

คิดถึงangkน้อยไม้ปักกิ่ง||เออร์ออร์คิดส์
||แนวคิด'พันธมิตรมนั่' คุ่มวิเชียร



พื้นที่กว่า 2 ไร่

ติดถนนสายศาลาขาว-บางภาษี ด้านหลังเป็นส่วนกล้วยไม้กว่า 120 ไร่ ในพื้นที่หมู่ 3 ต.นราภิรมย์ อ.บางเลน จ.นครปฐม ถูกเนรมิตเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้แห่งแรกของประเทศไทย ภายใต้ชื่อ “แอร์ออร์คิดส์ แอนด์ แล็บ” ที่เต็มไปด้วยกล้วยไม้นานาพรรณในสกุลต่างๆ ที่ชูช่อดอกบานสะพรั่งให้ลูกค้าได้เชยชมและสัมผัสสวนละมุนแสนดี สร้างความตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ที่ได้พบเห็นเป็นอย่างยิ่ง

“แอร์ออร์คิดส์ แอนด์ แล็บ” เป็นหนึ่งในธุรกิจด้านกล้วยไม้ของตระกูล “คุ้มวิเชียร” ดูแลและบริหารโดยสองพี่น้องทายาทรุ่นที่ 3 “พันธพัฒน์ คุ้มวิเชียร” ผู้พี่ดูแลภาพรวม และ “ไชยพันธ์ คุ้มวิเชียร” ผู้เป็นน้อง จะดูแลการตลาดภายในประเทศไทยเป็นหลัก

พันธพัฒน์ บอกว่า ครอบครัวดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกล้วยไม้มาตั้งแต่รุ่นคุณตาคุณยาย เริ่มจากกล้วยไม้ตัดดอกขาย เป็นกล้วยไม้ตระกูลหวายที่เรียกว่า ดอกมวง-ขาว มากว่า 50 ปีแล้ว พอมารุ่นคุณพ่อคุณแม่ ต่อยอดด้วยการผสมพันธุ์กล้วยไม้ และขยายการผลิตด้วยการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อในห้องแล็บ พร้อมเพิ่มกล้วยไม้ในสกุลต่างๆ มากขึ้น จากตระกูลหวายเพิ่มเป็นแคทลียา หวายออนชีเดียม มีสกุลช้าง รองเท้านารี แวนด้า ดอกกล้วยไม้ป่า เป็นต้น

ที่มาแรงคือจำพวกกล้วยไม้แคระประเภทต่างๆ อาทิ เคนโดเบียน (หวาย) และออนชีเดียม ที่ได้รับการพัฒนาสายพันธุ์โดยห้องแล็บของ “แอร์ออร์คิดส์ แอนด์ แล็บ”

แห่งนี้ จนกระทั่งสามารถส่งออกต้นพันธุ์

กล้วยไม้ไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก

ไม่ว่าจะเป็นยุโรป สหรัฐอเมริกา

จีน ไต้หวัน กระทั่งภาวะ

เศรษฐกิจตกต่ำในปี 2540

ตลาดกล้วยไม้เริ่มเข้าสู่

จุดอิมตัว ประกอบกับ

ภาวะเศรษฐกิจในหลาย

ประเทศเริ่มตก ตลาดกล้วยไม้การส่งออกของ

อาเซียน อาทิ เวียดนาม รวมถึง สเปน ลาว

“ถามว่าทุกวันนี้ตลาดกล้วยไม้ได้ไหม

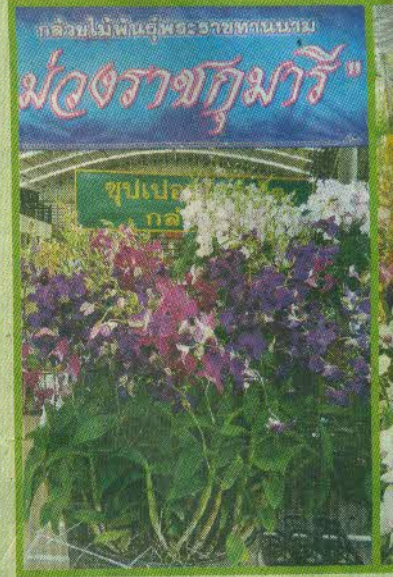
ลองคิดดูพื้นที่ 1 ไร่ ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกได้

