

แม่ภาวะเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศจะชะลอตัว แต่สำหรับธุรกิจความสวยความงามยังเติบโตต่อเนื่อง ส่วนทางภาพรวมเศรษฐกิจ คงเป็นดังเช่นที่เรามักจะพูดกันว่า แม้ฝนจะตกแดดจะออกความสวยงามก็ต้องมาก่อน

“ปัจจุบันมูลค่าตลาดเครื่องสำอางในไทยไม่ต่ำกว่าแสนล้านบาท เพราะทุกคนต้องสวยแม้จะเกิดอะไรขึ้นก็ตาม จึงมีผู้กระโดดมาเล่นในตลาดเครื่องสำอางแข่งขันดุเดือด ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคฉลาด จะหาข้อมูลสอบถาม และศึกษาก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นจุดแข็งของเอสเอ็มอีที่จะเข้ามาในตลาดนี้คือ ความรู้

ภัทรภัสสร ธนาเสฏฐ์หิรัญ

ปันธุรกิจบนความรู้

ไม่อยาก'ติดกระดุมเม็ด'

จริงใจ เพราะการขายทุกวันนี้ การตลาดช่วยได้เพียงส่วนหนึ่ง”

นี่คือคำกล่าวของ ภัทรภัสสร ธนาเสฏฐ์หิรัญ หรือ **คะน่า** กรรมการ บริษัท เอเชีย คอสเมติกส์ กรุ๊ป จำกัด เจ้าของแบรนด์เครื่องสำอาง “Dermadict” (เดิร์มาดิค)

คุณคะน่าได้ผันตัวเองจากผู้แทนจำหน่ายเครื่องสำอาง ครีม สบู่ซึ่งเป็นสินค้าโอท็อป มาเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายครีมทาผิว ที่ปัจจุบันธุรกิจมีมูลค่าระดับร้อยล้าน เธอเล่าว่า จุดเริ่มต้นการเป็นผู้ผลิตจากที่เคยเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องสำอาง ขายผ่านออนไลน์ เพราะเรียนมาทางนี้ จบปริญญาโท วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง เลยอยากใช้ความรู้ที่มีให้เป็นประโยชน์ เพราะทุกวันนี้มีคนขายเครื่องสำอางกันเยอะ แต่ไม่มีความรู้ลึก เป็นการขายสินค้าแบบจำๆ กันมาขาย

“อยากให้ผู้บริโภคได้ใกล้ชิดกับคนที่มีความรู้จริง เลยทำวิจัยจนรู้ว่าสารสกัดแต่ละตัวมีประสิทธิภาพดีอยู่แล้ว แต่ใช้แล้วเห็นผลส่วนหนึ่งมาจากสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะมลภาวะกับอากาศร้อน เป็นตัวการที่ทำให้ผิวคนไทยใช้แล้วไม่เห็นผลเท่าที่ควร เมื่อใช้ครีมบำรุงตัวเดียวกับผิวคนเมืองหนาว จึงคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถกักเก็บความชุ่มชื้นได้ ใช้วัตถุดิบแต่ต้นทุนไม่แพง เพราะเราทำวิจัยสูตรเอง มีห้องแล็บของบริษัทเอง เลือกสารสกัดเองโดยไม่ผ่านคนกลาง ที่สำคัญได้รับการช่วยเหลือจาก



รัฐบาล เช่น ขอคำปรึกษากระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี”

ทฤษฎีและความตั้งใจดี พอลงมือปฏิบัติจริงกลับไม่เป็นอย่างที่ตั้งใจ คุณคะน่านำผลิตภัณฑ์ไปเสนอขายร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น แต่ถูกตีกลับหลายรอบ เพราะติดเรื่องบรรจุภัณฑ์ จึงทดลองขายทางออนไลน์ จนเริ่มมียอดขายระดับหนึ่ง ได้นำไปทดลองขายที่เซเว่นอีกครั้ง พร้อมทั้งนำสินค้าไปขายในเซเว่น

แคตตาล็อก ผลตอบรับดีมียอดสั่งซื้อมาก ทำให้ปลายปี 2557 เซเวนให้หน้าสินค้าไปวางขายทุกสาขาทั่วประเทศ จำนวน 8,300 สาขา

