

ใบกรณีศึกษาบุคคลตัวอย่าง กิจกรรม ถอดรหัสอิคิไก (IKIGAI) จากบุคคลตัวอย่าง  
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๕ เรื่อง แนวทางความสุขจากการทำงาน  
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๓ เรื่อง เรียนรู้จากบุคคลที่เต็มเปี่ยมด้วยความสุขจากการทำงาน  
รายวิชา การงานอาชีพ ๒ รหัสวิชา ง๒๑๐๒ ภาคเรียนที่ ๒ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑

ซูชิที่ไม่ใช่แค่ซูชิ ข้อคิดดีๆที่ได้จาก "Jiro Ono"

ซูชิ ที่ไม่ใช่แค่อาหาร จิโร ซูชิ เป็นร้านซูชิระดับตำนาน แม้ว่าจะมีที่นั่งแค่ ๑๐ ที่ และห้องน้ำอยู่ด้านนอกร้าน แต่คนจากทางมิชลินสตาร์ต่างก็พูดเป็นเสียงเดียวกันว่า ต้องสามดาวเท่านั้น ที่คู่ควรกับร้านๆนี้

ผมหยิบDVD แผ่นนี้ด้วยความสนใจใคร่รู้ ปรมาจารย์อย่างเขาจะเล่าถึง ซูชิงานหนึ่ง ในรูปแบบไหน? แต่ลึกๆในใจก็เชื่อว่า น่าจะมีอะไรที่มีประโยชน์สำหรับการเป็นคนที่แฝงอยู่ในนี้ แต่มันยิ่งกว่านั้นครับ

ฉากแรกที่เปิดมาก็เจอหน้าคุณจิโร โอนะ คุณลุงอายุ ๘๕ ปียืนพูดอยู่หน้ากล่องด้วยสีหน้าเรียบเฉย เหมือนกำลังพูดกับเราอยู่ คุณจิโรพูดว่า

“เมื่อเราตัดสินใจว่าจะทำอาชีพอะไร

เราก็ต้องอุทิศตัวให้กับมัน

เราต้องรักงานที่เราทำ

เราต้องไม่บ่นงานที่เราทำ

เราต้อง อุทิศชีวิต เพื่อพัฒนาฝีมือ

นั่นละคือเคล็ดลับความสำเร็จ

และเป็นกุญแจสู่การได้รับการยอมรับ”

คำพูดของคุณจิโร เรียบง่าย แต่ลึกซึ้ง ชวนคิดให้ตื่น และ เมื่อเราดูสารคดีนี้ต่อไปเรื่อยๆ เราจะพบว่าร้านจิโรซูชิ ไม่ได้โด่งดังหรือได้รับการยอมรับจากอะไรที่ฉาบฉวย หรือ เป็นกระแสเลย แต่ว่ารากฐานคือรายละเอียดของทุกสิ่ง ที่เป็นอะไรที่ธรรมดาที่ถูกพัฒนาขึ้นไปอีก

ฉากถัดๆไปมีการถ่ายให้เห็นถึง โยชิซาคุ (ลูกชายของคุณจิโร) ขณะกำลังอังสาหรัยเนื้อเตาถ่าน เขาสะบัดสาหรัยไปมา แล้วก็สะบัดเข้าไปเข้ามา คงจะเพื่อให้มันแห้งดีหละมั้ง

“เราจะไม่พยายามทำตัวให้ดูวิเศษ หรือ ภูมิสูงกว่าคนอื่น เทคนิคที่เราใช้ไม่ใช่ความลับพิเศษอะไร มันก็แค่เป็นการตั้งใจทำ และ ก็ทำสิ่งเดิมๆซ้ำกันทุกวัน มีบางคนที่เกิดมาพร้อมพรสวรรค์ บางคนมีประสาทสัมผัสรสชาติ และ กลิ่นที่ไว นั่นแหละที่เขาเรียกกันว่า พรสวรรค์ ในธุรกิจนี้ ถ้าคุณตั้งใจกับมัน คุณก็จะฝีมือดี แต่ถ้าคุณอยากเด่นในระดับโลก คุณก็ต้องมีพรสวรรค์ ที่เหลือก็อยู่ที่พรแสวง”

โยชิซาคุ ขณะถ่ายทำในปี ๒๐๑๒ ก็อายุ ๕๐กว่าปีแล้ว ก็ยังทำงานเป็น ‘มือสอง’ ในร้านจิโร ซูชิอยู่ ลูกศิษย์คนอื่นอาจจะคิดว่าทำไม จิโร ไม่ปล่อยให้เขาเป็นเจ้าของร้านแล้วเกษียณตัวเองเสีย แต่ โยชิซาคุ อยากให้พ่อของเขาทำงานที่เขารักได้นานที่สุด แม้ว่าเขาจะไม่ได้ใหญ่สุดในร้าน แต่จิโรก็ได้เตรียมเขาให้พร้อมแล้วสำหรับอนาคตที่จะมาถึง

