

## cover story

TEXT : นอบบสนภธิภาม

PHOTO : วิภาวดี พิทักษ์สิริอภิญญา, เฉษฐา ยอดสุรางค์



# THE GAME CHANGER

## ปฏิบัติการเปลี่ยนโลก (ธุรกิจ)

วันนี้มีความท้าทายเกิดขึ้นมากมายในโลกการทำธุรกิจยุคใหม่ ยุคที่ผู้ประกอบการ SME ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และความรุนแรงของคลื่นยักษ์ดิจิทัลที่จะเล่นงานคนอ่อนแอให้ล้มพ่ายเอาได้ง่ายๆ แต่สำหรับ SME กลุ่มหนึ่งพวกเขาไม่เกรงกลัวต่อการเปลี่ยนแปลง แต่พร้อมเดินเกมของตัวเอง เพื่อเป็น The Game Changer

ที่จะเปลี่ยนทุกการแข่งขันให้เป็นชัยชนะได้เสมอ บทพิสูจน์ของชัยชนะที่ว่า คือการคว้ารางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 13 ซึ่งจัดโดยสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ มาตรฐานได้สำเร็จ กลยุทธ์ และคมความคิดที่ไม่ธรรมดาของพวกเขาพร้อมพิสูจน์ความสำเร็จที่เกิดขึ้นแล้ว



## เกมเปลี่ยนโลกฉบับ ปัญญปุรี

—  
ชูความเป็นออร์แกนิกลักซ์วรีแบรนด์  
สร้างความต่างในตลาด

—  
เป็นผู้นำความเปลี่ยนแปลง สร้าง  
ออร์แกนิกสปาแห่งแรกของไทย

—  
ไม่ใช่แค่ผลิตภัณฑ์สปา แต่มุ่งสู่ธุรกิจ  
Wellness ดูแลสุขภาพองค์กร

—  
แข่งกับตัวเอง ชัดเจนเรื่องตัวตน เชื่อว่า  
สิ่งแวดล้อมยั่งยืน ธุรกิจยั่งยืนด้วย

—  
เปลี่ยนนิยามสินค้าฟุ่มเฟือยให้รักษ์  
โลก สวยและสุขโดยไม่เบียดเบียนใคร

# PAÑPURI

## นักสร้างแบรนด์ความงามผู้ไม่เบียดเบียนโลก

**ปัญญปุรี (PAÑPURI)** คือ ชื่อของผลิตภัณฑ์สปา และเครื่องหอมสัญชาติไทยแท้ ที่กล้าฉีกตัวเองให้แตกต่างจากตลาดด้วยการประกาศตัวเองเป็นออร์แกนิกลักซ์วรีแบรนด์ ผู้พร้อมเสิร์ฟความงามจากธรรมชาติที่ใส่ใจและห่วงใยสิ่งแวดล้อม ในวันเริ่มต้นธุรกิจเมื่อ 15 ปีก่อนที่คนยังเข้าใจคำว่าออร์แกนิกหรือเกษตรอินทรีย์ไม่มากนัก หลายคนอาจตั้งคำถามว่า แนวคิดแบบนี้สร้างข้อจำกัดให้ตัวเองมากไปในการทำธุรกิจหรือไม่ ทว่าในวันที่โลกเปลี่ยน ผู้บริโภควันนี้เริ่มเรียกร้องผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งผลให้ปัญญปุรีกลายเป็นแบรนด์ที่เข้าไปอยู่ในใจของทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ สามารถขยายสู่ 40 สาขาในไทย และส่งออกไปในกว่า 20 ประเทศทั่วโลก ประสบความสำเร็จอย่างงดงามในเกมธุรกิจที่พวกเขาเลือก

เบื้องหลังความคิดสุดฉีกของปัญญปุรี มาจากสองหนุ่มเพื่อนสนิท **วรวิทย์ ศิริพากย์** และ **วสุ สุรดิอันตรา** ที่สร้างนิยามใหม่ให้ผลิตภัณฑ์สปา และเครื่องหอมไทย ด้วยการชูจุดขายความเป็นออร์แกนิกลักซ์วรีแบรนด์ ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ปลอดภัย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นตัวเลือกใหม่ให้สปาในโรงแรม 5 ดาวต่างๆ ซึ่ง ณ ตอนนั้นยังนิยมผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ ก่อนที่จะขยายธุรกิจสู่ PAÑPURI Organic Spa ออร์แกนิกสปารายแรกของไทย ที่ผลิตภัณฑ์ทุกอย่างล้วนเป็นออร์แกนิก แม้แต่ผ้าขนหนู เสื้อคลุม ผ้าปูเตียง

