



do muns thum

ดู · มั่นต์ · ทำ

Explore | Create | Act

by : จานเอ๋ แบนด์ๆบ้านๆ



## วิสุทธิ์ การคำ Wisut Kankha

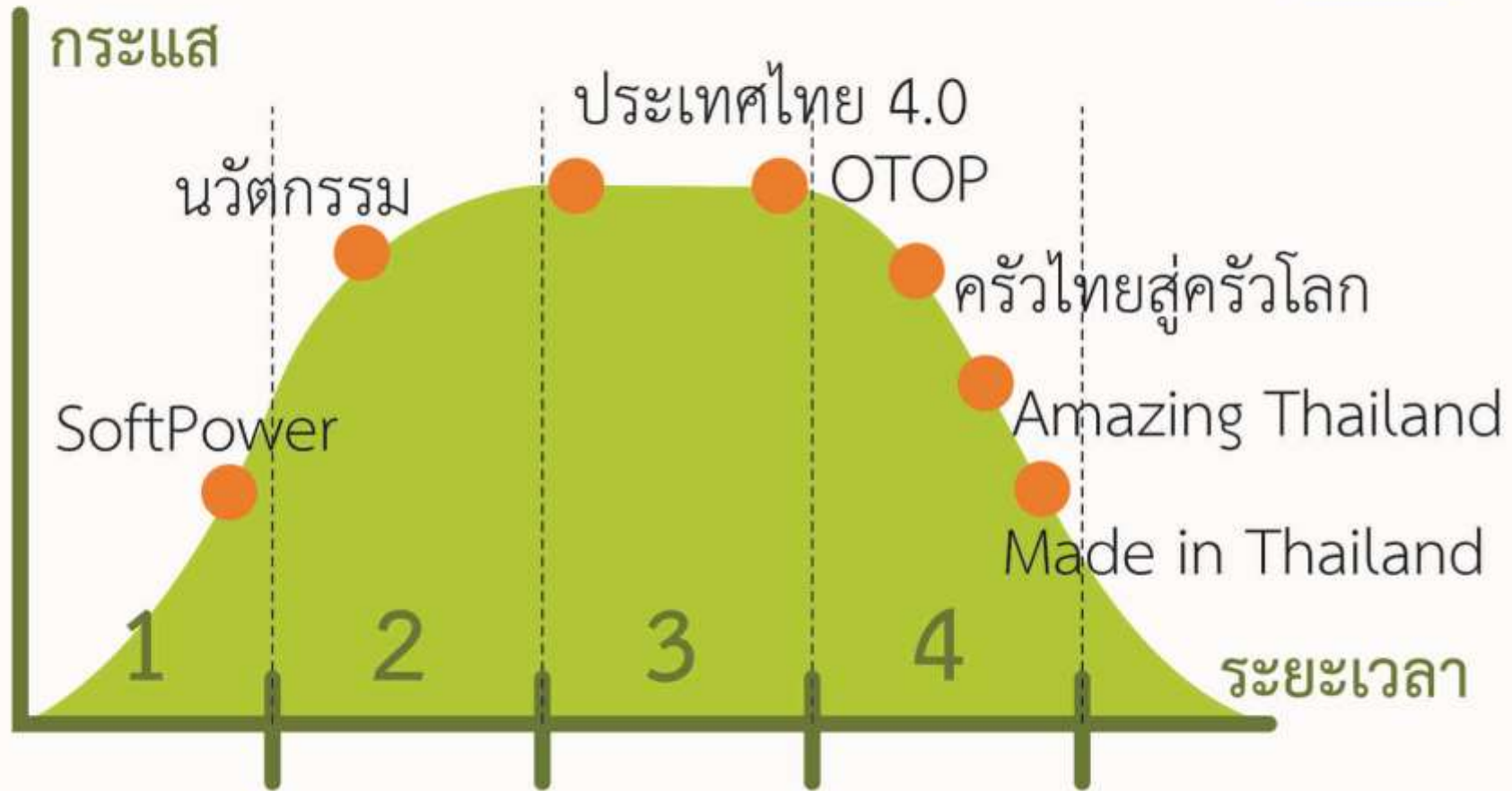
นักวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ชำนาญการพิเศษ  
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยี

ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม  
อุตสาหกรรมศิลป์ วิทยาลัยรำไพพรรณี / บริหารอุตสาหกรรมและวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การตลาด การสร้างแบรนด์สำหรับ OTOP/SME



การใช้นวัตกรรมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นสากล  
และมีอัตลักษณ์ของ soft power ตามลักษณะของท้องถิ่น  
ที่ตรงกับพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า

กระแส



# เศรษฐกิจ

## วงจรชีวิตอุตสาหกรรม ประเทศไทย 4.0

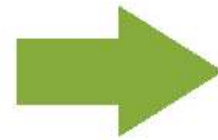


# โมเดลเศรษฐกิจ

## 3.0 เน้นอุตสาหกรรมหนัก



ทำมาก



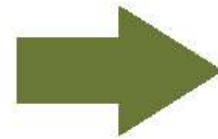
ได้น้อย



## ประเทศไทย 4.0 เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วย “นวัตกรรม”



ทำน้อย



ได้มาก



ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ 2 อย่างของประเทศไทย

“ความหลากหลายเชิงชีวภาพ”

และ

“ความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม”

ให้เป็นความได้เทียบเชิงแข่งขัน



# Soft Power

# Hard Power

# SOFT POWER

การใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม  
คุณค่าทางสังคม เพื่อ “เชื่อเชิญ”  
ให้ผู้คนสนใจแล้วอยากทำตาม

คืออะไร?

ทำอย่างไร?

แฝงวัฒนธรรม วิถีชีวิต  
ความเชื่อ ค่านิยม  
เข้าไปในสื่อ ผลงานศิลปะ  
สินค้าที่ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ตัวอย่าง

- **กระแสเกาหลีฟีเวอร์**  
จาก ซีรีส์เกาหลี, เพลง K-Pop ช่วยกระตุ้น  
การท่องเที่ยว และอาหารเกาหลีไปทั่วโลก
- **ความคิดแบบเสรีนิยม**  
ความเท่าเทียม จากภาพยนตร์ Hollywood

# HARD POWER

ใช้อำนาจทางทหาร หรือ  
เศรษฐกิจ เพื่อ “บังคับ”  
ให้ผู้คนทำตามสิ่งที่ต้องการ

ให้รางวัล เช่น ลดกำแพงภาษี,  
ให้สิทธิพิเศษ  
**ลงโทษ** เช่น ทำสงคราม,  
คว่ำบาตร, ออกกฎหมายห้าม

- **การทำสงคราม** บุกยูเครน
- **คว่ำบาตร** เศรษฐกิจรัสเซีย
- **สหรัฐขึ้นบัญชีดำ** บริษัทจีน



ผู้แต่ง : ชาติ กอบจิตติ.

