

# SMEs TODAY

ส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือ

โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)



**CASH me**  
if you can

18 ▶ ปฎิมา จิระแพทย์  
ประสานสิทธิ์เพื่อ SMEs ไทย

10 ▶ "SMEs-OTOP ไทย"  
ในนครคุนหมิง

68 ▶ การศึกษาพันธะ-นุ  
ของ AEC ต่อ SMEs ไทย

# Our Services:

- ▶ **Publishing**
- ▶ **Content Provider**
- ▶ **TV Programs**
- ▶ **TVC Spot**
- ▶ **Digital Media**
- ▶ **Event Organizer**



**HUAYAI Co., Ltd.**

Producer: Let's TALK about Magazine  
SMEs Today Magazine

Contact Us: Tel. 02-938-2993

085-142-6470, 084-073-4141

Fax. 02-938-2994



SUIT SELECT

*SKINNY FORMAL*

**THE FINEST SUIT STORE FROM JAPAN**

I SUIT SELECT\_BLACK LINE I FORMAL SUIT 15,990THB SHIRT 1,990THB BOWTIE 1,190THB SHOES 5,990THB I <http://www.suit-select.com/th/>  
Available at SUIT SELECT Store : CentralWorld / Central Chidlom / CentralPlaza Lardprao & Department Store / CentralPlaza Pinklao /  
CentralPlaza Chaengwattana / Future Park Rangsit / and Megabangna

# SMEs Today

Vol.11 No.96 January-March 2014



18



48



38

- 10 Inside OSMEP**  
"SMEs-OTOP ไทย"  
ในนครคุณหมิง
- 14 SMEs News**
- 18 Executive Interview**  
ปฎิมา จิระแพทย  
ประสานสืบทิศเพื่อ SMEs ไทย



44

- 24 Cover Story**  
ขุมทรัพย์ SMEs  
ลายแทง...สู่ทางรอด
- 38 SMEs Regional I**  
เจ้าตำรับอาหารเวียดนามเมืองไทย  
'แดงแหมมเนือง'
- 44 Showcase**  
"สัตกัณฑ์" ผ้าขาวม้าเงินล้าน
- 48 SMEs Regional II**  
'ทวงทอง'  
อัญมณีแห่งหนองคาย



www.muangthaiinsurance.com

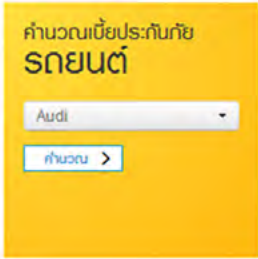
# โฉมใหม่ อินเทอร์เน็ตด้วยดีไซน์ ไฉไลกว่าเดิม

เพียงซื้อประกันภัยทุกประเภทผ่านเว็บไซต์ของเรา  
รับไปเลย **Cashback 20%**  
พร้อมพ่อน **0%** นาน 6 เดือน  
กับบัตรเครดิตที่ร่วมรายการ  
ภายใน 20-30 มิ.ย. 2557 นี้ เท่านั้น  
ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมที่  
<http://www.muangthaiinsurance.com>

ให้คุณอุ่นใจในทุกทริป  
ด้วยประกันการเดินทาง

## เมืองไทย Enjoy Travel

สำหรับ เมืองไทย Enjoy Travel  
ไม่ว่าใด ไทยเกินคุ้มครอง



# SMEs Today

Vol.11 No.96 January-March 2011

C  
O  
N  
T  
E  
N  
T

- 54 **Franchise**  
เที่ยวเรือต่อชม
- 56 **SMEs Movement**
- 60 **Celeb SMEs**  
GURUWAN  
ปลาพา-วรสิทธิ์ อัสระ
- 64 **World Ideas**
- 68 **Road to AEC**  
ศึกษาผลกระทบของประชาคม  
เศรษฐกิจอาเซียน



- 76 **Knowledge**
  - Business Plan**  
Sugar Drop  
น้ำผลไม้ไม่มีน้ำตาล
  - Financial**  
Kickstarter  
เงินทุนออนไลน์
  - Marketing**  
SMEs พันธุ์ใหม่



# ALASKAN KING CRAB

เริ่ม 1 กรกฎาคม - 31 สิงหาคม 2557

ณ ห้องอาหารจีนหลังพวง สวิสโฮเต็ล เลอ คอนคอร์ด์

ทั้งมือกลางวันและมือค่ำ

สำรองที่นั่งโทร. 02-694-2222 ต่อ 1540

# SMEs Today

## จับให้มัน คั้นให้ขุย

ก่อนจะมาเป็น 'SMEs ต้องรอด' ในเล่มนี้ กองบรรณาธิการมีการพูดคุยถึงเรื่องราวต่างๆ กันมากมาย ทั้งสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

แน่นอนว่า SMEs คือหัวใจสำคัญ โดยมีประเด็นคือ ทำอย่างไรให้ SMEs Today สามารถเป็น Hand Book ที่จะทำให้ SMEs อยู่รอดให้ได้

สสว. จึงเดินหน้านำทัพมาก่อน โดยนโยบายจาก **ปฎิมา จิระแพทย์** ผู้อำนวยการ สสว. ตามมาติดๆ ด้วยการปฏิบัติจริงจาก **พัชร สมะลาภา** ธนาคารกสิกรไทย และที่ขาดไม่ได้คือ ผู้ที่จะช่วยต่อลมหายใจของ SMEs **วัลลภ เตชะไพบุลย์** จาก บสย.

นโยบายต่อ SMEs เป็นอย่างไร การเป็นลูกค้าสถาบันการเงินควรเตรียมตัวอย่างไร และถ้ามีโอกาสได้เป็นแล้ว จะรักษาสถานภาพที่ดีต่อกันไว้ได้อย่างไร หากต้องการ 'ลมใต้ปีก' จะมองหาได้จากที่ไหน

หลังจากเปิดใจท่านๆ ทั้งหลายเหล่านี้แล้ว เชื่อว่า SMEs ไม่น่าจะจ้าวแหวกินไป ขณะเดียวกัน อาจเป็นโอกาสได้สำรวจตัวเอง และเก็บกวาดหลังบ้านให้เรียบร้อย พร้อมเดินหน้าสู้ต่อ

SMEs Today มีโอกาสนำเสนอประสบการณ์จากผู้ประกอบการหลายราย มาแลกเปลี่ยนเล่าสู่กันฟัง มีทั้ง GURUWAN โซเชียลออนไลน์ที่กลายมาเป็นแหล่งช้อปปิ้งสร้างสรรค์ จากคนดังอย่าง **ปลาวาฬ-วรสิทธิ์ อิศสระ** แพรนไชส์น่าสนใจ **เต็ยเวี๋ต่อซาม** และผู้ประกอบการในภูมิภาค **แดงแหมมเนือง** **ร้านอัญมณีทองทอง** และผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากชุมชน กลายมาเป็นชุดสวย ด้วยความคิดที่แตกต่างของ **ร้านสัตว์ภัณฑ์** หนองคาย

เส้นทางของแต่ละรายมิได้เกิดขึ้นโดยง่าย ก่อนจะมีวันนี้มิได้ ล้วนแต่เคยผ่านวันที่มีน้ำตากันมาแล้วแทบทั้งสิ้น ขอเพียงอย่าท้อ เหลียวมองรอบๆ ตัวกันดูอีกหนว่า ยังมีมิ่งมิตรที่เหนหลงเหลืออยู่บ้าง

วันนี้...SMEs ต้องรอด

### กองบรรณาธิการ

### ที่ปรึกษา

วิฑูรย์ สิมะโชคดี

ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

ปฎิมา จิระแพทย์

ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

ชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต

รองผู้อำนวยการ สสว.

ชัยพร ชยานุรักษ์

รองผู้อำนวยการ สสว.

วิมลกานต์ โกสุมาศ

รองผู้อำนวยการ สสว.

ปณิตา ชินวัตร

รองผู้อำนวยการ สสว.

อิสรา ภูมาศ

ที่ปรึกษา สสว.

และคณะผู้บริหาร สสว.

### บรรณาธิการอำนวยการ

ปฎิมา จิระแพทย์

ผู้อำนวยการ สสว.

### กองบรรณาธิการ

สำนักผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริม  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
(สสว.)

### นิตยสาร SMEs TODAY

โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

21 ทีเอสที ทาวเวอร์ ชั้น G,17,18 และ 23

ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล

เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : 0 2278 8800

โทรสาร : 0 2298 3039

www.sme.go.th / Call Center 1301

### ผู้ผลิต บริษัท หัวใหญ่ จำกัด

22/17 ซอยลาดพร้าว 23 แขวงจันทระเกษม

เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : 0 2938 2993

โทรสาร : 0 2938 2994

www.TALK24.tv



# “ทำธุรกิจ จะคิดคนเดียวทำไม”

มีข้อมูลหลากหลายไว้บริการฟรีช่วยคุณแล้ว

**สสว.** 

**สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ  
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)**

เลขที่ 21 อาคารทีเอสทีทาวเวอร์  
ชั้น G,17,18,23

ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล  
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

**Tel : 66(2) 278 8800**

**Fax : 66(2) 273 8850**

[www.sme.go.th](http://www.sme.go.th)

**Call Center : 1301**

## Front Service สสว.

1. กิจกรรมฝึกอบรมหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
2. กิจกรรมด้านช่องทางการตลาด / การจำหน่ายสินค้า / การเข้าถึงแหล่งเงินทุน / จับคู่ธุรกิจ
3. กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
4. การให้บริการองค์ความรู้ผ่านระบบสารสนเทศและห้องสมุด

ทุกหัวข้อกิจกรรมรับผู้ประกอบการจำนวนจำกัด ผู้สนใจสามารถ  
เข้าไปดูรายละเอียดปฏิทินกิจกรรม การให้บริการ รายละเอียดหัวข้อ  
อบรมกิจกรรมได้ที่ [www.sme.go.th](http://www.sme.go.th)

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

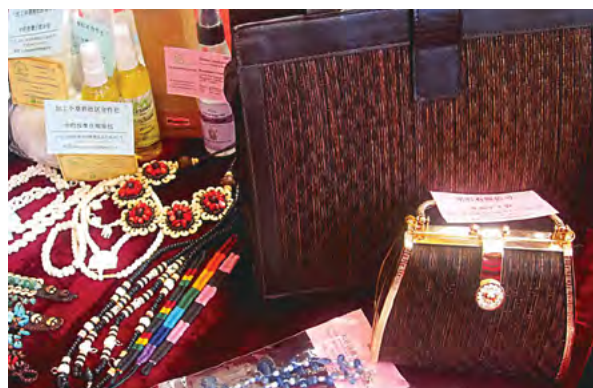
# เรือเล็กต้องออกจากฝั่ง “SMEs-OTOP ไทย” ในนครคุนหมิง

**“นครคุนหมิง”** เมืองหลวงของมณฑลยูนนาน เป็นเมืองท่าใหญ่อันดับ 4 ของสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งรัฐบาลกลางจีนหมายมั่นให้เป็นประตูการค้าด้านตะวันตกที่เชื่อมสู่ภูมิภาคเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยที่ผ่านมามีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ โดยเฉพาะเส้นทาง R3A ที่เชื่อมกับไทย ลาว และเวียดนาม ได้นำไปสู่การเชื่อมโยงการค้าการลงทุนระหว่างจีนและภูมิภาคอาเซียนอย่างรวดเร็ว และด้วยจำนวนประชากรที่มีอยู่ทั้งหมดเกือบ 9 ล้านคน ของเมืองคุนหมิง ที่นี่จึงเป็นตลาดการค้าที่สำคัญของสินค้าไทย

ด้วยเหตุนี้ สถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง จึงได้ริเริ่มจัด “งานเทศกาลไทย” ขึ้น โดยในปี 2557 ได้บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน (พช.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ฯลฯ จัดงาน “เทศกาลไทย 2014” ระหว่างวันที่ 9-14 พฤษภาคม 2557 ณ บริเวณลานอเนกประสงค์ ศูนย์การค้า South Asia Top City ณ นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน

โดย สสว. และ พช. ได้นำผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP จำนวน 100 ราย ร่วมออกร้านแสดงและจำหน่ายสินค้า ซึ่งตลอดระยะเวลา 6 วันของการจัดงาน พบว่า สินค้าไทยได้รับความสนใจจากชาวจีนเป็นอย่างมาก

**ปณิดา ชินวัตร** รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) หนึ่งในหน่วยงานที่นำผู้ประกอบการเข้าร่วมจำหน่ายสินค้าในงาน “เทศกาลไทย 2014” กล่าวว่า ประเทศจีนเป็นคู่ค้าที่สำคัญอันดับหนึ่งของผู้ประกอบการ SMEs มาอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการเป็นตลาดการค้าชายและการเป็นแหล่งนำเข้าวัตถุดิบที่สำคัญ ซึ่งในไตรมาสแรกของปี 2557 (ม.ค.-มี.ค.) ไทยส่งออกสินค้าไปจีน คิดเป็นมูลค่ากว่า 54,505 ล้านบาท และมีการนำเข้าสินค้าจากจีน คิดเป็นมูลค่ากว่า 134,815 ล้านบาท โดยเฉพาะเมืองคุนหมิง เป็นหนึ่งในตลาดหลักที่ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ได้ติดต่อค้าขายและเชื่อมโยงธุรกิจมาเป็นเวลานาน ซึ่งการเข้าร่วมงาน “เทศกาลไทย 2014” ครั้งนี้ จึงถือเป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการ SMEs ไทย



โดย สสว. นำผู้ประกอบการ SMEs ที่ผ่านการพัฒนาภายใต้โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น จนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเชื่อมโยงวัฒนธรรม ภูมิปัญญา

ท้องถิ่น เทคโนโลยี และนวัตกรรม กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งมาจากทุกภูมิภาคของประเทศ รวมทั้งผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ซึ่งได้รับผลกระทบ

จากการชุมนุมทางการเมือง จำนวน 20 ราย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาหารและผลไม้แปรรูป อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์สปาและสมุนไพรไทย เสื้อผ้า และของใช้จากผ้า รวมทั้งของใช้และของตกแต่งบ้าน

ฯลฯ เพื่อให้มีโอกาสสร้างรายได้และขยายช่องทางการตลาด ซึ่งปรากฏว่าสินค้าของผู้ประกอบการไทยได้รับความสนใจจากชาวจีนเป็นอย่างมาก

“สินค้าของผู้ประกอบการที่ สสว. นำเข้าร่วมงาน

ครั้งนี้ ที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคและผู้ซื้อรายใหญ่ชาวจีน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยว เช่น ข้าวแต่น สหาหย่างทอด ปรุจรส ของบริษัท ทวีภัณฑ์

## สินค้า SMEs-OTOP ทำยอดขายในงาน ได้กว่า 39 ล้านบาท

โปรดักส์ จำกัด และบริษัท เอส เอ็น เอ มาร์เก็ตติ้ง แอนด์ เมนูแพคเจอร์ริง จำกัด อาหารกึ่งสำเร็จรูปของบริษัท รสสยาม จำกัด และบริษัท เจริญดีเซิร์ท จำกัด เครื่องประดับไข่มุก ของบริษัท สยามไดมอนด์จิวเวลรี่



จำกัด ผลิตภัณฑ์ของใช้บนโต๊ะอาหาร ของบริษัท เอ็น วี แรร์วี๊ด โปรดักส์ จำกัด และกระเป๋าผ้า ของกลุ่ม วิสาหกิจเย็บกระเป๋าจากไม้ไผ่” รอง ผอ. สสว. กล่าว

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมของการจัดงาน พบว่า สินค้าไทยที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้บริโภค ชาวจีน ได้แก่ ผลไม้ไทยและอาหารไทย เช่น ทุเรียน มะพร้าวอ่อน เงาะ มังคุด ผักไทย ส้มตำ ฯลฯ รวมถึง สินค้าประเภทต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น โดยผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP ที่เข้าร่วมงานจำนวน 100 ราย สามารถสร้างยอดขายภายในงานไม่น้อยกว่า 39 ล้านบาท และเกิดการจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ

ไทยและจีน โดยมียอดการสั่งซื้อล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 64 ล้านบาท

สำหรับงาน “เทศกาลไทย 2014” เป็นงานแสดง และจำหน่ายสินค้า รวมถึงการเจรจาธุรกิจ (Business Matching) ของผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP ไทย กับผู้ประกอบการจีน มีเป้าหมายเพื่อสนับสนุน และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริม ศักยภาพ เตรียมความพร้อม สร้างโอกาสทางการค้า และเชื่อมโยงเครือข่ายทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ให้กับผู้ประกอบการไทย ซึ่งสถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง ในฐานะเจ้าภาพหลัก มีแผนจะผลักดันให้เป็นงานเทศกาลไทยประจำปีของนครคุนหมิง

ทั้งนี้ การจัดงานในปี 2556 ที่ผ่านมา มีการนำ สินค้าของผู้ประกอบการ OTOP ระดับ Premium จาก 42 จังหวัด รวม 80 ราย เข้าร่วมงาน สามารถสร้าง ยอดขายรวม 34 ล้านบาท เกิดการจับคู่ธุรกิจจำนวน 116 ราย คิดเป็นมูลค่ารวม 24 ล้านบาท

“สสว. เชื่อว่าความสำเร็จในการจัดงาน ‘เทศกาล ไทย 2014’ ณ นครคุนหมิง ในครั้งนี้ นอกจากจะเป็นการสร้างโอกาสให้กับสินค้าไทยในตลาดประเทศ จีน ยังเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าไทย ศิลปะ และวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับจีนแล้ว ที่สำคัญยังเป็นส่วนช่วยให้ สสว. บรรลุเป้าหมายในการส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ไทย เพราะนี่คือหนึ่งในช่องทางการสร้างโอกาสในการขยายการค้าสู่กลุ่มประเทศ ASEAN+3 รวมถึง การสร้างความต่อเนื่องในการให้ความช่วยเหลือ ผู้ประกอบการ ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้เติบโต เข้มแข็ง และเป็นพลังขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยต่อไป” รอง ผอ. สสว. กล่าวทิ้งท้าย ➤

# สมัครสมาชิก สสว. ฟรี! ที่ [www.sme.go.th](http://www.sme.go.th)

พร้อมรับสิทธิประโยชน์จาก สสว. และองค์กรต่างๆ



## สิทธิประโยชน์จาก สสว.

- \* ได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ
- \* เข้าร่วมในโครงการเงินอุดหนุนประเภทต่างๆ
- \* ร่วมงานแสดงและจำหน่ายสินค้า, จัดคู่ธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ
- \* รับสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งรัฐและเอกชนที่เข้าร่วมในสิทธิประโยชน์แก่สมาชิก สสว.
- \* ร่วมในการฝึกอบรม/สัมมนาหลักสูตรต่างๆ
- \* รับสิทธิการใช้บริการ **SMEs@Click** เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ



เลขที่ 21 อาคารทีเอสที ชั้น G,17,18,23 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงจอมพล เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900  
โทร. 1301 โทร 0-2273-8800, แฟกซ์ 0-2273-8850 [www.sme.go.th](http://www.sme.go.th) อีเมล [info@sme.go.th](mailto:info@sme.go.th)

## กลีกรไทย จับมือ สสว. และหน่วยงานพันธมิตร ช่วยธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากการเมือง



กลีกรไทย ช่วยธุรกิจท่องเที่ยวไทยที่ได้รับผลกระทบจากการเมือง ให้ผ่อนชำระดอกเบี้ยอย่างเดียวย (Grace Period) สูงสุด 6 เดือน พร้อมจับมือ สทท. หอการค้าไทย และ สสว. จัดสัมมนาให้ความรู้ 4 จังหวัด แหล่งท่องเที่ยวศักยภาพสูง

**พัชร์ สมะลาภา** รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกลีกรไทย เปิดเผยว่า ธนาคารฯ ได้ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) หอการค้าไทย และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ดำเนินโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเน้นไปที่กลุ่ม SMEs จำนวน 5 ธุรกิจ ได้แก่ 1.ธุรกิจโรงแรมและที่พัก 2.ธุรกิจร้านอาหาร 3.ธุรกิจนำเที่ยวและสปา 4.ธุรกิจบริการรถเช่าและเรือเช่า 5.ธุรกิจขายของฝากและของที่ระลึก โดยให้การสนับสนุนทั้งด้านการเงินและองค์ความรู้ ด้วยการผ่อนชำระดอกเบี้ยเพียงอย่างเดียว (Grace Period) ระยะเวลาสูงสุด 6 เดือน

**ชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต** รองผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เปิดเผยว่า ความร่วมมือครั้งนี้ สสว. มีบทบาทในด้านการสนับสนุนองค์ความรู้ให้แก่ SMEs ผ่านงานวิจัยด้านภาพรวมธุรกิจ SMEs และนโยบายภาครัฐในการส่งเสริมภาคธุรกิจ โดยอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว นับเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวเศรษฐกิจของประเทศ

**ปิยะมาน เตชะไพบูลย์** ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) เปิดเผยว่า ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มี SMEs ดำเนินธุรกิจเกือบ 80% ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้งหมด ความร่วมมือครั้งนี้จะช่วยผู้ประกอบการทั้งด้านแหล่งเงินทุนและปรับปรุงคุณภาพของสินค้าด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่ง สทท. จะร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรเดินสายโรดโชว์ใน 4 พื้นที่ท่องเที่ยวหลัก โดยจะนำร่องที่ภูเก็ตเป็นแห่งแรก

**กลินท์ สารสิน** กรรมการเลขาธิการหอการค้าไทย เปิดเผยว่า ภาพรวมเศรษฐกิจปีนี้พบว่ามีปัจจัยเสี่ยงสูง และด้วยสถานการณ์การเมืองที่ไม่แน่นอน ส่งผลให้ธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ ดังนั้น จึงต้องเร่งกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการจัดการจัดอบรม งานสัมมนา การแสดงสินค้าทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง

## สว. ผนึกหอการค้าไทย ตีตึก SMEs สู่อีซีอีซี

สว. ร่วมกับหอการค้าไทย เดินหน้า 2 โครงการช่วยเหลือ SMEs ทั่วประเทศ เชื่อมโยงช่วยเสริมศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน เตรียมความพร้อมเข้าสู่ เออีซี และขยายโอกาสการตลาด



**ปฏิมา จีระแพทย์** ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เปิดเผยว่า สสว. ได้ร่วมกับหอการค้าไทยและสภาหอการค้าไทย ดำเนินโครงการบ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม “บ่มเพาะ SMEs ไทย ก้าวไกลสู่อีซีอีซี” เพื่อส่งเสริมสนับสนุน SMEs ทั่วประเทศ ทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันและการขยายโอกาสทางการตลาด และเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) จำนวน 2 โครงการ ได้แก่ 1.โครงการบ่มเพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2557 “บ่มเพาะ SMEs ไทย ก้าวไกลสู่อีซีอีซี” และ 2.โครงการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

**อิสระ ว่องกุศลกิจ** ประธานกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กล่าวถึงรายละเอียดการดำเนินโครงการฯ ว่า จะเน้นพัฒนาต่อยอด SMEs ในธุรกิจภาคการค้าและบริการทั่วประเทศ โดย SMEs ที่ผ่านการคัดเลือก จะต้องผ่านการอบรมในหลักสูตรพัฒนาธุรกิจสู่อีซีอีซี ซึ่งจะมีการจัดการอบรมใน 4 ภูมิภาค 6 จังหวัดทั่วประเทศ รวมถึงต้องผ่านการวินิจฉัย บ่มเพาะ ทำแผนธุรกิจ ตลอดจนการศึกษาดูงาน และเจรจาจับคู่ธุรกิจ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถให้ SMEs อย่างครบวงจร

นอกจากนี้ ยังจัดให้มีโครงการ “มหกรรมแสดงสินค้า SMEs ของดีภาคใต้” ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาด ตลอดจนยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในภูมิภาคโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

### สว. ประเมินสถานการณ์ภัยพิบัติโลก

สว. ติดตามสถานการณ์ภัยพิบัติที่เกิดขึ้นทั่วโลก เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประเมินผลกระทบที่อาจจะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs ไทย ให้สามารถเตรียมพร้อมและปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น ขณะเดียวกันก็เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการหามาตรการให้ความช่วยเหลือ หรือบรรเทาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น



**ปฏิมา จิระแพทย์** ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กล่าวว่า

จากการติดตามสถานการณ์ดังกล่าว พบว่าในช่วงปลายปี 2556 และช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2557 เกิดภัยธรรมชาติสำคัญๆ ขึ้นหลายภูมิภาคของโลก เช่น พายุหิมะในนิวยอร์กและบางเมืองของสหรัฐอเมริกา น้ำท่วมในอังกฤษและอิตาลี หิมะตกหนักในญี่ปุ่น น้ำท่วมในโบลิเวีย (ละตินอเมริกา) หิมะตกในรอบ 112 ปี และเกิดโรคระบาดในอียิปต์ น้ำท่วมและไฟป่าในอินโดนีเซีย เป็นต้น

โดย สสว. ได้ประเมินผลกระทบในเบื้องต้นพบว่า สถานการณ์ดังกล่าวจะส่งผลทั้งด้านบวกและด้านลบกับเศรษฐกิจไทยในระยะสั้น ทั้งในเรื่องการส่งออกสินค้าอุปโภค-บริโภค สินค้าฟุ่มเฟือย รวมถึงภาคการท่องเที่ยวของไทย

สำหรับผลกระทบด้านการส่งออก พบว่าการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคหรือสินค้าที่มีความจำเป็นขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ไปยังประเทศที่เกิดสถานการณ์ภัยพิบัติ น่าจะดีขึ้น เนื่องจากหลายประเทศเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของสินค้าอาหารและเครื่องนุ่งห่มของไทย เช่น สหรัฐอเมริกา EU และญี่ปุ่น

ในส่วนของส่งออกสินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าที่ไม่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวันมากนัก เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องหนัง สินค้าไลฟ์สไตล์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ น่าจะได้รับผลกระทบในทางลบ เนื่องจากรายได้ของประชาชนในประเทศที่ประสบภัยอาจลดต่ำลง หรือต้องมีค่าใช้จ่ายในการปรับตัวและต่อสู้กับภัยธรรมชาติมากขึ้น รวมทั้งมีผลทางจิตวิทยาต่อการจับจ่ายใช้สอย



ฉ่ำฉ่ำ

อร่อย

เกาหลีแท้ๆ



# DAK GALBI

THE SPECIAL KOREAN RESTUARANT

SIAM SQUARE (Henri Dunant Road)

02 623 4224

CENTRALPLAZA GRAND RAMA9 (G floor) 02 160 3451

FUTURE PARK RANGSIT (G floor)

02 958 5577

CENTRALPLAZA BANGNA (7th floor)

02 745 6588

CENTRALPLAZA LARDPRAO (G floor)