ตลอดจนชาที่เสิร์ฟให้ลูกค้า พวกเขาเลือกเดินเกมธุรกิจที่ไม่ซ้ำทางใคร และชัดเจนในตัวตนตั้งแต่วันแรก

“ผมคิดเสมอว่า การสร้างแบรนด์ไม่ใช่การวิ่ง 100 เมตร แต่คือการวิ่งมาราธอน เพราะฉะนั้นต้องอาศัยความเข้าใจ อดทน และการฝึกซ้อมอย่างสม่ำเสมอ ที่สำคัญต้องชัดเจนในความเป็นตัวเราตั้งแต่วันแรก คือต้องหาตัวตนของเราให้เจอ อย่างปัญญปุรี เราสร้างตัวตนตั้งแต่วันแรกๆ ว่าอยากเป็นลักซ์วรีแบรนด์จากเมืองไทย อยากใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติและออร์แกนิกให้มากที่สุด ขณะที่แพ็คเกจจิ้ง หรือดีไซน์ เราไม่ได้ให้ความสำคัญแค่ความสวยงาม แต่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมด้วย โดยการเลือกใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม กลายเป็นเรื่องเล่าของแบรนด์ที่เห็นจดจำได้ ขณะเดียวกันก็สร้างความตระหนักให้กับผู้คนด้วยว่า เราสามารถใช้สินค้าฟุ่มเฟือยได้โดยไม่เบียดเบียนผู้อื่น นี่คือปรัชญาที่ชัดเจนของแบรนด์เราตั้งแต่นั้น”

การรับฟังเสียงจากลูกค้านำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้ใช้ บริษัทมุ่งสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ด้วยโปรแกรม PAÑPURI FIRST Membership และช่องทางออนไลน์ ที่มีพนักงานคอยตอบกลับอย่างรวดเร็ว การเก็บข้อมูลการติชมต่างๆ มาพัฒนาปรับปรุงบริการ มีการทำวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่อง เราเลยได้แบรนด์ปัญญปุรีที่มีลูกค้าเหนียวแน่นทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

โดยเฉพาะเอเชียอย่าง จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง ตลอดจนลูกค้ายุโรป ขณะที่ในวันที่โลกเปลี่ยน ปัญญปุรียังคงปรับตัวเองอย่างต่อเนื่อง แม้ธุรกิจที่อาจจะไม่ได้ถูก Disrupt จากเทคโนโลยีมากนัก แต่เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน และดิจิทัลเข้ามามีอิทธิพลกับไลฟ์สไตล์ผู้คนมากขึ้น พวกเขาจึงเลือกสื่อสารการตลาดผ่านทางออนไลน์ และใช้งบประมาณไปกับสื่อดิจิทัลมากขึ้นเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้แม้ทางหน้าจอมือถือ ขณะที่พวกเขายังเชื่อว่า ธรรมชาติและออร์แกนิกไปด้วยกันได้กับเทคโนโลยียุคใหม่ เพราะยังโลกต้องเผชิญกับมลภาวะและความเครียดจากการใช้เทคโนโลยีมากเท่าไร ก็ยิ่งฉีกฉีกธรรมชาติและดูแลสุขภาพซึ่งนั่นคือโอกาสของปัญญปุรี

หนึ่งภาพสะท้อนความสำเร็จของการคิดใหม่คือ มีรางวัลการันตีมากมายจากทั้งในและต่างประเทศ ล่าสุดได้รับรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 13 ในมิติการบริหารจัดการด้านสินค้าและบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer-Focused Product and Service) และการบริหารจัดการด้านการสร้างตราสินค้าและการตลาด (Branding and Marketing) ขณะที่ในอนาคตต้องการเป็นแบรนด์อันดับต้นๆ ของเอเชียภายใน 5 ปี เป็นแบรนด์ที่ทุกคนทั่วโลกนึกถึง ในฐานะผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เป็นออร์แกนิก และมาจากเอเชีย ที่ดูแลสุขภาพองค์กรรวมของผู้คน และนั่นคือ เป้าหมายที่แจ่มชัดของนักสร้างแบรนด์ผู้ไม่เบียดเบียนโลก



