



ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทำให้ปัจจุบันเป็นผู้ผลิตเพียงรายเดียวในประเทศไทย

ล่าสุด ได้ฉีกแนวเดิมๆ ของตัวเอง โดยเร็วๆ นี้เตรียมจะเปิดตัวเครื่องสำอาง ภายใต้แบรนด์ "ลัวร์" (LURE) และ "24 : 7" (TWENTYFOUR : SEVEN) ซึ่งเข้าตัวบอกว่านับจากนี้จะเดินทางทำตลาดกับธุรกิจใหม่อย่างเต็มที และแน่นอนว่าแม้จะเข้ามาสู่วงการธุรกิจเครื่องสำอาง แต่ก็ไม่ใช่จุดเด่นในเรื่องความแตกต่าง นั่นคือความต่างในเรื่อง "คุณภาพ" โดยโจทย์สำคัญคือจะทำอย่างไรที่จะให้คนเชื่อมั่นและเห็นในความแตกต่างที่ว่านี้ได้

"นวัตกรรม ถ้าคือความแตกต่างเราก็เรียกว่านวัตกรรมได้ ซึ่งใครๆ ก็ชอบความแตกต่าง และการที่เราเป็นเจ้าของความแตกต่างนั้น เป็นเจ้าแรกๆ ที่การแข่งขันยังไม่มาก สินค้าของเราที่คิดตลาดได้ง่าย แต่ในความแตกต่างนั้นก็จะมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ซึ่งข้อดีจะมีมากกว่า แต่ข้อเสียจะอยู่ตรงที่ว่าเราจะทำอย่างไรที่จะให้คนได้รับรู้ว่ามีความแตกต่างที่อยู่ในสินค้าของเรา" ผู้บริหารหนุ่มวัย 37 ปีกล่าว

แม้ว่ามีทิศทางที่ดีขึ้น นับเป็นการลงทุนเช่นกัน สำหรับธุรกิจการผลิตตามขามู่ว เริ่มต้นจากเป็นสิ่งที่ตัวเองชื่นชอบ และเมื่อสะสมของเหล่านี้ไม่ได้สักพัก ก็เริ่มมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ เพราะแม้จะเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (นิช มาร์เก็ต) แต่ที่พบว่ามีดีมาดสูง การแข่งขันน้อย จึงไม่ยากนักที่จะสร้างแบรนด์ขึ้นมาด้วยต้นทุนที่ไม่มากนัก ซึ่งในการทำตลาดถือว่าผลตอบแทนดีมาก มีวิวัฒนาการตลอด แต่แบบทวีวิก็มีเหมือนกัน ส่วนการขยายช่องทางออนไลน์เมื่อ 10 ปีก่อน อาจจะไม่มีความเชื่อถือกันเท่าไรเมื่อจ่ายเงินแล้วจะได้สินค้าหรือไม่ ทำให้ต้องมีตัวแทนจำหน่ายและตัวแทนกระจายสินค้า จนปัจจุบันธุรกิจก็ยังยังคงมีอยู่ และดีขึ้นเรื่อยๆ ด้วยยอดขายประมาณ 10 ล้านบาทต่อปี ปลูกหลัก 95% จะเป็นลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะจากสหรัฐอเมริกา และยุโรป โดยคนที่ชอบศิลปะการต่อสู้ พวกเขาจะชอบสะสมสิ่งเหล่านี้อยู่แล้ว และสินค้าที่เราผลิตขึ้นมาจะใช้งานได้หลากหลาย ครอบคลุมใน 3 เรื่อง เป็นทั้งของตกแต่งบ้าน เป็นของสะสม และใช้สำหรับฝึกการต่อสู้ได้ นอกจากนี้ ตามญี่ปุ่นที่ผลิต เราต้องการ

ที่สามารถสร้างรายได้เข้ามาอย่างสม่ำเสมอ" ส่วนห้องน้ำแมวอัจฉริยะ ภายใต้แบรนด์ Litter Twister "แอ๊ด" บอกว่า เริ่มตั้งแต่ 2 ปีก่อน ซึ่งเริ่มมาจากรีไอดีบี เริ่มที่ตัวเองของน้องสาวเป็นครั้งแรก ชอบเลี้ยงแมว และเห็นว่าตัวเองจะเป็นคนรักสัตว์เช่นกับแต่ก็คิดว่า อี ฉิ่งเองแมวได้สร้างปัญหาในเรื่องของกลิ่นเหม็นที่ค่อนข้างรุนแรง เลยคิดว่าแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างไร และหากทำได้ก็จะทำให้คุณภาพชีวิตของคนเลี้ยงแมวดีขึ้นไปด้วย จึงเกิดเป็นแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาห้องน้ำแมวขึ้นมา เพราะที่บ้านก็เลี้ยงแมวอยู่หลายตัว

