



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การประชาสัมพันธ์และสำรวจความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อ
ผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Innovative House ในงาน Thailand Bestbuys 2011”
สัญญาเลขที่ RUG5450026

โดย

ผศ.ดร.บัณฑิต อินดวงศ์

ชุดโครงการวิจัย “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม”
ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

ภาควิชาเทคโนโลยีอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร จ. นครปฐม

1. ชื่อโครงการ

“การประชาสัมพันธ์และสำรวจความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ Innovative House ในงาน Thailand Bestbuys 2011”

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

ชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. หลักการและเหตุผล

ชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) หรือ Innovative House เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนทุนวิจัยให้กับภาคอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้และเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้อุตสาหกรรมต่อไป โดยทั่วไปงานวิจัยที่นำไปแก้ปัญหาในทางอุตสาหกรรมอาหาร สิ่งที่ได้มา คือ Output ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของ Know How, Technology, Process หรือ Product ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักจะหยุดอยู่แค่จุดนี้ สิ่งหนึ่งที่ทาง Innovative House ต้องการจะผลักดันนั้นก็คือ การทำให้เกิด Outcome โดยการจัดการจาก Know How, Technology, Process จนได้มาเป็นตัว Product และจาก Product ผู้บริโภค

ด้วยกรอบแนวคิดที่ต้องการจะผลักดันให้เกิด Outcome นี้เอง ทาง Innovative House จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการจัดการดังกล่าว จึงได้มีความสนใจที่จะเข้าร่วมจัดงาน Thailand Bestbuys 2011 ซึ่งเป็นงานที่จัดโดยบริษัท เอ็น ซี ซี เอ็กซิซิชั่น ออคาไนเซอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ทางชุดโครงการฯ จึงเล็งเห็นว่าหากเป็นงานที่น่าสนใจและสามารถเป็นใช้เป็นช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานและนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้จากงานวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ คือ การนำสินค้าที่ได้ทำวิจัยร่วมกับ Innovative House มาจัดแสดง ซึ่งในส่วนนี้เองทางชุดโครงการจะได้ข้อมูลโดยตรงจากกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อสินค้าประเภทของชำร่วย ของที่ระลึกต่าง ๆ โดยมีกลุ่มผู้บริโภคตั้งแต่วัยรุ่น วัยทำงาน และแม่บ้าน ซึ่งจะเป็นข้อมูลและแนวทางที่ชี้ให้เห็นความต้องการ ประเภทของสินค้าที่โดนใจสำหรับกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ เพื่อที่จะนำข้อมูลในส่วนนี้เองมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายจะให้ความสนใจต่อสุขภาพเป็นอย่างมาก และนิยมสื่อสารแสดงความห่วงใยด้วยการส่งของขวัญ โดยเฉพาะช่วงปลายปี ตามเทศกาลหรือโอกาส โดยเฉพาะสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพ เสริมความงาม สินค้าที่ผลิตและแปรรูปจากวัสดุธรรมชาติ และสินค้าที่ให้ความรู้สึกละมุนคลาย เช่น สินค้ากลุ่ม ของที่ระลึกและของชำร่วย เสื้อผ้าสั่งทอ ดอกไม้และต้นไม้ประดิษฐ์

เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องหนัง เครื่องประดับ เครื่องประดับเทียมและนาฬิกา เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร สปา สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม เป็นต้น ซึ่งจะทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ซึ่งในการจัดแสดงในครั้งนี้จะสามารถใช้การจัดแสดงสินค้าในงานนี้เพื่อประชาสัมพันธ์ Brand ภายใต้งาน Logo Innovative House ในกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่ต้องการสำรวจการยอมรับแบรนด์ หรือรู้จักแบรนด์มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการเกิดการยอมรับ แบรนด์ และเข้าร่วมการวิจัยกันมากยิ่งขึ้น โดยในงานนี้เองประชาชนจะได้รับข้อมูล เกิดความเข้าใจในแบรนด์ Innovative House ในการพัฒนาสินค้าผ่านช่องทางกระบวนการวิจัย แล้วนำมาบริหารจัดการและการพัฒนาด้านการตลาด เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์สินค้า โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอาหาร และสินค้าเพื่อสุขภาพ อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ฝ่ายอุตสาหกรรม สังกัดสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาสินค้า ภายใต้งานการดูแลของ Innovative House และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในทางอ้อมอีกด้วย ซึ่งงานนี้จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 2-11 ธันวาคม 2554 ณ ห้องเพลานารี 1-3 โซน1-2 ห้องประชุมย่อย1-4 เมาน์เทน เอเทรียม พลาซ่า ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยจากการประเมินคาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมชมประมาณ 280,000 คน ซึ่งถือว่าเป็นการจัดการแสดงที่สำคัญและสามารถสื่อข้อมูลไปสู่ประชาชนและสังคมในวงกว้างได้เป็นอย่างดี

4. วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงความต้องการและความสนใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สินค้า ภายใต้งานแบรนด์ Innovative House
2. เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบรนด์และสินค้า และให้ข้อมูลในส่วนของการดำเนินงาน Innovative House ต่อประชาชนและผู้สนใจทั่วไป
3. เพื่อให้ประชาชนและผู้สนใจทั่วไปได้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการศึกษาวิจัยและพัฒนาจนได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์
4. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร หน่วยงานสนับสนุนการวิจัย และผู้บริโภค

5. ระยะเวลาการดำเนินงาน

เริ่มตั้งแต่ 1 กันยายน 2554 ถึง 31 ธันวาคม 2554 (4 เดือน)

จัดงานระหว่างวันที่ 2-11 ธันวาคม 2554

6. สถานที่ดำเนินงาน

บูธ P172-173 และ 175 ณ ห้องเพลานารี 1-3 ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

7. กลุ่ม/จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

ประกอบด้วยผู้ประกอบการหลัก จำนวน 5 ราย และรายย่อยอีกหลายราย ได้แก่

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



1. หจก.สินสาลี สแน็คแอนด์บิสกิต ที่ได้พัฒนางานวิจัยใน 4 เรื่อง คือ การศึกษากระบวนการผลิตแครกเกอร์ใหม่ ข้าวโพด แครกเกอร์จากข้าวมอลต์ด้วยเทคนิคไมโครเวฟ บิสกิตข้าวจากข้าวหอมมะลิและการใช้ประโยชน์จากน้ำหมักกะปิ โดยมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในด้านของสุขภาพเป็นพิเศษเนื่องจากมี Variety ของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายจากการใช้วัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวภายในประเทศ ได้แก่ กุ้งเคย ข้าวกล้องงอก ใหม ข้าวโพด และข้าวหอมมะลิ ที่สร้างความโดดเด่นในแง่ของสุขภาพ นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปเป็นขนมขบเคี้ยว ซึ่งมีการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยสร้างแบรนด์ของขนมขบเคี้ยว หจก.สินสาลี สแน็ค แอนด์ บิสกิต ได้นำเสนอสินค้าใหม่ 4 ชนิดที่เกิดจากงานวิจัยทั้งสิ้น คือ แครกเกอร์ใหม่ข้าวโพด ที่ได้จากการศึกษาวิจัยจากงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์แครกเกอร์เสริมใยอาหารจากใหม ข้าวโพด สัญญาเลขที่ I251A10024 ซึ่งได้รับทุนจาก IRPUS ปี 2551 แครกเกอร์กุ้งเคย เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์ของเหลวจากการหมักกะปิ” สัญญา RDG5150017 โดยการนำน้ำหมักกะปิมาแปรรูปเป็น Seasoning powder สำหรับเคลือบแครกเกอร์ แครกเกอร์ข้าวกล้องงอกเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์แครกเกอร์จากข้าวมอลต์ด้วยเทคนิคไมโครเวฟ” สัญญา RDG 5050119 และแครกเกอร์ข้าวหอมมะลิ ซึ่งได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์บิสกิตข้าวจากข้าวหอมมะลิ” สัญญา RDG5050122 จากการบูรณาการงานวิจัยทั้ง 4 เรื่องจึงก่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัททำให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายจากการใช้วัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวภายในประเทศ ได้แก่ กุ้งเคย ข้าวกล้องงอก ใหม ข้าวโพด และข้าวหอมมะลิ ที่สร้างความโดดเด่นในแง่ของสุขภาพ ซึ่งทำให้เกิดผลประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอาหารอย่างแท้จริง ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้วางจำหน่ายในร้านและห้างสรรพสินค้าต่างๆ เช่น Lemon farm Golden place Fly now (ร้านต้นกล้า) ร้านสบายใจ ร้านใบจาก (ปั๊มบางจาก) Seven-11 ร้านนาวิไล ร้านโป๊ะผัก เป็นต้น โดยมียอดการจัดจำหน่ายเดือนละ 1 ล้านบาท นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือขนมกลูเตนฟรี ซึ่งได้จากการศึกษาวิจัยในโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อสร้างแต้มต่อทางธุรกิจ RUG5450003 ซึ่งได้นำตัวอย่างมาจัดแสดงไว้ในงานเพื่อผลการตอบรับของผู้บริโภคด้วย

2. วิสาหกิจชุมชนกล้วยตากบุปผา ได้ร่วมศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษากระบวนการผลิตไซรัปจากกล้วยตากคกเกรด (Banana Syrup) แล้วพัฒนาออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ ซึ่งได้นำสนใจมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ที่สามารนำไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์อาหารได้หลากหลาย รวมถึงให้คุณลักษณะเฉพาะตัวทางด้านกลิ่นรส และรสชาติ และได้รับข้อมูลจากกระบวนการศึกษาวิจัยจากงานวิจัยที่เกี่ยวกับกล้วยตาก จากที่ผู้บริโภคทั่วไป (End-Consumers) เห็นว่ากล้วยตากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่น่าสนใจมากนัก เนื่องจากยึดติดกับความรู้สึกรสชาติของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะวางขายทั่วไปไม่มีจุดเด่นที่ชัดเจนและน่าดึงดูดใจเพียงพอ รวมถึงลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดใจ จึงมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นสินค้าสำหรับตลาดกลุ่ม Premium โดยควร Focus ไปที่ตลาดต่างประเทศ และ Niche market ของไทย เช่น สนามบิน โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ดังภาพด้านล่าง ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้การยอมรับในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่



เป็นอย่างมาก สำหรับวิสาหกิจชุมชนกล้วยตากนุปลา ได้มีการนำเสนอสินค้า คือ กล้วยตาก ซึ่งเกิดจากการศึกษาวิจัยในโครงการต่าง ๆ ดังนี้ การอบแห้งแบบไม่ต่อเนื่องและการควบคุมอุณหภูมิการเกิดกลาสรานซิชั่นที่มีต่อคุณภาพกล้วยตาก RDG4950116 และผลิตภัณฑ์ Banana Syrup ซึ่งเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์อาหารได้หลากหลาย รวมถึงให้คุณลักษณะเฉพาะตัวทางด้านกลิ่นรส และรสชาติ โดยผลิตภัณฑ์นี้ได้จากงานวิจัยเรื่อง “การผลิตไซรัปจากกล้วยตากตากเกรด” สัญญา RDG5150003 และการผลิตไซรัปจากกล้วยตากในระดับปฏิบัติการ RDG5250091 และผลิตภัณฑ์กล้วยตากซุบซ็อกโกเลต ซึ่งได้จากการศึกษาวิจัยในโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อสร้างแต้มต่อทางธุรกิจ RUG5450003 ซึ่งกล้วยตากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากได้มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และวิธีการจำหน่ายให้ดูเป็นสินค้าที่ Premium มากยิ่งขึ้น ซึ่งยอดการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวประมาณ 3.5 ล้านบาทต่อเดือน ซึ่งกำลังขยายการตลาดเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยในปัจจุบันได้มีการจัดจำหน่ายในร้านและห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์ Lemon farm Golden place พารากอน เอ็มโพเรียม ฯลฯ และได้ส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น ฝรั่งเศส สวีเดน อเมริกา และฮ่องกง เป็นต้นนอกจากนี้ยังได้รับการติดต่อจากลูกค้ารายอื่น ๆ ทั้งที่เป็น Trader ต่างประเทศอีกหลายรายด้วย ซึ่งอยู่ในระหว่างติดต่อซื้อขายอยู่

3. บริษัทมูราห์แคร์ จำกัด ได้ร่วมสนับสนุนโครงการวิจัย เรื่อง การปรับปรุงคุณภาพเนื้อสัมผัสเนยแข็งมอสเซลเรลลาจากน้ำนมกระป๋อง ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับต่อผู้บริโภค โดยศึกษาปัจจัยควบคุมที่เหมาะสมในกระบวนการผลิต การพัฒนาการจัดลำดับกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้เนยแข็งมอสเซลเรลลาที่มีคุณภาพทางด้านเนื้อสัมผัสที่ดี และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เนยแข็งมอสเซลเรลลาตามวิธีมาตรฐานที่ได้จากการศึกษาในงานวิจัยนี้ และเนยแข็งมอสเซลเรลลาที่เตรียมตามวิธีของฟาร์มมูราห์ มีคุณภาพด้านรสชาติและเนื้อสัมผัส จนสามารถจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและภัตตาคารต่าง ๆ บริษัทมูราห์แคร์ จำกัด ได้ร่วมสนับสนุนโครงการวิจัย เรื่อง การปรับปรุงคุณภาพเนื้อสัมผัสเนยแข็งมอสเซลเรลลาจากน้ำนมกระป๋อง RDG5150003 ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับต่อผู้บริโภค โดยศึกษาปัจจัยควบคุมที่เหมาะสมในกระบวนการผลิต การพัฒนาการจัดลำดับกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้เนยแข็งมอสเซลเรลลาที่มีคุณภาพทางด้านเนื้อสัมผัสที่ดี และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เนยแข็งมอสเซลเรลลาตามวิธีมาตรฐานที่ได้จากการศึกษาในงานวิจัยนี้ และเนยแข็งมอสเซลเรลลาที่เตรียมตามวิธีของฟาร์มมูราห์ มีคุณภาพด้านรสชาติและเนื้อสัมผัส จนสามารถจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าร้านอาหารและภัตตาคารต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมัทนีกี้ จากโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบวนการผลิตกี้จากน้ำนมกระป๋องและการใช้ประโยชน์ในการผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และเวชสำอาง RDG5450009 เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น อาหาร เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอยู่ระหว่างการศึกษาวิจัย ซึ่งปัจจุบันมีการจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า คือ Foodland และร้านมูราห์ ที่หมู่บ้านสามกมล ประชาจีน ซึ่งมียอดการจัดจำหน่ายชีสเดือนละ 2-3 แสนบาท

4. ร้านป๊อปปี้คาเฟ่ เป็นร้านที่ Innovative House ได้ให้คำปรึกษาจากร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเพชรบุรี แล้วพัฒนาโดยการสร้างแบรนด์ ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของร้าน บรรจุกุญแจ และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา จึงได้พัฒนาเป็นร้านป๊อปปี้คาเฟ่ที่จำหน่ายขนมหวานในเพลินวาน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้รับผลการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี อีกทั้งทางร้านได้ร่วมสนับสนุนโครงการวิจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อลดความหวานในอาลัวและขนมฝอยทองในทุนมหาบัณฑิต ปี 2553 อีกด้วย ร้านป๊อปปี้คาเฟ่ เป็นร้านที่ Innovative House ได้ให้คำปรึกษาจากร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเพชรบุรี แล้วพัฒนาโดยการสร้างแบรนด์ ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของร้าน บรรจุกุญแจ และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา จึงได้พัฒนาเป็นร้านป๊อปปี้คาเฟ่ที่จำหน่ายขนมหวานในเพลินวาน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งได้รับผลการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี อีกทั้งทางร้านได้ร่วมสนับสนุนโครงการวิจัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อลดความหวานในอาลัวและขนมฝอยทองในทุนมหาบัณฑิต ปี 2553 อีกทั้งยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมต่าง ๆ จากกระทิเทียมเพื่อให้เป็นขนมเชิงสุขภาพ ซึ่งได้จากการศึกษาวิจัยในโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อสร้างแต้มต่อทางธุรกิจ RUG5450003 ซึ่งอยู่ในระหว่างการค้าเนินการศึกษาวิจัย

