



อุตสาหกรรมสาร

ISSN 0125-8516

1

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 61 ฉบับเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2562

Innovation

นวัตกรรม เปลี่ยนโลกธุรกิจ



สังคมยุคใหม่ 5.0
สู่อนาคตของไทย

เครื่องสำอางเฉพาะคุณ Only U
ป้อนตลาดระดับพรีเมียม

มวยไทยไอล้ำ
ยกระดับมวยไทยสู่โลกดิจิทัล

ไซร์ปลั้วหอม
นวัตกรรมจากพืชตระกูล

ล้มตำยุคใหม่
แค้ฉีกของเติมน้ำเปล่า

ISSN 0125851-6



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ปริมณหน่วยงานบริการ SMEs ยุค 4.0

📍 กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม

โทร. 0 2202 4560

- กลุ่มพัฒนาการจัดการธุรกิจ
- กลุ่มพัฒนาบริการธุรกิจอุตสาหกรรม
- กลุ่มผู้ประกอบการ
- กลุ่มพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา

📍 กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม

โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8167

- กลุ่มเชื่อมโยงธุรกิจดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจด้วยดิจิทัล

📍 กองพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8134

- กลุ่มส่งเสริมมาตรฐานเทคโนโลยีการผลิตและผลิตภัณฑ์
- กลุ่มส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาระบบการผลิตอัตโนมัติ

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน

โทร. 0 2367 8335

- กลุ่มส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาการผลิตอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชุมชน

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โทร. 0 2367 8022

- กลุ่มเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มส่งเสริมการออกแบบอุตสาหกรรม
- ศูนย์อุตสาหกรรมอัญมณี จังหวัดพะเยา

📍 กลุ่มตรวจสอบภายใน

โทร. 0 2202 4407

📍 สำนักงานเลขานุการกรม

โทร. 0 2202 4559, 0 2202 4560

📍 กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

โทร. 0 2202 4501

- กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- กลุ่มแผนปฏิบัติงานและงบประมาณ
- กลุ่มติดตามและประเมินผล
- กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ
- กลุ่มศึกษาและพัฒนาาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม

📍 กองโลจิสติกส์

โทร. 0 2202 4540

- กลุ่มนโยบายและประสานเครือข่าย
- กลุ่มพัฒนาระบบโลจิสติกส์
- กลุ่มมาตรฐานและนวัตกรรมโลจิสติกส์
- กลุ่มส่งเสริมโลจิสติกส์องค์กร

📍 กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่

โทร. 0 2202 4489, 0 2202 4499

- กลุ่มสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจ
- กลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่
- กลุ่มสร้างสังคมผู้ประกอบการ

📍 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

โทร. 0 2202 4520

- กลุ่มบริการธุรกิจสารสนเทศ
- กลุ่มพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กลุ่มระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

📍 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11

05 Information :

นวัตกรรมเปลี่ยนโลกธุรกิจ

08 Report :

ความท้าทายของผู้นำสู่ **Society 5.0**
เทคโนโลยีดิจิทัลสู่อนาคตของประเทศไทย

12 Innovation :

Only U ผลิตภัณฑ์สำอางเฉพาะคุณเท่านั้น
ป้อนตลาดความงามระดับพรีเมียม

15 Design :

มวยไทยเอกฉัตร ยกระดับหลักสูตรมวยไทยสู่โลกดิจิทัล

18 Local SMEs :

บริษัท บานาน่า กู๊ด จำกัด หิบบงานวิจัยมาลงขวด
ภายใต้ชื่อ “หอมทองไซรัป”

20 Development :

หมั่นโถวพรีเมียมไอศกรีม หมั่นโถวจากยุคขงเบ้ง
สู่หมั่นโถว 4.0 ไทยแลนด์

22 Smart SMEs :

น้ำมัลเบอร์รี่สกัด 100%
จาก สวนหม่อนศิริ มัลเบอร์รี่ จ.เชียงใหม่

23 Application :

ทริบดิโอ : Tripdio แอปพลิเคชันท่องเที่ยวฝีมือคนไทย

25 Marketing :

นวัตกรรมส้มดำ ใส่แค่น้ำเปล่า

27 SMEs Focus :

นมแมคคาเดเมีย เพิ่มมูลค่าจากไร่
มาเป็นเครื่องดื่ม **Much** ด้วยฝีมือนักบริหารรุ่นใหม่

30 Legal :

การอุทธรณ์คำสั่งทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

34 Showcase :

รองเท้ากันลื่นเพื่อสุขภาพ ดังไกลถึงอาหรับ

36 Value Added :

ถุงมือยาง - ยางพารา เพิ่มมูลค่า 6 เท่า

38 Technology :

ระบบจดจำใบหน้า เทคโนโลยีเพื่อความปลอดภัยทางธุรกิจ

40 Good Governance :

เมื่อเจอปัญหาชีวิตหนักๆ จะต้องทำอย่างไร

41 Book Corner

42 สัมภาษณ์

Contents

วารสารอุตสาหกรรมสาร
ฉบับเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2562

