

คิด

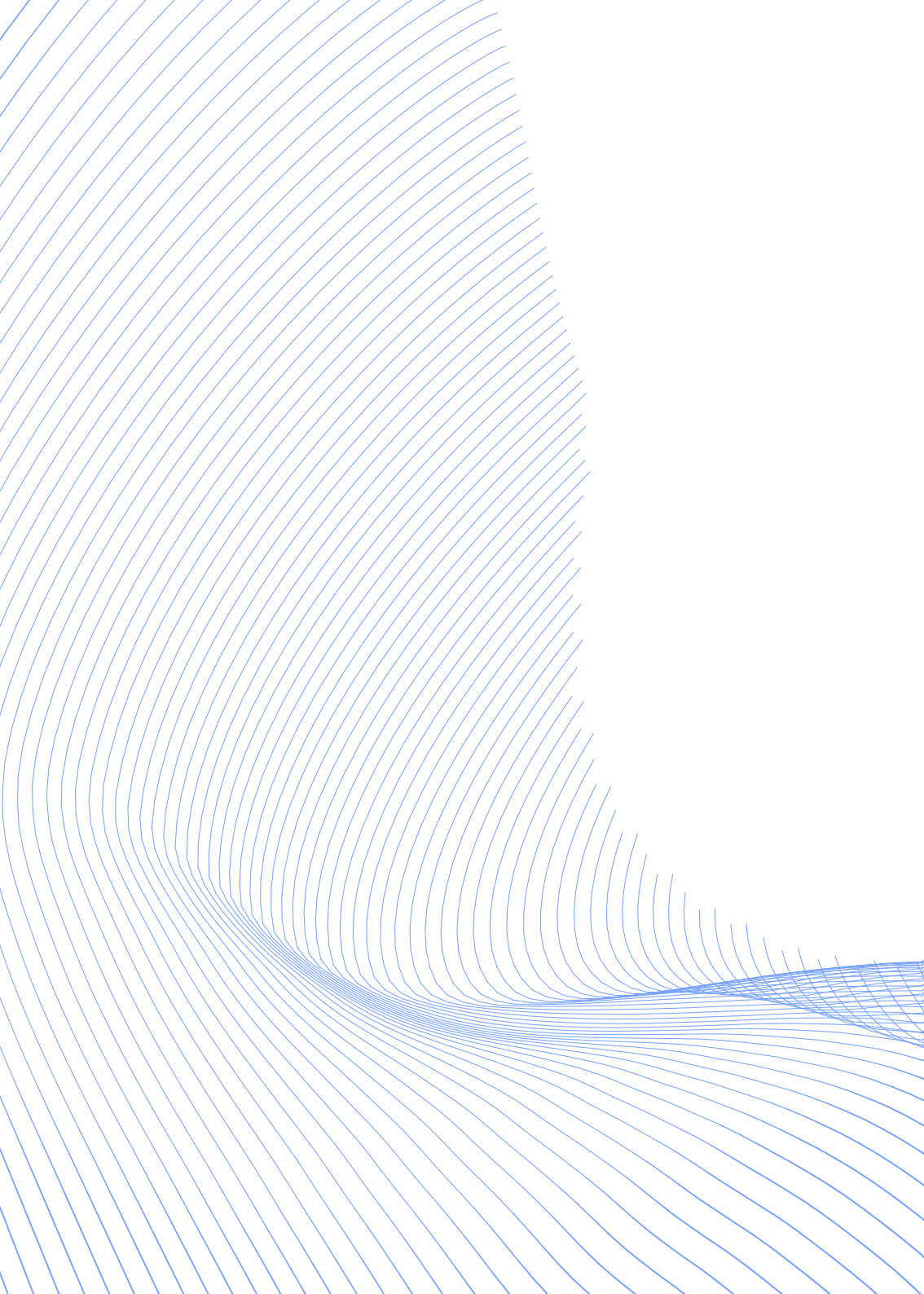
GOOD.GREAT

พลิกธุรกิจ 2020

คิด

GOOD.GREAT

พลิกธุรกิจ 2020



คำนำ

ในยุคดิจิทัลการแข่งขันทางธุรกิจสูงขึ้น ภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวสร้างนวัตกรรมหรือต่อยอดธุรกิจเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้สามารถแข่งขันได้ และเติบโตอย่างยั่งยืน การบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ตั้งแต่แรกเริ่มให้แข็งแกร่ง จึงเปรียบเสมือนการปูฐานราก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเติบโตให้กับเศรษฐกิจในระยะยาว ทั้งนี้ภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญของการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ให้มีแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ และนวัตกรรม จึงได้มีการกระตุ้นการรับรู้และต่อยอดองค์ความรู้ต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการใหม่ผ่านโครงการ “สร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)” เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายให้มีศักยภาพในการจัดตั้งและขยายธุรกิจ พร้อมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ อีกทั้งพัฒนาทักษะต่างๆ ที่จำเป็นในการสร้างความยั่งยืนและศักยภาพทางการแข่งขัน อันเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยกลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ จึงได้จัดทำหนังสือ “Good To Great” คัดพลีธุรกิจ ซึ่งเป็น NEC Success Case ขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 เพื่อเป็นแนวคิดในการพัฒนาต่อยอดสู่ธุรกิจเชิงนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ ที่ช่วยพลีธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้ในปัจจุบัน โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ากรณีศึกษาของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจจำนวน 36 ราย จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ต่อไปได้ และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการเริ่มต้นและพัฒนาธุรกิจเพื่อสร้างความแข็งแกร่งและยั่งยืนในอนาคตต่อไป

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรม

CONTENTS

๘	พลอยณิพัลร์ม อร่อยทันใจ ปอกเปลือกรับประทานได้ทันที ข้าวโพดหวานรับประทานดิบ
๑๐	สยามปิ่นสูงเห็ดหลินจือ ส่งความสูงจากธรรมชาติเพื่อสุขภาพคนทั้งประเทศ
๑๒	"เซฟโก" ความอร่อยระดับเซฟฟีนอรางวัล ที่เสิร์ฟตรงถึงครัวคุณ
๑๔	สูตรเพิ่มมูลค่าเมล็ดพันธุ์ข้าว กว ๔๓ ฉบับมาตรฐานครอง
๑๖	มะเม กรุป พลิกวิกฤตโควิดเป็นโอกาส เปิดตลาดเนื้อพะสำเร็จรูปเพื่อเอาใจคนรักสุขภาพ
๑๘	ขนมหน้างา กุหยหี่ ของดีร้อยปีแห่งชัยนาท ความอร่อยที่ไม่ยอมตกยุค
๒๐	"ทางรัก" ปักหมุดยกระดับสมุนไพรไทยด้วยโนวฮาวเยอรมนี
๒๒	"ต้นคราม" สานต่อความงามผ้าทอมือจากภูมิปัญญาสู่กระแสให้ยุคสมัย
๒๔	คำสูง มิติใหม่เบเกอรี่พันธุ์ไทย ความอร่อยที่ไม่รู้สึกผิดต่อสุขภาพ
๒๖	JRD Water Center นวัตกรรมเพิ่มมาตรฐานน้ำดื่มแบบไม่พ่นต้นทุน
๒๘	สมุนไพรแม่คำ บำบัดความจนให้ชุมชน บำรุงความงามผู้คนด้วยธรรมชาติ
๓๐	ข้าวคิดคิด ยกระดับข้าวไทยใส่แคปซูลเอาใจผู้สูงวัยรับประทานง่ายได้คุณค่าอาหาร
๓๒	คริกเก็ต สานึก ของกินเล่นสุดเพลิน ต่อยอดความอร่อยจากเมืองเกษตร
๓๔	Thaidigitalschool.online แพลตฟอร์มการเรียนการสอน ให้มากด้วยผลลัพธ์ที่ยิ่งใหญ่
๓๖	กล้วยผงอัดเม็ด-สวนมาลี จัปภูมิปัญญาไทยใส่นวัตกรรม เพิ่มความอึดแต่ช่วยลดโรค
๓๘	Nakin cha mai เปลี่ยนเศษไหมข้าวโพดเป็นของโปรดเพื่อสุขภาพ
๔๐	กุเรียนนางยักษ์ ของฝากจากระยองยิ่งใหญ่ด้วยคุณภาพ
๔๒	วาหนู Little Fish เปลี่ยนเมนูสุดโปรดลูกชายกลายเป็นฮีโร่ตัวกตัญญูรัก

- ๕๕ โอบบญุ ฟาร์ม เกษตรอินทรีย์วิถีใหม่ใช้ IoT ปลูกแตงโมแห่งแรกในพัทลุง
- ๕๖ La'Mare กาละแม่อูตรโบราณ ขนบพื้นบ้านที่กำลังทะยานสู่ตลาดอินเตอร์
- ๕๗ ไน้บุมล่อนฟาร์ม ฟาร์มที่เกิดจากการแก้ปัญหาทางพาราราคาคก
- ๕๘ ตำบะเตง น้ำส้มตำสำเร็จรูป นวัตกรรมความอร่อย เปลี่ยนเรื่องยากให้ง่ายแค่เปิดขวด
- ๕๙ Fruitaya นวัตกรรมเพื่อคนรักสุขภาพจากสวนเกษตรแก้วมังกร
- ๖๐ Clampit นลายจัดจำกัดของม้ายอก เสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้ไม่มีเบื่อ
- ๖๑ Tann:D นวัตกรรมเส้นโปรตีนจากไข่ขาว 100% พร้อมเสิร์ฟตลาดโลก
- ๖๒ ภูกะเหรี่ยงฟาร์ม พลิกผืนดินบรพบุษสู่ผืนนาอัจฉริยะยุค New Normal
- ๖๓ บึงอัยยะ ขนบบึงบึงไส้ยัม หอมกรุ่นโดนใจไปไกลถึงต่างแดน
- ๖๔ ไบโอมคอินโนเวชั่น คัดนวัตกรรมปั้นผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต
- ๖๕ “เจียะปึง” ชุดเครื่องจ้าวต้มสำเร็จรูป นวัตกรรมสู้วิกฤตโควิด-19 จาก Lhong Tou Café
- ๖๖ Pro-Toys ผู้พัฒนา Multi Camera Control รายแรกในไทย
- ๖๗ เมร่า บอดี้ไลชั่น ผสานความหอมและบำรุงผิวครบจบในหลอดเดียว
- ๖๘ หนึ่งเดียวในโลก “เต็มใบ” กระป๋องใบไม้ที่เก็บความงามธรรมชาติไม่ให้ร่วงโรย
- ๖๙ V Great แคปซูลผักหวาน พลิกมุมมอง ปรับโฉมผักพื้นบ้าน ให้กินง่ายแถมได้ประโยชน์
- ๗๐ บ้านสวนมะนาวไทย แปรรูปความเปรี้ยวเป็นได้ทั้ง Food และ Cosmetics
- ๗๑ ดีโซเคิล นักออกแบบวัสดุเหลือใช้ให้เป็นแผ่นยางปูพื้นรักษ์โลก
- ๗๒ สเปรย์กำจัดไรฝุ่น ภูวารา กลิ่นหอมที่มาพร้อมกับการบำบัด



พลอยมณีฟาร์ม

อรร้อยกันใจ ปอกเปลือกรับประทานได้ทันที
ข้าวโพดหวานรับประทานดิบ

“ถ้ามีความฝันแล้วรักษาฝันนั้น
ให้มีชีวิตอยู่ตลอดเวลา
ไม่ปล่อยให้ฝันนั้นตาย
ความฝันนั้นอาจเป็นจริงขึ้นมาได้สักวัน”

เพราะมีแจ๊ค หม่า เป็นไอดอล ชฎารัตน์ ชมพูพลอย
เจ้าของบริษัท พลอยมณีฟาร์ม จำกัด จึงยึดหลักคิดของ
หม่าเป็นคติในการทำงานโดยเฉพาะข้อที่บอกว่า “ถ้ามี
ความฝันแล้วรักษาฝันนั้นให้มีชีวิตอยู่ตลอดเวลา ไม่ปล่อย
ให้ฝันนั้นตาย ความฝันนั้นอาจเป็นจริงขึ้นมาได้สักวัน”

จากแนวคิดนั้นทำให้ความฝันที่จะยึดอาชีพเกษตรกร
เลี้ยงตัวเองและชุมชนของเธอจึงเดินทางต่อ แม้ว่าแผนการ
ปลูกมะขามป้อมยักษ์เพื่อทำสมุนไพรที่ลงมือไปแล้วจะ
ยังไม่ถึงฝั่งฝัน เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลา ๔-๕ ปีกว่า
จะได้เก็บผล ช่วงระหว่างที่รอเธอจึงต้องหาพืชตัวอื่นมา
ปลูกเพื่อหารายได้เสริม

แม้จะเป็นพืชทางเลือกตัวใหม่แต่หากทำอะไรด้วยความรัก
มักประสบผลสำเร็จเสมอ เธอจึงเลือกข้าวโพดผลไม้ที่
เธอชอบรับประทาน โดยเฉพาะข้าวโพดรับประทานดิบ
ลงสนามทดลอง โดยสายพันธุ์แรกคือ ข้าวโพดพันธุ์ราชินี
ทับทิมสยาม (Siam Ruby Queen) เป็นพันธุ์ที่คนไทย
พัฒนาขึ้นเอง มีรสชาติดีกว่าข้าวโพดเหลืองทั่วไป และ



สายพันธุ์ที่สองคือ ข้าวโพดพันธุ์ฮอกไกโดของญี่ปุ่น

“แรกๆ ลูกค้าไม่กล้าชิม กลัวท้องอืด แต่เรามีนางวิจัย
จากผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดนี้ว่าสามารถกินดิบได้โดยที่
ไม่ทำให้ท้องอืด ไปนำเสนอผ่านการประชาสัมพันธ์โดย
ใช้รถ Food Truck และการออกงานอีเวนต์ศูนย์ประชุม
๗๐๐ ปีเชียงใหม่ ให้ผู้บริโภคเข้าใจ ซึ่งเสียงตอบรับส่วนใหญ่
ออกมาดีจึงขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้น”

อย่างไรก็ดี แม้การปลูกข้าวโพดจะให้ผลผลิตที่เร็วกว่า
มะขามป้อม แต่เมื่อจะยึดการปลูกข้าวโพดเป็นรายได้หลัก
ทางสวนพลอยมณีฟาร์มจึงวางแผนให้สามารถเก็บเกี่ยว
ผลได้สม่ำเสมอทุกอาทิตย์



“สวนเราเป็นออร์แกนิก ไม่อยากใช้เคมีเพราะเป็นห่วงสุขภาพทุกคนตั้งแต่คนในครอบครัวไปถึงผู้บริโภค แม้การดูแลจะค่อนข้างยากแต่เราก็พยายามลองทุกวิธี จนได้สูตรเป็นอินทรีย์ เป็นสูตรเฉพาะสำหรับไร่เรา”

ถึงแม้จะพบสูตรที่ทำให้เก็บเกี่ยวผลผลิตได้เร็วขึ้น แต่การปรับเปลี่ยนจากการปลูกมะขามป้อมมาเป็นข้าวโพด ชฎารัตน์มองว่ายังต้องเจอปัญหาอีกหลายอย่างทั้งเรื่องแมลง สภาพอากาศ ซึ่งเธอมักใช้วิธีการการแก้ปัญหาเฉพาะหน้างาน

“สวนตัวตอนแรกไม่ได้อยากเข้าเรียนหลักสูตรในโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) คิดว่าการทำธุรกิจเชิงเกษตรก็คงอยู่เท่านี้ เรียนไปก็ไม่รู้จะนำมาใช้กับธุรกิจได้อย่างไร แต่พอได้เรียนจริงๆ ก็ได้ไอเดียใหม่ๆ หลายอย่าง เช่น เรื่องการตลาด การเขียนแผนธุรกิจ BMC สามารถมาปรับใช้กับธุรกิจของเราได้จริง ช่วยลดต้นทุน ลดแรงงานได้ ยังได้รู้จักเพื่อนๆ ต่างอาชีพมากมาย ทุกคนทำอาชีพที่ สว่างแบรนด์ สามารถปรึกษาช่วยเหลือกันได้”



ชฎารัตน์ ชมพูพลอย

ชื่อกิจการ : บริษัท พลอยณัฟาร์ม จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : การทำอะไรด้วยความรักมักประสบความสำเร็จเสมอ

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๑๘ ม.๑๓ ต.นครเจดีย์ อ.ป่าซาง จ.ลำพูน ๕๑๑๒๐
 📞 ๐๘-๐๘๔๘-๒๙๙๔
 📧 พลอยณัฟาร์ม
 ⓘ พลอยณัฟาร์มออร์แกนิกฟาร์ม, ณคอนริลลำพูน

ผลจากการอบรมออกมาเกินคาดนอกจากสามารถนำความรู้มาต่อยอดในไร่ของตัวเองแล้ว ปัจจุบันเธอยังได้ก่อตั้งแหล่งเรียนรู้ ณ คอนริลลำพูน เพื่อนำความรู้เหล่านั้นช่วยเหลือเกษตรกร เช่น การนำฝักข้าวโพดที่ไม่ได้มาตรฐานหรือที่เรียกว่า ฝักรอง ซึ่งปกติต้องทิ้งแต่เธอจะนำฝักรองเหล่านั้นไปแปรรูป เพราะด้วยประโยชน์ของข้าวโพดมีสารต้านอนุมูลอิสระช่วยชะลอความแก่ สารต้านมะเร็งชนิดเนื้องอก สามารถแปรรูปเป็นของกินเล่น ผงขงต้ม หรือการทำให้ข้าวโพดสามารถรับประทานแทนข้าวได้ซึ่งเป็นอีกหนึ่งความฝันของเกษตรกรรายนี้



สยามปันสุข เห็ดหลินจือ

ส่งความสุขจากธรรมชาติ
เพื่อสุขภาพคนทั้งประเทศ



เป้าหมายธุรกิจของพวกเราไม่ได้คิดเรื่องเงินเป็นหลัก
เราแค่อยากแบ่งปันความสุขให้ประชาชนคนไทย
เข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ ช่วยป้องกัน
มีสุขภาพแข็งแรง



หนึ่งในเคล็ดลับการมีสุขภาพดีของ วีระยุทธ อินตะเสน คือการรู้จักอยู่กับธรรมชาติอย่างสมดุล ที่เขาเห็นต้นแบบ จากคุณพ่อคุณแม่ แม้ทั้งสองท่านจะผ่านฝนมาว่า ๔๐ ฤดู แต่ก็ยังมีสุขภาพแข็งแรง หรือแม้แต่คุณยาย ที่จากไปในวัย ๑๐๒ ปี

ยิ่งคนใกล้ตัวอย่างน้องสะใภ้ต้องมาป่วยด้วยโรคมะเร็ง เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๙ เหมือนตอกย้ำให้ วีระยุทธ ศึกษา เรื่องสมุนไพรโดยเฉพาะเห็ดหลินจือมากยิ่งขึ้น อีกทั้งด้วย หน้าที่การงานมีโอกาสไปทำงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ได้เห็นวิธีการพัฒนา การเพาะพันธุ์ ได้เรียนรู้ว่า เห็ดหลินจือนั้นมีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย ช่วยรักษา โรคต่างๆ เช่น ความดัน เบาหวาน มะเร็ง ทำให้เห็ดหลินจือ กลายเป็นสมุนไพรที่ทั่วโลกต่างหันมาให้ความสนใจ

สิ่งเหล่านี้กลายเป็นแรงบันดาลใจให้เขาตัดสินใจเปิด กิจการ สยามปันสุขเห็ดหลินจือ นำเห็ดหลินจือแดง พันธุ์ที่



กำลังได้รับความนิยมทั่วโลก จากงานวิจัยทั้งในประเทศ และต่างประเทศสามารถยับยั้งเซลล์มะเร็ง ลดไขมัน ในเส้นเลือด ลดคอเลสเตอรอล ฯลฯ มาแปรรูปเป็น เห็ดหลินจืออบแห้งจำหน่าย

“รู้สึกภูมิใจที่ได้ช่วยผู้ป่วยเป็นโรคมะเร็ง โดยเฉพาะ น้องสะใภ้ของผม ตอนนั้นคิดว่าอยู่ได้ไม่กี่ปี แต่ตอนนี้ กลับมาแข็งแรงทำงานได้อย่างราบรื่น ทำให้เราอยาก พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปเรื่อยๆ”

ถึงแม้เห็ดหลินจือจะมีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์มากมาย

แต่ด้วยราคาและด้วยช่องทางการจำหน่ายแบบขายส่ง จึงเข้าถึงผู้บริโภคแค่บางกลุ่มเท่านั้น

เมื่อเป้าหมายของธีระยุทธ ต้องการแบ่งปันสุขภาพที่ดี ด้วยสมุนไพรให้กับคนไทยทั่วประเทศ จึงได้นำปัญหานี้ ไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ ๑ จ.เชียงใหม่ ซึ่งช่วยทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยงทาง ธุรกิจ และนำไปให้หันมาเน้นการทำตลาดแบบ B2C พร้อมทั้งแนะนำให้ปรับผลิตภัณฑ์จากเห็ดหลินจือ อบแห้งเพิ่มอีก ๓ แบบคือ แบบแคปซูล แบบเม็ด และ แบบชง เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้น

“ตลอดเวลา ๒๐ กว่าวันที่เข้าร่วมอบรมกับโครงการสร้าง และบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ผมไม่เคย ขาดเลย เพราะได้ประโยชน์มากในการพัฒนาธุรกิจ ตั้งแต่ วิธีคิด การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การทำตลาด รวมถึง การพัฒนาสายพันธุ์เห็ดหลินจือ ให้มีคุณสมบัติสูงขึ้น เพิ่มขึ้นไปยิ่งขึ้น หรือแนวทางการระบอบการแปรรูป โดยใช้พลังงานธรรมชาติ แล้วยังช่วยแก้ปัญหาเรื่อง เงินทุน ช่วยเชื่อมโยงให้ผมไปถึงจุดที่ตั้งเป้าไว้ได้

“เป้าหมายธุรกิจของผมไม่ได้คิดเรื่องเงินเป็นหลัก เราแค่ อยากแบ่งปันความสุข ให้ประชาชนคนไทยเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ที่มีประโยชน์ ช่วยป้องกันโรค ความดัน เบาหวาน มะเร็ง ให้มีสุขภาพแข็งแรง”

ด้วยเป้าหมายนี้ ทำให้ธีระยุทธ นำคำว่า บัน ซึ่งเป็นชื่อพ่อ สุขสำราญ ชื่อของแม่ มาตั้งเป็นชื่อกิจการ สยามบันสุข เห็ดหลินจือ กลายเป็นสโลแกน แบ่งปันความสุขให้ สุขภาพด้วยเห็ดหลินจือ เพื่อให้เป็นนิมิตหมายที่ดีที่จะ



ธีระยุทธ อินทะเสน

ชื่อกิจการ : สยามบันสุขเห็ดหลินจือ

ข้อคิดการค้ามันธุรกิจ : ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ ๑ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการ รายใหม่ (NEC)

๑๔๔/๔ หมู่ ๑ ต.มะขามหลวง อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ ๕๐๑๑๐

๐๖-๒๒๙๔-๗๕๒๒, ๐๘-๒๗๘๐-๒๖๔๖

ให้คนกลับมาอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

“ต่อไปผมอยากพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และดีไซน์ให้รับ ประทานได้สะดวก รวดเร็ว และอาจพัฒนาเพิ่มรสชาติ หรือใบเตยช่วยดับกลิ่นเห็ดทำให้สามารถเข้าถึงได้ทุก เพศทุกวัย”



“

การทำธุรกิจต้องจริงจัง
ในทุกๆ เรื่อง และต้อง
เริ่มจากความรักในสิ่งที่ทำ
มีความสุขกับการลงมือ
ทำให้สำเร็จ แล้วเราจะมี
พลังที่จะแสวงหาสิ่งใหม่ๆ
ให้แก่ตัวเอง
และพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้น
อยู่เสมอ

”

เชฟไก่

ความอร่อยระดับเชฟมือรางวัล
ที่เสิร์ฟตรงถึงครัวคุณ

เป็นเวลากว่า ๒๐ ปี ที่ “เชฟไก่-พงษ์ศักดิ์ มิซุนทอง” เจ้าของสัญญา “เชฟนักสำรวจรส” คร่ำหวอดอยู่ในธุรกิจอาหาร เคยเป็นอดีตเชฟใหญ่ของโรงแรมและร้านอาหารแบรนด์ดังระดับสากล นำพารสมือและสูตรลับความอร่อยไปแข่งขันทั้งในเวทีระดับประเทศและเวทีโลกจนได้รางวัลมานับไม่ถ้วน จึงเกิดแนวคิดที่จะนำความอร่อยระดับเชฟมาพัฒนาเป็นซอสอเนกประสงค์และพริกแกงสูตรสำเร็จเบ็ดเสร็จพร้อมปรุง ที่ใครทำก็อร่อย ที่มาของ อีชี๊คุกกิงซอส เอเชียน สไตล์ และพริกแกง ตราเชฟไก่ (CHEFKA) ความอร่อยในแบบสูตรสำเร็จระดับเชฟเหรียญทองที่ใครก็สามารถนำไปปรุงได้ ปรุงง่าย รสชาติได้มาตรฐาน และขั้นตอนไม่ยุ่งยาก เพื่อเจาะตลาดร้านอาหารและครัวเรือน

“ผมเองผ่านการประกวดมาหลายเวที ไม่ว่าจะเป็นระดับประเทศหรือระดับโลก หนึ่งในนั้นคือรางวัลเหรียญทอง The Culinary World Cup at Luxembourg 2014 ประเทศลักเซมเบิร์ก ซึ่งเปรียบเสมือนฟุตบอลโลกของวงการอาหาร ผมเชื่อว่าสิ่งที่ผมทำคือดีที่สุด จึงอยากให้อีกคนได้ลอง อย่าง อีชี๊คุกกิงซอส ตัวนี้ใช้สำหรับหมัก อย่าง ทอด ผัด สามารถทำได้หลากหลายเมนู เพียงแค่ใส่ซอสของเราลงในอาหารก็อร่อยได้โดยไม่ต้องปรุงเพิ่ม หรืออย่างพริกแกงเขียวหวาน แค่ใส่ น้ำกะทิ พริกแกง เนื้อสัตว์ พอทุกอย่างสุกก็ชิม อร่อยเลย เป็นเหมือนสูตรสำเร็จที่ไม่ว่าใครทำก็อร่อย เหมือนเชฟมืออาชีพมาปรุงเอง” เขาบอกจุดเด่น

เชฟมือรางวัลเริ่มต้นธุรกิจของเขาเมื่อ ๕ ปีก่อน โดยทำเครื่องปรุงขายเป็นแกลลอนส่งให้กับร้านอาหารมีลูกค้าอยู่ประมาณ ๒๐-๓๐ ราย หนึ่งในนั้นคือร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ก่อนพัฒนามาบรรจุขวดและกระป๋องมีฝาปิด ทำให้อายุสินค้า (Shelf Life) อยู่ได้นานขึ้น เพื่อขยายมาเจาะกลุ่มครัวเรือนเป็นหลัก โดยเริ่มทำโรงงานผลิตที่จังหวัดสุโขทัย



ขอมาตรฐาน สร้างแบรนด์สินค้า พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ทำการตลาด ทำทุกขั้นตอนด้วยตัวเอง แม้แต่การออกแบบโลโก้ ที่เขาบอกที่ว่ามี เป็นรูปไก่ใส่หมวก เชฟสะท้อนถึงตัวเขา แวดวงเหยี่ยวสื่อถึงการมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และปากเป็นจระเขยบ่งบอกความเป็นปากเหยี่ยวเกษตรทรัพย์ รับกับการผันตัวจากเชฟมาเป็นผู้ประกอบการใหม่ของเขานั่นเอง

แบรนด์เชฟไก่ส่งขายร้านอาหาร และขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งพวกเขาอยู่ระหว่างพัฒนา Shelf Life สินค้า เพื่อให้เก็บรักษาได้นานขึ้น โดยมีเป้าหมายคือ นำพาความอร่อยแบบเอเชียส่งไปขายในตลาดโลก ซึ่งปัจจุบันมีลูกค้ามักพุดชาและ สปป.ลาวติดต่อขอนำสินค้าไปทดลองตลาดแล้ว ขณะที่ตลาดในประเทศก็ขยายช่องทางจำหน่ายให้มากขึ้น รวมถึงโมเดิร์นเทรดในอนาคต ในส่วนของตัวผลิตภัณฑ์ก็วางแผนพัฒนาสูตรความอร่อยใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง เช่น น้ำซอสผัดไทยโบราณ และน้ำซอสก๋วยเตี๋ยวต้มยำสุโขทัย เพื่อขายในร้านของฝากต่างๆ ในอนาคต

แม้ในเวทีแข่งขันทำอาหาร เขาจะได้รางวัลชนะเลิศมากมายหลายสนาม แต่ในเวทีผู้ประกอบการเชฟไทยยอมรับว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับเขา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องจักร การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ แม้แต่ทำออกมาแล้วจะขายใคร ก็ยังเป็นเรื่องยาก ที่มาของการเข้าโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) เพื่อเติมเต็มองค์ความรู้ในสิ่งที่ขาด ซึ่งหลังจากเข้าอบรมเขาบอกว่า ทำให้ได้รู้อะไรหลายๆ อย่าง โดยเฉพาะเรื่องการเขียนแผนธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะทำให้ชีวิตผู้ประกอบการอยู่รอดได้ นอกจากนี้ยังได้เพื่อนที่สามารถให้คำปรึกษาได้ มีอาจารย์ที่ปรึกษา และเจ้าหน้าที่คอยให้ความช่วยเหลือ ตั้งแต่แนะนำให้ทำขวดเล็กออกมาขาย เพื่อขยายตลาด แนะนำเรื่องจัดหาอุปกรณ์ในการผลิต และแนวทางการต่อยอดธุรกิจให้ไปได้ไกลมากกว่านี้

เชฟไก่เชื่อว่า การทำธุรกิจต้องจริงจังในทุกๆ เรื่อง ทำอะไรต้องจริงจัง ทำเอง เพื่อไม่ให้ใครมาหลอกได้ และต้องเริ่มจากความรักในสิ่งที่ทำ มีความสุขกับการลงมือทำให้สำเร็จ แล้วเราจะมีพลังที่จะแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ให้แก่ตัวเอง และพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ แล้ววันหนึ่งก็จะไปสู่เส้นชัยที่ชื่อ “ความสำเร็จ” ได้



พงษ์ศักดิ์ มิยุททอง (เชฟไก่)

ชื่อกิจการ : เชฟไทยรุ่งเรืองกิจ ผู้ผลิตซอสปรุงรสเอเซียเนค (ซอสเนกประสม) ตราเชฟไก่

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : “เราต้องเริ่มจากความรักในสิ่งที่ทำ มีความสุขกับการลงมือทำมันให้สำเร็จ แล้วเราจะมีความสุขที่จะแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ให้แก่ตัวเองและพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ”

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๒ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

รางวัลที่ได้รับ :

- ถ้วยรางวัลสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ปี ๒๐๑๔
- รางวัลเหรียญทอง “The Culinary World Cup at Luxembourg ๒๐๑๔” ประเทศลักเซมเบิร์ก
- รางวัล เหรียญทอง ชนะเลิศ ประเภท การแข่งขันปรุงอาหารไทยประยุกต์ ระดับ มืออาชีพ
- (Thai Fusion Cuisine Challenge) จากการแข่งขันในงาน Thai Delicious ๒๐๑๓ จัดโดยกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมกับสมาคมพ่อครัวไทย
- รางวัลเหรียญทอง-ถ้วยทอง Gourmet Master Chefs at Hongkong : World Masterchef Championship ๒๐๑๖ และ The Inter Gourmet Master Chefs ๒๐๑๖ in Hongkong (US: เกาหลีฮ่องกง)

📍 ๑๑ หมู่ ๑๐ ต.ดงเตี้ย อ.คง โคราช จ.สุโขทัย ๖๔๗๐

☎ ๐๘-๖๖๕๐-๐๗๕๗, ๐๘-๖๐๕๐-๙๘๐๗

✉ www.meedeefoods.com

📧 chefkaiproduct@gmail.com

🗣 @ChefKaiOfficial

📌 EasyCookingSauceTH

▶ บันทึกพ่อครัว

“

การแปรรูปสินค้า
จากข้าวสารเป็นข้าว
สำเร็จรูป ข้าวสำหรับ
ผู้ป่วยติดเตียง เปลี่ยนจาก
การขายข้าว
เป็นต้นเป็นกรัม
น่าจะได้อัตราเพิ่มมากกว่า
ทำในรูปแบบเดิมๆ

