



...ชีวิตฉัน กิจงานถนนพวงศั

เริ่มจากเศษไม้เก่าๆ ที่ดูไร้ค่า จับมาตัด
เป็น **ชัต ลิง สี แปลงโฉมใหม่** ประกอบ
เป็นเฟอร์นิเจอร์ กรอบรูป กล้องใส่เอกสาร
 ฯลฯ สรรค์สร้างผ่านไอเดียเก๋ๆ

จากงานที่ทำขึ้นมาด้วยความสนุกๆ
วางใจว่าชายที่ตลาดนัดสวนจตุจักร มาเที่ยว
นี้เศษไม้เก่าที่ถูกแปลงโฉมใหม่ได้ไปรอด
ไกลทั่วโลก ทั้งสหรัฐ ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย
ญี่ปุ่น อังกฤษ และกลุ่มยุโรปอีกหลาย
ประเทศ

หลายคนที่เคยแวะเวียนไปเดินตลาด
นัดสวนจตุจักรคงคุ้นตากับร้าน **"At
Home"** (แอท โฮม) ร้านที่ออกแบบเก๋ๆ
บรรยากาศในร้านตกแต่งด้วยเฟอร์นิเจอร์
และของตกแต่งบ้านในสไตล์ไม้เก่า
(Reclaimed Wood) แชนด์เมต 100%
ด้วยการจับธรรมชาติ ต้นไม้ มีเสื่อ ดอกไม้
มา ส ราง สี สัน ลวด ลาย ศิลปะ บน
เฟอร์นิเจอร์ เก้าอี้ โต๊ะ ตู้เก็บของ

At Home ก่อร่างสร้างตัวมาจากหนุ่ม
สาวไฟแรงเมื่อ 15 ปีที่แล้ว **"ฉลอง งาม
เกิด"** และ **"ศศิธร เจริญเสาวภาคย์"**
เพื่อนร่วมคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง

ศศิธรเริ่มต้นก้าวออกจากชีวิตลูกจ้าง
ประจำบริษัทในตำแหน่งกราฟฟิคดีไซน์
และมาเริ่มต้นการเป็นเจ้าของกิจการเอง
ร้าน At home ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร

ศศิธร เล่าให้ฟังว่า เดิมเราทั้งสอง
ทำงานประจำเป็นพนักงานบริษัทแห่งหนึ่ง
ดูแลงานด้านกราฟฟิค โฆษณา **อาร์ต
ไดเรกเตอร์** วันหยุดเสาร์-อาทิตย์มาเปิด
ร้านที่จตุจักร ต้องลงมือทำเองทุกอย่าง
แรกๆ สินค้าเราไม่มีใครเหมือนเลย ของ
เราจะไม่เหมือนใคร

การจะบึ่งไอเดียมาจับธุรกิจนี้มาจาก
คุณฉลอง ด้วยที่เป็นอาร์ตไดเรกเตอร์ จะ
ต้องหาอุปกรณ์ประกอบฉาก ถ่ายรูป ต้อง
การของตกแต่งบ้านที่ได้อารมณ์ตามหัวใจ
ต้องการ แต่หาที่ไหนก็ไม่มีเลยต้องลงมือ
ทำเอง โดยใช้ไม้เก่ามาประกอบเป็นของตกแต่ง
บ้าน ซึ่งไม้เก่าให้ความรู้สึกที่ดี จนได้
ไปหาแหล่งขายไม้เก่ามาทำโน่นทำนี่

ไม้เก่าแต่ละชิ้นจะเป็นท่อนสั้นบ้าง
ยาวบ้าง ก็คิดว่าควรจะนำมาทำอะไร
ทำ **กรอบรูป ตู้เฟอร์นิเจอร์** เศษไม้ที่เหลือ
ก็ต่อเป็นกรอบรูป ต่อเป็นจิ้งจอก พอทำคน
ก็ชอบและเห็นว่าสวยแปลกดี จึงมาเปิด
ร้าน At Home ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร

ทำไ้ระยะหนึ่งก็เริ่มมีลูกค้าต่างชาติ
เดินมากับชอบเข้ามาสั่งออเดอร์ ต่อมาอด
สั่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ก็คิดกันว่าเราออกจาก
งานมาทำเต็มตัวดีกว่า การที่ขยายตลาดส่ง
ออกไปต่างประเทศถือว่าเป็นเรื่องบังเอิญ
ซึ่งก็ไม่ได้คิดมาก่อนว่าจะขยายธุรกิจถึงขั้น
ส่งออก

**"มีลูกค้าคนหนึ่งมาเดินที่สวนจตุจักร
และชอบสินค้าของเรา ต้องการจะซื้อ**

แปลงโฉมไม้ไทย จากจตุจักรสู่ตลาดโลก

- ทำธุรกิจเอง ต้องมี
- ความหลากหลาย ต้องรู้จัก
- คนทุกประเภท ทั้งระดับ
- คนงาน ระดับเจ้าของนักธุรกิจ
- ลูกค้า ผู้ซื้อต่างประเทศ
- ได้ความกว้างและใช้ความ
- สามารถที่รอบด้านมาก



