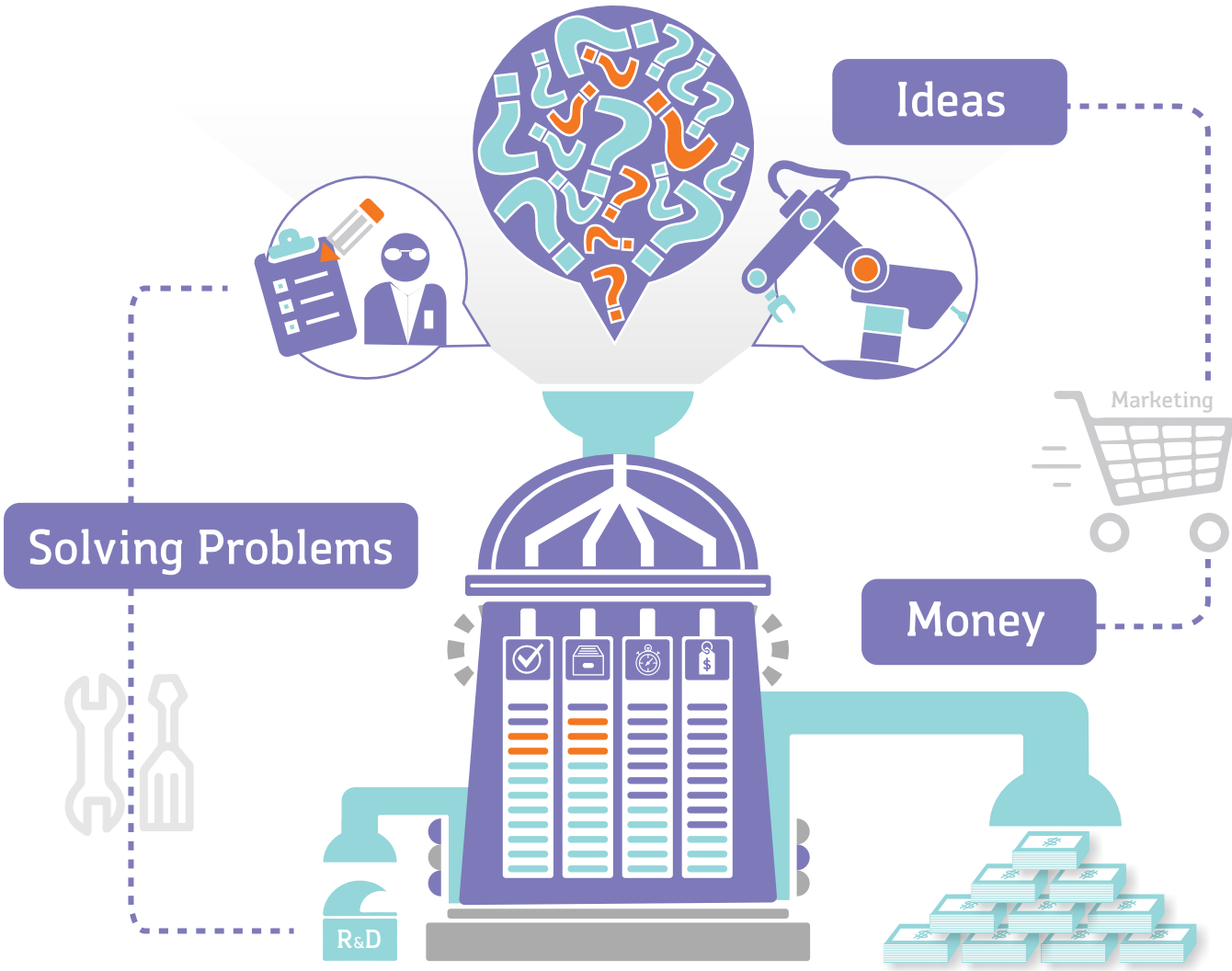
July - September 2015
Vol.12 No.102

SMEs TODAY

ส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือ

โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



SMEs & INNOVATIONS

'นวัตกรรม' นำ 'รวย'

26 ▸ **SHOWCASE**
7 Innovation Awards

36 ▸ **EXECUTIVE INTERVIEW**
พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์

70 ▸ **CELEB SMEs**
ดีเจภูมิ-ภูมิใจ ตั้งสง่า

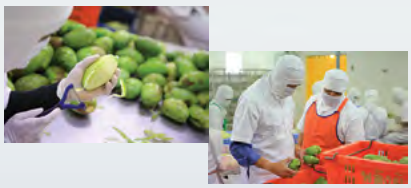
แก้ปัญหาผิวๆ
แต่ได้กำไรเนื้อๆ

ประสิทธิภาพเกิดได้ แค่มุมมองเปลี่ยน

แก้ปัญหา ไม่ใช่แค่เปลือก สร้างผลผลิต เกินเป้ากว่า 200%

ในปัจจุบัน การซื้ออาหารในร้านสะดวกซื้อคงเป็นเรื่องคุ้นชินกับคนยุคนี้ เพราะได้ทั้งความสะดวกในการซื้อและง่ายต่อการรับประทาน แต่ใครจะรู้ได้ว่า กว่าจะผ่านมาเป็นอาหารในมือคุณนั้นต้องผ่านขั้นตอนที่พิถีพิถันมากมายเพียงใด เพื่อให้ได้มาซึ่งความอร่อยที่สามารถสร้างธุรกิจจนเป็นที่น่าพอใจให้กับผู้ประกอบการ

บริษัท **พลังผัก** เริ่มต้นจากความตั้งใจทำอาหารเพื่อสุขภาพที่สะดวกในการรับประทาน สินค้าตัวแรกที่นำเสนอคือ สลัดผักพร้อมรับประทาน ภายใต้แบรนด์ Oh! Veggies โดยผักที่ใช้เป็นผักอินทรีย์หรือผักออร์แกนิค จนได้รับการยอมรับทั้งผู้ค้าและผู้บริโภค ภายใต้แนวคิดเรื่องความสะดวก สะอาดและการควบคุมรูสชาติที่ได้มาตรฐาน พลังผัก ได้นำมะม่วงน้ำปลาหวานพร้อมรับประทานเข้าสู่ตลาด ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี



“เรามียอดการสั่งเพิ่มมากขึ้น จึงเริ่มมองเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เร็ว ทันต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นถึงเท่าตัว หากไม่รีบแก้ปัญหาอาจทำให้ต้องปล่อยโอกาสการเติบโตทางธุรกิจหลุดลอยไป” คุณวุฒิชัย เจริญศุภกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท พลังผัก ผู้เข้าร่วมโครงการ Lean Supply Chain by TMB รุ่นที่ 1 กล่าว

หลังจากนำความรู้จากโครงการ Lean Supply Chain by TMB มาวิเคราะห์ปัญหา ได้ดำเนินการกำหนดขนาดมาตรฐานของมะม่วงใหม่ให้เหมาะสม เพื่อช่วยให้จับถนัดมือในระหว่างการปอก ได้เปลี่ยนชนิดของมีดปอกและปรับเปลี่ยนท่าทางการปอกให้ดีขึ้น นอกจากนั้น ยังได้ศึกษาในช่วงการบรรจุ พบว่ามีการเคลื่อนไหวเกินความจำเป็น จึงได้ปรับผังและใช้สายพานในการช่วยบรรจุ สรุปแล้วทำให้สามารถเพิ่มผลผลิตจาก 6,000 เป็น 12,000 แพ็คต่อวัน โดยใช้กำลังคนเท่าเดิม

“ผมโชคดีมากๆ ที่ได้เข้าร่วมโครงการ Lean Supply Chain by TMB เพราะทุกทฤษฎีสามารถทำได้จริง สามารถเอาความรู้ที่เรียนไปแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากเรามีความรู้ความเข้าใจที่มากเพียงพอแล้ว เราจะสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ และทุกอย่างก็จะสำเร็จได้โดยง่ายครับ” คุณวุฒิชัย กล่าวทิ้งท้าย

ปัญหาเพียงเล็กน้อยที่ถูกแก้จากการเรียนรู้อาจสร้างผลกำไรได้มากกว่าที่คุณคิด และช่วยให้ธุรกิจของคุณยิ่งยืน หากผู้ใดสนใจกรณีศึกษานี้ หรือเคล็ดไม่ลับอีกมากมายของการเพิ่มประสิทธิภาพในธุรกิจอื่นๆ สามารถรับชม VDO เพิ่มเติมได้ที่ Facebook : Lean Supply Chain by TMB (TMB Efficiency Improvement for Supply Chain)

ตัวอย่างการเปลี่ยนมุมมองของผู้เข้าอบรม

หลักสูตรเข้มข้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทั้งซัพพลายเชน
ด้วยเทคนิค Lean Six Sigma ต่อยอดและสร้างผลลัพธ์ในธุรกิจได้จริง
สนใจรายละเอียดเพิ่มเติม โทร : 087-5757-000

Content

18

36

SMEs Today
Vol.12 No.102 July - September 2015

12 **SMEs Movement**

18 **Cover Story**
SMEs & Innovations
'นวัตกรรม' นำ 'รวย'

26 **Showcase**
7 Innovation Awards

30 **Master Class**
DEESAWAT ปั้นแบรนด์ไทย สู่เวทีโลก
จิรชัย ตั้งกิจงามวงศ์

36 **Executive Interview**
ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์
กระทรวงวิทย์ฯ
สร้างแรงบันดาลใจ สร้างนวัตกรรม

42 **Master Class**
THLOS แป้งน้ำ ระดับรางวัล
อังคนา พรวิศวารักษกูล

42

30

ความสุข
อนาคต
ความมั่นคง
เริ่มต้นที่...*การออม*

เพื่อความสุขและอนาคตที่มั่นคงของคนไทย

SMEs Today
Vol.12 No.102 July - September 2015

46 Inside OSMEP
สสว. ประสานความร่วมมือสร้างแรงจูงใจ
ขึ้นทะเบียนและให้บริการ SMEs ครบวงจร

52 Knowledge
- ทำไมใครๆ ก็ติดใจสินค้าญี่ปุ่น
- เคล็ดลับ Supply Chain สำหรับ SMEs

60 Road to AEC
ถอดโมเดลสิงคโปร์
ปั้น SMEs ไทย ให้ 'Smart'

66 World Ideas
- **EAGLE ENERGY VAPOR** บุหรี่ชูกำลัง
- **OLYMPICS 2020** เปลี่ยนสนามบิน เป็นสนามกีฬา
- **PENNY THE PIRATE** ตรวจสายตา ด้วยนิทาน

70 Celeb SMEs
DJ Poom Menu ข้าวกล่องเงินล้าน
'ดีเจภูมิ' ภูมิใจ ตั้งสง่า

74 SMEs News
- **สสว. จับมือ ศูนย์ดำรงธรรม**
นำร่องความร่วมมือตามนโยบายรัฐบาล
- **สสว. ผนึกกำลัง 9 หน่วยงานรัฐ**
สร้างเครือข่าย SME ทั่วประเทศ

78 Lifestyle
ย้อนอดีต เสพประวัติศาสตร์ ที่...
กาญจนบุรี

KASIKORNTHAI

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK

มิตรภาพของเครือข่าย
คือพลังสนับสนุนให้คุณได้เปรียบทางธุรกิจ

เครือข่าย SME ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
และนี่คืออีกหนึ่งความสำเร็จจากการรวมพลังจนเกิดเป็นธุรกิจใหม่

K SME ช่วยเต็มที่ SME มีแต่ได้

www.kasikornbank.com
K-BIZ Contact Center 02-8888822
K SME | K SME

บริการทุกระดับประทับใจ

SMEs Today

สสว. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อย่าให้สายไป

น่าดีใจที่เราเปิดใจกับสิ่งใหม่ๆ เพิ่มขึ้น
เราจึงเห็น.....

กล้วยตากที่มีรูปแบบและรสแตกต่างกว่าที่เคย
เห็นครีมบำรุงผิว ที่มาจากเหล็กในของผึ้งและเมือกหอยทาก
เห็นแป้งน้ำไทย ได้รับรางวัลในต่างแดน
เห็นภาพยนต์ฮอลลีวูดที่ส่งเข้ามามิกซ์เสียงในไทย
ฯลฯ

อีกไม่ช้าไม่นาน ก็จะเห็นดาวเทียมที่ผลิตในไทยและควบคุมโปรแกรมซึ่งประดิษฐ์โดยคนไทย

ปฏิเสธไม่ได้ว่า 'นวัตกรรม' เข้ามามีส่วนกำหนดรูปแบบ และทิศทางการผลิตอย่างเลี่ยงไม่ได้

แต่หากการเข้ามาของนวัตกรรม หมายถึง...โอกาสที่เพิ่มขึ้น ก็เป็นเรื่องที่น่ายินดี ที่ SMEs ควรสร้างความคุ้นเคยเสียตั้งแต่วันนี้

เลือกใช้ และนำมาปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม มีหน่วยงานซึ่งพร้อมเป็น 'พี่เลี้ยง' อยู่รอบตัว

แคร์รอ ก็สายไปเสียแล้ว

กองบรรณาธิการ
นิตยสาร SMEs Today

ภาพ : http://www.DeathtoStock.com

ที่ปรึกษา
วิมลกานต์ โกสุมาศ
รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
ชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต
ที่ปรึกษาประจำสำนักงาน
ชัยพร ชยานุรักษ์
ที่ปรึกษาประจำสำนักงาน
ปณิตา ชินวัตร
ที่ปรึกษาประจำสำนักงาน
อิสรา ภูมาศ
ที่ปรึกษาประจำสำนักงาน
และคณะผู้บริหาร สสว.

บรรณาธิการอำนวยการ
วิมลกานต์ โกสุมาศ
รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน
ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

กองบรรณาธิการ
ส่วนสื่อสารองค์กร
ฝ่ายอำนวยการ
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

นิตยสาร SMEs TODAY
โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
21 ทีเอสที 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 แขวงจันทรเกษม
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
โทรศัพท์ : 0 2938 2993
โทรสาร : 0 2938 2994
ติดต่อโฆษณา :
08 4073 4141, 08 5142 6470
Email : nachat_l@huayai.com
talk.chachanondh@gmail.com

krungsri
กรุงศรี

เรื่องเงิน
เรื่องง่าย

เครือ MUFG หนึ่งใน
สถาบันการเงินที่ใหญ่ที่สุดของโลก

Money Transfer

ลุ้นทองทันใจ ลุ้นมอเตอร์ไซค์ทุกเดือน

ยิ่งใช้ ยิ่งได้ลุ้น สมัครและใช้บริการกรุงศรี เวสเทิร์น ยูเนี่ยน รับสิทธิ์

ลุ้นทุกสัปดาห์

- สร้อยคอทองคำ หนัก 50 สตางค์
  สัปดาห์ละ 3 เส้น
  13 สัปดาห์ จำนวน 39 เส้น
  รวมมูลค่า 381,420 บาท
- iPhone 6 Plus (16GB)
  1 เครื่อง / สัปดาห์
  จำนวน 13 เครื่อง
  รวมมูลค่า 375,700 บาท

ลุ้นทุกเดือน

- รางวัลใหญ่ รถจักรยานยนต์
  Yamaha Grand Filano
  1 คัน / เดือน
  จำนวน 3 คัน
  รวมมูลค่า 150,000 บาท

WESTERN UNION WU
moving money for better

1 ก.ค - 30 ก.ย 58

Call 1572 | www.krungsri.com | Krungsri Simple

เงื่อนไข • เฉพาะลูกค้าบุคคลธรรมดาที่ใช้บริการรับ-ส่งเงินกรุงศรี เวสเทิร์น ยูเนี่ยน ระหว่างวันที่ 1 ก.ค - 30 ก.ย. 58 ผ่านสาขา หรือสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงศรีอยุธยา รับ 1 สิทธิ์ / รายการ และสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการผ่านกรุงศรี Online หรือเครื่องกรุงศรี ATM หรือบริการโทรป๊บรับเวสเทิร์น ยูเนี่ยน (Krungsri Call 4 Western Union) รับ 10 สิทธิ์ / รายการ • ธนาคารจะจัดพิมพ์ข้อมูลตัวเลข MTCN 10 หลักของผู้ทำรายการที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขลงในชิ้นส่วนตามจำนวนสิทธิ์ที่ได้รับนำมาจับรางวัลเพื่อหาผู้โชคดีในแต่ละสัปดาห์ รวม 13 ครั้ง ดังนี้ ครั้งที่ 1 รายการ ระหว่าง 1- 10 ก.ค. 58 จับรางวัล 15 ก.ค. 58 ครั้งที่ 2 รายการ ระหว่าง 11 - 17 ก.ค. 58 จับรางวัล 22 ก.ค. 58 ครั้งที่ 3 รายการ ระหว่าง 18 - 24 ก.ค. 58 จับรางวัล 29 ก.ค. 58 ครั้งที่ 4 รายการ ระหว่าง 25 - 31 ก.ค. 58 จับรางวัล 5 ส.ค. 58 ครั้งที่ 5 รายการ ระหว่าง 1 - 7 ส.ค. 58 จับรางวัล 13 ส.ค. 58 ครั้งที่ 6 รายการ ระหว่าง 8 - 14 ส.ค. 58 จับรางวัล 19 ส.ค. 58 ครั้งที่ 7 รายการ ระหว่าง 15 - 21 ส.ค. 58 จับรางวัล 26 ส.ค. 58 ครั้งที่ 8 รายการ ระหว่าง 22 - 28 ส.ค. 58 จับรางวัล 2 ก.ย. 58 ครั้งที่ 9 รายการ ระหว่าง 29 ส.ค. - 4 ก.ย. 58 จับรางวัล 9 ก.ย. 58 ครั้งที่ 10 รายการ ระหว่าง 5 - 11 ก.ย. 58 จับรางวัล 16 ก.ย. 58 ครั้งที่ 11 รายการ ระหว่าง 12 - 18 ก.ย. 58 จับรางวัล 23 ก.ย. 58 ครั้งที่ 12 รายการ ระหว่าง 19 - 25 ก.ย. 58 จับรางวัล 30 ก.ย. 58 ครั้งที่ 13 รายการ ระหว่าง 26 - 30 ก.ย. 58 จับรางวัล 7 ต.ค. 58 โดยทำการจับรางวัล ณ บริษัท อัคกี้วันกรุ๊ป จำกัด เลขที่ 3/16 ถ.สนามบินน้ำ ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.นนทบุรี • ประกาศรายชื่อผู้โชคดีในแต่ละสัปดาห์ผ่าน www.krungsri.com ภายใน 1 สัปดาห์ นับจากวันจับรางวัล โดยผู้โชคดีจะต้องเดินทางมารับรางวัลด้วยตนเองพร้อมแสดงบัตรประชาชน และสำเนา 1 ชุด ณ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำนักงานใหญ่ ชั้น 2 ฝ่ายบริหารเครือข่ายที่ตั้งสาขา และธุรกิจการชายทางอิเล็กทรอนิกส์ ถนนพระราม 3 แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพมหานคร ในวันและเวลาทำการภายใน 30 วัน นับจากวันประกาศรายชื่อผู้โชคดี หากไม่มารับภายในกำหนดจะถือว่าสละสิทธิ์โดยธนาคารจะมอบรางวัลให้แก่องค์กรสาธารณกุศลต่อไป • ผู้ร่วมรายการมีสิทธิ์ชิงรางวัลได้โดยไม่จำกัดจำนวน แต่มีสิทธิ์ได้รับรางวัลที่มีมูลค่าสูงสุดต่อการจับรางวัลในแต่ละครั้งเพียงรางวัลเดียวเท่านั้น • ของรางวัล ได้แก่ รถจักรยานยนต์ Yamaha Grand Filano มูลค่ารางวัลละ 50,000 บาท จำนวน 1 รางวัลต่อเดือน รวม 3 รางวัล โดยธนาคารจะนำรายชื่อผู้มีสิทธิ์ร่วมรายการในแต่ละเดือนมาจับรางวัลรถจักรยานยนต์จำนวน 1 รางวัลต่อเดือนเท่านั้น (จับรางวัลในครั้งที่ 5, 9 และ 13) รางวัล iPhone 6 Plus (16 GB) มูลค่ารางวัลละ 28,900 บาท จำนวน 1 รางวัลต่อสัปดาห์รวม 13 รางวัลและสร้อยคอทองคำหนัก 50 สตางค์ มูลค่า รางวัลละ 9,780 บาท (ราคา ณ วันที่ 22 พ.ค. 58) จำนวน 3 รางวัล ต่อสัปดาห์ รวม 39 รางวัล รวมมูลค่าของรางวัลทั้งสิ้น 907,120 บาท • ของรางวัลไม่สามารถแลกเปลี่ยนหรือทอนเป็นเงินสดได้ • ผู้โชคดีที่ได้รับรางวัลที่มีมูลค่า 1,000 บาท ขึ้นไป จะต้องชำระภาษีหัก ณ ที่จ่าย 5% ของมูลค่าของรางวัลที่ได้รับ • การตัดสินของธนาคารถือเป็นที่สุด • พนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา บริษัทในเครือธนาคาร บริษัทตัวแทนโฆษณา และคณะกรรมการดำเนินรายการรวมทั้งครอบครัวของบุคคลดังกล่าวข้างต้นไม่มีสิทธิ์เข้าร่วมรายการ • รายการชิงรางวัลได้รับอนุญาตจากที่ว่าการอำเภอเมืองนนทบุรี ใบอนุญาตเล่มที่ 27/58 เลขที่ 8 - 20

อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนโลก ปัจจัยสำคัญที่กำหนดกลยุทธ์ ‘dtac Internet for All’

อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนโลก ‘dtac Internet for All’

“หลังทีมเน็ตอาสาของดีแทค เข้ามาสอนอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถเช็คและเปรียบเทียบราคาสินค้าผ่านไลน์ วางแผนก่อนที่จะไปซื้อของมาขาย ช่วยประหยัดค่าเดินทาง และยังได้สร้างกรุ๊ปไลน์เพื่อติดต่อกับลูกค้าประจำเพื่อบอกว่ามีสินค้าใหม่ๆ อะไรบ้าง หรือนัดส่งของได้โดยไม่ขาดการติดต่อ เพราะสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา”

คำพูดของ **“ป้าปราณี”** เจ้าของร้านโชห่วยในตลาดบ้านเก่า จังหวัดกระบี่ เล่าถึงประสบการณ์ภายหลังจากที่ทีมเน็ตอาสาลงพื้นที่ไปสอนอินเทอร์เน็ตให้ฟรีถึงในชุมชน เป็นข้อสนับสนุนที่ชัดเจนว่า อินเทอร์เน็ตช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น

คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของคนในยุคนี้ ประเทศไทยกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนไปสู่ความเป็นดิจิทัล โดยรัฐบาลได้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology หรือไอที) เป็นปัจจัยประกอบ ซึ่งจะส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตของเราในหลายด้าน ทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการลดต่ำลง มีการต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างการจ้างงานใหม่ๆ ที่ข้ามพรมแดน และสนับสนุนการเรียนรู้ของประชาชนในทุกวัย ซึ่งการผลิตที่ใช้ไอทีเป็นปัจจัยประกอบนี้เป็นหัวใจสำคัญของความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจของประเทศ

Don Tapscott ผู้บัญญัติศัพท์ Digital Economy เคยกล่าวไว้ว่า อินเทอร์เน็ตจะเปลี่ยนวิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจของผู้คนได้ อย่างที่โลกไม่เคยเห็นมาก่อน ซึ่งกว่าจะเป็นเศรษฐกิจดิจิทัลนั้น มีปัจจัยสำคัญคือ โครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมและไอที กฎกติกา กฎหมาย การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนความสามารถในการปรับทัศนคติของประชาชนและภาครัฐ

ในยุคดิจิทัล อินเทอร์เน็ตไม่ใช่ของฟุ่มเฟือยอีกต่อไป แต่กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นของโลกในศตวรรษที่ 21 เป็นที่มาของการกำหนด **กลยุทธ์ ‘Internet for All’ ของบริษัท โทเทิ่ล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือดีแทค** ที่เน้นการผลักดันให้คนไทยสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ประชากรไทยจำนวน 67 ล้านคน มีผู้ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตต่ำกว่า 40% และกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำอันเนื่องมาจากการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม

เพื่อสอดรับกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล ดีแทคได้ขยายโครงข่ายคุณภาพทั้ง 3G และ 4G ออกไป ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ การเปิดตัวสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ที่มีราคาถูกลง การพัฒนาแอพพลิเคชั่นและบริการออนไลน์รวมถึงเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคในวงกว้าง ดึงดูดให้คนมาใช้อินเทอร์เน็ตมากยิ่งขึ้น

ดีแทคจึงได้จัดโครงการ '**เน็ตอาสา**' เข้าไปสอนวิธีการใช้อินเทอร์เน็ตเบื้องต้นให้กับชุมชนในจังหวัดต่างๆ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ที่ยังขาดโอกาสในการเชื่อมต่อได้มีโอกาสใช้อินเทอร์เน็ต (Connect the Unconnected) ใช้พลังของโมบายอินเทอร์เน็ตมาเพิ่มคุณค่าและสร้างประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะตอบโจทย์การดำเนินชีวิตใน 3 ด้าน (3C) คือ

• Connect เชื่อมโยงคนในครอบครัว เพื่อนให้สามารถติดต่อ เห็นหน้า สร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้น

• Collaborate สร้างเครือข่ายความร่วมมือในชุมชน แชร์ข้อมูลความรู้ ติดต่อสื่อสารกันในกลุ่ม

• Career ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ เพิ่มมูลค่าสินค้า ประหยัดรายจ่าย เพิ่มรายได้

ลาร์ส โอเคะ นอร์ลิ่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ดีแทค กล่าวว่า "ผู้ให้บริการเครือข่ายรายอื่นๆ อาจให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของผู้ที่รู้จักและใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอยู่แล้ว แต่ในปัจจุบัน ถึงเวลาที่เราต้องหันมาให้ความสนใจกลุ่มคนที่เหลือ ซึ่งมีความรู้น้อยมากเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่นี้ ในเดือนพฤษภาคมที่ผ่านมา ผมและผู้บริหาร พร้อมพนักงานดีแทค ได้ลงพื้นที่ไปสอนอินเทอร์เน็ตให้กับชุมชน บริเวณลาดกระบัง ซึ่งมีระยะห่างจากกรุงเทพฯ เพียงแค่ 40 นาที และอยู่ไม่ไกลจากมหาวิทยาลัยด้านเทคโนโลยีที่มีชื่อเสียงของประเทศ สมาชิกน้อยกว่าครึ่งหนึ่งที่แม้จะมีโทรศัพท์มือถือใช้ แต่ก็ไม่รู้ว่าอินเทอร์เน็ตคืออะไร"

การลงพื้นที่ของเน็ตอาสาทำให้ได้ข้อมูลว่า แม้มีสมาร์ทโฟนที่รองรับ แต่สมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เพราะไม่เคยคิดว่าโทรศัพท์จะมีประโยชน์มากไปกว่าการโทรเข้าออก เช่น กรณีชุมชนตลาดบ้านเก่า จังหวัดกระบี่ เมื่อทีมได้เข้าไปสอนให้รู้จักการใช้ไลน์ และสร้างกรุ๊ปที่ทำให้สามารถเชื่อมต่อกับคนในตลาดได้ทั้งหมด ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกได้เป็นอย่างมาก เมื่อต้องการประกาศนัดหมาย หรือแสดงความเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ รวมทั้งการสร้างกรุ๊ปไลน์เพื่อขยายโอกาสในอาชีพ ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจุบัน ทีมดีแทคเน็ตอาสา มีทีมลงพื้นที่ใน 15 จังหวัด คือ เชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก ตาก ขอนแก่น อุบลราชธานี อุดรธานี บุรีรัมย์ กรุงเทพฯ สมุทรสาคร นครปฐม ชลบุรี สุราษฎร์ธานี สงขลาและระนอง และได้ช่วยให้คนได้เชื่อมต่อผ่านการใช้อินเทอร์เน็ตไปแล้วกว่า 50,000 คน โดยพนักงานดีแทคจากส่วนงานต่างๆ จะลงพื้นที่ไปสอนอินเทอร์เน็ตร่วมกับทีมเน็ตอาสาอย่างต่อเนื่อง

ผู้ที่สนใจต้องการให้ **"ทีมดีแทค เน็ตอาสา"** ไปสอนเรียนเน็ตฟรีถึงบ้าน สามารถติดต่อได้ที่ : 1678 dtac call center หรือที่ https://www.facebook.com/dtacnetforall

ประชุมบอร์ดส่งเสริม SMEs

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) ครั้งที่ 2/2558 โดยมี **วิมลกานต์ โกสุมาศ** รองผู้อำนวยการรักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมประชุม ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล

อุตฯ จัดงาน Thailand Industry Expo 2015

จักรมณฑ์ ผาสุกวนิช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม **อรรชกา สีบุญเรือง** ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม และ **อาทิตย์ วุฒิคะโร** อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมแถลงข่าวการจัดงาน Thailand Industry Expo 2015 ณ ห้องบอลรูม โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

ทั้งนี้ งานดังกล่าว กระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีสำหรับภาคอุตสาหกรรม รวมถึงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อสร้างโอกาสและเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจ โดยงานดังกล่าวจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-27 กันยายน 2558 ณ อาคารชาเลนเจอร์ 1-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี

ขึ้นทะเบียน SMEs

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พร้อมด้วย **ไมตรี อินทุสุต** รองปลัดกระทรวงมหาดไทย ร่วมแถลงข่าวทิศทางการส่งเสริม SMEs ภายใต้โครงสร้างใหม่ของ สสว. และความร่วมมือโครงการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ระหว่าง สสว. กับศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย ณ ห้องประชุม 1801 สสว.