02 937 1778

HEAD OFFICE

02 713 5455

WWW.DAKGALBITHAILAND.COM



DAKGALBITHAILAND



DAKGALBI

**Executive Interview**



## ปฏิมา จีระแพทย์ ประธานสืบทิศเพื่อ SMEs ไทย

กว่า 13 ปี ของการก่อตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. หน่วยงานที่ถือว่าเป็นผู้นำในการกำหนดนโยบายและเป็นศูนย์กลางประสานระบบการทำงาน เพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ของประเทศ ที่ผ่านการบัญชาการโดยนักบริหารมืออาชีพมาแล้ว 3 คน

ล่าสุด หลังผ่านการคัดสรรโดยบอร์ด สสว. ชื่อของ ปฏิมา จีระแพทย์ จึงได้รับเลือกให้รับไม้ต่อในการเข้ามากุมบังเหียนองค์กรที่ถือว่าเป็นมันสมองสำคัญในการส่งเสริม SMEs ของประเทศ กับตำแหน่งผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) คนที่ 4 โดยมีภารกิจในการสร้างความเข้มแข็งให้กับ SMEs ให้พร้อมรับการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นความท้าทายที่รออยู่เบื้องหน้า

ทั้งนี้ ปฏิมาเล่าถึงนโยบายและทิศทางการส่งเสริม SMEs ของ สสว. ว่ายังคงดำเนินการภายใต้แผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) ที่มุ่งสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ การเสริมสร้างขีดความ

สามารถในการแข่งขัน การส่งเสริมให้ SMEs ไทย เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ และการเสริมสร้างศักยภาพของ SMEs ไทย ให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

โดยปี 2557 สสว. จะมุ่งบูรณาการการทำงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุน SMEs ในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ รวมถึงองค์กรเอกชน เพื่อร่วมกันพัฒนาและยกระดับ SMEs และ OTOP ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันจะประสานกลุ่มผู้ค้าปลีกค้าส่งขนาดใหญ่ เพื่อร่วมกันทำช่องทางการตลาดให้กับ SMEs และ

OTOP พร้อมพัฒนาปัจจัยเอื้อต่างๆ ที่จะช่วยให้ SMEs และ OTOB ดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“ในปีนี้ สสว. มีแผนที่จะยกระดับ OTOB ให้ก้าวสู่ SMEs ซึ่งจะดำเนินการผ่านโครงการต่างๆ อาทิ โครงการยกระดับผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ หรือ OTOB PLUS โครงการยกระดับผู้ประกอบการ OTOB ก้าวไปสู่ SMEs โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น โครงการ OTOB Heritage ฯลฯ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOB ระดับ 4-5 ดาว ให้มีการสร้างเอกลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับภูมิปัญญา

วัฒนธรรม ร่วมกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมถึง

## จากการติดตามและศึกษาวิเคราะห์พบว่า สถานการณ์ของ SMEs ปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลาย

สถานการณ์ของ SMEs ปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลาย และมี

ยกระดับความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจและการขยายโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ”

สำหรับการขยายโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศ สสว. จะประสานกับหน่วยงานด้าน SMEs รวมถึงสภาหอการค้าในต่างประเทศ ทั้งกลุ่มประเทศสมาชิก AEC กลุ่ม ASEAN+6 กลุ่ม APEC SMEs รวมถึงกลุ่มตลาดใหม่ที่น่าสนใจ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนา SMEs รวมทั้งขยายโอกาสทางการค้า การลงทุนให้กับผู้ประกอบการ โดยล่าสุดได้ประสานกับหน่วยงานด้านการส่งเสริม SMEs ของประเทศญี่ปุ่น เยอรมนี แอฟริกา สหภาพยุโรป ฯลฯ ไปเรียบร้อยแล้ว

ไม่เพียงแต่การดำเนินงานภายใต้แผนการ

ส่งเสริม SMEs ที่วางไว้เท่านั้น หากแต่การติดตามสถานการณ์ การศึกษาข้อมูล และคิดค้นมาตรการเร่งด่วนเพื่อรองรับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ยังเป็นอีกภารกิจหนึ่งที่ไม่อาจมองข้ามในการส่งเสริม SMEs ให้สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ปัจจัยอันเกิดจากสถานการณ์การชุมนุมในช่วงที่ผ่านมา เป็นต้น

“จากการติดตามและศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับผลกระทบทางการเมืองต่อ SMEs ซึ่ง สสว. ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤษภาคม ที่ผ่านมา พบว่า

แนวโน้มที่จะลดความกดดันทางเศรษฐกิจในระยะสั้น และการพิจารณาทบทวนการลงทุนโครงการพื้นฐานของภาครัฐ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ประกอบการและนักลงทุนได้”

ล่าสุด สสว. ได้บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการเงิน ออกมาตรการช่วยเหลือ SMEs ทั้งในด้านการเงิน การตลาด และการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายและเสริมสภาพคล่อง ส่งเสริมช่องทางการตลาดและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในด้านต่างๆ ด้วยวงเงินงบประมาณ 12,783.70 ล้านบาท ประกอบด้วย 8 โครงการ ได้แก่

1. โครงการการชดเชยค่าธรรมเนียมการค้าประกัน



สินเชื่อ โดยร่วมกับบริษัทค้าประกันสินเชื่ออุตสาหกรรม ขนาดย่อม (บสย.) เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายและเสริมสภาพคล่องให้แก่ SMEs โดยการลดค่าธรรมเนียมการค้าประกันสินเชื่อ ในอัตราร้อยละ 1.75 ในปีแรก

2. โครงการ SMEs Restart เป็นการเสริมสภาพคล่องและลดภาระค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยธนาคาร โดยร่วมกับธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ชดเชยดอกเบี้ยให้แก่ SMEs ในอัตราร้อยละ 3 ต่อปี วงเงิน 1 ล้านบาทต่อราย เป็นเวลา 3 ปี

3. การลงทุนในธุรกิจให้บริการสินเชื่อรายย่อย (Micro Credit) เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันและมีอัตราดอกเบี้ยไม่สูงเกินไป ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการศึกษากับการอนุญาตให้นิติบุคคลดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อแก่ SMEs ที่เป็นรายย่อย

4. โครงการเชื่อมโยงการตลาด SMEs อย่างยั่งยืน (SMEs Marketing Connect) ซึ่ง สสว. บูรณาการความร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานพัฒนา

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ สสว. โดยมุ่งให้การส่งเสริมช่องทางการตลาดแก่ SMEs กลุ่ม High Growth และ High Impact ประกอบด้วย 1.ช่องทางการตลาดผ่าน Modern Trade และ 2.ช่องทางการตลาด “SME@Click” โดยจัดทำ Digital Content เพื่อรองรับช่องทางการตลาด Online ได้แก่ TV Shop Channel / Smartphone Shopping และ E-Marketplace

5. โครงการส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียน (ASEAN Hub of Wellness) และธุรกิจเกี่ยวเนื่อง โดยร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงสาธารณสุข สมาคมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมบริการเพื่อสุขภาพ ให้เกิดการรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศในอาเซียน โดย

จัดทำมาตรฐานสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอาเซียน ศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้งสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเสริมรายได้ระยะเวลา 3 ปี

6. โครงการยกระดับศักยภาพของ SMEs เพื่อการค้าชายแดน โดยร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย รวมถึงจังหวัดที่มีด้านการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการในพื้นที่ชายแดนและผู้ประกอบการส่งออกกับประเทศเพื่อนบ้าน ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น เสริมสร้างเครือข่าย จัดทำฐานข้อมูล และจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในประเทศ

เพื่อนบ้าน รวม 4 ประเทศ โดยส่งเสริมผู้ประกอบการเป็นเวลา 3 ปี รวม 4,500 ราย (1,500 รายต่อปี) และพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าชายแดนจำนวน 5 จุด

7. โครงการสนับสนุนการปรับปรุงฟื้นฟูเครื่องจักร (Machine Fund) เพื่อลดภาระดอกเบี้ยให้แก่ SMEs ที่มีการพัฒนา ปรับปรุง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของเครื่องจักรการผลิต โดยการชดเชยดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการ จำนวน 1,000 ราย ในอัตราร้อยละ 5 ต่อปี วงเงินสนับสนุนไม่เกิน 3.5 ล้านบาทต่อรายระยะเวลา 3 ปี

8. โครงการจัดตั้งศูนย์ทดสอบและวิจัยพัฒนายานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่มีมูลค่าไม่น้อยกว่า

1.7 ล้านล้านบาท และมี SMEs อยู่ในห่วงโซ่การผลิตเป็นจำนวนมาก โดยร่วมกับสถาบันยานยนต์ และสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม (สมอ.) เพื่อจัดตั้งศูนย์ทดสอบและวิจัยพัฒนายานยนต์ รวมทั้งจัดทำสนามทดสอบการจำลองสถานการณ์การขับขี่เพื่อประเมินสมรรถนะสำหรับทดสอบรองรับมาตรฐานในประเทศและมาตรฐานแบบท่าย ASEAN MRA รวมถึงด้านการวิจัย โดยกำหนดระยะเวลาดำเนินการ 3 ปี

“โครงการภายใต้มาตรการความช่วยเหลือนี้ มีทั้งโครงการที่ สสว. สามารถดำเนินการได้เองภายหลังได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการบริหาร

และคณะกรรมการส่งเสริม SMEs และโครงการที่ สสว. เห็นควรผลักดันให้มีการดำเนินการ เพราะจะเป็นประโยชน์ต่อ SMEs ซึ่งเชื่อว่า

## ปี 2557 สสว. จะมุ่งบูรณาการการทำงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสนับสนุน SMEs ในทุกมิติ

มาตรการเหล่านี้ หากได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารประเทศ จะช่วยส่งเสริมให้ SMEs ทั้งระบบที่มีอยู่ทั่วประเทศกว่า 2.8 ล้านราย ได้รับประโยชน์ไม่น้อยกว่า 12 ล้านคน โดยสามารถดำเนินกิจการได้อย่างเข้มแข็งสามารถใช้ประโยชน์จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกจากความเชื่อมั่นของนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในที่สุด”

นอกจากนี้ สสว. ยังได้จัดตั้ง Front Service และคลินิก SMEs ขึ้น เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรับลงทะเบียน SMEs ทั้งที่ได้รับผลกระทบและไม่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ต่างๆ ผ่านการอบรมและ



# สสว.

ให้คำปรึกษาในด้านต่างๆ ทั้งด้านการเงิน การตลาด การปรับปรุงธุรกิจ การผลิต การบริหารจัดการ รวมถึงพิจารณาคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ที่ต้องการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เพื่อสร้างความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขณะเดียวกัน จะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล SMEs ที่ได้รับผลกระทบ นำเสนอให้แก่รัฐบาลใหม่ เพื่อขอความเห็นชอบเกี่ยวกับมาตรการให้ความช่วยเหลืออื่นๆ เพิ่มเติมต่อไป โดย SMEs ที่สนใจขอรับความช่วยเหลือ สามารถดูรายละเอียดและแจ้งความจำนงได้ผ่านทางเว็บไซต์ของ สสว. คือ [www.sme.go.th](http://www.sme.go.th). และที่ สสว. Call Center 1301

ทั้งหมดนี้เป็นเพียงก้าวแรกที่กล้าของ ผอ.สสว. ป้ายแดงผู้นี้ หากแต่ยังมีภารกิจสำคัญในฐานะผู้นำองค์กรที่เป็นเสมือน มั่นสมองในการส่งเสริม SMEs ของประเทศ รออยู่ข้างหน้าอีกมากมาย ➤

# Cover Story

---





# ชุมทรัพย์ SMEs ลายแทง...สู่ทางรอด

ท่ามกลางภาวะวิกฤติของผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องเผชิญกับคลื่นลมการเมืองทั้งโถม จนส่งผลถึงเศรษฐกิจประเทศโดยรวม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ สสว. มิได้รอช้า รีบเร่งจับมือกับพันธมิตรทั้งหลาย เพื่อเดินหน้าร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

**พัชร สมะลาภา** รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย ซึ่งดูแลลูกค้า SMEs โดยตรง กล่าวถึงช่องทางใหม่ๆ และการเตรียมการเพื่อลงสู่สนามของผู้ประกอบการ SMEs เมื่อมีข่าวว่ากสิกรไทยพร้อมปล่อยสินเชื่อใหม่ 75,000 ล้านบาท

ขณะที่ **วัลลภ เตชะไพฑูริย์** กรรมการและผู้จัดการทั่วไป บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ยังยืนยันว่า เมื่อใดที่ธนาคารต่างๆ ส่งผู้ประกอบการ SMEs มาถึงมือ บสย. ก็พร้อมเสมอ ที่จะค้ำประกันด้วยงบประมาณกว่า 1.7 แสนล้านบาท

ลายแทงเพื่อไปสู่ชุมทรัพย์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs กำลังทำขึงผู้ประสงค้จะลงสนามแล้ว ณ วันนี้

---

# Cover Story

---



# วัลลภ เตชะไพฑูริย์

บสย. พร้อม 'คำ' SMEs

## บสย. เตรียมวงเงิน 1.7 แสนล้านบาท พร้อมที่จะเข้าคำประกันให้กับผู้ประกอบการ SMEs

พลันที่ได้ยินวงเงิน 1.7 แสนล้านบาท ซึ่ง **วัลลภ เตชะไพฑูริย์** กรรมการและผู้จัดการทั่วไป บริษัท ประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เตรียมพร้อมที่จะเข้าคำประกันแก่กิจการ SMEs ราวกับท้องฟ้าของผู้ประกอบการสว่างไสวเลยทีเดียว และเช่นเคย SMEs Today ขอทำความเข้าใจให้กระจ่าง

### ถ้าเป็นเช่นที่ประกาศ ต้องนับว่า บสย. เป็นพระเอกขี่ม้าขาวสำหรับ SMEs เลยทีเดียว

ผมว่า บสย. น่าจะเป็นหน่วยงานเดียวนะครับ ที่ช่วยเหลือ SMEs ได้ ณ ตอนนี้ เพราะหน่วยงานอื่นก็ยังมีข้อจำกัดเยอะ ซึ่งเมื่อเทียบกับภารกิจที่ บสย. ช่วยให้ธนาคารทุกแห่งไม่ว่าจะเป็นของรัฐหรือเอกชนช่วยเหลือ SMEs ได้ โดยผ่านการค้ำประกันสินเชื่อ น่าจะช่วยให้เยอะกว่า เพราะ บสย. เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง เราดำเนินธุรกิจมาแล้ว 22 ปี ตั้งแต่ปี 2534 จัดตั้งขึ้นตามพรบ.บสย. เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2534 หลายคนอาจจะยังไม่รู้จัก บสย. ลองมาทำความรู้จักกันนะครับ

วิสัยทัศน์ (Vision) ของหน่วยงานคือ เป็นสถาบันค้ำประกันสินเชื่อแห่งชาติ ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจพันธกิจ (Mission) คือ ช่วยเหลือ SMEs ให้ได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินจำนวนมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการเงินมีความมั่นใจในการให้สินเชื่อแก่ SMEs มากยิ่งขึ้น เร่งการกระจายสินเชื่อไปยัง SMEs ทั่วประเทศได้เร็วขึ้น และช่วยให้การพัฒนา SMEs บรรลุเป้าหมายตามนโยบายรัฐบาล

ส่วนค่านิยม (Core Value) คือเป็นเลิศในผลงาน (Talent) ประสานความร่วมมือ (Cooperation) และการยึดถือธรรมาภิบาล (Good Governance)

ความเป็นเลิศในผลงาน (Talent) คือ เรื่องของการค้ำประกันสินเชื่อ เราเก่งเรื่องเดียวเลยคือเรื่อง การค้ำประกันสินเชื่อ ไม่ใช่เรื่องของการปล่อยกู้ เราเป็นหน่วยงานของรัฐแห่งเดียวในประเทศ ที่ทำเรื่องนี้ ไม่มีใครทำนอกจาก บสย.

ประสานความร่วมมือ (Cooperation) เราประสานความร่วมมือกับทุกๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน ซึ่งก็คือ ธนาคาร รวมถึงผู้ประกอบการ SMEs ด้วย ส่วนการยึดถือธรรมาภิบาล (Good Governance) คือ เราประกอบในธุรกิจอันดี ไม่มีการทุจริต ไม่มีใครจะมาสั่งเราได้ ซึ่งเป็นคำตอบว่าทำไม บสย. จึงสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างดี จนเป็นที่ยอมรับถึงปัจจุบันนี้

## ก็บอกว่า บสย. ช่วย SMEs ด้วยการประกัน บสย.ทำงานอย่างไร

บสย. เป็นหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไรหรือ Non-Profit Organization มีหน้าที่ช่วยให้ SMEs ทั่วประเทศได้รับสินเชื่อจากสถาบันการเงินในจำนวนที่มากขึ้นกว่าที่สถาบันการเงินให้ เพราะถ้าไม่มี บสย. เขาก็จะได้น้อยกว่าที่เขา

ต้องการ

ขณะเดียวกัน บสย. ก็จะไปช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่สถาบันการเงิน

ที่จะปล่อยกู้ให้กับ SMEs เพราะเราคือหน่วยงานของรัฐบาลกระทรวงการคลังถือหุ้น 96% และอีก 4% เป็นธนาคารต่างๆ ทุนจดทะเบียนของเราตอนนี้อยู่ที่ประมาณ 7 พันล้าน วัตถุประสงค์คือ เร่งกระจายสินเชื่อ SMEs ส่งผลให้เกิดการพัฒนา เกิดการจ้างงาน และบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของรัฐ ฉะนั้นต้องตอบสนองความต้องการทั้งของ SMEs และธนาคารด้วยความรวดเร็ว หลังจาก SMEs ติดต่อบริษัทแล้ว ก็ขอให้ได้เร็ว อย่างทำให้เกิดความมั่นใจว่า ถ้าขอู้หรือขอค้ำประกันจากเราแล้ว ก็จะได้แน่ เราต้องมีเงินสินเชื่อที่เพียงพอกับความต้องการของเขา เพื่อให้เขามีต้นทุนที่เป็น Overall Cost ต่ำ เพราะถ้าไม่มี บสย. แล้ว เขาอาจจะต้องไปใช้

เงินกู้นอกระบบ ซึ่งจะทำให้เสียแพงขึ้นมาก สุดท้ายคือถ้า SMEs ต้องการคำแนะนำ บสย. ก็ต้องสามารถให้คำแนะนำต่างๆ ได้ โดยเฉพาะในเรื่องการเข้าไปติดต่อบริษัทงานกับธนาคาร

ส่วนการตอบสนองความต้องการของธนาคารก็เช่นกัน ธนาคารก็ต้องการความรวดเร็วเหมือนกัน ซึ่งถ้าส่งให้ บสย. พิจารณาแล้วใช้เวลาช้านาน ก็จะเสียเวลาเปล่าๆ ต้องมั่นใจว่า บสย. ค้ำประกันได้แน่ๆ ไม่ยุ่งยาก ไม่ใช่ว่าส่งมาแล้ว บสย. ตอบกลับไปว่าไม่เอา และเมื่อค้ำประกันไปแล้ว ถ้าลูกหนี้ SMEs ที่ขอู้ธนาคารกลายเป็นหนี้เสีย ธนาคารก็ต้องสามารถที่จะ Claim เพื่อเอาเงินที่ค้ำประกันจาก บสย. ได้ง่าย รู้ส่วนเสียหายชัดเจน หลังค้ำประกันก็ต้องไม่ยุ่งยาก เช่น ถ้า SMEs รายหนึ่งขอู้ 1 ล้าน แล้วภายหลังต้องการเปลี่ยนชื่อ

ผู้กู้ หรือเปลี่ยนหลักทรัพย์ที่ค้ำประกันเป็นอย่างอื่น การดำเนินการหลังจากนั้นก็ต้องไม่ยุ่งยาก

## บสย. จะค้ำประกันให้ ถ้าธนาคารได้พิจารณาแล้วว่า SMEs รายนั้นสามารถดำเนินธุรกิจได้

## แนวคิดในการช่วยเหลือให้ SMEs สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินได้ เป็นอย่างไร

บสย. มีแนวคิดทำให้ SMEs กู้ได้ กู้ง่ายและกู้ได้ถูก โดย บสย. เป็นตัวเชื่อมกลาง ระหว่างธนาคารกับ SMEs แน่แน่นอนว่าถ้าความเสี่ยงต่ำ อัตราดอกเบี้ยก็ต่ำ ถ้าความเสี่ยงเพิ่มขึ้น อัตราดอกเบี้ยก็เพิ่มขึ้น แต่ถ้าเป็นลูกค้าชั้นดี มีหลักประกันเพียงพอ อัตราดอกเบี้ยจะอยู่ที่ประมาณ 9% ต่อปี หรือถ้าเป็นลูกค้าชั้นดีมากๆ มีความเสี่ยงต่ำมาก เพราะสามารถเก็บเงินกู้กับลูกหนี้รายนี้ได้แน่นอน อัตราดอกเบี้ยจะอยู่ที่ประมาณ 5-6% ต่อปีเท่านั้น แต่ถ้าความเสี่ยงกลางๆ ดอกเบี้ยก็จะอยู่



ที่ประมาณ 8-9% ซึ่งก็จะเป็น MRR หรือ MLR+1 หรือ +2 ถ้าความเสี่ยงยิ่งสูง ก็จะเป็น MRR+4 หรือ MRR+5 แต่ก็ต้องพิจารณาความเป็นไปได้ด้วยว่า ลูกหนี้จะชำระเงินคืนให้กับธนาคารได้อย่างไร ต้องยืดอายุการชำระให้มีสภาพคล่อง หรือให้มีเงินสดเหลือที่จะจ่ายได้มากขึ้นไหม

สมมติว่ารายรับมีอยู่ 5 แสน แต่ที่ต้องจ่ายหนี้ธนาคาร 4 แสนต่อเดือน อย่างไม่กี่ไม่ไหวแล้ว เขาก็จะไปคุยกันว่า แทนที่จะจ่าย 4 แสนต่อเดือนใน 1 ปี ถ้าอย่างนั้นเป็น 5 ปีแล้วกัน แต่ว่าลดจาก 4 แสนเหลือเพียง 2

แสน เป็นต้น คือยืดระยะเวลาออกไป เพื่อให้การผ่อนต้องลดน้อยลง แต่ค่าใช้จ่ายต่างๆ ก็จะมีมากขึ้นด้วย เพราะต้องแบกรับความเสี่ยงมากขึ้น แต่ถ้ามี บสย. ค้ำให้ ก็จะทำให้อัตราดอกเบี้ยต่ำลง สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้

### การค้าประกันเป็นเช่นไร

ผมยกตัวอย่างอย่างนี้ สมมติว่า SMEs ต้องการกู้ 2 แสน มีหลักประกันเพียง 1 แสน เพราะฉะนั้นต้องการหลักประกันอีก 1 แสน แต่ไม่มี บสย. ก็จะช่วย

ค้ำประกันให้โดยคิดเบี้ยประกัน 1.75% ต่อปี ซึ่งก็จะ ตกเพียง 1,750 บาทต่อปีของเงิน 1 แสนบาท นับว่าถูก มากเมื่อเทียบกับ 30-40% ของเงินกู้ในระบบ

ซึ่ง บสย. ยินดีจะค้ำประกันให้ โดยมีเงื่อนไขว่า ธนาคารได้พิจารณาแล้วว่า SMEs รายนั้นสามารถที่จะ ดำเนินธุรกิจได้ สามารถที่จะจ่ายเงินกู้คืนแบ่งก็ได้ ถ้า ธนาคารบอกว่า SMEs รายนั้นสามารถคืนเงินกู้ได้ เราก็จะ ค้ำประกันให้เลย โดยที่จะมีเกณฑ์ประมาณสัก 5-6 เกณฑ์

### ขั้นตอนการให้บริการของ บสย. เป็นอย่างไร

ถ้า SMEs ต้องการเงินกู้ ก็ไม่จำเป็นต้องเดินเข้ามาหา บสย. ให้เดินเข้าไปหาธนาคารได้เลย ยื่นขอกู้ เหมือนปกติ ธนาคารก็จะพิจารณาว่า SMEs ขอ กู้จำนวนเท่าไร มีความสามารถที่จะจ่ายได้ไหม วิธีการที่จะพิจารณาว่าเขาสามารถจ่ายได้หรือไม่ คือต้องไป ดูว่าเขาขายของให้ใคร มีรายรับจากไหน ถ้า SMEs มี ช่องทางของรายรับที่แน่นอน และรายรับที่เข้ามา นั้นเพียงพอที่จะนำมาจ่ายดอกเบี้ยและดำเนินธุรกิจต่อไป ได้ ธนาคารก็จะโอเค

ส่วนถ้าต้องการกู้เกินกว่าหลักทรัพย์ที่มี ธนาคาร ก็จะส่งให้ บสย. ค้ำประกัน หลังจากธนาคารส่งเรื่อง มา บสย. จะใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 3 วัน เพราะเราจะ ให้ตามที่ธนาคารพิจารณา จากนั้นเราจะออกหนังสือ ค้ำประกัน เหมือนกับกรมธรรม์ประกันชีวิตให้กับ ธนาคาร ซึ่งถ้าลูกค้าไม่จ่ายเงิน ธนาคารก็สามารถ มาเอาเงินกับ บสย. ได้

หลังจากที่ธนาคารได้นหนังสือค้ำประกันจาก บสย. แล้ว ธนาคารก็สามารถตั้งวงเงินให้กับ SMEs ได้เลย เพราะฉะนั้นขั้นตอนของ บสย. จะง่ายมาก แต่ถ้า SMEs มีความต้องการเงิน แล้วบอกว่าติดต่อธนาคาร ไม่ได้ ทาง บสย. ก็มี 12 สาขา ที่สามารถจะให้คำ

แนะนำได้ โดยเราจะมีจัดกิจกรรมไปตามหัวเมืองต่างๆ เรียกว่า SMEs Clinic ให้ SMEs สามารถเข้ามาขอรับ คำปรึกษา ให้เราช่วยติดต่อประสานงานกับธนาคาร ให้ได้ ซึ่งเวลาที่เรารอออกบูธตามงานต่างๆ เราก็จะให้ ธนาคารไปเปิดบูธ เพื่อให้ SMEs สามารถไปติดต่อขอ สิ้นเชื่อได้ด้วย

ยังมีหน่วยงานรัฐอีกเยอะ ที่จะเข้ามาช่วยเรื่องนี้ได้ ไม่ว่าจะเป็น สสว. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ISMED) กรมพัฒนาธุรกิจ มีทั้งของ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวง การคลัง เราจะมีหน่วยงานพวกนี้ในการให้คำแนะนำ และช่วยเขียนแผนธุรกิจ