"ก่อนจะออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ ผมศึกษาในท้องตลาดซึ่งก็มีผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันอยู่แล้วแต่เป็นการนำเข้าทั้งหมด โดยดูข้อดีและข้อเสีย แล้วนำมาปรับให้ลงตัว อย่างของที่เรากำลังศึกษา พบว่ามีปัญหาในเรื่องฟังก์ชันกระจาย หรือยังมีแมวติดอยู่ที่กระบะไม่สามารถจัดการได้ก็ต้องนำไปและออก แต่ผมออกแบบมาให้มีความยืดหยุ่น เมื่อออกแรงกดไปแมวที่ติดอยู่ที่กระบะก็จะหลุดออกมาโดยไม่ต้องมีการสัมผัสกับมูลสัตว์เลย"



'สาธิต ศิวารัตน์' ไม่หยุดนิ่งที่จะคิด...ต่าง

"หัวใจหลัก คือต้องหาตัวเองให้เจอ ชอบสิ่งไหนให้ทำสิ่งนั้น แล้วเราจะมีความละเอียดและแม่นยำในใจกับสิ่งนั้นเอง"

นั่นคือคำแนะนำสำหรับผู้ที่เริ่มต้นธุรกิจใหม่ จากนักธุรกิจหนุ่มรุ่นใหม่ไฟแรง "สาธิต ศิวารัตน์" ผู้ไม่เคยหยุดนิ่งที่จะคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และมองหาสิ่งที่ไม่แตกต่างเข้ามาเติมเต็มสังคมได้อย่างลงตัว

"สาธิต" หรือ แอ๊ด เริ่มต้นการสร้างธุรกิจขึ้นมาด้วยความชื่นชอบส่วนตัวล้วนๆ คือการผลิตและส่งออกตามขามู่ว ภายใต้แบรนด์ ไทยซุกี แอนด์ บูชิลเบลดส์ (THAIT-SUKI & BUSHIBLADES) ซึ่งคิดค้นมาจากงานถึงปัจจุบัน ด้มภาคคือ ห้องน้ำแมวอัจฉริยะ (LITTER TWISTER) ด้วยแนวคิดที่ต้องการแก้ปัญหาการส่งกลิ่นเหม็นจากมูลสัตว์เลี้ยงแสนรักคือ "แมว" ให้น้องสาวผู้รักแมว เป็นชีวิตจิตใจ จึงศึกษาหาข้อมูลและปิดจุดบอดของปัญหา จนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์รูปทรงกลมและจกดอนลิททิบ์รกับกรม



เขาเล่าถึงการเริ่มสร้างธุรกิจเป็นของตัวเองว่าได้เคยผลิตดอกไม้ทำอย่างอื่นมาบ้าง เช่น การเปิดร้านอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้ายังทำอยู่ก็ยังคงเป็นร้านอินเทอร์เน็ตไป รวมทั้งเคยเข้าไปลงทุนในหุ้นแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จนัก จึงมองว่าถ้าการลงทุนในหุ้นคือการลงทุนในธุรกิจที่เราเชื่อมั่นว่าจะดีขึ้น เพราะฉะนั้นการลงทุนที่ธุรกิจของเราเองที่เชื่อ

“เพราะเราหวังในเรื่องวิถีชีวิตที่จะนำเข้ามา มากกว่า ซึ่งจะต้องมาจากแหล่งที่ดีที่สุด และลดปัญหาของการถูกเปลี่ยนแปลงลง นำเข้าสู่ศาสตร์สำคัญด้วย ดังนั้น จึงปิดปัญหาในจุดนี้ไปเลยด้วยการนำเข้าสู่ศาสตร์สำคัญมาด้วยตัวเองเพื่อคุณภาพของสินค้าของเรา

