

# กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij  
Circulation: 145,530  
Ad Rate: 1,500

Section: Bizweek/B4P Business for People

วันที่: จันทร์ 21 พฤศจิกายน 2554

ปีที่: 25

ฉบับที่: 8460

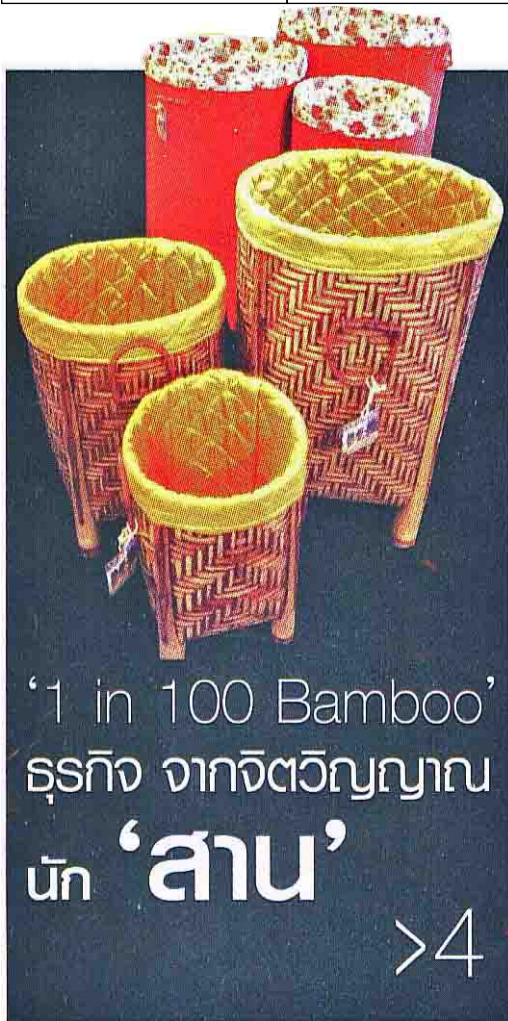
หน้า: 1 (บนซ้าย), 4

Col.Inch: 141.25 Ad Value: 211,875

PRValue (x3): 635,625

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: 1 in 100 Bamboo ธุรกิจ จากจิตวิญญาณนัก "สาน"



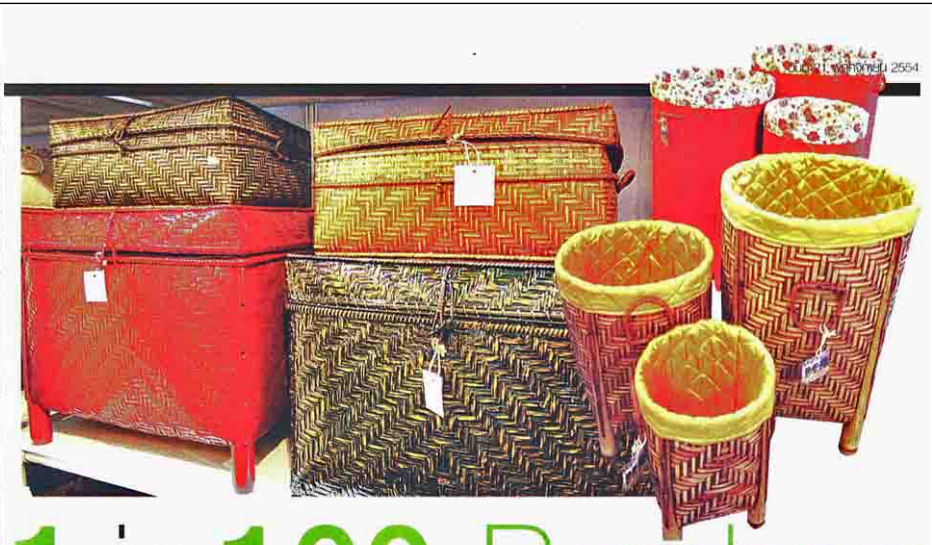
## '1 in 100 Bamboo' ธุรกิจ จากจิตวิญญาณนัก 'สาน'

>4

เป็นแค่ธุรกิจไซดีเล็ก กำลังการผลิตไม่ได้มากมาย พ่อค้าภรรยาหรือจะไปสู้แบรนดี้ยักษ์ใหญ่ได้ แต่สำหรับ 1 in 100 Bamboo มีจุดยืนในการทำธุรกิจที่ชัดเจน คือทำของแปลก ของดี คำขายไม่เอาเปรียบลูกค้าและผู้ผลิต

• จีราวัฒน์ คงแก้ว

"สรรเสริญ มณีกุล" ไม่ใช่พ่อค้าที่พูดเก่งนัก เรื่องเล่าของพวกเขาออกจะซื่อๆ ตรงๆ แต่แฝงไว้ด้วยวิถีคิด การดำเนินธุรกิจที่น่าสนใจ พื้นที่เล็กๆ หน้าบูธ "1 in 100 Bamboo" ของใช้ ของแต่งบ้านจากไม้ไผ่สาน แห่งเมืองเชียงใหม่ ที่อวดโฉมในงาน Made in Thailand