ในวันที่มีขลิมนมาลองทานอาหารที่ร้าน โยชิซาคุ คือคนที่ปั่นซูชิให้ทาน “ผมยอมรับว่าผมเข้มงวดกับลูกค้า มากกว่าคนอื่น แต่มันก็เพื่ออนาคตของเขา...” จิโร ได้กล่าวไว้

“โซคุนิน (ช่างศิลป์) จะต้องหาปลาที่ดีที่สุดมาใช้ และ จะต้องใช้เทคนิคต่างๆในการทำปลา เราไม่สนเรื่องเงินหรือ ผมสนแค่ว่าเราจะทำซูชิที่ดีได้อย่างไร ผมทำในสิ่งเดิมๆ ซ้ำแล้วซ้ำเล่าค่อยๆพัฒนาไปที่ละนิด

ผมอยากจะทำให้ได้มากกว่านี้อยู่เสมอ

ผมจะปั่นต่อไปเรื่อย เพื่อให้ถึงยอด แต่ไม่มีใครรู้หรือ ว่ายอดอยู่ที่ไหน

ถึงผมจะอายุขนาดนี้ ทำงานมาหลายสิบปี ผมก็ไม่คิดหรือว่าสิ่งที่ผมทำมันสมบูรณ์แบบแล้ว

ผมมีความสุขตลอดทั้งวัน

ผมชอบทำซูชิ “

นั่นคือวิถีของ โซคุนิน

สิ่งที่จิโร โอนะเป็น คือยอดช่างศิลป์ผู้ถ่อมตัว เราไม่เห็นถึงความหยิ่งผยองโอ้อวด หากแต่เป็นช่างผู้เอาจริงเอาจังกับงานที่เขาทำ เหมือนเอาทั้งชีวิตจิตใจเข้าแลกเพื่อให้ได้มา

แม้จะเป็นช่วงเวลาที่ไม่ยาวนานนักแต่เราก็ได้เห็นว่ามีเทคนิคต่างๆมากมาย เช่น ข้าวควรจะมีอุณหภูมิเดียวกับร่างกายของคนเรา จิโรได้พัฒนาเทคนิคที่เก็บรักษาอุณหภูมิข้าวให้เป็นเช่นนั้น ในขณะที่เดียวกันเขาก็มองไปถึงประสบการณ์ของลูกค้าที่จะได้รับในส่วนอื่นๆด้วย เช่น การจัดเก้าอี้ในร้าน ตำแหน่งของผู้มารับประทานอาหารจะถูกจัดไว้ก่อนหน้าแล้ว ถ้าเค้าปั่นซูชิให้ผู้หญิงทาน จะปั่นคำเล็กกว่าของผู้ชายเล็กน้อย, เขาจะวางซูชิไปข้างที่มีมือที่ลูกค้าถนัด และ ถ้าหากเขาวางซูชิให้คุณทานแต่คุณยังไม่ทาน หรือ ปล่อยมันไว้นานเกินไป เขาจะทิ้งและปั่นให้คุณใหม่ เพื่อให้คุณได้รับประสบการณ์ในการรับประทานอาหารที่ดีที่สุด ในร้านอาหารแห่งนี้

“ต้องใช้เวลานานมากกว่าที่คุณจิโร จะยอมเรียกผมว่า ‘โซคุนิน (ช่างศิลป์)’ ” เมื่อคุณทำงานที่ร้านจิโร หลายเดือนแรกจะหมดไปกับการบดผ้าร้อนให้ไร้ที่ตี ถ้ายังไม่สามารถบดผ้าร้อนให้ตีได้ จะไม่ได้จับอาหาร เมื่อทำงานผ่านไปสิบปี จะได้รับมอบหมายให้ทำโชหวาน(ทามาโกะ) ซึ่งแม้แต่ลูกศิษย์ที่ทำงานมานานขนาดนั้นก็ยังไม่ใช้เวลา ๓-๖ เดือน กว่าที่เขาจะสามารถทำได้อย่างที่คาดหวัง แล้วจากนั้นถึงจะเริ่มปั่นซูชิ

อดีตลูกศิษย์ อีกคนก็กล่าวไว้ในทำนองเดียวกันว่า จริงๆแล้วการทำงานที่ร้าน จิโร ซูชิ ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย เพราะว่า จิโร คาดหวังคุณภาพอย่างไม่มีที่ติในทุกๆวัน

“คุณภาพของวัตถุดิบก็สำคัญ แต่เราต้องพัฒนาประสาทสัมผัสในการแยกแยะ ความอร่อยกับความไม่อร่อยออกจากกันให้ได้ ถ้าลิ้นไม่ดี ก็ทำอาหารอร่อยไม่ได้ ถ้าประสาทสัมผัสของเราแย่กว่าของลูกค้า แล้วลูกค้าจะประทับใจเราได้อย่างไร”