12

Innovation :

Only U ผลิตภัณฑ์สำอางเฉพาะคุณเท่านั้น
ป้อนตลาดความงามระดับพรีเมียม



18

LOCAL SMES :

บริษัท บานาน่า กู๊ด จำกัด
หิบบงานวิจัยมาลงขวด
ภายใต้ชื่อ “หอมทองไซรัป”



20

Development :

หมั่นโถวพรีเมียมไอศกรีม
หมั่นโถวจากยุคขงเบ้ง
สู่หมั่นโถว 4.0 ไทยแลนด์



27

SMEs Focus :

นมแมคคาเดเมีย เพิ่มมูลค่าจากไร่
มาเป็นเครื่องดื่ม **Much**
ด้วยฝีมือนักบริหารรุ่นใหม่

34

Showcase :

รองเท้ากันลื่นเพื่อสุขภาพ
ดังไกลถึงอาหรับ



นวัตกรรม เปลี่ยนชีวิต

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึงความคิด การปฏิบัติ หรือ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลง มาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำ นวัตกรรมมาใช้ จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม

ลักษณะของนวัตกรรม 1) นวัตกรรมใหม่อย่างสิ้นเชิง หมายถึง ขบวนการเสนอสิ่งใหม่ที่ใหม่อย่างแท้จริง สู้สังคม โดยการเปลี่ยนแปลง ค่านิยม, ความเชื่อเดิม ตลอดจนระบบคุณค่าของสังคม อย่างสิ้นเชิง ตัวอย่างเช่น Internet จัดว่าเป็นนวัตกรรมหนึ่งในยุคของโลกข้อมูล ข่าวสาร ฯลฯ 2) นวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป เป็นขบวนการ การค้นพบหรือคิดค้นสิ่งใหม่โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่ ความรู้ใหม่ เทคนิคใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งมีลักษณะต่อเนื่องไม่สิ้นสุด ตัวอย่างเช่น ขบวนการโลกาภิวัตน์ ทำให้โลกไร้พรมแดน สังคมมีความหลากหลาย ทางด้านวัฒนธรรมอย่างไม่มีสิ้นสุด

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ให้ดีขึ้น หรือผลิตสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น ในตลาด หัวใจสำคัญของการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สู่นวัตกรรมอยู่ที่ ไอเดีย (ความคิดสร้างสรรค์) และเทคโนโลยี ซึ่ง 2 อย่างนี้จะช่วยเร่ง ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวันและเปลี่ยนอนาคตของโลกได้

วารสารอุตสาหกรรมสารได้รวบรวมเรื่องราวของการนำนวัตกรรม มาใช้ในผลิตภัณฑ์ เขาคิด เขาทำ เขาได้ อะไร เชิญทอดสายตาอ่านเรื่องราว ของผู้ประกอบการเหล่านี้ได้ตามอัธยาศัย

ปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี
บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสาร ไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

อุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่องมายาวนาน
นับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 61

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2202 4511

ที่ปรึกษา

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายจารุพันธุ์ จารโยภาส

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเดชา จาตุธนพันธ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภาสกร ชัยรัตน์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพัทธ์ รอดภัย

เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพีรนาท สุขคุ้ม

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี

กองบรรณาธิการ

นางสาวนฤมล ผึ้งเนียม, นายไพฑูรย์ มะเียเมือง,
นางสาวจิรวดี หลวงสุข, นางสาวแพรวภัทร โกวาท,
นางสาววรรณศิริ กางกัน, นางเกสร ภูแดง,
นายธนาธิป กล้าพัก, นางสาวสุรางค์ งามวงศ์,
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,
นางสาวกนกกริช นุกูลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,
นายธวัชชัย มะกล้าทอง, นางสาวสุดา วิชัย

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายไหม

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม
จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าของถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

4. สมัครผ่าน Google Form :





นวัตกรรม

เปลี่ยน *โลกธุรกิจ*

ปัจจุบัน “นวัตกรรม” เป็นยุทธศาสตร์หลักและนโยบายของรัฐบาลในการผลักดันความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ‘ไทยแลนด์ 4.0’ หรือ ‘ประเทศไทย 4.0’ โมเดลใหม่ของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-Based Economy) เป็นบริบททางเศรษฐกิจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงผู้ประกอบการเอสเอ็มอีทั้งภาคผลิตและบริการจำเป็นต้องมีการปรับตัว โดยเฉพาะผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมการผลิตต้องปรับตัวให้เร็วขึ้น เพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมสามารถเติบโตท่ามกลางการแข่งขันในเวทีการค้า ซึ่งผู้ประกอบการ SME มุ่งสู่การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ สามารถสร้างหรือใช้เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าหรือบริการของตนได้เพื่อสร้างโอกาสใหม่ โดยยึดหลักโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ไปสู่การสร้างมูลค่า (High Value) หรือการสร้างผลิตภาพ (Productivity)

