



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

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 53 ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน 2553



สร้างอาชีพ สร้างรายได้

- วีรพล ศรีเลิศ ชี้นำทางยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมไทย ●
- บุญเจือ วงษ์เกษม ติดตามธุรกิจทางปัญญาเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ●
- ม.ศรีปทุม เปิดหลักสูตรสร้างนักธุรกิจแฟรนไชส์ ●
- บ้านสวนศิลป์ สร้างสรรค์อาชีพส่วนตัวทำเรซินให้เป็นงานศิลปะ ●



New Entrepreneurs Creation (NEC)

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินการโครงการเสริมสร้าง “ผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneurs Creation) หรือ โครงการ NEC เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล ช้างต้นโดยนำประสบการณ์ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการมาบูรณาการกิจกรรม สนับสนุนอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสนับสนุน “ผู้ประกอบการใหม่” ให้สามารถตั้งกิจการได้สำเร็จ และดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เป็นแหล่งจ้างงาน และสร้างรายได้แก่ประเทศต่อไป

โครงการ NEC มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เพื่อสนับสนุนบัณฑิตใหม่พนักงานลูกจ้างผู้ถูกออกจากงาน และว่างงานที่มีพื้นฐานการศึกษาดีและมีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการให้มีโอกาสสร้างธุรกิจของตนเอง
- 2) เพื่อผลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ๆ เป็นแหล่งจ้างงานในระบบเศรษฐกิจของไทย
- 3) เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งแก่รัฐวิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ (2 ปีแรก) ให้สามารถอยู่รอดและรักษาสถานภาพการจ้างงานไว้ได้
- 4) เพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ “ทายาทธุรกิจ” ในการสืบทอดกิจการให้สามารถดำเนินการต่อเนื่องไปได้ด้วยดี รักษาสถานภาพการจ้างงานและสร้างโอกาสในการขยายงานธุรกิจต่อไปได้

โครงสร้างหลักสูตร

การฝึกอบรมในโครงการ แบ่งเป็น 9 โมดูล (Module) โดยกำหนดจำนวนชั่วโมงอบรมขั้นต่ำรวม 162 ชั่วโมง แบ่งเป็นการอบรมเชิงบรรยาย ฝึกปฏิบัติ และกรณี 7 หมวดวิชารวม 96 ชั่วโมง การให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อให้เกิดการจัดตั้งธุรกิจ 60 ชั่วโมง และการศึกษาดูงาน 6 ชั่วโมง

โมดูลที่ 1	นโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs ของภาครัฐ	(3 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 2	ปฐมนิเทศการเตรียมความพร้อม สำหรับเป็นผู้ประกอบการใหม่ และการวิเคราะห์โอกาสการลงทุนทางธุรกิจ	(12 ชั่วโมง) (12 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 3	การบริหารจัดการด้านการตลาด	(12 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 4	การบริหารจัดการด้านเทคนิคปฏิบัติการ	(15 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 5	การบริหารองค์กรและบุคลากรและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ	(12 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 6	การบริหารการเงิน และการจัดการการบัญชี	(24 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 7	การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ	(18 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 8	การปรึกษาและนำเพื่อให้เกิดการจัดตั้งธุรกิจ	(80 ชั่วโมง)
โมดูลที่ 9	การศึกษาดูงาน	(6 ชั่วโมง)

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

Email : nec@dip.go.th

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ : 0 2202 4570-4 , 0 2202 4553 แฟกซ์ : 0 2354 3423 , 0 2354 3425

Contents

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 53 ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน 2553



05 Report
นโยบายการส่งเสริมอาชีพ
ของหน่วยงานราชการ

09 Interview
วีรพล ศรีเลิศ
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมไทยให้ยั่งยืน

13 SMEs Focus
บุญเจือ วงษ์เกษม
ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

18 SMEs Profile
บ้านสวนศิลป์
สร้างสรรค์อาชีพส่วนตัว ทำเรซินให้เป็นศิลปะ

21 Information
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
เปิดหลักสูตร สร้างนักธุรกิจแฟรนไชส์
รองรับการเติบโตของแฟรนไชส์ไทย

26 Market & Trend
ศูนย์กลางประสานผู้ซื้อ-ผู้ขาย
ใช้เทคนิคการตลาด “จิวแต่แจ้ว”

29 Innovation
สร้างอาชีพผ่านอาหารชาติพันธุ์

32 Good Governance
ความรู้เรื่องทรัพย์สินที่เศรษฐกิจมองข้าม

36 Training
งานฝึกอบรมและการสัมมนา

38 SMEs Profile
Green Meedee
ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเอ็นไซม์ข้าว

40 Book Corner
แนะนำหนังสือสร้างอาชีพ



Editor's Talk

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 53 ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน 2553

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายอาทิตย์ วุฒิกะโร

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสุรศิษฐ์ บุญฤทธิสิน

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพล โสหารขุน

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวีรพล ศรีเลิศ

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางศรีสุดา สำราญรัมย์

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร ทิมะพันธ์

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปาริชาติ เป็ลยโนทัย

กองบรรณาธิการ

นายชูศักดิ์ เอกชน, นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์,

นายวีระพล ผ่องสุภา, นายไพฑูรย์ มะเมี่ยมเมือง,

นางสุรางค์ งามวงศ์, นายธวัชชัย มะกล่ำทอง,

นางสาวกนกกรักษ์ นฤกุลโรจน์

ฝ่ายภาพ

นายทวีวัฒน์ หล่องกุล, นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์,

นางสมใจ รัตนโชติ, นายธนาธิกร กล้าพัก,

นายสุทิน คณาเดิม

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลิกา ชุมศรี, นางสาวดาพรรณ รัตนบุญขันธ์,

นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์

จัดพิมพ์

บริษัท ชินต์ อาร์ต จำกัด

เลขที่ 2 ลาดพร้าว 101

เขตบางกะปิ กทม.

โทร. 0 2736 9940 - 1

สมัครสมาชิกวารสาร

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

สมัครผ่านโทรศัพท์ 02- 354 3299

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

อาชีพอดีตและอาชีพต้องห้าม

อาชีพสร้างรายได้ให้แก่คนไทยในวันนี้ เป็นอาชีพที่กำลังฮอตฮิตทำรายได้ขยายตัวไปทั่วประเทศ ได้แก่

1. **อาชีพเก็บของเก่าขาย** อาชีพนี้มีคู่กับสังคมไทยมานาน แต่ก่อนผู้ประกอบการอาชีพจะปั่นจักรยานหรือเข็นรถหาซื้อของเก่า ซึ่งที่นิยมมากที่สุดก็เห็นจะเป็นกระดาษหนังสือพิมพ์เก่า ต่อมาก็ยกระดับเป็นสามล้อถีบบ้าง สามล้อติดเครื่องบ้าง วิ่งหาซื้อของเก่าไปตามบ้านเรือนตรอกซอกซอยต่างๆ ปัจจุบันมีจำนวนมากพัฒนาจากรถสามล้อเครื่องเป็นรถกระบะ และยกระดับจากขาย “ของเก่า” มาเป็นขาย “วัสดุรีไซเคิล” สร้างความร่ำรวยให้แก่ผู้ประกอบการทุกระดับมาแล้ว

2. **อาชีพผู้ประกอบการทางอินเทอร์เน็ต** ฝรั่งเรียกด้วยศัพท์หรูว่า Internet Entrepreneur หรือศัพท์อีกอย่างที่เราคุ้นกันทั่วไปว่า Ecommerce มีทั้งที่ขายผลิตภัณฑ์ของตัวเองและเป็นนายหน้าหรือตัวแทนขายผลิตภัณฑ์ให้คนอื่น การขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จนขยายตัวไปยังธุรกิจด้านบริการอย่างสายการบิน บริษัทท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจรับสมัครงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ขอบข่ายด้วยอาชีพต้องห้ามที่ระบุอยู่ในพระพุทศศาสนา มีอยู่ 5 อาชีพ ได้แก่ 1. ค้ามนุษย์ 2. ค้าอาวุธ 3. ค้าสัตว์มีชีวิต 4. ค้ายาพิษ 5. ค้าสิ่งเสพติด สุรา เมรัย

บรรณาธิการบริหาร



เสริมทักษะ: เพิ่มโอกาสให้อนาคต

นโยบายการส่งเสริมอาชีพ ของหน่วยงานราชการ

แม้ว่าภาวะการณของประเทศไทยในปัจจุบัน ได้รับปัจจัยหนุนมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่กำลังฟื้นตัว และได้รับผลกระทบในเชิงบวกจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และแก้ไขปัญหาการว่างงานของรัฐบาล เช่น จากโครงการต้นกล้าอาชีพ ซึ่งส่งผลให้จำนวนผู้ว่างงานเฉลี่ยในปี พ.ศ. 2553 ลดลงมาอยู่ที่ 4.6-5.0 แสนคน (อัตราการว่างงานเฉลี่ยร้อยละ 1.2-1.3 ของกำลังแรงงานทั้งหมด) จากเดิมในปี พ.ศ. 2552 จำนวน ผู้ว่างงานอยู่ที่ 5-5.4 แสนคน (ร้อยละ 1.3-1.5 ของกำลังแรงงานทั้งหมด)

แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยกำลังประสบกับภาวะปัญหาทางการเมืองภายในประเทศซึ่งยังไม่มีแนวโน้มว่าปัญหาจะจบลงในระยะเวลานี้สั้น ประกอบกับปัญหาการลงทุนภายในประเทศจากโครงการมาตาพุดหลายโครงการที่ถูกคำสั่งระงับชั่วคราวจากศาลปกครองสูงสุดจากผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม (EIA) และการประเมินผลกระทบทางสุขภาพ (HIA) สิ่งเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อจำนวนผู้ว่างงานเพิ่มสูงขึ้นได้ หน่วยงานภาครัฐเองก็ได้มองเห็นปัญหาต่างๆ และได้มีการจัดโครงการหลายรูปแบบเพื่อสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ผู้ที่อยู่ในช่วงว่างงาน ยกตัวอย่างเช่นในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในเมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา แรงงานที่ว่างงานได้กลับสู่ภาคการเกษตรตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างชุมชนท้องถิ่นของภาครัฐ เช่น กองทุนหมู่บ้าน หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) วิสาหกิจชุมชน หรือการที่ภาครัฐช่วยให้ราคาพืชผลทางการเกษตรเพิ่มขึ้นในบางประเภท นอกเหนือจากโครงการภาครัฐดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีหน่วยงานทางราชการตามกระทรวงต่างๆ ได้จัดทำโครงการเพื่อเสริมสร้างอาชีพให้แก่ผู้ที่ว่างงานหรือผู้ที่ต้องการเพิ่มรายได้จากงานประจำ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้



1. โครงการต้นกล้าอาชีพ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (www.tonkla-archeep.com)

รัฐบาลได้เริ่มต้นจัดตั้งโครงการต้นกล้าอาชีพเพื่อรองรับปัญหาการว่างงานที่เพิ่มสูงขึ้นโดยมีการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของแรงงานในด้านต่างๆ ซึ่งใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 เดือนในการให้การอบรมในการประกอบอาชีพ ผู้ที่เข้ารับการอบรมจะได้เบี้ยเลี้ยงระหว่างการอบรมไม่เกิน 1 เดือน นอกจากนี้ยังได้รับเงินอุดหนุนในการประกอบอาชีพเป็นเวลาไม่เกิน 3 เดือน จำนวน 4,800 บาทต่อคนต่อเดือน (ถ้าอบรมไม่ถึงเดือนจ่ายให้วันละ 160 บาท) รวมถึงยังมีค่าเดินทางเหมาจ่ายคนละ 1,000 บาท ค่าพาหนะเดินทางระหว่าง



การอบรมจำนวน 720 บาทต่อคนต่อเดือน โดยมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ 4 กลุ่มคือ

กลุ่มที่ 1 ผู้ที่ว่างงาน ซึ่งในปัจจุบันได้มีการประมาณว่ามีจำนวน 500,000 คน โดยในปี พ.ศ.2552 ได้มีการอบรมในระยะแยกจำนวน 240,000 คน และในปี พ.ศ. 2553 มีการอบรมระยะที่ 2 จำนวน 260,000 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่สำเร็จการศึกษาแต่ยังไม่มียานทำหรือบัณฑิตจบใหม่

กลุ่มที่ 3 ผู้ที่ถูกเลิกจ้างจากอุตสาหกรรมต่างๆ หรือผู้ที่ต้องการประกอบกิจการส่วนตัวยังภูมิล้าเนาเดิม

กลุ่มที่ 4 แรงงานที่อยู่ในข่ายกำลังจะถูกเลิกจ้าง
หลักสูตรที่สามารถเข้ารับการอบรมได้ในโครงการต้นกล้าอาชีพนี้มีมากถึง 935 หลักสูตรประกอบด้วย

1. การเกษตรและการแปรรูปจำนวน 118 หลักสูตร เป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชหรือจากสัตว์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงและการเกษตรแบบยั่งยืน

2. ภาคการผลิต จำนวน 319 หลักสูตร เป็นหลักสูตรที่ประกอบด้วยกลุ่มทางด้านไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (เช่น ช่างไฟฟ้าอุตสาหกรรมหรือช่างเชื่อมโลหะ เป็นต้น) เป็นหลักสูตรในกลุ่มของเสื้อผ้าและสิ่งทอ (เช่น การทำ Silk screen ผ้ามัดย้อมหรือการทำผ้าบาติก) กลุ่มศิลปประดิษฐ์และอัญมณี (เช่น งานแกะสลัก การทำของชำร่วย การออกแบบโลหะและรูปปั้นอัญมณี)

3. การบริการและการท่องเที่ยว จำนวน 298 หลักสูตร เป็นหลักสูตรทางด้านการท่องเที่ยว (เช่น การอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ พนักงานบริการอาหาร การทำอาหารนานาชาติ การฝึกอบรมภาษาและธุรกิจโฮมสเตย์) กลุ่มสุขภาพ (เช่น การวาดแผนโบราณ การทำสปา)

4. การค้าและเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 12 หลักสูตร เป็นหลักสูตรเน้นที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อชุมชน และการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต (e-commerce)

5. คอมพิวเตอร์และธุรกิจ จำนวน 117 หลักสูตร ประกอบด้วยกลุ่มออกแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (เช่น การออกแบบงานทางด้าน

ก่อสร้าง ออกแบบในงานอุตสาหกรรม) กลุ่มงานในสำนักงาน (เช่น การทำระบบข้อมูลทางการเงินและการบัญชี) การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในสำนักงาน (อาทิเช่นการใช้ Microsoft office) รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นอกจากนี้ยังมีอบรมทางด้านฮาร์ดแวร์เพื่อเป็นช่างซ่อมคอมพิวเตอร์อีกด้วย

6. คมนาคมและการก่อสร้าง จำนวน 1 หลักสูตรเพื่ออบรมทางด้านโลจิสติกส์ การขนส่งสินค้าในรูปแบบต่างๆ

7. การก่อสร้างจำนวน 23 หลักสูตร เป็นการอบรมให้แก่ผู้ที่ต้องการประกอบอาชีพช่างทางด้านต่างๆ อาทิเช่น ช่างก่อสร้าง ช่างปูกระเบื้อง เป็นต้น รวมไปถึงกลุ่มการผลิตวัสดุก่อสร้าง (เช่น การทำบล็อกคอนกรีตและการผลิตซีเมนต์)

2. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน (www.dsd.go.th)

กรมพัฒนาฝีมือแรงงานได้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศโดยให้บริการฝึกอบรมตามหลักสูตรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย การฝึกเตรียมเข้าทำงาน การฝึกยกระดับฝีมือ และการฝึกอาชีพเสริมในกลุ่มสาขาอาชีพทางด้านช่างก่อสร้าง ช่างอุตสาหกรรม ช่างเครื่องกล ช่างไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ช่างอุตสาหกรรมศิลป์ เกษตรอุตสาหกรรมและภาคบริการ ทั้งนี้เพื่อให้แรงงานได้พัฒนาความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานจริง โดยจะใช้เวลาในการฝึกอบรมแต่ละหลักสูตรประมาณ 280 ชั่วโมงหรือ 2 เดือนขึ้นไปโดยมีการฝึกในกิจการอีก 1-4 เดือนแล้วแต่สาขาอาชีพ นอกจากนี้แล้วกรมพัฒนาฝีมือแรงงานยังได้มีการจัดฝึกอบรมให้แก่ผู้พิการ เช่น ฝึกคอมพิวเตอร์ กราฟฟิก การเย็บเย็บในพลอย หรือมีการฝึกให้กลุ่มพิเศษ เช่น ผู้ที่ผ่านการบำบัดยาเสพติดมาแล้ว ผู้ที่ติดเชื้อเอดส์ หรือผู้ที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจทางภาคใต้ มีหลายโครงการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรองรับผู้ว่างงานหรือถูกเลิกจ้างโดยมีความร่วมมือกับสำนักงานประกันสังคม กรมการจัดหางานและกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน

3. กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (www.cpd.go.th)

กรมส่งเสริมสหกรณ์เป็นองค์กรที่ช่วยพัฒนาระบบสหกรณ์ให้เกิดขึ้นในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อให้เกิดการพัฒนาสังคมแบบพอเพียงและยั่งยืน โดยส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรให้ได้มีระบบตลาดสินค้าสหกรณ์เพื่อจำหน่ายและกระจายสินค้าในมาตรฐานของ OTOP ไปทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเกษตรกรสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ได้รับรายได้มากขึ้นและสามารถแก้ไขปัญหาหนี้สินของสมาชิกสหกรณ์ได้ กลุ่มเกษตรกรที่ต้องการสร้างอาชีพเสริมรายได้

ตาราง แสดงจำนวนกลุ่มอาชีพแยกตามผลิตภัณฑ์ในแต่ละภาคของประเทศ

ประเภทผลิตภัณฑ์	ภาค					รวม
	กรุงเทพฯ	เหนือ	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ใต้	
อาหาร	18	678	558	657	335	2,246
เครื่องดื่ม	8	46	70	45	31	200
ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า	12	463	153	1,214	186	2,028
ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	38	502	395	651	184	1,770
สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	12	44	68	79	19	222
ปัจจัยการผลิต	1	91	61	88	34	275
เลี้ยงสัตว์	2	55	73	123	92	345
เพาะปลูก	1	5	102	232	40	450
บริการ	2	26	43	33	20	124

ที่มา : กรมส่งเสริมสหกรณ์

โดยผ่านระบบสหกรณ์สามารถติดต่อได้ที่สำนักงานสหกรณ์จังหวัดหรือนิคมสหกรณ์ในแต่ละจังหวัด โดยตารางข้างบนนี้ได้แสดงจำนวนกลุ่มอาชีพแยกตามผลิตภัณฑ์ในแต่ละภาคของประเทศ

กรมส่งเสริมสหกรณ์จะทำหน้าที่ในการให้ความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรโดยจัดฝึกอบรมตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงโดยคำนึงถึงความต้องการและทรัพยากรในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนี้แล้วกรมส่งเสริมสหกรณ์ยังได้มีการจัดทำโครงการส่งเสริมอาชีพให้แก่ชุมชนพิเศษ อาทิเช่น ชุมชนในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบ โดยส่งเสริมให้มีการตั้งสหกรณ์เพื่อประกอบอาชีพในกลุ่มเลี้ยงโคเนื้อ แพะนม แพะเนื้อ แกะและประมง หรือโครงการหมู่บ้านสหกรณ์ห้วยสัตว์ใหญ่ป่าเต็ง-ป่าละอูซึ่งเป็นโครงการในพระราชดำริที่ตำบลหนองพลับ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ซึ่งมีชาวไทยภูเขาเผ่ากะเหรี่ยงมาทำไร่เลื่อนลอยและลักลอบตัดไม้ จึงได้มีการจัดตั้งเป็นสหกรณ์การเกษตรห้วยสัตว์ใหญ่จำกัดและสหกรณ์โคนมไทย-เดนมาร์กห้วยสัตว์ใหญ่จำกัดเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

4.กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (www.doae.go.th)

กรมส่งเสริมการเกษตรมีหน้าที่หลักประการหนึ่งคือการฝึกอาชีพให้แก่เกษตรกรโดยมีการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีทางการเกษตร ในการฝึกอบรมอาชีพให้แก่เกษตรกรนั้นจะผ่านศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรหรือจากโครงการต่างๆ ที่ส่งเสริมการประกอบอาชีพในชุมชน อาทิเช่น โครงการส่งเสริมการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนใต้ โครงการฟื้นฟูอาชีพของเกษตรกรรายย่อยและยากจน โครงการส่งเสริมการผลิตพืชพลังงาน โครงการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและได้มาตรฐาน โครงการผลักดันการส่งออกกล้วยไม้ โครงการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรเฉพาะด้านหรือโครงการส่งเสริมและพัฒนาวิชาชีพชุมชน เป็นต้น





5. กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน (www.doe.go.th)

กรมการจัดหางานมีภารกิจหลักในการส่งเสริมให้ประชาชนมีงานทำโดยให้บริการแนะแนวอาชีพตามความถนัดของแต่ละคน โดยมีการให้บริการจัดหางานทั้งในประเทศโดยผ่านสำนักจัดหางานในแต่ละท้องถิ่นและจัดหางานในต่างประเทศโดยมีสำนักงานบริหารแรงงานไทยไปต่างประเทศช่วยให้ความรู้ อีกทั้งยังมีการจัดตลาดนัดพบแรงงานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการได้สรรหาบุคลากรไปร่วมงาน

6. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (www.dip.go.th)

สืบเนื่องจากภาวะความไม่สงบในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ซึ่งเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน ก่อให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้ภาคธุรกิจเอกชนไม่มีความมั่นใจในการลงทุนและประกอบธุรกิจในพื้นที่ ภาคประชาชนได้รับความเดือดร้อนในด้านของการว่างงาน และรายได้ที่ไม่พอเพียงต่อการดำรงชีพ แม้ว่าภาครัฐ จะมีโครงการต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ เช่น การสนับสนุนการ

