



หลังจบงานบริหารให้กับบริษัทเครื่อง
ดื่มใหญ่ และใช้ชีวิตคลุกคลีกับตลาด
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มานานหลายสิบปี วัน
นี้ถึงคิวและบริษัทน้องใหม่ที่พร้อมมือกับกลุ่มผู้
บริหารและนักธุรกิจที่คลุกคลีแคว้นเครื่องดื่ม
รวมทั้งบริษัท **บริษัท ริมแพค วัน แพคเกจจิ้ง**
จำกัด เจ้าของและผู้จำหน่าย **'เก๊กหล่อ'** ซึ่ง
'สาธุคุณ ลัทธิดรรรม' หรือ **คุณเอก** กรรมการ
ผู้จัดการบริษัท กล่าวกับประกันว่าเป็นเครื่องดื่ม
สมุนไพรแท้ 100%

เครื่องดื่มเก๊กหล่อปัจจุบันมี 3 รสชาติให้ม
ลอง ได้แก่ สูตรเข้มข้น ซึ่งมีรสตรงถึงดื่มได้
คำและชาวมได้ 7 เดือน หลังจากนั้นเพิ่มอีก 2
สูตรคือ สูตรเข้มข้นหวาน และกระเทียม
ทุทราจีน วางขายเมื่อ 2 เดือนที่ผ่านมา

คุณเอกเล่าถึงชื่อ **'เก๊กหล่อ'** ว่ามี 2
ความหมายคือภรรยาของเค้าแล้ว ยังมีถึง
เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของเก๊กฮวยและแอล
กอฮอล์ ซึ่งตั้งใจให้เก๊กหล่อสร้างภาพลักษณ์ให้
ผู้บริโภคเครื่องดื่ม คือ กลุ่มสตรี พลัง เข้มแข็ง
ที่อยู่ในตลาดเอเชียเครื่องนี้ หรือตลาดเครื่องดื่ม
ไม่มีแอลกอฮอล์ เพราะกลุ่มคนสนใจรักษา
สุขภาพและดูแลตัวเองกำลังสูง ตรงกับเป้า
หมายเก๊กหล่อคือการเจาะวัย 28-40 กว่าปี ที่
รักสุขภาพ

คุณเอกยังพูดถึงเส้นทางการทำงานก่อน
มาจับเก๊กหล่อริสแพค วันว่า ได้คลุกคลี
อยู่กับวงการเครื่องดื่มเป็นส่วนใหญ่ โดยช่วง
3-4 ปีแรกหลังเรียนจบ เริ่มงานที่บริษัทเกี่ยวกับ
โลจิสติกส์ ก่อนย้ายมาทำงานเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์เต็มขั้น ทำงานเรื่อยมาเกือบ 20
ปี จากบริษัท ไทยเอเชีย แมทริค บริวเวอรี่
จำกัด ในแบรนด์ โดเนแกน โบริกซ์ คีอาโฮ
โมเอ็ท เอนเนซี่ (ประเทศไทย) จำกัด ใน
แบรนด์ จอห์นนี่ วอดก้าเบอร์ ทำงานแ่งและ 3-4
ปี ซึ่งทำงานมาสุด 13 ปี ได้ขายตามบริษัท ไทย
แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) ดูแลด้านการตลาด
ธุรกิจเบียร์และโซดาภายใต้แบรนด์คิงซ์ ก่อนเบน
เข็มมาสู่ตลาดเครื่องดื่มสมุนไพรที่ท้าทายแ่งนี้
นอกจากนี้เคยทำช่วยเสริมฐานลูกค้าทำ
ธุรกิจส่วนตัวครั้งหนึ่งแล้ว การศึกษาของเขาที่
เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

**"ผมจบปริญญาตรีและโทบริหารธุรกิจ
(เอ็มบีเอ) มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ตัน ซึ่งเป็น
ปริญญาที่ต่อยอดมาจากบริหารธุรกิจ (บีบีเอ)
มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ที่มีชื่อเสียง ซึ่งเรียนอยู่ 2 ปี
ต่อจากมัธยม เพราะเวลานั้นราวปี 2541 คุณพ่อ
เสียชีวิต ซึ่งมีผลหลายอย่างที่เรียนที่สหราชอาณาจักร"**
เมื่อถามถึงการศึกษาผลิตภัณท์ผู้ตลาด
คุณเอกเล่าแนวความคิดของเก๊กหล่อว่าเป็นน้ำ
สมุนไพรแท้ 100%