การขับเคลื่อนโครงสร้างเศรษฐกิจแบบใหม่ เติบโตด้วยวิทยาการความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการวิจัยและพัฒนา โดยเน้น 5 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย คือ

- กลุ่มที่ 1 กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech)
- กลุ่มที่ 2 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med)
- กลุ่มที่ 3 กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกล ที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart Devices, Robotics & Mechatronics)
- กลุ่มที่ 4 กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, Internet of Things, Artificial Intelligence & Embedded Technology)
- กลุ่มที่ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services)





โดยทั้ง 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมายนี้ เป็นส่วนหนึ่งของ ‘10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคต’ หรือ S-Curve และ New S-Curve

“ความคิดสร้างสรรค์” จำเป็นมากต่อการพัฒนาสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ภายใต้โมเดล ‘ไทยแลนด์ 4.0’ นั้น จะต้องเริ่มจากสร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การยกระดับนวัตกรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ ชุมชน และเครือข่ายในทุกภาคส่วนของประเทศ ซึ่งดำเนินการควบคู่กันไปกับการเชื่อมโยงภายนอก ในภูมิภาค เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกต่อไป

การบริหารจัดการแบบเข้มข้น สู่การเป็น ‘องค์กรนวัตกรรม’ ในโลกยุคใหม่

ปัจจุบัน...คำว่า “นวัตกรรม” ถูกใช้อย่างแพร่หลาย เพราะนวัตกรรมทำให้เกิดสิ่งใหม่ ที่อาจเป็นผลิตภัณฑ์หรือการทำงานรูปแบบใหม่ไปสู่การทำตลาดใหม่ ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่มองที่ผลผลิตปลายทาง แต่หากทำความเข้าใจในเชิงลึกจะให้ความสำคัญกับความหมายของ “นวัตกรรม” ในด้าน “กระบวนการสร้างนวัตกรรม” ที่สามารถทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์และช่วยสร้างความยั่งยืนให้องค์กรได้มากกว่า ตัวอย่าง ธุรกิจ Startup เกิดขึ้นมาพร้อมกับความรุ่งเรืองทางเทคโนโลยีและข้อมูลสารสนเทศ โดยเฉพาะในช่วงที่สมาร์ตโฟนเริ่มครองโลก หลายคนมองเห็นช่องทางในการสร้างรายได้ด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชันหรือซอฟต์แวร์ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเริ่มธุรกิจ Startup ที่เป็นการทำธุรกิจที่ลงทุนไม่มาก แต่อาศัยการวางแผนธุรกิจที่ดี พร้อมอาวุธสำคัญคือ “ความคิดสร้างสรรค์” เพื่อสร้างผลงานที่ทำให้คนทั่วโลกสามารถใช้ได้ ตัวอย่างอดีตธุรกิจ Startup ที่ปัจจุบันกลายเป็นยักษ์ใหญ่แห่งวงการไอที อย่าง Facebook, Google, Instagram หรือ Grab ที่ล้มสละเพื่อนธุรกิจแท้ที่ขึ้นชื่อเคยฉวยโอกาสได้ด้วยการเชื่อมโยง ‘คนขับรถ’ กับ ‘ผู้โดยสาร’ ผ่านแอปพลิเคชันและการทำโปรโมชั่นราคา บริษัทเหล่านี้ไม่ได้เป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่จับต้องได้ อย่างบ้าน รถ หรือบริษัทสื่อ แต่สามารถคิดโมเดลสร้างรายได้แบบใหม่บนแพลตฟอร์ม (Platform Economy) อาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลความรู้ความเชี่ยวชาญบวกกับความคิดสร้างสรรค์จนเกิดเป็น “นวัตกรรม” ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและก้าวกระโดดนั้นจะครอบคลุมแทบทุกอุตสาหกรรม ตั้งแต่ภาคเกษตรกรรม คมนาคม การศึกษา การแพทย์ ไปจนถึงธนาคารและการเงิน ปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์จะเข้ามาทดแทนงานที่ใช้แรงงานหนักและทำซ้ำๆ เช่น งานธุรการ งานบริการ ไม่เว้นแม้แต่งานบางประเภทที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เช่น การแต่งเพลง เรื่องสั้น บทกลอน หรืออาศัยทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น Robot-Advisor บริการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการลงทุนทางออนไลน์ นำเทคโนโลยี Big Data และระบบอัลกอริทึมเข้ามาช่วยวางแผนการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินประเภทต่างๆ และบริหารความมั่งคั่งของลูกค้า

