



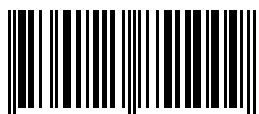
ISSN 0125-8516
http://e-journal.dip.go.th

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 55 ฉบับเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2556



ISSN 0125851-6



- ลงทุนออนไลน์ รวยได้ที่ปลายนิ้ว
- ลงทุน IT ให้ธุรกิจมีกำไร
- การตลาดบนโลกโซเชียล เก่งถ้าวีธี

- Cloud เทคโนโลยีช่วยลดต้นทุน
- เอสจีเนียสสกุล
โรงเรียนส่งเสริมอัจฉริยะผ่านสื่อหุ่นยนต์



ขอเชิญสมัครโครงการ



“ส่งเสริม SME ใช้ Green IT เพื่อลดต้นทุนในกิจการ”

(การซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนวัตถุดิบเหลือใช้ในโรงงาน)

www.greenindustry.in.th

การลดต้นทุน เพิ่มสภาพคล่องเป็นสิ่งสำคัญต่อ SMEs ในยุคเปิดประเทศเชื่อม AEC กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงจัดทำโครงการ “ส่งเสริม SMEs ใช้ Green IT เพื่อลดต้นทุนในกิจการ” โดยใช้เทคโนโลยีด้าน IT

ซึ่งระบบดังกล่าวนี้ สามารถช่วยให้ SMEs ได้นำประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น การจะลดต้นทุนจากสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับความสามารถในการ จัดการความสัมพันธ์ และความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับสัดส่วน ของระยะทางกับระยะเวลาการรอสินค้า (Distance & Lead Time Utility) โดยเฉพาะการเก็บสินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหวในการนำไปใช้ สินค้าและ วัสดุเหลือใช้เรียกว่า "Dead Stock" หรือ สต็อกขยะ (Junk Inventory)



กลุ่มเป้าหมายการดำเนินงาน

โรงงานผู้ประกอบการในกลุ่ม อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ก่อสร้าง และบรรจุภัณฑ์ ทั่วประเทศไม่น้อยกว่า 200 โรงงาน



ระยะเวลาดำเนินโครงการ

มีระยะเวลา 8 เดือน ระหว่าง เดือน ธันวาคม 2555 – เดือนกรกฎาคม 2556



สิ่งที่ผู้ประกอบการจะได้รับในโครงการ

1. ได้รับการอบรมเบื้องต้น ในการลดต้นทุนจากแนวคิด Green IT จากการลดความสูญเสียวัตถุดิบ/วัสดุจากการผลิตและขายสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในกิจการ ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
2. เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มโรงงาน Green Industry ในเครือข่ายของ ECIT e-Marketplace
3. ได้รับสิทธิในการนำข้อมูลรายการวัสดุ ที่ต้องการซื้อและขายเข้าสู่ระบบเว็บไซต์แลกเปลี่ยนข้อมูลกลางของโครงการได้ตลอดอายุโครงการ
4. ได้รับคำปรึกษาด้านการลดต้นทุนจากแนวคิด Green IT ตลอดอายุโครงการ
5. ได้รับการประชาสัมพันธ์ด้านการประกาศซื้อขายวัสดุระหว่างโรงงานโดยผู้ประสานงานโครงการ
6. การอบรมในหลักสูตรการลดต้นทุนจากแนวคิด Green IT จะได้รับใบประกาศนียบัตรประกาศเกียรติคุณของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



วัตถุประสงค์

1. การจุดประกายเพื่อให้เกิดการดำเนินการอย่างง่ายเพื่อให้เกิดการดำเนินการภายในองค์กร เช่น การใช้เทคโนโลยีที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมการลดการใช้ซ้ำ และการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ ในภาคอุตสาหกรรมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ ก่อสร้างและบรรจุภัณฑ์
2. สนับสนุนให้เกิดเครือข่ายการแลกเปลี่ยนระหว่างแต่ละองค์กรภายในพื้นที่ (Matching) เช่นการแลกเปลี่ยนสินค้า /วัตถุดิบที่เข้าข่าย Dead Stock และของเหลือหรือเสีย ที่เกิดจากกระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์ ก่อสร้าง และบรรจุภัณฑ์ ด้วยการนำไปใช้ประโยชน์ใหม่ในอีกโรงงานอุตสาหกรรมหนึ่ง
3. การแลกเปลี่ยนระหว่างเครือข่ายภาคอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ก่อสร้าง และบรรจุภัณฑ์ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะสร้างความมั่นคงต่อการ พัฒนาของระบบนิเวศเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน
4. เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติได้จริงจนเป็นพฤติกรรมใหม่ในการลดภาวะโลกร้อนจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลดังกล่าว
5. เพื่อมุ่งเน้นสร้างความตระหนักและความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการเอาใจใส่สิ่งแวดล้อม
6. เพื่อให้ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ ก่อสร้าง และ บรรจุภัณฑ์ เกิดรายได้จากสินค้า / วัตถุดิบที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ในโรงงานของตน
7. เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินการแก้ไขปัญหาขยะภายในชุมชนอุตสาหกรรมลดปริมาณขยะลงเหลือศูนย์ (Zero Waste Project)
8. มุ่งสร้างและพัฒนาเครือข่ายชุมชน Green IT ในผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกลุ่มเฟอร์นิเจอร์ ก่อสร้าง และบรรจุภัณฑ์ ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

คุณ สมสกุล ทองเงิน

โทรศัพท์. 02-586-7700 โทรสาร. 02-586-7700

มือถือ 086-9711051 Email : somsakulttn@gmail.com

Contents

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 55 ฉบับเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2556



05 SMEs Report

ปรับ เปลี่ยน แปลง ธุรกิจ
ในยุคออนไลน์อย่างไรให้แข่งขันได้

08 SMEs Focus

ลงทุนออนไลน์ รวยได้ที่ปลายนิ้ว

10 SMEs Profile

ทำ E-Commerce อย่างไรให้ประสบความสำเร็จ

14 SMEs Talk

ลงทุน IT ให้ธุรกิจมีกำไร

16 SMEs Info

การตลาดบนโลกโซเชียล ง่าย ถ้ารู้วิธี

18 Show Case

Cloud เทคโนโลยีที่ช่วยลดต้นทุน
เพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันให้เกิดแก่องค์กร

20 SMEs Insight

อะไรก็เกิดขึ้นได้บนโลกออนไลน์
โอกาสและการเปลี่ยนแปลงที่คุณต้องรู้

22 Opportunity

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ยกเครื่อง SMEs ด้วยกลยุทธ์ IT
ใช้สื่อออนไลน์ยุคใหม่เข้าถึงผู้บริโภค

24 Information

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ชวนวัดกรรมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ

27 Focus SMEs

Raise Genius School
เรสจีเนียสสคูล โรงเรียนส่งเสริมอัจฉริยะ
ใช้หุ่นยนต์เป็นสื่อการสอน

33 Knowledge

อย่าดูถูกปลาทุเค็ม

35 Global Biz

Garrett Popcorn Shops
กาเร็ท ป๊อปคอร์น นวัตกรรมร้านข้าวโพดคั่ว

38 Report

หน่วยงานสนับสนุนนวัตกรรม

40 Book Corner



ท่าตลาดผ่าน Social Network เลือกสื่อออนไลน์ค่ายไหนดี

หลายองค์กรหันมาใช้ Social Network กันมากขึ้น เหตุผลหลักคืออยากเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมาก บางครั้งการพยายามใช้ Social Network หมดทุกตัวก็ไม่ได้เปรียบเสมอไป เพราะ Social Network บางตัวอาจไม่สามารถตอบสนองได้ หรือไม่อาจครอบคลุมทุกกลุ่มของลูกค้านั้นได้ เพราะสื่อสังคมออนไลน์แต่ละค่ายมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป

Twitter (ทวิตเตอร์) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก (Micro Blogging) โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่หรือ Re-tweet ข่าวสารที่น่าสนใจของคนอื่นและข้อความที่ส่งถึงกันมีศัพท์เรียกว่า “Tweets” ซึ่งเปรียบเสมือนเสียงนกร้องอยู่ตลอดเวลา การเล่น Twitter คือการติดตามผู้คนที่น่าสนใจเรื่องเดียวกับเรา เช่น ท่องเที่ยว, อาหาร, เทคโนโลยี, ธรรมชาติ ฯลฯ หรืออาจเป็นการติดตามบุคคลที่เราสนใจ หลังจากที่เรติดตามใครสักคน ข้อความ Tweets ของคนๆ นั้นก็จะปรากฏบนหน้าต่าง Twitter ของเรา

Youtube (ยูทูบ) เป็นเว็บไซต์ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี เมื่อสมัครสมาชิกแล้วผู้ใช้จะสามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไปแบ่งปันภาพวิดีโอให้คนอื่นดูด้วย แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้อื่นโพสต์ไว้ใน Youtube ได้ Youtube เติบโตอย่างรวดเร็วมาก เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและได้รับความนิยมทั่วโลก จนกลายเป็นช่องทางในการรับข่าวสารของคนสมัยใหม่ไปแล้ว (youtube ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2005 ต่อมาปี 2006 Google เข้าไปซื้อเรียบร้อยแล้ว)

Instagram (อินสตาแกรม) คือแอปพลิเคชันสำหรับถ่ายรูป เสริมลูกเล่นด้วยการตกแต่งภาพถ่ายด้วย Filters ต่างๆ ที่ให้คุณเลือกปรับภาพได้หลากหลายและสวยงาม แนวอาร์ตๆได้ตามใจชอบ และสามารถแชร์รูปภาพไปให้เพื่อนๆ ที่อยู่ในสังคมออนไลน์อื่นๆ เช่น Twitter และ Facebook ทำให้สังคมผู้ใช้งาน Instagram กลายเป็นสังคมออนไลน์การแบ่งปันภาพถ่าย Instagram เอง มีระบบ Followers และ Following ให้เลือกติดตามชมรูปภาพ ความเคลื่อนไหว ของเพื่อนๆ ที่ใช้งานแอปพลิเคชันตัวนี้ หากถูกใจ ชอบรูปภาพไหน สามารถกด Like รวมไปถึง Comment รูปภาพนั้นได้ มีคนถ่ายภาพผ่านอินสตาแกรมในไทยมากถึงวันละประมาณ 5 แสนภาพต่อวัน ทำให้ตอนนี้หลายคนติดอินสตาแกรมม่งมแง่ม และเริ่มใช้แอปพลิเคชันนี้เป็นช่องทางการตลาดให้กับธุรกิจ

LinkedIn (ลิงค์อิน) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่เน้นด้านเครือข่ายธุรกิจ ถูกใช้เพื่อการสร้างเครือข่ายทางวิชาชีพเป็นหลัก จนถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2556, LinkedIn มีผู้ลงทะเบียนใช้งานมากกว่า 200 ล้านคน ใน 150 อุตสาหกรรม และ 400 ภูมิภาคเศรษฐกิจ จุดประสงค์หลักของเว็บไซต์นี้ คืออนุญาตให้ผู้ใช้ที่ลงทะเบียนแล้ว สามารถสร้างรายการที่ติดต่อของผู้คนที่พวกเขารู้จักและเชื่อถือในการทำธุรกิจ ผู้คนในรายการนี้เรียกว่า “Connections” ผู้ใช้สามารถเชิญใครก็ได้ (ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้ LinkedIn หรือไม่) เข้ามาเป็น Connection ประโยชน์ของรายการนี้สามารถใช้ในการหางาน หรือหาผู้ร่วมงาน LinkedIn เป็นอีกช่องทางหนึ่งช่วยในการสร้างแบรนด์ และช่วยในการทำตลาดกับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

Facebook (เฟซบุ๊ก) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กำลังฮิตติดอันดับ 1 ของโลก จำนวนผู้ใช้ Facebook ทะลุ 1,000 ล้านคนไปแล้ว หรือประมาณ 1 ใน 7 ของประชากรโลก ปัจจุบันมีส่วนช่วยให้ทุกธุรกิจเติบโตได้อย่างง่ายดาย และสามารถทำการตลาดด้วยวิธีง่ายๆ เช่นกัน ที่สำคัญคือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย ผู้ประกอบการหลายรายประสบความสำเร็จในการใช้ Facebook เป็นสื่อการตลาดและสร้างยอดขาย Facebook จึงกลายเป็นสื่อยอดนิยมในหมู่ผู้ประกอบการ การทำตลาดบน Facebook โอกาสมี 50/50 ใช่ว่าจะสำเร็จไปทุกรายไป

อุตสาหกรรม

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คนที่ปรึกษา

นายโสภณ ผลประสิทธิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางศิริรัตน์ จิตต์เสรี

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายกิตติพัฒน์ ปณิธานารักษ์

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร ทิฆัมภ์

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลียนโมฬี

กองบรรณาธิการ

นายชูศักดิ์ เอกชน, นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์, นายวิระพล ผ่องสุภา, นายไพฑูรย์ มะเมี่ยมเมือง, นายสุรงค์ งามวงศ์, นายธวัชชัย มะกล้าทอง, นางสาวกนกกริช นฤมลโรจน์, นางเกสร ภูแดง

ฝ่ายภาพ

นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์, นายชเนศ ศรีพิทักษ์, นางสาวใจ รัตนโชติ, นายธนาธิกร กล้าพัก, นายสุทิน คณาเดิม,

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลธิญา ชุมศรี, นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โพรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซ.2 ถนนสายไหม

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทร. 02 991 3031-3 แฟกซ์ 02 991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

สมัครผ่านโทรสาร 02 354 3299

สมัครผ่านเว็บไซต์

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

“บทความ บทสัมภาษณ์

หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้

เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน

ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่

ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

บรรณาธิการบริหาร

THAILAND
ONLINE
EXPO



Thailand Online Expo 2013

25-28 เมษายน 2556

สัปดาห์ความริ่ฐานออนไลน์ รุ่งกับตัวจริงกับตัวจริงในโลกออนไลน์

KBank

Shopping

SOS

TOT

20

20

20

ปรับเปลี่ยน แปลง ธุรกิจ ในยุคออนไลน์อย่างไรให้แข่งขันได้

การเสวนาระดับชาติ โดยภาครัฐและเอกชนขนาดใหญ่ที่มองเห็นภาพรวมของการใช้เครื่องมือออนไลน์ ในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ตั้งแต่การทำตลาด การบริหารจัดการและการเงิน มองเห็นภาพของอนาคตที่จะเกิดขึ้นกับ ธุรกิจไทยและธุรกิจโลก สร้างความเข้าใจและเตรียมพร้อมให้ทุกธุรกิจเตรียมตัว เปลี่ยนแปลงแนวทางการทำธุรกิจเพื่อแข่งขันกับทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศได้

โดยมี **ผอ.ไตรรัตน์ จัตราแก้ว** ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ **คุณอาจ วิเชียรเจริญ** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย **นาวาอากาศเอกพิเศษ สุรพล นวะมะวัฒน์** ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร **คุณเอียรทิพย์ ไชยชิต** รองกรรมการผู้จัดการใหญ่สายงานตลาดและพัฒนาธุรกิจ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ **อาจารย์ธันยวัชร ไชยตระกูลชัย** ผู้ดำเนินรายการ

• **ทัศนะของ ผอ.ไตรรัตน์ จัตราแก้ว** ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติที่มีต่อองค์กรกับ ICT

เรารู้กันดีอยู่ว่าการใช้ ICT ในปัจจุบันมีความสำคัญมาก ที่สำคัญเพราะว่าตัว ICT มันยังระยะทางเราการมีข้อมูลที่ถูกต้องจะทำให้การตัดสินใจถูกต้องนั่นเอง ซึ่งการใช้ ICT คือโลกในอนาคต Network Salutation ต้องเป็นเครือข่าย เป็นเส้นทาง คือ สังคมของการซื้อขาย ซึ่งใน

ปัจจุบัน IT เข้าไปอยู่ในทุกด้าน ICT เป็นตัวต้นทางที่จะใช้เพิ่มโอกาสให้กับตัวเอง ดังคำกล่าวที่ว่า “Knowledge is Power” การที่เรานำเทคโนโลยีมาใช้ในทางธุรกิจ หลักสำคัญมีอยู่ 5 ประการ คือ 1. เพื่อเพิ่มยอดขาย 2. เพื่อเพิ่มกำไร 3. เพื่อเพิ่มสินค้า 4. เพื่อประหยัดเงิน 5. เพื่อประหยัดเวลา

Cyber security เป็นตัวที่สร้างความมั่นใจให้กับการใช้งานในโลกออนไลน์ หากย้อนไปเมื่อ 30 ปีที่แล้ว ตอนที่ ATM เริ่มใช้ครั้งแรก ก็ต้องอาศัยการเรียนรู้จนนำไปสู่ความไว้วางใจทั้งนั้น นั่นหมายความว่าตรงนั้นเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการสร้างเชื่อมั่นให้กับการใช้งานในระบบ Cyber ซึ่งสาระสำคัญที่สุดคือเศรษฐกิจในอนาคตตัว E-Commerce ก็ดี หรือ การทำธุรกรรมการเงินก็ดี ทำให้เกิดความไว้วางใจ อย่างในปีที่ผ่านมา Transaction รวมของประเทศมีมูลค่าราว 650 ล้านล้านบาท และคาดว่าจะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น กระบวนการในเรื่อง Cyber security ก็ต้องการพัฒนาเช่นเดียวกัน ซึ่งในอนาคต



นาวาอากาศเอกพิเศษ สุพล นวะมะวัฒน์



คุณเอิธรทิพย์ ไชยชิต



ผอ.ไตรรัตน์ จัตรแก้ว

ต้องยอมรับว่า Software ต่างๆที่ถูกพัฒนาขึ้นมาจะมีความสำคัญมากเพราะจะแทรกเข้าไปอยู่ในทุกบริบทในการดำเนินชีวิตและสังคม

• **ทัศนะของนาวาอากาศเอกพิเศษ สุพล นวะมะวัฒน์ ที่มีต่อเทคโนโลยีหรือ Software ที่ SMEs ควรใช้และแนวโน้มของโอกาสทางธุรกิจต่อการเปิด AEC**

ผู้ประกอบการหลายท่านยังติดภาพเก่าๆ ว่าการใช้เทคโนโลยี Software หรือ Hardware มีราคาแพงแต่ในปัจจุบันนั้นมีความคุ้มค่า น่าลงทุน และไม่ต้องลงทุนด้วยเงินก้อนใหญ่อีกต่อไป เช่น ธุรกิจขายส่งเสื้อผ้า หรือ รถยนต์ ที่เมื่อก่อนอาจต้องรอลูกค้าเข้ามาเพียงอย่างเดียว แต่ตอนนี้เมื่อมี Online Technology ขึ้นก็เกิดการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น หรือการพัฒนา E-BOOK ที่สามารถขยายฐานลูกค้าผ่านระบบออนไลน์ได้ทั่วโลก

ส่วนเรื่อง AEC ผมมองว่าไทยน่าจะเป็นประเทศที่ได้เปรียบเพราะอาเซียนเรามองเราเป็น Springboard โดยเฉพาะเรื่องของ Software ที่ภายนอกมองเห็นศักยภาพของเราแต่เรื่องการตลาดเราอาจยังเป็นรอง แต่โอกาสในอนาคตมีสูงมากทั้งตลาดในอาเซียนเองรวมไปถึงตลาดยุโรป ฉะนั้นการเตรียมพร้อมรับมือในด้านต่างๆ ทั้งเรื่องคน เรื่องภาษา เรื่องไอที และเรื่องการสร้างวัฒนธรรมต่างๆ ถือเป็นเรื่องสำคัญและเป็นโอกาสที่ดี โดยเฉพาะ SMEs Product ที่ไม่เพียงแต่จะขายได้เฉพาะในประเทศเท่านั้น แต่หากนำ Online Technology เข้ามาช่วยอาจจะสามารถขยายสินค้าไปสู่อาเซียนได้เต็มที่ ซึ่งเรื่องของ E-Commerce กับอาเซียน เราก็มีความร่วมมือที่ดีต่อกัน มีการตั้งกลุ่มเพื่อศึกษาเรื่องสินค้าระหว่างกันจริงๆ ในหลายๆ ด้านอีกด้วย

• **คุณเอิธรทิพย์ ไชยชิต รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานตลาดและพัฒนาธุรกิจ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจที่เห็นการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจนหลังจากกรีนเวทองค์กรเข้าสู่ยุคไฮเทค กล่าวว่**

เดิมถ้านึกถึงไปรษณีย์ก็จะใช้บริการเพียงแค่ ส่งจดหมาย ขยายสดมภ์ ประมาณนี้ รายได้หลักๆของเราก็จะมาจากจดหมาย และใบแจ้งหนี้ต่างๆ รวมถึงการส่งสินค้าประมาณ 80% นอกจากนั้นยังมีบริการ EMS ที่ผู้บริโภคก็นิยมมาใช้บริการอีกด้วย

แต่เนื่องจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่ต้องการปรับเปลี่ยนให้สามารถบริการได้ครบวงจรมากขึ้น มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในงานไปรษณีย์จึงมีการสร้างระบบไปรษณีย์อัตโนมัติขึ้นมา มีการศึกษาเรื่องแผนการจัดการความอยู่รอด พลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสและสร้างผลกำไรเช่นในปัจจุบัน ส่วนในอนาคตสิ่งที่เราต้องเตรียมตัวรับมือก็คือพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นในเรื่องของขนส่งสินค้าที่ได้รับการส่งสินค้าออนไลน์ รวมถึงพัฒนาเว็บไซต์ส่งซื้อสินค้า OTOP และ



แพลตฟอร์มออนไลน์ของเราเอง ซึ่งในเว็บไซต์ก็จะมีบอกว่า สินค้านี้ น้ำหนักเท่านี้ ค่าส่งเท่าไร ซึ่งตรงนี้ก็ทำให้ความชัดเจนในการซื้อขายและการจัดส่งที่ถึงมือผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวกสบาย

ตอนนี้เรามีศูนย์ไปรษณีย์อยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ 16 แห่ง ซึ่งใช้รถในการขนส่งเพื่อเชื่อมต่อจุดต่างๆเข้าด้วยกัน และต่อไปก็จะส่งสินค้าได้เร็วขึ้นอีกเพราะเราจะใช้สายการบิน Low cost ในการเชื่อมการขนส่งสินค้ารวมถึงเรื่อง Logistic คลังสินค้าที่เราสามารถรองรับจำนวนการส่งสินค้าได้คราวละมากๆ เรียกได้ว่าตอนนี้ไปรษณีย์ไทยพยายามเข้าไปรองรับบริการอยู่ในทุกห่วงโซ่ของ SMEs รวมทั้งเรายังสามารถแนะนำผู้ประกอบการ SMEs มีเอใหม่สำหรับเรื่องของ แพคเกจจิ้ง ที่มักจะเป็นปัญหาในการส่งของของผู้ประกอบการ