"วางตำแหน่งเก๊กหล่อเป็นสมุนไพรที่ดื่ม
ง่าย เก๊กหล่อมีคอนเซ็ปต์เป็นจีน (เก๊กฮวย
ผสมแอลกอฮอล์) แต่จริงๆ ก็เป็นของไทย ทำ
จากสมุนไพรของไทยด้วย เวลาสื่อสารก็ทำให้
ผู้บริโภคเข้าใจว่าส่วนผสมกันที่เราคืออะไร เรา

ก้าวใหม่ 'สรกฤต ลัทธิดรรรม' วาดฝันปั้น 'เก๊กหล่อ' สมุนไพรพันล้าน ยึด 'แตกต่าง-กายาย' ถึงไปโสด

ไม่ช้า ก้าวแรกก็ให้ขยับเขยื้อนได้ 1 ปีคือ
ใจของบรรดาคนรุ่นใหม่ ที่มาสู่ยุคโซเชียลมี
เดียและโซเชียลมีเดียได้เป็นแค่เพียงหนึ่ง
เดือนเท่านั้นและกำลังจะเปลี่ยนไปข้างหน้า
คุณเอกยังเผยแผนการที่จะ
ปรับจาก **'ริสแพค'** เป็น **'วันซูร์'** มาเช่น
เพื่อเปิดความใกล้ชิดกับผู้บริโภค จากเดิมการ
ของธุรกิจที่จับปะจับจับไม่ได้ถึงแค่เพียง
คิดที่ ปัจจุบันผู้บริโภคเปลี่ยนเป็นมีสติมากขึ้น ใช้
หลายอย่างในการเลือกสินค้า คนเริ่มดูวิดีโอของ โ
ยูทูบหรือ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ดังนั้น สิ่งที่ต้อง
สังเกตคือสินค้าที่ไม่ เราจะต้องทำโฆษณาทาง
ออนไลน์ ผ่านยูทูบและยูทูบเป็นอีก 1 หรือ
ปรับบริการการมีวิดีโอที่ชัดเจน 60% และมีวิดีโอ
ชัดเจน 10% หวังผลและยอดขายกว่า 50%
จากเดิมที่ขึ้นในโซเชียลมีเดีย 80%

ภายในประเทศกำลังศึกษาของ
ทางการผลิตสินค้าเข้าไปในช่องทางขาย
ใหม่ "นั่นคือเมื่อรู้ว่าช่องทางที่เราควรจะ
ไปคือช่องทางไหน ต้องศึกษาถึงช่องทาง
ที่จะเห็นเก๊กหล่อไปจนถึงมือผู้บริโภค
ทั้งหมด 4,000 ร้านค้า เช่นในเขต
กรุงเทพฯเอง ขายไปทั้งหมดต่าง
จังหวัด" ซึ่งเป็นช่องทางที่เห็นได้จาก
ปัจจุบันเก๊กหล่อ ช่องทางหลักคือ เช่น
ถึงสหพันธ์ทั่วประเทศ ตลาดชุมชนมีกว่า
95% ในจำนวนกว่า 8,000 สาขา
และวางขายในร้านค้า
ชุมชนทั้งหมด
47 ราย รวม
ถึง 5 ล้านปี
มาแล้ว

ซึ่งเหล่านี้ล้วนมีประสบการณ์ที่แตกต่าง
ในตลาดเครื่องดื่มมาใช้ ว่ากันตั้งแต่ความสำ
เร็จ คือ ช่องทางการกระจายคือมีทั้งเป็นการ
ตลาด การตลาดและการกระจายสินค้าด้วย
ทั้งนี้ ต้องไปทั่วประเทศ ไม่ใช่ใช้
โซเชียลมีเดียอย่างเดียว
ไป แต่ช่องทางการ
กระจายสินค้าไม่
ถึง สินค้าไม่เดิน จึง
ทำให้เก๊กหล่อวางขาย
มา 7 เดือน ยอดขาย
กว่า 3 แสนแล้ว
ส่วนราคาของเครื่องดื่ม
ละ 18 บาท และบริษัท
ไรเบิ้ลส์ ซิว เป็น
ผู้ผลิต