**สิ่งนี้จะต้องเป็น National Policy ในเรื่องของ SMEs**

### ตามข่าวที่ว่าเงิน 1.65 แสนล้านบาท so SMEs อยู่ ก็เป็นเรื่องจริงที่น่าดีใจใช้ไหม

มันก็เป็นเรื่องจริงครับ แต่อยากให้เห็นด้วยว่า ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการพิจารณาของธนาคาร เพราะถ้าไม่บอก เช่นนั้นแล้ว ก็จะมีปัญหาอีกว่าทำไมไม่ให้กู้ ทำไมไม่ค้ำ ตั้งแต่ตอนนั้นจนถึงสิ้นปีหน้า ปี 2558 เรามีวงเงินเหลือที่สามารถค้ำประกันได้ถึง 1.65 แสนล้านบาท จากเดิมที่ รัฐบาลอนุมัติมาตอนแรก 2.4 แสนล้านบาท โดยพอร์ต นี้จะมีระยะเวลา 3 ปี เริ่มตั้งแต่ปี 2556-2558 พอมี ผู้ประกอบการมาขอใช้วงเงินค้ำ พอร์ต 2.4 แสนล้านบาท ก็จะลดลงเรื่อยๆ ล่าสุดก็เหลือ 1.65 แสนล้านบาท

ตอนนี้เราก็พยายามบอกธนาคารนะครับว่า ปล่อย กู้เถอะ เพราะเรามีค้ำประกันอยู่ เรียกว่าเป็นเครื่องมือที่ ดีมากๆ ในการจะเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs แล้วยิ่งช่วงนี้เป็นช่วงที่ดีมาก เพราะรัฐก็เห็นความ สำคัญมากขึ้น >>

# เชื่อม... สู่เพื่อน SMEs



## โครงการค้ำประกันสินเชื่อ PGS 5 (Portfolio Guarantee Scheme 5)

เป็นโครงการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ที่มีศักยภาพแต่ขาดหลักทรัพย์ ให้ได้รับสินเชื่อ เพียงพอจากสถาบันการเงินผ่านการค้ำประกันสินเชื่อ บสย. โดยเสียค่าธรรมเนียมค้ำประกันร้อยละ 1.75 ต่อปี ค้ำประกันได้สูงสุด 40 ล้านบาทต่อราย ต่อสถาบันการเงิน ระยะเวลาค้ำประกันสูงสุด 7 ปี รูปแบบการค้ำประกัน มี 3 แบบคือแบบปกติ แบบไม่มีหลักประกัน และแบบ NPL

สิ้นสุดโครงการ

วันที่ 31 ธันวาคม 2558

## Cover Story







# พืช สมะลาภา

## กลีกรไทยเตรียม 'จับ' SMEs

### “จัดหนักลดดอกเบี้ย-พักหนี้ SMEs อัดสินเชื่อใหม่อีก 7.5 หมื่นล้าน”

ขณะที่มีพาดหัวข่าวถึงธนาคารกสิกรไทย ด้วยความหวังสำหรับผู้ประกอบการ SMEs **พืช สมะลาภา** ผู้บริหารสายงานธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ ได้ให้ความเห็นไว้ในบทความของเขา ในหนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ ฉบับวันที่ 5 มิถุนายน 2557 ว่า

“การทำธุรกิจเปรียบเสมือนการเรียนรู้กับปัญหา ความเปลี่ยนแปลง หรือความไม่แน่นอนต่างๆ ที่ก้าวเข้ามา เพื่อเป็นบทพิสูจน์ความสามารถ และท้าทายให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้ และพร้อมปรับตัวอยู่เสมอ ผมเชื่อเสมอว่า ไม่มีคำว่าทางตัน สำหรับคนที่พร้อมสู้ และปรับตัวกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง อยู่เสมอ”

SMEs Today จึงไม่รอช้าที่จะขอความเห็นเพิ่มเติมว่า ขณะที่ข่าวว่ากสิกรไทยกำลังเตรียมชับ น้ำตาผู้ประกอบการ SMEs นั้น ในส่วนของ SMEs เองควรต้องทำอย่างไร

#### จากการประชาสัมพันธ์ ดูเหมือนว่ากลีกรไทยจะ ให้ความใส่ใจผู้ประกอบการ SMEs เป็นพิเศษ

อาจจะเป็นไปได้ว่า จำนวนลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการ SMEs ของเรา มากกว่าธนาคารอื่น จากตัวเลขที่ สสว. ให้อยู่ ระบุว่า มีผู้ประกอบการ

SMEs อยู่เกือบ 3 ล้านรายในประเทศ แต่เราให้กู้ได้ แค่แสนกว่ารายเท่านั้น ซึ่งนับว่ายังน้อยอยู่ ธนาคารอื่นก็คงไล่เลี่ยกัน แต่ถ้าเทียบ Market Share ในธนาคารพาณิชย์ด้วยกัน ก็ถือว่ากสิกรไทยใหญ่ที่สุดแล้ว โชคดีมากที่เราเริ่มมาเป็นรายแรกๆ

เพราะฉะนั้นยากมาก ในการจะดึงลูกค้าดีๆ จากเราไปได้ เพราะว่าลูกค้าเองจะรู้สึกว่าเป็นหนี้บุญคุณธนาคารที่ช่วยเขามาตั้งแต่วันแรกๆ แต่เมื่อพิจารณาจากตัวเลขที่ออกมา เห็นได้ว่า กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ยังถือว่าเป็นกลุ่มใหญ่ ซึ่งนับว่าเป็นโจทย์ที่ทุกฝั่งต้องร่วมกันทำงานให้สามารถผ่านจุดนี้ไปได้

#### กลีกรไทยมีการปรับเปลี่ยนนโยบายในช่วงนี้ ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ใหม่

โดยรวมแล้วใน 1-2 ปีที่ผ่านมา นโยบายของเราคือช่วยเหลือลูกค้าของเราให้ได้เต็มที่ ปีนี้แม้จะเป็นนโยบายเดิม แต่ก็ต้องเพิ่มความช่วยเหลือให้มากขึ้น เรื่องที่เห็นชัดที่สุดคือเรื่องของวงเงิน เราพยายามที่จะเพิ่มวงเงินให้กับกลุ่มลูกค้าที่ธนาคารพอรู้จัก หรือเป็นลูกค้าเก่าของเราเอง แต่ถ้าเป็นกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ยังไม่รู้จักเลย การที่จะหาวงเงินให้เขา ในช่วง

เวลาที่เศรษฐกิจเป็นอย่างนี้ ก็เป็นเรื่องที่ลำบากพอสมควร ส่วนผู้ประกอบการโดยทั่วไป เราก็พยายามทำอยู่ แต่ทำในรูปแบบ CSR เช่น ช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจ หรือผู้ประกอบการที่อยู่ต่างจังหวัดไกลๆ ที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ การดำเนินการดังกล่าว ถือว่าเป็นเรื่องของการคืนกลับสู่สังคมก็ว่าได้

เราพยายามที่จะช่วยเหลือในรูปแบบนั้น เพราะลูกค้าที่จ่ายเงินเราอยู่เยอะๆ ทุกวันนี้ เมื่อ 5-7 ปี ที่ผ่านมา ก็เคยผ่านอย่างนี้มาก่อน เลยคิดว่าอะไรที่ช่วยกันได้อีกก็อยากช่วยกัน

## บอกว่า ถ้าเป็นลูกค้าที่เรารู้จัก คำว่า “รู้จัก” มีความหมายอย่างไร

ผู้ประกอบการ SMEs ที่ไม่ใช่รายใหญ่ ธนาคารจะรู้จักยากมาก เพราะถ้าเป็นรายใหญ่ๆ เวลาที่สถาบันการเงินเข้าไปถามเขา เขาก็จะเตรียมตัวเลขมาให้ดูว่า ปีนี้เขามีรายได้เท่าไร มีรายจ่ายเท่าไร จะมี Auditor คอยตรวจให้เข้าใจไหม ถูกต้องไหม เวลาที่เขามาคุยกับธนาคารก็จะง่าย แต่ถ้าเมื่อลูกค้า SMEs ที่ไม่มีตัวเลขเหล่านี้ การคุยก็จะยากขึ้น

สมมติว่าผมไปหานาย ก. ถามว่ารายได้ปีนี้เท่าไร เขาบอกว่า 70 ล้านบาท ผมถามว่าไหนล่ะ เขาก็บอกว่า เชื้อใจผมสิ ซึ่งถ้าคุยกันบนภาษานี้ ก็จะต้องอาศัยความรู้จักกันเป็นเวลานาน เดินบัญชีกับธนาคารเรามา 5-10 ปี เราก็จะรู้จักว่าเขาเป็นคนอย่างไร พอจะทำให้เราเชื่อได้ว่าน่าจะเป็น 70 ล้านบาทจริง

แต่ก็อีกนั่นแหละครับ ว่าเราจะปรับตัวเข้าหาลูกค้า หรือเราจะตั้งกฎเกณฑ์ของเรา และรอให้ลูกค้าปรับตัวเข้าหาเรา ถ้าเมื่อเราอยู่ใน Industry ที่มีเราทำอยู่

คนเดียว เราก็บังคับให้ทุกคนปรับตัวเข้าหาเราได้ แต่วันนี้มันไม่ใช่ เราก็จะต้องปรับตัว แล้วก็พยายามที่จะ Service ลูกค้าเราให้ได้

## วิธีการเข้าถึงเพื่อสามารถให้บริการธนาคารได้ ควรทำอย่างไร

ก็ต้องพยายามเดินบัญชีเข้าไว้ เช่น เมื่อขายสินค้าได้ แทนที่จะนำไปซื้อวัตถุดิบเลย ก็ให้เดินผ่านบัญชีเสียก่อน เวลาไปคุยกับธนาคาร อย่างน้อยๆ ก็สามารถนำ Statement ไปให้เห็นว่ามีรายได้จริงๆ ส่วนที่ถอนออกไป ก็เพื่อนำไปซื้อวัตถุดิบ เราจะได้เห็นว่ารวมๆ แล้วเป็นจำนวนเท่าไร ถ้าหักส่วนที่ถอนไป จะเหลือกำไร

เท่าไร ฉะนั้นจะรู้ได้ประมาณเท่าไร ถ้าไม่มีการเดินบัญชีเลย ทุกอย่างก็จะลำบาก เราจะไม่รู้ว่าจริงๆ คุณต้องการเงินเท่าไรกันแน่ เพื่อให้มีสภาพคล่องที่ดีพอ

แต่การเดินบัญชีก็ต้องนาน

เท่าที่จะนานได้นะครับ เขาอาจจะบอกกันว่า 3 เดือน แต่จริงๆ 3 เดือน มองไม่ค่อยเห็นหรอกครับ ให้พยายามเดินบัญชี และอย่าพยายามแต่งบัญชีมาก เพราะเดี๋ยวนี้ธนาคารก็มีเทคโนโลยีในการตรวจสอบว่า เป็นการแต่งบัญชีเพื่อหลอกธนาคารหรือไม่ ตัวอย่างเช่น ผมมีเงินอยู่สัก 1,000 บาท ผมถอนออกมาเป็นรายจ่าย แล้วก็นำ 1,000 บาท อันเดิมนั้นใส่กลับเข้าไปใหม่ แล้วก็ถอนเข้าถอนออกวนอยู่อย่างนั้น มันก็จะไม่ใช่รายได้จริง แต่เป็นเงิน 1,000 บาทเดิม ที่ถอนเข้าถอนออกอยู่หลายๆ หน พอดูใน Statement ก็เห็นว่ามี 1,000 บาท เข้ามาเรื่อยๆ ลูกค้าเขาก็บอกว่า นี่ไม่รายได้ คุณลองนำมาบวกกันสิ (หัวเราะ) มี Tactic เยอะครับ ผู้ประกอบการเก่งขึ้นในเรื่องของการแต่งบัญชี ธนาคารก็เก่งขึ้นในเรื่อง

**เรายังเตรียมวงเงินอีก  
7.5 หมื่นล้านบาท  
เพื่อปล่อยสินเชื่อ  
ในระหว่าง มิ.ย.-ส.ค.**



ของการจับ (หัวเราะ) ซึ่งมันก็กลับมาเรื่องเดิมว่าทำอะไรถึงจะปล่อยสินเชื่อได้ ก็เหลืออยู่เรื่องเดียวครับ คือต้องรู้จักกันมานาน และต้องเชื่อใจซึ่งกันและกัน

## นอกจากการเดินบัญชี ยังต้องมีการเตรียมการอย่างอื่นอีกไหม

ผมว่ามันไม่ใช่เรื่องของการที่จะต้องทำโน่นนี่นะครับ แต่เป็นเรื่องของการอธิบายสิ่งที่ตัวเองทำอยู่มากกว่า เพราะว่าธุรกิจก็คือธุรกิจ ทำแล้วควรจะเป็นกำไร เพราะฉะนั้น สิ่งที่จะต้องทำก็คือ เอาสิ่งที่คิดมาแล้วให้ธนาคารฟังให้เข้าใจ ให้ได้จริงๆ ก็แค่นั้นเอง คุณสามารถอธิบายได้ไหมว่า จริงๆ แล้วคุณทำอะไร และถ้ากู้ธนาคารไปแล้ว ธนาคารจะได้เงินคืนหรือเปล่า

เดี๋ยวนี้จะมีอาชีพที่ทำหน้าที่ช่วยแต่ง Story ว่า เรื่องในแนวนี้ รับรองธนาคารปล่อยแน่ ผมว่าไม่ต้องใช้บริการเขาก็ได้ เอาเรื่องของตัวเองนี้แหละมาแล้วว่า เงินที่ธนาคารให้ไป จะนำไปใช้ทำอะไร ทำให้ธนาคารเห็นให้ได้ว่า อีก 4-5 ปี ในที่สุดเงินที่ยืมธนาคารมา มันจะสร้างผลตอบแทนให้กับบริษัทได้

ถ้าเดินไปขอกู้เงิน 10 ล้านบาท คำถามแรกของธนาคารก็คือ คุณจะนำไปทำอะไร เออ...เอาไปซื้อที่ไว้แก่งกำไร พุดแค่นี้ จบ กับอีกคนหนึ่งบอกว่า จะนำไปสร้างโรงงาน ตอนนี้มีลูกค้าจำนวนเท่านี้ ความสามารถในการดำเนินกิจการเป็นแบบนี้ เชื่อว่าเราสามารถที่จะสร้างรายได้ได้ต่อไป เท่านี้ Story ก็จะไม่เหมือนกันแล้ว ธนาคารก็จะมีหน้าที่ฟัง คอย ถามไปเรื่อยๆ แล้วก็ค่อยๆ ทำความเข้าใจว่าจริงๆ แล้วผู้ประกอบการรายนั้น มีความสามารถที่จะทำ

ในสิ่งที่เขาพูดได้หรือเปล่า ผมว่ายิ่งจริงใจเท่าไร ยิ่งง่าย ผมว่าขอเงินธนาคารไม่ได้ เป็นเรื่องเล็ก แต่ถ้าขอไปแล้ว เกิดจ่ายไม่ได้ อันนี้เรื่องใหญ่ เพราะฉะนั้น อย่าไปแต่งอะไรมากเสียจนมันไม่ใช่เรา

## ธนาคารก็ต้องทำความรู้จักผู้ประกอบการด้วยใช่ไหม

ใช่ครับ การมีหัวใจในการให้บริการ เป็นสิ่งที่เราพยายามจะฝึกสอนอยู่ ธุรกิจธนาคารก็คือธุรกิจบริการครับ ทำอย่างไรให้ลูกค้าที่เข้ามาคล้อยออกไปด้วยความรู้สึกที่ดี ถ้าเป็นลูกค้าผม ผมก็ต้องไปหาบ่อยๆ คอยไปเดินดูว่าโรงงานเป็นอย่างไร Stock ของเยอะไหม ช่วงไหน Order เยอะ ช่วงไหน Order ขาด เป็นการทำความรู้จักกัน ยิ่งสนิทกันมากขึ้น ลูกค้าก็จะยิ่งเล่ามาก ธนาคารก็จะช่วยได้เร็วขึ้น

บางคนอาจจะมีความรู้สึกที่ว่า เจ้าหนี้เป็นศัตรู แต่จริงๆ แล้ว เราอยู่ฝั่งเดียวกัน เพราะธนาคารให้เงินไปแล้ว จะขอคืนที่เดียวหมดเลยก็ไม่ได้ (หัวเราะ) อย่างไรก็ตามก็ต้องดูแลกันต่อไป บางคนอาจจะบอกว่า ธนาคารอยากได้หลักประกันใช่ไหม เราไม่อยากได้เลย เพราะหากมีปัญหา หลักประกันที่นำไปขึ้นเป็นเงินจริงๆ ไม่เคยได้เต็มมูลค่า เพราะฉะนั้นเราไม่ได้อยากได้หลักประกัน แต่ไม่อยากให้ธุรกิจของคุณเจ๊งมากกว่า แต่ละคนอาจจะมองไม่เหมือนกัน แต่สำหรับผม ถ้าเสียมันก็เสียหมด ก็ต้องไปนั่งจัดการหนี้เสีย (NPL) เพราะฉะนั้น สำหรับผม ถ้าธุรกิจไหนเห็นว่าควรปล่อยสินเชื่อผมก็ปล่อย

แต่ผมถือว่าเราต้องรู้จักผู้ประกอบการครับ บางครั้งธนาคารก็ชอบทำตัวเองให้ดูเข้าไม่ค่อยถึง มีแต่ตัวเลขเต็มไปหมด เพื่อจะให้ตัวเองดูเก่งขึ้นมาหน่อย (หัวเราะ) แต่จริงๆ แล้วมันไม่ใช่ ธนาคารต้องทำให้ตัวเองเข้าถึงได้ง่าย เหมือนคนธรรมดาเขาคุยกัน ง่ายๆ แบบนี้ดีที่สุดแล้ว

ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ผมก็ไม่แน่ใจจะครับว่าทำไมธนาคารเราถึงโชคดี ที่มีวัฒนธรรมที่ดีได้ถึงขนาดนี้ ถือว่าโชคดีมาก ก็ต้องขอบคุณผู้บริหารรุ่นก่อนๆ ตั้งแต่คุณปั้น (บัณฑิต ล่ำซำ) มาเลย ที่สามารถสร้างวัฒนธรรมที่พร้อมจะให้บริการได้ ซึ่งผมรู้สึกได้ว่า เราทุ่มเทมาก ก็ถือว่าเป็นจุดแข็งของเรา

## มีนโยบายกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างไรบ้าง

จริงๆ เขาก็ทำกันมาโดยตลอดแล้วครับ ปีนี้คงไม่ได้เป็นเหมือน Big Bang แต่เราก็พยายามเข้าไปช่วยเหลือลูกค้า ให้สามารถออกไปแสวงหาวัตถุดิบที่ราคาถูกลงได้ ก่อนหน้านี้ถ้าจะไปลงทุนในลาว ก็ไม่ได้ เพราะมีความเสี่ยง แต่เดี๋ยวนี้ก็เริ่มให้กู้แล้วครับ ทั้งในลาวและกัมพูชา แต่พม่าอาจจะต้องรอไปก่อน ถ้าให้เลือก เราอยากปล่อยสินเชื่อในประเทศดีกว่า แต่ก็ไม่ได้ปิดกั้นสำหรับการขยายนะครับ ถ้าเผื่อเรามี Business Model ที่ดีจริงๆ ก็จะเริ่มให้สินเชื่อ จากเมื่อก่อนที่เราไม่เคยให้เลย

ส่วนการค้าชายแดน มันโตของมันเรื่อยๆ มาโดยตลอด พกการบริโภคในประเทศชะลอตัวลง การส่งออกไปขายนอกประเทศมากขึ้น Volume ก็ยิ่งเพิ่มขึ้น

## ณ ห้วงเวลา ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเกิดขึ้น และมีการเอ่ยถึง การให้ความสำคัญกับการสนับสนุน SMEs มีคำขอพิเศษบ้างไหม

ยังไม่มีชัดเจนนะครับว่า ธนาคารจะต้องทำอะไร สอง สาม สี่คืออะไร แต่เราเองก็ทำตลอดเวลาอยู่แล้ว ลูกค้ารายที่จ่ายไม่ไหว เพราะขาดสภาพคล่อง เราก็ให้ยืดเวลาออกไปก่อน เรื่องนี้ทำมาสักพักแล้วครับ ตอนนี่ก็มีการลดดอกเบี้ยเงินกู้เบิกเกินบัญชี (โอที) ลง 3% เป็นเวลา 3 เดือน ตั้งแต่ 1 มิถุนายน ถึง 31 สิงหาคม 2557

พักชำระหนี้เงินต้น 6 เดือน ให้ผู้ประกอบการ SMEs 1.5 หมื่นราย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการมีเงินเพิ่ม 55% เพื่อใช้หมุนเวียนได้

เรายังเตรียมวงเงินอีก 7.5 หมื่นล้านบาท เพื่อปล่อยสินเชื่อใหม่ให้กับผู้ประกอบการใน 3 เดือนนี้ ระหว่างมิถุนายน ถึงสิงหาคม เพื่อช่วยเสริมสภาพคล่องเข้าระบบ เพิ่มขึ้น 25% เป็นการกระตุ้นให้เศรษฐกิจฟื้นเร็วขึ้น ซึ่งถ้าเกิด Sentiment ของผู้จับจ่ายใช้สอยบอกว่า โอเคจับกันสักที จะเริ่มใช้เงินแล้ว ผู้ขายก็จะโอเคเหมือนกัน เพราะเริ่มมีคนซื้อแล้ว ก็จะเริ่มสั่งของ เริ่มไปกู้เงินกัน ธุรกิจก็กลับมาเริ่มเดินกันใหม่อีกรอบ และถ้าเมื่อเราดูแลต้นทุนของตัวเองได้ จัดการกับ Stock ได้ และตลาดกลับมาจริงๆ ส่วนของกำไรก็จะเพิ่มขึ้น

ผู้ประกอบการรายนั้นก็ฟื้นเร็วกว่าคนอื่น อาจจะได้โตเกินกว่า +1 หรือ -1 แต่อย่างน้อยๆ มันก็ไม่ตาย เพราะฉะนั้น ผมว่าเศรษฐกิจก็จะมือแบบนี้แหละครับ ขาขึ้น ขาลง ถ้าเมื่อเรามองไปอีก 10 ข้างหน้า ช่วงนี้แยๆ เดียว ในที่สุดมันก็กลับขึ้นมาดีเอง ถ้าช่วงนี้เราใช้เวลาจัดการหลังบ้านให้เรียบร้อย ต่อไปในอนาคต ก็สามารภที่จะทำกำไรมา Cover ส่วนที่ปีนี้ขาดไปได้

จริงๆ แล้ว SMEs ต้องช่วยตัวเองเป็นส่วนใหญ่เลยครับ เพราะว่า ธนาคารให้ได้แค่เครื่องมือกับคำปรึกษา แต่คนที่ต้องนำไปทำจริงๆ ก็คือผู้ประกอบการ ขนาดเงินยังให้แค่ยืมเลยครับ ไม่ได้ให้ฟรี เพราะฉะนั้นอย่างไรเสีย ผู้ที่หนักที่สุดก็คือ ผู้ประกอบการ ที่เหลือก็เป็นตัวช่วยทั้งนั้นแหละครับ ➤

## แหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs\*

ธนาคาร	ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ	วงเงินสินเชื่อ
กรุงเทพ	สินเชื่อบัวหลวงกันใจ	สูงสุด 10 ล้านบาท
	สินเชื่อบัวหลวง 3 เท่า (บสย. ช่วยค้ำประกัน)	3 เท่า (สูงสุด 40 ล้านบาท)
	กรุงเทพ	สินเชื่อกรุงเทพ 3 สบาย
กรุงศรีอยุธยา	สินเชื่อจุใจ	สูงสุด 20 ล้านบาท
	สินเชื่อกันใจ สินเชื่อพร้อมขยาย	3 เท่า (สูงสุด 12 ล้านบาท)
กสิกรไทย	SME ฝัน ฟูด ฟูด	2 เท่า (สูงสุด 30 ล้านบาท)
	ไม่มีหลักประกัน	สูงสุด 5 ล้านบาท
เกียรตินาคิน	สินเชื่อธุรกิจ SME มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน	สูงสุด 40 ล้านบาท
ทหารไทย	สินเชื่อธุรกิจ 3 เท่า 3 ท็อก	สูงสุด 20 ล้านบาท
ไทยพาณิชย์	สินเชื่อ SCB SME วงเงินสูงสุด 3 เท่า	3 เท่า (สูงสุด 20 ล้านบาท)
	โครงการสินเชื่อวงเงิน 5 เท่า	5 เท่า (สูงสุด 10 ล้านบาท)
ธนชาต	สินเชื่อธนชาต SME UP	สูงสุด 10 ล้านบาท

\* กรุณาสอบถามรายละเอียดและเงื่อนไขกับทางสถาบันการเงินโดยตรง

# เจ้าตำรับอาหารเวียดนามเมืองไทย 'แดงแหมมเนือง'

จากหาบเร่-ห้องแถว สู่อุรกิจร้านอาหารครบวงจร

เริ่มต้นจากธุรกิจเล็กๆ ของครอบครัว ขยับขยายเป็นร้านอาหารยอดนิยม  
สั่งสมชื่อเสียงมายาวนาน เกือบ 50 ปี จนวันนี้ 'แดงแหมมเนือง' กลายเป็น  
ของดีคู่บ้านคู่เมืองจังหวัดหนองคาย ที่ใครไปเยือนต้องไม่พลาดชิม

ผ่านไปเมื่อนานอริภูมิแม่น้ำโขง 'หนองคาย' นอกจาก  
บั้งไฟพญานาค สิ่งมหัศจรรย์ทางธรรมชาติที่ขึ้นชื่อลือชา  
เป็นสัญลักษณ์ประจำเมืองแล้ว ของดีของดังอีกอย่าง  
หนึ่ง ที่แยกไปใครมาก็ต้องแวะไปเยือนจนถูกบรรจุ  
เป็นโปรแกรมห้ามพลาดของเมืองพญานาคไปแล้วก็คือ  
'แดงแหมมเนือง' ต้นตำรับอาหารเวียดนามเมืองไทย

กว่าจะขึ้นหิ้งเป็นร้านอาหารยอดนิยมและ  
ของฝากอันดับ 1 ของหนองคายอย่างทุกวันนี้ แดง  
แหมมเนืองผ่านร้อนผ่านหนาวมานานเกือบ 50 ปี นับ  
ตั้งแต่หาบเร่ในยุคคุณแม่ ก่อนจะค่อยๆ ก่อร่างสร้าง  
ตัวเปิดร้านเล็กๆ ให้บริการแก่พี่น้องร่วมบ้านเกิดเมื่อปี  
พ.ศ. 2511 กระทั่งโด่งดังเป็นที่นิยมของผู้พิสมัยรสชาติ  
แบบเวียดนามแท้ๆ ทั่วประเทศ วันนี้อยู่ภายใต้การบริหาร  
ของทายาทรุ่นที่ 2 ต้องยอมรับว่า แดงแหมมเนือง  
เติบโตขึ้นอย่างสง่าผ่าเผยและน่าชื่นชม

