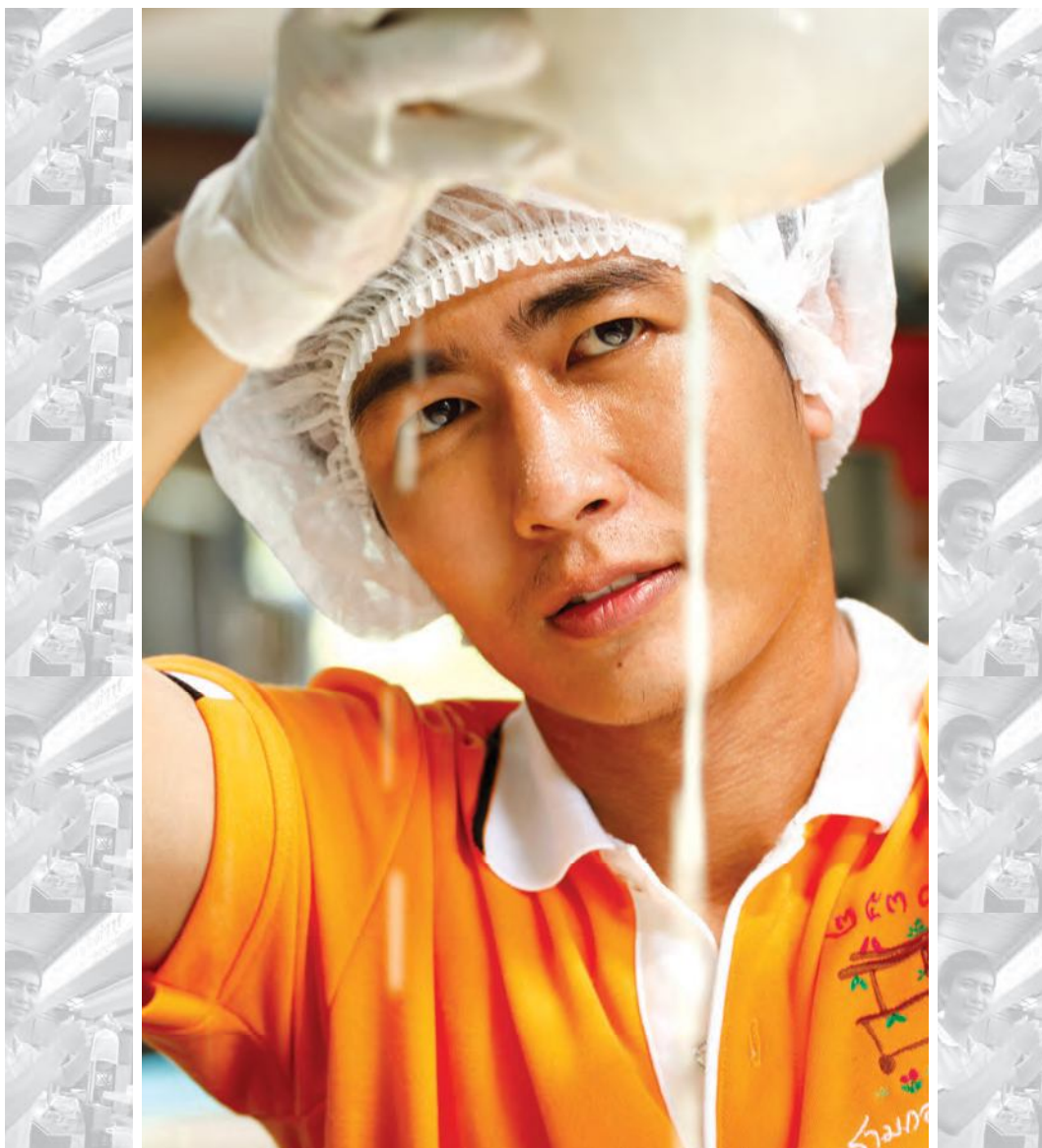




สามกองน้ำเต้าหู้

Health Cuisine since 1995

149
SMES A+



ณ สีแยกอำมจ๊วยตุ่ย กลางเมืองภูเก็ต น้ำเต้าหู้สีขาวนวลร้อน ๆ รสชาติเข้มข้นถูกเสิร์ฟด้วยแล้วด้วยเล่า ตักใส่ถุงแล้วถุงเล่า สลับกับของหวานอื่น ๆ เพื่อส่งให้ลูกค้าที่แวะเวียนมาอุดหนุนตลอดคำคืน กว่าจะได้เลิกร้านอีกทีก็ห้าทุ่มเที่ยงคืน

