



สไบนาง ตำรับ ความสำเร็จ สมุนไพรไทย

125
SMIEs A+



ประเทศไทยบนแผนที่โลกมีพื้นที่เพียง 0.345% แต่กลับมีความหลากหลายทางชีวภาพทั้งพืชพรรณธรรมชาติและสัตว์มากถึง 8% ของพันธุ์พืชทั้งหมดที่พบในโลก นี่คือการมั่งคั่งของฐานทรัพยากรชีวภาพที่เอื้อให้คนไทยได้สะสมภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์จากพืชและสมุนไพรมาแต่โบราณ

มะกรูดย่างไฟสระผมแล้วนึ่งสลวย ฟ้าทะลายโจรแก้ไข้ได้ชะงัดนัก ใบบัวบกคั้นสดกินแก้ช้ำใน ฯลฯ ใช้ตาม ๆ กันมาในลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่น ตามคำบอกเล่าของพ่อเฒ่าแม่แก่ แต่สิ่งที่ไม่รู้คือสารสำคัญหรือตัวสารออกฤทธิ์อะไรในมะกรูดหรือฟ้าทะลายโจรที่เป็นปัจจัยสร้างประสิทธิภาพเช่นนั้น

ปัจจุบัน ความลับของธรรมชาติถูกไขให้กระจ่างได้ด้วยวิทยาศาสตร์ และนั่นทำให้ในช่วงหลายปีมานี้ “สมุนไพร” กลับมาสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค ทั้งในเชิงสุขภาพและความงาม

“สไบนาง” หนึ่งในความสำเร็จของสมุนไพรไทย

ตำรับ 1 - มุ่งมั่น

ปวิณ - อภิรดี ตั้งวุฒิพงศ์ นอกจากตำแหน่ง ประธานกรรมการ และ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทันเดอร์ แลบบอราทอรี จำกัด ผู้ผลิตเครื่องสำอางแบรนด์ “สไบนาง” แล้ว ทั้งคู่ยังเป็นทั้งพี่น้อง เพื่อน หุ่นส่วนธุรกิจ หุ่นส่วนชีวิต และหุ้นส่วนความฝัน

ทั้งคู่รู้จักกันในฐานะรุ่นพี่รุ่นน้องคณะเดียวกัน ภาควิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล หลังจบปริญญาตรี เรียนต่อปริญญาโทในสถาบันเดียวกัน เมื่อเรียนจบต่างแยกย้ายไปทำงานหาประสบการณ์ อภิรดีทำงานในบริษัทผลิตเครื่องสำอาง ตอนสมัครงาน เธอกรอกตำแหน่ง R&D แต่ชะรอยโชคชะตาอาจจะปูทางไว้ให้ ทางผู้สัมภาษณ์งานกลับเสนองานตำแหน่ง



ผู้ช่วยผู้จัดการให้เธอได้ทดสอบความสามารถ ซึ่งเป็นงานที่เปิดโอกาสให้เธอเรียนรู้งานหลากหลาย ทั้งบริหารลูกค้า ระบบการบริหารจัดการ ระบบโลจิสติกส์ ฯลฯ

ส่วนปวัณระหว่างเรียนมีความสามารถในงานห้องแล็บ เชี่ยวชาญงานวิจัยและพัฒนา (R&D) จนอาจารย์เห็นแววชักชวนให้เรียนต่อปริญญาเอก แต่งานแรกหลังเรียนจบ ปวัณเลือกทำงานเป็น “เซลล์” งานที่หลาย ๆ คนอาจจะมองเมินเริ่มจากบริษัทจำหน่ายอุปกรณ์วิทยาศาสตร์ ก่อนย้ายมาเป็นเซลล์หรือพนักงานขายในบริษัทเดียวกันกับอภิรติ

เมื่อความรักสูกองม ทั้งคู่ตัดสินใจแต่งงานและวาดฝันอนาคตร่วมกัน ซึ่งความฝันของคนหนึ่งก็กลายเป็นความฝันของอีกคนหนึ่งด้วย