”

สูตรเพิ่มมูลค่าเมล็ดพันธุ์ข้าว กข ๔๓

ฉบับแบรนด์ กรทอง

ความไม่แน่นอนในธุรกิจคือสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ เหมือนกรณีเกษตรกรปลูกเมล็ดพันธุ์ข้าวต้องประสบปัญหาไม่สามารถขายข้าวให้กรมการข้าวได้เต็มจำนวนเหมือนก่อน เพราะปัจจุบันข้าว ๑ ไร่ กรมการข้าวจะรับซื้อเพียง ๗๐๐ กิโลกรัมเท่านั้น

เหมือนฟ้าผ่ากลางท้องนาให้เกษตรกรต้องหาทางระบายผลผลิตที่เหลือก่อนที่จะเมล็ดพันธุ์ข้าวจะหมดอายุ ชนัญชิตา หนูนนาค เกษตรกรจากสุโขทัยจึงตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยวิธีการนำเมล็ดข้าวนั้นไปสีเป็นข้าวสารแล้วมาจำหน่ายภายใต้แบรนด์ของตัวเองคือ “กรทอง”

นับเป็นทางออกที่เต็มไปด้วยความเสี่ยงทดแทนจากคนในครอบครัว หรือแม้แต่คนรอบข้างต่างไม่เห็นด้วย เพราะมองว่าข้าวสารเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักมากคงยากหากจะนำมาขายทางออนไลน์

แม้จะโดนทัดทานแต่ด้วยความมั่นใจในคุณภาพแบรนด์ข้าวกรทองที่ไร้สารดินนุ่ม หนึบ มีกลิ่นหอมของใบเตยอ่อนๆ ของข้าวสายพันธุ์ กข ๔๓ ที่ใช้วิธีการปลูกแบบนาดำทำให้ในแปลงไม่มีข้าวพันธุ์อื่นมาผสม โดยมีให้เลือกทั้งแบบข้าวกล้องและข้าวขาวที่ไม่ขัดขาวมาก เพื่อให้คุณค่าทางสารอาหารยังคงมีอยู่

เมื่อเกษตรกรต้องสวมบทบาทค้าต้องเจอปัญหาไม่ใช่แค่เรื่องผลผลิตเท่านั้น แม้แต่เรื่องการตั้งราคาสินค้า ที่มีรายละเอียดไม่แพ้การผลิตและปัญหาอื่นๆ อีกมากมายที่ทำให้ชนัญชิตาตัดสินใจหาความรู้เพิ่มเติมด้วยการเข้าร่วมอบรมกับโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)





แม้จะเป็นการอบรมเพียงระยะเวลาสั้นๆ แต่ชนัญชิตาเผยว่านอกจากได้รู้เทคนิคการตั้งราคาแล้ว ยังได้มุมมองที่ช่วยเปลี่ยนทัศนคติการทำธุรกิจ เช่น การกู้เงินจากธนาคารเป็นอีกช่องทางหนึ่งทำให้ธุรกิจได้ขึ้นได้ และยังได้เครือข่ายในการทำธุรกิจจากเพื่อนๆ ที่มาอบรมอีกด้วย

“เป้าหมายของเราคือ อยากส่งข้าวออกไปขายต่างประเทศ ก่อนหน้านั้นเคยติดต่อกับนักธุรกิจชาวจีนแต่ตอนนั้นติดปัญหาเรื่องโควตาการส่งออก เขาก็แนะนำให้ทำเป็นข้าวแปรรูปเพื่อจะสามารถขายได้เลย เราก็เลยมองเห็นช่องทางในอนาคต การแปรรูปสินค้าจากข้าวสารเป็นข้าวสำเร็จรูป ข้าวสำหรับผู้ป่วยติดเตียง เปลี่ยนจากการขายข้าวเป็นต้น เป็นกรรมนำจะได้มูลค่าเพิ่มมากกว่าทำในรูปแบบเดิมๆ”

เพื่อไปให้ถึงเป้าหมายนั้นเธอได้ไปศึกษาวิธีการทำข้าวสำเร็จรูปจากสถาบันแห่งหนึ่ง ซึ่งต้องใช้เงินทุนจำนวนมากมีผลทำให้ราคาสินค้าสูง ปัจจุบันเธอจึงศึกษาหาวิธีอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การศึกษาจากอินเทอร์เน็ตและเริ่มแปรรูปข้าวด้วยวิธีง่ายๆ โดยนำข้าวไปนึ่งจากนั้นนำไปแช่จุดเยือกแข็งแล้วนำมาอบแห้ง ซึ่งเป็นการผลิตที่ใช้ต้นทุนไม่สูง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแบรนด์กรทองได้ง่าย

“อยากให้แบรนด์ข้าวกรทองเป็นแบรนด์ที่ช่วยให้ผู้บริโภคและชาวนาวิโนวินด้วยกันทั้งสองฝ่าย”



ชนัญชิตา หุ่นนาค

ชื่อกิจการ : ข้าวแปรรูป

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ถ้าเรากำเรื่องทุกอย่างให้ถูกต้องเรื่องยุ่งๆ จะไม่เกิด

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๓๗ หมู่ที่ ๔ ต.ศรีนคร อ.ศรีนคร จ.สุโขทัย
๖๕๑๘๐

☎ ๐๙-๕๕๒๑-๑๒๙๙

📧 กินข้าวกินปลา





มะแม กรุป

พลิกวิกฤตโควิดเป็นโอกาส เปิดตลาด
เนื้อแพะสำเร็จรูปเพื่อเอาใจคนรักสุขภาพ

“

การจะทำให้ผู้บริโภคชื่นชอบเมนูใหม่
ที่ไม่คุ้นเคยได้ต้องทำให้อร่อย รสชาติต้องไม่จัดจ้าน
ไปทางใดทางหนึ่ง หวานไปหรือเค็มไป กลิ่นเครื่องเทศ
ต่างๆ ต้องไม่ฉุนเกินไป ส่วนผสมทุกอย่างต้องลงตัว
จากนั้นลองให้หลายๆ คนชิมถ้ามีฟีดแบ็กดี
จึงเริ่มทำจำหน่าย

”

ในวิกฤตมักมีโอกาเสมอถ้ารู้จักปรับตัว เหมือนกับ
สุรศักดิ์ พิพิธทอง กรรมการผู้จัดการ บริษัท มะแม กรุป
2016 จำกัด ที่ทำ นะ จง รวย ฟาร์มเลี้ยงแพะเพื่อแพะ
แม่พันธุ์ขาย รวมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป
ใช้เลี้ยงแพะให้กับเกษตรกรไทยและเกษตรกรเพื่อนบ้าน
อย่างประเทศ สปป.ลาว เวียดนาม ที่ผ่านมามีต้องถือว่า
นะ จง รวย ฟาร์มแห่งนี้กำลังไปได้สวย ถ้าไม่เกิดเหตุการณ์
ไวรัสโคโรนา ที่ไม่สามารถส่งออกได้อย่างเก่า ทำให้ทาง
ผู้บริหารต้องเปลี่ยนแผนธุรกิจกะทันหัน

“โควิดสอนให้เราว่าต้องรู้จักปรับตัวทั้งในการดำเนิน
ชีวิตและการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ เป็นที่มาของการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์เป็นอาหารสำเร็จรูปขายทางออนไลน์”

แม้เมืองไทยจะมีอาหารที่หลากหลายแต่ต้องยอมรับว่า
คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยนิยมรับประทานเนื้อแพะเท่าใดนัก



เมื่อจะนำแพะมาแปรรูป สุรศักดิ์จึงเลือกทำเมนูแพะ
แดดเดียวเป็นเมนูนำร่อง เนื่องจากเป็นเมนูที่คนไทย
คุ้นเคยและยอมรับได้ง่าย เมื่อได้เมนูแล้วเขาจึงนำแพะ
เพศผู้สายพันธุ์ Boer ที่นำเข้ามาจากแอฟริกาได้ ไปแปรรูป
ให้เป็นเนื้อแดดเดียว โดยผ่านกระบวนการอบแห้ง นำไป
บรรจุซองพร้อมใส่สารกันชื้น เพื่อไม่ให้เหม็นหืนและเก็บ
ได้นาน จำหน่ายภายใต้แบรนด์ คริสป์แม

“การจะทำให้ผู้บริโภคชื่นชอบเมนูใหม่ที่ไม่คุ้นเคยได้ต้อง
ทำให้อร่อย รสชาติต้องไม่จัดจ้านไปทางใดทางหนึ่ง
หวานไปหรือเค็มไป กลิ่นเครื่องเทศต่างๆ ต้องไม่ฉุนเกินไป



ส่วนผลผลิตทุกอย่างต้องลงตัว จากนั้นลองให้หลายๆ คนชิม ถ้ามีฟีดแบ็กดีจึงเริ่มทำจำหน่าย”

ทั้งนี้สุรศักดิ์บอกว่า เนื้อแพะนั้นมีความประโยชน์มากกว่าสัตว์ในระนาบเดียวกันทั้ง วัว หมู โดยเนื้อแพะมีทั้งโอเมก้า 3 แคลเซียม อีกทั้งปัจจุบันกรมปศุสัตว์ก็ส่งเสริมการผลิตแพะในไทย เขาจึงคิดว่าสินค้าตัวนี้น่ากลายเป็นสินค้าตัวใหม่ที่น่าจะไปได้ดี ก่อปรกับเมื่อเมนูเนื้อแดดเดียวเริ่มได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค บริษัท มะแม กรุ๊ป 2016 ก็เริ่มขยายเมนูโดยนำแพะพันธุ์ Shami ที่นำเข้าจากไต้หวันไปแปรรูปเป็นนมอัดเม็ดเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่ชอบอาหารสุขภาพ

ไม่เพียงคำนึงถึงด้านสุขภาพ สุรศักดิ์ยังการันตีว่า ฟาร์มของเขาให้ความสำคัญกับเรื่องความสะอาด มาตรฐานต่างๆ ตั้งแต่การสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เพื่อสร้างมาตรฐานการเลี้ยงให้เป็นระบบเดียวกัน เช่น การเข้าสู่ระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม (GSM) ส่วนในการแปรรูปนั้นเลือกใช้โรงเชือด โรงงานแปรรูปที่ได้มาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) เพื่อให้สินค้านั้นมีคุณภาพสำหรับผู้บริโภค



สุรศักดิ์ พิพิธทอง

ชื่อกิจการ : บริษัท มะแม กรุ๊ป 2016 จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ซื่อสัตย์ ตั้งเป้าหมายธุรกิจชัดเจน

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๓ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๖๓ ต. กะเลชุมพร อ. เมืองลพบุรี จ. ลพบุรี
๑๕๐๐๐
☎ ๐๖-๔๒๓๕-๔๒๔๒
📌 อาหารแพะ-แกะ ธรรมชาติ

สำหรับเป้าหมายต่อไปของบริษัท มะแม กรุ๊ป 2016 จำกัด คือ การยกระดับเนื้อแพะให้เป็นเนื้อพรีเมียม เพื่อเจาะตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้บริษัทได้ไปเสริมเครือข่ายเลิทางธุรกิจกับโครงการโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ที่ได้ความรู้จากคณาจารย์หลายๆ ท่าน ทั้งเรื่องการเขียนแผนธุรกิจ Canvas การ Pitching การได้คอนเนกชันใหม่ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์มากกว่าธุรกิจ ทั้งนี้ถึงแม้จะจบหลักสูตรแล้ว ทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๓ ก็ยังคงคอยสนับสนุนให้คำปรึกษาด้านธุรกิจและประสานงานส่งคอร์สอบรมหัวข้อที่น่าสนใจให้ได้อย่างสม่ำเสมอ

“ผมว่าหลักสูตรนี้มีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการใหม่และผู้ที่ต้องการก้าวเข้ามาในธุรกิจ เพราะหากธุรกิจไม่เป็นไปตามแผนมีบางจุดที่ผิดพลาดเกิดขึ้นทางโครงการ NEC ก็สามารถให้คำแนะนำได้”



ขนมหน้างา กวยหลี

ของดีร้อยปีแห่งชัยนาท
ความอร่อยที่ไม่ยอมตกยุค

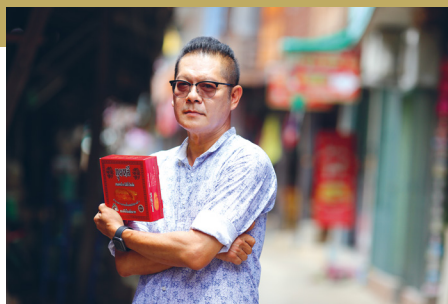
“

การทำของกิน ต้องรักษาความสะอาด
ใส่ใจทุกขั้นตอน ต้องรักษามาตรฐานความอร่อย
ให้เหมือนกันทุกชิ้น พัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ
เพื่อให้เข้าได้กับทุกตลาดและให้คนจดจำ
แบรนด์เราได้เพิ่มมากขึ้น

”

คงเสียดายไม่น้อยหากชนมหน้างาไส้ถั่ว กวยหลี
มีอายุกว่าร้อยปี สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษชาวจีน
ที่มาตั้งรกรากอยู่ตลาดโพนางาคาตง จังหวัดชัยนาท
ในปี พ.ศ.๒๔๖๒ จะต้องสูญหายไป เพราะในระยะหลัง
มีเพียงหญิงชราอายุกว่า ๘๐ ปีที่ยังสานต่อการทำขนม
หน้านางนี้แต่เพียงผู้เดียว

แผนการต่อยอดธุรกิจครอบครัวจึงเกิดขึ้นโดย เศรษฐาภรณ์
คลอวุฒิพัฒน์ ทายาทรุ่นที่ ๔ ซึ่งกำลังมองหาอาชีพ
หลังเกษียณ พื้นที่ที่เขาตัดสินใจลาออกจากงานเพื่อมา
สานต่อกิจการครอบครัว รสชาติขนมหน้างาจากเดิมที่มี
เพียงไส้ถั่ว ก็ถูกเพิ่มเติมด้วยไส้ทุเรียนเพื่อให้เข้ายุคสมัย
และตอบรับผู้บริโภคยุคใหม่ทั้งคนไทยและคนจีน
ที่ชอบรับประทานทุเรียน รวมทั้งยังเพิ่มอัตลักษณ์โดยนำ
มะตูมซึ่งเป็นต้นไม้พระราชทานประจำจังหวัดชัยนาท
มาทำเป็นอีกหนึ่งไส้ เพิ่มรสชาติเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า
มากขึ้น



นอกจากเพิ่มรสชาติแล้ว เศรษฐาภรณ์ยังสร้างการรับรู้
ในวงกว้าง จับขนมหน้างาไส้ถั่ว กวยหลี ส่งเข้าประกวด
ในงาน OTOP เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.๒๕๕๓ ถึงจะเป็น
เวทีแรกแต่ด้วยรสชาติที่ถูกปากกรรมการ ฝากำแพงร้าน
จึงมีรางวัลผู้ประกอบการ OTOP ระดับ ๕ ดาวมาประดับ
และอีกหลายรางวัลรวมทั้งเขายังเป็นผู้อยู่เบื้องหลัง
ผลักดันให้คุณแม่ได้รับรางวัลสตรีผู้ประกอบการอาชีพ
ดีเด่นจากกระทรวงแรงงานอีกด้วย

“การทำของกิน ต้องรักษาความสะอาด ใส่ใจทุกขั้นตอน
ให้ขนมออกมามีรูปลักษณ์ที่ดี มีรสชาติอร่อย ที่สำคัญ



ต้องรักษามาตรฐานความอร่อยให้เหมือนกันทุกชิ้น พัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอเพื่อให้เข้าได้กับทุกตลาด และให้คนจดจำแบรนด์เราได้เพิ่มมากขึ้น”

นอกจากรางวัลที่การันตีคุณภาพสินค้าแล้ว ปัจจุบัน เศรษฐกานท์ยังได้มองหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเก็บได้นานขึ้น ซึ่งได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญที่เคยเข้าร่วมอบรมกับโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ให้ปรับบรรจุภัณฑ์ขนมที่ห่อด้วยกระดาษแก้ว ซึ่งเก็บไว้รับประทานได้ประมาณ ๒ สัปดาห์เท่านั้น แต่หากทำให้บรรจุภัณฑ์ปราศจากอากาศก็จะไม่ก่อให้เกิดเชื้อแบคทีเรียทำให้เก็บขนมได้นานขึ้นโดยไม่ต้องใส่สารกันบูด รวมทั้งยังแนะนำให้ปรับไส้ขนมให้เล็กลงจากเดิมที่ทำเป็นชิ้นใหญ่ ๑ ชิ้น ต่อ ๑ กลองก็ให้ลดขนาดเป็นไส้เล็ก ๑ กลองอาจมี ๔-๘ ชิ้น เพื่อให้หยิบรับประทานได้สะดวกขึ้น สามารถแบ่งรับประทานและเก็บได้นานขึ้น

“จริงๆ ผมได้ประโยชน์หลายอย่างมาจากการเข้าร่วมอบรมกับโครงการ NEC เช่น ได้ความรู้เพิ่มเติมทางด้านบัญชี ความรู้ในเรื่องการนำ Lean มาใช้ปรับปรุงพัฒนาระบบการผลิต ได้รับรู้ถึงช่องทางการตลาดสมัยใหม่เน้น



เศรษฐกานท์ คุ้ยห้วยพัฒนา

ชื่อกิจการ : ร้านละเมียด/ขนมหน้ากุยหลี่

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : การทำงอกกินต้องรักษามาตรฐานให้อร่อยเหมือนกันทุกชิ้น

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๓ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร :

- ได้รับตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดชัยนาท ปี พ.ศ.๒๕๕๗ รางวัลมาตรฐานผลิตภัณฑ์มวลรวม

๘๕ หมู่ที่ ๒ ต.โพธิ์ตาก ต.อ.สพพญา

จ.ชัยนาท ๑๗๑๔๐

๐๖-๖๑๖๘-๙๒๔๙

ขนมหน้ากุยหลี่ ชัยนาท

@123setthakarn, @066-1689249

การตลาดออนไลน์ ทำให้รู้เรื่องบริหารจัดการเพจ การทำ Line@ บางเรื่องที่เคยคิดว่าเรารู้แล้วก็อาจยังรู้ไม่หมด หรืออาจจะลืมไปแล้วก็สามารถมาทบทวนความรู้เพิ่มเติมกับโครงการ NEC ได้”

เหมือนกับเศรษฐกานท์ที่ได้ทบทวนความรู้เก่า และยังได้ความรู้ใหม่เพื่อนำไปต่อยอดทำให้การเดินทางของขนมหน้ากุยหลี่ ไม่จำกัดความอร่อยแค่ในจังหวัด แต่ยังขยายไปยังจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศ และเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้นเพื่อสร้างแบรนด์ให้เติบโตไปถึงรุ่นหลัง

“

ก่อนผลิตสินค้าเราต้องรู้ว่า
กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร
ผลิตภัณฑ์แบบไหน
เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย
ทำให้การผลิตสินค้า
ไม่สะเปะสะปะ
มีการวางแผนก่อนผลิต
ช่วยลดต้นทุน
เพิ่มมูลค่าให้สินค้าตัวเอง

”

ทางรัก

ปัทมายุกระดับสมุนไพรไทย
ด้วยโนว์ฮาวเยอรมนี

หลายคนมักคุ้นเคยกับการนำมะกรูดมาทำเป็นแชมพู แต่เชียว จอดนอก กลับมองว่ามะกรูดน่าจะมีสรรพคุณดีกว่าแค่บำรุงผม เมื่อเธอได้รับ องค์ความรู้ถึงวิธีการหมักสมุนไพรเอนไซม์ที่เป็นวิธีช่วยทรงคุณค่า ของสมุนไพรให้มีสรรพคุณคงเดิมตามธรรมชาติจากผู้เชี่ยวชาญ ในประเทศเยอรมนี

องค์ความรู้ที่ได้รับมาบวกกับประสบการณ์ในการดูแลผู้สูงอายุ ในเยอรมนีมากกว่า ๒๔ ปี เธอจึงคิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์กับผู้สูงวัย ที่มักปวดเมื่อยบ่อยๆ เธอจึงลองนำมะกรูดไปทำเป็นน้ำหมักมาคั้นตัว ช่วยอาการปวดเมื่อยให้กับผู้สูงอายุ เมื่อผลเป็นที่น่าพอใจ เธอจึงเกิด ไอเดียทำสเปรย์ฉีดคลายกล้ามเนื้อแจกให้กับนักฟุตบอลซึ่งได้รับ ผลตอบรับที่ดีเช่นกัน

เมื่อสูตรน้ำหมักที่ผลิตโดยคนไทยได้รับความไว้วางใจจากคนต่างชาติ นานาที่นั่น เชียว จึงเกิดไอเดียอยากยกระดับสมุนไพรไทยซึ่งมีอยู่ มากมายมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ให้สังคมได้รู้จักถึงคุณค่าของสมุนไพร ไทยมากยิ่งขึ้นไปอีก ปลายปีที่แล้วเธอจึงได้ก่อตั้งบริษัท ทางรัก จำกัด เพื่อนำเทคนิคและองค์ความรู้ที่ได้เรียนรู้และศึกษาจากเยอรมนี รวมทั้ง การร่วมมือกับกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ช่วยให้การผลิตสินค้าของ บริษัททางรักเป็นไปด้วยดี

ปัจจุบันบริษัทได้แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น ๔ แขนงหลักๆ ได้แก่ Relaxing สเปรย์คลายกล้ามเนื้อ Celina เครื่องสำอาง Calvin น้ำยาทำความสะอาดปรับอากาศ และ Rafa ผลิตภัณฑ์เครื่องตีสมุนไพรเพื่อสุขภาพ สำหรับสมุนไพรที่ทางบริษัทนำมาใช้มีหลากหลายชนิด เช่น ว่านหางจระเข้ ถูกนำมาแปรรูปเป็นเครื่องสำอาง หรือสับปะรดก็เปลี่ยนมาเป็นน้ำยา ทำความสะอาด แม้แต่ขนุนยังถูกนำมาผลิตเป็นน้ำยาปรับผ้านุ่ม





แม้จะมีองค์ความรู้ด้านเทคนิคการผลิต แต่เชี่ยวชาญรับว่าในด้านการทำธุรกิจแล้วถือว่าเธอยังขาดความรู้และประสบการณ์การทำธุรกิจในเมืองไทย จึงจำเป็นต้องหาพี่เลี้ยงทางด้านธุรกิจเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่เธอผลิตออกมาได้ถูกเผยแพร่ในเชิงพาณิชย์ เมื่อมีโอกาสเธอก็ไม่รีรอที่จะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) โดยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๔

“ไปอบรมกับโครงการ NEC ได้ประโยชน์เยอะมากทางโครงการฯ มีอาจารย์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะทางในแต่ละด้านคอยแนะนำให้ความรู้ทั้งเรื่องการตลาด การออกแบบ เรื่องแพ็คเกจจิ้ง รวมทั้งสอนเรื่องการเงินแผนธุรกิจเพื่อให้อยู่กับการทำธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงการพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโต ดังนั้น ปัจจุบันก่อนผลิตสินค้าเราต้องรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร ผลิตภัณฑ์แบบไหนเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ทำให้การผลิตสินค้าไม่สะเปะสะปะ มีการวางแผนก่อนผลิต ช่วยลดต้นทุน เพิ่มมูลค่าให้สินค้าตัวเอง”



เชียว จอดนอก

ชื่อกิจการ : บริษัศ ทางรัก จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : มุ่งมั่นและทำธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๔ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

๒๐๕ หมู่ที่ ๑๒ ต.เชียงยืน อ.เมือง
จ.อุดรธานี ๔๑๐๐๐

๐๙-๒๓๒๖-๓๔๒๑

www.celina-care.com

[lovewayprobiotics](https://www.facebook.com/lovewayprobiotics)

แม้จะเริ่มต้นบริษัทมาเพียงปีเศษแต่เชียวตั้งข้อสังเกตว่าธุรกิจตัวนี้มีแนวโน้มที่ดีเพราะตั้งแต่เกิดโรคโควิด-19 ประชาชนต่างก็หันมาให้ความสนใจรักษาความสะอาดดูแลสุขภาพมากขึ้น บริษัททางรักจึงมีแผนที่จะพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้น

“เรามีแผนนำสมุนไพรที่มีมากในจังหวัดอุดรธานีมาต่อยอด เช่น ทองกวาวมาทำเป็นผลิตภัณฑ์พวกสบู่เหลว โลชั่น หรือนำแก่นมะหาดมาช่วยย้อมผ้าช่วยให้ผ้ามีสีแล้วไม่ร้อนป้องกันแบคทีเรีย นอกจากนี้ หากมีผู้ที่สนใจอยากเรียนรู้วิธีการหมักสมุนไพรแบบนี้เราก็ยินดีที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้นี้เพื่อช่วยกันยกระดับสมุนไพรไทยให้ทรงคุณค่าต่อไป”

“

ตอนเริ่มทำก็อยากรวย
เป็นร้อยล้าน
ตอนนี้ความคิดเปลี่ยนไป
รวยไม่รวยเป็นผลพลอยได้
เพราะวันนี้ เรารู้สึกว่ามัน
เป็นธุรกิจที่มีความสุข

”

ต้นคราม

สานต่อความงามผ้าทอมือจากภูมิปัญญา
สู่กระแสให้ยุคสมัย

ถ้าไม่มีเวทีงานแสดงสินค้าแล้ว โอกาสที่คนรุ่นใหม่จะได้เห็นความงามของลวดลายผ้าทอมือ ผ้าย้อมครามแบบโบราณดั้งเดิมแทบจะน้อยนัก ด้วยเหตุนี้ กรองทอง แก่นคา จึงมีความคิดที่จะรวบรวมผ้ามัดหมี่ย้อมครามจากชุมชนในจังหวัดอุดรธานีมาเปิดเป็นศูนย์จำหน่ายผ้าทอภายใต้ชื่อแบรนด์ “ต้นคราม”

จากภาพฝันที่สวยงามกลายเป็นความจริงที่ต้องเจ็บปวดเมื่อการรวบรวมผ้าทอที่แสนจะงดงามแต่ปราศจากผู้คนมาห้อมล้อม และที่เจ็บปวดยิ่งกว่าคือลายผ้าแบบเดียวกันนี้ มีขายที่อื่นเหมือนกัน

“เราเป็นคนหนึ่งที่อยากทำความฝันให้สำเร็จ ได้แต่ว่าฝันไว้สวยงาม แต่ไม่ได้มองอุปสรรค คิดว่าแค่การรวบรวมผ้าทอ ผ้าขึ้น สวยๆ มาวางแล้วจะมีคนมาซื้อ ซึ่งหลายอย่างไม่ได้เป็นอย่างที่คิดเริ่มรู้สึกท้อบ้าง”

แม้การเริ่มต้นไม่ได้ง่ายอย่างที่คิดแต่กรองทองก็ไม่ละความพยายาม ด้วยเจตนาที่มุ่งเน้นรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษ สืบต่อลวดลายมัดหมี่โบราณไว้ให้ครบทุกรูปแบบขนบธรรมเนียมของทางอีสานไว้ เธอจึงติดต่อไปที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๔ อุดรธานี เข้าร่วมอบรมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) เพื่อเรียนรู้ตั้งแต่การพัฒนาเครือข่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาดออนไลน์ผ่านเพจ ต้นครามผ้าฝ้ายย้อมคราม

“ก่อนเข้าร่วมโครงการฯ แแบรนด์ต้นครามมีแค่ตัวผลิตภัณฑ์และบริการ แต่เรายังขาดเครื่องมือหลายๆ อย่าง ทั้งเครื่องมือการตลาด การสื่อสารกับลูกค้าโครงการ NEC เป็นเหมือนเครื่องมือที่เข้ามาเชื่อมระหว่างผลิตภัณฑ์และบริการของเราให้สมบูรณ์ขึ้น เช่น อาจารย์จะมีเทคนิค





การสอนเรื่องการสื่อสารว่าต้องทำอะไรให้ลูกค้าอยากซื้อของมากขึ้น ที่สำคัญโครงการ NEC ยังให้เครือข่ายได้เจอบ้าง จากบ้านทางรัก ที่ทำน่ายาปรับผ้านุ่มจากขนุนสามารถนำมาใช้ในงานย้อมผ้าของเราได้ด้วย”

ความผิดพลาดจากครั้งก่อนถูกแก้ไขและปรับปรุงจนเริ่มเข้าที่ เจ้าของแบรนด์ต้นครามเผยถึงการทำงานต่อไปคือ เน้นพัฒนาการตลาดออนไลน์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตใหม่ๆ ในยุคหลังโควิด-19 ที่กลุ่มลูกค้าค่อนข้างเปลี่ยนแปลงไปมากคือ อยู่กับบ้านมากขึ้น ดังนั้น เธอจึงมีแผนผลิตสินค้าขึ้นเล็กลงราคาเหมาะกับสภาพเศรษฐกิจ และขยายช่องทางจำหน่ายเปิดหน้าร้านที่ขอนแก่น เพื่อเผยแพร่แบรนด์ให้คนรู้จักมากขึ้น

“ตอนนี้เริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่คนรุ่นใหม่ พยายามออกแบบลายมัดหมี่ประยุกต์ ใส่รูปทรงเรขาคณิตต่างๆ เพื่อแปรรูปเป็นสินค้าต่างๆ เช่น ผ้าพันคอ กระเป๋า เพิ่มลวดลายสีจากเปลือกไม้ ใบไม้ ให้เจดสีที่หลากหลาย พยายามพัฒนาดีไซน์ให้ผ้าไทยไม่เชย”



กรองทอง แก่นคา

ชื่อกิจการ : หก.ต้นคราม หัตถกรรม

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : การได้ทำงานร่วมกับเครือข่าย สร้างรายได้ในชุมชนคือความสุขในการทำธุรกิจ

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๔ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร :

- ผลิตกับระดับ ๕ ดาวประเภทผ้า เครื่องแต่งกายของอุดรธานี, รองอันดับหนึ่งการประกวดแฟชั่นของอุดรธานี

📍 ๑๐๐ ถ. แง่นุสรณ์ ต. หมากรับ อ.เมือง จ. อุดรธานี ๔๑๐๐๐

☎ ๐๙-๙๒๙๔-๙๙๔๙

📍 ต้นคราม ผ้าฝ้ายอ้อมคราม

สำหรับเป้าหมายสูงสุดของการทำแบรนด์ผ้าครามของกรองทองวันนี้เริ่มเปลี่ยนไปจากที่เคยมุ่งเน้นสร้างรายได้ก็หันมา Balance ความสุขระหว่างการทำงานของตัวเองและเครือข่าย

“ตอนเริ่มทำต้นครามก็อยากขายเป็นร้อยล้าน ตอนนี้ความคิดเปลี่ยนไป ขายไม่ขายเป็นผลพลอยได้ เพราะวันนี้ เราารู้สึกว่ามันเป็นธุรกิจที่มีความสุข ความสุขที่ได้ทำงานกับเครือข่าย มีรายได้เลี้ยงครอบครัว เป็นส่วนหนึ่งให้เราอยากทำงานตรงนี้ไปเรื่อยๆ”



คำสุข

मितใหม่เบเกอร์พันธุ์ไทย
ความอร่อยที่ไม่รู้สึกผิดต่อสุขภาพ

“

เราตั้งใจทำผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น
เหมือนทำให้พ่อแม่รับประทาน
เพื่อส่งต่อความอร่อยให้ถึงมือลูกค้า
จึงใช้ชื่อแบรนด์ คำสุข

”

ทันทีที่เริ่มรู้สึกว่าคุณค่าความสุขในการทำงานเป็นลูกจ้าง
ลดน้อยลง ทำให้ ต้นเผ่า พันธนิติ ผันอยากมีกิจการเพื่อ
เป็นนายตัวเอง เหมือนฟ้าเข้าข้างเมื่อมีเหตุให้ภรรยาของเขา
ต้องย้ายมาอยู่ด้วยกันที่จังหวัดสกลนคร กลายเป็นฤกษ์ดี
ที่ได้ใช้ทักษะด้านการทำขนมหันมาทำเบเกอรี่ขาย

แต่การทำเบเกอรี่ของเขายู่ภายใต้โจทย์ว่าต้องเป็นเบเกอรี่
เพื่อสุขภาพที่ทำจากวัตถุดิบอย่างดี เช่น การใช้ข้าวฮาง
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง อุดมด้วย วิตามินบี 1 บี 2
ไนอะซิน ธาตุเหล็ก แคลเซียม GABA (Gamma Amino
Butyric Acid)

