



Scary Factory

หน้าหลอก น่ารัก



ถ้าโลกนี้มีแต่คนชอบอาหารเหมือนกัน เสื้อผ้าแบบเดียวกัน ของเล่น
อย่างเดียวกัน โลกคงจืดชืดไปถนัดใจ

เพราะความหลากหลายคือความงดงาม การคิดแยกแตกต่างทำให้โลกนี้
อุดมไปหลากร้อยเรื่องราวความคิดสร้างสรรค์

ความสำเร็จของตุ๊กตาผีโครงกระดูกไนท์แมร์ (Nightmare) ตุ๊กตาเอเลี่ยน
(Alien) หน้าประหลาด นัยน์ตาวาว หรือตุ๊กตาแม่มดจมูกงุ้ม คางแหลม ผิวย่น
พอจะยืนยันได้ว่า รสนิยมของผู้คนที่แตกต่างได้เปิดทางให้ผลิตภัณฑ์นานาชนิด
นานาประเภทเกิดขึ้นบนโลกใบนี้ ตุ๊กตาหน้าหวาน หรือแอนิเมชันคิซุเน่เอ็นดู จึงไม่อาจ
ผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว และก็น่าจะเป็นโอกาสสำหรับตุ๊กตาแยกเขี้ยวน่ารันทดอย่าง
Scary Factory ด้วย เพราะ “มันอาจไม่น่ารักสำหรับคุณ แต่มันน่ารักสำหรับผม”

ยียวนกวนคนเดิน

ถ้า **ธีภัทร ศรีชุกุล** เดินตามกรอบที่พ่อแม่วางไว้ เขาอาจเป็นนักบริหาร
ธุรกิจ หุ่นเทเวศรอยู่ในองค์กรไหนสักแห่งหรืออาจเป็นกิจการท่องเที่ยวของครอบครัว
และถ้าเขาเดินตามชนบทของมนุษย์เงินเดือน ตอนนี้ก็อาจเพลินกับชีวิตบาร์เทนเดอร์
เสิร์ฟความสังสรรค์ให้ผู้คนทุกคำคืน และตัวเองก็ไม่พ้นที่จะต้องสังสรรค์เป็นประจำ
ด้วยเช่นกัน

แต่เขาไม่เลือกทั้งสองเส้นทาง

ถ้าบอกว่าธีภัทรเป็นพี่เบิ้มหรือเป็นต้นแบบของตุ๊กตามาดกวนทั้ง 4 ก็คง
ไม่ผิดนัก ชี้เล่น รักสนุก ยียวนกวนประสาท เกเร คิดนอกกรอบ

ตั้งแต่เด็กเขาไม่ใช่เด็กเรียนหน้าห้อง เกเร ชอบตีต่อยประสาทเด็กผู้ชาย
“กวนครู เกียวกู แต่ไม่ลักขโมยและเสพยานะครับ” เขาหยอดท้ายในการ
นิยามตนเอง



ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของวัยรุ่นที่จะเปลี่ยนจากชั้นมัธยมสู่มหาวิทยาลัย พ่อแม่เอ่ยขอให้เรียนด้านบริหารธุรกิจ และเขาก็สนองตามความต้องการนั้นแม่ในใจจะชื่นชอบศิลปะมากกว่าวิชาจำพวกบริหารธุรกิจ การตลาด การเงิน บัญชี ฯลฯ

เมื่อต้องเรียนก็ตั้งใจทำอย่างดีที่สุด เมื่อเรียนจบก็ทำงานในสิ่งที่ตนสนใจ คือ อาหารและเครื่องดื่ม (F&B) สนุกกับการเป็นบาร์เทนเดอร์ที่ได้ผสมเครื่องดื่มต่าง ๆ รายได้เมื่อรวมกับค่าบริการพิเศษ (service charge) รวม 20,000 บาท นับว่าไม่เลวสำหรับบัณฑิตที่อายุงานไม่กี่ปีกับค่าเงินเมื่อสิบกว่าปีก่อน อีกทั้งยังมีสวัสดิการอาหารในโรงแรมที่ทำงาน

