

KONKRUA Start up ของคนไทย ในประเทศเยอรมนี



“KONKRUA: Die erste authentische Thailändische Kochbox” (คนครัว: กล่องอาหารพร้อมปรุงไทยแท้เจ้าแรก) Start Up KONKRUA หรือ คนครัว เป็นธุรกิจกล่องอาหารไทยพร้อมปรุงในประเทศเยอรมนีที่ผู้ก่อตั้งเป็นคนไทย ซึ่งในโอกาสนี้ทางสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต ได้มีโอกาสสัมภาษณ์ คุณพรพิมพ์ อำไพกิจพาณิชย์ เกี่ยวกับธุรกิจและความเป็นมา

ที่มาและแรงบันดาลใจ



เนื่องจากคุณพรพิมพ์ เป็นคนชอบทำอาหารและมักจะสอนเพื่อนชาวต่างชาติทำเมนูอาหารไทยอยู่บ่อยครั้ง จนเพื่อนๆ รู้สึกติดใจและมักจะนำสูตรอาหารและวิธีการทำไปทำกันเองในโอกาสต่างๆ โดยเพื่อนหลายคนของคุณพรพิมพ์ มักจะนำเมนูที่ได้เรียนมาจากคุณพรพิมพ์ไปสร้างสรรค์ในโอกาสต่างๆ ให้พิเศษเพิ่มมากขึ้น ซึ่งคุณพรพิมพ์ ก็ได้แนวคิดที่ว่า แล้วถ้าไม่มีเราเพื่อนๆ จะปรุงอาหารไทยเองหรือหาวัตถุดิบมาจากไหน ดังนั้นคุณพรพิมพ์จึงได้เกิดไอเดียที่จะทำกล่องอาหารพร้อมปรุงเพื่อให้ชาวเยอรมันที่ชื่นชอบในอาหารไทยสามารถทำรับประทานเองได้อย่างสะดวกขึ้น จากนั้นคุณพรพิมพ์ได้เริ่มลงมือทำ โดยเริ่มจากการหาข้อมูลต่างๆ ทำให้พบว่าชาวเยอรมันเดินทางไปพักผ่อนยังประเทศไทยเฉลี่ยมากกว่า หกแสนคน ต่อปี และส่วนมากก็ติดใจในรสชาติอาหารไทย นอกจากนั้นยังมีผลสำรวจในประเทศเยอรมนีว่า อาหารชาติใดมีรสชาติอร่อยที่สุด ซึ่งอาหารไทยจัดอยู่ในอันดับ 3 รองจากอาหารเยอรมันและอิตาลี และอาหารไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีมากสำหรับชาวเยอรมันซึ่งดีกว่าอาหารจีนและเวียดนาม คุณพรพิมพ์ได้ทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความต้องการของลูกค้าว่าไอเดียนี้นั้นเป็นอย่างไร ซึ่งหลายคนต่างลงความเห็นว่า น่าสนใจจึงได้เริ่มเขียน โครงการธุรกิจ เพื่อนำเสนอ ต่อหอการค้าเยอรมัน ณ เมืองสตูดการ์ต (Industrie- und Handelskammer (IHK) Region Stuttgart) ในการออก Business Visa และเพื่อประเมินว่า ธุรกิจนี้จะมีแนวโน้มหรือผลกระทบที่ดีต่อเศรษฐกิจเยอรมันหรือไม่ ซึ่ง “คนครัว” ก็ได้รับการอนุมัติ โดยใช้เวลานานกว่า 1 ปีเลยทีเดียวซึ่ง ณ ปัจจุบันได้ดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลา หนึ่งเดือนแล้ว