นอกจากกิตติศัพท์ที่ร่ำลือเรื่องความอร่อยแล้ว ร้านน้ำเต้าหู้แห่งนี้ยังไม่ธรรมดาด้วยเรื่องราวของ สุธี อร่ามเมธาทองศา ชายหนุ่มดีกรีวิศวกรรมศาสตร์จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพราะขณะที่เพื่อนร่วมรุ่นหลายคนเลือกทำงานในองค์กรใหญ่ เขาเลือกกลับมาใช้ชีวิตที่ภูเก็ต ช่วยพ่อและแม่ขายน้ำเต้าหู้ หลายคนสงสัยและอยากรู้อยากถาม แต่อีกหลายคนไม่กล้าถาม...

ด้วยบุคลิกช่างขบคิด ช่างถก ช่างวิพากษ์วิจารณ์ เขาย่อมไม่ได้ขายน้ำเต้าหู้ย่างไว้วัดดูประสังข์หรือสละทิ้งความรู้ที่ร่ำเรียนมาหลายปีอย่างเปล่าประโยชน์ แต่กำลังท้าทายตัวเองและความคิดของคนรอบข้างครั้งสำคัญ

คิดอนาคต

น้ำเปล่ามีแบรนด์ราคาเฉลี่ย 8-10 บาท ชาเขียวสารพันยี่ห้อ 15-20 บาท โคลาโคลาเริ่มต้นที่ 10 บาท เครื่องดื่มฟังก์ชันนัลดริงก์ เริ่มที่ 20-50 บาท

แต่น้ำเต้าหู้ร้อน ๆ กรุ่นกลิ่นหอม ไม่ใส่เครื่องในตลาดสดทั่วประเทศไทยราคาเฉลี่ยเพียง 5-8 บาท

“ค่าครองชีพจะสูงขึ้นไปแค่ไหน แต่น้ำเต้าหู้ขึ้นราคาได้ยากมาก 4 ปีจะปรับขึ้นสักบาทหนึ่ง”

ไม่ว่าใครเป็นผู้รายมนต์สะกดราคานี้ ทั้งที่กรรมวิธีการผลิตน้ำเต้าหู้พิถีพิถันไม่แพ้ผลิตภัณฑ์อื่น กว่าจะตากถั่ว บด แขน้ำ คั้น กรอง ต้ม ตั้งร้าน ตักใส่ถุง เสิร์ฟใส่ถ้วย ล้วนใช้ต้นทุน เวลา และแรงกายไม่น้อย

ภูเก็ต จังหวัดที่ได้ขึ้นชื่อว่าค่าครองชีพขยับได้ระดับจนสูงติดอันดับต้น ๆ



ของประเทศก็ไม่มีช้อยกเว้น อาหารจานเดียวที่นี้อาจสูงถึงจานละ 50-60 บาท แต่น้ำเต้าหู้สด อร่อย มีคุณค่าอาหารสูงยังคงราคาเดิม สู้ในฐานะเจเนอเรชั่นสองของร้าน “สามกอน้ำเต้าหู้” กำลังพยายามคิดถึงการก้าวข้ามกำแพงราคา และเปลี่ยนขนบการขายน้ำเต้าหู้แบบเดิม ๆ โจทย์ที่เขาเฝ้าใคร่ครวญ... เป็นไปได้ไหมที่น้ำเต้าหู้จะมีแบรนด์

“ซาเขียวที่ขายกันอยู่ ถ้าเราเอามาเทใส่ถุงพลาสติก ใส่หลอด คนจะรู้มัยว่านี่ห่ออะไร ยังจะยอมซื้ออยู่ใหม่ในราคา 20 บาท” เขาจุดประเด็นคำถาม

หวนรำลึก

ย้อนกลับไปรุ่นบุกเบิก ผู้แผ้วทางแห่งความสำเร็จไว้คือ **คุณพ่อธวัช อร่ามเมธพงศ์** อดีตข้าราชการกรมอุตุนิยมวิทยา ตัดสินใจเกษียณลาออกจากชีวิตราชการที่ทำมานานถึง 25 ปี มาช่วยภรรยา (เสงี่ยม อร่ามเมธพงศ์) ขายน้ำเต้าหู้ ด้วยบุคลิกโอภาปราศรัย ช่างพูดช่างคุย ชอบค้าขาย เลือกลงรตต์วัดทุตบตี ๆ มาผลิต ทำให้มีลูกค้าแน่นร้านทุกคืน เขาศรัทธาในน้ำใจคนรอบข้าง ลูกค้าคือคนสำคัญ ลูกค้าคือส่วนหนึ่งของความสำเร็จ เขาไม่ปฏิเสธว่าโชคชะตาฮวงจุ้ย ล้วนเป็นปัจจัยเกื้อหนุนกิจการ