แต่แล้วโอกาสก็ดึงเขาให้ก้าวมาเป็นผู้ประกอบการ

ธีรภัทร์เอ่ยปากขอบคุณรัฐบาลหลายยุค เริ่มจากช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ ปี 2540 ภาครัฐพยายามจุดประกายสร้างตลาดซื้อขายเพื่อให้เศรษฐกิจหมุนเวียน จึงมีตลาดขายของมือสองเกิดขึ้นมากมายในกรุงเทพฯ และยังมี “ถนนคนเดิน” เช่น ถนนสีลม ถนนพระอาทิตย์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีความคิดสร้างสรรค์และมีฝีมือได้นำผลงานมาจำหน่าย พ่อค้าแม่ขายมือสมัครเล่นหลายรายในวันนั้นได้ก้าวขึ้นมาเป็นตัวจริง ต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้กลายเป็นธุรกิจในเวลาต่อมา

เชียงใหม่รับลูกกรุงเทพฯ โปรโมตตลาดทำแพเป็นถนนคนเดิน และต่อมายังมีถนนคนเดินเพิ่มที่ถนนวัวลาย ปัจจุบัน หลังตะวันตกดินวันเสาร์-อาทิตย์ ถนนคนเดินเชียงใหม่เป็นสถานที่ช้อปปิ้งยอดฮิตของทั้งชาวไทยและเทศ

รัฐบาลในยุคต่อมาได้สร้างสรรค์นโยบาย “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP)” ซึ่งช่วยปลุกให้สินค้าแฮนด์เมดและสินค้าท้องถิ่นทั่วประเทศคึกคัก

ธีรภัทร์ก็สนุก อยากขายของที่ตลาดทำแพ แต่จะขายอะไรดี?

พ่อค้าแม่ขายสรรหาของมาขายเต็มลาน ทั้งผ้าทอพื้นเมือง กระเป๋าชาวเขา



เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา งานไม้ อาหารการกิน และอีกอีกาปะที่เป็นสินค้ำ
ทำเงินของเชียงใหม่อั้งเดิม

ธีภัทร์ และเพื่อนสาว **ชนิสา สารินจา** ได้ข้อสรุปที่จะประดิษฐ์ตุ๊กตา
แฮนด์เมด โดยธีภัทร์เป็นผู้ออกแบบและจ้างสกรีน ชนิสาเป็นแรงงานเย็บ ใส่ใส่
ใยสังเคราะห์ เน้นขนาดเล็กสำหรับห้อยสายโทรศัพท์

ตุ๊กตาน่ารักน่าซ้ง แยกไม่ออกว่ายั้มหรือแยกเขี้ยว เนื้อตัวมีรอยถลอก
ปอกเปิก ที่หัวมีเลือดไหลซิบ ๆ

“ทำซ้ำ ๆ สนอง need เรื่องของเรื่องคือ จะได้เจอเพื่อน ไปหาเพื่อน”
เขาเล่าถึงวันเริ่มต้น

“ผมไม่ชอบตุ๊กตาน่ารัก ผมชอบหน้าตาแบบนี้ โหดดี น่ากลัว เลือดเยอะ ๆ
(หัวเราะ) ก็เลยลงมือวาดและให้คนสกรีนตามแบบ แฟนผมนั่งเย็บ ปรากฏว่า
คนชอบครับ ซื้อมันกระจาย ฝรั่งชอบมาก มีเท่าไรขายหมด”

เขาไม่ได้ทั้งวิชาด้านการตลาดจากการเรียนบริหารธุรกิจไปอย่าง
เสียเปล่า ขณะทังใจหนึ่งคิดว่าทำสนุก ขายซ้ำ ๆ แต่ก็อีกใจก็คิดว่าหากทำตุ๊กตา
สามัญไม่มีโอกาสแจ้งเกิด การสร้างบุคลิกที่แตกต่างจึงจะเป็นโอกาสแจ้งเกิด “ดาร์กไซด
นิด ๆ แต่ไม่ผิดมนุษยธรรม”

