขายดีที่สุดของร้านคุณละออ คืออะไร

ละออ : ที่ขายดีมาก ๆ ก็คือ กล้วยกวน สับปะรดกวน แล้วก็ทุเรียนกวน เพราะราคาไม่สูง แต่ถ้าเป็นมังคุดกวนต้นทุนจะสูงเขาก็ซื้อน้อยหน่อย ส่วนทุเรียนทอด หนูนทอดอะไรพวกนี้ต้นทุนสูง เขาก็ซื้อน้อย แต่พวกกล้วยกวน สับปะรดกวน ต้นทุนไม่สูงก็ขายดีมาก สินค้าเราส่วนใหญ่คนซื้อไม่ค่อยซื้อกินเท่าไร แต่นิยมซื้อไปเป็นของฝาก เอาไปฝากญาติต่างจังหวัด อีกอย่างคือเราขายของไม่ได้เอากำไรเยอะ แค่อำพอง่ายค่าแรงให้ลูกหลานที่ทำงานอยู่ที่นี่ 10 กว่าคนก็พอใจแล้ว

ทุกวันนี้เราขายส่งประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์ ที่เหลือก็คือ กระจายไปทุกที่ เราขาย 2 อย่าง คือขายแบบร้านค้า ขายของฝากก็จะขายราคานิ่ง แต่ถ้าขายตัวแทนจำหน่ายเราจะขายอีกราคานิ่ง ตัวแทนเราต้องให้ราคาถูกกว่าร้านที่ขายของ ฝาก

นอกจากนี้เรายังเพิ่มมูลค่าและโอกาสทางการขาย ด้วยการนำเอาผลไม้กว่นมาจัดเป็นกระเช้า จัดเป็นแพ็คเกจ ใหญ่ๆ แทนที่จะเป็นถุงๆ กระเช้าผลไม้กว่นที่ขายก็มีตั้งแต่ราคา 500 1,000 2,000 บาท ส่วนที่ขายเป็นชุดก็มี ตั้งแต่ 300 -500 บาท

คุณละออยเคยขอความร่วมมือจากทางภาครัฐบ้างหรือไม่

ละออย : มีทุกหน่วยงานมาช่วย ไม่ว่าจะเป็น อบต. อบจ. กรมการพัฒนาชุมชน เกษตรพาณิชย์ อุตสาหกรรม เขามาช่วยทุกหน่วยงาน แต่เราไม่ได้ขอสนับสนุนเรื่องเงินเท่าไร เราขอการสนับสนุนเรื่องการศึกษาดูงาน เรื่องความรู้ต่างๆ เขาก็มาให้คำแนะนำเรา สมัยก่อนเรายังไม่มี เครื่องหมายอย. ทางสาธารณสุขเขาก็แนะนำให้ไปหาความรู้ว่าจะขออย. ต้องทำอย่างไร ถ้าเป็นกรมการพัฒนาชุมชนก็สอนเรื่องการตลาด ถ้าสำนักเกษตรก็สอนเรื่องวัตถุดิบ ทางอุตสาหกรรมก็ให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ ส่วนหน่วยงานกระทรวงพาณิชย์ก็ช่วยเรื่องการตลาด

คุณละออยเป็นวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านหนองกระบอก อำเภอบ้านค่าย สมัยก่อนทางวิสาหกิจชุมชนก็ช่วยหา ตลาดให้ แล้วก็ช่วยหาวัตถุดิบของเกษตรให้ จะมีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำให้ที่ไหนมีทุเรียนเยอะ ที่ไหนมีมังคุดเยอะ แล้วก็แนะนำให้ ชาวสวนให้เอาวัตถุดิบมาส่งขายให้เราด้วย

นอกจากคุณละออยจะเป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดระยองแล้ว ยังมีรางวัลอื่นๆ อีกหรือไม่

ละออย : เราได้รางวัล 5 ดาวของ OTOP เรื่องแปรรูปเรื่องวัตถุดิบ ได้เป็นผู้หญิงเก่งภาคตะวันออกเรื่องการ แปรรูปผลไม้ ส่วนตัวดิฉันเองก็ได้รับรางวัลแม่ดีเด่นแห่งชาติประจำจังหวัดระยอง ได้เป็นประธานแม่บ้านเกษตรกรอำเภอ และเป็น หัวหน้าคณะขับเคลื่อนกองทุนพัฒนามอบมาบาศศรีอำเภอ

มีแนวโน้มอยากจะทำอะไรเพิ่มอีกไหม

ละออย : เรามีผลิตภัณฑ์อยู่ทั้งหมด 24 ตัว แต่ก็ยังคิดทำเพิ่มอยู่ตลอดเวลา คิดว่าจะทำกล้วยดิบเป็น กล้วยอะไรหลายอย่าง ตอนนี้ก็มีกล้วยมันอบแห้งอะไรพวกนี้ ใจก็อยากทำเพิ่มอีก แต่ตอนนี้ตัวเองก็อายุเยอะแล้ว ก็ เลยอยากให้หลานๆ มาทำต่อ

เรามีแผนที่จะเพิ่มกำลังการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการที่เพิ่มขึ้นเป็นอันดับแรก คิดว่าคงทำได้ใน เร็วๆ นี้ เพราะตอนนี้มีลูก หลานเข้ามาช่วยทำ ปัจจุบันดิฉันอายุ 78 แล้ว ตอนนี้ก็อยากจะวางแผนส่งต่อให้ลูกให้หลานเข้ามา รับช่วงต่อ เรามีการถ่ายทอดเคล็ดลับให้ เช่น การผลิตจะต้องกวนผลไม้ได้อย่างไร ต้องใช้ไฟขนาดไหน ต้องส่งต่อเคล็ดลับให้ คนรุ่นใหม่มาเรียนรู้ว่าเราทำงานอย่างไร มีพนักงานของเราเป็นคนแปรรูป มีคนสั่งซื้อวัตถุดิบ แล้วก็มีคนตรวจว่าปริมาณ สินค้าของเราคงที่หรือเปล่า ก็หวังว่าเด็กรุ่นใหม่จะคิดและทำต่อไปจนถึงส่งออกไปเมืองนอกได้

ถ้าให้เลือกผลไม้ชนิดใหม่มาทำเป็นสินค้า อยากเอาผลไม้อะไรมาทำ

ละออย : ตอนนี้เราก็กวนผลไม้จังหวัดระยองมาทำหมดทุกอย่างแล้ว กระถ่อน มะม่วง แก้วมังกรอะไร พวกนี้ เราก็นัดเรื่องกวนอย่างเดียว นึกไม่ออกเหมือนกันว่ามันจะเหลืออะไร เหลือที่กวนไม่ได้

ที่บอกว่าเรามีความชำนาญเรื่องการกวนผลไม้เป็นทีหนึ่ง เราจะบอกเคล็ดลับบอกได้ไหม

ละอ : เคล็ดลับคือตอนทำเราต้องใส่ใจ ตั้งใจ ทำงานละเอียดแบบนี้ต้องใส่ใจ ไม่เช่นนั้นมันก็ไม่ได้ อย่างผลไม้กวนบางคนใช้วิธีผสมวัตถุดิบอย่างอื่น เพื่อให้ต้นทุนถูกลง แต่ของเราไม่มีผสมเลย เราไม่ใส่สารกันบูด ของเรากล้วยกับสับปะรดกวนอยู่ได้นานถึง 8 เดือน เคยมีนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เอาสินค้าเราไปวิจัย เขาเอาไปทดลองวางไว้ถึง 8 เดือนก็ไม่ขึ้นรา แล้วรสชาติก็ยังเหมือนเดิม สีสั้ก็ยังเหมือนเดิมอยู่