จ้างงานเร่งด่วน การสนับสนุนกลุ่มอาชีพ เป็นต้น ทว่าโครงการเหล่านั้นไม่มีความต่อเนื่องและไม่ยั่งยืนพอที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจของพื้นที่ให้เข้มแข็งได้ นอกจากนี้ รัฐบาลเห็นว่าการส่งเสริมประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีความรักและสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันด้วยกิจกรรมที่สร้างสรรค์และมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา มีความสำคัญยิ่งต่อการสร้างความมั่นคงในพื้นที่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานหนึ่งของรัฐ ที่มีภารกิจหลักในเรื่องการสร้างและส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ด้วยการมุ่งเน้น ผลักดันให้เกิดธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการจ้างงาน และการสร้างอาชีพที่ยั่งยืนให้กับประชาชน ดังนั้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมพิจารณาว่า การแก้ปัญหาใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ควรยึดหลัก “เศรษฐกิจน่านน้ำเมือง” ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมไปกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในทางเศรษฐกิจ และเป็นการยกระดับคุณภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้น จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมการผลิตหลายประเภท โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมาก เช่น อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเครื่องเรือน เป็นต้น ยังมีความต้องการแรงงานฝีมือจำนวนมาก เพื่อรองรับกับปริมาณความต้องการของลูกค้า

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้จัดทำ “โครงการอุตสาหกรรมเพื่อการสร้างงานที่ยั่งยืนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” โดยมีแนวคิดที่จะใช้โอกาสดังกล่าวในการเชื่อมโยงระหว่างความต้องการแรงงานของภาคอุตสาหกรรมกับปัญหาการว่างงานในพื้นที่ เนื่องจากการลงทุนของภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ที่มีการชะลอตัวถึงหยุดนิ่ง โดยภาครัฐจะเป็นหน่วยงานหลักในการเตรียมความพร้อมด้านปัจจัยพื้นฐานที่สนับสนุนการผลิต เป็นผู้ลงทุนในการจัดตั้งสถานประกอบการในลักษณะโรงงานอุตสาหกรรม พร้อมเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิต ตลอดจนสนับสนุนค่าแรงในเบื้องต้นแก่ราษฎรที่ประสงค์จะเข้ามาเป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม ภาคเอกชนสนับสนุนด้านการตลาด ด้านต้นทุนการผลิตอื่นๆ และการบริหารจัดการในโรงงาน และภาคประชาชนให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน สนับสนุนโครงการให้ดำเนินไปอย่างมั่นคงต่อเนื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ ■

วีรพล ศรีเลิศ

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมไทยให้ยั่งยืน

กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น
จะเป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอี
ผู้ผลิตสินค้าโอท็อป และกลุ่ม
เอสเอ็มอีที่ใช้แรงงานวิสาหกิจ
ชุมชนก็ตาม ต่างต้องการความ
ช่วยเหลือจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง
เพื่อแก้ปัญหาอย่างตรงจุด

พวกเขายังคาดหวังมาตรการพัฒนาธุรกิจรอบด้าน
อันประกอบด้วย พื้นฐานการผลิตประสิทธิภาพสูง
กระบวนการบริหารจัดการที่ดี ตลอดจนนโยบายส่งเสริม
การตลาดให้สามารถจำหน่ายและสร้างตราสินค้า
แบรนด์ไทยได้ทั้งในและต่างประเทศ

ภาวะถดถอยของเศรษฐกิจของโลก รวมทั้งวิกฤติ
ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศ ได้ส่งผลกระทบต่อ
ขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดภาวะ
ชะลอตัวด้านการลงทุน เกิดปัญหาการว่างงาน และการ
ถูกเลิกจ้าง การตลาดเริ่มสะดุด ก่อให้เกิดการหดตัวของ
ภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้ภายในประเทศ และ
อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก

ภายใต้การทำงานอันยากยิ่งเช่นนี้ สายพานการ
พัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมยังต้อง
ดำเนินการต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อเสริมสร้างความเข้ม
แข็งแก่ผู้ประกอบการ ทำให้มีความรู้ความสามารถใน
การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มฝีมือความชำนาญ ตลอดจน
กระตุ้นการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อ
สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณภาพมาตรฐาน
และมีศักยภาพการแข่งขันในตลาดสากล

วีรพล ศรีเลิศ รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
กระทรวงอุตสาหกรรม ในฐานะตัวแทนของกรมฯ ซึ่ง
ดูแลด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมในระดับภูมิภาค กล่าว
ว่า บทบาทของกรมฯมีส่วนสำคัญต่อการฟื้นฟู พัฒนา
และเสริมความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ
อย่างเป็นรูปธรรม โดยจะมุ่งสานต่อภารกิจให้ความช่วย
เหลือครอบคลุมกลุ่มงานที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่มงานด้วยกัน





กลุ่มแรก คือกลุ่มงานเอสเอ็มอีได้แก่ ผู้ประกอบการในสมาคม หรือชมรมใดๆ ในลักษณะงานที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มที่สองคือ กลุ่มโอท็อปหรือวิสาหกิจชุมชนกระจายอยู่ในชนบท หมู่บ้านและตามต่างจังหวัด ส่วนกลุ่มที่สามนั้นจะเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชน โดยลักษณะการทำงานจะมีเอสเอ็มอีเป็นผู้จ้างแรงงานชาวบ้านเพื่อการผลิตสินค้าของตน (Order Maker)

สร้างคนให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริง

นโยบายของกรมฯ ภายใต้กรอบการพัฒนาอุตสาหกรรมจะมุ่งสรรหากระบวนการทางความคิดใหม่ๆ เพื่อปรับระบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งการพัฒนานุเคราะห์ให้รองรับการผลิต ตามด้วยการเข้าไปจัดระบบบริหาร และจัดการให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่ช่วยลดต้นทุนการผลิตอันเกิดจากภาคแรงงาน ภาคการผลิต และการใช้พลังงานภายในองค์กร ซึ่งเป็นต้นทุนโดยตรง

การดำเนินงานจะพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

1. **กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs** ต้องถือว่ากลุ่มนี้มีศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ผลิตสินค้าใหม่ และมีทักษะการตลาดยอดเยี่ยม แต่สำหรับภาคการผลิตแล้ว ส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานอยู่ ฉะนั้นจึงต้องเร่งสร้างแรงงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับคำสั่งซื้อ

รองอธิบดีเปิดเผยว่า ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมยานยนต์ยังไม่มีผลกระทบถึงขนาดลดจำนวนแรงงาน เพียงแค่ใช้เทคนิควิจัยและพัฒนาเพื่อแก้ปัญหากำลังการผลิตที่ลดลงเท่านั้น แต่ถ้ามองไปที่อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนัง พวกเขาต้องการแรงงานรวมแล้วมากถึง 3,000 - 4,000 คนเลยทีเดียว นั่นอาจเพราะอาชีพคนทำรองเท้ายังเป็นทัศนคติติดลบของคนไทยอยู่ก็เป็นไป

แต่สำหรับอุตสาหกรรมที่กำลังเผชิญกับปัญหานี้มากที่สุด ต้องยกให้อุตสาหกรรมแฟชั่น ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมสิ่งทอเครื่องประดับ เพราะวัฒนธรรมการทำงานขึ้นอยู่กับฤดูกาลเกษตรกรรม และมีการเปลี่ยนถ่ายกันไปมาระหว่างสองวงการนี้อยู่เสมอ

ทางแก้ไขจึงต้องพิจารณาลงลึกถึงต้นตอของปัญหา ซึ่งรองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมท่านนี้ เล่าถึงบรรยากาศการจ้างงานของอุตสาหกรรมแฟชั่นว่า ช่วงฝีมือไทยมีความชำนาญและเชี่ยวชาญแฟชั่นฤดูใบไม้ผลิ-ร้อน (Spring - Summer) เป็นอย่างดี โดยทุกปี โรงงานจะได้รับคำสั่งซื้อในเดือนมิถุนายน เพื่อจะส่งสินค้าให้ทันภายในเดือนธันวาคม แต่ในช่วงโรงงานกำลังเร่งการผลิตนั้น ถือเป็นหน้าฝนของบ้านเรา และเป็นฤดูทำนา จึงเกิดการแย่งแรงงานกันขึ้น และถ้าราคาสินค้าเกษตรสูงขึ้น แรงงานกลุ่มหนึ่งจะปรับตัวไปอยู่ในภาคเกษตร

แทนที่จะแก่งแย่งกันไปมา น่าจะหาวิธีจัดการอันชาญฉลาดกันดีกว่า รองอธิการบดีฯ กล่าวแนะนำว่าควรสร้างความชำนาญให้เอสเอ็มอีเก่งจากด้านเทรนด์แฟชั่น ด้วยการเปลี่ยน



ให้แรงงานมีศักยภาพในแพชชั่นฤดูใบไม้ร่วง-หนาว (Autumn-Winter) เพิ่มเติมไปด้วย เพราะจะทำให้เกิดการจ้างงานอย่างต่อเนื่อง เป็นวงจรจ้างงานไหลลื่นไม่สะดุด หรือเว้นวรรค

เนื่องจากปัญหาที่เกิดจากการจ้างใหม่นั้น ทำให้ต้องเสียเวลาในการฝึกฝนบุคลากรใหม่ และกลายเป็นต้นทุนด้านวัสดุอุปกรณ์ในการฝึกแรงงานให้มีความชำนาญเหมือนแรงงานชุดเดิม

นอกจากจะแก้ปัญหาด้านขาดแคลนแรงงานแล้ว ยังต้องให้ความใส่ใจเรื่องฝีมือบุคลากรภาคอุตสาหกรรมไปพร้อมๆ กัน

ทางกรมฯ ได้จัดโครงการฝึกอบรมวิชาชีพ ร่วมกับสมาคมต่างๆ พร้อมกับการเปิดเวทีรับสมัครนักออกแบบรุ่นใหม่ รวมทั้งจัดหลักสูตรเทรนนิ่งการออกแบบ เพื่อส่งเสริมฝีมือแรงงานไทยที่มีชื่อเสียงเรื่องคุณภาพ และมีทัศนคติในการทำงานสูง ซึ่งมีความสามารถได้เทียบกับเกาหลีได้แล้ว เพื่อสร้างสินค้าที่มีคุณภาพระดับไฮคลาสได้

อีกทั้งร่วมหาแนวทางวิจัยวัสดุที่ใช้ในการผลิต อาทิ ผ้าหนัง รวมถึงแอสเซสเซอร์ อย่าง กระดุม ชิบ ตลอดจนการใช้เทคโนโลยี สีสัน รูปทรง ดีไซน์ แพชั่นให้เข้ากับการทำงานของผู้ผลิตอย่างลงตัว

นอกจากจะขจัดอุปสรรคเรื่องกำลังคนแล้ว ยังเดินทางให้การช่วยเหลือด้านระบบการจัดการภายในองค์กร ด้วยระบบบริการจัดการที่มีมาตรฐานระดับสากล อาทิ Total Quality Management (TQM) หรือกิจกรรม 5 ส เป็นต้น ตลอดจนให้ความสำคัญกับการลดต้นทุน ทั้งต้นทุนรวมที่ใช้ในองค์กร และพลังงาน (Total Energy Management) ซึ่งหลังจากผู้ประกอบการได้รับข้อแนะนำจากที่ปรึกษาแล้ว พวกเขาสามารถลดค่าใช้จ่ายได้กว่า 30%

อีกทั้งผลักดันโครงการ Mid-management Program ซึ่งเป็นโปรแกรมช่วยฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถทำงานแทนผู้จัดการในกรณีต่างๆ ได้ เพื่อหลีกเลี่ยงสถานการณ์เลวร้าย ทำให้เกิดความเสียหายเกินเยียวยา เช่น กรณีผู้บริหารเดินทางไปต่างประเทศแล้วเกิดน้ำท่วมโรงงานขึ้น หรือแม้กระทั่งเหตุการณ์เล็กๆ น้อยๆ อย่างเครื่องถ่ายเอกสารใช้การไม่ได้ก็ตาม นั้นแสดงให้เห็นว่าเอสเอ็มอีไม่ได้วางมือรองไว้เบื้องหลัง หรือไม่มีผู้รับช่วงต่อการทำงาน

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือ โอท็อป ทางกรมฯ จะนำกลุ่มโอท็อปรายเดิมมาพัฒนา ยกกระดับ และปรับระบบการทำงานที่ยังเป็นระบบสมาชิกชุมชน หรือประธานกลุ่มอาชีพชุมชนให้มีศักยภาพ และมุ่งแก้ปัญหาการตลาด โดยจะเน้นการควบคุมคุณภาพและจัดระบบการส่งสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทางกรมฯ ให้ความสนใจกลุ่มโอท็อปมาก่อนหน้า จะมีนโยบายสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐเป็นเสมือนร่มใบใหญ่ เป็นผู้ดูแลภาพรวมของนโยบายทั้งหมดแล้วให้กระทรวงพาณิชย์เข้ามาดูแลให้ความช่วยเหลือด้านการ

ตลาด ส่วนกระทรวงอุตสาหกรรมนั้นจะเข้ามาพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานให้กับสินค้าโอท็อปมากกว่า

สำหรับแนวทางในการให้ความช่วยเหลือนั้น จะมุ่งพัฒนาและส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิตอุตสาหกรรมที่มีโอกาสสูงอย่างผู้ประกอบการอาหาร และธุรกิจแปรรูปทรัพยากรธรรมชาติ

โดยทุกปีโอท็อปรวมแล้วกว่า 3 หมื่นรายจะได้รับการคัดสรรให้ยื่นโอท็อประดับ 3 ถึง 5 ดาวนับรวมเป็นพันราย เพื่อออกงานแสดงสินค้าในช่วงปลายของปีนี้ และที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ก็คือการยกระดับคุณภาพโอท็อปทั้งที่ไม่ได้ดาว และมีดาว กว่า 1,500 รายซึ่งไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพราะปัญหาบิบบอยด้านการผลิตตามเงื่อนไข เช่น ผ้าไม่แน่น อาจเพราะใช้ฟืมไม้ละเอียดยอด หรือการปั่นด้ายไม่มาตรฐาน หรือไม่มีความสม่ำเสมอในการใช้มือกระแทกที่กระตุก โดยจัดจ้างที่ปรึกษา และบุคลากรผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ มาชี้แนะและแนะแนวทางแก้ปัญหา นำพาสู่การรับรองมผช.ให้ได้ในที่สุด

3. กลุ่มเอสเอ็มอีจ้างแรงงานชาวบ้าน หรือ OTOP-SME ซึ่งจะเน้นรูปแบบการลงทุนและจ้างแรงงานในชุมชนเพื่อการผลิต โดยมักตั้งกลุ่มที่ 2 เป็นกำลังการผลิตเพื่อสร้างให้ธุรกิจเข้มแข็งขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มนี้จะประสบความสำเร็จมากที่สุด

ที่ผ่านมา ทางกรมฯ ได้ส่งโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมชุมชนบท (สอช) ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินการเป็นตัวกลางจัดหาคำสั่งซื้อให้กับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการใช้แรงงานในต่างจังหวัดนั้นจำเป็นต้องอาศัยการฝึกฝนบุคลากรในชุมชนให้มีศักยภาพครบทุกด้าน เพื่อสร้างระบบเชิงอุตสาหกรรม และปรับทัศนคติเชิงคุณภาพ ให้ส่งมอบสินค้าได้ทัน

ขณะเดียวกันก็จะทำหน้าที่คัดสรรกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่มีความสามารถเป็นโรงงานขนาดเล็กได้ และพร้อมที่จะเป็นกำลังการผลิตเสริมให้กับโรงงานหลักของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีได้

หลักเกณฑ์คัดสรรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมในโครงการได้นั้น ควรจะต้องมีอาคาร อาจจะเคยเป็นโรงงานอยู่แล้ว แต่ไม่ได้ใช้งาน แล้วนำมาปรับให้เป็นฐานการผลิตใหม่ จากนั้นทางโครงการจะเข้าไปช่วยเหลือด้านเครื่องมือในระดับหนึ่ง พร้อมปรับวิธีการผลิตให้เข้าระบบการทำงานที่มีมาตรฐานด้วย

ยกตัวอย่าง การโยกย้ายแรงงานจากภาคอีสานไปยังอุตสาหกรรมภาคใต้ ภายใต้โครงการ Hand in Hand ในสถานการณ์ไม่สงบทางภาคใต้ โดยใช้เงินลงทุน 20 กว่าล้านบาท จากงบประมาณปี 2552 เพื่อสร้างโรงงานให้ได้ 4 ไลน์การผลิต โดยจัดส่งแรงงานเข้าไปที่โรงงานตัดเสื้อ ในอำเภอกรือเระ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่ง 1 ไลน์การผลิตจะให้เครื่องจักรแห่งละ 25 ตัว และต้องใช้กำลังคนรวม 250 - 450 คน โดยจะจัดจ้างบริษัทมาฝึกอบรมทักษะการเย็บ และเพิ่มประสบการณ์ให้กับแรงงาน และพนักงานส่วนกลางด้วย



อัปเดตภาพลักษณ์อุตสาหกรรมใน อนาคต

รองอธิบดี กล่าวสรุปถึงวิสัยทัศน์และกิจกรรมเพื่อ
บรรลุภารกิจให้ความช่วยเหลืออุตสาหกรรมขนาดกลาง
และขนาดย่อมต่อไปว่า จะมุ่งการปรับภาพลักษณ์ของผู้
ประกอบการทุกกลุ่ม ทั้งเอสเอ็มอี ไอทีอปและกลุ่ม
ไอทีอป-เอสเอ็มอี ผ่านการให้คำปรึกษาอย่างเข้มงวด

ตามด้วยภารกิจเชื่อมโยงตลาดร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการตลาดนอกวงการ โดยจะสร้างเครือข่ายระหว่าง
กัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดการผลิตอย่างต่อเนื่อง และหวัง
ต่อยอดแรงงานในภาคอุตสาหกรรมให้เป็นภูมิด้านการ
ตลาดในอนาคต

พร้อมส่งกิจกรรมใหม่ล่าสุด นั่นคือการพัฒนา
ศักยภาพการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน (Community
Industrial Management Efficiency Development: CIMED)
หวังจะยกระดับการผลิตสินค้าส่งออก อีกทั้งรองรับไอ
ทีอปศักยภาพสูงเพื่อจำหน่ายในต่างประเทศให้ได้

ในเดือนมิถุนายนถึงสิงหาคม 2553 นี้ งบประมาณ
ส่งเสริมกิจกรรมกลุ่มละ 3 แสนบาทจะถูกส่งต่อให้ผู้
ประกอบการที่ได้รับการคัดเลือกจังหวัดละ 2 กลุ่ม โดยจะ
เลือกสรรผู้ประกอบการที่มีโอกาสทางการตลาดสูง หรือไอ
ทีอประดับ 5 ดาวซึ่งต้องรักษามาตรฐานการดีไซน์ ความ
คิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมไว้ด้วยกัน เช่น ผ้าไหม ที่มี
ศักยภาพทางจิตวิญญาณ ให้ความรู้สู่ภูมิภาคภูมิไจใน
สินค้าไทย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย
เป็นต้น

อีกทั้ง มีแนวคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทาง
วัฒนธรรม และอาจมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับภาวะโลก
ร้อน หรืออนุรักษ์ธรรมชาติ ตลอดจนสามารถรองรับกับ
รสนิยมคนรุ่นใหม่ได้ แล้วผนวกสามสิ่งนี้เข้าด้วยกันให้เกิด
เป็นสินค้ารูปแบบใหม่ขึ้น

อย่างไรก็ตาม โครงการ CIMED จะมุ่งพัฒนาการ
ออกแบบสินค้าไอทีอปแฟชั่นให้ได้เสียก่อน โดยจะหานัก
ออกแบบที่มีการบริโภคสินค้า สามารถชี้เทรนด์แฟชั่นของ
ลูกค้าในภูมิภาคและประเทศต่างๆ ได้ เพื่อจะปรับใช้
เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับผู้ผลิต และดีไซน์ของสินค้าใน
อนาคต

กระบวนการทั้งหมดที่กล่าวมานี้ ต่างทำหน้าที่อย่าง
ชะมัดเข้มแน่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มอุตสาหกรรม
ไฮสปีดกลางและเล็กของไทยได้อย่างยั่งยืน ■

ส่วนเฟสสองอยู่ที่อำเภอรามัน จังหวัดยะลา ได้คัดสรรผู้
ประกอบการเอสเอ็มอีที่มุ่งผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก เช่น บริษัทเอ็ม
แคพ ไอราวัน จำกัด เข้าร่วมโครงการนี้เพื่อควบคุมการผลิตของ
การเเมนต์ในโรงงาน ทำให้บรรลุนโยบายของธุรกิจ และยังมีส่วนช่วย
กระตุ้นการจ้างงานทั่วประเทศ

และนอกจากจะสอดคล้องความต้องการของอุตสาหกรรมสิ่งทอ
แล้ว ยังพัฒนาอุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์และแผงวงจร
ที่จังหวัดมหาสารคาม และ จังหวัดร้อยเอ็ดได้อีกด้วย

ถึงแม้การฝึกอบรมและพึ่งพาที่ปรึกษาจะใช้ต้นทุนสูงมาก
ก็ตาม แต่ผลประโยชน์ที่ได้ในคุ้มค่าต่อการพัฒนาธุรกิจอย่างแท้จริง
ไม่ว่าจะเป็นทางตรง อย่างกรณีการลงทุน 5 แสนบาท แต่ผู้ประกอบการ
สามารถสร้างยอดขายได้ถึง 1-2 ล้านบาท แล้วภาครัฐก็จะได้
กลับคืนในรูปของภาษี หรือแม้กระทั่งทางอ้อมนั้น สามารถกระตุ้น
ทัศนคติของชุมชนให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในสินค้าที่ตัวเองผลิตขึ้นได้
ด้วย

ทั้งนี้ กรมฯ จำต้องลดบทบาทในโครงการนี้ เพื่อใช้งบประมาณ
ประจำจังหวัดมาทดแทน แต่ยังคงทำหน้าที่ถ่ายทอดโมเดลหลักนี้
ออกไปสู่สาธารณะ หรือเปิดช่องให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีบาง
บริษัทหากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เอง

