

SMEs TODAY

ส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือ

โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



100th Anniversary

เมื่อ **SMEs** เป็น “วาระแห่งชาติ”

วิถี SMEs

วิถีชีวิตไทย

**สสว. เชื่อมโยงนโยบายรัฐ
เพื่อความสำเร็จ
ของ SMEs อย่างยั่งยืน**

สำนักแห่งการเป็นผู้ประกอบการ SMEs มีอยู่ในสังคมไทยมาช้านาน และเป็นเสน่ห์แห่งวิถีชีวิตไทยที่เปี่ยมด้วยน้ำใจและความเอื้ออาทร ซึ่งยังคงปรากฏให้เห็นตราบนทุกวันนี้

**สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)**

ในฐานะหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและประสานระบบการทำงานเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ขอเป็นส่วนหนึ่ง ในการส่งเสริม สนับสนุนช่วยเหลือ SMEs ให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง ยั่งยืน เป็นรากฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ



สสว. ➤

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

21 อาคารทีเอสทีทาวเวอร์ ชั้น G,17,18,23 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทร 02 278 8800 โทรสาร 02 273 8850 www.sme.go.th Call Center 1301



SMEs Today

Vol.12 No.100 January - March 2015

12 SMEs Movement

18 Showcase

THAI AIM 2014

10 ผู้ผ่านเข้ารอบสุดท้าย

22 Cover Story

เมื่อ SMEs เป็น “วาระแห่งชาติ”

32 Master Class

The Cool

บริการไทย ชนะใจอาเซียน

38 Executive Interview

วิมลกานต์ โทสุมาต

ต้องติดอาวุธ SMEs เต็มรูปแบบ

เตรียมสู่สนามการค้าระหว่างประเทศ

44 Master Class

BAR B Q PLAZA

เปิดตำรา ‘รีแบรนด์ดิ้ง’



“ทำธุรกิจ จะคิดคนเดียวทำไม”



Front Service สสว.

มีกิจกรรมหลากหลายไว้บริการ ผู้ประกอบการ SMEs

- กิจกรรมการอบรมและเสวนาหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
- กิจกรรมด้านช่องทางการตลาด/การเข้าถึงแหล่งเงินทุน/จับคู่ธุรกิจ
- กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
- การให้บริการองค์ความรู้ผ่านระบบสารสนเทศและห้องสมุด

ทุกหัวข้อกิจกรรมรับผู้ประกอบการจำนวนจำกัด ผู้สนใจสามารถเข้าไปดูรายละเอียด ปฏิทินกิจกรรม การให้บริการ รายละเอียดหัวข้ออบรมกิจกรรมได้ที่ www.sme.go.th

เปิดให้บริการตั้งแต่วันจันทร์ – วันศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดราชการ วันหยุดพิเศษ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ระหว่างเวลา 08.30 – 17.00 น. โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

SMEs Today

Vol.12 No.100 January - March 2015



48 Inside OSMEP
เวที APEC SME
มุ่งชู นวัตกรรมและความยั่งยืน
สร้างอนาคตหุ้นส่วนเอเชีย-แปซิฟิก

52 Knowledge
บริหารธุรกิจที่ประสบความสำเร็จแล้ว
อย่างไรให้ติดลมบน

60 Road to AEC
ตลาดท่องเที่ยว ปี'58
โค้งสุดท้ายก่อน AEC

66 World Ideas
WikiHouse บ้านประกอบออนไลน์
ซีโรคัมะ ราเมน ราเมนช่วยน้องหมี
ถุงซีลีโคน ลดความสิ้นเปลือง

70 Celeb SMEs
KHONGSITTHA
ค่ายมวย..สำหรับทุกคน



74 SMEs News
สรุปสถานการณ์ SMEs ปี 2557
และคาดการณ์ปี 2558

78 Lifestyle



D-DAY

BUY 1 GET 1

2015

กาแฟ Bluecup ที่ S&P



9|23

JAN

MINGLE WITH PEOPLE



6|27

FEB

RELAX, DRINK COFFEE



13|27

MAR

TRAVEL TO NEW PLACES



10|24

APR

WALK AMONG NATURE



8|22

MAY

SING IN THE SHOWER



5|26

JUN

SKETCH SOMETHING



10|24

JUL

CHANGE YOUR PERSPECTIVE



7|21

AUG

IMAGINE LIKE A CHILD



4|25

SEP

CREATE AN INSPIRING SPACE



9|30

OCT

READING, LISTENING, WATCHING



13|27

NOV

LEARN FROM YOUR MISTAKES



4|18

DEC

DO SOMETHING CRAZY



เงื่อนไข :

1. รายการนี้ใช้ได้เฉพาะวันที่กำหนดไว้ และจะต้องเป็นกาแฟและเครื่องดื่มในเมนูบลูคัพเท่านั้น 2. ทางบริษัทฯ จะคิดราคาของเครื่องดื่มที่แพงกว่าเครื่องดื่มที่แถมให้ 3. รายการนี้ใช้ได้เฉพาะสาขาและจุดขายบลูคัพที่ร่วมรายการ (ยกเว้น จุดคอนโซล, ร้าน S&P สาขาดอนเมือง, ร้าน S&P และ Bluecup Coffee สาขาสุพรรณภูมิ) 4. รายการส่งเสริมการขายอื่น บริการส่งถึงบ้านไม่สามารถร่วมรายการนี้

SMEs Today

กล้าหรือกลัว

ในที่สุด SMEs Today ก็เดินทางมาถึงฉบับที่ 100 ขณะที่จำนวนผู้ประกอบการ SMEs ที่เดินทางไปด้วยกัน ก็มีจำนวนไม่น้อย ณ วันนี้ ระบุอยู่ที่ 2.7 ล้านราย

แน่นอนว่า จำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น ย่อมหมายถึงภาวะเศรษฐกิจของประเทศ มีเสถียรภาพเพิ่มขึ้นด้วยเป็นเงาตามตัว

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่จำนวนขึ้น แต่การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายเดิมแข็งแกร่งและเติบโต ก็ยังเป็นภารกิจสำคัญ ที่ยังต้องมุ่งมั่นกันต่อไป

ความสำเร็จคือ ความภาคภูมิใจของผู้เป็นเจ้าของเช่นไร การอยู่เบื้องหลังและมีส่วนผลักดันให้เกิดความสำเร็จ ย่อมนำมาซึ่งความภาคภูมิใจของแรงสนับสนุนไม่ต่างกัน

กล่าวกันว่า ในการลงทุนมีคำสองคำ ที่ผู้ลงทุนอาจจะต้องถามตนเอง นั่นคือ กล้าหรือกลัว กล้าที่จะลงทุนกับอะไร และกลัวความเสี่ยงที่จะล้มเหลวหรือไม่ หากพิจารณาถึงความกล้าและความกลัวของผู้ประกอบการ จำต้องอาศัยเหตุและผลที่พึงกระบวนกรในการปฏิบัติ เพื่อให้ความกล้า มีพิกัดความกลัวตามมาเป็นผล

หากจะกล้า ก็ต้องกล้าที่จะเปิดโลกทัศน์ตนเองให้กว้างขึ้น กล้าที่จะเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นไปของโลก เพื่อกล้าที่จะเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ ในวันหนึ่งข้างหน้า

และหากจะกลัว ก็ควรกลัวในความคับแคบ ไม่ว่าจะป็น มุมมอง วิสัยทัศน์ การเปิดรับต่อความเป็นไปของโลก และการไม่นำพาความล้มเหลวในอดีตมาเป็นบทเรียน

ความหวังเพื่อรอคอยชื่นชมความสำเร็จ อาจต้องอาศัยความกล้าและกลัวเป็นจุดเริ่มต้น ก็เป็นไปได้

กองบรรณาธิการ นิตยสาร SMEs Today



ที่ปรึกษา

วิมลกานต์ โกสุมาศ

รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต

รองผู้อำนวยการ สสว.

ชัยพร ชยานุรักษ์

รองผู้อำนวยการ สสว.

ปณิตา ชินวัตร

รองผู้อำนวยการ สสว.

อิสรา ภูมาศ

ที่ปรึกษา สสว.

และคณะผู้บริหาร สสว.

บรรณาธิการอำนวยการ

วิมลกานต์ โกสุมาศ

รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

กองบรรณาธิการ

สำนักผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

นิตยสาร SMEs TODAY

โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

21 ที่เอสที ทาวเวอร์ ชั้น G,17,18,23

ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล

เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : 0-2278-8800

โทรสาร : 0-2298-3039

www.sme.go.th / Call Center 1301

ผู้ผลิต บริษัท หัวใหญ่ จำกัด

22/17 ซอยลาดพร้าว 23 แขวงจันทระเกษม

เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : 0-2938-2993

โทรสาร : 0-2938-2994

ติดต่อโฆษณา : 084-073-4141, 085-142-6470

www.huayai.com



ร้านสัตถภัณฑ์ 996 ถ.ริมโขง (ตรงข้ามร้านแต่งแหวนเมือง) อ.เมือง จ.หนองคาย 43000

โทร. 09-5660-8118 www.sattapan.com

ดีแทคเปิดให้บริการ 4G

ในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และ 30 เมืองใหญ่ทั่วประเทศ

ดีแทคเชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมเป็นครอบครัวดีแทค ขยายเครือข่าย 6,500 สถานีทั่วประเทศ ให้บริการ 4G และ 3G ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และอีก 30 เมืองใหญ่ ทุกภูมิภาคได้อย่างทั่วถึง ภายในวันที่ 31 มีนาคม 2558 นี้

วันนี้ได้เปิดให้บริการ dtac 4G ในหัวเมืองใหญ่ได้แก่ ภูเก็ต เชียงใหม่ ขอนแก่น และจะทยอยเปิดให้บริการในหัวเมืองใหญ่ต่างๆ ในลำดับต่อไป นอกจากนี้สัญญาณที่แรงจัด และคมชัดจริง ดีแทคยังมีข้อเสนอพิเศษๆ ด้วยโปรโมชั่นล่าสุด นั่นคือส่วนลดสำหรับ iPhone 6 /6 Plus และ iPhone 5S สูงสุด 8,800 บาท Oppo รุ่น Neo5 จากราคาปกติ 5,500 บาท เหลือเพียง 4,990 บาท พร้อมรับฟรี Flip Cover Case มูลค่า 390 บาท หรือสมาร์ตโฟนยี่ห้ออื่น อาทิ Samsung Galaxy S5, Samsung Galaxy Note4, รับของสมนาคุณพิเศษ พร้อมผ่อน 0% นานสูงสุดถึง 20 เดือน

ดีแทคยังมีโปรโมชั่นแจกอินเตอร์เน็ตให้ใช้ฟรี 4GB นาน 4 เดือน ทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ แคกด *444# โทรออก และรอรับ SMS ยืนยัน เพียงเท่านี้ก็สามารถใช้บริการได้หมด แม้จะเคยใช้ 4G มาแล้วก็ตาม



ภูเก็ต

นายปัญญา เวชบรรจงรัตน์ ผู้อำนวยการอาวุโสธุรกิจภูมิภาค-ภาคใต้และตะวันตก ได้นำทีมเปิดบริการ 4G ที่จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดแรกในภาคใต้ โดยเบื้องต้นจะใช้ในอำเภอเกาะภูเก็ต และเมืองภูเก็ต ซึ่งครอบคลุมตำบล กมลา กะทู้ ปาตอง เชิงทะเล สาครเทพกระษัตรี ป่าคลอก ไม้ขาว ศรีสุนทร กระรน ฉลอง เกาะแก้ว ตลาดเหนือ ตลาดใหญ่ รัชฎา ราไวย์ และวิชิต นอกจากนี้ยังมีแผนขยายไปสู่จังหวัดสงขลา สุราษฎร์ธานี เกาะสมุย ประจวบคีรีขันธ์ หัวหิน เพชรบุรี รวมถึงสมุทรสาคร สมุทรสงคราม อีกด้วย



เชียงใหม่

นายปกรณ์ มโนรมย์ภักทสร ผู้อำนวยการอาวุโสธุรกิจภูมิภาค-ภาคเหนือ เล็งเห็นศักยภาพของผู้ใช้บริการโครงข่าย dtac 4G ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงเร่งเปิดให้บริการในพื้นที่ที่มีชุมชนหนาแน่น เช่น ตลาดวโรรส ตลาดต้นลำไย มหาวิทยาลัยราชภัฏ ตลาดศิริวัฒนา วัดพระธาตุดอยสุเทพ ประตู่ท่าแพ ตลาดสมเพชร วัดพวงช้าง ประตู่ช้างเผือก อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ วัดเจดีย์หลวง โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ประตู่ช้างเผือก วิทยาลัยเทคนิคเชียงใหม่ โรงพยาบาลสวนปรุง ถนนช้างคลาน ถนนศรีดอนชัย มหาวิทยาลัยพายัพ และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นต้น

ทั้งยังเตรียมแผนขยายโครงข่าย dtac 4G ไปยังเมืองสำคัญของการท่องเที่ยวและการค้า ทั้งภาคเหนือตอนบนที่เชียงใหม่ ขาดแม่สาย ภาคเหนือตอนล่าง นครสวรรค์ พิษณุโลก ตาก และชายแดนแม่สอด

ขอนแก่น

นายวรวัฒน์ วงศ์สง่า ผู้อำนวยการอาวุโสธุรกิจภูมิภาค-ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปูพรมการเปิดให้บริการ 4G ที่จังหวัดขอนแก่น พร้อมขยายไปยังหัวเมืองหลักทั่วภาคอีสาน เช่น นครราชสีมา อุรธานี อุบลราชธานี ภายในเดือนกุมภาพันธ์นี้ เพื่อรองรับลูกค้าดีแทคและแอปเปิ้ลกว่า 6 ล้านหมายเลข ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ในอำเภอเมืองขอนแก่น ตำบลดอนหัน ท่าพระ ในเมือง บ้านเป็ด พระลับ เมืองเก่า ศิลา และมุ้งขยายสู่ อุบลราชธานี นครราชสีมา และอุรธานี อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้บริการต้องมีเครื่องและซิมการ์ดที่รองรับ 4G และใช้เครือข่าย dtac TriNet แล้วเท่านั้น จึงจะสามารถใช้บริการนี้ได้ หากไม่แน่ใจ สามารถกด *444# เพื่อสิทธิ์ใช้ฟรี dtac 4G และสามารถอัปเดตได้ที่ศูนย์บริการดีแทคทุกสาขา



SMEs Movement



หารือแนวทางความร่วมมือ

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาต รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้การต้อนรับ **ดร.เจีย แซ่มานง (H.E. Dr.Chea Samnang)** เลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP National Committee) และผู้อำนวยการสำนักงาน รัฐมนตรีของ **นายยิม ซายลี** รองนายกรัฐมนตรี ราชอาณาจักรกัมพูชา พร้อมคณะกรรมการฯ ในโอกาส เข้าพบเพื่อหารือแลกเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐของไทย โดยมี **นายประทีป สิกษะมณฑล** อัครราชทูต ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงพนมเปญ เป็นผู้นำ คณะ ณ ห้องประชุม 1802 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



ประชุมความร่วมมือ ศักยภาพ SMEs

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาต รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นประธานการประชุมความร่วมมือในการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพ SMEs ปี 2558 ระหว่าง สสว. กับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถาบันการเงิน เพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งที่เป็นสมาชิก สสว. และลูกค้าหรือสมาชิกของสถาบันการเงินและองค์กรเอกชน ณ ห้อง Meeting Room 3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

แถลงข่าวโครงการ THAI AIM

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาต รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นประธานแถลงข่าวโครงการผู้ประกอบการไทยก้าวสู่ตลาดนานาชาติ (Thai Access to International Markets Competition : THAI AIM) ซึ่ง สสว. ร่วมกับ Global Entrepreneurship Thailand (GET) องค์กรสภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDCC) และสมาคมการค้าไทย-ฮ่องกง (THTA) จัดขึ้น ณ ห้องจุฬาลักษณ์ โรงแรมสุโขทัย กรุงเทพฯ





ประชุมหน่วยงานตาม พรบ.เฉพาะ

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาต รองผู้อำนวยการรักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นประธานการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้บริหารหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติเฉพาะ ครั้งที่ 1/2558 ณ ห้องประชุม1801 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



จับคู่ธุรกิจ

นายชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นประธานเปิดงานสัมมนา การเข้าร่วมกิจกรรมการเป็นคู่ค้ากับบริษัทชั้นนำด้านสุขภาพและความงามของสหราชอาณาจักร ณ หอการค้าการค้าอังกฤษ-ไทย ถนนวิทญู กรุงเทพฯ



สร้างภูมิคุ้มกัน ภัยพิบัติ SMEs

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมเป็นประธานเปิดงานสัมมนา Towards a Resilient Business Community ภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติในประเทศไทย ซึ่ง สสว. ร่วมกับศูนย์เตรียมความพร้อมป้องกันภัยพิบัติแห่งเอเชีย (Asian Disaster Preparedness Center - ADPC) ณ ห้องกมลทิพย์ 1 โรงแรมเดอะ สุโกศล ถนนศรีอยุธยา กรุงเทพฯ



ประชุมหารือความร่วมมือ ส่งเสริม SMEs

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) นายศักดิ์ชัย อุ่นจิตติกุล ประธานคณะกรรมการบริหารสถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมการผลิต (SMI) นางสาวลิณี ว่างตาล ประธานกรรมการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ถพว.) และนายวัลลภ เตชะไพบูลย์ กรรมการและผู้จัดการทั่วไป บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ร่วมแถลงข่าวผลการประชุมหารือแนวทางการร่วมมือการส่งเสริมและลดอุปสรรคต่างๆ ให้กับ SMEs เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริม SMEs ของรัฐบาล ณ ห้องประชุม ส.อ.ท.1 สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

21 พฤศจิกายน 2557



เสวนาต่อยอดธุรกิจ SMEs

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาต รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พร้อมด้วย นายประพันธ์ เจริญประวัติ ผู้จัดการ ตลาดหลักทรัพย์ mai ร่วมเปิดงานเสวนา หัวข้อ “ต่อยอดธุรกิจ SMEs ด้วยการตลาดแนวใหม่” ให้แก่ ผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ ซึ่ง สสว. ร่วมกับ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดขึ้น โดยได้รับเกียรติจาก นางสาวภัทรมน พิรุพันธ์ รองผู้อำนวยการฝ่ายสรรหาและพัฒนาบริษัทจดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์ mai นายวิศหาญอุตสาหะ ผู้บริหารบริษัทศรีจันทร์สโตนโฮสเทลจำกัด และ นายสุธีรพันธ์ สักรวิตร ที่ปรึกษาทางด้านการตลาดและโฆษณา ให้เกียรติเป็นวิทยากร ณ โถงนิทรรศการ ชั้น 1 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ขอคำแนะนำบริหารสมาคมฯ

นางสาววิมลกานต์ โกสุมาต รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้การต้อนรับ นายสุรวัช อัครวรรมาต นายกสมาคมการค้าเอสเอ็มอีไทย และคณะกรรมการสมาคมฯ ในโอกาสเข้าพบเพื่อแนะนำคณะกรรมการสมาคมฯ และขอรับคำชี้แนะในการบริหารสมาคมฯ ณ ห้องประชุม 1801 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)





ประชุมวิชาการประจำปี

นายชาญณรงค์ อร่ามกุล รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมเปิดการประชุมวิชาการประจำปี 15 หน่วยงานตาม พรบ.เฉพาะ ปี 2557 โดยได้รับเกียรติจาก ศ.ดร.ยงยุทธ ยุทธวงศ์ รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธานเปิดการประชุมและปาฐกถาพิเศษ “หน่วยงานรัฐตาม พรบ.เฉพาะ : นวัตกรรมเพื่อการปฏิรูปประเทศไทย” ณ Event Hall ชั้น 2 อาคารศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) กรุงเทพฯ



สินค้าไทย..คุณภาพส่งออก

สมาคมผู้ส่งออกและผู้ผลิตไทย เชิญชวนเลือกซื้อสินค้าส่งออกคุณภาพดี ฝีมือคนไทย ทั้งเสื้อผ้ากระเป๋ารองเท้าเครื่องประดับ อัญมณี เครื่องสำอาง ของฝากและของที่ระลึกต่างๆ ลดราคาสูงสุด 70-80% ในงาน Thai Exports 2015 วันที่ 27 กุมภาพันธ์ - 8 มีนาคม 2557 ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ถนนรัชดาภิเษก (ตรงข้ามศาลอาญา) ตั้งแต่เวลา 10.00 - 20.00 น.

Pikul

นาฬิกาหน้าปัดไม้

ด้วยแนวคิดที่ “อยากให้มนุษย์ได้กลับมาใกล้ชิดกับธรรมชาติ” เพราะความพิเศษของธรรมชาติคือ ความอบอุ่น และความสวยงาม กลายมาเป็นนาฬิกาข้อมือที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติ หน้าปัดทำจากราซินแห้งปาดอย่างไม้ ‘บีช’ ไม้ที่มีเอกลักษณ์สำหรับกาลเวลา...

บริษัท ญินันท์ จำกัด

083-096-5514, 084-539-3505

facebook.com/pikul.hoonkan



Bangkok Pewter

แก้วไวน์ สไตไทย

ไอเดียสร้างสรรค์ที่เกิดจากการนำแก้วไวน์ มาตัดขาและเชื่อมต่อด้วยก้านพิวเตอร์เนื้อดีบุก เพื่อป้องกันไม่ให้ความร้อนจากฝ่ามือทำให้รสชาติไวน์เปลี่ยนไป ก่อนจะนำศิลปะวัฒนธรรมไทยมาแต่งแต้มให้เกิดเป็นผลงานอันมีเอกลักษณ์ วิจิตรงดงาม ทั้งลวดลายรามเกียรติ์ สุพรรณหงส์ ช้าง ยุทธหัตถ์ ไปจนถึงหนังตะลุง

บริษัท บางกอกพิวเตอร์ จำกัด

0-2979-5115-6, 081-563-4963

www.bangkokpewter.com



Soap Villa

สบู่ธรรมชาติ สัญชาติไทย

ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจากธรรมชาติ คัดสรรส่วนผสมที่ดีที่สุดจากผืนแผ่นดินไทย ทั้ง “น้ำมันรำข้าว” และ “น้ำมันจากมะพร้าว” ซึ่งอุดมด้วยคุณประโยชน์บำรุงและมอบความชุ่มชื้นให้แก่ผิว ทั้งยังผลิตด้วยกรรมวิธีแบบธรรมชาติ ที่ไม่ใช้ความร้อน ช่วยคงคุณค่าของสารสำคัญต่างๆ ไว้ได้อย่างครบครัน

Soap Villa Company Limited

083-612-4654, 0-2573-7028

www.soapvilla.com



THAI AIM 2014

10 ผู้ผ่านเข้ารอบสุดท้าย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับ สมาคมการค้าไทย-ฮ่องกง สนับสนุน โครงการ **THAI AIM 2014** (The Thai Access to International Markets Competition) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs ร่วมแข่งขันโชว์ไอเดีย การนำเสนอสินค้าผ่านคลิปวิดีโอความยาวไม่เกิน 15 วินาที โดยผู้ได้รับการโหวตสูงสุด 10 ราย จาก เฟสบุ๊ค Thai Aim 2014 จะได้รับโอกาสนำสินค้าไป ร่วมแสดงในงาน Hong Kong Gifts & Premium Fair และ Hong Kong Houseware Fair 2 งาน แสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย!

