

การเขียนแบบถอดประสบการณ์การเรียนรู้ ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ประเด็นความรู้ : การบูรณาการด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาระดับท้องถิ่น

1. ชื่อ-สกุล ผู้เล่าเรื่อง อาจารย์ศิริเพ็ญ ธนนานันท์กิจ วิทยาลัยการออกแบบ

2. ชื่อ-สกุล ผู้บันทึก อาจารย์ มุกด์ตรา ทองเวส วิทยาลัยการออกแบบ

3. บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้เล่าเรื่อง

อาจารย์ประจำสาขาออกแบบผลิตภัณฑ์ วิทยาลัยการออกแบบ รับผิดชอบสอนวิชาด้านการเครื่องเคลือบดินเผา

4. เรื่องที่เล่า

กิจกรรมศึกษาแนะนำส่งเสริมการทำงาน ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Co design) และ Co-working ภายใต้โครงการขับเคลื่อนศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประจำปีงบประมาณ 2561 ชื่อ
กิจการ : บริษัท บุราณเบญจรงค์ แอนด์ เซรามิค จำกัด

5. ความเป็นมาของเรื่องที่เล่า

ปัจจุบันสินค้าไทยยังมีมูลค่าไม่สูงนัก ในขณะที่มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จำนวนมาก ซึ่งรวมถึงกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ได้มีการดำเนินโครงการ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนักออกแบบผลิตภัณฑ์และแฟชั่นเชิงสร้างสรรค์ การสร้างนักออกแบบ ในเชิง Design และการพัฒนาทักษะด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับนักออกแบบไทย ให้เกิดสินค้าและบริการสร้างสรรค์ใหม่ๆ การยกระดับผลิตภัณฑ์ของ SMEs สู่ตลาดโลก โดยการพัฒนารูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในเชิง Design และนวัตกรรม เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมทั้งการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยสู่การเป็นที่ยอมรับในวงการแฟชั่นระดับอาเซียน ผ่านกลยุทธ์สร้างพื้นที่เพื่อส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแฟชั่นภายใต้แนวคิด ดีสเปซ (DSpace) ดีเวลลอป (Developed) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นครบวงจรสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (Value Creation) ตั้งแต่กระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตราสินค้า การเชื่อมโยงสู่เครือข่าย (Supply Chain) ทั้งภาคการผลิตและธุรกิจ การต่อยอดสู่ช่องทางการค้า รวมทั้งการขยายโอกาส ทางการตลาด ทั้งในและต่างประเทศ แต่การดำเนินโครงการดังกล่าวยังไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ในทางเศรษฐกิจได้เท่าที่ควร ผู้รับบริการยังไม่สามารถเข้าถึงบริการ โดยเฉพาะการเชื่อมโยง นักออกแบบสู่ภาคการผลิตยังมีไม่มาก ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานในการพัฒนาการออกแบบและสร้างมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมไทย ทั้งในด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยวิทยาการ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ และด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างรายได้ในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ที่จะก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูงตามนโยบายดังกล่าวบรรลุผล อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถ

กำหนดกรอบแนวทางการดำเนินงานด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างครอบคลุมเหมาะสม และสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้ดำเนินโครงการจัดตั้งและขับเคลื่อนศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Thailand Industrial Design Center : Thai-idc) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น โดยพัฒนาส่งเสริมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อให้ครอบคลุมตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) พร้อมทั้งยกระดับการออกแบบให้เป็นศูนย์กลางการออกแบบในระดับอาเซียน และเพื่อเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการเพื่อช่วยเหลือปัญหาและความต้องการเฉพาะเรื่อง กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้จัดทำกิจกรรมให้คำปรึกษาแนะนำส่งเสริมการทำงานด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Co design) และ Co-working โดยผู้ประกอบการจะได้รับการปรึกษาแนะนำเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้า พัฒนาธุรกิจให้เพิ่มศักยภาพในการขยายตลาดในเชิงพาณิชย์ได้อย่างยั่งยืนและต่อเนื่องต่อไป

6. วิธีการ/ขั้นตอน หรือกระบวนการที่ทำให้งานนั้นประสบความสำเร็จ เทคนิคหรือกลยุทธ์ที่ใช้ ผู้มีส่วนร่วม อุปสรรคหรือปัญหาในการทำงาน และแนวทางการแก้ไข