วันนี้ทุกองค์กรจึงต้องทำความเข้าใจกับนวัตกรรมที่มีความหมายในหลายมิติ จะเป็นแนวคิดหรือสิ่งที่มีอยู่แล้วก็ได้ เพียงแต่จะต้องนำมา ‘พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น’ ดังนั้นการปรับโครงสร้างองค์กรหรือค้นพบกลุ่มลูกค้าใหม่ก็ถือเป็นนวัตกรรมเช่นกัน ในทัศนะของ โจเซฟ ชุมปีเตอร์ นักเศรษฐศาสตร์ และอาจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ด้าน บิล ออเล็ค อาจารย์จากสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ หรือเอ็มไอที ชี้ว่าสิ่งประดิษฐ์ (Invention) จะจัดเป็นนวัตกรรมได้ก็ต่อเมื่อนำเข้าสู่ตลาด (Commercialization) หรือวางจำหน่ายได้จริง





ทั้งนี้ เศรษฐกิจไทยจะไปต่ออย่างไรในระยะยาวนั้นก็ขึ้นอยู่กับ การสร้างนวัตกรรม ซึ่งจะเกิดขึ้นได้โดย

- ภาคเอกชนเน้นการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) การพัฒนาทักษะทรัพยากรบุคคล และระบบโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

- ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยสร้างแรงจูงใจในการลงทุนด้านนวัตกรรมด้วย ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์ เช่น การลดหย่อนภาษี และสร้างความเชื่อมั่นให้บริษัทกล้าลงทุนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรปฏิรูปกฎระเบียบให้สอดคล้องกับการสนับสนุนการลงทุนในนวัตกรรม เช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า กฎระเบียบที่ใช้คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงมาตรการเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณะ

- ตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพจะเปิดโอกาสให้ธุรกิจมีช่องทางการระดมทุนและส่งเสริมการสร้างสรรค นวัตกรรมใหม่ๆ ช่วยให้ผู้ประกอบการเล็กที่มีไอเดียที่ดีได้มีทางเลือกการระดมทุนที่หลากหลาย และอาจมีต้นทุนทางการเงินที่ต่ำลงอีกด้วย

ภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนไปเป็นเท่าทวีคูณ คือข้อพิสูจน์ว่าเราจะอยู่เฉยไม่ได้อีกแล้วช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การเติบโตของ GDP ของประเทศไทยเฉลี่ยอยู่ที่ 3.5% เท่านั้น ภาคอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกที่เป็นฟันเฟืองขับเคลื่อนเศรษฐกิจมาโดยตลอดนั้นกำลังจะ ‘ตกทุน’ ส่วนหนึ่งเพราะแรงงานลดลงจากการเข้าสู่สังคมสูงวัย ประกอบกับนักลงทุนต่างชาติย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่มีต้นทุนการผลิตถูกกว่า หรือไม่ก็เตรียมโยกกลับไปผลิตเอง โดยใช้เทคโนโลยีล้ำสมัยทดแทนแรงงานคน เช่น หุ่นยนต์ ระบบอัตโนมัติ เครื่องพิมพ์สามมิติ เป็นต้น

จากผลสำรวจประเทศไทยมีความสามารถในการผลิต และมีประสิทธิภาพการใช้นวัตกรรมที่ค่อนข้างสูงอยู่ในอันดับ 3 รองจากจีนและมาเลเซีย จากปริมาณการยื่นขอสิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้า และสัดส่วนของจำนวนสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีสูงต่อจำนวนสินค้าส่งออกทั้งหมด แต่ยังลงทุนในเรื่องนวัตกรรมต่ำกว่า เมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และเวียดนาม ดังนั้นจากนี้ไปการค้าที่ประกอบด้วยภาคผลิตและบริการ จำเป็นต้องมุ่งนวัตกรรมการมาขับเคลื่อนให้เกิดสิ่งใหม่ เป็นการค้าใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งส่งผลต่อการสร้างความแข็งแกร่งทางการค้าในโลกธุรกิจ

ท้ายสุดนี้ จากการศึกษาของธนาคารโลก พบว่า “ประเทศที่มีตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพนั้น ยังเพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจสามารถคิดค้นนวัตกรรมได้อีกด้วย” โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กอย่าง SMEs และ Startup เพราะต่างจากบริษัทขนาดใหญ่ที่มีเงินทุนจำนวนมาก มีทางเลือกในการระดมทุนที่ หลากหลายน่ากว่า ขณะที่บริษัทขนาดเล็กแม้จะมีไอเดียดี แต่ก็มีเงินทุนเพื่อใช้ประกอบกิจการอย่างจำกัด ดังนั้นตลาดทุนจึงมีหน้าที่ช่วยให้บริษัทขนาดเล็กเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวกด้วยต้นทุนทางการเงินลดลง เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโต เสริมสร้างความมั่นคงให้เศรษฐกิจของประเทศ วันนี้นวัตกรรมจึงเข้ามาเปลี่ยนโลกธุรกิจอย่างที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้



อ้างอิง : Ariyapruchya Kiatipong. 2018.

Thailand Economic Monitor: Beyond the Innovation Paradox, April 2018, World Bank Group.

: สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์

เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) / World Bank Group / บทความ โดยฝ่ายวิจัย ตลาดหลักทรัพย์ฯ

: <https://thestandard.co/capital-market-innovation-awards-2018>

Report

• เรื่อง :
นุชนาถ จักรนาม



ความท้าทายของญี่ปุ่น สู่ Society 5.0 เทคโนโลยีดิจิทัลสู่อนาคต ของ ประเทศไทย

“Challenge of Japan toward Realizing Society 5.0 Future of Thailand through Digital Technology” ความท้าทายของประเทศไทย ญี่ปุ่น เพื่อมุ่งสู่ Society 5.0 เปิดโลกเทคโนโลยีดิจิทัลสู่อนาคตของประเทศไทย พร้อมพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิ, สมาคมศิษย์เก่าศูนย์วัฒนธรรมเอเชีย และ ศูนย์ฝึกอบรมเทคนิคโพ้นทะเล (ประเทศไทย)

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวถึงการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในครั้งนี้ว่า “เป็นการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานของญี่ปุ่น ที่จะช่วยยกระดับการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เติบโตและเข้มแข็ง ซึ่งปัจจุบันกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐบาลกลางของญี่ปุ่น 5 แห่ง รัฐบาลท้องถิ่น 2 แห่ง และหน่วยงานภาคเอกชน 3 แห่ง ในลักษณะการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) รวมจำนวนกว่า 30 ฉบับ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม การเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการเอสเอ็มอี การแลกเปลี่ยนข้อมูล แนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมถึงการแลกเปลี่ยนบุคลากร

การลงนามในครั้งนี้เป็นโอกาสอันดีของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่จะได้มีความร่วมมือกับองค์กร The Association for Overseas Technical Cooperation and Sustainable Partnerships (AOTS) อย่างเป็นทางการ หลังจากได้มีการประชุมหารือความร่วมมือที่สำคัญงาน AOTS ประเทศญี่ปุ่น ไปเมื่อกลางเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา ซึ่ง AOTS มีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาทรัพยากรบุคคลในภาคอุตสาหกรรม และผมเชื่อมั่นว่าการลงนามครั้งนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นของความร่วมมือ ที่จะสร้างประโยชน์ในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการทั้งสองฝ่ายให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป”

จากนั้นจึงเข้าสู่เนื้อหาการบรรยายพิเศษในหัวข้อ “Challenge of Japan toward Realizing Society 5.0 Future of Thailand through Digital Technology” ความท้าทายของประเทศไทย ญี่ปุ่น เพื่อมุ่งสู่ Society 5.0 เปิดโลกเทคโนโลยีดิจิทัลสู่อนาคตของประเทศไทย โดยได้รับเกียรติจาก Mr.Hideshi TODAKA, General Counselor, Information-Technology Promotion Agency, Japan (IPA)