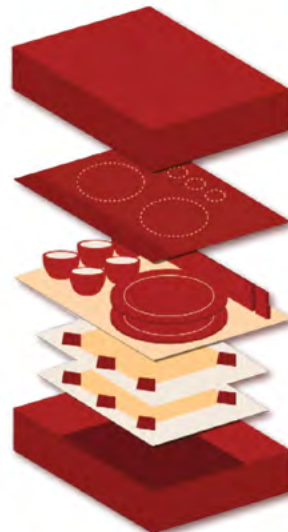
Bai Bai

ชุดไหว้เจ้า..ฉบับเริ่มต้น

คำว่า “ไป๋ ไป๋” ในภาษาจีนแปลว่า การไหว้ นี่คือชุดไหว้เจ้า สำหรับคนยุคใหม่ ที่ทำให้การไหว้เป็นเรื่องง่ายและสะดวก มากยิ่งขึ้น บรรจุภัณฑ์ถูกออกแบบเป็นชั้นๆ ให้สามารถ วางซ้อนกันได้สนิท ภายในประกอบด้วยชุดจาน ชุดน้ำชา ชุดรูปเทียน แผ่นเตี๋ย และแผ่นที่การจัดวางของไหว้ ซึ่งคง กลิ่นอายของแก่นสารประเพณีไว้ได้อย่างสมบูรณ์

บริษัท อหทัยโปรโมชัน จำกัด

080-600-4999, 087-452-4554



Thai Alaya Batik ภาพประดับผนังบาติก

ผลงานภาพประดับผนังบาติก วาดด้วยมือ ถ่ายทอดความอิสระเสรีที่ผูกพันกันอย่าง ลงตัว ด้วยลวดลายของไก่อ้า คู่รัก ที่มาไปรอย เส้นห์ความเป็นล้านนา ผ่านลวดลายเส้น การ ใช้สีในโทนนุ่มนวล อบอุ่น และลวดลายเส้น เทียนหัก อันเป็นเอกลักษณ์ของไทย อยุธยา บาติก แอนด์ แกลเลอรี

Thai Alaya Batik & Gallery

081-595-1825, 081-852-0686

www.novica.com/thai-alaya/s/

Wickerwork

โคมไฟจักสานด้วยใบจาก

'จากใบสด' ถูกออกแบบ ถักทอ ร้อยเรียง ผ่านกาลเวลาจนใบแห้ง เคลือบด้วยน้ำมัน ยางสูตรเฉพาะ ซึมผ่านทุกอณูของเส้นใบ ผสานกันเหนียวแน่นจนคงรูป แข็งแรงและ งดงาม กลายเป็นโคมไฟแขวนเพดานและ โคมไฟติดผนัง หลากหลายดีไซน์ ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม

Baantaong2

089-499-2940

www.facebook.com/Baantaong



Madame Ocean

เครื่องประดับจากท้องทะเล

เครื่องประดับทั้งสองชิ้นสองสไตล์ ตัวเรือนทำจาก เงินแท้ ชุดต่างหูและจี้ Madame Ocean ทำจากไข่มุก ทะเลวาววับ เป็นประกาย ล้อมรอบด้วยทับทิมพม่า สองชั้น ให้ความรู้สึกสง่างาม ขณะที่ Song of Love

ต่างหูทับทิมไล่เฉดสีเป็นตัวอักษร โน้ตเพลง คือ ตัวแทนแห่ง ความสุข และความสนุกสนาน รื่นรมย์

Morakot Gallery

0-2639-1636, 094-396-6549

www.Morakotgallery.com



Aeskimo เคสอาร์กไฟนุดคู

Air Cover สำหรับ iPhone 6 และ 6 Plus ที่สามารถดัดแปลงให้เป็นที่ตั้งโทรศัพท์และใส่นามบัตรได้ ผลิตจากหนังเทียมเกรดวิศวกรรม นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งออกแบบมาสำหรับอุตสาหกรรมเบาะเรือยอชท์ สามารถทนต่อทุกสภาพอากาศ ร้อนเย็น บางเบา และทนทานต่อการขีดข่วนถึง 400,000 นหน!

Aeskimo Company Limited

0-2552-5311

www.Aeskimo.com



THLOS แป้งน้ำโอมใหม่



แป้งน้ำเป็นที่นิยมของคนไทยมาตั้งแต่อดีตกาล ให้ความรู้สึกสดชื่น เย็นสบาย เหมาะกับอากาศเมืองร้อนแบบบ้านเรา THLOS ได้ทำให้แป้งน้ำกลับมามีชีวิตใหม่อีกครั้ง ด้วยรูปปลักษณ์ที่ทันสมัยเหมาะกับคนรุ่นใหม่ เช่นเดียวกับสูตรที่อ่อนโยนลง มีเนื้อที่บางเบา แต่ยังคงสรรพคุณบำรุงผิวจากสมุนไพรทั้ง 5 ชนิดไว้ได้อย่างครบถ้วน

บริษัท ทาอส กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด

0-2744-9982, 085-819-9003

www.thlos.com

Nimited เทียนหอมผลไม้

มองเผินๆ อาจนึกว่าผลไม้ แต่แท้ที่จริงคือเทียนหอมที่สร้างมูลค่าด้วยงานดีไซน์เก๋ไก๋ ทั้งแอปเปิ้ล ชมพู ลูกแพร์ ฯลฯ ซึ่งนอกจากความสวยงามแล้ว ผิวน้ำที่เคลือบปิดเนื้อเทียนยังช่วยเก็บกลิ่นหอมของเทียนไว้ให้นานยิ่งขึ้นและเป็นวัสดุที่ย่อยสลายในธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

Silapanimit Company Limited

0-2989-0580, 081-870-2212

www.nimited.com



Cover Story



พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี



เมื่อ SMEs เป็น วาระแห่งชาติ

ร่วมส่งเสริม SMEs ไทย ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

นิตยสาร SMEs Today ฉบับนี้ อยู่เคียงข้างผู้ประกอบการ SMEs มาจนถึงเล่มที่ 100 พร้อมๆ กับชาติ เมื่อรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ประกาศให้นโยบายการส่งเสริม SMEs เป็น 'วาระแห่งชาติ'

“เศรษฐกิจไทยจะเติบโตไปไม่ได้ หากไม่มีการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เข้มแข็ง และพร้อมที่จะปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของเศรษฐกิจโลก รัฐบาลจึงให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการส่งเสริม SMEs โดยกำหนดให้นโยบายการส่งเสริม SMEs เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการไทยสู่ความเป็นสากล”

น้ำเสียงหนักแน่นของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ในฐานะประธานบอร์ดส่งเสริม SMEs สะท้อนถึงความเอาใจจริงเอาใจในการทำงานของรัฐบาล ที่ได้มอบหมายให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมให้ความสำคัญ และดำเนินมาตรการความช่วยเหลือ

เหลือผู้ประกอบการ SMEs อย่างเต็มที่ในทุกวิถีทาง ด้วยเห็น SMEs เป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

SMEs ต้องเติบโต

ในปัจจุบัน SMEs ไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 2.76 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 97.2 ของวิสาหกิจทั้งหมด ในจำนวนนี้เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง (M) เพียง 1.3 หมื่นรายเท่านั้น หรือเท่ากับร้อยละ 0.5 ของ SMEs ทั้งประเทศ ซึ่งถือว่าน้อยมาก เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะมีสัดส่วนผู้ประกอบการขนาดกลางไม่ต่ำกว่า 5-10%



วิเคราะห์ให้ดี จะเห็นว่าปัญหาหลัก ที่ทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็ก (S) ไม่สามารถก้าวขึ้นไปเป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง(M)ได้ เนื่องจากความผันผวนทางการเมือง วิกฤตเศรษฐกิจโลก ปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเทคโนโลยี

สิ่งที่นายกรัฐมนตรีมุ่งให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก คือ การปฏิรูป SMEs ไทย ให้สามารถเติบโตจากผู้ประกอบการขนาดเล็กไปสู่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดใหญ่ ซึ่งจะช่วยเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ของ SMEs ไทยให้สูงขึ้น

มุ่งสู่ประเทศพัฒนา

ในอดีตที่ผ่านมา สัดส่วน GDP ของ SMEs ไทยเคยสูงถึง 42% แต่ภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ ปี 2540 เป็นต้นมา สัดส่วน GDP ก็ลดลงเรื่อยๆ จนปัจจุบันอยู่ที่ 37.4% คิดเป็นมูลค่าประมาณ 4.45 ล้านล้านบาท

จาก GDP รวมของประเทศ 11.9 ล้านล้านบาท

ฉะนั้นยุทธศาสตร์ในการผลักดันสัดส่วน GDP ของ SMEs ให้เพิ่มสูงขึ้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้วางแผนแม่บทส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564) โดยตั้งเป้าที่จะเพิ่มสัดส่วน GDP ของ SMEs ให้ได้ปีละ 1% ซึ่งเท่ากับว่า ผู้ประกอบการ SMEs จะต้องมียอดเพิ่มขึ้นจากเดิม ไม่นต่ำกว่า 3 แสนล้านบาทต่อปี

ดังนั้น เป้าหมายระยะสั้นสำหรับปี 2558 จึงเป็นการผลักดันให้ SMEs มีสัดส่วน GDP ที่ร้อยละ 38 ขณะที่เป้าหมายระยะยาว คือเร่งการเติบโตของ SMEs ไทย แบบก้าวกระโดด ด้วยการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การทำแบรนด์ดิ้ง และการส่งออกให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มสัดส่วน GDP ของ SMEs ให้เกินร้อยละ 50 เช่นเดียวกับกลุ่มประเทศพัฒนาอื่นๆ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เพื่อช่วยยกระดับประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงที่สุดในที่สุด

ประสานสิบทิศ

อนึ่ง เพื่อให้การขับเคลื่อนนโยบายการส่งเสริม SMEs อย่างเป็นรูปธรรม ที่ประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงได้พิจารณาปรับโครงสร้างการบริหารจัดการ SMEs ทั้งระบบ รวมถึงการยกระดับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้ขึ้นตรงต่อสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อให้เกิดความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ในฐานะประธานบอร์ด SMEs ได้มอบหมายให้ ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล รองนายกรัฐมนตรี และเพิ่มอำนาจหน้าที่ให้มีขอบเขตการทำงานที่กว้างขึ้น โดยเป็นทั้งผู้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม SMEs ทั้งระบบ รวมทั้งประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการบูรณาการในการส่งเสริม SMEs อย่างแท้จริง

นับว่านโยบายการส่งเสริม SMEs ให้เป็นวาระแห่งชาติ เป็นความหวังสำหรับผู้ประกอบการ SMEs โดยถ้วนหน้า ขณะที่ในแง่ของการจัดการบริหารประเทศ ก็นับเป็นก้าวสำคัญโดยแท้

4 ยุทธศาสตร์ SMEs

สำหรับปีนี้ บอร์ด SMEs ได้มีมติเห็นชอบยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินการส่งเสริม SMEs ระยะเร่งด่วน 2558 ของ สสว. จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ รวม 13 โครงการ



ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล รองนายกรัฐมนตรี

ยุทธศาสตร์ที่ 1 บูรณาการการบริหารจัดการกับภาครัฐ เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ให้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การจัดทำแผนการส่งเสริม SMEs และงบประมาณแบบบูรณาการ การจัดทำฐานข้อมูล SMEs แห่งชาติ การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs การสนับสนุนให้ SMEs เข้าถึงตลาดการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ และการลดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนา SMEs โดยมุ่งเน้นการพัฒนาตามวงจรธุรกิจ ประกอบด้วย การจัดตั้งศูนย์ให้บริการ SMEs ครัววงจร การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้ธุรกิจ SMEs ออนไลน์ และการสนับสนุนและพัฒนา SMEs ที่มีศักยภาพสูง

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการของ SMEs ซึ่งประกอบด้วย โครงการ 1 มหาวิทยาลัย 1 อาชีวะ : 100 SMEs และการจัดทำทำเนียบผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เชื่อมโยงเครือข่ายภาครัฐและเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ (Power) เพื่อส่งเสริมและพัฒนา SMEs ประกอบด้วย การส่งเสริมให้ SMEs เป็นสมาชิกองค์การเอกชน การสนับสนุนเครือข่าย SMEs ใน 18 กลุ่มจังหวัด และการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับ SMEs ใน ASEAN

ทั้งนี้ 4 ยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะเป็นการวางพื้นฐานในการพัฒนา ส่งเสริม SMEs ให้เอื้อต่อการเพิ่มสัดส่วน GDP ของ SMEs ให้เติบโตได้ในอัตราร้อยละ 1 ต่อปี และจะช่วยสนับสนุนให้มีการจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นจำนวน 50,000 ราย ในที่สุด >>

โครงการดีๆ สำหรับ SMEs

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.)
โครงการสนับสนุนเครือข่ายธุรกิจ SMEs ใน 18 กลุ่มจังหวัด จำนวนไม่น้อยกว่า 54 เครือข่ายทั่วประเทศ โดยมีผู้เชี่ยวชาญคอยช่วยเหลือและพัฒนาขีดความสามารถในด้านต่างๆ ทั้งการลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างนวัตกรรม ฯลฯ
โทร.1301 www.sme.go.th

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)
โครงการสิทธิประโยชน์ในการยกเว้นภาษีอากรและภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่มีการลงทุนตามเงื่อนไขที่ BOI กำหนด อาทิ การนำเข้าเครื่องจักร การตั้งสถานประกอบการในพื้นที่ 20 จังหวัดรายได้ต่ำ การลงทุนในงานวิจัยและพัฒนา การลงทุนในเทคโนโลยีและการออกแบบ ฯลฯ
โทร.0-2553-8111 www.boi.go.th

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)
โครงการ “สินเชื่อ 9 เมนู คั้นความสุข SME” ต่อเนื่องจากปี 2557 วงเงิน 1.9 หมื่นล้านบาท อาทิ สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการ OTOP สินเชื่อ SMEs Green สินเชื่อ Factoring เปลี่ยนลูกหนี้การค้าให้เป็นเงินสด เป็นต้น
โทร.1357, 0-2265-3000 www.smebank.co.th

บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
โครงการค้ำประกันสินเชื่อ PGS ระยะที่ 5 ช่วยเหลือ SMEs ที่มีศักยภาพ แต่ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน วงเงินค้ำประกันรวม 240,000 ล้านบาท (ฟรี ค่าธรรมเนียมค้ำประกันในปีแรก หลังจากนั้น ชำระค่าธรรมเนียมร้อยละ 1.75 ต่อปี)
โทร.0-2890-9999 www.tcg.or.th

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)
โครงการ Digital SMEs เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการดิจิทัล อาทิ การสร้างผู้ประกอบการใหม่ด้านดิจิทัล (New Digital Entrepreneur) การทำการตลาดด้วยสื่อดิจิทัล สำหรับวิสาหกิจชุมชน (Digital OTOP) และการนำเครื่องมือดิจิทัลไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ
โทร.1358, 0-2202-4414 www.dip.go.th

เครือข่ายพันธมิตรสำหรับ SMEs

ในโลกธุรกิจที่หมุนเร็วและหมุนแรงเช่นทุกวันนี้ เราไม่สามารถที่จะยืนหยัดต่อสู้ได้เพียงลำพังอีกต่อไป หลายบริษัทเริ่มมองหาหาพันธมิตรธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบ เพื่อเติมเต็มให้เก้กันและกัน ทั้งในเรื่องของการลดต้นทุนการผลิต การแบ่งปันทรัพยากร การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ

SMEs Today ฉบับนี้ ทีมงานได้รวบรวมเครือข่ายพันธมิตรที่น่าจะเป็นประโยชน์ สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในด้านต่างๆ



ลองดูสิว่า...คุณอยากเป็นเพื่อนกับใครบ้าง?

ส่วนราชการ			
สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
สำนักนายกรัฐมนตรี	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	962 ถ.กรุงเกษม เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100	0-2280-4085
	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	555 ถ.วิภาวดีรังสิต เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2537-8111 ต่อ 2255
กระทรวงอุตสาหกรรม	กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	ถ.พระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2202-4459
	กรมโรงงานอุตสาหกรรม	ถ.พระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2202-4006
	สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	ถ.พระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2202-3306
	สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม	ถ.พระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2202-4250
กระทรวงพาณิชย์	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2513-7370
	กรมการค้าต่างประเทศ	44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2547-4841-2
	กรมการค้าภายใน	44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2547-5454-5
	กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ	44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2507-7581
	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า	44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2547-4454
	กรมทรัพย์สินทางปัญญา	44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอบ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2547-4690
กระทรวงแรงงาน	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	ถ.มิตรไมตรี เขตดินแดง กรุงเทพฯ 10400	0-2247-0302
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	กรมวิทยาศาสตร์บริการ	ถ.พระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2201-7062
กระทรวงสาธารณสุข	กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์	88/7 ถ.ติวานนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2591-5235
	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	88/24 ม.4 ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2591-8451
	กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก	ถ.ติวานนท์ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000	0-2591-7806
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	กรมส่งเสริมการเกษตร	2143/1 ถ.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2579-3013
	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	ถ.ราชดำเนินนอก เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200	0-2283-1600

ส่วนราชการ

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
กระทรวงการคลัง	กรมสรรพากร	90 ซ.พหลโยธิน 7 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2617-3311
	กรมศุลกากร	1 ถ.สุนทรภะโกษา เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2671-7980
กระทรวงต่างประเทศ	กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ	443 ถ.ศรีอยุธยา เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2643-5251
	กรมอาเซียน	443 ถ.ศรีอยุธยา เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2203-5000 ต่อ 14390
กระทรวงพลังงาน	กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน	17 ถ.พระราม 1 เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2223-0021-9
	กรมธุรกิจพลังงาน	555/2 ศูนย์เอ็นเนอร์ยี คอมเพล็กซ์ อาคาร บี ชั้น 19 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2794-4000
กระทรวงมหาดไทย	กรมการพัฒนาชุมชน	ถ.อัษฎางค์ เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200	0-2222-0863
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว	154 ถ.พระราม 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2216-6905 ต่อ 301, 302
	กรมการท่องเที่ยว	สนามกีฬาแห่งชาติ ถ.พระราม 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2219-4010-17
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	สำนักงานสถิติแห่งชาติ	ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น 2 ถ.แจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210	0-2142-1234
กระทรวงศึกษาธิการ	สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.)	319 วั่งจันทร์เกษม ถ.ราชดำเนินนอก เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300	0-2281-5555
	สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)	328 ถ.ศรีอยุธยา เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2354-5500-19
มหาวิทยาลัยของรัฐ (มีฐานะเป็นส่วนราชการ)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	50 ถ.งามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2579-0113 0-2579-0840
	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	ท่าพระจันทร์ 2 ถ.ท่าพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200	0-2613-3333
	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	114 ถ.สุขุมวิท ซอย 23 กรุงเทพฯ 10110	0-2649-5000
	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์	118 หมู่ 3 ถ.เสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	0-2727-3000
	มหาวิทยาลัยศิลปากร	22 ถ.บรมราชชนนี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170	0-2849-7500-30
	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	340 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	0-4400-9009
ส่วนราชการ (ไม่สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวง หรือทบวง)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)	196 ถ.พหลโยธิน เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2561-2445,

หน่วยงานของรัฐ

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
สำนักนายกรัฐมนตรี	สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)	อาคาร CMMU ชั้น 18 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2105-6500
	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)	ชั้น 14 SM Tower 979/17-21 ถ.พหลโยธิน สามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2298-0455, 0-2278-8200
	องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)	118/1 อาคารทิปโก้ ชั้น 31 ถ.พระราม 6 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2357-3580-7

หน่วยงานของรัฐ

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ	73/1 ถ.พระรามที่ 6 แขวงพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2644-6000
	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)	111 ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120	0-2564-7000
	สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ	319 อาคารจัตุรัสจามจุรี ชั้น 14 ถ.พญาไท แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2160-5432
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)	120 หมู่ 3 อาคารรวมหน่วยงานราชการ ปี ชั้น 9 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210	0-2141-7100
กระทรวงพัฒนาการเศรษฐกิจและความมั่นคงของมนุษย์	สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)	912 ถ.นวมินทร์ แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240	0-2378-8300-9
กระทรวงการคลัง	สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (องค์การมหาชน)	123 อาคารชั้นทาวเวอร์ เอ ชั้น 14 ถ.วิภาวดี-รังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2617-7676
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน)	120 หมู่ 3 อาคารรัฐประศาสนภักดี ชั้น 9 ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210	0-2141-7800
กระทรวงพาณิชย์	สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)	140, 140/1-3, 140/5 อาคารไอทีเอฟ ทาวเวอร์ ชั้น 1-4 และชั้น 6 ถ.สีลม แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	0-2634-4999
กระทรวงศึกษาธิการ	สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (สคพ.)	ชั้น 8 อาคารวิทย์พัฒนา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ฯ 12 ถ.พญาไท กรุงเทพฯ 10330	0-2216-1894-7
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ (มีฐานะเป็นองค์การมหาชน ตามพระราชบัญญัติเฉพาะ)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	126 ถ.ประชาอุทิศ แขวงบางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140	0-2470-8000
	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเหนือ	1518 ถ.พิบูลสงคราม บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800	0-2555-2000
	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ถ.ฉลองกรุง ลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520	0-2329-8000
	มหาวิทยาลัยมหิดล	999 ถ.พุทธมณฑล สาย 4 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170	0-2849-6000
	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	254 ถ.พญาไท แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2215-0871
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา	340 ถ.สุรนารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000	0-4400-9009	
หน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณและกฎหมายอื่น	ธนาคารแห่งประเทศไทย	273 ถ.สามเสน แขวงวัดสามพระยา เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200	0-2283-5353

รัฐวิสาหกิจ

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
กระทรวงการคลัง	ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย	1193 อาคารเอ็กซ์ิม ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2271-3700, 0-2278-0047, 0-2617-2111
	ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.)	310 อาคารเอสเอ็มอีแบริ่งทาวเวอร์ ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2201-3700-2
	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)	2346 ถ.พหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2555-0555
	ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย	66 อาคารคิวเฮ้าส์ อโศก ชั้น B,M,12,14,18, 20-23 ถ.สุขุมวิท 21 (อโศก) แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110	0-2650-6999
	บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)	อาคารชาบูอิสสระทาวเวอร์ 2 ชั้น 17-18	0-2308-2741

รัฐวิสาหกิจ

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
กระทรวงอุตสาหกรรม	การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	2922/243 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)	618 ถ.นิคมมักกะสัน แขวงมักกะสัน 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2253-0561 ต่อ 2255
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1600 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2250-5500
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด	111 หมู่ 3 ถ.แจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210	0-2831-3131
กระทรวงมหาดไทย	องค์การตลาด	51/47 ถนนผัก ซอย 4 แขวงตลิ่งชัน กรุงเทพฯ 10170	0-2882-2301-6