เหมือนเขาจะสื่อสารบางอย่างถึงผู้ใหญ่ให้มองเด็กหลังห้องอย่างเข้าใจ
ราคาขายตัวละ 20 บาท ไม่ได้ทำให้ร่ำรวย แต่สับสนิดให้หัวใจคึกคักและ
มีเรี่ยวแรงที่จะนั่งผลิต นั่งทำไม่รู้เหน็ดเหนื่อย

ออร์เดอร์ทยอยหล้งไหลเข้ามา จากขายไม่กี่ตัว มีคนมาสั่ง 50 ตัว
ขายได้แค่ 4 สัปดาห์มีลูกค้ามาสั่ง 200 ตัว

“เฮ้...มันไปได้นี้ ผมเขียนใบลาออกเลย”

งานแฮนด์เมดใช้เวลามาก เมื่อมีคนสั่งมากขึ้นจึงไม่เป็นอันทำงาน แม้ที่
บ้านจะไม่เห็นด้วย เพราะแพงค้ำที่ถนนคนเดินไม่ว่าจะแบกะดินหรือยกขึ้นร้าน
ไม่ได้สะท้อนถึงควมมั่นคงในหน้าที่การงานตามแบบฉบับที่ครอบครัวอยากให้เป็น

“สิบปีก่อน คำนิยมคนยังไม่ได้เห็นดีเห็นงามกับการค้าขาย ต่างจากสมัยนี้
วัยรุ่นแก่ง ๆ ทำของมาขายกันเป็นเรื่องเท่”

ธีภัทร์ในวัย 24 คิดว่า หากค้าขายเติบโตไม่ได้ ก็ยังมีโอกาสกลับไป
เป็นบาร์เทนเดอร์ ไกด์ หรืองานท่องเที่ยวและโรงแรมตามที่เขาได้ร่ำเรียนมา

แต่ 10 ปีมาแล้ว ที่เขาไม่ได้หันหลังกลับเลย





สร้างครอบครัว Scary

เมื่อสินค้าเป็นที่ถูกตาต้องใจ การสร้างโรงงานขนาดย่อม ๆ จึงเกิดขึ้น
ธีภัทร์และชนิสาไปถ่ายทอดวิธีทำให้กับชาวบ้านที่อำเภอแม่แจ่ม
ว่างเว้นจากการปลูกหอมกระเทียมก็ชักชวนมาผลิตตุ๊กตา ออร์เดอร์จากต่างประเทศ
ช่วยเพิ่มความมั่นใจ กิจการไปได้ดี เลี้ยงดูตนเองและคนงานได้น่าพอใจ ปัญหา
การถูกก๊อปปี้สินค้าเกิดขึ้นตามมาให้รำคาญใจ แต่มองแง่ดีคือได้รู้เรตติ้งผลิตภัณฑ์
แล้วบททดสอบการเป็นผู้ประกอบการครั้งสำคัญก็เกิดขึ้น

ปี 2549 เหตุการณ์ร้อนแรงทางการเมืองนำไปสู่การปิดสนามบินสุวรรณภูมิ
ของผู้ชุมนุม “ต่างประเทศประกาศว่า ไทยเป็นเมืองอันตรายติดอันดับ 1 ใน 5
ของโลก ของค้างอยู่ที่สนามบิน ขึ้นเครื่องไม่ได้ ถ้าผมขับเครื่องบินไปส่งให้ได้
ผมไปเองแล้ว” เขาเล่าอย่างมีอารมณ์

เป็นใครก็คงทำใจยาก เพราะจู่ ๆ ก็ขาดโอกาส 2 ล้านบาท แม่ของจะ
ยังอยู่ครบในช่องบัญชีต็อกสินค้า แต่ต้นทุนวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตล้วนเกิดขึ้น
แล้ว และนับจากวันนั้นมา การเมืองไทยเผชิญสถานการณ์ที่เลวร้ายลงกว่าเดิม
ต้องใช้เวลาค่อย ๆ ฟื้นฟูภาพว่าเมืองไทยน่าเที่ยว นำมาเยือน