เช่นเดียวกับสินค้า ตัวคนทำงานเองก็ต้องพัฒนา พัฒนาเพื่อให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ทัน เพื่อให้สามารถเป็นผู้เชี่ยวชาญที่แท้จริงได้ ในการเป็นคนทำงานอย่างเราๆ ประสาทสัมผัสสองจะเป็นประสบการณ์ เป็นรสนิยม เป็นความเข้าใจ ในงานที่เราทำกระมัง – นี่เป็นสิ่งที่ผู้เขียนได้พบสำหรับตัวเอง

“วันนี้มีลูกค้ามาที่ร้านเรา เพราะเขาเห็นว่าเราออกทีวี ปกติคนที่ออกทีวีจะเป็นผม และ ผมก็จะเป็นคนปั้นซูชิ นั่นคือสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง เขาจะคิดว่า นาคาซาวะ (ลูกศิษย์เอก) เป็นคนที่ยกปลามาจากครัวเฉยๆ ลูกค้าจะคิดว่าโยชิคาสึ (ลูก) จะแล่ปลาอย่างเดียว พวกเขาจะคิดว่าลูกมือในครัวทำงานสบายๆ เจ้าของร้านเป็นคนที่ทำงานหนักที่สุด แต่แท้จริงแล้ว ๙๕%ของซูชินั้น เสร็จก่อนที่จะมาถึงมือผม คนที่ทำงานน้อยที่สุด กลับเป็นคนที่ยืนในจุดที่ไฟสาดส่องผม ผ่าฝักการเตรียมทั้งหมด ให้กับคนพวกนี้ ตำแหน่งที่ผมอยู่ถือว่าโชคดีที่สุดแล้ว。”

ในตอนท้ายของสารคดี เราได้เห็นว่า จิโรตอบแทนทีมงานของเขาด้วยบทพูดบทรนี้ ส่วนตัวผมคิดว่า จิโร พูดให้ลูกศิษย์ของเขาฟัง ผ่านเราอีกทีหนึ่ง

ในฐานะคนทำงานด้วยกัน การได้รับการยอมรับหลังจากการทำงานหนักทำให้เรามีแรงใจ และให้ประสบการณ์ของการบรรลุถึง เป็นเหมือนรางวัล แม้จะไม่มีตัวตน แต่มีคุณค่าที่สามารถรู้สึกได้

จิโรซูชิ ไม่ใช่แค่ซูชิ จริงๆ

ที่มา: FolioBrand #Folioliveprofessional. (๒๕ July ๒๐๑๘). ซูชิที่ไม่ใช่แค่ซูชิ ข้อคิดดีๆที่ได้จาก"Jiro Ono". <https://www.foliobrand.com/blogs/for-your-organized/jiro-ono>

## จาก “Bearhug” สู่อานมไข่มุก “Bearhouse” กับภารกิจอันยิ่งใหญ่ต้องมีแฟรนไชส์ทั่วโลกให้ได้

ในยุคแรกของยูทูเบอร์รุ่นบุกเบิก Bearhug คือหนึ่งในช่องยูทูบที่ผู้ชมหลายคนต่างพูดถึงและติดตาม ด้วยเสน่ห์ในการทำคอนเทนต์แนวไลฟ์สไตล์ ท่องเที่ยว และตามล่าหาของกินในแบบฉบับตัวเอง จากสองดาราลักผู้เป็นเจ้าของช่องอย่าง ‘ซาร์ต’ – ปัทมพร ปรีชาวุฒิเดช และ ‘กานต์’ – อรรถกร รัตนารมย์ ทำให้ผู้ชมโดยเฉพาะเด็กๆ และวัยรุ่นต่างยกให้พวกเขาเป็นขวัญใจ และเป็นหนึ่งในไอดอลในเวลาอันรวดเร็ว

หลังจากทั้งคู่ปลูกปั้น ฝ่าฟันอุปสรรคมากมายในฐานะยูทูเบอร์ สร้าง Bearhug จนมีฐานแฟนคลับที่มั่นคงในระดับหนึ่งแล้ว ในอีพีที่พวกเขาไปรีวิวนานมไข่มุก ณ เกาะใต้หัวนั่นเอง ทำให้ซาร์ตผู้เป็นชานมเลิฟเวอร์จูดประกายไฉยขึ้นมาว่า ‘อยากมีชานมไข่มุกแบรนด์คนไทยให้ต่างชาติเข้ามาต่อแถวรอซื้อแบบนี้บ้าง’ นั่นจึงเป็นจุดเริ่มต้นของแบรนด์ชานมไข่มุก Bearhouse

“ตอนนี้เรามีสามธุรกิจ ธุรกิจแรกคือ Bearhug ช่องยูทูบที่เป็นจุดเริ่มต้นของทุกอย่าง ธุรกิจที่สองคือ Bearhouse ร้านชานมไข่มุก ตอนนี้มี ๑๐ สาขา แพลนปีนี้จะเปิดเป็น ๒๐ สาขา และธุรกิจที่สามคือเยลลี่ Sunsus ช่องทางขายโมเดิร์นเทรด โดยขายช่องทางหลักคือ ๗-Eleven”