องค์กรเอกชน

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
สาขาทั่วไป	สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โซนซี ชั้น 4 60 ถ.รัชดาภิเษก เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2345-1000
	หอการค้าไทย	หอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 150 ถ.ราชพฤกษ์ เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200	0-2622-1860-76
	สมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย	อาคารส่งเสริมอุตสาหกรรม ชั้น 4 กระทรวงอุตสาหกรรม ถ.พระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2202-4547
	สมาคมธุรกิจแฟรนไชส์และเอสเอ็มอีไทย	9/88 หมู่ 7 บ้านสวนริมคลองบางมด ถ.พุทธบูชา แขวงบางมด เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150	0-2426-4700-1
	ศูนย์ศิลปาชีพ บางไทร ในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ	59 หมู่ 4 ต.ช้างใหญ่ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา	0-3536-6252-4
	สำนักงานมูลนิธิพระดาบส	384/386 ถ.สามเสน (ตรงข้ามหอสมุดแห่งชาติ) ท่าวาสุกรี กรุงเทพฯ 10300	0-2282-7000 0-2281-0377
สาขาอาหาร	สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป	170/21-2 ชั้น 9 อาคารโอเชียนทาวเวอร์ 1 ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2261-2684-6, 0-2261-2995
สาขาท่องเที่ยว	สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1600 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ แขวงมักกะสัน เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2250-5500 ต่อ 1646-8
	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทน.)	599/29 หมู่บ้านกลางกรุง รัชวิภา ถ.รัชดาภิเษก แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2192-1924-6
	สมาคมโรงแรมไทย	294/1 อาคาร Asia ชั้น 2 ถนนพญาไท ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-2216-9496
	สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย	154 ชั้น 1 อาคารสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว สนามกีฬาแห่งประเทศไทย ถ.พระราม 1 แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2219-2722
	สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว	128/45 ชั้น 5 ยูนิท ซี อาคารพญาไทพลาซ่า ถ.พญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400	0-22146-1758
	สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว	33/42-43 อาคารวอลล์สตรีททาวเวอร์ ออฟฟิศคอนโดมิเนียม ชั้น 10 ถ.สุรวงศ์ แขวงสุริยวงศ์ เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	0-2237-6046-8
	สมาคมผู้ประกอบการสปาไทย	1148 ซ.พัฒนาการ 30 ถ.พัฒนาการ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250	0-2319-7015-8 ต่อ 2222

องค์กรเอกชน

สังกัด	ชื่อนหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
สาขาส่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	มูลนิธิพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย	127/36 ชั้น 31 อาคารปัญญาธานีทาวเวอร์ ถ.นนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120	0-2681-2559
	สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย	128/36 ชั้น 36 อาคารปัญญาธานีทาวเวอร์ ถ.นนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120	0-2681-2222
สาขาโลจิสติกส์	สมาพันธ์โลจิสติกส์ไทย	อาคาร เดอะ เทรนด์ ชั้น 20 ห้องเลขที่ 2004A ช.สุขุมวิท 13 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110	0-2168-7415
	สมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ไทย	56/3 D ชั้น 1 อาคารชุดเดอะรอยัลนาวินาทาวเวอร์ ถ.เชื้อเพลิง แขวงช่องนนทรี เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120	0-2671-3620-21
	สมาคมไทยโลจิสติกส์และการผลิต	1895/96 ซ.พหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร 10900	089-662-2553, 089-777-5549
สาขาอัญมณี และเครื่องประดับ	สมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ	919/119, 919/615-621 อาคารชุดจิวเวลรี่เทรดเซ็นเตอร์ ชั้น 52 ถ.สีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	0-2630-1390-7
	สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี	35/202 ถ.ไตรรัตน์ อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000	0-3930-3118-9
	สมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี	อาคาร Gems Club Tower 68 ถ.ศรีจันทร์ ต.วัดใหม่ อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000	0-3932-3188, 086-542-6541
สาขาก่อสร้าง	สมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์	110 อาคารโอเรียนเต็ล เรสซิเดนซ์ ชั้น 3 ถ.วิฑู แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2251-4471-3
	สมาคมธุรกิจรับสร้างบ้าน	2 ซ.ลาดปลาเค้า 10 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว 10230	0-2570-0153
สาขาส่งพิมพ์	สหพันธ์อุตสาหกรรมการพิมพ์ไทย	46/92 หมู่ 12 ถ.นวลจันทร์ แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230	0-2944-6975
	สมาคมการพิมพ์ไทย	311, 311/1 ซ.ศูนย์วิจัย 4 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	0-2719-6685-7
	สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย	86/6 ซ.ไตรมิตร กล้วยน้ำไทย ถ.พระราม 4 คลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2713-6164
	นายกสมาคมการพิมพ์สกรีนไทย	46/92 หมู่ 12 ถ.นวลจันทร์ แขวงบึงกุ่ม เขตบึงกุ่ม กรุงเทพฯ 10230	0-2509-6653-4, 0-2944-5393
สาขาค้าปลีก-ค้าส่ง	สมาคมการค้าส่ง-ปลีกไทย	61/52-53 หมู่ 7 ถ.เพชรเกษม แขวงหนองค้างพลู หนองแขม กรุงเทพฯ 10160	0-2806-5258-9
	สมาคมผู้ค้าปลีกไทย	100/9 อาคาร ว่องวานิช บี ชั้น 12 ถ.พระราม 9 เขตห้วยขวาง แขวงห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10320	0-2645-0422-3
สาขาไลฟ์สไตล์	สมาคมผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ	อาคารข้างศาลานเรสซิเดนซ์ ห้อง 2001 190/4 ต.ข้างศาลาน อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100	0-5381-8488, 081-530-0953
	สมาคมของขวัญ ของชำร่วยไทย และของตกแต่งบ้าน	60 ห้อง D201/8 โซน D ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ถ.รัชดาภิเษกตัดใหม่ แขวง/เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2229-4890
สาขาอื่น ๆ	สมาคมเครื่องหนังไทย	184/72 ชั้น 16 อาคารฟอร์รัม ถ.รัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	0-2645-3505-6
	สมาคมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย	86/6 อาคารสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน ช.ไตรมิตร ถ.พระราม 4 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2712-2246-7
	สมาคมส่งเสริมการรับช่วงการผลิตไทย	86/6 อาคารสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน ช.ไตรมิตร ถ.พระราม 4 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2713-6541
	สมาคมไทยผู้ประกอบการธุรกิจแฟคตอรี	252/20 อาคารเมืองไทย-ภัทร 1 ชั้น 16 ถ.รัชดาภิเษก เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310	0-2276-2030-2 ต่อ 450

องค์กรเอกชน

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
สาขาอื่นๆ	สมาคมไทยคอมพิวเตอร์	สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อาคารปฏิบัติการไฟเบอร์กลาส ซ.ตรีมิตร ถ.พระราม 4 กล้วยน้ำไท คลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2713-5033
	สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย	99/30 หมู่ 4 ชั้น 5 อาคารซอฟต์แวร์พาร์ค ถ.แจ้งวัฒนะ ต.คลองเกลือ อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120	0-2962-1348
	สมาคมเซรามิกส์ไทย	คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถ.พญาไท แขวงพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330	0-2218-5558
	สมาคมเครื่องจักรกลไทย	9/2 ชั้น 1 อาคารวรสิน ซ.ยาสูบ 2 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900	0-2712-2096

เครือข่ายกระทรวงอุตสาหกรรม + อื่นๆ

สังกัด	ชื่อหน่วยงาน	ที่อยู่	โทรศัพท์
หน่วยงานเครือข่าย กระทรวงอุตสาหกรรม	สถาบันไทย-เยอรมัน	700/1 หมู่ 1 นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ถ.บางนา-ตราด กม. 57 ต.คลองด่านรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000	0-3821-5033-39 0-3893-0100
	สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	ชั้น 12 -15 อาคารยุคูลท์ 1025 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2619-5500
	สถาบันอาหาร	2008 ซ.อรุณอมรินทร์ 36 ถ.อรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700	0-2886-8088
	สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ	ชั้น 11 อาคารยุคูลท์ 1025 ถ.พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400	0-2617-1727-36
	สถาบันยานยนต์	655 ซ.1 นิคมอุตสาหกรรมบางปู หมู่ 2 ถ.สุขุมวิท กม.34 ต.บางปูใหม่ อ.เมืองสมุทรปราการ จ.สมุทรปราการ 10280	0-2324-0710-9
	สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	อาคารกรมโรงงานอุตสาหกรรม ชั้น 6 ถ.พระสุเมรุ แขวงบางลำพู เขตพระนคร กทม. 10200	0-2280-7272
	สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย	อาคารสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา ชั้น 1-2 ซ.ตรีมิตร ถ.พระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2713-6290-2 0-2712-4402-7
	สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	99 หมู่ 18 ถ.ป๋วยอึ๊งภากรณ์ มธ.ศูนย์รังสิต คลองหลวง ปทุมธานี 12120	0-2564-4000
	สถาบันพลาสติก	86/6 อาคารสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน ชั้น 2 ซ.ตรีมิตร ถ.พระราม 4 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	0-2391-5340-3
	สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย	100/59 ชั้น 29 สารนครสวรรค์ ถ.สารเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500	0-2266-9919



THE COOL

บริการไทย ชนะใจอาเซียน

เบื้องหลังอาณาจักร The Cool ผู้ผลิต จัดจำหน่าย และให้บริการตู้แช่แข็ง และตู้แช่เย็นทั่วทั้งอาเซียน คือสุดยอดประสบการณ์อันล้ำค่าที่ผู้ประกอบการ SMEs ไทย น่าจะศึกษาไว้เป็นบทเรียน ประสบการณ์จากการ ‘ล้มจริง เจ็บจริง’ ของผู้ชายที่ชื่อ **ประชา ประคณศึกษาพันธ์**

น้ำตาลูกผู้ชาย

เมื่อ 20 กว่าปีที่แล้ว เราเริ่มจ้างผลิตตู้แช่แข็งและตู้แช่เย็น ในนามบริษัทต่างชาติ ผลิตเสร็จแล้วก็ไปติดยี่ห้อเขา จากนั้นเขาก็ขอเข้ามาเป็นหุ้นส่วน เราก็ตกลง คิดแค่ว่าเราต้องเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ต้องคุมการบริหารจัดการ แต่ลืมไปว่าตราสินค้าเป็นของเขา และแม้แต่ชื่อบริษัทตัวเองแท้ๆ ยังเปลี่ยนเป็นชื่อเขาเลย

หลังจากสร้างเครือข่ายจนแข็งแรง กระทั่งแบรนด์ติดตลาด วันดีคืนดีหุ้นส่วนก็โทรมาบอกว่า เขาสร้างโรงงานที่จีนเสร็จแล้วนะ ต่อไปนี่เขาจะลงมาทำตลาดเอง ต้องขอโทษด้วย ก็แค่นั้นเอง ง่าย ๆ สั้นๆ และเป็นกันเอง ภาษาอังกฤษเขาบอกว่า “It's just business, nothing personal” ทุกอย่างเป็นเรื่องของธุรกิจ อย่าเอาไปคิดเป็นเรื่องส่วนตัว ตอนนั้นน้ำตาลูกผู้ชายไหลออกมาเลย คือด้วยความที่เราเป็นคนเอเชีย เราทำธุรกิจบนพื้นฐานของความเป็นเพื่อน ความเป็นพี่น้อง เป็นญาติกัน กว่าสิบปีที่รู้จักกัน กินนอนไปไหนด้วยกัน มันมากกว่าคำว่าเพื่อน จู่ๆ เขาโทรมาบอกเลิกเราในคืนวันที่ 29 สิงหาคม ปี 2008 ตอน 3 ทุ่มครึ่ง ผมยังจำได้แม่น (น้ำเสียงแหบโหย)

รุ่งเช้าเราก็ได้รับจดหมายจากสำนักงานใหญ่ที่เมืองนอก ส่งมาบอกว่า เขาขอถอนหุ้นทั้งหมด ให้เราหยุดและระงับธุรกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวกับสินค้าของเขา สินค้ากว่า 70 ล้านบาท ในมือที่เป็นตราสินค้าของเขาก็หมดราคา เหมือนเราขายรถเบนซ์ที่ถูกถอดตราดาวออก แล้วเอาตราอะไรไม่รู้ไปปะแทน คุณคิดว่าตลาดจะซื้อไหม วันนั้นจึงรู้สำนึกว่า การเป็นเจ้าของตราสินค้าสำคัญแค่ไหน

กำลังใจคือสิ่งสำคัญ

ตอนนั้น ถ้าตัดสินใจเลิกกิจการไปเลย แล้วขายทรัพย์สินต่างๆ เราก็อยู่ได้นะ แต่พนักงานเกือบ 300 ชีวิตในตอนนั้นจะอย่างไร จะอยู่อย่างไร หรือถ้าเราจะสู้ต่อ จะเอาอะไรไปสู้ ที่จริงเรามีโรงงาน เรามีความรู้ และสิ่งที่สำคัญมากคือเรามีคน เรามีทีมงานที่ดีและอยู่กับเรามานาน วันที่บริษัททำท่าว่าจะล้ม แต่ทีมงานทุกคนยังอยู่ครบ ไม่มีใครทิ้งเราไปไหน พวกเขาพูดว่า พี่จะเอาแบบไหนผมเอาด้วย ภรรยาของผมก็บอกว่า เฮีย ถ้าเฮียจะถือกะลา ก็ขอถือกับเฮียด้วยนะ เราก็เอว่ะ ผู้!





SMEs National Awards

บริษัท เดอะ คูล เซอร์วิสเซส จำกัด ได้รับรางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2557 จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

“ผมเชื่อว่าคนไทยต้องทำงานเป็นทีม ผมยินดีให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ SMEs เพราะผมเป็นคนไทย ผมเกิดที่นี่ พ่อแม่ผมก็เกิดที่นี่ ถ้าผมไม่ช่วยคนไทย แล้วจะให้ไปช่วยใคร”

ประชา ประคุณศึกษาพันธ์
Pracha@Coolinspired.com
0-2181-8888

ช่วงนั้นรู้ว่า ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กำลังจะเปิดในอีก 4-5 ปีข้างหน้า ก็เลยตัดสินใจบุกตลาดอาเซียนปีนั้นเลย โดยเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น The Cool ซึ่งแปลว่า เย็น รวมถึงแปลว่า เท่ เจ๋ง แจ๋ว นั่นเพราะเราเชื่อว่า บริษัทของเราทำอะไรไม่เหมือนใคร คิดอย่างเดียวว่า ธุรกิจต้องโต เลยทูปหม้อข้าวหม้อแกงแล้วไปเลย ถ้าทำไม่ได้ก็ไม่ต้องกลับบ้าน

ไม่มีแบรนด์ ไม่มีเพื่อน

ประเทศแรกที่เข้าไปคือ มาเลเซีย เนื่องจากเรามีพันธมิตรและลูกค้าที่เคยทำธุรกิจด้วยกันจนคุ้นเคย แต่พอเขารู้ว่าเราไม่มีแบรนด์ต่างชาติแล้ว เขาก็ไม่ทำธุรกิจด้วย หรือบางรายก็บอกให้เราลงทุนหมด ส่วนเขาจะบริหารคือไม่ขอรับความเสี่ยงใดๆ ทั้งสิ้น ผมก็บอกว่า อ้าว! วันก่อนผมมาขายแบรนด์ต่างชาติ พวกคุณยังแย่งกันอยู่เลย วันนี้ผมบอกว่ามีแบรนด์ The Cool คุณภาพเหมือนเดิมเลย แต่กลับไม่มีใครเอา

กลายเป็นว่าคนไม่ซื้อเพราะแบรนด์ เราจึงได้รู้ความจริงว่าคนไหนคือเพื่อนแท้ และต้องเรียนตามตรงว่า ทั้งหมดที่เจอมาไม่มีเพื่อนแท้เลย ไม่มีใครที่จะคบเราต่อในโลกธุรกิจนี้ หลังจากไม่มีแบรนด์

นี่เป็นประสบการณ์จริง ที่อาจจะสวนทางกับวิธีคิดของคนอื่น ที่บอกว่าจะไปไหนก็ควรมีพันธมิตรที่ดี ซึ่งจริงๆ ผมก็คิดอย่างนั้น เพราะทุกที่ที่เราไป เราชู้อยู่แล้วว่าจะไม่มีความชำนาญ เราไม่เข้าใจภาษา วัฒนธรรม วิธีคิด วิธีการทำงาน เราไม่เข้าใจแม้กระทั่งความต้องการของตลาด คนไทยอาจจะตื่นเช้ามากินข้าวเหนียวส้มตำได้ แต่ไม่ใช่สำหรับทุกที่ สุดท้ายก็เลยคิดว่า ถ้าหาพันธมิตรหรือภรรยาที่ดีไม่ได้

ผมยอมเป็นโสดดีกว่า ก็เลยตัดสินใจลุยเอง แต่คำถามคือ เราจะทำอะไรไปดี...

ธุรกิจไทยหัวใจบริการ

จริงๆ คนไทยมีจุดแข็งอย่างหนึ่งที่เหนือกว่าชาติอื่น คือ เรามีหัวใจของนักบริการ เรามีความเป็นมิตรใครมาเยือนเราก็ให้การต้อนรับเลี้ยงดูปุ๊บเสียเป็นอย่างดี ในเมื่อไม่มีสินค้าอะไรจะขาย ก็ขายบริการนี่แหละ

เราก็ไปบอกลูกค้าว่า เมื่อก่อนผมขายสินค้าให้คุณในตราสินค้าเยอรมัน แต่วันนี้เจ้าของ

จริงๆ คนไทยมีจุดแข็งอย่างหนึ่งที่เหนือกว่าชาติอื่นคือ เรามีหัวใจของนักบริการ เรามีความเป็นมิตร ใครมาเยือนเราก็ให้การต้อนรับเลี้ยงดูปุ๊บเสียเป็นอย่างดี

แบรนด์ลงมาทำเอง ผมจึงขอเป็นผู้ให้บริการหากสินค้าของท่านมีปัญหาผมขอแก้ไขได้ไม่ว่าจะข้อไหนแบรนด์ไหนผมยินดีให้บริการหมดเลย นั่นคือจุดเริ่มต้นของธุรกิจ The Cool Service ในต่างประเทศ

แม้การให้บริการผู้ซื้อหนึ่ง จะทำกำไรไม่กี่ร้อยบาท ไม่เหมือนกับการขายตู้แช่ที่ได้เป็นหลักหมื่น แต่ลองนึกภาพว่า บางบริษัทมีตู้แช่กว่าสองแสนใบ รวมกันแล้วก็ถือว่าไม่ใช่น้อย

ที่สำคัญคือเราไม่ได้ซ่อมเป็นแต่เพียงอย่างเดียว แต่เรายังมีธุรกิจต่อเนื่องที่ให้บริการครบวงจร ทั้งดับกลิ่น แต่งสี ฟันสี ถ้าตู้ไหนมีสนิมเกาะก็จัดการเคลือบให้ จนกลับมาดูเหมือนใหม่

นี่จึงเป็นเหตุผลที่เราเลือกเข้าสู่วงการนี้ เราเลือกใช้ “การบริการนำสินค้า” เพราะเรา

มองเห็นว่าเป็นความถนัด ไม่ใช่เฉพาะของเรา แต่เป็นสัญชาตญาณของคนไทย

บริการฟรี เมื่อซื้อสินค้าเรา

ระหว่างที่ธุรกิจบริการเริ่มเติบโต เราก็พยายามออกแบบพัฒนาสินค้าของตัวเองควบคู่ไปด้วย จนเมื่อเราขยายการลงทุนไปสู่ประเทศอินโดนีเซีย เราก็เริ่มมีสินค้า The Cool วางจำหน่ายในท้องตลาด

กลยุทธ์หมัดเด็ดที่เราใช้ดึงดูดลูกค้า คือ ถ้าคุณใช้สินค้าแบรนด์ The Cool เราพร้อมบริการให้ฟรี แต่ถ้าคุณใช้แบรนด์อื่น เราเก็บเงิน เราพยายามทำให้เขาเข้าใจว่า ผู้เขียนทุกคู่มือหน้าตาคล้ายกัน คุณภาพก็คล้ายกัน ความแตกต่างจึงอยู่ที่บริการ หลังการขาย เราลูกค้าพูดว่า The Cool Service เป็นรายแรกในโลกที่รับประกันว่า ภายใน 4 ชั่วโมงเราจะจัดส่งช่างซ่อมไปถึงที่เกิดเหตุ ถ้าไม่ถึง แล้วสินค้าของคุณเกิดเสียหาย เรายินดีจ่าย แต่การที่จะให้คำมั่นสัญญากับลูกค้าได้แบบนี้ เราต้องมั่นใจใน Network ที่แข็งแกร่งของเราก่อน

จากนั้นธุรกิจ The Cool Service ก็เริ่มมีความคิดต่อยอด เรามีสัญญาแบบ Premium Package ให้ลูกค้าเลือกใช้ด้วย คือถ้าตู้แช่ของคุณเสีย เราจะส่งช่างใหม่ให้ก่อนทันที แล้วค่อยยกตู้ที่เสียไปซ่อมที่ศูนย์บริการ เนื่องจากลูกค้าบางรายไม่ชอบให้เราไปนั่งซ่อมอยู่หน้าร้าน ทีนี้เมื่อความรวดเร็วเกิด ยอดขายของลูกค้าก็ไม่เสีย ที่สำคัญคือ เราพร้อมบริการให้ 24 ชั่วโมง แถมยังมี Preventive Maintenance ซึ่งเป็นการซ่อมเชิงบำรุงรักษา โดยทุกเดือนเราจะเข้าไปดูแลอย่างน้อยหนึ่งครั้ง ไปล้างแอร์ทำความสะอาด เช็คหลอดไฟ ฯลฯ จากนั้นทุก 6 เดือนก็จะมีการเช็คครั้งใหญ่ ไม่ต้องรอให้เสียก่อน แล้วจึงค่อยซ่อม



ทำไปทำมา เราก็มีทั้งธุรกิจ ให้บริการซ่อมป้ายไฟโฆษณาและป้ายหน้าร้าน อย่างที่ S&P เราก็ดูแลให้ทั่วประเทศ รวมถึงลูกค้ารายใหญ่อย่าง Minor Group ที่มีทั้ง Burger king, Swensen's, Dairy Queen, Sizzler, The Pizza Company ฯลฯ

มาตรฐานเดียวกับภูมิภาค

วันนี้กลุ่มบริษัท The Cool มีการขยายการลงทุนไปยังประเทศต่างๆ ในอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ รวมถึง ลาว กัมพูชา และเมียนมาร์ ที่เพิ่งเปิดพร้อมกันเมื่อปลายปีที่ผ่านมานะ

การมีเครือข่ายที่แข็งแกร่งทั้งในประเทศไทยและในระดับภูมิภาค ทำให้เรามีโอกาสเข้าถึงลูกค้ารายใหญ่ๆ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับมาตรฐานเป็นอันดับแรก และข้อเสนอของเรา คือ ถ้าคุณใช้บริการ The Cool เพียงเจ้าเดียวทั่วทั้งภูมิภาค ไม่ว่าจะคุณจะมีกี่สาขา หรืออยู่ในประเทศไหนก็ตาม เรายินดีให้บริการในราคาเดียวกัน คุณภาพเดียวกัน และมาตรฐานเดียวกัน อย่างลูกค้าไอศกรีม Wall's หรือ Nestlé เราก็ดูแลให้ทั่วประเทศ และทั่วทั้งภูมิภาค

วิสัยทัศน์ของเราต่อจากนี้ คือการเป็นเบอร์หนึ่งในเอเชียแปซิฟิก (APAC) ให้ได้ภายใน 5 ปี จริงๆ ธุรกิจบริการของเราเรากล้าพูดว่าเราเป็นที่หนึ่งนานแล้ว เพราะในวงการนี้ บริษัทที่ให้บริการในหลายๆ ประเทศทั่วทั้งภูมิภาค ยังไม่มีใครทำ ตอนนี้อาจจะพยายามผลักดันให้ธุรกิจการขยายขึ้นเป็นเบอร์หนึ่งด้วย เราจะได้เป็นที่หนึ่งอย่างแท้จริง... ➡