• ธนาคารกสิกรไทยกับมุมมองเทคโนโลยีที่สร้างโอกาสในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในทัศนะของคุณอาจ วิเชียรเจริญ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย

ในแง่ E-Commerce ธนาคารกสิกรไทยถือว่าเป็นผู้นำด้านนี้ เรามีทั้งเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญเรื่องของการทำธุรกรรมการเงิน K-Banking และ ธุรกิจ E-Commerce โดยในปัจจุบันบนเว็บไซต์อย่าง K-Banking ก็มีบริการแล้ว ซึ่งกสิกรก็ทำเป็นที่ 1 ธุรกิจ E-Commerce ในอเมริกา ประมาณ 90% เป็นการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ในอนาคตผู้ที่ทำธุรกิจ E-Commerce ถ้ามุ่งเป้าว่าเราอยากจะขายไปยังต่างประเทศ ตลาดยุโรป ตลาดจีน อเมริกา ทั่วโลกจะต้องรับบัตรเครดิต บัตรเดบิต อันนี้ก็จะเป็ธุรกิจหนึ่งที่กสิกรไทยทำมานานแล้ว ซึ่งหัวใจหลักของ E-Commerce ที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อยๆ



e Marketing

และหลากหลายขึ้น เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว คือ เรื่องของการชำระเงิน และ Logistic นั้นเอง ส่วนการใช้บัตรเครดิตและเดบิต ก็มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นชัดเจน เพราะผู้ประกอบการในปัจจุบันเริ่มตระหนักว่าการใช้บัตรเป็นข้อดี ตรวจสอบได้

และในปัจจุบัน ประเทศไทยเองก็มีความร่วมมือกับนานาชาติ ผู้ที่ใช้ระบบธนาคารการเงินก็นำเทคโนโลยีที่ดีที่สุดมาใช้ แต่ส่วนที่สำคัญมากที่สุดก็คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะต้องเข้าใจเรื่องของความปลอดภัย ใช้อย่างไรให้ปลอดภัย ทั้งหมดนี้มันเป็นความปลอดภัยทางฝั่งผู้ใช้ ทางระบบก็จะมีมาตรฐานสากลอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ใช้ก็ต้องปฏิบัติตามคำแนะนำเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับตนเอง และธุรกิจ

ซึ่งในการทำธุรกิจไม่มีใครเก่งเสมอไป บริษัทส่วนใหญ่เริ่มมาจาก SMEs ทั้งนั้น เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการ SMEs จะต้องรู้จักрозจหะและวางระบบ จึงจะประสบความสำเร็จ ซึ่งตัวช่วยของ SMEs ในยุคนี้ก็คือ เทคโนโลยีออนไลน์นั่นเอง



• ที่มาของข้อมูล

เรียบเรียงจากงานสัมมนา Thailand Online Expo 2013

วันที่ 25-28 เมษายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์



ลงทุนออนไลน์ รวยได้ที่ปลายนิ้ว

ในการลงทุนกับธุรกิจออนไลน์นั้นเป็นเรื่อง ที่ต้องคำนึงถึงก่อน การลงทุนอยู่หลายประการ อาทิ ความปลอดภัย ก่อนการลงทุน เพราะทุกธุรกิจมีความเสี่ยง การป้องกัน ข้อมูลเปิดเผยหรือรั่วไหลเป็นสิ่งสำคัญมาก รวมถึงการดูแลรักษาระบบการใช้งานให้ปลอดภัยจากไวรัส ล้วนเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง อีกเรื่องคือประสิทธิภาพของ คอมพิวเตอร์และโปรแกรมต่างๆ ซึ่งหากลงทุนในเรื่องนี้เป็นอย่างดีแล้วก็จะลดความกังวลในการทำงานได้ดี รวมทั้งช่วยเรื่องความสะดวกสบายให้กับ ผู้ใช้งานอีกด้วย



การลงทุนออนไลน์ที่จะนำเสนอในวันนี้ คือ การเล่นหุ้น ซึ่งสามารถปันผลค่าผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีผลตอบแทนดีกว่าการฝากเงินกับธนาคารที่ได้ดอกเบี้ยน้อยแต่เงินต้นไม่ลด แต่ในทางกลับกันความเสี่ยงของหุ้นหากหุ้นตกก็คือ เงินต้นอาจจะลดจำนวนลงนั่นเอง คราวนี้มาดูข้อดีของการเล่นหุ้นดูบ้าง การลงทุนกับหุ้น จะสามารถรวบรวมและหาข้อมูลได้ทั้งจากตัวบริษัท ตารางหุ้น กราฟ ศึกษาข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกหุ้นที่ดี มีปันผลทางธุรกิจดี เป็นต้น



ยกตัวอย่างเช่น หุ้นอสังหาริมทรัพย์ หุ้นโทรคมนาคม หรือบางท่านอยากลงทุนร้าน 7-eleven แต่ด้วยข้อจำกัดหลายๆอย่างทางการลงทุน ทั้งทำเล การตกแต่ง การจ้างพนักงาน ค่าเช่า ค่าน้ำค่าไฟ รวมถึงเรื่องสินค้า ฯลฯ ซึ่งเป็นการลงทุนที่ต้องมีงบประมาณพอสมควรสำรองไว้ แต่อีกวิธีที่สามารถลงทุนกับธุรกิจ 7-eleven ได้เช่นกัน ก็คือการซื้อหุ้นซีพี ออลล์ เจ้าของ 7-eleven ซึ่งจากการวิเคราะห์แล้วซีพี ออลล์ มีปันผลเฉลี่ยปีละ 6% ถือหุ้นอีกตัวที่มีการลงทุนที่น่าจับตามอง

ส่วนโปรแกรมที่เป็นตัวช่วยในการลงทุนเล่นหุ้นที่ควรรู้จัก คือ Streaming Pro โปรแกรมตัวนี้ไว้ใช้สำหรับการซื้อขายหุ้น ใช้ดูภาพรวมของตลาด ศึกษาไม่ยาก มีทั้งในรูปแบบ PC และ สมาร์ทโฟน ต่างๆ โดยจะมีความแตกต่างกันเล็กน้อย โปรแกรมอีกตัว คือ โปรแกรมสำหรับเทรดหุ้นทั่วโลก เป็นลิขสิทธิ์ของประเทศเดนมาร์ก ซึ่งโปรแกรมตัวนี้จะสามารถเทรดหุ้นได้ทั่วโลก ที่มีอยู่ประมาณ 50,000 ตัว รวมทั้งเทรดทองคำ ค่าเงินต่างๆ ทั้งนี้ในแต่ละประเทศจะมีกฎในการเล่นหุ้นต่างกันออกไป ซึ่งข้อดีของโปรแกรมเหล่านี้คือ จะช่วยเตือนหากเกิดข้อผิดพลาด แต่อย่างไรก็ตามเราก็ควรต้องศึกษาให้รอบคอบด้วยเช่นกัน

การลงทุนมีความเสี่ยง ฉะนั้นควรลงทุนในหุ้นที่ดี ศึกษาข้อมูลข่าวสารที่ดี เพื่อผลตอบแทนที่ดี และลดความเสี่ยงได้.



• ที่มาของข้อมูล

เรียบเรียงจากงานสัมมนา Thailand Online Expo 2013 วันที่ 25-28 เมษายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์



ทำ E-Commerce อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ



วันนี้ ธุรกิจ E-Commerce ไม่ใช่เรื่องใหม่อีกต่อไปแล้ว และการพัฒนาระบบ E-Commerce อย่างไรให้เกิดประโยชน์สูงสุด กลายเป็นเรื่องที่ SME ให้ความสำคัญมากขึ้น โดยครั้งนี้เรามีผู้เชี่ยวชาญด้าน E-Commerce ระดับชั้นนำของไทยมาร่วมแบ่งปันไอเดียและเทคนิคในการทำ E-Commerce อย่างได้ผล

คุณชาญชัย ลิขิตวงพันธ์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด สนุก! อีคอมเมิร์ซ บริษัท สนุก ซอปปิง ขยายความเรื่อง E-Commerce ให้เข้าใจง่ายก็คือ เป็นการนำเอา Electronic + Commercial หรือ Commerce มาประกอบเข้าด้วยกัน ซึ่งการทำ E-Commerce ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว แต่ต้องทำความเข้าใจในความรู้อย่างลึกซึ้ง เช่น การศึกษาว่า Understand IT หรือ Internet Technology คืออะไร ทำประโยชน์ได้อย่างไรบ้าง หรือ Automation media payment sharing ของธุรกิจแต่ละประเภทที่มีความแตกต่างกันออกไป เป็นต้น และนอกจากการเรียนรู้แล้วยังต้องรู้จักประยุกต์ใช้ให้เป็น ดังตัวอย่างแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักในวงการนี้ดี อาทิ Dealfish, Subuy.com และ Sanook Coupon

1. รายละเอียดของ E-Commerce ในส่วนของการทำความเข้าใจพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการนั้น ประกอบด้วย

- Automation คือ โอกาสในการขายที่มากขึ้น

- Information คือ ข้อมูลที่ถูกส่งออกมาทั้งหมด ซึ่งข้อมูลนี้สำคัญมากเพราะสารที่ต้องการจะส่งออกไปนั้นถูกบรรจุอยู่ในฐานข้อมูลเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงคนทั่วโลกได้

- Media เช่น google, yahoo หรือ display social media ที่ต้องทำความเข้าใจว่าช่องทางเหล่านี้ทำหน้าที่อะไรได้บ้าง และมีการวัดผลอย่างไร

- After Service คือ ช่องทางไลน์แชท

- Payment เป็นช่องทางการชำระเงิน หรือโอนเงินผ่าน internet banking ต่างๆ ซึ่งจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจให้ดี ทั้งในแง่ของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ

- Sharing คือ พฤติกรรมของลูกค้าเป็นอย่างไร ติดต่อผ่านช่องทางใดเป็นประจำ

- Track customer คือ ความสามารถในการติดตามข้อมูลความเคลื่อนไหวและรายละเอียดที่เกิดขึ้นในเว็บไซต์ของเรา



- Sell performance คือ ความสามารถในการรับรู้ยอดขายที่เกิดขึ้นว่ามาจากที่ไหน เครื่องมือวัด เช่น CPM ที่จะช่วยในการวัดผลว่าวันนี้มีคนเข้ามาดูสินค้า หรือโฆษณาที่คน มียอดขายเท่าไร อย่างไร

ต้นทุนต่อหน่วย ในธุรกิจ E-Commerce สามารถวัดได้ ไม่ว่าจะเป็น ต้นทุนการสมัครสมาชิกมีจำนวนที่บาท ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้การนำไปคาดการณ์ความเติบโตของธุรกิจได้ล่วงหน้า

2. รายละเอียดของ E-Commerce Applier ในแต่ละธุรกิจจะมีความแตกต่างกันออกไป ผู้ประกอบการควรต้องประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตน ซึ่งการ Applier จะมี 7 ขั้นตอนให้นำไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

- เราจะโฆษณาอย่างไร
- เราจะจ่ายเงินอย่างไร จะดูแลอย่างไรต่อไป
- เราจะทำการค้นคว้าวิจัยแล้วพัฒนาธุรกิจของเราต่อไปอย่างไร ซึ่ง E-Commerce เป็นธุรกิจที่เข้าถึงง่ายมาก ข้อดีของ E-Commerce คือ ต้นทุนที่ถูกมาก ผู้ประกอบการต้องค้นคว้าให้มาก และประยุกต์ใช้ให้เป็น มิฉะนั้นความเสี่ยงในการไม่ประสบความสำเร็จก็จะมีสูงมาก เช่นกัน
- Demographic คือ ต้องเข้าใจสื่อต่างๆ และเลือกจะกลุ่มลูกค้าให้เป็น
- Customer ให้สังเกตการโฆษณาบนเฟสบุ๊ค ว่าตัวไหนมีคนคลิกมากที่สุดในช่วงเช้า ระหว่างมือถือและคอมพิวเตอร์ อะไรที่มีคนใช้เยอะที่สุดในช่วงเช้า นี่คือการทำความเข้าใจว่าเฟสบุ๊คใช้ทำอะไรได้บ้าง แล้วจึงประยุกต์ใช้ถ้าเรามีเว็บไซต์ เราก็สามารถเปิดขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง
- Local line การปรับตัวให้เข้ากับพื้นที่แต่ละประเทศ เช่น คนจีนไม่อ่านภาษาอังกฤษ ถ้าเราทำการค้าขายกับคนจีนเราต้องประยุกต์ให้เป็นว่า จะทำอย่างไรให้เว็บมีหลายภาษา จะทำอย่างไรให้ข้อมูลถูกต้องทั้งหมด ไม่ใช่เฉพาะเรื่องของภาษา แต่รวมถึงระบบวิธีการชำระเงิน และ รายละเอียดของลูกค้าในแต่ละประเทศ

- มาถึงเรื่องของจุดขาย ซึ่งแต่ละที่สร้างราคาไม่เหมือนกัน เช่น วันนี้ถ้าเราจะขายตัวเครื่องบินที่อเมริกา อังกฤษ ไทย โดยวางราคาไม่เท่ากัน สิ่งที่ต้องคิดต่อคือ จะทำอย่างไรให้คนอเมริกาซื้อในราคาอเมริกาตรงนี้ก็สมารถทำได้ เพราะธุรกิจ E-Commerce นั้น คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจะเป็นตัวช่วยให้เราเช็ค ID Address ได้ว่ามาจากประเทศใด จะประยุกต์ใช้อย่างไรกับระบบการจ่ายเงิน เนื่องจากเงินตราแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน เราสามารถ link ข้อมูลกับเว็บได้ ปรับเปลี่ยนราคาได้ทันที หรือบางประเทศจะมีการซื้อค่าเงินไว้ก่อน ซื้อไว้ 1 ปี จะขึ้นจะลงไม่ได้สนใจ ก็จะเป็นตัวหนึ่งที่ทำให้เราสามารถจัดการได้ดี

สำหรับใครที่คิดจะขยายธุรกิจไปต่างประเทศ ก็ต้องทำความเข้าใจในรายละเอียดส่วนนี้ ประกอบด้วย การชำระเงิน JCB หรือ การเก็บเงินปลายทาง, เรื่องของ Logistic, เรื่อง Real time communication เช่น ไปรษณีย์ไทยที่จะทำให้อ่านหน้าและราคาสินค้า ซึ่งจะช่วยให้เราทำงานง่ายขึ้น, เรื่อง After cell service เป็นกลยุทธ์มัดใจที่จะทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อครั้งต่อไป, Local เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องใส่ใจในรายละเอียดของพฤติกรรมผู้บริโภคแต่ละประเทศ, เรื่องสถิติ การเก็บข้อมูลโดยนาระบบ CRM ของคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยเพื่อทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในสินค้าและบริการ, Insert development คือการต่อยอดของข้อมูลทุกอย่างที่ได้มา เช่น ลูกค้าค้นหาว่าอะไรมาที่สุด ค้นหาจากเว็บไซต์อะไร ลูกค้าสนใจสินค้าแบบไหนมากที่สุด เป็นต้น, AB Tasting ก็คือ การทดสอบ 2 อย่างเพื่อเปรียบเทียบหาสิ่งที่ดีที่สุด

เมื่อผู้ประกอบการทราบถึง Understand และ Applier แล้ว อีกสิ่งที่ต้องรู้ก็คือขั้นตอน Output ซึ่งขั้นตอนนี้จะทำให้การทำธุรกิจง่ายขึ้น รวดเร็ว สะดวก และยังสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ด้วย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญต่อการทำ E-Commerce ที่อยากฝากทั้งท้ายเอาไว้ ก็คือ ต้องประเมินตนเองก่อนว่ามีความสามารถด้านอินเทอร์เน็ตหรือเทคโนโลยีมากน้อยแค่ไหน แล้วเอามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของเราให้เป็น ลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง

อย่างค่อยๆเป็นค่อยๆไป.

บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด มหาชน ตัวอย่างของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากการวางแผนธุรกิจที่ดี โดย **ดร.สรินทิพย์ สถิตเสถียร** รองประธานฝ่ายพัฒนาธุรกิจ Vice President of Business Development Big C

จุดเริ่มต้นของบิกซี กับแนวคิดเรื่องการช้อปปิ้งผ่านระบบออนไลน์

“จากตัวอย่างที่มีในประเทศ เช่น ในอเมริกา ยุโรป พอเวลาผ่านไปอินเทอร์เน็ตเรามีความเร็วมากขึ้น คนจะมีพฤติกรรมในการช้อปปิ้งออนไลน์ แล้วก็จะทำให้เกิดผลกระทบในการค้าที่เรามีอยู่ อย่างในประเทศอเมริกา ก็มีบิกซีอยู่หลายสาขา ก็เลยมีแนวคิดที่เราควรจะมีเทคโนโลยีอะไรมารับรองตรงนี้ นอกจากนี้ ยังมีสื่อในเรื่องของลูกค้าบิกซี อย่างในกรุงเทพฯ การจราจรติดขัด ทำให้ลูกค้าก็อาจไม่อยากจะออกมาจับจ่ายซื้อของที่ซูเปอร์มาร์เก็ต แต่อยากได้ของราคาถูกเหมือนที่ซูเปอร์มาร์เก็ต เราต้องคิดว่าจะทำอย่างไรเพื่อรองรับความต้องการตรงจุดนี้ของลูกค้า ทำให้เกิดแนวคิดเรื่องการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าแบบบิกซีช้อปปิ้งออนไลน์ขึ้น เมื่อปี 2010 เพื่อตอบโจทย์ให้ทุกเรื่องช้อปปิ้งเป็นเรื่องง่ายขึ้นกว่าเดิม”

ก่อนจะจัดทำบิกซีช้อปปิ้งออนไลน์ มีการศึกษาข้อมูลอย่างไรในเรื่องของการเปิดตลาดออนไลน์

“ก็มีการดูข้อมูลของไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือว่าซูเปอร์มาร์เก็ตที่ทำออนไลน์ก่อน ผ่าน Channel shopping online หรือ Market channel ซึ่งมีการศึกษาข้อมูลทั้งในอเมริกา ญี่ปุ่น ได้เห็น ดูช่องทางการส่งของดูกระทั่งภาพที่ขึ้นเว็บไซต์ เป็นแบบไหน วิธีการเขียนคำอธิบายสินค้า ความน่าตื่นต่อนในการใช้ เราก็ศึกษากันอย่างจริงจังอยู่หลายๆที่”

จากจุดเริ่มต้นการเปิดบิกซีช้อปปิ้งออนไลน์มาจนตอนนี้เข้าสู่ปีที่ 3 แล้ว อยากทราบถึงฟีลแบคจากลูกค้า

“ลูกค้าให้การตอบรับดีมาก คือ เราทำเว็บไซต์ในปี 2010 ปีต่อมาก็เห็นยอดเติบโตขึ้นอย่างชัดเจนและต่อเนื่องขึ้นเรื่อยๆ 2 - 3 เท่า หลังจากนั้นการตอบของเราก็คือเรื่องการทำช้อปปิ้งโมบาย เพราะกระแส iPhone iPad มาแรงซึ่งพอทำจริงๆแล้วปรากฏว่า Market โตยิ่งกว่าเดิมอีก”

การคาดการณ์ในอนาคต

“ก็ต้องทำต่อไปเพื่อเป็นทางเลือกของผู้บริโภค อย่างการส่งทางอินเทอร์เน็ตแล้วส่งถึงบ้าน ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าบิกซี ส่วนในเรื่องของคู่แข่งเราก็ต้องสร้างความประทับใจกันให้เกิดทั้งสองฝ่ายต่อไป ซึ่งสามารถติดต่อบิกซีช้อปปิ้งออนไลน์ได้ที่ 1756”

เรียกได้ว่านอกจากจะเป็นทางเลือกที่เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นช่องทางการขายสำหรับตัวบิกซีเองด้วย

“ใช่ เพราะบางทีเวลาซื้อขายออนไลน์ สิ่งหนึ่งที่เป็นอุปสรรค คือ เรื่องของการจัดส่ง ซึ่งบิกซีก็พัฒนาระบบตรงนั้น



ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ผู้บริโภคก็เกิดการไว้วางใจ”

ก่อนที่จะมาทำธุรกิจ E-Commerce หลายคนอาจมองว่าง่ายแต่จริงๆต้องมีการบริหารจัดการมากมาย อาทิ ระบบการค้นหาคำผ่านเว็บไซต์ การจัดการรายการซื้อ เรื่องของสต็อก การขนส่ง และการเงิน บิกซีมีการจัดการตรงส่วนนี้อย่างไร

“เป็นความโชคดีที่เข้ามาทำบิกซีช้อปปิ้งออนไลน์ เพราะว่าด้วยระบบข้อมูล Database ต่างๆ เรามีพร้อมอยู่แล้ว เช่น ข้อมูลสินค้ากว่าแสนรายการที่ขายในบิกซี สิ่งที่เราเพิ่มเติมก็คือต้องใส่รายละเอียดของสินค้าเข้าไป เพื่อจะทำให้ลูกค้าสามารถอ่านแล้วทราบถึงรายละเอียดสินค้าที่ดึงดูดให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งตรงนี้ก็有一部分หนึ่งที่ต้องทำเพิ่มเติมขึ้นมา ในส่วนของการทำบัญชีต่างๆ เราก็อยู่ในระบบเดิมอยู่แล้ว เพราะว่าสินค้าที่เราขายเป็นสินค้าในสต็อกที่อยู่ในสโตร์ ทำให้การทำบิกซีช้อปปิ้งออนไลน์เป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกคนสามารถซื้อของของบิกซีได้ 24 ชั่วโมง ถ้าสั่งก่อน 11 โมง ก็จะจัดส่งภายในวันนั้น ถ้าสั่งหลัง 11 โมง ก็ส่งของในวันรุ่งขึ้น แต่การที่เราจะรวบรวมสต็อกขึ้นมาโชว์ว่าลูกค้าสั่งของแล้วต้องได้อันนี้ก็จะเป็นส่วนที่เราต้องจัดการให้เสร็จสิ้น เพราะมีมากพอสมควร”

อะไรคือปัจจัยที่ทำให้บิกซีประสบความสำเร็จในเรื่องของธุรกิจ E-Commerce อย่างรวดเร็ว

