เฉลียงไอเดีย

ก้าวใหม่ 'สรกฤต ลัทธิธรรม' วาดฝันปั้น 'เก๊กหล่อ' สมุนไพรพันล้าน ยึด'แตกต่าง-ท้าทาย'ถึงไปโลด

หลังจับงานบริหารให้กับบริษัทเครื่องดื่มใหญ่ และใช้ชีวิตคลุกคลีกับตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นานหลายสิบปี วันนี้ถึงคิวลุแบบริษัทน้องใหม่ที่ร่วมมือกับกลุ่มผู้บริหารและนักธุรกิจที่คลุกคลีแวดวงเครื่องดื่มร่วมกันก่อตั้ง **บริษัท รีสเพค วัน เบฟเวอเรจ จำกัด** เจ้าของและผู้จำหน่าย **"เก๊กหล่อ"** ซึ่ง **"สรกฤต ลัทธิธรรม"** หรือ **คุณเฮก** กรรมการผู้จัดการบริษัท กล้าวันประกันว่าเป็นเครื่องดื่มสมุนไพรแท้ 100%

เครื่องดื่มเก๊กหล่อปัจจุบันมี 3 รสชาติให้ลิ้มลอง ได้แก่ สูตรจับเลี้ยง ซึ่งเป็นสูตรดั้งเดิมที่เปิดตัวและขายมาได้ 7 เดือน หลังจากนั้นเพิ่มอีก 2 สูตรคือ สูตรจับเลี้ยงหญ้าหวาน และกระเจี๊ยบพุทราจีน วางขายเมื่อ 2 เดือนที่ผ่านมา

คุณเฮกเล่าถึงชื่อ **"เก๊กหล่อ"** ว่ามี 2 ความหมายคือกิริยาของคนแล้ว ยังหมายถึงเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเก๊กฮวยและหล่อฮังก๊วย ซึ่งตั้งใจให้เก๊กหล่อสร้างทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภคเครื่องดื่ม คือ กลุ่มเฮลตี้ พลัส เซ็กเมนต์ที่อยู่ในตลาดเอเชียนดริ้งค์ หรือตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เพราะกลุ่มคนสนใจรักษาสุขภาพและดูแลตัวเองกำลังบูม ตรงกับเป้าหมายเก๊กหล่อต้องการเจาะวัย 28-40 กว่าปี ที่รักษ์สุขภาพ

คุณเฮกย้อนหลังเส้นทางการทำงานก่อนมานั่งเก้าอี้ผู้บริหารรีสเพค วันฯ ว่าได้คลุกคลีอยู่กับวงการเครื่องดื่มเป็นส่วนใหญ่ โดยช่วง 3-4 ปีแรกหลังเรียนจบ เริ่มงานที่บริษัทเกี่ยวกับโลจิสติกส์ ก่อนก้าวสู่วงการตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เต็มขั้น ทำงานเรื่อยมาเกือบ 20 ปี จากบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บริวเวอรี่ จำกัด ในแบรนด์ ไฮเนเก้น ไปบริษัท ดีอาจิโอ โมเอ็ท เฮนเนสซี่ (ประเทศไทย) จำกัด ในแบรนด์ จอห์นนี่ วอล์กเกอร์ ทำงานแห่งละ 3-4 ปี ซึ่งทำงานนานสุด 13 ปี ได้ขายคาบริษัท ไทย เบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ดูแลด้านการตลาดธุรกิจเบียร์และโซดานายได้แบรนด์ช้าง ก่อนแยกเข็มมาสู่ตลาดเครื่องดื่มสมุนไพรที่ทำอยู่ขณะนี้

นอกจากงานที่เคยทำช่วยเสริมฐานการทำธุรกิจส่วนตัวครั้งนี้แล้ว การศึกษาของเขาก็เกี่ยวข้องธุรกิจโดยตรง