☐นโยบายภาครัฐ ☐เศรษฐกิจการลงทุน ☐รายงานสินค้า ☐รายงานสินค้าและบริการ ☒อื่นๆ

เริ่มอย่างไร/แหล่งเงินทุน

เริ่มจากการได้รับรางวัลจากการประกวดโครงการกับเพื่อนในมหาวิทยาลัย แต่ธุรกิจนั้นใช้เงินลงทุนสูงเกินไปจึงได้ปรับเปลี่ยน ซึ่งคุณพรพิมพ์ต้องการให้เกิดค่าใช้จ่ายที่น้อยที่สุดและไม่อยากเป็นหนี้สิน จึงเริ่มต้นลงทุนทำทุกอย่างด้วยตนเอง โดยใช้เงินลงทุนเพียง 10,000 บาท เท่านั้น จากเงินเก็บส่วนตัว อีกทั้งยังทำเว็บไซต์เพื่อรองรับการสั่งซื้อและตอบโต้อีเมล ตลอดจนส่งของให้ลูกค้าด้วยตนเอง นอกจากนี้บนเว็บไซต์ “คนครัว” ยังมีวิดีโอสอนทำอาหารอีกด้วย ส่วนเรื่องบรรจุภัณฑ์สินค้า คุณพรพิมพ์ได้ใช้บริการของบริษัทในเยอรมัน คุณพรพิมพ์เล่าว่ามีนักลงทุนชาวเยอรมันหลายท่านติดต่อเข้ามาเพื่อขอร่วมเป็นหุ้นส่วนเนื่องจากชื่นชอบไอเดียและเห็นว่าธุรกิจจะสามารถทำกำไรได้แต่ทางคุณพรพิมพ์ได้ปฏิเสธไปเนื่องจากต้องการพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น



Massaman Kochbox

Tom Kha Kochbox

Pad Thai Kochbox

กลุ่มลูกค้า

ในตอนแรกคุณพรพิมพ์ได้ตั้งเป้าหมายไว้เพียงแค่นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปยังประเทศไทยและรักเมืองไทยหรือที่คุณพิมพ์เรียกว่า Thailand lover และ Cooking lover แต่ลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าในปัจจุบันส่วนมากกลับเป็นกลุ่มแม่บ้าน ผู้ชายวัยทำงานที่มีเวลาน้อย และผู้มีรายได้เยอะ ซึ่งเป็นคนในกลุ่มอายุ 30-45 ปี ที่ให้ความสำคัญกับอาหารโดยพวกเขาพร้อมที่จะจ่ายหากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ

ความพิเศษของ คนครัว ชุดอาหารพร้อมปรุง

คุณพรพิมพ์ เล่าว่า คนครัวมีความพิเศษอยู่ 4 ประการได้แก่

1. รสชาติอร่อย ซึ่งเป็นความเห็นของลูกค้าที่ได้ลงความเห็นว่ามีรสชาติอร่อยเหมือนกับรับประทานที่เมืองไทย
2. ส่วนผสมทั้งหมดไม่ใส่สารกันบูด ผงชูรส หรือวัตถุปรุงแต่งใดๆ ซึ่งคุณพรพิมพ์ย้ำว่าเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะชาวเยอรมันให้ความใส่ใจในอาหารและรักสุขภาพ
3. สะดวก เพราะใช้เวลาเพียงแค่ 15-20 นาทีก็สามารถรับประทานได้
4. ช่วยสนับสนุนคนไทย เพราะ คนครัว มีบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากจกสานจากชุมชนในประเทศไทย ซึ่งได้ช่วยสนับสนุนการจ้างงาน ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งชาวเยอรมันเองก็ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีจริยธรรม ตัวอย่างเช่น สินค้าที่มีตรา Fairtrade เป็นต้น

☐ นโยบายภาครัฐ

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

☐ รายงานสินค้า

☐ รายงานสินค้าและบริการ

☒ อื่นๆ

Call Center 1169

www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระบือ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center Frankfurt
Bethmannstr. 58/3 FL., 60311
Frankfurt am Main, Germany