เมื่อได้วัตถุดิบพื้นบ้านเกรดดีอย่างข้าวฮางและอัลมอนต์
มาเป็นส่วนผสมที่นำมาทำเป็นคุกกี้อัลมอนต์จุ่มข้าว
จึงกลายเป็นของรับประทานเล่นที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่
ต้องการคุมน้ำหนัก เนื่องจากตัวอัลมอนต์เองมีทั้งโปรตีน
และไฟเบอร์ในปริมาณสูงช่วยเร่งอัตราเมตาบอลิซึม
ในร่างกายได้ ดังนั้น การรับประทานอัลมอนต์ไม่เพียง



ให้สารอาหารชั้นดียังช่วยระงับความหิวสำหรับผู้ที่ต้องการ
ไดเอตอีกด้วย

“เราตั้งใจทำผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นเหมือนทำให้พ่อแม่
รับประทาน เพื่อส่งความอร่อยให้ถึงมือลูกค้า จึงใช้ชื่อ
แบรนด์ คำสุข มีสโลแกนว่า กินถูกปากฝากถูกใจ”

ในแง่ความตั้งใจ ผู้ประกอบการตัวเล็กๆ อย่างต้นเผ่า
อาจได้คะแนนเต็มร้อย แต่ทางด้านการทำธุรกิจอาจทำ
คะแนนได้ไม่เต็มนักหากไม่มีดีเทลจากโครงการสร้าง
และบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) มาแนะนำ
เทคนิคการทำธุรกิจดีๆ เช่น การเป็นผู้ขายหรือผู้ผลิตที่ดี
ต้องทำอะไร การวางแผนการตลาดแบบไหนถึงจะ
ประสบความสำเร็จ เป็นต้น



“ผมได้รับความรู้จากโครงการ NEC เยอะมากในด้านการทำธุรกิจ นอกจากนี้ ยังได้ประโยชน์ที่ได้รู้จักเครือข่ายอีกมากมายทั้งภาครัฐ เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม หรือเครือข่ายผู้ประกอบการห่วงโซ่ออร์แกนิก ได้รู้จักแหล่งวัตถุดิบดีๆ อีกหลายตัวที่สามารถนำมาต่อยอดพัฒนาสินค้าได้”

การเข้าถึงเครือข่ายวัตถุดิบนี้ ต้นเผ่าบอกว่าไม่ได้ส่งผลดีเฉพาะกับแบรนด์คำสุข ที่สามารถผลิตสินค้ามีคุณภาพได้อย่างสม่ำเสมอ ในอีกด้านเป็นการช่วยผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ที่กำลังประสบปัญหารายได้ลดลงจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

“เราพยายามนำผลผลิตของเกษตรอินทรีย์มาเป็นส่วนผสมของแบรนด์ ส่งเสริมเกษตรกรให้มีกำลังใจในการทำเกษตรอินทรีย์ต่อไป ตอนนั้นเราก็นำข้าวหักที่หาคำไปขายได้ราคาไม่ได้เรารีบซื้อมาทำเป็นแบ่งผลัดเค้ก หรือการส่งเสริมให้คนรู้จักมากเผา พี่ชิตที่หลายคนไม่คุ้นหรือรู้จักในรูปแบบของไวน์ และวันนี้หลายคนเริ่มรู้จักเบเกอรี่มากเผา”

นอกจากนี้ เขายังมีแผนที่จะนำของดีที่ขึ้นชื่อของจังหวัด



ต้นเผ่า พันธบิถี

ชื่อกิจการ : หจก. รุ่งตะวันฟาร์ม

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ทำของขายให้เหมือนกำลังทำให้อแม่รับประทาน

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๕ ภายใต้โครงการสร้างระบบเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

- 📍 ซอย สันติภาพ ต. ราษฎร์นาแวง อ. เมืองสกลนคร จ.สกลนคร ๔๗๐๐๐
- ☎ ๐๖-๔๓๑๙-๔๔๔๔
- 📌 ของฝาก สกลนคร กินถูกปาก ฝากถูกใจ, อัลมอนต์จุ่มข้าว

สกลนคร เช่น เนื้อโคขุนโพนยางคำเป็นเนื้อคุณภาพสูงได้รับความนิยมทั้งคนไทยและคนต่างชาติ และนำครามมาเป็นส่วนผสมของเบเกอรี่ รวมทั้งขยายช่องทางจำหน่ายไปในแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Shopee จากปัจจุบันคำสุขมีจำหน่ายตามร้านกาแฟเมซอน ร้านขายของฝากในภาคอีสาน หรือทางเพจ ของฝากสกลนคร กินถูกปากฝากถูกใจ





JRD Water Center

นวัตกรรมเพิ่มมาตรฐานน้ำดื่ม
แบบไม่เพิ่มต้นทุน



“สินค้าของ JRD ผลิตโดยคนไทย ทำให้ราคาไม่สูงเกินไป ช่วยให้ผู้ที่นำไปใช้ประหยัดต้นทุน และสินค้าเราก็คือได้มาตรฐานต่างๆ ตามที่กำหนด”



เมื่อสภาพอากาศที่มีความแปรปรวนน้ำดื่มที่เคยหาได้ง่ายๆ ตามแหล่งน้ำธรรมชาติไม่สามารถนำมาบริโภคได้อีกต่อไป กลายเป็นการผลักดันให้เกิดธุรกิจผลิตน้ำดื่มที่สะอาดขึ้น หนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการผลิตน้ำดื่มก็คือไส้กรองเมมเบรนที่ใช้วัดค่าความเป็นกรด-ด่าง แต่การเปลี่ยนไส้กรองแต่ละครั้งนั้นต้องใช้ต้นทุนจำนวนไม่น้อย กลายเป็นหนึ่งเหตุผลที่ทำให้ธุรกิจน้ำยาล้างเมมเบรนเติบโตได้รับความนิยมไว้วางใจจากผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่ม เพราะน้ำยาตัวนี้สามารถช่วยถนอมไส้กรองยืดอายุการใช้งานได้นานขึ้น

แม้จะเป็นมือใหม่ในธุรกิจนี้แต่ด้วยประสบการณ์ของคุณลุงที่ทำธุรกิจน้ำยาล้างเมมเบรนไส้กรองสำหรับทดสอบมาตรฐานน้ำดื่มมากกว่า ๑๕ ปี นำไปสู่แรงบันดาลใจทำให้พรชนัฐมนต์ ชื่นใจ เจ้าของธุรกิจ JRD Water Center จังหวัดสกลนคร นำมาใช้เป็นต้นทุนในการเริ่มต้นธุรกิจจำหน่ายน้ำยาล้างเมมเบรนต่าง RO1 น้ำยาล้างเมมเบรนกรด RO2 สำหรับไส้กรอง (Food Grade) ไว้ตรวจสอบมาตรฐานการผลิตน้ำดื่ม ให้น้ำดื่มมีค่าเป็น



กลางได้ตามมาตรฐานที่ทางองค์การอาหารและยา (อย.) กำหนด

“สินค้าของ JRD ผลิตโดยคนไทยทำให้ราคาไม่สูงเกินไป ช่วยให้ผู้ที่นำไปใช้ประหยัดต้นทุน และสินค้าเราก็ได้มาตรฐานต่างๆ ตามที่กำหนด”

แม้สินค้าจะเด่นไม่น้อยกว่าสินค้าคู่แข่งในท้องตลาด ด้วยประสบการณ์การทำธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้น กลายเป็นจุดอ่อนที่พรชนัฐมนต์เร่งพัฒนาตนเองด้วยการเข้าร่วมอบรมหลักสูตรการถ่ายทอดความรู้ในการจัดตั้งและขยายธุรกิจโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) จัดโดย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๕ ทำให้



เธอได้องค์ความรู้ในการทำธุรกิจมากมาย ทั้งความรู้ในการประกอบธุรกิจเชิงสร้างสรรค์และเชิงนวัตกรรม ความรู้การพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ฯลฯ

“ตอนแรกเรายังไม่มีองค์ความรู้ในการทำธุรกิจ แต่หลังจากได้เข้าร่วมโครงการฯ ทำให้เห็นภาพลักษณะของการทำธุรกิจชัดเจน โดยสิ่งที่เรานำมาปรับปรุงในธุรกิจทันทีคือเรื่อง การวางช่องทางจัดจำหน่ายให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น การทำ List ปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจ ทำให้เห็นภาพปัญหาต่างๆ ได้ชัดเจนสามารถรับมือกับปัญหาเหล่านั้นได้ดีขึ้น หรือปัญหาการใช้งานอุปกรณ์ที่ยากก็ใช้สื่อออนไลน์ช่วยอธิบายว่าผลิตภัณฑ์ของเราแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างไร ให้ผู้ประกอบการเข้าใจง่ายขึ้น”

แน่นอนเมื่อน้ำดื่มเป็นสิ่งจำเป็นต่อมนุษย์ ธุรกิจน้ำดื่มจึงเติบโตตามไปด้วยไม่เฉพาะในประเทศไทยเท่านั้นเร็วๆ นี้อาจได้เห็น JRD Water Center ขยายธุรกิจไปให้บริการในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการพัฒนาตัวน้ำยาทดสอบวัดค่าความเค็มที่มีเสียงเรียกร้องจากลูกค้า



พรรณนิฉินนตต์ ซึนใจ

ชื้อกิจการ : เจอรตต์ วอเตอรฺ ซึนเตอรฺ

ข้อคิดการค่านึนธุรกิจ : ข้อสัยต้อลูกค้ง-ช่วยให้ธุรกิจประสบควนสำเร้ง

โครงการกั้เข้าร่วม : ศูนย์สงสรึมนอุตสาหกรรรมภาคที่๕ กายใต้ครมการสร้งและบ่นพะพะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

๓๐๘ หมู่ที่ ๑ ต.ดงมะไฟ อ.เมืองสกลนคร

จ. สกลนคร ๔๗๐๐๐

๐๖-๓๖๙๔-๒๖๖๔

เจอรตต์ วอเตอรฺ ซึนเตอรฺ



“

เราอยากเป็นส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่ง
ที่จะช่วยให้สังคม
ได้ใช้สิ่งของจำเป็นต้องใช้
ในครัวเรือน
ที่ปลอดภัยจากสารเคมี
แต่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ
ผู้ใช้และสิ่งแวดล้อม

”

สมุนไพรแม่คำ

บำบัดความจนให้ชุมชน บำรุงความงาม
ผู้คนด้วยธรรมชาติ

ความแตกต่างที่เด่นชัดระหว่างสังคมเมืองกับต่างจังหวัดอย่างหนึ่งคือ ธรรมชาติ บุญล้วน ธรรมชาติ ก็เล็งเห็นถึงข้อเท็จจริงนี้และพบว่าในชุมชนท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ที่เขาอาศัยอยู่นั้นไม่ใช่แค่อากาศดีแต่ยังมีพืชสมุนไพรมากมาย ซึ่งสมุนไพรเหล่านี้มีคุณประโยชน์หลายด้านทำเป็นอาหารก็ให้อร่อยรสดี หรือจะใช้เป็นยารักษาโรค หรือนำมาช่วยดูแลเรื่องความงามก็ได้ทั้งนั้น

“คนในชุมชนเรายังไม่ค่อยรู้จักวิธีดูแลตัวเองมากนัก มักไปซื้อสินค้าโฆษณาตามทีวีหรือวิทยุ ซึ่งนอกจากเสียเงินแล้วสินค้าเหล่านี้ยังเกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ถ้าหากเราสามารถนำสมุนไพรที่ไร้สารเคมีมาผลิตเป็นสินค้าก็น่าจะเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาคความยากจนให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น”

จากผู้สังเกตการณ์ บุญล้วนก็เริ่มลงมือปฏิบัติตัวเองไปอบรมกับมูลนิธิการศึกษาเพื่อชีวิตและสังคม เพื่อเรียนรู้การนำสมุนไพรทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น แชมพู ทรีตเมนต์ สบู่เหลว น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า เพื่อให้สิ่งที่เรียนมาได้เกิดประโยชน์ นำสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนมาต่อยอดให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ ด้วยการทำให้ดูและสร้างความเข้าใจให้เกิดในชุมชน ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้จึงมีจำหน่ายในร้านเสริมสวยในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นสถานที่ที่ให้ความรู้ การแนะนำ ให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยและมีว่าดีต่อคนใช้และสิ่งแวดล้อมอย่างไร

“ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในชุมชนก็คือ ครีมนวดหนังจะเข้ มีคุณสมบัติครอบจักรวาล หากนำมาพอกหน้าช่วยบำรุงผิวให้ชุ่มชื้นหรือแซมพู่กันที่ช่วยทำให้ผมนุ่ม ไม่มันแฉะ”





ไม่เพียงใช้ร้านเสริมสวยเป็นสถานที่กระจายสินค้า ให้คำแนะนำสินค้า สถานที่แห่งนี้ยังเป็นแหล่งข้อมูลชั้นดีที่ทำให้เจ้าของแบรนด์สมุนไพรแม่คำ ได้ทราบความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น เจลล้างหน้าที่ลูกค้าต้องการคือ มีความเหนียวเข้มข้นไม่เหลวหรือใสเกินไป เขาก็มีแผนที่จะนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการปรับปรุงแพ็คเกจจิ้งให้สวยงามเพิ่มมูลค่าให้สินค้าขายได้ราคาดีขึ้น

แม้ผลิตภัณฑ์จะได้รับความสนใจแต่บุญล้วนยังไม่หยุดที่จะเติมความรู้ให้กับตัวเอง เพื่อพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยได้เข้าร่วมการอบรมหลักสูตรในโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๒

“ได้ความรู้จากโครงการ NEC เยอะมาก แต่เพิ่งได้ไปอบรมครั้งเดียวคงนำความรู้มาใช้ได้ไม่หมด แต่อย่างน้อยทำให้เราได้รู้เรื่องกระบวนการผลิต การจำหน่าย ต้นทุนการผลิต การตั้งราคา ยังอยากไปอบรมอีกอยากมีความรู้เยอะๆ ได้นำมาเผยแพร่ในชุมชนให้พี่น้องมีรายได้”



บุญล้วน ธรรมชาติ

ชื่อกิจการ : บริษัท สบู่ไพร่แม่คำ จำกัด

ข้อคิดการดำเนินงานธุรกิจ : ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๒ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๓๖๙ หมู่ ๙ ต.ท่าตูม อ.ท่าตูม จ.สุรินทร์ ๓๒๑๒๐

☎ ๐๖-๒๕๙๐-๔๙๕๖

📍 สบู่ไพร่แม่คำ

นอกจากมองถึงเรื่องรายได้แล้ว บุญล้วน ยังมองไปถึงภาพรวมของสังคมปัจจุบันที่คนไทยบริโภคสารเคมีกันเป็นจำนวนมาก ทำให้เจ็บป่วยด้วยโรคความดัน โรคเบาหวาน ที่ร้ายกว่านั้นส่วนใหญ่มองจะเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็ง

“เราอยากเป็นส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้สังคมได้ใช้สิ่งของจำเป็นต้องใช้ในครัวเรือนที่ปลอดภัยจากสารเคมีและมีประโยชน์ต่อสุขภาพผู้ใช้และสิ่งแวดล้อมจะตั้งใจทำให้ดีที่สุด นำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาถ่ายทอดให้ชุมชนที่มีความคิดแตกต่างออกไปให้เขากลับมาทำความเข้าใจ โดยทำให้เห็น ให้ได้ลองใช้ด้วยตัวเองจะทำให้เขายอมรับมากขึ้น

“

การทำงานจะสำเร็จ
หรือไม่อย่างน้อยต้อง
ลงมือทำไว้ก่อน
เมื่อได้ลงมือทำแล้ว
ทุกอย่างจะตามมาให้เรา
ได้เรียนรู้วิธีการปรับตัว
หรือรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้น
แต่ถ้าไม่ลงมือทำ
ความสำเร็จก็จะ
ไม่เกิดแน่นอน

”

ข้าวคิดคิด

ยกระดับข้าวไทยใส่แคลเซียมเอาใจผู้สูงวัย
รับประทานง่ายได้คุณค่าอาหาร

ไม่ใช่แค่การมารับไม้ต่อการทำงานจากแม่เท่านั้นเพราะ ณัฐฐา เผือกแก้ว มองไปถึงการทำเกษตรแบบยั่งยืนจึงหันมาปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์ โดยเลือกปลูกข้าวมะลิ ๑๐๕ เป็นข้าวพื้นถิ่น มีคุณค่าทางอาหารสูงทั้ง วิตามิน ไฟเบอร์ ฯลฯ และด้วยเจตนารมณ์ที่ดีจึงชักชวนเพื่อนๆ อีกกว่า ๓๐ ชีวิตจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ข้าวคิดคิดทุ่งกุลาร

พร้อมกับทำการตลาดโดยนำข้าวที่ปลูกไปเข้าร่วมโครงการผูกพันโตข้าว ที่เป็นเหมือนแม่สื่อให้ ชาวนามารู้จักกับผู้บริโภคที่ขอรับประทาน ข้าวอินทรีย์ได้รู้จักและสนใจที่จะผูกพันโตกัน ซึ่งได้รับผลตอบแทนที่ดี สามารถขยายกำลังการผลิตและขยายตลาดเข้าไปในภาคอุตสาหกรรม

นอกจากตลาดกว้างขึ้นแล้วการทำเกษตรอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชน เกษตรอินทรีย์ข้าวคิดคิดทุ่งกุลารในปัจจุบันมีสมาชิกเพิ่มเป็น ๘๙ ครัวเรือน กับอีก ๕ เครือข่าย ยิ่งจำนวนสมาชิกเพิ่มมากผลผลิตที่ออกมาจึงมาก ตามไปด้วยทำให้ส่วนที่ถูกซื้อออกจากเมล็ดข้าวหรือรำข้าวมีมาก ตามไปด้วย หากจะปล่อยทิ้งไปก็เสียดาย เพราะรำข้าวเหล่านี้ก็มี ประโยชน์ไม่น้อย สาวเมืองสุรินทร์จึงคิดที่จะนำรำข้าวเหล่านี้ไปแปรรูป ให้เป็นอาหารที่รับประทานง่าย ไม่ต้องใช้เวลาปรุงนาน เพื่อแก้ Pain Point ของตัวเองที่ลูกชายของเธอมักขอรับประทานแต่ข้าวเปล่าไม่ค่อย รับประทานกับข้าว จากไอเดียนี้เธอจึงนำไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ ในโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ที่เธอได้มี โอกาสเข้าร่วมอบรม แนะนำให้นำส่วนผสมที่เหลือทิ้งมาแปรรูปเป็นโจ๊ก

“โครงการ NEC ดีมาก สอนตั้งแต่กระบวนการคิด ให้ได้รู้ว่าจะคิดจะ ทำนั้นดีพอหรือยัง หากจะต่อยอดต้องทำอะไร นอกจากแนวคิดที่ได้ แล้วทางโครงการฯ ก็ยังให้การสนับสนุนด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ แนะนำ การต่อยอดผลิตภัณฑ์อีกหลายอย่าง เช่น ให้นำโจ๊กเพิ่มเป็น ๓ รสชาติ คือ ไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้อง ข้าวหอมมะลิ”





นอกจากจึกแล้ว ณัฐฐาเผยว่า เธอยังได้นำข้าวกล้องมะลิน้ำนมต่อยอดแปรรูปเป็นซีเรียล บรรจุเป็นถ้วยผสมนมหรือธัญพืชพร้อมรับประทานได้ทันที ทั้งสองผลิตภัณฑ์จะวางตลาดภายใน ๑-๒ เดือน

“เป้าหมายต่อไปเราก็อยากพัฒนาแพ็คเกจจิ้งจึกของรับประทานได้เร็วขึ้น มองไปถึงการแปรรูปเหมือนแคปซูลเพื่อให้รับประทานง่ายเหมาะกับผู้สูงอายุ เพราะปัจจุบันเมืองไทยเองจำนวนผู้สูงอายุมากขึ้นทุกวัน และอยากที่จะทำตลาดส่งออก แต่คงต้องศึกษาระเบียบ พัฒนามาตรฐานให้มากยิ่งขึ้น”

เมื่อถามถึงเคล็ดลับแห่งความสำเร็จในการทำธุรกิจ เธอบอกว่าทุกอย่างอยู่ที่การเรียนรู้ คิด และลงมือทำ

“การทำงานจะสำเร็จหรือไม่อย่างน้อยต้องลงมือทำไว้ก่อน เมื่อได้ลงมือทำแล้วทุกอย่างจะตามมาให้เราได้เรียนรู้วิธีการปรับตัวหรือรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้น แต่ถ้าไม่ลงมือทำความสำเร็จก็肯定不会แน่นอน”



ณัฐฐา เผือกแก้ว

ชื่อกิจการ : บริษัศ ข้าวคิดคิด จำกัด

ข้อคิดการค้ามันธุรกิจ : เรียนรู้ คิด และลงมือทำ

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร :

- รางวัลชนะเลิศ การประกวดข้าวสารหอมมะลิ ๑๐๕ (จิตดาว) ประจำปี ๒๕๕๘ จากกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

📍 ๙ หมู่ ๙ ผักบุ้ง – อ.เจย ต.นาหนองไผ่

📞 อ.ชุมพลบุรี จ.สุรินทร์ ๓๒๑๐๓

📞 ๐๙-๐๕๒๔-๙๕๒๔

📞 ข้าวคิดคิด

📞 natthapupu





คริกเก็ต สแน็ค

ของกินเล่นสุดเพลิน
ต่อยอดความอร่อยจากเมืองเกษตร

“

เป้าหมายในอนาคตของเมืองเกษตร
คือเราจะพัฒนาสินค้าอีกหลายตัวขึ้นมาเพื่อเพิ่ม
ยอดขาย โดยจะยังคงรักษาฐานลูกค้าเก่า
และขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่อย่างต่อเนื่อง

”

จังหวัดนับเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่กำลังมาแรงในบ้านเรา เกษตรกรผู้เลี้ยงจังหวัด หากมีใจที่มุ่งมั่นก็สามารถต่อยอดจนกลายเป็นผู้ประกอบการที่มีแบรนด์สินค้าเป็นของตนเอง ดังเช่น ชาณติพงษ์ รักไทย เจ้าของร้านเมืองเกษตร จากจังหวัดอำนาจเจริญ คือผู้ที่มีแนวคิดไม่หยุดนิ่งในการพัฒนากิจการมาอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เขาค่อยๆ เติบโตจากการเป็นชาวสวนวิถีกะหรี่ปั๊พรื่น มาสู่การเปิดฟาร์มเลี้ยงจังหวัด จ้าหน่ายจังหวัดแซ่แข็ง และจังหวัดแปรรูป

แรกเริ่มนั้น เขาเลี้ยงจังหวัดเพราะต้องการกำจัดเศษใบเหมือนจากการตัดแต่งกิ่ง แต่เมื่อได้ค้นคว้าข้อมูลต่อแล้วพบว่า จังหวัด คือแหล่งโปรตีนทางเลือกและเป็นที่ต้องการมากโดยเฉพาะจากตลาดต่างประเทศ จึงมองเห็นโอกาสทางการตลาดและเปิดฟาร์มจังหวัดอย่างจริงจัง ต่อมาได้ขยายตั้งโรงงานแปรรูปจังหวัด โดยผลิตและจำหน่ายสินค้าแปรรูปตัวแรกคือ จังหวัดอบกรอบแบรนด์ คริกเก็ต สแน็ค (Cricket Snack) ที่มีความหมายตรงตัวคือ จังหวัด ของรับประทานเล่น



ชาณติพงษ์กล่าวว่า จังหวัดอบกรอบปรุงรสแบรนด์ คริกเก็ต สแน็ค จากร้านเมืองเกษตร มี ๓ รสชาติด้วยกัน คือรสบาร์บีคิว รสต้มยำ และรสสาหร่าย เน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นเพราะต้องการสร้างความแปลกใหม่ให้พวกเขาหันมาลองกินแมลงกันมากขึ้น โดยเน้นการจำหน่ายทั่วประเทศผ่านช่องทางออนไลน์ และวางจำหน่ายที่ร้านค้าโอท็อปในตัวจังหวัดอำนาจเจริญ และร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ

“ผลตอบรับจากลูกค้าเริ่มดีขึ้นเรื่อยๆ โดย คริกเก็ต สแน็ค ถือเป็นรสชาติที่แปลกใหม่ เพราะจุดแตกต่างของเราคือกระบวนการผลิต ทำแบบอบกรอบโดยไม่ใช้น้ำมันเลย จะเป็นการดูแลสุขภาพปรุงรสและนำเข้าอบกรอบทันที



ขณะที่แบรนต์อื่นที่มีในท้องตลาดอยู่แล้วจะเป็นแมลงคนละชนิดกันและยังเป็นแบบทอดแต่ผ่านกรรมวิธีให้น้ำมันออก” เขากล่าว และบอกอีกว่า สำหรับคริกเก็ต สแน็คจะเน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก ซึ่งตอนนี้ถือว่าได้รับการยอมรับมากขึ้น

ชาวดิพวงษ์ไม่ได้หยุดนิ่งเพียงเท่านั้น เขายังคิดพัฒนาสินค้าตัวใหม่ๆ เพิ่มเติม โดยขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดซื้อเครื่องจักรสำหรับแปรรูปจิ้งหรีดเป็นแบบผง ส่วนหนึ่งจะเน้นตลาดส่งออกเพราะเป็นที่ต้องการมากทั้งในยุโรปและอเมริกา และอีกส่วนหนึ่งจะนำจิ้งหรีดผงไปใช้เป็น ส่วนประกอบในการทำเบเกอรี่ เช่น คุกกี้ และของรับประทานเล่นอื่นๆ เช่น ข้าวเกรียบ เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่คุ้นชินกับการกินจิ้งหรีดแบบเป็นตัวก็จะได้มีโอกาสทดลองสินค้าที่ทำมาจากจิ้งหรีด ซึ่งก็จะทำให้ตลาดกว้างขึ้น

นอกจากนี้ ยังอยู่ระหว่างการยื่นขอการรับรองมาตรฐาน GMP อีกด้วย เพื่อให้กระบวนการผลิตได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับสำหรับการส่งออกต่อไป

ทั้งนี้ แนวทางการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการผลิต การตลาด และการหาลูกค้า ล้วนเป็นความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งชาวดิพวงษ์เล่าว่าหลังจากจบหลักสูตรแล้วสามารถนำความรู้ที่ได้มาต่อยอด และปรับปรุงพัฒนาธุรกิจของตัวเอง ตลอดจนมองหาตำแหน่งของสินค้าว่าอยู่ตรงไหน และเริ่มหามาตรฐานให้กับผลิตภัณฑ์สินค้ามาต่อเนือง

แต่หากพูดถึงหลักในการดำเนินธุรกิจแล้ว เขာบอกด้วยว่า เน้นเดินทางสายกลาง และมองเป้าหมายการเติบโตอย่าง



ชาวดิพวงษ์ รักไทย

ชื่อกิจการ : คริกเก็ต สแน็ค จากเมืองเกษตร

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ข้อสัดกับลูกค้า ให้ข้อมูลกระบวนการเลี้ยงจิ้งหรีดตามจริง

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๗ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๗๗ หมู่ที่ ๔ ต.นาหว้า อ.ปทุมราชวงศา จ.อำนาจเจริญ ๓๗๑๑๐

☎ ๐๙-๔๔๖๙-๘๖๖๔

📧 Chantipong Rugthai

📍 ลุงอ้วนเมื่อเกษตร

ค่อยเป็นค่อยไป แต่ก็จะไม่ทิ้งโอกาสหากมีความพร้อม และมีโอกาสเติบโตแบบก้าวกระโดด ส่วนในเวลานี้พยายามเดินสายกลางไปก่อน โดยเดินทางขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างฐานให้แน่นและมีความมั่นคง เพราะเมื่อได้ตามเป้าหมายนี้แล้ว ก็จะมีโอกาสขยายของได้มากขึ้น





Thaidigital-school.online

แพลตฟอร์มการเรียนการสอน ให้มากด้วย
ผลลัพธ์ที่ยิ่งใหญ่

“ ในการดำเนินธุรกิจของเรานั้น จะคิดเสมอว่า
สิ่งที่เรามอบให้กับลูกค้าคือโรงเรียนและสถานศึกษา
ต่างๆ จะต้องคู่กันกับเบ็ดเงินที่พวกเขาจ่าย และ
พวกเขาจะต้องได้มากกว่า ”

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน มีความก้าวหน้า
ไปเร็วมาก สมาร์ทโฟน กลายเป็นปัจจัยที่ ๕ ที่ทุกคนต้องมี
และเรามองถึงประโยชน์ต่อการศึกษาแล้ว การพัฒนาทาง
เทคโนโลยีจะช่วยให้ทุกคนเข้าถึงการเรียนรู้ได้มากขึ้น
และดียิ่งขึ้น ด้วยแนวคิดนี้ จุดประกายให้ วิวิศน์ ธนะจิตติสิน
อาจารย์จากจังหวัดศรีสะเกษ พัฒนาแพลตฟอร์มการจัดการ
ศึกษาขึ้นมา และใช้ชื่อว่า Thaidigitalschool.online

เขายายความเพิ่มเติมว่า จากที่มีโอกาสได้ศึกษาเกี่ยวกับการ
จัดการเรียนการสอนออนไลน์ ทำให้คิดว่า เราควรต้องมีระบบ
บริหารจัดการด้านการเรียนการสอนที่ตอบสนองแก่ผู้เรียน
และสามารถเก็บข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาผู้เรียนต่อไปได้
ขณะเดียวกัน ในฐานะครูผู้สอน ควรต้องมีเครื่องมือที่
สามารถช่วยลดภาระครูในการเรียนการสอนได้ และสำหรับ
สถานศึกษาเอง ก็ควรมี บิ๊ก ดาต้า ที่จะสามารถนำข้อมูล
ที่มีมาทำการวิเคราะห์และพัฒนาศึกษาของสถาน
ศึกษาเองได้ด้วย

“นั่นคือที่มาทั้งหมดของแนวคิดการพัฒนาแพลตฟอร์มที่
เป็นระบบกลางขึ้นมา โดยสามารถใช้งานผ่านทางเว็บไซต์



เป็นหลัก และสามารถใช้ได้ทั้งสมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต
และคอมพิวเตอร์ โดยทั้งคู่ผู้สอน นักเรียนและผู้ดูแลระบบ
จะมี Username และ Password ส่วนตัวเพื่อเข้าใช้งาน

“จุดแตกต่างของ Thaidigitalschool.online กับแพลตฟอร์มอื่น ๆ
อยู่ที่การเป็น User Friendly และมีความยืดหยุ่น เอื้อต่อการ
ปรับแต่งให้เหมาะสมกับแต่ละบริบทของแต่ละสถานศึกษา
แพลตฟอร์มนี้จะจัดทำเป็นโมดูล ซึ่งได้มาจากการเก็บเกี่ยว
ประสบการณ์การทำงานจริง และการนำไปใช้จริงกว่า ๙ ปี
ทำให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาต่างๆ ให้เข้าใจได้ภายใน ๒-๓ วัน
 อีกทั้งยังดูแลต่อเนื่องตลอดอายุสัญญา ๑ ปี ซึ่งจะทำให้ผู้
ใช้งานที่เป็นคุณครู และนักเรียนสามารถปรับตัวและเข้าใจ
ฟังก์ชันการทำงานของระบบได้เป็นอย่างดี” วิวิศน์กล่าว

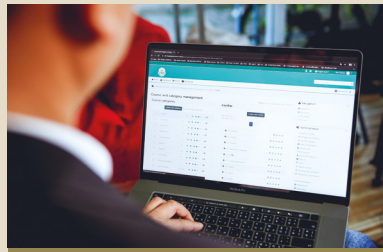
สำหรับแพลตฟอร์ม Thaidigitalschool.online ได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เริ่มต้นมาจากความไม่รู้อย่างตัวผู้พัฒนาเอง แต่ด้วยความอยากรู้อย่างลงมือทำ เริ่มการเซตระบบที่ ๕๐ คน เพิ่มมาเป็น ๕๐๐ คน และ ๑,๐๐๐ คน จนมีสเกลขนาดใหญ่ที่สุดเมื่อปี ๒๕๖๒ มีผู้ใช้งานรวมกันกว่า ๓๗,๐๐๐ คน ส่วนเฉพาะปี ๒๕๖๓ มีผู้ใช้รายใหม่ถึง ๑๒,๐๐๐ คน มีโรงเรียนเข้าร่วมใช้งาน ๑๕ โรงเรียน โดยปัจจุบันใช้ระบบปฏิบัติการ คลาวด์ ทั้งหมดจึงไม่มีปัญหาเรื่องระบบล่ม ส่วนปัญหาที่พบจะเป็นระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งานเอง

“พีตแบ็กที่ได้ถือว่าดีมาก ในฝั่งของนักเรียน พวกเขาเป็น Digital Native อยู่แล้วจึงไม่มีปัญหาในการใช้งาน เฉลี่ยจะใช้เวลาปรับตัวราว ๒ สัปดาห์ ส่วนแพลตฟอร์มจะมี ๒ ภาษานักเรียนส่วนใหญ่จะเน้นใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก ทำให้มีผลพลอยได้จากการเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษที่ใช้ในชีวิตประจำวันไปในตัว บางเมนูบนแพลตฟอร์ม จะเป็นการส่งเสริมเรื่อง Collaborative Learning คือการแบ่งปันหรือความร่วมมือในการเรียนรู้ซึ่งจะแบ่งอยู่ในระบบ รวมทั้งเน้นเรื่อง Virtual Learning Environment ที่จะทำให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล และไอที ควบคู่กันไปด้วย

“ฝั่งครูผู้สอนอาจต้องใช้เวลาปรับตัวบ้าง แต่เราก็มีครูที่อายุมากที่สุด ๕๔ ปี ท่านสามารถทำเองทุกอย่างได้หมด ทำให้เชื่อว่าระบบนี้ไม่ยาก เพียงแต่อาจต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ เพราะเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องใหม่ที่ทุกคนต้องเรียนรู้กันอยู่แล้ว” เขากล่าว

ส่วนแผนการพัฒนาต่อไปนั้น เมื่อผู้ใช้งานมีความเข้าใจในฟังก์ชันของระบบการจัดการแล้ว ครูผู้ใช้งานจะสามารถต่อยอด สร้างสรรค์ในเชิงความคิดของตนเอง และใช้แพลตฟอร์มนี้ พัฒนาผลงานด้านวิชาการเพื่อเลื่อนตำแหน่ง และเลื่อนวิทยฐานะของตนเองได้ จากนั้น ระบบจะเน้นทำเรื่อง บิ๊ก ดาต้า เพื่อนำข้อมูลของผู้เรียนมาวิเคราะห์และจัดการการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบทหรือเป้าหมายของแต่ละคน อีกทั้งยังจะเชื่อมโยงระบบกับสถานศึกษาเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาให้ตรงกับผู้เรียน และตรงกับความต้องการของสถานศึกษาให้ไม่มากที่สุด

เมื่อมองถึงการพัฒนา Thaidigitalschool.online ในเชิงธุรกิจ วิศกรกล่าวว่า ได้เรียนรู้กระบวนการทำธุรกิจที่ถูกต้องมาจากการเข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งมองว่า



วิศกร ณะจิตติสืบ

ชื่อกิจการ : iwestพอร์มออนไลน์

Thaidigitalschool.online

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ไม่บ่คำที่ดีที่สุด จะบ่แต่คำว่า ดีกว่า และดีกว่าไปเรื่อย ๆ

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๗ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร :

- รางวัลชนะเลิศระดับชาติ ด้านนวัตกรรมเพื่อการเรียนการสอน จาก OBEC

.....