5. บริษัท โทฟูซัง จำกัด เป็นการนำน้ำเต้าหู้และฟองเต้าหู้มาบรรจุใส่ขวดโดยมีน้ำเต้าหู้สูตรดั้งเดิม และมีการต่อยอดเป็นรสชาติต่าง ๆ เช่น รสชาเขียว กล้วย น้ำผึ้ง เป็นต้น โดยผ่านกระบวนการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อสร้างแต้มต่อทางธุรกิจ RUG5450003 ซึ่งได้จัดจำหน่าย Villa market โดยมียอดการจัดจำหน่ายเดือนละ 100,000 บาท และสามารถส่งออกไปยังประเทศฮ่องกงจากการออกบูธในงาน Thai Fex 2011 สามารถส่งออกได้ 1 ตู้คอนเทนเนอร์/เดือน จำนวน 45,000 ขวด ซึ่งจะสามารถส่งออกได้ในเดือนตุลาคม 2554 โดยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 810,000 บาท/เดือน

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลความต้องการและความสนใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สินค้า เพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดงานวิจัยในอุตสาหกรรมอาหาร
2. ประชาชนและผู้สนใจทั่วไปได้รู้จักและรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย และเกิดความเข้าใจในหน่วยงาน Innovative House เป็นอย่างดี
3. ประชาชนและผู้สนใจทั่วไปตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการศึกษาวิจัยและพัฒนาจนได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์



4. เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างผู้ประสานงาน เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อตลาดสำหรับอุตสาหกรรมอาหารต่อไป

5. ได้เครือข่ายของผู้ประกอบการด้านอาหารที่มีความตระหนักถึงความสำคัญของงานวิจัยในอุตสาหกรรมอาหารเพิ่มขึ้น

9. กำหนดการ

การจัดแสดงงาน ตั้งแต่เวลา 10.00 – 20.00 น. ตั้งแต่วันที่ 2-11 ธันวาคม 2554 ใน บูธ ที่ P 172-173 และ 175

10. สรุปผลการดำเนินงาน

ในการจัดแสดงงานนี้จะจัดแสดงวันที่ 2-11 ธันวาคม 2554 ใน บูธ ที่ P 172-173 และ 175 ซึ่งชุดโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้จัดสร้างแบรนด์ Innovative House ขึ้นมาสำหรับใช้ตรารับรองสินค้าที่ผ่านกระบวนการศึกษาวิจัย โดยมี สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นหน่วยงานที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยดังกล่าว ซึ่งได้เริ่มสร้างแบรนด์และบริหารจัดการแบรนด์นี้ตั้งแต่นั้น Thai Fex 2010 ซึ่งได้บริหารจัดการแบรนด์นี้มาเป็นระยะเวลาเกือบ 2 ปี จนเกิดกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมสนับสนุนทุนวิจัยเพื่อแก้ปัญหาในกระบวนการผลิตตลอดจนพัฒนาต่อยอดงานวิจัย และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในเชิงพาณิชย์ โดยเริ่มต้นมีกลุ่มผู้ประกอบการที่ร่วมใช้แบรนด์นี้ มีกลุ่มของผู้ประกอบการเข้าร่วมการจัดงานในครั้งนี้ 5 บริษัท ดังนี้

1. บริษัท มูราห์ แดรี่ จำกัด

211/3/8 ม.3 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กทม. 10240

2. หจก. สิ้นสาลี สแน็คแอนด์บิสกิต

49 ม.7 ต.เจดีย์หัก อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000

3. วิสาหกิจชุมชนกล้วยตากบุปผา

2/3 ม.4 ต.เนินกุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก 65210

4. ร้านป๊อปปี้หวาน คุณแพรว ล้วนะมาลย์

659 ม.3 ถ.บ้านไคอิฐ ต.บ้านหม้อ อ.เมือง จ.เพชรบุรี 76000

5. โรงงานถ้วยเตี้ยอึ้งฮะแซ้ง จำกัด จ.จันทบุรี

24/1 ม.3 ต.เกวียนหัก อ.ขลุง จ. จันทบุรี 22110 โทรศัพท์ 086-6775633



ทำให้เกิดการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดต่อไป ดังนี้



Murrah Dairy

มอชราเรลล่าชีส
โอบมดแบบไทยแต่ได้มาตรฐานยุโรป

บริษัท มูราห์ แดรี่ จำกัด

เจ้าของฟาร์มความงามบุรีรัมย์ร้อยปี
แห่งแรกในประเทศไทย ผู้ผลิตนมออร์แกนิกแท้แลฮิบบุญ
คลอเลสเทอรอลต่ำ อีกทั้งยังปัสสาธิตงานบุญอิสริยาภรณ์
หรือความตั้งใจที่จะยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

เฮลิโบลิว house
จึงสามารถออกแบบการผลิตให้สามารถผลิต
มอชราเรลล่าชีสดกที่ทำจากนมควาย 100%
ที่สะอาดเทียบเท่ากับประเทศอิตาลีได้จากรับ



Say cheese... I will Murrah



Murrah cheese



innovative house

จำหน่าย 60 ml และ 180 ml
ราคา 199 บาท / 299 บาท
โทร 09-1234 5678 หรือ 02-1234 5678
www.murrah-dairy.com





โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมลล์: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





นอกเหนือจากนี้ทางร้านยังมีอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมหลักจากฟาร์มมูราห์ โดยแนวคิดและคอนเซ็ปท์ของทางร้านคือ “From Earth to Us” มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอสิ่งดี ๆ ที่มีคุณค่าจากธรรมชาติสู่มือผู้บริโภค

พันธกิจ Mission Farm

1. พัฒนารูรจกฟาร์มมมูราห์แบบครบวงจรและยั่งยืน

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



- ผู้บริโภคมีความรู้สึก Bias ต่อผลิตภัณฑ์น้ำหนักจากกระป๋องเป็นอย่างมาก ทั้ง ๆ ที่ใช้การประชาสัมพันธ์ว่าเป็น โดยเฉพาะเด็ก ๆ ไม่ยอมที่จะรับประทานเพราะเห็นว่าเป็นนมกระป๋องและคิดว่าน่าจะมีกลิ่นละรสชาติคาวนมแพะ ทำให้ต้องมีการจัดการทางการตลาดในด้านนี้โดยการสื่อสารกับผู้บริโภคแบบใหม่ เพื่อให้ผู้บริโภคลองชิมก่อนและเกิดการยอมรับทั้งเรื่องกลิ่นและรสชาติ ซึ่งการดำเนินการต่อไปคือการพัฒนาแบรนด์ และใช้กลิ่นปรับปรุงให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับได้มากยิ่งขึ้น จากการแก้ปัญหาในเรื่องการ Bias โดยการให้ความรู้และความบริโภคให้เข้าใจถึงประโยชน์ของนม และทดลองให้ชิมก่อนเพื่อให้ผู้บริโภคไม่เกิดการต่อต้าน ซึ่งเมื่อผู้บริโภคได้แล้วก็เกิดความรู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์น้ำหนักมากยิ่งขึ้น และหากมีการออกงานหลายวัน ผู้บริโภคมักจะเข้ามาจองในน้ำหนักยิ่งขึ้น



	หน่วยวัด	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
สารอาหารต่อหน่วย 100 กรัม	UNIT			
แคลอรี	KJ	195	120	100
โปรตีน	กรัม	4.5	3.2	3.1
ไขมันรวม	กรัม	8	14	10
คาร์โบไฮเดรต	KCAL	110	66	66

เป็นที่แรก
และที่เดียวในประเทศไทย



นำสิ่งดีจากธรรมชาติที่แท้จริง...ส่งต่อ

- เรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคไม่สามารถหาซื้อนมมูร่าห์ได้อย่างสะดวก ต้องเดินทางไปซื้อถึงร้านที่หมู่บ้านสัมมากร และฟาร์มมูร่าห์ เท่านั้นทำให้การบริโภคไม่ต่อเนื่องและช่องทางการจัดจำหน่ายยังน้อยเกินไป ทั้งนี้เนื่องจากว่ามีปัญหาเรื่องการขนส่งเนื่องจากอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์สั้นและการจัดการในเรื่องการขนส่งยังไม่ดีพอ

แนวทางในการแก้ไขต้องมีการศึกษาการพลาสเจอไรส์นมเพิ่มเติมเพื่อยืดอายุการเก็บรักษานำนมให้นานขึ้นเพื่อให้การขนส่งสามารถบริหารจัดการได้คล่องตัวมากยิ่งขึ้น

- ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ต ควรมีการปรับแต่งกลิ่นและรสชาติเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยอาจปรับในเรื่องรสชาติที่คนไทยคุ้นเคยก่อนเพราะคนไทยจะไม่คุ้นเคยกับการบริโภค Setting yogurt

- ควรเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน โรงพยาบาล ร้านค้าสะดวกซื้อต่างๆ แนวทางการดำเนินงาน อยู่ในระหว่างการเจรจากับห้างสรรพสินค้าเพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย

- จัดการในเรื่องการขนส่ง เช่น หากกลุ่มตลาดเพื่อวางสินค้าในโซนใกล้กัน และอาจจะใช้รถขนส่งแบบแช่เย็น เพื่อให้สินค้าไม่เกิดการเน่าเสียในระหว่างการขนส่ง และวางแผนการจัดการในการขนส่งเพื่อให้ประหยัดค่าการขนส่งให้ได้มากที่สุด

สรุปภาพรวมของบริษัทมูราห์ แครี่ จำกัด ในงานนี้ผู้บริโภคให้ความสนใจมาก แต่ต้องมีการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคในด้านคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพราะบรรจุกัญชาและตัวผลิตภัณฑ์ยังไม่มีคุณค่าโดดเด่น จึงต้องขายในด้านคุณค่าของตัวผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งต้องสื่อข้อมูลนี้ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ในวงกว้างและขยายความจนเกิดการยอมรับในสังคมเพิ่มขึ้น และควรพัฒนาบรรจุกัญชาในส่วนของผู้บริโภคโยเกิร์ต และควรมีการออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บ. มูราห์ แครี่ จำกัด ยังมีการจัดจำหน่ายที่ร้านมูราห์เฮาส์ สาขาที่ 1 ได้เปิดทำการมาแล้ว 4 ปี ซึ่งได้รับผลตอบรับที่ดีจากทางผู้บริโภค ร้านตั้งอยู่ที่ หมู่บ้านสามมาร ๑.รามคำแหง 112 (สุขาภิบาล 3) โดยบรรยากาศของร้านเป็นดังภาพด้านล่าง



OUTLET



ในปลายปี 2555 ทางมูร่าห์ฟาร์มได้เตรียมขยายสาขาพร้อมกับทำธุรกิจฟาร์มทัวร์ที่จ.ฉะเชิงเทรา (โดยมีงบประมาณในการก่อสร้าง 16 ล้านบาท) เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าเยี่ยมชมและได้ความรู้จากมูร่าห์ฟาร์ม ทางบริษัทมูร่าห์ แดรี่ จำกัด จึงจำเป็นต้องเตรียมขยายในส่วนของบริษัทแปรรูปนม และผลิตภัณฑ์จากนมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยจะเตรียมจัดสร้างอาคารโรงงานแห่งใหม่ขึ้นที่ อ.บ้านโพธิ์ จ.ฉะเชิงเทรา ซึ่งตัวโรงงานจะตั้งอยู่ด้านหลังของศูนย์ท่องเที่ยวมินิมูร่าห์ฟาร์ม เพื่อให้ง่ายต่อการจัดส่งสินค้าให้กับทางศูนย์จำหน่ายที่จังหวัดฉะเชิงเทรา และส่งต่อไปยังสาขาอื่นๆที่เตรียมรองรับในกรุงเทพและต่างจังหวัด

การขยายการลงทุน

ในส่วนของบริษัทแปรรูปนมนี้จะประกอบไปด้วย

- 1) อาคารโรงงาน
- 2) เครื่องจักรในการแปรรูปผลิตภัณฑ์นม อาทิเช่น

- ถังเย็นเก็บน้ำนมดิบ
- เครื่องแยกครีมนม
- เครื่องพาสเจอร์ไรซ์นม
- เครื่องโฮโมจิไนซ์
- เครื่องบรรจุ

- ห้องเย็นเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จ
- เครื่องผลิตความเย็น (ice bank)

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



2. หจก. สีนสาลี สแน็คแอนด์บิสกิต เป็นการทำเสนอผลิตภัณฑ์ 2 แบรินด์ คือ ขนมขบคิด และ Cript etc. โดยนำเสนอสินค้าผ่านงานวิจัย สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของ Cript etc. จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการวิจัยทั้งสิ้น 4 โครงการ คือ ผลิตภัณฑ์แครกเกอร์จากไหมข้าวโพด ซึ่งได้จากการใช้วัสดุเหลือทิ้งจากการเก็บเกี่ยวข้าวโพดฟักอ่อน นำไหมข้าวโพดมาผ่านกระบวนการเพื่อนำกลับไปเสริมในผลิตภัณฑ์แครกเกอร์เพื่อเพิ่มไฟเบอร์ แครกเกอร์จากข้าวหอมมะลิ เป็นการนำข้าวหอมมะลิมาใช้ในการทดแทนแป้งสาลี แครกเกอร์จากข้าวกาบา เป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และศึกษาสถานะการอบแห้งด้วยอินฟราเรดและไมโครเวฟร่วมกัน และแครกเกอร์จากกึ่งเคอย เป็นการศึกษานำน้ำกะปิที่เหลือจากกระบวนการหมักกะปิมาพัฒนาเป็น seasoning ใช้ในการเคลือบผลิตภัณฑ์แครกเกอร์ เพื่อปรับแต่งรสชาติให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ส่วนขนมขบคิดเป็นการพัฒนาโดยใช้ข้าวกล้อง ข้าวหอมมะลิ ไหมข้าวโพดมาใส่ในขนมปังต่าง ๆ จัดเซตเป็นแบบต่าง ๆ เช่น อันดามัน เป็นสัตว์ทะเลต่าง ๆ สะวันนา เป็นสัตว์ป่า พอค้าเป็นแบบกลม ๆ พอเหมาะกับการรับประทาน นอกจากนี้ยังมีขนมในกลุ่มคุกกี้สังคโปร้และคุกกี้ต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มขนมขบคิดเป็นการเจาะกลุ่มตลาดแม่บ้านและเด็ก ๆ ให้รับประทานอาหารที่มีคุณค่าและมีประโยชน์มากกว่าการรับประทานขนมขบคิด จากการสำรวจและซักถามผู้บริโภคทำให้ได้รับข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้





- บรรจุภัณฑ์ของบริษัทสวายโดนใจผู้บริโภคโดยเฉพาะ Cript etc. ที่มีบรรจุภัณฑ์สีส้มโดดเด่นสวยงามมาก ๆ
- อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มขนมขบเคี้ยวอายุการเก็บได้เพียง 1.5-3 เดือน ทำให้การกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคทำได้ยาก ควรมีการแก้ไขเรื่องอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้เก็บได้นานขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถมีระยะเวลาในการวางสินค้าไปสู่ผู้บริโภคได้เพิ่มขึ้น
- ส่วนใหญ่แล้วผลิตภัณฑ์ต้องมีการให้ข้อมูลกับผู้บริโภคอย่างทั่วถึงเพื่อให้เกิดความเข้าใจตลอดจนให้มีการชิมสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นที่วางจำหน่ายในท้องตลาด และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในด้านคุณภาพประโยชน์ต่อผู้บริโภคมากที่สุด
- กลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มแม่บ้านและสตรีวัยทำงานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เข้าไปฝากคนในครอบครัวหรือฝากเพื่อนจึงต้องเน้นคุณค่าประโยชน์ที่จะได้รับเนื่องจากกลุ่มแม่บ้านจะนำขนมนี้ไว้ให้เด็กรับประทานซึ่งเป็นประโยชน์มากกว่าขนมขบเคี้ยว