บททดสอบยังไม่หมด เพราะวิกฤตต่าง ๆ ทอยยมาตกทาย ทั้งวิกฤต
แฮมเบอร์เกอร์ วิกฤตยุโรป และล่าสุดค่าเงินบาทแข็ง ขายของเท่าเดิมแต่ได้
เงินบาทน้อยลง จนบางช่วงเขาถึงกับเรียกว่าต้องประคองตัวเลยทีเดียว

แต่เขาก็รักชีวิตการเป็นผู้ประกอบการเสียแล้ว แม้บางครั้งจะเต็มไปด้วย
เรื่องปวดหัวและความเครียด

“โอ้ย...ปัญหามากมาย แค่เรื่องบริหารคนก็ยุ่งแล้ว เราคิดอย่างนี้ ทำไม
ลูกน้องทำไม่ได้ รับลูกให้มันเร็วกว่านี้หน่อยได้มั๊ย ป่านนี้ยังไม่ถึงออฟฟิศอีกเธอ
สารพัด ส่วนลูกค้า ได้ขึ้นชื่อว่าลูกค้าไม่มีคำว่ำน้อย เราว่างงานเราดีแล้ว ดีโน่น
ดีนี่จิง” อีกหลายสิ่งที่เขาพรั่งพรูก่อนสรุปว่า “ทุกอย่างคือการเรียนรู้ ตอนหลัง
เราลดทีลูกลงไป ตัดความเป็นเจ้าข้าวเจ้าของ ให้เขามีส่วนร่วมในการแสดงความคิด
สร้างทีมให้แข็งแกร่ง”

ระหว่างสร้างทีม เขาก็เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ให้ตนเอง ปี 2550 เข้าอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC) กับศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยอบรมกับมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น

“ถึงผมจะเคยเรียนบริหารธุรกิจมาบ้างแล้ว แต่หลักสูตรนี้ช่วยเพิ่มศักยภาพได้ดีมาก ผมได้เรียนรู้สิ่งที่ยังขาด ที่เราหลงลืมไป ทั้งการบริหารต้นทุน การจัดวางบุคลากร รู้จักการคาดการณ์ คาดคะเน”

หลังจากที่ขายตุ๊กตาตัวเดิม หน้าเดิม ๆ มานานถึง 3 ปี ซึ่งคาดว่าผลิตไปอย่างน้อยนับแสนตัว ปีเดียวกับที่เรียน NEC นั้นเอง ชีภักดิ์พัฒนาปรับปรุงสินค้า สร้างแบรนด์ “**Scary Factory**” พร้อมกับเปิดหน้าร้านที่ ถ. ราชมรรคา ต. พระสิงห์ อ. เชียงใหม่

ปัจจุบัน ใน Scary Factory มีสหายรักอยู่ 4 คน

- **Chalee** อายุ 15 ปี พันแผลม เรืองเต็มปาก ตาเต็มไปด้วยเส้นเลือดฝอย มีหมวกแก้ปดิดกาย แม้จะหน้าตาโหด แต่จริง ๆ แล้วอภัยภัยน่ารัก ช่างเจรจา โปรดปรานเพลงฮิปฮอป แต่พร้อมต้อนรับเพื่อน ๆ ที่ฟังเพลงทุกแนว

- **Sam** อายุ 16 ปี มีตะปูปักกลางหน้าผาก นัยน์ตาขี้เล่น หัวโบทันหน้า มีร่องรอยการต่อสู้ ขอบแก้มบึกบึน





ฟังเพลงต้องแนวฟังก์ เพราะมันสุด ๆ

- **Ska** อายุ 15 ปี เท่าซาลิ ตาต้า ปรีอ สะลิมสะลือตลอดเวลา เพราะสนุกกับปาร์ตี้ทุกคืน หลงใหลจังหวะดิสโก้

