

## ถอดสูตรปั้นแบรินด์ ‘น้ำพริกแม่พะเยาว์’ ให้โดนใจลูกค้า



■ เข็มศักดิ์ คุณภาสอุป:กับ



ากจุดเริ่มต้นเล็กๆ ด้วยการแจกน้ำพริกให้ลูกค้าลองลิ้มชิมรสในตลาดอยู่ท้องเมื่อ 30 ปีก่อนของ “พะเยาว์ สระทองขาว” จากวันนั้นถึงวันนี้ ทำให้เธอบรรลุความสำเร็จ สร้างแบรินด์น้ำพริกแม่พะเยาว์ ที่ยิ่งใหญ่ขึ้นท่าเทียบแบรินด์น้ำพริกระดับต้นๆ ของประเทศไทย

### หนทางที่ไร้กลิ่นกุหลาบ

ความสำเร็จไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ แต่มันแอบไปด้วยหยาดเหงื่อและน้ำตาฉ่ำใจ ชีวิตของ “พะเยาว์ สระทองขาว” ก็ฉนั้น ชีวิตของเธอเริ่มตั้งตัวอายุ 18 หลังจากแต่งงานออกเรือนมาหากินกับ “สวีสวี” สองคนสามีภรรยาที่บ้านเล็กๆ ในตลาดหนองพงนกกำแพงแสน ชายของข้า ซึ่งร้านของข้าในอดีตนั้นจะเรียกว่ารวมทุกอย่างก็ได้ ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค มีแม้กระทั่งผักสด เนื้อหมูโดยภายในร้านจะขายไขว่ห่วยและหน้าร้านจะขายของสด

สำหรับคนค้าขายแล้วการขายของไม่หมดนั้นเป็นเรื่องปกติ แต่สำหรับ “พะเยาว์” เธอมองว่าถ้ายังเป็นเช่นนี้หลายๆ ครั้งไม่ช้าทุนรอนก็คงจะหมด ด้วยความสามารถในการทำน้ำพริกจึงนำสินค้าที่เหลือมาปรุงเป็นน้ำพริกขายเพื่อสร้างรายได้เสริม

จากนั้นไม่นานในปี 2515 เธอและสามีก็ย้ายไปทำมาหากินอยู่ที่ตลาดเขต อำเภอพนมทวนกาญจนบุรี เพราะญาติคนหนึ่งเปิดโรงงานไอศกรีม เขาก็ติดตาม

ทรัพย์สินทั้งหมด 120,000 บาท ขณะนั้นสามีของเธอได้ขายธุรกิจเพื่อมาซื้อโรงงานดังกล่าว ส่วนเธอเมื่อมีเวลาว่างก็ยังคงทำน้ำพริกขายเพื่อหาสร้างรายได้ให้กับครอบครัว

“เราทำธุรกิจได้ไม่นาน ช่วงนั้นไฟฟ้าเข้ามาถึงทุกบ้านต่างก็ใช้ไฟฟ้า ร้านไอศกรีมลูกค้าเก่าของเราเริ่มไม่รับสินค้าจากเราแล้ว เพราะว่าบริษัทใหญ่ในกรุงเทพฯ ได้เอาตู้แช่มาลงให้ฟรี ทำให้ลูกค้าของเราเริ่มลดลง แต่โชคดีที่มีคนมาขอซื้อโรงงาน เราจึงตัดสินใจขายทันทีเพราะมองไม่เห็นอนาคตของธุรกิจนี้ จากนั้นเราจึงหันไปเริ่มต้นทำธุรกิจร้านอาหาร ขาย

กับข้าวสำเร็จรูปแต่ก็ประสบปัญหาอีกมากมาย จนมาลงตัวที่ธุรกิจน้ำพริก”

วันหนึ่งเธอกับเพื่อนมาซื้อของที่ปากคลองตลาดได้พบกับแม่ค้าคนหนึ่งที่ชื่อ “ปุย” ซึ่งได้พูดคุยกันแล้วถูกอธยายใจคุยกันดี เมื่อเธอกลับมาบ้านจึงได้ฝากน้ำพริกเผาและหมูเค็มที่ตนเองทำ ขึ้น มาฝากไปให้แม่ค้าปากคลองตลาดคนนั้น พอได้ลองชิมคุณปุย ถึงเอ่ยปากชมในรสชาติความอร่อยและติดต่อกลับมาเพื่อให้เธอส่งน้ำพริกเผาไปยังต่างประเทศ สร้างความดีใจให้กับ “พะเยาว์” มากแต่เธอก็ละทิ้งโอกาสนี้เนื่องจากปราศจากความพร้อมในทุกๆ ด้าน

ด้วยเหตุนี้เธอก็ได้ไปขอยืมเงินจากญาติพี่น้องคนรู้จักซึ่งส่วนใหญ่ก็จะปฏิเสธไม่เว้นแม้แต่น้าตา ทว่าก็ไม่ท้อใจพยายามดิ้นรนทุกวิถีทางด้วยความสามารถในการเจรจาของ “สวีสวี” ก็ทำให้ทางธนาคารใจอ่อนยอมปล่อยสินเชื่อ 100,000 บาทออกมา เมื่อได้เงินมาแล้วจึงนำเงิน 60,000 บาทไปควานรถกระบะและส่วนที่เหลือเป็นทุนรอนในการสร้างธุรกิจ