กระบวนการที่ทำให้งานนั้นประสบความสำเร็จ เทคนิคหรือกลยุทธ์ที่ใช้ มีรายละเอียดเทคนิคการดังนี้

วัตถุประสงค์หลัก เพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์เติบโตและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น

เป้าหมายคือประเภทสินค้า เครื่องเบญจรงค์ แจกัน ของแต่งบ้าน ผอบ ที่ใส่นามบัตร กาน้ำชา แก้วมัค เบญจรงค์รูปสัตว์ต่างๆ

ปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการ

- (1) ต้องการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการออกแบบ ภายใต้แบรนด์ “บริษัท บุราณเบญจรงค์ แอนด์ เซรามิค จำกัด”
- (2) ต้องการเพิ่มแบบสินค้าในหมวดเครื่องใช้สำนักงาน
- (3) สินค้าจำหน่ายในประเทศและต้องการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ

ผลผลิต

ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ไม่น้อยกว่า 1 ผลิตภัณฑ์

ผลลัพธ์

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้น

ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในรับบริการจากศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Thai-idc)

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้นำไปออกแบบผลิตภัณฑ์ได้จริง
ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ Co-working มีมูลค่าเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 30

แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการออกแบบ

1. ต้องการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเอกชน หน่วยงานราชการที่เป็นผลิตภัณฑ์แตกต่างจากงานที่เดิมที่ทำอยู่ เช่น อุปกรณ์สำนักงาน
2. เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า ตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า

ด้านการตลาด

1. Product ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ที่กลุ่มลูกค้าซื้อเป็นของขวัญในโอกาสต่างๆ
2. Price ราคาขายสินค้าอยู่ระหว่าง 1000-5000 บาท
3. Place ใช้ช่องทางการจำหน่ายบน Face book , งานแสดงสินค้า และนำเสนอลูกค้าในประเทศโดยตรง
4. Promotion ใช้สื่อโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์

ด้านการผลิต

1. ใช้ระบบการขึ้นรูปแบบหล่อฉีด เต้าไฟฟ้า
2. ใช้ดินและเคลือบพอร์ซเลน เผาผลิตภัณฑ์แล้วนำไปเขียนสีเบญจรงค์

ขอบเขตการดำเนินงาน

1. ชี้แจงวัตถุประสงค์ ภารกิจ ขั้นตอนการดำเนินงาน ผลลัพธ์ และการติดตามประเมินผล
2. จัดทำรายละเอียดระยะเวลาและแผนการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดการดำเนินงาน
3. วิเคราะห์และวินิจฉัยปัจจัยเอื้อและความเป็นไปได้ของธุรกิจในการดำเนินงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
4. จัดทำแบบจำลองผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดด้าน กว้าง ยาว และสูง ทั้ง 3 ด้าน และข้อมูลเบื้องต้น
5. ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิต แนวทางธุรกิจเพื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปขยายผลเชิงพาณิชย์ได้
6. ทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 1 ชุด และจัดทำภาพจำลองผลิตภัณฑ์

Business Model Canvas

Value Proposition คุณค่าของธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สำนักงานที่วางบนโต๊ะเช่นที่ใส่ปากกา ที่วางมือถือ ที่ใส่คลิป เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่ชอบรูปทรงและแนวทางที่ต่างจากเบญจรงค์รูปแบบเดิมตอบโจทย์ความต้องการที่หลากหลายได้

Customer Relationships การสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า

บริการที่ดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยสามารถส่งสินค้าตามความต้องการได้

Customer Segments ลูกค้าในประเทศและมีเป้าหมายที่จะได้ลูกค้าต่างประเทศ

Channels ช่องทางการเข้าถึง

1. หน้าร้าน
2. การออกบูธแสดงสินค้า
3. ช่องทางโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ เฟสบุค

Key Activities กิจกรรมหลัก

การผลิตสินค้าที่ใช้ฝีมือ ทำได้จำนวนไม่มาก

Key Partners พาร์ทเนอร์

โรงงานผลิตภัณฑ์เซรามิกเนื้อดินพอร์ซเลน

Key Resources ทรัพยากรที่จำเป็นของโรงงาน

การออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต แรงงานฝีมือในการเขียนลวดลาย

