



โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่  
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



## สารบัญ



- 02.... กัมมี่ Fruity+Happy  
ขุมทรัพย์จากผลไม้ไทย
- 04.... น้ำพริกเผาแคส : KATS  
สูตรพริ้มคือขุมทรัพย์ทางธุรกิจ
- 06.... ข้าวแต๋นบุญคลุก  
2 ขุมทรัพย์ตำรับเหนือ-อีสาน
- 08.... เปลววนโฮโซ  
ต่อยอดขุมทรัพย์ของต้นตระกูล
- 10.... สมุนไพรเพิ่มน้ำนมแม่  
นวัตกรรมในครอบครัวสู่ขุมทรัพย์ของสังคม
- 12.... เชียงไหแม่เกออร์คลับ  
แหล่งรวมตัวคือขุมทรัพย์ของสตาร์ทอัพ
- 14.... เสื้อผ้า Weekend  
สโตนีโมโนโทนชี้ขุมทรัพย์สร้างแบรนด์
- 16.... แฟชั่นรองกันมด : Antpad  
ความร่ำรวยสร้างขุมทรัพย์หลักล้าน



## ก็มี Fruity+Happy ขุมทรัพย์จากผลไม้ไทย

**คุณสิริดา นาคทัต** สาวไทยนักเรียนนอกจบกฎหมายจากอังกฤษ กลับเมืองไทยอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง ตอนอยู่เมืองนอก ได้เห็นพวกฝรั่งชอบกินขนมประเภทกัมมี่กันทุกเพศทุกวัย เธอจึงเกิดไอเดียอยากผลิตกัมมี่ที่เป็นขนมของชาวยุโรป มาทำเป็นขนมขบเคี้ยวในแบบฉบับของคนไทย โดยเอาจุดเด่นของเมืองไทยคือ นำผลไม้ไทยใส่ในกัมมี่ เป็นการแปลงสัญชาติขนมกัมมี่ของยุโรป ให้เป็นขนมกัมมี่สัญชาติไทยได้อย่างแยบยล

ประโยคหนึ่งที่คุณสิริดาเล่าว่าขึ้นใจได้อย่างเจ็บปวด เธอกล่าวว่า ถึงแม้เศรษฐกิจจะตกต่ำ แต่สินค้าประเภทขนมไม่เคยตกต่ำไปด้วยเมื่อเทียบกับสินค้ากลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะตลาดขนมของชาวยุโรป กลุ่มกัมมี่ยังเป็นสินค้าที่มาแรงอยู่ตลอด เมืองไทยมีผลไม้หลากหลายและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในต่างประเทศ ที่ตัดสินใจทำกัมมี่ผลไม้ไทย เพราะมองว่าผลไม้ไทยมีศักยภาพที่ดี และอยากทำให้ผลไม้ไทยไปถึงระดับโลกได้ คุณสิริดาจึงสร้างแบรนด์ขนมกัมมี่สัญชาติไทยในชื่อสั้นๆ ว่า แพรปปี้ : Frappy ซึ่งมาจากคำว่า Fruity + Happy ความคิดของนักธุรกิจสาวรุ่นใหม่ที่มีมองโลกสวย จึงปรากฏออกมาด้วยคำพูดที่ว่า “อยากทำขนมให้คนกินแล้วมีความสุข”

### ขุมทรัพย์จากผลไม้ไทย

เมื่อกระแสสุขภาพกำลังมาแรง คุณสิริดาจึงจับกัมมี่ให้เข้ากับกระแสสุขภาพได้อย่างลงตัว ด้วยการผสมวิตามิน แคลเซียม และคอลลาเจน เข้าไปในขนมกัมมี่ Frappy จากขนมขบเคี้ยว

จึงเลื่อนระดับเข้าไปอยู่ในกลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพได้อย่างเนียนๆ

“เราทำกัมมี่รสมะพร้าว น้ำหอมที่ผสมแคลเซียมเข้าไปด้วย เพื่อให้มีฟังก์ชันทานแล้วกระดูกแข็งแรง ส่วนกัมมี่รสส้มก็ผสมคอลลาเจนเข้าไปด้วย เพื่อให้เข้ากับสรรพคุณของวิตามินซีในเรื่องความงาม การไหลเวียนของเลือด คนที่กินกัมมี่มีมกอยาก็ได้ความสดชื่น จึงมีรสชาติออกเปรี้ยวอมหวาน จึงใช้สับปะรดผสมกับสับปะรด และกัมมี่รสมะม่วง เพราะเป็นผลไม้ไทยที่ฝรั่ง ญี่ปุ่น และคนเอเชีย ชอบกันหมด”

ในอังกฤษมาเทรดมะพร้าวได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทุกปี จึงเอามะพร้าวมาใส่ในกัมมี่ ส่วนมังคุดในยุโรปและอเมริกาถือว่าเป็นผลไม้ราคาแพงจนจับต้องยาก คุณสิริดาต้องการทำให้มะพร้าวและมังคุดเข้าถึงง่ายจับต้องได้ โดยผสมในกัมมี่ พร้อมปักธงความสำเร็จไว้ว่า กัมมี่ “แพรปปี้” จะเป็นขนมตัวใหม่ที่จะได้รับความสนใจในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น และแถบเอเชีย

### ดันแพรปปี้สู่ตลาดพรีเมียม

ตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทกัมมี่มีค้อยๆเติบโตขึ้นจนมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับสองของสินค้าประเภทเดียวกัน การก้าวเข้ามาของแบรนด์หน้าใหม่ของ แพรปปี้ : Frappy มาด้วยจุดยืนที่แตกต่าง พร้อมบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น จึงทำให้แพรปปี้ที่เพิ่งก้าวสู่ตลาดได้ 2 ปี กลายเป็นแบรนด์ของคนไทยที่ก้าวไปสู่ระดับสากล ในนามบริษัท ทropicคอล ฟรุต ฟิวชั่น จำกัด

คุณสิริดา นาคทัต เผยว่า เข้าอบรมโครงการ NEC ทำให้ได้ความรู้เกี่ยวกับตลาดโมเดิร์นเทรด รู้วิธีเจรจาเพื่อเข้าสู่ตลาดกลุ่มพรีเมียม และในที่สุดเธอนำสินค้าเข้าสู่ซูเปอร์มาเก็ตพรีเมียมอย่าง Gourmet Market , The Mall Group และ Villa Supermarket ฯลฯ