เย็นก็ดี ร้อนก็ได้

เพียงไม่นาน ธุรกิจให้บริการของเราที่ติดตลาด The Cool Service เริ่มเป็นที่พูดถึงในวงกว้าง อะไรก็ตามที่เย็นๆ เรายินดีให้บริการ จนวันหนึ่งเราเข้าไปตรวจ ซ่อมตู้แช่ในร้านสะดวกซื้อ ลูกค้าก็ถามว่า เครื่องทำความเย็นซ่อมได้ แล้วเครื่องทำความร้อน พวกเตาปิ้งฮ็อตดอก เตาตั้งชาลาไปไมโครเวฟ ฯลฯ ซ่อมได้หรือเปล่า ด้วยความที่เราเป็นช่างเราจึงรู้ว่าเทคโนโลยีความเย็น คือการนำความร้อนไปทิ้งข้างนอก ส่วนเทคโนโลยีความร้อน ก็คือการนำความร้อนออกไปเช่นกัน เรียกว่า Reverse Engineering ตั้งแต่นั้นมา The Cool Service จึงแตกไลน์ไปให้บริการเครื่องทำความร้อนด้วย เรียกว่าทั้งร้อนเย็นเราทำได้หมด ขอแค่เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าก็พอ

SMALL SMEs

สินเชื่อเพื่อ
ผู้ประกอบการรายย่อย

เพราะเป้าหมายต้องไปให้ถึง
เราพร้อมเป็นเพื่อนรู้ใจ...
ช่วยธุรกิจคุณ





วิมลกานต์ โกสุมาศ

ต้องติดอาวุธ SMEs เต็มรูปแบบ เตรียมสู่สนามการค้าระหว่างประเทศ

รัฐบาลเดินหน้าส่งเสริม SMEs อย่างเต็มตัว เตรียมงบบย ครอบคลุมทุกวงจรธุรกิจ สู่เวทีโลก

หลังชัดเจนว่า รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หนุนสุดตัวเพื่อดันให้ SMEs เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อยังประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ โดยแท้จริง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะหน่วยงานหลัก ที่จะนำนโยบายการส่งเสริม SMEs ของรัฐบาล ส่งตรงถึงผู้ประกอบการ SMEs ด้วยเป้าหมายเพื่อพัฒนาสู่ Global Supply Chain อย่างแท้จริง จึงต้องเร่งมืออย่างหนัก เพื่อส่งเสริม SMEs ด้วยนโยบายงบประมาณการ ที่แทบจะนับได้ว่าเป็นรูปธรรมครั้งแรกของประเทศ

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการรักษาการแทนผู้อำนวยการสสว.เปิดเผยว่า รัฐบาลภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ในฐานะประธานคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs มาอย่างต่อเนื่อง และมอบหมายให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องให้ความสำคัญ และร่วมกันดำเนินมาตรการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ในทุกรูปแบบ

งบประมาณการ

หนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาล คือการจัดทำงบประมาณลักษณะบูรณาการ ที่เป็นรูปธรรม มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อน SMEs เพื่อให้สามารถพัฒนาเข้าสู่ Global Supply Chain

โดยมี ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ เป็นประธานคณะกรรมการพิจารณาการจัดทำงบประมาณลักษณะบูรณาการฯ และมีหน่วยงานในระดับกระทรวงและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ร่วมเป็นคณะทำงาน

โดย สสว. ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการศึกษา วิเคราะห์ เพื่อกำหนดเป้าหมายการส่งเสริม SMEs และร่วม พิจารณากลับกรองแผนงานส่งเสริม SMEs ที่ครอบคลุมทั้ง ภาคการผลิต ภาคการค้า ภาคบริการ และภาคการเกษตร และในทุกวงจรของการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น ระยะขยายกิจการ และระยะก้าวสู่สากล เพื่อบรรจุในงบประมาณบูรณาการดังกล่าว ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงการส่งเสริม SMEs ของประเทศอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องของแผนงาน งบประมาณ และผลการส่งเสริม สนองตอบเจตนารมณ์ของ รัฐบาลที่ต้องการให้บริการของภาครัฐ สามารถกระจายไปสู่ ผู้ประกอบการ SMEs อย่างครอบคลุม และทั่วถึง

ปัจจุบันงบประมาณแบบบูรณาการ ดังกล่าว คณะทำงานได้ดำเนินการ จัดทำแล้วเสร็จเป็นที่เรียบร้อย และอยู่ ระหว่างการเสนอขอความเห็นชอบ จากนายกรัฐมนตรี ซึ่งหากได้รับความ เห็นชอบเรียบร้อยแล้ว สำนักงบประมาณก็จะใช้แผนงาน ดังกล่าว เป็นเป้าหมายหลักในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณให้กับหน่วยงานต่างๆ ที่เสนอของงบประมาณ ส่งเสริม SMEs ในปี 2559 เป็นต้นไป

การดำเนินงานดังกล่าว นับเป็นแนวทางสำคัญที่จะ ช่วยลดจุดอ่อนในการส่งเสริม SMEs ของประเทศในช่วง ที่ผ่านมา ที่ขาดการประสานและบูรณาการระหว่างหน่วยงาน มีการทำงานในลักษณะต่างคนต่างทำ มีการทำงานที่ ซ้ำซ้อน และการส่งเสริมส่วนใหญ่อยู่เพียงในกลุ่ม Startup เป็นหลัก

นอกจากนั้นในการปรับโครงสร้างและกระบวนการ ส่งเสริม SMEs ของประเทศ สสว. ได้รับมอบหมายให้เป็น หน่วยงานหลัก ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ การส่งเสริม SMEs และเป็นศูนย์กลางประสาน เพื่อเชื่อมต่องานส่งเสริม SMEs ทั้งในด้านการรับความต้องการจาก ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็น Service Provider และการส่งต่องานช่วยเหลือผู้ประกอบการ ไปสู่หน่วยงาน

ภาครัฐและภาคเอกชนที่มีบทบาทภารกิจโดยตรง ขณะนี้ ขั้นตอนดังกล่าวอยู่ระหว่างดำเนินการ

ก้าวสู่ Global Supply Chain

วิมลกานต์กล่าวต่อไปด้วยว่า การดำเนินงานที่ สสว. ทำมาอย่างต่อเนื่อง คือการจัดทำฐานข้อมูล SMEs ที่มีความครอบคลุม ครบถ้วน ทั้งในเรื่องสถานการณ์ SMEs ด้านต่างๆ งานศึกษาวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อ SMEs โดย ฐานข้อมูลดังกล่าวได้ให้บริการกับหน่วยงานภาครัฐ ภาค เอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน และหน่วยงาน ต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง ขณะ เดียวกันได้บูรณาการฐาน ข้อมูล SMEs กับทุกหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับให้ เป็นฐานข้อมูล SMEs แห่งชาติ ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการ วิเคราะห์ จัดทำนโยบาย และแผนงานส่งเสริม SMEs ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

สำหรับการดำเนินภารกิจส่งเสริม SMEs ในปี 2558 สสว. ได้ดำเนินการตามแผนงานที่ได้รับจัดสรร งบประมาณประจำปี 2558 ซึ่งมุ่งสนับสนุนปัจจัยแวดล้อม รวมทั้งสร้างเครือข่ายภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในจังหวัด ชายแดนภาคใต้ พัฒนาผู้ประกอบการด้านศิลปหัตถกรรม ฯลฯ ซึ่งที่ผ่านมา สสว. ได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เดินหน้าแผนงานโครงการดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ ในด้านการสนับสนุนผู้ประกอบการให้เข้าสู่ Global Supply Chain สสว. ได้ร่วมกับกลุ่มพันธมิตร ทั้งบริษัทไทยและบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ รวมทั้ง องค์การธุรกิจต่างๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมการตลาด เป็นการ สร้างช่องทางขยายให้กับสินค้าของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ซึ่งที่ผ่านมา ได้นำผู้ประกอบการไทยทำ Business Matching กับบริษัท Boots และบริษัท LOXLEY รวมถึงการทำตลาดในรูปแบบใหม่ๆ โดยร่วมกับองค์กรการ

ส่งตรงถึงผู้ประกอบการ SMEs ด้วยเป้าหมายเพื่อพัฒนาสู่ Global Supply Chain อย่างแท้จริง



สภาพัฒนาการค้าฮ่องกง (HKTDC) และสมาคมการค้าไทย-ฮ่องกง (THTA) จัดการประกวดวีดิโอแนะนำเสนอสินค้าของ SMEs อีกด้วย

ผู้ประกอบการที่ได้รับคัดเลือก จะมีโอกาสนำผลงานไปร่วมแสดงใน Small-Order Zone ในงานแสดงสินค้าเครื่องใช้ในครัวเรือน และงานของขวัญและของที่ระลึกที่ใหญ่ที่สุด ณ ประเทศฮ่องกง ในช่วงปลายเดือนเมษายน 2558 และยังมีกิจกรรมอื่นๆ อีกมากมาย

นอกจากนี้ยังได้ประสานงานกับองค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐฯ (USAID) เพื่อสนับสนุนช่องทางให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา ฯลฯ ดำเนินการจัดทำ ASEAN SMEs Portal เพื่อเป็นศูนย์รวบรวมข้อมูลในการให้บริการด้าน SMEs ของแต่ละประเทศในภูมิภาคอาเซียน ให้พร้อมรับกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 ที่จะถึงนี้

สว.ประสานงานกับองค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐฯ (USAID) เพื่อสนับสนุนช่องทางให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าสู่ตลาดสหรัฐอเมริกา



ประการสำคัญคือ มีการสร้างนวัตกรรม ที่ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้กับ SMEs ไทย

ประการสำคัญคือ มีการสร้างนวัตกรรม ที่ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้กับ SMEs ไทย ซึ่งในเบื้องต้น เป็นการสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ในภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคการค้า และภาคบริการ ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ครอบคลุมในมิติด้านการยกระดับกระบวนการผลิต การปรับปรุงระบบการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และการส่งเสริมด้านการตลาดให้กับกลุ่มเครือข่าย SMEs โดยในปีนี้จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้กับผู้ประกอบการ SMEs ได้ไม่น้อยกว่า 10,000 ราย เป็นต้น

เครือข่ายกลุ่มจังหวัด

นอกจากนี้ ยังมีแผนงานดำเนินโครงการสนับสนุนเครือข่าย SMEs ใน 18 กลุ่มจังหวัด ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ระยะเร่งด่วนปี 2558 เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของเครือข่าย SMEs ระดับพื้นที่ จำนวนไม่น้อยกว่า 54 เครือข่ายทั่วประเทศ โดยมีผู้เชี่ยวชาญทำหน้าที่เสมือนพี่เลี้ยง คอยให้ความช่วยเหลือ นับเป็นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ SMEs ให้เกิดการร่วมมือในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างพลังทางธุรกิจในองครวมแก่ประเทศรวมทั้งช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มมูลค่าสินค้า และยังเป็นโอกาสแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร องค์ความรู้ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าและบริการต่อไป

ทั้งนี้ วิมลกานต์ กล่าวว่ จากการวิเคราะห์สถานการณ์ SMEs ของ สสว. ประจำปีเดือนธันวาคม และรอบปี 2557 (ม.ค.-ธ.ค.57) พบว่า สถานการณ์โดยภาพรวมมีแนวโน้มดีขึ้นนับตั้งแต่ปลายปีเป็นต้นมา เนื่องจากการฟื้นตัวของประเทศคู่ค้าสำคัญ ส่งผลให้การส่งออกสินค้าของ SMEs ไทยเพิ่มขึ้นแบบค่อยเป็นค่อยไป การบริโภคและการลงทุนของภาคเอกชน มีแนวโน้มที่ดีขึ้น และคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของ SMEs ปี 2558 จะขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยบวกมาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ที่ทยอยออกมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2557 ที่ผ่านมา โดยแนวโน้มที่ดีขึ้นนี้สะท้อนได้จากการเพิ่มขึ้นของปริมาณการผลิตรถยนต์นั่งขนาด 1,501-1,800 CC รถปิคอัพ รวมถึงพาหนะเพื่อการพาณิชย์ และพื้นที่ก่อสร้างที่ได้รับอนุญาต >>

ให้ TMB ช่วยแบ่งเบา ภาระธุรกิจคุณ



สินเชื่อเพิ่มพลัง SME

สินเชื่อที่ช่วยเสริมสภาพคล่องธุรกิจ...

- ให้มากที่สุดถึง 3 เท่าของหลักประกัน
- ผ่อนยาวได้ถึง 7 ปี
- ปีแรกส่งแค่ดอกเบี้ย

เงื่อนไขเป็นไปตามธนาคารกำหนด

เปลี่ยน เพื่อให้ชีวิตคุณดีขึ้น... Make THE Difference

TMB

BAR B Q PLAZA

เปิดตำรา 'รีแบรนด์ดิ้ง'

สูตรสำเร็จของอาณาจักรปิ้งย่างยุคพลัดใบ
เมื่อทายาทหนุ่มสาวเจเนอเรชั่นใหม่ ตัดสินใจ
รีแบรนด์ดิ้งองค์กร ในรอบ 25 ปี!

จากเด็กสาวที่วิ่งเล่นอยู่หน้าร้านบาร์บีคิว พลาซ่า (BAR B Q Plaza) วันนี้ **เป้-ชาติยา ชูพจน์เจริญ** ทายาทสาวคนโต กลายเป็นผู้บริหารเต็มตัว คุมธุรกิจร้านอาหารนับ 100 สาขาทั่วประเทศ และอีก 18 สาขาในอาเซียน จากธุรกิจเล็กๆ ในครอบครัวที่มีพนักงานเพียง 30 คน สู่อสังหาริมทรัพย์ที่มีสมาชิกไม่ต่ำกว่า 3,000 คน!

เมื่อธุรกิจพลัดใบ

จริงๆ แล้ว เราสามคนพี่น้องเติบโตมากับบาร์บีคิว พลาซ่า ตั้งแต่เด็กเลย เห็นตั้งแต่วันแรกที่คุณพ่อคุณแม่เปิดร้านที่เซ็นทรัลลาดพร้าว เราถูกเลี้ยงมาในร้าน วิ่งเล่นอยู่หน้าร้าน เมื่อก็ก็น่าช่วยพี่เขาทำงาน ก็ได้เห็นพัฒนาการต่างๆ ของร้านมา โดยตลอด

ด้วยความที่เป็นครอบครัวคนจีน ที่บ้านจะคุยกันปรึกษากันตลอดทั้งเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัว คุณพ่อคุณแม่ไม่เคยบังคับว่าเรียนจบจะต้องกลับมาช่วยงานที่ร้าน เพราะลูกแต่ละคนก็มีความชอบ มีเส้นทางเดินเป็นของตนเอง แต่กลายเป็นเรื่องบังเอิญที่ความชอบและความถนัดของแต่ละคนสามารถนำมาต่อยอดกับธุรกิจร้านอาหารได้อย่างลงตัว







ถ้าเราไม่เปลี่ยน สิ่งรอบตัว ที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะมี แข่งหน้าเรา

การบริหารงานให้เป็นในแบบของเรา ในสไตล์
ของเราได้

ตอนนั้นบาร์บีคิว พลาซ่า กำลังจะเข้าสู่
ปีที่ 25 เรา รู้สึกว่า ถึงเวลาต้องเปลี่ยนแปลง
อะไรบางอย่างแล้ว เพราะสภาพแวดล้อม
ในการแข่งขันสูงมาก หลายสิ่งหลายอย่าง
เปลี่ยนไปหมด เราไม่สามารถคิดแบบเดิม
ทำธุรกิจแบบเดิมได้อีกแล้ว ถ้าเราไม่เปลี่ยน
สิ่งรอบตัวที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะมีแข่งหน้าเรา
เราจึงตัดสินใจปรับครั้งใหญ่ในรอบ
25 ปี และเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ของ
องค์กร

ดูแลลูกค้าภายนอก

เราเริ่มจากการปรับรูปลักษณ์ภายนอก
เพื่อให้องค์กรดูทันสมัย ปรับเปลี่ยนโฉมทั้ง
บาร์บีคอน โลโก้ ชุดพนักงาน บรรยากาศ
ภายในร้าน ภาชนะ Table Top Experience
และวิธีการสื่อสารไปยังผู้บริโภค

เราต้องการให้แบรนด์บาร์บีคิว พลาซ่า
ดูทันสมัยขึ้น เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปสู่
กลุ่มคนรุ่นใหม่และคนวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่ม
คนที่เดินห้างตลอดเวลา เนื่องจากบาร์บีคิว
พลาซ่าเปิดเฉพาะในห้างสรรพสินค้า 100%
เพราะฉะนั้น ข้อความต่างๆ ที่เราพูดออกไป
ต้องสามารถสื่อสารครอบคลุมทั้งกลุ่มเป้าหมาย
ที่เป็นวัยรุ่น วัยทำงาน รวมถึงกลุ่มครอบครัว
ซึ่งเป็นลูกค้าที่อยู่กับเรามา 25 ปี โดยคน
กลุ่มนี้แต่ก่อนก็เคยเป็นวัยรุ่น วัยทำงาน

เราชอบเรื่อง Creativity กับ Business
เลยเลือกเรียนต่อด้าน Marketing ส่วนน้อง
สาว (นุ้ย-นිරดา ชูพจน์เจริญ) จบมาทางด้าน
Finance ขณะที่น้องชาย (บ๊อง-ชรินทร์
ชูพจน์เจริญ) มีพรสวรรค์ในการทำอาหารมาก
บวกกับชอบวิทยาศาสตร์เลยเรียนมาทางด้าน
FoodScienceซึ่งมีประโยชน์มากในการพัฒนา
ระบบคุณภาพอาหาร ทั้งในเรื่องรสชาติและ
ความปลอดภัย

พอเรียนจบกลับมาเราก็ยังอยากจะทำ
ฝึกงาน ยังอยากหาประสบการณ์ข้างนอก
คุณพ่อคุณแม่ท่านก็ไม่ว่าอะไร จนกระทั่ง
การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารเริ่มรุนแรงขึ้น
คู่แข่งเยอะขึ้น จากแต่ก่อนในห้างสรรพสินค้า
มีร้านอาหารประมาณ 5-10 ร้าน ก็เพิ่มเป็น
30-40 ร้าน จนวันนี้มีเป็นหลักร้อย คุณพ่อ
คุณแม่ก็มาปรึกษาเรา เขาเห็นเราทำงานมี
ประสบการณ์ เริ่มโตเป็นผู้ใหญ่ เวลาที่เรา
ออกไปข้างนอกได้เห็นบริษัทอื่นๆ มีไอเดีย
ธุรกิจอย่างไร เราก็กลับมาบอกคุณพ่อ

คุณแม่ว่าน่าจะทำแบบนี้แบบนี้คือลืกๆ
แล้วเราก็ตอบบาร์บีคิว พลาซ่าเติบโตขึ้น
เรื่อยๆ คุยไปคุยมา ท่านก็บอกว่า ถ้าอยากจะทำ
เห็นผลผลิตจากไอเดียของตนเอง มีทางเดียว
คือต้องลงมือทำ เลยคิดว่าถึงเวลาแล้วที่เรา
จะต้องกลับมาทำงานที่นี่ และนำสิ่งที่เราคิด
สิ่งที่เราพูด ทำออกมาให้เห็นเป็นผลงานที่
จับต้องได้

ถึงเวลาเปลี่ยนแปลง

ช่วงแรกที่เข้ามา เราต้องการมาเรียนรู้
ไม่ได้ต้องการจะเปลี่ยนโน่นเปลี่ยนนี่ไม่ใช่
เราเป็นคนรุ่นใหม่ไฟแรง แล้วจะเข้ามา
เปลี่ยนแปลงอะไรได้เลย เราเริ่มต้นจากการ
เป็นพนักงานระดับล่าง ค่อยๆ เรียนรู้แนวทาง
การบริหารงานของคุณพ่อคุณแม่ ค่อยๆ
ทำความเข้าใจกับคลื่นลมของคนในองค์กร
เราใช้เวลาศึกษาตรึงนี้พอสมควร จนเมื่อถึง
จุดหนึ่งที่คุณแม่เริ่มส่งไม้ต่อให้
กับเราจริงๆ เราก็สามารถจะปรับรูปแบบ

ที่เดินห้าง เพียงแต่เมื่อเขามีครอบครัว ความถี่ในการมาใช้บริการก็อาจจะลดลง

เข้าใจลูกค้าภายใน

นอกจากการรีแบรนด์ที่ตั้งภายนอกแล้ว สิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันคือการรีแบรนด์ที่ตั้งภายใน เราต้องทำให้ทุกคนในองค์กรเชื่อไปในทิศทางเดียวกันก่อนว่าเราอยากจะทำอะไร หรือถ้าไม่เปลี่ยนแปลงแล้วแล้วดีอย่างไร หรือถ้าไม่เปลี่ยนแปลงแล้วจะเกิดอะไรขึ้น ไม่ใช่เปลี่ยนเพราะผู้บริหารบอกให้เปลี่ยน

ที่ผ่านมา บาร์บีคิว พลาซ่า พยายามให้ความสำคัญกับคำว่า “ทำมือนี้ให้ดีที่สุด” เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสุขและประสบการณ์ที่ดีที่สุดทุกครั้งที่มาที่ร้าน ในขณะที่เราต้องการให้ลูกค้าเชื่อแบบนั้นเราเองก็ต้องทำให้พนักงานของเราทุกคนเชื่อแบบนั้นจริงๆ

เราเริ่มจากรายละเอียดเล็กๆ อย่างการเปลี่ยนชุดพนักงานให้ดูทันสมัยขึ้น เปลี่ยนจากรองเท้าคัทชูที่ดูสุภาพมากๆ มาเป็นรองเท้าผ้าใบ เพื่อให้เขาทำงานได้สะดวก รู้สึกกระฉับกระเฉง เพราะเราเชื่อว่า เมื่อพนักงานมีความสุขและรู้สึกสนุกไปกับการทำงาน เขาจะสามารถส่งมอบความสุขและประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าได้

ยิ่งไปกว่านั้น ทุกครั้งที่มีการแคมเปญการตลาด เราเองก็จะให้พนักงานของเราได้มีส่วนร่วม อย่างแคมเปญ เทียวเลือกได้ 1,000,000 บาท ซึ่งบาร์บีคิว พลาซ่าจะพา

ลูกค้าผู้โชคดี ไปเที่ยวทวีปที่ดีที่สุดในโลกจะไปที่ไหน กับใคร จำนวนกี่คนก็ได้ โดยที่บาร์บีคิว พลาซ่า จ่ายให้ 1 ล้านบาท! เมื่อเสร็จแคมเปญ เราก็เซอร์ไพรส์พนักงานด้วยการมอบของขวัญชิ้นเดียวกันนี้ ให้ทุกคนได้ร่วมสนุก เพื่อให้เขาได้รับความสุขเหมือนเป็นลูกค้าคนหนึ่งของเราเช่นกัน

เปลี่ยนแปลงทุกวัน

ความสำเร็จในการรีแบรนด์ที่ตั้งครั้งนี้ เป็นบทเรียนว่า การรอให้ถึง 25 ปี แล้วค่อยรีแบรนด์ที่ตั้งครั้งใหญ่ ต้องใช้แรงเยอะมาก ใช้ทรัพยากรเยอะมาก และใช้เงินเยอะมาก