ต่อปี ลงทุนช่อละ 1 บาท ส่งออกช่อละ 1.50

ก่อนแล้ว เพราะเราตัดราคากันเอง แ่งตลาด

สามารถเก็บกักต้นดอกกล้วยไม้ไว้ได้นานขึ้น

กักตุนไว้เพราะราคาถูก พอถึงใกล้วันชาติของ



คิดถึงกล้วยไม้ปี แนวคิด ‘พันธพัฒน์



ได้รับคำตอบกลับมาว่า มีสินค้า

ฉะนั้นเราต้องหาทางออก คือเป็น

กระทั่งปี 2547 จึงมีความคิด

เพราะมองว่า ที่ผ่านมายุทธศาสตร์ผู้ประกอบการ

ขณะที่คนไทยจำนวนมากไม่น้อยที่อยากมีกล้วยไม้

ชื่อที่ไทย ในที่สุดครอบครัวจึงจัดแบ่งพื้นที่

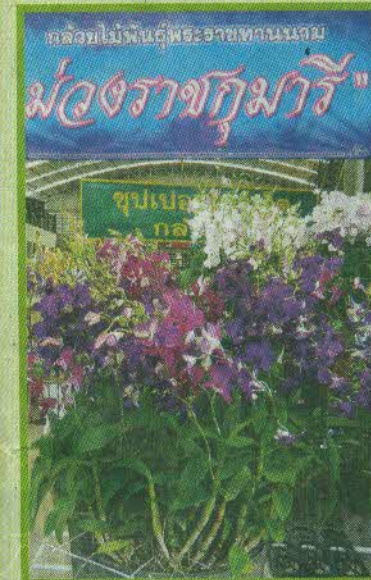
เป็นหน้าร้านในรูปแบบของซูเปอร์มาร์เก็ต

ในช่วงแรกๆ เน้นเฉพาะกล้วยไม้ที่

ความพอเพียง ประกอบกับช่วงที่กล้วยไม้

ประเทศเริ่มตก ตลาดกล้วยไม้การส่งออกของไทยเริ่มอยู่ตัว จึงหันมาขายตลาดใน
อาเซียน อาทิ เวียดนาม รวมถึง สเปน ลาว

“ถามว่าทวันนี้ตลาดกล้วยไม้ไปได้ไหม ก็ตอบว่ายังไปได้ เกษตรกรยังอยู่ได้
ลองคิดดูพื้นที่ 1 ไร่ ปลุกกล้วยไม้ตัดดอกได้ 1.6 หมื่นต้น แต่ละต้นออกดอก 5 ช่อ
ต่อปี ลงทุนช่อละ 1 บาท ส่งออกช่อละ 1.50 บาท ก็พออยู่ได้ แต่ไม่สู้เหมือนสมัย
ก่อนแล้ว เพราะเรลดราคาตัวเอง แย่งตลาดกันเอง ประกอบกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่
สามารถเก็บกักดอกกล้วยไม้ไว้ได้นานขึ้น พอเรลดราคาตัวเองประเทศคู่ค้ารับซื้อ
ก็ดันไว้เพราะราคาถูก พอถึงใกล้วันชาติของประเทศต่างๆ ที่เราคิดว่าราคาน่าจะดี



กล้วยไม้บึงถึงแอร์ออร์คิดส์ ด.พันธพัฒน์ คุ่มวิเชียร



จากขวา “พันธพัฒน์-ไชยพันธ์ คุ่มวิเชียร”