บุญเจือ วงษ์เกษม

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ
ส่งเสริมอุตสาหกรรมติดอาวุธทางปัญญา
เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

ตลอด 8 ปีที่ผ่านมา
โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
(New Entrepreneurs Creation)
หรือที่หลายคนเรียกจนติดปากว่า
โครงการ “NEC” สามารถสร้างเก้าอี้
หน้าใหม่ให้เกิดขึ้นมาแล้วมากกว่าหมื่น
ราย แต่ปริมาณมากมายนั้น
ยังไม่เพียงพอ ทางที่ดีต้องใส่
ประสิทธิภาพเสริมเข้าไปอีก

NEC จึงปรับโฉมครั้งใหม่ เพื่อรองรับขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยที่หลากหลาย ทั้งกำลังจุดอ่อนด้านวิชาชีพ ใส่ทักษะภูมิปัญญาไทย และเพิ่มเติมศักยภาพการตลาดให้มากขึ้น

นับตั้งแต่ปี 2545 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มก่อตั้งโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC) ขึ้นมา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมในฐานะผู้ดำเนินงานไม่เคยละความพยายามที่จะสร้าง และสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการใหม่อย่างต่อเนื่อง

โครงการนี้ยังคงจัดสรรกระบวนการสร้างและพัฒนาอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจกับว่าที่เก้าอี้ใหม่ โดยอาศัยความร่วมมือกับหน่วยร่วมดำเนินงาน อาทิ มหาวิทยาลัย สถาบัน สมาคม ที่มีความชำนาญด้านต่างๆ มาจัดฝึกอบรมให้ผู้ประกอบการใหม่ โดยจัดวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาถ่ายทอดความรู้ และให้คำปรึกษาแนะนำในการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจอย่างมั่นใจ และพร้อมที่จะก้าวสู่ความสำเร็จในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ มีความมั่นคง และอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน





เพิ่มหลักสูตรใหม่ใส่ทักษะวิชาชีพ ภาคปฏิบัติ

หลายปีที่ผ่านมาโครงการยังใช้รูปแบบปฏิบัติการเดิมๆ นั่นคือกระบวนการให้ความรู้ ตามด้วยการบ่มเพาะเสนอแผนธุรกิจ จนกระทั่งจัดตั้งธุรกิจได้แล้ว อยู่รอดจึงกลับเข้ามาในต่อ ยอดธุรกิจที่ศูนย์บ่มเพาะอีกครั้ง

แต่เมื่อปี 2551 NEC ได้ปรับแผนการดำเนินงานให้ตอบรับกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการเพิ่มทักษะวิชาชีพให้กับผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งได้แสดงผลเป็นรูปธรรมในปีถัดมา

ทางคณะกรรมการได้มีการปรับรูปแบบโครงการให้มีมากกว่าหนึ่งโมเดล โดยเน้นกระบวนการฝึกสอนทักษะอาชีพเฉพาะด้าน ในภาคปฏิบัติให้กับผู้ประกอบการอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังไม่มีความสามารถด้านวิชาชีพ

เริ่มกันที่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวกับการนวดไทย ทางคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นผู้รับผิดชอบอบรมวิธีการนวดแผนปัจจุบัน ผสมผสานแพทย์ทางเลือก โดยมุ่งเน้นสรีระร่างกาย แล้วใส่วิธีการนวดที่สุลักษณะ เสริมการนวดสไลด์ล้าหนา ทำให้เป็นระบบ จนมีความรู้การนวดมากพอ แล้วค่อยใส่ทักษะความเป็นผู้ประกอบการลงไป จนสามารถเสนอแผนเป็นเจ้าของธุรกิจได้ในที่สุด

ผอ.บุญเจือเล่าว่า นับเพียงจุดเดียวในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย เกิดร้านนวดที่แตกต่างกันถึงสามราย อย่าง ร้านแรก ให้บริการร้านนวดนักรักกีฬาสไลด์ล้าหนา ย้ายมาร้านที่สอง ใช้จุดขายนวดสมุนไพรไทย ส่วนร้านที่สาม ซึ่งมีความรู้ด้านการนวดอยู่แล้ว ได้เพิ่มการฝังเข็มเข้าไป และรักษาโรคด้วย ในขณะที่บางคนสามารถเปิดโรงเรียนสอนนวดก็ย่อมได้

อีกธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจไม่แพ้กัน คือการแปรรูปเนื้อสัตว์ อาทิ ไส้กรอกฝรั่ง ไส้กรอกไทย เหมาะกับร้านอาหารนานาชาติ ซึ่งต้องยกภาระให้กับผู้เชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ หรือหากสนใจเรื่องดนตรี ก็ต้องเข้าร่วมอบรมกับมหาวิทยาลัยมหิดล ทั้งธุรกิจขายเครื่องดนตรี และเปิดโรงเรียนสอนดนตรี

นอกจากนั้น ทางโครงการยังให้ความสำคัญกับธุรกิจไฮเทค จึงจัดอบรมด้านไอที และซอฟต์แวร์ เช่น ERP ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์บริหารจัดการทั้งองค์กร หรือแยกเฉพาะโปรแกรมด้านบุคลากร การออกแบบสินค้า หรือการตลาดให้กับผู้รับจ้างเขียนโปรแกรม เพื่อตอบสนองความต้องการหลากหลายของเอสเอ็มอี

บุญเจือ วงษ์เกษม ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ตอกย้ำว่าวัตถุประสงค์ของโครงการ NEC พร้อมอธิบายความสำคัญว่าโครงการนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งในนโยบายรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมธุรกิจเอสเอ็มอี ตามแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 2 (2550-2554) ให้ได้คุณภาพมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศและสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป

ดัชนีชี้วัดความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย นั่นคือการสร้างผู้ประกอบการใหม่ปีละ 7,000 ราย รวมถึงรักษามาตรฐานในเรื่องอัตราการอยู่รอดของผู้ประกอบการ จะต้องครองสัดส่วน 20% จากจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด หรือ 1,700 - 1,800 รายต่อปี หรือถ้าเศรษฐกิจขาขึ้น ก็จะมีเป้าแก้ตัวจริงอยู่รอดได้มากกว่า 2,000 รายเลยทีเดียว นอกจากนี้ยังเห็นผลความสำเร็จจากการเพิ่มช่องทางการตลาด และจำนวนผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าอย่างหนาแน่นทุกครั้ง



โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่



เพื่อก้าวสู่การปฏิบัติงานและเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ

กาดนัด
www.kadnadd.com



รวมทั้งธุรกิจเกมคอมพิวเตอร์ สำหรับเด็ก สื่อการเรียนการสอนแนวเอ็ดดูเทนเมนท์ อาทิ เกมพัฒนาทักษะคณิตศาสตร์ การตูนสอนภาษาอังกฤษ และเกมออนไลน์ เป็นต้น หรือสามารถพัฒนาสู่ธุรกิจซอฟต์แวร์กฎหมาย เป็นเลิร์ชเอ็นจิ้น คลังคำด้านกฎหมายให้กับสมาชิก หรือพัฒนาซอฟต์แวร์สำหรับการประชุมทางไกลในราคาเพียงแสนกว่าบาท

หลักสูตรวิชาชีพดังกล่าวเพิ่งเริ่มต้นได้ไม่นาน และยังเปิดอบรมเพียงไม่กี่คอร์ส จึงสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีฝีมือจัดจ้านในวิชาชีพแพทย์แผนไทย 30 ราย แปรรูปเนื้อสัตว์ 15 ราย และดนตรี 10 ราย บวกกับประเภทอื่นๆ แล้ว รวมทั้งหมดเพียงหลักร้อยเท่านั้น

แม้จำนวนจะยังน้อยอยู่ แต่ทางโครงการมุ่งหวังที่จะผลักดันหลักสูตรนี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี 2553 จะขยายประเภทวิชาชีพให้มากขึ้นอีก อาทิ สาขาจัดดอกไม้ เป็นต้น

ผอ.บุญเจือ กล่าวต่อว่า โครงการจะพิจารณาวิชาชีพใหม่ๆ จากความต้องการแท้จริงของผู้สนใจและความพร้อมของสถาบันด้วย

ทางโครงการกำลังเฟ้นหาวิทยาลัยของรัฐต่างๆ ที่สามารถเปิดสอนหลักสูตรยาวกว่า 100 ชั่วโมงขึ้นไป จากเดิมที่ฝึกปฏิบัติพร้อมเสนอแผนโดยใช้เวลาเรียนไม่นาน พร้อมมองหาความเชี่ยวชาญในแต่ละอาชีพเป็นพิเศษ เพราะนอกจากดูแลเรื่องทำมาหากินแล้ว สถาบันแห่งนั้นยังต้องอัดความรู้เรื่องการเงิน คณิตบัญชี ทำแผนธุรกิจ และวิธีคำนวณยอดขายให้เป็นอีกด้วย

ไม่เพียงเท่านั้น ยังให้ความสำคัญกับอาชีพ หรือธุรกิจที่หลายคนหลงลืม แล้วพยายามหาสิ่งใหม่ อีกทั้งสามารถสืบสานความเป็นไทยได้ด้วย

อย่าง อาหารไทย หรือขนมไทย ซึ่งมีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นผู้ดูแล ซึ่งธุรกิจนี้น่าจะไปได้สวย เพราะคนต่างชาติรู้จักและต้องการ ขณะที่หลายคน



มองข้ามอาหารไทยและขนมไทย ไปหาเบเกอรี่ ซึ่งมีมากมาย ดาษดื่นในตลาด หรือถ้าต้องการเปิดร้านอาหาร แก้วแก้วใหม่ จึงควรรู้ว่าจะนำเสนอสินค้าอย่างไร ทั้งการดีสเพลย์อาหาร อย่างมีศิลปะ เพิ่มทักษะบริการ และฝึกปฏิบัติงานขาย

หรือแม้กระทั่งเปลี่ยนทัศนคติไม่ดีในวิชาชีพบางประเภท ยกตัวอย่าง ปัญหาของธุรกิจนวดไทย มักมีแต่ผู้สูงอายุ หรือแบบแอบแฝง ทำให้เสียภาพลักษณ์นวดไทย จึงต้องนำ ศาสตร์ทางการแพทย์มาผสมผสานภูมิปัญญา เพื่อสร้างหลักการที่ถูกต้อง แล้วนำมากระตุ้นกลุ่มวัยรุ่นให้เข้ามาสู่อาชีพนี้ ได้ง่ายขึ้น

ทั้งนี้ วิธีการดังกล่าวยังช่วยรักษาเอกลักษณ์ของไทย อย่างทำราชสำนักที่กำลังสูญหาย ซึ่งเป็นหน้าที่ของเราทุกคน ที่จะทำอะไรให้พื้นที่นี้ขึ้นมา หรือป้องกันมิให้คนต่างชาติ นำไปใช้ผิดเพี้ยน ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้พัฒนา ต่อยอดและผลิตตำรา เอาศาสตร์ต่างๆมารวมกัน เพื่อสอน วิชาชีพนี้ในแนวทางวิทยาศาสตร์ควบคู่ภูมิปัญญาจนเป็น มาตรฐานเดียวกัน

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวต่อว่า ในปี 2553 จะมุ่งเพิ่มศูนย์การอบรม และหลักสูตรใหม่ ในขณะเดียวกันก็ยังใช้โมเดลเดิม ควบคู่ไปด้วย แต่จะเน้นฝึกอบรมทักษะอาชีพ ให้ตรงกับ ความต้องการ และให้ความรู้และอบรมเฉพาะด้านต่างๆอยู่ เสมอ

เพราะทางโครงการหวังจะเห็นภาพรวมของผู้ประกอบการใหม่ ได้ผลสำเร็จ มีพื้นฐานทางอาชีพที่ดี มีหลักการ สามารถสร้างงานออกมาได้ดี มากกว่ามุ่งเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียว

บริการเสริมเติมเทคนิค “ที่ปรึกษา” และ “การตลาด”

ไม่เพียงให้ความรู้และฝึกอบรมเท่านั้น แต่โครงการ NEC ยังเพิ่มบริการเสริมต่างๆ เพื่อช่วยแก้ปัญหาเฉพาะจุด แก่ผู้ประกอบการใหม่ โดยอาศัยการประสานงานกับองค์กร ที่มีความเชี่ยวชาญสูง

ความร่วมมือกับศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ TCDC คือเลือกสรรผู้ประกอบการที่มีผลิตภัณฑ์แล้ว แต่ไฉนก็ยัง ไม่เวิร์ค หรือต้องการทำการค้าเชิงพาณิชย์ ก็เข้ามาปรับ เทคนิค เรียนรู้เรื่องการออกแบบว่าต้องสร้างสรรค์อย่างไร อีกทั้งเทคนิคการบริการ พร้อมร่วมเวิร์คชอปในหัวข้อ สัมมนาต่างๆ ตลอดจนได้รับการคัดเลือกให้วางสินค้าใน ร้าน TCDC ด้วย

ยกตัวอย่าง ผู้ประกอบการรายหนึ่งต้องการผลิตโคม ไฟให้เป็นสินค้าตลาดเฉพาะ (Niche Market) เพราะเชื่อว่า ลูกค้าน่าจะชอบของโหล (Mass Product) ซึ่งผู้ประกอบการ รายนี้ต้องการแตกไลน์วัตถุดิบโลหะ ซึ่งเป็นของเสียจาก โรงงานของบิดา จึงเข้ามาปรับเทคนิคที่ TCDC จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ขายดี เพราะเป็นสินค้าเอกลักษณ์ เป็นงาน ขึ้นเดียว

อีกทั้ง ยังก่อตั้งศูนย์บ่มเพาะ เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการ NEC ประเภทเดียวกันที่เกิดขึ้นแล้ว และอยู่รอด จาก หน่วยการศึกษาต่างๆ เพื่อกลับเข้ามาพัฒนาให้เติบโต เพิ่ม ความเก่งด้านการตลาด หาช่องทางตลาดมากกว่าหนึ่ง หรืออยากลองปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดย อาศัยสถาบันการศึกษาที่เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เก่งเรื่องเกษตรแปรรูป



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเกี่ยวกับอาหาร และ แพชั่น ส่วนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าจอมเกล้า พระนครเหนือดูแลเรื่องการผลิต ซึ่งทั้งหมดจะเน้นให้บริการข้อมูล เสนอปรับแก้ให้ตรงกับจุดอ่อน หรือตามความต้องการตลอดเวลา

นอกจากนั้น ยังอาศัยศูนย์บ่มเพาะ เป็นตัวติดตามผลความสำเร็จของโครงการ NEC ร่วมกับการติดตามผลเป็นสถิติอย่างเคย

ที่สำคัญทางโครงการยังใช้สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยแก้แค้นใหม่ ที่เกิดแล้ว และมียอดขายดีในระดับหนึ่ง หรือเป็น NEC ดีเด่น กว่า 50 ราย นำเสนอตัวเองในหนังสือแนะนำธุรกิจ เช่น “บน ความสำเร็จของผู้ประกอบการใหม่” รวมทั้งเปิดเครือข่ายออนไลน์ “NEC City” ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อ สนับสนุนงานออกแบบสินค้า ให้โอกาสผู้ซื้อเข้ามาชม จับคู่ผู้ซื้อผู้ ขาย หรือได้พบเพื่อนที่อยู่ในอาชีพเดียวกัน

พร้อมเปิดโลกทัศน์ให้กับผู้ประกอบการใหม่ ผ่าน “SME Forum” ในหัวข้อสัมมนาที่หลากหลาย เช่น เทคนิคการค้าขายบน อีเบย์ รวมถึงเวิร์คช็อปไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือให้ความรู้วิชาการ ตลาดเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้งต่อปี เนื่องจากผู้ประกอบการใหม่บาง รายยังไม่รู้ว่าจะต้องปรับอะไร จึงต้องหาข้อมูลที่น่าสนใจมานำ เสนออย่างสม่ำเสมอ

ส่วนความช่วยเหลือด้านการตลาดนั้น ทางโครงการได้ ประสานงานกับบริษัทซีพี ซีเวนอีเลฟเว่น เปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าผ่าน 7 catalog เพื่อเป็นช่องทางการตลาดของ โปรดัคส์ NEC อย่างผู้ประกอบการสมุนไพร สไบนาง หรือ เอ็มเอิร์บ ซึ่งช่วยให้ขายได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งยอดขายปีหนึ่งกว่าพัน ล้านผ่าน 7 Catalog ได้แบ่งปันส่วนมาให้อเอสเอ็มอีเกือบร้อยละ 10% เลยทีเดียว

วิธีการดังกล่าวจะทำให้แก้แค้นใหม่มีช่องทางการตลาดมากกว่าหนึ่ง ไร่รองรับความเสี่ยง หรือเป็นโอกาสส่งเสริมการผลิตเพื่อ ส่งออกต่างประเทศต่อไป

แนวrayใหม่ มีหัวใจ “ผู้ประกอบการ ตัวจริง”

ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม กล่าวถึงนโยบายของโครงการ NEC ในอนาคต ว่าจะมุ่งให้ผู้ประกอบการจดทะเบียนในรูปแบบบริษัท และ สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้อยู่รอดและเติบโตขึ้น จากเดิมเน้น การตลาดและการขาย และเพิ่มปริมาณผู้ประกอบการใหม่ เท่านั้น

นั่นเป็นเหตุผลให้ต้องคัดสรรผู้ที่สนใจ ไม่ว่าจะเป็นผู้ว่างงาน ตกงาน หรือเป็นทายาทธุรกิจ ให้เป็นเจ้าแค้นใหม่มากขึ้น โดย พยายามลบความเชื่อเดิมๆ ของผู้ประกอบการที่ว่าจะได้เงิน ช่วยเหลือจากรัฐออกไป หรือศึกษาแล้วแต่ไม่นำไปทำธุรกิจ อย่างจริงจัง และพยายามเปลี่ยนวิธีการเลือกศูนย์จากความ ถนัดของสถาบันการศึกษา มากกว่าใกล้บ้าน หรือความเชื่อ ส่วนตัว

จากนั้นก็หันมาคัดสรรว่าผู้ประกอบการ NEC ผ่านการ สัมภาษณ์อย่างพิถีพิถัน เพื่อดูวิธีคิดด้านความพร้อม และ ความมุ่งมั่น บวกกับองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น พื้นฐาน การศึกษา อายุ ความสนใจ และคลุกคลีอยู่ในธุรกิจนั้นๆมา ก่อน เพื่อให้เปอร์เซ็นต์การเกิดและอยู่รอดของผู้ประกอบการ ใหม่สูงขึ้นตามไปด้วย

ตลอดจนมองหาผู้ประกอบการที่มีความรู้เฉพาะด้าน เช่นเป็นนักวิทยาศาสตร์ มีความรู้ ต้องการพัฒนาสินค้าที่ ตนเองผลิตขึ้นแล้วต้องการเข้าโครงการ NEC เพื่อเสริมช่อง ทางใหม่ หรือทายาทธุรกิจรายหนึ่ง มุ่งต่อยอดผลิตภัณฑ์ สุขภาพรุ่นพ่อแม่ โดยเปลี่ยนมาทำอัญพิชของ (ซีเรียล) แต่ ต้องการเข้าโครงการเพื่อแก้ปัญหาเรื่องระบบบัญชี เป็นต้น

นั่นแปลว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถ อดทน ปรับตัวเก่ง มุ่งมั่น และตั้งใจต่อเนื่อง แล้วจึงเข้ามาให้ กรมฯ ช่วย ก็จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันได้เร็วขึ้น

สุดท้ายนี้ แม้โครงการ NEC จะเป็นโครงการที่ดี สามารถ สร้างผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นนับพันราย และช่วยระบบ เศรษฐกิจทั้งประเทศได้ก็ตาม แต่การสร้างให้เกิดขึ้นมาแล้ว ยังต้องส่งต่อสู่การพัฒนาให้ขายได้ ก็จำเป็นต้องมีคนซื้อให้ ครบวงจร ฉะนั้นในฐานะคนไทยควรช่วยซื้อสินค้าไทย เพื่อ ช่วยผู้ประกอบการไทยอย่างแท้จริง ■

บ้านสวนศิลป์

สร้างสรรค์อาชีพส่วนตัว ทำเรซินให้เป็นศิลปะ

คุณสมยศ เกตุแก้ว ศิลปินผู้ใช้ความรู้สาขาศิลปะ
มาสร้างสรรค์งานศิลปะที่งดงามด้วยเรซิน ภายใต้ชื่อ
“บ้านสวนศิลป์” ซึ่งมีความหมายตรงตัวว่า บ้านที่ถูกทำให้
เป็นส่วนรุ่มรื่นด้วยศิลปะหลากหลายอยู่ในบ้านหลังนี้



ศิลปินท่านนี้ ใช้ความรู้ความสามารถที่เรียน
มาสร้างสรรค์งานศิลปะที่เกิดจากเรซิน เลี้ยงชีพมา
เป็นเวลากว่า 10 ปี โดยเริ่มต้นจากการเป็นลูกจ้าง
ผลิตสินค้าจำพวกของโชว์ของชำร่วย ต่อมาเริ่มเมื่อ
หน่วยการเป็นลูกจ้าง จึงหันมาทำกิจการของตัวเอง
โดยใช้บ้านเป็นแหล่งผลิต และเปลี่ยนแนวการผลิต
ตามรสนิยมส่วนตัว หันมาผลิตเรซินรูปแบบแนวใหม่
ที่ยังไม่มีใครทำ อาศัยความชอบส่วนตัวเป็นต้นทุน
หลัก จึงเลือกรูปแบบคาวบอย อินเดียนแดง และ
ชนเผ่าพื้นเมืองต่างๆ มาเป็นคอนเซ็ปต์หลักในการ
ผลิตเรซิน ใช้วิธีศึกษาเรื่องราวของชนเผ่าพื้นเมือง
ต่างๆ อย่างจริงจัง ก่อนที่จะนำมาถ่ายทอดผ่านเรซิน
และเทคนิคทางศิลปะ ทำให้ผลงานเรซินของบ้าน
สวนศิลป์มีชีวิตชีวาไม่เหมือนใคร จากนั้นขยาย
แนวคิดสู่รูปแบบการอนุรักษ์สัตว์ป่าด้วยการผลิตเร
ซินเลียนแบบสัตว์ป่าหายาก งานแต่ละชิ้นพิถีพิถัน
ด้วยใจมากกว่ามุ่งผลกำไรเป็นหลัก