**บริษัท ทropicคอล ฟรุต ฟิวชั่น จำกัด**

18/4 ซอยอานวยวัฒน์ ถนนสุทธิสารวินิจฉัย

เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทร. 086 011 1099

email : [hello@tropicalfruitsfusion.com](mailto:hello@tropicalfruitsfusion.com)

[www.tropicalfruitsfusion.com](http://www.tropicalfruitsfusion.com)





## น้ำพริกเผาเคทส์ : KATS สูตรพรีเมียม คือชุมทรัพย์ทางธุรกิจ

สาวนักเรียนนอก คุณนริศรา ลือชาพิพัฒน์ (แคท) ยอมรับทำอาหารไม่เป็น แต่เลือกที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจอาหาร “น้ำพริกเผา KATS” ที่เปลี่ยนลูกค้าพริกเผาให้เป็นสินค้าพรีเมียม ด้วยขวดเหลี่ยมหรูดูมีราคา และเปลี่ยนสูตรใช้น้ำมันรำข้าว จึงขึ้นแท่นเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพทันที่ ความคิดของเด็กรุ่นใหม่สร้างชุมทรัพย์ทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้อย่างน่าชื่นชม

### สูตรเด็ดของตระกูลคือต้นทุน

ความคิดอยากเป็นเจ้าของธุรกิจเริ่มก่อตัวขึ้นเมื่อตอนไปเรียนต่อปริญญาโท MBA ที่สหรัฐอเมริกา เมื่อเรียนจบกลับเมืองไทย คุณนริศราตัดสินใจเริ่มต้นสร้างธุรกิจของตัวเองทันที เหตุผลที่คุณนริศราตัดสินใจเลือกทำธุรกิจด้านน้ำพริกเผา เพราะมีคุณย่าเคยเป็นเจ้าของโรงงานน้ำพริกเผา ส.กุหลาบ ส่งขายในห้าง ภายหลังได้หยุดกิจการหันไปทำธุรกิจด้านอื่น ต่อมาคุณแม่ได้ขอสูตรคุณย่ามาทำน้ำพริกเผาโฮมเมดขายในชุมชนปิ้งขายในกลุ่มเพื่อนฝูง จากความได้เปรียบจากต้นทุนของครอบครัวที่เป็นมืออาชีพด้านน้ำพริกเผา และมีสูตรลับประจำตระกูล ทำให้คุณนริศรามั่นใจเลือกทำธุรกิจน้ำพริกเผา โดยตั้งเป้าส่งออกต่างประเทศ

ขณะอยู่ในช่วงเริ่มต้น ผู้ประกอบการใหม่ยังกระเตาะยังมองไปถึงอนาคตว่า หากกิจการขยายตัวได้ขึ้น ธุรกิจอาหารประเภทนี้สามารถผลิตเป็นแมสโปรดักส์ได้ โดยไม่ต้องกังวลเรื่องแรงงานและต้นทุนค่าแรง เพราะสามารถใช้เครื่องจักรและระบบการผลิตแทนแรงงานคนได้

### หัดทำครั้งแรกก็หมด

“ช่วงเริ่มต้นเรารู้สึกว่ามันยากมาก เพราะเป็นคนไม่เคยทำอาหาร ไม่เข้าใจหลักการเลย อย่างหัวหอมที่ต้องเอาไปคั่ว เราก็ไม่รู้ว่าจะจุดไหนเรียกว่าคั่วได้ที่แล้ว ครั้งแรกทำออกมาชมจนต้องเททิ้งหมด พอลงมือทำเองถึงรู้ว่าน้ำพริกเผาที่ดูเหมือนไม่มีอะไร จริงๆ มันมีรายละเอียดมาก”

เมื่อปี 2559 เริ่มทำตลาดอย่างจริงจังในแบรนด์ KATS ซึ่งมาจากชื่อเล่นของเธอเอง และข้อความภาษาจีนว่า ไคซือ แปลว่า Let start to eat (มากินกันเถอะ) เพราะคนจีนออกเสียง “แคทส์” ยาก เปิดตัว 2 รสชาติ รสดั้งเดิม : น้ำพริกเผากุ้ง ยั่วว่ากุ้งเยอะกว่า และรสไก่ น้ำพริกเผากุ้งผสมเนื้อไก่เป็นชิ้นๆ ภายใต้สโลแกน “ผัด หมัก ราด จิ้ม ใช้แคทส์ทีเดียวจบ”

### น้ำพริกเผาชอบปิ้งออนไลน์

การเข้าอบรมในโครงการ NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำให้มองเห็นช่องทางตลาดอื่นๆ นอกจากซูเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ ช่องทางร้านค้าสุขภาพและร้านที่มีสาขาทั่วประเทศ น้ำพริกเผา KATS จึงได้เปิดตัวที่ร้านไบเมี่ยง, เลมอนฟาร์ม, ห้างเดอะมอลล์ และเปิดขายน้ำพริกเผาผ่านเว็บช้อปปิ้งออนไลน์อย่าง Lazada และ 11street ซึ่งสั่งซื้อแล้วส่งถึงบ้านได้อีกด้วย เปิดตลาดได้แค่ปีเดียว เตรียมตัวส่งตลาดต่างประเทศตามเป้าหมาย



### บริษัท แคทส์ จำกัด

1/5 หมู่บ้านสีลมแกรนด์เทอร์เรส  
ถนนสีลม อ.บางรัก กรุงเทพฯ 10500  
โทร. 085 462 2926  
email : nariskat@gmail.com





น้ำพริกปลาสลิดฟูฉีคลุกเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ต้องไม่ให้เผ็ดจนเกินไป ใส่เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เพื่อให้รู้สึกกรอบตอนขบเคี้ยว”