“พี่เขาอยากเป็นเจ้าแก้มตั้งแต่ตอนเรียนแล้ว” อภิรติเอ่ยถึงคู่ชีวิตด้วยประกายตาสดใส

“เด็ก ๆ ผมอยู่เยาวราช ชอบขายของมาตั้งแต่เล็ก ๆ แล้ว 5-6 ขวบขายกระเทียม เอากระเทียมหัวใหญ่ ๆ มาแกะแยกใส่ถุงขาย พอโตหน่อยมีแรงหัวของมากขึ้นก็ขายข้าวโพด” ปวัณเล่าเสริม “คือผมชอบงานขายอยู่แล้ว แต่เท่าที่ผมสังเกต ปัญหาของคนรุ่นผมที่เรียนจบสูง ๆ คืออายุทำกิน”

“ใช่” อภิรติเล่าต่ออย่างรู้ใจ “หลังเรียนจบ พี่เขาไปทำงานตำแหน่งแรกคือเซลล์ ต้องเดินตึก ๆ ไปหาลูกค้าเขาก็ทำ ซึ่งถ้าเป็นคนเรียนจบปริญญา จบมหิดลอย่างเราด้วยนะ รับประกันได้เลยว่าไม่มีคนทำ แต่เรามองไปที่เป้าหมายของเรา พี่เขาอยากเป็นเจ้าแก้ม” ประโยคสุดท้ายของเธอกลับมาที่ประโยคเริ่มต้นและจริง ๆ อาจเป็นจุดเริ่มต้นของทุกอย่าง นั่นคือ entrepreneurial spirit หรือจิตวิญญาณผู้ประกอบการ

ด้วยแรงผลักดันจากเป้าหมาย ทั้งคู่ตัดสินใจลาออกท่ามกลางเสียงทัดทานของพ่อตาและแม่ยาย



“ตอนแรกพ่อแม่ไม่เห็นด้วยเลยละ ปุ๊กนี่แทบจะกลับบ้านไม่ได้เลย” หญิงสาว แทนตัวเองด้วยชื่อเล่น “แต่พี่เขาเป็นคนให้กำลังใจปุ๊ก ออกมาพร้อมกันสองคนเลย ไม่มีลังเล (หัวเราะ) เหมือนทูปหม้อข้าว ไปว่ากันดาบหน้า ไม่มีใครค้านใคร”

ทั้งคู่มองหาว่าจะเลือกหยิบจับธุรกิจอะไรดี ชาสมุนไพร เทียนหอม เป็นความคิดแรก ๆ เพราะทั้งคู่สนใจเรื่องสมุนไพรเป็นทุนเดิม ด้วยเรียนจบในสาขาชีววิทยา

“กลับมามองที่ตัวเอง เรารู้อะไรดีที่สุด อะไรที่เราทำได้ ก็พบว่าเรารู้เรื่องตลาดเครื่องสำอาง และในฐานะที่เป็นผู้หญิงเราก็ชอบอยู่แล้ว และตอนนั้นก็ยังมีเครื่องสำอางที่เป็นแบรนด์สมุนไพรน้อย”

ประกอบกับมีข้อมูลทางการตลาดว่าคนไทยอยากใช้ของไทย ๆ หรือเครื่องสำอางสมุนไพร เพียงแต่ไม่มีของที่ได้มาตรฐานหรือผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ ทั้งคู่มองเห็นช่องว่างทางการตลาด และความเป็นไปได้ บทสรุปความคิดจึงมาลงตัวที่เครื่องสำอางสมุนไพร โดยใช้ความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ที่ทั้งคู่เรียนมาเป็นจุดสร้างความแตกต่างและความน่าเชื่อถือให้กับแบรนด์

ทั้งคู่แท็กทีมสร้างฝัน แบ่งกันเป็นกองหน้า กองหลัง อภิรติ์ดูแลเรื่องการบริหารจัดการ การบัญชี การติดต่อประสานงาน ส่วนปวิณรับหน้าที่ดูแลการตลาด และการผลิตโดยเฉพาะในส่วนของ R&D ตามความถนัด จนได้สูตรสินค้าชุดแรก คือ ชุดครีมผิวหน้ากระจ่างใสซึ่งประกอบด้วยครีมกลางคืน (night cream) ครีมกันแดดหน้าวัน (sunscreen cream) มีจุดเด่นที่ประกาศตัวเองชัดเจนว่าเป็น “สมุนไพร”