ลูกค้าประจำที่มาซื้อสินค้าของเราส่วนใหญ่จะกลับมาซื้อเพราะความสะอาด แล้วเขาก็พาเพื่อนมา เพื่อนก็บอกว่าสะอาดจริง คนที่พามาาก็ภูมิใจว่าเขาพาคนมาซื้อของถูกที่ แล้วรสชาติก็อร่อย ลูกค้าของเรามาจากการบอกต่อกันเยอะ เช่น มีตำรวจมาอยู่ที่อำเภอบ้านค่าย เคยซื้อของเราเอาไว้เป็นของฝาก แล้วเขาย้ายไปโคราช พอกลับมาที่ระยองเขาก็จะมาแวะซื้อ ก็คือจะพาพวกมาแวะที่ร้าน เรามีลูกค้าที่เป็นแฟนพันธุ์แท้เยอะมากที่มาซื้อซ้ำและบอกต่อ

แล้วปัจจุบันนี้ที่ระยองก็มีโรงงานเยอะ พนักงานก็ซื้อไปขายที่โรงงานด้วย พอจะกลับบ้านก็มาซื้อที่ร้าน คนที่มาซื้อที่เป็นลูกค้าเก่าๆ บางคนเขามาที่ร้านก็อยากเจอตัวเรา อยากมาพูดคุย บางครั้งเราให้เด็กๆ ขาย เขาก็จะถามว่าป้าไปไหนบางที่เราทำงานอยู่ก็ต้องออกมารับลูกค้า เพราะเขาอยากเจอ ตรงนี้ก็มีส่วนที่ทำให้ร้านเราขายดี

อยากให้ช่วยให้คำแนะนำสำหรับคนที่จะไปเป็นผู้ประกอบการ SME จะให้คำแนะนำอะไร

ละอ : ถ้าจะทำอะไรก็ให้ตั้งใจโดยเฉพาะกับอาหาร เปรียบเทียบง่ายๆ สิ่งใดที่ทำแล้วเราหรือพนักงานกินไม่ได้ ลูกค้าก็กินไม่ได้ บางครั้งพนักงานมาใหม่ เขาทำอะไรตกแล้วก็หิบบ้างมา ก็เลยถามว่าเธอกินได้หรือเปล่า ถ้าเธอกินได้ลูกค้าก็กินได้ ถ้าเธอกินไม่ได้ให้เอาไปทิ้งเลย เพราะว่าฉันไม่เสียดาย ถ้าของไม่ดีฉันไม่ขาย

บทสรุป

เหตุผลที่ทำให้ผลไม้กวนคุณละอที่วางจำหน่ายและขายดีมากว่า 40 ปีนั้น มาจากคุณภาพของสินค้าซึ่งทางคุณละอจะคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพมาใช้ในการผลิต เมื่อมารวมกับประสบการณ์ในการทำผลไม้กวนเพียงอย่างเดียวมาตลอด 40 ปี จึงทำให้รสชาติผลไม้กวนของคุณละอมีมาตรฐานเดียว และเป็นที่ถูกอกถูกใจของผู้บริโภค จนกลายเป็นอีกหนึ่งของฝากที่ขึ้นชื่อของเมืองผลไม้อย่างจังหวัดระยอง

ส่วนในเรื่องของช่องทางการขาย คุณละอก็มีการกระจายสินค้าไปยังช่องทางการขายที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม รวมถึงยังมีการเพิ่มโอกาสการขายด้วยการขายผ่านช่องทางออนไลน์อีกทางหนึ่ง

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ

ภาคตะวันตก



สวนปิ่นแสนเกษตรยุคใหม่
ตอบโจทย์ทั้ง People, Planet, Profit

คุณเสาวลักษณ์ มณีทอง

ผู้ก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพร/Plant Love



SME ONE

สวนปิ่นแสน เกษตรยุคใหม่ที่ตอบโจทย์ทั้ง People, Planet, Profit

เสาวลักษณ์ มณีทอง หรือ จอน เป็นคนจังหวัดตากที่เติบโตมาในครอบครัวเกษตรกร และมีความคิดเหมือนกับคนต่างจังหวัดอีกหลายๆ คนที่อยากจะเข้ามาทำงานใน “กรุงเทพ” ศูนย์กลางความเจริญของประเทศ เสาวลักษณ์ใช้เวลาค้นหาตัวเองอยู่หลายปีจนพบว่า แม้จะมีรายได้ที่ดี มีความมั่นคงในการทำงาน แต่ความเจริญของกรุงเทพกลับไม่ใช่ “คำตอบสุดท้าย” ที่ตนเองกำลังค้นหา

อ. แม่ระมาด จังหวัดตากบ้านเกิดต่างหาก คือ ภูมิคุ้มกันที่ทรงคุณค่า และเธอเธอกลับมาพัฒนา เสาวลักษณ์ยอมทิ้งเงินเดือนประจำกว่า 6 หมื่นบาท มาเพื่อนำความรู้และประสบการณ์จากเมืองกรุงกลับมาช่วยเจียนยหรือยกระดับการเกษตรที่บ้านเกิด จนเป็นที่มาของ “สวนปิ่นแสน” “วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก” และ “Plant Love”

วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรัก เกิดขึ้นมาได้อย่างไร

เสาวลักษณ์ : ก่อนหน้านี้จอนทำงานประจำอยู่กรุงเทพฯ แล้วก็กลับมาอยู่บ้าน แล้วก็พยายามทำธุรกิจขึ้นมา ด้วยความที่เรอยากสร้างความมั่นคงให้ชีวิต และอยากยกระดับเกษตรกร จอนเป็นลูกเกษตรกร เราว่าการเป็นเกษตรกรในยุคนี้ต้องเป็นมากกว่าเกษตรกรในยุคที่ผ่านๆ มา ในเมื่อเราเป็นเกษตรกรที่มีความรู้ เราน่าจะสามารถช่วยยกระดับในจุดที่เป็น Pain point ของเกษตรกรได้ เพราะถ้าเราทำเกษตรอย่างเดียว มักจะมีปัญหาเรื่องการตลาด

เกษตรกรโดยทั่วไปจะมีปัญหาอยู่ 2 อย่าง 1. ผลผลิตตกต่ำ 2. หาดตลาดไม่ได้ จอนก็เลยมองว่าการที่เราจะแก้ปัญหारेื่องการเกษตร สิ่งสำคัญก็คือ การยกระดับ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องขององค์ความรู้ของตัวเกษตรกรเอง ที่จะต้องมีความรู้มากขึ้น รวมถึงเรื่องการเพิ่มมูลค่าของสินค้าทางการเกษตร แล้วก็เรื่องการตลาดที่เราจะต้องทำการตลาดได้ ซึ่งหลังจากที่เรากลับมาทำการเกษตร แล้วก็ทำธุรกิจแปรรูป เราเลยสร้างโรงงานขึ้นมาเองเพื่อแปรรูปสมุนไพร แล้วก็พยายามสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ให้มีมูลค่ามากกว่าสมุนไพรธรรมดา

โดยมูลค่าหรือความแตกต่างในการทำการเกษตรของเรา ถ้าเป็นเกษตรทั่วไปเขาก็จะทำแบบธรรมดาใช้สารเคมี แต่เราเลือกทำเกษตรอินทรีย์ มันก็มีมูลค่าในตัวเอง มีคุณค่ามากกว่าการเป็นเกษตรธรรมดาที่ใช้สารเคมี แล้วเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ

เราทำการเกษตรที่มีมูลค่าตรงกับความต้องการของการตลาด อย่างช่วงที่ผ่านมา ผลตอบรับที่เราได้รับการยอมรับจากลูกค้าก็คือ พอเราทำเกษตรอินทรีย์ ลูกค้าก็สนใจสินค้าของเราที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรในประเทศไทยเรามีอัตราการทำการเกษตรอินทรีย์จริงๆ ที่มีใบรับรองระดับสากล ส่วนปันแสนก็ได้รับใบรับรอง USDA organic เป็นการรับรองด้าน Organic ที่เป็นสากล ทำให้ลูกค้าต่างชาติเขาเข้ามาหาเรา แล้วก็ต้องการให้เราเป็น Supplier เราจึงสามารถขายผลผลิตทางการเกษตรได้จำนวนมาก ส่งออกได้หลายตู้ มูลค่าหลายร้อยตัน มันก็เลยเป็นการเพิ่มมูลค่าทางการเกษตรของเรา

คุณสาวลักษณะทำงานด้านไหนก่อนจะมาเป็นเกษตรกร

สาวลักษณะ : ทำงานสายไอที เรียนจบด้านคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ก็เลยมีองค์ความรู้ด้านธุรกิจด้วย แล้วก็โชคดีมากตอนที่เราเรียน เรามีโอกาสได้เรียนรู้ระบบงานของหน่วยงานใหญ่ๆ ทำให้เราเห็นภาพรวมของธุรกิจใหญ่ๆ พอดีจอนมีโอกาส ได้ทำงานกับหน่วยงานเอกชนระดับประเทศ เคยทำงาน AIS ก็เลยได้เห็นแผนการทำงานของเขา ได้องค์ความรู้จากหน่วยงานที่เป็นเอกชนระดับมหาชนมา ตำแหน่งงานงานสุดท้ายที่เป็นพนักงานประจำของจอน คือ Senior Software Engineer

แรงจูงใจที่ทำให้คุณสาวลักษณะตัดสินใจว่าถึงเวลาที่ต้องกลับมาเป็นเกษตรกรคืออะไร

สาวลักษณะ : แรงจูงใจก็คือ การที่เรามีองค์ความรู้ แล้วเราสามารถนำความรู้นั้นมาพัฒนาบ้านเกิดเราได้ พอเราทำงานมาถึงจุดหนึ่ง พอเรากลับบ้าน ทุกครั้งเราจะเห็นสภาพแวดล้อม พี่ป้าน้าอาที่เป็นเกษตรกร ซึ่งไม่ว่าจะผ่านไป 10-20 ปี ก็ยังเป็นสภาพเดิม ยังยากจน แล้วก็ไม่มีงานทำ แล้วการที่ภูเขาดันไม้ป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ที่เราเห็นตั้งแต่เด็กมันเริ่มหายไปเรื่อยๆ พื้นที่ทำการเกษตรขยายมากขึ้น ป่าถูกรุกรานมากขึ้น แต่เกษตรกรก็ยังมีชีวิตเหมือนเดิม ก็ยังเป็นหนี้เป็นสิน ยังจนเหมือนเดิม แต่ภูเขাপ่าไม้กลับหายไปเรื่อยๆ ทรัพยากรป่าไม้ที่เราเคยเห็นมากมายรอบตัวเรามันหายไปเรื่อยๆ เรามีพื้นที่มากขึ้น แต่ทำไมการทำการเกษตรของเรามันไม่มีมูลค่ามากขึ้น ทำไมเกษตรกรไม่ร่ำรวยขึ้น จอนเห็นบทความเกษตรกรบางคน ที่เขาเป็นเกษตรกรชั้นนำ ทำเกษตรมูลค่าสูง เขาสามารถทำให้พื้นที่จำนวนเล็กน้อยมีมูลค่าสูงได้ ก็คิดว่าเราน่าจะลองทำดูบ้าง

แล้วการที่เราได้เปิดหูเปิดตามองภาพข้างนอก เห็นในห้างเขาขายของอย่างไร ของบางอย่างที่ถูกแปรรูปแล้วมันมีมูลค่ามากขึ้น เราก็เลยมีแรงบันดาลใจว่าถ้าเราเอาความรู้ทั้งหมดที่มีมารวมกัน เพื่อที่จะเอาความรู้มาเพิ่มพูนการเกษตร

ปัจจุบันสวนปันแสนเป็นเกษตรแบบ Organic 100% ใช่หรือไม่

สาวลักษณะ : ใช่ แต่ถ้าเป็นแปลงเกษตรใหม่ก็จะเป็นการให้ความรู้เกษตรกร ให้เขาเริ่มปรับเปลี่ยน คือเขาจะเริ่มเข้ามาเป็นสมาชิก เขาก็จะค่อยๆ เริ่มปรับจากเกษตรเคมี มาเป็นเกษตรอินทรีย์ ค่อยๆ พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ

สวนปันแสนใช้เวลา 3 ปีในการขอใบรับรองมาตรฐาน Organic แต่ตัวเราเองเป็นเกษตรกรไม่เคยใช้เคมีอยู่แล้ว ทำเกษตรอินทรีย์มาตลอดเป็น 10 ปี แต่เวลาจะขอมาตรฐานที่เป็น Organic ไม่ว่าแบบไหนก็ต้องใช้เวลา 3 ปีในการทำการเกษตรอินทรีย์กว่าจะได้ใบรับรอง

จากที่ทำคนเดียวขยายมาเป็นวิสาหกิจชุมชนได้อย่างไร

สาวลักษณะ : ตอนแรกเริ่มต้นทำวิสาหกิจชุมชน มีคนมาเข้าร่วมแค่ 7-8 คน แต่พอชาวบ้านที่เป็นเกษตรกรเห็นว่าคนที่ไปเป็นสมาชิกกับเรา มาทำกับเราแล้วมันขายได้จริง มาทำงานช่วยแปรรูปแล้วมีรายได้จริง ก็เริ่มมีคนขยายขึ้นมาเรื่อยๆ เรียกว่าเป็นความเชื่อมั่นจากสิ่งที่เขาเห็น

ปัจจุบันผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ หรือเกษตรกรที่ได้รับรายได้จากการขาย และกลุ่มแม่บ้านที่มาช่วยกันทำงาน ก็มีหลายร้อยคน ไม่ต่ำกว่า 300 ครอบครัว ก็คือมาช่วยทำงานแปรรูปบ้าง มาเป็นเกษตรกรช่วยที่แปลงบ้าง

ช่วงที่เริ่มต้นธุรกิจเจอปัญหาหรืออุปสรรคอะไร และแก้ปัญหาอย่างไร

สาวลักษณะ : เจอปัญหาเยอะมาก ด้วยความที่เราไม่เคยเป็นนักธุรกิจมาก่อน เราไม่มีองค์ความรู้หรือมีก็น้อยมาก เวลาเจอหน้างานจริงๆ ความรู้ที่เราไม่มีไม่พอ ก็ต้องไปศึกษาเพิ่มเติม จนเจอปัญหาเยอะ แต่ก็พยายามขอคำปรึกษาจากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน สสว. ก็เป็นหนึ่งในนั้น เขามีการจัดอบรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือมีโครงการอะไรก็ตามที่ภาครัฐสนับสนุน ส่งเสริม SMEs เราก็เข้าไปร่วมอบรม ไปขอคำปรึกษาว่าเราจะต้องพัฒนาอย่างไร รวมถึงการสร้างเครือข่ายด้วย เวลาที่เราไปอบรม นอกจากความรู้ที่เราได้ เรายังได้เจอเครือข่ายนักธุรกิจทำให้เรามีโอกาสได้แลกเปลี่ยนแล้วก็ได้สร้าง Connection กัน ก็เลยกลายเป็นเครือข่ายที่ทำให้เราเติบโตขึ้น