## เกมเปลี่ยนโลกฉบับ วอริกซ์

ไม่จำกัดตัวเองแค่ผู้ผลิตชุดกีฬา แต่  
มุ่งสู่ธุรกิจสัณฐานาลิขสิทธิ์

สร้างการเติบโตแบบ Unlimited  
Growth เป็นทุกอย่างในไลฟ์สไตล์  
ผู้คน

ใช้นวัตกรรม คุณภาพ และ  
การบริการที่เป็นเลิศมาดึงดูดใจลูกค้า

มองทุกอย่างเป็นความสุข เอาจุฬารส  
ไม่ทอดทิ้ง แสวงหาโอกาสใหม่ๆ อยู่เสมอ

ไม่เดินเหมือนคนอื่น แต่เลือกเปลี่ยน  
เกมด้วยตัวเอง

# WARRIX

## นักเปลี่ยนเกมธุรกิจสิ่งทอสู่วิก Unlimited Growth

ใครๆ ก็บอกว่าสิ่งทอคือ อุตสาหกรรมดาวร่วง (Sunset) ไม่ได้หอมหวานเหมือนในอดีตอีกต่อไปแล้ว แต่สำหรับ **วอริกซ์ (WARRIX)** ผู้จำหน่ายเครื่องกีฬา และเจ้าของลิขสิทธิ์ผลิตชุดแข่งขันฟุตบอลทีมชาติไทยอย่างเป็นทางการ พวกเขาเลือกที่จะเปลี่ยนเกมไปสู่อะไรใหม่ Sport Lifestyle License เพื่อสร้างการเติบโตแบบไร้ขีดจำกัด (Unlimited Growth) และไม่ได้มุ่งทำแค่เสื้อผ้ากีฬาเท่านั้น แต่จะเป็นอะไรก็ได้ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตคน การกล้าคิดต่างทำให้ใช้เวลาเพียง 4 ปีมียอดขายสูงถึง 500-600 ล้านบาท เติบโตถึง 300 เปอร์เซ็นต์ในปีที่ผ่านมา และกำลังจะเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ mai เร็วๆ นี้

ในปี พ.ศ.2556 แบรินดวอริกซ์ ถือกำเนิดขึ้นด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการของ **วิศัลย์ วนะศักดิ์ศรีสกุล** ผู้ที่เคยก่อตั้งบริษัท คัพเวอร์เนนท์ จำกัดขึ้นเมื่อประมาณ 15 ปีก่อน และโดดเด่นมากในฐานะบริษัทที่ผลิตเสื้อผ้านวัตกรรมนานาเทคโนโลยีเข้ามาผสมลงในใยเสื้อผา จนได้เสื้อโพลีไฮโดร-เทค ที่สามารถดูดซับเหงื่อและระบายอากาศได้ดี อีกทั้งยังสามารถป้องกันรังสี UV ได้อีกด้วย โดยสร้างชื่อจากการผลิตเสื้อยูนิฟอร์มให้กับโรงเรียนและองค์กร ก่อนจะสร้างความเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง หลังเข้าสู่ธุรกิจ Sport License

โดยปัจจุบันวอริกซ์มีลิขสิทธิ์อยู่ 7 สโมสรทั้งในไทยและต่างประเทศ และยังชนะการประมูลลิขสิทธิ์ฟุตบอลทีมชาติไทย เป็นระยะเวลา 4 ปี (2560-2563) ขณะที่ยังมีผลิตภัณฑ์ในแบรนด์ของตัวเองที่ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง พวกเขาเข้าถึงผู้บริโภคผ่านทางออนไลน์และหน้าร้านต่างๆ แม้กระทั่งเซเว่น อีเลฟเว่น

“ผมคิดต่างจากคนอื่น เพราะเชื่อว่าถ้าเรายังยืนด้วยวิธีการเดิมๆ เหมือนที่รุ่นพี่เขาทำกันมาเป็น 10 ปี แน่ๆคงเจ๊งตั้งแต่วันแรก มันต้องสร้างความใหม่ แม้กระทั่งเรื่องช่องทางจัดจำหน่าย จากเดิมเขาสู้กันอยู่แค่ประมาณ 400 เอادتี้แล้วผมเปลี่ยนเกมด้วยการบอกว่า ผมต้องการกว่าหมื่นเอادتี้ในทันที โดยที่ผมไม่มีเวลาไปก่อสร้างอาคาร หรือทำอะไรแบบนี้ ฉะนั้นผมต้องไปหาพันธมิตรร่วมการค้าทันทีในทุกๆ รูปแบบ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ เซเว่น อีเลฟเว่นที่เขามีอยู่หมื่นสาขานั้นหมายความว่า ผมสามารถทำให้เสื้อฟุตบอลทีมชาติไทย และสโมสรฟุตบอลที่ผมมีไลเซนส์อยู่ในมือ หาซื้อได้ในร้านเซเว่นๆ ทั้ที่ ตลอด 24 ชั่วโมง เราไม่เล่นอยู่ในเกมเดิมแต่เปลี่ยนเกมใหม่