📍 ๑๓๐๒/๒๐ ถ.รอบเมืองเหนือ ต.เมืองเหนือ อ.เมือง จ.ศรีสะเกษ ๓๓๐๐๐

☎ ๐๖-๓๔๖๑-๔๖๙๙

📧 @Thaidigitalschool

โครงการดังกล่าวช่วยให้มีทิศทางที่ชัดเจนในเชิงธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ลูกค้า การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการจัดทำเรื่องบัญชี และภาษี ที่สำคัญคือได้รู้จักเพื่อนใหม่เพิ่มขึ้นมาก ที่ช่วยทำให้มุมมองด้านธุรกิจของตนกว้างขึ้น

“ส่วนเป้าหมายในเชิงธุรกิจอีก ๒-๓ ปีข้างหน้านั้น ตั้งเป้าจะมีผู้ใช้งานในระบบไม่ต่ำกว่า ๑ แสนคน ซึ่งตอนนี้ถือว่าทำได้ครึ่งทางแล้ว คือมียอดผู้ใช้งานประมาณ ๕ หมื่นคนในช่วง ๒ ปีที่ผ่านมา” เขากล่าว

“

ถ้าลูกค้าซื้อของไป
ครั้งหนึ่งแล้วไม่กลับมา
ซื้อซ้ำอีก ตรงนี้ถือเป็น
เรื่องใหญ่มาก
นั่นหมายถึงว่าไม่สินค้า
ก็บริการของเรามีปัญหา
ตรงกันข้ามถ้าสินค้าเราดี
มีคุณภาพอร่อยก็จะทำให้
เกิดการบอกต่อปากต่อปาก
อันนี้เป็นเรื่องดี
และสำคัญมากเช่นกัน

”

กล้วยผงอัดเม็ด-สวนมาลี

จับภูมิปัญญาไทยใส่นวัตกรรม
เพิ่มความอึดแต่ช่วยลดโรค

เกษตรยุคใหม่ที่เปลี่ยนปัญหาพืชผักผลไม้ที่ปลูกไว้ล้นตลาด ด้วยการนำ
ภูมิปัญญาชาวบ้านผสมผสานกับนวัตกรรมเปลี่ยนผลิตภัณฑ์พื้นบ้านให้เข้า
กับยุคสมัยที่สร้างรายได้ให้กับตัวเอง กลายเป็นปณิธานของ สุรัตน์
เทียมเมฆา อยากทำให้สวนมาลีแห่งนี้ กลายเป็นศูนย์เรียนรู้สำหรับผู้ที่
ต้องการทำเกษตรไปจนถึงแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้เข้ามาหาความรู้เพื่อ
ให้นำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

เจ้าของสวนมาลีบอกว่าเดิมทีเธอนำสินค้าเกษตรในสวนที่ล้นตลาดมา
แปรรูปแบบธรรมดาตามภูมิปัญญาแบบชาวบ้าน เช่น นำกล้วยน้ำว้า
กล้วยหักมุกมาทำเป็นกล้วยฉาบ แต่เพราะไม่หยุดเรียนรู้ เมื่อได้ไป
หาความรู้เพิ่มเติมรวมทั้งการอบรมอีกหลายๆ แห่ง ทำให้สุรัตน์เริ่ม
พัฒนาวิธีการแปรรูปได้มากขึ้น จากการแปรรูปกล้วยฉาบต่อยอดมา
เป็นผงแป้งกล้วยสำหรับขังดื่มได้ทันที นอกจากเพิ่มความสะดวกแล้ว
ยังมีสรรพคุณช่วยแก้โรคกรดไหลย้อน กระเพาะ ลำไส้ ความดัน เบาหวาน
ด้วยคุณสมบัติเช่นนี้ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและยังทำให้ผลิตภัณฑ์
ตัวนี้กลายเป็นสินค้าที่ท่าตลาดได้ดีโดยเฉพาะกับกลุ่มผู้บริโภคสนใจ
อาหารสุขภาพที่ทำจากธรรมชาติไร้สารเคมี

“เสียงตอบรับจากลูกค้าก็มีทั้งคำติชม ส่วนใหญ่ที่คนชอบเพราะเป็นการ
ใช้ธรรมชาติบำบัดโรค ส่วนคำติก็มีที่านอวว่าแป้งกล้วย รับประทาน
ยากกลืนไม่ได้ แต่ส่วนมากจะเป็นลูกค้าที่อายุประมาณ ๓๐+ เราก็มา
คิดต่อว่าจะทำอย่างไรดีให้เขารับประทานได้สะดวกขึ้น”

เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว สุรัตน์จึงตัดสินใจเข้าไปอบรมที่กรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม เข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่





(NEC) จากโครงการนี้ทำให้เธอได้นำนวัตกรรมมาปรับใช้ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่คือ กลั้วยมั่งอัดเม็ด ๑๐๐ เปอร์เซนต์ รวมทั้งยังได้ต่อยอดเอาพืชในสวนมาผสมเพื่อให้ได้กลั้วยมั่งอัดเม็ดหลากหลายรสชาติทั้งรสกระเจียบแดง รสมะนาว รสกระชาย จำหน่ายภายใต้แบรนด์สวนมาลีที่กำลังจะวางจำหน่ายเร็ว ๆ นี้

“ประโยชน์ที่ได้จากการเข้าอบรมมันแตกต่างชัดเจนจากก่อนเข้าอบรมมาก เพราะตอนแรกเราไม่คิดว่าจะแตกยอดผลิตภัณฑ์ไปได้ไกลขนาดนี้ คือเรามีความคิดแบบบ้านๆ ไม่เคยมีนวัตกรรม แต่พอไปอบรมทางผู้เชี่ยวชาญจะสอนให้รู้จักวิธีคิดว่าจะต่อยอดจากสิ่งที่มีได้อย่างไรบ้าง ไม่เพียงได้ไอเดียได้ความรู้ในการพัฒนาสินค้า ยังได้เพื่อนได้เครือข่าย ได้เห็นว่าคนอื่นทำอะไรบ้าง แล้วนำมาปรับใช้กับของตัวเอง ที่สำคัญได้เปลี่ยนแนวคิดของตัวเองไปเยอะมาก หากจะทำสวนต่อจะทำแบบบ้านๆ แบบเดิมไม่ได้แล้ว ต้องนำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ในธุรกิจด้วย”

สุรัตน์กล่าวเพิ่มว่า ความรู้ในการแปรรูปที่ได้เรียนรู้มาทำให้ได้ครั้งหนึ่งแล้วก็สามารถนำไปปรับปรุงต่อยอดแปรรูปสินค้าในสวนได้อีกมากมาย เช่น มะนาวแช่แข็ง ๓ รส มะม่วงหาวมะนาวโห่แช่แข็ง มะม่วงหาวมะนาวโห่เชื่อม



สุรัตน์ เกียมเมษา

ชื่อกิจการ : สวนมาลี

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : รู้สึกมีความสุขที่ได้แบ่งปันความรู้และประสบการณ์ เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๘ ภายใต้โครงการสร้างและแบ่งปันผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

- 📍 ๔๓/๕ หมู่ที่ ๖ ต.ทุ่งทอง อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี ๗๑๑๑๐
- ☎ ๐๙-๐๔๖๒-๙๔๔๖
- 📧 แป้งกล้วยน้ำว้าบุรีสุกสวนมาลี, วิสาห์กิจ ชุมนชนบุญไพรสวนมาลี, สวนมาลี กาญจนบุรี
- 🌐 makak2511s

มะม่วงหาวมะนาวโห่อบแห้ง สบู่ช้าง ข้าง โดยผลิตภัณฑ์เหล่านี้จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งเฟสบุ๊ก Shopee, Lazada, และวางจำหน่ายที่ ตลาด ๔ ภาค SCG, สภาเกษตรกร, TOT สำนักงานใหญ่ เป็นต้น

“ก้าวต่อไปของสวนมาลีคือ ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานต่างๆ โดยเฉพาะมาตรฐาน อย. เพราะการได้รับมาตรฐานนี้จะช่วยให้สามารถนำสินค้าไปขายตามร้านของฝาก ตามห้างสรรพสินค้าได้ง่าย อยากทำให้แบรนด์สวนมาลีเป็นแบรนด์ที่มีคุณภาพ ถ้าลูกค้าซื้อไปแล้วกลับมาซื้อซ้ำตรงนี้รู้สึกภูมิใจมาก ในด้านผลิตภัณฑ์อยากทำกระชายอัดเม็ดต่อไป”

“

การทำธุรกิจ
เราจะไม่เน้นโตไวเกินไป
ไม่ทำตัวเหมือนอั่งอ่าง
ที่พองลมจนตัวแตกแล้ว
ตายในที่สุด
แต่การทำธุรกิจ
ของเราจะค่อยๆ ก้าว
ค่อยเติบโตไปตามทุน
และกำลังที่เรามี

”

Nakin cha mai

เปลี่ยนเศษไหมข้าวโพดเป็นของโปรด
เพื่อสุขภาพ

เพราะความช่างสังเกตของ สุคันธา บัวซ้อน ที่ชอบรับประทานข้าวโพด แล้วพบว่า เศษไหมของข้าวโพดที่คนชอบทิ้งมักถูกนำไปเป็นอาหารของสัตว์นั้นมันมีประโยชน์ไม่น้อย แวนนักธุรกิจของเธอเริ่มเจตนาขายเมื่อเกิดไอเดียนำไหมข้าวโพดมาสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชาขายได้แบรนด์ Nakin cha mai ที่แหวกกระแสขอเริ่มต้นธุรกิจในช่วงวิกฤตโควิด-19 เมื่อ ๓ เดือนที่แล้ว

กระบวนการผลิตชาของเธอเริ่มจากนำเศษไหมข้าวโพดจากโรงงานข้าวโพดมาผ่านกระบวนการทำความสะอาด คัดแยกกำจัดสิ่งแปลกปลอมออก จากนั้นจึงนำไปล้างน้ำเปล่า ต่อด้วยการลวกด้วยน้ำร้อนเพื่อลดเอนไซม์ แล้วนำไปตากแดดให้แห้งก่อนที่จะส่งไปตรวจวัดความชื้นที่ต้องไม่เกิน ๑๐ เปอร์เซ็นต์ จากนั้นจึงนำไปบรรจุใส่ซอง

“มีงานวิจัยจากมหาวิทยาลัยชั้นนำในไทยระบุว่า ไหมข้าวโพดมีสารฟลาโวนอยด์ ‘Flavonoid’ ซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งในเรื่องสารต้านอนุมูลอิสระ เมื่อนำไปทำเป็นชาทำให้เหมาะกับคนที่รักสุขภาพ เพราะไม่มีกาเฟอีน และยังช่วยลดอาการบวมหน้าของร่างกายได้อีกด้วย”

ถึงจะมีสรรพคุณมากมายแต่ด้วยความที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่กลายเป็นจุดบอดอย่างหนึ่งของการทำตลาด โดยเฉพาะในช่วงแรกๆ ที่เธอลงนำชาเศษไหมข้าวโพดให้หลายๆ คนชิม มักจะได้ยินคำถามตามมามากว่าสามารถรับประทานได้จริงหรือ แต่กับผู้ที่ชอบความท้าทายขอบลองของไหมเมื่อได้ชิมแล้วก็ติงว่ากลิ่นเหมือนหนุ่ยแห้งบ้าง ซึ่งคอมเมนต์เหล่านี้กลายเป็นแรงส่งว่าให้เจ้าของแบรนด์ Nakin cha mai นำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และต่อยอดออกเป็นชา ๓ รสชาติ





“เราเอาค่าติชมของลูกค้ามาปรับปรุง มานี้กว่าทำไมลูกค้าถึงบอกว่ากลิ่นเหมือนหญ้าแห้งหรือเป็นเพราะเอาไปตากแดดนานเกินไป หรือลูกค้าบางคนก็แนะนำให้ใส่กลิ่นมะลิ จากตรงนั้นทำให้เราเกิดไอเดียผลิตชาออกมา ๓ กลิ่น คือมะลิ อัญชัน และใบเตย”

แม้รสชาติของชาเริ่มมีความลงตัวและตรงตามความต้องการของลูกค้า แต่เนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์ค่อนข้างแปลกใหม่ในท้องตลาด ทำให้ผู้คนขาดต้องออกแรงอย่างมากในช่วง ๓ เดือนที่ผ่านมา แต่ถือว่าโชคดีที่ได้ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการสร้างและปมเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ทำให้การก้าวข้ามบันไดธุรกิจขั้นแรกของเธอราบรื่นมากขึ้น

“ได้รับความรู้ในการทำธุรกิจมากมาย ทั้งการทำแบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) ที่ช่วยเปิดมุมมองในการคิดค้นทุนที่ต้องนำค่าเสียทั้งหมดรวมไปเป็นต้นทุนด้วยจึงจะทำให้ทราบกำไรของธุรกิจที่แท้จริง รวมทั้งการทำแผนธุรกิจระยะสั้นกลางยาว เพื่อให้ติดตามวิเคราะห์ประเมินผลแต่ละช่วงได้ รวมถึงการหาช่องทางจำหน่าย การหาแหล่งเงินทุน ยิ่งไปกว่านั้นถึงแม้ความรู้ในห้องเรียนจะจบลงแต่ผู้ที่เข้าอบรมต่างก็ยังติดต่อกันเพื่อช่วยเหลือกันอยู่เสมอ อย่างมะลิ อัญชัน ที่เรานำมาเป็นส่วนผสมชาของชา ก็ได้วัตถุดิบเหล่านี้จากเครือข่ายเพื่อนที่เรียนด้วยกัน”

นอกจากพัฒนารสชาติแล้วเป้าหมายของสุคันธาในระยะสั้นช่วงสองเดือนหลังจากนี้ เธอเผยว่าจะต่อยอดนำไหมข้าวโพดไปทำเป็นน้ำดื่ม รวมทั้งมีแผนที่จะนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อสกัดกลิ่นข้าวโพดให้ติดอยู่ในชาอีกด้วย



สุคันธา บัวซ้อน

ชื่อกิจการ : ชาไหมข้าวโพด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ใช้หลักคุณธรรมดูแลทีมงานเหมือนพี่เหมือนน้อง

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๘ ภายใต้โครงการสร้างและปมเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๑๕๐ หมู่ที่ ๓ ต.ทุ่งสมอ อ.พนมทวน

จ.กาญจนบุรี ๗๑๑๕๐

☎ ๐๘-๕๘๓๓-๑๖๙๒, ๐๘-๐๗๗๗-๒๕๐๙

📌 Nakin cha mai





ทุเรียนนางยักษ์

ของฝากจากกระยองยิ่งใหญ่ด้วยคุณภาพ



บางครั้งลูกค้าไม่ได้ซื้อทุเรียนหรือลูกค้าซื้อความมั่นใจว่า คุณรู้จักจริงไหม เข้าใจจริงหรือเปล่า ถ้าเราสามารถตอบคำถามต่างๆ ของลูกค้าได้ รวมทั้งมีการันตีสถิติสินค้า เมื่อมีปัญหาก็จะช่วยเพิ่มความมั่นใจที่ลูกค้าจะซื้อของกับเราได้มากขึ้น



เพราะของดีมักถูกส่งไปจำหน่ายในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ปริยะพร แซ่จึ้ง เจ้าของแบรนด์ทุเรียนนางยักษ์ จากบ้านสวนธรรมชาติจังหวัดระยอง จึงคิดว่า คนไทยเองก็ควรได้รับประทานของคุณภาพดีในระดับเดียวกับที่ส่งออกเช่นกัน เธอจึงได้คิดทุเรียนลูกใหญ่เฉลี่ยลูกหนึ่งมีน้ำหนักมากกว่า ๓ กิโลกรัมขึ้นไปเพื่อมาขายให้กับคนไทย กลายเป็นชื่อแบรนด์ทุเรียนนางยักษ์พร้อมกับเริ่มหันมาจับตลาดออนไลน์ในช่วงปีที่ผ่านมา

ทันทีที่ทุเรียนแบรนด์นางยักษ์เริ่มเผยแพร่ในโลกออนไลน์ ปฏิกริยาตอบสนองจากกลุ่มลูกค้าที่ส่งกลับมาถึงเธอคือคำว่า “แพง” เป็นกำแพงคอยขวางทางธุรกิจให้เติบโตอย่างช้าๆ แม้เธอจะชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงสาเหตุที่ต้องขายทุเรียนราคาสูงเพราะเน้นเรื่องคุณภาพ ไม่มีการใช้สารเคมี ทุเรียนทุกลูกจะสุกตามธรรมชาติที่รอจนแก่จัดประมาณ ๙๐-๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ ทางสวนจึงค่อยเก็บมาขาย แต่ไม่ได้ทำให้อยอดขายเติบโตเท่าที่ควร



ก่อนที่ปัญหาจะสูงจนเกินแก้ เธอได้ไปเข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ได้อาจารย์จากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๙ มาเยี่ยมชมสวน พร้อมแนะนำว่าให้ทำทุเรียนเป็นของขวัญ ของฝาก ซึ่งเหมาะกับสถานการณ์โควิด-19 ช่วงที่ทุกคนต้องกักตัวอยู่บ้าน ทำให้ทุเรียนของเธอกลายเป็นของขวัญที่มีค่ามากขึ้นเมื่อบรรดาลูกหลานต่างสั่งซื้อไปให้พ่อแม่ญาติผู้ใหญ่ ซึ่งช่วยขยายกลุ่มลูกค้าให้กว้างขึ้น และช่วยเยียวยาธุรกิจช่วงสถานการณ์โควิด-19 ได้ดี

ปริยะพรเล่าว่า การอบรมกับโครงการ NEC ไม่เพียงช่วยเรื่องการปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์และการตลาดเท่านั้น ยังทำให้ทุเรียนแบรนด์นางยักษ์ได้รับเลือกให้เป็นสินค้า

แบรนด์คุณภาพของจังหวัดระยองอีกด้วย ทำให้ริยะพร
เริ่มมั่นใจและนำความรู้ที่ได้รับมาต่อยอดช่วยแก้ปัญหา
ให้กับวิสาหกิจชุมชนวังจันทร์ที่เธอก่อตั้งขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็น
เป็นวิธีแก้ปัญหาราคาทุเรียนแพงที่พบทางออกคือ การ
ทำปุ๋ยอินทรีย์ใช้เองเพื่อลดต้นทุน และยังช่วยลดหนี้ให้
กับเกษตรกรไม่ต้องพึ่งเคมีได้อีกด้วย

“ตอนเริ่มทำตลาดออนไลน์เราไม่กล้าขายคนอื่น ไม่รู้ว่า
จะตอบคำถามลูกค้าได้ไหม แต่หลังจากเรียนกับโครงการ
NEC แล้ว ทำให้รู้ว่าคุณค่าสินค้าของเราคืออะไร ได้รู้จักกลุ่ม
ลูกค้าที่แท้จริงของเรา คือคนที่ชอบกินทุเรียน เป็นกลุ่มที่
พร้อมที่จะจ่ายเงิน เราต้องสร้างสินค้าตัวเองให้มีคุณภาพ

“อีกอย่างไม่เคยคิดว่าตัวเองจะต้องทำและทำได้คือ การ
เขียน BMC : Business Model Canvas ได้ยืนมาหลายปี
แล้วแต่ไม่เคยทำจริงจัง พอไปเรียนโดนอาจารย์คอยจี้ให้
ส่งการบ้าน ซึ่งโชคดีที่มันเป็นสถานการณ์จริงในชีวิต
ประจำวันทำให้เข้าใจมากขึ้น ทำได้ง่ายขึ้น”

เจ้าของแบรนด์ทุเรียนนางยักษ์ยังบอกต่ออีกว่า ประโยชน์
ของการเขียนแผน BMC นี้ยังช่วยให้เธอเข้าถึงแหล่งเงินทุน
อย่าง ธกส.จนได้วงเงิน ๒ ล้านบาทมาหมุนเวียนในธุรกิจ
และยังได้อัปเดทความรู้ตลอดเวลาถึงแม้จบหลักสูตร
แล้วก็ตาม เพราะอาจารย์ก็ยังคอยติดตาม แนะนำ
ช่องทางตลาด หลักสูตรอบรมต่างๆ เสมอ ซึ่งตอนนี้
ตัวเองกำลังสนใจความรู้ด้านโลจิสติกส์ เพราะวางแผน
จะขยายสวนเพิ่มและเพื่อพัฒนาเรื่องการตลาดส่งออก
รวมทั้งต่อยอดทำโฮมสเตย์ให้ผู้ชื่นชอบธรรมชาติได้มา
ท่องเที่ยวบนองุ่นเต็นท์ และหาพาร์ทเนอร์ให้นำผลไม้
มาขายที่สวนธรรมชาติ เพื่อต่อยอดธุรกิจให้เติบโตอย่าง
ยั่งยืนอีกด้วย



ปรีะพร แซ่จิ่ง

ชื่อกิจการ : ทุเรียนนางยักษ์

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ทำน้อยให้ได้มาก ทำน้อยอาจ
หมายถึงเป็นส่วนเล็กๆ แต่มีคุณภาพกับแก้ว

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ ๙ ภายใต้โครงการสร้างและแบ่งปันผู้ประกอบการ
รายใหม่ (NEC)

📍 ๙ หมู่ที่ ๒ ต.วังจันทร์ อ.วังจันทร์ จ.ระยอง
๒๑๒๐๐
☎ ๐๙๔-๔๔๑๔-๔๔๖๓
📧 ทุเรียนนางยักษ์
📞 ๐๙๔-๔๔๑๔-๔๔๖๓





ขามุ Little Fish

เปลี่ยนเมนูสุดโปรดลูกชายกลายเป็นฮีโร่
กวีวิกฤตธุรกิจ

“

ปัญหาไม่ได้เป็นขวากหนาม แต่เป็นเหมือน
บันบันโดที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จ เป็นเหมือนนกขี้น
ที่จะมาเป็นภูมิคุ้มกันให้เราสู้ แล้วก็เดินต่อไป
ถึงความสำเร็จที่เราตั้งใจไว้

”

จุดจบของสิ่งหนึ่งอาจเป็นจุดเริ่มต้นของสิ่งใหม่ เหมือนกับอดีตพนักงานบัญชีที่ตัดสินใจลาออกจากการประจำเพื่อมาดูแลลูกน้อยและแม่ที่ผ่าตัดหัวเข่า จนถึงวันที่ลูกเริ่มเข้าโรงเรียนทำให้เธอเริ่มมีเวลาว่าง หทัยรัตน์หอมฟุ้ง จึงเริ่มมองหาธุรกิจโดยเริ่มจากสิ่งที่ตนเองถนัดที่มีตลาดรองรับคือ งานการเย็บผ้า รับปัก รับสกรีนเสื้อให้กับกลุ่มโรงงานขนาดเล็กในย่านนิคมอุตสาหกรรมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง เพราะด้วยจำนวนพนักงานหลักสิบทำให้ออเดอร์รวมกันแล้วน้อยกว่า ๒๐๐ ชิ้นนั้นถูกปฏิเสธจากโรงงานขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ แต่เป็นออเดอร์ที่หทัยรัตน์ต้องการและกลายเป็นช่องว่างให้เธอต่อยอดเป็นบริษัท เอสพีเอส ตะวันออก เซ็ท จำกัด ที่ต่อมาได้ขยายไลน์รับจ้างผลิตเสื้อยูนิฟอร์ม เสื้อยืด เสื้อสำหรับใช้ในงานกิจกรรมต่างๆ

เมื่อเริ่มต้นด้วยธุรกิจที่รักและถนัดเริ่มไปได้ดี หทัยรัตน์จึงอยากขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น เข้าไปในกลุ่มงานออกแบบดีไซน์จึงได้ไปเรียนเพิ่มเติมกับโครงการ NEC



กระทั่งถึงวันที่สำเร็จการศึกษาวิชารับวุฒิบัตรนั้นก็เป็นวันเดียวกับที่รัฐบาลประกาศล็อกดาวน์จากสถานการณ์โควิด-19 ออเดอร์ต่างๆ ถูกยกเลิกเหมือนจางหายไปทศวรรษวิชาที่เธอเพิ่งไปอบรมมา

หากถือเป็นบททดสอบการเลื่อนขั้นก็ต้องบอกว่าเธอสามารถก้าวผ่านไปได้ดีเพราะสามารถปรับแผนธุรกิจหันมาผลิตหน้ากากผ้า ในช่วงที่หน้ากากอนามัยยังราคาค่อนข้างสูง ทำให้ผลตอบรับค่อนข้างดีมีรายได้หลักแสนเข้ามาภายในทดแทนรายได้ที่หายไปในช่วงเดือนแรก

สถานการณ์ของบริษัทที่เริ่มจะผ่อนคลายก็กลับเลวร้ายอีกครั้ง เมื่อหน้ากากผ้าที่ผลิตนั้นเริ่มมีการกดราคากันในท้องตลาด หากยังอยู่ในสมรภูมิราคานี้อาจเจ็บตัว ทำให้หน่วยรัตนต้องปรับโมเดลธุรกิจอีกครั้ง โดยครั้งนี้เธอมองไปถึง Pain Point ของผู้คนในช่วงที่ต้องกักตัวอยู่กับบ้าน ทำให้หาของรับประทานลำบาก เมนูโปรดประจำบ้านของเธอจึงน่าจะเป็นทางออกได้ดี เพราะมีฐานลูกค้ากลุ่มโรงงานจากเพจ Little Fish กว่า ๒,๐๐๐ คนอยู่ในมือ

“ใช้คอนเซ็ปต์ เป็นอาหารจานโปรดที่แม่ทำให้ลูกกิน คือชวนมาพัฒนาต่อโดยใช้สมุนไพร ทำราดข้าวจัดส่งดีลิเวอรี่ พอจำนวนลูกค้ามากขึ้นก็ต่อยอดเป็นแบบพร้อมรับประทานใส่แพ็คเกจเป็นชุด มีตั้งแต่ชุดเล็กรับประทานได้ ๒-๓ คน ไปจนถึงชุดใหญ่รวมคากิ ราคาเริ่มตั้งแต่ ๑๕๐-๕๐๐ บาท”

จากมือที่จับเข็มเย็บผ้ามาจับกระดากี่ช่วยแก้วิกฤตอีกครั้งหนึ่งให้กับหน่วยรัตน เพราะไม่เพียงชวนมาได้รับความนิยม ลูกค้ายังเรียกร้องให้เธอทำน้ำสมุนไพรควบคู่ไปด้วย



หทัยรัตน์ หอมพุ่ม

ชื่อกิจการ : บริษัท เอสพีเอส ตะวันออก เอ็ด จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ปัญหาคือโอกาส

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๔ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

๙๓/๑ ม.๘ ต.พนาภิคม อ.นิคมพัฒนา จ.สระยอง ๒๑๑๑๒

๐๙-๘๖๒๔-๒๘๙๙

Little fish by ปลาหทัยรัตน์

Little fish

ทำให้เธอขยายไลน์ผลิตน้ำสมุนไพรทั้ง หล่อฮังก้วย อัญชัน เก๊กฮวย ใบเตย น้ำลำไย ช่วยเพิ่มรายได้ช่องทาง

“ต้องบอกว่า การเขียนโมเดลธุรกิจ BMC ที่ไปอบรมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) มีประโยชน์มาก นำมาปรับใช้ได้จริงกับธุรกิจ เพราะทำให้เห็นภาพรวมของกิจการ เป็นเสมือนแผนที่ให้เข้เดินไปเส้นทางธุรกิจที่ถูกต้อง หรือเดินไปแล้วไม่สำเร็จก็สามารถหยิบแผนมาปรับปรุงแก้ไขได้”

ดังนั้น ทิศทางธุรกิจของเธอตอนนี้จึงให้ความสำคัญกับ Little Fish ที่กำลังไปได้ดีจึงอยากพัฒนาขึ้นไปอีกโดยมีแผนที่จะผลิตเป็นอาหารแช่แข็ง ให้ไปอยู่ที่ตู้เย็นของทุกบ้านรองรับทั้งกลุ่มลูกค้า B2C นำไปรับประทานได้ทันที หรือกลุ่มลูกค้า B2B เข้าโมเดิร์นเทรด ร้านขายอาหารทั้งหลายน่าจะมาเป็นทางเลือกทำเป็นชาวชาวมุขเพราะเป็นต้น ส่วนบริษัท เอสพีเอส ตะวันออก เอ็ด นั้นก็ยังคงรักษาไว้รอจังหวะและโอกาสที่จะกลับมา

“

การทำธุรกิจผมไม่ได้มองเรื่องเงินเป็นหลัก แต่มองถึงความยั่งยืน ถ้าคนเรากินอาหารที่ไม่ปลอดภัย ก็จะเป็นโรค เงินทั้งหมดที่หามาได้ก็ต้องเอาไปรักษาตัว ผมจึงโฟกัสที่เศรษฐกิจพอเพียงกับความยั่งยืนครับ

”

โอบบุญ ฟาร์ม

เกษตรกรอินทรีย์วิถีใหม่ใช้ IoT Plug-and-Play แห่งแรกในพัทลุง

สารเคมีกลายเป็นเส้นขนานของการทำเกษตรอินทรีย์ที่ทำให้เกษตรกรต้องเพิ่มความพยายามอีกหลายเท่าตัวเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีมีคุณภาพสม่ำเสมอ ยิ่งเมื่อทางจังหวัดพัทลุงวางยุทธศาสตร์ไว้ว่าภายใน ๑๐ ปี พัทลุงจะเป็นเมืองเกษตรอินทรีย์ เป็นเหมือนแรงกดดันและพลังให้เกษตรกรต้องรีบปรับตัว