ต่อไปนี่เราจะไม่รอให้ถึงคราวที่จำ เป็น ต้องเปลี่ยนแปลง แล้วจึงค่อยเปลี่ยนแต่เราจะรีแบรนด์ที่ตั้งองค์กร อย่างสม่ำเสมอ ทำทุกวัน วันละนิดวันละหน่อย ทำวันนี้ให้ดีกว่าเมื่อวานไปเรื่อยๆ เรายังจะไม่เหนื่อย ลูกค้าก็จะรู้สึกถึงความสดใหม่ขององค์กรตลอดเวลา

ที่สำคัญ การที่จะเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้งองค์กรได้นั้น ไม่สามารถทำได้ด้วยใครคนใดคนหนึ่ง ต้องให้ทุกคนในองค์กรได้มีส่วนร่วมในการวาดภาพความสำเร็จด้วยกันว่า ในอีก 5-10 ปีข้างหน้า เราอยากให้เห็นพูดถึงเราว่าอย่างไร ทุกคนจะได้มีส่วนร่วมสัญญาว่า เราอยากจะทำไปจนถึงจุดนั้นนะ ไม่ว่าจะระหว่างทางจะมีอุปสรรคแค่ไหนเมื่อเราลงเรือลำเดียวกันแล้วเราก็จะก้าวไปด้วยกัน >>



เคล็ดลับในการทำธุรกิจ

1. มีกำลังใจที่ดี

กำลังทรัพย์อาจมีต่างกัน แต่กำลังใจเราสร้างเองได้ Passion เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องมีและต้องสร้างเสมอ อย่าให้เหือดแห้งไปตามสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะผู้นำองค์กร ถ้าไม่มีกำลังใจในการทำงานแล้วสิ่งต่างๆ จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย

2. มีทีมที่ดี

ทีมงานเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการที่จะทำให้อุรกิจหนึ่งประสบความสำเร็จ พยายามหาคนที่มีความ attitude ในการใช้ชีวิตและการทำงานคล้ายกับเรา จะได้เติมเต็ม passion ให้แก่กันได้เต็มที่

3. Think Big, Start Small

อยากให้ทุกคนมีเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ และค่อยๆ ก้าวไปข้างหน้าทุกวัน ไม่ต้องรีบร้อน เพราะถ้าเรามองแต่ก้าวที่ใหญ่เกินไป กำลังใจของเราจะถูกบั่นทอน ที่สำคัญระหว่างทางอย่าลืมที่จะ celebrate small success ของเรา ไม่ต้องรอให้ถึงวันที่เข้าตลาดหลักทรัพย์ได้ ไม่ต้องรอวันที่มียอดขายเป็นพันล้าน เราก็สามารถฉลองความสำเร็จเล็กๆ ของเราได้ทุกวัน



สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะหน่วยงานด้านนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ของประเทศได้รับมอบหมายจากเขตเศรษฐกิจสมาชิกให้ดำรงตำแหน่งประธานคณะทำงานฯ ระหว่างปี 2556-2557

ทั้งนี้ ในแต่ละปีจะมีการจัดประชุมระดับคณะทำงานเอเปควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2 ครั้ง และการประชุมระดับรัฐมนตรีเอเปควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ APEC SME เพื่อสนับสนุนการพัฒนา SMEs ในเขตเศรษฐกิจสมาชิก ซึ่งการประชุมดังกล่าวที่ประชุมได้เห็นพ้องถึงยุทธศาสตร์และทิศทางการพัฒนาและส่งเสริม SMEs ในภูมิภาคเอเปค โดยออกแถลงการณ์ร่วมในหัวข้อหลัก “การสร้างอนาคตด้วยความเป็นหุ้นส่วนเอเชีย-แปซิฟิก (Shaping the Future through Asia-Pacific Partnership) มุ่งให้ความสำคัญด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน ครอบคลุมประเด็นความ

ร่วมมือทางเทคโนโลยีที่ปฏิบัติได้จริง ตลอดจนส่งเสริมสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจตามหลักจริยธรรม โดยเพิ่มระดับความร่วมมือกับภาคเอกชนและการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนคงความต่อเนื่องของแผนยุทธศาสตร์คณะทำงาน SMEs (ปี 2556-2559)

นอกจากนี้ สาธารณรัฐประชาชนจีนในฐานะเจ้าภาพได้เสนอที่ประชุมร่วมลงนามในปฏิญญานานจิง ว่าด้วยการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมของ SMEs เพื่อประกาศเจตนารมณ์และทิศทางด้านนโยบายของเอเปคที่มุ่งเน้นพัฒนานวัตกรรมของ SMEs ผ่านมาตรการ 3 ประการ ดังนี้

1.ยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs (Increasing Innovation Capacities of SMEs) โดยเน้นการสนับสนุนด้านกลไกการสร้างแรงจูงใจและความร่วมมือ โดยเฉพาะกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัย การสนับสนุนบทบาทการปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปรับปรุงความสามารถการพัฒนา ศูนย์บ่มเพาะ ศูนย์เร่งรัด และเครือข่ายของ SMEs ที่เน้น

เวที APEC SME มุ่งชู นวัตกรรมและความยั่งยืน สร้างอนาคตหุ้นส่วนเอเชีย-แปซิฟิก

การประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปค (APEC) ครั้งที่ 22 ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2557 ที่ผ่านมา มีหัวข้อหลักในการประชุมคือ “การสร้างอนาคตด้วยความเป็นหุ้นส่วนเอเชีย-แปซิฟิก” ซึ่งเป็นผลสรุปร่วมกันจากเวทีการประชุมระดับรัฐมนตรีเอเปควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2557 ครั้งที่ 21 ณ เมืองหนานจิง สาธารณรัฐประชาชนจีน

นวัตกรรม การอำนวยความสะดวกการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในเชิงพาณิชย์ การสนับสนุนนวัตกรรมในด้านการจัดการ การพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนวัตกรรม และการเสริมสร้างความสามารถในด้านอีคอมเมิร์ซ

2. การสนับสนุนการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางนโยบายเพื่อนวัตกรรมของ SMEs (Improving Policy Environment for SMEs Innovation) มุ่งเน้นการใช้นโยบายสนับสนุนนวัตกรรมของ SMEs และแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ ได้แก่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันการเงินในภูมิภาคเอเปค การสนับสนุนและปรับปรุงระบบเพื่อการสร้างการบริหาร การปกป้อง และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาของ SMEs การพัฒนาการให้บริการสนับสนุนนวัตกรรมของ SMEs ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการขยายการสนับสนุนทางการเงินสำหรับนวัตกรรมของ SMEs

3. สนับสนุนการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ของ SMEs ที่มีนวัตกรรม (Promoting Clustering of Innovative SMEs) เพื่อส่งเสริมความยั่งยืนทางนวัตกรรมของ SMEs การสนับสนุนกิจกรรมทางนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อการพัฒนานวัตกรรมของ SMEs ที่มีความยั่งยืน และการจัดทำนโยบายสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ที่มีอัตราการเติบโตสูง

ทั้งนี้ สสว. ในฐานะประธานคณะทำงานฯ และเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลักด้าน SMEs ของไทย ได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานส่งเสริม SMEs ระยะเร่งด่วนปี 2558 ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ (4P) รวม 13 โครงการ และชูนวัตกรรมในสาขาเกษตรแปรรูป โดยเน้นตัวอย่างผลผลิตสินค้าที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การนำเมล็ดลำไยและยางพารา มาผลิตเป็นเครื่องสำอางและยารักษาโรค



นอกจากนี้ ยังได้เสนอแนวคิดในการส่งเสริมนวัตกรรมของ SMEs ให้สามารถบรรลุเป้าหมายในแผนยุทธศาสตร์ของคณะทำงานฯ ซึ่งสอดคล้องกับปฏิญญานานจิง โดยเห็นควรให้เอเปคผลักดันให้เกิดโครงการความร่วมมืออย่างต่อเนื่องใน 3 ด้าน ได้แก่ ความร่วมมือด้านการวิจัย การจัดงานแสดงสินค้าด้านนวัตกรรม และเวทีความร่วมมือเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมของ SMEs เอเปค

“การสร้างอนาคตด้วยความเป็นหุ้นส่วนเอเชีย-แปซิฟิก” คือหัวข้อหลักในแถลงการณ์ร่วมด้านยุทธศาสตร์ ทิศทางการพัฒนาและการส่งเสริม SMEs ในภูมิภาคเอเปค ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากเวทีการประชุมระดับรัฐมนตรีเอเปควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปี 2557 ครั้งที่ 21 ณ เมืองหนานจิง สาธารณรัฐประชาชนจีน โดยประเทศเจ้าภาพยังได้เสนอให้มีการร่วมลงนามในปฏิญญานานจิง เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม ประกาศเจตนารมณ์และทิศทางด้านนโยบายของเอเปคที่มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรม SMEs

ในฐานะหัวหน้าคณะผู้แทนไทย สสว. ซึ่งร่วมลงนามในปฏิญญาดังกล่าว ได้สรุปแนวคิดที่น่าสนใจจากตัวอย่างประเทศสมาชิกซึ่งร่วมแลกเปลี่ยนแนวนโยบายปฏิบัติที่เป็นเลิศในประเด็นนวัตกรรมและความยั่งยืนเพื่อส่งเสริม SMEs ภายใต้สาระสำคัญใน 3 มาตรการ ประกอบด้วย

1. มาตรการยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs (Increasing Innovation Capacities of SMEs) โดยประเทศจีนนำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจในการวางนโยบายเพื่อเอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม อาทิ การปรับปรุงระบบการจัดเก็บภาษี การสนับสนุนทางการเงิน การปรับปรุง

มาตรฐานคุณภาพการให้บริการ SMEs ของหน่วยงานภาครัฐ อย่างบูรณาการ การเร่งรัดจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะด้านเทคโนโลยี เป็นต้น

2. มาตรการสนับสนุนการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางนโยบายเพื่อนวัตกรรมของ SMEs (Improving Policy Environment for SMEs Innovation) มีตัวอย่างแนวคิดที่น่าสนใจจากประเทศเกาหลี ซึ่งเข้าสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมตั้งแต่ปี 2553 ด้วยนโยบายหลักคือ การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านนวัตกรรม

รวมถึงนำเสนอแนวคิดที่น่าสนใจคือ การขยายตลาดให้แก่ SMEs ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ การลดต้นทุนในการออกจากธุรกิจด้วยการปรับปรุงระบบการล้มละลาย การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ด้วยการเพิ่มค่าปรับสำหรับการทำธุรกิจที่ไม่เป็นธรรม การสนับสนุนความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่



เอเปคมีฉันทามติเห็นพ้องต้องกัน ถึงความสำคัญของนวัตกรรม ในการเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันและการเติบโตของ SMEs ในตลาดโลก

และ SMEs ตลอดจนการขยายการลงทุน อาทิ Angle Investment การอบรม ให้คำปรึกษา บ่มเพาะธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น

ในขณะที่ฮ่องกง รัฐบาลได้จัดหาให้ SMEs สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นเขตเศรษฐกิจ แห่ง SMEs ที่มีนวัตกรรมอย่างเต็มรูปแบบ โดยอาศัย โปรแกรมบ่มเพาะ การสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนเพื่อ

พัฒนานวัตกรรม การสร้าง เครือข่ายในชุมชน และการ แบ่งปันพื้นที่ในการประกอบ ธุรกิจ นอกจากนี้ ฮ่องกงยังถือว่า ทริพย์สินทางปัญญา คือตัวแปร หลักในการพัฒนานวัตกรรม โดย ดำเนินนโยบายด้านทรัพย์สิน ทางปัญญาที่เข้มแข็งแก่ระบบ

กฎหมายและกฎระเบียบด้านทรัพย์สินทางปัญญาอย่าง เข้มงวด ตลอดจนสนับสนุน ให้ความรู้ และความร่วมมือ กันในทุกภาคส่วนเพื่อสร้างจิตสำนึกและการตระหนักถึง คุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญา

3. **มาตรการสนับสนุนการรวมกลุ่มแบบคลัสเตอร์ ของ SMEs ที่มีนวัตกรรม** (Promoting Clustering of Innovative SMEs) โดยรัฐบาลสิงคโปร์ได้ให้คำมั่นว่า ในปี 2558 จะสนับสนุน Research Innovation Enterprise (RIE) ด้วยงบประมาณ 16.1 พันล้าน ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมแก่ SMEs อย่างครบวงจร โดยครอบคลุม ในด้านการจัดหาที่ปรึกษาที่มีความสามารถในด้าน

การผลิต ด้านนวัตกรรม การบริหารจัดการด้านการเงิน ทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนจัดตั้งศูนย์พัฒนานวัตกรรม เพื่อให้บริการด้านห้องปฏิบัติการวิจัย การให้คำปรึกษา ด้านการเงิน และการอบรม นอกจากนี้ SMEs ที่ต้องการ ยกระดับธุรกิจของตนเองด้วยนวัตกรรม สามารถขอรับ ความช่วยเหลือด้านการเงิน โดย SMEs ที่ผ่านการ พิจารณาจะได้รับคูปองเงินสดมูลค่า 5,000 ดอลลาร์ สหรัฐฯ

“การสร้างอนาคตด้วย ความเป็นหุ้นส่วนเอเชีย- แปซิฟิก คือ หัวข้อหลัก ในแถลงการณ์ร่วมด้าน ยุทธศาสตร์”

แม้ว่าเอเปคจะมีฉันทามติ เห็นพ้องต้องกันถึงความสำคัญ ของนวัตกรรม ในการเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขัน และการเติบโตของ SMEs ใน ตลาดโลก อย่างไรก็ตาม แต่ละเขต เศรษฐกิจก็มีมาตรการและกลไก ที่แตกต่างกันในการส่งเสริม

SMEs เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ให้ความสำคัญกับการ สร้างระบบนิเวศที่เอื้อให้ SMEs ใช้นวัตกรรมเพื่อผลิต สินค้าใหม่ๆ ที่จะนำไปสู่การขยายตลาด

สาธารณรัฐประชาชนจีน ส่งเสริมการรวมกลุ่ม คลัสเตอร์ของธุรกิจ SMEs เพื่อเชื่อมโยงกันในการเอื้อ ให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมภายในประเทศเพื่อการแข่งขัน ในตลาดสากล สหรัฐอเมริกา เน้นการเพิ่มขีดความ สามารถในด้านนวัตกรรมของ SMEs เพื่อเพิ่มความ สามารถในการเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่ให้เข้าถึง ห่วงโซ่คุณค่าระดับโลก ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจของ SMEs ตามหลักจริยธรรมและสนับสนุนการเข้าสู่ตลาด สากลของ SMEs

บริหารธุรกิจ ที่ประสบความสำเร็จแล้ว อย่างไรให้ติดลมบน

“Good is the enemy of great” ความยอดเยี่ยมคือ ศัตรูตัวอ้วนของความยอดเยี่ยม ผมว่า คำนี้จริงมากที่สุด และมีความเป็นสากลมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น อุตสาหกรรมไหน กิจกรรมไหน หรือประเทศไหน เรื่องนี้เป็นลัทธิธรรม เมื่อทุกอย่าง “เริ่ม” ที่จะสำเร็จ นั่นคือ จุดที่ยากที่สุด เผลอๆ ยากกว่าตอนที่เริ่มต้นธุรกิจด้วยซ้ำ

พวกเราคนรุ่นใหม่หลายๆ คนมีปณิธาน มีความฝันที่ยิ่งใหญ่ แต่คนหลายคน “ยอมจบ” เมื่อประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง เพราะคิดว่าเรารอดแล้ว ปลอดภัยแล้ว แต่ในความเป็นจริง เมื่อเทียบกับศักยภาพของเรา เราอาจจะสามารถสร้างสรรคงานดีๆ เพื่อตัวเอง เพื่อสังคม หรือแม้กระทั่งมนุษยชาติเลยก็เป็นได้ การที่เรา “ยอมจบ” หรือ “ไปต่อ” เป็นปัจจัยหนึ่งที่แยกความเป็นสมัครเล่นกับมืออาชีพได้อย่างชัดเจน

บางคนอาจจะบอกว่า คำว่า “ลมบน” บนแค่นั้นไหน ต้องขายให้ได้กี่ร้อยล้าน? ส่งออกไปกี่ประเทศ? มีเงินในบัญชีเท่าไรถึงจะพอ? คำตอบของคนอื่นผมไม่ทราบ แต่สำหรับผมแล้ว เราต้องเทียบกับศักยภาพของตัวเอง และทีมงาน ผมคิดว่าทีมผมมีศักยภาพสูง มีทีมเวิร์ค มีความรู้เยอะ ถ้าเราซื้อเกียจแล้วเอาคำว่า “โอเคแล้ว” “พอแล้ว” มาอ้าง ผมรู้สึกที่เราทรยศชีวิตที่ได้เกิดมา เรามีความรู้ความสามารถ มีความซื่อสัตย์ของชีวิต พวกเขาควรจะช่วยให้คุ้มกับศักยภาพของเรา

ปีแรกหลังจากเปิดบริษัทอย่างล้มลุกคลุกคลาน เต็มไปด้วยหนี้สินและทรัพย์สินที่ใช้ไม่ได้ เราปรับโครงสร้างอย่างหนักและเรียกความเชื่อมั่นของผู้เกี่ยวข้องกลับมาได้ในระยะเวลาอันสั้น ปีนั้นเรามียอดขาย 300 กว่าล้าน ตอนนั้นรู้สึกโล่งใจว่าอย่างน้อยในวัย 25 ปี เรารอดแล้ว แต่ความรู้สึกนั้นใช้ว่าจะทำให้พวกเราหยุดที่จะคิด หยุดที่จะทำ เพื่อก้าวกระโดดต่อไปให้ถึงฝั่งฝันตามวิสัยทัศน์ และศักยภาพที่มี

ความก้าวหน้าจะต้องไปต่อ...เรามียอดขายเพิ่มขึ้น 1 เท่าตัว เป็น 700 ล้านบาท ในปีต่อมา เครื่องจักรประสิทธิภาพสูงขึ้น ใหญ่ขึ้น มีระบบมากขึ้น ความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น จนกระทั่งทุกวันนี้ เรายังลงทุนกับคน กับเครื่องจักร กับระบบ เพื่อเป้าหมายเพื่อวิสัยทัศน์ เพื่อศักยภาพที่เราเคยตั้งไว้ร่วมกัน

พอถึงจุดนี้ ผมคิดว่า มี 3 แนวคิดหลักที่พวกเราใช้สร้างธุรกิจให้เติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ

กิม-พิรา ลิ้มเจริญรัตน์

นักธุรกิจหนุ่มพันล้าน ผู้พลิกน้ำมันรำข้าวไทย
สู่แบรนด์ระดับโลก ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีอีโอ อกริฟู้ด จำกัด
www.krungsri.com/guru



1. ความสำเร็จคือ การเดินทางไม่ใช่จุดหมาย

แนวคิดหรือทัศนคตินี้ มหาวิทยาลัยไม่ได้สอน เราต้องให้ชีวิตสอน เพราะทัศนคติสำคัญกว่าทฤษฎีหรือโครงสร้างทางธุรกิจทุกอย่าง และผมมั่นใจว่าคนที่ประสบความสำเร็จระดับโลก ที่เราชื่นชอบทั้งหลาย มีแนวคิดแบบนี้กันทั้งนั้น พวกเขาหาสิ่งที่ตัวเองรักจนเจอทำงานหนัก 'ไม่ยอมแพ้' 'ไม่บ่น' และสนุกเข้าไว้ ถ้าคุณคิดว่าความสำเร็จเป็นจุดหมาย ทุกอย่างจะจบทันที



2. บริหารการเติบโต (Growth Management)

เมื่อเปลี่ยนทัศนคติได้แล้ว เรายังต้องคอยเฝ้าดูการเจริญเติบโตและการติดลมบนของบริษัทว่า จะต้องบริหารธุรกิจอย่างไรต่อไป สำหรับน้องๆ ที่ยังเป็นนักเรียน และส่วนหนึ่งที่กำลังเริ่มสร้างธุรกิจน้องๆ อาจนึกไม่ออกว่า เมื่อธุรกิจเราดีและกำลังเจริญเติบโตจะมีข้อเสียได้อย่างไร? ภาษาอังกฤษเรียกว่า "Growing pain" ธุรกิจที่กำลังไปได้สวยขายของได้มากขึ้น มีแต่คนถามหา แนนอนผลิตขายไม่ทัน อยากรลงทุนเพิ่ม อยากรขยาย อยากรจ้างคนเพิ่ม สักพักอาจจะเริ่มเสีย Focus หรือแก่นของธุรกิจไปโดยไม่รู้ตัว การลงทุนเริ่มผิดพลาดมากขึ้น จนเริ่มขาดทุนถึงขั้นล้มละลายไป ก็มีให้เห็นอยู่มากมาย



การเจริญเติบโตนั้นทำได้ 3 แบบหลักๆ ด้วยกัน เพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้น ผมขอแนะนำตุ๊กตาไว้เป็นหลักคิดนะครับ สมมติว่าตลาดเป็นพาย 1 ถาด ท่านบริหารการเติบโตของธุรกิจโดย

2.1) เพิ่มส่วนแบ่งในพายเดิม หรือ การแย่งมาร์เก็ตแชร์ อาจทำได้แบบชั่วคราวหรือในระยะยาว ถ้าในระยะสั้นอาจเกิดได้จากการตัดราคา ทำโปรโมชั่นลด แลก แจก หรือแถม แต่ในระยะยาวอาจเกิดจากความสามารถในการแข่งขัน สามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ มีการขยายฐานการผลิตที่ใหญ่ ระบบการกระจายสินค้าที่ครอบคลุม มีนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

2.2) เพิ่มขนาดของพาย คือ การหาประโยชน์ใช้สอยของสินค้าเพิ่มขึ้น หรือเพิ่ม Segment ลูกค้าน่าใหม่ พุด่างๆ คือ การสร้างตลาดใหม่ให้กับสินค้า จากที่เคยขายกลุ่มธุรกิจ (B2B) ก็อาจจะเริ่มขายให้ผู้บริโภค (B2C) หรือจากที่เคยขายแค่ในกรุงเทพ หรือในประเทศก็เริ่มออกต่างจังหวัด หรือส่งออกไปขายต่างประเทศ

2.3) เปลี่ยนชนิดพาย คือ การกระโดดจากตลาดเดิมไปยังตลาดใหม่เลย ยกตัวอย่างง่ายๆ จากธุรกิจค้าขายอาหาร แล้วกระโดดไปทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น การเจริญเติบโตแบบนี้แน่นอนว่ามีความเสี่ยงที่สุด หลายคนลงทุนแตกไลน์ธุรกิจ จุกเลยครับ เพราะทำเกินตัวและไม่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจใหม่

กลยุทธ์แต่ละข้อก็มีสิ่งที่ต้องระวังเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น การปรับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น การเงินและระบบบัญชี ระบบตรวจสอบคุณภาพ หรือแม้แต่เรื่องกำลังคน

3. การบริหารธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์

ถ้าเป็นนักธุรกิจประเทศอื่นที่ใหญ่หน่อย ก็คงไม่ต้องพูดถึงเรื่องนี้มากนัก แต่สำหรับประเทศซึ่งไม่ใหญ่มากอย่างบ้านเรา แรงงานขาดแคลน ตลาดภายในประเทศมีเพียง 70 ล้านคน หรือประมาณ 1% ของประชากรโลก นักธุรกิจไทยที่ต้องการจะไปให้ถึงลมบน จึงมีความจำเป็นต้องส่งออกกันทั้งนั้น อีกทั้ง ต้องออกไปสู่โลกกว้าง หาวัตถุดิบ หรือออกไปลงทุนสร้างโรงงานในต่างประเทศ

กระแสโลกาภิวัตน์นำไปสู่วัฒนธรรมของการแข่งขันและการร่วมมือในด้านธุรกิจการค้า การออกไปสู่สากลจึงมีทั้งประโยชน์และโทษ โดยสิ่งที่นักธุรกิจต้องระวังมากคือ เรื่องการบริหารความเสี่ยง อัตราแลกเปลี่ยน ด้านภาษีอากร ส่งออก-นำเข้า มาตรฐานคุณภาพส่งออก (ISO, HACCP) การหาพาร์ตเนอร์ในแต่ละประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ผู้ที่ทำการธุรกิจติดลมบนในประเทศ อาจไม่เคยพบเจอปัญหาเหล่านี้มาก่อน

เมื่อเล็งเห็นปัญหาข้อนี้ตั้งแต่ต้น คนตัวเล็กก็อาจต้องพึ่งคนตัวใหญ่ และดึงพันธมิตรธุรกิจอย่างบริษัท Trader เข้ามาร่วมทุนด้วยตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อให้เข้าใจการบริหารธุรกิจในระบบสากล การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ดีกว่าจากต่างประเทศ การเข้าใจตลาดและวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาค การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ ซึ่งทั้งหมดล้วนจำเป็นต่อขีดความสามารถในการทำธุรกิจในระดับสากล

คุณจึงจำเป็นต้องเรียนรู้ เข้าใจ และวางแผนบริหารธุรกิจของคุณ ให้สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ เมื่อติดลมบนแล้ว ก็อย่าลืมนึกถึงทีมที่ช่วยคุณมาตั้งแต่แรกนะครับ ➤







นงอม เกตุอม

บล็อกเกอร์หนุ่มอารมณ์ดี
เจ้าของ 'บล็อกภาษีข้างถนน'
อันโด่งดัง และผู้เขียนหนังสือ
'รวยด้วยภาษีใครก็ทำได้'
www.krungsri.com/guru

วิธีประหยัดภาษีที่ SMEs ก็ทำได้

สำหรับผู้เริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ๆ นอกจากคำถามเรื่องการบริหารจัดการ และการวางแผนงานต่างๆ แล้วมีอีกเรื่องหนึ่งที่หลายคนมักจะมีข้อสงสัยว่า "เราจะวางแผนภาษีสำหรับธุรกิจแบบไหน และอย่างไรดี" เพราะเรื่องของ 'ภาษี' นั้นถือเป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งในการทำธุรกิจ

สำหรับคนที่เพิ่งตั้งไข่ธุรกิจมาใหม่ๆ การลดค่าใช้จ่ายนั้นถือเป็นเรื่องจำเป็นที่สุด อะไรประหยัดได้ให้รีบประหยัด โดยเฉพาะเรื่องของภาษียิ่งลดได้มากแค่ไหน ยิ่งแปลว่ากำไรของธุรกิจยิ่งมากขึ้นตามไปด้วย

วันนี้ ผมมีคำแนะนำดีๆ สำหรับผู้ที่กำลังเริ่มต้นทำธุรกิจ ถึงวิธีการประหยัดภาษีแบบง่ายๆ สบายๆ

1. เลือกรูปแบบของธุรกิจให้ถูกต้อง

โดยปกติแล้วรูปแบบการทำธุรกิจนั้น สามารถแบ่งประเภทได้เป็น 2 ประเภท คือ "ธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา" เช่น ร้านต่างๆ และ "ธุรกิจในรูปแบบนิติบุคคล" เช่น บริษัท หรือ ห้างหุ้นส่วน

ดังนั้นก่อนที่จะทำธุรกิจ เราอาจจะต้องพิจารณา ก่อนว่ารายได้จากธุรกิจในแต่ละรูปแบบนั้นเสียภาษีแตกต่างกันอย่างไร และธุรกิจของเรานั้นเหมาะสม

กับรูปแบบไหนมากที่สุด

จากตาราง (หน้าถัดไป) เราจะเห็นว่า ธุรกิจในรูปแบบของ "บุคคลธรรมดา" นั้น จะมีภาระภาษีที่สูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจในรูปแบบ "นิติบุคคล" ในช่วงของรายได้ (กำไร) สุทธิที่แตกต่างกัน เพราะอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้นอยู่ในรูปแบบ "ขั้นบันได" นั่นเองครับ

ซึ่งข้อดีของธุรกิจแบบบุคคลธรรมดาคือ การที่เราไม่ต้องจัดทำบัญชี แถมนั่งไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการด้านเอกสารต่างๆ ซึ่งสำหรับธุรกิจบางประเภท กฎหมายได้กำหนดค่าใช้จ่ายที่สามารถหักได้ไว้ในอัตราสูงถึง 80% ของรายได้ ซึ่งถือว่าง่ายและสะดวกสำหรับคนที่ เป็นเจ้าของคนเดียวและไม่มีเวลาบริหารจัดการเอกสาร หรือเป็นคนที่ไม่ชอบทำธุรกิจยุ่งยากในรูปแบบนิติบุคคล ทางเลือกนี้ก็เป็นคำตอบที่ดีครับ

รายได้สุทธิ/กำไร	ช่วงของเงินได้	บุคคลธรรมดา		นิติบุคคล - SMEs		นิติบุคคล - ทั่วไป	
		อัตราภาษี	จำนวนภาษี ในแต่ละช่วง	อัตราภาษี	จำนวนภาษี ในแต่ละช่วง	อัตราภาษี	จำนวนภาษี ในแต่ละช่วง
0 - 150,000	150,000	ยกเว้น	-	ยกเว้น	-	20%	30,000
150,001 - 300,000	150,000	5%	7,500	ยกเว้น	-	20%	30,000
300,001 - 500,000	200,000	10%	20,000	15%	30,000	20%	40,000
500,001 - 750,000	250,000	15%	37,500	15%	37,500	20%	50,000
750,001 - 1,000,000	250,000	20%	50,000	15%	37,500	20%	50,000
1,000,001 - 2,000,000	1,000,000	25%	250,000	15%	150,000	20%	200,000
2,000,001 - 3,000,000	1,000,000	30%	300,000	15%	150,000	20%	200,000
3,000,001 - 4,000,000	1,000,000	30%	300,000	20%	200,000	20%	200,000
มากกว่า 4,000,001	-	35%	สูงสุด	20%	สูงสุด	20%	สูงสุด
รายได้ (กำไร) สุทธิ 4 ล้านบาท			965,000		605,000		800,000
รายได้ (กำไร) สุทธิ 10 ล้านบาท			3,065,000		1,805,000		2,000,000
รายได้ (กำไร) สุทธิ 20 ล้านบาท			6,565,000		3,805,000		4,000,000



แต่สำหรับธุรกิจนิติบุคคลนั้น จะแบ่งอัตราภาษีออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ **นิติบุคคลประเภท SMEs** ที่มีเงื่อนไขตามที่กรมสรรพากรกำหนดไว้ คือ เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท หรือพูดง่าย ๆ ว่า “มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาทและมียอดขายไม่เกิน 30 ล้านบาท ต่อปี” นั่นเอง

โดยกลุ่มนี้จะได้รับสิทธิพิเศษในการลดหย่อนภาษีจากโครงการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลแก่ผู้ประกอบการ SMEs ของรัฐบาล ซึ่งจะให้นิติบุคคล SMEs ที่มีกำไรไม่เกิน 3 ล้านบาทต่อปี ไม่ต้องเสียภาษี ส่วนผู้ประกอบการที่มีกำไรสุทธิอยู่ในช่วง 300,000 - 3,000,000 บาท เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลในอัตราร้อยละ 15 (จากเดิมร้อยละ 20) และเฉพาะส่วนของกำไรสุทธิที่เกิน 3,000,000 บาทเท่านั้น จึงจะเสียภาษีที่อัตราร้อยละ 20 โดยมีผลบังคับใช้ในปีงบประมาณ 2558

(ที่มา: นายสมหมาย ภาษี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง)*

สิทธิพิเศษในการลดหย่อนภาษีสำหรับ ปี 2558

ส่วนที่ไม่เกิน 300,000 บาท	ยกเว้นภาษี
300,001 - 3,000,000 บาท	15%
ส่วนที่เกิน 3,000,000 บาท ขึ้นไป	20%

แต่สำหรับ**นิติบุคคลทั่วไป** ที่มีทุนจดทะเบียนเกิน 5 ล้านบาท หรือมียอดขายเกิน 30 ล้านบาทต่อปี มีหน้าที่จะต้องเสียภาษีในอัตรา 20% ตั้งแต่กำไรบาทแรกครับ สรุปได้ว่าทางที่ดีที่สุดก็คือ เราต้องคาดการณ์ธุรกิจของเราให้ถูกต้องว่า จะมีรายได้ประมาณเท่าไร และการเสียภาษีแบบไหนตอบใจที่สุดที่เราต้องการ และสามารถประหยัดภาษีและเวลาได้มากที่สุด

2. วางแผนใช้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีต่างๆ

เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายด้านภาษีสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 200 ล้านบาทและมีกรจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน โดยมีการให้สิทธิประโยชน์ในการหักค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น



- การหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินประเภทคอมพิวเตอร์และเครื่องจักร ได้ร้อยละ 40
- การหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินประเภทอาคาร โรงงาน ได้ร้อยละ 25
- การหักรายจ่ายในการฝึกอบรมพนักงานได้ 2 เท่า
- การหักค่าใช้จ่ายในการวิจัยพัฒนาได้ 300%

(ที่มา: ชาวและเว็บไซต์กรมสรรพากร www.rd.go.th)*

สุดท้ายนี้ อยากจะเน้นย้ำว่า หากเจ้าของธุรกิจอย่างเราๆ เข้าใจรูปแบบธุรกิจได้อย่างถูกต้อง เลือกใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีได้อย่างถูกต้อง รับรองว่า SMEs ทุกท่านจะประหยัดภาษีได้อย่างน่าอัศจรรย์ใจเลยละครับ ➡

*รวบรวมข้อมูลโดยนิตยสาร SMEs Today



ตลาดท่องเที่ยว ปี'58 โค้งสุดท้ายก่อน AEC

ปี 2558 นอกจากจะเป็นปีแห่งการนับถอยหลังเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แล้ว หลายคนยังมองว่า นี่คือปีแห่ง 'ความหวัง' ความหวังที่จะได้เห็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยกลับมายิ่งใหญ่ และกลายเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญในระดับภูมิภาค ที่พร้อมจะต้อนรับนักท่องเที่ยวนับแสนนับล้านจากทั่วทุกสารทิศ..อีกครั้ง

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้เปิดเผยตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างเป็นทางการ พบว่า ตลอดทั้งปี 2557 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย 24.77 ล้านคน ลดลงร้อยละ 6.66 จากปี 2556 นำรายได้เข้าประเทศถึง 1.14 ล้านล้านบาท ลดลงร้อยละ 4.93 จากปีก่อนหน้า

โดยผลกระทบจากสถานการณ์ภายในประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือนแรก หดตัวกว่าร้อยละ 12 แต่หลังจากสถานการณ์ต่างๆ ดีขึ้น ตลาดท่องเที่ยวก็เริ่มฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงไตรมาสที่ 4 ซึ่งเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวจากหลายประเทศขยายตัวรวมถึง 7% โดยเฉพาะจีนขยายตัวเกือบ 70% มีผลช่วยให้ภาคการท่องเที่ยวโดยรวมของปี 2557 ดีขึ้น





ไตรมาสแรกบูม!

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในไตรมาส 1 ปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทยประมาณ 7.3 ล้านคน เติบโตประมาณร้อยละ 15 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า และคาดว่าจะสร้างรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มูลค่าประมาณ 382,900 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 16.4

ทั้งนี้ การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติในไตรมาส 1 ปี 2558 ยังคงมาจากตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งตรงกับช่วงเทศกาลปีใหม่ของชาวจีน และไม่ได้มีเพียงนักท่องเที่ยวจากจีนเท่านั้น แต่ยังมีนักท่องเที่ยวเชื้อสายจีนจากประเทศอื่นๆ ทั้งทั้งภูมิภาค ที่จะเดินทางเข้ามา

ท่องเที่ยวในไทย เช่น มาเลเซีย ใต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ตลาดที่ต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดคือ นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปและรัสเซีย ซึ่งเป็นอีกกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย เนื่องจากเศรษฐกิจในกลุ่มสหภาพยุโรปขณะนี้ยังคงไม่สามารถฟื้นตัวได้อย่างมีศักยภาพ ส่วนรัสเซียเองก็กำลังเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศอย่างรุนแรง ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมที่มีสถานประกอบการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวรัสเซีย และยุโรป ได้รับผลกระทบอย่างมากจากแนวโน้มการลดลงของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ได้แก่ พัทยา สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า) และภูเก็ต

รัสเซียหายเกลี้ยง

ศิษฏวิวัชร ชีวรัตน์พร นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) กล่าวว่า ประเด็นที่น่าเป็นห่วงที่สุดสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวของไทยปีนี้เป็นคือ ตลาดรัสเซีย เนื่องจากรัสเซียเป็นตลาดใหญ่อันดับ 3 ของไทย ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนกว่า 1.7 ล้านคนต่อปี โดยเชื่อว่าในปีนี้นักท่องเที่ยวรัสเซียจะมีโอกาสลดลงถึง 30% และหากเลวร้ายอาจจะลดต่ำสุดถึง 70% ก็เป็นไปได้

ด้าน **สุลัดดา ศรีตลาวัฒน์** ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานพัทยา เปิดเผยว่า สถานการณ์ท่องเที่ยวพัทยาขณะนี้ได้รับผลกระทบพอสมควร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเอกชนที่ทำตลาดรัสเซียต้องทำใจ เพราะตลาดจะไม่กระเตื้องอีกอย่างน้อย 2 ปี ส่วนเอกชนที่ทำตลาดอื่นควบคู่ไปด้วย ยังพอไปได้

ส่วน **สรรเพ็ชร ศุภาวรเสถียร** นายกสมาคมโรงแรมภาคตะวันออก กล่าวว่า ถึงแม้ผู้ประกอบการโรงแรม Local Chain จะพยายามดัมพ์ราคาช่วง High Season ให้ถูกลงเกือบจะเท่ากับ Low Season ก็ยังไม่มีแขกเข้าพัก จึงต้องหันไปจับกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวอาเซียนและเอเชียตะวันออกที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะมีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการมากที่สุด



จับอาเซียนให้อยู่หมัด

จากศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า ในช่วงการนับถอยหลังสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 รวมถึงสถานการณ์ทางการเมืองที่เข้าสู่ภาวะปกติ จะมีนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางสัญชาติอาเซียนเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับปี 2557 ที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย จำนวน 6.6 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด จึงนับว่าเป็นตลาดที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

โดยหากรวมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจาก

ภูมิภาคเอเชียตะวันออก เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ฯลฯ อีก 7.94 ล้านคน ก็จะทำให้เกิดตลาดขนาดมหึมา ซึ่งกินสัดส่วนเกือบ 3 ใน 5 ของตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลยทีเดียว

ในปีนี้นี้ สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) จึงเน้นจัดโรดโชว์ในต่างประเทศมากขึ้น เพื่อเปิดตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ เช่น อินโดนีเซีย เวียดนาม มาเลเซีย และเมียนมาร์ รวมถึงตามหัวเมืองต่างๆ ของประเทศจีน เพื่อแนะนำสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการไทย ให้เป็นที่รู้จักในตลาดอาเซียนและตลาดเอเชียตะวันออกมากขึ้น



เตรียมตัวให้พร้อม

กล่าวโดยสรุปว่า ในปี 2558 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องระมัดระวังความเสี่ยง จากการประกอบธุรกิจที่มีการพึ่งพาลตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป เพราะอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการ ในกรณีที่จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักนั้น มีจำนวนลดลง

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงด้วยการขยายตลาดไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ควบคู่กันไป โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนและเอเชียตะวันออก ที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับสามดาว ต้องระมัดระวังการแข่งขันทางด้านราคา โดยการกำหนดตำแหน่งการแข่งขัน (positioning) ให้ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ความต้องการ

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เดือนมกราคม - ธันวาคม 2557

สัญชาติ	2557		2556		เปรียบเทียบสัดส่วน นักท่องเที่ยว 2557 / 2556
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วน (%)	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วน (%)	
ASEAN	6,620,231	26.72	7,282,266	27.43	-9.09
มาเลเซีย	2,644,052	10.67	3,041,097	11.46	-13.06
ลาว	934,253	3.77	976,639	3.68	-4.34
สิงคโปร์	864,681	3.49	955,468	3.60	-9.50
เวียดนาม	557,135	2.25	725,057	2.73	-23.16
กัมพูชา	553,809	2.23	481,595	1.81	14.99
อินโดนีเซีย	508,171	2.05	594,251	2.24	-14.49
ฟิลิปปินส์	338,055	1.36	321,571	1.21	5.13
เมียนมาร์	208,794	0.84	172,383	0.65	21.12
บรูไน	11,281	0.05	14,205	0.05	-20.58
East Asia	7,941,296	32.04	8,629,109	32.51	-7.97
จีน	4,623,806	18.66	4,637,335	17.47	-0.29
ญี่ปุ่น	1,265,307	5.11	1,536,425	5.79	-17.65
เกาหลี	1,117,449	4.51	1,295,342	4.88	-13.73
ฮ่องกง	483,883	1.95	588,335	2.22	-17.75
ไต้หวัน	392,758	1.58	502,176	1.89	-21.79
อื่นๆ	58,093	0.23	69,496	0.26	-16.41
ASEAN + East Asia	14,561,527	58.76	15,911,375	59.94	-8.48
รัสเซีย	1,603,813	6.47	1,746,565	6.58	-8.17
World Total	24,779,768	100.00	26,546,725	100.00	-6.66

ที่มา: กลุ่มสถิติและเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เดือนธันวาคม 2557

สัญชาติ	2557		2556		เปรียบเทียบสัดส่วน นักท่องเที่ยว 2557 / 2556
	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วน (%)	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วน (%)	
ASEAN	789,491	27.79	703,429	27.67	12.23
มาเลเซีย	410,795	14.46	315,707	12.42	30.12
สิงคโปร์	135,712	4.78	123,743	4.87	9.67
กัมพูชา	54,955	1.93	39,174	1.54	40.28
อินโดนีเซีย	52,418	1.84	51,965	2.04	0.87
ลาว	40,478	1.42	79,986	3.15	-49.39
เวียดนาม	39,147	1.38	48,571	1.91	-19.40
ฟิลิปปินส์	30,879	1.09	25,073	0.99	23.16
เมียนมาร์	22,912	0.81	17,219	0.68	33.06
บรูไน	2,195	0.08	1,991	0.08	10.25
East Asia	851,901	29.99	586,315	23.06	45.29
จีน	495,034	17.42	265,428	10.44	86.50
ญี่ปุ่น	131,017	4.61	137,063	5.39	-4.41
เกาหลี	114,105	4.02	114,468	4.50	-0.32
ฮ่องกง	60,438	2.13	31,511	1.24	91.80
ไต้หวัน	43,373	1.53	32,440	1.28	33.70
อื่นๆ	7,934	0.28	5,405	0.21	46.79
ASEAN + East Asia	1,641,392	57.77	1,289,744	50.73	27.26
รัสเซีย	184,252	6.48	253,622	9.98	-27.35
World Total	2,841,333	100.00	2,542,380	100.00	11.76

ที่มา: กลุ่มสถิติและเศรษฐกิจการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ของนักท่องเที่ยว และสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งโรงแรมระดับสามดาวทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่มีภาพลักษณ์เป็นเพียงที่พักระดับราคาปานกลางเท่านั้น

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมยังต้องชูจุดขายผ่านการนำเสนอกิจกรรมที่สอดคล้องกันกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบธรรมชาติ (Nature) นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบวัฒนธรรม (Culture) หรือนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งจะเป็นการสร้างแตกต่างจากการเข้าพักในคอนโดมิเนียม บ้านพัก และ

เซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ที่ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมในระหว่างเข้าพัก

ทั้งนี้ การที่ภาครัฐส่งเสริมให้ปี 2558 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยววิถีไทย (Discover Thainess) และสนับสนุนให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่นที่เป็นหัวเมืองรองมากขึ้น ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ เลย บุรีรัมย์ ตราด จันทบุรี ชุมพร ตรัง สมุทรสงคราม และราชบุรี ถือได้ว่าเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว ที่จะสามารถให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งจากอาเซียน เอเชียตะวันออก และภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก ได้อย่างแน่นอน >>>



WikiHouse บ้านประกอบออนไลน์

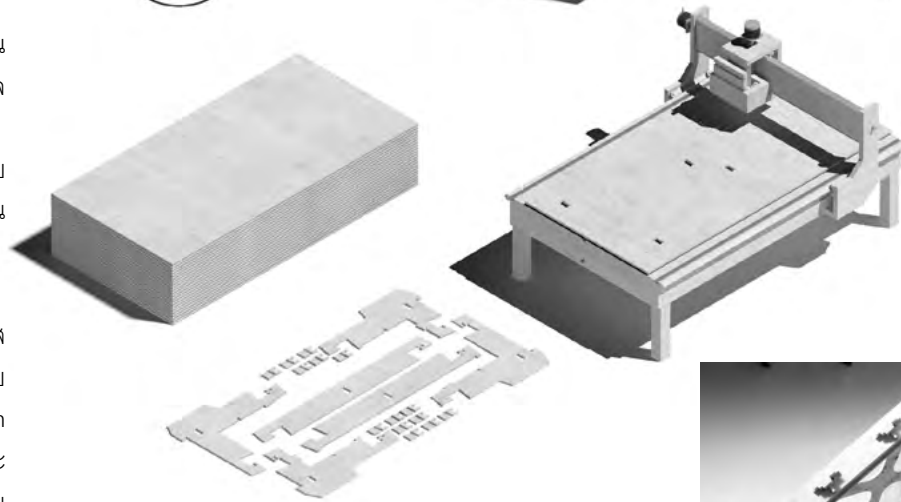
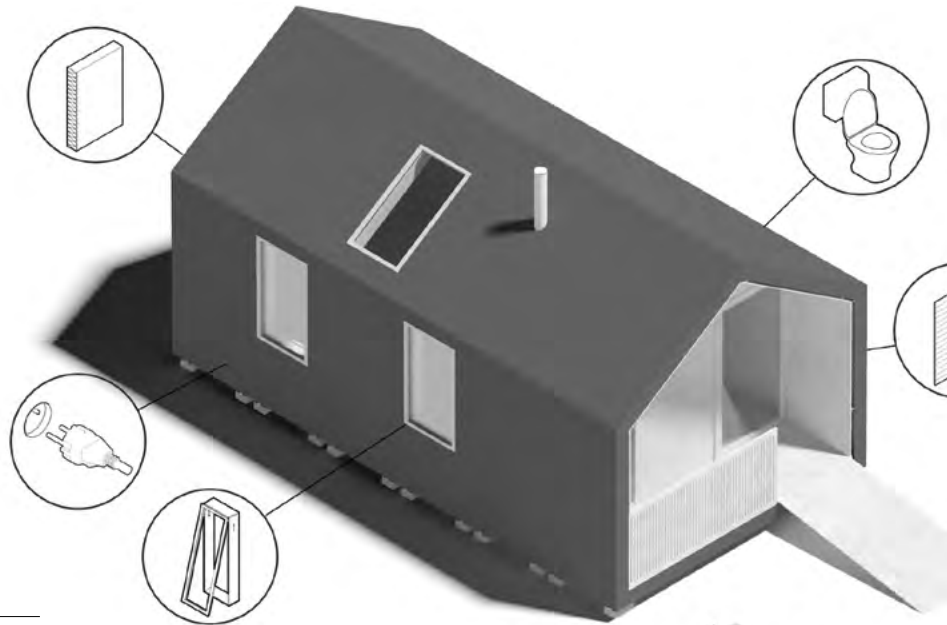
กว่าจะเป็นบ้านได้แต่ละหลัง ต้องผ่านขั้นตอนมากมาย ตั้งแต่การหาพื้นที่ ออกแบบดีไซน์ให้โดนใจ คัดเลือกวัสดุตกแต่ง จึงนับว่าไม่ใช่เรื่องง่ายเลย

แต่ในปัจจุบัน เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยช่วยให้เราสร้างบ้านได้ง่ายขึ้น จากบ้านหลังหนึ่งที่ใช้เวลานานนับปี กลับเสร็จได้ด้วยเวลาเพียง 24 ชั่วโมงเท่านั้น!