จะว่าไปแล้ว น้ำเต้าหู้เป็นสายใยเชื่อมโยงชีวิตของสุธีและธวัชเลยทีเดียวดั้งแต่สุธียังอยู่ในครรภ์ ข้าราชการเบี่ยนน้อยจะซื้ออาหารเสริมราคาแพงยอมเกินวิสัย ทุกเช้าเขาจะขี่มอเตอร์ไซด์ผ่านทางเล็ก ๆ ดินเกราะกรังเข้าไปบ้านแม่ยายเพื่อขอยืมไม้หินบดถั่วเหลืองที่แช่เตรียมไว้ คั่นกรองเอาแต่น้ำและนำมาส่งภรรยาเป็นเช่นนี้ทุกวันจนลูกชายคนโตคลอด

เมื่อเติบโตรู้ความ สุธีจำได้ว่าอาหารหลักของบ้านยังคงเป็นนํ้านมถั่วเหลืองที่อุดมด้วยโปรตีน แคลเซียม ฟอสฟอรัส เขาเป็นแรงงานรุ่นเยาว์ที่ถูกเกณฑ์



ให้ช่วยคัดเมล็ดถั่วอยู่บ่อย ๆ และเมื่อท้องลูกคนที่สอง ธวัชก็ดูแลภรรยาและลูกสาวด้วยสุดระดีียวกัน

เมื่อย้ายจากพัทลุงไปประจำที่หาดใหญ่ มีทำเลดี เลิกงานแล้วธวัชช่วยภรรยาขายน้ำเต้าหู้ที่ตลาดเพื่อเก็บออมไว้ให้ลูก ภายหลังเลิกไปเพราะย้ายไปสตูล เมื่อไปประจำที่ชุมพรจึงได้ขายน้ำเต้าหู้อีกครั้ง

“สมัยอยู่ชุมพรขายดีมาก จำได้ว่า วันไหนที่ผมต้องเรียนพิเศษ น้องสาวไปช่วยขาย ดักจิ้งจอกให้เลย” สุธีเท้าความหลัง

พอร้านเริ่มเป็นที่รู้จักกว้างขวาง ก็ได้รับคำสั่งให้ย้ายกลับมาภูเก็จ บ้านเกิดของธวัช ช่วงนั้นครอบครัวจึงห่างหายจากการขายน้ำเต้าหู้ไปพักใหญ่ กระทั่งวันหนึ่ง เพื่อนรักที่มักแะสังสรรค์กับธวัชที่บ้านพักราชการก็เอ่ยถามพร้อมเสนอพื้นที่ริมถนนหน้าบ้านของตนให้ตั้งรถเข็นขายน้ำเต้าหู้

สิบกว่าปีก่อน บ้านสามกongsยังเป็นชุมชนใหม่ ไม่คึกคักเท่าปัจจุบัน ครอบครัวใหม่และหนุ่มสาวที่กำลังสร้างเนื้อสร้างตัวมักขายออกมาที่นี้ ร้านรวงอาหารการกินยังมีไม่มากนัก แต่นั่นก็เป็นโอกาสสำหรับผู้มาก่อน

แต่คืนแรก น้ำเต้าหู้ขายหมดในเวลาอันรวดเร็ว ห้าโมงเย็นตั้งร้าน หนึ่งท่มขายหมด ทำให้กำลังใจเพิ่มพูน “คนในละแวกรู้จักอาจิว (ธวัช) ดืออยู่แล้ว แต่วันนั้นเราได้ลุงและเพื่อนพ่อซึ่งกว้างขวางมาช่วยเรียกแขก ทำให้การเริ่มต้นเราดีมาก ๆ ถ้าไม่มีทุกคนในวันนั้น เราก็คงไม่มีวันนี้” สุธีเล่า

ไม่มีใครคาดคิดว่าน้ำเต้าหู้รถเข็นจะกลายเป็นตำนานแห่งบ้านสามกongs ภูเก็จ ปัจจุบันราวหกโมงเป็นต้นไป คนจะยืนรอกันหน้าร้าน ซึ่งเลือกเมนูซึ่งปัจจุบันมีเครื่องสำหรับน้ำเต้าหู้กว่า 20 ชนิด ราคาจำหน่ายน้ำเต้าหู้ธรรมดา 7 บาท น้ำเต้าหู้ทรงเครื่อง 8-20 บาท จากวันแรกที่เตรียมถั่วเหลืองเพียง 1.5 กิโลกรัม ปัจจุบันขายสูงสุดอยู่ที่ 18-19 กิโลกรัมต่อวัน และยังมีขนมหวานอีกนานาชนิด เช่น น้ำแข็งไส บัวลอย ทับทิมกรอบ เต้าทึง น้ำผักผลไม้สด เป็นทัพเสริม