TECO หารือความร่วมมือการส่งเสริม SMEs

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้การต้อนรับ **Frank Lu** Director of Economic Division, Taipei Economic and Cultural Office in Thailand (TECO) ในโอกาสเข้าพบเพื่อหารือเกี่ยวกับความร่วมมือการดำเนินงานส่งเสริม SMEs ระหว่าง สสว. กับ TECO ณ ห้องประชุม 1802 สสว.

ประชุมคณะทำงานอาเซียน SMEs

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เป็นประธานการประชุมคณะทำงานอาเซียนด้าน SMEs ครั้งที่ 36 หรือ The 36th ASEAN Small and Medium Enterprises Agencies Working Group Meeting (ASEAN SMEWG) เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเชิงยุทธศาสตร์ในการพัฒนา SMEs อาเซียน ใน 10 ปีข้างหน้า (2016-2025) ซึ่งการประชุมครั้งนี้ ประเทศไทย โดย สสว. รับหน้าที่เป็นเจ้าภาพจัดการประชุม ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรมโซฟิเทล กรุงเทพ สุขุมวิท

ปลัดคลังมาเลเซียแลกเปลี่ยนนโยบายส่งเสริม SMEs

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการรักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้การต้อนรับ Dr. Mohd Irwan Serigar Abdullah ปลัดกระทรวงการคลังประเทศมาเลเซียพร้อมคณะในโอกาสเข้าพบเพื่อหารือแลกเปลี่ยนนโยบายการส่งเสริม SMEs ณ ห้องประชุม 1801 สสว.

ร่วมมือสร้างเครือข่าย SMEs

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พร้อมด้วยผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จำนวน 9 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการเกษตร กรมประมง กรมการข้าว กรมหม่อนไหม กรมปศุสัตว์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ร่วมลงนามบันทึกความร่วมมือ โครงการสนับสนุนเครือข่าย SMEs ใน 18 กลุ่มจังหวัด ณ ห้องประชุม 1801 สสว.

สร้างโอกาสลงทุนเทคโนโลยี SMEs

พลาริน แย้มจินดา ผู้อำนวยการกลุ่มงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พร้อมด้วย **เฉลิมพล ตู้จินดา** ผู้อำนวยการเขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ประเทศไทย (Software Park) ร่วมเปิดงาน Technology Investment for SMEs Conference 2015 และงานสัมมนาหัวข้อ “Crowdfunding” และกิจกรรม Pitching สำหรับผู้สนใจลงทุนในธุรกิจเทคโนโลยี และสร้างโอกาสการหาพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ SMEs กลุ่ม StartUp ของไทย และในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรมโซฟิเทล กรุงเทพ สุขุมวิท

สินค้าโดนใจ...มอบให้คนที่คุณรัก

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ขอเชิญชวนเลือกซื้อสินค้าส่งออกคุณภาพดี ฝีมือคนไทย ทั้งเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับ อัญมณี เครื่องสำอาง ของฝากและของที่ระลึกต่างๆ ลดราคาสูงสุด 70 - 80% ในงานแสดงสินค้า “Gifts For Mom” วันที่ 31 กรกฎาคม - 9 สิงหาคม 2558 ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ถนนรัชดาภิเษก (ตรงข้ามศาลอาญา) ตั้งแต่เวลา 10.00 - 20.00 น.

SMEs & Innovations

‘นวัตกรรม’ นำ ‘รวย’

ข้าวหอมมะลิ...กลายเป็นพายข้าวหอมมะลิ และข้าวลดน้ำหนัก
เหล็กในผึ้ง...กลายเป็นครีมบำรุงผิว แทนที่การฉีดโบท็อกซ์
หุ่นยนต์...มาแทนที่พยาบาลดูแลผู้สูงอายุ

ฯลฯ

เหล่านี้ จะเป็นไปไม่ได้เลย หากขาด ‘นวัตกรรม’ คำซึ่งผู้ประกอบการ SMEs จำนวนไม่น้อย แทบจะไม่รู้เลยว่า หมายถึงอะไร...

เรื่อง / ภาพ : กองบรรณาธิการ

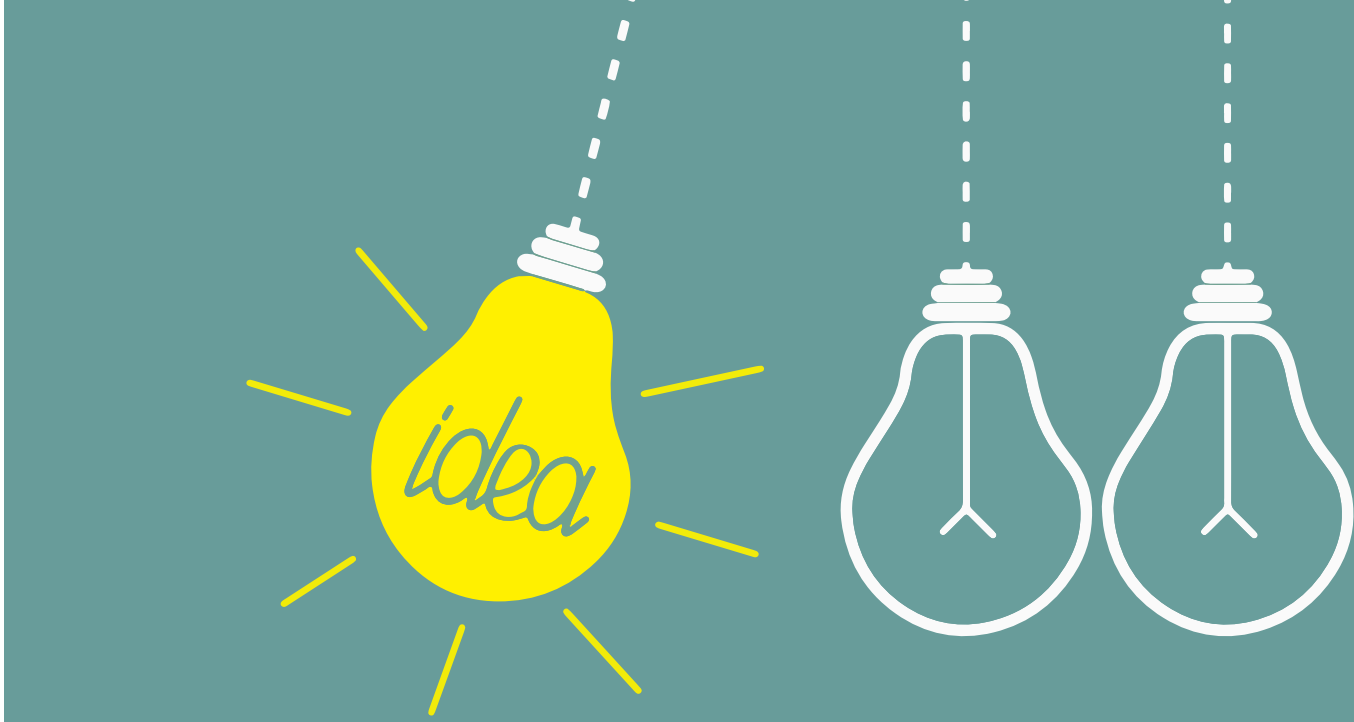
นวัตกรรม คือ คำตอบใช่หรือไม่

การจะนำพาประเทศ ให้หลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) ไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ที่มีรายได้สูง (High Income Country) นับว่าเป็นโจทย์สำคัญ สำหรับ ‘ยุทธศาสตร์เดินหน้า 20 ปี ประเทศไทย’ ของรัฐบาล **พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา** นายกรัฐมนตรี ที่ต้องการให้ประเทศก้าวไปสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในทุกมิติ”

สิ่งที่น่าสนใจ คือ แรงขับเคลื่อนหลักทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศรายได้สูงทั่วโลก ไม่ได้มาจากธุรกิจขนาดใหญ่ แต่เป็นพลังที่เกิดจากการเติบโตแบบก้าวกระโดดของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90 ของจำนวนธุรกิจทั้งหมด และสามารถสร้างรายได้เฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 55 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

กลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ประเทศเหล่านั้นนำมาใช้ คือ นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม และการจัดการสมัยใหม่ มาแทนที่การผลิตและจัดการแบบเดิม เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ (SMEs) เห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนา ในการยกระดับกลุ่มอุตสาหกรรมของตนเองให้มีมูลค่าสูงขึ้น

ขณะที่หลายประเทศในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และไต้หวัน ล้วนแต่อาศัย ‘นวัตกรรม’ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จนสามารถก้าวไปสู่ประเทศที่มีฐานะ ‘ร่ำรวย’ ได้สำเร็จ



http://www.nesta.org.uk/project/what-works-innovation-policy

วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม จึงกลายเป็นกุญแจสำคัญ ที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไปสู่ระดับสากลได้อย่างรวดเร็ว ด้วยการส่งเสริมให้มีการพัฒนาระบบนวัตกรรมของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่กระบวนการสร้างฐานความรู้ นักคิด นักวิจัย ให้สามารถคิดค้น และพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงได้เองภายในประเทศ และสามารถนำงานวิจัยเหล่านั้นไปใช้ได้จริงในการผลิตสินค้าและบริการ ที่จะก่อให้เกิดมูลค่ามหาศาลต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมไทยในอนาคต

นวัตกรรม...ยาขมหม้อใหญ่

ขณะที่นวัตกรรม คือ สิ่งแปลกใหม่ หรือยาขมหม้อใหญ่สำหรับผู้ประกอบการ SMEs แต่หากนั่น คือ การเยียวยาปลุกเศรษฐกิจ สร้างอำนาจการต่อรอง กระทั่งสามารถมีพื้นที่ยืนในเวทีโลก นวัตกรรม ซึ่งหมายถึง *สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม* จึงกลายมาเป็นแต้มต่อที่สร้างโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการ ณ ปัจจุบัน

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะหน่วยงานที่ดูแลด้านนโยบายและกำหนดยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน SMEs กล่าวว่า ปัจจุบัน SMEs ไทย มีสัดส่วนใน GDP ประมาณร้อยละ 37 แต่การจะก้าวไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง จำเป็นที่จะต้องเพิ่มสัดส่วน GDP ให้ได้ถึงร้อยละ 50

ขณะที่รัฐบาลตั้งเป้าที่จะเพิ่มสัดส่วน GDP ของ SMEs ให้ได้ปีละ 1% เท่ากับว่า SMEs ไทย จะต้องมีรายได้เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 3 - 4 แสนล้านบาท ซึ่งวิมลกานต์กล่าวว่า เป็นรายได้ที่มาจาก 2 ช่องทางหลัก คือ การส่งออก และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ให้แก่ สินค้าและบริการ

ดังนั้น รากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยที่ทุกหน่วยงานต้องร่วมมือกัน คือ การทำให้นวัตกรรมเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ทุกราย ไม่ต่างจากโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เพื่อที่จะพัฒนาต่อยอดผู้ประกอบการขนาดเล็ก (S) ให้เติบโตไปเป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง (M) และขนาดใหญ่ (L) ได้ในที่สุด

สร้างสิ่งใหม่...ต่อยอดสิ่งเดิม

"นวัตกรรม คือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็น สินค้า บริการ หรือกระบวนการทำงานให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และสามารถส่งต่อสิ่งเหล่านั้นให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้หรือผู้รับ"

นี่คือคำนิยามที่สื่อความหมายจาก **ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์** ประธานคณะกรรมการตัดสินรางวัลสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Awards 2015 ชัยวัฒน์ อธิบายว่า กระบวนการนวัตกรรมประกอบด้วย 2 ขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน

ขั้นตอนแรก คือ การสร้างสิ่งของโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ หรือการนำงานวิจัยมาค้นคว้าต่อยอดจนเกิดเป็นผลงาน และขั้นตอนที่สอง คือ การบริหารจัดการอย่างครบวงจร ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการเงิน เพื่อให้ผลงานนั้นออกมาสู่ผู้ใช้ และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มต่อธุรกิจหรือสังคม

สมชาย ฉัตรรัตนา รองเลขาธิการ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) ก็ร่วมเปิดประเด็นในเวทีเสวนา 7 Innovation Awards 2015 ไว้อย่างน่าสนใจว่า

"ธุรกิจธรรมดาๆ พอใส่นวัตกรรมลงไป มูลค่าจะเพิ่มสูงขึ้น จากธุรกิจที่เคยขายแค่หน้าบ้านก็กลายเป็นธุรกิจหลักล้านได้ทันที นวัตกรรมจะทำให้ข้าวโพดที่เราเห็นตามตลาดนัดอร่อยขึ้น สีสันสวยขึ้น และมีคุณค่าอาหารเพิ่มขึ้น หรือช่วยให้ข้าวต้มมัดเก็บไว้ได้นานถึง 6 เดือน โดยไม่บูดหรือสูญเสียรสชาติ แถมยังส่งออกไปยังต่างประเทศได้สบายๆ"

ขณะที่ **วิมลกานต์ โกสุมาศ** รองผู้อำนวยการรักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เล่าว่า ที่ประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่น เมื่อพูดถึงนวัตกรรม เขาจะพิจารณาว่า อะไรคือ โจทย์ของคนส่วนใหญ่ในโลก ถ้าตีโจทย์แตก สินค้านั้นก็จะขายได้ทั้งโลก และถ้านวัตกรรมตอบโจทย์ ตลาดก็จะเกิดขึ้นทันที

"จริงๆ แล้วความชำนาญของผู้ประกอบการไทยตรงกับเทรนด์ของตลาดโลก โดยเฉพาะอาหารไทย การพัฒนาครัวไทยสู่ครัวโลก จึงเป็นเรื่องสำคัญ อีกธุรกิจหนึ่ง คือ เครื่องสำอาง ซึ่งเป็นสาขาที่ทำรายได้สูงที่สุดของประเทศ เติบโตถึง 200% และตลาดมีทั่วโลก แม้แต่เครื่องสำอางที่ขายในร้านบู๊ทส์ (Boots) กว่า 1,000 ชิ้น ก็ผลิตในไทย ซึ่งลูกค้าต่างประเทศก็ยอมรับว่า คุณภาพสินค้าของบ้านเรายอดเยี่ยม แต่สิ่งที่ยังขาดอยู่ คือ นวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะช่วยทำให้แบรนด์มีความแตกต่าง"

จะเห็นว่า 'นวัตกรรม' แทบจะเป็นคำตอบเดียว ณ นาทีนี้ ในการสร้างสรรค์เศรษฐกิจไทย

วิมลกานต์ โกสุมาศ
รองผู้อำนวยการ รักษาการแทน
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

หน่วยงาน 'เรา...ช่วยได้'

นอกจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นองค์กรกลางในการบูรณาการนโยบายส่งเสริม SMEs แล้ว ก็ยังมีหน่วยงานพันธมิตรต่างๆ อาทิ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) มีหน้าที่ถ่ายทอดนวัตกรรม ประยุกต์องค์ความรู้ต่างๆ ให้กลายเป็นผลงาน ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง

"เรามีบุคลากร 2,600 คน ในจำนวนนี้ 1,800 คน เป็นนักวิจัยและนักวิชาการที่มีองค์ความรู้ เครื่องไม้ เครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ (NANOTEC) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) ศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (BIOTEC) ฯลฯ ถ้าเป็นผลงานวิจัยของ สวทช. เรายินดีช่วยถือหุ้นเพื่อลดความเสี่ยง ผู้ประกอบการจะได้มั่นใจว่าเราไม่ทิ้งท่านแน่" **สุวิภา วรรณสาธพ** ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กล่าวด้วยน้ำเสียงหนักแน่น

นอกจากนั้น สวทช. ยังมีมาตรการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม จำนวนสูงถึง 300% อีกด้วย *(สอบถามข้อมูล: ส่วนงานกระตุ้นการวิจัยและพัฒนาภาคเอกชน สวทช. โทร. 0 2564 7000 ต่อ 1328-1332)*

ขณะที่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA เป็นหน่วยงานที่คอยให้ทุนสนับสนุนในการพัฒนานวัตกรรม และร่วมรับความเสี่ยงไปกับผู้ประกอบการทั้งในด้านเทคโนโลยี การตลาด มาตรฐานสากล และการเงินการลงทุน

"งานของ NIA คือ เป็นหน่วยงานให้ทุน แต่เงินนั้นจะนำไปทำอะไร ต้องมาคุยกัน สมมติคุณนำของไปขายใน 7-11 ทุกสาขา แล้วผลิตไม่ทัน เนื่องจากโรงงานเล็กเกินไป เครื่องจักรเล็กเกินไป คนน้อยเกินไป ต้องลงทุนเพิ่ม เราก็มีโครงการ 'นวัตกรรมดี...ไม่มีดอกเบี้ย' ร่วมกับธนาคารจำนวน 9 ธนาคาร โดย NIA จะเป็นคนจ่ายดอกเบี้ยแทนให้ ส่วนผู้ประกอบการก็รับผิดชอบแค่เงินต้น"

กันต์ วีระกันต์ ผู้จัดการฝ่ายการออกแบบและแก้ไขปัญหา สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ให้ความมั่นใจ

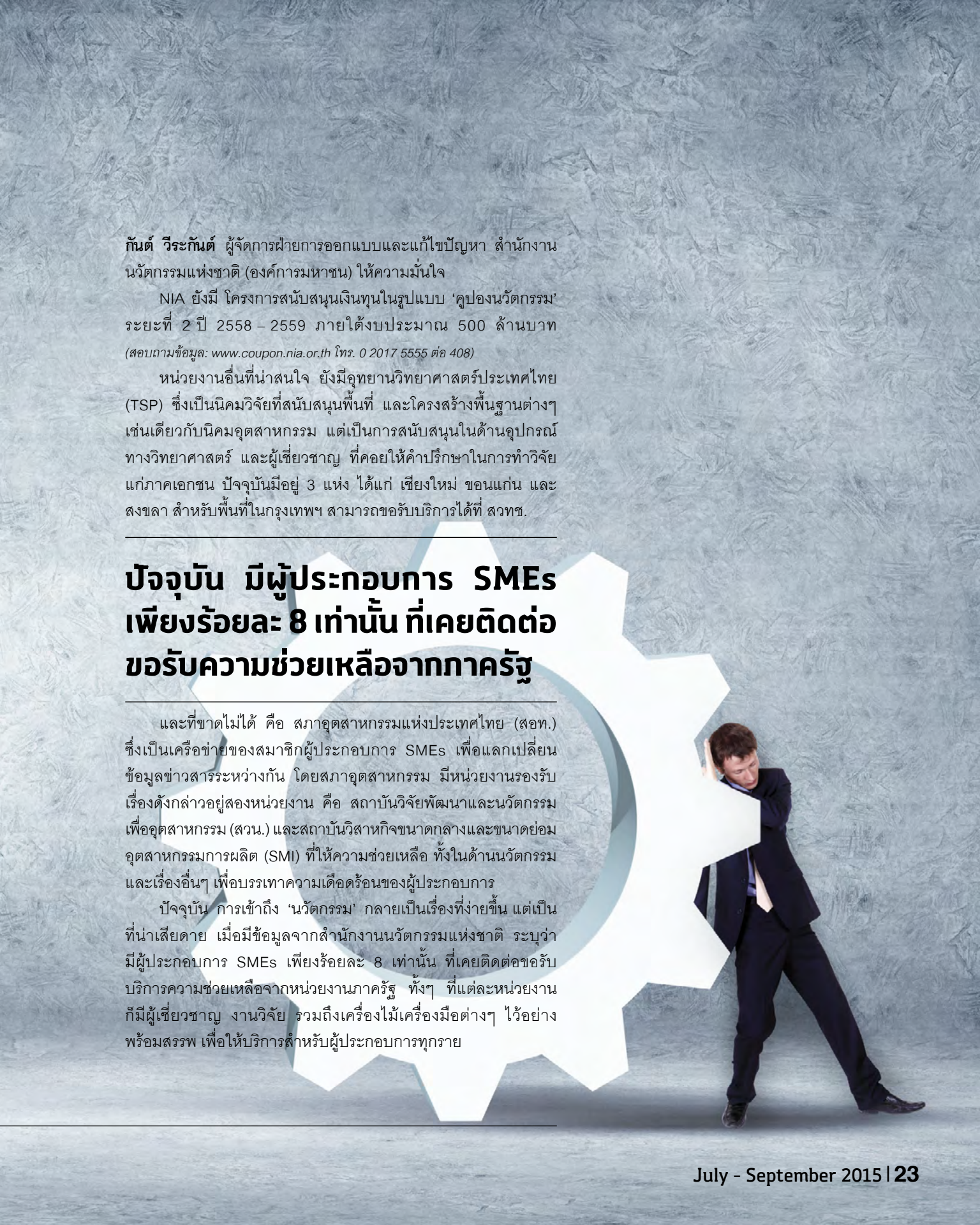
NIA ยังมี โครงการสนับสนุนเงินทุนในรูปแบบ 'คูปองนวัตกรรม' ระยะที่ 2 ปี 2558 – 2559 ภายใต้งบประมาณ 500 ล้านบาท *(สอบถามข้อมูล: www.coupon.nia.or.th โทร. 0 2017 5555 ต่อ 408)*

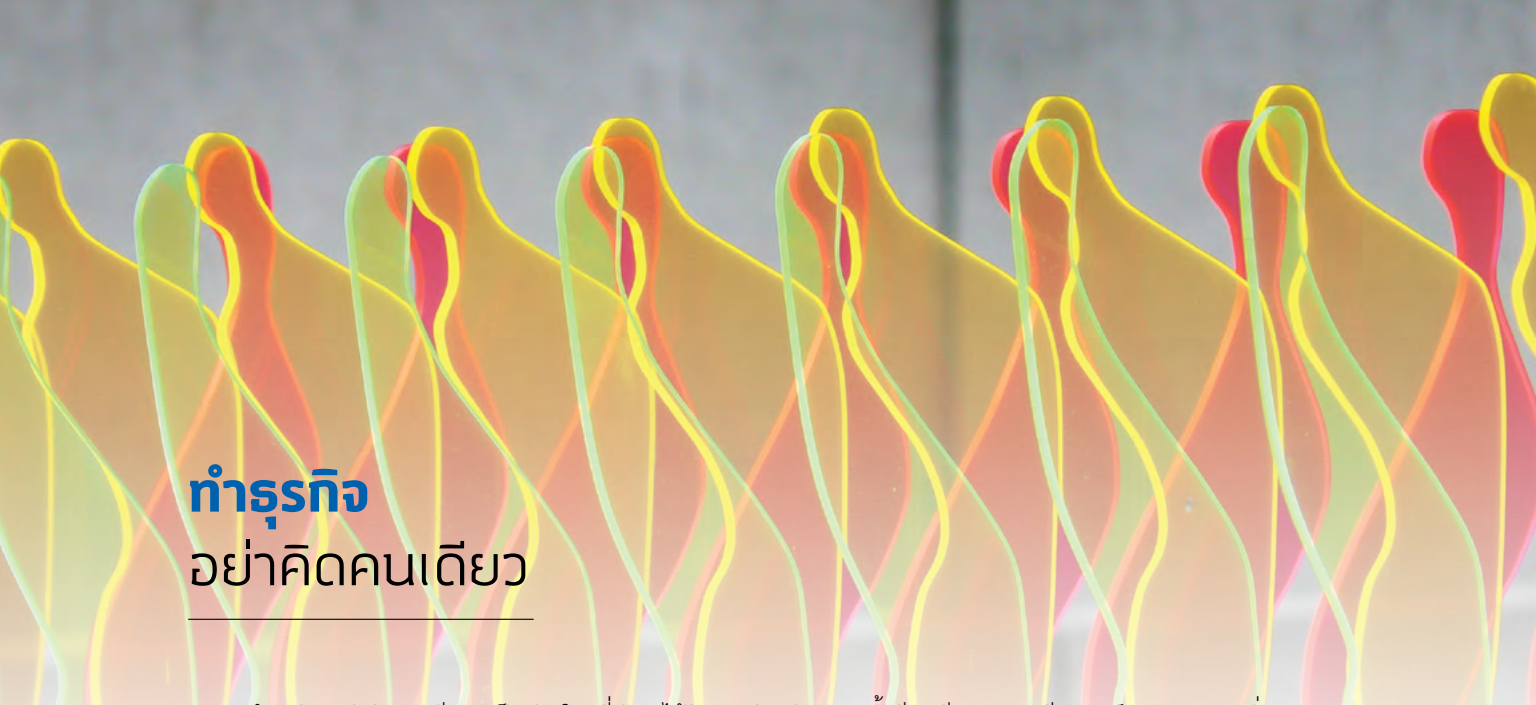
หน่วยงานอื่นที่น่าสนใจ ยังมีอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย (TSP) ซึ่งเป็นนิคมวิจัยที่สนับสนุนพื้นที่ และโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เช่นเดียวกับนิคมอุตสาหกรรม แต่เป็นการสนับสนุนในด้านอุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์ และผู้เชี่ยวชาญ ที่คอยให้คำปรึกษาในการทำวิจัยแก่ภาคเอกชน ปัจจุบันมีอยู่ 3 แห่ง ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา สำหรับพื้นที่ในกรุงเทพฯ สามารถขอรับบริการได้ที่ สวทช.

ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการ SMEs เพียงร้อยละ 8 เท่านั้น ที่เคยติดต่อขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ

และที่ขาดไม่ได้ คือ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (สอท.) ซึ่งเป็นเครือข่ายของสมาชิกผู้ประกอบการ SMEs เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โดยสภาอุตสาหกรรม มีหน่วยงานรองรับเรื่องดังกล่าวอยู่สองหน่วยงาน คือ สถาบันวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมเพื่ออุตสาหกรรม (สวน.) และสถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมการผลิต (SMI) ที่ให้ความช่วยเหลือ ทั้งในด้านนวัตกรรมและเรื่องอื่นๆ เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของผู้ประกอบการ

ปัจจุบัน การเข้าถึง 'นวัตกรรม' กลายเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น แต่เป็นที่น่าเสียดาย เมื่อมีข้อมูลจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ระบุว่ามีผู้ประกอบการ SMEs เพียงร้อยละ 8 เท่านั้น ที่เคยติดต่อขอรับบริการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งๆ ที่แต่ละหน่วยงานก็มีผู้เชี่ยวชาญ งานวิจัย รวมถึงเครื่องไม้เครื่องมือต่างๆ ไว้อย่างพร้อมสรรพ เพื่อให้บริการสำหรับผู้ประกอบการทุกราย





ทำธุรกิจ
อย่าคิดคนเดียว

"ทำธุรกิจ อย่าคิดคนเดียว" เป็นประโยคที่น่าจะได้ยินบ่อยๆ ในการทำธุรกิจ นั่นเพราะโลกของผู้ประกอบการเต็มไปด้วยอุปสรรคปัญหามากมาย ที่บางครั้งจำเป็นต้องอาศัยตัวช่วย ซึ่งสามารถเริ่มได้จากการขอความช่วยเหลือหรือขอคำปรึกษาจากผู้รู้หลากหลายวงการ

ประสบการณ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ต้นแบบบางราย อาจเป็นแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการอื่นๆ

เกษคง พรทวีวัฒน์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ผักอัดเม็ด 'ไบโอเวกกี้' เล่าถึงที่มาของผักอัดเม็ด ที่กลายมาเป็นอาหารเสริมทำเงิน

"นวัตกรรมของผมเกิดในโรงรถ เพราะตอนนั้นยังไม่มีเงินมากพอที่จะทำโรงงาน ผมไปทุกที่ที่สามารถช่วยเหลือเราได้ NIA ช่วยเรื่องทุน สวทช. ช่วยเรื่องการวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สสว. ช่วยเรื่องการตลาด แล้วก็ยังมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และหน่วยงานภาครัฐอีกมากมายที่คอยให้บริการ SMEs อย่างพวกเรา"

สุธีตา บุนนาค เจ้าของผลิตภัณฑ์ครีมพิษผึ้ง ฟูจิ สำหรับผิวหน้า

"พอเราไม่มีเงิน เราก็ต้องขวนขวาย พยายามเข้าไปดูในอินเทอร์เน็ตเยอะๆ ว่าใครให้ความช่วยเหลือด้านไหนบ้าง แล้วเราก็เดินสายไปคุยทุกที่ ก็มีทั้งได้บ้างไม่ได้บ้าง จนกระทั่งได้เข้าร่วมอบรม เข้าร่วมประกวดเวทีต่างๆ ทั้งของ สสว. สวทช. NIA ซึ่งเป็นเหมือนสะพานที่มาช่วยต่อยอด และขยายธุรกิจของเราให้เติบโต ได้ออกสู่ตลาดต่างประเทศ ทั้งจีน เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว จนกระทั่งยอดสินค้าของเราใน 7-11 โตกว่า 3,000% ในปีที่ผ่านมา ก็อยากจะขอบคุณภาครัฐ ที่ทำให้คนรู้จักเรามากขึ้น เพราะถ้าเราอยู่เฉยๆ ก็คงไม่มีวันจะโตได้ขนาดนี้"

วุฒิชัย ชะนะมา เจ้าของผลิตภัณฑ์กล้วยตากพลังงานแสงอาทิตย์ ที่พลิกโฉมกรรมวิธีการผลิตกล้วยตากโดยสิ้นเชิง ขอร่วมแบ่งปันประสบการณ์บ้าง

"ที่มาของโดมผลิตกล้วยตากพลังงานแสงอาทิตย์เกิดจากการที่ผมไปเข้าอบรม และไปเจองานวิจัยของกระทรวงพลังงาน ซึ่งรวบรวมเทคโนโลยีสารพัดแบบมาก แต่ไม่เคยถูกนำมาใช้จริง หนึ่งในนั้น คือ โดมพาราโบล่า ผมก็ถามว่า กระทรวงฯ พอจะมีงบบ้างไหม เรามาลงขันวิจัยกัน ต่อรองกันไปมา กระทรวงฯ ก็ยินดีออก 60% ส่วนผมออก 40%

จากวันนั้นถึงวันนี้ 8 ปีแล้ว ที่โดมพลังงานแสงอาทิตย์กลายเป็นนวัตกรรมของกลุ่มผู้ผลิตกล้วยตาก ในอำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก รวมถึงได้ถูกนำไปต่อยอดเป็นโดมตากปลาหมึกในชายทะเลภาคตะวันออก และโดมตากผ้าห่มผ้านวม ตามโรงแรมและรีสอร์ททางภาคใต้ ในฐานะ 'บางกระทุ่ม โมเดล' ซึ่งช่วยลดพลังงานจากการใช้ไฟฟ้าได้อย่างมหาศาล"

หากคุณเป็นผู้ประกอบการ SMEs คงต้องเริ่มมองหาตั้งแต่วันนี้ว่า นวัตกรรมช่วยอะไรได้บ้าง เพราะคุณอาจเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างไม่น่าเชื่อ ด้วยคำที่กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญ...**'นวัตกรรม'**

สสว. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมัครสมาชิก สสว.

รับสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิก สสว.

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

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

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

เรื่อง : บัลลังก์ ช่ำบุญ

7 Innovation Awards

หลังจากชัดเจนแล้วว่า นวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในการเพิ่มผลผลิต และสร้างโอกาสในการแข่งขันทางธุรกิจที่ดีกว่า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงร่วมมือกับซีพี ออลล์ และหน่วนงานภาครัฐ-เอกชน อีกกว่า 10 หน่วยงาน สนับสนุนและให้รางวัลระดับชาติแก่ SMEs ผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งได้รับรางวัลสุดยอดนวัตกรรม เชเว่น อินโนเวชั่น อวอร์ดส์ 2015 (7 Innovation Awards 2015)

ผงหอมศรีจันทร์

ผงหอมศรีจันทร์ รู้จักกันในนามแป้งที่มีคุณสมบัติเด่น คือ ช่วยควบคุมความมันบนใบหน้า ได้ถูกพัฒนาและปรับปรุงคุณสมบัติให้ล้างออกง่าย เนื้อแป้งมีความละเอียดมากขึ้น พร้อมส่วนผสมของสมุนไพรทานาคาเพื่อช่วยลดการเกิดสิวและบำรุงผิว นอกจากนั้น ยังมีการออกแบบฝา ให้สามารถหมุนปิด-เปิดได้ง่าย เหมาะแก่การพกพามากยิ่งขึ้น

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายปีแรกกว่า 30 ล้านบาท

ทัพพีนักคิด

ทัพพีนักคิด ผลิตจากวัสดุที่สัมผัสอาหารได้โดยเฉพาะ (Food Grade) เป็นที่ถูกใจของบรรดาสมาชิกในครอบครัว ถูกออกแบบเพื่อทำให้ข้าวไม่ติดทัพพี และป้องกันความร้อนจากไอน้ำลวกมือ ใช้กระบวนการทำงานแบบปิด ที่สามารถเก็บความชื้นด้วยน้ำเพียง 2 ช้อนโต๊ะ และมีคุณสมบัติในการป้องกันเชื้อโรคจากภายนอก

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายเฉลี่ยกว่า 1.92 ล้านบาท/ปี

แป้งเด็กไร้ซแคร์

ผลิตภัณฑ์แป้งเด็ก ซึ่งทำจากแป้งข้าวเจ้า มีขนาดโมเลกุลเล็กกว่าแป้งจากวัตถุดิบอื่นๆ ส่งผลให้มีเนื้อเนียนละเอียด สามารถป้องกันผดผื่น ลดความเปียกชื้น และดูดซับความมันได้เป็นอย่างดี เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบอินทรีย์ ทดแทนการใช้แป้งฝุ่นทัลคัม และไม่ทำให้เกิดอาการภูมิแพ้จากการตกค้างสะสมในปอด

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายกว่า 13 ล้านบาท/ปี

ครีมพิษผึ้งฟูจิ

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางกลุ่ม Anti-Aging ที่กำลังได้รับความนิยม จากกระบวนการสกัดเหล็กในของผึ้ง ที่ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของเลือด ทำให้ผิวหน้าดูเต่งตึงอย่างเป็นธรรมชาติ มีสรรพคุณเช่นเดียวกับการฉีดโบท็อกซ์ แต่ไม่ใช้สารเคมี สามารถหาซื้อได้ในราคาย่อมเยา

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายกว่า 400 ล้านบาท/ปี

ผักอัดเม็ด ไบโอเวกกี้

ผักอัดเม็ด 5 สี ไบโอเวกกี้ (Bioveggie) เป็นผักแปรรูปปลอดสารพิษ จากธรรมชาติ 100% สามารถรักษาสารอาหารได้อย่างครบถ้วน ใช้กระบวนการอบสุญญากาศระบบปิด เป็นอาหารสุขภาพแห่งอนาคต ที่เหมาะแก่การใช้ชีวิตเร่งรีบของคนเมือง เพื่อให้ได้รับสารอาหารที่จำเป็นในแต่ละวัน

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายกว่า 200 ล้านบาท/ปี

ผ้ายกตัว Easy Carry

การเคลื่อนย้ายผู้ป่วยผิดวิธี อาจเป็นสาเหตุของการบาดเจ็บเพิ่มขึ้น จึงเป็นที่มาของแนวคิดนวัตกรรมผ้ายกตัว (Easy Carry) เพื่อให้การขนย้ายผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุ สามารถทำได้อย่างสะดวกสบาย ป้องกันการบอบช้ำ โดยผ้ายกตัวผ่านการทดสอบความทนทานต่อแรงดึง จากองค์กรชั้นนำต่างๆ ซึ่งรับรองว่าสามารถรับน้ำหนักได้ถึง 160 กิโลกรัม

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายกว่า 540,000 บาท/ปี

ข้าวโพดหวาน วี คอร์น

ข้าวโพดคลุกเนย และข้าวโพดหวานพร้อมรับประทาน **วี คอร์น** ใช้ข้าวโพดสายพันธุ์โกลเด้นสวีท คอร์น ซึ่งมีรสชาติหวานกรอบอร่อย

พร้อมทั้งปรับปรุงกรรมวิธีการผลิต จนได้ทั้งข้าวโพดหวานต้มสุก และข้าวโพดแบบเมล็ดคลุกเนยชนิดถ้วย สดสะอาด มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บข้าวโพดได้นานถึง 8 วัน

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายกว่า 150 ล้านบาท/ปี

อาหารเสริมสำหรับพืช

‘**ออมสิน**’ ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติออกฤทธิ์เป็นยาและวัคซีนสำหรับพืช มีคุณสมบัติเป็นอาหารให้พืช สร้างภูมิต้านทานต่อโรคแมลงและสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม ทั้งยังช่วยในการเจริญเติบโตและเพิ่มคุณภาพผลผลิต โดยปราศจากการใช้สารเคมี

มูลค่าเพิ่ม : สร้างยอดขายกว่า 23.5 ล้านบาท/ปี

DEESAWAT
ปั้นแบรนด์ไทย สู่เวทีโลก

ถ้าพูดถึงวงการเฟอร์นิเจอร์ **ดีสวัสดิ์ (DEESAWAT)** นับว่าเป็นแบรนด์ซึ่งไม่เป็นสองรองใคร การันตีด้วยตำแหน่ง 'สุดยอด SMEs แห่งชาติ' (SMEs National Awards) เป็นสมัยแรก ก่อนที่ 'เพชรน้ำดี SMEs ไทย' รายนี้ จะก้าวไกลไปเจิดจรัสบนเวทีโลก ได้อย่างเต็มภาคภูมิ

เรื่อง : ชชานนท์ ลิ่มทอง **ภาพ** : นราภิญญ์ สระเกิด

ผลงานของดีสวัสดิ์ปรากฏให้เห็นเนืองๆ ในงานแสดงเฟอร์นิเจอร์สำคัญๆ ของโลก ทั้งงาน MAISON & OBJET ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส และ The Milan Furniture Fair ณ กรุงมิลาน ประเทศอิตาลี รวมถึงในภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Her ซีรีส์ CSI และเรียลลิตี้โชว์ America's Next Top Model ฯลฯ

"หลังๆ เวลาไปออกงานต่างประเทศ สื่อต่างชาติจะวิ่งมาถามเราก่อนเลยว่า ดีสวัสดิ์มีโปรดักส์อะไรใหม่บ้าง พวกเรามั่นใจว่าคุณต้องมีอะไรเจ๋งๆ มาโชว์เราแน่ๆ" **จิรชัย ตั้งกิจงามวงศ์** ทายาทรุ่นที่ 2 ของ บริษัท อุตสาหกรรม ดีสวัสดิ์ จำกัด เริ่มบทสนทนาด้วยความภาคภูมิใจ

"วันก่อนนิตยสารออกแบบชื่อดังจากฝรั่งเศสอย่าง FRAME ก็เพิ่งส่งอีเมล์มาถามเราว่า คุณคิดว่าเทรนด์เฟอร์นิเจอร์ outdoor ของโลก จะเป็นอย่างไร ผมถึงกับอึ้ง...ทำไมสื่อฝรั่งเศสถึงมาถามดีสวัสดิ์ ทำไมนักออกแบบระดับโลก ถึงต้องมาถามคนไทยอย่างเรา" ประโยคราวกับตั้งคำถาม แต่สีหน้าฉายแววปิติ

แต่กว่า 'ดีสวัสดิ์' จะก้าวมาถึงจุดนี้ได้ ก็เผชิญคลื่นลมมรสุมมานับไม่ถ้วน ไม่ต่างจากผู้ประกอบการ SMEs รายอื่นๆ เช่นกัน

ธุรกิจครอบครัว ศาสตร์แห่ง 'มวยวัด'

ดีสวัสดิ์ เริ่มต้นมาจากธุรกิจครอบครัว 100% โดยรับทำเฟอร์นิเจอร์ให้ตลาดทั้งในและต่างประเทศ มาตั้งแต่ปี 2515 ส่วนใหญ่เป็นงานไม้ เช่น ปาร์เก้ วงกบ บานประตู แต่ภายหลังสูญเสียบิดาซึ่งเป็นหัวเรือใหญ่ ลูกๆ ทั้ง 4 คน จึงเข้ามาสานต่อธุรกิจที่บ้านอย่างเต็มตัว โดยจิรชัยดูแลเรื่องการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์

"แรกๆ ที่เข้ามาทำ รู้สึกว่าเป็นภาระมาก เพราะว่าตลาดไม่มีความท้าทาย เป็นตลาดที่แข่งขันกันด้วยราคาเพียงอย่างเดียว ใครเสนอราคาถูกกว่า ก็ได้โปรเจกต์นั้นไป รู้สึกว่าเป็นอะไรที่ไม่ healthy และไม่มีอนาคต"

จิรชัย ยอมรับว่า จุดอ่อนสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs ที่เป็นธุรกิจครอบครัว คือ การขาดมืออาชีพที่จะคอยช่วยชี้แนะแนวทาง ในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้อง

"SMEs ไทย ส่วนใหญ่กำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่เจเนอเรชันที่ 2 และ 3 พวกเขา คือ คนรุ่นใหม่ที่พยายามเข้ามาพัฒนา เปลี่ยนแปลงสิ่งที่คนรุ่นพ่อรุ่นแม่ทำไว้ แต่การทำธุรกิจแบบ family business เรามักจะทำกันเองภายในครอบครัว ไม่มีผู้เชี่ยวชาญมาคอยไกด์ว่าทิศทางที่เรากำลังทำอยู่นั้นถูกหรือไม่ ธุรกิจส่วนใหญ่จึงเสียเวลากับการลองผิดลองถูกไปเรื่อยๆ"

เมื่อไรที่คุณทำตามคนอื่น...
คุณจะไม่มีทางโดดเด่นได้เลย

จนกระทั่งแบรนด์ดีสวัสดิ์ ได้มีโอกาสเข้าร่วมโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ที่จัดโดยหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ เช่น การประกวดรางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ (SMEs National Awards) ครั้งที่ 1 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประจำปี 2549

"โครงการนี้เขามีผู้เชี่ยวชาญ มีมืออาชีพ ที่คอยให้คำแนะนำว่า เราควรจะเดินต่อไปในทิศทางไหน พอทิศทางถูกต้องและชัดเจนปุ๊บ เราก็พุ่งต่อได้เลย

"ตอนเข้าร่วมโครงการ ก็มีผลวิจัยบอกว่า ดีสวัสดิ์เป็นแบรนด์ที่น่าเชื่อถือนะ แต่เป็นแบรนด์ที่ดูแก่... ถ้าบอกว่า ไม่สวย..เราไม่ว่า ถ้าไม่ซื้อ..เราไม่ว่า แต่ถ้าบอกว่า แก่..ฉันไม่ยอม"

ไม่น่าเชื่อว่า จุดเล็กๆ ตรงนั้น จะกลายเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญ ที่ทำให้ดีสวัสดิ์หันมารีแบรนดิ้งตนเองใหม่ เพื่อให้ดูเด็กลง...

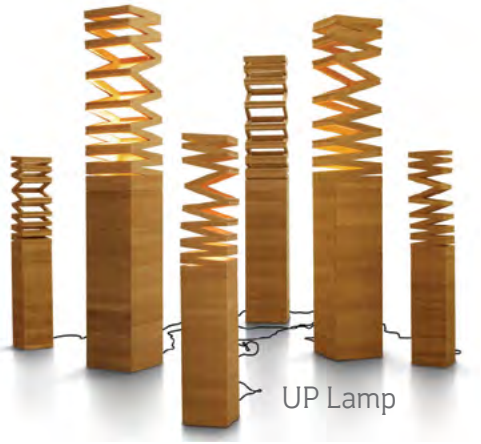
สีสันของ 'ดีสวัสดิ์'

ดีสวัสดิ์อาศัยการคิดนอกกรอบ ด้วยการจ้างดีไซเนอร์รุ่นใหม่เข้ามาร่วมในทีมออกแบบ ดังนั้นในแต่ละคอลเลกชัน จึงเป็นการคิดร่วมกันระหว่างนักออกแบบ 2 เจเนอเรชัน ซึ่งคนในองค์กรเรียกสิ่งนี้ว่า 'สีสันของดีสวัสดิ์'

"ถ้าคุณให้ดีไซเนอร์มือโปรออกแบบ งานก็จะออกมาเป็นเฟอร์นิเจอร์นิ่งๆ งามๆ แนวอิตาเลียน แต่งานของเด็กรุ่นใหม่จะมี creativity มีความสนุก ไม่น่าเบื่อ เฟอร์นิเจอร์แต่ละชิ้น โต๊ะเก้าอี้แต่ละตัว ไม่จำเป็นต้องเท่ากันก็ได้ เราอยากให้ทุกงานดูโดดเด่นและแตกต่างไปเลย"

ปัจจุบัน ดีสวัสดิ์มีดีไซเนอร์ ทั้งที่เป็น in-house และ freelance จากหลายประเทศ ทั้งไทย ญี่ปุ่น อิตาลี ไต้หวัน ฯลฯ

"ทุกคนวิ่งมาหาเราหมด เพราะเห็นว่า แบรนด์เรากล้าทำอะไรใหม่ๆ เราไม่มีข้อจำกัดว่า คุณทำได้แค่นี้นะ แต่เรา yes to all..."



จิรชัย เผยเคล็ดลับการสร้างสรรค์ผลงานแต่ละชิ้นว่า จะต้องไม่ยึดติดกับคำว่า 'เฟอร์นิเจอร์' แต่จะมองสินค้าทุกชนิดให้เป็นไลฟ์สไตล์ เป็นแฟชั่น นอกจากนั้นแบรนด์ดีสวัสดิ์ยังชวนบุคคลหลากหลายสาขาอาชีพมาร่วมออกแบบ เพื่อให้เกิดชิ้นงานใหม่ๆ ในวงการ

"ถ้าคุณให้นักออกแบบเฟอร์นิเจอร์ นึกถึงแต่เฟอร์นิเจอร์ แบรนด์จะพัฒนาไปไม่ถึงไหน แต่ถ้าเราลองให้ fashion designer มาออกแบบเฟอร์นิเจอร์ ลองให้นักจัดดอกไม้ สถาปนิก หรือนักวาดการ์ตูนมาออกแบบเฟอร์นิเจอร์ล่ะ สิ่งเหล่านี้จะทำให้งานท้าทายขึ้น สนุกขึ้น และทำให้เรามองเห็นหนทางที่จะไปได้ไกลขึ้น"

ผลของการคิดต่าง ทำให้ชื่อ 'ดีสวัสดิ์' ได้รับการจับตามองเป็นอย่างมากในตลาดโลก ล่าสุดที่งาน MAISON & OBJET ประเทศฝรั่งเศส เมื่อเดือนมกราคม 2558 ที่ผ่านมา ดีสวัสดิ์ เป็นแบรนด์เดียวที่ได้รับเกียรติให้นำเฟอร์นิเจอร์ต้นไม้ รูปทรงแปลกตาชื่อว่า 'Nest Tree' ไปจัดแสดงบริเวณโถงทางเข้างาน จนได้รับการกล่าวถึงในวงกว้าง

"ผมต้องการที่จะสร้างเทรนด์ใหม่ ไม่ต้องการที่จะทำตามใคร เพราะเมื่อไรที่คุณทำตามคนอื่น คุณจะไม่มีทางโดดเด่นได้เลย"

ดีทุกอย่าง เท่ากับไม่ดีสักอย่าง

จากประสบการณ์หลายสิบปีในตลาดต่างประเทศ ผู้บริหารคนเก่งของดีสวัสดิ์ แนะนำว่าสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างแบรนด์ นอกจากจะต้องมีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอแล้ว แบรนด์จะต้องมีความแตกต่าง และมีความชัดเจน

ไม่จำเป็นต้องดีทุกอย่าง ขอแค่ดีสักอย่าง...แต่ต้องดีที่สุด

"ทุกธุรกิจต้องมี core value ที่ชัดเจนว่า เราจะบอกอะไรกับลูกค้า คุณสมบัติไหนที่เป็นจุดแข็ง สินค้าไหนที่โดดเด่น แล้วสื่อสารสิ่งเหล่านั้นไปสู่ตลาด ให้เกิดการรับรู้ให้ได้"

สำหรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 นี้ จิรชัย ย้ำว่า สิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องไม่ลืม คือ ประเทศในแถบเอเชียเป็นประเทศผู้ผลิตเหมือนกันทั้งหมด เพราะฉะนั้น ตลาดเกิด...คู่แข่งก็เกิดด้วย

"มีเพื่อนคนหนึ่งเคยบอกผมว่า บริษัทของเขาทำได้ทุกอย่าง เก่งทุกอย่าง แต่เพราะคุณเก่งทุกอย่าง คุณเลยไม่มีจุดเด่น ลูกค้าเลยจำไม่ได้ว่า คุณคือ ใคร

"การสร้างแบรนด์ไม่จำเป็นต้องดีทุกอย่าง ขอแค่ดีสักอย่าง แต่ต้องดีที่สุด เราต้องหาพระเอก หาตัวชูโรง แล้วปั้นตัวนั้นขึ้นมา เพราะการที่คุณดีทุกอย่าง เท่ากับไม่ดีสักอย่างเลย"

เขายกตัวอย่างว่า แม้แบรนด์ดีสวัสดิ์จะสามารถทำเฟอร์นิเจอร์ได้หลายประเภท ไม้ก็ได้ หวายเทียมก็ได้ อลูมิเนียมก็ได้ แต่หากต้องการสื่อสารไปยังตลาดทั่วโลก เขาจะบอกว่า 'ดีสวัสดิ์' คือผู้เชี่ยวชาญด้านงานไม้สักโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นสิ่งที่ชัดเจนมากกว่า แต่ถ้าจะให้รับงานเฟอร์นิเจอร์ประเภทอื่น ก็สามารถทำได้เช่นกัน

"เราต้องสร้างจุดเด่น เพื่อให้ตลาดเข้าใจในสิ่งที่เราเป็น ไม่เช่นนั้น แบรนด์ของเราจะดูล่องลอย จับต้องไม่ได้

"เดี๋ยวนี้ผมไม่จำเป็นต้องแปะโลโก้ ลูกค้าก็รู้ว่า นี่คือ ดีสวัสดิ์ ทุกคนจำ character ของเราได้ จำได้ว่าแบบนี้ คือ...เรา"

Hua Yai

Make it Happen!