- ผลิตภัณฑ์ขนมบางตัวเช่น กลุ่มขนมปัง และแครกเกอร์เป็นขนมที่ควรจะมีเครื่องจิ้มเป็น Dipping ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มรสชาติความอร่อยของขนมมากขึ้น

- ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ควรจัดเป็น Gift set เพื่อใช้เป็นของฝากและของสำหรับมอบในเทศกาลต่าง ๆ เนื่องจากเป็นขนมที่มีภาพลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ดี จึงควรจำหน่ายแบบจัดเป็นเซตจะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายอีกทางหนึ่งด้วย

- ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความสะดวกต่อการหาซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภคเนื่องจากปัจจุบันมีการขายตรงอยู่ที่สโลมคอมเพล็กซ์เพียงแห่งเดียว หากมีการกระจายหรือเพิ่มแหล่งจำหน่ายขึ้นก็จะทำให้เกิดโอกาสในการพัฒนาและขยายธุรกิจไปได้อีกด้วย จากปัญหาที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยทำให้ หจก. สีนสาลี แอนด์บิสกิต ได้มีการเพิ่มการจัดจำหน่ายโดยการจำหน่ายในร้านใบจากในปั้มบางจาก Outlet เจ้าแกนน้อย โกลเด้นเพลส เลมอนฟาร์ม นอกจากนี้ยังได้จำหน่ายใน 7-11 คัดสรร ในช่วงเทศกาลปีใหม่ใน 55 สาขา

- ขนมนี้เป็นขนมที่มีประโยชน์มากกว่าขนมขบเคี้ยว ควรหาช่องทางในการจัดจำหน่ายในโรงเรียนเพื่อเป็นการกระจายสินค้าและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งนี้เนื่องจากในโรงเรียนต่าง ๆ จะห้ามไม่ให้มีการจำหน่ายขนมขบเคี้ยว ดังนั้นควรนำขนมในกลุ่มขนมขบเคี้ยวเข้าไปในตลาดส่วนนี้



สรุปภาพรวมของห้างหุ้นส่วนจำกัดสินสาลี แอนด์ บิสกิต ว่าควรเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า และต้องพยายามหาช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลในวงกว้างขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ และควรมีการจัดเป็นเซตสำหรับเป็นของขวัญหรือของฝากในเทศกาลต่าง ๆ

ปัจจุบันตลาดขนมขบเคี้ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและหลากหลาย ทั้งที่มีแบรนด์และไม่มีแบรนด์วางขายในตลาดนัดทั่วไป ดังนั้นการจะทำให้สินค้ากลุ่มนี้เป็นที่รู้จักจำเป็นต้องหาความแตกต่าง สร้างจุดเด่น และสามารถเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้ด้วย

ขนมขบคิดจึงไม่ใช่เพียงแค่ขนมปังกอบหาลากรสชาติที่สร้างความอร่อยอย่างเดียว แต่จะนำสินค้าออกสู่ตลาดได้ ต้องผ่านการขบคิดการวิจัย และปรับกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนเพื่อให้ตรงกับเป้าหมายที่ว่า เป็นขนมปรารถนาดีไม่มีพิษภัย

คุณพีระพล เลหาเสวีกุล กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด สีนสาลี สแน็ค แอนด์ บิสกิต เจ้าของ "ขนมขบเคี้ยว" ตั้งแนวคิดในการผลิตขนมปังกรอบ หรือขนมขบเคี้ยว ว่า ต้องไม่ทำลายสุขภาพผู้บริโภค เพราะหากมองขนมที่ขายในปัจจุบัน กำลังสร้างปัญหาให้กับสุขภาพ ทั้งไขมัน ความเค็ม ความหวาน และความกรอบที่มาจากกระบวนการทอด จึงคิดว่าจะทำอะไรที่ช่วยปรับปรุงขนมขบเคี้ยวของไทยได้บ้าง แม้จะมีประสบการณ์จากการเข้าไปร่วมบริหารโรงงานขนมขบเคี้ยว ซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัวมาก่อน แต่การทำให้ขนมมีความแปลกใหม่ พีระพลเชื่อว่าควรจะทำงานให้มากขึ้นด้วยงานวิจัย ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบไปจนถึงกระบวนการผลิต โดยมีโอกาสไปร่วมกับโครงการของกองทุนสนับสนุนเพื่อการวิจัย (สกว.) ซึ่งจะมีนักวิจัยของโครงการเข้ามาช่วยพัฒนาสินค้าให้ตรงตามคอนเซ็ปต์ตามที่เจ้าของต้องการกำหนดแนวคิดของขนมไว้ 2 เรื่องหลักๆ คือ

1.แครกเกอร์ที่ทำจากข้าวไทย

2.การลดใช้พลังงานในกระบวนการผลิต ทั้งสองเรื่องได้งานวิจัยออกมาดีมาก โดยเฉพาะวิธีอบขนม สามารถเปลี่ยนจากเดิมใช้ก๊าซหุงต้ม (แอลพีจี) เป็นเชื้อเพลิง มาใช้ไฟฟ้าด้วยระบบไมโครเวฟ อินฟราเรด ฮีตเตอร์ ลดขนาดของเครื่องจักรจากความยาว 60 เมตร เหลือเพียง 8 เมตรและยังลดขนาดพื้นที่โรงงานได้ 75%

มีการคิดค้นสูตรขนมขบเคี้ยวและรสชาติให้มีความหลากหลายต่อไป โดยนำเอาประสบการณ์ที่ได้เจอหรือมองเห็นสิ่งที่จะทำให้เกิดประโยชน์กับขนม อาทิ การนำไหมข้าวโพดอ่อนมาเป็นไฟเบอร์ในการผลิตขนมปัง ซึ่งได้โปรตีน และมีกลิ่นหอมของข้าวโพด การผลิตแครกเกอร์จากข้าวกล้องงอกและกึ่งเคย

ปัจจุบันขนมขบเคี้ยว แบ่งเป็น 5 ประเภท เรียกตามรูปลักษณะของขนม ได้แก่

1. พอคั่วเป็นขนมปังกรอบ อิ่มพอดีค่า รสข้าวกล้องงอก รสกุ้งเคย รสไหมข้าวโพด และรสข้างกล้องงอกโนริ
สำหรับ
2. อันดามันขนมปังกรอบรูปสัตว์แห่งท้องทะเลมีรสข้าวกล้องงอกผักโขม และรสข้าวกล้องงอกผักโขมอบชีส
3. สะวันนาขนมปังกรอบรูปสัตว์แห่งท้องถื่นมีรสข้าวกล้องงอกงาดำ และรสข้าวกล้องงอกผักโขม
4. คุณก็ รสข้าวเหนียวดำ รสกุ้งเคย และรสข้าวกล้องงอก
5. คุณก็ลิงคโปร์รสข้าวเหนียวดำงาดำ รสข้าวกล้องงอก และรสข้าวกล้องงอกงาดำ

ราคาจำหน่ายมี 2 ขนาด คือ ขนาด 80 กรัม 35-40 บาท และขนาด 120 กรัม 45-60 บาท

จุดเด่นของขนมขบคิดที่ทำให้ถูกคำสนใจ คือ การเลือกวัตถุดิบที่มาปรุงให้มีรสชาติที่แปลกใหม่ พยายามลดไขมันให้น้อยที่สุด ไม่ใส่ผงชูรส ไม่ใส่สารกันบูด อย่างใหม่ข้าวโพดฝักอ่อน ใครจะรู้ว่าสามารถนำมาใช้แทนไฟเบอร์ผลิตขนม



ขณะเดียวกันยังมีคุณค่าของโปรตีน มีกลิ่นข้าวโพดฝักอ่อนอยู่ในตัวไม่ต้องเติมกลิ่นเหมือนธัญพืชอย่างหนึ่ง ส่วนข้าวกล้องงอกก็จะเพาะเองจากข้าวเปลือก ใช้โรงสีชุมชนที่เราควบคุมคุณภาพ ทำให้ได้กลิ่นของข้าวมอลต์แบบธรรมชาติ

กรณีของกึ่งเคยสามารถนำมาดัดแปลงให้เป็นรสชาติของขนมได้ ปกติแล้วการผลิตขนมขบเคี้ยวบางชนิดจะปรุงให้มีกลิ่นเคี้ยวเล็กน้อย ก็มีผงปรุงรสที่แตกต่างกันไป แต่ของขนมขบเคี้ยวที่ได้นี้ที่ได้จากการหมักกะปิ ซึ่งจะได้รสชาติเหมือนกลิ่นปิ้งย่างหอมไปอีกแบบ

เด็กๆ ที่ไม่ชอบรับประทานผัก ก็มีแครกเกอร์ผักโขมเป็นทางเลือกให้กับผู้ปกครองที่ต้องการให้ลูกได้สารอาหารจากขนมบ้าง ถือเป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค

ด้านช่องทางจำหน่ายขณะนี้ มีร้านเปิดแล้ว 2 สาขา คือ สีส้ม คอมเพล็กซ์ และพาราไดซ์ พาร์คขณะนี้จะออกร้านในงานแสดงสินค้าที่ร่วมกับหน่วยงานรัฐ หรือถ้าลูกค้าต้องการสั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์ก็ได้ จะมีกล่องพัสดุที่ออกแบบโดยเฉพาะป้องกันการกระแทกหรือการตกหล่น

เป้าหมายการขยายฐานลูกค้าในระยะยาว พี่ระพล เตรียมเข้าไปทำตลาดในร้านกาแฟ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ และบริษัทที่ต้องการสั่งทำเป็นของขวัญให้กับลูกค้า เนื่องจากเป็นตลาดที่มีโอกาสเติบโตตรงตามแนวคิดที่วางไว้

อย่างไรก็ดี แม้การทำตลาดของขนมในช่วงที่ผ่านมาถือว่าได้รับการตอบรับที่ดี โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ แต่บางครั้งก็โดนคำถามบอว่าเป็นขนมมีแพ็คเกจมาแล้วมาใส่แพ็คเกจเองหรือเปล่า ดังนั้นในการออกบูธร้านในงานต่างๆ หรือหน้าร้านของตัวเอง จะมีพนักงานคอยอธิบายเรื่องราวของขนมขบเคี้ยวให้เข้าใจ ขนมขบเคี้ยวจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาทุกเดือน เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้า ไม่ใช่เฉพาะขนมปังกรอบอย่างเดียว ถ้าสุดมีแผนจะออก ข้าวหมากที่นับวันจะหารับประทานได้ยาก เพราะถูกมองว่าเป็นขนมของผู้สูงอายุ แต่ พี่ระพล มองว่า มันมีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยสร้างความแตกต่างข้าวหมากธรรมดาทั่วไปด้วยการใส่สีธรรมชาติจากดอกอัญชัน ดอกคำฝอย และแก้วมังกรแดง ช่วงนี้เริ่มทดลองจำหน่ายบ้างแล้ว ใช้ชื่อว่า ข้าวหมัก

ขนมขบเคี้ยวจะเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าทั้ง พ่อแม่ เด็ก และผู้สูงอายุ ที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพของตัวเอง แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการเป็นขนมปังกรอบที่มีความอร่อย ไม่ทำลายสุขภาพโดยวิธีคิดของผมคือ พักเรื่องการตลาดไว้ทีหลัง แต่เน้นความแข็งแรงของสินค้ามาเป็นจุดขายก่อนถ้าคุณออกสินค้าที่มีความแตกต่างจะมีลูกค้าสนใจมากขึ้น ยิ่งถ้ามีอะไรให้ลูกค้าเลือกจะเป็นเรื่องที่ดี



การเติบโตของบริษัทนี้เป็นการเพิ่มบริษัท ฟาร์มคิดดี จำกัด เพื่อเป็นช่องทางในการนำสินค้าในกลุ่ม Innovative House ไปใช้ในการจำหน่ายโดยช่วยประชาสัมพันธ์สินค้าที่มาจากงานวิจัยโดยเริ่มมีการออกงานร่วมกับทางชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม 2 ครั้ง คืองาน Thailand Research Expo 2011 ณ. Centara Grand และงาน BOI Fair 2011 ซึ่งก็ได้รับผลตอบแทนเป็นอย่างดีเช่นเดียวกัน

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



ซึ่งจากการออกบูธในงานต่าง ๆ ที่ผ่านมามีการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ดังตารางยอดการจัดจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการที่ออกบูธจากงานต่าง ๆ ดังนี้

ผู้ประกอบการ	งาน Women Live 2010	Thai Fex 2011	งาน Thailand research expo 2011
ห้างหุ้นส่วนสินสาลี แอนดบีสกิต	29,000	9,500	100,000
วิสาหกิจชุมชนกล้วยตากนุปลา	29,000	17,420	70,000
ร้านป้อนคำหวาน	25,000	12,330	35,000
บริษัทมูราห์ แครี่ จำกัด	16,000	12,052	15,000
บริษัท โฟฟุซ จำกัด	-	-	3,000
วิสาหกิจชุมชนวังพิกุลไวน์	-	-	9,000
น้ำแร่ทานน้ำใจ	12,000	17,979	30,000

หมายเหตุ : บริษัทโฟฟุซ จำกัด ยังไม่ได้มีการจัดจำหน่ายในงานอย่างจริงจัง เป็นการนำผลิตภัณฑ์มาทดสอบผู้บริโภค

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการในการนำสินค้าในกลุ่มของ Innovative House เพื่อให้เกิดพลังในการต่อรองกับคู่ค้าต่าง ๆ จึงเกิดแนวคิดที่จะนำสินค้าภายใต้แบรนด์ Innovative House โดยผ่านการจัดการของบริษัท ฟาร์มคิดดี จำกัด มาใช้เป็นตัวแทนในการรวมกลุ่มเพื่อจัดจำหน่ายสินค้า โดยจะใช้การจัดแสดงในงานนี้เป็นการเปิดตัวสู่สาธารณะอีกทางหนึ่งด้วย

3. ร้านป้อนคำหวาน เป็นผู้ผลิตขนมหวานพื้นเมืองในจังหวัดเพชรบุรี เป็นการสานต่อธุรกิจรุ่นที่ 2

จากแบรนด์ขนมอาลาว์ครุฑ ซึ่งเป็นผู้ผลิตขนมอาลาว์จี่รายแรก นอกจากนั้นยังมีขนมอาลาว์ชาววังและท็อฟฟี่น้ำตาลสด วางจำหน่ายตามร้านขายของฝากในจังหวัดและต่างจังหวัดได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ในปี 2552 ทายาทรุ่นที่ 2 ได้เข้ามาสานต่อกิจการโดยสร้างแบรนด์ป้อนคำหวานขึ้น โดยปรับปรุงรูปแบบขนมไทยให้มีสีสัน รูปลักษณ์ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนภาพรวมของแบรนด์ให้ทันสมัย สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น ประกอบกับการเปิดหน้าร้านประจำในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก คือ ชุมชนเพลินวาน อ.หัวหิน ทำให้แบรนด์ป้อนคำหวานเป็นที่รู้จัก และได้รับการตอบรับอย่างดีในเวลารวดเร็วในส่วนของบริษัทนี้รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ มีเอกลักษณ์และเป็นที่ถูกใจของผู้บริโภคทั่วไปอยู่แล้ว ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นที่สะดุดตาแก่ผู้บริโภคทั่วไป และมีกลุ่มลูกค้าเดิมจากที่รู้จักที่เพลินวานและเอมโพเรียมอยู่แล้ว เมื่อเห็นผลิตภัณฑ์ก็สามารถเลือกซื้อได้เลย โดยส่วนใหญ่



จะซื้อไปรับประทานเองและเป็นของฝาก กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านและสตรีวัยทำงาน ซึ่งทั้งตัวของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไปได้ดีในตลาดนี้ ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคจะต้องการชิมสินค้าก่อนจะเลือกซื้อ ซึ่งร้านป๊อปปี้คาหวานได้ร่วมมือใน ส่วนงานวิจัยในโครงการทุนมหาดบัณฑิตในการใช้สารทดแทนความหวานในผลิตภัณฑ์ขนมหวานเพื่อให้กลุ่มผู้รักสุขภาพสามารถบริโภคสินค้าประเภทนี้ได้ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่ได้้นำผลงานวิจัยไปใช้จริงในผลิตภัณฑ์เนื่องจากงานวิจัยเพิ่งจะเริ่มต้น จึงต้องใช้ระยะเวลาในการจัดการพอสมควร เมื่อผู้บริโภคชิมผลิตภัณฑ์ขนมจะยังรู้สึกว่าการใช้หวานมากอยู่ ซึ่งต้องมีการให้ข้อมูลต่าง ๆ ให้ชัดเจนกับผู้บริโภค จากรูปแบบของร้านป๊อปปี้คาหวานจึงจัดทำเป็นข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคดังนี้



โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





วิสัยทัศน์

ร้านป้อนคำหวานต้องการเป็นผู้ผลิตขนมหวาน ขนมไทยที่สร้างความแตกต่างให้แก่ผู้บริโภคลดข้อจำกัดของการบริโภคขนมหวาน ทั้งในเรื่องสุขภาพและเพิ่มความน่าสนใจของขนมไทย โดยนำนวัตกรรม งานวิจัยมาปรับใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

พันธกิจ

พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ และสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง นำงานวิจัย และเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากการได้สอบถามข้อมูลกับผู้บริโภคทั่วไปทำให้ได้ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

- รสชาติของขนมบางตัว เช่น อาลัว ขนมผิงและกลีบลำดวนมีความหวานมากเกินไป อาจจะปรับลดจากการนำผลงานวิจัยในส่วนองค์ความรู้ต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มรักสุขภาพ
- อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อยู่ได้เพียง 2 สัปดาห์ ทำให้การกระจายสินค้าทำได้ยาก ควรปรับปรุงเพื่อให้มีระยะเวลาที่ลูกค้าจะส่งต่อไปถึงผู้บริโภคได้
- เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าสามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกขึ้น

จากปัญหาดังกล่าวทางร้านป้อนคำหวานจึงได้แก้ปัญหาโดยการยืดอายุขนมอาลัว เพื่อยืดอายุการเก็บของอาลัวให้มีอายุการเก็บนานขึ้น โดยคงคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสดั้งเดิม การยืดอายุขนมอาลัวซึ่งมีเป็นขนมที่มีความชื้นภายในค่อนข้างสูง โดยเมื่อวัดค่าปริมาณน้ำอิสระพบว่ามีค่าสูงถึง 0.78 ซึ่งเป็นช่วงที่จุลินทรีย์สามารถเจริญเติบโตได้ดี ดังนั้นการยืดอายุการเก็บรักษาของขนมอาลัวจึงเน้นที่การป้องกันการเสื่อมเสียจากจุลินทรีย์เป็นหลัก ดังนั้นการยืดอายุจึงเน้นที่การปรับปรุง

สูตรเมื่อให้เกิดสถานะที่ไม่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ การเพิ่ม glycerine ร้อยละ 20 ในสูตร มีผลโดยตรงต่อการลดปริมาณน้ำอิสระของอาลัวให้อยู่ในช่วงที่เชื้อราไม่สามารถเจริญเติบโต จึงส่งผลต่ออายุการเก็บรักษาของอาลัวที่เพิ่มขึ้นจาก 20 วันเป็น 50 วันซึ่งสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการได้มากขึ้น

ปัจจุบันผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายอาลัวได้โดยมียอดขายประมาณเดือนละ 400,000 บาท ซึ่งเป็นเพียงยอดขายในจังหวัดเพชรบุรี และงานแสดงงานสินค้า ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถกระจายตลาดสินค้าได้ไกลมากขึ้น จะส่งผลโดยตรงต่อยอดขายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น โดยจากการประมาณการจากสถานที่ที่เคยมาติดต่อรับซื้อแล้วพบว่าอาจมียอดขายมากถึง 550,000 บาทต่อเดือน เป็นอัตราการเติบโตของยอดขายถึง ร้อยละ 38 และยังไม่นับรวมตลาดต่างประเทศที่สนใจสินค้ามากขึ้น สำหรับสถานที่จัดจำหน่าย คือ ร้านป้อนคำหวาน ตลาดเพลินวาน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ร้านป้อนคำหวานเพชรบุรี และงานแสดงสินค้า ตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ

การขยายธุรกิจในปัจจุบันได้มีการพัฒนาสร้างเป็นโรงงานสำหรับผลิตขนมอาลัว ผิง ลีลาวดี โดยขออนุญาตการผลิตจาก อย. เป็นที่เรียบร้อยแล้วและได้การรับรองมาตรฐาน GMP ตามมาตรฐาน อย. ไทย โดยมีสถานที่ผลิตดังรูปด้านล่าง





บรรจุภัณฑ์



ปันโต

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



บรรจุภัณฑ์



กล่องขนม



โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



ร้านป้อนคำหวานมีความต้องการที่จะขยายการลงทุนเพิ่มเติม โดยออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ขนมผิงจากกล่องพลาสติกที่ซื้อตามท้องตลาดเป็นกล่องกระดาษพิมพ์ลายป้อนคำหวาน เพื่อลดต้นทุนบรรจุภัณฑ์และสร้างความ
เพื่อเป็นเอกลักษณ์ และใช้เครื่องปั้นขนมผิง เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและลดต้นทุนแรงงาน และเครื่องพิมพ์ขนมดอกลีลาวดี เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและลดต้นทุนแรงงาน

4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยตากบุปผา ได้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้วยตาก มะขามและไช้รับจากกล้วยตาก ซึ่งต้องอาศัยการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคถึงข้อแตกต่างจากผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่มีการจัดจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไป และต้องให้ผู้บริโภคชิมผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เดิมด้วย ในส่วนของบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นในเรื่องการออกแบบอยู่แล้ว ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะถูกใจในบรรจุภัณฑ์ก่อนการเลือกซื้อหรือชิมผลิตภัณฑ์ ในส่วนของกล้วยตาก 3 แบบที่มีการออกแบบแตกต่างกันไป ส่วนใหญ่กล้วยตากกล่องใหญ่สีเขียว 450 กรัม จะได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือกล่องจิ๋วน้ำหนัก 110 กรัม ทั้งนี้เนื่องจากซื้อไปทดลองชิมในกล่องเล็ก ๆ ก่อนหรือบรรจุภัณฑ์กะทัดรัด สะดวกต่อการพกพา แต่ก็ยังมีผู้บริโภคหลายรายที่เปรียบเทียบน้ำหนักและจำนวนซองที่อยู่ด้านใน แสดงว่ามีการคำนึงถึงปริมาณในการเลือกซื้อสินค้าเทียบกับราคาอีกด้วย ในส่วนของผลิตภัณฑ์ไช้รับกล้วยตาก ก็ได้ความสนใจเป็นอย่างมาก แต่ต้องอาศัยการให้ข้อมูลถึงคุณค่าและประโยชน์จากการบริโภคผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และต้องอาศัยการชิมผลิตภัณฑ์ อีกทั้งกลุ่มตลาดนี้เป็นกลุ่มใหม่ทั้งนี้เนื่องจากยังไม่มีผลิตภัณฑ์ไช้รับผลไม้ไทยในการจัดจำหน่าย เป็นการนำเข้าไช้รับผลไม้จากต่างประเทศทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบว่า จะใช้ในการบริโภคอย่างไร จึงต้องอาศัยการให้ข้อมูลเพิ่มเติม แต่ผู้บริโภคบางกลุ่มก็บริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่แล้ว จึงตัดสินใจเลือกซื้อได้โดยง่าย จากงานวิจัยที่เราได้ร่วมพัฒนาจนนำไปสู่การขายผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์นั้น จึงได้จัดทำป้ายเพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคดังนี้

**ใครว่ากล้วยตาก
ต้องตากแดดตากลม?**

กล้วยตากแบบใหม่ ที่ไม่ตาก ไม่ต้องพึ่งแสงแดด
ผลิตจากกล้วยตากแบบใหม่ ที่ไม่ตาก ไม่ต้องพึ่งแสงแดด
เมื่อเราทำกล้วยตากแบบใหม่ ที่ไม่ตาก ไม่ต้องพึ่งแสงแดด
นวัตกรรมใหม่ และ Innovative House
เราได้พัฒนาการผลิตกล้วยตากใน
Parabola Dome



ทำให้สามารถควบคุมอุณหภูมิ
ความชื้น และแสงสว่างได้
ทำให้ได้กล้วยตากที่มีคุณภาพดี
ไม่ตาก ไม่ต้องพึ่งแสงแดด ไม่ต้องพึ่งลม
และไม่ต้องพึ่งแดดโดยตรง คือ
ใช้แสงจากหลอดไฟ LED ที่ติดตั้งภายใน
เพดานของโดม ซึ่งสามารถควบคุม
ความเข้มแสงได้เป็นอิสระ
เพื่อให้ได้กล้วยตากที่มีคุณภาพดี



innovativehouse
Banana Society
111 หมู่ 10 ตำบลบ้านใหม่ อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 31140
โทร: 08-000-0000, 08-000-0000, 08-000-0000, 08-000-0000
Email: info@innovativehouse.com, info@banana-society.com

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325
 อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com
 เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





จากการที่ Innovative House ได้นำผู้ประกอบการไปร่วมกันออกบูธทำให้ผู้ประกอบการได้พบปะกับผู้บริโภคและสื่อสารข้อมูลที่ดีและชัดเจนกับผู้บริโภคทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับทราบความต้องการของผู้บริโภคอีกด้วย จากที่วิสาหกิจชุมชนกล้วยตากบุปผาได้รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ของผู้บริโภค ทำให้ทราบข้อมูลดังนี้

- ลูกค้าสนใจจะนำสินค้าไปจำหน่ายที่ร้านเป็นจำนวนมาก แต่ประสบปัญหาเรื่องการขนส่งและการจัดการกระจายสินค้า จึงต้องหาวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว

- ในส่วนของมะขามจี๊ดจ๊าดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มลูกค้าเฉพาะอยู่แล้วโดยเฉพาะสตรี แต่อย่างไรก็ตามต้องมีการปรับปรุงลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและทันสมัยขึ้นให้เทียบเคียงกับบรรจุภัณฑ์กล้วยตากและไชร์ป หรือเปลี่ยนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากรูปแบบเดิมที่มีอยู่ในท้องตลาด

- ผลิตภัณฑ์ไชร์ปได้รับการตอบรับดี แต่ผู้บริโภคบางรายจะติงว่ามีราคาสูง และต้องการให้มีขายในขนาดเล็กลงเพื่อใช้ในการชิมก่อน ซึ่งทางผู้ประกอบการได้ผลิตขวดเล็กโดยจำหน่ายในราคา 60 บาท (บรรจุ 45-50 มิลลิลิตร) ส่วนขวดใหญ่จำหน่ายในราคา 240 บาท (บรรจุ 200 มิลลิลิตร) และไชร์ปนี้สามารถจำหน่ายคู่กับผลิตภัณฑ์ขนมขบคิดและ Cript. Etc. ได้อีกด้วย

- ควรทำเอกสารประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของการบริโภคไชร์ปและกล้วยตากให้กับผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลด้วย

สรุปภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนกล้วยตากบุปผาหลังจากการออกบูธทำให้ได้ลูกค้ารายย่อยที่จะนำสินค้าไปจำหน่ายในร้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอีกช่องทางด้วย อีกทั้งยังได้ดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในส่วนของมะขามจี๊ดจ๊าดเพื่อเพิ่มช่องทางการ

จำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และได้รับกระแสการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น จนเป็นตัวแทนในการจำหน่ายกล้วยตากระดับแนวหน้าของจังหวัดพิษณุโลก เพราะได้รับกระแสตอบรับจากหน่วยงานราชการและเอกชนเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์หลักของอำเภอและจังหวัด และจะพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ท่องเที่ยวในการผลิตกล้วยตากในอนาคตต่อไป ซึ่งปัจจุบันได้มีการจัดจำหน่ายในโกเดินเพลส เลมอนฟาร์ม ใบจาก เถ้าแก่น้อย เดอะมอลล์ พารากอน เอ็มโพเรียม เจ้าวัว ฯลฯ นอกจากนี้ยังจัดช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มผ่านทางไปรษณีย์และบริษัทขนส่งต่าง ๆ เพื่อเป็นการขายให้แก่ลูกค้าทางตรงอีกช่องทางหนึ่งด้วย



สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกล้วยตากบุพผาที่มียอดการจัดจำหน่ายสูงสุด คือ กล้วยตากชุบช็อกโกแลต เนื่องจากในงานได้มีการแจกผู้บริโภครสได้ชิมสินค้า และผลิตภัณฑ์นี้เพิ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่และโดนใจผู้บริโภค จึงได้รับความนิยมสูงมาก อีกทั้งรสชาติของกล้วยตากที่เข้ากับช็อกโกแลต ทำให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มทางการตลาดที่ดีมาก จึงควรเร่งทำตลาดในกลุ่มผลิตภัณฑ์นี้ เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายต่อไป ส่วนผลิตภัณฑ์ที่บริโภคไม่ต่าง ๆ กลุ่มผู้บริโภคก็ได้ให้ความสนใจแต่กลุ่มตลาดจะอยู่ในต่างประเทศ หรือนำไปต่อยอดกับผลิตภัณฑ์อื่น เช่น เครื่องดื่ม เบอเกอร์ต่อไป ส่วนน้ำส้มสายชูหมักจากกากกล้วย และ Drinking Vinegar ก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งกลุ่มลูกค้า

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



ต่างประเทศ และลูกค้าในประเทศ ซึ่งเป็นผู้รักษาสภาพ ทั้งซื้อไปรับประทานเอง และนำไปขายในภัตตาคารอาหารต่าง ๆ

ในส่วนของแต่ละตลาดต่างประเทศก็ให้ความสนใจเช่นเดียวกัน

ในส่วนของบริษัทชุมชนกล้วยตากช็อกโกแลตได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการผลิตกล้วยตากเคลือบช็อกโกแลตโดยกระบวนการผลิตกล้วยตากชุบช็อกโกแลตมีขั้นตอนการผลิตโดยต้องมีการคัดเลือกขนาดกล้วยตากที่เหมาะสมให้มีขนาดใกล้เคียงกัน โดยควบคุมความชื้นให้อยู่ในช่วง 23 % นำกล้วยตากไปเคลือบด้วยสารละลายผสมของเชลเล็กบริสุทธิ์กับเอทิลแอลกอฮอล์ ตามอัตราส่วนต่าง ๆ คือ 1: 60 คือ เชลเล็ก 1 กรัมละลายในเอทิลแอลกอฮอล์ 60 มิลลิตรนำไปอบแห้งที่อุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส นาน 5 นาที แล้วจึงนำไปชุบช็อกโกแลต (Dark) โดยการใช้ช็อกโกแลต 2 สูตรมาผสมให้เข้ากัน (A 75% + B 25%) จนช็อกโกแลตละลาย แล้วทิ้งให้เย็นเป็นเวลา 15 นาที แล้วนำไปบรรจุ โดยผลการทดสอบทางประสาทสัมผัสจากผู้บริโภคจำนวน 100 คน พบว่าจะแนนความชอบด้านสี 7.02 ± 1.2 เนื้อสัมผัส 7.27 ± 1.2 กลิ่นหอม 7.28 ± 1.4 รสชาติ 7.76 ± 1.0 ความชอบโดยรวม 7.69 ± 1.2 ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ในการขายสินค้ากล้วยตากชุบช็อกโกแลตน้ำหนักบรรจุ 250 กรัม ต้นทุนในการผลิต คือ 46.65 บาท โรงงานจำหน่ายอยู่ถ่วงละ 70 บาท โดยมีราคาขายปลีกอยู่ที่ 100-120 บาท ซึ่งทำให้โรงงานได้กำไรสูงถึงถ่วงละ 23.35 บาท/ถ่วง ซึ่งการยอดการจำหน่ายได้มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นจากเดิมที่เริ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในเดือนพฤษภาคม 2554 จนถึงปัจจุบันเพิ่มสูงถึง 500,000 บาท/เดือน ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี



5. น้ำแร่ทานน้ำใจ ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยมีความโดดเด่นด้านบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามโดนใจทั้งวัยรุ่นและวัยทำงาน ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย อีกทั้งการชูประเด็นการให้ทานกับ 8 มูลนิธิทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น โดยนำเสนอในรูปแบบยิ่งดื่มยิ่งให้ ดังรายละเอียดด้านล่าง

น้ำแร่ทานน้ำใจ 1 ขวด
ทาน 8 มูลนิธิทานน้ำใจ

ยังดื่มยังให้

น้ำแร่ทานน้ำใจ จะดื่มเท่าไหร่ก็สามารถแบ่งปันน้ำใจ
ให้กับได้ทุกคน ไม่เว้นแม้แต่เวลาว่าง

innovativehouse ร่วมกับ สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ในการเพิ่มมูลค่าน้ำแร่ทานน้ำใจ "Water for Giving"
โดยทุกขวดจะมีราคาพิเศษ 1 บาท
ให้กับองค์กรการกุศลตามรูปแบบหลากหลาย
เช่นอีก 1 บาท ธาราคือช่วยสนับสนุนการศึกษาในท้องถิ่น
ให้น้ำแร่ไม่ดื่มก็ดื่มแต่ใจก็ดื่มต่อไป
แต่เป็นธาราน้ำใจที่ดื่มได้กินได้ทั่วประเทศ

innovativehouse





จากการได้พบปะและได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค ลูกค้ารายย่อยมีความสนใจมากแต่ประสบปัญหาในเรื่องการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ซึ่งในขณะนี้เป็นการจัดทำมาเพื่อทดลองตลาดทำให้ต้นทุนในส่วนการผลิตน้ำค่อนข้างสูง และการจำหน่ายในราคา 12 บาท ผู้บริโภคว่ามีราคาแพงเกินไป จากต้นทุนที่สูงนี้ทำให้ไม่เหลือช่องในด้านการจัดจำหน่าย จึงต้องหาแนวทางในการแก้ไขและดำเนินการต่อไป ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่จะเป็นขวดลายสัตว์ต่างๆ เช่น พาช้างกลับบ้าน ขอหัวใจให้น้องเต็น เพื่อนไม่เคยทิ้งกัน รองลงมาคือ ขวัญเฮียขวัญมา อยากให้เธอมาเห็นด้วยกัน กอดต้นไม้ด้วยกัน และแบ่งขาให้เพื่อนเดิน ซึ่งผู้บริโภคจะมีความสุขในการได้เลือกซื้อตามมูลนิธิต่างๆ และ

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



หลาย ๆ คนเลือกซื้อแบบยกเซต ซึ่งก็ควรมีการจำหน่ายแบบ gift set เพื่อใช้เป็นของที่ระลึกสำหรับมอบให้กันและกันหรือใช้ในเทศกาลต่าง ๆ ต่อไป

น้ำแร่ทานน้ำใจ ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยมีความโดดเด่นด้านบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามโดนใจทั้งวัยรุ่นและวัยทำงาน ทั้งผู้หญิงและผู้ชาย อีกทั้งการชูประเด็นการให้ทานกับ 8 มูลนิธิทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น จากการได้พบปะและได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค ลูกค้าน้อยมีความสนใจมากแต่ประสบปัญหาในเรื่องการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ซึ่งในขณะนี้เป็นการจัดทำเพื่อทดลองตลาดทำให้ต้นทุนในส่วนการผลิตน้ำค่อนข้างสูง และการจำหน่ายในราคา 12 บาท ผู้บริโภคว่ามีราคาแพงเกินไป จากต้นทุนที่สูงนี้ทำให้ไม่เหลือช่องในด้านการจัดจำหน่าย จึงต้องหาแนวทางในการแก้ไขและดำเนินการต่อไป ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่จะเป็นขวดลายสัตว์ต่าง ๆ เช่น พาช้างกลับบ้าน ขอหัวใจให้น้องเต็น เพื่อนไม่เคยทิ้งกัน รองลงมาคือ ขวัญเห้ยขวัญมา อยากให้เธอมาเห็นด้วยกัน กอดต้นไม้ด้วยกัน และแบ่งขาให้เพื่อนเดิน ซึ่งได้จัดอันดับยอดขายของน้ำแร่ทานน้ำใจดังตารางด้านบน

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคจะมีความสุขในการได้เลือกซื้อตามมูลนิธิต่าง ๆ ตามขวดลายที่ชื่นชอบ และหลาย ๆ คนเลือกซื้อแบบยกเซต ซึ่งก็ควรมีการจำหน่ายแบบ Gift Set เพื่อใช้เป็นของที่ระลึกสำหรับมอบให้กันและกันหรือใช้ในเทศกาลต่าง ๆ ต่อไป สำหรับการจำหน่ายเสื้อยืดทานน้ำใจ พบว่ามียอดการจำหน่ายที่สูงมากเมื่อเทียบกับสินค้าอื่น ๆ ที่เป็นอาหาร อาจเพราะในงาน Thai Fex 2011 เป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารไม่มีสินค้าที่เป็นเสื้อผ้ามาจำหน่าย จึงทำให้ผู้บริโภคสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งมีขวดลายให้เลือกที่ค่อนข้างหลากหลาย และขวดลายน่ารักเป็นลายการ์ตูน จึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก หากจัดการจำหน่ายขายเสื้อไปพร้อมกับน้ำเป็น Gift Set ก็จะน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง



6. บริษัทอุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด โดยเป็นเป็นผู้ผลิตน้ำมันหอม เครื่องหอมและวัตถุดิบจากพืช ซึ่งได้ร่วมสนับสนุนโครงการวิจัยกับทางชุดโครงการฯ หลายโครงการโดยมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น คือ การผลิตเครื่องสำอางจากข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นโครงการวิจัยที่ได้รับโครงการวิจัยดีเด่น ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประจำปี 2553 ซึ่งผลงานที่ได้ได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภค และแวดวงอุตสาหกรรมเครื่องสำอางเป็นอย่างดี ซึ่งจะนำผลิตภัณฑ์เซรั่ม ครีม เอสเซน จากสารสกัดที่ได้จากข้าวหอมมะลิไปแสดงและสำรวจความต้องการของผู้บริโภค และข้อมูลทางการตลาดได้เป็นอย่างดี จากการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคพบว่าได้ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ชนิดนี้เป็นอย่างมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ซึ่งส่วนใหญ่อยากได้ไปทดลองใช้ และเมื่อทราบข้อมูลจากงานวิจัยทำให้หลายๆ คนอยากซื้อไปใช้ แต่เนื่องจากนโยบายของบริษัทต้องการขายแบบ B To B คือ ส่งวัตถุดิบให้กับผู้ผลิตเครื่องสำอางเพื่อนำไปผลิตเป็นเวชสำอางต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในสปาหรือจำหน่ายต่อไป ซึ่งอยู่ในระหว่างการตกลงเจรจาข้อมูลทางการค้ากันอยู่ ในส่วนของผลิตภัณฑ์ทั้งครีมและโลชั่น ผลของการทดลองใช้ของผู้บริโภคพบว่า มีกลิ่นหอมดี และ Hand Cream ทำให้มีความชุ่มชื้นและนุ่มเป็นเวลานาน ส่วนผู้ที่ได้ลองใช้เซรั่มพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำให้ผิวมีความตึงกระชับ นั่นคือผลิตภัณฑ์มีกระแสการตอบรับจากผู้บริโภคดีมาก เนื่องจากบริษัทไม่มีผลิตภัณฑ์มาจัดจำหน่าย จึงไม่ได้ข้อมูลในส่วนของผู้บริโภคทั่วไป ส่วนของโอโรมาที่สกัดมาจากสมุนไพรต่างๆ ก็ได้รับความสนใจจากกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป



โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org







ข้าวเพื่อความงาม... คุณค่าที่มากกว่าอิม

ใครจะคิดว่า ข้าวที่เราทานกันอยู่ทุกวัน
 จะสามารถกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่เสริมความงามได้
 แต่ด้วยนวัตกรรมโดยความร่วมมือของ **innovative house**
 และบริษัทอุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย - จีน จำกัด ที่นำข้าวกล้องหอมมะลิไทย
 ผ่านกระบวนการทางชีวภาพ และใช้เทคโนโลยีขั้นสูง จนเกิดเป็นมืออิม
 ที่มีคุณสมบัติต้านริ้วรอย ถ้านอนหลับลึกซึ้ง และขับสิ่งเอนโทรปีที่สะสมออกจากร่างกายได้ส่วนหนึ่งได้
 ผลิตภัณฑ์มาเป็นรูปแบบของเจล เอสเซนส์ และซีรัม

อริซาเอ ได้ลิขสิทธิ์ที่ใกล้กับผลิตภัณฑ์ที่บำรุงผิว
 ระดับสูงจากต่างประเทศ (High-end skin care)
 สามารถลดริ้วรอยได้ถึง 70% เมื่อเทียบกับบริเวณที่ไม่ได้ทา
 และเป็นผลิตภัณฑ์แรกของโลกที่เกิดขึ้น
 จากนวัตกรรมการนำข้าวกล้องหอมมะลิ
 มาใช้เทคโนโลยีชีวภาพมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้านริ้วรอย
 ที่จะทำให้คุณได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่บำรุงผิวที่มีคุณภาพดี
 และมีประสิทธิภาพสูง และยังได้ช่วยชีวิตวิถีสุขภาพ
 ทางธรรมชาติของไทยได้อีกด้วย

Contact: tcff-thailand.com
 02 952 5380-2



ส่วนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่นำมาทดสอบตลาด เช่น ก้วยเตี๋ยสบายใจจากข้าวหอมนิล ข้าวกล้อง รสผัก และข้าวขาว ได้รับความสนใจ แต่กลุ่มตลาดที่ให้ความสนใจมาก คือ กลุ่มตลาดสินค้า Organic ซึ่งควรพัฒนาก้วยเตี๋ยที่ทำมาจากวัตถุดิบ โดยมุ่งเน้นไปด้าน Nish market ในตลาดผู้บริโภคสุขภาพเพราะกระแสตลาดทางนี้กำลังเติบโตขึ้นมาก

ส่วนผลิตภัณฑ์ข้าวคั่วมัดและข้าวเหนียวปิ้งของไบสลาดที่นำมาทดสอบผู้บริโภค พบว่าลูกค้าให้ความสนใจ
ผลิตภัณฑ์ไปขายในตลาดต่างประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงของการเจรจาทางการค้ากันอยู่ 3 ราย ส่วนราคาของ
ผลิตภัณฑ์จะมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับในตลาดเมืองไทยอยู่แล้ว ส่วนรสชาติของผลิตภัณฑ์ดีอยู่แล้วจึงน่าจะทำ
การตลาดได้ไม่ยาก

7. บริษัท อึ้งฮะเซ่ง จำกัด จ.จันทบุรี หรือโรงงานก้วยเตี่ยวฮึงฮะเซ่ง (ตรามังกรคู่) ได้ก่อตั้งมาแล้วกว่า 40 ปี โดยเริ่มต้นจากอุตสาหกรรมในครอบครัว ต่อมา มีการขยายกิจการจนเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลาง และในปัจจุบัน โรงงานได้พัฒนาเข้าสู่มาตรฐาน GMP เพื่อให้มีการผลิตก้วยเตี่ยวที่มีคุณภาพ สะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค

พันธกิจ : ผลิตกล้วยที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณภาพ อร่อยถูกใจผู้บริโภค ตลอดจนมุ่งมั่นที่จะพัฒนาให้เข้าสู่มาตรฐานระดับสากลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

บริษัท อิงฮะเซ่ง จำกัด เป็นผู้ผลิตเส้นกล้วยเดี่ยวเส้นสดทั้งเส้นเล็กและใหญ่ โดยใช้สูตรดั้งเดิมของกล้วยเดี่ยวเส้นจันทร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจันทบุรี แต่เนื่องจากประสบปัญหาในเรื่องอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์กล้วยเดี่ยวเส้นสดทำให้การกระจายสินค้าไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ทำได้ยาก ดังนั้นทางบริษัทจึงหาทางที่จะยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าเพื่อขยายตลาดเพิ่มขึ้น จึงได้มีการพัฒนาเป็นกล้วยเดี่ยวเส้นแห้งทั้งนี้เนื่องจากสามารถทำตลาดได้ง่าย กล้วยเดี่ยวมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคมากกว่าการรับประทานกล้วยเดี่ยวเส้นสด เนื่องจากผลิตภัณฑ์เส้นกล้วยเดี่ยวอบแห้งที่เน้นคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัยแบบ 100% สมัยนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของทางโรงงาน จึงอยู่ในช่วงของการดำเนินการเพื่อวางแผนการผลิต แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการได้มีการวางแผนทางการตลาดไว้เบื้องต้นและมีการคาดการณ์ว่าจะจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยภายในประเทศจะมีการจำหน่ายให้กับยี่ปี่ว ชาปี่ว และตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป ได้แก่ ที่อปปซูเปอร์มาร์เก็ต, โลตัส, บิ๊กซี, เซ็นทรัล เป็นต้น สำหรับการจำหน่ายภายนอกประเทศมีการวางแผนทางธุรกิจว่าจะจำหน่ายให้กับประเทศสหรัฐอเมริกา, แคนาดาและเดนมาร์ก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เส้นกล้วยเดี่ยวอบแห้ง มีลักษณะคุณภาพทางเนื้อสัมผัสที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น มีความเหนียว และความนุ่มลดลง เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์กล้วยเดี่ยวเส้นแห้งล้วนแต่มีลักษณะเนื้อสัมผัสที่ด้อยกว่ากล้วยเดี่ยวเส้นสด ดังนั้น หากมีการศึกษาเพื่อปรับปรุงลักษณะคุณภาพของเส้นกล้วยเดี่ยวอบแห้งให้ใกล้เคียงกับกล้วยเดี่ยวเส้นสด น่าจะเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจ และให้ความสำคัญในการศึกษาต่อไป





ผลิตภัณฑ์เส้นก๋วยเตี๋ยวตรามังกรคู่ แบรนด์เดิม



ก๋วยเตี๋ยวเส้นแห้ง
(ข้าวเจ้าหอมนิลล้านนา)



ก๋วยเตี๋ยวเส้นแห้ง
(ข้าวกล้องงอก)



ก๋วยเตี๋ยวเส้นแห้ง
(ผัก)



โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325
 อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com
 เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่ได้ร่วมงานวิจัยในโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยเพื่อสร้างแต้มต่อทางธุรกิจ” โดยมีเป้าหมายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงกระบวนการผลิตให้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารให้ได้ 50 ผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการรวมกลุ่มผู้ประกอบการสำหรับนำไปแสดงสินค้าในงานมหกรรม สกว. ครบรอบ 20 ปี ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2554 นี้ ทำให้การร่วมงานแสดงสินค้านี้เป็นอีกหนึ่งโอกาสที่สำคัญในการค้นหา และคัดเลือกผู้ประกอบการที่พร้อมและยินดีที่จะเข้าร่วมโครงการดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการดำเนินกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาโจทย์วิจัยจากความต้องการของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ซึ่งงานวิจัยต่าง ๆ จะเสร็จสิ้นปลายเดือนเมษายน 2555 จะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยมาทั้งหมด 50 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากสามารถนำกลุ่มผู้ประกอบการต่าง ๆ เหล่านี้มาร่วมกลุ่ม Innovative House Club ได้จะทำให้เพิ่มอัตราการแข่งขันกับต่างประเทศและสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเข้มแข็ง เติบโตและยั่งยืนต่อไป

ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการที่นำแบรนด์ Innovative House มาใช้เป็นตราประทับประกันสินค้าเพิ่มมากขึ้น โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