ได้รับคำตอบกลับมาว่า มีสินค้าพร้อมแล้ว

ฉะนั้นเราต้องหาทางออก คือเปิดตลาดในประเทศให้มากขึ้น” พันธพัฒน์ กล่าว
กระทั่งปี 2547 จึงมีความคิดจะเริ่มทำตลาดกล้วยไม้กระถางภายในประเทศ
เพราะมองว่า ที่ผ่านมาเกษตรกรผู้ประกอบการด้านกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะเน้นส่งออก
ขณะที่คนไทยจำนวนไม่น้อยที่อยากมีกล้วยไม้ดีๆ เพื่อจะปลูกเองบ้าง แต่ไม่ทราบจะหา
ซื้อที่ไหน ในที่สุดครอบครัวจึงจัดแบ่งพื้นที่ของสวนส่วนที่ติดริมถนนจำนวน 2 ไร่ ทำ
เป็นหน้าร้านในรูปแบบของซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้แห่งแรกของประเทศไทย

ในช่วงแรกๆ เน้นเฉพาะกล้วยไม้ที่พัฒนาขึ้นมาเอง และของเครือญาติ จึงขาด
ความหลากหลาย ประกอบกับช่วงนั้นคนยังรักกล้วยไม้ ทำให้มีลูกค้าไม่มากนัก พอเวลา

ใหม่ที่มีดอกสวยงามมาก 2 สายพันธุ์ พร้อมกราบบังคมทูลขอพระราชทานนามกล้วยไม้
ทั้ง 2 ชนิดจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และพระองค์ท่าน
ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามเป็นที่เรียบร้อยแล้วเมื่อปี 2557 ว่า “มั่ง
ราชกุมารี” เป็นกล้วยไม้ดอกสีม่วง และ “รักดสิริน” ดอกสีแดง

ส่วนรูปแบบของซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้ ปรับปรุงให้เป็นทั้งแหล่งพักผ่อน แหล่ง
ช้อปปิ้งหาซื้อกล้วยไม้ และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวก
ให้แก่ลูกค้ามากที่สุด จึงเน้นให้หน้าร้านเป็นสถานที่ต้องสะดวกสบาย
โอโง่ง สะอาด น่ามอง ทางเดินไม่เปียกแฉะ พร้อมติดตั้งพัดลมไอน้ำและเดินสายไฟ

หมอกเพื่อให้อากาศเย็นสบาย หอ้งน้ำสะอาด
ถูกสุขลักษณะ เปิดเพลงสร้างบรรยากาศสดชื่น
ลูกค้าต้องสามารถเลือกกล้วยไม้ได้ด้วยตนเอง
หยิบได้ ตะไค้ ชมได้ มีรถเข็นบริการ

“ลูกค้าต้องไม่อึดอัด ไม่มีการจำกัดเวลา
ไม่จุกจิกกวนใจ คิดเสมอว่า ลูกค้าต้องเดินทาง
มาไกล ต้องคุ้มค่าที่เดินทาง และทุกครั้งที่ถูกคำ
คิดถึงกล้วยไม้ต้องนึกถึงแอร์ออร์คิดส์ด้วย”

กรณีที่ลูกค้าใช้เวลาเลือกนานจนหิว ภายใน
ซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้แอร์ออร์คิดส์ มีร้าน
อาหารจานด่วน ร้านกาแฟสด ที่พิเศษสุด
น้ำดื่มและกาแฟฟรีจัดเตรียมไว้ เพื่อให้ลูกค้า
บริการตนเอง ถือเป็นสิ่งเล็กๆ น้อยๆ แทนคำ
ขอบคุณที่ให้ความสนใจและแวะเที่ยวชม ส่วน
ด้านหลังเป็นเนิร์สเซอรี่สำหรับการเพาะเลี้ยง
เนื้อเยื่อ และขยายสายพันธุ์

“
รุ่นคุณตาของผมจะเน้นการปลุกกล้วยไม้ตระกูลหวาย
เพื่อตัดดอกขาย การขยายพันธุ์จะใช้แบบเดิมๆ
รุ่นคุณพ่อจะเก่งมากในด้านการขยายพันธุ์ในหิ้งแกลบ
ด้วยระบบเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ รุ่นผมกับน้องชายต้องเน้น
ในเรื่องของการตลาด เมื่อตลาดส่งออกถึงจุดอิ่มตัว
เรามีความจำเป็นที่จะต้องทำตลาดในประเทศให้มากขึ้น

