



รายงานพิเศษ

'ตู้หยอดน้ำดื่ม' ธุรกิจที่รอวันโต

ความตื่นตัวเกี่ยวกับสุขภาพของผู้บริโภค ถูกจุดชนวนและสร้างภาพความสำคัญมาอย่างต่อเนื่อง ในช่วงกว่าสิบปีที่ผ่านมา สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพถูกโปรโมตและรับอานิสงส์ของกระแสแห่งความต้องการมีชีวิตที่ดี มีสุขภาพที่ดี

แม้กระทั่งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับน้ำดื่มก็เติบโตมาโดยตลอด แม้ว่าจะมีราคาค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำดื่มของการประปานครหลวงที่ประชาชนสัมพันธ์กันอย่างครึกโครมว่าดื่มได้ ไม่ต้องกรอง แม้กระทั่งมีบทความออกมาเปรียบเทียบคุณสมบัติของน้ำแต่ละประเภท เช่น น้ำประปา น้ำแร่ น้ำฟานไอโซน เป็นต้น โดยระบุว่าไม่มีผลมากนักต่อร่างกายมากแต่ก็ไม่สามารถลบความตื่นตระหนกในเรื่องสุขภาพได้

ดังนั้นการทำธุรกิจน้ำดื่มจึงเริ่มมีการแข่งขันการสูง นับตั้งแต่การผลิตน้ำดื่มแบบขวด จนมาถึงตู้หยอดน้ำดื่ม เริ่มแรกมีเพียงไม่กี่เจ้าเท่านั้นที่ทำธุรกิจนี้ แต่เพราะความตื่นตัวและราคาไม่แพงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับราคาน้ำดื่มจากขวด ประกอบการสถานที่ตั้งจุดของเครื่องหยอดน้ำดื่ม จะแวดล้อมด้วยชุมชน เช่น คอนโด ห้องเช่า แหล่งชุมชน เป็นต้น ทำให้ตลาดเริ่มมีการขยายตัวจากหนึ่งเป็นสองและต่อเนื่องจนปัจจุบันถือว่าการเติบโตของตลาดนี้สูงมาก จึงมีผู้ประกอบการเข้ามาแข่งขันทำธุรกิจมากขึ้นด้วย

แม้ว่าตัวเลขจากผู้ประกอบการประเมินว่ามูลค่าการตลาดของตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญมีประมาณ 1,000 ล้านบาท มีอัตราการเติบโต

ต่อเนื่องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 จากผู้ผลิตในตลาดไม่ถึง 10 แบรินด์ ขอบเขตของตลาดยังอยู่ในเมืองหลวง โอกาสที่ตลาดจะขยายตัวยังมีอีกมาก จึงเชื่อว่าจะมีผู้ประกอบการก้าวเข้ามาช่วงชิงตลาดนี้อย่างแน่นอน

แต่ไม่ใช่ใครจะเข้ามาทำธุรกิจให้รอดได้ง่าย แม้ว่าตลาดซึ่งถือว่าเพิ่งจะเริ่มมีการขยายตัวก็ตาม อย่างเช่น EASTW ที่ทำธุรกิจตู้หยอดน้ำดื่มมาเกือบ 10 ปี ยังต้องโยนผ้ายอมแพ้ และขยายตัวตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญออกไปทั้งหมด เนื่องจากคู่แข่งการแข่งขันสู้รายเล็กที่ลดคุณภาพเพื่อสู้ราคาไม่ได้

เมื่อผู้ประกอบการมีเพิ่มขึ้นภาวะการแข่งขันเพื่อรักษาตลาดเอาไว้ก็ทวีความเข้มข้นขึ้นไปเรื่อยซึ่งที่ผู้ประกอบการหลายแห่งวางแผนก็คือ

1. การขยายตลาดออกไปยังเขตภูมิภาคมากขึ้น แม้ว่าภาวะตลาดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลยังสามารถขยายตัวได้อีกก็ตาม
2. การใช้นโยบายหลังการขาย เพื่อให้บริการในเรื่องของการดูแลตู้หยอดน้ำดื่มให้ใช้บริการได้ตลอดเวลา สร้างความเชื่อมั่นถึงความสะอาดของเครื่อง
3. ใช้กลยุทธ์ในเรื่องของราคา หรือโปรโมชันเพื่อจูงใจให้แก่ผู้สนใจลงทุนเข้ามาหา เช่น การให้พ่อนชำระ การคิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำ หรือแสดงให้เห็นว่าการทำรายได้จากการติดตั้งเครื่องหยอดน้ำเหล่านี้จะได้รับผลตอบแทนอย่างไร

ที่สำคัญที่สุดก็คือ 4. พยายามสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ว่าน้ำดื่มที่ออกจากตู้หยอด

