

BrandAge X **NiA**
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

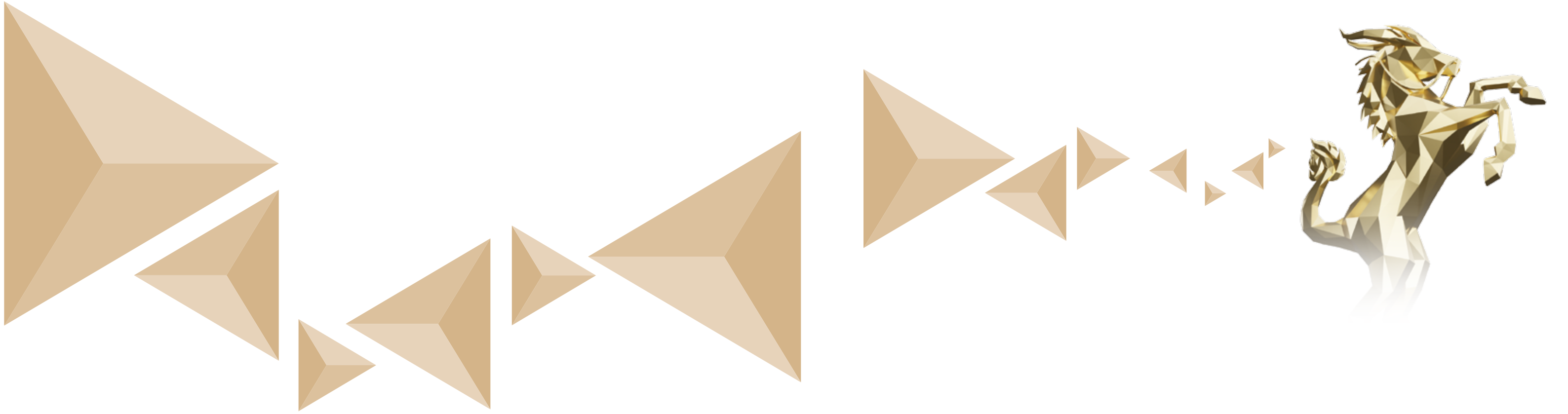


นิลมังกร 2

แบรนด์นวัตกรรมไทย

NIN MANGKORN

THAILAND INNO BIZ CHAMPION SEASON 2



Credit

ชื่อหนังสือ : นินมังกร แปรนดินนวัตกรรมไทย รุ่น 2

ISBN : 978-616-584-113-9

ขนาด : 23 x 29 cm

จำนวนหน้า : 188 หน้า

ที่ปรึกษา : ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ดร.กริชผกา บุญเฟื่อง

คุณชาญวิทย์ รัตนราศรี

ผศ.ดร.ศิริรัตน์ โกศการิกา

บรรณาธิการ : คุณธนเดช กุลปิถิววัน

ผลิตและออกแบบ : บริษัท แปรนดินเอง มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด

พิมพ์ : บริษัท กรีนไลฟ์ พรินติ้ง เฮาส์ จำกัด

เจ้าของ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

Book Title : Nin Mangkorn Thailand Inno BIZ Champion Season 2

ISBN : 978-616-584-113-9

Size : 23 x 29 cm

Number of Pages : 188 Page

Consultant : Dr.Pun-Arj Chairatana

Dr.Krithpaka Boonfueng

Chanwit Rattanasari

Asst. Prof. Dr.Sirirat Kosakarika

Editor : Thanadej Kulpitivan

Production and Design : BrandAge Marketing Resources Co.,Ltd.

Print : Green Life Printing House Co.,Ltd.

Owner : National Innovation Agency (Public Organization)

INNOVATION.IT
INNOVATION FOR CRAFTED LIVING



ริเริ่มดำเนินการโดย



NIA
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

KU
มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์

หน่วยงานภาคีเครือข่าย



SME
สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย
The Federation of Thai SME

BrandKU

REGIONAL SCIENCE PARK

WUSTP
Wachulalongkornrajavidyalaya University Science and Technology Park

STSP
Science and Technology Park

TSU
อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

EAST
อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออก



Science Park
Mahasarakham University

KMUTT

Science and Industrial Park
Phayao University

STEP
SCIENCE AND TECHNOLOGY PARK
CHANG MAI UNIVERSITY

MAP
MAE FAH LUANG ABBE - FOOD PARK

SCI PARK
NARESUAN UNIVERSITY

UPITI
UNIVERSITY OF PHAYAO

SCIENCEPARK
PIBULSONGKRAM RAJABHAT UNIVERSITY

NSP URU
Nakhon Phanom Science Park

MFLU
Mae Fah Luang University
Intellectual Property and Innovation Management Division

CONTENT

ภาคกลาง / Central Region

016 ▶

ชนะเลิศ :

วัลแคน โคอะลิชั่น

พัฒนาแพลตฟอร์มสร้างอาชีพ จากศักยภาพของผู้พิการ
บริษัท วัลแคน โคอะลิชั่น จำกัด

Number 1 :

Vulcan Coalition

Building careers and maximizing the potential of
people with disabilities
Vulcan Coalition Co., Ltd.



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ / Northeast

030 ▶

ชนะเลิศ :

เนื้อ เอ็น.วี.เค

เนื้อพรีเมียมไทย คุณภาพระดับโลก
บริษัท เอ็น.วี.เค.ฟาร์ม โปรดักส์ จำกัด

Number 1 :

N.V.K. Premium Beef

Thailand's world-class quality marbled beef
N.V.K. Farm Products Co., Ltd.



รองชนะเลิศอันดับ 1

020 น้ำมะปืด พืชท้องถิ่นเมืองจันทร์

สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมการผลิต
บริษัท แรมบิกจันทร์ จำกัด

รองชนะเลิศอันดับ 2

022 เพททีนี่ แพลตฟอร์มปรึกษาออนไลน์

ตอบใจภักคณรักสัตว์ เพื่อการดูแลตลอด 24 ชม.
บริษัท เพททีนี่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

ชมเชย

024 เอ็กก็เดย์ เส้นโปรตีนไข่ขาว

อาหารทางเลือกใหม่จากนวัตกรรม
Protein Transformation
บริษัท ทานดี อินโนฟูด จำกัด

ชมเชย

026 มีเด็นท์ ยาสีฟันชาโคล

นวัตกรรมที่ช่วยลดปัญหาสุขภาพในช่องปาก
สำหรับคนจัดฟัน
บริษัท มีดี ไชน์ จำกัด

1ST Runner Up

020 Calamansi Juice

How innovative production processes turn
Chanthaburi's traditional drink into
premium product
Rabbit Chan Co., Ltd.

2ND Runner Up

022 Pettinee Online Consulting Platform

Meeting the needs of animal lovers 24/7
Pettinee Corporation Co., Ltd.

Honorable Mention

024 Eggyday Egg-white Noodles

New innovative and alternative
source of protein
Thandee Innofood Co., Ltd.

Honorable Mention

026 MEDENT Charcoal Toothpaste

Innovation that helps solve problems
for people with dental braces
Medee Shine Co., Ltd.

รองชนะเลิศอันดับ 1

034 พิชญ์ กิตาร์ไม้ไผ่ขด

ภูมิปัญญาเรื่องเครื่องเขินสู่เครื่องดนตรีสากล
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นส้ม สตูดิโอ

รองชนะเลิศอันดับ 2

036 ชิบะรูม

พลิกวิกฤตโรงแรมด้วยนวัตกรรม
บริษัท ชิบะรูม จำกัด

ชมเชย

038 เดอเนว ผงปลาร้าเพื่อคนรุ่นใหม่

เพิ่มความสะดวกใช้ด้วยนวัตกรรม
บริษัท เดอเนว จำกัด

ชมเชย

040 ผ้าย้อมสีธรรมชาติจากครั้งผาซากแก้ว

ยกระดับผ้าพื้นเมืองโบราณ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ผาซากแก้ว

1ST Runner Up

034 PICH Coiled Bamboo Guitar

Applying traditional lacquerware wisdom to an
international musical instrument
Tonsom Studio Part., Ltd.

2ND Runner Up

036 ShibaRoom

Self-Service Budget Hotel
Overcoming the hotel crisis with innovation
ShibaRoom Co., Ltd.

Honorable Mention

038 Dernour Fermented Fish Powder for the New Generation

Increasing Convenience through Innovation
Dernour Co., Ltd.

Honorable Mention

040 Pha Sat Kaew Lac Fabric

Bringing Maha Sarakham's ancient art alive
Phasatkaew Part., Ltd.

CONTENT

ภาคเหนือ / North

044 ▶

ชนะเลิศ :

คอฟโฟเจนิคดริงค์

เครื่องดื่มสกัดเข้มข้นจากเนื้อผลกาแฟ
ซูเปอร์ฟู้ดสำหรับลดระดับคอเลสเตอรอลในร่างกาย
บริษัท ฮิลล์คอฟฟ์ จำกัด

Number 1 :

Coffogenic Drink

The Ultimate Concentrated Coffee Cherry
Superfoods for Decreasing Cholesterol
Hillkoff Co., Ltd.



ภาคใต้ / South

058 ▶

ชนะเลิศ :

ออร์แกนเนะ มินิ แครกเกอร์

ขนมชิ้นแรกของลูกน้อย
บริษัท ไอละมูน จำกัด

Number 1 :

Organeh Mini Crackers

A baby's first snack
Ilamoon Co., Ltd.



รองชนะเลิศอันดับ 1

048 อีซีคิดส์ โรโบติกส์

ชุดหุ่นยนต์เพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็ก
บริษัท อีซีคิดส์ โรโบติกส์ จำกัด

1ST Runner Up

048 EasyKids Robotics

Learning Computer Programming at All Ages
EasyKids Robotics Co., Ltd.

รองชนะเลิศอันดับ 2

050 แชนด์ซอร์บ วัสดุดูดซับคราบน้ำมัน และสารเคมี

ทนกรดทนไฟและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
บริษัท สยาม ฟาร์ม เซอร์วิส เซส จำกัด

2ND Runner Up

050 Sandsorb an efficient absorbent of oil and chemical spills

that is environmentally friendly
as well as acid and fire resistant
Siam Farm Services Co., Ltd.

ชมเชย

052 เคทชี ที่นอนน้ำยางพาราเพื่อสุขภาพ

ป้องกันแผลกดทับให้กับผู้ป่วยติดเตียง
ห้างหุ้นส่วนจำกัด เคทชี ที่นอนน้ำ

Honorable Mention

052 KTC Latex Mattress

No more bedsores for bedridden patients
KTC Waterbed Part., Ltd.

ชมเชย

054 พานาส สิ่งทอจากผ้าใยสับปะรด

เพิ่มมูลค่าให้ใบสับปะรด เพิ่มรายได้ให้ชุมชน
บริษัท ไทยเฮอร์บ แอท เชียงราย จำกัด

Honorable Mention

054 Panas Textile from Pineapple Fiber

Adding value to pineapple leaves to boost
community incomes
Thaiherb at Chiangrai Co., Ltd.

รองชนะเลิศอันดับ 1

062 โทฟลัส

ปากท้องไร้อรตเป็นแตกต่างด้วยนวัตกรรม
บริษัท โทฟลัสกรุ๊ป 1950 จำกัด

1ST Runner Up

062 Koplus Patongo Cart

Thailand's classic breakfast gets healthier
through innovation
Koplus Group 1950 Co., Ltd.

รองชนะเลิศอันดับ 2

064 ออช พี น้ำมันหัวหอมแดงอออร์แกนิก

แก้ปัญหาระบบทางเดินหายใจเด็ก
ด้วยหัวหอมอออร์แกนิก
บริษัท พีรัชญาส์ จำกัด

2ND Runner Up

064 Oz-P Onion Oil

Safe for sniffing babies and toddlers
Pechayalee Co., Ltd.

ชมเชย

066 แพลตฟอร์มการท่องเที่ยวชุมชน

ตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด
เส้นทางท่องเที่ยวพาสานนวัตกรรมเล่าเรื่อง
วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด
เหยียบน้ำทะเลจืด

Honorable Mention

066 Sense the magical life

of Luang Pu Thuad
Luang Pu Thuat's Birthplace Community
Enterprise

ชมเชย

068 วาโย

เพิ่มมูลค่าลูกปัดมโนราห์ สู่เครื่องประดับแฟชั่น
วิสาหกิจชุมชนลูกปัดมโนรา วาโย

Honorable Mention

068 WAYO Manora Beads

Transforming traditional dance costumes
into high fashion
Look Pad Nora WAYO Community Enterprise



ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

ข้อมูลจากดัชนีนวัตกรรมโลก (Global Innovation Index: GII) ซึ่งเป็นการวัดระดับความสามารถทางด้านนวัตกรรม โดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) ปี 2565 ได้จัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลกของประเทศไทยขึ้นมาที่อันดับ 43 จากการสำรวจใน 132 ประเทศทั่วโลก ถือเป็นอันดับ 3 ในอาเซียน รองจากประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย ในฐานะผู้อำนวยการ NIA เราตั้งเป้าหมายอยากให้ประเทศไทยยับอันดับด้านนวัตกรรมไปอยู่อันดับที่ Top 30 ในปี 2573



เป้าหมายดังกล่าวจะบรรลุได้นั้น จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมซึ่งมีระบบนิเวศแห่งนวัตกรรมเป็นกลไกหลัก ที่ผ่านมายังกระจุกอยู่ในแค่ในเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานคร NIA จึงมีบทบาทในการขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) และวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง ได้เข้าถึงโอกาสในการสร้างกระบวนการนวัตกรรมให้เกิดขึ้นกับธุรกิจตัวเอง เพื่อก้าวเข้าสู่การพัฒนาให้เป็นเมืองนวัตกรรมที่มีส่วนผลักดันให้เกิดเป็นชาตินวัตกรรมต่อไป

“โครงการประกวดสุดยอดธุรกิจนวัตกรรมประเทศไทย หรือนิลมังกร” จึงเป็นคำตอบในฐานะเครื่องมือส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศนวัตกรรมที่ตอบโจทย์การพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมในระดับภูมิภาค รวมถึงการใช้เครื่องมือทางนวัตกรรมมาเพิ่มความสามารถด้าน



การแข่งขันและยกระดับเศรษฐกิจของพื้นที่พร้อมกับสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการระดับภูมิภาคและประชาชนทั่วไป

นิลมังกรยังสร้างปรากฏการณ์ใหม่ของการผลักดันศักยภาพให้ผู้ประกอบการให้เติบโตโดยไม่ใช่แค่การสนับสนุนด้านการเงิน เพราะเรามองว่าสิ่งที่สำคัญมากกว่าเงินทุนสนับสนุนคือ “โอกาส” ซึ่งนิลมังกรจะเป็นเวทีที่ให้ผู้ประกอบการได้เจอกับบรรยากาศการปัมเพาโอเดี้ย คำแนะนำดีๆ จากผู้เชี่ยวชาญ (Mentor) มากประสบการณ์ พร้อมพัฒนาศักยภาพให้ผู้ประกอบการ โดยการนำกระบวนการทางนวัตกรรมไปใช้เพื่อสร้างการเติบโตเป็นเท่าตัวให้กับธุรกิจ ซึ่งได้รับการพิสูจน์จากนิลมังกร รุ่นที่ 1 ที่แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการในภูมิภาคต่างๆ สามารถเติบโตได้ด้วยนวัตกรรม โดยไม่จำเป็นต้อง

อยู่ที่กรุงเทพฯ หรือเมืองใหญ่ ๆ ที่จะช่วยตอบคำถามการสร้าง “ชาตินวัตกรรม” ตามที่ NIA ตั้งใจที่จะขับเคลื่อน

แน่นอนว่า NIA แค่หน่วยงานเดียวไม่สามารถขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นชาตินวัตกรรมได้โดยลำพัง ดังนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ผ่านการเชื่อมโยงความสามารถในการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการในการถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่ง NIA พร้อมที่จะเป็นผู้สนับสนุนและผลักดันในการสร้างระบบนิเวศของการเกิดนวัตกรรมในมิติต่างๆ ต่อไป



Dr.Pun-Arj Chairatana, Executive Director, National Innovation Agency (Public Organization)

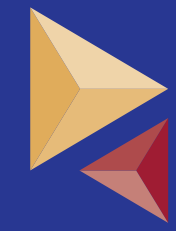
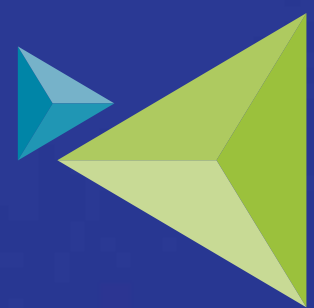
Thailand’s Global Innovation Index (GII), a measure of innovation competency developed by the World Intellectual Property Organization (WIPO) in 2022, ranks Thailand 43rd out of 132 nations worldwide, placing third in ASEAN following Singapore and Malaysia. As NIA Director, our goal is to push Innovation of Thailand into the world’s Top 30 by 2030.

To achieve such goal, Thailand must transform its economy into one based on innovation, with an advanced ecosystem as its primary mechanism. Over the years, innovation has remained concentrated in major cities such as Bangkok. Consequently, NIA seeks to support small and medium - sized businesses (SMEs), startups, social enterprises, and community enterprises in various regions and cities, both large and small, in identifying opportunities to develop new business models for their own businesses. This is to expedite the development of innovative cities, which will assist in the formation of an innovative nation.

The “Thailand Innovation Business Contest, or Nin Mangkorn,” is, therefore, the solution as a tool to promote and support the innovation ecosystem that meets the needs of regional innovation business development, including the use of innovative tools to increase competitiveness and enhance the local economy, while inspiring regional entrepreneurs and the public.

Additionally, Nin Mangkorn establishes the new phenomenon of fostering entrepreneurial growth with non-financial support. We believe that “opportunity” is more essential than funding because it will allow entrepreneurs to experience the atmosphere of idea incubation. The program’s season#1 has proven to be a success as a result of solid guidance from seasoned mentors who were willing to develop the potential of entrepreneurs by employing innovative processes to double the business’s growth and served as prime examples of how entrepreneurs in different parts of Thailand, not necessarily in Bangkok or major cities, can prosper through innovation. This helped NIA answer the question of fostering an “innovative nation”.

Evidently, NIA alone cannot transform Thailand into an innovative nation. Therefore, to facilitate the transfer of knowledge, it takes a strong interoperability relationship among government agencies, educational institutions, private sector, and entrepreneurs. NIA is ready to continue to support and advocate for the development of a multidimensional ecosystem to drive innovation forward.



ดร.กรีชพกา บุญเฟื่อง

รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
(องค์การมหาชน)

โครงการประกวดสุดยอดธุรกิจนวัตกรรมประเทศไทย หรือ “นิลมังกร” ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการให้เติบโตด้วยนวัตกรรมในรูปแบบการสนับสนุนเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากการสนับสนุนทางการเงินและถือว่าการสร้างทายาทใหม่ ด้วยการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาที่เป็นหน่วยงานอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคทั่วประเทศเข้ามาผนึกกำลังและเจียรไนให้ผู้ประกอบการสร้างธุรกิจนวัตกรรม เพื่อยกระดับนวัตกรรมให้เกิดขึ้นตามพื้นที่ภูมิภาค

ผลลัพธ์จากการจัดโครงการนิลมังกรรุ่นที่ 1 ประสบความสำเร็จเกินเป้าหมายที่เราวางไว้ โดยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นให้กับทั้ง 20 แบริดจ์นวัตกรรมไทยเฉลี่ยแล้วกว่า 3.07 เท่าหรือกว่า 350 ล้านบาทภายใน 1 ปี ทำให้เกิดการจ้างงานกับชุมชนและชาวบ้านในพื้นที่ ที่ช่วยกระจายรายได้สู่ภูมิภาค และลดความเหลื่อมล้ำ โดยการสร้างความโดดเด่นทางอัตลักษณ์ของสินค้าที่ช่วยยกระดับนวัตกรรมและทำให้เกิดฮีโร่ในพื้นที่ที่สำคัญพิสูจน์ให้เห็นว่านวัตกรรม การสร้างแบรนด์ และโมเดลธุรกิจที่ดีช่วยให้สร้างโอกาสการแข่งขันของผู้ประกอบการเมื่อเทียบกับคู่แข่งและสามารถเติบโตได้จริง

ความสำเร็จจากนิลมังกรรุ่นที่ 1 ส่งผลให้นิลมังกรรุ่นที่ 2 ได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการทั่วประเทศที่ให้ความสนใจและเข้ามาสมัครเข้าร่วมโครงการอย่างล้นหลาม ซึ่งความแตกต่างในซีซั่นนี้ เราตั้งใจที่จะกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ ให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค และครอบคลุมนวัตกรรมในทุกๆ มิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และนวัตกรรมที่เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงหรือนวัตกรรมที่อยู่ใกล้ตัว ความพิเศษในปีนี้มีภารกิจอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นจุดเด่นของแต่ละจังหวัดมาถ่ายทอดผ่านการเล่าเรื่องในรูปแบบ Edutainment ที่ช่วยให้ตราสินค้าเป็นที่จดจำและเป็นที่ยอมรับ ทั้งยังตั้งเป้าการเติบโตของผู้ประกอบการที่ผ่านเข้ารอบ 20 ทีมไว้ไม่ต่ำกว่า 6 เท่า

ทั้งนี้ยังได้ทำรายการนิลมังกรเดอะเรียลลิตี้ ออกอากาศทางช่อง 3HD รวม 16 ตอน (Episode) เพื่อสร้างความตระหนักและแรงบันดาลใจจากตัวอย่างธุรกิจ (Role Model) ในแต่ละภาคกระตุ้นให้ผู้ประกอบการรายอื่นไข้อยู่ที่ท้องถิ่นของตนมาสร้างนวัตกรรมกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กร ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสร้างผลกระทบเชิงบวกในวงกว้าง ให้ไทยเป็นประเทศนวัตกรรม และสร้างความภูมิใจให้กับทุกคนว่า นิลมังกรเก่งไม่แพ้ยูนิคอร์นแน่นอน

Dr.Krithpaka Boonfueng

Deputy Executive Director,
National Innovation Agency
(Public Organization)

The “**Thailand Innovation Business Contest, or Nin Mangkorn**,” is a tool that helps entrepreneurs develop with innovations by providing more assistance in addition to non-financial support and is regarded as a means of creating new markets. By coordinating with government agencies, the private sector, and the education sector to establish regional science parks across the nation, entrepreneurs are encouraged to create innovative businesses and to increase the region's utilization of innovation.

The initial results of season#1 of the program have exceeded our expectations. In just one year, the businesses of the 20 finalists grew by an average of 3.07 times, or more than 350 million baht, and created employment opportunities for local communities and villagers, thereby contributing to the distribution of income throughout the region and the reduction of inequality through the creation of unique product identities that enhance innovation and create local heroes. Moreover, it demonstrates that innovation, branding, and a solid business model can enable entrepreneurs to create competitive opportunities and grow their enterprises substantially.

Because season#1 of Nin Mangkorn was so successful, entrepreneurs from across the country have already submitted a large number of applications for season#2. To create a distinction for this season, we intend to expand the program to various regions and cover innovations in all aspects, including economic, social, and high-tech innovations, as well as local wisdom. Through edutainment narratives that enable the brand to be remembered and recognized, this year's specialty brings together the local identity that is the hallmark of each province. Additionally, We set sales Targets growth of 20 teams by at least 6 times.

In addition, the company will air a 16-episode reality show on the 3HD Channel to raise awareness and gain inspiration from role models in each industry. This is to encourage other entrepreneurs to generate new concepts for products or organizations by utilizing their local identities. It is anticipated that the program will yield a large-scale positive impact, shaping Thailand into an innovative nation and making everyone proud that Nin Mangkorn is as good as unicorns.



ดร.จงรัก วัชรินทร์รัตน์

อธิการบดี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากนโยบายของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนสตาร์ทอัพและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ทั้งในแง่นวัตกรรม การสร้างแบรนด์ การตลาด โดยตั้งเป้าเป็นผู้สนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจจากความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมอย่างน้อย 500 -1,000 กิจการเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความพร้อมส่งออกสู่ตลาด และมอบกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ก้าวแรกที่สำคัญก่อนไปถึงขั้นเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำนวัตกรรมมาสร้างผลิตภัณฑ์และแบรนด์ของตัวเองได้ เชื่อว่าต้องมาจากการมีองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม ซึ่งมาจากการวางรากฐานผ่านการปลูกฝังตั้งแต่เด็ก ให้เป็นบุคคลที่มีพื้นฐานขบคิดและลงมือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ด้วยตัวเองในฐานะผู้ที่อยู่ในแวดวงการศึกษาเล็งเห็นความสำคัญการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผ่านการเรียนการสอน ที่สร้างระบบและแวดล้อมเอื้อต่อผู้เรียนในการทดลองและปฏิบัติจริงผ่านรูปแบบ Project and Innovation Based Learning

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จึงเดินหน้าต่อยอดสร้างก้าวสำคัญในการบูรณาการความรู้ของมหาวิทยาลัยให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของคนไทยทุกช่วงวัย ผ่านโครงการ KUniverse หรือจักรวาลมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยใช้นวัตกรรม การบริการวิชาการ การสร้างมาตรฐานการผลิตสินค้าของประชาชน ที่เห็นโอกาสในการต่อยอดชัดเจนอย่างกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร BCG ตลอดจนสินค้าอื่นๆ ให้ได้รับการพัฒนา และเชื่อมโยงสู่การเรียนรู้ของนิสิตและคนรุ่นใหม่ สู่การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง โดยหน่วยงานและคณะต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พัฒนาคุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนให้ดีขึ้นและต่อยอดในเชิงพาณิชย์ผ่านช่องทางทางการตลาดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เช่น งานเกษตรแฟร์ เกษตรแฟร์พรีเมียม และเกษตรแฟร์ออนไลน์ที่สามารถขายสินค้าได้ตลอดทั้งปี

การมุ่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์และสินค้าเป็นสิ่งที่มีมหาวิทยาลัยฯ ให้ความสำคัญมาโดยตลอด ฉะนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น จึงร่วมมือกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA ส่งมอบองค์ความรู้ในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและประสบการณ์จริงจากชาว SMEs ภายใต้การนำเสนอที่สนุกสนานในรูปแบบ Edutainment หนึ่งนวัตกรรมการส่งต่อองค์ความรู้ผ่านนิลมังกรเดอะเรียลลิตี้ ให้คนได้รับสาระความรู้ภายใต้รูปแบบความบันเทิง เพราะการเรียนรู้อย่างสนุกสนานจะช่วยให้เรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ เพื่อเป็นกลุ่มธุรกิจพร้อมออกสู่ตลาด และสามารถยกระดับแบรนด์ให้เติบโตสู่สากลต่อไปในอนาคต



Dr.Chongrak Wachrinrat

President of Kasetsart University

The policy of Kasetsart University represents the institution's commitment to driving startups and small - and medium-sized businesses (SMEs) in terms of innovation, branding, and marketing. As part of its efforts to create market readiness, the university aspires to support and develop at least 500-1,000 business enterprises through creativity, technology, and innovation in order to provide the key mechanism to drive the country's economy forward.

Knowledge of innovations is essential for aspiring entrepreneurs who want to bring innovation to the creation of their own products and brands, and this knowledge can be gained by laying the groundwork early on for a person to have a background in thinking and initiating new ideas on one's own. Kasetsart University recognizes the importance of encouraging students to try new things and gaining real-world experience through projects and innovation-based learning models as a means to develop human resources.

Therefore, Kasetsart University continues to make significant progress in integrating the university's knowledge as a source of learning for the Thai public of all ages through the “**KUniverse**” project, which employs research, academic services, and standardization of people's product manufacturing that has clear marketing opportunities, such as the BCG food group and other product categories, to be developed and connected to students and the new generation for the benefit of learning from real practices. Several Kasetsart University departments and faculties work to improve the quality of products available in the local community and commercialize them through Kasetsart University's extensive marketing channels, such as the Kaset Fair, premium agricultural expos, and year-round online agricultural fairs, to support such initiatives.

The primary objective of the university has always been to assist people in creating new ways to improve their products and services. To make it more efficient, Kasetsart University cooperated with the National Innovation Agency (Public Organization) or NIA in the form of an Edutainment presentation to impart knowledge on how to integrate innovation into business operations and share hands-on experiences from SMEs. With “**Nin Mangkorn the Reality**” program, aspiring businesses can learn about innovation in a fun way, which helps encourage individuals in learning more effectively to apply their knowledge to build a business that will enter the market in the future, as well as to elevate the brand and expand on a global arena.



INNOVATION.T

INNOVATION FOR CRAFTED LIVING

คนเลี้ยงม้า ภาคกลาง
Advisor Central Region



ผศ.ดร.ศิริรัตน์ โทศการิกา

ผู้อำนวยการศูนย์แบรนด์เคยู (BrandKU)
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นวัตกรรมเปรียบเสมือนปีกของธุรกิจ ที่จะมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ เหล่านั้น ในขณะที่การตลาดเปรียบเสมือนลมใต้ปีกให้ธุรกิจบินอยู่เหนือลม โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เพิ่งอยู่ในขั้นเริ่มต้นยังไม่มีใครรู้จักในตลาด

“ศูนย์ BrandKU (แบรนด์เคยู)” จึงเข้าไปมีบทบาทบ่มเพาะผู้ประกอบการ ในด้านการวางกลยุทธ์ธุรกิจ และเสริมสร้างความแข็งแกร่งด้วยกลยุทธ์ธุรกิจ ต่างๆ ตั้งแต่การหาจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจจากลูกค้า หาดตลาดลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย สร้างแบรนด์ให้เกิดความเชื่อมั่นให้ลูกค้ากล้าทดลอง หรือสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าเกิดความผูกพันและภักดีต่อแบรนด์ ไม่เพียงเท่านั้น แบรินด์เคยูยังมีส่วนเข้าไปช่วยจัดหาทีมโค้ชซึ่งในด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ทีมงาน สต็อก และบัญชีการเงิน รวมถึงวางแผนการเติบโตเพื่อให้ธุรกิจสเกลอัพ

แน่นอนว่าด้วยอัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครของแต่ละธุรกิจจำเป็นต้องใช้ ยุทธวิธีการสร้างความแข็งแกร่งที่แตกต่างกัน บางทีมอาจต้องสร้างทีมงาน ความเชื่อมั่นให้กับสินค้า หรือสร้างช่องทางทางการตลาดก่อน ในขณะที่บางทีม อาจต้องเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต ซึ่งแบรนด์เคยูจะเข้าไปดูรายละเอียด เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนและนำกลยุทธ์ไปเติมเต็มได้อย่างตรงจุด

อย่างไรก็ดี เรายังเห็นความแตกต่างของผู้ประกอบการที่สมัครเข้า โครงการนิลมังกรรุ่นที่ 2 มีสัดส่วนธุรกิจเอสเอ็มอีขนาดย่อย และวิสาหกิจ ชุมชนเพิ่มมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มดังกล่าวเริ่มปรับตัวและนำ นวัตกรรมมาเป็นหัวใจการทำธุรกิจ จากเดิมที่ส่วนใหญ่ทำธุรกิจซื้อขายไป ดั้งนั้นนิลมังกรจึงเข้ามาเป็นอีกกลไกกระจายโอกาสกระบวนการสร้าง นวัตกรรมให้เกิดขึ้นในภูมิภาคมากขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการที่มองหาการเติบโตแบบก้าวกระโดด นิลมังกร คือคำตอบ “เพราะเวทีนี้ไม่ได้แข่งกันพิชชิง แต่แข่งกันทำจริง” ดังนั้น ความสำเร็จของผู้ประกอบการจึงไม่ได้อยู่ที่โค้ช แต่อยู่ที่ศักยภาพที่ซ่อน อยู่ในตัวผู้ประกอบการ เวทีนี้เป็นเพียงการติดอาวุธทางความรู้และโอกาส ให้ผู้ประกอบการกล้าลงทำในสิ่งใหม่ๆ เหมือนนิลมังกรรุ่นที่ 1 ที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว

ที่สำคัญเวทีนี้ไม่ปล่อยให้จนกว่าเขาจะทำสำเร็จ และถึงแม้ว่าวันนี้ ผู้ประกอบการนิลมังกรรุ่นที่ 1 เขาทำสำเร็จแล้วเราก็ตึงมืออยู่ เพราะนี่ คือครอบครัวนิลมังกร ที่พร้อมสร้างอีโคซิสเต็มให้ผู้ประกอบการไทยไม่ เหนื่อยที่ต้องไปแข่งขันกับราคา หากแบรนด์มีนวัตกรรมก็จะโตได้โดยไม่ต้อง แข่งขันกันในตลาดเลือด

Asst. Prof. Dr.Sirirat Kosakarika

Director of BrandKU Center, Faculty of Business
Administration, Kasetsart University

Innovation is like the wings of businesses, which add value to those businesses, whereas marketing is like the wind beneath the wings, propelling businesses to fly above the wind, particularly for startups that require market exposure.

The “BrandKU Center” has served as an integral part in incubating entrepreneurs in business strategy and bolstering business strategies ranging from identifying selling points to attracting customers’ attention, discovering a target customer market, building brand confidence for customers’ try out, and building trust for customers to develop brand engagement and loyalty. In addition, the KU brand contributes to the recruitment of coaching teams in resource management, staff, inventory, and financial accounts, as well as business scale-up plans.

Evidently, based on the unique characteristics of each business, distinct strength strategies are required. Some teams may need to establish a trust team for their products or develop marketing channels first. Some teams may have to focus on the production process before anything else. BrandKU will conduct a comprehensive analysis of their strengths and weaknesses and implement appropriate strategies to help address their shortcomings.

However, we also observe differences among entrepreneurs applying for the Nin Mangkorn Batch#2 program, with the proportion of small and medium-sized enterprises (SMEs) and community enterprises (CEs) on the rise, indicating that the group has begun to adjust and place innovation at the heart of their businesses. Traditionally, the majority of businesses have been engaged in purchasing and selling, so the Nilmankorn program has become an additional mechanism to diversify innovation opportunities in the region.

If you are an entrepreneur seeking exponential growth, the Nilmankorn program may be the answer for you. Because this arena is not a “pitching venue, but a real competition,” the secret to each entrepreneur’s success lies not in coaching, but in their underlying potential. This arena equips businesses with knowledge and opportunities for entrepreneurs who dare to attempt new things, as evidenced by the numerous success stories of the first cohort of Nilmankorn program participants.

Most importantly, the Nin Mangkorn program doesn’t let go of your hand until you achieve success. Even though the first group of entrepreneurs succeeded in the business today, we continue to hold their hands. Because the Nin Mangkorn family is prepared to construct an ecosystem for Thai entrepreneurs who are fed up with engaging in price competition. If the brand is inventive, it will expand without needing to compete in a sea of blood.



วัลแคน โคะลิชั่น

พัฒนาแพลตฟอร์มสร้างอาชีพ จากศักยภาพของผู้พิการ

บริษัท วัลแคน โคะลิชั่น จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แวนด์ : วัลแคน โคะลิชั่น

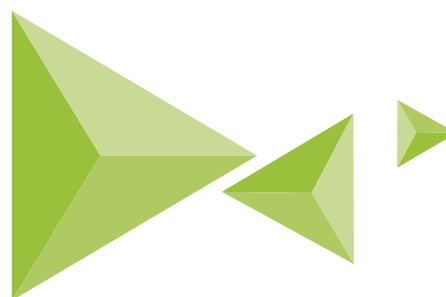
www.vulcancoalition.com [Facebook : Vulcan Coalition](https://www.facebook.com/VulcanCoalition)

ความพิการกลายเป็นข้อจำกัดในการจ้างงาน แม้ว่าคนพิการจะมีศักยภาพที่สามารถทำงานได้หลากหลายรูปแบบ ขณะเดียวกัน Vulcan มองเห็นว่า ประเทศไทยมี AI Scientist นักวิศวกร ปัญญาประดิษฐ์ที่มีความสามารถอยู่จำนวนมาก แต่ยังมีขาดคนจัดทำข้อมูล โดยปัญหาและโอกาสในการเข้าถึงการจ้างงานของผู้พิการในสังคมไทยที่ Vulcan มองเห็น ได้ถูกต่อยอดจากประสบการณ์การทำงานภายใต้โครงการ The Guidelight ของผู้ก่อตั้ง มาสู่การเป็นโมเดลธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ และสร้างโอกาสให้กับผู้พิการ อีกทั้งยังตอบโจทย์การทำงานของภาคธุรกิจและการทำกิจกรรม CSR



Vulcan Coalition ก่อตั้งโดย คุณเมธาวี ทศนาเสถียรกิจ และ คุณนิรันดร์ ประวีทย์ธนา ซึ่งเป็นสตาร์ทอัพในรูปแบบ Social Enterprise ที่สร้างอาชีพให้ผู้พิการได้มีโอกาสทำงานในรูปแบบใหม่ในอุตสาหกรรมปัญญาประดิษฐ์ ด้วยการดึงศักยภาพที่แท้จริงของผู้พิการออกมา โดย Vulcan Coalition ได้เคยจัดเวิร์คช็อปที่เกี่ยวกับการจัดทำข้อมูลในอุตสาหกรรม

Number 1
รางวัลชนะเลิศ ภาคกลาง



ปัญญาประดิษฐ์ โดยใช้ศักยภาพของคนพิการมาจัดเตรียมข้อมูล เช่น ภาพ เสียง เป็นต้น ซึ่งมีข้อมูลระบุว่า ผู้พิการทางสายตาสามารถประมวลผลเสียงได้รวดเร็วกว่าคนทั่วไป 2-3 เท่า ในขณะที่กลุ่มผู้พิการทางการได้ยินสามารถมองเห็นในมุมมองกว้างและสังเกตรายละเอียดได้ดีกว่าคนทั่วไป และกลุ่มออทิสติกสามารถจับแพทเทิร์นได้ดี และมีสมาธิจดจ่อกับสิ่งที่สนใจมากเป็นพิเศษ ซึ่งจากโมเดลของการทำ Workshop ในครั้งนั้นถูกต่อยอดมาสู่โมเดลธุรกิจในรูปแบบ Social Enterprise ในวันนี้

คุณเมธาวี ทศนาเสถียรกิจ ซีอีโอ บริษัท วัลแคน โคะลิชั่น จำกัด กล่าวว่า ภารกิจของ Vulcan Coalition คือการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อการสร้างงานที่ดึงศักยภาพที่แท้จริงของคนพิการออกมา เพื่อให้คนพิการมีรายได้เลี้ยงชีพได้อย่างยั่งยืน โดยการทำงานจะเกี่ยวข้องกับคน 3 กลุ่ม คือคนพิการ อุตสาหกรรม AI และองค์กรธุรกิจ ซึ่ง Vulcan เป็นสตาร์ทอัพที่ใช้นวัตกรรมทางด้าน AI หรือปัญญาประดิษฐ์มาจัดทำข้อมูลจำนวนมาก โดยการขับเคลื่อนธุรกิจบนศักยภาพของผู้พิการ จุดแข็งของ Vulcan คือการทำ Working Ecosystem ให้กับ

คนพิการ เป็นแพลตฟอร์มเพื่อการออกแบบซอฟต์แวร์เพื่อการเข้าถึงงานสำหรับทุกคน ทำให้คนพิการสามารถทำงานได้ทั่วประเทศโดยไม่มีต้นทุนเรื่องการเดินทาง

“ในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่เป็นเรื่องของเงินทุน ซึ่งเป็นปกติของธุรกิจสตาร์ทอัพ ปัจจุบันมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ B2B โดยการเติบโตในช่วง 2-3 ปี นับจากนี้จะมีกำไรที่ชัดเจนงานในหลายๆ เรื่อง คือ 1) การทำ LINE Chat Agent เพราะเป็นงานที่สร้างมูลค่าให้กับธุรกิจได้ และสามารถพัฒนา AI ไปพร้อมๆ กัน 2) การทำในเรื่องของ Home Automation สำหรับลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟทางด้านที่อยู่อาศัยที่เป็นโครงการใหญ่กว่า 1,000 หลัง 3) การทำ AI คัดกรองโรคซึมเศร้า สำหรับ HR ที่ต้องการดูแลคนในองค์กร และเนื่องจากการทำตลาดส่วนใหญ่เป็นแบบ B2B จึงมีช่องทางการสื่อสารหลักผ่าน Partnership Team และยังมีช่องทางสื่อสารกับบุคคลทั่วไปผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น Facebook Page, IG, Linkin, Podcast, เว็บไซต์ รวมถึงการออกงานอีเวนต์ต่างๆ”

งานของ Vulcan Coalition คือการให้บริการจัดทำข้อมูลสำหรับป้อน AI โดยมีผู้พิการทำหน้าที่เป็น AI Trainer หรือคนป้อนข้อมูลเพื่อสอนให้ AI มีความคิดและเข้าใจภาษามนุษย์ เพราะหัวใจสำคัญของ AI คือคลังข้อมูล ยิ่งป้อนข้อมูลคุณภาพให้ AI ได้มากเท่าไร AI ก็ยิ่งทำงานได้เต็มประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น ซึ่ง Vulcan Coalition จะทำหน้าที่เป็นโซลูชันคอยช่วยให้สตาร์ทอัพพัฒนาเทคโนโลยี AI ได้เร็วขึ้นในต้นทุนที่ต่ำลง และยังมีส่วนเข้ามาให้บริการมากขึ้น การให้บริการก็จะยิ่งไปได้ไกล และทำให้สังคมมองเห็นถึงศักยภาพของคนพิการ

การทำงานของ Vulcan Coalition ถูกขับเคลื่อนด้วยศักยภาพของผู้พิการในด้านต่างๆ เช่น ผู้พิการทางสายตา ผู้พิการทางการได้ยิน ผู้พิการทางการเคลื่อนไหว และผู้พิการทางสติปัญญา และนอกจากตำแหน่ง AI Trainer ในองค์กรแห่งนี้ยังมีผู้พิการในตำแหน่งงานอื่นๆ เช่น Software Developer ซึ่งทำหน้าที่พัฒนาโมเดล AI และแอปพลิเคชันต่างๆ

ปัจจุบัน Vulcan Coalition มีโควตาพาร์ทเนอร์เข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 60 บริษัท ทำให้ได้โควตาการจ้างงานผู้พิการเป็นจำนวนกว่า 600 คน โดยทุกคนจะได้รับการฝึกทักษะเพื่อจัดเตรียมข้อมูลป้อน AI ด้วยแพลตฟอร์มพิเศษที่ถูกออกแบบมาเฉพาะกับผู้พิการแต่ละประเภท เช่น ผู้พิการทางสายตาจะป้อนข้อมูลเสียง เป็นต้น ซึ่งแต่ละคนจะได้ค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนจากการทำงาน 4 ชั่วโมงต่อวัน ถือเป็นการสร้างความยั่งยืนทางรายได้ให้ผู้พิการในระยะยาว



▶ นวัตกรรม

- แพลตฟอร์มที่เป็นผู้ช่วยสื่อสารกับลูกค้าด้วยความเข้าใจ โดยผู้พิการเป็นผู้ให้บริการและตอบคำถามแก่ลูกค้า (Chat Agent) การพัฒนาแพลตฟอร์มภายใต้แนวคิด Accessible Conversational User Interfaces ที่คำนึงถึงการเลือกใช้และออกแบบเทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยไม่ตัดข้อจำกัดทางด้านร่างกาย อีกทั้งแพลตฟอร์มทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูลจากแชตสนทนาเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาระบบตอบคำถามอัตโนมัติ (AI Chat Bot) ให้สามารถคัดกรองและตอบคำถามผู้ใช้งานร่วมกับ Chat Agent ได้ ซึ่งแพลตฟอร์มนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการลูกค้า อีกทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสด้านการจ้างงานผู้พิการในตำแหน่ง Live Chat Agent ได้อีกด้วย

▶ การเติบโต

- ขยายธุรกิจในรูปแบบ B2B โดยโฟกัสงานของพาร์ทเนอร์รายใหญ่ และกลุ่มลูกค้าเอ็กซ์คลูซีฟด้านอสังหาริมทรัพย์ โครงการใหญ่ เช่น การทำ LINE Chat Agent และการพัฒนาระบบ Home Automation ให้กับบ้านในโครงการกว่า 1,000 ครัวเรือน



Vulcan Coalition

Building careers and maximizing the potential of people with disabilities

Vulcan Coalition Co., Ltd.

Bangkok

Brand : Vulcan Coalition

🌐 : www.vulcancoalition.com 📘 : Vulcan Coalition

Disability is a huge limitation when it comes to finding a job in Thailand, even if the person is highly qualified. This is when **Ms.Methawee Thatsanasateankit** and **Mr.Niran Pravithana** stepped in to create the social startup, Vulcan Coalition, which generates career opportunities for people with disabilities in the artificial intelligence (AI) industry.



Both Ms.Methawee and Mr.Niran said that Thailand has many talented AI scientists, but not enough people to produce data. Hence, taking into account the lack of jobs for people with disabilities in Thailand, and their experience with the "Guidelight" project, they came up with a business model that would both generate income and create opportunities for the handicapped. The project also meets the needs of the business sector, while implementing corporate social responsibility efforts.

The coalition began by holding workshops on data input for the AI industry and started employing the handicapped to do such things as prepare images and sounds, etc. It has been proven that visually impaired people can process sound data two to three times faster than normal people, while those with impaired hearing can see wider angles and notice more details than others. People in the autistic group have been found to catch the pattern of information well and focus on things that catch their attention. The workshops were then extended into a business model before taking the form of a social enterprise.

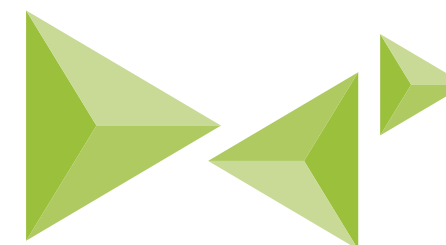
The work of the coalition is now driven by the potential of people with disabilities such as those with visual, hearing, physical and intellectual impairments.

Vulcan Coalition's Chief Executive Officer Methawee said the organization's key mission is to develop a platform that brings out the true potential of people with disabilities, so they can become independent and earn a sustainable living. The enterprise is divided into three: people with disabilities, the AI industry and business organizations.

Vulcan's strength is creating an efficient ecosystem that uses handicapped people's potential to the maximum in generating large volumes of data. This is done by creating software that allows people with disabilities to work without having to travel. It has also designed a special platform that makes the most of each type of disability, like a voice data input system for the visually impaired, a visual one for those with hearing difficulties, etc.

The startup's job is to provide an AI input preparation service, with its employees acting as AI trainers by teaching the AI system to think and understand human language. This is because at the heart of every AI system is data, and the more quality data it is fed, the more efficient it will become.

"In running a business, the biggest problem is finding capital. But Vulcan has a B2B model with a growth plan for the next two to three years. It will focus on things such as: Making a LINE chatbot, which will create value for people with disabilities; building home automation systems for residential projects that



► Innovation

- This platform offers opportunities to people with disabilities and opens communication channels with customers via a chat agent. The platform was developed under the concept of Accessible Conversational User Interface, which combines suitable technologies that do not cause any physical limitations. The platform also collects information from conversations to use as data to develop an automated answering system (AI Chat Bot), so it can screen and automatically answer questions. This platform aims to efficiently cover customer management and also increase work opportunities for people with disabilities.

have more than 1,000 houses; and creating an AI screening system for depression that can be used by HR departments to ensure all employees are taken care of," Ms.Methawee said.

"Since most of the targeted customers are businesses, there are key communication channels through partnership teams, while the general public can learn about us via social media like Facebook, Instagram, LinkedIn, podcasts, websites as well as events."

The Vulcan Coalition also aims to help startups develop AI technology quickly and cheaply, and believes that the wider its market gets, the more people will recognize the potential of those with disabilities.

Apart from hiring people with handicaps as AI trainers, Vulcan Coalition also takes on software developers to build AI models and applications.

The Vulcan Coalition currently has more than 60 partners participating in the program and intends to employ more than 600 people with disabilities. Each employee works four hours daily in exchange for a sustainable income that will cover their needs in the long term.

► Growth

- Expanding the business in the form of B2B by focusing on the work of major partners and large housing projects through tasks like developing a LINE chatbot or developing home automation systems for housing projects with more than 1,000 units.

Number 1
Winner Central Region

รองชนะเลิศอันดับ 1 ภาคกลาง

น้ำมะปืด พืชท้องถิ่นเมืองจันทน์

สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยนวัตกรรมการผลิต

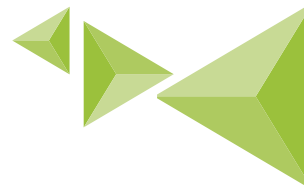
บริษัท แสบบิกจันท์ จำกัด

จังหวัดจันทบุรี

แสบบิกจันท์

Facebook : Rabbit Chan : แสบบิกจันท์ ลิ้มมะปืด Organic Farm Mapeed, Calammansi

Instagram : RabbitChan.Noom WhatsApp : Rabbit Chan



มะปืด เป็นพืชท้องถิ่นรสชาติเปรี้ยวที่มีปลูกกันทุกบ้านในแถบจังหวัดจันทบุรี ใช้ปรุงรสอาหารแทนมะนาวมาตั้งแต่โบราณ และนิยมนำมาผลิตเป็นเครื่องดื่มในงานบุญต่างๆ บรรพบุรุษชาวจันทบุรีมีอายุการเก็บรักษาเพียงไม่กี่วัน และแม้ว่ามะปืดจะมีกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ มีรสชาติเปรี้ยวอมหวานแบบส้ม แต่ในกระบวนการผลิตน้ำมะปืดแบบดั้งเดิมมักพบว่าน้ำมันหอมระเหยที่บริเวณเปลือกทำให้น้ำมะปืดมีรสชาติขม มีความเปรี้ยวมากเกินไป และเก็บรักษาได้ไม่นาน หากมีกระบวนการผลิตที่ไม่เหมาะสม

คุณวราพร วงษ์เจริญ กรรมการผู้จัดการบริษัท แสบบิกจันท์ จำกัด จึงเกิดไอเดียในการพัฒนากระบวนการผลิตน้ำมะปืดให้มีมาตรฐาน มีความสะอาดมากขึ้น เพื่อให้มีอายุการเก็บรักษาที่นานขึ้น มีการพัฒนารสชาติน้ำมะปืดไม่ให้ติดรสขมจากน้ำมันหอมระเหยที่เปลือก รวมถึงการยกระดับจากการเป็นสินค้าบรรพบุรุษชาวจันทบุรีแบบชาวบ้านสู่ระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานแบบอุตสาหกรรม ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การพัฒนาสถานที่ผลิต การใช้อุปกรณ์และเครื่องจักรที่ได้มาตรฐาน โดยมีกระบวนการผลิตระบบพาสเจอร์ไรส์

และบรรจุในขวดแก้ว จึงทำให้น้ำมะปืดสามารถเก็บได้นานถึง 1 ปี โดยไม่ใส่สารกันเสีย ไม่ต้องแช่เย็น และยังคงรสชาติความอร่อย เหมือนได้ทานน้ำมะปืดแบบเพิ่งคั้นสดใหม่ๆ

“เราพัฒนากระบวนการผลิตน้ำมะปืดคั้นสดที่ได้มาตรฐานและมีความสะอาดมากขึ้น อีกทั้งยังคงรสชาติความอร่อยมีความสดใหม่เหมือนเพิ่งคั้นสด และลดความขมจากเปลือกโดยพัฒนาเครื่องคั้นมะปืดขึ้นมาเพื่อให้มีการใช้งานที่เหมาะสมกับขนาดของลูกมะปืด รวมถึงมีการพัฒนานวัตกรรมการผลิตโดยการควบคุมอุณหภูมิและเวลาที่เหมาะสม ทำให้สามารถผลิตน้ำมะปืดบรรจุขวดได้โดยไม่มีรสชาติขมจากชั้นของน้ำมันหอมระเหย และความทึบขาวที่เป็นนวัตกรรมอีกอย่างหนึ่งคือหลังจากผ่านกระบวนการผลิตแล้ว น้ำมะปืดในขวดยังคงความสดได้เหมือนคั้นสดใหม่ๆ”

โดยการตลาดเริ่มจาก B2C ต่อมาขยายเป็น B2B ด้วยการเข้าไปสู่คาเฟ่ ร้านอาหาร เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับเมนูเครื่องดื่ม อนาคตอยากเจาะตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทยต้องมากินน้ำมะปืด และมีการสื่อสารบนโลกออนไลน์เพื่อให้ร้านอาหารและคนทั่วไปรู้จักน้ำมะปืดมากขึ้น

ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์จากมะปืดหลายรูปแบบ คือน้ำมะปืดเข้มข้น เจลลี่มะปืดผสมคอลลาเจน มะปืดผง เครื่องสำอางสกัดจากมะปืด ลูกอมส้มมะปืด และน้ำมะปืดพร้อมดื่มซึ่งมีจัดจำหน่ายที่ร้านอาหาร พันธุ์ไทย โกลเด้น เพลส และเลมอนฟาร์ม ที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศ ในส่วนของผลผลิตลูกมะปืดสามารถเก็บเกี่ยวได้ประมาณ 1 ตันต่อเดือน และมีแนวโน้มว่าจะมีการใช้เพิ่มมากขึ้น จึงมีแผนขยายเครือข่ายพื้นที่เพาะปลูกจากเดิม 32 ไร่ เป็น 100 ไร่

▶ นวัตกรรม

ผลิตกับที่เครื่องคั้นจาก “มะปืด” ซึ่งเป็นพืชท้องถิ่นดั้งเดิมของจังหวัดจันทบุรี ที่มีรสชาติเปรี้ยว เป็นเอกลักษณ์ นำมาผ่านกระบวนการคั้นสดด้วยเทคนิคเฉพาะ เพื่อลดความขมที่เกิดจากน้ำมันหอมระเหยบริเวณเปลือกของมะปืด และฆ่าเชื้อด้วยวิธีสเตอริไลซ์ (Sterilization) โดยการควบคุมอุณหภูมิและเวลาที่เหมาะสม ทำให้สามารถผลิตน้ำมะปืดบรรจุขวดได้โดยไม่มีรสชาติขมจากชั้นของน้ำมันหอมระเหย และยังสามารถรักษารสชาติของน้ำมะปืดที่อยู่ขวดได้เหมือนคั้นสดใหม่ๆ ผลิตกับที่สามารถเก็บรักษาได้นานถึง 1 ปี โดยไม่ต้องแช่เย็น จึงสามารถส่งขายไปยังที่ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศได้

▶ การเติบโต

ในปีแรกเปิดตลาดด้วยการส่งสินค้าเข้าไปจำหน่ายในโกลเด้นเพลส และเลมอนฟาร์ม ในปี 2 เริ่มทำคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับการนำน้ำมะปืดไปทำเมนูต่างๆ ในคาเฟ่ สำหรับปีนี้จะเน้นสร้างการรับรู้บนแพลตฟอร์มออนไลน์ให้มากขึ้น และขยายตลาดจาก B2C เป็น B2B ไปสู่ร้านอาหาร และร้านอาหาร

1ST Runner Up Central Region

Calamansi Juice

How innovative production processes turn Chanthaburi's traditional drink into premium product

Rabbit Chan Co., Ltd.

Chanthaburi

Brand : Rabbit Chan

Facebook : Rabbit Chan : แสบบิกจันท์ ลิ้มมะปืด Organic Farm Mapeed, Calammansi

Instagram : RabbitChan.Noom WhatsApp : Rabbit Chan

Calamansi, or Mapeed in Thai, is a sour citrus fruit that can be seen growing in almost every home in Chanthaburi province. The fruit is traditionally used for seasoning instead of lime and is also used to produce drinks during religious rituals. The juice, however, is normally packaged in simple plastic bottles and can only last a few days. Though the calamansi juice has a unique aroma, with a sweet and sour taste like orange, the traditional juicing method can make it bitter due to essential oils from the rind. This extraction method also reduces the juice's shelf life.

Ms. Worapachara Wongcharoen, CEO of Rabbit Chan Co., Ltd., decided to overcome this problem by creating a more standardized production system, in which all the ingredients used are carefully selected and regulated equipment and machines used. The juice extracted was also pasteurized and packaged in glass bottles. This production process and packaging have extended the shelf life of the juice by a year, without any use for preservatives or refrigeration, and also improved its taste.

“We developed a production process for Mapeed juice that is more standardized and cleaner. The production process retains the delicious taste and freshness, cutting out the bitterness of the rind, because the juicer has been designed to match the size of the fruit. We have also optimized the temperature and time to ensure the juice tastes like it is freshly squeezed after being bottled,” Worapachara said.

The company initially targeted consumers, before expanding to other businesses and



reaching out to coffee shops. It now plans to make its juice more widely available, so it can also penetrate the tourism market.

Apart from calamansi juice, the company has also developed many other calamansi-based products like juice concentrate, jelly with collagen, powder, candies as well as cosmetics. The products are available at Punthai coffee shops, Gold Place and Lemon Farm branches nationwide. It is also being stocked at some Tops supermarkets.

The company currently harvests about 1 ton of calamansi fruit monthly, but expects to soon start requiring more. Hence, it plans to expand its plantation network from 32 farming households to 100.

▶ Innovation

This beverage made from Chanthaburi's calamansi oranges is delicious and uniquely sour without the bitterness brought by essential oils from the peel. This was achieved by a new squeezing and sterilization technique in which only the juice is extracted under controlled temperatures. This technique keeps the juice fresh and tasting like it has been freshly squeezed. The product can be stored for up to one year without refrigeration, making it easy for sale in local and international markets.

▶ Growth

The company first began by selling its calamansi products via Golden Place and Lemon Farm stores. In the second year, it began introducing its calamansi juice to cafes, so they could develop new beverages. This year, the company plans to boost brand awareness on online platforms and expand the market to cover more businesses.

รองชนะเลิศอันดับ 2 ภาคกลาง

เพททีนี่ แพลตฟอร์มปรึกษาออนไลน์

ตอบโจทย์คนรักสัตว์ เพื่อการดูแลตลอด 24 ชม.

บริษัท เพททีนี่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แบรนด์ : เพททีนี่

🌐 : www.pettinee.asia

📘 : Pettinee “เพททีนี่” แก้ปัญหาสุขภาพสุนัขและแมว สดุดีวัคซีนออนไลน์



ปัจจุบันสัตว์เลี้ยงในกลุ่มสุนัขและแมวถือเป็นสัตว์เลี้ยงยอดนิยมที่ยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเลี้ยงสัตว์ทุกวันนี้เป็นเหมือนการดูแลสมาชิกในครอบครัว หากสัตว์เลี้ยงมีอาการเจ็บป่วยเจ้าของสัตว์เลี้ยงอาจเกิดความกังวลใจที่ไม่สามารถประเมินอาการของสัตว์เลี้ยงในเบื้องต้น หรือบางครั้งอาการเจ็บป่วยของสัตว์เลี้ยงอาจเป็นเพียงเล็กน้อยโดยไม่จำเป็นต้องพาไปคลินิก หรือโรงพยาบาลสัตว์เลี้ยง แค่เจ้าของสัตว์เลี้ยงมีความรู้ในเรื่องการดูแลสังเกตอาการเบื้องต้นก็สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายในการพาสัตว์เลี้ยงไปคลินิก หรือโรงพยาบาลเพื่อรักษาอาการลงได้บ้าง

คุณปณณวัชร พงศ์กิตติรักษ์ กรรมการผู้จัดการและผู้ก่อตั้ง บริษัท เพททีนี่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด มองเห็น Pain Point ในเรื่องดังกล่าว จึงเกิดไอเดียพัฒนาแพลตฟอร์มให้คำปรึกษาสัตวแพทย์ออนไลน์ขึ้นมาในชื่อของ Pettinee เพื่อให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงใช้เป็นช่องทางในการขอคำแนะนำเมื่อสัตว์เลี้ยงมีอาการเจ็บป่วย หรือก่อนเดินทางไปพบแพทย์ ซึ่ง 80% ของสัตว์เลี้ยงที่เจ้าของพาไปพบแพทย์มักไม่ได้มีความเจ็บป่วยรุนแรง หรือเป็นกรณีเร่งด่วนที่จำเป็นต้องไปพบแพทย์ทันที แต่เป็นเรื่องที่สามารถจัดการเบื้องต้นกับอาการเจ็บป่วยของสัตว์เลี้ยงเองที่บ้านได้



▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มบริการที่นำเทคโนโลยีโทรเวชกรรม (Telemedicine) มาประยุกต์ใช้ในการบริการปรึกษาสัตวแพทย์ออนไลน์ (Tele-Consultation) ในวงการสัตว์เลี้ยง เพื่อให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถขอคำปรึกษากับสัตวแพทย์เฉพาะทางได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งจะช่วยประเมินระดับความฉุกเฉินของเคสสัตว์เลี้ยง อีกทั้งสัตวแพทย์สามารถดูแลประวัติการรักษา ประวัติการฉีดวัคซีนและจองคิวการรักษาแบบออนไลน์ได้ โดยการพัฒนาแพลตฟอร์ม “เพททีนี่” ได้นำแนวคิดของการออกแบบความคิด (Design Thinking) มาปรับใช้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมเจ้าของสัตว์เลี้ยงในการนำข้อมูลมาพัฒนาแอปพลิเคชัน ปัจจุบันเป็นเวอร์ชัน LINE เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่นิยมใช้ LINE แต่การจัดเก็บข้อมูลเป็นแบบรวมไม่ได้แยกลูกค้าเป็นรายบุคคล จึงได้พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับสัตวแพทย์เพื่อเชื่อมกับ LINE ทำให้สามารถรับเคสเป็นรายบุคคลได้ ใช้เวลาน้อยลงและรับเคสได้มากขึ้น ต่อมาการขอคำปรึกษามีมากขึ้นทำให้หมดไม่เพียงพอ จึงต่อยอดโดยการนำไอเดียไปปรึกษากับโรงพยาบาลสัตว์ และ Pet Service ต่างๆ เพื่อให้การดูแลครอบคลุมมากขึ้น

▶ การเติบโต

• ใช้แพลตฟอร์มที่เป็นเวอร์ชันสำหรับ LINE ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า เพื่อให้สัตวแพทย์สามารถรับเคสเป็นรายบุคคลได้ และสามารถต่อยอดกับโรงพยาบาลสัตว์ และ Pet Service ต่างๆ ได้ในอนาคต มีแผนการขยายตลาดในฝั่ง B2B ให้มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มพาร์ทเนอร์รายใหญ่ที่ให้ความสนับสนุนกับการพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะของทางโรงพยาบาลสัตว์นั้นๆ

2ND Runner Up Central Region

Pettinee Online Consulting Platform

Meeting the needs of animal lovers 24/7

Pettinee Corporation Co., Ltd.

Bangkok

Brand : Pettinee

🌐 : www.pettinee.asia

📘 : Pettinee “เพททีนี่” แก้ปัญหาสุขภาพสุนัขและแมว สดุดีวัคซีนออนไลน์

Pets are becoming very popular and many pet owners consider their dog or cat part of their family. So, when a pet gets ill or starts showing signs of distress, the pet owner may be concerned about not being able to assess the animals condition correctly.

However, sometimes the ailment is minor and does not require a visit to the veterinary clinic or hospital. So, if pet owners learn basic care and observation, they can reduce both the financial and physical burden of taking their pets to the vet for treatment.

Mr.Punnawat Phongkittirak, CEO and co-founder of Pettinee Corporation Co., Ltd., recognized this pain point and came up with the idea of developing an online veterinary consulting platform. Thus the Pettinee platform was born. This platform allows pet owners can seek real-time advice from a veterinarian when their pet gets sick instead of rushing to the nearest animal hospital or clinic. Normally, 80% of pets taken to see the vet usually do not require immediate medical attention and most times, it is something that can be managed at home.

Pettinee is a platform that advises and guides you on keeping your pet healthy by providing you with basic knowledge, much like the teleconsultation services provided to humans. Pettinee is a start-up business, and therefore, the design thinking method has been adopted to study the behavior of pet owners to develop the platform. It is currently available on the LINE app, which does not allow for data collection on an individual basis.

Hence, we have developed an application for veterinarians to connect via LINE, which allows them to receive individual cases. The platform has been extended by being plugged in with animal hospitals and various pet services to provide more comprehensive care.

There are two key target groups: pet owners and pet businesses that want to provide customer service via 24-hour veterinary consultation. Service fees start at 179 baht and there is also a communication channel via Facebook: www.facebook.com/pettinee/



▶ Innovation

• This online veterinary consultation platform allows pet owners to consult with veterinarians 24 hours a day. This way, the veterinarian can assess the degree of emergency and advise the owner on whether the pet needs to be taken to hospital immediately. The vets can also view the pet's case history, vaccination history and book appointments online. The Pettinee service was developed to help pet owners take care of their pets' physical and mental health from the first day of adoption to the end of life.

▶ Growth

• Linking the platform to the LINE app, so veterinarians can take individual cases. The service has also been extended to cover several pet hospitals and services. There are plans of expanding to the B2B side, especially among large partners interested in linking up with animal hospitals to enhance service provided to customers.

ชมเชย ภาคกลาง

เอ็กกี้เดย์ เส้นโปรตีนไข่ขาว

อาหารทางเลือกใหม่จากนวัตกรรม Protein Transformation

บริษัท ทานดี อินโนฟู้ด จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แบรนด์ : เอ็กกี้เดย์ เส้นโปรตีนไข่ขาว

🌐 : www.eggdayofficial.com

📍 : Eggday by TannD เส้นไข่ขาวเจ้าแรก อนุสิทธิ์บัตรสุขภาพ



ไข่ขาวเป็นแหล่งโปรตีนชั้นเลิศ อุดมด้วยกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย ไม่มีคอเลสเตอรอล ย่อยง่าย ร่างกายสามารถนำไปใช้ได้เต็มที่ประสิทธิภาพเพื่อสร้างกล้ามเนื้อและเสริมภูมิคุ้มกันร่างกายให้แข็งแรง ด้วยเหตุนี้ ไข่ขาวต้มจึงเป็นเมนูแนะนำสำหรับผู้สูงอายุและผู้มีปัญหาลดลงที่ความต้องการโปรตีนสูงแต่ไขมันต่ำ เช่น ผู้ป่วยไขมันในเลือดสูง ผู้ป่วยโรคเมเร็งโรคไต เบาหวาน หรือผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น โดยเฉพาะผู้ป่วยโรคเมเร็งที่อยู่ในช่วงของการให้เคมีบำบัด มีความจำเป็นต้องบริโภคไข่ขาวในปริมาณมากๆ เพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อ แต่การรับประทานไข่ขาวต้มเป็นประจำทุกวันและต่อเนื่องอาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกเบื่ออาหาร และเกิดความเครียดจนอยากเลิกรับประทานไข่ขาวไปในที่สุด

ผศ.ดร.สถาพร งามอุโฆษ ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท ทานดี อินโนฟู้ด จำกัด ผู้มีประสบการณ์การทำงานในฐานะนักกำหนดอาหารที่มีหน้าที่ดูแลผู้ป่วยอย่างโรคไตและโรคเมเร็ง ได้มองเห็น Pain Point ดังกล่าวจึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาไข่ขาวให้เป็นอาหารในรูปแบบใหม่เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถทานอาหารได้อย่างมีความสุข โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์เส้นโปรตีนไข่ขาว

พร้อมทานในลักษณะของเส้นที่มีโปรตีนสูง ไร้แป้ง ไร้มัน ให้พลังงานต่ำ และเก็บได้นานถึง 18 เดือน โดยไม่ต้องแช่เย็น โดยเส้นโปรตีนไข่ขาว 1 ซอง 100 กรัม จะให้พลังงาน 45 - 50 แคลอรี และโปรตีน 8 - 10 กรัม

“ผลิตภัณฑ์เส้นโปรตีนไข่ขาว เกิดขึ้นจากนวัตกรรม Protein Transformation ซึ่งเป็นรายแรกของประเทศไทยและเป็นรายเดียวของโลก เป็นเทคโนโลยีที่เปลี่ยนรูปแบบจากไข่ขาวตามธรรมชาติให้อยู่ในรูปของไข่ขาวเส้นด้วยเทคโนโลยีของเครื่องรีดที่ผลิตขึ้นใหม่ โดยนำสารสกัดจากพืชมาห่อหุ้มตัวโปรตีนให้คงรูปแบบในลักษณะเส้น ที่ให้เนื้อสัมผัสนุ่ม รสชาติอร่อย และยังคงรักษาคุณค่าของโปรตีนในไข่ขาวไว้ได้ ในขั้นตอนของการพัฒนามีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้นหลายอย่าง ทั้งในเรื่องกระบวนการผลิต การพัฒนาเครื่องจักรเพื่อใช้ในการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่เหมาะสม และต้องใช้เวลาค่อนข้างนานในการพัฒนาและปรับปรุงรสสัมผัสให้ได้ตามที่ต้องการ ปัจจุบันเราทำตลาดแล้วภายใต้แบรนด์ Eggyday มีผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ คือ เส้นหมี่ไข่ขาว เส้นราเมนไข่ขาว และเม็ดไข่มุกไข่ขาว”

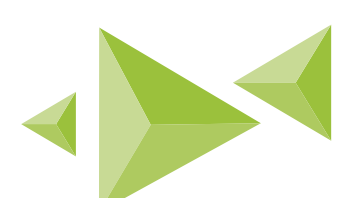
โดยกลุ่มเป้าหมายของเส้นโปรตีนไข่ขาว Eggyday มี 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มผู้ป่วย เช่น โรคไต โรคเมเร็ง โรคเบาหวาน กลุ่มผู้สูงวัยและคนแพ้อาหาร และกลุ่มคนรักสุขภาพ ออกกำลังกาย ที่ต้องการสร้างความแข็งแรงให้กับร่างกาย ปัจจุบันมีช่องทางกระจายจำหน่ายอยู่ในโมเดิร์นเทรด Horeca และบนออนไลน์ วางราคาจำหน่ายซองละ 79 บาท โดยเน้นการสื่อสารผ่านกลุ่ม Key Person เพื่อให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมถึงการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ในแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Youtube, TikTok, Line, IG, FB: @eggday.official รวมถึงเว็บไซต์ www.eggdayofficial.com

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์เส้นโปรตีนไข่ขาวด้วยเทคโนโลยีการเปลี่ยนรูปร่างและเนื้อสัมผัสของโปรตีน (Protein Transformation) โดยเปลี่ยนรูปร่างของไข่ขาวตัวหลักกลายเป็นไข่ขาวเส้น ด้วยการนำสารสกัดจากพืชมาห่อหุ้มตัวโปรตีนให้คงรูปแบบให้คงรูปแบบในลักษณะเส้นที่มีเนื้อสัมผัสนุ่ม สดชาติอร่อย ไร้แป้ง ไร้มัน ให้พลังงานต่ำ และยังคงคุณค่าของโปรตีนในไข่ขาวไว้เหมือนเดิม เส้นโปรตีนไข่ขาวเหมาะสำหรับผู้ป่วยโรคไต โรคเมเร็ง และผู้สูงอายุที่มีความจำเป็นต้องบริโภคไข่ขาวเป็นประจำทุกวัน เพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อและผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก โดยผลิตภัณฑ์สามารถเก็บได้นานถึง 18 เดือน โดยไม่ต้องแช่เย็น

▶ การเติบโต

• เน้นการขยายตลาดเข้าไปในโมเดิร์นเทรด Horeca รวมถึงการขายวัตถุดิบให้ Food Service ทั้งในกลุ่มโรงพยาบาล และร้านอาหารสุขภาพ ควบคู่ไปกับแผนการขยายตลาดส่งออกต่างประเทศตั้งเป้าหมายไว้ที่ 1 แสนซองต่อปี



Honorable Mention Central Region

Eggyday Egg-white Noodles

New innovative and alternative source of protein

Thandee Innofood Co., Ltd.

Bangkok

Brand : Eggyday

🌐 : www.eggdayofficial.com

📍 : Eggday by TannD เส้นไข่ขาวเจ้าแรก อนุสิทธิ์บัตรสุขภาพ



Egg whites are an excellent source of protein, rich in essential amino acids, cholesterol-free and easily digestible. They also provide support for building muscle and strengthening the body's immunity. This is the reason why doctors recommend the elderly and people with health problems who need high protein but low fat, such as patients with high cholesterol, cancer, kidney disease, diabetes or those who want to control their weight, etc., to consume boiled egg whites daily.

Cancer patients undergoing chemotherapy, especially, need to consume a lot of egg whites to boost their strength. However, eating the white of hard-boiled eggs daily can be just boring or become difficult for patients suffering from nausea.

Asst. Prof. Dr.Sathaporn Ngamukote, co-founder of Thandee Innofood Co., Ltd., who has experience as a dietician for patients with kidney disease and cancer, took note of this fact and looked for a new food product that patients would consume happily. It was this search that inspired the creation of ready-to-eat egg-white noodles, that are high in protein, starch-free, fat-free, low in calories and can be stored for up to 18 months without refrigeration. One 100-gram pack of egg-white noodles can provide 45 to 50 calories and 8 to 10 grams of protein.

“Egg-white products are produced using innovative protein transformation technology - a first not only in Thailand but also in the world. The noodles are made using a new type of extrusion machine that uses plant extracts to wrap the protein and fashion it



into the form of noodles that are soft in texture, taste delicious and maintain the value of the protein provided by egg whites.

“The production process was initially challenging, with many obstacles arising with the development of machinery and procurement of suitable raw materials. It also took a long time to develop and improve the taste of the product as needed. Currently, we are marketing three products under the Eggyday brand: egg-white vermicelli, egg-white ramen and egg-white pearls.”

The Eggyday line targets three main groups of people: people with chronic conditions like kidney disease, cancer, diabetes; elderly people and those with food allergies; and health-conscious people who want to build a lean body. The products are currently available via three modern distribution channels, including HoReCa (hotels, restaurants and catering), online vendors and social media platforms like YouTube, TikTok, Line, Instagram, Facebook (@eggday.official) and website www.eggdayofficial.com. The products are priced at 79 baht per pack.

▶ Innovation

• Egg-white noodles are produced using an innovative protein transformation technology that changes the shape of boiled egg whites. This technology uses plant extracts to encapsulate protein to create noodles that are soft in texture, taste delicious and retain the protein content of egg whites. These noodles are suitable for people with kidney disease, cancer and the elderly who need to consume easily digestible protein, and for those who want to control their weight. The product can be stored for up to 18 months without refrigeration.

▶ Growth

• Focus on expansion via modern trade channels and HoReCa, as well as supplying hospitals and the health industry. This is in conjunction with a plan to expand to foreign markets with the target of producing 100,000 packets per year.



ชมเชย ภาคกลาง

มีเด็นท์ ยาสีฟันชาโคล

นวัตกรรมที่ช่วยลดปัญหา
สุขภาพในช่องปากสำหรับคนจัดฟัน

บริษัท มีดี ไชน์ จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แบรนด์ : มีเด็นท์

🌐 : www.medentthailand.com 📘 : MEDENT



Honorable Mention Central Region

MEDENT Charcoal Toothpaste

Innovation that helps solve problems
for people with dental braces

Medee Shine Co., Ltd.

Bangkok

Brand : Medent

🌐 : www.medentthailand.com 📘 : MEDENT



ชาโคล และกระชายขาว ที่ช่วยลดแบคทีเรีย ลดแผล
ในช่องปาก โดยใช้นวัตกรรมการผลิตที่ช่วยทำให้สี กลิ่น
และรสชาติของสมุนไพรดีขึ้น ช่วยทำให้ภาพลักษณ์ของ
ผลิตภัณฑ์มีความเป็นพรีเมียม สามารถเจาะตลาดกลุ่ม
คนรุ่นใหม่ได้ดียิ่งขึ้น

“เราเป็นเจ้าของแรก ๆ ที่ใส่ส่วนผสมฟลูออไรด์เข้าไป
ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันฟันผุจากค่าแนะนำของ
ทันตแพทย์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาของเรา ผลิตภัณฑ์ตัวนี้ยัง
เหมาะกับคนจัดฟัน เพราะปัญหาเรื่องแรกของคนจัดฟัน
จะมีหินปูนเยอะจากการใส่เหล็กติดฟัน และทำให้เกิด
กลิ่นปากตามมา ส่วนผสมของกระชายขาวจะช่วย
โอบอุ้มเรื่องแผลในปากได้ดี และยังมีส่วนช่วย
ช่วยรักษาโรคเหงือกและทำให้เหงือกแน่นกระชับ
โดยเฉพาะคนจัดฟันมักมีปัญหาเหงือกอักเสบ ซึ่งกลุ่ม
เป้าหมายของเรา คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุประมาณ
20 - 40 ปี

ในขั้นตอนของการพัฒนา เราเน้นการเลือก
สมุนไพรที่มีสรรพคุณในเรื่องแอนตี้แบคทีเรีย และช่วย
ปกป้องดูแลช่องปากได้ดี การพัฒนาในช่วงแรกยังมี
ปัญหาของรสชาติที่ไม่ถูกปากเด็กวัยรุ่นและกลุ่ม
คนรุ่นใหม่ เนื่องจากการใช้ส่วนผสมของสมุนไพร
จึงมีการปรับแก้เพื่อให้รสชาติดีขึ้นถูกปากมากขึ้น
ในระหว่างกระบวนการทดลองก็จะมีการทำซ้ำเพื่อให้
ได้รสชาติที่ดียิ่งขึ้น เราใช้เวลาพัฒนายาวนานพอสมควร
ในรูปแบบการทำ Testimonial จำนวนกว่า 200 คน
เพื่อเก็บข้อมูลในเรื่องของรสชาติและประสิทธิภาพของ
ตัวผลิตภัณฑ์ มีการนำเข้าวัตถุดิบจากประเทศญี่ปุ่น”

ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน MEDENT มี 2 สูตร
คือ MEDENT 2in1 ยาสีฟันระงับกลิ่นปาก และ MEDENT
Charcoal ยาสีฟันสำหรับคนจัดฟัน และยังมีส่วนผสม
ในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ของฟอยล์เพื่อให้สามารถพกพา
ได้ง่ายขึ้น

▶ นวัตกรรม

• ยาสีฟันสูตรเฉพาะสำหรับคน
จัดฟันที่ช่วยลดอาการบาดเจ็บที่
เกิดจากแผลในช่องปาก โดยมี
ส่วนผสมที่สำคัญจากธรรมชาติ
คือสารแพนดูเรทินเอ (Pan-
duratin A) ที่สกัดจากสมุนไพร
กระชายขาว มีฤทธิ์ในการยับยั้ง
การเกิดคราบจุลินทรีย์ในช่องปาก
หรือไบโอฟิล์ม (Biofilm) จากเชื้อ
จุลินทรีย์ในช่องปากได้มากถึง
4 กลุ่ม และช่วยยับยั้งการงอก
ของเอนไซม์ในช่องปากที่จะเป็น
ตัวกระตุ้นการอักเสบของเหงือก
และโรคปริทันต์ ส่วนผสมของสาร
แอกทิเวตเต็ดชาร์โคล (Activated
Charcoal) ที่ช่วยกำจัดหินปูนใน
ช่องปาก และยังมีส่วนผสมของ
ฟลูออไรด์ที่ช่วยให้เคลือบฟัน
แข็งแรงขึ้น ทนต่อกรดที่ทำให้
เกิดฟันผุได้มากขึ้น

▶ การเติบโต

• เน้นสร้างพาร์ตเนอร์ในตลาด
ออนไลน์และออฟไลน์ในกลุ่ม
Beauty Store ควบคู่กับการ
ขยายตลาดในเดสทินเทด และบุก
ตลาดต่างประเทศในกลุ่ม CLMV
มากขึ้น โดยบริษัทก่อตั้งในปี
2559 ปัจจุบันเติบโตมากขึ้นกว่า
10 เท่า



It is estimated that by 2027, the value
of Thailand's orthodontic market will hit 350
billion baht, with many people opting for
dental braces. However, dental braces require
special oral care, especially since they can
be the source of plaque, gum disease and
bad breath. Besides, oral health is a key
subject of interest for the new generation and
many products in the market do not address
many of dental problems directly.

This is where Ms.Premuda Ananlakkam,
executive director of MEDEE SHINE CO., LTD.,
saw a gap in the market and decided to
address the problem that was close to her
personally. This gave birth to the idea of
developing a toothpaste that not only whitens
teeth and reduces plaque stains, but also

strengthens gums, prevents mouth ulcers,
cavities and bad breath.

After much research, her idea resulted in
the innovation of a totally natural toothpaste
containing charcoal and white galangal. Work
was put in improving the color, smell and
taste of the herbal toothpaste, so it had a
more premium look to penetrate the young
urban market.

“Our all-natural toothpaste is also the first
to include fluoride, which was added at the
advice of a dentist whom we have been
consulting all along. This product is suitable
for people wearing dental braces, because the
biggest problems they face are calcification,
bad breath and receding gums. The addition
of white galangal helps deal with mouth ulcers,
treat gum disease and even tighten the gums.
Our target group is the 20 to 40 year olds.

“During the development process, we
focused on selecting herbs that have antibac-
terial properties and can fight tooth decay.
We also addressed the problem of taste, which
many young people found unsatisfactory due
to the herbal ingredients. Hence, adjustments
were made to improve the taste. It took a long
time for us to collect testimonials from more
than 200 users on the taste and effectiveness
of the product before settling on the look of
the product. Most of the raw materials are
imported from Japan.”

MEDENT toothpaste comes in two
formulas: MEDENT 2-in-1 for bad breath and
MEDENT Charcoal toothpaste for people
wearing dental braces. The foil packaging is
innovative and allows for easier portability.

▶ Innovation

• This specially formulated
toothpaste helps reduce
oral ulcers and also contains
Panduratin A, extracted from
white galangal, which inhibits
the formation of plaque
or biofilm from up to four
groups of micro-organisms.
It also inhibits the activity
of an enzyme in the mouth
that triggers gingivitis and
periodontal disease. The
toothpaste contains activated
charcoal that whitens the
teeth, reduces plaque and
tartar in the mouth and also
contains a mixture of fluoride
that helps strengthen tooth
enamel, making it more
resistant to acids that cause
tooth decay.

▶ Growth

• Emphasis on building partners
in online and offline markets,
especially among beauty
stores, along with the
expansion in modern trade
markets, including in the
CLMV zone. The company
was established in 2016,
and has grown more than
10-fold already.



INNOVATION.T

INNOVATION FOR CRAFTED LIVING

คนเลี้ยงม้า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Advisor Northeast Region



ผศ.ดร.ปภากร พิทยชวา

ผู้อำนวยการเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

การเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมของผู้ประกอบการระดับภูมิภาคในปัจจุบัน ได้รับความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ ค่อนข้างมาก เพื่อร่วมกันผลักดันให้สังคมไทยสามารถเข้าถึงนวัตกรรมได้อย่างทั่วถึง เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ผู้ประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้สามารถเข้าถึงนวัตกรรมได้อย่างทั่วถึง ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปต่อยอดปรับปรุงกระบวนการ ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์มีคุณค่ากับลูกค้า เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า เราจึงมีหน้าที่คุยกับผู้ประกอบการว่าลูกค้าของผู้ประกอบการอยู่ที่ไหน มีความต้องการอะไร เพื่อช่วยผู้ประกอบการวิเคราะห์ลูกค้าและตลาดว่าผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการเหมาะกับตลาดใด และต้องใช้นวัตกรรมอะไรเพื่อไปขับเคลื่อนให้ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการสามารถไปตอบสนองตลาดนั้นได้

นอกจากนั้นยังมีหน้าที่ทำแมตซิงและเปิดหานักวิจัย หรือเทคโนโลยีที่เหมาะสม รวมถึงผลักดันเรื่องของการทำการตลาดแบบที่มีเรื่องเล่าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ทาวิธิการ ช่องทางที่จะสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า แปลกความต้องการของผู้ประกอบการไปแมตซิงกับเทคโนโลยีที่เหมาะสมซึ่งไม่ใช่แค่เทคโนโลยีที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีเพียงที่เดียว แต่รวมไปถึงหน้าที่ของการทำงานแบบเป็นอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคเชื่อมโยงทุกเทคโนโลยีในมหาวิทยาลัยไทยเพื่อให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการนั้นๆ พร้อมทั้งหาแหล่งทุนให้กับผู้ประกอบการเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

จากการทำงานและสนับสนุนผู้ประกอบการภาคอีสานอย่างต่อเนื่องเรามองเห็นความตื่นตัวของผู้ประกอบการที่มีต่อการคิดค้นนวัตกรรมมากขึ้นตามลำดับ ดูได้จากกระแสการตอบรับโครงการนิลมังกรจากรุ่น 1 มาถึงรุ่น 2 ซึ่งจุดประสงค์การเข้าโครงการนิลมังกรของทั้งสองรุ่นนี้มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ รุ่นที่ 1 อาจเข้ามาเพื่อต้องการแค่แข่งขัน หรืออยากประชาสัมพันธ์แบรนด์ตัวเองจากการได้ออกรายการโทรทัศน์ แต่สำหรับรุ่นที่ 2 ผู้ประกอบการมีความต้องการเรียนรู้มากขึ้น ต้องการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ได้รับการแนะนำจากโค้ชในรายการมากขึ้น จึงมองว่าการได้ออกรายการโทรทัศน์เป็นการทำการตลาดแบบหนึ่ง ดังนั้นผู้ประกอบการรุ่นนี้จะมีการทำงานอย่างจริงจังมากขึ้นเพื่อสร้างการเติบโตให้ธุรกิจอย่างยั่งยืน พัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรมโดดเด่น รวมถึงสร้าง Storytelling ให้แบรนด์ตัวเองมีความน่าสนใจมากขึ้น ที่สำคัญแบรนด์ดังของโครงการนิลมังกรมีความแข็งแกร่งจนทำให้ผู้ประกอบการในภูมิภาคตื่นตัวที่ต้องการเข้าโครงการมากขึ้น ถือว่าประสบความสำเร็จในการแข่งของการช่วยเหลือผู้ประกอบการได้จริง และทำให้สังคมไทยมีความตื่นตัวกับสินค้านวัตกรรมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

Asst. Prof. Dr.Paphakorn Pittayachawal

Director of Technopolis,
Suranaree University of Technology

Numerous parties have collaborated extensively to facilitate access to technology and innovation in regional businesses today. The same holds true for Suranaree University of Technology, which plays a significant role in encouraging entrepreneurs in the Northeastern region of Thailand to have universal access to innovation, to use technology and innovation to further develop and improve the process, and to create customer-valued products that satisfy their needs. Therefore, it is our responsibility to engage with entrepreneurs about where their customers are, what requirements are there to help entrepreneurs in analyzing their customers and markets to determine which market their products are suitable for, and what innovations are required to propel entrepreneurs' products to meet that market's demands.

In addition, the university is responsible for matching and locating the appropriate researchers or technologies, as well as promoting the subject of marketing with a narrative that appeals to the target audience and finding a way to communicate with a customer base that matches the needs of entrepreneurs with the right technology. Not only technology is used at Suranaree University of Technology, but also the function of serving as a regional science park to connect all technologies in Thai universities to the entrepreneur's needs, as well as locating financial resources for entrepreneurs to further develop innovations.

Continually working with and supporting entrepreneurs in the Northeast, we observe a gradual increase in entrepreneurial innovation consciousness. Taking examples from the responses to the Nin Mangkorn project from Batch#1 to Batch#2, we can see that these two groups have different reasons for joining the project. In other words, participants in Batch#1 may have entered to compete for the title or to promote their brands through television shows, whereas entrepreneurs in Batch#2 have a greater desire to learn about businesses in order to develop further marketing strategies as suggested by the coaches. They perceive television programs as a marketing strategy. Therefore, entrepreneurs in Batch#2 of the Nin Mangkorn project will work harder to create sustainable business growth, develop products with exceptional innovations, and create brand-enhancing narratives. Moreover, the branding of the Nin Mangkorn project has been so powerful that it has encouraged entrepreneurs in the region to join the program, which is considered a success in terms of actively assisting entrepreneurs and making Thai society significantly more conscious of innovative products.



เนื้อ เอ็น.วี.เค

เนื้อพรีเมียมไทย คุณภาพระดับโลก

บริษัท เอ็น.วี.เค.ฟาร์ม โปรดักส์ จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

แบรนด์ : เนื้อ เอ็น.วี.เค

f : nvkpremiumbeef

N.V.K. เริ่มต้นธุรกิจตั้งแต่ปี 2540 โดยแรกเริ่มเป็นฟาร์มโคขุนพันธุ์บ้านท้าวไป จากนั้นใช้เวลา 10 ปีจึงเปลี่ยนมาเป็นการเลี้ยงโคสายพันธุ์ “แองกัส” และสายพันธุ์ “วากิว” ที่ได้รับรองมาตรฐาน GAP ของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ปลอดภัยเนื้อแดง โดยระหว่างที่ประกอบธุรกิจฟาร์มโค เพื่อส่งให้พ่อค้าคนกลาง สหกรณ์ต่างๆ หรือโรงเชือด ทำให้ต้องมีการขยายธุรกิจด้วยการขายโคแม่พันธุ์ให้กับเกษตรกรควบคู่กันไปด้วย พร้อมขายเนื้อที่ตัดแต่งแล้วให้ผู้บริโภคสายย่อยที่สนใจ และทำให้กลายเป็นจุดเริ่มธุรกิจร้านขายเนื้อ N.V.K. BEEF ในปี 2564



รางวัลชนะเลิศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Number 1

นวัตกรรมของ N.V.K. มีการใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงสายพันธุ์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น สมาร์ทฟาร์ม การย้ายฝากตัวอ่อน (Embryo Transfer: ET) การผสมเทียม เพื่อปรับปรุงพัฒนาสายพันธุ์โคให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงการดูแลในส่วนของการผลิตอาหารที่ใช้เลี้ยงโค ป้องกันการปนเปื้อนของสารเคมีที่ไม่พึงประสงค์ เพื่อให้เนื้อมีคุณภาพและรสชาติเดียวกันทุกชิ้น

“เรามีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการเลี้ยงโคแบบดั้งเดิมคือเลี้ยงแบบโคไล่ทุ่ง ซึ่งสมัยก่อนมีพื้นที่ป่าจำนวนมาก แต่ปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็นไร่นาที่มีเจ้าของมาเป็นการเลี้ยงแบบขังคอกในพื้นที่ซึ่งมีความเหมาะสมกับขนาดและอายุของโค ซึ่งการเลี้ยงแบบใหม่ คนเลี้ยงจะเลี้ยงได้ง่ายมากขึ้น ข้อดีคือประหยัดแรงงาน โคได้ทานอาหารตามหลักโภชนาการ ลดพื้นที่ ที่สำคัญสามารถตรวจสอบสุขภาพและดูแลโคได้อย่างทั่วถึง รวมถึงช่วยลดมลภาวะต่อโลก เพราะเราใช้โพรไบโอติกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาผสมในอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีชาวบ้าน ซึ่งเราต้องใช้องค์ความรู้ที่เราได้จากอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ทั้งเรื่องของโภชนาการ สุขภาพ และสวัสดิภาพของสัตว์ เพื่อไม่ให้โคเกิดความเครียด เพราะเราเชื่อว่าเนื้อที่ดีต้องมาจากโคที่ดี ถ้าโคมีสุขภาพดีเราก็คงการุณใจปฏิบัติกันได้” คุณธนกร บุญยฤทธิ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท เอ็น.วี.เค. ฟาร์ม โปรดักส์ จำกัด อธิบายถึงนวัตกรรมการเลี้ยงโคแบบใหม่ซึ่งจะทำให้เนื้อที่ได้มีคุณภาพดี

จุดเด่นของเนื้อพรีเมียม N.V.K. BEEF คือราคาที่ต้องจ่ายได้ เนื้อมีความพิเศษอยู่ที่ไขมันแทรก ซึ่งในนั้นมีไขมัน 9 ที่เป็นสารอาหารสำคัญ นอกจากนั้นเนื้อยังนุ่ม มีรสชาติที่เข้มข้น ทางฟาร์มมีการแบ่งเกรดเนื้อเป็นเนื้อเกรด BMS ย่อมาจาก Beef Marble Score เป็นการแบ่งเกรดตามลายเนื้อ เนื่องจากจำกัดระยะเวลาการขุนเพียงการสร้างเนื้อเยื่อและจำหน่าย ซึ่งเป็นการเลี้ยงโดยสูตรอาหารที่มีโปรตีนและพลังงาน ไม่มีสารเร่งเนื้อแดงซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด ถือเป็นการใช้หลักการตลาดนำการผลิต

หากมองตลาดในประเทศไทย ณ ปัจจุบันมีความต้องการบริโภคเนื้อโคค่อนข้างสูง สามารถขยายการผลิตได้อีกมาก ข้อมูลจากอุปนายกสมาคมโคเนื้อปี 2563 ประเทศไทย ระบุว่า ไทยขาดดุลการค้าในกลุ่มเนื้อโค 83,000 ล้านบาท และความต้องการบริโภคเนื้อโคพรีเมียมอยู่ที่ 60,000 ตัว/ปี แต่การผลิตเนื้อโคพรีเมียมในประเทศไทยสามารถผลิตได้เพียง 28,000-30,000 ตัวต่อปี ดังนั้น N.V.K. จึงมองว่ายังมีโอกาสอีกมากในการเติบโต



เป้าหมายของ N.V.K. คือการขยายช่องทาง การแปรรูปสินค้าเนื้อ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า รวมถึงการขยายตลาดไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน พร้อมทั้งต่อยอดในเชิงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อแปรรูปเป็นอาหารพร้อมทานประเภทแกง และอื่นๆ แบบบรรจุในถุงรีทอร์ทเพาซ์ ซึ่งจะวางตลาดในช่วงกลางปี 2566 สุดท้ายคือการสร้างเครือข่ายโคเนื้อต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรไทยและเพื่อขยายกำลังการผลิตเนื้อโคคุณภาพให้กับเกษตรกรเชื่อมโยงกับเครือข่ายทั่วประเทศ

“ตอนนี้เรามีช่องทางการขาย 4 ช่องทาง คือ ช่องทางขายปลีกให้กับผู้บริโภคทั่วไป เรามีบูทเซอร์อยู่ในตัวเมืองโคราช ช่องทางที่ 2 คือขายออนไลน์ ช่องทางที่ 3 คือขายชิ้นส่วนตัดแต่งให้กับร้านอาหารในโคราช และการขายยกซากให้กับซูเปอร์ที่สนใจ นอกจากนี้เรายังมีเนื้อที่ขายให้บูทเซอร์หรือร้านอาหารต่างๆ ตามจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น”

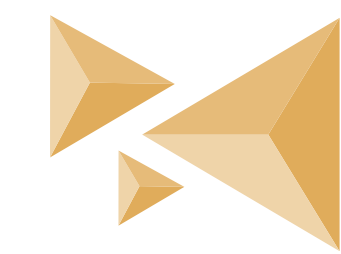
ปัจจุบัน N.V.K. BEEF มีฟาร์มโคเนื้อโคขุนในเนื้อที่ 350 ไร่ มีโคที่เลี้ยงแบบปลายน้ำประมาณ 120 ตัว มีแปลงหญ้า 250 ไร่ เพื่อเป็นแหล่งอาหารสัตว์ และวัตถุดิบใช้ในการผลิตอาหาร TMR ในการเลี้ยงโคเนื้อโคขุนคุณภาพพรีเมียม ที่เป็นเอกลักษณ์ในสไตล์ N.V.K. BEEF นอกจากนี้ทางบริษัทยังมีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการเลี้ยงโคเนื้อเป็นอย่างดีอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อผลิตเนื้อที่มีคุณภาพพรีเมียมออกสู่ตลาดในประเทศ มีเครือข่ายเชื่อมโยง เพื่อช่วยในการผลิตโคในทุกช่วงของห่วงโซ่อุปทานมากถึง 7 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป้าหมายปี 2566 มองถึงการขยายกำลังการผลิตให้มีโคปลายน้ำเพิ่มเป็นปีละอย่างน้อย 240 ตัวต่อปี เพื่อรองรับการผลิตของ N.V.K. BEEF ที่เพิ่มมากขึ้น

▶ นวัตกรรม

- เนื้อโคไทยคุณภาพสูง (Premium Beef) ที่มีลักษณะของชั้นไขมันที่แทรกหว่างเนื้อ (Marbling Score) ในระดับเทียบเท่ากับเนื้อสายพันธุ์ต่างประเทศ โดยปรับปรุงโคขุนสายพันธุ์ “โคดำลำตะคอง” ซึ่งเป็นลูกผสม 3 สายพันธุ์ ได้แก่ ไทยบราห์มัน วากิว และแองกัส ซึ่งโตไว อัตราการแลกเนื้อสูง และทนต่อสภาพแวดล้อมในพื้นที่ อีกทั้งพัฒนาสูตรอาหารสำเร็จเฉพาะสำหรับโคขุนโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อให้โคสร้างโปรตีนเร่งการเจริญเติบโต ร่วมกับการพัฒนาระบบการเลี้ยงในพื้นที่เปิดเพื่อลดอาการเครียดของโค ทำให้ได้เนื้อโคที่มีคุณภาพสูง มีความเหนียวนุ่มและกลิ่นของเนื้อที่เป็นเอกลักษณ์

▶ การเติบโต

- ขยายกำลังการผลิตให้มีโคปลายน้ำเพิ่มเป็นปีละอย่างน้อย 240 ตัว ต่อปี
- พัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อแปรรูปเป็นอาหารพร้อมทานประเภทแกงและอื่นๆ แบบบรรจุในถุงรีทอร์ทเพาซ์วางตลาดในช่วงกลางปี 2566





N.V.K. Premium Beef

Thailand's world-class quality marbled beef

N.V.K. Farm Products Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

Brand : N.V.K. Beef

f : nvkpremiumbeef

N.V.K. was set up in 1997 to serve as a general calf-fattening farm, but 10 years later, it began breeding Angus and Wagyu beef cattle certified by the Agriculture and Cooperatives Ministry's Department of Agriculture. The company received the GAP (good agricultural practices) certification in 2007 proving that the beef it produces is free from red-meat accelerators. Apart from farming cattle to sell to cooperatives and abattoirs, the company also expanded its business by selling breeding cattle to farmers and cuts of beef directly to consumers. This resulted in the launch of the N.V.K Beef butcher shop in 2021.



