



ISSN 0125-8516
http://ejournal.tup.go.th

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 58 ฉบับเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2559



ผลิตภัณฑ์ ต้นแบบ

ISSN 0125851-6



ปี 2560 วารสารอุตสาหกรรมสารจะปรับปรุงระบบสมาชิกทั้งหมด โปรดยื่นใบสมัครใหม่ตามแบบฟอร์มท้ายเล่มนี้

หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ 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 ถนนเลี้ยวเมือง-นครสวรรค์ 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)
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 อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา
นครปฐม นนทบุรี รามบุรี สมุทรสาคร 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 สมุทรปราการ
นนทบุรี ปทุมธานี ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี
กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4422-3 โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานี หนองบัวลำภู 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)
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 ถนนคลังอาวุธ 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 สระบุรี
ตราด 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 10

(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)
131 ม.2 ถนนเทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
e-mail: cre-pic10@dip.go.th

Contents

ฉบับเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2559



05 Interview

แนนน้อย เวทย์พงษ์ เผยแนวทาง
พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบภายใต้โครงการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับ
ความต้องการของตลาด



07

Market & Trend

4 มุมมอง การพัฒนา
และการตลาดผลิตภัณฑ์ต้นแบบ



Showcase 10-41



16 คอลเลกชันเครื่องหนัง
สำหรับนักเดินทาง



20 'SBV' หมอนตุ้มโย
ลดคลายเมื่อยเมื่องม



21 'B-LOW 55'
ข้าวดัชนีน้ำตาลต่ำและกลาง

- 10 Golden Bee น้ำผึ้งผงพร้อมดื่ม
- 11 'Chevast Lanna' มาสก์หน้าผสมสมุนไพร
- 12 'Pita' Ceramic Body Fashion
- 13 'Amphan' หินเซโนโรมา
- 14 'Cher' กระเป๋าตังคังจากกก
- 15 'Brownana' บานานา ดั่งใจ
- 18 'โยโหมะ' ผลิตภัณฑ์จากโปรตีนไหมธรรมชาติ

17 กระเป๋าคลาสมหนัง
และนาฬิกาข้อมือ



- 19 'คาราวะ' กระเป๋าดูแลผิวร่วมสมัยจากผ้าทอคารวะ
- 22 'TAI-TAI' Shampoo & Hair Tonic ข้าวเหนียวดำ
- 23 'นาคแดง' ข้าวกล้องงอกผงขงตีมกลิ่นกาแฟ
- 24 'Black Hills' กาแฟพรีเมียม
- 25 'แก้วภพ' กระเป๋าสะพาย (เป้)
- 26 'สมคิดผ้าฝ้าย' ชุดผ้าฝ้ายสุขภาพสตรี
- 27 แจกัน ถาดผลไม้ คอลเลกชันเหลี่ยมเพชร
- 28 ภาชนะสแตนเลส กลุ่มโพธิ์ทองอรุณ



30 'Hattalila' กรอบรูปดอกไม้ประดิษฐ์

- 29 'Yaya' สปุราข้าว
- 31 กระเป๋าสตางค์จากไม้ไผ่ผสมผ้าแคนวาส
- 32 กระเป๋าเดินทางแบบล้อลากจากงานสานกก
- 33 'แลเลนอง' กุ้งเคปปรุงรส
- 34 'SAORI for TSUNAMI THAILAND'
ผลิตภัณฑ์ทอมือเปลี่ยนชีวิต
- 35 'รุ่งทิวา' กระเป๋าไอเดียเก๋
- 36 'Difference Mellow Mask'
มาสก์หน้าจากข้าวและน้ำมันมะพร้าว
- 37 'Talung Light' โคมไฟหนังตะลุง
- 38 ชุดรับแขก-โต๊ะ หินหยาง
- 39 'Allopa' โลชั่นจากสารสกัด
เมล็ดหมามุ่ยพันธุ์อินเดีย
- 40 'เอิร์บดิโอ' ชาชงสมุนไพร



41

'Paperista Bohemian Recycling'
เครื่องประดับสไตล์โบฮีเมียนจากลูกปัดกระดาษ

พลิกคัมภีร์สร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คุ้มค่าเปิดเงินงบประมาณ

นับเป็นการผิวกำลังครั้งสำคัญของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ทุกหน่วยงานในสังกัดทุกแห่งทุกภูมิภาค ต่างระดมความคิด ระดมสมองออกแบบ และระดมที่ปรึกษาทุกด้าน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและโอท็อปให้มีมูลค่า และมีคุณค่าเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลซึ่งกำหนดให้การส่งเสริมเอสเอ็มอีเป็นวาระแห่งชาติ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้จัดทำ “โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผู้ประกอบการเมื่อได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว ยังมีการทำตลาดออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขณะเดียวกันก็พาไปทดสอบตลาดจริง รวมทั้งเชื่อมโยงตลาดในกลุ่มอาเซียนด้วย ฯลฯ

เงินงบประมาณ 90 ล้านบาทภาครัฐทุ่มลงไปเพื่อสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบในครั้งนี้ คุ้มค่าเปิดเงินอย่างคาดไม่ถึง เพราะเราจะได้เห็นผลิตภัณฑ์รูปลักษณะใหม่จากวัตถุดิบในท้องถิ่น ได้เห็นการแปลงค่าวัฒนธรรมไทยสู่เชิงพาณิชย์ ออกมาอวดโฉมให้คนไทยและชาวต่างชาติได้เทกระเป๋าสตางค์

วารสารอุตสาหกรรมสารฉบับนี้ ได้นำบางส่วนของผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาให้อ่านได้ชื่นชม 32 ผลิตภัณฑ์ จากจำนวนทั้งหมด 264 ผลิตภัณฑ์ ขอเชิญท่านค้นหาเนื้อหาและภาพตามอัธยาศัย.

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

ที่ปรึกษา

นายสมชาย หาญหิรัญ

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายประสงค์ นิลบรรจง

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพรเทพ การศัพท์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางอนงค์ ไพจิตรประภาภรณ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายอดิทัต วัฒนสินธุ์

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลียนโมฬี

กองบรรณาธิการ

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์, นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์,

นายวีระพล ผ่องสุภา, นายไพฑูรย์ มะเมี่ยมเมือง

นางเกสร ภูแดง, นายชนนศ ศรีพิทักษ์

นายธนาธิร กล้าพัก, นางสาวสุรางค์ งามวงศ์

นางสมใจ รัตนชาติ, นายสุรินทร์ ม่วงน้อย

นางสาวกัลลิกา ชุมศรี, นางสาวกนกกรักษ์ นุกุลโรจน์

นางสาวศิริธร ชัยรัตน์, นายธวัชชัย มะกล้าทอง

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรดักชั่น (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายใหม่

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทร. 0 2991 3031-3 แฟกซ์. 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่น้ำสุดท้ายของเล่ม
จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

แนนน้อย เวทยพงษ์ เผยแนวทางพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์
เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ
ของตลาด



ที่มาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั่วประเทศ

นางแนนน้อย เวทยพงษ์ ผู้อำนวยการ สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้กล่าวถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ที่เริ่มโครงการตั้งแต่การถ่ายทอดแนวคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตลาดเป็นตัวนำ โดยใช้รูปแบบการอบรมให้ความรู้และให้บริการปรึกษา แนะนำด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่กับบรรพจรรยาสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรพจรรยาซึ่งนำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้น และตอบโจทย์ตลาดได้อย่างยั่งยืน เป็นการรองรับการเปิดเสรีของ Asian Economy Community (AEC) และการเข้าสู่ตลาดสากลต่อไป

“โครงการนี้เราได้รับงบประมาณจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ด้วยจุดประสงค์ต้องการเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักของโครงการไปพร้อมกัน การอบรมปูพื้นฐานความรู้ให้ผู้ประกอบการที่เน้นเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูงขึ้น การพัฒนาให้มีความแตกต่าง มีความหลากหลายในเชิงนวัตกรรม ในเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งตรงนี้จะทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าได้มากขึ้น”

จุดเริ่มต้นของการปูพื้นฐานความคิดให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชนจะเริ่มให้ประโยชน์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้รู้จักตลาดกลุ่มเป้าหมาย มองเห็นเทรนด์ตลาด และกลับมาค้นหาแนวคิดของตนเองที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง แปลกใหม่และเป็นที่ต้องการของตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ที่อิงกับ

เทรนด์สุขภาพ ผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบแปลกใหม่ มีดีไซน์ ผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ทำควบคู่ไปกับการออกแบบแพ็คเกจจิ้ง ซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งที่เข้ามาช่วยเพิ่มมูลค่าได้อีกทางหนึ่ง ต่อจากนั้นเป็นการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่มีที่ปรึกษาเข้าไปป้อนแนวคิดร่วมพัฒนาจนกระทั่งได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบออกมา

“หลังจากที่ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบก็เป็นเรื่องของตลาด มีการทำตลาดออนไลน์ โดยผ่าน E-Catalog เข้าสู่ช่องทางเว็บไซต์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขณะเดียวกันก็มีการพาไปทดสอบตลาดจริงทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ รวมทั้งภาคธุรกิจกับตลาดในกลุ่มอาเซียน 3 คือ เวียดนาม พม่า และจีน เพราะเรามองว่าสินค้าจะไปตลาดสากลได้ ควรไปตลาดอาเซียนได้ก่อน”

ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วต้องสามารถเพิ่มมูลค่าได้

สำหรับบทบาทของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนที่เข้าไปพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมีการดำเนินการในขั้นตอนย่อย ตั้งแต่การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคหรือสำรวจความต้องการสินค้าในตลาด (Market Survey) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยกรมจัดว่าต่อบริษัทในการทำต้นแบบแล้วหลังจากจัดทำต้นแบบแล้วจะนำไปทดสอบตลาดกับผู้บริโภคกลุ่มเล็กๆ เพื่อการทดสอบรูปแบบลักษณะ รสชาติ ซึ่งจะช่วยให้มีข้อมูลมาปรับปรุงต้นแบบผลิตภัณฑ์อีกครั้ง เพื่อช่วยให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเป็นที่ต้องการของตลาดจริง โดยกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการจะเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเอสเอ็มอี และวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในระดับหนึ่ง และมีความพร้อมที่จะ

ผลิตในเชิงพาณิชย์ และยกระดับสินค้าของตัวเอง มีความพร้อมไปสู่ตลาดสากลได้ โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร-เครื่องดื่ม และอาหารสัตว์, ผ้าและเครื่องแต่งกาย, ของใช้และของประดับตกแต่ง, ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก, สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร, เกษตรแปรรูป และบรรจุภัณฑ์ สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ สิ่งที่ต้องการเน้นคือให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Product Design and Development ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดได้ โดยเฉพาะการเข้าสู่ตลาด Niche Market ที่ต้องการสินค้าคุณภาพ งานแฮนด์เมด งานที่มีรูปแบบสวยงามโดดเด่นมีความแตกต่างไม่ซ้ำตลาดทั่วไป ไปที่เต็มไปด้วยการแข่งขันเรื่องราคา

“เป้าหมายของโครงการคือกลุ่มผู้ประกอบการ 2,500 ราย ซึ่งในการดำเนินการจริงมีผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมโครงการ 2,921 ราย สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผลการดำเนินโครงการฯ เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่นำไปผลิตจริง 264 ราย ตัวอย่างกระเป๋ายาวที่ยกระดับสู่กระเป๋าเดินทาง อาหารแปรรูปพร้อมรับประทาน ดอกไม้จันทน์ที่พัฒนาเป็นภาพประดับตกแต่ง เป็นการเปลี่ยนรูปแบบใหม่อาจเพิ่มมูลค่าได้ถึง 2-3 เท่าตัว เช่น ดอกไม้จันทน์ที่กลายเป็นของตกแต่ง สามารถออกสู่ตลาดเวียดนามได้ สมุนไพรพรีเมียม รูปแบบใหม่ปรับส่วนผสมโดยใช้เทคโนโลยีทางเคมีเข้ามา หรือน้ำปลาผงที่แก้ปัญหาเรื่องขนส่ง หรือแม้กระทั่งขนมที่ปรับรูปแบบใหม่เป็นขนมสไลด์มากรองของฝรั่งเศส และผ้าฝ้ายที่มีความทันสมัยขึ้น”

“ผลที่เกิดขึ้นจะวัดความสำเร็จจากมูลค่าของสินค้าที่เพิ่มขึ้น โดยคาดการณ์เบื้องต้นอย่างน้อยร้อยละ 30 ขึ้นไป สำหรับสินค้าบางตัวที่ยกระดับผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่อาจเพิ่มมูลค่าได้ถึง 2-3 เท่าตัว เช่น ดอกไม้จันทน์ที่กลายเป็นของตกแต่ง สามารถออกสู่ตลาดเวียดนามได้ สมุนไพรพรีเมียม รูปแบบใหม่ปรับส่วนผสมโดยใช้เทคโนโลยีทางเคมีเข้ามา หรือน้ำปลาผงที่แก้ปัญหาเรื่องขนส่ง หรือแม้กระทั่งขนมที่ปรับรูปแบบใหม่เป็นขนมสไลด์มากรองของฝรั่งเศส และผ้าฝ้ายที่มีความทันสมัยขึ้น”

เปิดเงินที่ทุ่มไปเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศ กระตุ้นเศรษฐกิจได้ 2 ระดับ

ผอ.แห่งน้อยมองว่า เม็ดเงินที่ทุ่มไปกับโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ ทั่วประเทศในครั้งนี้ ประมาณ 90 ล้านบาท จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้ 2 ระดับ ระดับแรกคือการใช้จ่ายเงินในการอบรม จัดจ้างที่ปรึกษา ใช้ในการซื้อวัตถุดิบ มีการทำอีคอมเมิร์ซ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยตรง ฯลฯ และระดับที่สองเมื่อมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาออกสู่ตลาดจริง เกิดการสั่งซื้อ มีการผลิตสินค้า และมีวงเงินที่เพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ จะช่วยให้ระบบเศรษฐกิจถูกกระตุ้นอีกระดับหนึ่ง

นอกจากนี้ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ ยังช่วยกระตุ้นแนวคิดผู้ประกอบการที่จะพัฒนาไปสู่นวัตกรรมในอนาคต ที่เน้นเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ในเชิงนวัตกรรม ในเชิงความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก ประเทศที่พัฒนาแล้วก็เน้นเรื่อง Niche Market สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ในเชิงวัฒนธรรม มีดีไซน์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรม โครงการฯ นี้จะเป็นพื้นฐาน ที่สำคัญต่อไปในอนาคต ทั้งยังเป็นการดึงเอาศักยภาพของผู้ประกอบการออกมา ซึ่งที่ผ่านมาผู้ประกอบการเองส่วนใหญ่มีแนวคิดต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แต่ไม่รู้จะเดินไปทิศทางไหน การที่มีทีมที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญลงไปช่วยป้อนแนวคิด ให้มุมมอง มองเห็นเอกลักษณ์ของตัวเอง มองเห็นเทรนด์ตลาดสินค้าในหลายแง่มุมจะทำให้เกิดการพัฒนาความคิดของผู้ประกอบการตามไปด้วย

การดำเนินงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จะมีหน่วยปฏิบัติอยู่ที่สำนักงานกลาง เช่น สำนักงานพัฒนาการจัดการ, กองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 1, กองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 2, สำนักงานพัฒนาชุมชน และหน่วยงานในภูมิภาค คือ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยมีหน่วยบริหารหลักคือ สำนักบริหารยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครั้งนี้เป็นโครงการนำร่องที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชนเป็นการเฉพาะ

“สำหรับการดำเนินงานต่อไป เนื่องจากเห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในเรื่อง High Value จึงมีการดำเนินการต่อเนื่องในปี 2559 และสำหรับรายที่ได้ดำเนินการแล้วในปี 2558 จะคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมาพัฒนาต่อในปี 2560 รายไหนที่มีศักยภาพจะเอามาต่อยอดอีก เพราะว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องต่อยอดอย่างน้อย 3 ปี ฉะนั้นเราก็จะพัฒนาต่อยอดให้ผู้ประกอบการมีมุมมองเพิ่มขึ้น ให้ผู้ประกอบการเห็นว่าเขามาถูกทางแล้ว ตลาดต้องการแบบนี้หรือควรปรับอย่างไร

ก่อนหน้านี้ผู้ประกอบการรายย่อยอาจไม่ได้มองจุดนี้ ทำให้ไม่สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้มาก เมื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้วไม่รู้จะไปต่อที่ไหน แต่โครงการนี้มีการต่อยอด หลังจากพัฒนาเสร็จมีการทดสอบตลาด เข้าสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ เมื่อผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้เห็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ครบวงจร เชื่อมการตลาดได้แบบนี้ ก็เกิดการกระตุ้นให้เริ่มมองถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเองต่อไป”