สำหรับข้าวแต่นมุนคลุกรสชาติยอดเยี่ยมคือ “รสหมี่กรอบทรงเครื่อง” ซึ่งเป็นอาหารทานเล่นตำรับชาววัง นำมาประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย โดยใส่ไอเดียความเป็น PASSiOn rice เข้าไปในั้นคือการใช้ข้าวแต่นมุนเป็นตัวหลัก แล้วให้รสชาติเป็นตัวเล่าเรื่องราวของหมี่กรอบส้มซ่า ที่เป็นของทานเล่นกึ่งคาวกึ่งหวาน ให้เนื้อสัมผัสที่เป็นข้าวแต่นมุนคลุก ที่ผสมอัลมอนต์ เต้าหู้ทอด คลุกเคล้าปรุงรสด้วยน้ำมะขามเปียก และขาดไม่ได้คือน้ำส้มซ่า ที่ให้ได้ความหอมและรสเปรี้ยวกำลังดี

### ร่วมหลักสูตรอัจฉริยะทางธุรกิจ

คุณรวีวัชร เจ้าของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นมุนคลุกได้เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้นำความรู้เรื่องบัญชีและการวางแผนภาษี มาใช้กับธุรกิจของตนเอง นอกจากนี้ยังได้เข้าอบรมหลักสูตร GENIUS ACADEMY ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหลักสูตรสร้างอัจฉริยะทางธุรกิจ จากหลักสูตรนี้ได้ นำความรู้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณภาพในระดับสากลเพื่อพร้อมส่งออก และยังนำความรู้เรื่องการค้นหา DNA หรือตัวตนของสินค้าไปต่อยอด เพื่อให้สินค้าชัดเจนตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจำหน่าย



### ข้าวแต่นมุนคลุก Passion Rice

45 หมู่ 5 บ้านบัวใหญ่ อ.น้ำพอง

จ.ขอนแก่น 40140

โทร. 087 325 9994

email : raveevach@gmail.com



## ข้าวแต่นมุนคลุก 2 บุณทรัพย์ ตำรับเหนือ-อีสาน

คุณรวีวัชร ธนพงษ์พิทักษ์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ข้าวแต่นมุนคลุก ขนมโบราณที่ใช้สูตรตามตำรับของคนภาคเหนือ คือ นำข้าวเหนียวที่มูนด้วยกะทิมาทำเป็นตัวข้าวแต่น ใช้ข้าวเหนียวเขี้ยวจากภาคอีสานมาผัดและทอดด้วยไฟแรง ข้าวจะกรอบกรุบไม่กรอบแข็ง เมล็ดข้าวยังสวยไม่แตกหัก แล้วนำมาคลุกเคล้ารสชาติแปลกใหม่

เคล็ดลับอยู่ตรงที่ คุณรวีวัชรตั้งใจเอาวัฒนธรรมอาหารและผลไม้ไทยคลุกเคล้าสร้างรสชาติใหม่ๆ ให้กับข้าวแต่น ภายใต้ชื่อแบรนด์ PASSiOn rice (แพซชั่นไรซ์) สามารถยกระดับขนมขบเคี้ยวราคาหลักสิบพุ่งเป็นหลักร้อย โดยอาศัยภูมิทรัพย์ทางวัฒนธรรมมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

### ไอเดียข้าวแต่นมุนผู้หมีกรอบ

“ต้องใส่ความแปลกใหม่เข้าไป คิดค้นสูตรใหม่เอง และทดลองปรุงส่วนผสมด้วยตัวเอง ไม่ใช่แค่เติมแต่งกลิ่นและรสเท่านั้น เช่น รสमारชเมลใส่ทุเรียนกวน ผมก็ลองเอาทุเรียนกวนมาทำแล้วเติมบางอย่างเข้าไป ก็พบว่ามันเข้ากันได้กับข้าวแต่น หรือสูตรของคาวที่ใช้เครื่องแกงอย่าง



## เปลญวนโฮโซ ต่อยอดบุมทรัพย์ ของต้นตระกูล

**คุณพีรภัทร เสนาจักร** เจ้าของบริษัท อีซี โฮสเทล จำกัด เจ้าของธุรกิจเปลญวนราคาหลายหมื่นที่เอาสถาปนิก วิศวกร มาจับเข้าคุยกันลงตัวจนสามารถพลิกโฉมเปลญวนที่กำลังจะตาย ให้กลายเป็นเปลญวนระดับพรีเมียมรายแรกของเมืองไทย ภายใต้แบรนด์ EZ HAMMOCK ส่งออกไปขายต่างประเทศ พร้อมๆ กับขายให้รีสอร์ทหรูในเมืองไทย

“ต้นตระกูลผมทำเปลญวนถักอยู่ที่สุพรรณบุรีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 สืบทอดการทำเปลญวนมา 5-6 รุ่น พอยุคสมัยเปลี่ยนไป การใช้เปลญวนก็น้อยลงไป ผู้ใช้ส่วนใหญ่อยู่ตามต่างจังหวัด ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดล่างที่ต้องการของราคาถูก ในขณะที่การถักเปลญวนต้องใช้เวลามากมาย ยอดขายเปลญวนที่เคยเป็นรายได้หลักของครอบครัว ตกฮวบจนถึงจุดที่ต้องตัดสินใจว่าจะทิ้งหรือจะทำต่อ ผมเข้ามาจับเปลญวนตอนที่มันกำลังจะตาย การทำให้มันเกิดใหม่อีกครั้ง กลายเป็นสิ่งท้าทายสำหรับผม”

“ตัวแรกที่ถักออกมาเป็นต้นแบบใช้เวลา 3 เดือน มีเสียงบ่น ทำสามเดือนไม่ต้องขายแล้ว ผมบอกว่าถ้าผมถักหนึ่งตัวแล้วขายได้ราคาเท่ากับสิบตัวละ ผมจะยกกระดังงานแฮนด์คราฟท์ที่บ้านให้เป็นงานออกแบบ ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างสมเหตุสมผล เพื่อกลับมาหล่อเลี้ยงคนที่ยังสืบทอดงานฝีมือนี้ให้คงอยู่ต่อไปได้”

### ต่อกี๊นอนเล่นบนเปลญวน

เปลญวนต้นแบบตัวแรกนั้น คุณพีรภัทรนำไปทดสอบตลาดในช่วงที่ไปพักอยู่รีสอร์ทแห่งหนึ่ง ได้ข้อผูกเปลกับต้นไม้เพื่อนอนเล่น แต่วัตถุประสงค์จริงๆ คืออยากรู้ว่า ถ้ามีเปลญวนแขวนอยู่ตรงนั้น นักท่องเที่ยวคนอื่นจะมีปฏิกิริยาอย่างไร ผลปรากฏว่ามีคนพากันมาต่อคิวนอนเล่น แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นี้มีศักยภาพอยู่ในตัว

