



ISSN 0125-8516
<http://e-journal.dip.go.th>

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 54 ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2555

โครงการ
เอ็น อี ซี

10 ปี แห่งความสำเร็จ โครงการ NEC สร้างผู้ประกอบการใหม่

โบกัสการ์

ผู้ผลิตตุ๊กตามาสคอต ชูแบรนด์สินค้าดัง

ไทยโหลดดอทคอม

ใช้ไอทีบริหารงานไม่ต้องมีออฟฟิศ

ทีราปี

เพิ่มมูลค่าใบชาสัญชาติไทย

ห้องธรรมดา
Common Room

คว่ำรางวัลชนะเลิศแผนธุรกิจ

วิฤทธิ์ วิเศษสินธุ์

สร้างแรงบันดาลใจ NEC สู่ SMEs



ISSN 0125851-6



New Entrepreneurs Creation

NEC

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

โครงการ NEC เสริมสร้างผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์

- ❊ เพื่อผลักดัน ให้เกิดวิสาหกิจใหม่ๆ
- ❊ เพื่อสนับสนุน นักศึกษาจบใหม่ ผู้ว่างงาน และพนักงานลูกจ้างที่มีศักยภาพ ให้สามารถสร้างโอกาสประกอบธุรกิจด้วยตนเอง
- ❊ เพื่อเพิ่มความเข้มแข็ง แก่วิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ (3 ปีแรก) ให้อยู่รอดและรักษาสภาพการจ้างงาน
- ❊ เพื่อเตรียมความพร้อม ให้แก่ “ทายาทธุรกิจ” ในการสืบทอดกิจการ ให้สามารถรักษาสภาพการจ้างงาน และสร้างโอกาสขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต

เนื้อหาหลักสูตร

- ▶ นโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs
- ▶ การเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการใหม่
- ▶ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ
- ▶ การบริหารจัดการด้านการตลาด และเทคนิคการขาย/บริการ
- ▶ การจัดการด้านการผลิตหรือบริการ
- ▶ การบริการองค์กร บุคลากร และความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ
- ▶ การบริหารการเงิน การอ่านวิเคราะห์ตัวเลขทางการเงิน
- ▶ การเขียนแผนธุรกิจรายบุคคล และแนะแนวทางเตรียมความพร้อม การจัดตั้ง/ขยายธุรกิจ

สนใจเข้าอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ สมัครและสอบถามเพิ่มเติมได้ที่
สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

โทร. 0 2202 4553, 0 2202 4570 - 4 email: nec@dip.go.th <http://nec.dip.go.th>



Contents

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 54 ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2555

5 Report

10 ปี โครงการเอ็นอีซี : NEC
บ้านผู้ประกอบการใหม่

11 Interview

วิฤทธิ์ วิเศษสินธุ์
ผอ.ส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
สร้างแรงขับเคลื่อน NEC สู่ SMEs

14 Special Talk

โบกัสการ์
ผู้ผลิตตุ๊กตามาสคอต
ชูแบรนด์สินค้าดัง

17 Market & Trend

บ้านกอกเห็ด เผยเคล็ดลับการผลิต
และการขายเห็ดโคนญี่ปุ่น

20 SMEs Global Biz

โครงการ “AEC Roadmap for SMEs”
รับมือสู่เขตเศรษฐกิจอาเซียน

26 Smart IT

ไทยโหลดดอทคอม
บริหารจัดการสมัยใหม่ด้วย Virtual Office
ใช้ไอทีช่วยบริหารงานโดยไม่ต้องมีออฟฟิศ



29 Product Design

ทีราปี Tearapy
เพิ่มมูลค่าใบชาสัญชาติไทย

32 Management

มหัศจรรย์ แผนธุรกิจ

35 Knowledge

ห้องแบ่งปันหนังสือ Common Room
คว่ำรางวัลชนะเลิศการเขียนแผนธุรกิจ

38 Report

วิทยา จารุงศ์โสภณ
ไขก๊อการตลาดแนวใหม่

41 Book Corner

ความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบการ”

ผู้ประกอบการ คือบุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ เพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโตมุ่งหาความต้องการของตลาดเพื่อสนองความต้องการ (จาก <http://th.wikipedia.org>)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง เจ้าของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มสร้างธุรกิจ มีการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง ไม่นับรวมผู้ได้รับแฟรนไชส์

ส่วนคำว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง กิจการที่ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครอบคลุมกิจการ 4 กลุ่ม คือกลุ่มการผลิตภาคเกษตรกรรม กลุ่มการผลิตภาคอุตสาหกรรม กลุ่มบริการ กลุ่มการค้า (ค้าส่งและค้าปลีก) ลักษณะขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกำหนดจากมูลค่าของสินทรัพย์ถาวรสำหรับกิจการแต่ละกลุ่มดังตาราง (จาก www.ismed.or.th)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึงผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไร ที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง (จาก www.learners.in.th)

ลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

เป็นตัวของตัวเอง คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาสเป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบคับ

มีนวัตกรรม คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ๆ

กล้าเสี่ยง ความกล้าเสี่ยงแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพยากรเงินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพยากรเงินจำนวนมาก

ก้าวร้าวในการแข่งขัน คือ ความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะในการแข่งขันความพยายามที่จะทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ

ไม่เรียนรู้ หมายถึง การที่เจ้าของกิจการมีความมั่นใจไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดพลาดซ้ำ แต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้

ไม่ความสำเร็จ หมายถึง ผู้ที่ชอบงานที่ทำทลายมีแรงจูงใจในการทำงานให้สำเร็จและดีกว่าเดิม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้เกิดขึ้น โดยมีหน่วยงานเครือข่ายทั่วประเทศดำเนินการด้วยหลักเกณฑ์เดียวกัน ภายใต้ชื่อโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” (โครงการ NEC) นับเป็นโครงการของราชการที่ดำเนินการต่อเนื่องมายาวนานนับ 10 ปี เป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จขั้นสูงจนกลายเป็นจุดแข็งของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

บรรณาธิการบริหาร

อุตสาหกรรมสาร

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายพสุ โลหารชุน

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวิรัตน์ นิลदानวงศ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายกิตติพัฒน์ ปณิธาน

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร ทิมะพันธุ์

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปณทิพย์ เป็ลวันมณี

กองบรรณาธิการ

นายชูศักดิ์ เอกชน, นางสาวสมจิตต์ เตียวสุนทรวงค์, นายวิระพล ผ่องสุภา, นายไพฑูรย์ มะเียเมือง, นางสาวรุ่ง งามวงศ์, นายธวัชชัย มะกล้าทอง, นางสาวกนกกริช นุกูลโรจน์, นางสาวเกสร ภูแดง

ฝ่ายภาพ

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์, นางสาวสมใจ รัตนโชติ, นายธนาธิกร กล้าพัก, นายสุทิน คณาเดิม,

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลิกา ชุมศรี, นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวศิริพร ชัยรัตน์

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โพรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซ.2 ถนนสายใหม่

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทร. 0 2991 3031-3 แฟกซ์ 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

สมัครผ่านโทรสาร 02 - 354 3299

สมัครผ่านอีเมล :

e-journal@hotmail.com

“บทความ บทสัมภาษณ์
หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้
เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน
ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป
หากประสงค์จะนำบทความใดๆ
ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่
ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

10 ปี โครงการเอ็นอีซี : NEC

10 ปี ปั้นผู้ประกอบการใหม่



โครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” หรือ โครงการ NEC (New Entrepreneurs Creation) เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2545 ดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลา 10 ปี ที่สามารถสร้างผู้ประกอบการใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคม เป็นจำนวนมากกว่า 1 หมื่นราย เกิดมูลค่าการลงทุนนับเป็นเม็ดเงินกว่า 2 หมื่นล้านบาท และเกิดการจ้างงานจำนวนมากกว่า 4 หมื่นราย นับเป็นโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จอย่างงดงาม

ผลการดำเนินการโครงการ NEC ตั้งแต่ปี 2545 - 2554 มีรายละเอียดตามตารางดังนี้

สรุปแผน - ผล และผลสัมฤทธิ์ของโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

ปีที่ดำเนินการ	งบประมาณที่ได้รับจัดสรรจาก กสอ. (ล้านบาท)	แผน	ผล	จำนวนหน่วยร่วมดำเนินงาน	ผลสัมฤทธิ์		
		เป้าหมาย (ราย)	ผลผลิต (ราย)		เกิดผู้ประกอบการใหม่ (ราย)	มูลค่าการลงทุน (ล้านบาท)	การจ้างงาน (ราย)
2545	181.9	5,100	6,700	30	1,494	4,891.30	9,875
2546	123.2	2,591	3,568	30	921	2,563.00	4,709
2547	122.3	2,822	3,354	30	951	2,005.00	4,963
2548	200.0	8,000	9,631	8	1,685	363.30	1,854
2549	182.0	8,000	8,001	70	1,160	2,656.68	4,342
2550	182.0	8,000	8,117	70	1,701	2,220.53	4,280
2551	152.5	7,000	7,068	75	1,050	1,795.51	3,797
2552	147.0	7,000	7,005	73	1,125	1,126.09	4,463
2553	146.2	7,000	7,029	73	1,641	2,064.37	5,245
2554	146.2	7,000	7,036	73	1,653	2,213.16	5,775
รวม	1,583.3	62,513	67,509		13,385	21,898.94	49,328
สัดส่วน		งบประมาณ : มูลค่าการลงทุน = 1 : 13.83 ล้านบาท					

นอกจากนี้ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ยังได้ติดตามความอยู่รอดของผู้ประกอบการใหม่ย้อนหลัง 3 ปี ว่ายังคงสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องหรือไม่ เนื่องจากผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 3 ปี จะมีความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจและสามารถแข่งขันต่อไปได้ ซึ่งจากการติดตามความอยู่รอดของผู้ประกอบการที่สามารถเกิดธุรกิจได้ ตั้งแต่ปี 2549 - 2554 มีผลการติดตาม ดังตาราง “สรุปติดตามความอยู่รอดผู้ประกอบการของโครงการ NEC”

หมายเหตุ : - ข้อมูล ณ สิ้นสุดโครงการแต่ละปี (ปี 2545 - 2554)
- ปี 2554 ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2554



ตาราง สรุปติดตามความอยู่รอดผู้ประกอบการของโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่”

ปีงบประมาณ ที่ติดตาม ความอยู่รอด	ปีที่ ดำเนินการ	จำนวน ผู้ประกอบการใหม่ (ราย)	ผลการดำเนินการ					
			จำนวน ที่ติดตามได้		จำนวน ที่ติดตามได้และ อยู่รอด		จำนวน ที่ติดตามได้และ อยู่รอด	หน่วย ดำเนินงาน
			(ราย)	ร้อยละ	(ราย)	ร้อยละ		
2549	2545 และ 2546	1,689	1,033	61.16	877	84.90	51.90	ธ.นครหลวงไทย
2550	2547	951	701	73.71	518	73.89	54.56	ม.จร.
2551	2548	657	332	50.54	238	71.69	36.23	ISO
2552	2549	1,160	910	78.45	837	91.98	72.16	กสอ.
2553	2550	1,701	1,634	20.13	1,214	74.30	71.37	กสอ.
2554	2551	1,050	856	81.00	488	46.47	46.00	กสอ.

ที่มา: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สร้างหลักสูตรโมเดลเดียวกันทั่วประเทศ

การสร้างและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโตและยั่งยืน นับเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การดำเนินงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลและแผนพัฒนาและสังคมแห่งชาติ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่เริ่มต้นกิจการ จนถึงระดับที่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถนำพาวิสาหกิจไปสู่ระดับมาตรฐานสากล มีขีดความสามารถในการแข่งขันระดับโลก (World Class Organization) โดยใช้แนวทางที่หลากหลายตามความเหมาะสม เช่น การฝึกอบรม การให้คำปรึกษาแนะนำ การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การถ่ายทอดเทคโนโลยี การบ่มเพาะ การเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับนวัตกรรม การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในการผลิตสินค้า ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จะให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการและวิสาหกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

ปัจจุบันผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการใหม่ นอกจากการเห็นโอกาสและมีความมุ่งมั่นในการเริ่มต้นธุรกิจแล้ว ผู้ประกอบการใหม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานความรู้ ความสามารถในการจัดการและการวางแผนธุรกิจอย่างมีเป้าหมาย มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงจัดทำ โครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneurs Creation : NEC) โดยแนวคิดของการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เน้นการเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของผู้ที่จะประกอบการ ให้มีความรู้ความสามารถ

ในการบริหารจัดการธุรกิจของตน ตลอดจนการสร้างทักษะการประกอบการสู่ความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภค และการวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างมีเป้าหมาย ด้วยเนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรมเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ (Learning by Doing) การให้คำปรึกษาแนะนำที่ประยุกต์ให้เหมาะสมของแต่ละธุรกิจ และการนำประสบการณ์จากการส่งเสริมพัฒนา ผู้ประกอบการบูรณาการกับกิจกรรมสนับสนุน อาทิ การสร้างโอกาส

ทางการตลาด การประสานแหล่งเงินทุน การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการสนับสนุน “ผู้ประกอบการใหม่” ให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ในการดำเนินงานโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” ปี 2554 มีเป้าหมายผลผลิตจำนวน 7,000 ราย โดยดำเนินงานครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ หลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” เป็นหลักสูตรที่มีเนื้อหาการอบรมเป็นโมเดลมาตรฐานเดียวกัน โดยให้ความรู้พื้นฐานจำนวน 60 ชั่วโมง และดำเนินการคัดกรองผู้ผ่านการอบรมที่มีศักยภาพจำนวนร้อยละ 40 เพื่อเข้าสู่กระบวนการเพิ่มทักษะการประกอบการ จำนวน 134 ชั่วโมง แบ่งเป็น การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ 18 ชั่วโมง และการให้ความรู้และคำปรึกษาแนะนำเชิงลึกจำนวน 116 ชั่วโมง

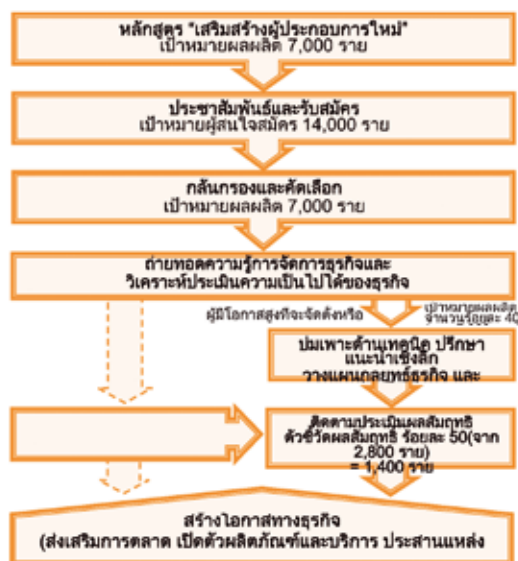
วิชาที่สอนประกอบด้วย นโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs, การเตรียมความพร้อมสำหรับเป็นผู้ประกอบการใหม่, การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ, การบริหารจัดการด้านการตลาด และเทคนิคขาย/บริการ, การจัดการด้านการผลิตหรือบริการ, การบริการองค์กร บุคลากร และความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ, การบริหารการเงิน การอ่านวิเคราะห์ตัวเลขทางการเงิน และการเขียนแผนธุรกิจ



รายบุคคล และแนะแนวทางเตรียมความพร้อมการจัดตั้ง/
ขยายธุรกิจ

ในปีงบประมาณ 2554 มีผลการดำเนินโครงการดังนี้

- มีผู้สมัครเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น จำนวน 10,205 ราย
ผู้เข้ารับการฝึกอบรมและส่งแผนการลงทุนรายบุคคล ซึ่งนับ
เป็นผลผลิตโครงการฯ 7,036 ราย
- สามารถจัดตั้งธุรกิจได้ จำนวน 1,657 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.55
- เกิดการจ้างงาน จำนวน 5,800 ราย
- มูลค่าการลงทุน จำนวน 2,272.99 ล้านบาท



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังได้ริเริ่มการสร้าง
ผู้ประกอบการใหม่ ในรายสาขาธุรกิจหรืออุตสาหกรรม
ซึ่งได้ปรับให้มีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะเฉพาะทางที่จำ
เป็นต่อการดำเนินธุรกิจนั้นๆ โดยได้จัดหลักสูตรเฉพาะ
สาขา ดำเนินการฝึกอบรมบ่มเพาะหลักสูตรเฉพาะ
ทางในสาขาต่าง ๆ ได้แก่ สาขาธุรกิจงานดอกไม้ ธุรกิจ
อาหารไทยและขนมไทย ธุรกิจแฟชั่นดีไซน์ ธุรกิจความงาม
และสุขภาพ และธุรกิจ Organizer ธุรกิจไซเบอร์และ
สาขาการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย และ
ธุรกิจซอฟต์แวร์ เป็นต้น

เปิดหลักสูตร NEC เฉพาะสาขา

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังได้ริเริ่มการสร้าง
ผู้ประกอบการใหม่ ในรายสาขาธุรกิจหรืออุตสาหกรรม
ซึ่งได้ปรับให้มีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะเฉพาะทางที่จำ
เป็นต่อการดำเนินธุรกิจนั้นๆ โดยได้จัดหลักสูตรเฉพาะสาขา
ดำเนินการฝึกอบรมบ่มเพาะหลักสูตรเฉพาะทางในสาขา
ต่างๆ ได้แก่ สาขาธุรกิจงานดอกไม้ ธุรกิจอาหารไทยและ
ขนมไทย ธุรกิจแฟชั่นดีไซน์ ธุรกิจความงามและสุขภาพ
และธุรกิจ Organizer ธุรกิจไซเบอร์และสาขาการออกแบบสื่อ
ปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย และธุรกิจซอฟต์แวร์ เป็นต้น

เปิดแนวร่วมขยาย NEC ทั่วประเทศ

ในการดำเนินการโครงการมีการใช้ผู้ให้บริการ (service
Provider) ต่างๆ ซึ่งเรียกชื่อว่าหน่วยร่วมดำเนินการ จำนวน
73 หน่วย อาทิเช่น สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน
สมาคมและองค์กรอิสระ และสถาบันเครือข่ายของ
กระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อให้บริการในกระบวนการสร้าง
ผู้ประกอบการ ตั้งแต่ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ รับสมัคร
คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ให้ความรู้พื้นฐาน บ่มเพาะด้วย
เทคนิค จนถึงการทำคำปรึกษาแนะนำเชิงลึก จำนวนหน่วย
ร่วมดำเนินการ ได้แก่

สถาบันการศึกษา จำนวน 60 หน่วย

สถาบันการเงิน 1 แห่ง ได้แก่ ธนาคารเพื่อพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.)
หรือ SME Bank

สมาคม/มูลนิธิ/องค์กรอิสระ ที่ให้บริการการจัดการ
ฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ มีจำนวน 10 แห่ง ได้แก่
มูลนิธิพัฒนาผู้ประกอบการไทย (FED) สมาคมส่งเสริม
คุณภาพแห่งประเทศไทย (QC) สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี
(ไทย-ญี่ปุ่น) บริษัท อิงคะ จำกัด บริษัท ภูมิปัญญา
สร้างสรรค์ จำกัด มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนไทย
สภาอุตสาหกรรม (อุตสาหกรรม) มูลนิธิองค์กรเครือข่ายบริการ
ธุรกิจภูมิภาค (SP-Net) บริษัท พัฒนานักบริหาร (IMD)
จำกัด สมาคมเพื่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

หน่วยงานอิสระสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ที่ให้
บริการฝึกอบรมและปรึกษาแนะนำ มีจำนวน 2 แห่ง ได้แก่
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)
สถาบันอาหาร (สอห.)

บ่มเพาะธุรกิจต้น NEC สู่อุตสาหกรรม

การบ่มเพาะวิสาหกิจ เป็นการพัฒนาต่อยอดธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่ง ที่จะสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งและเป็นการเร่งพัฒนาให้วิสาหกิจเติบโตอย่างมั่นคง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือต่อเนื่องกับผู้ประกอบการใหม่ ให้สามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและอยู่อย่างยั่งยืน ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมกิจกรรม “บ่มเพาะวิสาหกิจ” จะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด โดยมีที่ปรึกษาแนะนำในลักษณะ “พี่เลี้ยง” เสริมด้วยกิจกรรมเสริมความเข้มแข็งและอื่นๆ

ในปีงบประมาณ 2554 ได้ดำเนินการบ่มเพาะวิสาหกิจจำนวน 105 ราย ทั่วประเทศ ดำเนินการโดย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค จำนวน 66 ราย และสำนักพัฒนาผู้ประกอบการและสำนักต่างๆ ในส่วนกลาง จำนวน 39 ราย ด้วยงบประมาณที่ได้รับจัดสรร จำนวน 12.60 ล้านบาท กลุ่มเป้าหมาย คือวิสาหกิจภาคการผลิต และภาคบริการ โดยเป็นผู้ที่ผ่านการอบรม โครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneurs Creation : NEC) และจัดตั้งธุรกิจแล้ว หรือผู้ที่เป็นเจ้าของธุรกิจและจดทะเบียนแล้วไม่เกิน 5 ปี

สำหรับหน่วยร่วมดำเนินงาน จะต้องเป็นมหาวิทยาลัยที่เคยเป็นหน่วยบ่มเพาะของสถาบัน อุดมศึกษา (University Business Incubator : UBI) และ/หรือ สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Business Incubator Center: BIC) มีการดำเนินกิจกรรมบ่มเพาะอย่างต่อเนื่อง มีผู้จัดการประจำศูนย์บ่มเพาะที่มีประสบการณ์และปฏิบัติงานเต็มเวลา มีความพร้อมด้านอาคารสถานที่ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านรวมทั้งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน และที่สำคัญคือได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากมหาวิทยาลัย ในปีงบประมาณ 2554 มีหน่วยบ่มเพาะที่ร่วมดำเนินงาน จำนวน 27 แห่ง

ผลลัพธ์ที่ได้ คือ วิสาหกิจที่เข้าร่วมกิจกรรม “บ่มเพาะวิสาหกิจ” ได้เรียนรู้ ปรับปรุงระบบบริหารจัดการ ส่งผลให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น ต้นทุนลดลง จ้างงานเพิ่ม ลงทุนเพิ่มขึ้น เพิ่มช่องทางการจำหน่าย ประสิทธิภาพการผลิตเพิ่มขึ้น มีระบบบริหารจัดการที่ดีขึ้น ในระยะยาววิสาหกิจสามารถพัฒนาองค์กรของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตและยั่งยืนต่อไป ผลลัพธ์ดังปรากฏในตาราง ดังนี้

ตารางแสดงผลลัพธ์กิจกรรมบ่มเพาะวิสาหกิจ 2554

ผลลัพธ์	มูลค่าเป็นตัวเงิน		ผลลัพธ์	มูลค่าที่ไม่เป็นตัวเงินวิสาหกิจ (ราย)
	วิสาหกิจ (ราย)	จำนวนเงิน (ล้านบาท)		
ยอดขายเพิ่มขึ้น	45	85.71	> เพิ่มช่องทางการตลาด	57
ต้นทุนลดลง	8	5.69	> วิเคราะห์ต้นทุน	30
ลงทุนเพิ่มขึ้น	12	15.11	> พัฒนาบรรจุภัณฑ์	26
ผลลัพธ์	วิสาหกิจ (ราย)	จำนวนแรงงาน (คน)	> จัดทำระบบฐานข้อมูลลูกค้า	30
			> ฝึกอบรมบัญชี	45
จ้างงานเพิ่มขึ้น	20	53	> ฝึกอบรมมาตรฐานสินค้า	24
			> ได้ต้นแบบสินค้า	15
			> ปรับเปลี่ยนเครื่องจักร	13
			> ได้แผนตลาด	41
			> ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่	37