N.V.K.'s innovations include the use of efficient breeding technology, such as smart farms, embryo transfer and artificial insemination to improve and develop cattle breeds that are productive and marketable. This also includes overseeing the production of feed for cattle and preventing contamination to maintain the same quality and taste in every cut of meat.



"We have transformed traditional cattle farming, from cattle ranches to pens built to match the size and age of the cow. With this type of farming, cattle are much easier to raise. This format requires less labor, with cows being fed nutritious food. It also reduces the amount of space used, ensuring that the cows are taken care of properly."

"Raising cattle this way also reduces pollution, because we use eco-friendly probiotics in the cattle feed, which reduces the production of methane. We also apply techniques provided by Suranaree University of Technology's Science Park to keep the cattle well-fed, healthy and stress-free. This is because we believe good beef comes from happy cows. If the cows are healthy, we can avoid antibiotics," said Ms. Tanaporn Boonyarit, Managing Director of N.V.K. FARM PRODUCTS CO., LTD.

Another highlight of N.V.K. premium beef is its affordability. Beef fat is special as it contains Omega 9, which is an important nutrient, while the meat itself is tender with a strong flavor. N.V.K. beef has also developed a high BMS or beef marble score grade by limiting the fattening period so the fat can expand to tissue production and distribution. To achieve this high marble score, the cows are fed a protein and energy formula without requiring red-meat accelerators.

Looking at the current market in Thailand, there is a relatively high demand for beef and the production can be expanded considerably. According to the Beef Cattle Association of Thailand, the country had a trade deficit of 83 billion baht in 2020, while the demand for premium beef stood at 60,000 heads per year, far higher than the production capacity of just 28,000 to 30,000 heads annually. It is this high demand that encouraged N.V.K. to start producing premium beef.

The company's goal at present is to expand its meat processing channels to boost product value, penetrate neighboring countries as well as extend the development of processed meat products into ready-to-eat meals. The meals in retort packaging will be available from mid-2023. The last step will be creating upstream, midstream and downstream beef cattle to generate income for Thai farmers and expand their production capacity.

"We now have four sales channels to reach customers. We have a butcher in downtown Korat, sell trimmings to restaurants in Korat, sell beef cuts to customers online and carcasses to interested butchers. In addition, we also sell meat to butchers and restaurants in provinces that are popular with foreign tourists like Phuket and Chiang Mai, etc.," Tanaporn said.

The N.V.K. beef cattle farm covers 350 rai, with approximately 120 cattle raised downstream. The farm has allocated 250 rai of the land to grow grass and other raw materials to make TMR (total mixed ration) feed used to raise premium beef cattle that are unique to N.V.K.

The company also employs a large number of personnel who have the knowledge and understanding of raising cattle to produce premium quality beef for the domestic market. The company has also built a network with as many as seven community enterprises to help in the raising of cattle at all stages of production. The goal for 2023 is to look into expanding production capacity to at least 240 downstream cattle per year to support demand for N.V.K. Beef.

► Innovation

- Premium beef with perfect marbling that is comparable to foreign breeds can now be produced by the "Lam Ta Khong Black Cattle", a hybrid of three breeds: Thai Brahman, Wagyu and Angus. This new breed grows fast and is resistant to the local environment. In addition, the cattle are fed special food using local ingredients to accelerate growth and are raised in open, stress-free surroundings, which results in high-quality beef that is tender and has a unique aroma.

► Growth

- Expanding production capacity to have at least 240 heads of cattle downstream annually.
- Developing processed meat products into ready-to-eat meals packaged in retort pouches. These will hit the market by mid-2023, projects with more than 1,000 units.

Number 1
Winner Northeast

รองชนะเลิศอันดับ 1 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พิชญ์ กีตาร์ไม้ไผ่ขด

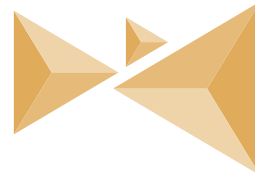
ภูมิปัญญาเรื่องเครื่องเขินสู่เครื่องดนตรีสากล

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันลัม สตูดิโอ

จังหวัดขอนแก่น

แบรนด์ : พิชญ์ กีตาร์ไม้ไผ่ขด

f : Pich Coiled Bamboo Guitar



ศิลปหัตถกรรม “เครื่องเขิน” จากภูมิปัญญาชาวบ้าน ที่เคยทำเป็นภาชนะรูปแบบต่างๆ เพื่อใช้งานในครัวเรือน แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปความนิยมก็ลดน้อยลงจนกลายเป็นของใช้สำหรับตกแต่งบ้าน หรือเป็นที่ระลึก ส่งผลให้ภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าค่อยๆ เลือนหายไปจากสังคมไทย ขณะเดียวกันยังมีกลุ่มแม่บ้านที่ยังอนุรักษ์การทำเครื่องเขินอยู่ในลักษณะของเครื่องจักสาน โดยนำไม้ไผ่ที่เป็นเส้นมาขดขึ้นรูปแบบอิสระตามการสั่งทำ ไม่ว่าจะสานพาน หรือแจกันดอกไม้ กลายเป็นจุดเด่นของรูปทรงที่สวยงาม และมองเห็นลวดลายของไม้ไผ่บนชิ้นงาน

คุณพิชญ์ระวี สุระอารีกุล หัวหน้าผู้จัดการห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันลัม สตูดิโอ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกีตาร์ไม้ไผ่ขดภายใต้แบรนด์ PICH ได้มองเห็นถึง Pain

Point ดังกล่าว และเกิดแนวคิดในการอนุรักษ์ศิลปะที่มีความสวยงาม จึงได้นำกระบวนการขึ้นรูปไม้ไผ่ขดในการทำเครื่องเขินมาประยุกต์การขึ้นรูปเป็น “กีตาร์ไม้ไผ่ขด” ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเครื่องดนตรีสากลกลายเป็นของสะสมที่เหล่าคนรักกีตาร์ ซึ่งเป็นไอเดียนี่เคยได้รับรางวัลเหรียญทองจากการประกวด และจัดแสดงงาน Seoul International Invention Fair 2019 ณ กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้มาแล้ว

“กีตาร์ไม้ไผ่ขด มีจุดเริ่มต้นจากงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาภูมิปัญญาสู่นวัตกรรมต่าง ๆ ในเชิงการรักษาภูมิปัญญาไทย ก่อนที่จะมาเป็นกีตาร์ เรามองว่าไม้ไผ่ขดจะเป็นอะไรได้บ้าง เราเห็นความแข็งแรงของไม้ไผ่ที่ถูกขดรวมกัน มองเห็นความสวยงาม และมองเห็นถึงกระบวนการทำที่มีความพิเศษมากกว่าการเป็นจักสานทั่วไป จึงนำทั้ง 3 ข้อมาพิจารณารวมกัน คือต้องเป็นเฟอร์นิเจอร์ ของใช้ของตกแต่งบ้าน และเครื่องดนตรี แต่เราอยากให้ตัวภูมิปัญญานี้ เข้ามาอยู่ใกล้ชิดกับคนมากที่สุดจึงเลือกทำกีตาร์ เพราะคนที่เล่นดนตรีจะวางเครื่องดนตรีไว้เป็นส่วนหนึ่งของบ้าน เราลองให้กลุ่มชาวบ้านลองขึ้นรูปด้วยวิธีทำแบบดั้งเดิมโดยใช้วัสดุเหมือนเดิม แต่มีเครื่องจักรของเราเข้ามาช่วยเสริมการทำงาน พอทำเสร็จก็ส่งต่อไปให้กับกลุ่มช่างทำกีตาร์ เพื่อผลิตเป็นกีตาร์ที่ได้มาตรฐานทั้งในเรื่องเสียง ขนาด และความแข็งแรงทนทาน จึงเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างคน 3 กลุ่ม คือผู้ผลิตไม้ไผ่ขด ช่างทำกีตาร์ และบริษัทออกแบบก็คือตัวเรา”

ในอนาคตยังวางแผนการผลิตในลักษณะของสินค้าพร้อมส่ง เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการซื้อแต่ไม่อยากจะรอของในแบบ Made to Order ซึ่งก่อนหน้านี้มีกำลังการผลิตประมาณ 10 - 12 ตัวต่อเดือน จึงเน้นการทำตลาดแบบ Niche Market มีราคาในการสั่งทำประมาณ 28,000 - 35,000 บาท

นวัตกรรม

• กีตาร์และอูคูเลเล่จากไม้ไผ่ขดที่ผลิตที่อุตสาหกรรม โดยใช้ไม้ไผ่เอียงซึ่งคุณสมบัติในการดูดซับเสียงที่เหมาะสม มาขดขึ้นรูปด้วยกรรมวิธีแบบเดียวกับการทำเครื่องเขิน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น การนำไม้ไผ่ขดต่อกันจนขนาดความหนาพอสมควร และสามารถขึ้นรูปโครงสร้างได้อย่างที่ต้องการ แล้วนำไปผลิตเป็นเครื่องดนตรีประเภทกีตาร์หรืออูคูเลเล่ เนื่องจากไม้ไผ่ขดมีคุณสมบัติทางกายภาพในการดูดซับเสียงและลดอัตราความถี่ของเสียงทำให้เกิดเสียงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งจะผลิตและออกแบบได้ตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งได้มาตรฐานในระดับเดียวกันกับกีตาร์หรืออูคูเลเล่ที่ขายในท้องตลาดทั่วไป อีกทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าให้กับชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม

การเดินทาง

• วางแผนการผลิตที่ยั่งยืนไปสู่การทำแบบสั่งอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยการกำลัสนค้าพร้อมส่งเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่ไม่ต้องการรอสินค้าจากการสั่งทำ และเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อราคางานขายในระดับที่ลูกค้าสามารถเป็นเจ้าของได้ง่ายยิ่งขึ้น



1st Runner Up Northeast

PICH Coiled Bamboo Guitar

Applying traditional lacquerware wisdom to an international musical instrument

Tonsom Studio Part., Ltd.

Khon Kaen

Brand : Pich Coiled Bamboo Guitar

f : Pich Coiled Bamboo Guitar

“Lacquerware” craftsmanship was traditionally used to make utensils in Thailand before its popularity dropped, and artisans began applying their expertise to creating decorations and souvenirs. With widespread usage of lacquerware dropping, this valuable folk wisdom also began disappearing from society.

However, some people continued trying to preserve the art, which also included using coiled strips of bamboo to create beautiful shapes and patterns before painting it with lacquer.

Ms.Pichrawee Suraareekul, managing partner of Tonsom Studio Part., Ltd. manufacturer and distributor of coiled bamboo guitars under the PICH brand, took note of this pain point and the concept of preserving Thailand’s beautiful traditional art. This inspired the creation of the “coiled bamboo guitar”, which is not just unique to look at but produces standard sound and is an item of interest for collectors.

The company won a gold medal for innovation when it first presented the coiled bamboo guitar at the Seoul International Invention Fair in the South Korean capital in 2019.

“The creation of the coiled bamboo guitar is based on extensive research and innovative ideas on preserving ancient Thai wisdom. We looked at what the coiled bamboo could be turned into. We took note of the strength of bamboo that is coiled together, took note of the beauty and the process of making it, which makes it more special than ordinary wickerwork.”



“All these three characteristics were taken into account when we were deciding what product we could create. What came to mind was furniture, decorative items and musical instruments. We wanted this wisdom to be close to people, so we decided to use the coiled bamboo to create guitars. This is because for a guitarist, the instrument is part of their home so they can pick it up to strum a few chords at any time. Also, the guitar will be noticed when people visit the house.”

“Once we decided to create guitars, we called on artisans to try and mold it using traditional methods and traditional materials, with our machinery on hand to complement their work. The next step was passing it on to guitar makers, who turned the coiled bamboo into standard guitars in terms of sound, size and durability.”

“Hence, the coiled bamboo guitars are created in collaboration between three groups of people: coiled bamboo manufacturers, guitar makers, and a design company, which is us.”

In the future, the company plans to produce coiled bamboo guitars that are ready to ship to customers who do not want to wait for made-to-order products. PICH, previously, only had the capacity to produce about 10 to 12 guitars a month, which left the company with the only option of focusing on a niche market that could consume guitars worth about 28,000 to 35,000 baht.

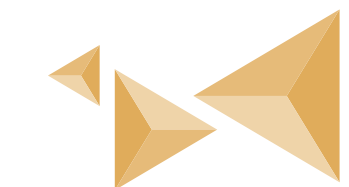


Innovation

• The traditional bamboo coiling technique normally used for lacquerware is now being applied to the creation of guitars and ukuleles. The musical instruments are made by putting strips of bamboo – Haya bamboo in this case – together until a suitable thickness is achieved and a beautiful frame can be formed. The coiled bamboo is thick enough to absorb reverberations and create a beautifully unique sound. These guitars and ukuleles are of international standard and create value by combining tradition with technology and innovation.

Growth

• The company plans to expand production to a semi-industrial level by building up a stock of ready-to-ship products that meet the needs of buyers who do not want to wait for made-to-order items. This will also reduce production costs and bring down the price tag, so more people can afford to purchase these unique guitars.



รองชนะเลิศอันดับ 2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชิบะรูม

พลิกวิกฤตโรงแรมด้วยนวัตกรรม

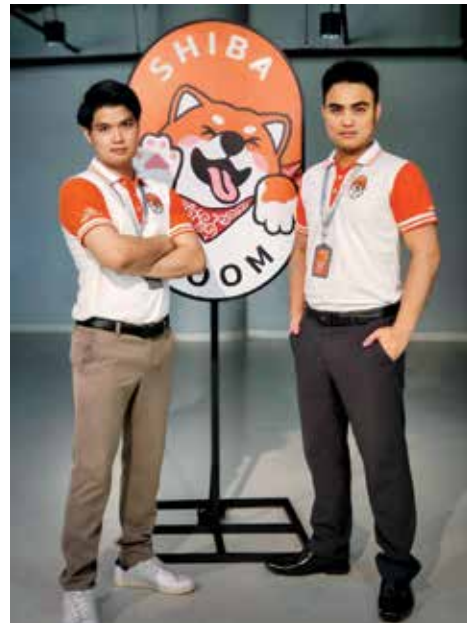
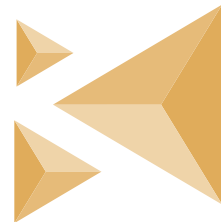
บริษัท ชิบะรูม จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

แบรนด์ : ชิบะรูม

Facebook : ShibaRoom โรงแรมชิบะรูม ที่พักราคาประหยัด สไตล์ญี่ปุ่น

Instagram : ShibaRoom



โรงแรมที่พักขนาดเล็ก หรือ Budget Hotel ส่วนมากเจอกับปัญหาขาดแคลนแรงงาน ค่าจ้างที่สูงขึ้น ปัญหาด้านการทำตลาด และการจัดการ **คุณแสงตะวัน อ่อนน่วม ประธานกรรมการบริหาร และผู้ก่อตั้ง บริษัท ชิบะรูม จำกัด และ คุณสุทธัย อ่อนน่วม ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยี และผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ชิบะรูม จำกัด** แก้ Pain Point ต่างๆ ด้วยการสร้างโรงแรม ชิบะรูมขึ้นมา วางตำแหน่งเป็นที่พักราคาประหยัดที่มีมาตรฐานคุณภาพ (Self Service Budget Hotels Standard Quality) สำหรับกลุ่มวัยทำงานและผู้ที่ไม่เดินทางภายในประเทศโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นเบื้องหลังการบริหารจัดการห้องพักแบบครบวงจร สร้างประสบการณ์ให้กับแขกที่มาพัก ตั้งแต่การจองจนถึงเช็คอินแบบไร้รอยต่อ

ทั้งนี้ระบบชิบะรูมประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ระบบการบริหารส่วนกลางสำหรับจองที่พัก มีคอลเซ็นเตอร์ให้บริการตอบคำถาม แก้ปัญหาต่างๆ

ให้แขกที่มาพัก และตู้คี้ออสที่ชื่อ "ฮานะ" ทำหน้าที่เป็นพนักงานต้อนรับเสมือน (Virtual Reception) แบบสองมิติ ผ่านจอแสดงผล ซึ่งจะถูกนำมาวางไว้ที่โรงแรมเพื่อให้บริการ Check In / Check Out ระบบชำระเงิน/คืนเงินที่มีระบบการยืนยันใบหน้ากับรูปบัตรประชาชน หรือพาสปอร์ตเพื่อยืนยันตัวตนในการเข้าจองห้องพัก นอกจากนี้ตู้คี้ออสสามารถควบคุมระบบไฟฟ้าภายในห้องพักได้อัตโนมัติผ่านระบบสาธารณูปโภคในห้องพักที่มีการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์เซ็นเซอร์ IoT ในห้องพักแต่ละห้องและภายในอาคารทั้งหมด

โมเดลธุรกิจของชิบะรูม จะเป็นการสร้างพันธมิตรและแฟรนไชส์ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักหรือพาร์ทเมนต์ขนาดเล็กถึงขนาดกลางที่ให้บริการที่พัก 10 ห้องขึ้นไป แต่ไม่เกิน 100 ห้อง ราคาห้องละ 350-1,200 บาท เข้าไปช่วยบริหารจัดการโรงแรมเดิมให้ได้มาตรฐานภายใต้แบรนด์ชิบะรูมในแบบสไตล์ญี่ปุ่น และมีการเก็บข้อมูลที่พัก สอบถามความพึงพอใจ เพื่อปรับปรุงบริการ และทำการสร้างต้นแบบให้เป็นตัวแทนของกลุ่มลูกค้า (Persona) นำมาวิเคราะห์วางแผนการทำโฆษณาในรูปแบบออนไลน์ หรือการกำหนดกลุ่มเป้าหมายใหม่ (Retargeting)

ปัจจุบันโรงแรมชิบะรูมเปิดให้บริการ 2 แห่งในจังหวัดนครราชสีมา คาดว่าปีนี้จะเพิ่มเป็น 30 แห่งทั่วประเทศ โดยบริษัทมีแผนรุกตลาดผ่านสัมมนาออนไลน์ให้ความรู้เจ้าของโรงแรมร่วมกับหน่วยงานมหาวิทยาลัย ในหัวข้อการจัดการดูแลโรงแรมสมัยใหม่ รวมถึงการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ และคอนเทนต์ออนไลน์ให้เข้าถึงเจ้าของโรงแรม

นวัตกรรม

- แพลตฟอร์มระบบบริหารจัดการห้องพักแบบครบวงจร (One Stop Service) โดยไม่ต้องใช้พนักงานต้อนรับ โดยระบบมีการบริหารจัดการงานแบบจัดการจากส่วนกลาง "Centralized Operation" ผ่านพนักงานเสมือนจริง (Virtual Reception) บนตู้คี้ออส โดยมีฟังก์ชันการทำงาน ได้แก่ ระบบการจองห้องพัก ระบบการเช็คอิน/เช็คเอาท์ ระบบการชำระเงิน/การคืนเงิน ระบบการยืนยันตัวตนผ่านใบหน้ากับรูปบัตรประชาชน หรือพาสปอร์ต เพื่อยืนยันตัวตนก่อนเข้าพัก อีกทั้งมีการใช้ระบบ IoT เพื่อควบคุมระบบสาธารณูปโภค และภายในอาคารทั้งหมด ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและเพิ่มประสิทธิภาพของการขายให้กับโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก

กรณีศึกษา

- รุกตลาดผ่านสัมมนาออนไลน์ให้ความรู้เจ้าของโรงแรมร่วมกับหน่วยงานมหาวิทยาลัย ในหัวข้อการจัดการดูแลโรงแรมสมัยใหม่ รวมถึงการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ และคอนเทนต์ออนไลน์เข้าถึงเจ้าของโรงแรม ผ่านการร่วมธุรกิจ ในโมเดลแฟรนไชส์คาดว่าจะเพิ่มโรงแรมได้เป็น 30 แห่งภายในปีนี้

2ND Runner Up Northeast

ShibaRoom

Self-Service Budget Hotel

Overcoming the hotel crisis with innovation

ShibaRoom Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

Brand : ShibaRoom

Facebook : ShibaRoom โรงแรมชิบะรูม ที่พักราคาประหยัด สไตล์ญี่ปุ่น Instagram : ShibaRoom



Most small, budget hotels have been suffering labor shortages and rising costs of wages, marketing as well as management issues. **Mr.Sangtawan Onnuam, Chief Executive Officer (CEO) & Founder of ShibaRoom Co., Ltd., and Mr.Sudtay Onnuam, Chief Technology Officer (CTO) & Co-Founder,** acknowledged these pain points and created the ShibaRoom Hotel – a self-service budget accommodation for both business and leisure travelers.

At ShibaRoom Hotels, state-of-the-art technology is applied to all back-office operations to provide end-to-end room management and offer seamless services from reservation to checkout.

The ShibaRoom system is split into two parts: a central management system for bookings with a 24-hour call center to answer questions and solve problems for guests; and a kiosk called "Hana" that acts as a virtual receptionist. Hana provides check-in/check-out services and handles payments and refunds by identifying guests through face recognition as well as ID card/passport verification. The kiosk can also automatically control in-room electrical systems through utilities connected to IoT 2 sensor devices.

ShibaRoom's business model will serve as a basis for alliances and franchises of small to medium-sized hotels or apartment operators that have at least 10 rooms but no more than 100 rooms. Per night charges per room of these hotels should be between 350 and 1,200 baht. The company will ensure all partner hotels meet the standards of the ShibaRoom



brand, which has been designed according to Japanese aesthetics.

The system collects accommodation and guest data, as well as satisfaction reviews, to improve the service and build a prototype for each customer group. This information is also analyzed for planning, online advertising or targeting new audiences.

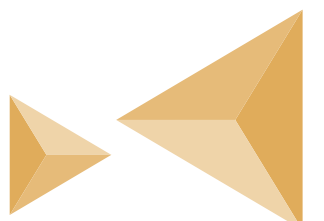
There are currently two ShibaRoom hotels in Nakhon Ratchasima and the company plans to open 30 more across the country this year. It is also planning to penetrate the market through online seminars to educate hotel owners as well as university students on modern hotel management. The seminars will also discuss the topics of communication via websites and online content.

Innovation

- This room-management platform does away with the need for a receptionist. This "Centralized Operation" system uses a virtual receptionist to cover basic functions like reservations, check-in/check-out, payments/refunds and face verification with photo ID/passport to verify the guests' identity. IoT systems are also used to automatically control utilities in each room and throughout the building. This system hugely reduces personnel costs and boosts the efficiency of small and medium-sized hotels.

Growth

- Plans to penetrate the market via online seminars to educate hotel owners and university students on modern hotel management, as well as web communication and online content. The company expects to open 30 such hotels across Thailand this year.



ชมเชย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เดอนิว ผงปลาร้าเพื่อคนรุ่นใหม่

เพิ่มความสะดวกใช้ด้วยนวัตกรรม

บริษัท เดอนิว จำกัด

จังหวัดชัยภูมิ

แบรนด์ : เดอนิว

Facebook : เดอนิว เจ้าของแบรนด์แฟรนไชส์



ปัจจุบัน น้ำปลาร้า ยังคงเป็นเครื่องปรุงรสที่ได้รับความนิยม เพราะเป็นส่วนประกอบสำคัญในหลากหลายเมนูอาหาร โดยเฉพาะอาหารทางภาคอีสานไม่ว่าจะเป็นเมนูตำ ยำ หรือแกง แต่ยังคงขาดความสะดวกในการใช้งานและการเก็บรักษา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดส่วนใหญ่ยังคงเป็นน้ำปลาร้าแบบบรรจุขวด เช่น ขวดแก้ว และขวด PET ซึ่งเมื่อใช้งานแล้วยังมีส่วนที่เหลือเก็บสำหรับใช้ในครั้งต่อไป จึงกลายเป็นภาระในการเก็บรักษาที่ต้องระมัดระวังในเรื่องของการจัดเก็บและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ยังขาดความสะดวกสบาย โดยเฉพาะเมื่อต้องเคลื่อนย้ายหรือพกพาไปนอกสถานที่

คุณเจนวิทย์ หลายทวีวัฒน์ ประธานกรรมการบริษัท เดอนิว จำกัด จึงมองเห็น Pain Point ที่กลายเป็นโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำปลาร้าที่ยังคงได้รับความนิยม และเป็นตลาดที่มีการเติบโตสูงด้วยมูลค่าตลาดกว่า 1,000 ล้านบาทต่อปี จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “น้ำปลาร้าชนิดผง” ขึ้นมาด้วยการทำแห้งแบบฝอย (Spray Dry) เป็นกระบวนการฉีดฝอยของเหลวให้กระจายเป็นละอองฝอยในถังอบลมร้อนจนกลายเป็นผงแห้ง และต่อยอดด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบของฟอยล์ขนาด 25 กรัม เพื่อให้ลูกค้าใช้งานสะดวก ฉีกซองง่ายในปริมาณ 1 ซองต่อ

1 เลิร์ฟ เป็นปริมาณที่เหมาะสมต่อการใช้งานในครั้งเดียว สามารถทำเมนูได้หลากหลายทั้งตำ ยำ แกงอ่อม แกงลาว เป็นต้น

“ก่อนหน้านี้ เราทำแฟรนไชส์ร้านอาหารอีสานในชื่อเดอนิวซึ่งมี 55 สาขาทั่วประเทศ จึงได้นำน้ำปลาร้ามาบรรจุขวดจำหน่ายให้กับสาขาแฟรนไชส์ ต่อมากเกิดไอเดียในการทำปลาร้าแห้งผง แต่มีปัญหาที่ยังละลายน้ำได้ไม่ดีเท่าที่ควร จึงมองหาวิธีการอื่นๆ ที่จะทำให้น้ำปลาร้าเป็นผงที่ละลายน้ำได้ดีกว่าเดิม และพบว่ากระบวนการทำแห้งแบบฝอยจะทำให้ได้ผงปลาร้าที่มีความละเอียดละลายน้ำได้ง่ายขึ้น และจากความร่วมมือกับทางมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จึงได้ความรู้เรื่องการทำแห้งแบบฝอย และนำมาลองผลิตลองถูก ซึ่งปัญหาในช่วงแรก ส่วนมากเป็นเรื่องความเหมาะสมของตัวบรรจุภัณฑ์ แต่เดิมเราใช้ซองกระดาษคราฟต์ทำให้ผงปลาร้าเป็นก้อน เนื่องจากซองกระดาษคราฟต์ไม่สามารถป้องกันความชื้นได้ดีเท่าที่ควร จึงได้เปลี่ยนมาใช้บรรจุในซองฟอยล์ และมีการปรับปรุงขนาดจากซองใหญ่เป็นซองขนาดเล็กเพื่อให้เหมาะกับการใช้ให้หมดในครั้งเดียว เวลาทำแกงลาว แกงอ่อม หรือแกงเห็ดก็ใส่เพียง 1 ซอง ไม่ต้องปรุงรสเพิ่ม จึงสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน และยังสามารถพกพาหรือเก็บรักษาได้สะดวกมากขึ้น และยังคงรสชาติความเป็นปลาร้าได้เหมือนเดิม”

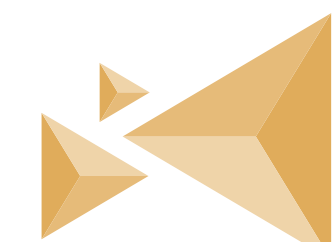
สำหรับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเมืองอายุ 30-40 ปี รวมถึงนักเดินทางแคมป์ปิ้งที่มีความต้องการใช้งานเครื่องปรุงรสน้ำปลาร้า จึงต้องการความสะดวกในการพกพา นอกจากนี้ยังมีช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์ผ่านอินฟลูเอนเซอร์บนโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok รวมถึงการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผ่าน Facebook: เดอนิว เจ้าของแบรนด์แฟรนไชส์ หรือ facebook.com/denourfranchise

▶ นวัตกรรม

• ปลาร้าผงปรุงรส ที่พัฒนาและต่อยอดจากน้ำปลาร้าแบบขวดด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมการทำแห้งแบบฝอย (Spray Dry) ที่เป็นกระบวนการอัดพ่นน้ำปลาร้าให้กระจายเป็นละอองและสัมผัสกับลมร้อนในถังอบ ทำให้น้ำปลาร้าแห้งจนกลายเป็นผง ที่มีการควบคุมปริมาณความชื้นของผลิตภัณฑ์และถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ฟอยล์ปิดสนิท ทำให้สามารถเก็บรักษาได้นานถึง 1 ปี เหมาะสำหรับวิถีชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน

▶ การเติบโต

• เดอนิวสร้างการเติบโตจากแฟรนไชส์ร้านอาหารอีสานที่สามารถขยายสาขาได้มากถึง 55 สาขา ในเวลาเพียง 3 ปี โดยปีนี้เป้าหมายจะเพิ่มอีก 10 สาขา เพื่อสร้างฐานลูกค้า และสร้างแบรนด์เดอนิวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีแผนขยายตลาดปลาร้าผงเข้าสู่ช่องทางโอดีร์เรทด์ และร้านค้าย่อยในตลาดสด เพื่อจับกลุ่มเป้าหมายลูกค้ารายย่อย รวมถึงตลาดส่งออกต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา และกัมพูชา



Honorable Mention Northeast Dernour Fermented Fish Powder for the New Generation

Increasing Convenience through Innovation

Dernour Co., Ltd.

Chaiyaphum

Brand : Denour

Facebook : เดอนิว เจ้าของแบรนด์แฟรนไชส์



▶ Innovation

• Thailand's ubiquitous fermented fish sauce has now been turned into powder form with the use of hot spray drying. The product is packed in moisture-controlled foil packaging and has a shelf life of one year, which makes it perfect for busy people.

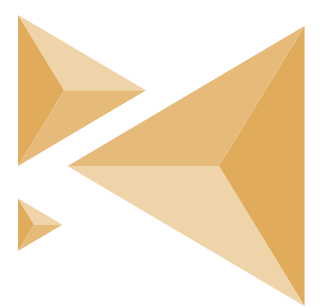
▶ Growth

• Dernour began as an Isaan restaurant franchise that expanded to 55 branches in just three years. This year, the goal is to add another 10 branches to build a customer base and make Dernour a household name. Plans are being made to make the fermented fish powder available via modern trade channels and retail stores to capture customer interest. The company is also eyeing foreign export markets like the United States and Cambodia.

cooperation with Mahasarakham University, we gained knowledge about shredded drying and began trying it out through trial and error. Then came the problem of packaging. Initially, we used kraft paper envelopes to make fermented fish powder cubes. But then we learned that kraft paper does not keep out moisture.

“We then switched to packaging in foil pouches and improved the size from large to small that can be used in one go. For instance, when making Lao curry, Om curry or mushroom curry, only one sachet is necessary, without the need for additional seasoning. Hence, it is convenient and easy to use. These sachets can be carried and stored far more easily, and still retain the taste of the fermented fish sauce.”

The company's targeted customers are city dwellers in the 30-40 age range, as well as campers and hikers who need portable condiments. The company is building its brand through social media influencers, as well as communicating with target audiences through



ชมเชย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผ้าย้อมสีธรรมชาติจากครั่งผาสากแก้ว

ยกระดับผ้าพื้นเมืองโบราณ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ผาสากแก้ว

จังหวัดมหาสารคาม

แบรนด์ : ผาสากแก้ว ผ้าย้อมสีธรรมชาติจากครั่ง

f : ผาสากแก้ว ผ้าทอลายโบราณ



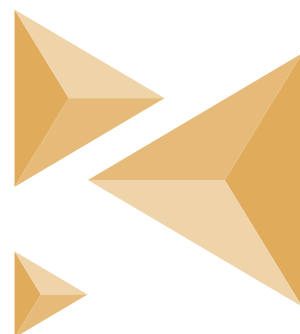
มหาสารคามเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวน้อย เพราะคนส่วนใหญ่ยังมองว่าเป็นเมืองรอง คุณณกรณ์ ตั้งหลัก ประธานผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ผาสากแก้ว ในฐานะคนมหาสารคามมีความต้องการที่จะสร้างจุดเด่นให้เมืองนี้ เพื่อให้คนท้องถิ่นมีความรู้สึกภูมิใจ ผืนแผ่นดินเกิด โดยนำ “ผาสากแก้ว” ชื่อลายผ้าโบราณ อันขึ้นชื่อของจังหวัดมหาสารคามบวกกับความชำนาญการทำผ้าไหมทอลายย้อมสีธรรมชาติของคนท้องถิ่น มาสร้างอัตลักษณ์ความโดดเด่นด้วยครั่ง ซึ่งเป็นแมลง

ที่คนจังหวัดมหาสารคามเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมมาตั้งแต่สมัยโบราณ ย้อมผ้าแล้วให้สีแดงสดและชัดเจนเป็นเอกลักษณ์เพื่อให้จังหวัดนี้เป็น “มหาสารคาม มหานครแห่งครั่ง ราชธานีสยามใหม่”

คุณณกรณ์ พัฒนาผ้าทอ และกระบวนการเทคนิคในแต่ละกระบวนการให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น อาทิ การสาววงเส้นให้มีมาตรฐาน พร้อมคิดค้นกระบวนการปรับค่าพีเอช (pH) ในรูปแบบของสีครั่งพร้อมใช้ เพื่อลดระยะเวลาในการย้อมผ้าและคงคุณภาพของสีที่ได้จากการย้อมครั่งสีไม่ตก และมีความสม่ำเสมอของผืนผ้า ซักแล้วไม่หด รวมถึงการสร้างสรรคัลวดลายให้นำไปใช้ได้มากที่สุด เช่น เอกลายโบราณมาผสมลายใหม่ แต่มีพื้นฐานลายโบราณเฉพาะจังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้ใส่ได้กับทุกเพศทุกวัย ทุกอาชีพ นอกจากนี้ยังพัฒนาการย้อมทับ และย้อมสีให้เป็นตามเทรนด์สีของแฟชั่นโลก ผ่านกรรมวิธีผสมสีต่างๆ โดยใช้เกณฑ์ของครั่งเป็นสีหลัก เช่น เอาน้ำย้อมครั่งที่ 1 มาย้อมเส้นไหมใหม่อีกครั้งได้สีชมพู เป็นต้น

ที่สำคัญยังพัฒนาเทคนิคการทอผ้า เพื่อร่นระยะเวลาในการผลิต ลดต้นทุนตั้งแต่กระบวนการมัดหมี่ ทำผ้ายก และเก็บขลิบ โดยสร้างเขาตะโกลายให้ทอง่ายขึ้น รวมถึงลดองค์ประกอบการมัดหมี่ที่มีลายซับซ้อนด้วยการขยายลายให้ใหญ่ แต่ยังคงเอกลักษณ์ลายโบราณ ทำให้การทอเร็วขึ้นเท่าตัว

การใช้เทคนิคใหม่ๆ ดังกล่าว ทำให้สินค้าเป็นที่นิยมของตลาด ในเวลาเดียวกัน กระบวนการทำผ้าทอที่ถูกตัดทอนลงไป ช่วยลดต้นทุนค่าแรงก็ลดน้อยลง ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้ามากขึ้น สามารถเพิ่มการผลิตเพิ่มการกระจายรายได้สู่ชุมชนและทำให้คนรุ่นใหม่สนใจกลับมาทำงานที่บ้านเกิดเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันกำลังพัฒนาเทคนิคใหม่เพื่อเสริมความแข็งแรงของผ้า เพื่อง่ายต่อการดูแลรักษา และเพิ่มทนทานในการสวมใส่เจาะกลุ่มตลาดแมส



นวัตกรรม

• ผ้าทอโบราณพื้นเมืองที่เกิดจากภูมิปัญญาชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สีย้อมผ้าจากครั่งโบราณ 100% ที่ผ่านกระบวนการปรับค่าพีเอช (pH) ในรูปแบบของสีครั่งพร้อมใช้งาน ลดระยะเวลาในการย้อมผ้าและคงคุณภาพของสีที่ได้จากการย้อมครั่ง ผสมผสานการออกแบบลวดลายที่ร่วมสมัยและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมไปถึงการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าที่ทำให้ลดระยะเวลาในการผลิต ลดต้นทุน และเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ได้อีกด้วย

การเติบโต

• พัฒนาเทคนิคใหม่เพื่อเสริมความแข็งแรงของผ้า เพื่อง่ายต่อการดูแลรักษา และเพิ่มความทนทานในการสวมใส่ เจาะกลุ่มตลาดแมส

Honorable Mention Northeast

Pha Sat Kaew Lac Fabric

Bringing Maha Sarakham's ancient art alive

Phasatkaew Part., Ltd.

Maha Sarakham

Brand : Pha Sat Kaew Lac Fabric

f : ผาสากแก้ว ผ้าทอลายโบราณ

Maha Sarakham is a secondary city and not on many people's travel itineraries. However, Maha Sarakham resident, **Mr.Nakorn Tanglak, CEO of Phasatkaew Part., Ltd.**, wanted to change this and make local communities proud of their birthplace. To do this, he decided to revive Maha Sarakham's ancient “**Pha Sat Kaew**” fabric pattern designed using the distinctive local dye developed from the crude shellac resin excreted by the lac insect. After all, Maha Sarakham was once known as the “**metropolis of lac - the king of silk dyes**”.

Mr.Nakorn also standardized all weaving processes and invented a system of adjusting the pH value of the lac dye, so it is ready to use and takes a much shorter time to dye. This adjusted dye does not fade or run, while the fabric remains intact and does not shrink after washing. The patterns on the fabric are also a unique fusion of ancient art and modern design, making it attractive to people of all genders, ages and professions. Mr. Narong has also developed an over-dyeing process in line with global fashion trends by mixing different colors to create new hues.

More importantly, his new weaving techniques shorten production time and reduce cost, compared to the traditional “**mudmee**” silk production process. Under the new system, brocade is made with the trim intact using a heddle loom, which is simpler with a larger weave and weft that retains traditional patterns. This system also speeds up the time spent on weaving and makes it more cost-effective.

The fabric is being sold via different channels, while the company is planning to expand its production to create more

employment opportunities in the community. **Mr.Nakorn hopes this new industry will encourage young people to return home.** The company is currently looking into building techniques to strengthen the fabric as well as make it wear-resistant and easy to maintain.



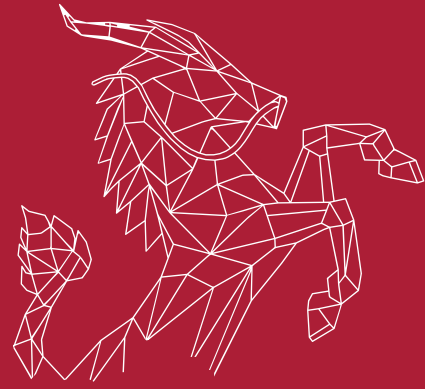
Innovation

• Maha Sarakham's indigenous fabric is now dyed with 100% natural lac dye that has undergone pH adjustment process before being turned into ready-to-use colors. These processed dyes shorten the time it takes to color the fabric and can be used to create unique patterns. The weaving techniques have also been developed to shorten the production time, reduce costs and boost incomes.

Growth

• Developing new techniques to strengthen fabrics for easy maintenance and high wear resistance to penetrate the mass market.





INNOVATION.T

INNOVATION FOR CRAFTED LIVING

คนเลี้ยงม้า ภาคเหนือ
Advisor North Region



ผศ.ดร.เกษมศักดิ์ อุทัยชนะ
รองผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เปิดตัว Basecamp 24 ซึ่งเป็นโปรแกรมสร้างผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและพร้อมผลักดันผู้ประกอบการให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยมีอุทยานฯ คอยเป็นที่เลี้ยงนำทางในทุกเส้นทางการเติบโตแบบ 24 ชั่วโมง เพื่อไปสู่เป้าหมายสูงสุดอย่างรวดเร็ว ด้วยกระบวนการบ่มเพาะพัฒนาศักยภาพ ซึ่งนับเป็นการจุดประกายไอเดียต่างๆ ให้เหล่านักธุรกิจกระทั่งได้ลงมือทำจริง โดยจัดแบ่ง Basecamp ออกเป็นระดับต่างๆ ตั้งแต่ Ground Camp: Wonderer จะเน้นเรื่องการสร้างแรงจูงใจและสร้างความตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ โดย Camp 1: Bootstrapper เน้นให้องค์ความรู้เพื่อสร้างความเป็นผู้ประกอบการ Camp 2: Explorer เน้นกระบวนการลงมือทำเพื่อเรียนรู้การทำธุรกิจตามวิถีของ Startup เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิจัยและพัฒนาสินค้าหรือบริการให้สามารถขายได้จริง Camp 3: Challenger เน้นเรื่องการขยายตลาด (Scale Up) หลังจากพิสูจน์แล้วใน Camp 2 โดยจะเน้นกระบวนการวางแผนธุรกิจ กลยุทธ์ เพื่อให้พร้อมก่อนที่จะเข้าสู่ Camp 4: Survivor ซึ่งจะเน้นในเรื่องของการลงทุน ไม่ว่าจะเป็นการหางานลงทุน การเจรจาร่วมลงทุน (Partner) กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ ที่จะสามารถสนับสนุนธุรกิจให้เติบโตได้อย่างก้าวกระโดดและเป็นธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

Basecamp 24 ถูกนำมาเชื่อมโยงกับโครงการนิคมังกรได้เป็นอย่างดี โดยเรามีโรดแมปการทำงานชัดเจน เริ่มจากจัดระดับผู้ประกอบการว่าอยู่เลเวลไหน จากนั้นปลักอินเข้าไปใน Basecamp 24 เพื่อผลักดันให้เขาเติบโตไปอีกขั้น ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าโครงการนิคมังกรมักจะอยู่ใน Camp 3-4

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการโครงการนิคมังกรที่เข้าโปรแกรม Basecamp 24 จะได้รับสิทธิประโยชน์ 2 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วย Hard Service เป็นพื้นที่สำนักงาน Co-working Space ภายในอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หากผู้ประกอบการที่อยู่ใน Camp 3-4 จะได้รับสิทธิใช้ Private Office ตลอด 24 ชั่วโมง ในขณะที่ Soft Service เป็นการอบรมสร้างองค์ความรู้ ให้คำปรึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญ และเข้าไปช่วยผู้ประกอบการวางยุทธศาสตร์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ และโมเดลธุรกิจ เพื่อจับคู่กับแหล่งทุนทั้งภาครัฐและเอกชนพร้อมสร้างเครือข่ายธุรกิจต่อไป

จากความสำเร็จของนิคมังกร รุ่นที่ 1 ส่งผลให้ปีนี้ก็มีผู้ประกอบการสนใจเข้าร่วมนิคมังกร รุ่นที่ 2 เป็นจำนวนมาก อีกด้านหนึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีความตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรมและการสร้างแบรนด์มากขึ้น และนำมาเป็นหัวใจในการขับเคลื่อนธุรกิจตัวเอง

**Asst. Prof.
Dr.Kasemsak Uthaichana**

Deputy Director of Science and Technology Park,
Chiang Mai University

Last year, Chiang Mai University launched Basecamp 24, a program to cultivate potential entrepreneurs who are prepared to drive the sustainable growth of their businesses, with the Science and Technology Park serving as a mentor to guide them on the 24-hour growth journey to their ultimate goal through the process of potential incubation. This has inspired many business owners to commence by performing the actual work. The base camp was divided into different levels, beginning with the Ground Camp for wonderers, which emphasized motivation and entrepreneurial awareness. The basecamp consists of the four levels listed below: Camp 1: Bootstrapper, focusing on providing knowledge to build entrepreneurship; Camp 2: Explorer, focusing on the hands-on process to learn how to do business according to the startup method to research and develop products or services that can be marketed in the real world. Camp 3: Challenger, which focuses on market expansion (scaling up), followed by Camp 4: Survivor, which focuses on investing, negotiating joint ventures (Partnership) with companies or organisations that can help the business grow by leaps and bounds and become sustainable.

The Basecamp 24 and the Nin Mangkorn initiative had a robust connection. We had a distinct plan that begins with evaluating the entrepreneurs, followed by incorporating them into Basecamp 24 to propel them to the next level. Most entrepreneurs selected for the Nin Mangkorn program were typically in Camp 3-4 levels.

Participants of the Nin Mangkorn initiative who were selected for the Basecamp 24 program received two benefits in total: first, the Hard Service, which included a free co-working space within the Northern Science and Technology Park at Chiang Mai University. Entrepreneurs in Camp 3-4 levels had access to a private office 24 hours a day, seven days a week. Second, the Soft Service included training to build knowledge, advice consultation by specialists, and strategic planning assistance in developing products and business models to match with both public and private funding sources in order to establish additional business networks.

After the success of Nin Mangkorn Project Batch #1, a significant number of entrepreneurs have submitted applications to join Batch #2 this year. On the other hand, it demonstrated that business owners have become more aware of innovation and branding and have placed them at the center of their business activities.



คอฟโไฟจินิคดริงค์ เครื่องดื่มสกัดเข้มข้น จากเนื้อผลกาแฟ

ซูเปอร์ฟู้ดสำหรับลดระดับคอเลสเตอรอล ในร่างกาย

บริษัท ฮิลล์คอฟฟ์ จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

แอสนด์ : คอฟโไฟจินิคดริงค์

🌐 : www.hillkoff.com

📍 : Hillkoff Learning Space 📍 : ศูนย์การเรียนรู้ครบวงจร กาแฟชาวไทยภูเขา ฮิลล์คอฟฟ์

คอฟโไฟจินิคดริงค์เป็นผู้รับซื้อเมล็ดกาแฟอาราบิก้าจากชาวไทยภูเขาทั่วภาคเหนือเพื่อนำกาแฟมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มานานกว่า 40 ปี แต่ละปีมีการรับซื้อกว่า 400 ตันต่อปี แต่ในเวลาเดียวกันก็เกิดขยะจากเปลือกกาแฟเป็นจำนวนมากจากกระบวนการผลิต ส่วนใหญ่ถูกนำไปฝังกลบ หรือปล่อยทิ้งข้างแหล่งน้ำจนเกิดการเน่าเสีย ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเป็นนวัตกรรมเกษตรที่สูง (Highland Innovator) หลังมองว่าการทำเกษตรที่สูงต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบทรัพยากร และดูแลสิ่งแวดล้อมชุมชนมากกว่าเกษตรแนวราบ จึงมีแนวความคิดที่จะกำจัดขยะเหล่านี้ด้วยการนำมาต่อยอดแปรรูปเป็นเครื่องดื่มจากกาแฟเชอร์รี่สกัดเข้มข้น Coffogenic Drink แอสนด์คอฟโไฟจินิคดริงค์



รางวัลชนะเลิศ ภาคเหนือ Number 1

คุณณฤมล ทักษะอุดม กรรมการผู้จัดการ บริษัท ฮิลล์คอฟฟ์ จำกัด นำขยะจากเปลือกกาแฟมาศึกษาวิจัยและพัฒนา ร่วมกับ NIA, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อแก้ปัญหาเปลือกกาแฟเชอร์รี่ที่มีเหลือทิ้งเป็นขยะ จนพบว่ามีการคลอโรจีนิก (Chlorogenic Acid) สารประกอบฟีนอลที่พบในกลุ่มพืชสีแดง มีคุณประโยชน์ช่วยต้านอนุมูลอิสระ ดักจับไขมันลดการอักเสบของเซลล์ในร่างกาย เมื่อนำมาทดลองกับหนูที่ขุนเลี้ยงให้อ้วนด้วยอาหารไขมันสูงมานาน 3 เดือน โดยให้กินสารสกัดเข้มข้นจากเปลือกกาแฟเชอร์รี่วันละครั้ง ติดต่อกันนาน 1 เดือน พบว่าในระยะ 7 วันแรก หลังได้รับสารสกัดจากเปลือกกาแฟเชอร์รี่ หนูทดลองมีระดับคอเลสเตอรอล ไตรกลีเซอไรด์ ไขมันแอลดีแอลในเลือดและภาวะตับอักเสบเริ่มลดลงและเมื่อหนูทดลองได้สารสกัดครบ 30 วัน การดื้อต่ออินซูลินและเอนไซม์ตับอันเป็นตัวการก่อให้เกิดโรคตับอักเสบที่เกิดภาวะอ้วนลดลง จึงตัดสินใจนำมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มสกัดเข้มข้น Coffogenic Drink เป็นเจ้าแรกของโลกซึ่งเป็นค่าที่เกิดจากการรวมกันของ Coffee และ Chlorogenic

“ที่ผ่านมาในต่างประเทศมีการทำผลิตภัณฑ์จากเปลือกกาแฟกันอยู่แล้วเรียกว่า *Cascara* แต่เป็นการนำเปลือกกาแฟไปตากแห้ง แล้วนำมาขงคั่วเหมือนชา รวมทั้งการนำไปคั่วเป็นผงเรียกว่า *Coffee Flour* ใช้ทดแทนแป้งสำหรับผู้ที่ไม่แพ้แป้งสาลี แต่เรานำมาสกัดเป็นเครื่องดื่มสกัดเข้มข้น ซึ่งคุณสมบัติของคลอโรจีนิก จัดได้ว่าอยู่ในกลุ่มซูเปอร์ฟู้ดเพราะมีความสามารถในการดูดซับไขมัน และยังช่วยให้ขนาดไขมันในเซลล์มีขนาดเล็กลง เหมาะกับผู้ป่วยไขมันพอกตับ นอกจากนี้ยังมีฤทธิ์ต้านการอักเสบและดื้ออินซูลิน จึงเหมาะกับผู้ป่วยเบาหวานด้วย ที่สำคัญยังมีสารต้านอนุมูลอิสระสูงกว่าน้ำส้มสายชูหมักบัลซามิกเป็นเท่าตัว เหมาะเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเสริมภูมิคุ้มกันร่างกาย ซึ่งนวัตกรรม *Coffogenic Drink* นี้เรียกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของโลก เพราะไม่เคยมีใครทำในลักษณะนี้มาก่อน และเราได้จดสิทธิบัตรร่วมกันเรียบร้อยแล้ว คอฟโไฟจินิคดริงค์ และมหาวิทยาลัยที่ทำงานร่วมกัน”

คุณณฤมล กล่าวว่า การนำเปลือกกาแฟมาสกัดเป็นเครื่องดื่ม Coffogenic Drink ยังช่วยควบคุมการผลิตกาแฟให้มีคุณภาพดีขึ้น และพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกรในชุมชนได้เป็นอย่างดี



“ตามทฤษฎีแล้วการเก็บเมล็ดกาแฟเพื่อนำไปผลิตให้ได้สินค้าคุณภาพต้องเก็บผลที่เป็นเชอร์รี่แดงสุด แต่ในทางปฏิบัติเป็นเรื่องที่ควบคุมได้ยาก แต่ถ้าเครื่องดื่มนี้ได้รับผลตอบรับที่ดี หมายความว่าเราสามารถเพิ่มค่าแรงให้กับพวกเขา เพื่อกระตุ้นให้เกษตรกรพิถีพิถันในการเก็บเกี่ยวมากขึ้นได้ เพราะต่อไปการปลูกกาแฟจะไม่ได้ใช้เพียงเมล็ดกาแฟเท่านั้น แต่เรายังนำเปลือกกาแฟที่เคยไร้ค่ามาสร้างมูลค่าเพิ่มและดูแลสิ่งแวดล้อม เพราะสามารถนำมาคำนวณเป็นคาร์บอนเครดิตได้ด้วย”

จากการศึกษาสารคลอโรจีนิกของศูนย์วิจัยคอฟโไฟจินิคดริงค์อย่างต่อเนื่องพบว่าสารดังกล่าวมีคุณประโยชน์อีกมากมาย อาทิ สารคลอโรจีนิกมีฤทธิ์ลดการอักเสบของผิว ช่วยรักษาป้องกันการเกิดสิว และมีฤทธิ์ต้านเม็ดสีในผิวหนังหรือเมลานิน ช่วยลดความหมองคล้ำ สามารถนำไปผลิตเป็นครีมบำรุงผิว ครีมกันแดด และเครื่องสำอางได้ จึงมีแผนที่จะนำการวิจัยสารคลอโรจีนิกที่จดสิทธิบัตรแล้วมาสร้างการเติบโตให้กับบริษัทผ่านการขายสิทธิบัตรรับให้กับผู้ที่สนใจต่อไป

นอกจากนี้ยังนำเปลือกกาแฟพัฒนาเป็นถ่านชีวภาพหรือไบโอชาแทนปุ๋ยบำรุงดิน ช่วยลดการเป็นกรดของดิน เพิ่มออกซิเจนในดิน และเพิ่มจุลินทรีย์ในโครงสร้างดิน และสกัดไมโครนิวเทรียนท์จากเนื้อผลกาแฟเป็นปุ๋ยสำหรับฉีดพ่นทางใบ ถือเป็น การนำผลกาแฟกลับมาหมุนเวียนใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดอีกทางหนึ่ง และลดการใช้น้ำปุ๋ยช่วยลดต้นทุนการปลูกกาแฟให้กับเกษตรกร

▶ นวัตกรรม

- Coffogenic Drink เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสกัดเข้มข้นจากเปลือกกาแฟเชอร์รี่ มีกรดคลอโรจีนิก (Chlorogenic Acid) สูง ด้วยการนำเปลือกกาแฟเชอร์รี่ ซึ่งเป็นของเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตกาแฟ มาผ่านกระบวนการสกัดที่ทำให้ได้ปริมาณกรดคลอโรจีนิกสูงและประสิทธิภาพระยะเวลาในการสกัด เมื่อเทียบกับการสกัดแบบดั้งเดิม โดยกรดคลอโรจีนิกมีคุณสมบัติเมื่อจับกับคอเลสเตอรอล ทำให้คอเลสเตอรอลมีขนาดใหญ่อขึ้น กระบวนการดูดซึมของคอเลสเตอรอลในลำไส้จึงลดลง และถูกขับออกมาจากร่างกายซึ่งมีผลทำให้ระดับคอเลสเตอรอลในร่างกายลดลง เป็นเครื่องดื่มในกลุ่มของ Novel Food สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้รักสุขภาพ

▶ การเติบโต

- ขยายสิทธิบัตรต้นตำรับจากผลวิจัยสารคอฟโไฟจินิคให้กับผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง



Coffogenic Drink

The Ultimate Concentrated Coffee Cherry Superfoods for Decreasing Cholesterol

Hillkoff Co., Ltd.
Chiang Mai

Brand : Coffogenic Drink

🌐 : www.hillkoff.com

📘 : Hillkoff Learning Space

📍 : ศูนย์การเรียนรู้ครบวงจร กาแฟชาวไทยภูเขา อัลลคอฟฟ์

Coffogenic Drink has been buying up to 400 tons of Arabica coffee beans per year from hilltribes in the North of Thailand to process into coffee for more than 40 years now.



Though this offers a good source of revenue for the hilltribe communities, the production process also creates a large amount of waste in the form of coffee Cherry, which is either disposed of in landfills or left near water sources to rot.

In a move to make its production process more sustainable and ecologically friendly, Coffogenic Drink began researching and came up with an innovation – extracting all the goodness from the coffee cherry peel and serving it up in the form of the Coffogenic Drink.

Ms.Naruemon Taksa-Udom, managing director of Hillkoff Co., Ltd., took the first step by taking samples of the coffee Cherry to the National Innovation Agency (NIA) of Thailand, along with Chiang Mai, Maejo and Phayao universities to see if the waste can be converted to something useful.

The coffee cherry was found to contain chlorogenic acid - a compound found in red-hued plants that is beneficial in fighting free radicals, trapping fat and reducing inflammation.

Laboratory rats were fed a high-fat diet for three months before being given concentrated coffee cherry peel extract once a day for one month. After the first seven days, the level of triglycerides, LDL cholesterol and hepatitis in the rats began dropping. After 30 days, their insulin resistance and liver enzymes that cause obesity-induced hepatitis reduced.

With such positive results, the company then decided to develop the Coffogenic Drink by combining coffee and chlorogenic.

“Previously, there was already a product made from coffee husks outside Thailand called Cascara. However, it is coffee husks that are dried and brewed like tea or ground into a flour-like consistency for people who are allergic to wheat.

“But with our drink, we extract the chlorogenic acid, which has been classified as a superfood because of its ability to absorb fat and reduce the size of fat cells in the liver. Our drink is suitable for patients with fatty liver.

“It is also anti-inflammatory and insulin resistant, making it suitable for people with diabetes. More importantly, it has twice the number of antioxidants than found in balsamic vinegar, which makes it perfect for boosting the body’s immunity. This Coffogenic Drink is a world first because nobody has come up with this extract before. We have successfully filed patents for both Coffogenic Drink and collaborating universities.”



Naruemon said that putting the coffee cherry to good use will also help control the quality of coffee as well as improve the lives of farmers.

“Theoretically, for premium quality coffee beans, we must harvest the cherries when they are bright red. But in practice, this is quite difficult to control. However, if this innovation is well received, then we can raise the wages of farmers and encourage them to be more meticulous in harvesting the fruit. This is because in the future, the coffee industry will not just use coffee beans, but also what was once worthless to add value and protect the environment. Use of the peel can also be calculated for carbon credits.”

Continued studies by the Coffogenic Drink Research Centre have shown that chlorogenic acid has many benefits, including reducing epidermal inflammation, which helps prevent the occurrence of acne.

The substance also has anti-pigmentation qualities and can be used to reduce dark circles, making it perfect for skin cream, sunscreen and other cosmetics.

Hence, the company is planning to put its study to good use by selling the patented formulas to interested parties.

Coffee husk can also be used to develop biochar, which can help condition the soil. Biochar reduces acidity, boosts oxygen and increases the presence of microorganisms in the soil structure.

Micronutrients have also been extracted from the coffee berry pulp to be used as fertilizer spray. This reduces the need for urea fertilizer and reduces the cost for coffee farmers.

► Innovation

• *The Coffogenic Drink is made from extracts taken from coffee cherries which have high levels of chlorogenic acid. The production process involves putting coffee cherries, a coffee production by-product, through an innovative extraction process that produces high levels of chlorogenic acid. The benefits of chlorogenic acid is that it binds to cholesterol cells, reducing their absorption and forcing them out of the body through excretion. This results in lowered cholesterol levels in the body. This beverage is ideal for customers who focus on health.*

► Growth

• *Selling patented formulas devised from the extract to cosmetic manufacturers.*

รองชนะเลิศอันดับ 1 ภาคเหนือ

อีซีคิดส์ โรโบติกส์

ชุดหุ่นยนต์เพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็ก

บริษัท อีซีคิดส์ โรโบติกส์ จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

แวนด์ : อีซีคิดส์ โรโบติกส์

🌐 : www.easykidsrobotics.com

📘 : EasyKidsRobotics



เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการเรียนรู้ในปัจจุบัน และมีเยาวชนจำนวนมากที่สนใจอยากเรียนการเขียนโปรแกรม แต่ที่ผ่านมาระบบโรงเรียนไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ในเรื่องการเขียนโปรแกรมอย่างเพียงพอ อีกทั้งชุดสื่อการเรียนรู้ไม่พอกับจำนวนนักเรียนเพราะมีราคาแพง

คุณชจรศักดิ์ จันทร์แจ่ม CTO & Founder และ คุณจุฬารรณ สำราญกิจ CEO & Founder บริษัท อีซีคิดส์ โรโบติกส์ จำกัด ใช้ความชื่นชอบการสร้างหุ่นยนต์และประสบการณ์ความชำนาญในการออกแบบและผลิตชุดหุ่นยนต์เพื่อการเรียนรู้และสอนเขียนโปรแกรมมานานกว่า 15 ปีมาเป็นแรงบันดาลใจคิดค้น

ชุดหุ่นยนต์เพื่อการเรียนรู้ "อีซีคิดส์ โรโบติกส์" เป็นสื่อการเรียนรู้การเขียนโปรแกรมให้กับผู้ที่สนใจทุกวัย ส่งเสริมการสร้างหุ่นยนต์ นวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ ตามความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการของเด็กยุคใหม่ พร้อมต่อยอดไปสู่อาชีพอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต จุดเด่นของ "อีซีคิดส์ โรโบติกส์" เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถฝึกทักษะการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ถึง 3 ระดับภาษาในหุ่นยนต์ชุดเดียว ได้แก่ Block-Based, Python และ C/C++ เมื่อเทียบกับแบรนด์ต่างประเทศที่มีเพียงภาษาเดียว ดังนั้น อีซีคิดส์ โรโบติกส์ เพียง 1 ชุด ก็สามารถเรียนได้ตั้งแต่อายุ 6 ปี จนถึงระดับมหาวิทยาลัย โดยจะมีสื่อการสอนประกอบทางออนไลน์ พร้อมทั้งงานคอยตอบข้อสงสัย

ด้านการทำงานของชุดหุ่นยนต์จะเคลื่อนที่ด้วย Mecanum Wheels Differential พร้อม Chip รุ่นใหม่สามารถประมวลผลด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI : Artificial Intelligence) พร้อมจอ LCD แสดงสีข้อความภาพมีเซ็นเซอร์ที่ใช้สำหรับตรวจจับวัตถุต่างๆ โดยอาศัยหลักการสะท้อนของคลื่นความถี่เสียง (UltraSonic Sensor) จึงสามารถหลบหลีกวัตถุและยังมีเซ็นเซอร์ตรวจจับเส้นจึงเดินตามเส้น มีเซนเซอร์ตรวจจับวัตถุเคลื่อนที่ที่เคลื่อนที่ได้ 3 ทิศทาง (XYZ) ไฟ LED RGB 8 ดวงลำโพงส่งเสียงเชื่อมต่อเครือข่าย Internet และควบคุมผ่าน Bluetooth Controller App

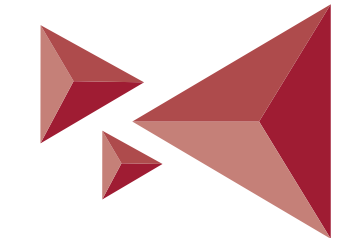
ปัจจุบันอีซีคิดส์ โรโบติกส์ทำตลาดโซนภาคเหนือมีฐานลูกค้าเป็นสถาบันการศึกษากว่า 100 แห่งมีแผนที่จะขยายตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยมีแผนที่จะจัดแข่งขันสร้างหุ่นยนต์ของตัวเอง เพื่อสร้างความตื่นตัวของกลุ่มเป้าหมาย ในอนาคตมีแผนขยายตลาดต่างประเทศ โดยปัจจุบันกำลังพัฒนาแพลตฟอร์มการสอนให้ครอบคลุม 3 ภาษา ทั้งภาษาไทย จีน และอังกฤษ

▶ นวัตกรรม

• การใช้อัตลักษณ์ของพื้นที่ : ชุดหุ่นยนต์สื่อการเรียนรู้และฝึกทักษะสำหรับการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่รองรับได้ถึง 3 ภาษาพื้นฐานสำหรับการเริ่มต้นเขียนโปรแกรม ได้แก่ Block-Based Programming, Python และ C/C++ ภายในชุดเดียว ประกอบด้วยชุดหุ่นยนต์ (Robot Kits) ทำงานแบบเคลื่อนที่ (Mobile Robot) สามารถประมวลผลด้วยปัญญาประดิษฐ์ มีเซ็นเซอร์วัดระยะทาง และตรวจจับวัตถุต่างๆ และแพลตฟอร์มที่เป็นที่นักเรียนที่ถูกต้องแบบให้เหมาะเหมาะกับช่วงวัยและพื้นฐานของผู้เรียนตั้งแต่อายุ 6 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้เรียนมีพัฒนาทักษะด้านตรรกะและเข้าใจโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นมากกว่าชุดสื่อการสอนปกติได้ถึง 3 เท่า

▶ การเติบโต

• ขยายตลาดไปยังภาคต่างๆ จัดการประกวดสร้างหุ่นยนต์เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ และพัฒนาแพลตฟอร์มการสอนอีก 2 ภาษา ได้แก่ จีน และอังกฤษ รองรับการขายตลาดต่างประเทศ



1ST Runner Up North

EasyKids Robotics

Learning Computer Programming at All Ages

EasyKids Robotics Co., Ltd.

Chiang Mai

Brand : EasyKids Robotics

🌐 : www.easykidsrobotics.com

📘 : EasyKidsRobotics

Technology now plays a very important role in education, with many young people showing a marked interest in programming and computers. However, in the past, schools did not have teachers with enough knowledge about computer programming, and learning materials could not be provided for all students due to the high cost.

To overcome this, **Mr.Kajornsak Janjam, CTO & founder Ms.Chulawan Samrankij CEO & Founder of EasyKids Robotics Co., Ltd.**, drew on their passion for robotics and 15 years expertise in designing and manufacturing kits for teaching programming, as an inspiration for inventing robot kits to make learning fun and easy.

The "EasyKids Robotics" serves as a learning media for people of all ages, providing knowledge in the creation of robots, innovations and inventions based on the creativity and imagination of the user, who can then develop their skills further for a future career.

The highlight of "EasyKids Robotics" is that it allows students to learn computer programming skills with three languages, namely Block-Based, Python and C/C++, which is far better than other international robotics brands that only feature one language. Therefore, with just one set of EasyKids Robotics, students can start learning programming from an age as young as six to university level with teaching materials that can be accessed online. A support team is also always on hand to answer questions.

The robot kit moves using Mecanum Wheels Differential packed with a new chip that is capable of processing with artificial intelligence (AI) and an LCD screen with a color display, text and images. The robot's sensor detects objects by using the principle of the reflection of sound waves (ultrasonic sensor), so it can avoid objects. It also has a line detection sensor, which allows it to move in a straight line. In addition, the robot has a robotic arm that moves three ways (XYZ), eight RGB LED lights, a loudspeaker, a Wi-Fi connection as well as control via a Bluetooth Controller App.

The EasyKids Robotics device is currently only available in the North of Thailand, with a customer base of more than 100 educational institutes. The company plans to expand nationwide and boost awareness by launching robot-building contests. The company is also eyeing overseas markets and is developing a teaching platform in two additional languages - Chinese and English.



▶ Innovation

• An educational robot kit that helps young computer programmers learn and practice their skills in up to three basic languages, namely Block-Based Programming, Python and C/C++. The kit's operation is powered by artificial intelligence, with ultrasonic sensors measuring distance and detecting objects. This learning platform is designed to suit a wider age range and can lay a strong programming foundation for children aged 6 upwards. The system is three times more effective in helping students develop logic skills and understand computer programs than normal teaching methods.

▶ Growth

• The company plans to expand its customer base nationwide, as well as hold robot-building contests to boost brand awareness. The company also plans to expand its platform to cover two additional languages, Chinese and English, to support international expansion.



รองชนะเลิศอันดับ 2 ภาคเหนือ

แซนด์ซอร์บ วัสดุดูดซับคราบน้ำมัน และสารเคมี

ทนกรดทนไฟและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท สยาม ฟาร์ม เซอร์วิส เซส จำกัด

จังหวัดลำปาง

แบรนด์ : แซนด์ซอร์บ

🌐 : www.siamfarmservices.com 📘 : Sandsorb



เดิมทีธุรกิจหลักของ คุณกาญจนา กาญจนมยุร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม ฟาร์ม เซอร์วิส เซส จำกัด ประกอบกิจการผลิตเครื่องจักรและเครื่องอัดเม็ดอาหารปลาและกุ้ง ระหว่างการผลิตมักเกิดการรั่วไหลของคราบน้ำมันภายในโรงงาน ซึ่งขณะนั้นยังไม่มีสารดูดซับตัวไหนที่มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์การใช้งานได้ดีเท่าที่ควร ประกอบกับคุณพ่อมีความรู้และประสบการณ์การทำเหมืองแร่มาก่อน จึงรู้ว่าลำปางเป็นจังหวัดที่มีแร่ซิลิกา ซึ่งมีคุณสมบัติดูดซับคราบน้ำมันและทนไฟได้ นำมาซึ่งไอเดียของการนำแร่มาบดและอัดให้เป็นเกร็ดขนาดต่างๆ เพื่อดูดซับคราบน้ำมันใช้เองภายในโรงงาน

จากนั้นจึงพัฒนาเป็นธุรกิจวัสดุดูดซับคราบน้ำมัน และสารเคมีแบรนด์ Sandsorb เพื่อจำหน่ายให้กับกรมทางหลวง เจ้าของโรงงาน และร้านจำหน่ายอุปกรณ์สำนักงานอย่าง OFFICE MATE เป็นต้น

จุดเด่นของ Sandsorb เป็น Silica Based ธรรมชาติ 100% ที่มีรูพรุนเป็นจำนวนมากจึงสามารถดูดซับน้ำมันและสารเคมีที่หกเลอะบนพื้นได้อย่างมีประสิทธิภาพดีกว่าซีลี้อยและทราย เนื่องจากไม่สามารถดูดซับคราบน้ำมันและสารเคมีในบริเวณผิวขรุขระ และยังดูดซับคราบได้ช้า ในขณะที่ Sandsorb ทำความสะอาดง่ายและรวดเร็ว มีน้ำหนักเบา สะดวกต่อการใช้งาน โดยไม่หลงเหลือคราบบนพื้นผิวและไม่ไหลลงสู่ระบบระบายน้ำ ช่วยลดอันตรายและอุบัติเหตุที่เกิดจากการลื่นไถล มีคุณสมบัติทนกรด และทนไฟได้ 1,700 องศาเซลเซียส ช่วยลดอุบัติเหตุร้ายแรงได้ ช่วยประหยัดเวลา และลดค่าใช้จ่ายในการจัดการกับน้ำมันและสารเคมีที่รั่วไหล ทั้งยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่เป็นอันตรายกับมนุษย์และสัตว์ ปัจจุบันมีสินค้าจำหน่าย 2 แบบ ได้แก่ แบบเกล็ด และเม็ดฉนวนความร้อนจากแร่ และกำลังพัฒนาสเปรย์กระป๋องสำหรับฉีดพ่นเพื่อป้องกันการลุกไหม้ของเชื้อเพลิง

สำหรับแผนการทำงานปีนี้ได้ทำการเพิ่มเครื่องจักรใหม่รองรับกำลังการผลิตเพิ่ม 3 เท่าจาก 3 ตัน เป็น 10 ตันต่อวัน และเพิ่มตัวแทนจำหน่ายมากขึ้น เจาะกลุ่มโรงงานผลิตอาหาร เคมีภัณฑ์ และวัตถุไวไฟ 5,000 แห่ง จากทั้งหมดที่มีอยู่ทั่วประเทศ 70,000 แห่ง ด้วยการใช้สื่อสารผ่านโบรชัวร์และตัวอย่างสินค้าเพื่อให้เกิดการตลาดโดยใช้ นอกจากนี้ยังมีแผนนำสินค้าแบบสเปรย์กระป๋องเจาะตลาดสำนักงานทดแทนการใช้ถังดับเพลิง

นวัตกรรม

- วัสดุดูดซับน้ำมันและสารเคมี จากแร่ธรรมชาติประเภทซิลิกา (Silica Based) ที่มีอยู่เฉพาะในพื้นที่จังหวัดลำปาง มีโครงสร้างผลึกแบบฟองน้ำ มีรูพรุนและพื้นผิวสัมผัสเป็นจำนวนมาก มีจุดหลอมเหลวสูง ไม่ติดไฟ ไม่ทำปฏิกิริยาทางเคมีและมีน้ำหนักเบา โดยบริษัทได้พัฒนาเทคโนโลยีกระบวนการย่อยแร่ซิลิกา โดยให้เกิดการทำลายโครงสร้างผลึกแบบฟองน้ำน้อยที่สุด เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถดูดซับน้ำมัน สารเคมี กรด ต่าง ของเหลวไวไฟ หรือของเหลวออกซิไดซ์ที่หกเลอะบนพื้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่เหลือคราบบนพื้นผิวและไม่ไหลลงสู่แหล่งน้ำ ช่วยลดอันตรายและอุบัติเหตุที่เกิดจากการลื่นไถล เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และไม่เป็นอันตรายกับมนุษย์และสัตว์

การตลาด

- ขยายเครื่องจักร เพิ่มกำลังการผลิต 3 เท่า และเพิ่มตัวแทนจำหน่ายเจาะกลุ่มโรงงานผลิตอาหาร เคมีภัณฑ์ และวัตถุไวไฟ และสำนักงาน

2ND Runner Up North

Sandsorb an efficient absorbent of oil and chemical spills

that is environmentally friendly as well as acid and fire resistant

Siam Farm Services Co., Ltd.

Lampang

Brand : Sandsorb

🌐 : www.siamfarmservices.com 📘 : Sandsorb



Initially, the main business run by Mrs. Karnchana Karnchanamayoon, Managing Director of Siam Farm Services Co., Ltd., was manufacturing machinery and pellet producers for fish and shrimp food. However, her factory floor was usually dangerous and slippery due to spilled oil and chemicals, which could not be effectively cleaned or soaked up.

Faced with this problem, Mrs. Karnchana turned to her father, a former miner who knew about minerals and ore. He remembered that Lamphang province has plenty of silica – a porous mineral that can sponge up liquid and is fire resistant. This led to the idea of crushing the mineral to a powder form and using it to absorb oil from the factory floor.

After the product proved to be very effective, the company began producing it in bulk under the brand Sandsorb. Its initial customers were the Department of Highways, factory owners and office supply stores like Office Mate, etc.

The highlight of Sandsorb is that it is 100% natural silica-based, which makes it very porous and effective against oil and chemical spills. It works better than sawdust or sand, which are slow in absorbing oil and chemical spills and not very effective on rough surfaces.

Sandsorb, on the other hand, is not just effective, but it's light and easy to use and also does not block the drainage system. It is acid resistant and a flame retardant up to the point of 1700 degrees Celsius, which



makes it very useful as a fire extinguisher. It is also environmentally friendly, harmless to humans and animals, as well as very cost and time effective.

The company is making two types of silica-based products: flakes and thermal insulators. It is also developing special aerosol cans to be used in place of fire extinguishers.

This year, the company has added more machines to more than treble its production capacity from 3 tons to 10 tons daily. It also plans to expand its dealer network and target at least 5,000 of Thailand's 70,000 factories producing food, chemicals and flammable products.

Innovation

- This silica-based, porous material, which is only available in Lamphang province, has been found to be very effective in absorbing oil and chemical spills. The material has a high melting point, is non-flammable, non-chemical and lightweight. The company has developed a silica process technology that minimizes the destruction of the sponge crystal structure and allows an effective absorption of oil, chemicals, acids, alkalis as well as flammable and oxidizing liquids spilled on the floor without leaving stains on the surface. This reduces dangers and accidents, while the product is environmentally friendly and harmless to humans and animals.

Growth

- Adding machinery to expand production capacity three-fold and expanding dealerships to target factories producing food, chemical and flammable materials.

ชมเชย ภาคเหนือ

เคทีซี

ที่นอนน้ำยางพาราเพื่อสุขภาพ

ป้องกันแผลกดทับให้กับผู้ป่วยติดเตียง

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เคทีซี ที่นอนน้ำ

จังหวัดตาก

แบรนด์ : เคทีซี ที่นอนน้ำยางพารา

🌐 : www.ktcwaterbedmattresses.com

📘 : KTCwaterbed



ที่นอน รวมถึงพัฒนารูปแบบลอนและการตัดเย็บให้มีรูปร่างที่สวยงาม นำไปจัดขึ้นทะเบียนนวัตกรรมที่นอนน้ำยางพาราเจ้าแรกในโลกในปี 2559 และวางจำหน่ายตั้งแต่ปี 2561

“นวัตกรรมเคทีซี ที่นอนน้ำยางพาราเพื่อสุขภาพ เกิดจากการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และคัดเลือกคุณภาพของยางพารา มีคุณสมบัติลดแรงกดทับได้ดีในผู้ที่ต้องนอนนานๆ ระบายความร้อนได้ดี เมื่อนำลอนยางพารามาเติมน้ำตามปริมาณที่กำหนด และนำลอนน้ำใส่ลงในปลอกผ้าล้อมกรอบจะให้ความเย็นสบาย มีความยืดหยุ่นสูงเวลาพลิกตัวจะให้ความรู้สึกเหมือนนอนตัวช่วยให้อ่อนสบายและหลับสนิท ทำให้ร่างกายฟื้นฟูได้ไว นอกจากนี้เรายังมีการออกแบบลอนการผลิตโดยนักฟิสิกส์จึงรับแรงกระแทกได้ดี ทำให้ที่นอนทนทานมีอายุการใช้งาน 5-7 ปี และจากการวัดค่าแรงกดทับ (Pressure Mapping) พบว่า ค่าแรงกดทับในขณะที่นอนบนที่นอนน้ำมีค่าน้อยที่สุด คือ 9.9-22 mm.-Hg เมื่อเทียบกับฟูกที่นอนในท้องตลาด มีค่าแรงกดทับอยู่ที่ 30-32 mm.-Hg และที่นอนลม 27-29 mm.-Hg จากการทดสอบของเรา พบว่า สามารถนอนบนที่นอนน้ำได้ต่อเนื่อง 5-6 ชั่วโมง โดยไม่ต้องพลิกตัวลดภาระผู้ดูแล ที่สำคัญเรายังดึงสารที่ทำให้เกิดผื่นแพ้หรือสารก่อมะเร็งในโศขามีนออก จึงเป็นที่นอนที่สามารถใช้นอนได้ตั้งแต่เด็กแรกเกิดจนถึงผู้สูงอายุ”

ที่นอนน้ำยางพาราเพื่อสุขภาพเคทีซีมีการต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นหมอน และเบาะนั่งลดแรงกดทับ เจาะตลาดพนักงานออฟฟิศ เพื่อลดหรือป้องกันการปวดหลัง ปวดไหล่ ซึ่งเป็นอาการที่พบได้บ่อยในโรคออฟฟิศซินโดรม

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์ที่นอนสำหรับผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุ ที่พัฒนาและต่อยอดจากการนำยางพารา มาทดแทนถุงน้ำ (Urine Bag) โดยพัฒนายางพาราให้มีคุณสมบัติทนต่อแรงดึง ทนต่อการฉีกขาด และมีความยืดหยุ่นที่เหมาะสม รวมถึงออกแบบเพื่อให้สามารถกระจายน้ำหนัก รองรับแรงกระแทกและแรงกดทับได้ดี ภายในที่นอนยางพาราจะบรรจุน้ำ ทำให้ผู้นอนรู้สึกคล้ายมีวิวัฒนาการอยู่บนน้ำ ทำให้ระบบไหลเวียนโลหิตของผู้นอนดีขึ้น รวมถึงการหุ้มด้วยผ้าฝ้ายก๊อช้อมด้วยน้ำย้อมจากผงครามสมุนไพรไทย ที่มีคุณสมบัติพิเศษช่วยยับยั้งเชื้อโรค เชื้อแบคทีเรีย เชื้อราและช่วยสมานแผล ช่วยลดการอักเสบ ช่วยลดและป้องกันการติดเชื้อแผลกดทับ จึงเหมาะสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยติดเตียงที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้

▶ การเติบโต

• ขยายไลน์ผลิตเป็นหมอน และเบาะรองนั่งเจาะกลุ่มคนทำงาน ป้องกันและลดอาการออฟฟิศซินโดรม

Honorable Mention North

KTC Latex Mattress

No more bedsores for bedridden patients

KTC Waterbed Part., Ltd.

Tak

Brand : KTC Latex Mattress

🌐 : www.ktcwaterbedmattresses.com 📘 : KTCwaterbed



One of the biggest problems faced by bedridden patients is bedsores or pressure sores caused by the mattress, which delays healing and puts the patient at risk of developing wounds. This problem also affects the quality of life of not just patients, but also their caregivers, and increases costs at both the household and national levels. The key to dealing with the problem of bedsores is by providing bedridden patients with support that can reduce pressure and shear force on the patient's body from the mattress.

However, most mattresses available - both air and foam - do not address this problem effectively. Even if the patient is turned over every two hours, these mattresses cannot stop the creation of pressure sores. Imported PVC mattresses, meanwhile, are too expensive and often not durable.

With this problem in mind, Ms.Thayanee Therdyotin, managing partner at KTC Waterbed Part., Ltd. began searching for materials that are flexible and can absorb the impact of body weight, creating a comfortable mattress surface. Eventually, she found quality rubber in Thailand along with a prototype product produced in cooperation with the Rubber Authority of Thailand to test on bedridden patients. Results of the test showed that the prototype mattress was able to ease pressure on the body quite well. The prototype was then taken to be used as a model for producing large pieces of rubber that could be sewn into mattresses. This resulted in a beautifully designed, comfortable bedding that was registered as the world's first natural latex mattress in 2016, and put on the market two years later.

“KTC natural latex mattresses are innovative because they are created with the use of natural raw materials and quality latex, that offer relief to people who have to lie in their bed for a long time. The mattress also releases heat thanks to rubber tubes that are filled with water to keep the mattress cool and supple. The entire mattress is covered in an indigo-colored satin-like fabric, which is not rough on the skin,” the company explained.

“When the patient turns over, the mattress provides a massage-like feeling that helps the user fall asleep comfortably and soundly, and allows the body to recover quickly. We also have mattresses with a corrugated design that was conceived by physicists to help absorb the impact well and make the mattress durable. These mattresses have a lifespan of five to seven years.

“Measurement of the pressure mapping showed that pressure on the body while lying on the waterbed was the lowest - 9.9-22mmHG - compared to normal mattresses in the market that produce a pressure of 30-32mmHG and air mattresses that produce 27-29mmHG. From our tests, we also found that a person can sleep on the waterbed continuously for five to six hours without needing to turn over. This reduces the burden on caregivers. Most importantly, we have also removed substances that cause allergic reactions or carcinogens, making this mattress ideal for everybody, from newborns to the elderly.”

In addition to effectively reducing symptoms and incidence of pressure on the body, KTC health latex mattresses are several times cheaper than imported PVC water mattresses. The company uses Facebook as a communication channel to provide advice to patients, assess their symptoms and determine which mattress model would be the most suitable. They also provide nursing support such as information about dressing wounds as well as nutrition in a bid of boosting the patients' quality of life.

KTC has also developed new products such as pillows as well as seat cushions targeting office workers to reduce or prevent back and shoulder pain, which are common symptoms of office syndrome.

Innovation - A new mattress has been developed for the elderly and bedridden patients that inhibits germs, bacteria, fungi and helps heal wounds. The latex mattress has been designed to distribute weight equally, absorb impact as well as pressure and is filled with water to provide the user

▶ Innovation

• A new mattress has been developed for the elderly and bedridden patients that inhibits germs, bacteria, fungi and helps heal wounds. The latex mattress has been designed to distribute weight equally, absorb impact as well as pressure and is filled with water to provide the user with optimum comfort. The mattress also improves the user's blood circulation, reduces dampness and cuts down on bedsores. Covered in naturally dyed cotton fabric, the mattress is made from especially developed natural rubber with extra tensile and tear resistance properties as well as suitable flexibility.

▶ Growth

• Expanding the production line to cover pillows and seat cushions, especially targeting working people suffering from office syndrome.

with optimum comfort. The mattress also improves the user's blood circulation, reduces dampness and cuts down on bedsores. Covered in naturally dyed cotton fabric, the mattress is made from especially developed natural rubber with extra tensile and tear resistance properties as well as suitable flexibility.

ชมเชย ภาคเหนือ

พานาส สิ่งทอจากผ้าใยสับปะรด

เพิ่มมูลค่าให้ใบสับปะรด เพิ่มรายได้ให้ชุมชน

บริษัท ไทยเฮิร์บ แอ ก เชียงราย จำกัด

จังหวัดเชียงราย

แบรนด์ : พานาส

f : PANAS

เชียงรายเป็นเมืองสับปะรด เกษตรกรมีรายได้ปีละครั้ง หากปีไหนราคาผลผลิตไม่ดี ย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้โดยตรง สำหรับคนในชุมชนที่ยึดอาชีพปลูกสับปะรดเพียงอย่างเดียว ประกอบกับเกษตรส่วนใหญ่ มักนำใบสับปะรดมาเผาทำให้เกิดฝุ่นควันและมลภาวะ คุณพวงรัตน์ แสงเพชร รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยเฮิร์บ แอ ก เชียงราย จำกัด นำ Pain Point ทั้ง 2 ข้อนี้มาแก้ปัญหาด้วยการนำใบสับปะรดมาพัฒนาเส้นใยแบรนด์ Panas นอกจากนำวัสดุเหลือทิ้งมาสร้างมูลค่าแล้วยังเพิ่มรายได้กับคนในชุมชนได้ตลอดปี

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์สิ่งทอแบรนด์ Panas ทำจากเส้นใยที่ทำจากใบสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียให้คุณสมบัติเส้นใยเหนียว จึงมีความสามารถในการดูดซับสีมากกว่าฝ้าย 4 เท่า มีความมันแวววาว ยิ่งซักยิ่งนุ่ม และยังเป็นผ้าออร์แกนิกส์ 100% เพราะเป็นสับปะรดอินทรีย์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันนำใบสมุนไพรที่ปลูกในท้องถิ่น ใบสัก ใบเพกา ใบโกโก้ ผ่าง และดอกกุหลาบ มาย้อมสี แล้วทอเป็นเสื้อผ้า หมวก กระเป๋า

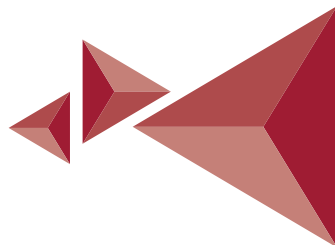


นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่เป็น Sustainable Fashion จากผ้าใยสับปะรด โดยการนำใบสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียซึ่งเป็นวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรในพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย มาผลิตเป็นเส้นใยที่มีความนุ่มแต่แข็งแรงทนทาน เส้นใยจะถูกนำมาผ่านกระบวนการย้อมสีโดยเทคนิคเฉพาะเพื่อให้สีติดทน แล้วจึงทอออกมาเป็นผ้าโดยออกแบบลวดลายตามอัตลักษณ์ของชาวเชียงของที่เรียกว่า "ลายน้ำไหล" ก่อนจะนำมาผลิตเป็นเสื้อผ้า หมวก กระเป๋า และสามารถใช้เทคโนโลยีนาโนในการเพิ่มคุณสมบัติการสะท้อนน้ำและเพิ่มกลิ่นให้กับผ้าได้

การเติบโต

การสร้างความสะดวกให้เป็นที่จดจำ จำหน่ายเส้นด้ายให้ชุมชน บัง หรือกลุ่มที่ทำงานหัตถกรรม รวมถึงรับทอผ้าตามเปอร์เซ็นต์สับปะรด สำหรับลูกค้าที่ต้องการผ้าในราคาย่อมเยา



Honorable Mention North

Panas Textile from Pineapple Fiber

Adding value to pineapple leaves to boost community incomes

Thaiherb at Chiangrai Co., Ltd.

Chiang Rai

Brand : Panas

f : PANAS

Chiang Rai is known for its pineapples, with farmers harvesting their crops only once a year. However, if the price of the product falls or if the harvest is not good, the farmers suffer. In addition, most farmers tend to set fire to the farm scrub, including pineapple leaves, which creates dust, smoke and pollutes the air. Hence, Mrs. Pongrat Sangpench, deputy managing director of Thaiherb at Chiangrai Co., Ltd., took note of these two pain points and decided to solve the problem by using pineapple leaves to develop fibers under her Panas brand. Her innovation does not just add value to waste materials, but can also boost the income of people in the community all year round.

The highlight of Panas textile is that is woven using fiber made from Batavia pineapple leaves. Since the fiber has high viscosity, it can absorb color four times more than cotton. It also has a natural sheen, gets softer after washing and is 100% organic as it is made from organic pineapple leaves.

Apart from Batavia pineapple leaves, the company also converts the leaves of locally grown plants like teak, peka, cocoa and fang as well as roses into fiber, which is then woven to create clothes, hats, bags, jewelry, etc. Nanotechnology is used to enhance the properties of the textile in terms of odor and resistance to water. The fiber is woven along the traditional "Lai Nam Lai" pattern unique to the Chiang Khong people.

"The advantage of this fabric is that it is softer and more comfortable than cotton."



It also has a silk-like sheen but is far less expensive and more durable. In addition, this fabric is easy to take care of, is breathable and absorbs moisture well. It is also not heavy and is environmentally friendly. The fabric is designed with beautiful and elegant Lanna patterns, clearly signifying the Chiang Khong people," Mrs. Pongrat said.

The creation of this fabric has improved the quality of life for people in the community, giving them jobs and regular income. Previously, they used to sell regular cotton at 150 baht per meter, but this new innovative fiber brings them up to 800 baht per meter. If woven into fabric, it can bring as much as 2,500 baht per meter.

The products are currently only sold via online channels but there are plans to distribute the yarn among Hmong communities or handicraft groups. The fiber will also be woven into fabric to match the demand.

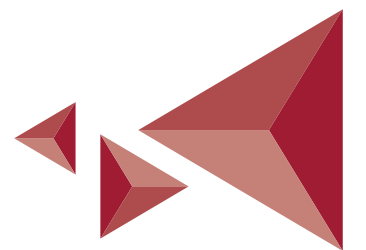


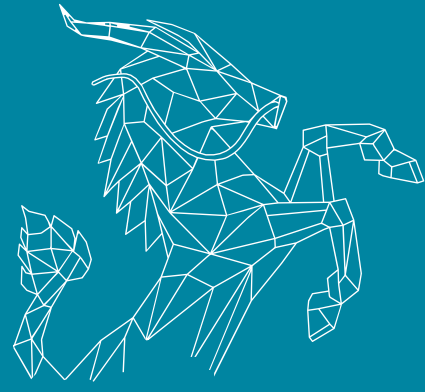
Innovation

Batavia pineapple leaves, which are an agricultural waste in Chiang Rai, are transformed into fiber before being woven into soft and durable fabric. The fiber is dyed using a special technique for long-lasting color before being woven into traditional patterns of the Chiang Khong people called "Lai Nam Lai". This fabric is then used to make clothes, hats and bags. Nanotechnology is applied to the fabric to make it water-repellent and fragrance added to make it aromatic. This product matches the current eco-friendly trend among today's customers.