"ผมจบปริญญาตรีและโทบริหารธุรกิจ (เอ็มบีเอ) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ซึ่งเป็นปริญญาที่ต่อยอดมาจากบริหารธุรกิจ (บีบีเอ) มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียเสเทท ซึ่งเรียนอยู่ 2 ปี ต้องกลับไทย เพราะเวลานั้นราวปี 2541 คุณพ่อเสีย ซึ่งน้องสาวผมก็เรียนที่สหรัฐอเมริกา"

เมื่อถามถึงการสื่อสารผลิตภัณฑ์สู่ตลาด คุณเฮกเล่าแนวคิดของเก๊กหล่อว่าเป็นน้ำสมุนไพรเชื้อไทย-จีน

"วางตำแหน่งเก๊กหล่อเป็นสมุนไพรที่ดื่มง่าย เก๊กหล่อแม้คอนเซ็ปต์เป็นจีน (เก๊กฮวยผสมหล่อฮังก๊วย) แต่จริงๆ ก็เป็นเชื้อไทย ทำจากสมุนไพรของไทยด้วย เวลาสื่อสารก็ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าตัวตนผลิตภัณฑ์เราคืออะไร เรา

ไม่ใช่ชา ต้องหาจุดยืนให้ชัดเก๊กหล่อให้ได้ มันคือโจหย่ของเราตอนนี้" จึงนำมาสู่กลยุทธ์หลักที่คุณเฮกตั้งโจทย์ว่าและได้เริ่มแล้วตั้งแต่วันที่ผ่านมาและเพื่อพาบริษัทและเก๊กหล่อรับเคลื่อนไปข้างหน้า

คุณเฮกยอมรับว่าเงินลงทุนกว่าจะปรับจาก **"วินทูออล"** เป็น **"วินทูวัน"** มาเป็นเพื่อเกิดความโกลบัลผู้บริโภค จากเดิมรวมของผู้บริโภคที่ชัดเจนจำวันไม่ได้ใช้แค่คอเดียว คือที่ปัจจุบันผู้บริโภคเปลี่ยนเป็นมิลเลี่ยลกินใช้หลายคอในเวลาเดียวกัน คนเริ่มดูที่วิธีของ ไม่ดูมือถือ เล่นเฟซบุ๊ก อยู่ทุน ดังนั้น ตั้งแต่เดือนสิงหาคมนี้เป็นต้นไป เราจะเน้นทำโฆษณาทางออนไลน์ ผ่านเฟซบุ๊กและยูทูบเป็นหลัก หรือปรับงบการจิมาใช้สื่อดิจิตอล 60% แมสมีเดีย เหลือแค่ 10% พริ้นต์แอดและอนการณ์ 30% จากเดิมที่ใช้งบประชาสัมพันธ์ 80%

"มันผมเข้าไปทุกห่อมหญ้า เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าหมายได้ทดลองดื่มจริงๆ จะเข้าไปตามโรงงาน ตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น ตลาดนัดจตุจักร เข้าไปยังคนไทยและนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะคนจีนเข้ามาเที่ยวไทยจำนวนมาก เราจะใช้สื่อ เช่น โปสเตอร์ภาษาจีนคุยกับเรา เป็นสื่อเฉพาะจุดเพื่อให้ดื่มเห็นด้วย ครั้งนี้ไทย์ดื่ม เก๊กหล่อเน้นไปประเด็นสื่อสาร"

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เก๊กหล่อถึงนี้ปีนี้จะมี 4 รสชาติ ซึ่งรสชาติใหม่จะไม่ใช่เก๊กหล่อ ที่ไม่ใช่สมุนไพร ปีหน้าจะเพิ่มเป็น 5 รสชาติ หวังเป็นทางเลือกในตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ที่ปัจจุบันจะมีมูลค่ากว่า 2 แสนล้านบาท โดยจะทำควบคู่กับกลยุทธ์ราขายตลาดแบบใหม่ๆ