'**หัวใหญ่**' เป็นสื่อของ "คนกลุ่มเล็กๆ...ที่คิดใหญ่"
เราคิดเยอะ คิดถี่ถ้วน เพื่อส่งมอบชิ้นงานที่ดีสุดถึงมือคุณ

เราทำตั้งแต่ รายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือเล่ม หนังสือครบรอบ รายงานประจำปี
โฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อออนไลน์ Mobile Application Content Provider อีเว้นท์ ฯลฯ

ตามใจกันทุกอย่าง ได้ดังใจกันทุกราย

Hua Yai Co.,Ltd.
22/17 Soi Ladprao 23 Chankasem, Chatuchak, Bangkok 10900

22/17 ลาดพร้าว 23 แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

Tel : 0 2938 2993, Fax : 0 2938 2994

กระทรวงวิทย์ฯ
สร้างแรงบันดาลใจ สร้างนวัตกรรม

เรื่อง : นงนาถ กมลาศน์ ณ อยุธยา / **ภาพ** : นราภิญญ์ สระเกิด

"เราต้องรีบทำความคุ้นเคยกับวิทยาศาสตร์ เพราะสังคมไทยยังปล่อยให้โลกของไสยศาสตร์ มาแย่งเวลาของวิทยาศาสตร์เยอะเกินไป" **ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์** รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กล่าวกับ SMEs Today ในวันที่กระทรวงวิทย์ฯ มีบทบาทต่อผู้ประกอบการในหลายมิติอย่างคาดไม่ถึง

สิ่งที่จะค้ำไม่ให้ SMEs ตาย
คือ ต้องเก่งขึ้น มีนวัตกรรม
มากขึ้น เพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น

รู้จักนวัตกรรม จำเป็นอย่างไร

พิเชฐ กล่าวว่า การพัฒนาของประเทศนับจากนี้จะสำคัญทวีคูณมากขึ้นเรื่อยๆ สืบเนื่องจากการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของทั้งโลก ฉะนั้น เมื่อทั่วโลกพูดถึงเรื่องนวัตกรรม จึงจำเป็นที่ทั้งประชาชนทั่วไปและผู้ประกอบการ ต้องทำความคุ้นเคย

ขณะที่กระทรวงวิทย์ฯ ปฏิบัติภารกิจยิ่งใหญ่ของชาติด้วยการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ เพื่อทัดเทียมนานาประเทศ อาทิ การเตรียมสร้างดาวเทียม พร้อมการพัฒนาบุคลากรในการณ์ดังกล่าว แต่งานในส่วนซึ่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการก้าวไปข้างหน้า ก็มิได้หยุดยั้ง

“อะไรที่ทำให้การส่งออกของเรามีปัญหา หรือแม้กระทั่งการปกป้องตัวเรา จากการกีดกันทางการค้าต่างๆ เหล่านี้ ทางออก คือ ต้องสร้างนวัตกรรม เพราะนวัตกรรมทำอะไรให้เราได้หลายอย่าง”

แน่นอนว่า หากผู้ประกอบการเข้าใจว่า นวัตกรรมจะเข้ามาเกี่ยวข้อง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นได้อย่างไร ก็เท่ากับเป็นการเสริมความแข็งแกร่งให้แก่กิจการสามารถฝ่ากำแพงทางการค้าเหล่านั้น ได้เท่านั้น

“แต่ละประเทศเริ่มมีการตั้งเงื่อนไขแล้วว่า ห้ามนำเข้าสินค้าที่มีคาร์บอนกี่มากน้อย ผู้ประกอบการจึงต้องเข้าใจว่า เครื่องจักรอุณหภูมิสูงมีคาร์บอนเท่าไร ทำเสร็จแล้วแพคเกจจิ้งมาจากไหน กล่องกระดาษมีคาร์บอนไหม ขนส่งมีคาร์บอนเท่าไร เหล่านี้เป็นเรื่องละเอียดมาก กระแสโลกทำให้เราต้องรีบสร้างนวัตกรรมขึ้นมา เพื่อลดผลกระทบต่อเศรษฐกิจของเรา ในกรณีนี้”

โครงการครอบจักรวาล

พิเชฐ ยังกล่าวต่อด้วยว่า แม้จะไม่สามารถพัฒนาทุกคนให้เก่งวิทยาศาสตร์ได้ แต่ต้องมี ‘หัวรถจักร’ จำนวนหนึ่ง ที่เป็นตัวลากจูงให้ประเทศเดินหน้าไปได้ ด้วย STEM Education (S-Science T-Tecnology E-Engineering M-Mathematics) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบการศึกษา รวมไปถึงการสร้างความเข้มแข็งให้กับแรงงานที่อยู่ในตลาด ให้มีขีดความสามารถมากยิ่งขึ้น

“หลายปีที่ผ่านมา เราพัฒนาคนตลอดเวลา ตอนนี้คนของเราพัฒนาซอฟต์แวร์ดาวเทียม 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน เราทำดาวเทียมสำรวจ เช่น การปลูกข้าวนาปีนาปรัง สำรวจป่าและการบุกรุกป่า ถ้าอยากจะเก็บภาษีโรงเรือน ดาวเทียมส่องลงมาจะสามารถเห็นพื้นที่ เห็นตึกได้เหล่านี้เป็นต้น แม้แต่อากาศยานไร้คนขับ (Unmanned Aerial Vehicle : UAV) ก็อยู่ในโครงการอวกาศของเรา เรือที่มุดท้องน้ำโดยไม่ต้องใช้คน เพื่อสำรวจ ตรวจสอบทุ่นระเบิดอะไรก็แล้วแต่ อยู่ในโครงการของเราด้วย เรากำลังสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ ให้เริ่มคิด เริ่มทำ วางแผน”

นวัตกรรมช่วย SMEs รอดได้อย่างไร

“เมื่อต้นทุนค่าแรง 300 บาท สิ่งที่จะมาค้ำไม่ให้ SMEs ตาย คือ ต้องเก่งขึ้น มีนวัตกรรมมากขึ้น ตลาดกว้างขึ้น สามารถแข่งได้ ถ้าแข่งเรื่องต้นทุนไม่ได้ ก็ต้องแข่งเรื่องนวัตกรรมให้มีมูลค่าสูงขึ้น โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีเข้ามาช่วย

เช่น อุตสาหกรรมพื้นบ้านสมุนไพร จะแปรรูปอย่างไร อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ มีอะไรที่เราจะทำได้ดีมากขึ้นไหม เครื่องสำอางจะใช้วัตถุดิบที่ประเทศไทยมีมาก เช่น ยาง ข้าว มันสำปะหลัง ได้หรือไม่ หรือวัตถุดิบที่เราซื้อมาขายไป เราจะผลิตเองได้ไหม ทำอย่างไรให้ SMEs ไทย สามารถซื้อง่ายขายคล่อง มีข้อมูลทันสมัย หรือจะเช็คราคาตลาดตอนนี้ ก็ต้องอาศัยเทคโนโลยีเช่นเดียวกัน

สิ่งที่กระทรวงวิทย์ฯ กำลังทำ คือ ขยายปริมาณของกิจกรรม เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของกิจกรรม ด้วยมาตรการหลายอย่าง เช่น ใช้องค์ความรู้ในกระทรวงวิทย์ฯ ไปช่วย SME มากขึ้น ขยายผลให้กว้างขึ้น โดยจับมือกับหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สถาบันไฟฟ้า ยานยนต์ เป็นต้น

แม้เรามีหน้าที่สร้างความรู้ แต่นโยบายของผม คือ อย่าสร้างเฉยๆ ต้องสร้างและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ให้ได้ ต้องเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการ เชื่อมโยงกับสถาบันที่ใกล้ชิดกับผู้ประกอบการให้ได้ ไม่ว่าจะเป็น BOI บริษัทไทยหรือบริษัทข้ามชาติอื่นๆ เราเป็นเสมือนข้อต่อ”

งานวิจัยที่ผ่านการรับรองจากกระทรวงวิทย์ฯ นำไปลดหย่อนภาษีได้ถึง 300%

เดินเข้าหา อย่าได้รีรอ

เมื่อเห็นมุมที่กระทรวงวิทย์ฯ สามารถเข้ามามีบทบาทกับผู้ประกอบการแล้ว สิ่งหนึ่งที่ควรตระหนัก คือ 'อย่ารีรอ'

"ผู้ประกอบการต้องสมัครเข้ามา (สามารถติดต่อได้โดยตรงที่กระทรวง หรือผ่านหน่วยงานพันธมิตร เช่น สภาหอการค้า สภาอุตสาหกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สวทช. หรือไปที่ www.innovation.go.th) จากนั้นจะมีการคัดกรองดูว่าต้องการอะไร เราจะส่งคนเข้าไปวินิจฉัยโรค ดูว่าปัญหาอยู่ที่ไหน วินิจฉัยในเชิงวิทยาศาสตร์ ไม่ใช่บอกอาการเฉยๆ ให้ความช่วยเหลือ โดยเป็นความร่วมมือระหว่างกัน มีสัดส่วนตั้งแต่ 70:30 50:50 20:80 ไม่ใช่ให้ฟรี เพราะฟรีแล้วล้มเหลวเยอะ แต่ไม่ได้หมายความว่าผู้ประกอบการจะต้องออกเงินเองทั้งหมด นอกจากนั้นหากวินิจฉัยแล้ว พบว่า นักวิจัยในประเทศช่วยไม่ได้ เราก็ยังอิมพอร์ตผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ เข้ามาช่วยเหลือด้วย"

พิเชฐ กล่าวว่า ที่ผ่านมา โครงการที่ได้รับการสนับสนุนก่อให้เกิดผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจอย่างน้อย 5 เท่าจากงบที่ลงทุนไป ส่วนสิทธิในนวัตกรรมจะเป็นของผู้ประกอบการ โดยสิ่งที่ผู้ประกอบการได้รับ คือ การเพิ่มผลิตผล (Productivity) ด้วยการปรับปรุงระบบ กระทรวงวิทย์ฯ มีหน้าที่ชี้ให้เห็นปัญหา เช่น ต้องเปลี่ยนวัสดุ แนะนำวัสดุใหม่ แนะนำวิธีประหยัดพลังงาน แนะนำวิธีลดการใช้วัตถุดิบ หรือกระทั่งการทำงานวิจัย และหากกรณีหนึ่งประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ ในกรณีที่มิใช่เป็นความลับทางการค้า สำหรับแรงจูงใจในขณะนี้ คือ งานวิจัยที่ผ่านการรับรองจากกระทรวงวิทย์ฯ สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ถึง 300 เปอร์เซ็นต์

รัฐมนตรีกระทรวงวิทย์ฯ กล่าวทิ้งท้ายไว้ว่า "โลกทุกวันนี้เอื้อให้คนตัวเล็กสร้างนวัตกรรมเองได้ เราหวังว่าสิ่งเหล่านี้จะกระตุ้นให้คน 10-20 เปอร์เซนต์ ลุกขึ้นมาทำงานวิจัย นี่คือเป้าหมายสูงสุด ซึ่งก็จะก่อให้เกิดสินค้าใหม่ๆ หรือสินค้าที่มาทดแทนสิ่งที่เขาทำอยู่"

นั่นหมายถึง 'นวัตกรรม' จะกลายเป็นความคุ้นเคยของผู้ประกอบการ อย่างมิต้องสงสัย

สสว. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

SMEs ที่รัก

"Love is the Heart of Business"
เพราะความรัก คือ หัวใจของธุรกิจ

SMEs ที่รัก
รายการธุรกิจดูง่าย สำหรับ SMEs

แบงค์ - อิทธิกร แสงปัญญารักษ์
เจ้าของโรงพิมพ์ Eagle Paper

ทุกวันศุกร์
09.55 น.

SMEs ที่รัก

THLOS แป้งน้ำระดับรางวัล

ภูมิปัญญาไทย โดนใจต่างชาติ

เพียงเอ่ยถึง **'แป้งน้ำ'** หลายคนก็แทบจะส่ายหน้า การปลุกผลิตภัณฑ์บางอย่าง ที่แทบจะสูญหายไปกับกาลเวลาให้คืนชีพ ดูจะเป็นเรื่องที่แทบเป็นไปไม่ได้ แต่ **อังคนา พรวิศวารักษกูล** เดิมพันด้วยปริญญาตรีสองใบ ด้านการโฆษณาและการออกแบบ เกือบๆ คว้าปริญญาโทแถมท้าย ผนวกกับการคร่ำหวอดในงานโฆษณา และพื้นฐานจากครอบครัวที่คลุกคลีกับสมุนไพร เธอจึงจับมือกับพี่ชายซึ่งเป็นแพทย์แผนโบราณ ปลุกแป้งน้ำขึ้นมาอีกหน จนในที่สุด **THLOS** ก็สามารถผงาดด้วยแบรนด์ตนเอง กระทั่งคว้ารางวัลมามากมาย

เรื่อง : นงนาถ กมลาศน์ ณ อยุธยา **ภาพ** : นราภิญญ์ สระเกิด

ประกาศให้โลกรู้ถึงของดีเมืองไทย

เคยเป็นนักศึกษาดีเด่นระดับเกียรตินิยมจากชิคาโก และทำงานในบริษัทยักษ์ใหญ่ระดับโลก แต่วันหนึ่งที่กลับมายังมาตุภูมิ เธอกลับมองเห็นบางสิ่งบางอย่าง ที่เคยมองข้ามมาก่อน

"มันเป็นเสน่ห์ของการอยู่ต่างที่ บางทีถ้าเราเกิดและโตในเมืองไทย ไม่เคยได้ไปไหน เราจะคุ้นเคยกับสิ่งดีๆ รอบตัวเรา แล้วเราจะไม่เห็นค่าของมัน แต่วันหนึ่งที่เราหายไปนานๆ แล้วลองมองย้อนกลับมา จะเห็นคุณค่าที่เคยมองข้าม เราจะเห็นว่าประเทศไทยมีอะไรดีตั้งเยอะ แต่ทำไมไม่มีใครช่วยโปรโมทเลย กลับไปเห็นค่าของวัฒนธรรมต่างประเทศ แบรนด์ต่างประเทศกลายเป็นค่านิยมที่เพี้ยนไป ตัวเองรู้สึกว่า อยากจะกลับมาแก้บางอย่าง แม้จะไม่ได้ทั้งหมด เสียงจะไม่ดังมาก แต่เราเริ่มที่จะทำแล้ว"

ความพยายามร่ำเรียนในต่างแดนมิได้สูญเปล่า เมื่อทำให้อังคนาสามารถจัดการกับวิธีคิด ที่นำไปสู่การทำงานได้ เธอใช้เวลาร่วมสองปีหลังกลับมา เพื่อหาข้อมูล

"พอเราหายไปนาน เราก็จะไม่เชื่อมกับคนที่นี่แล้ว พยายามที่จะ tune in ค่อยๆ ศึกษาพฤติกรรมว่า เขาไป hang out ที่ไหน มีพฤติกรรมอย่างไร ค่อยๆ สะสมข้อมูลไปเรื่อยๆ ไปเดินงานแฟร์ต่างๆ ไม่ว่าจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ตัวเองสนใจ เข้าร่วม workshop เข้าร่วมงานสัมมนา มีอะไรที่ไหนก็ไปหมด ทำอย่างนี้อยู่ 2 ปี ก็รู้สึกว่าได้ข้อมูลเพียงพอแล้ว

ประจวบกับคุณแม่ป่วยหนัก เลยตัดสินใจลาออกมาดูแลคุณแม่เต็มเวลา ทำให้ได้เรียนรู้ข้อมูลไปด้วยในตัว เพราะว่าพี่ชายซึ่งเป็นแพทย์แผนไทยก็มีคุณแม่เป็นคนไข้ด้วย ได้คุยกับพี่ชายมากขึ้น ได้เรียนรู้ถึงยาและสมุนไพรแต่ละอย่าง รู้ถึงการรักษาด้วยการรับประทานยาสมุนไพร ควบคู่กับยาแผนปัจจุบัน รู้ว่าการนวดช่วยได้อย่างไร รู้สึก in กับตรงนั้นค่ะ เลยทำให้จุดประกายว่า นี่คือสิ่งที่ควรเชิดชู ต้องพูดเสียงดัง จริงๆ แล้วเมืองไทยมีคนเก่งเยอะ แต่ไม่ชอบอยู่เบื้องหน้า ชอบทำความดีแต่ปิดทองหลังพระ เรารู้สึกว่าเราสามารถจะเป็นกระบอกเสียงให้เขาได้ ให้รู้ว่า เมืองไทยมีของดีนะ หันมาดูกันหน่อย เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างแบรนด์ THLOS"

พ่อ แม่ และพี่ ที่มาของธุรกิจ

ที่มาของธุรกิจในมือ หากบอกว่ามีแรงบันดาลใจมาจากคนในครอบครัว ก็คงไม่ผิด

"คุณพ่อเป็นคนรุ่นเก่า อายุ 80 กว่า ที่รสนิยมดี ใช้น้ำหอมกลิ่นคลาสสิก แล้วก็ใช้แป้งน้ำ ที่แต่ก่อนเราไม่ชอบเพราะกลิ่นฉุนเลอะเสื้อผ้า ทาแล้ววอก แต่พอเห็นแป้งน้ำที่พี่ชายปรับสูตรเพื่อทำให้แม่ใช้ ซึ่งตอนนั้นแม่นอนเตียงตลอดเวลา และผิวแพ้ง่าย แป้งน้ำของพี่ชายช่วยลดอาการอักเสบ อาการคัน เราก็สนใจ ไม่ได้คิดว่าจะสร้างเงินมากมายจากแป้งน้ำ คิดแต่ว่าของดีๆ แบบนี้ อยากให้คนรู้จักจัง คือมันอ่อนโยนพอที่ทุกคนใช้ได้

ไม่ต้องให้แพทย์จ่าย เพราะไม่ใช่ยา เป็นสิ่งสามัญประจำบ้านได้ เป็นสิ่งที่ตอบโจทย์อากาศเมืองไทย อากาศร้อนคนใช้แป้งน้ำทำให้เย็น เป็นของคู่วัฒนธรรมไทยมาตั้งนานแล้ว แต่อยู่ดีๆ วันหนึ่งก็โดนลืมไป เราก็รู้สึกว่า ต้องเอากลับมาใหม่"

ลดต้นทุนด้วยช่องทางการตลาด

หลังจากทำ R&D กันอยู่พักใหญ่ ในที่สุดก็ออกมาเป็น THLOS

"แบ่งหน้าที่กันชัดเจนนะคะ ฝ่ายผลิตก็คือ พี่ชายและทีม เราจะไม่ไปก้าวก่ายความรับผิดชอบของกันและกัน บอกเขาว่าคุณมีหน้าที่ปรุงสิ่งต่างๆ ที่ใช้สมุนไพรไทย และดึงเอาศักยภาพสมุนไพรออกมาให้มากที่สุด ส่วนตัวเองมีหน้าที่ทำให้คนอื่นได้รู้จัก นั่นคือ การสร้างแบรนด์

แรกเริ่มถ้าถามว่า ยากไหม ยากนะ เสี่ยงทำในสิ่งที่สวนกระแส แต่จะทำอย่างไรให้มาเป็นปัจจุบันได้ ซึ่งก็คือข้อดี เพราะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบรนด์และการโฆษณาอยู่แล้ว รู้ว่าเราควรจะเลือกช่องทางไหนในการโปรโมทสินค้า ถ้าเลือกช่องทาง offline แบบดั้งเดิมที่มีมา คือเปิดร้านในห้างจ้างดาราเป็นพรีเซนเตอร์ ก็ไม่ต่างจากแบรนด์อื่นที่มีในตลาด คือทำอย่างไรก็ได้เพื่อให้มียอดขาย เลยไม่เอาดีกว่า คิดหาวิธีที่ยังคงคอนเซปต์ความเป็นตัวเราได้ สบายใจที่จะพูด ซื่อสัตย์ต่อตัวเอง ก็เลยคิดว่า จะใช้การตลาดในแนวที่ไม่ใช้การตลาด เลยเล่นทาง online แทน ซึ่งจริงๆ online ต้นทุนถูกกว่า ทำให้สินค้าราคาถูกลงได้ โดยที่ไม่ต้องลดคุณภาพสินค้า

ในต่างประเทศ การซื้อของบนเว็บไซต์ ราคาถูกกว่า 35% ผิดพลาดก็ส่งคืน เร็วและสะดวก พอทำ thlos.com จึงตั้งราคาของในเว็บให้ถูกกว่าราคา retail อันนี้เป็นจุดประสงค์เลยค่ะ เพื่อต้องการดึงให้คนมาซื้อของในเว็บให้มากที่สุด เพราะถ้าเช่าพื้นที่ retail วันหนึ่งเราอาจโดนเตะออก แต่เว็บเป็นพื้นที่ของเรา ถึงเราจะปิดร้านตรงนี้ ตรงนั้น คนก็ยังซื้อของใน thlos.com ได้ และราคาที่ถูกกว่า ก็คือ สิ่งดึงดูดใจ"

คนต่างชาติชอบอะไรที่เป็น Minimalist ยิ่งน้อย ยิ่งดี แต่ต้องเท่ เก๋ และโมเดิร์น

หาเวทีเพื่อทำให้เป็นที่รู้จัก

อังคนา มองหากลุ่มคนที่ใช่สำหรับผลิตภัณฑ์ พร้อมๆ กับหาเวที 'แจ้งเกิด'

"เริ่มแรกคือ ต้องพึ่งเว็บใหญ่ๆ เช่น pantip.com โดยการเป็นสปอนเซอร์ของให้ หรือให้ผู้ใช้รีวิวของในเว็บ jeban.com ซึ่งตอนนั้นดังมากเรื่องการรีวิวเครื่องสำอาง ต่อมาเปิดหน้าแฟนเพจในเฟซบุ๊ก ให้คนเข้ามาอ่านและทดลองใช้ อย่างที่สองคือ ตั้งราคาสินค้าตัวหนึ่งให้ถูกมาก จนคนเสี่ยงที่จะซื้อ แป้งน้ำราคา 145 บาท ขนาด 100 ml เราไม่ได้กำไรเท่าไรหรอก แต่จะเป็นตัวแรกที่ทำให้คนกล้าซื้อของ อย่างที่สาม คือ ถ้าบรรจุภัณฑ์หน้าตาดี และราคาแค่นี้ เขาก็กล้าซื้อ เราต้องเอาจุดแข็งที่เรามีทั้งหมดออกมาใช้"

วันหนึ่งเมื่ออังคนา เห็นโครงการ THAI AIM จึงไม่รอช้าที่จะคว้าโอกาสสำหรับการขึ้นเวทีที่กว้างขึ้น

"โครงการเขาดีนะคะ เป็นโครงการเพิ่มศักยภาพของ SMEs ไทย ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสู่เมืองนอก เขาส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทย รู้จักการใช้โซเชียลมีเดีย ในการโปรโมทสินค้าตัวเอง รวมถึงให้พื้นที่ในงานแสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุด ฟรี!