ข้อมูล : ณ กันยายน 2554



NEC จับมือ TCDC เพิ่มค่าผลิตภัณฑ์

ด้วยแนวคิด “คิด สร้าง ค่า” การดำเนินกิจกรรม “การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ด้วยความคิดสร้างสรรค์” เริ่มเมื่อปี 2553 ภายใต้งบประมาณและแผนงานโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” และปี 2554 เป็นการดำเนินงานปีที่ 2 โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ TCDC ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ และองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ ร่วมดำเนินงานโดยมุ่งหวังที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการใหม่และผู้ประกอบการ SMEs ที่มีผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองได้เข้ามาใช้บริการ ด้วยการเพิ่มพูนความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์และสามารถต่อยอดความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อผู้บริโภคยุคใหม่

ขั้นตอนการดำเนินงาน ประกอบด้วย



ประชาสัมพันธ์รับสมัครคัดเลือกผู้ประกอบการ

อบรมวิชาการด้านความคิดสร้างสรรค์และอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนา

ศึกษาดูงานสถานประกอบการตัวอย่างโดยใช้หลักคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจ

สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางความรู้และการตลาด

ส่งเสริมโอกาสทางการตลาดคัดเลือกผลิตภัณฑ์วางจำหน่าย ณ The Shop@TCDC

NEC NETWORK จัดสัมมนาโดนใจ

กิจกรรมความร่วมมือระหว่างสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และเครือข่ายผู้ประกอบการใหม่ (NEC NETWORK ก่อตั้งขึ้นด้วยแนวคิดเพื่อการรวมตัว ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ของตัวแทนผู้ผ่านการฝึกอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จากหน่วยร่วม 23 สถาบัน โดยจัดการบริหารในรูปแบบคณะกรรมการ ตั้งแต่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2550) สำหรับให้ความช่วยเหลือต่อเนื่องแก่ผู้ประกอบการและผู้สนใจทั่วไป ในรูปแบบการสัมมนา หรือสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โดยได้เรียนเชิญผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ตรงกับหัวข้อที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจจริงมาเป็นวิทยากรสำหรับกิจกรรม SMEs FORUM ซึ่งกิจกรรมนี้เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554 โดยหัวข้อสัมมนาล้วนโดนใจผู้ประกอบการทั้งรายใหม่และรายเก่า ได้แก่ นวัตกรรม... ลูกค้าให้อยู่หมัดด้วย Super Social Network, เปิดกลยุทธ์เบื้องหลัง E-Commerce ทำอย่างไรจึงสำเร็จ, เปิดสูตรลับ Super SMEs ลบ รอด รุ่ง, ฉีกกรอบคิดพิชิตตลาดสร้างสรรค์, 2015 นับถอยหลัง รุกและรับกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นต้น การจัดสัมมนาแต่ละครั้งมีผู้เข้าฟังเป็นจำนวนมาก



รางวัล “NEC Awards” เชิดชูผู้ประกอบการใหม่

การจัดกิจกรรมการมอบโล่ประกาศเกียรติคุณ “NEC Awards” นับเป็นหนึ่งในกิจกรรมสนับสนุนภายใต้การดำเนินงานโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneurs Creation : NEC) ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจัดให้มีขึ้นตั้งแต่ปี 2552 เป็นปีแรก และได้กำหนดให้ดำเนินกิจกรรมดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้เกียรติ รวมทั้งสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเจริญก้าวหน้าและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

หลักเกณฑ์และวิธีการคัดเลือกผู้ประกอบการใหม่ที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและสมควรที่จะได้รับรางวัลต้องมีคุณสมบัติ คือ จบหลักสูตรโครงการ NEC กิจกรรมจดทะเบียนพาณิชย์ถูกต้อง และผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด โดยอาศัยเกณฑ์การคัดเลือก “NEC Awards” 4 ประเด็นหลัก คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ 2. ด้านการบริหารจัดการ 3. ด้านผลประกอบการ 4. ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม





แผนเสริมศักยภาพ NEC ปี 2555

จากการที่ภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของ SMEs และจัดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในระยะยาว โดยมีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดทิศทางของนโยบาย ซึ่งภายใต้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ.2555-2559) มีกรอบแนวคิดหลักในการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ดำเนินธุรกิจด้วยองค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับสาขาธุรกิจและระดับผู้ประกอบการ และมุ่งสนับสนุนตามระดับการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการให้บริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่มุ่งหวังให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้นและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

กลยุทธ์การสร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ จึงถูกบรรจุเป็น 1 ใน 7 กลยุทธ์หลัก ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ของแผนฯ “การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย” ด้วยมุ่งเน้นที่สร้างเสริมขีดความสามารถและการเตรียมความพร้อมให้ผู้ที่จะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่ โดยการสร้างแรงจูงใจและจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เสริมสร้างทัศนคติและประสบการณ์เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการรายใหม่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าสูง

ในปีงบประมาณ 2555 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้ที่จะก้าวเป็นผู้ประกอบการใหม่ ให้เป็นผู้ประกอบการเชิงคุณภาพ ด้วยการเตรียม



พร้อมทั้งความรู้ในการประกอบการ การบริหารจัดการธุรกิจ การพัฒนาแนวคิดในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและมีมูลค่าสูง การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และใช้ธรรมาภิบาลในการประกอบธุรกิจ โดยมีแนวทางในการพัฒนาที่หลากหลายตามความเหมาะสม เช่น การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การฝึกทักษะการประกอบการ การให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อลดทอนปัญหาในช่วงการก่อตั้งกิจการ การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การถ่ายทอดเทคโนโลยี ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จะให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งกระจายอยู่ทั่วประเทศกิจกรรม “การสร้างผู้ประกอบการใหม่” กำหนดพื้นที่ครอบคลุม 44 จังหวัดทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ รวมจำนวนเป้าหมายการสร้างผู้ประกอบการใหม่ 3,500 ราย ด้วยงบประมาณดำเนินการ 50 ล้านบาท



วิฤทธิ์ วิเศษสินธุ์

ผอ.ส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ สร้างแรงขับเคลื่อน NEC สู่ SMEs

สิบปีแห่งการเพาะหน่อพันธุ์ความเป็นผู้ประกอบการลงในหัวใจคนไทย NEC กลายเป็นสัญลักษณ์ของการสร้างผู้ประกอบการมือใหม่ ให้มีความรู้ในการทำธุรกิจขั้นพื้นฐานอย่างมีระบบมีแบบแผน พร้อมทั้งจะต่อยอดและพัฒนาสู่การเป็น SMEs ที่มีศักยภาพและเข้มแข็งต่อไป



ภายหลังจากที่ทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งทวีปเอเชียเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในปี 2540 ภาครัฐกิจส่วนใหญ่ของไทยล้มหายตายจากและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างหนัก แต่เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซีย หรือไต้หวัน กลับพบว่าภาครัฐกิจของประเทศเหล่านี้ ยังคงยืนหยัดฝ่าฟันวิกฤติผ่านพ้นไปได้ เนื่องจากภาครัฐกิจของประเทศเหล่านี้ประกอบขึ้นจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่เรียกว่า SMEs : Small and Medium Enterprises ที่เข้มแข็งและปรับตัวได้ง่ายกว่าธุรกิจใหญ่ ในขณะที่ประเทศไทยในทศวรรษก่อนแทบจะไม่มีใครเอ่ยถึงและรู้จักคำว่า SMEs ด้วยซ้ำ และนี่เองเป็นจุดที่ทำให้รัฐบาลไทยหันมาใส่ใจ SMEs

NEC กับหน้าที่สร้างผู้ประกอบการใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม คือหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงอุตสาหกรรมและรัฐบาลให้ดำเนินโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneurs Creation : NEC) โดยมุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่เพื่อพัฒนาให้เป็นนักธุรกิจหรือ SMEs ที่มีศักยภาพและเข้มแข็ง อันเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

นายวิฤทธิ์ วิเศษสินธุ์ ผู้อำนวยการส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่า โครงการ NEC มุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการใหม่จากกลุ่มผู้ว่างงาน ผู้ถูกเลิกจ้าง นักศึกษาจบใหม่ ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจในระยะ 1-3 ปีที่ผ่านมา แต่ธุรกิจยังไม่เข้มแข็ง ทายาทเจ้าของกิจการที่เตรียมตัวเข้ารับการสืบทอดกิจการหรือร่วมบริหารกิจการด้วยการขยายกิจการหรือจัดตั้งธุรกิจใหม่เป็นของตนเอง และผู้ที่ประกอบอาชีพอื่นอยู่หรือผู้รับจ้างอิสระแต่ตั้งใจจะเปลี่ยนมาเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

แผนธุรกิจ หัวใจสู่ผู้ประกอบการมืออาชีพ

กลไกการสร้างผู้ประกอบการใหม่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม คือ การให้ความรู้ในการเป็นนักธุรกิจ หรือการประกอบธุรกิจอย่างถูกต้องและมีระบบเพียงพอที่จะบริหารจัดการ และพร้อมจะปรับปรุงพัฒนากิจการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและเติบโตต่อไป ด้วยการให้ความรู้ทางด้านวิชาการภายใต้เนื้อหาหลักๆ ในกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจที่ทันสมัย ได้แก่ การสร้างแนวคิดทางธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ การพิจารณาธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเอง การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการบุคคล การบริหารจัดการทางด้านเทคนิค การใช้เทคโนโลยีที่ถูกต้องเหมาะสม กฎหมายธุรกิจและระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการปรึกษาแนะนำเพื่อการจัดตั้งธุรกิจจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ควบคู่ไปกับการฝึกปฏิบัติจนสามารถจัดทำแผนธุรกิจที่เป็นของตนเองได้ เพื่อให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จและดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่อง

“โครงการ NEC มุ่งเน้นการให้ความรู้เรื่องการประกอบธุรกิจที่ถูกต้องทั้งระบบ จุดแข็งที่โดดเด่นที่สุดของเราคือ การเขียนแผนธุรกิจ เพราะนี่คือพื้นฐานสำคัญในการเริ่มต้นการเป็นผู้ประกอบการที่มีระบบ ผู้สมัครเข้ามาอบรมส่วนใหญ่มักคิดว่าปัญหาใหญ่ของเขาก็คือ ขาดเงินทุน แต่ในมุมมองโครงการ NEC เรากลับมองว่า ปัญหาของเขาไม่ใช่เรื่องการขาดเงิน แต่เป็นเรื่องของการขาดวิธีคิดอย่างเป็นระบบในการทำธุรกิจ เมื่อเขาได้เรียนแล้วเขาจะเข้าใจว่า หัวใจสำคัญของการทำธุรกิจอยู่ที่แผนธุรกิจ เมื่อแผนธุรกิจของคุณดีมีความชัดเจนมีแนวทางที่จะพัฒนาให้เป็นไปได้และมีโอกาสประสบความสำเร็จ สถาบันการเงินจะให้ความสนใจเข้ามาสนับสนุนด้านการเงินกับคุณเอง” นายวิฑูรย์ กล่าว

รับปีละ 7,000 ราย เพราะพันธุ์แท้ NEC 20%

จากจำนวนเป้าหมายที่เราต้องการจำนวน 7,000 ราย แต่มีผู้สมัครแต่ละปีไม่น้อยกว่า 14,000 ราย เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการจะต้องทำการสัมภาษณ์ผู้สมัครทุกรายคือทั้ง 100% หลังจากนั้นผู้ที่ผ่านการคัดเลือกจะได้รับการอบรมให้เขียนแผนธุรกิจ และเจ้าหน้าที่ของโครงการจะต้องรับฟังการนำเสนอแผนธุรกิจพร้อมๆ กับเจ้าหน้าที่จากสถาบันการเงิน และอาจารย์ผู้สอน พร้อมให้คำชี้แนะ โดยประเมินจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญว่าแผนธุรกิจใดที่เป็นไปได้ และแผนลักษณะไหนที่เป็นไปได้น่า

“ในแต่ละปี เราจะรับผู้สนใจประมาณ 7,000 คนทั่วประเทศ ในส่วนภูมิภาคทางศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคทั้ง 11 แห่ง จะเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการ โดยเราจะแบ่งเป็นรุ่นๆ ละ ประมาณ 50 คน แต่ในปี 2555 เนื่องจากงบประมาณและมุ่งหวังอัตราผลสัมฤทธิ์ที่สูงขึ้น จึงตั้งเป้าไว้เพียง 3,500 คน สถิติที่ผ่านมาชี้ให้เราเห็นว่า ในจำนวนผู้สนใจเข้ารับการอบรม 7,000 คน จะเกิดผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพเข้าสู่วงจรธุรกิจจริงๆ ประมาณ 20% หรือ 1,400 คน ปีนี้เราปรับน้อยลง แต่มุ่งหวังที่จะไปเพิ่มอัตราความสำเร็จของธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้ขึ้นอีกเป็น 25%

“ถ้าเปรียบเทียบการทำธุรกิจมีสองขา ขาหนึ่งเป็นแหล่งความรู้ อีกขาหนึ่งเป็นแหล่งเงินทุน ผมเชื่อว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นแหล่งความรู้ที่ดีสำหรับท่าน”

ส่วนการติดตามผล หลังจากอบรมจนจบโครงการ ชื่อของผู้ประกอบการธุรกิจจะอยู่ในฐานข้อมูลของ NEC หลังจากนั้น 6 เดือน โครงการฯ จะติดตามดูผลว่าธุรกิจเหล่านั้นยังอยู่หรือไม่ หากยังอยู่ก็จะติดตามผลต่อไป กระทั่งอีก 3 ปี ก็จะไปรีเช็คใหม่ เพราะจากสถิติ อัตราการอยู่รอดของธุรกิจที่ตั้งใหม่จะต้องทำติดต่อกันเป็นเวลา 3 ปี อัตราการอยู่รอดจะมากกว่า 55-60% ในระหว่างนั้นทางโครงการจะมีการส่งเสริมให้การสนับสนุนตลอดทั้งการอบรม สัมมนา และโครงการส่งเสริมด้านต่างๆ จากทั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเองและหน่วยงานอื่นๆ โดยจะมีการแจ้งให้ทราบเพื่อดึงให้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ

เจาะกลุ่มธุรกิจบ่มเพาะเชิงลึก

สำหรับรายที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วประมาณ 3-5 ปี สำนักพัฒนาผู้ประกอบการเรียกกลุ่มนี้ว่า ผู้ประกอบการรายเดิม ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาต่อเนื่องในหลักสูตรเฉพาะทางเนื่องจากกลุ่มนี้มีความเข้มแข็งแล้วในระดับหนึ่ง แต่ต้องการการพัฒนาในเชิงลึก เช่น เทคนิคการบริหารคน การบริหารการเงิน การบริหารภาษี เป็นต้น ซึ่งสำนักพัฒนาผู้ประกอบการมีการพัฒนาต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการรายเดิมมาโดยตลอด โดยมีส่วนเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการเป็นผู้ดูแล

“เรามองว่า ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจแล้ว แต่ยังขาดการดูแลในช่วงเริ่มกิจการ ซึ่งหากมีพี่เลี้ยงช่วยดูแลจะช่วยเสริมให้ธุรกิจมั่นคงต่อไปได้ เราจึงจัดโปรแกรมการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubation) เข้าไปเสริม นอกจากนี้ เรายังให้ความสำคัญกับคำว่า creative มากขึ้น โดยได้ร่วมมือทำความตกลงกับ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ OKMD โดยนำกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่ผ่านมา NEC เข้าไปเรียนรู้เรื่อง creative ด้านพัฒนาตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น” ผู้อำนวยการส่วนเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่กล่าว

นอกเหนือจากหลักสูตรทั่วไปที่เริ่มมาตั้งแต่ต้นแล้ว ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา NEC ยังเปิดเป็นหลักสูตรเฉพาะทาง เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ชอมนมมือถือ

ซ่อมอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ซึ่งผู้ที่เข้ารับการอบรมไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์ แต่สามารถเข้ามาเรียนรู้เพื่อสร้างความสามารถ สร้างอาชีพให้กับตัวเอง รวมถึงความรู้ในการทำธุรกิจควบคู่ไปด้วย

“นอกจากนี้ เรามีอีกส่วนเรียกว่าส่วนสร้างสังคม การประกอบการโดยการนำเอานักศึกษาในมหาวิทยาลัยเข้ามาเรียนการเป็นผู้ประกอบการ สำหรับปี 2555 เราจะนำนักศึกษาเข้ามาเรียนรู้ของจริง ด้วยการทำตัวอย่างธุรกิจขึ้นมาให้เขาเรียนรู้ บริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การปรับปรุงกิจการตัวอย่าง โดยมีอาจารย์เป็นที่ปรึกษา”

เติมกำลังใจด้วยรางวัล “NEC Awards”

มีผู้ประกอบการหลายรายที่เข้าอบรมโครงการ NEC แล้วพัฒนาต่อเนื่องเติบโตเป็นธุรกิจที่เข้มแข็ง แม้จะกล่าวไม่ได้ว่าผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้เกิดขึ้น เติบโต และอยู่รอดจากการเข้าร่วมอบรมของโครงการ NEC ทั้งหมด เพราะทุกรายต่างมีพัฒนาการเชื่อมโยงความรู้องค์ประกอบทางธุรกิจอื่นๆ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ตัวเอง แต่นั่นก็ถือได้ว่า ได้แรงบันดาลใจมาจาก NEC เช่นกัน

ผู้ประกอบการที่เข้ามาเรียนรู้กับโครงการ NEC จนสามารถทำธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องนับว่าเป็นบุคคลที่มีศักยภาพ มีความมุ่งมั่น แม้จะไม่ได้ผ่านการประชาสัมพันธ์มากมายอะไร แต่ธุรกิจเหล่านี้ก็ยังสามารถเลี้ยงตัวเองได้ เรียกว่าประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นกำลังใจ ชื่นชมความพยายาม และเป็นแบบอย่างแก่ผู้ที่เข้ามาเรียน NEC ต่อไป กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงจัดให้มีรางวัล NEC Awards ขึ้นในปี 2552 เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้แก่ผู้ประกอบการใหม่ที่สามารถประกอบธุรกิจจนเติบโตเข้มแข็งขึ้น ซึ่งรางวัลนี้จะจัดเป็นประจำทุกปี



“
จุดแข็งที่โดดเด่นที่สุด
ของเราคือ การเขียนแผนธุรกิจ
เพราะนี่คือพื้นฐานสำคัญ
ในการเริ่มต้น
การเป็นผู้ประกอบการที่มีระบบ
”

NEC คือ “แรงบันดาลใจ”

นายวิฑูรย์กล่าวว่า เมื่อมองดูภาพรวมในการดำเนินโครงการ NEC มาถึง 11 ปี ทำให้พอจะกล่าวได้ว่าโครงการ NEC เป็นเหมือนหน่วยงานที่สร้างแรงบันดาลใจ ใส่เชื้อพันธุ์ของความเป็นนักธุรกิจให้อยู่ในใจของคนไทยที่เข้ามารับการอบรม เพื่อให้เขาเหล่านั้น มีความเข้าใจที่ชัดเจน ถูกต้อง ในการทำธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทำให้เขารู้จักวิถีดคิดที่จะสร้างธุรกิจขึ้นด้วยตัวเอง และได้มีโอกาสสร้าง connection ในการต่อยอดธุรกิจหรือเรียนรู้การทำธุรกิจให้ลึกซึ้งและเติบโตต่อไป

“ผมคิดว่าคนที่จบ NEC ไปก็สามารถทำธุรกิจมันก็ได้ระดับหนึ่ง แต่จะทำให้อยู่รอดเติบโตก้าวหน้าไปข้างหน้าเรื่อยๆ ต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาหลายด้าน จากการเรียนรู้เพิ่มเติม ผ่านโครงการต่อยอดอื่นๆ ที่หลายหน่วยงานให้การส่งเสริมเชื่อมโยงกัน ใครที่เดินเข้ามาใน NEC อยากให้เขาได้คิดว่าโครงการของภาครัฐยังเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ เมื่อเขาได้ลองเข้ามาเรียนรู้เขาจะเกิดแรงบันดาลใจ เกิดไอเดียที่จะพัฒนาตัวเองต่อไปเรื่อยๆ จนเข้มแข็ง มีการเติมความรู้อย่างต่อเนื่อง

ถ้าเปรียบเทียบการทำธุรกิจมีสองขา ขาหนึ่งเป็นแหล่งความรู้ อีกขาหนึ่งเป็นแหล่งเงินทุน ผมเชื่อว่ากรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นแหล่งความรู้ที่ดีสำหรับท่าน สำหรับคนที่เข้ามาอบรมแล้ว ไม่ได้ทำธุรกิจ แต่ผมคิดว่าเราได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับเขา และสร้างการวิเคราะห์แนวทางการเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจให้เขาได้ตระหนักว่าถึงเวลาที่เขาควรจะเริ่มต้นธุรกิจหรือยัง เมื่อวิเคราะห์ประเมินตัวเอง และพบว่ายังไม่พร้อม จึงพับโครงการไว้ก่อน เท่ากับเราก็ได้ช่วยเหลือเขาส่วนหนึ่ง ป้องกันไม่让他เริ่มแบบไม่รู้แล้วไปไม่รอด” ผู้อำนวยการส่วนสร้างเสริมผู้ประกอบการใหม่กล่าวทิ้งท้าย



โบกัสการ

ผู้ผลิตตุ๊กตามาสคอต ซูแบรนด์สินค้าดัง

“มาสคอต” (Mascot อ่านออกเสียง มาสคอต หรือ แมสคอต) หมายถึง ตุ๊กตาสัญลักษณ์ หรือ การ์ตูนสัญลักษณ์ หรือ สิ่งมีชีวิตหรือสิ่งของบางอย่างที่ถูกใช้เพื่อนำเสนอหรือเป็นตัวแทนสู่สาธารณชน ปัจจุบัน ผู้ผลิตสินค้าและผู้ทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ นิยมใช้สัญลักษณ์ของสินค้ามาทำเป็นตัวมาสคอตมากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการจำจดและใกล้ชิดผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้น การ์ตูนมาสคอตหรือตุ๊กตามาสคอตจึงได้รับความนิยมมากในขณะนี้



สำหรับแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจผลิตตุ๊กตามาสคอตของผู้ประกอบการรายนี้ เกิดจากความวิตกของลูกผู้ชาย **อรรถพล กังสดาลไพรด์น** ซึ่งทำหน้าที่หัวหน้าครอบครัว เริ่มหวั่นกลัวว่าเงินเดือนแค่ 15,000 บาทในเวลานั้น (เมื่อปี 2545) จะเลี้ยงลูกให้เติบโตไม่ได้ จึงตัดสินใจเข้าพบหัวหน้างานแล้ว ยิงคำถามตรงๆว่า อีก 10 ปีข้างหน้า เงินเดือนของตนจะขึ้นถึง 20,000 บาทไหม หัวหน้าสายหน้าแล้วตอบทันทีว่าไม่ถึง ความที่กลัวว่าจะเลี้ยงลูกได้ไม่โต จึงตัดสินใจลาออกจากอาชีพช่างศิลป์ของสวนสนุกแห่งหนึ่ง มาทำกิจการส่วนตัวผลิตตุ๊กตามาสคอต ซึ่งเป็นตุ๊กตาผ่านสัตว์ที่ใช้คนสวมอยู่ข้างใน ระยะแรกรายได้ไม่ดึ๊งงานเข้าน้อย แม้จะมีงานเข้าแค่เดือนละ 2-4 ชิ้นแต่พอเลี้ยงตัวอยู่ได้

ต่อมามีเหตุการณ์ที่ทำให้ชีวิตหักเหอย่างสิ้นเชิง เมื่อภรรยาคู่ชีวิต **ธัญญภัทร์ เดชะ** ยอมทิ้งเงินเดือน 4 หมื่นบาทมาช่วยกิจการของสามี เหตุเพราะลูกป่วยต้องเข้าโรงพยาบาล จุดหันเหของชีวิตเกิดขึ้นเมื่อเอาลูกเข้าโรงพยาบาลได้ แต่ไม่มีเงินเอาลูกออกจากโรงพยาบาล ความรันทดของชีวิตกลายเป็นแรงบันดาลใจให้สามีภรรยาคู่นี้หันมาช่วยกันทำธุรกิจที่คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยจะคุ้นชื่อผลิตภัณฑ์กันมากนัก คือ “มาสคอต”