ครีมกันแดดหน้าวันมีส่วนผสมของสารสกัดชุมเห็ดเทศ ว่านหางจระเข้ และน้ำมันจากเมล็ดองุ่น

ครีมกลางคืน มีส่วนผสมของสารสกัดจากโสม แดงกวา ใบหม่อน และวิตามินซี

ปลายปี 2550 วางจำหน่ายโดยเริ่มจากการฝากขายตามร้านนวด ร้านสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ “แม่เนื้อทอง”

ตำรับ 2 - คุณภาพ

ยอดขายปีแรก 50,000 บาท

“ไม่ท้อค่ะ” อภิรติ์ตอบน้ำเสียงมั่นใจ “เรามองไปข้างหน้า เรามีจุดหมาย และรู้ว่าควรเดินไปอย่างไร”

แน่นอนว่ายอดขายในช่วงแรกไม่มีกำไร แทบไม่พอใช้จ่ายในครอบครัว ด้วยซ้ำ ต้องควักทุนส่วนตัวออกมาสำรองไปก่อน สองสามีภรรยาทำเองทุกอย่าง ทั้งคิดค้นสูตร บรรจุครีมลงกระปุก บรรจุแพ็คเกจจิ้ง ส่งของ ฯลฯ กว่าจะได้นอน ก็นอนดีสามทุกคืน

ทั้งคู่ทบทวนเป้าหมายและเส้นทางการเดินเป็นระยะ และตัดสินใจเปลี่ยนชื่อแบรนด์จาก “แม่เหื่อทอง” เป็น “สไบนาง”

ปวีณเจ้าของความคิดอธิบายว่า ชื่อสไบนางสะท้อนบุคลิกความเป็นไทย อย่างชัดเจน นี่เป็นความตั้งใจของเขาค่ะที่จะตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ให้ดูไทยๆ ท่ามกลาง ชื่ออินเตอร์เต็มท้องตลาด และสไบนั้นสมัยโบราณถือเป็นเครื่องนุ่งห่มของสตรี สูงศักดิ์ หรือลูกสาวคหบดีมีฐานะ

ทั้งคู่ส่งสินค้าออกทดสอบในสนามใหญ่ หวังให้คนรู้จักสไบนางมากขึ้น ในงาน “Made in Thailand 2551”

“วันแรกๆไปขาย ไม่มีคนรู้จัก ขายไม่ได้เลย”

สินค้าขายไม่ได้ แต่ด้านกำลังใจยังเต็มเปี่ยม ทั้งคู่ตั้งเป้าว่าแค่ได้แจก ของตัวอย่างให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้า ถ้าได้ลองใช้แล้ว “คุณภาพ” จะทำให้ลูกค้าต้องกลับมา

“ผมเลือกใช้แต่ของดี” น้ำเสียงปวีณเชื่อมั่น ในฐานะผู้พัฒนาสูตรสินค้า มากับมือ “ของดี มีคุณภาพ ยิ่งไงก็ต้องขายได้”

ในระหว่างการเริ่มต้น ปวีณเห็นโครงการอบรม NEC จากเว็บไซต์ ทั้งคู่จึงมือกันไปเรียน เพื่อหวังเอาความรู้มาพัฒนาธุรกิจ ซึ่งสิ่งที่ได้รับจาก โครงการ...เกินความคาดฝัน