“ร้านนี้เมื่อก่อนขายริมถนน อยู่ถัดไปตรงหัวมุมโน้น ขายดีมากจนซื้อดีกราคาสิบล้านได้” เป็นคำบอกเล่าของคนในละแวกที่ให้นิยามเหมือน ๆ กันเมื่อมีคนต่างถิ่นมาถามถึง “ร้านสามกongsน้ำเต้าหู้”

ยอดขายหลักหมื่นต่อคืน หยุดเฉพาะวันพฤหัสบดี และยังมีสาขาสองที่สี่แยกศาลเจ้าจุ้ยตุ่ย ก็เป็นเหตุสมควรอยู่ที่จะทำให้ทุกคนเข้าใจว่า “ขายน้ำเต้าหู้จนรวย” แต่เขาไม่ได้มีโอกาไปชี้แจงข้อเท็จจริงกับใครต่อใคร

“เมื่อต้องย้ายมาที่นี่ ผมก็ขายบ้านที่ชุมพรซึ่งตอนนั้นซื้อมาได้ถูกมาก



ได้กำไรมาซื้อบ้านที่หมู่บ้านศรีสุชาติในภูเก็ตหลังหนึ่ง อยู่ ๆ มีคนชอบทำเลก็มาเอ่ยปากขอซื้อ ผมเห็นได้ราคาดีก็ขายไป แล้วตัวเองก็ไปหาซื้อหลังใหม่ แล้วมีคนสนใจขอซื้อ ผมก็ขายอีก ผมโชคดีเรื่องอสังหาริมทรัพย์สองสามครั้งรวมกันจึงมีเงินมาซื้อตึกนี้” รัชเล่าเสริมลูกชาย และชี้แจงที่มาของอาคารพาณิชย์หลังสีชมพูบนถนนเยาวราช ภูเก็ต

ปี 2548 หลังเกิดเหตุการณ์สึนามิ รัชซื้อมาเพียง 6 ล้านบาท แต่ผู้เช่าต่อมักบอกราคาประเมินปัจจุบัน กลายเป็นเสี่ยงลือเสี่ยงเล่าอ้างที่เสริมการตลาดให้กับร้านสามกongsน้ำเต้าหู้ไปโดยปริยาย ซึ่งเรื่องการซื้อตึกรัชช่วยผลงานการตัดสินใจให้ภรรยา ปัจจุบันทำเลเช่นนี้หายาก อาคารพาณิชย์ติดถนนทั้งด้านหน้าและด้านหลัง และยังมีเขารังเขียวขจีตั้งตระหง่านอยู่เบื้องหลัง เป็นทั้งวิวทัศนียภาพและเป็นพลังหนุนตามหลักฮวงจุ้ย

รัชไม่ปฏิเสธว่า สร้างเนื้อสร้างตัวมีเงินเก็บ มีชีวิตที่ดี มีเงินผ่อนตึกได้ เพราะขายน้ำเต้าหู้ แต่ถ้าวิเคราะห์กันถึงผลกำไร (margin) ที่แท้จริงแล้ว ไม่ได้สวยหรูอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจ

ผสมสองยุค Entrepreneur

หลังสำเร็จการศึกษา เขามาช่วยงานที่ร้านเต็มตัว และมองว่ากิจการถึงเวลาต้องปรับตัวเพราะการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นรอบด้านและรวดเร็ว โดยพยายามนำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการ และมีมุมมองการบริหารคน บริหารธุรกิจที่แตกต่างไปจากคนรุ่นพ่อคุณแม่

คนสองวัยมีหลายสิ่งที่คิดแตกต่าง แต่สิ่งหนึ่งที่หล่อหลอมให้ทั้งคู่มีใจเดียวกันคือ “**ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)**” ที่มุ่งมาดปรารถนาให้กิจการสามกongsน้ำเต้าหู้ยืนหยัดในใจผู้คน

