



คลื่นลูกที่สอง จิตรมาส

วรรณิตดา ขอบประเสริฐ กรรมการผู้จัดการ บริษัท จิตรมาสเทรตติ้ง ผู้ประกอบการธุรกิจจัดเลี้ยง อาหาร แซ่แซ่ และอาหารกล่องสำเร็จรูป แบรินด์ "จิตรมาส" ทายาทรุ่นที่ 2 ที่เข้ามาบริหารตำแหน่งกรรมการผู้จัดการเมื่อปี 2556 ต่อจากมารดา รัชดา ขอบประเสริฐ ที่ก่อตั้งและบุกเบิกธุรกิจนี้มายาวนานถึง 32 ปีแล้ว

วรรณิตดา จบปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจด้านการตลาด จากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เข้ามาทำงานกับบริษัทเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา เป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาดที่เลือกทำงานบริษัทของคุณแม่เพราะเป็นคนชื่นชอบอาหารอยู่แล้ว มองว่าธุรกิจอาหารมีเสน่ห์ อยากสานต่อธุรกิจที่คุณแม่สร้างมาด้วยตัวเองทั้งหมด โดยเฉพาะเป็นคนแรกๆที่เริ่มทำธุรกิจอาหารแซ่แซ่ในประเทศไทย

"การเข้ามาเป็นกรรมการผู้จัดการ เป็นเรื่องยากและท้าทายที่สุด เพราะบริษัทมีพนักงานที่ทำงานมาตั้งแต่รุ่นก่อตั้งบริษัทและพนักงานใหม่ที่เข้ามาทำงานไม่นาน รวมแล้วกว่า 250 คน จึงต้องใช้หลักการบริหาร ปรับมุมมองของพนักงานทุกคนให้ไปในทิศทางเดียวกัน" วรรณิตดา กล่าว

แนวคิดการบริหารจะใช้ส่วนผสมของการบริหารแบบครอบครัวและเพิ่มแบบใหม่ในสไตล์ของตะวันตกเข้าไป ที่เรียกว่า แบบ อีส มีท เวสต์ (East meet West) เพื่อให้ทุกอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น



พร้อมกันนี้ได้ขยายธุรกิจใหม่ด้วยการทำธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ใช้ชื่อว่า "จิตรมาส เฮลตี้ มิล" เป็นร้านอาหารที่เน้นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีแผนเปิดสาขาใหม่จำนวน 12 สาขาในปีนี้เป็นห้องแถว 1 ห้อง มุ่งเปิดในออฟฟิศและโรงพยาบาล การขยายธุรกิจใหม่ เพราะกระแสของโลกกำลังก้าวไปสู่อาหารเพื่อสุขภาพ คนไทยและคนต่างประเทศให้ความสนใจการดูแลสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับในตลาดของร้านอาหารยังไม่มีร้านอาหารในรูปแบบเดียวกับจิตรมาสมาก่อน โดยเมนูอาหารในร้าน อาทิ ข้าวชาหมูไขมันต่ำ ข้าวมันไก่ไขมันต่ำ ซุปคลายเครียด เป็นต้น

เธอเชื่อมั่นว่า การขยายธุรกิจใหม่จะทำให้ธุรกิจอาหารของจิตรมาสมีความแข็งแกร่งมากขึ้น จากปัจจุบัน ธุรกิจหลักมี 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจจัดเลี้ยง อาหารแซ่แซ่ และอาหารกล่องสำเร็จรูป

ขณะเดียวกัน จะขยายธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพไปยังเมนูอาหารแซ่แซ่ อาหารกล่องสำเร็จรูป และธุรกิจจัดเลี้ยง ที่จะมีเมนูขนมเบเกอรี่เพื่อสุขภาพด้วย รวมทั้งจะนำธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพจิตรมาส เฮลตี้ มิล ออกไปขยายตลาดในอาเซียน เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) โดยคาดว่าจะเริ่มได้ในช่วงปลายปี 2558 หรือต้นปี 2559 โดยการเข้าไปตลาดประเทศเพื่อนบ้านจะเน้นร่วมมือกับพันธมิตรในประเทศต่างๆ

แม้ว่าบริษัทจะมีขนาดเล็กและเป็นธุรกิจเอสเอ็มอีที่มียอดขายมากกว่า 200 ล้านบาทต่อปี แต่มีกลยุทธ์ที่จะสู้ยักษ์ใหญ่ในตลาด โดยใช้ความเป็นจุดแข็งของเอสเอ็มอี คือ การมีขนาดเล็กทำให้สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่ได้รวดเร็ว มุ่งพลิกวิกฤตเป็นโอกาสได้เสมอ

"ยกตัวอย่าง ในปีนี้ธุรกิจจัดเลี้ยงเกิดปัญหายอดขายลดลงมาก โดยเฉพาะใน กทม.ลดลงประมาณ 50% จากการเมือง จึงได้ปรับแผนใหม่ไปขยายธุรกิจจัดเลี้ยงเจาะกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ชานเมืองแทน"

นอกจากนี้ มุ่งทำงานเป็นพันธมิตรกับคู่ค้าต่างๆ ส่งผลดีให้บริษัทเติบโตได้พร้อมกับคู่ค้า ถือว่าเอสเอ็มอีที่มีพลังแห่งการขับเคลื่อนอย่างไม่หยุดยั้ง

จุดแข็งของจิตรมาส คือความชำนาญและเชี่ยวชาญอาหารไทย โดยมีทีมวิจัยและพัฒนาสินค้า (อาร์แอนด์ดี) ที่จะพัฒนาเมนูร่วมกับคู่ค้า ใช้หลักการของการนำศิลปะการปรุงอาหารไทยและหลักการพัฒนามenuตามหลักวิทยาศาสตร์ มุ่งใช้นวัตกรรมใหม่ กลายเป็นอาหารไทยสไตล์จิตรมาสที่มีรสชาติอาหารไทยแท้

"วรรณิตดา" มีแผนสร้างแบรนด์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับอาหารภายใต้ชื่อแบรนด์หลัก คือ จิตรมาส ออกมาเพิ่มขึ้น เพื่อนำบริษัทก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำอาหารสำเร็จรูปและบริการในด้านจัดเลี้ยงของประเทศไทย อ่านแล้วหัวขึ้นมากันได้ คราวนี้ยกกำลังบุกโลกแล้ว

เคล็ดลับทายาท

- 1 ใช้หลักการบริหารแบบผสมผสานระหว่างครอบครัวและแนวคิดใหม่
- 2 สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ
- 3 พลิกวิกฤตเป็นโอกาส