### จากร้านห้องแถวสู่อุรกิจใหญ่ในหนองคาย

นอกจากหัวเรี่ยวหัวแรงอย่าง **คุณแดง** ลูกสาวคนที่  
2 ผู้รับช่วงกิจการต่อจาก **คุณพ่อต่วน ไชวัน** และ

**คุณแม่วี เลืองถิ** แล้ว กำลังสำคัญในการขับเคลื่อน  
ธุรกิจอีกหนึ่งแรง คือ **ณัฐ-ศัทภัทร สหัชพงษ์** ลูกชาย  
คนสุดท้องในบรรดาทายาททั้ง 8 คนของบ้าน ซึ่งแม้จะ  
สำเร็จนจนจบวิศวกรรมไฟฟ้าจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม แต่  
ด้วยความผูกพันจากการช่วยงานที่ร้านมาตั้งแต่เด็ก  
เมื่อคุณแม่ขอให้มาช่วยพี่สาวดูแลร้านของครอบครัว  
ลูกชายคนเล็กก็ไม่ปฏิเสธ รับผิดชอบผู้จัดการ ช่วย  
บริหารร้านอย่างเต็มกำลัง

“ผมกลับมาจากกรุงเทพฯ ปี พ.ศ. 2535 ตอนนั้น  
ร้านเราเป็นอาคารไม้เก่าๆ คูหาเดียว ก่อนที่พี่แดงจะซื้อ  
ที่แปลงข้างๆ แล้วขยับขยายเพิ่มเป็น 3 คูหา เมื่อก่อน  
ไม่มีชื่อร้าน แต่ลูกค้าจะเรียกว่าร้านเจ้แดง เพราะพี่แดง  
เป็นเจ้าของกิจการ แล้วแกก็ยื่นอยู่หน้าเคาน์เตอร์เป็น  
โลโก้ร้าน เลยกกลายเป็นว่า ถึงไม่มีชื่อร้านแต่คนก็รู้จัก  
กันในนามร้านเจ้แดงอยู่แล้ว” นั่นคือที่มาของชื่อร้าน  
ที่จดจำง่ายและติดปากลูกค้า จนกลายเป็นว่า คิดถึง  
แหมมเนืองต้องแดงแหมมเนือง

เมื่อได้คนหนุ่มไฟแรงมาบริหารงาน จากร้านอาหาร  
เล็กๆ ที่ไม่มีระบบการจัดการที่ชัดเจน จึงค่อยๆ พัฒนา





นอกจากคณะแม่บ้านทุกวัน แหนมเมืองและผลิตภัณฑ์ของแดงแหนมเมืองอย่างหมวยและกุนเชียง ยังเป็นของฝากที่นักท่องเที่ยวไม่ยอมพลาดหากไปถึงหนองคาย

ขึ้นตามลำดับ ก่อนจะเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในอีก 2 ปีต่อมา หลังจากเปิดสะพานมิตรภาพไทย-ลาว (พ.ศ. 2537) คุณณัฐและพี่สาวคนที่ 7 ที่เข้ามาช่วยดูแลร้านก็มีความคิดตรงกันว่า น่าจะถึงเวลาแล้วที่แดงแหนมเมืองต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองไปสู่มาตรฐานที่ดีกว่า โดยเริ่มต้นจากปรับเปลี่ยน Packaging ของฝากก่อนเป็นอันดับแรก

“เมื่อก่อนถ้าใครอยากซื้อแหนมเมืองกลับบ้าน พี่สาวก็จะใช้ให้ผมไปตระเวนซื้อกล่องเปียร์เพื่อนำมาแพ็ค ผมกับพี่สาวคนที่ 7 ที่เข้ามาช่วยดูร้านก็คิดกันว่า คงจะใช้วิธีนี้ไม่ได้แล้ว เราต้องสั่งทำกล่องที่ได้มาตรฐาน มีโลโก้ของเราเอง ตอนแรกทำเป็นตัว D กับตัว N ตัวย่อของแดงแหนมเมือง ก่อนจะออกแบบเป็นโลโก้แล้วพัฒนา มาเรื่อยๆ จนเป็นแบบที่เห็นกันทุกวันนี้”

นอกจากนี้คุณณัฐยังรุกเข้าสู่บริการ Delivery โดยจัดทำเอกสารแนบไปในทุกกล่อง ให้ลูกค้ารู้ว่า หากนึกอยากกินแดงแหนมเมือง ไม่ต้องไปถึงหนองคายก็สามารถสั่งซื้อได้ โดยทางร้านบริการจัดส่งให้ทั้งทางรถทัวร์และรถไฟ จนเดี๋ยวนี้ยกระดับขึ้นไปอีกชั้น ส่งทางเครื่องบินด้วย ในกรณีที่คุณลูกค้าต้องการ

จากนั้นไม่นานก็เริ่มทำโรงงานผลิตแดงแหนมเมืองที่ได้

มาตรฐาน ทั้งในส่วนของเครื่องปั้นหม้อและห้องเย็น โดยมีคุณพ่อคุณแม่และพี่สาวคนที่ 3 เป็นฝ่ายดูแลการผลิต ก่อนจะส่งมาแปรรูปขายที่ร้าน นับเป็นธุรกิจร้านอาหารแบบครบวงจร

### ‘มาตรฐาน’ หัวใจสำคัญของร้านอาหาร

สิ่งที่ทำให้แดงแหนมเมืองแตกต่างจากร้านอาหารทั่วไปไม่เพียงเพราะเป็นอาหารเวียดนามแท้ๆ ที่รสชาติถูกปากคนไทย แต่สำคัญกว่านั้นคือ ‘มาตรฐาน’ ทุกอย่างในร้านล้วนถูกควบคุมด้วยคำว่า ‘ดีที่สุด’ ซึ่งเป็นสิ่งที่คุณณัฐใส่ใจเป็นพิเศษ นับตั้งแต่ได้รับมอบหมายให้เข้ามาบริหารงาน

“เราต้องทำให้เกิดความแตกต่าง อย่างร้านผม นอกจากรสชาติอาหารแล้ว ยังได้มาตรฐาน มีบริการที่ดี บรรยากาศน่านั่ง ถูกสุขอนามัย รวมถึงเรื่องห้องน้ำก็สะอาดจริงๆ ไม่มีกลิ่นเลย ซึ่งผมกล้าพูดว่ามีร้านผมร้านเดียวในหนองคายที่ทำแบบนี้” ผู้จัดการร้านที่ไม่เคยได้นั่งติดเก้าอี้เก้าอี้กันตี

มาตรฐานที่คุณณัฐสร้างให้กับแดงแหนมเมืองนั้น แทกรวมอยู่ในทุกขั้นตอนและทุกส่วน เริ่มจาก



วัตถุดิบ ตัวหมมเนื่องถูกผลิตในห้องปลอดเชื้อ โดยเครื่องจักรซึ่งทำจากสแตนเลส ไม่เสียบใหม่เอี่ยม ผ่านกระบวนการล้าง ตากแห้ง และอบร้อนเพื่อฆ่าเชื้อ ก่อนจะนำไปใช้ กระบวนการบรรจุก็ทำในห้องปลอดเชื้อ ส่วนผักต้องล้างถึง 6 ขั้นตอนกว่าจะนำออกมาเสิร์ฟได้ เริ่มจากล้างน้ำเพื่อชะโคลนและสิ่งสกปรกออกก่อน แล้วล้างด้วยน้ำส้มเพื่อฆ่าเชื้อแบคทีเรีย จากนั้นล้างน้ำสะอาดอีก 3 ครั้ง ก่อนจะนำอีกครั้ง โดยทุกขั้นตอนต้องล้างที่ละใบ เพื่อให้แน่ใจว่าผักทุกใบสะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภคจริงๆ

“ในส่วนของบริการเน้นความเร็วเป็นหลัก พอโต๊ะเต็มเช็กบิลแล้วลูก ทีมงานใช้เวลาในการเก็บจานไม่เกิน 1 นาที เมื่อลูกค้ากลุ่มใหม่สั่งอาหารไม่เกิน 5-10 นาที อาหารเสร็จพร้อมเสิร์ฟทุกอย่าง เหลือแต่คอยบริการเรื่องเครื่องดื่ม รวดเร็วแบบนี้ลูกค้าก็พอใจ ถึงจะนั่งรอโต๊ะนาน 30 นาที แต่พอได้โต๊ะปุ๊บ เขาได้กินอาหารใน 10 นาที เรื่องนี้สำคัญมาก” ถึงจะเป็นช่วงเทศกาลที่ลูกค้าเข้าร้านเยอะกว่าปกติ ทางร้านก็พยายามบริการให้ดีที่สุด เร็วที่สุด เพราะความพอใจของลูกค้าคือตัวชี้วัดมาตรฐานในการบริการได้เป็นอย่างดี

สุดท้ายเรื่องความสะอาดและสุขลักษณะ สิ่งที่คุณณัฐบอกว่ามองข้ามไม่ได้โดยเด็ดขาด เพราะเป็นรายละเอียดที่ทำให้แดงหมมเนื่องพิเศษกว่าร้านอาหารทั่วไป “เรื่องสุขลักษณะของร้าน ผมเป็นคนดูแลเอง เดือนหนึ่งจะทำ Big Cleaning ครั้งหนึ่งทุกอย่าง ทุกซอก ทุกมุม ต้องไร้ฝุ่น อีกรายทางเรารักษาสีเงาแวดล้อมด้วย บริเวณร้านเราต้นไม้ใบหญ้าจะเขียวขจีตลอด ถึงจะเป็นหน้าแล้ง บรรยากาศก็ดี”

ฉะนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ร้านอาหารในจังหวัดชายแดนแห่งนี้จะได้รับใบรับรองจากทุกมาตรฐาน



ที่มีอยู่ในเมืองไทย ทั้ง Clean Food Good Taste จากกระทรวงสาธารณสุข และมาตรฐาน GMP จากกระทรวงอุตสาหกรรม แม้แต่ทางจังหวัดยังยกให้เป็นต้นแบบที่ร้านอาหารอื่นๆ ควรเอาเป็นแบบอย่าง

### สาขาเดียวที่บ้านเกิด

นอกจากร้านใหญ่ที่รองรับลูกค้าได้ถึง 550 ที่นั่ง ณ ริมแม่น้ำโขง จังหวัดหนองคายแล้ว คุณณัฐชี้แจงว่าแดงหมมเนื่องไม่มีสาขาอื่นใดอีกตามที่หลายคนเข้าใจ

จะมีก็แต่ร้านของพี่ชายคนที่ 5 และพี่สาวคนที่ 6 ที่แยกไปเปิดในชื่อ VT แหนมเนือง (V เป็นชื่อคุณแม่ ส่วน T มาจากชื่อคุณพ่อ) ที่อุดรธานีและเชียงใหม่ ซึ่งก็รับเอา แหนมเนืองจากโรงงานของครอบครัวไปขายเช่นเดียวกัน

“บางคนบอกว่าแดงแหนมเนืองอร่อยกว่า บางคนบอก VT อร่อยกว่า ก็เป็นเรื่องให้มียิ้มกัน เพราะจริงๆ ก็มาจากแหล่งผลิตเดียวกัน ซึ่งนอกจากแดงแหนมเนืองกับ VT แล้ว เราไม่ได้ส่งให้ที่อื่นอีก เพราะเป็นธุรกิจครอบครัว ทำเฉพาะในครอบครัวอย่างเดียว”

ดังนั้นร้านต้นฉบับจึงมีอยู่เพียง 3 ร้าน คือ แดงแหนมเนือง VT อุดรฯ และ VT เชียงใหม่ ทว่าสำหรับ VT นั้นมีระบบแฟรนไชส์จึงมีร้านสาขาอีกหลายร้าน แต่ในส่วนของแดงแหนมเนือง ทั้งคุณแดงและคุณณัฐต่างเห็นพ้องต้องกันว่า จะไม่แตกสาขาไปไหนอีก

“ผมกับพี่แดงเราทำธุรกิจเชิงนโยบาย คือเรารักบ้านเกิด เราต้องการให้คนเข้ามาในจังหวัดหนองคาย อยากให้สังคม พรรคพวก เพื่อนฝูง หรือพี่น้องเราได้ประโยชน์ ไม่ว่าจะธุรกิจทัวร์ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร เราต้องช่วยกัน” เหตุผลง่ายๆ แต่จริงใจ ที่อยากจะให้ร้านดั้งเดิมของครอบครัวเป็นร้านอาหารคู่เมืองหนองคายต่อไป

ถึงทางร้านจะไม่มีระบบแฟรนไชส์ แต่ก็เปิดโอกาสให้ผู้สนใจนำแดงแหนมเนืองไปเผยแพร่ความอร่อย ด้วยการเป็นตัวแทนจำหน่าย โดยจะส่งตรงของจากหนองคายไปให้ตัวแทนในแต่ละจังหวัด ภายใต้อุปกรณ์ที่ว่า ทางร้านอนุญาตให้เป็นตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น อย่าทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่าเป็นร้านสาขาของแดงแหนมเนือง จะขึ้นป้ายว่าแดงแหนมเนืองสาขานั้นสาขานี้ไม่ได้ และอย่าส่งของเผื่อไปเยอะจนเกินกำลัง ให้สั่งแต่

พอดี ขายหมดวันต่อวัน เพราะถ้าสต็อกของมากจนเกินไป หากของเสียจะทำให้ต้นทุนเสียซื้อได้

“ของที่ส่งไปขายถ้าคุณเก็บไว้ในห้องแช่หรือตู้แช่ก็สามารถขายได้ในคุณภาพที่ดี แต่ถ้าเก็บไม่ดีหรือวางไว้ในที่ร้อนๆ ก็อาจเสียได้ เพราะของเราไม่มีสารกันบูด และสารปนเปื้อน หากลูกค้าซื้อไปแล้วของเสียส่วนใหญ่ ก็จะโทรมาที่ร้าน ซึ่งไม่ว่าจะซื้อมาจากที่ไหน เราต้องเป็นคนรับผิดชอบ ดำเนินการชดใช้ไป อาจะส่งของใหม่ให้หรือโอนเงินคืนเขา แล้วแต่เขาต้องการ เราสร้างชื่อมา 48 ปี ผมก็ต้องรักษาชื่อเสียง ให้ลูกค้าประทับใจที่เราแสดงความรับผิดชอบดีกว่า”

เพราะจิตสำนึกเช่นนี้เอง แดงแหนมเนืองจึงได้ใจลูกค้าอย่างไม่ยากเย็น

## ได้ตะปุบ ต้องได้กิน อาหารใน 10 นาที

### ธุรกิจเพื่อสังคม

เห็นโตดังจนมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ทั่วประเทศ แต่

ที่ผ่านมาแดงแหนมเนืองแทบจะไม่เคยเสียค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เลย ทว่ามีแต่คนยินดีจะไปโมทนาให้เพราะรักและชอบในความเป็นแดงแหนมเนือง โดยเฉพาะบนโซเชียลเน็ตเวิร์กทั้งเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เพียงหนึ่งคนแชร์ก็กระจายไปสู่หลายร้อยหลายพันคน กลายเป็นการตลาดแบบปากต่อปากที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี

“เราบริการลูกค้าทุกคนไม่ให้ขาดตกบกพร่อง เมื่ออาหารอร่อย บริการดี สะอาด ราคาไม่แพง เขาก็โพสต์ลงโลกออนไลน์ สมมติลูกค้าคนหนึ่งมีเพื่อน 100 คน เพื่อนทุกคนก็เห็น นอกจากนี้ผมยังสนับสนุนงานของประชาสัมพันธ์จังหวัด ให้เขาพาคณะมาที่ร้าน เมื่อเขารู้สึกว่าร้านเรามีน้ำใจ สุดท้ายก็ประชาสัมพันธ์กันไปปากต่อปาก อันนี้ผมว่าน่าจะเป็นการตลาดที่ดีที่สุด” คุณณัฐเผยแนวคิดทางการตลาดที่ทำให้ชื่อแดงแหนมเนือง

## Key Success

1. รสชาติความอร่อยที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลง
2. พัฒนาตัวเองอยู่เสมอ
3. ได้มาตรฐานทั้งในด้านวัตถุดิบ การผลิต และบริการ
4. ตระหนักถึงการทำธุรกิจเพื่อสังคมและท้องถิ่น

## Contact

แดงแหมมเนือง 526-527 ถ.ริมโขง  
อ.เมือง จ.หนองคาย 43000  
โทร. 0-4241-1961, 0-4242-1202,  
0-4241-1234, 0-4241-3999  
[www.daengnamnuang.net](http://www.daengnamnuang.net)



ติดตาม ติดตาม และติดตามในที่สุด

มาถึงวันนี้คงไม่มีใครปฏิเสธว่า แดงแหมมเนือง คือร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดร้านหนึ่ง ทั้งในแง่ของการเป็นที่รู้จักและผลประกอบการ สำหรับเจ้าของแน่นอนว่าย่อมภูมิใจและดีใจกับสิ่งที่ปั้นมากับมือ แต่เหนือสิ่งอื่นใดคือการได้แบ่งปันสิ่งที่มีให้แก่สังคม ทั้งการส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ปลูกผักเพื่อส่งเข้าร้าน และสนับสนุนแรงงานในพื้นที่ให้มีงานทำ

“ผมคิดว่าชีวิตเราต้องรู้จักพอ อย่างที่ในหลวงสอนให้รู้จักพอเพียงนั้นถูกต้องแล้ว เมื่อเราเหลือเก็บและรู้จักจนเจือครอบครัวดีแล้ว ก็ต้องคืนสู่สังคมด้วย สิ่งที่ผมตระหนักเสมอคือประเทศเวียดนามเป็นประเทศแม่ผู้ให้กำเนิดพ่อแม่ ประเทศไทยคือประเทศพ่อผู้ให้ชีวิตใหม่

พ่อแม่ผมสอนเสมอว่า อพยพมาอยู่ภายใต้ร่มพระบารมีพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ต้องเกื้อกูลลูกหลานของพระองค์ เมื่อเราอยู่ดีกินดีแล้ว ลูกหลานของพระเจ้าอยู่หัวบางคนยังอยู่ไม่ดีกินไม่ดี ก็ต้องช่วยเขา ดังนั้นพนักงานของผมทั้ง 150 คนจึงเป็นแรงงานไทย 100% ส่งเสริมแรงงานในพื้นที่ทั้งหมดให้มีรายได้”

นั่นคือนโยบายและปณิธานอันแรงกล้าของคุณณัฐและครอบครัว จึงไม่น่าแปลกใจที่ตลอดระยะเวลา 48 ปีที่ผ่านมา แดงแหมมเนืองจะเป็นร้านอาหารที่ยืนหยัดอยู่ในใจคนหนองคายมาตลอด จากนั้นไปด้วยวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจที่เปี่ยมด้วยจรรยาบรรณและสำนึกเพื่อสังคม ไม่ว่าจะผ่านไปอีกกี่สิบปี แดงแหมมเนืองก็จะยังเป็นร้านอาหารคู่บ้านคู่เมืองหนองคายไปอีกนาน ➤

---

## Showcase

---



# สกัดกั้นท์

## จากผ้าขาวม้า สู่อธุรกิจเงินล้าน

เลียบเลาะริมฝั่งโขง เมืองพญานาค จังหวัดหนองคาย จะเห็นหุ่นโชว์ เสื้อผ้าหน้าร้านดีไซน์น่าสนใจ ลองเดินเข้าไปดูจะยิ่งแปลกใจ เพราะเขา บอกว่าเป็นผ้าพื้นเมือง โดยเฉพาะที่ใช้มากที่สุดคือ ผ้าขาวม้า!!

จากผ้าขาวม้าธรรมดาที่มักเป็นสีขาว แดง น้ำเงิน ดำ ที่ชาวบ้านมักบอกว่า “ทำแบบนี้ฉันก็ขายได้ สม่่าเวลานอกเหนือเวลาทำนาเท่านั้น” ทางร้านสกัดกั้นท์ ก็เข้าไปช่วยแนะนำให้ของเดิมๆ ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

### ผ้าขาวม้า ต้นกำเนิดสกัดกั้นท์

เริ่มจากแนะนำชาวบ้านให้ทอผ้าขาวม้าให้เต็ม หน้าก็ ผืนจะกว้างและยาวมากขึ้น ปรับสีสันทันเป็นน้ำตาล ครีมน้ำ หรือจับคู่สีชมพู-ครีม เขียว-ขาวออฟไวท์ นำมา ม้วนเป็นม้วนกลมๆ ไอเดียเบื้องต้นมาจากกระบอก ข้าวหลาม แทนที่จะพับวางซ้อนๆ กัน ทำให้ขายดีขึ้น

เป็นเทน้ำเทท่า ราคาจากสามผืนร้อย ฟุ้งขึ้นเป็นผืนละ หลายร้อยบาท

นั่นยังเป็นการตอกย้ำว่า ผลิตภัณฑ์แบบเดิมๆ หากมองด้วยสายตาดีไซเนอร์ที่มีวิสัยทัศน์ด้านการ ตลาด ปรับตัวผลิตภัณฑ์ และวิธีนำเสนอในการขาย ย่อมได้รับความสนใจจากผู้ซื้อได้แน่นอน

**โหลก ภูทธิ** คอยตรวจตราความเรียบร้อยของงาน และคอยต้อนรับลูกค้าด้วยรอยยิ้มสดใส เล่าถึงที่มา ของร้านว่าลูกชายคนโตของบ้าน ชอบไปซื้อผ้ามาจาก ที่ต่างๆ ช่วยเหลือชาวบ้าน ประกอบกับคนงานในบ้านมี ฝีมือในการตัดเย็บ ก็อยากให้เราเมียรายได้เสริม จึงนำผ้า





มาให้ตัดเซิร์ตในราคาตัวละ 200 บาท “ตัดจนเขามีเสื้อเซิร์ต 200 กว่าตัว จึงเริ่มคิดเปิดร้านขาย”

เรียกว่าแรกๆ ใครรูปร่างไม่เท่ากับเจ้าของร้าน ไม่มีสิทธิ์ใส่เสื้อร้านนี้ ถึงกระนั้นเดือนแรกยังขายได้เกือบ 100 ตัว

### เศษผ้า+ความคิดสร้างสรรค์=ผลิตภัณฑ์สุดเก๋

เวลาตัดผ้าสำหรับตัดเสื้อ ต้องมีการต่อลายผ้าระหว่างชิ้น ทำให้มีเศษเหลือเยอะ เศษผ้าขาวม้าที่เหลือเหล่านี้ยังนำมาใช้ประโยชน์ต่อได้ โดยนำไปจับคู่กับผ้าฝ้ายบ้าง ฝ้ายลินินบ้าง ใช้สายตาของดีไซเนอร์ ออกแบบตกแต่งบนตัวเสื้อออกมาเป็นลวดลายใหม่ๆ เสริมราคาให้สูงขึ้นตามความงดงามของชุด

จากนั้นยังลองนำไปฟอกให้ผ้านิ่ม โดยได้ไอเดียมาจากฝ้ายน ทั้งหมัดเพื่อพัฒนาให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้นออกมาเป็นเสื้อผ้าทั้งชายและหญิง หมวก กระเป๋า ตะกร้า หรือแม้แต่ใช้ผ้าขาวม้าบุเฟอร์นิเจอร์

“ทุกวันนี้ยังให้ชาวบ้านที่บึงกาฬทอผ้าขาวม้าให้อยู่ โดยตั้งใจทย์ให้ เช่น มีสิบคนก็ทอกันคนละสี่ หรือทอกันคนละลาย ผ้าปกติจะเป็นลายตาราง แต่ตรงตีนหรือชายผ้าจะเป็นเส้นตรง ซึ่งจะเน้นให้ทำขายลายทางให้ยาวกว่าปกติเพื่อจะได้นำไปทำหมอนหรือบุเก้าอี้ได้”

เมื่อไรที่มีโอกาสได้เดินทาง พบเจอคนที่ขายผ้าก็จะช่วยซื้อแทบทุกครั้ง เช่น ไป จ.น่าน เจอคนมาขายผ้าตีนจกก็ซื้อ เจอคนมาขายกระโปรงขาวเขาก็ซื้อ เพราะลายตาที่มองไกลไปถึงชุดที่สำเร็จออกมาแล้ว เช่น กระโปรงขาวเขาจะถูกแยกเป็นหลายชิ้น นำไปประดับบนชุดฝ้ายนกลายเป็นชุดดีไซน์เก๋ หรือผ้าสไตส์ขาวเหนือกก็เหมาะที่จะไปประดับบนขาทางเกงเล เป็นต้น

### ผ้าไหม อีกหนึ่งความภาคภูมิใจ

ครั้งหนึ่งที่เป็นจุดสำคัญในชีวิต คือได้พบกับคุณป้าระเบียบ ช่างทอฝีมือดีแห่งภาคอีสานในงาน OTOP ของจังหวัดหนองคาย เขาได้เริ่มต้นซื้อผ้าไหม

และเรียนรู้จาก Silk Guru ท่านนั้นว่าแบบไหนที่เรียกว่าผ้าดี สีไหนที่หายาก ลายไหนที่หายาก จนในที่สุดคุณป้าก็ได้เป็นคนจัดหาและทอผ้าสวยๆ ส่งให้เป็นสินค้าของสัตภัณฑ์

ผ้าไหมที่เหมาะสมจะเป็นผ้าถุง จะนำมาทำการทดลองจีบแบบต่างๆ ใส่โชว์ที่ตัวหุ่น ไม่ต้องดูรูปถ่ายแล้วจินตนาการถึงเวลาสวมใส่ ใครสนใจแบบไหนสามารถนำมาทาบตัวดู แล้ววัดขนาด เย็บเป็นผ้าถุงสำเร็จได้เลย

รวมทั้งทางร้านได้เจอแหล่งของผ้าไหมเวียดนามสามารถนำมาออกแบบตัดเย็บรวมกับผ้าจากแหล่งอื่นๆ ได้ลงตัว และราคาไม่สูงมากจนเกินไป สามารถทำตลาดได้ไม่ยาก

“ชุดที่ร้านนี้นับเป็นสินค้ารับ AEC ได้เลยนะ กางเกงผ้าไหมเวียดนามรูปทรงคล้ายใจกระเบน ลวดลายที่เแวนเป็นผ้าตีนจกจากน่าน หรือเสื้อผ้าขาวม้าจากบึงกาฬตัดผสมกันกับผ้ากระโปรงชาวเขา” เจ้าของเองติดตลก แต่แบบเสื้อของเขาน่าสนใจจริงๆ

### Fixed Price

นอกจากดีไซน์เก๋ และเนื้อผ้าที่คัดมาอย่างดีแล้วแนวคิดในการขายที่น่าสนใจอีกอย่างคือ Fixed Price ราคาไม่มีลดจากป้าย เพราะเชื่อว่าทางร้านตั้งราคาที่สมเหตุสมผลแล้ว แม้ลูกค้าจะอ้อนวอนขอให้ลดราคา จะได้รับคำตอบว่า “เรารักลูกค้าเท่ากัน แม้แต่ญาติก็ตาม คุณจะรู้สึกอย่างไรถ้าซื้อของราคา 2,000 ได้ในราคา 1,600 บาท แล้วไปรู้อีกที่ว่าเราขายให้อีกคน 1,400 บาท เราดูแลลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน ลองนึกดูว่าเสื้อตัวหนึ่งผ่านคนทอมากี่คน คนตัด คนเย็บอีกกี่คน เมื่อพลิกดูราคาแล้วเหมาะสมกับคุณภาพเสื้อ นั่นคือสิ่งที่เราตั้งใจ”