ประโยชน์ / คุณค่า / การตลาด

คุณสมยศ เกตุแก้ว เผยว่า ผลิตภัณฑ์เรซินที่
ตนผลิตอยู่นั้น นอกจากใช้ตั้งโชว์ตามรสนิยมของผู้
ซื้อแล้ว บางครั้งยังสามารถนำไปประยุกต์เพื่อให้เกิด
ประโยชน์ใช้สอยอื่นๆ ได้ตามความพึงพอใจของ
ลูกค้า เช่น นำไปทำเป็นโต๊ะวางของทำเป็นเก้าอี้
หรือดัดแปลงเป็นโคมไฟได้ ซึ่งล่าสุดได้รับออเดอร์
จำนวนมากจากร้านอาหาร 13 แห่ง ผลิต
ภัณฑ์จากเรซินในสไตล์ที่เขาทำอยู่นี้โดยดัดแปลง
เป็นโคมไฟประดับตามจุดต่างๆ ของร้านเพื่อสร้าง
บรรยากาศคันทรี่ให้กับร้านอาหารได้

กลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เรซินของบ้านสวนศิลป์ ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ซื้อไปแต่งบ้าน แต่งสวน และกลุ่มแนวคันทรี่ที่ ชอบคาบอย ชอบอินเดียนแดงหรือชนเผ่าโบราณ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มพ่อค้าที่ซื้อไปขายต่อก็มี โดยแหล่งตลาดซื้อขายแหล่งใหญ่อยู่ที่สวนจตุจักร สำหรับผลิตภัณฑ์เรซินแนวอินเดียนแดงและคาบอย คุณสมยศฯให้ความเห็นว่าในเมืองไทยน่าจะมีผู้ผลิตไม่เกิน 5 ราย แหล่งซื้อขายแหล่งใหญ่อยู่ที่สวนจตุจักร ผลิตภัณฑ์เรซินแนวคาบอยและอินเดียนแดงที่ขายอยู่ในสวนจตุจักรส่วนมากเป็นผลิตภัณฑ์จากบ้านสวนศิลป์แทบทั้งนั้น

การผลิตเรซินของบ้านสวนศิลป์ ส่วนมากผลิตตามออเดอร์ โดยส่งขายให้พ่อค้าที่สวนจตุจักร และส่งตามแหล่งขายอื่นๆ อีกไม่กี่ราย ราคาที่ขายมีตั้งแต่งานเรซินชิ้นเล็กๆราคา 200 บาท ไปจนถึงงานเรซินชิ้นใหญ่ราคา

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์จากเรซินของ “บ้านสวนศิลป์” เป็นงานเรซินที่ใช้ศิลปะและภูมิความรู้ด้านเทคนิคของสี มาช่วยให้การผลิตงานเรซินมีสีสันเหมือนจริง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ผลิตภัณฑ์เรซินของวิสาห์กิจ ชุมชนรายนี้มีจุดเด่นอยู่ 2 ประเด็นหลัก คือ

1) **รูปแบบการผลิต** ผู้ผลิตเน้นผลิตรูปแบบของอินเดียนแดง คาบอย ชนเผ่าพื้นเมืองต่างๆ รวมทั้งสัตว์ป่าหายาก เช่น กวาง นกเงือก เป็นต้น เป็นรูปแบบที่ไม่ค่อยมีในท้องตลาด ผู้ผลิตยอมรับว่าจะต้องศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่างๆ ของรูปแบบที่จะทำการผลิตก่อนลงมือผลิตจริง จึงทำให้ผลิตภัณฑ์จากเรซินที่ได้จึงมีองค์ประกอบด้านศิลปะค่อนข้างสูง รูปแบบของผลงานมีความเป็นตัวเองสูง จึงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น



ประมาณ 15,000 บาท สำหรับเรซินแนวคาบอยและอินเดียนแดงขายส่งราคาตั้งแต่ 2,000 – 3,000 บาท ความยากของงานเรซินแนวอนุรักษอยู่เวลาที่ใช้ในการผลิตแต่ละตัวใช้เวลาค่อนข้างมากเพราะรายละเอียดของงานเยอะ

การผลิตใช้แรงงานในครอบครัวเป็นหลัก หากมีออเดอร์มากก็จะใช้วิธีส่งเข้าโรงงานเพื่อหล่อแบบขึ้นงานออกมา จากนั้นจึงลงมือทำสีและรายละเอียดต่างๆด้วยตัวเอง บางครั้งใช้วิธีการจะยงานไปตามกลุ่มที่เป็นเครือข่ายกันอยู่ 30 กว่าคน เพราะงานประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมาอยู่รวมกัน เนื่องจากเป็นงานฝีมืออาศัยทำอยู่กับบ้านได้ จึงใช้วิธีส่งงานไปตามประเภทความถนัด เช่นบางกลุ่มถนัดปั้น บางกลุ่มถนัดหล่อ บางกลุ่มถนัดลงสี เป็นต้น การสร้างกลุ่มของวิสาห์กิจชุมชนรายนี้จึงเป็นกลุ่มเครือข่ายเสียมากกว่าเป็นการรวมกลุ่มกัน

2) **ขนาดของชิ้นงาน** ผู้ผลิตเลือกผลิตชิ้นงานที่มีขนาดใหญ่โต เมื่อเทียบกับงานเรซินที่มีขายอยู่ทั่วไปในท้องตลาด ขนาดใหญ่ของชิ้นงานจึงทำให้ผลิตภัณฑ์สะดุดตาได้โดยง่าย และมีส่วนทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าสูงอยู่ในตัวของมันเอง

ขั้นตอนการผลิต

ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

ขั้นตอนแบบด้วยสีผง เป็นงานที่ใช้ความสามารถสูงและใช้เวลาค่อนข้างนาน

จากต้นแบบทำแม่พิมพ์ด้วยยางซิลิโคน ต้องอาศัยความชำนาญเพื่อให้แบบพิมพ์นี้เก็บรายละเอียดได้มากที่สุด และสามารถใช้งานได้หลายครั้ง

ผสมเรซินกับส่วนผสมต่างๆ เทน้ำยาเรซินลงในแบบพิมพ์ ใช้ฟู่กันทาเรซินให้ทั่วทุกซอกทุกมุมของแม่พิมพ์ให้น้ำยาไหลทั่วแม่พิมพ์ ทิ้งไว้ให้แห้งสนิทจึงถอดออกจาก



แม่พิมพ์ นำไปขัดแต่งและลงสี ขั้นตอนนี้ต้องใช้ฝีมือและใช้เวลา ในการผลิตพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและความยากง่ายของ รูปแบบผลิตภัณฑ์

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ผลิตเป็นเรซิน 80-90% นอกนั้นเป็นตัวเร่ง ปฏิกิริยา ตัวทำให้แข็ง น้ำยาถอดแบบ และสีผสมเรซิน เป็นต้น เรซิน หรือ โพลีเอสเตอร์เรซิน เป็นพลาสติกชนิดหนึ่ง ปกติ จะอยู่ในรูปของของเหลว มีกลิ่นฉุน เรซินสามารถหล่อเป็นรูป ต่างๆ ได้ตามแบบพิมพ์ โดยจะผสมกับเคมีบางอย่างเพื่อทำให้เกิด ปฏิกิริยาแข็งตัว

ปัญหา อุปสรรค

ผลิตภัณฑ์จากเรซินของคุณสมยศ เกิดแก้ว มีปัญหาตรง ทุนน้อย จึงไม่สามารถสร้างแบบออกมาได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากการทำแบบใหม่ๆ ออกมาแต่ละแบบ ต้องใช้ทุนสูงในการ ทำต้นแบบและสร้างแม่พิมพ์ และปัญหาอีกอย่างหนึ่งก็คือ ตลาด ยังจำกัดอยู่ในวงแคบเฉพาะกลุ่มผู้ซื้อของตลาดจตุจักร ผู้ผลิตยัง ไม่สามารถกระจายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ซื้อกลุ่มใหม่ๆ

แนวทางการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์เรซินของบ้านสวนศิลป์มีขนาดใหญ่ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์โดยจัดทำบรรจุภัณฑ์เพื่อใส่สินค้าในเบื้องต้นยังไม่คุ้ม ค่าพอ เนื่องจากตลาดยังแคบอยู่เฉพาะผู้นิยมสไตล์ country ยอด

ผลิตยังไม่มาก เป็นการผลิตตามออเดอร์ของลูกค้าเป็น ส่วนใหญ่

เนื่องจากผู้ผลิตยังขาดข้อมูลที่เป็นสื่อการขาย โดยเฉพาะข้อมูลที่ต้องการสื่อสารระหว่างลูกค้ากับผลิตภัณฑ์ของ ตน การสนับสนุนหรือช่วยเหลือในเบื้องต้นน่าจะเป็นฉลาก แนะนำสินค้า แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขนาดใหญ่ มีมูลค่า และมีความสวยงามในตัวเองสูง การสร้างฉลากเพื่อปิดบน สินค้าอาจจะไปลดค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีความงดงามอยู่แล้วได้

หากเปลี่ยนรูปแบบฉลากเป็นป้ายแขวนห้อยติดกับตัว สินค้า จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ดูดีขึ้น สิ่ง สำคัญคือ ป้ายแขวนดังกล่าวสามารถแก้จุดอ่อนของผู้ ประกอบการ ซึ่งขาดข้อมูลที่สื่อการขาย และข้อมูลสื่อสาร กับผู้ซื้อโดยตรง การทำป้ายแขวนจึงสามารถแก้ข้อนี้ได้ โดย ป้ายแขวนจะต้องออกแบบให้ใส่ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต 2) ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยข้อมูลทั้งหมดถูกจัดวางให้อยู่ ในป้ายแขวนนี้อย่างเหมาะสม

ขั้นตอนการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์

1. ปรับแต่งโลโก้ของสินค้าให้สอดคล้องกับตัว ผลิตภัณฑ์ นำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์มาใส่ในโลโก้
2. สร้างแบรนด์เนม “บ้านสวนศิลป์” ให้เด่นชัด เพื่อสื่อ แพรนด์ให้เห็นชัดๆ
3. ออกแบบป้ายแขวนให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้ โดยวางองค์ประกอบของภาพ สี และกราฟิก ให้ดูคลาสสิก
4. จัดทำข้อความใส่ในป้ายแขวนเพื่อใช้เป็นสื่อการขาย
5. ผู้ประกอบการประสงค์จะใช้ป้ายแขวนนี้ แทน นามบัตร จำเป็นต้องใส่ชื่อผู้ผลิตไว้ในป้ายแขวนนี้ เพื่อให้เกิด การสื่อสารหรือสื่อการขายได้ตามความประสงค์ของผู้ ประกอบการ

ขั้นตอนการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ รายนี้ เกิดขึ้นและสำเร็จได้ด้วยการช่วยเหลือและสนับสนุน จากอุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรี โดยเป็นส่วนหนึ่งของ โครงการส่งเสริมและพัฒนามูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์วิสาหกิจ ชุมชน ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนนทบุรี เป็นการพัฒนารูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับแนว โนม์ของตลาด

แม้ปัจจุบัน บ้านสวนศิลป์จะโยกย้ายกิจการไปอยู่ จังหวัดราชบุรีแล้วก็ตาม แต่ผลงานจากการสนับสนุนของ อุตสาหกรรมจังหวัดนนทบุรียังคงเป็นรูปแบบที่ถูกนำไปใช้ อย่างถาวร ■

บ้านสวนศิลป์ (ผลิตภัณฑ์จากเรซิน)

โทร. 089-026 0212

www.suansilp19.blogspot.com

เปิดหลักสูตร สร้างนักธุรกิจแฟรนไชส์ รองรับการเติบโตของแฟรนไชส์ไทย

บทบาทครั้งสำคัญของมหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรด้านแฟรนไชส์ในเมืองไทย นำหลักสูตร MBA สาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ คณะบริหารธุรกิจ เข้ามาบ่มเพาะบุคลากรด้านแฟรนไชส์ในระดับพื้นฐาน ภายใต้แนวความคิด “บุคลากร” เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาธุรกิจแฟรนไชส์อย่างยั่งยืน

พร้อมกันนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ยังได้ร่วมมือกับศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล (IRF) ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม ดำเนินการกิจกรรมให้ความช่วยเหลือต่อเนื่องโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ ปี 2553 หวังให้แฟรนไชส์ไทยมีการพัฒนาระบบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และก้าวต่อเนื่องให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแห่งธุรกิจแฟรนไชส์ หรือ Franchise Hub ในอนาคต

ระบบแฟรนไชส์ เป็นระบบที่ขายสิทธิให้กับผู้ที่สนใจเปิดธุรกิจในรูปแบบเดียวกับบริษัทแม่ โดยจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นค่าดำเนินการหรือค่าพัฒนาสินค้าของเจ้าของลิขสิทธิ์ แลกกับการลดความเสี่ยงในการลงทุน เพราะมีแนวทาง วิธีทำธุรกิจ และมีผู้คอยช่วยเหลือด้านสินค้าและการบริหารงานให้ อย่างไรก็ตาม อัตราการประสบความสำเร็จของผู้ที่กระโดดเข้าสู่ระบบแฟรนไชส์ในประเทศไทยนั้นยังถือว่าต่ำมาก ดังนั้น นักธุรกิจเอสเอ็มอีที่ต้องการนำระบบแฟรนไชส์เข้ามาเป็น





นักธุรกิจไทยให้เข้ามามีส่วนร่วมกับสถาบันการศึกษาในการสร้างสรรค์และพัฒนาธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีมหาวิทยาลัยยังเปิดหลักสูตรMBA สาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ คณะบริหารธุรกิจ ถือเป็นหนึ่งในมิติที่จะช่วยให้ระบบธุรกิจแฟรนไชส์และค้าปลีกของประเทศไทยได้พัฒนาอย่างยั่งยืนสืบไป

นายพีระพงษ์ กิติเวชโกศาวัฒน์ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล (IRF) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุมชี้ให้เห็นว่า การจัดการพื้นฐานเพื่อการพัฒนากระบวนแฟรนไชส์นั้นจำเป็นที่จะต้องใช้แนวทางที่ถูกต้องและให้ระยะเวลาในการพัฒนา แต่สิ่งสำคัญคือจะต้องมีแนวทางที่ชัดเจน อีกไม่นานเรา



เครื่องมือการตลาดเพื่อขยายธุรกิจ ต้องเข้าใจเสียก่อนว่าระบบแฟรนไชส์ไม่ใช่เรื่องง่ายที่ทุกคนจะทำได้ และไม่ใช่แค่การขายสูตรลับ หรือเพื่อต้องการใช้เป็นแหล่งระดมทุนเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของการสร้างระบบธุรกิจทั้งระบบขึ้นมา

ม.ศรีปทุมสร้างบุคลากรระดับต้นน้ำ

การจัดตั้งศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล (IRF) International Retail and Franchise business R&D Center นับเป็นอีกหนึ่งนโยบายของ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่เน้นเด่นชัดที่มุ่งจะพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจการค้าของคนไทยให้มีมาตรฐานและความสามารถในการแข่งขันต่อภาวะตลาดได้สมบูรณ์ ด้วยการพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการ ผลักดันให้ผู้ประกอบการและบุคลากรในสายอาชีพด้านแฟรนไชส์และค้าปลีกเพิ่มคุณภาพ สร้างและพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้มีวิสัยทัศน์มีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานโดยเพิ่มความรู้ทั้งในและต่างประเทศเข้ามาเสริมอย่างเป็นระบบ นอกเหนือจากนั้นศูนย์วิจัยพัฒนาที่จัดตั้งขึ้นจะกลายเป็นสถาบันกลางด้านวิชาการที่ดำเนินการจริงจัง เป็นศูนย์กลางการรวมตัวของผู้ประกอบการและ

จะเห็นการพัฒนากระบวนธุรกิจด้านแฟรนไชส์ที่ชัดเจนมากขึ้น เริ่มด้วยการเน้นส่งเสริมให้เกิดกฎเกณฑ์ชัดเจนเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจด้านแฟรนไชส์ที่ขยายตัวในประเทศหรือธุรกิจด้านแฟรนไชส์จากต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนด้วยการวางรากฐานด้านกฎหมายแฟรนไชส์ รวมถึงการสร้างหน่วยงานของรัฐที่เป็นหน่วยงานกลางดูแลกำกับโดยให้อิสระทางรูปแบบการทำงาน โดยมีทั้งผู้แทนจากภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทสนับสนุนงานองค์กรกลางอย่างชัดเจน สิ่งที่จะเป็นปรากฏการณ์ต่อเนื่องก็คือ กระบวนการสนับสนุนด้านการลงทุนของสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อการขยายงานหรือการลงทุนในการซื้อแฟรนไชส์ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น การให้วงเงินในการสร้างธุรกิจที่มีขนาดใหญ่พอที่จะเป็นธุรกิจระยะยาวมากกว่าที่จะเป็นธุรกิจรายย่อยเกินไป ชะเรเดียวกันจะต้องมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความรู้ เทคนิคความเข้าใจต่อการสร้างระบบธุรกิจ รวมทั้งการสร้างความรู้ความเข้าใจในสถาบันการศึกษาอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง สร้างกลุ่มผู้ทำงานและส่งเสริมวิชาชีพให้มีการยอมรับในสังคม

ส่วนทางด้านธุรกิจค้าปลีกถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นภาคธุรกิจที่สร้างงานสร้างเงินนับหมื่นนับแสนล้านบาทต่อปี และเป็นดัชนีสำคัญที่สะท้อนถึงความมั่งคั่งของประชาชนและความมั่นคงของประเทศ ทำให้มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้ทำการเปิดหลักสูตร MBA สาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ คณะบริหารธุรกิจ เพื่อสร้างบุคลากรตั้งแต่ต้นน้ำ เน้นการให้ความรู้เรื่องทฤษฎีไปพร้อมกับการปฏิบัติงานในสถานประกอบการจริง ซึ่งหลักสูตรได้ออกแบบให้มีการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้เป็น นักบริหารและผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์มืออาชีพรุ่นใหม่ ผ่านการเรียนรู้การสอนที่ทันสมัย สมบูรณ์แบบได้มาตรฐานสากลสามารถทำงานในองค์กรค้าปลีกและแฟรนไชส์ได้อย่างหลากหลาย โดยมีจุดหมายที่สำคัญในการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ เพื่อตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจเอกชน และสอดคล้องตามนโยบายของรัฐบาล อีกทั้งเพื่อยกระดับธุรกิจไทยให้มีความเข้มแข็งสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้นนำไปสู่เศรษฐกิจที่มั่นคง



เชื่อว่าหลักสูตรนี้จะสามารถตอบโจทย์การยกระดับธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ในประเทศ เพราะสถาบันการศึกษาถือเป็นหนึ่งในผู้ที่มีบทบาทสำคัญ นอกเหนือจากภาครัฐและภาคธุรกิจที่จะผลักดันให้การพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ในประเทศให้เติบโต เพราะที่ผ่านมาการขาดแคลนบุคลากรและองค์ความรู้ด้านธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์นี้เองที่ทำให้ธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ในไทยไม่สามารถเดินหน้าไปได้เท่าที่ควร

พร้อมกันนี้ ม.ศรีปทุม ได้สร้างเครือข่ายพันธมิตรทางด้านวิชาการ โดยมีศูนย์วิจัยค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจเอกชนชั้นนำ และให้นักศึกษาได้ศึกษารวมทั้งมีโอกาสฝึกงานกับสถานประกอบการค้าปลีกและแฟรนไชส์ตลอดหลักสูตรการศึกษา และการเปิดตัวหลักสูตรครั้งนี้ ทาง ม.ศรีปทุมฯ ถือโอกาสเชิญผู้ประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์ชื่อดังมาร่วมให้ข้อมูลความต้องการด้านบุคลากร และปัญหาอุปสรรคการสร้างธุรกิจให้มั่นคงและยั่งยืนด้วยระบบค้าปลีก-แฟรนไชส์ ต้องดำเนินการอย่างไรบ้าง ได้แก่ ตัวแทนผู้บริหารจาก บริษัท แบล็คแคนยอน (ประเทศไทย) จำกัด (Black Canyon) บริษัท โชคดี อินเตอร์เนชั่นแนล แฟรนไชส์ จำกัด (โชคดีตี้มซ้ำ) บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ส ยูนิตี้ จำกัด (กิฟฟารีน) บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) (Siam Macro) บริษัท โมเนา โพลีแตนท์ จำกัด (Cosmeda) บริษัท คาร์แลค (ไทย-เยอรมัน) จำกัด (Moly Care) บริษัท อีชีส์ อินเตอร์เนชั่นแนล แฟรนไชส์ จำกัด (EZ*S) บริษัท สมาร์ทอิงลิช จำกัด (Smart English) บริษัท เดอะคอฟฟี่เมคเกอร์ จำกัด (The coffee maker) บริษัท ที อาร์ โปรดักส์ แอนด์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (Wizard Auto Care) บริษัท วินเซนต์ เซ็นเตอร์เซอวิส กรุ๊ป จำกัด (Win-sent) บริษัท เฟลย์ แอนด์ เลอน จำกัด (Kido) บริษัท วราภรณ์ สมพงษ์ ฟู๊ดส์ จำกัด (วราภรณ์ ซาลาเปา) บริษัท เค เอส กรุ๊ป (KS Group)

หลักสูตรใหม่หนุนไทยสู่

Franchise Hub

ดร.สุนันทา ไชยสระแก้ว ผู้อำนวยการหลักสูตร MBA สาขาการจัดการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ คณะบริหารธุรกิจ