จำนวนมากๆ และให้ช่วยแพ็กส่งออกไปต่างประเทศ ตอนแรกก็เป็นลักษณะสั่งซื้อและแพ็กส่งออกธรรมดา ต่อมาเมื่อมีออร์เดอร์เยอะจะต้องทำเป็นระบบการส่งออก ทำให้ต้องเริ่ม” ศศิธร บอก

เราเรียนรู้และศึกษาระบบการส่งออกท่ามาเรื่อยๆ จากเดิมจะขายในประเทศเป็นหลัก ต่อมากลับกลายเป็นส่งออกเป็นหลัก 90% ขายในประเทศ 10% จากยอดการผลิตสินค้าเดือนละ 5,000-6,000 ชิ้น

ปัจจุบันร้าน At Home โตขึ้นทุกๆ ปี ต้องขยายเพิ่มเติม แรกเริ่มอยู่ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร ก็ขยายเพิ่มเติม มาสยามเซ็นเตอร์ก็อยู่ในแผนกขายสินค้าตกแต่งทั่วไป รวมถึงสินค้าแบรนด์ต่างๆ ไปด้วยกัน ไม่ได้มีร้านของตัวเอง แต่ปัจจุบันได้มีร้าน At Home ที่สยามดิสคัฟเวอรี ชั้น 5 และที่สยามพารากอน

สินค้าของ At Home จะมีความแตกต่างกันทั้งที่วางขายในสวนจตุจักร สยามดิสคัฟเวอรี และสินค้าที่ส่งออกในต่างประเทศจะไม่นำมาขายในประเทศไทยเด็ดขาด รูปแบบโปรดักต์จะแตกต่างกัน เพราะกลัวเรื่องการก๊อปปี้สินค้า

ระยะหลังพอไปออกงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่กรมส่งเสริมการส่งออก จัดใน 1-2 วันแรกจะเป็นงานออกร้านเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ค้าจากต่างประเทศมาเลือกซื้อสินค้า และวันที่เหลือจะเปิดเป็นวันให้ประชาชนทั่วไปซื้อของได้ ซึ่งสินค้าที่วางโชว์อยู่ได้รับความสนใจจากลูกค้าคนไทยมาก ทำให้เป็นจุดเปลี่ยนต้องหันมามองตลาดในประเทศมากขึ้น

กว่าจะฟันฝ่ามาได้ถึง 15 ปี ศศิธร เล่าว่า ก็มีปัญหาอุปสรรคบ้าง ในช่วงแรกๆ การเริ่มต้นทำธุรกิจแบบไม่รู้อะไรเลย ไม่มีประสบการณ์ด้านการขายสินค้าและการติดต่อธุรกิจ ก็ทำให้คิดๆ ซัดๆ บ้าง แต่ก็ฟันฝ่ามาได้ คิดว่าทุกอย่างเราต้องค่อยๆ เรียนรู้และศึกษาได้ ต้องเหนื่อยและต้องลุ้นว่าแต่ละวันจะขายสินค้าได้หรือไม่

ตอนนี้คิดว่าอุปสรรคสำคัญที่สุดคือเรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจที่ซบเซาและค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้น รวมถึงปัญหาด้านความวุ่นวายด้านการเมืองทำให้เมื่อจัดงานแสดงสินค้าเชิญชวนต่างชาติมาดูงาน เขาจะไม่กล้าที่จะเข้ามา เพราะไม่มั่นใจสถานการณ์ภายในประเทศไทย แทนที่จะขายของได้กับขายไม่ได้

ปัญหาสินค้าถูกเลียนแบบก็เป็นปัญหาหนึ่งที่เราระบายอยู่ แรกๆ ถึงไม่ขายของในประเทศ เราจะแยกชัดเจนว่าสินค้าที่ส่งออกในต่างประเทศจะไม่ขายในประเทศ เพราะกลัวว่าจะถูกก๊อปปี้

“เท่าที่ทราบเงินก็มีการทำก๊อปปี้ ส่วนใหญ่ลูกค้าต่างชาติก็เอาของมาให้ดูว่าเหมือนของเราเลย เมคอินไชนา ราคาจะถูกกว่าของของเรามาก แม้ดูว่าลักษณะภายนอกไม่แตกต่างกัน แต่คุณภาพและคอนเซ็ปต์จะเห็นความแตกต่าง ดังนั้นสินค้าของ At Home ราคาสินค้าจะเป็นไปตามเหตุผลของมัน” ศศิธร บอก

ศศิธร บอกว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจก็สนุกดี แต่การเป็นพนักงานบริษัทเราก็อยู่