ตลอด 13 ปีที่รัชและเสียมคัดแต่ถั่วเหลืองคุณภาพดี ไม่เป็นพีช GMO เคล็ดไม่ลับคือ ต้องผึ่งให้แดดได้สามสี่สัปดาห์ก่อนซึ่งเป็นการปลูกให้กลิ่นหอม (aroma) ได้ทำงาน เครื่องทุกชนิด ถั่วแดง ถั่วเขียว ลูกเดือย ข้าวบาร์เลย์ เม็ดสาเก พักทอง วุ้น ข้าวโพด ลูกชิด พุทราเชื่อม สตรอเบอร์รี่เชื่อม เม็ดแปะก๊วยจะไม่ซื้อสำเร็จจากตลาด แต่ต้องต้มและเตรียมเองทุกวัน สมาชิกครอบครัวและคนงานอีกเกือบสิบชีวิตใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต การที่คนจะอุดหนุนอาหารดี ๆ จึงไม่ใช่เรื่องแปลก

แต่สุขีเชื่อว่าถึงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงแล้ว เขาเฟียร์ตั้งคำถามกับพ่อแม่

เพื่อโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

“ลองย้ายของทุกอย่างออกจากบ้าน และให้คนมาเช่า ค่าเช่าบ้านที่เราได้นั้นแหละ คือต้นทุนที่เราไม่เคยคิด เพราะคิดว่าขายในบ้าน” เขาตั้งคำถามกับหลายสิ่ง “เวลาก็คือต้นทุน การที่พ่อต้องไปรับของเอง ทุกอย่าง ซื้อม้าแข่ง ซื้อม้า หรือแม้แต่ส่งคนงานตอนดึก ๆ คือต้นทุนทั้งนั้น ต้องเอามาคิดรวมด้วย”

การสร้างทายาททางธุรกิจ ในช่วงเปลี่ยนผ่าน หลายๆ องค์การอาจต้องเผชิญสภาพการณ์เช่นนี้ คือ การขับเคี่ยวและประนีประนอมระหว่างความคิดของคนสองรุ่น ธวัชมองว่า คนงานต้องดูแลเอาใจใส่ เขาจัดสวัสดิการสำหรับคนงาน 15 คนอย่างดี ช่วยเหลือค่าเช่าห้องคนละ 2,000 บาทต่อเดือน สำหรับคนเดินทางไป-กลับ มีเบี้ยเสริมเป็นค่ารถวันละ 340 บาท ส่งค่าลงทุนซื้อที่ดินผืนเล็ก ๆ 80 ตารางเมตร ตรงข้ามโรงงาน เพื่อสร้างห้องพักขนาดย่อม ๆ หวังให้คนงานที่จากบ้านเกิดได้พักครอบครัวมาอยู่ด้วยกันเพื่อจะได้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ครอบครัวอบอุ่น อยู่กันเหมือนพี่น้องลูกหลานและได้ช่วยดูแลโรงงานอีกแรงหนึ่ง

ขณะที่สุธีเห็นว่าควรให้การดูแลตามสมควร ต้องรักษาระยะห่างความสัมพันธ์ การกดดันและเคี่ยวเข็ญจะทำให้เกิดคนเก่งก้าวขึ้นมาเป็น





หัวหน้างานได้เอง เขาและพ่อก็จะมีเวลาสร้างสรรค์งานอื่นต่อไป

อันที่จริง ความคิดสองพ่อลูกไม่มีใครถูกผิด การบริหารบุคลากรเป็นศาสตร์และศิลป์ ดักลาส แม็กเกรเกอร์ (Douglas McGregor) ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาเคยอธิบายถึงเรื่องทฤษฎีการบริหารบุคคลแบบ X และ Y คือมองให้เห็นด้านลบของมนุษย์ที่เกียจคร้านต้องควบคุม มีกฎระเบียบ ขณะเดียวกันก็ต้องมองด้านดีเชื่อในศักยภาพ สร้างแรงจูงใจ เปิดโอกาสการมีส่วนร่วม

ยังมีอีกหลายประเด็น เช่น สุริขอเปลี่ยนโต๊ะไม้ขนาดใหญ่เป็นขนาดเล็ก เพื่อบริหารพื้นที่ให้รองรับลูกค้าได้มากขึ้น ลดการยืนรอ สมมติโต๊ะเล็ก 15 ตัว ตั้งลอยออกจากผนัง หมายถึงพื้นที่รับแขกมีมากถึง 15×4 ด้าน = 60 ที่นั่ง แต่โต๊ะขนาดเชื่อมหากลูกค้ามาเพียง 1-2 ท่าน ก็จะเสียพื้นที่ไปโดยปริยาย