Phone: +49 69 2549 464 0

Fax: +49 69 2549 464 20

e-Mail: info@thaitradefrankfurt.de

แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

คุณพรพิมพ์เล่าว่าได้ค้นหาวัตถุดิบต่างๆ จากหลายแหล่งที่มา ตลอดจนกระบวนการผลิตของวัตถุดิบเพื่อให้แน่ใจว่าไม่ใส่สารกันบูดและผงชูรส จากนั้นจึงได้ติดต่อตัวแทนผู้นำเข้าในทวีปยุโรปเพื่อสั่งวัตถุดิบมาบรรจุลงเป็นหีบห่อของ คนครัว และทำการส่งให้ลูกค้าต่อไป

การตอบรับจากลูกค้า (Feedback)

ตอนนี้คนครัวได้ผลตอบรับที่ดีมาก โดยทุกครั้งที่ส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า คุณพรพิมพ์ก็จะเขียนบัตรขอบคุณด้วยลายมือตัวเองและขอคำติชมจากลูกค้าเพื่อที่จะได้พัฒนาและปรับปรุงในโอกาสต่อไป ซึ่งลูกค้ามากกว่าครึ่งจะแสดงความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊กของทาง “คนครัว” โดยลูกค้ายังกลับมาสั่งสินค้าเพิ่มอีกด้วย

นอกจากนี้คุณพรพิมพ์เล่าว่าเนื่องจากเราเป็นชาวต่างชาติที่มาก่อตั้งธุรกิจนี้ ชาวเยอรมันต่างให้ความสนใจ ซึ่งทำให้คุณพรพิมพ์จึงได้รับโอกาสจากหน่วยงานต่างๆ เช่นหอการค้าของเมืองเกิททิงเงิน เชิญไปพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ชาวเยอรมัน อีกด้วย

เป้าหมายต่อไปของคนครัว

เป้าหมายหลักของคนครัว คือตลาดเยอรมัน โดยมีความต้องการอยากให้คนที่ต้องการจะปรุงอาหารไทยนึกถึง “คนครัว” โดยเป้าหมายต่อไปคือตลาดประเทศที่ใช้ภาษาเยอรมันเช่น ประเทศสวิตเซอร์แลนด์และออสเตรีย

โอกาสของอาหารไทยในตลาดเยอรมัน

โอกาสอาหารไทยในประเทศเยอรมนีมีโอกาสมากเนื่องจากภาพลักษณ์ของอาหารไทยอยู่ในระดับเดียวกับอาหารญี่ปุ่นและเหนือกว่าอาหารจีนและเวียดนาม ชาวเยอรมันนิยมบริโภคอาหารไทยที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่ไม่มีส่วนผสมของผงชูรสหรือสารกันบูด และเน้นรักสุขภาพ จะได้รับความนิยมมาก ชาวเยอรมันจะยอมจ่าย คุณพรพิมพ์กล่าวว่า สิ่งที่สำคัญอย่างแรกเลยคือ มองในมุมของลูกค้าว่าลูกค้าต้องการอะไร ซึ่งต้องอ้างอิงจากข้อมูล สถิติ อย่าคิดแทนลูกค้า ให้คุณค่ากับความเป็นไทยแท้ (Authentic) เน้นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเพราะลูกค้าส่วนมากยังโหยหาความเป็นไทยและที่สำคัญมากคือการสื่อสารและนำเสนอลูกค้า ทุกวันนี้มีสินค้าไทยในตลาดเยอรมันเยอะมากแต่สินค้าบางอย่างชาวเยอรมันยังไม่รู้ว่าคืออะไร จึงทำให้ไม่กล้าซื้อ ชาวเยอรมันต้องการรู้ว่าสินค้าที่จะบริโภคมาจากไหน อีกทั้งยังเน้นเรื่องสุขภาพและคุณภาพ นอกจากนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็สำคัญเหมือนกัน โดยบรรจุภัณฑ์ “คนครัว” ได้รับความสนใจทุกครั้ง เนื่องจากมีความแตกต่างจากคนอื่น ลูกค้าจำนวนมากซื้อสินค้าเพื่อนำไปเป็นของขวัญ รวมถึงยังสามารถนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ได้ต่อในโอกาสอื่นๆ คุณพรพิมพ์ยังได้ฝากไว้ว่า ถ้าเราคิดอะไรได้ต้องลงมือทำเลย เติบโตไปกับมันหากผิดพลาดเยอะก็จะเรียนรู้ไปกับมัน อย่ารอเวลาที่ใช้และเหมาะสมเพราะเวลาที่เหมาะสมจะไม่มาถึงเลย