Growth

Raising awareness and selling the yarn to Hmong communities or handicraft groups, as well as weaving to match demand from customers who want fabric at an affordable price.





INNOVATION.1

INNOVATION FOR CRAFTED LIVING

คนเลี้ยงม้า ภาคใต้
Adviser South



ผศ.คำรณ พิทักษ์

ผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

จากวิสัยทัศน์ของอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (อว.ม.อ.) ที่เป็นองค์การมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งและขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานความรู้ของชาติด้วยวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม สืบไปได้จากพันธกิจหลักที่เปิดให้ภาคเอกชนสามารถนำนวัตกรรมที่มีอยู่ในมหาวิทยาลัยไปใช้ประโยชน์ตามความต้องการ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของการให้ใช้ไลเซนซิ่ง แต่หากภาคเอกชนต้องการงานวิจัยเฉพาะอย่างก็อาจจะมาจากธุรกิจของตน ทาง อว.ม.อ. ก็สามารถร่วมทำวิจัย เพื่อพัฒนาต่อยอดสิ่งที่มีอยู่ และ/หรือสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดประโยชน์ต่อไปได้ อีกทั้งยังเชื่อมโยงอุทยานวิทยาศาสตร์กับการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่ สนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการฐานธุรกิจเทคโนโลยีอย่างยั่งยืนอีกด้วย

ในแง่ของการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ อย่างที่ทราบกันดีหน่วยงานเป็นหน่วยงานที่ตั้งอยู่ในภาคใต้มีผลผลิตทางการเกษตรเป็นพระเอก และมีพืชเศรษฐกิจในพื้นที่ คือยางพารา ซึ่งผลผลิตดังกล่าวยังเป็นพืชที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศอีกด้วย ฉะนั้นทาง อว.ม.อ. จึงให้ความสำคัญกับผลผลิตทางการเกษตรชนิดนี้ ทำให้หน่วยงานมีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยางพารามากเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ จนสามารถพัฒนานวัตกรรมนำมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจข้างต้นจนเกิดเป็นผลิตภัณฑ์มากมาย อาทิ ยางปูพื้น หมอนยางพารา และรองเท้ายาง เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่เข้าไปช่วยสร้างแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจที่ดีขึ้นให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่

ไม่เพียงเท่านั้น ทางหน่วยงานเล็งเห็นถึงการให้ความสำคัญของการบ่มเพาะผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยี ภายใต้องค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ ผ่านกลไกการบ่มเพาะธุรกิจและเร่งรัดการเติบโตของธุรกิจ เพื่อยกระดับผลผลิตให้สอดคล้องตามความต้องการของตลาด จึงมุ่งเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการทั้ง SMEs และ Startup ในพื้นที่ภาคใต้ ผลักดันให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจโดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA เดินหน้าโครงการนิลมังกร

เนื่องจากผู้ประกอบการในภูมิภาคเรียกได้ว่ายังขาดโอกาสและการเข้าถึงความรู้ทางการดำเนินธุรกิจ จนกระทั่งโครงการดังกล่าวเข้ามาทำให้ผู้ประกอบการมีความตื่นตัว จากผู้ประกอบการเพียง 1 รายที่เข้าร่วมโครงการก็สามารถสร้าง Impact ให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในพื้นที่ตื่นตัวตาม ดังนั้นการเข้ามาของโครงการนิลมังกรในครั้งนี้จึงนับว่าเป็นการหยิบยื่นโอกาสให้กับคนในชุมชน และสร้างความตระหนักแก่ผู้คนในการสร้างธุรกิจด้วยนวัตกรรม โดยอาศัยกลไกและความรู้ที่ชุมชนยังขาดอยู่ แต่ผู้เชี่ยวชาญในโครงการสามารถชี้แนะและมอบให้ได้ โครงการนิลมังกรจึงเป็นเสมือนกุญแจแห่งโอกาสที่ช่วยไขให้คนในชุมชนสามารถเข้าถึงวิธีการต่างๆ จนนำมาต่อยอดธุรกิจให้เติบโตและก้าวขึ้นไปอีกขั้นในที่สุด

Asst. Prof. Kamron Pitaks

Director of the Southern Thailand Science Park

The vision of Prince of Songkla University Science Park (PSUSP) is to focus on strengthening and driving a knowledge-based economy through science, technology and innovation. This can be observed from its main mission of allowing the private sector to apply innovations created at PSUSP to their needs, mostly in the form of licensing. The university can also lend a helping hand if the private sector requires research or innovation that is specific to their own requirements. Apart from jointly conducting research to further develop existing studies, PSUSP can also help create new things that are beneficial to the organization. In addition, the university connects the science park to the economic development of the area and supports creation of sustainable technology-based entrepreneurship.

For instance, the southern region's cash crop is rubber and its trade adds value to the country. Hence, PSUSP is placing emphasis on this agricultural product and has come up with the highest number of research results related to rubber in the country. It is also working on innovations that can be further extended to add more value to this economic crop, which has resulted in many innovative products like rubber flooring, rubber pillows, rubber shoes, etc. This is another important reason to build a better business growth trend for entrepreneurs in the area.

Over and above that, the agency foresees the importance of incubating entrepreneurs under the umbrella of science, technology and innovation to enhance the value of their products, goods and services. This can be done through business incubation mechanisms to accelerate business growth and raise productivity in line with market demand. The aim is to boost the productivity of both SMEs and Startups as well as drive economic development in the southern region by establishing a network with the National Innovation Agency (Public Organization) or NIA and moving ahead with the Nin Mangkorn project.

Entrepreneurs in the region lacked opportunities and access to business knowledge until a project like this came along and woke them up. Just one entrepreneur participating in the project can have an impact on many others in the area. Hence, the arrival of the Nin Mangkorn project has presented people in the community a golden opportunity to build their businesses using the knowledge, new mechanisms and innovations provided to them by experts. The Nin Mangkorn project is a key for communities and entrepreneurs to grow and take their businesses to the next level.



ออร์กานะ มินิ แครกเกอร์

ขนมชิ้นแรกของลูกน้อย

บริษัท ไอละมุน จำกัด

จังหวัดพัทลุง

แบรนด์ : ออร์กานะ มินิ แครกเกอร์

🌐 : www.organehbaby.com 📱 : [organehbaby](https://www.facebook.com/organehbaby)

ในฐานะแม่การเลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกน้อยเป็นภารกิจที่แม่ทุกคนยินดีทำด้วยความเต็มใจ โดยเฉพาะเมื่อลูกน้อยไม่สามารถทานอาหารได้ตามปกติเหมือนกับเด็กทั่วไปหรือเกิดอาการแพ้อาหาร เนื้ออาหาร ทานข้าวไม่ได้ จึงเป็นหน้าที่สำคัญของแม่ที่ต้องสรรหาของกินที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกน้อยได้สารอาหารครบถ้วน



"Organeh Mini Crackers" เกิดขึ้นจากความรักของแม่ที่ต้องการให้ลูกน้อยที่รับประทานอาหารยาก เนื่องจากแพ้อาหาร แพ้นมวัว ทานอาหารได้น้อย ได้มีอาหารที่ให้สารอาหารครบถ้วน เพื่อการเติบโตที่ดีของลูก

"ไอเดียในการพัฒนาสินค้าเกิดจากการที่ตัวเองมีลูกและตอนเล็กๆ เขาแพ้อาหาร ทานนมไม่ค่อยได้ แพ้นมวัว เรามีความกังวลว่าลูกจะทานอะไรไม่ค่อยได้ จึงพยายามหาสิ่งที่เขาสามารถทานได้ ซึ่งก็ไปเจอกับขนมเด็กที่นำเข้าจากประเทศจีนเป็นลักษณะขนมปังแผ่น ซึ่งลูกเราสามารถ

ทานขนมนี้ได้มากกว่าอย่างอื่น แต่ปัญหาคือตัวขนมกล่องหนึ่งราคา 60-70 บาท รูปร่างเป็นแผ่นใหญ่มีประมาณ 10 ชิ้น ช่วงที่ลูกยังเล็กเขามักจะชอบโยนขนมทิ้ง ทำให้แตกหักไม่สามารถทานต่อได้ เราจึงใช้เงินจากตรงนี้ค่อนข้างมาก แต่ต้องยอมเพราะเป็นสิ่งที่ถูกเราสามารถทานได้ ตอนหลังเราจึงเกิดไอเดียว่าน่าจะทดลองทำเอง จึงเริ่มลองทำเองที่บ้านแต่ก็ยังทำได้ไม่ดีนัก" คุณขวัญ เกตุขาว ผู้บริหารสูงสุด บริษัท ไอละมุน จำกัด กล่าวถึงไอเดียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม หลังจากนั้นจากนักธุรกิจค้าไม้แปรรูปอย่างคุณขวัญจึงใช้ความรักและความตั้งใจในการพัฒนาขนมสำหรับเด็กขึ้นมาสำเร็จ โดยได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนที่เรียนด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร กลายมาเป็น "ออร์กานะ มินิแครกเกอร์" ขนมชิ้นแรกของลูกน้อยที่ผลิตจากข้าวชื่อดังของพัทลุงอย่างข้าวสังข์หยด ที่เป็นข้าว GI พันธุ์แรกของประเทศไทย

"ตอนแรกเราจ้างโรงงานผลิต แต่เราก็มีความกังวลในส่วนของคุณภาพที่นำมาใช้ ประกอบกับที่ตัวเองเป็นคนพัทลุงจึงมองว่าข้าวกล้องสังข์หยดเมืองพัทลุงเป็นวัตถุดิบชั้นเยี่ยมที่นำมาพัฒนาเป็นส่วนผสมในขนมของเราได้ ลูกได้ทานก็จะมีประโยชน์จึงใช้ข้าวสังข์หยดเป็นวัตถุดิบหลัก ลดการใส่แป้งมัน แป้งสาลีให้คงรูป แต่ทานแล้วติดมือ ติดเหงือกเด็ก จึงใช้นวัตกรรมกระบวนการปรับความชื้นและอุณหภูมิด้วยระยะเวลาที่เหมาะสมก่อนจะนำไปขึ้นรูป ทำให้รสชาติของขนมและผลไม่มีความกลมกล่อม การนำไปขึ้นรูปในแบบของเราช่วยลดอุณหภูมิลงจากการขึ้นรูปโดยทั่วไปทำให้ขนมมีรสชาติกลมกล่อม เนื้อสัมผัสบางเบาละลายในปากเร็ว ไม่ติดเหงือก ติดคอ เด็กสามารถหยิบจับกินเองได้ไม่เหนียวมือ ทำให้ฝึกการใช้กล้ามเนื้อเล็ก"

จุดเด่นของ "ออร์กานะ มินิแครกเกอร์" คือคิดค้นสูตรโดยนักโภชนาการและพยาบาลผู้เชี่ยวชาญด้านดูแลเด็ก เป็นสูตรเฉพาะของ "ออร์กานะ มินิแครกเกอร์" ซึ่งผลิตภายใต้โรงงานที่เป็นมาตรฐาน โดยปัจจุบัน "ออร์กานะ มินิแครกเกอร์" มีทั้งหมด 6 รสชาติ คือ มินิแครกเกอร์ ข้าวสังข์หยดผสมผักผลไม้รวม มินิแครกเกอร์ ข้าวสังข์หยดผสมแครอท รสแอปเปิ้ล มินิแครกเกอร์ ข้าวสังข์หยดผสมมันม่วง รสบลูเบอร์รี่ คิวินัวผสมข้าวกล้องรสส้ม คิวินัวผสมข้าวกล้องรสสตอเบอร์รี่ พัพพีข้าวกล้องอกผสมผักผลไม้ วางกลุ่มทาร์เก็ตไว้ที่คุณแม่ ผู้ปกครอง อายุ 22-45 ปี ที่อยู่ในวัยทำงาน เป็นผู้ปกครองเด็กอายุ 6 เดือน - 6 ขวบ มีรายได้ตั้งแต่ 12,000 บาทขึ้นไป



"ออร์กานะ มินิแครกเกอร์" มีช่องทางขาย 3 ช่องทาง คือช่องทางออนไลน์สัดส่วน 60% จะเป็นร้านออนไลน์ของ "ออร์กานะ มินิแครกเกอร์" ผ่านแพลตฟอร์ม LINE รวมถึงร้านออนไลน์ในมาร์เก็ตเพลสอย่างช้อปปี้ ลาซาด้า อีก 30% เป็นตัวแทนจำหน่าย และ 10% ส่งออกประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศพม่าและลาว

สำหรับปี 2023 "ออร์กานะ มินิแครกเกอร์" ตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 37.8 ล้านบาท และจะเติบโตเป็น 100 ล้านบาท ภายในระยะเวลา 3 ปี โดยการเพิ่มในส่วนช่องทางโมเดิร์นเทรด เช่น โลตัส ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต แผนกเด็กของห้างเซ็นทรัล ร้านขายยา อนาคตจะมีการติดต่อกับโรงพยาบาลตัวแทนประกันชีวิตที่จะนำขนมไปให้ลูกคุณแม่และเด็ก ซึ่งน่าจะเริ่มปีนี้ นอกจากนั้นยังมองถึงการเพิ่มตัวแทนจำหน่าย และขยายการส่งออกไปยังประเทศ CLMV จีน มาเลเซีย เป็นต้น รวมถึงการต่อยอดผลิตภัณฑ์ออกไป เช่น เป็นซีเรียล สำหรับเด็กที่โตมากขึ้น



▶ นวัตกรรม

• **ขนมสำหรับเด็กที่ผลิตจากข้าวสังข์หยด** ซึ่งถูกขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของข้าวสังข์หยดได้มากถึง 60 เท่า โดยกระบวนการผลิตได้มีการคิดค้นและพัฒนาการปรับความชื้นและอุณหภูมิของวัตถุดิบให้มีความเหมาะสมก่อนผ่านการขึ้นรูปด้วยเทคนิคการอัดขึ้นพองด้วยเอ็กซทรูชัน (Extrusion) ทำให้เนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์สามารถละลายในปากที่เร็ว ไม่ติดคอและเหงือกของเด็ก อีกทั้งเด็กสามารถหยิบจับทานเองได้ไม่เหนียวมือ ทำให้เป็นการฝึกการใช้กล้ามเนื้อเล็ก เหมาะกับเด็กอายุตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 6 ปี

▶ การเติบโต

• **เพิ่มการสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ในเรื่องของการแพ้อาหารในเด็กผ่านช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์** เพิ่มช่องทางการขายสินค้าไปในส่วนของโมเดิร์นเทรด โรงพยาบาลและเพิ่มช่องทางการส่งออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น เช่น CLMV อย่างประเทศจีน และมาเลเซีย เป็นต้น



Organeh Mini Crackers

A baby's first snack

Ilamoon Co., Ltd.

Phatthalung

Brand : Organeh Mini Crackers

🌐 : www.organehbaby.com 📘 : [organehbaby](https://www.facebook.com/organehbaby)

Every mother will choose what is best for her baby, especially if the child finds it difficult to eat, suffers from food allergies or throws up often. A mother's key duty is to find food that provides her baby with complete nutrition.



It is this motherly love and need to feed her baby that gave birth to "Organeh Mini Crackers". With a baby that suffered from lactose intolerance and could not be fed milk, Ms. Kwan Ketkao, CEO of Ilamoon Co., Ltd., began hunting for the best alternative that would give her baby the right amount of nutrition for proper development.

"The idea for the Organeh Mini Crackers came when my son was very young. He was allergic to food and couldn't drink milk, especially cow's milk. We were worried that these allergies would affect his growth and began looking for something he could digest. This is when we came across a baby snack imported from China. It came in the form of bread and one box of 10 slices cost about



60 to 70 baht. Though our baby could eat these snacks, he kept throwing and wasting them. This cost us a lot of money, and we bore the burden for a while because at least it was something he could eat.

"Later, we thought that maybe we should try to make these snacks ourselves. But our trials at home failed miserably," Ms. Kwan said.

Though a lumber trader by profession, Ms. Kwan would not let her failures stop her. So, she turned to a friend who had studied food science and together they came up with "Organeh Mini Crackers", a baby's first snack made from Patthalung's famous Sangyod rice, the first rice variety in Thailand to be given geographical indication (GI) status.

"Initially, we hired a factory to produce the snacks, but were worried about the raw materials used. Since I'm from Phatthalung, I thought that my province's Sangyod brown rice would be excellent for desserts and would also be nutritious for children. So, we decided to start using Sangyod rice as the main ingredient and reduced the tapioca and wheat flour used to shape the snacks, but which stuck to child's hands and gums.

"So, we came up with an innovative process of adjusting humidity and temperature of our ingredients at the right time before molding them into shapes. With proper ageing, the flavors become more well-rounded. Also, the snacks were cooked at a lower-than-usual temperature, which resulted in crackers that had a smooth taste and a light texture that melted in the mouth quickly and did not stick to the gums or throat. The snacks are small enough to fit in a baby's hand, and can be used to help them use their growing muscles," she said.

The standout point of "Organeh Mini Crackers" is that it was formulated by nutritionists and nurses specializing in child care, and the manufacturing system has met all safety standards.

The "Organeh Mini Crackers" come in six flavors: Sangyod rice with mixed fruits, Sangyod rice with carrots and apples; Sangyod rice with sweet potato and blueberry; quinoa and brown rice with orange flavor; Quinoa and brown rice with strawberry flavor; and germinated brown rice puffs with mixed vegetables and fruits.

The product is targeted at working parents aged 22-45 who have children between the ages of six months and six years, and a monthly earning of 12,000 baht or more.

"Organeh Mini Crackers" are currently sold through three channels, with 60% coming from Facebook, Line and online marketplaces like Shopee and Lazada, 30% from offline stores and 10% from exports to neighboring countries like Myanmar and Laos.

The company's revenue target for 2023 is about 37.8 million baht, which is expected to grow to 100 million baht in three years once it expands its sales channels to cover Lotus's and Tops supermarkets, the Central Department Stores' children's department and pharmacies. This year, the company plans to link up with hospitals and life insurance agents, so the snacks can be delivered to new mothers. The company is also planning to expand its product line to cover older children and expand its export market to CLMV countries as well as Malaysia and China, among others.

▶ Innovation

- Children's snacks made from Sangyod rice, which was registered as a Geographical Indication (GI) product of Phatthalung province, has boosted the grain's value 60-fold. The snacks are produced by adjusting the humidity and temperature of the grain for a suitable amount of time before it enters the extrusion process. This results in a lightly textured, melt-in-the-mouth snack that does not stick to the child's throat and gums. The snack's shape is perfect for infants to use their tiny muscles and is suitable for children aged between six months and six years.

▶ Growth

- Boosting awareness of food allergies among babies via both online and offline channels. Making the product available via modern trade channels and hospitals, as well as building more export markets such as CLMV countries, China, Malaysia, etc.

Number 1
Winner South

รองชนะเลิศอันดับ 1 ภาคใต้

โก๋พลัส

ปาก่องโก๋รถเข็นแตกต่างด้วยนวัตกรรม

บริษัท โก๋พลัสกรุ๊ป 1950 จำกัด

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

แวนด์ : โก๋พลัส: ปาก่องโก๋รถเข็นทอดสุญญากาศ

f : โก๋พลัส



1ST Runner Up South

Koplus Patongo Cart

Thailand's classic breakfast gets healthier through innovation

Koplus Group 1950 Co., Ltd.

Suratthani

Brand : Koplus Patongo Cart

f : โก๋พลัส



เปลี่ยนสูตรมาเป็นแป้งสด และใช้ยีสต์สดผสมแป้ง 1 ชั่วโมง ก็สามารถทอดได้เลย ด้วยกระบวนการทอดด้วยเครื่องทอดสุญญากาศ ใช้ความดันและอุณหภูมิต่ำ ทำให้ปาก่องโก๋สุกอย่างรวดเร็ว กรอบ ไม่อมน้ำมัน ลดการเสื่อมสภาพของน้ำมันทอด ซึ่งมีออกซิเดชัน Polymerization ทำให้ปราศจากสารก่อมะเร็ง เก็บผลิตภัณฑ์ที่ทอดแล้วได้นานขึ้น นอกจากนี้การใช้น้ำมันรำข้าวในการทอด ทำให้มีแคลอรีต่ำ มีสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยในการเผาผลาญ เหมาะกับผู้ที่ควบคุมน้ำหนัก และคุมนระดับน้ำตาลในเลือด ลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคเบาหวานได้ ทั้งหมดทำให้โก๋พลัสสามารถเก็บได้นานถึง 1 ปี

ปาก่องโก๋ถือเป็นหนึ่งในอาหารเข้ายอดนิยมของคนไทย ซึ่ง คุณมนชกานต์ อังศิริศักดิ์ เจ้าของธุรกิจ "โก๋พลัส" นำมาพัฒนาใหม่ให้สามารถมีเชลฟ์ไลฟ์ที่นานขึ้นเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่ต้องการความสะดวก และรักษาสุขภาพ

"เราทำธุรกิจปาก่องโก๋มากว่า 25 ปี เราก็มองเห็นปัญหาว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่มีเวลามาต่อแถวซื้อหน้าร้าน นอกจากนี้ปาก่องโก๋ยังไม่สามารถเก็บไว้ทานวันต่อไปได้ คนที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพก็ไม่กล้าทานมาก เพราะใช้น้ำมันทอด แพ็กเกจจึงไม่สะดวกต่อการจัดเก็บและพกพา มีรสชาติให้เลือกน้อย เราจึงพัฒนาปาก่องโก๋กรอบทอดสุญญากาศ ขึ้นมาเพื่อให้ลูกค้าสะดวกต่อการพกพาไปทานได้ทุกที่ทุกเวลา ใดๆ ก็ทานได้ตามคอนเซ็ปต์ของเรา คือโก๋พลัส พลัสกับอะไรก็อร่อย เพราะไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่ก็สามารถทานกับจืด น้ำเต้าหู้ได้ ในขณะที่เด็กก็สามารถนำไปจุ่มครีม ในแบบที่เขาชอบ หรือสร้างสรรค์เมนูใหม่อย่างยำ ใส่กล้วยเตี๋ย เป็นต้น"

นวัตกรรมของโก๋พลัส คือการพัฒนาสูตรแป้งมาจากของเดิม โดยแป้งปาก่องโก๋เป็นสูตรแป้งหมักที่ จะต้องหมักอย่างน้อย 7-8 ชั่วโมง แต่สำหรับโก๋พลัส

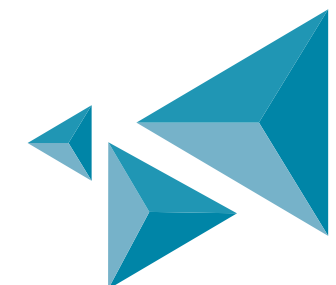


▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์ปาก่องโก๋ทอดกรอบ โดยพัฒนาสูตรปาก่องโก๋ที่ใช้แป้งสดและยีสต์สด ทำให้สามารถลดระยะเวลาในการหมักจากเดิม 7 - 8 ชั่วโมงให้เหลือเพียง 1 ชั่วโมง ร่วมกับการใช้กระบวนการทอดด้วยเทคนิคการทอดแบบสุญญากาศที่ทำให้ปาก่องโก๋มีความนุ่มและกรอบในอุณหภูมิที่ต่ำกว่าอุณหภูมิของการทอดแบบปกติ รวมถึงไม่อมน้ำมัน ผลิตภัณฑ์บรรจุใส่ในบรรจุภัณฑ์พอลิเอทิลีนที่ทนทานถึง 1 ปี ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่เน้นเรื่องความสะดวก และรักษาสุขภาพ

▶ การเติบโต

• ตั้งเป้ายอดขายเติบโต 5 เท่าในปี 2566 โดยขยายช่องทางขายทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงวางแผนขยายไปยังลูกค้า B2B ที่เป็นโรงแรม ร้านอาหาร



Patongo is one of the most popular breakfasts for Thai people and Ms. Montakan Angsirisak, the owner of "Koplus", decided to redevelop this breakfast snack by making it fat-free and longer lasting to meet the lifestyle needs of the new generation.

"We have been in the business for more than 25 years and realized that most customers don't have the time to queue up in front of the store for fresh Patongo. Besides, Patongo cannot be stored and people who are health conscious prefer to avoid it because it is deep fried. Besides, freshly fried Patongo is inconvenient to carry or store, and they come in few flavors.

"That's why we came up with vacuum-fried Patongo that is convenient to carry and can be consumed anytime, anywhere and can be paired with anything. Adults can eat it with congee or soymilk, while children can eat it with cream or something sweet. It can also be used to create new dishes like adding to spicy salads or noodles."

The Koplus innovation came from the redevelopment of the original powder formula. Patongo is made from flour that has to be fermented for at least 78 hours. However, for Koplus, the recipe was changed to fresh flour and fresh yeast, which made the dough ready for frying within an hour. Also, the vacuum frying process uses low pressure and temperature, which results in a quickly cooked crispy Patongo that is not oily.

By shortening the frying time, chemical reactions that accelerate the deterioration of oil are reduced. Three processes, namely hydrolysis, oxidation and polymerization affect



the oil's properties, which is harmful to health. In addition, the use of rice bran oil in frying keeps the product low in calories and high in antioxidants that help the metabolism. Therefore, it is suitable for those who need to control their weight and blood sugar levels. All these properties extend the shelf-life of Koplus to up to one year.

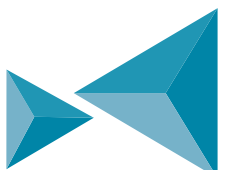
The company's goal is to boost the sale of Koplus five-fold this year by expanding sales channels by adding four more Koplus outlets and adding the product to supermarket shelves. Offline channels contribute 60% of the total sales volume. The remaining 40% is provided via online marketplaces like Facebook, Shopee, Lazada and Line application. The company also plans to expand to B2B customers like hotels and restaurants.

▶ Innovation

• Thailand's breakfast favorite, the crispy fried Chinese doughnut Patongo, is traditionally made from fresh flour and yeast, which can take about 7 to 8 hours to ferment. However, under this innovative product, the dough fermentation period is cut down to just one hour and the Patongo is produced using the vacuum frying technique, which is produced at a lower temperature and crisps up the dough without retaining oil. The Patongo is packed in opaque foil packaging, allowing the product to be stored for up to one year, meeting the lifestyle demands of today's consumers, who focus on convenience and good health.

▶ Growth

• The company aims for a five-fold growth in 2023 by expanding both online and offline sales channels as well as targeting B2B customers like hotels and restaurants.



รองชนะเลิศอันดับ 2 ภาคใต้

ออส พี น้ำมันหัวหอมแดงออร์แกนิก

แก้ปัญหาระบบทางเดินหายใจเด็ก ด้วยหัวหอมออร์แกนิก

บริษัท พีรัชญา ลี จำกัด

จังหวัดสงขลา

แบรนด์ : ออส พี น้ำมันหัวหอมแดงออร์แกนิก

🌐 : www.ozp-official.com 📘 : OzPOnionoil 📞 : OzPOnionoil



2ND Runner Up South

Oz-P Onion Oil

Safe for sniffing babies and toddlers

Pechayalee Co., Ltd.

Songkhla

Brand : Oz-P Onion Oil

🌐 : www.ozp-official.com

📘 : OzPOnionoil

📞 : OzPOnionoil



ของคนสมัยเก่าที่ใช้หอมแดงในการรักษาอาการหวัด จนกลายเป็นน้ำมันหัวหอมที่ชื่อแบรนด์ว่า Oz-P

โดยนวัตกรรมที่ใช้คือการใช้เทคนิค Microwave Extraction การสกัดด้วยคลื่นไมโครเวฟเพื่อสกัดสารสำคัญในหัวหอม เช่น หอมแดง หอมแขก หัวหอม เรียกว่าสารสกัด Quercetin มีฤทธิ์ในการต้านและรักษาอาการภูมิแพ้ ลดอาการติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจส่วนบน ทำให้น้ำมันหัวหอม Oz-P มีจุดเด่นตรงไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองกับเด็กต่ำกว่า 2 ขวบ เด็กแรกเกิดสามารถใช้ได้ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้เป็นออร์แกนิกส์ ผ่านการรับรองมาตรฐานออร์แกนิกส์จาก Ecozert รวมถึงผ่านการทดสอบการระคายเคืองจากสถาบัน DermScan Asia

ปัจจุบันจัดจำหน่ายทางช่องทางออนไลน์ คือ ช้อปปี้ ลาซาด้า ไลน์ ดีกิต็อก ทางออฟไลน์จัดจำหน่ายผ่านร้านขายยา ร้านจำหน่ายสินค้าแม่และเด็ก เป้าหมายการเติบโตของ Oz-P คือการขยายช่องทางขายทางออนไลน์ รวมถึงการขายเข้าร้านแม่และเด็ก และอยู่ในระหว่างการเจรจากับทาง 7-Eleven

ไอเดียการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันหัวหอมสำหรับเด็กที่มีปัญหาด้านโรคหวัด ภูมิแพ้ และระบบทางเดินหายใจ เกิดจากการที่ คุณชญานิษฐ์ ชูแขกรรรมการผู้จัดการ บริษัท พีรัชญา ลี จำกัด เกษขกรหญิง พบปัญหาว่าผู้ปกครองมักถามหายาแก้หวัดสำหรับเด็กในเด็กที่อายุต่ำกว่า 2 ขวบ ซึ่งการรับประทานยาแก้หวัดในเด็กที่อายุต่ำกว่า 2 ขวบ ทำให้เกิดผลข้างเคียงจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดปัญหาด้านโรคหวัด ภูมิแพ้ และระบบทางเดินหายใจ ที่ลดการใช้ยาแต่ใช้ภูมิปัญญา



▶ นวัตกรรม

• พลัดกับกับบรรเทาอาการหวัด คัดจมูกสำหรับเด็กจากสารสกัดหอมแดงและหัวหอมออร์แกนิก โดยการสกัดสารสำคัญได้แก่ เควอซิทิน (Quercetin) ซึ่งมีฤทธิ์ในการต้านและรักษาอาการภูมิแพ้ และลดการติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจส่วนบน โดยใช้กรรมวิธีการสกัดโดยใช้คลื่นไมโครเวฟ (Microwave Extraction) พลัดกับที่ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองโดยผ่านการทดสอบการระคายเคืองจากสถาบัน DermScan Asia และผ่านการรับรองมาตรฐานออร์แกนิกส์จาก Ecozert จึงสามารถใช้ได้ในเด็กแรกเกิด เด็กที่ป่วยในโรคในกลุ่ม G6PD รวมไปถึงกลุ่มผู้ใหญ่

▶ การเติบโต

• สร้างการรับรู้และขยายช่องทางขายทางออนไลน์ และออฟไลน์ เช่น ร้านขายสินค้าแม่และเด็ก, 7-Eleven เพื่อสร้างรายได้ 6-7 ล้านบาทในปี 2566 เพิ่มมากกว่า 3 เท่าจากปีแรกที่วางขาย

Medication to treat toddlers for colds, allergies and respiratory problems can have many side effects. So, when she was asked for a safe cold treatment for children under the age of two, **Ms.Chayanit Chukhae, managing director of Pechayalee Co., Ltd.**, decided to rely on age-old wisdom.

A pharmacist by profession, Chayanit looked into traditional cures and realized that traditionally shallots were used to ease the sniffles among young children. This knowledge gave birth to the onion oil brand, Oz-P.

The onion oil is drawn using the microwave extraction technique, which keeps the flavonoid

Quercetin intact, so the oil can retain its effectiveness in treating and preventing allergies and upper respiratory tract infections. The other most important point is that Oz-P onion oil is safe for babies and even newborns, because all ingredients used are organic certified by Ecozert. The DermScan Asia Institute has put the oil through many tests to ensure it does not irritate sensitive skin.

Oz-P onion oil is currently being sold online via Lazada, Shopee, Line and TikTok. Offline it is available in pharmacies and stores catering to mothers and babies, though the company is in negotiations with 7-Eleven.

▶ Innovation

• Babies suffering from nasal congestion are given immediate relief thanks to Quercetin, which is extracted from organic shallots and onions. This extract is also effective against allergies and upper respiratory tract infections. Quercetin is extracted using microwave rays, which results in a product that is completely non-allergic. The product has been tested at the DermScan Asia Institute for allergies and has been certified organic by Ecozert, making it safe for newborns, children suffering from G6PD, as well as adults.

▶ Growth

• Building awareness and targeting sales channels both online and offline, including mother and baby retail shops and 7-Eleven convenience stores. The aim is to generate revenue of up to 7 million baht in 2023, marking a three-fold rise from the first year of launch.



ชมเชย ภาคใต้

แพลตฟอร์มการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด

เส้นทางท่องเที่ยวพาสานนวัตกรรมเล่าเรื่อง

วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด

จังหวัดสงขลา

แบรนด์ : แพลตฟอร์มการท่องเที่ยวชุมชนตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด

🌐 : www.ท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด.com

📍 : [ท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา](https://www.facebook.com/ท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด)



ไอเดียเริ่มต้นเกิดจากพระครูแม่็ค พระลูกวัดพะโคะ ซึ่งเป็นนักเล่าเรื่องสังเกตเห็นว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สนใจและให้ความสำคัญกับหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด ท่านพระครูจึงอาสาเป็นไกด์พานักท่องเที่ยวพื้นที่ตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดด้วยตัวเอง ทำมาระยะหนึ่งก็มองเห็นโอกาสในการเติบโตจากการท่องเที่ยวนี้ จึงเสนอกับชุมชนว่าให้จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืดขึ้น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงกระจายรายได้ให้กับชุมชน

โดยใช้นวัตกรรมการนำเรื่องเล่าของชุมชนมาออกแบบให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวสำคัญที่เกี่ยวข้องกับหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด เช่น วัดต้นเลียบ สถานที่ฝังศพหลวงปู่ทวด เสริมสิริมงคลชีวิตด้านรากฐานชีวิตที่มั่นคง วัดดีหลวง สถานที่บวชเรียนหลวงปู่ทวด เสริมสิริมงคลชีวิตด้านการงาน การเรียน การเงิน สำนักสงฆ์นาผูกเปล สถานที่พญางูคลายลูกแก้วคู่บารมี เสริมสิริมงคลชีวิตด้านสุขภาพร่างกายแข็งแรง เลี้ยงลูกง่าย วัดพะโคะ สถานที่บูรณปฏิสังขรณ์และจำพรรษา เสริมสิริมงคลด้านความเจริญรุ่งเรือง เป็นต้น พร้อมกันนี้ยังมีนักเล่าเรื่องของชุมชน รวมถึงการเล่าเรื่องผ่านเทคโนโลยี AR สร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังใช้แพลตฟอร์มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวดเป็นศูนย์กลางในการพานักท่องเที่ยวต่อไปยังวิสาหกิจชุมชนต่างๆ เพื่อกระจายรายได้ให้กับแต่ละชุมชน สำหรับช่องทางเล่าเรื่องชุมชนจะผ่านเฟสบุ๊ค แฟนเพจ อินบุ๊ก แผ่นพับ และเว็บไซต์ท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด

คุณบุญศิริ สุวรรณศรี ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด เปิดเผยว่า หลังจากมีแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวและมีวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวดเกิดขึ้นก็สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่ว่างเว้นจากการทำนา โดยสร้างรายได้ให้ชุมชนเฉลี่ยปีละ 2 แสนบาท หลังจากนั้นจะมีการนำเสนอการท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวดในสื่อต่างๆ ให้เพิ่มมากขึ้น เช่น การลงโซเชียลมีเดีย สร้างคอนเทนต์ในดีท็อกที่เริ่มทำบ้างแล้ว เพื่อดึงให้คนเข้ามาเที่ยวในชุมชน



▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวในการศึกษาวิถีชุมชนตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด โดยการนำเรื่องเล่าของชุมชนมาออกแบบให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยว รวมถึงใช้เทคโนโลยีจำลองภาพเสมือนจริง (AR : Augmented Reality) ในการนำเสนอที่ครอบคลุมทั้งเส้นทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต "เที่ยวชุมชน กินช้อป ครบวิถี สร้างบุญเสริมบารมี ตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด" เป็นการนำอัตลักษณ์ที่โดดเด่นในพื้นที่มาเป็นตัวละครบอกเล่าเรื่องราวทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับจังหวัดสงขลาได้อีกด้วย

▶ การเติบโต

• เพื่อเป้าหมายในการเติบโตขึ้น 3 เท่า ทางวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด จะเน้นขยายการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางโซเชียล มีเดีย และการทำคอนเทนต์ในช่องทางดีท็อก รวมถึงการให้บริการด้วยใจ และเพิ่มกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

Honorable Mention South

Sense the magical life of Luang Pu Thuad

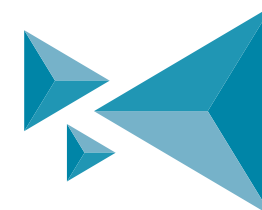
Luang Pu Thuat's Birthplace Community Enterprise

Songkhla

Brand : Tourism Platform for Community Enterprises

🌐 : www.ท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด.com

📍 : [ท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา](https://www.facebook.com/ท่องเที่ยวตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด)



The idea was sparked when Wat Phakho's Phra Kru Mack noticed that people were fascinated with tales about Luang Pu Thuat, a legendary Buddhist monk in Songkhla in the early 16th century. Luang Pu Thuat is believed to have performed many miracles, including turning salty seawater into fresh drinking water by just touching it with his feet.

So, Phra Kru decided to bring this story to life by volunteering to take tourists to Luang Pu Thuat's birthplace and showing them how the iconic monk must have performed his many miracles. After doing this for a while, Phra Kru decided that this could be turned into a proper money-making enterprise. So, he proposed that the community establish a tourism enterprise in Luang Pu Thuat's birthplace. This would not only bring Luang Pu Thuat's legends back to life, but would also boost the community's income.

The first step was creating a pilgrimage for tourists to check out all the temples that the legendary monk was involved in. The pilgrimage starts with Wat Ton Liap, where the monk's baby placenta was buried and where wishes for prosperity come true; Wat De Luang where Luang Pu Thuat was ordained and where people can pray for success in work, studies and finance; the Napuk Play Monastery, where the mythological king of snakes, Phaya Ngu, reportedly released a crystal ball and now apparently grants wishes of health, wealth and peace; and Wat Phakho, where Luang Pu Thuat retreated for Buddhist Lent and

where prayers for prosperity are believed to come true.

Apart from the pilgrimage, the celebrated monk's story is told through augmented reality (AR), while tourists get to journey through places that Luang Pu Thuat visited, culminating at his birthplace. This helps different communities earn an income and tourists are given something off the beaten track.

Luang Pu Thuat's story can also be followed through Facebook, e-books, brochures and travel websites.

Mr.Bunsiri Suwansri, Chairman of Luang Pu Thuat's birthplace community enterprise, said this tourism platform taking tourists on journeys in the footsteps of the fabled monk has created jobs and is generating income for families. He said people can work on this platform when they are not farming, and this earns the community about 200,000 baht per year on average.

The plan is to make Luang Pu Thuat's stories better known through posts on social media and TikTok content, which have already started attracting attention.

▶ Innovation

• A tourism platform that connects tourists with communities so they can get a first-hand experience of the way of life at Luang Pu Thuat's birthplace. Tourists can also follow the revered monk's footsteps and get an idea of life during his time through the use of augmented reality technology. Apart from getting a chance to enjoy local delicacies and shop for souvenirs, visitors also get to soak up the true identity of the place through this story-telling medium, which adds value to Songkhla province.

▶ Growth

• To grow the business three-fold, the community enterprise of Luang Pu Thuat's birthplace will focus on expanding promotions through social media and TikTok as well as creating more activities for tourists.

ชมเชย ภาคใต้

วาโย

เพิ่มมูลค่าลูกปัดมโนราห์
สู่เครื่องประดับแฟชั่น

วิสาหกิจชุมชนลูกปัดโนรา วาโย

จังหวัดพัทลุง

แบรนด์ : วาโย

f : โนราวาโย



Honorable Mention South

WAYO Manora Beads

Transforming traditional
dance costumes into high fashion

Look Pad Nora WAYO Community Enterprise

Phatthalung

Brand : Wayo

f : โนราวาโย



พัทลุงถือเป็นจังหวัดที่มีศิลปะพื้นถิ่น ศิลปินพื้นบ้านมากมาย โดยเฉพาะมโนราห์ ซึ่งเพิ่งได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ของมนุษยชาติ เป็นหนึ่งในแรงบันดาลใจที่ทำให้คุณอรวรรณ เต็มดี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลูกปัดโนรา วาโย ทำผลิตภัณฑ์ลูกปัดมโนราห์ขึ้นมาจากแรกเริ่มที่ร้อยเป็นชุดมโนราห์แบบดั้งเดิม แต่ปัญหาคือสามารถใช้ได้เฉพาะกลุ่มเท่านั้น คุณอรวรรณต้องการให้ลูกปัดมโนราห์สามารถเข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้างขึ้น จึงใช้นวัตกรรมการเปลี่ยนแปลงแนวคิดจากการร้อยลูกปัดมโนราห์แบบเดิมมาเป็นการร้อยลูกปัดมโนราห์แบบประยุกต์เป็นสินค้าแฟชั่นต่างๆ เช่น สร้อยคอ ต่างหู แหวน พวงกุญแจสายคล้องแมส รวมถึงชุดมโนราห์ร่วมสมัย เป็นชุดแฟชั่นซึ่งไม่เคยมีใครทำมาก่อน ซึ่งนอกจากสวมใส่สะดวกมากขึ้น ยังเพิ่มมูลค่าให้ลูกปัดมโนราห์อีกด้วย

จุดเด่นหนึ่งลูกปัดมโนราห์ แบรนด์ WAYO คือสามารถแยกสินค้าใส่เป็นชิ้นได้ มีการปรับเรื่องของเฉดสีของชุดให้เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อการใช้งานประโยชน์ในวาระต่างๆ ที่หลากหลายมากขึ้น โดยวางกลุ่มลูกค้าหลักคือศิลปินมโนราห์ ใช้ตั้งหิ้งเพื่อบูชาคู่ตาพรานและเทริด รวมถึงหน่วยงานราชการทุกสังกัดของจังหวัดพัทลุง ลูกค้ากลุ่มรองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาศึกษาดูงานชุมชน และผู้ที่สนใจศิลปะการร้อยลูกปัดแบบมโนราห์

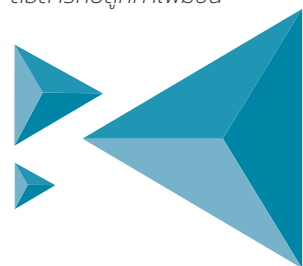
เป้าหมายการเติบโตของ WAYO คือการมุ่งประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การไลฟ์สด เพื่อสร้างโอกาสในการขายที่เพิ่มขึ้น โดยมองถึงการสร้างรายได้หลักล้านภายในปีนี้

นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับจากลูกปัดมโนราห์ ซึ่งพัฒนาต่อยอดมาจากเครื่องลูกปัดในการแสดงมโนราห์ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดพัทลุง ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ จากยูเนสโก มาผลิตเป็นสินค้าเครื่องประดับแฟชั่นต่างๆ ให้ความทันสมัยมากขึ้นเช่น สร้อยคอ ต่างหู แหวน เป็นต้น โดยยังคงใช้การออกแบบลวดลายและเทคนิคการร้อยลูกปัดที่สืบทอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าให้กว้างขึ้น รวมถึงยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่อีกด้วย

การเติบโต

ขยายช่องทางประชาสัมพันธ์และช่องทางขายผ่านแพลตฟอร์มเพจ เพิ่มการไลฟ์สดเพื่อสื่อสารกับลูกค้าเพิ่มขึ้น



Phatthalung is known for its local art and folk culture, especially the colorful, elaborate beaded costumes of traditional dancers that have recently been registered as a tangible cultural heritage. This intricate beadwork inspired Mrs. Aorawan Temdee, chairperson of Look Pad Nora WAYO Community Enterprise, to make the intricate beadwork used for dancers' costumes available to everybody. So, she began designing a variety of products using the intricate traditional beading technique, including necklaces, earrings, rings, bags, key chains and even dresses. These

creations did not just make the Manora beads accessible to the general public, but also added value to the art.

Selling under the brand WAYO, the products are unique in that they can be adjusted or made to match the customers' wishes. The company, which is supported by local government agencies, also designs and creates costumes for Manora dancers as well as tourists who are interested in this artform.

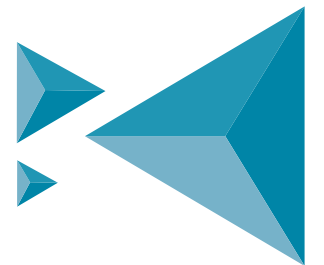
WAYO's long-term goal is to start promoting products through online channels, such as Facebook Live!, to expand its market.

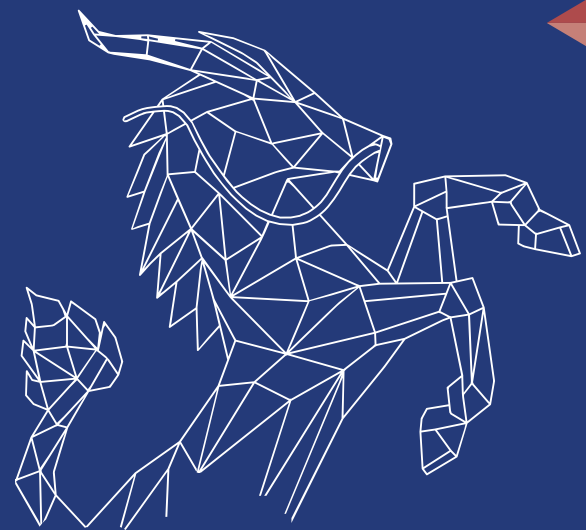
Innovation

Manohra beads, which are traditionally used in the costumes of Nora dancers in Phatthalung province, are used to create modern jewelry pieces such as necklaces, bracelets, earrings and rings, etc. The products still use traditional patterns and beading techniques, but are now available to a wider customer group. These items have added further value to an art form that has been registered as an intangible cultural heritage of humanity by UNESCO and is also generating income for local communities.

Growth

Plans to expand promotion and sales channels via Facebook and Facebook Live! to link up with more customers.





INNOVATION.T
INNOVATION FOR CRAFTED LIVING



100 Brand

นิลมังกร แบนด์นวัตกรรมไทย รุ่นที่ 2

Nin Mangkorn Thailand Inno BIZ Champion Season 2



100 Brands

นิลมังกร รุ่นที่ 2 ภาคกลาง

ก๊อดแกนนิก	73	Goodganic
คอมพิวเตอร์	74	Compute
พลาค-การ์ด โพรไบโอติก	75	Plaque-Guard Probiotics
แจ่วฮ้อน ซุปก้อน	76	Jaew Hon Soup Cubes
ท่า.มา.นาน	77	Tam.ma.nan
ดีวานา ไทยเมด	78	Divana Thai Med
ตบชวา	79	Tob Chawa
เทสเต็ด เบ็ตเตอร์	80	Tasted Better's
บอร์น ไทยแลนด์	81	Born Thailand
ออเทลล่า	82	ORTELRA
วินเซนต์	83	VINCENT'S
โพชั่นเนียร์	84	Potioneer
เคอร์มาชี	85	CURMA C
มาดามอร์	86	MADAMEORN
มายวาวา	87	MyWaWa
วี เชฟ	88	WeChef
เจลโล บูม	89	Jello BOOM
จอยไรด์	90	Joy Ride
มิสเตอร์เซน	91	MR.ZEN
มีฮัก	92	ME HUG
ฟอร์มาเซนส์	93	FormaSense™
อีซีไรซ์	94	EASYRICE
ละไม	95	Lamai

ก๊อดแกนนิก ยาสีฟันสมุนไพร ที่ใช้ได้ทั้งฟันจริงและฟันปลอม

บริษัท ก๊อดแกนนิก จำกัด

จังหวัดสมุทรปราการ

🌐 : www.goodganicthailand.com

📘 : [goodganic99](https://www.facebook.com/goodganic99)

ปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้มีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น โดยปัญหาสำคัญของผู้สูงอายุส่วนใหญ่คือการใส่ฟันปลอม และต้องใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสำหรับฟันจริงและฟันปลอม ทำให้ในแต่ละเดือนมีค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลืองจากการซื้อผลิตภัณฑ์หลายอย่าง คือยาสีฟัน และผลิตภัณฑ์สำหรับแปรงฟันปลอม คุณธรรมสรณ์ จิระรังสรรค์ ประธานกรรมการ บริษัท ก๊อดแกนนิก จำกัด จึงเกิดแนวคิดและร่วมมือกับ พท.ภ.พท.ว.รังษิยา จิระรังสรรค์ แพทย์แผนไทยสาขาเภสัชกรรมและเวชกรรมแพทย์แผนไทย ผู้ร่วมก่อตั้งแบรนด์ Goodganic พัฒนายาสีฟันสมุนไพร ซึ่งเป็นแบรนด์แรก

Goodganic Herbal Toothpaste

A 2-in-1 toothpaste that can be used with both natural teeth and dentures

Goodganic Co., Ltd.

Samut Prakan

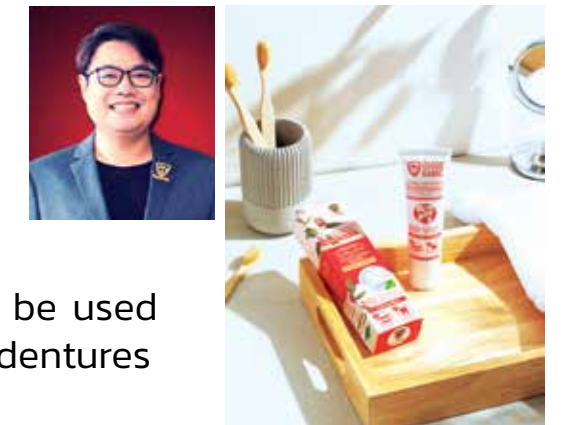
Thailand is transitioning into an aging society, with an increase in the number of senior citizens. Dentures are a main issue for many elderly individuals, as they require cleaning products, which leads to higher monthly expenses for dental care products, such as toothpaste and denture soaking materials.

Therefore, **Mr.Tammasorn Jiwangsan, Managing Director of Goodganic Co., Ltd., collaborated with Dr.Rangsiya Jiwangsan, Physician of Thai Traditional Medicine and Thai Traditional Pharmacist**, to create the first herbal toothpaste that can be used with natural teeth and dentures. The Goodganic toothpaste is made from Thai herbs and non-toxic natural extracts, containing a fine polishing ingredient

ที่สามารถแปรปรองได้ทั้งฟันจริงและฟันปลอมในหลอดเดียวกัน โดยเลือกใช้สมุนไพรไทยและสารสกัดธรรมชาติจากแหล่งกำเนิดที่ปลอดภัย ได้รับกรรับรองมาตรฐานคุณภาพระดับสากล ในกระบวนการผลิตมีการใช้ส่วนผสมของผงขัดฟันชนิดละเอียดที่ไม่ทำลายผิวฟันทั้งฟันจริงและฟันปลอม

“Goodganic ยังมีจุดเด่นในเรื่องประหยัดเงิน และประหยัดเวลา เพราะผู้ใช้ฟันปลอมสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการซื้อผลิตภัณฑ์หลายอย่างประมาณเดือนละ 250 บาท เหลือเดือนละ 99 บาท ถ้าเปลี่ยนมาใช้ยาสีฟัน Goodganic และประหยัดเวลาเพราะการใช้เม็ดฟู่ล้างฟันปลอมมี 5 ขั้นตอน ต้องใช้เวลาถึง 15 นาที แต่ถ้าใช้ Goodganic เหลือแค่ 2 นาที”

Goodganic เน้นทำตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ มีสินค้าจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อและโมเดิร์นเทรด เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท ท็อปส์ โลตัส บิ๊กซี และเดอะมอลล์ รวมถึงส่งออกตลาดต่างประเทศ เช่น บาห์เรน และคูเวต



that does not damage the natural teeth surface or dentures, and is produced in accordance with international standards.

“Goodganic offers cost and time savings since denture users can lower the monthly cost of buying multiple products from around 250 baht to 99 baht by switching to Goodganic toothpaste. Using effervescent cleanser tablets require up to 15 minutes, while cleaning the dentures with Goodganic takes only 2 minutes.”

Available in convenience and modern -trade stores such as 7-Eleven, FamilyMart, Tops, Lotus, Big C, and The Mall, Goodganic is also marketed online and exported to international markets like Bahrain and Dubai.

▶นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์ยาสีฟันสมุนไพรที่สามารถแปรปรองได้ทั้งฟันจริงและฟันปลอมในหลอดเดียวกัน และทดแทนการใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับแปรงฟันปลอม โดยมีส่วนผสมของสมุนไพรไทยและสารสกัดธรรมชาติปลอดภัย และใช้ส่วนผสมของผงขัดฟันชนิดละเอียด จึงไม่ทำลายผิวฟันทั้งฟันจริงและฟันปลอม ช่วยให้ผู้ใช้ฟันปลอมลดค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลืองจากการซื้อผลิตภัณฑ์หลายชนิด

▶การเติบโต

• เน้นการทำตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อและโมเดิร์นเทรด เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น แฟมิลีมาร์ท ท็อปส์ โลตัส บิ๊กซี และเดอะมอลล์ รวมถึงขยายตลาดส่งออกต่างประเทศ เช่น บาห์เรนและคูเวต มียอดขายสะสมแล้วกว่า 5 แสนหลอด

▶Innovation

• The herbal toothpaste is exceptional, cleaning both natural teeth and dentures in the same tube. It replaces the use of denture soaking products and contains a blend of Thai herbs, organic natural extracts, and a fine polishing agent that is gentle on both natural teeth and dentures. It assists denture wearers in reducing the cost of buying several dental care products.

▶Growth

• The brand is focusing its efforts on both online and offline marketing. With over 500,000 tubes sold, the product is available in convenience stores and modern-trade retailers such as 7-Eleven, FamilyMart, Tops, Lotus, Big C, and The Mall, as well as expanding to overseas export markets like Bahrain and Dubai.

คอมพิวเตอร์

ยกระดับงานพิมพ์อิงค์เจ็ทด้วยหมึกกันน้ำ

บริษัท คอมพิวเตอร์ แอนด์ ไฟท์เตอร์ จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.compute.co.th 📘 : ComputeFan



ปัจจุบันเครื่องพิมพ์เอกสารที่ใช้กันภายในสำนักงานทั่วไปมักมีราคาสูง โดยเฉพาะในส่วนของราคาตลับหมึก ส่งผลให้ต้นทุนการพิมพ์ต่อแผ่นมีราคาสูงตามไปด้วย อีกทั้งยังมีปัญหาของกลิ่นเหม็นจากสายระเหย VOC (Volatile Organic Compounds) ที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากตลับหมึกเป็นขยะที่ทำลายได้ยาก ต้องใช้วิธีการเผาซึ่งสิ้นเปลืองพลังงาน และก่อให้เกิดมลพิษจากการเผาไหม้

คุณวิสันต์ เสถียรจริยวงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท คอมพิวเตอร์ แอนด์ ไฟท์เตอร์ จำกัด จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาหมึกกันน้ำ (Pigment Ink) และทำตลาดภายใต้แบรนด์ “คอมพิวเตอร์” ซึ่งเป็นน้ำหมึกที่ใช้กับเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทในสำนักงาน และพัฒนาขึ้นเพื่อลดข้อด้อยของหมึกทราย (Dry) โดยมีคุณสมบัติพิเศษกว่าหมึกธรรมดาทั่วไป เพราะมีนวัตกรรมในการเป็นหมึกกันน้ำ และทนต่อ

แสงแดดได้ดี สามารถใช้ทดแทนการพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์เลเซอร์ ช่วยประหยัดกว่า 40 เท่า ไม่มีกลิ่นเหม็นจากไอระเหยการพิมพ์ ลดมลพิษ ลดขยะอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โดยมีแนวทางการทำตลาด ที่มุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้เครื่องพิมพ์เลเซอร์ กลุ่มบริษัทกลาง-เล็ก และเอสเอ็มอี และจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางร้านค้าออฟฟิศเมท และร้านค้าไอทีทั่วประเทศ รวมถึงการทำตลาดบนช่องทางออนไลน์ เช่น ซุปเปอร์มาเก็ต Shop24 เซ็นทรัล เฟสบุ๊ก และเว็บไซต์ www.compute.co.th และกำลังเตรียมแผนขยายตลาดต่างประเทศไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมา



Compute

Improve inkjet printing with waterproof ink

Compute & Fighter Co., Ltd.

Bangkok

Office printers are currently very expensive, especially ink cartridge prices, resulting in high printing costs per sheet. Foul smells created by volatile organic compounds (VOCs) are also harmful to both health and the environment. Ink cartridges are difficult to dispose of since they require a burning method that uses a lot of energy and pollutes the environment throughout the incineration process.

As a result, **Mr.Visant Sateanjarivong, Managing Director, Compute & Fighter Co., Ltd.**, developed the pigment ink, a type of ink used in inkjet printers under the brand “**Compute**” to alleviate the disadvantages of dry ink. Because of its innovative waterproof qualities and sunlight

resistance, pigment ink can be used as a replacement for printing with a laser printer, saving 40 times more in printing costs. Meanwhile, it eliminates the foul odor of printing vapors, reduces pollution, minimizes e-waste, and is environmentally friendly.

The company's marketing strategy focuses on laser printer users, medium - and small-sized enterprises, and SMEs. The product is available countrywide through Officemate and IT retailers, as well as online marketing channels such as Lazada, Shop24, Central Online, Facebook, and the company's website. Compute is planning to expand its international market into neighboring countries such as Myanmar.

▶ นวัตกรรม

• ด้านผลิตภัณฑ์หมึกกันน้ำสำหรับเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทในสำนักงาน โดยการใช้เทคโนโลยีกันน้ำ ช่วยลดข้อด้อยของหมึกทราย (Dry) ทำให้งานพิมพ์กันน้ำ ทนต่อแสงแดดได้ดี ช่วยประหยัดต้นทุนกว่า 40 เท่า ไม่มีกลิ่นเหม็นจากไอระเหยการพิมพ์ ลดมลพิษ ลดขยะอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

▶ การเติบโต

• เจาะกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้เครื่องพิมพ์เลเซอร์ กลุ่มบริษัทกลาง-เล็ก และเอสเอ็มอี และจำหน่ายสินค้าบนช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น ออฟฟิศเมท ร้านค้าไอที ซุปเปอร์มาเก็ต Shop24 เซ็นทรัล รวมถึงบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย และมีแผนขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศ

▶ Innovation

• A unique waterproof ink for office inkjet printers. Using waterproof technology to reduce the disadvantages of dry ink and make the printing work water-resistant and sunlight-resistant, saving more than 40 times the printing costs. It helps in the removal of the foul odor caused by printing vapors, as well as the reduction of pollution and e-waste, making it environmentally friendly.

▶ Growth

• Targeting laser printer users, medium- and small-sized enterprises, and SMEs. The product is sold in Officemate and IT retailers nationwide, as well as through online marketing channels such as Lazada, Shop24, Central Online, Facebook, and the company's website. Compute is planning to expand its international market into neighboring countries such as Myanmar.

พลัค-การ์ด ไพรไบโอติก

ลดคราบพลัค

กลิ่นปากของสุนัขและแมว

บริษัท เค.เอ็ม.พี.ไบโอเทค จำกัด

จังหวัดชลบุรี

🌐 : www.kmpbiotech.com 📘 : kmpbiotech

ในแต่ละปี เจ้าของสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะในกลุ่มสุนัขและแมว มักต้องพบกับสถานการณ์ที่สัตว์เลี้ยงจำนวนมากไม่ยอมออกจากปากก่อนเวลาอันควร หนึ่งในสาเหตุของอาการเสี้ยวชีวิตคือโรคปริทันต์อักเสบจากปัญหาหินปูน และเหงือกอักเสบ แต่การขูดหินปูนในสุนัขและแมวไม่ใช่เรื่องที่สามารถทำได้ง่ายๆ และแม้ว่าจะมีผลิตภัณฑ์ที่ช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้ แต่ก็มีความแพง และมีรูปแบบและรสชาติที่สัตว์เลี้ยงไม่ชอบ

คุณไพรัช ธิติศักดิ์ ประธานกรรมการ บริษัท เค.เอ็ม.พี. ไบโอเทค จำกัด จึงเกิดแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไพรไบโอติกแบบอัดเม็ดสำหรับสุนัขและแมวในชื่อ “**Plaque-Guard**” ซึ่งเป็นสายพันธุ์ไพรไบโอติกที่เกิดจากงานวิจัย และผ่านการพิสูจน์เรื่องการยับยั้งเชื้อแบคทีเรียที่เป็นตัวทำให้เกิดปัญหาช่องปาก



Plaque-Guard Probiotics

Reduce plaque stains and bad breath of dogs and cats

K.M.P. Biotech Co., Ltd.

Chon Buri

Each year, pet owners see their beloved dog or cat leave them prematurely and often the cause of their death is periodontitis caused by plaque and gingivitis. Treating gum disease in cats and dogs is not easy and while there are many products in the market that solve these



ในสุนัขและแมว โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการอัดเม็ดโดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีในโรงงาน มีกระบวนการขึ้นรูปและอัดเป็นเม็ดในลักษณะของยาเม็ด เพื่อให้บริโภคได้ง่ายยิ่งขึ้น แตกต่างจากไพรไบโอติกทั่วไปที่ตามท้องตลาดที่เป็นรูปแบบผง และมีส่วนผสมที่ช่วยให้กินง่ายรสชาติอร่อย สัตว์เลี้ยงชอบจึงสะดวกใช้ ไม่มีความเสี่ยง สามารถจัดการกับสาเหตุของคราบพลัคกลิ่นปาก และลดปัญหาเหงือกอักเสบ อีกทั้งยังประหยัดค่าใช้จ่ายเพราะมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น

โดยแนวทางการทำตลาด เน้นการทำตลาดออนไลน์และออฟไลน์ โดยจำหน่ายผ่านตัวแทนในประเทศ โดยกระจายสินค้าไปตามคลินิก หรือรพ.สัตว์ รวมถึงพื้ที่ซื้อปลีก และยังมีแผนขยายออกสู่ตลาดต่างประเทศอีกด้วย

problems, they are expensive and come in forms and flavors that pets refuse to take.

Hence, **Mr.Pairat Thitisak, President of K.M.P. Biotech Co., Ltd.**, came up with the idea of developing a probiotic dietary supplement for dogs and cats in the form of tablets called “**Plaque-Guard**”. This is a research-proven probiotic strain that blocks bacteria responsible for oral problems in dogs and cats. The product was pressed into tablets, making it easier for animals to swallow. This is unlike other probiotics in the market, which come in powder form. The pellets are not just easy to swallow, but come in a tasty flavor for the pets to enjoy. The pellets deal with the cause of plaque, bad breath and reduce gingivitis. It is also cheaper than other similar products.

The company is selling Plaque-Guard through both online and offline channels, including sales agents that distribute products to veterinary clinics, animal hospitals and pet shops. It is also planning to expand to overseas markets as well.

▶ นวัตกรรม

• ด้านผลิตภัณฑ์ไพรไบโอติกแบบเม็ด สำหรับสุนัขและแมว ที่ช่วยลดคราบพลัค กลิ่นปาก และลดปัญหาเหงือกอักเสบในสัตว์เลี้ยง โดยการใช้กระบวนการขึ้นรูปและอัดเป็นเม็ดในลักษณะของยาเม็ด ผลิตจากไพรไบโอติกที่ยับยั้งเชื้อแบคทีเรียในช่องปาก มีส่วนผสมที่สุนัขและแมวชื่นชอบจึงกินได้ง่ายขึ้น ลดความเสี่ยงจากการบ้วน และประหยัดค่าใช้จ่าย เพราะมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น

▶ การเติบโต

• เน้นการทำตลาดออนไลน์โดยขายผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย และผ่านตัวแทนจำหน่ายที่เป็นกระจายสินค้าไปตามโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก และพื้ที่ซื้อปลีก รวมถึงขยายออกสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ เวียดนาม ลาว เวียดนาม และอยู่ระหว่างเจรจารัฐกิจกับตัวแทนจำหน่ายในเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น

▶ Innovation

• Probiotic tablets produced using a special pelletizing procedure help reduce plaque and gingivitis among pet dogs and cats. Pets consume the pellets more easily thanks to tastier ingredients, thus reducing the risk of wastage. These probiotic pellets are also cheaper than other similar products in the market.

▶ Growth

• The company is focusing on selling via online channels like Shopee and Lazada, as well as through distributors who take orders from veterinary clinics, animal hospitals and pet shops. The company is currently in talks with distributors in South Korea, Hong Kong and Japan, and plans to tap other markets like Singapore, Vietnam, Laos and Myanmar.

แจ่วฮ้อน ซุปก้อน

นวัตกรรมความอร่อย ที่มาพร้อมกับความสะดวก

ห้างหุ้นส่วนจำกัด แจ่วฮ้อนยกชด

จังหวัดฉะเชิงเทรา

f : Jaewhonyoksod.thailandhotpot

กระแสการบริโภคอาหารในลักษณะหม้อร้อน (Hot Pot) หรือชาบู ได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย ซึ่งก่อนหน้านี้คนไทยแถบภาคอีสานก็มีเมนูยอดฮิตที่เรียกว่า “แจ่วฮ้อน” เป็นน้ำซุปลดไขมันที่มีรสชาติจัดจ้านด้วยส่วนผสมของสมุนไพรนานาชนิด แต่ด้วยกรรมวิธีที่ยังยาก รสชาติไม่คงที่ และต้องใช้เวลาในการทำให้สิ้นเปลืองพลังงาน กลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคหรือร้านอาหารเริ่มถอดใจ หรือไม่ค่อยนิยมทำเมนูนี้กัน

คุณธนจักร เมืองจันทร์ และคุณจิราภรณ์ สงคราม ห้างหุ้นส่วนจำกัด แจ่วฮ้อนยกชด 2 ผู้ร่วมก่อตั้งแบรนด์ “ยกชด” นำซุปลดไขมัน หรือชาบูอีสานพร้อมปรุง จึงเกิดไอเดียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกแกงแจ่วฮ้อน มีจุดขายในการเป็นสูตรลับของจังหวัดมหาสารคาม เริ่มวางจำหน่าย



ในเม็ดโครเป็นทีแรก ต่อมาได้ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์น้ำซุปลดไขมันเข้มข้น น้ำซุปลดไขมันพร้อมน้ำจิ้ม และล่าสุดคือ “แจ่วฮ้อน ซุปก้อน” มีข้อดีคือน้ำหนักเบา ราคาถูก และขนส่งสะดวก ในการผลิตจะใช้กระบวนการ Sterilization ในเวลาและอุณหภูมิที่เหมาะสม ทำให้ได้แจ่วฮ้อนซุปก้อนเกิดความหอมหวานเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากส่วนผสมที่เป็นสมุนไพรหลายชนิด แค่มผสมน้ำเปล่าสามารถทำน้ำซุปลดไขมันได้อย่างได้ในทันที

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์แจ่วฮ้อนภายใต้แบรนด์ “ยกชด” มีกลุ่มเป้าหมายทั้งแบบ B2C และ B2B โดยวางจำหน่ายทั้งในช่องทางเทรดดิชั่นนัลเทรด และโมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร และซีเจ มอร์ รวมถึงการผลิตแบบ OEM ให้กับกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร และมีเป้าหมายขยายสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

Jaew Hon Soup Cubes

Innovation that brings traditional taste and modern convenience to the table

Chaew Hon Yok Sod Part., Ltd.

Chachoengsao

Cooking meals in a simmering pot of hot soup has become a popular food trend in Thailand, with many hotpot and shabu-shabu restaurants opening across the country. The Northeast of Thailand also has its own version of hotpot called “Jaew Hon”, in which an Isaan-style heavily spiced broth is served in a simmering clay pot. This dish, however, did not take off commercially in other parts of the country because of the lack of fixed recipes and too many ingredients, not to mention the time spent on preparation.

This is where **Mr.Thanajak Muangjan and Jiraporn Songkram came in and created the “Yok Sod”** Jaew Hon soup paste. The paste, crafted from a secret recipe from Maha Sarakham province, first began being sold at Makro outlets.

Later, this curry paste was developed into a concentrated Jaew Hon soup base, which

could be converted into a dipping sauce, and finally, the product graduated into the “**Jaew Hon Soup Cube**”.

The soup cube has many advantages including being light, cheap and convenient to transport. The production and sterilization procedure has been developed to ensure the timing and temperature are just right to ensure the unique aromas of the different herbs stay intact. Now, only one cube is required to make either a soup base or marinade sauce.

Currently, Jaew Hon products are being sold under the “**Yok Sod**” brand, with the company targeting both B2C and B2B markets. The soup cubes are available in both traditional and modern trade channels like Big C, Lotus’s, Makro and CJ More supermarkets as well as produced as OEM products for restaurants. The company is also planning to enter foreign markets like China, Japan and South Korea.



▶ นวัตกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นซุปก้อน โดยการใช้กระบวนการ Sterilization ที่มีการควบคุมเวลาและอุณหภูมิที่เหมาะสม ทำให้ได้แจ่วฮ้อน ซุปก้อนที่ยังคงความหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จากส่วนผสมที่เป็นสมุนไพรหลายชนิด ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการใช้งาน ไม่ต้องเสียเวลาหรือสิ้นเปลืองพลังงานในการทำน้ำซุปลดไขมันจากกระบวนการที่ยังยากหลายขั้นตอน

▶ การเติบโต

เน้นการทำตลาดทั้งแบบ B2C และ B2B วางจำหน่ายในช่องทางเทรดดิชั่นนัลเทรด และโมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร และซีเจ เอ็กซ์เพรส รวมถึงการผลิตแบบ OEM ให้กับกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร และมีเป้าหมายขยายสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

▶ Innovation

The original Jaew Hon soup paste has innovatively been transformed into cubes under a special production and sterilization process conducted under controlled time and temperature to ensure the taste of herbs and their unique fragrance remain intact. The cubes are also easy to use, without consumers having to waste time and energy in making Jaew Hon soup from scratch.

▶ Growth

With a focus on both B2C and B2B marketing the soup cubes are available in traditional and modern trade channels such as Big C, Lotus’s, Makro and CJ More supermarkets. It is also applying OEM production for restaurants and aims to expand overseas in markets like China, Japan and South Korea.

ซอสปรุงรส “ทำ.มา.นาน” รสชาติความอร่อยจาก Maillard Reaction

บริษัท ชิวดี โปรดักส์ จำกัด

จังหวัดสมุทรปราการ

www.chiwadi.com | chiwadiproducts

จากรายงานของ The United States Renal Data System (USRDS) พบว่า ประเทศไทยเป็น 1 ใน 5 ประเทศที่มีอัตราการเกิดโรคไตสูงที่สุด ซึ่งประเทศไทยมีผู้ป่วยไตเรื้อรัง 11.6 ล้านคน ในจำนวนนี้มีมากกว่า 1 แสนคนที่ต้องล้างไต และในแต่ละปีก็มีผู้ป่วยเพิ่มขึ้นจำนวนมาก ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ผ่านกรรมวิธีการปรุงด้วยเครื่องปรุงรสที่มีปริมาณโซเดียมสูง

คุณสารภี ยวดยง กรรมการผู้จัดการ บริษัท ชิวดีโปรดักส์ จำกัด จึงเกิดไอเดียในการพัฒนาซอสปรุงรสจากมะพร้าว และทำตลาดในชื่อแบรนด์ “ทำ.มา.นาน” โดยเป็นซอสปรุงรสที่ผลิตจากน้ำหวานดอกมะพร้าว ผ่านกระบวนการสร้างปฏิกิริยาเพื่อให้เกิดรสชาติ (Flavor Reaction) ระหว่างกรดอะมิโนกับน้ำตาล ทำให้ได้น้ำหวานสีส้มสวยงามซึ่งมีสีน้ำตาลเหมือนซีอิ๊วเรียกว่า ปฏิกิริยาเมลลาร์ด (Maillard Reaction) โดยดึงความหวานออกไป แม้ว่าความหวานจะลดลงแต่กลับมีความอร่อย



Tam.ma.nan Coconut Sugar Sauce Products Deliciousness from Maillard Reaction

Chiwadi Products Co., Ltd.

Samut Prakan

The United States Renal Data System (USRDS) ranked Thailand as one of the five countries with the highest rates of kidney diseases, with 11.6 million people with chronic kidney diseases. Over 100,000 people require dialysis,



▶ นวัตกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นซอสปรุงรสจากน้ำหวานของมะพร้าว โดยการใช้กระบวนการสร้างปฏิกิริยาเพื่อให้เกิดรสชาติ (Flavor Reaction) ระหว่างกรดอะมิโนกับน้ำตาล จึงทำให้เกิดน้ำหวานสีน้ำตาลเหมือนซีอิ๊ว เรียกว่าปฏิกิริยาเมลลาร์ด (Maillard Reaction) ช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีปริมาณโซเดียมลดลงถึง 60% เมื่อเทียบกับซอสปรุงรสทั่วไป

▶ การเติบโต

เน้นการทำตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เจาะกลุ่มเป้าหมายทั้ง B2C และ B2B มีช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทาง Lazada ร้านค้าปลีก โมเดิร์นเทรด เช่น บิ๊กซี โลตัส ท็อปส์ และเดอะมอลล์ รวมถึงการรับจ้างผลิต (OEM) และขยายตลาดส่งออกต่างประเทศด้วยการออกแบรนด์สินค้า และส่งสินค้าไปทดลองทำตลาดแถบยุโรปตอนเหนือ

มากขึ้น และมีกรดอะมิโนที่มากกว่า 10 ชนิด ปริมาณโซเดียมก็ลดลงถึง 60% เมื่อเทียบกับซอสปรุงรสทั่วไป จึงเหมาะกับคนที่เป็นโรคไต โรคภูมิแพ้ และคนที่รักสุขภาพ เพราะเป็นน้ำตาลเชิงสุขภาพที่มีดัชนีน้ำตาลต่ำ ไม่มีส่วนผสมของถั่วเหลือง ไม่มีกลูเตน (แป้งสาลี) เป็นวีแกน และคีโตเจนิคส์

โดยมีแนวทางการทำตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ เจาะกลุ่มเป้าหมายทั้ง B2C และ B2B มีช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทาง Lazada ร้านค้าปลีกทั่วไป และโมเดิร์นเทรด รวมถึงการรับจ้างผลิต (OEM) และส่งออกต่างประเทศ

and the number of patients increases dramatically each year due to dietary habits such as eating processed foods with excessive seasonings and high sodium content.

Ms.Sarapee Yuadyong, Managing Director of Chiwadi Products Co., Ltd., developed the coconut sauce products and distributed them under the brand “**Tam.ma.nan**”. These sauces are made from coconut flower nectar using a flavor reaction process between amino acids and sugar, creating colorful products with a soy sauce-like brown color known as the Maillard Reaction. Despite the decrease in sweetness, the sauces became more flavorful and had over 10 amino acids. The sodium content was also reduced by 60%; therefore, they are suitable for patients with kidney diseases, allergies, or health-conscious people. The products contain healthy sugar with a low glycemic index and are free of soybeans and gluten, as well as being vegan and ketogenic.

The company uses both online and offline marketing to reach B2C and B2B customers through distribution channels such as Shopee, Lazada, retail stores, and modern-trade retailers, with OEM and export.

▶ Innovation

Seasoning sauce products that use a flavor reaction mechanism between amino acids and coconut sugar to generate a soy sauce-like brown color known as the Maillard Reaction. The sodium content has also been reduced by 60%.

▶ Growth

Using both online and offline marketing to reach B2C and B2B customers. The products are offered through Shopee, Lazada, general retail stores, modern-trade merchants such as BigC, Lotus, Tops, and The Mall, as well as OEM and export. The market expansion strategy focuses on product introductions at international trade events and distributing product samples to markets in Northern Europe.

ดิวานา ไทยเมด

ออกแบบโปรแกรมบำบัดสำหรับออฟฟิศซินโดรมแบบมีดีไซน์

บริษัท ดิวานา คลินิก จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Facebook : divanathaimed



ในแต่ละปี มักมีผลสำรวจออกมาว่า คนไทยจำนวนมากมีสัญญาณของโรคออฟฟิศซินโดรม เป็นผลมาจากพฤติกรรมการทำงานที่ใช้ชีวิตแต่ละวัน เช่น การทำงานหน้าจอกอมพิวเตอร์ หรือการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเวลานานเพื่อเล่นโซเชียลมีเดีย ฟังเพลง หรือดูหนังผ่านแอปต่างๆ ซึ่งบางคนมีปัญหาการนอนไม่หลับจากภาวะเครียดของร่างกายและจิตใจ

คุณอภิรดี หิรัญรามเดช ผู้อำนวยการ บริษัท ดิวานา คลินิก จำกัด จึงพัฒนาโปรแกรมการบำบัดในชื่อของ Divana Thai Med เป็นบริการที่เริ่มต้นที่ผสมผสานระหว่างศาสตร์แพทย์แผนไทยกับบริการทางด้าน Wellness มีการออกแบบขั้นตอนการให้บริการ เช่น การปรับสภาวะทางอารมณ์ด้วยกลิ่น เสียงเพลง และการนวด ก่อนรับการรักษาตามศาสตร์แพทย์แผนไทย โดยเฉพาะโปรแกรม นวด รักษาในกลุ่มอาการ Office Syndrome เช่น โปรแกรม Neck & Back Rehabilitation สำหรับผู้มีอาการปวดเมื่อยคอ บ่า ไหล่ และหลังส่วนล่างจากการนั่งทำงานหน้า

คอมพิวเตอร์ หรือใช้สมาร์ตโฟนเป็นเวลานาน โปรแกรม Sleep Disorder กลุ่มอาการนอนไม่หลับ โดยนักบำบัดที่เชี่ยวชาญศาสตร์แพทย์แผนไทยและใช้ธรรมชาติบำบัดด้วยน้ำมันเทอร์ปีน สารสกัดจากกัญชงที่มีฤทธิ์ช่วยผ่อนคลายบรรเทาอาการนอนไม่หลับ

กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันเป็นกลุ่มคนวัยทำงานอายุ 25 ปีขึ้นไป โดยวางแผนจะขยายการให้บริการไปตามเครือข่ายธุรกิจสปาที่มีอยู่ตามแนวรถไฟฟ้า ที่ผ่านมามีผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นประมาณ 20% ต่อเดือน อนาคตวางแผนขยายไปสู่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยการไปโมทร่วมกับทาง ททท.



Divana Thai Med

Design a therapy program for office syndrome with a design

Divana Clinic Co., Ltd.

Bangkok

Surveys show that many Thais are suffering from office syndrome due to their lifestyles, such as working at the computer for long hours or spending time on their mobile phones surfing the net, listening to music or watching movies. Plus, pressure at work as well as physical and mental stress sees many people suffering from insomnia.

Ms.Apiradee Herunramdej, director of Divana Clinic Co., Ltd., recognized these problems and came up with a plan for a medical spa - Divana Thai Med. The spa combines traditional Thai medicine and massage techniques with wellness services like aroma, music and massage therapy. Also on offer is a neck and back rehabilitation

program for those suffering from pain in the neck, shoulders and lower back from spending long hours at the computer. Therapists specializing in traditional medicine are also on hand to treat sleep disorders with the use of terpene oil extracted from hemp leaves.

The medical spa's target group is working people aged 25 and above, and it plans to expand by providing services along Bangkok's Skytrain line. Divana Thai Med has recorded a 20% rise in customers per month and plans to also attract foreign tourists by joining TAT promotions.

นวัตกรรม

ด้านบริการ ที่ผสมผสานระหว่างศาสตร์แพทย์แผนไทยกับบริการทางด้าน Wellness โดยการใช้เทคนิคการออกแบบโปรแกรมการให้บริการที่แตกต่างจากการไปโรงพยาบาล จึงทำให้เกิดรูปแบบของการบริการที่น่าสนใจ เช่น การปรับสภาวะทางอารมณ์ด้วยกลิ่น เสียงเพลง และการนวด ก่อนรับการรักษาตามศาสตร์แพทย์แผนไทย ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับการบำบัดและได้รับการรักษาไปพร้อมกัน

การเติบโต

มุ่งเน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป โดยวางแผนการให้บริการไปตามเครือข่ายธุรกิจสปาที่อยู่ตามแนวรถไฟฟ้า รวมถึงการขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยการไปโมทร่วมกับ ททท.

Innovation

A program that combines traditional Thai medicine with wellness therapy to provide treatment that helps users avoid having to go to the hospital. The treatment starts by adjusting the subject's emotional state with aroma, music and massage before their condition is treated with traditional Thai medicine. The system aims to provide emotional therapy and medical treatment at the same time.

Growth

With a target focus on working people aged 25 and above, Divana Thai Med plans to open outlets along Bangkok's Skytrain line. It also plans to woo foreign tourists by joining TAT promotions.

ตบชวา

กันกระแทกทางเลือกจากแนวคิดรักษ์โลก

บริษัท ชวาโกลบอล พลัส จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Website : www.tobchawa.com Facebook : tobchawa

ตบชวา เป็นวัสดุที่สามารถแพร่พันธุ์ได้ง่ายดายและรวดเร็วจนกลายเป็นปัญหาระดับชาติ ที่ต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการกำจัดหรือควบคุมการแพร่กระจาย จึงมีการคิดค้นการสร้างประโยชน์และมูลค่าให้กับตบชวา เช่น การนำไปทำเป็นอาหารสัตว์ และการนำไปพัฒนาเป็นเครื่องจักสานต่างๆ

คุณวศกร ทัพศาสตร์ ซีอีโอ บริษัท ชวาโกลบอล พลัส จำกัด ได้มองเห็นถึงปัญหาและมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาดของตบชวา จึงเกิดไอเดียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กันกระแทก โดยเปลี่ยนวัสดุให้กลายเป็นวัสดุกันกระแทกที่สามารถใช้งานได้จริง มีคุณสมบัติไม่แตกต่างจากเม็ดโฟมตัวหนอน เนื่องจากลำต้นตบชวา มีลักษณะเป็นปล้อง มีโครงสร้างที่สามารถกันกระแทกได้โดยมีการทำตลาดในชื่อแบรนด์ “ตบชวา” ซึ่งได้รับการตอบรับที่ค่อนข้างดี

“เราปรับกระบวนการผลิตจากการทำแบบแฮนด์เมด มาใส่เรื่องของนวัตกรรมเข้าไป เช่น การเพิ่มส่วนผสมสำคัญที่ทำให้วัสดุกันกระแทกมีความนิ่มมากขึ้น ป้องกัน



แมลงรบกวน และอบแห้งด้วยโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ที่ต้องควบคุมการผลิตตั้งแต่กำหนดขนาดของตัววัสดุ รวมถึงเรื่องของอุณหภูมิ ความชื้น และเวลาสำหรับการอบที่เหมาะสม ซึ่งเรามีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้วัสดุกันกระแทกที่มีมาตรฐานและสามารถกันกระแทกได้ดียิ่งขึ้น”

กลุ่มเป้าหมายของตบชวา คือบริษัท Fulfillment ที่ทำระบบการส่งของให้กับธุรกิจออนไลน์ และผลิตภัณฑ์ที่เน้นสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ



brand, which has garnered positive feedback. “We have shifted toward innovations by adding key ingredients that soften the material, preventing insects, and baking it in a solar factory. The production process ensures the same size of the material as well as using the appropriate temperature, humidity, and baking time. We are constantly researching and developing new inventions to achieve a standardized buffer material and enhanced shockproof qualities.”

Tob Chawa's target markets include fulfillment companies that provide delivery systems for online businesses, including domestic and international products focusing on promoting an eco-friendly image.

Tob Chawa's target markets include fulfillment companies that provide delivery systems for online businesses, including domestic and international products focusing on promoting an eco-friendly image.

นวัตกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนวัสดุให้เป็นวัสดุกันกระแทกทางเลือกที่มาจากธรรมชาติ สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติจึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการใช้กระบวนการอบด้วยโรงอบพลังงานแสงอาทิตย์ และเพิ่มส่วนผสมสำคัญที่ช่วยให้วัสดุกันกระแทกจากตบชวาความนิ่มมากขึ้น ช่วยขจัดแรงกระแทกได้ดียิ่งขึ้น

การเติบโต

เน้นทำตลาดในกลุ่มธุรกิจ Fulfillment ที่ทำระบบหลังบ้านและการส่งของให้กับธุรกิจออนไลน์ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมีแผนขยายตลาดส่งออกตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น และเยอรมัน

Innovation

On the production side, the company transforms weeds into an alternative buffer material that comes from nature, is naturally biodegradable, and therefore environmentally friendly. By using the baking process in a solar factory and adding key ingredients that make the cushioning material from the water hyacinth softer, the product provides better cushioning properties.

Growth

The company is focusing on fulfillment enterprises that supply back-end and delivery solutions for online businesses, as well as product groups who aim to portray a green image both domestically and internationally. There are also plans to increase export markets in countries such as Japan and Germany.



เทสเต็ด เบ็ตเตอร์

นวัตกรรมแป้งเสริมอาหาร ดัชนีน้ำตาลต่ำ เพื่อคนรักสุขภาพ

บริษัท เทสเต็ด เบ็ตเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.taste.co.th

📍 : Dancing With A Baker

คุณพีรดา สุภรพันธ์ และคุณศรัย สัตตวัฒน์ 2 ผู้ก่อตั้งบริษัท เทสเต็ด เบ็ตเตอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด ผู้พัฒนาและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แป้งขนมปังไร้กลูเตนไม่มีน้ำตาล ภายใต้แบรนด์ Dancing with a Baker เริ่มต้นการพัฒนานวัตกรรม “แป้งเสริมอาหารดัชนีน้ำตาลต่ำที่สุดในโลก” จากความชอบทานอาหารและขนมที่ทำจากแป้ง แต่ต้องพบกับปัญหาความอ้วนที่ตามมา จึงเริ่ม

ทำการศึกษาโครงสร้างของแป้งและเป็นที่มาของแนวคิดการทำแป้งที่มีปริมาณคาร์โบไฮเดรตและดัชนีน้ำตาลต่ำ

จุดเด่นของแป้ง Tasted Better คือนวัตกรรมแป้งเสริมอาหารดัชนีน้ำตาลต่ำ ซึ่งมีส่วนช่วยในกระบวนการชะลอการดูดซึมน้ำตาลในกระแสเลือด ด้วยกลไกที่ได้จากการวิจัยและพัฒนา ทำให้ได้แป้งที่มีไฟเบอร์สูง ซึ่งทำให้โมเลกุลของแป้งมีขนาดเล็กลง นอกจากนี้ อะไมโลสและตัวแป้งจะถูกละลายช้าลง เช่นเดียวกับกับอัตราการถ่ายโอนความร้อนที่ลดลงด้วย ทำให้ร่างกายใช้พลังงานในการเผาผลาญน้อยลง

จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถยกระดับอาหารปกติให้กลายเป็นอาหารที่มีคุณภาพสูงขึ้น ด้วยคุณสมบัติที่มากกว่าความอึด แต่ยังช่วยให้ร่างกายย่อยอาหารได้ดีขึ้น ควบคุมฮอร์โมนความหิว และสร้างระบบย่อยอาหารที่ดีในระยะยาว เหมาะกับกลุ่มลูกค้าที่มีข้อจำกัดในการรับประทานอาหาร ซึ่งในอนาคตยังคงมุ่งมั่นที่จะเสนอผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในฐานะทางออกให้กับผู้ผลิตเบเกอรี่ เพื่อช่วยให้โลกนี้มีสุขภาพที่ดีขึ้น

are producing bread, cake and many other treats made with the “World’s Lowest Glycemic Index Dietary Flour” under the “Dancing with a Baker” brand.

The highlight of the Tasted Better flour is the innovative reduction of its glycemic index, which slows down the absorption of sugar in the bloodstream. After much research, they developed a way of reducing the size of starch molecules, resulting in high-fiber flour. With these changes, the amylose in the starch is digested slowly, reducing the rate of heat transfer and helping the body use less energy to burn it.

This low-glycemic flour is a godsend for dieters, because it is filling, easier to digest, regulates hunger hormones and builds a healthy digestive system in the long run. This flour is also suitable for people with dietary restrictions. The company is planning to offer the product to bakeries and bread manufacturers in a bid to contribute to a healthier world.

▶ นวัตกรรม

• นวัตกรรมแป้งเสริมอาหารดัชนีน้ำตาลต่ำ ซึ่งมีส่วนช่วยในกระบวนการชะลอการดูดซึมน้ำตาลในกระแสเลือด ด้วยกลไกที่ได้จากการวิจัยและพัฒนาทำให้ได้แป้งที่มีไฟเบอร์สูง ซึ่งทำให้โมเลกุลของแป้งมีขนาดเล็กลง นอกจากนี้ อะไมโลสและตัวแป้งจะถูกละลายช้าลง เช่นเดียวกับกับอัตราการถ่ายโอนความร้อนที่ลดลงด้วย ทำให้ร่างกายใช้พลังงานในการเผาผลาญน้อยลง จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถยกระดับอาหารปกติให้กลายเป็นอาหารที่มีคุณภาพสูงขึ้น ด้วยคุณสมบัติที่มากกว่าความอึด แต่ยังช่วยให้ร่างกายย่อยอาหารได้ดีขึ้น ควบคุมฮอร์โมนความหิว และสร้างระบบย่อยอาหารที่ดีในระยะยาว

▶ การเติบโต

• แผนในอนาคตยังคงมุ่งมั่นที่จะเสนอผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในฐานะทางออกให้กับผู้ผลิตเบเกอรี่ เพื่อช่วยให้โลกนี้มีสุขภาพที่ดีขึ้น

▶ Innovation

• This innovatively produced flour has the lowest glycemic index ever, which slows down the absorption of sugar in the bloodstream. After extended research and development, the producers came up with a mechanism that reduces the size of the starch molecule and boosts fiber. This flour slows down the digestion of amylose in starch, making the consumer more satisfied, and also improves digestion, regulates hunger hormones and strengthens the digestive system.

▶ Growth

• The company plans to start offering this flour as a solution to bakeries, so more people can have better health.

บอร์น ไทยแลนด์ สตาร์ทอัพเพื่อชุมชน

ขับเคลื่อนสินค้าท้องถิ่น

ให้ผู้บริโภคเข้าถึงง่าย

บริษัท บอร์น โคออปเพอเรชัน (ไทยแลนด์) จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.bornrdicenter.com

📍 : Born Thailand

เกษตรกรและชาวบ้านในชุมชนที่ปลูกพืช ผัก ผลไม้แปรรูปสินค้าทางการเกษตร รวมถึงทำงานฝีมือ และหัตถกรรมตามภูมิปัญญาท้องถิ่น ล้วนมีความสามารถในการปลูกและผลิตสินค้าคุณภาพ แต่ยังคงขาดความรู้ด้านการตลาดและความชำนาญในการขายออนไลน์ ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปเข้าถึงสินค้าชุมชนได้ยาก **คุณศิริพัฒน์ มีทับทิม ประธานกรรมการ และผู้ก่อตั้ง บริษัท บอร์น โคออปเพอเรชัน (ไทยแลนด์) จำกัด** จึงก่อตั้งสตาร์ทอัพสาย AgTech นามว่า Bom Thailand เพื่อให้คำปรึกษาทำการตลาด และการบริหารหน้าร้านบนโลกออนไลน์แบบครบวงจร ตั้งแต่ช่วยสำรวจตลาด หาโอกาสการขาย

Born Thailand A Startup for Communities

Driving Local Produce to Better Reach Consumers

Born Cooperation (Thailand) Co., Ltd.

Bangkok

Farmers and villagers in communities growing vegetables and fruits, as well as those producing agricultural commodities and handicrafts based on local wisdom, are all capable of creating quality products. However, they lack marketing knowledge and internet sales competence, making it difficult for customers to reach them. **Mr.Siripat Meetubtim, CEO and Co-Founder of Born Cooperation (Thailand) Co., Ltd.**, launched “Born Thailand,” an AgTech startup offering comprehensive online consulting, marketing, and storefront management services. These services range from market research, sales opportunities, financial aid to start a business, benchmarking production standards, calculating costs, designing product logos, developing

สินค้า หาแหล่งเงินทุนตั้งต้นทำธุรกิจ สร้างมาตรฐานการผลิต คิดต้นทุนทางการเงิน ออกแบบโลโก้สินค้า พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตั้งราคาขาย ทำคอนเทนต์การสื่อสาร สร้าง Brand Story จัดโปรโมชั่น เป็นแอดมินรับออเดอร์สร้างช่องทางชำระเงินที่ครอบคลุมไปจนถึงการจัดส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค ช่วยให้เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนเจ้าของสินค้ามีรายได้เพิ่มขึ้น

ปัจจุบัน Born Thailand ให้บริการในพื้นที่ชุมชนต่างๆ กว่า 30 ชุมชน โดยเริ่มจากชุมชน GI 5 ชุมชน ต่อมาขยายไปยังคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกษตรในจังหวัดต่างๆ และเครือข่ายเกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด และตั้งเป้าผู้ติดตามแพลตฟอร์มที่เป็นลูกค้าประจำไม่ต่ำกว่า 10,000 คน และเพิ่มชุมชนที่ให้บริการอีก 70 ชุมชน เป็น 100 ชุมชน



▶ นวัตกรรม

• เป็นสตาร์ทอัพสาย AgTech ที่ให้คำปรึกษา ทำการตลาด และการบริหารหน้าร้านบนโลกออนไลน์แบบครบวงจรแก่เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนเจ้าของสินค้า เพื่อเพิ่มรายได้ และให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพ

▶ การเติบโต

• ตั้งเป้าผู้ติดตามแพลตฟอร์มที่เป็นลูกค้าประจำไม่ต่ำกว่า 10,000 คน และเพิ่มชุมชนที่ให้บริการอีก 70 ชุมชนเป็น 100 ชุมชน

▶ Innovation

• Born Thailand is an AgTech startup that provides comprehensive online marketing and storefront management to farmers and community enterprises. It helps farmers increase income and provide consumers across the country with access to quality community products.