“เราเป็น License Business ที่ Unlimited Growth โดยผมสามารถเติบโตได้อีกมหาศาล เพราะมีสัญญามากมายในโลกนี้ไม่ว่าจะทีมฟุตบอล

สโมสร ทีมชาติในโลกที่มีอยู่มากมาย และไม่ใช่ว่าเฉพาะฟุตบอลหรือกีฬาเท่านั้น วันนี้เรากล้าที่จะไปประมูลสัญญาลิขสิทธิ์อื่นๆ กระทั่งคอนเสิร์ตเพื่อผลิตสินค้าที่ระลึกสำหรับคอนเสิร์ตต่างๆ อนาคตวอริกซ์จะกลายเป็นแบรนด์สปอร์ตไลฟ์สไตล์ของคนในเอเชีย และจะไม่ใช่แค่สินค้าแต่รวมถึงอย่างอื่นด้วย เช่น สถานันที่มีหลักสูตรด้านกีฬา อาจจะมีธุรกิจนำเที่ยวเพื่อไปเรียนฟุตบอลในต่างประเทศ นั่นคือคำว่า Unlimited Growth ที่เกิดจากความสนุกของผม ขณะนี้แบรนด์วอริกซ์ก็เป็นตัวตนของผมเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการสู่วิตมีความอดทน และมีความเป็นสุภาพบุรุษในการทำธุรกิจ”

เกมธุรกิจที่อยู่ภายใต้การควบคุมของตัวเอง ทำให้แบรนด์น้องใหม่ซึ่งออกสู่ตลาดมาได้เพียง 4 ปีกลายเป็นธุรกิจหลักที่ร้อยล้านบาทที่กำลังจะมีนามสกุลห้อยท้ายว่า มหาชน เร็วๆ นี้ ผลลัพธ์จากการคิดใหม่คือ การได้รับรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 13 ในมิติการบริหารจัดการด้านการสร้างตราสินค้าและการตลาด (Branding and Marketing) และการสร้างธุรกิจด้วยพลังแห่งการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

สะท้อนความแกร่งของนักธุรกิจพันธุ์ใหม่ ผู้ไม่ยอมพ่ายให้กับอุตสาหกรรมที่คนเขามองว่า Sunset





## เกมเปลี่ยนโลกฉบับ โฮม พอตเทอรี

พัฒนานวัตกรรมสินค้าให้ตอบสนอง  
ความต้องการลูกค้าอย่างทันสมัย

เป็นเจ้าของและจำเดียวในโลกที่มีการ  
รับประกันสินค้าตลอดอายุการใช้งาน

ขยายธุรกิจให้ครอบคลุมบริการด้าน  
อาหารแบบครบวงจร

สร้างแบรนด์ของตัวเอง คิดค้นพัฒนา  
เทคนิคใหม่ๆ ที่ไม่มีใครแข่งได้

ใช้โมเดลร่วมทุน และการเข้าตลาด  
หลักทรัพย์ เพื่อเติบโตได้ไม่หยุดนิ่ง

# HOME POTTERY

## นักพัฒนาเซรามิกแบรนด์ไทย สู่แบรนด์โลก

ถ้ายังเป็นแค่โรงงานเซรามิกผลิตแต่รับจ้างผลิต และยังคงทำธุรกิจแบบเดิมไปเรื่อยๆ วันหนึ่งตลาดโลก ก็คงไม่ได้รู้จักกับ โฮม พอตเทอรี (HOME POTTERY) ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เซรามิกประเภทไฟน์ไชน่า สำหรับโรงแรม ร้านอาหาร และครัวเรือนที่มีกำลังการผลิตสูงกว่า 3 ล้านชิ้นต่อปี มีสินค้ากว่า 2,000 SKU และส่งออกไปทำตลาดอยู่ทั่วโลก

งานนี้ต้องยกความดีให้กับทายาทรุ่น 2 โรงงาน เซวี่ลำปาง ผู้ผลิตด้วยขามลายคราม ขามกลีบบัว และขามตราไก่แห่งเมืองลำปางที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ ปี พ.ศ.2502 ซึ่งสุดท้ายต้องปิดกิจการไปเนื่องจาก ความต้องการตกต่ำลง ก่อนที่ทายาทเซวี่กิตติ โสภณทั้ง 9 คน จะได้ร่วมกันพลิกฟื้นกิจการ ขึ้นอีกครั้ง สู่บริษัท กาสะลองเซรามิกส์ จำกัด จน ในปี พ.ศ.2544 นิรันดร์ เซวี่กิตติโสภณ หนึ่งในทายาทได้แยกออกมาตั้งบริษัท โฮม พอตเทอรี จำกัดขึ้น และสร้างจุดต่างในตลาดด้วยการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร เซรามิกประเภทไฟน์ไชน่า (Fine China) ซึ่งมี ลักษณะพิเศษไปจากเซรามิกประเภทอื่นๆ คือเป็น พอร์ซเลนที่มีเนื้อละเอียด มีความแวววาว สวยงาม แข็งแกร่ง ไม่เปราะง่าย ทนทานต่อการใช้งานจึง สามารถใช้งานหนักอย่างในโรงแรมและร้านอาหาร