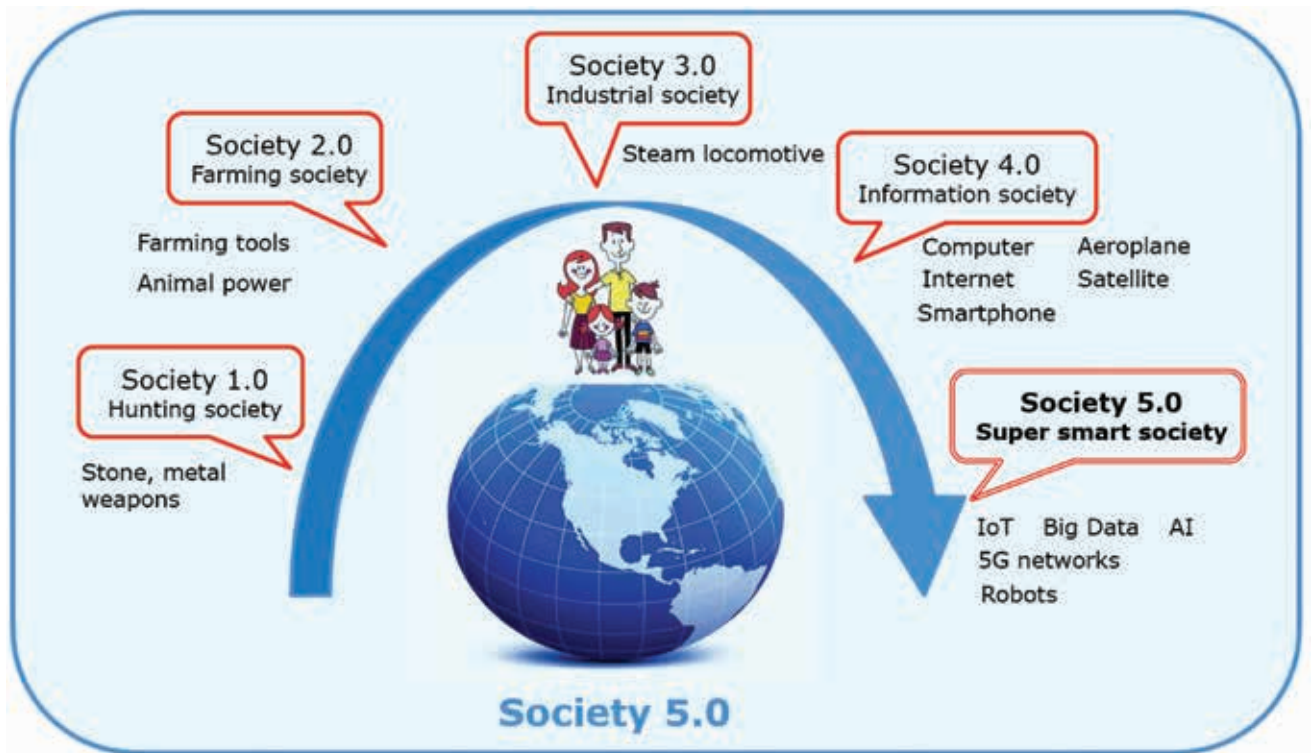


เป็นวิทยากรในการบรรยาย ซึ่ง IPA เป็นองค์การส่วนราชการภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเศรษฐกิจ การค้าและอุตสาหกรรม (METI) ที่ผลักดันยุทธศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศญี่ปุ่นในด้านเทคโนโลยี และด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยมีเป้าหมายเพื่อ **สร้างสังคมไอทีที่เชื่อถือได้** ที่ไม่ว่าใครก็สามารถวางใจและสัมผัส ได้ถึงประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งดำเนินงานภายใต้ภารกิจหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1. การรักษา ความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ โดยพัฒนาระบบเพื่อช่วยป้องกันความปลอดภัยจากการโจมตีทางไซเบอร์ ให้แก่ระบบไอทีในองค์กรต่างๆ 2. การพัฒนาบุคลากรด้านไอที ทำหน้าที่บริหารจัดการระบบพัฒนาบุคลากร เพื่อต่อยอดกับภัยคุกคามหรือการโจมตีทางไซเบอร์ ผ่านหลักสูตรการทดสอบรับรองคุณวุฒิ และ 3. การสำรวจ ศึกษาแนวโน้มไอทีในอนาคต เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ ศึกษา และวิเคราะห์มากำหนดแนวทาง ปฏิบัติเพื่อรักษาความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยีสารสนเทศ

มีอะไรเกิดขึ้นในยุคนี้

ประการแรกคือ เกิดการหลอมรวมของโลกจริงกับโลกไซเบอร์อย่างก้าวหน้า ซึ่งเห็นได้จากการเพิ่ม จำนวนขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาของอุปกรณ์ IoT รวมถึงการขยายตัวของ Digital Twin หรือที่เก็บรวบรวมข้อมูลของโลกจริงและแสดงสถานการณ์แบบเดียวกันบนไซเบอร์สเปซที่กำลังกลายเป็น กระแสหลักในบริษัทต่างๆ โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมที่ติดตั้ง IoT ประการต่อมาเป็นเรื่องของ การ เปลี่ยนแปลงไปของขอบเขตการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ซึ่งเกิดการผสมผสานการเรียนรู้แบบ เสริมกำลังในระดับลึกกับการจำลองสถานการณ์ของโลกจริงเพื่อให้ระบบควบคุมหรือแนวคิดกลยุทธ์ที่ เหมาะสมที่สุดเป็นไปได้จริง อาทิ NVIDIA รถยนต์ขับเคลื่อนอัตโนมัติ, BONSAI การควบคุมอย่างเหมาะสม ของระบบควบคุมเพื่องานอุตสาหกรรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นั้นเอง ประการสุดท้าย เทคโนโลยีขยายความสามารถของคนอย่างกว้างขวาง กล่าวคือ เทคโนโลยีช่วย ขยายขอบเขตความสามารถของมนุษย์ให้ไกลยิ่งขึ้นทั้งในแง่ของการรับรู้ การรู้คิด ตัวตนความมีอยู่ และ สมรรถภาพทางร่างกาย ซึ่งส่งผลต่อการลดภาระงานหนักและเพิ่มผลิตภาพ ยกตัวอย่างเช่น ในญี่ปุ่นมีปัญหา สังคมเรื่องจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ทำให้แรงงานขาดแคลน จึงมีการพัฒนา Robot Suit เพื่อช่วยขนถ่าย สัมภาระต่างๆ ได้ในปริมาณมากและประหยัดเวลา เป็นต้น