สำนักพิมพ์ : หอน.

ปีที่พิมพ์ : 2551

ตอน นักเขียนอีสานจะก้าวไปทางไหน

# เน้นความหลากหลายเชิงชีวภาพในท้องถิ่น(วัตถุดิบ)



# เน้นความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น



# การตลาด กับ ทฤษฎี เขา 4 ลูก

# 1 เขาคือลูกค้าคนสำคัญ



ขอบคุณมาก ภาพจาก [www.photoontour.com](http://www.photoontour.com)

# Gen เหล่านี้คือใคร?

## Builder

ประชากร 4.8% อายุ 73 ปีขึ้นไป



เติบโตในยุคที่ลำบาก  
ของว่างงานคือชีวิต  
และต้องการมีบ้าน  
เป็นของตัวเอง

เหตุการณ์สำคัญ



สงครามโลก  
ครั้งที่ 2

เทคโนโลยีล่าสุด



รถยนต์  
เครื่องบิน

## Baby Boomer

ประชากร 18.4% อายุ 55-72



ถูกนิยามว่าเป็น เจนที่มีความสุขสำราญ เนื่องจากมีสุขภาพและสภาพการเงินที่ดีกว่ายุคก่อน



ช่วงชีวิต



ทีวี-  
สถานี  
รถเมล์  
โทรศัพท์

## Generation X

X

ประชากร 23.8% อายุ 40-54



ไลฟ์สไตล์ที่กึ่งระหว่าง  
วัฒนธรรมแอม-ลิก  
และดิจิทัล ต้องการ  
Work-life Balance



เดินทางไป  
ดวงจันทร์



Walkman  
PC

## Generation Y

Y

ประชากร 22.2% อายุ 25-39



โตในยุคเศรษฐกิจรุ่งเรือง  
เชื่อเรื่องการเปิดกว้าง  
ทางความคิด เน้นการหา  
ประสบการณ์ใหม่



เหตุการณ์ 9/11



Internet  
Email  
iPad

## Generation Z

Z

ประชากร 19.7% อายุ 10-24



ต้องการเป็นศูนย์กลาง  
ของนวัตกรรม ชอบความ  
ท้าทาย แก้ปัญหาซับซ้อน  
และคิดนอกกรอบ



วิกฤตการเงิน  
ซับไพรม์



Google  
facebook  
Twitter

## Alpha

ประชากร 11.1% อายุ 1-9



ศูนย์กลางของครอบครัว  
เทคโนโลยีรายล้อม  
และมีการพัฒนาทักษะ  
ผ่านการเล่น



สกุลเงินคริปโต  
ถือกำเนิดขึ้น



AI  
VR, AR

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลทางพาณิชย์, TCDC





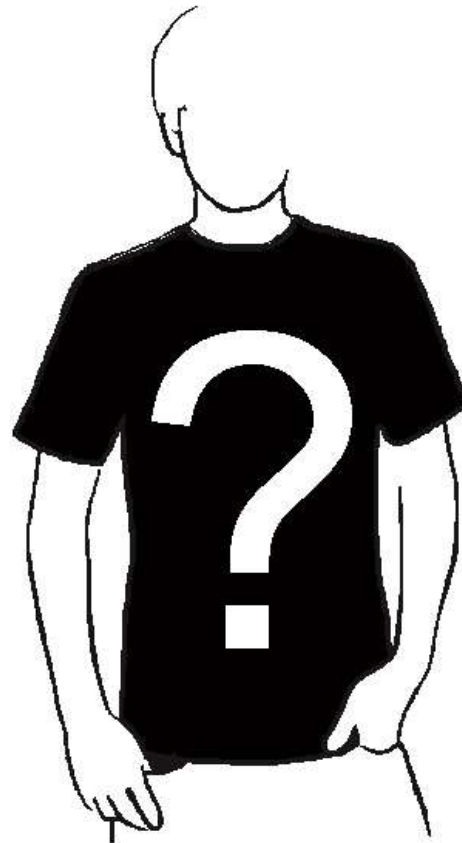
## 2 เขาคือคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม



### 3 เขาคือที่สุดของที่สุด



## 4 เขาคอนนั้นคือตัวเราเอง



4 เขาคอนนั้นคือตัวเราเอง

# SWOT

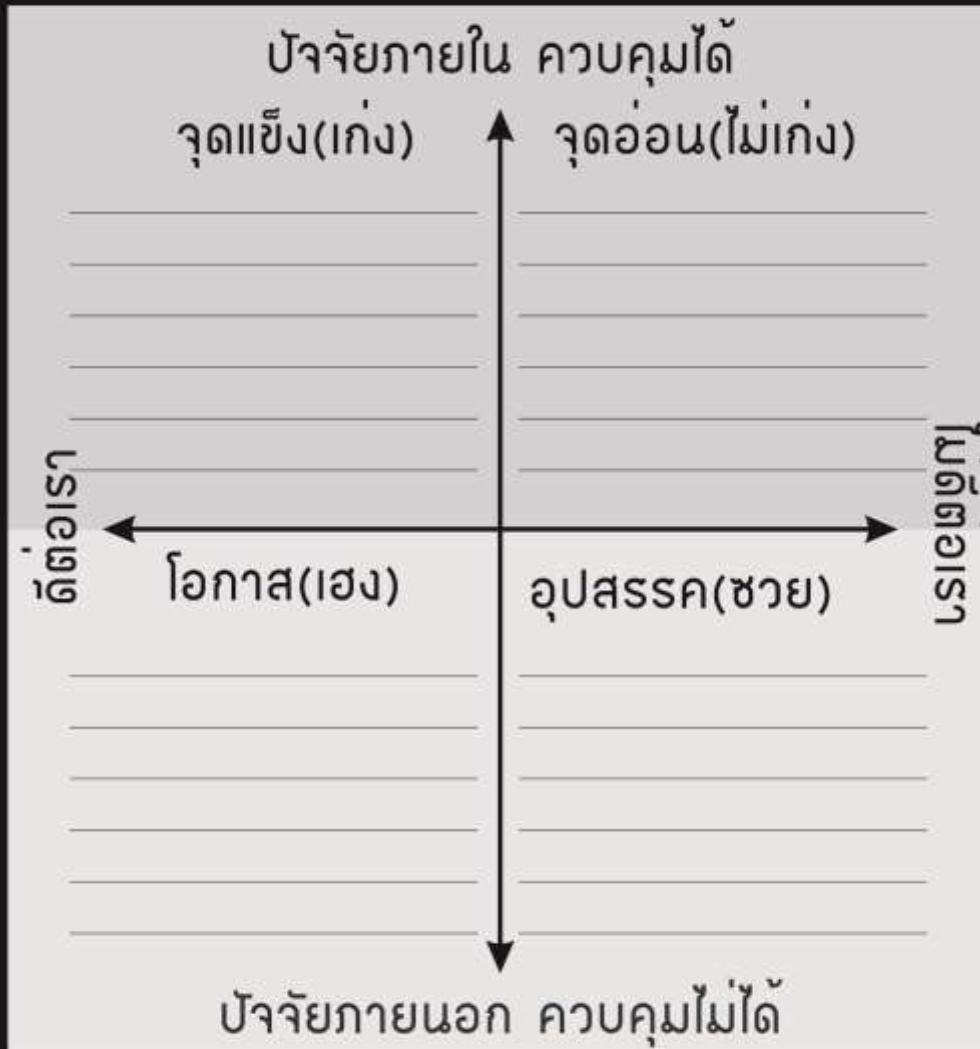
หาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค

C

# วิเคราะห์ SWOT (เรา)

ชื่อ \_\_\_\_\_

กลุ่ม \_\_\_\_\_



s+o=กลยุทธ์เชิงรุก

\_\_\_\_\_

ดูมีราคาสูง

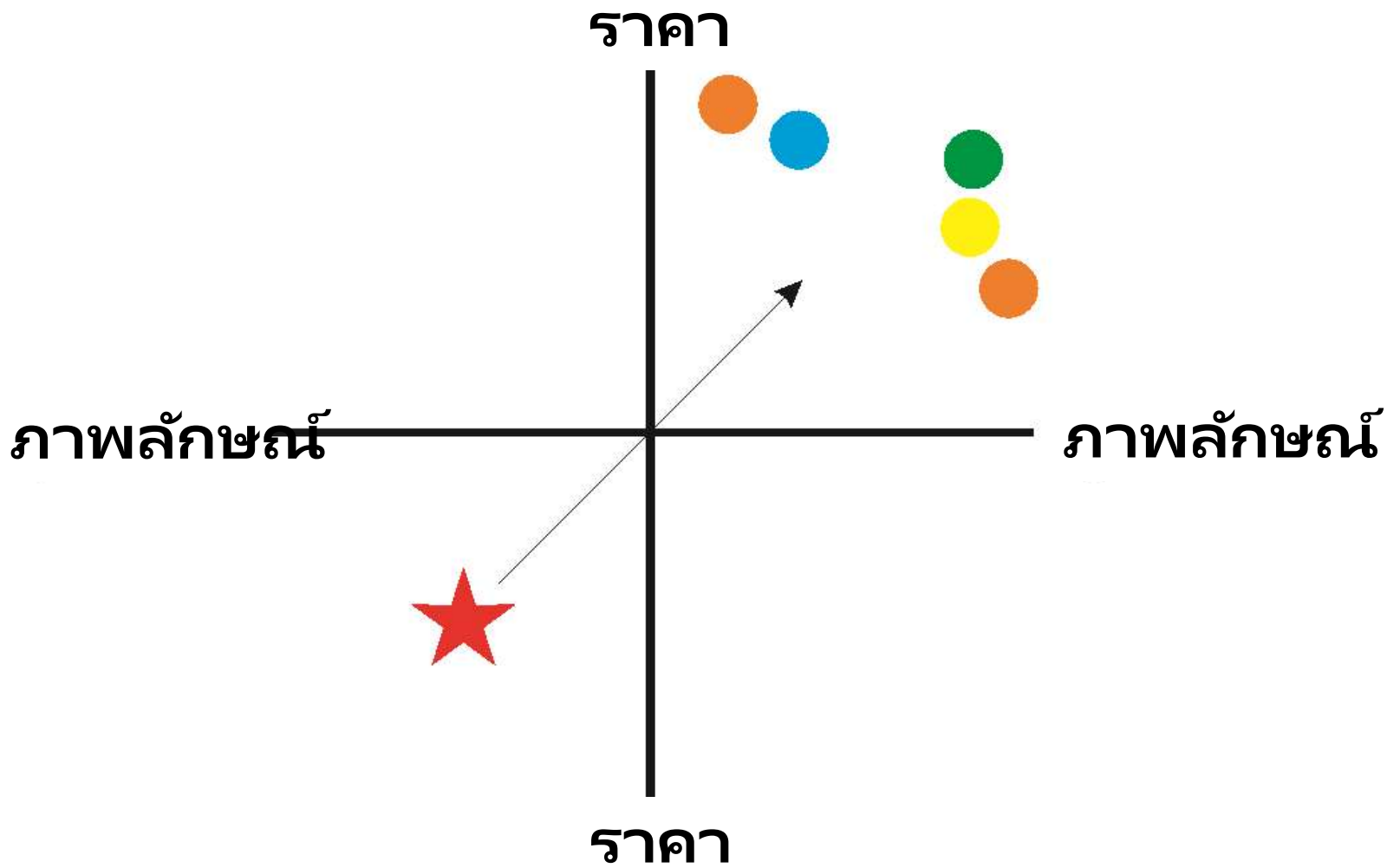


ภาพลักษณ์  
ผลิตภัณฑ์

ภาพลักษณ์ดี  
คู่สากล



ดูมีราคาต่ำ



# ใ้สนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และดิจิทัล





# ใส่นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และดิจิทัล การผลิต



## IKAT GRAFFITI

สถานที่ผลิตชุดสินค้าของความเป็นอยู่ทันสมัย ใหม่ ส่วนความเชื่อทางภาคพื้นเมืองและคอนกรีตใช้กระบวนการอย่างท้องถิ่น ซึ่งกำลังเปลี่ยนกับกาลเวลา นำโดย ผู้ประกอบการซึ่งผลิตที่ชุมชนภาคใต้การผลิต นำหินเม็ดสีแดงมาทำเป็นสีผสมเส้นสีใหม่อย่าง การพ่นสเปรย์สี

ผู้ประกอบการที่คิดของร้านสะดวกซื้อคอมพิวเตอร์ที่พ่นสีบนเส้นสีเดิม โดยชื่อคือ KAW ITSU สติ๊กเกอร์สีในท้องที่ร้านอยู่หน้าของสถานีปล่อง อ.ปัทมาธิ ๑ พะเยา เป็นสีผสมเส้นสีใหม่ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังใช้ของเก่ามาใช้ของเดิมไปทำของเก่าด้วยการพ่นสีของสีใหม่ในกระบวนการผลิตใหม่ โดยชื่อร้านคือพ่นสีโดยชื่อร้าน Mamataka



การพ่นสีเส้นสีเพื่อให้เกิดลวดลาย

# ใส่นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และดิจิทัล การบริการ

## Send Happiness

แค่โทร เลือก ส่ง...  
ฟรี! กึ่งของถึงส่ง 5 วัน 5 อย่าง!