น้ำดื่มมีความสะอาดได้มาตรฐาน เช่น การตั้งหน่วยตรวจสอบคุณภาพ การขอรับรองคุณภาพน้ำจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ

อย่างเจ้าตลาดอย่าง วอเทอร์ เน็ท ที่ถือครองมาร์เก็ตแชร์ 50% ได้ตั้งทีมตรวจสอบคุณภาพน้ำกว่า 16 ทีม ดูแลตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญจำนวนกว่า 3,000 เครื่อง ทั่วประเทศ และกล้ารับรองคุณภาพน้ำดื่มจากตู้หยอดเหรียญว่าสะอาด มีมาตรฐานสูงกว่าคุณภาพของน้ำดื่มบรรจุขวดที่วางขายกำหนด หรือแม้แต่คู่แข่ง บริษัท กู๊ดดริงส์ จำกัด ก็ได้จัดตั้งหน่วยตรวจสอบคุณภาพตู้น้ำดื่มเคลื่อนที่ขึ้นเพื่อสุ่มตรวจและจัดเก็บตัวอย่างน้ำดื่มพร้อมตัวสอบประวัติการบำรุงรักษา จากตู้น้ำหยอดเหรียญของบริษัทฯ

โดยก่อนหน้ามี ผลวิจัยจากคณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ระบุว่า ผลการตรวจสอบตู้น้ำดื่มหยอดเหรียญอัตโนมัติที่ติดตั้งอยู่ทั่วไปในชุมชนต่างๆ ว่าระบบการกรองน้ำของตู้น้ำหยอดเหรียญอัตโนมัติที่ติดตั้งส่วนใหญ่จะใช้ระบบรีเวอร์สออสโมซิส หรือเรียกย่อๆ ว่าอาร์โอซึ่งเป็นระบบการกรองตะกอนต่างๆ นอกจากนี้ยังใช้วิธีที่ผ่านการกรองแล้วยังถูกนำมาฆ่าเชื้อโรคโดยระบบการฆ่าเชื้อโรคที่นิยมใช้ได้แก่ การใช้แสงอัลตราไวโอเล็ตหรือยูวี หรือการใช้ก๊าซโอโซน ซึ่งจากระบบการกรองและระบบการฆ่าเชื้อโรคในตู้น้ำหยอดเหรียญอัตโนมัติดังกล่าวจะทำให้ได้น้ำที่มีความบริสุทธิ์ สะอาด ปราศจากเชื้อโรค สมควรแก่การบริโภคที่ติดตั้งในเขต

กทม. ทั้งคุณภาพทางกายภาพและทางจุลชีววิทยา ตั้งแต่เดือนมี.ค.- มิ.ย. 2548 จำนวน 546 ตัวอย่าง จาก 273 ตู้ จำแนกเป็นตู้ระบบอาร์โอ / แสงยูวี จำนวน 217 ตู้หรือร้อยละ 80 และเป็นตู้ระบบอาร์โอ / โอโซน จำนวน 56 ตู้หรือร้อยละ 20 ใน 20 ตลาดผลิตภัณฑ์ ที่ติดตั้งอยู่ใน 30 เขตของกทม.

พบว่า มีน้ำดื่มที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทางกายภาพ จำนวน 39 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.1 เนื่องจากมีค่าความเป็นกรด-ด่างไม่ได้อัตราฐานซ้ำมีกลิ่น รส เป็นที่น่ารังเกียจ ส่วนน้ำดื่มที่ไม่ผ่านเกณฑ์คุณภาพทางจุลชีววิทยามีดังนี้ น้ำดื่มที่มีจำนวนแบคทีเรียทั้งหมด มากกว่า 500 โคโลนีต่อมิลลิลิตร จำนวน 203 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 37.2 น้ำดื่มที่มีจำนวนโคลิฟอร์มรวมมากกว่า 2.2 จำนวน 48 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 8.8 น้ำดื่มที่พบเชื้อ E. coli จำนวน 36 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.6 น้ำดื่มที่พบเชื้อ P. aeruginosa จำนวน 109 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20

น้ำดื่มที่พบสาหร่ายจำนวน 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 1.3 อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ตรวจไม่พบเชื้อก่อโรค Salmonellae, S. aureus รวมตัวอย่างน้ำดื่มที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทั้งคุณภาพทางกายภาพ และทางจุลชีววิทยาทั้งสิ้น 289 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 52.9

จากผลวิเคราะห์ดังกล่าว ทำให้เหล่าผู้ประกอบการตูหยอดน้ำดื่มต้องพลิกเกม และถือว่าเป็นนโยบายสำคัญ เพราะหากคนไม่มั่นใจ การทำงานคงจะไม่สะดวกโยธิน