กล้วยไม้ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

“รุ่นคุณตาของผมจะเน้นการปลุกกล้วยไม้ตระกูลหวายเพื่อตัดดอกขาย การขยาย
พันธุ์จะใช้แบบเดิมๆ คือแยกกวางเรียงบนถาดมะพร้าว พอมารุ่นคุณพ่อจะเก่งมากใน
ด้านการขยายพันธุ์ในหิ้งแกลบ ด้วยระบบเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ รุ่นผมกับน้องชายต้องเน้น
ในเรื่องของการตลาด ที่ผ่านมาระยะนี้ที่ตลาดส่งออก เมื่อตลาดส่งออกถึงจุดอิ่มตัว
มีคู่แข่งมากขึ้น ทั้งที่เป็นคนไทยเราเอง และคู่แข่งจากประเทศอื่นอีก ผมคิดว่าเรามี
ความจำเป็นที่จะต้องทำตลาดในประเทศให้มากขึ้น เราจึงสร้างซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้
แอร์ออร์คิดส์ แอนด์ แกลบ ขึ้นมา เพื่อเป็นหน้าร้านสำหรับขายต้นกล้วยไม้” พันธพัฒน์
กล่าวอย่างมั่นใจ

10 ปีที่ผ่านมา จากเดิมสัดส่วนด้านการตลาดจะเป็นการส่งออกเกือบทั้งหมด
ปัจจุบันการส่งออกเหลือเพียง 60% อีก 40% เป็นตลาดในประเทศ โดยส่วนใหญ่
ลูกค้าจะไปซื้อที่หน้าร้าน ในแต่ละวันมีลูกค้าแวะเวียนเฉลี่ยกว่า 100 คน โดยเฉพาะ
วันหยุดจะมีลูกค้ามากขึ้นเป็นพิเศษ ที่เดินเลือกซื้อและแวะชมกล้วยไม้บนหิ้งชนิด



จากขวา “พันธพัฒน์-ไชยพันธ์์ คู่มีชัย”

ได้รับคำตอบกลับมาว่า มีสินค้าพร้อมแล้ว

ฉะนั้นเราต้องหาทางออก คือเปิดตลาดในประเทศให้มากขึ้น” พันธพัฒน์ กล่าว
กระทั่งปี 2547 จึงมีความคิดจะเริ่มทำตลาดกล้วยไม้กระถางภายในประเทศ
เพราะมองว่า ที่ผ่านมาเกษตรกรผู้ประกอบการด้านกล้วยไม้ส่วนใหญ่จะเน้นส่งออก
ขณะที่คนไทยจำนวนไม่น้อยที่อยากมีกล้วยไม้ดีๆ เพื่อจะปลูกเองบ้าง แต่ไม่ทราบจะหา
ซื้อที่ไหน ในที่สุดครอบครัวจึงจัดแบ่งพื้นที่ของสวนส่วนที่ติดริมถนนจำนวน 2 ไร่ ทำ
เป็นหน้าร้านในรูปแบบของซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้แห่งแรกของประเทศไทย

ในช่วงแรกๆ เน้นเฉพาะกล้วยไม้ที่พัฒนาขึ้นมาเอง และของเครือญาติ จึงขาด
ความหลากหลาย ประกอบกับช่วงนั้นคนยังรู้จักน้อย ทำให้มีลูกค้าไม่มากนัก พอเวลา
ผ่านไปลูกค้าเริ่มรู้จักมากขึ้น จึงมีการปรับปรุงเพื่อเสริมให้ซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้
แอร์ออร์คิดส์ แอนด์ แกล็บ มีกล้วยไม้ที่หลากหลาย ด้วยการนำกล้วยไม้จากพันธุ์ที่
ออกดอกเป็นฤดูกาลมาจากที่อื่นทั่วประเทศ อาทิ ฟาแลนนอปซิส รองเท้านารีอินทนนท์
จากเชียงใหม่ รองเท้านารีจากเลย เหลืองกระบี่จากภาคใต้ หรือเหลืองจันทบูร และ
กล้วยไม้ตระกูลอื่นๆ ขายตั้งแต่ต้นละ 15 จนถึงหลักหมื่นบาท