▶ Growth

• The platform has a goal to gain at least 10,000 followers who are regular customers and growing the number of communities served from 70 to 100.

ออเทล่า

ยกระดับสารสกัดบัวบก เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน

บริษัท บัวบก สมุนไพรไทย จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.ortelra.com 📘 : Ortelra

คุณสุจิราภรณ์ สายงาม บริษัท บัวบก สมุนไพรไทย จำกัด เห็นปัญหาของการทำการเกษตรในสมัยก่อนที่มีการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก จากพื้นฐานครอบครัวที่ทำอาชีพเกษตรกร จึงรวมกลุ่มกับเกษตรกรในพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ แต่ก็พบปัญหาการลดราคาจากพ่อค้าคนกลาง จึงหาวิธีการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยแนวคิดการขับเคลื่อนธุรกิจด้วย BCG Model สร้างการกระจายรายได้สู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ORTELRA ได้พัฒนาสารสกัดบัวบกที่มีสารออกฤทธิ์ที่พอเหมาะสำหรับการนำไปใช้เป็นส่วนผสมของเครื่องสำอาง ในรูปแบบเจลแต้มสิวและเซรั่มมีจุดเด่นคือกระบวนการผลิตตั้งแต่การปลูก ระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่ได้มาตรฐาน ตลอดจนกระบวนการสกัดสารบัวบก (Centella Asiatica Extract) ที่ได้สารสำคัญสูง และได้ย้อมสีคุณภาพ ทดแทนการนำเข้าสารสกัดจากต่างประเทศได้

ORTELRA

Herbal anti-acne gel enhances the value of local herb centella asiatica

Buabok Thai Herb Co., Ltd.

Bangkok

With a farming background, Ms.Sujiraporn Saingam knew what problems are caused by using chemicals in cultivation. So, she formed a group to start organic farming, but encountered the problem of price pressure from middlemen. To overcome this problem, she began looking for ways to add value to agricultural products and began researching ways of achieving sustainable development. Her aim was to apply the bio-circular-green (BCG) economic model and boost income for communities.

Shifting completely out of the agriculture for the food industry, she began focusing on the



ความเด่นเฉพาะของสารออกฤทธิ์จากบัวบกของ ORTELRA ได้แก่ คุณสมบัติ Anti-microbial ทำให้สิวยุบได้เร็วภายในข้ามคืน คุณสมบัติ Anti-oxidant ทำให้ลดรอยต่างดำนบนใบหน้า ปลอดภัยสูงไม่มีสารพิษตกค้างระคายเคืองน้อย และไม่ใช้สารกันเสียที่เสี่ยงต่อการแพ้ และคุณสมบัติ Anti-inflammatory ทำให้ลดอาการบวมแดง ไม่ต้องล้างออก และไม่แสบคัน ทั้งหมดนี้เป็นการสร้างคุณค่าร่วมกับเกษตรกร เสมือนเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อเพิ่มคุณค่าสมุนไพรไทย สู่ความยั่งยืน



herb centella asiatica, or the Asiatic pennywort, to create the ORTELRA anti-acne gel. The highlight is the highly-controlled production process of this gel, starting from a standardized planting and harvesting to the extraction process. This procedure cuts down the cost of importing extracts from overseas.

The unique feature of the ORTELRA acne gel is that its active centella asiatica extract helps acne and pimples disappear overnight. Its anti-oxidant properties also help reduce dark spots on the face and is very safe, leaving no toxic residue. The gel is anti-allergenic as it carries no preservatives, while its anti-inflammatory properties reduce swelling, redness and can be kept on the skin without rinsing.

The production of the acne gel boosts income for farmers, as they work as a cooperative, and also enhances the value of Thai herbs sustainably.

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าจากสารสกัดบัวบกด้วยเทคโนโลยีการสกัดที่ควบคุมคุณภาพตั้งแต่กระบวนการปลูก การสกัด และการผลิต ที่ช่วยให้ได้สารสำคัญสูงและได้ อย่างมีคุณภาพ ทดแทนการนำเข้าสารสกัดจากต่างประเทศได้

▶ การเติบโต

• แผนการเติบโต คือการสร้างการรับรู้และเพิ่มช่องทางขายสินค้าให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้ครอบคลุมที่สุด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากพืชที่ปลูกโดยเกษตรกรไทย เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน

▶ Innovation

• A facial skincare product packed with the goodness of centella asiatica or Asiatic pennywort. The production of this anti-acne gel is controlled from the planting process to extraction and production. The high-quality controlled extraction process replaces the need to import centella asiatica extracts from other countries.

▶ Growth

• The growth plan is to boost awareness and expand sales channels for the existing products, as well as develop new products using locally grown herbs to encourage sustainable growth among farmers.

วินเซนต์

ผลิตภัณฑ์เวชสำอางบำรุงผิวหน้า ด้วย “นวัตกรรมโพรไบโอติก”

บริษัท พาริช สกิน จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.vincent-s-th.com

📘 : Vincentsofficialth

📷 : Vincentsofficial

🗨️ : @Vincentsofficial

คุณฐานะณัฏฐ์ พิพัฒน์รุ่งเจริญ บริษัท พาริช สกิน จำกัด เจ้าของแบรนด์ Vincent's เริ่มต้นจากความรู้สึกชอบในการดูแลผิวหน้าและปัญหาสิวที่เกิดขึ้นกับตัวเอง และเมื่อทำการรวบรวมปัญหาผิวของคนไทยก็พบว่าหนึ่งในปัญหาอันดับต้น ๆ ก็คือเรื่องของสิวนั้นเหมือนกัน จึงได้เริ่มทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์เวชสำอางบำรุงผิวหน้าด้วย “นวัตกรรมโพรไบโอติก” ที่พัฒนาจากผลงานการวิจัยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ทำการวิจัยเป็นระยะเวลา กว่า 10 ปี จนได้จุลินทรีย์สายพันธุ์ไทยแท้ทำให้สามารถเข้ากับพันธุกรรมของคนไทยได้ 100%

VINCENT'S

Facial Cosmeceutical Products, Highlighting “Probiotic Innovation”

Parich Skin Co., Ltd.

Bangkok

Mr.Thananat Pipatrungharoen, VINCENT's brand owner founded the business because he enjoyed facial care. Acne was found to be one of the most common skin problems among Thai people, based on his acne problems and other skin concerns. As a result, the “Probiotic Innovation” was developed from the research work by Prince of Songkhla University, which was a study of more than 10 years, employing the microbial strain a pure Thai strain, making it 100% compatible with the genetics of Thai people.

Probiotic extract provides medical properties that can prevent or eliminate the pathogens that cause acne blockages, red bumps, purulent pimples, cysts, hardened acne, and hormonal



สารสกัด Probiotic มีคุณสมบัติทางการแพทย์ที่สามารถในการยับยั้งหรือทำลายเชื้อก่อโรคบนผิวหน้า หรือ P.Acne และ Staph. Aureus ที่ทำให้เกิดสิวลุดตัน สิวชนิดตุ่มหนองแดง สิวหัวหนอง ซีสต์ สิวอักเสบหัวแข็ง สิวฮอร์โมน และมีคุณสมบัติด้านการอักเสบทั้งยังช่วยปรับสมดุลผิวเสริมสร้างเกราะป้องกันผิว Skin Barrier

Vincent's จึงเป็นเวชสำอางมีคุณสมบัติช่วยลดปัญหาสิวลู อีกทั้งยังช่วยกระชับรูขุมขนลดรอยด่างดำรอยแดง ปรับผิวให้เรียบเนียน ลดความมัน เหมาะกับทุกสภาพผิว โดยเฉพาะผิวเป็นสิวง่าย ปราศจากสารระคายเคืองและไม่ก่อให้เกิดสิว สำหรับแผนในอนาคตเพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและลูกค้าจดจำได้จะมีการเพิ่มช่องทางการขายและทำการตลาดมากขึ้น รวมถึงเพิ่มช่องทางการส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ อาทิ CLMV เป็นต้น



acne, such as P. Acnes and Staph. Aureus. It also has anti-inflammatory qualities, helps to balance the skin and strengthens the skin barrier.

Therefore, VINCENT's cosmeceutical products come with properties that help minimize acne problems, tighten pores, reduce dark circles and blemishes, smooth the skin, reduce greasiness, and are suited for all skin types, especially acne-prone skin. The products are free of irritants and do not trigger acne. In the future, the company plans to make the brand more recognizable to customers, expand sales and marketing channels, as well as create export channels for overseas sales, particularly in CLMV countries.

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์เวชสำอางบำรุงผิวหน้า ด้วย “นวัตกรรมโพรไบโอติก” ที่พัฒนาจากผลงานการวิจัยของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ทำการวิจัยเป็นระยะเวลากว่า 10 ปี จนได้จุลินทรีย์สายพันธุ์ไทยแท้ที่มีคุณสมบัติทางการแพทย์ที่สามารถยับยั้งหรือทำลายเชื้อก่อโรคบนผิวหน้า หรือ P.Acne และ Staph. Aureus และมีคุณสมบัติด้านการอักเสบทั้งยังช่วยปรับสมดุลผิว เสริมสร้างเกราะป้องกันผิว Skin Barrier จึงเป็นเวชสำอางสามารถเข้ากับพันธุกรรมของคนไทยได้ 100%

▶ การเติบโต

• เพื่อให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและลูกค้าจดจำได้จะมีการเพิ่มช่องทางการขายและทำการตลาดมากขึ้น รวมถึงเพิ่มช่องทางการส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ อาทิ CLMV เป็นต้น

▶ Innovation

• VINCENT's cosmeceutical products highlight “Probiotic Innovation,” which was developed from the research work by Prince of Songkhla University, a study of more than 10 years that employed the microbial strain “Lactobacillus Rhamnosus SD11,” a pure Thai strain, making it 100% compatible with the genetics of Thai people.

▶ Growth

• To make the brand become more recognizable, the company will expand sales and marketing channels, as well as create export channels for overseas sales, such as in CLMV countries.

โพชั่นเนียร์

เซอร์วิสอินโนเวชั่น เพื่อมีอาหารสุดพิเศษ

บริษัท โพชั่นเนียร์ (ประเทศไทย) จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.potioneer.com

📍 : PotioneerTH 📱 : potioneerth

คุณพิตตินันต์ สันติวารคาม ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โพชั่นเนียร์ (ประเทศไทย) จำกัด มองเห็นโอกาสของการเริ่มต้นทำ Potioneer จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความต้องการทานอาหารมือพิเศษ บวกกับความระมัดระวังตัวเองมากขึ้นในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงสร้างนวัตกรรมสำหรับ Private Dining ที่เชื่อมโยงระหว่างเชฟ คนที่ต้องการทานอาหาร เจ้าของสถานที่ ให้มีโอกาสมาเจอกันพร้อมสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารด้วยระบบการจองมืออาหารส่วนตัวที่สามารถเลือกเชฟพร้อมคอร์สเมนูอาหาร



ซึ่งรังสรรค์ขึ้นเป็นพิเศษจากเอกลักษณ์ของเชฟแต่ละคน การจองผ่านแพลตฟอร์ม Potioneer จึงเป็น Service Innovation ที่ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเข้าถึงเชฟต่างๆ ในประเทศ ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้เชฟได้เข้าถึงคนได้มากขึ้น รวมไปถึงเจ้าของสถานที่ที่ง่ายและสะดวกรวดเร็ว แล้วยังสามารถเลือกสถานที่รับประทานอาหารได้ด้วย ภายในปีนี้ ตั้งใจว่าจะขยายไปให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ในทุกพื้นที่ที่มีเชฟที่มีคุณภาพได้ มีพื้นที่ในการนำเสนอตัวของตัวเอง พร้อมขยายไปในต่างประเทศที่มีพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมการทานอาหารมือพิเศษอย่างในสิงคโปร์ และเมลเบิร์น ภายใน 5 ปี ตั้งเป้าจะมีเชฟทั่วเอเชียรวมในระบบมากกว่า 20,000 คน



The platform seeks to expand and cover the entire country of Thailand this year. Wherever there are outstanding chefs, there is a place for them to show off their talents. Potioneer expects to grow to other countries with unique dining behaviors or eating cultures, such as Singapore and Melbourne, and to have more than 20,000 participating chefs across Asia in the system within 5 years.

▶ นวัตกรรม

แพลตฟอร์ม Potioneer เป็น Service Innovation ระบบการจองมืออาหาร Private Dining ที่ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเข้าถึงเชฟที่มีฝีมือและมีชื่อเสียงได้ง่ายขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้เชฟได้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นเช่นเดียวกัน รวมไปถึงเจ้าของสถานที่ที่ต้องการนำพื้นที่มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

▶ การเติบโต

ภายในปีนี้ตั้งใจว่าจะขยายไปให้ครอบคลุมทั่วประเทศในทุกพื้นที่ที่มีเชฟที่มีคุณภาพได้มีพื้นที่ในการนำเสนอตัวของตัวเอง พร้อมขยายไปในต่างประเทศที่มีพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมการทานอาหารมือพิเศษอย่างในสิงคโปร์ และเมลเบิร์น ภายใน 5 ปี ตั้งเป้าจะมีเชฟทั่วเอเชียรวมในระบบมากกว่า 20,000 คน

▶ Innovation

The Potioneer platform is a service innovation providing a reservation system for private dining allowing clients to easily connect with professional and renowned chefs. Simultaneously, it makes chefs more accessible to clients while venue owners can make the most of their available spaces.

▶ Growth

This year, the platform will expand to cover all areas of Thailand so that outstanding chefs can have a place to show off their talents. The platform expects to grow to other countries with unique dining behaviors or eating cultures, such as Singapore and Melbourne, and to have more than 20,000 participating chefs across Asia in the system within 5 years.

เคอร์มาซี

เพิ่มคุณค่าสมุนไพรไทย ด้วยเทคโนโลยีเฉพาะ

บริษัท ฟอร์ มายด์ส จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.4minds.co.th 📍 : 4minds

คุณศุภชัย กิมชิวานิช บริษัท ฟอร์ มายด์ส จำกัด มองเห็นปัญหาสุขภาพของคนในปัจจุบันที่สุขภาพแย่งลงจากสภาพแวดล้อมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่นำไปสู่หนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้เกิด “โรคไม่ติดต่อ” โดยเฉพาะโรค มะเร็ง จึงมองหาสมุนไพรที่ช่วยส่งเสริมให้คนได้มีสุขภาพที่ดีขึ้นในสภาพแวดล้อมปัจจุบันได้ จึงเริ่มค้นหาและศึกษาสมุนไพรกว่า 300 ชนิด ด้วยประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นโรงงาน Supply สมุนไพรให้กับแบรนด์สินค้าสมุนไพร Top 5 ของประเทศมานานกว่า 50 ปี จึงตัดสินใจพัฒนา “ขมิ้นชัน” เพราะเป็นสมุนไพร 1 ใน 5 ที่ทั่วโลกรู้จักและให้การยอมรับ โดยปัจจุบันขมิ้นที่เราเห็นตามท้องตลาด มีเพียงรูปแบบผงสำหรับประกอบอาหาร และรูปแบบบรรจุแคปซูลเพื่อแก้อาการท้องอืดท้องเฟ้อ

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสารสกัดเคอร์คิวมินอยด์จากขมิ้นชันผง ด้วยนวัตกรรมการผลิตจากเทคโนโลยี

CURMA C

Enhancing the Value of Thai Herbs Using a Unique Technology

Four Minds Co., Ltd.

Bangkok

According to Mr.Supachai Kimchuanit, the environment and lifestyle choices contributing to one of the main causes of “Non-communicable diseases” particularly cancer, are affecting people’s health. His company, which has more than 50 years of business expertise, serves as a supply factory for the top five herbal brands in the country. Therefore, he made the decision to develop a “Turmeric-derived product,” as it is one of the five herbs that are widely known and well accepted for their medicinal properties. Today, the only forms of turmeric we can get on the market are capsules for stomach flatulence relief and powder to incorporate into cooking.

With a specific patent, the nutritional



สารสกัดแบบพิเศษในการปรับปรุงโครงสร้างตามสิทธิบัตรเฉพาะนี้ ที่ช่วยคงคุณค่าของสารสำคัญ ทำให้คุณสมบัติของเคอร์คิวมินอยด์คงเดิมและสามารถละลายในน้ำได้ดี และทำให้ดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้ดีขึ้นมากถึง 72.39% อีกทั้งยังลดปัญหาเรื่องของกลิ่นที่รุนแรงในขมิ้นชันผงทั่วไป ทำให้สามารถรับประทานได้ง่าย สามารถชงเองได้ง่ายเพียงละลายในน้ำร้อนหรือเย็น

แผนในอนาคตยังคงเป็นการคิดค้นและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่าง พร้อมกับมีผลิตภัณฑ์หลักที่มาจากขมิ้นชันซึ่งบริษัทมีการดูแลร่วมมือกับภาคเกษตรกรตั้งแต่แปลงปลูก การแปรรูป ทำให้ได้สมุนไพรที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด



supplement containing curcuminoid extract from turmeric powder is produced using a special extraction technology to enhance the structure and preserve the value of essential substances. The properties of curcuminoid remain the same, and the product is able to dissolve well in water and be absorbed into the body by up to 72.39%. You can simply make a cup of tea with it in hot or cold water.

As part of its future, the company is still working to innovate and develop new, distinctive supplements in addition to those derived from turmeric, for which it has been working with farmers since the planting and processing of the herbs to provide the highest quality products.

▶ นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมด้วยสารสกัดจากขมิ้นด้วยเทคโนโลยีการสกัดแบบพิเศษในการปรับปรุงโครงสร้างที่ช่วยคงคุณค่าของสารสำคัญ ทำให้คุณสมบัติของเคอร์คิวมินอยด์คงเดิมและสามารถละลายในน้ำได้ดี และทำให้ดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้ดีขึ้นมากถึง 72.39% อีกทั้งยังลดปัญหาเรื่องของกลิ่นที่รุนแรงในขมิ้นชันผงทั่วไปทำให้สามารถรับประทานได้ง่าย สามารถชงเองได้ง่ายเพียงละลายในน้ำร้อนหรือเย็น

▶ การเติบโต

แผนในอนาคตยังคงเป็นการคิดค้นและพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างพร้อมกับมีผลิตภัณฑ์หลักที่มาจากขมิ้นชันซึ่งบริษัทมีการดูแลร่วมมือกับภาคเกษตรกรตั้งแต่แปลงปลูก การแปรรูป ทำให้ได้สมุนไพรที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด

▶ Innovation

By preserving the qualities of curcuminoid, helping in its dissolution in water, and enabling it to be absorbed into the body well by up to 72.39%, the turmeric extract supplement with special extraction technology improves the structure that helps retain the value of significant substances. Just prepare a cup of tea with it in either hot or cold water.

▶ Growth

Future plans include continuing to innovate and develop new products that are different while retaining the turmeric-derived supplement as the main product, for which the company has been working with farmers since the planting and processing of the herbs to provide the highest quality products.

มาดามอร์

ยกระดับไส้กรอกอีสานสตรีทฟู้ด

บริษัท มาดามอร์ ฟู้ด แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

จังหวัดนครปฐม

f : madameorn

@ : madame.orn



คุณกัลยรัตน์ ดวงรัตน์เลิศ บริษัท มาดามอร์ ฟู้ด แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ผู้ก่อตั้งแบรนด์มาดามอร์ ต้องการยกระดับไส้กรอกอีสาน ซึ่งเป็นธุรกิจของครอบครัวให้มีมูลค่ามากขึ้น โดยนำ Pain Point ของผู้บริโภคมาเป็นโจทย์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะไส้กรอกอีสานที่วางจำหน่ายทั่วไป ส่วนมากจะมีมันหมูค่อนข้างเยอะทำให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลในเรื่องของน้ำหนักที่อาจตามมา รวมถึงเรื่องความสะดวก จากภาพจำของอาหาร Street Food อีกทั้งหลายคนยังกังวลเรื่องกลิ่นที่ค่อนข้างแรงจนไม่มั่นใจเมื่อต้องซื้อแล้วเดินทางด้วยรถขนส่งสาธารณะ จึงเป็นที่มาของการปรับปรุงสูตรและกระบวนการผลิตจนได้ไส้กรอกอีสานเพื่อสุขภาพแบรนด์มาดามอร์

ที่ไขมันต่ำกว่าสูตรทั่วไป 48% แคลอรีต่ำกว่าสูตรทั่วไป 55% และไม่มีสารเจือปน นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาในส่วนของบรรจุภัณฑ์ ที่ไม่เพียงแต่มีความทันสมัยสวยงามแต่ยังสามารถเก็บได้นาน 1 ปี โดยไม่ต้องแช่ตู้เย็น ทำให้ง่ายต่อการเก็บรักษา ลดต้นทุนการขนส่ง และเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูสตรีทฟู้ดไทยอีกด้วย

ปัจจุบัน ไส้กรอกอีสานมาดามอร์มีทั้งหมด 4 สูตร คือสูตรไขมันต่ำหมู (แบบเปรี้ยว), สูตรไขมันต่ำหมู (แบบไม่เปรี้ยว), สูตรคีโตอกไก่ (แบบเปรี้ยว), สูตรคีโตอกไก่ (แบบไม่เปรี้ยว) ซึ่งในอนาคตมีแผนจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์กับเทรนด์สุขภาพของคนไทยและทั่วโลก

life of up to one year without refrigeration, which makes them easier to store, lowers the cost of transportation, and adds value to Thai street food. The packaging has also been devised to radiate modernity and attractiveness.

Madameorn's Isaan sausages are currently available in four different recipes: low-fat pork (sour taste), low-fat pork (non-sour taste), chicken breast keto (sour taste), and chicken breast keto (non-sour taste). There are plans to create new products in the future that adhere to global and Thai consumer health trends.



▶ นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์ไส้กรอกอีสานมาดามอร์ โดยพัฒนาสูตรและปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตจากสูตรของครอบครัวจึงทำให้เกิดทำให้สามารถยืดอายุผลิตภัณฑ์ให้เก็บได้นาน 1 ปี โดยไม่ใส่สารเจือปนอาหารและไม่ต้องแช่เย็น ทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับไส้กรอกอีสานจากเมนูสตรีทฟู้ด ให้กลายเป็นเมนูเพื่อสุขภาพอีกด้วย

▶ การเติบโต

ในอนาคตแบรนด์มาดามอร์ จะยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้เป็นผู้นำทางธุรกิจอาหารแปรรูปของไทยที่ปลอดภัยและทานสะดวกเพื่อเป็นอาหารที่ذيของคนทั่วโลก 20,000 คน

▶ Innovation

It is possible to increase the shelf life of the product by one year without the use of additives or refrigeration by creating new recipes and modifying the manufacturing process from the family recipes. Furthermore, the company adds value to Isaan sausages by transforming them from street food into a healthy menu.

▶ Growth

In the future, Madameorn will continue developing new products and establish itself as a market leader in the production of processed Thai food that is both nutritious and convenient to eat for people around the world.

มายวาวา

แพลตฟอร์มเพื่อ B2B ยุคดิจิทัล

บริษัท วาวา เซอร์วิส แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.mywawa.me

f : Mywawa.me

เมื่อธุรกิจโรงพิมพ์ของครอบครัวต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอุตสาหกรรม ความท้าทายในการเดินทางของธุรกิจพร้อมกับยุคสมัยใหม่จึงเริ่มขึ้น การซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ หรืออีคอมเมิร์ซ เป็นช่องทางที่ทุกคนเริ่มคุ้นชิน ไม่ว่าจะในรูปแบบ B2C หรือ C2C แต่ทว่าแพลตฟอร์มเหล่านั้นไม่ได้ถูกออกแบบให้เข้ากับการซื้อขายสินค้าปริมาณมากแบบ B2B ที่มีระบบการสั่งซื้อที่มีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากกว่า

คุณกร เสียรนุกูล บริษัท วาวา เซอร์วิส แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง กรุ๊ป จำกัด ผู้ก่อตั้ง MyWaWa จึงพัฒนาแพลตฟอร์มให้เป็น e-Marketplace สำหรับ B2B เพื่อตอบสนองกับยุค Digital Transformation โดยการเป็น Platform ที่เชื่อมระหว่างผู้ซื้อผู้ผลิตและผู้ค้าส่งให้สามารถปิดดีลธุรกิจได้แบบ End to End ด้วยระบบที่ออกแบบมาโดยเฉพาะตั้งแต่ Marketplace, Financial Service ไปจนถึง Logistic ด้วยเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น AI, Machine Learning และ Big Data ทำให้การ

MyWaWa

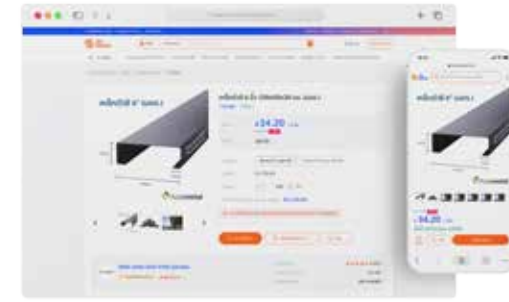
A Platform for B2B in the Digital Age

Wawa Service and Marketing Group Co., Ltd.

Bangkok

The challenges of business development in the modern era started when the family's printing business had to deal with significant shifts in the industry. E-commerce, often known as online trading, is a channel that everyone is becoming accustomed to. Such platforms, whether B2C or C2C, are not made to meet B2B high-volume trading with an ordering system that uses more sophisticated processes.

The platform was created by Mr.Korn Thiennukul, the founder of MyWaWa, as an e-marketplace for B2B in response to the digital transformation era. It connects buyers, manufacturers, and wholesalers so that they can close business deals in an end-to-end manner



ทำธุรกิจมีประสิทธิภาพและง่ายมากขึ้น โดยรวบรวมซัพพลายเออร์ที่ประกอบไปด้วย ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้นำเข้าที่อยู่ในหลากหลาย เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมด้านการศึกษา อาหารและเครื่องดื่ม การพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ หรือเคมี เป็นต้น

เป้าหมายของธุรกิจ คือการนำ Technology เข้ามาช่วยธุรกิจในการ Transform การทำธุรกิจจากรูปแบบ Offline สู่ Online ให้ผู้ประกอบการไม่ว่าจะรายใหญ่หรือรายเล็กสามารถขยายธุรกิจได้อย่างไร้ขอบเขต



using a system that is specifically created for the marketplace, financial services, and logistics. By bringing together suppliers that include manufacturers, wholesalers, and importers in a wide range of industries such as education, food and beverage, printing and packaging, chemistry, and so forth, conducting business is made more efficient and straightforward, thanks to technologies like AI, machine learning, and big data.

The company's mission is to employ technology to assist businesses in making the transition from offline to online, enabling business owners of all sizes to grow their enterprises without boundaries.

▶ นวัตกรรม

แพลตฟอร์ม e-Marketplace สำหรับ B2B โดยมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเชื่อมระหว่างผู้ซื้อ ผู้ผลิตและผู้ค้าส่ง ให้สามารถปิดดีลธุรกิจได้แบบ End to End ด้วยระบบที่ออกแบบมาโดยเฉพาะ ตั้งแต่ Marketplace, Financial Service ไปจนถึง Logistic ด้วยเทคโนโลยีอย่าง AI, Machine Learning และ Big Data จึงทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและง่ายมากขึ้น

▶ การเติบโต

การนำ Technology เข้ามาช่วยธุรกิจในการ Transform การทำธุรกิจจากรูปแบบ Offline สู่ Online ให้ผู้ประกอบการไม่ว่าจะรายใหญ่หรือรายเล็กสามารถขยายธุรกิจได้อย่างไร้ขอบเขต

▶ Innovation

As an e-marketplace for B2B, MyWaWa employs technologies to connect manufacturers and wholesalers so that they can close business deals in an end-to-end manner using a system that is specifically created for the marketplace, financial services, and logistics. Conducting business is made more efficient and straightforward, thanks to technologies like AI, machine learning, and big data.

▶ Growth

The mission is to employ technology to assist businesses in making the transition from offline to online, enabling business owners of all sizes to grow their enterprises without boundaries.

5 เชฟ

แพลตฟอร์มเพิ่มโอกาสทางธุรกิจฟู้ด ทรัค

บริษัท 5 เชฟ (ประเทศไทย) จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.wechefthailand.com

📘 : wechefthailand



คุณวินิจ ลิ้มเจริญ บริษัท วี เชฟ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ก่อตั้ง We Chef มองเห็น Pain Point ของธุรกิจรถขายอาหารเคลื่อนที่ในประเทศไทย ที่ไม่สามารถเติบโตได้เหมือนกับต่างประเทศ ทั้งในด้านเจ้าของรถที่ไม่สามารถเข้าถึงจุดจอด หรือทำเลดีๆ ได้ด้วยตัวเอง ทำให้การดำเนินธุรกิจต้องขึ้นอยู่กับงานอีเวนท์ หรือออร์แกนไนซ์จัดงานต่างๆ และด้านของเจ้าของพื้นที่ที่ต้องการดึงกลุ่มค่าให้เข้าใช้บริการมากที่สุดและนานที่สุด

จึงก่อตั้ง We Chef Thailand แพลตฟอร์มที่จะทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมกลุ่มคนเหล่านี้ โดยช่วยแก้ปัญหาเรื่องจุดจอดค่าเช่าที่แพงให้กับ Food Truck ในรูปแบบนวัตกรรมดิจิทัล ที่เข้ามาช่วยผู้ประกอบการในการบริหารจัดการเรื่องวัน เวลา และสถานที่ โดยร่วมกับ

พาร์ทเนอร์หลากหลายรูปแบบ รวมถึงช่วยเพิ่มมูลค่าแก่เจ้าของสถานที่ให้สามารถใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น บิมน้ำมัน พื้นที่สาธารณะในชุมชน หรือพื้นที่ส่วนกลางของหมู่บ้านและคอนโด เป็นต้น

โดยมีเป้าหมายใหญ่ คือการสร้างระบบนิเวศที่ดีให้กับกลุ่มผู้ประกอบการรถขายอาหารเคลื่อนที่ในไทย ให้สามารถอยู่ได้โดยไม่ต้องขึ้นอยู่กับงานอีเวนท์ เป็นการแก้ปัญหาละเอียดที่ผู้ประกอบการรถขายอาหารต้องเจอ โดยยังคงจุดเด่นของความเป็นฟู้ดทรัคให้คงอยู่



We Chef

A Platform to Increase Business Opportunities for Food Truck Operators.

We Chef (Thailand) Co., Ltd.

Bangkok

We Chef's founder, **Mr. Vinit Limcharoen**, was aware of the difficulty in expanding the mobile food truck business in Thailand compared to other countries. The problems occur to both food truck owners, who lack access to parking spaces or prime sites and must rely on events or organizers to run their businesses, and landlords, who seek to entice the largest and longest-term space rental groups.

We Chef Thailand was created as a platform to bridge gaps between these groups of people by providing a digital innovation that can assist business owners in managing their days, times, and locations for operating food trucks. The

platform helps deal with the issues of food truck parking spaces and excessive rent. Being able to utilize the space effectively at places like gas stations, public gathering spots in the neighborhood, or the common areas of condominium buildings and housing developments boosts the value for property owners.

The major goal is to create an ecosystem for mobile food truck owners in Thailand so they may operate independently of events. While keeping the best aspects of the food truck business, the platform finds a solution to the issues that food truck operators are facing today.

▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มที่จะทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมกลุ่มคนเหล่านี้โดยช่วยแก้ปัญหาเรื่องจุดจอดค่าเช่าที่แพงให้กับ Food Truck ในรูปแบบนวัตกรรมดิจิทัลที่เข้ามาช่วยผู้ประกอบการในการบริหารจัดการเรื่องวันเวลาและสถานที่ โดยร่วมกับพาร์ทเนอร์หลากหลายรูปแบบ รวมถึงช่วยเพิ่มมูลค่าแก่เจ้าของสถานที่ให้สามารถใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

▶ การเติบโต

• มีเป้าหมายใหญ่คือการสร้างระบบนิเวศที่ดีให้กับกลุ่มผู้ประกอบการรถขายอาหารเคลื่อนที่ในไทยให้สามารถอยู่ได้โดยไม่ต้องขึ้นอยู่กับงานอีเวนท์ หรือออร์แกนไนซ์จัดงานต่างๆ เป็นการแก้ปัญหาละเอียดที่ผู้ประกอบการรถขายอาหารต้องเจอ โดยยังคงจุดเด่นของความเป็นฟู้ดทรัคให้คงอยู่

▶ Innovation

• Created as a platform to bridge gaps between food truck operators and landlords, WeChef provides a digital innovation to assist business owners in managing their days, times, and locations for operating food trucks. The platform collaborates with a variety of partners and boosts the value for property owners.

▶ Growth

• The major goal is to create an ecosystem for mobile food truck owners in Thailand so they may operate independently of events. While keeping the best aspects of the food truck business, the platform finds a solution to the issues that food truck operators are facing today.

เจลโล บูม

เจลลีนวัตกรรมใหม่สร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง

บริษัท วีที สวีท แอนด์ ฟู้ด อินโนเทค จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.jelloboom.com

📘 : jelloboom 📍 : @jelloboom

คุณสรินทร์ รุจจานนธ และ คุณสันตอวี วรรณล้วน บริษัท วีที สวีท แอนด์ ฟู้ด อินโนเทค จำกัด 2 ผู้ก่อตั้งแบรนด์ Jello BOOM ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มอบประสบการณ์การกินเจลลี่ที่แตกต่างจากเดิม เพราะเนื้อสัมผัสที่เราเจอต่างก็เหมือนกัน คือความหนึบ และความนุ่ม จึงเกิดเป็นไอเดียพัฒนาผลิตภัณฑ์วุ้นสอดไส้หยดน้ำผลไม้ “วุ้นระเบิด” ก่อนที่จะปรับปรุงและพัฒนาเป็นสูตรใหม่ ภายใต้ชื่อแบรนด์ “เจลโลบูม” รูปแบบของเจลลี่และรสชาติที่มีลักษณะเฉพาะตัว สร้างความประทับใจว่าทำมาจากผลไม้แท้ มีรสชาติอร่อย กินแล้วไม่รู้สึกฝืดจุดเด่นของเจลโล บูม คือเมื่อกัดแล้วจะมีไล่น้ำและเนื้อผลไม้แท้ 100% แตกออกมา ส่วนผสมหลักของเจลลี่

Jello BOOM

Innovative Jelly Products With a Different Jelly-Eating Experience

VT Sweet and Food Innotech Co., Ltd.

Bangkok

Because all jelly on the market has the same texture: chewy and soft, the co-founders of the Jello BOOM brand, **Ms. Rosarin Rujananonand** and **Ms. Sanarwee Kanluan**, sought to develop a new product that delivers a unique jelly-eating experience. Chewable agar combined with fruit juice was the original idea for the product. It was given the nickname “**Woon-Ra-Berd**” (Bursting Jelly), which was later refined into the current recipe under the “**Jello BOOM**” brand. The jelly's structure and distinct flavor give the impression that the product is made from real fruit. Therefore, it is delicious and guilt-free to enjoy.

The best part of Jello BOOM is how the jelly bursts with 100% genuine fruit flavors when



คุณผิงบุก ซึ่งช่วยให้ชิมท้องได้นาน และสาหร่ายสีแดงที่ใช้เทคนิค Molecular Gastronomy สร้างรูปทรงและเนื้อสัมผัสที่มีความโดดเด่นและแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันสินค้าเจลโลบูมมีทั้งหมด 8 รสชาติ คือ สตรอเบอร์รี่ กีวี สับปะรด องุ่น ลิ้นจี่ บ๊วย แอปเปิ้ลเขียว และมิทซ์เบอร์รี่ เป็นเจลลี่บุกแคลอรีต่ำ โดย 1 ชิ้น ให้พลังงานเพียง 15 กิโลแคลอรีเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีส่วนผสมของเจลาตินที่ผลิตจากไขกระดูกสัตว์และไม่ใส่สารกันบูด ในอนาคตตั้งใจให้ Jello Boom เป็นสินค้าที่คนไทยนิยมและเป็นสินค้าของฝากที่ต่างชาติต้องซื้อกลับไป รวมถึงขยายธุรกิจไปในระดับโลกอีกด้วย



you bite into it. Red algae, which uses molecular gastronomy techniques to give the product a distinctive shape and texture, and konjac powder, which helps keep the stomach full for a long time, are the key ingredients of the jelly.

The product currently has eight flavors: strawberry, kiwi, pineapple, grape, lychee, plum, green apple, and mixed berries. This low-calorie konjac jelly (15 kcal/piece) does not contain animal bone marrow-derived gelatin or preservatives. The goal is to make the products known and loved both by Thais and foreigners, as well as become one of the must-buy items from Thailand, expanding its export customer base across the globe.



▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์เจลลี่บุก สอดไส้ผลไม้แท้ โดยการพัฒนาสูตรและกระบวนการผลิตเจลลี่ที่มีส่วนผสมระหว่างบุกและสาหร่ายสีแดงที่ใช้เทคนิค Molecular Gastronomy สร้างรูปทรงและเนื้อสัมผัสที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง และสอดไส้เนื้อและน้ำผลไม้แท้ 100% จึงทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสประสบการณ์ความสนุกสนานระหว่างรับประทาน

▶ การเติบโต

• ต้องการให้ เจลโล บูม เป็นสินค้าที่คนไทยรู้จัก รักและชื่นชอบ และเป็น Must Buy Item ที่คนไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวประเทศไทยต้องซื้อกลับไป

▶ Innovation

• Jello BOOM is a chewy konjac jelly product filled with real fruit juice. Konjac and red algae are used in the production of jelly utilizing molecular gastronomy techniques, which results in a distinctive shape and texture and is filled with 100% real fruit juice, allowing consumers to have a fun eating experience.

▶ Growth

• The company hopes to see Jello BOOM known and loved by Thai consumers and become one of the must-buy items from Thailand among Thais and international tourists.

จอยไรด์

แพลตฟอร์มแห่งยุค Aging Society

บริษัท วิล ออฟ จอย จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

🌐 : www.joyridethailand.com

📘 : Joy Ride Thailand รถรับส่งพาผู้สูงอายุไปหาหมอ

📱 : @joyride

คุณณัฐกาญจน์ เต๋นวนิชชากร บริษัท วิล ออฟ จอย จำกัด ผู้ก่อตั้ง Joy Ride แพลตฟอร์มเพื่อผู้สูงอายุ จากการเห็นปัญหาของผู้สูงอายุบางกลุ่มที่ต้องเดินทางไปโรงพยาบาลด้วยตัวเอง ผู้สูงอายุที่ต้องดูแลกันเอง และลูกหลานที่ต้องกลางานเพื่อพาคนในครอบครัวไปทำธุระต่างๆ ทำให้เกิดไอเดียบริการรับ-ส่งผู้สูงอายุ ที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างลูกหลานที่ติดธุระกับผู้สูงอายุที่ต้องการเพื่อนหรือคนดูแลและขอความช่วยเหลือ สร้างงานสร้างโอกาส และสร้างรายได้ให้กับคนที่ชอบดูแลคนอื่น

“Joy Ride ไม่ใช่แท็กซี่ แต่คือ Nanny for Adult” ด้วยคอนเซ็ปต์ในการทำงาน คือลูกจ้าง หลานจำเป็น ที่ไม่ใช่แค่การพาไปหาหมอ แต่คือการให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสในการทำกิจกรรมร่วมกับสังคม มากกว่าการอยู่บ้านเลี้ยงหลาน แต่สามารถไปวัด ไปซื้อของ ไปทำธุระ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่อยากทำได้ โดยมี Care Team ที่มี

Joy Ride

A Platform for the Aging Society

Wheel of Joy Co., Ltd.

Bangkok

Ms.Nattakan Denwanitchakorn founded Joy Ride, a platform for the aging society, after witnessing the problems encountered among the elderly, which include traveling to the hospital by themselves, having to look after each other or their grandchildren, and having to take time off work to run errands. This sparked the idea for a solution, a digital platform connecting children preoccupied with daily tasks and the elderly, who need friends or caregivers. The platform provides job opportunities and income to those who enjoy caring for others.

“Joy Ride is not a taxi service, but a nanny service for grown-ups”. Hired as a child or a grandchild, the caregiver not only takes the elderly to doctor’s appointments but also helps

ความรู้ด้านการดูแลผู้สูงอายุ ผู้ป่วย รวมถึงคุณแม่ตั้งครรภ์ และคุณแม่หลังคลอดเป็นผู้ดูแล โดยอึดเทสดานะกับ ลูกหลานตลอดเวลา และบริการรับส่งแบบ Door to Door คือรับจากบ้านไปสถานพยาบาลหรือสถานที่ที่ต้องการ

สำหรับแผนในปี Joy Ride ตั้งเป้าว่าจะเปิดบริการในต่างจังหวัด จากเดิมที่บริการเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยจะขยายไปในพื้นที่ที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากและจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพ อย่างเชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น สงขลา และจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศเพื่อรองรับการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคต



them engage in society. The seniors can visit temples, go shopping, run errands, or participate in other activities. With a care team specializing in caring for the elderly, patients, and expectant/postpartum mothers, children of the hirers will be updated on their status, and the service provides door-to-door transportation from home to a hospital facility or other preferred destination.

This year, Joy Ride plans on expanding its service outside Bangkok and surrounding areas. It will extend to locations with a large population of seniors and provinces that serve as health centers, such as Chiang Mai, Nakhon Ratchasima, Khon Kaen, Songkhla, and others to support the future aging society.



▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มเพื่อผู้สูงอายุโดยการพัฒนาระบบเพื่อเชื่อมโยงระหว่างลูกหลานที่ติดธุระ กับผู้สูงอายุที่ต้องการเพื่อนหรือคนดูแล และขอความช่วยเหลือ เข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นโอกาสในการสร้างงาน สร้างรายได้ และแก้ปัญหาของลูกหลานที่ต้องการดูแลได้

▶ การเติบโต

• ภายในปีนี้จะตั้งเป้าว่าจะเปิดบริการในต่างจังหวัดที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากและจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพอย่าง เชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น สงขลา และจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศ เพื่อรองรับการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคต

▶ Innovation

• A system platform for the elderly to connect children who are preoccupied with daily tasks and the elderly who need friends or caregivers who like to take care of others. The service creates job opportunities and income while solving problems for children who are short on time to care for their loved ones.

▶ Growth

• This year, Joy Ride plans on expanding its service to locations with a large population of seniors and provinces that serve as health centers, such as Chiang Mai, Nakhon Ratchasima, Khon Kaen, Songkhla, and others to support the future aging society.

มิสเตอร์เซน

เฟรนช์ฟรายส์ถั่วเขียว

ทางเลือกของคนยุคใหม่

บริษัท สไมล์ฟาร์ม ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

📘 : MR Zen Healthy Happy Life

📱 : MR Zen Healthy Happy Life

📱 : @Mr.zenbeanff

ทำไมอาหารที่ได้รับความนิยมอย่าง เฟรนช์ฟรายส์ ถูกเรียกว่า “Junk Food” คือคำถามที่เกิดขึ้นและจุดประกายให้ คุณทรงศิน อินทนนท์ ผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร บริษัท สไมล์ฟาร์ม ฟู้ด เซอร์วิส จำกัด อยากทำ เฟรนช์ฟรายส์สัญชาติไทยที่ไม่ใช่อาหารขยะ และตอบรับเทรนด์อาหารทางเลือกสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมจากทั่วโลก

เมื่อมีโอกาสเดินทางไปภาคเหนือและได้เห็นเมนูยอดนิยม “ข้าวแรมพิน” ซึ่งเป็นการทำถั่วเหลืองให้เป็นแท่งแล้วนำไปทอดจึงเกิดไอเดียที่จะทำเฟรนช์ฟรายส์โดยเลือกใช้ “ถั่วเขียว” เพราะมองว่าเมื่อนำมาละลายเลือกออกจะมีสีเหลืองทองลักษณะเหมือนเฟรนช์ฟรายส์ อีกทั้งถั่วเขียวเมื่อนำมาผ่านความร้อนจะไม่เหี่ยวไม่ยุบและให้รสสัมผัสที่ดีอีกด้วย

MR.ZEN

A Franchise of Mung Bean French Fries Providing a Healthy Choice for Modern Consumers

Smile Farm Food & Service Co., Ltd.

Bangkok

“How come a popular dish like french fries is junk food?” This is a question that emerged and piqued the interest of Mr.Thassin Inthanonda, CEO & Co-Founder of Smile Farm Food & Service Co., Ltd. He was inspired to create a French fries brand that was not labeled as junk food in response to the global healthy food trends.

While traveling Thailand’s Northern region, Thassin discovered “Khao Raem Fuen,” a popular dish made with pureed soybeans that are solidified and cut into cubes before deep-frying. He perfected the recipe for mung bean French fries, which have a golden yellow color that resembles potato French fries and have a good texture.



หลังจากได้การทดลองและพัฒนากว่า 3 ปี จึงได้เกิดแบรนด์ MR.ZEN เฟรนช์ฟรายส์ถั่วเขียวทองเจ้าแรกของไทยและของโลกจุดเด่นของเฟรนช์ฟรายส์ MR.ZEN คืออุดมไปด้วยโปรตีนไฟเบอร์ ซึ่งสูงกว่าเฟรนช์ฟรายส์ทั่วไปถึง 1 เท่า คาร์โบไฮเดรตน้อยกว่า 1 เท่า ที่ไม่มีน้ำตาลและปราศจากสารอะคริลาไมด์ที่มีความเป็นไปได้สูงในการก่อมะเร็งอีกด้วย

สำหรับแผนการเติบโตในปี นี้ นอกจากการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยโมเดลแฟรนไชส์ยังมีผลิตภัณฑ์แช่เยือกแข็ง (Frozen Food) วางจำหน่ายในช่องทางโมเดิร์นเทรดชั้นนำและแผนการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยทำที่ที่สุดแล้วอยากให้ทุกคนรู้จักผลิตภัณฑ์ในฐานะ “ไทยฟรายส์” เฟรนช์ฟรายส์ถั่วเขียวจากประเทศไทยนั่นเอง



MR.ZEN, the first golden mung bean French fries brand in Thailand was launched after three years of research and development. The highlight of MR. ZEN’s fries is their protein-rich fiber content, which is one time higher than that of conventional French fries. The product also includes 50% less carbohydrates, no sugar, and no acrylamide, which has a high risk of causing cancer.

In addition to expanding the business using the franchise model, MR. ZEN plans to sell frozen products to leading modern-trade retailers this year. We also have plans to export to other countries. Ultimately, we want everyone to recognize the product as “Thai Fries,” which are French fries made with mung beans from Thailand.

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์เฟรนช์ฟรายส์จากถั่วเขียว โดยเลือกใช้ “ถั่วเขียวทอง” เพราะมองว่าเมื่อนำมาละลายเลือกออกจะมีสีและลักษณะเหมือนเฟรนช์ฟรายส์ อีกทั้งเมื่อนำถั่วเขียวมาผ่านความร้อน เมื่อผ่านความร้อน จะไม่เหี่ยวไม่ยุบและให้รสสัมผัสที่ดี จากกระบวนการพัฒนาและปรับปรุงดังกล่าว จึงทำให้เกิดเฟรนช์ฟรายส์ถั่วเขียวทอง เจ้าแรกของไทยและของโลกที่อุดมไปด้วยโปรตีนไฟเบอร์ซึ่งสูงกว่าเฟรนช์ฟรายส์ทั่วไปถึง 1 เท่า คาร์โบไฮเดรตน้อยกว่า 1 เท่าที่ไม่มีน้ำตาลและปราศจากสารอะคริลาไมด์ที่มีความเป็นไปได้สูงในการก่อมะเร็งอีกด้วย

▶ การเติบโต

• จะเป็นนวัตกรรมทางอาหารเกษตรแปรรูปที่จะขยายไปยังภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย และส่งออกไปยังต่างประเทศทั่วโลก

▶ Innovation

• The “golden mung bean” french fries with a golden yellow color that resembles potato French fries and have a good texture that does not wither when cooked over the heat. Therefore, MR.ZEN, the first golden mung bean french fries brand in Thailand was launched with the highlight of their protein-rich fiber content, which is one time higher than that of conventional french fries. The product also includes 50% less carbohydrates, no sugar, and no acrylamide, which has a high risk of causing cancer.

▶ Growth

• The product is an agricultural food innovation that will be expanded to many industries throughout Thailand and exported to other countries around the world.

มีฮัก

นวัตกรรมส่งเสริมสุขภาพจิตด้วย VR

บริษัท หมี้และเพื่อน จำกัด

จังหวัดปทุมธานี

🌐 : www.mehug.co

📍 : ME HUG - ศูนย์บริการด้านสุขภาพจิต และส่งเสริมพัฒนาการทุกช่วงวัย



ดร.กัณฐรัตน์ เหลืองอ่อน ประธานกรรมการ บริษัท หมี้และเพื่อน จำกัด เป็นนักจิตวิทยาและพบจำนวนของผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิตเพิ่มมากขึ้นทุกปี และพวกเขาเหล่านั้นต้องการขอคำปรึกษาจากจิตแพทย์แต่ไม่กล้าเข้ามาใช้บริการ จึงออกแบบโปรแกรม Me Home โดยนำเทคโนโลยี VR เข้ามาร่วมรักษาสุขภาพจิตเชิงป้องกันกับนักจิตวิทยา เพิ่มประสิทธิภาพการรักษาและสร้างประสบการณ์การรักษาคือให้กับผู้ใช้บริการ เพราะเป็นการจำลองโลกเสมือนจริงช่วยให้เห็นภาพเป็นรูปธรรมหรือพูดคุย/มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่ค้างคาจนสามารถปลดปล่อยปัญหาที่อยู่ในจิตใจได้สำนึกของตัวเอง รู้ว่าตัวเอง

เผชิญอยู่กับปัญหาอะไร และทำความเข้าใจเรื่องราวความเป็นไปต่างๆ ได้ง่ายขึ้น สามารถนำมาเสริมสร้างทักษะทางสังคม เพิ่มความมั่นใจ และพัฒนาตัวเอง

ปัจจุบันให้บริการโปรแกรม VR Well-being Leader เจาะกลุ่มผู้บริหารบริษัทชั้นนำ ผู้บริหารยุคใหม่ที่สนใจเรื่องสุขภาพและเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มสุขภาวะทางจิตที่ดีให้กับกลุ่มดังกล่าวได้มีความพร้อมในการผลักดันนโยบายภายในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ในอนาคตมีแผนออกแบบโปรแกรม VR Social Training เพิ่มทักษะการเข้าสังคมให้กับกลุ่มผู้ป่วยออทิสติกและโปรแกรมบรรเทาอาการจิตวิตก และปัญหาความสัมพันธ์ให้กลุ่ม LGBT

ME HUG

A VR-assisted Mental Health Service

Bear and Friends Co., Ltd.

Pathum Thani



Dr.Kantharat Lueang-On., M.D., CEO of Bear and Friends Co., Ltd., is a psychiatrist who found that more people develop mental health difficulties every year. They wish to seek counseling from a psychiatrist but are afraid to do so. As a result, she designed the Me Home Program, which uses virtual reality (VR) technology to provide preventive mental health treatment with a team of psychologists in order to boost treatment efficiency and deliver a positive treatment experience for patients. The service is a virtual simulation that allows for concrete vision and communicating about or interacting with what is left behind until problems in one's own subconscious are released. The program assists

patients in better understanding their problems and developing social skills, confidence, and self-improvement.

Presently, the company offers a Virtual Well-being Leader Program aimed at modern, top company executives who are interested in health and technology to improve mental well-being for such groups and willing to drive mental health policies within the organization to ensure future success. In addition, there are plans to develop VR-assisted social training programs for people with autism, as well as programs to alleviate psychosis and relationship issues among LGBT people.

▶ นวัตกรรม

นำเทคโนโลยี VR เข้ามาร่วมรักษาสุขภาพจิตเชิงป้องกันกับนักจิตวิทยา เพิ่มประสิทธิภาพการรักษา และสร้างประสบการณ์การรักษาคือให้กับผู้ใช้บริการ เพราะเป็นการจำลองโลกเสมือนจริงช่วยให้เห็นภาพเป็นรูปธรรม หรือพูดคุย/มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่ค้างคา สามารถนำมาเสริมสร้างทักษะทางสังคม เพิ่มความมั่นใจ และพัฒนาตัวเอง

▶ การเติบโต

ออกแบบโปรแกรม VR Social Training เพิ่มทักษะเข้าสังคมให้กับกลุ่มผู้ป่วยออทิสติก และโปรแกรมบรรเทาอาการจิตวิตก และปัญหาความสัมพันธ์ให้กลุ่ม LGBT

▶ Innovation

Bringing VR technology to assist in preventive mental health treatment with a team of psychologists to boost treatment efficiency and deliver a positive treatment experience for patients, the service is a virtual simulation that allows for concrete vision and communicating about or interacting with what is left behind until problems in one's subconscious are released. The program assists patients in developing social skills, confidence, and self-improvement.

▶ Growth

There are plans to develop VR-assisted social training programs for people with autism, as well as programs to alleviate psychosis and relationship issues among LGBT people.

ฟอร์มาเซนส์

ชุดทดสอบที่ย่อหีบมาอยู่ในกระดาษแผ่นเดียว

บริษัท อินโนเซนส์ 2021 จำกัด

จังหวัดชลบุรี

📍 : Innosens 2021 CO., LTD.

จำหน่ายชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร

คุณเบญจรัตน์ ทาแสงทอง บริษัท อินโนเซนส์ 2021 จำกัด มองเห็นปัญหาเรื่องชุดทดสอบด้านความปลอดภัยในอาหารที่มีในไทยของเรายังมีน้อย โดยการทดสอบในห้องปฏิบัติการที่ได้ผลแม่นยำ มีข้อเสียคือต้องใช้เวลาในการรอผลค่อนข้างนาน ราคาแพง และใช้ตัวอย่างจำนวนมาก ส่วนการทดสอบด้วยชุด Test Kits ที่มีอยู่ในท้องตลาด มีข้อเสียคือปัญหาเรื่องการอ่านผลที่ผิดพลาดที่เกิดจากสีของตัวอย่างอาหาร เพราะชุดทดสอบที่มีในห้องตลาดจะอ่านผลจากสีทั้งหมดทำให้เกิดผล Error Positive ขึ้น

FormaSense™ ชุดทดสอบฟอร์มาลินในอาหารผลิตจากนวัตกรรมเซ็นเซอร์แบบกระดาษด้วยประสิทธิภาพความแม่นยำ 100% ที่อ่านผลจากขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางของสีที่ปรากฏ โดยสีของตัวอย่างอาหาร

FormaSense™

Putting the Lab on One Piece of Paper

Innocence 2021 Co., Ltd.

Chonburi

Ms.Benjarat Taseangtong observed a scarcity of food safety testing kits in Thailand. Although laboratory testing produces accurate results, there are some disadvantages, such as the long wait for results, the high cost, and the large number of samples required. The testing kits on the market read the results from all the color indicia, which frequently leads to misreading the results as an error-positive produced by the color of the food samples.

The FormaSense™ kit detects the presence of formalin in food samples. It is made of innovative paper sensors that can read the results by inspecting the color diameter. Because the color of the food samples has no effect on the test, the results are 100% accurate and available



ไม่มีผลรบกวนในการทดสอบ ให้ผลการทดสอบรวดเร็วภายใน 5 นาที ทั้งอุปกรณ์ยังมีขนาดเล็กเหมาะกับการนำไปใช้งานแบบภาคสนาม

โดยนำตัวอย่างชิ้นเนื้อหรือน้ำแช่อาหารที่ต้องการทดสอบใส่ในขวดเตรียมตัวอย่าง จากนั้นหยดลงตรงกลางของเซ็นเซอร์กระดาษแล้วอ่านผลจากขนาดวงสีชมพูที่เกิดขึ้น โดยขนาดของวงจะบอกถึงปริมาณของฟอร์มาลดีไฮด์ (ส่วนประกอบหลักของสารฟอร์มาลิน) ที่มีอยู่ในอาหาร ดังนั้นชุดทดสอบนี้จึงเป็นเหมือนการย่อเล็บขนาดใหญ่ให้ลงมาอยู่ในกระดาษแผ่นเดียว ในอนาคตยังมีแผนการพัฒนาเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มชุดทดสอบที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในอาหาร เช่น ยาฆ่าแมลง สารเร่งเนื้อแดง เป็นต้น เพื่อความครอบคลุมที่มากที่สุด

in 5 minutes. The kit is small and portable, making it ideal for field experiments.

The food sample is placed in a preparation bottle, then dripped into the center of the paper sensor, and the pink band size is read. The width of the band indicates the amount of formaldehyde (the main component of formalin) in the food. The test kit is therefore working as a lab on a single sheet of paper. Many food safety kits, such as those that detect pesticides and red meat accelerators, are planned to be developed in the future.



Nin Inngkorn Thailand Inno BIZ Champion Season 2 | 93

▶ นวัตกรรม

ผลิตจากนวัตกรรมเซ็นเซอร์แบบกระดาษสามารถใช้ตรวจสอบได้ทั้งชิ้นเนื้อและน้ำแช่อาหาร ด้วยประสิทธิภาพความแม่นยำ 100% ที่อ่านผลจากขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางของสีที่ปรากฏ โดยสีของตัวอย่างอาหารไม่มีผลรบกวนในการทดสอบ เป็นมิตรทั้งต่อผู้ใช้งานและสิ่งแวดล้อม ทำให้คนทั่วไปสามารถใช้งานได้ง่าย เหมาะสำหรับการตรวจคัดกรองความปลอดภัยในอาหาร ทั้งยังราคาไม่แพง และรู้ผลไวภายใน 5 นาที

▶ การเติบโต

ในอนาคตมีแผนการพัฒนาเพิ่มความหลากหลายของกลุ่มชุดทดสอบที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในอาหาร เช่น ยาฆ่าแมลง สารเร่งเนื้อแดง เป็นต้น เพื่อความครอบคลุมที่มากที่สุด

▶ Innovation

The test kit is made of innovative paper sensors that can be used to check both food pieces and food-soaking liquid with 100% accuracy and read the color diameter displayed as a result. The color of the food samples has no effect on the test and is safe for the user and the environment. This makes it simple to use, suitable for food safety screening and cost effective. The outcome is available within 5 minutes.

▶ Growth

For maximum coverage, there are plans to develop a variety of food safety test kits, such as those that detect pesticides, red meat accelerators, and so on.

อีซีไรซ์

เทคโนโลยี AI

ตรวจสอบเมล็ดข้าว

บริษัท อีซีไรซ์ ดิจิทัล เทคโนโลยี จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Facebook : Easy Rice Digital Technology

ข้าวถือเป็นอาหารหลักที่คนไทยรับประทานทุกวัน แต่ปัจจุบันการตรวจสอบคุณภาพข้าวยังใช้คนเป็นแรงงานหลัก ซึ่งอาจไม่มีประสิทธิภาพในแง่ของความรวดเร็ว ตัวอย่างจากการสุ่มตรวจสอบมีปริมาณน้อยหรือไม่มากเพียงพอที่จะสะท้อนภาพความเป็นจริง ต้นทุนสูง ใช้เวลาตรวจสอบนาน และยังคงบันทึกข้อมูลลงในกระดาษ คุณภวรินทร์ คงสวัสดิ์ ประธานกรรมการ บริษัท อีซีไรซ์ ดิจิทัล เทคโนโลยี จำกัด คิดค้นเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ตรวจสอบคุณภาพข้าวสารและพันธุ์ข้าวเปลือก ทั้งนี้ ได้ออกแบบ Hyperspectral ลักษณะเป็นเซ็นเซอร์หลายตัวมารวมกันเป็นกล้องเพื่อเพิ่มจำนวนพิกเซลของภาพให้มากขึ้น และยังสามารถขยายภาพขนาดใหญ่เพิ่มความสามารถในการจับภาพได้ละเอียดชัดเจน จากนั้นประมวลผลด้วย AI เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติการซื้อขายพันธุ์ข้าว และการแตกหักของเมล็ดข้าว ร่นระยะเวลาการตรวจสอบเหลือ 3-5 นาที จากเดิมที่ใช้ 15-20 นาที ต่อข้าว 25 กรัม ประหยัดต้นทุน และเวลาได้มากที่สุดถึง 30% ละเอียดและแม่นยำถึง 95% ลดความผิดพลาด



ที่อาจเกิดจากความเหนื่อยล้า ทั้งยังใช้งานง่าย ตอบโจทย์คนทุกกลุ่ม สามารถแชร์ข้อมูลผ่านไลน์หรืออีเมลได้ ปัจจุบันมีลูกค้ากลุ่มโรงสีข้าวมากกว่า 50 แห่ง และมีแผนที่จะขยายการตรวจสอบประเภทอาหารไปยังเมล็ดกาแฟ และทุเรียน

EASYRICE

AI Solution for Grain Inspection

EASYRICE Digital Technology Co., Ltd.

Bangkok

In Thailand, rice is a staple meal that is consumed on a daily basis. Present day rice quality checking, however, is still conducted manually. This may not be the quickest method. The random inspection samples are too small or insufficient to be generalizable. Inspections are time-consuming and costly, and the outcomes are often documented in written reports. Therefore, Mr. Phuvin Kongsawat, CEO of EASYRICE Digital

Technology Co., Ltd., developed AI technology for monitoring the quality of rice and paddy varieties. The hyperspectral camera, a multi-sensor device, was invented to increase the number of image pixels and thus improve the capture of fine image details. The inspection time can be reduced from 15-20 minutes to 3-5 minutes per 25 grams of rice by using AI-based processing to verify the marketability of rice breeding and grain breakage, saving as much as 30% in time and money. The method is comprehensive, with an accuracy rate of 95%, and it aids in minimizing mistakes brought on by human fatigue. In addition to being user-friendly, the service is adjustable to the requirements of any user, and the results can be shared via LINE or email. There are currently over 50 rice mill clients, and future plans include expanding to coffee bean and durian inspections.

นวัตกรรม

• ออกแบบ Hyperspectral ลักษณะเป็นเซ็นเซอร์หลายตัวมารวมกันเป็นกล้อง เพื่อเพิ่มจำนวนพิกเซลของภาพให้มากขึ้น จากนั้นประมวลผลด้วย AI เพื่อตรวจสอบคุณสมบัติการซื้อขายพันธุ์ข้าว และการแตกหักของเมล็ดข้าว ประหยัดต้นทุนและเวลาได้มากที่สุดถึง 30% ละเอียดและแม่นยำถึง 95%

การเติบโต

• ปัจจุบันมีลูกค้ากลุ่มโรงสีข้าวมากกว่า 50 แห่ง และมีแผนที่จะขยายการตรวจสอบประเภทอาหารไปยังเมล็ดกาแฟ และทุเรียน



Innovation

• The hyperspectral camera, a multi-sensor device, was developed to increase the number of image pixels, verifies the marketability of rice breeding and grain breakage via AI-based processing which can save as much as 30% in time and money and offers 95% accuracy rate.

Growth

• There are currently over 50 rice mill clients, and future plans include expanding to coffee bean and durian inspections.

ละไม

มะพร้าวชงดื่ม เพิ่มมูลค่ามะพร้าวไทย

บริษัท เอฟ ดับบลิว อินเตอร์เทรดดิ้ง จำกัด

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Facebook : LamaiCoco Instagram : LAMAI COCO

คุณกุลชา สรัสยะนันท์ บริษัท เอฟ ดับบลิว อินเตอร์เทรดดิ้ง จำกัด ผู้ก่อตั้งแบรนด์ LAMAI เริ่มต้นจากการขายและส่งออกมะพร้าวน้ำหอมสด ทำให้เห็นพฤติกรรมของผู้บริโภคในต่างประเทศที่ส่วนใหญ่จะนิยมดื่มเฉพาะน้ำมะพร้าว จึงหาโอกาสในการเพิ่มการบริโภคมะพร้าวให้ได้มากที่สุด โดยก่อนหน้านี้ได้มีการพัฒนาผงน้ำมะพร้าวน้ำหอมแท้ 100% เพื่อความสะดวกและง่ายต่อการดื่มที่สุด

เพื่อให้ได้นวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับพฤติกรรมของคนในปัจจุบันที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น และเตรียมความพร้อมเข้าสู่ยุคของสังคมผู้สูงวัย จึงคิดค้นและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์จนได้มาเป็นนวัตกรรมสุขภาพดีด้วยการดื่มน้ำมะพร้าวเสริมแคลเซียม (Coconut Water Powder Plus Calcium Supports Bone Health) ที่มีคุณสมบัติช่วยให้ร่างกายสามารถเสริมสร้างเซลล์กระดูกอ่อนได้เอง ช่วยปรับสมดุลฮอร์โมนไฟโตเอสโตรเจน อีกทั้งยังกระตุ้นการสร้างคอลลาเจนในกระดูกและผิวหนัง ซึ่งเป็นที่มาของโรคกระดูกพรุนและวัยทอง เจาะกลุ่มผู้หญิงอายุระหว่าง 40-50 ปี ที่ต้องการเตรียมความพร้อมให้กับตัวเองได้มีสมดุลในการใช้ชีวิตอย่างยั่งยืน ด้วยผลิตภัณฑ์ที่สะดวกพกพาง่าย ดื่มได้ทุกที่ แค็ตติงดื่ม เก็บรักษาได้ง่ายและนาน ไม่ต้องแช่เย็น ในอนาคตยังมีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวแปรรูปอื่นๆ อาทิ Coconut Water Noodles, Coco Juice Popping Boba และ Coco Pallet เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างโอกาสในการบริโภคให้ได้มากที่สุด ทั้งยังเป็น การช่วยให้เกษตรกรชาวสวนได้มีโอกาสสร้างรายได้ที่มากขึ้น และสร้างการรับรู้ให้กับชาวต่างชาติได้รู้จักสินค้าเกษตรไทยไปสู่เวทีโลกอีกด้วย

Lamai

Coconut drink. Increase the value of Thai coconuts

FW Inter Trading Co., Ltd.

Bangkok

Ms. Kulacha Saratyanan, founder of the Lamai brand, started her company by selling and exporting fresh perfume coconuts. This revealed to her that most people in other countries only want to drink coconut water. As a result, she sought ways to increase coconut consumption while also creating 100% coconut water powder for convenience and ease of drinking.

The company developed and refined the product until it became a healthy innovation: coconut water powder combined with calcium

นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจาก “มะพร้าว” ซึ่งเป็นสินค้าท้องถิ่นดั้งเดิมของชาวสวนไทย นำมาผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จนได้มาเป็นนวัตกรรมสุขภาพดี ด้วยการดื่มน้ำมะพร้าวเสริมแคลเซียม (Coconut Water Powder Plus Calcium Supports Bone Health) ที่มีคุณสมบัติช่วยให้ร่างกายสามารถเสริมสร้างเซลล์กระดูกอ่อนได้เอง ช่วยปรับสมดุลฮอร์โมนไฟโตเอสโตรเจน อีกทั้งยังกระตุ้นการสร้างคอลลาเจนในกระดูกและผิวหนัง ด้วยรูปผลิตภัณฑ์ที่สะดวกพกพาง่าย ทำให้ผู้บริโภคสามารถดื่มได้ทุกที่ทุกเวลา แค็ตติงดื่ม เก็บรักษาได้ง่ายและนาน ไม่ต้องแช่เย็น เป็นการสร้างโอกาสในการบริโภคมากขึ้น ช่วยให้ชาวสวนมีรายได้มากขึ้น และส่งออกสินค้าเกษตรไทยสู่ทั่วโลก

การเติบโต

• ในอนาคตยังมีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวแปรรูปอื่นๆ อาทิ Coconut Water Noodles, Coco Juice Popping Boba และ Coco Pallet เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างโอกาสในการบริโภคให้ได้มากที่สุด

to support bone health. This product helps the body in strengthening cartilage cells on its own by balancing phytoestrogen hormones and stimulating collagen formation in bones and skin, which is the cause of osteoporosis. The product is targeted at women between the ages of 40 and 50 who want to prepare for a sustainable lifestyle. It is convenient, portable, and easy to consume anywhere by simply tearing the package open, mixing it with water, and drinking. It is also easy to store and has a long shelf life, with no refrigeration required.

There are future plans to create more processed coconut products, such as coconut water noodles, coco juice popping boba, and coco pallet, to add value and give people more ways to consume them. It also provides farmers with the opportunity to make more money and raise international awareness of Thai agricultural products.



Innovation

• A beverage made from coconuts, a traditional local produce of Thai gardens, has been processed into a product with healthy innovation. Combined with calcium to help keep bones healthy, the coconut water powder helps the body strengthen cartilage cells on its own by keeping phytoestrogen hormones in balance and boosting collagen production in bones and skin. It is convenient and easy to use anywhere - just tear open the package, mix it with water, and drink. It is also easy to store and has a long shelf life, with no refrigeration required. The product creates more ways for people to consume coconuts and provides farmers with the opportunity to make more money and raise international awareness of Thai agricultural products.

Growth

• There are future plans to create more processed coconut products, such as coconut water noodles, coco juice popping boba, and coco pallet, to add value and give people more ways to consume them.

100 Brands

นิลมังกร รุ่นที่ 2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

แป้งกล้วยอิหล่าหมื่นแก้ว	97	Ela MuenKaew Banana Flour
นัทเปียร์ สเปรย์	98	Natpier Spray
นกออกเซอร์วิส	99	Nok Ook Service
ไอซีซี เอนไซม์	100	OCC Enzyme
ตู้เสียบียง เวนด์จิง แมชชีน	101	Tu Sabiang Vending Machines
ทิกเก็ตพ็อกเกต	102	Ticketpocket
ป๊อปปี้ รถอาหาร	103	Pok Pok Food Wagon
ลาวัน	104	Lawan
ปูนายายหลาน	105	Puna Yay Lhan
แซบอีหลี	106	ZaapEily
สตีฟ ออร์แกนิก	107	Steve Organic
สวนดินไอยรา	108	Suandin Iyara
คิดดีดี เครื่องช่วยสอนพิมพ์	109	KidDD Braille Learning II
อักษรเบรลล์ รุ่น 2		
ชุดบัลเล่ต์ ชรีย์	110	Chari Dance Wear
น้ำดื่มพรีเมียม	111	Premium Alkaline Water Filter
ขนมจีนน้ำยาเอเวอร์กรีน	112	Evergreen Kanom Jeen Namya
ไอสต็อก	113	istock

แป้งกล้วยอิหล่าหมื่นแก้ว

สู่ผงขงดื่มเพื่อสุขภาพฟรีไบโอติก

บริษัท กล้วยแปลงใหญ่อินทรีย์ (ประเทศไทย) จำกัด
จังหวัดมหาสารคาม

🌐 : www.Isaola.com/isaola-shop

📌 : แป้งกล้วยอิหล่าหมื่นแก้ว

ปัจจุบันคนไทยเผชิญความเสี่ยงจากการบริโภคอาหารที่ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วย หรือเป็นโรคเรื้อรังต่างๆ โดยเฉพาะพฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ค่อยเป็นเวลาของคนรุ่นใหม่ทำให้เกิดอาการเป็นกรดไหลย้อน ขณะเดียวกันความรู้จากภูมิปัญญาแพทย์แผนไทยพบว่า กล้วยน้ำว้าดิบสามารถรักษาอาการกรดไหลย้อนได้ แต่การกินกล้วยดิบเพื่อรักษาอาการก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายที่ใครๆ ก็ทำได้ จึงเกิดกระบวนการนำกล้วยดิบมาแปรรูปให้เป็นแป้งกล้วยน้ำว้าดิบ 100% ฟรีไบโอติก ในรูปแบบขงดื่มเพื่อสุขภาพที่สร้างสมดุลให้กับระบบทางเดินอาหาร และสามารถบรรเทาอาการกรดไหลย้อนได้

คุณเสาวภา หมื่นแก้ว ประธานกลุ่มกล้วยแปลงใหญ่และผู้ก่อตั้ง บริษัท กล้วยแปลงใหญ่อินทรีย์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์แป้งกล้วยน้ำว้าดิบ 100% เกิดจากกระบวนการเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

Ela MuenKaew Banana Flour

Developed into a Healthy Prebiotic Drinking Powder

Kluay Plang Yai Insee Co., Ltd.

Mahasarakham

Nowadays, Thai people are at danger of consuming foods that will make them sick or cause chronic diseases. This is particularly true for young people today, whose eating habits frequently cause acid reflux. Meanwhile, Thai traditional medicine wisdom has discovered that raw bananas can cure acid reflux, but eating raw bananas to treat the symptoms can be difficult for anyone. Therefore, turning raw banana flour into a 100% prebiotic drinking powder to balance the gastrointestinal tract can help relieve acid reflux symptoms.



โดยนำมาผ่านกระบวนการผลิตเริ่มจากการตากกล้วยด้วยโดมพลังงานแสงอาทิตย์ และตู้อบพลังงานอินฟราเรดที่มีการควบคุมอุณหภูมิการตากไม่เกิน 55 องศาเซลเซียส และนำไปตำละเอียดด้วยเครื่องตำแบบต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดผงแป้งกล้วย 100% ช่วยเหลือผลิตภัณฑ์ผงแป้งกล้วยมีความละเอียด และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

โดยผลิตภัณฑ์แป้งกล้วย 100% มีช่องทางการทำตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น ร้านค้าใน รพ. จังหวัดมหาสารคาม และร้านของฝากภูมิสุขเมืองพล จังหวัดขอนแก่น บนแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสของดีป่า และเฟสบุ๊ก



Ms.Saowapha Muenkaew, President of the Kluay Plang Yai Group and founder of Kluay Plang Yai Insee Co., Ltd., explained that their organic farming methods have been approved by the Department of Agriculture, Ministry of Agriculture and Cooperatives. The 100% raw banana flour is achieved by drying the product in solar domes and infrared energy incubators that maintain a drying temperature of not more than 55 degrees Celsius. The dried bananas are then finely crushed in a constant pounding machine until you have 100% banana powder that satisfies FDA standards. The product is available through online and offline channels, including hospital shops in Mahasarakham, the Phumsuk Muangpol shop in Khon Kaen, the DEPA marketplace, and the Facebook page.

▶ นวัตกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์ ที่เป็นแป้งกล้วยน้ำว้าดิบ 100% โดยการใช้กระบวนการตากกล้วยให้แห้งด้วยโดมพลังงานแสงอาทิตย์ และตู้อบพลังงานอินฟราเรดที่มีการควบคุมอุณหภูมิการตากไม่เกิน 55 องศาเซลเซียส และนำไปตำละเอียดด้วยเครื่องตำแบบต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดผงแป้งกล้วย 100% ช่วยเหลือผลิตภัณฑ์ผงแป้งกล้วยมีความละเอียด และเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น

▶ การเติบโต

เน้นการทำตลาดในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เช่น ร้านค้าใน รพ. จังหวัดมหาสารคาม และร้านของฝากภูมิสุขเมืองพล จังหวัดขอนแก่น บนแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสของดีป่า และเฟสบุ๊ก

▶ Innovation

The product is made from 100% raw bananas, which are dried in solar domes and infrared energy incubators that keep the drying temperature at no more than 55 degrees Celsius. The dried bananas are then finely crushed in a constant pounding machine until you have 100% banana powder that is fine and keeps for longer.

▶ Growth

The product is available through online and offline channels, including hospital shops in Mahasarakham, the Phumsuk Muangpol shop in Khon Kaen, the DEPA marketplace, and the Facebook page.

นักเปียร์ สเปรย์

สร้างนวัตกรรมกำจัดกลิ่น จากหญ้าเนเปียร์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทวาหนุณ

จังหวัดขอนแก่น

🌐 : www.thevanoon.co.th

📌 : natpierairyfresh

สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน เต็มไปด้วยจุลินทรีย์และแบคทีเรีย เมื่อเกิดการย่อยสลายสิ่งปฏิกูลหรือเศษอาหารก็มักเกิดกลิ่นเหม็น หรือความอับชื้นของห้องที่พักอาศัย และการขับของเสียออกจากร่างกายก็ทำให้เกิดกลิ่นได้เช่นกัน ซึ่งการดับกลิ่นที่มีประสิทธิภาพต้องเป็นการกำจัดจุลินทรีย์ แบคทีเรีย และการดักจับโมเลกุลของสารเคมีที่เกิดขึ้นอันเป็นสาเหตุของกลิ่นเหม็นต่างๆ แต่ผลิตภัณฑ์ดับกลิ่น หรือสเปรย์ปรับอากาศที่มีอยู่ในตลาดทั่วไปยังไม่สามารถสลายกลิ่นได้อย่างแท้จริง แต่เป็นเพียงการกลบกลิ่นซึ่งไม่ใช่การแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ

คุณสุรศักดิ์ ราชเพ็ง กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทวาหนุณ จึงได้คิดค้นนวัตกรรมการดับกลิ่นซึ่งเป็นงานวิจัยที่ทำร่วมกับอุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จนพบว่า สารสกัดจากต้นหญ้าเนเปียร์สามารถยับยั้งกลิ่นไม่พึงประสงค์ได้ จึงพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์



สเปรย์และทำตลาดในชื่อแบรนด์ “นักเปียร์” (NATPIER) เป็นนวัตกรรมสารสกัดจากหญ้าเนเปียร์เจ้าแรกของโลกที่มีความเป็นธรรมชาติ 100% ปลอดภัย ไร้กลิ่น และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีคุณสมบัติดับกลิ่นโดยใช้ประจุบวกสลายกลิ่นไม่พึงประสงค์ได้ภายใน 10 วินาที ปัจจุบัน NATPIER เน้นการทำตลาดส่งออกต่างประเทศ จากการเป็น 1 ใน 50 ผู้ประกอบการที่ได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ BCG Hero ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อีกทั้งยังมีตัวแทนจำหน่ายในประเทศฟิลิปปินส์ รวมถึงทำตลาดบนแพลตฟอร์มอาลีบาบา ส่วนในประเทศเน้นกระจายสินค้าไปตามร้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเป็นหลัก



Natpier Spary

Innovative Air Freshener Spray from Napier Grass

Thevanoon Ltd., Part.

Khon Kaen

Microorganisms and bacteria abound in today's environment. When sewage or food waste decomposes, it frequently emits a foul odor, or the dampness of the residential area and waste excretion from the body can also cause undesirable odors. An effective deodorant spray should eliminate microorganisms, but most deodorants or air fresheners on the market do not truly break down odors and instead simply drown them out, which is not a solution to the underlying problem.

Therefore, **Mr.Surasak Ratchapeng, CEO of Thevanoon Ltd., Part.**, devised a new method for eliminating bad smells. He collaborated with Khon Kaen University's Science Park to discover that

Napier grass essence can eliminate odors. The research was transformed into an air freshener spray that is marketed under the brand “NATPIER”. The product is the world's first 100% natural, safe, odorless, and environmentally friendly spray with Napier grass extract, which traps odors using positive charges within 10 seconds.

NATPIER is currently focusing on export marketing as one of 50 entrepreneurs selected by the Department of International Trade Promotion to join in the BCG Hero project. It also distributes in the Philippines and trades on the Alibaba marketplace. The domestic focus is mainly product distribution through health stores.

▶ นวัตกรรม

• ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสารสกัดจากหญ้าเนเปียร์สามารถกำจัดกลิ่นได้อย่างรวดเร็วภายใน 10 วินาที โดยการใช้ประจุไฟฟ้าบวกมาดักจับกลิ่น จึงทำให้เกิดการสลายกลิ่น ช่วยตอบโจทย์กลุ่มคนรักสุขภาพที่ไม่ชอบสารเคมีสังเคราะห์ ไร้กลิ่น และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

▶ การเติบโต

• เน้นการทำตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยได้รับการโปรโมทสินค้าจากการเข้าร่วมโครงการ BCG Hero ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทำตลาดผ่านตัวแทนจำหน่ายในประเทศฟิลิปปินส์ รวมถึงทำตลาดบนแพลตฟอร์มอาลีบาบา สำหรับตลาดภายในประเทศเน้นกระจายสินค้าไปตามร้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเป็นหลัก

▶ Innovation

• The product is an air freshener spray with Napier grass extract, which traps odors using positive charges within 10 seconds. Therefore, it eliminates odors and meets the demands of health enthusiasts who prefer odorless and environmentally friendly products over synthetic chemical ones.

▶ Growth

• NATPIER is currently focusing on export marketing as one of 50 entrepreneurs selected by the Department of International Trade Promotion to join in the BCG Hero project. It also distributes in the Philippines and trades on the Alibaba marketplace. The domestic focus is mainly product distribution through health stores.

นกออกเซอร์วิส

แพลตฟอร์มบริการไล่นก

ห้างหุ้นส่วนจำกัด นกออกเซอร์วิส

จังหวัดนครราชสีมา

🌐 : www.nok-ook.com

📌 : ไล่ก By นกออกเซอร์วิส

การทำรังของนกพิราบ ถือเป็นปัญหาใหญ่อีกเรื่องหนึ่งของอาคารสำนักงานและบ้านพักอาศัย นอกจากนี้ จะสร้างเสียงรบกวนที่ทำให้เกิดความรำคาญ ขึ้นยังมีฤทธิ์เป็นกรดทำให้พื้นที่ที่นกไปทำรังเกิดความเสียหาย อีกทั้งยังมีเรื่องของกลิ่นเหม็น ความสกปรก และเป็นแหล่งเชื้อโรคเชื้อราที่อาจก่อให้เกิดโรคระบาดต่างๆ

คุณภูมิพัฒน์ ขจรภพ ครีเอทีฟไดเรกเตอร์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด นกออกเซอร์วิส จึงเกิดแนวคิดการทำธุรกิจ เพื่อช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า เริ่มจากการบริการติดตั้งอุปกรณ์ไล่กที่นำเข้ามาจากต่างประเทศแต่มีราคาสูง และเหมาะกับพื้นที่ที่มีปัญหาขนาดใหญ่ทำให้ขยายตลาดได้ไม่มาก จึงเริ่มพัฒนาแพลตฟอร์มธุรกิจบริการ “ย้ายบ้านให้นก ปกป้องบ้านลูกค้า” ครอบคลุมด้วยโซลูชันป้องกันนกในรูปแบบต่างๆ เช่น Optical Gel เจลไล่กผลิตจากสมุนไพร Food Grade จากเกาหลีใต้ น้ำยาไล่ก สารสกัดจากเมล็ดองุ่น อาหารทำหมันนกทำจากปลายข้าวและสารสกัดจากสมุนไพรที่ช่วยควบคุมประชากรนกให้ลดลง และ HDPE Netting ตาข่ายกันนก ทนความร้อนและแสงยูวีได้ดี เป็นต้น



นกออกเซอร์วิส พัฒนาแพลตฟอร์ม Web Application เพื่อให้สามารถบริการได้ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยเน้นการทำตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น ให้บริการโดยทีม Service Engineer จำนวน 5 ทีม มีตลาดหลักๆ อยู่ในกรุงเทพฯ นครราชสีมา เชียงใหม่ อุบลราชธานี ชลบุรี และภูเก็ต มีฐานลูกค้าทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนทั่วประเทศกว่า 4,000 ราย อาทิ บ้านพักอาศัย คอนโด โรงแรม โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย เป็นต้น

▶ นวัตกรรม

• ด้านการบริการ ซึ่งเป็นโซลูชันป้องกันนกในรูปแบบต่างๆ เช่น อาหารทำหมันนก โดยการใช้เทคโนโลยีสารสกัดจากสมุนไพร และปลายข้าวที่ทำให้นกเป็นหมัน จึงทำให้ประชากรนกลดลง ช่วยตอบโจทย์ผู้บริโภคที่มีปัญหาเรื่องนกสร้างเสียงรบกวน และพื้นที่เกิดความเสียหายจากขี้นก

▶ การเติบโต

• เน้นการทำตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ให้บริการโดยทีม Service Engineer จำนวน 5 ทีม มีฐานลูกค้าทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนทั่วประเทศกว่า 4,000 ราย อาทิ บ้านพักอาศัย คอนโด โรงแรม โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย เป็นต้น



▶ Innovation

• This is a service to prevent birds in a variety of methods, including food that renders birds sterile, as well as technology that employs herbal extracts and grits that control bird populations. It helps customers who have issues with birds making noise and damaging areas with their droppings.

▶ Growth

• The service focuses on both offline and online marketing. Operated by 5 service engineer teams, there are over 4,000 customers from public and private sectors, including residential homes, condos, hotels, hospitals, universities, and others.

equipment, there was not much market growth. As a result, he began to create a comprehensive business platform called “Move home for birds to protect customers' homes,” highlighting various bird protection solutions such as bird repellent optical gel from South Korean herbs and grape seed extracts, bird castration foods made from rice grits and herbal extracts to control bird populations, heat- and UV-resistant HDPE bird netting, and so on.

NOKOOK Service has an app to provide services nationwide with focuses on both offline and online marketing. Operated by 5 service engineer teams, the main markets include Bangkok, Nakhon Ratchasima, Chiang Mai, Ubon Ratchathani, Chonburi, and Phuket. Over 4,000 customers from public and private sectors, including residential homes, condos, hotels, hospitals, universities, are currently using the services.

Nok Ook Service

Bird repellent service platform

Nokook Service Part., Ltd.

Nakhon Ratchasima

Pigeon nesting is a major problem in office buildings and residential homes. Bird droppings have an acidic impact that damages the area where the bird nests. There's also the issue of unpleasant odors, serving as a reservoir for fungal pathogens that can trigger a variety of diseases.

Mr.Phumpipat Kajornpoop, Creative Director of NOKOOK SERVICE, established a business to help customers with such problems. With the installation of costly imported bird-repellent

โอซีซี เอนไซม์

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด

เพื่อสิ่งแวดล้อม

บริษัท ไบโเวย์ จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

🌐 : www.biowaynature.com

📍 : Biowaynature

การทำทำความสะอาดเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงไปสู่เรื่องของสุขอนามัยของคนและสิ่งมีชีวิต รวมถึงสิ่งแวดล้อม ดังนั้นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ดี นอกจากจะต้องช่วยขจัดสิ่งสกปรกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยังต้องปลอดภัยต่อผู้ใช้และสิ่งมีชีวิตอื่นๆ และจะน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาจากธรรมชาติที่ไม่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

OCC (Organic Concentrate Cleanser) เป็นน้ำยาทำความสะอาดอเนกประสงค์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดงานวิจัยด้านจุลินทรีย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดที่ทำจากเอนไซม์เพื่อลดปัญหาการใช้สารเคมีรุนแรงประเภทกรดต่าง เพื่อการทำทำความสะอาดพื้นผิวที่มีคราบมัน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะไม่ทิ้งความมัน หรือสารเคมีที่เป็นต้นเหตุทำให้เกิดน้ำเน่าเสียในระบบนิเวศ

OCC Enzyme

Environmental Organic Concentrate Cleansing Products

Bioway Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

Cleaning is a procedure related to the hygiene of humans, living organisms, and the environment. As a result, high-quality cleaning products must be both effective and safe for humans and other living things. It will be even more interesting if the products are natural and do not harm the environment or nature.

OCC (Organic Concentrate Cleanser) is a versatile cleaning system developed from research on microorganisms by Suranaree



คุณสุบิน พันเลิศจันทร์ ผู้อำนวยการ บริษัท ไบโเวย์ จำกัด กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ OCC เกิดจากกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยี SB-tech ร่วมกับการวิจัยด้านจุลชีววิทยาโดยใช้สายพันธุ์จุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่อมนุษย์ นำมาสกัดเอนไซม์บริสุทธิ์เพื่อเป็นวัตถุดิบในการผลิตร่วมกับการใช้ BIO Technology เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาด กำจัดกลิ่น การดูแลสัตว์เลี้ยง และถนนอมผิวดูแลผิว โดยใช้เอนไซม์เป็นตัวช่วยเร่งปฏิกิริยากำจัด

ปัจจุบันทำตลาดผ่านตัวแทนจำหน่ายที่เน้นการกระจายสินค้าไปตามโรงพยาบาลและโรงแรม รวมถึงตลาดออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.biowaynature.com ในอนาคตมีแผนขยายตลาดส่งออกต่างประเทศ

University of Technology. This enzyme-based cleaning solution is designed to eliminate the need for harsh acid-based or alkaline chemicals when cleaning sticky surfaces. The products are eco-friendly because they do not leave grease or chemicals that cause wastewater in the ecosystem.

Mr.Subin Phanlertchamnan, Director of Bioway Co., Ltd., stated that OCC products are produced using SB-tech technology and microbiological research using strains of microorganisms that are beneficial for humans. Together with biotechnology, pure enzymes are obtained as raw materials using this technique while enzymes are used as catalytic in the production of cleaning, deodorizing, pet care, and skin care products.

The OCC products are now sold by distributors to reach hospital and hotel customers. Also available online at www.biowaynature.com, the products are planned for export in the overseas market in the future.

นวัตกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ช่วยลดการใช้สารเคมีรุนแรงในการทำสะอาด พื้นผิวที่มีคราบมัน โดยการใช้หลักการทำงานของเอนไซม์ร่วมกับการใช้ BIO Technology จึงทำให้เกิดการย่อยสลายโปรตีนและไขมัน ไม่รวมตัวเป็นก้อนอุดตัน ช่วยจัดคราบไขมันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัยต่อผู้ใช้ และสิ่งแวดล้อม

การตลาด

กำลังตลาดผ่านตัวแทนจำหน่าย เน้นการกระจายสินค้าไปตามโรงพยาบาลและโรงแรม รวมถึงตลาดออนไลน์ ในอนาคตมีแผนขยายตลาดส่งออกต่างประเทศ



Innovation

The products use biotechnology together with enzymes to break down protein and fat that clog the surfaces, reducing the need for harsh chemicals when scrubbing sticky surfaces. The products remove grease effectively while remaining safe for users and the environment.

Growth

The OCC products are now sold by distributors to reach hospital and hotel customers. Also available online, the products are planned for export in the overseas market in the future.

ตู้เสียบียง เวนดิง แมชชีน

นวัตกรรมช่องทางขายใหม่ของสินค้าโลคอลแบรนด์

บริษัท พีเอ็นที เดลิเวอรี่ส์แอนด์เซอร์วิส จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

📍 : rodsabiangtruck

ตู้เสียบียง คือโมเดลธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการมองเห็นช่องทางทางการตลาดที่ตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) ส่วนใหญ่มักเป็นสินค้าในกลุ่มคอนซูเมอร์โปรดักต์ จึงอยากสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่มีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง มีช่องทางการทำตลาดใหม่ๆ และสามารถทำตลาดร่วมกับตู้เสียบียงได้

คุณฐานพัทธ์ ขาดิปฏิมาพงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท พีเอ็นที เดลิเวอรี่ส์แอนด์เซอร์วิส จำกัด กล่าวว่า คอนเซ็ปต์ของตู้เสียบียงเป็นการนำเอาสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมาใส่ไว้ในตู้เว็นดิง แมชชีน เพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายได้ 24 ชม. โดยพัฒนาแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันขึ้นมาใช้งานร่วมกับตู้เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการได้ง่ายขึ้น และมีระบบสมาชิกสะสมแต้มเพื่อนำมาแลกของรางวัลได้

“จุดเด่นของตู้เสียบียง คือการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัด หรือเป็นสินค้าโลคอลแบรนด์ เช่นที่ใครราชจะมีของฝากที่ขึ้นชื่ออย่างกุนเชียง หมูแผ่น ข้าวตัง เราก็สามารถเป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกับแบรนด์เจ้าสัว

Tu Sabiang Vending Machines

for Locally Branded Products

PNT Delivery and Service Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

The “Tu Sabiang Vending Machines” business model arose when vending machines were seen as a new way of selling products, most of which for consumer goods. The business strategy seeks to offer local entrepreneurs with strong brands, a new distribution channel and the opportunity to market alongside the company.

According to Mr.Thanapat Chatpatimapon, Managing Director of PNT Delivery and Service



เพื่อทำเป็นตู้เว็นดิง แมชชีนเฉพาะของแบรนด์เจ้าสัว”

ปัจจุบัน นครราชสีมาคือจังหวัดนำร่องในการทำตลาด โดยมีจุดวางตามโรงเรียน มหาวิทยาลัย ศูนย์ราชการ หน่วยงานในนิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น ในอนาคตจะขยายไปสู่การเป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกับโลคอลแบรนด์ในจังหวัดต่างๆ และหากเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งดีก็จะขยายตู้ออกไปนอกพื้นที่จังหวัด ตั้งเป้าจะขยายให้ได้ 50 ตู้ต่อจังหวัด



Co., Ltd., the idea of the Tu Sabiang Vending Machines is to place the province’s renowned products into vending machines so that they can be distributed 24 hours a day. Customers can use the service more easily and efficiently through an app that works with kiosks, and members can receive points that can be redeemed for rewards.

“Tu Sabiang Vending Machines highlight is that they sell well-known provincial products or local brands; for example, in Nakhon Ratchasima, we collaborated with the Chaosua brand to develop vending machines dedicated to their famous products such as Chinese sausages, dried pork sheets, and crispy rice crusts.”

Nakhon Ratchasima is currently a pilot province with distribution points in schools, universities, government buildings, and factories. We plan to extend our partnerships with local brands in other provinces in the future. For renowned brands, we will expand beyond the province to reach 50 trucks in each province.

