

กันตินันท์ ศรีสุริยประภา หรือโอเล่ กรรมการผู้จัดการห้างหุ้นส่วน ศุภนันท์ ฟู้ด อดีตพนักงานแบงก์วัย 29 ปี เป็นอีกหนึ่งคนรุ่นใหม่ที่หันหลังให้กับชีวิตมนุษย์เงินเดือนออกไปทำธุรกิจของตัวเองและปลูกปั้นธุรกิจขนมปังภายใต้แบรนด์ "คักแอง" (Kuck Hang) จนประสบความสำเร็จ

จุดเปลี่ยนชีวิตกันตินันท์เกิดในช่วงน้ำท่วมใหญ่กรุงเทพฯ เมื่อปลายปี2552 ที่ผ่านมา ทำให้เขาต้องหยุดงานและกลับบ้านที่ต่างจังหวัด รวมทั้งได้เดินทางท่องเที่ยวในหลายจังหวัด จึงเห็นช่องทางว่าตลาดขนมปังเป็นตลาดที่ กว้าง คนจำนวนมากนิยมกินทั้งเป็นอาหารว่างและอาหารหลัก จึงชวนแฟนสาวมาช่วยกันทำร้านขายขนมปังด้วยกันที่ จ.อุบลราชธานี เพราะที่บ้านพอมมีพื้นฐานด้านเบเกอรี่อยู่แล้ว

กันตินันท์เริ่มจากการไปซื้อสูตรและเรียนรู้จากแหล่งต่างๆ รวมทั้งขอคำแนะนำเรื่องเทคโนโลยีการผลิตจากสำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และมาปรับสูตรให้คงที่เป็นสูตรพิเศษเฉพาะของตัวเอง จนได้แป้งเกรตพรีเมียมที่อบออกมาแล้ว เนื้อจะนุ่มเนียนและมีกลิ่นหอมในตัว แต่ราคาสัมผัสได้ เพราะขายเพียงชิ้นละ 20 บาท

กันตินันท์ เล่าต่อว่า เมื่อได้แป้งสูตรที่ลงตัวแล้ว ก็เริ่มนำออกมาทดลองขาย โดยตอนนั้นจำได้เลยว่าต้องขายรถเพื่อให้ได้เงินลงทุนมาก่อนหนึ่งประมาณ 7 แสนบาท และเหลือเงินทุนหมุนเวียนติดตัวอยู่ 4,000 บาท แต่ปรากฏว่าได้กระแสตอบรับที่ดี มาก สามารถขายได้ถึงวันละ 2,000 ชิ้น (รายได้ตกเดือนละ 1.2 ล้านบาท) ทำให้คืนทุนภายในระยะเวลาสั้นเพียง 3 เดือนเท่านั้น

จุดเด่นที่สร้างความต่างให้กับขนมปัง "คักแอง" ของกันตินันท์ คือ การทำสินค้าให้เหนือคู่แข่งในด้านคุณภาพ ไม่ได้เน้นแข่งในเรื่องของปริมาณ(การขาย) หรือราคา โดยทำการบ้านสำรวจตลาดขนมปังของหลายๆ ราย แล้วนำมาวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ทำให้พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับตัววัตถุดิบมากกว่าราคา เราจึงเน้นใช้วัตถุดิบในการทำแป้งและไส้ที่มีคุณภาพ แถมยังขายในราคาที่ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าต่อเงินที่จ่ายไป จึงทำให้ "คักแอง" ติดตลาดได้ไม่ยากและใช้เวลาเพียงไม่นาน

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตลาดนี้ ค่อนข้างมากเพราะวางไว้ตั้งแต่เด็ก วัยรุ่น คนทำงาน จนถึงผู้ใหญ่ และปัจจุบันมีให้เลือกมากถึง 34 ไร่ เช่น ฝอยทอง มะพร้าว วุ้นลูกตาล ไส้กรอกชีสแฮม ทุ่นาปูอัด วานิลลา สังขยาใบเตย หมูหยองพริกเผา ไข่ฝักผงกะหรี่ เป็นต้น