มหาวิทยาลัยศรีปทุม ให้ความเห็นว่า มีความเป็นไปได้ที่ไทย จะยกระดับเป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟรนไชส์ ในภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ ภายใน 5 ปี ข้างหน้า ทั้งนี้ เนื่องจาก มีภาครัฐมีการส่งเสริมพัฒนาแฟรนไชส์อย่างต่อเนื่อง ทำให้ ระบบการบริหารจัดการมีมาตรฐาน มีการพัฒนาด้าน เทคโนโลยี และเครื่องมือทางการตลาดใหม่ๆ รวมถึงการสร้าง บุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ ซึ่งยุทธศาสตร์ที่ สำคัญประการหลังนี้ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรเฉพาะ ด้าน เป็นประเด็นที่ทุกฝ่ายให้ความสำคัญแต่การขาดการ ดำเนินการที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม

ที่ผ่านมากระบวนการในระดับต้นน้ำยังไม่มีการลงลึก หรือจัดทำเป็นหลักสูตรการศึกษา ในระดับอุดมศึกษาที่ตรง



ตามความต้องการของภาคธุรกิจแฟรนไชส์ มหาวิทยาลัย ศรีปทุมเองได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในกระบวนการสร้างคนที่มี ความรู้และความเข้าใจ เพื่อป้อนบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าสู่ ตลาดแฟรนไชส์ที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

โดยหลักสูตรที่มหาวิทยาลัยศรีปทุมได้ทำการเปิดสอน ในป็นี คือ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ ธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับองค์ความรู้ที่ได้ มีการพัฒนาจากประสบการณ์ทางวิชาชีพที่แท้จริง เพื่อตอบ สอนความต้องการของภาคธุรกิจเอกชน และสอดคล้องตาม นโยบายของรัฐบาล ทั้งนี้เพื่อยกระดับธุรกิจไทยให้มีความ แข็งแกร่ง และสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศ นำไปสู่ เศรษฐกิจที่มั่นคงต่อไป

ปัจจุบันบุคลากรที่มีความรู้เรื่องระบบค้าปลีก แฟรนไชส์ ของไทยยังมีน้อยมาก ทำให้ภาคอุตสาหกรรมค้าปลีกรายใหญ่ กลุ่มโมเดิร์นเทรด และผู้ประกอบการรายย่อยต่างประสบ ปัญหาและสร้างบุคลากรเฉพาะด้านขึ้นมารองรับ แต่ก็ยังไม่ เพียงพอ จึงเป็นเรื่องที่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาควิชา เอกชน สถาบันศึกษา เร่งผลิตและอบรมบุคลากรคุณภาพเพื่อ

รองรับธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ ให้มีโอกาสเติบโต เมื่อส่งเสริม และผลักดันให้ผู้ประกอบไทยเข้มแข็งแล้วเชื่อว่าส่งผลดีต่อ เศรษฐกิจภาพรวมต่อไปนับว่าธุรกิจแฟรนไชส์คือรากฐานหลักของ ประเทศ

ด้าน **นายสุภัค หมั่นนิกร** กรรมการกิตติมศักดิ์ สมาคม ธุรกิจแฟรนไชส์และเอสเอ็มอีไทย กล่าวในทิศทางเดียวกันว่า การ สร้างบุคลากรด้านแฟรนไชส์ถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก และ เป็นต้นน้ำในการพัฒนาสู่กลางน้ำ และปลายน้ำต่อไป โดยการ พัฒนาคน ให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ และเข้าใจในระบบ แฟรนไชส์ อย่างลึกซึ้ง จะเป็นตัวแปรสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถของ แฟรนไชส์ไทยให้แข่งขันในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ โดยคู่แข่งสำคัญของไทย คือสิงคโปร์ และมาเลเซีย

ประเทศไทยเองนับว่ามีจุดแข็งสำคัญ เป็นประเทศที่มีผู้ซื้อ ทุนน้ำ มีตัวสินค้าที่ดีค่อนข้างเยอะ และเป็นประเทศที่นำลงทุน แฟรนไชส์ไทยถือเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ ซึ่งภาครัฐพยายามทำการ ตลาดอย่างจริงจังมาตลอด 10 ปี ตั้งแต่การโรดโชว์ การอบรม แฟรนไชส์เซอร์ รวมถึงการขับเคลื่อนเรื่องข้อกฎหมายแฟรนไชส์เมื่อปี 2551 ที่ผ่านมา โดยมีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นเห็นเตอร์หลัก

ก่อนการเริ่มต้นธุรกิจเอสเอ็มอีแฟรนไชส์ ต้องเริ่มจากการ สร้างความพร้อม ต้องประกอบไปด้วยความสำเร็จที่พิสูจน์ได้ ถ้า ไม่อย่างนั้นก็อย่าเพิ่งเริ่มนำคำว่าแฟรนไชส์มาใช้ในธุรกิจ ก่อนเริ่ม ระบบแฟรนไชส์ควรถามตัวเองก่อนว่า พร้อมหรือยัง ธุรกิจที่ทำอยู่ ประสบความสำเร็จ เข้มแข็งแล้วหรือไม่ ถ้าคำตอบที่ได้ยังไม่แน่ใจ 100% แนะนำว่าการขยายธุรกิจยังมีอีกหลายวิธีให้เลือกใช้ อาจ เริ่มด้วยการหาตัวแทนจำหน่าย สร้างระบบเอเยนต์ กระจายสินค้า เข้าสู่ระบบการค้าปกติ หากต้องการหาเงินทุนเพื่อขยายกิจการ สามารถเริ่มจากหาผู้ร่วมทุน จนถึงการใช้ระบบการเงินต่างๆ ถึงจะดูยาก แต่เปรียบเทียบกับระบบแฟรนไชส์แล้วง่ายกว่ากันมาก

ทั้งนี้ข้อกฎหมายดังกล่าวกำลังอยู่ระหว่างการพิจารณา โดย ยังไม่สรุป เนื่องจากการเปลี่ยนถ่ายรัฐบาลหลายครั้ง ทำให้เกิด ความล่าช้า สำหรับการที่ไทยจะเป็น Franchise Hub ได้ไม่ไกลเกิน เอื้อม คาดว่าภายใน 5 ปีข้างหน้าไทยจะเป็นศูนย์กลางแห่งธุรกิจ แฟรนไชส์

ส่วนการเตรียมความพร้อมในภาคผู้ประกอบการ และแฟรนไชส์เซอร์เองที่จะเป็นกุญแจสำคัญในการผลักดันให้ไทยเป็นฮับได้ นอกเหนือจากการพัฒนาองค์ความรู้ในระดับต้นน้ำแล้ว ควรมีหลัก การสำคัญ 5 แนวทาง ดังนี้

1. ต้องเป็นธุรกิจที่มีโอกาสทางการตลาดอย่างแท้จริง
2. ต้องเป็นธุรกิจระยะยาว ไม่ใช่กระแสแบบมาเร็วไปเร็ว
3. ต้องมีร้านต้นแบบ มีความเชื่อถือ
4. มีตัวเลขอ้างอิงของธุรกิจ
5. ต้องมีทีมงานสนับสนุนแฟรนไชส์

อย่างไรก็ตามการพัฒนาคนให้เกิดองค์ความรู้ นับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่จะสานต่อให้เกิด การพัฒนาระบบแฟรนไชส์ไทยให้ยั่งยืนต่อไป และสู่แฟรนไชส์ อีอีอีอีก 5 ปีข้างหน้าอย่าง ที่คาดการณ์ไว้อย่างแน่นอน

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไทย สนับสนุนธุรกิจแฟรนไชส์

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ให้การสนับสนุนด้านแฟรนไชส์มาอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อปี 2552 ที่ผ่านมามีการจับมือกับเอสเอ็มอีแบงก์ ปลดปล่อยสินค้าธุรกิจแฟรนไชส์ผู้ว่างงานที่ประกันตน คาดลดปัญหาว่างงานได้ 150,000 คน ระดมปล่อยสินเชื่อ 30,000-50,000 บาท/ราย ระยะเวลาที่ยืมสูงสุดไม่เกิน 5 ปี เพื่อสนับสนุนสินเชื่อเพื่อธุรกิจแฟรนไชส์ระหว่างธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (เอสเอ็มอีแบงก์) กับบริษัท ทำพิสุจน์ฟู๊ดส์ กรุ๊ป จำกัด เพื่อสนับสนุนประชาชนทั่วไป ผู้ว่างงาน และผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานประกันสังคมและครอบครัว ประกอบการอาชีพอิสระในธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนค่อนข้างต่ำ

ปี 2553 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ยังเน้นให้การสนับสนุนด้านแฟรนไชส์ ร่วมมือกับ ศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีก และแฟรนไชส์สากล (IRF) จัดกิจกรรมการให้ความช่วยเหลือต่อเนื่อง สำหรับ SMEs ที่เคยผ่านการอบรม โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่สาขาพาณิชย์กรรม ปี 2552 หรือ NEC มาแล้ว และต้องการความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจ SMEs จัดตั้งขึ้นมาให้เจริญเติบโตและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยมีวัตถุประสงค์โครงการดังนี้

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการใหม่ในการวางแผน การบริหารกิจการ การตัดสินใจ และการพัฒนาด้านการจัดการให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

เพื่อผลักดัน ให้วิสาหกิจที่เกิดขึ้นใหม่ๆ เข้าสู่ธุรกิจจริง และสร้างโอกาสขยายธุรกิจต่อไปในอนาคต เพื่อเพิ่มความเข้มแข็ง แก่วิสาหกิจขนาดเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ (3 ปีแรก) ให้อยู่รอดและรักษาสภาพการจ้างงาน

โครงสร้างกิจกรรมประกอบด้วย 3 Key Concept และ 5 Step ดังนี้

3 Key Concept ได้แก่

1. เห็นจริง ให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้เห็นถึงปัญหา อุปสรรคที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจของตนเอง
2. แนะนำจริง ที่ปรึกษาโครงการให้คำแนะนำ และหาแนวทางที่ดีที่สุดให้กับผู้เข้าร่วมโครงการ
3. ลงมือทำจริง ผู้เข้าร่วมอบรมได้ลงมือพัฒนาธุรกิจได้อย่างแท้จริง และ ออกสู่ตลาดได้เอง

5 STEP ในการช่วยเหลือ ได้แก่

Initial Meeting เป็นการแนะนำธุรกิจ และ แนะนำที่ปรึกษา วิทยากร ถึงความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้ทำความรู้จัก และ เพื่อความสะดวกในการให้ความช่วยเหลือต่อเนื่องในขั้นต่อไป

Business Plan Setup ทีมที่ปรึกษา วิทยากรจะทำการตรวจสอบแผนธุรกิจของผู้เข้าร่วมโครงการ พร้อมทั้งประเมินแผนธุรกิจรายบุคคล เพื่อเป็นการค้นหาจุดอ่อนทางธุรกิจ และ นำจุดอ่อนนั้นมาแก้ไขให้ และเน้นในเรื่องของจุดแข็งให้เด่นชัดขึ้นมา โดยทาง ทีมที่ปรึกษา และวิทยากร จะเป็นฝ่ายจัดทำแผนธุรกิจให้กับผู้เข้าร่วมโครงการให้ความช่วยเหลือต่อเนื่องนี้

Consulting Guide Line เป็นกิจกรรมการให้คำปรึกษา โดยจะใช้กรณีศึกษา ที่เกิดขึ้นจริงมาประยุกต์ใช้และให้ผู้เข้าร่วมอบรมได้เห็นถึงความเป็นจริงมากที่สุด โดยจะมีทั้ง แบบเป็นรายกลุ่ม และรายบุคคลตามความเหมาะสม โดยจะต้องมีการให้คำปรึกษาเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของผู้เข้าร่วม

Business Development ทางศูนย์วิจัยพัฒนาธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์สากล ได้มีการจัดทีมงานรองรับในเรื่องของการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ การออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ รูปแบบการบริการ ฯลฯ ตามความต้องการของผู้เข้าร่วมโครงการ ผู้เข้าร่วมอบรมจะได้รับการช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ รวมทั้งการศึกษาดูงาน เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นในการพัฒนาธุรกิจของผู้เข้าร่วมโครงการเองด้วยส่วนหนึ่ง

Implementation Plan เป็นการผลักดันธุรกิจที่เข้าร่วมโครงการให้ความช่วยเหลือต่อเนื่องนี้ให้เกิดการได้ลงมือทำจริง โดยจะนำเอา สินค้าหรือบริการ ที่ได้รับการพัฒนาแล้วมาร่วมงานแสดงสินค้า กับมหกรรมการแสดงสินค้า 1 งาน เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกิจต่อไป และยังมีกิจกรรม เพิ่มเติมอีกด้วย

1. สร้างเครือข่ายธุรกิจให้กับผู้เข้าร่วมอบรม โดยการสร้างเว็บไซต์
2. จัดทำหนังสือแนะนำกิจการ
3. การนำเสนอแผนธุรกิจต่อสถาบันการเงิน

อย่างไรก็ตาม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีโครงการดีๆ สำหรับเอสเอ็มอี และแฟรนไชส์ไทย ทั้งทางด้านแหล่งเงินทุน องค์ความรู้ (Knowhow) และการให้คำปรึกษาทางด้านการตลาด เพื่อพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจเอสเอ็มอีไทยให้ก้าวสู่เวทีระดับโลก โดยสามารถติดตามโครงการต่างๆ ได้ที่ www.dip.go.th ■

ศูนย์กลางประสานผู้ซื้อ-ผู้ขาย ใช้เทคนิคการตลาด จิวแต่แจ่ว

เอ่ยคำว่า “การตลาด” ขึ้นมาเมื่อไร ผู้ประกอบการใช้สกลางและเล็กมักจะหวาดกลัวกันไปก่อน ทุกที เพราะมันคือ “งานหิน” ที่ทุกคนต้องเจอ และหลายคนยังไม่พร้อมจะลุยเดินหน้าตามลำพัง พวกเขาจึงหวังเสริมกำลังหนุน โดยพึ่งพาความเชี่ยวชาญและชำนาญของภาครัฐ

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ชันอาสาเข้ามารับหน้าที่ต่อเนื่องจากสายงานพัฒนาศักยภาพการผลิต โดยให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดตามแบบฉบับของตัวเอง นั่นคือ เป็นสื่อกลางประสานงานระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และให้คำปรึกษาด้านการตลาด เพื่อกำจัดจุดอ่อนเอสเอ็มอีอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ถึงแม้บทบาทในการดูแลและให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดจะตกเป็นภาระโดยตรงของกระทรวงพาณิชย์ก็ตาม แต่ด้วยพันธกิจหลักในการส่งเสริมประสิทธิภาพด้านการผลิต ทำให้กระทรวงอุตสาหกรรมต้องทำงานต่อยอดเรื่องการตลาดไปพร้อมๆกัน เพื่อให้กระบวนการทำงานของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมประสบความสำเร็จอย่างสมบูรณ์

ตลอดระยะเวลา 50-60 ปี สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีหน้าที่ดูแลชุมชนอย่างเข้มข้น ด้วยการสำรวจความพร้อมทุกหมู่บ้านในแต่ละจังหวัด แล้วนำมาสร้างสรรคโครงการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือฝึกอาชีพให้กับผู้ผลิตและผู้ค้าในภูมิภาค ร่วมกับกรมพัฒนาชุมชนที่จะเข้ามาดูแลเรื่องสาธารณูปโภค

แต่เมื่อนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือโอท็อปถูกส่งมาเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว จึงเกิดการประสานงานหลายฝ่าย ทั้งกระทรวงเกษตร กรมการศึกษานอกโรงเรียน เป็นต้น ทำให้ต้องลดหน้าที่ช่วยงานฝึกอาชีพลง แล้วส่งต่อให้ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคเป็นแกนหลักในการดูแลทั้งหมด





นายสุวรรณ วุฒยาคม ผู้อำนวยการส่วนพัฒนาส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมเปิดเผยว่า ที่ผ่านมา บทบาทในการช่วยเหลือด้านการตลาดของสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน มีทั้งทางตรง นั่นคือ การเปิดพื้นที่จำหน่ายสินค้าเพื่อให้ลูกค้าและผู้ซื้อได้มาพบกัน

และทางอ้อม ได้แก่การพัฒนาเอสเอ็มอี และวิสาหกิจชุมชน ให้มีความรู้ในการบริหารจัดการองค์กรและสอดคล้องการตลาดเข้าไปด้วย

รูปแบบการดำเนินงานนั้น จะเชิญวิทยากร และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดมาฝึกอบรมในหัวข้อการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการตลาด รวมทั้งการบริหารจัดการและการตลาดเพื่อสร้างกิจกรรมการตลาดของผู้ผลิตและผู้ประกอบการ ตลอดจนสอนวิธีใช้เทคนิคการตลาดด้วยตัวเอง

แต่เนื่องจากหลักสูตรการตลาดนั้น เน้นบริหารจัดการเป็นส่วนใหญ่ จึงสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเอสเอ็มอีได้บ้างในทางกลับกัน มันยังไม่โดนใจผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเลยสักนิด

เพราะภาพรวมของชุมชนยังไม่ตระหนักถึงข้อมูลการบริหารจัดการ จึงรู้สึกเบื่อหน่าย และคิดว่าเป็นเรื่องเสียเวลาการได้รับความรู้เพิ่ม แต่ยอดขาย หรือรายได้ไม่เพิ่มขึ้น ทำให้พวกเขาต้องการตลาดจริงๆ มากกว่า

ในเมื่อไม่มีนโยบายการตลาดสนับสนุนการตลาดทางตรงทางสำนักฯ จึงไม่มีงบประมาณจัดงานแสดงสินค้าอย่างจริงจัง นั่นเป็นเหตุให้ต้องส่งไม้กลับไปกระทรวงพาณิชย์เช่นเดิม

ในเมื่อเดินทางตรงไม่ได้ หากจะให้เดินทางอ้อมก็ลำบากอย่างนั้นก็ต้องเดิน “ทางสายกลาง” ดีที่สุด

การให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดสำหรับเอสเอ็มอี และวิสาหกิจชุมชนจะต้องทำตัวเป็น “สื่อกลาง” นำเสนอผู้ประกอบการให้แก่ผู้ซื้อรายใหญ่ หรือเทรดเดอร์ ผ่านแคตตาล็อก และนามบัตรของผู้ประกอบการ หรือคอยประสานงานติดต่อกับหน่วยงานอื่นที่มีความประสงค์จะเชิญเอสเอ็มอีและวิสาหกิจชุมชนไปออกบูธ เป็นต้น

นอกจากนั้นยังต้องเป็น “ตัวกลาง” สร้างปัจจัยเอื้อการตลาดผ่านโครงการต่างๆ เช่น จัดคณะผู้ประกอบการเพื่อศึกษาดูงาน จัดกิจกรรมผู้ค้าพบปะผู้ซื้อ เปิดเวทีเจรจากับผู้ค้า

หรือจัดอบรมให้คำปรึกษา แนะนำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการตลาดเฉพาะบุคคล

ทั้งนี้ โครงการเด่นๆ ที่เข้ามาช่วยเหลือด้านการตลาดภายใต้กรอบความรับผิดชอบของกระทรวงอุตสาหกรรมได้แก่ โครงการที่จัดสรรมาเพื่อพัฒนาโอท็อปโดยตรง จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ซึ่งตั้งแต่ปีแรก (2550) สามารถพัฒนาผู้ประกอบการได้กว่า 250 ราย จากงบประมาณที่ได้มา 35 ล้านบาท และเพิ่มจำนวนผู้เข้ารับการพัฒนาต่ออีก 100 รายในปี 2552 จากงบประมาณ 13 ล้านบาท ซึ่งในปีนี้ทางสำนักฯตั้งเป้าว่าจะพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ได้อีก 100 รายด้วยงบประมาณเท่าปีก่อน

ส่วนโครงการไฮไลท์ที่คู่ขนานกับโครงการแรกมาตลอดนั้น ผู้อำนวยการส่วนพัฒนาส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน เปิดใจนำเสนอโครงการการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อ

เขาเล่าว่า ทางสำนักฯจะทำงานประสานกับกระทรวงพาณิชย์ ให้เป็นผู้จัดทำใบแสดงความคิดเห็นสำหรับผู้ซื้อ เพื่อเสนอความต้องการในเรื่องด้านต่างๆ จากผู้ผลิตและผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าไปปรับปรุงและพัฒนา หลังจากนั้น กระทรวงอุตสาหกรรมก็จะเข้าไปรับไม้ต่อ โดยจัดจ้างที่ปรึกษาดำเนินการแนะนำและพัฒนาความรู้เทคโนโลยีการผลิต สร้างสรรค์รูปแบบและบรรจุภัณฑ์ใหม่ และแก้ไขให้ตรงใจผู้ซื้อมากขึ้น เพื่อรองรับคำสั่งซื้อต่อไป

ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่กระทรวงพาณิชย์ ต้องใช้เวลาเก็บข้อมูลนานพอสมควร ก่อนส่งต่อไปเอสเอ็มอี หรือวิสาหกิจชุมชนเข้ารับการอบรมพัฒนาสินค้าให้มีวิวัฒนาการจะได้ จึงเป็นเรื่องค่อนข้างยากที่จะไม่มีการจับคู่ธุรกิจภายในเวลาทำงานเพียง 3 - 4 เดือน (มิถุนายนถึงกันยายน)

ความสำเร็จของโครงการนี้ประเมินผลได้เพียงครั้งเดียว เพราะในความเป็นจริงแล้ว ผู้ซื้อกลับไม่ยอมสั่งซื้อต่อ จะมีเพียง 20% เท่านั้นที่มีผู้ซื้อรองรับ

ผู้ซื้อกว่า 80% ที่เหลือให้เหตุผลว่าสินค้ายังไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ซึ่งมันเป็นเรื่องทางจิตวิทยาที่ว่าสินค้าต้องมีความหลากหลายพร้อมให้เลือกสรร มากกว่าเตรียมไว้ให้เลือกอย่างจำกัด โดยเฉพาะสินค้าหัตถกรรม บ้างก็กลัวว่าไอเดียที่ให้ไปจะถูกผู้ซื้อรายอื่นลอกเลียนแบบ ผู้ซื้อหลายรายจึงเลือกที่จะจัดจ้างเฉพาะชุมชนใดชุมชนหนึ่งดีกว่า