นวัตกรรม

ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งเป็นตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) โดยการใช้เทคโนโลยีของตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ร่วมกับการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อใช้งานร่วมกับตู้ จึงทำให้เกิดระบบการจำหน่ายสินค้าที่เป็นโลคอลแบรนด์ หรือของดีประจำจังหวัด ช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย ทำให้ลูกค้าใช้บริการได้ง่ายขึ้น

การตลาด

แผนการทำตลาดในปัจจุบันยังโฟกัสอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา ในอนาคตจะขยายไปสู่การเป็นพาร์ทเนอร์ร่วมกับโลคอลแบรนด์ในจังหวัดต่างๆ และหากเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งดีก็จะขยายตู้ออกไปนอกพื้นที่จังหวัด ตั้งเป้าจะขยายให้ได้ 50 ตู้ต่อจังหวัด

Innovation

The business offers automatic vending machines selling renowned local products, which work in tandem with an app for the ease and convenience of the customers. This is to serve as another channel of distribution for local brands or the province’s famous produce.

Growth

The current marketing plan is still focused on Nakhon Ratchasima. The company plans to extend partnerships with local brands in other provinces in the future. For renowned brands, the expansion will be made beyond the province, with an aim to have 50 trucks in each province.

กึกก้องพ็อกเก็ต

แพลตฟอร์มจัดงาน MICE

บริษัท มอร์มูฟ จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

🌐 : www.ticketpocket.net

คุณภานุ เล็กสุนทร กรรมการผู้จัดการ บริษัท มอร์มูฟ จำกัด เป็นเจ้าของธุรกิจอีเวนต์ออร์แกนไนเซอร์ที่ผ่านมาเคยจัดงานคอนเสิร์ตและพบปัญหาตัวมี ทำให้บริษัทขาดทุนจากการจัดงานดังกล่าว จึงหันมาพัฒนาแพลตฟอร์มการบริหารจัดการคอนเสิร์ตให้บริการแก่เจ้าของงานจัดคอนเสิร์ตและผู้ชมคอนเสิร์ต โดยออกแบบฟีเจอร์ให้ผู้จัดงานคอนเสิร์ตสามารถเข้ามาฝากขายบัตรหรือประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตไว้ได้บนแพลตฟอร์ม ในขณะที่ผู้ชมกดสั่งจองตั๋วเลือกที่นั่ง และชำระบัตรชมคอนเสิร์ตออกมาเป็นคิวอาร์โค้ดสำหรับใช้สแกนเข้า

Ticketpocket

Making event organizing easy, affordable and profitable

Moremove Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

Mr. Phanu Leksoontorn, Managing Director of Moremove Co., Ltd., began with an event-organizing company that specialized in concerts, but his company began making losses due to the black-marketing of tickets. This inspired him to develop a new event-management platform called TicketPocket, which lends a helping hand to both concert organizers and concertgoers. The platform allowed organizers to sell tickets and promote their events directly, while audiences could book, buy and select seats and enter the event using a QR code. The system also reports the number of tickets sold and concertgoers, which solves the problem of fake or overpriced tickets and reduces costs.

Later, Mr. Panu extended the platform to cover events and exhibitions, with a useful guide for organizing different types of occasions, such as ordinations, weddings, etc. The platform helps users organize the event by selecting suppliers and suitable venues. It also has inbuilt templates to distribute work among responsible persons, as well as a timeline to notify the progress status at different steps.

งานได้ โดยระบบจะรายงานยอดขายและจำนวนผู้เข้าชมไปยังเจ้าของคอนเสิร์ตที่ใช้ระบบ แก้ปัญหาตัวมี และลดต้นทุนการจัดงาน ต่อมาคุณภานุได้ต่อยอดแพลตฟอร์มงานคอนเสิร์ตไปสู่การจัดอีเวนต์และนิทรรศการ โดยมีฟังก์ชันคู่มือการจัดงานต่างๆ อาทิ งานบวช งานแต่งงาน ผู้ใช้งานวางแผนเตรียมงาน เลือกซัพพลายเออร์ สถานที่ พร้อมเพิ่มแพลตฟอร์มกระจายงานให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการ พร้อมใหม่ไลน์แจ้งเตือนสถานะความก้าวหน้า การจัดการขั้นตอนต่างๆ สำหรับแพลตฟอร์มการจัดนิทรรศการ ผู้จัดงานสามารถออกแบบนามบัตร ตัวเข้าชม และทำโบรชัวร์ด้วยเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดเพื่อใช้ในงาน ทั้งยังนำคิวอาร์โค้ดมาใช้เพื่อลงทะเบียนเข้างาน ช่วยเพิ่มกิมมิกการจัดงาน สร้างประสบการณ์การเข้าชมนิทรรศการแบบใหม่ให้ผู้ร่วมงาน และลดต้นทุนการผลิตสิ่งพิมพ์ให้ผู้จัดงาน ในอนาคตมีแผนนำข้อมูลการจัดงานและผู้ร่วมงานมาใช้ต่อยอดเป็นแผนการตลาดหรือแคมเปญต่างๆ



Similarly, exhibition organizers can design business cards, event tickets and even make brochures using QR code technology to use at the event. QR codes can also be used to register for the event and for guests to use to access information. This not only gives visitors a different experience, but also reduces the cost of printing pamphlets. The company plans to use data gathered at events and participants to further develop marketing plans and promotional campaigns.

▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มการบริหารจัดการคอนเสิร์ต อีเวนต์ และนิทรรศการ ออกแบบฟังก์ชันเลือกที่นั่ง ชำระค่าบัตรออกมาเป็นคิวอาร์โค้ดใช้สแกนเข้างาน ยังมีระบบรายงานยอดขาย และจำนวนผู้เข้าชมไปยังเจ้าของงาน แก้ปัญหาตัวมี ลดต้นทุนการจัดงาน ทั้งยังมีฟังก์ชันให้ผู้ใช้งานวางแผนเตรียมงาน เลือกซัพพลายเออร์ และสถานที่

▶ การเติบโต

• นำข้อมูลการจัดงาน และผู้ร่วมงานมาใช้ต่อยอดเป็นแผนการตลาดหรือแคมเปญต่างๆ

▶ Innovation

• A platform that helps with the management of concerts, events and exhibitions by offering functions such as selecting seats and buying tickets as well as QR codes that can be scanned to enter the event. The system also gathered information on the number of tickets sold and the number of people attending the event. The platform helps solve the problem of ghost tickets and reduces costs, as well as helps organizers by providing them with lists of suppliers and venues.

▶ Growth

• Putting together event information for participants to use in marketing plans or promotional campaigns.

ป๊อกๆ รถอาหาร

แพลตฟอร์มฟู้ดดีลิเวอรี่ที่ไม่มีค่าส่ง

บริษัท ลีลูน่าเทค จำกัด

จังหวัดขอนแก่น

🌐 : PokPok - ป๊อกๆ รถอาหารแสนอร่อย

แม้การใช้บริการฟู้ดดีลิเวอรี่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคแล้ว แต่ในกรณีที่ลูกค้าสั่งอาหารจากร้านที่อยู่ไกลก็พบว่าค่าบริการสูงกว่าค่าอาหารด้วยซ้ำ คุณนัฐพงษ์ จารุวิจิต ประธานกรรมการ บริษัท ลีลูน่าเทค จำกัด จึงคิดค้นแพลตฟอร์มบริการฟู้ดดีลิเวอรี่ในชื่อ “ป๊อก ๆ รถอาหาร” รวมร้านเด็ดร้านอาหารย่านอร่อยทั้งร้านสตรีทฟู้ดจนถึงมิชลิน เหมือนรถพุ่มพวงให้ลูกค้าทานได้ทุกวัน จับกลุ่มลูกค้าที่อยู่คอนโดที่ต้องการสั่งอาหารจากร้านย่านอร่อยแต่อยู่ไกลเกิน 10 กิโลเมตรขึ้นไปโดยไม่คิดค่าส่ง

“ป๊อก ๆ รถอาหาร” จะรวบรวมออร์เดอร์จากลูกค้าที่อยู่คอนโดเดียวกัน หรืออยู่ใกล้กันในแต่ละวันไม่ต่ำกว่า 50 ออร์เดอร์ แล้วจัดเรียงออร์เดอร์ วางเส้นทางการขนส่งสรุปให้ไรเดอร์ 1 คนไปซื้อเพื่อนำมาจัดส่งให้ลูกค้าจึงเกิดความคุ้มค่าในการจัดส่ง ซึ่งไรเดอร์ได้ค่าบริการ 20 บาทต่อ 1 ออร์เดอร์เท่ากับที่เท่ากับแพลตฟอร์มฟู้ดดีลิเวอรี่ แต่การจัดส่งครั้งละมากๆ เพียงจุดเดียวทำให้บริหารจัดการเวลาได้ดีกว่า ในขณะที่ “ป๊อก ๆ รถอาหาร” มี



รายได้คอมมิสชันจากร้านอาหาร ปัจจุบันมีร้านอาหารให้เลือกทั้งเยาวราช สีลม ตลาดพลู ราชพฤกษ์ และลาดพร้าว ให้บริการลูกค้าคอนโด 300 กว่าโครงการในกรุงเทพฯ และมีแผนเพิ่มจำนวนไรเดอร์ และโซนการให้บริการในย่านสำนักงาน เพื่อเพิ่มรายได้ให้ไรเดอร์ในช่วงกลางวัน จากเดิมจัดส่งอาหารให้กับลูกค้าคอนโดในเวลาเย็น



Pok Pok Food Wagon

A Free Food Delivery Platform

Lilunatech Co., Ltd.

Khon Kaen

Food delivery services have become a part of our daily lives. However, when ordering from a distant restaurant, the service fee may exceed the food costs. Mr. Natthaphong Jaravijit, CEO of Lilunatech Co., Ltd., created a food delivery platform: “Pok Pok Food Wagon,” combining options from various eateries, ranging from street food to Michelin-rated, and delivers them to customers. The service offers free food delivery for condominium residents who seek delicious food from restaurants situated outside a 10-kilometer radius.

Every day, the “Pok Pok Food Wagon” collects at least 50 orders from customers in the same condominium buildings. Orders are sorted, routes are planned, and the orders are given to

a single rider, who buys the food and brings it to the customers. The bulk orders reduce the expense of delivery and improve time management. While a rider receives a 20 - baht fee per order, the same as on other platforms, “Pok Pok Food Wagon” gets restaurants’ commission. There are currently several food districts in Bangkok to choose from, including Yaowarat, Silom, Talat Phlu, Ratchaphruek, and Ladprao, that cater to customers in over 300 condominium projects. There are plans to increase the number of riders and service zones in the office areas to add income for riders during the daytime rather than deliver food to condo customers only in the evening.

▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มบริการฟู้ดดีลิเวอรี่ “ป๊อกๆ รถอาหาร” รวมร้านเด็ดร้านอาหารย่านอร่อยทั้งร้านสตรีทฟู้ดจนถึงมิชลิน เหมือนรถพุ่มพวงให้ลูกค้าทานได้ทุกวัน จับกลุ่มลูกค้าที่อยู่คอนโดที่ต้องการสั่งอาหารจากร้านย่านอร่อยแต่อยู่ไกลเกิน 10 กิโลเมตรขึ้นไป โดยไม่คิดค่าส่ง โดยระบบจะรวบรวมออร์เดอร์จากลูกค้าที่อยู่คอนโดเดียวกัน หรืออยู่ใกล้กันในแต่ละวันไม่ต่ำกว่า 50 ออร์เดอร์ แล้วจัดเรียงออร์เดอร์วางเส้นทางการขนส่ง สรุปให้ไรเดอร์หนึ่งคนไปซื้อเพื่อนำมาจัดส่งให้ลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งให้ถึงลูกค้าและไรเดอร์

▶ การเติบโต

• ขยายโซนการให้บริการในย่านสำนักงานรองรับกลุ่มลูกค้าออฟฟิศ

▶ Innovation

• The “Pok Food Food Wagon” is a food delivery platform that brings customers food from a variety of eateries, from street food to Michelin-rated restaurants. The service offers free food delivery for condominium residents who seek delicious food from restaurants situated outside a 10-kilometer radius. The system collects at least 50 orders from customers in the same condominium buildings, sorts out the orders, plans the routes, and assigns the orders to a single rider, who buys the food and brings it to the customers. The service helps increase the efficiency of delivery for both customers and riders.

▶ Growth

• There are plans to increase the number of riders and service zones in the office areas.

ลาวัน

ยาสีฟันสมุนไพรสำหรับผู้ป่วยมะเร็ง

วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองอุ่ม

จังหวัดมหาสารคาม

Facebook : ลาวัน ยาสีฟันสำหรับผู้ป่วยมะเร็ง และผู้มีปัญหาช่องปากและฟัน

คุณวิราวรรณ คชสาร ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองอุ่ม ได้รับผลข้างเคียงยาเคมีบำบัดจากการรักษาโรคมะเร็ง หนึ่งในนั้นคืออาการปวดแสบปวดร้อน และแผลบริเวณลิ้นและภายในช่องปากเป็นอุปสรรคต่ออาหารทานอาหารอย่างถึง พื่อของเธอจึงนำผักคราดหัวแหวนมาบดเป็นผงนำมาแปรงฟันเพื่อสมานแผลลดอาการปวดนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการนำผักคราดหัวแหวนเป็นส่วนผสมในยาสีฟันสมุนไพรแบรนด์ “ลาวัน”

จุดต่างของ “ลาวัน” จึงเป็นนวัตกรรมการแปรรูปสมุนไพรไทยมาทำเป็นยาสีฟัน และเป็นเจ้าแรกที่มีส่วนผสมของผักคราดหัวแหวนซึ่งเป็นผักพื้นบ้านของอีสาน มีคุณสมบัติลดอาการปวด และยังมีส่วนผสมของดินสอพอง เปลือกข่อย อบเชย และเกลือช่วยสมานแผล ส่วนใบฝรั่งช่วยลดกลิ่นปาก ด้วยคุณสมบัติของสมุนไพรที่นำมาใช้สามารถลดอาการปวดแสบปวดร้อนภายในช่องปากได้เป็นอย่างดี เจาะกลุ่มลูกค้าผู้ป่วยโรคมะเร็ง



ที่ได้รับอาการข้างเคียงจากยาเคมีบำบัดโดยเฉพาะเพียงแปรงฟันแล้วอมเพื่อให้สมุนไพรออกฤทธิ์แล้วล้างออกก็เห็นผลภายในการใช้เพียงครั้งเดียว

ยาสีฟันสมุนไพรลาวัน ยังไม่มีส่วนประกอบจากสารแคลเซียมซัลเฟตเอสแอลเอส โซเดียมลอรีนซัลเฟต จึงไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองในช่องปาก และลดคราบหินปูนได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มคนทั่วไป และเด็กเล็กผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมวางแผนส่งออกไปต่างประเทศ



Lawan

A Herbal Toothpaste for Cancer Patients

Community Enterprise of Ban Nong Um

Maha Sarakham

When Mrs. Wirawan Chodchasarn, Chairman of the Community Enterprise of Ban Nong Um, suffered from side effects of chemotherapy because of her cancer treatment, her father ground the Paracress plant (Acmella oleracea) into powder and used it to clean her teeth and heal the ulcers inside her mouth. This led to the creation of “Lawan,” the herbal toothpaste that uses Paracress as an ingredient for the first time.

The innovation to transform Thai herbs into toothpaste is Lawan’s strongest pursuit. The toothpaste is the first of its kind to contain a blend of Paracress, a native plant of Northeastern Thailand, with Din Sor Pong (Thai natural white clay powder), the bark of Khoi, and cinnamon,

to help reduce oral pain. It has sea salt that helps heal the wounds and guava leaves to reduce bad breath. Developed for cancer patients who are experiencing a burning sensation and pain in their mouths from chemotherapy, the toothpaste is proven to be effective after a single use. Just clean your teeth with it, leave it in your mouth and then rinse it out.

Lawan herbal toothpaste does not contain calcium sulfate, SLS, or sodium lauryl sulfate. As a result, it does not irritate your mouth and helps remove plaque. The product marketing has now expanded to reach general customers and young children via online channels, while the plan for export is also in place.

▶ นวัตกรรม

แปรรูปสมุนไพรไทยมาทำเป็นยาสีฟัน และเป็นเจ้าแรกที่มีส่วนผสมของผักคราดหัวแหวนซึ่งเป็นผักพื้นบ้านของอีสาน มีคุณสมบัติลดอาการปวด และยังมีส่วนผสมของดินสอพอง เปลือกข่อย อบเชย และเกลือช่วยสมานแผล ส่วนใบฝรั่งช่วยลดกลิ่นปาก สามารถลดอาการปวดแสบปวดร้อนภายในช่องปากได้เป็นอย่างดี เจาะกลุ่มลูกค้าผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ได้รับอาการข้างเคียงจากยาเคมีบำบัด

▶ การเติบโต

ขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มคนทั่วไป และเด็กเล็กผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมวางแผนส่งออกไปต่างประเทศ

▶ Innovation

An innovative transformation of Thai herbs into a toothpaste, Lawan is the first toothpaste to contain a blend of Paracress, a native plant of Northeastern Thailand, with Din Sor Pong (Thai natural white clay powder), the bark of Khoi, and cinnamon, to help reduce oral pain. It has sea salt that helps heal the wounds and guava leaves to reduce bad breath. The toothpaste is developed for cancer patients who are experiencing a burning sensation and pain in their mouths from chemotherapy.

▶ Growth

The product marketing has now expanded to reach general customers and young children via online channels, while the plan for export is also in place.

มันปูนาผสมพร้อมทาน

“ปูนาขายหลาน” ของดีเมืองมหาสารคาม ที่หากินได้ตลอดปี

วิสาหกิจชุมชนมันปูนาขายหลาน

จังหวัดมหาสารคาม

Facebook : ปูนาขายหลาน

มันปูนาเป็นเมนูอาหารที่ขึ้นชื่อของคนอีสาน เพราะสามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลาย เช่น อ่อม ลาบ น้ำพริก และขนมจีนน้ำยา แต่ฤดูกาลจับปูนา มีระยะเวลาเพียง 5 เดือน คุณสายฝน บรรณกิจ รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมันปูนาขายหลาน จึงมีความคิดที่จะพัฒนาแบรนด์ “มันปูนาขายหลาน” ให้เป็นสินค้าที่สามารถทานได้ตลอดทั้งปีบรรจุใส่กระปุกแก้วเป็นเจ้าแรกในตลาด โดยใช้เทคนิคพิเศษที่พัฒนาขึ้นเองจากวิธีดั้งเดิมของมันปูนาจะต้องใช้ปูสด แยกมัน แยกเนื้อมาเคี่ยวให้เป็นเนื้อเดียวกัน คุณสายฝน คิดค้นเทคนิคเคี่ยวมันปูให้ได้เนื้อและมันผสมกันเป็นเนื้อเดียวกัน แต่ยังมี



มันปูเคี่ยวอยู่บนผิวหน้า จากนั้นนำไปนึ่งเพื่อฆ่าเชื้อ สามารถจัดเก็บได้นาน 1 ปี เมื่อนำเข้าช่องแช่แข็ง ตอบโจทย์กลุ่มคนอีสานที่ต้องการทานมันปูนานฤดูฤดูกาล และคนอีสานย้ายถิ่นที่ส่วนใหญ่ออกจากบ้านมาทำงานในเมือง สามารถซื้อ มันปูนามาประกอบอาหารได้ง่ายๆ

Puna Yay Lhan

Ready-to-eat Tomalley Sauce from Rice Field Crabs. A famous delicacy of Maha Sarakham that is available all year round.

Puna Yay Lhan’s Community Enterprise

Maha Sarakham



Rice field crab’s tomalley is a popular food of Northeastern Thailand due to its versatility in creating a range of local dishes, such as Oum soup, Laab, chili dips, and rice vermicelli with a curry. However, the season for catching crabs only lasts 5 months. This prompted Ms. Saifon Bannakit, Vice President of Puna Yay Lhan’s Community Enterprise, to create the “Puna Yay Lhan,” the first brand to produce the crab fat sauce in glass jars that can be stored and enjoyed all year. She devised a new method of simmering crab tomalley to achieve a mixture that blends flesh with fat while retaining the fatty surface, which varies from the traditional process of separating the crabmeat out and

simmering the tomalley until the texture is uniform. The sauce is then heated to sterilize it and can be frozen for up to a year. The crab fat sauce serves the needs of Northeastern Thais who are craving it outside of crab season, as well as those who moved to cities and are unable to get this delicacy. “Puna Yay Lhan” sauce is available anywhere thanks to its numerous online distribution channels. Rice field crabs raised in Maha Sarakham provide the product a particular salty-umami flavor from the soil in the rice fields. A new rice-field crab-based food lineup is being developed, which include dried crab Laab, crab crackers, fermented crab broth, and is expected to enter the market by 2023.

▶ นวัตกรรม

มันปูนาขายหลานเป็นการคิดค้นเทคนิคการเคี่ยวมันปูนาให้เป็นเนื้อเดียวกันแต่มีมันปูเคี่ยวอยู่บนผิวด้านบนบรรจุใส่กระปุกแก้ว จากนั้นนำไปนึ่งเพื่อฆ่าเชื้อสามารถจัดเก็บได้นาน 1 ปี เมื่อนำเข้าช่องแช่แข็งตอบโจทย์กลุ่มคนอีสานที่ต้องการทานมันปูนาออกฤดูกาล และคนอีสานย้ายถิ่นที่ส่วนใหญ่ออกจากบ้านมาทำงานในเมือง สามารถซื้อ มันปูนามาประกอบอาหารได้ง่ายๆ

▶ การเติบโต

ขยายไลน์สินค้าโดยกำลังพัฒนาเมนูลาบปูแห้ง ข้าวเกรียบปู และน้ำปูรา

จำหน่ายช่องทางแพลตฟอร์ม ขายส่งให้ร้านอาหาร ลาบปู อ่อมปู เพราะมาแทนเนื้อสัตว์ได้เลย ปลอดภัยเป็นข้าวผัด น้ำยาขนมจีน ทำอาหารได้หลากหลาย ประสบิณน้ำพริก

แผนเติบโต กำลังทำลาบปูแห้ง เอาบับปูไปทำลาบสำเร็จรูป เอาไปคลุกข้าวเป็นลาบปูได้เลย ไม่ต้องปรุงซื้อแล้วทานได้เลย และข้าวเกรียบปู น้ำปูรา ขายป็นี

▶ Innovation

“Puna Yay Lhan” crab tomalley sauce uses a new method of simmering crab tomalley to achieve a mixture that blends flesh with fat while retaining the fatty surface. The product is offered in glass jars, which are sterilized and can be frozen for up to a year. The crab fat sauce serves the needs of Northeastern Thais who are craving it outside of crab season, as well as those who moved to cities. The sauce can be purchased anywhere to make a simple local meal.

▶ Growth

A new rice-field crab-based food lineup is being developed, which will include dried crab Laab, crab crackers, and fermented crab broth.

เมนูหม้อร้อนแซบอีหลี

อาหารดีไอวยายอีมอรรอยได้

ทุกที่ทุกเวลา

บริษัท ศรีมั่งมี จำกัด

จังหวัดอุดรธานี

Facebook: ZaapEily

Facebook: Zapp ELee Shabu

รับผลิตสร้างแบรนด์หม้อร้อนสุกเองได้

แจ่วฮ้อนหม้อไฟพิเศษ

Instagram: @zappelee

Self Heating Packaging เป็นที่นิยมอย่างสูงในประเทศญี่ปุ่น จีน เกาหลี และสหรัฐอเมริกา เพราะสามารถอุ่นร้อนได้ด้วยตัวเองไม่ต้องใช้เปลวไฟ ไม่ต้องใช้ไฟฟ้า ใช้หลักการทางเคมีจากปฏิกิริยาคายความร้อน $CaO+H_2O$ ทำให้อาหารสุกเอง คุณเมธาพร นามศรี ประธานกรรมการ และ คุณมนฤทัย นามศรี กรรมการบริษัท ศรีมั่งมี จำกัด นำไอเดียนี้มาเปิดตลาดในประเทศไทย เจาะกลุ่มนักเดินป่า นักศึกษาที่อาศัยในหอพัก และกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบอาหารแบบดีไอวยาย อีมอรรอย ได้ทุกที่ทุกเวลา โดยเริ่มคิดค้นแจ่วฮ้อนเป็นเมนูแรกภายใต้ชื่อแบรนด์ “แซบอีหลี” ผลิตด้วยเทคโนโลยีฟรีซดรายผักและเนื้อสัตว์ เป็นการแช่แข็งอาหารที่อุณหภูมิต่ำมากถึง -50 องศาเซลเซียสแล้วนำมาเข้าสู่สุญญากาศทำการระเหิดเอาน้ำออก สามารถคงรูป



รสชาติ กลิ่นสี คุณค่าทางสารอาหารของวัตถุดิบได้มากถึง 98% ทำให้เมนูแจ่วฮ้อนของแซบอีหลีมีความแตกต่างจากคู่แข่งในท้องตลาด เพียงฉีกซองแล้วนำมาผสมลงในภาชนะเติมน้ำใส่ลงในหม้อร้อนเพียง 15 นาที ก็พร้อมรับประทาน

ผลการตอบรับที่ดีต่อมาจึงขยายโมเดลธุรกิจรับจ้างผลิต ให้บริการแบบครบวงจรกับผู้ประกอบการที่สนใจ นำเมนูหม้อร้อนอาหารถึงสำเร็จรูปไปจำหน่ายจำนวน 20 แบนด์ มากกว่า 30 เมนู ปัจจุบันพัฒนาเมนูขนมหวานและเบเกอรี่ได้เป็นเจ้าแรกในตลาดเมนูหม้อร้อน และเตรียมเพิ่มช่องทางร้านสะดวกซื้อในภาคอีสาน

teenagers who enjoy DIY food. Jaewhon was the first hot pot menu created under the brand “ZaapEily”, which is made with freeze-dried vegetables and meat using technology that freezes ingredients at temperatures as low as -50 degrees Celsius before placing them in a vacuum incubator, sublimating them, and removing the water to retain the shape, flavor, color, and smell. The nutritional value is maintained at up to 98%, setting ZaapEily's Jaewhon menu apart from its market competitors. Simply tear open the package, combine the contents in a bowl, add hot water, and set aside for 15 minutes before serving.

The OEM business model was developed to provide a one-stop service for vendors of hot pot menus. With more than 30 menus from 20 brands, the company developed its first freeze-dried dessert and bakery menus and is preparing to sell them in convenience stores throughout the Northeast of Thailand.



นวัตกรรม

คิดค้นแจ่วฮ้อนและอาหารคาว-หวานต่างๆ โดยใช้เทคโนโลยีฟรีซดรายผักและเนื้อสัตว์ เป็นการแช่แข็งอาหารที่อุณหภูมิต่ำมากถึง -50 องศาเซลเซียสแล้วนำมาเข้าสู่สุญญากาศทำการระเหิดเอาน้ำออก สามารถคงรูป รสชาติ กลิ่นสี คุณค่าทางสารอาหารของวัตถุดิบได้มากถึง 98% เพียงฉีกซองแล้วนำมาผสมลงในภาชนะ เติมน้ำใส่ลงในหม้อร้อนเพียง 15 นาที ก็พร้อมรับประทาน

การเติบโต

เพิ่มเมนูขนมหวานและเบเกอรี่ เพิ่มช่องทางร้านสะดวกซื้อในภาคอีสาน

Innovation

The company perfected the technology to make Jaewhon hot pot and other savory and sweet dishes. It uses freeze-dried technology, which freezes ingredients at temperatures as low as -50 degrees Celsius before putting them in a vacuum incubator, sublimating them, and removing the water to keep up to 98% of the shape, flavor, color, smell, and nutritional value. The products can be enjoyed by simply tearing open the package, combining the contents into a bowl, adding hot water, and setting aside for 15 minutes before serving.

Growth

Preparing to sell new dessert and bakery menus in convenience stores throughout the Northeast of Thailand.

สตีฟ ออร์แกนิก

น้ำแบลคเบอร์รี่ออร์แกนิกส์

บริษัท สตีฟ ออร์แกนิก จำกัด

จังหวัดอำนาจเจริญ

Facebook: สตีฟ ออร์แกนิก

เริ่มต้นจากการเป็นศูนย์ธุรกิจเกษตรต้นแบบและทำธุรกิจผลิตอาหารสุขภาพตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำจากการปลูกวัตถุดิบเอง ผลิตและแปรรูปจนถึงจัดจำหน่ายด้วยตัวเอง โดยผลิตภัณฑ์น้ำแบลคเบอร์รี่ ออร์แกนิกส์ของ “STEVE ORGANIC” นำเรื่องนวัตกรรมมาช่วยเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตแบลคเบอร์รี่ที่ผลไม่สวย ทำให้เหลือจากการขายผลสดที่ได้ราคามากกว่า โดยนำมาแปรรูปเป็นน้ำแบลคเบอร์รี่ออร์แกนิกส์ เพื่อให้เกษตรกรที่ปลูกมีรายได้ให้ได้ 2 แสนบาทต่อ 1 ไร่ ต่อปี

คุณสถิตย์ ม่วงกรุง ประธาน บริษัท สตีฟ ออร์แกนิก จำกัด กล่าวว่า แบลคเบอร์รี่มีสารแอนโทไซยานินสูงถึง 82.5-325.9 กรัม ซึ่งสารนี้อยู่ในพืชตระกูลสีม่วงสีดำซึ่งมีสารต้านอนุมูลอิสระสูง บำรุงสายตา ทำให้ระบบเลือดไหลเวียน ต้านมะเร็ง และการชราวัย นวัตกรรมที่นำมาพัฒนาเครื่องตีแบลคเบอร์รี่ คือการสกัดเย็นด้วยระบบ



High Pressure Processing (HPP) เป็นเทคโนโลยีใหม่ซึ่งไม่ผ่านความร้อนทำให้อาหารยังคงอยู่ และคงคุณค่าสารอาหารสูง เก็บได้ 45 วันในอุณหภูมิปกติ ปัจจุบันกำลังการผลิตอยู่ที่ 200 ขวดต่อเดือนจำหน่ายให้ลูกค้าเฉพาะกลุ่มในช่องทางออนไลน์ และกำลังวางแผนเร่งปลูกแบลคเบอร์รี่กับเครือข่ายเกษตรกรเพื่อให้ได้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยวางไว้ว่า 3 ปีจะเพิ่มพื้นที่ปลูกแบลคเบอร์รี่ให้ได้ 500 ไร่ สร้างรายได้ให้ได้ 200 ล้านบาท



Steve Organic

Extracting Blackberry Juice with New State-of-the-art Technology to Keep all Nutrients Alive

Steve Organic Co., Ltd.

Amnat Charoen

“Steve Organic” began as a model for agricultural and health-food production business, covering all aspects, from growing raw materials to producing, processing and distributing. The company applied innovative technology to produce nutrient-packed juice from unattractive blackberries, while selling good-looking berries at a higher price to ensure farmers earn at least 200,000 baht per rai per year.

Mr.Sathit Muangkrung, CEO, Steve Organic Co., Ltd., said fresh blackberries are packed with a polyphenol called anthocyanin, which possesses anti-inflammatory, anti-diabetic and anti-cancer properties to name a few. Fruits in the purple-black family also offer many other

benefits, including helping fight aging as well as improving eyesight and circulation.

The Steve Organic blackberry juice is made using the state-of-the-art High-Pressure Processing (HPP) system, which extracts the juice at low temperature. This extraction method retains all nutrients of the fruit and keeps it fresh for 45 days at room temperature.

Currently, the production capacity is 200 bottles per month and the juice is only being sold online. The company is looking into increasing the harvest of blackberries by building a network of farmers. The goal is to expand the area of blackberry farms to 500 rai to generate revenue of at least 200 million baht within three years.

นวัตกรรม

ผลิตจากน้ำแบลคเบอร์รี่ ออร์แกนิกส์ของ “STEVE ORGANIC” นำเรื่องนวัตกรรมมาช่วย เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตแบลคเบอร์รี่ที่ผลไม่สวย ด้วยการสกัดเย็นระบบ High Pressure Processing (HPP) เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งไม่ผ่านความร้อนทำให้อาหารยังคงอยู่ครบเหมือนทานผลสด ทานแล้วช่วยต้านอนุมูลอิสระสูง บำรุงสายตา ทำให้ระบบเลือดไหลเวียน ต้านมะเร็ง และการชราวัย

การเติบโต

กำลังวางแผนเร่งปลูกแบลคเบอร์รี่กับเครือข่ายเกษตรกรเพื่อเพิ่มผลผลิต ภายใน 3 ปีจะเพิ่มพื้นที่ปลูกแบลคเบอร์รี่ให้ได้ 500 ไร่ สร้างรายได้ให้ได้ 200 ล้านบาท

Innovation

Steve Organic blackberry juice applies the new High-Pressure Processing system to extract the juice and give unattractive blackberries additional value. This keeps the nutrients intact, so the fruit remains high in antioxidants and continues providing benefits like improving eyesight and blood circulation as well its anti-cancer and anti-aging properties.

Growth

The company is planning to boost the cultivation of blackberries by building a network of farmers and expanding the planting area to 500 rai, with a view to generating an income of 200 million baht within three years.

สวนดินไอยรา

ดินผสมสำเร็จ

บริษัท สวนดินไอยรา จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

🌐 : www.iyaramanagement.co.th/suandin

📍 : โรงงานดิน สวนดินไอยรา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีพันธุ์ไม้ที่หลากหลาย รวมถึงพันธุ์ไม้เศรษฐกิจ เช่น แคคตัส หรือ ตระกูลพืคลเดนดรอน ซึ่งต้นไม้แต่ละประเภทต้องการดินที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน สารอาหารที่ต้องการย่อมแตกต่างกันไปด้วย คุณจักรพรรดิ พลายเพชรน้อย กรรมการบริหาร บริษัท สวนดินไอยรา จำกัด จึงมองถึงการทำดินเฉพาะทางขึ้น เพราะแม้ว่าในตลาดจะมีดินผสมสำเร็จอยู่แล้วแต่เป็นการผสมกันเองและมีราคาสูงมาก จนเกิดแบรนด์ “สวนดินไอยรา” ดินผสมสำเร็จสำหรับปลูกต้นไม้แต่ละชนิด โดยผ่านการวิจัยแร่ธาตุสารอาหารในดิน มีผลการทดลองในห้องวิจัยของศูนย์เทคโนโลยีนาโน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีอย่างชัดเจนว่าพืชแต่ละชนิดต้องการแร่ธาตุแบบไหน

ความพิเศษของ “สวนดินไอยรา” คือเป็นดินผสมสำเร็จเกรดพรีเมียม ส่วนผสมต่างๆ มีคุณภาพ ใช้นวัตกรรม การฆ่าเชื้อโรค-เชื้อรา โดยการฉายแสง UV เพื่อให้ลูกค้า

Suandin Iyara

Contaminant-free, eco-friendly soil mixture for all types of plants

Suandin Aiyara Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

One of Thailand's main industries is agriculture and the country is blessed with a rich variety of plant species. Apart from food harvests, indoor plants that need little care like cacti or those in the philodendron plants are also fast becoming cash crops. However, household plants have different soil and nutrient requirements. Mr.Jakkraphat Plaipetchnoi, executive director of Suandin Aiyara Co., Ltd., realized this and began looking into creating special soil mixtures that suit all types of plants. Though there are already plenty of ready-mixed soils available in the market, they are not mixed for specific species and can be very expensive.



มั่นใจได้ว่าดินจาก “สวนดินไอยรา” ใช้แล้วปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อผิวสัมผัสของคน สัตว์เลี้ยง และสิ่งแวดล้อม

ปัจจุบัน “สวนดินไอยรา” กระจายสินค้าไปในช่องทางต่างๆ เช่น หน้าร้านของตัวเอง ตัวแทนจำหน่ายที่เป็นร้านต้นไม้ ห้างเกษตร ช่องทางออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดีย ในราคาที่ต้องได้ประมาณ 25-30 บาท ทำให้สามารถเจาะเข้าถึงเป้าหมายได้มากขึ้นและเติบโตอย่างต่อเนื่อง อนาคตมองถึงการขยายเข้าไปขายในช่องทางโมเดิร์นเทรด เช่น MR.D.I.Y. เพื่อให้คนรักการปลูกต้นไม้สามารถที่จะหาซื้อดินปลูกต้นไม้ได้ตลอดเวลา



Keeping these factors in mind, the “Suandin Aiyara” brand pre-mixed soil was created. This soil mixture was devised after several experiments were conducted at Suranaree University of Technology's Technopolis Center to see exactly what minerals different plants need to flourish.

What makes “Suandin Aiyara” soil special is that it is not only premixed with a variety of quality ingredients, but is also free from contaminants because it is treated with irradiating UV light. Hence, customers can be confident that the “Suandin Aiyara” soil is safe for humans, pets and the environment.

The soil is currently available through several channels, such as the company's storefront, plant nurseries, stores selling agricultural goods and social media online. At a price of just 25 to 30 baht per bag, the product can be expected to penetrate more target markets and expand continuously. The company is looking to make its products available through modern trade channels like Mr. D.I.Y., so garden enthusiasts can buy soil to sow plants at any time.

▶ นวัตกรรม

• ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม มีพันธุ์ไม้ที่หลากหลาย รวมถึงพันธุ์ไม้เศรษฐกิจ เช่น แคคตัส หรือตระกูลพืคลเดนดรอน ซึ่งต้นไม้แต่ละประเภทต้องการดินที่อยู่อาศัยแตกต่างกัน “สวนดินไอยรา” จึงมองถึงการผสมดินสำเร็จผ่านการวิจัยแร่ธาตุสารอาหารในดินจากห้องทดลองของศูนย์เทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีสุรนารี กระบวนการผลิตใช้วัตกรรมการฆ่าเชื้อโรค-เชื้อรา โดยการฉายแสง UV ใช้แล้วปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อคน สัตว์เลี้ยง และสิ่งแวดล้อม

▶ การเติบโต

• กระจายสินค้าให้ถึงมือผู้ใช้เพิ่มมากขึ้นด้วยการใช้สื่อออนไลน์ รวมถึงเพิ่มตัวแทนรายใหญ่ให้ครบทุกภูมิภาค และตัวแทนรายย่อยให้ครบทุกจังหวัด รวมถึงขยายเข้าไปขายในช่องทางโมเดิร์นเทรด

▶ Innovation

• “Suandin Aiyara” was created after extensive research on minerals and nutrients in soil was conducted in the laboratories of the Technopolis Center at the Suranaree University of Technology. Apart from developing a perfect mixture for all types of plants, the soil is also cleared of germs and fungi with the use of irradiating UV light, which makes it safe for humans, pets and the environment.

▶ Growth

• The product is distributed via various channels including online media as well as large and small agents across the country. The company is also looking into penetrating modern trade channels.

คิดดีดี เครื่องช่วยสอน พิมพ์อักษรเบรลล์ รุ่น 2

อุปกรณ์การเรียนการสอน สำหรับผู้พิการทางสายตา

บริษัท ออโตเมชัน ไมโคร ดีไซน์ จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

🌐 : www.automationmicrodesign.com

ไอเดียเกิดจากการที่ ผศ.สุภาวดี กรสิงห์ ที่ปรึกษาบริษัท ออโตเมชัน ไมโคร ดีไซน์ จำกัด เห็นคุณค่าของเด็กผู้พิการทางสายตาแล้วต้องใช้เวลาใช้เสียงค่อนข้างมาก ต้องตะโกน เพราะเด็กผู้พิการทางสายตาเป็นผู้พิการซ้ำซ้อนมีเรื่องของกล้ามเนื้อที่แข็งแรงด้วย จึงมองว่าถ้ามีนวัตกรรมอะไรมาช่วยให้เด็กเกิดการเรียนรู้ที่ดีกว่าเดิมได้ก็ดี เพราะเด็กพิการทางสายตาจะจำอักษรเบรลล์ได้ทั้งหมดใช้เวลา 1-2 ปี ค่อนข้างนานกว่าปกติ จึงนำเอาหลักสูตรที่เด็กพิการทางสายตาต้องเรียน 1 เล่ม มาบรรจุในเครื่องช่วยสอนพิมพ์อักษรเบรลล์สำหรับผู้พิการทางสายตา KidDD Braille Learnig II เป็นเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ซึ่งทำหน้าที่สอนหนังสือ สอนให้เด็กเขียนอักษรเบรลล์ เป็นท่องอักษรเบรลล์พื้นฐานได้ ทำหน้าที่เหมือนคุณครูที่มีเย็บสอนหนังสือเด็กปกติ



นอกจากหมวดสอน ยังมีหมวดทดสอบและเก็บข้อมูลพัฒนาการเด็กไปที่เซิร์ฟเวอร์และคะแนนจะส่งเข้าไปในเว็บไซต์ให้คุณครูทราบถึงพัฒนาการของเด็กแต่ละคนได้ ทำให้เด็กสามารถเรียนรู้ได้เร็วขึ้นจาก 1-2 ปี เป็น 2-4 เดือน จากการฝึกฝนแบบซ้ำๆ เรียนรู้ได้ตลอดเวลา

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการขยายช่องทางในการใช้เครื่องช่วยสอนพิมพ์อักษรเบรลล์สำหรับผู้พิการทางสายตา คือบริษัทขายอุปกรณ์สื่อการเรียนการสอนสำหรับผู้พิการทางสายตา และกลุ่มลูกค้าที่ทำโครงการ CSR ซึ่งต้องการสนับสนุนเรื่องของการศึกษาให้กับผู้พิการทางสายตา ซึ่งจะช่วยสร้างให้เกิดรายได้ 2-3 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ยังมีการทำคอนเทนต์ไปรโมทการใช้เครื่องสอนซึ่งช่วยให้เด็กผู้พิการทางสายตามีความสุขในการเรียน และทำให้การเรียนรู้อัปเกรดขึ้น



KidDD Braille Learning II

Teaching equipment for the visually impaired

Automation Micro Design Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

The idea of creating a device that teaches reading and writing Braille came from watching a teacher conduct lessons with visually impaired children. The class was noisy with the teacher having to shout most of the time because most children did not just have problems with eyesight, but also other deficiencies. Hence, the thought of creating an innovation that would help visually impaired children learn more easily surfaced. Normally, it takes a visually impaired child one to two years to learn all the Braille characters and several years before they know enough to read an entire book.

However, the KidDD Braille Learning II device employs the latest electronic technology

to teach children how to read and write basic Braille within two to four months. Apart from serving as a tutor, the device also includes a testing section that stores the student's scores and other data in the server, so teachers can keep track of their development.

The target market for this new Braille typing aid includes companies selling teaching aids for the visually impaired and customers who invest in CSR projects and want to provide educational opportunities to people. This should help generate income of up to 3 million baht per year. The company also provides content promoting the use of teaching aids that help visually impaired children enjoy and improve their knowledge.

▶ นวัตกรรม

• นวัตกรรมของ KidDD Braille Learnig II เป็นเครื่องช่วยสอนพิมพ์อักษรเบรลล์สำหรับผู้พิการทางสายตาด้วยเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ซึ่งจะเข้ามาช่วยให้เด็กผู้พิการทางสายตาเกิดการเรียนรู้ที่ดีกว่าเดิม ทำหน้าที่เป็นเสมือนคุณครูช่วยสอนที่สามารถสอน ทดสอบและเก็บข้อมูลพัฒนาการเด็กไปที่เซิร์ฟเวอร์ เพื่อให้ครูทราบถึงพัฒนาการของเด็กแต่ละคน ทำให้เด็กเรียนรู้ได้เร็วจาก 1-2 ปี เป็น 2-4 เดือน

▶ การเติบโต

• เพิ่มช่องทางเข้าบริษัทขายอุปกรณ์สื่อการเรียนการสอนสำหรับผู้พิการทางสายตาและกลุ่มลูกค้าที่ทำโครงการ CSR ซึ่งต้องการสนับสนุนเรื่องของการศึกษาให้กับผู้พิการทางสายตา

▶ Innovation

• KidDD Braille Learning II innovation is a Braille typing aid that applies modern electronic technology to cut down the time visually impaired students take to learn Braille from one or two years to two to four months. The device acts as a tutor that can teach, test and store scores on the server, so teachers can keep track of the child's development.

▶ Growth

• Increasing access to companies selling teaching aids for the visually impaired and customers who do CSR projects to support educational opportunities for those with impaired eyesight.

ชุดบัลเลต์ ชริย์

ชุดอุปกรณ์บัลเลต์ แบนด์คนไทย

บริษัท อิมิตสตูดิโอ จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

Facebook : CHARI DANCE WEAR ชุดบัลเลต์



CHARI DANCE WEAR คือผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชุดและอุปกรณ์บัลเลต์แบนด์คนไทย ซึ่งเกิดจากการมองเห็นว่าวงการเต้นโดยเฉพาะบัลเลต์ในเมืองไทยเติบโต มีนักเรียนเพิ่มมากขึ้น แต่ชุดที่ใช้สำหรับเรียน ผิดกัน และสบบัลเลต์จากต่างประเทศมีราคาค่อนข้างแพง ในฐานะที่เป็นผู้เรียนจนชอบได้วุฒิบัตรครูสอนบัลเลต์ และเปิดโรงเรียน Dancing Music Studio อยู่ที่กรุงเทพฯ คุณชริย์รัศมี พิทธิศรัทธา ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อิมิตสตูดิโอ จำกัด จึงพัฒนาชุดบัลเลต์ที่ได้มาตรฐาน ตรงตามข้อกำหนดในการสอบตามหลักสูตรของอังกฤษ ออสเตรเลีย รวมถึงทั่วโลก สวมใส่สบายและสวยงาม ราคาจับต้องได้ เพื่อรองรับการเติบโตของวงการเต้นในเมืองไทย โดยจุดเด่นของ CHARI DANCE WEAR คือผลิตในเมืองไทยทั้งหมด ซึ่งไทยค่อนข้างได้รับความน่าเชื่อถือจากงานการันตีในวงกว้าง ชุดของ CHARI DANCE WEAR ให้ผ้าทอที่มีความยืดหยุ่นสูง ทำให้เต้น

CHARI DANCE WEAR

Thai Brand Ballet Equipment Set

Emit Studio Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

Ballet is fast becoming an extracurricular course for many youngsters in Thailand, but dancewear like leotards, tights, wrap skirts, shorts and demi-pointe and pointe shoes have usually been quite difficult to find. Most dancers had no choice but to opt for expensive, imported varieties that did not always fit well.

This is a problem Ms.Charirat Pothisatta, chief executive officer of EMIT STUDIO Co., Ltd., recognized when she was a ballet student herself. After graduating with a ballet teaching certificate, Charirat opened the Dancing Music School in Bangkok and began producing

ได้อย่างสะดวก สวยงาม เหมาะกับสัดส่วนของคนไทย

ลูกค้าหลักของ CHARI DANCE WEAR เป็นลูกค้าขายปลีก สัดส่วน 30% ของรายได้ เป็นลูกค้าที่มาจากทางออนไลน์ และการบอกต่อ 100% เนื่องจากยังไม่มีหน้าร้านในไทย อีกส่วนหนึ่งคือลูกค้าขายส่ง สัดส่วน 70% ของรายได้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสตูดิโอโรงเรียนสอนเต้น และร้านค้าที่รับไปขายต่อ

อนาคต CHARI DANCE WEAR มองถึงการขยายลูกค้าในประเทศ เพราะวงการเต้นต่างประเทศใหญ่มาก ตอนนี้มีลูกค้าจากออสเตรเลียแล้ว กำลังจะขยายไปสู่เยอรมัน ซึ่งที่นี่จะกลายเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าทางยุโรป

standard ballet costumes that meet international examination requirements, especially in Britain and Australia. Her dancewear is comfortable, attractive, affordable and also supports the growth of the dance industry in Thailand.

However, the biggest selling point of CHARI DANCE WEAR is that all the products are manufactured in Thailand, which has earned worldwide renown for its garment industry. CHARI DANCE WEAR is made with high-strength woven fabric that keeps the dancer comfortable and flexible, while the outfits are designed to fit Thai proportions.

Retail buyers are the main customers of CHARI DANCE WEAR, accounting for 30% of the company's revenue. All sales are made online and through word of mouth as the company has no storefront in Thailand. Meanwhile, wholesale customers like studios, dance schools and resale shops account for 70% of the sales.

The company is looking to find customers overseas in the future as the dance industry outside Thailand is quite large. It currently supplies to buyers in Australia and is planning to expand to Germany and use it as a distribution hub in Europe.



▶ นวัตกรรม

CHARI DANCE WEAR คือผู้ผลิตและจัดจำหน่ายชุดและอุปกรณ์บัลเลต์แบนด์คนไทย ทำโดยฝีมือคนไทย ตอบโจทย์ถึงเรื่องของมาตรฐานใช้ผ้าทอที่มีความยืดหยุ่นสูง ทำให้เต้นได้อย่างสะดวก สวยงาม เหมาะกับสัดส่วนของคนไทย ในราคาที่จับต้องได้

▶ ทริคเติบโต

ขยายไปยังลูกค้าต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย เยอรมัน ซึ่งเป็นประเทศที่วงการเต้นค่อนข้างใหญ่มาก ซึ่งที่เยอรมันจะเป็น Hub ในการกระจายสินค้าไปยุโรป

▶ Innovation

CHARI DANCE WEAR manufactures and distributes ballet dancewear and equipment. Though produced locally, the products meet international standards and can be worn by students while completing the strict ballet examinations in schools outside of Thailand. The dancewear is made from highly flexible woven fabric, which not only looks good but also keeps the dancer comfortable. The outfits are made according to Thai sizes and come at affordable prices.

▶ Growth

Expanding to foreign countries like Australia and Germany, where the dance industry is quite big. Germany will also be used as a European hub for distribution to other countries.

น้ำดื่มพรีเมียม

เครื่องกรองน้ำต่างขนาดครัวเรือน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอ็ม เค เอ็ม พรีเมียม

จังหวัดอุบลราชธานี

Website : www.spmium.com Facebook : พรีเมียม

เพราะทำธุรกิจโรงงานน้ำดื่มมา 15 ปี จึงมองเห็นปัญหาว่าช่วงไหนเศรษฐกิจตกต่ำ คนมักหันมาทำโรงงานน้ำดื่มขาย บางโรงงานก็ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ลูกค้าได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ อีกปัญหาหนึ่งคือแม่ ดร.อนิรุทธ สิบลิงห์ หัวหน้าผู้จัดการ หจก.เอ็ม เค เอ็ม พรีเมียม จะทำธุรกิจให้เติบโตแค่ไหน หากไม่มีการกระจายสินค้าที่ดีพอ ก็ไม่สามารถกระจายน้ำดื่มไปทั่วได้ จึงมองถึงการพัฒนาเครื่องกรองน้ำต่างแบรนด์ “พรีเมียม” เพื่อต่อยอดธุรกิจ

Premium Alkaline Water Filter

Household Alkaline Water Purifier

MKM Premium Brands Part., Ltd.

Ubon Ratchathani

In his 15 years in the drinking water industry, Dr.Anirut Suebsing, managing partner of MKM Premium Brands Part., Ltd., realized that when there is an economic downturn, people opt for the cheapest drinking water available. However, not many factories meet the prescribed standards, resulting in customers getting poor-quality products and putting their health at risk. Another problem Dr. Anirut noticed is that no matter how good the drinking water is, it becomes difficult to find if there is not a strong enough distribution network.

Hence, he began looking into the option of developing a “Premium” water purifying option that could produce pH-balanced alkaline drinking water. After researching this option, his company came up with a water purifier that relies on activated carbon developed from coconut shells or bamboo. These two plants are very porous and serve as natural traps for pathogens, resulting in premium quality, filtered water.

เครื่องกรองน้ำของพรีเมียมมีจุดเด่นคือปรับค่า pH+ ด้วยถ่านกัมมันต์ในพื้นที่ที่ได้จากคนในชุมชน ซึ่งมีเตาเผาอะลามะพร้าวหรือไม้ไผ่ พืช 2 ชนิดนี้เหมาะกับการทำไส้กรองน้ำ เนื่องจากมีรูพรุนมาก ดักจับเชื้อโรคได้ ทำให้คุณภาพของการกรองดี เหมาะกับการเผาให้เป็น ACTIVATED CARBON และมี Solution ให้ลูกค้าเลือก 2 แบบ คือแบบซื้อเครื่องกรองน้ำแบบซื้อขาดในราคา 10,900 บาท หรือเช่าซื้อในราคา 390 บาทต่อเดือน

เซ็นสัญญา 2 ปี จ่ายค่าแลกเข้า 3,000 บาท การทำการตลาดของพรีเมียมมีทั้งทำผ่านโครงการบ้านจัดสรร เช่น การทำโปรโมชั่นซื้อบ้านแถมเครื่องกรองน้ำ และเน้นสร้าง Awareness ให้คนรู้จักแบรนด์มากขึ้น เช่น การออกบูธงานบ้านต่างๆ เป็นต้น หลังจากนั้นจะมีการพัฒนาบริการหลังการขาย พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการให้กับลูกค้า คาดว่าปีนี้น่าจะมีลูกค้าประมาณเดือนละ 50 ราย ครั้งหลังของปีเพิ่มเป็น 100-200 ราย

These filters are up for sale with a price tag of 10,900 baht or customers can sign up for a two-year hire-purchase deal by paying 3,000 baht as a downpayment and 390 baht per month.

These “Premium” water purifiers are currently being featured in housing promotions and given as free gifts to homebuyers. The company is also focusing on boosting brand awareness by setting up stalls at different fairs and exhibitions. Its next step is to develop proper after-sales services and develop a mobile-phone app to make customer service more convenient and accessible. The company expects to get about 50 customers every month in the first half and then expand to between 100 and 200 per month in the second half of this year.



Nin Mangkorn Thailand Inno BIZ Champion Season 2 | 111

▶ นวัตกรรม

เครื่องกรองน้ำของพรีเมียมใช้นวัตกรรมปรับค่า pH+ ด้วยถ่านกัมมันต์ในพื้นที่ที่ได้จากคนในชุมชน ซึ่งมีเตาเผาอะลามะพร้าวหรือไม้ไผ่ ซึ่งพืช 2 ชนิดนี้เหมาะกับการทำไส้กรองน้ำ เนื่องจากมีรูพรุนมาก ดักจับเชื้อโรคได้ ทำให้คุณภาพของการกรองดี เหมาะกับการเผาให้เป็น ACTIVATED CARBON และปรับให้เป็น Hydrogen/Vitamin มีระบบ Solution ให้ลูกค้าเลือก 2 แบบ คือแบบซื้อเครื่องกรองน้ำแบบ และเช่าซื้อ

▶ ทริคเติบโต

ทำการตลาดทั้งผ่านโครงการบ้านจัดสรร เช่น การทำโปรโมชั่นซื้อบ้านแถมเครื่องกรองน้ำ และเน้นสร้าง Awareness ให้คนรู้จักแบรนด์มากขึ้น เช่น การออกบูธงานบ้านต่างๆ เป็นต้น

▶ Innovation

“Premium” water purifier uses an innovative pH+ adjustment system with activated carbon developed from coconut shells or bamboo. Both these plants are suitable for filtering water because they are very porous and able to trap pathogens, resulting in premium quality water. The filters can be bought by either paying upfront or through installments.

▶ Growth

The filters are being marketed by being included in promotions offered by housing projects or via fairs and exhibitions.

ขนมจีนน้ำยา เอเวอร์กรีน ขนมจีนน้ำยากิ่งสำเร็จรูป

บริษัท เอเวอร์กรีน ฟู้ด จำกัด

จังหวัดร้อยเอ็ด

Facebook: evergreen shop Instagram: @evergreenfood

จังหวัดร้อยเอ็ดขึ้นชื่อเรื่องการเป็นแหล่งข้าวหอมชั้นดี โดยเฉพาะที่ทุ่งกุลาร้องไห้ซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังทั่วโลก มีทั้งข้าวหอมมะลิ ข้าวกล้อง ข้าวเหนียวดำ ข้าวลิ้มผิว ข้าวไรซ์เบอร์รี่ และข้าวสายพันธุ์อื่นๆ ทำให้มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวอีกหลายผลิตภัณฑ์ ขนมจีนเป็นหนึ่งในขนมมงคลที่ใช้ในพิธีสำคัญ เช่น งานบุญผะเหวด ซึ่งเส้นขนมจีนในงานบุญผะเหวด เป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการนำไปเป็นของฝาก แต่เส้นแบบสดมีข้อจำกัด คือน้ำหนักมาก ไม่เหมาะกับการขนส่ง เก็บได้ไม่นาน เสียหาย คุณวิชัย พลเดช กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเวอร์กรีน ฟู้ด จำกัด และ คุณปิยฉัตร สุ่มมาตย์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เอเวอร์กรีน ฟู้ด จำกัด จึงนำข้าวที่ได้มาตรฐานออร์แกนิกส์มาแปรรูปให้เป็นเส้นขนมจีนอบแห้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับข้าวด้วยนวัตกรรมการอบด้วยโดมพลังงานแสงอาทิตย์ที่มีการควบคุมอุณหภูมิ ผลิตภัณฑ์ของเอเวอร์กรีน มีข้อดีคือน้ำหนักเบาขนส่งสะดวก พกพาง่าย เก็บได้นานโดยไม่ต้องแช่ตู้เย็น



เส้นขนมจีนอบแห้งแปรรูปจากข้าวในกลุ่มเกษตรนาข้าวจากทุ่งกุลาร้องไห้ที่ได้มาตรฐานออร์แกนิกส์ นอกจากนั้นเรายังพัฒนาน้ำยาขนมจีนอบแห้งขึ้นมาเพื่อนทานคู่กับเส้นขนมจีน ซึ่งง่ายในการปรุงเพียงต้มน้ำร้อน เทผงขนมจีนแห้ง คนให้ละลายก็สามารถทานคู่กับเส้นขนมจีนได้



great splendor in Roi Et. Kanom Jeen from this province is also popular among tourists, who want to take it home as a souvenir. However, fresh noodles have limitations. They are heavy to carry, cannot be stored for long and are easily perishable. Hence, **Mr. Wichai Phondech, managing director of Evergreen Food Co., Ltd.**, decided to choose rice that meets organic standards to process into dried rice noodles using an innovative temperature-controlled solar-dome baking system.

These noodles, which come paired with dried fish curry, are lightweight, easy to carry and can be stored for a long time without refrigeration. Plus, the dish is easy to cook. Just pour boiling water, add the dried fish curry sauce to the noodles and stir until dissolved.

Evergreen Kanom Jeen is currently sold through overseas agents in countries like Switzerland, the Netherlands, Australia, Laos and Myanmar. The company is planning to enter the Thai market this year though it is already selling the noodles locally via LINE @evergreenfood.

▶ นวัตกรรม

นำข้าวที่ได้มาตรฐานออร์แกนิกส์มาแปรรูปเป็นเส้นขนมจีนอบแห้งเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับข้าว ซึ่งจังหวัดร้อยเอ็ดขึ้นชื่อเรื่องการเป็นแหล่งข้าวหอมชั้นดี โดยเฉพาะที่ทุ่งกุลาร้องไห้ซึ่งมีชื่อเสียงโด่งดังทั่วโลก มีทั้งข้าวหอมมะลิ ข้าวกล้อง ข้าวเหนียวดำ ข้าวลิ้มผิว ข้าวไรซ์เบอร์รี่ และข้าวสายพันธุ์อื่นๆ ทำให้มีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวอีกหลายผลิตภัณฑ์ โดยนวัตกรรมที่นำมาใช้คือการอบด้วยโดมพลังงานแสงอาทิตย์ที่มีการควบคุมอุณหภูมิ ทำให้ได้ขนมจีนอบแห้งที่มีน้ำหนักเบาขนส่งสะดวก พกพาง่ายเก็บได้นานโดยไม่ต้องแช่ตู้เย็น รวมถึงพัฒนาน้ำยาอบแห้งขึ้นมาเพื่อนทานคู่กับเส้นขนมจีน

▶ การเติบโต

เพิ่มตัวแทนจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

▶ Innovation

Roi Et's Thung Kula Ronghai region is known for its vast variety of rice, and Evergreen company has developed rice that meets organic standards into dried noodles. The drying is done using an innovative temperature-controlled solar dome, which results in dehydrated rice noodles that are lightweight, easy to carry and can be stored for a long time without refrigeration. The company has also developed a dehydrated fish curry sauce to be eaten with the noodles.

▶ Growth

Expanding by adding dealers both domestically and internationally.

ไอสต็อก

เทคโนโลยีวัดปริมาตรสินค้าเทกอง

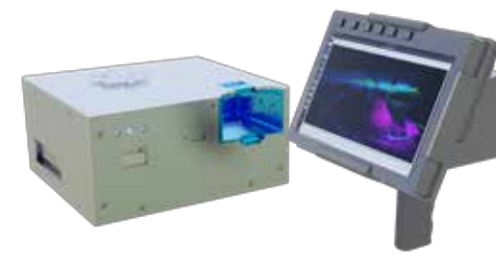
บริษัท ไอครีเอทีฟซิสเต็มส์ จำกัด

จังหวัดนครราชสีมา

Website: www.icsco.ai Facebook: ICreativesystems

โดยปกติหากเราพูดถึงคลังสินค้าก็จะนึกถึงสินค้าที่มีแพ็คเกจจิ้ง แต่สำหรับสินค้าที่ไม่มีแพ็คเกจจิ้ง เช่น โรงงานปุ๋ยที่มีสารโพแทสเซียม สารยูเรีย ซึ่งเป็นสารเทกองที่มีขนาดใหญ่จะมีปัญหาว่าสารเทกองเหล่านั้นมักจะหาย เสียหาย หรือไม่สามารถบริหารจัดการได้ดีพอเนื่องจากมีจำนวนมาก **คุณธิดารัตน์ ตัญจรัญรัตน์ กรรมการผู้บริหาร และผู้ก่อตั้งบริษัท ไอครีเอทีฟซิสเต็มส์ จำกัด** จึงพัฒนาโซลูชันในการวัดปริมาตรของสาร ภายใต้แบรนด์ istock ขึ้น เพื่อช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าที่มีสินค้าขนาดใหญ่ วัดปริมาตรได้ยาก

istock มีกระบวนการทำงานโดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า LIDAR Scan เป็นตัววัด และสร้าง Point Cloud เพื่อนำพิกัด Point Cloud มาผ่านโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อวิเคราะห์ผล พร้อมพัฒนาระบบการและปรับปรุง



พารามิเตอร์ สร้าง 3D Point Cloud พัฒนาปรับปรุงพารามิเตอร์ เพื่อคำนวณหาปริมาตรและน้ำหนักช่วยให้ลูกค้าสามารถวัดปริมาตรของสารได้เร็วขึ้นจากครั้งเดือนมาเป็น 1 อาทิตย์ กลุ่มลูกค้าของ istock มีทั้งโรงงานปุ๋ย แกลบกลุ่มแม่น้ำป่าสัก ขยายสู่กลุ่มอุตสาหกรรมเชื้อเพลิง โรงงานผลิตกระแสไฟฟ้า โรงงานถ่านหิน โรงงานน้ำตาล เป็นต้น

แผนการเติบโตของ istock คือการเพิ่มรายลูกค้าในกลุ่มโรงงานปุ๋ย โรงงานผลิตกระแสไฟฟ้า โรงงานถ่านหิน โรงงานน้ำตาล รวมถึงเพิ่มลูกค้าในกลุ่มธุรกิจก่อสร้าง เช่น วัดจำนวนทราย ซึ่งมีการเจรจากันไปบ้างแล้ว



istock

Volume Measurement Technology of Bulk Goods

iCreativesystems Co., Ltd.

Nakhon Ratchasima

When we talk about warehouses, we usually think of packaged products being stored. However, what happens with unpackaged products that need to be stored, like fertilizing products that are packed with flammable materials like potassium or toxic stuff like urea. This product is bulky, huge in volume and can often be lost or damaged if not stored or managed properly. Another big problem with these bulky products is measuring the volume to ensure proper storage space can be provided. Hence, **Mrs.Thidarat Tantrairatn, CEO & co-founder of iCreativesystems Co., Ltd., came up with "istock"**, a system that can measure large volumes of products.

The istock system uses a remote sensing method called LIDAR Scan, which puts "point clouds" in the environment together to map the area covered by the product before developing parameters to calculate volume and weight. This system also shortens the time spent measuring bulk volumes from half a month to less than a week. The company is currently providing these services to fertilizer factories in the Pasak River basin and plans to expand its services to the fuel industry, power plants, coal factories, sugar factories, etc. The company is also working on entering the construction sector, which requires measurements for large volumes of immeasurable products such as sand.

▶ นวัตกรรม

istock พัฒนาโซลูชันในการวัดปริมาตรของสาร เพื่อช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าที่มีสินค้าขนาดใหญ่ วัดปริมาตรได้ยาก โดยใช้เครื่องมือ LIDAR Scan เป็นตัววัด และสร้าง Point Cloud เพื่อนำพิกัด Point Cloud มาผ่านโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นเพื่อวิเคราะห์ผล พร้อมพัฒนาระบบการและปรับปรุงพารามิเตอร์ สร้าง 3D Point Cloud พัฒนาปรับปรุงพารามิเตอร์ สำหรับคำนวณหาปริมาตรและน้ำหนักช่วยให้ลูกค้าสามารถวัดปริมาตรของสารได้เร็วขึ้นจากครั้งเดือนมาเป็น 1 อาทิตย์

▶ การเติบโต

เพิ่มรายลูกค้าในกลุ่มโรงงานปุ๋ย โรงงานผลิตกระแสไฟฟ้า โรงงานถ่านหิน โรงงานน้ำตาล รวมถึงเพิ่มลูกค้าในกลุ่มธุรกิจก่อสร้าง เช่น วัดจำนวนทราย

▶ Innovation

Developing a volumetric bulk measurement system to help solve problems for customers with difficult-to-measure products by using the LiDAR scanning system, which creates "point clouds" to calculate the area covered and subsequently works out the volume and weight of the product. This system uses less than half the time spent employing traditional measurement methods.

▶ Growth

Expanding the current network of customers, such as fertilizer factories, power plants, coal factories and sugar factories, as well as penetrating the construction sector, where large volumetric measurements are required for products such as sand.

100 Brands

นิลมังกร รุ่นที่ 2 ภาคเหนือ

โกรทอัพ	115	Growth Up
อนุรักษ์แพลตฟอร์ม	116	Anurak Platform
วัหอันเตอร์ ลำพูน	117	Wuahan Inter Lamphun
ข้าวซอยถ้วยร้อนเรดคัพ	118	Khao Soi Hot Cup Ready Cup
ซิงจีเมด	119	ZINGIMED
ฟันสแนค	120	Fun Snack
ไข่เค็มสุขใจ	121	Kai Kem Sook Jai
ฟินโดซ์	122	Findice
ม่ออ่อมแพร์	123	Mohhomphrae
มิวส์ มัลติแทร็คส์ แพลตฟอร์ม	124	Muse MultiTracks Platform
โมนเ	125	Moné
ไฮ-เอนท์ แพลตฟอร์ม	126	Hi-ent Platform
ผงผักนาโนยู-สไมล์	127	U-Smile Nano Vegetable Powder
แพร์รี่	128	Pairsty
ก้อนเชื้อเห็ดโคนน้อยบ้านสวน	129	Ban Suan's Center of Shaggy Inkcap Mushroom Spawn for Cultivation
ไบโอบลัค	130	Bioblack
สเตปโซล	131	Stepsole
น้ำเชื้อคัดเพศโคสยามโนวาส	132	Siam Novas Cattle Semen
อาข่าจังกี้ลคอฟฟี่	133	Akha Jungle Coffee
มานะ แพลตฟอร์ม	134	Mana Platform
อควอติก ฟิช ฟาร์มมิ่ง	135	AQUATIC FISH FARMING
ฮักนะภูแลพาย	136	Hug Na Phu Lae Pie

โกรทอัพ เนื้อเยื่อต้นไม้

ต้นกล้าปลอดโรค
ช่วยลดต้นทุนเกษตรกร

บริษัท โกรท รีโวลูชัน จำกัด

จังหวัดเชียงราย

f : Growth up / Growth Revolution

ig : gg.growthup @Growth Up



คุณอรุณพล ตลิ่งจิตกร กรรมการ บริษัท โกรท รีโวลูชัน จำกัด พบว่าเพื่อนในกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ ประสบปัญหาต้นกล้าที่ซื้อมาปลูกนั้นไม่ทนต่อโรค และการซื้อต้นกล้าจากผู้ผลิตหลากหลายเจ้า จึงได้ต้นกล้าที่มีอายุไม่เท่ากัน ยากต่อการบริหารจัดการ ส่งผลให้ต้นทุนการจัดการต่อรอบการเพาะปลูกสูง จึงตัดสินใจปรับรูปแบบการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ และประดิษฐ์ตู้ปลอดเชื้อหม้อต้มฆ่าเชื้อ สำหรับเพาะเลี้ยงต้นไม้ออกจากเนื้อเยื่อด้วยตัวเอง ให้บริการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อในรูปแบบการผลิตพืชครบวงจรแบรนด์โกรทอัพ ใช้เทคโนโลยีระบบกึ่งจมชั่วคราว มีการใช้ Temporary Immersion Bioreactor (TIB) สามารถควบคุมการปนเปื้อนการทำงานขั้นตอนต่างๆ ในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อได้ จึงทำให้พืชเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อมีอัตราการรอดสูงกว่า 95% รวมถึงระบบการขยายพันธุ์พืชจำนวนมากในเวลาที่รวดเร็ว สามารถนำมาใช้ในระบบการผลิตต้นพืชระดับอุตสาหกรรมได้

Growth Up

Tissue Culture Plants Healthy
Young Plants for Farmers'
Better Investment.

Growth Revolution Co., Ltd.

Chiang Rai

Mr.Auttapon Taluengjit, CEO of GROWTH REVOLUTION Co., Ltd., found that his young farmer friends were constantly confronted with problems: the purchased seedlings were not disease resistant, and they were of various ages due to buying from different producers, making management difficult. This results in high management costs per cultivation cycle. Under the brand "Growth Up," he began modifying

การผลิตต้นพืชระดับอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้ยังได้พัฒนาการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อบนหลักการทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้ธาตุอาหารพืชเป็นโมเลกุลขนาดนาโน เพื่อให้เนื้อเยื่อพืชดูดซึมเร็วขึ้น และเติบโตเร็วเพียง 5 เดือนก็สามารถจำหน่ายได้

เนื้อเยื่อพืชโกรทอัพมีจุดเด่นหลายด้าน เช่น ต้นกล้าปลอดโรค 100 % ลดการใช้พลังงาน 50% ลดต้นทุนแรง 50% ปัจจุบันมีเนื้อเยื่อพืชจำหน่ายรวม 30 ชนิด ครอบคลุมพืชพลังงาน พืชผักเกษตร สมุนไพร และไม้ประดับ พร้อมขยายไลน์การผลิตเนื้อเยื่อไม้ดอกส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกา แคนาดา และยุโรป ในอนาคตมีแผนต่อยอดเป็นเนื้อเยื่อออร์แกนิกในพืชสมุนไพร

a tissue culture process using homemade equipment, inventing sterile cabinets and sterilization boilers for growing plants from their own tissues. Contamination can be controlled using temporary immersion bioreactor (TIB) technology. As a result, tissue culture plants have a survival rate of over 95%, and numerous plant propagation systems are available in a timely manner. This method has the potential to be used in industrial plant production processes. He also created tissue culture based on scientific principles, using plant nutrients as nanosized molecules so that plant tissues are absorbed and grow faster, ready for sale in just 5 months.

There are 30 different kinds of plant tissues for sale, including energy crops, vegetables, herbs, and ornamental plants, as well as an expansion of the flowering plant tissue production line for export to the United States, Europe, and Canada. Plans to expand organic tissues in medicinal plants in the future are in place.

นวัตกรรม

• การนำการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อมาพัฒนาในรูปแบบการผลิตพืชครบวงจรด้วยเทคโนโลยีระบบกึ่งจมชั่วคราว มีการใช้ Temporary Immersion Bioreactor (TIB) สามารถควบคุมการปนเปื้อนการทำงานขั้นตอนต่างๆ ในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อได้ จึงทำให้พืชเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อมีอัตราการรอดสูงกว่า 95% รวมถึงระบบการขยายพันธุ์พืชจำนวนมากในเวลาที่รวดเร็ว สามารถนำมาใช้ในระบบการผลิตต้นพืชระดับอุตสาหกรรมได้

การเติบโต

• ขยายไลน์การผลิตเนื้อเยื่อไม้ดอกส่งออกต่างประเทศ ในอนาคตมีแผนต่อยอดเป็นเนื้อเยื่อออร์แกนิกในพืชสมุนไพร



Innovation

• Tissue culture is introduced in the form of integrated crop production using temporary semi-sink system technology. The Temporary Immersion Bioreactor (TIB) is used to control contamination during different stages of tissue culture. As a result, tissue culture plants have a survival rate of more than 95%, and numerous plant propagation systems are available in a timely manner. The technique is applicable to industrial plant production processes.

Growth

• Plans are in place for expansion of the flowering plant tissue production line for export and expansion of organic tissues in medicinal plants.

อนุรักษ์ แพลตฟอร์ม

คอมมูนิตี้ของคนรักป่า

บริษัท คอนเซอร์เวชัน แอนด์ เวลบีอิง จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

E-mail : P.hemwan@gmail.com

ผศ.ดร.พลภัทร เหมวรรณ CTO & Founder บริษัท คอนเซอร์เวชัน แอนด์ เวลบีอิง จำกัด ลงพื้นที่ชุมชนในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าอย่างต่อเนื่องและพบปัญหาพื้นที่ป่าไม้ลดลง ไฟป่าเพิ่มสูงขึ้น และความเหลื่อมล้ำของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ป่าที่เข้าไม่ถึงโอกาส นำไปสู่การทดลองเชิงปฏิบัติในการทำพื้นที่ต้นแบบชุมชนขนาดเล็กที่สามารถดูแลรักษาป่า พื้นที่ เพิ่มผืนป่า คู่มือการพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่าน “อนุรักษ์แพลตฟอร์ม” (Anurak Platform) แพลตฟอร์มอนุรักษ์ป่าไม้ นำหลักการเศรษฐศาสตร์มาสร้างแรงจูงใจในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในโมเดลการตอบแทนคุณค่าการรักษาป่า (Payment for Ecosystem Service) โดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ป่า และกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการทำซีเอสอาร์ โดยสนับสนุนทางการเงินให้กับคนในชุมชนดูแลป่า

ทั้งนี้อนุรักษ์แพลตฟอร์มจะสร้างฐานข้อมูลแบบมีส่วนร่วมจากการสำรวจพื้นที่ป่า ทรัพยากร และการใช้ที่ดินทำกินกับคนในชุมชน และออกแบบกิจกรรมการดูแลพื้นที่รักษาป่าให้ผู้สนับสนุนได้เลือก ซึ่งสามารถติดตามความก้าวหน้าของกิจกรรม รวมถึงสถานะความสมบูรณ์ของป่า ผ่านเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลทางดาวเทียม และเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศก่อนและหลังการสนับสนุนกิจกรรม โดยทีมงานจะนำข้อมูลดังกล่าวมาคำนวณเป็นคาร์บอนเครดิต เพื่อให้ผู้สนับสนุนใช้เป็นข้อมูลทำรายงานดัชนีความยั่งยืนต่อไป ปัจจุบัน อนุรักษ์แพลตฟอร์มทำงานร่วมกับ 200 ชุมชนภาคเหนือ และมีแผนนำสินค้าชุมชนที่เกิดจากกระบวนการอนุรักษ์ป่าไม้ เช่น น้ำผึ้ง และกาแฟ มาจำหน่ายในแพลตฟอร์ม และเพิ่มพื้นที่ชุมชนป่าโกงกาง และป่าชายเลนต่อไป



vation of forests, is built on an economically motivated approach to attract environmental stewardship in a “payment for ecosystem service” model that relies on technology as an intermediary between forest communities and individuals or organizations doing CSR projects.

The platform is building a participatory database from forest area surveys, resources and land use with communities, and designing forest rehabilitation activities for supporters to choose from, such as building check dams, firebreak lines, reforestation, reducing the use of chemicals etc. Supporters can monitor the progress of their projects, the status of the forest and number of healthy trees through satellite data-collection technology and geospatial technology before and after support activities. This information can later be used to calculate carbon credits for sponsors to use as data for sustainability index reporting.

The Anurak Platform currently works with 200 communities in the North of Thailand and plans to bring community products that originate from the forest preservation process, such as honey and coffee, to be sold via the platform. In the future, the platform will continue expanding its cooperation area to communities in the mangrove forests in the South of Thailand.

นวัตกรรม

อนุรักษ์แพลตฟอร์มเป็นแพลตฟอร์มอนุรักษ์ป่าไม้ โดยนำหลักการเศรษฐศาสตร์มาสร้างแรงจูงใจในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในการดูแลรักษาป่า มาผนวกกับเทคโนโลยีการเก็บข้อมูลทางดาวเทียม และเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ เป็นสื่อกลางการดูแลป่าอย่างยั่งยืนพร้อมพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นไปพร้อมกัน

การเติบโต

มีแผนนำสินค้าชุมชนที่เกิดจากกระบวนการอนุรักษ์ป่าไม้ เช่น น้ำผึ้ง และกาแฟจำหน่ายในแพลตฟอร์ม เพิ่มพื้นที่ชุมชนป่าโกงกาง และป่าชายเลน



Innovation

“Anurak Platform” is a forest preservation scheme that uses economic principles to incentivize people into conservation. It combines satellite data and geoinformatics technology as a medium for sustainable forest care, while simultaneously improving the quality of life of local communities.

Growth

There is a plan to sell community products through the forest conservation process and boost cooperation with communities in mangrove forests.

วุ้นหั่นอินเตอร์ ลำพูน

เอาใจคนรักสายเนื้อ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ณัฐพากย์ฟู้ด

จังหวัดลำพูน

Facebook: วุ้นหั่น หมูหั่น จระเข้หั่น อินเตอร์ ลำพูน

คุณณัฐพากย์ คำภักศ หัวหน้าผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ณัฐพากย์ฟู้ด เดิมโตมาในครอบครัวที่บุกเบิกธุรกิจโรงงานผลิตอาหารประเภทเนื้อสัตว์ปิ้งย่างมานานกว่า 25 ปี จนทำให้หมู่บ้านสันคະຍອ ในจังหวัดลำพูนกลายเป็นแหล่งขึ้นชื่อในเรื่องจำหน่ายวุ้นหั่น ในฐานะอาหารที่นิยมรับประทานในภาคเหนือ และมีความตั้งใจที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมการกินที่มีชื่อเสียงของภาคเหนือ โดยเฉพาะวุ้นหั่นกระจายให้คนทั่วประเทศรู้จักในชื่อแบรนด์ “วุ้นหั่นอินเตอร์ ลำพูน” เพราะมองเห็นโอกาสการเติบโตจากพฤติกรรมผู้บริโภคเนื้อวัวที่เพิ่มขึ้นจากข้อมูลปี 2559 พบการบริโภคเนื้อเพิ่มขึ้นเป็น 1.64 ล้านตัว จาก 1.25 ล้านตัว

แต่เนื่องจากการจำหน่ายวุ้นหั่นจะเป็นวุ้นทั้งตัว เพื่อนำไปเป็นเมนูในงานเลี้ยงฉลองใหญ่ คุณณัฐพากย์ จึงทำขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสำหรับการรับประทาน 1-5 คน จำหน่ายในราคาถ่อมเยา เพิ่มโอกาสในการบริโภค เจาะ

Wuahan Inter Lamphun

Caters to Meat Lovers’ Palate

Natthapak Food Part., Ltd.

Lamphun

Mr.Natthapak Khumkad, Managing Partner of Natthapak Food Part., Ltd., is from a family that has pioneered the roasted meat factory business in Lamphun Province. He hopes to popularize the traditional eating culture of the Northern Thailand, particularly the much-loved roast suckling calf, through his brand “Wuahan Inter Lamphun,” as beef demand is growing due to rising beef consumption. In 2016, beef demand grew to 1.64 million animals, up from 1.25 million in 2015.

However, due to the requirement to purchase a whole roast suckling calf as a centerpiece at a large celebration party, Natthapak created a packaging size suitable for



ผู้บริโภคที่ชื่นชอบเนื้อวัว หรือกลุ่มคนที่จัดปาร์ตี้เล็กๆ โดยวุ้นหั่นอินเตอร์ ลำพูน มีจุดเด่นที่ทำจากลูกวัวตัวผู้และนำหมักสูตรพิเศษของทางร้าน นำมาอบทั้งตัวโดยควบคุมอุณหภูมิเพื่อให้เนื้อวุ้นมีความนุ่ม สุกนุ่ม จากนั้นจึงแช่แข็ง เป็นรูปแบบพร้อมรับประทานเพียงแค่อุ่นไมโครเวฟประมาณ 1-2 นาที มีอายุการเก็บรักษา 1 ปี เหมาะกับการบริโภคคนเดียว หรือกลุ่มงานเลี้ยงขนาดเล็ก



eating by 1-5 people and marketed it at a reasonable price. This was done to promote beef consumption by focusing on beef enthusiasts or people organizing small parties. Inter Lamphun’s roast calves are outstanding, as they use exclusively male suckling calves and their own special marinade. The calves are roasted whole on a spit at a controlled temperature to ensure that the meat is evenly cooked. When the meat is suitable for consumption, it is sliced and frozen. The beef can be reheated in the microwave for 1-2 minutes and has a shelf life of up to one year. In addition to online channels, the brand aims to increase its distribution network to reach as many customers as possible.

นวัตกรรม

เนื้อวุ้นหั่นแช่แข็งพร้อมรับประทาน ซึ่งเนื้อวุ้นหั่นเป็นอาหารที่นิยมรับประทานในภาคเหนือ ทำจากลูกวัวตัวผู้และนำหมักสูตรพิเศษของทางร้าน นำมาอบทั้งตัวโดยควบคุมอุณหภูมิเพื่อให้เนื้อวุ้นมีความนุ่ม สุกนุ่ม จากนั้นจึงแช่แข็ง เป็นรูปแบบพร้อมรับประทานเพียงแค่อุ่นไมโครเวฟประมาณ 1-2 นาที มีอายุการเก็บรักษา 1 ปี เหมาะกับการบริโภคคนเดียว หรือกลุ่มงานเลี้ยงขนาดเล็ก

การเติบโต

เพิ่มตัวแทนจำหน่าย จากเดิมขายช่องทางออนไลน์เพียงอย่างเดียว เพื่อกระจายสินค้าใกล้มือลูกค้ามากที่สุด

Innovation

Ready-to-eat frozen roast suckling calf, a popular delicacy in Thailand’s Northern region, is made with male suckling calves and the restaurant’s special marinade. To ensure even cooking the calves are roasted whole at a controlled temperature. The roast calf is then sent to be sliced and frozen. The beef can be reheated in the microwave for 1-2 minutes and has a one-year shelf life. The product is suitable for one person’s consumption or a small party gathering.


Growth

Increasing the distributor network rather than only selling through online channels in order to reach as many customers as possible.

ข้าวซอยถ้วยร้อน เรดดีคัพ รสชาติเข้มข้นหอมกลิ่นกะทิ

บริษัท ตราก้อน พุด โปรดักส์ จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

 : ReadyCupFood

เดิมที คุณปรัชญา วงษ์สุนทร กรรมการผู้จัดการ บริษัท ตราก้อน พุด โปรดักส์ จำกัด ทำโรงงานผลิตซอสพริกหมาล่าให้กับร้านอาหารตามแหล่งท่องเที่ยว แต่เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด ธุรกิจจึงไปต่อไม่ได้จำเป็นต้องปิดแปลงโรงงานมาผลิตอาหารกึ่งสำเร็จรูป โดยนำประสบการณ์การผลิตซอสพริกมาทำอาหารพร้อมทานในรูปแบบของ กล่อง และถ้วยร้อนหลากหลายรสชาติภายใต้ชื่อแบรนด์เรดดีคัพ (Ready Cup) โดยมีข้าวซอยกึ่งสำเร็จรูปเป็นซิกเนเจอร์ เพราะมองว่าตลาดข้าวซอยกึ่งสำเร็จรูปมีโอกาสการเติบโตอีกมาก แต่กลับเป็นเมนูที่หาทานยาก

คุณปรัชญา สร้างความแตกต่างที่รสชาติเข้มข้น หอมกลิ่นกะทิ โดยคิดค้นนวัตกรรมการผลิตผงปรุงรสที่มี



ความละเอียดโดยไม่ใช้เครื่องสเปรย์ทราย ทำให้สามารถละลายง่ายในน้ำร้อน และไม่คืนตัว ส่วนเส้นบะหมี่จะใช้บะหมี่ญี่ปุ่นทำให้เส้นเหนียมนุ่มเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ ทั้งนี้ข้าวซอยสำเร็จรูป 2 รสชาติ ได้แก่ รสดั้งเดิม และรสเจ ซึ่งเรดดีคัพเป็นเจ้าของและเจ้าเดียวในตลาดที่ทำข้าวซอยเจกึ่งสำเร็จรูปรองรับกลุ่มมังสวิรัติ และ Vegan ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

สำหรับแผนเติบโต จะขยายช่องทางกระจายให้ครอบคลุมร้านค้าปลีก จากเดิมขายผ่านออนไลน์เพียงอย่างเดียว รวมถึงมีแผนส่งออกไปต่างประเทศ และเพิ่มบริการรับจ้างพัฒนาและผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรองรับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ



Khao Soi Hot Cup Ready Cup Rich in Flavor, Fragrant with Coconut Milk.

Dragon Food Products Co., Ltd.

Chiang Mai

Mr. Phachaya Wongsunthon, Managing Director of DRAGON FOOD PRODUCTS Co., Ltd., previously operated a factory that produced Mala chili sauce for restaurants in tourist areas. When the Covid-19 arrived, the business was doomed. As a result, he converted his factory into an instant food manufacturing facility, employing his expertise to create Ready Cup's products in packages, cartons, and bowls. His signature product is Khao Soi Noodle Soup because he recognized its market potential as a popular menu item that is hard to locate on the shelves.

Mr. Phachaya differentiated his products with the rich flavor and fragrance of coconut

milk by innovating the production process using fine seasoning powder instead of that produced by a dry spray machine. This allows the product to dissolve easily in hot water. The Japanese-style noodles are used to make the noodles soft and distinctive. Ready Cup is the first and only brand in the market to produce instant Khao Soi products to cater to the increasing number of vegetarians and vegans, with two flavors: Traditional and Vegan.

The company will expand its distribution channels to include retail stores in addition to the current online channels. Domestic and overseas customers will also benefit from export and OEM business strategies.

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์ข้าวซอยถ้วยร้อนพร้อมรับประทาน โดยการนำข้าวซอยซึ่งเป็นอาหารประจำท้องถิ่นในพื้นที่ภาคเหนือ มาพัฒนาสูตรและกระบวนการผลิตให้อยู่ในรูปแบบพร้อมรับประทาน คิดค้นนวัตกรรมการผลิตผงปรุงรสที่มีความละเอียดโดยไม่ใช้เครื่องสเปรย์ทราย ทำให้สามารถละลายง่ายในน้ำร้อน ไม่คืนตัว ไม่ต้องต้ม ไม่ต้องใช้ไมโครเวฟ เพียงเติมน้ำเปล่า อุณหภูมิ ปกติและรอเพียง 5-7 นาที ก็สามารถรับประทานได้ทันที

▶ การเติบโต

• เพิ่มช่องทางกระจายร้านค้าปลีกในประเทศ ส่งออกไปต่างประเทศ และเพิ่มบริการรับจ้างพัฒนาและผลิตบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรองรับลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

▶ Innovation

• Innovating on a Northern-Thai favorite menu, Khao Soi Noodle Soup, the brand created production processes in the form of a ready-to-eat product using fine seasoning powder, as opposed to that made by a dry spray machine. The process makes it simple to dissolve in hot water; no boiling or microwave heating is needed. Simply add room temperature water and wait 5-7 minutes before enjoying the Khao Soi.

▶ Growth

• The company will expand its distribution channels to include retail stores in addition to the current online channels. Domestic and overseas customers will also benefit from export and OEM business strategies.

ซิงจีเมด

ครีมนวดแก้ปวดนวัตกรรมนาโน

บริษัท เดอะพอสซิเบิล จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

 : 99 นาโนครีมนวดสมุนไพรแก้ปวด-เมื่อย

ตลาดยาบรรเทาปวดกล่อมเนื้อเติบโตมากขึ้นตามจำนวนผู้สูงอายุ กระแสการเล่นกีฬาออกกำลังกายและกลุ่มคนทำงานที่มีอาการออฟฟิศซินโดรมเพิ่มมากขึ้น แต่ครีมทาแก้ปวดในท้องตลาดยังไม่ตอบโจทย์ เนื่องจากใช้ยาเดี่ยวที่เป็นสารเคมีแก้ปวดทั่วๆ ไปเห็นผลการออกฤทธิ์สั้น **ดร.สุนทร ม้าทอง กรรมการ บริษัท เดอะพอสซิเบิล จำกัด** ได้นำงานวิจัยครีมนวดแก้ปวดสมุนไพรด้วยนาโนเทคโนโลยีของอาจารย์ภาควิชาวิทยาศาสตร์เภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ไปผลิตภายใต้แบรนด์ **"ZINGIMED"** ผลิตจากสารสกัดสมุนไพรหลายตัว อาทิ ขมิ้นชัน ไพล และพริก ซึ่งเป็นผลผลิตจากชุมชนมาใช้ร่วมกันเกิดการเสริมฤทธิ์กัน (Synergistic effect) และให้นวัตกรรมนาโนเทคโนโลยีเจ้าแรกและเจ้าเดียวของไทย ด้วยเทคนิคเอนแคปซูเลชันครีมจะดูดซึมบริเวณที่ปวดแล้วค่อยปลดปล่อยสารออกฤทธิ์อย่างต่อเนื่องและยาวนานกว่า 8-12 ชั่วโมง ทั้งยังสามารถควบคุมการปล่อยสารได้ 1 ระดับตั้งแต่

ZINGIMED

Innovative Nano Herbal Analgesic Ointment

The Possible Co., Ltd.

Chiang Mai

With a growing geriatric population comes a greater need for muscle pain remedies. However, pain relievers on the market today are not yet the answer, despite the fact that more people are engaging in sports, exercising, and suffering from office syndrome. **"ZINGIMED"** ointment, developed by **Dr. Suneth Mahtong, CEO of The Possible Co., Ltd.**, is the result of research on herbal pain massage cream with nanotechnology conducted by a professor from the Faculty of Pharmacy at Chiang Mai University. Produced by the local community, the ointment uses nanotechnology and a variety of herbal extracts such as turmeric, Phlai (Zingiber cassumunar), and chili peppers to achieve a synergistic effect,



อาการปวดไม่รุนแรงไปจนถึงปวดเรื้อรัง ทำให้รักษาอาการปวดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ปัจจุบันครีมทาแก้ปวด ZINGIMED จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ และป็นีเตรียมขยายไปในโรงพยาบาล ร้านขายยาและโมเดิร์นเทรด และมีแผนปรับบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบสเปรย์ และลูกกลิ้งเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน รวมถึงพัฒนาสูตรผสมกัญชงกัญชา ช่วยเสริมฤทธิ์ลดอาการปวด และแบบไม่มีกลิ่นเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และพนักงานออฟฟิศ



making the company Thailand's first of its kind to employ such innovation. Using the encapsulation technique, the cream dissolves directly on the painful area, releasing the active ingredients gradually and remaining effective for 8 to 12 hours. Regulating one degree of pain, from mild to chronic, the cream paves the way for effective pain treatment.

This year, ZINGIMED analgesic cream will be made available in hospitals in addition to its present online distribution. The goal is to make it easier to use by making it into spray and roller forms. New pain-relieving formulas based on hemp and cannabis will be developed to target young people and office workers.

▶ นวัตกรรม

• ครีมนวดสมุนไพรแก้ปวด โดยการนำเอาสารสกัดไพลและสารสกัดอื่นๆ ที่เป็นสมุนไพรพื้นบ้านมีสรรพคุณในการออกฤทธิ์แก้ปวดมาห่อหุ้มด้วยอนุภาคนาโนที่มีขนาดเล็กมากเพื่อนำส่งสารไปยังบริเวณที่มีอาการปวดและออกฤทธิ์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เมื่อนำมาทาบริเวณที่มีอาการปวด เนื้อครีมจะซึมเข้าสู่บริเวณที่มีอาการปวดอย่างรวดเร็ว และค่อยๆ ออกฤทธิ์โดยการปลดปล่อยอนุภาคนาโน ทำให้ผู้ใช้มีความรู้สึกได้ถึงการออกฤทธิ์อย่างต่อเนื่องและยาวนาน

▶ การเติบโต

• ปรับบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในรูปแบบสเปรย์ และลูกกลิ้งเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน รวมถึงพัฒนาสูตรผสมกัญชงกัญชา ช่วยเสริมฤทธิ์ลดอาการปวด และแบบไม่มีกลิ่นเจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ และพนักงานออฟฟิศ

▶ Innovation

• The product is a pain-relieving herbal ointment utilizing a synergistic effect via nano-technology to target the active substances directly to the pain area, with the help of plant extracts such as turmeric, Phlai (Zingiber cassumunar), and chili peppers. The nanoparticles in the cream are released slowly over time, allowing the cream to penetrate the painful part rapidly and give a sensation of lasting relief.

▶ Growth

• The company plans to develop new formulas based on hemp and cannabis to enhance pain reduction and odorless effects targeting the younger generation and office workers.