ทุกวันนี้เรายังเจอปัญหาอยู่ การทำธุรกิจมันไม่ง่าย แล้วถ้าเราไม่ได้รับการสนับสนุนใดๆ เราคงเติบโตมาไม่ได้เหมือนทุกวันนี้ ไหนจะเรื่องเศรษฐกิจ เรื่องต้นทุนการผลิต แล้วเราทำผลผลิตทางการเกษตร บางทีผลผลิตก็เสียเร็ว เราก็ต้องรีบแปรรูป ก็ต้องมาคิดว่าเราจะแปรรูปอย่างไรให้โดนใจการตลาดอีก เรื่องไหลวนกับการทำการตลาด การวางแผนธุรกิจ เรื่องมาตรฐานต่างๆ ด้วย ซึ่งการมีมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า ก็เป็นปัญหาใหญ่มากสำหรับเรา

ช่วงที่เราทำเกษตรอินทรีย์ตอนแรกเราไม่มีใบรับรอง ตอนนั้นเราไม่มีมาตรฐานอะไรเลย ปีนั้นก็ได้รับการสนับสนุนจาก สสว. โชคดีมากที่โครงการของ สสว. มาทำเรื่องการยกระดับผู้ประกอบการทำให้เราได้ที่ปรึกษามาให้คำแนะนำเรื่องของการทำมาตรฐานให้ ตอนแรกเราไม่รู้เลยว่าต้องทำอะไร ถ้าไม่มีที่ปรึกษา เราก็ไม่มีทางได้มาตรฐานระดับสากล เพราะการทำการรับรองมาตรฐานไม่ได้ทำง่ายๆ ไม่ใช่กรอกกระดาษใบเดียวแล้วจะได้ แต่ต้องใช้การวิเคราะห์การบริหารจัดการหน้างานโรงงาน แล้วแปลงปลูกก็มีมาตรฐาน USDA กลางทางก็คือโรงงานที่จะต้องมีการวิเคราะห์ระบบ มีการออกแบบเอกสาร การบันทึกข้อมูล การทำให้ระบบสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ พวกนี้เป็นสิ่งสำคัญ และเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ พอเราได้มาตรฐานได้รับการยอมรับ ก็ทำให้ลูกค้าเชื่อถือ

อีกอย่างก็คือ ช่วงแรกเราไม่มีเงินทุนเยอะมากพอ เรื่องของเงินทุนหมุนเวียนธุรกิจ มันจะมีบางครั้งที่เราทำเรื่องการแปรรูปวัตถุดิบให้ขายได้ แต่บางอย่างก็ขายไม่ได้ ก็เลยทำให้ทุนของเราหายไปจากตรงนี้ หรือแม้กระทั่งธุรกิจเรากำลังเดินๆ อยู่ แล้วเราต้องการเครื่องจักรเครื่องมือ แต่เราไม่มีเงินมากพอ บางทีเงินทุนหมุนเวียนของเราก็สะดุดไป ปัญหาเรื่องนี้ก็สำคัญ

ปัจจุบันสวนปิ่นแสมมีสินค้าเกษตรและสินค้าเกษตรแปรรูปอะไรบ้าง

สาวลักษณะ : ทุกวันนี้ถ้าเป็นสินค้าในกลุ่มพืชและสมุนไพร เช่น สมุนไพรสด สมุนไพรตากแห้ง เครื่องดื่มชนิดผง ชาสมุนไพร สารสกัดสมุนไพร หรือสินค้าเกษตรแปรรูปอื่นๆ เช่น เครื่องดื่มชนิดผงขมิ้น ดอกจ๊ว อัญชัน ใบเตย, พงมันชันอินทรีย์ หรือเมล็ดพันธุ์ข้าวเหนียวดำ สินค้ากลุ่มนี้จะใช้ชื่อปิ่นแสม แต่ถ้าเป็นสินค้าในกลุ่มเพื่อสุขภาพ หรือสินค้าสมุนไพรแปรรูปเกี่ยวกับการเพิ่มน้ำนมแม่ เช่น เครื่องดื่มจากธรรมชาติ หัวปลี ตะไคร้ ชนิดผง, หัวปลีเพิ่มน้ำนม, Mommy Booster น้ำมะกรูดอินทผลัมจะใช้ชื่อ Plant Love ในการทำการตลาด

สินค้าทั้ง 2 กลุ่มในประเทศไทยจะเน้นขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก แต่ Plant Love จะมีวางจำหน่ายในช่องทางร้านค้าในคลินิกและโรงพยาบาลบ้าง แต่จำนวนร้านค้ายังไม่เยอะมาก ส่วนสินค้าที่ขายดีที่สุดในปัจจุบันยังคงเป็นนมชั้นสด และนมชั้นตากแห้ง เพราะว่ามีตลาดส่งออกด้วย ซึ่งในอนาคตก็วางแผนที่จะต่อยอดสินค้าเกษตรแปรรูปมากขึ้น เพราะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตร รวมถึงพยายามเพิ่มการส่งออกสินค้าเกษตรแปรรูปอื่นๆ นอกเหนือจากสมุนไพรอินทรีย์ที่ติดตลาดแล้ว

ช่วงแรกหาตลาดอย่างไร เพราะสวนปิ่นแสนอยู่จังหวัดตาก สินค้าเป็น Organic คนกินอยู่กรุงเทพฯ

สาวลักษณะ : เป็นความโชคดีของจอนที่เราบอาก็เลยทำการตลาดออนไลน์เป็นตั้งแต่ 10 ปีก่อน 10 ปีที่แล้ว Facebook กับเว็บไซต์ยังไม่มีคนขายของเยอะขนาดนี้ ซึ่งเราจบการตลาดออนไลน์มาตั้งแต่ตอนนั้น ทำตั้งแต่ช่วงแรกๆ เราเลยเข้าใจปัญหาของลูกค้าโดยตรง แล้วมันก็สะดวก ไม่ว่าลูกค้าอยู่ที่ไหน เราก็สามารถส่งสินค้าให้ได้

ส่วนการขายแบบ B2B เราก็ใช้วิธีการออกรู และเจรจากับลูกค้า เขาเห็นว่าเรามีใบ Certificate organic ตรวจสอบได้ เขาได้มาเห็นข้อมูลเรา เห็นแปลงเรา เขาก็โอเค แล้วอย่างที่เขาบอกไปคือ เราไปอบรมเราก็ได้เจอเครือข่ายเพื่อนที่เป็นนักธุรกิจด้วยกัน เขาก็รู้ว่าการที่เราเป็นเกษตรกร แสดงว่าเราเป็น Supplier ให้เขาได้

ปัจจุบันนี้สวนปิ่นแสนขายสินค้าผ่านช่องทาง B2B มากที่สุด คือขายส่งตรงให้ลูกค้า Supplier ใหญ่ๆ ถ้าเป็นตลาดส่งออกต่างประเทศก็จะเป็นมันชั้นที่ส่งไปเยอรมนี แล้วก็ขายผ่านออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ แต่หลักๆ คือ ขาย B2B ส่งตรงถึงลูกค้า ไม่ผ่านคนกลาง และไม่มีวางขายในห้าง

มีโอกาสที่สินค้าของสวนปิ่นแสนจะไปวางขายในห้างสรรพสินค้าหรือไม่

สาวลักษณะ : อยากเข้าถ้าเป็นไปได้ ไม่ว่าช่องทางอะไรก็แล้วแต่ที่ทำให้เราขายได้ สนใจทั้งนั้น ไม่ปฏิเสธว่าไม่อยากเข้าห้าง อยากเข้าทุกช่องทางเลย ช่องทางไหนที่ทำให้ Product เราขายได้มากขึ้น เราก็อยากเข้าทั้งหมด ถ้าเราเอาเข้าห้างก็คงใช้แบรนด์ Plant Love