“แม่บอกว่าชอบโต๊ะตัวใหญ่ มันแข็งแรง นั่งสบาย จบละ...เราก็มเปลี่ยนไม่สำเร็จ” ทั้ง ๆ ที่เขาให้ข้อสังเกตว่าพฤติกรรมของลูกค้าที่มารับประทานมักไม่นั่งอ้อยอิ่ง อิ่มแล้วรีบลุก โต๊ะใหญ่กว้างขวาง นั่งสบายจึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญเท่ากับการลดความแออัด

เพื่อพิสูจน์แนวคิดและแนวทางการบริหารจัดการในแบบที่ตัวเองเชื่อ สุริจึงขออนุญาตทางบ้านเปิดร้านสาขาสองเพื่อเป็น “สนามทดลองความคิด” มีพื้นที่การบริหารของตนเองที่สี่แยกศาลเจ้าจ๊วยตุ่ย และเริ่มเปิดขายเมื่อมีนาคมที่ผ่านมา

โต๊ะเล็กไม้แทสไดโลโมเดิร์นวางในร้านได้มากสูงสุดถึง 15 ตัว ลูกค้าไม่ต้องรอนาน ยอมมีต้นทุนแรงงานเพิ่มโดยจ้างพนักงานที่มีวุฒิสูงขึ้นเพื่อลดช่องว่างการสื่อสาร เขาสังเกตว่าที่สาขาเดิม การสื่อสารที่ติดขัดทำให้งานหน้าร้านกระจุกตัว เพราะบางครั้งเมนูที่ลูกค้าเขียนสั่งจะกลับมากระจุกอยู่ที่เขาและพ่อ

ที่สาขาสอง ลูกค้ามาถึงนั่งพักในร้าน เลือกเมนูในกระดาดบอร์ดอร์ จากนั้น

ออร์เดอร์จะถูกทยอยส่งมาหน้าเคาน์เตอร์เอง กำลังคน 3 คนที่หน้าร้านก็เพียงพอ
“ผมคิดเสมอว่า คู่แข่งเรามีมากมาย ไม่ใช่แค่ร้านน้ำเต้าหู้ด้วยกัน คิดให้ดี
ร้านสะดวกซื้อก็คู่แข่งนะ ซูเปอร์สโตร์ทั้งหลายก็ใช่ ถ้าเราไม่ขยับ เราไม่มีพื้นที่
ยืนแน่นอน” สุทธิกล่าวด้วยน้ำเสียงจริงจัง

สิ่งที่เขายกตัวอย่างไม่ใช่เรื่องเกินเลย เพราะร้านสะดวกซื้อรุกรืบอย่างมาก
ในสองทศวรรษที่ผ่านมา สมัยก่อน เราจ่ายค่าสาธารณูปโภคได้เฉพาะที่ธนาคาร
แต่ต่อมาร้านสะดวกซื้อเริ่มมีการกระจายบิลสูงสุด แผ่นหนังสือพิมพ์เล็ก ๆ
ก็ต้องปรับตัว เมื่อร้านสะดวกซื้อบางสาขาเพิ่มมุมจำหน่ายหนังสือ ร้านอาหาร
จานด่วนก็ต้องถูกแบ่งมาร์เก็ตแชร์ไปไม่มากก็น้อยจากอาหารแช่แข็งและแช่เย็น
ที่เพียงอุ่นก็พร้อมรับประทาน

ถึงเวลาเปลี่ยน

เพื่อเตรียมพร้อมในฐานะทายาทธุรกิจ ปี 2553 สุทธิได้เข้าร่วมอบรม
โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
“ผมได้รู้จักเพื่อนฝูง พี่ ๆ มากมาย เขาเห็นเราเป็นเด็กก็ให้คำแนะนำดี ๆ เยอะมาก
รวมถึงจากอาจารย์ ที่ทำให้ผมอยากลองอะไรใหม่ ๆ อีกหลายอย่าง”

สองปีก่อน เขาเคยปรึกษาพ่อและแม่เรื่องการพิมพ์ซื้อร้านไว้ข้างถุง แต่
ไม่ได้รับอนุมัติด้วยมองว่าเป็นต้นทุนที่เพิ่มขึ้น สุทธิขยายความคิดเรื่องนี้จากการ
ได้เรียน NEC และประสบการณ์ที่ได้ไปลิ้มชิมรส “มนต์นมสด” รวมถึงร้านกาแฟ
และร้านขนมอร่อยอีกหลายแห่งที่จำหน่ายในราคาสูงได้ เพราะไม่ได้ขายเพียงอาหาร
และเครื่องดื่ม แต่ขาย “บรรยากาศ” และ “ความน่าเชื่อถือของแบรนด์” ด้วย

