

ปีที่ 29 ฉบับที่ 9965 วันจันทร์ที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2559 หน้า 4

# ‘ช่อคุณเอสอี’ นวัตกรรมสร้างสุขภาพ:

“ตำรับยาไทยในนวัตกรรม” คือสโลแกนประจำตัวของ “ช่อคุณเอสอี” กิจการเพื่อสังคมด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ที่บูรณาการการแพทย์แผนไทย กับนวัตกรรมและการวิจัย แล้วใช้เครื่องมือทางออนไลน์ มาฟื้นฟูสุขภาพของคนในสังคมเมือง เพื่อให้ผู้คนได้ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ห่างไกลโรคจากความเจริญ

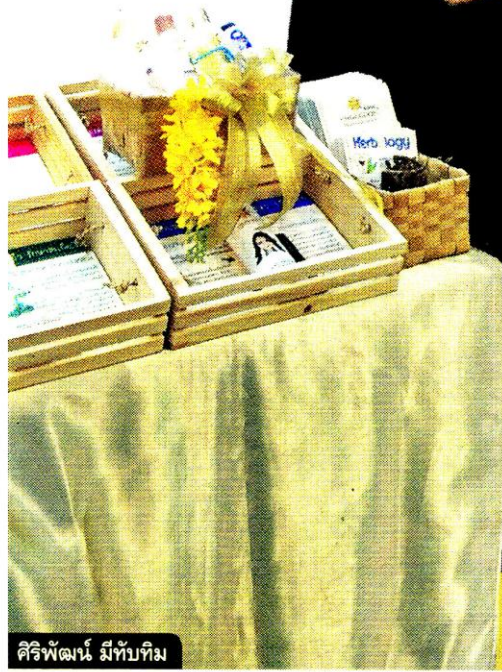
• จิราวัฒน์ คงแก้ว

ทำไมเมื่อโลกยิ่งเจริญขึ้น สังคมพัฒนา ก้าวหน้า ทว่าคนกลับเป็นโรคบางอย่างเพิ่มมากขึ้น อาทิ โรคผิวหนังเรื้อรัง อย่าง “สะเก็ดเงิน” รวมถึงอาการที่เกิดจากระบบน้ำเหลืองไม่ดี เหล่านี้เป็นต้น “มันเป็นโรคที่ตรงข้ามกับความเจริญ คือเมื่อไรที่บ้านเมืองเจริญขึ้น ปัญหาเหล่านี้จะกลับมาก”

“แม็กซ์-ศิริพัฒน์ มีทับทิม” ผู้ก่อตั้ง ช่อคุณ (CHORKKON SE) กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม บอกที่มาของโรคภัยคนเมือง ที่เกิดขึ้นแข่งกับความเจริญ สาเหตุก็มาจากการต้องใช้ชีวิตอยู่ในเมือง มีภาวะความเครียด ขณะอาคารบ้านเรือน การออกแบบผังเมือง ตึกขนาดใหญ่ ซึ่งแวดล้อมอยู่รอบตัวคนเมือง ล้วนส่งผลให้ผู้คนมีสุขภาพแย่ สวนทางกับความเจริญ เขาซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านการจัดการนวัตกรรม ที่จบปริญญาตรีมาทางวิศวกรรมไฟฟ้า กับ “หมอพจ-ธัญญพัทธ์ นริศศรีรัตนชาติ” ผู้ศึกษาเกี่ยวกับการแพทย์แผนไทย จนได้ไปประกอบโรคศิลปะแพทย์แผนไทยประเภทเภสัชกรรมไทย และเวชกรรมไทย ทั้งสองจับมือกัน เพื่อร่วมฟื้นฟูสุขภาพของคนเมือง โดยบูรณาการการแพทย์แผนไทย และใช้เครื่องมือทางออนไลน์ อย่าง facebook และ Line มาช่วยทำงาน เริ่มจากเปิดให้คำปรึกษา เรื่องการดูแลสุขภาพด้วยวิถีแพทย์แผนไทย ผ่านทางแอปพลิเคชันไลน์

จากสารพัดโรค พวกเขามุ่งไปที่กลุ่ม NCDs คือ กลุ่มโรคไม่ติดต่อ ไม่ได้เกิดจากเชื้อโรค และไม่สามารถแพร่กระจายโรคจากคนสู่คนได้โดยทั่วไป อาจเรียก กลุ่มโรคเรื้อรัง โดยเริ่มที่ “สะเก็ดเงิน” ซึ่งเป็นโรคผิวหนังเรื้อรังอย่างหนึ่ง ที่พบได้มาก

“เดิมเราตั้งใจว่าจะเปิดเป็นคลินิกแพทย์แผนไทย แต่มาคิดว่า ถ้าเป็นคลินิก ก็คงช่วยคนได้เฉพาะที่มากลินิก และพอเป็นคลินิก เราต้องทำงานเต็มเวลาอีก แต่พวกเราต้องการทำอะไรมากกว่านั้นเลยมาลงตัวที่การให้บริการคำปรึกษาและวินิจฉัยโรค ในเชิงของแพทย์แผนไทยผ่านช่องทางไลน์”