ถามว่าต้องใช้เวลานานแค่ไหน อาจจะภายใน 3 ปี ช่วงนี้เรากำลังเพลินกับธุรกิจส่งออกอยู่ Volume มันสูง แล้วก็สนุกด้วย แล้วต่างประเทศก็ให้ความสนใจกับบางอย่างที่คนไทยไม่ได้สนใจ ตอนนี้ขายมันชั้นได้เยอะมาก ในขณะที่เราขายให้คนไทย ต่อปี volume น้อยมาก การขาย Organic ก็เหมือนกัน ซึ่งคนไทยก็ไม่ได้สนใจว่ามี Organic หรือไม่ ของอินไหนราคาถูกกว่า เขาจะเอาอันนั้น ดังนั้นถ้าเราส่งไม่ถูกตลาด มันก็ขายไม่ได้ เราก็เลยรู้ว่าเราสู้ในตลาดธรรมดาไม่ได้ ในขณะที่ต่างประเทศเขาให้ความสนใจมาก

วิกฤติ COVID-19 สวนปิ่นแสนได้รับผลกระทบมากน้อยเพียงใด

สาวลักษณะ : พวกสินค้าแปรรูปได้รับผลกระทบเรื่องยอดขายที่ลดลง และมีคู่แข่งมากขึ้น เพราะคนที่ตกงานก็มาขายของเป็นแม่ค้าออนไลน์ ทำให้ยอดขายลดลงจากกำลังซื้อของลูกค้าที่ลดลงด้วย การแก้วิกฤติในช่วงที่เราเจอปัญหา ก็เลยมาพลิกจับสมุนไพรให้หนักขึ้น เพราะในช่วง COVID-19 สิ่งที่คุณต้องการก็คือเรื่องของสมุนไพร เราก็เลยมานั่นตรงนี้ ปัจจุบันตัวเลขยอดขายของเราก็กลับมาแล้ว มามากกว่าเดิมด้วย จากยอดขายหลักล้าน ตอนนี้ก็เพิ่มเป็น 10 ล้านบาทแล้ว

ในอนาคตอยากจะต่อยอดธุรกิจของสวนปันแสนไปในด้านไหน

สาวลักษณ์ : อยากรต่อยอดธุรกิจที่มีคุณค่ากับทุกๆ คน ตั้งแต่ต้นทาง คือเกษตรกร ถ้ามองเป็นภาพวงกลมของระบบนิเวศ เกษตรกรคือจุดเริ่มต้นของทุกอย่างของธุรกิจ เมาคือคนปลูก คนสร้างผลผลิตขึ้นมา เราก็ออยากใหชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรดีขึ้นด้วยการให้เขาปลูกอะไรก็ได้ขาย ขณะเดียวกันเขาก็ต้องเป็นเกษตรกรที่มีคุณค่าในตัวเอง ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เคมี และไม่ทำร้ายผู้บริโภค

ความหวังของเราคือ 1. เกษตรกรก็ต้องมีคุณค่า และได้รับผลตอบแทนที่ดี 2. ผู้บริโภคก็ต้องได้รับสิ่งที่ดีด้วยเหมือนกัน เพราะเขาคือผู้ซื้อผลผลิตของเกษตรกรไป คือเราให้การเกษตรของเรามีคุณค่ากับทุกคนในระบบนิเวศ เป็นระบบนิเวศของธุรกิจที่แบ่งปันสิ่งที่ดีให้แกกันและกัน สร้างคุณค่าให้กับทุกคนตลอดห่วงโซ่ของระบบนิเวศ

ถามว่าวิธีการไหนจะไปถึงจุดนั้น ก็คือต้องทำธุรกิจแบบรู้จักแบ่งปันซึ่งกันและกัน และทำธุรกิจด้วยความตั้งใจที่ดี

คิดว่าอะไรคือ Key Success ในการทำธุรกิจของสวนปันแสน

สาวลักษณ์ : Key Success คือเป็นธุรกิจของการแบ่งปัน Sharing ไม่เป็นธุรกิจที่เห็นแก่ตัว เป็นธุรกิจที่ทุกคนรู้คุณค่าของตัวเอง ทุกคนมีคุณค่าในตัวเอง และทุกคนได้รับคุณค่านั้นสมกับคุณค่าของตัวเอง

แต่ถ้าเป็นเชิงการขายกำลังการผลิต อย่างที่บอกไปคือ เรอยากทำเกษตรหลากหลาย ไม่ใช่เกษตรเชิงเดี่ยวอย่างเดียว เพราะถ้ามันพืชมีอย่างเดียจะเป็นระบบนิเวศที่สมบูรณ์ไม่ได้ มันไม่ใช้วนเกษตรที่จะสร้างป่าอาหารได้ คำว่าป่าอาหาร ก็คือมีความหลากหลายอยู่ในพื้นที่ แต่เราไม่สามารถผลิตทุกอย่างให้เกิดขึ้นทีเดียวพร้อมกันได้ เราก็ค่อยๆ เติบโต ตอนนี้เราต้องสามารถสร้างรายได้ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวในแปลงเกษตรของเราให้มีความหลากหลายในแปลงของเรามากที่สุด จากนั้นก็ค่อยแปรรูป Product

ตอนนี้ Hero product ของเราคือองุ่นขึ้น ที่สร้างรายได้ให้เรารสูงสุด ขณะเดียวกันเราก็ไม่คิดจะพึ่งพาองุ่นขึ้นอย่างเดียวตลอดไป เราก็คิดทำการตลาดเพิ่ม เมื่อมีองุ่นขึ้นที่มีมูลค่าแล้ว ก็ยับยมาทำตัวอื่นที่สามารถสร้างมูลค่าต่อไปได้อาจจะเป็นต้นไม้ต้นอื่น พืชชนิดอื่นไปเรื่อยๆ ยับยการตลาดไปเรื่อยๆ โดยที่เราก็คือต้องออกไปหาลูกค้าให้มากขึ้นเรื่อยๆ

ถ้าจะให้ช่วยให้คำแนะนำสำหรับคนที่อยากจะมาเป็นเกษตรกรอย่างจะให้คำแนะนำอะไร

สาวลักษณ์ : สำหรับตัวเรา การทำธุรกิจที่ให้คุณค่าที่ดีที่สุดกับลูกค้า และให้คุณค่าที่ดีที่สุดกับทุกคน เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เมื่อทุกคนได้รับสิ่งที่มีคุณค่าที่สุด แล้วรู้จักแบ่งปันซึ่งกันและกัน ก็จะช่วยให้ธุรกิจพัฒนาและเติบโตขึ้น อย่างจอนเป็นเกษตรกร เราก็ออยากเป็นเกษตรกรที่สร้างสรรค์แต่สิ่งดีๆ ถ้าเราเป็นลูกค้า เราก็ออยากได้รับผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่ดีๆ เพราะฉะนั้นการทำผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด ก็คือการทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและรู้จักแบ่งปัน

บทสรุป

ความสำเร็จของสวนปันแสนเกิดจากเป้าหมายที่แบ่งปันของคุณสาวลักษณ์ 2 เรื่อง คือ 1. ต้องการนำเอาความรู้มาพัฒนาบ้านเกิด 2. ต้องการทำการเกษตรที่มีคุณค่าด้วยการไม่รุกรานหรือทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ทำการเกษตรที่ไม่ใช่เคมี ไม่ทำลายดินไม่ทำลายน้ำ ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และไม่ทำเกษตรเชิงเดี่ยว แต่ทำเกษตรแนวผสมผสาน

การทำเกษตรแบบใหม่ดังกล่าวทำให้วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรปลูกรักสามารถสร้างมูลค่าจากสินค้าเกษตร และทำให้ชาวบ้านสามารถอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติได้ ซึ่งเป็นเทรนด์การทำธุรกิจเพื่อความยั่งยืน หรือ Sustainability ที่คำนึงถึงมิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) มิติด้านสังคม (Social) และ มิติด้านธรรมาภิบาล

บทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ที่ประสบความสำเร็จ

ภาคใต้





“เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์”