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต

คุณพรพิมพ์ อำไพกิจพาณิชย์

www.konkrua.com

www.startupvalley.news

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ รายงานสินค้า ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☒ อื่นๆ

ยอดสั่งซื้อสินค้าที่มีการซื้อขายที่เป็นธรรม (Fairtrade) ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพิ่มขึ้น



Max-Havelaar-Stiftung เป็นมูลนิธิที่มีสำนักงานตั้งอยู่ที่ นครซูริก ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นมูลนิธิที่ให้ตรารับรองสินค้าที่มีการค้าและการผลิตที่เป็นธรรมต่อทุกฝ่ายและยังอยู่ภายใต้ แฟร์เทรด (Fairtrade) โดยมีจุดประสงค์เพื่อจะพัฒนาสินค้าและแรงงานในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เมื่อปี 2016 สินค้าที่มีตรารับรองสินค้าที่มีการซื้อขายที่เป็นธรรม สามารถทำรายได้รวมไปทั้งสิ้น 621 ล้านฟรังก์สวิส มีอัตราการเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 21 โดยเฉพาะสินค้าผลิตจากนม มีมูลค่าสูงถึง 128 ล้านฟรังก์สวิส หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 60 จากปีที่ผ่านมา สำหรับสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าบริโภค โดยเฉพาะทองคำบริสุทธิ์ที่มีการซื้อขายที่เป็นธรรม มียอดขายสูงขึ้นถึง 6 เท่าส่วนพืชเกษตรที่มีตรารับรองมียอดขายเพิ่มขึ้น 3 เท่า ในขณะที่เครื่องนุ่งห่ม อุปกรณ์กีฬาและดอกไม้ มีอัตราลดลง มูลนิธิ Max-Havelaar-Stiftung ได้รายงานว่า ชาวสวิสมีความต้องการสินค้าที่มีการซื้อขายที่เป็นธรรม (Fairtrade) เพิ่มขึ้นแต่ผู้ผลิตกลับไม่เพียงพอ โดยในประเทศสวิตเซอร์แลนด์มีเกษตรกรเพียงร้อยละ 40 ที่สามารถผลิตสินค้า Fairtrade ได้

ข้อคิดเห็น

ในปัจจุบัน ตราสัญลักษณ์แฟร์เทรด (FAIRTRADE) ได้รับการยอมรับอย่างมากจากสายตาของผู้บริโภคในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วทั่วโลก ในแง่ของการทำการค้าที่โปร่งใส สามารถเชื่อมั่นได้ถึงคุณภาพสินค้า และการตั้งราคาจำหน่ายที่เป็นธรรม ผู้ส่งออกไทยที่ต้องการส่งออกสินค้ามายังประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรือประเทศอื่นในทวีปยุโรปควรให้ความใส่ใจกับตรารับรองจริยธรรม (FAIRTRADE) ซึ่งเน้นการผลิตสินค้าที่เป็นธรรมและโปร่งใสเพราะจะช่วยสร้างข้อได้เปรียบให้แก่ผู้ส่งออกไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ ในการขยายตลาดการค้าไปสู่สหภาพยุโรปมากขึ้น

ที่มา: www.blick.ch

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ รายงานสินค้า ☐ รายงานสินค้าและบริการ ☒ อื่นๆ