จุดเริ่มต้นของธุรกิจมาสคอต

“ผมเป็นอาร์ตมาตลอดชีวิต เป็นช่างศิลป์มาตลอด คือผมไม่มีความรู้เรื่องการตลาด คือทำงานได้แต่เก็บตังค์ลูกค้าไม่ได้ ไม่รู้จักเรื่องการวางบิล เรื่องการทวงเงินลูกค้า เรื่องของขั้นตอนการเก็บเงินลูกค้า คือลูกค้าไม่จ่าย เราก็ไม่กล้าทวง เรื่องการหางานผมไม่รู้จะติดต่อกับใคร จะหางานจากไหนที่ไหน อีกอย่างเมื่อก่อนผมไม่สามารถคำนวณได้เลย เดือนหน้าจะมีงานไหม หรือว่าเดือนต่อไปจะมีงานไหม ตั้งใจว่าจะทำพวกตุ๊กตามาสคอตสัก 3 - 6 เดือน ถ้าไปไม่รอดก็จะหางานทำใหม่ มันก็ไปได้ของมันเรื่อยๆ รายได้ไม่ดีมากนักแต่ก็พออยู่ได้ พอได้ 3-4 ปีที่แล้ว ภรรยาผมลาออกจากงานมาช่วยด้าน marketing จากที่มีงานไม่เยอะ พออยู่ได้ พอภรรยาช่วยการตลาด ที่นี้มันก็เลยกลายเป็นเรื่องของ marketing ไปในตัว งานก็เยอะขึ้นๆ เป็นระบบขึ้น” อรรถพลกล่าวขึ้นชมภรรยาในขณะที่ภรรยา ัญญภัทร์ เดชะ กล่าวเสริมว่า เมื่อก่อนมีงานเข้าแค่ 2-4 ชิ้นต่อเดือน แต่ปัจจุบันนี้งานเข้าอย่างต่ำ 20 ชิ้นขึ้นไป”

เหตุผลที่ทำให้ธุรกิจก้าวกระโดด

เมื่อ ัญญภัทร์ เข้ามาจัดการด้านการตลาด เธอจับตลาดด้านไหน เธอมองตลาดอย่างไร และวิชั่นตลาดด้านมาสคอตอย่างไรจึงทำให้ธุรกิจก้าวกระโดดได้ในเวลาอันรวดเร็ว

“แรกเริ่มก็เข้าไป search ดูหาใน internet ว่าอีก 3 เดือนข้างหน้าจะมีงาน event ที่ไหนบ้าง จะมีแสดงสินค้าที่ไหนบ้าง ตอนแรกจะทำตลาดแค่มาสคอต คือตุ๊กตาคนใส่อย่างเดียว ไม่ได้นึกถึงพวกงาน mock up หรือ งานหุ่นตั้งมากมายเท่าไร เพราะว่างานพวกนั้น ด้วยศักยภาพเราไม่พร้อมเรื่องของคนงาน ตอนเข้ามาแรกๆ ก็เลยมองแค่มาสคอตอย่างเดียว ส่วนใหญ่ที่จะใช้มาสคอตคือพวกงานโชว์สินค้างานแสดงสินค้าเพื่อจะดึงดูดลูกค้าต่างๆ มันจะมีการแข่งขันกันระหว่างมาสคอตกับพริตตี้ด้วย ถ้าเป็นงานมอเตอร์โชว์มาสคอตสู้พริตตี้สวยๆ ไม่ได้เลย เป็นงานที่เราไม่สามารถถึงงานเข้ามาได้เลย แต่งานเฟอร์นิเจอร์ งานเกี่ยวกับเด็กงานโชว์สินค้า งานโอท็อป ใช้มาสคอตเยอะมาก

เราเข้าไปดูในเว็บไซต์ว่าอีก 2 - 3 เดือน จะมีโชว์อะไรใหม่ จะมีการแสดงสินค้าที่ไหน อิมแพคอยู่ใกล้ๆ ก็เข้าไปดูบ้าง ไปแจกโบว์ชั่วคราวบ้างไปแนะนำตัวที่เขาทำบูทกันอยู่ก็มี ลูกค้าตอบกับมาบ้าง เฝ้ามองบ้างก็ถือว่าคุ้ม เพราะอย่างน้อยเขาก็รู้จักว่ามีบริษัทผลิตมาสคอตแบบนี้ด้วยนะ มีมาสคอตที่ให้เช่าด้วยนะ บางรายลูกค้าที่มีงบต่ำเขาก็จะเช่าตัวตุ๊กตามาสคอต บางทีเช่า 5 - 10 วัน เราก็จะแนะนำว่าซื้อขาดไปเลยไหม ซื้อเป็นมือสองไปเลยไหม ราคาจะถูกกว่าผลิต แล้วเขาก็จะคุ้มกว่า

ในการทำการตลาดช่วงแรกๆ อย่างที่อื่นนะ ปีกี่จะ search คู่ค้าคู่แข่งพุดง่ายๆ ว่าเขามีโปรโมชันอะไรให้ลูกค้าบ้าง เรามีบริการอะไรให้ลูกค้าบ้าง อย่างการ การันตีงานที่อื่นจะการันตีงานแค่ 30 วัน แต่เราเลือกใช้วัสดุที่ดีกว่าเขา ไฟเบอร์กลาสเราบอกว่าเขาเลือกใช้พุดลมที่จากเมื่อก่อนใช้ถ่าน 9 โวลต์ ตอนนี้ก็สามารถใช้ถ่านที่ชาร์ตได้ ถ้าเกิดลูกค้าผลิต และก็สามารถใช้เป็นถ่านชาร์ตเพื่อลดต้นทุนได้และก็ได้ลมแรงขึ้นคือพัฒนามาเรื่อยๆ คือเอาผิดมาเรียนถูกเรียนแก่ โดยมีคุณสามีเป็นโปรดักชั่น เขาก็คอยดูแลในส่วนนี้อยู่ เราก็คิดเสนอมว่าตัวนี้ทำได้ไหม เขาก็สานต่อว่าตัวนี้ทำได้นะ ตัวนี้ทำไม่ได้นะ เพราะมันติดปัญหาอะไรก็ปรึกษากัน”



นอกจากมาสคอตแล้วงานที่ทำครอบคลุมอะไรบ้าง

“โปรดักซ์ของเราคือ ผลิตภัณฑ์มาสคอต (mascot) เป็นตุ๊กตาที่ใช้คนใส่อยู่ข้างใน นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ mock-up fiber หรือหุ่นตั้ง ทำด้วยไฟเบอร์กลาส ตัวอย่างหุ่นการ์ตูนของเอไอเอส ซึ่งใช้แต่งร้านค้าของเอไอเอส ผลิตภัณฑ์อีกอย่างที่เราผลิตเรียกว่า prop หรือ ผลิตภัณฑ์ประกอบฉากเพื่อให้ดูเหมือนจริง หรือผลิตภัณฑ์ที่ทำเลียนแบบของจริงเพื่อถ่ายโฆษณา อย่างทำตัวขนมปังฟาร์มเฮ้าส์ ปัจจุบันเราแทบจะทำงานอาร์ตเกือบทุกชนิดเลย งานหลังสุดที่เราทำคืองานดีสเพลย์ (display) เป็นงานดีสเพลย์หน้าห้างเซ็นทรัลเวิลด์ และหน้าห้างดิ้งพาวเวอร์

แบ่งประเภทของลูกค้าที่เราจับอยู่อย่างไร

“ก่อนหน้าที่เราจะยึดลูกค้าที่เป็นออร์แกนไนเซอร์เป็นส่วนใหญ่ แต่ปัจจุบันลูกค้ามีความรู้มากขึ้น เขารู้ว่าถ้าผ่าน ออร์แกนไนเซอร์เขาจะโดนบวก เขาเริ่มวิ่งหนี ซึ่งเมื่อก่อนคนที่ทำมาสคอตอย่างผมจะเป็นเหมือนฟรีแลนซ์มันไม่ใช่เป็นบริษัท เหมือนอยู่ตามชอกตามหลืบ จะรู้กันเฉพาะกลุ่ม แต่พอปัจจุบันเป็นรูปบริษัท มีการสื่อสารทางอินเตอร์เน็ตแล้ว ลูกค้าก็จะ search เข้ามาหาเราได้ ที่ผ่านมาก็จะติดต่อดโดยตรงกับลูกค้าที่เป็นเจ้าของแบรนด์เอง ส่วนออร์แกนไนเซอร์ก็ยังรับอยู่ เพราะบางทีลูกค้ามีงานก่อนใหญ่ มาสคอตเราเป็นหนึ่งในก่อนนี้ลูกค้าเขาไม่สะดวกก็จะจ้างออร์แกนไนเซอร์อีกทีหนึ่ง”

ปัจจุบันลูกค้าเรามีแทบจะทุกกลุ่มเลย มีทั้งหมอโรงพยาบาล โรงเรียน ส่วนราชการก็เยอะ ช่วงหลังเอกชนคนทั่วๆไปที่มีลูกมีหลานบางทีคนที่เขามีสตางค์น้อยเขาก็จะซื้อให้ลูกเขาแล้วบริจาคให้โรงเรียน คือแทบจะทุกกลุ่มแม้แต่เปิดตลาดสดก็ยังใช้มาสคอต งานกฐินยังใช้มาสคอตไปเดินนำหน้าขบวนกฐินเพื่อสร้างสีสันก็มี งานเชยียังเอามาสคอตไปเซอร์ไพรส์ก็มี”

ค่าจ้างทำมาสคอตแพงไหม

“ขึ้นอยู่กับจำนวนและรูปแบบก็เริ่มต้นที่ 18,000 บาทขึ้นไป ขึ้นอยู่กับวัสดุอย่างตัวสีเหลี่ยมที่เห็นของกำลังจะทำของไอเดียกรีน ไอเดียเวิร์ค ของ เอสซีจี มันก็จะเป็นรูปทรงริมกระดาดะทำจากไฟเบอร์กลาสไม่ได้เราต้องขึ้นจักรเพื่อขึ้นรูปจากฟองน้ำเคลือบยางพารา ไฟเบอร์กลาสไม่สะดวกกับการใช้สอย เมื่อเด็กวิ่งมากอด จริงๆ แล้วไฟเบอร์กลาสทำได้ พอเป็นมาสคอตลูกค้าต้องใช้ในงานอีเว้นท์ ส่วนใหญ่ก็จะน่ารักคือเด็กวิ่งมาชนวิ่งมากอด ถ้าเป็นวัสดุที่แข็งแล้ว เด็กชนแล้วรู้สึกไม่อยากเข้าใกล้ แต่ถ้าเป็นนิ่มๆ ก็เหมือนชนหมอน”



สิ่งที่เราต้องคำนึงถึงในการผลิตมาสคอต

“สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือเรื่องของวิธีการใช้งาน ลูกค้าน่าจะสามารถใช้งานได้จริงไหม การใช้งานก็คือ ลูกค้าจะใช้งาน indoor หรือ out door ใช้งานเป็นงานแบบงานอีเว้นท์หรือเปล่า หรือว่าตั้งโชว์เฉยๆบางทีก็จะมีเหมือนกัน เป็นทรงประมาณหุ่นยนต์ มันมีข้อต่อค่อนข้างเยอะ ก็จะแนะนำว่าลูกค้าต้องการแบบไหน ต้องการเป็นชุดที่มีชุดชิปด้านหลังแล้วจบ หรือว่าขึ้นพองน้ำเป็นตัวอ้วนๆ แต่ว่าเดินลำบากมาก ใช้งานค่อนข้างยาก ชักล้างลำบาก ใช้งานได้ไม่ทน ก็จะแนะนำให้ลูกค้าเป็นคนเลือก เพราะจริงๆ แล้วมันทำได้ทั้งสองอย่าง ราคาที่ต่างกันประมาณ 25%

ตัววัสดุนอกจากไฟเบอร์กลาส ยังมีตัวอะไรอีก

“นอกจากไฟเบอร์กลาส ก็จะมีเป็นพองน้ำ โฟม ผ้าขนสัตว์ และก็บางอันอย่างรูปคนที่เห็นทั้งหมดโครงสร้างเฉพาะหัวจะเป็นไฟเบอร์และก็หุ้มผ้าขนสัตว์ ในส่วนของผม ด้านหน้าจะขัด เป้ ฟันสี เหมือนวิธีการที่ทำสกรีนยนต์เพื่อที่ว่าสีเขาจะออกมาเป็นสีส้น ถ้าเกิดเป็นหน้าคนแล้วเป็นขนสัตว์ มันจะไม่น่ารัก”

มาสคอตทำไว้ให้เข้า

ธุรกิจรายนี้ผลิตตุ๊กตามาสคอตเพื่อไว้ให้เข้าเป็นหลัก ราคาที่ให้เข้ามี 3 ราคา 1,500 2,000 2,500 ต่อวันต่อตัว ขึ้นอยู่กับตามความเก่าและใหม่ของตัวมาสคอต ราคานี้ไม่รวมค่าขนส่ง ไม่รวมค่าคนใส่ข้างใน สำหรับคนใส่มาสคอตแนะนำพวกนักศึกษานักเรียนให้ได้แต่ไม่รับผิชอบในส่วนนี้ เพราะกลัวเสียชื่อเสียง การทำธุรกิจให้เข้าตัวมาสคอตมีบริการหลังการขาย คือรับซ่อมและซักทำความสะอาด แต่หากผู้ใดต้องการซื้อขายหรือจ้างผลิตก็ตกลงราคาและรูปแบบที่ต้องการได้

กว่าจะมาเป็นมาสคอตตัวหนึ่งต้องผ่านขั้นตอนอย่างไร

“มาสคอตเริ่มต้นจากแบบก่อน จากนั้นบอกปัญหาให้ลูกค้า ตัวนี้ต้องมองตรงปากนะ ตัวนี้ต้องมองตรงตาคะ ตัวนี้ไม่มีที่มองเลย สมมุติลูกค้าทำทรงกระบอก แบบนี้เลยมันไม่มีช่องมอง ไม่มีตา มันไม่ใช่การดูมันก็ต้องมีที่เจาะสักที่หนึ่งลูกค้ารับได้ไหม พอเคาะแบบเรียบร้อยแล้ว ก็ขนาด ความสูงคนใส่ เราต้องแจ้งไว้ว่าคนใส่ความสูงเท่านี้ถึงเท่านี้ส่วนใหญ่มาสคอตจะสูงประมาณ

160 - 180 ซม.คนใส่ค่อนข้างจะหาง่าย เสร็จแล้วก็เรื่องของราคา และเรื่องของ production งานประมาณนี้จะใช้พองน้ำเราก็ขึ้นรูป แต่ถ้าบางตัวมีรายละเอียด เช่น ผี หนอน หรือมาสคอตที่เป็นรูปสัตว์ที่มีรายละเอียดพอเราปั้นเสร็จปุ๊บ เราก็จะถ่ายรูปให้ลูกค้าดูก่อน ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนของการหุ้มยางพาราแล้วเราหุ้มเพื่อให้เหมือนพองน้ำปกติ คือถ้าพองน้ำปกติโดนอะไรก็ขาด โดนน้ำก็เปื่อยก แต่พอเราเอาผ้าก็อตปิดกับยางพาราอีกที ที่นี้พองน้ำมันไม่เข้าเนื้อพองและคือมันเข้าเหมือนกันแต่มันแค่ซึมนิดๆ และก็ฉีกไม่ขาดเพราะมันมีตัวตามอยู่ และคราวนี้มาถึงขั้นตอนหุ้มผ้า ถ้าเกิดเป็นงานหัวการ์ตูน หัวการ์ตูนที่ทองๆ ใว้อย่างพวกช้าง ยีราฟ เราก็จะปั้นด้วยดินก่อน พอเราได้แบบมาแล้วเราก็จะปั้นจริง”

ที่มาของแบรนด์ “โบกัสการ์”

นี่คือความลึกซึ้งของธุรกิจที่เกิดจากความรักในครอบครัว แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจนี้เกิดจากลูก ดังนั้นชื่อบริษัทและชื่อแบรนด์ของสินค้า จึงสื่อถึงเบื้องหลังความรักของพ่อและแม่ที่สื่อไปยังลูก จึงเป็นที่มาของชื่อบริษัท โบกัสการ์ ซึ่งหยิบเอาชื่อพ่อ แม่ ลูก ผสมกันไว้เป็นอนุสรณ์แห่งความรักของครอบครัว

ธัญญภัทร์ เดชะ กล่าวไว้ตอนหนึ่งที่ประทับใจ เธอบอกว่าในสายตาของลูกค้า ธุรกิจของเธอเป็นธุรกิจบ้านๆ เป็นแค่กิจการเล็กๆที่ทำอยู่กับบ้าน แต่เมื่อบริษัทใหญ่ๆมีงานโชว์ มีงานอีเว้นท์ เธอคือโปรเฟสชั่นแนลในสายตาของบริษัทเหล่านั้น คำตอบพิสูจน์คำพูดของ ธัญญภัทร์ ดูได้จากรายชื่อลูกค้าของเธอ ล้วนเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ บริษัทแบรนด์เนมต่างๆ ทั้งนั้น อย่างเช่น เอไอเอส ซีพี ฟาร์มเฮ้าส์ สีเบเยอร์ ห้างเซ็นทรัลเวิร์ล ห้างบิ๊กซี เป็นต้น ปัจจุบันมาสคอตของโบกัสการ์ผลิตส่งไปยังต่างประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์

เข้าอบรมโครงการ NEC เมื่อปี 2554

ธัญญภัทร์ เดชะ เข้าอบรมโครงการ NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เมื่อปี 2554

“ภายหลังจดทะเบียนบริษัทแล้วรู้สึกว่ แม้จะเป็นบริษัทแล้วก็ตาม ถ้าไม่รู้วิธีจัดการ รู้ไม่ลึกเรื่องการตลาดจริง บริษัทไปรอดไม่ได้ จึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ NEC เมื่อจบมาแล้วความรู้ที่ได้นำไปใช้หลักๆก็คือ ระบบบัญชี การควบคุมต้นทุน การจัดการระบบการผลิต และการทำสื่อการตลาด”



บริษัท โบกัสการ์ จำกัด

อรรถพล กังสดาลไพรัตน์ / ธัญญภัทร์ เดชะ
18 ซอยเปรมฤทัย 23/7 ถนนติวานนท์
ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
โทร. 02- 588 5780 โทรสาร 02-588 5781
มือถือ 089-889 0855
email : BogustMascotShop@gmail.com





บ้านกอเห็ด เผยเคล็ดลับ การผลิตและการขาย เห็ดโคนญี่ปุ่น

ในหมู่บ้านอันเงียบสงบ ที่เต็มไปด้วยพรรณไม้้น้อยใหญ่ในเขตจังหวัดชลบุรี “บ้านกอเห็ด” แทรกตัวอยู่บนพื้นที่ของความเขียวชอุ่มนั้น โรงเรือนสองสามหลังปลูกอยู่ไม่ไกลจากตัวบ้านที่อยู่อาศัยนัก ด้านในโรงเรือนกันเป็นห้องเล็กๆ ด้วยอิฐบล๊อคบ้าง ฝาแลนบ้างตามแต่วัสดุประสงค์และการประยุกต์ใช้สอย ในแต่ละห้องที่กันไว้ เรียงรายด้วยก้อนเชื้อเห็ดแน่นขนัด แยกออกตามชนิดและอายุในแต่ละห้องก้อนเชื้อเห็ดเหล่านี้คือ “เห็ดโคนญี่ปุ่น” เมื่อมีอายุตามสมควร มันจะออกดอกให้เก็บเกี่ยวทุกๆ 4 ชั่วโมง เมื่อนำไปบรรจุถุงส่งขาย หากเป็น “เห็ดโคนญี่ปุ่น” จะได้ราคาขั้นต่ำสูงถึง กก. ละ 200 บาท แต่กว่าจะมาถึงวันนี้ได้ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย



คุณกาญจน์ดารัตน์ มหัทธนนธ์ ผู้ก่อตั้งบ้านกอเห็ดกล่าวว่า เธอเป็นคนที่ชอบรับประทานเห็ดโคนญี่ปุ่น เพราะรสชาติอร่อย มีคุณค่าทางอาหารสูง ดอกเห็ดโคนสีน้ำตาลออกส้มเหนียวนุ่ม ส่วนบริเวณขาของเห็ดจะกรอบอร่อยนำไปประกอบอาหารจานเด็ดตามภัตตาคารหรูๆ ทั้งผัด ยำ ต้มแกง ซึ่งมีราคาแพงมาก ด้วยเหตุนี้จึงมีเกษตรกรหลายท้องถิ่นที่ให้ความสนใจในการเลี้ยงเห็ดโคนเพื่อจำหน่ายรวมทั้งตัวเธอเองด้วย

เห็ดโคนญี่ปุ่น รสดี ราคาแพง

ประมาณปี 2550 หลังจากมุ่งมั่นแล้วว่า จะประกอบอาชีพเพาะเห็ดโคนญี่ปุ่นขาย และลาออกจากอาชีพพนักงานประจำที่จังหวัดชลบุรี คุณกาญจน์ดารัตน์เริ่มก้าวแรกของการเป็นเกษตรกรนักธุรกิจ ด้วยการไปเรียนการเพาะเห็ดโคนญี่ปุ่นกับชมรมนักเพาะเห็ดเศรษฐกิจมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บางเขน เพื่อเรียนรู้วิธีการเพาะเห็ดโคนเพื่อทำธุรกิจครบวงจร หลังจากจบคอร์ส เธอตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจด้วยการ “เปิดดอก” คือ การซื้อก้อนเชื้อเห็ด (สำเร็จรูป) มาเลี้ยงในโรงเรือนเพื่อให้ดอกออก โดยการลงทุนซื้อที่ดินในเขตตำบลห้วยกะปิ จังหวัดชลบุรี และสร้างโรงเรือน 1 หลัง ภายได้ชื่อ “บ้านกอเห็ด”

“เราลงทุนเปิดดอกเห็ดโคนญี่ปุ่นครั้งแรก 5,000 ก้อน ต้องใช้เวลา 1-1/2 เดือนในการเปิดดอก ซึ่งการเก็บดอกเห็ดโคนจะเก็บทุก 4 ชั่วโมง คือ 18.00 22.00 02.00 06.00 10.00 14.00 และ 16.00 น.ความเหนื่อยอยู่ตรงนี้ เพราะถ้าไม่เก็บดอกให้ตรงเวลา ดอกเห็ดจะบานและหลุด ไม่สวย ขายไม่ได้ราคา หลังจากเก็บดอกไปแล้ว เห็ดจะใช้เวลาพักตัวอยู่ประมาณ 1 สัปดาห์แล้วจึงออกดอกใหม่”

บริหารสต็อกให้ลูกค้า แก้ปัญหาสินค้าเสียหาย

สำหรับ เห็ดโคนที่เก็บแล้ว จะถูกแพ็คเกจใส่ถุงส่งไปตามร้าน และร้านอาหารในแถบบางแสน ในราคา กก.ละ 200 บาท โดยส่งทุกวันพฤหัสบดี เพื่อดอกเห็ดที่เก็บไว้จะยังไม่หลุดร่วง และมีคุณภาพ ในช่วงแรกที่ส่งเห็ดให้ร้านอาหารแต่ละร้าน มักพบปัญหาว่า เห็ดที่ส่งไปบางครั้งใช้ไม่ทัน บางครั้งไม่พอ หากใช้เห็ดไม่ทันจะทำให้หัวหลุด กระทั่งตอนหลัง ได้แจ้งลูกค้าว่า เมื่อทราบปริมาณความต้องการของแต่ละร้านแล้ว บ้านกอกเห็ดจะจัดการคุมสต็อกดอกเห็ดให้ โดยคำนวณระยะเวลาการใช้ และการส่งให้พอดี เพื่อที่ของจะไม่ขาดหรือเหลือ ร้านก็ไม่ต้องสต็อกของ เห็ดก็ไม่เสียหาย ซึ่งทุกฝ่ายก็พอใจ ได้ใช้วิธีการนี้ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