"ตอนนี้โพเซ็ตติ้งต้องขยายตลาด ไปตลาดเพื่อนบ้าน วันนี้มองว่าเป็นการหาโอกาสเพิ่ม อย่างในประเทศเรา เราวางขายพร้อมกันไทย 7-8 เดือนดื่มแล้ว ใช้ชื่อเดียวกัน "เก๊กหล่อ" เพราะคนสวาที่ขอบของไทย ต่อมาก็ขยายมันสู่ลาว กำลังจะไปขายในพม่า พร้อมกับศึกษาการไปขายตลาดเวียดนาม อินโดนีเซีย และมาเลเซีย ซึ่งเป็นตลาดที่น่าสนใจ หลายประเทศมีแนวโน้มที่ดี เช่น อินโดนีเซีย มีประชากร 200 ล้านคน ได้ลูกค้าแค่ 1% ผมก็พอใจแล้ว ขณะนี้สัดส่วนส่งออกเก๊กหล่อยังอยู่ที่ 2-3% ของรายได้รวม เราหวังอีก 3 ปี ซื้อเก๊กหล่อ สัดส่วนส่งออกจะเพิ่มเป็น 30% กับการขยายตลาดประเทศเพื่อนบ้านและเพิ่มความหลากหลายของเครื่องดื่ม"

ภายในประเทศก็กำลังศึกษายายช่องทางการผลักดันสินค้าเข้าไปในช่องทางขายใหม่ *"วันนี้ผมมองว่าช่องทางที่เราควรจะไปคือร้านอาหาร ตั้งแต่เดือนสิงหาคม นี้จะเห็นเก๊กหล่อไปตั้งบนโต๊ะตามร้านค้าประมาณ 4,000 ร้านค้า เน้นในเขตกรุงเทพก่อน ขยายไปหัวเมืองต่างจังหวัด"* ซึ่งเป็นช่องทางเพิ่มเติมจากปัจจุบันเก๊กหล่อ ช่องทางหลักคือ เซเว่น-อีเลฟเว่นทั่วประเทศ ครอบคลุมแล้วกว่า 95% ในจำนวนกว่า 8,000 สาขา และวางขายในร้านค้าชุมชนที่ขายผ่าน ตัวแทนจำหน่าย 47 ราย รวมถึงค้าปลีกรายใหญ่

ซึ่งเหล่านี้ด้วยประการเมื่อที่เคยทำงานในตลาดเครื่องดื่มมาใช้ *"ความสำเร็จคือ ช่องทางการกระจายต้องมีพันธ์กับการตลาด การตลาดและการกระจายสินค้าสำคัญทั้งคู่ ต้องไปด้วยกัน ไม่ใช่ใช้งบโฆษณาถึงผ่านสื่อไป แต่ช่องทางการกระจายสินค้าไม่ทั่วถึง สินค้าไม่เต็ม จึงทำให้เก๊กหล่อวางขายมา 7 เดือน มียอดขายกว่า 3 แสนล้านแล้ว ส่วนราคายังคงเดิมชวดละ 18 บาท และบริษัทอยู่ โรเบิร์ตส์ พุ๊ด เป็นผู้ผลิต*

"ทำตลาดมาเกือบปี ยอมรับว่าความท้าทายและการพิสูจน์มาได้ ต้องใช้สมอง คือเราเป็นผู้เล่นที่เล็ก เราไม่มีงบประมาณจำนวนมาก ทุกอย่างเราต้องใช้สมอง ตั้งกลยุทธ์ให้ถูกต้องในการหาช่องทางขาย แม้มีโค้ดเงินน้อยก็ต้องคิดว่าทำอย่างไรให้คนเห็นมาก เกิดประโยชน์ได้สุด เราเป็นบริษัทเล็กต้องการคนมีมีมีมีมีมี มีความสามารถ เวลาหาคนก็ยากได้คนมีคุณภาพมีมีมีมี แต่ส่วนใหญ่คนเหล่านี้จะอยากไปอยู่องค์กรใหญ่ ดังนั้น วิธีของผมในการบริหาร คือ ให้เขาเข้าใจอุปสรรคความท้าทาย แล้วให้มองอย่างอื่นมากกว่าแค่เงินเดือน หรือผลตอบแทน และสิ่งที่เขาได้จากบริษัทเล็กจริงๆ คือ แพสชั่น"