“หากวัดเรื่องความสำเร็จก็คงอีกสักพัก แต่ว่าวันนี้เราก็ได้ความก้าวหน้ามาเป็นจุดเด่น ก็นอกจากเทคโนโลยีที่ต้องสนใจ ช่องทางสื่อสารก็สำคัญ ต้องเข้าใจลูกค้าว่าลูกค้าเป็นใคร เนื้อหาอะไรที่ลูกค้าต้องการ การขายของอินเทอร์เน็ตไม่ได้มีเซลล์ขาย เพราะฉะนั้นจะอย่างไรให้ดึงดูด ซึ่งส่วนสำคัญก็คือ เรามีความซื่อสัตย์ให้ลูกค้าบิกซีทุกคน ถ้าซื้อสินค้าอะไรที่แล้วไม่พอใจ ก็สามารถเปลี่ยนได้เหมือนซื้อผ่านหน้าร้าน และจากระบบเดิมที่เข้มแข็งอยู่แล้ว ทำให้การก้าวเข้ามาสู่ธุรกิจเป็นไปได้ง่ายไม่ยาก

และนี่ก็เป็นส่วนหนึ่งของบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด มหาชน กับแนวโน้มธุรกิจ E-Commerce ที่มีการ



เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เรื่องการเงินออนไลน์

โดย **คุณปิยชาติ รัตน์ประสาทร** ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ทูชีทูพี พี (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทผู้ให้บริการระบบการชำระเงินออนไลน์ในประเทศไทย

M Commerce กับการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในประเทศไทย และความนิยมซื้อปิ้งออนไลน์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

“ถ้าพูดถึงคนไทยสถิติตอนนี้ยังไม่ค่อยเป็นทางการเท่าไร ซึ่งโตขึ้นประมาณ 25-30% ในทุกๆปี ซึ่งผมก็มองว่ามีความก้าวหน้าในระดับหนึ่งเลยนะ อย่างปีนี้น่าจะอยู่ที่ประมาณหนึ่งแสนสองหมื่นล้านบาท”

การโอนเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตอย่างไรปลอดภัย

“จริงๆ ในโลกของอินเทอร์เน็ตการซื้อของออนไลน์และการชำระเงิน แบ่งไว้เป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือเรื่องของการจ่ายด้วยบัตรเครดิต อีกส่วนหนึ่งคือจ่ายด้วยเงินสด ซึ่งมันก็มีระบบความปลอดภัยอย่างเช่น บัตรเครดิตด้วยหลักการแล้วต้องใส่ข้อมูลเลขบัตร 16 หลักลงไป CVV ก็จะถามและส่ง SMS ที่นี้แต่ละคนอาจได้ไม่เหมือนกัน แต่หลักการเหมือนกันทั้งหมด แต่เรื่องของเงินสด โอกาสที่จะถูกโกงคงจะน้อยกว่า ก็จะสร้างความปลอดภัยได้ดี”

การใช้ระบบชำระเงินออนไลน์จากผู้ให้บริการอย่างกูชิวพี ต่างจากการใช้บริการที่ธนาคารอย่างไร

“จริงๆ ต้องบอกว่าธนาคารกับเราเป็นพันธมิตรกัน ผมให้บริการแทนธนาคารทุกธนาคาร แล้วเคาน์เตอร์ชำระเงินสโกลแกนของเราก็คือ “ที่เดียวครบทุกช่องทางชำระเงิน” ซึ่งเราเชื่อมต่อกับ 8 ธนาคาร 16 เคาน์เตอร์ชำระเงิน”

ในฐานะที่ทูชีทูพีเป็นผู้ให้บริการด้านการชำระเงิน มองภาพรวมของการทำ E-Commerce กับผู้บริโภคชาวไทยไว้อย่างไร

“คนที่ใช้อินเทอร์เน็ตปีที่แล้วมีประมาณ 25 ล้านคน ส่วนคนที่ซื้อของประมาณ 4 - 8 ล้านคน จริงๆ เข้าไปซื้อของแล้วจ่ายด้วยบัตรเครดิตประมาณ 30% อีกประมาณ 50% ลูกค้าจะเข้าไปซื้อของแล้วก็เดินไปโอนเงินที่ธนาคาร แล้วก็โทรไปบอกว่าจ่ายเงินให้แล้ว แต่ระบบของเรานั้นเป็นการอำนวยความสะดวก

ความสะดวกโดยที่เดินไปธนาคารแล้วบอกว่าจะขอจ่ายให้ทูชีทูพีเป็นผู้ให้บริการ หลังจากนั้นระบบจะเป็นคนทำให้ทั้งหมด ธนาคารเคาน์เตอร์ต่างๆ จะบอกรายการมาให้ผม แล้วผมก็ออกรายการให้ร้านค้า และร้านค้าก็จะส่งของให้เลย”

แล้วในตลาดต่างจังหวัดใช้ระบบออนไลน์มาน้อยแค่ไหน

“ก็ใช้บริการพอสมควรนะ โดยเฉพาะตามหัวเมืองใหญ่ ซึ่งในอนาคตก็น่าจะเติบโตขึ้นมากกว่านี้ และคาดว่าจะโตแบบก้าวกระโดดด้วย เพราะจริงๆ แล้วคนต่างจังหวัดมีเงินเยอะนะ แต่ขาดช่องทางซื้อของเท่านั้น”

เรื่อง Business Model กับทาง Snook E-Commerce ซึ่งมี 2 ธุรกิจหลักคือ dealfish.co.th และ sabuy.com 2 โมเดลนี้มีความต่างกันอย่างไร

“dealfish วางตัวไว้ให้เป็นธุรกิจซื้อขายเร็วแบบ Consumer to Consumer ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้ามือสอง คอนโด บ้าน รถ มือถือ ซึ่งเราเป็นผู้ให้บริการ ก็รู้สึกว่ายากให้ผู้บริโภคทั้งสองฝ่ายได้เจอกันดีกว่า เราเรียกโมเดลนี้ว่า D TO B TO C เราเข้าไปหาสินค้าของธุรกิจเพื่อหาสินค้าให้กับผู้บริโภค นั่นคือความแตกต่างของ dealfish กับ sabuy”

ถ้าอย่างไรเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์จึงจะประสบความสำเร็จ

“เป็นคำถามที่ตอบยากมาก มันต้องแล้วแต่ธุรกิจจริงๆ แต่หลักง่ายก็คือ อย่าทำขั้นตอนหรือระบบให้เข้าใจยาก แล้วจะขายของได้ในที่สุด”

ปัจจัยใดที่ทำให้ธุรกิจ E-Commerce ประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว

“ต้องมีความตั้งใจ ไม่ใช่แค่เปิดเว็บไซต์มา 3 ปี อีก 3 ปี เข้ามาใหม่ก็ยังเหมือนเดิม แบบนี้คือไม่ตั้งใจทำ และต้องมีความซื่อสัตย์ รวมถึงต้องอำนวยความสะดวกกับลูกค้าได้มากที่สุด มีช่องทางการชำระเงินให้ลูกค้าเยอะที่สุด สบายที่สุด ผมขอทิ้งท้ายว่า AEC มันใกล้เข้ามาทุกที ถ้าเราไม่ทำอะไรเราอาจจะเสียดุลการค้าอย่างใหญ่หลวง เพราะต่างประเทศตื่นตัวเรื่อง E-Commerce มาก หลังจากออกมาสินค้าหลายๆ อย่างในประเทศ มันก็จะถูกลดภาษีลง หมายถึงว่าอีกหน่อยผมซื้อของผมอาจจะไม่ซื้อในประเทศไทยแล้ว ผมอาจจะไปซื้อในต่างประเทศ”



• ที่มาของข้อมูล

เรียบเรียงจากงานสัมมนา Thailand Online Expo 2013

วันที่ 25-28 เมษายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

ลงทุน IT ให้ธุรกิจมีกำไร

“การลงทุนด้าน IT เป็นเรื่องคุ้มค่า” หากเจ้าแก็คนไหนมีแนวคิดเช่นนี้อยู่ในหัว ย่อมหมายถึงว่าได้ธุรกิจของเจ้าแก็รายนั้นจะอยู่รอดไปได้ทุกยุค เพราะการพัฒนาธุรกิจ SME ไม่ว่าประเทศใดก็ตาม หากมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดี แตกต่าง มีเอกลักษณ์ กระทั่งเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก แม้จะประสบความสำเร็จด้านยอดขาย แต่หากต้องการกำไร หรือลดต้นทุน รวมถึงปั้นธุรกิจให้อยู่รอดไปจนชั่วลูกชั่วหลาน ย่อมต้องพึ่งพา IT อย่างที่สุด

เจ้าแก็ที่ยังพะว้าพะวังว่า จะยอมเจียดเงินเพื่อลงทุนด้าน IT มากน้อยเท่าไรดี และอะไรบ้างที่ควรรู้เมื่อจะลงทุนด้านไอที ลองมาฟังกูรูไอทีรุ่นใหม่เหล่านี้กันก่อน

การลงทุนด้าน IT เป็นเรื่องคุ้มค่า

คุณสุพลชัย สิริพัชต์ Pure Flex Sale Specialist
Systems and Technology Group IBM Thailand

หลายๆ ท่านอาจมองว่า การลงทุน IT คือ ค่าใช้จ่ายที่ไม่คุ้มค่า แต่จริงๆ แล้วเป็นเรื่องที่ดี และได้ประโยชน์จากการลงทุนจริงๆ ซึ่งตัวขับเคลื่อนผลประโยชน์ทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงาน IT นั้นต้องมีวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ กระบวนการทำงาน และ KPI เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญมากในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพ และการจะทำให้ขั้นตอนเหล่านี้ราบรื่นลื่นต้องให้เทคโนโลยีมาช่วย ในการทำ Business Process ให้เกิดความยั่งยืน

ซึ่งบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการลงทุนด้าน IT ก็คือองค์กรที่ลงทุนด้าน IT ควบคู่กับการปรับปรุงการทำงานไปพร้อมกัน โดยเริ่มจากการเลือกซื้อ Software ตามจุดประสงค์





การใช้งานจริงเพื่อนำ Solution มาช่วยการพัฒนาธุรกิจ ต่อมาต้องมองว่าจะทำอย่างไรให้เป็นไปตามแผนที่ตั้งไว้ อย่างบริษัท แอสสิริ ที่นำ IT มาใช้วิเคราะห์รายละเอียดเชิงลึกเพื่อให้รู้ถึงต้นทุนชัดเจน ทำให้ตั้งราคาได้เหมาะสมมากขึ้น รวมถึงการจัดการการก่อสร้างต่างๆ ในขั้นตอนที่ลดต้นทุน เพิ่มเวลาจัดการโปรเจกต์ต่างๆ ได้ง่ายขึ้นโดยไม่ต้องจ้างคนเพิ่มในองค์กรได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นตรงนี้ประสบความสำเร็จที่แอสสิริได้จากการนำ Software มาใช้ในการจัดการธุรกิจ

ดังนั้น อยากให้ทั้งความคิดเก่าๆ แล้วหันมามองว่าการลงทุนใน IT เป็นสิ่งสำคัญ นอกจากองค์กรจะพัฒนากระบวนการทำงานแล้ว ยังสามารถขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จอีกด้วย

แนวโน้มของ Solution ในเทคโนโลยี

โดย **คุณบรรพต ชัยกุล**

Manager-Colaboration Solutions Group Thailand Vietnam and Indochina Cisco Systems (Thailand) Limited

ก่อนที่จะไปถึงเทคโนโลยีจริงๆ ตัว Organization Chart ก็เป็นส่วนสำคัญในการติดต่อสื่อสาร สิ่งสำคัญขององค์กรก็คือ ‘คน’ ที่ทำงานร่วมกัน แบ่งปันข้อมูลร่วมกัน เพราะฉะนั้นหน้าที่ของเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับองค์กรและการใช้งานก็จะมีส่วนส่งเสริมให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และรวบรวมการทำงานให้เป็นกลุ่มก้อน อาทิ Social Media Network Online ซึ่งหากมองในมุมที่เอื้อประโยชน์ก็คือ User ต้องการแชร์ประสบการณ์ และติดต่อสื่อสารกับคนอื่น ยิ่งถ้าติดต่อสื่อสารแบบเห็นหน้าในการทำงานก็จะมีคุณภาพมากขึ้น ส่วนเรื่องระบบความเชื่อถือได้ของ Solution ที่อยู่บนออนไลน์หลายๆอัน เราไม่สามารถเข้าไปควบคุม Service ได้ถึงขนาดนั้น ฉะนั้นถ้าจะนำมาใช้ในทางธุรกิจก็ต้องระวังในเรื่องนี้ด้วย ต่อมาคือเรื่องของ User Control ที่บางองค์กร



อาจจะแบ่งผู้ใช้เป็นกลุ่มๆ บางองค์กรไม่จำกัดช่องทาง เพราะฉะนั้นควรมี User Control ก็จะเป็นตัวกำหนดการใช้งานว่ามีขอบเขตแค่ไหนบ้าง สุดท้ายคือการศึกษารื่อง Text Chat

Cloud Computing กับการใช้ประโยชน์เชิงธุรกิจ

โดย **คุณวัลลพ วิชาสิริกุล**

Senior Advisor SAP South East Asia

Cloud Computing เป็นสิ่งที่บริษัทสามารถนำมาใช้ประโยชน์ เพื่อลดค่าใช้จ่าย แต่ก่อนอื่นจะต้องทำความเข้าใจกับระบบ IT ก่อน เพราะจะเป็นตัวช่วยให้เข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรื่องของความเร็วในการบริการได้กลายมาเป็นปัจจัยที่ครองใจลูกค้า Cloud Computing จึงเกิดขึ้นมาเพื่อสนองตอบความต้องการตรงจุดนี้

Cloud Computing คือ แนวคิดในการรวมข้อมูลทั้งหมดเข้ามาในบริษัท โดยผ่าน Server ที่ทำให้รูปแบบการทำงานเปลี่ยนไป มอง Resource และสามารถสร้าง Virtual Server ขึ้นมาใช้งานได้ทันที รวมทั้งยังมีประโยชน์ ที่จะช่วยให้สามารถเปลี่ยนแผน IT ให้เป็น Service Center ได้ แถมยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงานและลดรายจ่ายในบริษัทอีกด้วย ซึ่งการให้บริการแบบ Cloud Computing นั้นมีหลายแบบโดยแบ่งรูปแบบตามผู้ให้บริการหรือตามผู้ให้บริการก็ได้

โดยมีหลักการทำงาน 4 ขั้นตอน เริ่มจาก มองระบบว่า Server อยู่ในกลุ่มไหน เพื่อทำการเชื่อมโยงไปยัง Cloud จากนั้นเราจะทำการรวม Server แต่ละเครื่องเข้าด้วยกัน การบริหารจัดการก็จะเป็นหนึ่งเดียวโดยเลือกเครื่องหลักที่จะทำการขึ้น Cloud ให้เหมาะสม จากนั้นจึง Design ขั้นตอนการทำ Cloud Computing ให้กับองค์กรได้



• ที่มาของข้อมูล

เรียบเรียงจากงานสัมมนา Thailand Online Expo 2013

วันที่ 25-28 เมษายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์



การตลาด บนโลกโซเชียล ง่ายถ้ารู้วิธี

จะอย่างไรให้กลยุทธ์ Social Media ที่ใช้ในธุรกิจประสบความสำเร็จ มาฟังคำตอบจากประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและเจ้าของธุรกิจแบรนด์ดัง 3 ท่าน คุณศิวัตร์ เชาวริยวงศ์ นายกสมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) คุณปณณดา เหลืองอร่าม ผู้จัดการฝ่ายขายโซเชียลมีเดีย บริษัท Komli media และตัวแทนเฟซบุ๊ก ประเทศไทย และ คุณอรรณพ ชาญประโคน Quan Inc. Japan

ในยุคตื่นตัวของ Social Media Marketing มีข้อดี ข้อเสีย อย่างไร

คุณศิวัตร์: พื้นฐานของ Social Media เริ่มจากการเป็นสัตว์สังคมของมนุษย์เรานี่แหละ เพียงแค่เปลี่ยนรูปแบบการสนทนาและเชื่อมต่อกันในสังคมที่เรียกว่า Social Media ซึ่งการต่อยอดหลังจากนั้นก็คือการกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาด ที่ได้รับความนิยมเชื่อถือในระดับหนึ่ง ทำให้นักการตลาดจับข้อดีตรงนี้มาเป็นวิธีพัฒนาความสัมพันธ์กับแบรนด์ หรือทำความเข้าใจกันของผู้บริโภคกับสินค้าและบริการ การที่ผู้บริโภคพูดถึงสินค้าหรือบริการผ่าน Social Media มากเท่าไร ก็ถือว่ากลยุทธ์นี้น่าจะเป็นที่นิยมและนำไปสู่การตลาดที่ประสบความสำเร็จ





เริ่มต้นอย่างไรสำหรับผู้ประกอบการที่อยากใช้กลยุทธ์ Social Media

คุณอรรถพร: ตอนนี้เทคโนโลยีกลายเป็นสิ่งใกล้ตัว เก่งเกินกว่าที่เราจะต้องใช้ความรู้ทางคอมพิวเตอร์แล้ว เด็กๆ ก็สามารถเรียนรู้ได้ง่ายๆ อย่างผมจะทำ Facebook ที่แนะนำให้ รู้จักร้านค้าของเรา ก็เชื่อมต่อกับลูกค้าได้ทันทีเลย เพียงแค่ความสำเร็จมันอยู่ตรงที่เรารู้จักสินค้าและลูกค้าของเรา มากแค่ไหน เพียงแต่ต้องศึกษาถึงข้อจำกัดของเครื่องมือที่เลือกใช้ให้ดียิ่ง

เลือก Social Media อย่างไรในการทำการตลาด

คุณศิวัตร์: คงต้องดูปริมาณผู้ใช้งานและความเหมาะสม กับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจของเรา เพราะมีให้เลือกทั้ง Facebook Instagram และก็ Blog ที่มีจุดเด่น และ เสน่ห์ ของ แต่ละช่องทางจะต่างกันออกไป การเลือกใช้เพื่อการตลาด ให้อิงตามธุรกิจ แต่ต้องคำนึงด้วยว่า Social Media เป็นการ สื่อสาร 2 ทางซึ่งสามารถเชื่อมต่อกับลูกค้าแบบ 1 ต่อ 1 หรือ กลุ่มลูกค้า กระทั่งลูกค้าติดต่อกับลูกค้าก็ย่อม ทำได้ ฉะนั้นควรพึงระวังข้อดีและข้อเสียที่จะเกิดขึ้น

วัดผลอย่างไรในการป็นการตลาดผ่านสื่อออนไลน์

คุณศิวัตร์: ส่วนใหญ่ก็วัดจากความถี่ในการเข้าชม ยอดกดไลค์ รวมทั้งสำรวจจากการค้นหาผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ว่า สินค้าและบริการดังกล่าว เป็นที่รู้จักและถูกกล่าวถึงหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นฐานข้อมูลที่เราเก็บเป็นสถิติได้ แต่หากอยากสำรวจจริงจังแล้วนั้น จะจ้างบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญมาเก็บข้อมูลก็ย่อมได้

ควรจ้างผู้ดูแลทาง Social Media Marketing หรือไม่

คุณศิวัตร์: จริงๆแล้วแนะนำว่าคนในองค์กรควรดูแลด้วย ตัวเองก่อน เพราะรู้จักสินค้าดีที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะสอบถามอะไร ก็สามารถตอบได้กระจ่างกว่าด้วยข้อมูลที่มีพร้อม แต่หากมี

ข้อจำกัดเรื่องของเวลาที่สามารถจ้างได้ โดยดูที่ความคุ้มค่า และผู้ที่มาทำหน้าที่นี้ควรบริการที่ดี มีการใช้ภาษาที่ ถูกต้อง

แนวโน้มของ Social Media ในอนาคตเป็นอย่างไร

คุณศิวัตร์: สำหรับตอนนี้เลยไปถึงอนาคต ก็ยังมองไม่ เห็นข้างของสื่อช่องทางนี้นะ แต่จะหยิบใช้ตัวไหนก็เป็นอีก เรื่องที่ต้องเจาะลึกอีกที เพราะในปัจจุบันการตัดสินใจซื้อสินค้า และบริการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปแล้ว ส่วนใหญ่มักหาข้อมูล จากอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนหน้านี้ ซึ่งในแง่ของผู้ประกอบการเองก็ปรับตัวและหันหน้าพุ่มงบประมาณ เพื่อการตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แสดงว่าต่อไปในประเทศไทย น่าจะได้เห็นการตลาดรูปแบบใหม่ๆผ่านช่องทาง Social Media โดยเฉพาะ Facebook เพิ่มขึ้นกว่าเดิม

คุณปณณา: ประเทศไทยตอนนี้มียอดการใช้ Facebook เป็นอันดับ 3 และโตเร็วที่สุดในแปซิฟิก ซึ่งจริงๆแล้วนอกจาก การติดต่อสื่อสารผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อใช้เป็นสื่อทาง ธุรกิจอยู่ตลอด ส่วนตัวระบบเครือข่ายเองก็ปรับปรุงพัฒนาอยู่ ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน



ที่มาของข้อมูล

เรียบเรียงจากงานสัมมนา Thailand Online Expo 2013 วันที่ 25-28 เมษายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์



Cloud เทคโนโลยีที่ช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันให้เกิดแก่องค์กร



เทคโนโลยี Cloud เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีที่กำลังมาแรงในแวดวงธุรกิจ ซึ่ง **รศ.ดร.ธนชาติ นุ่มนนท์** ผู้อำนวยการสถาบันไอเอ็มซี และ คุณดนุพล สยามวาลา ICE Solution Managing Director สองผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ได้เล่าถึงประโยชน์ของ Cloud ที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจไทยให้รู้จักกันมากขึ้นว่า

ผมมองว่าอีก 3 - 4 ปีข้างหน้า วงการ IT จะเปลี่ยนไปอีกเยอะ มีการแข่งขันรุนแรงในภาคของสมาร์ทโฟนที่จะทันสมัยและใส่ความล้ำยุคเข้าไปเป็นจุดเด่น ส่วนตลาด PC ก็ต้องปรับตัวเพราะสัดส่วนตกลงไปเมื่อเทียบกับยอดขายของสมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นทุกปี คาดการณ์ว่าในปี 2015 ยอดขายสมาร์ทโฟนจะแตะสูงขึ้นไปถึง 1,100 ล้านเครื่อง อย่างตอนนี้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในเมืองไทยมีประมาณ 30 ล้านคน แต่ในอนาคตนั้นไลฟ์สไตล์ของสังคมโลกจะเข้าสู่ยุคโมบาย ออนไลน์ ที่ว่าด้วยเรื่องของเทคโนโลยี Information และ Social Network อย่างชัดเจน และ



ในประเทศไทยเองการขยับตัวที่เห็นได้ชัดก็คือ ระบบเครือข่าย 3G ที่กำลังแข่งขันกันสูงมาก รวมถึง Software and Service ที่แบ่งได้เป็น 3 ประเภทคร่าวๆสำหรับผู้บริโภค คือ

- Software เช่น Google E-mail Dropbox ต่างๆที่คิดค่าบริการรายเดือน
- Track of Service เป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Software
- Infra Service เป็นการใช้ Infra แทน Service โดยคิดเงินตามปริมาณที่ใช้

ส่วน Software สำหรับผู้ประกอบการนั้น มีทั้ง Infra Service คือผู้บริการลงให้ครั้งหนึ่ง อีกครั้งหนึ่งผู้ประกอบการ

การเป็นผู้ใช้เอง หรือระบบที่ผู้ให้บริการเป็นผู้จัดการให้ทั้งหมด ตั้งแต่ Software OS Application ระบบ CRM การเก็บข้อมูลลูกค้าที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ฯลฯ ผมมองว่าผู้ประกอบการ SMEs น่าจะต้องศึกษาถึงความสำคัญและปรับตัวในการใช้เทคโนโลยี Cloud ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลฝากไว้กับในระบบออนไลน์ เข้ามาช่วยในการจัดการธุรกิจ เพื่อลดค่าใช้จ่าย รักษาต้นทุนในการทำงาน

ซึ่งตอนนี้ผู้ประกอบการธุรกิจในเมืองไทยก็เริ่มเอาเทคโนโลยี IT มาใช้ อย่างที่ ICE Solution เองได้ใช้เทคโนโลยีตรงนี้เข้ามาช่วยในธุรกิจแล้วกว่า 30 ปี ทั้งในด้านการพัฒนาองค์กรภายใน รวมถึงการดูแลลูกค้าด้วย ซึ่งก็มีทั้งข้อดีและข้อเสียที่จะต้องค่อยๆ เรียนรู้ ศึกษา และทำความเข้าใจ อาจเข้าใจได้ไม่ถ่องแท้ แต่ก็ไม่ยากจนเกินไป เพราะทุกวันนี้เทคโนโลยีไปไกลมากและแทบจะไม่มีข้อจำกัดแล้ว ดังนั้นบรรดาผู้ใช้งานทั้งหลายต้องเปิดกว้างทางความคิดและใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์.