ลำดับ	อาหาร	ชื่อผู้ประกอบการ	บริษัท	เบอร์โทรศัพท์	E-mail
1	Honey Vinegar	คุณยุทธพงศ์ เรืองเสรี	บริษัท ฟลอราบี จำกัด		
2	กล้วยหวานห่าสี	คุณสุกชาติ เจียมศิวานนท์	ร้านข้าวแต๋น ลุงแวน	086-800-1743	lungvann@windowslive.com
3	กล้วยตากหุบซ็อกโกแลต	คุณบุปผา	บริษัท บานาน่า โซโซตี้ จำกัด	089-703-3797	chanama_w@hotmail.com
4	เนือปลาปรุงรส		บริษัท มารีนเนอร์ กรู๊ป จำกัด		
5	กะหรี่ปั๊บนมสด	คุณยุวดี เสริมสุข	ขนมบ้านครูยุ	089-832-1903	nan_rainbow@hotmail.com
6	ขนมอาลัว (ยัดอายุ+กะทิเทียม)	คุณแพรว ลวมาลัย	ร้านป้อนคำหวาน	089-688-4053	info@ponkumwan.com
7	ข้าวต้มมัดใส่กล้วยหวาน	คุณศักดิ์ชัย โพธิ์วรสิน	ใบสลาดขนมไทย	081-870-1693	sakchaintz@hotmail.com
8	ขนมโคก		มรภ.เชียงราย		
9	แครกเกอร์ 4 รสชาติ	คุณวรรณ เลหาเสรีกุล	บริษัท ฟาร์มคิดดี จำกัด	084-016-6456	
10	โจ๊กเด็ก	คุณญาวดี จันทราภิรมย์	บริษัท อาหารสุขภาพดี จำกัด	082-796-2349	Yavadee@babynaturafood.com
11	น้ำเผือกว๊าย	คุณภูรินทร์ แจ่มจำรัส	ร้านเผือกว๊ายคัมคัม	081-857-2365	info@dumdeedumblackjelly.com
12	ชีสนมควาย	คุณชาวิณี ชัยยศลาภ	บริษัท มูร่าห์ แครี่ จำกัด	086-777-4515	
13	ไพเราะจีน	คุณบุญส่ง	บริษัท ไมท์ดี อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด	02-933-1155	
14	ซูปน้ำขี้	คุณญาวดี จันทราภิรมย์	บริษัท อาหารสุขภาพดี จำกัด	082-796-2349	Yavadee@babynaturafood.com
15	น้ำเชื่อม	คุณภาณุวัฒน์ เงินศรีสุข	บ้านทองหยอด	086-543-5436	
16	ธัญชาติอัดแท่ง	คุณสุรวุฒิ วิทยปัญญาพันธ์	บริษัท กรีนฟู้ดส์ เอเชีย จำกัด	089-131-7081	
17	ใบเคยเทียม	คุณธนพล สัตตบงกช	บริษัท อาร์โควู้ดส์ จำกัด		
18	น้ำเต้าหู้4รสชาติ	คุณสุรนาม พาณิชการ	บริษัท โทฟูซัง จำกัด	081-852-3666	suranamp@gmail.com
19	น้ำส้มเกล็ดหิมะ	คุณเอกณวัฒน์ ศิริวัฒน์ธนโชติ	บริษัท ปลาทองไอศกรีม จำกัด	080-271-9888	aiknawat@hotmail.com
20	ครีมเทียมผง	อ.เหรียญทอง	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย + มหาวิทยาลัยนเรศวร		
21	น้ำอินทผลัม	คุณกึ่งกาญจน์ ณ ป้อมเพชร	บริษัท ยูเอเอ็นดีวี อินเตอร์เทรด จำกัด	089-167-3507	kingkarn@uv-intertrade.com
22	ปิ่นขลิบ	คุณรุจิรัตน์ ศรีฉัตร	ร้านปิ่นขลิบคุณวรรณ		
23	ลูกชิ้นเพื่อสุขภาพ	คุณปิยนุช ตันตระกูล	บริษัท ยูซีเอส เทรดดิ้ง จำกัด	081-422/7827	info@ucsfood.com
24	ข้าวห่าสี	คุณกัลยัสติง พัฒนอนันต์	บริษัท ชุมสิน ฟู้ด อินดัสทรี จำกัด	081-828-5705	
25	ลูกอมจากผลไม้แช่แข็ง	คุณเสาวลักษณ์ ทองตัน	บริษัท สามร้อยยอด จำกัด	085-816-2422	factory@samroi-yod.com
26	ไวน์องุ่นแดง	คุณมานิตย์	วิสาหกิจชุมชนวังพิศุขไวน์	089-568-3364	w.indojee@gmail.com
27	ผลิตภัณฑ์จากกากกล้วย(ยังไม่มีชื่อ ลักษณะคล้ายเฟอโรโร)	คุณบุปผา	บริษัท บานาน่า โซโซตี้ จำกัด		
28	ข้าวพอง		สุคนธา		
29	ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสมุนไพรธรรมชาติ(FOS)	คุณสุกชัย สุกคติสันต์	บริษัท ควอลิเมต จำกัด	081-668-0090	supachai@qualimatethai.com
30	สแนคหนึ่งหมู	คุณภาณุภูมิ หอมสุวรรณ	บริษัท สุทธิลักษณ์ อินโนฟู้ด จำกัด	02-993-5978-80	

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



31	กล้วยตากพราโบลาโดม	คุณบุผา	บริษัท บานาน่า โซโซตี้ จำกัด	089-703-3797	chanama_w@hotmail.com
32	ข้าวสาข	คุณจอมพจน์	ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงสีรุ่งชัยกิจ		
33	เครื่องสำอางข้าว	คุณสุนันท์ เกียรติธนากร	บริษัท อุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด	081-761-5453	sunan@tcff-thailand.com
34	โซรี่ปกล้วยตาก	คุณบุผา	บริษัท บานาน่า โซโซตี้ จำกัด	089-703-3797	chanama_w@hotmail.com
35	โซรี่ปข้าว	คุณสุรัช จงพิพัฒนชัย	บริษัท ท็อปออร์กานิก โปรดักส์ แอนด์ ซัพพลายส์ จำกัด	081-668-0090	capitaltrading@stc-group.com
36	โซรี่ปผลไม้	-	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย		
37	น้ำมันเกี๋ย	คุณชาวิณี ชัยยศลาภ	บริษัท มูร่าห์ แครี่ จำกัด	086-777-4515	
38	น้ำสลัดใบโหระพา	คุณศิริธร ศิริวง	บริษัท ลิฟวิงไลฟ์ เดลี่ จำกัด	081-922-5462	
39	ลูกเคียวอบกรอบ	คุณกัลยัสสา ตั้งพัฒนนันต์	บริษัท ชุมสิน ฟู้ด อินดัสทรี จำกัด	081-828-5705	
40	ถั่วหวานห้ำสี	คุณศิริพร เดชอินทนะรักษ์	บริษัท ทีบีซี จำกัด	087-709-6640	detintaranaluk.s@pg.com , yakyai19@hotmail.com
41	โซรี่ปกล้วยตากเพื่อสุขภาพ (FOS)	คุณบุผา	วิสาหกิจชุมชนกล้วยตากบุผา		
42	กล้วยเดี่ยวแห้งสามรสชาติ	คุณประกฤต มัชยสินชัย	โรงงานกล้วยเดี่ยว อึ้งชะเอ็ง จำกัด	086-677-5633	
43	อาหารเสริมจากข้าวหอมมะลิ	คุณสุนันท์ เกียรติธนากร	บริษัท อุตสาหกรรมเครื่องหอมไทย-จีน จำกัด		
44	เครื่องนึ่งปลาอุ้ม	คุณมารุต เจริญศรี	บริษัท ฟู้ดส์ แมชชีนเนอร์รี่ จำกัด		
45	แครกเกอร์กลูเตนฟรี	คุณวรรณ เลหาเสรีกุล	บริษัท ฟาร์มคิดดี จำกัด	084-016-6456	
46	Banana Vinegar	คุณบุผา	บริษัท บานาน่า โซโซตี้ จำกัด	089-703-3797	chanama_w@hotmail.com
47	ข้าวสังข์หยด	-	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย		
48	ผักหวานป่า	จำชัย	ชุมชนหมู่บ้านสามขา	081-953-2316	loongja_samkha@hotmail.com
49	น้ำมันทาเส้นกล้วยเดี่ยวที่ปลอดภัย	-	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย + มหาวิทยาลัยศิลปากร		
50	กล้วยเดี่ยวทอดปรุงรส	คุณอุทิศ			

นอกจากนี้ยังมีสมาชิกใหม่ที่ได้เข้าร่วมการออกบูธเพิ่มขึ้นและมีการใช้ตรารับประกันสินค้า Innovative House เพิ่มขึ้นอีกหลายรายด้วย เช่น วังพิกุลไวน์ โทฟูซัง เบาเบา (น้ำสลัดเพื่อสุขภาพ)

1. วิสาหกิจชุมชนวังพิกุลไวน์ 88/1 หมู่ที่ 6 ตำบลวังพิกุล อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก 65130 ได้รับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2550 รหัสทะเบียน 6-65-08-05/1-0007 โดยเริ่มก่อตั้งจากการเป็นกลุ่มผู้ผลิต ห้างหุ้นส่วนจำกัด วังพิกุลไวน์ไทย มีนายมานิตย์ สุพร เป็นประธานกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ที่มีการจำหน่าย ได้แก่ ไวน์กระชายดำ ไวน์อ่อนๆ ไวน์อ่อนๆผสมมังคุด เป็นต้น ซึ่งทางวิสาหกิจชุมชนมีกำลังการผลิตไม่ต่ำกว่า 5 ตันต่อปี โดยจัดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นของดีในตำบลวังพิกุล และจำหน่ายเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าที่ได้รับความนิยมและมียอดการจำหน่ายสูง นอกจากนี้ทางวิสาหกิจชุมชนวังพิกุลไวน์ยังมีแนวโน้มขยายตลาดเพื่อเป็นสินค้าส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ แต่การผลิตไวน์ในระดับวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กและกลุ่มโอท็อป (OTOP) มักประสบ

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



ปัญหาในเรื่องไวน์ไม่ใสรสชาติของไวน์ไม่คงที่ เนื่องจากการผลิตส่วนใหญ่ไม่ได้นำหลักการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ท้องตลาดมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอและไม่สามารถผลิตได้ต่อเนื่องทั้งปี เช่น การเกิดตะกอนหลังจากการบรรจุ เป็นต้น ส่งผลให้มาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนลดลงจาก 4 ดาว เหลือเพียง 3 ดาว ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี พ.ศ. 2552 จากปัญหาดังกล่าวจึงเล็งเห็นความสำคัญของการควบคุมคุณภาพของกระบวนการผลิตไวน์ เพื่อเป็นการเพิ่มสมรรถนะและยกระดับของผู้ประกอบการไวน์ให้มีคุณภาพดีและสม่ำเสมอขึ้น โดยเป็นการปรับปรุงคุณลักษณะด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ไวน์องุ่นแดง ในด้านความขม ความกลมกล่อม ความหวานและรสชาติโดยรวมของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพดีและมีความสม่ำเสมอให้ทุก ๆ ลอตการผลิต เป็นแนวทางในการผลิตไวน์สำหรับผู้ประกอบการระดับวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งยังเกิดความเชื่อมโยงกับหน่วยงานเครือข่ายระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษาวิจัย และหน่วยงานภาครัฐต่อไป โดยได้ร่วมทุนในการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาและพัฒนากระบวนการผลิตไวน์องุ่นแดง ปรับปรุงคุณลักษณะด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ไวน์องุ่นแดง ในด้านความขม ความกลมกล่อม ความหวานและรสชาติโดยรวมของผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ไวน์องุ่นแดงให้เหมาะสมกับระดับตลาดมากขึ้น



สำหรับผลิตภัณฑ์นี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถขยายการตลาดได้ โดยอาจเดินตลาดในกลุ่มโรงแรม และภัตตาคาร ร้านอาหาร โดยอาจเริ่มต้นจากจังหวัดพิษณุโลกเพื่อเป็นการขายไปกับการท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบของการจัดจำหน่ายควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงความแตกต่างและความโดดเด่นในด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์อย่างไร สำหรับราคาที่จัดจำหน่ายอยู่ที่ขวดละ 300 บาท ต่อ 750 มิลลิลิตร โดยมีความโดดเด่นในด้านรสชาติอยู่แล้ว ซึ่งราคาขายอาจจะปรับเปลี่ยนได้อีก ขึ้นอยู่กับสถานที่จัดจำหน่าย โดยสถานที่จัดจำหน่ายปัจจุบันคือร้านขายของฝากในจังหวัดพิษณุโลก และงานเทศกาลต่าง ๆ

2. บริษัท โทฟูซัง จำกัด 342/18 หมู่บ้านพฤษภกริมย์ ซอยรามอินทรา 14 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220 บริษัท โทฟูซัง จำกัด เป็นบริษัทที่เกิดขึ้นจากความตั้งใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทางด้านสุขภาพ โดยมีความชัดเจนในเรื่องของการตลาดที่ได้ทำการศึกษามาเป็นอย่างดี ทำให้เล็งเห็นถึงโอกาสของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตัวแรกของบริษัท ได้แก่ น้ำนมถั่วเหลือง (น้ำเต้าหู้) 100 เปอร์เซ็นต์ ที่มีความหวานตามธรรมชาติ (หวานน้อย) และมีการใส่ฟองเต้าหู้เข้าไปเพื่อเพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากในตลาดปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำนมถั่วเหลือง (น้ำเต้าหู้) ที่มีการจำหน่ายทางการค้าทั่วไป (ไม่รวมถึงผู้ผลิตรายย่อยที่มีการขายวันต่อวัน) มีการปรุงแต่งสารให้ความหวาน รวมถึงอาจพบการใส่สารกันเสียเพื่อยุการเก็บรักษา ทำให้เกิดช่องว่างทางการตลาดที่สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจได้ อย่างไรก็ตามเมื่อทางบริษัทได้ทดลองผลิตด้วยตนเองพบว่าฟองเต้าหู้ที่ใส่เข้าไปนั้นเกิดการเสื่อมสภาพ กล่าวคือ ไม่มีความคงตัวเป็นลักษณะของฟองเต้าหู้ที่ดีได้ หลังจากผ่านกระบวนการให้ความร้อนที่ระดับ Sterilization ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้อย่างสมบูรณ์ จึงยังไม่สามารถนำผลิตภัณฑ์ออกทดสอบตลาด และวางจำหน่ายได้ ด้วยเหตุนี้ทางบริษัทจึงเล็งเห็นว่าหากสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้แล้ว รวมถึงปรับสูตรของน้ำเต้าหู้ให้เป็นที่ยอมรับต่อผู้บริโภคได้ จะสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับบริษัทได้อย่างมาก ในการร่วมสนับสนุนทุนวิจัยในส่วนของการปรับปรุงกระบวนการก่อนการให้ความร้อนเพื่อคงสภาพฟองเต้าหู้ในผลิตภัณฑ์น้ำเต้าหู้บรรจุขวดพร้อมฟองเต้าหู้ ในการศึกษาครั้งนี้ทางผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่กระบวนการปรับปรุงสภาพของฟองเต้าหู้ก่อนเข้าสู่กระบวนการให้ความร้อนที่ระดับ Sterilization เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอายุการเก็บรักษาที่นาน โดยปราศจากการใส่สารกันเสีย โดยปัจจัยที่ศึกษาจะประกอบด้วย ความเข้มข้นของสารละลายที่ทำหน้าที่รักษาความคงตัวของฟองเต้าหู้ และระยะเวลาในการแช่ฟองเต้าหู้ จากผลการประเมินทางประสาทสัมผัสด้านการยอมรับในความแน่นเนื้อของฟองเต้าหู้ในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำเต้าหู้พร้อมฟองเต้าหู้พบว่าสภาวะที่เหมาะสมต่อการปรับสภาพฟองเต้าหู้ก่อนเข้าสู่กระบวนการให้ความร้อน และยังคงให้คุณลักษณะที่ดีของผลิตภัณฑ์ คือ การแช่ฟองเต้าหู้ในสารละลายแคลเซียมคลอไรด์ที่มีความเข้มข้น 0.5% (w/v) ที่อุณหภูมิประมาณ 4-5 องศาเซลเซียส เป็นระยะเวลา 60 นาที บริษัท โทฟูซัง จำกัด ได้นำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาออกแสดงงานสินค้าร่วมกับ Innovative House ในงาน Thaifex 2011 (25 – 29 พฤษภาคม 2554) ณ Impact เมืองทองธานี พบว่าได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้เข้ามาเดินในงานจนเกิดโอกาสทางธุรกิจในการจำหน่าย 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทางภายในประเทศ คือ สามารถส่งสินค้าเข้าร้าน Villa Market จำนวน 22 สาขา ทั่วประเทศ โดยมียอดสั่งซื้อประมาณ 30,000 ขวดต่อเดือน ซึ่งสามารถสร้างกำไรจากการส่งเข้าร้านดังกล่าวได้ในอัตรา 5 บาทต่อขวด นั่นคือสามารถสร้างรายได้สุทธิ (Net Profit) สูงถึง 150,000 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ยังมีร้านค้าสุขภาพต่างๆ เช่น Golden Place และ Lemon Farm กำลังอยู่ระหว่างการเจรจาติดต่อเพื่อสั่งซื้อสินค้าเข้าร้านค้ากลุ่มดังกล่าวต่อไป ส่วนอีกช่องทางคือตลาดต่างประเทศนั้น สามารถส่งตัวอย่างเพื่อเปิดตลาดไปยังประเทศไต้หวัน ซึ่งในปัจจุบันอยู่ระหว่างการรอผลการพิจารณา นอกจากนี้ยังมีการร้องขอจากประเทศสิงคโปร์เพื่อประเมินผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นกัน โดยมียอดการสั่งซื้อจากสิงคโปร์ที่ชัดเจนแล้ว คือ 8 ตู้คอนเทนเนอร์ ทั้งนี้จะต้องรอการเจรจาในเรื่องของราคา และรายละเอียดเกี่ยวกับ