หากใครติดตามข่าวของพวกเขาคงรู้ว่า ทั้ง ‘ซาร์ต’ และ ‘กานต์’ ต่างได้เรียนรู้ประสบการณ์อันล้ำค่าจากกรณีชานมกระป๋อง Sunsus (ตอนนี้เปลี่ยนสินค้าเป็นเยลลี่) แม้จะขายดีแต่กลับขาดทุนกว่า ๑๗ ล้านบาท เนื่องจากขาดประสบการณ์ในด้านการผลิตและการขนส่ง หลังจากเหตุการณ์นี้ทำให้การพัฒนาแบรนด์ในก้าวต่อไปพวกเขามีความระแวดระวังมากขึ้น

“ปีนี้พวกเราตั้งใจว่าอยากกลับมาโฟกัสที่ Bearhug มากขึ้น เพราะว่าทีมงานในสองธุรกิจเริ่มลงตัวมากขึ้นแล้ว ก็เลยจะคิดให้เวลากับ Bearhug ที่พวกเรามีความสุขที่จะทำ แต่ไม่ใช่ว่าอีกสองธุรกิจไม่มีความสุข แต่เป็นงาน operate ซึ่งเราสองคนไม่ถนัดเลย เพราะเรามีพื้นฐานมาจากการเป็นครีเอเตอร์”

### จากแค่ชอบกินชานมไข่มุก สู่อการผลิต และสร้างแบรนด์ชานมไข่มุก ‘Bearhouse’ เป็นของตัวเอง

**ซาร์ต:** เริ่มจากความอยากที่จะทำ แล้วก็ด้วยความคิดน้อย เลยทำให้เรากล้า เพราะตอนนั้นทำยูทูบสำเร็จระดับหนึ่ง เลยคิดว่าพวกเรามีความมั่นใจว่าฉันก็น่าจะทำได้ ถ้ามัวแต่คิดเรื่องฝั่งองค์กรหรือกลยุทธ์ตั้งแต่วันแรกเลย โหม ไม่ได้คิดรอบด้านขนาดนั้น เพราะตั้งแต่วันแรกมีหลายอย่างที่เรายังไม่พร้อมเยอะมาก

เราไม่ได้ไปหาว่าในโลกมีประชากรดื่มชาเท่าไร มีการเติบโตกี่เปอร์เซ็นต์ มี market size อย่างไร รู้แค่ว่าตอนนั้นชานมฮิตมาก โลกตอบรับ แล้วเราก็ชอบมากด้วย รู้แค่นี้ก็เลยทำ แต่พอทำปั๊บเราก็เริ่มต้องมีทิศทาง เราต้องดูแล้วว่าต่อไปอย่างไร เพราะถ้าเราทำไปวันๆ จะหาเพื่อนร่วมเดินทางไม่ได้ แต่เราเชื่อว่าถ้าเกิดวันนั้นเราล้มแต่คิดก็คงไม่ได้ทำ

### Key Successes Factors of ‘Bearhouse’

ตั้งแต่เปิดร้านวันแรกจนวันที่กำลังวางแผนขยายอีก ๑๐ สาขา

Key Successes ที่ ๑: เพราะความเป็นยูทูเบอร์ชื่อดัง และมีฐานแฟนคลับมากมาย

กานต์: เพราะพวกเราโชคดีที่มีต้นทุนด้านการเป็นสื่ออยู่แล้ว แล้วคอนเทนต์ที่เราทำ เรารีวิวด้วยความซื่อสัตย์ มาตลอด เราแนะนำของอร่อยให้ทุกคนกินมาตลอด

ชาร์ต: ทำให้ตอนที่เราเปิด จึงเป็นกระแสขึ้นมา สื่อต่างๆ ที่เรารู้จักหรือต่อให้ไม่รู้จัก แต่พอรู้ข่าวเขาก็ให้ความสนใจโดยที่เราไม่ได้บอก ทำให้คนยิ่งมาเข้าไปอีก จนไม่คิดว่ากระแสการตอบรับจะล้นหลามขนาดนี้ (ยิ้ม)

Key Successes ที่ ๒: ความแตกต่างที่ลงตัว เติมเต็มซึ่งกันและกัน

กานต์: ผมกับชาร์ตค่อนข้างจะต่างกันสุดขีดด้านความถนัด ทำให้เราเป็นทีมที่เติมเต็มด้านที่ต่างคนต่างไม่ถนัด ให้กัน อย่างชาร์ตเขาจะถนัดด้านตัวเลขเสียส่วนใหญ่ ส่วนผมจะเป็นหัวด้านศิลป์ ด้าน GAT เชื่อมโยง (หัวเราะ) พวกเราเลยจะทำงานกันคนละด้านไปเลย ซึ่งถือเป็นความโชคดีที่พวกเรามีความถนัดไม่เหมือนกัน

Key Successes ที่ ๓: ให้ความสำคัญและใส่ใจในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ

กานต์: ถ้าเป็นเรื่องรสชาติ ชาร์ตจะลั่นดี หมายถึงการทดสอบเรื่องรสชาติดีมาก ส่วนผมจะเป็นลิ้นจระเข้ (หัวเราะ) เวลาทำสูตร ผมก็จะเถียงกันประจำว่ามันไม่ต้องขนาดนั้นก็ได้อะ เพราะคนอย่างผมจะแยกไม่ออกว่ารายละเอียดต่างกันอย่างไร ซึ่งเชื่อว่าทุกคนในประเทศก็น่าจะประมาณผมนี้แหละ

ชาร์ต: แต่เราคิดว่าเราชนะที่รายละเอียดเหล่านี้แหละ เพราะเราใส่ใจในจุดที่คนอื่นมองข้าม เลยทำให้คนจำแบรนด์เราได้ ยกตัวอย่างเช่น ถั่วกระจก ในนั้นมีถั่ว ๔-๕ ชนิดที่ชาร์ตกินแล้วไปเจอเม็ดหนึ่งที่เหม็นหืนเล็กๆ แต่ทีมกลับบอกว่าไม่เห็นได้กลิ่นเลย พวกเราเลยเอา ๒ กระปุกมา blind test เป็น ๔ อัน ซึ่งเราก็จับได้ว่ากระปุกไหนผิดปกติ

เราคิดว่าเราน่าจะตอบโจทย์บางอย่างของลูกค้าได้ เพราะบางทีเวลาที่เราชอบอะไรสักอย่าง เราชอบโดยที่ไม่มีเหตุผล ร้านอื่นๆ ก็เหมือนกัน แต่เพราะว่าเราอาจจะใส่ใจในบางรายละเอียดลงไปมากกว่า เลยทำให้แบรนด์เราต่างจากคนอื่น อย่างมีทอะ ห้ามเหม็นเขียว ห้ามขายแพงไปกว่านี้ เพราะถ้าเราทำแพงกว่านี้ คนทั่วไปที่เขาไม่ได้เป็นสาวกมีทอะเขาก็จะรับไม่ได้ ชาร์ตก็จะคิดรสชาติให้ทุกคนเข้าถึงได้และอร่อยด้วย

Key Successes ที่ ๔: ไข่มุกโมจิจากแป้งข้าวไทยคือ Signature

กานต์: ตอนที่ผมกับชาร์ตไปเที่ยวต่างประเทศบ่อยๆ ชาร์ตก็ไปชอบร้านขนมต่างประเทศ แล้วเราก้ตระเวนกินและหาข้อมูลกัน ปรากฏว่าทั้ง ๒ คนฟันผุแล้วก็มีการท้ออัด เพราะเม็ดไข่มุกเหนียว แบรินด์ต่างประเทศบาง แบรินด์ไข่มุกเหนียวมาก กลืนที่ยังเป็นเม็ดอยู่ จุดนี้จึงเป็น pain point ของลูกค้าก็ว่าได้

เราเลยตั้งใจว่า ถ้าเรามีโอกาสทำร้าน เราจะตั้งเป้าหมายไว้ว่า ข้อ ๑ จะใช้ไข่มุกที่ไม่เหนียว ข้อ ๒ เราทำโดยจะใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรของไทย เพราะวันหนึ่งถ้าเราขายไปต่างประเทศจะได้ทำให้ supply chain โตในไทยด้วย เราเลยคิดขึ้นมาเป็น 'ไข่มุกโมจิ' โดยใช้แป้งข้าวไทย ตอนแรกทำสูตรจากครัวกลางส่งไปหน้าร้าน แต่กลายเป็นว่าไข่มุกตัวนี้มีอายุอยู่ได้สั้นมาก ต้องถนอมมาก ก็เลยกลายเป็นว่าตอนนี้ต้องทำสดทุกสาขา ดังนั้น แต่ละสาขาเราจึงลงทุนสูงมาก

ชาร์ต: ไข่มุกต้มครั้งหนึ่งได้แค่ ๓๐ แก้ว และอยู่ได้แค่ ๒ ชั่วโมง บางที่ต้องต้มถี่มาก ล้างถี่มาก รายละเอียดค่อนข้างเยอะมาก ต้มทั้งวัน สมมติว่าทุก ๒ ชั่วโมงต้มบับ ลูกค่าน้อย เราขายได้ไม่หมดภายในเวลานั้น ก็ต้องทิ้งหมดเลย อนาคตถ้ามีวิทยาศาสตร์มาช่วยในปัญหานี้ คือทำให้ยืดอายุการเก็บได้นานขึ้น แต่คุณภาพยังเท่าเดิม ก็น่าจะดีขึ้น

กานต์: จุดนี้เลยกลายเป็นทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของเรา เพราะเราอยากขยายไปต่างประเทศเหมือนกัน แต่สมมติว่าเราขยายไปตูโบ แล้ววันหนึ่งเครื่องเสียที่ตูโบขึ้นมา เราจะทำอย่างไร

Key Successes ที่ ๕: คุณภาพของสินค้า และคุณภาพชีวิตของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญ

ชาร์ต: เราซีเรียสเรื่องสินค้ามากๆ คุณภาพต้องมาก่อน ต้องเป๊ะ วันไหนที่ลูกค้ายาลงสั่งเดลิเวอรี่ไป แล้วได้ถุงหรือแพ็คเกจที่ไม่เหมือนที่เราวางไว้ เราจะเริ่มหาสาเหตุแล้วว่าเพราะอะไร ลูกค้าเขาอุดหนุนเราด้วยเงินทุกบาททุกสตางค์ แบนก์ร็อยของเรามีค่ามากแค่ไหน ของลูกค้าก็มีค่าแบบนั้น เราต้องทำให้แบนก์ร็อยของเขามีค่าที่สุด เพราะเครื่องต้มเราก็ไม่ได้ถูกขนาดนั้น

กานต์: สิ่งที่ผมค่อนข้างซีเรียสคือเรื่อง HR คือความเป็นธรรมของพนักงาน ณ วันนี้กำลังตั้งใจวางแผนอยู่ อยากสร้างระบบให้เด็กๆ หน้าร้านได้สิ่งที่เท่าเทียม ได้เติบโต มี career path มีความเป็นธรรม

ดังนั้น ในฐานะที่ทั้งคู่เป็นผู้บริหารรุ่นใหม่ จำเป็นไหมว่าพนักงานต้องเป็นคนรุ่นใหม่เหมือนกัน

กานต์/ชาร์ต: ไม่เกี่ยว/ไม่จำเป็น

กานต์: เคยรับคนอายุมากเข้ามา สรุปลือคือ culture shock ทำงานด้วยกันไม่ได้ กลายเป็นว่าก็เกิดการคัดสรรตามธรรมชาติออกไป แต่ตอนนี้พนักงานที่อายุ ๔๐ กว่าก็มี ซึ่งเขายังอยู่ในขอบเขตที่ใช้มือถือแก๊ง พิมพ์คล่อง ทำงานผ่านคลาวด์ได้

ใช้แนวทางหรือวิธีการทำงานแบบไหนในการลดช่องว่างที่แตกต่างกันระหว่างพนักงานแต่ละคน

ชาร์ต: อย่างแรกเลย ‘ต้องให้เกียรติกัน’ คือเราต้องยอมรับว่าเขาอายุมากกว่า เขาผ่านประสบการณ์มากกว่า ที่เราจ้างเขาก็เพราะเหตุผลนี้ เพราะฉะนั้น เวลาที่เขาตัดสินใจอะไรบางอย่าง แปลว่าเขาคิดมาแล้ว เราต้องให้เกียรติเขา เวลาเกิดปัญหา ก็ต้องถามเหตุผลเขาก่อนว่าทำไมถึงตัดสินใจแบบนี้หรือ พอเขามีเหตุผล โอเค ต่อไปเรียนรู้ใหม่ด้วยกันนะ เวลาเกิดอะไรขึ้นปุ๊บจะไม่ได้ไปตัดสินเลยว่าผิด เราถูก เพราะเราจ้างเขา มาเพื่อให้เขาทำให้บริษัทเราดีขึ้น

กานต์: การให้เกียรติของพวกเขาผมคือ เราไม่เรียกใครว่าลูกน้องเลย ไม่เคยเรียกเลย แต่จะเรียกว่า ‘ลูกทีม’ แทน หน้าร้านก็จะเรียกว่า ‘เด็กหน้าร้าน’

จากการที่อยู่ในแวดวงนี้มา ๒-๓ ปี มองว่าเสน่ห์ของการทำชาวมหรือเครื่องต้มคืออะไร

กานต์: ผมหลงใหลในตัวชา ผมชอบกลิ่น ชาคือพืชที่มีใบ ไม่ว่าจะชาเขียว ชาอู่หลง ชาอะไรก็ตามมันมาจากต้นเดียวกัน แต่กลับให้กลิ่นที่แตกต่างกัน ผมว่ามันคล้ายๆ กาแฟ เราหลงใหลในกาแฟเพราะว่ากลิ่น เราก็หลงใหลในชาเพราะว่ากลิ่นเหมือนกัน

ชาร์ต: เราหลงไหลในตัวไข่มุก หรืออะไรบางอย่างที่มาผสมกับเครื่องดื่ม เพราะว่าถ้าเกิดเป็นคนที่ไม่อิน เครื่องดื่มเลย ถึงแม้ก่อนหน้านี้อาจจะเป็นคนชอบของหวาน ไม่ดื่มเครื่องดื่มอะไรเลยที่เป็นของหวาน แต่ว่าทันใดที่มีเม็ดไข่มุกเข้ามาในนั้น ความรู้สึกมันมหัศจรรย์มาก มันเป็นเสน่ห์ที่ลงตัว มี texture ให้เคี้ยวในเครื่องดื่ม อนาคตอาจจะต่อยอดอะไรจากตรงนี้ได้