พัฒนาตลาด 3 ระดับ ตลาดใน - ตลาดอาเซียน - ตลาดโลก

ผอ.แห่งน้อย กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรมี 3 ระดับ คือ อันดับแรกพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองตลาดในประเทศ ลำดับที่สองผลิตภัณฑ์นี้ควรเข้าสู่ตลาดอาเซียน ลำดับที่สามต้องเข้าสู่ตลาดสากลคือตลาดโลก ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้นแบบจะถูกพัฒนาขึ้นไปเรื่อยๆ โดยมีโครงการในปี 2559 - 2560 เข้ามารองรับและเราได้วางทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไว้ในแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี ที่จะต้องยกระดับไปสู่การพัฒนาแบรนด์ของตัวเองแล้วเข้าไปสู่ตลาดโลกให้ได้

ในการพัฒนาโครงการฯ นี้เราจะมีงบประมาณน้อย แต่หากจำนวนผู้ประกอบการ 2,000 กว่าคนซึมซับแนวความคิดนี้ และมีผู้ประกอบการมีศักยภาพที่สามารถไปเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตัวเอง ในปี 2560 เราจะคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเข้ามาพัฒนาต่อ ให้รู้จักเทรนด์ รู้จักความต้องการของตลาด ต้องพัฒนาให้เข้าสู่ตลาด ให้ได้ทุกระดับและให้การส่งเสริมครบวงจร ต่อยอดยกระดับสินค้าขึ้นไปในแต่ละระดับและหากมีความสอดคล้องกับตลาดไหนก็เชื่อมไปสู่ตลาดนั้นต่อไป

เมื่อผู้ประกอบการสามารถเห็นช่องทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง และดำเนินการจนกระทั่งมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบออกสู่ตลาด จนประสบความสำเร็จก็จะเป็นกรณีศึกษาให้ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ดำเนินการตามไปด้วย

“สำหรับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ก็มีการส่งต่อไปให้หน่วยงานอื่นๆ ไปส่งเสริมต่อไป เช่น กระทรวงพาณิชย์พาไปออกตลาดในงานแสดงสินค้าหรือ Business Matching ช่วยให้การครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถเชื่อมสู่ตลาดให้ได้ ที่ผ่านมาเราอาจจะสนับสนุนแบบแยกส่วน ยังให้ไม่ครบด้วยกระบวนการงบประมาณ ซึ่งในฐานะผู้บริหารมองว่าควรปรับรูปแบบบริการที่ให้การส่งเสริมได้ตลอดชีพพลายเช่น เราอาจไม่ได้ให้บริการเองทั้งหมด แต่ต้องเชื่อมโยงให้ผู้ประกอบการได้สามารถไปต่อได้ ต้องการเรื่องใด เช่น คำแนะนำเบื้องต้นเรื่องเงินทุน เรื่องของบรรจุภัณฑ์ เรื่องของตลาด เราจะส่งต่อไปกับหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนั้นต่อไป ตัวอย่างเช่น ต้องการ Product Development เราส่งต่อให้กระทรวงวิทยาศาสตร์ โดยเราไม่ต้องให้บริการครบแต่ต้องเชื่อมโยงการให้บริการให้ครบและการพัฒนาในเชิงของการเพิ่มมูลค่า ต้องคิดในเชิงสร้างสรรค์ คิดในเชิงนวัตกรรม มาเป็นตัวพัฒนาโปรดักส์ ถึงจะเข้าสู่ตลาดซึ่งหัวใจสำคัญของการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์คือ การเอาตลาดเป็นตัวนำของการพัฒนาในทุกๆ เรื่อง”



สนใจสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
โทร. 0 2202 4501



4 มุมมอง การพัฒนาและการตลาด ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

เพ็ญศรี กองนพคุณ

ผู้อำนวยการกองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 1

**“ เติมเราพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้มองว่า
ตลาดมีความต้องการหรือไม่
เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปตามความต้องการของผู้ผลิต
มากกว่า ไม่ได้สนใจว่าผลิออกมาขายได้หรือไม่
แต่ตอนนี้เราใช้ตลาดเป็นตัวนำ ”**

กองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 1 เรามีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายหลักๆ อยู่ 4 สาขา ได้แก่ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังและรองเท้า อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องเรือนและคอมโพสิต สำหรับในส่วนของโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด หน่วยงานเรารับผิดชอบอยู่ 3 กิจกรรม คือ กิจกรรมพัฒนาผ้าผืนสู่เป้าหมายการเป็นผู้นำสิ่งทออาเซียน กิจกรรมพัฒนาต้นแบบผ้าใหม่ร่วมสมัย หรือ Modern Thai Silk และ กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสาขาเครื่องเรือนและคอมโพสิต

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบภายใต้โครงการนี้จะมุ่งเน้นการพัฒนาเป็นแบบ Value Chain และมองความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมพัฒนาผ้าผืนฯ เรามองว่าจะต้องพัฒนาผ้าผืนให้มีมูลค่าสูง มีคุณภาพพิเศษต่างๆ เช่น มีกลิ่นหอม กันน้ำ กันไฟได้ เป็นต้น และมองถึงความต้องการของตลาดปลายทางคือ ผู้ใช้ด้วย ยกตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์กระเป๋า รองเท้า ที่ใช้วัสดุจากผ้า การใช้งานต้องสามารถกันน้ำได้ ผู้ผลิตผ้าต้องพัฒนาผ้าให้มีคุณสมบัติกันน้ำได้ ประกอบกับผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นสินค้าแฟชั่น เรา มีการให้องค์ความรู้ด้านแฟชั่น เทรนด์สี เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถประยุกต์ใช้ผลิตภัณฑ์ให้มีสีสันตามเทรนด์สีของปีนั้นๆ

สำหรับกิจกรรม Modern Thai Silk เรามีการพัฒนาผ้าใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด คือ พัฒนาผ้าใหม่ให้ทันสมัยขึ้น มีรูปแบบ

หลากหลาย ดูแลรักษาง่าย สามารถนำไปตัดเย็บชุดสวมใส่ที่ทันสมัยตามแฟชั่นนิยม เรามีผลิตภัณฑ์ผ้าใหม่ใหม่ๆ ตลอดจนผ้าผืนที่มีคุณสมบัติพิเศษหลากหลายที่เกิดขึ้นจากโครงการนี้

ส่วนกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ สาขาเครื่องเรือนและคอมโพสิตเช่นกัน เรามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อ่างอาบน้ำสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากขนาดอันใกล้ สังคมของเราก็จะเป็นสังคมของผู้สูงอายุ โดยอ่างอาบน้ำที่พัฒนาจะมีประตูเปิด-ปิดได้ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเดินเข้าไปได้โดยไม่ต้องก้มตัว

จุดเด่นของกองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 1 คือ ด้วยการเป็น Sector Base ทำให้เราสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดสายการผลิตได้ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตัวอย่างเช่น ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เรานำกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด ทั้งที่เป็นผู้ผลิตเส้นใย เส้นด้าย ผ้าผืน และตัดเย็บเสื้อผ้า มาร่วมกันพัฒนาให้ความรู้เรื่องแฟชั่น เทรนด์สี และดูว่าผู้ผลิตปลายน้ำที่เป็นคนตัดเย็บเสื้อผ้าต้องการวัตถุดิบผ้าผืนอะไร ผู้ผลิตกลางน้ำที่เป็นคนทอผ้าก็ต้องไปพัฒนาผ้าให้ได้ตามความต้องการ ในการผลิตผ้าก็ต้องเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตต้นน้ำได้แก่ ผู้ผลิตเส้นใย เส้นด้าย ซึ่งต้องไปพัฒนาเส้นใย เส้นด้ายให้ตามความต้องการเช่นกัน เป็นทอดๆ ไป

ในด้านการตลาด เราได้ให้การสนับสนุนทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ สำหรับตลาดในประเทศจะมีงาน Thailand Industry Expo ที่กระทรวงอุตสาหกรรมจัดขึ้นทุกปี เป็นเวทีแสดงผลผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาและทดสอบตลาด อย่างล่าสุดเมื่อเดือนเมษายนที่ผ่านมา สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาดำเนินกิจกรรม ได้นำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาภายใต้กิจกรรมพัฒนาผ้าผืนฯ และกิจกรรม Modern Thai Silk ไปร่วมงาน Global Source Fashion ที่ประเทศฮ่องกง และงาน Premiere Vision ที่ประเทศฝรั่งเศส เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ซึ่งทั้ง 2 งาน ผลิตภัณฑ์ที่ไปจัดแสดงได้รับความสนใจจากผู้ซื้อชาวต่างประเทศพอสมควร

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นับว่าเป็นการพัฒนาที่ตรงประเด็น เพราะเดิมเราพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยไม่ได้มองว่าตลาดมีความต้องการหรือไม่ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปตามความต้องการของผู้ผลิตมากกว่า ไม่ได้สนใจว่าผลิออกมาแล้วจะขายได้หรือไม่ แต่ตอนนี้เราใช้ตลาดเป็นตัวนำ อย่างน้อยเมื่อมีเป้าหมายว่าเป็นตลาดประเทศอะไร เราก็จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ เป็นอย่างไร จะทำให้เราสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคของเขา และที่สำคัญคือผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ คิดว่ามาถูกทางแล้ว โครงการนี้จะเป็นกลไกของการพัฒนาเอสเอ็มอีให้เติบโตและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศได้ 



วิระวรรณ ปันทรสูตร ผอ. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

“เราพยายามเน้นให้ผู้ประกอบการ
มองตัวเองให้ออก
ส่งเสริมในสิ่งที่เขาเก่งอยู่แล้ว
ให้เก่งยิ่งขึ้น”

ธรรมชาติดีกว่า เพราะเรามีเจ้าหน้าที่ที่ชำนาญในเรื่องทอผ้าและย้อมผ้า มีองค์ความรู้เรื่อง
การย้อมสีธรรมชาติ ซึ่งตอนนี้เราทำเชดสีออกมาได้สวยงามเทียบเท่าสีเคมี เป็นจุดเด่นของ
ศูนย์ฯ ภาคที่ 7 และเมื่อนำไปทดสอบตลาดก็ตรงกับเทรนด์ของการบริโภคในปัจจุบันที่
ใส่ใจเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

ส่วนผู้ประกอบการที่เดินเรื่องการตัดเย็บ เราก็แนะนำให้ซื้อผ้าจากกลุ่มที่ผลิตผ้าผืน
พยายามทำให้เกิดการแมตช์ระหว่างผู้ผลิต ให้คนที่ตัดเย็บเสื้อผ้าเก่งและคนที่ทอผ้าเก่ง
ให้มาพบกัน ส่วนเรื่องการทอผ้าทางเจ้าหน้าที่ศูนย์ภาค 7 ก็ได้ทำการพัฒนาขยายหน้าผ้า
ให้กว้างขึ้น เพื่อให้สามารถทำผ้าปูที่นอน ผ้าคลุมเตียง และผ้าม่าน ทำให้เพิ่มมูลค่าขึ้น
ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างไปจากเดิม มีโรงแรมและงานตกแต่งภายในสั่งซื้อ เน้น
สีเอิร์ทโทน และมีนักออกแบบนำลายประจำจังหวัดที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสาน
ออกมามีความทันสมัยขึ้นเป็นทางเลือกให้ลูกค้า อย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋ากจากผ้าทอย้อม
สีธรรมชาติ มีการดีไซน์ให้เกาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นหรือวัยทำงานที่มีกำลังซื้อมากขึ้น

กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ตัวอย่างคือ แหนม ที่เคยขายแค่ตลาดในท้องถิ่นก็มี
การผสมสมุนไพร มีรสชาติต่างๆ ออกมา หรืออย่างข้าวเกรียบกุ้งที่พัฒนาเป็นข้าวเกรียบ
ข้าวไรซ์เบอร์รี่รสผักดก กลุ่มเครื่องสำอางก็มีโยเกิร์ตบัวหิมะที่เบตที่เติมผงกาแฟ คั่วบด
เข้าไปเพื่อลดกลิ่น เป็นต้น ข้าวเกรียบกุ้งขายสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป มีแนวคิดที่จะผลิต
สินค้าอีกกลุ่มลูกค้าอยู่แล้ว อยากไปเน้นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น จะได้เพิ่มมูลค่าสูง
ขึ้นได้ การสำรวจตลาดคนปัจจุบันต้องการสินค้าที่มีเรื่องสุขภาพมากขึ้น เน้นวัตถุดิบ
ท้องถิ่นและมีประโยชน์ เขามีแนวคิดที่จะเอาข้าวไรซ์เบอร์รี่และผักดก ซึ่งมีโปรตีนเข้ามา
ผสมกันออกมาเป็นข้าวเกรียบผักดก มีการปรับรสชาติ เข้าไปช่วยเรื่องของการเก็บรักษา
การออกแบบแพ็คเกจจิ้งนำมารวมกัน เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความน่าสนใจมากขึ้น คือ
ข้าวเกรียบสุขภาพในแบรนด์ใหม่ มีกลุ่มลูกค้าต่างกัน ตัวผลิตภัณฑ์เน้นกลุ่มกลางๆ

ขั้นตอนคือ เมื่อได้ผู้ประกอบการมาแล้วทางที่ปรึกษาจะสำรวจตลาด และนำข้อมูล
มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หลังจากพัฒนาเสร็จก็นำไปทดสอบตลาด อย่างเช่น
แหนมอัมพร สำรวจตลาดพบว่าลูกค้าอยากได้ ผลิตภัณฑ์แหนมที่แตกต่างจากเดิมหรือ
มีรสชาติที่แตกต่างออกไป ทีมที่ปรึกษาเข้าไปดูว่าสามารถทำอะไรได้บ้าง ขั้นตอนได้
ออกมาประมาณ 10 กว่ารสชาติ หลังจากไปทดสอบตลาดก็ได้ 5 รสชาติที่ผู้บริโภคมีความ
พึงพอใจที่สุด นำมาปรับปรุงจนได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 5 รสชาติ คือ แหนมสมุนไพร
รสพริก รสใบมะกรูด รสสมุนไพร รสตั้มยำ รสขิง เป็นทางเลือกมากขึ้น มีแพ็คเกจใหม่
บรรจุ 5 รสชาติในหนึ่งแพ็คเกจ จากแบรนด์ที่มีชื่อเสียงในกลุ่มตลาดล่าง ขายราคาถูก
ก็สามารถเพิ่มมูลค่าได้

ในเรื่องทดสอบตลาดมีการรวบรวมนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบตลาดใน
ส่วนกลางและนำเสนอผ่านช่องทางอี-คอมเมิร์ซ และทางศูนย์ภาค 7 หน่วยงานเครือข่าย
ที่มีการจัดงานแสดงสินค้า ส่วนในจังหวัดอุบลราชธานีจะมีการจัดสัปดาห์ หน่วยงานราชการ
ทั้งจังหวัดมาประชุม ก็ได้ให้ผู้ประกอบการไปออกบูธแนะนำสินค้าให้คนรู้จัก

ทุกโครงการที่มีขึ้นมาเป็นประโยชน์ทั้งนั้น เพียงแต่จะมีปัญหาและอุปสรรค
ในบางเรื่อง สำหรับโครงการฯ หลักๆ นี่เป็นเรื่องของระยะเวลาที่จำกัดในการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ ยังได้เสริมนวัตกรรมก็จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ สุดท้าย เป็นทางเลือกให้
ผู้บริโภคเกิดการซื้อเพิ่มขึ้น สุดท้ายคงเป็นกระตุ้นเศรษฐกิจ มีการค้าขายออนไลน์มากขึ้น
ใช้โซเชียลมีเดีย ให้คนเข้ามาสนใจแล้วทำให้ส่งสินค้า เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอยู่แล้ว
ถ้าไม่มีโครงการนี้ๆ ก็ทำรูปแบบเดิมๆ

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ
ของตลาดเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการอย่างมาก มีการ
คัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความพร้อม ซึ่งรวมถึงเรื่องเงินทุนและ
เวลาที่จะทำกิจกรรมในโครงการฯ ด้วย ในแง่ของการกระตุ้นให้
ผู้ประกอบการมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ถือว่า
ประสบความสำเร็จ เพราะหลายผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการไม่เคย
คิดถึงเรื่องการทำผลิตภัณฑ์ใหม่มาก่อน พอมีโครงการฯ นี้เข้าไป
ถือเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสนใจ เกิดการพัฒนา
เพราะรู้ว่ามีการรัฐเข้ามาช่วย หาที่ปรึกษาที่มีศักยภาพเข้ามา
มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาเป็นต้นแบบ