“ผมจึงไปเช่าใหญ่เอาเปลไปผูกกับต้นไม้ แล้วถ่ายภาพโพสต์ลงในเฟซบุ๊ก ผมโพสต์ไปตอนเที่ยง ปรากฏว่ามีคนโทรเข้ามาถามตลอดเวลาต้องรับสายถึงหกโมงเย็น”

### ก้าวแรกสู่ธุรกิจเต็มตัว

“ปีแรกล้มลุกคลุกคลาน ขายไปด้วยเรียนรู้ไปด้วย ผมพยายามหาพาร์ทเนอร์ที่จะมาช่วยเติมเต็มผลิตภัณฑ์ ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายเลย ตอนหลังได้วิศวกรซึ่งเข้าโครงการ NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รุ่นเดียวกันมาเป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกัน พอปีที่สองก็เริ่มพัฒนาโปรดักส์ใหม่ เพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ จากตัวเปลก็เริ่มมีขาตั้ง จากนั้นมีการออกแบบที่นั่งเอนได้ พอปีที่สามเราขยายช่องทางหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาสัมผัส ลองนั่งเองจะรู้ว่านั่งแล้วสบายแค่ไหน”

“ผมได้เดินทางไปกับหน่วยงานราชการ เอาผลิตภัณฑ์ไปนำเสนอประเทศมัลดีฟส์ และเริ่มมีการส่งไปญี่ปุ่น จีน ผมได้ออเดอร์จากลูกค้าที่เป็นรีสอร์ท ตอนนั้นเริ่มขายไปหลายแห่งแล้ว มีการพัฒนาฐานวางเปลให้เหมาะกับลูกค้าที่เป็นรีสอร์ท จากเดิมที่ถอดไม่ได้ พัฒนาให้สามารถถอดออกเพื่อนำเปลอีกเข้าเครื่องซักผ้าได้ ส่วนแผนอนาคตเราจะทำเตียงที่เอนได้ และทำเปลญวนที่พับได้ และพัฒนาขาตั้งให้หิ้วไปไหนมาไหนก็ได้”



### เปลญวน EZ Hammoek

4128 ถนนดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400

โทร. 089 206 0624, 081 830 2557

email : peerapat\_sena@hotmail.com

www.ez-hammock.com





## สมุนไพรเพิ่มน้ำนมแม่ นวัตกรรมในครอบครัว สู่บุตรแพทย์ของสังคม



### ผลิตภัณฑ์จากลูกซัด

เรื่องราวของผลิตภัณฑ์เพิ่มน้ำนมแม่ ฟีนูแคป (FENUCAPS) เริ่มต้นขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2555 คุณพินิจ เชื้อนสูงศ์ และ คุณชนัญชิตา ทองบ่อ กลายเป็นคุณพ่อคุณแม่มือใหม่ ที่ตั้งใจเลี้ยงลูกด้วยน้ำนมแม่ แต่ต้องเจอปัญหาน้ำนมน้อย จึงพยายามค้นหาสารพัดวิธีมาทดลองก็ไม่ได้ผล จึงมองหาวิธีอื่นๆ ที่จะมาช่วยแก้ปัญหาให้ภรรยา จนกระทั่งพบสมุนไพรที่ชื่อว่า fenugreek หรือ “ลูกซัด” ที่มีสรรพคุณในการเพิ่มน้ำนม

“ด้วยความที่รสชาติขมมาก ทำให้กินยาก พอทำเป็นชา กินง่ายขึ้น แต่ก็เจือจาง ไม่ได้เนื้อสมุนไพร ผมได้คำตอบว่าต้องทำเป็นสารสกัด เพื่อคุณโดสให้คงที่ และบรรจุแคปซูลเพื่อทานง่ายขึ้น ไม่ต้องลิ้มรสขม”

หลังจาก ฟีนูแคป ออกสู่ตลาดได้ 2-3 เดือนผ่านเว็บบอร์ด pantip.com และ เว็บไซต์ประกาศต่างๆ ผลตอบรับดีมาก คุณแม่ที่ทานแล้วเห็นผลจึงบอกต่อ จึงทำเว็บไซต์ควบคู่ไปกับการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางทำตลาด

### สมุนไพรเชิงซ้อน

ย้อนไปในอดีต ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการเพิ่มนมแม่มีชื่อเรียกว่า “ยาประสน์น้ำนม” ขณะนี้มีเหลืออยู่แค่ 2 แบรินด์ จาก 20 กว่าแบรินด์ที่เคยทำตลาดในอดีต และทั้งสองแบรินด์ก็ไม่นับการขายออนไลน์ ทำให้ ฟีนูแคป กลายเป็นผู้นำในตลาดสินค้าประเภทนี้ซึ่งทำการตลาดโดยไปรษณีย์ไปรษณีย์เดียว

“คุณแม่มีน้ำนมเพิ่ม แต่บางทีลูกกลับไม่ยอมดูดนมแม่ เพราะเด็กแรกเกิดมักมีอาการท้องอืด เลยคิดหาสมุนไพรอื่นที่มีฤทธิ์เสริมกัน จนกระทั่งได้มารับเชิงซ้อน ลูกซัด ชิง และขมิ้น ตำรับสมุนไพรที่ช่วยเพิ่มน้ำนมและลดอาการท้องอืดท้องเฟ้อทั้งในแม่และเด็ก ทำให้ลูกกินนมแม่อย่างมีความสุขขึ้น เป็นการต่อยอดจาก ฟีนูแคป กลายเป็น ฟีนูแคปพลัส เราไม่ใช่รายแรกในโลกที่นำสารสกัดจากลูกซัดมาใช้ในการเพิ่มน้ำนม แต่เป็นรายแรกที่เอา ลูกซัด ชิง ขมิ้น มาทำเป็นตำรับเชิงซ้อน”