## ความสุขของทั้งชาร์ตและกานต์ในวันนี้

ชาร์ต: เห็นบริษัทเติบโต เห็นการเติบโตของพนักงานที่อยู่ด้วยกันตั้งแต่วันแรก คือชาร์ตเป็นคนตรวจเงินเดือน ชาร์ตแฮปปี้มากเลยว่าน้องคนนี้เคยอยู่ตั้งแต่เงินเดือนเท่านี้จนตอนนี้ได้เลื่อนขั้นแล้ว ไม่เคยคิดเลยว่าตัวเองจะยินดีกับการที่เขาเติบโตได้ขนาดนี้ มีความสุขมาก ดีใจที่เขาได้มาโตกับเรา ความสุขของเราคือการได้เห็นบริษัทและพนักงานโตไปเรื่อยๆ

กานต์: ความสุขของผมคือการเห็นระบบการทำงานเกิดขึ้น เริ่มมีวัฒนธรรมองค์กร เริ่มมีอะไรที่คลอດขึ้นมาเองเรื่อยๆ เพราะสุดท้ายระบบมันทำให้เราถอดตัวเองออกจากงานได้

ใบหน้าหนุ่มสาวทั้งสองเปื้อนยิ้มขึ้นมาหลังจบบทสนทนา พร้อมกับการลิ้มรสความหวานจากไข่มุกเม็ดสุดท้ายที่เราเพิ่งดูดจากแก้วขึ้นมา “ต้องมีแก้วต่อไปแน่นอน” เรานึกในใจ

แต่เหตุผลที่พาให้เรามาเยี่ยมพวกเขาถึงถิ่นชานมไข่มุก Bearhouse เพราะอยากร่วมพูดคุย เพื่อให้พวกเขาได้ช่วยแบ่งปันประสบการณ์ การประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย และก้าวต่อไปในอนาคตที่วางแผนเอาไว้ นั่นคืออะไร แล้วบทสนทนายาระหว่างเวลาชานมไข่มุกยามบ่ายก็เริ่มขึ้น...

ที่มา: สันทัต โปธิสา, คุณิกา แก้วนาหลวง. (๒๕๖๕, ๔ พฤษภาคม). a dayBULLETIN.

<https://adaybulletin.com/talk-conversation-business-bearhouse-bearhug/๖๒๓๓๖>

## ปราชญ์เกษตรของแผ่นดิน สาขาปราชญ์เกษตรดีเด่น ปี ๒๕๖๔

นายฉัตรกมล มุ่งพยาบาล อดีตเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยทำกิจกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีการผลิตพืช ปัจจัยการผลิตพืช ต้นทุนปัจจัยการผลิต ปุ๋ย สารป้องกันกำจัดศัตรูพืชและฮอร์โมนพืช ตั้งแต่เป็นพนักงานฝ่ายการตลาดจนถึงผู้จัดการฝ่ายการตลาด เมื่อได้ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดภาคใต้ จึงมีโอกาสเรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตทุเรียนและพฤติกรรมทุเรียน และเมื่อเห็นว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาดีจึงตัดสินใจลาออกมาทำสวนทุเรียน เมื่อปีเริ่มจากเช่าพื้นที่ทำสวนทุเรียนนอกฤดูกาดในอำเภอพะโต๊ะ จำนวน ๑๕ ไร่ และ ๒๕๓๙ ไร่ในพื้นที่เพิ่มเติมในอำเภอหลังสวน จำนวน ไร่ รวมเช่าพื้นที่จำนวน ๓๓ ไร่ ในจังหวัดชุมพร สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ ๒๓ ตัน ในราคา ๑๘ .บาท/กก ๕๐ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยต่อไร่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในขณะนั้น จึงทำให้เกษตรกรบริเวณใกล้เคียงสนใจมาสอบถามแลกเปลี่ยนความรู้อย่างต่อเนื่อง และถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับการผลิตทุเรียนนอกฤดูกาด เมื่อประสบความสำเร็จจึงเกิดแนวคิดที่จะช่วยเหลือเกษตรกรให้มีรายได้เพิ่มขึ้น จึงได้ถ่ายทอดความรู้ด้วยการเขียนหนังสือและเอกสารการทำทุเรียนทวาย แจกจ่ายให้เกษตรกรทั่วไป และเป็นวิทยากรให้ความรู้ในเรื่องการทำสวนทุเรียนทั้งในและนอกฤดู สามารถซื้อที่ดินเป็นของตนเองได้ จำนวน ไร่ และซื้อเพิ่มเติมอีกจำนวน ๓๑ ไร่ ในเวลาต่อมา ๒๐ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมทางการเกษตรอื่นๆ ได้แก่ การทำสวนส้มโชกุน สวนยางพารา ปาล์มน้ำมัน ไม้ใช้สอยยืนต้น และปลูกพืชอาหารจำพวกพริก ตะไคร้ มะนาว กลัวย มะละกอ ฝรั่งมังซุงและมีการแปรรูปผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น แยมส้มโชกุน แครกเกอร์ส้มโชกุน แยมทุเรียน ทุเรียนกวน ทุเรียนทอดและทุเรียนเชื่อม โดยจำหน่ายทั้งภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ในปี มีรายได้จากการขายผลทุเรียนกว่า ๒.๖ ล้านบาท ๒๕๖๓หักค่าใช้จ่ายแล้วคงเหลือกำไร ล้านบาท ๒ นอกจากนี้ยังเป็นต้นแบบในการประกอบอาชีพทำสวนทุเรียนให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียง ในการผลิตทุเรียนคุณภาพทั้งในและนอกฤดูกาด