สามกองน้ำเต้าหู้เองมีปมประวัติ (story) ที่น่าสนใจไม่แพ้ใคร ประสบการณ์
เกือบ 20 ปี สามารถขยายเป็นจุดขาย “since 1995” ได้ กรรมวิธีการผลิต
ที่พิถีพิถัน ถั่วเหลืองคัดอย่างดี ปราศจากเมล็ดพันธุ์จีเอ็มโอ ผ่านกระบวนการ
บดหีบ ไม่ใช่เครื่องปั่นไฟฟ้าที่จะทำให้ไฟเบอร์สูญเสีย เมล็ดธัญพืชต่าง ๆ คัดสรร
และต้มใหม่ทุกวัน “เม็ดแปะก้วยร้านเราเป็นสีเหลืองทอง ไม่ใช่สีขาวซีดที่แช่ใน
กระป๋อง แม่ผมบอกเลยว่า แปะก้วยแบบนั้นเซลล์มันตายแล้ว”

แค่ดอกและกะเม็ดแปะก้วยเปลือกแข็งวันละหลายกิโลกรัม เป็นเรื่อง
ไม่น่าสนุกเอาเสียเลย แป้งบัวลอยแต่ละสีล้วนมีส่วนผสมของผักและธัญพืชอยู่
ในเนื้อแป้งด้วย แป้งซ่าหริ่มเส้นอวบก็ผลิตเฉพาะในแบบของร้านเช่นกัน ผัก
ผลไม้ทำความสะอาดอย่างดีก่อนคั้นสด ทุกอย่างเตรียมแบบ “โฮมเมด” และ

กว่าจะเตรียมทุกอย่างเสร็จ หมดเวลาเกือบทั้งวัน สิ่งเหล่านี้พัฒนาคอนเซปต์ เป็น “Health & Vintage Cuisine” ได้

สิ่งดั้งเดิมที่พ่อและแม่เริ่มต้องรักษาและประชาสัมพันธ์บอกต่อ แต่บางอย่าง จำเป็นต้องปรับเปลี่ยน สุธีกำลังมองหาเครื่องตอกแปะก๊วย เครื่องปั่นบั่วลอย ความรู้ด้านวิศวกรรมศาสตร์และความชื่นชอบในเครื่องกลมากขนาดเคยขอ ผีงานในอุ้งรถต่าง ๆ ได้ถูกนำมาปรับใช้เพื่อกิจการน้ำเต้าหู้

“คนปั่นบั่วลอยของเราสุดยอดมาก เป็นเทคนิคส่วนตัวของเขา วางแบ่ง 4 จุดบนมือหนึ่ง อีกมือก็บิดไปแค่นี้ ได้เป็นบั่วลอยแล้ว 4 เม็ด แต่ถ้าคนนี้ป่วย ลาหยุดล่ะ งานยุ่งเลยทีเดียวนะ” เขาอธิบายพลางแสดงท่าประกอบ

ก่อนหน้านั้น เขานำเครื่องบรรจุเต้าหู้นมสดและเครื่องผึ่งฝักอัดโนมิตี มาใช้ สะดวก สะอาด และผลิตได้มากขึ้น ถ้วยเต้าหู้ร้อน ๆ ฝักแล้วส่งต่อ ลงถึงน้ำเย็นทันทีเป็นการพาเสอร์ไชน์ซึ่งคุณค้ายังอยู่ครบ และมีอายุเก็บได้ 7 วัน นั่นหมายความว่าหากเพิ่มกำลังการผลิตมากขึ้น และหาช่องทางจำหน่ายใหม่ ๆ เต้าหู้นมสดนี้จะวางขายนอกพื้นที่ได้มากขึ้น

การผลิตหลังบ้านถึงเวลาต้องปรับ ขณะเดียวกัน การสร้างแบรนด์ เบื้องหน้าก็เป็นสิ่งสำคัญ เขาตั้งใจหยยในใจว่า สามกongsน้ำเต้าหู้สามารถปรับ โพลิชขึ้นเป็นร้านอาหารว่างเพื่อสุขภาพสำหรับคนรุ่นใหม่ที่พึงใจในการเสพรส บรรยากาศ และเป็นที่พบปะสังสรรค์กันมากกว่ามุ่งรับประทานอย่างเดียว