หลังจากเปิดดอกเห็ดอยู่ 3 ปี คุณกาญจนาภรณ์ก็มีประสบการณ์มากพอที่จะช่วยพัฒนาการผลิตขึ้นมาอีกก้าว ด้วยการทำก้อนเห็ดเพื่อเพาะเชื้อเห็ดเอง โดยไม่ต้องไปซื้อก้อนเห็ดมาเปิดดอกอีก ซึ่งการทำก้อนเห็ดนั้น กว่าจะปล่อยให้ก้อนเห็ดเดินเชื้อเห็ดจนเต็มก้อนต้องใช้เวลาบ่มประมาณ 2 เดือนจึงจะสามารถนำมาเปิดดอกได้ ในครั้งนี้ คุณกาญจนาภรณ์ ลงทุนสร้างโรงเรือนเพิ่มอีก 2 หลัง รวมเป็น 3 หลัง เพื่อเป็นพื้นที่ในการทำงาน และเป็นโรงบ่มก้อนเห็ด และคาดว่าจะคืนทุนในรอบปีที่ 3-4

ทำก้อนเชื้อเห็ดใช้เอง เพื่อลดต้นทุน

ส่วนผลสมการทำก้อนเชื้อเห็ด ประกอบด้วย ขี้เลื่อยไม้ยางพารา รำข้าวละเอียด ดีเกลือ ปูนขาว และปุ๋ยยูเรีย นำส่วนผสมทั้งหมดมาผสมกันแล้วนำไปบรรจุลงในถุงพลาสติก ใช้คอกวนครอบปากถุง ดึงถุงให้แน่นแล้วปิดจุกด้วยสำลี จากนั้น นำก้อนขี้เลื่อยไปนึ่งด้วยความร้อน 95 องศาเป็นเวลา 6 ชั่วโมงเพื่อฆ่าเชื้อโรคและเชื้อราต่างๆ แล้วนำออกมาพักปล่อยให้เย็นลง จึงนำไป “เชี่ยเชื้อ” คือ การเชี่ยเอาหัวเชื้อเห็ดโคนญี่ปุ่นลงบนก้อนขี้เลื่อย ขั้นตอนสุดท้าย นำก้อนขี้เลื่อยที่เชี่ยเชื้อแล้วไปบ่มเส้นใยในโรงบ่มที่เตรียมไว้ประมาณ 2 - 3 เดือน จนกระทั่งเส้นใยของเห็ดโคนเจริญเติบโตเดินเส้นจนเต็มถุงก้อนเชื้อเห็ด ถึงพักไว้ 10-15 วัน ก่อนจะนำไปตั้งเอาจุกสำลีออกเพื่อปล่อยช่องให้ดอกเห็ดงอกออกทางปากขวด ในระหว่างนั้นจะต้องให้น้ำ 3-4 ครั้ง ประมาณหนึ่งสัปดาห์เห็ดโคนญี่ปุ่นจะงอกออกมาให้เก็บดอกได้

คุณกาญจนาภรณ์กล่าวว่า ในปัจจุบัน บ้านกอกเห็ดมีก้อนเห็ดที่อยู่ในระยะเปิดดอกได้ประมาณ 30,000 ก้อน สามารถหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันเก็บดอกเห็ดเพื่อส่งให้ลูกค้าตามความต้องการ และนำไปจำหน่ายได้อย่างพอเพียง เดือนละประมาณ 100 กก.ซึ่งปัจจุบันยังถือว่าผลผลิตน้อยอยู่ เพราะยังมีโครงการที่จะนำเห็ดโคนญี่ปุ่นไปส่งจำหน่ายให้ร้านอาหารต่างๆ ในเมืองพัทยา และในอนาคตวางแผนว่าจะผลิตก้อนเชื้อเห็ดจำหน่ายให้กับผู้สนใจนำไปเพาะด้วย

“นอกจากเราจะผลิตเห็ดโคนญี่ปุ่นแล้ว เรายังเปิดดอกเห็ดชนิดอื่นด้วย คือ มีเห็ดโคนญี่ปุ่น 80% เห็ดเป๋าฮื้อก้านยาว 10% เห็ดนางฟ้าภูฐาน 5% และเห็ดนางรม 5% เพื่อเปิดทางเลือกให้ลูกค้า อีกทั้งทำให้เราสามารถสร้างมูลค่าด้วยการขายเป็นแพ็คเกจ 3 อย่างที่ดีต่อสุขภาพ เมื่อไปขายในตลาดนัดสินค้าเกษตร”



แปรรูปเห็ด แก้ปัญหาสินค้าเสียหาย

ปัญหาการทำฟาร์มเห็ดส่วนใหญ่แล้วจะเป็นปัญหาด้านแรงงาน และการทำงานไม่ตรงเวลา เพราะต้องเก็บเห็ดทุกสี่ชั่วโมง ความเคร่งครัดของเวลาในการทำก้อนเชื้อเห็ด เป็นเหตุให้ก้อนเห็ดติดเชื้อ เน่า เพราะคนงานไม่ดูแลเอาใจใส่ตามที่ตั้งกฎไว้ทำให้คุณกาญจนาภรณ์เคยสูญเสียก้อนเห็ดไปถึง 3,000 ก้อน ต้องใช้วิธีเผาไฟเพื่อไม่ให้เชื้อโรคแพร่ระบาดไปยังก้อนเห็ดอื่น

นอกจากนี้ จากเดิมที่เคยส่งเห็ดแล้วไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้มีเห็ดจำนวนหนึ่งหักบ้าง หัวหลุดบ้าง คุณกาญจนาภรณ์จึงได้นำมาแปรรูปเป็นน้ำเห็ดผสมสมุนไพรหลากหลายสูตร ตามมาด้วย ชาลาเปาเห็ด ขนมจีบ และซูชิเห็ดสามอย่างเพื่อสุขภาพนำไปขายที่ตลาดนัดสินค้าเกษตร ส่วนน้ำเห็ดผสมสมุนไพร จำพวก น้ำเห็ดผสมรากบัว

น้ำเห็ดผสมใบแปะก๊วย น้ำเห็ดผสมมะตูม น้ำเห็ดผสมเก็กฮวย น้ำเห็ดผสมกระเจี๊ยบและพุทราจีน น้ำเห็ดผสมอัญชัน และน้ำเห็ดผสมตะไคร้และใบเตยหอม ฝากขายตามร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ซึ่งระหว่างนี้กำลังดำเนินการขอ อย.

NEC สอนให้วางแผนธุรกิจอย่างมีเป้าหมาย

ในปี 2554 ซึ่งเป็นปีแรกของการทำก้อนเชื้อเห็ดด้วยตัวเอง คุณกาญจน์ดารัตน์ได้เข้าร่วมอบรมกับโครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่ NEC ซึ่งได้ให้แนวคิดในการทำธุรกิจมาหลายประการรวมทั้งการรู้จักวางแผน เขียนแผนธุรกิจ และทำตามแผนนั้น มองเห็นความเป็นไปได้ จุดอ่อน จุดแข็งในการทำธุรกิจบ้านกอกเห็ดได้ชัดเจนขึ้น

“ตอนเรียน NEC ก็เสนอไปหลายอย่างเลย ไหนจะเพาะเห็ด แปรรูปเป็นสินค้าหลากหลาย อาจารย์บอกว่าควรจะไปทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เพราะสิ่งที่เราทำมามันสะเปะสะปะไปหมด ก็เลยบอกอาจารย์ว่า เราขอแค่ขายเห็ดสด กับทำน้ำเห็ดอีกอย่างหนึ่งก็แล้วกัน ซึ่งก็ได้ทำแผนธุรกิจขึ้นมาตามที่ได้เรียนมา จึงได้รู้จักการวางแผนระยะสั้น ระยะยาว การกำหนดเป้าหมายว่าในปีหนึ่งเราจะผลิตเห็ดโคนญี่ปุ่นเพื่อส่งตลาดเป้าหมายปีละ 2,500 กก. โดยไปทำที่ตลาดพญา รวมทั้งจะต้องสร้างพันธมิตรเพื่อรักษาความต่อเนื่องในการส่งสินค้าให้ลูกค้า เพราะจะมีบางช่วงที่เห็ดโคนล้นตลาด บางช่วงก็ขาดตลาด เราจึงจำเป็นต้องมีเพื่อนเพื่อเป็นแหล่งซัพพอร์ทสินค้าซึ่งกันและกันเพื่อให้สามารถส่งสินค้าให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

คุณกาญจน์ดารัตน์กล่าวว่า ในปี 2555 นี้ ได้มีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายที่จะเข้าตลาดพญา มาเป็นการทำตลาดใกล้เคียงคือ ตลาดที่ขายอาหารได้รุ่งก่อน เพราะมีข้อดีคือ สามารถส่งของได้ทุกวัน ขายได้ทุกวัน ได้เงินสดทุกวัน ถึงแม้ราคาจะไม่สูงมากแต่ฐานลูกค้าก็ใหญ่และมีความต่อเนื่อง จึงอยากทำเงินระยะสั้นก่อนสำหรับการลงทุนในระยะต่อไปคงไม่มีการลงทุนเกี่ยวกับเรื่องโรงเรือนและอุปกรณ์แล้ว ต่อไปนี้เหลือเพียงแต่การบริหารจัดการเพื่อให้ได้ดอกเห็ดที่ให้ผลผลิตมากที่สุด มีคุณภาพที่สุด ตลอดจนถึงเป้าที่ผลิตน้ำเห็ดให้ได้มากขึ้นจากที่เคยผลิตเดือนละประมาณ 1,500 ขวด

“ที่เราสามารถอยู่ได้มาถึงสี่ห้าปี เพราะผ่านช่วงวิกฤติของการลงทุนและปัญหาต่างๆ มาแล้ว จนกระทั่งตอนนี้กำลังเข้าสู่ช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิต และสร้างผลกำไร ก็เพราะว่า เราเป็นคนขวนขวายไม่อยู่นิ่ง ขยันไม่หาความรู้ และนำมาปรับปรุงวิธีการจัดการของเราให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด” คุณกาญจน์ดารัตน์ให้ข้อคิดในตอนท้าย



เห็ดโคนญี่ปุ่น หรือ เห็ดยานางิ Yanagi Mutsutake ชื่อวิทยาศาสตร์ คือ *Agrocybe cylindracea* (Dc. Ex. Fr.) Maire เป็นเห็ดลักษณะดอกสีน้ำตาลอ่อน จนถึงน้ำตาลออกส้ม ก้านดอกสีขาวเนื้อแน่น กรอบอร่อย ใช้ทำอาหารได้ทั้ง ผัด ยำ และต้มแกง ไม่เสียรูปร่างของเห็ด เดิมเป็นเห็ดที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่ในปัจจุบัน ได้มีการศึกษาและพัฒนาการเพาะเลี้ยงในเมล็ดธัญพืช แล้วเปลี่ยนมาเป็นเชื้อที่เพิ่มอาหารเสริมในอัตราที่เหมาะสม

เห็ดโคนญี่ปุ่น ให้คุณค่าทางอาหารสูง และมีสรรพคุณทางยา เป็นต้นว่า สามารถต้านและป้องกันโรคมะเร็ง ลดไขมันและคลอเลสเตอรอลในเลือด ช่วยล้างพิษที่สะสมในตับ ต้านอนุมูลอิสระและกระตุ้นการสร้างเม็ดเลือดแดง



บ้านกอกเห็ด

43/44 ม.2 ต.ห้วยกะปิ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000

โทร. 081-429 0663

อีเมล : baankorhed@hotmail.com

www.baankorhed.multiply.com

โครงการ “AEC Roadmap for SMEs” รับมือสู่เขตเศรษฐกิจอาเซียน



ในปี พ.ศ.2558 (ค.ศ.2015) จุดมุ่งหมายหลักของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) คือ การนำอาเซียนไปสู่การตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) ซึ่งจะส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายอย่างเสรี 5 สาขา ได้แก่ สินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุน ผลของการจัดตั้ง AEC ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในทุกด้าน ทั้งการค้า การบริการ การเคลื่อนย้ายเงินทุนและแรงงาน โดยเฉพาะการเปิดเสรีทางด้านบริการจะส่งผลต่อการแข่งขันในภาคบริการรุนแรงขึ้นและการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี จะส่งผลต่อการแข่งขันในตลาดแรงงานอย่างเข้มข้น ซึ่งบุคลากรในวิชาชีพต่างๆ ของไทยจำเป็นต้องมีการเร่งการพัฒนาทักษะเพื่อรับมือกับการแข่งขันดังกล่าว รวมทั้งการปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานสากล รวมไปถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีอาจส่งผลกระทบต่อความผันผวนของค่าเงินมากขึ้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัวในการบริหารต้นทุนและปิดความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนให้ดี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงจัดทำแผนงานพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ขึ้นเพื่อเป็นการเตรียมผู้ประกอบการ ให้พร้อมทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ยกกระดับขีดความสามารถตลอดจนเสริมทักษะ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่เดิม และที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตต่อการประกอบธุรกิจในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยมีประเทศไทยเป็นเป้าหมายดำเนินการ นำร่อง



กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะภาคการผลิตที่สนใจทำธุรกิจในกลุ่มประเทศเวียดนาม โดยมีการดำเนินการภายใต้โครงการนี้ทั้งสิ้น 3 กิจกรรม คือ

1. กิจกรรมสัมมนาเพื่อระดมความคิดของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ของไทย จำนวน 1,000 ราย เนื้อหาของกิจกรรมดังกล่าวประกอบด้วย การสร้างความตระหนักและการรับรู้ถึงโอกาสและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การแลกเปลี่ยนความรู้ นำโดยวิทยากรที่มีองค์ความรู้และประสบการณ์จากการลงทุน ค้าขาย



และแสวงหาโอกาสในตลาดเวียดนาม อธิบายถึงวิธีการดำเนินธุรกิจ และตอบข้อซักถามให้แก่ผู้เข้าร่วมโครงการ

2. กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work shop) จำนวน 100 ราย เพื่อเพิ่มทักษะและความสามารถผู้ประกอบการ เนื้อหาของกิจกรรมประกอบไปด้วย ความรู้เบื้องต้นของประเทศเวียดนามและการจัดทำแผนธุรกิจ กลยุทธ์และการตรวจสอบความพร้อมในการทำธุรกิจในประเทศเวียดนาม การตลาดประเทศเวียดนามและการจัดทำแผนการตลาด ระบบการเงินของประเทศเวียดนามและการวางแผนทางการเงิน การสนับสนุนด้านการทำธุรกิจในเวียดนามและการนำเสนอแผนธุรกิจ

3. จัดกิจกรรมศึกษาการทำธุรกิจกับประเทศเวียดนาม (Marketing Trip) จำนวน 20 ราย เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ด้านความรู้พื้นฐาน โอกาสและศักยภาพของการลงทุนของผู้เข้าร่วมกิจกรรม เนื้อหาของกิจกรรมประกอบด้วย การจัดกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายได้มีโอกาสศึกษาดูงานในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยม

เวียดนามและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในประเทศเพื่อนบ้านกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายใหม่ เพื่อเสริมข้อมูลในการลงทุนให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

การจัดกิจกรรม 3 กิจกรรมข้างต้น นอกจากเป็นการเตรียมความพร้อมทั้งเชิงรุกและรับของ SMEs ไทย ยังแสดงให้เห็นถึงความร่วมมือของผู้ประกอบการและภาครัฐ ที่พร้อมจะก้าวเดินไปด้วยกันเพื่อการบุกตลาดในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นการเปิดโอกาสให้ SMEs ไทย ที่มีศักยภาพสามารถเตรียมความพร้อมของธุรกิจอย่างรู้เท่ารู้เรา ซึ่งจะส่งผลให้เพิ่มโอกาสในการบุกตลาดในประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนามได้อย่างสดใสมากขึ้น

ผลลัพธ์จากการดำเนินการ

โครงการ	จำนวนผู้เข้าอบรมปี 2554 (ราย)					
	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	รวม
AEC Roadmap for SMEs						
1. กิจกรรมสัมมนาเพื่อระดมความคิดของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs	476 (กทม.)	305 (ขอนแก่น)	210 (เชียงใหม่)	330 (โคราช)	-	1,321
2. กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work shop)	-	-	54	56	50	160
3. จัดกิจกรรมศึกษาการทำธุรกิจกับประเทศเวียดนาม (Marketing Trip)	-	-	-	-	31 (เวียดนาม)	31



โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ ด้วยเทคนิค CEFE

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จัดอบรมหลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC) ด้วยเทคนิค (Competency – based Economies through Formation of Enterprises : CEFE)” เป็นการฝึกอบรมแบบเข้มข้นต่อเนื่อง 102 ชั่วโมง โดยใช้เทคนิค CEFE ซึ่งผสมผสานระหว่าง ภาคทฤษฎี - ภาคปฏิบัติ ถ่ายทอดความรู้และการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ มีวิทยากรเป็นเหมือน “Coach” ดูแลอย่างใกล้ชิดในการจัดทำแผนธุรกิจให้มีความเป็นไปได้และกระตุ้นจนสามารถดำเนินธุรกิจได้จริง

หลักสูตรนี้มุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการจากผู้ที่มีความรู้ดี มีศักยภาพ พร้อมทั้งจะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างความมั่นใจและเกิดกระบวนการคิดอย่างเป็นระบบด้วยการให้ความรู้ทางด้านวิชาการภายใต้เนื้อหาหลักๆ ในกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจที่ทันสมัย ได้แก่ การสร้างแนวคิดทางธุรกิจ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ การพิจารณาธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเอง การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการบุคคล การบริหารจัดการทางด้านเทคนิค การใช้เทคโนโลยีที่ถูกต้องเหมาะสม กฎหมายธุรกิจ และระเบียบที่เกี่ยวข้องฝึกอบรมด้วยเทคนิค ซึ่งผู้เข้าอบรมจะได้เรียนรู้จากประสบการณ์จำลอง สามารถเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและปฏิบัติด้วยตนเอง รวมทั้งการปรึกษาแนะนำเพื่อการจัดตั้งธุรกิจจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ควบคู่ไปกับการฝึกอบรมจนสามารถจัดทำแผนธุรกิจที่เป็นของตนเองได้ เพื่อให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จและดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่อง

ระยะเวลาในการอบรมหลักสูตร “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ด้วยเทคนิค CEFE” ประจำปีงบประมาณ 2555

NEC CEFE	สัมภาระ	อบรมแบบต่อเนื่อง	นำเสนอแผน 13 วัน (จันทร์ - เสาร์)	ศึกษาดูงาน 1 วัน 2 วัน
รุ่นที่ 2	2-5 เม.ย. 55	19 เม.ย. - 3 พ.ค.55	12 พ.ค. 55	7-8 มิ.ย. 55
รุ่นที่ 3	18-20 มิ.ย.55	28 มิ.ย.- 12 ก.ค.55	21 ก.ค. 55	9-10 ส.ค. 55

หมายเหตุ

การอบรมแบบต่อเนื่องเป็นปัจจัยที่สำคัญของการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ (CEFE) เพื่อสร้างและพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของผู้เข้าอบรม ให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างศักยภาพทางธุรกิจให้แข็งแกร่งขึ้น



สนใจสอบถามเพิ่มเติมได้ที่

ส่วนสร้างสังคมการประกอบการ สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

โทร. 02-202-4548 , 02-202-4599 ส่งไปรษณีย์ผ่านเครื่องโทรสาร 02-354-3250, 02-354-3206

หรือสมัครผ่าน e-mail: neccefe.dip@gmail.com หรือ natapolchun@gmail.com หรือ rungthongw@hotmail.com

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ หลักสูตรบ่มเพาะสาขาอาหารและขนมไทย สาขาธุรกิจงานดอกไม้



รายละเอียดหลักสูตรสาขาธุรกิจอาหารไทย และขนมไทย

1. ฝึกอบรมบ่มเพาะด้านการจัดการและวางแผนธุรกิจ 42 ชั่วโมง
2. ฝึกอบรมบ่มเพาะการจัดทำแผนธุรกิจ 18 ชั่วโมง
3. การฝึกอบรมทักษะการประกอบการด้านอาหารไทยและขนมไทย 36 ชั่วโมง
 - > การประกอบอาหารไทยประเภทอาหารคาว
 - > การประกอบอาหารไทยประเภทอาหารว่าง
 - > การประกอบขนมไทย
 - > การประกอบอาหารในธุรกิจเด็ก
 - > การประกอบอาหารไทยในธุรกิจอาหารตามสั่ง
 - > การประกอบอาหารไทยในธุรกิจอาหารประเภทเส้น

สาขาธุรกิจงานดอกไม้

1. ฝึกอบรมบ่มเพาะด้านการจัดการและวางแผนธุรกิจ 42 ชั่วโมง
2. ฝึกอบรมบ่มเพาะการจัดทำแผนธุรกิจ 18 ชั่วโมง
3. การฝึกอบรมทักษะการประกอบการด้านงานดอกไม้ 36 ชั่วโมง
 - > การจัดดอกไม้รูปแบบต่าง ๆ (แบบช่อ แจกัน กระเช้า)
 - > การจัดดอกไม้แบบผสมผสาน และเชิงสร้างสรรค์
 - > การนำเสนอผลิตภัณฑ์งานดอกไม้และการจัดตกแต่งหน้าร้าน

หลักสูตรฝึกอบรม 176 ชั่วโมง

หลักสูตรฝึกอบรมบ่มเพาะ เป็นการฝึกอบรมด้านการจัดการธุรกิจ 60 ชั่วโมง ด้านความรู้เชิงเทคนิคและการให้คำปรึกษา 52 ชั่วโมง ฝึกปฏิบัติทักษะการประกอบอาหารและขนมไทย 64 ชั่วโมง และศึกษาดูงานต้นแบบการดำเนินธุรกิจ

วันฝึกอบรม: วันเสาร์- อาทิตย์

ระหว่างเดือนมีนาคม - พฤษภาคม 2555

จำนวนที่รับสมัคร สาขาละ 35 คน รวม 70 คน

สนใจขอรับใบสมัครด้วยตนเองที่ สถาบันวิจัยและพัฒนา อาคารสำนักงานอธิการบดี ชั้น 5

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทร. 0 2282 9009 -15 ต่อ 6093, 6094, 6098

www.ird.rmutp.ac.th

โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ สาขาแฟชั่นดีไซน์

ขอเชิญท่านที่สนใจสมัครเข้าร่วม
การฝึกอบรมบ่มเพาะสาขาแฟชั่นดีไซน์
โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
(New Entrepreneurs Creation : NEC)

โดยได้รับการสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
ประจำปีงบประมาณ 2555

การฝึกอบรม

- พื้นฐานการจัดการสินค้าแฟชั่น และธุรกิจแฟชั่น
 - การเพิ่มทักษะการออกแบบแฟชั่น
- ทั้งนี้ ผู้เข้ารับการอบรมจะได้รับวุฒิบัตรจากมหาวิทยาลัยรังสิต
และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

คุณสมบัติผู้สมัคร

- ผู้ที่มีความสนใจจะเป็นผู้ประกอบการสาขาแฟชั่นดีไซน์
- นักศึกษาจบใหม่ ซึ่งมีแนวความคิดและความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Young Entrepreneur)
- ผู้ประกอบการ ในสาขาแฟชั่นดีไซน์ที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจ
ในระยะ 1-3 ปี ที่ผ่านมาก แต่ธุรกิจยังไม่เข้มแข็งจำเป็นต้องได้รับความ
รู้และบ่มเพาะในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคง
- ทายาทเจ้าของกิจการ ที่เตรียมตัวเข้ารับการสืบทอดกิจการ
หรือร่วมบริหารกิจการด้วยการขยายกิจการหรือจัดตั้งธุรกิจใหม่
เป็นของตัวเอง
- ผู้ประกอบอาชีพอื่น เช่น ข้าราชการ พนักงาน ผู้ประกอบการ
วิชาชีพอิสระแต่ตั้งใจจะเปลี่ยนมาเป็นผู้ประกอบการในสาขาแฟชั่นดีไซน์

คุณสมบัติขั้นต้น

- อายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี บริบูรณ์ และไม่เกิน 60 ปี ในวันที่ยื่นใบสมัคร
- วุฒิมัธยมศึกษา ระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หรือเทียบเท่าขึ้นไป

ระยะเวลาในการอบรม

26 เมษายน - 17 สิงหาคม 2555 ทุกวันพฤหัสบดีและวันศุกร์

สถานที่อบรม

ศูนย์ศึกษาสาทรธานี มหาวิทยาลัยรังสิต ชั้น 8 ถนนสาทร กรุงเทพฯ
วิทยาการ

ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยรังสิต

รับสมัครตั้งแต่วันที่ถึงวันที่ 15 เมษายน 2555

สมัครได้ที่ email: necfashiondesign.rus@gmail.com

สอบถามรายละเอียดได้ที่

087-906-0915 (คุณปริยานันท์ ภูพานา)

โครงการเสริมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ สาขารูทิกความงาม และสุขภาพ



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต จัดอบรมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ สาขารูทิกความงามและสุขภาพ เนื่องจากรูทิกความงามและสุขภาพ มีการขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด ผู้ประกอบการต่างเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจด้านความงามและสุขภาพกันมากขึ้น

หลักสูตรพื้นฐาน 60 ชั่วโมง ศึกษานโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ บริหารจัดการด้านการตลาด เทคนิคการขาย/บริการ การบริหารองค์กรและบุคลากร บริหารการเงินและการเขียนแผนการลงทุนรายบุคคล

หลักสูตรเพิ่มทักษะการประกอบการ ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ 60 ชั่วโมง ประกอบด้วย

- ความรู้เครื่องสำอาง
- เครื่องมืออุปกรณ์ความงาม
- รูทิกความงามและสปา
- กฎหมายเครื่องสำอาง
- นวัตกรรมเครื่องสำอางแนวใหม่
- ความรู้ด้านผิวพรรณ/ผม
- สมุนไพร
- คลินิกความงาม
- วัตถุดิบ
- บรรจุภัณฑ์

เรียนทุกวันพุธและวันศุกร์ เวลา 18.30 – 16.30 น.