ที่สำคัญ ใคร ๆ ก็สามารถมีบ้านที่วางนี้ ได้ทั่วโลก

WikiHouse คือ โครงการบ้านสำเร็จรูป ที่เปิดโอกาสให้ผู้คนที่สนใจ ดาวน์โหลดแบบและนำไปสร้างได้จริง โดยผู้ที่ออกแบบและให้กำเนิดโครงการนี้ คือ Alastair Parvin และ Nick Lerodiamonou ซึ่งมีการเผยแพร่ในลักษณะ 'ลิขสิทธิ์เปิด' ที่ให้ทุกคนสามารถดาวน์โหลดไปใช้ได้ โดยไม่สงวนลิขสิทธิ์แต่อย่างใด

สำหรับแบบบ้านหรืออาคารที่ดาวน์โหลดมานั้น จะต้องนำไปปริ้นท์ด้วยเครื่อง CNC Router ลงบนแผ่นไม้อัดแล้วตัดตามแบบ จากนั้นจึงนำชิ้นส่วนต่างๆ ประกอบเข้าด้วยกัน ไม่เกิน 24 ชั่วโมง เราก็จะได้บ้านในฝันตามแบบที่เราต้องการ นอกจากนี้จะประหยัดทั้งเงินและเวลาแล้ว WikiHouse ยังมีน้ำหนักเบาและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย วัสดุแต่ละชิ้นสามารถถอดเข้าออก ประกอบ และขนย้ายได้อย่างง่ายดาย



ปัจจุบัน WikiHouse มีแบบบ้านให้ดาวน์โหลดทั้งสิ้น 10 แบบ ตั้งแต่บ้านพักชั่วคราวของผู้ประสบภัย ไปจนถึงบ้านในฝันของผู้มีรายได้ไม่น้อย นับเป็นไอเดียและนวัตกรรมที่ช่วยเหลือสังคมได้มากที่สุดทีเดียว

ใครอยากมีบ้านเก่าๆ จากโลกออนไลน์ เชิญแวะชมได้ที่ www.WikiHouse.cc ➡





ชิโรคุมะ ราเมน ราเมนช่วยน้องหมี

สวนสัตว์มารุยะมะ (Maruyama Zoo) ในเมืองซัปโปโรของประเทศญี่ปุ่น ประสบปัญหาด้านรายจ่ายในการเลี้ยงดูน้องหมีโพลาร์ จึงคิดค้นไอเดียระดมทุนสุดครีเอทีฟ

เริ่มจากมองเห็นโอกาสว่า คนญี่ปุ่นชื่นชอบ 'ราเมน' เป็นชีวิตจิตใจ จนแทบจะกลายเป็นอาหารประจำชาติ นำไปสู่การจับมือกับบริษัท North United เพื่อคลอดผลิตภัณฑ์น้องใหม่ออกสู่ท้องตลาด ชื่อว่า ชิโรคุมะ ราเมน (Shirokuma Ramen) หรือราเมนหมีขาว ที่สะดุดตาด้วย

แพ็คเกจจิ้งน่ารัก ฟรุ้งฟรุ้งมุ้งมุ้ง แถมยังน่ากินอีกด้วย! มีวางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตของละ 180 เยน (ประมาณ 50 บาท) รวมถึง Gift Set ที่มีบริการจัดส่งฟรีทั่วประเทศ

ไอเดียเจ๋งๆ อย่างนี้ ได้รับการสนับสนุนอย่างล้นหลาม โดยรายได้ทั้งหมดจะนำไปใช้ในการเลี้ยงดูและขยายพันธุ์หมีขาว (Polar Bear) ต่อไป ➤





ถุงซิลิโคน ลดความสิ้นเปลือง

ถุงพลาสติก ถุงกระดาษ และโฟม ล้วนแต่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขยะจำนวนมาก ทั้งย่อยสลายยาก และยังคงมีค่าใช้จ่ายในกระบวนการทำลายสูง เพื่อตอบโจทย์ปัญหาเหล่านี้ บริษัท Unikia จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ชื่อว่า 'Compleat Foodbag' ซึ่งเป็นถุงซิลิโคนที่ใช้สำหรับใส่อาหารได้ซ้ำๆ และสามารถล้างทำความสะอาดได้เหมือนภาชนะใส่อาหารทั่วไป ที่สำคัญยังปลอดภัยต่อร่างกายอีกด้วย

วิธีการใช้ง่าย เพียงนำอาหารใส่ลงในถุง แล้วม้วนปากถุงลงมาเพื่อปิดล็อกด้วยกระดุม ก็ไม่ต้องกังวลแล้วว่าอาหารจะหกเลอะเทอะ



นอกจากนั้น ถุงซิลิโคนยังมีรูปทรงสวยงาม และขนาดกะทัดรัด เหมาะแก่การพกพา มีให้เลือก 5 สี ได้แก่ แดง เหลือง เขียว ม่วง และฟ้า

นับเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ลดความสิ้นเปลืองจากบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทอื่นๆ ที่ใช้แล้วทิ้ง ได้อย่างดีมากที่สุดทีเดียว ➤➤





เต็มอิ่มกับชบวน

กุ้งล็อบสเตอร์

16 ม.ค. ถึง 30 เม.ย. 2558 พบ “มหกรรมกุ้งล็อบสเตอร์” สไตส์ญี่ปุ่น

ล็อบสเตอร์โรล ล็อบสเตอร์เทพีนยากิ ล็อบสเตอร์เทมปุระ ล็อบสเตอร์หม้อไฟ พาสต้า
ล็อบสเตอร์ยากิโซบะ ล็อบสเตอร์ซาซิมิ ล็อบสเตอร์ซูชิ มัทฉะชีสสอดไส้แซลมอน

swissôtel LE CONCORDE
BANGKOK

204 Ratchadapisek Road, Huay Kwang,
Bangkok 10320, Thailand

call 0 2694 2222
ext. 1560

takumi



KHONGSITTHA

ค่ายมวย..สำหรับทุกคน

เรารู้จักหนุ่มลูกครึ่งคนนี้ ในฐานะดารานักแสดง นายแบบ และ พิธีกร แต่เบื้องหลังงานในวงการบันเทิง **แมทธิว ดัน จันทวานิช** คือนักธุรกิจหน้าใหม่เจ้าของค่ายมวย **'ลงสิทรา'** ค่ายมวยสำหรับทุกเพศทุกวัย ไม่ว่าจะเด็กหรือผู้ใหญ่ก็ขึ้นชกได้!

จุดเริ่มต้นของความรัก

“ผมเริ่มรู้จักมวยไทยตั้งแต่เด็กๆ เลย ตอนนั้นผมเรียนอยู่ที่ออสเตรเลีย ทุกปีก็จะมาเที่ยวเมืองไทย เวลาเปิดทีวีก็จะเห็นมวยไทย จากนั้นก็เริ่มสนใจดูมวย ได้มีโอกาสซ้อมมวย ได้รู้จักกับนักมวย และไปโมเตอร์มวยในวงการหลายคน ผมรู้สึกว่ามวยไทยเป็นกีฬาที่มีเสน่ห์ และโดยส่วนตัวเป็นคนชื่นชอบศิลปะการต่อสู้ (Martial Arts) อยู่แล้ว พอได้เริ่มคลุกคลีบ่อยเข้า ก็ฝันว่าวันหนึ่งอยากจะทำค่ายมวยเป็นของตัวเอง”

แม้จะเคยมีประสบการณ์เป็นถึงพิธีกรรายการ Thai Fight ทัวร์นาเมนท์มวยไทยระดับโลก แต่ด้วยความที่ไม่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจมาก่อน จึงต้องหาหุ้นส่วนที่ให้คำปรึกษาเรื่องนี้ได้ และก็ไม่ซีเครื่ออื่นไกล แต่เป็นน้องชายแท้ๆ ของ ลิเดีย-ศรินยรัชต์ วิสุทธิธาดา ว่าที่ภรรยาคนสวยของแมทธิวนั่นเอง

“โชคดีที่หุ้นส่วนของผม (**ตั้ง-ชฎานนท์ วิสุทธิธาดา**) เรียนมาทางด้านบริหารธุรกิจ เพิ่งจบมาหมาดๆ แม้ไม่เคยทำธุรกิจมาก่อน แต่เขาก็มั่นใจในวิชาที่เรียนมา เขาก็มาช่วยกันวางแผน แล้วก็รันไปตาม Business Plan ที่วางไว้ ยิ่งเรามี Business Plan ที่ชัดเจนและแข็งแรงมากเท่าไร การบริหารธุรกิจก็จะยิ่งง่ายขึ้น

ตอนนั้นเราพยายามศึกษาตลาดให้มากที่สุด เรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวกับธุรกิจค่ายมวย แน่นอนว่าบางอย่างเราไม่รู้หรอก ก็ต้องคาดเดากันไป สิ่งที่สำคัญคือ เราต้องนึกถึง Worst-Case Scenario หรือ กรณีเลวร้ายที่สุดที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจด้วย จะได้เตรียมรับมือกับปัญหาต่างๆ ได้ทันทั่วทั้ง”



ผมจะทุ่มชีวิตของผมให้กับกีฬา
มวยไทย ผมอยากจะทำให้มันดีที่สุด
ทำให้ชาวโลกได้เห็นถึงความยิ่งใหญ่
ของมวยไทยและประเทศไทย...

ค่ายมวยเพื่อสุขภาพ

เมื่อ 2-3 ปีก่อน ธุรกิจค่ายมวยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นค่ายมวยอาชีพ เน้นฝึกซ้อมนักมวยเพื่อขึ้นชก ไม่ค่อยมีพื้นที่สำหรับคนธรรมดาๆ ที่ต้องการชกมวยเป็นงานอดิเรก จากโอกาสตรงนั้น หนุ่มแมททริวจึงตกลงกับหุ้นส่วนว่าจะทำสถานที่สำหรับที่คนอยากออกกำลังกายด้วยมวยไทย โดยพยายามออกแบบการเรียนการสอนที่สามารถรองรับคนได้ทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกคนได้สนุกไปกับมวยไทย ทุกวันนี้มีทั้งกลุ่มลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่เด็ก 5 ขวบ ไปจนถึงผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ

“ใครที่ไม่เคยมีพื้นฐานไม่ต้องกลัว เพราะเรามีคลาสที่สอนตั้งแต่เบสิคไปจนถึงระดับมืออาชีพ (Professional) บางคนอยากจะเป็นนักมวยหรืออยากจะขึ้นชกสักครั้งในชีวิต เราก็สามารถเทรนไปถึงตรงนั้นได้

มีผู้ปกครองหลายคนส่งลูกๆ มาเรียนเพื่อฝึกวินัย และจะได้มีทักษะวิชาป้องกันตัว แต่ถ้าเป็นคนหนุ่มสาวส่วนใหญ่จะอยากลดน้ำหนักอยากฟิตกล้ามเนื้อ อยากสร้าง Six Pack บางคนน้ำหนักลดลง 18 กิโลกรัมภายใน 5-6 เดือนก็มี ชีวิตเปลี่ยนเลย มั่นใจขึ้น แล้วก็ดูแฮปปี้ขึ้นมาก บางครอบครัวแทนที่จะนั่งดูทีวีอยู่ที่บ้าน ก็ชวนกันมาออกกำลังกายทั้งพ่อแม่ลูก หรือแม้แต่คุณลุงคุณป้าวัย 50-60 ปี ถ้าอยากเคลื่อนไหวร่างกายเบาๆ เราก็จะจัดเทรนเนอร์ที่เหมาะสมคอยดูแล”

สำหรับค่าบริการ ถ้าเป็นราคา Walk-in จะอยู่ที่ 400-450 บาทต่อครั้ง แต่ถ้าซื้อเป็นแพคเกจก็จะมีตั้งแต่ 10 ครั้ง 20 ครั้ง ไปจนถึงแพคเกจแบบรายเดือนที่ไม่จำกัดจำนวนครั้ง

นอกจากนั้น หากลูกค้าคนไหนไม่สะดวกในการเดินทาง ต้องการอยู่ฝึกซ้อมระยะยาว ทางค่ายก็จะจัดเตรียมที่พักพร้อมอาหารเช้าไว้ให้ ที่ผ่านมามีทั้งลูกค้าจากต่างจังหวัดและชาวต่างชาติที่มาพักนานหลายสัปดาห์หรือกระทั่งเป็นเดือนก็มี



ดิง-ชยานนท์ วิสุทธีธาดา หุ้นส่วนคนสำคัญของแมทริว



เพียงปีกว่า..ก็ค้นพบ

หลังค่ายมวยดงสิทธิ์เปิดให้บริการได้เพียงปีกว่าก็สามารถค้นพบได้ทั้งหมดงานนี้ผู้บริหารคนเก่งยืนยันว่าการเป็นดาราอาจช่วยได้ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การบอกต่อ และความรู้สึกของลูกค้าที่สามารถสัมผัสกับเราได้ง่ายขึ้น แต่นั่นก็ไม่ใช่ว่าทุกอย่าง

“ไม่ใช่ที่เราเป็นดาราแล้วคนจะมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเรา เพราะถ้าของไม่ดีจริง ก็ไม่มีใครเอาเหมือนกัน

ผมโชคดีที่มีหุ้นส่วนที่ดี ซึ่งอยู่ในครอบครัวเดียวกัน แล้วก็รักมวยไทย ทั้งคู่ปัญหาที่หน้าจะใหญ่ก็กลายเป็นเล็ก ในเมื่อเรารักในสิ่งที่เราทำ เราก็จะเหนื่อยน้อยลง การแก้ปัญหาต่างๆ ก็จะง่ายขึ้นเยอะ เพราะฉะนั้นขอให้ทุกคนทำในสิ่งที่ตัวเองรัก อย่ไปฝัน”

มวยไทย..กีฬาของคนไทย

“ผมรู้สึกดีใจที่กระแสมวยไทยกลับมาบูมในบ้านเรา เพราะสิ่งที่สำคัญคือ มวยไทยเป็นกีฬาของคนไทย เป็นศิลปะการต่อสู้ที่อยู่กับคนไทยมาเป็นร้อยเป็นพันปี

มีทั้งประวัติศาสตร์ เรื่องราว และมีความผูกพันอยู่ในสายเลือดของคนไทย เวลาพูดถึงเมืองไทย สิ่งแรกๆ ที่ชาวต่างชาติจะนึกถึง ก็คือ สัมผัสกับมวยไทย เพราะฉะนั้นเราคนไทย เราควรภาคภูมิใจและอนุรักษ์ศิลปะแม่ไม้มวยไทยให้คงอยู่ต่อไป

ผมจะทุ่มชีวิตของผมให้กับกีฬามวยไทย ผมอยากจะทำให้มันดีที่สุด ทำให้ชาวโลกได้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ของมวยไทยและประเทศไทย...”

เช่นเดียวกับความหมายของคำว่า ‘ดงสิทธิ์’ ซึ่งแปลว่าความสำเร็จที่ยั่งยืน >>

ดงสิทธิ์ (KHONGSITTHA)

3/42 หมู่ที่ 3 ถนนสุคนธรสวัสดิ์ แขวงลาดพร้าว
เขตลาดพร้าว กรุงเทพฯ 10230
(ตรงข้ามซอย นาคนิवास 48 แยกโรงโม่ ลาดพร้าว 71)
0-2932-9911 www.khongsittha.com

เปิดบริการทุกวัน

รอบเช้า 09.00 – 12.00 น.

รอบเย็น 15.00 – 21.00 น.

Tips เคล็ดลับธุรกิจ

1. ใส่ใจในรายละเอียด

ผมและหุ้นส่วนจะดูแลใส่ใจเองทุกรายละเอียด ตั้งแต่การต้อนรับลูกค้า ความสะอาดของค่าย ฯลฯ ถ้าวันไหนที่ไม่มีคิวถ่ายละครหรืองานพิธีกรรมจะเข้ามาดูแลที่ค่ายเองทุกวัน

2. ทำในสิ่งที่เรารัก

ถ้าเราทำในสิ่งที่เรารัก มันไม่มีเสียหรอก...มันมีแต่ได้เยอะกับได้น้อย ผมว่าถ้าเกิดเราตั้งใจ มุ่งมั่น และทุ่มเทให้กับสิ่งที่เราจะทำจริงๆ ยังไงก็ต้องได้ดี

3. พัฒนาในสิ่งที่ทำ

งานบริการนั้นเป็นงานที่ไม่หยุดนิ่ง อีกทั้งต้องพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าได้รับในสิ่งที่ดีที่สุด เวลาเห็นลูกค้ามาใช้บริการแล้วแฮปปี้ ทำให้เรามีกำลังใจที่จะพัฒนาธุรกิจของเราให้ดียิ่งขึ้น



สรุปสถานการณ์ SMEs ปี 2557 และคาดการณ์ปี 2558

สถานการณ์ SMEs ปี 2557 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง เห็นได้จากตัวเลขส่งออก ม.ค.-ต.ค. มีมูลค่ารวม 1.6 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8.49 ขณะที่ GDP SMEs ทั้งปี จะขยายตัวร้อยละ 0.5 ผลจากการบริโภคภายในประเทศ การลงทุนภาคเอกชน และการใช้จ่ายภาครัฐ โดยเฉพาะมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและช่วยเหลือ SMEs ของรัฐบาล จะส่งผลดีต่อเนื่องให้ปี 2558 GDP SMEs ขยายตัวร้อยละ 5.4 พร้อมเผย 11 กลุ่มธุรกิจเด่นในปี 2558

รายงานข่าวจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เปิดเผยว่า สสว. ดำเนินการวิเคราะห์สถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในรอบปี 2557 พบว่าสถานการณ์โดยภาพรวมปรับตัวดีขึ้น สะท้อนได้จาก GDP SMEs นับตั้งแต่ไตรมาส 1, 2 และ 3 แม้จะมีอัตราหดตัวลงร้อยละ 1.4, 0.7 และ 0.2 ตามลำดับ แต่เป็นการหดตัวในอัตราที่ลดลงต่อเนื่อง จึงกล่าวได้ว่าสถานการณ์ SMEs ปรับตัวดีขึ้น โดย GDP SMEs (ม.ค.-ก.ย.) มีมูลค่ารวม 3.37 ล้านล้านบาท ซึ่งร้อยละ 57 มาจากการบริโภคภายในประเทศ ที่เหลือร้อยละ 43 มาจากการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ โดยมีสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 38.2 และคาดการณ์

ว่า ไตรมาส 4 จะขยายตัวและมีค่าเป็นบวก ส่งผลให้ภาพรวมของปี 2557 GDP SMEs จะขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 0.5

สรุปสถานการณ์ SMEs ปี 2557

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้สถานการณ์ SMEs ปี 2557 ปรับตัวดีขึ้น มาจากสถานการณ์ทางการเมืองมีเสถียรภาพและมีทิศทางชัดเจนขึ้น มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ทยอยออกมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งการให้เงินช่วยเหลือชาวนา การสร้างการจ้างงานในชนบท การลงทุนในระบบโครงสร้างพื้นฐาน การเร่งรัดการเบิกจ่ายเงินงบประมาณของหน่วยงานราชการ รวมถึงมาตรการช่วยเหลือและส่งเสริมการลงทุนให้กับ SMEs ฯลฯ ซึ่งกระตุ้นให้การบริโภคภายในประเทศ

และการลงทุนภาคเอกชนขยายตัว ขณะที่สถานการณ์การท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น เห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ขยายตัวเพิ่มขึ้นตั้งแต่เดือนตุลาคม เป็นต้นมา กอปรกับระดับราคาน้ำมันปรับตัวลดลงต่อเนื่อง และเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศคู่ค้าสำคัญมีการฟื้นตัว ฯลฯ ซึ่งจะส่งผลให้สถานการณ์ SMEs ไตรมาส 4 ขยายตัวเพิ่มขึ้นและมีค่าเป็นบวก

เมื่อพิจารณาด้านการค้าระหว่างประเทศของ SMEs ปี 2557 พบว่า การส่งออก (เดือนมกราคม-ตุลาคม) มีมูลค่า 1,607,939 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน ร้อยละ 8.49 และมีสัดส่วนร้อยละ 26.3 ของการส่งออกทั้งหมดทั้งประเทศ ตลาดหลักที่ SMEs ไทยส่งออกสินค้ามากที่สุด ได้แก่

กลุ่มประเทศอาเซียน มูลค่า 427,651 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.6 ของการส่งออกของ SMEs รองลงมาคือ จีน มูลค่า 191,656 ล้านบาท กลุ่มสหภาพยุโรป มูลค่า 167,029 ล้านบาท ญี่ปุ่น มูลค่า 158,145 ล้านบาท และสหรัฐอเมริกา มูลค่า 124,064 ล้านบาท ซึ่งการส่งออกไปทุกตลาดหลักขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มสหภาพยุโรป ขยายตัวสูงสุดถึงร้อยละ 16.43 เนื่องจากมีการเร่งนำเข้าสินค้าก่อนที่จะมีการยกเลิกให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี (GSP) กับประเทศไทยในปี 2558 สินค้าที่มีการส่งออกสูงสุด ได้แก่ อัญมณีและเครื่องประดับ รองลงมาคือ พลาสติกและของทำด้วยพลาสติก เครื่องจักร คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ อุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ ยานยนต์และส่วนประกอบ ตามลำดับ โดยสินค้าส่งออกที่ขยายตัวสูงสุด ได้แก่ อุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ

ส่วนการนำเข้าของ SMEs เดือน ม.ค.-ต.ค. มีมูลค่า 1,834,688 ล้านบาท หดตัวลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 8.92 และคิดเป็นร้อยละ 29.4 ของการนำเข้ารวมของประเทศ ตลาดที่ SMEs นำเข้าสินค้าสูงสุด ได้แก่ จีน มูลค่า 497,722 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.1 ของการนำเข้ารวมของ SMEs รองลงมา คือ ญี่ปุ่น มูลค่า 277,679 ล้านบาท กลุ่มประเทศอาเซียน มูลค่า 260,097 ล้านบาท กลุ่มสหภาพยุโรป มูลค่า 219,639 ล้านบาท และสหรัฐอเมริกา มูลค่า 110,730 ล้านบาท สินค้าที่ SMEs นำเข้าสูงสุด ได้แก่ อุปกรณ์ไฟฟ้าและส่วนประกอบ รองลงมาคือ เครื่องจักร คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ อัญมณีและเครื่องประดับ พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก เหล็กและเหล็กกล้า ตามลำดับ