ในการดำเนินงานเราใช้สถาบันการศึกษาในพื้นที่คือ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีเป็นหลัก มีที่ปรึกษาที่มีความ
เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจากนอกสถาบันมาเสริมบ้าง เราคุยกัน
ตลอดทั้งศูนย์ฯ ภาค 7 ผู้ประกอบการ ที่ปรึกษา เมื่อที่ปรึกษาลง
พื้นที่ต้องมีทีมเจ้าหน้าที่ของเราไปประกบทำงานร่วมกัน
คอยติดตามและประสานความต้องการ บางครั้งผู้ประกอบการ
อาจต้องการทำมากกว่าขอบเขตของทีมที่ปรึกษา อย่างงาน
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ เราต้องส่งทีมนักออกแบบของเราไปช่วย
เพิ่มเติมในส่วนนั้น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบของศูนย์ภาค 7 เราพยายาม
เน้นให้ผู้ประกอบการมองตัวเองให้ออก ส่งเสริมในสิ่งที่เขาเก่ง
อยู่แล้วให้เก่งยิ่งขึ้น อย่างผลิตภัณฑ์ผ้าทอแปรรูป ศูนย์ส่งเสริม
อุตสาหกรรมภาคที่ 7 เน้นในเรื่องสีธรรมชาติ สร้างมูลค่าเพิ่มให้
กับผ้าผืน เพราะเรื่องรูปแบบเราดูภาคเหนือและอีสานตอนกลาง
และตอนเหนือไม่ได้ เพราะฉะนั้นเน้นในเรื่องผ้าย้อมสี

วิจักขณ์ รัตนสุวรรณ

ผอ. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5



“เรานั้นการใช้
วัตถุดิบในท้องถิ่น
และนำอัตลักษณ์
ของอีสานตอนกลาง
สะท้อนสู่ผลิตภัณฑ์
ให้มากที่สุด”

เรามีเป้าหมายพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 10 ราย โดยมีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นหน่วยร่วม เน้นให้ที่ปรึกษาเข้าไปพัฒนาร่วมกับผู้ประกอบการ โดยมีเจ้าหน้าที่ของศูนย์ฯฯ เราคอยเข้าไปติดตามและคอยเสริมด้วย เริ่มจากกระบวนการอบรมผู้ประกอบการ 100 ราย เน้นทางด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นหลักสูตรมาตรฐาน จากนั้นก็มีผู้เชี่ยวชาญในหลาย ๆ ด้าน มากันทรงคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและมีความมุ่งมั่นให้เหลือ 10 ราย เพื่อเข้าสู่กระบวนการพัฒนาต่างๆ จนกระทั่งออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จริงๆ ต้องใช้เวลา ซึ่งแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ สินค้านวัตกรรม เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่หรือแนวคิดใหม่ๆ ที่ไม่เคยนำเสนอในตลาดมาก่อน ตรงนี้อาจนำไปสู่การจดสิทธิบัตรทรัพย์สินทางปัญญาได้คือ ผลิตภัณฑ์ทดแทน โดยนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดอยู่แล้วมาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงบางอย่างเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคในระดับที่สูงขึ้นและสินค้าเลียนแบบที่เข้าไปแบ่งส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว สำหรับโครงการฯ นี้มีระยะเวลาค่อนข้างสั้น การที่จะทำให้เกิดผลต้องเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจริงๆ และการคัดหัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้านวัตกรรมเลยคงเป็นไปได้ยาก เพราะต้องผ่านกระบวนการวิจัย การทดลองหลายๆ ด้าน ซึ่งผู้ประกอบการเอสเอ็มอีหรือวิสาหกิจชุมชนอาจยังไม่พร้อม ดังนั้นส่วนใหญ่อาจจะจะเป็นประเภทผลิตภัณฑ์ทดแทน

โครงการฯ นี้เรานั้นการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและพยายามนำอัตลักษณ์ของอีสานตอนกลางสะท้อนลงไปสู่ผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและรวมอัตลักษณ์ของอีสานตอนกลางเข้าไปด้วย เพราะบรรจุภัณฑ์คือด่านแรกที่กระตุ้นความอยากซื้อของลูกค้า อย่างผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการนี้ รายหนึ่งมีผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว เป็นกลุ่มเวชสำอางบำรุงผมใช้สารสกัดจากมะหาด หลังจากเข้าร่วมโครงการก็มีแนวคิดนำ ข้าวไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์มาทดลองสกัด พัฒนาสินค้ากลุ่มเดิมให้เป็นแบรนด์ใหม่ ทำให้เพิ่มราคาขายได้ประมาณ 1.5 เท่า สามารถยกระดับกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่ยอมจ่ายแพงเพื่อให้มั่นใจว่าได้ของดี

ผลจากการทดสอบตลาดทำให้มองเห็นความต้องการในเรื่องความปลอดภัยอีกระดับ คือ ต้องการบริโภคสิ่งที่เป็นวัตถุดิบอินทรีย์หรือออร์แกนิกจริงๆ ไม่ผ่านการใช้สารเคมีตั้งแต่ต้นน้ำ เราก็สะท้อนตรงนั้นออกมา เน้นใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาต่อยอดแล้วใส่ในนวัตกรรมในการผลิตให้เกิดความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วในตลาด และพยายามผลักดันให้มีการสร้างแบรนด์ใหม่ขึ้นมา สำหรับแบ่งของการกระตุ้นเศรษฐกิจ ผลที่เกิดขึ้นมี 2 ส่วนคือ การที่เน้นใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นการกระตุ้นให้ต้นน้ำสามารถขายวัตถุดิบได้และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในภูมิภาคหรือท้องถิ่น ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่บางตัวก็มีโอกาสได้เข้าไปแข่งขันในตลาดต่างประเทศในกลุ่ม AEC หรือตลาดที่ไกลกว่านั้น ตรงนี้น่าจะมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศด้วย. 📌

รุ่งโรจน์ อีรุตน์

ผอ. ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4



“สิ่งที่เราพยายามมองคือ
ให้มีมูลค่าและคุณค่า
ที่ผู้บริโภคจะได้รับ
จากตัวผลิตภัณฑ์นั้นด้วย”

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจำนวน 16 ผลิตภัณฑ์ โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเป็นหน่วยร่วมดำเนินการ เริ่มต้นจากให้ความรู้เบื้องต้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง ระเบียบกฎหมาย รวมไปถึงเรื่องสิทธิบัตรและเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกออกมาได้ 16 กลุ่ม อบรมให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการออกแบบพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ในเบื้องต้น แต่สินค้าจะถูกพัฒนาไปในทิศทางใด ต้องมีองค์ประกอบอื่น มีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม หากความแตกต่างของสินค้าในเชิงธุรกิจ ดูแนวโน้มด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่คัดเลือกมาทำการวิเคราะห์ร่วมกับทางผู้ประกอบการ หาแนวทางในการพัฒนาให้ตรงความต้องการตลาด

สิ่งแรกที่ทำคือต้องรู้จักตลาดก่อน จากนั้นประเมินผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ตัวที่ปรึกษาและผู้ประกอบการจะต้องร่วมกันสำรวจตลาดหาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค เมื่อได้กลุ่มเป้าหมายได้คอนเซ็ปต์ก็มากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งหลักๆ แล้วดูภูมิปัญญาดั้งเดิมปรับขึ้นมาส่วนนวัตกรรม ไม่ใช่อัตลักษณ์ ใช้วัตถุดิบที่อยู่ในท้องถิ่นของผู้ประกอบการเป็นหลัก หากความแตกต่าง สิ่งที่เป็นมูลค่าเพิ่มและพัฒนาต่อผลิตภัณฑ์หลักควรจะเป็นอะไรที่ใส่เอกลักษณ์เข้าไปแล้วจะทำให้ผู้บริโภคสนใจและต้องมีองค์ประกอบอื่น อย่างบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ น่าองค์ประกอบพวกนี้มาผสมผสานกันให้ได้ผลิตภัณฑ์ขึ้นมา

กระบวนการต่อมาต้องมีการไปทดสอบตลาด คว้าสิ่งที่พัฒนาขึ้นมาจะตรงกับความต้องการจริงหรือไม่ มีการทดสอบตลาด วางจุดดีเอสให้ผู้บริโภคได้ทดลอง ได้ข้อคิดเห็นจากผู้บริโภคกลับมาทบทวน นำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์รวมถึงบรรจุภัณฑ์ด้วยให้ตรงความต้องการ จากนั้นก็กลับไปสู่กระบวนการผลิต ดูความเหมาะสม สามารถทำได้จริง จนกระทั่งได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่จะออกสู่ตลาดจริง

กลุ่มอาหารเครื่องดื่ม ต้องเข้าห้องปฏิบัติการ ดูว่าผ่าน GMP ผ่าน ออย. หรือไม่ ต้องมีเรื่องของมาตรฐานหรือคุณภาพอะไรที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงเรื่องของอายุสินค้า สำหรับกลุ่มสิ่งทอ จะมองไปที่ตัวผู้บริโภค ประโยชน์ใช้สอย พฤติกรรมการใช้ รวมไปถึงเทรนด์ แนวโน้มต่างๆ เราเน้นเรื่องของการใช้สีธรรมชาติเข้ามา ส่วนกลุ่มเวชสำอางก็ต้องผ่านความเห็นของเภสัชกร เรื่องของคุณสมบัติ เรื่องความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เป็นจุดเด่นที่ศูนย์ภาค 4 ใช้เป็นคอนเซ็ปต์ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งโดยหลักๆ เราจะนำเรื่องของภูมิปัญญาและอัตลักษณ์มาสร้างจุดเด่น ทั้งใส่เข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์หรืออาจเพิ่มเข้าไปในบรรจุภัณฑ์ สิ่งที่เราพยายามมองคือให้มีมูลค่าและคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์นั้นด้วย รวมถึงโอกาสในการเข้าสู่ตลาดที่เพิ่มขึ้น. 📌

Showcase

เรื่อง : จัษฎพร โยเหลา



น้ำผึ้งผงชงพร้อมดื่ม



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

เนื่องจากคุณบัญชา นทีศิริกาญจน์ ซึ่งทำธุรกิจฟาร์มผึ้งพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผึ้งครบวงจร มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 ได้เล็งเห็นคุณค่าของผึ้งที่เลี้ยง รวมถึงน้ำผึ้งก็เป็นผลผลิตที่ได้รับความนิยมนำไปเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมาย จึงริเริ่มแนวทางการแปรรูปน้ำผึ้ง เป็นการประยุกต์ผลผลิตจากผึ้งได้อย่างแตกต่าง โดยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งผงก็คือ สามารถละลายน้ำได้ง่ายกว่าน้ำผึ้งที่เป็นของเหลว พกพาสะดวก รับประทานง่าย สามารถนำไปผสมในเครื่องดื่มได้หลากหลาย โดยที่ยังคงคุณค่าทางโภชนาการและกลิ่นหอมหวานจากธรรมชาติเอาไว้ครบถ้วน

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากความต้องการที่จะต่อยอดน้ำผึ้งในรูปแบบของเหลว ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม แต่เพิ่มเติมนวัตกรรมให้กลายเป็นน้ำผึ้งแบบผง คุณบัญชาจึงปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อช่วยกันขึ้นรูปแนวคิดตลอดจนพัฒนาสูตรกระบวนการผลิต ตลอดจนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จนได้น้ำผึ้งผงที่มีกลิ่นและรสชาติที่ได้มาตรฐาน และยังสามารถละลายได้ดีในชา กาแฟ และเครื่องดื่มหลากหลายประเภท บรรจุในรูปแบบของแพ็คเป็นกล่องพกพาสะดวก และอำนวยความสะดวกสบายในการชง.



ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟาร์มผึ้งพัฒนา
187 หมู่ 7 ตำบลหนองผึ้ง อำเภอสารภ
จังหวัดเชียงใหม่ 50140
โทร. 0 5342 2460, 08 9851 8040
เว็บไซต์: www.phatthanakit.com



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

จากความฝันว่าจะต้องมีธุรกิจเครื่องสำอางเป็นของตัวเองในอนาคต ทำให้คุณเงินยวง ใจเที่ยง ก่อตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัดชีวาตม์-ลานนา ซึ่งทำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากสมุนไพรแบรนด์ Chevast Lanna เดินหน้าเรียนต่อที่คณะวิศวกรรมกระบวนการอาหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อสั่งสมองค์ความรู้ทางด้านวัตถุดิบต่างๆ และในปัจจุบันผลิตสินค้าออกสู่ตลาดมากกว่า 20 ชนิด โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายคนวัยทำงานที่รักความสวยงามและสุขภาพ รวมทั้งยังต้องการพัฒนาต่อยอดไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากความต้องการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับแบรนด์ ทำให้เลือกที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงผิวหน้า เนื่องจากเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ยอดนิยมที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุดและนำมาผสมกับสมุนไพรธรรมชาติที่สอดคล้องกับกระแสนิยมในปัจจุบัน โดยนำเสนอออกมาในรูปแบบเจลมาสก์หน้าผสมสมุนไพร อาทิ ผงทานาคา ผงว่านนางคำ เป็นต้น ซึ่งมีจุดเด่นคือ กลิ่นหอม ที่มีเอกลักษณ์ ช่วยบำรุงผิวหน้าให้ชุ่มชื้น กระชับใส สะดวกต่อการใช้งาน สามารถพอกทิ้งไว้ประมาณ 15-20 นาที ตัวมาสก์จะแห้งและลอกเป็นแผ่นได้

ซึ่งระยะแรกในการผลิตพบว่าผลิตภัณฑ์เจลมาสก์หน้ามีความชื้นน้อยเกินไป จึงได้ปรึกษากับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และร่วมกันพัฒนาสูตรและปรับส่วนผสมจนได้คุณภาพเป็นที่น่าพอใจทั้งสี กลิ่น คุณสมบัติ และความชื้นหนืดที่เหมาะสมรวมทั้งด้านบรรจุภัณฑ์และฉลากก็ได้รับการออกแบบโดยใช้ความรู้ของโทนีส์และดีไซน์เนอร์เข้ามาช่วยเพิ่มมูลค่าและยังสื่อถึงความอ่อนโยนตามแบบฉบับของหญิงสาวล้านนา.