คุณพินิจส่งผลิตภัณฑ์เข้า LAB สากลระดับโลกหลายแห่ง นอกจากผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยแล้ว ในปีที่ผ่านมา ไปแข่งขันนวัตกรรมระดับนานาชาติที่ประเทศมาเลเซีย ฟีนูแคป ได้รับรางวัลชนะเลิศเหรียญทองอันดับหนึ่งในกลุ่ม Special Care and Child Care และได้เหรียญเงินในกลุ่ม Medical จากประเทศเกาหลีใต้ในปีถัดมา

### ผลิตภัณฑ์เพื่อผู้หญิง

นอกจากปัญหาน้ำนมน้อย ผู้หญิงหลังคลอดมักจะมีปัญหาท้องอืดด้วย แพทย์แผนไทยใช้วิธีประคบร้อนและเค้นออก ส่วนแพทย์แผนปัจจุบันใช้การปล่อยคลื่นความร้อนทำให้ไขมันแตกตัว จากนั้นจึงเจาะออกหรือเค้นออก ทั้งสองวิธีทำให้คุณแม่เจ็บตัวมาก คุณพินิจ เชื้อนสูงศ์ ค้นคว้าหาข้อมูลในเรื่องนี้ หวังช่วยภรรยาของตนไม่ต้องทนเจ็บตัว จึงได้พบว่า เลซิติน ซึ่งเป็นสารสกัดจากถั่วเหลือง มีคุณสมบัติช่วยให้ไขมันแตกตัวได้ แต่ผลิตภัณฑ์สารสกัดจากเลซิตินส่วนใหญ่อยู่ในรูปน้ำมันซึ่งไม่เข้มข้นพอ 2-3 วัน จึงจะออกฤทธิ์ คุณพินิจพบว่า มีอัลตราเลซิติน ที่เข้มข้นกว่าและเห็นผลเร็วกว่า จึงเป็นที่มาของผลิตภัณฑ์ เลซิแคป (LECICAPS) ที่ช่วยแก้ปัญหาท้องอืดน้ำนมอุดตัน เมื่อมีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น และมองเห็นตลาดชัดเจน คุณพินิจจึงหันมาโฟกัสเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มผู้หญิงหลังคลอด

“จากที่ไม่เคยรู้เรื่องการตลาดมาก่อน โครงการ NEC มีได้เข้ามาชี้แนะแนวทางการตั้งราคา และวิธีคิดต้นทุน ทำให้เห็นเลยว่า ที่ผ่านมาระยะไม่ได้ตั้งราคาเผื่อกำไรให้กับตัวแทนจำหน่ายเลย คิดแค่ต้องการให้ทุกคนเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายเท่านั้น”

### บริษัท สมุนไพรบ้านอาจารย์ จำกัด

8/22 ถนนประดิพัทธ์ 15 แขวงสามเสนใน  
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10900  
โทร. 061 550 5599, 086 735 8313  
email : pinit.note@gmail.com





## เชียงใหม่เมกเกอร์คลับ แหล่งรวมตัวคือชุมชนทรัพยากร ของสตาร์ทอัพ

### สตาร์ทอัพพันธุ์ดี

**คุณณัฐ วีระวรรณ** ประธานชมรมเชียงใหม่เมกเกอร์คลับ (Chiang Mai Maker Club) เปิดเผยว่า ก่อนจะเป็นชมรมเชียงใหม่เมกเกอร์คลับ เคยตั้งเป็นชมรมเล็กๆ ขึ้นมาก่อนหน้านี้ ตั้งใจให้เป็นแหล่งรวมคนรุ่นใหม่ที่ชอบและสนใจในเรื่องเดียวกัน เพื่อประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ สร้างสรรค์ และเป็นแหล่งเรียนรู้ให้ผู้รักในงานด้านอิเล็กทรอนิกส์ และเทคโนโลยี เปิดได้เพียง 5-6 เดือน สุดท้ายก็ต้องปิดตัวลง ด้วยความที่ทีมงานทุกคนเป็นเด็กกันหมด จึงไม่มีระบบบริหารจัดการที่ดี กระทั่งได้มารู้จักกับ นพ. ภาณุทัต เตชะเสน ซึ่งออกทุนทรัพยากรให้ส่วนหนึ่งสำหรับการซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น และจัดหาสถานที่ซึ่งเป็นอาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาหาความรู้หรือร่วมชมรมนี้ได้ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

### ซูเปอร์คาเฟ่แล้วต้องแฮร์

เมื่อวัยรุ่นที่มีความคิดสร้างสรรค์มาอยู่ร่วมกัน เขารวมตัวกันอย่างไร อยู่กันอย่างไร ความเห็นต่างกันต้องยกพวกตีกันไหม คุณณัฐ วีระวรรณ ให้คำตอบโดยซูเปอร์คาเฟ่ของเชียงใหม่เมกเกอร์คลับที่ระบุไว้ชัดเจนว่า “เป็นแหล่งรวมคนเก่ง เรียนรู้ร่วมกัน และแชร์ความรู้กันออกไป เมื่อได้สิ่งประดิษฐ์” ประโยชน์และทำให้เขาใจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสายไอที สายอิเล็กทรอนิกส์ หรือสายเชื่อมกลึงหล่อโลหะ รับรู้และรับทราบไปในแนวทางเดียวกัน ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า ทุกโครงการที่ใช้ทรัพยากรของชมรม ต้องเปิดเป็นพื้นที่สาธารณะ คือต้องเขียนอธิบายที่มาและวิธีการของโครงการที่ตนทำอยู่ เพื่อให้คนที่มาภายหลังได้รับรู้ แม้ว่าสิ่งที่ทำ/สิ่งที่ประดิษฐ์นั้นจะสำเร็จหรือล้มเหลว ต้องเขียนอธิบายไว้เพื่อให้คนอื่นได้เข้าใจถึงขั้นตอนการทำงานนั้นๆ เพราะงานแต่ละชิ้นจะต้องผ่านขั้นตอนลองผิดลองถูก ซึ่งเสียเวลาไปเยอะ การเขียนอธิบายสิ่งที่รู้และสิ่งที่ทำอยู่เพื่อแชร์ให้คนอื่นทราบ เป็นการลดขั้นตอนการลองผิดสำหรับคนรุ่นต่อไปที่มายุ่งยออดภายหลัง ดังนั้น