ตลอดความเป็นตามขามู่วให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และเพื่อที่จะตอบโจทย์นี้เอง ก็เริ่มด้วยการศึกษาหาข้อมูล การทำรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับตัวตาม และนำความรู้เหล่านี้ไปเป็นโจทย์ออกมาเป็นข้อๆ เพื่อเชคกับเครื่องจักร แต่ก็จะมีบางส่วนที่เครื่องจักรทำไม่ได้เราก็ใช้แรงงานฝีมือเข้ามาช่วยด้วย "ตอนนั้นแบรนด์ของเราค่อนข้างดีตลาดแล้ว และก็ดีขึ้นเรื่อยๆ คนรู้จักมากขึ้น เชื่อมมันมากขึ้น และก็มีวีรวิดีๆ จากลูกค้ามากขึ้น ทำให้ตอนนี้อยู่อย่างตัวแล้วและกลายเป็นธุรกิจ

นอกจากนี้ ถ้าเป็นกระเพาะทรายแมวในรูปแบบเดิมๆ เราจะต้องค้นหาที่หมักมูลที่ฝังอยู่ในทราย หรืออาจจะทำให้ง่ายมีหลงเหลืออยู่และส่งกลิ่นเหม็น หมักหมม จนเป็นบ่อเกิดของเชื้อโรคแบคทีเรียต่างๆ และเชื้อรา เมื่อเราเห็นปัญหาที่นี้เลยก็คิดว่าการหมักน่าจะช่วยให้ จึงออกมาในรูปแบบทรงกลม โดยใส่ทรายแมวเข้าไปภายในซึ่งแมวก็จะเข้าไปในรูอยู่แล้ว และจะมีตะแกรงไว้คั่นกั้นมูลเมื่อทำการหมัก ก็จะสามารถจับขึ้นที่ถ้อยได้ และแมวที่ทรายก็จะจับตัวกันเป็นก้อนเมื่อมีความชื้น จึงทำให้ไม่มีหลงเหลืออยู่ โอกาสหมักหมมก็ลดน้อยลง แต่เมื่อทรายแมวใช้ไปสักกระยะหนึ่งแล้วก็ต้องเปลี่ยนเช่นกัน

จากเดิมที่เราต้องไปวางกระเพาะทรายไว้หลังบ้าน แต่สำหรับห้องน้ำแมวอัจฉริยะตัวนี้ สามารถไปวางตั้งในห้องนอน หรือห้องนั่งเล่นได้เลย เพราะจะซ่อนกลิ่นเอาไว้ กลิ่นดีแล้ว ทรายลดกลิ่นเหม็นไปได้ถึง 95% ซึ่งก็ได้พบความต่อเนื่องจนปัจจุบันเรากลายเป็นอันดับที่ 3 แล้ว ส่วนการแข่งขันก็ยังมีบ้างกับสินค้าที่นำเข้ามา แต่เรามีจุดยืนและสินค้าเราก็มีความแตกต่าง

อ่านต่อหน้า 8

เปิดแนวคิดสร้างธุรกิจคนรุ่นใหม่

"สาธิต ศิวารัตน์" หนุ่มกระทุ้มแบบ จ.สมุทรสาคร จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ก้าวเข้าสู่การเป็นนักธุรกิจเต็มตัวเมื่อ 10 กว่าปีก่อน ด้วยธุรกิจการผลิต "ตามขามู่ว" จากความคิดที่แตกต่าง ทำให้ปัจจุบันธุรกิจจึงกล่าวสามารถเป็นรายได้ที่เข้ามาอย่างสม่ำเสมอ (passive income) ให้แก่ผู้ทำได้อย่างต่อเนื่อง ตัดมาอีกนิดเดียวคือการผลิต "ห้องน้ำแมวอัจฉริยะ" และปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่ธุรกิจที่ 3 ของตัวเองคือ เครื่องสำอางสำหรับคนที่ผิวแพ้ง่าย LURE และ 24:7

อย่างไรก็ตาม แม้เขาบอกว่าเป็นการใช้ "สัญชาตญาณ" ส่วนตัว ก็พบว่า ต้องผ่านกระบวนการคิดและการวางแผน

ออกมาอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการทำตลาดผ่านสินค้าตัวใด รวมถึงแนวทางการทำตลาดแนวใหม่ที่จะใช้กับสินค้าล่าสุดของเจ้าตัวด้วย