พอมีโครงการนี้ เราก็..โห!! ได้ไปแสดงงานที่ฮ่องกงด้วย อยากไปมานานแล้ว ก็เลยสมัคร ตอนแรกต้องส่งคลิปโฆษณาสินค้าของเราเข้าประกวด ก็ผ่านเข้ารอบ ได้ไปแสดงงานที่ฮ่องกง แล้วก็ได้รับรางวัล Popular Vote คือ มีลูกค้าสนใจมากที่สุดสามอันดับแรก

คิดว่าบรรจุภัณฑ์ของ THLOS เองก็มีความโดดเด่นอยู่แล้ว เนื่องจากตัวเองเคยทำงานต่างประเทศมานาน รู้ว่าการออกแบบอย่างไหนจะดึงดูดคนต่างชาติ เขาจะชอบอะไรที่เป็น Minimalist ยิ่งน้อยยิ่งดี ต้องเท่ เก๋ และโมเดิร์น คนอเมริกันจะชอบแบบนั้น”

ถึงแม้ว่า เราจะพูดแทบตายว่าสินค้าคุณภาพดี แต่ถ้าลูกค้าไม่ลองซื้อไปใช้ เขาก็ไม่มีทางรู้

เคล็ดลับการสร้างแบรนด์

การคลุกคลีอยู่ในวงการโฆษณา กอปรกับการค้นคว้าและศึกษาข้อมูลไม่หยุด อังคนาเผยเคล็ดลับการสร้างแบรนด์ของ THLOS ซึ่งนอกจากแป้งน้ำแล้ว ปัจจุบันยังมีผลิตภัณฑ์อื่นๆ อีกถึง 15 ประเภท

“ข้อหนึ่ง เราต้องรู้จักตัวเองก่อนว่า กำลังทำอะไร ถ้าต้องการโปรโมทสินค้าตัวหนึ่ง สินค้าตัวนั้นต้องมีข้อดีจริงๆ ต้องมีจุดแข็ง ต้องมี story อย่างแป้งน้ำ มี story ในตัวของมันเอง เป็นสินค้าที่ใช้กับอากาศเมืองร้อนอย่างเมืองไทย การเลือกสินค้าที่มาพูดต้องเลือกให้ถูกต้องก่อน ไม่ใช่เลือกสินค้าที่ในตลาดมีอยู่แล้ว 100 ชนิด เราก็เป็นแค่หนึ่งในร้อย แล้วจะแข่งกับเขาได้อย่างไร

ข้อสอง คือ ทำอย่างไรให้คนซื้อไปใช้ ถึงแม้ว่าเราจะพูดแทบตายว่า คุณภาพดี แต่ถ้าคนไม่ใช้ เขาก็ไม่รู้ เราต้องทำให้เขารู้ ให้เขาอยากซื้อไปใช้ รูปลักษณ์ต้องดี หน้าตาต้องดี บรรจุภัณฑ์ต้องดี ราคาย่อมเยาใจ

อย่างที่สาม คือ ช่องทางจำหน่าย ซึ่งสมัยก่อนอาจจะยาก แต่เดี๋ยวนี้ง่าย เพราะ online channel เข้ามามีบทบาทเยอะ ใครๆ ก็เปิดร้าน โดยใช้ tools หรือเครื่องมือ online ซึ่งก็ไม่ใช่เรื่องยากอีกเช่นกัน เพราะพฤติกรรมคนปัจจุบันหันมา online มากกว่า offline เยอะ”

ในที่สุด เธอก็สามารถแจ้งเกิดให้แก่ผลิตภัณฑ์ไทย ในเวทีต่างชาติได้สำเร็จอย่างน่าภาคภูมิใจ

เรื่อง : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สสว. ประสานความร่วมมือสร้างแรงจูงใจ

ขึ้นทะเบียนและให้บริการ SMEs ครบวงจร

สสว. จับมือ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน สถาบันการเงิน จำนวน 32 หน่วยงาน ขับเคลื่อนงานบูรณาการส่งเสริม SMEs ตามนโยบายรัฐบาล ผ่านกิจกรรมส่งเสริม และสนับสนุนศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs จัดเต็มสิทธิประโยชน์ด้านการเข้าถึงแหล่งทุน การตลาด องค์กรความรู้ ฯลฯ ผ่านการขึ้นทะเบียนและศูนย์บริการ SME ครบวงจร หวังให้เกิดการพัฒนาศักยภาพ สร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าสู่ Global Supply Chain

รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการส่งเสริม SMEs มาโดยตลอด

พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) กล่าวในโอกาสเป็นประธานพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2558 ว่า รัฐบาลและตนในฐานะประธานกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) ได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs มาโดยตลอด และมอบหมายให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องให้ความสำคัญและร่วมกันดำเนินมาตรการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ในทุกรูปแบบ

โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่ขาดการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ทำให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ยังเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพมากนัก เช่น การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี หรือการบ่มเพาะผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้เทคโนโลยีอย่างเข้มข้นในการดำเนินธุรกิจ (Technological-based SMEs) รวมถึงจำเป็นต้องมีระบบสนับสนุนด้านการเงิน และตลาดรองรับ ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลได้แก้ปัญหาการเข้าถึงแหล่งทุนให้กับผู้ประกอบการ SMEs ด้วยการออกมาตรการต่างๆ อาทิ การจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน โครงการสินเชื่อรายย่อยเพื่อผู้ประกอบอาชีพ หรือ นาโนไฟแนนซ์ โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ หรือ Policy Loan เพื่อช่วยเหลือประคับประคอง SMEs ขนาดเล็ก การค้ำประกันสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการ SMEs เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม โครงสร้างพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ในขณะนี้ยังอยู่ในวงจำกัด หน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในส่วนกลาง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีข้อจำกัดทั้งในด้านของปริมาณและคุณภาพ รวมถึงลักษณะของบริการ ที่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก

ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) จึงอนุมัติให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ของประเทศ จัดตั้งศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร หรือ SME One-Stop Service : OSS ขึ้น เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อ เชื่อมโยง ส่งต่องานบริการของภาครัฐและภาคเอกชนให้กับผู้ประกอบการ SMEs ครอบคลุมทั้งการให้ข้อมูลความรู้ คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินธุรกิจ การอบรม สัมมนา รวมถึงการขึ้นทะเบียน SMEs และเป็นช่องทางในการรับและดำเนินการด้านเอกสารของผู้ประกอบการ SMEs กับหน่วยงานภาครัฐ

สำหรับการลงนามความร่วมมือในครั้งนี้ ถือเป็นเรื่องดีที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้เข้ามามีส่วนสนับสนุนการดำเนินงานของศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร ของ สสว. ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ไทย ให้มีความแข็งแกร่ง และเติบโตได้อย่างยั่งยืน สามารถเข้าสู่ Global Supply Chain อันจะนำมาซึ่งการสร้างความเข้มแข็ง และความเติบโตให้แก่เศรษฐกิจของประเทศ

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กล่าวว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs กว่า 2.7 ล้านราย และองค์กรที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะหน่วยงานภาครัฐ แต่ยังได้ขยายครอบคลุมไปถึงองค์กรเอกชน สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา ซึ่งเหล่านี้รวมเรียกว่า SMEs Service Provider หรือกลุ่มผู้ให้บริการ SMEs

ดังนั้น การลงนามความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรจำนวน 32 หน่วยงาน ในครั้งนี้ จึงถือเป็นความร่วมมือของกลุ่มผู้ให้บริการ SMEs และเป็นหนึ่งในการดำเนินงานบูรณาการขับเคลื่อนการส่งเสริม SMEs ตามนโยบายของรัฐบาลและคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) ที่มีนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมมือดำเนินกิจกรรมด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถและการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ผู้ประกอบการ SMEs รวมถึงการให้คำปรึกษาแนะนำในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบต่างๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้า เพื่อให้เครือข่ายผู้บริหาร SMEs สามารถส่งต่อผู้ประกอบการ SMEs ไปยังหน่วยงานร่วมอื่นๆ อันจะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อจัดหาสิทธิประโยชน์มาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SMEs เพื่อจัดทำปฏิทินกิจกรรม SMEs ร่วมกัน เป็นการผนึกกำลังประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเข้าร่วมกิจกรรมอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs

รวมถึงเพื่อจัดหาสิทธิประโยชน์มาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SMEs ผ่านศูนย์ให้บริการ SME ครบวงจร หรือ SME One Stop Service : OSS ซึ่ง สสว. จะได้นำร่องจัดตั้งขึ้นทั้งหมด 7 แห่ง ได้แก่ กรุงเทพฯ จำนวน 1 แห่ง ณ ที่ทำการ สสว. อาคาร TST ถนนวิภาวดีรังสิต และในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ อ.แม่สอด จ.ตาก จ.สระแก้ว จ.สงขลา จ.มุกดาหาร จ.ตราด และ จ.หนองคาย เพื่อส่งความช่วยเหลือโดยตรงถึงผู้ประกอบการ SMEs

"ความร่วมมือในครั้งนี้จะเป็นพลังขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการ SMEs มีศักยภาพในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องและรอบด้าน ซึ่งหน่วยงานพันธมิตรทุกหน่วยงานได้ร่วมจัดสิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ ให้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs อาทิ การให้อัตราดอกเบี้ยพิเศษจากสถาบันการเงิน ส่วนลดสินค้าและบริการเป็นกรณีพิเศษ การเพิ่มช่องทางการตลาด หรือการใช้เทคโนโลยีตลาดออนไลน์ ตลอดจนมีการเชื่อมโยงความรู้ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งต่อไปความร่วมมือนี้จะขยายไปถึงการจัดทำ SMEs Application และการส่งต่อผู้ประกอบการ SMEs ภายใต้การดำเนินงานของศูนย์บริการ SME ครบวงจร ของ สสว. เพื่อสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ให้เติบโต สู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป"

สำหรับการลงนามความร่วมมือครั้งนี้ ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน และสถาบันการเงิน จำนวน 32 หน่วยงาน โดยจำแนกความร่วมมือเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน จำนวน 10 องค์กร ด้านการสื่อสาร เทคโนโลยี การตลาดออนไลน์ จำนวน 5 องค์กร ด้านการค้า การส่งเสริมช่องทางการตลาด จำนวน 4 องค์กร ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ จำนวน 4 องค์กร ด้านการผลิต นวัตกรรม วิจัยและพัฒนา จำนวน 4 องค์กร ด้านการจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ จำนวน 1 องค์กร ด้านการประกันภัย จำนวน 1 องค์กร และด้านสายการบิน จำนวน 1 องค์กร รวมถึงหน่วยงานภาครัฐอีกจำนวน 2 องค์กร ได้แก่ กรมบังคับคดี และกรมบัญชีกลาง

การส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งที่เป็นสมาชิก สสว. และสมาชิกของหน่วยงานพันธมิตร โดยในปี 2552 เริ่มจากการลงนามความร่วมมือเพียง 4 องค์กร และได้ดำเนินการประสานความร่วมมือมาอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับจำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นทุกปี

ปัจจุบัน (พ.ศ.2558) สสว. ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน และสถาบันการเงิน จำนวน 32 หน่วยงาน โดยจำแนกความร่วมมือเป็นด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุน จำนวน 10 องค์กร
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank)
- ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
- ธนาคารออมสิน
- บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

2. ด้านการสื่อสาร เทคโนโลยี การตลาดออนไลน์ จำนวน 5 องค์กร
- บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (ในเครือบริษัท AIS)
- บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)
- บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท ตลาด ดอท คอม จำกัด

3. ด้านการค้า การส่งเสริมช่องทางการตลาด จำนวน 4 องค์กร
- บริษัท ล็อกซเล่ย์ จำกัด (มหาชน)
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- สมาคมแฟรนไชส์ไทย
- สมาคมการค้าและการลงทุนอาเซียน-สากล

4. ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ จำนวน 4 องค์กร
- บริษัท โกลบอล โปร บิซิเนสส์ โซลูชั่นส์ (ประเทศไทย) จำกัด
- สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
- สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
- สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย

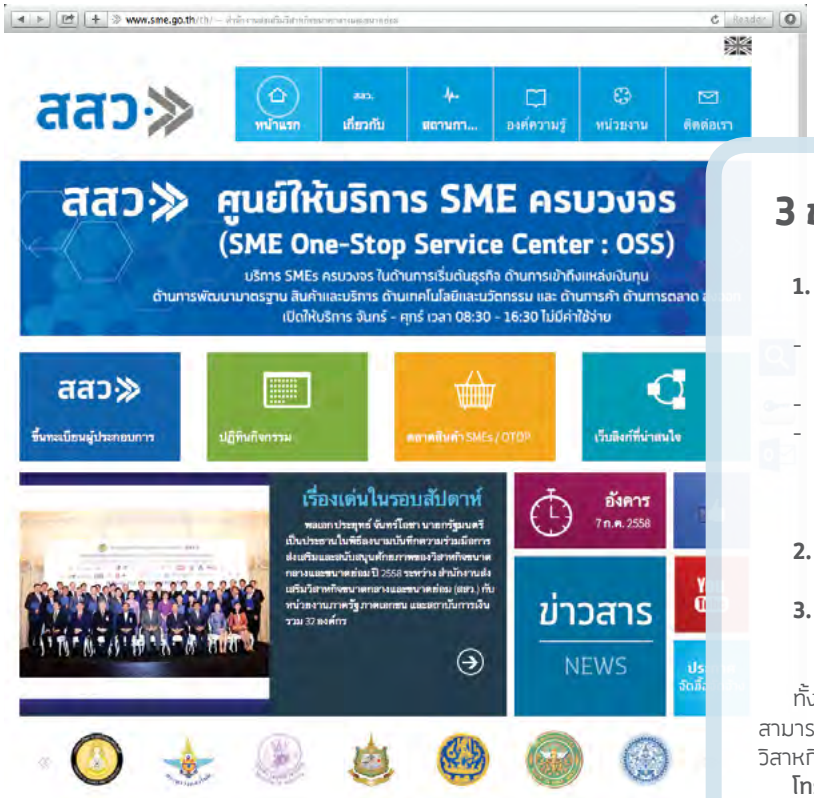
5. ด้านการผลิต ด้านนวัตกรรม วิจัยและพัฒนา จำนวน 4 องค์กร
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
- สถาบันไทย-เยอรมัน
- สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น)
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

6. ด้านการจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ จำนวน 1 องค์กร
- ศูนย์เตรียมความพร้อมป้องกันภัยพิบัติแห่งเอเชีย

7. ด้านการประกันภัย จำนวน 1 องค์กร
- บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด

8. ด้านสายการบิน จำนวน 1 องค์กร
- สายการบินเอทิฮัด

นอกเหนือจากนี้ ยังมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 หน่วยงาน ได้แก่ **กรมบังคับคดี** และ**กรมบัญชีกลาง**



3 ช่องทางในการขึ้นทะเบียน SMEs

1. **เว็บไซต์ของ สสว.** www.sme.go.th

   - คลิกหัวข้อ **'ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ'** จากนั้นเลือก **'ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SME'**
   - กรอกข้อมูลของท่านให้ครบถ้วน
   - ภายหลังตรวจสอบข้อมูลเรียบร้อยแล้ว สสว. จะส่งรหัสทะเบียนผู้ประกอบการ (รหัสสมาชิก สสว.) กลับไปทางอีเมล์ของท่าน

2. **สสว. Call Center** โทร. 1301

3. **ศูนย์ดำรงธรรม** ณ ศาลากลางจังหวัดทั่วประเทศ (ในวันและเวลาราชการ)

ทั้งนี้ หากพบปัญหาในการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs สามารถติดต่อได้ที่ ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ SMEs สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) **โทร. 0 2298 3204, 0 2298 3195**

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการ SMEs สามารถดูรายละเอียดสิทธิประโยชน์จากการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ได้ที่ www.sme.go.th

ขณะเดียวกัน เพื่อให้การจัดทำนโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สสว. ได้บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงเครือข่ายผู้สนับสนุนและให้บริการในการขับเคลื่อนการส่งเสริม SMEs จัดทำ “โครงการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs” ขึ้น

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจ เพื่อรับรู้ถึงตัวตนของผู้ประกอบการ SMEs รับรู้ถึงความต้องการขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ มาจัดสรรเป็นโครงการต่างๆ อาทิ การจับคู่ธุรกิจ การอบรมหัวข้อต่างๆ เป็นต้น รวมถึงนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการจัดกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ให้ครบวงจรธุรกิจ ตั้งแต่กลุ่มเริ่มต้น กลุ่มเติบโต กลุ่มส่งออก และกลุ่มที่ต้องฟื้นฟู เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ นโยบาย และมาตรการส่งเสริม SMEs ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs อย่างแท้จริง

และเพื่อให้การดำเนินงานดังกล่าว สามารถเข้าถึงผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างทั่วถึง สสว. จึงร่วมมือกับศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย ซึ่งมีจุดให้บริการรับเรื่องราวของประชาชนในทุกจังหวัดทั่วประเทศ เปิดจุดให้บริการความรู้ และรับขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ พร้อมเชื่อมโยงเว็บไซต์ของ 2 หน่วยงาน ในการเชื่อมต่อข้อมูล ความรู้ รวมถึงงานบริการด้านต่างๆ ไปสู่ผู้ประกอบการ SMEs

ทั้งนี้ การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ถือเป็นหนึ่งในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยแวดล้อม ให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ตามนโยบายของรัฐบาล ที่ต้องการสร้างกลไกการส่งเสริม SMEs ที่มีประสิทธิภาพอย่างทั่วถึง ลดความซ้ำซ้อน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละวงจรธุรกิจได้ตรงจุด ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจไทย และบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของรัฐบาล ในการส่งเสริมให้ SMEs สามารถพัฒนาเข้าสู่ Global Supply Chain ในที่สุด

กิจกรรมการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
โดย องค์กรเครือข่ายภาครัฐและเอกชน

1. กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐ / สถาบัน / สมาคม

1.1 สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

- ส่วนลดสูงสุด 20% สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างบุคลากรมืออาชีพ การต่อยอดการดำเนินธุรกิจด้วยหลักสูตรเทคโนโลยีที่มีกว่า 100 หลักสูตร
- กิจกรรม Check Up เพื่อการสร้างโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ กระบวนการผลิต การลดต้นทุน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จากบริการวินิจฉัยปัญหาโดยผู้เชี่ยวชาญจาก iTAP
- ส่วนลดสูงสุด 20% สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้าร่วมกิจกรรมสร้างความพร้อมเพื่อเข้าสู่มาตรฐานอุตสาหกรรม ยกระดับธุรกิจกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ในยานยนต์ด้วยบริการวิเคราะห์ทดสอบ เพื่อให้ได้รับการรับรองเพื่อการนำเข้าและส่งออก

1.2 สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)

- สนับสนุนการเป็นที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการกับ สสว. ในสัดส่วนงบประมาณ 70 : 30 (วว. : ผู้ประกอบการ SMEs)

1.3 สมาคมแฟรนไชส์ไทย

- บริการให้คำปรึกษาและรับเป็น Coach ให้กับธุรกิจที่ต้องการสร้างระบบแฟรนไชส์
- สนับสนุนการเชิญผู้ประกอบการ SMEs เข้าร่วมฝึกอบรม สัมมนาหลักสูตรต่างๆ ของสมาคมฯ ในอัตราหรือเงื่อนไขพิเศษ

1.4 ศูนย์เตรียมความพร้อมป้องกันภัยพิบัติแห่งเอเชีย (ADPC)

- โควต้าสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. เพื่อร่วมการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ของศูนย์ฯ
- กิจกรรมสนับสนุนด้านการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติและการวางแผนดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องแก่ผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว.

2. กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนที่จัดโดยสถาบันการเงิน

2.1 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

- สนับสนุนและให้โควต้าแก่ผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. ได้เข้าร่วมในกิจกรรม ที่ธนาคารจัดให้กับลูกค้าของธนาคาร ประกอบด้วย
  - กิจกรรม Localize Seminar
  - กิจกรรม Economic & Business Seminar
  - กิจกรรม Business Matching

2.2 ธนาคารออมสิน

- สนับสนุนการให้คำปรึกษาทางด้านการเงินและแหล่งเงินทุน
- สนับสนุนการสัมมนาที่ธนาคารจัดให้กับลูกค้าของธนาคาร
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สสว. แก่ลูกค้าของธนาคาร

2.3 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

- การให้โควต้าผู้ประกอบการ SMEs สำหรับการเข้าร่วมงานสัมมนา Digital your business with KBank ในเดือนสิงหาคม 2558
- จัดสัมมนาเพื่อให้ความรู้ทางการเงินสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว.
- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สสว. ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ SMEs ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคาร
- สนับสนุนห้องประชุมของธนาคารกสิกรไทย สำหรับการจัดงานสัมมนาของ สสว. โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

2.4 ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Exim Bank)

- สนับสนุนและให้โควต้าผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. ร่วมการสัมมนาหลักสูตร "ส่งออกปลอดภัย SMEs ไทยมีภูมิ" ประจำปี 2558 โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

2.5 ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

- การให้โควต้าผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. เข้าร่วมในกิจกรรม Knowledge Sharing : SCB SME Success
- เชิญผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. ร่วมในกิจกรรมสัมมนาเพื่อการต่อยอดธุรกิจ ใน Cluster Food and Beverage, Chemical, Cosmetic, Nutrion Food, Spa
- การให้โควต้าผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. ร่วมกิจกรรม "ผู้ผลิตพบผู้ค้าปลีก ค้าส่ง ในกลุ่มสินค้า Consumer Product"

3. กิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนที่จัดโดยองค์กรเอกชน

3.1 สายการบินเอทิฮัด

- ส่วนลดค่าตั๋วโดยสาร 25% สำหรับ Premium Class และ 12% สำหรับชั้นธุรกิจ

3.2 บริษัท ทีคิวเอ็ม อินชัวร์รันส์ โบรคเกอร์ จำกัด

- สนับสนุนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สสว. ผ่านสื่อของบริษัท
- สนับสนุนวิทยากร หรือผู้เชี่ยวชาญ ร่วมการบรรยายในหัวข้อ "ความเสี่ยงด้านประกันภัย"

3.3 บริษัท เทเลอินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน)

- ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. ในการใช้บริการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ของบริษัท

3.4 บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

- ส่วนลดสินค้าและบริการสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว.
- การทัศนศึกษาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของบริษัท
- สนับสนุนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สสว. ผ่านระบบส่งข้อความ (SMS) ของบริษัท

3.5 บริษัท แอดวานซ์ ไวร์เลส เน็ทเวอร์ค จำกัด (ในเครือบริษัท AIS)

- ส่วนลดสินค้าและบริการสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว.
- สนับสนุนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สสว. ผ่านระบบส่งข้อความ (SMS) ของบริษัท

(ข้อมูลกิจกรรม ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2558) : ผู้ประกอบการ SMEs สามารถติดตามกิจกรรมเพิ่มเติมได้ที่ www.sme.go.th

ทำไมใครๆ ก็ติดใจสินค้าญี่ปุ่น

กับแนวทางการตลาดที่ปรับใช้ได้กับตลาดไทยๆ

สังเกตไหมคะว่า เวลาเราไปเที่ยวญี่ปุ่น หรืออย่างน้อยได้ของฝากจากญี่ปุ่น เราจะรู้สึกฮือฮาทุกครั้ง "โอ้โห กล่องเขาสวยจัง" "ว้าว ตุ๊กตาคิตตี้น่ารัก ญี่ปุ่นนี่อะไรๆ ก็น่ารักไปหมดเนอะ" เรื่องความสวยงามหรือความน่ารักของสินค้าญี่ปุ่น เป็นเรื่องที่คุณผู้อ่านสามารถมองเห็น และรับทราบกันดีอยู่แล้ว ดิฉันขอนำเสนอพลัง 4 ประการของคนญี่ปุ่น ที่ทำให้เขาสร้างสินค้าน่าตรึงใจชาวไทยได้ขนาดนี้

1. พลังของความใส่ใจ

"จงใส่ใจประสบการณ์ลูกค้าทุกขั้นตอน"

เวลาเห็นสินค้าญี่ปุ่น เรามักอุทานว่า "โอ้...เข้าใจคิดนะ" อันที่จริง คนญี่ปุ่น 'เข้าใจคิด' และ 'ตั้งใจคิด' สินค้าญี่ปุ่นแทบทุกชิ้น เต็มไปด้วยความคิดและความใส่ใจในทุกขั้นตอน แค่น้ำผลไม้ที่ขายในร้านสะดวกซื้อก็ใส่ใจลูกค้าแล้ว มองเผินๆ ก็แค่กล่องน้ำผลไม้ธรรมดาๆ กล่องหนึ่ง แต่จริงๆ แล้ว เจ้าน้ำผลไม้กล่องนี้ถูกคนญี่ปุ่นใส่ใจลงไป ดังต่อไปนี้

1.**ลูกค้าจะมองเห็นสินค้าเราบนชั้นวางไหม** >>> ดีไซน์กล่องให้สดใสโดดเด่น

2.**ลูกค้าหยิบหลอดเจาะดื่ม** >>> หลอดติดแนบข้างกล่อง ไม่ต้องแจกแยก ตัวพลาสติกหุ้มหลอดต้องบางพอที่จะให้ลูกค้าฉีกได้ง่าย แค่ใช้นิ้วกดหลอดลงไป ไม่ต้องดึงพลาสติกออกมา ไม่มีเศษขยะพลาสติกปลิว ตัวหลอดต้องสั้นประหยัดพื้นที่ ดีไซน์เป็น 2 ตอน สามารถดึงออกให้ยาวขึ้นได้ ปลายพลาสติกแหลมพอให้เจาะพลาสติกที่ปิดแก้วได้ง่าย

3.**ลูกค้าดื่ม** >>> รสชาติอร่อย

4.**ลูกค้าจะทิ้งขยะ** >>> ลูกค้าสามารถดันหลอดให้สั้นและทิ้งลงในกล่องได้ ซึ่งคนญี่ปุ่นมักจะฉีกปีกกล่องและพับให้แบนเพื่อที่จะไม่เปลืองพื้นที่ถังขยะ ใต้ฝากล่องก็จะมีข้อความว่า "ขอบคุณนะที่ช่วยพับกล่อง" (ถ้าไม่ฉีกพับกล่อง ก็จะไม่เห็นข้อความตรงนี้ เป็นกิมมิคที่ซ่อนเล็กๆ)

บริษัทญี่ปุ่นไม่ได้เน้นการออกแบบรสชาติหรือผลิตภัณฑ์ก่อน แต่เริ่มจากประสบการณ์ของลูกค้า และมองละเอียดตั้งแต่ก่อนลูกค้าซื้อ จนกระทั่งหลังซื้อ แล้วยังเลยไปถึงตอนโยนทิ้งลงถังขยะ รายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เหล่านี้อาจดูเหมือนเป็นต้นทุนที่สิ้นเปลือง แต่สิ่งเล็กน้อยเหล่านี้เช่นกัน ที่จะทำให้ลูกค้าตื่นเต้นและประทับใจในสินค้า

2. พลังของเรื่องราว

"หาเรื่องราวที่จะ Wow ลูกค้า หากไม่มี...จงสร้างขึ้นมา"

จากพลังความใส่ใจในข้อ 1. ทำให้คนญี่ปุ่นมีเรื่องราวมากมายเกี่ยวกับแบรนด์ ที่พวกเขาภูมิใจจะเล่าให้ลูกค้าฟัง เรื่องราวเหล่านี้ทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ และผูกพันกับตัวสินค้า