หนึ่งในเกษตรกรจากพัทลุง กิตติพิชญ์ กลับคุณ เจ้าของโอบบุญ ฟาร์ม ที่พัฒนาการปลูกแตงโมโดยสร้างโรงเรือนแบบปิดพร้อมนำระบบ Internet of Things (IoT) เข้ามาช่วยควบคุมปัญหาของการทำเกษตรอินทรีย์ ทั้งเรื่องแมลง ศัตรูพืช รวมทั้งช่วยเพิ่มรอบการปลูกแตงโมภายใน ๑ ปี ให้ปลูกได้จำนวนรอบมากขึ้นถึง ๖ ครั้ง จากปกติปลูกได้แค่ ๓ ครั้ง

กิตติพิชญ์อธิบายว่าการที่แตงโมปลูกได้รอบมากขึ้นนั้นส่วนหนึ่งเกิดจากระบบ IoT ที่นำมาใช้ช่วยควบคุมปัจจัยการผลิตได้ทั้งเรื่องแสงสว่าง ที่ช่วยในการสังเคราะห์อาหาร ซึ่งถ้าค่าแสงต่ำกว่า ๑๐๐ Lux ไฟในโรงเรือนจะเปิดอัตโนมัติ หรืออุณหภูมิสูงกว่า ๓๕ องศาเซลเซียส พัดลมจะเปิดอัตโนมัติเช่นกัน ด้วยปัจจัยเหล่านี้ทำให้แตงโมที่ออกมาได้ทั้งคุณภาพและรสชาติที่หวาน

“ผมให้ความสำคัญกับเรื่องความหวาน ถ้าผลผลิตเราหวานไม่ถึง ๑๓ บริกซ์ เราจะไม่ส่งออกจากฟาร์ม ผลผลิตรุ่นแรกที่ออกโปรรสชาติเป็นที่ประทับใจคนที่ได้ชิม มีลูกค้าสนใจของหมดแล้ว”

ไม่ใช่แค่ความหวานเท่านั้นที่ทำให้แตงโมรุ่นแรกหมดไว เพราะทางกิตติพิชญ์ ยังสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัวโอบบุญ ฟาร์ม ให้ลูกค้าได้เห็นกระบวนการปลูกตั้งแต่ต้นและเปิดให้ลูกค้าได้จับจองเพื่อสร้างความมั่นใจในผลผลิตปลอดภัยต่อผู้บริโภค กลายเป็นการสร้าง Demand ที่ลูกค้าให้ความสนใจมากเกินคาด





อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้โอบบุญ ฟาร์มมีผลตอบรับที่ดีคือ ความรู้จากการเข้าร่วมอบรมกับโครงการสร้างและปมเพาะ ผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ที่สอนให้รู้จักมุมมองการทำธุรกิจ วิธีการผลิตไม่จำเป็นต้องเน้นปริมาณ แต่เน้นที่คุณภาพ รู้จักวิธีเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่น การปรับบรรจุภัณฑ์ให้เป็นกล่องใส่แฉงโมให้ลูกค้าหิ้วกลับได้อย่างสะดวกก็ช่วยให้ขายของได้มากขึ้น

“ความสำเร็จนี้จะเกิดไม่ได้ถ้าไม่มีศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑๐ ดำเนินงานโครงการ NEC มาให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาตัวเอง ทั้งเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด ซึ่งผมคิดว่าวันนี้ผู้ประกอบการไทยยังขาดที่ปรึกษาเรื่องพวกนี้ การได้ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑๐ เป็นที่เลี้ยงทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นครับ”

แม้วันนี้โอบบุญ ฟาร์มจะทำตลาดแบบ B2C แต่ในอนาคตมีแผนจะขยายตลาดเป็น B2B ป้อนให้กับกลุ่มโรงแรม นอกจากนี้ ยังมีแผนนำระบบ IoT ไปใช้กับข้าวสังข์หยด ซึ่งเป็นสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของพัทลุง รวมทั้งพืชผักทางการเกษตรต่างๆ ที่เน้นเรื่องความปลอดภัยให้



กิตติพิชญ์ กลีบคุณ

ชื่อกิจการ : โอบบุญ ฟาร์ม

ข้อคิดการค้าบนธุรกิจ : เศรษฐกิจพอเพียง

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑๐ ภายใต้โครงการสร้างและปมเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

๑ หมู่บ้านท่ามิหรำ ช.ราแมศ ๒๔
ต.คูหาสวรรค์ อ.เมือง จ.พัทลุง ๙๓๐๐๐
๐๙-๔๗๘๙-๖๕๕๖
โอบบุญฟาร์ม

สมกับสโลแกนของฟาร์ม คือ โอบบุญ ฟาร์ม ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ คนกินปลอดภัย คนปลูกสบายใจ

“การทำธุรกิจผมไม่ได้มองเรื่องเงินเป็นหลัก แต่มองถึงความยั่งยืน ถ้าคนเรากินอาหารที่ไม่ปลอดภัยก็จะเป็นโรค เงินทั้งหมดที่หามาได้ก็ต้องเอาไปรักษาตัว ผมจึง Focus ที่เศรษฐกิจพอเพียงกับความยั่งยืนครับ”



“

แนวคิดการทำธุรกิจ
ผมจะใช้ความเป็นท้องถิ่น
คือทำทุกอย่างในรูปแบบ
ดั้งเดิมทำในแบบวิถีชีวิต
บ้านนอก แต่เราสามารถ
ขยายเป็นระบบอุตสาหกรรม
ควบคู่กันไปด้วย เพื่อที่จะ
ทำให้ธุรกิจมันมั่นคง
และก็สามารถต่อยอด
ให้คนในชุมชนมีรายได้

”

La'Mare กาละแม สูตรโบราณ

ขนมพื้นบ้านที่กำลังทะยานสู่ตลาดอินเทอร์เน็ต

เมื่อถึงเทศกาลงานแต่ง งานบวช ในตำบลบ้านยาง มักมีคนออร์เดอร์
กาละแม่มือของ ปรีดา ธารายศ เป็นประจำทำให้กลายเป็นธุรกิจเล็กๆ
ของครอบครัวที่เติบโตมากว่า ๓๐ ปี กระทั่งวันหนึ่ง ภูมิพัฒน์ ธารายศ
เริ่มเบื่อชีวิตพนักงานบริษัท อยากมาพัฒนาธุรกิจกาละแม่มือของครอบครัว

แม้มีความมุ่งมั่นแต่ยังไม่ได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของสูตร เมื่อโดน
ทำลายจากคุณแม่ สิ่งแรกที่ภูมิพัฒน์ลงมือคือ เปลี่ยนวิธีการชั่งตวงวัด
สูตรขนมของแม่ที่ใช้ความเคยชิน เป็นการบันทึกข้อมูลสูตรอย่างละเอียด
ด้วยความที่สูตรกาละแม่มือเฉพาะตัวเรียกว่าสูตรศรีวิชัย เป็นสูตรโบราณ
ทำจากข้าวเหนียวเม็ด มาผสมกับกะทิสด น้ำตาลโตนด ต้มโดยใช้
ความร้อนจากถ่านหิน ใช้พายเหล็กสลับกับพายไม้กวนเป็นเวลาประมาณ
๑๐ ชั่วโมง เป็นเทคนิคทำให้ขนมเก็บรักษาได้ยาวนานขึ้น

“ความอร่อยของผมมันเกิดขึ้นจากความไม่สมบูรณ์แบบของกรรมวิธีแบบ
ธรรมชาติ มีทั้งกลิ่นไหม้ของตัวข้าวเหนียว ตัวน้ำตาลล้นจะคล้ายคาราเมล
ด้านรสชาติจะมีความกรุบๆ ของเมล็ดข้าวเหนียว”

นอกจากมีการเก็บข้อมูลสูตรแล้ว เขายังเพิ่มช่องทางจำหน่ายเข้าไป
ในช่องทางออนไลน์ และขยายฐานลูกค้าเพิ่มเข้าไปในกลุ่มวัยรุ่น
ซึ่งจำเป็นต้องเปลี่ยนแพ็คเกจจิ้งให้กะทัดรัด สะดวก ไม่เลอะมือ
แค่นั้นยังไม่พอเขายังนึกต่อไปถึงการเพิ่มตัวฉีกเพื่อให้กลุ่มลูกค้าผู้หญิง
แกะรับประทานได้โดยเล็บไม่ฉีกอีกด้วย

“เรื่องพวกนี้เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้ที่ผมได้เข้าร่วมอบรมกับ
โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ที่สอนให้ทำ
แผนธุรกิจรู้จักลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร ถ้าจะขายของให้ลูกค้า





กลุ่มนี้ต้องทำอะไร รวมไปถึงเทคนิคการตลาดสมัยใหม่ การคิดค่าโฆษณาต่างๆ ด้วย”

สิ่งที่ภูมิพัฒน์รู้สึกประทับใจเป็นพิเศษสำหรับการได้เข้าร่วมอบรมโครงการ NEC ครั้งนี้คือ การได้ Connection ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับตัวเขาที่เพิ่งจะหายจากโรคความจำเสื่อมจากเหตุการณ์สึนามิ ทำให้ผู้ที่เข้าอบรมรุ่นเดียวกับเขากลายเป็นกลุ่มเพื่อนที่คอยช่วยเหลือทางธุรกิจมาตลอดถึงปัจจุบัน

ความเพียรพยายามไม่เพียงทำให้ได้รับความไว้วางใจจากคุณแม่ ส่งผลให้แบรนด์ La'Mare ได้รับรางวัลชนะเลิศผู้ประกอบการที่มีผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของกองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เมื่อปีที่แล้ว จากรางวัลนี้เองทำให้ La'Mare ได้ไปอยู่กลุ่มคลัสเตอร์การผลิตกალ매ของประเทศไทยที่ช่วยให้เขาเกิดไอเดียทำกალ매ตัวใหม่รสซ็อกโกแลต เพื่อบุกตลาดร้านกาแฟ มหาวิทยาลัย โรงเรียน โมเดิร์นเทรด

“แนวคิดการทำธุรกิจผมจะใช้ความเป็นท้องถิ่น คือทำทุกอย่างในรูปแบบดั้งเดิมทำในแบบวิถีชีวิตบ้านนอก แต่



ภูมิพัฒน์ รารายศ

ชื่อกิจการ : กาล매 คีร์รัฐนิคม

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : จากวิถีชีวิตชนบทสู่ชุมชนเมือง

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑๐ ภายใตโครงการสร้างและขับเคลื่อนผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร :

- รางวัลชนะเลิศผู้ประกอบการที่มีผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

📍 วว หมู่ที่ ๓ ต.บ้านยาง อ.คีร์รัฐนิคม

จ. สุราษฎร์ธานี ๘๔๑๘๐

☎ ๐๙-๘๐๔๙-๔๑๒๑

📌 La'Mare - ชนบทกาล매บ้านปรีดา สุดโรโรน,
กาล매บ้านปรีดา ชนบทไทย คีร์รัฐนิคม

📱 @lamarefood

เราสามารถขยายเป็นระบบอุตสาหกรรมควบคู่กันไปด้วย เพื่อที่จะทำให้อุรกิจมั่นคง และสามารถต่อยอดให้คนในชุมชนมีรายได้ด้วย”

ด้วยชื่อแบรนด์ที่ดูเป็นสากล ภูมิพัฒน์จึงวางแผนหาธุรกิจให้ไปเติบโตในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศอินเดีย และจีน ให้ได้รู้จักชนมกาล매จากไทย

“ตอนแรกตั้งใจว่าจะเอาเม็ดกาแฟมาเป็นส่วนผสมของขนม จึงได้มีการตัดคำไปตัดคำมาเหลือเป็นชื่อ La'Mare ใช้ฝีเสื้อเป็นโลโก้เพื่อสื่อถึงตัวแทนที่ซอบของหวานแต่ที่สำคัญคือรับประทานได้โดยไม่ต้องกลัวมีมลพิษ หรือมลภาวะเช่นเดียวกับขนมมกาล매ของน้ำปรีดาก็คือมันไม่มีสารปรุงแต่งอะไรเลย”



ไข่มุกเมล่อนฟาร์ม

ฟาร์มที่เกิดจากการแก้ปัญหาทางพาราคาตก

“

อยากทำเป็นฟาร์มต้นแบบให้กับเกษตรกร
ได้เรียนรู้ เป็นรายได้เสริมจากที่เคยปลูกแตงพารา
หรือปาล์มน้ำมัน โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

”

เมื่อการปลูกพาราต้องประสบปัญหาราคาตกต่ำ นอกจากส่งผลต่อรายได้แล้วยังทำให้สภาพคล่องของเกษตรกรหลายคนต้องซบักไม่ต่างจากครอบครัวของ อรอนงค์ แก้วบุตร ที่มีภาระต้องผ่อนชำระค่าที่ดินกับ สหกรณ์

เมื่อต้องผ่อนชำระค่าที่ดินทุกเดือน การรอรายได้จาก พาราทางเดียวเป็นเรื่องไม่สู้ดีนัก อรอนงค์จึงคิดว่า สอนพาราของแม่ควรจะมีการปลูกพืชชนิดใหม่เป็น รายได้เสริม ซึ่งพืชชนิดนั้นต้องขายได้ราคาดีและสามารถ เก็บผลผลิตได้ไว ในขณะนั้นเธอจึงนึกถึง เมล่อนที่กำลัง ได้รับความนิยมและเป็นพืชที่ปลูกได้ทุกฤดูกาล

แต่ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ที่เธอเรียนมาไม่ตอบใจหัย การทำการเกษตร อรอนงค์จึงต้องพยายามไปหาความรู้ ทางด้านเกษตรเพิ่มเติม เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจ การปลูกเมล่อนตั้งแต่เริ่มต้น



พอได้ความรู้ทางด้านเกษตรมาแล้วเธอจึงขอแบ่งที่ดิน จากคุณแม่มา ๒ ไร่เพื่อทำเป็นโรงเรือนสำหรับปลูกเมล่อน สองสายพันธุ์คือ พันธุ์สโนว์กรีนเป็นเมล่อนจากญี่ปุ่น มีเนื้อสีเขียว ให้รสชาติที่นุ่ม กับพันธุ์ดราโก้บอลล มีความทนทานเหมาะกับการปลูกในภาคใต้ เนื่อกวบ รสชาติหวาน โดยเทคนิคที่อรอนงค์นำมาใช้คือการ ปลูกเมล่อนบนดิน เพราะใช้ปุ๋ยน้อย ทำให้เมล่อนที่ได้ เนื้อไม่ฉ่ำน้ำมาก ผลผลิตจึงอยู่ได้นานขึ้น ไม่เน่าเสียง่าย จากทั่วไปที่เมล่อนจะมีอายุการขายประมาณ ๑ สัปดาห์ ด้วยวิธีการปลูกลงดินทำให้เมล่อนสามารถมีอายุการขาย ได้นานถึง ๓ สัปดาห์



“ตอนนั้นปัญหาคือ ผลิตมาแล้วไม่รู้จะไปขายใคร จึงไปอบรมเพิ่มเติมกับโครงการสร้างและปมเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) กับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑๑ ได้เรียนรู้การทำตลาดและหาช่องทางจำหน่าย ยังได้ความรู้การเขียนแผนธุรกิจ Business Model Canvas (BMC) ได้แนวคิดมาต่อยอดธุรกิจ ได้รู้ว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์ของเราอยู่ตรงไหน”

จากที่ได้ทดลองปลูกเมล่อนด้วยตัวเองและองค์ความรู้ที่ได้รับมาทำให้อรอนงค์มีเป้าหมายที่จะทำไร่ ไร่เมล่อนฟาร์ม เป็นศูนย์เรียนรู้เพื่อช่วยเพื่อนเกษตรกร หรือผู้ที่อยากประกอบอาชีพการเกษตรให้มีแหล่งเรียนรู้เหมือนที่เธอได้รับมา

“อยากทำเป็นฟาร์มต้นแบบให้กับเกษตรกรได้เรียนรู้วิธีการนำเอาเมล่อนพืชระยะสั้นปลูกเสริม เป็นรายได้เสริมจากที่เคยปลูกแต่ยางพารา หรือปาล์มน้ำมันโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และก็อยากให้ไร่เมล่อนฟาร์มเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่นักท่องเที่ยวอยากมาสัมผัส”



อรอนงค์ แก้วบุตร

ชื่อกิจการ : ไร่เมล่อนฟาร์ม

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : เราจะปลูกสิ่งที่ดีมีประโยชน์ เพื่อส่งต่อความอร่อยให้กับอื่น

โครงการที่เข้าร่วม : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๑๑ ภายใตโครงการสร้างและปมเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

.....

📍 ๔/๔ ม.๕ ต.สำนักแต้ว อ.สะเตา จ.สงขลา ๙๐๑๒๐

☎ ๐๘-๙๙๔๙-๓๔๐๔

📌 ไร่เมล่อนฟาร์ม Kaimuk Melon Farm,
Onanong mai

ปัจจุบันไร่เมล่อนฟาร์มมีผลผลิตเมล่อนออกมาประมาณ ๓๐๐ กิโลกรัมหรือประมาณ ๒๐๐ ลูกต่อเดือน นอกจากนี้จะจำหน่ายผ่านทางเฟสบุ๊กแล้วยังมีจำหน่ายในท็อปปิ้งเปอร์มาร์เก็ต โรบินสัน เซ็นทรัล สาขาหาดใหญ่ และผลเมล่อนส่วนหนึ่งจะถูกส่งให้ฟาร์มแปรรูปทำเป็นไอศกรีม



“

การให้กำลังใจตัวเอง
เรื่อยๆ ตลอดเวลา
หรือการคิดบวก
อย่างน้อยก็เป็นพลัง
ทำให้เราไม่ท้อ
และก้าวไปข้างหน้าได้
แม้ต้องเจออุปสรรค

”

ตำมะเตง นำส้มตำสำเร็จรูป

นวัตกรรมความอร่อย เปลี่ยนเรื่องยาก
ให้ง่ายแค่เปิดขวด

เมื่อต้องการสร้างมรดกทางธุรกิจให้กับทายาท แต่อาชีพที่ทำอยู่แม้จะมีรายได้เป็นกอบเป็นกำ แต่ไม่พอสานต่อความฝันที่อยากมีธุรกิจเป็นของตนเอง จึงทำให้ ณัฐนิชา ทองบางพระ เริ่มออกเดินทางตามหาความฝันในวัยสี่สิบต้นๆ ที่ต้องบอกว่าเส้นทางชีวิตเริ่มเปลี่ยนเพียงเพราะคอร์สเรียนวันเดียว เมื่อเธอกลายเป็นตัวแทนของเพื่อนที่ต้องไปเรียนตำส้มตำกับเจต๊องเด็ก หรือ “พรปวีณ์ กิจทรัพย์บาร์มี” เจ้าของร้านส้มตำ “แรด-แซ่บ-นิว” เจ้าดังในตลาดน้ำคลองลัดมะยม ย่านตลิ่งชัน

หลักสูตรตำส้มตำเพียงหนึ่งวันสำหรับบางคนอาจปล่อยเป็นแค่ความรู้เพิ่มเติมสะสมในสมอง แต่สำหรับอดีตนักการตลาดบริษัทประกันภัยเธอมองว่านอกจากความรู้ที่ได้รับมาแล้วยังเห็นช่องว่างทางการตลาดที่สามารถนำไปต่อยอดเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากที่เรียนได้ โดยการตำส้มตำที่มีการแยกน้ำแยกเนื้อขายเป็นส้มตำสำเร็จรูป พร้อมกับการนำส้มตำสำเร็จรูป ทั้งสองผลิตภัณฑ์นี้จึงกลายเป็นที่มาของผลิตภัณฑ์ ตำมะเตงที่เกิดขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์กับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ไม่ค่อยมีเวลาทำอาหารรับประทานเอง

ตั้งแต่เดือนมิถุนายน ๒๕๖๑ เธอจึงได้ทำการตลาดออนไลน์บวกกับการออกบูธไปตามแคมป์ท่องเที่ยว ตามสหกรณ์ เริ่มทำให้ ตำมะเตงขยายวงเป็นที่รู้จักกว้างขึ้น ผ่านไปเพียงปีกว่าจากยอดขายเริ่มต้นเพียงวันละ ๕ ขวดขยับเป็น ๒๐๐-๓๐๐ ขวดต่อเดือน รวมทั้งมีการสั่งซื้อซ้ำจากลูกค้ากลุ่มเดิม ยิ่งเพิ่มความมั่นใจให้ณัฐนิชาตัดสินใจออกจากงานประจำเพื่อมุ่งหน้าบ้านแบรนด์ ตำมะเตง อย่างจริงจัง

เธอบอกว่า จุดเด่นของ ตำมะเตง คือ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกเพศทุกวัย แม้แต่คนทำอาหารไม่เป็นที่สามารถทำได้ง่ายๆ สะดวกแค่เปิดขวดนำน้ำส้มตำสำเร็จรูปไปปรุงเพิ่มเติมรสชาติให้ถูกปากลิ้น





ตนเองได้ตามชอบ ปัจจุบันน้ำส้มตำสำเร็จรูปมี ๒ สูตร คือ ปลาร้า กับ ต้มไทย โดยสูตรต้มไทยยังสามารถพลิกแพลง เป็นน้ำยาหรือน้ำจิ้มซีฟู้ดได้อีกด้วย

แม้สูตรน้ำส้มตำสำเร็จรูปเริ่มลงตัว แต่ณัฐณียังคง เดินหน้าพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าและขยายช่องทางความเป็นมืออาชีพมากขึ้น โดยเฉพาะการทำให้สินค้าได้มาตรฐานจะทำให้การขายช่องทางจำหน่ายทำได้ง่ายขึ้น ฉะนั้นสิ่งใดที่ไม่รู้เธอก็ค้นคว้าหรือไปขอความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ แม้แต่การเข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่เจ้าตัวบอกว่า ได้รับประโยชน์มากมาย เช่น การเขียนแผนธุรกิจทางการตลาด Canvas ๙ ช่อง ช่วยให้เห็นกลุ่มลูกค้า ช่องทางการตลาดชัดเจนขึ้น และยังได้มุมมองของเพื่อนๆ ในธุรกิจอื่นๆ ที่เข้าร่วมอบรมก็สามารถนำมาปรับใช้กับสินค้าของตัวเองได้เช่นกัน

“ส่วนตัวที่ธุรกิจเติบโตมาได้สองปีเพราะสิ่งหนึ่งคือการเข้าถึงลูกค้าเป็นสำคัญ ทุกครั้งที่ลูกค้าซื้อไปแล้วมักจะถามลูกค้าว่าเป็นอย่างไร แต่ทั้งนี้สินค้าก็จะต้องมีมาตรฐานที่เป็นตรงกลาง เพราะการทำอาหารไม่สามารถทำให้ถูกปากลูกค้าได้ทุกคน แต่ถ้าสูตรที่เราปรับจนลงตัวแล้ว ถ้าผู้บริโภคกลุ่มนี้ถูกปากกับรสชาติของเราเขาก็จะกลายมาเป็นลูกค้าแบรนด์นี้ระยะยาว”

เมื่อถามถึงเส้นทางของตำมะเตง ในอนาคต สาวได้เจ้าของแบรนด์ขยายความให้ฟังว่า แผนต่อไปคือ การยกระดับพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สากล เช่น การผลิตน้ำส้มตำที่ได้มาตรฐาน อย. ที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อที่อุณหภูมิ



ณัฐณียา กองบางพร๊ะ

ชื่อกิจการ : ตำมะเตง

ข้อคิดการค้าบนธุรกิจ : คิดได้ ทำทันที และมุ่งมั่น ตั้งใจ รักในสิ่งที่ทำ จะนำพาไปสู่ความสำเร็จ

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตรโครงการ NEC-CEFE ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร

- สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

๕๒/๑๑๖ ถนนอินทรา แขวงท่าแร่ เขต บางเขน กรุงเทพฯ ๑๐๓๓๐

๐๘-๙๐๒๑-๙๙๙๖

ตำมะเตง

lom9

๑๑๕ องศาเซลเซียส และปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นขวด PP จะทำให้ผลิตภัณฑ์เก็บได้นานขึ้นถึงหนึ่งปี รวมทั้งพัฒนาฝาปิดขวดเป็นจุกเปิดแล้วสามารถปิดเก็บได้เมื่อลูกค้ารับประทานไม่หมด รวมทั้งมีแผนที่จะพัฒนาเป็นขวดขนาดพกพา และทำเป็นกระเช้าของขวัญ น้ำส้มตำสำเร็จรูป ขยายช่องทางจำหน่ายไปยังร้านขายของฝาก ร้านขายของชำอีกด้วย

“เราต้องพัฒนาตัวเองเรื่อยๆ ต้องเดินไปข้างหน้า ไปให้สุด ทำให้เต็มที่ อย่างน้อยหัวใจเราพอได้ทุกครั้งเมื่อคนเริ่มรู้จักหรือจดจำแบรนด์เราได้ แล้วมันจะเกิดความภูมิใจขึ้นมาเมื่อเราทำสำเร็จ และไปถึงเป้าที่เราอยากมีธุรกิจสักอย่างที่ เป็นของตัวเองเพื่อเป็นมรดกให้กับลูก”

“

เพื่ออนาคตที่ดี
เราไม่สามารถจมอยู่กับ
ปัญหาได้ ทุกครั้งที่เจอ
ปัญหา เรียบรู้อแก้ไข ให้เก็บ
เป็นประสบการณ์ ถือว่า
เป็นข้อดีที่เราสามารถได้รู้
ในสิ่งผิดพลาดนั้นก่อน
แล้วเรามาแก้ไข ต่อยอด
พัฒนาให้ดีขึ้น

”

Fruitaya

นวัตกรรมเพื่อคนรักสุขภาพ
จากสวนเกษตรแก้วมังกร

หากยอมแพ้ให้กับปัญหา ชีวิตการทำเกษตรคงจบตั้งแต่เกิดโรคระบาดทำให้
การปลูกล้มในปี ๒๕๔๐ ต้องประสบปัญหาอย่างหนัก นอกจากไม่ต่อ
แล้วในทางตรงกันข้าม **ฉัตรโสธร บุญยาคุณานนท์** มองว่า ปัญหา
คือบทเรียนล้ำค่า เขาจึงเป็นเกษตรกรไทยรายแรกๆ ที่ตัดสินใจนำ
แก้วมังกรมาปลูกในเมืองไทยตั้งแต่ตอนนั้น

“เพื่ออนาคตที่ดี เราไม่สามารถจมอยู่กับปัญหาได้ ทุกครั้งที่เจอปัญหา
เรียนรู้แก้ไข ให้เก็บเป็นประสบการณ์ ถือว่าเป็นข้อดีที่เราสามารถได้รู้
ในสิ่งผิดพลาดนั้นก่อนแล้วเรามาแก้ไข ต่อยอด พัฒนาให้ดีขึ้น”



เมื่อไม่เจอกับปัญหา สามารถหาทางแก้เรื่องโรคระบาดด้วยการปลูกพืช
ชนิดใหม่ แต่ด้วยความที่แก้วมังกรยังเป็นผลไม้ที่คนไทยยังไม่ค่อยรู้จัก
ทั้งรูปลักษณะและรสชาติซึ่งยังเป็นที่กังขาสำหรับผู้บริโภคเมืองไทย
ในขณะนั้น นับเป็นอุปสรรคใหม่ที่ท้าทายเจ้าของสวนเกษตรแก้วมังกร
แม้จะหันไปเน้นตลาดต่างประเทศ ก็ยังติดปัญหามิ่วแก้วมังกรที่ออกมา
ไม่สวยทุกลูกกลายเป็นอุปสรรคสำหรับการทำตลาดส่งออก

แต่ถ้าพิจารณาถึงคุณสมบัติของแก้วมังกรแล้วนั้น ฉัตรโสธรบอกว่า เป็น
ผลไม้ที่มีประโยชน์มากมาย มีไฟเบอร์สูง ช่วยในการขับถ่าย มีพรีไบโอติก
ช่วยปรับสมดุลลำไส้ มีวิตามิน D, C ช่วยในเรื่องสารต้านอนุมูลอิสระ ฯลฯ
ทำให้เขามองว่าหากนำแก้วมังกรไปแปรรูปจะช่วยสร้างมูลค่าได้มากขึ้น
จึงได้ไปร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป
แก้วมังกรออกมาได้ถึง ๓ ชนิดคือ แยม น้ำแก้วมังกร และแก้วมังกร
อบแห้ง จำหน่ายภายใต้ชื่อแบรนด์ Fruitaya : ฟรุ๊ตยา

“ผลิตภัณฑ์ทุกตัวของเราก่อแนว Function Food ไม่มีการเติมน้ำตาล
เข้าไป โดยเฉพาะแยมแก้วมังกรของเราเป็นเจ้าแรกในประเทศไทยที่
ไม่มีน้ำตาลแต่ใช้วิธีการเคี้ยวแก้วมังกรจนได้ออกมาเป็นแยม กลายเป็น
สินค้าที่ตอบใจของกลุ่มคนรักสุขภาพ”



แม้ปัญหาทางด้านผลผลิตได้รับการแก้ไขแล้ว แต่เจ้าของแบรนด์ Fruitaya มองว่า เกษตรกรอย่างเขาอาจไม่เข้าใจเรื่องการทำธุรกิจมากนักจึงได้ไปเสริมองค์ความรู้ทางด้านนี้กับโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ซึ่งช่วยเปิดมุมมองการทำธุรกิจให้เป็นมืออาชีพมากขึ้น ทั้งวิธีการทำแผนธุรกิจ การวาง Position ของแบรนด์สินค้า รวมทั้งได้คอนเนกชันจากเพื่อนๆ ที่เข้าอบรมซึ่งมีอาชีพหลากหลายแต่เป็นประโยชน์หากได้ร่วมมือพัฒนาต่อยอดธุรกิจซึ่งกันและกัน

ทั้งนี้ในปี ๒๕๖๔ ทางสวนเกษตรแก้วมังกรยังมีแผนที่จะต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์จากแก้วมังกร เป็นอาหารรับประทานเล่นและยังคงคอนเซ็ปต์ Healthy นอกจากผลิตภัณฑ์แปรรูปแล้ว จัดสรรฟาร์มมองไปถึงการพัฒนาพันธุ์แก้วมังกร โดยมองไปที่พันธุ์ชมพูพิกก็ เพราะเป็นพันธุ์ที่ตอบโจทย์เรื่องการส่งออก เนื่องจากสามารถเก็บผลได้นานถึง ๘-๙ วัน มากกว่าแก้วมังกรพันธุ์แดงได้วันที่เก็บได้ประมาณ ๕ วัน

“คิดว่าจะเริ่มขายในปีหน้า เพราะเราทดลองปลูกเองตั้งแต่สองปีที่แล้วเพื่อให้รู้จักมันดีขึ้นทั้ง วิธีการรักษา



จัดสรรฟาร์ม บุกยาคุบนาบ์

ชื่อกิจการ : สวนเกษตรแก้วมังกร

ข้อคิดการค้ามันธุรกิจ : ปัญหาไม้ไว้แก่ใจและเรียนรู้

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตรโครงการ NEC-CEFE ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร :

- ได้รับตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์จังหวัดชัยนาท ปี พ.ศ.๒๕๕๗ รางวัลมาตรฐานผลิตภัณฑ์มวลชน

📍 ๑๕ หมู่ ๓ ต.บึงบา อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี ๑๒๑๓๐

☎ ๐๘-๔๙๗๗-๙๗๗๐, ๐๘-๐๓๔๓-๒๖๒๗

📌 แก้วมังกร สวนเกษตรแก้วมังกร Kenny

📍 Dragonfruit วังสิดคลอง ๑๐, Kenny Dragonfruit, Fruitaya

อัตราการใช้ผลต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการชัพพอร์ด เนื่องจากเราจะขายเป็นกึ่งพันธุ์ด้วย จะได้แนะนำลูกค้าได้อย่างมั่นใจ อยากให้เมื่อพูดถึงแก้วมังกรในประเทศไทยนึกถึงสวนเรา นึกถึงแบรนด์ Fruitaya ที่เรารตั้งใจทำเต็มที่”