### Contact

สัตภัณฑ์ 996 ถ.ริมโขง ต.ในเมือง  
อ.เมือง จ.หนองคาย 43000  
โทร. 08-7766-6677, 09-5660-8118  
[www.sattapan.com](http://www.sattapan.com)



และด้วยความคิดสร้างสรรค์ ความตั้งใจดีต่อชุมชน และซื้อสต็อกต่อลูกค้า ผลงานของสัตภัณฑ์ตั้งแต่เปิดร้านมาราว 6 ปี ตัดเสื้อมากกว่า 2 หมื่นตัว ทำรายได้ไปแล้วรวม 10 ล้านบาท

การคิดดีและคิดเป็น ย่อมส่งผลที่ดีเสมอ เราขอ ยืนยัน! >>

# 'กวงทอง'

## อัญมณีแห่งหนองคาย

ด้วยวิชาความรู้จากพ่อและแรงบันดาลใจจากบ้านเกิด สร้างสรรค์เป็นงานศิลป์อันวิจิตร ที่ใครหลายคนอยากจะครอบครองสักชิ้นในชีวิต แต่เหนือสิ่งอื่นใด ความจริงใจและซื่อสัตย์ คือการตลาดแบบธรรมชาติที่ทำให้ 'กวงทอง' ครองใจลูกค้ามาได้อย่างยาวนาน

'เกินความคาดหมาย' คือคำอธิบายที่ **กฤษณ์ ไกรเหมกร** เคยถึง 'กวงทอง' ร้านทองเล็กๆ ริมฝั่งโขงที่เขาปลุกปั้นมากับมือ ด้วยเพราะวันนี้ ชื่อของกวงทองเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ไม่เพียงเฉพาะในหนองคายบ้านเกิด แต่เลื่องลือไปในหลายจังหวัด ซ้ำไปถึงต่างแดน ทั้งลาว เวียดนาม กระทั่งอเมริกา...ที่มาของความสำเร็จในวันนี้ไม่ใช่เรื่องบังเอิญ ทว่าไขว่คว้ามาด้วยหนึ่งสมอง สองมือ และใจสู้ของผู้เป็นเจ้าของล้วนๆ

### เติบโตจากช่างทอง

ตรงข้ามร้านอาหารดังประจำเมืองหนองคาย แดงแหม่มเมือง คือที่ตั้งของ 'กวงทอง' ร้านทองขนาดหนึ่งคูหา ที่เพียงแฉับประตูย่างเท้าเข้าสู่ภายใน บรรยากาศที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากร้านทองทั่วไป กอปรกับผลงานซึ่งเรียงรายโชว์ความงดงามแปลกตาอยู่ได้แสงไฟในตู้กระจก ล้วนสร้างความตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ไปเยือน

ย้อนไปเมื่อ 20 ปีก่อน กวงทองเกิดขึ้นมาจากน้ำพักน้ำแรงของ กฤษณ์ ไกรเหมกร ช่างทองผู้สืบทอด

ศิลปะการถักทอร้อยทองมาจากผู้เป็นพ่อ กวง กาววัน ยอดฝีมือด้านการทำทองแห่งหนองคายในยุคนั้น

"คุณพ่อผมเป็นช่างทอง รับทำทองทั่วไปตามแต่ใครจะจ้างให้ทำอะไร ผมก็ช่วยงานท่าน ตั้งแต่ยังเด็ก กระทั่งท่านป่วย ผมซึ่งตอนนั้นเรียนอยู่ ม.1 จึงตัดสินใจออกจากโรงเรียนมาช่วยพ่อทำงานอย่างเต็มตัว ก่อนจะพัฒนาฝีมือมาเรื่อยๆ และกลายเป็นช่างทองโดยที่เราไม่รู้ตัว"

กว่า 30 ปีที่บ่มเพาะทักษะการทำทอง ทำให้คุณกฤษณ์ชำชองและเข้าใจในเรื่องของทองอย่างลึกซึ้ง ซึ่งกลายมาเป็นข้อได้เปรียบในการทำธุรกิจเกี่ยวกับทองในเวลาต่อมา

"นอกจากคุณพ่อที่เป็นกุนซือสอนเรามา ทุกครั้งที่ลูกค้าเดินมาหาเราจะมีบทเรียนใหม่ๆ มาให้เสมอ จึงทำให้เรามีความชำนาญ เมื่อก่อนเวลาลูกค้าเอางานมาให้ซ่อม หลายคนสงสัยว่า ทำไมแค่จับชิ้นงานแล้วผมถึงตัดสินใจได้เลยว่าชิ้นนี้รับทำ ชิ้นนี้ไม่รับทำ บางคนไม่เข้าใจ คิดว่าเราเลือกลูกค้า แต่ไม่ใช่ เป็นเพราะงานบางชิ้นไม่สามารถซ่อมได้ เหมือนเราเป็นหมอ ดูอาการ







คนป่วยแล้ววินิจฉัยได้ว่าอาการแบบนี้ไม่ควรซ่อม ซ่อมไปก็ไม่คุ้ม นี่คือสิ่งที่ผมค่อยๆ เรียนรู้มา”

เมื่อฝีมือบวกกับประสบการณ์ จึงเกิดเป็นความเชื่อถือและไว้วางใจ ชื่อของ ‘กฤษณ์ลูกช่างทอง’ จึงเป็นที่โจษจันทั่วเมืองหนองคายในฐานะช่างทองฝีมือดี

## บุษามะพันธ์ฟันผ่าอุปสรรค

ในวัย 25 หลังตั้งหน้าตั้งตาทำงานช่วยพ่อแม่มานานปี คนหนุ่มไฟแรงที่มีหัวคิดก้าวหน้าก็เริ่มมองหาสิ่งใหม่ๆ เพื่อต่อยอดงานที่รัก ซึ่งร้านทอง คือสิ่งที่เขามุ่งมั่น

“พอบอกคุณพ่อคุณแม่ว่าอยากเปิดร้านทอง แม้ไม่เอาด้วยเลย เพราะไม่อยากเป็นหนี้ ส่วนพ่อบอกเอาดีๆ แต่เราจะ

เอาเงินมาจากไหน?” คุณกฤษณ์ย้อนถึงจุดเริ่มต้นก็คงเหมือนนักธุรกิจมือใหม่ทั่วไปที่คิดอยากจะมีกิจการเป็นของตัวเอง เมื่อทุนที่มีอยู่ไม่เพียงพอ เขาจึงตัดสินใจหยิบยืมและกู้เงินมาลงทุน ซึ่งนั่นกลายเป็นภาระอันหนักหน่วงในเวลาต่อมา

“ต้องยอมรับว่าเราไปยืมญาติ ยืมทุกด้าน จนเปิดร้านได้ ผมเปิดร้านปี 2536 ความตั้งใจแรกคือจะให้เวลาประมาณ 5 ปีใช้หนี้ให้หมด แต่ไม่เป็นอย่างนั้น เพราะมียอดสั่งจองมากกว่าทุนที่เราสะสมคิดว่าเรามีทุน 1 ล้าน แต่มีคนจองเข้ามาถึง 10 ล้าน เราก็ต้องไปกู้เงินมาเพิ่ม ซึ่งกว่าจะใช้หนี้หมดก็ต้องใช้ระยะเวลาเป็น 10 ปี พอเปิดไปได้แค่ 4 ปีก็เกิดวิกฤตพองสบู่แตกปี 2540 ค่าเงินจาก 20 บาทต่อดอลลาร์ ขึ้นเป็น 55 บาทต่อดอลลาร์ เจอแบบนี้เข้าไป หนี้ที่มีอยู่ก็เหมือนเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว ระยะเวลาใช้หนี้ก็ขยายออกไปเป็น 20 ปี ก็ต้องก้มหน้าก้มตาทำงานใช้หนี้ไป”

ถึงกระนั้น หากย้อนเวลากลับไปได้ เขาก็ยังยืนยันความตั้งใจที่จะเปิดร้านทองเช่นเดิม “ยังคุยกับพ่อก่อนที่ท่านจะเสียชีวิตว่า โชคดีที่เราเปิด เพราะว่ามันสอนให้เราารู้อะไรหลายๆ อย่าง ที่ไม่มีอยู่ในตำรา”

ท่ามกลางวิกฤตย่อมมีโอกาส แม้เศรษฐกิจจะซบเซา ทว่าร้านทองกลับมีงานเข้ามาไม่ขาดสาย ด้วยเพราะคุณงามความดีของช่างทองผู้พ่อ ที่สั่งสมไว้จนสัมฤทธิ์ผลในรุ่นลูก “พอเปิดร้าน ผมก็อยากให้พ่อยืนอยู่หน้าร้าน เป็นเหมือนโลโก้ให้เราแต่กลับกลายเป็นว่า ด้วยชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของท่าน ทำให้ผลตอบรับดีเกินคาด เปิดวันแรกก็ขายดีเป็นเทน้ำเทท่า จนถึงขนาดที่ต้องขอเขาว่าอย่าเพิ่งเอาสร้อยไปเลย ผมขอเก็บไว้โชว์ก่อน”



แรงบันดาลใจจากพญานาค และปรากฏการณ์ 15 ค่ำ เดือน 11 เกิดเป็นเอกลักษณ์ของกวางทอง ที่หลายคนอยากมีไว้ครอบครองสักชิ้น



นี่คือการตลาดอันแสนจะเรียบง่าย ที่แม้แต่เจ้าตัว ก็ไม่คาดคิดว่าจะได้ผลลัพธ์เกินคาด จนสามารถสร้าง รายได้หล่อเลี้ยงธุรกิจให้เดินหน้าต่อมาได้จนทุกวันนี้

### '15 ค่ำเดือน 11' เอกลักษณ์กวางทอง

หลังผ่านวิกฤตปี 2540 กวางทองก็เข้าสู่ช่วงหัวเลี้ยว หัวต่อ อันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของคุณกฤษณ์ ที่ ไม่อยากยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ จึงคิดค้นลวดลายใหม่ เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง

“เราคิดว่าชีวิตนี้คงไม่ทำลายกนกหรือสร้อยโซ่ไป ตลอด ก็เลยลองผิดลองถูก โดยเริ่มจากหาโจทย์ก่อนว่า อะไรที่สื่อถึงความเป็นเราที่สุด ก็คิดว่าเราเติบโตมาใน หนองคาย มีพญานาค ลูกไฟ 15 ค่ำเดือน 11 ขณะที่คิดก็ ลองทำไปด้วยเรื่อยๆ จนกระทั่งมีลูกค้าคนหนึ่งขอให้ทำ ตลับพระ เขาบอกว่า ‘กฤษณ์ครับ ช่วยเสียมพระองค์นี้ ให้ผมหน่อย เขาแบบที่เป็นคุณนะ ถ้าคุณใส่เอง คุณจะ ทำยังไง’ เราก็ทำตามที่คิด เอาพญานาคกับลูกไฟมาใส่

“ปรากฏว่าพอพ่อมาเห็นงานก็ตกใจเพราะปกติเรา ต้องแกะลายกนกสวยๆ แต่นี่เป็นอะไรไม่รู้ซัดๆ อยู่ พ่อ

ก็ดูเลย เพราะเข้าใจผิด คิดว่าเราลักไก่ลูกค้ำ ไม่ยอมทำ ให้ละเอียด ซึ่งมันบั่นทอนกำลังใจผมไปเยอะมาก จน ไม่แน่ใจว่าเจ้าของเขาจะถูกใจไหม แต่สุดท้ายเมื่อเอา ของไปส่ง ลูกค้าบอกว่า ‘คุณรู้ไหม ตั้งแต่ผมเสียมพระ กับคุณมา พระองค์นี้สวยที่สุด ตรงใจผมมากที่สุด’ ได้ยินอย่างนั้นเราก็ตีใจ”

แม้จะต้องใช้เวลาอีกหลายปีกว่าคุณพ่อกวางจะ เข้าใจ แต่ในที่สุดงานศิลป์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวก็ถือ กำเนิดขึ้น จากการร้อยเรียงเรื่องราวของพญานาคและ ปรากฏการณ์ธรรมชาติ สัญลักษณ์ของเมืองหนองคาย บ้านเกิด มาถ่ายทอดลงบนตลับพระได้อย่างงดงาม เป็นคอลเลคชั่น ‘15 ค่ำ เดือน 11’ ที่จดลิขสิทธิ์อย่าง ถูกต้องภายใต้ชื่อกวางทอง สร้างความแปลกใหม่ให้กับ ตลาดพระและทองจนเป็นที่เลื่องลือ

“ย้อนไป 20 ปีก่อน ใครจะคิดว่ากวางทองจะมีลาย เป็นของตัวเอง แต่ถ้าเราไม่เดินก้าวแรกจากวันนั้น ก็คง ไม่มีวันนี้ ผมกล้าพูดได้เต็มปากว่าเป็นผลงานของผม คิดขึ้นมาจากแรงบันดาลใจของผมเอง” ความภาคภูมิใจ สะท้อนชัดในแววตาและน้ำเสียงของผู้เป็นเจ้าของ

## การตลาดโดยธรรมชาติ

จาก 15 คำ เดือน 11 ถัดมาคือคอลเลคชันครบรอบ 18 ปีทอง ซึ่งออกแบบขึ้นเพื่อหาทุนการศึกษาให้แก่เด็กๆ และช่วยเหลือองค์กรเพื่อสังคม และล่าสุด ‘พญานาคทอง’ คือคอลเลคชันที่เขาตั้งใจสรรคขึ้นเพื่อประกาศความเป็น ‘กฤษณ์ ไกรเหมกร’ ‘ทองทอง’ และ ‘หนองคาย’ โดยแท้

“คนที่ได้ยินชื่อเสียงของเรา บางส่วนอยู่ต่างจังหวัด บางคนไม่เคยมาหนองคายเลย พอมาถึงแล้วเข้าร้านติดกันเยอะมาก เพราะเดี๋ยวนี้หลายร้านในหนองคายก็มีกรอบพระที่มีพญานาคเหมือนกัน บางร้านก็ดึงตัวช่างเราไป ดังนั้นเราจึงคิดว่าจะทำอย่างไรให้คำว่าทองติดปากลูกค้า เลยใช้ชื่อคอลเลคชันว่า ‘พญานาคทอง’ เป็นการตอกย้ำแบรนด์ไปเลย”

นอกจากลายเส้นพญานาคอันอ่อนช้อยงดงามที่ไม่มีใครลอกเลียนแบบได้แล้ว จุดเด่นของทองทองยังอยู่ที่ตัวเจ้าของ ที่แม้จะจบ

การศึกษาเพียงแค่ ป.6 ไม่ได้ร่ำเรียนหลักการตลาดมาจากมหาวิทยาลัยชื่อดังที่ไหน แต่ความจริงใจ ซื่อสัตย์ และน้ำใจบริการ ที่มีอยู่ในตัวคุณกฤษณ์ ก็ทำให้เกิดการตลาดแบบปากต่อปาก ชนิดที่แทบจะไม่ต้องลงทุนด้านมาร์เก็ตติ้งเลย

“ต้องยกความดีความชอบให้กับคุณพ่อคุณแม่ที่สอนลูกให้เป็นคนซื่อสัตย์ ตั้งแต่เปิดร้านมา ทองทองขายทองตามน้ำหนักจริงมาโดยตลอด เรามีตาชั่งดิจิตอลวางไว้ในร้าน พร้อมตารางเปรียบเทียบว่า 1 สลึงคือ 3.8 กรัม ลูกค้าสามารถชั่งดูได้เลย แล้วผมจะคำนวณราคาตามนั้น...บางคนมีพระมูลค่าเป็นล้านๆ แต่ยอมเอามา

ฝากไว้กับเรา ให้เราเลี่ยม นั่นเป็นเพราะเขาเชื่อใจ เพราะที่ผ่านมาเราไม่เคยเปลี่ยนพระ ไม่เคยทำพระแตกหักเสียหาย ในเมื่อเจ้าของเขาไว้ใจเรา เราก็ต้องรักษาของเขา เขาตั้งแต่วินาทีแรกจนถึงวินาทีสุดท้ายที่ส่งมอบงาน ลูกค้าจึงมั่นใจและพอใจ แล้วก็บอกต่อๆ กันไป”

นอกจากนี้ การที่เขายื่นความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าโดยไม่รับรางวัลเงินมัดจำ เห็นชิ้นงานแล้ว พอใจค่อยจ่ายไม่พอใจก็ไม่มีปัญหา สามารถปฏิเสธที่จะรับงานได้ก็ทำให้ได้ใจลูกค้าไปอย่างไม่มีข้อกังขา

## ก้าวต่อไปของทองทอง

มาถึงวันนี้ชื่อเสียงของทองทองไม่ได้ตีกรอบเฉพาะในจังหวัดหนองคาย หลายคนยอมลงทุนเดินทางข้ามหลายจังหวัดเพื่อให้ได้ครอบครองพญานาคทอง

สักชิ้นในชีวิต บางคนสั่งตรงมาจากอเมริกา ออสเตรเลีย หรือแม้แต่ประเทศเพื่อนบ้านอย่างลาวและเวียดนาม ก็มีกลุ่มลูกค้าที่หลงใหล

ผลงานของคุณกฤษณ์อยู่เช่นกัน

แต่ถึงจะโด่งดังมีชื่อมากขึ้นแค่ไหน คุณกฤษณ์ก็ยังไม่คิดจะขยายขยายร้านให้ใหญ่โตขึ้น ทองทองยังคงเป็นร้านทองขนาด 1 คูหาเช่นเดิม เพราะสำหรับเขา ขนาดเล็กใหญ่ไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่สำคัญที่ว่า ขนาดเท่านี้เขาสามารถดูแลทั้งตัวร้านและลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

“ต้องยอมรับว่าคนรู้จักเรากว้างขึ้น ส่วนหนึ่งอาจจะเพราะรายการทีวี รวมถึงยูทูบ เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม แต่ร้านผมก็ยังเป็นร้านเล็กๆ เหมือนเดิม ผมไม่ต้องการให้ใหญ่โต เพราะผมดูแลเอง ไม่มีพนักงาน หากใหญ่ขึ้นเราจะดูแลไม่ทั่วถึง”

**โชคดีที่เราเปิดร้านทอง  
มันสอนให้เราได้รู้อะไร  
หลายอย่างที่ไม่มียู่ในตำรา**

## Key Success

1. เชี่ยวชาญในสิ่งที่ทำ
2. มุ่งมั่นและตั้งใจ
3. คิดต่างอย่างสร้างสรรค์
4. บริการด้วยความจริงใจ และซื่อสัตย์

## Contact

กวางทอง 996 ถ.วิมโขง ต.ในเมือง  
อ.เมือง จ.หนองคาย 43000  
โทร. 08-7766-6677, 08-9913-8888  
www.kuangthong.com



เรื่องขยายกิ่งก้านสาขาไม่ต้องพูดถึง ด้วยความรัก บ้านเกิดที่ฝังรากลึกอยู่ในจิตสำนึก คุณกฤษณ์เลือกที่จะปักหลักสร้างชื่อให้กับหนองคาย มากกว่าจะบุกเมืองกรุงตามที่หลายคนชักชวน

“หากไปกรุงเทพฯ เราต้องเข้าสู่ระบบธุรกิจมากขึ้น และยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย แต่วันหนึ่งอาจจะมีโอกาสก็ได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องของอนาคต สำหรับหนองคาย ตอนนี้เรามี 2 สาขา การจะขยายสาขาต่อไปก็มีความเป็นไปได้ ถ้ามีจังหวะ เพราะจังหวัดหนองคายก็มีการเติบโตของธุรกิจค่อนข้างกว้าง ซึ่งหากวันข้างหน้าจะมีสาขาอื่น เราก็จะยังคงความเป็นกวางทองไว้ คือ 1. รักษาความเป็นงานแฮนด์เมด 2. รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่เราสร้างให้ชัดเจนขึ้นเรื่อยๆ” เจ้าของร้านบอกถึงความตั้งใจ

จากจุดเริ่มต้นที่ต้องการเปิดร้านทองเล็กๆ ทำเครื่องประดับให้กับคนที่ชอบความแตกต่าง ผ่านไป 20 ปี กวางทองมีชื่อเสียงโด่งดัง เรียกว่าเป็นของดีประจำจังหวัดหนองคายอีกอย่างหนึ่งก็ว่าได้ สำหรับคุณกฤษณ์ สิ่งที่ได้รับในวันนี้เป็นความสำเร็จที่เกินความคาดหมาย ทว่าก้าวต่อไป คือสิ่งที่ท้าทายยิ่งกว่า

“ก็เหมือนเราเดินขึ้นบันได ขึ้นไปขั้นแรกได้แล้ว ก็อยากจะขึ้นไปยังขั้นต่อไป แต่ก็ได้คิดว่าจะต้องยิ่งใหญ่เป็นเบอร์หนึ่งในด้านนี้ ไม่คาดหวังขนาดนั้น ที่ผ่านมามาจนถึงวันนี้ เราก็พอใจ แต่ก็ต้องพัฒนาต่อไป”

ด้วยชิ้นงานที่โดดเด่นและแนวคิดในการทำธุรกิจที่แตกต่างแต่ทันสมัยของเจ้าของ เชื่อแน่ว่า อนาคตกวางทองแห่งหนองคาย คงจะเติบโตก้าวไปข้างหน้าได้อย่างไม่หยุดยั้ง >>

## Franchise



**เมนูเด็ด :** เตี่ยวเรือเส้นต่างๆ บะหมี่บัก เกาเหลาบก หมูมะนาว และลูกชิ้นต่อไม้ น้ำจิ้มรสเด็ด

**ค่าแฟรนไชส์ :** 155,000 บาท

**ติดต่อ :** ชัยพัฒน์พนธ์ เกียรตินิยม (คุณย์อัย)

08-7806-9898, 0-2982-1143

[www.torcharm.com](http://www.torcharm.com)

[www.facebook.com/torcharmfranchise](http://www.facebook.com/torcharmfranchise)

[chaipatpon@torcharm.com](mailto:chaipatpon@torcharm.com)

## เตี่ยวเรือต่อชาม

### เจ็บ-จัดจ้าน ชามเตี่ยวไม่เคยพอ

สุดยอดแฟรนไชส์ที่ว่ากันว่าเป็นร้านก๋วยเตี่ยวที่มีสาขามากที่สุดในประเทศไทย! กับเอกลักษณ์ ชามเล็ก แต่เด็ด เข้มข้นด้วยรสชาติเด็ด จัดจ้าน แบบฉบับไทยนิยม ได้ลองลิ้มชิมรสแล้วเป็นต้องร้องขอต่ออีกชาม ดั่งขนาดที่บางสาขานอกจากต่อชามแล้วยังต้องต่อคิวด้วย เพราะคนแน่นมาก สูตรเด็ดเคล็ดลับของความสำเร็จคืออะไร **คุณย์อัย - ชัยพัฒน์พนธ์ เกียรตินิยม** ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เตี่ยวเรือต่อชาม จำกัด จะเฉลยให้ทราบกัน

### rs เด็ดจอนต้องต่อชาม

“เริ่มแรกเราทำก๋วยเตี่ยวกินในกลุ่มเพื่อน พอทำกินบ่อยเข้าก็คิดเปิดร้าน ร้านแรกเปิดเมื่อปี 2541 ที่อยุธยา กระทั่งปี 2548 ได้ไปร่วมมหกรรมแก้วจน มีคนถามว่าขายแฟรนไชส์ไหม เราเลยเริ่มเซตอัพรูปแบบแฟรนไชส์ขึ้นมา

จุดเด่นของเราคือรูปลักษณ์ที่แตกต่าง ลูกค้าบางคนยังไม่รู้เลยว่าอร่อยหรือเปล่า แต่ร้านสวยดี ก็ลองเข้าไปก่อนแล้ว ส่วนที่เด็ดจริงๆ คือน้ำซุปรสสมุนไพรและน้ำปรุงสำเร็จรูปที่ใส่ลงไป ทำให้เตี่ยวเรือต่อชามอร่อยเหมือนกันทุกชามในทุกสาขา ผมไม่พูดนะครับว่าของเราอร่อยที่สุด แต่รับรองว่าอร่อย ชามเตี่ยวไม่พอแน่นอน”

### ก้าเลดี พื้นฐานความสำเร็จ

“คนที่คิดจะขายเตี่ยวเรือต่อชาม สิ่งแรกที่ต้องมีคือทำเล ถ้าทำเลดี ราคาเช่าเหมาะสม ก็เดินหน้าได้เลย จากนั้นดูความเป็นไปได้ของตลาด ค่ะเนว่าแหล่งนั้นๆ วัน



หนึ่งจะขายได้เท่าไร ถ้าได้เท่านี้ เหลือเท่านี้ คุณพอใจไหม ถ้าโอเคก็ทำ เพราะไม่ว่าแฟรนไชส์อะไรก็ไม่มีใครประกันความสำเร็จให้ใคร มีแต่ช่วยป้องกันขั้นต้นเท่านั้น

ก่อนจะเปิดสาขาใหม่ เราจะนึกถึงแฟรนไชส์รายแรกๆ ก่อนเสมอ จะถามเขาว่า ถ้าเปิดสาขาใหม่ตรงนี้อะไรดี ถ้าเขาบอกไม่ได้เลย ห่างกันนิดเดียว ก็คือไม่ได้ ส่วนต่างจังหวัด เรากำหนดไว้ว่าอำเภอละ 1 สาขา แต่บางครั้งก็ใช้ไม่ได้ อย่างหาดใหญ่เรามีถึง 3 สาขา แต่บางที่อย่างสุราษฎร์มีสาขาอยู่ที่พุนพินแล้ว แต่แถวราชภัฏซึ่งอยู่ในอำเภอเมืองอยากจะทำ เราก็ให้ไม่ได้ เพราะระยะทางไกลกันมาก ถ้าเปิด ลูกค้าในเมืองก็ไม่ไปพุนพิน มันเป็นเรื่องของจรรยาบรรณในวิชาชีพ ไม่ใช่ที่ว่าขายอย่างเดียวแล้วปล่อยลูกค้าไปตีกันเอง”

## ตั้งใจจริง รุ่งแน่นอน

“การทำแฟรนไชส์ของเราไม่ยากเลย แค่เดินตามบริษัทแม่วางไว้ให้ ง่ายๆ คือ เสียเงินแล้วไม่ต้องคิดมาก เดินตามผมอย่างเดียว ที่สำคัญคือ ต้องมีความตั้งใจที่จะทำจริงๆ เพราะการทำแฟรนไชส์ร้านก๋วยเตี๋ยวผู้ลงทุนต้องดูแลเอง ไม่ใช่ลงทุนแล้วไปจ้างคนอื่นมาดูแล อย่างนั้นไม่ประสบความสำเร็จหรอกครับ