"กำลังออกมาเกือบปี ผมคิดว่าที่วางตัวขาย
และการที่เข้ามามาได้ คือใช้ช่องทาง
ผู้ดื่มที่ดี เรามีผลิตภัณฑ์หลากหลาย
อย่างวางตัวที่ชัดเจน คือกลยุทธ์ที่ถูกต้อง
ในการวางตัวขาย เรามีผลิตภัณฑ์ที่คิด
ว่าทำอย่างไรให้เด่นเหนือกว่า เก๊กหล่อคือ
เราเป็นวิถีที่แตกต่างจากคนอื่นคือ มีความ
สามารถ เวลาที่คนบอกเราได้ว่ามีคุณภาพ
มีฝีมือ แต่ส่วนใหญ่คนจะเข้าใจว่าอยู่ใน
องค์กรใหญ่ ดังนั้น วิสัยทัศน์ในการบริหาร
คือ ให้เราเข้าไปสู่ตลาดความท้าทาย แล้ว
ให้มองอย่างอื่นมาการกินเป็นแบบ หรือผล
กระทบ และใช้โซเชียลมีเดียที่เข้าถึง
คือ แพลตฟอร์ม"

ปัจจุบันบริษัทมีผลิตภัณฑ์ 3 ชนิดวาง
จำหน่ายแล้ว 26 คน ทุกผลิตภัณฑ์ที่บริหาร
สร้าง ฐานของผลิตภัณฑ์
"คนในวัยเกษียณอายุ ทั่วทั้งอายุ 8 คน แบ่ง
ดูและผลิตภัณฑ์เป็นภาค ส่วนที่เขยื้อนและเป็น
คนดวงดวงคือกลุ่มคนวัย 18-24 ปีที่เรารู้จัก
นี่วางตัว และช่วง 20-30 ปี ไม่ค่อย
แ่แรกก็วางตัวที่ใหม่ ก็เป็นไปไม่ได้เป็นแบบ
ในเวลาที่และจะออกสินค้าใหม่ ผลดีก็เห็น
กันชัดเจน ไม่ได้อยู่ไปแค่คนขายเท่านั้น ซึ่ง
และใช้ในการสร้างเครือข่าย สร้างช่องทาง ซึ่ง
จะจับวิถีที่ถูกต้องของทาง"



ฝัน ยึดมั่นในสิ่งที่เราเชื่อ แล้วเราต้องทำต่อไป
หลายคนก็ประสบความสำเร็จในธุรกิจ ผมเชื่อ
ว่าไม่ได้เกิดขึ้นภายใน 1-2 ปี บางคนที่วางฝัน
นี้ใช้เวลา 10-20 ปี ถึงแม้ว่าจะมีประสบการณ์
ในฐานะมืออาชีพ แต่เรารู้ว่าพอมากทำธุรกิจของ
เราเอง คือเราเริ่มใหม่ เพราะฉะนั้น 10 ปี ผม
ก็วาง 20 ปีให้ผมเป็นจริง ผมของหมคือ ผม
ตั้งอย่างมีสติ มีข้อมูลวางเก๊กหล่อ 300 ล้าน
บาท และอีก 3 ปี ธุรกิจวางจะมียอดขาย 500
ล้านบาท และเพิ่มเป็น 1,000 ล้านบาท อีก 5 ปี
พร้อมที่จะระดมทุนในบริษัทเข้าตลาดหลักทรัพย์
คุณเอกคุยด้วยอีก 1 นาที อยากเห็น
บริษัทแบรนด์ไทยไปแข่งขันในระดับโลกได้
ภายใน 10 ปี จุดยืนคือไม่ได้มองเรื่องขนาด
องค์กรว่าจะมีพันล้านหนึ่งพัน แต่เป็นบริษัท
สร้างทีมมีคอนเซ็ป

กฤษกร ศรีเมือง