13 ฿.9

Starbucks Card



14 ฿.9

Snail White Sunscreen



15 ฿.9

Mövenpick Ice Cream



16 ฿.9

Pop me up Cake Pop



17 ฿.9

Box of Fish Sashimi



ติดต่อ Call Center



รอเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับ



ลูกค้านำสินค้าไปคืนที่ร้าน



รอรับ และตรวจสอบสินค้า  
ภายใน 30 วันทำการ

# ใ้สนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และดิจิทัล การตลาด





# เที่ยวอีสาน บ้านนา ครบจบที่นี้ที่เดียว

บ้านนายนายฮ้อย ณ บ้านนาเขือก สกลนคร สปาสมุนไพรกระทะ จิบไวน์ ชมควาย ล้อมวงพาแลง

โทร: 064 469 7444 (มาลี) | LINE ID: Travelgo4you

# Ahsa Farmstay

ที่พักเชิงธรรมชาติสุดสโลว์ไลฟ์



# อาสา ฟาร์มสาดย์

เมื่อใช้สิทธิโครงการ "เราเที่ยวด้วยกัน"

8 กรกฎาคม - 30 ตุลาคม 65

		ราคาปกติ	เราจ่าย 60 %	รัฐจ่าย 40 %
Upstair	พัก 1 คน	5,950	3,570	2,380
ห้องชั้นบน	พัก 2 คน	6,200	3,720	2,480
Downstair	พัก 1 คน	5,350	3,210	2,140
ห้องชั้นล่าง	พัก 2 คน	5,600	3,360	2,240
	พัก 3 คน	8,400	5,400	3,000
	เด็ก 5 - 12 ปี	1,500	900	600

จองห้องพักล่วงหน้าอย่างน้อย 7 วัน กรุณาตรวจสอบสิทธิของท่านใน Application เป้าตั้ง  
ราคาห้องพัก ต่อคืน รวมอาหาร 3 มื้อ พร้อมกิจกรรมตามโปรแกรม



### กิจกรรม 3 วัน 2 คืน

### Ahsa Farmstay 3 Days 2 Nights

#### วันที่แรก

- 11:00 เดินทางถึงอาสาฟาร์มสเตย์
- 12:00 รับประทานอาหารกลางวัน
- 17:00 ทำอาหารพื้นบ้านร่วมกับโฮสต์
- 18:00 รับประทานอาหารเย็นร่วมกัน
- 20:00 พักผ่อนตามอัธยาศัย

#### วันที่สอง

- 08:00 รับประทานอาหารเช้า
- 09:30 เยี่ยมชมฟาร์ม ทดลองการดำนา
- 10:30 กิจกรรม งานฝีมือ กับอาสาฟาร์มสเตย์
- 12:00 รับประทานอาหารเที่ยง ที่ศาลาริมน้ำ
- 16:00 อบรมสมุนไพรสมุนไพร พอกหน้าด้วยผงขมิ้น
- 18:00 รับประทานอาหารร่วมกัน
- 19:00 ส้อมวงทำขนมไทยโบราณ
- 20:00 พักผ่อนตามอัธยาศัย

#### วันที่สาม

- 08:00 รับประทานอาหารเช้า
- 10:00 ออกเดินทาง

#### Day 1

- 11:00 Arrival at Ahsa Farmstay
- 12:00 Lunch at Ahsa Farmsay
- 17:00 Northern Cooking Class
- 18:00 Dinner
- 20:00 Relax at Ahsa Farmstay

#### Day 2

- 08:00 Breakfast
- 09:30 Learn how to rice planting
- 10:30 Ahsa craft - Workshop
- 12:00 Lunch at Ahsa Cuisine
- 16:00 Suana Herb in Chicken Cage
- 18:00 Dinner
- 19:00 Thai Sweet Cooking Class
- 20:00 Relax at Ahsa Farmstay

#### Day 3

- 08:00 Breakfast
- 10:00 Have a safe journey.



บางกิจกรรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงโดยไม่ต้องแจ้งล่วงหน้า  
Some activities may be prone to changing without prior notice

Lampang



# บ้านป่าเหมี้ยง

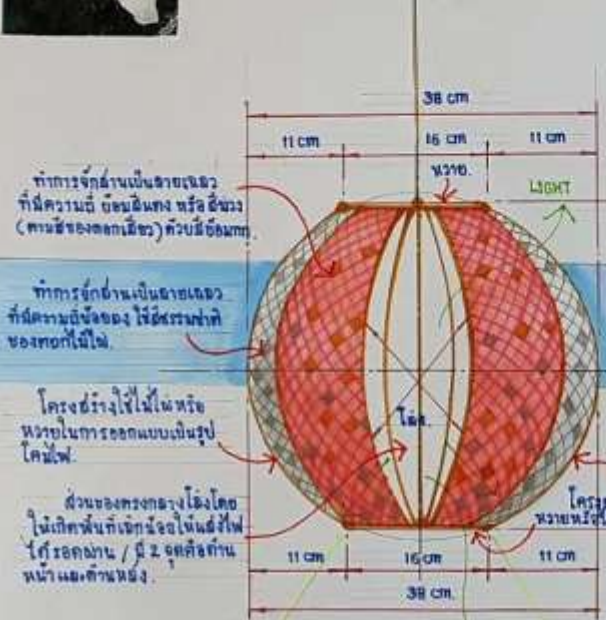
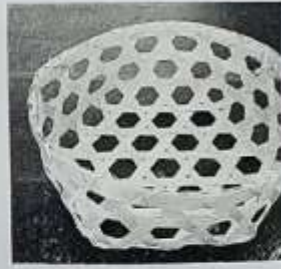
สโลว์ไลฟ์ในหมู่บ้านน่ารัก ไร่ดอกไม้สวยบานสะพรั่ง





CONCEPT : LAMP DESIGN.