Cost Structure ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจ

ต้นทุน ค่าแรง ค่าวัตถุดิบ ค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ

Revenue Streams รายได้มาจากการขายสินค้าเป็นหลัก

รายได้รองมาจากการรับสั่งผลิตตามลายและสีที่ลูกค้าต้องการ

SWOT Analysis

Strengths (S) จุดแข็งขององค์กร

- เจ้าของกิจการมีความรู้ด้านการผลิตเบญจรงค์และเปิดกว้างแนวความคิดใหม่ๆพร้อมทั้งพัฒนารูปแบบสินค้าตลอดเวลา
- มีความชำนาญของบุคลากร
- ภาพพจน์ของสินค้าและบริษัทดี

Opportunities (O) โอกาสทางธุรกิจ เป็นข้อดี

- การเติบโตของตลาดของตกแต่งบ้านและของขวัญสำหรับแจกในเทศกาลต่างๆยังคงนิยมให้เบญจรงค์เป็นสิ่งแสดงคุณค่า

- ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐในการเข้าร่วมโครงการ
- ทัศนคติที่ดีต่อสินค้าของบริษัทในเรื่องคุณภาพจากผู้บริโภค

Weaknesses (W) จุดอ่อนขององค์กร ปัจจัยที่เป็นรองต่อคู่แข่ง

- ราคาสินค้าแพงกว่าคู่แข่งชั้น

Threats (T) ปัจจัยเสี่ยงทางธุรกิจ เป็นข้อด้อย

- คู่แข่งขันเดิมยังมีจำนวนมาก
- เศรษฐกิจอยู่ในขั้นตกต่ำ

7.ผลลัพธ์หรือความสำเร็จที่เกิดขึ้น และสิ่งที่ผู้เล่าเรื่องได้เรียนรู้จากประสบการณ์ดังกล่าว

ภายใต้โครงการจัดตั้งและขับเคลื่อนศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ทั้งสองฝ่ายเกิดความเข้าใจตรงกัน และเป็นประโยชน์ผลลัพธ์หรือความสำเร็จที่เกิดขึ้น ดังต่อไปนี้

- (1) เกิดความเข้าใจตรงกัน ทำให้การดำเนินงานมีระบบขั้นตอนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- (2) ทำให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์พร้อมกับนักออกแบบตั้งแต่เริ่มต้น จนสามารถจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง ให้ความร่วมมือ มีความแตกต่าง และมีมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์
- (3) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเอาองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีคุณภาพ และนำไปใช้ได้ตรงตามเป้าประสงค์ของตลาดสินค้า

สิ่งที่ผู้เล่าเรื่องได้เรียนรู้จากประสบการณ์ดังกล่าวสามารถแบ่งออกเป็นส่วนใหญ่ได้ ดังนี้

ด้านการผลิต

แหล่งวัตถุดิบ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์งานชนิดพอร์ซเลนเซรามิค สีขาวและสีเขียวใส โดยผลงานที่นำมาเขียนลายเบญจรงค์เป็นเกรด A

แหล่งแรงงาน จำเป็นต้องเป็นแรงงานที่มีฝีมือและทักษะสูง

แหล่งเงินทุน จากเงินลงทุนของกิจการ

ลักษณะการผลิต มีความเป็นเอกลักษณ์ ประณีต สวยงามและสามารถรับสั่งเขียนสี ตามความต้องการของลูกค้าได้

ด้านการตลาดและจัดจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลุ่มคนที่ชื่นชอบงานลักษณะเบญจรงค์ หน่วยงานและองค์กรที่ต้องการของขวัญพรีเมียม นำไปเป็นของขวัญแก่ผู้ใหญ่ ของที่ระลึกที่แสดงฝีมือและความเป็นไทย

การโฆษณา / ประชาสัมพันธ์

- ติดต่อกับหน่วยงานราชการ
- หน้าร้าน โบว์ชัวร์สินค้า
- มีการส่งเสริมการขาย
- ออกสื่อทางโทรทัศน์ สื่อโซเชียลมีเดียเป็นระยะ
- เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้ด้านเบญจรงค์ให้กับหน่วยงานทางการศึกษา

แหล่งจำหน่าย หน้าร้าน บูธแสดงสินค้า โซเชียลมีเดีย

การเชื่อมโยงกับหน่วยงาน กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นๆ ออกแสดงสินค้าทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เชื่อมโยงกับลูกค้า

ด้านการดำเนินงาน

การดำเนินงานของบริษัท บุราณเบญจรงค์ แอนด์ เซรามิค จำกัดยังคงเป็นกิจการที่สืบทอดฝีมือกันมาตั้งแต่รุ่นพ่อแม่