จริงๆ คุณซื้อแฟรนไชส์เราไปมีแต่ได้กับได้ ได้ทั้งความรู้ได้ประสบการณ์ โดยที่ไม่ต้องลองผิดลองถูกเอง ซึ่งก่อนเปิดร้านเราจะสอนวิธีซื้อของ จัดร้าน สอนต้มน้ำ

และวิธีทำก๋วยเตี๋ยวให้อยู่แล้ว หากทำตามมาตรฐานของเรา มีความตั้งใจจริง สามารถทำงานกับผู้ร่วมงานได้ดี และมีวินัยทางการเงิน ผมรับรองว่าสำเร็จแน่นอน”

## ดูแลตลอด ไม่ทอดทิ้ง

“รายได้ของแฟรนไชส์เรามากสุดประมาณหมื่นกว่าบาทต่อวัน ถ้าเป็นร้านขนาดปกติ 7 โต๊ะ ก็ 6,000-7,000 บาท ใช้เวลา 4-6 เดือนก็คืนทุน ขึ้นอยู่กับทำเล และชั่วโมงการขาย ซึ่งราคาขายเราไม่ได้บังคับ เริ่มต้นที่ชามเล็ก 15 บาท ชามใหญ่ 30-35-40 แล้วแต่ปัจจัยต่างๆ แต่เราจะบอกตลอดว่าอย่าตั้งราคาสูงเกินไป ถ้าตั้งราคาสูงมากๆ ก็ไม่มีใครกิน เพราะมันไม่ดึงดูดใจ

เรื่องการดูแล เราบอกกับทุกสาขาตั้งแต่แรกแล้วว่า หากจะทำอะไรต้องปรึกษาเราก่อน เพราะบางอย่างเราเคยทำมาแล้ว รู้ว่าอะไรใช้ได้ อะไรใช้ไม่ได้ ซึ่งหากมีปัญหาเขาก็จะโทรมาปรึกษา ขอความช่วยเหลือในการโปรโมตบ้าง ให้ช่วยคิดโปรโมชัน แต่ที่ผ่านมาก็ไม่เคยมีใครโทรมานะครับ เพราะว่าไม่ค่อยมีปัญหาเลย (ยิ้ม)”

คุณย่อยการันตีว่าของเขาดีจริง แน่นด้วยมาตรฐานบรรยากาศดี อาหารอร่อย ราคาเหมาะสม ลูกค้าติดใจ คนขายก็คืนทุนเร็ว กำไรงาม ดูได้จากความเป็นแฟรนไชส์มหาชนที่มีถึง 70 กว่าสาขาทั่วประเทศไปแล้ว ไม่เชื่อทำให้ไปพิสูจน์ที่เดียวเรือต่อชามใกล้บ้านคุณ >>

## SMEs Movement



### รณรงค์ใช้สินค้าไทย

กระทรวงอุตสาหกรรม โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) นำผ้าไหมไทยและสินค้า SMEs ของผู้ประกอบการไทย ให้แก่ Serena Williams และ Victoria Azarenka นักเทนนิสอันดับ 1 และ 2 ของโลก และบรรดานางแบบ สวมใส่เดินแฟชั่นโชว์ในงาน Made in Thailand Night with Serena & Victoria เพื่อรณรงค์ให้คนไทยหันมาใช้สินค้าไทย ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้ให้กระจายหมุนเวียนในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศ โรงแรมอินเตอร์ คอนติเนนตัล อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์





## “บ่มเพาะ SMEs ไทย ก้าวไกลสู่ AEC”



กระทรวงอุตสาหกรรม โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) จัดงานสัมมนา “บ่มเพาะ SMEs ไทย ก้าวไกลสู่ AEC” โดยมี **วินัย บัวประดิษฐ์** ผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมา **ปฎิมา จิระแพทย์** ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) **อรรถกาน สีบุญเรือง** อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และ **สนั่น อังอุบลกุล** รองประธานกรรมการหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ร่วมเปิดงาน ณ ห้องแกรนด์บอลรูม โรงแรมสีมาธานี จังหวัดนครราชสีมา

## ก.อูตย ร่วมงานมหกรรมการเงิน

กระทรวงอุตสาหกรรมจัดบูธแสดงสินค้า OTOP / SMEs และ Clinic บริการให้คำปรึกษารธุรกิจ โดยผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ ในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม อาทิ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ภายในงานมหกรรมการเงินครั้งที่ 14 (Money Expo 2014) ณ อาคารชาเลนเจอร์ 2-3 อิมแพ็ค เมืองทองธานี



## SMEs Movement

### พัฒนาผู้ประกอบการ ตามแนวพระราชดำริ

ปฏิมา จีระแพทย์ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และ พันเอกหญิง ท่านผู้หญิงจิตรวดี จุลานนท์ เลขาธิการมูลนิธิพระดาบส ร่วมกันแถลงข่าวโครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อสร้างความเข้มแข็งธุรกิจชุมชนตามแนวพระราชดำริ ซึ่ง สสว. ดำเนินการร่วมกับมูลนิธิพระดาบส เพื่อพัฒนาศักยภาพศิษย์พระดาบสและผู้สนใจทั่วไปทั้งในส่วนกลางและภาคใต้ ให้มีความพร้อมเป็นผู้ประกอบการ SMEs ใหม่ ที่มีศักยภาพ พร้อมทั้งสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ในพื้นที่ ณ มูลนิธิพระดาบส



### แถลงมาตรการช่วย SMEs

ปฏิมา จีระแพทย์ ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) แถลงข่าว “มาตรการความร่วมมือภาครัฐ-เอกชน ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ SMEs ไทย” ซึ่งเป็นการให้ความช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบให้กับผู้ประกอบการ SMEs จากการชุมนุมทางการเมือง ให้สามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในสถานการณ์ปัจจุบัน ณ ห้องประชุม 1801 ชั้น 18 สสว. อาคารที่เอสที ทาวเวอร์ ถนนวิภาวดีรังสิต



## ส่งเสริม SMEs ฮาลาล

ชัยพร ชยานุรักษ์ รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ครรชิต สิงห์สุวรรณ รักษาการผู้จัดการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย วัลลภ เตชะไพบุลย์ กรรมการและผู้จัดการทั่วไป บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม คนิสร สุคนธมาน กรรมการผู้จัดการ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย และ วิเชียร ฤกษ์พัฒนกิจ รักษาการรองผู้อำนวยการ สถาบันอาหาร ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการส่งเสริมและสนับสนุนศักยภาพของ SMEs ในอุตสาหกรรมฮาลาล เพื่อมุ่งสู่ AEC และเวทีโลก ณ ห้องอโศก โรงแรมแกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพมหานคร 21 กรกฎาคม 2558

## ช่วยด้วยแฟรนไชส์

ชาวันย์ สวัสดิ์-ชูโต รองผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) อนิษฐา ธนमितต์ รองกรรมการผู้จัดการ บมจ.ซีพี ออลล์ ผู้บริหารเซเว่น อีเลฟเว่น และ สมจิตร ลิขิตสถาพร นายกสมาคมแฟรนไชส์ไทย ร่วมแถลงข่าวโครงการ “Franchise Guide 2014 : แนวทางช่วยด้วยแฟรนไชส์” ณ ห้อง 1102 อาคารซีพี ทาวเวอร์ ถนนสีลม



# วรสิทธิ์ อิศสระ “ผมลงทุน เพื่อชื้ออนาคตล่วงหน้า”



ติดตามเนียบรายชื่อนักธุรกิจใหม่อันดับต้นๆ สำหรับ **วรสิทธิ์ อิศสระ** หรือคุณปลาวาฬ แทบไม่มีใครไม่รู้จัก โดยเฉพาะในแวดวงสังคมธุรกิจ โรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ ทายาทคนโตของ **สงกรานต์-ศรียรา อิศสระ** เขาสร้างความฮือฮาบุกเบิกโครงการศรีพินนา ภูเก็ต โปรเจกต์หลายพันล้าน และประสบความสำเร็จจนเข้าสู่การเปิดเฟสใหม่อย่างต่อเนื่อง

ปลาวาฬไม่ได้เล็งเห็นโอกาสเติบโตธุรกิจโรงแรมระดับห้าดาวเพียงอย่างเดียว เมื่อ 2 ปีก่อนเขายังเล็งเห็นโอกาสธุรกิจตลาดออนไลน์ จึงเปิดเว็บไซต์ขายสินค้าพรีเมียมออนไลน์ ใช้ชื่อง่ายๆ ว่า GURUWAN ภายใต้บริษัท สยาม แบรินด์ จำกัด

“ผมมองว่า GURUWAN เป็นการลงทุนเพื่อชื้ออนาคตล่วงหน้า เพราะต่อไปเราจะเข้าสู่ยุคโลก

ออนไลน์ทั้งหมด การเปิดธุรกิจออนไลน์เซอร์วิส ซึ่ง GURUWAN นับเป็นออนไลน์มาร์เก็ตเพลสที่เหมือนเราเป็นพ่อค้าคนกลางหรือนายหน้า ที่เลือกหา คัดสรรสินค้าพรีเมียมของดีไซเนอร์ไทย ซึ่งผลิตส่งออกต่างประเทศ และนำมาพีเชนต์ทางเว็บไซต์ ทำการตลาดซื้อขายในแบบของเรา

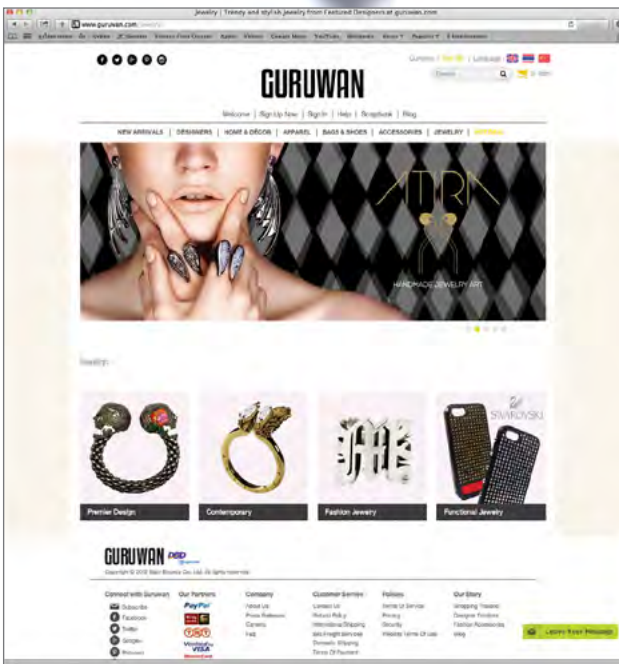
ในช่วงแรกเริ่ม ผมเป็นคนคัดเลือกโปรดักส์จากร้านค้าเองทั้งหมด เพราะมีความสัมพันธ์ที่ดีกับทางเจ้าของสินค้านั้นมาก่อนอยู่แล้ว และรู้ว่าสินค้านั้นพรีเมียม การันตีคุณภาพแน่นอน ช่วงหลังพอเว็บไซต์เริ่มเป็นที่รู้จัก จึงเริ่มมีร้านค้าเจ้าของโปรดักส์ติดต่อสมัครเข้ามาเอง ซึ่งผมมีทีมมาร์เก็ตติ้งช่วยกันดูแลอีกครั้ง สินค้าพรีเมียมไฮเอนด์ของเรามีให้เลือกซื้อตั้งแต่ชิ้นเล็ก ชิ้นใหญ่ ไปจนถึงสินค้าโฮมเดคคอร์เรชั่น”

สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือลูกค้าที่ชื่นชอบสินค้าพรีเมียม แต่ไม่สะดวกไปซื้อของโดยตรงที่ร้าน หรือไม่มีเวลาไปศูนย์การค้า รวมถึงร้านบางแห่งไม่มีหน้าร้านให้ซื้อ ไม่สะดวกในการนำสินค้ามาโชว์ GURUWAN จึงเสมือนตัวแทน ไปรษณีย์และจำหน่ายให้อีกทางหนึ่ง ผ่านเว็บไซต์ guruwan.com เป็นหลัก รวมทั้ง Instagram facebook เพื่อสะดวกในการเลือกชมสินค้าให้ง่ายขึ้น นอกจากนั้นยังมีการทำการตลาดออนไลน์ โดยโฆษณาสินค้าใหม่เกือบทุกวัน

หลังเปิดตลาดมา 2 ปี เขาว่าได้รับการตอบรับกว้างขวาง จากเดิมซึ่งมีลูกค้าเป็นรายบุคคล ขณะนี้มีทั้งบริษัท ห้างร้าน โรงแรม สั่งสินค้าผ่านทาง GURUWAN มากขึ้น

“ลูกค้าคนไทยประมาณ 70% ส่วนใหญ่เป็นคนต่างจังหวัด อาจด้วยเหตุผลเพราะสินค้าพรีเมียมส่วนใหญ่จะอยู่กรุงเทพฯ เขาไม่มีโอกาส ไม่มีเวลา มาเลือกสินค้าเอง ซึ่งเราได้คัดสรรมาให้คลิกซื้อปถึงหน้าจอ เหมือน GURUWAN เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยลดความยุ่งยาก และเป็นแหล่งรวมโปรโมต





สินค้าต่างๆ ในที่เดียว จำนวนการสั่งซื้อมีตั้งแต่ 1 ชิ้น ไปจนถึงปริมาณ 100 ชิ้น ลูกค้าที่สั่งซื้อปริมาณมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มโรงแรมและกลุ่มอินที่เรีย ดีไซน์เนอร์ ที่มองหาของแต่งบ้าน”

ความโดดเด่นอีกสิ่งหนึ่งเขามองว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์หลายรายเลือกโปรโมตกับ GURUWAN อย่างเดียว เพราะที่ผ่านมาเว็บไซต์อื่นอาจไม่ตรงความต้องการ แต่ส่วนตัวเขาเองก็ยอมรับว่า การทำธุรกิจโรงแรมและความมีชื่อเสียงของศรีพินวาเป็นส่วนหนึ่งให้สินค้าต่างเลือกมาเป็นพาร์ทเนอร์กับ GURUWAN เช่นกัน

ปลาวาฬให้ทัศนะว่า อุปสรรคของการทำธุรกิจออนไลน์ คือเป็นธุรกิจใหม่ในเมืองไทย ตลาดไทยยังไม่เติบโตเท่าต่างประเทศ เพราะคนไทยยังไม่นิยมซื้อของออนไลน์มากนัก จึงนับเป็นความท้าทายอย่างหนึ่งในธุรกิจนี้

“ลูกค้าคนไทยกับลูกค้าต่างชาติมีความต่างกันตรงที่คนอเมริกันถ้าถูกใจสินค้าชิ้นไหนก็คลิกซื้อเลย แต่คนไทยบางรายต้องการเห็นสินค้า ขอจับต้องสินค้าก่อน แต่ปัจจุบันพฤติกรรมการซื้อออนไลน์มีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ ขณะนี้ก็พยายามทำการตลาดอย่างเต็มที่ ด้วยการสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้าน่าระดับพรีเมียม แม้จะไม่มีสินค้าให้จับต้องก็ตาม”

สำหรับการลงทุนซื้อขนาดครั้งนี้ แม้ผ่านไป 2 ปี ยังไม่มีผลกำไรกลับคืนมา ทว่านักธุรกิจรุ่นใหม่ไฟแรงอย่างเขา กลับมองว่า “เราต้องลงทุนไปก่อน แล้วรอจังหวะที่จะขายได้ และเน้นเรื่องการทำการตลาดให้หนักกว่านี้ เพื่อให้คนรู้จักแบรนด์มากขึ้น ตอนนี้เราร่วมกับ PayPal เพื่อ



ให้สะดวกในการสั่งซื้อและชำระเงินอีกหนึ่งช่องทาง รวมถึงขาย PayPal กับโรงแรมต่างๆ เป็นการต่อยอดคอนเนกชั่นที่มีอยู่แล้วด้วย”

เขายอมรับว่าการลงทุนตลาดออนไลน์อาจไม่ง่าย รวมถึงใช้เงินลงทุนสูง “ผมไม่ได้บอกว่าผมรวยนะครับ แต่เราลงทุนกับของพรีเมียมและบุคลากร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญมาก เพราะอนาคตทุกอย่างจะก้าวเข้าสู่โลกไอที จำเป็นต้องหาคนอีกหนึ่งกองทัพ เพื่อรับมือกับการทำงานในโลกไอทีให้ได้ ทีมออนไลน์ของเราเป็นทีมผสมใหม่ เป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้ทำงานโรงแรมอย่างที่ผมเคยมี แต่ความเชี่ยวชาญเว็บไซต์ของเขายังสามารถนำไปช่วยพัฒนาเว็บไซต์ และวางแผนการตลาดให้ศรีพันวาอีกทางหนึ่งด้วย”

ปลาวาฬทิ้งท้ายว่า การที่ผู้คนหันมาสนใจทำธุรกิจตลาดออนไลน์ทั้งไทยและต่างชาติมากขึ้นนั้น ไม่ได้มองว่าเป็นคู่แข่งทางการตลาด แต่เป็นการช่วยกระตุ้นการตลาดออนไลน์มากกว่า ซึ่งในส่วนของ

GURUWAN เขามั่นใจเรื่องของความเป็นมืออาชีพ การคัดสรรสินค้าพรีเมียม และการมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ตั้งแต่ราคาหลักพันไปถึงหลักแสน เพื่อตอบสนองลูกค้าทุกกลุ่ม ที่มีกำลังซื้อต่างกัน เป็นจุดที่ทำให้มีความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่นๆ

เขาดังเป้าหมายว่าในอีก 2 ปีข้างหน้า GURUWAN จะเป็นหนึ่งเว็บไซต์ของมาร์เก็ตเพลสออนไลน์ ที่จะเข้าถึง เป็นที่รู้จักทั้งของไทยและต่างประเทศ สำหรับเขา หลักการที่ยึดปฏิบัติมาตลอดในการทำธุรกิจไม่ว่าเล็กหรือใหญ่คือ

**“ทำวันนี้ให้ดีที่สุด ไม่เอาเปรียบใคร ตรงไปตรงมา และมองเห็นโอกาสธุรกิจใหม่...ลงมือทำทันที” >>>**

## Contact

www.guruwan.com GuruWan

guruwanshopping guruwanshopping

## World Ideas

การคิดนอกกรอบของผู้ประกอบการ SMEs เป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่น ซึ่งบั่นย่อหมายถึงโอกาสในการขาย เช่นเดียวกัน โลกของ SMEs ในนานาประเทศก็มีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ บางอย่างอาจเป็นแรงบันดาลใจให้เราก้าวต่อไป



แบรนด์ Lifesystems ของอังกฤษ คิดค้นผลิตภัณฑ์สุดล้ำ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถว่ายน้ำร่วมกับแมงกะพรุนได้ โดยไม่ต้องกังวลพิษของมัน ผลิตภัณฑ์ที่ว่าคือครีมกันแดดรุ่น Active Sun Cream ที่มีส่วนผสมของโปรตีนและน้ำตาล คล้ายกับสารที่พบในแมงกะพรุน ดังนั้น เมื่อแมงกะพรุนว่ายเข้ามาสัมผัสกับผู้ที่ทาครีมนี้ แมงกะพรุนก็จะไม่ต่อย เพราะคิดว่าการล้างโดนตัวเองอยู่ แต่ถ้าหลงกลแมงกะพรุนไม่สำเร็จและโดนพิษมันเข้าก็ยังมีสารป้องกันไม่ให้ได้รับบาดเจ็บอีกชั้นหนึ่ง โดยทางบริษัทผู้ผลิตมีการนำสารสกัดจากแพลงก์ตอนมาทำเป็นส่วนผสมในครีม เพื่อป้องกันไม่ให้เซลล์นี้มาโตซิสต์ของแมงกะพรุน ซึ่งเป็นเซลล์กระตุ้นการปล่อยเข็มพิษทำงาน ให้รู้กันไปว่า เจ้าแห่งทะเลในทะเลจะเอาชนะเจลสมองของมนุษย์ได้

## ขี่กระเป๋าเดินทางไปทำงาน!

เหอ เหลียงไซ่ พ่อค้าเกษตรกรรมชาวจีน ได้ดัดแปลงกระเป๋าเดินทางให้กลายเป็นรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าได้สำเร็จ โดยเขาใช้เวลาถึง 10 ปี ในการประดิษฐ์นวัตกรรมดังกล่าว

กระเป๋าเดินทางวิ่งได้ใบนี้มีน้ำหนักราว 7 กิโลกรัม ใช้พลังงานแบตเตอรี่ไฟฟ้าเป็นตัวขับเคลื่อน โดยสามารถบรรทุกผู้โดยสารได้ถึง 2 คน และวิ่งด้วยความเร็ว 20 กม./ชม. ในระยะทาง 50-60 กิโลเมตร แถมยังมาพร้อมระบบนำทางจีพีเอส (GPS) กริ่งส่งสัญญาณรวมถึงบังคับทิศทางด้วยก้านบังคับ ที่ติดตั้งเบรค คันเร่ง และไฟส่องทาง เหมือนรถจักรยานยนต์โดยทั่วไปอีกด้วย ที่สำคัญคือไม่ต้องหาที่จอด ถึงที่หมายเมื่อไรก็ลากไปด้วยเท่านั้นเอง







**FIFA WORLD CUP**  
**Brasil**



## ธุรกิจคึกคัก ลงสนามรับบอลโลก

มหกรรมฟุตบอลโลก 2014 ที่บราซิล ซึ่งจะระเบิดในเดือนมิถุนายนถึงกลางเดือนกรกฎาคมปีนี้ นับเป็นโอกาสทางการตลาดที่หลายธุรกิจขยับรับมือกันอย่างคึกคัก

“โค้ก” หนึ่งในสปอนเซอร์หลัก เพิ่มความตื่นเต็นในการดูฟุตบอลโลก กับการเปิดโปรโมชันชิงรางวัลชุดแต่งห้องสำหรับเชียร์บอลโลก ด้วยโทรทัศน์ โฮมเธียเตอร์ กล้องรับสัญญาณสำหรับชม FIFA World Cup 2014 โซฟา และอุปกรณ์เชียร์บอลครบชุด รวมถึงจัดทำกระป๋องโค้กสลิมคอลเล็กชั่นพิเศษ ด้วยลายธงชาติทีมโปรดของเหล่าแฟนๆ

ด้าน “แมคโดนัลด์” อีกหนึ่งผู้สนับสนุนหลัก สร้างความคึกคักด้วยการเปิดร้านแมคโดนัลด์ให้บริการ 24 ชั่วโมง จัดถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลโลกทุกแมตช์ นอกจากนี้แมคโดนัลด์หลายสาขาในญี่ปุ่น ยังเปิดตัวเมนูใหม่ต้อนรับเทศกาลฟุตบอลโลกให้กับลูกค้าที่แวะไปใช้บริการ อาทิ ‘Brazil burger beef BBQ’ ที่ดีไซ์ขนมปังเปลี่ยนแบบรูปลักษณะของลูกฟุตบอล รวมถึงไข่เจียวสเปน และอีกหลายเมนูแตกต่างกันไปตามแต่ละชาติ

ส่วนร้านกีฬา ซูเปอร์สปอร์ต (Supersports) ได้เริ่มวางขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับฟุตบอลโลก 2014 มาตั้งแต่ต้นปี และมีการสต็อกสินค้าหลายรายการเพิ่มเติม เพื่อรองรับความต้องการที่คาดว่าจะมีมากขึ้นในช่วงการแข่งขัน

โดยสินค้าน่าอดนิยมนหลักๆ ได้แก่ เสื้อฟุตบอลทีมชาติต่างๆ โดยเฉพาะบราซิล เจ้าภาพการแข่งขันฟุตบอลโลกในครั้งนี้ รวมถึงอุปกรณ์กีฬาขายดี อาทิ ลูกฟุตบอล รองเท้าฟุตบอล เป็นต้น

สินค้าและบริการอีกมากมายที่ลงสนามรับกระแสฟุตบอลโลก ทั้งมีดีโกนหมวด “ยิลเลตต์” ลิมิเตดเอดิชั่นลายทีมชาติบราซิล ที่ลุ้นรับรางวัลถ้วยเครื่องบินลัดฟ้าสู่ประเทศบราซิล เพื่อชมการแข่งขันถึงขอบสนาม

กระเป๋าเดินทาง “แซมโซไนท์” ที่ส่งกระเป๋าเดินทางฮาร์ดเคสรุ่นลิมิเตดเอดิชั่น ลงสนามในชื่อ Samsonite S'Cure Go! Goal! Go Brazil!