นายฉัตรกมล มุ่งพยาบาล คิดค้นและพัฒนาองค์ความรู้ในการจัดการสวนและผลิตทุเรียนระบบ GAP และสร้าง QR Code ตอบโจทย์ Smart product เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและคู่ค้าซึ่งสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และได้สร้างช่องทางจำหน่ายทุเรียน ส้มโชกุน และผลิตภัณฑ์แปรรูปผ่านระบบออนไลน์ในประเทศ และได้มีการจัดทำหนังสือ “การผลิตทุเรียนทวาย” ในปี และมี ๒๕๔๕ ารปรับปรุงอีกครั้งใน ปี เพื่อเผยแพร่ ๒๕๕๖ เป็นความรู้แก่เกษตรกรชาวสวนทุเรียน และมีผลงานที่เกิดจากการคิดค้นเรียนรู้ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เหมาะสมกับพื้นที่และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยการทำสวนทุเรียนบนพื้นที่ราบเนินสูง ปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทองเป็นพืชประธาน ปลูกกล้วยน้ำว้าเป็นแหล่งเก็บความชื้น ป้องกันการพังทลายของดิน ปลูกไม้ดงลิ้มแล้งและปาล์ม น้ำมันรอบสวนเพื่อดูดซับธาตุอาหารหลักและธาตุอาหารรองของพืชที่ไหลลงมาช่วงฝนตก รวมถึงปลูกไม้ยืนต้นรอบสวนทุเรียนเพื่อประโยชน์การใช้สอยในพื้นที่เพื่อประโยชน์สูงสุด การจัดการทรงพุ่มพีระมิด เหลี่ยม ๗ ๓๐:๖๐:๑๐ เป็นการจัดโครงสร้างต้นทุเรียน ปลายยอด : ลำต้น : โคนต้น คือตัดแต่งกิ่งใบช่วงล่างของลำต้นให้มองเหมือนสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน จะช่วยในการวางตำแหน่งของกิ่งตั้งฉากกับลำต้นอย่างเหมาะสม ส่งผลถึงการติดผลของทุเรียน การแขวนผลทุเรียนได้ในปริมาณที่เหมาะสมกับขนาดของลำต้นและยังช่วยลดปัญหาโรคและแมลงได้อย่างดี การจัดการการออกดอกของทุเรียน การจัดการฮอร์โมนพืช “จิบเบอเรลลิน” ในการแก้ไขปัญหาการแตกใบอ่อนไม่สม่ำเสมอหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต โมเดลผังเรียนรู้จุดวิกฤตของทุเรียนลดปัญหาดอกผลร่วงเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน การเรียนรู้พฤติกรรมของพืชและพันธุ์ทุเรียน ส่งผลต่อการวางแผนการผลิตทุเรียนได้



อย่างเหมาะสมตรงกับความต้องการของตลาดการจดทะเบียนปุ๋ยเกรดสูตรที่เหมาะสม สูตร ๑๒-๓-๔๐ ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนเลขที่ ๒๑๒๘/๒๕๖๒ และสูตร๑๔-๗-๓๔ ใบสำคัญการขึ้นทะเบียนเลขที่ ๒๑๒๙/๒๕๖๒ ซึ่งได้จดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรโดยใช้แพร่หลายในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนทุเรียน การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ทำแผ่นดักกันกระรอกเพื่อลดการสูญเสียทางเศรษฐกิจปีละหลายแสนบาท การคิดค้นนวัตกรรมต่อยอดกรงดักผีเสื้อกลางคืน ลดการสูญเสียผลผลิตทุเรียน สัมโซขุน (ป้องกันผีเสื้อตัวเต็มวัย ลดการระบาดของวางไข่ของผีเสื้อ ป้องกันหนอนเจาะเมล็ดและหนอนเจาะผลของทุเรียน) การสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปและกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นรูปแบบอัตลักษณ์ของตนเอง

ที่มา ประชาสัมพันธ์ของแผ่นดิน. (๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔). <https://www.moac.go.th/philosopher-philosopher-preview-๔๓๑๐๙๑๗๙๑๗๙๓>

**หมายเหตุ** นักเรียนแต่ละกลุ่มจะได้รับใบกรณีศึกษาบุคคลตัวอย่างเพียง ๑ ท่าน ซึ่งบุคคลตัวอย่างครูสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของบริษัทสังคม วัฒนธรรม ชุมชนท้องถิ่นของตนเองได้