พินสแนค

ผักผลไม้กรอบเพื่อสุขภาพ

บริษัท ทริปเปิล เจ ฟู้ด แอนด์ เบเวอร์เรจ จำกัด

จังหวัดเชียงราย

🌐 : www.fun-snack.com

📘 : FunSnack พินสแนค

ผักผลไม้กรอบ เพื่อสุขภาพ

เชียงรายเป็นเมืองแห่งสับปะรดฤดูแลและเป็นสินค้า GI หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่หลายปีมานี้ต้องเผชิญกับราคาตกต่ำ คุณศรีนัย เนมหารวรรณ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทริปเปิล เจ ฟู้ด แอนด์ เบเวอร์เรจ จำกัด จึงมีความคิดที่จะนำมาแปรรูปให้เป็นมากกว่าแยมสับปะรด โดยทำให้อยู่ในรูปของสแนคแบรนด์ “พินสแนค” เนื่องจากมองว่ามีโอกาสการบริโภคมากกว่า แดมตลาดสแนคยังมีมูลค่า 16,000 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนของสแนคผลไม้กรอบหลายพันล้านบาท

ทั้งนี้ผู้ผลิตใช้เทคโนโลยีทอดสุญญากาศ ภายใต้สภาวะการทอดที่อุณหภูมิต่ำกว่า 100 องศาเซลเซียส ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความกรอบ อร่อย คงรสชาติ สี กลิ่น และคุณค่าทางอาหารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สับปะรดแล้วยังมีผักผลไม้ทอดสุญญากาศอีกมากมาย เช่น มะม่วง ขุนุน ฟักทอง แครอท กระเจี๊ยบเขียว ถั่วลิสง และลำไย เป็นต้น จุดเด่นของพินสแนคคือการลง



รายละเอียดตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยเน้นใช้วัตถุดิบในพื้นที่เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรท้องถิ่น ผ่านวิธี Contract Farming และประกันราคา ตรวจสอบแปลงเพาะปลูกเป็นออร์แกนิกส์ก่อนเข้าโรงงาน และกระบวนการผลิตที่ทำให้สินค้ากรอบแต่ไม่แข็ง เทคนิคการทอดสุญญากาศยังทำให้จัดเก็บไว้ได้นานถึง 1 ปี ในอนาคตมีแผนเพิ่มเครื่องจักรและเตรียมส่งออกต่างประเทศ



produce crispy, delectable products with retained taste, color, smell, and nutritional value. In addition to pineapple, mango, jackfruit, pumpkin, carrot, okra, banana, watermelon, lychee, longan, and other fruits and vegetables are also vacuum-fried. The Fun Snack brand's highlight is a complete journey from upstream to downstream, using local produce to assist farmers through contract farming and a price insurance system. The company inspects the plantations for organicity and ensures that the products are crispy but not gritty. The vacuum frying procedure also enables for up to a year of storage. A future plan is in place to increase machinery and export to overseas markets.

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์ที่นำผลผลิตทางการเกษตรในจังหวัดเชียงรายมาแปรรูปโดยใช้เทคโนโลยีทอดสุญญากาศ ภายใต้สภาวะการทอดที่อุณหภูมิต่ำกว่า 100 องศาเซลเซียส ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความกรอบ อร่อย คงรสชาติ สี กลิ่นและคุณค่าทางอาหารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้สับปะรดแล้วยังมีผักผลไม้ทอดสุญญากาศอีกมากมาย เช่น มะม่วง ขุนุน ฟักทอง แครอท กระเจี๊ยบเขียว ถั่วลิสง และลำไย เป็นต้น สินค้าที่ผ่านกระบวนการทอดสุญญากาศ จะสามารถจัดเก็บไว้ได้นานถึง 1 ปี

▶ การเติบโต

• เพิ่มเครื่องจักรเพื่อเพิ่มกำลังการผลิต 1 เท่าตัว และส่งออกต่างประเทศ

▶ Innovation

• Vacuum frying method is used to process agricultural produce from Chiang Rai province. The products are crispy and delectable, with retained taste, color, smell, and nutritional value, thanks to vacuum frying technology at temperatures below 100 degrees Celsius. Apart from pineapple, vacuum-fried fruits and vegetables include mango, jackfruit, pumpkin, carrot, okra, banana, watermelon, lychee, longan, and many others. The vacuum frying procedure also enables for storage for up to a year.

▶ Growth

• Increase machinery to double the production capacity and export to overseas markets.

ไข่เค็มสุขใจ ไข่เค็มโซเดียมต่ำ

วิสาหกิจชุมชน ไข่ข้าวฟาร์ม

จังหวัดเชียงราย

📍 : fhamai2556

เดิมที คุณศรัชัย นันตะระ กรรมการผู้จัดการ ไข่ข้าวฟาร์ม ผลิตผักปลอดภัยสูงสุดโดยไม่ใช้สารเคมีตามโครงการ Food Safety ของจังหวัดเชียงราย เพื่อป้องกันผลผลิตให้กับห้องโภชนาการ โรงพยาบาลเชียงราย ประชาชนเคราะห์ เพื่อนำไปปรุงอาหารให้ผู้ป่วย และพบปัญหาว่านักโภชนาการต้องการนำไข่เค็มมาปรุงอาหารให้คนไข้ แต่ไม่สามารถทำได้ทั้งๆ ที่ไข่เป็นแหล่งโปรตีนราคาถูก ด้วยเหตุผลที่ว่าไข่เค็มเค็มสูง

คุณศรัชัย จึงได้ไอเดียในการทำ “ไข่เค็มสุขใจ” เป็นไข่เค็มโซเดียมต่ำ โดยคิดค้นนวัตกรรมหม้อต้มแรงดันไอน้ำ ที่สามารถกำหนดแรงดันลม เวลา อุณหภูมิและความเข้มข้นของไข่เค็ม และร่วมทำงานกับทีมโภชนาการของโรงพยาบาล เพื่อกำหนดค่าความเค็มของไข่ออกมาเป็น 3 ระดับ ตั้งแต่ 5.5-7.5 ppt เหมาะสำหรับผู้ป่วย



โรคไต ผู้ป่วยระยะพักฟื้น ไปจนถึงผู้บริโภครักษาสุขภาพ จุดต่างของไข่เค็มโซเดียมต่ำไข่ข้าวฟาร์มยังอยู่ที่วัตถุดิบทุกชนิดเป็นออร์แกนิกส์ ไข่เปิดที่เลี้ยงตามธรรมชาติและเกลือออร์แกนิกส์นำเข้าจากประเทศในแถบทั่วโลกเนื้อและอิสราเอล ที่มีใบรับรองความปลอดภัย

นอกจากโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์แล้ว ไข่ข้าวฟาร์มยังจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ และได้มีการเติมสมุนไพรเพิ่มกลิ่นหอม เช่น ใบโหระพา ออริกาโน่ และโรสแมรี่ รองรับลูกค้าต่างชาติ อนาคตมีแผนขยายตลาดในโรงพยาบาลรัฐและเอกชนภาคเหนือก่อนขยายไปทั่วประเทศ



▶ นวัตกรรม

• การผลิตไข่เค็มโซเดียมต่ำ โดยใช้เครื่องจักรการผลิตควบคุมแรงดัน อุณหภูมิ และปริมาณโซเดียม เพื่อกำหนดค่าความเค็มของไข่ออกมาเป็น 3 ระดับ ตั้งแต่ 5.5-7.5 ppt ทำให้ไข่มีความเค็มและปริมาณโซเดียมเท่ากับทุกไข่ เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการลดปริมาณความเค็มของอาหาร

▶ การเติบโต

• เติบโตสมุนไพรเพิ่มกลิ่นหอม เช่น โหระพา ออริกาโน่ และโรสแมรี่ รองรับลูกค้าต่างชาติ และจะขยายตลาดในโรงพยาบาลรัฐและเอกชนภาคเหนือก่อนขยายไปทั่วประเทศ

Kai Kem Sook Jai Low-Sodium Salted Eggs

Happiness for Both Kidney Patients and Health Lovers

Baikao Farm

Chiang Rai



Under Chiang Rai Province's Food Safety Project, **Mr.Sornchai Nuntara, Director of Baikao Farm**, originally grew the safest produce without using chemicals for the nutrition room of Chiang Rai Prachanukroh Hospital to prepare food for patients. He found that nutritionists wanted to bring salted eggs to the cooking but couldn't do so because of the high sodium content, even though eggs are a cheap source of protein.

He then invented a steam pressure boiler that can calculate the air pressure, time, temperature, and sodium concentration in order to produce “Kai Kem Sook Jai” as low sodium salted eggs. Working with the nutritionist team, he determined the salinity of eggs at three

levels ranging from 5.5 to 7.5 ppt, appropriate for patients with renal conditions, patients in the recovery period, and the general consumers who want to maintain health. The low sodium salted eggs from Baikao Farm are distinguished with naturally raised duck eggs and organic salt imported from Israel and countries near the North Pole with health safety certificates.

Baikao Farm products are also sold online, and aromatic herbs such as thyme leaves, oregano, and rosemary are added to the products to meet the needs of international customers. There are plans to expand the market in public and private hospitals in Northern Thailand before expanding nationwide in the future.

▶ Innovation

• The salinity of low sodium salted eggs is controlled by pressure, temperature, and the amount of sodium in the eggs, which ranges from 5.5 to 7.5 ppt This means that every batch of salted eggs has the same level of salinity and sodium. The eggs are suitable for consumers who want to reduce the salinity of food.

▶ Growth

• Aromatic herbs such as thyme leaves, oregano, and rosemary are added to the products to meet the needs of international customers. There are plans to expand the market in public and private hospitals in northern Thailand before expanding nationwide in the future.

ฟินไดซ์ บอร์ดเกมเสริมทักษะการเงิน

ปลูกการรับรู้อย่างสร้างสรรค์ให้เยาวชน

บริษัท ฟินไดซ์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

📍 : เก็บก่อนใช้ By Findice



ประสบการณ์การทำงานจากธนาคารชั้นนำกว่า 10 ปี ทำให้ คุณกาญจนา อีตทรัพย์ ประธานกรรมการและผู้จัดการ บริษัท ฟินไดซ์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด มองเห็นปัญหาการเงินเกิดขึ้นได้กับคนในทุกระดับ เพราะขาดความรู้ทางการเงิน ซึ่งเรื่องนี้จำเป็นต้องได้รับการปลูกฝังวิธีคิดตั้งแต่เด็ก จึงมีความคิดทำสื่อการสอน “บอร์ดเกมการเงิน ฟินไดซ์” ให้เยาวชนเรียนรู้ด้านการเงินผ่านการเล่น ให้ผู้เล่นได้จำลองการบริหารจัดการเงินในสถานการณ์ต่างๆ ฝึกคิดตัดสินใจ การเจรจาต่อรอง และค้นพบแนวทางการวางแผนทางการเงินในรูปแบบของตัวเอง นำไปใช้ได้จริงในอนาคต และยังเป็นสะพานนำความรู้ด้านการเงินไปยังครอบครัวด้วย

ทั้งนี้บอร์ดเกมการเงินฟินไดซ์ออกแบบให้เหมาะกับเด็กอายุ 10 ปีขึ้นไปที่มีพื้นฐานการเงินมาก่อน โดยย่อเรื่องการเงินออกมาเป็นเกมต่างๆ อาทิ รู้หน้าไม่รู้หนี้ แลกไปแลกมา ซื้อฉันทเถาะ หุ่นชิงวิ่งทะเลลูพเตาน และมี

ฉันทไว้อุ่นใจนะ ซึ่งให้ความรู้เรื่องนี้ การตัดสินใจซื้อ เงินสำรองฉุกเฉิน เป็นต้น ปัจจุบันมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน Findice สำหรับเล่นคู่กับบอร์ดเกม และยังเล่นได้พร้อมกันเป็นกลุ่ม อนาคตมีแผนขยายฐานลูกค้า B2B อาทิ โรงเรียน และมหาวิทยาลัย และวางแผนเพิ่มเกมในปีนี้อีก 3 เกม ให้ความรู้เรื่องกองทุนรวม ภาษี และสินทรัพย์ทางเลือก



Findice Financial Board Games

A Creative Way to Learn About Finances for Young People.

Findice Education Co., Ltd.

Chinag Mai

Ms.Kanjana Ordsab, CEO and Founder of Findice Education Co., Ltd., has over 10 years of experience in leading banks, which has helped her recognize the financial problems that can happen to people of all income levels due to a lack of financial literacy, which needs to be ingrained in the way of thinking from a young age to determine, negotiate, and discover one's own practical approach to future financial planning. Therefore, creating the "Findice Financial Board Games" is a way to help families learn more about money management.

Findice makes financial board games for children over the age of 10 who have little to

no experience with money management. Games like "Knowing the Face But Not the Debt," "Trade and Exchange," "Buy Me," "Racing Stocks through the Ceiling," and "Rest Assured When You Have Me," help educate players about debts, money decisions, and emergency financial funds. There is currently an app called "Findice" that can be used in conjunction with board games to allow for continuous multi-player action. There are plans to introduce three new games this year to teach players about mutual funds, taxes, and alternative assets, and to expand the B2B customer base, such as schools and universities.

▶ นวัตกรรม

• ออกแบบบอร์ดเกมการเงินให้เยาวชนเรียนรู้ด้านการเงินผ่านการเล่น ให้ผู้เล่นได้จำลองการบริหารจัดการเงินในสถานการณ์ต่างๆ ฝึกคิด ตัดสินใจ การเจรจาต่อรอง และค้นพบแนวทางการวางแผนทางการเงินในรูปแบบของตัวเอง นำไปใช้ได้จริงในอนาคต

▶ การเติบโต

• มีแผนขยายฐานลูกค้า B2B อาทิ โรงเรียน และมหาวิทยาลัย และวางแผนเพิ่มเกมในปีนี้อีก 3 เกม ให้ความรู้เรื่องกองทุนรวม ภาษี และสินทรัพย์ทางเลือก

▶ Innovation

• Creating financial board games for children to determine, negotiate, and discover one's own practical approach to future financial planning.

▶ Growth

• There are plans to introduce three new games this year to teach players about mutual funds, taxes, and alternative assets, and to expand the B2B customer base, such as schools and universities.

ม่อฮ่อมแพร์ แพลตฟอร์มการตัดเย็บ

เพิ่มความสะดวก
และร่นเวลาให้ผู้ตัดเย็บ

วิสาหกิจชุมชน ม่อฮ่อมแพร์

จังหวัดแพร่

🌐 : www.mohhomphrae.com

📍 : Mohhomphrae 📷 : Mohhomphrae



คุณภาสกร แสงดวง ข้ามสาม ผู้จัดการแบรนด์ ม่อฮ่อมแพร์ ต้องการยกระดับเสื้อผ้าม่อฮ่อมให้มีความร่วมสมัย ด้วยการใช้เทคโนโลยีการเดินด้ายเย็บและการตัดด้วยที่เป็นเอกลักษณ์ในสไตล์สตรีทแฟชั่น ต่อมาได้นำไอเดียที่ต้องการลดขยะเศษผ้าม่อฮ่อมจากการตัดเย็บขายายเป็นอีกหนึ่งแบรนด์หนึ่งในชื่อ Nat Craft โดยนำเศษผ้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและของแต่งบ้าน สะท้อนภาพลักษณ์แบรนด์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานปักมาสร้างตัวตนของแบรนด์ให้มีความเป็นแฮนด์เมดเด่นชัดมากขึ้น

ปัจจุบันกำลังพัฒนาแพลตฟอร์มแพทเทิร์นสำหรับการตัดเย็บให้ลูกค้าสามารถเลือกแบบและชิ้นส่วนต่างๆ ของเสื้อผ้าได้มากถึง 120 แบบ จากนั้นระบบจะคำนวณ

ผ้าที่ใช้ และแจ้งเตือนไปยังผู้ตัดเย็บเพื่อปริ้นท์แพทเทิร์นออกมาตามที่ถูกคัดเลือก ทั้งยังแจ้งข้อมูลเศษผ้าที่เหลือว่าจะนำไปใช้ประโยชน์อะไรต่อบ้าง พร้อมแจ้งสถานะการตัดเย็บ

นอกจากลูกค้าจะได้เลือกตามความชอบแล้วแพลตฟอร์มนี้ยังเพิ่มความสะดวก และลดเวลาตัดเย็บไปได้ครึ่งหนึ่ง เนื่องจากไม่ต้องทำแพทเทิร์นใหม่ แก้ปัญหาที่พบบ่อยในกรณีและผู้ตัดเย็บไม่มีความถนัดในการทำแพทเทิร์นและตัดเย็บเสื้อผ้าดีไซน์ใหม่ ทำให้เสื้อผ้าออกสู่ตลาดได้ทันความต้องการของลูกค้า และเพิ่มรายได้ให้กับผู้ตัดเย็บในเวลาเดียวกัน เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลาไปกับการทำแพทเทิร์น ในอนาคตมีแผนนำขวดขยะพลาสติกในชุมชนมารีไซเคิลผสมกับเส้นด้ายเป็นผ้าม่อฮ่อมสำหรับตัดเย็บต่อไป

▶ นวัตกรรม

• การนำเอาแพลตฟอร์มแพทเทิร์นสำหรับการตัดเย็บมาใช้กับผลิตภัณฑ์ม่อฮ่อมแพร์ที่ช่วยออกแบบชิ้นส่วนต่างๆ ของเสื้อผ้าได้ถึง 120 แบบ ลดของเสียจากเศษผ้าที่เหลือทิ้ง และลดระยะเวลาของการทำงานของช่างตัดเย็บให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

▶ การเติบโต

• มีแผนนำขวดขยะพลาสติกในชุมชนมารีไซเคิลผสมกับเส้นด้ายเป็นผ้าม่อฮ่อมสำหรับตัดเย็บ รองรับการเติบโตของลูกค้าที่มีความสนใจสินค้ารักษ์โลก

Mohhomphrae Adding Convenience, Cutting the Tailoring Time

Mohhomphrae

Phrae

Mr.Passakorn Sangdoungh Khamsam, the owner of Mohhomphrae, came up with the idea of turning Phrae's signature indigo Moh Hom fabric, produced by the ethnic Thai Phuan community for nearly a 100 years, into contemporary fashion. Apart from creating a new street style, Mr.Passakorn also devised a way of reducing waste by using leftover fabric to design souvenirs and home decorations under the brand Nat Craft. The aim was to build a brand that not only protects the environment but also uses local wisdom to create a brand identity that focuses on handmade products.

The company is currently developing a pattern platform that allows customers to select up to 120 different designs and styles. The system will then calculate the fabric required and notify the tailor, who then prints the pattern out accordingly. The platform also calculates the leftover fabric that can be used for different purposes and the time required for sewing.

In addition to customers getting clothes tailored to their preferences, the platform also adds convenience and cuts the tailoring time in half because the tailor does not need to make a new pattern matching the customer's size and preferences. It also cuts down the chance of mistakes in case the tailor in charge is not proficient in pattern making or designing new garments. In addition, the platform helps speed up the production of the garments, so the customers' needs are met and tailors' revenue is increased.

Mohhomphrae also plans to recycle plastic bottles by creating PET thread to mix in with yarn to create Moh Hom fabric.

▶ Innovation

• Mohhomphrae employs an innovative sewing pattern platform that allows shoppers to design their clothes using 120 pre-designed parts. This helps reduce fabric waste and cuts down on the time spent tailoring clothes to match orders.

▶ Growth

• There is a plan to recycle plastic bottles by mixing it with yarn to make Moh Hom fabric for customers interested in eco-friendly products.

มิวส์ มัลติแทร็คส์ แพลตฟอร์มให้บริการแบ็คกิ้งแทร็ค

เพิ่มคุณภาพดนตรีเพิ่มรายได้ให้ศิลปิน

บริษัท มิวส์ มาสเตอร์ กรุ๊ป จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

🌐 : www.muse.in.th 📱 : [muse.multitracks](https://www.facebook.com/muse.multitracks)

📷 : [muse.multitracks](https://www.instagram.com/muse.multitracks)

คุณวัชร นิกโณ ประธานกรรมการ บริษัท มิวส์ มาสเตอร์ กรุ๊ป จำกัด เป็นกลุ่มคนดนตรีร้องเพลง กลางคืนที่ต้องการให้วงดนตรีที่มีสมาชิกไม่กี่คน สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีในราคาไม่แพง เพื่อทำการแสดงเพลงได้ ไพเราะเต็มวงเหมือนวงดนตรีขนาดใหญ่ โดยคิดค้น แพลตฟอร์ม Muse เพื่อให้บริการ Backing track หรือเสียงบรรเลงหรือเสียงร้องในการแสดงสด เพื่อปรับปรุงเสียงการแสดงดนตรีสดให้ดีขึ้น เจาะกลุ่มนักร้อง นักดนตรี กลางคืน และ YouTuber

Muse ต่างจากคาราโอเกะตรงที่เป็นแพลตฟอร์ม มัลติแทร็คเพลเยอร์ รวบรวม Backing Track จาก

Muse MultiTracks

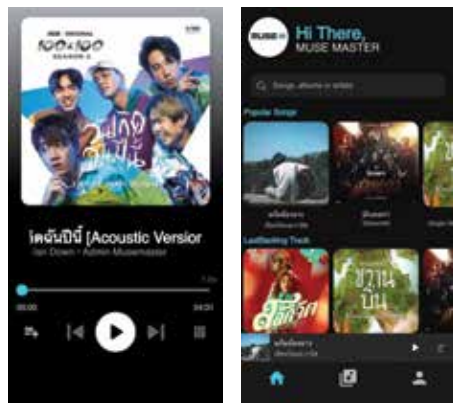
Platform for backing track services, Boosting music quality and revenue for artists.

Muse Master Group Co., Ltd.

Chiang Rai

CEO of Muse Master Group Co., Ltd., and nightlife musician, Mr. Watchara Nuekchanai envisions a world where music professionals in a small band have access to technology at an affordable price so that they can create music as beautifully as they would with a large band. The Muse platform was developed so that live shows could benefit from the use of instrumental or vocal backing track services. Artists who are targeted to use this platform include solo performers, nightclub bands, and bands who have a presence on YouTube.

The multi-tracks players on Muse come from more than 200 different instruments, setting it



เครื่องดนตรีมากกว่า 200 เครื่อง จึงสามารถแยกแทรคประเภทเครื่องดนตรีต่างๆ โดยผู้ใช้สามารถปรับแต่งเครื่องดนตรีและคีย์เสียงได้ตามต้องการ ปรับแต่งระดับเสียงให้สูงต่ำได้ตามอิสระ และทำเพลย์ลิสต์ได้ นอกจากนี้แพลตฟอร์มสามารถจัดการเรื่องลิขสิทธิ์เพลงทั้งเรื่อง การทำซ้ำและการเผยแพร่ เพื่อให้ผู้ใช้งานสร้างรายได้จากการสร้าง Backing Track ลงในแพลตฟอร์ม โดยเฟสแรก Muse ได้ทำ Backing Track จากเพลงที่แต่งเอง และกำลังติดต่อเรื่องลิขสิทธิ์กับค่ายเพลงขนาดเล็ก เพื่อสร้างฐานลูกค้าเข้ามาใช้งาน ในอนาคตมีแผนติดต่อเรื่องลิขสิทธิ์กับค่ายเพลงขนาดใหญ่



apart from karaoke. Users can shuffle songs, adjust the volume level, and create customized playlists featuring music from a wide variety of instruments. Furthermore, the platform can manage music copyright issues, including reproduction and publishing, allowing users to increase their revenue by creating and selling backing tracks on the platform. In the first phase, Muse has backing tracks from self-composed songs and is working with smaller music labels to obtain copyright in order to build a customer base. There are plans to approach major record labels about matters related to copyright.

▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มสำหรับนักร้อง นักดนตรี และ YouTuber ในการให้บริการ Backing Track หรือเสียงบรรเลงหรือเสียงร้องในการแสดงสด เพื่อปรับปรุงเสียงการแสดงดนตรีสดให้ดีขึ้น โดยในแพลตฟอร์มจะรวบรวม Backing Track จากเครื่องดนตรีมากกว่า 200 เครื่อง ผู้ใช้สามารถปรับแต่งเครื่องดนตรีและคีย์เสียงได้ตามต้องการ และจัดการเรื่องลิขสิทธิ์เพลงทั้งเรื่องการทำซ้ำและการเผยแพร่เพื่อสร้างรายได้ให้กับผู้ใช้งาน

▶ การเติบโต

• ทำ Backing Track จากเพลงที่แต่งเอง และกำลังติดต่อเรื่องลิขสิทธิ์กับค่ายเพลงขนาดเล็กเพื่อสร้างฐานลูกค้าเข้ามาใช้งาน ในอนาคตมีแผนติดต่อเรื่องลิขสิทธิ์กับค่ายเพลงขนาดใหญ่

▶ Innovation

• Muse is a platform where singers, musicians, and YouTubers can share backing tracks, instrumentals, or vocals to enhance the quality of live music performances. The platform collects backing tracks from over 200 instruments, enabling users to customize their instruments and audio keys, and handles both reproduction and distribution of music copyright issues to assist users in generating money.

▶ Growth

• Muse has backing tracks from self-composed songs and is working with smaller music labels to obtain copyright to build a customer base. There are plans to approach major record labels about matters related to copyright.

โมน่ สบู่หินแร่ธรรมชาติ ยับยั้งแบคทีเรีย ลดปัญหาสิว

บริษัท โมน่ มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

📍 : สบู่โมน่ MONE Natural Soap

📱 : Skincare-Mone Thailand

หลายจังหวัดในประเทศไทยอุดมไปด้วยหินแร่ ซึ่งมีองค์ประกอบทางเคมีจำพวกฟอสฟอรัส แคลเซียม และแมกนีเซียม มีคุณสมบัติยับยั้งแบคทีเรียไม่ให้เกิดน้ำเฝ้าเสีย และกลิ้นเหม็น คุณอรอาไพ ไชศิริ กรรมการผู้จัดการ บริษัท โมน่ มาร์เก็ตติ้ง (ไทยแลนด์) จำกัด มีความคิดว่าคุณสมบัติดังกล่าวจะนำมาเพิ่มมูลค่าในด้านสุขภาพและความงามได้ โดยทำงานร่วมกับนักวิชาการด้านหินวิทยาในการรวบรวมหินแร่จากเชียงใหม่ สระบุรี และภูเก็ต มาเป็นวัตถุดิบและพัฒนาเป็นสบู่หินแร่ธรรมชาติชนิดก้อนยี่ห้อ “โมน่” ช่วยผลิตเซลล์ผิวต่อต้านการอักเสบของผิวหนัง ฆ่าเชื้อโรคโดยเฉพาะแบคทีเรียที่ทำให้เกิดสิว ช่วยขจัดเมคอัพที่ตกค้างจากรูขุมขนให้หมดไป และยับยั้งกลิ่นกาย นอกจากนี้ยังมีส่วนผสมจากสมุนไพรธรรมชาติ คือเป็นการป้องกันบำรุงและแก้ปัญหาผิวไปพร้อม ๆ กัน เพราะล้างหน้าเสร็จแล้วจะรู้สึกสะอาดแต่ผิวไม่แห้ง และเนื่องด้วยคุณสมบัติของ

Moné Natural Mineral - stone Soap

Inhibits bacterial growth, Reducing acne problems.

Moné Marketing (Thailand) Co., Ltd.

Chiang Mai

Many provinces in Thailand have mineral stones rich in phosphorus, calcium, and magnesium. These stones can prevent microorganisms from fouling and contaminating water. Ms. Onampai O-siri, Managing Director of Moné Marketing (Thailand) Co., Ltd., realized the potential of such qualities so she collaborated with stone scientists to collect mineral stones from Chiang Mai, Saraburi, and Phuket as raw materials to be



หินแร่ ทำให้น้ำจากการอาบน้ำหรือล้างหน้าจะไหลไปบำบัดน้ำเสียได้ด้วย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สบู่หินแร่ธรรมชาติโมน่มีทั้งหมด 3 สูตร ได้แก่ สูตรวานหางจระเข้ เหมาะกับผิวมัน ว่านนางคำเหมาะกับผิวแห้ง และกล้วยไม้เหมาะกับผิวผสม ปัจจุบันมีการขยายไลน์สินค้าเป็นสบู่ยี่ห้อสำหรับฉีดผิวหน้า และสบู่เหลว ขนาดสามารถนำหินแร่มาต่อยอดเป็นเครื่องสำอาง อาหารพืช น้ำยาบัวปากจาดแบคทีเรีย และแชมพู สัตว์เลี้ยงกำจัดเห็บหมัด



developed into mineral stone soaps under the brand “Moné”. The soaps help exfoliate skin cells, resist skin inflammation, eliminate germs, particularly acne-causing bacteria, and aid in the removal of makeup residues as well as the prevention of bodily odors. The products’ natural herbal ingredients help prevent and treat dermatological problems while nourishing the skin, resulting in a clean final wash that does not dry out the skin. Bathing or face-washing water can also be used to treat wastewater, making it environmentally friendly.

The three formulations of Moné’s natural mineral stone soap are aloe vera for oily skin, Wannangkham for dry skin, and orchids for combination skin. The product lineup is currently being expanded to include liquid soap and facial mineral water spray. Mineral stones will soon be developed to make antibacterial mouthwash, cosmetics, plant feed, and shampoo for canines that eliminates fleas and ticks.

▶ นวัตกรรม

• สบู่หินแร่ธรรมชาติ ที่เป็นสูตรพิเศษโดยใช้ส่วนผสมจากหินแร่และสมุนไพร ป้องกันบำรุงและแก้ปัญหาผิวไปพร้อมๆ ช่วยผลิตเซลล์ผิวต่อต้านการอักเสบของผิวหนัง ฆ่าเชื้อโรคโดยเฉพาะแบคทีเรียที่ทำให้เกิดสิว ช่วยขจัดเมคอัพที่ตกค้างจากรูขุมขนให้หมดไป น้ำที่เหลือจากการใช้สบู่ยังบำบัดน้ำเสียและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

▶ การเติบโต

• ขยายไลน์สินค้าเป็นสบู่ยี่ห้อสำหรับฉีดผิวหน้า และสบู่เหลว ขนาดสามารถนำหินแร่มาต่อยอดเป็นเครื่องสำอาง อาหารพืช น้ำยาบัวปากจาดแบคทีเรีย และแชมพู สัตว์เลี้ยงกำจัดเห็บหมัด

▶ Innovation

• Natural mineral stone soap has been specially created using mineral stone ingredients and herbs to prevent and solve skin problems while nourishing and aiding in exfoliation, resistance to inflammation, eradication of germs, particularly bacteria that cause acne, and removal of makeup residues. Bathing or face-washing water can also be used to treat wastewater, making it environmentally friendly.

▶ Growth

• The product lineup is currently being expanded to include liquid soap and facial mineral water spray. Mineral stones will soon be used to make antibacterial mouthwash, cosmetics, plant feed, and pet shampoo that eliminates fleas and ticks.

ไฮ-เอนท์ แพลตฟอร์มจ้างงานดนตรี

เพิ่มโอกาสจ้างงานนักดนตรีท้องถิ่น

บริษัท ยิวส์ มีเดีย แอนด์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด

จังหวัดเชียงราย

🌐 : www.hi-ent.co

จากประสบการณ์การเป็นนักดนตรีเล่นวงดนตรีกลางคืน คุณชวลิต เกตุพิบูลย์ ประธานกรรมการ บริษัท ยิวส์ มีเดีย แอนด์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และเพื่อนๆ ในกลุ่มอาชีพเดียวพบปัญหาจำนวนการว่าจ้างน้อย เพราะส่วนใหญ่นักดนตรีมักใช้ช่องทางเฟสบุ๊คของตัวเองเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานและแจ้งวันว่างรับงาน แต่ในเวลาเดียวกันก็พบว่าผู้ว่าจ้างจำนวนมากเข้าไม่ถึงช่องทาง การสื่อสารของนักดนตรี คุณชวลิตจึงหาทางที่ทำให้ 2 กลุ่มนี้มาเจอกันผ่านแพลตฟอร์มจ้างงานดนตรี Hi-ent Hi-ent ถือเป็นแพลตฟอร์มให้บริการด้านการจ้างงานนักร้อง วงดนตรี และสายงานอื่นๆ ในอุตสาหกรรมดนตรี โดยเป็น Community ของนักดนตรีและอาชีพด้าน

Hi-ent A Digital Platform for Entertainment Needs

Increased Opportunities for Local Musicians

Yours Media And Entertainment Co., Ltd.

Chiang Rai

Mr.Chawalit Ketpiboon, CEO of Yours Media And Entertainment Co., Ltd., has years of experience in the nighttime music industry and recognizes that a vast majority of local artists who rely on social media such as Facebook for advertising their open bookings are unsuccessful in their efforts to reach potential clients. He conceptualized Hi-ent, an online platform where various audiences and musicians could connect.

The Hi-ent is a music industry service provider that helps clients find and book musicians and bands, among other entertainment needs. The platform serves as a PR hub for music artists in



งานบันเทิงในระดับท้องถิ่น สำหรับประชาสัมพันธ์ผลงาน โดยมีระบบ Data Matching ที่ช่วยในการประมวลผลและจับคู่ข้อมูลต่างๆ ระหว่างนักดนตรีและผู้ว่าจ้างได้ถูกต้องตรงตามต้องการของทั้ง 2 ฝ่ายให้มากที่สุด และยังมีการทำระบบ Notification เพื่อส่งแจ้งเตือนไปยังนักดนตรี หรือผู้ว่าจ้างหากว่ามีคุณสมบัติที่ตรงตามที่ค้นหา เพื่อเปิดโอกาสให้แต่ละฝ่ายได้มีโอกาสนำเสนอและพิจารณางานนั้นๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน ทั้งนี้จุดต่างของ Hi-ent อยู่ตรงที่โฟกัสการว่าจ้างในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นตลาดที่คู่แข่งในตลาดไม่มีความถนัดและเข้าไม่ถึงกลุ่มดนตรีท้องถิ่นและวงดนตรีพื้นบ้าน มีแผนการขยายให้บริการครอบคลุมจังหวัดในภาคเหนือ



the local community of Chiang Rai province. Through data matching technology, customers' preferences are matched with the best available bands and musicians. If the applicant's skills and experience are a good fit for the event, a notification message will be delivered to the performers. This will give them an opportunity to submit their portfolios to clients for consideration. Hi-ent stands out from the competition because it is a Chiang Rai province-centric platform designed just for employing musicians in the area. It is planned that the platform will be extended to other provinces in Northern Thailand.

▶ นวัตกรรม

• แพลตฟอร์มให้บริการด้านการจ้างงานนักร้อง วงดนตรี และสายงานอื่นๆ ในอุตสาหกรรมดนตรี โดยเป็น Community ของนักดนตรีและอาชีพด้านงานบันเทิงในระดับท้องถิ่นมีระบบ Data Matching ช่วยในการประมวลผลและจับคู่ข้อมูลต่างๆ ระหว่างนักดนตรีและผู้ว่าจ้างได้ถูกต้องตรงตามความต้องการของทั้ง 2 ฝ่ายให้มากที่สุด และระบบ Notification แจ้งเตือนไปยังนักดนตรีหรือผู้ว่าจ้างหากว่ามีคุณสมบัติที่ตรงตามที่ค้นหา เพิ่มรายได้ให้กับนักดนตรี

▶ การเติบโต

• มีแผนการขยายให้บริการครอบคลุมจังหวัดโซนภาคเหนือ

▶ Innovation

• The Hi-ent is a music industry service provider that helps clients find and book musicians and bands, among other entertainment needs. It is a local community of music artists run by data matching technology to help process and match information between the customers and the best available bands and musicians. A notification message will be delivered to the performers if their skills and experience fit the requirements, helping them increase income and employment opportunities.

▶ Growth

• It is planned that the platform will be extended to other provinces in Northern Thailand.

ผงผักนาโนยู-สไมล์

คงคุณค่าสารอาหารที่ใกล้เคียงผักสด

บริษัท ไรส์อาย 101 จำกัด

จังหวัดเพชรบูรณ์

🌐 : [สุภาพดีไปกับ Usmile101 Superfoods](https://www.usmile101.com)



เมืองไทยเป็นแหล่งปลูกผักมากมายหลายชนิด แต่การตัดแต่งทำให้เกิดขยะอาหารสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่แก้ปัญหาโดยนำไปแปรรูปเป็นอาหารสัตว์ ซึ่ง คุณธีระวัฒน์ วิไลรัตน์ ประธานบริหาร บริษัท ไรส์อาย 101 จำกัด มองว่า น่าจะสร้างมูลค่าได้มากกว่านั้น เลยเป็นที่มาของผงผักนาโน U-Smile สำหรับคนดื่ม โดยเป็นนวัตกรรมการนำผักมาทำให้เป็นผงที่มีขนาดโมเลกุลเล็กและละเอียดมากกว่าผงผักทั่วไปมากกว่า 5 เท่า มีเนื้อละเอียดนุ่มเบาคล้ายแป้ง แต่ยังคงคุณค่าความเป็นผักและคุณค่าไว้ 100% ละลายและดูดซึมง่าย สามารถละลายได้ในน้ำเย็น ทำให้คงคุณค่าสารอาหารไว้ใกล้เคียงผักสดมากที่สุด รวมถึงสามารถรับประทานได้ใน

รูปแบบที่หลากหลายให้คุณประโยชน์ของแร่ธาตุและไฟเบอร์เหมือนผักสดทั้งสี กลิ่น รส ชงแล้วไม่แขวนลอยย่อยง่าย สารอาหารถูกนำออกมาเยอะ เจาะกลุ่มนักกีฬา กลุ่มแพทย์เวชศาสตร์ชะลอวัย และผู้บริโภคอายุ 35 ปีขึ้นไป ที่มองหาอาหารสุขภาพทางเลือก ปัจจุบัน มีผักให้เลือก 29 ชนิด ล่าสุดเพิ่มไลน์สินค้าจัดกลุ่มผักรวม 20 ชนิด ที่ให้ประโยชน์ด้านสุขภาพที่แตกต่างกัน อาทิ ผักรวมให้ผิวสุขภาพดี ผักรวมไฟเบอร์ช่วยขับถ่าย ผักรวมลดอาการกรดไหลย้อน และผักรวมกลุ่มดีท็อกซ์ ชูจุดเด่นผงผักรวม 1 ช้อนเท่ากับผัก 20 ชนิด และต่อยอดผงผักผสมกับธัญพืชอย่างเมล็ดอัลมอนต์ ให้โปรตีนจากผักมากถึง 34% รับประทานเพลินที่เบส

U-Smile Nano Vegetable Powder

Maintain Nutritional Values Similar to Fresh Vegetables

Raisaichon101 Co., Ltd.

Phetchabun

Thailand has a diverse range of vegetables but trimming them can cause food waste that harms the environment. Rather than making animal feeds, **Mr.Teerawat Wilairat, CEO of Raisaichon101,** believed he could add more value to the vegetables. This inspired the development of U-Smile, an assortment of drinkable vegetable powders that transform vegetables into molecular-sized particles that are smaller and finer than typical vegetable powders, resulting in a delicate, soft, and starch-like light texture. The products keep their 100% vegetable value and are easily soluble. They can be dissolved in cold water without being suspended, making them easy to digest while still providing healthy mineral and fiber benefits similar to those of fresh, nutritious vegetables with a variety of colors, smells, and tastes. The products are targeted at



three types of customers: athletes, anti-aging physicians, and individuals aged 35 and up who are looking for alternative health foods.

There are currently 29 types of vegetables available, and a product lineup of 20 mixed vegetable powders for different benefits is added, such as those with fiber for better bowel movements, those for reducing acid reflux symptoms, and those for detox needs. A spoonful of vegetable powder equals 20 vegetables, and combining vegetable powder with whole grains like almonds can provide up to 34% plant-based protein.

▶ นวัตกรรม

• นวัตกรรมการนำผักมาทำให้เป็นผงที่มีขนาดโมเลกุลเล็กและละเอียดมากกว่าผงผักทั่วไปมากกว่า 5 เท่า มีเนื้อละเอียดนุ่มเบาคล้ายแป้ง แต่ยังคงคุณค่าความเป็นผักและคุณค่าไว้ 100% ละลายและดูดซึมง่าย สามารถละลายได้ในน้ำเย็น ทำให้คงคุณค่าสารอาหารไว้ใกล้เคียงผักสดมากที่สุด รวมถึงสามารถรับประทานได้ในรูปแบบที่หลากหลาย

▶ การเติบโต

• เพิ่มไลน์สินค้าจัดกลุ่มผักรวม 20 ชนิด ที่ให้ประโยชน์ด้านสุขภาพที่แตกต่างกับ ชูจุดเด่นผงผักรวม 1 ช้อนเท่ากับผัก 20 ชนิด และต่อยอดผงผักผสมกับธัญพืชอย่างเมล็ดอัลมอนต์ให้โปรตีนจากผักมากถึง 34% รับประทานเพลินที่เบส

▶ Innovation

• U-Smile is an assortment of drinkable vegetable powders that transform vegetables into molecular-sized particles that are 5 times smaller and finer than typical vegetable powders, resulting in a delicate, soft, and starch-like light texture. The products keep their 100% vegetable value and are easily soluble. They can be dissolved in cold water without being suspended, providing healthy nutritional benefits similar to those of fresh vegetables. The products can be enjoyed in a variety of ways.

▶ Growth

• There are currently 29 types of vegetables available, and a product lineup of 20 mixed vegetable powders for different benefits is added. A spoonful of vegetable powder equals 20 vegetables, and combining vegetable powder with whole grains like almonds can provide up to 34% plant-based protein.

แพร์รี่

ผลิตภัณฑ์ความงามจากกากกาแฟ
บริษัท ไลบรารีกรีน จำกัด

จังหวัดแพร่

🌐 : www.PAIRYSHOP.com 📱 : @librarygreen

คุณสนธยา อินทรารุช ประธานกรรมการ บริษัท ไลบรารีกรีน จำกัด อยู่ในธุรกิจกาแฟมานาน และจากกระบวนการผลิตเกิดกากกาแฟเหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก จึงมีความคิดที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับกากกาแฟ โดยเข้าไปปรึกษากับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย (วว.) ในการทำวิจัยจนพบว่ากากกาแฟมีสารโคโรจีนิกแอซิด (Chlorogenic Acid) สูง ช่วยให้ผิวกระจ่างใส ลบเรื้อนริ้วรอย จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ผงสครับผิวหน้ายี่ห้อ Pairy เจาะกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปและร้านสปา Pairy มีการควบคุมและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีปริมาณสาร Chlorogenic Acid สูง จากการควบคุมกระบวนการคั่วเมล็ดกาแฟที่อุณหภูมิไม่สูงมากนัก เพื่อควบคุมให้เมล็ดกาแฟมีปริมาณสารต้านอนุมูลอิสระ อาทิ Chlorogenic Acid ในปริมาณมาก เพื่อเพิ่มคุณสมบัติในการเป็นสารต้านอนุมูลอิสระให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึง



การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาทิ ขมิ้นชัน ไพล และสมุนไพรอื่นๆ ที่มีมากในจังหวัดแพร่ เพื่อนำมาเป็นส่วนผสมในการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยไม่ใช้สารเคมีกันบูด ทั้งนี้ได้ขยายไลน์สินค้าเป็นสบู่ก่าแพ้ตัวผิว และกำลังพัฒนาเป็นครีมทาผิวกาแฟ และแชมพูกาแฟ

Pairy

Beauty Products from
Coffee Grounds

Library Green Co., Ltd.

Phrae

Ms.Sontaya Intarawut, CEO, Library Green Co., Ltd., has an extensive background in the coffee industry. As a result, she devised a way to add value to leftover coffee grounds. Coffee is robust in chlorogenic acid, which helps brighten and revitalize the skin, according to joint research conducted with the Thailand Institute of Scientific and Technological Research (TISTR). Coffee grounds were subsequently transformed into Pairy's facial scrub products, which were marketed to both general consumers and spa facilities.

The "Pairy" brand controls and improves the production process in order to achieve a high chlorogenic acid that is enriched with antioxidants by roasting the coffee beans at a moderate temperature to retain the anti-free



radical substances in the coffee and increase the antioxidant properties of the products. Local herbs, such as turmeric, Phlai, and other plants commonly found in Phrae Province, are used as additives to extend the shelf life of such products without the use of chemical preservatives. The company's product line has grown to include exfoliating coffee soaps, while the development of coffee moisturizing cream and coffee shampoo is underway.

▶ นวัตกรรม

• ผลิตภัณฑ์สครับผิวหน้าและตัวจากกากกาแฟที่มีการควบคุมและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีปริมาณสาร Chlorogenic Acid สูง จากการควบคุมกระบวนการคั่วเมล็ดกาแฟที่อุณหภูมิไม่สูงมากนัก เพื่อเพิ่มคุณสมบัติในการเป็นสารต้านอนุมูลอิสระให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาทิ ขมิ้นชัน ไพล และสมุนไพรอื่นๆ ที่มีมากในจังหวัดแพร่ เพื่อนำมาเป็นส่วนผสมในการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยไม่ใช้สารเคมีกันบูด

▶ การเติบโต

• มีแผนขยายไลน์สินค้าเป็นสบู่ก่าแพ้ตัวผิว และกำลังพัฒนาเป็นครีมทาผิวกาแฟ และแชมพูกาแฟ

▶ Innovation

• Pairy's facial scrub products are made from coffee grounds, using a controlled and improved production process to achieve a high chlorogenic acid that is enriched with antioxidants. The coffee beans are roasted at a moderate temperature to retain the anti-free radical substances in the coffee and increase the antioxidant properties of the products. Local herbs, such as turmeric, Phlai, and other plants commonly found in Phrae Province, are used as additives to extend the shelf life of such products without the use of chemical preservatives.

▶ Growth

• The company's product line has grown to include exfoliating coffee soaps, while the development of coffee moisturizing cream and coffee shampoo is underway.

ก้อนเชื้อเห็ดโคนน้อยบ้านสวน เจ็ดวันทำเงิน

วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรยั่งยืนบ้านสวนแพ

จังหวัดเชียงใหม่

📍 : บ้านสวน กัลยากร



เห็ดโคนน้อยเป็นเห็ดที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เพราะมีโปรตีนสูง มีน้ำตาล และโซเดียมต่ำ แต่หาทานได้ยาก เนื่องจากไม่ค่อยมีใครผลิตขายจึงเป็นเห็ดที่มีราคาแพงกว่าเห็ดทั่วไปตามท้องตลาดหลายสิบเท่าตัว **คุณกัลยากร ตานันท์ ประธานวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรยั่งยืนบ้านสวนแพ เจ้าของศูนย์เห็ดโคนน้อยบ้านสวน** มีความตั้งใจที่จะทำวิสาหกิจเพื่อชุมชน และมองว่าการพัฒนาก่อนเชื้อเห็ดโคนน้อย น่าจะเป็นทางออกให้ชุมชนมีรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิต

คุณกัลยากร พัฒนาการผลิตเชื้อ โดยใช้ขี้เลื่อยเป็นส่วนผสมแทนก้อนฟางที่มีราคาสูง ภายหลังเปลี่ยนมาใช้ขี้เลื่อยลำพูน ซึ่งมีราคาถูกกว่าขี้เลื่อยยางพาราทำให้ควบคุมราคาได้ดี โดยใช้ขี้เลื่อยเก่าจากก้อนเชื้อที่ทำ

เห็ดโคนน้อยมาผสมกับขี้เลื่อยใหม่ในสัดส่วน 30:70 และเน้นใช้ส่วนผสมอื่นๆ จากชุมชน ได้แก่ ลำข้าวจากโรงสีในท้องถิ่น กากน้ำตาลจากลานเกษตร และเมล็ดข้าวฟ่างจากชาวบ้าน รวมถึงใช้มันฝรั่งทำหัวเชื้อและหัววัน จึงไม่มีสารเคมี นอกจากนี้ยังขยายเชื้อแบบถุงเปิดปาก ทำให้ได้เห็ดที่สะอาด ประหยัดเวลาในการเก็บ และเพิ่มผลผลิตเห็ดขึ้นเท่าตัว รวมถึงการพัฒนากระบวนการโรงเรือน เพื่อให้สามารถผลิตเห็ดได้ในปริมาณที่มากขึ้น สามารถสร้างรายได้ภายใน 7 วันให้กับเกษตรกร นำมาจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์เห็ดโคนน้อยสด และมีแผนนำเห็ดโคนน้อยแปรรูปเป็นคุกกี้ และแหนมเห็ดโคนน้อยสำหรับเป็นของฝากประจำตำบล

▶ นวัตกรรม

• ก้อนเชื้อเห็ดโคนน้อยบ้านสวนเกิดจากการพัฒนาการผลิตเชื้อโดยใช้ขี้เลื่อยลำพูนเป็นส่วนผสมและขยายเชื้อแบบถุงเปิดปาก ทำให้ได้เห็ดที่สะอาด ประหยัดเวลาในการเก็บ รวมถึงการพัฒนากระบวนการโรงเรือนเพื่อให้สามารถผลิตเห็ดได้ในปริมาณที่มากขึ้น นำไปจำหน่ายได้ราคาสูงกว่าเห็ดทั่วไปหลาย 10 เท่าตัว

▶ การเติบโต

• นำเห็ดโคนน้อยมาแปรรูปเป็นคุกกี้และแหนมเห็ดโคนน้อยสำหรับเป็นของฝากประจำตำบล

Ban Suan's Center of Shaggy Inkcap Mushroom Spawn for Cultivation

Ready to Harvest in 7 Days !

Ban Sop Faek's Sustainable Farmer Community Enterprise

Chiang Mai



Shaggy Inkcap Mushroom (Ked Cone Noi) is a high-protein, low-sugar, and low-sodium mushroom. However, finding these mushrooms is difficult because they are rarely produced for sale and are more expensive than other mushrooms. **Ms.Kanlayakron Tanan, President of Ban Sop Faek's Sustainable Farmer Community Enterprise Group and owner of Ban Suan's Center of Mushroom Spawn for Cultivation,** viewed this type of mushroom as a means to create more income while also improving the community's quality of life.

The formula for mushroom spawn was improved by using sawdust instead of straw as the main component. The investment became lower after switching to cheaper sawdust from

Lamphun instead of rubber wood sawdust. In a 30:70 ratio, other ingredients from the community were added, such as local mill rice bran, molasses from crop yards, village sorghum grains, and potatoes, to make chemical-free spawn and agar culture. By applying the open-bag method, the results are cleaner mushrooms, a shorter growing time, and twice as many mushrooms. A greenhouse system was also developed to increase mushroom production. Farmers can earn money from cultivation within 7 days. In addition to being sold fresh, the Shaggy Inkcaps are also made into cookies and fermented sour sausages (Naem) that can be purchased as local souvenirs.

▶ Innovation

• The mushroom developed by Ban Suan's Center of Shaggy Inkcap Mushroom Spawn for Cultivation uses sawdust from Lamphun and the open-bag method to result in cleaner mushrooms, a shorter growing time, and twice as many mushrooms. A greenhouse system was also developed to increase mushroom production, which can fetch 10-times the price of regular mushrooms on the market.

▶ Growth

• Shaggy Inkcap Mushrooms are also made into cookies and fermented sour sausages (Naem) that can be purchased as local souvenirs.

ไบโอบลัค กราโนล่าข้าวดำล้านนา ซูเปอร์ฟู้ดที่ไม่มีสารกลูเตน

วิสาหกิจชุมชนไบโอบลัค

จังหวัดพะเยา

🌐 : www.bioblackrice.com

📌 : bioblackrice



ข้าวดำพะเยาเป็นพันธุ์ข้าวพื้นเมืองประจำถิ่นล้านนาที่ได้รับ GI และอุดมไปด้วยสารแอนโทไซยานิน (Anthocyanin) ซึ่งมีคุณสมบัติในการต้านการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน ช่วยการหมุนเวียนของกระแสโลหิต ชะลอการเสื่อมของเซลล์ร่างกาย จัดได้ว่าเป็นซูเปอร์ฟู้ดชนิดหนึ่ง แต่ข้าวดำเป็นข้าวเหนียวดำที่หุงรับประทานยาก จึงไม่ค่อยเป็นที่นิยม **คุณธีระนันท์ ใจคำ ประธานวิสาหกิจชุมชนไบโอบลัค** นำ Pain Point ดังกล่าวมาเพิ่มมูลค่า นำข้าวกล้องดำไม่ขัดสี มาทำให้พองกรอบโดยไม่ใช้น้ำมันด้วยเทคนิคแบบเดียวกับการทำข้าวตอกในภาคเหนือ ผสมกับธัญพืชเป็นกราโนล่ายี่ห้อ **“ไบโอบลัค”** เจ้าแรกของโลก เพื่อสร้างอาหารระดับสากลที่ทำให้คนทั่วโลกสามารถทานข้าวดำไทย

ได้ง่าย สะดวกรวดเร็วเหมาะกับการใช้ชีวิตของคนในสังคมเมืองปัจจุบัน ทั้งนี้กราโนล่าไบโอบลัค ยังมีจุดต่างจากกราโนล่าตามท้องตลาดทั่วไปที่ใช้ข้าวโอ๊ตเป็นวัตถุดิบหลัก ซึ่งข้าวโอ๊ตมีสารกลูเตน ดังนั้นกราโนล่าไบโอบลัค จึงไม่เพียงแต่เหมาะกับกลุ่มคนรักสุขภาพ แต่ยังเหมาะกับคนที่แพ้สารกลูเตนที่ต้องการรับประทานกราโนล่าอีกด้วย นอกจากนี้ยังสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งหมด เนื่องจากควบคุมการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ปัจจุบันมี 3 รสชาติ ได้แก่ รสดั้งเดิม รสน้ำผึ้ง และรสช็อกโกแลต มีแผนขยายไลน์สินค้าเป็นกราโนล่าบาร์ เจาะกลุ่มนักกีฬา และนำสกัดสารแอนโทไซยานินจากข้าวดำมาต่อยอดเป็นสกินแคร์ปกป้องเซลล์ผิว และลดริ้วรอย

Bioblack A Gluten – free Superfood

Sustainable GI Black Rice
Granola from a Lanna Source

Bioblack Community Enterprise

Phayao



Payao's black glutinous rice is a native Lanna GI-rice variety that is high in anthocyanin, which has anti-oxidative properties that help in blood circulation and slow cell deterioration. Despite being a superfood, this black rice is rather difficult to cook, making it unpopular for consumption compared to other rice varieties.

Mr.Theeranan Jaikham, President of Bioblack Community Enterprise, turned such a pain point into a source of value. **“Bioblack”** granola is the world's first whole food made from Payao's local black rice that is easy and convenient for modern consumers in any part of the world to consume the Thai black rice. The unrefined black rice is roasted until crispy without using oil, the same

technique as making popped rice in Northern Thailand, and then mixed with assorted grains and cereals. Bioblack distinguishes itself from other granolas on the market, which frequently employ oatmeal as the main ingredient. Bioblack products are excellent not only for health-conscious consumers but also for gluten-intolerant people who seek a suitable granola. The products are fully traceable from upstream, midstream, and downstream processes. There are currently 3 flavors: original, honey, and chocolate. The product line is planned to include granola bars aimed at athletes, as well as skincare containing anthocyanin from black rice for anti-aging and wrinkle reduction.

▶ **นวัตกรรม**

• ข้าวดำล้านนาไบโอบลัค เป็นการนำข้าวดำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักของกราโนล่า ใช้วิธีนำข้าวดำมาคั่วให้พองกรอบโดยไม่ใช้น้ำมัน ด้วยเทคนิคแบบเดียวกับการทำข้าวตอกในภาคเหนือผสมกับธัญพืช เพื่อสร้างอาหารระดับสากลที่ทำให้คนทั่วโลกสามารถทานข้าวดำไทยได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ทั้งยังต่างจากกราโนล่าทั่วไปที่มาจากข้าวโอ๊ตจึงเหมาะกับคนรักสุขภาพและคนที่แพ้สารกลูเตน

▶ **การเติบโต**

• ขยายไลน์สินค้าเป็นกราโนล่าบาร์ เจาะตลาดนักกีฬา และสกัดสารแอนโทไซยานินจากข้าวดำต่อยอดเป็นสกินแคร์ปกป้องเซลล์ผิว และลดริ้วรอย

▶ **Innovation**

• granola uses Payao's local black rice as the main ingredient by roasting the unrefined black rice crispy without using oil, the same technique as making popped rice in Northern Thailand, and then mixed with assorted grains and cereals to create an international food that is easy and convenient for consumers in any part of the world. Bioblack distinguishes itself from other granolas on the market, which use oatmeal as the main ingredient. The Bioblack is excellent not only for health-conscious consumers but also for gluten-intolerant people.

▶ **Growth**

• The product line is planned to include granola bars aimed at athletes, as well as skincare containing anthocyanin from black rice for anti-aging and wrinkle reduction.

สเตปโซล

ถุงเท้าผู้ป่วยเบาหวาน

บริษัท สเตปโซล จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

📌 : Stepsole.running

📌 : stepsole.socks



คุณภัทรพล ศรีฟองจันทร์ ซีอีโอ และกรรมการบริษัท สเตปโซล จำกัด ทำธุรกิจผลิตปลอกรัดน่องสำหรับนักวิ่งและนักกีฬาอยู่แล้ว ในเวลาเดียวกันก็มองเห็นปัญหาของผู้ป่วยโรคเบาหวานที่มีอาการแทรกซ้อนที่เท้าเป็นสาเหตุสำคัญของการถูกตัดเท้าหรือขาร้อยละ 40-70 จึงหันมาพัฒนาถุงเท้าสำหรับผู้มีภาวะเท้าเบาหวานแบรนด์สเตปโซล โดยออกแบบผ้าถัก (Knitted Fabric) ให้มีองค์ประกอบเป็นเส้นใย 3 ชนิด คือเส้นใยฝ้าย เส้นใยพอลิเอสเตอร์และเส้นใยสแปนเด็กซ์ มีคุณสมบัติของการเปียกอยู่ในระดับต่ำถึงระดับกลาง อัตราการดูดซับน้ำมาก รังสีการเปียกเป็นวงขนาดเล็ก ความเร็วในการแผ่ซ่านมาก ซึ่งเป็นสมบัติพึงประสงค์สำหรับถุงเท้าที่รักษาเท้าผู้มีภาวะเท้าเบาหวานให้แห้งตลอดเวลา นอกจากนี้ยังใช้เทคนิคการถัก Circular Knitting Technology ลักษณะเป็นตารางโอบอุ้มเท้าผู้ป่วย เดินแล้วนุ่ม ป้องกันการกระแทก

Stepsole

Socks for Diabetics

Stepsol Co., Ltd.

Chiang Mai

Mr.Patpon Sriphongchan, CEO and Director of Stepsole, already produces calf sleeves for runners and other athletes. At the same time, diabetics with foot complications are considered to be a significant cause of 40-70% of foot or leg amputations. He started working on Stepsol diabetic socks with knitted fabric composed of three different fibers: cotton, polyester, and spandex. The fabric has slow-to-intermediate wetting properties with an extremely slow rate of absorption and a narrow wetting radius which has a slow radiation speed, making it ideal for socks that keep diabetic patients' feet dry at all times. Furthermore, circular knitting technology is used to create a grid that encircles the patient's feet, allowing for a soft touch while walking,

ที่จะทำให้เกิดเป็นแผลเรื้อรังได้ ทั้งยังช่วยระบายอากาศและได้ติดปุ่มกันลื่น เพิ่มการยึดเกาะพื้นสัมผัส เดินแล้วมั่นใจ ใช้ได้ทั้งในและนอกบ้าน ซึ่งเหมาะกับผู้ป่วยสูงอายุด้วย เพราะสามารถช่วยลดการเกิดอาการเท้าแตก ลดอัตราการลื่นในบ้านได้

อนาคตสเตปโซลจะพัฒนาแพลตฟอร์มมาใช้ร่วมกับถุงเท้า โดยจะติดสมาร์ตเท็กไทล์ที่ถุงเท้าเพื่อป้องกันข้อมูลการเหยียบ แพทเทิร์นการเดิน การลงน้ำหนักเท้าและอุณหภูมิ ส่งไปที่แอปพลิเคชัน เพื่อให้แพทย์ใช้ในการติดตามอาการเบาหวาน



avoiding impacts that can cause chronic wounds, and assisting with improved ventilation. The socks have anti-slip buttons that tighten nine contact areas to increase walking confidence. The socks, which are appropriate for the elderly, can help reduce the occurrence of broken feet and slipping rates in the house. They can be used indoors as well as outdoors.

Stepsole plans to develop a digital platform that will interact with the socks. They will accomplish this by embedding a smart tag tile into the socks that will track steps, walking patterns, foot weights, and temperature. The information will then be transmitted to an app that a doctor can use to monitor diabetes symptoms.

▶ **นวัตกรรม**

• นวัตกรรมการพัฒนาถุงเท้าสำหรับผู้มีภาวะเท้าเบาหวาน ออกแบบผ้าถักให้มีส่วนประกอบเป็นเส้นใย 3 ชนิด คือเส้นใยฝ้าย เส้นใยพอลิเอสเตอร์ และเส้นใยสแปนเด็กซ์รักษาเท้าผู้มีภาวะเท้าเบาหวานให้แห้งตลอดเวลา และใช้เทคนิคการถัก Circular Knitting Technology ลักษณะเป็นตารางโอบอุ้มเท้าผู้ป่วย เดินแล้วนุ่ม ป้องกันการกระแทกที่จะทำให้เกิดเป็นแผลเรื้อรังได้

▶ **การเติบโต**

• พัฒนาแพลตฟอร์มมาใช้ร่วมกับถุงเท้า โดยจะติดสมาร์ตเท็กไทล์ที่ถุงเท้าเพื่อป้องกันข้อมูลการเหยียบ แพทเทิร์นการเดิน การลงน้ำหนักเท้าและอุณหภูมิ ส่งไปที่แอปพลิเคชัน เพื่อให้แพทย์ใช้ในการติดตามอาการเบาหวาน

▶ **Innovation**

• The innovative socks for diabetics are designed with knitted fabric composed of three different fibers: cotton, polyester, and spandex to keep diabetic patients' feet dry at all times. The circular knitting technology is used to create a grid that encircles the patient's feet, allowing for a soft touch while walking and avoiding impacts that can cause chronic wounds.

▶ **Growth**

• Stepsol plans to develop a digital platform that will interact with socks by embedding a smart tag tile into the socks that will track steps, walking patterns, foot weights, and temperature. The information will then be transmitted to an app that a doctor can use to monitor diabetes symptoms.

น้ำเชื้อคัดเพศโคสยามโนวาส นวัตกรรมเพิ่มรายได้ให้เกษตรกรเลี้ยงโค

บริษัท สยามโนวาส จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

🌐 : www.siamnovas.co.th 📘 : Siamnovas

ความต้องการเนื้อโคภายในประเทศเพิ่มขึ้นมากถึง 1.2 ล้านตัวต่อปี แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคไม่สามารถเพิ่มผลผลิตโคเนื้อได้ทันตามความต้องการของตลาดได้ เนื่องจากการผสมพันธุ์ตามธรรมชาติของแม่โคนมมีโอกาสเกิดลูกโคนมเพศเมีย 50% **รศ.เพทาย พงษ์เพียงจันทร์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามโนวาส จำกัด จึงคิดค้นผลิตภัณฑ์น้ำเชื้อโคนมคัดเพศ โดยใช้เทคนิคการทำให้ อสุจิที่มีโครโมโซมวายที่มีผลต่อการกำหนดเพศของ ลูกโคมีจำนวนลดลง โดยการทำงานของโมโนโคลนอล แอนติบอดี (Monoclonal antibody) ที่ผนังของเซลล์ อสุจิ ทำให้สามารถได้ลูกโคเพศเมียมากกว่า 75% รวมถึง ปริมาณอสุจิที่มีจำนวนมาก ทำให้มีอัตราการผสมติดที่ ดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีจุดเด่นตรงที่มีการพัฒนาเครื่องมือ

Siam Novas Cattle Semen

Innovation that boosts income for cattle farmers by ensuring 75% births are of female calves.

Siam Novas Co. Ltd.

Chiang Mai

Beef is becoming increasingly popular among food lovers, especially in shabu and grilled form, and as a result, demand for beef in the country has risen by as much as 1.2 million heads per year. However, cattle farmers are not able to meet this surge in demand because there is only a 50% chance of female dairy calves being born through natural mating. Also, farmers need a huge herd of female dairy cows if they want them mated by foreign breeders. Though bovine semen producers are available for sale, this form of production can still be expensive.

Cattle farmers suffered these problems until **Assoc. Prof. Petai Pongpiachan, managing director of Siam Novas Co. Ltd.**, developed a semen product using a Y-chromosomal sperm fertilization technique that can reduce the number of male calves.

This can be achieved by the action of monoclonal antibodies on the sperm cell wall,

ด้วยตัวเอง ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่าผู้ผลิตน้ำเชื้อคัดเพศโคจากต่างประเทศถึง 3 เท่าตัว มีอัตราการผสมติด สูงกว่า 30% และให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจมากกว่า 6 เท่า ปัจจุบันสยามโนวาสให้บริการผลิตน้ำเชื้อโคเนื้อ-โคนมแยกเพศให้กับภาครัฐและเอกชน จำหน่ายน้ำเชื้อโคนม โคเนื้อแยกเพศ ในอนาคตมีแผนจะนำกลุ่มลูกค้า กลุ่มฟาร์มโคเนื้อที่ต้องการผลิตน้ำเชื้อโคเนื้อแยกเพศเพื่อ จำหน่ายให้ลูกค้าและศูนย์ผลิตน้ำเชื้อโคเนื้อแยกเพศเพื่อ โคเนื้อแยกเพศเพื่อจำหน่ายให้ลูกค้า ให้ครอบคลุมพื้นที่ ภาคอีสาน และปีนี้ได้ทำสัญญาการผลิตน้ำเชื้อแยกเพศ โคเนื้อกับโซควาสนาฟาร์มเป็นเวลา 5 ปี คาดว่าจะมีรายได้ เพิ่มขึ้น 5 เท่า

yielding more than 75% female calves, while the large amount of sperm can boost the fertilization rate by several fold.

The added advantage is that the company has developed its own equipment, which makes production three times cheaper than relying on foreign cattle semen producers, develops a success rate of more than 30% and provides six times more in economic return.

Currently, Siam Novas produces and distributes semen for beef and dairy cows in the public and private sectors. In the future, the company plans to penetrate the beef cattle farming industry by providing pre-determined sex semen, before expanding to the Northeast of Thailand, where the most cattle farming is done. This year, Siam Novas signed a 5-year contract for producing semen for beef cattle with Chokwatsana Farm. This collaboration is expected to boost the company's revenue by five-fold.



นวัตกรรม

• *ผลิตภัณฑ์น้ำเชื้อโคนมคัดเพศ โดยใช้เทคนิคการทำให้อสุจิที่มีโครโมโซมวายที่มีผลต่อการกำหนดเพศของผู้ของลูกโคมีจำนวนลดลง โดยการทำงานของโมโนโคลนอล แอนติบอดี (Monoclonal Antibody) ที่ผนังของเซลล์อสุจิ ทำให้สามารถได้ลูกโคเพศเมียมากกว่า 75% รวมถึงปริมาณอสุจิที่มีจำนวนมาก ทำให้มีอัตราการผสมติดที่ดีขึ้น*

การเติบโต

• *เจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มฟาร์มโคเนื้อ ครอบคลุมพื้นที่ภาคอีสาน*



Innovation

• *A Y-chromosomal cattle fertilization technique that cuts down on the birth of male calves by using monoclonal antibodies on the walls of sperm cells. This system, which uses a large amount of sperm resulting in a higher adhesion rate, ensures that more than 75% of births are those of female calves.*

Growth

• *Target customers in beef cattle farms covering the Northeastern region*

อาข่าจิ้งเกิ้ลคอฟฟี่

กาแฟมันชั้นปรับสมดุลร่างกาย

ห้างหุ้นส่วนจำกัด อาข่าจิ้งเกิ้ลคอฟฟี่

จังหวัดเชียงราย

🌐 : www.akhajunglecoffee.co.th

📘 : AkhaJungleCoffee

ชาวอาข่ายึดการปลูกกาแฟเป็นอาชีพหลักมานานกว่า 30 ปี สะสมเป็นภูมิปัญญาการปลูกและคั่วกาแฟที่มีกลิ่นหอม และรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ แต่ **คุณธนพล เณรมือ ประธานกรรมการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด อาข่าจิ้งเกิ้ลคอฟฟี่** ต้องการที่จะเพิ่มมูลค่าและความแตกต่างให้กับกาแฟมากขึ้น โดยใช้ความรู้เรื่องสมุนไพรจากการเป็นแพทย์แผนไทยและประสบการณ์การทำกาแฟมาพัฒนา กาแฟเพื่อสุขภาพ **“อาข่าจิ้งเกิ้ลคอฟฟี่”** ผสมผสานคุณสมบัติของขมิ้นชันที่มีสารเคอร์คูมินอยด์ ต้านอนุมูลอิสระ ช่วยลดอาการอักเสบ รักษาแผลในกระเพาะอาหาร และบรรเทาอาการจุกเสียดแน่นท้อง เจาะกลุ่มเป้าหมายคนรักสุขภาพ

Akha Jungle Coffee

Turmeric Coffee for a Balanced Body

Akha Jungle Coffee Part., Ltd.

Chiang Rai

The Akha Hilltribe people have been farming coffee as their primary occupation for more than 30 years, thus they have acquired knowledge about how to grow and roast exceptional coffee. The **CEO of Akha Jungle Coffee Part., Ltd. Mr. Tanapol Chermuer**, sought to offer additional value and distinctiveness to coffee. The health advantages of coffee and turmeric were combined to create **“Akha Jungle Coffee,”** which contains curcuminoids and antioxidants that reduce inflammation, alleviate stomach ulcers, and relieve colic symptoms. Akha Jungle Coffee can be enjoyed on an empty stomach because its turmeric content helps reduce stomach acid and balances the body's functions, making it ideal for health-conscious people, patients with gastrointestinal problems, and the



ผู้ที่มีปัญหากระเพาะอาหาร กระเพาะอาหาร และคนรุ่นใหม่ที่ดีมีกาแฟแทนเป็นมือเช้า ดังนั้นอาข่าจิ้งเกิ้ลคอฟฟี่จึงเป็นเครื่องดื่มที่ดีมีตอนท้องว่างได้เพราะขมิ้นชัน จะช่วยลดกรดในกระเพาะ และยังช่วยปรับสมดุลให้กับร่างกาย

จุดเด่นของอาข่าจิ้งเกิ้ลคอฟฟี่ยังมาจากรสชาติกาแฟแท้ๆ และกลิ่นหอมที่ซับซ้อน โดยใช้หลักการคั่วกาแฟที่ไม่ไหม้ต่างจากท้องตลาด บวกกับขมิ้นชันในปริมาณที่พอเหมาะปรับจนได้รสชาติกาแฟที่ลงตัว ปัจจุบันกำลังพัฒนากาแฟถุงดริปเพื่อขายในระดับแมสส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ตลอดปีจากการปลูกกาแฟและขมิ้นชัน



younger generation who drink coffee in the morning instead of eating breakfast. Akha Jungle Coffee's strengths originate from its authentic coffee flavors and complex aroma, which are achieved through caramelization roasting method. Drip-bag coffee is currently being mass-produced for sales to help farmers generate income all year round by supplying coffee beans and turmeric roots.



นวัตกรรม

• *พัฒนาสูตรกาแฟผสมกับขมิ้นชัน ซึ่งเป็นสมุนไพรที่ช่วยบรรเทาอาการโรคทางระบบทางเดินอาหาร ลดกรดไหลย้อน ลดแผลในกระเพาะอาหาร รักษาอาการท้องอืดท้องเฟ้อ แก้อาการท้องเสีย และช่วยขับลมในลำไส้ มาใช้ในอัตราส่วนที่เหมาะสม เพื่อช่วยแก้ปัญหาการดื่มกาแฟแล้วระคายเคืองกระเพาะอาหาร*

การเติบโต

• *พัฒนากาแฟถุงดริปเพื่อขายในระดับแมส ส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ตลอดปีจากการปลูกกาแฟและขมิ้นชัน*

Innovation

• *The coffee is developed using a recipe mixed with the best ratio of turmeric, an herbal ingredient that helps relieve gastrointestinal diseases, reduce acid reflux, alleviate stomach ulcers, and treat flatulence, to help solve the problem of drinking coffee and irritating the stomach.*

Growth

• *Drip-bag coffee is currently being mass-produced for sales to help farmers generate income all year round by supplying coffee beans and turmeric roots.*

มานะ

แพลตฟอร์มการทำงาน

ของคนยุคดิจิทัล

บริษัท แอลเอฟพีเทคโนโลยี จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่

🌐 : www.manawork.com

📘 : manawork



ปัจจุบันมีแอปพลิเคชัน Task Management รองรับการทำงานแบบไฮบริดให้เลือกมากมายในตลาด แต่ “มานะ” ถือเป็นแพลตฟอร์มบริหารจัดการทำงานสัญชาติไทยเจ้าแรกซึ่งคุณ ธนกฤษ ธานี ซีอีโอและผู้ก่อตั้งบริษัท แอลเอฟพีเทคโนโลยี จำกัด ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์คนไทย โดยเฉพาะกลุ่มบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีพนักงานตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป จุดเด่นของมานะ ถูกออกแบบมาให้ง่ายต่อการใช้งาน เพิ่มความสะดวกในการประสานงานร่วมกันแม้ว่าไม่ได้อยู่สถานที่ทำงานเดียวกัน ช่วยให้ทีมสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างไร้อุปสรรค ด้วยฟีเจอร์การทำงานที่ครบครัน ตั้งแต่การแบ่งปันไฟล์ข้อมูล

อัปโหลดไฟล์ได้ในระบบเดียว ระบบช่วยวางแผนงาน ติดตามแผนงานตามกำหนดวันส่งงาน และดูความคืบหน้าของงานในเชิงการทำงานเป็นทีม เป็นต้น

“มานะ” กำลังก้าวไปอีกขั้นด้วยการยกระดับแพลตฟอร์มจาก Task Management เป็น Goal Management เจ้าแรกของไทย รองรับการทำงานที่ซับซ้อนมากขึ้นของลูกค้านอกกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางที่มีพนักงานตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป ซึ่งคาดว่าจะทำให้ลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็น 10,000 ราย จากปัจจุบัน 4,000 ราย หรือคิดเป็นการเติบโตมากกว่า 50% จากนั้นจะขยายธุรกิจไปต่างประเทศในเขตอาเซียนในอีก 4 ปีข้างหน้า



Mana

A New Platform for Hybrid-style Work in the Digital Age

Lffintech Co., Ltd.

Chiang Mai

The COVID-19 situation over the past several years has changed people's working style, with many office workers going for the “work-from-home” option. Now, even though the pandemic has eased, many organizations have turned their work style into a hybrid model, allowing employees to do their job from wherever they want with a task-management platform as a medium. The platform helps coordinate staff within the organization, making it easier for teams to work together despite not being under the same roof.

There are a wide variety of applications already in the market that can help with this hybrid working style, though “Mana” is the first such platform to be produced entirely in Thailand. It was created by **Mr. Tanakrit Thano, CEO and founder of LFFINTECH Co., Ltd.**, to meet the needs of the workforce in Thailand, with a special focus

on small and medium-sized companies with more than five employees.

The highlight of Mana is that the application is easy to use and allows all parties to coordinate easily even if they are not under the same roof. It also allows teams to collaborate seamlessly thanks to its rich productivity features ranging from file sharing and file uploading to task planning, following up on work plans like deliveries and tracking the team's progress, etc.

The creators plan to further upgrade “Mana” by changing it from being a Task Management platform to one that focuses on Goal Management. With this upgrade, the platform will be able to support more complex interactions with customers for medium-sized enterprises that have more than 50 employees. The platform expects to more than double its users soon, before it penetrates the ASEAN region in the next four years.

นวัตกรรม

• ระบบบริหารจัดการการทำงานผ่านออนไลน์ โดยการนำเทคโนโลยี AI มาใช้ในการช่วยผู้ใช้งานในการวิเคราะห์ข้อมูลและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของระบบ ผู้บริหารสามารถรับรู้สถานะการทำงานของทีมได้แบบทันที มีแพลตฟอร์มบริหารจัดการทำงานมาสร้างประสบการณ์การทำงานแบบใหม่ ช่วยให้ทีมสามารถทำงานร่วมกันได้แม้จะอยู่คนละสถานที่ พร้อมสร้างความต่างด้วยการยกระดับเป็น Goal Management

การเติบโต

• สร้างความแตกต่างด้วยการยกระดับแพลตฟอร์มจาก Task Management เป็น Goal Management ขยายฐานลูกค้าในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางที่มีพนักงานตั้งแต่ 50 คนขึ้นไป

Innovation

• An online work-management system that uses artificial intelligence (AI) to help analyze data and boost system performance. The platform also allows executives to keep track of their team's work in real-time and boosts efficiency by letting teams work together seamlessly even if they are in different locations. The platform is ready to make a tangible difference by becoming goal-oriented.

Growth

• Upgrading the platform from Task Management to Goal Management in a move to expand its customer base among medium-sized enterprises with more than 50 employees.

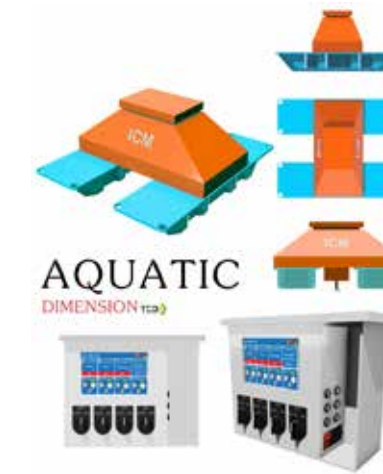
อควอติก ฟิช ฟาร์มมิ่ง

เครื่องประเมินสภาพน้ำอัตโนมัติ ลดความเสี่ยงเพิ่มกำไรให้เกษตรกร

บริษัท ไอซีเอ็ม อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด

จังหวัดเชียงราย

📘 : ICMelectronic



สภาวะโลกรวนส่งผลกระทบต่อสัตว์น้ำที่เลี้ยงในระบบปิดปรับสภาพไม่ทัน และเป็นสาเหตุให้สัตว์น้ำตายยกบ่อได้ทันที ทำให้เกษตรกรจำเป็นต้องใช้เครื่องตีน้ำ แต่ 90% ของเกษตรกรมักพบปัญหาต้นทุนการดูแลฟาร์มสูง ทั้งค่าไฟฟ้า อุปกรณ์เครื่องตีน้ำเสียหายบ่อย และแรงงานที่ต้องตรวจปริมาณออกซิเจนทุกชั่วโมง คุณศุขมิตร ทิมเสนีย์ ประธานกรรมการ บริษัท ไอซีเอ็ม อิเล็กทรอนิกส์ จำกัด คิดค้นเครื่องประเมินสภาพน้ำอัตโนมัติ “AQUATIC FISH FARMING” เพื่อเข้ามาแก้ปัญหาดังกล่าว เป็นระบบ Smart Farm สำหรับปัจจัยการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและการเกษตร โดยได้ทำการพัฒนาเครื่องประเมินสภาพน้ำที่มีประสิทธิภาพ มีความแม่นยำสูง ซึ่งสามารถเฝ้าระวังคุณภาพน้ำภายในบ่อและสั่งการให้เครื่องให้อากาศทำงาน

โดยอัตโนมัติตามเวลา หรือค่าออกซิเจนที่ตั้งไว้เพื่อปรับสภาพน้ำให้เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของสัตว์น้ำแต่ละชนิดโดยไม่ต้องซื้ออุปกรณ์เพิ่ม ป้องกันสัตว์น้ำตาย ลดโอกาสการเกิดโรค ช่วยเกษตรกรลดต้นทุน เพราะประหยัดพลังงานค่าไฟ 20-25% และช่วยลดแรงงานในการตรวจบ่อเลี้ยง นอกจากนี้ยังมีฟังก์ชันทำความสะอาดหัวเซ็นเซอร์อัตโนมัติ แก้ปัญหาคราบสิ่งสกปรกอุดตันหรือเกาะเซ็นเซอร์ที่ทำให้การวัดค่าเพี้ยน และติดอุปกรณ์ IoT สำหรับแจ้งเตือน และแสดงข้อมูลต่างๆ เช่น ปริมาณออกซิเจน อุณหภูมิในบ่อ ค่า pH และการทำงานของมอเตอร์ไปยังผู้ใช้งานได้ด้วย ปัจจุบัน AQUATIC FISH FARMING ขายตรงกับเจ้าของฟาร์มโดยตรง อนาคตจะพัฒนาโมเดลการเช่า และส่งออกไปยังต่างประเทศ

AQUATIC FISH FARMING

Automatic Water Condition Assessment Machine

Reduce risks, Increase profits for farmers

ICM Electronics Co., Ltd.

Chiang Rai

Global warming has an impact on aquatic animals raised in closed systems because the fish can perish by a sudden shift in water conditions. Despite the use of oxygen-pushing machines, 90% of farmers face high maintenance costs due to electricity bills, broken equipment, or labor costs for checking the oxygen levels. Therefore, **Mr. Sukhamit Teekhaseanee, Director of ICM Electronics, developed the automatic water assessment machine “AQUATIC FISH FARMING”** to enhance a smart aquatic farm system. Without the need for additional equipment, the machine can monitor the water quality inside the pond and automatically activate the aerator based on the time or oxygen value set to optimize the

water condition for the development of each species. The equipment helps prevent the death of aquatic animals, lowers the risk of disease, and saves up to 20-25% on energy bills while decreasing labor costs. It comes with an automatic sensor head cleaning function to solve dirt clogging or murky sensors that distort measurements. The machine connects to IoT devices to alert and display information on oxygen content, outside pond temperature, pH, and motor operation, all of which are accessible to the users. The AQUATIC FISH FARMING machines are currently being sold to farm owners directly. The rental business model is being developed, as is an overseas export strategy.

นวัตกรรม

• เครื่องประเมินสภาพน้ำของบ่อประมง ที่มีระบบ Smart Farm สำหรับปัจจัยการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและการเกษตร โดยได้ทำการพัฒนาเครื่องประเมินสภาพน้ำที่มีประสิทธิภาพ มีความแม่นยำสูง ซึ่งสามารถเฝ้าระวังคุณภาพน้ำภายในบ่อและสั่งการให้เครื่องให้อากาศทำงานโดยอัตโนมัติ เพื่อปรับสภาพน้ำให้เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของสัตว์น้ำแต่ละชนิด

การเติบโต

• พัฒนาโมเดลการเช่า และส่งออกต่างประเทศ



Innovation

• This water assessment machine for fishery ponds with a Smart Farm system for aquaculture and agricultural factors can inspect the water quality inside the pond and automatically turn on the aerator to create the best conditions for the growth of each aquatic species. This helps farmers save money, work less, and improve the quality of aquatic animals.

Growth

• The machine rental business model is being developed, as is an overseas export strategy.

อักษะภูแลพาย พายสับประดทั้งลูก เพิ่มมูลค่าสินค้าแก้ปัญหาราคาตกต่ำ

บริษัท อัก ณ เชียงราย จำกัด

จังหวัดเชียงราย

🌐 : www.hagnachiangrai.com

📍 : อัก ณ เชียงราย

จังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งเพาะปลูกสับประดทั้งลูกที่มีชื่อเสียงจนได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) คนท้องถิ่นในอำเภอภูแลส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรปลูกสับประด รวมถึง คุณปริศนา คำขอด กรรมการผู้จัดการบริษัท อัก ณ เชียงราย จำกัด ซึ่งเป็นรุ่นที่ 4 ของครอบครัวที่ปลูกสับประด แต่ในระยะหลังมานี้ต้องเจอกับปัญหาผลผลิตสับประดราคาตกต่ำ จึงนำความรู้ที่เรียนจบมาจากคณะวิทยาศาสตร์ด้านการอาหาร และศึกษาเพิ่มเติมด้านการทำเบเกอรี่เพื่อมาแก้ปัญหาสับประดล้นตลาด ด้วยการนำมาแปรรูปเป็นพายสับประดแบรนด์อักษะภูแลพาย

Hug Na Phu Lae Pie Whole Pineapple Pie

Boosting Value to Solve the Problem of Low Prices

Hug Na Chiangrai Co., Ltd.

Chiang Rai

Chiang Rai's tiny Phu Lae pineapples are famous and have even been given their geographical indication (GI) certification. Most people in Phu Lae district are pineapple farmers, including **Mrs.Prissana Kamkhod, co-founder of HUG NA CHIANGRAI Co., Ltd.**

Mrs.Prissana, who is a fourth-generation pineapple grower, was among the farmers to be hit by a new problem - very low prices. This is when Mrs. Prissana began looking for solutions and decided to put her degree in Food Science to good use by looking for ways to convert the pineapples into snacks. This gave birth to the brand Hug Na Phu Lae Pie.

The Hug Na Phu Lae pie is very different from those available in the market because it features the entire fruit instead of chopped pieces. Phu Lae pineapples are small, so Mrs. Prissana devised a way of having the entire fruit



นำเอกลักษณ์ของสับประดทั้งลูกที่มีขนาดเล็กพอเหมาะมาแปรรูปใส่ในแป้งพายชั้น ดังนั้นในขณะที่พายเจ้าอื่นใช้สับประดสับ แต่อักษะภูแลพายจะใช้สับประดทั้งลูก แถมยังคิดค้นแป้งพายสูตรพิเศษผลิตด้วยนวัตกรรมการแปรรูปถนอมอาหาร โดยทำการศึกษาและวิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในการยืดอายุขนม เป็นนวัตกรรมการยืดอายุโดยไม่ใช้สารกันบูด อาศัยหลักการลดค่าวอเตอร์แอกทีวิตี (Water Activity หรือ Aw) ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการควบคุมและป้องกันการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์และการกำจัดออกซิเจนในบรรจุภัณฑ์ด้วยเครื่องกำจัดออกซิเจนแบบปรับค่าสุญญากาศ (Vacuum) ซึ่งสามารถยืดอายุและเก็บรักษาได้นานถึง 90 วัน ทำให้ผู้บริโภคได้ทานขนมที่ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ ไม่มีสิ่งเจือปนอาหาร ปัจจุบันนำสับประดที่เกิดจากเศษตัดแต่งมาต่อยอดเป็นไส้สับประดกวน ไอศกรีมจากน้ำสับประด ขนมปังไส้สับประด และคราฟฟี่โซดาสับประดจากแกนสับประดในอนาคตมีแผนทำโปรแกรมเวิร์คช็อปทำขนมจากสับประดทั้งลูก เพื่อเจาะตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ



covered in layered pastry.

The next step was finding a way to preserve the pies, so the company began working with experts to come up with a way of extending the products' shelf life without using too many preservatives. So, the researchers decided to opt for the principle of reducing Water Activity (Aw) and eliminating oxygen with the use of a vacuum-adjustable oxygen limiter to prevent product deterioration. With this chemical-free preservation technique, the pies can last for up to 90 days. Besides, nothing is being wasted. The scraps left from pineapple trimmings are being used to make jam, ice cream, pineapple stuffed buns and even craft soda from the pineapple cores. In the future, the company plans to hold a workshop on making desserts from Phu Lae pineapples in a bid to attract foreigners visiting Chiang Rai.

▶ นวัตกรรม

• อักษะภูแลพาย คือพายสับประดทั้งลูก เชียงรายทั้งลูก โดยนำสับประดทั้งลูกมาลดค่าวอเตอร์แอกทีวิตี (Aw) ที่มีผลโดยตรงต่อการกำหนดอายุการเก็บรักษา นำมาห่อในแป้งพายชั้นสูตรพิเศษ ไม่ต้องใช้สารกันเสีย และการกำจัดออกซิเจนภายในบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์ ด้วยเครื่องกำจัดออกซิเจนแบบปรับค่าสุญญากาศได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถยืดอายุการเก็บรักษาได้นานถึง 90 วัน

▶ การเติบโต

• นำเศษสับประดที่เกิดจากการผลิตมาตัดแต่งและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในอนาคตมีแผนจัดทำโปรแกรมเวิร์คช็อปทำขนมจากสับประดทั้งลูกเพื่อเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ

▶ Innovation

• The Hug Na Phu Lae Pie is unique because it is made with specially formulated, preservative-free pie crust wrapped around whole Phu Lae pineapples after they have been treated with a reduction in water activity (Aw<0.6). The finished product is then packed in oxygen-free packaging with an oxygen limiter that blocks the growth of microorganisms. This gives the pies a shelf life of up to 90 days.

▶ Growth

• Bringing pineapple scraps from production to be converted into other products. The company is also planning to hold workshops on making desserts from Phu Lae pineapples in a bid to penetrate the tourist market.

100 Brands บิลมิงกร รุ่นที่ 2 ภาคใต้

สยามที่รัก	138	SIAM TEE RUK
ปลาเน็ตฟาร์ม	139	PlaNeat Farm
ปาล์ม แพคเกจจิ้ง	140	Palm Packaging
อะพารา	141	APARA
แม่เฒ่าเอียด	142	Grand Mom Aead
พรี-บี โซลูชัน	143	Pre-B Solution
ฮาวา สกินแคร์	144	WAHWA Essence
แม่มบ บาย บี	145	Maenom by ME
ซันฟินิช	146	Sun Finish Fish Rolls
แอลซีเอช คาบีร่า	147	LCH Camela
บังโกะ ตราปลา 14 ตัว	148	Bangko 14 Fish
ออไรซาน	149	Orizan
รัชฎา	150	Ratsada
กล้วยทะเล้น	151	Talent Banana
คัทสส	152	KUTZAN
ซิงกอร่า เกทเวย์	153	Singora Gateway
สวนเทพหย้า	154	Suan Thep Ya
อัลบารากัต	155	ALBARAKAT
เจ้เล็ก น้ำพริกปูม้า	156	Jay Lek Nam Prik Puu Ma
ศรีหัตถา	157	Srihuttha

สยามที่รัก

แพลตฟอร์มเชื่อมโยงสินค้าและบริการชุมชนด้วยประสบการณ์เสมือนจริง

บริษัท สเก็ตเซอร์ โบ จำกัด

จังหวัดสงขลา

🌐 : www.siamteeruk.co 📘 : SIAMTEERUK



จากประสบการณ์ในการทำของที่ระลึกโดยนำเสนอเป็นภาพวาดวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของภาคใต้มากกว่า 9 ปี ทำให้ คุณเกศกนก แก้วกระจ่าง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท สเก็ตเซอร์ โบ จำกัด เจ้าของแพลตฟอร์มเชื่อมโยงสินค้าและบริการชุมชนด้วยประสบการณ์เสมือนจริง “SIAM TEE RUK” พบว่า ปัญหาที่พบบ่อย คือนักท่องเที่ยวมักถามถึงสถานที่ต่างๆ ที่อยู่ในภาพว่าอยู่ที่ไหนจะไปเที่ยวได้อย่างไร มีเรื่องราวอย่างไร คุณเกศกนกจึงพัฒนาของที่ระลึกแบบใหม่ที่นำเทคโนโลยี AR เข้ามาช่วยในการนำเสนอเรื่องราวในรูปแบบ 3D เป็นวิดีโอเล่าเรื่องชุมชน รวมถึงใส่ลิงค์โซเชียลมีเดียของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และลิงค์แฟนเพจที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปติดต่อซื้อขายสินค้าของชุมชนได้ลงไปในของที่ระลึก

จุดเด่นของ “SIAM TEE RUK” คือการนำเทคโนโลยี AR มาอยู่บนของที่ระลึก เช่น เสื้อ ไปสการ์ด กระเป๋าผ้า

SIAM TEE RUK

A Platform Connecting Products and Community Services through Virtual Experience.

Sketcher Bo Co., Ltd.

Songkhla

Based on her nine years of experience making cultural drawings as souvenirs, Ms. Ketkanok Kaewkrajang, CEO of SKETCHER BO, the owner of the “SIAM TEE RAK” platform, which connects products and community services using a virtual experience, discovered a common problem that tourists often ask about the places in the picture: where they are, how to visit these places, and what the stories are. She then created new

souvenirs that use AR technology to display their stories in 3D as a community video story. The souvenirs also include a link to the attraction's location and a link to a fan page where tourists can purchase the souvenirs.

The incorporation of AR technology in souvenirs such as T-shirts, postcards, cloth bags, and many others is the highlight of “SIAM TEE RUK”. Tourists have benefited from this because, despite the COVID lockdowns, they can still access community stories and local products online and remain in touch from anywhere.

The growth of “SIAM TEE RUK” is driven by selling souvenirs using AR technology. The sales are produced once tourists learn about the platform and become accustomed to it. The solution can be used by various communities to support their local attractions and travel. In the future, the company intends to expand into foreign tourist destinations, such as Asia, where negotiations have already started with Japan, Vietnam, and Laos.

นวัตกรรม

จากประสบการณ์ในการทำของที่ระลึกโดยนำเสนอเป็นภาพวาดวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของภาคใต้มากกว่า 9 ปี ทำให้ “SIAM TEE RUK” มองการต่อยอดสินค้าและบริการของชุมชนไปสู่การสร้างประสบการณ์เสมือนจริงด้วยนำเทคโนโลยี AR เข้ามาช่วยในการนำเสนอเรื่องราวในรูปแบบ 3D เป็นวิดีโอเล่าเรื่อง ชุมชน รวมถึงใส่ลิงค์โซเชียลมีเดียสถานที่ท่องเที่ยว และแฟนเพจให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อซื้อขายสินค้าของชุมชนได้

การเติบโต

เป้าหมายของที่ระลึก โดยใช้เทคโนโลยี AR เพื่อสร้าง Awareness ให้คนได้เข้าไปใช้งาน เมื่อเริ่มรู้จักและคุ้นชินจะขยายไปสู่การขายโซลูชันเพื่อให้ชุมชนท่องเที่ยวที่สนใจมาใช้บริการโซลูชันของ “SIAM TEE RUK” อนาคตมองถึงการขยายไปยังสถานที่ท่องเที่ยวท้องถิ่นในประเทศ เช่น เอเชีย ซึ่งตอนนี้มีการเริ่มเจรจากับประเทศอย่าง ญี่ปุ่น เวียดนาม ลาว แล้ว

Innovation

Based on nine years of experience making cultural drawings as souvenirs, “SIAM TEE RAK” platform connects products and community services using a virtual experience using AR technology to display their stories in 3D as a community video story. The souvenirs also include a link to the attraction's location and a link to a fan page where tourists can purchase the souvenirs.

Growth

The growth of “SIAM TEE RUK” is driven by selling souvenirs using AR technology. The sales are produced once tourists learn about the platform and become accustomed to it. In the future, the company plans to expand into foreign tourist destinations, such as Asia, where negotiations have already started with Japan, Vietnam, and Laos.