ในแวดวงงานที่เราทำ แต่พอมาทำธุรกิจเอง ต้องมีความหลากหลาย ต้องรู้จักคนทุกประเภททั้งระดับคนงาน ระดับเจ้าของธุรกิจ ลูกค้า ผู้ซื้อต่างประเทศ ได้รับความกว้างขวาง และใช้ความสามารถที่รอบด้านมาก แต่ถ้าเราอยู่ทำงานบริษัทจะได้แต่มุมมองลึก

การเริ่มต้นการทำธุรกิจใหม่ ต้องทำเองทุกอย่าง คิดเอง และขึ้นต้นแบบ เพื่อให้ช่างไปทำต่อ รวมทั้ง เปิดร้าน ขนของ ไม่เคยที่จะงานหนักและเหนื่อยอย่างนี้มาก่อน แต่ตอนนั้นยังเด็กอยู่ ก็สู้สนุกกับงานช่วงแรกๆ เหนื่อยมาก เพราะใหม่ทุกอย่างสำหรับเรา

“พอมานึกย้อน ก็คิดว่าที่ประสบความสำเร็จเพราะอะไร ก็คงเป็นเพราะที่เราต้องเรียนรู้ตลอดเวลา เพราะหุ้นส่วนทั้งหมดชอบการเปลี่ยนแปลง ใหม่ๆ เป็นพวกซีเมื่อ” ศศิธร ระบุ

สำหรับเงินทุนก็ใช้ทุนส่วนตัว ตอนแรกใช้เงินทุนประมาณหลักแสนบาท ในช่วง 2-3 ปี ไม่มีกำไรเลย มีเงินก็เอาไปหมุนตลอด จ่ายค่าแรง ซื้อวัตถุดิบอุปกรณ์ ไม่ได้ใช้เงินกู้จากแบงก์เลย ไม่รู้ว่าแบงก์จะให้กู้หรือไม่ ไม่มีความรู้ว่าจะกู้เงินอย่างไร ใช้หลักทรัพย์อะไรไปค้ำประกัน และการกู้เงินแบงก์สมัยนั้นคิดว่าคงไม่ใช่ได้ง่ายๆ และตอนนี้ก็ไม่ได้ใช้เงินกู้ ใช้แต่เงินโอที (เบิกเกินบัญชี) ตามปกติ

ตอนนี้มีพนักงานออฟฟิศ 10 คน และมีพนักงานที่อยู่โรงงานประมาณ 50-60 คน ส่งออกต่างประเทศ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ทุกทวีป ในยุโรปมีตัวแทนจำหน่ายที่อังกฤษ ขายทั่วยุโรป ส่งออกไปญี่ปุ่นด้วย ก็มีประเทศแปลกๆ ติดต่อมาชื่อเรื่อยๆ ส่งออกไปต่างประเทศจะใช้แบรนด์ L.Living ในการทำตลาดในประเทศยังคงใช้แบรนด์ At Home เพราะคนไทยจะรู้จักมานาน 10 กว่าปีแล้ว ดีกว่ามาสร้างแบรนด์ใหม่

โรงงานตั้งอยู่ที่ จ.สุรินทร์ จากเดิมโรงงานอยู่ที่กรุงเทพฯ พอหมดสัญญาเช่าก็ย้ายไป จ.สุรินทร์ ประมาณ 4-5 ปีที่แล้ว เพราะคิดว่าลูกน้องส่วนใหญ่เป็นคน จ.สุรินทร์ และหุ้นส่วนเป็นคนสุรินทร์ คิดไปคิดมาเหมือนแคมเปญโครงการรักบ้านเกิด ก็คิดว่าไปตั้งโรงงานใกล้บ้านเขาให้เขาอยู่กับครอบครัว ไปอยู่ที่ที่เขาสบายใจ สบายกาย อยู่ในวิถีชีวิตของเขา ซึ่งจักรยาน มอเตอร์ไซด์มาทำงานได้ ทำกับข้าวกินกัน แทนที่จะมาแออัดในกรุงเทพฯ ซึ่งถือว่าก็คิดถูก แม้ว่าเราจะต้องมีค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์การขนส่งสินค้าที่ไกลขึ้นก็ตาม

ศศิธร ระบุว่า เรามาถึงจุดนี้ได้ น่าจะมาจากความเป็นตัวเรา เราต้องเป็นใครสักคนหนึ่ง ไม่ใช่ที่ไปเหมือนคนนั้นคนนี้ เราต้องไม่เหมือนใคร แล้วก็นิสัยการทำธุรกิจของเรา คือความจริงใจในการทำธุรกิจกับลูกค้า และสิ่งสำคัญคือสินค้าของเราเอง และความที่เรารักบ้านเรา ถ้าดูงานปีนี่ยังเหมือน 10 ปีที่แล้ว รูปแบบต่างกัน แต่คอนเซ็ปต์คงเดิม และมีจิตวิญญาณเหมือนเดิม เราไม่เคยหยุด เราหยุดไม่ได้ ต้องพัฒนาและต้องหุดากว้างไกล ○