รู้แล้วต้องแชร์ จึงเป็นกฎเหล็กที่สาวกเชียงใหม่เมกเกอร์คลับต่างยอมรับและถือปฏิบัติร่วมกัน ประธานชมรมเชียงใหม่เมกเกอร์คลับ เผยว่า ปัจจุบันมีสมาชิก 2 แบบ คือ สมาชิกงานโปรเจกต์ มีประมาณ 8-10 คน แต่ถ้ามีกิจกรรมเร่งด่วนสามารถเรียกรวมตัวกันได้มากถึง 30-40 คน แวะเวียนกันเข้ามา นอกจากนี้ยังมีสมาชิกแบบ Space online สมัครผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นกลุ่มใหญ่มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ประมาณ 6,000 คน ซึ่งรวมตัวกันผ่านเฟซบุ๊กกรุ๊ป

### สร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

คุณณัฐ ยอมรับว่า ช่วงแรกคิดว่าจะมีแต่เมกเกอร์ (นักประดิษฐ์) ชาวไทยที่ให้ความสนใจ หลังจากจัดงาน “เชียงใหม่ เมกเกอร์ ปาร์ตี้” ขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2558 โดยนำผลงานสิ่งประดิษฐ์ของชมรม มานำเสนอแบบสนุกสนาน ปรากฏว่ามีเมกเกอร์จากสิงคโปร์และประเทศอื่นๆ บินมาชมและร่วมงานด้วย หลังจากนั้นจึงเกิดธุรกิจระหว่างประเทศเกิดขึ้นในลักษณะ Co-Founder เกิดความร่วมมือระหว่างเมกเกอร์ไทยและเมกเกอร์ต่างชาติ โดยมุ่งเน้นสร้างงานวิจัยและผลงานใหม่ๆ ขึ้นมา พอขึ้นสู่ปีที่ 2 กระแสเมกเกอร์แรงขึ้นเรื่อยๆ ที่สิงคโปร์ได้จัดงานอีเวนต์ของเมกเกอร์ขึ้น และเปิดทางให้เชียงใหม่เมกเกอร์คลับของไทยไปร่วมงานด้วย ครั้งนั้นเป็นการเปิดโอกาสให้สิ่งประดิษฐ์จากฝีมือคนไทย ถูกนำไปวัดสายตาของคนต่างชาติ และเปิดโอกาสให้กับเมกเกอร์รุ่นใหม่ของไทยได้แจ้งเกิด ซึ่งต่อมาเมกเกอร์ไทยได้รับเชิญให้ไปเป็นพี่เลี้ยง และร่วมจัดกิจกรรมจนเกิดการแบ่งปันความรู้ไปหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก

สำหรับสิ่งประดิษฐ์ที่น่าสนใจ มีทั้งสกูตเตอร์ไฟฟ้า โดรนที่เป็นแอ็ดดูเคชั่นชิฟ เพื่อถ่ายทอดให้กับคนที่ต้องการทำโดรนใช้เอง โดยเน้นนำผลงานนี้เพื่อไปเขียนโปรแกรมต่อ หรือสอนคนให้ไปสร้างโดรนได้เอง โดยผ่านการร่วมงานร่วมกันของโปรแกรมเมอร์พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมา และนักประดิษฐ์ด้านวิศวกรรม ซึ่งมีทั้งด้านอินโนเวชั่น และการเพิ่มมูลค่าให้กับสิ่งประดิษฐ์นั้นๆ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์ต่างๆ ได้อีกด้วย อีกทั้งยังมีบอร์ดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อพัฒนางานในด้าน IoT (Internet of Things) เปรียบเสมือนเมนบอร์ดคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดเล็ก นำออกขายให้คนที่ต้องการซื้อไปเพื่อพัฒนาอุปกรณ์ขึ้นเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ของตัวเองขึ้นมา

### Business Camp ของ NEC

คุณณัฐเผยว่า ธรรมชาติของเด็กวิศวะ จะสนใจแต่เรื่องวิศวกรรมและเทคโนโลยีจะทุ่มเทปฏิบัติเสียมากกว่า แต่พอไปเข้าค่าย Business Camp ของโครงการ NEC กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผนการตลาด แผนการเงินทุน การซ่อมเพื่อนำเสนองาน ทำให้มองภาพได้กว้างขึ้น การวางแผนเพื่อพัฒนาโปรดัคส์มีความรัดกุมขึ้น

### ชมรม “เชียงใหม่เมกเกอร์คลับ”

81/21-25 ถ.อารักษ์ ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

โทร. 081 852 6122 email : nat@cmmc.io

www.facebook.com/ChiangMaiMakerClub





## เสื้อผ้า Weekend สไตล์โมโนโทนชิบูมทรพย์ สร้างแบรนด์

**คุณนุชตา สุขขัง** เจ้าของแฟชันดีไซน์ภายใต้แบรนด์ Weekend (วีคเอนด์) พบว่าแบรนด์เสื้อผ้าที่มีอยู่ในท้องตลาดไม่สามารถตอบสนองสไตล์ของตนเองได้ จึงลองดีไซน์แบบเสื้อผ้าขึ้นมาเอง โดยลึกลงๆ แอบคาดหวังว่าแฟชันดีไซน์ของตนเองน่าจะโดนใจสาววัยทำงานได้บ้าง

คำว่า Weekend เป็นการเล่นคำให้พ้องกับคำว่า Weekend แต่เลือกที่จะใช้ตัวสะกด Weak แปลว่า ความอ่อนแอ เดิมคำว่า end เข้าไปเพื่อต้องการสื่อความหมายว่า จุดสิ้นสุดของความอ่อนแอ ชิกเนเจอร์ของ Weekend สะท้อนสไตล์เรียบแต่หรู เน้นโทนสีขาวดำและโทนสีอบอุ่น ในสไตล์โมโนโทนซึ่งมีเอกลักษณ์แตกต่างจากตลาดทั่วไป

“เริ่มสร้างแบรนด์เมื่อปี 2558 มองว่าเราน่าจะเป็นตัวเลือกใหม่ที่เข้าชาร์ตตลาดแฟชั่นได้ มองที่โลเกชั่นก่อน ลงตัวที่ห้างฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต (ชั้น 3) เพราะสำรวจตลาดในห้างแล้วพบว่านอกจากอินเทอร์เน็ตแบรนด์แล้ว ส่วนใหญ่เป็นแบรนด์โลคอลที่ไม่ได้ดีไซน์เอง แต่เป็นประเภทซื้อมาขายไป จึงมองว่าที่นี่ยังมีช่องว่างที่เราเข้าไปเล่นได้ ”