ออกแบบโคมไฟแขวน มีหรับประดับตกแต่ง ที่ขึ้นสภาพชุ่มชื้นป่าเมือง โดยได้นำเอาเอกลักษณ์ของพืชชั้น 2 ส่วนได้แก่ ความงามของ ดอกเข็ม ที่แบ่งบานโดยรอบชุ่มชื้นป่าเมือง โดยดอกเข็มมีลักษณะดอกนอกออกเป็น 5 แฉก และมีเส้นคาง - ผีเสื้อ - ขาว ( ที่ทั้ง 3 นี้ใช้มาทำโครงแบบ ข + ขากองแข็งสีขาวทอใย ) ลักษณะของการจักด้านดอกไม้ไฟ โคมไฟด้านข้างการจักด้านลายตาแมว หรือลายเขี้ยว มาใช้ในการปักตัวของโคมไฟ โดยรอบ ที่หน้าตาจะเป็นลักษณะที่ทันสมัยทันสมัยขึ้น นำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนา อันมาจากพืช และความชำนาญในการจักด้านของชุมชนในพื้นที่ตั้ง



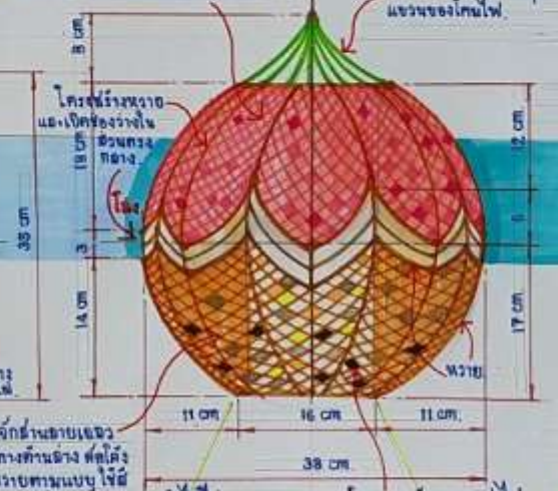
ทำการจักด้านเป็นลายเขี้ยว ที่มีความถี่ ยอนถี่ทง หรือถี่ทง (ตามชื่อของดอกเข็ม) ทั่วบริเวณ

ทำการจักด้านเป็นลายเขี้ยว ที่มีความถี่ของ ใยที่ตรงไปที่ของดอกไม้ไฟ

โครงขั้วรังไข่ไม้ไฟ หรือโครงในการออกแบบเป็นรูปโคมไฟ

ส่วนของทรงกระบอกโคมไฟ ไม่ให้พื้นที่เกิดจุดไฟในโคมไฟ โคมไฟกลวง / มี 2 จุดคือด้านหน้าและด้านหลัง

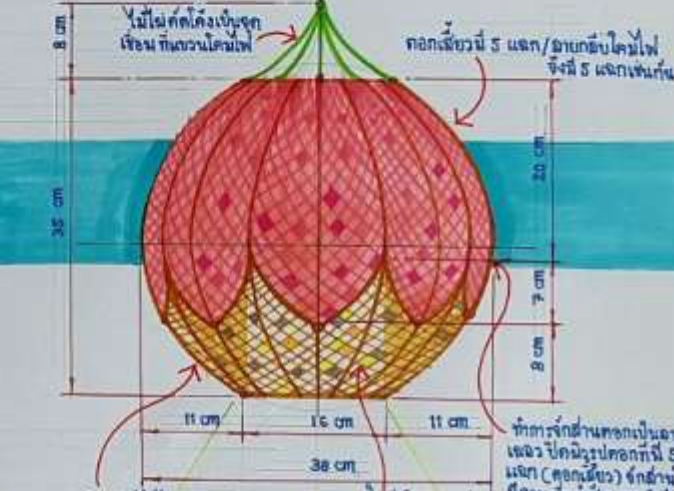
โครงขั้วรังไข่หรือไม้ไฟ คัดเลือกเป็นรูปทรงของก้านดอก โดยมีทั้งอัน 5 ก้าน (ตามแปลนของดอกเข็ม) โดยทำขึ้นทง หรือมีผ้ง ท่อการเชื่อมติดบ่อนทง จักด้านลายเขี้ยวที่มีความถี่



โครงขั้วรังไข่ และเปิดช่องว่างให้ 5 ส่วนตรงกลาง

จักด้านลายเขี้ยว ทางด้านข้าง คัดเลือกหรือขั้วแบบ ใยที่ตรงด้านข้างของไม้ไฟให้ภาพรวมเห็นเป็นภาพของก้านของดอกไม้ไฟ

โครงของตัวครอบแสงไฟ เป็นทรงกรวย บดสีขาวทอใย โคมไฟ



ไม้ไฟ คัดเลือกขึ้นเป็นจุด แฉงของโคมไฟ

ไม้ไฟ คัดเลือกเป็นจุด เจียน ที่บนโคมไฟ

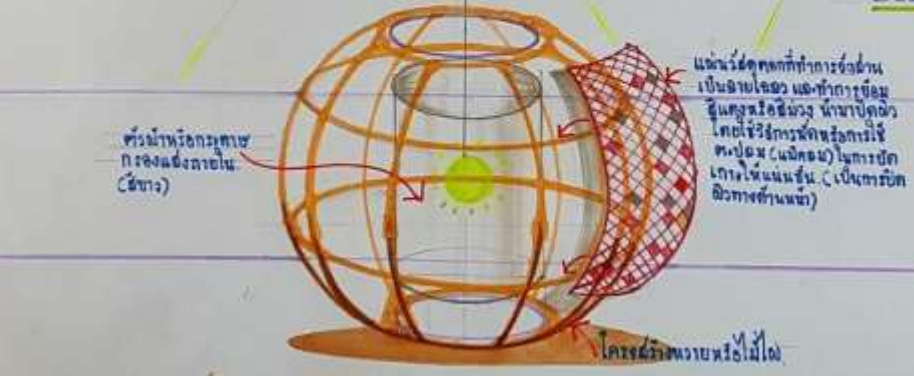
ทำการจักด้านดอกเป็นลายเขี้ยว บดสีขาวทอใยที่ 5 แฉก (ดอกเข็ม) จักด้านให้มีความถี่ ทาซีเมนต์หรือใช้ของแข็ง ท่อการเชื่อม (มีข้อ กท.)

SCALE 1 : 5 / UNIT : CM.

DESIGN A

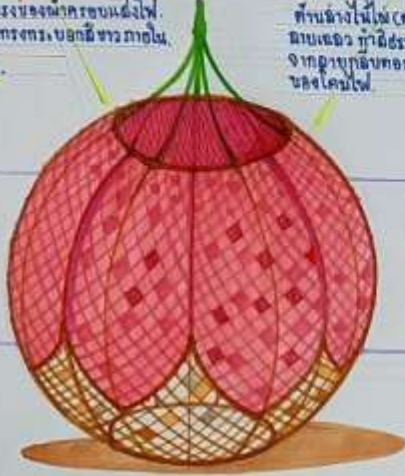
DESIGN B

DESIGN C

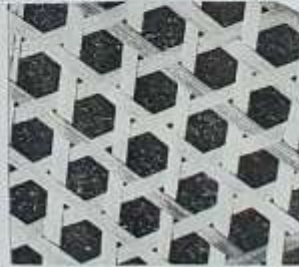


ตัวนำหรือท่อนำกระแสไฟฟ้า (สีขาว)

แผ่นวัสดุที่ทำการจักด้านเป็นลายเขี้ยว และทำการเชื่อมด้วยลวดสีเงินหรือสีทอง นำมาปิดทอ โดยใช้วิธีการพับหรือการใช้ทอใย (มัดใย) ในการปักเกาะให้แน่นขึ้น (เป็นการปักติดทางด้านหน้า)



EXAMPLE





# ข้าวซอยอุดงเส้นเหนียว

@ชุมชนบ้านป่าเหมี้ยง อ.เมืองปาน จ.ลำปาง







#NO.01  
JACKETS



#NO.02  
BAG



#NO.03  
BACKET



#NO.04  
SHOES

# HUAEN KUM BAI

• CHIANG MAI THAILAND •



**NEW**

# SAITHIP

## KHAOTAN PANNA

HERBAL RICE CRACKERS

กรอบ..หอม..อร่อย..