Chevast Lanna

มาสก์หน้าผสมสมุนไพร



ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชีวาตม์-ลานนา

83-85 ถนนวัวลาย ตำบลหายยา จังหวัดเชียงใหม่ 50100

โทร. 08 6917 2768

เว็บไซต์: www.chevast.com

Showcase

เรื่อง : นุชนัตร จักรกลม



Pita Ceramic Body Fashion

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

บริษัท ขวาลทิพย์ แชนดิคราฟท์ จำกัด เป็นโรงงานผลิตสินค้าเซรามิกสไตล์แฮนด์เมด โดยเน้นผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ อาทิ ห้อยคอ ต่างหู แบรินด์ Pita made in Thailand ซึ่งก่อตั้งโดย **คุณณภัทร โชติพฤษชุกุล** ปัจจุบันมีสินค้ามากกว่า 4,500 แบบ จัดจำหน่ายทั้งในทวีปเอเชียและยุโรป

พัฒนาสู่ต้นแบบ

นอกจากรูปแบบสินค้าที่มีอยู่เดิมคุณณภัทรยังมีแนวคิดที่จะสร้างสรรค์สินค้าเครื่องประดับจากเซรามิกในรูปแบบใหม่ ที่มีความสวยงามโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ และยังไม่ีคู่แข่งในตลาด โดยแบ่งออกเป็น 5 คอลเลกชัน ได้แก่ สร้อยคอ Black and White จี้รูปทรงกลมลวดลายเส้นสีดำสลับขาวร้อยเชือกเทียนสีดำประดับด้วยลูกปัดเซรามิกเม็ดเล็กสีดำมาเรียงร้อยแบบธรรมชาติ และลูกปัดเซรามิก ลวดลายสลับสีดำ-ขาวเสริมความโดดเด่น เน้นสไตล์เรียบง่ายสวมใส่ได้ทุกโอกาส เครื่องประดับ Green Flower จี้รูปทรงกลมเจาะโปร่งตรงกลางร้อยแบบธรรมชาติ แต่เพิ่มลูกเล่นด้วยการใช้ลูกปัดสีเขียวขนาดเล็กมาเรียงร้อยหลายเม็ดด้วยเชือกเทียนหลายเส้นให้ดูมีลักษณะคล้าย



พวงอุ้งน มีตุ้มหูที่สร้างสรรค์ให้เข้าชุดกันด้วยรูปทรงกลมใช้ลูกปัดสีเขียวขนาดเล็กเรียงต่อกัน เน้นความสวยงามสามารถสวมใส่ได้ในโอกาสพิเศษต่างๆ เครื่องประดับ Pearma จี้รูปทรงหยดน้ำเจาะโปร่งตรงกลาง ร้อยสร้อยคอแบบธรรมชาติโดยใช้ลูกปัดขนาดเล็กสีส้ม ฟ้า ชมพู และเทา รูปทรงต่างๆ ตามสีของจี้มาร้อยเรียงกัน มีตุ้มหูรูปทรงหยดน้ำที่ใช้ลูกปัดสีส้มและชมพูขนาดเล็กเรียงต่อด้านบนเข้าชุด เน้นความเรียบง่ายเลือกใส่ได้กับชุดหลายสไตล์ เครื่องประดับ Dream Catcher จี้รูปทรงกลมเจาะโปร่งตรงกลาง ตัวสร้อยใช้เทคนิคการถักและพันด้วยเส้นด้ายสีต่างๆ รวมทั้งการใช้ห่วงวงกลมขนาดต่างๆ มาจัดองค์ประกอบต่อกันตัดทอนสีเพื่อสร้างความสะดุดตาให้กับตัวจี้ บางช่วงประดับด้วยลูกปัดเซรามิกที่นำมาร้อยประกอบ ส่วนตุ้มหูออกแบบล้อกันกับสร้อยคอ ให้ความรู้สึกสนุกสนาน สามารถสวมใส่ในโอกาสพิเศษได้อย่างลงตัว เครื่องประดับ Eden จี้รูปทรงกลม ใช้วิธีเลี่ยมจี้เซรามิกด้วยเงินซึ่งมีลวดลายดอกไม้อยู่ด้านหน้า ประกอบกับสร้อยเงินที่ช่วยเสริมให้ตัวจี้โดดเด่น ร่วมกับสร้อยแขนซึ่งทำจากตุ้มหู 4 ชิ้นประกอบกันโดยใช้เทคนิคการเลี่ยมด้วยเงินเช่นเดียวกับตัวสร้อย มีความสวยงาม เลือกสวมใส่ได้ในหลากหลายโอกาสพิเศษ

ซึ่งพัฒนาการของผลิตภัณฑ์ถือว่ามีการเติบโตขึ้นเป็นอย่างดี จากเดิมซึ่งเป็นเครื่องประดับเซรามิก ที่เน้นจี้พร้อมสร้อยเชือกคล้องคอ แต่หลังจากการเข้าร่วมอบรมกับศูนย์ส่งเสริมเซรามิก ก็ได้ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับผู้เชี่ยวชาญของ **ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** จังหวัดลำปาง จนออกมาเป็นเครื่องประดับสร้อยคอ สร้อยข้อมือ และต่างหู ที่โชว์ความโดดเด่นของงานดีไซน์และวัสดุที่ใช้ประกอบผลงาน ตลอดจนการร่วมมือกันออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นกล่องประดับตราสินค้า PITA โดยใช้กราฟฟิคดีไซน์มาช่วย ฝากช่องเป็นพลาสติกใสสวมปิดป้องกันฝุ่นละอองและยังสามารถเห็นชิ้นงาน เครื่องประดับได้มีฐานรองรับ ปรับตั้งแสดงสินค้าได้ประมาณ 30 องศา และมีแผ่นรองป้องกันการกระแทกกันของสินค้า.



บริษัท ขวาลทิพย์ แชนดิคราฟท์ จำกัด
82 ถนนพหลโยธิน ตำบลชมพู อำเภอเมือง
จังหวัดลำปาง 52100
โทร. 08 9191 1118



Amphan หินเซนอโรมา



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

กลุ่มรูปหอมอัมพันได้เริ่มรวมกลุ่มกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เพื่อผลิตรูปหอมไถ่โดยใช้สมุนไพรและเครื่องหอม อาทิ กายาน จันทน์เทศ อบเชย เป็นต้น รวมถึงผลิตภัณฑ์กลุ่มอโรมา จำหน่ายกันในหมู่บ้าน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2548 จึงตัดสินใจส่งผลิตภัณฑ์เข้าร่วม โอท็อปและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและความหลากหลายอย่างต่อเนื่อง ได้ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โอท็อป 5 ดาว ถึง 2 ปีซ้อน

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากความตั้งใจในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ทำให้กลุ่มรูปหอมอัมพันมีแนวคิดที่จะสร้างสรรค์ Aroma Zen Stone Diffuser โดยเริ่มจากทางกลุ่มได้รับจ้างผลิตหินเม็ดเล็กๆ ที่ทำจากแป้ง ผงหินบด และสีย้อมธรรมชาติ เพื่อส่งให้กับบริษัทส่งออก จึงนำวัตถุดิบนั้นมาขึ้นรูปเป็นชิ้นงาน Aroma Zen Stone Diffuser ซึ่งมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ขนาดกะทัดรัด ผสมผสานความโดดเด่นของกลิ่นหอมที่ปรุงแต่งจากพืชและสมุนไพรในห้องกลิ่นเหมาะสำหรับประดับตกแต่งภายในห้องเพื่อสร้างบรรยากาศให้หอมสดชื่น โดยใช้หลักการดูดซับน้ำมันหอมระเหยจากก้อนไม้สีก่อนหินก่อนจะกระจายกลิ่นหอมให้ระเหยออกมา ซึ่งผู้มีส่วนผลักดันให้ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสวยงามตอบโจทย์ดังที่เห็นในปัจจุบันก็คือ อาจารย์ในศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ร่วมมือกันพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยผสมผสานหลักของ Zen เข้ามาใช้ในการขึ้นรูปชิ้นงานให้เป็นหินอโรมาเจาะรู เป็นคอนเซ็ปต์ที่สื่อถึงวิถีแห่งธรรมชาติ ปราศจากการปรุงแต่งและการฉีกจิตใจ มาพร้อมก้อนไม้สำหรับตั้งหินให้เป็นรูปทรงและน้ำมันหอมขนาด 5 ซีซี. บรรจุในกล่องกระดาษ แตกต่างจากเดิมที่บรรจุหินเม็ดเล็กๆ ลงกล่อง.



กลุ่มรูปหอมอัมพัน

82 หมู่ 3 ตำบลแม่ตาว อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 63110
โทร. 0 5580 2707, 08 9681 1221, 08 9634 8491
เว็บไซต์ www.amphan.in.th

Showcase

เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน



Cher

กระเป๋าต่ากีสานจากกก



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหนองนกปีกกา จังหวัดตาก ซึ่งผลิตเสื่อกกเป็นสินค้าหลัก และมีแนวคิดที่จะนำเอาภูมิปัญญาการทอเสื่อกกจากบรรพบุรุษมาเติมแต่งไอเดียให้การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื่อกกที่มีรูปลักษณะที่ทันสมัยยิ่งขึ้นสำหรับใช้ในชีวิตประจำวันและในครัวเรือน ทั้งยังเป็นการสร้างอาชีพเสริมให้กับครอบครัวที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจอีกด้วย

พัฒนาสู่ต้นแบบ

เนื่องจากที่ผ่านมาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหนองนกปีกกา มีการผลิตเสื่อกกเป็นหลัก ก่อนจะประยุกต์มาเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน อาทิ กล่องทิชชู กระเป๋าถือ ของใส่เอกสาร ซึ่งส่วนมากมักเป็นชิ้นงานที่มีขนาดใหญ่ ใช้ระยะเวลาทำงานนาน ทำให้ทางกลุ่มฯ มีแนวคิดร่วมกันว่าอยากจะสร้างมูลค่าให้กับตัวสินค้าจากเสื่อกกชนิดใหม่ที่สามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวันได้ โดยใช้กระบวนการผลิตที่สั้นและประหยัดวัสดุมากที่สุด แต่ยังคงสามารถผลิตได้มากกว่าวันละ 1 ชิ้น จนมาลงตัวที่กระเป๋าต่ากีสานจากเสื่อกกแบรนด์เมอ (Cher) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มฯ เห็นพ้องว่าตอบโจทย์ในการสร้างสรรค์มากที่สุด จากนั้นจึงได้เข้าโครงการอบรมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งทำให้กลุ่มฯ ได้มุมมองใหม่ เสริมความแข็งแกร่งในการผลิตที่เพิ่มขึ้นและมีการนำวัสดุอื่นๆ เช่น หนังเทียม เข้ามาเสริมให้ตัวผลิตภัณฑ์โดดเด่นมากขึ้น เน้นรูปแบบที่ทันสมัยเรียบหรู รูปทรงยาว โดดเด่นด้วยสีธรรมชาติของกก เย็บมุมกระเป๋าด้วยหนังเทียม ซึ่งช่วยให้กระเป๋าสามารถมีอายุการใช้งานได้ยาวนาน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็ปรับให้อยู่กล่องกระดาษแบบลิ้นชักพร้อมซองผ้า ทำให้ชิ้นงานดูหรูหรา สร้างความประทับใจก่อนการใช้งานได้เป็นอย่างดี.



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหนองนกปีกกา
186 หมู่ 3 ตำบลโป่งแดง อำเภอเมือง จังหวัดตาก 63000
โทร. 08 4576 1408
เฟซบุ๊ก. www.facebook.com/toon.wawta

Brownana บานาน่า ดั่งใจะ



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณบุญส่ง แสงสมัย ผู้ก่อตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัด แม่ตะเพียนการเกษตร ขึ้นด้วยแนวคิดการนำวัตถุดิบขึ้นชื่อประจำท้องถิ่นอย่างกล้วยน้ำว้ามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยตาก สร้างชื่อเสียงจนเป็นที่รู้จักในชื่อ กล้วยตากป่าเพียน และยังมีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มากมาย อาทิ กล้วยตากอบน้ำผึ้ง กล้วยตากเคลือบรสชาติต่างๆ

พัฒนาสู่ต้นแบบ

เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปกล้วยน้ำว้า โดยเฉพาะกล้วยตาก มีแนวโน้มการขยายตัวสูง และมีผู้ผลิตเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ราคาสินค้าค่อนข้างถูกลง อีกก้าวหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยที่คุณบุญส่งต้องการก็คือ การปรับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ดูทันสมัยและมีรสชาติที่แตกต่างเพื่อสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภค จึงนำเอาเอกลักษณ์ของดั่งใจะ ขนมาจากประเทศญี่ปุ่น มาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์โดยใช้กล้วยเป็นวัตถุดิบได้ โดยได้ร่วมมือกับ**ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** และนำข้อเสนอแนะที่ได้มาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กลายเป็น**บราวานาน่า บานาน่า ดั่งใจะ** โดยมีจุดเด่นอยู่ที่การปรับรสชาติให้อร่อยถูกปาก เคลือบช็อกโกแลต รูปลักษณ์แปลกตาด้วยการนำมาเสียบแท่งพลาสติกคล้ายขนมดั่งใจะ ขนาดกะทัดรัดขึ้นรูปเป็นทรงกลม สะดวกต่อการบริโภค บรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ 2 ชั้น ชั้นในบรรจุของพลาสติกใช้โพลีเอทิลีนและภาพที่สื่อถึงรสชาติช็อกโกแลต ชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษดีไซน์สวยงามดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี.

ห้างหุ้นส่วนจำกัด แม่ตะเพียนการเกษตร
75 หมู่ที่ 5 หมู่บ้านท่าฟ้อ ตำบลท่าฟ้อ อำเภอเมือง
จังหวัดพิจิตร 66000
โทร. 08 1972 4473



Showcase

เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน



คอลเลกชัน เครื่องหนัง สำหรับนักเดินทาง



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

กว่า 15 ปี ที่ธุรกิจเครื่องหนังของครอบครัว **คุณคงสรรค์ อมรศีลสวัสดิ์** ได้ดำเนินการมาภายใต้ชื่อ กลุ่มหัตถกรรมเครื่องหนังรีไซเคิล และคุณคงสรรค์ได้รับช่วงจากรุ่นคุณพ่อในการสานต่อธุรกิจ และพัฒนาให้เป็นสารพัดผลิตภัณฑ์จากทั้งหนังนกกระจอกเทศ หนังจระเข้ หนังวัว และหนังปลากกระเบน ในสไตล์แฮนด์เมดจำหน่ายสู่ท้องตลาด เช่น ซองมือถือ ซองมีด เข็มขัดหนัง กระเป๋าหนัง โดยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอยู่ที่การใช้หนังแท้ผสมผสานดีไซน์และรูปแบบทันสมัย ผลิตด้วยการเย็บด้วยมือจากช่างฝีมือที่มีประสบการณ์ทำให้ชิ้นงานมีความประณีต

พัฒนาสู่ต้นแบบ

แม้ว่ากลุ่มหัตถกรรมเครื่องหนังรีไซเคิลจะผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบต่างๆ ออกมาอย่างหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในตลาด แต่ก็ยังคงมองหาผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างเสน่ห์แตกต่างเพื่อให้กลุ่มลูกค้าผู้ชื่นชอบงานเครื่องหนังทั้งชาวไทยและต่างชาติเกิดความสะดุดตา ทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมอบรมกับ **ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** และได้รับคำแนะนำในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังที่มีคอนเซ็ปต์เป็นคอลเลกชันสำหรับนักเดินทาง โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองตอบการใช้งานในมิติใหม่ เช่น ชุดเครื่องหนังสำหรับบุรุษ อย่างเข็มขัด กระเป๋าธนบัตร ซองใส่นามบัตร สมุดจดบันทึกพกหนังแท้ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปใส่หนังสือเดินทางได้ โดยยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของงานเครื่องหนังแท้เย็บมืออย่างการเดินเส้นขอบหนังด้วยฝีมืออันประณีต เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้และยังสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ.



กลุ่มหัตถกรรมเครื่องหนังรีไซเคิล

111/17 ถนนบริรักษ์ ตำบลอุทัยใหม่ อำเภอเมือง

จังหวัดอุทัยธานี 61000

โทร. 08 5711 7434



Showcase

เรื่อง : นุชเนตร จักรกลม

กระเป๋ากะลา ผสมหนัง และนาฬิกาข้อมือ



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณรุ่งนภา แฉ่งกอง ได้รวมกลุ่มแม่บ้านของชุมชนหัวเขาขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 โดยนำเศษวัสดุจากกะลามะพร้าวมาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปทรงสวยงาม นำใช้งานสามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มแม่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องใช้ เครื่องประดับ โคมไฟฟา กระเป๋า ตะกร้า สร้อยคอ สร้อยข้อมือแฟชั่น เสื้อและกระโปรง นาฬิกาสายทำด้วยกะลามะพร้าว และแผ่นรองเท้าเพื่อสุขภาพ

พัฒนาสู่ต้นแบบ

ซึ่งแนวคิดแรกเริ่มของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดจากผลิตภัณฑ์เดิมมีรูปแบบทั่วไปไม่มีความโดดเด่นจากสินค้าที่มีอยู่ในท้องตลาดมากนัก จึงเข้าร่วมอบรมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และนำคำแนะนำมาตั้งต้นออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น ด้วยการต่อยอดงานดีไซน์ของกระเป๋าถือสตรีและนาฬิกาข้อมือที่มีความทันสมัยและประณีตด้วยเอกลักษณ์จากงานร้อยลูกปัดกะลามะพร้าวและงานถักที่พิถีพิถันมาผสมกับงานหนังแท้ ซึ่งเสริมความหรูหราให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังสร้างความรู้สึกรักใคร่ใคร่ด้วยการรวมเอาจุดเด่นของวัสดุจากธรรมชาติใส่เข้าไปในชิ้นงาน มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และคงเสน่ห์ของภูมิปัญญาดั้งเดิม เหมาะกับผู้ที่ชื่นชอบงานทำมือ สามารถนำไปเป็นของขวัญของฝากและของที่ระลึกได้

กลุ่มแม่บ้านหัตถกรรม

503 ถนนพหลโยธิน ตำบลตาคลี อำเภอตาคลี

จังหวัดนครสวรรค์ 60140

โทร. 08 6337 0529



Showcase

เรื่อง : จักรพร โยโหล



โยโหล

ผลิตภัณฑ์จากโปรตีนโสมธรรมชาติ



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณวิภาวดี มีพลงาม เจ้าของผลิตภัณฑ์จากโปรตีนโสมธรรมชาติแบรนด์โยโหล เริ่มต้นผลิตและจัดจำหน่ายมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นการต่อยอดธุรกิจของคุณแม่จากกลุ่มทอดผ้าไหม-ผ้าฝ้ายบ้านนาดี โดยตั้งคุณสมบัติที่มีประโยชน์ของเส้นไหมที่ได้ นอกเหนือจากการทอดผ้า มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลผิวพรรณจากโปรตีนโสมธรรมชาติหลากหลายประเภท โดยใช้ชื่อแบรนด์ โยโหล ที่สื่อความหมายทั้งทางตรงและยังหมายถึงเส้นใยของไหมที่เปรียบเหมือนสายใยเชื่อมโยงจากกลุ่มทอดผ้าของแม่สู่ธุรกิจของลูก โดยมีความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์อยู่ที่วัตถุดิบธรรมชาติ ที่ให้คุณประโยชน์ด้วยโปรตีนจากโยโหล ซึ่งมีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อผิวช่วยบำรุงและฟื้นฟูผิว และยังปราศจากสารเคมีที่เป็นอันตรายต่อผิว อาทิ สบู่โปรตีนโสม สบู่เหลวเจลล้างหน้า เจลบำรุงผิว ครีมสครับขัดผิว โยโหลขัดผิว

พัฒนาสู่ต้นแบบ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แบรนด์โยโหลเริ่มต้นจากสบู่โปรตีนโยโหล และปัญหาที่พบในช่วงแรกก็คือความสวยงามในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขณะนั้น ซึ่งให้การบันทึกกระดาษคราฟท์สีน้ำตาลมาเป็นสายรัดสบู่ จึงเข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ประจำปี 2558 ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และได้รับคำแนะนำเรื่องของการปรับบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยพัฒนารูปแบบให้เป็นกล่องกระดาษสี่เหลี่ยมสีน้ำตาลที่มีดีไซน์สวยงาม เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้น่าใช้มากขึ้น ด้านโลโก้ได้ออกแบบเป็นรูปร่างไหมที่มีเส้นใยโสมพันอยู่รอบๆ และมีชื่อแบรนด์อยู่ใต้โลโก้ซึ่งช่วยสร้างการจดจำแบรนด์ได้ดี นอกจากนี้ยังได้รับคำแนะนำในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโปรตีนโสมธรรมชาติเพิ่มเติมอีกหลายตัวสำหรับเตรียมพัฒนาออกมาเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า.