กฤตินี พงษ์ธนเลิศ
อาจารย์ด้านการตลาด เจ้าของนามปากกา 'เกตุวดี Marumura' ผู้เขียนหนังสือ "สุโก้ย! Marketing: ทำไมใครๆ ก็ติดใจญี่ปุ่น"

www.Marumura.com

เรื่องราวที่หยิบมาอาจเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.**กรรมวิธีการทำ** ตามเว็บไซต์บริษัท ป้ายคำอธิบายสินค้า หรือป้ายชั้นวางสินค้าในญี่ปุ่น จะมีเรื่องราวความพิถีพิถันเกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิต เช่น ผ้าพันคอผ้าฝ้ายธรรมดาๆ จะดูมีคุณค่า หากมีข้อความ 3-4 บรรทัด ต่อไปนี้

"ผ้าฝ้ายผืนนี้ ผ่านการมัดย้อมเส้นด้ายด้วยสีธรรมชาติ หมักโคลนและต้มสีซ้ำถึง 3 รอบ และถักทอด้วยกี่ไม้โบราณ เพื่อให้ได้สีสันและสัมผัสที่อบอุ่นนุ่มนวลเป็นธรรมชาติมากที่สุด"

2.**ประวัติศาสตร์ ตำนาน ความเป็นมา** นำเสนอเสน่ห์และตำนานอันเก่าแก่ของร้านหรือแบรนด์นั้น เช่น

"ร้าน Bunmeido ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปีเมจิที่ 33 (ค.ศ. 1900) กว่า 1 ศตวรรษกับ 4 ยุคสมัยที่ผ่านมา ทั้งยุคเมจิ ไทโช โชวะ และเฮเซ เป้าหมายที่ร้านเรายึดมั่นและไม่เคยเปลี่ยนแปลง คือ การมุ่งทำขนมที่ทำให้ลูกค้าทุกท่านรู้สึกประทับใจ ทางร้านจึงพยายามคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ปรับปรุงกรรมวิธีการผลิตตลอดจนการให้บริการในร้าน

เอกลักษณ์ของร้านเราทั้ง 6 ประการ ได้แก่ 1. ไข่แดงที่แตกต่าง ...ทางร้านร่วมกับฟาร์มไข่ไก่พัฒนาไข่แดงสูตรพิเศษ เราเลี้ยงไก่ในหุบเขาธรรมชาติด้วยหญ้าปลอดสารพิษและข้าวโพดคุณภาพดี เพื่อให้ไข่แดงมีสีสดสวย และรสชาติเข้มข้น..." (อ้างอิง http://www.bunmeido.ne.jp/policy/)

3.หาจุดเด่นสร้างเรื่องราว หากไม่มีกรรมวิธีหรือตำนานให้เล่า ก็หาจุดเด่นและสร้างวิธีเล่าขึ้นมาเอง เช่น เมืองยูบาริในฮอกไกโด เดิมเป็นเมืองเหมืองแร่ แต่เมื่ออุตสาหกรรมเหมืองแร่ซบเซา คนอพยพย้ายออกไป ผู้อยู่อาศัยน้อย ทางเมืองขาดรายได้ เมืองยูบาริไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยๆ เหมือนโอตารุ หรือมีของทานอร่อยๆ ชื่อดังเหมือนซัปโปโร หรือฮาโกดาเตะ ในท้ายที่สุด ทางเมืองพบว่า ยูบาริเป็นเมืองที่มีอัตราการหย่าร้างต่ำที่สุด ทางเมืองจึงดึงตัวเลขนี้มาสร้างเป็นจุดขายว่า“ยูบาริเมืองแห่งความรัก” และรณรงค์ให้หนุ่มสาวญี่ปุ่นมาจดทะเบียนสมรสกันที่นี่ แคมเปญดังกล่าวประสบความสำเร็จในการดึงนักท่องเที่ยวใหม่ๆ ให้เดินทางมาที่ยูบาริได้อย่างงดงาม

www.TopDownloadbles.com

3. พลังของดีไซน์

“จงให้ความสำคัญกับการดีไซน์”

หนังสือเล่มหนึ่งที่เป็นที่พูดถึงมากในญี่ปุ่น คือ “มนุษย์ตัดสินใจจากรูปลักษณ์ภายนอกกว่า 90%”

คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับดีไซน์และรูปลักษณ์ การจ้างดีไซเนอร์ไม่ใช่ค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลือง แต่เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แม้แต่สินค้าที่ดูธรรมดาๆ อย่างเต้าหู้ แต่เมื่อใส่พลังดีไซน์เข้าไป ก็ทำให้เต้าหู้แบรนด์น้องใหม่จากเกียวโตเป็นที่พูดถึงในตลาดและทำยอดขายได้สูงมาก โดยใช้งบการตลาดเพียงน้อยนิด

“เต้าหู้รูปหล่อ” (Otokomae Tofu) เป็นเต้าหู้คุณภาพดี รสชาติกลมกล่อม สามารถตักทานเปล่าๆ ได้ แต่ราคาสูงกว่าแบรนด์อื่นในตลาดถึง3เท่าหากวางขายด้วยวิธีปกติ แม่บ้านอาจรู้สึกว่า ราคาสูงเกินไป ไม่กล้าลอง บริษัทจึงใช้แพ็คเกจรูปหน้าหนุ่มหล่อพิมพ์บนฝา เพียงเท่านี้ ก็สามารถทำให้แม่บ้านอมยิ้มและเผลอเอื้อมไปหยิบเต้าหู้รูปหล่อลงตะกร้า โดยที่บริษัทไม่จำเป็นต้องตั้งเคาน์เตอร์ให้ชิมเลย

ไม่เพียงแค่บริษัทเอกชนญี่ปุ่นเท่านั้น ที่เห็นความสำคัญของการดีไซน์ พิพิธภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งวัดญี่ปุ่นก็ให้บริษัทดีไซน์ช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์และแพ็คเกจจิ้งภาพด้านบน คือ ยางรัดผมและผ้าเช็ดหน้า ของที่ระลึกจากวัดโคฟุกุจิ จังหวัดนารา ...ขอย้ำอีกครั้งว่า สินค้าทั้ง 2 ชิ้น เป็นของที่ระลึกที่จำหน่ายใน ‘วัด’ ค่ะ

ลายสีแดง-ม่วงอันสวยงามข้างต้น เกิดจากการที่ดีไซเนอร์สะดุดตากับลวดลายผ้านุ่งของพระโพธิสัตว์ชื่อดังของวัด และนำมาสกัดลวดลาย แต่งแต้มสีให้สวยงาม จากลายผ้านุ่งที่ไม่มีใครสนใจ ก็กลายมาเป็นลวดลายบนถุงของฝากและของที่ระลึกอันสวยงามที่จำหน่ายในวัด

4. พลังของการโฟกัส

"จงเลือก"

ร้านอาหารไทยหลายแห่งมักทำเมนูเล่มหนักๆ หนาๆ หากพลิกดู เราจะพบกับ "ส้มตำ ซุปผักโขม พิซซ่า ลาซานญ่า ราดหน้าปลาเต้าซี่ หมี่ฮ่องกง ฯลฯ" วาไรตี้ตั้งแต่ไทย ฝรั่ง กระทั่งจีน คนไทยชอบความหลากหลายและทางร้านก็อยากเอาใจลูกค้า แต่น่าฉงนว่า ร้านอาหารเหล่านี้บริหารจัดการวัตถุดิบให้สดใหม่พร้อมปรุงได้อย่างไร ต้นทุนที่สูญเสียไปจากการกำจัดวัตถุดิบที่ใช้ไม่หมด จะมากเพียงไหน

บริษัทญี่ปุ่นจะโฟกัสกับธุรกิจของตัวเองมาก การโฟกัสหรือการมีแก่นหลักของธุรกิจ จะทำให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายว่าบริษัทนั้นขายอะไร ตัวบริษัทเองก็จะสามารถทุ่มพลังและการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ไปในแนวทางเดียวกันได้ เช่น ร้านขายข้าวหน้าเนื้อ ที่โฟกัสกลุ่มลูกค้ามนุษย์เงินเดือนผู้เร่งรีบ ซึ่งแทนที่ร้านข้าวหน้าเนื้อจะคิดว่า ตนควรจะทำเมนูอะไรใหม่ๆ เขาจะมุ่งคิดว่า จะทำอย่างไรให้ลูกค้าสามารถอิ่มท้องอย่างเอร็ดอร่อยภายในระยะเวลารวดเร็วที่สุด ผลลัพธ์คือ การคิดระบบให้พนักงานสามารถเสิร์ฟข้าวหน้าเนื้อได้ภายใน 2 นาที หลังจากลูกค้าสั่ง เริ่มจากการออกแบบโต๊ะให้เป็นเคาน์เตอร์ เพื่อให้พนักงานสามารถดูแลลูกค้าได้หลายๆ คนพร้อมกัน เก้าอี้ต้องไม่มีพนักพิง เพราะช่วยประหยัดพื้นที่ และเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ารีบกิน รีบไป ไม่ต้องนั่งนาน

ตัวอย่างของพลังโฟกัสอื่น ๆ เช่น

ร้านร้อยเยน ที่ขายแค่สินค้าทุกอย่างในราคา 100 เยน เน้นสินค้านานาชนิด คุณภาพไม่สูงมาก แต่ราคาถูก

ร้านอาหาร "Obon de Gohan" ขายอาหารเป็นเซ็ทเท่านั้น แต่อาหารทุกรายการจะสมดุลทางด้านโภชนาการดีต่อสุขภาพ จุดเด่นคือ อาหารทุกเมนูมีผักเป็นส่วนประกอบอยู่มาก พนักงานจะจัดอาหารเสิร์ฟบนถาดไม้

แบรนด์ MUJI ที่โฟกัสไปที่ความเรียบง่าย แม้สินค้าจะมีตั้งแต่กล่องใส่ไม้จิ้มฟัน อาหาร จนถึงจักรยาน แต่สินค้าทุกตัวมีจุดเด่นที่พอลูกค้าเห็น ก็จะรู้ว่านี่คือ สินค้า MUJI

กล่าวโดยสรุป พลังการโฟกัส ไม่ได้หมายถึงการเน้นแค่สินค้าประเภทเดียว หรือเน้นลูกค้าแค่เฉพาะกลุ่ม แต่เป็นการหาธีมหลัก หรือคุณค่าหลัก (Core Value) ที่จะนำเสนอต่อลูกค้าให้เจอ เมื่อพบแล้ว ก็ฝึกฝนพัฒนาทักษะในการพัฒนาสินค้าและแบรนด์นั้นๆ จนชำนาญ

ขณะที่บริษัทของไทยมีความเชี่ยวชาญในการผลิตตลอดจนวัตถุดิบและสินค้าที่ดีเป็นต้นทุนเดิมอยู่แล้ว หากนำพลังเหล่านี้ไปเสริมสร้างแบรนด์และตัวสินค้า ดิฉันมั่นใจว่า ภายในปีหน้า เราจะได้ยินคนญี่ปุ่นฉงนว่า "ทำไมสินค้าไทยถึงน่าติดใจจังนะ?" กันแน่นอนค่ะ

4 ข้อคิดการเพิ่มประสิทธิภาพ ใน Supply Chain สำหรับ SMEs

ผมมีโอกาสได้ไปนั่งเรียนหลักสูตร Lean Supply Chain by TMB ได้ความรู้ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพใน Supply Chain มาหลายเรื่อง เลยอยากนำมาแชร์ให้ผู้ประกอบการ SMEs ได้ทราบกันครับ

1.การเพิ่มประสิทธิภาพ สำคัญไม่แพ้การเพิ่มยอดขาย

ผู้ประกอบการ SMEs มักจะคิดถึงแต่เรื่องยอดขาย เรื่องการเติบโตของธุรกิจ คอร์สด้านการตลาดจึงได้รับความนิยมอย่างมาก แต่ความจริงแล้วการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ต้องดูทั้งสองด้าน คือ การเพิ่มยอดขาย และการบริหารต้นทุน ซึ่งไม่ได้หมายความว่าต้องทำให้ต้นทุนต่ำสุด แต่ต้องบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

บางธุรกิจมียอดขายดีมาก แต่สุดท้ายแล้วเจ๊งเป็นเพราะบริหารจัดการต้นทุนได้ไม่ดี เช่น สต็อกของไว้มากเกินไป มีของเสียจากกระบวนการผลิตมากเกินไป พนักงานเสียเวลาทำงานกับสิ่งที่ไม่เกิดคุณค่ามากเกินไป เรื่องพวกนี้สำหรับ SMEs อาจดูเหมือนเล็กๆ น้อยๆ ผู้ประกอบการบางคนอาจมองว่าไม่คุ้มที่จะเสียเวลาลงไปปรับปรุง ไว้บริษัทใหญ่โตแล้วค่อยปรับปรุง ถึงจะเห็นเป็นเม็ดเงินมากกว่า แต่ความจริงแล้ว ก็เหมือนกับการทำเศษเงินตกอยู่หลายๆ ที่ พอเอามารวมกัน นับว่าเป็นเงินไม่น้อยเลย

อย่าลืมว่ารายได้ 1 บาทที่เพิ่มขึ้น กับค่าใช้จ่าย 1 บาท ที่ลดลง มีค่าไม่เท่ากัน รายได้ 1 บาท เป็นสิ่งที่ไม่รู้ว่าจะได้แน่หรือเปล่า ได้มาก็โดนหักภาษี 20% เหลือเข้ากระเป๋าแค่ 80 สตางค์ แต่ค่าใช้จ่าย 1 บาท ที่ลดลงได้ มันคือ 1 บาท เต็มๆ ที่เข้ากระเป๋า

อภิศิลป์ ตรุงกานนท์
Co-Founder & CTO Pantip.com
และนายกสมาคมผู้ดูแลเว็บไทย

2.การเพิ่มประสิทธิภาพไม่ใช่เรื่องยากอย่างที่คิด

ผู้ประกอบการ SMEs บางรายอาจคิดว่าการเพิ่มประสิทธิภาพเป็นเรื่องใหญ่โต ต้องใช้ทฤษฎีซับซ้อน แต่ความจริงแล้วมีหลักง่ายๆ คือ ดูว่ากระบวนการต่างๆ ในธุรกิจเรามีอะไรที่ขัดหูขัดตาอยู่หรือเปล่า มีอะไรที่เรารู้สึกว่าไม่ก่อให้เกิดคุณค่าทางธุรกิจหรือเปล่า แล้วลองเข้าไปวิเคราะห์เพื่อหาทางแก้ไขปัญหานั้น

ในทางทฤษฎี จะมีหลักการที่เรียกว่า Lean Six Sigma ซึ่ง Lean คือ การลดความสูญเปล่า ขบวนการทำงานที่ไม่จำเป็นหรือไม่มีคุณค่าในสายตาลูกค้า ออกไปจากกระบวนการทำงานของเรา ซึ่งจะช่วยให้เรามีเวลาในการทำงานที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าได้มากขึ้น ส่วน Six Sigma คือวิธีการในการลดของเสีย (Defect) ที่เกิดจากกระบวนการทำงานต่างๆ ซึ่งเมื่อนำ Lean Six Sigma มารวมกัน ก็จะเป็นเครื่องมือที่ทรงพลัง ที่เราจะนำมาใช้ในการปรับปรุงองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในคอร์สที่ผมไปนั่งเรียน มีการให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มและนำธุรกิจของตัวเองมาวิเคราะห์โดยใช้แผนผังก้างปลา (Cause and Effect Diagram) เพื่อหาสาเหตุของปัญหาในแต่ละด้าน ทั้งวัตถุดิบ วิธีการ เครื่องมือ คนหรือแรงงาน สภาพแวดล้อม และการจัดการ เช่น ธุรกิจปลาแผ่นทอด ที่รับวัตถุดิบเป็นปลาแผ่นตากแห้งมาจากชาวประมง จากนั้นจึงนำมาทอดขาย พบปัญหาว่า ปลาแผ่นที่รับมามีสภาพติดกันเป็นก้อน ต้องนำมาเข้าเครื่องเขย่า แต่เครื่องก็ทำได้แค่แยกให้เป็นก้อนที่เล็กลง แล้วต้องใช้แรงงานคนเพื่อแยกอีกที ส่งผลให้กำลังการผลิตในแต่ละวันไม่สูงมาก เพราะต้องเสียเวลาในการแยกปลาแผ่น

สาเหตุเกิดจากหลายปัจจัย เช่น ชาวประมงตากปลาเพียงวันเดียวทำให้ปลายังมีความชื้นสูง เวลาแพ็คปลาจะแพ็คติดกันเพื่อประหยัดพื้นที่ ถ้าแพ็คมาวันเดียวยังพอแยกได้ง่าย แต่หากเก็บไว้นานกว่านั้นจะเริ่มติดกันแน่น รวมถึงพนักงานแยกปลาแผ่นที่ชอบคุยกัน ในเวลาทำงาน ส่งผลให้แยกปลาได้ช้า

จะเห็นได้ว่าถ้าสามารถหาวิธีแก้ปัญหาปลาแผ่นติดกันได้ เช่น เปลี่ยนวิธีแพ็ค หรือปรับปรุงเครื่องจักรในการแยกปลา หรือลดระยะเวลาในการเก็บวัตถุดิบให้สั้นลง ก็จะช่วยแก้ปัญหาและทำให้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นได้

ซึ่งข้อดีของคอร์สนี้ คือ มีผู้ประกอบการ SMEs ด้านอาหารรายอื่นๆ เรียนอยู่ด้วย และทุกคนสามารถแลกเปลี่ยนวิธีคิด หรือช่วยกันเสนอวิธีแก้ปัญหาให้กับผู้ร่วมชั้นเรียนได้

3.การเพิ่มประสิทธิภาพส่งผลให้กลายเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมได้

บางคนอาจเคยได้ยินกรณีศึกษาของโตโยต้ามาบ้างแล้ว โตโยต้าเคยเป็นบริษัทที่เกือบจะล้มละลายในช่วงสงครามโลก ครั้งที่ 2 เพราะในเวลานั้นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ของโลกมีเพียง 3 รายเท่านั้น คือ ฟอร์ด จีเอ็ม และไคร์สเลอร์ (หลายคนรู้จักในชื่อ Big 3) สถานการณ์ในช่วงนั้น ยอดขายของรถยนต์โตโยต้าในตลาดโลกมีน้อยมาก และแทบไม่มีใครรู้จักบริษัทสัญชาติญี่ปุ่นที่ชื่อโตโยต้าเลย ผู้บริโภคในช่วงนั้นมีความคิดว่าสินค้าที่ผลิตโดยบริษัทญี่ปุ่น เป็นสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ

ถ้าโตโยต้าพยายามผลิตรถยนต์ด้วยกระบวนการแบบเดียวกับ Big 3 โดยเน้นการผลิตด้วยปริมาณครั้งละมากๆ เพื่อให้เกิดการประหยัดเนื่องจากขนาด (Economy of Scale) ซึ่งจะช่วยให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำและสามารถแข่งขันราคากับ Big 3 ได้

แต่ความจริงแล้ว โตโยต้าไม่สามารถทำแบบนั้นได้ เพราะผู้บริโภคไม่ได้มีความต้องการ (Demand) ที่อยากจะซื้อรถยนต์ของโตโยต้ามากขนาดนั้น หรือถ้าหากโตโยต้าใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นคุณภาพ ให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจโดยการผลิตครั้งละน้อยๆ สิ่งที่จะเกิดขึ้นก็คือ ต้นทุนการผลิตที่สูง และไม่สามารถแข่งกับ Big 3 ได้อยู่ดี

เหตุการณ์ในช่วงเวลานั้น เป็นความท้าทายอย่างมากสำหรับโตโยต้าที่จะพลิกสถานการณ์ที่ยากลำบากนี้กลับมา ลองคิดดูว่าถ้าคุณเป็นผู้บริหารของโตโยต้า คุณจะทำอย่างไรกับสถานการณ์นี้?

เป็นความโชคดีที่ผู้บริหารระดับสูงของโตโยต้า ได้มีโอกาสเยี่ยมชมสายการผลิตรถยนต์ของฟอร์ดในอเมริกา และเกิดแรงบันดาลใจในวิธีการเติมเต็มสินค้าบนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต ที่อาศัยหลักการ Just-in-Time คือ **การผลิตสินค้าที่จำเป็น ในจำนวนที่จำเป็น ภายในเวลาที่จำเป็นเท่านั้น** หมายความว่า ลูกค้าต้องการสินค้าอะไร ต้องการจำนวนเท่าไร และต้องการเมื่อไร ก็ตอบสนองความต้องการนั้นให้รวดเร็วที่สุด (Quick Responsiveness)

หลังจากนั้นเพียงไม่นาน ระบบการผลิตแบบโตโยต้า (Toyota Production System – TPS) ก็ถูกพัฒนาและถือกำเนิดขึ้น ส่งผลให้ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตทั้งระบบดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง คุณภาพก็สูงขึ้น ต้นทุนก็ถูกลง เป็นการเปลี่ยนโฉมหน้าจากบริษัทที่แทบไม่มีใครรู้จัก ในช่วงหลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 กลายมาเป็นบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ที่มียอดขายอันดับหนึ่งของโลก ในปี 2007

4.การเพิ่มประสิทธิภาพที่เกิดผลสูงสุด คือ การร่วมมือกันทั้ง Supply Chain

การทำธุรกิจที่ประกอบด้วยบริษัทและคู่ค้าหลายฝ่าย หากทุกคนตั้งต้นที่จะลดต้นทุนของตนเองให้ได้มากที่สุดเพียงฝ่ายเดียว ผลที่ตามมา คือ การผลักภาระต้นทุนไปสู่คู่ค้าของเราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทางรอดของ SMEs จึงต้องร่วมมือกันทั้ง Supply Chain ทำอย่างไรที่จะให้ Win-Win ทั้งหมด ซึ่งข้อดีที่ผมเห็นจาก Lean Supply Chain by TMB คือการมาเจอกันของผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร จำนวน 80 บริษัท บางบริษัทสามารถเป็นคู่ค้ากับอีกบริษัทได้ จึงเกิดเป็น Network ทางด้าน Supply Chain ขึ้นมา เรียกได้ว่าไม่ใช่แค่ Connection ธรรมดา แต่เป็น Connection ที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของ Supply Chain ทั้งระบบ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ประกอบการ SMEs ทุกคน

ถอดโมเดลสิงคโปร์ ปั้น SMEs ไทย ให้ 'Smart'

จากนโยบาย iN2015 วันนี้สิงคโปร์กำลังนำพาประเทศเข้าสู่ 'Smart Nation' ไอเดียสร้างชาติ-คน ที่ SMEs ไทย...ควรได้เรียนรู้

เรื่อง : จีราวัฒน์ คงแก้ว www.bangkokbiznews.com

"เขามองว่า ความสามารถเชิงการแข่งขันของ SMEs นั้น ไม่ใช่แค่เงิน ไม่ใช่แค่การสร้างทักษะ นั่นคือเรื่องที่จำเป็น เป็นพื้นฐานอยู่แล้ว และทุกประเทศทำกันอยู่ แต่ถ้า SMEs จะไปแข่งกับโลกได้ ต้องมีสามตัว คือ IT, Innovation และเรื่องของ Research ต่างๆ"

หนึ่งในถ้อยแถลงของ **ศาสตราภิชาน ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์** ในปาฐกถาพิเศษ 'อนาคตเศรษฐกิจไทยก้าวไกลด้วยพลัง SMEs' บอกเล่าถึง โมเดลพัฒนา SMEs ที่ควบคู่ไปกับการสร้างชาติของประเทศ 'สิงคโปร์' สะกิดต่อมคิด SMEs ไทย

'iN2015' แผนสร้างชาติ 10 ปี

เมื่อเป้าหมายสำคัญ คือ การสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้กับประเทศ เราเลยได้เห็นสิงคโปร์วางหมากไว้ตั้งแต่เมื่อสิบปีก่อน หลัง **ลี เซียนลุง** นายกรัฐมนตรีสิงคโปร์ ได้ออกแคมเปญชื่อ 'iN2015' (Intelligent Nation 2015) พร้อมประกาศว่า จะทำให้สิงคโปร์ เป็นเมืองที่ 'เฉลียวฉลาด' มีข้อมูลมากที่สุดเมืองหนึ่งของโลก โดยใช้ศักยภาพของเทคโนโลยี ไอที และข้อมูล (Information) หรือที่เรียก Infocomm และลงทุนมหาศาล เพื่อสร้างแพลทฟอร์มให้คนสิงคโปร์เชื่อมโยงถึงกันได้ไม่ว่าจะบุคคล สังคม หรือรัฐบาล

ทว่าสิ่งที่รัฐบาลเมอร์ไลออนมองไกลกว่านั้นคือ ไม่เพียงแค่การสร้างความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศเท่านั้น แต่ต้องรวมถึงความสามารถในการแข่งขันระดับองค์กรธุรกิจด้วย เพราะผู้เล่นที่จะลงสนามแข่ง ไม่ใช่ประเทศ แต่คือผู้ประกอบการที่อยู่เบื้องหลังความมั่งคั่งของประเทศ

"ประเทศที่จะมั่งคั่งได้นั้น ต้องมีความคิดใหม่ๆ ที่จะนำไปสู่ธุรกิจใหม่ๆ อุตสาหกรรมใหม่ๆ ที่มีมูลค่าสูง (High Value) ซึ่ง StartUp สำคัญมาก"

ดร.สมคิด ขยายความต่อถึงธุรกิจเกิดใหม่ หรือ StartUp ที่กำลังเป็น ‘ความหวัง’ ในหลายๆ ประเทศ เช่น อิสราเอล ประเทศที่ได้ชื่อว่า มีผู้ประกอบการใหม่ก่อตัวขึ้นมากที่สุดในโลก รวมถึงสิงคโปร์ ผู้ประกอบการเหล่านี้ ล้วนเริ่มต้นจากการมีความคิดที่สร้างสรรค์ และมีนวัตกรรม มีมูลค่าเพิ่มที่สามารถทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้