ศิริพัฒน์ มีทับทิม

ต่อไปช่อคุณจะเป็น  
 ตัวรากของธุรกิจ  
 ส่วนแบรนด์เราจะใช้  
 Herbology  
 เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า  
 เรามีความเป็นไทย  
 อยู่ในราก

ถึง 1-3% ของประชากร  
 ทั้งหมด อาการคือจะ  
 มีผื่นเป็นแดง มีขุย  
 สีขาวหนากระจาย  
 อยู่ตามส่วนต่างๆ  
 ของร่างกาย  
 คนเป็นสะเก็ดเงิน  
 หรือกลุ่มน้ำเหลือง  
 ไม่ดี ต้องใช้ผลิตภัณฑ์  
 ที่อ่อนโยนมากๆ ซึ่ง  
 ส่วนใหญ่จะเป็นพวกของ  
 นำเข้า ราคาก็หลายร้อยไป  
 จนหลักพันบาท นั่นเองที่  
 จุดประกายให้คนชอบ  
 นวัตกรรม และคนทำเรื่อง  
 แพทย์แผนไทย ตัดสินใจมา  
 พัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เป็นการ  
 ผสมผสานระหว่าง สมุนไพรไทย  
 ใช้วัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติ ได้รับความ  
 การรับรองมาตรฐานออร์แกนิก  
 และมีนวัตกรรม จากนั้นใส่งาน  
 วิจัยเข้าไปด้วย เพื่อให้มีความ  
 น่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้น  
 ช่อคุณอยู่ภายใต้การ  
 บ่มเพาะทางธุรกิจจากสำนัก  
 ทรัพย์สินทางปัญญา และ  
 บ่มเพาะวิสาหกิจมหาวิทยาลัย  
 ธรรมศาสตร์ และได้รับการ  
 สนับสนุนทุนวิจัยจากหลาย  
 หน่วยงานของภาครัฐ อาทิ  
 กระทรวงวิทยาศาสตร์, กระทรวง

(ต่อด้านหลัง)





อุตสาหกรรม, กระทรวงศึกษาธิการ และ TCDC เป็นต้น

ผลจากการแสวงหา โดยนำพาตัวเองเข้าไปขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ทั้งในกลุ่ม Green Personal Care ซึ่งปัจจุบันเมื่ออยู่ประมาณ 7 ตัว และกลุ่มตัวยา อีก 7 ตัวรับ เพื่อการดูแลสุขภาพองค์รวมของคนเมือง

เพราะการทำกิจการเพื่อสังคมไม่เหมือนการทำธุรกิจทั่วไป สิ่งที่เราคิดและทำ จึงต้องลึกไปกว่าธุรกิจ ว่ากันตั้งแต่ การคิดผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ได้มองแค่สินค้านั้นจะมีตลาด หรือขายได้ไหม แต่ต้องมองไกลไปว่า ทำออกมาแล้วจะช่วยให้คุณภาพชีวิตของผู้คนดีกว่าเดิมหรือตอบโจทย์ปัญหาคนในสังคมได้หรือไม่

“การออกผลิตภัณฑ์ เราจะดูจากว่า โปรดักสินนั้น ทำให้คุณภาพชีวิตของคนที่ใช้ ดีขึ้น หรือ แย่ๆ ถ้าแย่ๆ หรือไม่ตอบโจทย์ว่าดีขึ้นเราไม่ทำ แต่จะเลือกผลิตแค่ที่ ทำให้คุณภาพชีวิตเขาดีขึ้นเท่านั้น” เขาบอกจุดยืน ขณะที่เมื่อมองในมุมธุรกิจ การทำผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการ แต่ยังไม่ใครทำมาสนอง ก็ยังเป็น “โอกาสธุรกิจ” ของพวกเขา อย่างเช่น การพัฒนา ยาสีฟันสำหรับคนที่ปัญหากระบบน้ำเหลืองไม่ดี และร้อนใน ที่พวกเขาพัฒนามาก่อนหน้านี้

“เราจะมองจากหนึ่งมีช่องว่างใหม่ สององค์ความรู้ ที่เราสามารถตอบโจทย์ได้ใหม่ และสาม เลือกส่วนผสมที่เป็นเหมือนดีเอ็นเอของเรา นั่นคือไม่ว่าจะทำตัวไหน ออกมาก็ต้องตอบสนองกลุ่มคนที่มีปัญหาสะกิดเงินด้วยถึงแม้ผลิตภัณฑ์นั้นจะไม่ได้เน้นขายให้คนที่ปัญหาสะกิดเงินโดยตรง เพื่อถอดตรงนี้มาเป็นจุดขาย”