แคลมป์อิท

กลายเป็นเจ้าก๊อดของม้าโยก
เสริมสร้างพัฒนาการของเด็กได้ไม่มีเบื่อ



เป้าหมายของแคลมป์อิทคือ การจัดจำหน่ายทั่วโลก
จึงต้องผลิตของเล่น ในมาตรฐานยุโรป
ที่ผ่านการทดลองและพัฒนาการต่อ
การประกอบของเล่นในหลายวิธี



หากลองสังเกตดูเวลาที่ทารกของเล่นให้เด็กๆ ขยับขี้ มักจะเจอแบบที่ขยับเคลื่อนได้ในทิศทางเดียวแถมยังเปลี่ยนพื้นที่ในบ้าน แต่ของเล่นแบรนด์ Clamptit (แคลมป์อิท) ทลายขีดจำกัดของม้าโยก กลายเป็นของเล่นสำหรับการขยับขี้ที่สามารถเล่นได้หลายรูปแบบ ทั้งขยับขี้ ต่อประกอบได้หลายรูปแบบ และใช้ขอสักไม้ฝึนวนาดรูปลงบนแผ่นไม้ได้ไม่เบื่อ

สมฤทัย เลิศเทวศิริ เจ้าของบริษัท แอสป์เฮลท์พลัส จำกัด ผู้ผลิตของเล่นแบรนด์แคลมป์อิท เล่าถึงความตั้งใจที่จะผลิตของเล่นแนวคิดใหม่ว่า “ของเล่นแบรนด์แคลมป์อิท นำหลักการออกแบบอย่างยั่งยืนมาใช้ในการผลิตของเล่นแนวคิดใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งวัสดุ กระบวนการผลิตที่มีทั้ง Recycle, Reduce, Reuse ใช้การดีไซน์ให้ง่าย การประกอบที่ไม่ต้องใช้อุปกรณ์กาวมาช่วย เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรม และสร้างความสุขให้กับเด็กๆ”

เป้าหมายของแคลมป์อิทคือ การจัดจำหน่ายทั่วโลก จึงต้องผลิตของเล่นในมาตรฐานยุโรปที่ผ่านการทดลอง



และพัฒนาการต่อการประกอบของเล่นในหลายวิธี จนสุดท้ายค้นพบว่าวิธีการแคลมป์อิทโดยการหนีบด้วย เทเปอร์ล็อก (Taper Lock) เป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด ที่จะประกอบของเล่นเป็นรูปร่างต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น

“ของเล่นโดยทั่วไปจะสามารถประกอบร่างได้แบบเดียว แต่สินค้าของเรา ๑ ชิ้นสามารถประกอบได้หลากหลายแบบ ที่สำคัญของเล่นทุกชิ้นสามารถใช้ขอสักไม้ฝึนวนาดรูปและลบได้ ช่วย让孩子们เรียนรู้และสร้างจินตนาการควบคู่กันไป”

ของเล่น แคลมป์อิท เสริมพัฒนาการของเด็กในหลายๆ ด้าน จากการใช้รถขาไถหรือม้าโยกช่วยสร้างเสริมกล้ามเนื้อ



มัดใหญ่และมัดเล็ก เสริมสร้างการเรียนรู้จากการประกอบแผ่นไม้เป็นรูปร่างต่างๆ และสุดท้ายช่วยเสริมสร้างจินตนาการและฝึกใช้นิ้วมือด้วยการวาดรูป ทั้งหมดนี้เป็นการปูพื้นฐานสำหรับการเติบโตของเด็กๆ ในวัยที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้เด็กๆ รู้จักการคิดวิเคราะห์เป็น และอาจต่อยอดไปเป็นความคิดนวัตกรรมในอนาคต

นอกจากจะถูกใจเด็กๆ แล้วยังถูกใจพ่อแม่ที่มักเจอปัญหาของเล่นเต็มบ้าน ของเล่นที่สามารถถอดประกอบได้จึงช่วยประหยัดพื้นที่ รวมถึง คุณแม่และลูกๆ สามารถเล่นร่วมกันได้ ใช้เวลาร่วมกัน สร้างความสุขแห่งครอบครัวด้วยกัน

วิธีการสร้างสรรค์ของเล่นแนวคิดใหม่พาให้แคลมป์อิตคว้ารางวัลชนะเลิศ Thailand Green Design Award 2019 ประเภทยกระดับคุณภาพชีวิต รวมถึงรางวัลระดับนานาชาติอย่างรางวัลเหรียญเงินจากการประกวดสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมในงาน IDMA 2019 ที่ประเทศเยอรมนี

เรียกได้ว่าในแง่มุมของการออกแบบนั้นเหนือชั้น แต่สมมุติว่าคุณก็ยังไม่ต้องการเติมเต็มในด้านของการบริหารธุรกิจ

“เราได้เข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) โดยที่เป็นผู้ประกอบการใหม่แทบไม่มีความรู้ด้านธุรกิจเลยได้เข้ามาเรียนรู้ เป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการ ‘ปั้น’ ว่าจะต้องทำธุรกิจอย่างไรตั้งแต่การ



สมมุติ เลิศเทวศิริ

ชื่อกิจการ : บริษัท แอปบีเอสเพลส จำกัด ของเล่นแบรนด์ Clampit

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : เราทำธุรกิจบนความมุ่งมั่นที่จะให้เป็นของเล่นที่ดีสำหรับเด็กในประเทศไทยและทั่วโลก ถ้าทำด้วยความตั้งใจดีด้วยความรัก เชื้อนั้นว่าทุกอย่างถึงจะผ่านอุปสรรคก็สามารถทำให้สำเร็จได้

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตร NEC-Survival ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

รางวัล :

- รางวัลชนะเลิศ Thailand Green Design Award ๒๐๑๙ ประเภทยกระดับคุณภาพชีวิต
- รางวัลเหรียญเงินจากการประกวดสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมในงาน IDMA ๒๐๑๙

มาตรฐาน

- การรับรองความปลอดภัยมาตรฐานยุโรป (EN๗๑)
- อนุสิทธิบัตรการประดิษฐ์ที่ประกอบง่ายและถอดได้
- สิทธิบัตรการออกแบบระหว่างประเทศ PCT International Phase (PCT)

๑๖๙๘/๕๐๖ ถ.พหลโยธิน ๓ ต.คลองนารายณ์
อ.ยานนาวา กรุงเทพมหานคร ๑๐๑๑๐
๐๙-๒๒๗๘-๗๓๐๙, ๐๘-๔๓๓๒-๗๗๘๓
clampittoy
@clampit

วางแผนไปจนถึงขั้นตอนการขาย ‘ปรุง’ แผนธุรกิจให้เหมาะกับตลาด และ ‘เปลี่ยน’ สินค้าให้ตอบโจทย์ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ทำให้เราเป็น SME ที่แข็งแกร่งขึ้นมาได้ และพร้อมพัฒนาเป็น SME ที่ดีพร้อม เพราะเรามุ่งหวังที่จะเป็นธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความยั่งยืนให้กับประเทศ”



Tann:D

นวัตกรรมเส้นโปรตีนจากไข่ขาว ๑๐๐% พร้อมเสิร์ฟตลาดโลก



ทุกประเทศทั่วโลกพยายามที่จะลดอัตราการเป็นโรคอ้วน ซึ่งถ้ามองเป็นโอกาสนี้คือตลาดที่ใหญ่มาก เราจึงพัฒนาเส้นโปรตีนจากไข่ขาว ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ ที่สามารถทดแทนแป้ง ให้โปรตีนสูง พลังงานต่ำ ตอบตลาดคนรักสุขภาพ



หลังจากที่มองเห็นว่า คนไทยเริ่มมีปัญหาสุขภาพกันมากขึ้น โดยคนไทย ๑ ใน ๓ เป็นโรคอ้วน ซึ่งสูงเป็นอันดับ ๒ ของอาเซียนรองจากมาเลเซีย ขณะที่อาหารหลักของคนไทยอย่างข้าวหรือก๋วยเตี๋ยวกลับเติมไปด้วยแป้ง ด้วยการเพิ่มน้ำหนักและระดับน้ำตาลในเลือด อาจารย์จากภาควิชาโภชนาการและการกำหนดอาหาร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาพร งามอุโฆษ ผู้ก่อตั้งบริษัท ทานดี อินโนฟูด จำกัด จึงได้พัฒนา “ทานดี” (Tann:D) ผลิตภัณฑ์เส้นโปรตีนจากไข่ขาว ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ ขึ้นเป็นเจ้าแรกในไทย

“โดยปกติคนไทยไม่กินข้าวก็กินเส้น เมื่อข้าวก็กินก๋วยเตี๋ยวแต่ก๋วยเตี๋ยวในตลาด ๔๐-๕๐ เปอร์เซ็นต์มีแต่แป้งและให้พลังงานสูง ขณะที่คนไทยเริ่มกินแป้งน้อยลงเรื่อยๆ เพราะรู้สึกว่าการให้อ้วน ที่มากไปกว่านั้นคือทุกประเทศทั่วโลกพยายามที่จะลดอัตราการเป็นโรคอ้วน ซึ่งถ้ามอง



เป็นโอกาสนี้คือตลาดที่ใหญ่มาก เราจึงพัฒนาเส้นโปรตีนจากไข่ขาว ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ ที่สามารถทดแทนแป้ง ให้โปรตีนสูง พลังงานต่ำ ตอบตลาดคนรักสุขภาพ ผู้ป่วยโรคไต ผู้สูงวัย หรือแม้แต่ผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนักให้สามารถกินได้อย่างมีความสุข โดยใช้ชื่อว่าทานดี เพราะเชื่อว่า คนจะมีสุขภาพที่ดีได้ต้องเริ่มจากการทานดี”

ทานดีสามารถนำไปใช้ทดแทนเส้นแป้งได้ในหลากหลายเมนู เช่น ก๋วยเตี๋ยว ขนมจีน ซุป ลอดช่อง บัวลอย แม้กระทั่งขนมไข่มุก โดยให้เนื้อสัมผัสที่นุ่ม ไม่กระด้าง ไม่คาว เคี้ยวและย่อยง่าย จึงเป็นนวัตกรรมที่สอดคล้อง



กับพฤติกรรมกรกินของผู้บริโภค ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายได้ทุกช่วงวัย โดยในปริมาณ ๑๐๐ กรัม จะให้พลังงานที่ประมาณ ๓๕ กิโลแคลอรี ซึ่งต่ำกว่าบูกและเส้นแก้ว ทั้งยังเป็นพลังงานที่มาจากโปรตีนเพียงอย่างเดียว แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทดแทนแป้งอื่นๆ ในท้องตลาด ขณะที่ปัจจุบันยังไม่มีใครทำเส้นแบ่งจากไข่ขาว ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ จึงเป็นแต้มต่อในเชิงธุรกิจ รวมถึงโอกาสในตลาดโลกที่เทรนด์ของอาหารเพื่อสุขภาพยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ทานนีตีขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ทั้งทางเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม ในอนาคตพวกเขาวางแผนที่จะวางจำหน่ายในร้านจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ ตลอดจนทำตลาดต่างประเทศ โดยอยู่ระหว่างพัฒนาสินค้าให้สามารถอยู่ในอุณหภูมิห้องปกติได้ ๑ ปี เพื่อรองรับตลาดส่งออก รวมถึงพัฒนาสินค้าให้หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของเส้นพร้อมรับประทาน และผลิตภัณฑ์ Ready to Eat ทั้งคาวและหวาน ที่คนรักสุขภาพต้องมิตดบ้าน โดยเชื่อว่าหากสามารถส่งออกได้สำเร็จก็จะเป็นการเพิ่มศักยภาพและมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรของไทยอีกทางหนึ่งด้วย

เป้าหมายในอนาคต ทานนีตีต้องการเป็น Global Brand ที่เติบโตทั้งเชิงธุรกิจและงานวิจัย มีแบรนด์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคในเชิงอาหารเพื่อสุขภาพซึ่งรับประทานง่าย สะดวกอร่อย สุขภาพดี ตอบคอนเซปต์ Easy Happy Healthy เพื่อให้คนบนโลกมีสุขภาพดีอย่างยั่งยืน โดยเริ่มต้นที่... ทานนีตี



สถาพร งามอุโฆษ

ชื่อกิจการ : บริษัท ทานดี อินโนฟูด จำกัด แบรินตทานนดี (Tann-D) ผลิตกับกัเส้นโปรตีนจากไข่ขาว ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : “การกัธุรกิจต้องมองถึงประโยชน์ของผู้บริโภคและประเทศชาติเป็นหลัก ผู้บริโภคต้องได้ประโยชน์สูงสุดและต้องเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรของไทยให้มากขึ้น รวมถึงต้องสร้างนวัตกรรมเพื่อให้ประเทศเดินหน้าไปได้ด้วยนวัตกรรม”

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตร NEC-Survival ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

รางวัลที่ได้รับ

- รางวัลรองชนะเลิศ อันดับ ๑ ระดับอุดมศึกษาประกวดสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม ประจำปี ๒๕๖๒ ในงานประชุมวิชาการและวิจัยระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

๔ ซ.๑๑๐/๑ ถ.เพชรเกษม

หนองค้างพลู หนองแขม กทม. ๑๐๑๖๐

๐๖-๑๔๙๖-๓๔๕๖

tannd.th

tannd.th

การอยู่ในสายของนักวิชาการ ทำให้ขาดความรู้ในเรื่องธุรกิจ สถาพรจึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) เพื่อเติมเต็มองค์ความรู้ที่ขาดหาย ทว่าผลลัพธ์ที่ได้้นอกจากองค์ความรู้เรื่องธุรกิจ ยังรวมถึงการได้รู้จักเพื่อนในวงการเดียวกัน ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งนั่นช่วยเปิดโลกการทำธุรกิจให้กับคนที่โตมาทางสายวิชาการอย่างพวกเขาได้อย่างมาก

“

ถ้าใช้เครื่องมือเทคโนโลยี
แต่ไม่มีการจัดเก็บข้อมูล
ไม่เรียกอัจฉริยะ
เพราะถ้าเป็นเกษตรกร
อัจฉริยะจริงจะต้องรู้ว่า
ทำอะไรไปบ้างแล้ว รวมทั้ง
มีข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์
ผลได้อย่างแม่นยำ

”

ภูกะเหรัมย์ฟาร์ม

พลิกผืนดินบรพบุรุษ

สู่ผืนนาอัจฉริยะยุค New Normal

เจตนาที่ต้องการรักษาพื้นที่ ๔๐ ไร่ที่เป็นพื้นที่ทำการเกษตรตั้งแต่รุ่นคุณทวดให้ตกทอดไปถึงรุ่นลูก รุ่นหลาน กลายเป็นแรงบันดาลใจให้ทายาทรุ่นที่ ๕ ปิยะวัฒน์ จันลา ก่อตั้งศูนย์เรียนรู้ ภูกะเหรัมย์ฟาร์ม จนครนายก เพื่อสร้างโมเดลธุรกิจการทำนาที่ยั่งยืนและตอบสนองผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพไม่ต้องการบริโภคของที่มีสารเคมี

เพื่อไปถึงจุดนั้น โมเดลการทำนาอัจฉริยะจึงเกิดขึ้น ตั้งแต่การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุน เช่น การใช้รถดำนา เพื่อควบคุมระดับน้ำในผืนนา เพราะการควบคุมระดับน้ำได้จะช่วยลดวัชพืช หรือแม้แต่การนำโดรนมาช่วยฉีดพ่นยา จะช่วยลดทั้งต้นทุนและแรงงานคน เนื่องจากการทำเกษตรอินทรีย์ต้องมีการฉีดพ่นสารชีวภัณฑ์จำนวนมาก และบ่อยครั้งอาจถึง ๓ ครั้งต่ออาทิตย์ ขณะที่ถ้าใช้สารเคมีจะฉีดยาแค่เดือนละครั้งเท่านั้น

“แนวโน้มของผู้บริโภควันนี้ไม่ต้องการสารเคมี ซึ่งเรื่องนี้เป็นเรื่องยากมากสำหรับการทำนาในสองสามปีที่แล้ว ผมจึงคิดโมเดลนี้ขึ้นมาแล้วนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่สอนในโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) เพื่อดูว่าโมเดลนี้สามารถทำได้จริงประสบความสำเร็จไหม”

นอกจากจะได้คำตอบแล้วการอบรมกับโครงการ NEC ยังทำให้ปิยะวัฒน์ค้นพบรู้จักกับคำว่าการทำงานแบบอัจฉริยะที่แท้จริง ที่เดิมเขาคิดว่าแค่การนำเทคโนโลยีมาใช้คือ ความ Smart แล้ว ทั้งที่จริงเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรเป็นแค่เครื่องมือตัวหนึ่งเท่านั้น

“ประเด็นหลักที่อาจารย์สอนผมและเป็นประโยชน์มากคือ ต้องทำการตลาดนำเกษตรไม่ใช่ทำเกษตรนำตลาด ก่อนอื่นต้องคิดว่าเราจะไปขาย





ของกับใครแล้วค่อยมาผลิตและก่อนผลิตก็ต้องคิดต่อว่า สิ่งที่เราจะตอบใจത്യจริงไหม ถ้านำเทคโนโลยีมาใช้ มีการเก็บข้อมูลหรือไม่ เพราะถ้าใช้เครื่องมือเทคโนโลยี แต่ไม่มีการจัดเก็บข้อมูลไม่เรียกอัจฉริยะ เพราะถ้าเป็น เกษตรอัจฉริยะจริงจะต้องรู้ว่าทำอะไรไปบ้างแล้ว รวมทั้งมีข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์ผลได้อย่างแม่นยำ”

จากความรู้ที่ได้รับจากอาจารย์ทำให้ปิยะวัฒน์เห็นถึงความสำคัญของการจัดเก็บข้อมูลและเริ่มจัดเก็บข้อมูลที่ละเอียดและเป็นระบบมากขึ้น เช่น การจดบันทึก และทำ QR Code กับมะม่วงเพื่อช่วยบันทึกข้อมูล และตรวจสอบย้อนกลับได้ว่าผลมะม่วงลูกนั้นมาจากต้นไหน มีประโยชน์ช่วยให้ดูแลจัดการได้ง่ายขึ้น หากผลผลิตเกิดปัญหาสามารถตรวจสอบที่มาที่ไปได้

“ที่ผมทำศูนย์ฯ นี้ขึ้นมาก็เพื่อให้เลี้ยงดูคนในชุมชนแล้วยังอยากที่จะนำข้อมูลที่ได้จากศูนย์ฯ เป็นโมเดล ทั้งการทำนา การทำไร่อะไรผสม การเลี้ยงสัตว์รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว เปิดให้ทุกคนเข้ามาดู นำข้อมูลไปใช้ได้ โดยผมยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลทั้งที่ทำสำเร็จและไม่สำเร็จ เพื่อให้คนรุ่นใหม่อยากกลับไปทำเกษตรที่บ้านนำข้อมูล



ปิยะวัฒน์ จันลา

ชื่อกิจการ : บริษัท ภูกะเหรียงฟาร์ม จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : วินัยและอดทน

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตร NEC-Survival ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๑๐๔/๑ หมู่ที่ ๑ หมู่บ้าน- ถ.- ต.ศรีนาวา อ.เมืองนครนายก จ.นครนายก ๒๖๐๐๐

📞 ๐๘-๗๓๖๑-๕๕๒๑

📌 ภูกะเหรียง

เหล่านี้ไปปรับใช้โดยไม่ต้องลองผิดลองถูก เป็นข้อมูลจริงส่งต่อคนอื่นได้จริงๆ”

ความสำเร็จของภูกะเหรียงฟาร์มที่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมได้ อย่างวันนี้ ปิยะวัฒน์เผยว่าเพราะเขาไม่ยึดติดกับวิธีหรือความสำเร็จแบบเดิมๆ

“ต้องไม่ยึดติดสามารถเปลี่ยนแปลงตนเอง พัฒนาตนเองได้กับทุกสภาวะ แต่สิ่งสำคัญภายในของเราต้องยึดมั่นด้วยคุณธรรม”





ปังอียะ ขนบปังปังไส้เย็ม

หอมกรุบโดนใจไปไกลถึงต่างแดน



การเป็นผู้เล่นในตลาดที่มีการแข่งขันสูง
อย่างขนบปังหรือเบเกอรี่ให้แตกต่างกัน
ไม่ใช่แค่อร่อย แต่สินค้าต้องมีคุณภาพ อยู่ในราคาที่
จับต้องได้ อีกทั้งแบรนด์ต้องมีคอนเซปต์ที่ชัดเจน
และอย่าลืมมองหานวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยเพิ่มขีด
ความสามารถให้กับธุรกิจ



“เดี๋ยวนี้การทำธุรกิจไม่ใช่เรื่องยาก เพียงแต่ถ้าไม่มีใครกล้าทำ
ต่างหาก...ถ้าคิดจะทำ ต้องลงมือทำ ให้เวลากับมัน ถ้าไม่ที่คุณ
อาจจะเจอปลายทางก่อนผมด้วยซ้ำ”

จากหนุ่มวิศวกรที่ยืนอยู่บนฐานงานประจำและรายได้ที่มั่นคง
มาราว ๑๕ ปี สุภากรสานฝันเดินหน้าเต็มเต็มเป้าหมายในการ
เป็นเจ้าของธุรกิจ ผนวกรกคิด หยิบเอาความชอบส่วนตัว
ต่อการลองลิ้มชิมรสขนมปังที่มีอยู่เป็นทุนเดิม พลิกสู่การ
สร้างแบรนด์ ปังอียะ ขนบปังปังไส้เย็ม ที่เพียงแค่ออกงาน
อีเวนต์ริมตลาดเป็นครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.๒๕๖๐ ก็ส่งกลิ่น
หอมเตะจมูกเรียกลูกค้าเข้าคิวรอกินได้อย่างไม่ขาดสาย

และเมื่อ Passion ที่มีมาผสมผสานกับการทำไส้สูตรของมือฉมัง
อย่างพี่สาว ที่เรียกว่า “คิดกันเอง ทำกันเอง เป็นไส้กวนสด
ที่ไร้สารเคมีธรรมชาติ ซึ่งแตกต่างจากการใช้ผงสำเร็จรูป” เสริมทัพ
ด้วยการทำแบบตามสั่ง หรือ Made to Order ตามเมนูที่ลูกค้า
ต้องการแต่ละชิ้นๆ โดยเฉพาะหากย้อนไปในช่วง ๓ ปีที่ผ่านมา
ร้านขนมปังที่เสิร์ฟแบบร้อนๆ ให้คนได้กินแบบอุ่นๆ ลูกค้านั่ง



แล้วถึงทำแบบนี้ยังมีให้เห็นไม่มากนักอีกด้วย ถือเป็นเชื้อไฟ
ชั้นดีที่ส่งให้แบรนด์น้องใหม่แห่งวงการโดเนตได้อย่างสวยงาม
จนถึงทุกวันนี้

ยิ่งไปกว่านั้น การวางคอนเซปต์ร้านด้วยกลิ่นอายของความ
เป็นไทย ในรูปแบบของการตกแต่งด้วยไม้ และใช้หม้ออวย
หม้อที่คนโบราณมักใช้น้ำนึ่งมันหมูในการทำครัว มาใส่บรรดา
ไส้ต่างๆ ที่ปัจจุบันมีอยู่ถึง ๑๕ ไส้ นำทัพโดย ๒ ไส้ชิกเนเจอร์
อย่างไข่เค็มลาวาและนมช็อกโกโด้ ช่วยสร้างเอกลักษณ์ที่
ไม่ว่าจะไปที่ไหน ถ้าเห็นร้านในลักษณะนี้ต้องนึกถึง ปังอียะ
เป็นสิ่งที่ผู้ก่อตั้งแบรนด์รายนี้ปักหมุดนำมาสร้างความแตกต่าง
จิกตลาดจากผู้เล่านายอื่นๆ

ไม่หยุดเพียงแค่นี้ เมื่อมีขนมปังก็ต้องมีนมมาช่วยให้คล่องคอ ทางร้านจึงมีการเพิ่มไลน์สินค้าด้วยการขนบรรดาขนมรสชาติ ยอดฮิตต่างๆ พร้อมทั้งหีบโป่งหลากหลายรายการมาให้ลูกค้า ได้แรมมือเครื่องดื่มที่เข้ากันได้ตามใจชอบ เหล่านี้ล้วนเป็น วัตถุดิบชั้นยอดที่ร้านขนานมาคลุกเคล้าสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง ที่ไม่เพียงแต่จะทำให้อาหารอร่อยเป็นเจ้าของร้านถึง ๖ สาขา และมีแฟรนไชส์อีก ๒๐ สาขาในประเทศ ต่อยอดไปถึงการ ขยายมาสเตอร์แฟรนไชส์ไปยังประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งมีถึง ๔ สาขา ในกรุงจาการ์ตา แม้เพิ่งจะเดินหน้าไปในช่วงต้นปีนี้ก็ตาม

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การบุกตลาดเป็นไปอย่างคล่องตัวมากขึ้น เพิ่มความสะดวกในการจัดเก็บ และลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง การพัฒนาตัวไส้ให้มีอายุยาวนานขึ้นเป็นสิ่งที่ทางแบรนด์ปักธง เอาไว้ซึ่งการเข้าร่วมอบรมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการ รายใหม่ (NEC) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ไม่เพียงแต่จะ ทำให้เห็นแนวทางของการใช้นวัตกรรม แต่ยังทำให้ได้เรียนรู้ อีกว่าคนอื่นเขาทำอะไรกันบ้าง

“ปัจจุบันทางแบรนด์มีการใช้นวัตกรรมแช่แข็งเข้ามา เพื่อให้ทำให้ ไส้สามารถเก็บได้นาน ๑ เดือน และสามารถนำไปละลายเพื่อ ใช้ขายลูกค้าโดยที่รสชาติยังคงความอร่อยเหมือนเดิม แต่เมื่อ เรามองไปถึงการบุกตลาดต่างประเทศในละแวกเพื่อนบ้าน อย่าง CLMV หรือกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม จึงต้อง นำนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อช่วยยืดอายุการเก็บรักษาไส้ขนมปัง ให้อยู่ได้นานอย่างน้อย ๓-๖ เดือน ซึ่งเรากำลังศึกษาร่วมกับ เมืองนวัตกรรมอาหาร หรือ Food Innopolis โดยใช้ข้อมูลความรู้ ที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการ NEC ครั้งนี้เข้าไปประกอบ”

ทั้งนี้ รณชัยบอกว่า หากสามารถบุกตลาดเพื่อนบ้าน ซึ่งนิยม สินค้าจากประเทศไทย เพราะมองว่าเป็นโปรดักต์ที่มีคุณภาพ และยังมีการพัฒนาการบริโภคที่คล้ายคลึงกันได้ จะเป็นการ เปิดประตูบานใหญ่แห่งความสำเร็จให้กับทางป๊อปปี้เยส ต่อยอด จากบันไดก้อนที่ตัวเองตั้งเป้าไว้ จะขยายสาขาร้านของ ตัวเองอีก ๔ สาขาภายในปีนี้ และพาแฟรนไชส์ในประเทศแตะ ๑๐๐ สาขาภายใน ๕ ปี

“การเป็นผู้เล่นในตลาดที่มีการแข่งขันสูงอย่างขนมปังหรือเบเกอรี่ ให้แตกต่างกัน ไม่ใช่แค่อร่อย แต่สินค้าต้องมีคุณภาพ อยู่ใน ราคาที่จับต้องได้ อีกทั้งแบรนด์ก็ต้องมีคอนเซ็ปต์ที่ชัดเจน หมดแล้วรสชาติและเทรนด์ผู้บริโภคอยู่เสมอ เพื่อนำมาพัฒนา และปรับปรุงสินค้า พยายามมองให้ออกว่า อะไรคือสิ่งที่



รณชัย พลากรทิติ

ชื่อกิจการ : บริษัท บียอนด์เบค จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ถ้าคิดจะทำอะไร ให้วางแผน และให้ลงมือทำ อย่าคิดอย่างเดียว ให้ลงมือทำด้วย จะผิดจะถูกก็ให้ทดลองเรียนรู้กันไป

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตรแปรรูปอาหาร และอาหารแห่งอนาคตภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะ ผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร

- DBD มาตรฐานแฟรนไชส์ ๒๕๖๒
- B๒B รุ่น ๒๑ กระทรวงพาณิชย์
- NEC Pitching ๒๕๖๓ รางวัลที่ ๓

๑๔/๓๕ ซ.ราษฎร์พัฒนา ๑๓ แขวง
ราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กทม.
๑๐๒๔๐

๐๙-๐๘๗๑-๓๓๔๗, ๐-๒๙๑๗-๑๖๔๙

pangaiyathailand@gmail.com

http://www.pangaiya.com

๐๙-๐๘๗๑-๓๓๔๗

ตอบใจหทัยตลาด ตอบใจหทัยกลุ่มลูกค้า และอย่าลืมมองหา นวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้กับธุรกิจ ในส่วนของการขายแฟรนไชส์ก็เช่นกัน เราไม่ควรมองไปที่ตัว เงินที่จะได้จากคนที่มาลงทุนเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมองไป ที่ความตั้งใจในการลงมือทำของเขาที่ต้องมีอยู่จริงด้วย นั่นก็เพราะ การทำธุรกิจเป็นเรื่องที่ต้องมองระยะยาว ไม่ใช่มองระยะสั้น ไม่ใช่แค่มาซื้อๆ กันแล้วจบไป และไม่ใช้แค่ขายไปแล้วก็ปล่อยไป นั้นเอง” หนึ่งในพนักงานออฟฟิศที่ไม่ใช่แค่คิดแต่ลูกชิ้นมาผัดตัว เป็นเจ้านายตัวเองกล่าวทิ้งท้าย



ไบโอเมด อินโนเวชัน

นวัตกรรมขับเคลื่อนคุณภาพชีวิต
เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต



*Innovation for life quality
คือ วิสัยทัศน์ของบริษัทเรา*



ปัจจุบันประเทศไทยมีงานวิจัยจำนวนมากไม่น้อยที่ถูกละทิ้งไปหนึ่ง ไม่ถูกหยิบมาต่อยอดเชิงพาณิชย์กว่า ๕๔๐,๐๐๐ ผลงาน เมื่อมีของดีมากมายขนาดนั้น ภัทรพงษ์ พลเสน จึงร่วมกับเพื่อนอีก ๒ คนตั้งบริษัทไบโอเมดอินโนเวชัน ขึ้นมาเพื่อคัดเอางานวิจัยหรือนวัตกรรมดี ๆ มาเป็นผลิตภัณฑ์ขายจริงในท้องตลาด

“Innovation for life quality คือ วิสัยทัศน์ของบริษัทเรา” ภัทรพงษ์บอกเช่นนั้น

“Innovation คืองานวิจัย ซึ่งประเทศไทยมีงานวิจัยที่ดีและหลากหลายอยู่แล้ว ทำอย่างไรจะนำมายกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยได้”

เขาพุ่งเป้าไปที่การหยิบเอางานวิจัยเกี่ยวกับการเกษตร โดยเริ่มจาก “ข้าว” นำมาพัฒนาเป็นอาหารเสริมโปรตีนผสมสารสกัดจากข้าวหอมมะลิในชื่อแบรนด์ Umelo ช่วยเสริมสร้างและซ่อมแซมร่างกายส่วนที่สึกหรบ ช่วยกระตุ้น



ภูมิคุ้มกัน ป้องกันไข้หวัดและผลกระทบจาก PM2.5 เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคนเมืองในยุคนี้ และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแบรนด์ Free Rice ที่ซื้อสิทธิบัตรงานวิจัยจากคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มาต่อยอด โดยเน้นการเสริมธาตุเหล็ก บำรุงระบบเลือดและสร้างเม็ดเลือดแดงใหม่ให้กับผู้สูงวัยหรือผู้ที่มีการสูญเสียโลหิต

ความท้าทายของธุรกิจนี้ คือผลิตภัณฑ์นั้นมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักษาคน ป้องกันโรค ความท้าทายคือการเชื่อมโยงงานวิจัยในห้องแล็บ ห้องปฏิบัติการในมหาวิทยาลัยเข้ากับโรงงานผลิตและต้องปรับกระบวนการ



ผลิตให้ไม่มีความซับซ้อน และเหมาะกับศักยภาพของผู้ประกอบการใหม่

หากพวกเขาสามารถทำให้ธุรกิจเติบโตได้ดี คนที่ได้รับประโยชน์คือเกษตรกรที่มีรายได้มากขึ้น ทีมนักวิจัยที่มีทั้งงบประมาณและกำลังใจในการพัฒนางานออกมาสู่ตลาด ผู้บริโภคที่ได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ สุขภาพร่างกายแข็งแรง และบริษัทที่ได้รับผลกำไร เป็นการสร้างคุณภาพชีวิตทั้งในด้านอาชีพ รายได้ และสุขภาพให้กับคนไทย