- **Big Blue** อายุ 12 ปี สะอ่อนสุดและอ่อนโยนสุด ภายสีฟ้า ชอบดอกไม้ และฟังเพลงป๊อป คนมักเข้าใจผิดว่าเป็นผู้หญิง และเพราะเป็นน้องเล็ก จึงถูกแถมแกล้งด้วยความรักอยู่บ่อย ๆ

เขาพัฒนาการผลิต “ตุ๊กตา” มาสู่การสร้าง “คาแรกเตอร์”

คาแรกเตอร์ซึ่งเป็นได้ทั้งตุ๊กตา และยังสามารถหยิบจับไปอยู่บนผลิตภัณฑ์นานาชนิด เสื้อยืด หมวก รองเท้า กระเป๋า นาฬิกา ถ้วยกาแฟ และอีกมากมายเท่าที่มีแรงทำ

กลุ่มเป้าหมายก็มีความชัดเจนขึ้นคือ มัธยมต้น - วัย 40 “เด็กกว่านั้นบางคนชอบก็ปรี่เข้าไป แต่บางคนกลัว ส่วนวัยเลย 40 มักมองว่าไร้สาระ ส่วนพ่อแม่ก็มักจะว่า หน้าตาน่าเกลียด ซื่อท่าไม่ลูก” เขาเล่าอย่างอารมณ์ดี

ด้วยทุนน้อย กำลังน้อย การสร้างแบรนด์จึงไม่ใช้การทุ่มงบประมาณประชาสัมพันธ์ แต่เป็นการผลิตสินค้าคุณภาพ และใช้สื่อโซเชียลมีเดียให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จินตนาการและความฝันเล็ก ๆ ยังอยู่ในช่วงก่อรูปความคิด บางที่เขาอาจผลิตแอนิเมชันคาแรกเตอร์ทั้ง 4 ลงทักทายกับผู้คนในยูทูบ บางวันก็นึกถึงการผลิตเป็นแก้วกาแฟ และบางที่เขาก็นึกถึงการผลักดันเข้าไปจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า “เราใช้เงินให้คุ้มค่าที่สุด ใช้ไปเพื่อผลิตของทุกชิ้นให้ดี”

ปัจจุบันนอกจากหน้าร้านที่เชียงใหม่แล้ว ตุ๊กตาน่ารัก หน้าหลอกของธีภักดิ์ก็ยังไปปรากฏตัวที่จตุจักร อุดรธานี ภูเก็ต หาดใหญ่ นอกจากนั้น ยังมีจำหน่ายที่เมืองเดนเวอร์ สหรัฐอเมริกา

“ตอนนี้เราต้องสร้างแบรนด์ให้ดีที่สุด ถ้าแบรนด์แข็งแรง จะผลิตเป็น



ผลิตภัณฑ์ได้อีกมาก การ์ตูนไนท์แมร์ คนก็รัก ก็ชอบ เราอยากไปถึงตรงนั้น”
 พี่ใหญ่ของโรงงานอันน่าสะพรึงกลัวบอกเหตุผลในใจ

ระหว่างที่เงินบาทแข็งค่า และเศรษฐกิจฝั่งยุโรปและอเมริกาซึ่งเป็นฟากฝั่ง
 ของลูกค้าที่เปิดใจรับคาแรกเตอร์ตุ๊กตาเกรเล่เหล่านี้ในช่วงขาลง Scary Factory
 ก็ค่อย ๆ เดินไปบนเส้นทางที่ตนเองเลือกอย่างระมัดระวัง

ทุกอย่างล้วนไม่แน่นอน หากวันหนึ่งมีคนสนใจซื้อลิขสิทธิ์ไปผลิตเป็น
 แอนิเมชันในฮอลลีวูด หรือผลิตสินค้าเมอร์ชานไดส์ ก็จะเป็นหนึ่งคนละม้วนเลย
 ที่เดียว