ปลาเนตฟาร์ม

กรดอะมิโนปลาทะเลสำหรับพืช

บริษัท ปลาเนตฟาร์ม จำกัด

จังหวัดสงขลา

🌐 : www.planeatseafood.com

📘 : PlaneatFarm



PlaNeat Farm กรดอะมิโนปลาทะเล สารกระตุ้นเชิงชีวภาพให้กับพืช เกิดจากการมองเห็นปัญหาของเกษตรกรที่กำลังประสบปัญหาปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นภัยแล้ง น้ำท่วม ราคาผลผลิตตกต่ำ รวมถึงความต้องการในการแปรรูปวัตถุดิบส่วนเกินจากกระบวนการผลิตของ บริษัท เซาท์เทอร์น ซีฟูด โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแม่ด้วยกระบวนการ Circular Economy จนทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มมูลค่าหัวปลา ก้างปลา ซึ่งเหลือในการผลิตอาหารทะเลได้ถึง 70 เท่า ในขณะเดียวกันก็ช่วยให้เกษตรกรชาวมา ชาวสวนผัก ผลไม้ สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตเร็วขึ้น 10% ผลผลิตเพิ่มขึ้น 20% ลดต้นทุนปัจจัยการผลิตได้ถึง 40%

PlaNeat Farm

Turning fish waste into an amino-acid-packed superfood for plants.

PlaNeatfarm Co., Ltd.

Songkhla



PlaNeat Farm has created a biological stimulant for plants packed with amino acids to not only help solve the problems faced by Thai farmers, but to also put seafood waste in its parent company to good use.

Thai farm products are under constant threat from drought, floods and falling product prices, while PlaNeat Farm's parent company, Southern Seafood Products Co., Ltd., produces a lot of seafood waste. By applying the circular economy principles, PlaNeat Farm has not only boosted the value of fish heads, fish bones and other seafood leftovers by up to 70 times, but has helped speed up farmers' harvests by 10 times with a 20% increase in productivity and a 40% reduction in costs.

PlaNeat Farm's marine fish amino-

acid-packed product is produced by putting fish waste through the process of degradation with the use of microorganisms. This results in a concentrated product that contains up to 17 amino acids, which results in a great crop. Ms.Supitsara Promjan, assistant marketing manager, PlaNeatfarm Co., Ltd., said the product is completely chemical-free and the source of its raw materials is transparent. The company also has high production standards and sufficient capacity, with the analysis results of each amino acid content clearly identified. PlaNeat Farm is sold through offline and online channels with a specific focus on agricultural product stores. It has been in the market for one year and has a repeat purchase rate of 20%. The company aims to penetrate the ASEAN market within five years.

acid-packed product is produced by putting fish waste through the process of degradation with the use of microorganisms. This results in a concentrated product that contains up to 17 amino acids, which results in a great crop.

Ms.Supitsara Promjan, assistant marketing manager, PlaNeatfarm Co., Ltd., said the product is completely chemical-free and the source of its raw materials is transparent. The company also has high production standards and sufficient capacity, with the analysis results of each amino acid content clearly identified. PlaNeat Farm is sold through offline and online channels with a specific focus on agricultural product stores. It has been in the market for one year and has a repeat purchase rate of 20%. The company aims to penetrate the ASEAN market within five years.

นวัตกรรม

PlaNeat Farm แก้ปัญหาให้กับเกษตรกรที่ประสบปัญหาปัจจัยการผลิตที่เพิ่มขึ้น รวมถึงปัญหาของบริษัท เซาท์เทอร์น ซีฟูด โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทแม่ด้วยกระบวนการ Circular Economy จนทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มมูลค่าหัวปลา ก้างปลา ซึ่งเหลือในการผลิตอาหารทะเลถึง 70 เท่า กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยให้เกษตรกรชาวมา ชาวสวนผัก ผลไม้ให้สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตเร็วขึ้น ผลผลิตเพิ่มขึ้น และลดต้นทุนปัจจัยการผลิต ด้วยนวัตกรรมกรดอะมิโนปลาทะเล ผลิตจากปลาทะเล ผ่านกระบวนการย่อยสลายด้วยจุลินทรีย์ มีอะมิโนมากถึง 17 ชนิดและมีความเข้มข้นเนื่องจากไม่มีการเติมน้ำลงไป ในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ คุณศุภิสรา พรหมจรรย์ ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายการตลาด บริษัท ปลาเนตฟาร์ม จำกัด เผยว่า PlaNeat Farm มีจุดเด่นตรงที่ไม่ใช้สารเคมี มีแหล่งวัตถุดิบที่ชัดเจน มีมาตรฐานการผลิตและกำลังการผลิตที่เพียงพอ มีผลวิเคราะห์ของปริมาณกรดอะมิโนแต่ละชนิดที่ระบุได้ชัดเจน โดยปัจจุบันขายผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์ เจาะกลุ่มร้านเกษตรภัณฑ์ วางจำหน่ายมาแล้ว 1 ปี มีอัตราการซื้อซ้ำ 20% ตั้งเป้าใน 5 ปีจะขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าอาเซียน

การเติบโต

ตั้งเป้าหมายช่องทางเติบโตทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ผ่านร้านเกษตรภัณฑ์ และภายใน 5 ปีจะขยายไปต่างประเทศในกลุ่มอาเซียน

Innovation

PlaNeat Farm was created to solve the problems faced by farmers as well as those of its parent company, Southern Seafood Products Co., Ltd. The amino-acid-packed superfood produced through the innovative procedure of degradation with the use of microorganisms has boosted the value of wasted fish and seafood parts by 70 times. The product also boosts harvests and reduces costs for farmers

Growth

The company is already selling the product both online and offline through agricultural stores, and plans to expand to other ASEAN countries within five years.

ปาล์ม แพคเกจจิ้ง

ถุงกระดาษจากทางปาล์มน้ำมัน

บริษัท ปาล์มแพคเกจจิ้ง จำกัด

จังหวัดพัทลุง

f : Palm Packaging

ภาคใต้มีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันถึง 5.2 ล้านไร่ คิดเป็น 85% ของพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั้งประเทศ ปกติเกษตรกรเมื่อขายส่วนที่นำไปทำน้ำมันแล้ว ส่วนที่เหลือคือทางปาล์มน้ำมันจะถูกทิ้งอย่างไร้ค่า **คุณธีระพัฒน์** เรืองมี รองประธาน บริษัท ปาล์มแพคเกจจิ้ง จำกัด และทีมจึงหาทางนำทางปาล์มน้ำมันมาเพิ่มมูลค่าให้ได้มากกว่าการเป็นปุ๋ย โดยได้ไอเดียจากการเห็นกระดาษสา และผลิตภัณฑ์จากขานอ้อยที่นำวัสดุเหลือทิ้งจากธรรมชาติมาสร้างประโยชน์ จนเกิดเป็นนวัตกรรมถุงกระดาษจากทางปาล์มน้ำมันภายใต้แบรนด์ **"PALM PACKAGING"** ซึ่งถือเป็นเจ้าแรกที่ทำการกระดาษจากทางปาล์มน้ำมัน

จุดเด่นของ **"PALM PACKAGING"** คือไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีราคาถูกกว่าถุงกระดาษทั่วไป 5-10% มีการออกแบบโครงสร้างเส้นใยให้แข็งแรงทนทาน โดยได้รับการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน



นอกจากนี้ยังสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนเดือนละ 1,000-3,000 บาท มากกว่า 10 ครั้งเดือน

กลุ่มเป้าหมายของ **"PALM PACKAGING"** คือกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มธุรกิจการจัดการสัมมนา กลุ่มธุรกิจเครื่องแต่งกาย กลุ่มธุรกิจร้านยาและเครื่องสำอาง อนาคตตั้งเป้าหมายกลุ่มลูกค้าไปทั่วประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่รักสิ่งแวดล้อม รวมถึงเข้าโมเดิร์นเทรด เช่น แม็คโคร โลตัส บิ๊กซี รวมถึงการระดมทุนและเครื่องจักรเพื่อขยายกำลังการผลิตเพิ่มจากเดิม 1-5 ตันต่อเดือน เป็น 6 ตันต่อเดือน และพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด



Palm Packaging

Eco-friendly paper bags made from oil-palm plantation waste.

Palm Packaging Co., Ltd.

Phatthalung

Up to 5.2 million rai (0.83 million hectares) of land in the South of Thailand has been taken up by oil palm plantations, accounting for 85% of oil palm plantations in the country. Farmers normally sell their harvest to manufacturers of oil, but the remaining leaves and stalks are discarded. Hence, **Mr. Teerapat Ruangmee, vice president of PALM PACKAGING CO., LTD.,** and his team came up with an innovative way to put the oil palm leftovers to better use than just turning them into fertilizer. He got this idea from mulberry paper and other products created from bagasse, the fibrous substance left after sugarcane juice is extracted. From this idea emerged the paper bags made from oil palm leaf stalks under the brand **"PALM PACKAGING"**. It is believed that this is the first time that oil palm waste has been put to this use.

The selling point of **"PALM PACKAGING"** is that it does not hurt the environment, is about

10% cheaper than conventional paper bags, and has a strong and durable structure. The product was designed under the support of Synchrotron Light Research Institute (Public Organization) and its production generates up to 3,000 baht per month for more than 10 households in the community.

The target group of **"PALM PACKAGING"** is food and beverage businesses, seminar management companies, apparel businesses, pharmacies and cosmetics manufacturers. The company is planning to expand its reach within Thailand, especially with customers who love the environment. It also plans to enter modern trade channels such as Makro, Lotus's and Big C. The company will also raise funds and buy new machines to expand its production capacity from 1-5 tons per month to 6 tons per month and introduce new products to the market.

▶ นวัตกรรม

ภาคใต้มีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันถึง 5.2 ล้านไร่ คิดเป็น 85% ของพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั้งประเทศ ปกติเกษตรกรเมื่อขายส่วนที่นำไปทำน้ำมันแล้ว ส่วนที่เหลือคือทางปาล์มน้ำมันจะถูกทิ้งอย่างไร้ค่า **"PALM PACKAGING"** จึงหาทางนำทางปาล์มน้ำมันมาเพิ่มมูลค่าให้ได้มากกว่าการเป็นปุ๋ย โดยได้ไอเดียจากการเห็นกระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากขานอ้อยที่นำวัสดุเหลือทิ้งจากธรรมชาติมาสร้างประโยชน์ จนเกิดเป็นนวัตกรรมถุงกระดาษจากทางปาล์มน้ำมันถือเป็นเจ้าแรกที่ทำการกระดาษจากทางปาล์มน้ำมัน

▶ การเติบโต

ขยายช่องทางขายเข้าโมเดิร์นเทรด เพิ่มกำลังการผลิตจากเดิม 1-5 ตันต่อเดือน เป็น 6 ตันต่อเดือน และพัฒนาสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด

▶ Innovation

More than 5 million rai of land in the South of Thailand is devoted to oil palm plantations, and once farmers sell parts of the harvest required to produce oil, large volumes of waste is left behind. Hence, **"PALM PACKAGING"** has come up with a way to add more value to oil palm waste by using it to create strong paper bags. This is the first time that oil palm waste has been put to such innovative use.

▶ Growth

Expanding the market by entering modern trade channels, boosting production capacity to 6 tons per month and developing new products.

อะพารา

สกินแคร์ที่มีส่วนผสมของสารสกัดจากน้ำยางพารา

บริษัท สยามอะพารา จำกัด

จังหวัดระนอง

globe : www.apara.co.th f : APARA - อะพารา

จากข้อมูลของสถาบันโรคผิวหนัง กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข พบว่า โรคผิวหนังที่พบมากที่สุดคือ สิว ในปี 2564 มีผู้มีปัญหาสิวถึง 47.1% และ คุณพรตัญญ์ สมใจมั่น กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามอะพารา จำกัด เจ้าของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวแบรนด์ **APARA** คือหนึ่งคนที่มีปัญหานั้น จึงพยายามหาวิธีในการแก้ปัญหาสิว จนได้พบงานวิจัยว่าสารสกัดที่ชื่อว่า Hevea Brasiliensis ซึ่งอยู่ในน้ำยางพาราสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผิวได้อย่างหลากหลาย ที่สำคัญยังต้องการเพิ่มมูลค่าของยางพาราในประเทศไทยด้วย

ผลิตภัณฑ์ **APARA** พัฒนาขึ้นมาโดยนำน้ำยางพาราสดมาสกัดโปรตีนที่อยู่ในน้ำยางพาราออกมาให้ได้สารสกัด Hevea Brasiliensis ซึ่งเมื่อสกัดแล้วจะออกมาในรูปแบบผงสีน้ำตาล สามารถนำไปเป็นส่วนผสมในการผลิตสกินแคร์ มีคุณสมบัติช่วยทำให้ผิวกระจ่างใส ทำให้ผิวแข็งแรง ช่วยยับยั้งการอักเสบของผิว ดูแลปัญหาผิวพรรณได้อย่างหลากหลาย แตกต่างจากสารสกัดตัวอื่น



ในตลาด นอกจากนี้ยังมิงงานวิจัยรองรับทำให้ได้รับความนิยม นำเชื่อถือและกว่า 90% จากการรีวิวของลูกค้าประมาณ 3,000 ราย **APARA** ได้รับการรีวิว 5 ดาวเต็ม

ปัจจุบันช่องทางจัดจำหน่ายของ **APARA** ขายผ่านช่องทางออนไลน์ 100% กำลังวางแผนที่จะขยายเข้าสู่ช่องทางโมเดิร์นเทรดในช่วง 2-3 ปีต่อจากนี้ รวมถึงกำลังอยู่ในระหว่างการเจรจากับต่างประเทศ เช่น เวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย

This gave birth to skincare products manufactured under the APARA brand, which feature the Hb extract produced by removing proteins from fresh latex. The extract comes out in the form of brown powder and can be used as an ingredient in skincare products.

The extract is believed to brighten and strengthen the skin, as well as inhibit inflammation as well as tackle many other skin problems. This vast coverage helps make it different from other skin products available in the market. Extensive worldwide research on the benefits of the Hb extract and 5-star reviews from more than 90% of its 3,000 customers give the claims plenty of credibility.

The product is currently only sold online though the company is planning to make it available via modern trade channels in the next few years. The company is also in talks with importers in foreign countries like Vietnam, China and Indonesia.

▶ นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์ APARA ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับน้ำยางพาราที่นิยมปลูกกันมาก ทางภาคใต้ โดยใช้วิธีการสกัดสารสำคัญที่ชื่อว่า Hevea Brasiliensis จากน้ำยางพาราสด เพื่อนำมาใช้เป็นสารสำคัญในการผลิตสกินแคร์เพื่อแก้ปัญหาผิว เช่น เป็นสิวกให้กับผู้บริโภค

▶ การเติบโต

กำลังวางแผนที่จะขยายเข้าสู่ช่องทางโมเดิร์นเทรดในช่วง 2-3 ปีต่อจากนี้ รวมถึงกำลังอยู่ในระหว่างการเจรจากับต่างประเทศ เช่น เวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย



▶ Innovation

APARA adds value to rubber by adding the potent Hb serum extracted from fresh latex to skincare products. The extract has been found to offer great benefits to the skin, including clearing acne.

▶ Growth

The company plans to make the product available via modern trade channels in the next few years and is also negotiating with importers in foreign markets like Vietnam, China and Indonesia.

แม่เฒ่าเอียด

มะม่วงหิมพานต์เผาโบราณ

บริษัท กีฟเกมส์ จำกัด

จังหวัดนครศรีธรรมราช

🌐 : www.grandmomaead.com

📘 : grandmomaead 📱 : @grandmomaead



ด้วยปัญหาผลผลิตการเกษตรตกต่ำทำให้ต้องเปลี่ยนมาปลูกมะม่วงหิมพานต์และทำเป็นสินค้า OTOP ขายในพื้นที่ เพราะมองว่ามะม่วงหิมพานต์ถือเป็นโปรตีนทางเลือกสำหรับผู้สูงวัยที่ไม่สามารถทานเนื้อสัตว์ได้ ทำให้เป็นโรคต่างๆ ตามมา โดยที่ผ่านมากกรรมวิธีการแปรรูปมะม่วงหิมพานต์หลักๆ จะมีอยู่ 4 วิธี คือการต้ม ทอด คั่ว และเผา ซึ่งวิธีเผาเป็นกรรมวิธีที่ “แม่เฒ่าเอียด” ใช้ในการผลิตมะม่วงหิมพานต์จำหน่าย โดยวิธีเผาจะเป็นวิธีที่คงรสชาติความอร่อยของมะม่วงหิมพานต์ได้มากที่สุด

คุณชวลีธร เรืองรุจิระ ผู้จัดการ บริษัท กีฟเกมส์ จำกัด อธิบายว่า นวัตกรรม 3 ส่วนของ “แม่เฒ่าเอียด” คือ สินค้า สังคม และสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมส่วนของสินค้ามีการนำการเผาแบบดั้งเดิมโดยใช้ระบบปิดและควบคุมอุณหภูมิมาใช้ในการเผา ลอกเปลือกโดยใช้เครื่อง

เขย่าโดยเฉพาะสำหรับเม็ดมะม่วงหิมพานต์เพื่อไม่ให้เม็ดแตกมาใช้ในกระบวนการผลิต ส่วนของสังคมมีการสร้างงานสร้างอาชีพโดยเฉพาะกับผู้สูงอายุและรับซื้อผลผลิตจากทั่วประเทศ ส่วนสุดท้ายคือสิ่งแวดล้อม แน่นอนว่าในการเผามีเศษกะลาเหลือในกระบวนการ มีการนำเศษกะลาลงมาทำซ้ำเพื่อลดการใช้ทรัพยากร กลุ่มเป้าหมายของ “แม่เฒ่าเอียด” คือผู้สูงอายุ ซึ่งมีจำนวน 20% ของประชากรทั่วประเทศ

ส่วนของการเติบโตของ “แม่เฒ่าเอียด” นอกจากมีผลิตภัณฑ์มะม่วงหิมพานต์เผาโบราณแล้วยังมีการแตกไลน์โปรดัคต์เป็นสินค้าใหม่อย่างมะม่วงหิมพานต์เมล็ดแตก ขยายไปยังลูกค้า B2B และกำลังขยายไปสู่การส่งออก ส่วนของออนไลน์มีขายในทุกแพลตฟอร์ม



Grand Mom Aead

Bringing Back the Traditional Taste of ‘Burned’ Cashew Nuts

Giftgaemall Co., Ltd.

Nakhon Si Thammarat

Owing to low productivity problems, many farmers in this area decided to switch to growing cashews and creating OTOP products for sale. Cashews are a popular protein source for the elderly who find it difficult to digest meat and among the health conscious. Traditionally, cashew farmers used four methods of processing cashews, namely boiling, frying, roasting and burning.

“Grand Mom Aead” cashews are produced using the burning method as this retains the nutrients as well as the delicious taste of cashew nuts.

Mr.Chonravat Ruengruchirah, manager of GIFTGAEMALL CO., Ltd., explained that the “Grand Mom Aead” cashews are produced with a special focus on three things - products, society and the environment. The innovation is the application of the traditional burning method

through the use of a closed, temperature-controlled system. The shells are removed by shaking, so the kernels are not broken during the production process. As for its contribution to society, the company has created jobs, especially for the elderly, and has been sourcing its products from across the country. In terms of the environment, the shells are reused as kindling, which reduces waste and cuts down on the use of fossil fuels. The target group of “Grand Mom Aead” cashews is the elderly, which comprises 20% of the country’s population.

Growth plans for “Grand Mom Aead” includes the creation of a new line of products, such as cracked cashew nuts, for expansion to B2B customers. The company is also looking into finding buyers outside Thailand. The product is sold online through most platforms.

▶ นวัตกรรม

• ด้วยปัญหาผลผลิตการเกษตรตกต่ำทำให้ต้องเปลี่ยนมาปลูกมะม่วงหิมพานต์ และทำเป็นสินค้า OTOP ขายในพื้นที่ โดยใช้กรรมวิธีในการเผาแบบดั้งเดิมโดยใช้ระบบปิดและควบคุมอุณหภูมิในการเผา ลอกเปลือกโดยใช้เครื่องเขย่าโดยเฉพาะ สำหรับเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เพื่อให้ไม่แตกมาใช้ในการผลิต ต่อยอดเป็นสินค้าสำหรับผู้รักสุขภาพและผู้สูงอายุ ที่ทานเนื้อสัตว์ไม่ได้

▶ การเติบโต

• นอกจากมีผลิตภัณฑ์มะม่วงหิมพานต์เผาโบราณ “แม่เฒ่าเอียด” แตกไลน์โปรดัคต์เป็นสินค้าใหม่อย่างมะม่วงหิมพานต์เมล็ดแตก ขยายไปยังลูกค้า B2B และกำลังขยายไปสู่การส่งออก ส่วนของออนไลน์มีขายในทุกแพลตฟอร์ม

▶ Innovation

• Owing to low agricultural productivity, many farmers in the community shifted to growing cashews and processing the nuts using the ancient burning method. This traditional method was applied innovatively by using a temperature-controlled closed system, with shells “shaken” off to stop the kernels from being broken. The target market is health lovers and the elderly who cannot digest meat.

▶ Growth

• Apart from its traditionally processed cashew nuts, “Grand Mom Aead” has expanded its line to cover new products such as cracked cashew nuts and is eyeing markets outside Thailand. The product is sold through most online platforms in the country.

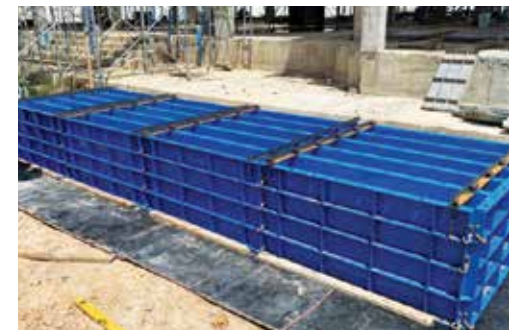
ฟรี-บี โซลูชั่น

บริการงานโครงสร้างสำเร็จรูป

บริษัท ภัสสร่า บิวเดอร์ จำกัด

จังหวัดสงขลา

📘 : PatsaraBuilderCompanyLimited



สำหรับการสร้างบ้าน 1 หลัง ค่าใช้จ่าย 1 ใน 3 ของค่าบ้านคือค่าโครงสร้างซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไม้ซึ่งมีราคาสูง หากสามารถลดต้นทุนตรงนี้ได้นอกจากจะช่วยประหยัดเงินแล้ว ยังลดการใช้ไม้ลงได้ด้วย จาก 5,000 ท่อน เหลือเพียง 300 ท่อน ใช้รถในการขนส่งเพียง 2 เที่ยว คือไป-กลับ

Pre-B Solution โดยคุณสิระ เตียวสุรินทร์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ภัสสร่า บิวเดอร์ จำกัด คือบริการรับเหมางานโครงสร้าง โดยใช้นวัตกรรมที่เปลี่ยนงานก่อสร้างที่มีความยุ่งยากซับซ้อนให้ง่ายขึ้น โดยนวัตกรรมของ Pre B. เป็น Process innovation เริ่มจากการประกอบแบบหล่อ Pre B.จากนั้นเทคอนกรีตหล่อคานหรือเสา ยกประกอบเป็นคานสำเร็จรูป เชื่อมเหล็กและเทปูนเกร้าท์ จุดต่อคานเทคอนกรีตพื้น ยกประกอบเสาสำเร็จรูป

จุดเด่นของนวัตกรรมของ Pre B. คือสามารถลดแรงงานจาก 10 คนเหลือ 4 คน ลดปัญหาในการขาดแคลนแรงงาน ประหยัดค่าโครงสร้างได้ถึง 10% ลดระยะเวลาในการก่อสร้างสูงสุด 10% ของเวลาก่อสร้างทั้งหมด นอกจากนี้ยังปรับขนาดและรายละเอียดได้ความต้องการของลูกค้า

แผนการตลาดของ Pre B. คือการเจาะเข้าบริษัทรับเหมาก่อสร้าง นอกจากนี้จะมีการประชาสัมพันธ์บริการผ่านทางโซเชียลมีเดียเพื่อให้เกิดการรับรู้ในเรื่องของการทำโครงสร้างแบบใหม่ที่มีคุณภาพ ประหยัดเงิน เวลา และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



Pre-B Solution

A new innovative way of cutting down construction costs by reducing wood used.

Patsara Builder Co., Ltd.

Songkhla

A third of the construction budget when building a house is spent on structure, which mostly comprises expensive wood. However, if the Pre-B Solution provided by Mr.Sira Deawsurint Managing Director Patsara Builder Co., Ltd., is applied, it not only helps homeowners save money, but also reduces the consumption of wood from 5,000 logs to just 300 logs and cuts down the transport to just two trips.

The Pre-B Solution is an innovative structural contracting service that has made construction work easier. The Pre-B process starts with assembling the framework before pouring concrete to cast beams or columns. These prefabricated columns and beams are then added to the structure by welding steel and pouring grout at the beam

joints. Concrete floors can also be assembled in the same way.

The highlight of the innovation is that it can reduce the number of workers from 10 to just four, thus tackling the problem of labor shortage. The innovation also reduces the cost and time required for construction by up to 10% and allows the size and details to be customized as per the customer’s requirements.

The company’s marketing plan is to penetrate the construction sector. The service is also being promoted via social media to raise awareness about the new construction service and how it saves time and money as well as reduces the impact on the environment.

▶ นวัตกรรม

• ค่าใช้จ่าย 1 ใน 3 ของการสร้างบ้านคือค่าโครงสร้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไม้ หากลดต้นทุนตรงนี้ได้นอกจากจะช่วยประหยัดเงินแล้ว ยังลดการใช้ไม้ลงจาก 5,000 ท่อน เหลือเพียง 300 ท่อน Pre B. จึงใช้ Process Innovation กระบวนการทำโครงสร้างแบบใหม่ที่ไม่ต้องใช้ไม้คาน แต่เป็นการประกอบแบบหล่อ Pre B. เทคอนกรีตหล่อคานหรือเสา แล้วยกประกอบเป็นคานสำเร็จรูป เชื่อมเหล็กและเทปูนเกร้าท์จุดต่อคานจากนั้นเทคอนกรีตพื้น และยกประกอบเสาสำเร็จรูป ช่วยลดแรงงาน ประหยัดค่าโครงสร้าง รวมถึงลดระยะเวลาในการก่อสร้าง

▶ การเติบโต

• เจาะเข้ากลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมาและประชาสัมพันธ์ทางช่องทางออนไลน์เพื่อให้คนทั่วไปรับรู้ถึงการทำให้โครงสร้างแบบใหม่ที่ช่วยประหยัดเงินและเวลา

▶ Innovation

• A third of the construction budget for houses is spent on structure, which is mostly wood. With Patsara B’s Pre-B solution, this cost can be cut by reducing the wood used from 5,000 logs to just 300. The solution offered is prefabricated concrete beams or columns that can be added to the structure by welding steel and pouring grout at the joints. This innovation reduces labor and saves structural costs, as well as shortens construction time.

▶ Growth

• Penetrating the construction sector and promoting the solution via online channels to make people aware of this new solution that saves time and money.

ฮวาวา สกินแคร์ ผลิตภัณฑ์น้ำตบเห็ด

บริษัท วิวัฒน์เนลี จำกัด

จังหวัดสงขลา

🌐 : www.wahwa-official.com

📘 : Wahwa.skincare 🌐 : wahwa.official



WAHWA เป็นผลิตภัณฑ์น้ำตบเห็ด ซึ่งมีส่วนผสมของเห็ดสำคัญ 3 ชนิด คือ เห็ดขี้เหล็ก เห็ดหลินจือ เห็ดชางฮวง เป็นเห็ดชื่อดังของประเทศเกาหลี ที่นำมาเป็นส่วนผสมในน้ำตบชื่อดังของเกาหลี มีราคาค่อนข้างแพง ก็โลกรัมละประมาณ 1 แสนบาท **ทันตแพทย์หญิงอารณีย์ ลีบุญเลิศศิลป์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท วิวัฒน์เนลี จำกัด** มองโอกาสในการสร้างธุรกิจจากความสามารถในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อเห็ดเห็ดเลี้ยงเห็ดชางฮวง ด้วยเทคนิคในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อเพื่อ Activate ตัว Secondary Metabolize ขึ้น ทำให้สามารถสกัดสารสำคัญโดยเฉพาะในเห็ดชางฮวงให้มีมากขึ้น เมื่อรวมกับเห็ดขี้เหล็ก เห็ดหลินจือก็กลายเป็นผลิตภัณฑ์น้ำตบเห็ด WAHWA ซึ่งมีจุดเด่นในแง่ของการช่วยดูแลปรับโครงสร้างของผิว ดูแลเรื่องปัญหาสิว กระชับรูขุมขน ไม่เหนียวเหนอะหนะสามารถเคลือบอยู่บนผิวได้นาน

โดย WAHWA จะะกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคชาวมุสลิม เนื่องจากการสำรวจตลาดเครื่องสำอางในกลุ่ม

WAHWA Essence Building Beautiful Skin with Extracts from Three Rare Mushrooms

Wiwattanalee Co., Ltd.

Songkhla

WAHWA skincare products are made from three mushrooms that are packed with benefits, namely Cordyceps, Lingzhi and the famous Korean mushroom Sang Kwang, which is rare and costs about 100,000 baht per kilogram. **Dr. Aporn Leewiboonsilp, managing director of Wiwattanalee Co., Ltd.,** saw a business opportunity in applying tissue culture techniques to cultivate Sang Kwang mushrooms. This method also makes it possible to extract more active substances from the mushrooms, which combined with extracts from Cordyceps and Lingzhi create a compound that can take care

ผู้บริโภคชาวมุสลิมพบว่าเมื่อรับประทานต่อเนื่อง WAHWA ได้เปรียบในแง่ของการได้รับมาตรฐาน อย. รวมถึงฮาลาล จึงมองว่า WAHWA จะสามารถสร้างการเติบโตได้ 3 เท่า ในปีนี้ และ 10 เท่า ในปี 2567 ด้วยการทำการตลาดผ่านทางออนไลน์ 20% โดยการทำโปรโมชันและใช้กลยุทธ์โซเชียลซึ่งในการดึงให้คนมาทดลองใช้ ส่วนทางออนไลน์ 40% โดยผ่านทุกแพลตฟอร์มไม่ว่าจะเป็น Shopee, Facebook, Instagram โดยการใส่คอนเทนต์การรีวิวจากผู้บริโภคที่ใช้จริง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคชาวมุสลิมซึ่งจะมีความเชื่อใจในลูกค้าที่เป็นมุสลิมด้วยกันเองและขยายไปต่างประเทศอีก 40% เช่น บรูไน บาห์เรน มาเลเซีย กัมพูชา



of the skin by tackling acne problems and tightening pores. The essence is not sticky and can stay on the skin for a long time.

WAHWA's main target market is Muslim customers, as the product meets all FDA standards and is Halal certified. WAHWA expects to grow three-fold this year and at least 10-fold by 2024. Its marketing strategy is divided into 20% through promotions and word-of-mouth, and 40% through online channels like Shopee, Facebook and Instagram backed by user reviews. The remaining 40% will include expansion into foreign markets like Brunei, Bahrain, Malaysia and Cambodia.

▶ นวัตกรรม

• เทคนิคการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อเพื่อ Activate ตัว Secondary Metabolize ขึ้น ทำให้สามารถสกัดสารสำคัญโดยเฉพาะในเห็ดชางฮวงให้มีมากขึ้น ซึ่งเมื่อรวมกับสารสกัดจากเห็ดขี้เหล็ก เห็ดหลินจือ ก็กลายเป็นผลิตภัณฑ์น้ำตบเห็ด WAHWA ซึ่งมีจุดเด่นในแง่ของการช่วยดูแลปรับโครงสร้างของผิว ดูแลเรื่องปัญหาสิว กระชับรูขุมขน ไม่เหนียวเหนอะหนะ สามารถเคลือบอยู่บนผิวได้นาน

▶ การเติบโต

• ทำการตลาดผ่านทางออฟไลน์ 20% โดยการทำโปรโมชันและใช้กลยุทธ์โซเชียลซึ่งออนไลน์ 40% ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee, Facebook, Instagram และการรีวิวโดยผู้บริโภคที่ใช้จริงเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือขยายไปต่างประเทศ 40% ในประเทศ เช่น บรูไน บาห์เรน มาเลเซีย กัมพูชา

▶ Innovation

• Tissue culture techniques that activate secondary metabolism allow better extraction of active substances, especially in Sang Kwang mushrooms. Combined with extracts from Cordyceps and Lingzhi mushrooms, WAHWA skincare products offer tangible benefits like skin restructuring, acne treatment and pore tightening. The essence is not sticky and can stay on the skin for a long time.

▶ Growth

• The marketing strategy has been split into 20% offline marketing through promotions, 40% through online platforms like Shopee, Facebook and Instagram backed by user reviews, and 40% on foreign markets like Brunei, Bahrain, Malaysia and Cambodia.

แม่มม บาย มี

ชากระตุ้นน้ำนมสูตรไม่มีน้ำตาล

บริษัท บีดีแคร์ (ไทยแลนด์) จำกัด

จังหวัดสงขลา

🌐 : maenomherb.mom

ประเทศไทยมีอัตราการให้นมแม่ต่ำที่สุดในอาเซียนอยู่ที่ 14% เท่านั้น ปัญหาเกิดจากสรีระ ความไม่รู้และไม่พยายามในการให้นมของคุณแม่่มือใหม่ คุณนภาพิกาทิพย์สมบัติ ประธานกรรมการ บริษัท บีดีแคร์ (ไทยแลนด์) จำกัด จึงต้องการมีส่วนช่วยให้คุณแม่ที่มีปัญหาไม่ค่อยมีน้ำนม สามารถมีน้ำนมเพิ่มให้กับลูกน้อยโดยคิดค้นชากระตุ้นน้ำนมสูตรไม่มีน้ำตาล แบรินด์ Maenom ขึ้นมา ด้วยภูมิปัญญาของคนโบราณบวกกับการนำสมุนไพรไทยมาใช้ เช่น หัวปลี กะเพรา ชิง อินทผลัม ผ่านกระบวนการผลิตด้วยนวัตกรรมระดับอนุภาคเพียงเจ้าเดียวที่ทำให้วัตถุดิบสมุนไพรของ Maenom มีรูพรุนค่อนข้างมาก สามารถปลดปล่อยสารสำคัญในเรื่องของการกระตุ้นน้ำนมออกมาได้มากกว่าสมุนไพรทั่วไปทำให้ชากระตุ้นน้ำนมสูตรไม่มีน้ำตาล Maenom เห็นผลได้ชัดเจนกว่าและไวกว่า สามารถช่วยให้คุณแม่มีน้ำนมเพิ่มใน 1 สัปดาห์

Maenom by ME

Lactating Tea:

Potent combination
of ancient wisdom and
modern innovation.

BD Care (Thailand) Co., Ltd.

Songkhla

Thailand has the lowest rate of breastfeeding mothers in ASEAN, coming in at just 14%. This low number of breastfeeding mothers is caused by physiological problems, ignorance or just the lack of effort. Hence, **Ms. Nalika Thipsombat, CEO, BD Care (Thailand) Co., Ltd.,** came up with a solution for at least one problem - new mothers who have trouble producing milk. The Maenom by ME. sugar-free tea helps boost milk production thanks to ancient remedies like banana blossom, basil, ginger and date palm combined with modern technology. Maenom tea is manufactured using an innovative production process that adjusts the potency of the herbs at particle



ปัจจุบัน Maenom มีช่องทางจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ เช่น ซอปปี้ ลาซาด้า และพยายามประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ในทุกแพลตฟอร์ม เพื่อสื่อสารไปสู่คุณแม่หลังคลอดให้ได้มากที่สุด เพิ่มโอกาสในการทดลองผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะช่วยเพิ่มอัตราการให้นมแม่เพิ่มเป็น 50% ในปี 2568



▶ นวัตกรรม

• ประเทศไทยมีอัตราการให้นมแม่ต่ำที่สุดในอาเซียนอยู่ที่ 14% เท่านั้น ชากระตุ้นน้ำนมสูตรไม่มีน้ำตาล แบรินด์ Maenom จึงถูกพัฒนาขึ้นด้วยกระบวนการผลิตโดยนำนวัตกรรมระดับอนุภาคเพียงเจ้าเดียวที่ทำให้วัตถุดิบสมุนไพรของ Maenom มีรูพรุนค่อนข้างมาก ปลดปล่อยสารสำคัญในเรื่องของการกระตุ้นน้ำนมได้มากกว่า ทำให้คุณแม่มีน้ำนมเพิ่มใน 1 สัปดาห์

▶ การเติบโต

• เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคุณแม่หลังคลอด เพื่อโอกาสในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์



▶ Innovation

• With only 14% of mothers breastfeeding their babies, Thailand lags well behind other ASEAN nations. However, ancient recipes combined with modern innovation has made the herbs used in the Maenom tea potent and capable of releasing stronger stimulants than common herbs. This tea is so effective that new mothers can start lactating with a week.

▶ Growth

• Increasing promotion channels to reach the target group of postpartum mothers to try the product.

ซันฟิช

ปลาหมึกอบกรอบ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซันฟิชโปรดักท์

จังหวัดพัทลุง

🌐 : www.sunfish-product.com

📘 : productfish

โดยปกติแล้วผลิตภัณฑ์หรือขนมที่แปรรูปจากปลามักมีแป้งผสมอยู่ด้วย ซึ่งคนรักสุขภาพส่วนใหญ่อยากทานปลา เพราะมีโปรตีน แต่ไม่อยากทานแป้งเพราะอ้วน คุณอติวิชญ์ สุขทอง CEO ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซันฟิชโปรดักท์ จึงพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเนื้อปลาล้วน ปลาหมึกอบกรอบแบรนด์ Sun Finish โดยใช้นวัตกรรมการผลิตที่ใช้กรรมวิธีใหม่ โดยการนวดเนื้อปลาเพื่อให้เกิดปฏิกิริยาทางเคมีจนเกิดการจับตัวของโมเลกุลของโปรตีนโดยไม่ต้องใช้แป้งประสาน และไม่ทำให้สูญเสียสารอาหาร

จุดเด่นของ Sun Finish คือการใช้เนื้อปลาล้วน และใช้การอบ รวมถึงการขึ้นรูปเป็นแบบโรลเพื่อให้ลูกค้าหยิบจับประทานได้ง่ายมากขึ้น โดยกลุ่มเป้าหมายของ Sun Finish เป็นผู้หญิงวัยทำงาน อยากทานขนมแต่ไม่อยากอ้วน เด็กๆ ที่ทานได้ทุกวัย และผู้ใหญ่ที่มักจะ



การตลาดของ Sun Finish เน้นขายผ่านช่องทางออนไลน์ ใช้ Influencer ในการช่วยโปรโมททำให้ที่ผ่านมามีลูกค้าซื้อซ้ำ ส่วนของการออกบูธสามารถขยายฐานลูกค้า B2B ที่นำสินค้าไปจำหน่ายเพิ่ม ปัจจุบันขยายเข้าสู่ช่องทาง 7-Eleven แล้ว 25 สาขา นอกจากนี้ยังมีวางในร้านกาแฟในจังหวัดกรุงเทพฯ และนนทบุรี ผ่านบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่าย หลังจากนั้นวางแผนขยายไปทั่วประเทศและต่างประเทศ ยกตัวอย่าง เช่น มาเลเซีย ลาว สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เป็นต้น



Sun Finish Fish Rolls

Made with 100% Fish

Meat and Absolutely No Binding Agents

Sunfish Product Part., Ltd.

Phatthalung

Normally, processed fish products or snacks contain a lot of starch and though most health lovers like fish as a protein, they do not want to consume unnecessary carbohydrates. Hence, Mr. Atiwich Sooktong, CEO, Sunfish Product Part., Ltd. developed a new product under the Sun Finish brand - a snack that is made entirely of fish meat. Sun Finish uses an innovative production process that kneads the fish until its protein molecules are bound together without the use of binders like flour and does not cause the loss of nutrients.

The product's selling point is that it contains only fish, which is shaped into rolls and baked. Sun Finish's target group are working women who

want snacks but don't want to get fat, as well as children and healthy options for seniors. This product is also useful as a gift.

Sun Finish's marketing side focuses on selling via online platforms as well as relying on influencers to promote the product, which often results in returning customers. Sun Finish is also planning to set up booths at exhibitions to expand its B2B customer base. Currently, Sun Finish products are available in 25 7-Eleven convenience stores, as well as at coffee shops in Bangkok and Nonthaburi. The company is planning to expand across the country and enter foreign markets like Malaysia, Laos, Singapore and Japan, etc.

นวัตกรรม

ภาคใต้เป็นแหล่งอาหารทะเลที่อุดมสมบูรณ์ สามารถนำมาแปรรูปเป็นอาหารและของขบเคี้ยวได้มากมาย แต่ที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์หรือขนมที่แปรรูปจากปลามักมีแป้งผสมอยู่ด้วย เพื่อให้ผู้ที่ต้องการทานโปรตีนแต่ไม่ต้องการทานแป้งได้ทานของขบเคี้ยวที่มีโปรตีนจากปลา 100% Sun Finish จึงพัฒนาปลาหมึกอบกรอบ โดยใช้กระบวนการนวดเนื้อปลาเพื่อให้เกิดปฏิกิริยาทางเคมีจนเกิดการจับตัวของโมเลกุลของโปรตีนโดยไม่ต้องใช้แป้งประสาน ทำให้เนื้อปลาเกาะติดกันและสามารถขึ้นรูปเป็นก้อนให้ผู้บริโภคหยิบทานได้ง่าย

การเติบโต

ตั้งเป้าหมายไปที่ประเทศผ่านทางออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการจำหน่ายในต่างประเทศ

Innovation

The South of Thailand is abundant in seafood, which can be processed into many food items, especially snacks. However, many processed fish products and snacks contain starch, which is rejected by health lovers or those watching their weight. This problem has been solved with the Sun Finish crispy, baked fish rolls that are made from 100% fish meat. The rolls are made by kneading the fish meat until the protein molecules bind together naturally, allowing the fish to be shaped without the need for flour as a binding agent.

Growth

The company is aiming to expand nationwide through online and offline channels as well as penetrate foreign markets.

แอลซีเอช คาเมล่า

ครีมนวดบรรเทาอาการเมื่อยล้าจากสมุนไพร

บริษัท เอ็น แอนด์ เอ็น เนเจอร์ ริช จำกัด

จังหวัดนครศรีธรรมราช

📘 : Camela Nourishing Massage Body Cream

จากเกษตรกรต้นน้ำที่ปลูกขมิ้นชันอยู่ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช คุณปรียาวรรณ มีนุ่น บริษัท เอ็น แอนด์ เอ็น เนเจอร์ ริช จำกัด พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและต่อยอดสู่นวัตกรรมสปาจากสมุนไพรเพื่อลดปวดผ่อนคลาย พัฒนาสูตรโดยนวัตกรรมการสกัดและการดูดซึมผิวที่เรียกว่าแอทโซม มีงานวิจัยรองรับวิธีการสกัดเป็นแบบกรีนเทคโนโลยี คือการใช้ตัวละลายธรรมชาติอย่างกะทิ ไปดึงสารสำคัญจากพืชวงศ์ขิงออกมา ซึ่งสารสำคัญจากพืชวงศ์ขิงมีฤทธิ์ในการรักษาอาการอักเสบภายใต้แบรนด์ LCH Camela Nourishing Massage Body Cream นอกจากนี้ยังพัฒนาครีมนวดแบบง่ายเหมาะสำหรับทุกคน มีเนื้อบางเบา ซึมไว มีกลิ่นหอมละมุนแล้ว ที่สำคัญยังทำให้ผู้ใช้สบาย



LCH Camela Nourishing Massage Body Cream วางจำหน่ายในต่างประเทศเป็นหลัก เน้นเข้าไปที่ร้านสปา ร้านนวดของคนไทย และช่องทางออนไลน์ในประเทศแถบยุโรป ในเอเชียที่ประเทศเกาหลีใต้ มาเลเซีย ในไทยผ่านช่องทางออนไลน์ อนาคตมุ่งขยายตลาดมายังประเทศไทย และกำลังวางแผนวางขายในช่องทางออนไลน์ เช่น ทางร้านขายยาทั่วประเทศ

LCH Camela Nourishing Massage Cream

Herbal spa innovation that helps ease aches and pains naturally.

N and N Nature Rich Co., Ltd.

Nakhon Si Thammarat



With turmeric sourced from farmers in Nakhon Si Thammarat, Ms. Preeyawan Meenoon, Managing Director of N and N Nature Rich Co., Ltd., has developed food supplements and spa products that help ease pain and encourage relaxation under the LCH Camela brand. The company's newest LCH Camela Nourishing Massage body cream was created using an innovative extraction system that boosts Actosome, thus making the cream light and easy to absorb. This extraction method uses green technology by applying natural solutes such as coconut milk to extract essential substances from the ginger family, which is very effective against inflammation.

The selling point of LCH Camela Nourishing Massage Body Cream is that in addition to relieving body ache and fatigue, it is suitable for everybody, has a light, fast-absorbing texture and a pleasant aroma. Most importantly, it does not burn the skin. LCH Camela Nourishing Massage Body Cream is mainly sold outside Thailand to Thai spas and massage parlors, and via online channels in European countries. In Asia, the cream can be found in South Korea and Malaysia, as well as on some online platforms in Thailand. In the future, the company plans to expand its market locally via offline channels like pharmacies across the country.

นวัตกรรม

จากเกษตรกรต้นน้ำที่ปลูกขมิ้นชันอยู่ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและต่อยอดสู่นวัตกรรมสปาจากสมุนไพรเพื่อลดปวดผ่อนคลาย โดยการสกัดสารสำคัญด้วยวิธีการสกัดแบบกรีนเทคโนโลยี โดยใช้ตัวละลายธรรมชาติอย่างกะทิ ไปดึงสารสำคัญจากพืชวงศ์ขิงอย่างแอทโซม ซึ่งมีฤทธิ์ในการรักษาอาการอักเสบออกมา ทำให้ LCH Camela Nourishing Massage Body Cream vssบรรเทาอาการเมื่อยล้าแบบง่าย เหมาะสำหรับทุกคน มีเนื้อบางเบา ซึมไว มีกลิ่นหอมละมุนและไม่ทำให้ผู้ใช้แสบร้อน

การเติบโต

ขยายตลาดมายังประเทศไทย และกำลังวางแผนวางขายในช่องทางออฟไลน์ เช่น ทางร้านขายยาทั่วประเทศ

Innovation

Turmeric sourced from upstream farmers in Nakhon Si Thammarat is transformed into dietary supplements and innovative spa products that reduce pain and help the recipient relax. The massage cream, which does not burn the skin, is made using an innovative extraction method with the application of natural solutes like coconut milk and the essence of ginger to develop Actosome. This process makes the cream ultra-absorbent, thus making it very effective against inflammation.

Growth

The company plans to expand its reach in Thailand and sell via offline channels like drugstores across the country.

บังโกะ ตราปลา 14 ตัว

ปลาทุแก่งกรอบ

บริษัท อาตินา ฮาลาล จำกัด

จังหวัดภูเก็ต

📍 : กะโปะ-บังโกะ by อาร์มี ภูเก็ต ตราปลา 14 ตัว

ทะเลอันดามันอุดมไปด้วยสัตว์น้ำที่สามารถนำมาทานสดรวมถึงแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีประโยชน์ต่างๆ เช่น กะโปะสด หรือหัวข้าวเกรียบ ซึ่งส่วนใหญ่ทำจากปลาทะเล เช่น ปลาทุ โดยกะโปะสดสามารถนำมาทำเป็นขนมทานเล่นสำหรับคนที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ซึ่งข้าวเกรียบส่วนมากมันจะผสมแป้งมากกว่าปลา แต่กะโปะแบนด์ “บังโกะ ตราปลา 14 ตัว” ของคุณยะโกะ โละทะลู บริษัท อาตินา ฮาลาล จำกัด แตกต่างจากรายอื่นด้วยวัตถุดิบชั้นเลิศจากทะเลอันดามันอย่างปลาทุที่ให้โปรตีน แคลเซียม โอเมก้า 3 เด็กทานได้ ผู้ใหญ่ทานดี

“บังโกะ ตราปลา 14 ตัว” มีการพัฒนาเนื้อสัมผัสของกะโปะแบบดั้งเดิมที่มีความแข็งเหนียว เนื่องจากมีส่วนผสมของแป้งค่อนข้างมากมาเป็นการใส่เนื้อปลาลงไปในส่วนผสมมากกว่า 75% และขึ้นรูปให้เป็นแบบแท่งทำให้รับประทานได้ง่าย เดิมสีส้มจากรสชาติให้ดูน่าทาน มีรสชาติอร่อย



ปัจจุบันลูกค้าของ “บังโกะ ตราปลา 14 ตัว” แบ่งเป็นลูกค้า B2C, B2B และ OEM จำหน่ายผ่านทางออนไลน์ 30% ออฟไลน์ 70% ทางออฟไลน์ผ่านการออกบูธ ออกอีเวนท์ หลังจากนั้นจะมีการขยายโรงงานจากเดิมผลิตได้วันละ 10 ตัน เป็น 100 ตัน ภายใน 3 เดือนข้างหน้า เพื่อรองรับลูกค้า OEM ซึ่งเติบโตมาจาก 20% หากขยายโรงงานเสร็จจะสามารถสร้างรายได้มากขึ้นเป็น 50%



texture of crispy fish crackers. The mixture contains over 75% mackerel flesh, which makes it easier to shape into sticks, gives it a natural color, and tastes delicious.

Customers of the “Banko 14 Fish” brand are currently B2C, B2B, and OEM; 30% are sold online, and 70% are sold offline through booths at local events. The factory’s capacities will increase from 10 tons to 100 tons per day over the next three months. This is to accommodate OEM customers, the number of whom has grown from 20% to 50%.

▶ นวัตกรรม

• ทะเลอันดามันอุดมไปด้วยสัตว์น้ำที่สามารถนำมาทานสดรวมถึงแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีประโยชน์ต่างๆ เช่น กะโปะสด “บังโกะ ตราปลา 14 ตัว” มีการพัฒนาเนื้อสัมผัสของกะโปะแบบดั้งเดิมที่มีความแข็งเหนียว เนื่องจากมีส่วนผสมของแป้งค่อนข้างมากมาเป็นการใส่เนื้อปลาลงไปในส่วนผสมมากกว่า 75% และขึ้นรูปให้เป็นแบบแท่งทำให้รับประทานได้ง่าย เดิมสีส้มจากรสชาติให้ดูน่าทาน มีรสชาติอร่อย

▶ การเติบโต

• ขยายโรงงานจากเดิมผลิตได้วันละ 10 ตัน เป็น 100 ตัน ภายใน 3 เดือนข้างหน้า เพื่อรองรับลูกค้า OEM ซึ่งเติบโตมาจาก 20% หากขยายโรงงานเสร็จจะสามารถสร้างรายได้มากขึ้นเป็น 50%

▶ Innovation

• The Andaman Sea is abundant in aquatic animals that can be consumed fresh or processed into nutritious products such as “Kapoh,” or fresh fish crackers. The “Banko 14 Fish” products were created to replicate the traditional tough and sticky texture of crispy fish crackers. The mixture contains over 75% mackerel flesh, which makes it easier to shape into sticks, gives it a natural color, and tastes delicious.

▶ Growth

• The factory’s capacities will increase from 10 tons to 100 tons per day over the next three months. This is to accommodate OEM customers, the number of whom has grown from 20% to 50%.

ออไรซาน

น้ำมันรำข้าวสังขยัด

บริษัท บ้านไทย เฮอร์บ จำกัด

จังหวัดพัทลุง

🌐 : www.banthaiherb.co.th

📘 : Orizanthailand

น้ำมันรำข้าวสังขยัด “Orizan” เกิดจากโอเดียมเริ่มต้นที่ คุณพัชรี หนูแดง กรรมการผู้จัดการ บริษัท บ้านไทยเฮอร์บ จำกัด มีลูกเป็นเด็กพิเศษ และที่โรงเรียนขาดทุนทรัพย์ จึงคิดทำธุรกิจเพื่อช่วยเหลือเด็กพิเศษ และต้องการช่วยชาวนาซึ่งขณะนั้นมีปัญหาาราคาข้าวสังขยัดข้าวพันธุ์แรกที่ได้รับสิ่งขี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI ราคา กำลังตกต่ำ โดยนำจมูกข้าวและรำข้าวสังขยัดจำนวนมาก ซึ่งถูกทิ้งไม่ได้นำไปใช้นั้นมาเพิ่มมูลค่า โดยได้รับการสนับสนุนจากที่วิจัยมหาวิทยาลัยทักษิณ ทาวิธีการในการสกัดน้ำมันรำข้าวสังขยัด ด้วยวิธีการผลิตแบบสกัดเย็น ซึ่งยังคงคุณค่าประโยชน์ของสารอาหารได้สูงสุด นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตมีการใช้วิธีการกรองด้วยสุญญากาศ เพื่อลดปัญหาการเกิดปฏิกิริยาแอนติออกซิแดนซ์ซึ่งทำให้เกิดการหืน และเลือกวัตถุดิบที่มีความสดใหม่ ที่สำคัญกระบวนการผลิตทั้งหมดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Orizan

Sang Yod Rice Bran Cooking Oil

Banthai Herb Co., Ltd.

Phatthalung

Mrs. Patcharee Noodang, Managing Director of Banthai Herb, created “Orizan” Sang Yod rice bran oil to initially help special children while also assisting farmers who struggled with the price of Sang Yod rice, the first local rice breed to be granted official geographical indications, or GI. A large amount of leftover rice bran and germ were used to create rice bran oil using the cold-press method, which preserves as much of the oil’s nutritional value as possible. Furthermore, vacuum filtration methods are used in the manufacturing process to reduce the problem of antioxidant reactions that cause rancidity. The manufacturing process ensures that the ingredients are fresh, and, more importantly, that the complete production process is environmentally friendly.



จุดเด่นของน้ำมันรำข้าวสังขยัดของ “Orizan” คือ มีสารอาหารที่ให้ประโยชน์มากมาย แต่สารตัวสำคัญที่สุดคือ Gaba และ Gamma-Oryzanol ซึ่งช่วยในเรื่องการนอนหลับที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ “Orizan” สามารถเพิ่มมูลค่าให้ข้าวสังขยัดได้ถึง 20 เท่า ช่วยเหลือชาวนาให้มีชีวิตที่ดีขึ้น ใช้ทรัพยากรคุ้มค่า

จากรายงานของกรมสุขภาพจิต ระบุว่า คนเอเชียมีปัญหาอนอนไม่หลับถึง 41% ส่วนในไทย 30% ซึ่งการนอนไม่หลับจะก่อให้เกิดโรคความดันและเบาหวานตามมา ซึ่งคนกลุ่มนี้จะเป็นทาร์เก็ตหลักของ “Orizan” โดยปัจจุบันมีวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้า ร้ายขายยา และร้านตำรับไทย รวมถึงมีการทำคอนเทนต์สื่อสารให้ผู้บริโภค รู้จักสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

“Orizan” rice bran oil uniquely includes numerous beneficial nutrients, the most important of which are Gaba and gamma-oryzanol, which aid in effective sleeping. Furthermore, the brand can raise the value of Sang Yod rice by up to 20 times, allowing farmers to live better lives and make better use of local resources.

The Department of Mental Health stated that 30% of Thai people have insomnia, which can lead to high blood pressure and diabetes. These are the primary targets of “Orizan,” which is now sold at trade fairs, drugstores, and Thai remedy stores. Details of the product are communicated to customers via online channels.



รัชฎา

ชาดอกกาแฟ

วิสาหกิจชุมชนกาแฟรัชฎาและแปรรูป

ผลผลิตทางการเกษตร

จังหวัดตรัง

🌐 : www.ratsadacoffee.business.site

📍 : กาแฟรัชฎา กาแฟ โรบัสต้า กาแฟดริปคั่วบด by รัชฎา ตรัง



“รัชฎา” คือนวัตกรรมสมุนไพรคุณภาพสูงจากดอกกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้า เป็นสายพันธุ์ที่ดองอาศัยแมลงในการผสมพันธุ์เกสร ชาดอกกาแฟจึงเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกาแฟซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มชาดอกไม้ ปราศจากแทนนินทำให้ไม่มีรสฝาด มีรสชาติหอมหวานจากธรรมชาติด้วยน้ำตาลฟรุคโตส ที่ร่างกายสามารถนำไปใช้งานได้โดยไม่ต้องค้ำในร่างกายและไม่กลายเป็นไขมัน มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระสูง ต้านมะเร็ง และช่วยลดไขมันในเลือด เหมาะสำหรับกลุ่มที่รักสุขภาพ โดยเฉพาะคนที่ เป็นโรคเบาหวาน

กระบวนการผลิตของชาดอกกาแฟ “รัชฎา” โดยคุณกนกวรรณ คำเนตร วิสาหกิจชุมชนกาแฟรัชฎาและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ระยะเวลาในการอบแห้งโดยการประยุกต์ใช้ Internet of Things (IoT) ในระบบอบแห้งด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ แปรรูปดอกกาแฟให้กลายเป็นชาดอกกาแฟที่ยังคงกลิ่น สี รสชาติให้คล้ายดอกสดมากที่สุด

Ratsada

Coffee Flower Tea

Ratsada Coffee Community Enterprise and Agricultural Product Enterprises

Trang

“Ratsada” is a high-quality herbal innovation derived from Robusta coffee flowers, a variety that is pollinated by insects. Coffee flower tea is thus a processed product from coffee that is categorized as flower tea that is tannin-free and has no harsh taste. It has a natural sweetness from the fructose sugar, which the human body can use directly without converting to fat. The tea has a high antioxidant effect, aids in cancer prevention, and lowers blood fat levels, making it ideal for health-conscious individuals, particularly those with diabetes.

The Internet of Things (IoT) is employed to connect the solar drying device to produce “Ratsada” coffee flower tea. This reduces the drying time of the coffee flowers and transforms

ในประเทศไทยมีกลุ่มคนเป็นโรคเบาหวานเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ชาดอกกาแฟมีไม่มากนัก ทำให้ “รัชฎา” มีโอกาสในการเติบโตสูง ปัจจุบันมีช่องทางกระจายผ่านทางออนไลน์ เช่น แพนเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ตลาดออนไลน์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างช้อปปี้ ลาซาด้า นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟรัชฎา และแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งจะช่วยเพิ่มผลผลิตและรายได้ในอนาคต



them into coffee flower tea that tastes, smells, and appears as close to the fresh flowers as possible.

There are a number of diabetics in Thailand, but there aren't many coffee-flower tea products. This provides “Ratsada” with numerous opportunities for growth. The tea is now available via online channels including Facebook, websites, the Ministry of Agriculture and Cooperatives' online marketplace, and e-commerce platforms such as Shopee and Lazada. Furthermore, the number of members of the Ratsada coffee community and agricultural product enterprises are expanding, which will boost productivity and income in the future.

นวัตกรรม

• “รัชฎา” คือนวัตกรรมชาสมุนไพรคุณภาพสูงจากดอกกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้าซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่ช็อกทางภาคใต้ ใช้กระบวนการผลิตที่ลดระยะเวลาในการอบแห้ง โดยการประยุกต์ใช้ Internet of Things (IoT) ในระบบอบแห้งด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ แปรรูปดอกกาแฟให้กลายเป็นชาดอกกาแฟที่ยังคงกลิ่น สี รสชาติให้คล้ายดอกสดมากที่สุด จุดเด่นมีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระสูง ต้านมะเร็ง และช่วยลดไขมันในเลือด เหมาะสำหรับกลุ่มที่รักสุขภาพ โดยเฉพาะคนที่ เป็นโรคเบาหวาน

การเติบโต

• เติบโตตามจำนวนกลุ่มคนเป็นโรคเบาหวานเป็นจำนวนมากในไทย มีการเพิ่มสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟรัชฎา และแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งจะช่วยเพิ่มผลผลิตและรายได้ในอนาคต

Innovation

• “Ratsada” is a high-quality herbal innovation derived from Robusta coffee flowers, a variety that is renowned in the South of Thailand. The IoT is employed to connect the solar drying device to produce “Ratsada” coffee flower tea, which reduces the drying time of the coffee flowers and transforms them into coffee flower tea that tastes, smells, and appears as close to the fresh flowers as possible. The tea has a high antioxidant effect, aids in cancer prevention, and lowers blood fat levels, making it ideal for health-conscious individuals, particularly those with diabetes.

Growth

• There are a number of diabetics in Thailand, resulting in numerous opportunities for growth. Furthermore, the number of members of the Ratsada coffee community and agricultural product enterprises are expanding which will boost productivity and income in the future.

กล้วยทะเล้น

กล้วยอบคิดต่าง

บริษัท ซีด ทู ซัสเทน จำกัด

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

🌐 : www.s2sselected.com 📍 : s2sselected

โอเคเดียวในการทำสินค้าเกิดจากการที่คุณแม่ของคุณดวงตา กระสินธุ์ ผู้ก่อตั้ง บริษัท ซีด ทู ซัสเทน จำกัด มีปัญหาเรื่องโรคเบาหวานต้องถูกจำกัดเรื่องของการทานอาหาร ซึ่งหากพิจารณาสถิติของสมาคมโรคเบาหวานจะพบว่าคนเหล่านี้เป็นโรคซึมเศร้ามากขึ้นเพราะถูกห้ามไม่ให้กินอะไรหลายอย่าง ประกอบกับเคยเห็นบนเกาะสมุยมีคนตามอดเซ็นกล้วยขาย จึงต้องการช่วยยกระดับชีวิตของคนเหล่านี้ ด้วยการพัฒนา “กล้วยอบคิดต่าง” ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่ากล้วยจากต้นทุน กลางทาง หวีละ 8-20 บาท ให้กลายเป็น 300-500 บาท จากการนำ Waste จากกล้วยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

จุดเด่นของ “กล้วยอบคิดต่าง” คือสามารถเลือกระดับความหวานได้ โดยการเลือกกล้วยที่มีระยะการสุกต่างกัน มีงานวิจัยรับรอง และมีทีมนักกำหนดอาหารที่สามารถกำหนดอาหารสำหรับผู้ป่วยแต่ละราย นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปกล้วยให้เป็นรสชาติต่างๆ แตกต่างจากสินค้าอื่นที่มีในตลาด โดยกระบวนการเริ่มจากคัดเลือก

Talent Banana

Processed Banana Snack with a Difference.

Seeds 2 Sustain Co., Ltd.

Surat Thani

Inspired by her mother who had diabetes and was restricted in her nutrition, Ms. Duangta Krasin, founder of SEEDS 2 SUSTAIN Co., Ltd., created the “Talent Banana,” a processed banana snack with a twist. According to the Diabetes Association, diabetic patients are more likely to be depressed because they can't eat a wide range of foods. Seeing blind people pushing a cart loaded with bananas for sale while living on Koh Samui, Duangta also wanted to improve their quality of life by increasing the value of bananas from 8-20 baht per bunch to 300-500 baht.

The “Talent Banana” is unique because you can choose how sweet it is. Available in various flavors, the product is outstanding from others on the market with the production process



วัตถุดิบกล้วยจากแปลงที่ไม่ใช่ยาฆ่าหญ้า ยาฆ่าแมลงให้ราคามากกว่าเดินไปขายตลาด นำมาแปรรูปด้วยวิธีธรรมชาติ ไม่ใช่สารเคมีและแก๊สในการเร่งให้สุก อบ รีดให้แบน และแพ็กแบบสุญญากาศ นอกจากนี้ยังต่อยอดไปสู่การนำเทคโนโลยีในการขาย การบันทึกข้อมูล การตรวจสอบย้อนกลับด้วยระบบ S2S Selected เป็นระบบเลือก Personalized Food เพื่อเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้บริโภค และนักกำหนดอาหารให้เชื่อมต่อกัน ปัจจุบันขายผ่านช่องทางออนไลน์ทั้งทางช้อปปี้ เฟซบุ๊ก และ LINE OA ส่วนช่องทางออฟไลน์มีการฝากขายที่พิษณุโลก ร้านสุขแลนด์ของ โก๋ มีสุข และร้าน Little Green บนเกาะสมุย



supported by research and supervised by a team of dietitians. The procedure starts with the selection of raw materials from pesticide free banana-growing plots where the farmers get paid more than the market price. Following that, the bananas are naturally cured to be ripened without using chemicals or gases. The bananas are then baked, flattened, and vacuum-packed. In addition to the S2S Selected system that connects farmers, consumers, and dietitians, advanced innovation is used in sales, information recording, and tracking. The product is sold online via Shopee, Facebook, and LINE OA, while also available in Phitsanulok, Sookland Shop, and Little Green Shop on Koh Samui.

นวัตกรรม

• จากปัญหาความเจ็บป่วยของคุณแม่สู่การพัฒนาสินค้า “กล้วยอบคิดต่าง” ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่ากล้วยจากเกาะสมุย สุราษฎร์ธานี ที่ต้นทาง กลางทางหวีละ 8-20 บาท ให้กลายเป็น 300-500 บาท จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยอบที่เลือกระดับความหวานได้ รวมถึงนำ Waste จากกล้วยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ให้รสชาติที่แตกต่าง ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมทางอาหารที่ตอบโจทย์กับผู้ที่มีปัญหาสุขภาพ รวมถึงมีส่วนช่วยสังคมและสิ่งแวดล้อม

การเติบโต

• เพิ่มรสชาติให้ใหม่ๆ ให้กับกล้วยแปรรูป เช่น สลัดต้นยำ รสชาติเปรี้ยว รวมถึงใช้ระบบ S2S Selected เป็นระบบเลือก Personalized Food เพื่อเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้บริโภค และนักกำหนดอาหารเข้าด้วยกัน

Innovation

• Inspired by the founder's diabetic mother, the “Talent Banana” increases the value of bananas from 8-20 baht per bunch to 300-500 baht. The product comes in different levels of sweetness, making it a health-conscious innovation that answers the needs of people with health issues as well as helping society and the environment.

Growth

• is available in different flavors such as Tom Yum and Sour favors. The S2S Selected personalized food system is employed to connect farmers, consumers, and dietitians together.

คัทส

โจ๊กข้าวสังข์หยดออร์แกนิกที่สำเร็จรูป

ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชนชาวนาพัทลุง

จังหวัดพัทลุง

Facebook : jumpwiboonphan

ข้าวสังข์หยดออร์แกนิก ถือเป็นข้าวที่ได้รับการรับรอง GI ว่าเป็นข้าวที่เป็นมรดกภูมิปัญญาทางอาหารของจังหวัดพัทลุง ซึ่งมีอายุมากกว่า 100 ปี มีประโยชน์เด่น 3 เรื่อง คือมีแคลเซียม ธาตุเหล็ก และกาบาสูง มีประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุ ช่วยบรรเทาโรคภัยไข้เจ็บ เช่น โรคหัวใจ โรคไต โรคหลอดเลือดสมอง ข้อเข่าเสื่อม เป็นต้น แต่ปัญหาของข้าวสังข์หยด ออร์แกนิก คือข้าวแข็ง หุงทานยาก กลิ่นไม่หอมเหมือนสายพันธุ์อื่น ขนส่งไม่คุ้มกำไรเพราะมีน้ำหนัก เก็บรักษายากมอดขึ้นง่าย เพราะไม่ใช่ยาฆ่าแมลง ควบคุมดินที่รักทร วิบูลย์พันธ์ุ ประธานกรรมการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิสาหกิจชุมชนชาวนาพัทลุง จึงพัฒนาจนได้นวัตกรรมโจ๊กข้าวสังข์หยดออร์แกนิกที่สำเร็จรูปแบรนด์ “KUTZAN” สามารถเติมน้ำร้อนพร้อมทานภายใน 2 นาที โจ๊กมีเนื้อสัมผัสนุ่มเหมาะกับผู้สูงอายุ



เป้าหมายเติบโตของ “KUTZAN” คือเน้นกลุ่มเป้าหมายคนอายุ 45 ปีขึ้นไปที่รักสุขภาพ ซึ่งมีสัดส่วน 40% ของประชากรทั้งหมด โดยทาง “KUTZAN” จะเข้าไปติดต่อขายสินค้าให้กับศูนย์ดูแลผู้สูงอายุเริ่มจากที่สงขลาซึ่งมีจำนวน 24 แห่ง และพัทลุง 4 แห่ง ปัจจุบันจัดจำหน่ายอยู่ในช่องทางออนไลน์ 99% ผ่าน Facebook, Instagram, LINE OA และออฟไลน์ 1% คือร้าน NAYA Caf and Bakery กำลังจะขยายไปสู่ข้อปี่ ลาซาต้า ส่วนออฟไลน์จะไปที่อนามัยแต่ละตำบล นอกจากนี้จะมีการเพิ่มจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ปลูกข้าวให้เพิ่มขึ้น



KUTZAN Instant Organic Sangyod Rice Porridge

Tasty Nutritious Meal for the Elderly and Health-conscious People

Phatthalung Farmer Community Enterprise Partnership

Phatthalung

Sangyod organic rice has been given geographical indication (GI) certification as a 100-year-old heritage of Phatthalung province in the South of Thailand. This rice has three outstanding benefits, mainly it is high in calcium, iron and GABA, which are especially good for the elderly to help alleviate ailments such as heart and kidney disease and protect them from strokes and osteoarthritis, etc.

However, the problem with Sangyod organic rice is that it is hard, difficult to cook and does not smell as nice as other varieties. So, **Mr. Bodinpat Wiboonpan, CEO of Phatthalung Farmer Community Enterprise Partnership**, which came up with instant Sangyod organic rice porridge under the brand “KUTZAN”. The instant porridge is processed from 100% organic Sangyod rice and is ready for consumption two minutes after hot water is added.

The growth goal of the “KUTZAN” brand is to focus on people aged 45 and above, as well as those who are health conscious, who account for 40% of the total population. The company is planning to sell the instant rice porridge to elderly care centers starting in Songkhla and Phatthalung, which have 24 and four such venues, respectively. Currently, 99% of the products are distributed online via Facebook, Instagram and LINE, while 1% is sold through NAYA Caf and Bakery. The company is expanding to other online channels like Shopee and Lazada, while offline, it plans to start stocking its product at health stations in each sub-district. It will also expand its supply chain by increasing the number of farms.

นวัตกรรม

ข้าวสังข์หยดออร์แกนิก ถือเป็นข้าวที่ได้รับการรับรอง GI ว่าเป็นข้าวที่เป็นมรดกภูมิปัญญาทางอาหารของจังหวัดพัทลุง มีแคลเซียม ธาตุเหล็ก และกาบาสูง มีประโยชน์สำหรับผู้สูงอายุ ช่วยบรรเทาโรคภัยไข้เจ็บ แต่ปัญหาของข้าวสังข์หยดคือข้าวแข็ง หุงทานยาก กลิ่นไม่หอม เก็บรักษายากมอดขึ้นง่าย “KUTZAN” จึงพัฒนาโจ๊กข้าวสังข์หยดออร์แกนิกที่สำเร็จรูปทานง่ายเพียงเติมน้ำร้อนพร้อมทานภายใน 2 นาที โจ๊กมีเนื้อสัมผัสนุ่มเหมาะกับผู้สูงอายุ ตัวโจ๊กมีกลิ่นหอมจากสมุนไพรออร์แกนิก

การเติบโต

เข้าไปเจาะกลุ่มศูนย์ดูแลผู้สูงอายุเริ่มจากที่สงขลาซึ่งมีจำนวน 24 แห่ง และพัทลุง 4 แห่ง ขยายช่องทางขายไปยังข้อปี่ ลาซาต้า ส่วนออฟไลน์จะไปที่อนามัยแต่ละตำบล รวมถึงเพิ่มจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ปลูกข้าวให้เพิ่มขึ้น

Innovation

Phatthalung’s Sangyod organic rice is a GI-certified product that comes packed with calcium, iron and GABA, making it perfect for the elderly as well as health-conscious people. However, this rice is hard, difficult to cook, does not have the aroma of other rice varieties, This gave birth to “KUTZAN” instant Sangyod organic rice porridge, which can be consumed just two minutes after adding hot water. The resulting porridge is soft, making it easy for the elderly to eat.

Growth

Expanding the market by stocking the product at Songkhla’s 24 elderly care centers and in Phatthalung’s four such centers. The company is also planning to expand to other online sales platforms like Shopee and Lazada. In the offline segment, the company will expand to each sub-district health station, and boost its supply chain by increasing the number of farms.

ซิงกอร่า เกทเวย์

การท่องเที่ยวมิติใหม่ทางลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา

วิสาหกิจชุมชน Ecotourism Songkhla Thailand

จังหวัดสงขลา

Facebook : ECOTOURISM SONGKHLA THAILAND

ทะเลสาบสงขลาเป็นพื้นที่ประกาศพิเศษเนื่องจากเป็นพื้นที่ลagoonหนึ่งเดียวในไทยที่เป็นเมือง 2 ทะเล 3 น้ำ ถือเป็นพื้นที่ทะเลสาบแห่งเดียวที่อยู่ติด 3 จังหวัด “Singora Gateway” เริ่มต้นจากร้านกาแฟ Songkhla Station จากนั้น คุณปาริชาติ สอนสุภาพ ประธานวิสาหกิจชุมชน Ecotourism Songkhla Thailand และทีมมองเห็นโอกาสด้านการท่องเที่ยวจึงร่วมกันสร้างวิสาหกิจชุมชนแห่งแรกและแห่งเดียวที่เข้าไปทำเรื่องของการท่องเที่ยวที่ตำบลหัวเขา และสร้างแบรนด์แม่จันทร์ผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นมา รวมถึงทำ Songkhla Pier คาเฟ่ริมทะเลสาบสงขลาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

“Singora Gateway” ใช้นวัตกรรมภูมิปัญญาของชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชุมชนพหุวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา 3 ยุคทางลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนล่าง สร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบ่งเป็น 4 โปรแกรมหลัก คือ Singora Old Town/ Hua Kao Selected Highlights / The City of Lagoon รวมถึงทริปปมหอยนางรม

Songkhla Gateway

Giving Tourism in the Songkhla Lake Basin a New Dimension

Ecotourism Songkhla Thailand Community Enterprise

Songkhla

The 1,040-square-kilometer Songkhla Lake has been declared a special area because it is Thailand’s only lagoon complex that spans two provinces - Songkhla and Phatthalung. The lake is divided into three distinct paths, meeting the Gulf of Thailand in the city of Songkhla in the south, the Thale Luang further north and Thale Noi in Phatthalung province.

“Singora Gateway” first started as a coffee shop at the Songkhla train station. After that, **Ms. Parichard Somsuparp, president of Ecotourism Songkhla Thailand**, and her team spotted a



พายเรือคายัค ล่องแพไม้ไผ่ ล่องเรือหางยาว เป็นต้น พร้อมออกแบบกิจกรรมที่เน้นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพิ่มมูลค่าให้อาหารท้องถิ่นอย่างเช่น หอยนางรมสดที่สามารถต่อยอดส่งขายได้ทั่วประเทศ เป็นต้น

เป้าหมายการเติบโต คือการจับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ แบ่งเป็นวัยรุ่นอายุ 25-45 ปี เน้นที่เส้นทางแอดเวนเจอร์ อย่าง The City of Lagoon รวมถึงทริปปมหอยนางรมอายุ 45 ปีขึ้นไป เน้นเส้นทาง Hua Kao Selected Highlights ที่ยาวโบราณสถาน วิถีชุมชนเป็นหลัก รวมถึงผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่นอย่างเช่น หอยนางรมสด ให้มีชื่อเสียง

tourism opportunity and created the first and only community enterprise in Hua Khao sub-district. This gave birth to Mae Chan branded community products as well as Songkhla Pier, a caf next to the Songkhla Lake.

Then the project further expanded to innovatively use community wisdom to link tourism with the multicultural history of Songkhla’s old town. To showcase the charms of Songkhla, which is also known as Singgora, the community enterprise created new tours such as Singgora Old Town, Hua Kao Selected Highlights, the City of Lagoon, plus oyster diving, kayaking, bamboo rafting, long-tail boat trips, etc.

The team has also designed activities that focus on environmental conservation and add value to local delicacies like fresh oysters.

The aim is to attract both domestic and international tourists, with a focus on 25 - to 45 - year - olds for adventure tours like the oyster fishing trips, and older travelers, who would be more interested in historical sites and community lifestyles.

นวัตกรรม

“Singora Gateway” ใช้นวัตกรรมภูมิปัญญาของชุมชนเชื่อมโยงการท่องเที่ยววิถีชุมชนพหุวัฒนธรรมเมืองเก่าสงขลา 3 ยุค ทางลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนล่าง สร้างเส้นทางท่องเที่ยว แบ่งเป็น 4 โปรแกรมหลัก คือ Singora Old Town / Hua Kao Selected Highlights / The City of Lagoon และทริปปมหอยนางรม พร้อมออกแบบกิจกรรมที่เน้นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพิ่มมูลค่าให้อาหารท้องถิ่นอย่างเช่น หอยนางรมสด ที่สามารถต่อยอดส่งขายได้ทั่วประเทศ เป็นต้น

การเติบโต

เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ แบ่งเป็นวัยรุ่นอายุ 25 - 45 ปี เน้นที่เส้นทางแอดเวนเจอร์ อย่าง The City of Lagoon รวมถึงทริปปมหอยนางรมอายุ 45 ปีขึ้นไป เน้นเส้นทาง Hua Kao Selected Highlights ที่ยาวโบราณสถาน วิถีชุมชน เป็นหลัก รวมถึงผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่นอย่างเช่น หอยนางรมสด ให้มีชื่อเสียง

Innovation

“Singora Gateway” combines community wisdom with innovative tourist routes that showcase the southern province’s culture as well as its natural attractions. For this the enterprise has created trips like Singgora Old Town, Hua Kao Selected Highlights, the City of Lagoon tour as well as adventures like diving for oysters, kayaking and bamboo rafting. The tours focus on environmental conservation and add value to local delicacies like fresh oysters.

Growth

The enterprise targets both Thai and international tourists, with a special focus on adventure tours for young people and more laidback trips for older travelers. These trips also aim to promote local products, including Songkhla’s famous fresh oysters.

สวนเทพยา

ชุดเครื่องข้าวยาสำเร็จรูป

วิสาหกิจชุมชนสวนเทพยา

จังหวัดสงขลา

f : ข้าวยาสวนเทพยาสงขลา

จุดเริ่มต้นจากศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ใช้วัตถุดิบจากศูนย์การเรียนรู้ มาทำเป็นเมนูข้าวยาเสิร์ฟในร้านอาหารภายในศูนย์เรียนรู้ ซึ่งข้าวยาถือเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ โดยเฉพาะที่สงขลา แต่ทำอย่างไรที่จะให้คนไทยได้ทานข้าวยาได้ตลอดไม่ว่าอยู่ที่ไหน เพราะข้าวยาไม่ได้หาทานได้ง่าย คุณนภัส รัตนชาติ วิสาหกิจชุมชนสวนเทพยา จึงต่อยอดสู่นวัตกรรมทำเครื่องข้าวยาสำเร็จรูปแบรนด์ “สวนเทพยา” เพื่อให้คนขึ้นชอบข้าวยาได้ทานง่ายขึ้น เพียงมีข้าวสวยก็สามารถคลุกกับข้าวทานกับผักที่ชอบได้ จุดเด่นของเครื่องข้าวยา “สวนเทพยา” คือสามารถเก็บได้นอกตู้เย็น 3 สัปดาห์ ในตู้เย็น 3-4 เดือน เพราะมี



เครื่องที่แพ็คเกจมาในถุงอย่างครบครันไม่ว่าจะเป็นน้ำจืดข้าวยาที่ใช้กระบวนการเดียว 3 ชั่วโมง ให้น้ำจืดลงเพื่อให้ได้รสชาติที่กลมกล่อม แต่น้ำหนักลดลง มะพร้าวคั่ว ปลาป่นคั่วแห้ง ข้าวพองทอดกรอบ พริกป่น ถือเป็นเมนูหาทานยาก สมุนไพรของ “สวนเทพยา” ปลอดภัยไร้พิษ วางเป้าหมายการเติบโตด้วยการวางจำหน่ายในศูนย์การเรียนรู้ในพื้นที่ออกบูธ และขายออนไลน์ผ่านตัวแทน 49 รายทั่วประเทศ อนาคตจะเพิ่มช่องทางขายผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น ดิจิตอล



because all the seasonings are packed carefully, including the sauce that has been simmered for hours to develop a mellow taste, roasted coconut, dried fish, crispy puffed rice and chili powder. All herbs used in the dressing are non-toxic.

“Suan Thep Ya” has had its product stocked at local learning centers as well as in booths at local fairs. The product is also sold via online platforms and through 49 agents across the country. In the future, more social-media sales channels will be added, including TikTok.

▶ นวัตกรรม

• ต่อยอดเมนูเอกลักษณ์ทางภาคใต้ อย่างข้าวยา มาสู่นวัตกรรมการทำเครื่องข้าวยาสำเร็จรูปแบรนด์ “สวนเทพยา” ซึ่งช่วยให้คนที่ชื่นชอบข้าวยาสามารถหาซื้อไปทานได้ง่ายเพียงมีข้าวสวยก็สามารถคลุกกับข้าวทานกับผักที่ชอบได้ สามารถเก็บได้นอกตู้เย็น 3 สัปดาห์ ในตู้เย็น 3-4 เดือน มีเครื่องที่แพ็คเกจมาในถุงอย่างครบครัน ไม่ว่าจะเป็นน้ำจืดข้าวยาที่ใช้กระบวนการเดียว 3 ชั่วโมง ให้น้ำจืดลงเพื่อให้ได้รสชาติที่กลมกล่อม แต่น้ำหนักลดลง มะพร้าวคั่ว ปลาป่นคั่วแห้ง ข้าวพองทอดกรอบ พริกป่น

▶ การเติบโต

• วางช่องทางจำหน่ายในศูนย์การเรียนรู้ในพื้นที่ ออกบูธและขายออนไลน์ผ่านตัวแทน 49 รายทั่วประเทศ อนาคตจะเพิ่มช่องทางขายผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น ดิจิตอล

▶ Innovation

• The “Suan Thep Ya” Khao Yam dressing set brings this southern delicacy to people anywhere in the country. All they need is hot steamed rice and their favorite vegetables to recreate the dish. The dressing can be stored outside the refrigerator for three weeks and with refrigeration for three to four months. All the ingredients are packed carefully, including the gravy that was simmered for three hours to achieve a mellow taste before being packed, roasted coconut, dried fish, crispy puffed rice and chili powder.

▶ Growth

• Distributing via local learning centers, booths at fairs as well as selling via online channels and through 49 agents nationwide. The company plans to add more channels through social media, like TikTok.

อัลบารากัต

เครื่องดื่มเจลลี่รสส้มผสมกระชาย

บริษัท อัลบารากัตไทยเฮิร์บ จำกัด

จังหวัดสตูล

g : WWW.BARAKATTHAI.COM

f : FinFinnJelly

จุดเริ่มต้นจากคุณพ่อเป็นข้อเข่าเสื่อม คุณแม่เป็นโรคกระดูกพรุน ประกอบกับองค์การอนามัยโลกมีการเตือนว่าโรคกระดูกพรุนจะเป็นปัญหาของคนไทยเป็นอันดับ 2 รองจากโรคหลอดเลือดหัวใจ ทำให้หลายคนเลือกทานยาสมุนไพรเพื่อช่วยแก้ปัญหา แต่ปัญหาของสมุนไพร คือทานยาก มีกลิ่น ไม่มีรสชาติ ไม่มีการยืนยันคุณสมบัติที่แน่นอน ทำให้ คุณธัญเทพ ไต๊ะปลัด กรรมการผู้จัดการ บริษัท อัลบารากัตไทยเฮิร์บ จำกัด พัฒนาเครื่องดื่มเจลลี่รสส้มผสมกระชายแบรนด์ “อัลบารากัต” กระชายเหลืองมีสาร Pinosrobin ที่สูง สามารถต้านการอักเสบ ต้านอนุมูลอิสระ ลดการบวมและกระตุ้นเซลล์กระดูกได้จึงใช้เทคโนโลยีการสกัด แบบไม่มีแอลกอฮอล์ หรือ Non-alcohol Extraction โดยใส่ใน Microwave Chamber เพื่อให้ได้สารสกัด Pinosrobin และทำให้แห้งด้วยวิธี Freeze Dry ซึ่งได้สารสกัดมากกว่าท้องตลาด พัฒนาเป็นเครื่องดื่มเจลลี่รสส้มผสมกระชาย ทานง่ายรสชาติดี

ALBARAKAT

Orange flavored jelly drink packed with anti-inflammatory, Antioxidant goodness of yellow galangal.

Albarakat Thai Herb Co., Ltd.

Satun

When his father developed osteoarthritis of the knee and his mother began suffering from osteoporosis, Mr.Tanyatep Topalad, Managing Director of ALBARAKAT THAI HERB CO., Ltd., began looking for answers. According to the World Health Organization, osteoporosis is the second-most common problem suffered by Thai people after heart disease. Though many people hunt for herbal cures for this condition, consuming herbs can be difficult due to strange smell and taste. Also, they may not be halal and their exact



เป้าหมายการเติบโตของ “อัลบารากัต” มุ่งเจาะตลาดฮาลาลซึ่งยังรองรับสมุนไพรไทยอีกมาก โดยวางทัพที่ลูกค้าอายุมากกว่า 45 ปี มีปัญหาปวดเมื่อยตามร่างกาย ข้อเข่าเสื่อม กระดูกพรุน และผู้ที่เกี่ยวข้อง การผ่าตัด นอกจากนี้ ยังมองกลุ่ม B2B เช่น ร้านขายยาแผนโบราณและปัจจุบันร้านนวดแผนไทย โรงพยาบาลแพทย์แผนไทย

properties and benefits may not be confirmed.

Yellow galangal contains high levels of the Pinosrobin flavonoid that carries anti-inflammatory, antioxidant properties which effectively reduce swelling and stimulate bone cells. The Pinosrobin flavonoid is extracted with the use of non-alcoholic extraction technology with the use of a microwave chamber and freeze-drying. This led to the creation of an orange-flavored jelly drink mixed with galangal that is easy to consume and tastes good.

The company's growth goal is to penetrate the Halal market as well as target customers above the age of 45 who have problems with body ache, osteoarthritis, osteoporosis, those who want to avoid chemicals and surgery. It is also looking into B2B groups such as traditional and modern pharmacies, Thai massage parlors and hospitals specializing in Thai traditional medicine.

▶ นวัตกรรม

• กระชายเหลืองมีสาร Pinosrobin ที่สูง สามารถต้านการอักเสบ ต้านอนุมูลอิสระลดการบวมและกระตุ้นเซลล์กระดูกได้ “อัลบารากัต” เครื่องดื่มเจลลี่รสส้มผสมกระชาย จึงใช้เทคโนโลยีการสกัดแบบไม่มีแอลกอฮอล์ หรือ Non-alcohol Extraction โดยใส่ใน Microwave Chamber เพื่อให้ได้สารสกัด Pinosrobin และทำให้แห้งด้วยวิธี Freeze Dry ซึ่งได้สารสกัดมากกว่าท้องตลาด พัฒนาเป็นเครื่องดื่มเจลลี่รสส้มผสมกระชายทานง่าย รสชาติดี

▶ การเติบโต

• เร่งประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ และวางทัพที่ลูกค้าอายุมากกว่า 45 ปี มีปัญหาปวดเมื่อยตามร่างกาย ข้อเข่าเสื่อม กระดูกพรุน ผู้ที่เกี่ยวข้อง การผ่าตัด กลุ่ม B2B เช่น ร้านขายยาแผนโบราณและปัจจุบันร้านนวดแผนไทย โรงพยาบาลแพทย์แผนไทย

▶ Innovation

• Yellow galangal contains high levels of the Pinosrobin flavonoid, which serves as an effective anti-inflammatory and antioxidant agent, reducing swelling and stimulating bone cells The “ALBARAKAT” orange -flavored jelly drink mixed with galangal was created using non-alcoholic extraction technology with the use of a microwave chamber and freeze-drying method. The jelly drink mixed with galangal is easy to consume and tastes good.

▶ Growth

• Accelerating promotion through social media as well as targeting customers above the age of 45 who suffer from body aches, osteoarthritis, osteoporosis or other such conditions, as well as consumers who avoid chemicals and surgery. The company is also focusing on B2B groups such as pharmacies selling traditional and modern medications, Thai massage parlors and hospitals specializing in traditional medicine.

เจี๊เล็ก น้ำพริกปูม้า

ปูม้าแปรรูปโดยใช้สูตรของคุณแม่

บริษัท วีระฟู้ด อินดัสตรี จำกัด

จังหวัดนครศรีธรรมราช

Facebook : เจี๊เล็กน้ำพริกปูม้า



ปูม้าเป็นวัตถุดิบยอดนิยมนามากสำหรับผู้บริโภคไทย โดยเฉพาะปูม้าจากนครศรีธรรมราชและสุราษฎร์ธานี แต่ชาวประมงผู้จับปูม้าในพื้นที่ก็ไม่ได้มีรายได้ที่ดีตาม เพราะติดปัญหาพ่อค้าคนกลาง **คุณอภิพัฒน์ เพียรจัด** กรรมการผู้จัดการ บริษัท **วีระฟู้ด อินดัสตรี จำกัด** ต้องการแก้ปัญหาเหล่านี้จึงนำปูม้ามาแปรรูปน้ำพริกปูม้า โดยใช้สูตรของคุณแม่ เกิดเป็นแบรนด์ “เจี๊เล็ก น้ำพริกปูม้า” เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและช่วยเหลือชาวประมงในท้องถิ่น

ปัจจุบันสังคมยุคใหม่ทำให้คนทำอาหารทานเองน้อยลง และน้ำพริกสำเร็จรูปที่มีในตลาดนั้นก็มีแต่รสชาติเดิมๆ “เจี๊เล็ก น้ำพริกปูม้า” จึงพัฒนาน้ำพริกที่มีรสชาติแปลกใหม่ถึง 4 สูตร คือ สูตรเนื้อปูม้า สไปซี่ สูตรเนื้อปูม้า สูตรมันปูม้า และน้ำพริกไข่ปูม้า โดยใช้ Process Innovation นำมาแปรรูปด้วยการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม

สมัยใหม่เพื่อช่วยยืดอายุการเก็บรักษาจากปกติ 3-4 วัน กลายเป็น 2 เดือน โดยไม่จำเป็นต้องแช่เย็น ถือเป็นเจ้าแรกที่สามารยยืดอายุการเก็บรักษาได้นานเป็นเดือน

ปัจจุบันมูลค่าตลาดอาหารพร้อมทานในประเทศ 4.4 หมื่นล้าน ส่งออก 15% บริโภคในประเทศ 85% โตเฉลี่ย 7.4% ต่อปี จึงเป็นโอกาสดีในการเติบโตของ “เจี๊เล็ก น้ำพริกปูม้า” ซึ่งปัจจุบันมีช่องทางขายทางออนไลน์ 85% ผ่านเฟสบุ๊ค ดิจิตอล รวมถึงช่องทางค้าปลีกช่องทางตัวแทนจำหน่าย 10% โดยตอนนี้มีตัวแทน 60 คนออฟไลน์ 5% ผ่านร้านขายของฝาก ออกบูธ เป็นต้น

Jay Lek Nam Prik Puu Ma

Making Mother’s Traditional Blue Crab Chili Paste Recipe Available to All

Veera Food Industry Co., Ltd.

Nakhon Si Thammarat



Blue crab is a popular ingredient in many Thai dishes, especially blue crab from Nakhon Si Thammarat and Surat Thani in the South. However, fishermen who catch blue crab do not earn much due to middlemen. Recognizing this problem, **Mr.Apiputh Peanjud, Managing Director of Veera Food Industry Co., Ltd.,** decided to buy blue crab directly from fishermen and process the catch into blue crab chili paste using his mother’s recipe. This resulted in the creation of the “**Jay Lek Nam Prik Puu Ma**” brand of chili paste that not only generates income for the company but also helps local fishermen.

“**Jay Lek Nam Prik Puu Ma**” has been given an exotic twist and comes in four flavors, namely blue crab meat, spicy blue crab meat, blue crab fat and blue crab egg chili paste. The company

has applied innovative technology to extend the shelf life of the product from three to four days to two months without requiring refrigeration. This is the first time that a product made from fresh blue crab has an extended shelf life.

Thailand’s ready-to-eat food market is valued at 44 billion baht, 15% of which is exported and 85% consumed locally. This industry has an average yearly growth of about 7.4%. Hence, the company reckons the business has a lot of growth potential. Currently, 85% of its sales are made online via Facebook, TikTok, Shopee and Lazada, while about 10% is through its 60 agents and the remaining 5% via souvenir shops and booths, etc.

▶ นวัตกรรม

• ปูม้าถือเป็นวัตถุดิบยอดเยี่ยมของนครศรีธรรมราช ซึ่ง “เจี๊เล็ก น้ำพริกปูม้า” นำมาเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูป ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อช่วยยืดอายุการเก็บรักษาจากปกติ 3-4 วัน กลายเป็น 2 เดือน โดยไม่จำเป็นต้องแช่เย็น ถือเป็นเจ้าแรกที่สามารยยืดอายุการเก็บรักษาได้นานเป็นเดือน นอกจากนี้ช่วยเพิ่มรายได้ให้ชาวประมงแล้ว ยังทำให้ครอบครัวใหม่ได้ทานน้ำพริกจากปูม้า ที่มีด้วยกันถึง 4 สูตร

▶ การเติบโต

• ปัจจุบันมูลค่าตลาดอาหารพร้อมทานในประเทศ 4.4 หมื่นล้าน ส่งออก 15% บริโภคในประเทศ 85% โตเฉลี่ย 7.4% ต่อปี จึงเป็นโอกาสดี ในการเติบโตของ “เจี๊เล็ก น้ำพริกปูม้า” ซึ่งปัจจุบันมีช่องทางขายทางออนไลน์ผ่าน เฟสบุ๊ค ดิจิตอล รวมถึงช่องทางค้าปลีกช่องทางตัวแทนจำหน่าย 60 คนและช่องทางออฟไลน์ ผ่านร้านขายของฝาก ออกบูธ เป็นต้น

▶ Innovation

• “*Jay Lek Nam Prik Puu Ma*” adds extra value to Nakhon Si Thammarat and Surat Thani’s famous blue crabs by turning them into four delectable types of chili paste. In addition to offering a bigger variety of flavors, the company has also applied innovative technology to extend the product’s shelf life from three to four days to two months without requiring refrigeration. This is the first time that a traditional blue crab food product has been given a longer shelf life. Apart from increasing fishermen’s income, “*Jay Lek Nam Prik Puu Ma*” also gives young people a taste of Thailand’s traditional delicacy.

