



บริษัท โชดา น้ำชา จำกัด



คุณวาศินี สุรชาติชัยฤทธิ์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร

มิติที่ได้รับรางวัล

1. Customer-Focused Product and Service
2. Operational Best Practice
3. Sustainable Business Practice

จากการที่คุณวาศินีชอบทำอาหารเป็นงานอดิเรกและอยากมีธุรกิจส่วนตัว ในปี 2550 จึงลาออกจากการประจำมาเช่าบ้านไม้หลังเล็กสีขาวเปิดร้านกาแฟเล็กๆ ย่านพระราม 5 ซึ่งสมัยนั้นเป็นโซนที่อยู่อาศัยใหม่และยังไม่มีร้านอาหารบริการมากนัก จึงเป็นช่องว่างทางการตลาดให้ White Story กำเนิดขึ้น ต่อมาเกิดวิกฤติน้ำท่วมครั้งใหญ่ธุรกิจจึงต้องปิดตัวลง แต่ห้าง The Walk ราชพฤกษ์ เล็งเห็นคุณภาพและความตั้งใจจริง จึงเชิญ White Story ไปเปิดสาขาแรกในห้างสรรพสินค้า จึงเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญให้ธุรกิจเกิดขึ้นได้อีกครั้ง

ต่อมาเมื่อมีโอกาสขยายสาขาไปยังห้างสรรพสินค้าอื่นๆ ย่านใจกลางเมือง คุณวาศินีจึงออกแบบโมเดลธุรกิจเป็นการขายแบบ Grab & Go มีแต่อาหารกล่องพร้อมทาน เครื่องดื่มในรูปแบบซื้อกลับบ้าน เพราะมองว่าชีวิตคนเมืองเป็นชีวิตที่เร่งรีบและค่าเช่าที่จะสูงกว่านอกเมือง ต่อมาเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ระบาด ผู้คนไม่นิยมนั่งรับประทานอาหารนอกบ้าน ความพร้อมส่วนนี้จึงทำให้ White Story เติบโตได้ท่ามกลางวิกฤติ



ปัจจัยสำคัญที่สามารถทำให้ White Story ประสบความสำเร็จคือ **การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) คุณภาพสินค้า และการสร้างแบรนด์** ที่ชัดเจน จึงเลือกใช้แต่วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์คุณภาพดี ปลอดภัยกันบูด ลดใช้สารเคมี อาหาร White Story มุ่งเน้นตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าทุกเพศ ทุกวัย และทุกไลฟ์สไตล์ โดยเน้นวัตถุดิบคุณภาพ ปรุงสดใหม่ทุกวัน และเมนูเพื่อสุขภาพแสนอร่อยสำหรับคนรักสุขภาพ ในราคาที่เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย และร่วมกับองค์กรต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น (Collaboration) เช่น การร่วมมือกับโรงพยาบาลวิมุตสร้างสรรค์เมนูของหวานสำหรับผู้ป่วยหรือผู้มีความเสี่ยงเป็นโรคเบาหวาน เป็นต้น โดยปัจจุบันสามารถผลิตสินค้าได้กว่า 300 SKUs



Bakery
ex. ขนมไส้กล้วยเจ้า
ไม้ไร่และญี่ปุ่น



Food Box
ex. Spaghetti steak salmon



Drink
ex. mix berry & fruit vinegar



White Story Selected
ex. ข้าวไข่ทอดไข่ทอด



White Story Lifestyle
ex. Glass straw



ด้านกลยุทธ์การตลาดมีการสร้าง Engagement กับลูกค้า และgimmick สร้างความแตกต่างและสีสันให้กับลูกค้า โดยการเพิ่มสติ๊กเกอร์คำคมให้กับเมนูต่างๆ เขียนคำอธิบายอาหารแบบน่ารักๆ ที่ทำให้คนจดจำร้านได้ และสร้างความรู้สึกดีๆ ว่าเป็นร้านที่ใส่ใจลูกค้า และมีอารมณ์ขัน

นอกจากนี้ White Story ยังให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม มีการร่วมกับโครงการ “วน” โดยรับบริจาคถุงและฟิล์มพลาสติกจากลูกค้า เพื่อนำไปรีไซเคิล เพื่อให้พลาสติกหมุนเวียนอยู่ในระบบ ช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกเฉลี่ย 100 กิโลกรัมต่อเดือน สามารถดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 250 ตัน รวมถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก Food Grade ที่เข้าไมโครเวฟและย่อยสลายได้ สร้างวงจรไร้ขยะเศษอาหาร ด้วยการบริหารจัดการสินค้าภายในร้าน ให้เหลือเป็นเศษอาหารน้อยที่สุดในแต่ละวัน พร้อมนำเศษอาหารในกระบวนการผลิตแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์ต่อไป

ปัจจุบัน White Story มีช่องทางการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และช่องทาง Food Delivery ต่างๆ และมีสาขารวมทั้งสิ้น 90 สาขา และในอนาคตตั้งใจว่าจะเพิ่มจำนวนสาขาให้ครบ 100 สาขา ภายในปี 2568