

ปีที่ 30 ฉบับ 10260 วันอังคารที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2559 หน้า 26

ANYTHING อะไรก็เป็นไปได้

● บุชร ภู่อส

จากความสนใจต่อยอดธุรกิจครอบครัวของหนุ่มวิศวกรรวมเครื่องกล กลายเป็นที่มาของกล่องใส่รองเท้าอเนกประสงค์ฝาหน้า สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยกลไกการออกแบบเชิงวิศวกรรม

หลังเรียนจบวิศวกรรมเครื่องกลจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย “อรรถวิวัฒน์ วิโรยภาส” เข้าทำงานเป็นเซลล์เอ็นจีเนียร์ในแผนกวิจัยและพัฒนาของซัมซุง ควบคู่กับการเรียนเอ็มบีเอ ไฟแนนซ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อถึงเวลาที่คิดว่าเหมาะสมจึงตัดสินใจลาออกมาทำตามความฝันคือ สานต่อธุรกิจครอบครัวที่เป็นโรงงานถุงพลาสติก แต่ก็พบว่า ธุรกิจถุงพลาสติกไม่สามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้มาก จึงเกิดแนวคิดแตกไลน์ธุรกิจใหม่ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์จากพลาสติก

สานฝันผ่านวิจัยสร้างจุดขาย

เริ่มต้นจากมองหาช่องว่างในตลาดที่ยังไม่มีใครสามารถพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ ด้วยการพัฒนากล่องใส่รองเท้าอเนกประสงค์ที่ใช้งานได้หลากหลาย ด้วยการเปิดฝาหน้า โดยใช้เวลาออกแบบ 1 ปี จากนั้นทำแม่พิมพ์อีก 1 ปี ระหว่างทางเส้นทางการทำธุรกิจไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ แต่เผชิญได้พันธมิตรเป็นโรงงานผลิต พลาสติกมืออาชีพช่วยให้ค่าปรึกษาในการออกแบบฟังก์ชันการใช้งานที่มีกลไกแตกต่าง อาทิ ใช้แรงกดน้อยในการเปิด-ปิด มีเสียงคลิก และสามารถวางซ้อนได้สูง 11 ชั้น ติดล้อได้ ทำให้เคลื่อนย้ายสะดวก เปิดฝาหน้า ขณะที่ส่วนใหญ่มักทำเป็นลิ้นชัก

นอกจากนี้ เขายังได้รับทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโปรแกรมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม หรือ ไอแทป สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เพื่อให้ศูนย์บริการวิชาการ ออกแบบและวิศวกรรม (DECC) สวทช. ทำการทดสอบว่า ตัวล๊อคที่พัฒนาขึ้นมา นั้นสามารถใช้งานได้หรือไม่ ด้วยการกด 1 หมื่นครั้ง กับเครื่องกดอัตโนมัติ พบว่าไม่มีปัญหา





ทั้งนี้ ไอเดียของตัวล็อคได้มาจาก ตัวล็อคถ่านรีโมทโทรทัศน์แล้วนำมาออกแบบ ให้เหมาะกับกล่อง กระทั่งเกิดเป็นกล่องใส่ รองเท้าอเนกประสงค์แบรนด์ AnyThing

“ผมทำกล่องใส่รองเท้าสำหรับทุกคน ไม่ใช่ผู้หญิงแบบหนึ่ง ผู้ชายแบบหนึ่ง เพราะ ต้องการให้สินค้าครอบคลุมทุกกลุ่มใช้ได้ ทั้งผู้ชายและผู้หญิง ทำให้กล่องมีขนาดเดียว ส่วนเหตุผลที่ทำกล่องใส่รองเท้าเพราะยังมี ช่องว่างทางการตลาดและสามารถต่อยอด ได้เนื่องจากคนๆ หนึ่งไม่ได้ใส่รองเท้าคู่เดียว โดยเฉพาะผู้หญิงที่นิยมซื้อรองเท้า โอกาส ขายได้มากกว่า 1 กล่องแน่นอน ยิ่งถ้ากล่อง มีเอกลักษณ์ การใช้งานสะดวกทำให้ขาย ได้ตลอด”

หลังเปิดตัวตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมา ยอดขาย กว่า 500 กล่อง คาดว่าสิ้นปีนี้ยอดขายจะขยับ ถึง 20,000 กล่อง เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ สั่งซื้อขั้นต่ำ 4 กล่อง บางคนมากถึง 20 กล่องทั้งๆ ที่เปิดขายเฉพาะในเฟซบุ๊ก ยัง ไม่ได้วางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ต ถือว่า ได้รับการตอบรับที่ดี ส่วนแนวทางการทำ

ตลาดต่อไปคือ การขยายช่องทางจำหน่าย ผ่านคอนวีเนียนสโตร์และร้านลอฟท์ ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้ามีดีไซน์ ก่อนเข้า ห้างสรรพสินค้า

ดึงประสบการณ์มาต่อยอด

“ความสำเร็จส่วนหนึ่งเป็นเพราะผม มีความรู้พื้นฐานความรู้จากการทำงานใน แผนกอาร์แอนด์ดีของซัมซุง ซึ่งได้ดูแล เกี่ยวกับพลาสติกของทีวี ทำให้มีโอกาส ได้เข้าไปสัมผัสเกี่ยวกับงานฉีด ซึ่งมา ตอบโจทย์ เมื่อตัดสินใจมาทำธุรกิจนี้ทำให้ เข้าใจกระบวนการและวิธีการทำงานของ โรงงาน คอยกันรู้เรื่อง เข้าใจข้อจำกัดของการ ทำงานออกแบบพลาสติก ว่าอะไรทำได้อะไรทำ ไม่ได้ รู้ปัญหา เข้าใจคนออกแบบ และแนวทาง แก้ไขแทนที่จะต้องลองผิดลองถูก”

ในอนาคต มีแนวคิดที่จะผลิตกล่อง ใส่รองเท้าอเนกประสงค์แบบซุนสำหรับผู้ที่ไม่อยากโชว์สิ่งของที่วางข้างใน จากปัจจุบัน เป็นพลาสติกใส เพราะต้องการให้หาสิ่งของ ได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็น หนังสือ รองเท้าหรือ สิ่งของจุกจิก เพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า และต่อจากนี้ไปจะคิดค้นพัฒนาสินค้าอะไร ก็ได้ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยไม่จำเป็นต้องเป็นพลาสติกเท่านั้น โดย เริ่มต้นจากกล่อง ถูจนถึงหนังสือ เป็นต้น หรืออาจทำเฟอร์นิเจอร์ก็ได้

อย่างไรก็ตาม ורתถวัฒน์ตั้งใจว่าใน แต่ละปีจะมีสินค้า 1-2 รายการออกมาทำ ตลาดในราคาที่ผู้ซื้อทั่วไปจับต้องได้