ทว่าดูเหมือนว่าฟ้าจะไม่เปิดโอกาส

ให้กับเธออีกเหมือนเคยไม่ว่าเธอจะทำน้ำพริกเพื่อไปฝากขายยังร้านค้าทั่วๆ ไปแต่ก็ถูกปฏิเสธอย่างไร้เยื่อใย

### แจ้งเกิดด้วยกลยุทธ์ตระเวนขายทั่วทิศ

“เราทำน้ำพริกแล้วไปเปิดท้ายขายของเวียนไปเรื่อยๆ ไม่จำเจอยู่กับที่ เพราะอาหารถ้าเราปักหลักขายก็จะได้ลูกค้ากลุ่มเดียวและในไม่ช้าเขาก็จะเบื่อ เพราะกินอยู่ทุกวัน แต่ถ้าเราตระเวนสมมติวันจันทร์ ไปขายที่หมู่บ้านก. วันอังคารหมู่บ้านข. วันพุธหมู่บ้าน ค. เวียนไปเรื่อยๆจนครบเจ็ดวัน แล้ววันจันทร์ก็กลับไปยังหมู่บ้าน ก. เหมือนเดิม ก็จะทำให้ลูกค้ารู้จักเรา มากและเวลากลับมาขายแต่ละแห่ง ยอดขายก็จะไม่ลดลงเพราะเขาอยู่ที่จะกินกับข้าวจากเรา”

กลยุทธ์หนึ่งที่ดีเหมือนจะเป็นกลยุทธ์แจ้งเกิดของน้ำพริกแม่พะเยาว์ นั่นก็คือการแจกให้ชิมฟรี ตามตลาดต่างๆ เพื่อที่จะให้ลูกค้าได้รู้จัก เพราะแบรินด์แม่พะเยาว์เป็นแบรินด์ใหม่ยังไม่มีใครรู้จัก ที่สำคัญการแจกให้ชิมก็ยังคงเป็นการโฆษณาที่ได้ผลมากในขณะนั้นเพราะทำให้ลูกค้าได้รู้จักในรสชาติด้วยเหตุนี้วันหนึ่งเธอก็ตั้งงบในการแจกฟรีประมาณวันละ 50 ถุง ถุงละประมาณ 1 ชีด

ด้วยความที่เธอเป็นคนทำบุญก็จะรู้ว่าวัดนี้มีคนมาทำบุญก็มากน้อยก็จะเตรียมไปแจกที่วัดบางวัดญาติโยมมากก็ 100 ถุง น้อยหน่อยก็ 70 ถุง นอกจากนี้เธอก็ยังถวายเป็นกุศลหลวงพ่อบุญมาที่ท่านฉันแล้วถูกใจก็จะบอกกับญาติโยมว่าน้ำพริกเจ้านี้รสชาติดีก็เหมือนกับท่านการันตีให้ระดับหนึ่ง ส่วนคนที่ถือศีลหรือไปทำบุญก็จะได้นำพริกไปคนละถุง อย่างวันโกนเขาต้องค้างในวัดเขาก็จะเอาน้ำพริกเรามาลองกินก็จะรู้ว่ารสชาติของน้ำพริกเป็นอย่างไร บางคนไม่กินเขาก็เอากลับไปกินบ้านตรงนี้เป็นแนวทาง

ที่เราคิดว่าเหมาะสมที่สุดเพราะถ้าโฆษณาอย่างเดียวก็คงจะชิมไม่ได้แต่ถ้าทำการตลาดแบบนี้เขาก็สามารถชิมได้รู้จักเรามากยิ่งขึ้น”

## ปั้นแบรนด์ ด้วยตัวแถมจำหน่าย

ผลจากการแจกชิมฟรีนี้เองทำให้ลูกค้ารู้จักน้ำพริกแม่เพยาวมากขึ้น กิจกรรมของเธอก็เริ่มที่จะตั้งตัวได้ “แม่เพยาว” เล่าว่าวันหนึ่งที่ตลาดอยู่ตรงระหว่างที่แจกน้ำพริกก็มีแม่ค้าปลาอย่างมาขอซื้อประมาณครึ่งกิโลกรัมเพื่อไปตักขาย วันที่สองก็ขอซื้ออีกสองกิโลกรัม จากนั้นมาซื้อวันละ 10 กิโลกรัม จากนั้นมาไม่กี่เดือนเขาก็สั่งซื้ออีกวันละ 100 กิโลกรัม

จากนั้นมาเธอก็ยกธุรกิจของเราที่วางรากฐานเอาไว้ที่ตลาดอยู่ท้องให้ลูกค้าคนนั้นดูแลไปเลยเพราะ

แม่เพยาวได้มาครองแล้วว่าถ้ายังตระเวนขายอย่างนี้ตอนนี้ก็ยังทำได้ แต่ถ้าอายุมากขึ้นจะไหวหรือเปล่า เธอจึงใช้วิธีปั้นแม่ค้าขึ้นมาตลาดละคนน่าจะดีกว่า