“โครงการ NEC ให้ความรู้เป็นอันดับแรก ตั้งแต่การจัดทะเบียนบริษัท ต้องเตรียมอะไรบ้าง การบริหารจัดการภายใน การตลาด การคำนวณและวางแผนการผลิต การเขียนแผนธุรกิจ การบัญชี ฯลฯ NEC ช่วยให้ความมั่นใจ ในการทำธุรกิจกับเรา” อภิดิตตอบในมุมมองของเธอ ก่อนเสริมด้วยคำตอบจาก ปวีณ “ตอนที่ผมทำแรก ๆ ผอ.นฤมล มานั่งคิด นั่งวิจารณ์โปรดัคส์กับผม จนถึงเที่ยงคืน เพราะผมออกแบบมาไม่ลงตัวสักที เจ้าหน้าที่กรมฯ ขยันและ เอาใจใส่ผู้ประกอบการมาก ๆ”

ผอ.นฤมล สุทรวารี ที่ปวีณเอยถึงก็คือ อดีตผู้อำนวยการสำนักพัฒนา ผู้ประกอบการ ผู้ริเริ่มโครงการ NEC นั่นเอง

หลังเรียนจบโครงการ NEC สไบนางได้รับโอกาสจับคู่ทางธุรกิจ (Business



Matching) กับ 7-Catalog ซึ่งต้องผ่าน
การคัดเลือกจากผู้ประกอบการกว่า
200 ราย เข้ามาเป็น 1 ใน 6 แรนด์
ที่ได้ลงสินค้าใน 7-Catalog

ผ่านไป 6 เดือน ดูทำสิ่งที่
พัฒน์เชื่อมั่นจะเป็นจริง ลูกค้าที่สั่งซื้อ
เกิดการซื้อซ้ำ และยอดขายเพิ่มอย่าง
ต่อเนื่อง จนทาง 7-Catalog เห็น
ศักยภาพจึงได้รับโอกาสวางขายใน
ร้าน ซึ่งโดยกระบวนการคัดเลือกจะให้
วางผลิตภัณฑ์ในร้าน 7-Eleven เพื่อ
ทดสอบก่อนจำนวน 80 สาขา ซึ่ง
จะลงทดสอบสาขาใดบ้างนั้น เป็น
ความลับของทาง 7-Eleven ซึ่ง
ผู้ประกอบการเองก็ไม่ต้องทราบ เพื่อให้
ผลทดสอบการขายออกมาเที่ยงธรรม
ที่สุด

...แล้วข่าวดีก็เดินทางมาถึง
7-Eleven แจ้งผลทดสอบการขายว่า
ผ่าน และให้วางผลิตภัณฑ์สไปนงในร้าน
7-Eleven จำนวน 2,000 สาขา ซึ่ง
คิดเป็นครึ่งหนึ่งของจำนวนสาขาทั้งหมด
และให้เวลาเตรียมตัว 3 เดือน

“การเตรียมตัวไม่ใช่เรื่องยาก
สำหรับเรา เพราะเมื่อก่อนเราอยู่โรงงาน
รับจ้างผลิตเครื่องสำอาง ได้เห็นขั้นตอน
และกระบวนการจัดการเหล่านี้อยู่แล้ว
เพราะลูกค้าของเราก็วางขายทั่วประเทศ
ดังนั้นเราเข้าใจกระบวนการ รู้แนวทาง”

จะติดขัดเรื่องเดียว ก็คือ
“เงินทุน”





ปวีณเอย่ปากขอยืมจากคุณพ่อคุณแม่ซึ่งได้รับไฟเขียวแบบไม่ยากเย็น เพราะเห็นแล้วว่าลูกชายและลูกสะใภ้ได้พิสูจน์ตัวเองมาแล้วในระดับหนึ่ง การให้ ยืมเงินทุนจะเป็นแรงส่งให้ลูก ๆ ได้มีโอกาสก้าวต่อ

จากนั้นอีก 1 ปี สไบนางได้ลง 7-Eleven ทั้ง 6,000 สาขา

จากวันแรกกำลังการผลิตหลักร้อยชิ้นต่อเดือน ปัจจุบัน เป็น 30,000 ชิ้น ต่อเดือน (รวมทุกผลิตภัณฑ์)