สถานที่ฝึกอบรม ห้องสัมมนา 1 ชั้น 6

อาคารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สถานที่ฝึกปฏิบัติ ศูนย์เครื่องมือ อาคารศูนย์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

สนใจสอบถามเพิ่มเติมที่

สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ชั้น 5 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

โทร. 02 202 4572 โทรสาร 02 354 3425

อีเมล : nec_beauty@hotmail.com



ไทยโหลดดอทคอม บริหารจัดการสมัยใหม่ ด้วย Virtual Office ใช้ไอทีช่วยบริหารงานโดยไม่ต้องมีออฟฟิศ

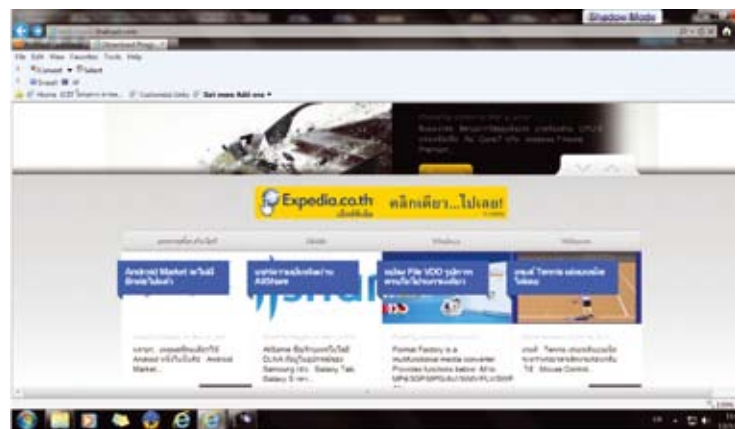
หนึ่งในผู้ประกอบการ
ผู้ได้รับรางวัล
NEC Awards
ปี 2554

อดีตเจ้าหน้าที่ด้านคอมพิวเตอร์ของบริษัทใหญ่ ที่สนใจและเชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์มาตั้งแต่เป็นนักศึกษา เปิดเว็บไซต์ www.thaiload.com ไว้ให้นักท่องเที่ยวดาวนโหลดข้อมูล มากกว่าสิบปี ค่อยๆ สังสมประสบการณ์ รวมทั้งสร้าง connection กับผู้คนในแวดวงธุรกิจมากขึ้นหลายตา แหวกนิยามของคำว่า “พวกทำงานหน้าคอมคุยกับคนไม่เป็น” มาเป็น business man ผู้มากด้วยคอนเน็คชั่นเต็มตัว บวกกับความรู้จากการเรียน NEC นำไปสู่แนวคิดใหม่ในการลดต้นทุนการบริหารจัดการให้ธุรกิจตัวเองจนสามารถคว้ารางวัล NEC Awards ปี 2554

จาก computer boy สู่ business man

คุณเกรียงไกร รัชตมาขุขันธ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยโหลด ดอทคอม จำกัด เล่าให้ฟังว่า ประมาณปี 2547 ตัดสินใจเปลี่ยนเส้นทางชีวิตจากการเป็นลูกจ้างชอบประสบการณ์และเงินทุนไม่ก็หมิ่นบาทเข้าสู่วงการธุรกิจ โชคดีที่เขาเป็น computer boy ที่ไม่เอาแต่หมกมุ่นอยู่หน้าคอมพิวเตอร์แล้วมีปัญหาการติดต่อสื่อสารกับคนในสังคม ในทางตรงข้าม คุณเกรียงไกรเป็นคนมีบุคลิกเปิดมนุษยสัมพันธ์ดี เจรจาและสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจได้อย่างคล่องแคล่ว จึงเป็นที่รักใคร่ของนายจ้างเก่า จนแนะนำลูกค้ามาให้หลายราย เมื่อครั้งแยกตัวออกมาก่อตั้งธุรกิจและระบบคอมพิวเตอร์ของตัวเองภายใต้ชื่อ บริษัท ไทยโหลด ดอทคอม จำกัด เจ้าของเว็บไซต์ www.thaiload.com ด้วยเงินลงทุนเพียงไม่กี่หมื่นบาท โดยเช่าออฟฟิศขนาด 20 ตรม. อยู่แถวสุทธิสาร

งานของไทยโหลด คือ การดูแลระบบคอมพิวเตอร์ในองค์กร โดยทำตัวเปลี่ยนเสมือนพนักงานคอมพิวเตอร์คนหนึ่งของบริษัท ทั้งการดูแลคอมพิวเตอร์ ดูแลโปรแกรม เขียนเว็บ ตลอดจนอบรมและแก้ปัญหาการใช้งานคอมพิวเตอร์กับลูกค้าที่จ่ายเป็นค่าบริการรายเดือน และในระยะหลังไทยโหลด ดอทคอม เริ่มขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เพื่อขับพอร์ทลูกค้าอีกทางหนึ่ง



สร้างสัมพันธ์กับลูกค้า โปรโมทตัวเอง

“จากการเริ่มเปิดบริษัทครั้งแรก ผมได้มูลค่างานจากเจ้านายคิดเป็นเงินประมาณ 4 แสนบาท แต่ส่วนใหญ่จะเป็น barter พวกหน้าโฆษณา อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ผมก็ใช้ barter พวกนี้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โปรโมทตัวเอง ซึ่งก็ทำให้เป็นที่รู้จัก งานที่เราทำ คอนเสิร์ตชั้นที่เรามีต่อเนื่อง ความสัมพันธ์กับเจ้านายเก่า สิ่งเหล่านี้เกือหนุนให้ลูกค้าเข้ามาหาเราอย่างสม่ำเสมอ ใน 3 ปีแรกผมทำมาเรื่อยๆ ถ้าไม่มาก แค่ออกลีขังตัว ผมใช้วิธีการบริหารงานโดยพยายามให้ค่าปรึกษาลูกค้าอย่างใกล้ชิด มีทีมบริการคอยรับลูกค้า ซึ่งต้องรู้วิธีที่จะให้บริการแก้ปัญหาและสร้างความพอใจให้ลูกค้าด้วย” คุณเกรียงไกรกล่าว

NEC จุดเปลี่ยนแนวคิดการจัดการธุรกิจยุคใหม่

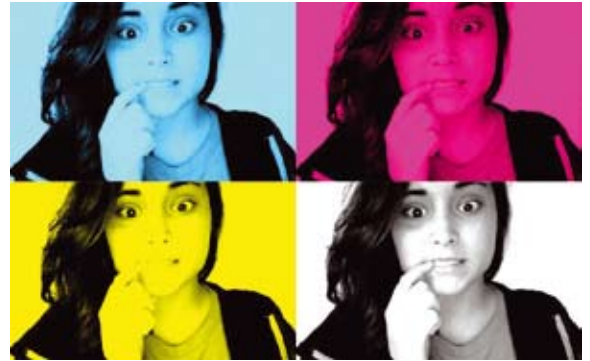
ปัญหาของธุรกิจการดูแลระบบคอมพิวเตอร์ครบวงจรให้กับองค์กรเหล่านี้ ต้นทุนส่วนใหญ่อยู่ที่ค่าแรง กับค่าบริหารจัดการ ค่าเช่าออฟฟิศ ค่าจ้างพนักงานในการจัดการเรื่องรายละเอียดขยับย่นต่างๆ เดือนหนึ่งๆ หลายหมื่นบาท ซึ่งเป็นภาระหรือต้นทุนที่ต้องแบกรับค่อนข้างหนัก ซึ่งคุณเกรียงไกรตระหนักดีกว่า เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจไม่สามารถเติบโตและไม่สามารถทำผลกำไรได้เท่าที่ควร

ประมาณปี 2552 คุณเกรียงไกร ได้มีโอกาสเข้าฝึกอบรมโครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่หรือ NEC จากการแนะนำของเพื่อน โดยในครั้งแรกที่เรียนไม่ได้คาดหวังอะไรมากนัก เพราะธุรกิจการดูแลระบบคอมพิวเตอร์มักมีเพื่อนฝูงในวงการเป็นที่รู้จักและให้ค่าปรึกษาอยู่แล้ว แต่เมื่อมาเรียนแล้วจึงรู้ว่าเป็นเรื่องน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจด้านการบริหารจัดการอย่างมาก

“เข้าไปครั้งแรกผมแปลกใจตรงที่ไม่ได้มีการนั่งเรียนแบบวิชาการ แต่เป็นการเรียนด้วยกิจกรรม ทำให้รู้สึกสนุก อาจารย์เองก็ถ่ายทอดได้ดี ผมอาจจะไม่ได้ตั้งใจจดจ่อกับบทเรียนได้ตลอดเวลา และไม่สามารถจับเนื้อหาได้ทุกเม็ด แต่ผมสามารถจับจุดสำคัญบางประเด็นที่อาจารย์สอนแล้วโดนใจ จนนำไปคิด ไปปฏิบัติโดยประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตัวเอง ซึ่งจากผลลัพธ์ที่ออกมาถึงทุกวันนี้เป็นสิ่งส่งผลให้ธุรกิจปรับตัวดีขึ้น”

ประยุกต์ จุด ประทับด้วย Virtual office

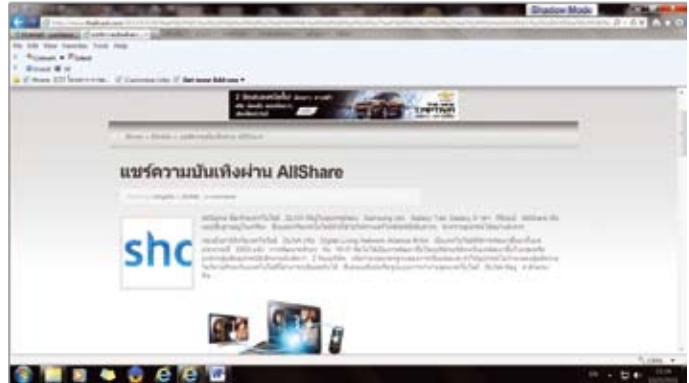
คุณเกรียงไกรกล่าวว่า สิ่งที่จับประเด็นได้จากการเรียน NEC และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด คือ การลดต้นทุนการทำธุรกิจ จากแนวคิด “การลดต้นทุนที่ถูกต้องนั้น ต้องไม่ส่งผลเสียต่อคุณภาพของสินค้าและบริการ แต่ต้องทำให้สินค้าและบริการนั้นมีคุณภาพดียิ่งขึ้น”



“ผมนำแนวคิดดังกล่าวมาคิดวิเคราะห์หาจุดอ่อนในการบริหารจัดการของบริษัทตัวเอง แล้วเริ่มใช้เทคนิคการลดต้นทุนภายในองค์กร ตั้งแต่การลดค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ที่เป็นไปได้ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการให้บริการกับลูกค้า ในขณะเดียวกันการบริหารจะต้องดีขึ้น ครอบคลุมขึ้น และสร้างความพอใจให้ลูกค้ามากขึ้น ผมพบว่าปัญหาของผมอยู่ที่ค่าเช่าสำนักงาน การจ้างพนักงานมาดูแลเรื่องการบริหารจัดการมากเกินไป ทั้งๆ ที่ทีมส่วนใหญ่ของบริษัทเป็นทีมที่ต้องออกไปหาลูกค้า ไม่มีเวลาอยู่ออฟฟิศ ตกกลางคืนออฟฟิศที่เช่าอยู่มีเพียงพนักงานบัญชี และงานด้านแอดมินไม่กี่คน ทำให้สิ้นเปลืองโดยเปล่าประโยชน์ ทั้งค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟ เงินเดือน และต้องมาจ่ายสวัสดิการและประกันสังคมมากมาย ก็เลยคิดว่าเราจะลดค่าใช้จ่ายตรงนี้อย่างไร”

ในระหว่างที่หาวิธีการลดต้นทุน คุณเกรียงไกรก็ได้รับคำแนะนำจากที่ปรึกษาที่เป็นรุ่นพี่ว่าให้ลองนำ Virtual Office มาใช้บริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งการบริหารจัดการแบบสมัยใหม่ โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการได้โดยไม่จำเป็นต้องมีออฟฟิศประจำ แต่สามารถจ้าง virtual office จัดการเรื่องระบบการรับโทรศัพท์ จัดการติดต่อประสานงานทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ฝากเรื่อง ทำงานธุรการต่างๆ ตามที่ตกลงกันให้อย่างมืออาชีพได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยใช้เพียงเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ หรืออาจเป็นเพียงพื้นที่บนเว็บไซต์หรือเวอร์ของผู้นำบริการอินเทอร์เน็ตก็ได้

“ประโยชน์ของ virtual office คือ เราสามารถอ้างอิงชื่อที่อยู่ของบริษัท อยู่ในตึกที่หรูหราเช่าถือในย่านธุรกิจใหญ่อันเป็นที่รู้จักทั้งชาวไทยชาวต่างประเทศ และยังเอื้อต่อธุรกิจของเราเพราะอยู่ในใจกลางของบริษัทใหญ่ๆ ในทำเลเอสก สยามวิท ซึ่งเป็นแหล่งของลูกค้าที่ต้องการการดูแลระบบการใช้งานคอมพิวเตอร์ทั้งสิน ทำให้ภาพลักษณ์ธุรกิจมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ใกล้ชิดลูกค้ายิ่งขึ้น”



ต้นคุณลด ผลกำไรเพิ่ม ต้นแบบธุรกิจแนวใหม่

“สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้ virtual office อีกอย่าง คือ การบริหารจัดการแนวใหม่ผ่านช่องทาง Face book เป็นการทำงานผ่านออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อ สื่อสาร ประชุม สั่งงาน และสามารถควบคุมการทำงาน ของลูกน้องแต่ละสายงานบนปฏิทินของ google โดย เราสามารถตรวจสอบตารางการทำงานของลูกน้อง แต่ละวัน ว่าวันนี้ไปที่ไหน ทำงานไปถึงไหนบ้าง เป็นต้น จากการที่ต้องเสียค่าเช่า ค่าพนักงาน ค่าบริหารจัดการ ค่าประกันสังคม ค่าน้ำค่าไฟ ต่างๆ เดือนละสี่ห้าหมื่นบาท กลายเป็นว่าสามารถลดต้นทุนลงเหลือเดือนละไม่กี่พันบาท” คุณเกรียงไกรกล่าว

หลังจากที่ผ่านการเรียน NEC ผ่านการปรับปรุง บริหารธุรกิจ และนำการบริหารจัดการบริษัทเข้าสู่รูปแบบ modern style ผลการดำเนินงานของบริษัทก็ดีขึ้นตาม ลำดับ สามารถสร้างผลกำไร และจัดการเคลียร์หนี้จาก ธนาคารจนหมดเพื่อตัดปัญหาเรื่องภาระดอกเบี้ย และหัน มาใช้การบริหารจัดการเงินทุนที่มีอยู่อย่างรอบคอบ คุ่มค่าและมีวินัย ทำให้ บริษัท ไทยโหลดดอทคอม จำกัด ได้รับรางวัล NEC Awards หรือ ผู้ประกอบการใหม่แห่งปี จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเมื่อปี 2554

ในอนาคต คุณเกรียงไกร วางเป้าหมายการพัฒนา ธุรกิจในระยะสั้นและระยะกลางไว้ว่า จะหาลูกค้าเพิ่ม เดิม และเพิ่มทีมงานที่มีประสิทธิภาพ จ่ายเพิ่มน้อย แต่ กำไรมากขึ้น มีผลตอบแทนกลับไปสู่พนักงานมากขึ้น ส่วนในระยะยาว อยากพัฒนาไปเป็นผู้นำด้านการให้ บริการระบบคอมพิวเตอร์ในออฟฟิศ ซึ่งคงต้องมุ่งการ โฆษณามากขึ้น

ให้วิทยาทาน คั้นความรู้สู่สังคม

คุณเกรียงไกรกล่าวว่า สิ่งสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจ คือ การมีวินัยในตัวเองซึ่งต้องปฏิบัติอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะเรื่องการบริหารการเงิน ห้ามใช้เงินผิดประเภทโดยเด็ดขาด เพราะคนที่เติบโตมาจากการทำธุรกิจได้มีโอกาส หยิบจับเงินจำนวนมาก ก้ออดใจไม่ไหว นำเงินไปใช้ นอกเหนือจากการหมุนเวียนในธุรกิจ จนก่อให้เกิดปัญหา ตามมาแล้วแก้ไม่ได้ และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การเอาใจใส่ดูแลพนักงานอย่างดี โดยไม่ใช้การทู่แท้ เงินทองค่าจ้าง แต่ขอให้เป็นการดูแลกันฉันท์พี่น้อง ให้ความรู้ สร้างความผูกพัน สร้างบรรยากาศที่ดี ในการทำงาน และให้ผลตอบแทนกลับเมื่อถึงเวลา

เมื่อพนักงานมีความสุข รู้สึกมั่นคงก็จะทุ่มเทให้กับงาน ที่ทำและอยู่กันได้นาน

“ผมมีความคิดว่า เราเติบโตทุกวันนี้ เพราะเป็น ส่วนหนึ่งของสังคม สังคมช่วยให้ธุรกิจของเราคงอยู่ และเติบโต ดังนั้น เราก็ควรต้องดูแลตอบแทนสังคม ด้วย ทุกวันนี้ ผมจึงจัดรายการให้ความรู้ด้าน ไอที อยู่ที่ FM 91.5 MH2 เป็นการให้ความรู้แบบไม่หวังผลกำไร ไม่หวังการโฆษณา เป็นการให้วิทยาทานด้วยความ บริสุทธิ์ใจ ผมมีความสุขที่ได้ทำแบบนี้”

นี่คือ ตัวอย่างของผู้ประกอบการ ที่ผ่านการเติบโต ในเส้นทางสายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป มีการวางแผน มีการสร้างความสัมพันธ์ และใช้ความสัมพันธ์นั้นสร้าง ตัวเองจนเติบโต และยิ่งไฝหาความรู้ เพิ่มศักยภาพให้ ตัวเอง ที่สำคัญเขามีหัวใจที่พร้อมจะหยิบยื่นความรู้ และโอกาสให้เพื่อนร่วมสังคมอย่างจริงจัง



บริษัท ไทย โหลด ดอทคอม จำกัด

อาคารอินเตอร์เซนจ์ 21 ถนนสุขุมวิท
แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์ 02 660 3856 โทรสาร 02 660 3881
อีเมล: support@thaiload.com
เว็บไซต์: http://www.thaiload.com



หนึ่งในผู้ประกอบการ
ผู้ได้รับรางวัล
NEC Awards
ปี 2553

ทีราปี Tearapy เพิ่มมูลค่าใบชาสัญชาติไทย

กระแสการดื่มชาระหว่างมื้ออาหาร (Afternoon Tea) กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้นในตอนนี้ แต่รู้หรือไม่ว่ามีผู้ประกอบการรายเล็กที่มองเห็นช่องทางความสำเร็จทางธุรกิจอยู่ก่อนแล้ว...**วรพงศ์ ภาสะพงศ์** ทายาทรุ่นที่ 3 ของชาอ่องกี้ จึงมุ่งพลิกโฉมใบชาสมุนไพรมูลค่าภูมิปัญญาไทยให้เป็นของที่ระลึก เพื่อก้าวสู่เติบโตในระดับสากล พร้อมสร้างวิถีการตลาดอันชาญฉลาดให้กับ “ชาทางเลือกใหม่” ในชื่อ **Tearapy (ทีราปี)** ด้วยหลักวางตำแหน่งสินค้าให้ชัด จัดวางระบบให้ปะและมองหาโอกาสสดใหม่อยู่เสมอ

เมื่อทายาทรุ่นที่ 3 ของชาชื่อดังในประเทศไทย บริษัทใบชาอ่องกี้ จำกัด ผู้จัดจำหน่ายใบชาตรามังกรและตราปัน ซึ่งเป็นสินค้าจากประเทศจีนและไต้หวัน อย่าง**คุณวรพงศ์ ภาสะพงศ์** ประารถนาจะเป็นเจ้าของธุรกิจใหม่ ไม่ทับซ้อนกับธุรกิจเดิมของครอบครัว แต่สามารถใช้พื้นฐานการผลิตร่วมกันได้ จึงเกิดแนวคิดที่จะทำชาสมุนไพรรุ่นขึ้นด้วยน้ำพักน้ำแรงตัวเอง

“แม้จะมีธุรกิจครอบครัวอยู่ แต่ผมก็ไม่ได้ทำงานกับที่บ้าน แต่ออกไปทำงานด้าน forwarder ติดต่อส่งออกให้กับบริษัทของญี่ปุ่น ก็ทำให้เราพอเก็บเกี่ยววิชาขั้นตอนการส่งออกสินค้าได้บ้าง แล้วก็มาดูแลด้านนำเข้ากาแฟ จากนั้นก็

เปลี่ยนไปช่วยงานพี่สาวที่อเมริกา ขายหน้าร้านที่ Thai Market ประมาณ 2 ปี พอได้เรื่องภาษากลับมาเต็มเปี่ยม และก็กลับมาเมืองไทย ตอนนั้นเราก็อยากเป็นผู้ประกอบการไม่อยากเป็นลูกจ้างแล้ว”

“อย่าปล่อยโอกาสดีๆผ่านไป”

ไฉ่เดียเริ่มต้นสร้างธุรกิจใหม่

เมื่อเห็นว่าตลาดชาของครอบครัวภาสะพงศ์ ซึ่งเป็นการนำเข้าชามาขายในประเทศไทย ค่อนข้างไปได้ดี อีกทั้งโรงงานของทางบ้านมีกำลังการผลิตเหลืออยู่ เขาจึงอยากสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆป้อนเข้าสู่ตลาด แต่หากจะผลิตสินค้าที่มีลูกค้าซ้ำกันทั้งหมดก็เหมือนไม่ได้ทำอะไร

เพิ่มเติม หรือจะ Re-packaging อีกไม่นานก็จะมีคนทำได้เช่นกัน แล้วยิ่งช่องทางการค้าผ่านเว็บไซต์ทำได้ง่ายขึ้น โอกาสเติบโตของเขาก็จะเติบโต