กันบึ้งหัวใจ Scary

ถ้าลองสำรวจเข้าไปในกันบึ้งความคิดและจิตใจของผู้ประกอบการ
 ทั้งหลาย เราจะพบอะไรได้บ้าง

ความรัก ความฝัน ความภูมิใจ สนุกกับจินตนาการ กล้าลอง กล้าเสี่ยง
 ความกล้าบ้าบิ่น ความฮึกเหิม อยากรวย ความผิตหวัง ความท้อแท้ ความ
 เหนื่อยล้า กลัวขาดทุน กังวลอนาคต ระอาการเมือง ขยาดวิกฤตเศรษฐกิจ
 บางครั้งอยากบุก บางช่วงอารมณ์กลับเฉยรอดูสถานการณ์ อยากรู้อินเตอร์ เน็ตฯ

เราพบความรู้สึกทั้งหมดได้ในตัวของธีภัทรระหว่างการสนทนา

“ตุ๊กตาผมดู aggressive นิด ๆ แฝงความคิดบางอย่างอยู่ บางทีผู้ใหญ่
 เห็นก็จะไม่ชอบ”

“ฟลุค ๆ ได้ออร์เดอร์ล่อตใหญ่ หรือฝรั่งมาขอซื้อลิขสิทธิ์ไปก็ไม่แน่น่า
 (รัวเสียงหัวเราะ)”

“ปิดสนามบินคราวที่แล้ว เครื่องออกไม่ได้ ออร์เดอร์ 2 ล้านบาท สูญเลย
 ฝรั่งเขาไม่มานั่งฟังหรือกว่าประเทศยุคเกิดอะไร ถ้าไปไม่ทันขายงานเอ็กซิบิชัน
 เขาก็หมดโอกาสขาย”

“ไม่แน่นอนกันครึ่งหน้า ผมอาจเปลี่ยนไปขายปทุมมาต้องแล้วก็ได้”

“ตอนที่ผม peak สุด ๆ ได้ออร์เดอร์สูงมาก ๆ ผมทดลองกับตัวเองด้วย กาแฟแก้วเดียว บุหรี่ตัวเดียว”

“ผมเองก็เหมือนพีระมิดเล็ก ๆ ผมอยู่บนยอดพีระมิด ในฐานะผู้นำ ลูกน้องก็รอผมอยู่ ส่วนผมก็รอพีระมิดใหญ่กว่า รอผู้บริหารเศรษฐกิจการเมืองว่าจะบริหารประเทศไปทางไหน นโยบายเอสเอ็มอีจะเดินไปอย่างไร”

“ไม่ว่าจะดีที่สุด หรือวันที่ตกต่ำสุด ๆ ทักษะสำคัญมาก ต้องมีอีคิวที่ดี ผมเคยคาดและเกินจากตัวเองและคนรอบข้างมามาก แต่เดี๋ยวนี้ผ่อนคลาย ปรับเปลี่ยน มีความสุขกับสิ่งที่ทำ”

ธีภัทร์ในมาดหัวโจกของ Scary สวมที่เชิร์ตสีดำ กางเกงฮิปฮอป กัดต่างหูสองข้าง และสร้อยคอแนวเซฟวี เต็มไปด้วยความคิดอ่านและเป็นพี่ใหญ่ที่ต้องดูแลงานและทีมงานอีกหลายชีวิต เขากำลังบริหารธุรกิจ สิ่งเดียวกับที่พ่อแม่อยากให้เรียน เพียงแต่ผลิตภัณฑ์สะท้อนตัวตนของเขาเท่านั้นเอง

“ผมทำงานไม่กั๊ก ทำให้เต็มที่ไม่ว่าไปคาดหวังธุรกิจของครอบครัว ถ้าเรื่องจะล้ม ผมก็จะล้มไปกับเรือ... แต่คงไม่ล้มหรอก ผมคงมีตีนกบว่ายน้ำแหวกไปได้ (หัวเราะ) และผมคงไม่กลับไปเป็นพนักงาน เพราะไม่ศรัทธาในระบบเจ้านาย ลูกน้อง การพูดตรง ๆ มักถูกมองเป็นการก้าวร้าว”