• ที่มาของข้อมูล

เรียบเรียงจากงานสัมมนา Thailand Online Expo 2013 วันที่ 25-28 เมษายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

อะไรก็เกิดขึ้นได้บนโลกออนไลน์

โอกาสและการเปลี่ยนแปลงที่คุณต้องรู้

ประเทศไทยที่มีพลเมืองกว่า 62 ล้านคนในปัจจุบัน กำลังเป็นที่พูดถึงในเวทีโลกดิจิทัลระดับโลก เพราะเป็นประเทศเล็กๆ ที่มีการใช้และอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตที่สูงมาก ทั้งในทางธุรกิจและสังคม สังเกตได้จากยอดขายเครื่องมือและอุปกรณ์ด้านไอทีในไทยจะมีตลาดใหญ่และแข่งขันสูงมาก ทั้งคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน ที่ตามมาติดๆ คือการช้อปปิ้งออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมไม่น้อย เห็นได้จากข่าวคราวที่มีการฉ้อโกงหลายกรณี ซึ่งเกิดจากการซื้อขายช่องทางนี้นั่นเอง อย่างไรก็ตาม เทรนด์ย่อมมีสองด้านและเมื่อเราก้าวมาถึงวันนี้ ย่อมไม่อาจหลีกเลี่ยงกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อีกต่อไป ทางที่ดีคือต้องเรียนรู้ อยู่ร่วม และหยิบใช้ประโยชน์จากโลกออนไลน์ให้เหมาะสมกับตัวเราเอง ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้สามารถช่วยคุณได้



ช้อปปิ้งออนไลน์ ใช้เงินได้ง่ายๆ ใกล้เคียงตัว

โดย **คุณวรจักร ลักษณะโรจน์** ผู้จัดการฝ่ายและผู้จัดการกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เพื่อลูกค้ารายย่อยธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

จริงๆ แล้วใน 2 ปีที่ผ่านมา เรื่องของธุรกิจล้วนเกี่ยวกับออนไลน์ทั้งหมด โดยมีการเติบโตต่อเนื่อง แม้จะไม่ได้มีตัวเลขที่กำหนดชัดเจน แต่ประมาณการอยู่ที่ 25-30% ในส่วนของกรุงศรี เรามีการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าที่มีการใช้จ่ายแบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตบัตรเครดิต ซึ่งเห็นว่าตัวเลขของภาคออนไลน์โตขึ้น 3.5% ในส่วนของการธนาคารเองลูกค้าเข้าถึงสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น เราก็มีการทำระบบอินเตอร์เน็ตให้เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งเรื่องของแอปพลิเคชันทางมือถือเราพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งก็มีลูกค้าทำธุรกรรมออนไลน์เยอะมากในปัจจุบัน การชำระเงินผ่าน Mobile Banking ก็เติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตอนนี้ก็เข้าสู่ขั้นตอนการสร้างเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยให้กับลูกค้าที่จะใช้บริการออนไลน์ของทางธนาคาร

และอีกเรื่องที่เรา กำลังสร้างก็คือ Communicate เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทัศนะของกลุ่มลูกค้าธนาคารที่สนใจเรื่องการลงทุนต่างๆ ก็ถือว่าเป็นผลดีต่อทั้งตัวธนาคารเองและผู้ให้บริการในแง่ของการดูแลซึ่งกันและกันได้อย่างกระจ่าง รวดเร็ว และทั่วถึง



Shopping Online Magazine กิจกรรมที่ต้องจับตามอง

โดย **คุณณัชชาธิ์ ศรีโรจนพงศ์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซิมโบลส์ ออฟ สไตล์ จำกัด

ที่มาที่ไปง่ายๆ ก็คือ ทางลัดของขั้นตอนการซื้อปิ้งที่สะดวกสบาย สามารถติดตัวไปได้ทุกที่โดยนำ E-Commerce เข้ามาช่วยในการสร้างระบบ Online Media ให้ www.simbowsofstyle.com เป็นเหมือนห้างสรรพสินค้าออนไลน์ ที่มีทั้งเนื้อหา ภาพประกอบ และความเพลิดเพลินอยู่ในเล่มเดียว ซึ่งกลุ่มลูกค้าของเราอยู่ในช่วง 25-45 ปี ทั้งกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และต่างประเทศเล็กน้อย ตอนนี้นำบริการมาได้กว่าปี ถือว่าผลตอบรับค่อนข้างเป็นที่น่าพอใจ มียอดรวมผู้เข้าชมประมาณแสนคน รวมทั้งยอดผู้สั่งซื้อสินค้าที่สูงขึ้น ซึ่งหากลูกค้าไม่พอใจในสินค้าเราก็มีระบบคืนเงิน และต่อไปก็กำลังมองการขยายตลาดสู่ AEC

ซึ่งเครื่องมือที่นำมาใช้เชื่อมโยงลูกค้าเข้าหากันก็มีทั้ง Facebook Instagram เป็น Communicaty ที่คอยประสานงานแก้ปัญหา ตอบข้อซักถามต่างๆ ที่ลูกค้ามีต่อแบรนด์ โดยที่เราเป็นตัวกลางผู้จัดการให้ ก็ถือว่าคอยดูแลให้แฮปปี้กันทั้งสองฝ่าย

ชุมชนที่ใหญ่ที่สุด บนโลกออนไลน์

โดย **คุณอภิศิลป์ ตรงกานนท์** Product Development Manager เว็บไซต์ pantip.com

ปัจจุบันพันทิป แบ่งเป็นห้องที่รองรับสมาชิกและบุคคลทั่วไปที่เข้ามาใช้บริการกว่า 30 ห้อง แบ่งตามประเภทความสนใจ ล่าสุดเพิ่งเปิด ห้องการ์ตูน เพื่อเป็นช่องทางให้คนที่ชอบเหมือนกันได้พูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้กันอย่างเสรี นอกจากการพัฒนาและเปิดห้องต่างๆ แล้ว ตอนนี้เรายังทำ Micro Communicaty รวมทั้งปรับโฉมใหม่ของเว็บไซต์ครั้งใหญ่ในรอบ 16 ปี เพื่อตอบโจทย์และข้อจำกัดที่เว็บไซต์เดิมทำไม่ได้ อาทิ พันทิปรูปเก่าเรามีการลบกระทู้ที่ไม่มีใครมาตอบ

เกิน 2 เดือน แต่ตอนนี้จะเก็บข้อมูลกระทู้เก่าเอาไว้ การแก้ปัญหากระทู้หาย และการเพิ่มลูกเล่นใหม่ๆ เพิ่มเข้าไป ซึ่งผลที่เห็นได้ชัดเจนเลยก็คือความเรียบร้อยในการจัดระเบียบหน้าเว็บอ่านง่าย สบายตา

ส่วนเรื่องของการโฆษณาแบรนด์ต่างๆ ในปัจจุบัน เห็นว่าหากมีการเกิดของ Communicaty ออนไลน์ ที่ให้คนใช้งานจริง แลกเปลี่ยนข้อมูลกับคนใช้งานจริงหรือสนใจใช้งานร่วมกัน การโฆษณาคงเป็นเครื่องมือที่สำคัญรองลงมาหรือเป็นเพียงส่วนเสริมเท่านั้น

ตลอด 16 ปี ที่ผ่านมาภูมิทัศน์ที่กลายเป็นเวทีให้กับหลายๆ คน ทำให้ผู้ใช้บริการไว้วางใจกัน คอยช่วยเหลือกัน เดือนกัน ซึ่งมีหลักการง่ายๆ ก็คือ การฟังเสียงของผู้ใช้บริการของเรา ซึ่งการสร้างองค์กรที่มี Communicaty ชัดเจนเช่นนี้จะต้องมีทีมงานดูแลระบบตลอด 24 ชั่วโมง มีการวางกระบวนการดูแลกระทู้ของผู้ใช้บริการที่เข้มแข็ง เรียกว่าเป็นหัวใจของพันทิปเลยก็ได้ ใครทำผิดกติกาจะใช้ระบบการนับแต้มตักเตือน และแจ้งลบ

สุดท้ายอยากฝากว่าการมองโลกออนไลน์ เราสามารถมองได้ 3 ขา โดยแบ่งเป็น ขาแรกคือเรื่องของการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนขาที่สองคือการมีตัวตนบนโลกออนไลน์ และขาสุดท้ายคือ ความรู้ของผู้ใช้งาน โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่สามารถศึกษาได้ฟรีและมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา ต้องปรับตัวไปพร้อมกับเร่งความเร็วให้กลายเป็นผู้คล่องแคล่วว่องไว ซึ่งทั้งหมดนี้คือเคล็ดลับความสำเร็จในการสร้างธุรกิจบนโลกออนไลน์นั่นเอง.



• ที่มาของข้อมูล

เรียบเรียงจากงานสัมมนา Thailand Online Expo 2013
วันที่ 25-28 เมษายน 2556 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ยกเครื่อง SMEs ด้วยกลยุทธ์ IT ใช้สื่อออนไลน์ยุคใหม่เข้าถึงผู้บริโภค

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศหรือไอที ถือเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเฉพาะกับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากไอทีนั้นเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการบริหารจัดการ ตลอดจนสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ทำให้ธุรกิจอยู่รอดและมีผลกำไรมากขึ้นได้



ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้นับวันไอทียิ่งทวีความสำคัญและมีความจำเป็นขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของโซเชียลมีเดีย ที่ในปัจจุบันกำลังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูง เพราะเป็นสื่อที่คนทั้งโลกสามารถเข้าถึงได้ อีกทั้งยังมีต้นทุนที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับต้นทุนของสื่อเดิม ทำให้แนวโน้มในการพัฒนาสินค้าและบริการของ SMEs สามารถเพิ่มสูงขึ้นได้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจหลักด้านการส่งเสริมพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำไอทีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจของ SMEs มากขึ้น จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Enhancing SMEs Competitiveness Through IT: ECIT) หรือโครงการอีซีไอทีขึ้น

โครงการอีซีไอที เป็นหนึ่งในนโยบายด้านการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมด้วยระบบไอที ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ เพื่อเตรียมพร้อมการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 โดยเป็นโครงการที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน SMEs ให้ได้รับการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมให้ SMEs ใช้ระบบไอทีในธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งแบ่งออก

เป็น 4 แนวทาง ดังนี้

1. มุ่งเน้นซอฟต์แวร์การบริหารงานครบวงจร และซอฟต์แวร์เฉพาะด้านผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้วยเทคโนโลยี Cloud Computing รวมถึงการส่งเสริมให้ใช้ Mobile Application ที่ใช้งานง่ายเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มผลผลิตภาพของกิจการ
2. การพัฒนาบุคลากร SMEs ด้านไอที เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานผ่านหลักสูตรการอบรมอย่าง การสร้างโอกาสธุรกิจด้วย CRM และ KM การใช้ Social Network เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด โดยกำหนดเป้าหมายอบรม 1,500 รายทั่วประเทศ
3. ส่งเสริมระบบ e-Marketplace และ e-Supply Chain เพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ให้กับธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งหากมีการรวมกันของกลุ่มประเทศอาเซียนจะยิ่งทำให้โอกาสค้าขายทางออนไลน์เปิดกว้างมากขึ้น และขยายโอกาสเข้าสู่คนมากกว่า 600 ล้านคน ซึ่งช่องทางออนไลน์ รวมถึงโซเชียล มีเดีย ถือเป็นช่องทางเดียวที่มีศักยภาพ สามารถลดต้นทุน และเพิ่มยอดขายได้ในเวลาเดียวกัน
4. ส่งเสริม SMEs โดยใช้ Green IT ด้วยระบบ Dead Stock Management เพื่อลดต้นทุนในการเก็บสต็อกสินค้าและเพิ่มมูลค่าของสต็อกสินค้าเพิ่มขึ้น



แนวทางทั้ง 4 ด้านนี้ จะทำให้ธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถแข่งขันต่อไปได้ เมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทั้งหมดนี้มุ่งเป้าไปที่การยกระดับ SMEs ไทยสู่ระดับสากลบนพื้นฐานของการทำงานด้วยระบบไอที ซึ่ง กสอ. ได้ริเริ่มและผลักดันให้มีกิจกรรมการให้ความรู้ด้านไอทีแก่ SMEs และผู้ที่สนใจทั่วไป ได้ภายใต้โครงการดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

นายวาทิ พิระวรานพพงศ์ ผู้อำนวยการส่วนบริการสารสนเทศ สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า การเติบโตของของเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทต่อกระแสสังคมในปัจจุบัน ซึ่งผู้ประกอบการทั้งหลายเริ่มปรับตัว และสามารถเปลี่ยนเข้ามาให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันได้ ซึ่งมีบทบาททั้งต่อความคิด การตัดสินใจ และเกิดเป็นกระแสในสังคมมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ควรมองข้าม เพราะตัวเลขการเพิ่มขึ้นของประชากรในโซเชียล มีเดียนั้นกระโดดตัวสูง ซึ่งจะเห็นได้ว่าคนไทยกว่า 13 ล้านคนใช้ Facebook นอกจากนี้ยังมีการใช้งานผ่าน YouTube โดยเฉลี่ยวันละกว่า 5 ครั้ง และตัวเลขผู้ใช้ Twitter ที่กำลังเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงช่องทางใหม่อย่างอินสตาแกรมที่ผู้ใช้สมาร์ทโฟนกว่า 50% ต้องมีแอปพลิเคชันนี้ ซึ่งทุกช่องทางมีแนวโน้มเติบโตแบบก้าวกระโดดแทบทั้งสิ้น

ฉะนั้นสิ่งที่มองข้ามไปไม่ได้ คือการนำโซเชียลมีเดียเหล่านั้นมาบูรณาการและนำไปบริหารจัดการควบคู่กับเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ และพัฒนาสินค้าบริการของธุรกิจอุตสาหกรรมนั้น เพราะการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย ถือเป็นการสื่อสารอันทรงอิทธิพล เนื่องจากเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีการโต้ตอบมีปฏิสัมพันธ์ และเมื่อมีการโต้ตอบกันไปเรื่อยๆ ก็เกิดความสัมพันธ์ที่คุ้นเคย

ระหว่างกัน ซึ่งทำให้ธุรกิจ SMEs สามารถนำมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management) ได้ และที่สำคัญมีต้นทุนไม่สูงนักช่องทางโซเชียลมีเดียจึงเป็นช่องทางสำคัญที่ SMEs สามารถใช้สร้างความคุ้นเคยกับตราสินค้า ให้ผู้บริโภคได้จดจำ รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง พูดคุยกันได้ ทำให้เราทราบความคิดเห็นของผู้บริโภค แต่จุดอ่อนของมันคือ สามารถสร้างความรู้สึกอึดอัดหรือสร้างความรำคาญให้ผู้บริโภคได้โดยที่เราอาจไม่รู้ตัว ดังนั้น ต้องเน้นการสร้างที่น่าสนใจ ความชัดเจน ตรงประเด็น และการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมสนองตอบและติดตามพฤติกรรม การสื่อสารของผู้บริโภคอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง

ผู้อำนวยการส่วนบริการสารสนเทศ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ในปัจจุบันมี SMEs ที่เข้าร่วมโครงการตั้งแต่ปี 2552 - 2555 เป็นจำนวนมากถึง 360 กิจการ ในหลายหลายอุตสาหกรรมทั้ง ภาคการค้า ภาคการผลิต ภาคการบริการ ที่มีการใช้ระบบไอทีเป็นเครื่องมือในการบริหารงานและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ ทั้งในเรื่องของการวางแผนการผลิต การสต็อกวัตถุดิบ การติดตามการส่งของตามคำสั่งซื้อ ตลอดจนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ซึ่งส่งผลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถลดต้นทุนและเพิ่มกำไรโดยรวมได้ไม่น้อยกว่า 200 ล้านบาท ต่อปี โดยคาดว่าในปี 2556 นี้ จะมี SMEs ที่ให้ความสนใจในเรื่องของการบริหารกิจการด้วยระบบไอทีเป็นจำนวนมากขึ้น ซึ่งน่าจะเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาว่า ร้อยละ 20 เพราะเนื่องจากผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมด้วยโซเชียล มีเดียมากขึ้น ซึ่งแนวโน้มของกลุ่มอุตสาหกรรมที่จะมีการใช้โซเชียลมีเดียมากขึ้นน่าจะเป็นกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มบริการขนส่ง เป็นต้น



• **ผู้สนใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ**
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
ส่วนบริการสารสนเทศ สำนักบริหารยุทธศาสตร์
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2354 9078 หรือ www.ecitthai.net



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กสอ ชุมวัฒนธรรมเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ

ความก้าวหน้าของอุตสาหกรรมย่อมต้องขับเคลื่อนไปพร้อมๆ กันระหว่างรัฐบาลและภาคเอกชน ซึ่งการเดินหน้าในแต่ละก้าวนั้น เปลี่ยนผ่านไปสู่สิ่งที่ดีขึ้นด้วย ‘นวัตกรรม’ และการที่นวัตกรรมใดๆ จะเกิดขึ้นและตอบสนองต่อธุรกิจได้อย่างตรงจุด ก็ย่อมต้องบ่มเพาะด้วยประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและความรู้ความสามารถของรัฐบาลร่วมกัน วันนี้อุตสาหกรรม SMEs บ้านเรา เห็นความสำคัญของการว่า ‘นวัตกรรม’ แค่นั้น คุณจงรัก พันธุ์สุวรรณ ผอ.ส่วนเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จะมาแถลงให้ชาว SMEs ได้รับทราบ



ภาพรวมในหน้าที่ของส่วนเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ SMEs มีขอบเขตการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการอย่างไร

เรามีคอนเซ็ปต์สั้นๆคือ ทำอย่างไรให้ผู้ประกอบการเก่งมีความเป็นผู้นำหลายด้าน มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น รวมทั้งออกสู่สากลได้อย่างมีประสิทธิภาพภารกิจหลักของเรา ในการค้นคว้าหารูปแบบและกระบวนการที่ช่วยเพิ่มทักษะ วิสัยทัศน์ และขีดความสามารถ จากตรงนั้นเรานำมาจัดทำเป็นหลักสูตรโครงการนำร่องเพื่อช่วยผู้ประกอบการอย่างเป็นรูปธรรม แต่ตอนนี้ปัญหาอยู่ที่การขาดบุคลากรที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างครบถ้วน ทำให้ต้องส่งต่อให้หน่วยงานร่วมในภูมิภาคต่างๆเพื่อช่วยกันนำพาผู้ประกอบการทั่วประเทศที่มีกว่า 2 ล้านรายให้เติบโตไปพร้อมกัน ในปัจจุบันสถานการณ์ที่กลายเป็นตลาดได้หมด เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสูง ผู้ประกอบการต้องรับเข้าใจและปรับตัวเองให้ทัน ยิ่งการเปิดการค้าเสรีกำลังจะมากู่แข่งทั้งภายในและภายนอกประเทศจะยิ่งเพิ่มสูงมาก เราจึงมีหน้าที่พัฒนาผู้บริหารให้เก่งรอบด้านเพื่อรับมือกับภาวะที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

จุดแข็ง-จุดอ่อน ของผู้ประกอบการ SMEs ไทย เป็นอย่างไร

SME ขนาดเล็กของไทยมีเยอะมาก ส่วนขนาดกลางและใหญ่ก็มีเช่นกัน ซึ่งธุรกิจเหล่านี้เป็นตัวขับเคลื่อนหนึ่งของเศรษฐกิจในประเทศ แต่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจในครอบครัวที่ส่งต่อกันรุ่นต่อรุ่น ทำให้ขีดความสามารถในการผลิตและการลดต้นทุนยังทำไม่ได้ดีพอ ถ้าเจอตลาด



ขนาดใหญ่ก็ลำบาก รวมถึงภาคอุตสาหกรรมยังมี SMEs อีกเยอะที่ไม่ได้นำนวัตกรรมใหม่ๆเข้ามาช่วย ทำให้ยังคงพบปัญหามากมาย ทั้ง คุณภาพ กลยุทธ์การผลิต ช่องทางการจำหน่าย ปัญหาแรงงาน การควบคุมต้นทุนไม่ได้ การเข้าไม่ถึงแหล่งข้อมูลที่จะนำมาวิจัยพัฒนาธุรกิจของตน และอุปสรรคนวัตกรรมของเรายังเป็นรองประเทศเพื่อนบ้าน ส่วนเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ มีหน้าที่แนะแนวทางให้ SME มองคู่แข่งเป็นพันธมิตร ปรับตัวตามความยืดหยุ่นให้ได้ เกิดประโยชน์กันทั้ง 2 ฝ่าย รวมทั้งยังสามารถรองรับตลาดได้อีกด้วย

ในความหมายของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ‘นวัตกรรม’ มีความสำคัญมากหรือน้อยขนาดไหน

ทุกๆไปนวัตกรรมก็เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นำมาสร้างสิ่งใหม่ๆที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม แต่อีกนัยยะของคณะกรรมการยุโรปที่เราเองก็คือการสร้างสินค้าและบริการใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การจัดองค์กรรูปแบบใหม่ การบริหารจัดการใหม่ ตลอดจนพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเน้นการเปลี่ยนวิธีคิดใหม่เพื่อนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่สร้างสรรค์แต่ผู้ประกอบการไทยมักมองว่าเรื่องของเทคโนโลยีเป็นเรื่องไกลตัว

ดังนั้น นวัตกรรมที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้ความสำคัญและให้การแนะแนวทางการพัฒนา มี 3 ประเภทด้วยกัน คือ กระบวนการผลิต การจัดการ ตัวสินค้า

นวัตกรรมจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในตลาดที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้นอย่างไร

ทุกธุรกิจล้วนลงสนามมาแข่งตลาดกันมากขึ้น ตลาดเติบโตขึ้น นวัตกรรมจึงเป็นตัวช่วยที่สำคัญมากในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ไม่ว่าจะบริษัทจะเล็กหรือใหญ่ ล้วนต้องพึ่งพานวัตกรรมมากขึ้น เพราะเทรนด์ของธุรกิจตอนนี้มันเปลี่ยนไปแล้ว จะมัวพึ่งวัตถุดิบหรือแรงงานไม่ได้ แต่ต้องแข่งขันกันโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการผลิต จึงจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับธุรกิจอื่นๆ

ส่วนเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ มีนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างไร

เรามีทั้งนโยบายและกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและไอทีเป็นแผนงานทั้งระยะสั้นและระยะยาวภายใต้โครงการต่างๆ หลายโครงการ เช่น กลยุทธ์เรื่องการบริหารจัดการเทคโนโลยี โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ กลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยในเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงประยุกต์ให้สู่เชิงพาณิชย์ แบบ 2 ระดับ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ส่วนในระยะยาว กรมฯก็วางแนวทางภายใน 3-5 ปี เพื่อสร้างทีมนวัตกรรมในองค์กรเพื่อให้ผู้ประกอบการดูแลตนเองได้ สร้างแผนการทำงานในอนาคตเป็นตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จตามที่ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเข้าไปช่วยวางแนวทางด้านนวัตกรรม



จากโครงการเพิ่มศักยภาพอย่างมีนวัตกรรม ซึ่งช่วยเรื่องทักษะและศักยภาพในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ในการจัดกรุปสินค้าเพื่อให้มีคุณภาพสูงสุด รวมถึงการพัฒนาองค์กรเพื่อการแข่งขันในระดับสากล ซึ่งโครงการนี้มีผู้ประกอบการหลากหลายศักยภาพ หลายขนาดเข้าร่วม แต่ก็ถือว่าประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดี เช่น บริษัทผลิตยา ไบโอแลป ที่มองเห็นศักยภาพของผลไม้ไทย และแตกตัวธุรกิจออกเป็น 2 ทาง คือ ทั้งผลิตยาและอุตสาหกรรมมะม่วงส่งออก โดยใช้เทคโนโลยีการพัฒนาเครื่องอบมะม่วงจากสถาบันการศึกษาในบ้านเรามาใช้ รวมถึงเพิ่มเทคโนโลยีเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการใช้พลังงานของบริษัท เป็นต้น

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีส่วนร่วมที่ช่วยให้ผู้ประกอบการลงทุนกับนวัตกรรมภายในองค์กรอย่างไร

ผู้ประกอบการรายย่อยพบอุปสรรคหลายประการ ทั้งเรื่องเงินทุน บุคลากรในองค์กรที่ไม่มีศักยภาพในการคิดอย่างสร้างสรรค์และมีระบบองค์ความรู้ในเรื่องนี้ รวมทั้งบรรยากาศที่จะเอื้อให้เกิดการสร้างสรรค์ ดังนั้นทางกรมฯเอง ได้รับงบประมาณมา เราก็ใช้งบตรงนั้นมาใช้บริการเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้ประสบความสำเร็จ

ปัจจัยใดที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการพัฒนาด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการ SMEs

ผู้ประกอบการ SMEs ต้องมีทัศนคติในการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมตั้งแต่ภายในองค์กร เช่น สร้างคนในองค์กรให้มีส่วนร่วมที่จะเสนอข้อคิดเห็นและกิจกรรมต่างๆ สำคัญที่สุดคือ การสร้างคตินวัตกรรมทำงานเน้นความคิดสร้างสรรค์ ให้เจ้าหน้าที่มีบทบาทใน

การพัฒนาศักยภาพ ตัวเองและไม่เพียงแต่การพัฒนาภายในองค์กรเท่านั้น นวัตกรรมภายนอกองค์กรที่ได้จากข้อมูลการวิจัยพัฒนาและแนวคิดจากผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ผู้ประกอบการก็ต้องเห็นความสำคัญและตัดสินใจเลือกนำมาใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนด้วย

สุดท้าย ผอ. คาดหวังกับการพัฒนาด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการอย่างไร

สำหรับความคาดหวังในการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในด้านนวัตกรรมในฐานะของผู้ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ เรามีทั้งระบบและแนวทางจากโครงการต่างๆมากมายที่ช่วยสนับสนุน พัฒนาขีดความสามารถด้านนวัตกรรมและไอทีของผู้ประกอบการให้เพิ่มสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม SMEs บ้านเรามีกว่า 2 ล้านราย และมีแนวโน้มที่ดีในการให้ความสำคัญกับนวัตกรรมเพิ่มมากขึ้น สองสิ่งที่จำเป็นคือ ความแตกต่างและความคิดสร้างสรรค์ ส่วนเรานั้นก็จะเป็นพื้นที่ที่ช่วยนำไปผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จนั่นเอง.



• ส่วนเสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ

สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ (สพก.)

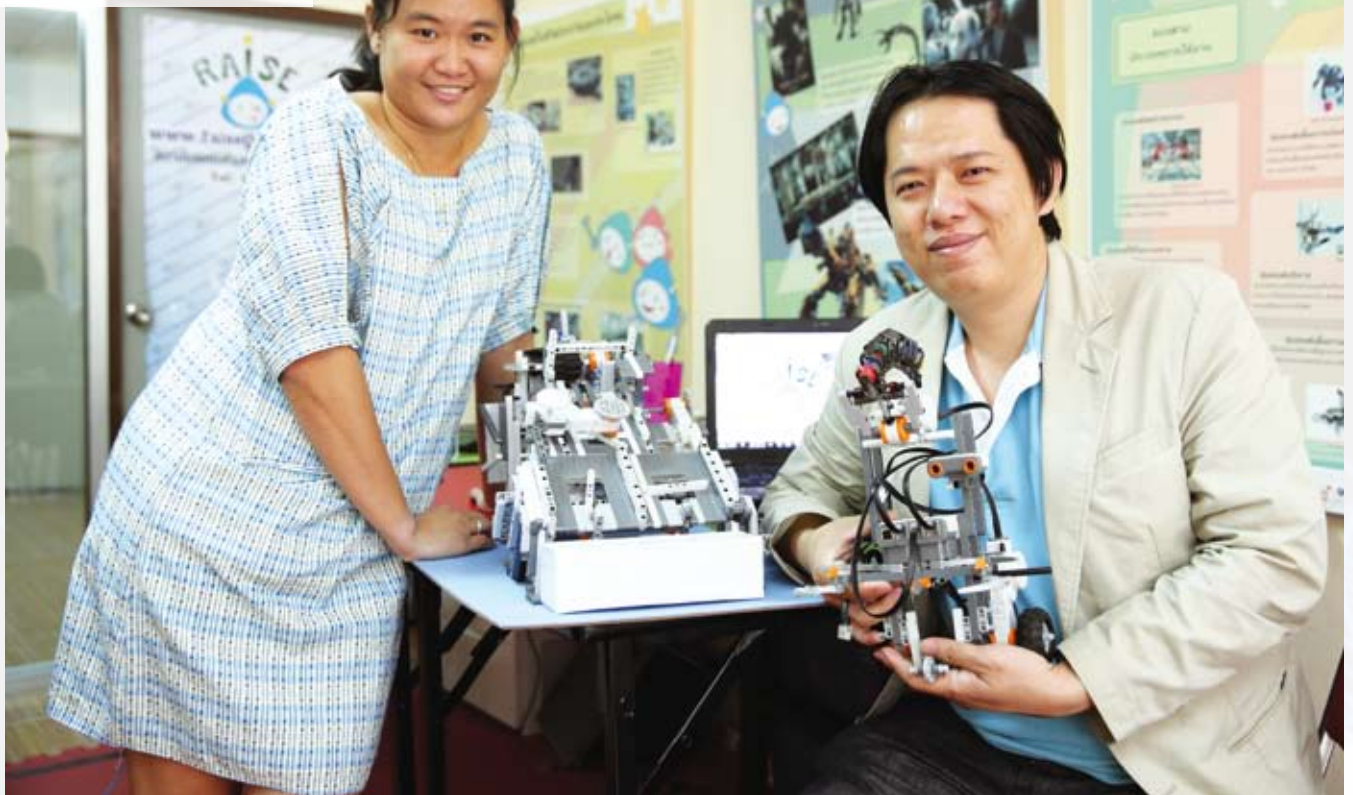
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2202 4579, 0 2202 4596

Focus SMEs

เรื่อง: ปาณทิพย์ เปลียนโมฬี



Raise Genius School เรสจีเนียสสกูล โรงเรียนส่งเสริมอัจฉริยะ ใช้หุ่นยนต์เป็นสื่อการสอน

เรสจีเนียสสกูล (Raise Genius School) สถานที่แห่งนี้จะเรียกว่า สถาบัน หรือโรงเรียน หรือโรงเรียนสอนเสริมก็แล้วแต่ ผู้ก่อตั้งมีความปรารถนาอยากให้เด็กไทยเรียนรู้ด้วยหลักเหตุและผลแทนการท่องจำ ที่บ่มเพาะให้เด็กใช้สมองซีกซ้ายและสมองซีกขวาอย่างสัมพันธ์กันใช้ศาสตร์และศิลป์ควบคู่การสอน โดยมีหุ่นยนต์เป็นสื่อการเรียนการสอนชั้นเยี่ยม

การประกอบชิ้นส่วนเล็กๆ ให้เป็นหุ่นยนต์เป็นการเรียนขั้นพื้นฐาน จากนั้นพัฒนาระบบความคิด สอนวิธีทำให้หุ่นยนต์เคลื่อนที่ได้ จากนั้นเปลี่ยนหุ่นยนต์เป็นกีตาร์ แล้วเล่นกีตาร์ให้เป็นเพลงได้โดยไม่ต้องใช้สายกีตาร์ อาศัยเรียนรู้ระบบเซ็นเซอร์ (sensor) เข้ามาช่วยทำให้เกิดเสียงเพียงเท่านี้เด็กอายุไม่กี่ขวบก็กลายเป็นอัจฉริยะเล่นกีตาร์ได้โดยไม่ต้องอาศัยตัวโน้ตอีกต่อไป นี่คือนวัตกรรมใหม่ที่สอนให้เด็กฉลาด สอนให้เด็กเป็นอัจฉริยะ ซึ่งเป็นสิ่งที่พ่อแม่และผู้ปกครองทั้งหลายแสวงหาเป็นอย่างยิ่ง

วิวัฒน์ สิ้นสงสุข ผู้จัดหาญเข้ามาทำธุรกิจแนวใหม่ ที่ใช้หุ่นยนต์เป็นสื่อการสอน แม้จะเล็งกลุ่มเป้าหมายไปที่เด็ก แต่ก็แอบเก็บคะแนน

นิยมที่ผู้ปกครอง อาศัยความรู้ระดับปริญญาโทในสาขาที่คนเรียนน้อยและจบยาก นั่นคือ สาขาวิชาวิทยาการหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ สถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนามมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผู้บริหารมือใหม่รายนี้สามารถถอดรหัสทางธุรกิจของตนได้สำเร็จ โดยเอาความรู้ด้านหุ่นยนต์เป็นตัวตั้ง บวกด้วยอุดมการณ์ ยกกำลังด้วยเงินทุนนับแสน กับแนวคิดใหม่จับความรู้ด้านวิทยาศาสตร์กับการศึกษามาร่วมกันได้ผลลัพธ์ออกมาเมื่อปลายปี 2554 เป็น โรงเรียนเรสจีเนียสสกูล เรียกให้เท่ๆว่า “โรงเรียนสอนอัจฉริยะ” โดยมี **อิษฏา เหล่าสุนทรากุล** ช่วยถอดรหัสแปลงความคิดเป็นธุรกิจได้อย่างลงตัว

ธุรกิจที่ก่ออยู่นี้คืออะไร

เราเปิดเป็นสถาบันการสอนเสริมทักษะสำหรับเด็กและบุคคลทั่วไปที่สนใจ ให้ชื่อสถาบัน Raise Genius School แปลตามศัพท์คือ Raise แปลว่า ส่งเสริม Genius แปลว่า อัจฉริยะ School แปลว่า โรงเรียน

ก็คือโรงเรียนส่งเสริมอัจฉริยภาพของเด็ก

ตอนแรก List ไว้หลายชื่อมาก แล้วก็มานั่งถามตัวเองว่า อะไรคือคุณค่าที่สูงที่สุดที่ผู้ปกครองซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของเราให้ความสำคัญ ก็จะมีหลายชื่อไม่ว่าจะเป็นสอนคอมพิวเตอร์ประกอบหุ่นยนต์สอนประดิษฐ์หุ่นยนต์ ปรากฏว่าพวกนั้นเป็นความต้องการส่วนหนึ่งของพ่อแม่ แต่เราจะทำธุรกิจนี้ไป



อีกหลายสิบปีข้างหน้า เราก็เลยต้องการคำกว้างๆ ที่ครอบคลุมความต้องการทั้งหมดของผู้ปกครอง ก็เลยใช้คำว่า อัจฉริยภาพ สิ่งที่เราทำเป็นการเสริมพัฒนาการและศักยภาพ โดยเน้นทักษะพื้นฐานเป็นหลัก

โรงเรียนสอนอะไรให้เด็ก แล้วต่างจากโรงเรียนทั่วไปอย่างไร

จริงๆ ไม่อยากเรียกโรงเรียนซะทีเดียว แต่ว่าเราจะเป็นสถานที่ที่ส่งเสริมให้เด็กได้มีเวทีในการแสดงออก มีเวทีในการเรียนรู้สิ่งที่ประเทศไทยยังไม่ค่อยมีเท่าไร เช่น เราใช้หุ่นยนต์เป็นสื่อในการสอน คือสมัยนี้การเรียนเขาจะเน้นไปที่ STEM (ย่อมาจาก science, technology, engineering and math) เป็นกระบวนการเรียนที่ทำให้เด็กนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนในการเรียนรู้ เพื่อดำรงชีวิตปัจจุบันให้ทันกับยุคมากที่สุด ด้วยหลักสูตรตรงนี้ เรามีหุ่นยนต์เป็นสื่อในการสอน ซึ่งในความเป็นหุ่นยนต์ก็จะมีควมน่าดึงดูดใจเด็กๆ ตรงที่ว่าสามารถเคลื่อนไหวได้ ถ้าเกิดลงลึกเข้าไปในตัวหุ่นยนต์ จะแบ่งเป็น 2 ส่วน ก็คือ ด้านฮาร์ดแวร์กับด้านซอฟต์แวร์ ตรงนี้ก็สามารถรองรับเด็กได้ในระดับหนึ่งว่า เด็กที่มีความสนใจทางด้านฮาร์ดแวร์เป็นยังไง ก็จะปูแนวไปทางไหน ทางด้านซอฟต์แวร์จะปูแนวไปทางซอฟต์แวร์แนวไหน คือคนไทยมักจะเข้าใจไม่ค่อยถูกต้องว่า การเรียนหุ่นยนต์หมายถึงการเรียนคอมพิวเตอร์ ในการแข่งขันหุ่นยนต์ที่ผ่านมามักจะใช้คอมพิวเตอร์ในการสอนหุ่นยนต์ แต่ในความเป็นจริงหุ่นยนต์ไม่ใช่แค่คอมพิวเตอร์ เพราะว่ามันต้องมีทั้งแมคคานิค (mechanic) ก็คือการใช้กลไกพวกฟิสิกส์พื้นฐาน พวกวิศวกรรม พื้นฐาน ก็เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เลือกใช้หุ่นยนต์เป็นสื่อการสอน **กับบอกว่าใช้หุ่นยนต์เป็นสื่อ ไม่ใช่เป็นการสร้างหุ่นยนต์ใช้ไหม แล้วใช้หุ่นยนต์เป็นสื่ออย่างไร ช่วยอธิบายตรงนี้ด้วย**

ถูกต้อง เราไม่ได้สอนให้เด็กต่อหุ่นยนต์เป็นแค่อะไรเดียว แต่ว่าเราเริ่มต้นจากการสร้างแรงบันดาลใจให้เด็กในการเรียนรู้ โดยที่ที่เราเอาหุ่นยนต์ที่สามารถเคลื่อนไหวได้มาดึงดูดให้เด็กๆ รู้สึกตื่นเต้นว่าทำไมของเล่นเราสามารถเคลื่อนไหวได้ เมื่อเขาเริ่มเกิดแรงบันดาลใจ เขาก็จะเกิดจินตนาการเป็นขั้นต่อไป ไหนลองดูซิว่าถ้าเกิดมาสร้างหุ่นยนต์เองตามจินตนาการเขา ผลจะเป็นยังไงบ้าง เขาก็จะได้ลงมือปฏิบัติ

ซึ่งก็จะเข้าสู่กระบวนการการสอนของเราแล้ว elearning by doing ตามทฤษฎี Constructionism

ในความเป็นหุ่นยนต์คนไทยมักจะเข้าใจว่าต้องเป็นตัวๆ ออกมาเดินเป็นคนๆ เป็นแบบนั้น คือ สโคปของหุ่นยนต์ทั้งหมดไม่ใช่มีแค่หุ่นยนต์ฮิวแมนนอยด์ (humanoid robot คือหุ่นยนต์ที่ออกแบบขึ้นมาโดยมีพื้นฐานมาจากร่างกายมนุษย์) แต่มันหมายถึงระบบอัตโนมัติทั้งหมดด้วย แล้วก็ชนิดของหุ่นยนต์ตามที่เราเรียนที่ภาควิชาหุ่นยนต์ ถ้าสโคปลึกลงไปอีกมันจะมีหุ่นยนต์แบบเคลื่อนที่ได้และเคลื่อนที่ไม่ได้ หุ่นยนต์ที่เคลื่อนที่ไม่ได้ก็คล้ายๆ กับเครื่องจักรที่เอาบางส่วนมาใช้งาน เช่น โรงงานฮอนด้า เขาใช้แขนกลมาประกอบรถ เขาจำลองแค่ส่วนแขนออกมาเป็นหุ่นยนต์ แล้วก็บางโรงพยาบาลที่จะมีโฆษณาอยู่ว่า คุณหมอเป็นหุ่นยนต์ เขาก็จะใช้แค่ส่วนบนออกมาส่วนหน้าเป็นหุ่นยนต์ แล้วก็เกิดการโต้ตอบกันระหว่างคนใช้กับญาติของคนไข้ อันนั้นคือความเป็นหุ่นยนต์ ซึ่งเราโชคดีตรงที่ว่าเราจะมีทฤษฎีหุ่นยนต์จริงๆ มาประกอบการสอนตรงนี้

ทฤษฎี Constructionism ที่กล่าวถึงนั้นคืออะไร

เป็นทฤษฎีการเรียนรู้โดยที่เราจะมีพื้นฐานความรู้ของตัวเองอยู่แล้ว ทุกคนจะมีความรู้พื้นฐานไม่เท่ากันถึงแม้จะเรียนห้องเดียวกัน ครูคนเดียวก็ตาม แต่ว่าในบางเวลาที่เขาไปอยู่กับผู้ปกครองอีกท่านหนึ่ง กับเด็กอีกคนไปอยู่กับผู้ปกครองอีกคนหนึ่ง ทำให้ปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ของเด็กแต่ละคนไม่เท่ากัน เขาก็จะมีพื้นฐานตรงนั้นมา นื่องๆ ที่มาเรียนรวมกันถึงแม้ครูคนเดียวก็ตาม เขาก็จะเอาความรู้ใหม่ที่ได้มาประมวลกับความรู้เก่าที่เขาเคยมีอยู่แล้ว ก็สร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ของตัวเขาเองเฉพาะบุคคล ถือเป็นการเรียนรู้ด้วยตัวเอง **ในเมืองไทยมีการสอนลักษณะแบบนี้ไหม**

เริ่มมีในปัจจุบันนี้ แต่ว่าเป็นการศึกษานอกระบบที่ไม่ใช่ออยู่ในระบบมากกว่า

เด็กที่เรียนจบจากโรงเรียนนี้เขาจะได้อะไร

ได้กระบวนการความคิดระหว่างที่เขาเรียน เขาจะไม่ใช่ว่าต่อเล่นอย่างที่บอก ในระหว่างที่เขาต่อ อันดับแรกเบื้องต้นหลักสูตรของเราเราจะสอนให้เขาใช้พาร์ทชิ้นส่วนตัวต่อ) แปรลกๆ พวกนี้ ซึ่งคำว่า เลโก้ (Lego) เป็นคำศัพท์ทั่วไปที่คนจะเข้าใจว่าเป็นของเล่น แต่ว่าชนิดของเราที่เราใช้เป็นสื่อในการสอน



มันเป็น Education Set ซึ่งมันไม่มีขายทั่วไปในห้าง ประกอบไปด้วย มอเตอร์ เซ็นเซอร์ชนิดต่างๆ ที่ทำให้เกิดการรับรู้แต่ละชนิด แต่ละประเภท พอน้องเขาใช้พาร์ทเสร็จ ใช้พาร์ทเป็นเขาก็เริ่มให้ฟังก์ชันเขา หมายถึงว่าคุณยังต้องทำอะไรได้บ้าง โดยที่ที่เราไม่ต้องไปกำหนดว่าเขาจะต้องมีดีไซด์ยังไงให้เขาออกแบบเอง อันนั้นก็ได้เริ่มใช้จินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ของเขาในการออกแบบออกมา