เหลียวซ้ายแลขวาก็พบว่าเมืองไทยมีสมุนไพรเรียกได้ว่าเป็นจุดขายได้ และอยากส่งออก รวมทั้งขยายตลาดผู้ดื่มชาหน้าใหม่ เขาเลยบอกกับตัวเองว่าจะทำชาสมุนไพร

จุดเริ่มต้นของไอเดียธุรกิจที่แท้จริง คุณตูน-วรพงศ์ เล่าว่า ต้องยกความดีให้กับเพื่อนชาวญี่ปุ่น หลังจากได้ชิมรสชาติของชาตะไคร้ จนบอกต่อความอร่อยล้ำของชาชนิดนี้ไปสู่อื่นๆ แล้วเกิดเสียงเรียกร้องให้เขาผลิตออกจำหน่าย

การบุกตลาดชา นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะมีชาอยู่ห่อตั้งทั้งในและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก แต่ด้วยความชำนาญด้านชาที่ได้มาจากสายเลือดชาอู่หลงอีกที คุณวรพงศ์จึงเลือกที่จะสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ใส่คอนเซ็ปต์ของตัวเองอย่างอิงตามเทศกาล และมีความโดดเด่นที่บรรจุภัณฑ์

สำหรับตัวชานั้นเป็นสูตรของคุณตูนเอง ซึ่งจะแตกต่างจากชาทั่วไปอย่างชัดเจน และที่สำคัญคือเขามีการวิจัยและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ซึ่งคำว่า Tea Therapy นั้น เขาต้องการสื่อว่า Tea Therapy หรือการดื่มชานั้นมีความพิเศษอยู่หลายจุด และมีความเป็นมายาวนาน ชาดีคือชาที่ดื่มแล้วต้องให้ความรู้สึกที่ดีได้ หากเลือกสร้างชาที่แปลกใหม่ขึ้นมา มีการผสมกันของชาหลายตัวหรือผสมกับสมุนไพร (Blending) และไม่ลืมลักษณะต่างๆ ที่สำคัญของชา และคาแรคเตอร์ในการดื่มชาด้วยก็จะยิ่งเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าได้มากขึ้นอีก

ผู้ก่อตั้งบริษัท ทีราปี จำกัด ตัวอย่างชา “ทีราปี” เริ่มที่ไฮไลต์อย่าง Lemongrass Tea ชาตะไคร้ เหมาะสำหรับ การบำรุงร่างกาย คลายเครียด ลดอาการเมา ตามด้วย Vanilla Jasmine Tea เป็นชาที่ได้จากการรวมกันอย่างลงตัว ของสองสุดยอดจากตะวันออกและตะวันตก ดื่มได้ทุกโอกาสทั้งร้อนและเย็น หรือชาเก็กฮวย Chrysanthemum Green Tea เป็นชาที่ได้จากการผสมผสานกลิ่นรสที่ดีของชาเขียวและดอกเก็กฮวย ให้ความสดชื่นและผ่อนคลายทุก

ครั้งที่ดื่ม และ White Tea ชาขาวที่คัดสรรอย่างดี ได้มาจากยอดอ่อนเพียงใบเดียวของกิ่ง เก็บด้วยมือ มีสารแอนติออกซิแดนท์มากกว่าชาเขียว

แม้จะวางแผนพัฒนาโปรดักต์ให้รัดกุมเพียงใด แต่ผู้ประกอบการมือใหม่ก็จะต้องรับมือกับกลไกการตลาดที่พลัดพลั้ง เพราะหลังจากทดลองตลาด ไปสักระยะ ปรากฏว่าราคาที่เขาคิดตั้งถูกเกินไป ลูกค้าบอกเองว่าสินค้ารูปลักษณะอย่างนี้ไม่ควรจะขายต่ำกว่า 100 บาทต่อชิ้น เพราะบรรจุภัณฑ์ดูดีมาก มันจะส่งผลให้ลูกค้าคนอื่น ๆ ไม่กล้าซื้อ แม้จะคำนึงกับความรู้สึกคนขายอยู่บ้างว่า ราคาไม่สูงเกินไปจะทำให้ขายได้ง่ายขึ้นไม่ใช่หรือ แต่ตามทฤษฎีการตลาด มันทำให้สินค้าขาดความน่าเชื่อถือ

เขากลับมาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าโดยการสร้างชื่อจุดชื่อแบรนด์ ปรับบรรจุภัณฑ์ คิดเรื่องโทนสี เจดสีให้อารมณ์สินค้าพรีเมียม และเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่เน้นชาวต่างชาติ และวางตำแหน่งสินค้าใหม่ให้เป็นของที่ระลึกสำหรับลูกค้าทัวร์ (Souvenir) ซึ่งผลตอบรับดีกว่าเดิมเสียอีก

คุณวรพงศ์ เผยว่า ทุกวันนี้ลูกค้าของเขาอยู่ไกลถึงสวีเดนแลนด์ ฮองกง และอีกหลายประเทศ ซึ่งรูปแบบการค้าจะเน้นขายส่งให้กับคู่ค้าทั่วประเทศ ซึ่งร้อยละ 80-90 ของผู้ซื้อเพื่อเป็นของฝาก และการรับจ้างผลิตบ้าง โดยปรับสูตรให้เป็นของลูกค้านิโงรมเครื่องต่างชาต ีรสอาร์ท และสปา แต่จะพยายามให้อยู่ในอัตราคงตัว ไม่ขยายเพิ่มสัดส่วน เพราะจะมุ่งทำตลาดให้กับแบรนด์ “ทีราปี” มากกว่า โดยเน้นตลาด Hi-end และคิดสร้างสรรค์ชารสชาติใหม่ๆ กระจายสินค้าให้หลากหลายขึ้น ทั้งยังเสาะหาทำเลเหมาะ เพื่อปรับโฉมหน้าร้านให้เป็น Tea Therapy รูปแบบใหม่ที่มีความว้าวไรตี้ เช่น ชาถ้วยแก้ว หรือขนมขบเคี้ยวจากชา เป็นต้น





นวัตกรรมการผลิตดีไซน์แพ็คเกจจิ้ง
คือขนาดของ“ทีราปี”

ผู้สร้างสรรค์ชาทางเลือกใหม่นาม ทีราปี เผยว่าปัญหาในการผลิตมีส่วนค่อนข้างน้อย มีปัญหาด้านการบริหารจัดการบ้าง แต่ที่น่าเป็นห่วงคือการสร้างแบรนด์และการตลาดในช่วงแรก ตลอดจนเห็นว่าเรื่องของบรรจุภัณฑ์นั้นสำคัญ จึงเข้าร่วม โครงการกับหน่วยบ่มเพาะธุรกิจของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม โดยเลือกเข้าอบรมที่สำนักงานเทคโนโลยี SMEs มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อปี พ.ศ. 2547

“การได้รับการอบรมจากหน่วยบ่มเพาะธุรกิจ ทำให้เจอคณะที่ปรึกษา ช่วยสอนระเบียบวิธีคิด สอนวิธีการเรียบเรียงความรู้ที่มี และใช้งานความรู้ให้เป็นประโยชน์อย่างเป็นระบบ แล้วเราก็ไปดัดลูกน้องต่ออีกที การให้คำปรึกษาด้านการตลาด นับได้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญมาก บางครั้งเจ้าของผลิตภัณฑ์ใช้ความคิดตนเองเป็นที่ตั้ง แต่อาจารย์จะมองผลิตภัณฑ์เราในแบบที่ผู้บริโภคมอง ถ้าเรายอมรับความจริง ในข้อบกพร่องได้ เราก็จะพัฒนาตัวเราได้มากขึ้น และทำให้เราได้โซลูชันส์ต่างๆ ที่เหมาะสมและขายได้ในตลาด ก้าวสู่ตลาดระดับนานาชาติได้อย่างมั่นใจ”

หลังจากนั้นคุณวรพงศ์ ปิงไธเดีย่นำเทคโนโลยีการผลิตวัสดุห่อชาแบบใหม่เข้ามาใช้กับสินค้าของเขา ซึ่งเป็นผ้าที่ย่อยสลายได้และมีความพิเศษที่การออกแบบเป็นรูปทรงพีรามิด ซึ่งนิยมใช้ในญี่ปุ่น เพื่อให้สามารถใส่ใบชาเต็มไปได้ ผู้ดื่มซึ่งมีกำลังซื้อสูงจะรู้สึกชื่นชอบเมื่อพวกเขาเห็นว่าสิ่งที่เขาเสพเข้าไปนั้นคืออะไร ซึ่งผ้าห่อชานี้จะช่วยให้สังเกตเห็นการขยายตัวของใบชาเมื่อโดนน้ำร้อนได้ชัดเจน ทำให้ได้ลิ้มรสชาติอย่างเต็มที่ แทนที่จะต้องป้อนใบชาให้ละเอียดใส่ในกระดาศที่มีความแคบ ส่งผลให้ชานั้นมีความเข้มข้นสูงจนเกินไป



ตามด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นขั้นเป็นตอน เริ่มจากการรักษาคุณภาพของสินค้าเดิม โดยใช้ระบบการคัดสรรซัพพลายเออร์ที่มีศักยภาพหลายๆ แห่งทั่วประเทศ เพื่อป้องกันปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนตลอดจนใช้หลักการค้า “ยืนหมื่นยืนแมว” กับผู้ผลิต โดยการรับซื้อในราคาสูง แล้วจ่ายเงินทันที จึงแตกต่างจากเจ้าอื่นที่ต้องวางบิลและเครดิต ทำให้ผู้ผลิตต่างมั่นใจและอยากนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพสูงให้กับแบรนด์นี้ก่อน

ส่วนการสร้างสรรคสินค้าใหม่นั้น คุณวรพงศ์ บอกว่าก่อนจะเข้าอบรมกับโครงการบ่มเพาะ เขาตั้งใจจะทำชาอัดเม็ด แต่พบว่าคนยังนิยมการบริโภครูปแบบของใบชาที่ให้อารมณ์ของการดื่มชาอย่างละเอียดละไมอยู่ เพราะฉะนั้นเขาจึงตั้งใจมุ่งหน้าพัฒนารสชาติใหม่ๆ ของชามากกว่า โดยใส่คุณสมบัติพิเศษ (Functional Tea) เช่น Collagen Herbal Tea หรือ Prebiotic Herbal tea เป็นต้น รวมทั้งจัดเป็นเซต อย่าง 2012 Dragon Gift Set เป็นเซตปีใหม่ ตลอดจนอาศัยโอกาสจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สำหรับมองหาแหล่งวัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้านเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยจะใช้มันสมองของตนเอง มากกว่าพึ่งพาคนอื่น เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายได้มากกว่าครึ่ง และเขาก็มั่นใจกับประสบการณ์งานออกแบบคอร์สสั้นๆ จาก Art School ที่สหรัฐอเมริกา และกำลังจะเข้าอบรมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ในเร็ววันนี้ พร้อมลงทุนในเครื่องจักรสำหรับบรรจุภัณฑ์ เช่น เครื่องอบ เครื่องทำถุง เพื่อต้องการใช้แรงงานให้น้อย ซึ่งปัจจุบันอยู่ที่ 4-5 คนเท่านั้น แต่ได้ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพและควบคุมได้นั่นเอง



บริษัท ทีราปี จำกัด

63 ถ.บำรุงเมือง แขวงศาลเจ้าพ่อเสือ

เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

โทร.081-824 3407 Fax : 02-410-2049

email : woraphong@hotmail.com

www.tearapy.net

มหัศจรรย์ แผนธุรกิจ



“การจัดทำแผนธุรกิจ
เป็นขั้นตอนที่สำคัญ

แต่ถูกมองข้ามมาหลายทศวรรษ
แผนธุรกิจที่รอบคอบและเหมาะสม
เพิ่มอัตราความอยู่รอด

และความสำเร็จของธุรกิจได้”



หากเราจะสร้างบ้านสำหรับอยู่อาศัยของ
ตนเองขึ้นสักหลังหนึ่ง ก่อนที่เราจะให้ผู้รับเหมา
เริ่มต้นทำการลงมือสร้างบ้านของเราจริงๆ เราก็
จะต้องมีการออกแบบโครงสร้างบ้าน พื้นฐานของ
ตัวบ้าน รวมถึงการจัดวางห้องและแผนผังในการ
ใช้สอยต่างๆ ของบริเวณทั้งในและนอกบ้านเพื่อ
ให้เราสามารถใช้เวลาในชีวิตได้อย่างครบทุกความ
ต้องการของตัวเอง

ในกรณีที่เราไม่มีความรู้เกี่ยวกับการ
ออกแบบและสร้างบ้าน เราก็จำเป็นต้องจ้าง
สถาปนิกหรือวิศวกรเพื่อเข้ามาช่วยในการให้
คำแนะนำและข้อคิดเห็น ทั้งข้อเท็จจริงและมุมมอง
ที่หลากหลาย เพื่อให้เราสามารถได้เรียนรู้
และนำสิ่งที่ได้รับมาตัดสินใจ ในกระบวนการ
เหล่านี้จะเห็นได้ว่าเป็นกระบวนการของการ
ทำงานร่วมกันอย่างแนบแน่นเพื่อให้สามารถ
ดำเนินการได้ผลสำเร็จตามที่เราต้องการ ทั้งยัง
เป็นการลดการลองผิดลองถูกซึ่งทำให้เราเสียเงิน
ไปกับด้านที่เราไม่ถนัดของตนเองด้วย

การสร้างบ้านเปรียบเสมือนกับการสร้าง
ธุรกิจ การที่เราจะสร้างธุรกิจให้สามารถอยู่รอด
และรวยได้นั้น เราจำเป็นต้องมาลงมือมาวางแผน
เช่นกัน และขั้นตอนในการวางแผนก็คือการจัดทำ
แผนธุรกิจ ธุรกิจในประเทศไทยส่วนใหญ่ใน

หุ้นส่วนหลัก ใครคือหุ้นส่วนสำคัญขององค์กร ใครคือผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ซัพพลายเออร์ให้องค์กร ทรัพยากรสำคัญที่หุ้นส่วนสนับสนุนให้เราคืออะไร หุ้นส่วนทางธุรกิจทำกิจกรรมใดให้องค์กรบ้าง พันธมิตร 4 ประเภท คือ 1. พันธมิตรที่ไม่ได้แข่งขันกับเรา 2. ความร่วมมือกับคู่แข่งของเรา 3. ผู้ร่วมลงทุน (joint venture) 4. ซัพพลายเออร์ที่รับประกันการจัดหาสินค้าให้เรา แรงจูงใจสำหรับการหุ้นส่วน ได้แก่ การลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอน การแบ่งปันทรัพยากรและกิจกรรมบางส่วน การประหยัดจากขนาดธุรกิจ หรือกำลังการผลิต (Economies of scale)	กิจกรรมหลัก กิจกรรมหลักที่ก่อให้เกิดรายได้คืออะไร กิจกรรมหลักเพื่อสร้างมูลค่าองค์กรและต่อลูกค้าคืออะไร อะไรเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการสร้างลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิม หมวดหมู่ ได้แก่ การผลิต การบริการ การสร้างฐานข้อมูลและเครือข่าย ทรัพยากรหลัก ทรัพยากรหลักที่จำเป็นต่อการสร้างมูลค่าขององค์กร คืออะไร ทรัพยากรใดบ้างที่จำเป็นสำหรับการสร้างและรักษาลูกค้า ลักษณะของทรัพยากร ได้แก่ บุคคล การเงิน สิ่งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ เครื่องจักร ที่ดิน อาคาร อุปกรณ์ สิ่งที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ตราสินค้า สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ ข้อมูล เครือข่าย	คุณค่าต่อลูกค้า อะไรคือคุณค่าที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า ปัญหาของลูกค้าเรื่องอะไรที่เราช่วยแก้ไข สินค้าและบริการอะไรที่มอบให้แก่ลูกค้า แต่ละประเภท เราตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านใด ลักษณะของสินค้าและการบริการ ได้แก่ ความแปลกใหม่ คุณภาพประสิทธิภาพ การปรับแต่งให้ตรงกับความต้องการลูกค้า การออกแบบ แบรนด์/ตราสินค้า ราคา การลดต้นทุนการผลิต การลดความเสี่ยง ความง่ายต่อการเข้าถึง ความสะดวกสบาย ประโยชน์ใช้สอย	ความสัมพันธ์กับลูกค้า รูปแบบความสัมพันธ์ที่ลูกค้าคาดหวังแล้วเราจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้อย่างไรกับลูกค้า เราจะบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไรให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ การบริหารความสัมพันธ์ ลูกค้ามีต้นทุนเท่าไร ตัวอย่าง ผู้ช่วยส่วนตัว การบริการตัวเองหรือแบบอัตโนมัติ การสร้างเครือข่าย การมีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์	กลุ่มลูกค้า เราสร้างมูลค่าให้แก่ใคร ลูกค้าที่สำคัญที่สุดต่อเราคือใคร ลักษณะตลาด ได้แก่ ตลาดรวม (Mass Market) ตลาดเฉพาะ (Niche Market) ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ลูกค้าหลากหลาย ขึ้นอยู่กับปริมาณผู้ใช้และการมีปฏิสัมพันธ์ร่วม																								
โครงสร้างต้นทุน ต้นทุนหลักขององค์กรคืออะไร ทรัพยากรใดที่มีต้นทุนสูงที่สุด การดำเนินงานกิจกรรมใดมีต้นทุนสูงที่สุด ลักษณะของธุรกิจเป็นแบบใด Cast Driven (ราคาถูก/ ลดต้นทุน/ ใช้ระบบอัตโนมัติให้มากที่สุด/ การใช้บริการ outsourcing ให้มากที่สุด) Value Driven (เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม สินค้าพรีเมียม) ต้นทุน ได้แก่ ต้นทุนคงที่ (เงินเดือน ค่าเช่า ค่าสาธารณูปโภค) ต้นทุนตัวแปร (วัตถุดิบการผลิต บรรจภัณฑ์) การประหยัดจากขนาดของธุรกิจหรือกำลังการผลิต (Economies of scale) การประหยัดจากขอบข่ายงาน (Economies of scope)		แหล่งรายได้ ลูกค้าจะยอมจ่ายให้กับอะไรบ้าง ในปัจจุบันลูกค้ายอมจ่ายให้กับอะไรบ้างและมีวิธีการจ่ายอย่างไร ลูกค้าชอบช่องทางการขายแบบไหนมากกว่ากัน รายได้จากสินค้า/ บริการแต่ละประเภทคิดเป็นส่วนเท่าไร ต่อรายได้ทั้งหมดขององค์กร <table><tr><td>ที่มาของรายได้</td><td>การคิดราคาแบบคงที่</td><td>การคิดราคาแบบผันแปร</td></tr><tr><td>ค่าขายสินค้า</td><td>ราคาตามฟังก์ชันของสินค้า</td><td>ราคาตามการต่อรอง</td></tr><tr><td>ค่าบริการการใช้งาน</td><td>ราคาประเภทลูกค้า</td><td>ราคาตามผลผลิต</td></tr><tr><td>ค่าสมัครสมาชิก</td><td>ราคาตามปริมาณการซื้อ</td><td>ราคาตามเวลาตลาด</td></tr><tr><td>ค่าใช้/ ค่าผ่อนซื้อ</td><td></td><td></td></tr><tr><td>ค่าใบอนุญาต</td><td></td><td></td></tr><tr><td>ค่านายหน้า</td><td></td><td></td></tr><tr><td>ค่าโฆษณา</td><td></td><td></td></tr></table>			ที่มาของรายได้	การคิดราคาแบบคงที่	การคิดราคาแบบผันแปร	ค่าขายสินค้า	ราคาตามฟังก์ชันของสินค้า	ราคาตามการต่อรอง	ค่าบริการการใช้งาน	ราคาประเภทลูกค้า	ราคาตามผลผลิต	ค่าสมัครสมาชิก	ราคาตามปริมาณการซื้อ	ราคาตามเวลาตลาด	ค่าใช้/ ค่าผ่อนซื้อ			ค่าใบอนุญาต			ค่านายหน้า			ค่าโฆษณา		
ที่มาของรายได้	การคิดราคาแบบคงที่	การคิดราคาแบบผันแปร																										
ค่าขายสินค้า	ราคาตามฟังก์ชันของสินค้า	ราคาตามการต่อรอง																										
ค่าบริการการใช้งาน	ราคาประเภทลูกค้า	ราคาตามผลผลิต																										
ค่าสมัครสมาชิก	ราคาตามปริมาณการซื้อ	ราคาตามเวลาตลาด																										
ค่าใช้/ ค่าผ่อนซื้อ																												
ค่าใบอนุญาต																												
ค่านายหน้า																												
ค่าโฆษณา																												
ต้นทุนทางสังคม ใครหรืออะไรที่ได้รับผลกระทบทางลบจากการผลิตสินค้าและบริการขององค์กร ต้นทุนทั้งหมดที่สังคมรับไว้สำหรับการดำเนินการผลิตสินค้าและบริการขององค์กรคืออะไร		ผลประโยชน์ทางสังคม ใครกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับผลประโยชน์ ประเด็นทางสังคมใดที่องค์กรต้องการแก้ไขหรือบรรเทา ประโยชน์ใดบ้างที่องค์กรให้แก่กลุ่มเป้าหมาย จะสามารถขยายผลประโยชน์ทางสังคมได้อย่างไร																										

ปัจจุบันไม่ได้เริ่มต้นมาจากการวางแผนที่ดี ดังนั้นเมื่อทำมาจนถึงจุดหนึ่งเราจะเห็นได้ว่า ธุรกิจเหล่านั้นมีอุปสรรคต่อการพัฒนาปรับปรุงต่อไปในอนาคตเนื่องจากไม่ได้คิดวางแผนรองรับไว้ในอนาคต

นอกจากนั้น ธุรกิจที่ขาดการวางแผนไว้อย่างดีก็ล้มหายออกไปจากโลกธุรกิจโดยทำให้เกิดการสูญเสียทั้งกำลังเงินทุนและจิตใจของผู้ที่เริ่มต้น ดังนั้นแล้วการจัดทำแผนธุรกิจจึงนับได้ว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญ แต่ถูกมองข้ามมาหลายทศวรรษจวบจนถึงปัจจุบันนี้ ทั้งๆ ที่แผนธุรกิจที่ทำการศึกษารอบคอบและเหมาะสมสามารถเพิ่มอัตราความอยู่รอดและความสำเร็จของธุรกิจได้เป็นอย่างดี

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เพิ่งเริ่มต้นมีมุมมองต่อการจัดทำแผนธุรกิจว่าเป็นภาระงานที่ไม่ได้ประโยชน์ และเป็นงานที่ต้องใช้ระยะเวลาในการจัดทำนานมาก การที่ขาดความเข้าใจตรงจุดนี้ทำให้ไม่ได้รับประโยชน์ของการจัดทำแผนธุรกิจที่แท้จริง

องค์ประกอบของการจัดทำแผนธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์และบริการ ลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การบริหารจัดการดูแลลูกค้า สินทรัพย์และทรัพยากร กิจกรรมการดำเนินการ พันธมิตรทางธุรกิจ ต้นทุนและรายได้ เป็นต้น และหากธุรกิจนี้คำนึงถึงเรื่องของสังคมเพิ่มเติมด้วย ก็จะมีอีก 2 องค์ประกอบ

คือ ต้นทุนทางสังคม และผลประโยชน์ตอบแทนสู่สังคม แผนธุรกิจที่ดีควรจะมีความครบถ้วนในองค์ประกอบหลักที่ได้กล่าวมา คุณภาพของแผนธุรกิจที่ดีไม่ใช่เพียงแต่เป็นความหนาของจำนวนหน้ากระดาษที่ได้เขียนลงในแผน แต่เป็นคุณภาพของข้อมูลที่ใส่ลงไป ดังนั้นการเขียนแผนธุรกิจที่ดีจึงต้องใช้ระยะเวลาศึกษาและค้นคว้ามากกว่าการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตแล้วนำมาใส่ในแผนธุรกิจให้เสร็จๆ ล่วงไป