ห่อละ **5.บาท**

**1 ห่อ มี 3 ชิ้น**

SUGARCANE JUICE RICE CRACKERS

**รสหวาน**

ช่องทางสั่งซื้อ



ราคาส่ง 3.5 บาท

 Khaotan Saithip-ข้าวแตนสมุนไพร สาทิพย์

หมายเหตุ: กรุณาดูปริมาณการรับประทาน (Serving Suggestion)

# TA'I-TA'I

泰 [tài]  
สันติ

泰 TAI สันติ -- 泰國 (Táiguó) ประเทศไทย  
ใน สันติภาพและสุขภาพที่ดี  
ซึ่งมีต้นกำเนิดและใช้ในประเทศไทยและทั่วโลก  
ไทย เป็นความหมายที่ดี มีต้นกำเนิดที่ดี  
ไทย ในวัฒนธรรมและชีวิตประจำวัน



# กลุ่มแปรรูปเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์จากผ้า



**ESANA**  
JASMINE RICE CLAY MASH



ผลิตภัณฑ์ : มาร์คพอกหน้าจากข้าวและสมุนไพร

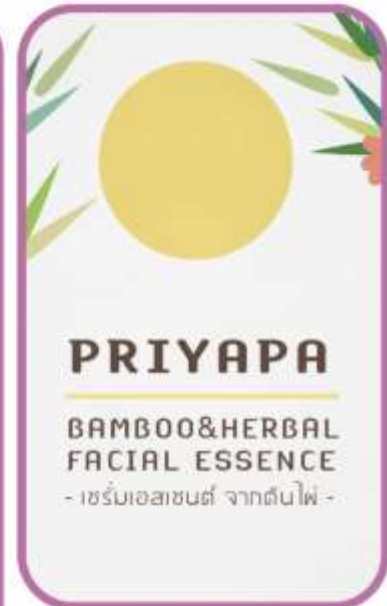


# วรรณพรรณฟาร์ม



ผลิตภัณฑ์ : แฮร์โตนิกจากอัญชันและบอระเพ็ด

# ร้าน ปรียาภา



ผลิตภัณฑ์ : เซรั่มเอสเซนส์ผลิตจากน้ำต้นไผ่



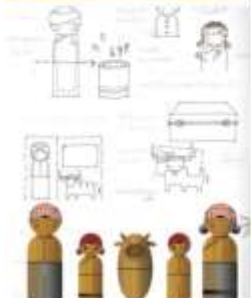
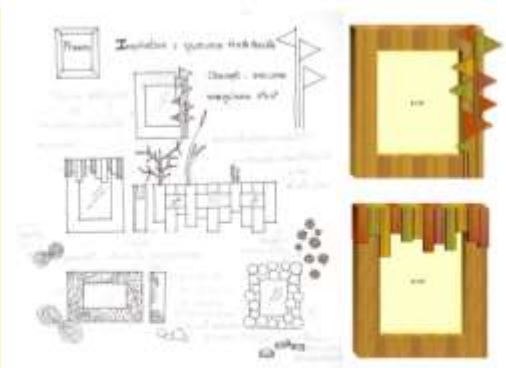


น้ำดื่มสมุนไพร  
สมุนไพร



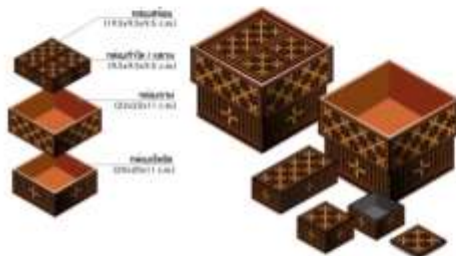
น้ำดื่มสมุนไพร  
สมุนไพร



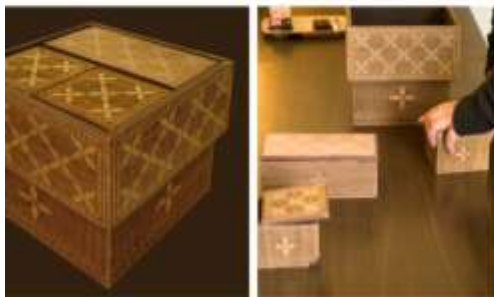




Set 4 : เขียนหมากสามขนาด



Set 3 : กลองไล่เครื่องประดับ (เขียนหมากลายดอกไม้)

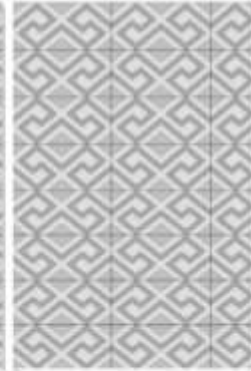
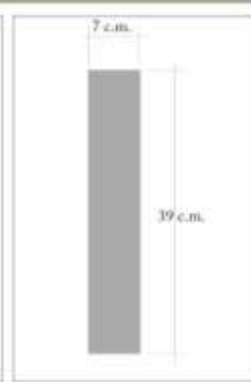














**Jutatip Online**

93 ภูเก็ต • ภูเก็ต 118 คน

ดูร้านค้า

ดูทุกโพสต์

ส่งข้อความ

โพสต์    เกี่ยวกับ    ร้านค้า    Mentions    93    ภูเก็ต 118    เพื่อนอื่น ๆ

แนะนำตัว

ร้านค้าของเราเป็นทางการของแบรนด์?