“ฉะนั้นประเทศที่จะมีอนาคต ไม่ใช่มาจากการที่มีบริษัทขนาดใหญ่กี่บริษัท แต่อยู่ที่ว่า จะมีบริษัทเล็กๆ ที่มีความคิดใหม่ๆ กี่บริษัท นี่เป็นหัวใจ ซึ่งบางทีประเทศไทยอาจมองไม่เห็น แต่สิงคโปร์มองเห็น คนของเขาเลยฉลาด”

เขาบอกว่า นั่นคือเหตุผลที่สิงคโปร์ให้ความสำคัญกับการ ‘สร้างคน’ เอามากๆ อย่างการจัดตั้ง A*STAR (Agency for Science, Technology and Research) ขึ้นมา แล้วจัดสรรเงินเพื่อป้อนไปในเรื่อง ‘คน’ อย่างการให้ทุนการศึกษา ส่งเด็กไปเรียนด้านนี้โดยเฉพาะปีละนับพันคน ***สอง*** ลงในเรื่องงานวิจัยต่างๆ โดยดึงต่างประเทศเข้ามาร่วมมือด้วย เพื่อสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ***สาม*** ด้าน Industry Capital การดึงเอาภาคเอกชนมาร่วมโครงการ และสร้างเป็นอาณาจักรของคลัสเตอร์ให้เกิดขึ้น โดยมีทั้งมหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัย ผู้ประกอบการ นักวิทยาศาสตร์ นักวิจัย ฯลฯ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และให้เอกชนนำไปต่อยอดเป็นธุรกิจ

นี่คือ สิ่งที่พวกเขาเรียก ‘StartUp Nation’

“นวัตกรรมไม่ได้จำกัดแค่ความคิดสร้างสรรค์ แต่มาจากสิ่งซึ่งเทคโนโลยีผลิตขึ้นมา ฉะนั้นจะต่างกันมากที่เรามีความคิดสร้างสรรค์ กับการที่เรามีความ

http://newholidays-besttravel.com/wp-content/uploads/2014/06/singapore-best-travel.jpg

สร้างสรรค์จากเทคโนโลยี เพราะถ้าไม่มีวิทยาศาสตร์ ไม่มีเทคโนโลยี ก็ไม่มีโอกาสที่จะมีมูลค่าเพิ่มสูงๆ ได้" เขาสะท้อนความคิด

ดันสิงคโปร์ สู่ 'Smart Nation'

ขณะที่ประเทศจะเติบโตได้ก็ต้องทำให้ StartUp ที่ปั้นขึ้น ขยับไปสู่คำว่า Scale Up ให้ได้ นั่นคือต้องทำให้บริษัทเล็กๆ เหล่านี้เติบโตขึ้น เขาบอกว่า สิงคโปร์ ตั้งหน่วยงานที่ชื่อ SPRING (The Standards, Productivity and Innovation Board) เพื่อทำหน้าที่หล่อเลี้ยงบรรดา StartUp และทำให้ SMEs มีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้นได้

จากแผนสิบปีของ 'iN2015' วันนี้สิงโตทะเลว่ายสู่เป้าหมายแล้ว โดยสามารถวางแพลทฟอร์มทางด้านเทคโนโลยีและข้อมูลที่แข็งแกร่ง พร้อมสานต่อไปสู่เป้าหมายใหม่ ที่จะทำให้สิงคโปร์เป็น 'Smart Nation' ซึ่งเพิ่งประกาศไปเมื่อเดือนพฤศจิกายน ปีที่ผ่านมา โดยการนำเอาเทคโนโลยี ไอที และสิ่งใหม่ๆ มารวมกัน เพื่อสร้างให้ความทันสมัยของสิงคโปร์ขึ้นแท่นระดับ 'สุดยอด' ของโลก ส่งผลกระทบต่อทั้งคุณภาพชีวิตประชาชน ความเป็นอยู่ในสังคม ตลอดจนตอบโจทย์การเป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด

"เขาใช้ไอที เทคโนโลยี ทำให้เกิดการอยู่ดีกินดีของผู้คน ที่สำคัญยังเอาสิ่งเหล่านี้มาทำให้ SMEs สามารถเชื่อมต่อกับรัฐบาลได้ โดยข้อมูลในเชิงพาณิชย์ การค้า และทุกอย่างที่รัฐบาลมี สามารถเชื่อมโยงถึงได้หมด ลองนึกภาพ SMEs ของเรา ข้อมูลอะไรก็ยังไม่มี เงินไม่มี เทคโนโลยีไม่มี แล้วอีกสิบปี เราจะไปแข่งอะไร"

เขาบอกว่า สิงคโปร์แม้เป็นเกาะที่มีขนาดเล็ก แต่มีการส่งออกมากกว่าไทยเกือบสองเท่า นั่นเพราะเขามุ่งไปที่อุตสาหกรรมซึ่งสามารถเติบโตได้ สร้างผู้ประกอบการที่มีพร้อม สนับสนุนโดยรัฐบาล ที่สำคัญ 'ไม่ยอมหยุด' จึงก่อเกิดเป็น SMEs ที่ชาญฉลาดได้อย่างแท้จริง เพราะ Smart Nation กับ Smart SMEs เป็นของคู่กันอยู่แล้ว

กลับมาดูประเทศไทย เขาบอกว่า เราไม่ได้มีอะไรแตกต่างจากสิงคโปร์ แม้แต่หน่วยงานที่กำกับดูแลก็มีอยู่พร้อม เรียกว่ามี 'องคาพยพ' ที่พร้อม แต่ติดตรงที่ขาดความครบวงจร ความเป็นระบบ และการเชื่อมโยงทุกอย่าง จึงอยู่ในสภาวะ 'ติดขัด' ไปหมด

"เชื่อไหมว่า 15 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจเราโตดีมาก ส่งออกไม่แพ้ใคร เพราะเอกชนเข้มแข็งมาก แต่ ณ วันนี้ การส่งออกเริ่มหนักข้อขึ้น เหนื่อยขึ้น เพราะกว่า 70% เป็นการส่งออกสินค้าซึ่งเริ่มจะไม่สามารถแข่งขันได้แล้ว ถ้าเรายังไม่พยายามคิดหาธุรกิจใหม่ๆ ไอเดียใหม่ๆ สร้าง StartUp ใหม่ๆ ที่มีมูลค่าสูงให้เกิดขึ้น เราก็จะสู้เขาไม่ได้"

จากสารพัดปัจจัยที่ถาโถม ไม่ว่าจะการบริหารจัดการ การเชื่อมโยง และความมุ่งมั่นที่มีในใจ ขยับให้ไทยไกลจากสิงคโปร์ไปเรื่อยๆ ทั้งที่ไม่ใช่ประเทศที่ขาดแคลนที่สุด

http://www.urenio.org/wp-content/iN2015_I.jpg

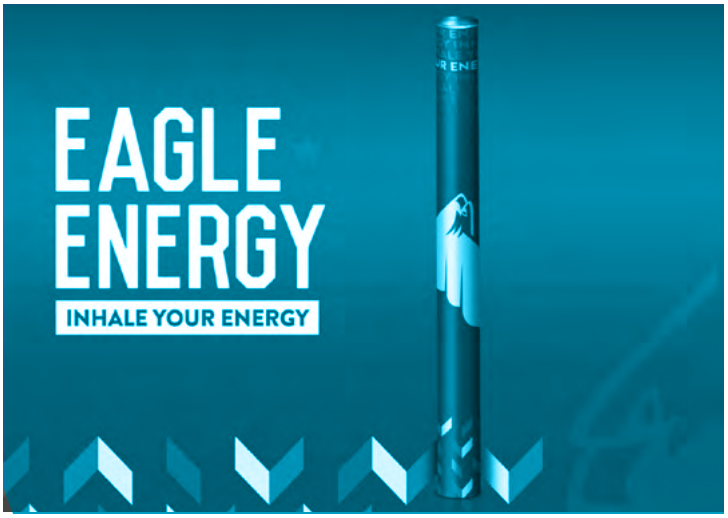
อย่างไรก็ตาม เขาบอกว่า จุดอ่อนที่สำคัญจริงๆ ของ SMEs ไทย ก็คือ ขาดการรวมตัวกัน และเอาแต่ร้องขอ รอฟังข่าวดี

"รู้จักไหมคำว่า อัตตา หิ อัตโน นาโถ (ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน) การที่รอให้คนอื่นช่วย พอเขาไม่ช่วย เรามีสิทธิ์เป็น SMEs ไปตลอดชาติ แต่ถ้าต้องการเป็น Smart SMEs ก็ต้องคิดว่า นโยบายดีๆ มาจากใคร รัฐบาลจะรู้ไหม SMEs ต่างหากที่รู้ว่า อะไรสำคัญ อะไรไม่สำคัญ ซึ่งการรวมตัวกัน ก็เพื่อจัดทำนโยบาย แล้วเสนอให้รัฐบาลออกมาเป็นกฎหมายให้ได้"

"อย่าไปมองว่า รัฐบาลไม่ช่วย แบงก์ไม่ช่วย ถ้าคุณไม่ช่วยตัวเองก่อน เราต้องช่วยกันคนละไม้คนละมือ เปลี่ยน SMEs ไทย ให้เป็น Smart SMEs จริงๆ แล้วคิดให้ครบวงจร ว่าทำอย่างไรจะให้เกิด StartUp จนกระทั่งเติบโตเป็นองค์กรขนาดใหญ่ได้ มองแบบนี้แล้วร่วมมือกันคิดอย่างสิงคโปร์ ซึ่งทั้งหมดอยู่ที่พวกเราทุกคน"

เริ่มต้นจากศึกษาโมเดลสิงคโปร์ แล้วเดินสู่วิถีผู้ประกอบการสุด Smart ด้วยพลังเล็กๆ ของ SMEs ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ยั่งยืน

เรื่อง : นราภิญญ์ สระเกิด



EAGLE ENERGY VAPOR บุหรี่ชูกำลัง

หลายครั้งที่เราง่วง เหงา หาว อยากจะนอน หมดพลัง เพลียแรงจะหลับให้ได้ ก็มักหาสารพัดวิธีการมากระตุ้นให้ตัวเองตื่น บางคนอาจจะล้างหน้าล้างตา อาบน้ำ ออร์เดอร์เครื่องดื่มเข้มๆ สักแก้ว อย่าง กาแฟ หรือเครื่องดื่มชูกำลัง และแน่นอนว่าสำหรับคนสูบบุหรี่ ก็คือการหาที่นั่งปลีกวิเวกชิลๆ ในการปฏิบัติภารกิจ แต่จะดีแค่ไหน ถ้าบุหรี่มวนนั้น ช่วยให้เราหายง่วง แถมยังห่างไกลจากมะเร็งด้วย!

Eagle Energy Vapor หรือ บุหรี่ชูกำลัง คือ นวัตกรรมใหม่จากประเทศแคนาดา เป็นบุหรี่ไฟฟ้าที่มีคุณสมบัติเหมือนเครื่องดื่มชูกำลัง ด้วยส่วนผสมจากธรรมชาติ อาทิ คาเฟอีน ทอรีนและโสม ไม่มีน้ำตาลและแคลอรี ที่สำคัญยังปราศจากสารนิโคติน 100 เปอร์เซนต์ ทำให้ไม่เกิดความเสี่ยงต่อโรคมะเร็ง แถมยังมีกลิ่นหอม เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการพลังงานกระตุ้นอย่างเร่งด่วน เพราะคาเฟอีนในบุหรี่ไฟฟ้านี้จะสามารถซึมเข้าร่างกายได้ดีกว่าวิธีอื่นๆ

สำหรับบุหรี่ 1 มวน ราคา 300 บาท สูบได้ 500 ครั้ง แต่จริงๆ การสูบเพียง 5-10 ครั้ง ก็เพียงพอที่จะทำให้ร่างกายรู้สึกสดชื่นตื่นตัว ทั้งนี้ ห้ามสูบเกินวันละ 1 มวน และไม่เหมาะกับเด็กและสตรีมีครรภ์นะจ๊ะ

OLYMPICS 2020
เปลี่ยนสนามบิน เป็นสนามกีฬา

มหกรรมกีฬาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดแห่งมวลมนุษยชาติ คงหนีไม่พ้นการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก (Olympic Games) ที่กำลังจะจัดขึ้นในปี 2016 ณ กรุงริโอ เด จาเนโร ประเทศบราซิล และครั้งถัดไปในปี 2020 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งต่างก็ได้รับการจับตามองในเรื่องการประชาสัมพันธ์งานว่า จะทำออกมาได้โดนใจแค่ไหน?

แม้จะมีเวลาอีกเหลือเฟือ แต่ประเทศเจ้าแห่งความคิดอย่าง ญี่ปุ่น ก็ไม่รอช้ารีบจับมือกับบริษัทครีเอทีฟชั้นนำอย่าง Party รวมถึงร้านค้าขวัญใจสาวกมินิมอลอย่าง Muji และที่ปรึกษา Nikken แปลงโฉมอาคารเทอร์มินอล 3 ของสนามบินนาริตะให้กลายเป็นสนามกีฬาขนาดย่อม ต้อนรับเทศกาลโอลิมปิกส์ล่วงหน้าถึง 5 ปี

เริ่มจากเปลี่ยนทางเท้าที่สุดแสนจะธรรมดาภายในสนามบิน ให้กลายเป็นลู่วิ่ง โดยกำหนดให้ลู่สีแดงสำหรับผู้โดยสารขาออก และลู่สีน้ำเงินสำหรับผู้โดยสารขาเข้า บนพื้นมีตัวเลขที่ช่วยบอกระยะทาง คล้ายกับการแข่งขันวิ่งมาราธอน เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเดินไปยังจุดสำคัญๆ ภายในสนามบินได้อย่างถูกต้อง ขณะที่เฟอร์นิเจอร์และสัญลักษณ์ต่างๆ ก็ถูกออกแบบให้สอดคล้องกับธีมเกือบทั้งหมด ถือเป็นไอเดียเจ๋งๆ ที่ช่วยเรียกน้ำย่อย และสร้างบรรยากาศก่อนการแข่งขัน ได้อย่างน่าสนใจทีเดียว

PENNY THE PIRATE

ตรวจสายตา ด้วยนิทาน

ในยุคที่เทคโลยีการสื่อสารเข้ามามีบทบาทแทบจะทุกช่วงเวลาของชีวิต ตั้งแต่ตื่นเช้ายันเข้านอน เราทุกคนต่างใช้สายตาหนึ่งคู่ เพ่งมองไปยังหน้าจอเล็กใหญ่มากมาย ทั้งสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ ฯลฯ สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ พฤติกรรมเสพติดหน้าจอเหล่านี้ ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในวัยทำงานแต่ยังรวมถึงลูกๆ ของเราด้วย

มีผลสำรวจพบว่า 1 ใน 6 ของเด็กชาวออสเตรเลีย มีปัญหาทางด้านสายตาจากการใช้งานหนัก แต่ไม่ได้เข้ารับการรักษาทันที จนเกิดปัญหาเรื้อรัง เนื่องจากพ่อแม่ไม่ทราบถึงปัญหานี้

บริษัท OPSM จึงผลิตหนังสือนิทานสำหรับเด็ก ที่มาพร้อมกับอุปกรณ์ตรวจสายตา ชื่อว่า Penny The Pirate สิ่งที่ทำให้หนังสือเล่มนี้เป็นมากกว่านิทานธรรมดาๆ คือ ภาพประกอบในเล่มที่ออกแบบให้มีคุณสมบัติเหมือนกับเครื่องมือตรวจวัดปัญหาสายตา เช่น การทดสอบสายตาสั้น ตาบอดสี และความผิดปกติอื่นๆ ระหว่างที่เด็กอ่านหนังสือ พวกเขาจะถูกทดสอบสายตาโดยไม่รู้ตัว และเมื่ออ่านจบ ผลทดสอบจะถูกนำมาประเมินด้วยอุปกรณ์ที่มาพร้อมกับหนังสือ ซึ่งจะช่วยชี้วัดว่า สายตาของเด็กคนนั้นปกติหรือไม่ หากพบความผิดปกติใดๆ ก็สามารถส่งตัวไปรักษาได้ในทันที

Penny The Pirate มีให้ดาวน์โหลดฟรี ทั้งในระแบบ iOS และ Android เพียงแต่ต้องสั่งอุปกรณ์ทดสอบเพิ่มเติมจาก OPSM นับว่าเป็นอีกหนึ่งไอเดียสร้างสรรค์ ที่ตอบโจทย์ทั้งในแง่ธุรกิจและสังคม

สสว. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

SMEs ที่รัก

"Love is the Heart of Business"
เพราะความรัก คือ หัวใจของธุรกิจ

จอห์น-วิญญู วงศ์สุรวัฒน์
เจ้าของธุรกิจอินเตอร์เน็ตทีวี
SpokeDark.TV

SMEs ที่รัก
รายการธุรกิจดูง่าย สำหรับ SMEs

SMEs ที่รัก

ทุกวันศุกร์
09.55 น.

DJ Poom Menu
ข้าวกล่องเงินล้าน

เขาเคยเป็นที่รู้จักในนามของ **'ดีเจภูมิ' ภูมิใจ ตั้งสง่า** ดีเจวิทยุสุดแนว ผู้โด่งดังในหมู่วัยรุ่น อีกทางหนึ่ง คือ ชายหนุ่มผู้รักการออกกำลังกายจนหล่อล่ำ กล้ามโต

วันนี้ เขาผันความชอบของตนเอง กลายมาเป็นธุรกิจทำเงินอย่างไม่น่าเชื่อ จากการขวนขวายหาอาหารสุขภาพรับประทาน เพื่อให้มัดกล้ามคงอยู่ จนลงมือทำเอง และที่สุดคือพัฒนาจนกลายเป็นอาหารกล่องเดลิเวอรี ที่มาของ 'ข้าวกล่องเงินล้าน' อาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งอาศัยอินสตาแกรมเป็น...ที่ปล่อยของ

เรื่อง : นราภิญญ์ สระเกิด **ภาพ** : ศรัณย์ เสมาทอง

ต้องมีซิกแพค...โจทย์ทางธุรกิจ

ดีเจภูมิเป็นอีกหนึ่งหนุ่ม ที่มีชื่อเสียงในเรื่องของการออกกำลังกาย ด้วยต้องปรากฏตัวในสปอร์ตไลท์อยู่เนืองๆ และหลายครั้งที่ต้องเปลือยมัดกล้าม

"ผมออกกำลังกายมานาน 22 ปีแล้ว แต่เกิดมาไม่เคยมีซิกแพคเลย เข้าใจผิดมาตลอดว่า ถ้าอยากผอมก็ต้องออกกำลังกายให้เยอะขึ้น ซึ่งทุกปีช่วงสงกรานต์จะมีงานที่ต้องถอดเสื้อโชว์ พอเริ่มมกราคม ผมก็จะเข้าฟิตเนส ออกกำลังกายเยอะๆ วิ่ง 5-10 กิโลเมตร ทุกวัน จนกระทั่ง 3-4 ปีที่แล้ว อยากลองจริงจังดูสักปีว่าถ้าทำจนถึงที่สุด ร่างกายเราจะเป็นอย่างไร เลยตัดสินใจ สมัครออนไลน์โค้ชชิ่ง

ทุกวันนี้ เวลาไปเปิดขายที่ไหน ยอดเราถล่มทลาย เพราะอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ไปได้ทุกที่...

"โค้ชชื่อ **โอมาน แดนเจอร่า** เขาให้โปรแกรมการเทรนและการกิน สิ่งที่ได้ คือ ผมรู้ว่าร่างกายควรจะกินอะไรมากน้อยแค่ไหน เขาให้ลิสต์มาเลย โปรตีน คาร์โบไฮเดรต เครื่องปรุง อะไรที่กินได้ อะไรที่กินไม่ได้ กินไป 3 เดือน เห็นอานุภาพจนตกใจ ถ้าคุณกินอาหารที่ดี และมองตัวเองในกระจก จะเห็นการเปลี่ยนแปลงของร่างกายทุกวัน"

ผลที่ตามมาคือ ซิกแพค อย่างต้องการ และสุขภาพที่เขาบอกว่า... "ดีมาก"

ความเบื่อ ที่มาของการเริ่มต้นธุรกิจ

แม้จะได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ แต่การกินอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ไม่วายสร้างความเบื่อหน่าย เนื่องจากเมนูมีจำกัด และรสชาติที่ไม่สู้ถูกปากนัก

"ปัญหา คือ ไม่สามารถกินต่อเนื่องได้ทุกวัน น่าเบื่อมาก มีแต่อกไก่แห้งๆ บรอกโคลีต้ม มันต้ม ปรุงรสชาติได้ไม่เยอะ ก็เลยมาปวดหัวกับแม่ครัว บอกเขาว่าไม่ต้องย่างไก่ให้กินแล้ว กินไม่ไหว ลองเอาไปทำอย่างอื่นได้ไหม ลองปรุงดูไหม แล้วไก่ต้มกับไก่ย่างเอามาทำอะไรได้บ้าง จากไก่ย่างก็เอามาสับๆๆ แล้วต้ม ลองปรุงรสก็อร่อยดี เอาแบบไก่แห้งมาทำยำก็อร่อยดี หรือเอามาผัดไม่ใส่น้ำมัน ใส่น้ำซุปแทน ก็กินได้แทบไม่แตกต่างจากผัดกะเพราทั่วไป ผมเลยกินแบบนั้นมาตลอด"

ก่อนหน้านั้น เขาเคยมีงานทางอินสตาแกรม ด้วยการรับโพสต์ 1 ภาพ ต่อค่าจ้าง 6-7 หมื่นบาท เขาเลยคิดว่าถ้ามีค่าจ้างขนาดนั้น ผู้ขายย่อมมีกำไรงาม เขาจึงเริ่มทำการตลาดออนไลน์ กับสิ่งที่ตนเองถนัดในอินสตาแกรมชื่อ Teamdjpoom ทำฟรีเวิร์คช็อปให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ให้คำปรึกษากับน้องๆ แฟนคลับ ที่เขาว่าน่าจะเป็นโซเชียลเน็ตเวิร์กการออกกำลังกาย ที่ใหญ่สุดในประเทศไทย

"ผมรู้สึกว่า ตัวเองเชื่อเรื่อง Clean Food ที่สุดแล้ว แต่มันยาก เพราะต้องทำเองทุกวัน คือ ต้องซื้อเอง ผัดเอง ทำเองหมดเลย แต่เมื่อผมเชื่อ ก็ควรเริ่มจากตรงนั้น วันแรกผมลงรูปเขียนว่า ขอลองทำธุรกิจออนไลน์ดู ตอนนี้อยากทำ meal prep (การเตรียมอาหารใส่กล่องไว้

ล่วงหน้าแบบฝรั่ง) ทำอาทิตย์ละ 1 ครั้ง กินได้ทั้งอาทิตย์ ใครสนใจบอกนะ ผมขายอาหาร 10 มื้อ 1,000 บาท ปรากฏว่าฟีดแบ็คดีมาก มีคนเข้ามาถามจนต้องตอบไลน์ถึงตีสองตีสาม วันรุ่งขึ้นก็ต้องตอบไลน์อีกจนบ่าย จนไม่รับออเดอร์แล้ว เกรงซื้อของไม่ทัน ผมก็ขับรถไปกับแม่บ้านไปซื้อของ ซื้อไก่ ซื้อกล่อง"

ธุรกิจไปได้สวย แต่ต้องปิดกิจการ

ทุกอย่างดูเหมือนจะไปได้สวย แต่ดีเจภูมิจำต้องถอดใจ

"ผมช่วยกันนั่งสับไก่ถึงเช้า ตื่นมา อ้าว ลูกค้ามาแล้ว ต้องนั่งผัดนั่งทำกัน เหนื่อยมาก ปัญหาเยอะมาก จนในที่สุดขายเสร็จ น็อกเลย ตื่นมาวันรุ่งขึ้น ร้อนในขึ้นเต็มปาก ก็เลยโพสต์ขอบคุณทุกคนสำหรับโอกาส แต่ผมไม่ไหวแล้ว ถ้าทำอะไรไม่ดีก็ขอโทษด้วย เงินที่ได้มาขอบริจาคทั้งหมด แล้วก็ปิดกิจการเลย คือ เราแค่อยากได้ความรู้ อยากได้ประสบการณ์ ซึ่งก็รู้แล้วว่าต้องทำอย่างไร เหนื่อยอย่างไร ยากลำบากอย่างไร"

แต่แล้ว ในที่สุดทุกอย่างก็เริ่มขึ้นใหม่

DJ Poom Menu
โทร. 09 9126 0722
www.djpoommenu.com
Email: djpoommenu@gmail.com
Facebook / Instagram: DJ Poom Menu

"วันหนึ่งไปกินข้าวกับที่บ้าน น้องชายถามว่าพี่ภูมิทำอะไรอยู่ เราก็บอกว่าลองทำอาหารขายดู สนุกดี แต่ทำไม่ทัน ออเดอร์เข้ามา 65 ออเดอร์ ทำได้แค่ 35 ออเดอร์ ที่เหลือต้องโอนเงินคืนไป น้องชายคำนวณดูบอกว่า ออเดอร์ละ 1,000 บาท วันแรกก็ได้แล้ว 35,000 บาท ถ้าทำได้ตามออเดอร์ก็ 65,000 เดือนละร่วม 2 ล้าน พอเราได้ยิน ก็เออเป็นกอบเป็นกำดี ถ้าเราหาทีมที่ดีได้ เราก็ไม่ต้องเหนื่อยเหมือนครั้งนั้น เรารู้ระบบแล้ว รู้ว่าเราผิดพลาดอะไร ทำไมไม่ลองปรับแก้ เปลี่ยนสิ่งที่เราผิดพลาด หาทีมมาช่วย น้องก็เลยถามว่า เรามาทำด้วยกันไหม เขาทำ Operation ส่วนผมทำการตลาด ทำ Branding คำนวณอาหาร ดูเรื่องเมนูทั้งหมดเอง นั่นคือ จุดเริ่มต้นของเรา"