ทั้งยังมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าเซรามิกประเภท Bone China ซึ่งจัดว่าเป็นเครื่องปั้นดินเผาชั้นดี ที่สุดอีกด้วย ทำให้ได้ตลาดใหม่ๆ และสามารถ ส่งออกไปได้ทั่วโลก

จนวันที่ทายาทสาว **นิจวรรณ เซวี่กิตติโสภณ** เข้ามาสานต่อธุรกิจเมื่อปี พ.ศ.2555 เธอเลยได้เห็น การปรับตัวอีกครั้งของพวกเขา โดยนอกจากการผลิตแบบ OEM ก็เริ่มมีการพัฒนาแบรนด์ ของตัวเอง ภายใต้ชื่อ **เพทาย (PE'TYE)** และปีที่ ผ่านมายังได้ร่วมทุนกับพันธมิตรจากนิวซีแลนด์ จัดตั้งบริษัท เซ็นทรัล ฮอสพิทาลิตี้ จำกัด เพื่อจำหน่ายเครื่องใช้และผลิตภัณฑ์สำหรับธุรกิจ บริการด้านอาหารแบบครบวงจร และยังคงเติบโต ไม่หยุดนิ่งท่ามกลางการปิดตัวของผู้เล่นหลายราย ในธุรกิจนี้

“เราเข้าตลาดหลักทรัพย์ mai เมื่อประมาณ 2-3 ปีก่อน จุดประสงค์คือ ที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า เรามีการพัฒนาและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้า ซึ่งเรื่องการเงิน การลงทุนก็เป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทต้องมองหาแล้วก็ ปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยอยู่เสมอ อย่างตอนที่โตมาก็จะเห็นคุณพ่อไปลงทุนอะไรใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เพราะเราต้องปรับเครื่องจักร กระบวนการผลิตต่างๆ ซึ่งการลงทุนช่วงแรกๆ ก็ต้องกู้เงินจากธนาคาร แต่คุณพ่อมองว่าไหนๆ เราก็ทำนวัตกรรม ปรับตัว

ผลิตภัณฑ์ เปลี่ยนกลุ่มลูกค้า ฉะนั้นเรื่องการเงิน ของเราก็ต้องมีการพัฒนาด้วย แล้วทำไมจะต้อง เน้นแค่การกู้เงินแบบเดิมๆ ในเมื่อวันนี้เรามีแหล่ง ลงทุนแบบใหม่ ซึ่งมันก็เป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่ง ของการทำธุรกิจเช่นกัน เราเลยนำพาตัวเองเข้า ตลาดหลักทรัพย์”

ขณะที่ในการทำธุรกิจพวกเขายังคงให้ความสำคัญกับการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจสูงสุด ให้กับลูกค้า โดยโฮม พอตเทอรีนับได้ว่าเป็น เจ้าของและจำเดียวในโลกที่มีการรับประกันสินค้า ตลอดอายุการใช้งาน ซึ่งการเลือกทำธุรกิจด้วย วิธีคิดใหม่ๆ เช่นนี้ ทำให้โฮม พอตเทอรีได้รับ รางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 13 ในมิติการบริหารจัดการด้านสินค้า และ บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer-Focused Product and Service) การสร้างธุรกิจ ด้วยพลังแห่งผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

สะท้อนความสำเร็จของนักพัฒนาในธุรกิจ รับจ้างผลิตที่ขยับตัวเองสู่การนำพาแบรนด์ไทย ไปแบรนด์โลก