แนะนำ

ร้านค้า



ผลิตภัณฑ์ :  
ปลาต้มคลุกฝุ่น



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : ปลาต้มทอด พร้อมรับประทาน  
คลุกเคล้ากับเครื่องปรุงสมุนไพร สามารถเป็นได้ทั้งกับข้าว  
และกับแกงส้ม

ผลิตภัณฑ์ :  
ไส้กรอกปลาต้ม



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : ไส้กรอกปลาต้มแท้ 100 %  
บรรจุในบรรจุภัณฑ์ซีลสุญญากาศ เพื่อชะลอการเปรี้ยว  
เพิ่มขึ้น และลดอัตราการเน่าเสีย

ผลิตภัณฑ์ :  
ปลาต้มคั่วแซ่บ



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : เป็นอาหารพร้อมรับประทานที่  
ตอบใจยกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักที่เป็นคนวัยทำงาน  
อาศัยอยู่คนเดียวในเมืองใหญ่ มีชีวิตที่เร่งรีบ ไม่ประกอบ  
อาหารรับประทานเอง แต่จะซื้ออาหารพร้อมทานที่สะดวก  
และประหยัดเวลา

ผลิตภัณฑ์ :  
ส้มไข่กระป๋องรสจัด



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : เป็นอาหารพร้อมทานที่ปรุงสุกแล้ว  
ทานเป็นกับข้าวหรือของทานเล่น มีรสเผ็ดจากพริกป่น  
ที่ไม่เผ็ดมากเกินไป สามารถทานเป็นของทานเล่นได้  
มีกลิ่นหอมของหอมแดงเจียวทำให้กลิ่นคาวของปลาลดลง

ผลิตภัณฑ์ :  
ปลาหยอง  
รสน้ำพริกปลาร้า



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : เป็นอาหารพร้อมรับประทานที่มี  
กลิ่นอายของอาหารอีสาน มีรสชาติที่โดดเด่น  
และแปลกใหม่

ผลิตภัณฑ์ : ลูกชิ้นปลาต้ม  
ซุบแป้งทอด

LOGO



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : ลูกชิ้นปลาต้มซุบแป้งทอด  
ที่มีรสชาติของปลาต้มและรสสัมผัสที่กรอบ และการใช้  
นวัตกรรมการแช่เยือกแข็งเพื่อคงรูปสินค้า และให้ลูกค้า  
สามารถนำไปอุ่นด้วยการทอดซ้ำได้ง่าย ได้น้ำมัน  
คงเดิมเหมือนการทอดใหม่

ผลิตภัณฑ์ :  
มีจาดกฟอง  
(ปลายอสอดไส้ไข่ปลา)

แม่สมอิต LOGO



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : ปลายอกที่ไม่มีส่วนผสมของแป้ง  
ใช้น้ำปลาล้วนๆ สอดไส้ด้วยไข่ปลาได้รสสัมผัสที่แปลกใหม่

ผลิตภัณฑ์ :  
ไข่นกกระทาทอดกรอบ

พันธุ์ดา LOGO  
PUNDA



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : สินค้าปรุงสำเร็จ เพียงอุ่นให้ร้อน  
ตามวิธีที่แนะนำก็รับประทานได้ทันทีเก็บรักษาได้  
เป็นเวลานาน ด้วยนวัตกรรมการแช่เยือกแข็งแบบเร็ว  
(Quick freezing) โดยสินค้าไม่สูญเสียรสชาติสัมผัส  
เมื่อนำไปทอดซ้ำอีกครั้งก่อนรับประทาน

ผลิตภัณฑ์ :  
หม้ากะลา

ตระกูลหม้า  
**แม่ขุร** LOGO



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : ความแปลกใหม่ของภาชนะ  
ที่ยังไม่มีใครทำมาก่อน สวยงามเหมาะแก่การเป็นของฝาก

ผลิตภัณฑ์ : ปลาแร่ปรุงรส  
สูตรแกงอ่อม

**แซ่บคำ** LOGO



จุดเด่นผลิตภัณฑ์ : ตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลัก  
ที่เป็นครอบครัวขนาดเล็ก หรือวัยทำงานที่ไม่เก่งในเรื่อง  
การปรุงอาหาร เป็นปลาแร่ปรุงรสสำหรับปรุงแกงอ่อม  
โดยไม่ต้องปรุงรสเพิ่มเพียงเติมน้ำสต็อกและผักเท่านั้น



คุกกี้ฟอสซิล



เมืองแห่งไดโนเสาร์  
ปลาแม่น้ำปาว  
ผ้าไหมแพรวา



รสพริกแกงปลากรอบ



515

จ๊าบจั้งคอร์เนอร์

จ. กาฬสินธุ์





วัตถุดิบในท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อ  
+  
ภาษาผู้ไท  
+  
สาวผู้ไทชาวเรณูนคร



# ข้าวโอบมืออว

แม่น้อย

จ. นครพนม

534

ข้าวโอบสับปะรด

พร้อมซอสสับปะรด



543

# ปลาร้าหวาน

สูตรต้นตำรับ สไตลอีसान



หจก. ละมุลอินเตอร์ฟู้ด

573

รักภูหลงภู

จ. สกลนคร

# ผักดองน้ำปลาโต๊สเวียดนาม

Củ cải ngâm nước mắm (Dưa Món)

สูตรลับของครอบครัว  
จาก "ไซง่อน"  
รากเหง้าทางวัฒนธรรม  
เชื้อสายเวียดนาม



ยืนยันตัวตนด้วยการสร้างแบรนด์

# BRAND

# “แบรนด์”

คือทุกสิ่งทุกอย่างที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากสินค้าหรือบริการของเรา  
ไม่ว่าจะเป็นการสัมผัสจาก รูป รส กลิ่น เสียง กายสัมผัส อารมณ์ความรู้สึก