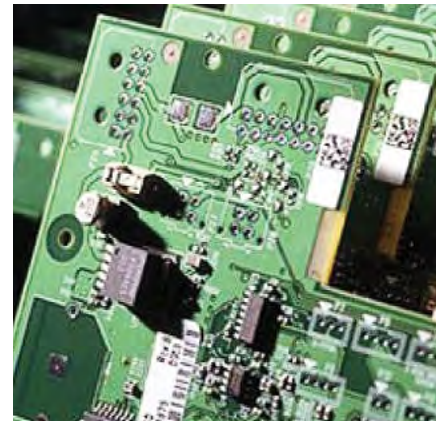
เมื่อพิจารณาด้านการจัดตั้งและยกเลิกกิจการในปี 2557 (เดือน ม.ค.-ต.ค.) พบว่า มีกิจการที่จดทะเบียนจัดตั้งใหม่จำนวน 51,725

ราย หดตัวลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 13.79 ประเภทกิจการที่จัดตั้งใหม่สูงสุด ได้แก่ ก่อสร้างอาคารทั่วไป มูลค่า 5,473 ราย มีทุนจดทะเบียน 13,237 ล้านบาท รองลงมาคือ หมวดขายส่งเครื่องจักร และหมวดภัตตาคาร/ร้านอาหาร ตามลำดับ ส่วนการจดทะเบียนยกเลิกกิจการมีจำนวน 11,847 ราย ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 7.02 ประเภทกิจการที่ยกเลิกมากที่สุด ได้แก่ หมวดกิจกรรมขายสลากกินแบ่ง มีจำนวน 1,286 ราย ทุนจดทะเบียน 478 ล้านบาท รองลงมาคือ หมวดก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่พักอาศัย และหมวดซื้อขาย อสังหาริมทรัพย์ ไม่ใช่เพื่อพักอาศัย ตามลำดับ

คาดการณ์แนวโน้มปี 2558

ทั้งนี้ สสว. ประเมินการ SMEs (ณ เดือน ธ.ค. 2557) ภายใต้สถานการณ์ของประเทศในภาวะปกติ โดยคาดการณ์สถานการณ์ SMEs ปี 2558 มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 ภายใต้สมมติฐานในการประมาณการ SMEs ได้แก่ อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 ราคาน้ำมันดิบอยู่ที่ 95 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล อัตราเงินเฟ้อทั่วไปอยู่ที่ร้อยละ 2.2

โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวจากรฐานเดิมที่ต่ำ นโยบายของภาครัฐที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ทยอยออกมาอย่างต่อเนื่อง อาทิ การให้ความช่วยเหลือเกษตรกร การจ้างงานและสร้างรายได้นอกภาคเกษตร การเพิ่มเงินเดือนข้าราชการ การลงทุนโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ การปรับโครงสร้างราคาพลังงาน การลดอัตราภาษีสำหรับผู้ประกอบการ SMEs การจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ฯลฯ ขณะที่ราคาน้ำมันปรับตัว



SMEs ปี 2558 มีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.4 ภายใต้สมมติฐานในการประมาณการ SMEs

ลดลง อัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับต่ำ กอปรกับเศรษฐกิจและการค้าโลกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวจะเป็นส่วนช่วยผู้ประกอบการ SMEs ทั้งในด้านการลดต้นทุน การสร้างโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ รวมถึงการเพิ่มอำนาจซื้อให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้สถานการณ์ SMEs ในปี 2558 มีการขยายตัวดีขึ้น

สรุปผลการประมาณการเศรษฐกิจ SMEs ปี 2558 (หน่วย : ร้อยละ)

ปัจจัยด้านอุปสงค์	2556	2557_f	2558_f
การบริโภคภาคเอกชน	0.3	0.2	4.6
การบริโภคภาครัฐ	4.9	3.5	2.4
การลงทุนภาคเอกชน	-2.8	-2.6	10.2
การลงทุนภาครัฐ	1.3	1.1	2.7
การส่งออกสินค้าและบริการ	4.2	1.0	4.0
การนำเข้าสินค้าและบริการ	2.3	-1.4	9.1
สต็อกทุนของประเทศสุทธิ	2.5	2.0	2.5
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ (GDP)	2.9	1.4	4.1
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ SMEs (GDP SME)	3.8	0.5	5.4

กลุ่มธุรกิจเด่น-เฝ้าระวัง ปี 2558

สำหรับกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มจะเติบโตได้ดี เนื่องจากมีความต้องการในตลาดคู่ค้าสูง มีบทบาทในการเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจและกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ มีศักยภาพการแข่งขันทั้งในตลาดโลกและตลาดภูมิภาค รวมทั้งเป็นธุรกิจที่สอดคล้องกับกระแสโลก มีจำนวน 11 กลุ่ม ประกอบด้วย **1.ธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์** เนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศ โดยเฉพาะอุปกรณ์สื่อสาร อุปกรณ์การแพทย์ ขณะที่การส่งออกมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง **2.ธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน** เนื่องจากตลาดคู่ค้าสำคัญของไทยทั้งเอเชีย ยุโรป และสหรัฐอเมริกา เริ่มกระเตื้องขึ้น กอปรกับไทยเป็นฐานการผลิตยานยนต์และชิ้นส่วนในภูมิภาคอาเซียน ทำให้สินค้าในกลุ่มธุรกิจนี้มีโอกาสสูงโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน **3.ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม** ผลจากแนวโน้มของอาหารเพื่อสุขภาพ ความงาม และอาหารเฉพาะกลุ่ม (คนอ้วน คนป่วย ทารก และนักกีฬา) มีคู่แข่งที่ดี



4.ธุรกิจการบริการด้านการศึกษา เนื่องจากมีการส่งเสริมการศึกษา นอกระบบเพิ่มสูงขึ้น เพื่อรองรับการสร้าง Knowledge Economy **5.ธุรกิจด้านพลังงาน** ผลจากต้นทุนมีทิศทางลดต่ำลง

ขณะที่การลงทุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนขยายตัว โดยเฉพาะธุรกิจพลังงานทดแทนเนื่องจากกระแสความสนใจเรื่องความมั่นคงด้านพลังงาน **6.ธุรกิจภาคเกษตรกรรม** เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงการผลิตในกลุ่ม CLMV ตามการเปิด AEC และเป็นธุรกิจต้นน้ำของธุรกิจเกษตรแปรรูปอาหาร ยา และพลังงานทดแทน ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง **7.ธุรกิจก่อสร้าง** เนื่องจากได้รับโอกาสจากการเปิด AEC ที่แต่ละประเทศมีการพัฒนาทั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานงานพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ ขณะที่ภาครัฐของไทยมีการลงทุนพัฒนาระบบขนส่งขนาดใหญ่ ทั้งรถไฟฟ้า รถไฟรางคู่ ฯลฯ **8.ธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์** มีโอกาสเติบโตตามการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายในประเทศ และการเปิด AEC ที่จะเชื่อมโยงการขนส่งมวลชน และสินค้าได้มากขึ้น **9.ธุรกิจท่องเที่ยว** เนื่องจากการท่องเที่ยวของไทยมีศักยภาพการแข่งขันทั้งในตลาดโลกและตลาดภูมิภาค ที่สำคัญการเปิด AEC จะทำให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายท่องเที่ยวในกลุ่ม CLMV ได้ด้วย และผลจากการเมืองที่มีเสถียรภาพทำให้ทิศทางการท่องเที่ยวไทยสดใส **10.ธุรกิจการบริการด้านสุขภาพ** ผลจากความตื่นตัวด้านสุขภาพ ด้านการชะลอวัย และโครงสร้างทางสังคมเข้าสู่ยุคสังคมผู้สูงอายุ **11.ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์** เนื่องจากนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาล จะสร้างความตื่นตัวในการพัฒนาระบบ IT และระบบ ICT ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงความต้องการจากตลาดต่างประเทศ

กลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มต้องระมัดระวังในปี 2558

ได้แก่ **1.ธุรกิจการผลิตยารักษาโรค** ผลจากการที่ผู้บริโภคตื่นตัวด้านสุขภาพและมีแนวโน้มหันไปใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น **2.ธุรกิจการผลิตน้ำมันและผลิตภัณฑ์จากนม** เนื่องจากกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปจำกัดโควตาการส่งออกน้ำมันดิบ ขณะที่ราคาขายน้ำมันดิบของผู้ค้ารายย่อยภายในประเทศตกต่ำลง **3.ธุรกิจการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ไฟฟ้า** ผลจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะจากประเทศจีนซึ่งมีราคาต่ำกว่า **4.กลุ่มธุรกิจการทำอาหารแปรรูปทั่วไป** เนื่องจากตลาดมุ่งเน้นไปยังสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น เพื่อรองรับการกระแสการตื่นตัวด้านสุขภาพที่มาแรงในปีหน้า ➤➤



สมัครสมาชิก สสว.

รับสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก สสว.

- * รับแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ
- * ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้า/จับคู่ธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ
- * รับสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้าร่วมในสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก สสว.
- * ร่วมในการอบรมและเสวนาหลักสูตรต่าง ๆ

สนใจสมัครเป็นสมาชิก สสว. ได้ที่ www.sme.go.th **ฟรี!** ไม่เสียค่าใช้จ่าย



ช่วงเวลาแนะนำ

- เดือนมิถุนายน - กรกฎาคม : ช่วงเงาสะก๊อบฟ้า เริ่มลงกล้าข้าว
- เดือนกันยายน - ต้นเดือนพฤศจิกายน : ช่วงข้าวเขียวอ่อน เขียวเข้บ เต็มทุ่งนา
- กลางเดือนพฤศจิกายน - ปลายธันวาคม : ทุ่งนาร่วงทองอร่ามเต็มทั่ว

โฮมสเตย์บ้านมาจิว วิทย โทร. 081-020-1691



ป่าบางเปียง

ความสุขเริ่มได้ทุกวัน

หมู่บ้านเล็กๆ ของชาวเขาปกากะญอ ตั้งอยู่ใน อ.แม่แจ่ม จ.เชียงใหม่ ที่หลายคนอาจไปคุ้นชื่อนัก วิถีชีวิตเรียบง่าย และความสวยงามแบบพาทิโรมาที่นำหลงไหล เป็นเสน่ห์มัดใจของนักเดินทาง

จากตัวเมืองเชียงใหม่ เดินทางต่อมาที่หน่วยพิทักษ์อุทยานฯ (แม่แจ่ม) หากไม่มีรถส่วนตัว ก็สามารถเรียกรถประจำทาง (สองแถวสีเหลือง) แถวหน้าตลาดจอมทอง เรานัดหมายให้รถจากที่หมู่บ้านมารับ เพราะทางขึ้นป่าบางเปียง ต้องใช้รถแบบ 4WD และมีความชำนาญเส้นทางตลอดทางเป็นเลนลูกรัง แคบและคดเคี้ยว

หลังจากนั่งโยกไปเขยกมาร่วม 8 กิโลเมตร แสงแดดอ่อนๆ ยามบ่ายต้อนรับได้อย่างอบอุ่น สีเขียวอ่อนเขียวเข้ม ลดหล่นตามชั้นบันได ไกลสุดปลายตาด้วยภูเขาสูงแล้วลูกแล้ว ลูกไม่ได้สุดหายใจสักๆ แบบนี้มานาน บรรยากาศตรงหน้าทำให้สามารถรวมร่างจากการเดินทางเมื่อสักครู่ได้อย่างรวดเร็ว บ้างเดินเล่นตามคันทนา บ้างนั่งห้อยขาชมวิวยามเย็น ไม่ต้องทำอะไรแข่งกับเวลา ให้เวลาเดินตามหน้าที่ก็พอ ชีวิตเนิบๆ ไม่เร่งรีบ ค่ะนี่เราพักที่บ้านมาธิโพ โสมสแต่ย์ไม่ไผ่ของที่นี่ เย็นนี้เราตั้งใจรอส่งพระอาทิตย์กลับบ้านที่ระเปียงไม้หน้าที่พัก ชาวบ้านเดินเลาะคันทนามาแต่ไกล ส่งมือเย็นแบบเข้าบรรยากาศ ข้าวที่เราเห็นหุงแล้วหอมอร่อยมาก ล้อมวงกินข้าว รับประทานอาหาร คงเป็นเรื่องเดียวที่ต้องรีบ เพราะน้ำเย็นมาก ไม่ต้องถามหาเครื่องดื่มร้อนๆ เพราะที่นี่ไม่มีไฟฟ้า

คืนนี้มีดนตรี...เสียงหวานนุ่มของ “เตหน่า” เครื่องดนตรีของชาวปกากะญอ ลักษณะคล้ายพิณ พิ๊วชัยเจ้าของบ้านมาบรรเลงด้วยตัวเอง พลังการสนทนาแบบที่ต้องยิ้มตาม แสงเล็กของหิ่งห้อย เบี่ยงเบนความสนใจได้เป็นระยะ

พิ๊วชัยเล่าว่าเมื่อก่อนมีที่พักแค่หนึ่งหลัง คือหลังที่อยู่ตอนนี เดิมเป็นบ้านพักอาศัย ตอนนี้มีเพิ่มเป็น 4 หลัง และคงไม่เพิ่มแล้ว แม้จะไม่เพียงพอกับความต้องการทำแคฟเฟ่เพียง เพราะถ้าสร้างเพิ่ม ก็เบียดบังนาข้าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกคนที่นี่อยากมาเจอ และการทำนา ทำไร่ เป็นชีวิต เป็นรากฐาน เป็นปากท้อง ซึ่งเป็นวิถีที่ยั่งยืนของทุกคนในหมู่บ้าน แม้การทำโฮมสเตย์จะทำให้รายได้เพิ่มขึ้นไม่น้อย ค่ะนี่ใจตามแนวคิด...ว่าครั้งหน้าที่กลับมา ความสวยงามจะไม่ลดลงตามทุนนิยมที่เพิ่มขึ้น บรรเลงเพลงต่ออีกนิด ก่อนจะบอกว่าทะเลหมอกยามเช้าสวยมาก ตื่นมาให้ทันนะ

ความประทับใจของการมาที่ป่าบางเปียง ไม่เพียงแต่บรรยากาศที่นำหลงไหล service mind ของเจ้าของสถานที่ รอยยิ้มของชาวบ้าน ทำให้รู้สึกสบายใจ และจะไม่ลังเลหากมีโอกาสกลับมาอีกครั้ง >>>



บุกรักษ์...ในชอกตึก

“เขากินกับเรากิน ต้องเหมือนกัน” นายโอวผู้ก่อตั้งร้านกำซับลูกหลาน เมื่อครั้งที่เป็นลูกมือ จนถึงวันนี้ร่วม 70 ปีแล้ว ผู้สืบทอดยังคงยืนหยัดแนวคิดเดิม

หมูแดงของที่นี่เป็นส่วนในหมอบชีอิ้ว ไม่ใส่สีแดง หมูกรอบมันบางๆ กุนเชียงใช้วิธีย่างไฟอ่อน เพื่อไม่ให้เปลือกหุ้มกุนเชียงไหม้และขาด นัยว่าจะอร่อยกว่าทำแบบลวกๆ “นครสนุกของแท้ต้องราดซอสจากขวดบรันตีค่ะ” นอกจากรสชาติ กรรมวิธีก็เป๊ะ!

ธุรกิจครอบครัวเล็กๆ ทำทุกอย่างด้วยใจ ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เรียกความภักดีได้เสมอ

เพียงร้านข้าวหมูแดงในชอกตึก ใครจะไปนึกว่าเหมือนเจอบุรุษบุกรักษ์กลางกรุง

Contact

ข้าวหมูแดงนายโอว นครสนุก
ถ.หลวง ไกล่แยงวรจักร
เปิดทุกวัน 8.00 - 14.00 น.
Tel. 0-2222-2864

Trendy Thai

จับชนมครกรสละมุน มาแต่งตัวสวยงาม โรยหน้าด้วย พุทราจีน หน้ากุ้ง ฝอยทอง ถั่วทอง แปะก๊วย ลูกเกด ไข่เค็ม เม็ดบัว อัลมอนต์ ลำไย ออกมาต้องร้อง ว้าว!!!

นับว่าเจ้าของร้านมีวิสัยทัศน์ทางการตลาดที่ยอดเยี่ยมเสียวละ ชาว SMEs จะลองพิจารณาวิธีการเพิ่มมูลค่าแบบนี้ ก็เข้าทำดีเหมือนกันนะ

Contact

ขนมครกเข้าวัง
ถ.นครไชยศรี ตรงข้ามตลาดราชวโฑ
ขายทุกวัน 17.00 - 23.00 น. Tel. 081-916-0974





ลูกชิ้นปลาในดวงใจ

“ชอกตึกร้านเพชรแถวบ้านหม้อ ตรงข้ามธนาคารกรุงเทพ สาขาพารัคคะ เหมือนไม่มีร้าน แต่อยู่ในนั้นละ” คนบอกทาง กำชับ เกรงจะหาของอร่อยไม่เจอ

มืออยู่จริง...ขายตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2!!!

ที่สำคัญสุด ลูกชิ้นปลาที่ตัวเอง ลูกใหญ่กว่าที่อื่นๆ ถึงจะขายลูกละ 6 บาท แต่มีคนสั่งทีละ 50 ทีละ 100 ลูกตลอดเวลาที่นั่งกิน หลังจากอิ่มท้อง ออกจากกลับไปขอกอดคนแนะนำเสียจริง

Contact

เจงคอง ก้วยเตี่ยวลูกชิ้นปลาบ้านหม้อ
 ก.พารัคคะ ขอยตรงข้ามธนาคารกรุงเทพ
 เปิดทุกวัน (หยุดวันอาทิตย์) 10.00 - 14.00 น.
 Tel. 087-082-5142

For Crab Lover

สำหรับคนชอบกินปู ทำไมต้องซามนี้ มันมีเหตุผล เริ่มจากเส้นบะหมี่เขาทำเอง ใส่น้ำมันมากกว่าปกติ ทำให้ได้เส้นเล็กแต่เหนียวนุ่ม ลักษณะคล้ายบะหมี่ฮ่องกง

เนื้อปูทะเลและก้ามปู ส่งตรงมาจากฟาร์มที่ จ.สุราษฎร์ธานี เพราะจัดว่าเป็นแหล่งปูที่เนื้อขาวและหวานที่สุดในประเทศไทย ราคาบะหมี่ปู 55 บาท พอเรียกหา ก้ามปูก็เริ่มที่ 150 บาท แล้วบวกทีละ 50 บาทตามขนาดก้าม ไปจนถึง 700 เลยทีเดียว

แต่เทียบคุณภาพและความอร่อยแล้ว คุ่มค่า... บอกเลย



Contact

บะหมี่กึ่งยวปูวงเวียนโอเดียน
 ก.เจริญกรุง ข้างวัดไตรมิตร
 เปิดทุกวัน (หยุดอังคารที่ 2 และสุดท้ายของเดือน)
 9.00 - 21.00 น. Tel. 086-888-2341



Cat Up Cafe'

“สัตว์เลี้ยงนะ มันมีอะไรบางอย่างที่ทำให้คนผ่อนคลายขึ้น บางที่ทำงาน คอนโดหรือที่บ้าน อาจจะไม่สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ คาเฟ่แนวนี้ล่ะที่จะเป็นตัวตอบใจത്യ” คุณเซนหนึ่งในหุ้นส่วน Cat Up Café เผยถึงแนวคิดที่ได้ไอเดียมาจากญี่ปุ่น ยิ่งมาเจอหุ้นส่วนที่ชอบเลี้ยงแมวเหมือนกัน ร้านเบเกอรี่ที่มีแมวเดินไปมาให้เราได้ชื่นชม และถึงขั้นเข้าไปเล่นด้วยได้จึงถือกำเนิดขึ้น

แมวที่นี่มีกว่า 50 ตัว แต่จะให้มาพบผู้คนราวละ 35-40 ตัว ส่วนใหญ่จะเป็นแมวต่างชาติ เช่น Persian Cat, Exotic Short Hair, Scottish Fold หรือแม้แต่พันธุ์หายากอย่าง สิงกะปุระ ที่ทั้งโลกเหลือ 2,000 ตัว ที่นี้ก็มีอยู่ถึง 4 ชีวิต แต่กระนั้นก็ไม่ลืมแมวไทย วิเชียรมาศ กับ ขาวมณี “ลูกค้าต่างชาติถามหาตลอดล่ะครับ”

“ตอนลงไปสำรวจตลาด เชื่อไหมว่า วันพฤหัสบดี บ่าย 3 โมง คาเฟ่แมวบางที่ต้องยืนรอต่อคิว”

ผิดคาดไปจากที่มองว่ากลุ่มคนทำงานน่าจะเป็นลูกค้าหลัก แต่ปรากฏว่ากลุ่มครอบครัว และกลุ่มชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยก็สนใจเช่นกัน

เห็นว่ามีแมวเยอะ แต่ Cat Up Café ยังคงความเป็นร้านเบเกอรี่ขายเครื่องดื่มและขนมตามปกติ เพราะไม่ได้เก็บค่าเข้าร้าน เพื่อไปเล่นกับน้องเหมียวแต่ประการใด ของขึ้นชื่อเห็นจะเป็น Rose Peach Bubble Soda หอมกลิ่นกุหลาบ และ Freshy Lychee ลิ้นจี่ปั่นไปด้วยกันได้ดีกับ Red Velvet เค้กสีแดงเนื้อนุ่ม และ Chocolate Fudge หวานเข้มข้น

ใครที่เครียดๆ หรือคิดงานไม่ออก แก๊งเหมียวหน้าตาน่ารัก (มาก) อาจช่วยได้นะ...ใครจะรู้ >>>

Contact

Cat Up Cafe'
โครงการ The Up Rama 3
ถ.บราหาราสรานครินทร์
เปิดทุกวัน 12.00 - 21.00 น.
Tel. 085-911-8919



Hua Yai

Publishing

TV Program

Multimedia

22/17 Soi Ladprao 23, Chankasem, Chatuchak, Bangkok 10900
บริษัท หัวใจใหญ่ จำกัด 22/17 ซอยลาดพร้าว 23 แขวงจันทน์เกษม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
Tel : 0 2938 2993 Fax : 0 2938 2994
Advertising : 084 073 4141 Special Projects : 085 142 6470

สสว  สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

SMEs  **ที่รัก**

“Love is the Heart of Business”
ความรัก คือ หัวใจของธุรกิจ

ด้วยเชื่อว่าธุรกิจที่ดี ย่อมเกิดจากความรัก
การเอาใจใส่ และความมุ่งมั่นทุ่มเท
ต่อให้เจออุปสรรคมากมายสักเพียงไร
หากว่ายัง **‘รัก’** คนเราก็พร้อมที่จะสู้ต่อไป

แมทธิว ดิน จันทวานิช
เจ้าของค่ายมวย “คงสิทธา”



**พบกับเรื่องราวธุรกิจ
ที่เกิดขึ้นจากความรัก**

ทุกวันศุกร์
09.50 น.



เริ่มต้นวันศุกร์ที่
3 เม.ย. 2558

 SMEs ที่รัก