“การขายผ่านทางช่องทางออนไลน์ทำให้ได้ยืนยันเสียงผู้บริโภคชัดเจน ถ้าอะไรไม่ดีก็ปรับปรุง เช่นปริมาณน้อยไป บรรจุภัณฑ์บีบยาก คนที่บอกเราได้ดีที่สุดและทำให้ประสบความสำเร็จ คือลูกค้า”

จบปัญหาสินค้าสามารถวางขายในร้านเซเวนได้ก็เจออุปสรรคใหม่คือ ผลิตไม่ทันขาย คุณคณะบอกว่า จึงดูเครื่องสำอางแบรนด์ใหญ่ๆ ว่าแก้ปัญหาอย่างไรเรื่องบรรจุภัณฑ์ และลองทำตาม ก็สามารรถแก้ปัญหาได้ ขายสินค้าได้ไม่สะดุด ส่วนการผลิตได้ว่าจ้างโรงงานที่เชี่ยวชาญเพื่อความรวดเร็วขึ้น ขณะที่การขายผ่านออนไลน์ยังต้องให้ความสำคัญเหมือนเดิม เพราะคนจะตัดสินใจซื้อจะดูโปรโมชันรูปภาพ และสามารถติดต่อได้ จึงมีบุคลากรที่พร้อมตอบปัญหาลูกค้า

“การมีโรงงานผลิตของบริษัทเอง เป็นเป้าหมาย

ที่ตั้งใจ จึงเตรียมนำบริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อระดมทุนขยายโรงงานเพื่อส่งออกสินค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คาดว่าจะเข้าตลาดได้ปี 2560-2561 ต้องดูภาวะเศรษฐกิจและจังหวะที่เหมาะสม”

ส่วนการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ ช่องทางออนไลน์ ผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม จะเพิ่มภาษาอังกฤษและจีนไว้สื่อสารกับลูกค้าต่างชาติด้วย จากเดิมมีเพียงภาษาไทย ตั้งเป้าเดือนมิถุนายนนี้จะได้เห็น 3 ภาษา “เราให้ความสำคัญกับตลาดออนไลน์ในต่างประเทศ ตลาดออนไลน์เติบโตมาก การใช้ตลาดนี้จะทำให้คนเห็นได้ทั่วถึง ส่วนช่องทางการขายหลักอย่างออฟไลน์ก็ยังใช้อยู่ การใช้ช่องทางออนไลน์จะช่วยประชาสัมพันธ์ได้ด้วย ซึ่งจะประหยัดต้นทุนการทำการตลาดได้มาก คาดว่าสัดส่วนยอดขายรวมทางออนไลน์จะเพิ่มเป็น 35% ภายในสิ้นปีนี้ จากปัจจุบันอยู่ที่ 10%”

นอกจากการพัฒนาในส่วนบริษัท คณะเองก็ได้พัฒนาตัวเองไปพร้อมๆ กัน ปัจจุบันเธอกำลังรอผลสอบปริญญาเอกที่มหาวิทยาลัยรัฐแห่งหนึ่งในไทย

เป็นการเรียนต่อทางด้านธุรกิจนวัตกรรม เพราะเล็งเห็นว่าทุกวันนี้ธุรกิจแข่งขันกันมาก หากมีนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจจะสร้างความแตกต่างและแข่งขันได้

เรียกว่าเป็นการศึกษาที่ไม่มีวันจบสิ้น โดยก่อนหน้านี้เธอจบปริญญาตรีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ผังเมือง และนฤมิตศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต่อด้วยปริญญาโทสำนักวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง และหลักสูตรบริหารธุรกิจ (มินิเอ็มบีเอ) ที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“การประสบความสำเร็จ ส่วนหนึ่งที่สำคัญมาจากการศึกษา เราปฏิเสธไม่ได้ว่าการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญมาก คนที่ทำโดยไม่รู้จักจริงจะผิดไปเรื่อยๆ เหมือนติดกระดุมเม็ดแรกผิดก็ผิดไปเรื่อยๆ แต่ถ้าเราทำโดยการศึกษาไตร่ตรองมาดีแล้ว ก็จะเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น” คณีก้าวทั้งท้ายถึงการทำธุรกิจที่ควบคู่กับการศึกษา

กฤษฎกนก ศรีเมือง