ต่อมาในปีสอง จึงต้องเปลี่ยนโครงสร้างเล็กน้อย ด้วยการจับคู่ธุรกิจ เดินหน้ารุกหาเทรดเดอร์ตัวจริง ซึ่งพร้อมแสดงความต้องการสั่งซื้อสินค้าอย่างแน่นอน ขณะเดียวกันก็ฝึกอบรมและพัฒนาตัวผู้ประกอบการไปพร้อมๆ กัน

ผอ.สุวรรณกล่าวเพิ่มเติมว่า จะรอออเดอร์หลังพัฒนาแล้วจะไม่ทันการณ์ ฉะนั้นจึงต้องติดต่อดูแลโดยตรงถึงตัวผู้ซื้อด้วยว่าต้องการให้พัฒนาอะไรบ้าง จากนั้นยังต้องมีการติดตามว่าสินค้ามีการสั่งซื้อสินค้าจริง

หลังจากส่งโครงการนี้ออกไป ก็ปรากฏตัวเลขความสำเร็จของผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ร่วมโครงการถึง 80% ในขณะที่สัดส่วน 60% ได้แสดงถึงจำนวนผู้ซื้อรายย่อยที่ส่งคำสั่งซื้อเข้ามา ส่วนตัวเลข 6 ล้านบาทนับเป็นยอดขายจากคำสั่งซื้อนั้น หากจะวัดผลความสำเร็จทั้งหมดก็ถือว่าผลงานเป็นที่น่าพอใจ บรรลุเป้าหมายแล้ว



มาถึงปี 2553 ทางสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนจะคัดสรรตัวสินค้าเด่นๆ แล้วใช้วิธีการจ้างที่ปรึกษา เตรียมหาผู้ผลิตที่มีคุณภาพไว้แต่เนิ่นๆ เพื่อให้สินค้าที่ดี ต้องขายได้ทันทีภายใต้กรอบเวลาการทำงานเท่าเดิม

โครงการทั้งสองจะต้องสานต่อ และอาศัยโครงสร้างการทำงานจริงจังและเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยจะใช้ 2 วิธีการหลักๆ เป็นหัวใจ คือ 1. แนะนำช่องทางทำการตลาดทางตรง และ 2. เป็นสื่อประสานตรงให้ลูกค้าตัวจริง ได้คุยกับผู้ประกอบการ ได้เห็นตัวสินค้าเพื่อเกิดการซื้อขายทันที

ทั้งสองวิธีการนั้น จะใช้รูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (โอท็อป) ซึ่งกลุ่มนี้ยังมีผู้ประกอบการหลายรายที่ไม่เอาความรู้ไปใช้อย่างเต็มที่ ยังไม่ตระหนักคุณสมบัติสินค้า ไม่มีความเป็นนักออกแบบ และไม่เห็นความจำเป็นของการทำบัญชี และบางคนไม่จริงจังกับการทำธุรกิจ เห็นเป็นงานอดิเรกเท่านั้น โดยที่พวกเขาไม่รู้เลยว่ากำลังจะโดนแย่งตลาดจากคู่แข่งต่างชาติ เช่น จีน และลาว อยู่

ทางสำนักฯ จึงต้องพยายามหาตลาดตรงให้ได้ โดยจะหาพื้นที่ขายด้วยการออกบูธโชว์สินค้าเพื่อขาย ควบคู่ไปกับการพยายามสร้างแรงจูงใจ และกระตุ้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยผลักดันเข้าโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับคำสั่งซื้อเพื่อสร้างการขายโดยตรงอีกทางหนึ่ง

หรือดึงเข้าโครงการใหม่ คือ โครงการพัฒนาเพื่อความเข้มแข็ง เพื่อหาสิ่งที่ขาดตกบกพร่องแล้วนำวิทยากรเก่งๆ มาช่วยชี้ทางออกให้ เพื่อศึกษา หรือหากิจกรรมเข้าแคมป์ฝึกอบรม

2. กลุ่มที่จะก้าวเป็นเอสเอ็มอี ซึ่งมีโอกาสเติบโตสูง ซึ่งยังติดปัญหาความไม่ต่อเนื่องของโครงการหรือความช่วยเหลือไม่ตรงกับความต้องการ

ฉะนั้นจึงต้องจ้างที่ปรึกษาต่างประเทศมาพัฒนาผู้ประกอบการจำนวน 100 ราย แล้วคัดออกมา 20 รายเพื่อพัฒนาสู่ความเป็นสินค้าส่งออก

3. กลุ่มโอท็อปเอสเอ็มอี ซึ่งเกิดจากตัวผู้ประกอบการที่มีภูมิความรู้จะจ้างงานจากวิสาหกิจชุมชนเป็นส่วนใหญ่

ทางสำนักฯ จะคัดผู้ที่มีความพร้อม มีความรู้และตั้งใจ เพื่อส่งดีไซเนอร์จากต่างประเทศซึ่งมีความสามารถเชื่อมสัมพันธ์การตลาดได้ด้วยเข้ามาให้คำปรึกษา ตลอดจนฟังความคิดเห็นสร้างสรรค์ของนักศึกษาผ่านงานประกวด เพื่อส่งต่อให้นักการตลาด และเทรดเดอร์มากำหนดแบบร่วมกัน และอาจเปิดเวทีให้ผู้ประกอบการ และนักศึกษา มาร่วมระดมความคิดเห็นระหว่างกันด้วย

นอกจากจะพิจารณาจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการเป็นสำคัญแล้ว ยังต้องใส่ใจพัฒนาความเป็นไปได้ทางการตลาดจากตัวสินค้าด้วย

ผอ.สุวรรณบอกว่า ในตระกูลสินค้าโอท็อปทั้งหลาย ประเภทของใช้ของตกแต่ง ผ้า เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์สปา อาหารแปรรูป สมุนไพรไม้อื่นๆ สินค้าที่ขายดีในตลาดโลก ได้แก่เครื่องใช้ในสปา และเคหะสิ่งทอ ส่วนพวกอาหารแปรรูปนั้นทำตลาดในประเทศได้ง่าย

แต่สำหรับของใช้ของตกแต่ง ผ้า เครื่องแต่งกายนั้นจะตลาดใหม่และครองใจลูกค้าได้ยาก เพราะสินค้าไม่เข้าตาผู้ซื้อเจ้าเดิมที่หวังจะออเดอร์สินค้าใหม่เท่านั้น รวมทั้งตัววัตถุดิบไทยนั้นขายได้ยากมาก เพราะเทรดเดอร์อาจมีคู่ค้าในมือแล้ว อุปสรรคคือความยากที่จะเจอเจ้าครั้งใหม่ แถมยังมีจีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เป็นคู่แข่งตัวฉกาจอีกด้วย

ส่วนผลิตภัณฑ์ขายดีของเอสเอ็มอี ได้แก่ ของใช้ในชีวิตรประจำวัน และสินค้ากึ่งโอท็อป ที่ผ่านการใช้เครื่องจักร หรือเครื่องทุ่นแรงมาบ้าง หรือใช้การจ้างแรงงานโอท็อป อย่างโลหะเครื่องปั้นดินเผา ดอกไม้ประดิษฐ์ เครื่องประดับ เป็นต้น

เมื่อรู้จักทั้งข้อดีข้อด้อยของผู้ผลิตและผู้ประกอบการ รวมถึงศักยภาพของสินค้าแล้ว ก็ทำการเชื่อมโยงทั้งสองสิ่งเข้าด้วยกัน แล้วพัฒนารูปแบบสินค้านั้นๆ ให้ขายได้ หวังจะให้โอท็อปเป็นเอสเอ็มอีก่อน โดยจะให้ความช่วยเหลือเครื่องมือใช้สอยที่มีคุณภาพ และสนับสนุนกลุ่มสินค้าเน้นของที่ระลึกเป็นพิเศษ

ส่วนกลุ่มเอสเอ็มอี และโอท็อป-เอสเอ็มอีนั้น ทางสำนักฯ ทำหน้าที่นำเสนอตัวให้กลุ่มผู้ซื้อรายใหม่ๆ พร้อมกับสรรหาที่ปรึกษาเก่งๆ ทั้งที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และรอบรู้ทุกเรื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายได้ไม่รู้จัก ■



สร้างอาชีพผ่าน อาหารชาติพันธุ์

โลกปัจจุบันได้กลายเป็นโลกไร้พรมแดน ผู้คนสามารถโยกย้ายเปลี่ยนถิ่นฐาน รวมถึงเดินทางท่องเที่ยวไปยังดินแดนต่างๆ ได้อย่างเสรี จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลให้เกิดโอกาสทางการค้าหรือการสร้างอาชีพในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “ธุรกิจอาหารชาติพันธุ์” เกิดขึ้น

“ธุรกิจอาหารชาติพันธุ์” เป็นธุรกิจที่นำอาหารชาติพันธุ์ต่างๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน เกาหลี เวียดนาม อิตาลี ฝรั่งเศส และเยอรมัน มาเสนอให้ผู้บริโภคได้ลิ้มลอง ซึ่งนับวันธุรกิจดังกล่าวได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคทั่วโลกเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะ “อาหารชาติพันธุ์” ไม่เพียงเป็นอาหารที่สามารถบริโภคเพื่อประทังความหิว ลิ้มรสเพื่อความอร่อยได้เท่านั้น แต่ยังเป็นอาหารที่สามารถกระตุ้นความทรงจำสำหรับคนพลัดถิ่น รวมถึงเป็นอาหารแปลกที่มีราคาแพง สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่โหยหาความดั้งเดิมและวัฒนธรรม

ในท้องถิ่นที่ตนมาเยือนได้อีกด้วย นอกจากนั้นอาหารชาติพันธุ์ไม่เพียงแต่สร้างอาชีพให้เกิดขึ้นแค่ในธุรกิจอาหารเท่านั้น แต่ “อาหารชาติพันธุ์” ยังก่อให้เกิดการสร้างอาชีพในสายงานอื่นๆ ด้วย เช่น การท่องเที่ยว และในบางประเทศ “อาหารชาติพันธุ์” ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของประเทศที่ทำให้คนทั่วโลกได้รู้จัก รวมถึงกลายเป็นเครื่องมืออันทรงประสิทธิภาพในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับประเทศอีกด้วย

แนวทางการสร้างอาชีพผ่านอาหารชาติพันธุ์มีหลากหลายรูปแบบ ในที่นี้ขอเสนอตัวอย่างที่น่าสนใจ ดังนี้

ธุรกิจอาหารชาติพันธุ์ในสหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาเป็นชาติที่มีประชากรหลากหลายเชื้อชาติจากทุกประเทศ และชนเผ่าทั่วโลกมาอยู่รวมกันมากที่สุดในโลก โดยประชากรกลุ่มนี้มีมากกว่าร้อยละ 31 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในสหรัฐอเมริกา หรือมากกว่า 94 ล้านคน (สหรัฐอเมริกา มีประชากรทั้งหมดประมาณ 302 ล้านคน) ส่งผลให้ “อาหารชาติพันธุ์” กลายเป็นประเด็นจุดชนวนในการสร้างอาชีพต่างๆ ให้กับคนในท้องถิ่นและนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะใน “ธุรกิจอาหาร” ทั้งในส่วนธุรกิจบริการอาหาร เช่น ร้านอาหารชาติพันธุ์ และธุรกิจที่เป็นอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร เช่น อาหารชาติพันธุ์ในรูปแบบสดและสำเร็จรูป และธุรกิจร้านค้าปลีก เช่น ร้านค้าปลีกอาหารชาติพันธุ์ เป็นต้น



รูปที่ 1 ตัวอย่างอาหารฮิสแปนิก
(Hispanic Food)



Masa Sopes
MASA-SOPES



Mexican Salsa
MEXICAN-SALSA
www.hispanicfoodmarket.com

และแม้ว่า “ธุรกิจอาหารชาติพันธุ์” ในสหรัฐอเมริกา จะเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่นักลงทุนมองว่า “อาหารชาติพันธุ์ยังคงเป็นโอกาสทางการค้าและการสร้างอาชีพอยู่เช่นเดิม” เพราะแนวโน้มความต้องการบริโภคอาหารชาติพันธุ์มีแต่จะเพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากประชากรชาติพันธุ์ในสหรัฐอเมริกามีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยคาดว่าประชากรกลุ่มนี้จะเพิ่มสูงถึง 123.1 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 และเพิ่มขึ้นเป็น 219.7 ล้านคนในปี พ.ศ. 2613 (Euromonitor, 2006) โดยชาติพันธุ์ฮิสแปนิก (Hispanic) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีถิ่นฐานมาจากเม็กซิโก ปอร์โตริโก คิวบา อเมริกาใต้ อเมริกากลาง และแคริบเบียน และอื่นๆ รวมถึงชนชาติที่ใช้ภาษา/วัฒนธรรมสเปนเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกามากที่สุด (ในปี 2550 มีประมาณ 40 ล้านคน) และมีการเจริญเติบโตเร็วที่สุด (ทั้งจำนวนประชากรและอำนาจการซื้อ) รองลงมาได้แก่ ชาติพันธุ์แอฟริกันและเอเชีย ตามลำดับ





Chonggak Kimchi



Kkadugi



Pyeongyang-style baechu Kimchi



Oisobagi

ธุรกิจอาหารชาติพันธุ์ในเกาหลีใต้

“ธุรกิจอาหารชาติพันธุ์” ในเกาหลีใต้มีความน่าสนใจตรงที่ไม่เพียงเป็นอาหารชาติพันธุ์ที่สามารถสร้างโอกาสทางการค้าและอาชีพในธุรกิจอาหารเท่านั้น แต่อาหารชาติพันธุ์ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับชาวโลก จนเป็นผลให้เกาหลีใต้เป็นที่รู้จักของประเทศต่างๆ โดยการใช้ “กิมจิ” ผักดองที่เป็นอาหารพื้นบ้าน อยู่คู่กับคนเกาหลีมานับพันปี มาเป็นตัวรุกทำเป็นทุนทางสัญลักษณ์ คือ ตั้งชื่อสิ่งต่างๆ ให้เป็นชื่อ “กิมจิ” เพื่อสร้างการจดจำต่อผู้บริโภค จนทำให้ผู้บริโภคมีความจงรักภักดีต่อตราสัญลักษณ์ของเกาหลีใต้ ที่พบได้ในสินค้าไม่เพียงเฉพาะในอาหาร แต่ยังรวมถึงในเครื่องสำอาง ศัลยกรรมตกแต่ง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และสถานที่ท่องเที่ยว (เที่ยวแดน “กิมจิ”) เป็นต้น

ซึ่งแนวทางสำคัญในการสร้างกระแส “กิมจิฟีเวอร์” ให้เกิดขึ้นทั่วโลก มาจากการใช้ “หนัง (ภาพยนตร์และละคร)” เป็นเครื่องมือถูกโดยผู้สร้างหนังได้สอดแทรกความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม อาหาร สมุนไพร เครื่องแต่งกาย ตลอดจนการเล่นของเกาหลีใต้ลงไป ในภาพยนตร์และละคร อีกทั้งรัฐบาลเกาหลีใต้ได้นำอุตสาหกรรม Cultural Content ที่เป็นการค้นหารากเหง้าทางวัฒนธรรม แล้วนำมาสร้างเป็นเนื้อหาสาระในรูปแบบต่างๆ ทั้งย้อนยุคและร่วมสมัย มาเป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศ โดยยุทธวิธีสำคัญ คือ การเริ่มต้นด้วยการใช้ “วัฒนธรรม” เป็นหัวหอกนำหน้าในการส่งเสริมการขายของประเทศ และในแต่ละปีรัฐบาลจะมีการวางแผนการทำงาน เกี่ยวกับแก่นเรื่อง (Theme) ตลาด และสนับสนุนให้ภาคเอกชนผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ออกมาตามแก่นเรื่องที่วางไว้

สำหรับแนวโน้ม “ธุรกิจอาหารชาติพันธุ์ในเกาหลีใต้” ลักษณะตามที่กล่าวถึงข้างต้นคาดว่าจะยังคงมีอยู่ต่อไปและเข้มข้นมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะรัฐบาลเกาหลีใต้มุ่งใช้กลวิธีดังกล่าวเป็นเครื่องมือในวางรากฐานของประเทศให้มีความแข็งแกร่ง และพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว และได้ตั้งเป้าหมายว่าภายในปี พ.ศ. 2553 เกาหลีใต้จะเป็นผู้นำ 1 ใน 5 ของโลกด้านการส่งออกวัฒนธรรม

จะเห็นว่า “การสร้างอาชีพผ่าน..อาหารชาติพันธุ์” มีรูปแบบที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับมุมมองว่าจะนำไปใช้ในลักษณะใด อย่างไรก็ตามการนำ “อาหารชาติพันธุ์” ไปใช้ในการสร้างอาชีพ หารายได้ ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ควรอยู่บนพื้นฐาน “ความคิดสร้างสรรค์” และการคำนึงถึง “ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง” เช่น หากจะนำอาหารชาติพันธุ์มาสร้างรายได้ในธุรกิจอาหาร นอกเหนือจากการสร้างสรรค์รสชาติและรูปแบบอาหารให้ได้ตามที่ผู้บริโภคต้องการแล้ว ควรต้องคำนึงถึงรูปแบบการกิน และรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคด้วย เพราะรูปแบบการกินมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค และในทางกลับกันการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตประจำวันก็ส่งผลกระทบต่อการกินของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน ซึ่งการพิจารณาปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวจะช่วยให้การสร้างสรรค์อาหารชาติพันธุ์มีการปรับเปลี่ยนในส่วนต่างๆ เช่น รูปแบบ วิธีการปรุง ส่วนผสม รสชาติ และวิธีการกิน เพื่อให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตประจำวันของผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าหรือสร้างสรรค์ให้อาหารสามารถครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด นอกเหนือจากนั้นควรสร้างสรรค์อาหารชาติพันธุ์ให้สามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เพื่อให้ผู้บริโภคได้ลิ้มรสเรื่องราวของอาหาร ที่แสดงถึงความภาคภูมิใจในความเป็นชาติและท้องถิ่นนอกเหนือจากการลิ้มรสรสชาติเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับอาหาร และเพิ่มมูลค่าในการหารายได้ให้มากที่สุดด้วยนั่นเอง ■

ความรู้เรื่อง ทรัพย์สินที่เศรษฐกิจ มองข้าม

มีความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับทรัพย์สินอยู่หลายประเด็น ที่คนส่วนใหญ่มักมองข้าม

ประเด็นแรก คือ เป้าหมายของการหาทรัพย์สิน บางคนพออยากรวยก็พุ่งเป้าไปว่า ทำอย่างไรก็ได้ขอให้รวยก็แล้วกัน ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใด ทุ่มเทไปเต็มที่ พอถึงคราวรวยเป็นเศรษฐีขึ้นมาจริงๆ ปรากฏว่าครอบครัวแตกแยก เพราะตนเองไม่มีเวลาให้ครอบครัว ไม่มีเวลาอบรมเลี้ยงดูลูก ภรรยาก็ไปทาง ลูกก็ไปอีกทาง โตขึ้นกลายเป็นคนติดยาเสพติดบ้าง เกเรไม่ยอมเรียนหนังสือบ้าง แล้วก็เสียผู้เสียคนกันไป ถ้าเป็นอย่างนี้ถามว่ารวยแล้วคุ้มไหม รวยแล้วมีความสุขจริงๆ หรือเปล่า เราอยากได้ไหมความรวยอย่างนี้ มีทรัพย์สิน แต่ผู้คนรอบข้างแย่มาก ก็คงไม่มีใครอยากจะเป็นอย่างนั้น หรือว่าวิธีหาทรัพย์สินจะถูกผิดศีลธรรมอย่างไรไม่สนใจ ขอให้ทรัพย์สินมาเถอะทำได้ทุกอย่าง ปรากฏว่าบาปกรรมก็ทำมิจฉาอาชีวะก็ทำ พอละโลกนี้ไปแล้วเลยไปตกนรกเสียแย่ มีทรัพย์สินเป็นเศรษฐีอยู่บนโลกมนุษย์ไม่กี่ปี แต่ไปตกนรกมีความสุขทุกข์สาหัสสารทุกข์เป็นล้านๆ ปี ก็คงไม่มีใครอยากจะเป็นเศรษฐีแบบนี้เหมือนกัน

เพราะฉะนั้น เราต้องวางเป้าหมายของการหาทรัพย์สินให้ชัดเจน ว่าเราหวังจะให้ทรัพย์สินนั้นมาตอบสนองเรา เพื่อให้เรามีความสุขในชีวิต ดังนั้นเป้าหมายไม่ใช่อยู่ที่เพียงตัวเงินเท่านั้น ไม่ได้จบแค่นั้น แต่ต้องมองต่อไปว่าทรัพย์สินนั้นจะต้องเป็นทางมาแห่งความสุขทั้งภพนี้และภพหน้าด้วย พอวางเป้าชัดอย่างนี้ เราจะได้เลือกอาชีพได้ถูก ว่าต้องเป็นสัมมาอาชีวะ อะไรที่ผิดศีลผิดธรรมเราไม่ทำ และต้องสามารถแบ่งสรรปันส่วนเวลาได้อย่างดี ทั้งเรื่องการทำงาน เรื่องครอบครัว เรื่องส่วนตัว การดูแลสุขภาพ การประพฤติปฏิบัติธรรม



จัดสรรเวลาให้พอเหมาะพอสม อย่างนี้ถึงจะใช้ได้ ถ้าจะเปรียบก็เหมือนกับการตัดถนน บางคนพอคิดว่าจะตัดถนนก็ลุยไปข้างหน้าอย่างเดียว สุดท้ายไปเจอเหวลึกไปต่อไม่ได้สรุปคือ ที่ทำมาทั้งหมดก็เหนื่อยฟรี เพราะฉะนั้น ก่อนจะเริ่มลงมือตัดถนนต้องกำหนดทิศให้ชัดเสียก่อนว่าเราจะต้องตัดถนนไปทางไหน เพื่อจะไปถึงเป้าหมายปลายทางที่ต้องการเมื่อทิศทางชัดเจนเราจึงลงมือทุ่มเทตัดถนนไป สุดท้ายก็จะไปถึงเป้าหมาย