## เกมเปลี่ยนโลกฉบับ โปรแล็บ

ใช้ประสบการณ์มาแจ้งเกิดธุรกิจใหม่

ทำวิจัยตลาดก่อนลงสนาม สร้างมาตรฐาน  
ให้ทุกคนยอมรับ

ขยายบริการตามความต้องการของ  
ลูกค้า

นำเทคโนโลยีมาใช้ ให้บริการก้าว  
ทันโลก 4.0

พัฒนาตัวเองไม่หยุดนิ่ง วางแผนมุ่งสู่  
ตลาดหลักทรัพย์ mai

# PROLAB

## นักสร้างมาตรฐานใหม่สู่ศูนย์วิเคราะห์ทางการแพทย์ไทย

ในวันที่โลกเปลี่ยน แม้แต่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวงการแพทย์อย่างบริษัท โปรเฟสชั่นแนลลาโบราทอรี แมเนจเม้นท์ คอร์ป จำกัด หรือ **โปรแล็บ (PROLAB)** ศูนย์บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ก็ยังคงปรับตัวตามเกมเปลี่ยนโลกที่พวกเขากำลังเล่น ล้อไปกับผู้บริโภคยุคใหม่ และรองรับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปอย่างทันยุค

โปรแล็บเปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2543 จากการมองเห็นโอกาสและช่องว่างในตลาดของ **เทคนิคการแพทย์หญิงนิตยา โดมงาม** และทีมงานผู้มีประสบการณ์การทำงานในศูนย์บริการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการทางการแพทย์มากกว่า 20 ปี ซึ่งเลือกทำศูนย์แล็บที่ไม่ได้อยู่ในโรงพยาบาล เพราะเห็นว่ายังมีความต้องการโดยเฉพาะในกลุ่มโรงพยาบาลและคลินิก โดยเริ่มจากทำแล็บง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน ปริมาณไม่เยอะ ไม่ต้องใช้เครื่องมือหรือผู้เชี่ยวชาญพิเศษ ค่อย ๆ สร้างการยอมรับด้วยผลตรวจที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ การันตีโดยการได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO15189 ซึ่งเป็นมาตรฐานเกี่ยวกับห้องปฏิบัติการทางการแพทย์โดยเฉพาะ และพวกเขาขยับเป็นศูนย์ตรวจวิเคราะห์ทางการแพทย์แห่งแรกและแห่งเดียวในไทยที่ได้รับมาตรฐานนี้ จนได้รับความเชื่อถือจากทั้ง โรงพยาบาล คลินิก องค์กร โครงการวิจัย ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เกมธุรกิจที่พวกเขาเลือกเดิน เริ่มจากการให้

ความสำคัญอย่างมากกับลูกค้า โดยสร้างความแตกต่างจากศูนย์แล็บขนาดใหญ่ ด้วยการทำวิจัย Customer Focus เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าตั้งแต่ก่อนทำธุรกิจจนพบว่า คุณภาพ และราคาที่เหมาะสมเป็นโจทย์ที่ทุกคนถวิลหา จึงนำมาสู่การกำหนดราคาที่ถูกค่าพึงพอใจ ส่วนคุณภาพก็เลือกสร้างความเชื่อมั่นด้วยการขอมาตรฐานรับรอง ทั้งมาตรฐานจากสมาชิวิชาชีพ สมาคมนิติการแพทย์ และมาตรฐานสากลต่าง ๆ เพื่อสร้างการยอมรับ ที่สำคัญยังคงพัฒนาตัวเองไม่หยุดนิ่ง และพร้อมขยายบริการใหม่ ๆ มารองรับทุกโอกาสที่เกิดขึ้น เพื่อสนองตอบต่อผู้บริโภคยุค 4.0

“จะเห็นว่าวันนี้เราเน้นเรื่องของเทคโนโลยีมากขึ้น โดยยุค 4.0 เรายังมีการพัฒนาเทคโนโลยีผลการตรวจวิเคราะห์ ซึ่งต่อไปเวลาลูกค้ามาเจาะเลือด ผลแล็บก็จะไปขึ้นที่โทรศัพท์มือถือของเขาได้เลย เวลาไปที่โรงพยาบาลไหนก็สามารถเปิดดูผลได้ทันทีและยังดูย้อนหลังได้ด้วย แต่ตรงนี้ก็ต้องมีความปลอดภัย เบื้องต้นลูกค้าที่ใช้บริการของเราสามารถดูผลผ่านเว็บไซต์ของเราได้โดยใส่ยูสเซอร์เนมและพาสเวิร์ด และสามารถดูผลย้อนหลังได้ถึง 5 ปี รวมถึงบริการอื่นๆ ที่ตามมา อย่างเราเริ่มมีรับตรวจจุลชีวภาพให้กับองค์กรเอกชน จากแค่เจาะเลือดตรวจอย่างเดียว หลังๆ ก็เริ่มมีเอกซเรย์ปอดด้วย ซึ่งตอนนี้เรามีรถเอกซเรย์ที่เป็นระบบดิจิทัลถึง 7 คัน และเปิดแล็บขึ้นเนื้อของเราเอง ซึ่งการขยายบริการต่างๆ จะมาจากความต้องการของลูกค้าหรือปัญหาที่เราพบเป็นหลัก ส่วนการ