ขณะที่แบรนด์ “คาคิโอนี” ก็มีกระเป๋าเดินทางลายธงชาติของทีมชาติอังกฤษ, โปรตุเกส, อิตาลี, เยอรมนี และสเปน มาล่อตาล่อใจชาวช้อปปิ้งนักเดินทาง

**นับว่า สถานการณ์ช่วยสร้างมูลค่าโดยแท้**



## กระเป๋าถือจากขนสุนัข เทรนด์ใหม่แห่งวงการสิ่งทอ

กระเป๋าแบรนด์ “Caninie” (ซึ่งมาจากคำว่า Canine ที่แปลว่าสุนัข) ผลงานการออกแบบของ **ศิริอาภรณ์ พงศ์หิรัญรัฐ** นักศึกษาจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบที่ไร้ประโยชน์อย่างขนสุนัข ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับเส้นด้าย

นักศึกษาไทยคนเก่งมองเห็นโอกาสว่า บ้านเรามีผู้เลี้ยงน้องหมาจำนวนมาก และเจ้าของก็นิยมนำน้องหมาของตนไปใช้บริการตัดแต่งขนที่ร้าน ซึ่งแต่ละวันขนน้องหมาจำนวนมากมายังจะกลายเป็นขยะไปอย่างน่าเสียดาย เธอจึงนำไปผ่านกระบวนการทำความสะอาดด้วยการต้มก่อนใช้เทคโนโลยีในการปั่นด้ายขนสุนัขร่วมกับอะคริลิก ในอัตราส่วน 40:60 นำไปทอสลักับด้ายคอตตอน ซึ่งจะช่วยให้ได้ผิวสัมผัสของเส้นใยที่มีความนุ่ม แข็งแรงทนทาน เหมาะกับการทำเป็นสิ่งทอประเภทต่างๆ และยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ

วัตถุดิบจากขนน้องหมามีต้นทุนตั้งแต่ 400-1,100 บาท แต่ราคาขายอยู่ที่ราวๆ 1,500 - 4,000 บาท เลยทีเดียว

อาจจะเป็นที่นิยมในหมู่นักสุนัขทั้งหลายได้ หากขนน้องหมาที่รักจะกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์ให้หอบไปไหนมาไหนได้ แทนเจ้าสี่ขาที่บ้าน

## คาเฟ่นกฮูกที่ญี่ปุ่น

ก่อนหน้านี้ธุรกิจคาเฟ่แมวกลายเป็นหนึ่งในไอเดียที่ได้รับความนิยมในหลายประเทศ

ล่าสุด เจ้าของธุรกิจหัวใสแดนปลาดิบ หันมาเอาใจคนรักนก ด้วยการสร้างประสบการณ์ใหม่ กับการเปิด “Owl Cafe” หรือคาเฟ่ฮูก ในร้านกาแฟ Tori no Iru Cafe ณ กรุงโตเกียว ญี่ปุ่น ทางร้านต้องจัดคิวให้ลูกค้าใช้บริการในจำนวนจำกัด เนื่องจากนกฮูกเป็นสัตว์ที่รักความสงบ ลูกค้าสามารถอยู่ในร้านได้นานเท่าที่ยังสั่งอาหารหรือเครื่องดื่ม ที่ล้นแล้วแต่มีชื่อเกี่ยวกับนกฮูก นอกจากนี้ ยังมีสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวกับนกอีกจำนวนมาก

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะเพลิดเพลินไปกับการชมนก และอัฟโพลดรูปลงโซเชียลเน็ตเวิร์ก

โดยไฮไลท์สำคัญของร้าน คือลูกค้าสามารถเล่นกับนกได้ในราคา 500 เยน (ราว 160 บาท) โดยสามารถเลือกนกที่ชื่นชอบจากบรรดานกนักล่าทั้งหลาย ได้แก่นกฮูกและเหยี่ยวแฮร์ริส ให้เกาะบนถุงมือพิเศษที่ทางร้านจัดเตรียมไว้ให้

ข่าวไม่แจ้งว่า นักดูนกทั้งหลาย ปลื้มเปรมกับ คาเฟ่ นี้ เพียงไร





# “โดรน”

## โลจิสติกส์แห่งยุคสมัย

เมื่อต้นปีที่ผ่านมา ผู้เชี่ยวชาญในแวดวงไอทียกให้ **Tasu (Drone)** หรือ อากาศยานไร้คนขับ เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่น่าจับตามองที่สุดของปี 2014

### อากาศยานกับโลจิสติกส์

หลายคนรู้จักโดรนในฐานะเครื่องมือที่ใช้ถ่ายภาพจากมุมสูงของเหตุการณ์สำคัญต่างๆ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเหตุการณ์ทางการเมืองที่ผ่านมา หากแต่ในระดับโลก โดรนเป็นหนึ่งในเครื่องมืออันทรงพลังของกองทัพที่ใช้ในการสอดแนมและโจมตีฝ่ายตรงข้าม

กระทั่งเมื่อบริษัทค้าปลีกผ่านทางออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกอย่างอเมซอน-Amazon เริ่มทดสอบใช้โดรนในการส่งสินค้า ก็ทำให้แวดวงโลจิสติกส์และธุรกิจระดับโลกต้องหันสะเทือน **เจฟฟ์ เบซอส** (Jeff Bezos) ซีอีโอของอเมซอน กล่าวว่ แม้เรื่องนี้จะฟังดูเหมือนนิยายแนววิทยาศาสตร์หรือไซไฟ แต่สามารถเกิดขึ้นได้จริงเมื่อโดรนที่อเมซอนพัฒนาขึ้นสามารถส่งสินค้าที่มีน้ำหนักไม่เกิน 2.3 กิโลกรัม ไปยังจุดหมายภายในรัศมี 16 ก.ม. ได้ภายใน 30 นาที

อเมซอนคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้

อย่างเต็มรูปแบบในอีก 4- 5 ปี ภายใต้ชื่อบริการ ‘ไพรม์ แอร์-Prime Air’

ข้อดีของโดรนคือ สามารถควบคุมด้วยไอโฟน ไอแพด และสมาร์ตโฟนได้ แถมยังบันทึกข้อมูล GPS และระบุพิกัดของตัวยานได้อีกด้วย

### โดรนส่งพิซซ่า

ขณะที่ Francesco's Pizzeria ร้านพิซซ่าในอินเดีย ก็ผุดไอเดียสุดเจ๋ง ด้วยการใช้โดรนส่งพิซซ่าให้แก่ลูกค้าที่อยู่บนอาคารสูง **มิกฮัล ราจานิ** ซีอีโอของร้าน เผยว่า ร้านประสบความสำเร็จในการทดลองใช้โดรนส่งพิซซ่าให้แก่ลูกค้าที่อยู่ในรัศมี 1.5 กิโลเมตรจากร้าน และยืนยันว่าจะสามารถนำมาใช้ได้จริงในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า

มิกฮัลบอกว่าโดรนช่วยประหยัดได้ทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายของร้าน มากกว่าการส่งพนักงานออกไปส่งพิซซ่าเสียอีก นับเป็นช่องทางใหม่ที่เขย่าโลกโลจิสติกส์ทีเดียว

# การศึกษาผลกระทบ ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย

---

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ในปี 2558 มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ โดยการเปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิก ด้วยเป้าหมายสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วม การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับกับโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จึงได้ร่วมกับสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจ การพาณิชย์ และสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการการค้าและการพัฒนา ดำเนินโครงการศึกษาผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (High Impact Sectors)

โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษานโยบายและมาตรการตามข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่มีต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย ทั้งในด้านเศรษฐกิจมหภาค และต่อผู้ประกอบการ รวมทั้งแรงงานใน SMEs โดยมุ่งในกลุ่มที่ได้รับผลกระทบในเชิงบวกมากกว่าเชิงลบ จากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การศึกษาครั้งนี้ได้คัดเลือก 6 กลุ่มอุตสาหกรรมนำร่อง ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง กลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์พลาสติก กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งผลที่ได้จะใช้เป็นข้อมูลประกอบการระบุผลกระทบและกำหนดหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ (Strategic Partners) เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบด้านบวกและด้านลบที่จะเกิดขึ้น โดยผลการศึกษาสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

# 1. กลุ่มอุตสาหกรรม เครื่องจักรกล



เป็นอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ของประเทศ จากตัวเลขการค้ากับกลุ่มประเทศอาเซียน ค่าเฉลี่ย 10 ปี (ตั้งแต่ปี 2544-2553) พบว่า มีมูลค่าการค้า 267,040.49 ล้านบาท การส่งออก 165,641.09 ล้านบาท ได้ดุลการค้า 64,241.68 ล้านบาท ซึ่งการเข้าสู่ AEC จะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเครื่องจักรกลทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ เหล็ก อุตสาหกรรมกลางน้ำ คือ ชิ้นส่วนเครื่องจักร และอุตสาหกรรมปลายน้ำ คือ เครื่องจักรกลการเกษตร เครื่องจักรอุตสาหกรรม เครื่องมือกล ดังนี้

ผลกระทบในด้านบวก ประเทศไทยได้เปรียบด้านแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องมือกล โดยเฉพาะในกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตจากการลอกเลียนของเดิม (Reverse Engineering) สามารถส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตร เช่น รถแทรกเตอร์ ไปยังกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ได้มากขึ้น และสามารถให้ประเทศกลุ่ม CLMV เป็นฐานการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตรเพื่อส่งออกไปยังภูมิภาคอื่น ขณะที่ความต้องการ

เครื่องจักรกลในประเทศจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น เกษตรและเกษตรแปรรูป และอาหาร โดยเฉพาะเครื่องจักรประเภท เครื่องปิดฉลาก เครื่องปิดผนึก ฯลฯ

ผลกระทบด้านลบ ผู้ประกอบการในกลุ่มอาเซียนสามารถเข้าถึงวัตถุดิบที่มีราคาถูกลง เนื่องจากการยกเลิกภาษีนำเข้า ขณะที่ผู้ประกอบการไทยยังต้องเผชิญกับต้นทุนที่สูง เพราะการเข้าสู่ AEC ไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาการตอบโต้การทุ่มตลาดเหล็กของไทย เนื่องจากรัฐบาลยังมีนโยบายคุ้มครองอุตสาหกรรมต้นน้ำ นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าจากสิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งมีศักยภาพสูงในการผลิตเครื่องจักรอุตสาหกรรม จะมีความต่ำลงและบุกตลาดไทยมากขึ้น นอกจากนี้ อาจมีการย้ายฐานการผลิตเครื่องจักรในไทย

ข้อเสนอแนะ รัฐบาลควรพิจารณาและทบทวนการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด และควรส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมเหล็กต้นน้ำคุณภาพ เพื่อทดแทนการนำเข้าเหล็กจากต่างประเทศและเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการผลิตที่สูงขึ้น

## 2.

### กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร



เป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่เชี่ยวชาญและมีศักยภาพทั้งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และกลุ่มอุตสาหกรรม SMEs ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่การผลิตอุตสาหกรรมอาหารมีมาตรฐานและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในอาเซียนและในภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งจากตัวเลขการค้ากับกลุ่มประเทศอาเซียน ค่าเฉลี่ย 10 ปี (ตั้งแต่ปี 2544-2553) พบว่า มีมูลค่าการค้า 120,838.04 ล้านบาท มูลค่าการส่งออก 92,638.47 ล้านบาท และได้ดุลการค้า 64,438.90 ล้านบาท นับว่าได้เปรียบดุลการค้าเป็นอันดับที่ 2 ในตลาดอาเซียน และเป็นอันดับต้นๆ ในตลาดโลก แต่แม้ว่าประเทศไทยจะมีความสามารถในการผลิตอุตสาหกรรมอาหาร และมีอุตสาหกรรมสนับสนุนครบทุกส่วน ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ (ภาคการเกษตร ประมง) อุตสาหกรรมกลางน้ำ และอุตสาหกรรมปลายน้ำ ซึ่งการเข้าสู่ AEC จะส่งผลดังนี้

**ผลกระทบด้านบวก** จะเป็นการเร่งให้เกิดโอกาสขนาดใหญ่ต่ออุตสาหกรรมอาหารของไทย เห็นได้จากการเปิดเสรีสินค้าประเภทอาหารที่มีการลดภาษีเป็นศูนย์นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2553 ที่ผ่านมา ส่งผลให้สินค้าอาหารของไทย มีดัชนีการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยผู้ประกอบการสามารถแสวงหาวัตถุดิบจากแหล่งใหม่ๆ

รวมถึงสามารถขยายฐานการลงทุนและฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีความพร้อมทั้งด้านวัตถุดิบ แรงงาน และการขนส่งได้

**ผลกระทบด้านลบ** ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ประสบภาวะขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากโอกาสทางการค้าและการลงทุนของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้แรงงานกลับไปทำงานในประเทศของตน และผลจากการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรี อาจทำให้ผู้ประกอบการถูกรอบงำจากนักลงทุนต่างชาติกลายเป็นผู้รับจ้างผลิตมากกว่าเป็นเจ้าของกิจการ

**ข้อเสนอแนะ** ประเทศไทยควรกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน ด้วยการเป็นผู้ผลิตสินค้าที่มีการเพิ่มมูลค่าหลายขั้นตอน เพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณค่าและราคาสูงขึ้น ในส่วนของผู้ประกอบการ ควรพัฒนาความหลากหลายของผลผลิต โดยมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูงและมีความแตกต่าง มีการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ใช้การผลิตทดแทนแรงงานคน และควรสร้างตราสินค้าในผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศไทย นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรรวมตัวกันในรูปแบบสถาบันและสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ และสร้างอำนาจต่อรองทั้งด้านการค้าและการกำหนดราคารวมถึงพัฒนากลุ่มให้เกิดความเข้มแข็ง



### 3. กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง

เป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในการแข่งขันในเวทีโลก เพราะไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำในอุตสาหกรรมยาง และมีศักยภาพในการผลิตยางแปรรูปอย่างครบวงจร ซึ่งจากตัวเลขการค้ากับกลุ่มประเทศอาเซียน ค่าเฉลี่ย 10 ปี (ตั้งแต่ปี 2544-2553) พบว่า มีมูลค่าการค้า 53,656.26 ล้านบาท การส่งออก 48,680.68 ล้านบาท และได้ดุลการค้า 43,705.07 ล้านบาท ที่สำคัญเป็นอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสินค้าส่งออก (RCA) สูงถึง 5.47 แสดงถึงโอกาสจากการเปิดข้อตกลงเขตการค้าเสรี เพราะไทยมีความครบวงจรในรูปแบบของความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบและศักยภาพของผู้ประกอบการ รวมทั้งมีบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์รายใหญ่ของโลกหลายรายเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศ ซึ่งการเข้าสู่ AEC จะส่งผล ดังนี้

**ผลกระทบด้านบวก** หาก AEC มีการขยายกรอบความร่วมมือครอบคลุมแรงงานกึ่งดียวาง จะช่วยแก้ไขปัญหามาตรฐานแรงงานกึ่งดียวางและส่งเสริมการพัฒนาทักษะแรงงานกึ่งดียวาง ขณะที่ผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นต้น สามารถส่งออกไป

ยังตลาดอาเซียนได้ในปริมาณที่มากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ยางจากประเทศไทย มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นในการขยายตลาดไปในประเทศอาเซียน ผลจากสิทธิพิเศษทางภาษี

**ผลกระทบด้านลบ** ผลิตภัณฑ์ยางแปรรูปขั้นต้นจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาคุณภาพให้สอดคล้องกับมาตรฐานร่วมกันในการยอมรับ (MRA) ของอาเซียนขณะที่ผู้ประกอบการบางกลุ่มอาจเผชิญการแข่งขันที่มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มถุงมือยาง นอกจากนี้ผู้ประกอบการไทยอาจเสียเปรียบผู้ประกอบการจากประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ที่มีทักษะความรู้ด้านการใช้สิทธิพิเศษทางภาษี เช่น กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้า (ROO) รวมถึงการขอรับสิทธิพิเศษทางภาษีภายใต้ Form D

**ข้อเสนอแนะ** ควรมีการบริหารจัดการปริมาณน้ำยางสดร่วมกับประเทศผู้ผลิตที่สำคัญเพื่อรักษาเสถียรภาพของราคาวัตถุดิบและปริมาณ พัฒนาห้องปฏิบัติการทดสอบมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ รวมทั้งพัฒนานวัตกรรมและศักยภาพในการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs



## 4. กลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์พลาสติก

เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมปิโตรเคมี อุตสาหกรรมเม็ดพลาสติก และอุตสาหกรรมต่อเนื่องที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นวัตถุดิบ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ ซึ่งจากตัวเลขการค้ากับกลุ่มประเทศอาเซียน ค่าเฉลี่ย 10 ปี (ตั้งแต่ปี 2544-2553) พบว่า มีมูลค่าการค้า 77,645.41 ล้านบาท มูลค่าการส่งออก 46,549.80 ล้านบาท และได้ดุลการค้า 15,454.19 ล้านบาท ซึ่งการเข้าสู่ AEC จะส่งผลดังนี้

**ผลกระทบด้านบวก** ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบราคาถูก บริการด้านการวิจัยและพัฒนา แรงงานที่มีต้นทุนต่ำ รวมถึงเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียนโดยเฉพาะกลุ่ม CLMV เพื่อใช้เป็นฐานขยายการผลิต และสามารถ

เข้าถึงแหล่งเงินทุนจากนักลงทุนต่างชาติได้มากขึ้น ฯลฯ

**ผลกระทบด้านลบ** ไทยจะขาดแคลนแรงงานฝีมือและบุคลากร เช่น วิศวกรเคมี และผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากย้ายไปทำงานในประเทศที่มีค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สูงกว่า เสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับสินค้าราคาถูก และสินค้าด้อยคุณภาพ นอกจากนี้สินค้าในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องจากประเทศอื่นๆ จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด

**ข้อเสนอแนะ** รัฐบาลควรสนับสนุนการหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกจากแหล่งใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียน แก้ไขปัญหาในการนำเข้าวัตถุดิบที่มีราคาสูง และสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศอาเซียนและประเทศอื่นๆ นอกอาเซียน



## 5. กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่ม



เป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาการผลิตเพื่อส่งออกมากกว่า 50 ปี และผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่ม ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เป็นสมาคมอย่างเข้มแข็ง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการจ้างงานของประเทศ ซึ่งจากตัวเลขการค้ากับกลุ่มประเทศอาเซียน ค่าเฉลี่ย 10 ปี (ตั้งแต่ปี 2544-2553) พบว่า มีมูลค่าการค้า 37,166.58 ล้านบาท มูลค่าการส่งออก 28,766.15 ล้านบาท และได้ดุลการค้า 20,365.72 ล้านบาท ซึ่งการเข้าสู่ AEC จะส่งผลดังนี้

**ผลกระทบด้านบวก** ผู้ประกอบการจะมีต้นทุนการผลิตลดลง ผลจากการนำเข้าเส้นใยจากอินโดนีเซียซึ่งมีราคาถูก สามารถส่งออกผ้าผืนรวมทั้งสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปประเทศในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้น สามารถย้ายฐานการผลิตไปในกลุ่มประเทศที่มีแรงงานมากและค่าแรงต่ำได้

สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนง่ายขึ้น และได้รับประโยชน์จากอุปสงค์ต่อเนื่องจากการเปิดเสรีทางด้านบริการ

**ผลกระทบด้านลบ** เกิดจากความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยน ที่จะส่งผลต่อการปรับตัวด้านต้นทุนการผลิต

**ข้อเสนอแนะ** รัฐบาลควรรหาช่องทางหรือเครือข่ายการติดต่อธุรกิจด้านเส้นใยและเส้นด้ายในประเทศอินโดนีเซีย ควรให้การสนับสนุนโครงการ ASEAN Competitiveness Enhancement (ACE) และ Source ASEAN Full Service Alliance (SAFSA) รวมทั้งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าสิ่งทอ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มขยายการลงทุนไปในประเทศ ลาว เวียดนาม และกัมพูชา



## 6. กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณี และเครื่องประดับ

เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศในลำดับต้นๆ เนื่องจากคุณภาพของสินค้าได้รับการยอมรับในระดับโลก ขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็น SMEs ซึ่งจากตัวเลขการค้ากับกลุ่มประเทศอาเซียน ค่าเฉลี่ย 10 ปี (ตั้งแต่ปี 2544-2553) พบว่า มีมูลค่าการค้า 9,705.5 ล้านบาท มูลค่าการส่งออกเพียง 2,874.80 ล้านบาท และเสียเปรียบดุลการค้ามาโดยตลอด อยู่ที่ -3,955.90 ล้านบาท แต่นับเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุด ซึ่งการเข้าสู่ AEC จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทั้งต้นน้ำ (การวิจัย พัฒนา และออกแบบ การทำเหมืองอัญมณี) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (การปรับปรุงคุณภาพและเจียรไนอัญมณี) และอุตสาหกรรมปลายน้ำ (การผลิตเครื่องประดับ) ดังนี้

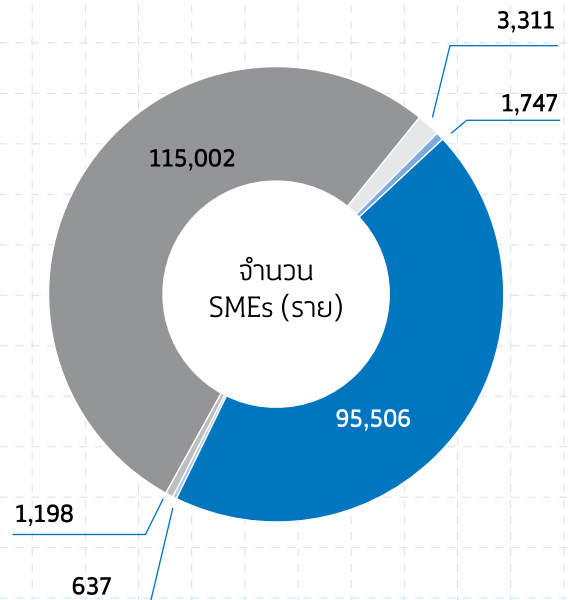
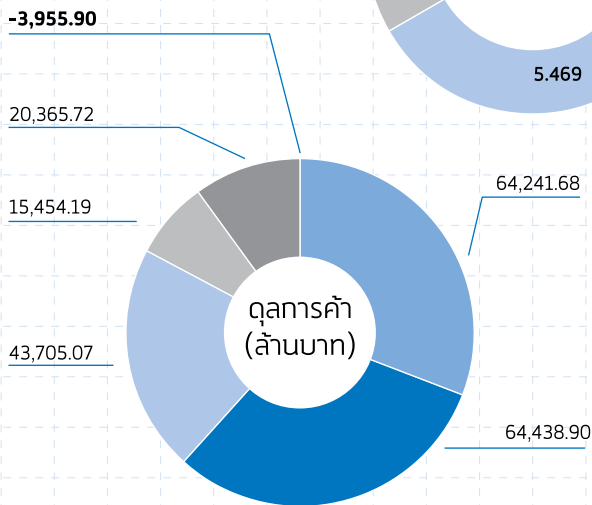
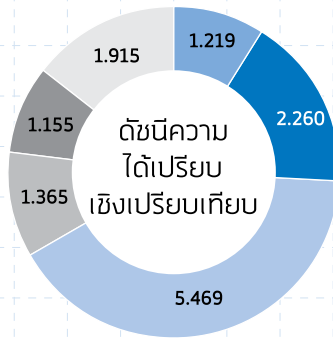
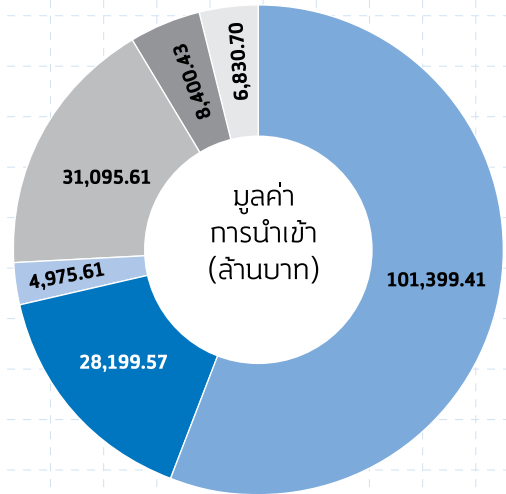
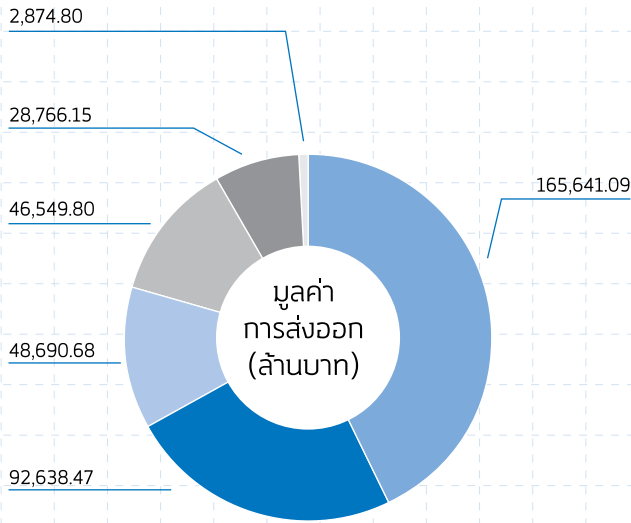
**ผลกระทบด้านบวก** ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบราคาถูกลง บริการด้านการวิจัยและพัฒนา แรงงานที่มีต้นทุนต่ำ รวมถึงบริการด้านการตลาดและเงินทุน นอกจากนี้ยังสามารถเข้าไปลงทุนในอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV ได้มากขึ้น และใช้เป็นทางผ่าน

ในการนำเข้าวัตถุดิบจากนอกประเทศอาเซียน รวมทั้งเป็นช่องทางในการส่งออกไปในกลุ่มอาเซียนและนอกกลุ่มมากขึ้น ฯลฯ

**ผลกระทบด้านลบ** ไทยจะขาดแคลนแรงงานฝีมือและบุคลากร เช่น นักออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับ ช่างเจียรไนอัญมณี ช่างเผา/หุงพลอย ฯลฯ เนื่องจากย้ายไปทำงานในประเทศที่ให้ค่าตอบแทนที่สูงกว่าและอาจเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับสินค้านำเข้าจากประเทศในกลุ่ม CLMV นอกจากนี้อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องจากประเทศต่างๆ จะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด

**ข้อเสนอแนะ** รัฐบาลควรสนับสนุนให้มีการหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูกลงจากแหล่งใหม่ในกลุ่มประเทศอาเซียน และสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบและการทำเหมืองอัญมณี รวมถึงการวิจัย พัฒนา การปรับปรุงคุณภาพ การเคลื่อนย้ายแรงงานที่จำเป็น รวมถึงการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีและองค์ความรู้ต่างๆ >>

# มูลค่าการดำเนินธุรกิจของไทยกับกลุ่มประเทศอาเซียน ใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรม ค่าเฉลี่ย 10 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2544-2553)



# Sugar Drop

## น้ำตาลไม้ ไม่มีน้ำตาล

เรียบเรียงจาก : โครงการประกวดแผนธุรกิจระดับเอเชีย Asia Venture Challenge 2014

จัดโดย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กระแสรักสุขภาพกลายเป็นหนึ่งในกระแสหลักที่ผู้คนทั่วโลกต่างหันมาให้ความสำคัญ อาหารประเภทน้ำตาลน้อย ไขมันต่ำ หรือผ่านการปรุงแต่งโดยไม่เสียรสชาติและยังคงความอร่อย จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าจะตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคใน พ.ศ. นี้ ได้เป็นอย่างดี หนึ่งในผลงานที่โดดเด่นมากที่สุดในการประกวดแผนธุรกิจระดับเอเชีย Asia Venture Challenge 2014 ซึ่งจัดโดยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คือ แผนธุรกิจ Sugar Drop นวัตกรรมการดัดน้ำตาลออกจากน้ำผลไม้ ด้วยระบบ Homofermentative ที่สามารถลดน้ำตาลได้เกือบ 100% ฝีมือของคนรุ่นใหม่ไฟแรงจำนวน 4 คน **นิธิพร ทวีผลเจริญ วริษฐา รัตนชีวร ชนม์ชญงค์ ไตรรัตน์เกยูร และ ชญาภา โชคสกุลนิมิตร** นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

### แนวคิด

แนวคิดของ Sugar Drop เริ่มจากการมองเห็น ปัญหาของตลาดน้ำผลไม้ในปัจจุบัน ซึ่งมีปริมาณ น้ำตาลค่อนข้างสูง ผลการวิจัยที่นำตกใจพบว่า น้ำผลไม้ 1 กระป๋อง มีความหวานมากกว่า น้ำอัดลม 5-6 กระป๋อง อีกทั้งยังเป็นที่มาของโรค ภัยไข้เจ็บต่างๆ นานา Sugar Drop จึงนำเสนอ เทคโนโลยีการลดน้ำตาลในน้ำผลไม้ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพ รวมถึง ผู้ป่วยโรคเบาหวาน ได้มีโอกาสดื่มน้ำผลไม้ โดยไม่ต้องกังวลปริมาณน้ำตาลสูงเช่นในน้ำผลไม้ทั่วไป