"หลังจากที่ทดลองขายและทำตลาดแล้วได้รับการตอบรับที่ดี (มาก) ก็มีการลงทุน เพิ่มในเรื่องของการทำบรรจุภัณฑ์(แพ็คเกจจิ้ง) ให้ดูดี ทันสมัย มีการสร้างแบรนด์และโลโก้ให้ที่จดจำของลูกค้า โดยที่เลือกใช้แบรนด์ "คิกแอง" เพราะต้องการให้อ่านแล้วงง แต่ก็ไม่น่าเกลียด เพราะที่ผ่านมาร้านขายขนมปังชื่อร้านมักขึ้นต้นด้วย คำว่า "ปัง" เราจึงพยายามหาคิดหาคำใหม่ขึ้นมาเพื่อแสดงตัวตนและที่มาของ "คิกแอง" ที่แปลว่า ดีเยี่ยม สุดยอด มาจากภาษาฮิสานที่เอาศัพท์ 2 คำมารวมกันคือ คิก ที่แปลว่า คึกคัก และแองที่แปลว่า แร่ง ทำให้แสดงออกมาเป็นคิกแอง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการขายไปในตัวได้ดีทีเดียว" กันตินันท์ กล่าว

นอกจากนี้ ยังมีแผนต่อยอดธุรกิจ จากขายปลีกหน้าร้านมาสู่การขายส่งวัตถุดิบ "แป้งเปล่า หรือแป้งสด" โดยอาศัยระบบแฟรนไชส์เป็นเครื่องมือในการกระจายสำหรับระบบแฟรนไชส์ที่วางไว้นั้น แบ่ง ออกเป็น 2 ระบบ คือ 1.มาสเตอร์แฟรนไชส์ เสียค่าธรรมเนียมแฟรนไชส์ 1.5 แสนบาท และต้องลงทุนซื้อเครื่องจักรและวัตถุดิบจากบริษัทอีกประมาณ 3.5 แสนบาท

มาสเตอร์แฟรนไชส์สามารถเปิดหน้าร้านขายด้วยตัวเองและหาผู้มาร่วมธุรกิจเป็นเครือข่ายแฟรนไชส์ลูก โดยเฉลี่ย มาสเตอร์แฟรนไชส์ 1 ราย จะดูแล แฟรนไชส์ลูกประมาณ 6 ราย กลุ่มนี้กำหนดไว้ว่าจะต้องขายได้วันละ 800 ชิ้น จึงจะคืนทุนภายใน 3-6 เดือน หรือได้ผลกำไรประมาณ 80% ของยอดขาย

2.แบบแฟรนไชส์ลูกโซ่เงินลงทุนประมาณ 3 แสนบาท (ได้ทั้งวัตถุดิบและหน้าร้านขาย) จะคืนทุนภายใน 1 ปี ภายใต้เงื่อนไขต้องมียอดขายวันละ500 ชิ้น หรือจะได้ผลกำไรประมาณ 40% จากยอดขาย ซึ่งปัจจุบันมีผู้รับสิทธิมาสเตอร์แฟรนไชส์แล้ว 6 รายใน 6 จังหวัด จากทั้งหมดที่ยื่นมา20 ราย ส่วนใหญ่อยู่ทางภาคอีสาน ส่วนในกรุงเทพฯ ขณะนี้ได้ผู้ร่วมลงทุนแล้ว เตรียมจะเปิดในย่านถนนรามอินทราเร็วๆ นี้ ส่วนแฟรนไชส์ลูกโซ่ที่ยื่นมาแล้ว30 ราย อยู่ระหว่างการเปิดตัว