สร้างแบรนด์ เราพยายามทำให้เราเป็นเซอร์วิสแบรนด์ คือแบรนด์ที่เกี่ยวกับการบริการ และให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นอันดับแรก โดยคุณภาพต้องเชื่อถือได้ เป็นที่ไว้วางใจ ผลแล็บถูกต้องแม่นยำ ที่สำคัญต้องตรงเวลาด้วย เพราะถ้ามีแม้แต่จะให้ถูกต้องแล้วช้าก็ไม่ทันกาล เราจึงต้องรวดเร็วในการทำงาน”

เกมใหม่ที่เลือกเดินจากการวางหมากของตัวเอง ทำให้มองเห็นเส้นทางที่จะก้าวต่อไป โดยโปรแล็บยังมุ่งกระจายธุรกิจออกไปในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นรับแล็บจากโรงพยาบาลและคลินิก จัดตั้งแล็บในโรงพยาบาล มีโมบิลิตี้ เซ็กอัพ มิงานวิจัย รวมถึงการเข้าหาลูกค้าทั่วไปมากขึ้น (B to C) ตลอดจนการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อรองรับลูกค้ายุคใหม่ รับการเติบโตของธุรกิจนี้ที่พวกเขาเชื่อว่ายังเป็นดาวรุ่ง ทั้งยังมีแผนจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ mai ในอีก 2 ปีข้างหน้า

เพราะคิดใหม่คิดต่าง โดยมีพื้นฐานของความเชี่ยวชาญเป็นแต้มต่อ ทำให้โปรแล็บได้รับรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 13 ในมิติการบริหารจัดการด้านสินค้าและบริการ ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer-Focused Product and Service) และการบริหารจัดการด้านการปฏิบัติการ (Operational Best Practice)

ประกาศชัยชนะของนักสร้างมาตรฐานใหม่สู่ศูนย์วิเคราะห์ทางการแพทย์ไทย



## เกมเปลี่ยนโลกฉบับ แปลนทอยส์

ไม่ใช่แค่ทำของเล่น แต่เน้นที่ปลอดภัย และเป็นมิตรกับโลก

ของเล่นทุกชิ้นต้องส่งเสริมพัฒนาการ ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สติปัญญา

ยึดหลัก Triple P คือ Profit (กำไร) Planet (สิ่งแวดล้อม) และ People (คน)

ให้ความสำคัญกับคน มุ่งสร้างองค์กร แห่งความเปี่ยมสุข

ทำธุรกิจพร้อมปลูกฝังความคิดเล่น อย่างยั่งยืน (Sustainable Play) ไปด้วย

# PLANTOYS

## นักสร้างของเล่นผู้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

วันนี้ใครๆ ก็อยากทำธุรกิจให้ยั่งยืนกันทั้งนั้น และคำว่า Sustainability เป็นโจทย์ที่สำคัญไม่แพ้ ยอดขายและผลกำไรที่เกิดขึ้นในธุรกิจ สำหรับ **แปลนทอยส์ (PLANTOYS)** ผู้ผลิตของเล่นที่ไม่คิดเบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนเป็นเหมือนเข็มทิศที่คอยนำทางธุรกิจ และเป็นตั้งอาวุธลับที่พลิกเกมสู่ความสำเร็จได้ในวันนี้ พิสูจน์ด้วยการอยู่ในตลาดอย่างแข็งแกร่งมาได้ถึง 37 ปี สามารถส่งออกของเล่นภายใต้คอนเซปต์ การสร้างรากฐานทางความคิดผ่านวิธีเล่นอย่างยั่งยืน (Sustainable Play) ไปกระจายความสุขให้กับเด็กๆ อยู่ใน 65 ประเทศทั่วโลก และยังมีบริษัทลูกอยู่ในต่างประเทศอีกด้วย

**โกสินทร์ วิระพรสวรรค์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท แปลน ครีเอชันส์ จำกัด กล่าวถึงจุดยืนที่ชัดเจนตั้งแต่ต้นว่า อยากทำธุรกิจที่ดีไม่เบียดเบียนสังคมและสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเป็นรายแรกของโลกที่นำไม้ยางพารามาแปรรูปเป็นของเล่น มุ่งเน้นการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ ที่สำคัญเป็นของเล่นที่ปราศจากสารเคมีซึ่งปลอดภัยต่อเด็กและสิ่งแวดล้อม