ผู้ประกอบการอีกกลุ่มหนึ่งก็ได้ให้ความสำคัญกับแผนธุรกิจมากจนเกินไป มัวแต่หลงค้นคว้าหาข้อมูลในธุรกิจที่ตนเองอยากจะทำก่อนจะเริ่มต้น จนกระทั่งไม่ได้ดำเนินการลงมือสร้างธุรกิจให้เกิดขึ้นสักทีหนึ่ง กลุ่มคนเหล่านี้ได้ติดอยู่ในกับดักของการวางแผนแต่ไม่สามารถก้าวข้ามไปสู่ขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตนเองปรารถนา

นี่จึงเป็นหน้าที่ของผู้ที่คอยสนับสนุนผู้ประกอบการที่จะต้องคอยเฝ้าสังเกตว่าผู้ประกอบการขณะนี้นำกำลังอยู่ในระยะใดของการก่อตั้งธุรกิจ รูปแบบของผู้ที่คอยสนับสนุนผู้ประกอบการจึงประกอบไปด้วยศาสตร์และศิลป์ที่จะต้องผสมผสานให้ลงตัวเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการให้เดินหน้าต่อไปอย่างมั่นคง

ดังนั้นเมื่อเราพูดถึงคำว่า “แผนธุรกิจ” เราสามารถอธิบายความหมายที่แท้จริงของแผนธุรกิจโดยแยก

Business Model Canvas

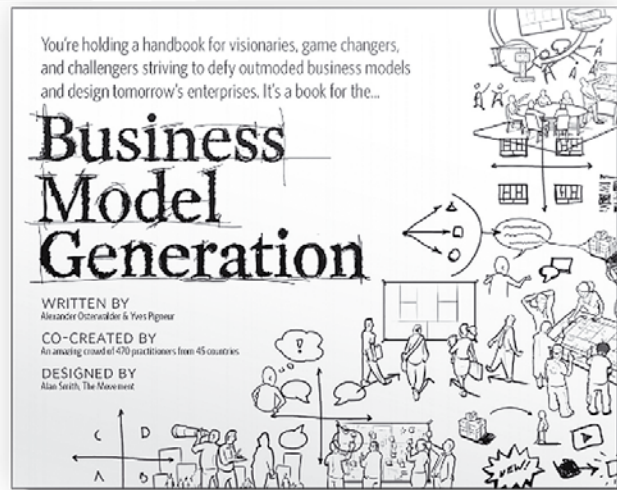
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		
Social Costs		Social Benefit		

องค์ประกอบของคำได้แก่ แผน ธุรกิจ และ กิจกรรม ซึ่งคำว่า “แผน” หมายถึงการวางแนวทางในอนาคตไว้ล่วงหน้า “ธุรกิจ” หมายถึง สิ่งที่เราต้องไปดำเนินการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เรามักจะใช้เหตุผลบอกเพื่อนๆ เวลาขอเลื่อนนัดหมายว่าเราติดธุระ เป็นต้น และสุดท้ายคำว่า “กิจ” หมายถึงกิจกรรมที่เราดำเนินการ

ดังนั้นเราจะเห็นได้ว่าคำว่า “แผนธุรกิจ-กิจ” มีความหมายที่ละเอียดลึกซึ้งมาก ประกอบไปด้วยการวางแผนไว้ล่วงหน้าซึ่งสิ่งที่ตนเองต้องการสร้างขึ้น เป็นการกำหนดเป้าหมายธุรกิจ พร้อมทั้งในการทำให้ได้ตามเป้าหมายจะมีกิจกรรมที่เป็นสิ่งที่เราต้องทำอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และกิจกรรมที่เราควรดำเนินการเพื่อการเสริมสร้างความเติบโตของธุรกิจ ดังนั้นการลงมือทำแผนธุรกิจจึงไม่ใช่เพียงแต่วางแผนแล้วถือว่าสิ้นสุดเมื่ออย่างที่ไม่คนทั่วไปเข้าใจ แต่การทำแผนธุรกิจนั้นต้องมีการลงมือทำควบคู่ไปด้วยกัน

การลงมือทำจะทำให้เกิดการเรียนรู้แล้วนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงแผนให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป เมื่อดำเนินการอย่างต่อเนื่องด้วยวิธีการที่ดีขึ้นกว่าเดิม แผนธุรกิจและธุรกิจจริงๆ ที่เราทำอยู่จะเดินไปในทางเดียวกัน กลายเป็นภาพในหัวที่เราจินตนาการมาปรากฏอยู่ตรงหน้าของผู้ประกอบการคนนั้น

ความท้าทายและโอกาสในทางธุรกิจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการได้เข้ามาสู่ระยะของการลงมือทำจริงๆ มีความแตกต่างอย่างมหาศาลระหว่างคนที่นั่งอยู่บนเก้าอี้รอบสนามกีฬา กับผู้เล่นในสนามกีฬา คนที่นั่งอยู่นอกจะไม่มีทางเข้าใจความรู้สึกที่แท้จริงของผู้เล่นในสนามได้ จนกว่าพวกเขาเหล่านั้นจะเปิดใจและยืนขึ้นเพื่อก้าวเข้ามาในสนาม อย่างเช่นประโยคที่ผู้ประกอบการท่านหนึ่งเคยกล่าวไว้ว่า เล่นจริง เจ็บจริง เป็นต้น



นี่คือการเรียนรู้และเติบโตสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งทั้งทางด้านจิตใจและความมั่งคั่งทางวัตถุ หากเราลองเดินไปตามสถานที่สาธารณะแล้วถามผู้คนต่างๆ ที่อยู่ตรงนั้นว่า คุณอยากเป็นผู้ประกอบการหรือไม่ ส่วนใหญ่แล้วพวกเขาต่างก็ปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีอิสรภาพในการกำหนดตารางชีวิตของตนเองทั้งสิ้น แต่เราได้สังเกตหรือไม่ว่าสิ่งที่พวกเขาปรารถนานั้นเป็นความปรารถนาที่แท้จริงของเขาหรือไม่ และหากนั้นเป็นความปรารถนาที่เขาเฝ้าฝันฝันความในใจตลอดเมื่อไรที่เขาจะกล้าก้าวข้ามหุบเขาในใจของตนเองออกมาสู่ดินแดนที่อุดมสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ คุณมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้หรือไม่ ผมยินดีรับฟังมุมมองและข้อคิดเห็นซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาเป็นองค์ความรู้ในการพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการในประเทศไทยต่อไปท่านสามารถส่งข้อคิดเห็นมาทางอีเมลได้ที่ veerawong.p@gmail.com



ดร.วีรพงศ์ พิพิชิตสุขสันต์

เจ้าของบริษัท ส่งเสริมผู้ประกอบการไทย จำกัด

(www.lmithai.com)

อาจารย์สอนหลักสูตรนานาชาติ สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

อาจารย์สอน “แผนธุรกิจ” โครงการ NEC

อีเมล: veerawong.p@gmail.com

Knowledge

เรื่อง: อรุษา กิตติวัฒน์



ห้องแบ่งปันหนังสือ Common Room ควาราวูลชนะเลศการ เขียนแผนธุรกิจ

หนังสือคือคลังแห่งความรู้ที่เก่าแก่และมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของผู้คนมากที่สุด หนังสือหนึ่งเล่มอาจเปลี่ยนชีวิตผู้คนที่ย่านมันได้ ขณะที่มีคนมากมายขาดโอกาสเข้าถึงหนังสือ ก็มีหนังสืออีกมากมายที่วางทิ้งไว้โดยไม่ได้ถูกอ่าน คนกับหนังสือจะเชื่อมต่อกันได้อย่างไร ทำอย่างไรหนังสือเล่มหนึ่งจะให้ประโยชน์ได้มากที่สุด เป็นคำถามของเยาวชนผู้ร่วมก่อการวางแผนธุรกิจรูปแบบใหม่ในชื่อว่า Common Room ซึ่งหากแปลความหมายกันตรงๆ ก็คือห้องโถงกลางที่เปิดกว้างให้ทุกๆ คนเข้ามาใช้ประโยชน์ได้

Common Room คือแผนธุรกิจของ สังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ www.commonroom.in.th ที่คนรักหนังสือสามารถเข้าไปค้นหาหนังสือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของหนังสือแต่ละเล่ม นำหนังสือที่มีอยู่ไปลงทะเลเบียนส่งต่อไปยังคนอื่นๆ ให้ได้อ่าน พร้อมแลกเปลี่ยนในการยืมหนังสือมาอ่านด้วย มีระบบการจัดการยืมและส่งต่อที่มีประสิทธิภาพ เลือกรับหนังสือด้วยการส่งไปรษณีย์หรือที่จตุรัส หากไม่มีหนังสือเล่มนั้นในระบบก็สามารถสั่งซื้อออนไลน์ได้ทันที ซึ่งยังมีแอปพลิเคชันบนมือถือที่เข้ามาช่วยให้เข้ามาใช้พื้นที่ได้สะดวกขึ้น



จุดเริ่มต้นของ Common Room เกิดขึ้นเมื่อ **เฉลิมภรณ์ ทรัพย์เพชรพราย** หรือ เบ็นซ์ หนุ่มบริหารการเงินจากรั้วมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้พบกับ **ปิติกุณ แก้วประเสริฐ** หรือ **เพิร์สท์** วิศวกร คอมพิวเตอร์ จากรั้วจุฬาฯ ในห้องเรียนจูเนียร์ เอ็มบีเอ ที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หลังจากคอร์สนั้นจบลง สองหนุ่มก็ยังพบปะ พูดคุย กันเสมอ จนกระทั่งเบ็นซ์ได้เข้าโครงการจากการเข้าร่วมโครงการ KNOWLEDGE NO LIMIT! บริษัทเรียนรู้ไร้ขีด จำกัด ซึ่งจัดขึ้นโดย สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ หรือ TK park จับมือกับองค์กรของคนรุ่นใหม่ที่เป็นแนวร่วมสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคม อย่างนิตยสาร a day, Change Fusion และ Open Dream โดยชวนให้คนรุ่นใหม่ไฟแรงส่งแผนธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ไม่จำกัดรูปแบบ ภายใต้แนวคิดของการเป็น Social Enterprise (SE) หรือผู้ประกอบการเพื่อสังคม เป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ไปพร้อมกับการทำประโยชน์ต่อสังคม จึงชักชวนเพื่อนๆ มาร่วมฟอร์มทีมกัน โดยมี **เอกชัย เจริญพรพรหม** และ **ชิลธร จิตวรรณรัตน์** จากรั้วธรรมศาสตร์มาร่วมด้วย



เฟริสที่ย้ำว่าต้องมีโจทย์มาก่อนว่าจะทำอะไร มองดูตัวเองว่าถนัดอะไรมาบ้าง โจทย์ในครั้งนี้คือเป็นธุรกิจเพื่อสังคม แห่งการเรียนรู้ หมายถึงทำเงินได้จริง และยังทำเพื่อสังคมได้ด้วย ซึ่งเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงในประเทศโดยเฉพาะในฝั่งยุโรป หลังจากทั้ง 4 ได้เข้าค่ายบ่มเพาะผู้ประกอบการหน้าใหม่เพื่อสังคม ให้เข้าใจแนวคิดของ SE และให้ความรู้ในเรื่องการทำแผนธุรกิจ เจาะลึกองค์ประกอบของแผนธุรกิจ ก็มาร่วมเสนอไอเดียต่างๆ นานา สุดท้ายเมื่อเฟริสพูดถึง สิ่งใกล้ตัวที่สุด อย่างหนังสือกลับโดนใจทุกๆ คน เพื่อนๆ เพราะทุกคนก็เป็นนักอ่าน

“ผมเสนอเรื่องการทำระบบโซเชียลเน็ตเวิร์คของคนอ่านหนังสือ มันเริ่มมาจากสมัยเรียน ผมไปเจอโครงการหนังสือเวียน ที่วางทิ้งเอาไว้ให้อ่านจบแล้วเอาไปส่งต่อให้คนอื่น แต่ไม่รู้หนังสือที่อ่านจบแล้วส่งต่อไปให้ใครหรือว่าสาบสูญไปตอนไหน มันเป็นหนังสือที่ดี อยากให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในการส่งต่อให้คนอื่นอ่าน ไม่อยากให้อ่านแล้วทิ้งไว้โดยไม่มีการหยิบ ถ้ามีคนคิดว่าเป็นขยะเอาไปทิ้ง มันก็สูญเปล่า”

เมื่อเป็นซีพีเข้าร่วมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ หรือ NEC และผ่านการเขียนแผนธุรกิจของตัวเองมาแล้วได้ฟังเพื่อนเล่าถึงหนังสือเวียน ก็เริ่มสร้างภาพขึ้นในหัว จับผสมผสานกับโมเดลธุรกิจ คิดเพิ่มเติมออกมา เขาบอกว่า NEC สอนการมองสิ่งธรรมดาให้กลายเป็นธุรกิจให้ได้

“สิ่งที่ผมมองเห็นในโครงการหนังสือเวียนคือ น่าจะมีหนังสือดีๆ ที่สามารถส่งให้คนอื่นได้มากขึ้น ซึ่งในต่างจังหวัดไม่ค่อยมีหนังสือดีๆ อ่าน ขณะที่แต่ละคนก็มีหนังสือดีๆ อยู่แล้วที่บ้าน เรามองเป็นทุนของหนังสือได้ ถ้าเราทำอะไรสักอย่างเพื่อดึงทุนทรัพยากรนี้มันออกมาเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม”

อย่างน้อยที่สุดก็เกิดสังคมแห่งการอ่านที่แบ่งปันกันขึ้นมา เป็นชมรมว่าในยุคปัจจุบันจุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ บางครั้ง

อาจไม่ได้โฟกัสไปที่ธุรกิจเลย อาจมาจากความสนใจหลายๆ อย่าง เช่น เฟสบุ๊ค ก็เริ่มต้นแค่การอยากทำเป็นหนังสือรุ่น สามารถสร้างสังคมออนไลน์ขึ้นมาและต่อยอดไปยังธุรกิจได้

โมเดลห้องสมุดที่ไม่ธรรมดา

เมื่อรู้จุดหมาย แผนธุรกิจก็เหมือนเข็มทิศนำทางการวางแผนธุรกิจให้ไปสู่เป้าหมายคือธุรกิจที่เกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ผ่านหนังสือ จึงเริ่มต้นขึ้น โฟกัสลงไปสู่การนำโมเดลธุรกิจต่างๆ มาใช้ จะหาช่องทางทำรายได้อย่างไร ถึงตอนนี้เป็นซีพีซึ่งมีประสบการณ์เขียนแผนธุรกิจเมื่อครั้งเรียน NEC (โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) มาแล้ว ก็นำเครื่องมือทางการบริหารต่างๆ ที่เรียนรู้มาจากห้องเรียน NEC มาใช้ ไม่ว่าจะเป็นแผนการเงิน แผนดำเนินการ และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

“ตัวแผนธุรกิจมีการพูดทวิเคราะห์ที่ก่อนหน้านี้เห็นช่องทางโอกาสอย่างไร จากนั้นก็วิเคราะห์ความเป็นไปได้แต่ละขั้นมีเครื่องมือช่วย เสร็จแล้วก็จะเขียนเป็นรูปแบบธุรกิจ ซึ่งนำหลักการตลาดของเก่าที่ใช้ 4P รวมทั้งเครื่องมืออื่นๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาอีกมากมาย อย่างเช่น Business Model Canvas เป็นโมเดลสรุปย่อแผนธุรกิจออกมาให้เห็นภาพในหน้ากระดาษแผ่นเดียว ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ทุกด้าน ลูกค้านั้นคือใคร เราจะทำรายได้มาจากช่องทางไหน ต้องลงทุนอะไรบ้าง หลักๆ ก็คือ ปัญหาคืออะไร โซลูชันคืออะไร เราจะขายมันได้อย่างไร สามข้อนอกนั้นก็แต่งเติมเข้ามา อย่างประกวดแผนธุรกิจเพื่อสังคมก็ต้องระบุว่าส่งผลกระทบต่อสังคมยังไง”

เมื่อธุรกิจลงลึกไปเฉพาะด้าน ก็ต้องมีการวิเคราะห์จุดเด่นของธุรกิจนี้ให้ออก ทำอะไรที่ก่อให้เกิดผลกำไร หรือผลตอบแทนในด้านอื่นๆ ที่ไม่ใช่ตัวเลข สิ่งที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่กลุ่มนี้ได้เรียนรู้คือการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสังคม ซึ่งสำหรับหนุ่มบริหารการเงินอย่างเขามองว่า จะทำให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจ เพราะคนทั้งสังคมยินดีที่จะร่วมมือ หากมองว่าธุรกิจนี้สามารถสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับสังคมได้

“ทุกคนมีหนังสืออยู่ที่บ้านอยู่แล้ว เวลาไปดูตามตู้บริจาคหนังสือจะเห็นหนังสือเต็มไปหมด แล้วก็มีอีกกลุ่มที่ต้องการอ่านหนังสือ ถ้าเราทำการเชื่อมต่อสองกลุ่มนี้เข้า

ด้วยกัน ก็จะเกิดเป็นโมเดลที่ทำให้คนมาเจอกัน แล้วอาจจะเอาอะไรสักอย่างมาใส่ให้ทำเงินได้ ง่ายที่สุดก็คือการขายโฆษณา”

ในโมเดลธุรกิจนี้ยังซ่อนส่วนของความสัมพันธ์กับผู้เกี่ยวข้องในแต่ละด้าน ขึ้นแรก ไฟล์ที่ผู้ใช้งาน หากปริมาณคนที่เข้ามาใช้ถึงระดับหนึ่ง ก็อาจเชื่อมกับสำนักพิมพ์ให้ทำการขายหนังสือ ลดขั้นตอนการสต็อกหนังสือในร้านไปบวกกับเทคโนโลยีที่มี เช่น อินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน ส่วนของเว็บไซต์ เมื่อวางระบบได้ดี ก็จะตอบสนองการใช้งานได้มากขึ้น ซึ่งเป็นผลต่อจำนวนผู้เข้าใช้งานที่จะเพิ่มขึ้นด้วย

“ช่องทางรายได้ไม่จำเป็นต้องมีช่องทางเดียว เราวางไว้หลายๆ ด้าน เมื่อช่องทางไหนขายได้หรือทำเงินได้มากก็อาจจะเน้นไปทางนั้น รูปแบบการทำเงินไม่จำเป็นต้องซื้อมาขายไปขายตรงอีกต่อไปแล้ว มันเป็นรูปแบบที่แอดวานซ์ขึ้นเรื่อยๆ ก็ต้องคิดมากขึ้น”

ขั้นต่อไปก็นำข้อมูลผู้ใช้งานเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์จัดระเบียบ จัดกลุ่มข้อมูล ซึ่งเมื่อรู้ว่าคุณสมบัติของกลุ่มเป้าหมายก็จะทำให้เลือกโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้นในอนาคต Common Room ยังจะก้าวขึ้นเป็นห้องกลางการแลกเปลี่ยนข้อมูลอีกด้วย ซึ่งหากเติบโตไปตามขั้นตอน ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรหรือธุรกิจที่เห็นประโยชน์และมองไปในทิศทางเดียวกัน ก็จะทำให้โครงการนี้เติบโตได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง

สังคมแบ่งปันการอ่านสู่โลกธุรกิจที่เป็นจริง

ปัจจัยที่ทำให้แผนธุรกิจ คอมมอนรูม ได้รางวัลชนะเลิศสองหนุ่มเชื่อว่าเพราะลักษณะโมเดลที่มีความเป็นไปได้ในทางธุรกิจ แล้วก็เกิดประโยชน์กับสังคมด้วย ขณะที่หนังสือเป็นสื่อพื้นฐานที่เข้าถึงทุกคนได้ ประเทศไทยมีวาระการอ่านที่เป็นวาระแห่งชาติ การสร้างให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองนักอ่าน ฯลฯ ล้วนเป็นโอกาสที่เข้ามาช่วยสร้างความเป็นไปได้ให้มากขึ้น ส่วนที่ทำรายได้ นอกจากโฆษณา การจำหน่ายหนังสือ การขายข้อมูลในอนาคต “หนังสือมีเยอะ คนที่อยากอ่านก็มีเยอะ แต่ปัญหาคือการเชื่อมต่อระหว่างคนไปหนังสือ หนังสือไปคน ถ้าเราอุดช่องว่างตรงนี้ แล้วค่อยๆ ขยายออกไปทำให้สังคมแห่งการอ่านขึ้นมา เขาอาจจะอ่านหนังสือที่นิ่ง แล้วก็เอามาแชร์บนพื้นที่เรา เกิดการกระตุ้นให้คนอยากอ่านเพิ่ม”

ความโดดเด่นของแผนธุรกิจ Common Room ที่ทำให้คว้าชัยชนะจาก 300 ทีมที่เข้าร่วมประกวด เป็นข้อบอกว่าด้วยรูปแบบกิจการที่เป็นสังคมออนไลน์ ชุมชนแห่งใหม่สำหรับคนรักการอ่าน เปิดโอกาสเข้าถึงหนังสือให้กับนักอ่านหน้าใหม่ ทั้งยังรวมนักเขียนและสำนักพิมพ์ต่างๆ เข้ามาเชื่อมต่อกันเพื่อแบ่งปันกันทั้งหนังสือและข้อมูลต่างๆ ซึ่งมีความเป็นไปได้จริง

“ผมมองว่าหัวใจสำคัญของธุรกิจเราคือเทคโนโลยีที่สำคัญ ฉะนั้นเราให้กับด้านนี้ในสัดส่วนที่มากกว่า ต้องมีทำระบบเซิร์ฟเวอร์ ผมมองว่าไหนๆ ลงแล้ว ก็ต้องมองระยะยาวให้มีความเสถียรในการทำงาน งานอาจจะต้องใช้แรงในช่วงแรกๆ มากแต่เราพยายามดีไซน์ให้เป็นกระบวนการสักอย่างที่จะ

สามารถขับเคลื่อนได้ด้วยตัวเอง เรากำลังสร้างสภาพแวดล้อมที่จะทำให้เกิดกระบวนการการเชื่อมต่อ คอนเนคกันได้ดีขึ้น ระหว่าง คนกับหนังสือ คนกับคน หนังสือกับหนังสือ”

เว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนมือถือพัฒนาเข้าใกล้ความเป็นจริงแล้ว ซึ่งวางแผนไว้ว่าจะเสร็จทันเปิดตัวในงานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติและงานสัปดาห์หนังสือนานาชาติที่จะจัดขึ้น ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในอนาคตก็ยังมีองค์กรและธุรกิจอื่นๆ อีกมากมาย โดย Change Fusion องค์กรที่ส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมซึ่งมีเครือข่ายทั่วโลกก็จะช่วยทำหน้าที่เชื่อมต่อระหว่างธุรกิจกับธุรกิจอีกทางหนึ่งด้วย นี่ก็คือ แผนธุรกิจที่เป็นไปได้จริงของกลุ่มวัยรุ่นที่เพิ่งก้าวพ้นรั้วมหาวิทยาลัยมาไม่นาน หากโมเดลธุรกิจ Common Room เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้จริงขึ้นมา สิ่งที่จะสังคมจะได้จากธุรกิจนี้ก็ อย่างน้อยที่สุดคือ การที่คนไทยได้อ่านหนังสือมากขึ้น เป็นชี้ชัดว่าประเทศไทยไม่ได้ขาดทรัพยากรในการอ่าน แต่ขาดโอกาสเข้าถึง ซึ่ง Common Room กำลังเข้ามาทำหน้าที่นี้ให้

การมีอยู่ของ Common Room อย่างน้อยที่สุดก็ได้มีส่วนร่วมสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ไม่มีขีดจำกัด นำต้นทุนที่มีอยู่แล้ว มาเชื่อมต่อและสร้างสรรค์เป็นธุรกิจใหม่ที่ยังไม่เคยเกิดขึ้น และนี่คือธุรกิจแห่งการสร้างสังคมการเรียนรู้ที่พวกเขาเชื่อว่าจะมีส่วนเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้นได้