ลูกค้าเป้าหมายหลักของ Weekend คือผู้หญิงในวัยทำงานตอนต้น อายุประมาณ 25-35 ปีที่มีความเป็นวัยรุ่นอยู่ในตัว ยังมีรสนิยมตามเทรนด์ ส่วนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรองลงมาคือ กลุ่มนักศึกษาในย่านรังสิต ราคาของ Weekend เป็นราคาที่นักศึกษาชอบรับได้

### ตลาดออฟไลน์+ออนไลน์

“ช่วงเปิดตัวมาเราไม่ได้เน้นตลาดออนไลน์มากนัก เพราะลูกค้าช่วงแรกจะวอร์กันเข้ามาที่หน้าร้าน แต่ปัจจุบันพฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนไป ลูกค้าแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม สามารถสลับสับเปลี่ยนกันไปมาได้โดยกลุ่มหนึ่งจะดูติดตามข้อมูลและแบบเสื้อจากช่องทางออนไลน์ก่อน แล้วจึงเข้ามาหยิบจับลองสวมใส่จริงที่หน้าร้าน(ออฟไลน์) จากนั้นก็ตัดสินใจซื้อเลย อีกกลุ่มหนึ่งจะเข้ามาที่ร้านก่อน แล้วค่อยกลับไปคลิกสั่งซื้อในช่องทางออนไลน์ นี่จึงเป็นเหตุผลให้เราต้องทำตลาด ทั้งสองช่องทางควบคู่กันไป”

“เราใช้โปรดัคชั่นถ่ายภาพแฟชั่นมืออาชีพ ใช้นางแบบไทยและต่างประเทศ ช่วยเสริมอิมเมจสินค้าเรา ฉะนั้นภาพแฟชั่นที่ลูกค้าเห็น ลูกค้าคาดเดาเองราคาต้องแพง แต่พอเห็นราคาจริงมันผิดจากที่เขาคาดไว้ จึงเกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น”

ช่วงเวลา 2 ปีในธุรกิจเสื้อผ้า ปีแรกปักหลักห้างฟิวเจอร์พาร์ค รังสิต หวังกวาดลูกค้าย่านชานเมือง ครั้นปีที่สองขยายสาขาสู่กลางใจเมือง ปักหมุดลงห้างเซ็นทรัลลาดพร้าว เปิดโชว์รูมอวดโฉมเสื้อผ้าในสไตล์ Weekend หวังเรียกลูกค้าในเมืองให้เข้าหาได้ง่ายขึ้น ผลลัพธ์ที่ได้ก็คือ รายได้เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันคนรู้จักและเข้าถึงแบรนด์ Weekend ได้เร็วขึ้น

“เราไม่มีความรู้ด้านการตลาดเลยตั้งแต่แรก ใช้ประสบการณ์ล้วนๆ ทำธุรกิจ โครงการ NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สอนให้คิดเรื่องภาพลักษณ์ของแบรนด์ ตัวตนของแบรนด์ (Identity) เพื่อสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ ทำให้เราพัฒนา Weekend จนมีจุดขายที่ชัดเจน”



### แฟชัน Weekend

99/141 หมู่บ้านเมธารมย์ อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12130

โทร. 089 469 9362

email : weekend@hotmail.com

www.facebook.com/weekendbrand





## แผ่นรองกันมด : Antpad ความรำคาญสร้างบุญกุศล หลักล้าน

สุดทนต่อการรุกรานของสัตว์ตัวจิ๋วในบ้าน จะฆ่าทิ้งก็ไม่ใช่วิถีลูกผู้ชายอย่าง **คุณศิริวิชญ์ บุญเชื้อ** จึงคิดทำอุปกรณ์กันมดได้ชั้นขนมและอาหาร ทำแล้วตั้งชื่อเรียกง่ายๆ ว่า แอนท์แพด : Antpad หรือ แผ่นรองกันมด เห็นชื่อแล้วเข้าใจเลยไม่ต้องอธิบายเยอะ บังเอิญแผ่นรองกันมดรายนี้ดันไปถูกใจใครต่อใครหลายคน เหตุเพราะไม่ต้องฆ่ามด ไม่มีพิษ ไม่ส่งกลิ่น ไม่ส่งเสียง ไม่ส่งคลื่น ที่สำคัญคือ สวย เต๊ะตา ทดลองใช้แล้วได้ผล มดเมินไม่มาทวงใจ จึงหอบหัวผลิตภัณฑ์เข้าประกวดชิงรางวัล คราวนี้ไม่บังเอิญเพราะไปคว้ารางวัลรองชนะเลิศ เป็นเครื่องการันตีความสุดเจ๋งของแอนท์แพด ซึ่งเจ้าของเผยตัวเลขยอดขายปีนี้ทะลุ 3 ล้านแน่นอน

### คิดได้ไง

“ผมเชื่อว่าทุกคนต้องเจอปัญหาเรื่องมดเหมือนกัน แต่เราไม่ได้ต้องการกำจัดจนถึงขั้นให้มันตาย แค่อยากป้องกันไม่ให้มารบกวนเท่านั้น ผมจึงค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตว่ามดมีพฤติกรรมอย่างไร ไม่ชอบอะไร จากนั้นก็คิดค้นสูตรต่างๆ มากมายด้วยตัวเอง เป็นเวลากว่า 6 เดือน แล้วนำไปให้อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทดสอบประสิทธิภาพในการใช้งานจริง แล้วนำกลับมาพัฒนาจนได้สูตรที่ลงตัว ปลอดภัยกับมนุษย์และสัตว์เลี้ยง”  
แผ่นรองกันมด” ใช้หลักการง่ายๆ คือ “ขัดขวางการเข้าถึงของมด” โดยใช้สารชนิดพิเศษซึ่งเป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง จึงปลอดภัย นำมาเคลือบอยู่บนผิวด้านในของแผ่นรองกันมดซึ่งทำจาก

