

บทสัมภาษณ์ **Mr.Arun Advani, Asst. Vice President (คุณอรุณ)**
ชื่อกิจการ / ประเภท C.P. Foods Middle East (cpm)
ระยะเวลาดำเนินการ 13 ปี

เมื่อเอ่ยถึงบริษัท ซีพี จำกัด (มหาชน) คงไม่มีใครคนไทยคนใดไม่รู้จัก เพราะเป็นหนึ่งในบริษัทผู้ผลิตสินค้าบริโภคขนาดใหญ่ของประเทศ ทั้งข้าวสาร อาหารกระป๋อง อาหารสำเร็จรูปหรือมารับประทาน เนื้อสัตว์ และอาหารสด รวมไปถึงอาหารสัตว์ และนอกจากจะเป็นที่รู้จักกันในประเทศแล้ว บริษัท ซีพี ยังมีชื่อเสียงไปทั่วโลก เนื่องจากมีการส่งออกสินค้าไปทั่วโลก ด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของผู้บริหารบริษัท ซีพี ที่ต้องการให้อาหารไทยกระจายไปทั่วโลกนี้เอง ทำให้บริษัท ซีพีกลายเป็นบริษัทข้ามชาติที่มีสาขาอยู่ในหลายประเทศ และหนึ่งในประเทศที่บริษัท ซีพี ตัดสินใจขยายตลาดมาก็คือ เมืองคูไบ ประเทศสหรัฐอเมริกาหรือเอมิเรตส์

กว่า 10 ปีแล้วที่คุณอรุณ มารับตำแหน่ง Asst. Vice President บริษัท ซีพี ประจำเมืองคูไบ จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ทำให้เราสนใจอยากรู้เบื้องหลังการทำงานอันยาวนานนี้ว่ามีที่มาอย่างไร และจะเป็นอย่างไรต่อไปในอนาคต เรามจึงขอค้นพบคุณอรุณที่บริษัท ซีพี ที่ตั้งอยู่ในเขตธุรกิจเสรี Jebel Ali (JAFZA) เพื่อขอสัมภาษณ์คุณอรุณเป็นการส่วนตัว

“ทำไมบริษัท ซีพีถึงเลือกมาตั้งบริษัทในเขตธุรกิจเสรีนี้คะ” เราเริ่มคำถามแรกอย่างง่าย ๆ “โดยปกติแล้วถ้าคนต่างชาติจะทำธุรกิจที่นี่ (หมายถึงคูไบ-ผู้เขียน) ทางกาการค้ากำหนดต้องให้มีหุ้นส่วนเป็นชาวคูไบถึงหุ้นถึง 51% ในขณะที่เรามีหุ้นได้สูงสุดแค่ 49 % มันก็เหมือนไม่ใช่บริษัทของเรา เมื่อมีทางเลือกกว่า ทางกาการค้าต้องการสนับสนุนให้มีคนมาลงทุนในคูไบมากๆ โดยมีข้อเสนอในเรื่องการยกเว้นภาษีต่างๆ และชาวต่างชาติที่มาตั้งบริษัทในเขตธุรกิจเสรีสามารถเป็นเจ้าของได้ 100% โดยไม่ต้องมีผู้ร่วมลงทุนตามกฎหมายอย่างที่บริษัทนอกเขตต้องมี เราก็เลยเลือกที่จะเข้ามาเปิดที่นี่ เราอยากให้มีบริษัทซีพี เป็นบริษัทของคนไทย 100 % และเราก็ภูมิใจที่เป็นอย่างนั้น นี่เป็นนโยบายของบริษัทแม่ที่เมืองไทยเลย ถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการมาตั้งบริษัทภายในเขตธุรกิจเสรีนี้จะแพงกว่าข้างนอก แต่ในระยะยาวเรามองว่าคุ้มค่า อีกอย่างก็เป็นเรื่องของการบริหารด้วย ไม่ต้องมีหุ้นส่วนก็ไม่ต้องวุ่นวาย สามารถตั้งงานหรือเซ็นเอกสารได้สะดวก” คุณอรุณตอบคำถามเราอย่างละเอียด