กัณตินันท์ กล่าวว่า การควบคุมมาตรฐานแฟรนไชส์ให้ขนมปัง "คักแอง" มีรสชาติและมาตรฐานเดียวกันทุกแห่งว่า ผู้ที่สนใจทำธุรกิจร่วมกันจะต้องมาเข้ารับการอบรมวิธีทำและวิธีบริหารร้านประมาณ 3-4 วัน รวมถึงกำหนดเงื่อนไขสำคัญต้องรับวัตถุดิบแป้งสตรรจุลงสำเร็จรูปจากแฟรนไชเซอร์เท่านั้น ส่วนเรื่องไส้ต่างๆนั้น กำหนดให้ขั้นต่ำต้องผลิตให้ได้อย่างน้อย 21 ไส้ จากทั้งหมด 34 ไส้ และกำหนดให้มาสเตอร์แฟรนไชส์แต่ละแห่งต้องคิดสูตรไส้เฉพาะของร้านตัวเองมาเสนอร้านละ 1 ไส้ เพื่อเป็นจิกเนเจอร์หรือกิมมิกให้เป็นที่จดจำของร้านนั้นๆ

"สาเหตุที่ต้องให้แต่ละร้านคิดสูตรไส้เฉพาะของตัวเองขึ้นมาเพื่อสร้างจุดเด่นให้เป็นที่จดจำ เช่น ร้านที่ จ.อุบลราชธานี ก็จะมีไส้หมูยอทรงเครื่องที่เป็นวัตถุดิบขึ้นชื่อของจังหวัด ร้านที่ จ.ขอนแก่น ก็จะมีไส้ชาเขียว (เจ้าของแฟรนไชส์เป็นญี่ปุ่น) ซึ่งแบบนี้นอกจากจะสร้างความสนุกให้ลูกค้าแล้ว ยังเป็นการสร้างกิมมิกให้แบรนด์ด้วย" กัณตินันท์ กล่าว

อย่างไรก็ตาม เร็วๆ นี้อาจมีข่าวดี เพราะขนมปัง "คักแอง" อาจจะมีแรงไกลโกอินเตอร์ไปถึง สเปน.ลาว ตอนรับเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) ก็ได้ใคร่ที่ผ่านไป จ.อุบลราชธานี สนใจแวะไปชิมขนมปังเนื้อนุ่มใ้ละเอียด หรืออยากร่วมธุรกิจแฟรนไชส์ ก็ติดต่อสอบถามรายละเอียดได้ที่ www.kuckhang.in.th หรือติดต่อที่ 08-1834-9011

"สาเหตุที่ต้องให้แต่ละร้านคิดสูตรไส้เฉพาะของตัวเองขึ้นมาเพื่อสร้างจุดเด่นให้เป็นที่จดจำเช่น ร้านที่ จ.อุบลราชธานี ก็จะมีไส้หมูยอทรงเครื่องที่เป็นวัตถุดิบขึ้นชื่อของจังหวัดร้านที่ จ.ขอนแก่น ก็จะมีไส้ชาเขียว (เจ้าของแฟรนไชส์เป็นญี่ปุ่น) ซึ่งแบบนี้นอกจากจะสร้างความสนุกให้ลูกค้าแล้ว ยังเป็นการสร้าง กิมมิกให้แบรนด์ด้วย"

" คักแอง " ของกันตินันท์ คือ การทำสินค้าให้เหนือคู่แข่งในด้านคุณภาพ ไม่ได้เน้นแข่งในเรื่องของปริมาณ(การขาย) หรือราคา โดยทำการบ้านสำรวจตลาดขนมปังของหลายๆ ราย แล้วนำมาวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ทำให้พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับตัววัตถุดิบมากกว่าราคา "

แหล่งที่มา : คักแอง แฟรนไชส์ขนมปังน้องใหม่ มาแรงส์. (2556). โพสต์ทูเดย์. ฉบับวันที่ 7 ตุลาคม. หน้า 19,20,22.