พลาสติก ABS ชนิดเดียวกับที่ใช้ผลิตของเล่นตัวต่อ (เลโก้) ส่งผลให้พื้นผิวมันเหนอะหนะยากต่อการเดินของมด พุดง่าย ๆ ก็คือ มดจะรู้สึกไม่สบายตัวเมื่อเดินผ่านสารชนิดนี้

ทดลองจนได้สูตรกันมดที่ลงตัว ปลอดภัยกับมนุษย์และสัตว์เลี้ยง จึงออกแบบรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากสินค้าก้ำกึ่งมดที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยทำให้ผลิตภัณฑ์มีความเป็นครีเอทีฟในตัวเอง เขาจึงเลือกรูปทรงสี่เหลี่ยมมีเว้ามีโค้งแบบเดียวกับจิ๊กซอว์ นำมาทำเป็น “แผ่นรองกันมด” แต่ละแผ่นยังต่อกันได้เหมือนจิ๊กซอว์ เพื่อให้ได้ขนาดของพื้นที่กันมดที่ต้องการ ใช้สีไม่เยอะแต่ดูเด่นวางใช้งานยังดูสวยเด่นด้วยสีและดีไซน์ของผลิตภัณฑ์เอง

### เจ๋งตรงไหน

คุณศิริวิชญ์ ทดสอบการใช้งานจนมั่นใจ เห็นผลชัดเจนว่ากันมดได้จริง จึงเกิดความเชื่อว่าน่าจะมีผู้ต้องการผลิตภัณฑ์แบบนี้เหมือนกัน จึงเดินหน้าพัฒนาแผ่นรองกันมดให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกใหม่ของสังคม ในปี 2557 แผ่นรองกันมดภายใต้แบรนด์ “Dreamleaf” (ดรีมลีฟ) จึงก้าวสู่ตลาดผ่านออนไลน์อย่างเป็นทางการ เปิดตัวในราคาเริ่มต้นแผ่นละ 280 บาท เนื่องจากใช้วัสดุอย่างดี อายุใช้งาน 1-2 ปี ขายผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์อื่นๆ รวมทั้งออกงานแสดงสินค้า เพื่อสร้างโอกาสอธิบายคุณสมบัติและข้อดีของผลิตภัณฑ์

คุณศิริวิชญ์นำผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นด้วยตัวตัวเองนี้ เข้าชิงรางวัลสุดยอดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแห่งปี Thailand Green Design Awards 2017 ซึ่งจัดขึ้นโดยสถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถคว้ารางวัลรองชนะเลิศ ประเภทผลงาน “ช่วยยกระดับคุณภาพการใช้ชีวิต” (Life Enhancement) มาครอบครอง เป็นการการันตีคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี



### กำขายใคร

ในช่วงเริ่มต้นทำตลาด ลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมายถูกพุ่งเป้าไปที่กลุ่มสายปฏิบัติธรรม ซึ่งถือศีลและเว้นการฆ่าสัตว์ แต่กลับพลิกกลายมาเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ (สุนัข และแมว) ให้ความสนใจเป็นพิเศษ นิยมใช้เป็นฐานรองภาชนะใส่อาหารให้กับสัตว์เลี้ยง ใช้แล้วถ่ายภาพโพสบนโลกออนไลน์ เลยเกิดกระแสเลียนแบบใช้แผ่นรองกันมดกับสัตว์เลี้ยงอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีลูกค้าที่อยู่นอกจากตา เป็นลูกค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ที่ชื่นชอบดีไซน์และสีสันของ Antpad กลุ่มนี้กลายเป็นกลุ่มที่เติบโตและสร้างยอดขายได้อย่างคาดไม่ถึง

เสียงสะท้อนจากลูกค้าที่ต้องการแผ่นรองกันมดเฉพาะจุด เช่น ขาโต๊ะ ขาตู้ หรือเฟอร์นิเจอร์ คุณศิริวิชญ์จึงดีไซน์รูปลักษณ์ของแอนท์แพดแนวใหม่ เปลี่ยนทรงเหลี่ยมจิ๊กซอว์เป็นทรงกลมเก๋ เปลี่ยนวัสดุจากพลาสติกเป็นเซรามิก

ตั้งใจออกแบบให้ดูทันสมัยและเข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่

“ช่วงนี้ผมเน้นสื่อสารคุณสมบัติของแผ่นรองกันมดอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ Antpad ตอบโจทย์ลูกค้า ควบคู่ไปกับการเพิ่มช่องทางตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งน่าจะช่วยให้รายได้เพิ่มขึ้น 3 ล้านบาทภายในปีนี้ และผมยังวางแผนในระยะ 3-5 ปีข้างหน้า มั่นใจว่าแผ่นรองกันมดจะขายต่อยอดได้ถึง 10 ล้านบาท” คุณศิริวิชญ์ เจ้าของผลิตภัณฑ์แผ่นรองกันมด Dreamleaf กล่าวอย่างมั่นใจ เนื่องจากการเจรจาและมีโอกาสส่งแผ่นรองกันมดไปขายในต่างประเทศหลายแห่ง

ใครจะไปคาดคิดว่า ปัญหาว่าราคาราคาญจากมดตัวเล็กๆ เมื่อใช้ปัญญาแก้ปัญหา สุดท้ายพลิกวิกฤตกลายเป็นสินค้านวัตกรรมใหม่ของเมืองไทย ที่สามารถทำหลักเงินล้านได้สำเร็จ

### NEC สอนวิเคราะห์ธุรกิจ

คุณศิริวิชญ์ได้เข้าอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ธุรกิจเทคโนโลยี ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาทักษะด้านธุรกิจและเทคโนโลยี โดยทำกิจกรรมเวิร์กช็อปในรูปแบบ Business Lab Boot Camp ทำให้รู้จักวิเคราะห์ธุรกิจ พร้อมๆ กับเชื่อมโยงการตลาดและแหล่ง



บริษัท Dream leaf

425/1 ถนนงามวงศ์วาน 25

อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทร. 08 2651 5854, 09 9654 8245

email : cravt@yahoo.com

www.antpadthailand.com



### โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2202 4570-4, 0 2202 4553, 0 2354 3171

โทรสาร 0 2354 3425

email : nec@dip.go.th

http://nec.dip.go.th