“ซีพีที่นี่เป็นสาขามาจากเมืองไทย ผมรับผิดชอบด้านการบริหารและดูแลที่นี่มาตั้งแต่เริ่มต้นตั้งบริษัทที่รวมๆแล้ว เกือบ 13 ปี ขอบเขตการดูแลก็รวมไปถึงประเทศในกลุ่ม GCC กับ จอร์แดน, เลบานอนและ โมร็อก โคด้วย เมื่อก่อนตอนที่เรามาใหม่ๆ เราทำเรื่อง Trading อย่างเดียว แต่เมื่อสัก 2-3 ปีที่ผ่านมา เราเริ่มผลิตและขายเอง โดยมีนโยบาย Re-branding ให้สินค้าของเราทุกตัวอยู่ภายใต้ยี่ห้อ ซีพี ยี่ห้อเดียวเพื่อต่อยอดให้ตลาดรู้จัก ซีพีมากยิ่งขึ้น เรียกว่า First To End คือเราจะทำตั้งแต่ผลิตสินค้าจนถึงมือผู้บริโภคโดยตรง”

“สินค้าอะไรก็ตาม เมื่อเราได้ทำแล้ว สิ่งที่เป็นนโยบายหลักคือ เน้นที่คุณภาพกับการบรรจุหีบห่อ(Quality & Packaging) เราถึงไม่ได้สต็อกสินค้าไว้ เมื่อลูกค้าสั่ง เราถึงจะขนส่งมาให้ ทำให้ลูกค้าได้สินค้าที่สดใหม่อยู่เสมอ การที่เราสต็อกของจะเสี่ยงกับการที่สินค้าอาจหมดอายุโดยที่เรายังไม่ทันได้ขาย และค่าใช้จ่ายในการเช่า โกดังหรือการดูแลของที่นี่ก็แพงมาก เรามองว่าไม่คุ้ม ส่วน Package ก็ต้องสวยงามและเข้ากับรูปแบบความชอบของคนในสังคมนั้นๆ ตอนที่เรากำลังมีสองอย่างหลักๆคือ 1.สินค้าไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง (End Consumer) เช่นสินค้าทั่วไป ข้าว หรือ อาหารกระป๋องที่คนหาซื้อได้ทั่วไป กับ 2.สินค้าไปสู่ผู้ผลิตอีกทีนั่นคือ Food Service ที่เราส่งให้กับ Catering ของโรงแรม หรือ Processor Plants อย่างเช่นเราส่ง Fish Burger ในส่วนที่เป็นเนื้อปลาให้กับ KFC เป็นต้น” คุณอรุณกล่าวเสริมเมื่อเราถามถึงกิจการหลักของซีพี