"ผมคิดแล้วว่าทำอย่างไรให้ของเราขายได้ อย่งที่ กำลังจะทำตลาดเครื่องสำอางก็จะมีเพราะทำปัญหา ดูพฤติกรรม แต่ที่สำคัญคือ จะทำอย่างไรที่จะให้เรามีความเชื่อมั่นต่อสินค้า เราก็จะเน้นไปที่บุคคลซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านผิวพรรณ ดร.ราเชน ผ่านการที่มาร่วมเวิร์คช็อปเวิร์คช็อปเวิร์คช็อป เพราะสมัยนี้ไม่มีใครทำเวิร์คช็อปแล้ว โดยจะทำการทำหลักไปยังชุมชน โดยบรรดาเน็ตไอดอล เพราะโจทย์ของเราคือความแตกต่างในเรื่องคุณภาพของสินค้า ซึ่งเราจะต้องดีใจพอเท่านี้ให้ลูกค้าให้เห็น"

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราเองคิดว่ามีดีมากที่สุดและดีที่สุดก็คือ แนวทางของเพื่อนและนักกิน ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และจะเป็นการสร้างความสำเร็จให้มากที่สุด เพราะเพื่อนเองก็มีโซเชียลมีเดีย และเป็นการแนะนำจากเพื่อนที่เราเชื่อมั่น เรื่องใจกันอยู่แล้ว อย่างตนเองก็จะเอาไปให้เพื่อนใช้ก่อนเลย ซึ่งเพื่อนก็จะเอาใจตัวเองก่อนเช่นกัน

และถ้าพูดถึงเรื่องห้องน้ำแมเรดงที่สุด และเข้าถึงกลุ่มคนได้มากที่สุดแล้ว และสินค้าเข้าก็จะมีราคาค่อนข้างสูง การบำรุงรักษาจะหายากกว่า และยังปิดปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ครบถ้วน แต่สำหรับของเราปิดปัญหาได้หมดจึงเป็นคำตอบที่ดีที่สุด

“เป้าหมายของผมสำหรับห้องน้ำแมอัจฉริยะคือการให้กระจายออกไปทุกบ้าน ออกมาให้เขาได้ลองใช้ดู และได้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นคือมองว่าตลาดนี้เป็น นิช มาร์เก็ตเหมือนกัน แต่เราก็เป็นรายเดียวที่ขายอยู่ ก็อยากขยายฐานออกไปให้มากที่สุด แต่ปัจจุบันก็ถือว่าพอใจกับผลตอบรับที่ได้แล้วพอสมควรกับเรื่องห้องน้ำแม เพราะมาถึงจุดที่เราคิดว่าดีเกินค่าแล้วด้วยซ้ำ”

อย่างไรก็ตาม ตอนนี้มีน้องสาวเข้ามาช่วยดูแลธุรกิจห้องน้ำแมอัจฉริยะ ทำให้แบ่งเบาภาระไปได้มาก ส่วนตัวเองอยากจะได้หน้าเต็มๆไปกับสินค้าใหม่ที่กำลังจะเปิดตัวเร็วๆ นี้ คือกลุ่ม “เครื่องสำอาง” เพราะอยากให้เห็นสินค้าตัวนี้ไปได้ดี ด้วยความแตกต่างที่เราต้องการนำเสนอที่มาของธุรกิจใหม่นี้ “สาธิต” บอกว่า เกิดจากการที่ตัวเองแพ้เครื่องสำอางอย่างหนัก เพราะเวลาที่ต้องออกสื่อ จำเป็นต้องใช้เครื่องสำอาง จึงเกิดแนวคิดว่าจะทำอย่างไรถึงไม่แพ้



จะอย่างไรให้คนเชื่อมั่นและได้ใช้สินค้าของเรา ดังนั้นก่อนการเปิดตัวจึงอยากสะสมฐานรีวิวของลูกค้าให้หนาแน่นเพียงพอผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊ก (lurecosmetic) และอินสตาแกรมในชื่อเดียวกันนี้ รวมทั้ง 24:7 ก็เช่นกันที่มีช่องทางเฟซบุ๊ก (247skincare) รวมไปถึงการทำไวรัลคลิปผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ

ส่วนการทำตลาดคงจะไม่ใช้ช่องทางออนไลน์อย่างเดียว