Disrupt ตัวเอง ก่อนจะถูก Disrupt

คุณ กวิศพงษ์ สิริธนนท์สกุล
กรรมการผู้จัดการ (ทายาทรุ่นที่ 2)

เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ Disrupt ตัวเอง ก่อนจะถูก Disrupt

เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์เป็นผู้ประกอบการค้าปลีกท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับอย่างมากในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ก่อนหน้าที่จะมาเป็นเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ ครอบครัว “สิริธนนท์สกุล” ประกอบธุรกิจค้าส่งในชื่อ “หาดใหญ่ โกว๋ยงฮั่ว ค้าส่ง” มาก่อน กระทั่งความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศมีมากขึ้น ค้าปลีกสมัยใหม่จากส่วนกลางจึงเริ่มมองเห็นโอกาสในตลาดธุรกิจ และทยอยตอบเท้าเข้ามาเปิดบริการในอำเภอหาดใหญ่

กวิศพงษ์ สิริธนนท์สกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท เคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ เซาท์เทิร์น จำกัด (มหาชน) ทายาทรุ่นที่ 2 ในยุคนั้นเล็งเห็นว่าธุรกิจที่ทำอยู่กำลังถูกคู่แข่งจากส่วนกลางเข้ามาชิงตลาด จึงจำเป็นต้องปรับตัวงานใหญ่ 30 ปีผ่านไปจากร้านค้าปลีกเล็กๆ ปัจจุบันเคแอนด์เค ซูเปอร์สโตร์ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนที่แข็งแกร่งมั่นคงไม่แพ้ค้าปลีกจากส่วนกลางแต่อย่างใด

จุดเริ่มต้นของเคแอนด์เคมีที่มาที่ไปอย่างไร

กวิศพงษ์ : ก่อนที่เราจะมาเป็นเคแอนด์เค เราเป็นร้านยี่ปั้ว ขายส่งต่างอำเภอชื่อ โกว๋ยงฮั่ว ซึ่งตอนนั้นโกดังเราอยู่ที่ถนนสามชัย ตอนนั้นเราทำค้าส่งและปล่อยบัญชีลูกค้า จนกระทั่งประมาณ พ.ศ. 2534 ช่วงนั้นค่อนข้างจะมีวิกฤต การแข่งขันค่อนข้างสูง เริ่มมีโมเดิร์นเทรดอย่างแม็คโครเข้ามาทำให้เห็นว่าธุรกิจเราจะโดนดิสรัปแน่นอน ก็เลยมีความคิดว่าเราน่าจะปรับตัว เพราะปัญหาที่เราเจอ เช่น การส่งของให้ลูกค้าแล้วให้เครดิต ถ้าเจอคู่แข่งมาตัดราคา พอถึงดีลที่เราต้องไปเก็บบัญชี ลูกค้าก็หักคอเรา แทนที่จะได้กำไรก็ไม่ได้

เหตุผลที่ 2 พอเราขายตลาด ให้ลูกน้องหรือเซลส์ไปจดออเดอร์ จดไปจดมาลูกน้องหาย เงินก็หายไปด้วย เราก็เห็นแล้วว่ามันมีความเสี่ยง พอเห็นรูปแบบของแม็คโครที่มาเปิดในเมืองไทย ก็คิดว่าเราน่าจะลองเปลี่ยนรูปแบบเอาโกดังที่ถนนสามชัยครึ่งหนึ่งมาติดไฟฟ้าติดไฟติดแอร์ เอาเซลฟ์/วางของซูเปอร์มาจัดเรียง แล้วก็นำสินค้ามาเรียง ให้เหมือนซูเปอร์มาร์เก็ต แต่ราคาของเราเป็นราคายกส่ง ดังนั้นลูกค้าที่มาเลือกสินค้าไปขาย ก็สามารถเลือกสินค้าราคาส่งได้ ลูกค้าบริโภคก็ยิ่งซื้อของได้ถูก

สิ่งที่เราได้ก็คือเงินสด จากที่เมื่อก่อนปล่อยเครดิตทำให้เราซื้อเชื่อ ขายสด Cash Flow เราก็จะดี ก็เป็นการแก้สถานการณ์ได้ สิ่งที่ไม่คาดคิดว่าตลาดจะเติบโตในยุคนั้น เราก็คิดว่าวันนี้น่าจะขายได้ 2-3 แสนบาท แต่พอเอาเข้าจริงขายได้ 5-6 แสนบาทต่อวัน บางวันได้ถึงวันละล้าน ทำให้เรารู้ว่าธุรกิจค้าปลีกไม่ได้แค่เหมือนที่เราเคยเจออยู่ จากยี่ปั้วค้าส่งก็เลยมาเป็นค้าปลีกที่ชื่อ เคแอนด์เค อย่างทุกวันนี้

ใช้เวลาตัดสินใจนานแค่ไหนที่จะหยุดทำธุรกิจค้าส่ง

กวิศพงษ์ : หลังจากที่ได้ตัดสินใจเป็นเคเอนด์เคได้ประมาณ 6 เดือน แผนกค้าส่งเราก็อยกให้น้องชายไปดูแล ส่วนผมและพี่ชายอีกคนก็สนใจที่จะมาทำค้าปลีกแบบนี้ เพราะเรามองว่าเราก็ไม่ต้องเอาไปส่ง เครดิตก็ไม่ต้องปล่อย เราขายสดแบบนี้แล้วก็โฟกัสให้ชัดเจนว่ากลุ่มลูกค้าเราคือใคร ตอนนั้นเราถือสัดส่วนค้าส่ง ขายแบบเป็นแพ็คเป็นลัง ซ้อราคาส่งประมาณ 70% ลูกค้าซื้อ 30% แต่พอเราขยายสาขามาเรื่อยๆ ลูกค้าที่ซื้อเป็นแพ็คก็มีจำกัด ทำให้สัดส่วนตอนนี้ของเราเปลี่ยนข้างเป็นลูกค้าซื้อแบบปลีกย่อย 80% ส่วนลูกค้าที่ซื้อเป็นแพ็คเป็นลัง 20%

ตอนที่เรากำค้าส่งใช้รวิงหาลูกค้าได้ไกลมาก พอเป็นค้าปลีกลูกค้าต้องมาหาเราเรามีการขายเป็นอย่างไร

กวิศพงษ์ : พอเราเปิดเป็นค้าปลีกทั้งค้าส่งคือเคเอนด์เค ลูกค้าที่มาจากต่างอำเภอก็มี แต่พอถึงจุดหนึ่งที่โมเดิร์นเทรดเริ่มขยายตัวหรือมีหลายแบรนด์มากขึ้น ช่วงที่ค่อนข้างแรงก็คือตั้งแต่ปี 40 ปี 42 โลตัสและบิ๊กซีมา แล้วก็จะมีการฟูรีด้วย ก็ส่งผลให้ตัวเลขเราลดลงเพราะโดนแย่งไป เราจึงปรับตัวด้วยการขยายสาขา ซึ่งเป็นการตอบสนองลูกค้าด้วยการเดินทางที่น้อยลง เราใช้สโลแกนว่า “ซื้อของครบ พบของถูก ทุกๆวัน ที่เคเอนด์เค สาขาใกล้บ้านท่าน” เมื่อขยายแล้วเราได้รับการตอบรับที่ดี เพิ่มการเติบโตของเรา จึงมีแผนขยายสาขาไปเรื่อยๆ

ปัจจุบันเรามี 31 สาขา มีที่จังหวัดสตูล 1 สาขาที่เราไปเปิดนำร่อง และที่จังหวัดพัทลุง 2 สาขา นอกนั้นก็อยู่ในจังหวัดสงขลา

