



คณิดา คณินเวคิน

‘ขนมไทย’ แปลงร่าง

● กานต์ดา บุญถ้อม

‘การสร้างแบรนด์ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอะไร ล้วนต้องมีจุดขายหรือเอกลักษณ์ของสินค้า เพื่อให้เกิดความต่างจากสินค้าคู่แข่ง” หนึ่งในแง่คิดทางธุรกิจที่ “คณิดา คณินเวคิน” เจ้าของแบรนด์ KANITA ค้นพบและใช้เป็นเข็มทิศนำทางไปสู่จุดหมายความสำเร็จ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องหนังให้มีเอกลักษณ์และแตกต่าง

กระเป๋าหนังที่หน้าตาเหมือนขนมทอใบตองอย่าง ขนมใส่ไส้ ข้าวต้มมัดและขนมจาก เป็นความแตกต่างจากความคิดสร้างสรรค์ของเธอ และเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ KANITA

“หัวใจสำคัญของการออกแบบ คือ การสร้างกิมมิคหรือลูกเล่นให้สินค้า เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความสนุกสนานและจินตนาการกับผลิตภัณฑ์” คณิดากล่าว

● ตัวตนสร้างแบรนด์

คณิดาสำเร็จการศึกษา

จากสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่สั่งสอนให้หนักศึกษาจะต้อง “ค้นหาว่าชอบอะไร ตัวตนของเราคืออะไร และสิ่งที่ทำจะสื่ออะไร กับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้บ้าง เมื่อคิดได้แล้วให้เดินหน้าอย่างมั่นใจ ไม่ว่าจะมียุทธศาสตร์อะไร ก็ต้องผ่านไปให้ได้”

จากความรู้ในห้องเรียนสู่โลกธุรกิจ เธอพบทวนความชอบส่วนตัวและความสามารถพบว่า ชื่นชอบงานเครื่องหนังมาตั้งแต่เด็ก จึงมักหาความรู้ในการทำเครื่องหนังเพิ่มเติมด้วยตัวเอง และนำทักษะความรู้การออกแบบมาต่อยอดทำเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ พร้อมกันนี้ เธอยังชอบขนมไทยทอใบตอง จึงนำความชอบทั้งสองมาผสมผสานกันและออกมาเป็น “กระเป๋าหนังทรงขนมไทย” ซึ่งออกแบบรูปทรงและเลือกใช้หนังที่มีโทนสีเสมือนใบตองมากที่สุด โดยถือเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์

“ความยากของการทำธุรกิจ คือ การลงมือทำ

และสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นแบรนด์น้องใหม่ จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบรับความต้องการของผู้บริโภค มีความแปลกใหม่ ใช้ประโยชน์ได้จริงรวมถึงมีตลาดเป้าหมายรองรับและอยู่รอดได้ จึงจะถือว่าประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง” คณิดากล่าว

กว่าจะถึงวันสำเร็จของ KANITA สินค้าทำมือล็อตแรกของคณิดาไม่ใช่กระเป๋าทรงขนมโดยตรง แต่เป็นปกสมุดที่ทำจากหนังและตอกชื่อให้ฟรี ซึ่งเมื่อ 2 ปีก่อนได้รับความนิยมไม่แพ้งานเครื่องหนังในรูปแบบอื่น แต่เธอจำเป็นต้องใช้วิชาความรู้ที่เรียนมาสร้างความ

ต่างให้กับแบรนด์ เพื่อหลีกเลี่ยงคู่แข่ง

ลูกค้าส่วนใหญ่ของแบรนด์เป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานที่ชื่นชอบงานดีไซน์ ชอบเครื่องหนัง นิยมซื้อไปใช้เองหรือเป็นของขวัญของที่ระลึกหรือของขวัญปีใหม่ ปัจจุบันกระเป๋าทรงขนมไทยมีอยู่ 5 แบบ ได้แก่ รูปทรงขนมใส่ไส้ใส่เหรียญ ซึ่งมีรางวัล Demark



การันตีผลงานจากงาน Design Excellence Award 2011 โดยกรมส่งเสริมการส่งออก ชมเชยเทียนสำหรับใส่เหรียญ ชมเชยจากสำหรับใส่เครื่องเขียน ข้าวต้มมัดสำหรับเก็บลูกกุญแจต่างๆ กระเป๋าขนมแข่งที่ติดแม่เหล็กไว้สำหรับเก็บตัวหนีบกระดาษหรือตะปูเข็มขนาดเล็ก หลังจากนั้น จะมีการปรับเปลี่ยนกระเป๋าทรงขนมให้มีขนาดที่ใหญ่ขึ้น เพื่อให้รูปทรงขนมไทยเป็นเอกลักษณ์ที่ติดตลาดและลูกค้าจดจำในแบรนด์

● ประสพการณ์เสริมแกร่ง

คณิดาเข้าร่วมโครงการจับคู่ธุรกิจของศูนย์สร้างสรรงานออกแบบ (TCDC) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายในของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ สปร. (OKMD) ซึ่งเปิดโอกาสให้นักออกแบบนำผลงานมาแสดง และเป็นพื้นที่พบปะของผู้ประกอบการที่สนใจร่วมธุรกิจกัน

ส่วนช่องทางทางการจำหน่ายนั้น ได้ฝากขายไว้ที่ TCDC Shop ต่อมาได้ดำเนินการจัดสิทธิบัตร และได้รับการติดต่อจาก Propaganda เพื่อนำสินค้ามาวางจำหน่ายในร้าน อย่างไรก็ตาม ช่วงแรกในการวางจำหน่ายยังไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้า

design

เนื่องจากไม่ใช่สินค้าจำเนียร แต่เมื่อมีการนำเสนอเรื่องราวเครื่องหนังขนมไทยชุดนี้ออกไปผ่านทางสื่อ ทำให้ชื่อแบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายพุ่งขึ้นด้วยเธอยังสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ด้วยป้ายภาษาไทยและอังกฤษให้ความรู้เกี่ยวกับขนมไทยทอใบตองชนิดนั้นๆ ไว้กับผลิตภัณฑ์ด้วย

“ทุกธุรกิจไม่ว่าจะทำอะไร ล้วนมีปัญหารออยู่แทบทั้งสิ้น สิ่งสำคัญอยู่ที่เราจะแก้ปัญหาและผ่านมันไปได้หรือไม่ คนที่สู้และแก้ปัญหาได้ จะยังมีประสบการณ์สั่งสมและมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น แต่คนที่ไม่ลองแม้จะคิดสู้ ไม่ว่ามีเงินลงทุนมากแค่ไหนยังไม่รอด” บทสรุปในเส้นทางธุรกิจจากคณิดา