ขณะการตั้งราคาขาย แม้เป็นสินค้านวัตกรรมคนทำก็บอกว่า ไม่มุ่งเน้นเอามาร์จิ้นที่มากเกินไป แต่ต้องให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีปัญหา อย่าง ยาสีฟัน ขายที่ 250 บาท จากปกติของนำเข้าขายกันอยู่ที่ไม่ต่ำกว่า 750 บาท ส่วนผลิตภัณฑ์สำหรับผิวพรรณของคนมีปัญหาสะกิดเงินและน้ำเหลืองไม่ตินั้น ก็พัฒนาให้เป็นแบบ “ขวดเดียวเอาอยู่” คือเป็นได้ทั้ง สบู่อาบน้ำ แชมพู และครีมล้างหน้าในขวดเดียว ขายในราคา 360 บาท ขณะปกตินอกจากจะ

ไม่มีให้ใช้แล้ว ถ้าจะใช้ของที่พอใช้ได้ ก็ต้องจ่ายเงินต่อขวดกันหลายร้อย รวมๆ กันก็เป็นพันบาทเข้าไปแล้ว

“ผมเข้าใจว่า มิติของผู้ประกอบการสังคม อาจจะยังใหม่อยู่สำหรับเมืองไทย บางคนเลยอาจไม่เข้าใจว่าทำไมเราต้องตั้งราคาแค่นี้ ในเมื่อเป็นสินค้านวัตกรรมอยากบอกว่า สินค้าเรามีหลายกลุ่ม สำหรับลูกค้าทั่วไปเราก็ตั้งราคาปกติ แต่สำหรับลูกค้าที่มีปัญหาสะกิดเงินหรือน้ำเหลืองไม่ดี ขอตั้งราคาแค่นี้ เพื่อให้เขาเข้าถึงได้โดยไม่ต้องเอามาร์จิ้นเยอะ แต่คิดให้สมดุล ทั้งธุรกิจและสังคม”

ทำมา 3 ปี จากแบรนด์เล็กๆ วันนีชื่อของ “ซอคุน” กลายเป็นที่รู้จัก ทั้งในกลุ่มของคนมีปัญหาสะกิดเงิน น้ำเหลืองไม่ดี กลุ่มคนออร์แกนิก และกิจการเพื่อสังคม โดยใช้เวลาประมาณ 2 ปี ธุรกิจก็เริ่มอยู่ตัว และยังได้รับการโปรโมทจากหน่วยงานภาครัฐ ในฐานะองค์กรที่ใช้ นวัตกรรมและการวิจัยมาขับเคลื่อนธุรกิจอีกด้วย

จากแบรนด์ “ซอคุน” พวกเขาเตรียมรีแบรนด์สู่ “Herbology” ซึ่งเริ่มใช้ไปแล้วกับยาสีฟันที่ทำออกมา ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการออกเสียงที่เป็นสากล และสะท้อนธุรกิจที่เป็นการผสมระหว่าง “สมุนไพร” กับ “เทคโนโลยี” หรือ “Herb + Technology” ได้อย่างดียิ่ง

“ต่อไปชื่อซอคุนจะเป็นตัวรากของธุรกิจ โดยเป็นพวกชื่อบริษัทหรืออะไรไป ส่วนแบรนด์เราจะใช้ Herbology เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า เรามีความเป็นนวัตกรรม และมีความเป็นไทยอยู่ในราก”

นอกจากการมาถึงของแบรนด์ใหม่ ในเป้าหมายด้านสังคม พวกเขายังเสนอโครงการ “คนไทยอายุยืน” เพื่อขอการสนับสนุนจากโครงการ 100 พลังเปลี่ยนประเทศ โดยไม่หวังขอ “ทุน” แต่ต้องการทรัพยากรที่เป็น “คน” และ “องค์ความรู้” เพื่อมาช่วยพัฒนา ไชโยขึ้นให้คำปรึกษาด้านสุขภาพาร่วมกับพวกเขา

“ถ้าเราสามารถถอดองค์ความรู้ที่มีออกมาได้ แล้วทำเป็นพวกแอปพลิเคชันเพื่อการวินิจฉัยอาการเบื้องต้น โดยที่คนสามารถเข้ามากรอกข้อมูล แล้วเป็นผลออกมา พร้อมคำแนะนำในการดูแลตัวเองได้ วิธีนี้ก็ น่าจะช่วยคนได้มากขึ้น” ซึ่งนั่นคือเป้าหมายของพวกเขา

ยังมีความท้าทายมากมายในวิถีกิจการเพื่อสังคม ศิริพัฒน์ บอกว่า ยังอยากเห็นธุรกิจเดินต่อไปได้ด้วยตัวเอง เพื่อที่ถ้ามีเวลามากขึ้น พวกเขาจะได้ไปทำในเรื่องอื่นๆ ที่ยังอยากทำต่อไป เช่น การส่งต่อประสบการณ์ไปสู่กลุ่มเอสเอ็มอี และกิจการเพื่อสังคม เพื่อร่วมเติบโตไปพร้อมกับพวกเขา

นี่คือความตั้งใจของคนที่มีนวัตกรรมและความเป็นไทยอยู่ในรากธุรกิจ และมี “สังคม” เป็นเป้าหมายในการขับเคลื่อนธุรกิจ