“วิธีการเลือกคนเราจะเน้นที่เป็นคนดี คือเป็นคนซื่อสัตย์ กตัญญูและขยัน ที่สำคัญต้องไม่เล่นการพนันอย่างเด็ดขาด ส่วนฐานะไม่ใช่สิ่งสำคัญเพราะเราเองก็จนมาก่อน สิ่งสำคัญคือต้องให้โอกาส

เราจะดูเขาประมาณ 1 เดือนว่าเป็นอย่างไรเลี้ยงครอบครัวได้หรือเปล่าฐานะดีขึ้นหรือไม่ ถ้าไม่เพราะอะไร อีกอย่างก็ต้องดูว่าเขาขายสินค้าเราเป็นอย่างไรบ้าง เพราะเราก็คือฝ่ายตรวจสอบเขาเอาสินค้าไปเท่าไรเราก็ต้องรู้ ถ้ายอดขายไม่โตเลยแต่มีความตั้งใจจริงก็ต้องคุยกัน แต่ถ้ารู้ว่าเขาไปข้องเกี่ยวกับการพนันเราก็คือตัดหมด”

ด้วยวิธีการปั้นคนแบบนี้จะทำให้เขาสามารถยืนหยัดอยู่บนลำแข้งของตนเองได้และเมื่อเขาโตในระดับหนึ่งเขาก็จะปั้นคนใกล้เคียงตัวเหมือนกับที่เราปั้นเขาให้เติบโตก็จะเป็นเครือข่ายในครอบครัว เมื่อบ้านตัวแทนที่ตลาดอยู่ท้องสำเร็จเธอก็มองไปยังตลาดย่านอื่นๆ ที่ละเจ้าจนสามารถตั้งศูนย์ใหญ่ที่จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งสามารถส่งสินค้าไปยังอำเภอต่างๆ เช่น เดิมบางนางบวช สามชุก ด่านช้าง ท่าช้าง บางปลาม้าได้สะดวกและง่ายขึ้น

## กระจายสินค้า ทั่วประเทศ

จากนั้นไม่นานก็ได้มีโอกาสส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ โดยผ่านบริษัทแห่งหนึ่งด้วยการซื้อขายเป็นเงินสด ทำให้ชื่อเสียงของแบรนด์แม่เพยาว ยิ่งขจรไกลไปถึงยุโรป การส่งออกต่างประเทศเป็นสิ่งที่เหนือความคาดหมาย แต่สิ่งที่เธอฝันในขณะนั้นก็คือคนไทยมี 60 กว่าล้านขอลูกค้าประมาณ 5 แสนคนที่ได้ชิมน้ำพริกแม่เพยาว เธอก็พอใจแล้วซึ่งสิ่งที่ฝันก็ได้เป็นจริง

ในปี 2535 สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ มาที่กาญจนบุรี นายอำเภอให้เราจัดกระเช้าสินค้าของเราไปทูลเกล้าฯ ถวายพระองค์ จากนั้นทางราชเลขาฯ ก็ได้มีหนังสือแจ้งให้ผู้ว่าราชการจังหวัด ตามหาเจ้าของกระเช้า เพราะพระองค์

ทรงโปรดฯ ทางท่านผู้ว่าฯ เมืองกาญจนบุรี จึงได้ไปสอบถามยังสภาภาษาฯ พอทางภาษาฯ ทราบว่าเป็นกระเช้าของเรา (ขณะนั้นแม่เพยาวเองก็เป็นภาษาฯ จังหัด) จึงเสาะให้เราฟังและแนะนำให้นำสินค้าเข้ากองบรรเทาทุกข์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จากวันนั้นมาจนถึงวันนี้ทางกองบรรเทาทุกข์ก็มีออเดอร์เข้ามาไม่ได้ขาด ยิ่งทำให้ชื่อเสียงของแม่เพยาวโด่งดังมากขึ้น”

ด้วยเหตุนี้จากกำลังการผลิตเพียงแค่นี้ก็ร่อยถึโลกริมต่อวันก็ขยายกำลังการผลิตไปหลายพันและหลายหมื่นกิโลกรัม จากธุรกิจครัวเรือนก็กลายเป็นอุตสาหกรรมน้ำพริกและสามารถขยายสาขาย่อยออกไปหลายจังหวัดในพื้นที่ภาคกลาง อาทิ กาญจนบุรี, ศรีราชา, บางใหญ่, ตลาดไท ฯลฯ

แนวทางกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ของแม่เพยาวแม้ว่าจะติดดินแต่ก็มีประสิทธิภาพยอดเยี่ยมและสามารถพลิกแพลงให้สอดคล้องกับสภาวะปัจจัยในขณะนั้นได้อย่างลงตัว ด้วยแนวทางเช่นนี้จึงน่าที่จะเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับนักธุรกิจรุ่นใหม่ดูเป็นตัวอย่างเพื่อที่จะได้เป็นแรงบันดาลใจในการต่อสู้ในภาวะวิกฤติเช่นนี้ ■