แล้วลูกค้าเกิด**ความประทับใจ**

ลูกค้าจะเก็บเอาความประทับใจที่ได้รับนั้น ไปเก็บไว้ที่**หัวใจ**

และเมื่อใดที่ลูกค้าต้องการสินค้าหรือบริการนั้น มันจะหน้าที่**ชะแว็บ**มาทันที

ว.วิสุทธิ์

# BRAND

**แบรนด์สัมผัสได้** (รูป รส กลิ่น เสียง กายสัมผัส)

-สัมผัสภายนอก

-คุณประโยชน์ที่จับต้องได้ ตามสินค้าหรือบริการ

**แบรนด์สัมผัสไม่ได้** (อารมณ์ความรู้สึก)

-คุณค่า ความรู้สึกดี รู้สึกถึงความเชี่ยวชาญ

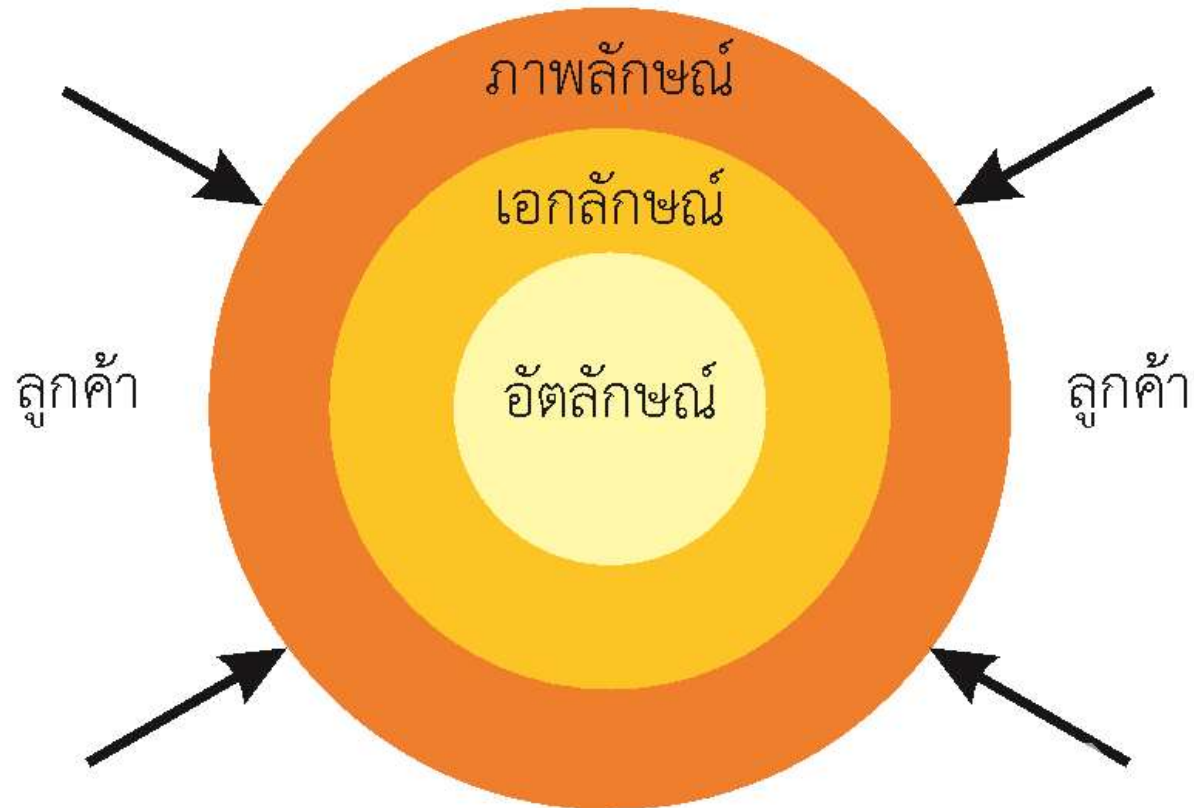
-บุคลิกภาพ เป็นตัวแทน ใช้แล้วดูดี

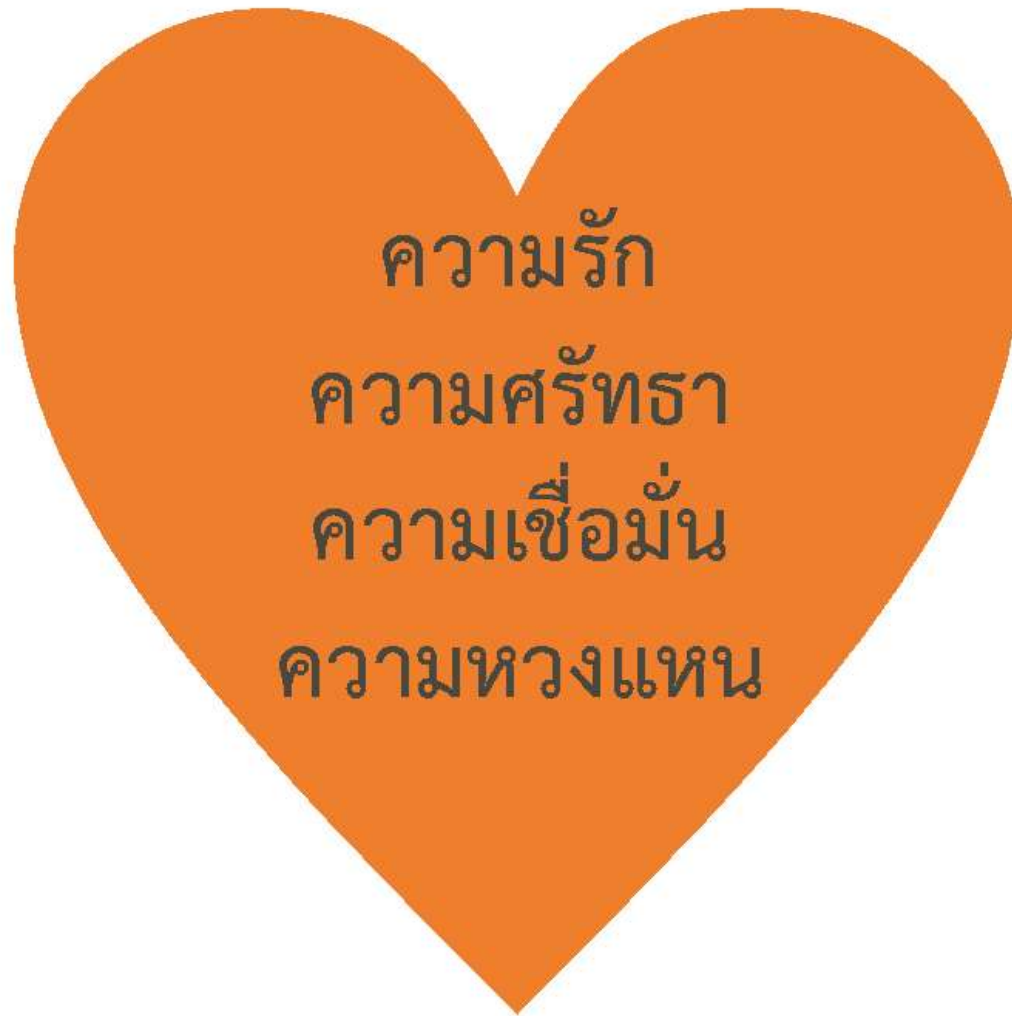
# BRAND

ผลิตภัณฑ์ + บริการ + ภาพลักษณ์



## ทฤษฎี ไตรลักษณ์





# บันไดแห่งความสำเร็จ

วัตถุดิบ  
ในท้องถิ่น/ใกล้เคียง

เอกลักษณ์  
ภูมิปัญญา  
ศิลปวัฒนธรรม/ประเพณี  
+  
นวัตกรรม  
+  
ความคิดสร้างสรรค์

มูลค่าเพิ่ม  
ตลาด  
+  
แบรนด์