ก่อนเสร็จสิ้นการเยี่ยมชมร้าน Scary Factory และลาจาก ธีภัทร์เอ่ยถาม “ได้ไปไหว้เสาชินทรขิล วัดเจดีย์หลวงกันหรือยังครับ แนะนำว่าควรไปอย่างยิ่ง”

คำแนะนำนั้นสะท้อนอีกมุมหนึ่งที่ซ่อนอยู่ในตุ๊กตาหน้าหลอก เพราะงานที่หัวหน้าเด็กเกรแนะนำคือ ประเพณีใส่ขันดอกบูชาเสาชินทรขิล เสาลหลักเมืองเชียงใหม่ ณ วัดเจดีย์หลวงวรวิหาร และยังมีงานยกช่อฟ้าเอกราชซึ่งเป็นงานสำคัญที่ชาวเชียงใหม่รอคอยหลังจากปิดซ่อมวิหารมาหลายปี

“แล้วถ้าฉันไม่ได้ไปไหน มาปาร์ตี้ปุดองกับผมมัย ขอบอกว่า อร่อยมาก...ก” เขาลากเสียงให้เห็นว่าอร่อยจริง ๆ

เพราะมนุษย์ไม่ได้มีด้านเดียว มีดำ มีขาว และมีเทา ถ้าเข้าใจเด็กเกรว่าไม่ได้หมายถึงเด็กประพฤติดี เพียงแต่ชอบความคึกคะนองและชอบเดินบนเส้นทางของตัวเอง คุณก็จะเปิดใจรับรักแก๊ง Scary หน้าหลอก แต่น่ารัก ได้ไม่ยาก



ถ้าแบรนด์แข็งแรง จะผลิตเป็น
// ผลิตภัณฑ์ได้อีกมาก การ์ตูนในท์แมร์ //
คนก็รัก ก็ชอบ เราอยากไปถึงตรงนั้น



- 2547** เริ่มผลิตตุ๊กตาพวงกุญแจขายที่ถนนคนเดิน ตลาดท่าแพ จ. เชียงใหม่
- 2547** ตัดสินใจลาออกจากอาชีพบาร์เทนเดอร์ และผลิตตุ๊กตาอย่างจริงจัง
- 2548** สร้างโรงงานเล็ก ๆ ที่ อ. แม่แจ่ม
- 2549** เริ่มมีออเดอร์ส่งออกไปต่างประเทศ
- 2549** ประสบภาวะวิกฤตจากการ ปิดสนามบินสุวรรณภูมิ
- 2550** เข้าอบรมโครงการ NEC ของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
- 2550** สร้างแบรนด์ Scary Factory และสร้าง คาแรกเตอร์ Chalee, Sam, Ska, Big Blue
- 2550** เปิดหน้าร้านที่ ถ. ราชมรรคา ต. พระสิงห์ อ. เมือง จ. เชียงใหม่
- 2553** ได้รับรางวัล NEC Award 2553



Scary Factory

179 ถ. ราชมรรคา ต. พระสิงห์
อ. เมือง จ. เชียงใหม่ 50200
โทรศัพท์ : 08 6912 0738,
08 3207 1008
เว็บไซต์ : www.scary-factory.com

100
SMEs A+



สิ่งที่เรียน เราได้มากทวนใน
การทำงาน ที่เราอาจจะหลงลืมไป
ทำให้เรามีความชัดเจนมากขึ้น มีการ
สร้างแบรนด์ สร้างทีม และผมต้อง
ขอบคุณมาก ๆ ที่ให้โอกาสในการ
ออกบูธในงานประภาสรางวัล ทำให้มี
คนเห็นเรา รู้จักเรามากขึ้น



ธภัทร์ ศรีชุกุล เข้าอบรมโครงการ NEC กับ
หน่วยร่วมมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น 2550 รุ่นที่ 2