“ถ้าจะถามผมเรื่องปัญหาในการทำงาน ก็คงเป็นเหมือนกันทุกบริษัท ปัญหาที่เกิดจากการทำงานมีทุกวัน เราก็แก้กันไปตามสถานการณ์ เรื่องที่สำคัญคือต้องปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมและนโยบายของทางกาที่นี้ให้ได้ โดยเชื่อมโยงไปถึงการเจาะตลาดด้วย แต่ละประเทศจะมีความชอบต่างกัน ผมยกตัวอย่างเช่นถุงใส่ข้าวสาร บางประเทศอาจจะชอบสีอ่อน ในขณะที่บางประเทศชอบสีแก่ เล็กๆน้อยๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่เราต้องเรียนรู้และตามให้ทัน ส่วนปัญหาอื่น ๆ ก็อย่างเช่น การถูกเลียนแบบสินค้า แต่เราก็มั่นใจว่า เราขายสินค้าที่มีคุณภาพ ลูกค้าที่ซื้อสินค้าเราไป จะเป็นผู้ตัดสินใจ เมื่อเค้ามั่นใจในคุณภาพ เขาก็จะกลับมาซื้อใหม่อีก ถ้าเราทำในสิ่งที่แตกต่างได้ก็ไม่ต้องกลัวว่าใครจะมาเลียนแบบ หรือแม้อย่างเช่นการมีคู่แข่งในตลาดเดียวกัน อย่างข้าวหอมมะลิของเรา กับข้าวบาสมาดิของอินเดีย เราถือว่าโดยตัวสินค้า ถึงแม้จะเป็นข้าวเหมือนกัน แต่ก็ต่างกันโดยลักษณะ ข้าวบาสมาดิจะร่วน ไม่เกาะตัวกันแบบข้าวหอมมะลิ มันมีความแตกต่างกันเองอยู่แล้วตามธรรมชาติ เวลาเราขาย เราไม่ได้ต้องการให้คนที่กินข้าวบาสมาดิ เลิกกินแล้วหันมากินข้าวหอมมะลิอย่างเดียว เพราะคนอินเดีย หรือแขก

ต่างๆ ไป ก็เหมือนกับคนไทยที่ติดข้าวหอมมะลิ การจะให้เค้าเปลี่ยนมากินข้าวหอมเลย์ มันยาก แต่เราพยายามให้เค้าเพิ่มข้าวหอมมะลิในสำหรับอาหาร สร้างความเคยชินแล้ววันหนึ่งเค้าอาจจะชอบข้าวหอมจนหันมากินเป็นอาหารหลักเลยก็ได้” กับคำถามที่เราถามถึงสถานการณ์ตลาดของสินค้าบริโกล คุณอรุณเสริมว่า “ยังมีช่องทางอีกมาก ผมว่านะ Business World opens to everyone, depends on the vision โอกาสมีอยู่เสมอ ขึ้นอยู่กับว่า คุณมีวิสัยทัศน์อย่างไร มองตลาดได้ทะลุปรุโปร่งแค่ไหน มีวิธีบริหารอย่างไร ตลาดสินค้าบริโกลยังเติบโตได้เรื่อยๆ ราบไต่ที่ยังมีคน เรียกว่ามีคนที่ไหน อาหารก็ขายได้ที่นั่น จะมากหรือน้อยตรงนี้แหละที่เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งก็อย่างที่ผมบอกว่าคุณขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร”

“สำหรับซีพี ก็ยังคงเติบโตไปได้อีก เพราะเรามีการพัฒนาสินค้าให้ถูกใจผู้บริโภคอยู่เสมอ เดือนหน้าเราก็จะ launch สินค้าตัวใหม่ออกมาอีก เป็น Ready Meal ซึ่งผมคาดว่าจะไปได้ดีแน่นอน” คุณอรุณกล่าวย้ำ

ก่อนลาจากกันคุณอรุณยังชี้ให้เราดูผลิตภัณฑ์หลายตัวที่ซีพีผลิตและขายดี ที่เรามักจะเห็นวางอยู่บนชั้นสินค้าตามซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้าต่างๆ อยู่เสมอ ซึ่งคุณอรุณอธิบายให้เราฟังว่า ทั้งหมดที่เห็นต่างยี่ห้อนี้ จะถูกเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้อ ซีพีทั้งหมดเพื่อความเป็นสากลและง่ายต่อการโปรโมท นอกจากสินค้าไม่กี่ตัวเท่านั้นที่ชื่อเสียงติดตลาดไปแล้ว เป็นที่รู้จักของลูกค้าอย่างดีก็จะไม่เปลี่ยน เช่น ข้าวสารตราฉัตร เป็นต้น แต่ก็คิดตราซีพีตรงมุมสินค้าเพื่อให้รู้ว่าเป็นสินค้าของซีพี สินค้าของคนไทย ที่สามารถอยู่ในตลาดโลกได้อย่างเต็มภาคภูมิ