ประเด็นที่สอง คือ ความรวยหรือความจนนั้นมีสองแบบ ขอกล่าวถึงความจนก่อน เพื่อจะทำให้เห็นภาพของความรวยชัดขึ้น ท่านบอกว่าคนจนในโลก มีอยู่สองประเภทใหญ่ คือหนึ่ง จนเพราะไม่มี คือทรัพย์สินเงินทองมีน้อยไม่พอใช้สอย คนจนประเภทนี้เขาเรียกว่า คนยากจน แต่ประเภทที่สองเป็นชนิดที่เรียกว่า จนเพราะไม่พอ มีรถหนึ่งคันก็อยากจะได้สองคัน มีสองคันก็อยากจะได้สี่คัน พอมีสี่คันก็อยากจะได้แปดคัน แล้วอยากจะได้ที่ยี่ห้อดๆ สวยๆ อยากจะมีบ้านหลายๆ หลัง เงินในธนาคารมีเยอะแล้วก็อยากจะทำให้เยอะขึ้นไปอีก คนจนประเภทนี้เขาเรียกว่า คนอยากจน มีเงินหมื่นล้านก็มองว่า ยังมีคนรวยแสนล้านรวยกว่าเราอีก รู้สึกตัวเองยังจนอยู่เมื่อเทียบกับเขา พอรวยแสนล้านขึ้นมา ก็อยากจะมีล้านล้าน

มีผู้กล่าวว่าทรัพย์สินที่มีอยู่ในโลกนี้ ถ้านำมาจัดสรรปันส่วนอย่างดีก็มีเพียงพอที่จะหล่อเลี้ยงคนทั้งโลกถึงหกพันกว่าล้านคนให้บริโภคใช้สอยอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข แต่ในทางกลับกัน แม้เราจะเอาทรัพย์สินเงินทองทั้งโลก ให้กับคนเพียงคนเดียวเพื่อตอบสนองความอยากของเขา เราจะพบว่าไม่พอ สมบัติทั้งโลกยกให้หมดแล้วยังไม่พอเลย อาจจะอยากได้ดวงจันทร์แถมอีกสักดวงหนึ่ง หรือถ้าจะได้ทั้งสุริยจักรวาลก็น่าจะดีเหมือนกัน หรืออาจอยากครองทั้งเอกภพเลยก็ได้

ถ้ามีคนยากจนคนหนึ่ง เกิดไปได้ลาภลอย มีคนยกทรัพย์สินให้สักล้านบาท เขาคงจะดีใจมากสุขใจปลื้มใจกันใหญ่ แต่ในทางกลับกัน ถ้ามีมหาเศรษฐีใหญ่รวยเป็นแสนล้าน เกิดวันใดธุรกิจผิดพลาด ทรัพย์สินร่อยหรอลงเหลือเงินอยู่แค่ล้านบาท มหาเศรษฐีใหญ่นั้นคงจะกลุ้มใจแทบคิดอยากฆ่าตัวตายเลยทีเดียว

ทำไมไม่มีเงินล้านเท่ากันแต่คนสองคนคิดไม่เหมือนกัน คนหนึ่งดีใจแทบแย้มมีความสุขใจชื่นใจ อีกคนกลุ้มแทบจะฆ่าตัวตาย มันอยู่ที่ว่า มีความรู้สึกยินดีพอใจในสิ่งที่ตัวเองมีอยู่หรือไม่ ถ้าหากไม่รู้จักพอใจในสิ่งที่ตัวเองมีอยู่ ก็จะถูกหลุมทั้งชาติ มีทรัพย์สินเท่าไรก็ไม่พอ ยิ่งรวยก็ยิ่งกลุ้ม ยิ่งรวยก็ยิ่งอยาก ดังนั้นเราต้องแยกแยะตรงนี้ให้ดี ทรัพย์สินเงินทองจะต้องมาตอบสนอง เพื่อให้เรามีความสุขในภพนี้ และใช้เป็นอุปกรณ์แสวงบุญเป็นเสบียงติดตัวไปในภพเบื้องหน้า จนกระทั่งถึงเป้าหมายอย่างยิ่งคือ พระนิพพานในที่สุด อย่างนี้ถึงจะใช้ได้



มีคนกล่าวไว้ว่า เงินเป็นบ่าวที่ดีแต่เป็นนายที่เลว คือใครปล่อยให้ตัวเองเป็นทาสของเงิน เมื่อนั้นจะมีความทุกข์มาก ถ้าให้เงินมาเป็นใหญ่เข้าครอบงำหัวใจ เราก็จะแย่ แต่เมื่อใดเราเป็นนายของเงิน คือ มีทรัพย์สินแล้วสามารถใช้ทรัพย์สินให้เป็นทั้งประโยชน์ในภพนี้ ประโยชน์ในภพหน้า และประโยชน์อย่างยิ่ง เราก็จะมีความสุขในชีวิต เราต้องใช้สอยเงินได้ถูกต้องตามบทบาทหน้าที่ของมัน อย่าให้เงินเป็นนายเรา แต่เราต้องเป็นนายเงิน หาทรัพย์สินได้ต้องใช้ทรัพย์สินเป็น รู้ค่าของทรัพย์สิน แต่ก็ใช้ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

เราเคยได้ยินเรื่อง มีเศรษฐีบางคนรวยมากแต่เวลาไปซื้อมะม่วงก็จะซื้อมะม่วงที่มันเริ่มเน่าแล้ว ราคาจะถูกๆ เสริ่งแล้วก็มาตัดส่วนเน่าออก รับประทานส่วนที่เหลือ มันจะขำๆ เละๆ บ้าง ก็ผินกินได้ จะซื้อมะม่วงดีๆ มารับประทานก็กลัวว่าเงินทองจะร่อยหรอไป ทั้งที่ความจริงแล้วทรัพย์สินที่เขามีนั่นต่อไปนำไปใช้ซื้อของดีๆ ทานตลอดชาติก็ไม่ได้พร่องไปสักเท่าไร แต่เขาก็พอใจจะบริโภคของเสียๆ เพราะความตระหนี่ บางคนมีเสื้อผ้าดีๆ มากมายเต็มตู้ แต่กลับไม่ใช้เพราะกลัวมันจะเก่า ใส่แต่เสื้อผ้าขาดๆ ปุๆ ปะๆ อย่างนี้ก็เกินไป ปล่อยให้ทรัพย์สินมาเป็นนายเราเสียแล้ว เสียทำเล

ดังนั้น พวกเราชาวพุทธทุกคนจะต้องไม่เป็นคนที่จนเพราะไม่พอ เราต้องรู้จักพอ หากใครยังมีทรัพย์สินน้อยก็ชวนชวนหาทรัพย์สิน แต่เมื่อได้ทรัพย์สินมาแล้วก็สามารถบริโภคใช้สอยได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ยังความสุขให้เกิดขึ้นทั้งในภพนี้ ภพหน้า ตลอดไป ■



สถานที่ ฝึกอบรมอาชีพ ของรัฐและเอกชน

1. ศูนย์อุตสาหกรรมอัญมณี จังหวัดพะเยา

เป็นหน่วยงานสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สนับสนุนอาชีพ
อุตสาหกรรมในชุมชน ให้มีงานทำ มีรายได้ มีอาชีพที่มั่นคง
และยั่งยืน เปิดสอนหลักสูตร / เจียรไนพลอย / เจียรไนพลอยรูป
แบบเพชร/การทำเครื่องประดับเงินและทองคำ

สอบถามรายละเอียดที่ ศูนย์อุตสาหกรรมอัญมณี

หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ต.แม่กา อ.เมือง จ.พะเยา 56000

โทร. 054 466 071-3 โทรสาร 054 466606

2. ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน กาญจนาภิเษก“วิทยาลัยในวัง”

รับสมัครผู้สนใจเข้าเรียนวิชาชีพเพื่อการมีงานทำ หลักสูตรระยะสั้น
60 ชั่วโมง เรียนเฉพาะวันเสาร์ และวันอาทิตย์ วิชาชีพที่เรียน
เฉพาะวันเสาร์ ได้แก่ ลายไทยเบื้องต้น โภะประดับพลอย พื้นฐาน
การจัดดอกไม้บายศรี (ผ้า) อาหารว่าง แกะสลักของอ่อน และการ
ตกแต่งผลิตภัณฑ์ วิชาชีพที่เรียนเฉพาะวันอาทิตย์ ได้แก่ ขนมอบ
ปั้นตุ๊กตาดินไทย เครื่องหอม ดอกไม้ ประติมากรรม เครื่องแขวน และ
ศิลปะภาพปูนต้ำ (ผ้าไทย)

สอบถามรายละเอียด โทร. 0 2431 3623 ต่อ 14

โทรสาร 0 2431 3624 หรือ www.nfe.go.th/0415/

3. ศูนย์ฝึกอาชีพ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เปิดสอน วิชาการทำอาหาร วิชาตัดผมชาย วิชาเสริมสวย
วิชานวดแผนโบราณ วิชาตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี วิชาการอบรูปวิทยาศาสตร์
วิชาดอกไม้บายศรี และ วิชาถักแก้ว สมัครเรียนได้ที่ อาคารสุขโขทัย
ชั้น 2 ห้องฝึกอบรม โทร. 0 2369 2823-4

4. อาจารย์ชัชศูนย์ฝึกวิชาชีพเพื่อประชาชน

454/185 ถ.จรัญ บางพลัด กรุงเทพมหานคร ไทย เปิดสอนทำ
อาหารเครื่องดื่ม สินค้าเกษตร ศิลปะ ขนมอบ ผลิตภัณฑ์ทำความ
สะอาดต่างๆ พร้อมสอนการทำธุรกิจ การบริหารจัดการ และการจัด
ทำแผนธุรกิจ เพื่อให้ประกอบอาชีพได้เลย

ติดต่อสอบถาม โทร 0 2435 0817 แฟกซ์: 0 2435 0817

มือถือ : 081 714 6790

5. ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานครทั้ง 8 แห่ง

1) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร วัดธรรมมงคล

โทรศัพท์ 0 2331 7573-4

2) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร สวนลุมพินี

โทรศัพท์ 0 2251 5849, 0 2251 5268

3) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร วัดพระราม 8

โทรศัพท์ 0 2292 0194 และ 0 2289 3478

4) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร บางพลัด

โทรศัพท์ 0 2423 2026

5) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร จตุจักร 2 (มีนบุรี)

โทรศัพท์ 0 2540 4375-6

6) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร วัดสุทธาวาส บางกอกน้อย

โทรศัพท์ 0 2412 4611-2



7) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร จตุจักร 1

โทรศัพท์ 0 2272 4741, 0 2272 4742

8) ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โทรศัพท์ 0 2-3692823-4

6. ฝ่ายฝึกอบรม, สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สอบถามรายละเอียดที่

โทร 0 2942 8822 ต่อ 220 – 226 โทรสาร 0 2942 8830 กด 0

7. วิชาชีพของศูนย์อาชีพและธุรกิจมติชน

สอบถามรายละเอียดที่ โทร. 0 2589 2222, 0 2589 0492,

0 2954 4999 ต่อ 2100, 2101, 2102, 2103

8. คมชัดลึก ฝึกอาชีพ

หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก “โครงการฝึกอบรมอาชีพระยะสั้น”

เปิดอบรมหลักสูตรเด็ดยอดเคล็ดลับของสารพันอาหาร งานฝีมือ

และอีกหลายงานวิชาชีพ โดยวิทยากรเจ้าของกิจการที่มี

ประสบการณ์ และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ติดต่อ ศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ กรู๊ป

1854 ถ.บางนา-ตราด แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทร. 0 2338 3356-57 แฟกซ์. 0 2338 3942

9. สถาบันเอชานซ์ (A Chance Learning)

สอบถามรายละเอียดที่ โทร 0 2933 4597-8, 086 987 0042

10. บริษัทไอเดียเมคเกอร์ เทคโนโลยี

(สำนักงานใหญ่) 1714/16-17 ถ.สุขุมวิท ซ.ตรงข้ามคาร์ฟูร์สำโรง

ต.เทพารักษ์ อ.เมือง จ.สมุทรปราการ

โทร. 0 2755 0290-1, 02 7578 4889

11. เปิดสอนการเรียนอาชีพทำปาห่องโก๋

เป็นสูตรทำขายแบบมืออาชีพ สอนทำ ปาห่องโก๋ ซาลาเปาหวาน,

การทำน้ำเต้าหู้สูตรเข้มข้น, หอมมัน. การทำสังขยาใบเตย

ติดต่อสอบถามที่ <http://www.pathongko.com>

หรือติดต่อ 0 2991 3193

12. ศูนย์อบรมอาชีพและคอมพิวเตอร์

เปิด อบรมอาชีพ /หลักสูตร สิ่งพิมพ์ด่วน ทำนามบัตร ตรายาง ตัด

สติ๊กเกอร์ การ์ดแต่งงาน ออกแบบโลโก้ /แต่งภาพมืออาชีพ

ออกแบบเว็บไซต์ /จำหน่าย เครื่องเคลือบบัตร เครื่องทำตรายาง

เครื่องตัดสติ๊กเกอร์ และวัสดุอุปกรณ์เปิดร้านสิ่งพิมพ์ราคาปลีก

และส่ง ติดต่อสอบถาม โทร. 086 576 2012, 082 447 2855

13. สอนทำซูชิ

เรียนทำซูชิ, สอนทำซูชิ, อาหารญี่ปุ่น, สมูทตี้, น้ำผลไม้ปั่น,

เรียนซูชิ, สอนซูชิ และซูชิแพนซี อาหารญี่ปุ่น และอาหารนานาชาติ

สอบถามได้ที่ 086 398 1970 ,085-1215641



14. สถาบันสอนทำอาหารนานาชาติ

เปิดสอนทุกวัน 09.00 – 14.00 น. เสาร์-อาทิตย์

สอน 2รอบ 10.00 น. และ 16.00 น.

สอบถามรายละเอียดที่ โทร. 086 302 9445, 0 2960 6121

15. ชมรมศิลปะและอาหารบ้านบางเขน

สอนอาหารและขนมไทยเป็นหลักโดยเน้นการสอนแบบ

ตัวต่อตัว รายละเอียดสอบถามได้ที่ 086 705 0812

หรือ 0 2970 5244 อีเมลล์ : poppao2549@gmail.com

16. สอนทำอาหารอาจารย์ พลศรี คชาชีวะ

ติดต่อสอบถามที่ 46/6-7 เยื้องสถานีนีรทไฟสามเสน

ถ.เศรษฐศิริ สามเสนใน พญาไท กทม.10400

โทร. 0 2279 2831 ,0 2279 2834

17. สถาบันอบรมการ ร้อยลูกปัด และ คริสตัล

สำหรับผู้สนใจอยากจะได้เรียนรู้การร้อยร้อย เครื่องประดับ

แบบ ต่าง ๆ มากมาย อาทิ ตุ๊กตา นาฬิกา แหวน กิ๊บ

กรอบพระสร้อยคอ ต่างหู

สอบถามรายละเอียดได้ที่ โทร. 0 2654 6350-2, 087 818 7802,

083 823 5151 หรือ สมัครเรียนด้วยตัวเองที่ สถาบัน คริสตัล

ดีไซน์ สยามสแควร์ ซอย 2



18. ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก

เป็นหน่วยงานสังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้บริการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรภาคอุตสาหกรรมเซรามิก สนใจสอบถามข้อมูลได้ที่ ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก 424 หมู่ 2 ถนนพหลโยธิน ต.ศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง 52130 โทร. 054 281 884 โทรสาร 054 281 885

19. สอนเพ้นท์ภาพบนผ้าไหมจิตรกรรมไทยประยุกต์บนผ้าไทย

99/181 ถนนนิมิตใหม่ เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ 10510 โทร. 085- 930 6352, 087-718 1155

20. ศูนย์ฝึกอาชีพสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

- หลักสูตรการวาดแผนโบราณ
- หลักสูตรทำของชำร่วย
- หลักสูตรผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร
- หลักสูตรศิลปประยุกต์

หลักสูตรการสมัครเรียน

1. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน จำนวน 1 ชุด
2. สำเนาทะเบียนบ้าน จำนวน 1 ชุด
3. สำเนาใบเสร็จค่าเช่าเดือนที่ชำระล่าสุด จำนวน 1 ชุด

หมายเหตุ

1. โครงการฯ ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงตารางสอนในกรณีเหตุฉุกเฉิน
 2. ห้ามโอนกรรมสิทธิ์การเรียนให้ผู้อื่น ซึ่งไม่ใช่ผู้เช่าอาคารหรือที่ดินของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ โดยเด็ดขาด
- จบหลักสูตรมอบวุฒิบัตรรับรองอาชีพ
- สถานที่รับสมัครและฝึกอบรม ศูนย์แพทย์พัฒนาฯ 159 ถนนประดิษฐ์มนูธรรม เขตวังทองหลาง กรุงเทพฯ 10310 โทร. 0-2319-6862, 0-2319-6864 โทร. 0-2280-5040-50 ต่อ 303,304

หลักสูตรการวาดแผนโบราณ

หัวข้อการอบรม

วาดผ้าเท้า

- ประคบน้ำเงิน (เบื้องต้น)
- นึ่งหม้อเกลือหลังคลอดบุตร

ระยะเวลาการอบรม 2 สัปดาห์ วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 09.00 - 15.00 น.

- รุ่นที่ 1 รับสมัคร มีนาคม เปิดเรียน เมษายน
- รุ่นที่ 2 รับสมัคร เมษายน เปิดเรียน พฤษภาคม
- รุ่นที่ 3 รับสมัคร พฤษภาคม เปิดเรียน มิถุนายน
- รุ่นที่ 4 รับสมัคร มิถุนายน เปิดเรียน กรกฎาคม

หลักสูตรของชำร่วย

- ผลิตภัณฑ์ดินหอม
- ผลิตภัณฑ์กระดาษสา
- ผลิตภัณฑ์จากผ้า ฯลฯ

ระยะเวลาการอบรม 1 เดือน วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 09.00 - 15.00 น.

- รุ่นที่ 1 รับสมัคร มีนาคม เปิดเรียน เมษายน
- รุ่นที่ 2 รับสมัคร เมษายน เปิดเรียน พฤษภาคม
- รุ่นที่ 3 รับสมัคร พฤษภาคม เปิดเรียน มิถุนายน
- รุ่นที่ 4 รับสมัคร มิถุนายน เปิดเรียน กรกฎาคม

หลักสูตรผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

หัวข้อการอบรม

- พิมเสนน้ำ
- ครีมหาผิว

ระยะเวลาการอบรม 1 เดือน วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 09.00 - 15.00 น.

- รุ่นที่ 1 รับสมัคร กรกฎาคม เปิดเรียน สิงหาคม
- รุ่นที่ 2 รับสมัคร สิงหาคม เปิดเรียน กันยายน
- รุ่นที่ 3 รับสมัคร กันยายน เปิดเรียน ตุลาคม
- รุ่นที่ 4 รับสมัคร ตุลาคม เปิดเรียน พฤศจิกายน

หลักสูตรศิลปประยุกต์

หลักสูตรศิลปประยุกต์

- สิ่งประดิษฐ์จากขนมปัง
- สิ่งประดิษฐ์จากข้าวเหนียว ดอกไม้จันทน์ ดอกไม้จากใยบัว ดอกไม้จากกระดาษสา

ระยะเวลาการอบรม 1 เดือน วันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 09.00 - 15.00 น.

- รุ่นที่ 1 รับสมัคร กรกฎาคม เปิดเรียน สิงหาคม
- รุ่นที่ 2 รับสมัคร สิงหาคม เปิดเรียน กันยายน
- รุ่นที่ 3 รับสมัคร กันยายน เปิดเรียน ตุลาคม
- รุ่นที่ 4 รับสมัคร ตุลาคม เปิดเรียน พฤศจิกายน

- ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

173 ถนนราชสีมา ดุสิต กรุงเทพฯ 10300 แผนกลูกค้าสัมพันธ์ 1

กองลูกค้าสัมพันธ์ โทร. 0-2280-5040-50 ต่อ 303,304

โทรสาร. 0-2628-6482 <http://www.vcharkarn.com>.