▶ Growth

• *Thailand’s ready-to-eat food industry is valued at 44 billion baht, 15% of which is contributed by exports and 85% by domestic consumption. With an average growth rate of 7.4% per year, the company reckons it has a lot of room to grow. “Jay Lek Nam Prik Puu Ma” is currently being sold via online platforms like Facebook, TikTok, Shopee and Lazada, and offline by its network of 60 dealers and via souvenir shops and booths, etc.*

ศรีหัตถา

น้ำพริกปลาฉิ่งฉ้าง

บริษัท อวาดีคราฟ จำกัด

จังหวัดกระบี่

Facebook : baansrihuttha



ผลกระทบจากเศรษฐกิจและวิกฤตโควิด-19 ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหยุดชะงัก คนที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงตกงานหรือมีรายได้ลดลง แต่การมองเห็นโอกาสจากการทำประมงพื้นบ้านทำให้ **คุณศรัณรัตน์ ศรีโรจน์สุธา ผู้บริหาร บริษัท อวาดีคราฟ จำกัด** สามารถสร้างรายได้จากการแปรรูปอาหารทะเลมาเป็นน้ำพริกปลาฉิ่งฉ้างแบรนด์ “ศรีหัตถา” ซึ่งพัฒนาจากอาหารที่ทำเลี้ยงลูกทัวร์ในเรือ ด้วยสูตรโบราณที่มีมาช้านานของชาวเล เป็นสูตรที่นักท่องเที่ยวติดใจและถึงขั้นโทรมาสั่งซื้อทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จุดเด่นของ “ศรีหัตถา” คือปลาที่สดใหม่จากกลุ่มประมงพื้นถิ่นโดยเฉพาะที่เกาะยาวใหญ่ จังหวัดพังงา ซึ่งเป็นแหล่งปลาฉิ่งฉ้างที่อร่อย ปรุงด้วยรสชาติดั้งเดิมตามแบบฉบับชาวเล ด้วยแพ็คเกจจิ้งที่สามารถพกพาสะดวก เก็บกลิ่น และยืดอายุของน้ำพริกได้นานขึ้น ลดการรั่วซึม แต่ยังคงรสชาติ ใช้สะดวก น้ำหนักเบา จับกลุ่ม

นักท่องเที่ยว 3 จังหวัดฝั่งทะเลอันดามัน คือ กระบี่ พังงา ภูเก็ต ซึ่งโดยเฉลี่ยจะซื้อของฝากตกคนละ 350 บาท และน้ำพริกเป็นของฝากอันดับที่ 4 ซึ่งนักท่องเที่ยวจะซื้อกลับบ้าน นั่นคือโอกาสของ “ศรีหัตถา”

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวใน 3 จังหวัดฝั่งอันดามัน คือ กระบี่ พังงา ภูเก็ต ที่เริ่มมีนักท่องเที่ยวกลับมา ประกอบกับบริษัท อวาดีคราฟ จำกัด มีสินค้าที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อเป็นของฝาก รวมถึงแต่เดิมมีบริการท่องเที่ยวอยู่แล้วจะทำให้สามารถดึงลูกค้าให้เลือกซื้อสินค้าเป็นของฝากได้ โดยปัจจุบันจะขายผ่านออนไลน์ ร้านของฝาก และนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการท่องเที่ยว

Srihuttha

Spicy Chili Dip with Thai Anchovies

Avadicraft Co., Ltd.

Krabi



The tourism industry had come to a halt due to economic impacts and the COVID-19 crisis. Recognizing opportunities in the local fishery enabled **Ms. Sarunrat Srirojsutha, Managing Director of Avadicraft** to generate income from turning seafood into a spicy chili dip product. She created the “**Srihuttha**” brand with the food previously prepared for tourists on tour boats using traditional recipes handed down among seaside residents. The new chili dip became so popular that tourists from all over Thailand and beyond phoned in to place orders.

The use of fresh fish from the local fishing group, particularly from Koh Yao Yai, Phang Nga province, which is a source of delectable Thai anchovies, is the highlight of “**Srihuttha**”. The spicy

chili dip is made with traditional flavors of the fishermen. Using lightweight packaging that is easy to transport, the odors are kept, and the shelf life is extended. Target customers consist of tourists visiting the three Andaman Sea provinces of Krabi, Phang Nga, and Phuket, who spend an average of 350 baht per person on souvenirs. Spicy chilli dips are rated fourth among souvenirs that tourists would take home. This makes it an excellent opportunity for “**Srihuttha**”. As tourism in the three Andaman provinces is getting better and more tourists are returning, customers can buy Avadicraft products as souvenirs. The chili dip is available for purchase online and in souvenir shops.

▶ นวัตกรรม

• ผลกระทบจากโควิด-19 ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวหยุดชะงัก แต่น้ำพริกปลาฉิ่งฉ้าง “ศรีหัตถา” สามารถสร้างโอกาสจากอาชีพประมงพื้นถิ่น โดยเฉพาะที่เกาะยาวใหญ่ จังหวัดพังงาซึ่งเป็นแหล่งปลาฉิ่งฉ้างที่อร่อย ปรุงด้วยรสชาติดั้งเดิมตามแบบฉบับชาวเล และพัฒนาแพ็คเกจจิ้งที่สามารถพกพาสะดวก เก็บกลิ่น และยืดอายุของน้ำพริกได้นานขึ้น ลดการรั่วซึม แต่ยังคงรสชาติ ใช้สะดวก น้ำหนักเบา จนสามารถจับกลุ่มนักท่องเที่ยว 3 จังหวัดฝั่งทะเลอันดามัน คือ กระบี่ พังงา ภูเก็ต รวมถึงต่างประเทศได้อีกด้วย

▶ การเติบโต

• สร้างโอกาสในการขายจากการมีบริการท่องเที่ยว รวมถึงมีสินค้าหลากหลายที่สามารถเป็นของฝากให้นักท่องเที่ยว และการรับจ้างผลิตให้ลูกค้าไปทำแบรนด์เอง

▶ Innovation

• *Despite a halt in tourism industry due to the COVID-19 crisis, “Srihuttha” seized the business opportunity from turning the seafood caught by local fishermen, particularly from Koh Yao Yai, Phang Nga province, which is a source of delectable Thai anchovies, into a new spicy chili dip product. The dip is prepared using traditional recipes handed down among seaside residents. Using lightweight packaging that is easy to transport, the odors are kept, and the shelf life is extended. The product is well-received among tourists to the three Andaman provinces of Krabi, Phang Nga and Phuket, as well as those from abroad.*

▶ Growth

• *The sales opportunities come from the return of tourists to the area, coupled with the variety of products which can be purchased as souvenirs. There is also an OEM service for customers who seek to start their own brands.*

Up to Date

นิลมังกร รุ่นที่ 1

โครงการ “นิลมังกร” ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA ถือเป็นหนึ่งในพันธกิจเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยก้าวไปสู่ “ชาติแห่งนวัตกรรม” โดยมุ่งเน้นกระจายโอกาสทางนวัตกรรมไปยังภูมิภาค ลดความเหลื่อมล้ำทั้งด้านองค์ความรู้และแหล่งเงินทุน รวมถึงเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าถึงโอกาสในนวัตกรรม ซึ่งผลจากการเข้าร่วมโครงการ “นิลมังกร รุ่นที่ 1” ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างการเติบโตจากนวัตกรรมจนกลายเป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นกำลังสำคัญให้เศรษฐกิจรวมของประเทศขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ



Brand : **Hide & Seek**
Cat Litter from Cassava

Mr. Aphinand Mahasaksawat
Managing Director, Wealthy Moggie Innovation Co., Ltd.
(The Winner)

แบรนด์ : **ไฮด์ แอนด์ ซีก**

ทรายแมวจากมันสำปะหลัง

คุณอภิวัฒน์ มหาศักดิ์สวัสดิ์

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท เวลตี้ ม็อกกี้ อินโนเวชั่น จำกัด (เชมนิลมังกร)

f : Hide and Seek Cat Litter

“ตลอดระยะเวลาที่อยู่ในรายการนิลมังกร เดอะเรียลลิตี้ รายได้ของบริษัทเพิ่มขึ้น 6.5 เท่า ภายในระยะเวลา 3 เดือน และมูลค่าบริษัทเพิ่มขึ้น 50 เท่า ภายในระยะเวลา 2.5 ปี นับว่าเป็นการเติบโตอย่างรวดเร็ว และต่อจากนี้ไป จะโตแบบก้าวกระโดด หลังได้รับการลงทุนเพิ่มจากบริษัท โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ จำกัด และนักลงทุนอิสระ ซึ่งคาดว่าจะการเข้าร่วมทุนในครั้งนี้จะช่วยผลักดันให้เป้าหมายที่เราวางไว้สำเร็จได้ โดยปีนี้บริษัทตั้งเป้าหมายยอดขาย 20 ล้านบาท ส่งออกต่างประเทศ 25% ได้แก่ อเมริกา เกาหลีใต้ มาเลเซีย ออสเตรเลีย อินเดีย และดูไบ”

“ความสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากเราไม่ได้เข้าโครงการนิลมังกร เพราะเวทีนี้เติมเต็มสิ่งที่เราขาด จากเดิมก่อนหน้านี้เราอาจไม่รู้ด้วยซ้ำว่าเราขาดอะไร แต่ Mentor และโค้ชที่มีประสบการณ์อ่านเกมขาด ทำให้เรารู้ว่าอะไรคือจุดแข็งหรือจุดอ่อน และช่วยพัฒนาจุดแข็งของเราให้ยิ่งแข็งแกร่งพร้อมที่จะเติบโตแบบก้าวกระโดด”

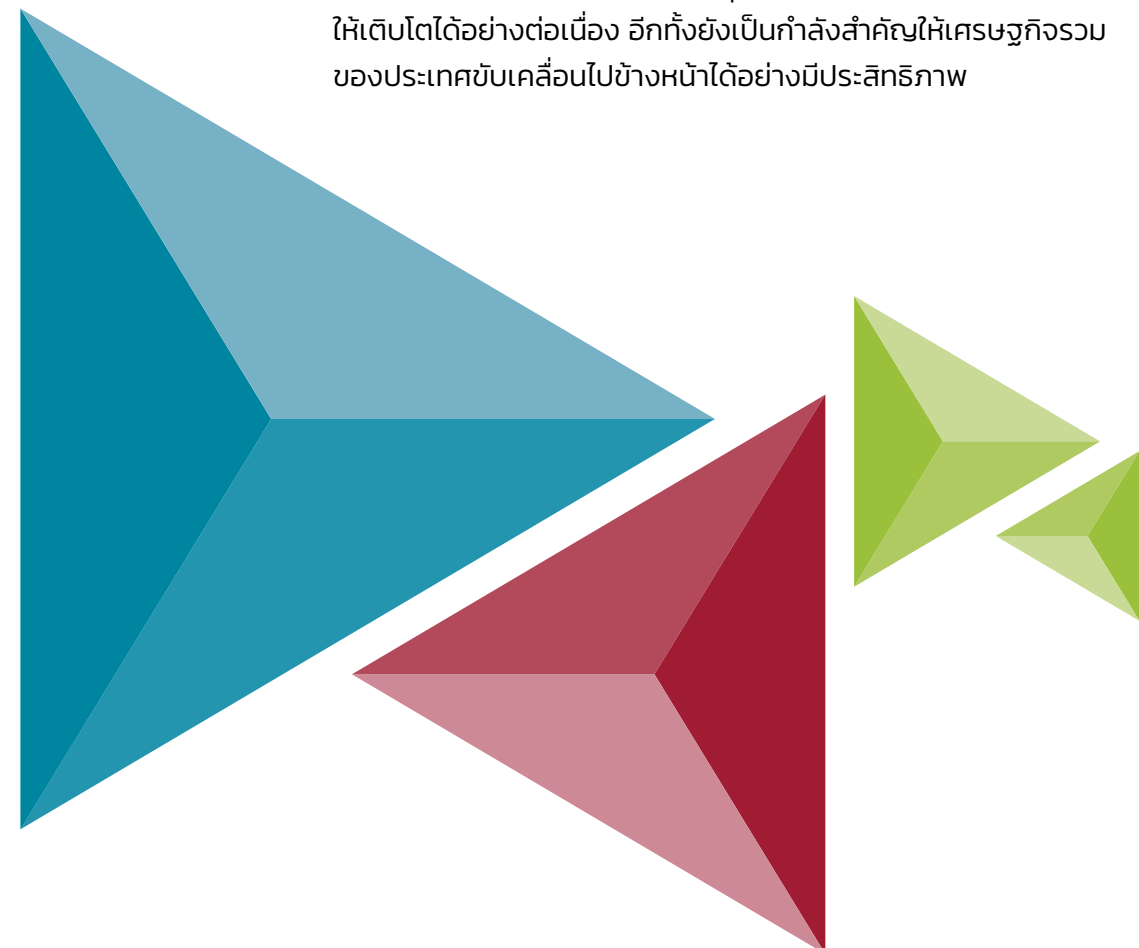
“การป้อนเพาะความรู้ที่ได้จากนิลมังกร เดอะเรียลลิตี้ นำมาสู่การพัฒนาธุรกิจไปอีกขั้น ปีนี้เราออกสินค้าใหม่เป็นทรายแมวเปลี่ยนสีช่วยติดตามอาการป่วยของแมวจากการปัสสาวะได้ ผู้เลี้ยงจะสามารถทราบถึงความผิดปกติของแมวได้ล่วงหน้า เพื่อได้รับการรักษาอย่างทันที่ แต่เราจะไม่หยุดแค่นี้ เพราะเชื่อว่าการทำนวัตกรรมไม่ควรหยุดแค่ 1 โปรดักต์ ปัจจุบันเรากำลังพัฒนาทรายแมวจากของวัสดุเหลือทิ้งจากภาคการเกษตรชนิดใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ต่อยอดการเป็นทรายแมวรักษ์โลกแบรนด์ Hide & Seek ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น”

อยากฝากให้ทาง NIA ให้ความสำคัญกับสตาร์ทอัพไทยแบบนี้ไปเรื่อยๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างธุรกิจให้เติบโต และนำพาให้ธุรกิจไทยไปแข่งขันในตลาดโลกได้”

“Since being listed on Nin Mangkorn The Reality, the company’s revenue rose 6.5 times within three months and its corporate value increased 50 times within two and half years. This is considered rapid growth and from now on, the company will grow by leaps and bounds. After getting a capital injection from Thonglor Pet Hospital and an independent investor from Thai Union Group Public Co. Ltd, it can be expected that this joint venture will achieve its goals. This year, the company has set a sales target of 20 million baht, 25% of which will come from exports to markets like the United States, South Korea, Malaysia, Austria, India and Dubai.

“Such success would not have been possible if we had not entered the Nin Mangkorn project, because this stage helped find what we lacked. Previously, we may not have even known what we lacked, but experienced mentors and coaches, who could read the game, told us what our strengths and weaknesses were. They helped enhance our strengths so we were ready to grow exponentially.

“Applying and cultivating the knowledge gained from Nin Mangkorn The Reality takes business development to the next level. This year, we launched a new color-changing cat litter, which can help track down signs of illness from cats’ urine. The pet owner will get to know of the cat’s illness from the start so it can receive timely treatment. However, we will not stop here because we believe innovation should not stop at just one product. We are developing a new type of cat litter made from agricultural waste, which will reinforce Hide & Seek as an environmentally friendly cat litter.”



แบรนด์ : **ฮารุนะ**

ผงผักที่เกิดจากความรักของแม่

คุณนที ศิริธรรมวัฒน์

ผู้ก่อตั้ง บริษัท เอ็น.ที. อินเตอร์บิซิเนส จำกัด

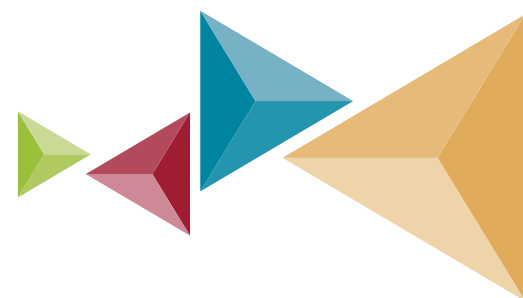
🌐 : www.harunathailand.com

📘 : HarunaThailand

“ในการแข่งขันรายการนิลมังกร เดอะเรียลลิตี้ สิ่งหลัก ๆ ที่เราจะได้รับเลยมีอยู่ 2 อย่าง คือเรื่องขององค์ความรู้และการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งผมมองว่าความรู้ที่ได้รับนั้นถือเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะมันจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน สำหรับธุรกิจของผมน่าจะไม่ได้มีการเติบโตที่สูงนัก แต่มันช่วยให้ผมรู้ว่าตัวเองควรจะพาธุรกิจให้เติบโตไปในทิศทางใด”

“ผมถือว่าเป็นหนึ่งในโครงการที่ดีที่สุดในชีวิต เพราะช่วยในเรื่องการเพิ่มยอดขายจริง เหมือนเราได้ลงสนามจริง ได้ทดลองตลาด ทำให้เราเห็นปัญหาและรู้ผลตอบรับต่างๆ จากลูกค้า นอกจากนี้รายการยังทำให้ผมได้เป็นที่รู้จักและพบกับพาร์ทเนอร์คนใหม่มาช่วยในเรื่องของการทำการตลาด เพราะผมเก่งในเรื่องของการทำวิจัย แต่อีกทั้ง 2 ท่านเก่งในเรื่องของการทำการตลาดมาก”

“หลังจากเข้าร่วมการแข่งขัน ผมได้นำความรู้ที่ได้มาปรับมุมมองปรับกลยุทธ์การตลาดใหม่ โดยการฉีกโปรดัคต์เช็คमेंต์ เป็นผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์กินสนุกที่เข้าถึงง่าย เพื่อการสื่อสารและการเจาะเข้าสู่ตลาดที่ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ ในเรื่องของประสบการณ์ในการไลฟ์ การถ่ายทอดสด โดยเฉพาะในรอบฟิรอลที่ต้องไปยืนตรงนั้น ทำให้เราได้ฝึกในเรื่องของสติกับการจัดการเวลา มันจึงเป็นอะไรที่สมบูรณ์แบบมากๆ เพราะโจทย์ที่ให้เรามาทำ ทำให้เราได้ทดลองทำหลายๆ อย่าง ทำให้เรากล้าที่จะลงทุนต่างๆ พูดตรงๆ ถ้าไม่มีเวทีนี้เราอาจจะต้องเสียค่าเจ็บตัวที่แพงกว่านี้”



Brand : **Haruna**
Vegetable Powder Born from
Love of Mom

Mr.Natee Sirithammawat

Founder, N.T. Inter Business Co., Ltd.

“We received two key things from the Nin Mangkorn The Reality competition: knowledge and business growth. I think the knowledge is very important because it helps businesses grow sustainably. Though my business may not achieve high growth right away, the knowledge I gained has shown me which path I should take to make my business bigger and stronger.”

“I believe this is one of the best projects in my life because it has helped increase actual sales. We also got to test the market, which allowed us to see problems and get feedback from customers. The program also linked me up with new partners to help with marketing, which was very useful because they matched well with my research abilities.”

“After participating in the competition, I used the knowledge acquired to adjust my perspective and marketing strategy by categorizing the products as medical products and fun food products. This categorization allowed for clearer communication and better market penetration. In addition, during the live broadcast, especially in the finals, we were taught to practice mindfulness and the trick of time management. Hence, this competition has given us a chance to try many things and made us brave enough to expand our investment. Honestly, without this stage, we may have had to pay heavily for injuries.”



แบรนด์ : **โลเคิล อไลค์**

แพลตฟอร์มท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืน

คุณสมศักดิ์ บุณย์คำ

ผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด

🌐 : www.localalike.com

📘 : Local Alike

“การเข้าร่วมแข่งขันในโครงการนิลมังกร เดอะเรียลลิตี้ เป็นการแข่งขันที่ต้องใช้เวลาอยู่กับมันอย่างจริงจัง เพราะโครงการมีความ Intensive ค่อนข้างมาก ทำให้ผมได้องค์ความรู้และแนวคิดใหม่ๆ จาก Mentor ชื่นนำอย่างใกล้ชิด ซึ่งผมได้นำมันมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดในการตีตลาดโมเดลของธุรกิจ”

“ไม่เพียงแต่ได้รับความรู้ในเรื่องของแนวคิดเท่านั้น แต่การเข้าร่วมแข่งขันในโครงการนิลมังกร เดอะเรียลลิตี้ ยังช่วยในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจของเราได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างอีกด้วย”

“ด้านการเติบโตของธุรกิจ เราสามารถทำได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ คือการมองหารพาร์ทเนอร์ในการร่วมลงทุน ทำให้เราได้เงินทุนมา 5 ล้านบาทในการพัฒนาชุมชน โดยในปีที่ผ่านมาที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด เราได้ใช้ช่วงเวลานั้นในการพัฒนาชุมชน และที่สำคัญคือเราพยายามรักษาความสัมพันธ์ คีพอินทัชกับทั้ง 10 ชุมชนเดิมให้มีรายได้และมีศักยภาพที่ต่อเนื่องเหมือนเดิม โดยในปีนี้เรามองว่าธุรกิจการท่องเที่ยวน่าจะกลับมาเป็นปกติ เราได้ปล่อยรูปแบบโปรแกรมที่พัฒนาใหม่ ซึ่งคาดว่าจะมีรายได้อยู่ที่ 1 ล้านบาท”

Brand : **Local Alike**

A Sustainable Community
Tourism Platform

Mr.Somsak Boonkam

Founder & Chief Executive Officer, Local Alike Co., Ltd.

“Participating in Nin Mangkorn The Reality competition was serious business because it gave me intensive lessons on gathering new ideas to improve and further develop disruptive business models. Joining the competition did not just provide knowledge in terms of concepts, but also helped from the aspect of public relations, as it helped make our business more widely known.”

“In terms of business growth, we have been able to achieve our goal of finding partners for joint ventures. This also allowed us to get 5 million baht in funding for community development. We used the slowdown during the COVID pandemic to develop the community, establish ‘keep-in-touch’ ties with all 10 original communities to generate income and build continuous potential. This year, we believe the tourism business will return to normal, and we have released a newly developed program model which should earn a revenue of up to 1 million baht.”





Brand : Grilled Tomato Chili Paste By Chef May

Innovation Extended to
World-class Menus

Ms. Phattanant Thongthong (Chef May)

Founder and Managing Director Phattanant
Consulting Co., Ltd.

"Participating in the Nin Mangkorn project has given us an opportunity to promote Chef May's creative ideas and turn Phattanant Consulting into a valuable product-development business. Now the company has a large number of customers who want to know more about becoming producers of Nam Prik Sok (Grilled Tomato Chili Paste). We are also in the process of procuring a factory to develop the production process and extend it to marketing it as a franchise, so our Nam Prik (Chili Paste) becomes a starting ingredient for a variety of dishes.

"Brand awareness of Phattanant Consulting Co., Ltd., and myself as Chef May has been built through our creativity that is based locally, such as creating menus that are based on local ingredients and flavors. For instance, we created special menus marking the 42nd anniversary of Central Pattana. These menus were created by keeping in mind where each Central branch was based. Similarly, we created a unique menu for a boutique hotel in Chiang Mai, which wanted to bring Lanna tastes to the West. This resulted in a British-Lanna menu that featured local vegetables like Makiang and Salae flowers. This menu gained a great deal of interest from hotel guests and restaurant patrons.

"When participating in the Nin Mangkorn project, people may just think of victory. But for Chef May, the returns were not about rewards but what we will get from more people getting to know us and earning the NIA guarantee that what we offer is innovative. This contributes to making a business successful. In addition to innovation, we also earned about marketing, planning, branding and ultimately discovering ourselves and using what we have, especially creative thinking, to build more value for ourselves."



แบรนด์ : น้ำพริก ลือ ลือ โดย เชฟ เมย์

นวัตกรรมน้ำพริก ลือ ลือ ต่อยอดสู่เมนูระดับโลก

คุณพัชร์นันท์ ธงทอง (เชฟเมย์)

ผู้ก่อตั้ง บริษัท พัทธนันท์ คอนซัลติ้ง จำกัด

และเจ้าของแบรนด์น้ำพริก ลือ ลือ โดย เชฟ เมย์

Facebook : Phattanant Thongthong

"การเข้าร่วมโครงการนิคมังกร กลายเป็นโอกาสที่ทำให้เมย์เป็นที่รู้จักในความเป็นครีเอทีฟไอเดีย และทำให้ "พัชร์นันท์ คอนซัลติ้ง" มีคุณค่าในเรื่องของการเป็นธุรกิจให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลูกค้าให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก และรู้จักมากกว่าการเป็นผู้ผลิตน้ำพริก ลือ ลือ ซึ่งในส่วนนี้น้ำพริก ลือ ลือ ปัจจุบันอยู่ในช่วงของการวางแผนและจัดหาโรงงานเพื่อพัฒนากระบวนการผลิต และต่อยอดไปสู่การทำตลาดในรูปแบบแฟรนไชส์ เพื่อให้ตัวน้ำพริก ลือ ลือ กลายเป็นวัตถุดิบตั้งต้นให้กับอาหารหลากหลายเมนู"

"Brand Awareness ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นเรื่องของบริษัท พัทธนันท์ คอนซัลติ้ง จำกัด และตัวเมย์เป็นหลัก เพราะเรามีจุดขายในเรื่องของความครีเอทีฟ และมีความเป็นท้องถิ่นที่ค่อนข้างชัดเจน โดยเฉพาะการสร้างสรรค์เมนูอาหารที่ต้องการความแตกต่างแต่มีความครีเอทีฟเข้ามาเกี่ยวข้อง ยกตัวอย่าง การครีเอทีฟเมนูพิเศษให้กับงานครบรอบ 42 ปี ของ เซ็นทรัลพัฒนา ที่ต้องการเมนูอาหารที่มีความเป็นท้องถิ่นของจังหวัดที่เซ็นทรัลมีสาขาตั้งอยู่หรือโรงแรมบูติคที่เชียงใหม่อยากนำเอาความเป็นล้านนามาผสมผสานกับโลกตะวันตกในแนวบริติช ลันนา จึงมีการนำผักพื้นบ้าน เช่น มะเขี๋ยง ดอกสะแล มาพัฒนาเป็นเมนูซิกเนเจอร์ของทางโรงแรม ทำให้ลูกค้าที่เข้ามาพักสนใจและชื่นชมเป็นอย่างมาก"

"สำหรับการเข้าร่วมโครงการนิคมังกร หลายคนอาจมองเรื่องของชัยชนะ แต่สำหรับเมย์สิ่งที่ได้กลับมาไม่ใช่เรื่องของรางวัล แต่เราได้มากกว่านั้นคือการที่คนอื่น ๆ ได้รู้จักเรามากขึ้น และมี NIA การันตีว่า เรามีนวัตกรรมจริงๆ ที่ส่งผลต่อแนวคิดในการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจ และสิ่งที่ได้เรียนรู้ไม่ได้มีแค่เรื่องของนวัตกรรมเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีเรื่องการวางแผนธุรกิจ การวางแผนการตลาดไปจนถึงเรื่องการสร้างแบรนด์ และท้ายที่สุดแล้วทำให้เราสามารถค้นพบตัวเอง และใช้สิ่งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น โดยเฉพาะ Creative Thinking มาสร้างมูลค่าให้กับตัวเองได้มากยิ่งขึ้น"



แบรนด์ : สไมล์ ไมเกรน

ช่วยผู้ป่วยไมเกรนด้วยแอปพลิเคชัน

ผศ.ดร.สุรัตน์ ต้นประเวช

กรรมการผู้จัดการ บริษัท สไมล์ ไมเกรน จำกัด

Website : smilemigraine.com Facebook : SmileMigraine



Brand : Smile Migraine
It helps migraine patients
with an application.

Asst. Prof. Surat Tanprawate
MD, Smile Migraine Co., Ltd.

"บิสซิเนสโมเดลก่อนหน้านี้ เป็นการทำแอปพลิเคชันในชื่อ Smile Migraine ควบคู่กับการสร้างชุมชนโซเชียลมีเดียบนเฟซบุ๊ก ช่วงนั้นเราได้ทดลองทำ Telemedicine ที่เป็นโรคเฉพาะทางสำหรับไมเกรน มีคุณหมอมาดูแลคนไข้ โดยการเชื่อมข้อมูลผ่านระบบที่เรียกว่า Remote Monitoring Share คือการที่คนไข้ทำการกดบันทึกอาการปวดศีรษะด้วยตัวเองจากที่บ้าน และคุณหมอสามารถติดตามอาการได้จากข้อมูลของคนไข้บันทึกไว้ ปัจจุบันเราได้นำระบบ Telemedicine ที่เราเรียกว่า Tele-Migraine มาไว้บนแอปพลิเคชัน ซึ่งน่าจะเป็นเจ้าแรกๆ ในเอเชีย โดยไตรมาส 2 ของปีนี้ เราจะมีคุณหมอที่เชี่ยวชาญโรคปวดศีรษะประมาณ 20 ท่าน รวมถึงมีการร่วมมือกับชมรมศึกษาโรคปวดศีรษะแห่งประเทศไทยจัดทำแคมเปญร่วมกัน เพื่อดูแลผู้ป่วยผ่านแอปพลิเคชัน สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเรื่องใหม่ที่เกิดขึ้นจากการที่ได้เข้าร่วมกับโครงการนิคมังกร ทำให้เรารู้ว่าแล้วลูกค้าของเราอยู่ตรงไหน และจะปรับบิสซิเนสโมเดลอย่างไร หลังจากที่ได้มีการพัฒนาระบบ Tele-Migraine ขึ้นมา ทำให้ปัจจุบันนี้เรามีการเติบโตทางด้านรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจากเดิมกว่า 5 เท่า"

"การเข้าร่วมกับโครงการนิคมังกรยังทำให้เราเป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะเป็นรายการที่มีการเผยแพร่ทางทีวี และบนโซเชียลมีเดียต่างๆ ทำให้ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้น มีคนใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น รวมถึงมีการให้บริการ Tele-Migraine กับคนไข้ประจำไปแล้วกว่า 300 ราย ปัจจุบันเรายังได้พัฒนาระบบ Tele-Migraine พัฒนาไปสู่การขับเคลื่อนด้วยดาต้า โดยการนำข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับไมเกรนและ Telemedicine ในประเทศไทยไปใช้กับงานตีพิมพ์ทางด้านวิชาการ เป็นการนำเสนอผลงานทางวิชาการที่ประเทศเกาหลีใต้ ที่งานประชุมโรคปวดศีรษะระหว่างประเทศ (International Headache Congress 2023) ในช่วงปลายปีนี้ เพื่อให้เกิดการรับรู้ ว่า แอปพลิเคชัน Smile Migraine เป็นเครื่องมือที่มีผลต่อการรักษาโรคไมเกรนได้จริง สามารถช่วยเหลือคนไข้ได้จริง"

"ผมมองว่า การได้เข้าร่วมในรายการของนิคมังกรเป็นการสร้างโอกาสที่ดีในหลายๆ ด้าน คือ 1) โอกาสในการสร้างพันธมิตรจากภาคส่วนต่างๆ ทำให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน 2) โอกาสที่จะทำให้คนทั่วไปและลูกค้ารู้จักเรามากขึ้น เมื่อมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้นผลิตภัณฑ์ก็ถูกใช้มากขึ้น และ 3) โอกาสในการเพิ่มพูนความรู้จากโค้ชระดับประเทศ ซึ่งโค้ชของนิคมังกร เป็นโค้ชที่เน้นการทำงานจริง เน้นการเข้าสู่ตลาดจริง เหมือนกับเราได้ลงสนามจริงโดยมีโค้ชดูแลอย่างใกล้ชิด หลังจบโครงการ เราจึงมีการต่อยอดไปหลายๆ เรื่องจากการใช้ความรู้และนวัตกรรมต่างๆ ที่ได้จากโครงการ อีกทั้งเมื่อเราไปนำเสนองานเพื่อขอทุนวิจัยจากหน่วยงานต่างๆ ก็ทำให้เราได้รับทุนมาต่อยอดได้อย่างต่อเนื่อง หลังจากจบโครงการนิคมังกรในปีนั้น เรายังได้รับรางวัล Merit Award จากการประกวด Asia Application Award ที่ประเทศฮ่องกงอีกด้วย"

"The previous business model was an application called Smile Migraine, which included a Facebook community. At that time, we were experimenting with telemedicine that was specific for migraines. There was a doctor to take care of patients, who worked by linking information through a system called Remote Monitoring Share. This system had patients record their own headaches from home and the doctor could track the symptoms from the information recorded by the patient. Now we have a new system that we call Tele-Migraine, which is likely the first in Asia. By the second quarter of this year, we will have about 20 headache specialists and will also collaborate with the Headache Study Club of Thailand to build a joint system that takes care of patients through the application.

"These are new services that have been developed after joining the Nin Mangkorn project, which helped us to recognize our value and adjust the business model accordingly. After developing the Tele-Migraine system, our monthly income grew more than five-fold.

"Participating in the Nin Mangkorn project has also made us more well-known because it was broadcast on television as well as via several social-media channels. This exposure helped boost interest among potential customers and increase the number of people using the application. Now Tele-Migraine services are provided to more than 300 regular patients.

"Tele-Migraine has now evolved into a data-driven system powered by information on Migraine and Telemedicine in Thailand. This also gave birth to an academic paper on the subject, which was presented in South Korea at the International Headache Congress 2023. The paper also helped build awareness of the Smile Migraine application as a tool that can be successfully employed to the treatment of migraines.

"I believe that participating in the Nin Mangkorn program gave us many opportunities, including: Building alliances with various sectors to allow sustainable growth; Building better awareness to expand our customer base and get more of our products used; Building a stronger knowledge base from national coaches.

"The Nin Mangkorn coach focused on work and on entering the real market under the coach's close supervision. After the project was completed, we were able to use the knowledge gained to develop more innovatively. Subsequently, our work and achievements helped us gain funding from various agencies. We also won the Merit Award at the recent Asia Application Award contest in Hong Kong."



Brand : **Campfire Engine**
 A Great Helper for New Game Makers
Mr.Pollawat Deeunkong,
 Founder & CEO, Image Engine Company Limited

"After joining the Nin Mangkorn The Reality program, Image Engine Co., Ltd., became better known and sparked customers' interest in our services, leading them to come to us to meet their requirements. Another evidence of this trust is the arrival of two large customers, who have signed up for a deal that is close to 1.1 million baht in combined value. There are also people interested in co-investing with an investment budget of 30 million baht, which is a huge step for our business operations as it will push our company's total value up to more than 349 million baht.

"Such success would not have been possible if we missed out on the opportunity to join the Nin Mangkorn project. Before joining, we were certain that we had a good product that was ready to be delivered to the market. However, after joining the project, I discovered that there are already many talented product creators. We realized that no matter how good a product is, it's meaningless if people do not know about it. The project has made us realize the importance of branding because building a brand is like fertilizing a company's growth. As a result, we learned to pay more attention to our brand – something we had never focused on before.

"However, when we shifted our focus, our brand became better known and the result was obvious – people began contacting us directly. Hence, this was a golden opportunity for startups like us to have the opportunity to gain experience and business knowledge from those who have a strong standing in the sector. It taught us to drop our old beliefs and take our business to the next level."



แบรนด์ : **แคมป์ไฟ เอนจิน**

ผู้ช่วยมือหนึ่งสำหรับนักสร้างเกมมือใหม่

คุณพลวัต ดีอันทอง

ผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร บริษัท อิมเมจ เอนจิน จำกัด

🌐 : www.imgen.com

📘 : [imagenmetaverse](https://www.facebook.com/imagenmetaverse)

"หลังจากที่ได้เข้าร่วมรายการนิลมังกร เดอะเรียลตี้ บริษัท อิมเมจ เอนจิน เป็นที่รู้จักมากขึ้น จนทำให้มีผู้สนใจในบริการของเรา นำมาซึ่งการเลือกและไว้วางใจให้เราเป็นผู้ผลิต สังเกตได้จากการได้รับความไว้วางใจจาก 2 ลูกค้ารายใหญ่ ที่รวมมูลค่าออกมาแล้วแตะ 1.1 ล้านบาท อีกทั้งยังมีผู้ที่สนใจร่วมลงทุนด้วยงบลงทุน 30 ล้านบาท ซึ่งนับว่าเป็นก้าวใหญ่ของการดำเนินธุรกิจเรา ทำให้ปัจจุบันบริษัทเรามีมูลค่ารวมกว่า 349 ล้านบาท"

"ความสำเร็จดังกล่าวนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ หากทางบริษัทเราพลาดโอกาสการเข้าร่วมโครงการนิลมังกร เพราะก่อนหน้านี้เราค่อนข้างเชื่อว่าเรามีของดีพร้อมส่งมอบสู่ตลาด แต่พอได้เข้าร่วมโครงการทำให้ค้นพบว่าคนสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เก่ง ๆ มีเยอะมาก เราตระหนักได้ว่าต่อไปผลิตภัณฑ์จะมีดีมากกว่าใคร แต่ถ้าไม่มีคนรู้จักก็แทบจะไม่มีความหมาย โครงการนี้ทำให้เราเล็งเห็นความสำคัญของการทำแบรนด์มากขึ้น เพราะการทำแบรนด์เปรียบเสมือนการใส่ปุ๋ยเร่งการเติบโตให้กับธุรกิจ ส่งผลให้เราเรียนรู้และหันมาใส่ใจในเรื่องของการทำแบรนด์มากขึ้นจากที่เราไม่เคยโฟกัสกับตรงนี้เลย และเมื่อให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวนี้ทำให้แบรนด์ของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้นเห็นผลลัพธ์ชัดเจนเลย คือมีคนติดต่อเข้ามาหาเราโดยตรงเอง ดังนั้น นับเป็นโอกาสทองของสตาร์ทอัพอย่างเรา ณ ตอนนั้นที่ได้มีโอกาสเข้าไปเก็บเกี่ยวประสบการณ์และเพิ่มพูนความรู้การทำธุรกิจจากผู้มีประสบการณ์และความรู้ทางธุรกิจไม่ว่าโครงการนิลมังกรจะสามารถก้าวออกจากความเชื่อเดิม ๆ และพาธุรกิจก้าวขึ้นไปอีกขั้นได้"



แบรนด์ : **TTCI ไทยทิชชูเคาเจอร์**
 เทคนิคเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อช่วยเหลือเกษตรกร

คุณอนุวัช อินปลัด

ที่ปรึกษาบริษัท / ผู้อำนวยการ

บริษัท ไทยทิชชูเคาเจอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

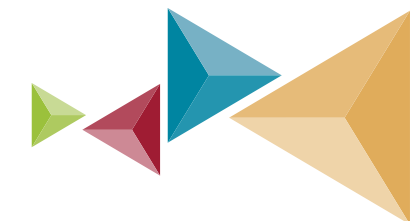
คุณสาวตรี อินปลัด

ประธานกรรมการ บริษัท ไทยทิชชูเคาเจอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด

📘 : เนื้อเยื่อ by ศูนย์เกษตรเพาะเนื้อเยื่อ

คุณสาวตรี อินปลัด ประธานกรรมการบริษัท บริษัท ไทยทิชชูเคาเจอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด กล่าวว่า "หลังจากการเข้าโครงการนิลมังกร รุ่นที่ 1 ทำให้เราสามารถสร้างตัวตนให้กับแบรนด์ TTCI ซึ่งทำเรื่องของการใช้เทคนิคเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อช่วยเหลือเกษตรกร รวมถึงสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น โดยการนำคำแนะนำจากคณะกรรมการมาปรับปรุงใช้จนสามารถจัดการกับระบบของบริษัทให้เป็นระเบียบมากขึ้น ได้ทราบจุดเด่นจุดด้อยที่ทำให้เราสามารถต่อยอดและสร้างธุรกิจให้เป็นในรูปแบบของบริษัท 100%"

คุณอนุวัช อินปลัด ที่ปรึกษาบริษัทและผู้อำนวยการ บริษัท ไทยทิชชูเคาเจอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด กล่าวเสริมว่า "หลังจากการประกวดและออกรายการของนิลมังกรทำให้เราเป็นที่รู้จักมากขึ้น ส่งผลให้มีภาครัฐเข้ามาสนับสนุนเรื่องของงบประมาณกว่า 40 ล้านบาท ในการทำเรื่องของเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงเกษตร ในด้านการขยายหญ้าแฝก หรือการทำมันสำปะหลัง นอกจากนี้เรายังมีกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้นประมาณ 5 เท่า ทำให้ยอดการซื้อขายเพิ่มขึ้นประมาณ 10 เท่า และลูกค้าที่เป็นรายใหญ่เพิ่มขึ้น 3 เท่า อีกทั้งยังมีลูกค้าต่างประเทศติดต่อเราเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ยอดขายการจูงเพิ่มขึ้นมาเป็น 70 ล้านบาท"



Brand : **TTCI**
 A Tissue Culture Technique to Help Farmers

Mr.Anuwat Inpalad

Advisor / Director,

Thai Tissue Culture International Co.,Ltd.

Mrs.Sawitri Inpalad.

CEO, Thai Tissue Culture International Co.,Ltd.

Mrs.Sawitri Inpalad, CEO of Thai Tissue Culture International Co., Ltd., said: "After joining the Nin Mangkorn Generation 1 project, we were able to establish the identity of the TTCI brand, which uses tissue culture techniques to help farmers. We have also increased our sales by applying the advice given to us by the project committee on managing and organizing the company's system and recognizing our strengths and weaknesses. This has allowed us to extend and build our business in the form of a 100% corporate organization."

Mr.Anuwat Inpalad Advisor/Director of Thai Tissue Culture International Co., Ltd., added: "After appearing and participating in the Nin Mangkorn show, we became better known, which resulted in the government providing us funding of more than 40 million baht in the field of tissue culture, via the Agriculture Ministry for growing vetiver grass or cassava. In addition, we have seen a five-fold increase in customers. Our trade volume has also grown 10-fold and large customers have risen by three-fold. Now there are more foreign customers contacting us, resulting in the number of bookings rising to 70 million baht."



แบรนด์ : **แม่ละมูล**

ปลาหมึกแม่ที่ดังไกลไปต่างประเทศ

คุณพรวิลา พันธแดง

หุ้นส่วนผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ละมูลอินเตอร์ฟู้ดส์

📍 : น้ำปลาแม่ละมูล

“หลังจากที่เราเข้าโครงการและออกรายการของนิลมังกร ทำให้คนรู้จักแบรนด์ของเรามากขึ้น จนเราผลิตสินค้าเต็มกำลังการผลิต จากก่อนหน้านี้เราทำน้ำปลาร้ากรอกใส่ขวดด้วยมือจากวันละ 1,000 ขวด จนเปลี่ยนมาใช้เครื่องจักรสามารถกรอกได้วันละ 6,000 ขวด จนเมื่อรายการนิลมังกรออนแอร์ทำให้เรามียอดสั่งซื้อเข้ามาถึงวันละ 5,000 ขวด หลังจากนั้นก็มีคนตั้งรู้จักเราและเข้ามาหาเรามากขึ้น จนสามารถทำยอดขายได้มากขึ้น 10 เท่าจาก 4 แสน เป็น 4 ล้านบาท คนรู้จักในตัวแบรนด์แม่ละมูลและสามารถเปิดบริษัทเพิ่มอีก 3 บริษัท

นิลมังกรเหมือนเป็นโรงเรียนสอนให้เราสามารถทำแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและสามารถสร้างแบรนด์ให้เกิดขึ้นได้อย่างยั่งยืน เมื่อแบรนด์เรายั่งยืนก็ทำให้เรามีตัวตนที่ชัดเจนมากขึ้น แข็งแกร่งมากขึ้น มีการวางกลยุทธ์ในการทำธุรกิจที่ทำให้สามารถเติบโตไปได้ สำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่อยากให้เห็นใจเรียนรู้ในเรื่องที่กรรมการสอน อย่างลึกซึ้งที่บอกเราว่าเราไม่รู้ เพราะเราเองก็มีความรู้และสามารถพัฒนาตัวเองจากการไม่เอาที่เงาตามคณะกรรมการเหมือนกัน ต้องขอบคุณโครงการนิลมังกรที่ทำให้เราสามารถสร้างแบรนด์ของเราได้ชัดเจนและยั่งยืนมากขึ้น”



Brand : **Maelamun**
A mother's fermented fish
that is famous far abroad.

Ms.Pornwilai Phundang

Managing Partner, LamunInterfoods Part., Ltd.

“After we entered the project and appeared on the Nin Mangkorn show, more people became aware of our brand and now we are manufacturing at our full capacity. Previously we made enough fermented fish sauce to fill about 1,000 bottles by hand. Then we began using filling machines and were able to produce about 6,000 bottles daily. However, after the Nin Mangkorn show as aired, we immediately received orders for about 5,000 bottles daily. After that, more and more celebrities began taking note of us and our sales rose up to 10-fold from 400,000 baht to 4 million baht a month. The Maelamun brand became so well known that we were able to open three more outlets.

“The Nin Mangkorn program was like a school, where we were taught to make our brand well-known and sustainable. Once sustainable growth was in place, it gave us a clear identity, made us stronger and helped us develop a business strategy that allowed us to grow. As new generation entrepreneurs, we focus on learning what the community teaches. Now, we are not afraid to say ‘we don't know’, because asking questions has helped us gain knowledge. So, we would like to thank the Nin Mangkorn project for making our brand more visible and sustainable.”



แบรนด์ : **ไทเกอร์ แคชบ็อกซ์**

ตู้เก็บเงินอัจฉริยะ

คุณยงยุทธ จงสุวัฒน์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยิงยง สมาร์ท บิส

คุณปริษา จงสุวัฒน์

ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยิงยง สมาร์ท บิส

🌐 : www.tigercashbox.com

📱 : [tigercashbox](https://www.facebook.com/tigercashbox)

📷 : [tigercashbox](https://www.instagram.com/tigercashbox)

“หลังจากที่เราเข้าร่วมโครงการนิลมังกรทำให้เราสามารถติดกับบริษัทใหญ่ที่มีสาขาได้มากขึ้นและง่ายขึ้น เช่น คูโบต้า เพราะเรามีการนำใจพียงจากคณะกรรมการไปพัฒนาและต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ซึ่งตอนนี้วางขายในตลาดเรียบร้อยแล้ว เรียกว่ารุ่น Tiger Play เป็นการควบคุมการจ่ายเงิน รับเงิน ทอนเงิน ทั้งหมดในองค์กร จากเดิมที่ตู้ของเราใช้สำหรับรับและเก็บเงินอย่างเดียว ธุรกิจเราเติบโตเพิ่มขึ้นจากช่วงก่อนจะเข้าโครงการจนจบรายการถึง 5 เท่า

ปัจจุบันสินค้าของเราให้บริการไปแล้วทั่วประเทศ สำหรับตัว Tiger Cashbox เรากำลังมองการขายไปยังต่างประเทศในตลาด CLMV โดยเฉพาะเวียดนาม อย่างตอนนี้เราก็มีลูกค้าที่เป็นคุณหมอสั่งไปเปิดคลินิกที่สาขาปอยเปตที่นำตู้ Tiger Cashbox ของเราไปใช้ที่นั่นด้วย ซึ่งเราก็มองว่ามีโอกาสอยู่ในช่วงอัปเดตข้อมูลกันอยู่

การเข้าร่วมโครงการนิลมังกรช่วยพัฒนาธุรกิจของเราค่อนข้างมากถ้าไม่ได้ร่วมโครงการเราก็ไม่น่าจะมาไกลขนาดนี้ การได้ร่วมกิจกรรมกับสำนักงานนวัตกรรมที่น่าเชื่อถือระดับประเทศ ทำให้ลูกค้ามั่นใจในการซื้อสินค้าเรามากขึ้น การพูดคุยกับลูกค้าเขาทำให้เกียรติเรา ทำให้เราสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาวได้ ลูกค้าเชื่อใจที่จะซื้อสินค้าออกใหม่ของเรา นอกจากนี้การที่เราได้รับการได้ชจากคณะกรรมการในโครงการนิลมังกรทำให้เราสามารถพัฒนาธุรกิจของเราให้เติบโตได้มากขึ้น”



Brand : **Tiger Cashbox**

A Smart Cash Box

Mr.Yongyuth Chongsuwat

CEO, Yingyong Smart Biz Limited Partnership

Mrs.Parisa Chongsuwat

CMO, Yingyong Smart Biz Part., Ltd.

“After joining the Nin Mangkorn project, we were given better and easier access to big companies that have many branches, like Kubota. This was possible because we have come up with a product that solves many problems for companies - it's called 'Tiger Cashbox'. This smart cashbox controls all payments, receipts and withdrawals in the company.

“Previously, our smart money boxes were only used for receiving and storing cash. Now our business has grown five-fold since the beginning of the project until the end.

“Now, our cashboxes are available across Thailand and we are looking to expand overseas in the CLMV market, especially Vietnam. Cambodia is also of interest because one of our customers is a doctor who opened a clinic in Poi Pet and uses our Tiger Cashbox. We believe there are opportunities there and we are currently in the process of updating our information.

“Participating in the Nin Mangkorn project has helped us develop our business quite a lot. If we had not joined the project, we would have probably not come this far. Participating in activities with the nationally recognized NIA has given customers more confidence in purchasing our products. Customers respect us and this allows us to build long-term relationships. Customers trust us enough to buy our new releases. In addition to building our credibility, Nin Mangkorn has also taught us how to maintain continuous growth.”



แบรนด์ : เคยนิคะ

ขับเคลื่อนสินค้าท้องถิ่นสู่ชอสะปะคู่ครัวคนไทย

คุณสุศิริ ฤทธิเดช

ผู้จัดการฝ่ายขาย ห้างหุ้นส่วนจำกัด เคยนิคะ

Facebook : ชอสะปะ เคยนิคะ

“การได้ร่วมโครงการนิลมังกร ทำให้ชีวิตของดิฉันมาไกลเกินความคาดหมาย จากชอสะปะที่เคยนิคะที่มีความฝันอยากส่งออกไปขายแค่กลุ่มประเทศใน CLMV กลายเป็นว่าประเทศแรกที่เราส่งออก คือสหรัฐอเมริกา สัมกับความต้องการที่เราต้องการเผยแพร่อาหารดีไปทั่วโลก ตามด้วยเกาหลีใต้เป็นประเทศถัดมา ซึ่งประเทศหลังนี้ต้องขอขอบคุณ NIA ที่แนะนำเครือข่ายเปิดโอกาสให้เราเข้าไปทำตลาดที่นั่น และภายในปีนี้มีแผนขยายไปยังอังกฤษ ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ คาดว่าจะทำให้เราเติบโตแบบก้าวกระโดดจากก่อนหน้านี้ที่เราโต 5 เท่าหลังจากออกรายการนิลมังกร เดอะเรียลลิตี้”

“ดิฉันรู้สึกว่ามีสิ่งต่างๆ ที่ทีมงาน NIA และโครงการนิลมังกรหยิบยื่นให้ เหมือนคนในครอบครัวที่น่าสิ่งต่างๆ มอบให้แก่กัน จนถึงวันนี้ NIA ก็ไม่เคยทิ้ง เพราะทุกครั้งที่มีโครงการใหม่ก็จะนึกถึงเราเสมอ จึงอยากขอบคุณผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการหัวเมืองว่า นี่คือนโอกาสที่จะทำให้ผู้ประกอบการหัวเมืองอย่างเราเข้าถึงกระบวนการสร้างธุรกิจด้วยนวัตกรรมได้ ดังนั้นจึงออกจากคอมพิวเตอร์โซนแล้วเดินทางสู่โลกกว้างกับโครงการนิลมังกร ที่พร้อมจะนำทางให้ผู้ประกอบการค้นหาตัวตน และฉายแสงให้ธุรกิจของคุณเจิดจรัส”

Brand : KhoeiNiKha
It drives local products to shrimp paste sauce for modern kitchens

Ms.Suksiri Ritthidet

Sales Manager, KhoeiNiKha Part., Ltd.

“Participating in the Nin Mangkorn project has helped me grow beyond my expectations. I thought KhoeiNiKha shrimp paste would only ever be exported to CLMV countries, when in reality, the first country we exported to was the United States, followed by South Korea. This matched our intention to spread southern Thai cuisine around the world. We would like to thank NIA for introducing a network that allows us to enter different markets. We are also planning to expand to the UK, Australia and Singapore within this year. We expect to see a leap from our previous 5x growth rate after our debut on Nin Mangkorn The Reality.”

“I believe the NIA team and the Nin Mangkorn project are like family members who give one another good support. NIA has continued to support us, because every time there is a new project, it always thinks of us. Therefore, I would like to advise all entrepreneurs, especially those in urban areas like us, that there is an opportunity for them to access the process of building a business through innovation. So, get out of your comfort zone and travel the world with the Nin Mangkorn project, which is ready to help entrepreneurs find their identity and help their businesses shine.”



แบรนด์ : อากงอมา

ครีมแก้ปัญหาคันแห้ง ลอกในผู้สูงอายุ

ภญ.เกษมลา จันทร์โสภาไพบูลย์

กรรมการผู้จัดการ บริษัท บวรเวชสมุนไพรไทย จำกัด

Facebook : บวรเวชสมุนไพร

Instagram : @bowornvej

“การออกรายการนิลมังกร เดอะเรียลลิตี้ เหมือนเป็นการเปิดโลกให้แบรนด์อากงอมาที่มีคนรู้จักอย่างกว้างขวาง จากเดิมก่อนหน้านี้เราติดต่อดีสทริบิวเตอร์เพื่อนำสินค้าไปวางขายแล้วเขาไม่รู้จักเรา พอได้ไปแข่งทางทีวี ดีสทริบิวเตอร์ก็ติดต่อมาเอง และทำให้เรามีอำนาจต่อรองมากขึ้น นอกจากนี้หลังจากจบรายการเรายังนำทีวีซีมาสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์ ทั้งหมดนี้ทำให้ครีมอากงอมาขายดีขึ้นกว่า 6 เท่า”

“การได้มีโอกาสเข้าร่วมโครงการนี้ทำให้ฝันเราใหญ่ขึ้น นอกจากมียอดขายเติบโตจากการขยายไลน์ในสินค้าสมุนไพร รวมถึงเพิ่มขนาดสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการลูกค้าแล้ว ปีนี้เรามีแผนเปิดตัวครีมแก้คันผ้าอ้อม และครีมกันแดด คาดว่าจะทำให้บริษัทเติบโตเพิ่มอีก 3-5 เท่าภายใน 5 ปี นอกจากนี้ความรู้จาก Mentor ที่สอนให้เรามีมุมมองการทำธุรกิจและรู้จักนำนวัตกรรมไปเพิ่มมูลค่าให้สินค้า ยังทำให้เรามองเห็นโอกาสใหม่ๆ และแตกบริษัทใหม่ ออกเป็นธุรกิจซอฟต์แวร์ ธุรกิจอาหาร และโปรดักชั่นเข้าอีกด้วย”

“นิลมังกรเป็นโอกาสที่ดีที่เกิดขึ้นในชีวิตดิฉัน เพราะมีโอกาสได้รู้จักคนเก่งๆ ที่มีความชำนาญและประสบการณ์มาให้ข้อมูลความรู้ ทำให้เรามองเห็นจุดอ่อนของตัวเอง และช่วยหาจุดแข็ง ร่นระยะเวลาการลงมือทดลองทำให้ธุรกิจโตได้อย่างรวดเร็ว”



Brand : AgongAma

An itchy, dry, and peeling skin cream for the elderly.

Ms.Keskamon Chanpokapaiboon, B.Sc. (Pharm.)

Managing Director, Bowornvej Thai Herb Co., Ltd.

“Thanks to the Nin Mangkorn The Reality program, the became widely known. Previously, we used to have our products sold by distributors, who did not know us or our products. However, when we went on television, the distributors contacted us directly, giving us more negotiating power. Even after the program ended, we were able to continue using TVC to communicate and publicize our products to help boost the brand's credibility. All this made the sale of AgongAma creams grow by more than 6 times.

“Getting the opportunity to participate in this project has helped make our dreams bigger. In addition to the surge in sales from the expansion of the bar soap line, as well as increasing the product size to suit customers' needs, this year we plan to launch diaper rash cream and sunscreen. It is expected that the company will grow by 3-5 times within 5 years. In addition, the knowledge from the mentor has taught us to develop things from a business perspective and learn how to innovate to add extra value to the product. It also allowed us to see new opportunities and split the company into software, food and production houses.

“Nin Mangkorn has brought great opportunities to my life because it helped me meet and learn from some great people who have the relevant expertise and experience. It has also allowed us to see our weaknesses and help us find our strengths, shorten the time of trial and error, and grow our business quickly.”



แบรนด์ : **พินซุก** แพลตฟอร์มตลาดสินค้าฮาลาล

คุณชาร์ฟ เดนซุมิต
ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท แฮส ออเดอร์ จำกัด
เจ้าของแพลตฟอร์ม Pinsouq
f : Pinsouq Store

“ช่วงปี 2565 ที่ผ่านมา Pinsouq ยังคงมี Performance เท่าเดิม เนื่องจากเราเป็นแพลตฟอร์มขายอาหารแช่แข็ง ได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะเงินเฟ้อ ประกอบกับต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทำให้ร้านค้าที่เคยอยู่ในแพลตฟอร์มของเราต้องปิดกิจการลง ดังนั้นรายได้จาก Core Business เดิมอย่าง Pinsouq จึงลดลงไป 60% แต่เราก็ฟื้นกลับมาด้วยยอดขายที่ได้ด้วยการเปิดโมเดลธุรกิจใหม่ เป็นการร่วมมือกับแพลตฟอร์มดีลิเวอรี่ต่างๆ เช่น GrabMart, LINE MAN, Robinhood เปิดบริการตู้ขายอาหารแช่แข็ง (Vending Machine) รวมถึงการสร้างแบรนด์อาหารพร้อมรับประทานของตัวเองในปี 2566 นี้ ด้วยการนำวัตถุดิบจาก Pinsouq มาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งเราคิดว่าตรงนี้น่าจะไปต่อยอดเป็นแฟรนไชส์ได้ในอนาคต”

“สำหรับสิ่งที่โครงการนิลมังกรได้มอบให้ Pinsouq คือได้ตระหนักรู้ถึงการสร้างธุรกิจให้เติบโตค่อนข้างมาก และที่สำคัญคือได้ Branding สร้างความน่าเชื่อถือให้กับ Pinsouq เพื่อจะได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งทำให้ได้รับความไว้วางใจจากหน่วยงานต่างๆ จากการได้เห็นผลงานของเราให้เข้าร่วมโครงการอื่นๆ ถือเป็นโอกาสดีๆ ที่ NIA ได้มอบให้”

Brand : **Pinsouq** A Halal Market Platform

Mr.Sharif Densumite
Co-founder/CEO, Has Order Co., Ltd. Owner of Pinsouq Halal Marketplace

“Pinsouq suffered badly in 2022 as we are a frozen-food selling platform and were directly hit by inflation. This coupled with higher production costs forced the stores that were part of our platform to shut down. Hence, revenue from the original core business, Pinsouq, dropped by 60%. However, we regained stable sales by launching a new business model in collaboration with several delivery platforms like GrabMart, LINE MAN, Robinhood, frozen-food vending machines as well as creating new ready-to-eat food in 2023 using Pinsouq brand ingredients. We believe this can be used to build a franchise in the future.

“The Nin Mangkorn project has taught us how to strengthen the business, so it can reach dizzying heights. We also learned that creating brand awareness added credibility to the Pinsouq name and made it more widely known. It also helped us gain the trust of various agencies. This was a great opportunity given to us by NIA.”

คุณณกรณ์ ตั้งหลัก

ประธานผู้จัดการ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด พาสากแก้ว

“ภูมิปัญญาผ้าทอมือถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติการนำฝีมือภูมิปัญญาทักษะเชิงช่างท้องถิ่น รวมถึงการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม โดยนำเอานวัตกรรมมาสร้างงานศิลปะบนผืนผ้า เพื่อการอนุรักษ์รักษาให้คงอยู่ โครงการนิลมังกรคือผู้มอบโอกาส ก่อให้เกิดจุดเริ่มต้นแห่งความมุ่งมั่นในการพัฒนา รักษา มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ยั่งยืน และสร้างเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนได้อย่างมั่นคง”

คุณธนภพ ทาโบ

ซีโอและผู้จัดการ
บริษัท แอลเอฟฟินเทค จำกัด

“สิ่งที่ได้จากโครงการนิลมังกรเป็นเรื่องของการสร้างแบรนด์ เพราะว่าธุรกิจของเรากำลังขยายตัว ซึ่งวิทยากรได้ให้ความรู้ในการสร้างแบรนด์ในการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและการที่มีวิทยากรให้ความรู้ในการสร้างอินโฟกราฟิก ทำให้องค์การตระหนักได้ว่าอินโฟกราฟิกเป็นเรื่องที่สำคัญเพื่อสร้าง Product ใหม่รวมถึงให้องค์กรเกิดความยั่งยืนในอนาคตได้”

คุณกาญจนา อี๊ดทรัพย์

ซีโอและผู้จัดการ
บริษัท ฟินดิซ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด

“โครงการนี้ทำให้พวกเขาได้ความรู้และประสบการณ์มากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการสร้างแบรนด์ ซึ่งก่อนหน้านี้เรามองข้ามมาโดยตลอด ความคิดเห็นและข้อคำถามจากกรรมการได้สะท้อนกลับมาคิดและมองหาแนวทางที่จะปิดรอยรั่วทางธุรกิจ ให้มีโอกาสมากขึ้น เป็นโครงการหนึ่งที่น่าสนใจมากเลยคะขอขอบคุณสำหรับกิจกรรมดีๆ ที่จัดขึ้นคะ”

คุณชยานิษฐ์ ชูแซ

กรรมการผู้จัดการ
บริษัท พีรัชญาส์ จำกัด

โครงการนิลมังกรเป็นโครงการที่ดี ให้ทั้งความรู้ วิเคราะห์ปัญหาธุรกิจ ปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาธุรกิจของเรา และกระตุ้นให้เกิดการเติบโต ทำให้แบรนด์ของเราที่มีการเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดคะ



Mr.Nakorn Tanglak

CEO, Phasatkaew Part, Ltd.

“Handwoven cloth is a national cultural heritage that is infused with craftsmanship, wisdom and skills of local artisans. It also includes using innovation to create art on the canvas that conserves and preserves the environment. The Nin Mangkorn project provided us an opportunity to commit ourselves to development, to preserving sustainable local wisdom heritage and building a solid economic foundation for the community.”



Mr.Tanakrit Thano

Co-Founder & CEO,
Lffintech Co., Ltd.

“What we learned from the Nin Mangkorn project is how to build a brand, especially when the business is expanding. The speakers also taught us how to communicate with the target audience and provided us with knowledge in creating innovation and realizing that innovation is important to creating new products and for the organization's sustainable future.”



Ms.Kanjana Ordsab

CEO & Founder, Findice
Education Co., Ltd.

“This project has given us more knowledge and experience, especially in the area of branding, which we had overlooked before. We've taken the judges' comments and questions and looked for ways to plug the leak for more business opportunities. This is one project that has inspired us a lot. Thank you for organizing these beneficial activities.”



Ms.Chayanit Chukhae

Managing Director,
Pechayalee Co., Ltd.

“The Nin Mangkorn project is good because it provides knowledge, analyzes business problems and adjusts business strategies to solve problems and stimulate growth. It helped the OzP brand grow exponentially.”

คุณกนกวรรณ คำเนตร

ประธานชุมชนกาแฟรัชฎา และแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

โครงการนิลมังกรทำให้เรารู้จักนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ เห็นโอกาสในการพัฒนา และเป็นประสบการณ์ที่ดีในการประกวด มีคำแนะนำจากทางคณะกรรมการที่นำมาปรับปรุงกลับมาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแม้ครั้งนี้จะไม่ชนะ แต่จะไม่ยอมแพ้ ตั้งใจว่าจะลงสนามต่อรุ่นที่ 3 แน่แน่นอนค่ะ

คุณเจนวิทย์ หลายกวีวัฒน์

ประธานกรรมการ บริษัท เดอเนอ จำกัด

“การได้เข้าร่วมรายการนิลมังกร ปี 2 ช่วยสร้าง Branding ให้เป็นที่รู้จักกว้างมากขึ้น เพราะทางรายการสามารถสร้างแบรนด์ให้เราได้ แม้ว่ารายการจะไม่ได้ออกตรงๆ ว่าเราขายอะไร แต่การที่ให้เราได้มีโอกาสเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันทำให้เรารู้สึกว่าได้ผลประโยชน์จากการที่โครงการทำขึ้นมา ได้ความรู้จากรุ่นพี่รุ่นก่อนๆ ที่เป็นสตาร์ทอัพ ได้มุมมองใหม่ๆ ได้เพื่อน ได้คอนเนคชั่นใหม่ๆ เข้ามา ซึ่งรูปแบบที่รายการทำให้ทำได้คืออยู่แล้ว แต่ปัญหาก็คือจะลองเปลี่ยนรูปแบบก็ควรคงแกนหลักเอาไว้ครับ”

คุณพิชญ์ระวี สุรอารีกุล

หุ้นส่วนผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นส้ม สตูดิโอ

“รู้สึกประทับใจที่มีโอกาสได้เข้าร่วมโครงการนิลมังกร ปี 2 เพราะความรู้ที่ได้เรียนรู้จากโครงการนิลมังกรค่อนข้างแอดวานซ์จากความรู้ทั่วไป ทำให้ได้เรียนรู้ในเรื่องเทคนิคต่างๆ ที่มาจากคำแนะนำของโค้ช ถึงแม้จะไม่สามารถเข้าไปสู่อันดับ 1 ได้ แต่ก็คิดว่ามีสิ่งที่ได้จากการร่วมโครงการนี้ คือการที่เราจะได้ความรู้ที่เป็นเหมือนเล่นเกมธุรกิจที่จะทำให้เราสามารถเดินบนเส้นทางธุรกิจได้ง่ายขึ้น ทำให้มองเห็นช่องทางหรือไปสู่อันดับที่ต้องการได้ง่ายยิ่งขึ้นค่ะ”

ผศ.ดร.สถาพร จามอุโฆษ

ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท ทานดี อินโนฟูด จำกัด

“การได้มีโอกาสได้เข้าร่วมโครงการนิลมังกรในครั้งนี้ ทำให้เราได้เรียนรู้และได้เห็นว่าการสร้างแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญ และได้เรียนรู้ว่าจะทำอะไรให้คนที่รู้จักแบรนด์กลายเป็นคนที่รักแบรนด์ของเราให้ได้ รวมถึงได้เรียนรู้แนวทางในเรื่องของการขยายตลาด แต่ก็อยากเสนอแนะว่า อยากให้ทางโครงการเพิ่มช่วงเวลาในการแคมเปญ หรือมีช่วงเวลาของการเมนเทอร์ที่มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีเวลาเรียนรู้มากขึ้นในช่วงระยะเวลาที่อยู่ในโครงการ และสามารถนำประสบการณ์จากคำแนะนำของที่ปรึกษามาใช้ได้จริง”

คุณปณณวัชร พงศ์กิตติรัศม์

กรรมการผู้จัดการและผู้ก่อตั้ง บริษัท เพทนี่ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

“การได้มีโอกาสเข้าร่วมโครงการในปีนี้ได้ประสบการณ์เยอะมาก ทำให้คนเลี้ยงสัตว์รู้จักเราเยอะขึ้นและเข้ามาใช้บริการกันมากขึ้น แม้ว่า Tele-consult จะถูกใช้ในแวดวงการแพทย์สำหรับคนมานานแล้ว แต่ในกลุ่มคนเลี้ยงสัตว์ยังถือเป็นเรื่องใหม่มากจึงเป็นโอกาสที่ดีที่เราจะได้แนะนำให้คนเลี้ยงสัตว์รู้จักกับระบบนี้มากขึ้น เพื่อที่จะนำความรู้กลับไปดูแลสัตว์เลี้ยงที่บ้านของเขาให้มีสุขภาพที่ดีขึ้นได้”

คุณมนตรี กานต์ อังศิริศักดิ์

บริษัท โกพลัสกรุ๊ป 1950 จำกัด

การได้เข้าร่วมในโครงการนิลมังกรทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ในเรื่องแนวความคิดด้านการทำธุรกิจ รวมถึง IDEA ในการพัฒนา Product จากผู้ที่ประสบความสำเร็จแล้ว และจาก Mentor แต่ละท่านว่ารู้สึกอย่างไรกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของเรา นอกจากนี้ยังได้ประสบการณ์ และมีโอกาสในการได้เจอผู้เชี่ยวชาญซึ่งเข้ามาร่วมให้ความรู้ด้านต่างๆ ของภาคธุรกิจ รวมทั้งได้ Connection ต่างๆ ในการต่อยอดการทำธุรกิจในอนาคตอีกด้วย

คุณธนพล เกอมี

ประธานกรรมการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด อาปาจังเกิลคอฟฟี่

“ดีใจที่ได้มีโอกาสได้เข้าร่วมโครงการนิลมังกร ทำให้ได้เปิดมุมมองที่กว้างขึ้นในทุกมิติ ทำให้เราได้พัฒนาตัวเองในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านการจัดด้านความคิด ด้านบุคลิกภาพในการนำเสนอ ส่งให้ต่อยอดธุรกิจจากวิทยากรระดับแถวหน้า และมีความประทับใจเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องดูแลและให้คำปรึกษาได้ดีมาก ๆ อาจารย์วิทยากรทุกท่านน่ารักมากและเป็นกันเอง ได้ขึ้นเวทีระดับนิลมังกรเป็นอะไรที่ตื่นเต้นมากครับ”

คุณชวลีธร เรืองรุจิระ

ผู้จัดการ บริษัท กีฟเทมบอลล์ จำกัด

นิลมังกรเป็นโครงการที่ดีมาก ดีใจที่ได้เข้าร่วม ได้เห็นโอกาสแนวทางการพัฒนาธุรกิจ สร้างนวัตกรรมให้กับธุรกิจเดิม ทำให้เกิดธุรกิจในรูปแบบใหม่ สามารถหารายได้เพิ่มให้กับธุรกิจ และยังช่วยการจัดการแก้ปัญหาบางอย่างในองค์กร เพื่อนำไปต่อยอดธุรกิจ นอกจากจะได้ความรู้ใหม่ๆ นำไปประยุกต์ในการทำธุรกิจแล้วยังได้เพื่อนใหม่ๆ ที่ร่วมธุรกิจเพื่อช่วยเหลือกัน



Mrs. Kanokwan Kamnat

President, Ratsada Coffee Community and Agricultural Production Processing

“The Nin Mangkorn project taught us how to use new innovations, identify opportunities for development and gave us good experience in competition. There were suggestions from the jury to improve and develop continuously. Even though I didn't win this time, I won't give up and intend to join Nin Mangkorn 3rd Generation for sure.”



Mr. Jenwit Laithaweewat

CEO, DERNOUR Co., Ltd. “Participating in the Nin Mangkorn Year 2 program helped me create a brand that became more widely known. This is because the program built a brand for us even though it doesn't directly say what it is we sell. But giving us the opportunity to be part of the contest has helped us benefit from knowledge shared by previous contestants, gain new perspectives as well as make new friends and connections. The format that the show follows is already good. If there are plans to change the show's format next year, its core should be kept untouched.”



Ms. Pichrawee Suraarekul,

Managing Partner, Tonsom Studio Part, Ltd. “I am glad that I had the opportunity to participate in the Nin Mangkorn Year 2 project because I learned a lot more from the project than anything I would have learned ordinarily. It allowed me to learn techniques from the advice of my coach. Though I'm unable to go into the depths, I think there one key benefit from participating in this project, and that is gaining knowledge and hands-on experience, which make the path to success far easier. The route to the finish point is now very clear.”



Asst. Prof. Dr. Sathaporn Ngamukote

Co-founder, Thandee Innofood Co., Ltd. “Participating in the Nin Mangkorn project this time helped us realize that building a brand is important, not just in making people aware of it but also to build a group of brand lovers. We also learned ways of expanding the market. However, I would like to suggest that the project include more camps and mentoring sessions, so entrepreneurs have more time to learn during the project period and can actually apply experience from the advice of consultants.”



Mr. Punnawat Phongkittirak

CEO and Co-Founder, Pettinee Corporation Co., Ltd. “Participating in the project this year has taught us how to get pet owners to learn about us and use our service. Though tele-consulting has been used for humans for a long time, it is still very new for pet owners. Therefore, this is a good opportunity for us to introduce more pet owners to this system, so they can use this knowledge to ensure their pets have better health.”



Ms. Montakan Angsirisak

Business Owner, Koplusgroup 1950 Co., Ltd. “The Nin Mangkorn project gave me an unprecedented experience, especially when it came to getting business and product development ideas from successful people and learning from each mentor on how they felt about our products and how we can improve them. I also gained experience and had the opportunity to meet experts who shared their knowledge from various aspects of the business sector. We also built connections to expand the business in the future.”



Mr. Tanapol Chermuer

CEO, AKHA JUNGLE COFFEE Part, Ltd. “I'm glad to have been given the opportunity to join the Nin Mangkorn project, which made my perspective wider from all aspects. It has also taught us to develop ourselves in many ways, such as managing ideas and personality in presentation. Thanks to advice from top speakers and related staff, I was also able to expand my business. All the lecturers were very nice and friendly. Being on the stage at the Nin Mangkorn level was very exciting.”



Mr. Chonravat Ruengruchirah

Manager, GIFTGAEMALL Co., Ltd. “Nin Mangkorn is a very good project and I'm glad to be involved in it. At that time, I saw an opportunity for business development by introducing innovations and creating a new business model to increase revenue. It also helped the management solve some problems in the organization to further expand the business. Apart from gaining new knowledge to apply in business, I also made new friends who helped each other.”

คุณวรพชร วงษ์เจริญ

กรรมการผู้จัดการ
บริษัท แรมบิทจันท์ จำกัด

“การได้เข้าร่วมโครงการได้ ประสบการณ์ในมุมมองความคม ความลึก ไม่หลงทางในแง่ของการ ทำธุรกิจ เหมือนเจอทางลัดที่ทำให้เรา ประสบความสำเร็จ ได้ประสบการณ์ หลายอย่างทั้งในเชิงกลยุทธ์ เชิง ธุรกิจ หรือในมุมมองลูกค้า และเรารู้สึกว่า เมื่อเราได้เจอกับคนอื่น ๆ หรือกับอาจารย์ เราได้เปิดมุมมอง สู่โลกกว้างจริงๆ ทำให้เรารู้สึกว่า เรายังสามารถไปได้อีก ที่ทำอยู่ยังไม่พอ เหมือนเป็นแรงบันดาลใจ เป็นแรงผลักดัน ทำให้เรารู้สึกว่าเรา อยากไปต่อ โดยเฉพาะการทำรายการ ทำทายเราว่า รายได้ต้องไม่ต่ำกว่า 3 ล้านบาท ตอนนั้นก็คิดว่าจะได้ เก้าหมื่นหรือเปล่าไม่รู้ แต่ที่แน่ๆ รายได้ เราต้องเติบโตเป็น 3 เท่าให้ได้”



Ms. Worapachara Wongcharoen

CEO, Rabbit Chan Co., Ltd.

“The project taught us to be sharp in business, go into its depth and not get lost in doing business. It's like finding a shortcut to success and picking up experience in strategic, business thinking and looking at things from the customers' point of view. I feel that when I met other people or teachers, it really opened my eyes to the world. It made me feel like I could go further and what I was doing was not enough. It was like an inspiration and a driving force that pushed me further, especially when the project presented me with a challenge to boost my income up to 3 million baht. At that time, I was not sure I would qualify, but since then our income has grown three-fold.”

คุณบุษศิริ สุวรรณศรี

ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
ตามรอยบ้านเกิดหลวงปู่ทวด

สำหรับการได้เข้าแข่งขันใน รายการนิลมังกร The Reality รุ่นที่ 2 รู้สึกตื่นเต้นมาก โดยเฉพาะการ นำเสนอต่อหน้าคณะกรรมการมีความกดดันว่าจะนำเสนอข้อมูล ออกมาได้ดีมีัย และสามารถนำเสนอ ออกมาให้คณะกรรมการและทุกท่าน เข้าใจมีัย เพราะเราเองเปรียบเสมือน ตัวแทนของหมู่บ้าน ความหวังของ ชุมชน มีความประทับใจต่อพี่ๆ ทีม วิทยากรที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ จุดประกายให้เห็น อนาคตธุรกิจ มุมมองใหม่ๆ ที่สามารถ เพิ่มรายได้เพื่อพัฒนาธุรกิจให้เติบโต มากยิ่งขึ้น และทีมที่เลี้ยง ทีมงาน ทุกๆ ท่าน ที่ให้การดูแลที่เป็นกันเอง จนทำให้ผ่อนคลายไม่เครียดตลอด การเข้าร่วมโครงการ



Mr. Bunsiri Suwansri

Chairman of Luang Pu Tuad's Birthplace Community Enterprise.

“I was very excited when I was given a chance to compete in the Nin Mangkok The Reality Generation 2 project, especially in front of the judges. We were under pressure on whether we presented our information well, and whether the judges understood what we were offering. This is because we are representatives of a village and the hope of a community. As for our impression of the project, we were given knowledge, advice, suggestions, business models and new perspectives on penetrating the market and boosting our income. We also had a team of mentors and staff who provided friendly care and encouragement which kept us relaxed and stress-free throughout the project.”

คุณภาสกร แสงดวง ขันสาม

ผู้จัดการแบรนด์มืออ้อมแพร่

“โครงการนิลมังกรที่ให้ออกาส ได้เข้าไปเรียนรู้หลายอย่าง ได้รับ ประสบการณ์ด้านวิชาการกับอาจารย์ เก่งๆ ที่สอนให้เรานำไปพัฒนาธุรกิจ ตั้งแต่วิธีการคิดออกแบบ วางแผน พัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงวิธีการ สร้างเรื่องราวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ ที่สำคัญยังมีโอกาสได้เจอ เพื่อนๆ ในโครงการนำกระบวนการ สร้างนวัตกรรมมาแล้วและแลกเปลี่ยน เรียนรู้ สร้างพลังและแรงบันดาลใจ ในการกลับมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ เองนวัตกรรมหรือการคิดค้นนวัตกรรม ใหม่ๆ เพื่อทำให้การผลิตจากเดิมที่ มีความหลากหลายซับซ้อนยุ่งยาก ให้ดูง่ายมากขึ้น รวมถึงการสืบสาน ของวิถีถิ่น ที่นำมาประยุกต์ใช้ให้เข้า กับนวัตกรรมสามารถทำมาได้อย่างจริงและ ใช้กับคนในชุมชนได้อย่างเหมาะสม”



Mr. Passakorn Sangdoun Khamsam

Business Owner, MOHHOMPHRAE

“The Nin Mangkorn project has given us an opportunity to learn many things and gain knowledge from excellent professors, who taught us how to develop a business from coming up with a design and making plans to developing a product and adding value to it. Most importantly, we were given the opportunity to network with other participants, so we could exchange knowledge and experiences. This helped simplify many complicated procedures, allowing for innovations to be merged with local traditions and applied to communities.”

คุณรณานิ เกิดโยธิน

หุ้นส่วนผู้จัดการ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด
เคทีซี ทีบ่อน้ำ

“โครงการนิลมังกรได้ให้ ความรู้ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับ หัวข้อทางธุรกิจ เช่น การวางแผน ธุรกิจการตลาดและอื่นๆ ยังมี การให้คำปรึกษาคำแนะนำการพัฒนา และการสนับสนุนจากผู้เชี่ยวชาญที่มี ประสบการณ์ขณะที่ได้เข้าร่วม โครงการ มีความประทับใจทั้งทีมงาน ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ช่วยให้ ผ่อนคลาย และประทับใจโค้ชที่ช่วย สนับสนุนและให้คำแนะนำที่ดีมากๆ นอกจากการสนับสนุนผู้ประกอบการ แล้ว ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ ทางเครือข่ายให้ผู้ประกอบการสามารถ ติดต่อกันมากขึ้นด้วย โดยรวมแล้ว ต้องขอขอบคุณโครงการนิลมังกร และทีมงานที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริม ผู้ประกอบการ”



Ms. Thayanee Therdyotin

Managing Partner, KTC Waterbed Part., Ltd.

“The Nin Mangkorn project has provided us with useful business knowledge like planning, marketing, etc. In addition, we were able to consult and gain advice from experienced professionals. I was impressed with both the staff, who were very accommodating and relaxed, and the coaches, who were very supportive and gave good advice. The project also helped entrepreneurs network and build relationships. Overall, I would like to thank the Nin Mangkorn project and the team for supporting and promoting entrepreneurs.”

คุณแสงตะวัน อ่อนน่วม

ประธานกรรมการบริหาร
และผู้ก่อตั้งบริษัท ชิบะรูม จำกัด

“คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ แต่ละด้านและท่านกรรมการแต่ละ ท่าน เป็นคำแนะนำที่มีค่ามากมาย เพราะมาจากประสบการณ์จริงๆ และ คงไม่มีโอกาสได้ปรึกษาหากไม่ได้ มาร่วมโครงการนิลมังกรในครั้งนี้ ที่สำคัญประทับใจทีมงานผู้จัดจาก ทาง NIA เจ้าหน้าที่ดูแลที่มากคือसान และอาจารย์จากอุทยานวิทยาศาสตร์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่ช่วยกันผลักดันตั้งแต่ยังไม่ร่วม โครงการจนจบโครงการ ”



Mr. Sangtawan Onnuam

Chief Executive Officer (CEO) & Founder, SHIBAROOM Co., Ltd.

“The advice we gained from each of the experts and judges was invaluable as it came from real experience. I would not have had the opportunity to gain such advice if I had not joined the Nin Mangkorn project. Most importantly, I am thankful to the team from NIA, the staff in charge of the Northeast team and teachers from the Northeast Science Park who helped push us from not wanting to join the project to completing it.”

คุณณฤมล ทักษอุดม

กรรมการผู้จัดการ
บริษัท อิลล็คออฟพี จำกัด

ประทับใจโค้ชทุกท่านที่แนะนำ ติชมอย่างจริงใจและซื่อสัตย์ หลาย ประโยคทำให้ถูกคิดที่เรากำลังทำ นวัตกรรมเพื่อตอบสนองตัวเอง หรือ ลูกค้านั้นหลายประโยคทำให้ ตัดสินใจปรับเปลี่ยนทันทีโดยไม่ ลังเล อยากขอบคุณ NIA ที่ได้ สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการด้าน นวัตกรรมได้เปิดประสบการณ์ เพราะ การที่เราได้เห็นมุมมองนวัตกรรม และการทำการตลาดของบริษัทอื่นๆ ก็ได้เรียนรู้ เข้าใจปัญหาอุปสรรค และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนา กลยุทธ์บริษัท”



Ms. Naruemon Taksa-Udom

Managing Director, Hillkoff Co., Ltd.

“I'm impressed with all the coaches who gave sincere and honest feedback. Many of their comments made me realize that we are making innovations for our clients, not ourselves. Many comments also helped me make immediate decisions. I would like to thank the National Innovation Agency for creating opportunities for entrepreneurs. This has helped us understand and witness the innovations and marketing plans of other companies, recognize problems and obstacles and use them as guidelines for the development of company strategies.

คุณเปรมสุดา อนันต์ลักษณะการ

กรรมการบริหาร
บริษัท มีดี ไชบี จำกัด

“ถือเป็นประสบการณ์ที่ดี เพราะอาจารย์ให้คำแนะนำที่โดนใจ ในการสอนของอาจารย์แต่ละท่าน มีเทคนิคที่ทำให้เข้าใจง่าย สามารถ นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานได้จริง และได้ฝึกการนำเสนอในงานในเวลา ที่จำกัดให้มีความกระชับได้ใจความ สำคัญ ในส่วนของคำแนะนำน่าจะเป็น เรื่องการประชาสัมพันธ์โครงการ นิลมังกรให้เป็นที่รู้จักในระดับแมส ก็ได้เรียนรู้ เข้าใจปัญหาอุปสรรค และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนา กลยุทธ์บริษัท”



Ms. Premsuda Ananlakkarn

Executive Director, Medee Shine Co., Ltd.

“It was a good experience because our teachers taught us well and gave good advice. Instructor used a teaching technique that made it easy for us to understand and apply to real work. We also learned to make presentations in a limited time as well as be concise and to the point. I believe the Nin Mangkorn project should be better publicized so it is known at the mass level. because we feel proud to be on Nin Mangkorn, if more people learned about how good Nin Mangkorn show is, they would definitely go wow!”

คุณธีระนันท์ ใจคำ

ประธานวิสาหกิจชุมชน
ไบโอแบล็ค

“การเข้าร่วม 30 ทีมของ นิลมังกรภาคเหนือเปิดโลกให้ผม เรียนรู้ที่จะดึงศักยภาพ และเปล่ง ประกายแสงที่โดดเด่นกว่าใคร สร้าง ความภูมิใจในสมรรถนะการแข่งขัน ทางธุรกิจในโลกแห่งความเป็นจริง ทำให้ความมั่นใจของผมเด่นชัดขึ้น มากอีกครั้ง ว่าเราสามารถผลักดัน วิถีชีวิตของเกษตรกรชาวกำแพงเขา ผสมผสานกับนวัตกรรม และ เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อทำให้คน ทั้งโลกได้หลงใหลมนต์เสน่ห์ข้าวสี ดำ ผ่านผลิตภัณฑ์อาหารไทยบ้านๆ ที่ทานได้ทุกชนบทโลกใบนี้ แม้ว่าจะ ไม่ได้ผ่านในรอบลึกๆ แต่นั่นไม่ได้ ทำให้ผมหยุดฝัน”



Mr. Theeranan Jaikham

President, Bioblack Community Enterprise

“The 30 finalists in the Nin Mangkorn competition in the North has opened the world for me and taught me how to harness my potential and shine brightly. It has also given us pride to continue fighting in the battleground of real business. I am now more confident and clear about how we can combine the traditions of Kamphayao rice farmers with innovation and modern technology to make the world fall in love with the charm of black rice through homegrown food products. Even though I didn't go very deep, I have not stopped dreaming.”

คณะกรรมการร่วมคัดเลือกทุกภูมิภาค
Joint Selection Committee for All Resions



ผศ.ดร. ศิริรัตน์ โกศการิกา
ผู้อำนวยการศูนย์ BrandKU
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Asst. Prof. Dr.Sirirat Kosakarika
Director of BrandKU Center,
Faculty of Business Administration,
Kasetsart University



ดร.กริชพกา บุญเฟื่อง
รองผู้อำนวยการด้านระบบนวัตกรรม
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
(องค์การมหาชน)

Dr.Krithpaka Boonfueng
Deputy Executive Director,
National Innovation Agency
(Public Organization)



คุณชาญวิทย์ รัตนราศรี
ผู้อำนวยการฝ่ายโครงสร้างพื้นฐานนวัตกรรม
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

Mr.Chanwit Rattanarasri
Director of Innovation
Infrastructure Department
National Innovation Agency
(Public Organization)

กรรมการชิงแชมป์ภาคกลาง
Central Resion Championship Judge



คุณแสงชัย ธีรกุลวานิช
ประธานสมาพันธ์ SME ไทย
Mr.Sangchai Teerakulvanich
President The Federation
of Thai SME



คุณธนเดช กุลปิติวาน
บรรณาธิการบริหาร นิตยสาร BrandAge
และ BrandAge Online
Mr.Thanadej Kulpitivan
Managing Editor
BrandAge Magazine
and BrandAge Online



ดร.นภัสสินันท์ พรรณนิภา
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์
โบรคเกอร์ จำกัด
Dr.Napasanan Pannipa
CEO TQM Corporation Public
Co., Ltd.



คุณอภินันท์ มหาศักดิ์สวัสดิ์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เวลตี้ ม็อกกี้ อินโนเวชั่น จำกัด
Mr.Aphinand Mahasaksawat
Managing Director, Wealthy Moggie
Innovation Co., Ltd.

กรรมการชิงแชมป์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Northeastern Region Championship Judge



ผศ.ดร.ปภากร พิทยชวา
ผู้อำนวยการเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Asst. Prof. Dr.Paphakorn Pittayachawal
Director of Technopolis,
Suranaree University of Technology



อาจารย์ ดร. ฉัตรชัย พิศพล
อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Dr.Chatchai Pitsaphol
Lecturer
School of Management Technology
Suranaree University of Technology



คุณยงยุทธ จงสุวัฒน์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยิงยง สมาร์ท บิส
Mr.Yongyuth Chongsuwat
CEO, Yingyong Smart Biz Part., Ltd.

กรรมการชิงแชมป์ภาคเหนือ
Northern Region Championship Judge



ผศ.ดร.เกษมศักดิ์ อุทัยชนะ
รองผู้อำนวยการ
อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (STeP)

Asst. Prof. Dr.Kasemsak Uthaichana
Deputy Director of Science and
Technology Park, Chiang Mai University



คุณณรงค์ ตานานุวัฒน์
ประธานกิตติมศักดิ์
หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่

Mr.Narong Tananuwat
Honorary President
Chiang Mai Chamber
of Commerce



คุณวีระยุทธ สุขวิฑฒโก
ประธานสภาอุตสาหกรรมภาคเหนือ
Mr.Veerayuth Sukwattago
Vice President of The Federation
of Thai Industries
for the Northern Region



ผศ.บว.สุรัตน์ ตันประเวช
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท สไมล์ ไมเกรน จำกัด
Asst.Prof.Surat Tanprawate
MD, Smile Migraine Co., Ltd.

กรรมการชิงแชมป์ภาคใต้
Southern Region Championship Judge



ผศ.คำรณ พิทักษ์
ผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Asst. Prof. Kamron Pitaks
Director of the Southern
Thailand Science Park



ผศ.ดร.นุกุล อินทรสังงา
ผู้อำนวยการ อุทยานวิทยาศาสตร์
และนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยทักษิณ

Asst. Prof. Dr.Nugul Intrasungkha
Director of Prince
of Songkla University Science Park



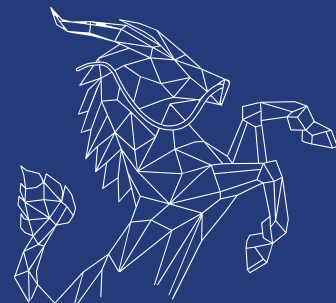
ผศ.ดร.อนุรักษ์ ทุ่งทอง
ผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

Asst. Prof. Dr.Anurak Thungthong
Acting Director Science and
Technology Park Walailak University



คุณสุกสิริ ฤทธิเดช
ผู้จัดการฝ่ายขาย
ห้างหุ้นส่วนจำกัด เคยนิคะ

Ms.Suksiri Ritthidet
Sales Manager,
KhoeiNiKha Part., Ltd.



INNOVATION.T

INNOVATION FOR CRAFTED LIVING

ทีมปั้นมานิลมังกร
แบรนด์นวัตกรรมไทย รุ่นที่ 2

Nin Mongkorn Building Team,
Nin Mangkorn Thailand Inno BIZ Champion Season 2



Brand Management

พศ.ดร.ศิริรัตน์ โทศการิกา
ผู้อำนวยการศูนย์แบรนด์เคยู (BrandKU)
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**Asst. Prof.
Dr. Sirirat Kosakarika**
Director of BrandKU Center,
Faculty of Business
Administration, Kasetsart University

**Creative Thinking
& Innovation**



ไพฑูริย์ พดุงทิน

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บิลด์ วัน กรุ๊ป จำกัด
ผู้ให้บริการซอฟต์แวร์สำหรับธุรกิจ (B2B Software)
และพัฒนาแพลตฟอร์ม Big Data

Patai Padungtin

CEO / Co-Founder Bulk One Group Co., Ltd.
B2B Software Provider
and Big Data Developer

The Storytelling



ปริญญญา ชุมรุม

Branding Architect
บริษัท คลาวด์เนายน์ เวิลด์ไวด์ จำกัด

Parinya Chumrum

Branding Architect
Cloud 9 Worldwide Co., Ltd.

**Building Disruptive
Business Model**



ชาคริต จันทรุ่งสกุล

ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท ไฟร์ วัน วัน จำกัด

Shakrit Chanrungsakul

Founder and CEO,
Fire One One Co., Ltd.

INNOVATION.T

INNOVATION
FOR CRAFTED LIVING

Road Map



INNOVATION.T

INNOVATION
FOR CRAFTED LIVING

Road Map

ภาคกลาง / Central Region



Road Map
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Northeast



INNOVATION.T

INNOVATION
FOR CRAFTED LIVING

Road Map

ภาคเหนือ / North



Road Map

ภาคใต้ / South







นิลมังกร 2

แบรนด์นวัตกรรมไทย
NIN MANGKORN
THAILAND INNO BIZ CHAMPION SEASON 2

โครงการสุดยอดธุรกิจนวัตกรรมประเทศ
ภายใต้ "นิลมังกรแคมเปญ"
THAILAND INNO BIZ CHAMPION

BrandAge X **NIN**
สมาคมผู้ประกอบการนวัตกรรม

AREA &
REGIONAL
CONNECT

INNOVATION.T
THE POWER OF INNOVATION