ลูกเล่น ความสนุกสนานเกิดขึ้นได้ทั้งนั้นหากคิดจะลอง ร้านสุกี้ชื่อดัง มีการสั่งอาหารด้วยปาล์ม ไม่แน่ว่าร้านสามกongsอาจสั่งน้ำเต้าหู้ด้วย iPad คน ยุคใหม่อาจนึกกันที่นี้ และก่อนออร์ยกกับน้ำเต้าหู้ตรงหน้าต้องขอเก็บภาพเพื่ออัฟโหลด ขึ้นเฟซบุ๊ก ภาพถ่ายเชิงศิลป์ประดับประดาบรรยากาศร้าน ขณะที่คนรุ่นพ่อแม่ แฟนคลับเดิมก็ยังเข้าร้านได้อย่างสนใจ

ร้านสาขาสองเพิ่งเปิดมาได้ไม่ถึงครึ่งปี สุธีเองก็ยังไม่รู้ว่าในสิ่งที่เขาพยายาม ปรับเปลี่ยนนี้ จะประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับอย่างที่พ่อและแม่เคยได้รับหรือไม่

“ไม่กลัว” เขาตอบหนักแน่นเมื่อถูกถามว่า ถ้าสาขาสองไม่รอดจะทำ อย่างไร “กำไรของร้านนี้ ไม่ใช่ตัวเงิน แต่เป็นความรู้ที่ผมจะได้”

คำตอบของเขาสะท้อนความเป็น entrepreneur ที่ไม่หวั่นต่ออุปสรรค และไม่ล้มเลิกเอาง่าย ๆ

ถ้าสุธีทำสำเร็จ เราอาจได้เห็น “สามกongsน้ำเต้าหู้ since 1995” เดินทาง ออกนอกพื้นที่ภูเก็ต และอาจเป็นครั้งแรกที่จะได้เห็นน้ำเต้าหู้ติดแบรนด์





กำไรของร้านนี้ ไม่ใช่ตัวเงิน
แต่เป็นความรู้ที่ผมจะได้





- 2528 รัช อร่ามเมธาพงศ์ เริ่มทำน้ำเต้าหู้เองทุกเช้าเพื่อให้ภรรยาซึ่งกำลังตั้งครรภ์ดื่ม และ
ภายหลังคลอดแล้ว น้ำเต้าหู้ก็ยังเป็นอาหารประจำของครอบครัว
- 2538 ย้ายไปปฏิบัติราชการที่ชุมพร รัชและเสงี่ยมขายน้ำเต้าหู้เป็นอาชีพเสริม
แต่ต้องหยุดกิจการไปเนื่องจากมีคำสั่งให้ย้ายกลับไปปฏิบัติราชการที่ภูเก็ตในปี 2542
- 2543 เริ่มขายน้ำเต้าหู้บนถนนเยาวราช บ้านสามกอง จังหวัดภูเก็ต
- 2549 ย้ายร้านจากหัวมุมถนนมาเปิดขายในอาคารพาณิชย์ราคา 6 ล้านบาท
- 2553 สู้เข้าอบรมโครงการ NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และได้รับ NEC Award
2555 ในงาน SME Thailand Expo 2012
- 2554 สู้เข้ามาช่วยดูแลกิจการร้านสามกองน้ำเต้าหู้เต็มตัว
- 2554 เริ่มนำเครื่องบรรจุและ
ผนึกอัตโนมัติมาใช้ในการ
บรรจุเต้าหู้นมสด
- 2556 15 มีนาคม 2556
เปิดร้านสามกอง
น้ำเต้าหู้สาขาที่ 2
ที่สี่แยกจุ้ยตุ่ย



สามกองน้ำเต้าหู้

ถ. เยาวราช ต. ตลาดใหญ่
อ. เมือง จ. ภูเก็ต
โทรศัพท์ : 08 4057 9199

กิจการใดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค
อย่างแท้จริง ผมเชื่อว่าจะสามารถดำรง
อยู่ในโลกแห่งการแข่งขันได้ การเรียน
NEC ทำให้ผมได้มุมมองที่ดีขึ้น ซึ่ง
นอกจากความรู้ที่อาจารย์ให้แล้ว พี่ ๆ
ร่วมชั้นเรียนยังให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์
คำถามว่าทำไมไม่ทำแบบนี้ ทำไมไม่ลอง
แบบนี้ล่ะ ตอนแรกผมคิดว่าทำไม่ได้
เมื่อถูกถามบ่อยก็เหมือนน้ำเซาะหิน
จนผมต้องถามตัวเองว่า ทำไม่ได้
หรือเพราะไม่ได้ทำ

สู้ อร่ามเมธาพงศ์ เข้าอบรมโครงการ NEC กับ
หน่วยร่วมศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาเขตภูเก็ต ปี 2553 รุ่นที่ 1