## 1 in 100 Bamboo ธุรกิจ จากจิตวิญญาณนัก 'สาน'

2011 หลายเดือนก่อน มีชาวต่างชาติและต่างชาตินานาชาติมาเยี่ยมชมไม้ไผ่สาน หลายคนอาจสนใจผลิตภัณฑ์ของพวกเขาที่ความสวย แต่เราสนใจเรื่องเล่าหลังของสวยๆ งามๆ เหล่านั้น "กระบุงไม้ไผ่ที่เห็น เป็นฝีมือของชาวเขาเผ่ามูเซอ อ.ฝาง จังหวัดเชียงใหม่"

สรรเสริญ บอกที่มาของลายสานสุดเนี้ยบ ซ้อนทับกันถึงสองชั้น ทำให้ตะกร้าใส่ของดีไซเนอร์ แข็งแรงขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้ทั้งความสวย และการใช้งานที่คงทน

"ฝีมือแบบนี้ คนพื้นราบทำไม่ได้ทำเขาเขา เพราะสานยาก เราใจไม่ค่อยสู้ แต่เขาเขาทำได้ เพราะเขาทำด้วยจิตวิญญาณ มันเป็นวิถีชีวิตของเขา"

วิถีชีวิตของชาวเขาเผ่ามูเซอ ที่สรรเสริญ บอกว่าต่างอยู่กันอย่างเรียบง่าย เครื่องมือ เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่ก็ทำมาจากไม้ไผ่สานทั้งสิ้น เรียกว่าทำเอง ใช้เองกันทุกบ้าน จนต้องยกให้เป็น "มือวาง" ด้านนี้ไปแล้ว

"ศิริรัตน์ บุญศรีวิวัฒน์" ทุนส่วนธุรกิจของเขา ไปเจอกับภาพของผู้คนที่นั่นมา จึงลองเสนอเขซึ่งชายเฟอร์นิเจอร์แต่งบ้านมานานกว่า

10 ปี ให้มาร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีต้นสายมาจากวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันงดงามของชาวเขา

"แต่ชื่อของเราก็บอกอยู่แล้วว่า 1 in 100 ฉะนั้นจะเอาสิ่งที่เขาเขาทำแล้วมาขายเลย คงเป็นไปได้ ต้องเอามาผ่านการดีไซน์ ปรับปรุงรูปแบบ เพื่อให้ได้งานที่แปลกตา และสวยงามขึ้น"

นั่นคือหน้าที่ของพวกเขา หน้าที่ของคนทำตลาด ที่ต้องมาถกคิดกันต่อว่า ของแบบนี้ ถึงจะขายได้ คนเห็นแล้วอยากซื้อ อยากรับเป็น

เจ้าของ ที่สำคัญมีราคาดีไปกว้างงานสานอื่นๆ ปราศจากการปรุงแต่งของเขา

เพื่อที่เมื่อตลาดเดินหน้า การจ้างงานก็จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และชาวบ้านก็จะมีรายได้มาหมุนเวียนใช้ไม่ขาดมือ ตอบแทนผลงานและความเหน็ดเหนื่อยตลอดที่ทุ่มมา

แล้วผลิตภัณฑ์สวยๆ ก็เริ่มทยอยลงสนามความประณีตในชิ้นงานคือเอกลักษณ์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ "1 in 100 Bamboo" พวกเขา



สรรเสริญ มณีกุล

คิดถึงคนซื้อไปใช้ ทำอย่างไรจะให้ได้ของดีใช้ได้นานไม่ทรมาน และดูแลรักษาได้ง่าย เช่น ตะกร้าที่มีการบุผิวอย่างดี สามารถถอดซักได้ มีบุตรขาทั้ง 4 ด้าน เพื่อให้ขาแตกเสียหายเมื่อใช้ไประยะหนึ่ง เหล่านี้เป็นต้น

จากของชิ้นใหญ่ ก็ลองทำของชิ้นเล็กๆ จำพวกกล่องใส่ของกระจุกกระจิก เพื่อให้สามารถตั้งราคาขายได้ตั้งแต่หลักร้อย ไปจนถึงของแต่งบ้านขนาดใหญ่ ในราคาหลักพันต้นๆ เขาบอกว่าเทียบราคากันแล้ว ยังถูกกว่ารายใหญ่ ซึ่งทำสินค้าประเภทเดียวกันอยู่เยอะมาก วิธีคิดซื้อๆ ที่คนทำบอกกับเราคือ

"ตั้งราคาต้องเหมาะสมอย่าเอาเปรียบผู้ซื้อไม่เอาเปรียบเขา เราถึงอยู่ได้ และลูกค้าก็จะอยู่กับเรานาน แต่ถ้าเอาเปรียบ คิดแต่ตีหัวเข้าบ้าน ลูกค้าหายหมดแน่นอน"

สรรเสริญบอกความประทับใจ ที่ได้ดูรายการทีวี แล้วเห็นแม่ค้าขายข้าวขาหมู คิดกลยุทธ์ที่ลูกค้าสามารถเพิ่มข้าวได้ฟรี เขาคิดว่าการทำธุรกิจต้องมีมุมมองแบบนั้น คือมุมมองการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