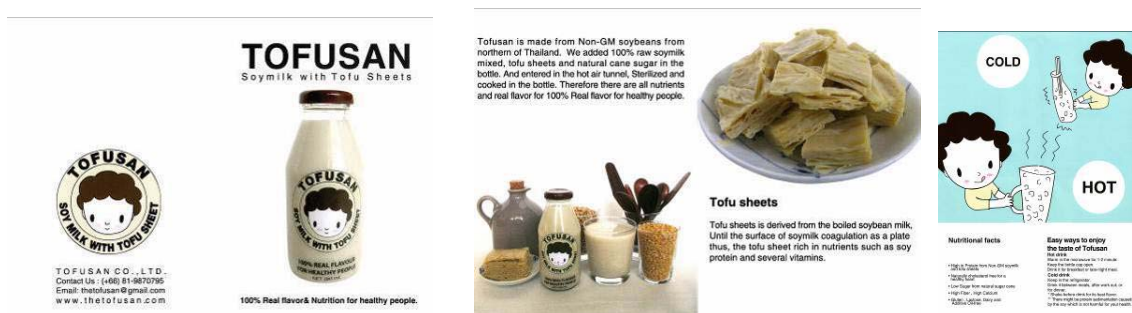
โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



การส่งออกต่อไป ซึ่งหากประมาณรายได้สุทธิ (Net Profit) ที่จะเกิดขึ้นจากการขายผลิตภัณฑ์ทั้งภายในและต่างประเทศ น่าจะสามารถสร้างรายได้สุทธิได้ไม่ต่ำกว่า 300,000 บาทต่อเดือน สำหรับสถานที่จัดจำหน่าย ได้แก่ Villa Market จำนวน 22 สาขา ทั่วประเทศ และร้านเพื่อสุขภาพที่ได้มีการติดต่อไว้ นอกจากนี้ภายในอนาคตอันใกล้จะมีการวางจำหน่ายในร้าน Golden Place และ Lemon Farm



(ตัวอย่าง Leaflet ของผลิตภัณฑ์)

นอกจากนี้ทางบริษัทยังได้สร้างเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัวของรสชาติใหม่ในน้ำเต้าหู้ทั้ง 3 รสชาติ คือ น้ำผึ้ง กล้วย และชาเขียว โดยอาศัยการคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบของกลิ่นรสหลายๆ แห่งมาพัฒนาเป็น Profile ของกลิ่น และรสชาติใหม่ พร้อมกับการศึกษากระบวนการผลิตที่เหมาะสมต่อการคงคุณลักษณะด้านกลิ่นและรสชาติในน้ำเต้าหู้แต่ละรสชาติ จากการวิเคราะห์ผลทางเศรษฐศาสตร์ของผลิตภัณฑ์น้ำเต้าหู้บรรจุขวดพร้อมฟองเต้าหู้พบว่าสามารถสร้างรายได้สุทธิ (Net Profit) ในเบื้องต้นสูงถึง 150,000 บาทต่อเดือน ซึ่งยังไม่รวมถึงช่องทางการตลาดที่เหลือทั้งภายในและต่างประเทศ ทั้งนี้เมื่อมีการพัฒนา Item สินค้าเพิ่มเติมเพื่อต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ตัวเดิมจะสามารถเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ไม่น้อยกว่า 3 เท่าตัว เพราะเป็นสินค้าที่สามารถจำหน่ายพร้อมกันเป็นชุดได้อย่างเหมาะสม

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



3. บริษัท ลิฟวิงไลฟ์ เกล้ จำกัด 682/48 ซิตีพาร์ค ซอย 3 ถนนพัฒนาการ 38 เขตสวนหลวง กทม. 10250

แนวทางการดำเนินงานเริ่มจากผู้ประกอบการมีสูตรน้ำสลัดเพื่อสุขภาพอยู่แล้ว (น้ำสลัดใบโหระพาและน้ำสลัดเต้าหู้สไตส์ชีซาร์ ดังแสดงสูตรด้านล่างนี้) แต่น้ำสลัดทั้ง 2 สูตรเกิดการตกตะกอนหลังการผลิต เนื่องจากส่วนของของแข็ง เช่น กระเทียม สับ, พริกไทย, เต้าหู้อ่อนญี่ปุ่นม ออริกาโนผง เป็นต้น การตกตะกอนของส่วนของของแข็งเกิดจากความหนาแน่นของส่วนของของแข็งและส่วนของของเหลวมีความแตกต่างกัน ผู้ประกอบการไม่ต้องการให้เกิดการตกตะกอนของส่วนของของแข็ง ดังนั้น แนวทางการแก้ปัญหา คือ การเพิ่มความหนืดให้กับระบบอาหาร เพื่อชะลอการตกตะกอน แชนแทนกัมซึ่งมีการนำมาใช้อย่างกว้างขวางในน้ำสลัดเพื่อเพิ่มความหนืดในระบบอาหารถูกนำมาใช้ในการแก้ปัญหานี้ โดยทำการศึกษาระดับความเข้มข้นของ แชนแทนกัมที่เหมาะสม ได้แก่ 0, 0.1, 0.2, 0.3, 0.4, และ 0.5 ในน้ำสลัดทั้ง 2 สูตร ได้แก่ น้ำสลัดใบโหระพาและน้ำสลัดเต้าหู้สไตส์ชีซาร์ แล้วนำมาตรวจสอบลักษณะปรากฏของผลิตภัณฑ์ (ไม่ตกตะกอน) และให้ผู้บริโภคที่ผ่านการฝึกฝนแล้วจำนวน 10 คน ทดสอบความชอบในด้านความหนืดและการยอมรับผลิตภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์นี้มุ่งความสนใจกับกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ โดยวางจุดขายที่เป็นน้ำสลัดที่ไม่มีน้ำมัน (Oil free) จะเริ่มวางจำหน่ายประมาณเดือนพฤศจิกายน 2554 นี้ โดยประมาณการยอดขายในเดือนแรก 1,000 ขวดต่อหนึ่งสูตรน้ำสลัด น้ำสลัดแต่ละสูตรมีราคาต้นทุนประมาณ 40 บาทต่อขวด และวางจำหน่ายในราคา 120 ต่อขวด ดังนั้นเดือนแรกของการวางจำหน่ายน่าจะสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการประมาณ 160,000 บาท และมีแนวโน้มว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้น เมื่อผู้บริโภครู้จักสินค้าและการกระจายของสินค้าตามสถานที่จำหน่ายทั่วถึง โดยสถานที่จัดจำหน่ายคือ ร้านค้าเพื่อสุขภาพและโรงพยาบาลต่าง ๆ



น้ำสลัดสูตรใบโหระพา (ขวดซ้ายมือ) และน้ำสลัดสูตรเต้าหู้สไตส์ชีซาร์ (ขวดขวามือ)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจอีกมากมาย ดังตารางด้านล่างนี้

โครงการ	ผลิตภัณฑ์	ภาคเอกชน
1	น้ำเต้าหู้บรรจุขวดรสชาติใหม่	บริษัท โทฟูซัง จำกัด
2	กล้วยตากชุบช็อกโกแลต	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกล้วยตากบุปผา
3	ไซริบข้าว	บริษัท ท็อปออร์แกนิก โปรดักส์ แอนด์ ซัพพลายส์ จำกัด
4	ผักกาดเขียวปลีผง	บริษัท สันติภาพ (ฮั่วเฟ้ง 1958) จำกัด
5	น้ำ broth จากผักกาดเขียวปลี	บริษัท สันติภาพ (ฮั่วเฟ้ง 1958) จำกัด
6	ผักหวานป่าผง	ชุมชนบ้านสามขา จ.ลำปาง
7	ก๋วยเตี๋ยวอบแห้ง	โรงงานก๋วยเตี๋ยวอิงฮะเซ่ง
8	ลูกชิ้นหมู	ร้านบ้านวงเดือน
9	น้ำเฉาก๊วยพร้อมดื่ม	ร้านเฉาก๊วยดัมดีดัม
10	น้ำส้มเกล็ดหิมะ	บริษัท ปลาทองไอศกรีม จำกัด
11	กล้วยกวนสำหรับใส่ข้าวต้มมัด	ร้านใบสลาดข้าวต้มมัดอินเตอร์
12	ธัญพืช 5 สี หุงสุกเร็ว	บริษัท ชุมสิน ฟู้ด อินดัสทรี จำกัด
13	ลูกเดือยอบกรอบ	บริษัท ชุมสิน ฟู้ด อินดัสทรี จำกัด
14	น้ำอินทผลัม	บริษัท ยู แอนด์ วี อินเตอร์เทรด จำกัด
15	ขนมอบกรอบจากหนังหมู	บริษัท สุทธิลักษณ์ อินโนฟู้ด จำกัด
16	โจ๊กออร์แกนิกสำหรับเด็ก	บริษัท อาหารสุขภาพดี จำกัด
17	ซูปน้ำขึ้นผงออร์แกนิก	บริษัท อาหารสุขภาพดี จำกัด
18	กล้วยกวนหลากสี	ร้านข้าวแต่นง่วน
19	ถั่วกวน 5 สี	คุณศิริพร เชนอินทราลักษณ์
20	ขนมอบกรอบจากก๋วยเตี๋ยว	หจก. พี พี ออยล์

โครงการ	ผลิตภัณฑ์	ภาคเอกชน
21	น้ำเต้าหู้พร้อมฟองเต้าหู้บรรจุขวด	บริษัท โทฟูซัง จำกัด
22	เม็ดบัวทอด	บริษัท เวदानา จำกัด
23	แครกเกอร์ปลอดกลูเตน	บริษัท ฟาร์มคิดดี จำกัด
24	ไวน์องุ่นแดง	วิสาหกิจชุมชนวังพิกุลไวน์
25	น้ำสลัดเพื่อสุขภาพ	บริษัท ลิฟวิ่งไลฟ์ เกล้ จำกัด
26	ธัญพืชแท่งอบกรอบ	บริษัท กรีนฟู้ดส์ เอเชีย จำกัด
27	น้ำเชื่อมสำหรับทองหยอด	ร้านบ้านทองหยอด
28	ขนมอาลาว	ร้านป้อนคำหวาน
29	ไส้กรอกหมู	ร้านบ้านวงเดือน
30	ข้าวแต่นจากข้าวกล้องและข้าวเหนียวออก	บริษัท ภู่อ้อม จำกัด
31	ลูกอมสำหรับเด็ก	หจก. โรงงานลูกกวาดมิตรใหม่
32	หัวกุ้งทอด	บริษัท อูมาซ ฟู้ด จำกัด
33	เส้นหมี่โคราชพร้อมรับประทาน	กลุ่มสหกรณ์เส้นหมี่เมืองปัก
34	ลูกชิ้นกุ้งและปลาเพื่อสุขภาพ	คุณอรทัย ดันตระกูล
35	กะทิเทียมสำหรับขนมอาลาว	ร้านป้อนคำหวาน
36	หมูแท่งอบกรอบ	บริษัท เตี้ยหึ่งเสียง (เจ้าสัว) จำกัด
37	น้ำส้มสายชูหมักจากน้ำผึ้ง	บริษัท เชียงใหม่โปรดักส์ จำกัด
38	ขนมปั้นขลิบ	ร้านปั้นขลิบคุณวรรณ
39	ลูกกัปลาไทย	คุณนรินทร์ คุ้มไพโรจน์
40	หมูยอ	บริษัท เตี้ยหึ่งเสียง (เจ้าสัว) จำกัด
41	ข้าวพอง	บริษัท สุคันธา ไทย สแน็ค จำกัด
42	เนื้อปลาปรุงรส	บริษัท มาริเนอร์ กรู๊ป จำกัด
43	กะหรี่ปั๊บนมสด	ร้านขนมบ้านครูยุ
44	ลูกอมจากเศษผลไม้แช่อิ่มอบแห้ง	บริษัท สามร้อยยอด จำกัด
45	เยลลี่ฟรุตสลัด	บริษัท เอ เอส พี อินเตอร์ฟู้ด จำกัด
46	น้ำหวานผลไม้เข้มข้น	บริษัท เอ เอส พี อินเตอร์ฟู้ด จำกัด
47	ครีมงาเพื่อสุขภาพ	บริษัท สามพรานฟู้ดส์ จำกัด
48	น้ำพริกหมูสับไข่เค็ม	บริษัท เฟรชมิตา ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด
49	ขนมสำหรับสุนัข	บริษัท เฟรชมิตา ฟู้ด โปรดักส์ จำกัด
50	ขนมกรอบเค็ม	ร้านขนมไทยใจป้า

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



สำหรับการประชาสัมพันธ์การทำงานของชุดโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม และแบรนด์ Innovative House ในการจัดแสดงงาน Thailand Bestbuy 2011 และการร่วมออกบูธอื่น ๆ ซึ่งจะจัดแสดงวันที่ 2-11 ธันวาคม 2554 ใน บูธ ที่ P 172-173 และ 175 ได้มีการใช้โบว์ชัวร์แนะนำและเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้าและอธิบายให้ประชาชนเข้าใจการทำงานวิจัยในอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น โดยได้จัดเตรียมโบว์ชัวร์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ดังข้อมูลด้านล่าง

Selection of brands with our Innovative House mark
[There are many more projects that are still in the process & cannot be disclosed for the time being.]
innovative house
Shift & Go Beyond Boundaries
by TRF

Losing sweet tooth.
The vintage Petchburi sweet store has been successful in researching into how not to compromise the original recipe by going less sweet. By adopting Sucralose instead of sugar as a sweetener.
Pen Kum Wan
Contact: www.gorakulwan.com
+66 92 89 488 482

Outdoor bananas go indoor.
With new drying techniques in the "Parabola Dome" the dried bananas are beautifully cured away from insects and unwanted guests. The Organic banana is full of vital potassium.
Banana Society
Contact: www.banana-society.com
+66 92 95 296 411, +66 92 89 440 7979

There is more to rice than just a full stomach.
Their latest discovery of biochemical quality found in rice came to be a vital ingredient for this anti-aging product
oryze
Contact: t/r Thailand.com
+66 92 2 952 5380-2

GABA rice Green Leaf
More GABA from the original Jasmine
New technique in germinating the Thai brown and Thai Jasmine rice helps to maintain more GABA during the production.
GABA rice
Contact: Mr. Jomphong +66 92 81 592 4099

How to turn waste from the fruit basket into a must buy?
The plain syrup comes alive with goodness and flavours from fruits that was once considered waste. Each drop is full of natural anti-oxidant and vitamin C.
Summer dew
Banana Syrup
Contact: www.banana-society.com
+66 92 95 296 411, +66 92 89 440 7979

Another level of Thai wine
Made with grapes from the Wangphikun district of Phitsanulok. The wine has soft gentle sweet characteristic unique in its own. Packaged in small bottles perfect for daily portion.
Wangphikun Winery
Contact: Mr. Worat +66 92 89 458 9079,
+66 92 85 054 9479

The 100% natural soy milk.
Made only with high quality non-GMO soy beans from the north without additives or preservatives. The only thing added is the texture from TOFU skin to complete this very healthy drink.
Tofu Skin
Contact: +66 92 81 594 4676

Thai Mozzarella with European approval.
The first organic Murrah buffalo farm in Thailand is serious on making fine Mozzarella cheese. Starting from organic grass that fed the cattle, now the product has reached the height of global standard.
Murrah Dairy
Contact: www.kuramatmilk.com
+66 92 2 272 2992

To drink is to give.
The concept behind this drinking water is to spread the profit to the much needed area.
Innovative House
Tan Man Jai Mineral Water
Contact: www.tanmangai.com
+66 92 34 272 408

Can Tasty Crackers be more than just bread flour?
The alternatives are sprouted brown rice, jasmine rice, young corn silk and crispy tiny shrimps called "Koey".
Crisp etc.
Contact: www.kapromhubbkk.com
+66 92 84 079 5034, +66 92 84 079 5034

โบว์ชัวร์ด้านในของ Innovative House ภาคภาษาอังกฤษ

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsmc.org / www.trfsmc.net / www.innovativehouse.org





Our aspirations at innovativehouse

- To educate local communities on available local technologies. Strengthening small & medium enterprises (SMEs) as they grow according to the "self-sufficient economy" philosophy. Ultimately becoming less dependent on foreign technology.
- To support the core asset of knowledge in the SMEs' Research & Development sector while also connecting local economy to global market.