จากยอดขายปีแรก 50,000 บาท ได้ระดับต่อเนื่องจนเป็น 27 ล้านบาทต่อปี

จากทำงานกันแค่ 2 คน มีพนักงานเพิ่มเป็น 20 คน

จากการฝากขายตามร้านสุขภาพ ร้านนวดเพียงไม่กี่ร้าน สู่ทั่วประเทศ ซึ่งนอกจากช่องทางจัดจำหน่ายหลักผ่าน 7-Eleven แล้ว สไบนางยังมีตัวแทนจำหน่าย อยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ CJ Express ทุกสาขา ร้านนายอินทร์ และโฮมเฟรชมาร์ท

ส่วนโรงงานผลิต ทั้งคู่เลือกกลับไปตั้งหลักที่บ้านเกิดของอภิรดี จ. นครนายก โดยมีคุณพ่อคุณแม่ของเธอเป็นผู้สนับสนุนสำคัญ และเป็นกำลังหลักในการ ดูแลโรงงาน

จากเดิมเช่าพื้นที่ทำโรงงาน 1 ห้อง ขยายเพิ่มเป็น 2-3 ห้อง และล่าสุดเตรียมความพร้อม ซื่อที่เพิ่มราว 2.5 ไร่ เพื่อเตรียมขยับขยายทำโรงงาน พร้อมมุ่งสร้างมาตรฐาน GMP และ ISO 9000 ให้สมบูรณ์ ซึ่งคาดว่าโรงงานนี้ น่าจะแล้วเสร็จภายในปี 2557

ตำรับ 3 - ความรู้

ในร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven มีสินค้ามากมายหลายพันรายการ อะไรเล่าที่

ทำให้ผู้บริโภคหยิบจับ “สไปนาง” แบรินด์ที่เกือบจะโนเนมท่ามกลางคู่แข่งชั้น
ยักษ์ใหญ่สามารถโหมสื่อโฆษณาให้คนรู้จักทั่วประเทศได้ หรือแม้แต่การฝ่าด่าน
สงครามราคาที่แบรนด์ดังหวังสกัดเอสเอ็มอี ยอมเงื่อนไขไรต์ตราขายลงมา
พอ ๆ กัน ซึ่งในสงครามราคานั้น รู้กันอยู่ว่าสายป่านสั้นอย่างเอสเอ็มอีอาจจอด
เอาไว้ได้ง่ายๆ

“ผมไม่กลัวใจ เพราะของผมดีกว่าไม่รู้ก็เท่า” ปวัฒน์ตอบย้ำจุดยืนเดิม
“ผมอยู่ในวงการ รู้ว่าในเครื่องสำอางเขาใส่อะไรกัน เท่าไร ถึงจะตัดราคาขาย
ถูกกว่า แต่ถ้าใช้แล้วไม่ดี ก็ต้องกลับมาใช้ของเราอยู่ดี”

อภิรดีบอกว่าความสำเร็จของเธอประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ “คุณภาพ”
และ “ความจริงใจ” ที่มีต่อลูกค้า

ปวัฒน์อธิบายประกอบนิยามคำว่า “คุณภาพ” เช่น มอยส์เจอไรเซอร์
ซึ่งเป็นสารให้ความชุ่มชื้นกับผิว แต่เดิมนิยมใช้น้ำมันเป็นมอยส์เจอไรเซอร์ อาจ
ดีสำหรับเมืองหนาว แต่เมืองไทยอากาศร้อน อาจทำให้เกิดสิवादตัน ผลัดกัน
ของเขาจึงเลือกใช้มอยส์เจอไรเซอร์ที่เป็นคาร์โบไฮเดรต เป็นเมโลกุลน้ำตาล
ซึมซาบให้ความชุ่มชื้นกับผิวได้ดีเยี่ยม และไม่เสี่ยงต่อการเกิดสิवादตัน

หรืออย่างวิตามินซี เขาเลือกใช้วิตามินซีนาโนจากบริษัทผู้ผลิตที่ดีที่สุด
ในโลกที่อยู่ในญี่ปุ่นและสวิตเซอร์แลนด์