ภาพจาก : <https://www.ayobandung.com/read/2019/05/27/53477/>

เมื่อญี่ปุ่นก้าวสู่สังคมยุคใหม่ 5.0

ญี่ปุ่นแบ่งพัฒนาการทางสังคมออกเป็น 5 ยุคด้วยกัน เริ่มจาก 1.0 ยุคล่าสัตว์ 2.0 กลีกรรม 3.0 อุตสาหกรรม 4.0 สังคมสารสนเทศ และปัจจุบันกำลังก้าวเข้าสู่ **Society 5.0** ซึ่งเป็นสังคมที่ผสมผสานพื้นที่ไซเบอร์และพื้นที่ในโลกจริงเข้าด้วยกันในระดับสูง เพื่อสร้างสังคมที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง และผู้คนสามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย มีคุณภาพ และเปี่ยมไปด้วยพลัง โดยมีหลายโครงการที่เกิดขึ้นในญี่ปุ่น อาทิ การใช้โดรนส่งของถึงบ้านในพื้นที่ห่างไกล เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีระบบ AI รถแทรกเตอร์ไร้คนขับ รถประจำทางขับเคลื่อนอัตโนมัติ การบริหารธุรกิจแบบอัจฉริยะ ฯลฯ ซึ่งในภาคอุตสาหกรรมก็มีการเชื่อมต่อกันที่เรียกว่า **Connected Industries** ดำเนินการเชื่อมต่อกันในส่วนของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและทักษะฝีมือที่สูงขึ้นนั่นเอง

ขับเคลื่อนเชื่อมโลกเข้าด้วยกัน

รัฐบาลญี่ปุ่นขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆ ที่จะสนับสนุนการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ประโยชน์กับภาคอุตสาหกรรมเพื่อก้าวสู่ภาพอนาคตที่คาดหวังไว้ ไม่เฉพาะแค่ในเมืองใหญ่เท่านั้นและยังให้ความสำคัญกับส่วนภูมิภาคควบคู่ไปด้วย โดยมีการสนับสนุนบริษัทสตาร์ทอัพให้ก้าวข้ามมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่เชิงนวัตกรรม ซึ่งตัวอย่างการดำเนินการสนับสนุนของ IPA ได้แก่ โครงการ **J Startup** ที่คัดเลือกบริษัทสตาร์ทอัพของญี่ปุ่นที่มีโมเดลธุรกิจเชิงนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมาส่งเสริมสิทธิประโยชน์ทางนโยบายและสนับสนุนการขยายธุรกิจสู่ต่างประเทศ อาทิ การสาธิตการให้บริการรถแท็กซี่ขับเคลื่อนอัตโนมัติบนทางหลวงของ **ZMP** เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการสร้างสรรค์ **IoT Project** ในส่วนภูมิภาค โดยจัดตั้งระบบ **IoT Acceleration Local Lab** และรับรอง 93 โครงการทั่วประเทศ โดยรัฐบาลส่วนกลางเป็นผู้จัดหาข้อมูลและสนับสนุนด้านบุคลากร เน้นการผลักดันให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะภาคการเกษตรของญี่ปุ่นที่ปัจจุบันมีผู้ประกอบการราว 1.75 ล้านคน ซึ่งร้อยละ 70 มีอายุ 65 ปีขึ้นไป จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำเกษตรอัจฉริยะ เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องแรงงาน เช่น ในหลายพื้นที่ที่มีการนำ IoT มาใช้กับการเรียนการสอนในโรงเรียนมัธยมเกษตรกรรม **Kawakami Smart Project** ที่นำ IoT มาใช้กับการเกษตรเพื่อดึงดูดให้คนหนุ่มสาวกลับมาทำงานในท้องถิ่น จังหวัด **Yamanashi** ซึ่งเมืองพันธุ์ **Shine Muscat** ที่โด่งดัง ใช้ IoT ในการเพาะปลูกแบบใช้ข้อมูลทำให้ประหยัดแรง และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีการติดตั้งอุปกรณ์กล้องวงจรปิดอย่างทั่วถึงเพื่อป้องกันการลักขโมย และใช้ในเชิงป้องกันความเสียหายทางเศรษฐกิจ เช่น หากมีลมพายุแรงจะมีการตรวจจับ และสั่งการเพื่อให้มุ้งพลาสติกปิดตัวลงอัตโนมัติ นอกจากจะช่วยให้ผลผลิตมีคุณภาพมาตรฐานแล้วยังสร้างเสน่ห์ที่ทันสมัยให้กับอาชีพเกษตรกรไปพร้อมกัน

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะสามารถนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในหลายอุตสาหกรรม แต่พื้นฐานสำคัญอยู่ที่การพัฒนากำลังคน IT ในภาคอุตสาหกรรม ทั้งด้านผู้ติดตั้งทดสอบและผู้ใช้งาน ที่ประเทศญี่ปุ่นจึงเกิดการจัดสอบรับรองคุณวุฒิเพื่อการพัฒนาบุคลากรไอที (ITEE) ขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ.1969 เพื่อวัดระดับความสามารถของบุคลากรที่ทำงานด้าน IT ภาคอุตสาหกรรม โดยที่ผ่านมามีผู้สมัครสอบถึง 20 ล้านคน แต่มีผู้ผ่านคุณสมบัติเพียง 2.7 ล้านคนเท่านั้น และในปี 2006 จนถึงปัจจุบัน IPA ยังจัดทำระบบรับรองการสอบร่วมกับประเทศอื่นๆ ในเอเชียรวมถึงประเทศไทย เพื่อร่วมกันสร้างบุคลากรที่มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้นและเป็นที่ต้องการในอนาคต นอกจากนั้นด้วยระบบสารสนเทศของสังคม IoT ที่ทวีความซับซ้อน จึงเกิดการรักษาคุณภาพ