การทำงานกับชาวเขาที่มีอยู่ถึง 10 ครอบครัว ผู้ประกอบการต้องรู้วิถีชีวิต เพราะไม่ใช่พวกเขาจะมีเวลา

ผลิตของให้ตลอดทั้งปี เรียกได้ว่าเป็นแรงงานประเภท "เก่งเลือกได้" เพราะเมื่อถึงฤดูทำนาและเก็บเกี่ยว ชาวเขาจะหยุดงานทุกอย่างทันที แล้วไปทำอาชีพหลักของพวกเขา สิ่งทีผู้ประกอบการต้องทำ คือ รับซื้อผลิตภัณฑ์จากชาวเขาในช่วงก่อนหน้าให้ได้มากที่สุด แล้วสต็อกสินค้าไว้ก่อน จากนั้นก็มาบริหารสต็อกเหล่านั้นเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

เข้าใจชาวเขา รู้ใจตลาด จึงจะเดินหน้าธุรกิจต่อไปได้

ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นที่ออกมาจาก "1 in 100 Bamboo" เป็นการกระจายงานสู่ชุมชนแรงงานของพวกเขาไม่ได้มีเพียงชาวเขาเท่านั้น แต่เป็นชาวบ้านในหลายๆ ชุมชน ที่อาจเก่งและถนัดกันคนละอย่าง

เขายกตัวอย่างเปลสวยๆ ฝีมือการปักสานของคุณยายวัย 68 ปี คุณยายคนโสดอาศัยอยู่กับน้องสาวเพียงสองคน ในวันนี้สิ่งสำคัญไปกว่ารายได้ที่เข้ามา คือการที่สองคุณยาย มี

อาชีพเสริมไว้แก้เหงา

"หลายๆ ชิ้นงาน เป็นฝีมือของคุณตาคุณยายช่วยกันทำ ต่อเดือนก็อาจทำได้ไม่เยอะมาก อย่างเปลเดือนหนึ่งก็อาจได้แค่ 4 หลัง บางชุมชนเราเข้าไปหาหัวหน้ากลุ่ม แล้วให้เขากระจายงานให้ลูกบ้านอีกที รู้ว่าที่ไหนถนัดอะไรก็เอาดีไซน์ที่เราไม่มีให้เขาทำ คิดว่าวิธีนี้ดีกว่าเราสร้างโรงงานขึ้นมาเอง เพราะเราเลิกคงลงทุนอะไรไม่ได้มาก ที่สำคัญนี่ยังเป็นการสร้างงานให้กับชาวบ้านไปด้วย"

นั่นคือวิถีชีวิตของพวกเขา ตามมาด้วยภาพความเป็นอยู่ของหลายๆ ชุมชนที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การันตีว่าวิถีคิดแบบนี้คงมาถูกทางแล้ว

ขณะที่งานชิ้นหนักขึ้น อย่างทำโครงเหล็ก พวกเขาก็อาศัยการทำธุรกิจที่ไม่โดดเด่นด้วยหาโรงงานเพื่อนๆ กัน คอยผลิตงานคุณภาพให้

จากคนที่เริ่มต้นเข้าสู่ธุรกิจแบบล้มลุกคลุกคลานมาก่อน เรียกว่าจากแบกะดินจนมีผลิตภัณฑ์แบรนด์ของตัวเองในวันนี้ เขายอมรับว่าทุกวันนี้ก็ยังตะเตะหาลูกค้าอยู่โดยมุ่งตลาดส่งออกเป็นหลักเพราะเชื่อว่าของแบบนี้ต่างชาติน่าจะโดนใจ โดยอาศัยงานแสดงสินค้าระดับชาติในประเทศ อย่าง BIG&BIH และ Made in Thailand เพื่อเปิดตัวเองสร้างโอกาสอินเตอร์ต่อไปได้

"เรื่องการตลาดยังเป็นสิ่งที่หนักใจ ตอนนี้เรากำลังตะเตะหาลูกค้าอยู่ เพราะยังไม่มีลูกค้าขายประจำเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ยังเป็นขาจรเราอยากได้ลูกค้าประจำที่ให้ออเดอร์มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งที่เลือกทำส่งออกเพราะธุรกิจมันมีลูกพลุนนะ ได้ออเดอร์มาครั้งหนึ่งเราก็อาจอยู่ได้เป็น 6 เดือนแล้ว เรียกว่าก็สู้แบบมวยวัดนี้แหละ ทำเท่าที่ทำได้ และต้องพยายามกันต่อไป อย่างเวลามาออกงาน ผมก็จะเซอร์เวย์ดูตลาดไปด้วยว่ามีอะไรใหม่ๆ บ้าง เก็บไปเป็นข้อมูล เพื่อใช้พัฒนาสินค้าเราต่อไป"

อีกหนึ่งธุรกิจน่าดี ที่ไม่ขอโตคนเดียว แต่หวังเติบโตไปพร้อมกับชุมชนชาวเขา