ยอดขายถล่มทลาย กลายเป็น 10 สาขา

หลังจากสองพี่น้องเริ่มทำจริงจัง ระยะแรก ลูกค้าต้องไปรับของเอง จากนั้นเพื่ออำนวยความสะดวกและขยายตลาดให้กว้างขึ้น จึงกลายเป็นเดลิเวอรีส่งถึงบ้าน เริ่มตั้งแต่ใช้วินมอเตอร์ไซค์รับจ้างบ้าง แท็กซี่บ้าง ปัจจุบันเขามีทั้งหมด 10 สาขา ด้วยยอดขายที่สูงมาก ไม่เป็นสองรองใคร ดูได้จากปริมาณไก่สดที่นำมาเป็นวัตถุดิบ เขาใช้ถึงสัปดาห์ละ 2 ตัน

"ทุกวันนี้ เวลาไปเปิดขายที่ไหน ยอดเราถล่มทลาย ไม่ว่าจะไปออฟฟิศ ฟิตเนส มหาวิทยาลัย คอนโดฯ หมู่บ้าน โรงพยาบาล เราไปได้ทุกที่ เพราะสุดท้าย อาหารที่ดีต่อสุขภาพ ไปได้ทุกที่ ทุกเพศ ทุกวัยจริงๆ"

จากเริ่มทำในสิ่งที่ชอบ จนเห็นโอกาสในการทำเงิน ดีเจภูมิสามารถฝากถึงผู้ที่อยากเป็นผู้ประกอบการได้เต็มปากเต็มคำ

"โอกาสมีทุกที่ ขอแค่พยายามมองให้ออก ลองมองหาว่า มีโอกาสตรงไหนบ้าง"

เรื่อง : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

สสว. จับมือ ศูนย์ดำรงธรรม

นำร่องความร่วมมือตามนโยบายรัฐบาล

สสว. เดินหน้าส่งเสริม SMEs สนองตอบนโยบายรัฐบาลด้วยบทบาทเป็นหน่วยงานเชิงยุทธศาสตร์ ประสานและบูรณาการภาครัฐ-เอกชน ขับเคลื่อนการส่งเสริม SMEs นำร่องด้วยงบบูรณาการงานส่งเสริม SMEs ของประเทศ ประจำปี 2559 พร้อมประสานความร่วมมือหน่วยงานต่างๆ เพื่อบูรณาการการให้บริการต่างๆ ของภาครัฐ เข้าถึงผู้ประกอบการทุกภาคส่วน ล่าสุดจับมือศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย เปิดจุดบริการความรู้และรับขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ เพื่อประสานส่งต่อความต้องการของ SMEs ไปยังหน่วยงานให้บริการ

ภายหลังคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) ซึ่งมี **พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา** นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ เป็นประธานฯ ได้มอบนโยบายให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มุ่งเน้นการทำงานในเชิงยุทธศาสตร์ และให้เน้นการประสานและบูรณาการความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐ เอกชน รวมถึงเครือข่ายผู้สนับสนุนและให้บริการในการขับเคลื่อนการส่งเสริม SMEs ของประเทศ การดำเนินงานของ สสว. จึงมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs ด้วยการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่มีภารกิจในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs โดยมีงานนำร่องภายหลังปรับโครงสร้างใหม่ คือ ความร่วมมือกับศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย เปิดจุดให้บริการความรู้และรับขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ

ไมตรี อินทุสุต รองปลัดกระทรวงมหาดไทย เปิดเผยว่า จากนโยบายของนายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ต้องการให้ผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศได้ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs และเข้าถึงบริการต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ กระทรวงมหาดไทย โดยศูนย์ดำรงธรรม จึงได้ร่วมกับ สสว. ในการให้บริการข้อมูลและรับขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ พร้อมทั้งเชื่อมโยงเว็บไซต์ของ 2 หน่วยงานในการเชื่อมต่อข้อมูล ความรู้ รวมถึงงานบริการด้านต่างๆ ไปสู่ผู้ประกอบการ SMEs เนื่องจากศูนย์ดำรงธรรม มีจุดให้บริการรับเรื่องราวของประชาชนในทุกจังหวัดทั่วประเทศอยู่แล้ว การเพิ่มจุดให้บริการผู้ประกอบการ SMEs จึงเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการรักษาการแทนผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เปิดเผยว่า ความร่วมมือระหว่าง สสว. และศูนย์ดำรงธรรม กระทรวงมหาดไทย ในครั้งนี้จะช่วยให้ สสว. มีจุดรับเรื่องราว รวมถึงการรับขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็นหน้าด่านสำคัญที่ทำให้ สสว. รับรู้ตัวตนของผู้ประกอบการ SMEs รับรู้ความต้องการรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ นำมาใช้ในการจัดกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ตามประเภทธุรกิจและวงจรธุรกิจ เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ นโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs ได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ที่สำคัญยังเป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารรวมถึงบริการต่างๆ ที่ภาครัฐมี ไปสู่ผู้ประกอบการ SMEs อีกด้วย

ทั้งนี้ ภายหลังที่ สสว. ได้ปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการฯ เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา การดำเนินงานของ สสว. จะมุ่งเน้นบูรณาการความร่วมมือกับกระทรวง

สสว. ผนึกกำลัง 9 หน่วยงานรัฐ
สร้างเครือข่าย SME ทั่วประเทศ

สสว. ผนึกกำลัง 9 หน่วยงาน ขับเคลื่อนการพัฒนาเครือข่ายเอสเอ็มอีใน 18 กลุ่มจังหวัด ตั้งเป้าสร้าง 54 เครือข่ายทั่วประเทศเข้มแข็ง เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันสู่ผู้ประกอบการไม่น้อยกว่า 10,000 ราย หวังผลักดันเครือข่ายธุรกิจ SMEs เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ เพื่อต่อยอดสู่ระดับประเทศ

วิมลกานต์ โกสุมาศ รองผู้อำนวยการ รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เปิดเผยว่า โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน 18 กลุ่มจังหวัด ได้รับการบรรจุไว้ในแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระยะเร่งด่วนปี 2558 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4 (Power) คือการเชื่อมโยงเครือข่ายภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมและพัฒนา SMEs ซึ่งโครงการดังกล่าว สสว. ได้บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภายใต้สังกัดกระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวม 9 หน่วยงาน ประกอบด้วย สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการข้าว กรมหม่อนไหม กรมประมง กรมปศุสัตว์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

"ปัจจุบันการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจ หรือ Cluster ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขัน เนื่องจากการรวมกลุ่มก่อให้เกิดโอกาสในการสร้างความรู้จัก การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพัฒนากิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรม และผู้เกี่ยวข้องทั้งในและนอกพื้นที่

และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่มีภารกิจในการส่งเสริม SMEs รวมถึงองค์กรภาคเอกชน เพื่อให้กลไกการส่งเสริม SMEs มีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่เกิดการซ้ำซ้อนในการทำงาน

สำหรับการดำเนินงานของ สสว. ในปี 2558 นี้ จะดำเนินงานภายใต้ 4 ยุทธศาสตร์สำคัญ คือ 1.บูรณาการการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อส่งเสริม SMEs ให้มีประสิทธิภาพ 2.ส่งเสริมและพัฒนา SMEs โดยมุ่งเน้นการพัฒนาตามวงจรธุรกิจ 3.สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการของ SMEs และ 4.เชื่อมโยงเครือข่ายภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ

โดยงานที่ประสบความสำเร็จเป็นรูปธรรมสะท้อนการเป็นหน่วยงานเชิงนโยบายที่ชี้นำการส่งเสริม SMEs ของประเทศ คือ การจัดทำงบประมาณแบบบูรณาการงานส่งเสริม SMEs ของประเทศ ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากนายกรัฐมนตรีเรียบร้อยแล้ว และแผนงานดังกล่าวจะเป็นคู่มือให้สำนักงบประมาณใช้เป็นเป้าหมายหลักในการพิจารณาจัดสรรงบประมาณให้กับหน่วยงานกระทรวง และส่วนราชการต่างๆ ที่เสนอของบประมาณเกี่ยวกับการส่งเสริม SMEs ในปี 2559 ซึ่งงบประมาณแบบบูรณาการดังกล่าว มี **ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล** รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ เป็นประธานคณะกรรมการพิจารณาการจัดทำงบประมาณฯ โดยมีหน่วยงานในระดับกระทรวงและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ร่วมเป็นคณะทำงาน

ในส่วน สสว. เป็นหน่วยงานหลักในการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดเป้าหมายการส่งเสริม SMEs และร่วมพิจารณากลั่นกรองแผนงานส่งเสริม SMEs ที่ครอบคลุมทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า ภาคบริการ และภาคเกษตรแปรรูป และในทุกวงจรของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะทำให้เห็นถึงการส่งเสริม SMEs ของประเทศอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องของแผนงาน งบประมาณ และผลการส่งเสริม

ซึ่งจะสามารถต่อยอดเป็นสังคมหรือเครือข่ายที่มีพลังอำนาจในการต่อรอง และผลักดันให้ภาคธุรกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งการดำเนินงานในครั้งนี้นับเป็นการเริ่มต้นของการบูรณาการงานส่งเสริม SMEs อย่างเป็นรูปธรรม โดย สสว. ทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นหน่วยร่วมดำเนินการ" วิมลกานต์ กล่าว

ทั้งนี้ โครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน 18 กลุ่มจังหวัด ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉพาะกิจ) ในการประชุม ครั้งที่ 1/2558 เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558 วงเงินงบประมาณ 309 ล้านบาท โดยคัดเลือกกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการ SMEs ที่มีศักยภาพทั่วประเทศ ทั้งในภาคการเกษตรแปรรูป ภาคอุตสาหกรรม ภาคการค้า และภาคบริการ รวมจำนวน 54 เครือข่าย เข้าสู่กระบวนการพัฒนา

โดยหน่วยร่วมดำเนินการแต่ละแห่ง จะทำหน้าที่เป็นเสมือนพี่เลี้ยงดูแลกลุ่ม Cluster ในแต่ละพื้นที่ตามความเชี่ยวชาญ ได้แก่ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย 18 เครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 17 เครือข่าย กรมส่งเสริมการเกษตร 6 เครือข่าย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 7 เครือข่าย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2 เครือข่าย กรมประมง กรมปศุสัตว์ กรมหม่อนไหม และกรมการข้าว หน่วยงานละ 1 เครือข่าย

ตัวอย่างเช่น กรมหม่อนไหม จะดูแลกลุ่มอุตสาหกรรมไหมไทย ในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางและตอนล่าง 1 เพื่อพัฒนาศักยภาพและเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตไหมไทยแบบครบวงจร เป็นต้น

สำหรับแนวทางในการพัฒนากลุ่ม Cluster แบ่งเป็น 2 กิจกรรมหลัก คือ 1.การพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งเครือข่าย โดยจัดทำแผนพัฒนาเพื่อเป็นยุทธศาสตร์สนับสนุนกลุ่มเครือข่าย และขับเคลื่อนผ่านกิจกรรมเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งเครือข่าย อาทิ การสร้างระบบการบริหารงานเครือข่ายและการบริหารสมาชิก การแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดประสบการณ์ องค์ความรู้ การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายในลักษณะ Supply Chain เป็นต้น

2.กิจกรรมพัฒนาศักยภาพเชิงธุรกิจของเครือข่าย อาทิ การพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และงานวิจัยมาประยุกต์เพื่อใช้เพิ่มมูลค่า การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเชิงรุก หรือการสร้างนวัตกรรมทางการตลาด โดยเฉพาะกับกลุ่มเครือข่ายที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการตอบโจทย์ของตลาด เพื่อเปิดโอกาสทางการตลาดให้กับกลุ่มเครือข่าย เป็นต้น

"การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือกันในรูปแบบ Cluster จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจที่จะผลักดันให้การดำเนินการต่างๆ เป็นไปตามแนวทางที่กำหนด นำไปสู่การสร้างความร่วมมือเพื่อเสริมสร้างจุดเด่น และแก้ไขจุดอ่อนของตนเองให้เข้มแข็งมากขึ้น ขณะเดียวกันต้องคงความจำเป็นในการแข่งขันทางธุรกิจด้วย ซึ่งเมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งแล้ว คลัสเตอร์ที่มีศักยภาพจะมีความเป็นพลวัต (Dynamic) และอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยตัวเอง (Sustainable) ในที่สุด" วิมลกานต์ กล่าว

อย่างไรก็ดี สสว. เชื่อมั่นว่า การดำเนินโครงการสนับสนุนเครือข่าย SME ใน 18 กลุ่มจังหวัดนี้ จะช่วยพัฒนาศักยภาพเครือข่าย SMEs เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ และก่อให้เกิดการเชื่อมโยงธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในลักษณะเครือข่าย และเชื่อว่าผู้ประกอบการ SMEs ในเครือข่าย ที่เข้าร่วมโครงการ จะได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันไม่น้อยกว่า 10,000 ราย มีโอกาสทางการตลาด รวมถึงมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 1,000 ราย และสามารถลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจได้ไม่น้อยกว่า 150 ล้านบาท

สสว. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Front Service สสว.

มีกิจกรรมหลากหลายไว้บริการผู้ประกอบการ SMEs

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

ทุกหัวข้อกิจกรรมรับผู้ประกอบการจำนวนจำกัด ผู้สนใจสามารถเข้าไปดูรายละเอียดปฏิทินกิจกรรม การให้บริการ รายละเอียดหัวข้ออบรมกิจกรรมได้ที่www.sme.go.th

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

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 21 อาคารทีเอสทีทาวเวอร์ ชั้น G,17,18,23 ถนนวิทาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 โทร 02 278 8800 โทรสาร 02 273 8850 www.sme.go.th Call Center 1301

ย้อนอดีต เสพประวัติศาสตร์ ที่...
กาญจนบุรี

ถ้าเปรียบว่า 'ชีวิต คือ การเดินทาง' การเดินทางในครั้งนี้ ดูจะมีคุณค่ามากกว่าครั้งไหนๆ ไม่บ่อยนักที่คนกรุงอย่างเราจะปฏิเสธภูเขา และทะเล เพื่อมุ่งหน้าสู่ดินแดนประวัติศาสตร์อย่าง 'กาญจนบุรี' แม้เราจะเกิดไม่ทันได้เห็นสงคราม แต่อย่างน้อยผู้คนที่นี่ก็น่าจะบอกได้ว่าในอดีตเราเคยผ่านอะไรมาบ้าง และโชคดีแค่ไหนที่ประเทศเรายังมี 'ประวัติศาสตร์' ให้ได้จดจำ...

เรื่อง/ภาพ : นราภิญญ์ สระเกิด

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของที่นี่ คงหนีไม่พ้นสะพานข้ามแม่น้ำแคว หนึ่งในสัญลักษณ์ของสงครามโลก ครั้งที่ 2 ซึ่งยังคงอยู่ในความทรงจำของใครหลายคน...ทุกเย็นจะมีนักท่องเที่ยว ทั้งไทย จีน ฝรั่ง มารอคอยเวลาที่จะได้ยินเสียง "ปู๊น ปู๊น" ของหัวขบวนรถจักรบนเส้นทางรถไฟสายมรณะสายนี้

ห่างจากสะพานข้ามแม่น้ำแควเพียง 100 เมตร มีพิพิธภัณฑ์ที่น่าสนใจชื่อว่า **หอศิลป์และพิพิธภัณฑ์สงคราม** ภายในมีการจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับสงครามโลกครั้งที่ 2 ไว้อย่างละเอียด โดยเฉพาะข้าวของเครื่องใช้จริง ที่หลงเหลือมาจากค่ายกักกันเชลยศึกขณะก่อสร้างสะพานข้ามแม่น้ำแคว ทั้งมอเตอร์ไซค์ รถยนต์ เครื่องดนตรี รวมถึงภาพถ่ายบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ นอกจากนั้น ยังมีการจัดแสดงนิทรรศการในหัวข้ออื่นๆ เช่น สงครามไทย-พม่า สมุนไพรไทย ฯลฯ เรียกได้ว่า เกินคุ้มเมื่อเทียบกับค่าแรกเข้าเพียง 40 บาทเท่านั้น

หลังเติมความรู้จนอิ่มสมอง ตกเย็นเราขี่มอเตอร์ไซค์จากทางรถไฟไปจอดที่ท่าเรือซุกโดน แล้วนั่งเรือต่อไปยังที่พักบนเกาะเกษม เกาะเล็กๆ ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางแม่น้ำแม่กลอง และเนื่องจากทั้งเกาะมีที่พักเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ที่นี่จึงค่อนข้างเป็นส่วนตัว หลายคนนิยมมาแฮงเอาท์ตกปลา ตกกุ้งบนแพ หรือใช้เวลาช่วงวันหยุดอยู่กับครอบครัว ถือเป็นอีกหนึ่งความประทับใจในทริปนี้

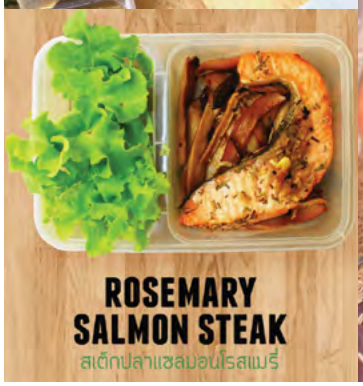
รุ่งเช้าเราได้แวะไปเยี่ยมชม **พิพิธภัณฑ์ทางรถไฟไทย-พม่า** ซึ่งเจาะลึกเรื่องราวการสร้างทางรถไฟ ในสมัยสงครามโลก ครั้งที่ 2 ทั้งการออกแบบ การก่อสร้าง รวมถึงชีวิตความเป็นอยู่ของเชลยศึก ที่ถูกเกณฑ์มาเป็นแรงงานทาสในการสร้างทางรถไฟความยาวกว่า 415 กิโลเมตรสายนี้ จากแผ่นดิน...ข้ามแม่น้ำ...ผ่านภูเขา...เข้าป่าทึบ กลับต้องแลกมาด้วยชีวิตของผู้คนนับหมื่นนับพันที่ต่างล้มตายดั่งใบไม้ร่วง ทั้งจากโรคร้ายและการถูกทารุณ ถึงกับมีคำกล่าวที่น่าสลดใจว่า *“1 ศพ ต่อ 1 ไม้หมอน ที่รองรางรถไฟ”*

ไม่น่าเชื่อว่า การเดินชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เพียงช่วงเวลาสั้นๆ จะทำให้เรารู้สึกหดหู่มาก จนไม่อยากหวนกลับไปยังเส้นทางรถไฟสายมรณะแห่งนั้นอีกเลย นั่นคงเพราะเบื้องหลังสิ่งก่อสร้างอันงดงามที่เราเห็น ไม่ได้มีแค่เหล็ก ไม้ โลหะ แต่ยังมีเลือดเนื้อและชีวิตของผู้บริสุทธิ์อีกเป็นจำนวนมาก

สำหรับจุดหมายปลายทางสุดท้ายในทริปนี้ คือ **สุสานทหารสัมพันธมิตร** สถานที่แห่งความทรงจำทางประวัติศาสตร์ ซึ่งได้บรรจุกระดูกเหล่าทหารจากกลุ่มประเทศสัมพันธมิตร ที่เสียชีวิตระหว่างการสร้างทางรถไฟ จำนวน 6,982 หลุม โดยทุกหลุมมีระบุชื่อ อายุ และประเทศบ้านเกิดที่ทหารแต่ละคนจากมา เราบังเอิญไปสะดุดตากับข้อความเล็กๆ ข้อความหนึ่งบนไม้กางเขน ข้อความที่เล็กแต่ทรงพลัง *“Thank you for saving our Country”*

ขอบคุณนะที่ช่วยปกป้องประเทศ และประวัติศาสตร์ของเรา

เรื่อง : บัลลังก์ อ่ำบุญ



Happy Day Diet

ถ้าเคยคิดว่า อาหารกล่องไม่สามารถควบคุมน้ำหนักได้ Fox Box อาจทำให้ต้องคิดใหม่

นี่คืออาหารกล่องที่ผ่านการปรุงอย่างพิถีพิถัน ปราศจากน้ำมัน จัดวางองค์ประกอบลงบรรจุภัณฑ์หน้าตาน่ารับประทาน พร้อมส่ง

Fox Box เป็นอาหารเพื่อสุขภาพแบบเดลิเวอรี สำหรับหนุ่มสาวออฟฟิศ ที่ต้องการควบคุมอาหารหรือลดน้ำหนัก และกลุ่มคนรักสุขภาพที่มีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตแบบเร่งรีบ

เมนูต่างๆ มีกว่า 40 เมนู ทั้งคาว หวาน ไม่ว่าจะเป็นเมนูที่คุ้นเคยอย่าง ข้าวมันไก่ ข้าวกะเพราไก่น้ำผัดไทยกุ้งสด หรือแม้กระทั่งอาหารต่างชาติ เช่น ข้าวบลูโกกิไก่เกาหลี เบอร์เกอร์ปลา ฯลฯ ซึ่งผู้ผลิตมุ่งให้เป็นการควบคุมโภชนาการ ที่พอดีต่อร่างกาย เพื่อลดความกังวลต่อปริมาณสารอาหารที่จะได้รับ

สำหรับวิธีการสั่ง... สามารถสั่งทีละเมนู หรือสั่งเป็นคอร์ส ซึ่งมีให้เลือกถึง 3 แบบ ได้แก่ Super Slim Box, Everyday Box และ Extra Protein Box นอกจากนั้น Fox Box Bootcamp ยังมีคอร์สออกกำลังกายและควบคุมอาหาร โดยมีเทรนเนอร์ดูแลอย่างใกล้ชิด ไว้เป็นทัพเสริมอีกต่างหาก

หากรักจะหันมาดูแลสุขภาพ แต่ยังกังวลกับภาระที่เร่งรีบในแต่ละวัน ลองเริ่มจากการกินอาหารที่มีประโยชน์ สามารถรับประทานได้ทุกวัน นอกจากทำให้รูปร่างดีแล้ว ยังช่วยในเรื่องปรับสมดุลของร่างกาย ให้ห่างไกลโรคอีกด้วย

Contact
Fox Box
โทร. 09 4559 0566
Line: foxboxdiet
Email: foxboxdiet@gmail.com

Salmon Box

แซลมอนซาชิมิชิ้นโตๆ เนื้อหนานุ่ม ข้าวหน้าปลาไหล ข้าวหน้าเอ็นกาวะแสนอร่อย ยำสาหร่าย และอีกหลายเมนู เหล่านี้ไม่ใช่แค่ภาพ แต่กำลังถูกส่งถึงมือผู้รับประทานด้วยบริการเดลิเวอรีทั่วประเทศ Salmon Box ใช้วัตถุดิบเกรดพรีเมียมจากนอร์เวย์ เคียงคู่ซอสโชยุสูตรเฉพาะ ซึ่งเคี่ยวจนหอม หวาน กลมกล่อม ที่กล่าวขานกันว่า... ไม่มีใครเหมือน

Contact

SalmonBox
โทร. 08 0945 9145
Facebook / Instagram / Line: SalmonBox

เรื่อง : บัลลังก์ อ่ำบุญ

Glitz Party BKK

สำหรับผู้เป็นพ่อแม่ คงไม่มีอะไรที่จะมีความสุขมากกว่าภาพเจ้าตัวน้อยตาโตกับของขวัญที่ได้รับ

วันนี้ เด็กๆ มีปาร์ตี้ของตัวเองได้จาก Glitz Party BKK ธุรกิจจัดปาร์ตี้สำหรับเด็ก ที่จำลองความฝันของคุณหนูๆ ให้เกิดขึ้นจริงในวันสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นวันเกิด ปิดภาค หรือแม้แต่วันที่อยากฉลองความสุขร่วมกัน

แพรว-ภัคพร อำนาจเถลิงศักดิ์ หนึ่งในหุ้นส่วน Glitz Party BKK อาศัยความเป็นคนรักเด็ก ผนวกกับความฝันแต่วัยเยาว์ นำเสนอปาร์ตี้ที่โลดแล่นไปกับวัยใส ด้วยธีมงานจำลองจากตัวการ์ตูน Disney เทพนิยายหรือ ตามใจเจ้าตัวน้อยในทุกรายละเอียด รวมทั้งสีสันของงาน คัพเค้ก ฯลฯ เพื่อช่วยส่งต่อความรู้สึกดีๆ เหล่านี้ ให้เป็นความทรงจำแสนพิเศษแก่เจ้าตัวน้อยต่อไป

ผู้สนใจสามารถเลือกบริการได้ตามความต้องการผ่าน Facebook Fan Page ‘Glitz Party BKK’ และคลิกที่ Contact Us ซึ่งจะลิงค์ไปยังแบบสอบถามความต้องการให้แปรเปลี่ยนเป็นความสุขและรอยยิ้มร่วมกัน

Contact

GlitzPartyBKK
โทร. 08 6393 4472
Facebook / Instagram / Line: GlitzPartyBKK
Email: info.glitzparty@gmail.com

Hua Yai

'**หัวใหญ่**' เป็นสื่อของ "คนกลุ่มเล็กๆ...ที่คิดใหญ่"
เราคิดเยอะ คิดถี่ถ้วน เพื่อส่งมอบชิ้นงานที่ดีสุดถึงมือคุณ

เราทำตั้งแต่ รายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือเล่ม หนังสือครบรอบ รายงานประจำปี
โฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อออนไลน์ Mobile Application Content Provider อีเว้นท์ ฯลฯ

ตามใจกันทุกอย่าง ได้ดังใจกันทุกราย

Hua Yai Co.,Ltd.
22/17 Soi Ladprao 23 Chankasem, Chatuchak, Bangkok 10900

22/17 ลาดพร้าว 23 แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

Tel : 0 2938 2993, Fax : 0 2938 2994

เอสซีจี โฮมโซลูชั่น

ร่มเกล้า โทร 02-360-9444

www.sangtonghomemart.com

SCG HOME SOLUTION

เริ่มที่นี่...สบายครบทุกเรื่องสร้างบ้าน

*ทั้งนี้เป็นไปตามเงื่อนไขของแต่ละบริการ

เอสซีจี โฮมโซลูชั่น ร่มเกล้า

ถ.ร่มเกล้า สี่แยกเจ้าคุณทหาร-ลาดกระบัง จ.กรุงเทพฯ

เปิดบริการ จ.-ส. เวลา 7.30-17.00 น.

/ อา. เวลา 8.00-17.00 น.

โทร 02-360-9444