โยโหล

23 หมู่ 10 บ้านนาดี อำเภอหนองแสง
จังหวัดอุดรธานี 41340
โทร. 08 8310 7577

เฟซบุ๊ก. www.facebook.com/โยโหล-Handmadeproduct

Showcase

เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน



การะวะ กระเป๋าดีไซน์ร่วมสมัย จากผ้าทอการะวะ

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์พื้นเมืองบ้านดินทรายอ่อน จังหวัดหนองบัวลำภู เกิดขึ้นจากการรวมตัวของชาวบ้านที่มีทักษะความชำนาญด้านการทอผ้าฝ้ายผืน แต่ยังคงขาดความเชี่ยวชาญด้านการแปรรูปและการตลาดจนกระทั่งปี พ.ศ. 2556 **คุณวรพงษ์ ชัยรัตน์** เล็งเห็นถึงคุณสมบัติเด่นของผ้าทอที่กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์พื้นเมืองบ้านดินทรายอ่อนผลิตขึ้น ทั้งด้านคุณภาพการทอและสีสันที่โดดเด่น เย็นตา มีความคลาสสิก จึงเข้ามาช่วยทำตลาด โดยรับซื้อผ้าฝ้ายจากทางกลุ่มฯ มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มต่างๆ ทั้งกางเกง เสื้อ กระเป๋า ที่สวมใส่สบาย รวมถึงได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

พัฒนาสู่ต้นแบบ

ในการสร้างแบรนด์นั้นคำว่า **การะวะ** ถูกนำมาใช้เป็นชื่อแบรนด์เนื่องจากมีความหมายที่ดี มีนัยยะเรื่องของความอบอุ่น อ่อนน้อม แฝงอยู่ในชื่อแบรนด์ แต่ด้วยความที่เป็นแบรนด์ใหม่ในตลาด ซึ่งอาจยังไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควรทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างแบรนด์ให้เติบโต แต่ก็ถือว่ามีโอกาสที่จะก้าวขึ้นมาเป็นแถวหน้าได้ ถ้าสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และสามารถตอบโจทย์ที่ตลาดต้องการได้ ซึ่งภายหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ประจำปี 2558 ของ **ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** ก็ได้คำแนะนำในเรื่องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์มากขึ้น โดยการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอมาแปรรูปเป็นกระเป๋าที่ตัดเย็บให้มีดีไซน์ทันสมัย สามารถปรับเปลี่ยนการใช้งานได้หลายฟังก์ชัน ไม่ว่าจะเป็นการถือ สะพายหลัง หรือสะพายข้าง และยังได้ออกแบบโลโก้ใหม่ให้มีเรื่องราวชัดเจน โดยนำแหล่งที่มาของวัตถุดิบมาใส่ในโลกเพื่อสื่อความหมายด้วย ซึ่งหลังจากที่ตัวผลิตภัณฑ์และโลโก้ถูกพัฒนาขึ้นใหม่ก็ถือว่าช่วยยกระดับแบรนด์ให้ดูโดดเด่นและยังเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าไปพร้อมกัน.



การะวะ

132 หมู่ 8 บ้านศรีเมืองใหม่ ตำบลเมืองใหม่ อำเภอสว่างวีรกรรม จังหวัดหนองบัวลำภู 39180

โทร. 08 7221 0295 / 09 2547 9545

อีเมล. ton.aspire_4520@hotmail.com

Showcase

เรื่อง : นุชนนตรี จักรกลม



\$B¥

หมอนตุ้มโย ลวดลายโยแมงมุม



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณวรรณภา อธิรัตน์ เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องนอน โดยเฉพาะที่นอนและหมอนหลากหลายประเภททั้งแบบใยสังเคราะห์ ฟองน้ำ และยางพารา รวมทั้งยังเป็นเจ้าแรกที่ผลิตที่นอน 3 พับจากวัสดุผ้าที่สะดวกต่อการพับเก็บและช่วยประหยัดเนื้อที่

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากเดิมผลิตภัณฑ์หมอนที่ผลิตได้รับการยอมรับจากลูกค้าในเรื่องของคุณภาพคุ้มค่าคุ้มราคา แต่ยังเป็นหมอนรูปแบบธรรมดาอยู่ จึงต้องการผลิตหมอนที่มีดีไซน์ที่โดดเด่นยิ่งขึ้น และหลังจากการเข้าร่วมอบรมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงพัฒนาดีไซน์หมอนจนเกิดเป็นหมอนตุ้มโย 4 ขนาด ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากตุ้มโยแมงมุม เครื่องประดับตกแต่งประจํางานบุญของชาวอีสานที่สื่อถึงความเชื่อว่าเป็นเครื่องรางที่นำพาโชคลาภมาสู่ผู้ทำถวายวัด คุณวรรณภาจึงนำผ้าพื้นเมืองมาผลิตเป็นปลอกหมอนเพื่อผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นดังกล่าวลงในชิ้นงาน รวมทั้งเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ทำให้หมอนมีคุณภาพดียืดหยุ่น ไม่ยุบตัว โดยใช้ชื่อแบรนด์และโลโก้ที่คิดขึ้นมาใหม่ให้ดูทันสมัยและเป็นสากลมากขึ้นว่า \$B¥ ที่สื่อได้ 2 ความหมายได้แก่ S คือ ดอลลาร์ B คือ บาท Y คือ เยนหรือหยวน ออกเสียงว่า เอส.บี.วาย. หรือสบาย ที่ให้ความหมายถึงความสุขสบาย ร่ำรวยเงินทอง ซึ่งเป็นความหมายดั้งเดิมของแบรนด์ นอกจากนี้ยังพัฒนาต่อเนื่องในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ปรับจากห่อพลาสติกธรรมดาให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีดีไซน์รวมเซตโดยใช้เชือกร้อยหมอนเข้าด้วยกัน รองฐานด้านล่างด้วยกระดาษแข็งเพื่อกันเปื้อน จัดจำหน่ายทั้งแบบแยกชิ้นและเป็นเซต สำหรับใช้ประดับตกแต่งบ้าน นอนหนุน แขนงโซฟา หรือนำไปเป็นของขวัญของที่ระลึกที่สื่อความหมายมงคลของจังหวัดในภาคอีสาน.



ที่นอนแสนสบาย

127/10 หมู่ 4 ถนนแจ้งสนิท ตำบลหัวหนอง
อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น 40110
โทร. 08 5012 0299, 09 3551 0985
อีเมล. wannapa.ab7@gmail.com

Showcase

เรื่อง : นุชเนตร จักรกลม

B-LOW 55

ข้าวดัชนีน้ำตาลต่ำและกลาง

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

จากบริษัท ร้อยเอ็ดผลิตภัณฑ์เกษตรและอาหาร จำกัด ซึ่งทำธุรกิจผลิตข้าวสารจากทุ่งกุลาร้องไห้ของครอบครัว **คุณเรศ มีโส** ได้นำเอาประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่มีมาผนวกกับนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบโจทย์ช่องว่างของตลาด จนเกิดเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดอีสานฟังก์ชั่นฟู้ดส์ ที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวดัชนีน้ำตาลต่ำสอดรับกับกระแสความใส่ใจสุขภาพที่แพร่หลายสู่กลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน

พัฒนาสู่ต้นแบบ

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวดัชนีน้ำตาลต่ำถูกต่อยอดมาจากกระแสสุขภาพที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ประกอบกับช่องว่างของตลาดที่ยังไม่มีผู้ผลิตข้าวประเภทนี้ ทำให้คุณเรศตั้งใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวดัชนีน้ำตาลต่ำ ที่เกิดจากการนำข้าวกล้องหอมมะลิ ข้าวกล้องหอมมะลิแดง ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่ และข้าวเหนียว มาทำให้มีค่าดัชนีน้ำตาลต่ำกว่า 55 (ค่าดัชนีน้ำตาลมี 3 ระดับ คือ ระดับต่ำ ไม่เกิน 55 ระดับกลาง 56- 69 และระดับสูง 70 ขึ้นไป) และยังได้ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญจาก **ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** เพื่อพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมอย่างข้าวสารดัชนีน้ำตาลต่ำบรรจุถุง เพิ่มเติมสู่ผลิตภัณฑ์ข้าวสอยดัชนีน้ำตาลต่ำพร้อมรับประทาน และข้าวปรุงสำเร็จดัชนีน้ำตาลต่ำพร้อมรับประทาน เช่น ข้าวผัด ข้าวมันไก่ เป็นต้น บรรจุในกล่องดีไซน์สวยงาม พรีเมียม แบรนด์ B-LOW 55 ที่ออกแบบเพื่อสื่อความหมายตรงตัวว่าเป็นข้าวดัชนีน้ำตาล ต่ำกว่า 55 ที่ตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิตที่รีบเร่งและสนองตอบความสะดวกสบายของกลุ่มลูกค้าคนเมือง กลุ่มผู้รักสุขภาพ หรือกลุ่มผู้ป่วยโรคเบาหวาน ได้อย่างหลากหลายและลงตัวยิ่งขึ้น.



ห้างหุ้นส่วนจำกัด อีสานฟังก์ชั่นฟู้ดส์
179/101 ถนนศรีจันทร์ หมู่ 6 ตำบลโนเมือง
อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 40000
โทร. 09 2519 3692
อีเมล. efood2015@gmail.com

Showcase

เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณปราณี ศิริบุรณพิพัฒนา รับราชการในตำแหน่ง นักวิชาการเกษตร ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบงานพืชสมุนไพรและต้องลงพื้นที่อยู่เป็นประจำ ทำให้มองหาผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยเรื่องการฟื้นฟูผิวพรรณที่คล้ำเสียให้คืนความกระจ่างใสอีกครั้ง และได้เจองานวิจัยที่น่าสนใจเกี่ยวกับสมุนไพรมะหาดที่มีสรรพคุณในการลดความหมองคล้ำและช่วยทำให้ผิวสดใสอย่างเป็นธรรมชาติ จึงได้ไอเดียในการนำสมุนไพรมะหาดมาเป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า และต่อ ยอดผสมผสานกับส่วนผสมอื่น ๆ และเสริมความแข็งแรงให้เส้นผม รวมถึงผลิตภัณฑ์อีกหลากหลายชนิดที่พัฒนาออกจำหน่ายสู่ท้องตลาด

TAI-TAI

Shampoo & Hair Tonic ข้าวเหนียวดำ

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากผลิตภัณฑ์สูตรเดิมคือ Shampoo & Hair Tonic ที่มีส่วนผสมของมะหาด ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ในด้านการตัดต้นมะหาดที่มีผลต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม คุณปราณีจึงคัดสรรวัตถุดิบใหม่ และทำการวิจัยจนพบว่าข้าวเหนียวดำมีสารที่ทำให้เส้นผมงอกเร็วขึ้นอีก 1 เท่า และช่วยยับยั้งผมร่วงและบำรุงให้เส้นผมแข็งแรง จึงได้ร่วมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พัฒนาลิขสิทธิ์ Shampoo & Hair Tonic สูตรใหม่ขึ้นมา ซึ่งมีสารจากข้าวเหนียวดำเป็นส่วนประกอบและผลิตแบบออร์แกนิก 100 % โดยใช้ชื่อ Organic Hair Tonic Mineral water Natural 100% No preservative No Chemical Alcohol free และได้รับอนุสิทธิบัตรวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญจาก iTAP สวทช กระทรวงวิทยาศาสตร์ นอกจากนี้ยังปรับชื่อและโลโก้แบรนด์ใหม่จากชาโมกซ์ (Chamoke) เป็นไทไท (TAI-TAI) ที่มาจากคำภาษาจีนว่า ไท่กั๋ว แปลว่าประเทศไทย รวมกับไทเกอร์ในภาษาอังกฤษที่แปลว่าเสือ ซึ่งตรงกับปีนักษัตรของคุณปราณี รวมกับการปรับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ดูพรีเมียมมากขึ้นด้วยการใช้สีตัวเป็นสีหลักของบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงเส้นผมและข้าวเหนียวดำ บรรจุในกล่องผืนผ้าฝ้ายเกิดปิเสื้อ ห่อหุ้มด้วยพลาสติกใสสองตัวที่สื่อถึงพี่น้องฝาแฝดผู้เกิดปิเสื้อ ห่อหุ้มด้วยพืชพันธุ์สมุนไพรซึ่งสื่อถึงผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก.



บริษัท ชาโมกซ์ จำกัด
888/4 หมู่ 8 ตำบลเมืองเก่า อำเภอเมือง
จังหวัดขอนแก่น 40000
โทร. 08 1209 2289
อีเมล. mn262505@gmail.com



นาคแดง

ข้าวกล้องงอกผงชงดื่มกลั่นกาแฟ



จากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานที่ดียิ่งขึ้น และเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคด้วยการคิดค้นกลิ่นต่างๆ ออกมาอย่างหลากหลาย โดยกลิ่นแรกที่วางจำหน่ายก็คือ กลิ่นกาแฟ เน้นเจาะกลุ่มลูกค้าผู้ชื่นชอบการดื่มกาแฟ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็มีการพัฒนาออกมาเป็นกล่องเหล็ก ซึ่งเป็นสากลและง่ายต่อการวางแผนขยายตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน นอกจากนี้ยังตั้งเป้าพัฒนาเรื่องกลิ่นใหม่ๆ ให้กับข้าวผงชงดื่มอีก 6 กลิ่นด้วยกัน ซึ่งอยู่ระหว่างการทำวิจัย.