“แนวคิดการทำธุรกิจของเราเพื่อไปสู่ความยั่งยืน เราเรียกว่า Triple P โดย P ตัวแรกก็คือ Profit เราต้องการกำไรเพราะถ้าไม่มีกำไรก็คงไม่สามารถนำเงินมาลงทุน หรือมาทำในสิ่งดีๆ ได้

แต่เราไม่ได้คำนึงถึงกำไรสูงสุด ไม่ใช่เป็นองค์กรที่แสวงหากำไรเป็นตัวตั้ง ตัวที่ 2 คือ Planet โลก และสิ่งแวดล้อมคือสิ่งที่เราต้องการดูแล โดยทุกกิจกรรมที่ทำให้เราให้ความสำคัญในเรื่องนี้ และ 3 คือ People ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน ตั้งแต่พนักงานของเราเองที่ต้องดูแลให้ดี โดยเรามีนโยบายว่า เราจะเป็องค์กรแห่งความเปี่ยมสุขที่คนทำงานต้องมีความสุข ขณะที่ลูกค้าเองก็ต้องมั่นใจว่าเราจะไม่เอาเปรียบเขา”

แปลนทอยส์นับเป็นองค์กรต้นแบบที่ให้ความสำคัญกับคนทำงานอย่างมาก โดยมีการจัดตั้งสหกรณ์พนักงาน เพื่อลดปัญหาการกั๊ยืมเงินนอกระบบ รวมถึงยังใส่ใจดูแลความเป็นอยู่ของพนักงานเสมือนคนในครอบครัว เช่น การจัดสรรสถานที่พักให้ และอนุญาตให้หยุดงานในวันเกิดได้ เป็นต้น

นอกจากเรื่องคนแล้วก็ยังเลือกเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้วัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีการนำพลังงานแสงอาทิตย์และพลังงานไอน้ำมาใช้ในกระบวนการผลิต และลดภาวะโลกร้อนด้วยการเข้าสู่กระบวนการคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) อย่างคิดว่าทำแบบนี้จะมีแต่โลกที่ดี เพราะผลลัพธ์ที่ย้อนกลับมาสู่ธุรกิจคือ ช่วยประหยัดพลังงานและลดความสูญเสียลงได้อีกมาก ขณะที่ความพยายามไปสู่ Zero Waste ก็ทำให้มีวัสดุใหม่ๆ มาทำของเล่น จึงพูดได้ว่าการทำธุรกิจที่ยั่งยืนส่งผลกระทบต่อทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค สังคม และองค์กร

วันแรกที่ทำของเล่นรักษ์โลก หลายคนอาจตั้งคำถามว่า ทำไมถึงต้องคิดอะไรให้มากมายขนาดนี้ ทว่าวันที่ตลาดโลกเริ่มเรียกร้องความรับผิดชอบต่อที่เกดจากผู้ผลิตของเล่น นั่นคือวินาทีแห่งชัยชนะของแปลนทอยส์

“ช่วงปี พ.ศ.2551 ที่อเมริกาเกิดวิกฤตจากการตรวจพบโลหะหนักในของเล่น ผู้ผลิตของเล่นหลายรายได้รับผลกระทบ แต่แปลนทอยส์กลับเติบโตสวนทาง เพราะทุกคนเมื่อนึกถึงแบรนด์ผู้ผลิตของเล่นที่ปลอดภัยก็จะนึกถึงเรา จุดนั้นยังไม่พอ เรายังให้ความสำคัญกับพัฒนาการเด็ก นั่นคือของเล่นของเราทุกชิ้นจะต้องมั่นใจว่า ออกแบบมาเพื่อตอบสนองพัฒนาการเด็กในช่วงนั้นๆ เพื่อให้เป็นของเล่นที่มีประโยชน์จริงๆ นอกจากนี้ เรายังโดดเด่นเรื่องการออกแบบและนวัตกรรม ซึ่งในอุตสาหกรรมนี้สามารถพูดได้ว่าเราเป็น TOP 3 ของการออกแบบของเล่นไม่”

การทำธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงแต่ตัวเองเหมือนวิธีคิดแบบเก่าๆ ทำให้แปลนทอยส์ได้รับรางวัล Bai Po Business Awards by Sasin ครั้งที่ 13 ในมิติองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable Business Practice) การบริหารจัดการด้านการสร้างตราสินค้าและการตลาด (Branding and Marketing) และการบริหารจัดการด้านบุคลากร (People Excellence)

ประกาศความสำเร็จของนักสร้างของเล่น ผู้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีวิถีของตัวเองชัดเจนอย่างพวกเขา