ภัทรพงษ์คร่ำหวอดอยู่ในวงการงานวิจัยจากการทำงานด้าน Innovation Business Development ที่ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (NANOTEC) แต่เป็นมือใหม่ในเรื่องการบริหารธุรกิจ สิ่งที่เขาทำคือมองหาหน่วยงานที่สามารถบ่มเพาะธุรกิจ Startup อย่างเขาให้กลายเป็นมือโปร จึงเข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

“พวกเราเป็นเด็กทุนทางวิทยาศาสตร์ ไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจเลย เราอยากเรียนรู้เรื่อง Business Model Canvas และทดลองตลาดด้านไอเดีย ผู้เชี่ยวชาญหรือกรรมการในโครงการได้ให้คำแนะนำให้เราในการปรับปรุงกระบวนการผลิตและกระบวนการจัดจำหน่าย เราฟังความคิดเห็นจากคณะกรรมการ จนคิดว่ารางวัลมาได้ เป็นการบอกว่าเราเลือกสิทธิบัตรงานวิจัยไม่ผิดตัว ธุรกิจก็มีความเป็นไปได้”



ภัทรพงษ์ พาสเน

ชื่อกิจการ : บริษัท ไบโอมेटอินโนเวชัน จำกัด
(Biomed Innovation Company Limited)

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : เราเป็นคนรุ่นใหม่ที่เริ่มจากเอางานวิจัยมาทำธุรกิจ เรารู้ว่า การทำธุรกิจมีความเสี่ยง แต่ทำอย่างไรที่จะเรียนรู้จากสิ่งที่ล้มมือทำ เรียนรู้ให้ไว ล้มก็ลุกให้ไว ความเสี่ยงก็จะมาถึงสักวัน

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตร NEC อาหารแปรรูปและอาหารแห่งอนาคต ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

มาตรฐาน :

- ระบบการผลิตโดยโรงงานมาตรฐาน GMP อย. ประเทศไทย และสหรัฐอเมริกา USDA/HACCP/ HALAL
- ตรวจสอบข้อมูลโภชนาการ Nutrition Fact โดยห้องปฏิบัติการมาตรฐานคณะกรรมกรอาหารและยา

📍 ๓๗/๒๗๖ ม.๓ หมู่บ้าน พลุกขาวิลเลจ ๓
ถ.เลียบคลองสาม ต.คลองสาม อ.คลองหลวง
จ.ปทุมธานี ๑๒๑๑๐
☎ ๐๙-๗๖๐๘-๕๕๗๙
📧 @Umelo
📍 Umelo
📺 Umelo

ผลิตภัณฑ์จากข้าวคือเฟสแรก เฟสต่อไปเราจะเห็นผลงานการพัฒนากระบวนการผลิตสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็น ใบบัวบก กระชาย ขมิ้นชันที่กลายมาเป็นอาหารเสริม ป้องกันโรคต่างๆ จากบริษัท ไบโอมेटอินโนเวชัน เป้าหมายใหญ่คือการสร้างแบรนด์เครื่องดื่มสมุนไพรที่สามารถไปตีตลาดโลกได้



เจียะปิ่ง

ชุดเครื่องข้าวต้มสำเร็จรูป นวัตกรรม
กัวิกฤตโควิด-19 จาก Lhong Tou Café



เราเป็นเพียง SME รายเล็กๆ
เรื่องบางอย่างก็ไม่ได้มีความรู้สึก การได้ผู้รูชา
แนวทางให้ ทำให้เกิดความมั่นใจมากขึ้น และสามารถ
พัฒนาต่อยอดไปได้ไกลกว่าเดิมด้วย



จากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้
หลายธุรกิจต้องได้รับผลกระทบต่อเนื่องไปตามๆ กัน
“หลงโถว” คาเฟ่สไตล์จีนร่วมสมัย จุดเช็คอินถ่ายรูป
ยอดนิยมทั้งจากชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ
บนถนนเยาวราช บริเวณสี่แยกเฉลิมบุรี เป็นอีกหนึ่ง
กิจการที่ต้องปิดตัวลงชั่วคราวตามมาตรการป้องกัน
การแพร่กระจายของโรคตามคำสั่งจากภาครัฐ จากหน้าร้าน
ที่เปิดขายไม่ได้ ทำให้ต้องคิดหาวิธีสร้างรายได้จากช่องทาง
อื่นเพิ่มเข้ามา จึงเกิดเป็นนวัตกรรมชุดรวมเครื่องข้าวต้ม
“เจียะปิ่ง” ซึ่งนำมาจากเมนูเด่นของร้าน จากที่ต้อง
นั่งรับประทานอยู่ในร้านก็กลายเป็นชุดเครื่องข้าวต้ม
พร้อมปลู่งส่งขายไปทั่วประเทศ เกิดเป็นโอกาสสร้าง
รายได้เพิ่มเติมเข้ามาให้กับธุรกิจในรูปแบบหนึ่ง

“หลงโถว คาเฟ่ (Lhong Tou Café) เราเป็นร้านคาเฟ่สไตล์จีน
ร่วมสมัยที่เกิดจากการรวมตัวและระดมความคิดของเพื่อน
๓ คน คือ สถาปนิก เชฟทำอาหาร และนักออกแบบภายใน
คำว่า หลงโถว เป็นภาษาจีนแปลว่า “หัวมังกร” เพราะ
ตัวร้านตั้งอยู่บริเวณเยาวราช เราเป็นคาเฟ่ที่เน้นการสร้าง
ประสบการณ์แบบ Experience ให้กับลูกค้า ตั้งแต่การ
ออกแบบตกแต่งร้าน เมนูหน้าตาอาหารและเครื่องดื่มที่มี



การปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัย ขณะเดียวกันก็คง
กลิ่นอายความเป็นจีนและความเป็นเยาวราชไว้ด้วย

“ในช่วงโควิด-19 ที่ผ่านมา ต้องปิดหน้าร้านไปเกือบ
หนึ่งเดือน จึงพยายามช่วยกันคิดหาวิธีสร้างรายได้เข้ามา
ขณะเดียวกันก็ดูว่ามีอะไรบ้างที่หน้าจะตอบโจทย์ความ
ต้องการของลูกค้าที่ต้องกักตัวอยู่บ้านในช่วงนี้ได้บ้าง
เลยนึกถึงเมนูขายดียอดนิยมของร้าน คือ ชุดข้าวต้ม
เปียกเขียน โดยใน ๑ ชุดจะประกอบไปด้วยกับข้าว ๘ อย่าง
โดยเรานำมาดัดแปลงทำเป็นชุดเครื่องข้าวต้มแบบ Ready
to Cook พร้อมส่งในชื่อ “เจียะปิ่ง” ขายในราคาชุดละ
๓๙๙ บาท เริ่มจากส่งผ่านแอปพลิเคชันดีลิเวอรี่
ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลก่อน เมื่อออกลูกค้ามากขึ้น
ลูกค้าต่างจังหวัดเริ่มติดต่อเข้ามา จึงขยายส่งผ่านไปรษณีย์
ไปทั่วประเทศด้วย ทำให้มีช่องทางสร้างรายได้เพิ่มขึ้น



อีกรูปแบบหนึ่งให้กับร้าน และยังเป็นพื้นที่ให้เราได้สื่อสารแบรนด์ออกไปยังผู้บริโภคในช่วงที่ร้านต้องปิดตัวด้วย” เอกชัย อุ่นทรัพย์ Project Manager Lhong Tou Café เล่าที่มาของสินค้านวัตกรรมที่เกิดจากวิกฤต จนกลายเป็นโอกาสใหม่ให้กับธุรกิจขึ้นมา

จุดเด่นของชุดเครื่องข้าวต้มเจียะปึง คือ เลือกใช้วัตถุดิบในเยาวราชทั้งหมด ทำให้ออกจากช่วยพยุงธุรกิจให้ผ่านพ้นวิกฤตไปได้แล้ว ยังเป็นการสนับสนุนต่อยอดและส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารการกินแบบเยาวราชออกไปด้วย โดยนอกจากชุดเครื่องข้าวต้มพร้อมส่งแล้ว ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลยังมีการเพิ่มเมนูชิกเกนเจอร์อย่างชาไทย ๒ ลิตรที่แถมฟรีเครื่องตีฟองนมไปให้กับลูกค้าด้วย

ปัจจุบัน หลงโถว คาเฟ่ มีด้วยกัน ๒ สาขา คือ สาขาถนนเยาวราช และสาขาที่ The Market Bangkok ย่านประตูน้ำ-ราชประสงค์ โดยเอกชัยเล่าถึงเป้าหมายต่อไปในอนาคตว่าอาจมีการเพิ่มเมนูให้หลากหลายมากขึ้นในชุดเครื่องข้าวต้ม เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค รวมถึงการพัฒนาเมนูให้เหมาะกับผู้บริโภคบางรายที่อาจมีปัญหาด้านสุขภาพ เช่น โรคไต โรคเบาหวาน ในส่วนของการเติบโตทางธุรกิจเอง อาจมีการขยายสาขาเพิ่มขึ้นในพื้นที่ชุมชนชาวจีน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงเมืองท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ

ผู้จัดการโครงการของหลงโถว คาเฟ่ ได้กล่าวทิ้งท้ายว่าส่วนหนึ่งที่ทำให้ผ่านพ้นวิกฤตมาได้ รวมถึงพบช่องทางใหม่ในการดำเนินธุรกิจ เป็นเพราะได้เข้าร่วมอบรมในโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) จึงทำให้โมเดลธุรกิจครั้งนี้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นนั่นเอง



เอกชัย อุ่นทรัพย์

ชื่อกิจการ : Lhong Tou Café ผลิตภัณฑ์ชุดรวมเครื่องข้าวต้มพร้อมส่ง “เจียะปึง”

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : สิ่งที่หลงโถว คาเฟ่ทำคือเราพยายามยึดโยงความสุขและความสูงในการทำงานและการทำธุรกิจเข้าไว้ด้วยกัน เพราะสิ่งเหล่านี้จะส่งผลมาถึงลูกค้าให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีในการเข้ามาใช้บริการ และสุดท้ายก็จะส่งผลกลับมาถึงตัวธุรกิจต่อไป

โครงการที่เข้าร่วม : โครงการแปรรูปอาหารและอาหารเพื่ออนาคต ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

รางวัลที่ได้รับ

- รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ ๑ กิจกรรมนำเสนอโมเดลธุรกิจ NEC ๒๐๒๐ “เจียะบ้วย” ชุดข้าวต้มถ้วยร้อนสมัย

📍 เลขที่ ๔๓๓ ถนนเยาวราช แขวงสัมพันธวงศ์ เขตสัมพันธวงศ์ กทม. ๑๐๑๐๐

☎ ๐๖-๔๙๓๕-๖๔๙๙ (สาขาเยาวราช)

📌 Lhong Tou Café

📷 Lhong_tou

📱 @lhongtoucafe

“ต้องขอขอบคุณโครงการ NEC ที่ทำให้เราได้เรียนองค์ความรู้ด้านต่างๆ ในการทำธุรกิจมากมาย การเขียนโมเดลธุรกิจ เทคนิคในการ Pitching ต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการขายได้ ที่สำคัญ คือ การให้คำปรึกษาในการพัฒนามลิตภัณฑ์ขึ้นมา เราเป็นเพียง SME รายเล็กๆ เรื่องบางอย่างก็ไม่ได้มีความรู้ลึก การได้ผู้มาชี้แนวทางให้ ทำให้เกิดความมั่นใจมากขึ้น และสามารถพัฒนาต่อยอดไปได้ไกลกว่าเดิมด้วย”

“

เดิมเราเป็นอีเวนต์
ออร์แกนไเซอร์ ซึ่งมักจะ
ต้องซื้อเทคโนโลยีจากต่าง
ประเทศมาโดยตลอด
เราหวังที่จะพัฒนา
เทคโนโลยีของเราเอง
ซึ่งในที่สุดก็ทำได้แล้วทำให้
เราพลิกจากธุรกิจเล็กๆ
กลายมาเป็น Startup
ที่ท้าทายกับ
Multi Camera Control

”

Pro-Toys

ผู้พัฒนา Multi Camera Control
รายแรกในไทย

ใครจะคิดว่าจำนวนกล้อง DSLR เมื่อนำมาใช้งานร่วมกันจะสามารถ
สร้างสรรค์งานและมีมูลค่าได้แตกต่างกันอย่างมากมาย จนกลายเป็น
นวัตกรรม Multi Camera Control รายแรกของเมืองไทย

ศิริกมล วงศ์บวรเกียรติ Project Director บริษัท โปร-ทอยส์ จำกัด เธอถึง
ที่มาของนวัตกรรม Multi Camera Control ว่ามาจากแนวความคิดที่ว่า
คนไทยก็ทำได้ไม่แพ้ใครในโลก อันเนื่องมาจากบ่อยครั้งที่เขาต้องลงทุน
ซื้อเทคโนโลยีจากต่างประเทศเพื่อนำมาใช้ในการจัดอีเวนต์ จนเกิด
คำถามขึ้นมาว่า ทำไมไม่พัฒนาเทคโนโลยีของเราขึ้นมาเอง

“เดิมเราเป็นอีเวนต์ ออร์แกนไเซอร์ ซึ่งมักจะต้องซื้อเทคโนโลยีจากต่าง
ประเทศมาโดยตลอด ทั้งๆ ที่บางอย่างที่ซื้อมาก็ใช้ว่าจะสามารถนำมา
ใช้ได้เลย หลายครั้งเราจะต้องมีการแก้ไขอีก จากปัญหานี้เลยรวบรวม
และตั้งกลุ่มนักวิจัยขึ้นมา เพื่อหวังที่จะพัฒนาเทคโนโลยีของเราเอง
ซึ่งในที่สุดก็ทำได้แล้วทำให้เราพลิกจากธุรกิจเล็กๆ กลายมาเป็นบริษัท
ที่ชื่อว่า โปร-ทอยส์ ซึ่งเป็น Startup ที่ท้าทายกับ Multi Camera Control”

นวัตกรรม Multi Camera Control เป็นระบบการควบคุมการถ่ายภาพ
ด้วยกล้องจำนวนมาก ถ้ามองแล้วกล้องจำนวนมากทำให้เกิดอะไรได้บ้าง
ศิริกมลอธิบายให้เข้าใจง่ายๆ ว่าโดยปกติกล้องจะมีมูลค่าของตัวเอง
แต่ถ้าเอากล้องหลายๆ ตัวมาทำงานร่วมกันโดยมี Embedded Technology
เพื่อการควบคุมและสั่งถ่ายแบบไม่จำกัดจำนวนกล้อง ที่โปร-ทอยส์
พัฒนาขึ้นมาจะทำให้เกิดมูลค่าที่ไม่มีที่สิ้นสุด

“กล้อง ๑ ตัวถ่ายภาพได้ภาพเดียว แต่ถ้ามีกล้อง ๒ ตัวเรียงกันจะเกิด
เป็นสเตอริโอ เอฟเฟกต์ แล้วถ้าใช้กล้อง ๓ ตัวมาเรียงกันจะเกิดเป็น
ภาพพาโนรามา ขณะที่กล้อง ๔ ตัวจะทำให้กลายเป็นภาพ VR และ



กล้อง ๕ ตัว กลายเป็น Sele eXtreme ซึ่งสามารถซูมจากภาพเล็กกลายเป็นภาพกว้างได้ หรือถ้าเรามีก้องมากกว่า ๕ ตัวขึ้นไปก็เป็นเทคนิคของ Bullet Time ได้”

ด้วยเทคโนโลยีดังกล่าว ทำให้ในขณะนี้โปรดักต์เด่นๆ ของโปร-ทอยส์ สามารถแบ่งได้เป็น ๓ หมวด คือ ๑.การถ่ายภาพแบบ 3D ซึ่งนอกจากได้ภาพ 3D แล้ว ยังสามารถแบ่งปันบนโซเชียลมีเดียต่างๆ ได้ด้วย ๒. Sele eXtreme ซึ่งเป็นนวัตกรรมทางด้านการถ่ายภาพแบบเซลฟ์ที่สามารถขยายจนเห็นภาพแบบ Overview เห็นความงดงามที่ยิ่งใหญ่ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และ ๓. Virtual Reality-VR 360 ที่เพิ่งเปิดตัวในช่วงโควิด-19 ซึ่ง VR 360 นี้ จะแตกต่างจาก Virtual ทั่วไป ตรงที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นจริงบนโลกให้ไปอยู่บนโลกออนไลน์แบบที่เห็นได้ทุกมุมแบบ ๓๖๐ องศา

อย่างไรก็ตาม การมีนวัตกรรมดีเพียงอย่างเดียวอาจไม่ทำให้เติบโตไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้ หากไม่มีความรู้ และ Mindset ในการทำธุรกิจ ซึ่งเธอโชคดีที่ได้มีโอกาสเข้าร่วมอบรมในโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม นั่นคืออย่าไปติดยึดกับวิธีคิดเดิมๆ หนึ่งพยายามทำใหตัวเองมีความยืดหยุ่นมากที่สุดเพื่อที่จะเปิดรับโอกาสที่ซ่อนอยู่ในปัจจุบัน จึงทำให้ศิริกมลวางเป้าหมายทางธุรกิจใหม่โดยการเปลี่ยน Business Model หรือที่ศิริกมลบอกว่าคือช่องทางหารายได้ใหม่ จากเดิมที่โปร-ทอยส์เป็นธุรกิจลักษณะ B2B (Business-to-Business) มาเป็น B2B2C (Business-to-Business-to-Customer) ซึ่งจะทำให้สามารถกระจายความเสี่ยงได้ และหารายได้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ศิริกมลยังยอมรับว่า ความสำเร็จของโปร-ทอยส์ในวันนี้เป็นผลมาจากการได้มีโอกาสเข้าร่วมอบรมในโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) เพราะแม้จะทำธุรกิจมานาน ๒๐-๓๐ ปี แต่สิ่งที่รู้เป็นแค่ความรู้ในกะลาในอดีตซึ่งการเข้าร่วมอบรมเป็นตัวเชื่อมให้รู้ในความเป็นปัจจุบันและเห็นอนาคตว่าธุรกิจในวันนี้จะถูก Disruption ดังนั้น จะใช้วิธีคิดแบบ SME เดิมๆ ไม่ได้ จึงพลิกตัวเองจาก SME มาเป็น Startup รวมถึงยังเป็นตัวเชื่อมไปสู่เวทีประกวดต่างๆ ทำให้ได้พิสูจน์ตัวเองกับนานาชาติ ตลอดจนเงินทุนจากหน่วยงานต่างๆ อีกด้วย



ศิริกมล วงศ์วรเกียรติ

ชื่อกิจการ : บริษัท โปร-ทอยส์ จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : อย่าให้เก่าที่ลูกค้าจะ-ธุรกิจของโปร-ทอยส์เป็นธุรกิจที่สร้างเซอร์ไพรส์ ฉบับ สิ่งที่น่าเสนอให้กับลูกค้าจะมากกว่าที่ลูกค้าขอ ซึ่งนั่นหมายความว่า เราะพัฒนาองค์กรให้มากกว่าสิ่งที่ป็นอยู่ตลอดเวลา

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตร NEC-สวทช ปี ๕๙ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

รางวัล เกียรติบัตร และมาตรฐานที่ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ

- TICTA Award ๒๐๑๔-R&D
- Gold Medal ๒๐๑๖/ITEX/ Malaysia
- Grand Prize The BEST Innovation ๒๐๑๖/ITEX/ Malaysia
- NIA Award ๒๐๑๖/NIA
- Asian ICT Award ๒๐๑๖/Brunei
- ITU ๒๐๑๖ Award
- Pitching Challenge ๒๐๑๖ /Thailand Startup ๒๐๑๖
- Special Prize/Vietnam
- Gold Medal ๒๐๑๖/Soul International Invention Fair (SIIF)-Korea
- FRIT ๒๐๑๖/Thailand
- Gold Medal Asean ICT Award ๒๐๑๗/Myanmar
- Gold Medal ๒๐๑๘/ITEX/ Malaysia
- The Best SME Startup ๒๐๑๙
- Gold Medal Asean ICT Award ๒๐๑๙/Vietnam
- Apicta ๒๐๑๙

📍 ถนนอินทาวนิ ชอย ๑๖ แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ๑๐๓๑๖

☎ ๐๘-๑๙๐๕-๓๕๕๐

✉ protoys2016@gmail.com

🌐 <https://www.protoysmaker.com/>

📱 PRO-toys

📺 protoys_maker



เมธ่า บอดี้โลเช่น

ผสานความหอมและบำรุงผิว
ครบจบในหลอดเดียว



การทำธุรกิจมีความท้าทายเป็นอย่างมาก
ต้องรู้จักปัจจุบันและหาคำตอบสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้
เจอ ทำให้มันสุดมือ สอยให้เต็มที่ แล้วก็เดินหน้าต่อไป



“ความหอมคือความมั่นใจชั้นเลิศของผู้หญิง ยิ่งตัวหอม
มากเท่าไร คนก็ยิ่งอยากอยู่ใกล้มากเท่านั้น”

เมื่อน้ำหอมทั่วไปโดดเด่นด้วยความหอม แต่ไม่ปกป้องผิว
จากแสงแดด และโลชั่นทาผิวก็อาจจะไม่หอมอย่างที่คิด
การอุดช่องว่างด้วยการผสานทั้งความหอมและบำรุงผิวเข้า
ด้วยกัน จึงกลายเป็นคำตอบของสมการที่ เมธ่าพร คามะดา
ผู้ก่อตั้ง และ Managing Director บริษัท แอคทีฟ คอร์ปอเรชั่น
จำกัด ลูกชิ้นมาทำการเปิดตัว เมธ่า บอดี้โลชั่นน้ำหอมบำรุง
ผิว ผลิตภัณฑ์แรกของบริษัทภายใต้แบรนด์เมธ่า (Maytha)
เข้าร่วมเป็นน้องใหม่แห่งวงการความงามในปีที่ผ่านมา

ด้วยความชื่นชอบในการใช้น้ำหอมเป็นทุนเดิม บวกกับการ
มองเห็นช่องว่างที่มีอยู่ในตลาด การเดินทางทดสอบผลิตภัณฑ์
ของผลิตภัณฑ์ต้นแบบหรือ Prototype จากโรงงานผลิตภัณฑ์
ที่เป็นญาติของหนึ่งในหุ้นส่วนจึงเกิดขึ้น เพื่อหาสิ่งที่ไม่
และดีที่สุดก่อนออกสู่ตลาด

“เนื่องจากการทำเครื่องสำอางที่เกี่ยวข้องกับใบหน้าหรือเส้นผม
ต้องอาศัยการวิจัยและนวัตกรรมค่อนข้างมาก เราจึงปักหมุด



เบนเข็มมาสู่การทำผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผิวมาก่อนในช่วงแรก
ของการออกสตาร์ท ซึ่งถือว่ามีความเสี่ยงที่คนจะใช้แล้วแพ้
น้อยกว่า อีกทั้งกว่าจะได้ผลลัพธ์สุดท้ายออกมาก็ได้ผ่าน
การทดลองด้วยตัวเราเองและหุ้นส่วนมาแล้วทั้งสิ้น ทั้งใน
ส่วนของตัวเนื้อครีมและกลิ่นที่ใช้”

โดยจุดเด่นของทางเมธ่าคือ การใส่สารสกัด ๓ ชนิดที่หาไม่ได้
ในผู้เล่ารายอื่น กล่าวคือ แอปเปิล สเต็มเซลล์ ซึ่งช่วย
ในการกระตุ้น การผลิตและซ่อมแซมเซลล์ผิว บำรุงเซลล์
ผิวหนึ่งให้มีอายุยืนยาวดูอ่อนเยาว์ คอลลาเจนเปปไทด์
ซึ่งช่วยในการบำรุงผิวที่แห้งกร้านให้เนียนนุ่มขึ้น โดยเป็น
คอลลาเจนที่คัดเลือกจากปลาทะเล ซึ่งซึมเร็วกว่าคอลลาเจน
ทั่วไปถึง ๑๕๐ เปอร์เซ็นต์ ช่วยในการปรับโครงสร้างของผิว
ให้แข็งแรงเปล่งปลั่ง ไม่หมองคล้ำ และมีมิติตามผิว โดยเฉพาะ

วิตามิน บี ๓ ที่ช่วยเร่งการผลิตเซลล์ผิว ลดการสร้างเมลานิน และสร้างความขาวกระจ่างใส

นอกเหนือจากคุณสมบัติของการบำรุงผิวขาวแล้ว ทางแบรนด์ ยังใส่สารกันแดด SPF15 PA++ พร้อมความหอมระดับ เคาน์เตอร์แบรนด์ชั้นนำของโลกซึ่งอยู่ได้ยาวนานถึง ๘ ชั่วโมง โดยปัจจุบันทำออกมาสองกลิ่นด้วยกัน ได้แก่ Classy ที่ให้ กลิ่นหอมละมุน ติดทนนานและทันสมัย และ Flora Kiss ความหอมสดชื่นที่แฝงไปด้วยความหวานที่ผสมจากกลิ่น ของดอกไม้และผลไม้نانาชนิดนี้ ดังนั้น การทาโลชั่นครั้งนี้ จึงได้ทั้งการบำรุงผิวและความหอมที่ครบจบในหลอดเดียว

และเพื่อให้หลักที่ปักไว้อย่างการส่งออกไปยังต่างประเทศ สำเร็จได้ในเร็ววัน การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน ภาครัฐ จึงเป็นทางเลือกที่เมธาพรเลือกใช้ ซึ่งการเข้าร่วม กิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ของทาง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้เปิดประตูสร้างโอกาสนำแบรนด์ ให้พร้อมลุยไปยังดินแดนภาระตะ เสริมด้วยการเข้าร่วม โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ที่เจ้าของแบรนด์รายนี้บอกว่า เป็นตัวจุดประกายให้เธอเริ่มต้น การทำธุรกิจอย่างมีแบบแผน ไม่ว่าจะเป็นการได้ความรู้ใน เรื่องการทำโมเดลธุรกิจ การทำสินค้าให้ตอบโจทย์ Pain Point ของลูกค้า การวิเคราะห์ตลาด และการมองภาพรวมต่างๆ ให้ออก เรียกว่าเป็นการขบคิดความรู้ทุกอย่างที่ต้องรู้ให้ สำหรับคนที่อยู่ในจุดเริ่มต้นเช่นเดียวกันกับเธอได้เป็นอย่างดี

นอกจากจะบุกไปยังอินเดียที่คืบคลานไปด้วยประชากรจำนวน มาก ซึ่งพ่วงมาด้วยโอกาสของปริมาณการซื้อและการเติบโต ที่มากกว่า ทางแบรนด์ยังตั้งเป้าที่จะบุกไปยังเพื่อนบ้าน อย่างฟิลิปปินส์และเวียดนามอีกด้วย เนื่องจากพฤติกรรม ผู้บริโภคของ ๒ ประเทศนี้มีความใกล้เคียงกับไทย และมี



เมธาพร คาบะดา

ชื่อกิจการ : บริษัท แอคทีฟ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
(สำนักงานใหญ่)

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ลงทุนให้ควมรู้จักตัวเอง
ให้มากที่สุด โดยเฉพาะเราที่มีต้นทุนต่ำก็ต้องรู้จักสร้าง

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตร NEC Powerful ภายใต้
โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

เกียรติบัตร

- สุดยอดเอสเอ็มอีจังหวัดสมุทรปราการ ๒๐๒๐ (สสอ.)
- โครงการยกระดับธุรกิจเริ่มต้น (Boost up New Entrepreneurs) (สสอ.)

📍 ๔๖/๑๓๖ หมู่ที่ ๔ ต. บางพลีใหญ่ อ.
บางพลี จ. สมุทรปราการ ๑๐๕๔๐

☎ ๐๙-๒๔๖๑-๔๕๒๙

✉ maythathailand@gmail.com

🌐 www.maythathailand.com

📌 maythaoofficial

💬 @maythathailand, @maythawisdom

📷 @maythathailand

🐦 maythathailand

ศักยภาพในการจับจ่ายใช้สอย พร้อมทั้งแผนการแตกไลน์
สินค้าไปสู่ครัวเรือนน้ำหรือแฮนด์ครีม และการพัฒนารูปลักษณ์
สีสันทันของแพ็คเกจจึงให้ดูหรูหรามีระดับและพรีเมียม
มากขึ้นในอนาคต

“การทำธุรกิจมีความท้าทายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเรื่อง
ที่ชอบเรามากเอาตัวเราเป็นที่ตั้ง คิดว่าคนอื่นต้องชอบเหมือนเรา
แต่สุดท้ายพอทำออกไปแล้ว คนกลับไม่ได้ชอบเหมือนเรา
ทั้งหมด เพราะฉะนั้น ต้องรู้จักปรับจนและหาคำตอบให้เจอ ทำให้
มันสุดมือ สอยให้เต็มที แล้วก็เดินหน้าต่อไป”



หนึ่งเดียวในโลก “เต็มใบ”

กระเป๋าใบไม้ที่เก็บความงามธรรมชาติ
ไม่ให้ร่วงโรย



“ถ้าอยากให้แบรนด์เราแตกต่าง
จากแบรนด์ทั่วไป ต้องเน้นในเรื่องของการพัฒนา
สินค้าให้แปลกใหม่มีสไตล์ที่โดดเด่น และต้องพัฒนา
อย่างต่อเนื่องไม่หยุด”



ถ้าไม่แตกต่างก็ยากเติบโต ถึงแม้จะครบครัน ปัญญาธุรกิจ
จะมีกิจการโรงงานผลิตรองเท้า แต่ ปริม ปัญญาธุรกิจ
ทายาทสาวรุ่นใหม่ที่ต้องการสร้างความแตกต่างให้กับ
ธุรกิจผลิตรองเท้าที่บ้าน จึงได้ทดลองนำวัตถุดิบจากวัสดุ
ธรรมชาติมาผลิตเป็นรองเท้า จนได้ไปพบกับเปลือก
มะพร้าวซึ่งเป็นวัสดุเหลือทิ้งจากโรงงานทำของหวาน
จึงลองนำมาผลิตเป็นรองเท้าสุขภาพจากχυมะพร้าวเพื่อ
ผู้สูงอายุ กลายเป็นไอเดียเข้าตากรรมการจนได้รับรางวัล
ชนะเลิศ ประเภท Life Enhancement ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
ไม้ไผ่อาหาร จากงาน Thailand Green Design Awards 2020
ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เมื่อไอเดียสุดแปลกได้รับการยอมรับทั้งในเวทีประกวด
และการตอบรับจากผู้บริโภค ปริมจึงเริ่มมองหาวัสดุ
ธรรมชาติตัวอื่นๆ เช่น ใบไม้ ที่เธอเฝ้ามองว่าคือวัสดุธรรมชาติ
อย่างหนึ่งที่มีความสวยงามในตัว และความสวยงามนั้นก็
ไม่เหมาะกับการผลิตรองเท้าจึงกลายเป็นที่มาของกระเป๋า
TEMBINE (เต็มใบ) เป็นการต่อยอดแนวคิด Upcycling



นำเอาวัสดุที่ใช้จนแล้วมาทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่ตอบโจทย์
การใช้งานได้มากที่สุด ทำให้ทุกผลิตภัณฑ์ของเต็มใบ
นอกจากจะเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วยังสามารถนำไป
ใช้งานได้จริง

“ถ้าอยากให้แบรนด์เราแตกต่างจากแบรนด์ทั่วไป ต้อง
เน้นในเรื่องของการพัฒนาสินค้าให้แปลกใหม่ มีสไตล์ที่
โดดเด่น และต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่หยุด”

เนื่องจากวัสดุหลายๆ ตัวเป็นวัสดุใหม่ที่ปริมยังไม่คุ้นเคย
ส่งผลให้การทำงานในช่วงแรกยังมีปัญหาทั้งในเรื่องข้อจำกัด

เรื่องอายุการใช้งาน ความทนทาน กอปรกับมาเจอเหตุการณ์ช่วงโควิด-19 พอดีเป็นช่วงที่เรอตัดสินใจหยุดพัฒนากระเป๋า อาศัยช่วงเวลานั้นพัฒนาความรู้ให้กับตัวเอง โดยตัดสินใจไปเข้าร่วมอบรมกับโครงการสร้างและปมเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

“ส่วนตัวเราไม่ได้เรียนจบมาทางด้านการสร้างแบรนด์ ไม่มีความรู้พื้นฐานทางการตลาดเลย พอมาอบรมกับโครงการ NEC ทำให้ได้ความรู้พวกนี้แล้วยังได้เรียนรู้วิธีการทำแผนธุรกิจ การกำหนดทิศทางการตลาดของกระเป๋าแบรนด์เต็มใบว่าภายใน ๑-๒ ปีข้างหน้าจะไปไหนแนวทางไหน นอกจากนี้ ยังได้ความรู้เรื่องกฎหมาย ภาษี เพิ่มเติมอีกด้วย”

เมื่อทั้งความรู้และสถานการณ์เริ่มพร้อม การพัฒนากระเป๋าเต็มใบจึงเกิดขึ้นอีกครั้งพร้อมกับการแก้ปัญหาที่เป็นจุดอ่อนของสินค้า เช่น เรื่องความทนทานถูกแก้ปัญหาด้วยการเสริมหนังแท้ PU ช่วยเพิ่มความทน ไม่นานกระเป๋าเต็มใบคอลเลกชันแรกที่มีลวดลายใบโพธิ์ผสมเปลือกกาแฟและเกลบกี้เริ่มบุกตลาดทั้งการไปออกบู๊กับกรมส่งเสริมการส่งออก และการไปร่วมงานแสดงสินค้า Lifestyle ที่โตเกียวประเทศญี่ปุ่น



ปริม ปัญญาบุตรภักดิ์

ชื่อกิจการ : บริษัท วัฒนกิจพัสดุ จำกัด

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : พัฒนาตัวเองตลอดเวลา

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตร NEC-Powerful ภายใต้โครงการสร้างและปมเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

.....