ช่วงที่ปรับธุรกิจจากค้าส่งมาเป็นค้าปลีก เจออุปสรรคอะไรบ้างหรือไม่

กวิศพงษ์ : ตอนที่เราเชิญอาจารย์ที่ปรึกษามาวางกลยุทธ์ร่วมกัน คำถามแรกที่เราเจอคือ ตกลงคุณเป็นค้าปลีกหรือค้าส่ง เหมือนกับคำถามว่า ตกลงแล้วคุณเป็นเพศอะไร เราเหมือนเป็นประเภทครึ่งน้ำครึ่งบก ทำให้การโฟกัสของเราไม่ดีมากพอ เช่น พอคิดโปรโมชันค้าส่งก็จะกระทบค้าปลีก ถ้าเราโฟกัสลูกค้ากลุ่มค้าปลีก เราจะมีการจัดโปรโมชั่นของแถม เช่น ซื้อนม 2 กล่อง แถมของเล่น 1 ชิ้น ลูกค้าที่ซื้อค้าส่งก็จะบอกว่า ถ้าฉันซื้อยกลังนึง 12 กล่อง ฉันก็ต้องได้ของแถม 6 ชิ้นสิ แต่มันไม่ได้ เพราะค้าส่งราคาถูกกว่าอยู่แล้ว

พนักงานเราที่อยู่หน้าด่านก็จะเจอปัญหา เจอลูกค้าฟีดแบ็คกลับมา พอเรามาวางกลยุทธ์จริงๆ ก็เกิดการสับสนตัวเอง จึงมานั่งคิดว่า ถ้าเรากำค้าส่งมันจะเป็นยังไงต่อ ถ้าทำค้าปลีกจะเป็นยังไงต่อ แล้วคณะกรรมการก็ตัดสินใจร่วมกันว่า เราจะทุ่มเทมาที่ค้าปลีก ส่วนลูกค้าค้าส่งที่เคยซื้อแบบจรงรักภักดีกับเรายังคงอยู่ ก็เลยทำให้สัดส่วนก็เปลี่ยนไปเรื่อยๆ จนกลายเป็น 80:20 ในตอนนี้

การเปลี่ยนมาเป็นค้าปลีกต้องซื้อเทคโนโลยี เช่น ระบบ POS (Point of Sale) มาช่วยหรือไม่

กวิศพงษ์ : ระบบ POS ที่เรามีอยู่ก็ตอบสนองได้ระดับนึง แต่พอเราอยากได้มากกว่านั้น เช่น อยากได้ข้อมูลลูกค้ามากขึ้น บังเอิญว่าลูกชายผมจบวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ก็เลยมาเขียนซอฟต์แวร์ใส่เข้าไปเพิ่มในเครื่องแคชเชียร์ให้บันทึก เพศ วัย ได้ เราก็จะจัดกลุ่มได้มากขึ้น และช่วงหลังเราก็มารพัฒนาเป็น Application ของ เค. แอนด์ เค. เอง แล้วก็ให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิก โดยสิ่งที่เราต้องการก็คือข้อมูลลูกค้า ส่วนลูกค้าก็จะได้สะสมคะแนนเพื่อมาแลกของพรีเมียมหรือได้สิทธิ์ซื้อสินค้าในราคาพิเศษ ปัจจุบันเรามีลูกค้าที่เป็นสมาชิกประมาณ 50,000 ราย ถ้าเทียบในภูมิภาคธุรกิจถือว่าสูง

ช่วง COVID-19 ระบาดรุนแรง ธุรกิจเราได้รับผลกระทบมากน้อยเพียงใด

กวิศพงษ์ : COVID-19 ที่ผ่านมาระดับรัฐบาลได้ช่วยเหลือมา เป็นการชัฟฟอร์ตเงินเข้าไปในบัตรประชาชนและโครงการอื่นๆ ที่มีการเติมเงินเข้ามา โครงการที่เราไม่ได้คือคนละครึ่ง เพราะอันนั้นให้เฉพาะบุคคลธรรมดา บุคคลไม่ได้ ดังนั้นเราจึงได้อานิสงส์ คนที่เดือดร้อนได้บัตรประชาชนซื้อสินค้าเราได้ ทำให้มีวอลุ่มพอสมควร

ในช่วงที่เราเปลี่ยนผ่านธุรกิจเคแอนด์เคเคยขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐหรือไม่

กวิศพงษ์ : ก่อนหน้านั้นเคแอนด์เคก็เข้าโครงการกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าของกระทรวงพาณิชย์อยู่แล้ว ก็มีอาจารย์ 2-3 ท่านจากที่นั่นมาช่วยเรา โดยมาช่วยให้เราโฟกัสชัดเจนว่าเราจะไปในทิศทางไหน และการบริหารสาขาโดยใช้แนวคิดของแฟรนไชส์ ผมก็มีโอกาสไปอบรมแฟรนไชส์ที่กรมพัฒนาธุรกิจมา อาจารย์ของกรมพัฒนาธุรกิจก็มาช่วยดูระบบภายใน เป็นมินิของ Internal audit เพื่อตรวจว่าสิ่งที่เราวางแผนไป พนักงานได้ทำตามนั้นอย่างต่อเนื่องหรือเปล่า ส่วนนี้ก็ต้องว่าเราโชคดีที่ได้เข้าร่วมโครงการกับภาครัฐ จากนั้นพอมีกิจกรรมของกรมการค้าภายใน เราก็ไปร่วมกิจกรรม ทำให้ภาพลักษณ์ของเรากลายเป็นสถานประกอบการที่เชื่อถือได้ เพราะมีภาครัฐคอยดูแลและสนับสนุน

เคยคิดจะนำเอาระบบแฟรนไชส์มาใช้ในการขยายธุรกิจหรือไม่

กวิศพงษ์ : เราใช้แนวคิดบริหารแฟรนไชส์ แต่ไม่ได้ทำธุรกิจแฟรนไชส์ เพราะแฟรนไชส์ต้องกันพาวเวอร์ ไม่แรงเท่าแฟรนไชส์ส่วนกลางที่เขาซื้อแบรนด์มาจากต่างประเทศ เรียกได้ว่าเงื่อนไขของเขาแข็งแกร่งกว่า ผมเคยมีผู้ประกอบการที่มาซื้อแฟรนไชส์กับเรา ตอนนั้นผมสร้างแบรนด์ชื่อว่า มิสเตอร์เค เอามาเป็นตลาดแฟรนไชส์มีอยู่ 2 สาขา พอเข้าโครงการของกรมพัฒนาธุรกิจแล้ว จะต้องมีไป Road show และหาลูกค้า

เราทำมาประมาณ 2 ปี ก็เจอปัญหาว่าคนที่ซื้อแฟรนไชส์เราไป ไม่ได้ซื้อสัตย์กับเรา เขาแอบไปซื้อของห้างอื่นมายัดในสต็อกเรา เพราะเรามีการตรวจสอบสต็อกทุกสิ้นเดือน ก็เห็นว่ามันติดบกตลอด แสดงว่ามีการขายมากกว่าของที่มีอยู่ เราก็เลยตัดสินใจพอครบอายุสัญญา ก็ไม่ต่อสัญญา

ถ้าสถานการณ์กลับมาเป็นปกติมีแผนจะขยายธุรกิจอย่างไร

กวิศพงษ์ : เรามองว่าก็ต้องขยาย ไม่อย่างนั้นแบรนด์จากส่วนกลางไม่ว่าจะเป็น บิ๊กซีมินิ หรือโลตัสอีกซ์ เพรสผมเชื่อว่าเขาต้องขยายเพิ่มขึ้นแน่นอน ก็เลยมีแผนที่จะขยายขึ้นไปข้างบน คือ จังหวัดตรัง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ จังหวัดสุราษฎร์ธานี นี่เป็นแผนงาน 5 ปี