Look out for innovativehouse mark for quality assurance

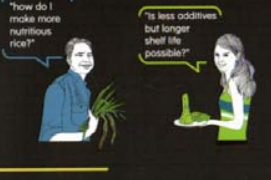
When you buy the product with the innovativehouse mark you can rest assured that your support will go towards the goodwill behind the fine quality of each brand.

The usual characteristics that approach innovativehouse

Industrial specialized team with specific set of skills or business owner who wishes to increase capacity or looking for ways of cutting down cost. By the manner of inventing and innovating they are commonly looking to match the international standards.

Funding at innovativehouse

government funding maximum at 80%
personal funding minimum at 20%
These can either be in form of cash or materials involved in the process.



The path we walk.

Our goal is to improve agricultural products by adding value or value creation both financially and nutritiously through Research & Development.

If you are a business owner looking for ways to improve your product or manufacturing process by means of Research & Development please don't hesitate to contact us



Co-ordinator
 Bhundit Innawong, Asst.Prof.
 Food Technology Department
 Faculty of Engineering and Industrial
 Silpakorn University
 Nakornpathom 73000 Thailand
 Email: b_innawong@yahoo.com
 Tel/Fax: +66 (0) 34-252-409
www.innovativehouse.org
www.trfsme.net

Vice Project Co-ordinator

Neppamat Pimjura Email: joke44_p@hotmail.com	Boonanan Sakboonyarat Email: nui157@hotmail.com
Janjira Jinnoros Email: kungnai@hotmail.com	Chailert Lohakitsathian Email: kuu153@gmail.com
Kongwut Niruntasuk Email: mao2120@yahoo.com	Marutt Musikabutra Email: momelon03@gmail.com



Mark of quality from the house of thinkers to you

Research & Development for tomorrow's SMEs.

โบว์ชาร์ด้านนอกของ Innovative House ภาคภาษาอังกฤษ

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



วัตถุประสงค์ของ innovative house

- เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม SMEs ให้เข้มแข็งและมีศักยภาพเติบโตอย่างยั่งยืนกับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ และเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในอุตสาหกรรม SMEs ซึ่งนำไปสู่การตลาดที่พึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ
- เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านงานวิจัยของภาคอุตสาหกรรม SMEs โดยนำองค์ความรู้ที่ได้ เชื่อมโยงสู่เศรษฐกิจท้องถิ่นระดับรากหญ้า ควบคู่กับเศรษฐกิจมหภาค

สังเกตสัญลักษณ์ innovative house
อีกมาตรฐานของอาหารไทย ที่ไม่ใช่แค่อร่อย
แต่เป็นอาหารที่มั่นคงกรรม
และถึงมาตรฐานความปลอดภัย

เมื่อคุณซื้อสินค้าที่มีสัญลักษณ์ innovative house ขอให้คุณมั่นใจได้เลยว่า คุณได้สนับสนุนสินค้าที่เกิดมาจากความตั้งใจที่จะผลิตของดี และต่อยอดความรู้ในบ้านเราไปพร้อมๆกัน

หากคุณเป็นผู้ประกอบการ ที่สนใจจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการผลิต และต้องการจะใช้นวัตกรรม เพื่อสนับสนุนธุรกิจของคุณ เชิญติดต่อมาที่

innovative house
Shift & Go Beyond Boundaries by TRF

ผู้ประกอบการด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)
 ผศ.ดร. บัณฑิต อินต๊ะวงศ์
 ภาควิชาเทคโนโลยีอาหาร
 ชั้น 3 คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
 มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
 อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
 Email: b_innawong@yahoo.com
 Tel/Fax: 034 252 409
 www.trfsmc.net
 www.trfsmc.org
 www.innovativehouse.org

ผู้ช่วยผู้ประกอบการ
 มพพาท พิมาพา
 Email: joke44_p@hotmail.com

ศศิภา เกื้ออวยพร
 Email: salapao315@hotmail.com

กมลวดี นิรันดสุข
 Email: moo2120@yahoo.com

ปวีณาภรณ์ อุตรนุกุล
 Email: udomkun_pat@hotmail.com

ชัยสิทธิ์ โลหะกำเนิด
 Email: kuu153@gmail.com

มารุต มุลิกบุตร
 Email: momelon@hotmail.com

innovative house
Shift & Go Beyond Boundaries by TRF

สัญลักษณ์
ของสินค้านวัตกรรม
จากบ้านนักคิด
ถึงบ้านคุณ

พลิกโฉมและไปเหนือข้อจำกัด เพิ่มมูลค่าสินค้า SMEs ด้วยงานวิจัย

โบว์ชัวร์ด้านนอกของ Innovative House ภาคภาษาไทย

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsmc.org / www.trfsmc.net / www.innovativehouse.org



ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสัญลักษณ์
(ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างที่แสดงอยู่ประมาณ 5 ชิ้น และยังมีผลิตภัณฑ์อื่นอีกมากมาย)

innovative house
Shift & Go
Beyond Boundaries
by TRF



ขนมหวานแบบไม่มีน้ำตาล
ร้านขนมไทยต้นตำรับของเมืองเพชร
ที่ได้ใช้ความรู้และศาสตร์จากธรรมชาติ
"สูตรโกลด์" แทนน้ำตาล
ทำให้ความหวานลดลง
และอร่อยแบบสุขภาพดี

Boudhan
Contact: www.ponkumman.com
091 688 4053



จากผลไม้ในภาค
สุพรรณบุรีมาในถ้วยสุขภาพดี
คัดมาจากรั้ว และเพิ่มมูลค่า
ให้กับป่าเศรษฐกิจ
ให้กลายเป็นน้ำเชื่อมที่มีรสหวาน
เป็นเอกลักษณ์ หอมกลิ่นผลไม้
และได้คุณค่าทางโภชนาการมากมาย
เช่น สารต้านอนุมูลอิสระ-วิตามินซี

Banana Syrup
Contact: www.banana-society.com
093 396 411, 089 460 7979



ดีกรีของไวน์ไทย
จากอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดชัยภูมิ
ที่มีรสชาติเป็น หอม หวาน
เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร
และมีคุณค่าทางโภชนาการที่
มีประโยชน์ต่อสุขภาพ
เพื่อสุขภาพประจำวัน

Wangphikun
Contact: คุณวดี 089 858 9079,
085 054 9479



โด้ว่านน้อย
ตั้งภาคเหนือภาคกลาง

รักสุขภาพรักสุขภาพแบบง่ายๆ
กับเอกลักษณ์สมุนไพรผลิตภัณฑ์ใหม่
"Parabola Dome" ที่กำลังมีผลผลิต
รสชาติ และสวยงามน่ากิน
ยังมีน้ำเชื่อมกล้วยตากออร์แกนิก
ที่ไม่ผสมสีผสมรส
ออกมาอีกด้วย

Banana Syrup
Contact: www.banana-society.com
093 396 411, 089 460 7979



บ้านแก้วเหลือง 100%
จากธรรมชาติ



ผลิตจากเมล็ดข้าวกล้องคุณภาพดี
จาก-GMO จากภาคเหนือ
ผ่านกรรมวิธีคุณภาพ
ไม่ผ่านสารปนเปื้อนและวัตถุกันเสีย
และมีส่วนผสมของผลไม้
เพื่อคุณคุณค่าทางโภชนาการ
หวานน้อยเพื่อสุขภาพ

Purnan
Contact: 081 956 4076



ยังยั้งดี

บ้านไม้ใช้ดื่มเป็นน้ำดื่มที่ปลอดภัย
แต่เป็นสารน้ำจากธรรมชาติ
ไม่หวานปนเค็ม
จากของดีของบ้าน

Banmai
Contact: www.banmai.com
034 252 409



อิว...คุณทำมาถวาย
บ้านวังจันทน์สารพัดจากข้าว
มาด้อยอด ผลิตภัณฑ์ข้าว
หอมลิ้นจี่กับข้าวหอมลิ้นจี่
ด้วยเทคโนโลยีชีวภาพ
onyzae
Contact: 081 952 5380-2



ข้าวขาว Green Leaf

ข้าวขาว จากข้าวหอมลิ้น และข้าว กส 6
ผ่านกรรมวิธีสารพัดจากข้าว
หอมลิ้นจี่ มาด้อยอดจาก
กระบวนการผลิตข้าวขาว
จากข้าวหอมลิ้นจี่
และข้าวพันธุ์ กส 6

onyzae
Contact: คุณอานนท์ 081 952 4099



นมสดของดีจาก
นมสดของดีจาก
นมสดของดีจาก
นมสดของดีจาก
นมสดของดีจาก

Murah Dairy
Contact: www.murahdairy.com
02 373 2992



ขนมขบเคี้ยว
จากข้าวหอมลิ้นจี่
จากข้าวหอมลิ้นจี่
จากข้าวหอมลิ้นจี่
จากข้าวหอมลิ้นจี่

Crisp etc.
Contact: www.kanunokid.com
084 076 8456, 084 016 8456

โบว์ชาร์ด้านในของ Innovative House ภาคภาษาไทย

นอกจากนี้เพื่อจะได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างสะดวกเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ง่ายต่อการขนย้าย โดยมีรูปแบบดังบรรจุภัณฑ์ด้านล่าง



โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325
อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com
เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





ภาพบรรยากาศในการออกบูธต่างๆ



โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325
 อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com
 เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325
 อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com
 เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org





อย่างไรก็ตามในการจัดงาน Thailand Best Buy 2011 ในช่วงที่มีการจัดงาน คือ 2-11 ธันวาคม 2554 ได้เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ อันเนื่องจากพายุโซนร้อน “นกเตน” ศูนย์น้ำท่วมใหญ่ที่สร้างความเสียหายให้แก่ประเทศเป็นประวัติศาสตร์ โดยเกิดเหตุอุทกภัยครั้งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งเป็นภาวะสืบเนื่องมาจากพายุโซนร้อน “นกเตน” (NOCK-TEN) ที่เกิดขึ้นจากบริเวณชายฝั่งด้านตะวันตกของเกาะไหหลำ ประเทศจีน ได้พัดเข้าสู่อ่าวตังเกี๋ย

โทรศัพท์ / โทรสาร: 0-3425-2409, 08-18053325

อีเมล: b_innawong@yahoo.com, joke44_p@hotmail.com

เว็บไซต์: www.trfsme.org / www.trfsme.net / www.innovativehouse.org



ประเทศเวียดนาม ประเทศลาว จนมาสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย ในช่วงตั้งแต่วันที่ 30 กรกฎาคม 2554 เป็นต้นมา จนนำไปสู่ความเดือดร้อนในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออกของประเทศ รวมกว่า 27 จังหวัด ได้แก่ สุโขทัย พิจิตร พิษณุโลก นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท สิงห์บุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สระบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม ปทุมธานี นนทบุรี อุบลราชธานี ขอนแก่น ศรีสะเกษ สุรินทร์ ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี ร้อยเอ็ด นครราชสีมา บุรีรัมย์ กำแพงเพชร และ ตาก โดยเดือนสิงหาคมได้รับอิทธิพลจากมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และร่องความกดอากาศต่ำกำลังค่อนข้างแรงพัดผ่านประเทศตอนบน ทำให้มีฝนตกชุกจนเกิดน้ำท่วมต่อเนื่อง จากนั้นก็ได้รับอิทธิพลจากพายุโซนร้อน “ไห่ถาง” (HAITANG) ที่อ่อนกำลังลงเข้าปกคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ พร้อมกับที่ได้ฝน “เนสาด” (NESAT) ที่เข้าสู่ประเทศไทยตอนบนจนมีฝนตกหนักถึงหนักมากเป็นระยะๆ จึงเกิดเหตุการณ์น้ำท่วมอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน จนได้สร้างความเสียหายต่อประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศเป็นจำนวนมากโดยล่าสุดมีผู้เสียชีวิตแล้วเกือบ 300 ราย มีผู้ได้รับผลกระทบรวมกว่า 2 ล้านคน อีกทั้งยังเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ในเขตต่างๆ จำนวน 13 เขต คือ เขตดอนเมือง สายไหม หลักสี่ แจ้งวัฒนะ มีนบุรี บางกะปิ ดลิ่งชัน บางพลัด บางแค ทวีวัฒนา บางขุนเทียน บางกรวย ลาดพร้าว และจตุจักร ซึ่งถึงแม้พื้นที่การจัดงานจะอยู่ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในเขตคลองเตย แต่ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการเดินทางและภาวะเศรษฐกิจของคนที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอย หรือเข้ามาเที่ยวงานดังกล่าว ดังนั้นทางผู้ประกอบการจากบริษัท ฟาร์มกิดดี จำกัด ได้ร่วมกันประชุมหารือเพื่อประเมินสถานการณ์ดังกล่าว ร่วมกับทางผู้ประสานงานชุดโครงการฯ และทีมบริษัทยินคือออกแบบ จำกัด ว่าหากมีการจัดงานไปแล้วไม่มีผู้เข้าชมงานก็จะเป็นการเสียโอกาสในการประชาสัมพันธ์และเกิดการสิ้นเปลืองงบประมาณ จึงลองหารือกับบริษัทผู้จัดงานดังกล่าวในการขอคืนพื้นที่และขอค่าจองบูธคืน ซึ่งทางผู้จัดงานก็เข้าใจในสถานการณ์น้ำท่วมดังกล่าว โดยจะยินดีคืนเงินให้ภายหลังจากการจัดงานเรียบร้อยแล้ว ซึ่งทางชุดโครงการฯ ก็ได้ใช้งบประมาณบางส่วนในการจัดงานในการจัดเตรียมบูธ โบว์ซัวร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเตรียมงานดังกล่าว ดังนั้นทางชุดโครงการฯ จึงเห็นว่าทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและผู้ประกอบการเกิดความสูญเสียงบประมาณในการเตรียมงานดังกล่าวไปพอสมควร จึงเห็นควรให้จัดสรรงบประมาณเพื่อคืนแก่ผู้ประกอบการตามสัดส่วนของการร่วมทุนต่อไป ทั้งนี้ผลงานจากการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ได้เกิดขึ้นในระหว่างการจัดเตรียมงานและทำให้ทราบความเป็นไป ตลอดจนเกิดความสัมพันธ์อันดีร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการอย่างใกล้ชิดขึ้นด้วยทางชุดโครงการฯ จึงได้จัดทำรูปเล่มรายงานในฉบับนี้