นวัตกรรมดังกล่าวเกิดจากผลงานวิจัยของ อาจารย์จุฬาฯ ท่านหนึ่ง ที่ทำวิจัยเกี่ยวกับวิธีการ ลดน้ำตาลในน้ำผลไม้ ซึ่งสามารถลดน้ำตาลได้ถึง 95% แต่รสชาติเปลี่ยนไป Sugar Drop จึงนำองค์ ความรู้ดังกล่าวมาพัฒนาต่อ โดยเริ่มลดน้ำตาลที่ 25-35% ปรากฏว่าได้รสชาติน้ำผลไม้ที่อร่อยแบบ เดิม และไม่สูญเสียคุณค่าของวิตามินที่มีอยู่ในน้ำ ผลไม้ เทคโนโลยีดังกล่าว สามารถนำไปปรับใช้กับ น้ำผลไม้ได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นน้ำสับประรด น้ำส้ม น้ำองุ่น ฯลฯ

## โมเดลธุรกิจ

จุดยืนของ Sugar Drop มิใช่การสร้างแบรนด์ น้ำผลไม้เข้าไปแข่งขันในตลาด แต่เป็นผู้ให้บริการ ด้วยการนำน้ำผลไม้ที่ทางโรงงานผลิตได้มาผ่านกระบวนการลดน้ำตาล แล้วจึงส่งกลับคืนให้ผู้ผลิต ซึ่งเป็นกระบวนการที่สามารถคิดค่าบริการได้ โดยไม่ต้องแบกรับต้นทุนการผลิตน้ำผลไม้เอง อีกทั้งยังเป็นขั้นตอนที่ไม่กระทบกับระบบซัพพลายเชนของโรงงาน แต่ทำตัวเป็นเสมือนพาร์ตเนอร์ที่ช่วยเพิ่มเทคโนโลยีให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเพิ่มมูลค่าการขายมากกว่า

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องดื่มประเภทน้ำผลไม้ในบ้านเรามีมูลค่าตลาดสูงถึง 1.2 หมื่นล้านบาท และประเทศไทยนับว่ามีศักยภาพในการแข่งขันระดับโลกสูงกว่าประเทศอื่นๆ เนื่องจากเป็นแหล่งวัตถุดิบผลไม้หลายชนิดที่สำคัญ โดย Sugar Drop ได้เริ่มจากการพัฒนาตลาดน้ำสับประรดเป็นธุรกิจแรก เนื่องจากสับประรดเป็นหนึ่งในผลไม้ที่เราส่งออกอันดับ 1 ของโลก

ที่น่าสนใจคือ จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ประกอบการไทย ปรากฏว่า เข้าตาบริษัทผู้ผลิตน้ำผลไม้รายใหญ่ในประเทศ โอกาสในการขยายตลาดของ Sugar Drop จึงค่อนข้างสดใสทีเดียว

การดำเนินธุรกิจเริ่มจากรับน้ำผลไม้จากผู้ผลิตรายต่างๆ เข้าโรงงาน โดยจะตั้งโรงงานใกล้ๆ กับย่านโรงงานน้ำผลไม้ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้การขนส่งเป็นไปอย่างรวดเร็วภายใน 20 นาที และใกล้แหล่งผลิต เนื่องจากแรกเริ่มเน้นไปที่ตลาด



น้ำสับประรด และประจวบฯ ก็มีโรงงานน้ำสับประรดกระจายอยู่มากถึง 40 แห่ง ฉะนั้น Sugar Drop จึงเลือกเจาะพื้นที่ที่มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจ และเพื่อความสะดวกในด้านโลจิสติกส์ ควบคู่กันไป

ส่วนแผนธุรกิจต่างประเทศของ Sugar Drop มีแนวคิดที่จะขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดในอาเซียน ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีการบริโภคน้ำสับประรดมากถึงร้อยละ 58 ของน้ำผลไม้ประเภทต่างๆ ขณะเดียวกันในภูมิภาคอื่นของโลก มีการพิจารณาจากแหล่งวัตถุดิบเป็นสำคัญ

ล่าสุด Sugar Drop ได้พูดคุยกับผู้ประกอบการชาวบราซิล ซึ่งสนใจนำเทคโนโลยี Sugar Drop ไปพัฒนาต่อยอดในบราซิล ซึ่งเป็นประเทศที่มีการผลิตน้ำส้มเป็นอันดับ 1 ของโลกอีกด้วย

เพราะมองเห็นโอกาส และกล้าลงมือทำจริง Sugar Drop จึงเป็นกรณีศึกษาหนึ่งในแผนธุรกิจ ที่สามารถตอบโจทย์ทางธุรกิจและความต้องการเรื่องสุขภาพของผู้คนทั่วโลก ได้อย่างน่าสนใจ >>>

# SMEs พันธุ์ใหม่

## โลกเปลี่ยน การแข่งขันเปลี่ยน พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน ถึงเวลาต้องปรับวิธีคิด เพื่อการเติบโตและอยู่รอด

เรียบเรียงจาก : ปรับ "มายด์เซต" เป็นเอสเอ็มอีพันธุ์ใหม่

ผู้เขียน : จีราวัฒน์ คงแก้ว กรุงเทพธุรกิจออนไลน์

*SMEs ทุกวันนี้ที่อยู่ในกรอบเดิมไม่ได้แล้ว ต้องออกไปแสวงหาพันธมิตร พันธมิตรที่ดีที่สุด อาจจะไม่ได้อยู่ในเมืองไทย*

ความสำคัญหนึ่งที่ **ดร.วิมลกานต์ โกสุมาศ** รองผู้อำนวยการ สสว. เคยให้สัมภาษณ์ไว้ ถึง "การบริหารการก้าวเข้าสู่สากลของ SMEs" โดยระบุว่า SMEs ณ วันนี้ จะนั่งอยู่ในกรอบ เดิมๆ ไม่ได้แล้ว แต่ต้องออกไปแสวงหา เพราะพันธมิตรที่ดีที่สุดอาจไม่ได้อยู่ในเมืองไทย

### ไขโจทย์ได้ ก็ประสบความสำเร็จได้

งานเสวนา "นวัตกรรมเชิงการจัดการยุคใหม่ ภาวะสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่ความสำเร็จ" เพื่อเตรียมเข้าสู่ SME BIZ ASIA 2015 มีหลากหลายความเห็น ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs สามารถหยิบยกนำไปใช้เพื่อพัฒนางานของตนเองได้

**ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานุ** นายกสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ไทย (Thai e-Commerce) บอกว่าธุรกิจยุคใหม่ไม่จำเป็นต้องใช้คน ใช้ทรัพยากรมหาศาล ไม่ต้องมีโรงงานขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการเองก็ไม่ต้องล้มลุกคลุกคลานมาเป็นสิบ ยี่สิบปี ถึงจะรู้จั๊กกับวิถีแห่งความสำเร็จ เพียงเริ่มจากการเปลี่ยนความคิด ปรับมายด์เซต (Mindset) ดึงเทคโนโลยีและ

นวัตกรรม มาขับเคลื่อนธุรกิจ ก็พิชิตเป้าหมายได้

"พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง ทำให้วิธีการเดิมๆ ที่เคยทำมา 10-20 ปี ใช้ไม่ได้ผล การสื่อสาร วิธีการพูดคุยกับลูกค้าก็เปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง อย่าง เปิดร้านอยู่ดีๆ ก็มีสินค้าจากจีน จากอินโดนีเซีย เหาะเข้ามาขายแข่งผ่านมือถือ ทำให้ลูกค้าซื้อได้ที่บ้าน ธุรกิจก็เริ่มงวว่า ทำไม่ยอดขายถึงหายไป ทั้งที่ก็ยังทำทุกอย่างเหมือนเดิม นั่นเพราะ Landscape ของการแข่งขันมันเปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิง

ผู้ประกอบการหลายคนพูดถึง AEC พูดเสร็จก็ไม่รู้จะไปอย่างไรต่อ เพราะการไป AEC คือการขยับสู่ Regional โดยความจริง SMEs ขนาดเล็กแทบเป็นไปไม่ได้เลย เพราะปัจจัยเรื่องเงิน แต่จริงๆ แล้วเราไม่จำเป็นต้องมีเงินเยอะขนาดนั้น มีผู้ประกอบการ

ออนไลน์หลายคน ที่ขายสินค้าไปทั่วโลก รวมถึง AEC ด้วย โดยทำคนเดียวและใช้เงินเพียงไม่กี่พันบาทต่อปี ทั้งหมดนี้ เกิดจากการเปลี่ยนมายด์เซต ถ้ามายด์เซตผู้ประกอบการไม่เปลี่ยน ทุกอย่างจบ”

### คิดใหม่และลงมือทำ

**มร.เกลินดอน ชูค** ผู้จัดการทั่วไป Franchising & Licensing Association (FLA - Singapore) ยกตัวอย่าง SMEs ในสิงคโปร์ที่ใช้วิธีคิดใหม่ๆ เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่นราเมนเท็น (Ramen Ten) ที่จำหน่ายอาหารญี่ปุ่นฮาลาลรับตลาดมุสลิม เป็นการใช้อะเดียที่ทำให้สามารถเจาะตลาดได้กว้างขึ้น

ขณะที่ร้านอาหารฝรั่งเศสชื่อดังก็เลือกใช้อีทีมาแก้ปัญหาด้านบริการ เนื่องจากมีคนต่อคิวยาวมาก จึงเปิดให้จองคิวผ่านแอปที่วางไว้หน้าร้าน โดยลูกค้าสามารถเลือกเมนูที่อยากรับประทานไว้ เมื่อถึงคิวระบบจะส่ง SMS แจ้งว่าถึงคิวแล้ว และอาหารจะเสิร์ฟเร็วมากเพราะเป็นการสั่งล่วงหน้า แม้ฟังดูเป็นเรื่องง่ายแต่ได้ผลจริง

### ปรับ Mindset เพื่อวันข้างหน้า

**สุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล** ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) บอกว่า โลกจากนี้ สิ่งที่เกิดขึ้นแน่ๆ คือความหลากหลายของผู้บริโภค มีการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ทั้งแตกต่างและแยกย่อย SMEs จึงต้องวางแผนการตลาดที่ดี รู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และตอบสนองพฤติกรรมเขาได้

“เราไม่ได้แข่งกับธุรกิจขนาดใหญ่ เราแข่งกับตัวเอง ถ้าเราพัฒนาและเข้าใจกลุ่มลูกค้าเราเอง นำนวัตกรรมด้านการออกแบบและการตลาดเข้ามาใช้ ยกกระดับตัวเองให้เป็นสากลมากขึ้น ปรับมายด์เซตไปสู่อนาคตที่อาจยังมองไม่เห็น แต่เรารู้ว่ามาแน่ ซึ่งถ้าทำได้ เราก็จะไม่พลาดโอกาสนี้”

### SMEs สายพันธุ์ใหม่

**สักจรัฐ ศิวะบวร** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไอบริก จำกัด (IBRIX) กล่าวว่า การให้เครื่องมือที่จะทำให้ธุรกิจมีโอกาสในอนาคต เป็นเรื่องสำคัญ

“วันนี้การแข่งขันเปลี่ยน เกมเปลี่ยน มีคู่แข่งที่ทำให้เรามีกำไรลดลงได้ง่ายมาก ฉะนั้น SMEs ต้องเพิ่มศักยภาพขึ้น ต้องหาโซลูชั่นใหม่ๆ มาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจ มีความจำเป็นที่ต้องเปลี่ยนแปลงธุรกิจในวันนี้ ขบวนการของโลกธุรกิจ ซึ่งไม่มีใครกำหนด พฤติกรรมผู้บริโภคนี้แหละที่เป็นตัวกำหนด”

SMEs สายพันธุ์ใหม่จึงต้องมีการปรับ “มายด์เซต” และหา “โซลูชั่น” ใหม่ๆ ให้ธุรกิจ เพื่อการเจริญเติบโตและความอยู่รอด ➤

### หมายเหตุ

▶ SME Biz Asia 2015 งานแสดงสินค้าและบริการระดับธุรกิจถึงธุรกิจ (B2B) จะจัดขึ้นในวันที่ 22-24 มกราคม 2558)

# Kickstarter

## เงินทุนออนไลน์

แค่มีไอเดีย เงินก็มา  
เงินทุนออนไลน์ก็ให้เกินคาด  
หมายเหตุ ถ้าคุณแน่จริง

เศรษฐกิจแบบนี้ หลายคนคงนั่งเอามือกุมขมับ  
ว่าจะหาเงินมาจากไหน

บางคนมีไอเดียสุดยอด อยากจะเริ่มต้นสาน  
ฝัน แต่ไม่มีเงิน ต้องทำอย่างไร จะขอกู้ก็ไม่มี  
หลักทรัพย์ค้ำประกัน ไม่มีธนาคารไหนสนใจ กู้  
นอกระบบ ดอกเบี้ยมหาโหด จะเอาชีวิตรอดไหม  
อย่าเพิ่งหมดหวัง SMEs Today ขอพาไปรู้จักกับ  
Crowd Funding หรือ Social Funding อีกหนึ่ง  
รูปแบบของการระดมทุนจากคนหมู่มาก หรือจาก  
สังคมของผู้ที่สนใจอยากลงทุนในไอเดียใหม่ๆ เพื่อ  
สนับสนุนให้ไอเดียดีๆ เหล่านั้น กลายเป็นธุรกิจจริงๆ

### ระดมทุนจากผู้สนใจ

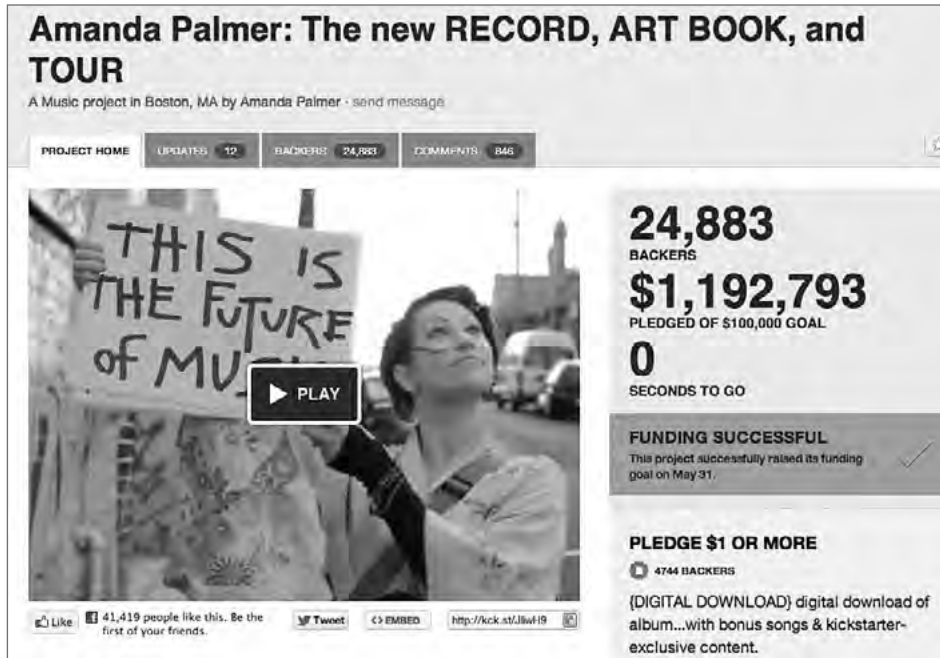
Crowd Funding เป็นลักษณะของการให้เงิน  
โดยที่ผู้รับเงินหรือเจ้าของไอเดียไม่ต้องคืนเงินลงทุน  
ที่ได้รับ ส่วนผลประโยชน์ตอบแทนแล้วแต่กรณี อาจ  
จะเป็นเพียงคำขอบคุณ ไปจนถึงผลิตภัณฑ์นั้นๆ แก่  
ผู้ลงทุนทั้งหลาย

กระบวนการของ Crowd Funding มีได้ซับซ้อน  
เพียงแค่มียอดไอเดียดีๆ ก็สามารถสมัครเข้าไปใช้บริการ  
ของเว็บไซต์ต่างๆ ที่เป็นศูนย์กลาง Crowd Funding  
ได้ อาทิ Kickstarter, Pledge Music, Spot.us,  
Invested.in ซึ่งแต่ละเว็บจะเน้นกลุ่มไอเดียหรือ  
ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน และมีจุดประสงค์ในการ  
สนับสนุนไม่เหมือนกัน

ผู้สมัครมักจะต้องกรอกรายละเอียดของโครงการ  
ที่จะทำ เช่น เป้าหมายของโครงการ และขอบเขต  
ความร่วมมือ ที่ผู้สนใจลงทุนสามารถมีส่วนร่วมได้  
ส่วนใหญ่การลงทุนจะเกิดจาก มีผู้สนใจชอบแนวคิด  
ของผู้เสนอไอเดีย และต้องการให้เกิดทางเลือกใน  
ตลาด หรือเกิดบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความ  
ต้องการที่ยังไม่มีผู้ให้บริการใดทำได้ เงินลงทุนอาจ  
จะมีตั้งแต่รายละไม่กี่ร้อยบาท ไปจนถึงหลักหลาย  
สิบล้านบาทเลยทีเดียว ไอเดียน่าสนใจแค่ไหน แนวโน้ม  
ที่มีผู้เข้าร่วมลงทุน ก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น







**รูปแบบของ Crowd Funding**

น่าสนใจที่การเสนอความคิดเพื่อระดมทุน นับได้ว่าเป็นการทดสอบตลาดในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งหากโครงการได้รับการตอบรับดี แสดงว่าน่าจะมีแนวโน้มที่เกิดเป็นธุรกิจได้ และในทางตรงกันข้าม หากไอเดียไม่สามารถระดมเงินทุนได้ เจ้าของโครงการก็จะรู้ผลและนำไอเดียไปพัฒนาต่อ เท่ากับเป็นการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจจริงไปได้ระดับหนึ่ง นอกจากนี้ หากเงินที่ได้จากการระดมทุน ไม่สามารถสร้างธุรกิจ ให้ประสบความสำเร็จได้ ผู้ระดมเงินทุนก็ไม่จำเป็นต้องแบกรับภาระในการคืนเงินให้กับเจ้าของเงิน ซึ่งเท่ากับเป็นการลดความเสี่ยงให้แก่ธุรกิจใหม่

ในอีกมุมหนึ่ง Crowd Funding ก็คล้ายกับการเอากองทุน Venture Capital (VC) มาผนวกกับเว็บไซต์ขายของล่วงหน้า บทบาทที่คล้าย VC คือให้

ทุนกับผู้ประกอบการที่มีไอเดีย ความตั้งใจ มีโครงการ มีแผนธุรกิจจริงจัง แต่อาจจะยังไม่มีสินค้า ส่วนบทบาทที่คล้ายเว็บไซต์ขายของล่วงหน้า คือการเสนอขายให้ผู้ซื้อจำนวนมาก และขอเงินล่วงหน้า ผลิตครบจำนวนเมื่อไร จึงจะได้ของพร้อมกัน

**Kickstarter**

ถ้ายังไม่ชัดเจน ลองดูตัวอย่างรายที่โด่งดังที่สุดรายหนึ่ง คือเว็บไซต์ Kickstarter.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ระดมทุนชื่อดัง เปิดโอกาสให้ใครก็ได้ สามารถนำแนวคิด แผนธุรกิจ หรือโครงการต่างๆ มาโพสต์บนเว็บไซต์ดังกล่าว เพื่อขอเงินทุนสนับสนุนจากสาธารณชน

วิธีการคือ ผู้เสนอต้องเล่าเรื่องเป็นข้อมูล และทำ VDO Presentation เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจว่า โครงการที่



จะทำคืออะไร มีแผนงานอย่างไร หน้าตามลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร ที่สำคัญคือควรระบุถึงคุณค่าและความน่าสนใจ ที่ควรได้รับการสนับสนุน ไม่ว่าจะในแง่ของประโยชน์ ความน่าใช้ หรือความสนุกสนาน จากนั้นก็ระบุว่าการเงินลงทุนเท่าไร และระยะเวลาในการระดมทุนจะเสร็จสิ้นเมื่อใด

ผู้สนใจสามารถคลิกสนับสนุนในช่อง “Pledge” ได้ตั้งแต่เหรียญเดียวขึ้นไปจนถึงตามแต่ความชอบ ซึ่งหลายครั้งมีผู้เริ่มตั้งแต่ 10,000 ขึ้นด้วยซ้ำ โดยชำระผ่าน PayPal หรือบัตรเครดิต

## All or Nothing

อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขสำคัญคือ แต่ละโครงการต้องมียอดถึงเป้าที่ตั้งไว้เท่านั้น จึงจะได้รับเงินสนับสนุน ถ้าไม่ถึงเป้าก็จะได้ไม่ได้รับเงินเลย (All or Nothing) เช่น ถ้าหากผู้ประกอบการตั้งเป้าการระดมทุนไว้ที่ 1 แสนเหรียญ เมื่อหมดระยะเวลาในการระดมทุนพบว่าเงินสนับสนุนไม่ถึง โครงการนั้นก็ต้องพับไป ผู้ประกอบการก็จะไม่ได้รับเงินสนับสนุนเลย

แต่หากโครงการสามารถเกิดขึ้นได้จริง ผู้ที่ร่วมสนับสนุนก็จะได้รับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ตามจำนวนเงินที่ลงทุนไป โดยที่เจ้าของโครงการจะเป็นผู้กำหนด

ไว้ชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่ม ว่าผลตอบแทนเป็นอย่างไร ซึ่งส่วนใหญ่จะได้เป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของโครงการนั้นๆ โดยมีใช้เป็นเงินปันผลตอบแทน เช่น โครงการระดมทุนเพื่อทำหนังสือ ผู้สนับสนุนอาจจะได้หนังสือเล่มพิเศษ Limited Edition ก่อนใคร หรือถ้าเป็นการระดมทุนเพื่อสร้างภาพยนตร์ ก็อาจจะได้รับเกียรติไปชมภาพยนตร์รอบ premiere เป็นต้น

หากสินค้ามีราคาต่อชิ้นสูง เจ้าของอาจจะตั้งผลประโยชน์ตอบแทนไว้หลายๆ ชั้น เช่น บริจาค 10 ดอลลาร์ได้รับจดหมายสวยๆ ขอขอบคุณ 100 ดอลลาร์ได้ผลงานหนึ่งชิ้นเมื่อผลิตเสร็จ และ 1,000 ดอลลาร์ได้ผลงานรุ่นพิเศษพร้อมลายเซ็น ลดหลั่นกันไป เป็นต้น

ส่วน Kickstarter จะหักเงินส่วนแบ่ง 5% ต่อเมื่อโครงการนั้นๆ ระดมทุนได้ถึงเป้าหมาย หรือถึงกำหนดเวลาที่เจ้าของตั้งไว้ แต่ต้องไม่เกิน 90 วัน ซึ่งถ้าโครงการพับไป ผู้ที่กด “Pledge” ร่วมลงทุนไว้ก็ไม่ต้องเสียเงินแต่อย่างใด

จนถึงปัจจุบัน มีโครงการที่ได้รับเงินสนับสนุนไปแล้ว คิดเป็น 44% กว่า 63,000 โครงการ มีผู้สนับสนุนราว 6.4 ล้านราย คิดเป็นเงินมากกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ (บริษัท Kickstarter มีพนักงานรวม 82 คน)

**ขอให้มีไอเดีย เงินอาจไม่ใช่ปัญหาอีกต่อไป ➤**

# SMEs-OTOP ส่มอกมันใจ...ไม่เสี่ยง ด้วยบริการจาก EXIM BANK

ความเสี่ยง



บริการประเมิน  
ความเสี่ยงผู้ซื้อ/  
ธนาคารผู้ซื้อ

- ช่วยประเมินว่าผู้ซื้อเป็นอย่างไร
- ช่วยแนะนำวงเงินในการค้าขาย
- ช่วยในการตัดสินใจค้าขาย

บริการจาก EXIM BANK

ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการ

- มั่นใจทำการค้า
- ได้ลูกค้าใหม่ รายได้เพิ่มขึ้น



บริการประกัน  
การส่งออก

- หากผู้ซื้อไม่ชำระเงิน EXIM BANK ชดเชยค่าเสียหาย
- EXIM BANK ติดตามหนี้ได้

- ได้เงินแน่นอน
- เปิดตลาดใหม่ที่ไม่คุ้นเคย
- ใช้เป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อ



บริการซื้อขาย  
เงินตราต่างประเทศ  
ล่วงหน้า

- ช่วยให้ผู้ส่งออก-ผู้นำเข้าไม่ขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยน
- สามารถกำหนดราคาซื้อขายได้อย่างมั่นใจ

- ไม่เสียรายได้จากความผันผวนของค่าเงินบาท
- กราบรายได้ที่แน่นอนตั้งแต่นั้น



BENZ N.K.  
Excellence

# “ผมมั่นใจว่าผมได้เลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตัวเอง”

เพราะผมเป็นนักธุรกิจที่ต้องรับผิดชอบงานหลายด้าน ผมจึงต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุดอยู่เสมอ  
เรือรบยนต์ก็เช่นเดียวกัน ผมชอบรถที่มีขนาดใหญ่ ไอโอบี นิ่งสบาย ลมธรรมชาติเย็น  
ผมวางใจเลือกเบนซ์ เอ็น.เค. เพราะที่นี่คือผู้เชี่ยวชาญด้านรถเบนซ์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ  
นอกจากนี้ยังมีการรับประกัน 5 ปีเต็มไม่จำกัดระยะทาง พร้อมศูนย์ซ่อมบริการขนาดใหญ่  
ทันสมัย พร้อมช่างผู้ชำนาญ และบริการหลังการขายอย่างครบครัน ทำให้ผมมั่นใจว่า  
ผมได้เลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตัวเอง

คุณนิธ วิกฤต รับใช้สิ่งที่มีพัฒนา  
กรรมการบริหาร  
กลุ่มบริษัท เอเชอร์ (ประเทศไทย) จำกัด



เปิดจองแล้ววันนี้

NEW C200 CGI AMG FULL OPTION  
NEW S300L HYBRID AMG เริ่มต้น 6.79 ล้าน

รหัสลูกค้า : 018955

รถยนต์รุ่น : Mercedes-Benz S300L Hybrid

Call Center 087-634-7777

ผู้แทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการในประเทศไทย



NK AUTO AVENUE โฟล์คสวAGEN มอเตอร์ไทยแลนด์ สำหรับคนรักรถแห่งแรกในประเทศไทย



02-885-7755

benznk.com

BENZ NK REVOLUTION

BENZ NK GRAND OPENING

BENZNKAUTOIMPORT

BENZNK\_REVOLUTION