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

จากปัญหาข้าวล้นตลาดที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรชาวบ้านในชุมชนตำบลโพนทอง ทำให้คุณสุภัทร สิทธิวงศ์ ตัดสินใจรวมกลุ่มกับผู้ที่ประสบความสำเร็จด้านการเกษตรและการจัดจำหน่าย เพื่อก่อตั้งศูนย์ช่วยเหลือชาวบ้านที่ประสบปัญหาและพัฒนาการแปรรูปข้าวเป็นข้าวผงชงดื่มพร้อมดื่มโดยใช้ชื่อข้าวอัศจรรย์ตานาคแดง

พัฒนาสู่ต้นแบบ

ผู้ประกอบการตั้งใจที่จะนำวัตถุดิบในชุมชนมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์และขยายช่องทางการจำหน่ายเพื่อนำเสนอให้เห็นถึงคุณภาพที่ดีของข้าวในท้องถิ่น โดยพัฒนาออกมาในรูปแบบข้าวผงชงพร้อมดื่มแบรนด์นาคแดงที่ผลิตจากข้าวชั้นดี 6 สายพันธุ์ของตำบลโพนทอง ที่มากด้วยคุณค่าทางโภชนาการและมีสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยชะลอความแก่ ซึ่งก็ได้รับความสนใจและผลตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพ นอกจากนี้ยังร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญ



วิสาหกิจชุมชนศูนย์ส่งเสริมการตลาด ตำบลโพนทอง
230/5-7 หมู่ 2 ถนนชัยภูมิ-บัวใหญ่ ตำบลโพนทอง
อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ 36000
โทร. 08 9710 9194, 09 8146 1785, 08 1721 5452
เว็บไซต์. www.gonkham.com

Showcase

เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน



Black Hills

กาแฟรีชดราย



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณณรงค์ฤทธิ์ ปิงวัง แห่งบริษัท แบล็คฮิลล์เบเวอเรจ จำกัด ผู้นำประสบการณ์ที่ได้คลุกคลีกับเกษตรกรและยังเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมเกษตรกรให้ปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิก้าในพื้นที่จังหวัดชัยภูมิ เพื่อทดแทนพืชพลังงาน ซึ่งเป็นจุดตั้งต้นที่นำไปสู่ธุรกิจกาแฟสดแบรนด์ 'ไวท์สโตน' (White stone) และพัฒนาเป็นกาแฟสำเร็จรูป 3 IN 1 'แบล็คฮิลล์' ซึ่งมีกลิ่นหอมและรสชาติกลมกล่อมเป็นเอกลักษณ์

พัฒนาสู่ต้นแบบ

เนื่องจากธุรกิจแรกเริ่มคือ กาแฟสด ทำให้คุณณรงค์ฤทธิ์ มีแนวคิดที่จะดึงเอาจุดเด่นด้านกลิ่นหอมและรสชาติของกาแฟสดที่คอกาแฟชื่นชอบมาประยุกต์เป็นกาแฟสำเร็จรูป โดยนำเอาเทคโนโลยีฟรีชดราย (Freeze Dry) เข้ามาใช้ในการกระบวนการผลิตเพื่อรักษาคุณภาพและกลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกาแฟสดเอาไว้ให้ได้มากที่สุด ซึ่งก็เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ได้เข้าร่วมอบรมประกอบกับด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบให้สะดวกต่อการถือ เป็นขวดแก้วที่มีหูหิ้ว และเข้าถึงง่ายโดยใช้การสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่น และยังช่วยสร้างการจดจำให้แก่ลูกค้าอีกด้วย.



บริษัท แบล็คฮิลล์เบเวอเรจ จำกัด

76 หมู่ 6 ตำบลบ้านเพชร อำเภอป่าหน่เมืองนคร
จังหวัดชัยภูมิ 36160

โทร. 08 4519 6661

เว็บไซต์. www.blackhillsbeverage.com



เก๋ากพ กระเป๋าสะพาย (เป้)

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

จากเศษผ้าไหมที่เหลือทิ้งนำมาแต่งเติมด้วยความคิดสร้างสรรค์จนกลายเป็นผ้าผืนใหญ่ที่แปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์เสื้อกางเกง และกระเป๋า ที่สามารถสร้างมูลค่าได้ด้วยตัวเองและยังได้รับความนิยม นำมาสู่การก่อตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนเก๋ากพ เมื่อปลายปี พ.ศ. 2556 เพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าจากผ้าทอพื้นเมือง โดยใช้ชื่อแบรนด์ 'เก๋ากพ'

พัฒนาสู่ต้นแบบ

สินค้าของแบรนด์เก๋ากพส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมในกลุ่มลูกค้าวัยทำงานและผู้สูงอายุเป็นหลัก ทำให้ผู้ประกอบการต้องการที่จะออกผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ จึงได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสร้างสรรค์กระเป๋าสะพาย (เป้) จากผ้าฝ้ายที่ตัดเย็บอย่างประณีตโดดเด่นด้วยขนาดกะทัดรัด ออกแบบให้มีรูปทรงทันสมัย สีสดใส สอดแทรกกลลวดลายที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อขยายฐานไปสู่ลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น อีกทั้งยังมีการผลิตจำนวนน้อยขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจ บรรจุในบรรจุภัณฑ์โทนสีน้ำตาลทองที่ให้ความรู้สึกละคราสถิก ผสานโลโก้และลวดลายของวัฒนธรรมศรีโคตรบูรณาล้านช้าง.



วิสาหกิจชุมชนเก๋ากพ

339/6 หมู่ที่ 4 อำเภอเมืองอำนาจเจริญ

จังหวัดอำนาจเจริญ 37000

Showcase

เรื่อง : นุชเนตร จักรกลม



สมคิดผ้าฝ้าย ชุดผ้าฝ้ายสุภาพสตรี

สามารถสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน แต่ในช่วงตั้งต้นเครื่องแต่งกายของสมคิดผ้าฝ้ายมีกระบวนการทอผ้าจากเส้นฝ้ายที่ย้อมด้วยสีเคมีเป็นหลัก และยังไม่ค่อยมีการพัฒนารูปแบบและใส่ความทันสมัยลงในชิ้นงานเท่าที่ควร ทำให้เกิดความสนใจจากลูกค้าได้น้อย จึงเข้าโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และได้ร่วมประยุกต์ผ้าฝ้ายทอมือให้เป็นเครื่องแต่งกายร่วมสมัยโดยมีการผสมผสานแนวคิดเชิงอนุรักษ์ขนานกับแฟชั่นนิยมเข้าด้วยกันอย่างลงตัว และถ่ายทอดออกมาผ่านชิ้นงานหลากหลายไม่ว่าจะเป็นเสื้อ กางเกง และกระโปรงลายผ้ามัดหมี่ลายทาง หรือสีพื้นที่ย้อมสีจากธรรมชาติ ที่สามารถโชว์คุณสมบัติเด่นของเนื้อผ้าที่นุ่ม ละเอียดย ระบายอากาศได้ดีออกมาได้อย่างน่าจับตามอง ส่วนป้ายสินค้าและโลโก้ก็ออกแบบเป็นลายขีดที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของลายผ้าพื้นเมือง ส่งผลให้สามารถขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและกลุ่มผู้ที่ชอบแต่งตัวได้มากขึ้น

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณอัจฉรา อ่อนละมุน ได้นำประสบการณ์ในการเป็นพนักงานขายเสื้อผ้าแบรนด์ตั้งยี่ห้อหนึ่งในห้างสรรพสินค้ามาประกอบเข้ากับงานดีไซน์สร้างสรรค์และแนวทางการตลาดที่ตอบโจทย์ในปัจจุบัน เพื่อถ่ายทอดแรงบันดาลใจในการนำผ้าฝ้ายทอมือของชาวบ้านโนนสว่าง จังหวัดอุบลราชธานี มาแปรรูปเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนสมคิดผ้าฝ้าย บ้านโนนสว่าง ขึ้นในปี พ.ศ. 2543

พัฒนาสู่ต้นแบบ

ด้วยวิสัยทัศน์ทางการตลาด ทำให้คุณอัจฉรานำมาต่อยอดเป็นไอเดียในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือให้กลายเป็นเครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบและดีไซน์ที่ทันสมัย

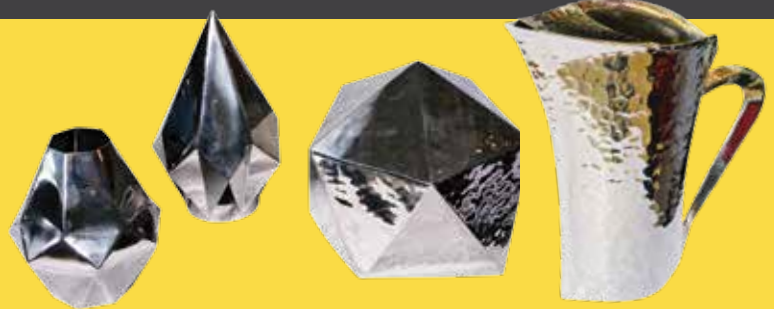
วิสาหกิจชุมชนสมคิดผ้าฝ้าย บ้านโนนสว่าง
67 หมู่ 11 ตำบลโพธิ์งาม อำเภอเดชอุดม
จังหวัดอุบลราชธานี 34160

Showcase

เรื่อง : จัษฎพร โยเหลา



แจกัน ถาดผลไม้ คอลเลกชั่นเหลี่ยมเพชร



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

กว่า 13 ปีที่ คุณวิภา วณิชธนภัทร และครอบครัว ผู้รับหน้าที่สืบทอดฝีมือด้านหัตถกรรมจากรุ่นสู่รุ่นได้ สรรสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบ้านห้วยหวายขึ้น และได้ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่งานหัตถกรรมทองเหลือง จนถึงงานสแตนเลสเนื้อดีที่มีรอยทุบค้อนซึ่งเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะและความประณีตงดงามจากช่างฝีมือชุมชนบ้าน ห้วยหวาย ที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับทั้งลูกค้า ชาวไทยและชาวต่างชาติ

พัฒนาสู่ต้นแบบ

แม้ว่าผลิตภัณฑ์จากกลุ่มหัตถกรรมสแตนเลส บ้านห้วยหวาย อาทิ ชุดเครื่องครัว, แก้วกาแฟ, เขี่ยก้อนน้ำ, ถังน้ำแข็ง, ที่เขี่ยบุหรี่, แจกัน, ถาดผลไม้ ฯลฯ จะมีจุดขาย อยู่ที่คุณภาพและความประณีตงดงามจากช่างฝีมือที่มีความเชี่ยวชาญขึ้นต่อขึ้น ซึ่งถ่ายทอดจากความตั้งใจของผู้ประกอบการที่อยากให้ผลิตภัณฑ์จากฝีมือคนไทยที่ สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น สามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต ประจำวันที่ผู้คนจะได้หยิบใช้ แต่เนื่องจากอุปสรรคของ ผลงานที่ดูหรูหรา ทำให้กลุ่มลูกค้าไม่กล้าที่จะนำไปใช้งาน

ในชีวิตประจำวัน ผู้ประกอบการจึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริม พัฒนาเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริม อุตสาหกรรมภาคที่ 8 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และได้ พัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หลายคอลเลกชั่น ที่ลดทอน ความหรูหราและผลงานรูปแบบที่ทันสมัยและเป็นสากลเข้าไป ทำให้ ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ มีดีไซน์สวยเก๋สามารถนำไปตกแต่งบ้าน คอนโดมิเนียม รีสอร์ท และโรงแรม รวมทั้งสามารถใช้งานได้เป็นประจำอีกด้วย นอกจากนั้น ผลิตภัณฑ์จากกลุ่มหัตถกรรมสแตนเลสบ้านห้วยหวายยังได้รับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม ส่งผลให้ตอนนี้ผลิตภัณฑ์สแตนเลสบ้านห้วยหวาย ได้รับการยอมรับจากลูกค้าอย่างกว้างขวาง.



กลุ่มหัตถกรรมสแตนเลสบ้านห้วยหวาย
24/1 หมู่ 3 ตำบลหนองปลาไหล อำเภอนองปรี
จังหวัดกาญจนบุรี 71220
โทร. 09 2548 9898
อีเมล. weena_bo@hotmail.com

Showcase

เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน

ภาชนะสแตนเลส กลุ่มโพธิ์ทองอรัญญิก

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

กลุ่มโพธิ์ทองอรัญญิก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีชื่อเสียงด้านความเชี่ยวชาญในการขึ้นรูปโลหะ โดยเฉพาะ การตีเหล็กเพื่อนำมาทำเป็นมีด หรือที่รู้จักกันดีในนาม มีดอรัญญิก โดยทางกลุ่มฯ ได้คิดต่อยอดผลิตภัณฑ์จากความเชี่ยวชาญตั้งต้นจนเกิดเป็นภาชนะสแตนเลสสำหรับใช้งาน บนโต๊ะอาหารและตกแต่งไลน์ผลิตภัณฑ์กลุ่มต่างๆ ที่ใช้ในครัวเรือน เนื่องจากเล็งเห็นว่าสแตนเลสเป็นวัสดุที่ทั้งความสวยงาม มีเอกลักษณ์ คุณภาพคงทน และไม่เป็นสนิม

พัฒนาสู่ต้นแบบ

กลุ่มโพธิ์ทองอรัญญิกได้ใช้เทคนิคการขึ้นรูปซึ่งสามารถดัดสแตนเลสให้ได้ผลงานเทคนิคการดัดกลายเพื่อสร้างลวดลายสวยงามต่างๆ โดยเริ่มต้นผลิตภาชนะที่ใช้บนโต๊ะอาหารเป็นส่วนเป็นหลัก และเมื่อเข้าอบรมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้นำเศษวัสดุสแตนเลสที่เหลือใช้จากกระบวนการผลิตหลัก มาลองขึ้นรูปด้วยเทคนิคใหม่ๆ ทำให้ได้ชิ้นงานที่มีรูปร่างและลวดลายที่ทันสมัยแปลกตา กลายเป็นงานฝีมือที่มีเอกลักษณ์เหมาะสำหรับเป็นของตกแต่งบ้านและยังนำไปใช้งานได้ในชีวิตประจำวันได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาที่ผสมผสานนวัตกรรมได้อย่างยอดเยี่ยม.



กลุ่มโพธิ์ทองอรัญญิก

44/1 หมู่ 6 ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13260
โทร. 08 1994 3396



Yaya สมุร่าข้าว

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

กลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ สมุรป่าอินไหม บ้านหนองสาหร่าย ได้ผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ทำจากวัตถุดิบโปรตีนไหมหลากหลายประเภท อาทิ สมุรป่าอินไหม สมุรป่าอินไหม แชมพู ตลอดจนครีมบำรุงผิวรอบดวงตา ภายใต้แบรนด์ ‘ยาญา’ (Yaya) ซึ่งได้รับรางวัล การันตีคุณภาพ OTOP 5 ดาว และรางวัลผลิตภัณฑ์ดีเด่นประจำจังหวัด โดยวางจำหน่ายตามตลาดน้ำในจังหวัดสุพรรณบุรีและกระจายสู่ตัวแทนจำหน่ายในหลายจังหวัด

พัฒนาสู่ต้นแบบ

เนื่องจากโปรตีนไหม เป็นวัตถุดิบที่มีต้นทุนค่อนข้างสูง ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากโปรตีนไหมมีราคาสูง ประกอบกับบรรพบุรุษที่มีความรู้ความชำนาญไม่ดั่งดุดความสนใจของกลุ่มลูกค้า ทำให้เข้าร่วมโครงการกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และได้แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ในท้องถิ่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ตัวเดิม จึงนำเอาข้าวหอมสุพรรณและข้าวไรซ์เบอร์รี่มาเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แชมพู ยาสีฟัน และสบู่สำหรับทำความสะอาดผิวหน้า ซึ่งมีคุณสมบัติช่วยขจัดเซลล์ผิวที่ตายแล้วและทำให้ผิวชุ่มชื้น โดยขึ้นรูปทรงรีขนาดประมาณ 100 กรัม ลักษณะคล้ายเมล็ดข้าว ร่วมกับการเพิ่มลูกเล่นให้กับบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยเน้นการออกแบบที่ทันสมัยและใช้สีเขียวเป็นสีหลักเพื่อสื่อความว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ.



กลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ
สมุรป่าอินไหม บ้านหนองสาหร่าย
520 หมู่ 2 ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอดอนเจดีย์
จังหวัดสุพรรณบุรี 72170
โทร. 08 9550 0258, 08 1493 2989

Showcase

เรื่อง : นุชนัตร จักรกลม



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณผ่องฉวี กองสุผล มีแนวคิดที่ต้องการสร้างชิ้นงานประดิษฐ์และใช้สอยในงานศพที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีตามท้องตลาด จึงเกิดเป็นธุรกิจผลิตดอกไม้จันทน์โดยใช้กระดาษที่มีสีสันสดใสและความสวยงามจากดอกไม้จันทน์ที่นำมาประกอบกันเป็นพวงหรีด โดยมีคุณไกรวุฒิ วงษ์กำปั่น ลูกชายเข้ามาช่วยพัฒนาธุรกิจในส่วนของการตลาดและการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย สร้างความน่าสนใจแก่ผู้พบเห็น และในแง่ของผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างสรรค์ออกมาก็สามารถรักษามาตรฐานด้านความสวยงามและคุณภาพได้อย่างยอดเยี่ยมจนได้รับรางวัล OTOP 5 ดาว ประจำปี 2552

พัฒนาสู่ต้นแบบ

ก่อนการเข้ารับการอบรมและปรึกษาแนะนำด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้ประกอบการหัตถิลลาคือ ดอกไม้จันทน์และพวงหรีดจากกระดาษ ซึ่งใช้เฉพาะในงานฌาปนกิจเท่านั้น แต่หลังจากการอบรมก็ได้้นำคำแนะนำถ่ายทอดให้นักประดิษฐ์ประจำกลุ่มเพื่อมาต่อยอดชิ้นงานให้มีรูปแบบที่หลากหลายยิ่งขึ้นสามารถนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันหรือเป็นของประดับตกแต่งบ้าน รวมไปถึงงานที่เกี่ยวกับการตกแต่งภายในโรงแรมและรีสอร์ทต่างๆ อาทิ กรอบรูปดอกไม้ประดิษฐ์ที่มีความพิเศษและสวยงามโดยใช้กระดาษทำเป็นดอกกุหลาบอังกฤษแซมดอกชวนชมเพื่อสอดแทรกความเป็นไทยลงไปได้อย่างน่าประทับใจ และในอนาคตก็มีแผนที่จะขยายการผลิตเป็น Backdrop งานแต่งงานหรืองานสำคัญต่างๆ อีกด้วย.