ที่บอกว่าสอนกระบวนการความคิด คือความคิดมันเป็นนามธรรม เป็นสิ่งมองไม่เห็น การที่จะสอนสิ่ง ที่มองไม่เห็น ให้เป็นหลักสูตรการเรียนการสอน มันจะออกมาในลักษณะไหน

ยกตัวอย่างง่ายๆ การที่น้องมาเรียนกับเรา เห็นว่าเป็นหุ่นยนต์ เห็นว่าเป็นการประกอบ การเขียนโปรแกรมสั่งมัน มันเป็นเรื่องกระบวนการคิดยังไง กระบวนการคิดก็จะมี Input processing และ Output เสร็จแล้วก็ดู Output ที่ได้มันผิดจากความต้องการไหม แล้วก็ผิดแค่ไหน ก็เอาความผิดพลาดตรงนั้นมาปรับปรุงที่ในส่วนของการ Input แล้วก็ Process ต่อไปก็จะเป็นกระบวนการที่วนไปวนมาไม่รู้จบเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ด้วย แต่จะเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่เข้ามาสัมพันธ์กัน

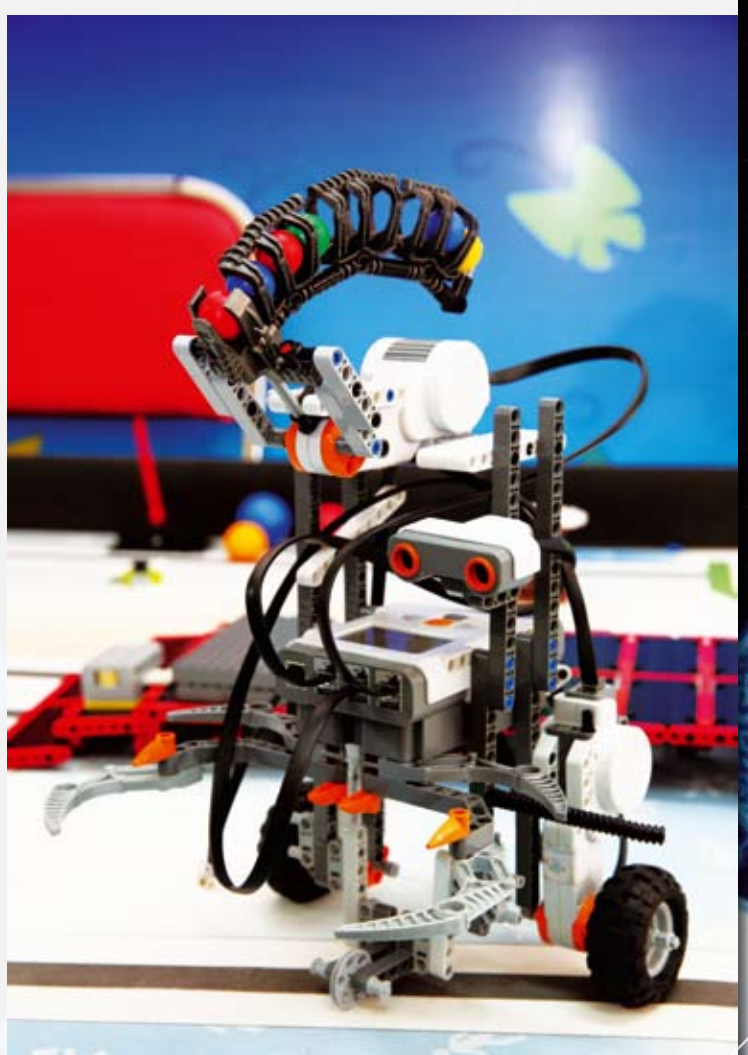
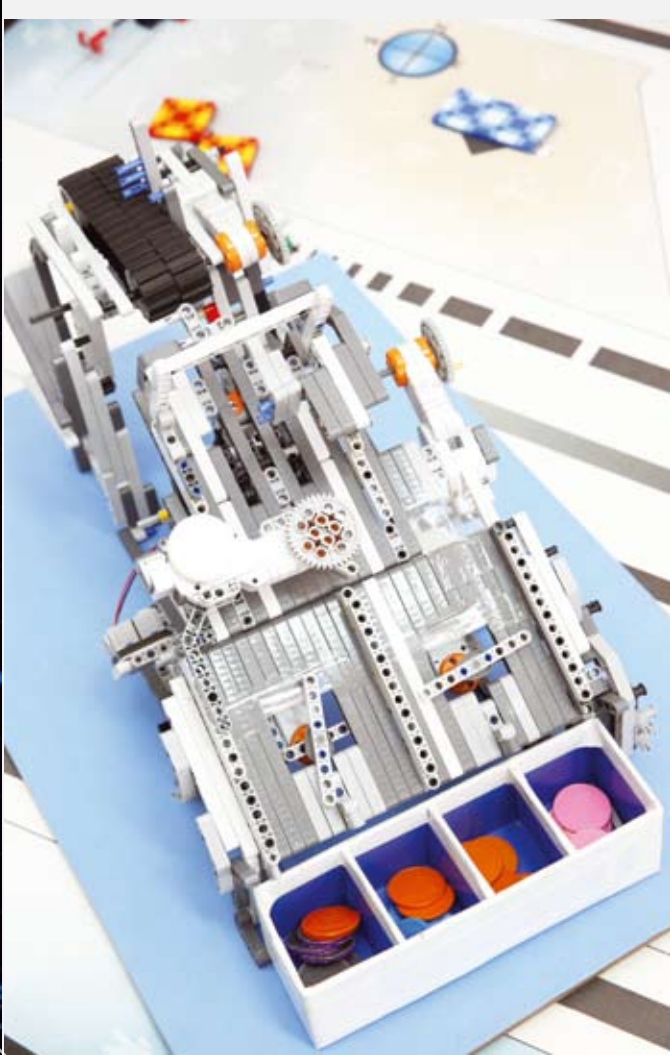
ภาพชัดๆ ของคำว่า Input คืออะไร เช่น กรณีจะทำหุ่นยนต์สักตัวหนึ่ง แน่นอนต้องมีอะไร มีมอเตอร์ มีเซ็นเซอร์ มีโจทย์มีอะไรแล้วแต่ที่เป็น Input ส่วน Processing ก็คือการเอาส่วนต่างๆ มาประกอบกัน การเขียนโปรแกรมก็ดี เสร็จแล้วสิ่งที่ได้ก็คือ ได้หุ่นยนต์เป็นตัวๆ ระบบอัตโนมัติเป็นขึ้นๆ

แล้วก็ทดลองดูว่ามันตอบโจทย์ที่เราตั้งไว้หรือเปล่า อันนั้นก็คือในส่วนของการ Output ดังนั้นเมื่อเด็กทำรถสักคันหนึ่ง แล้วให้วิ่งผ่านสะพานที่กำหนดไว้ อันนั้นคือโจทย์ เด็กมี Input คือมีล้อให้เลือก 4 ขนาด มีอุปกรณ์ให้ 20 ชิ้น มีโจทย์ว่า ต้องทำภายในเวลา 1 นาที รถต้องวิ่งผ่านนะ ทุกอย่างนี่คือ Input เด็กก็ต้องลองผิดลองถูก ลองทำตามแบบที่คุณครูให้ความรู้มาด้วย ว่าล้อแบบนี้เหมาะกับอะไร เขาก็จะเอาความรู้ที่เขาเคยมีตอนสมัยคุณพ่อขับรถว่าถ้าขับรถบนสะพานก็ต้องเร่งความเร็วขึ้นไปก่อนในจังหวะมากขึ้น นั่นคือความรู้ในทุนเดิมของเขา มาบวกความรู้ใหม่ว่าเป็นหุ่นยนต์ใหม่นั้น ต้องออกแบบล้อให้กว้างขึ้น รถต้องเตี้ยลง ความรู้ใหม่ที่ได้ตามทฤษฎี Construction Processing แล้วเขาก็เอามาผนวกกัน เขาก็เอามาผ่านการ Process ก็คือประกอบแล้วทดลอง รถวิ่งตรงกลาง ล้มตึง ล้มปึกคือ Output แต่ไม่ใช่ Output ตามที่เขาตั้งใจ มันล้มก็องศาตรงนั้นคือความแตกต่าง เอาองศา นั้นมาปรับผ่านล้อ มาปรับปรุงโปรแกรมแล้วไปรันใหม่ ทำอย่างนี้ 10 - 20 รอบ สุดท้ายเราก็จะนั่งคุยกับน้องหลังจากเสร็จว่า น้องครับหลังจากเรียนเสร็จ ตั้งแต่นุ่นยนต์ที่วิ่งล้มครั้งแรกกับครั้งสุดท้ายครั้งที่ 20 มันต่างกันตรงไหน น้องเขาผ่านกระบวนการเรียนรู้ครับ เขาก็จะเล่าเป็นฉากๆ โดยที่เราไม่ต้องไปบอกว่าน้องต้องพูดอย่างนี้สิ อย่างนั้นสิ เพราะสิ่งที่เราต้องการคือให้เขาพูดจากการเรียนรู้ของเขา เพราะมันจะจำได้ดีกว่าและเวลาเขาไปเล่าต่อให้คุณพ่อคุณแม่ หรือไปเรียนหลักสูตรวันถัดไปที่ยากขึ้น เราไม่ต้องมารื้อฟื้นให้เขาเพราะเขาจำแม่น เพราะเขาทำเอง

ถ้าเป็นเด็กเล็กเขาจะเหมาะกับวัยของการขยับมือ ตามองหูฟัง แล้วก็ใช้ movement มากกว่าให้นั่งฟังในชั้นเรียนแล้วอาจารย์ก็พูดๆ แล้วก็หลับบ้างไม่หลับบ้าง แต่วิธีของเราจะเหมาะสมกับเด็กมากกว่าครับ นี่คือการบวนการเรียนรู้ในระหว่างการสอนเราจะมีการตั้งคำถาม ฝึกให้เขาสังเกต สะกิดใจ เรียกว่า เป็นคำถามปลายเปิด ไม่มีคำตอบว่าถูกหรือผิด เพื่อที่จะได้เพิ่มจินตนาการของเขา

เวลาเรียนตามโรงเรียน เขาได้ผลเรียนที่การสอบและตัดเกรด A B C แต่โรงเรียนนี้สอนความฉลาด สอนกระบวนการคิด เมื่อเรียนจบแล้วมีการวัดผลอย่างไร

คนไทยส่วนใหญ่ชอบใช้การวัดผลมาเป็นเกณฑ์ KPI ซึ่งที่ผ่านมาจริงๆ นวัตกรรมของโลก ไม่มีตัวไหนวัดผลได้ เพราะฉะนั้นจริงๆ ไม่ค่อยอยากเน้นเรื่องการวัดผลที่เป็น KPI มากนัก ดูแค่ว่าผลงานออกมาสร้างสรรค์ หรือว่ามีนวัตกรรมหรือเปล่า คือจะไม่สามารถวัดว่าถ้าคุณได้เกรดเอ รถคุณจะต้องวิ่งเร็วอะไรอย่างนี้ เราไม่ได้ไปที่จุดนั้น แต่เราจะให้เอ็กต์ต่อเมื่อคุณอธิบายให้เราฟังได้ ตัวอย่างเช่น ถ้าผมเพิ่มตรงนี้นมันจะเร็วขึ้นตามโจทย์เลย แต่ถ้าผมลดตรงนี้นมันก็จะมันคงไม่ค่อยลื่น ถ้าเขาพูดมาเยอะๆ เป็นเชิงคุณภาพ เราแอบปีเชิงคุณภาพ เชิงที่ว่าจะต้องตอบเหมือนกับตำราเรียนตรงเป๊ะๆ ตรงตามคำตอบ



แล้วคุณจะได้คะแนนมาก เราจะไม่เน้นตรงนั้น ดังนั้น เราจะใช้วิธีการประเมินโดยการสังเกตเป็นหลัก ข้อสอบมีบ้างแต่ไม่ค่อยเน้น แต่การสังเกต พูดคุย มาเล่นหุ่นยนต์ให้ดู พ่อแม่เห็นพ่อแม่ถาม ครูถาม แล้วเขาฟรีเซ็นต์ เขาตอบทั้งต่อนักลี้ยงหรือต่อหน้าผู้ปกครองที่เขาไม่รู้จักรั ตรงนั้นต่างหากที่ผู้ปกครองแสบปี แล้วก็คิดว่าตรงนี้ได้ประโยชน์ เวลาเราบอกผู้ปกครองตั้งแต่ผู้ปกครองเข้ามา เราฟรีเซ็นต์อะไร น้องจะได้ส่วนพวกนี้ สมองซึกซ่ายและซึกขวา ด้านศาสตร์และด้านศิลป์ ซึ่งแน่นอนหลายๆ ตัวเราจะเห็นได้ก็ต่อเมื่อสังเกต เช่น สมามิ คุณแม่ คุณพ่อ สามารถขึ้นไปยืนดู แอบดูว่าน้องปกติอยู่บ้านป็นเสาดตลอด แต่อยู่ที่นี่ 10 นาทีก็ดีใจแล้วว่าเขานั่งนิ่งๆ มีความสุขกับการทำอะไรบางอย่าง นั่นคือสมามิ เราไม่ได้บอกเขาว่าเรามีแบบทดสอบสมามิ เอาอย่างนี้เรามีของจริงขึ้นไปดูดีกว่า สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น เขาก็จะเชื่อว่าได้สมามิในสิ่งที่เราพยายามบอกว่าเราให้อะไรเขา สุดท้ายก็วัดผลตัดเกรดเป็น A B C ตามเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว

ช่วยอธิบายเพิ่มเติมตรงที่ว่า สิ่งที่คุณสอนมันไปเกี่ยวข้องกับสมองซึกซ่ายและสมองซึกขวาของเด็กได้อย่างไร

คือโดยปกติแล้ว ระบบการเรียนการสอนของไทยมักจะสอนตามระบบในกรอบ แต่ในความเป็นจริงคนเราจะมีประสิทธิภาพ ศักยภาพสูงสุดก็ต่อเมื่อสมองซึกซ่ายและซึกขวาทำงานสัมพันธ์กัน ซึ่งซึกซ่ายกับซึกขวาก็จะเป็นด้านศาสตร์กับด้านศิลป์ ต้องบอกก่อนว่า มือซ่ายกับสมองขวาจะทำงานสัมพันธ์กัน ซึ่งมันจะอยู่ตรงข้ามกัน สมองซึกขวาจะ

เป็นด้านจินตนาการก็คือด้านศิลป์ สมองซึกซ่ายจะเป็นด้านศาสตร์ ด้านการคิดคำนวณคณิตศาสตร์ ด้านไอคิว ที่ผ่านมามากมาย ปี 10 - 30 ปีที่ผ่านมา เรามักจะเน้นไอคิวกัน โดยเราลืมนด้านจินตนาการไป ทำให้เราทำงานไม่สัมพันธ์กัน กลายเป็นเราได้ผลงานด้านปริมาณต้องวัดเป็นตัวเลข ต้องเป็น KPI ต้องเป็นการคำนวณ ต้องเป็นเชิงปริมาณ เราลืมนด้านคุณภาพด้านจินตนาการ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ทำให้พักหลังเกิดคำว่า นวัตกรรมขึ้นมา ก็เลยเอาคำว่านวัตกรรมมาตีแผ่ออกมา ก็คือด้านจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์

มีงานวิจัยใหม่สรุปผลออกมาแล้วว่า สมองทั้งสองซึกต้องทำงานสัมพันธ์กัน ถึงจะมีประสิทธิภาพสูงสุด แล้วก็หุ่นยนต์สามารถถึง พัฒนา และส่งเสริมสมองทั้งซึกซ่ายและซึกขวาได้ชัดและได้ดี ถ้าเราลองไปไล่ดูการเสริมทักษะอื่นๆ หรือตัวเตอรอื่นๆ เขาก็จะเน้นไม่ทางศิลปะก็ศิลปะไปเลย ว่ายน้ำก็ว่ายน้ำไปเลย แต่หุ่นยนต์จะได้ทั้งสองส่วนพร้อมๆ กัน บูรณาการกัน นี่คือจุดเด่นของการประดิษฐ์หุ่นยนต์

ที่อ้างถึงสมองซึกซ่ายกับสมองซึกขวา อยากรู้ว่าหุ่นยนต์มาเกี่ยวข้องกับสมองทั้งสองซึกนี้ได้อย่างไร

เราสอนให้เด็กใช้พาร์ท(ชิ้นส่วนตัวต่อ) พอเขาใช้พาร์ทเป็นครูจะบอกโจทย์ ก็คือพวกฟังก์ชันว่า หุ่นยนต์จะต้องไม่เดินตกโต๊ะ หรือว่าไม่ชน แต่ว่าน้องไปออกแบบเอง นั่นแหละเป็นการเพิ่มจินตนาการขึ้นมาว่าเขาจะออกแบบยังไง มันถึงจะเดินไม่ชนก็จริง แล้วก็ไม่ชนอย่างอื่นด้วย เขาจะต้องดีไซน์แบบออกมาในความเป็นหุ่นยนต์ อย่างที่บอกไม่ใช่แค่เป็นตัว



หุ่นยนต์เป็นตัวออกมาเดิน หุ่นยนต์ขั้นปริญญาเอก ปริญญาโท จะมีการออกกราฟฟิก 3 มิติเข้ามาช่วยแสดงผล ซึ่งต้องใช้บุคลากรด้านทำกราฟฟิก 3 มิติ ซึ่งก็คือด้านสายศิลป์เข้ามาช่วยในการเป็นหุ่นยนต์ กว่าจะเป็นหุ่นยนต์ออกมา 1 งาน มันต้องบูรณาการกันทั้งหมด ต้องครบ ถึงจะเข้ามาเป็น 1 งานได้ เราใช้ชื่อคำว่า สถาบันส่งเสริมอัจฉริยภาพเด็ก เราไม่เคยใช้คำว่า เราเป็นสถาบันสอนต่อหุ่นยนต์เด็ก คือแน่นอนเราไม่ได้ใช้เฉพาะสื่อที่เป็นหุ่นยนต์อย่างเดียวตลอดไปในอนาคต คือเรามุ่งเน้นว่าอะไรก็ตามที่ทำให้ส่งเสริมอัจฉริยภาพเด็กได้ และสื่อตัวนั้นเหมาะสมเราก็จะเอามา แล้วก็อาศัยในเรื่องของทฤษฎีการศึกษา ฝ่ายการศึกษาเข้ามาประยุกต์ แล้วดึงศักยภาพสื่อตัวนั้นให้มันดึงศักยภาพเด็กขึ้นมาได้ ดังนั้นผู้ปกครองบางคนที่เป็นสายศิลป์แล้วมาเรียนกับเรา เห็นภาพหุ่นยนต์ แต่เราไม่ได้บอกว่าเด็กที่เรียนตรงนี้ต้องไปทำเรื่องวิทยาศาสตร์ เราบอกว่า คนทุกคนที่โตขึ้นต้องฝึกรู้จักแก้ปัญหา ไม่ว่าน้องจะเรียนสายศิลป์หรือสายภาษา โตขึ้นมากก็ต้องฝึกทักษะการแก้ปัญหาเสมอครับ

นี่ถือเป็นโรงเรียนหรือว่าเป็นสถานที่สอนพิเศษ

เป็นโรงเรียนเสริมทักษะสำหรับเรียนเพิ่มของเรา จะเน้นแนวหุ่นยนต์ เราไม่ได้ใช้แค่ยี่ห้อเลโก้ (LEGO เป็นชื่อเครื่องหมายการค้าของของเล่นที่เรียกว่า Brick (เหมือนก้อนอิฐ)) อย่างเดียว เรายังจะมีอาร์ดูโน้ (Arduino สามารถประยุกต์ทำเครื่องใช้อัจฉริยะ รับสัญญาณจากสวิทช์ หรือ เซนเซอร์, และควบคุม หลอดไฟ, มอเตอร์, หรืออุปกรณ์อื่นๆ) และ ฟิกเชอร์ในอนาคต ซึ่งฟิกเชอร์ (Figure หุ่นยนต์ที่อิงโครงสร้างร่างกายมนุษย์) จะแข็งแรงมากๆ เรื่องระบบอัตโนมัติ

เด็กๆเรียนรู้อาร์ดูโน้ได้โดยเริ่มใช้แผ่นขาวๆ แผ่นเดียว แล้วเราก็จะให้สายไฟเป็นเส้นๆ แล้วก็สอนให้เขาต่อวงจร เส้นไหนจะเป็นสายดิน เส้นไหนเป็นขั้วบวก ขั้วลบ ต่อแล้วไม่สปาร์คกัน ไม่ระเบิด ไม่ช็อต จะให้มีการฝึกไล่หลอดไฟเล็กๆ ที่เรียกว่า LED หลอดไฟ LED เป็นตัว Output ที่บอกว่า ถ้าต่อสายถูกไฟจะสว่าง ต่อสายผิดไฟไม่ติด แล้วถ้าต่อผิดบอร์ตรองนี้ระเบิดก็มี แต่ยังไม่ถึงขั้นนั้น ยังไม่มีน้องคนไหนทำแบบนั้น คือเป็นเด็กโต เราจะเน้นทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านสายอาชีพกับเขามากขึ้น ส่วนเรื่องจินตนาการจะเป็นทักษะสำหรับเด็กเล็ก ประมาณ 4 ขวบ เขาจะจินตนาการได้เด่นมาก

เรียนกับ

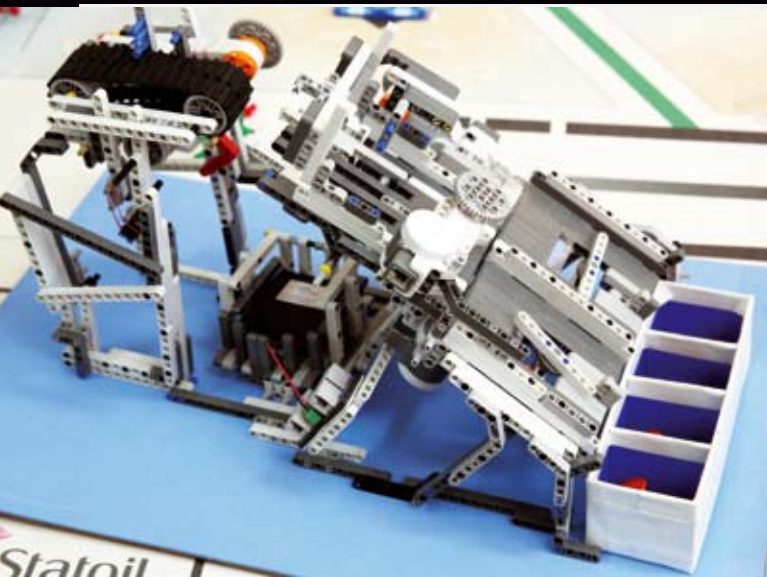
เรียนต่อหุ่นยนต์ เรามีตั้งแต่ประถมจนถึงมัธยมปลาย จะเรียนที่ป้อมูที่พัฒนาการของเด็ก เด็กบางคนประมาณคอร์สเดียวก็สามารถขึ้น Level ได้แล้ว แต่เด็กบางคนอาจจะต้อง 3 คอร์สถึงจะขึ้น Level ได้ คือเราไม่ได้ใช้เกณฑ์อายุหรือเกณฑ์คะแนน แต่เราใช้เกณฑ์ศักยภาพของบุคคลในการปรับระดับ