เราโตมาจากธุรกิจครอบครัว ตอนนี้มีทายาทเข้ามาช่วยธุรกิจบ้างหรือไม่

กวิศพงษ์ : มีรุ่นที่สืบทอดก็คือหลาน คือลูกของพี่ชาย และลูกสาวของผมที่เรียกว่าแถว 2 เราเลือก 2 คนนี้มาเป็น Successor ในการเรียนรู้ฝึกงานด้วยกันไป คนนึงดูแลเรื่องการบริหารจัดการซัพพลายเชน อีกคนดูแลเรื่องเซลล์และการตลาด

จากธุรกิจงาสีตอนนี้เคแอนด์เคเป็นบริษัทมหาชนแล้ว อยากทราบเหตุผลของการเอาบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์

กวิศพงษ์ : มีแนวคิด 3 อย่าง อย่างที่ 1 เตี้ยพยายามพูดคุยกับพวกผมว่า สิ่งที่ยากของผู้ประกอบการก็คือจะทำยังไงให้ธุรกิจถึง 3 ช่วงอายุคน อย่างที่ 2 ถ้าเราอยากจะทำโตไปข้างหน้า เติบโตอย่างแข็งแรง เราจะต้องทำอย่างไร อย่างที่ 3 ธุรกิจที่เราเติบโตมา เติบโตจากพี่น้อง 4 คน เมื่อพี่น้อง 4 คนนี้มีครอบครัว แล้ววันข้างหน้ารุ่นลูกรุ่นหลานจะยังไปต่อ

3 ปีข้างหน้าเรามานั่งแก้ทีละเรื่องว่าจะทำยังไงให้ธุรกิจของเราส่งไม้ต่อไปให้ลูกหลานได้ ให้ได้เกิน 3 ช่วงอายุคน รุ่นเตี้ย รุ่นผมแล้วถ้ารุ่นลูกผมสามารถต่อได้ แล้วก็มีรุ่นหลานมาดูแล ก็แสดงว่าเป็นรุ่น 4 เราก็ตายตาหลับตามที่เตี้ยพูด แต่การที่เราจะส่งไม้ต่อไปให้ลูก ถ้าเป็นไม้φυๆ ไม่มีระบบอะไรเลย ผมคิดว่าศึกสงครามในครอบครัวเกิดขึ้นแน่นอน เพราะทุกคนไม่ได้โฟกัสงาน มาโฟกัสว่าสมบัติจะแบ่งกันอย่างไร

ดังนั้นการเติบโตน่าจะยาก เราก็เลยคิดว่าถ้าเราไปซื้อระบบ หรือให้มี Auditor เข้ามาก็จะทำให้แข็งแรง ของแถมก็คือเข้าตลาดได้ เพราะถ้าระบบแข็งแรงสามารถเข้าตลาดได้ มันก็ดี การเข้าตลาดได้มันก็ต้องมีการจัดการหุ้นส่วนภายในเรียบร้อย ก็คือจัดการระบบงบสึให้เรียบร้อย ทีนี้รุ่นลูกจะแบ่งยังไปกับหลานต่ออันนั้นเรื่องของเขาล่ะ มันก็จะทำให้เรื่องตรงนี้นับจบ ก็เลยคิดว่าการเข้าตลาดจะทำให้ตอบโจทย์ 3 อันได้

จากนี้อะไรคือ ความท้าทายของเคแอนด์เค

กวิศพงษ์ : ความท้าทายมีอยู่ 2 ประการ อันที่ 1 การที่เราจะขยายตัวจากฐานเรา ซึ่งอยู่ที่หาดใหญ่สงขลา อำเภอในจังหวัดสงขลาจะรู้จัก เค. แอนด์ เค. แต่พอเราจะข้ามจังหวัดไปตรัง นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี มันก็มีความท้าทายว่าเราจะต้องสร้าง Branding อย่างไร ให้เขารู้จักเรามากขึ้นกว่านี้ เรื่องที่ 2 คือ ทายาทธุรกิจ ความท้าทายก็คือเราสามารถสร้างให้เขาเหมือนเราได้มากแค่ไหน เพราะเราไม่ได้ใช้ระบบการโคลนนิ่ง เราใช้ระบบการศึกษาตามกัน ก็เป็นความท้าทายว่าเขาจะสามารถทำงานได้แบบเราแค่ไหน หรือทำได้เก่งกว่าเรามากเท่าไร

อยากให้ฝากคำแนะนำกับกลุ่มคนที่จะทำธุรกิจ SMEs

กวิศพงษ์ : ผมอาจจะไม่สามารถให้คำแนะนำได้ตรงๆ ทุกอย่าง เพราะธุรกิจและความถนัดของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ผมเคยฟังคำนี้มาจากรุ่นพี่ๆ เตี่ยเคยเล่าให้ฟังว่า นายห้าง เทียม โชควัฒนาเคยพูดว่า ทำอะไรก็ได้ในสิ่งที่เราถนัด ทำอะไรก็ได้ในสิ่งที่เรารัก ทำอะไรก็ได้ในสิ่งที่เราตั้งใจ มันก็จะมีโอกาสสำเร็จ ถ้าคุณไม่ถนัด คุณก็ต้องไปเรียนรู้เพิ่มให้มาก ถ้าไม่ได้เรียนรู้เลยแล้วลงสนามมา ก็มีโอกาสแพ้ อย่างที่ 2 คือถ้าไม่รัก ถูกข่มให้มาทำ คุณก็ไม่ตั้งใจ เมื่อมีอุปสรรคคุณก็ล้ม ก็คือเลิกไปเลย อย่างที่ 3 ทำอะไรที่ไม่ตั้งใจ โอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็ยาก ดังนั้น 3 คำนี้ที่ท่านพูด สอนมากับเตี่ย แล้วเตี่ยก็มาสอนพวกผมต่อ 3 คำนี้ถือเป็นปรัชญาที่เราต้องนำไปใช้ ดังนั้นจะทำอะไร พอตัดสินใจแล้วต้องเรียนรู้ให้ลึก แล้วก็มุ่งมั่นตั้งใจทำ และอย่าล้มเลิกไปก่อน สำหรับผู้ประกอบการใหม่หรือผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการ ถ้าเป็นเรื่องปรัชญา ก็อยากจะฝากอันนี้

อีกเรื่องที่จะฝากก็คือ ถ้ามีโอกาสที่คุณได้ทำธุรกิจแล้ว ไม่ว่าธุรกิจของคุณจะเล็กหรือใหญ่ หัวใจคือบัญชี ควรจัดทำบัญชีเล่มเดียว อย่างทำบัญชีหลายเล่ม เพราะเมื่อถึงวันข้างหน้าที่คุณจะเติบโต มันจะมีอุปสรรคอย่างมากเลยในการเติบโต ด้วยความที่บัญชีของคุณมันซับซ้อนมากเกินไป แล้วอาจจะได้ไม่คุ้มเสีย เช่น มีความคิดที่จะหนีภาษีสรรพากร แต่สุดท้ายแล้วถ้าถูกจับได้ คุณอาจจะต้องเสียมากกว่าเดิม จึงอยากจะฝากแนวคิดนี้ไว้ด้วย

บทสรุป

Key success ของเคแอนด์เคมาจาก 5 ปัจจัยหลัก คือ 1) การปรับตัวในการทำธุรกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง และการมองหาว่าอะไรคือจุดแข็งของตัวเองและนำมาพัฒนาต่อยอด 2) การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเรียนรู้พฤติกรรมของลูกค้าและนำมาพัฒนาต่อเพื่อใช้ในการบริหารสินค้าต่างๆ 3) การมองหาความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในธุรกิจ 4) เป็นผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่งสินค้าสินค้าอุปโภคบริโภคมากกว่า 50 ปี จึงมีความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าในท้องถิ่น 5) เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่นที่สนับสนุนกิจกรรมด้านสังคมมาโดยตลอด