Hattalila

กรอบรูปดอกไม้ประดิษฐ์



หัตถิลลาคา

111/44 หมู่ 2 ตำบลมวกเหล็ก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี 18180

โทร. 08 7688 8291

เว็บไซต์. www.hattaleela.com



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดพบว่าสินค้าหัตถกรรมเป็นหนึ่งในสินค้าที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศ ซึ่งผลิตภัณฑ์จักสานถือเป็น 1 ใน 10 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง และ อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ก็เป็นแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงด้านงานจักสานไม้ไผ่มาช้านาน จนได้รวมกลุ่มจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมฝีมือการจักสานด้วยไม้ไผ่ขึ้นเนื่องจากสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงมีพระราชดำริให้ดำเนินการ “โครงการส่งเสริมฝีมือการจักสานด้วยไม้ไผ่ อำเภอพนัสนิคม ตามพระราชดำริ” โดยเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จักสานจากไม้ไผ่อย่างจริงจังและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่อย่างไม่หยุดนิ่งเพื่อสร้างโอกาสและเติมโตในการแข่งขันและการตลาด ตลอดจนได้จัดสอนการจักสานให้กับผู้สนใจ ซึ่งส่งผลให้เครื่องจักสานพนัสนิคมกลายเป็นสินค้าออกที่สำคัญ ทำรายได้ให้กับเกษตรกรชาวพนัสนิคม และกลายเป็นอาชีพหลักอย่างหนึ่งในปัจจุบัน

กระเป๋าถือจักสานไม้ไผ่ ผสมผ้าแคนวาส



พัฒนาสู่ต้นแบบ

ผู้ประกอบการต้องการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ โดยได้นำเอาวัตถุดิบอื่นๆ เข้ามาผสมผสานเพื่อขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีความสวยงามใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน คงทน และสามารถลดต้นทุนการผลิตด้วยการใช้ไม้ไผ่ให้น้อยลง ซึ่งได้ปรึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และนำภูมิปัญญาด้านงานจักสานมาพัฒนาต่อยอดเป็น กระเป๋าถือแบบ Tote Bag และ Hand Bag ที่นำงานจักสานไม้ไผ่มาประกอบกับผ้าแคนวาส ทำให้ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งด้านสี ลวดลาย และรูปทรงที่ทันสมัย ทำความสะอาดได้ง่าย ใช้งานได้ในหลายโอกาส ทำให้มีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่.



ศูนย์ส่งเสริมฝีมือการจักสานด้วยไม้ไผ่

36 ซอย 1 อินทองศา ตำบลพนัสนิคม
อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี 20140
โทร. 0 3846 1313 , 08 1899 4471

Showcase

เรื่อง : ชัยพร โยเหลา



กระเป๋าเดินทางแบบล้อลาก จากงานสานกก

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจชุมชนแปรรูปเสื่อกกบ้านบางพลวง เกิดขึ้นจากการรวมตัวของชาวบ้านในตำบลบางพลวง จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งมีอาชีพทอเสื่อจากกกขาย แต่ด้วยความที่ได้ราคาไม่ค่อยดี จึงรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนางานสานกกเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามความต้องการของตลาด เช่น กระเป๋า รองเท้าแตะ เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กลุ่มอย่างต่อเนื่อง

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากการแปรรูปงานจักสานจากกกให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในช่วงแรก อาทิ กล้องใส่ของ พบว่ามีอุปสรรคเรื่องของน้ำหนัก ทำให้เคลื่อนย้ายลำบาก ผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้แนะนำให้พัฒนาเป็นกล่องติดล้อและต่อยอดเป็นกระเป๋าเดินทาง สำหรับใส่เสื้อผ้าและสัมภาระ โดยประกอบตัวกล่องที่สร้างสรรค์จากกกเข้ากับชิ้นส่วนของกระเป๋าเดินทาง ได้แก่ สายรัดภายในช่องเก็บของ ตาข่ายมีชิปปิด ด้านนอกมีล้อและหูลาก กลายเป็นกระเป๋าเดินทางล้อลากจากงานสานกกซึ่งเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างแตกต่างและได้ความได้เปรียบด้านการแข่งขันด้วยรูปทรงเป็นเอกลักษณ์สะดุดตา แข็งแรงทนทาน ถูกใจกลุ่มลูกค้าที่ชอบงานหัตถกรรมจากวัสดุธรรมชาติ.



วิสาหกิจชุมชนแปรรูปเสื่อกกบ้านบางพลวง

49 หมู่ 1 ตำบลบางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี 25150
โทร. 08 1434 8203





แลเลนอง กุ้งเคยปรุสร

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณวิสุทธิ สิทธิเดช และกลุ่มชาวบ้านในชุมชนตำบลม่วงกลาง อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง ได้นำเอาแรงบันดาลใจจากผลิตภัณฑ์ปลาแห้ง มาดัดแปลงเป็นกะปิผงสำเร็จรูป ภายใต้แบรนด์ 'แลเลนอง' ซึ่งในช่วงทดลองตลาดผลตอบรับยังไม่ค่อยเป็นที่น่าพอใจเท่าที่ควร เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่คุ้นชินกับการใช้งาน จนกระทั่งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ อาทิ มาเลเซีย ซาอุดีอาระเบีย อินโดนีเซีย ลาว และเวียดนาม

พัฒนาสู่ต้นแบบ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์กะปิผงของวิสาหกิจชุมชนกะปิผงระนองร่วมกับโครงการผลิตภัณฑ์ต้นแบบศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อยกระดับวัตถุดิบในการปรุงอาหารอย่างกะปิให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ และถือเป็นเจ้าแรกในเมืองไทยที่ผลิตออกมาจำหน่ายซึ่งได้รับผลตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี จึงคิดต่อยอดผลิตภัณฑ์ตัวใหม่จากกุ้งเคย ซึ่งเป็นวัตถุดิบในพื้นที่ทะเลจังหวัดระนอง โดยนำมาอบแห้ง ปรับสูตรให้ทันสมัย บรรจุให้

ถูกปากผู้บริโภค เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างแต้มต่อในการขยายช่องทางตลาดใหม่ๆ ออกทดลองตลาดภายใต้แบรนด์แลเลนองกุ้งเคยอบแห้ง ที่ผลิตจากวัตถุดิบคุณภาพดี เป็นเมนูกินเล่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง สำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ยกเว้นคนที่แพ้อาหารทะเลไม่ควรรับประทาน บรรจุในถุงสุญญากาศที่มีคุณสมบัติในการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์คงความกรอบอร่อยได้นาน รวมทั้งปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้หัก ผสานการออกแบบที่สะดุดตาด้วยการใช้ภาพกราฟฟิกรูปกุ้งเคยสื่อถึงอาหารด้านในเพื่อส่งเสริมการขายให้กับตัวสินค้ามากขึ้น.



วิสาหกิจชุมชนกะปิผงระนอง

5/2 หมู่ 4 ถนนอ่าวเตย ตำบลม่วงกลาง
อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง 85000
โทร. 08 1788 7096



Showcase

เรื่อง : นุชนันตร จักรกลม

SAORI for TSUNAMI THAILAND

ผลิตภัณฑ์ทอมือเปลี่ยนชีวิต

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

หลังเกิดเหตุการณ์สึนามิ ภัยพิบัติทางธรรมชาติครั้งยิ่งใหญ่ทางภาคใต้เมื่อปลายปี พ.ศ. 2547 โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ประสบภัยด้วยศิลปะการทอผ้าด้วยมือแบบซาโอริ จึงได้ก่อตั้งขึ้นในปีถัดมา ณ อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา โดยมีจุดหมายในการสร้างอาชีพเพื่อเยียวยาจิตใจของผู้ประสบภัย และได้รับการสนับสนุนเครื่องทอผ้าจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งก็ดำเนินการต่อเนื่องมาอย่างจริงจังและขึ้นทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าซาโอริในภายหลัง โดยมีสมาชิกในกลุ่มประมาณ 20 คน ที่รับหน้าที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่งทอมือย้อมสีธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ภายใต้แบรนด์ SAORI for TSUNAMI THAILAND อาทิ กระเป๋าแฟชั่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้ารองจาน ที่รองแก้ว ของที่ระลึก จำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงออนไลน์ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะญี่ปุ่น ซึ่งเป็นตลาดหลัก

พัฒนาสู่ต้นแบบ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าซาโอรินำเอาองค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปะการทอผ้าด้วยมือแบบซาโอริ ซึ่งเป็นวิธีการทอผ้าแบบใหม่ของชาวญี่ปุ่น ที่มีต้นกำเนิดจากเมืองโอซากา ใช้การย้อมแบบธรรมชาติ และเครื่องมือที่ได้มาจากประเทศญี่ปุ่นมาผนวกเข้ากับการสร้างเอกลักษณ์อย่างอิสระ ทำให้เกิดเป็นลายผ้าที่มีดีไซน์และลวดลายไม่ซ้ำแบบใคร นำไปต่อยอดเป็นของใช้และมีการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ร่วมกับการยกระดับด้านบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ทันสมัยดูน่าหยิบใช้ให้กับตัวสินค้า โดยทางกลุ่มฯ เองก็เล็งเห็นว่าในกระบวนการผลิตทุกครั้งจะมีเศษวัสดุเหลือใช้เป็นจำนวนมาก จึงตั้งใจนำมาผลิตเป็นกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้แทนกล่องสี่เหลี่ยม และเข้าร่วมโครงการผลิตภัณฑ์ต้นแบบกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และนำเอา



ไอเดียใหม่ๆ ที่ได้รับการเข้าโครงการฯ มาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์เดิมสู่การเริ่มทำสมุดภาพจากผ้าเพื่อฝึกพัฒนาการของเด็กประถมวัย และขยายประเภทของผลิตภัณฑ์ไปจนเกิดเป็นกระเป๋าผ้าเด็กอ่อนสำหรับคุณแม่ที่มีลูกเล็ก ร่วมกับการพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีดีไซน์ที่ทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าและยังช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดที่กว้างขึ้นอีกด้วย.



วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าซาโอริ

ศูนย์ทอผ้าซาโอริ หมู่ 1 อ.บ.บางม่วง ถนนเพชรเกษม ตำบลบางม่วง อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา 82190

โทร. 08 7405 8435

เฟซบุ๊ก: Facebook.com/SAORI for TSUNAMI THAILAND

อีเมล: bearsaori@gmail.com





รุ่งทิวา

กระเป๋าดูเดียเก้

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

กลุ่มทักซิณเมืองทองบาติก เกิดขึ้นจากการรวมตัวของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ในช่วงเริ่มต้นทำการจำหน่ายผ้าตัดเสื้อชุด (ผ้าชิ้น) เสื้อผ้าสำเร็จรูป และพบว่ามีเศษผ้าที่เหลือจากการใช้งานเป็นจำนวนมาก จึงมีแนวคิดที่จะนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มจากผ้าที่ไม่ใช้แล้ว นำมาผลิตแบบแฮนด์เมดเป็นกระเป๋านขนาดเล็กแบรนด์ 'รุ่งทิวา' ที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครจำหน่ายตามร้านขายของที่ระลึกทั่วไป

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากความต้องการสร้างรายได้เพิ่มให้กับธุรกิจทำให้นางเอกสาวพื้นเมืองอย่างผ้าทอเกาะยอมาใส่ไอเดียสร้างสรรค์กลายเป็นกระเป๋านขนาดเล็กที่มีเส้นผ่าจากงานด้นมือ ที่ช่วยทำให้ชิ้นงานมีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าที่มีอยู่ในตลาด โดยในช่วงแรกที่เริ่มผลิตชิ้นงานยังคงเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมธรรมดา แต่ภายหลังจากการเข้ารับบริการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ทำให้ชิ้นงานมีการพัฒนาเพิ่มลูกเล่นลงไปในรูปแบบเป็นรูปสัตว์น้ำชนิดต่างๆ อาทิ ปลาแบบยาว ปลาแบบทรงรี และตัวกุ้ง ที่มีความสวยงามสะดุดตาและยังสอดคล้องกับทะเลซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวประจำจังหวัด.



กลุ่มทักซิณเมืองทองบาติก

16 ถนนทักซิณเมืองทอง 2 ตำบลหาดใหญ่

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

โทร. 08 1478 8397

Showcase

เรื่อง : นุชนัตร จักรกลม

Difference Mellow Mask

มาสก์หน้าจากข้าวและน้ำมันมะพร้าว



ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

ในปี พ.ศ. 2548 บริษัท ไทยนาโนเซลลูโลส จำกัด ได้ก่อตั้งและเริ่มต้นนำงานวิจัยนำจุลินทรีย์มาเลี้ยงในน้ำสับปะรดเพื่อสร้างเส้นใยเป็นผืนแผ่น เพื่อนำมาแปรรูปเป็นแผ่นปิดแผลและแผ่นปิดอเนกประสงค์ ต่อมาจึงได้คิดค้นและขยายไลน์ผลิตเป็นแผ่นมาสก์หน้าบำรุงผิว โดยใช้ข้าวและน้ำมันมะพร้าวเป็นวัตถุดิบแทนสับปะรด

พัฒนาสู่ต้นแบบ

หลังจากเพิ่มการผลิตแผ่นมาสก์หน้า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงผิว พบว่าผู้บริโภคต้องการแผ่นมาสก์หน้าที่มีคุณสมบัติช่วยให้หน้าขาวกระจ่างใส ซึ่งเป็นข้อจำกัดทางสรรพคุณที่แผ่นมาสก์หน้ารุ่นเดิมขาดไป รวมทั้งบรรจุภัณฑ์ยังไม่โดดเด่น จึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และได้ปรับปรุงสูตรการผลิตโดยใช้ข้าวพื้นเมืองพันธุ์เล็บนก มาเป็นสารอาหารเลี้ยงจุลินทรีย์ ซึ่งเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ และเพิ่มส่วนผสมอย่างวิตามินอี น้ำมันมะพร้าว กลีเซอรีน และคอลลาเจน ซึ่งเป็นสารบำรุงที่ทนความร้อนได้เข้าไปเป็นส่วนผสม ทำให้แผ่นมาสก์มีคุณสมบัติเด่นหลายประการ ได้แก่ ให้สัมผัสที่ชุ่มชื้น แนบผิว ติดไม่เลื่อนหลุด ช่วยให้แต่งหน้าง่าย เพิ่มการซึมซาบสารบำรุงให้กับผิวได้ดีขึ้น รวมถึงช่วยลดอาการแสบจากความร้อนและแสงแดด นอกจากนี้ยังทำการปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้มีจำนวนที่พอเหมาะต่อการใช้งาน 5 แผ่นต่อ 1 ชุดรวมถึงปรับดีไซน์ให้ดูสดใสสร้างภาพจำให้กับลูกค้าโดยใช้ภาพน้ำเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความชุ่มชื้นและภาพมะพร้าวในการสื่อถึงส่วนผสมของผลิตภัณฑ์.



บริษัท ไทยนาโนเซลลูโลส จำกัด

68 ถนนราเมศวร์ ตำบลคูหาสวรรค์ จังหวัดพัทลุง 93000
โทร. 08 1479 1399, 0 7461 3367



Talung Light

โคมไฟหนังตะลุง

ต้นตอผลิตภัณฑ์

กลุ่มแกะหนังตะลุง หน้าถ้ำพระเขาชัยสน เริ่มสร้างผลงานการแกะภาพหนังตะลุงเป็นตัวตะลุงเชิดที่ใช้ในการแสดงมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จากนั้นเมื่อการศิลปะแขนงนี้เริ่มไม่เป็นที่นิยม จึงนำความเชี่ยวชาญดังกล่าวมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งจากหนังตะลุงที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ถูกใจกลุ่มผู้ชอบของแต่งบ้าน และโรงแรม-รีสอร์ท ที่นิยมผลงานที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

พัฒนาสู่ต้นแบบ

เนื่องจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ทางกลุ่มแกะหนังตะลุง หน้าถ้ำพระเขาชัยสน สร้างสรรค์ขึ้นจะเน้นการแกะลายไทยโบราณ ซึ่งตอบโจทย์การใช้งานแบบเฉพาะกลุ่ม ทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการกับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด และเป็นสิ่งที่สามารถใช้งานได้ในชีวิตประจำวัน โดยนำข้อเสนอแนะมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โคมไฟตั้งโต๊ะ โคมไฟแขวน ที่ชุมชนมีปัญญากการแกะหนังตะลุงแบรนด์ 'Talung Light' โดยใช้โครงจากไม้ท้องถิ่นของทางภาคใต้ ซึ่งมีความแข็งแรง ทนทาน และรับน้ำหนักได้ดีมาประกอบเข้ากับเทคนิคการแกะสลักลวดลายร่วมสมัยและเป็นธรรมชาติที่ส่งให้แสงและเงาจากโคมไฟดูงดงามและมีมิติ นอกจากนั้นยังได้ออกแบบป้ายสินค้าใหม่ให้มีขนาดเท่านามบัตร พกพาง่ายและมีข้อความระบุข้อมูล ผู้ติดต่อ พร้อมเรื่องราวความเป็นมาเพื่อสร้างความน่าสนใจยิ่งขึ้น และยังสามารถเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดสู่กลุ่มผู้นิยมงานศิลปะรูปแบบใหม่อีกด้วย.