ต่อคอร์สใช้ระยะเวลานานไหม

คอร์สหนึ่งของเราเรียนแค่ 4-8 ครั้ง ครั้งละ 2-3 ชั่วโมง ระดับการสอนมี 5 Level ก็จะเป็น Pre -Beginner (ก่อนเริ่มต้น), Beginner (ขั้นเริ่มต้น), Intermediate (ขั้นกลาง), Advance (ขั้นสูง) และ Competition (ขั้นแข่งขัน) เราจะดูนักเรียนของเราว่าคนไหนมีหน่วยก้าน มีศักยภาพ เราก็จะลองกระตุ้นเด็กว่าเขามีความตื่นตัวไหม ถ้าเด็กมีความตื่นตัวก็แสดงว่าเขาพร้อมที่จะเรียนรู้ตามกระบวนการพวกนี้ เราก็จะส่งเขาไปแข่งตามสนามแข่งด้านหุ่นยนต์

ค่าใช้จ่ายในการเรียนเท่าไร

อยู่ที่ 2,800 - 3,500 บาท ส่วนระดับ Advance ยังไม่มีใครเคยไปถึงขั้นนี้ ความซับซ้อนของโครงงาน อาจจะยากไปสำหรับเด็กที่มาเรียนกับเรา ส่วน Competition ค่าใช้จ่ายแล้วแต่ League แต่ละ League มีค่าสมัครและค่าใช้จ่ายอื่นๆไม่เท่ากัน



สิ่งที่กำลังทำอยู่นับถือว่าเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง ในเมืองไทยมีเยอะไหม

ธุรกิจการศึกษามีเยอะ แต่ถ้าเป็นการศึกษาด้านที่ใช้หุ่นยนต์ในการสอน ก็คิดว่ามีหลายเจ้าอยู่ แต่ว่าบางเจ้าเขาแค่สอนประกอบหุ่นยนต์ เขาไม่ได้เน้นด้านการศึกษา แค่สอนให้เด็กเล่นหุ่นยนต์เป็น เราเป็นเจ้าแรกที่ดำเนินการโดยวิทยากรหุ่นยนต์โดยตรง เพราะว่าที่อื่นๆ ที่ได้ยินมาเขาไปเอาหลักสูตรมาจากเมืองนอก แล้วปรากฏว่ามันดัน เขาไม่ได้มีความรู้ด้านหุ่นยนต์ เขาไม่สามารถเอาความเป็นหุ่นยนต์มารวมกันเป็นนักการศึกษา แล้วมาย่อยให้เด็กในแต่ละช่วงวัยได้

การเรียนรู้โดยใช้หุ่นยนต์ครอบคลุมไปถึงเรื่องอะไรบ้าง

ต้องพูดให้เต็มๆ ว่าหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ ใช้ในบ้านได้ ถ้าในระดับโลกงานวิจัยของประเทศญี่ปุ่นด้านหุ่นยนต์ เขาจะทำหุ่นยนต์ให้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ คือทำให้มันอยู่ในบ้าน เหมือนกับเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ที่เขาเป็นผู้นำตลาดโลก ทุกวันนี้ที่เห็นง่ายๆ ก็คือ เครื่องดูดฝุ่นที่เป็นหุ่นยนต์ ไม่ว่าจะเป็นของซัมซุง หรือหลายๆ ยี่ห้อ สิ่งที่มาตามก็คือ หุ่นยนต์สามารถดูดฝุ่นในบ้านโดยที่เราไม่ต้องจับมือบถูพื้น ไม่กวาดกวาด มันรู้ของมันเองว่าบ้านเราโซฟาไหนต้องดูดตรงไหน ชาร์จแบตเตอรี่ก็ได้ด้วย แล้วก็ความเป็นระบบอัตโนมัติ ค่อนข้างจะดีเข้าไปในด้านอุตสาหกรรม ซึ่งการที่เด็กๆ จะมารู้ระบบโรงงานอุตสาหกรรมไม่ยากนัก เพราะหนึ่งมันอันตราย คือโรงงานไม่ใช่ที่ที่เด็กควรจะไป แต่ว่าเด็กสามารถเรียนรู้ได้ด้วยโมเดลพวกนี้ เราให้เด็กทำที่ละสเตชัน แล้วเอามาต่อกันเป็นระบบ ทำยังไงให้มันเป็นระบบอัตโนมัติ ก็คือต้องสร้างความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงของแต่ละสเตชัน

ก็บอกว่าที่นี่มีจุดเด่นและจุดแข็งตรงที่มีวิศวกรด้านหุ่นยนต์ ช่วยอธิบายเพิ่มเติมประเด็นนี้

ที่มีวิศวกรหุ่นยนต์ 3 คน นอกนั้นจบวิศวะเกือบทุกคน สาขาหุ่นยนต์เป็นสาขาที่ผลิตบัณฑิตได้น้อยอยู่แล้ว เพราะมันมีความยากในตัวมัน ปกติเดิมทีปริญญาตรีก็เหนื่อยมากแล้ว คือประเทศไทยยังไม่มีปริญญาตรีด้านหุ่นยนต์ ไม่มีวิศวะหุ่นยนต์ มีที่บางมดทีเดียว ที่เปิดสอนด้านหุ่นยนต์ แต่สอน

เฉพาะปริญญาโทกับปริญญาเอก ยังไม่ได้เปิดสอนระดับปริญญาตรี ของเราพูดได้เต็มปากเต็มคำว่า เราใช้วิศวกรระดับปริญญาโทภาควิชาหุ่นยนต์โดยตรง ทั้งระดับตรี โท เอก ซึ่งถามว่าต่างจากที่อื่นยังไง ที่อื่นจะหาตรงนี้ได้ยาก เพราะว่า เป็นกลุ่มคนที่ต้องสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ แล้วก็มีบัณฑิตด้านนี้ผลิตออกมาน้อยมาก แต่เราก็รวบรวมเอาไว้ที่นี้ทีเดียว

เริ่มต้นใช้ทุนเยอะไหม

หลายแสนบาท เพราะว่าหุ่นยนต์ตัวหนึ่งก็หลายบาท ประมาณสองหมื่นกว่าบาท ที่นี้เราสอนเราไม่ได้ใช้แค่หุ่นยนต์ตัวเดียว เราใช้ประมาณ 8 ตัว ก็หลายแสนบาท

ความภูมิใจที่ได้สร้างธุรกิจแนวใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคม

ความภูมิใจก็คือ เราสร้างสถานที่ขึ้นมาสถานที่หนึ่ง โดยที่เรามีความเชื่ออย่างแรงกล้าว่า ศาสตร์พวกนี้จะทำให้เด็กมีพัฒนาการที่ดีขึ้น แล้วเมื่อเราลองสอนไป เราสังเกตเห็นทั้งแววตาเด็กและพ่อแม่ของเด็ก เขามีความสุข เขาแฮปปี้ และเขาก็เรียนต่อเนื่อง ผมถือว่าตรงนี้คือความภูมิใจของผม

เด็กที่มาเรียนเรียกเราว่าอะไร

เราให้เขาเรียกเราว่า ครู



• สถาบัน Raise Genius School

เข้าอบรมโครงการ NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เมื่อปี 2554 ได้นำหลักการที่ได้จากการอบรมไปใช้ดำเนินการบริหารจัดการในรูปบริษัทอย่างได้ผลในปัจจุบัน

58/1 ถ.ประชาอุทิศ เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140

โทร. 08 9456 5510, 08 9456 5510

email: num@raiseinnovation.com, rose@raiseinnovation.com

www.raisegeniusschool.com

อย่าดูถูกปลาทุเค็ม

โอโซน (OZONE) ได้รับการยอมรับว่าเป็นสารทำความสะอาดและฆ่าเชื้อที่มีประสิทธิภาพสูง ในการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหาร และมีการใช้กันอย่างแพร่หลายในกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป ได้มีการใช้โอโซนในการปรับปรุงน้ำที่ใช้ในกระบวนการผลิตอาหารในประเทศสหรัฐอเมริกาใช้โอโซนในกระบวนการผลิตน้ำดื่มในภาชนะที่ปิดสนิท และใช้ในกระบวนการผลิตอาหารหลายชนิด จากการศึกษาพบว่าโอโซน มีประโยชน์ในอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งมีการนำมาใช้เป็นสารทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรคที่มีประสิทธิภาพสูงในการควบคุมจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรคในอาหาร โมเลกุลของโอโซนประกอบด้วยอะตอมของออกซิเจนถึง 3 อะตอม



คุณสมบัติอันโดดเด่นของโอโซนคือ 1. มีฤทธิ์ฆ่าเชื้อโรคที่รุนแรงที่สุด และฆ่าเชื้อแบคทีเรียเร็วกว่า คลอรีนถึง 3,125 เท่า จึงควบคุมตะไคร่น้ำได้ 2. มีพลังออกซิเดชั่น (OXIDATION POTENTIAL) สูงที่สุดในบรรดาสารฆ่าเชื้อ คือ 2.07 V ในขณะที่คลอรีนมีเพียง 1.36 V 3. สามารถทำปฏิกิริยากับสารอินทรีย์ และอนินทรีย์ (Organic and Inorganic) ได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ทิ้งสารตกค้างอย่างคลอรีน

จากคุณสมบัติพิเศษของโอโซนนี้เอง ทำให้ **นภดล แก้วช่วงศรี (อ๊อด)** นำระบบโอโซนมาใช้ในการผลิตปลาทุเค็มอบโอโซนเป็นรายแรก อาศัยโอโซนเป็นจุดขายจึงทำให้ปลาทุเค็มของธุรกิจรายนี้ แตกต่างไปจากปลาทุเค็มทั่วไป แถมยังยกระดับผลิตภัณฑ์ของตนขึ้นเป็นปลาทุเค็มเพื่อสุขภาพ เกาะกระแสตลาดที่กำลังความนิยมอาหารเพื่อสุขภาพไปได้อย่างแยบยล ต้องยกนิ้วให้ นภดล แก้วช่วงศรี ที่อัพเกรดปลาทุเค็มของเขาด้วยคำพูดสื่อสารกับลูกค้าว่า

“ปลาของผมเป็นปลาเค็มสะอาด ปลอดภัย ปลอดภัยก่อนข้างจะ 100 เปอร์เซ็นต์ ด้วยนวัตกรรมของโอโซน เรามีผลการตรวจเชื้อตรวจสารจากแล็บต่างๆ เช่น แล็บของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข แล็บของเซ็นทรัลแล็บ ที่อยู่ในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ แล็บของกรมประมง



แล็บของกระทรวงอุตสาหกรรม เรายังได้รับมาตรฐานจาก กระทรวงอุตสาหกรรมเป็นมาตรฐาน มผช.ด้วย”

จะด้วยคำพูดเหล่านี้หรือไม่ก็ตาม แต่ปลาทุเค็มอบ โอโซนของเขาได้กลายเป็นสินค้าขายดีที่ขายออกขายเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนต้องแตกไลน์การผลิตจากปลาทุเค็มเป็นปลาเค็ม ชนิดอื่นๆอีกหลายชนิด เช่น ปลาอินทรีเค็ม ปลาเก๋เค็ม เป็นต้น เพื่อเอาใจลูกค้ารักสุขภาพ จากปลาเค็มขยับมาทำ ไข่เค็มน้ำโอโซน ดูเหมือนว่าผู้ประกอบการรายนี้จะถูกโอบกอด กับของเค็มโดยเฉพาะ พอมาจับไข่เค็มน้ำโอโซนปรากฏว่ายิ่ง ขายดิบขายดีมากขึ้นอีก สำหรับเหตุผลที่ทำให้ไข่เค็ม น้ำโอโซนขายดีนั้น นกตลเคยเคล็ดว่าเขาสามารถหยุดความ เค็มของไข่เค็มได้

“ไข่เค็มน้ำโอโซน คือน้ำโอโซนจะไปฆ่าเชื้อ ไปทำลาย สารเคมี แต่ไข่เค็มทั่วไปที่ใช้ดินพอก ปัจจุบันสารปนเปื้อนใน ดินค่อนข้างเยอะ ไม่ว่าจะเป็นสารโลหะหนัก สารตะกั่ว สาร แคดเมียม หรือว่าเชื้อโรคต่างๆ และอีกอย่างหนึ่งการทำ ไข่เค็มทั่วไป เขาจะไม่ล้าง เพราะกลัวล้างแล้วมันจะเน่า แต่กระบวนการของผม จะนำไข่สดล้างด้วยน้ำโอโซน หลัง จากล้างด้วยน้ำโอโซนก็จะผสมเกลือกับน้ำโอโซนในสัดส่วนที่ พอเหมาะ แล้วก็นำไข่ที่ล้างด้วยน้ำโอโซนมาดองในน้ำเกลือ โอโซน ระยะดองเพื่อทอดเป็นไข่ดาวประมาณ 7 วัน ถ้าดอง เพื่อต้มเป็นไข่เค็มจะใช้เวลาดองประมาณ 15 วัน

ไข่เค็มน้ำโอโซนประสบความสำเร็จอย่างมาก ไปขาย แต่ละที่จะไม่พอขาย ที่ขายดีก็เพราะเรามีจุดเด่นคือ 1) ไข่เค็ม ของเรากลูใหญ่ๆ ขาวๆ ใสๆ สะอาด 2) ในเรื่องรสชาติ ของ เราจะต่างจากที่อื่น เพราะว่าที่อื่นแม้จะกำหนดทอดเป็น ไข่ดาว พอทอดออกมาก็ยังเค็ม แต่ผมจะเค็มพอดี เพราะเรา มีสูตรของเราอยู่ ไข่เค็มน้ำโอโซนนี้ถือว่าประสบความสำเร็จ อย่างมาก อีกอย่างเราสามารถหยุดความเค็มได้ คือจะทิ้ง ไข่เค็มไว้ 10 วัน 20 วัน 30 วัน หรือ2เดือน เอามาทอดก็ยัง เค็มพอดีเท่าเดิม

ผมเคยเคล็ดลับให้ก็ได้ว่าทำไมความเค็มถึงอยู่คงที่ ทิ้งไปทำไมถึงเค็มมากขึ้นเรื่อยๆ ทิ้งไปเขาพอกด้วยดิน ที่ดิน จะมีเกลืออยู่ตลอดเวลา เมื่อระยะเวลาผ่านไป ไช้มีการ ดูดซับเกลือจากดินเข้าไปในไข่ตลอดเวลา แต่ของผมเมื่อครบ กำหนดทอดเป็นไข่ดาวคือ 7 วัน ผมจะนำมาล้าง เมื่อล้างแล้ว เกลือจะไม่มีติดที่ตัวไข่แล้ว ตรงนี้จะไม่มีการซึมซับความเค็ม เข้าไปแล้ว ความเค็มจะอยู่คงที่ แต่ต้องแช่ตู้เย็นไว้ เทคนิคนี้ คนอื่นก็ทำได้ แต่ว่าเขาลืมไป เพราะมันง่าย จนลืมกันไป”

เชื่อหรือไม่ว่า หจก.กรีนฟิช ผู้ผลิตปลาเค็มอบโอโซน และไข่เค็มน้ำโอโซน เป็นธุรกิจที่ไม่มีคู่แข่ง ขนาดล แก้วช่วงศรี ยืนยันว่ายังไม่เคยเห็นใครทำสินค้าลักษณะแบบเดียวกับเขา ออกมาขาย เพราะฉะนั้นเมื่อถามถึงคู่แข่งทางการตลาดเขาจึง ตอบอย่างไม่ลังเลว่า เขาไม่มีคู่แข่งทางธุรกิจ ปัจจุบันเขาต้อง ใช้ปลาจำนวน 3 ตันต่อเดือนป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต โดยมีตลาดใหญ่ที่ส่งให้ประจำคือ โฮมเฟรชมาร์ท ของ ห้างเดอะมอลล์ทุกสาขา เร็วๆนี้ปลาทุเค็มอบโอโซนของ หจก.กรีนฟิช กำลังจะตบเท้าเข้าห้างใหญ่ๆอีกหลายแห่ง เมื่อการเจรจาสำเร็จ

เก็บเรื่องราวของ “ปลาเค็มอบโอโซน และไข่เค็มน้ำ โอโซน” มาเล่าขานเพื่อชี้ให้เห็นถึงช่องทางและโอกาสของ ธุรกิจที่อยู่ใกล้ตัวเราเอง สินค้าเกษตรของไทยจำนวนมาก ยังรอโอกาสให้นำนวัตกรรมมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าเศรษฐกิจ ซึ่งมีอยู่มากมายเคลื่อนแผ่นดิน



• หจก. อัด กรีนฟิช

7/315 หมู่ 13 ซอยอติเบศ 9/3 ถนนรัตนธิเบศร์
ต.บางรักพัฒนา อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110
โทร. 0 2921 0497, 08 9769 3823

Garrett Popcorn Shops กาเร็ท ป๊อปคอร์น นวัตกรรมร้านข้าวโพดคั่ว

อร่อยไม่ธรรมดา ฮิตสุดขีด คนยืนต่อแถวรอด้วยความเต็มใจเสมือนได้ฟรี
ได้รับการกล่าวขวัญกันว่าเป็นข้าวโพดคั่วอร่อยที่สุดในโลก



กาเร็ท ป๊อปคอร์น (Garrett Popcorn Shops) ร้านผลิตและจำหน่ายข้าวโพดคั่วชื่อดังแห่งเมืองชิคาโก ประเทศสหรัฐอเมริกาที่ขึ้นชื่อว่าเป็นข้าวโพดคั่วที่อร่อยที่สุดในโลก ร้านก่อกำเนิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2492 จนถึงปัจจุบันมีอายุเก่าแก่ถึง 64 ปี โดยครองใจผู้บริโภคมาอย่างยาวนานต่อเนื่อง และได้ขยายฐานลูกค้าไปยังพื้นที่อื่นๆ เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ เห็นได้จากสาขาที่ให้บริการนอกเหนือจากเมืองชิคาโก นิวยอร์ก และลาสเวกัส ในประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว ยังขยายไปยังภูมิภาคยุโรปที่สหราชอาณาจักร ภูมิภาคตะวันออกในเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และประเทศคูเวต ส่วนภูมิภาคเอเชียได้ขยายไปยังประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย และญี่ปุ่น สำหรับประเทศไทยนั้นแม้จะยังไม่มีสาขามาเปิดให้บริการ

แต่ก็พบว่าเป็นที่นิยมอย่างมากในผู้บริโภคคนไทย เห็นได้จากเกิดธุรกิจพรีออเดอร์ (Pre-Order) ที่รับหิ้วป๊อปคอร์นจากสาขาที่สิงคโปร์และฮ่องกงมาขายทำกำไร โดยเปิดให้ส่งจองซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ความโดดเด่นของร้านกาเร็ท ป๊อปคอร์น ที่ครองใจผู้บริโภคมาจากนวัตกรรมในหลายด้าน โดยที่น่าสนใจที่ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาเพื่อต่อยอด ได้แก่

ส่วนผสม ทั้งหมดมาจากธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นเมล็ดข้าวโพด และน้ำตาล และมาจากแหล่งที่มีคุณภาพ เช่น น้ำตาลธรรมชาติจากฮาวาย

เครื่องจักร ใช้เครื่องคั่วข้าวโพดที่มีนวัตกรรมและมีคุณภาพ โดยบริษัทฯ ได้ร่วมกับผู้ผลิตเครื่องจักรในการออกแบบและร่วมกันคิดค้นเครื่องดังกล่าวขึ้น เพื่อให้ได้

ผลิตภัณฑ์ที่คงคุณภาพสม่ำเสมอ และปริมาณตามที่
ต้องการ

กระบวนการผลิต เป็นระบบมาตรฐานควบคุม
คุณภาพ โดยหากสินค้าไม่ได้มาตรฐานจะไม่นำออกมา
ขายโดยเด็ดขาด ที่สำคัญได้แก่ การเคลือบรสชาติ เช่น
คาราเมล จะเคลือบทั่วทั้งเมล็ดข้าวโพดคั่ว และด้วย
ความสม่ำเสมอทั่วทั้งชิ้น ไม่มีแห้งหรือหนาไปบางจุด

รสชาติ เข้มข้น ได้มาตรฐานเหมือนเดิมไม่
เปลี่ยนแปลงนับตั้งแต่วันที่เริ่มผลิตเมื่อ 60 กว่าปีที่แล้ว
และมีให้เลือกหลากหลาย โดยรสยอดนิยมได้แก่ รส
หวานที่เรียกว่ารสคาราเมล (Caramel Crisp) กับรสเค็มที่
เรียกว่ารสชีส (Cheese Corn) ส่วนรสอื่นๆ ได้แก่ รสเนย
(Buttery) รสธรรมดา (Plain) และรสที่คิดค้นขึ้นมาเป็น
พิเศษโดยเอารสคาราเมลมาผสมกับถั่ว มีให้เลือก 3 ชนิด
ได้แก่ 1) รสคาราเมลคลุกกับถั่วอัลมอนด์ (Almond
Caramel Crisp) 2) รสคาราเมลคลุกกับถั่วมะม่วง
หิมพานต์ (Cashew Caramel Crisp) และ 3) รสคาราเมล
คลุกกับถั่วแมคคาเดเมีย (Macadamia Caramel Crisp)

กลิ่น หอม

ผิวสัมผัส “กรอบ” ดังสโลแกนของกาเร็ท
ป๊อปคอร์น ที่ว่า “พิธีเปิดยิ่งใหญ่ทุกครั้งที่เปิดฝา (Every
time you pop the lid, it's a grand opening)” เพราะ
มีการคั่วสดใหม่ทุกวัน

บรรจุภัณฑ์ มีให้เลือกหลากหลายทั้งแบบถุง (Bag)
และกระป๋อง (Tin) รวมถึงมีลวดลายและขนาด ให้เลือก
หลายแบบตามต้องการ เช่น บรรจุภัณฑ์ถุงมีขนาดให้
เลือกตั้งแต่เล็ก กลาง ใหญ่ และใหญ่พิเศษ ส่วนกระป๋อง
มีขนาด 1 และ 2 แกลลอน ตลอดจนบนบรรจุภัณฑ์มี
การระบุคำแนะนำในการรับประทานให้อร่อย ว่าเมื่อซื้อ
แล้วให้รับประทานโดยทันที อย่างไรนั้นแม้จะข้ามวันข้าม
คืนบางกัก็ตาม แต่รสชาติก็ยังคงอร่อยอยู่