สำหรับกล้วยไม้ที่เกิดจากการพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์ภายในฟาร์มแอร์ออร์คิดส์
นั้น ที่มีชื่อเสียง อาทิ กระตังแดง, ธนิตาพราน นอกจากนี้เป็นกล้วยไม้ที่มีชื่อเสียงใน
ด้านการเสริมสิริมงคลคือ อีเดน มั่นนี้ มีนัยว่า ปลูกแล้วจะเก็บเงินเก็บทองได้มากจน
รวย ล่าสุดที่เขาปลานปลื้มใจมากที่สุดเท่าที่ทำกล้วยไม้มาคือ สามารถปรับปรุงสายพันธุ์

รุ่นคุณตาของผมจะเน้นการปลูกกล้วยไม้ตระกูลหวาย
เพื่อตัดดอกขาย การขยายพันธุ์จะใช้แบบเดิมๆ
รุ่นคุณพ่อจะเก่งมากในด้านการขยายพันธุ์ในห้องแล็บ
ด้วยระบบเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ รุ่นผมกับน้องชายต้องเน้น
ในเรื่องของการตลาด เมื่อตลาดส่งออกถึงจุดอิ่มตัว
เรามีความจำเป็นที่จะต้องทำตลาดในประเทศให้มากขึ้น

กล้วยไม้ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

“รุ่นคุณตาของผมนั้นเน้นการปลูกกล้วยไม้ตระกูลหวายเพื่อตัดดอกขาย การขยาย
พันธุ์จะใช้แบบเดิมๆ คือแยกกอวางเรียงบนกาบมะพร้าว พอมารุ่นคุณพ่อจะเก่งมากใน
ด้านการขยายพันธุ์ในห้องแล็บ ด้วยระบบเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ รุ่นผมกับน้องชายต้องเน้น
ในเรื่องของการตลาด ที่ผ่านมาระยะหนึ่งที่เราจะเน้นที่ตลาดส่งออก เมื่อตลาดส่งออกถึงจุดอิ่มตัว
มีคู่แข่งมากขึ้น ทั้งที่เป็นคนไทยเราเอง และคู่แข่งจากประเทศอื่นอีก ผมคิดว่าเรามี
ความจำเป็นที่จะต้องทำตลาดในประเทศให้มากขึ้น เราจึงสร้างซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้
แอร์ออร์คิดส์ แอนด์ แกล็บ ขึ้นมา เพื่อเป็นหน้าร้านสำหรับขายต้นกล้วยไม้” พันธพัฒน์
กล่าวอย่างมั่นใจ

10 ปีที่ผ่านมา จากเดิมสัดส่วนด้านการตลาดจะเป็นการส่งออกเกือบทั้งหมด
ปัจจุบันการส่งออกเหลือเพียง 60% อีก 40% เป็นตลาดในประเทศ โดยส่วนใหญ่
ลูกค้าจะไปซื้อที่หน้าร้าน ในแต่ละวันมีลูกค้าแวะเวียนเฉลี่ยกว่า 100 คน โดยเฉพาะ
วันหยุดจะมีลูกค้ามากขึ้นเป็นพิเศษ ที่เดินเลือกซื้อและแวะชมกล้วยไม้บนหิ้งมินิคัด
กว่า 1 แสนต้น

หากประเมินภาพรวมในซูเปอร์มาร์เก็ตกล้วยไม้ แอร์ออร์คิดส์ แอนด์ แกล็บ แห่ง
นี้ พันธพัฒน์ประมาณการมียอดขายกว่า 5% ของผลผลิตกล้วยไม้ทั้งฟาร์ม มีมูลค่าซื้อ
ขายและรายได้ไม่หักต้นทุนในแต่ละเดือนหลักล้านบาท

นับเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับคนรุ่นใหม่ที่มีมุมมองรูปแบบการตลาด
ที่หลากหลาย ในยุคที่ตลาดส่งออกกล้วยไม้ถึงจุดอิ่มตัว แม้ยอดขายจะไม่มากนัก แต่
สามารถแก้ปัญหาได้ระดับหนึ่ง