“ในเครื่องสำอางทั่วไป เขาจะใช้วิตามินซีในรูปเกลือซึ่งเป็นวิตามินซี
บริสุทธิ์ แค่เปิดฝาทา 3 ครั้ง วิตามินซีเจอออกซิเจนหมดสภาพไปแล้ว นั่นเป็น
เหตุผลว่าทำไมซื้อไปใช้แล้วไม่ได้ผล แต่ของผมใช้วิตามินซีนานโน คือตัววิตามินซี
จะถูกอุ้มไว้ในแคปซูลนาโน ไม่เสื่อมสภาพจากออกซิเจน”

“เราต้อง ‘รู้จริง’ ในสิ่งที่เราทำอยู่” ปวัฒน์สรุป

ตำรับ 4 – พัฒนา

แรกเริ่ม สไปนางมีผลิตภัณฑ์เดียวและถือเป็นสินค้าแจ้งเกิด คือ ครีมกู่
ชุดผิวน้ำกระฉ่ำใส (ครีมกลางคืนและครีมกันแดดหน้านวล) ซึ่งได้รับรางวัล
OTOP 5 ดาวของจังหวัดนครนายกด้วย ต่อมาจึงได้เพิ่มประเภทผลิตภัณฑ์ให้
หลากหลาย ทั้งเซรั่มปรับสภาพผิว เซรั่มสำหรับบำรุงผมและขนคิ้ว แอคน์ครีม
สบู่ออคน์ ซึ่งปี 2556 สบู่ออคน์เพิ่งได้รับ OTOP 5 ดาว ของจังหวัด
นครนายกมาช่วยรับประกันคุณภาพอีกรางวัลหนึ่งด้วย

แนวคิดสไปนาง-นักล่ารางวัล มาจากทั้งคู่ที่ตั้งเป้าไว้ว่า แต่ละปี สไปนาง

จะต้องได้ไม่ต่ำกว่า 3 รางวัล หรือ 3 ใบประกาศ

“ในช่วงเริ่มต้นแบรนด์สไบนาง เราจะสร้างความแตกต่างอย่างไร กรณีเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรเหมือนกัน แต่ฉันได้รางวัลนะ ฉันผ่านการรับรองจากสถาบันต่าง ๆ นี่คือนี่ที่เราตั้งใจไว้ แล้วก็ทำได้”

เมื่อได้รางวัลสำคัญ ๆ มา สไบนางไม่รอช้าที่จะประกาศความภูมิใจ และสร้างความน่าเชื่อถือให้แบรนด์ ผ่านการโฆษณาที่ถูกและเวิร์กที่สุด ก็คือโฆษณา ลงไปบนกล่องบรรจุภัณฑ์นั่นเอง

ท่ามกลางการขยายตัวของแบรนด์สไบนาง สิ่งหนึ่งที่อิทธิพลและพัฒนายึดมั่น มาตลอด คือการตั้งราคาที่เหมาะสม เพื่อให้คนไทยได้ใช้สินค้าไทยต่อเนื่อง อย่างเช่นครีมชุดผิวหน้ากระจ่างใสขายเพียง 219 บาท

“พี่เขาชอบถามว่าทำไมผู้หญิงต้องใช้เครื่องสำอางแพง ๆ ด้วย (หัวเราะ) เราเองก็เคยเป็นหนึ่งในนั้นนะ พี่เขบอกว่าเก็บเงินไปทำอย่างอื่นดีกว่าไหม เช่น ไปช้อปปิ้งให้ลูก เราจึงตั้งใจตั้งราคาสินค้าเพื่อให้คนสามารถซื้อได้อย่างต่อเนื่องได้ ของดีมีคุณภาพ ไม่ต้องซื้อของแพง เราก็ยังสวยได้...”