ช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถหาซื้อได้ที่
ร้านกาเร็ท ป๊อปคอร์น และสั่งซื้อผ่านเว็บไซต์ของร้านที่
ชื่อว่า <http://www.garrettpopcorn.com> ซึ่งเว็บไซต์ได้รับ
รางวัลคำปลึกออนไลน์ที่ดีที่สุด (Best Retail Website)
ในปี 2555 จาก Americaneagle.com วิธีดึงดูดการสั่งซื้อ
ผ่านระบบออนไลน์ เป็นการใช้สโลแกนที่ว่า “คุณเป็นคน
แรกของแถว โปรดสั่งซื้อได้ที่นี้ (บนเว็บไซต์)” เนื่องจาก
การซื้อที่ร้านโดยตรง จะต้องต่อแถวยาวมาก รวมถึงหาก
สั่งซื้อผ่านเว็บไซต์แล้ว สามารถเลือกลวดลายบรรจุภัณฑ์
ตามที่ต้องการได้อีกด้วย

บริการที่หลากหลาย โดยสร้างสรรค์บริการเป็น
ของว่างชั้นยอดเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งกลุ่ม
ลูกค้าโดยทั่วไป และกลุ่มลูกค้าเฉพาะ อาทิ งานแต่งงาน



โรงแรม และองค์กรธุรกิจ ที่ต้องการรสชาติ ปริมาณขนาด และ
บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละโอกาส รวมถึงในหนึ่งถุง
สามารถสั่งรวมรสได้

ราคาขาย ที่แตกต่างกันตามแต่ละรส โดยแสดงตัวอย่าง
ราคาขาย ณ หน้าร้านในสาขาสิงคโปร์ ได้ดังนี้

หน่วย : ดอลลาร์สิงคโปร์

รสชาติ	ราคา S\$ /ถุง (Bag)			ราคา S\$/กระป๋อง (Tin)		
	Small	Medium	Large	Jumbo	1 Gallon	2 Gallons
The Chicago Mix (รวมคาราเมล/ชีส)	8	11	13	23	39	69
Butterfly / Plain	4	7	10	17	31	59
CaramelCrisp	8	11	13	23	39	69
CheeseCorn	8	11	13	23	39	69
CaramelCrisp with Almond/Cashew Macadamia	9	15	23	36	54	99

หมายเหตุ : 1 ดอลลาร์สิงคโปร์ ~ 24.3 บาท (วันที่ 3 มิถุนายน 2556)



ธุรกิจนวัตกรรม “กาเร็ท ป๊อปคอร์น (Garrett Popcorn Shops)” เป็นตัวอย่างที่ดีในการประกอบธุรกิจบนพื้นฐานการใช้นวัตกรรมในหลากหลายรูปแบบ ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการออกแบบในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การตั้งราคาขาย และอื่นๆ ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวคิดต่อยอดสร้างสรรค์ธุรกิจ และเพื่อช่วงชิงโอกาสทางธุรกิจก่อนที่กาเร็ท ป๊อปคอร์น จะเข้ามาตั้งสาขาในประเทศไทย ซึ่งหากเข้ามาเปิดสาขาในประเทศไทย รับรองว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภคคนไทยแน่นอน



ผลิตภัณฑ์สำหรับงานปาร์ตี้ (1 กล่องมี 24 ซองหรือ 48 ซอง) **ผลิตภัณฑ์สำหรับงานแต่งงาน/งานรับปริญญา**
ผู้บริโภคคนไทยที่ต้องการรับประทานและสั่งซื้อผ่านธุรกิจพรีออเดอร์ (Pre-Order) ราคาขายจะแพงกว่า 1-3 เท่าตัว เช่น รสคาราเมล ซื้อมาที่สิงคโปร์ 97 บาท แต่หากซื้อผ่านพรีออเดอร์ราคาจะอยู่ที่ 300 บาท

การส่งเสริมการขาย ส่วนมากมาจากคำบอกเล่าของลูกค้าที่เรียกว่า ปากต่อปาก (Word of Mouth) อันเนื่องมาจากจุดเริ่มต้นที่ดีของผลิตภัณฑ์ที่มีความอร่อยและคงคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เมื่อลูกค้ารับประทานแล้วชอบ จึงบอกต่อสิ่งดีๆ ไปสู่คนรอบข้างและขยายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ

• แหล่งข้อมูล

<http://www.garrettopcorn.com>
http://www.americaneagle.com/garrett_popcorn_iac_award_2012/
<http://roojingsingapore.com>



หน่วยงานสนับสนุนนวัตกรรม

ในการเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประเทศไทยจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการแข่งขันที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในภูมิภาค จึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องทำการปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้มีความแตกต่างในเชิงสร้างสรรค์ทางนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการขยายตลาด ในการสร้างนวัตกรรมสามารถดำเนินงานได้ในหลายส่วนของธุรกิจไม่ว่าจะเป็น นวัตกรรมด้านกระบวนการ นวัตกรรมด้านการออกแบบหรือนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการสร้างมูลค่า (Value Creation) ให้แก่ผลิตภัณฑ์และเพื่อให้เกิดจุดเด่นหรือความแตกต่าง อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐ ภาคเอกชนหรือองค์กรต่าง ๆ ต้องสร้างความร่วมมือกันในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมโดย มีการต่อยอดองค์ความรู้และมีการกระตุ้นให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อน ทางเศรษฐกิจของประเทศ หน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนผลักดันทางด้านนวัตกรรมของประเทศมีหลายองค์กร ดังนี้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)

(<http://www.dip.go.th>)

(ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400)

โทร. 0 2202 4414 - 18)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมให้เกิดอุตสาหกรรมที่จำเป็นของประเทศ โดยมียุทธศาสตร์การดำเนินงานที่สำคัญคือ 1) การสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ 2) การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโตและยั่งยืน 3) การสนับสนุนปัจจัยเอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม และ 4) การพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร

โครงการและการส่งเสริมที่สำคัญทางด้านนวัตกรรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมดังเช่น

- โครงการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มผลิตภาพอย่างมีนวัตกรรม (Entrepreneurs Development for Innovative Productivity Programme : EDIPP) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการวางแผนเพิ่มประสิทธิภาพและบริหารจัดการเทคโนโลยีอย่างถูกต้องเป็นระบบ โดยสามารถนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการผลิตให้มีผลิตภาพเพิ่มมากขึ้นและสามารถสร้างสมรรถนะในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

- กิจกรรมเผยแพร่นวัตกรรมสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

กิจกรรมนี้จะทำการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีการสร้างผลงานทางด้านนวัตกรรมจากหลายสาขามาจัดแสดงในงาน

อาทิเช่น สาขาอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ อุตสาหกรรมสิ่งทอและอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เป็นต้น ผลงานของผู้ประกอบการจากการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ มาจัดแสดงในงาน อาทิเช่น ท่อไอเสียประหยัดน้ำมัน หมอนกันไรฝุ่น 100% และ เสื้อกาวน์ปลอดแบคทีเรีย เป็นต้น

นอกจากนี้แล้วกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยังจัดการประกวดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ การประกวดออกแบบนวัตกรรมชุมชน เป็นต้น

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ

(<http://www.most.go.th>)

(75/47 กระทรวงวิทยาศาสตร์และ ถนนพระราม 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทร. 0 2 333 3700 Call center 1313)

เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ให้บริการทางด้านข้อมูลข่าวสารและเป็นแหล่งความรู้ทางนวัตกรรม โดยมีศูนย์วิจัยและหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลในการพัฒนาทางเทคโนโลยี อาทิเช่น

- ห้องปฏิบัติการวิจัยเครื่องกำเนิดแสงซินโครตรอน
- สำนักงานปรมาณูเพื่อสันติ ให้บริการงานวิจัยหรือการพัฒนานวัตกรรมใหม่โดยใช้เทคโนโลยีนิวเคลียร์ทางการแพทย์ การเกษตรและการศึกษา
- การวิจัยและพัฒนาโดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น



สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(องค์การมหาชน) (<http://www.nia.or.th>)

73/1 อาคารวิจัยโยธี ชั้น3 ถนนพระรามที่ 6
แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทร: 0 2644 6000 โทรสาร : 0 2644 8443 - 4

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีภารกิจหลัก คือ “การยกระดับความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเฉพาะในสาขาอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศเพื่อพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์” ในการส่งเสริมนวัตกรรม จะมีเป้าหมายในการเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) เป็นห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ทางสำนักงานให้การสนับสนุนธุรกิจนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

กลุ่มธุรกิจชีวภาพ (Bio-Business)

- ด้านอาหารฟังก์ชัน (Functional Food Platform)
- ด้านความปลอดภัยในอาหาร (Food Safety Total Solutions Platform)
- ด้านผลิตภัณฑ์ชีวภาพ (Bioproducts Platform)

• กลุ่มอุตสาหกรรมเชิงเศรษฐกิจ (Eco-Industry)

- ด้านอุตสาหกรรมสะอาด (Clean Industry Platform)
- ด้านผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Products Platform)

• กลุ่มการออกแบบและแก้ไขปัญหา (Design & Solutions)

- ด้านการแก้ไขปัญหาทางการเกษตร (Agri-Solutions Platform)
- ด้านโลจิสติกส์และการขนส่ง (Logistics Platform)
- ด้านอุตสาหกรรมชีวการแพทย์ (Biomedical Industry Platform)
- ด้านนวัตกรรมการออกแบบ (Design Innovation Platform)

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยได้มีการจัดประกวด “10 สุดยอดธุรกิจนวัตกรรม” ขึ้นเป็นประจำทุกปี ดังเช่นผลงานของผู้ชนะเลิศรางวัลประจำปี 2555 จากบริษัท เชียงใหม่ ไบโอเวกกี จำกัด ผลิตภัณฑ์คือ ไบโอเวกกี วิตามินรวมจากผักเมืองหนาว



ไบโอเวกกี
วิตามินรวมจากผักเมืองหนาว
(ที่มา: บริษัทเชียงใหม่ ไบโอเวกกี จำกัด
www.bioveggieproducts.com)

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (<http://www.thaitextile.org>)

(อาคารอำนวยการ ซอยตรีมิตร ถนนพระรามที่ 4
แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0 2713 5492 - 9)

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นหน่วยงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศทั้งระบบโดยความเห็นชอบของกระทรวงอุตสาหกรรม ทางสถาบันได้ส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาในการการสร้างสรรค์นวัตกรรมบนพื้นผ้าโดยเฉพาะเรื่องเทคนิคทางด้านการผลิตสิ่งทอและการสร้างผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาชาวบ้านในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศโดยเน้นการอนุรักษ์นิยมทางสิ่งแวดล้อม สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอได้สนับสนุนในการออกแบบผ้าให้มีการพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว (Eco-Innovative textiles) ในลักษณะต่างๆ

• การนำวัสดุที่ใช้แล้วมาใช้ใหม่ (Recycling and use of waste as raw materials) เช่น การนำพรมที่ใช้แล้วมาย่อยและพัฒนาเป็นแผ่นรองพื้น (underlay) ที่สามารถเก็บเสียงได้หรือการนำเส้นใยในลอนจากพรมที่ใช้แล้วมาใช้เป็นวัสดุเสริมแรงในคอนกรีตเพื่อลดปัญหาการเกิดขยะ เป็นต้น

• การออกแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-design) หรือการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Economic & Ecological Design) จะพิจารณาวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม จะให้ความสำคัญในการเลือกใช้เส้นใยธรรมชาติ เช่น ฝ้าย ลินินหรือป่าน เป็นต้น รวมไปถึงกระบวนการฟอกย้อมที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ เช่น เส้นใยพอลิแลคติกแอซิด (Polylactic acid หรือ PLA) ซึ่งเป็นเส้นใยประดิษฐ์ที่ใช้วัตถุดิบจากข้าวโพดที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ เป็นต้น

ศูนย์นวัตกรรมไหม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Silk innovation center) (<http://www.sic.msu.ac.th/>)

ตำบลขามเฒ่า อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม
44150 โทรศัพท์/โทรสาร 043 754 416

เป็นศูนย์วิจัยและพัฒนาในการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมซึ่งเป็นอาชีพหลักและเสริมของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจะใช้วิธีการจากประเทศญี่ปุ่นและนำมาปรับให้เข้ากับสภาพการเลี้ยงของประเทศไทย ผลิตภัณฑ์จากไหมที่ถือว่าเป็นนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์และทำชื่อเสียงให้กับทางศูนย์คือผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์จากไหมที่ได้รับการรับรองจาก อย. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมของทางศูนย์ อาทิเช่น ครีมโปรตีนไหมผสมอะโวคาโด สบู่ก้อนและสบู่เหลวโปรตีนไหม เจลล้างหน้าโปรตีนไหม-ใบหม่อน



สบู่เหลวโปรตีนใหม่

(ที่มา: ศูนย์นวัตกรรมใหม่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม)

ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (<http://www.mtec.or.th>)

(114 อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ถ.พหลโยธิน
ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
โทรศัพท์ 0 2564 6500 โทรสาร 0 2564 6501 - 5)

เป็นหน่วยงานที่ให้บริการทางวิชาการ การวิจัยและการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมในหลายสาขา อาทิเช่น

- ทางด้านยานยนต์
- คอมพิวเตอร์ช่วยในการออกแบบ
- ทางด้านลักษณะเฉพาะของวัสดุ การทดสอบคุณสมบัติของวัสดุทั้งทางกล ไฟฟ้า ความร้อนและอื่นๆ
- ทางด้านเทคโนโลยีพลาสติก ยางและสิ่งทอ
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประเมินวัฏจักรชีวิต การจัดการสิ่งแวดล้อม
- ทางด้านพลังงานชีวภาพและการพัฒนาอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น

ผลงานทางด้านนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลจากงานจัดแสดงนิทรรศการและการประกวดผลงานระดับนานาชาติ “41st International Exhibition of Inventions of Geneva” เช่น การพัฒนาระบบสารรักษาสภาพน้ำยางไร้อาหารโมเนียสำหรับผลิตภัณฑ์จุกนมยางและอุปกรณ์ช่วยฟันยางชนิดทำได้ด้วยตนเอง เป็นต้น

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (<http://www.nectec.or.th>)

(112 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ 02-564-6900)

เป็นหน่วยงานที่ให้บริการทางวิชาการ การวิจัยและการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมในหลายสาขาที่เกี่ยวข้องกับระบบอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ อาทิเช่น

- ทางด้านสารสนเทศ เทคโนโลยีภาพและเสียง การประมวลผลสัญญาณชีวการแพทย์
- ทางด้านนวัตกรรมไร้สาย การอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม
- ระบบอัตโนมัติและอิเล็กทรอนิกส์ขั้นสูง
- ทางด้านพลังงานแสงอาทิตย์ เป็นต้น

- การวิจัยต้นแบบและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ผลงานทางนวัตกรรมของศูนย์ฯ เช่น เครื่องช่วยฟัง Digital ที่สามารถตัดเสียงรบกวนและสามารถขยายเสียงได้ถึง 125 เดซิเบล

ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอาหารและบริการที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (<http://www.ku.ac.th>)

เลขที่ 50 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ
10900 โทรศัพท์ 0 2579 0113, 0 2942 8500 11

เป็นหน่วยงานให้บริการทางนวัตกรรมอาหารและเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้แก่อุตสาหกรรมอาหารโดยให้บริการปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีการผลิตอาหารแก่ผู้ประกอบการ รวมไปถึงให้บริการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหาร บริการสารสนเทศทางอาหาร บริการทดสอบตลาดและทดสอบทางประสาทสัมผัสสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการอบรมบุคลากรด้านอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มวิจัยเฉพาะทางของทางศูนย์ประกอบด้วย

- Food Safety
- Probiotics and Prebiotics
- Rice and Starches
- Freshness Preservation of Food Products
- Fishery Products
- Food and Biomaterial Innovation Flavor Chemistry and Applications
- Health and Functional Foods
- Process Modeling and Simulation
- Sensory Evaluation and Consumer Research
- School of Wine . Beer and Distilled Beverages
- Packaging for Food and Agricultural Products
- Product Innovation and Technology management



• ที่มาของข้อมูล

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ
ศูนย์นวัตกรรมใหม่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Book Coner

เรื่อง : แวนชยาย



ชื่อหนังสือ : นวัตกรรมอุตสาหกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปี 2552

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : IA กสอ64 น52

รายละเอียดเป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรม การประยุกต์ใช้งานวิจัยนวัตกรรมอุตสาหกรรมสู่เชิงพาณิชย์ นวัตกรรมอุตสาหกรรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ชื่อหนังสือ : นวัตกรรมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ปี 2553

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : IA กสอ64 น53

เนื้อหาเกี่ยวกับ การส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ การถ่ายทอดแนวคิดนวัตกรรม การประยุกต์ใช้งานวิจัยและการใช้ภูมิปัญญาในภูมิภาคอย่างได้ผลแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และเครื่องจักรอุปกรณ์ ในหลายสาขาอุตสาหกรรม

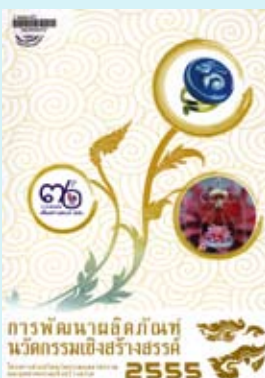


ชื่อหนังสือ : นวัตกรรมในอุตสาหกรรมอาหาร

ผู้เขียน : กองทุนพัฒนานวัตกรรม

รหัส : IB 13 ก1

เนื้อหาเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมมาใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอาหารและการแปรรูปในการนำไปพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีต่อไป



ชื่อหนังสือ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ : 2555

ผู้เขียน : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

รหัส : T กสอ64 ก55

เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมเน้นความแปลกใหม่ในการคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการใช้เทคโนโลยีช่วยปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นการเผยแพร่ผลงานนวัตกรรมและการประกวดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดให้แก่ธุรกิจของตัวเองต่อไป



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสารสนเทศ 2556

โปรดกรอกข้อมูลทั้งหมดเพื่อประโยชน์ในการจัดส่งข้อมูลที่ท่านต้องการ

วันที่สมัคร.....เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน

ชื่อ / นามสกุล.....

บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

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

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

ตำแหน่ง..... อีเมล.....

แบบสอบถาม

1. ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....

2. ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....

3. ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....

4. ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....

5. ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารสนเทศอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

6. การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด

☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง

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

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

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

☐ Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) ☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล)

☐ SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) ☐ Report (รายงาน / ข้อมูล) ☐ Innovation (นวัตกรรมใหม่)

☐ Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) ☐ Book Corner (แนะนำหนังสือ) ☐ อื่นๆ ระบุ.....

9. ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารสนเทศมากน้อยแค่ไหน

☐ ได้ประโยชน์มาก ☐ ได้ประโยชน์พอสมควร ☐ ได้ประโยชน์น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์

10. เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ

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

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างมิติใหม่

ให้บริการซอฟต์แวร์ผ่านเน็ตสำหรับเอสเอ็มอี
สะดวก รวดเร็ว ประหยัด ประสิทธิภาพสูง

โครงการอีซีไอที



โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
(Enhancing SMEs Competitiveness Through IT)

▶ เปิดให้บริการนำไอทีมาใช้ในการเสริมประสิทธิภาพในภาคธุรกิจ
ช่วยให้ทำงานได้ง่ายขึ้น ขั้นตอนน้อย และใช้งบประมาณน้อย
ด้วยเทคโนโลยีระบบซอฟต์แวร์ที่ทำงานผ่านเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต ทำงานเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ระบบอื่นๆ ได้
เช่น ระบบการผลิต ระบบการเงินและการบัญชี
ระบบจัดการทรัพยากรบุคคลระบบการขาย
ระบบจัดซื้อ ระบบโลจิสติกส์ ฯลฯ
โดยเชื่อมต่อเพื่อให้งานร่วมกันได้อย่างลงตัว
ผู้ประกอบการมีเพียงคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในสำนักงาน
เพียงไม่กี่เครื่อง ไม่ต้องลงทุนระบบ ไม่ต้องเสียเวลา
ในการติดตั้ง ก็สามารถใช้งานซอฟต์แวร์บริหารงานได้ทั้งระบบ
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจัดทีมงานมืออาชีพ
คอยให้บริการแก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

1. สมัครด้วยตัวเอง
ติดต่อ โทร. 02 354 9078
email: ecitthai@gmail.com

2. ติดต่อผ่านผู้ให้บริการ
ซอฟต์แวร์ในโครงการ

ใบสมัคร

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



พิจารณาคุณสมบัติ
ให้ข้อมูลบริษัทซอฟต์แวร์ในโครงการ
เลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์
ในโครงการ

พิจารณาคุณสมบัติ



สนใจเข้าร่วมโครงการสอบถามเพิ่มเติมได้ที่
ส่วนบริการสารสนเทศ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

โทร. 0 2202 4545 -20 โทรสาร 0 2202 4491

www.dip.go.th www.ecitthai.net email: ecit@dip.go.th

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

วารสารอุตสาหกรรมสารออนไลน์

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



10 ประเทศ AEC
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



10 ปีแห่งความสำเร็จ
โครงการ NEC สร้างผู้ประกอบการใหม่



เตรียมพร้อม SMEs สู่ AEC
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



เบื้องหลังความสำเร็จของ SMEs



เพิ่มมูลค่า อุตสาหกรรมไทย



เพิ่มมูลค่า อุตสาหกรรมไทย



นวัตกรรม & ความคิดสร้างสรรค์



โอกาสที่ท้าทายของ SMEs



ยกเครื่องสินค้าชุมชนไทย ให้โดนใจตลาดโลก



ขนมพลิกบทบาทเป็นสินค้าเศรษฐกิจ



กระแสดนตรีเริ่มต้นตัว



ตลาดบรรจุภัณฑ์



ศูนย์กลางการแพทย์แห่งเอเชีย



อาหารพร้อมทาน



เกษตรแปรรูป



ธุรกิจ ชา-กาแฟ



อาหารแช่แข็ง



โอกาสและธุรกิจ ขนมไทย



ผู้ประกอบการสตรี



บริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

สมัครเป็นสมาชิกได้ที่ :

วารสารอุตสาหกรรม กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข 02 354 3299 หรือ สมัครผ่าน email : e-journal@hotmail.com