กลุ่มแกะหนังตะลุง หน้าถ้ำพระเขาชัยสน

107 หมู่ 3 ตำบลเขาชัยสน อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง 93130

โทร. 08 5897 2605, 06 2646 9255

Showcase

เรื่อง : นุชเนตร จักรกลม



ชุดรับแขก-โต๊ะ หยินหยาง



พัฒนาสู่ต้นแบบ

เนื่องจากต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของตัวเอง ประกอบกับความชอบด้านงานเฟอร์นิเจอร์เป็นทุนเดิม ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลงานไฟเบอร์กลาสรูปแบบใหม่ๆ เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้า ทำให้สมัครเข้าร่วมโครงการการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนและคอมพิวเตอร์กับกองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และนำแนวทางที่ได้จากโครงการมาพัฒนาขึ้นรูปชุดรับแขก-โต๊ะ หยินหยางที่สร้างสรรค์จากไฟเบอร์กลาสจนประสบความสำเร็จ เพราะคุณสมบัติของไฟเบอร์กลาสที่สามารถดัดแปลงเป็นรูปทรงหลากหลาย ทำสีได้ง่าย มีลวดลายสวยงาม ซึ่งส่งผลให้เกิดเป็นเฟอร์นิเจอร์ที่มีความโดดเด่นแปลกตาและยังมีแข็งแรงคงทน เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่สนใจงานเฟอร์นิเจอร์จากไฟเบอร์กลาสได้เป็นอย่างดี.

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

เมื่อ 8 ปีที่แล้ว คุณธรรมรัตน์ รุ่งสกุล เล็งเห็นโอกาสด้านงานไฟเบอร์กลาสในส่วนที่เกี่ยวกับการรับผลิตขึ้นรูปตามแบบในตลาดมีเพียงไม่กี่ราย จึงเริ่มต้นทำธุรกิจนี้โดยรับผลิตและออกแบบชิ้นงานไฟเบอร์กลาสทุกชนิดในช่วงแรกสร้างสรรค์ผลงานต่อเนื่องจนได้รับความนิยมไว้วางใจจากลูกค้าหลากหลายกลุ่มเป็นอย่างดี



บริษัท เอ็น ดีไซน์ จำกัด

97 ซอยโพธิ์แก้ว 3 แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ
กรุงเทพมหานคร 10240
โทร. 08 9766 9911



Allopa

โลชันจากสารสกัดเมล็ดหมามุ่ยพันธุ์อินเดีย

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วายแอนด์เอ็น เซอร์วิส เริ่มต้นธุรกิจด้วยการเป็นผู้พัฒนาเว็บไซต์ ก่อนจะเบนเข็มมาจับธุรกิจโลจิสติกส์ เนื่องจากอยากมีส่วนช่วยเกษตรกรในส่วนงานด้านการผลิตและจัดจำหน่าย โดยเป็นผู้จัดจำหน่ายและแปรรูปสินค้าเกษตรส่งออกต่างประเทศ

พัฒนาสู่ต้นแบบ

ได้สมัครเข้าร่วมโครงการเกษตรแปรรูป กองพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้จับเมล็ดหมามุ่ยพันธุ์อินเดีย ที่ถูกคัดออกจากการนำไปผลิตเป็นอาหารเสริม มาพัฒนาเป็นโลชันบำรุงผิวที่มีส่วนผสมจากสารสกัดเมล็ดหมามุ่ยพันธุ์อินเดีย แบรนด์ Allopa ซึ่งมีสรรพคุณในการปกป้องการสูญเสียความชุ่มชื้นให้ผิวดูมีสุขภาพดี เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีผิวแห้งหรือผิวแตกเป็นริ้ว โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป รวมทั้งยังดีไชน่บรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการใช้งานในรูปแบบหัวปั๊ม.



ห้างหุ้นส่วนจำกัด วายแอนด์เอ็น เซอร์วิส

50/250 หมู่บ้านพฤษภาภิรมย์ ถนนเลียบคลองสาม กรุงเทพมหานคร 12120

โทร. 08 1820 9990

Showcase

เรื่อง : นุชนนทร จักรกลม

เฮิร์บดิโอ ชาชงสมุนไพร

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

คุณกฤษฎี จุฑาเจริญสุข ได้นำแรงบันดาลใจด้านสุขภาพ มาก่อตั้งเป็นบริษัท กฤษเรศ จำกัด ขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ. 2554 เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและสมุนไพรไทยสำหรับดูแล และบำรุงสุขภาพ นำโดยชาชงสมุนไพรตรา ‘เฮิร์บดิโอ’

พัฒนาสู่ต้นแบบ

ท่ามกลางไลฟ์สไตล์และค่านิยมเรื่องสุขภาพที่มีแนวโน้ม ดีขึ้นในปัจจุบัน ประกอบกับการก้าวสู่ยุคของสังคมผู้สูงอายุ ชาชงสมุนไพรเพื่อสุขภาพ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อีกทั้งผู้บริโภคยังให้ความสนใจในเรื่องของ แพทย์ทางเลือกเพิ่มขึ้น ทำให้การเติบโตของตลาดชาเพื่อสุขภาพ มีความได้เปรียบ ซึ่งชาชงสมุนไพร ‘เฮิร์บดิโอ’ ก็มีความโดดเด่น เรื่องรสชาติที่กลมกล่อมรวมถึงการผสมผสานวัตถุดิบที่ได้รับการ คัดสรรมาอย่างพิถีพิถัน เช่น มะละกอดิบ ซึ่งมีสรรพคุณช่วย ล้างไขมันในลำไส้และในเส้นเลือด ไบหม่อน ช่วยลดน้ำตาล ในเลือด คอเลสเตอรอล ไบเตย ช่วยบำรุงหัวใจ แก้อ่อนใน อีกทั้งยังมีกรรมวิธีการผลิตด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย สะอาด ปลอดภัย ส่งผลให้มีผลตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้า

ซึ่งนอกจากการรักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์แล้ว คุณกฤษฎียังต้องการที่จะยกระดับตราสินค้าและภาพลักษณ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น จึงปรึกษากับ ผู้เชี่ยวชาญจากสำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ โดยเปลี่ยนจากซองมาเป็นกล่องกระดาษลาย กราฟฟิกที่สวยงามถึงความเป็นไทย สวยหรู และช่วยเสริมภาพลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ให้ดูมีระดับ เหมาะสำหรับซื้อเป็นของขวัญ โดย วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำและมีแผนขยายตลาดไปยัง ต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน.



บริษัท กฤษเรศ จำกัด

11 ซอยเจริญนคร 49 ถนนเจริญนคร บางลำพูล่าง
คลองสาน กรุงเทพมหานคร 10600
โทร. 0 2862 4710, 08 6397 4332



Showcase

เรื่อง : นันทนาพร อรินทมาโน



Paperista Bohemian Recycling

เครื่องประดับสไตล์โบฮีเมียน จากลูกปัดกระดาษ

ตั้งต้นผลิตภัณฑ์

การเป็นครูฝึกอาชีพให้กับองค์กรพัฒนาเอกชนของ **คุณเปรมวดี แก้วบุรี** กับการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้ให้ชุมชน โดยเรียงร้อยแนวคิดนำกระดาษเหลือใช้มารีไซเคิลอีกครั้งในรูปแบบของลูกปัด นำมาต่อยอดกลายเป็นเครื่องประดับชนิดต่างๆ เช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ แหวน ต่างหู ฯลฯ จากนั้นจึงได้รวมกลุ่มคนในชุมชนเพื่อผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดภายใต้ชื่อ Paperista เป็นต้นมา

พัฒนาสู่ต้นแบบ

จากวัสดุเหลือใช้จำพวกกระดาษสีจากนิตยสาร นำกลับมาใช้ใหม่ เปลี่ยนโฉมทำเป็นงานแฮนด์เมดตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งตรงกับแนวโน้มความต้องการในตลาดต่างประเทศที่หลงเสน่ห์สินค้ารีไซเคิลและสามารถลอกเลียนแบบได้ยาก โดยผลิตภัณฑ์เดิมออกแบบเครื่องประดับจากลูกปัดกระดาษเป็นชิ้น แต่ผู้เชี่ยวชาญจาก **สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** แนะนำให้พัฒนาเป็นคอลเลกชัน ประกอบด้วย สร้อยคอ กำไล ต่างหู ส่วนวัสดุอื่นๆ ที่เคยใช้ประกอบกับลูกปัด เช่น เชือกคอตตอน เชือกหนัง เชือกเทียน หรือเอ็น เปลี่ยนมาเป็นวัสดุจำพวกโลหะ เพื่อเพิ่มความสวยงาม และปรับเปลี่ยนชื่อจาก Paperista Recycle เป็น Paperista Bohemian Recycling เพื่อสื่อสารว่าเป็นเครื่องประดับสไตล์โบฮีเมียน โดยดีไซน์ออกมาได้อย่างสวยงามและมีมูลค่า อีกทั้งยังสร้างความแปลกใหม่ในท้องตลาดอีกด้วย.



Paperista Bohemian Recycling
209/69 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงตลาดบางเขน
เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210
โทร. 08 7691 1686

ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2560

☐ สมาชิกเก่า ☐ สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

ชื่อ / นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... เว็บไซต์บริษัท.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

ตำแหน่ง..... อีเมล.....



แบบสอบถาม

1. ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....

2. ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....

3. ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....

4. ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....

5. ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

6. การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

7. ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)

☐ การตลาด ☐ การให้บริการของรัฐ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ ระบุ.....

8. คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)

☐ Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) ☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล)
☐ SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) ☐ Report (รายงาน / ข้อมูล) ☐ Innovation (นวัตกรรมใหม่)
☐ Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) ☐ Book Corner (แนะนำหนังสือ) ☐ อื่นๆ ระบุ.....

9. ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน

☐ ได้ประโยชน์มาก ☐ ได้ประโยชน์พอสมควร ☐ ได้ประโยชน์น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์

10. เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ

☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 60 คะแนน



SME and OTOP

เนื้อหา/วิธีการ

สร้างการกระตุ้นให้ดำเนินการ

การตั้งค่า

โมเดล

เกี่ยวกับ

รูปภาพ

ถูกใจ

เพิ่มเติม

www.facebook.com/smeandotop

เฟสบุ๊ก : วารสารอุตสาหกรรม



เพื่อน : 283



อัปเดตสถานะ เพิ่มรูปภาพ/วิดีโอ สร้างอัลบั้มรูปภาพ

วารสารอุตสาหกรรม สังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้รวบรวมเรื่องราวของผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP ที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจของตน จนเป็นที่ยอมรับในระดับต่างๆ ในบทความสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจแต่ละรายได้เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการบริหาร การจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขยายตลาด ตลอดจนการแก้ปัญหาธุรกิจแต่ละประเภท เรื่องราวของผู้ประกอบการเหล่านี้ สามารถนำมาเป็นต้นแบบ หรือแนวทางในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี

วารสารอุตสาหกรรมรวบรวมบทความสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่ตีพิมพ์ในวารสารอุตสาหกรรมมาไว้ใน facebook : smeandotop ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของวารสารเล่มนี้ ขอเชิญเปิดหน้าจอกอมพิวเตอร์เพื่อค้นหาเรื่องราวที่ท่านกำลังมองหาได้ที่

www.facebook.com/smeandotop



ถูกใจ - ความคิดเห็น - แชร์

221 คน ถูกใจสิ่งนี้



คลิก : คาวนัโหลด

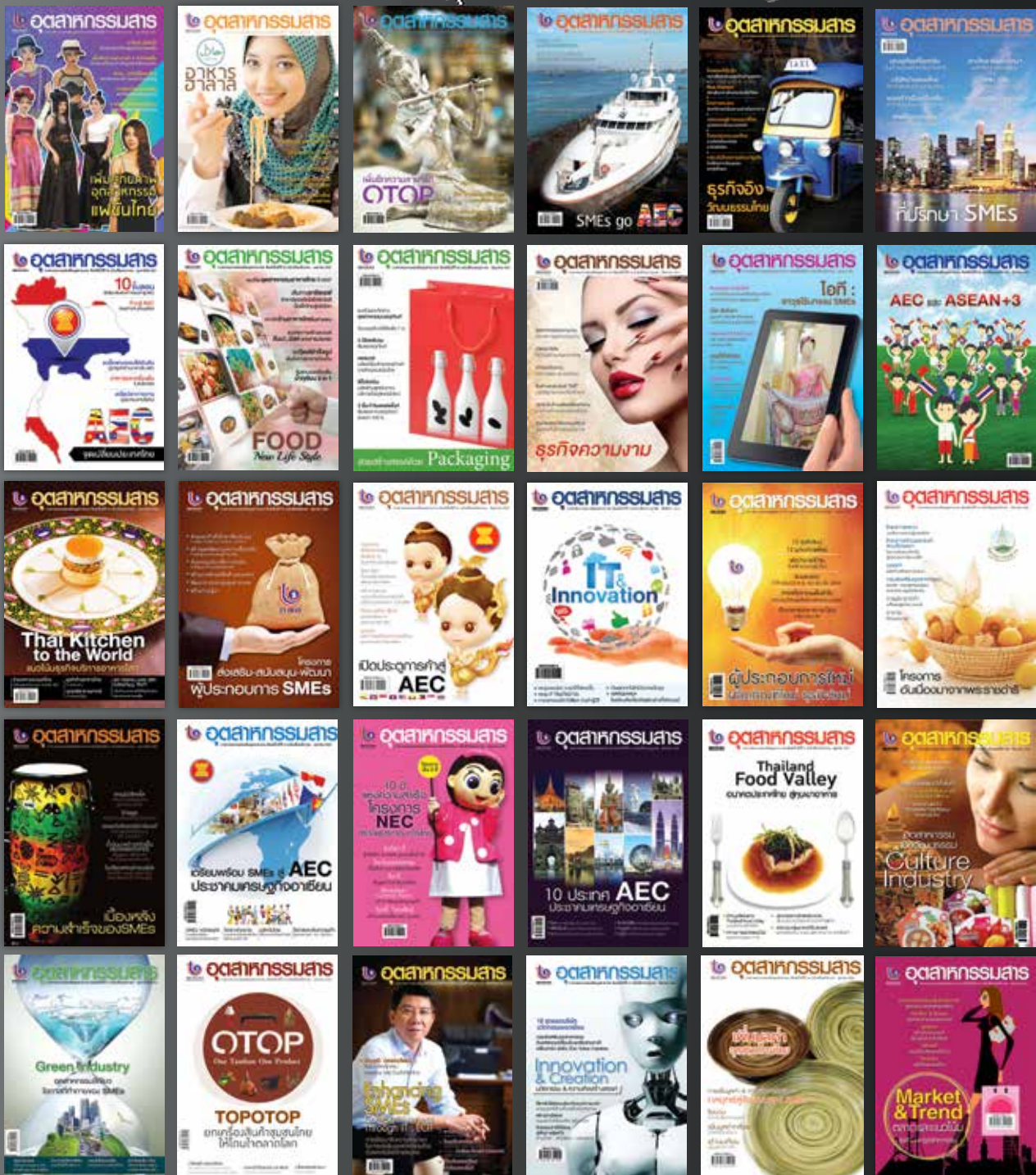


อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

เว็บวารสารฉบับใหม่ ! อุตสาหกรรมสารออนไลน์ <http://e-journal.dip.go.th> ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากรับข้อมูลคาวนัโหลดได้เลย



สมัครเป็นสมาชิกได้ที่

วารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข **0 2354 3299** หรือ สมัครผ่าน email : **e-journal@hotmail.com**