วิทยา จารพงศ์โสภณ ไขก๊อการตลาดแนวใหม่

“เพื่อให้เราแตกต่างจากคู่แข่งอย่างแท้จริง
นั่นหมายความว่า ผู้ประกอบการต้องรู้ว่า
คู่แข่งทำอะไรกับลูกค้า เราก็ต้องหาสิ่งที่เขา
จะนำเสนอไม่ได้ รวมทั้งหาจุดอ่อนของคู่แข่งให้เจอ
แล้วสร้างจุดแข็งของตัวเองจากจุดอ่อนนั้น “

วิทยากรขวัญใจผู้เข้าร่วมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) หรือที่เราเรียกว่า เอ็นอีซี ใช้ประสบการณ์สั่งสมการสอนกระบวนการทางการตลาดยาวนาน ซึ่งแจ่มพร้อมชี้ช่องโอกาสใหม่นอกจากต้อง “รู้เขารู้เรา” แล้ว ยังต้อง “คบเขาเป็นเพื่อนกับเขา” เพื่อเป็นอาวุธต่อกรกับคู่แข่งในสงครามการตลาดอันดุเดือด

วิทยา จารพงศ์โสภณ อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปัจจุบันควบตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์ให้คำปรึกษาและพัฒนาผู้บริหารทางธุรกิจ (CONC)

แล้วอาจารย์หนุ่มคนนี้เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนชีวิตผู้ประกอบการไทยอย่างไร เขาเข้ามาเป็นวิทยากรในโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรมมาหลายปีแล้ว

ตลอดระยะเวลาอันยาวนาน เคียวประสบการณ์ให้เขากลับมา “ฟันธง” ปมปัญหาและอุปสรรคสำคัญของเจ้าแก้มใหม่รุ่นต่อรุ่น ตลอดจนช่วย “เคลียร์” ขยะความคิด พลิกวิกฤติเป็นโอกาสให้แก่เหล่าสาวกเอ็นอีซีมาหลายต่อหลายรุ่น

แล้วอะไรทำให้เขาได้รับการโหวตให้เป็น “สุดยอดกูรูการตลาดของแก้มเหล่า NEC” นะหรือ บรรดาเจ้าแก้มใหม่ทั้งหลายพูดเป็นเสียงเดียวกันว่าอาจารย์หนุ่มคนนี้มีเทคนิคอันแพรวพราว ท่วงท่าดึงดูดและสะกดใจให้ผู้ประกอบการต้องมนต์กับน้ำเสียงที่แสดงออกด้วยความมั่นใจทุกครั้ง สามารถ “ฟันธง” “คอนเฟิร์ม” ได้ตรงประเด็นไม่อ้อมค้อม ตลอดจนความสามารถในการถ่ายทอดวิทยายุทธ์ ซึ่งสามารถ “เคี้ยว” ความรู้ความเข้าใจให้ง่ายขึ้น เตรียม “ป้อน” เข้าปากผู้ประกอบการได้ทันที

“วิทยากรที่ดีต้องรู้จักการประยุกต์ใช้ เรา กำลังสอนผู้ประกอบการ เราต้องยกตัวอย่างที่ใกล้ตัวเขาให้มากที่สุด จะต้องทำการบ้านมาก่อนว่าในรุ่นนี้ พวกเขาทำธุรกิจอะไรกันบ้าง เพื่อที่เราจะได้หาตัวอย่าง หรือ Case Study ที่เขาน่าจะนึกออกได้ไม่ยาก ไม่ไกลตัวจนเกินไป มาให้เขาดูเลย ทำให้เห็นภาพได้ทันที



เพราะคนรู้อะไรจริงๆ ต้องทำให้มันง่ายได้ ถ้าจะมานั่งอธิบายทฤษฎี เขาไปอ่านหนังสือเอาไม่ดีกว่าหรอ ไม่ต้องเสียเวลามานั่งฟังเราหรอ”

อาจารย์วิทยาบอกว่า เทคนิคการสอนก็มีส่วนสำคัญไม่น้อย แต่วิชาการตลาดนั้น มันสนุกได้ด้วยตัวมันเองอยู่แล้ว เพราะไม่ตายตัว ไม่มีถูก-ผิด ฉะนั้นผู้สอนการตลาดควรบอกแค่เส้นทางหลัก ซึ่งเป็นทางที่คนฉลาดเลือกที่จะเรียนรู้จากความผิดพลาดของคนอื่นแล้วนั้น มาประยุกต์ใช้ได้เอง ซึ่งผู้เรียนบางคนเมื่อรับฟังแล้วอาจพบเส้นทางลัดของตนเอง ก็พลิกแพลงกันไปได้ตามแต่ละดวงได้เลย

Many to Many เทรนด์การตลาดแห่งสหัฐวรรษ

อาจารย์วิทยา ไขความกระจ่าง เปิดหูปิดตาให้กับผู้ประกอบการว่า ตอนนี้นิยมยุคการตลาดแบบเก่า อย่าง One to Many การผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของคนหมู่มาก หรือแม้กระทั่งกระแส One to One การตลาดเพื่อผลิตสินค้าสำหรับการสั่งซื้อพิเศษ (Make to Order) เพราะปัจจุบันนี้ ทิศทางการตลาดเปลี่ยนไปเป็น Many to Many แล้ว

แล้ว Many to Many คืออะไร...เขาขยายความว่า กลยุทธ์การตลาดนี้กำลังเป็นกระแสใหม่ที่น่าจับตามอง มันคือการสร้างพันธมิตรระหว่างคู่ค้ากันเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ถึงขีดสุด ถือเป็นการเติบโตไปด้วยกันของคู่ค้า และเป็นการแลกเปลี่ยนลูกค้าระหว่างกัน โดยทำตัวเองให้เป็น Back up ของกันและกัน เพื่อทำให้สินค้าบริการตอบโจทย์ลูกค้าได้ครบถ้วน

และไม่ว่าธุรกิจจะเล็กจิ๋วเพียงไร เมื่อการค้าขนาดเล็กๆ มารวมตัวกันเป็นแพ็ค เปรียบเหมือนไม้เลื้อย รวมเป็นกาก็จะมีพลังมหาศาล จากที่ทำธุรกิจเล็กก็จะกลายร่างเป็นขนาดใหญ่ แล้วพอใหญ่มาเจอคู่ค้าที่ใหญ่ด้วยกัน ก็จะกลายเป็นซูเปอร์ไหญ่ยากที่ใครจะกล้าต่อกร แต่ถ้าใครไม่เริ่มใช้กระบวนการแบบนี้ อาจารย์วิทยากระซิบเตือนมาว่า อีกไม่นานหรอคนนั้นก็เป็นอันต้องตกขบวนรถ

“กฎแห่งความสำเร็จของการทำธุรกิจในตอนนี้และอนาคต ก็คือพ่อค้าต้องตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อได้เกินกว่าที่ลูกค้าจะคาดคิดถึง ต้องทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการเร็วขึ้น โดยที่สินค้าของเราต้องเพิ่มคุณค่าชีวิตของลูกค้าให้ดีขึ้นได้ ต้องทำตัวเป็น Link Gate เชื่อมโยงเพื่อนคู่ค้าต่างสินค้ากันให้มาเป็นพวกเดียวกัน เพื่อให้ลูกค้าของเราเก่งขึ้น ฉะนั้นเอสเอ็มอีต้องเร่งสร้างเครือข่าย ถ้ามีอยู่แล้วยังต้องสร้างเน็ตเวิร์กให้มากขึ้น เมื่อเป็น Partnership กันแล้ว ก็จะมีแต่เราได้ คุณได้ ลูกค้าก็ได้ มีแต่ได้กับได้”

อาจารย์วิทยาค่อยๆอธิบายให้เห็นภาพชัดขึ้น โดยยกตัวอย่างการรวมตัวของสายการบินหลายแห่ง อย่าง Star Alliance ซึ่งเราต่างก็รู้ว่า สายการบินยักษ์ใหญ่ของหลายๆ



ประเทศจับจองความเป็นสมาชิก ก็เพื่อหวังจะโอนถ่ายลูกค้าในเส้นทางบินเดียวกัน เป็นการแบ่งเบาภาระต้นทุนของสมาชิก แต่สามารถเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสาร และเพิ่มศักยภาพให้กับสายการบินแต่ละแห่งได้มากกว่าเดิม ทำให้ใครๆ ต่างพยายามเข้ามาอยู่ในเครือข่ายบนอากาศรายนี้ทั้งนั้น

หรือแม้กระทั่งธุรกิจเอสเอ็มอีในประเทศ อย่างสถาบันกวดวิชาเคมี ครูอุ ซึ่งใช้กลยุทธ์นี้มาได้ระยะหนึ่งแล้ว โดยพิสูจน์ได้จากอาคารพาณิชย์หนึ่งแห่ง เราจะเห็นสถาบันกวดวิชามากกว่าหนึ่งวิชา กระจุกรวมตัวในที่เดียวกัน จุดประสงค์เพื่อเอื้อประโยชน์ ตอบสนองความต้องการผู้เรียนหลายวิชาได้ในคราวเดียว ลดอุปสรรคในการเดินทางของผู้เรียน รวมทั้งพากันร่วมกันลดภาระค่าใช้จ่ายเช่าสถานที่และต้นทุนอื่นๆ ของสถาบันแต่ละแห่งลงได้ อีกทั้งยังดีกันคู่แข่งได้เป็นอย่างดี

จับ “ปลาของตัวเอง” ในมหาสมุทรกว้างใหญ่

กูรูคนเก่งของเหล่า NEC เปิดเผยกระบวนการเพื่อไปสู่ความสำเร็จต่อว่า เอสเอ็มอีไทยต้องหาตลาดของตนเอง แล้วเซตโลว์รี “คัดลอก-วาง” เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการ “ทองแท้” เท่านั้น พร้อมใส่สร้างความต่าง (Differentiate) เพื่อให้ตนเองอยู่ได้ตลาดได้อย่างยั่งยืน

“เราไม่ต้องจับปลาทุกตัวในมหาสมุทรอันกว้างใหญ่ แต่เราต้องเป็นเจ้าของพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งให้ได้ ต้องเลือกประเภทปลาที่จะจับ แล้วก็มีปลาที่จับเป็นของตัวเอง นั่นหมายความว่า เราต้อง Segmentation ลูกค้า จากนั้นก็มาคิดต่อว่าจะทำอย่างไรให้ลูกค้าเจอเรา เราก็ต้องมีความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าด้วยเหมือนกัน แต่สิ่งที่ต้องทำก่อนเป็นอันดับแรก คือเราต้องกลับมามองตัวเองว่าลูกค้าของเราคือใคร อยู่ที่ไหน ต้องการอะไร แล้วเราก็ทำตัวเอง

ให้ชัด เดินเข้าไปหาลูกค้า แล้วลูกค้าก็จะเลือกเราเอง”

นอกจากจะหากลุ่มเป้าหมายให้เจอแล้ว ยังจำเป็นต้องหาคู่แข่งให้เจอด้วย เพื่อให้เราแตกต่างจากคู่แข่งอย่างแท้จริง นั่นหมายความว่าผู้ประกอบการต้องรู้ว่าคู่แข่งทำอะไรกับลูกค้า เราก็ต้องหาสิ่งที่เขาจะนำเสนอไม่ได้ รวมทั้งหาจุดอ่อนของคู่แข่งให้เจอ แล้วสร้างจุดแข็งของตัวเองจากจุดอ่อนนั้น โดยไม่ทำตัวให้เป็นจุดอ่อนเสียเอง หลีกเลี่ยงตลาดที่มีจุดอ่อนเสีย เช่นถ้าเราขาดสภาพคล่อง ก็ไม่ควรเลือกการค้าที่ต้องอาศัยระยะยาว (Long Term)

อาจารย์วิทยาย้ำว่า วิธี Copy Paste หรือเลียนแบบได้ง่าย เห็นคนอื่นทำแล้วทำตาม หรือหว่านไปทั่วนั้นมันใช้ไม่ได้แล้ว อย่าลืมว่าเราเป็นเอสเอ็มอี ไม่มีความสามารถแข่งขันเรื่องต้นทุน ฤๅจะสู้เจ้าใหญ่ที่มีกำลังซื้อและอำนาจต่อรองสูงๆได้ ฉะนั้นถ้าเป็นตัวเล็กอย่าทำตัวใหญ่นั่นจริงไปก็มีแต่จะต้องบาดเจ็บ

“คู่แข่งไม่ได้ดูที่โปรดักต์เท่านั้นแล้ว แต่มิติการแข่งขันคือการค้าของผู้ประกอบการนั้นทดแทนสิ่งเดิมที่มีอยู่แล้วหรือติดอยู่แล้วได้หรือไม่ มากกว่าแค่คิดว่าจะผลิตแบบไหนให้โดนใจ ต้องชัดเจนว่าเราแข่งกับใคร หมั่นถามตัวเองว่า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อเรา แล้วเขาซื้อของใคร เราต้องย้ายมานั่งเก้าอี้ลูกค้า คิดแบบที่ลูกค้าคิด หยอดสมัยรอให้ลูกค้าเข้ามาเราเองแล้ว สมัยใหม่ต้องเชิงรุกเท่านั้น เอสเอ็มอีที่ต้องการเพียงปริมาณน้อย เราต้องมั่นใจว่าลูกค้าเป็นของเราจริงๆ ฉะนั้นเราต้องโฟกัสให้มากๆ ว่าใครจะซื้อของเราจริงๆ ถ้าผมถามว่าคุณจะขายให้ใคร แล้วคุณตอบว่าขายให้คนทั่วไป เลิกคุยกันเลย”

อาจารย์หนุ่ม ยกตัวอย่างผู้ประกอบการ NEC ทำธุรกิจทัวร์รายหนึ่ง เขาปฏิเสธที่จะรูปแบบทัวร์ทั่วไปแต่เลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะคือนักเรียน ที่ต้องการหาแหล่งท่องเที่ยวพิเศษ ที่พักแบบเอ็กซ์คลูซีฟ การเดินทางที่สะดวกสบายกว่าปกติ ซึ่งก็ได้ผลตอบรับที่ดี เพราะเจ้าใหญ่ๆ ไม่อยากลงมาเล่นด้วย หรืออีกตัวอย่างหนึ่งเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ ซึ่งกำลังสนุกกับการสร้างเว็บไซต์ส่วนตัวให้อาจารย์ไว้ติดต่อกับนักศึกษา ซึ่งจุดแข็งของเจ้าแก้วเฮียะ คือความเป็นนักศึกษา ย่อมรู้ความต้องการของเพื่อนๆ และอาจารย์เป็นอย่างดี ทั้งยังมีคอนเนกชันที่แน่นแฟ้นกับอาจารย์ นับเป็นการตลาดที่มีทั้งกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นของตัวเอง และมีความต่างไม่เหมือนใครไปในตัว

อาจารย์วิทยาสรุบทิ้งท้ายว่า ถ้าสมมติผู้ประกอบการใหม่ทั้งหมด 100 รายเริ่มต้นทำธุรกิจพร้อมๆ กัน ผ่านไป 3 ปี ปริมาณดังกล่าวจะหายไปครึ่งหนึ่งอย่างแน่นอน ซึ่งเหตุผลไม่ได้อยู่ที่ใช้กลยุทธ์ผิด หรือสินค้าบริการแย่ หากแต่เป็นเพราะพวกเขายังขาดความเข้าใจในตนเอง ดังนั้นเอสเอ็มอีที่ยังจับทิศทางลมไม่ได้ ควรออกแบบการตลาดของตัวเองเสียใหม่ว่าจะจับลูกค้าตรงไหน แล้วตลาดที่ดีที่สุดอยู่ที่ใด จากนั้นเราจะชูตัวเองให้มันโดดเด่นกว่าคนอื่นได้อย่างไร แล้วความสำเร็จก็จะอยู่ในมือ



นอกจากนั้น สุดยอดวิทยากรคนเก่งยังเผยแพร่แนวคิดการตลาดในอนาคตว่า ทุกคนจะมุ่งการตลาดเพื่อตอบสนองทางอารมณ์ (Emotional Benefit) มากกว่าผลประโยชน์การใช้งาน (Functional Benefit) เพราะฉะนั้นอย่ามัวแต่สนใจระบบการทำงาน (Operation) เพียงอย่างเดียว ควรใช้เทคโนโลยีหรือการวางแผนบริหารจัดการภายในอย่างเป็นระบบจะดีกว่า และถ้าปัญหาบุคลากรเป็นเรื่องจุกจิกกังวลใจเอสเอ็มอีเสียเหลือเกิน อาจารย์วิทยาสงสาร “Profit Sharing” มาให้นั่นคือ ถ้าเราได้กำไรมาก ก็ควรตอบแทนแรงงานให้มากตาม (win-win situation) แล้วเราจะอยู่กับเขาอย่างไม่สร้างปัญหา

เมื่อเคลียร์อุปสรรครอบตัวได้แล้ว ก็อย่าเชื่องตัวเองออกไปเผชิญโลก ดูการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่งและลูกค้า แล้วสนุกกับวิธีจับลูกค้าให้อยู่หมัดจะดีกว่า



อาจารย์วิทยา จารุงศ์โสภณ

คณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วิทยากรสอนการตลาดแนวใหม่ของโครงการ NEC
โทรศัพท์ : 02- 613 2253 อีเมลล์ : witt@tu.ac.th

Book Coner

เรื่อง : แฉ่นขยาย



1. ชื่อหนังสือ : เพราะมุ่งมั่นจากวันนั้น...จึงมีวันนี้

ประสบการณ์สร้างธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : I กสอ56 พ52

รายละเอียดประกอบด้วย การเสนอที่มาโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ประสบการณ์สร้างธุรกิจของผู้ประกอบการใหม่ แบ่งออกเป็นกลุ่ม ศิลปินดารา กลุ่มภาคการผลิตและกลุ่มภาคบริการ



2. ชื่อหนังสือ : สองมือสร้างได้.. ด้วยใจที่ฝันฝ่า

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : I กสอ56 ส53

เนื้อหาเกี่ยวกับ การบอกเล่าประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการใหม่ที่สร้างธุรกิจเองด้วยสองมือ ซึ่งแบ่งออกเป็นภาคการผลิต ภาคบริการและภาคการค้า



3. ชื่อหนังสือ : บนความสำเร็จของผู้ประกอบการใหม่ 2551

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : I กสอ56 บ511

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กิจกรรมของ NEC ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มศิลปินดารา ภาคการผลิต ภาคการบริการ และภาคการค้า



4. ชื่อหนังสือ : บนความสำเร็จของผู้ประกอบการใหม่ 2552

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : I กสอ56 บ52

รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กิจกรรมของ NEC กว่าจะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มศิลปินดารา ภาคการผลิต ภาคการบริการ และภาคการค้า



ชื่อหนังสือ : บนความสำเร็จของผู้ประกอบการใหม่ 2547

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : I กสอ56 บ47

เนื้อหาประกอบด้วย ผู้ประกอบการใหม่ที่เข้าร่วม โครงการ NEC โดยได้เรียนรู้เทคนิค และวิทยาการใหม่ตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ จากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ

สถานที่สอบถามรายละเอียดและข้อมูลเพิ่มเติม

ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

โทร.02-202-4425 หรือ 02-354-3237 เว็บไซต์ <http://library.dip.go.th>

ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2555



โปรดกรอกข้อมูลทั้งหมดเพื่อประโยชน์ในการจัดส่งข้อมูลที่ท่านต้องการ

วันที่สมัคร.....เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน

ชื่อ / นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... เว็บไซต์บริษัท.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

ตำแหน่ง..... อีเมล.....

แบบสอบถาม

1. ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....

2. ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....

3. ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....

4. ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....

5. ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

6. การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

7. ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)

☐ การตลาด ☐ การให้บริการของรัฐ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ ระบุ.....

8. คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)

☐ Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) ☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล)
☐ SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) ☐ Report (รายงาน / ข้อมูล) ☐ Innovation (นวัตกรรมใหม่)
☐ Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) ☐ Book Corner (แนะนำหนังสือ) ☐ อื่นๆ ระบุ.....

9. ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน

☐ ได้ประโยชน์มาก ☐ ได้ประโยชน์พอสมควร ☐ ได้ประโยชน์น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์

10. เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ

☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 60 คะแนน

หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยาแพร่ น่าน)
158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226
โทรสาร (053) 248 315
e-mail: ipc1@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)
292 ถนนเลี้ยวเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านกร่าง
อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
โทรศัพท์ (055) 282 957-9 โทรสาร (055) 283 021
e-mail: ipc2@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี
ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี)
200 ม.8 ถนนเลี้ยวเมือง ต.ท่าหลวง
อ.เมือง จ.พิจิตร 66000 โทรศัพท์ (056) 613 61-5
โทรสาร (056) 613 559 e-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี อ่างทอง พระนครศรีอยุธยา
นครปฐมราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม
เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.ดอนก่ายาน
อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000
โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031
โทรสาร (035) 441 030
e-mail: ipc8@dip.go.th

หน่วยงานส่วนกลาง

(กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ
นนทบุรี ปทุมธานี ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี
กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4422-3 โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

(สงขลา ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)
165 ถนนกาญจนาภิเษย ต.น่าน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
e-mail: ipc11@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย บึงกาฬ นครพนม เลย)
399 ม.11 ถนนมิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330
โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207-238 โทรสาร (042) 207 241
e-mail: ipc4@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด
มุกดาหาร สกลนคร)
86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302
e-mail: ipc5@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

(อุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ)
222 หมู่ที่ 24 ถนนคลังอาวุธ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี 34000
โทรศัพท์ (045) 313 772, (045) 313 945,
(045) 314 216, (045) 314 217
โทรสาร (045) 312 378, (045) 312 493
e-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)
333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา 30170
โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089
e-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

(ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี สระบุรี
ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
67 ม.1 ถนนสุขุมวิท ต.เสม็ด อ. เมือง จ.ชลบุรี 20000
โทรศัพท์ (038) 261-203, 273-702, 784 654-5
โทรสาร (038) 273 701
e-mail: ipc9@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)
131 ม.2 ถนนเทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
e-mail: cre-pic10@dip.go.th

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารอุตสาหกรรมสารออนไลน์

วารสารอุตสาหกรรมสาร เป็นวารสารในสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่มีอายุยาวนานกว่า 50 ปี เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วย แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม



Market & Trend
ตลาดและแนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม



เพิ่มมูลค่า อุตสาหกรรมไทย
ปีที่ 54 ฉบับเดือน ก.ย. - ต.ค. 2554



Innovation & Creation
นวัตกรรม & ความคิดสร้างสรรค์
ปีที่ 54 ฉบับเดือน ก.ค. - ส.ค. 2554



Green Industry อุตสาหกรรมสีเขียว
โอกาสที่ท้าทายของ SMEs
ปีที่ 54 ฉบับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2554



TOPOTOP ยกเครื่องสินค้าชุมชนไทย
ให้โดนใจตลาดโลก
ปีที่ 54 ฉบับเดือน มี.ค. - เม.ย. 2554



ขนมพลิกบทบาทเป็นสินค้าเศรษฐกิจ
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2553



กระแสนวัตกรรมดินตัว
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2552



ตลาดบรรจุภัณฑ์
ฉบับเดือน ก.ย. - ต.ค. 2552



ศูนย์กลางการแพทย์แห่งเอเชีย
ฉบับเดือน ก.ค. - ส.ค. 2552



อาหารพร้อมทาน
ฉบับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2552



เกษตรแปรรูป
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2551



ธุรกิจ ชา-กาแฟ
ฉบับเดือน ก.ค. - ส.ค. 2551



อาหารแช่แข็ง
ฉบับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2551



โอกาสและธุรกิจ ขนมไทย
ฉบับเดือน พ.ค. - มิ.ย. 2550



ผู้ประกอบการสตรี
ฉบับเดือน มี.ค. - เม.ย. 2550



บริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ฉบับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2550

สมัครเป็นสมาชิกได้ที่ :

วารสารอุตสาหกรรม กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข 0 2354 3299 หรือ สมัครผ่าน email : e-journal@hotmail.com