

ปีที่ 28 ฉบับที่ 9534 วันพฤหัสบดีที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2557 หน้า 9

เคล็ดไม่ลับตำรับ ‘เปรมประชา’

• บุชร กุศล

เปรมประชาชื่อแบรนด์เซรามิกที่เบีคัพด้วยองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ สร้างชิ้นงานที่มีเอกลักษณ์ในคอนเซ็ปต์ล้านนาคอลเลคชัน ตัดปัญหาการลอกเลียนแบบ ประสบความสำเร็จด้วยยอดขายกว่า 60 ล้านบาท โดยร้อยละ 90 ของผลผลิตส่งไปไกลถึงต่างประเทศ

:วิทยาศาสตร์ช่วยได้

ตลอดระยะเวลา 26 ปีที่ผ่านมา “อัมพร ชันชัยทิศ” ผู้บุกเบิกเซรามิกแบรนด์เปรมประชา (PREMPRACHA) ให้ความสำคัญกับการนำวิทยาศาสตร์เข้ามาผสมผสานกับประสบการณ์ในการทำเซรามิกอย่างต่อเนื่อง ภายใต้ความเชื่อว่า ความรู้ทางวิชาการงานวิจัยต่างๆ จะช่วยให้สินค้าตอบสนองตลาดได้อย่างสมบูรณ์ขึ้น

วิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยการทำธุรกิจเซรามิกได้มาก ยกตัวอย่าง ความช่วยเหลือจากโครงการสนับสนุนการพัฒนาคเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (ITAP) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เครือข่ายภาคเหนือ ในโครงการพัฒนาเตาเซรามิกและปรับปรุงวิธีการเผาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ โดยส่งผู้เชี่ยวชาญเข้ามาทำการปรับปรุงเตาเผาที่มีอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การปรับปรุงวิธีการควบคุมการเผาเพื่อลด

ต้นทุนและการสูญเสียของผลิตภัณฑ์ ตลอดจน

จนสร้างมาตรฐานการควบคุมการเผา

ผลิตภัณฑ์ให้คงที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ

“หัวเตาเผาเซรามิก เมื่อถูกใช้ไป

นานๆ จะแตกทำให้ความร้อนไม่

สม่ำเสมอ จึงเปลี่ยนเป็นเตาเผา

สแตนเลส สามารถลดการ

สูญเสีย 20% ทั้งยังได้ติดตามต้องการ

นอกจากนี้ยังมีโครงการพัฒนาอิฐตัว

หนอนจากไหมเหลือชิ้นรูปชิ้นงาน ซึ่งเป็นของ

ที่ไม่ใช้แล้ว นำมารีไซเคิลให้เกิดประโยชน์เพื่อ

ใช้ปูพื้นใน โรงงานและสวนที่บ้าน โดยนำมาผสมซีเมนต์ขึ้นรูปมาเป็นตัว

หนอน เป็นการประหยัดและลดความสูญเสียโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม” อัมพร

ผู้จัดการบริษัท เปรมประชา คอลเลคชัน จำกัด กล่าว

นอกจากนี้ยังได้พัฒนาการเคลือบด้วยการคิดหาสูตร ที่สามารถเผาใน

อุณหภูมิเดียวกันได้เพื่อลดความสูญเสีย โดยไม่แยกเตาเผา ทำให้ระยะเวลา

การผลิตเร็วขึ้น ลดต้นทุนและได้สีตามต้องการ ลูกค้าได้รับสินค้าเร็วขึ้นเป็น

2-3 สัปดาห์จากเดิม 7 สัปดาห์ เพราะการเผาชิ้นงานแต่ละแบบใช้อุณหภูมิ

แตกต่างกัน

ล่าสุดกำลังจะยื่นขอทุนจาก สวทช. ช่วยสนับสนุน 50% ในโครงการ

ดิงคาร์บอนไดออกไซด์ในการเผากลับเข้ามาเลี้ยงสาหร่ายเพื่อนำมาสกัดเป็น

สารเมทิลแอลกอฮอล์กลับมาใช้อีกครั้ง เป็นการรักษาสังแวดล้อม ไม่ทำให้

เกิดมลพิษทางอากาศ ขณะเดียวกันได้ผลพลอยได้จากสารสกัดสาหร่าย

ซึ่งอยู่ระหว่างการศึกษากับนักวิจัย



:ย้อนอดีต “เปรมประชา”

เมื่อ 26 ปีที่แล้ว อัมพรตัดสินใจลาออกจากงานราชการเพื่อมาทำธุรกิจ โดยไม่มีความรู้เรื่องการทำธุรกิจ การทำตลาด เธอรู้แต่เพียงว่าจะทำสินค้าให้สวยและดูดีออกมา แต่ขายไม่ได้ ฉะนั้น บทเรียนแรกสำหรับผู้ที่คิดว่าจะผลิตของดีออกมาขาย โดยไม่ศึกษาตลาดก่อน คงต้องตายในสักวันหากสายป่านไม่ยาวพอ เพราะกว่าที่จะเข้าใจทำให้ 10 ปีขาดทุน 25 ล้านบาท แต่ด้วยความที่เป็นคนมุ่งมั่นรวมทั้งครอบครัวสนับสนุนจึงผ่านวิกฤตครั้งนั้นมาได้

การเป็นเจ้าของธุรกิจไม่ใช่เรื่องง่ายแต่ถ้ามีความมุ่งมั่นที่จะลงมือทำ ไม่ใช่เรื่องยากจนเกินไป นั่นเองที่ทำให้จุดเริ่มต้นของเซรามิกแบรนด์ “เปรมประชา” กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาการไม่หยุดนิ่ง เนื่องจากเจ้าของแบรนด์มีความตื่นตัวในการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยเข้าร่วมอบรมและขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อให้ช่วยเหลือในด้านการจัดการธุรกิจให้เป็นระบบ การนำความรู้ทางด้านเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อให้การผลิตสินค้ามีความทันสมัย ได้มาตรฐานและลดการสูญเสีย

“จุดเด่นของผลิตภัณฑ์คือ มีพื้นผิวสัมผัสและลวดลายเป็นเอกลักษณ์ ทำให้ลอกเลียนยาก อีกทั้งได้เรียนรู้เทรนด์ของโลกจากลูกค้าในต่างประเทศ ทำให้มีความรู้เข้าใจความต้องการของตลาดเร็วกว่าคนอื่น”

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เซรามิกของเปรมประชา 90% ส่งออกต่างประเทศ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มีผลประกอบการปีละไม่ต่ำกว่า 60 ล้านบาท และเคยมียอดขายสูงสุดถึง 180 ล้านบาทในปี 2548