Training

► เรื่อง : กองบรรณาธิการ

หลักสูตร “การทำรองเท้ามือกกาขึ้น”

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา จัดอบรมการทำรองเท้ามือกกาขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถผลิตภักดิ์ได้ตามความต้องการด้านแฟชั่น รับจำนวนจำกัด 30 ท่าน และจะจัดฝึกอบรมในเดือน มีนาคม 2553 ติดต่อสอบถามได้ที่ วนิดา ประมวลกิจจา โทร. 0 2367 8288

หลักสูตร “การประเมินคุณภาพวัตถุดิบยางต้นน้ำสำหรับโรงงานแปรรูปยาง”

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กำหนดจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “การประเมินคุณภาพวัตถุดิบยางต้นน้ำสำหรับโรงงานแปรรูปยาง” ภายใต้โครงการคลังเตอร์ผลิตภักดิ์อย่างพารา จังหวัดสงขลา จำนวน 2 รุ่น รุ่นละ 40 คน รุ่นที่ 1 วันพฤหัสบดีที่ 22 เมษายน 2553 รุ่นที่ 2 วันศุกร์ที่ 23 เมษายน 2553 ณ ห้องสมิหลาปี โรงแรมไดอิชิ ถ.ชัยยาอุทิศ 4 อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงขอเชิญท่านและตัวแทนสมาชิกเครือข่ายสหกรณ์และเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในกระบวนการผลิตยางแผ่นดิบ รุ่นละ 4-5 คน เข้าอบรมในครั้งนี้ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น ติดต่อสอบถามได้ที่ (074) 211 905-8

หลักสูตร “การสร้างและพัฒนาคุณภาพ SP ภูมิภาค”

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีเป้าหมายในการพัฒนา บริกรธุรกิจ และการให้บริการพัฒนาธุรกิจ ในประเทศ ให้มีมาตรฐานเท่าเทียมกัน รวมทั้งมีจรรยาบรรณในการเป็นผู้ประกอบการที่ดี จึงดำเนินการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “การสร้างและพัฒนาคุณภาพ SP ภูมิภาค”

เนื้อหาของหลักสูตร จะประกอบไปด้วย

- การบริหารทรัพยากรบุคคลและการจัดการองค์กร
- กฎหมายและระเบียบข้อปฏิบัติสำหรับธุรกิจ SMEs
- การวิเคราะห์ทางบัญชีและการเงิน
- การบริหารการผลิต
- การตลาดและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพธุรกิจ
- ทักษะการให้คำปรึกษา และเตรียมตัวก่อนเข้าสถานประกอบการ

- การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และวินิจฉัยสถานประกอบการ

- การกำหนดแผน แนวทางการปรับปรุง / พัฒนา / เสนอแนะแก่สถานประกอบการ

คุณสมบัติผู้เข้าฝึกอบรม

- เป็นบุคลากรในสถานศึกษา หรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ให้บริการส่งเสริม สนับสนุน การดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือบุคคลทั่วไป ที่สนใจในอาชีพการเป็นผู้ให้คำปรึกษาแนะนำ การดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



- จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป
- มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ในการเป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ SMEs อยู่บ้าง

สอบถามเพิ่มเติมได้ที่

คุณประยูร ป้องพาล โทรศัพท์ 042-207233-5

หลักสูตร “เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารต้นทุน” (CORE) รุ่นที่ 2

ขั้นตอนการดำเนินโครงการ รุ่นที่ 2

การอบรมหลักสูตร “ระบบบัญชีต้นทุน”

11,13-14 ม.ค.53

ที่ศึกษาด้านต้นทุนเข้าเยี่ยมชมโรงงาน

ม.ค. – ก.พ.53

ที่ศึกษาด้านการผลิตเข้าเยี่ยมชมโรงงาน

ม.ค. – ก.พ.53

การจัดทำ Workshop ครั้งที่ 1 เพื่อออกแบบเอกสารการจัดทำต้นทุน

2 มี.ค. 53

ที่ศึกษาด้านต้นทุนเข้าให้คำปรึกษา ณ สถานประกอบการ

มี.ค. – เม.ย. 53

การจัดทำ Workshop ครั้งที่ 2 เพื่อจัดทำต้นทุนการผลิต

26 เม.ย.53

การจัดทำ Workshop ครั้งที่ 3 เพื่อตรวจสอบต้นทุนการผลิต

20 พ.ค.53

หลักสูตร “การบริหารการผลิตและบริการเพื่อการลดต้นทุนการผลิต”

3 - 4 มิ.ย.53

ที่ศึกษาด้านการผลิตเข้าให้คำปรึกษา ณ สถานประกอบการ

มิ.ย.-ก.ค. 53

การจัดทำ Workshop ครั้งที่ 4 เพื่อสรุปและนำเสนอแผนการลดต้นทุน

16 ก.ค. 53

สถานที่ฝึกอบรม

ห้องประชุมชั้น 6 อาคารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ผู้ประสานงานโครงการ : คุณเพ็ชรี วชิรขจร

สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ ส่วนเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ

โทร 0-2202-4579, 0-2202-4597 โทรสาร 0-2354-3257, 0-2354-3116

Green Meedee

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเอ็นไซม์ข้าว

“คุณศศิพร ปัญญาโชคชัย” อดีตพยาบาลวิชาชีพ ที่ผันตัวเองไปประกอบธุรกิจทำความเย็น เปิดร้านจำหน่าย ติดตั้ง ซ่อม บำรุงแอร์แถมสะพานพระนั่งเกล้าริมถนนรัตนธิเบศร์ จังหวัดนนทบุรี เมื่อกว่า 20 ปีก่อน เล็งเห็นความไม่แน่นอนของธุรกิจทำความเย็น ที่ต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดท่ามกลางภาวะการแข่งขันอันรุนแรง นั่นเป็นคำตอบของคำถามที่ว่า ทำไมเธอจึงต้องใช้วิสัยทัศน์ส่องทางเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ๆ เพิ่มเติมเข้ามาบนเส้นทางทำกินของตัวเองเสมอ....



ตั้งแต่ธุรกิจการแพ้นท์แก้ว สร้างลดรายจ่ายไอโซบน แก้วเจียรนัยระดับบนโต๊ะอาหารของผู้มีอันจะกิน และชาวต่างชาติ การทำโลว์วอลฟันทรายบนอะคริลิก เนื้อใสหลากรูปแบบ การเปิดศูนย์กระจายสินค้า โอท็อป รวบรวมสินค้าจากภูมิปัญญาในจังหวัด นนทบุรีเพื่อทำตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศ และอีกหลายต่อหลายธุรกิจสร้างรายได้เสริมจากธุรกิจหลักเรื่องทำความเย็นที่ทำอยู่ แต่ถึงกระนั้นธุรกิจเล็กๆ ที่สร้างขึ้นต่างก็มีวงจรชีวิตของมันเอง เกิดขึ้น เติบโต อิ่มตัว และซบเซาลงไปตามวัฏจักร รอเวลาผลิดอก ขึ้นมาใหม่เมื่อสบโอกาส

คุณศศิพรให้แนวคิดในการทำธุรกิจต่างๆ ที่ผ่าน มาว่า เหมือนการร่อนแร่หรือค้นหาสิ่งมีค่าในแม่น้ำ ร่อนเจอสิ่งใดที่พอจะหยิบจับมาใช้ประโยชน์ได้ก็ควร เก็บตักตวงไว้ ซึ่งนี่เป็นไอเดียสำคัญของการอยู่รอดใน การทำธุรกิจขนาดเล็ก...ลงทุนต่ำ ใช้สติปัญญาและ ความอดทนสูง กระตือรือร้น ตื่นตัว เตรียมพร้อมคอย จังหวะและโอกาสที่เหมาะสมในการทำเงิน แม้จะเป็น ช่วงระยะเวลาสั้นๆ ก็ตาม

น้ำข้าวข้าวหมักจรรยา

เมื่อไม่นานมานี้ คุณศศิพรค้นพบผลิตภัณฑ์ใหม่ จากเอ็นไซม์ข้าว สำหรับการอุปโภค ทำความสะอาด ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ด้วย คุณสมบัติอันโดดเด่นและทันสมัยตามกระแสโลก ร้อน ทำให้มั่นใจว่า สินค้าตัวนี้ มาถูกที่ถูกเวลาและ พร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน

“สินค้าตัวนี้เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ว่า ประเทศไทย เป็นผู้ผลิตและส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของโลก เรามีข้าว มากมายหลากหลายสายพันธุ์ ทำสินค้าอาหารจากข้าว

สารพัดรูปแบบ แต่เรามีสินค้าของใช้ที่มาจากข้าวน้อยมาก ทั้งๆ ที่ภูมิปัญญาไทยใช้กันมานาน เช่นใช้น้ำข้าวซักผ้า อาบน้ำ สระผม รดน้ำต้นไม้ ถนอมอาหาร ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้ เด็กรุ่นใหม่รู้้อย่างน้อย ทั้งๆ ที่เป็นเรื่องใกล้ตัว ไม่มีพิษไม่มีภัย ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม”

ดังนั้น การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเพื่อทำของใช้จึงเกิดขึ้นในลักษณะของเอ็นโซมโดยได้ไอเดียจากน้ำข้าวข้าว นำมาผ่านกรรมวิธีให้เกิดเป็นเอ็นโซมเพื่อยืดอายุการใช้งาน และทำให้มีประสิทธิภาพในการทำทำความสะอาดได้ดีขึ้น เนื่องจากเอ็นโซมเหล่านี้ อุดมด้วยโปรตีนและคุณค่าจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์เลี้ยง ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม และย่อยสลายได้ทางชีวภาพ

คุณศศิพรนำเอ็นโซมจากข้าว มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ลดโลกร้อน ที่ดีต่อสุขภาพ ปลอดภัยไร้พิษ ไม่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะความเป็นไปของโลกและนโยบายของรัฐบาลในการรณรงค์ให้ประชาชนและองค์กรต่างๆ หันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ ประหยัดพลังงาน ภายใต้ชื่อ Green MeeDee

ของใช้ปลอดภัย ใกล้ตัว ลดโลกร้อน

กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเอ็นโซมข้าวของกรีนมีดีแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดทั่วไป ประกอบด้วย น้ำยาเอนกประสงค์ ใช้ทำความสะอาดจัดจ้านทุกประเภทที่ติดฝังแน่นต่างๆ บนพื้นผิววัสดุทั่วไป เช่น สเตนเลส อลูมิเนียม เครื่องเงิน กระเบื้อง สุภัณฑ์ ของใช้ต่างๆ คราบมันต่างๆ ตามผนังห้องครัว หน้าตา คราบน้ำมันคร่องรอยเปื้อนบนเบาะรวมทั้ง น้ำยาเช็ดกระจก น้ำยาซักผ้า ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษในการย่อยสลายสิ่งสกปรกจากเนื้อผ้า ทำให้ผ้านุ่มนวลโดยไม่ต้องใช้น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาล้างรถ น้ำยาล้างจาน และสบู์เหลวล้างมือ



กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว ประกอบด้วย ครีมอาบน้ำเอ็นโซมข้าวหอมมะลิ และแชมพูสระผม ซึ่งคุณสมบัติที่โดดเด่นของเอ็นโซมคือ อุดมด้วยโปรตีน ไม่ทำให้ผิวแห้ง ไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้หรือระคายเคือง

คุณศศิพรกล่าวว่า จากการเปิดตัวสินค้าในงานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อลดโลกร้อน และกลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ หลายต่อหลายงานที่ผ่านมา มีการตอบรับจากกลุ่มผู้บริโภคที่คุ้นเคยจากสินค้าลดโลกร้อนดีมาก หากเป็นผู้บริโภคกลุ่มนี้แล้ว ไม่ต้องการคำอธิบายมาก เพียงแค่ทำฉลากสินค้าให้ชัดเจน บอกที่มาที่ไปและคุณสมบัติที่ละเอียดก็พอแล้ว แต่หากเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป ยังถือเป็นสินค้าใหม่ จำเป็นต้องให้ความรู้พื้นฐาน ต้องอธิบาย ต้องโน้มน้าว และสร้างทัศนคติใหม่ๆ ในการใช้สินค้าเพื่อลดโลกร้อน จึงจำเป็นต้องหามาตรฐานเพื่อเป็นเครื่องการันตีอย่างมั่นใจว่า นี่เป็นสินค้าคุณภาพ ผลิตได้อย่างมาตรฐาน และได้รับการรับรองทั่วโลก

มุ่งสู่ตลาดเขียว ไปเบิกทางสู่ตลาดสินค้าที่ยั่งยืน

ด้วยคอนเซ็ปต์ ที่มาที่ไป และการตอบรับอย่างดีจากกลุ่มลูกค้า ทำให้คุณศศิพรเกิดความมั่นใจ และมุ่งหน้าสร้างมาตรฐานให้ผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ด้วยการขอเครื่องหมายรับรองตลาดเขียว อันเป็นเครื่องหมายที่การันตีสินค้าปลอดภัยต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ซึ่งกำลังจะประสบความสำเร็จในระยะเวลาอันใกล้

ความเชื่อมั่นจากตัวผลิตภัณฑ์ ความเชื่อมั่นจากแนวคิดที่นำไปสู่สิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ทำให้คุณศศิพรมั่นใจว่า Green MeeDee ไม่ใช่เพียงธุรกิจเสริมที่เกิดขึ้น เต็มโต และเติบโตตามวัฏจักรของสินค้าฟุ่มเฟือยตัวอื่น แต่จะเป็นสินค้าที่คงอยู่คู่กับการดูแลรักษาโลกอย่างยั่งยืน ■

Book Coner

► เรื่อง : แวนชยาย



ชื่อหนังสือ : อาชีพอาชีพมัน(ส์)

ผู้เขียน : คันกิต วณิชติกุล

รหัส : G 25 ๑8

เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วย หมอนวดเทวดา ตัดผมด้วยเปลวไฟ ข้าวมันไก่ชิงโชค เต็มจำเป็นเพื่อนศพ ปล่อยปลาเดลิเวอรี่ ไถชีวิตสัตว์น้ำตามสั่ง บริการทำรูปถ่ายประกอบเพลง โรงเรียนสอนว่ายน้ำสำหรับสุนัข คุณจ๋อ นักเล่ห์ ฯลฯ



ชื่อหนังสือ : 25 อาชีพสำหรับคนรุ่นใหม่

ผู้เขียน : เสาวลักษณ์ สุขสมัย

รหัส : G 25 ส5 1

ภายในเล่มได้รวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับอาชีพอิสระจากคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีทั้งหมด 25 อาชีพ

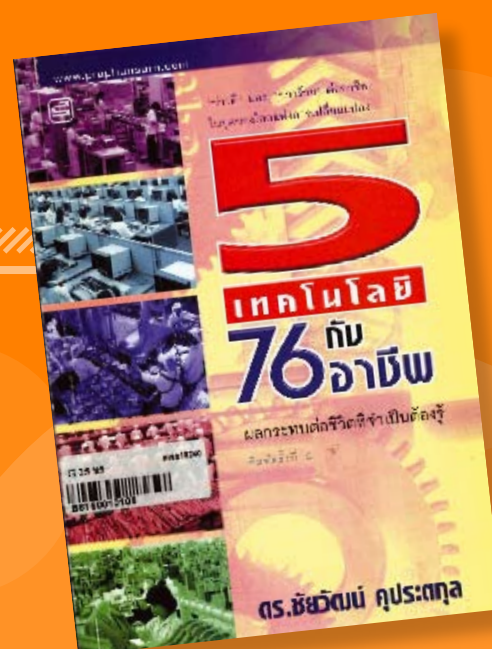


ชื่อหนังสือ : 12 อาชีพเรียนลัดรวยเร็ว

ผู้เขียน : กองบรรณาธิการ บริษัท พีเพิลมีเดีย

รหัส : G 25 ส72

เนื้อหาเกี่ยวกับ 12 แหล่งสอนอาชีพ บัณฑิตนักเรียนเป็นเจ้าแก๊ว แนะนำข้อมูลการเรียนรู้และช่องทางการสร้างอาชีพจากมืออาชีพ



ชื่อหนังสือ : 5 เทคโนโลยีกับ 76 อาชีพ

ผู้เขียน : ชัยวัฒน์ คุประตกุล

รหัส : G 25 ท11

เนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้เขียนได้สังเคราะห์ออกมาเป็น ข่าวย้าย และข่าวดี ต่ออาชีพต่างๆ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจาก 5 เทคโนโลยีสำคัญแห่งศตวรรษที่ 21 ยังเป็นแนวทางทางที่จะเป็นประโยชน์ต่อคนในยุคปัจจุบันที่จะได้เข้าใจความเปลี่ยนแปลงต่องานอาชีพที่เกิดจากเทคโนโลยี และประโยชน์ต่อการเตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตนเอง และสังคม



ชื่อหนังสือ : สุดยอดอาชีพไทยกำไรยุคไอเอ็มเอฟ

ผู้เขียน : วันเฉลิม จันทรากุล

รหัส : G 25 ว10

เนื้อหาภายในแบ่งออกเป็นสองส่วนหลักๆ คือส่วนที่ 1 เป็นการรวบรวมเอาความสำเร็จของผู้คนหลากหลายอาชีพมาไว้ที่เดียวกัน โดยได้จัดแบ่งเป็น 5 หมวด ดังนี้ หมวดเครื่องดื่ม หมวดอาหาร หมวดขนม หมวดศิลปะประดิษฐ์ และหมวดอาชีพอื่นๆ ส่วนที่ 2 เป็นการสรุปย่อเกี่ยวกับสูตรและวิธีการทำของอาชีพต่างๆ ที่เด่นๆ เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้อ่านได้มีโอกาสเลือกอาชีพตามที่ต้องการ



ชื่อหนังสือ : 10 อาชีพอิสระ หนทางสู่ความร่ำรวย

ผู้เขียน : จารุณี จันทร์ลอนนา

รหัส : G 25 ข50

รายละเอียดประกอบด้วย 10 อาชีพสร้างเงิน ได้แก่ เครื่องซักผ้าหยอกเหรียญ นวดแผนไทย บริการซักอบรีด บริการถ่ายเอกสาร ร้านบริการให้เช่าอินเทอร์เน็ต บริการล้างอัดฉีดรถยนต์ ร้านเช่าหนังสือ ร้านขายหนังสือ สอนขับรถยนต์ ตู้น้ำหยอดเหรียญ

ชื่อหนังสือ : อาชีพทำแล้วรวย

ผู้เขียน : วลัยยา ภูภิญโญ

รหัส : G 25 ว5

รายละเอียดเกี่ยวกับ

อาชีพหลากหลายอาชีพที่ทำแล้วรวย
ประสบความสำเร็จ



ประเภทสมาชิก

- ☐ ผู้ประกอบการ บริษัท ห้างร้าน
ธนาคาร ฯลฯ
- ☐ หน่วยงานราชการสังกัดกระทรวง
อุตสาหกรรม
- ☐ หน่วยงานราชการ
- ☐ สถาบันการศึกษา
- ☐ ประชาชนทั่วไป
- ☐ อื่นๆ.....

โปรดกรอกข้อมูลโดยละเอียด
เพื่อประโยชน์ในการแจ้งข่าวกิจกรรม

ข้อมูลส่วนตัว

วันที่สมัคร.....

เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

ชื่อผู้สมัคร.....นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....

โทรสาร.....ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

เว็บไซต์บริษัท.....

แบบสอบถาม

1. ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
2. ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
3. ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
4. ประโยชน์ที่ได้จากวารสารคือ.....
5. เนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในขั้น
 - ☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
6. การออกแบบปกและรูปเล่ม
 - ☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
7. ข้อมูลที่ท่านต้องการมากที่สุด
 - ☐ การตลาด ☐ การให้บริการ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลทั่วไป ☐ อื่นๆ ระบุ.....
8. ท่านชอบคอลัมน์ไหนมากที่สุด
 - ☐ Interview(สัมภาษณ์) ☐ Product Design(ออกแบบผลิตภัณฑ์) ☐ Good Governance(ธรรมาภิบาล)
 - ☐ SMEs Profile(แนวคิดจากผู้ประกอบการ) ☐ Special Report(ข้อมูลอุตสาหกรรม) ☐ Innovation(นวัตกรรม)
 - ☐ SMEs Focus(เจาะลึกเฉพาะเรื่อง) ☐ Book Corner ☐ อื่นๆ ระบุ.....
9. ท่านได้นำข้อมูลจากวารสารอุตสาหกรรมสารไปใช้ประโยชน์แก่ท่าน
 - ☐ มากที่สุด ☐ มาก ☐ พอสมควร ☐ น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
10. ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารอุตสาหกรรมสารเทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
 - ☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 50 คะแนน ☐ 51-60 คะแนน

หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยาแพร่ น่าน)

158 ถ.ทุ่งโฮเต็ล 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 ถ.เลี้ยวเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านคร่าง

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)

200 ม.8 ถ.เลี้ยวเมือง ต.ท่าหลวง

อ.เมือง จ.พิจิตร 66000 โทรศัพท์ (056) 613 161-5

โทรสาร (056) 613 559 e-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง สระบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)

117 หมู่ 1 ถ.มาลัยแมน 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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

(สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)

165 ถ.กาญจนวนิช ต.น่าน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904

e-mail: ipc11@dip.go.th

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก

424 ม.2 ถ.พหลโยธิน ต.ท่าศาลา อ.เกาะคา จ.ลำปาง 52130

โทรศัพท์ (054) 281 884, 282 375-6 โทรสาร (054) 281 885

e-mail: ceramic@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย หนองคาย)

399 ม.11 ถ.มิตรภาพ 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 นครพนม)

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

(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 30190

โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089

e-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

(ชลบุรี สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)

67 ม.1 ถ.สุขุมวิท 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

(สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)

131 ม.2 ถ.เทพรัตนกวี 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> เว็บไซต์วารสารอุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมสารเป็นวารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ของราชการที่มีอายุยาวนานกว่า 50 ปี เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการส่งเสริมความรู้ ด้านอุตสาหกรรม เนื้อหาภายในเล่มประกอบด้วย แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจอุตสาหกรรม



ยุทธศาสตร์การอยู่รอด
อย่างยิ่งใหญ่ Brand & Design
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
กันยายน-ตุลาคม 2551



เอสเอ็มอีเกษตรแปรรูป
ยกระดับความได้เปรียบด้วยมูลค่าเพิ่ม
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2551



อาหารพร้อมทาน อาหารพร้อมปรุง
ปีที่ 52 ฉบับเดือน
มกราคม-กุมภาพันธ์ 2552



พลิกบทบาทการให้บริการ SMEs
ปีที่ 52 ฉบับเดือน
มีนาคม-เมษายน 2552



โอกาสทางธุรกิจ ชา-กาแฟ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
กรกฎาคม-สิงหาคม 2551



อุตสาหกรรมสนับสนุนฐานราก
การผลิตภาคอุตสาหกรรมทุกมิติ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤษภาคม-มิถุนายน 2551



เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการ
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
มีนาคม-เมษายน 2551



Frozen food
อาหารแช่แข็งเดิมโตทั่วโลก
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
มกราคม-กุมภาพันธ์ 2551



เพิ่มมูลค่า ข้าวไทย
ปีที่ 51 ฉบับเดือน
พฤศจิกายน-ธันวาคม 2550



โอกาสและธุรกิจ ขนมไทย
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
กันยายน-ตุลาคม 2550



โลจิสติกส์ เพิ่มผลผลิตอุตสาหกรรม
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
กรกฎาคม-สิงหาคม 2550



ธุรกิจ SMEs ผู้ประกอบการสตรี
ปีที่ 50 ฉบับเดือน
พฤษภาคม-มิถุนายน 2550

สมัครเป็นสมาชิกได้ที่ :

วารสารอุตสาหกรรม กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
 สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข 0 2354 3299

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