ก้าวต่อไปของสไบนาง หลังประสบความสำเร็จในประเทศแล้วก็มุ่งไปถึงเรื่องการส่งออก ตามโอกาสของการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ซึ่งทางสไบนางร่วมโครงการต่อเนื่องกับโครงการ NEC ส่งตัวแทนทีมงานไปดูงานที่ประเทศอินโดนีเซียเพื่อหาความรู้และช่องทางพาสไบนาง สมุนไพรไทยไปสู่ตลาดต่างประเทศ

“ท่ามกลางสินค้ามากมาย อะไรทำให้ลูกค้าเลือกคุณ ต้องถามตัวเองก่อนว่าเรามีจุดชนะอะไร ถ้าทบทวนแล้วว่าไม่มีก็ไม่จำเป็นต้องไปทำ เสียเวลา” ปวิญณ์แสดงทัศนะต่อความสำเร็จของเอสเอ็มอีมือใหม่ “สไบนาง จุดชนะของเราคือ ความเป็นสมุนไพรซึ่งได้คุณภาพ ได้มาตรฐาน ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจ และโชคดีว่าในจังหวะเริ่มต้นเมื่อ 5 ปีก่อน สินค้าที่เป็นสมุนไพรยังไม่มากเหมือนตอนนี้ แต่เรามาก่อน ทำก่อน ก็เหมือนปลูกต้นไม้ เมื่อต้นไม้หยั่งรากแล้วก็เติบโตได้เอง”

ศักยภาพ “สมุนไพรไทย” ยังสดใสและไปได้อีกไกล แต่ต้องผสมผสานภูมิปัญญาโบราณเข้ากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งในเชิงภาพใหญ่ของประเทศต้องประสานพลังความร่วมมือกันระหว่างภาคผู้ประกอบการ ภาครัฐ และสถาบันการศึกษา

หากทำจริง-ทำได้ สมุนไพรไทยจะขจรขยายไปไกลทั่วโลก ตามรอยความสำเร็จ “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ที่เคยทำจริง-ทำได้ มาแล้ว



// ของดี มีคุณภาพ ยิ่งไงก็ต้องขายได้ //



- ปลายปี 2550 เริ่มวางจำหน่ายภายใต้
แบรนด์ “แม่เนื้อทอง”
- 2551 เปลี่ยนชื่อแบรนด์เป็น “สไบนาง”
- 2551 เข้าร่วมโครงการเสริมสร้าง
ผู้ประกอบการใหม่ NEC
(New Entrepreneurs Creation)
- 2551 สไบนางได้รับอนุญาตให้ใช้ตราของ
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และ
วางจำหน่ายในช่องทาง 7-Catalog
- 2552 ผลิตภัณฑ์สไบนางได้รับคัดเลือกให้ลง
ใน 7-Catalog on Shelf ในร้าน
7-Eleven
- 2552 ครีมชุดผิวหน้ากระจ่างใส ได้รับรางวัล
OTOP 5 ดาว จ. นครนายก
- 2553 ทอยยเพิ่มรายการผลิตภัณฑ์ เช่น
เซรั่มปรับสภาพผิว (Bright & Smooth



- Serum) แอคนครีม (สำหรับผิวที่มีสิว)
และเซรั่มสำหรับบำรุงผมและขนคิ้ว
- 2553 สไบนางได้รับรางวัลอนุรักษ์
ภูมิปัญญาไทย
- 2554 รับรางวัลจาก 7-Catalog
ในสาขาเอสเอ็มอี ยอดเยี่ยม จาก
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- 2555 อภิรดี ตั้งวุฒิพงศ์ ได้รับรางวัล
ผู้หญิงเก่งในสาขาผู้ริเริ่มธุรกิจจาก
สำนักวิจัยพัฒนามหาบัณฑิตหญิง-ชาย
- 2556 สบูแอคเน ได้รับรางวัล OTOP 5 ดาว
จ. นครนายก



บริษัท กันเดอร์ แลบบอราทอรี จำกัด

8 หมู่ 1 ต. เกะหวาย
อ. ปากพลี จ. นครนายก 26130
โทรศัพท์ : 0 2691 6982
โทรสาร : 0 2691 6982
เว็บไซต์ : www.sabalnang.com

โครงการ NEC และกรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม เหมือนเป็นผู้มีพระคุณของเรา
เราได้รับโอกาส ได้การตั้งต้นจากที่นี่

ปวิณ - อภิรดี ตั้งวุฒิพงศ์ เข้าอบรมโครงการ NEC
กับหน่วยร่วมสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ปี 2551 รุ่นที่ 3