ปัจจุบันบริษัทรีสเพค วันฯ มีพนักงานรวมผู้บริหารแล้ว 26 คน ทุกแผนกที่จะช่วยกันการ *"สร้าง"* ฐานของบริษัท

"ตอนนี้ขายทีมขาย ทำกันอยู่ 8 คน แบ่งดูแลรับผิดชอบเป็นภาค ส่วนเซียงขาญและเป็นคนแวดวงเครื่องดื่มมานาน วันนี้เราสร้างบริษัทเริ่มจากศูนย์ และหนึ่ง สอง สาม สี่...ไม่เหมือนแบรนด์ใหญ่เริ่มต้นใหม่ ก็เดินไปเป็นเส้นเลย ในเบาคงผมจะออกสินค้าอะไรมา ผมก็มีเส้นทางเดินของผม ไม่ต้องไปเดินตามของขวางบ้าน ซึ่งผมเชื่อในการสร้างเครือข่าย สร้างช่องทาง ต่างจากบริษัทใหญ่ซื่อช่องทาง"

"กำลังใจทำงานผม มีคุณพ่อเป็นไอดอล ท่านเป็นนักการทูต จะสอนผมเรื่องความซื่อสัตย์ในหน้าที่และการงาน เราจะไม่หักหลังงานที่เราทำ เชื่อในงาน เชื่อในตัวเอง และที่งานของตัวเอง นอกจากคุณพ่อแล้ว ที่เป็นฮีโร่ในใจ คุณเจริญ สิริวัฒนภักดี อีกคน ท่านจะใช้หลักการยิ้ม (ภาษาจีน) แปลว่าปัจจัยอยู่บนหัวใจ คือ เราต้องซื่อสัตย์มานะ อดทน บางทีเรื่องธรรมที่เราต้องเผชิญมันอาจจะเจ็บ ยาก ลำบาก แต่เราต้องออดทนเพื่อให้ได้อยู่จุดสูงสุด ด้วยเคล็ดประจำใจที่ว่า Impossible is nothing คือ คนเรามีฝัน มีฝันแล้วต้องทำให้ได้

หลายคนคิดว่าการทำธุรกิจนั้นง่าย สิ่งสำคัญคือว่าต้องยึดมั่นในสิ่งที่เรา

ฝัน ยึดมั่นในสิ่งที่เราเชื่อ แล้วเราต้องทำต่อไปหลายคนที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ ผมเชื่อว่าไม่ได้เกิดขึ้นภายใน 1-2 ปี บางคนกว่าจะมีวันนี้ใช้เวลา 10-20 ปี ถึงแม้เราจะมีประสบการณ์ในฐานะมืออาชีพ แต่เรียกว่าพอมาทำธุรกิจของเราเอง คือเราเริ่มใหม่ เพราะฉะนั้น 10 ปี ผมก็จะรอ รอให้ฝันผมเป็นจริง ฝันของผมคือ ยามตื่นอย่างมีสติ ปีนี้ยอดขายเก๊กหล่อ 300 ล้านบาท และอีก 3 ปี ธุรกิจเราจะมียอดขาย 500 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 1,000 ล้านบาท พร้อมเข้าระดมทุนในบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์"

คุณเฮกตบท้ายอีก 1 ฝันคือ อยากเห็นบริษัทแบรนด์ไทยไปแข่งขันในระดับโลกได้ภายใน 10 ปี จุดยืนคือไม่ได้มองเรื่องขนาด องค์กรว่าจะมีพันล้านหมื่นล้าน แต่เป็นบริษัทสร้างกับมือตนเอง

กฤชกนก ศรีเมือง