📍 ๖ เพชรเกษม ๖๓-๔ ถ.เพชรเกษม แขวง
หลักสอง บางแค กรุงเทพฯ ๑๐๑๖๐

📞 ๐๘-๑๓๗๐-๔๑๒๐

📧 tembineofficial@gmail.com

📷 @Tembine

📺 Tembine

📱 @Tembineofficial

“กระแสตอบรับค่อนข้างดี ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคที่ชื่นชอบความเป็นธรรมชาติ และลวดลายไม่เหมือนใคร มีแค่หนึ่งใบในโลก เพราะทุกคอลเลกชันเราจะไม่เปลี่ยนไปไม่ไปเรื่อย ๆ โดยดูจากใบไม้ที่สามารถนำมาเล่นลวดลายได้ คอลเลกชันหน้าอาจเป็นต้นอุทาสี”

ปัจจุบันเต็มใบมีผลิตภัณฑ์กระเป๋าหลายแบบ เช่น กระเป๋าสะพาย กระเป๋าคาดอกของผู้หญิง เป้ กระเป๋าเอกสาร ที่สำคัญเธอบอกว่าจะไม่หยุดพัฒนาสินค้าทั้งในแง่คุณภาพและความแตกต่างเพราะเป้าหมายต่อไปของกระเป๋าเต็มใบคือ ทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

“

เราสำเร็จมาได้ทุกวันนี้
เพราะเป็นคนที่ตั้งใจจะทำ
อะไรแล้วจะทำให้ดีที่สุด
ซึ่งตอนแรกไม่คิดว่าจะ
ผลิตเอง แต่ด้วยที่ว่า
โรงงานไม่รับผลิตให้
เราจึงต้องตั้งโรงงาน
และทดลองด้วยตัวเอง
จนผลิตออกมาเป็นแคปซูล
ผักหวานป่าได้

”

V Great แคปซูลผักหวาน

พลิกมุมมอง ปรับโฉมผักพื้นบ้าน
ให้กินง่ายแถมได้ประโยชน์

ด้วยความมุ่งมั่นอยากให้คนไทยได้รู้จักและหันมาบริโภคผักหวานป่า ผักพื้นบ้านที่อุดมไปด้วยคุณประโยชน์มากมาย ทำให้วิรัชสาร รองประธาน เกษตรกรและแม่ค้าขายผักจากจังหวัดสระบุรี หอบผักหวานสดเข้าร่วม สัมมนาโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เมื่อประกอบกับความตั้งใจจริง จึงได้ กลายเป็นเจ้าของกิจการที่มีสินค้าเป็นของตัวเอง ภายใต้แบรนด์ V Great แคปซูลผักหวาน

เธอเล่าว่า ในวันสัมมนาฯเข้าร่วมโครงการฯ ตนไม่มีผลิตภัณฑ์อะไร เลย ได้นำผักหวานสดเข้าไปเพราะคิดว่ายังไม่ค่อยมีใครรู้จักผักหวาน ป่ากันมากนัก ตอนนั้นจึงเป็นที่โจษจันกันในรุ่นพอสมควร ขณะที่คน อื่นๆ ส่วนใหญ่จะมีผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูปอยู่ก่อนแล้ว เพียงแต่ต้องการ ปรับปรุงและพัฒนาสินค้าต่อไปเท่านั้น จึงทำให้ตัวเธอรู้สึกกดดันพอสมควรเพราะเหมือนกับการเริ่มต้นใหม่ทั้งหมด

“ตอนนั้นมีแค่แนวคิดอย่างเดียวเลยอยากจะทำเป็นอะไร แต่เมื่อได้ เข้าไปร่วมกับทางโครงการฯ และได้มีโอกาสเข้าไปดูแล็บที่สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สุดท้ายจึงได้ตกผลึกว่า จะทำออกมาเป็นแคปซูล ทำให้จากการเป็นชาวสวนธรรมดาๆ ตอนนั้นได้ เข้าไปเรียนรู้กรรมวิธีการผลิต มาตรฐานต่างๆ รวมถึงเรียนรู้ช่องทางการตลาด จนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นแคปซูลผักหวานป่า ได้สำเร็จ และทำให้เรามีแบรนด์สินค้าเป็นของตัวเองในชื่อ V Great แคปซูลผักหวาน





“ส่วนแนวทางการตลาดนับจากนี้จะทำหลายๆ ทางไปพร้อมกัน ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการรับสมัครตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อช่วยกระจายสินค้าออกไป และยังมีช่องทางอื่นๆ ด้วย ทั้งทางเฟซบุ๊ก เพจ ในชื่อ V Great แคปซูลผักหวาน ฝากขายตามร้านค้าต่างๆ ร้านจำหน่ายสมุนไพร และซูเปอร์มาร์เก็ต ขณะเดียวกันยังเน้นทำตลาดในรูปแบบปากต่อปากด้วยในกลุ่มคนรักสุขภาพ”
 วิชาชีพกรกล่าว

จากความมุ่งมั่นและทำทุกอย่างอย่างเต็มที่ เธอเล่าด้วยว่า ในครั้งแรกไม่ได้ตั้งใจจะตั้งโรงงานผลิตเอง แต่เนื่องจากโรงงานไม่รับผลิตให้ จึงตัดสินใจตั้งโรงงานเอง ทดลองด้วยตัวเองจนผลิตออกมาเป็นแคปซูลผักหวานป่าในที่สุด ซึ่งความสำเร็จที่เกิดขึ้นมื่อมาจากความตั้งใจจริงของตนเอง ที่เมื่อคิดจะทำอะไรแล้วต้องทำให้สำเร็จ นอกจากนี้ยังไม่หยุดที่จะก้าวต่อไปข้างหน้า โดยหลังจากการเปิดตัวตัวผลิตภัณฑ์ V Great แคปซูลผักหวานแล้ว แผนต่อไปคือการสกัดผักหวานแบบเข้มข้น สำหรับผสมน้ำ และพร้อมดื่มเพื่อบำรุงร่างกาย



วิชาชีพกร รองประโคน

ชื่อกิจการ : V Great แคปซูลผักหวาน

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ทำอะไรต้องมุ่งมั่น และเต็มที่กับงานที่ทำอยู่

โครงการที่เข้าร่วม : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

📍 ๑๒๖/๑ หมู่ ๔ ต.หนองบัว อ.บ้านหมอ จ.สระบุรี ๑๘๑๓๐

☎ ๐๙-๕๗๙๔-๒๙๑๙

📌 V Great แคปซูลผักหวาน



“

ถ้าเรานำสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว
มาทำให้เกิดประโยชน์
สูงสุด ทำให้เกิด Waste
น้อย เปลี่ยนเงินที่จะต้อง
เสียเป็นค่ากำจัดของทิ้ง
เหล่านั้นให้กลับมาให้เป็น
มูลค่าเพิ่มสร้างรายได้ให้
เกิดขึ้นก็จะดี

”

บ้านสวนมะนาวไทย

แปรรูปความเปรี้ยวเป็นได้ทั้ง
Food และ Cosmetics

ภาวะสินค้าล้นตลาดนับเป็นปัญหาใหญ่ของเกษตรกรที่ไม่มีใครอยากเจอแต่ก็ยากที่จะเลี่ยง ไม่ว่าจะผ่านมากี่ยุค นี่ก็เป็นเหตุผลให้ อนุรักษ์ศักดิ์ พิมพ์ศักดิ์ ตัดสินใจเปลี่ยนเส้นทางอาชีพวิศวกร เพื่อมาช่วยแก้ปัญหาภาวะมะนาวล้นตลาดให้กับบ้านสวนมะนาวไทยของครอบครัวด้วยการนำมะนาวมาแปรรูปเป็น “น้ำมะนาวสดแช่แข็ง” เน้นคั้นจากน้ำมะนาวสด ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ มีจุดเด่นคือ การเลือกใช้มะนาวเฉพาะพันธุ์ “แป้นรำไพ” ซึ่งมีกลิ่นหอม ช่วยให้อาหารรสชาติดีขึ้น สามารถเก็บไว้ได้นาน ๑ ปี กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตอบรับจากสถานประกอบการ ช่วยประหยัดทั้งเวลาและกำลังคนไม่ต้องมาคั้นเอง ช่วยควบคุมราคาดันทุนวัตถุดิบ มีน้ำมะนาวสดไว้ใช้ได้ตลอดทั้งปี

“ทุกครั้งที่คั้นน้ำมะนาว จะเหลือเปลือกมะนาวจำนวนมาก ถ้าเรานำสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทำให้เกิด Waste น้อย เปลี่ยนเงินที่จะต้องเสียเป็นค่ากำจัดของทิ้งเหล่านั้นให้กลับมาให้เป็นมูลค่าเพิ่มสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นก็จะดีกว่า”

จากแนวคิดดังกล่าวอนุรักษ์ศักดิ์ต่อยอดด้วยการนำเอาเปลือกมะนาวที่มีคุณสมบัติช่วยฆ่าเชื้อแบคทีเรีย มีผลช่วยให้ผิวชุ่มชื้นมาสกัดเป็นผลิตภัณฑ์คอสเมติกทั้งสบู่ แชมพู เจลอาบน้ำภายใต้แบรนด์ Beauty-B ที่เพิ่มมูลค่าให้กับของเหลือทิ้งและช่วยส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชนจนทำให้ได้รับรางวัลสุดยอด SME จังหวัดสุพรรณบุรีอีกด้วย

หนุ่มวิศวกรจากสุพรรณบุรีไม่หยุดพัฒนาสินค้าของตัวเองเพียงเท่านั้น เมื่อเขาพบว่าสารสกัดจากมะนาวที่ได้มีพื้นฐานเป็น Oil ทำให้อัปตอบโจทย์





ลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่ชอบความมัน เพื่อพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น เขาจึงนำใจทย์ตรงนี้ไปปรึกษากับอาจารย์ในโครงการ พัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ภายใต้ โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

“รู้สึกประทับใจมากที่ได้เข้าร่วมโครงการ อาจารย์แนะนำ ให้รู้จักวิเคราะห์หิผิวลูกค้า และให้โฟกัสว่าต้องการให้ ผลิตภัณฑ์มีจุดเด่นอะไร เช่น ถ้าต้องการให้ซึมซาบได้ดี ขึ้นก็ควรโฟกัสไปที่จุดนั้น ที่สำคัญยังช่วยเปิดวิสัยทัศน์ การทำธุรกิจ ทำให้รู้ถึงทุกองค์ประกอบของการทำธุรกิจ ในภาพกว้าง”

ณัฐศักดิ์กล่าวต่อว่านอกจากนี้ ทางโครงการโดยศูนย์ ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ ๔ ยังช่วยผลักดันให้น้ามะนาว แซ่แซ้ง ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์ได้รับการรับรองจากกระทรวง สาธารณสุข (อย.) และ GMP ทำให้ปัจจุบันสามารถส่งออก ไปจำหน่ายในต่างประเทศซึ่งเป็นการทำให้เป้าหมายของ บ้านสวนมะนาวไทยใกล้ความเป็นจริงมากขึ้น

“อยากให้แบรนด์ไทยโกอินเตอร์ตามคอนเซ็ปต์ครัวไทย



ณัฐศักดิ์ พิมพ์ศักดิ์

ชื่อกิจการ : บริษัท บ้านสวนมะนาวไทย จำกัด

ข้อคิดการค้ามันธุรกิจ : ยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง

โครงการที่เข้าร่วม : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ ผู้ประกอบการรายใหม่ ภายใต้โครงการสร้างและบ่ม เพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

๕๑ ม.๕ ต.ย่านยาว อ.สามชุก

จ.สุพรรณบุรี ๗๒๑๓๐

๐๙-๙๐๑๔-๑๘๑๘, ๐๖-๒๓๒๖-๕๐๐๐

www.bsmanowthai.com

บ้านสวนมะนาวไทย ผลิตและจำหน่ายน้ำ มะนาวแท้ ๑๐๐%

สู่ครัวโลก ตอนนี้คนหันมาสนใจเครื่องสำอางที่ทำจาก ธรรมชาติ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของเราเป็นสารสกัดจากธรรมชาติ (Tea Tree Oil) ไม่มีอันตราย การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มาจาก ธรรมชาติเป็นจุดเด่นของเรา”



“

เรานำเอาวัสดุเหลือทิ้ง
กลับมาสร้างมูลค่าเพิ่ม
ด้วยการออกแบบและ
พัฒนาทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่
สามารถตอบโจทย์การใช้
งานที่สำคัญคือช่วยลด
อัตราการเกิดขยะ และ
เป็นการผลิตอย่างยั่งยืน

”

ดีไซเคิล

นำออกแบบวัสดุเหลือใช้ให้เป็น
แผ่นยางปูพื้นรักโลก

ต้องใช้เวลานับร้อยปีกว่าที่ขยะยางรถยนต์จะย่อยสลายหายไปจากโลก หากเลือกแก้ปัญหาด้วยการฝังกลบหรือเผาทำลายทิ้งก็ยิ่งก่อมลพิษให้กับสิ่งแวดล้อม นั่นเองที่จุดประกายให้ ชนิธร สุนทรพันธุ์ ซึ่งคลุกคลีอยู่ในงานซ่อมแซมโครงสร้างและระบบกันซึมมานานกว่า ๑๕ ปี ตัดสินใจพัฒนาแบรนด์ ดีไซเคิล (DeCycle) ขึ้น เพื่อลดอัตราการเติบโตของขยะในภาคอุตสาหกรรม รวมถึงการผลิตที่ยั่งยืน โดยมีผลิตภัณฑ์แรกคือ แผ่นยางรีไซเคิลปูพื้นอเนกประสงค์ ซึ่งทำมาจากยางรถยนต์เหลือใช้

“ดีไซเคิล มาจากคำว่า ‘ดีไซน์’ บวกกับ ‘รีไซเคิล’ เป็นการนำเอาวัสดุเหลือทิ้งกลับมาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบและพัฒนาทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่ สามารถตอบโจทย์การใช้งาน ที่สำคัญคือช่วยลดอัตราการเกิดขยะ และ เป็นการผลิตอย่างยั่งยืน เราเองทำเกี่ยวกับงานซ่อมแซมโครงสร้างแล้วก็พอระบบกันซึมอยู่แล้ว มีโอกาสไปดูงานในต่างประเทศและได้เห็นว่าเขาใช้วัสดุรีไซเคิลในงานพวกนี้กันเยอะมาก เลยเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการเอายางรถยนต์ใช้แล้วมาทำเป็นแผ่นปูพื้นเพื่อต่อยอดจากธุรกิจเดิมของเรา โดยใช้เวลาวิจัยและพัฒนาอยู่ประมาณ ๓ ปี” เธอเล่า

แผ่นปูพื้นดีไซเคิลไม่ได้มีดีแค่รักษ์โลก แต่ยังมีฟังก์ชันการใช้งานที่ตอบโจทย์ คือ กันลื่น ปลอดภัย น้ำซึมผ่านได้ ไม่เออะแอะ ไม่เป็นตะไคร่ ลมไม่เป่าเจ็บเท่ากับพื้นซีเมนต์ จึงเหมาะกับการครอบคลุมทั้งผู้สูงหรือผู้สูงวัยที่ต้องระมัดระวังในเรื่องของความปลอดภัย สามารถปรับฟังก์ชันเป็นทั้งพื้นภายนอก พื้นทางเดินในสวน ในบ้าน สวนบนดาดฟ้า (Rooftop Garden) และพื้นที่สาธารณะ หรือจับมาประกอบเป็น กระถางต้นไม้ ชั้นวางของ และที่นั่งแก่ๆ ก็ได้ง่ายๆ ขณะที่การติดตั้ง เคลื่อนย้าย หรือทำความสะอาดก็สามารถทำได้ด้วยตัวเอง ตรงกับสโลแกนของพวกเขาที่ว่า “ตอบโจทย์การใช้งาน ได้มาตรฐาน ทั้งสวยและรักษ์โลก”

หลังเปิดตัวสู่ตลาดและมีโอกาสไปออกงานแสดงสินค้า STYLE Bangkok 2019 เมื่อปีที่ผ่านมา ทำให้พบว่า ลูกค้าต่างชาติให้ความสนใจสินค้าเป็นอย่างมาก ขณะที่ลูกค้าจากอเมริกาก็สนใจขอซื้อในปริมาณ ชนิธรจึงเห็นโอกาส



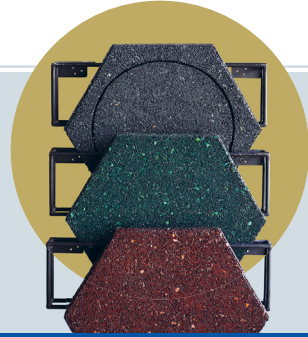


ที่จะขายตลาดไปต่างประเทศ แต่ทว่าแผ่นดินต้องสะดุดลง หลังเจอกับโควิด-19 เธอจึงเบนเข็มที่จะมาโฟกัสตลาดในประเทศก่อน เพื่อปูพื้นฐานแบรนด์ให้แข็งแกร่ง พัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตให้เสถียร พร้อมทำการตลาดให้กว้างขึ้น โดยตั้งเป้าที่จะนำสินค้าเข้าโมเดิร์นเทรด ก่อนขยายไปตลาดต่างประเทศในอนาคต

ดีไซเนลอาจเริ่มจากยางรถยนต์ แต่ในอนาคตพวกเขามองที่จะนำวัสดุเหลือทิ้งอย่างอื่นมาพัฒนาเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์การใช้งานและเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น โดยไม่ได้เป็นแค่แผ่นปูพื้น แต่มองเป็นสินค้าสำหรับงานตกแต่งบ้าน บนความตั้งใจที่อยากช่วยยกระดับการใช้ชีวิตของผู้คนให้ดีขึ้น ผ่านการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ จากเศษวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว เพื่อร่วมเป็นส่วนหนึ่งของสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามจุดยืนตั้งแต่แรกเริ่ม

การมาจับผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่จุดเด่นเรื่องการดีไซน์ ไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับพวกเขา เพราะไม่ได้ได้มาจากงานผลิตและไม่ได้มีทักษะในเรื่องของการดีไซน์ เมื่อมาทำเรื่องใหม่ๆ จึงต้องใช้เวลาศึกษาและเรียนรู้ นั่นคือเหตุผลที่เลือกนำพาตัวเองเข้าโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) เปิดมุมมองใหม่ๆ และเติมเต็มในสิ่งที่ขาด ชนิธบอกว่า โครงการ NEC เหมือนหลักสูตรที่เลือกทหารเอกมาแล้ว ไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และเพื่อนผู้ประกอบการที่ต่างมีศักยภาพ ทำให้ได้เปิดมุมมองใหม่ๆ เห็นอะไรที่กว้างขึ้น ซึ่งเมื่อรวมกับความเชี่ยวชาญที่ดีไซเนลมีอยู่ จึงช่วยต่อยอดธุรกิจให้เติบโตไปได้อีกไกลมาก

บางคนอาจมองผลลัพธ์ของธุรกิจคือ “กำไร” และ “การเติบโต” แต่สำหรับชิธ เธอมองแค่การได้ทำในสิ่งที่ชอบ และมีความสุข ได้สร้างอนาคตให้กับพนักงาน ทำให้งานไม่เป็นเหมือนงาน มีแรงผลักดันที่จะต่อยอดธุรกิจไปได้เรื่อยๆ ซึ่งนั่นคือกำไรก้อนโตที่เธอได้รับจากแบรนด์ที่ชื่อ...ดีไซเนล



ชนิธ สุนทรพันธุ์

ชื่อกิจการ : บริษัท วินกรด โปรดักส์ จำกัด แบนด์ดีไซเคิล (DeCycle) แผ่นยางปูพื้นเอกรูประสงคจากวัสดุใช้แล้ว

ปัจจัยการดำเนินธุรกิจ : การทำธุรกิจต้องเปิดความคิด เปิดรับไอเดียจากหลายฝ่าย บางทีการได้ไปเจอผู้ประกอบการรายอื่น อาจนำมาซึ่งความร่วมมือและเชื่อมโยง ช่วยให้มุมมองเรากว้างขึ้น สามารถต่อยอดและพัฒนาธุรกิจไปได้อีกเยอะมาก

โครงการที่เข้าร่วม : หลักสูตรการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

รางวัลที่ได้รับ

- รางวัลชนะเลิศ Thailand Green Design Awards ๒๐๒๐ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพ Resources Efficiency การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

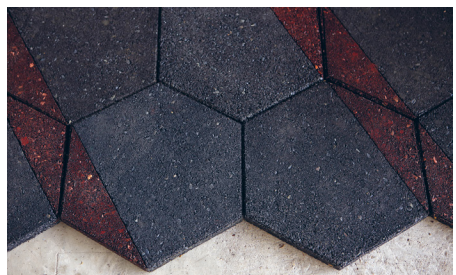
📍 ๒๒๒ ซอยอ่อนนุช ๗๐/๑ แขวง ๒ แขวง
ประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพฯ ๑๐๒๕๐

☎ ๐-๒๗๒๑-๑๑๕๐, ๐๕-๑๙๓๐-๐๑๑๒

🌐 www.deyclerubber.com

📌 DeCycle Rubber

📧 decycle_rubber



“

เริ่มแรกเราก็ทำธุรกิจ
เหมือนกับคนอื่นๆ คือ
ซุกลิ้นหอยเป็นหลัก
จนวันหนึ่งธุรกิจเกือบไป
ไม่รอด ทำให้เราต้องถอย
หลังกลับมากทบทวนตัวเองว่า
เรามีจุดเด่นแตกต่างจาก
คนอื่นอย่างไร

”

สเปรย์กำจัดไรฝุ่น ภูวารา

กลิ่นหอมที่มาพร้อมกับการบำบัด

จากแบรนด์เครื่องหอมที่เปิดตัวยาวนานมากกว่า ๔ ปี วันหนึ่งเมื่อถึงทางตัน ธุรกิจที่มองไปทางไหน จะเห็นธุรกิจเครื่องหอมอยู่เต็มไปหมด พรหมพิริยะ หงษ์ยนต์ กรรมการผู้จัดการบริษัท ภูวารา จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องหอม เช่น น้ำมันหอมระเหย ก้านไม้ปรับอากาศ แบรินด์ PUVARA ก็หันกลับมาองหาจุดเด่นของตัวเอง เพื่อสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในท้องตลาด จากที่ให้กลิ่นหอมเพียงอย่างเดียว ก็นำเรื่องการบำบัดเพิ่มเติมเข้ามาด้วย จนต่อยอดกลายเป็นผลิตภัณฑ์นวัตกรรมรูปแบบใหม่ขึ้นมา ภายใต้ชื่อ “สเปรย์กำจัดไรฝุ่น ภูวารา” ที่นอกจากจะให้กลิ่นหอมละมุนแล้ว ยังช่วยแก้ปัญหาได้ตั้งแต่ต้นตออีกด้วย

“เริ่มแรกเราก็ทำธุรกิจเหมือนกับคนอื่นๆ คือ ซุกลิ้นหอยเป็นหลัก จนวันหนึ่งธุรกิจเกือบไปไม่รอด ทำให้เราต้องถอยหลังกลับมาทบทวนตัวเองว่าเรามีจุดเด่นแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร จนสุดท้ายก็ได้คำตอบกลับมาว่าเราจะเป็นแบรนด์เครื่องหอมแบบสุนทรบำบัด คือ มีทั้งกลิ่นหอมและช่วยบำบัดร่างกายได้ด้วย โดยยึด Keyword จาก ๓ คำ คือ “ภูมิแพ้ ไซนัส และไมเกรน” ทำให้ได้รับการตอบรับที่ดีมากขึ้น พอมีหลักยึดตรงนี้แล้ว ก็ทำให้เราพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกไปในมิติต่างๆ ได้ง่ายขึ้น จนนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวล่าสุด คือ สเปรย์กำจัดไรฝุ่น เพราะก่อนหน้านี้เรามีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องหอมเยอะอยู่แล้ว แต่ก็ยังเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ เราจึงอยากหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยป้องกันได้ตั้งแต่ต้นตอของปัญหาเลย เพราะบ้านหอม แต่ที่นอนคุณยังมีไรฝุ่นอยู่เต็มไปหมดเลย ก็คงไม่มีประโยชน์อะไร”

โดยจุดเด่นของสเปรย์กำจัดไรฝุ่น ภูวารา คือ มีส่วนผสมของกานพลู ซึ่งเป็นสมุนไพรหลักที่ช่วยกำจัดไรฝุ่นได้ จึงช่วยให้การภูมิแพ้บรรเทาลงได้ นอกจากนี้ ยังมีความโดดเด่นในเรื่องของน้ำมันหอมระเหย ซึ่งผลิตมาจากน้ำมันยูคาลิปตัส เปปเปอร์มินต์ ลาเวนเดอร์ คาโมไมล์ และกุหลาบ จึงทำให้นอกจากช่วยกำจัดไรฝุ่นได้แล้ว ยังมีกลิ่นหอมละมุน และเย็นสดชื่นอีกด้วย





สำหรับเป้าหมายต่อไปในอนาคตที่พรหมพิริยะมองไว้ให้กับแบรนด์ คือ ต้องการพัฒนาสมุนไพรและเครื่องหอมไทยให้ก้าวไปในระดับโลก โดยเน้นทำเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องหอมเพื่อการบำบัด ตอบโจทย์ในทุกมิติความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลายมากขึ้น รวมถึงการปรับเปลี่ยนแบบการทำธุรกิจให้เข้าสู่ช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วย

“เราพยายามคิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมา โดยดูจาก Pain Point ของลูกค้าเป็นหลัก ตอนนี้นอกจากสเปรย์กำจัดไรฝุ่น เรายังมีน้ำหอมปรับอากาศในรถ ซึ่งทำมาจากน้ำมันหอมระเหยแท้จากธรรมชาติ โดยทั่วไปน้ำหอมในรถยนต์จะผลิตจากเคมีซึ่งจะมีกลิ่นค่อนข้างแรง และตัวเคมีดังกล่าวสามารถทำให้เกิดการอุดตันของท่อแอร์ได้ง่าย ขณะที่น้ำหอมปรับอากาศในรถจากธรรมชาติจะมีกลิ่นที่หอมน้อยกว่า แต่ไม่ส่งผลต่อการอุดตันของท่อแอร์และเร็วขึ้น” คือ สเปรย์ฉีดหมอน เพื่อช่วยให้การนอนหลับดียิ่งขึ้น”

ซึ่งจากการได้เข้าร่วมโครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC) ทำให้ได้รับแนวทางในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภคมากขึ้น

“เมื่อก่อนผลิตภัณฑ์ของเราเข้ามาจากงานวิจัยก็จริง แต่เป็นในลักษณะการหยิบงานวิจัยมาใช้ แต่พอได้เข้าร่วมอบรมกับโครงการ NEC ทำให้สามารถมองเห็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น มีการนำผลิตภัณฑ์ไปทดสอบเพื่อหาผลแล็บออกมา เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น รวมถึงยังได้รับคำแนะนำดีๆ จากวิทยากรทำให้เราสามารถวางแนวทางดำเนินธุรกิจได้ถูกทิศถูกทางสร้างจุดแข็งแรงให้กับแบรนด์มากขึ้นด้วย” เจ้าของสเปรย์กำจัดไรฝุ่น ภูวารา กล่าวทิ้งท้าย



WSHM พิริยะ หงษ์ยนต์

ชื่อกิจการ : บริษัท ภูวารา จำกัด แบรินคภูวารา (PUVARA) ผลิตภัณฑ์สเปรย์กำจัดไรฝุ่น

ข้อคิดการดำเนินธุรกิจ : ประเภทนิยมนวดทางวัฒนธรรม ศิลปะ และศาสตร์แขนงต่างๆ มากมาย หากเราสามารถเรียนรู้สิ่งที่เป็นรากเหง้าของไทยเหล่านั้นได้ แล้วลองนำมาปรับแต่งให้เข้ากับยุคสมัย ก็จะสามารถเป็นสิ่งที่ต่อยอดและสืบทอดต่อกันไปได้

โครงการที่เข้าร่วม : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการรายใหม่ (NEC)

รางวัลที่ได้รับ :

- รางวัลชนะเลิศ แผนธุรกิจยอดเยี่ยม โครงการสร้างและบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม “สาขาอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเป้าหมาย ประจำปี ๒๕๖๐”

📍 เลขที่ ๙๘/๖๗ หมู่บ้าน The Balcony Home ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร.๙ ซอย ๒๘ แขวงดอกไม้ เขตประเวศ กทม. ๑๐๒๔๐
☎ ๐๖-๕๕๕๗-๕๖๖๖
📌 Puvara Aroma
📷 puvara.thailand
📱 @puvara1



รายชื่อคณะทำงาน

นายวิจักกณ์ รัตนสุวรรณ

ผู้อำนวยการกองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่

นางสาวเยาวนิช แซ่ตั้ง

ผู้อำนวยการกลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่

นางสาวสุธิดา แสงวรรณ

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

นางสาววราพร สุจริต

นักวิชาการอุตสาหกรรมปฏิบัติการ

นางสาวสายใจ ชิดชอบ

นักวิชาการอุตสาหกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยาแพร่ น่าน)
158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226
โทรสาร (053) 248 315
e-mail: ipc1@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)
292 ถนนเลี้ยวเมืองนครสวรรค์ ต.บ้านกร่าง
อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
โทรศัพท์ (055) 282 957-9
โทรสาร (055) 283 021
e-mail: ipc2@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี
ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง)
200 ม.8 ถนนเลี้ยวเมือง ต.ท่าหลวง
อ.เมือง จ.พิจิตร 66000
โทรศัพท์ (056) 613 161-5
โทรสาร (056) 613 559
e-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา
นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี สมุทรสาคร สระบุรี
ปทุมธานี สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.ดอนก่ายาน
อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000
โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031
โทรสาร (035) 441 030
e-mail: ipc8@dip.go.th

หน่วยงานส่วนกลาง

(กรุงเทพมหานคร)
ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4422-3
โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร ตรัง พัทลุง)
131 ม.2 ถนนเทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
e-mail: cre-ipc10@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานีหนองบัวลำภู หนองคาย เลย)
399 ม.11 ถนนมิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330
โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207-238 โทรสาร (042) 207 241
e-mail: ipc4@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด
มุกดาหาร สกลนคร นครพนม)
86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302
e-mail: ipc5@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

(อุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ)
222 หมู่ที่ 24 ถนนลี้จางอู๋ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี 34000
โทรศัพท์ (045) 313 772, (045) 313 945,
(045) 314 216, (045) 314 217
โทรสาร (045) 312 378, (045) 312 493
e-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)
333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา 30170
โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089
e-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

(ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี ตราด สมุทรปราการ
นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
67 ม.1 ถนนสุขุมวิท ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
โทรศัพท์ (038) 261-203, 273-702, 784 654-5
โทรสาร (038) 273 701
e-mail: ipc9@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

(สงขลา สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)
165 ถนนกาญจนวนิช ต.น่าน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
e-mail: ipc11@dip.go.th



NEC New
Entrepreneur
Creation