ระบบ IoT ผ่านการกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อพัฒนาสร้างโลกที่เชื่อมโยงกัน ประกอบด้วยข้อกำหนด 17 ประการ ที่ผู้พัฒนาระบบต้องใส่ใจและระมัดระวัง ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการพัฒนาให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อเตรียมนำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการและจัดทำเช็คลิสต์ประเมินตนเองเพื่อการประเมินคุณภาพ IoT สำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี

รับมือภัยคุกคามจากโลกไซเบอร์

ความเสี่ยงทางไซเบอร์ที่คุกคามซัพพลายเชนก็คือ การรั่วไหลของข้อมูลการออกแบบและการปนเปื้อนของมัลแวร์ในระบบที่ส่งผลกระทบต่อบริษัทและพาร์ทเนอร์ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักของการคุกคามทางไซเบอร์ คือ กลุ่มกิจการสาธารณูปโภคพื้นฐานทางสังคม อาทิ ไฟฟ้า รถไฟ น้ำมัน ฯลฯ จากการเปิดเผยข้อมูลเรื่องระดับจากโจมตีทางไซเบอร์ที่มีต่อโครงสร้างพื้นฐานของสหรัฐอเมริกาพบว่า ร้อยละ 10 สามารถโจมตีได้ลึกถึงระดับควบคุม ซึ่งจะส่งผลกระทบและความเสียหายได้ในวงกว้าง โดยอเมริกาและยุโรป ต่างพยายามค้นหามาตรฐานรักษาความมั่นคงทางไซเบอร์ที่จะป้องกันผลกระทบต่อระบบซัพพลายเชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย ซึ่งเป็นศูนย์กลางการป้อนซัพพลายในซัพพลายเชน ยังต้องตระหนักถึงการให้ความสำคัญในการป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์มากขึ้น และต้องพัฒนาให้ทันวิวัฒนาการของภัยคุกคามที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ IPA จึงก่อตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านความมั่นคงอุตสาหกรรม (ICSCoE) ขึ้นเมื่อปี 2017 ซึ่งดำเนินการพัฒนาบุคลากรเพื่อต่อสู้กับภัยคุกคามในโครงสร้างพื้นฐานสังคม และจัดฝึกอบรมให้ 10 ประเทศในอาเซียน รวมถึงผลักดันการเพิ่มความตระหนักด้านการรักษาความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ผ่านระบบส่งเสริมให้ธุรกิจเอสเอ็มอีดำเนินการมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัย (Security Action) ให้มีการขึ้นความตระหนักขั้นที่เอสเอ็มอีดำเนินการได้จริงแบ่งเป็น 1 และ 2 ดาว ตลอดจนมีการเผยแพร่แนวปฏิบัติการประเมินตนเองด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศภายใน 5 นาที สำหรับเอสเอ็มอีในนาประเทศในหลายภาษารวมถึงภาษาไทย ซึ่งการดำเนินงานในลักษณะนี้ทำให้เอสเอ็มอีมีความพยายามด้วยตนเอง และในอนาคตทาง IPA ตั้งเป้าพัฒนาระบบที่จะสนับสนุนเอสเอ็มอีให้มากขึ้น

สรุปได้ว่า การผนวกกันของโลกจริงและโลกไซเบอร์ที่รุดหน้าในปัจจุบันเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยง ดังนั้นความท้าทายของประเทศญี่ปุ่นเพื่อมุ่งสู่ Society 5.0 จึงจำเป็นต้องหาทางใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนอง Super Smart Society ที่ผู้คนทุกกลุ่มต่างได้ประโยชน์ โดยการพัฒนาสร้างโลกที่เชื่อมโยงกัน ต้องริเริ่มและแนะนำเทคโนโลยีใหม่แก่สังคมและอุตสาหกรรม รวมถึงพัฒนาบุคลากรที่จะสามารถใช้เทคโนโลยีด้วยความชำนาญ ตลอดจนการร่วมมือกันกับประเทศอื่นๆ ในเอเชีย ด้านการรับมือกับภัยคุกคามโลกที่เชื่อมโยงกันมีความสำคัญหลักๆ คือ มาตรการรักษาความปลอดภัยในซัพพลายเชนและโครงสร้างพื้นฐานสังคม การสร้างความตระหนักและให้การสนับสนุนแก่เอสเอ็มอี รวมถึงมาตรการรักษาความมั่นคงปลอดภัยอย่างมีบูรณาภาพ 

กิจกรรมบรรยายพิเศษหัวข้อ “Challenge of Japan toward Realizing Society 5.0 Future of Thailand through Digital Technology”

ความท้าทายของประเทศญี่ปุ่น เพื่อมุ่งสู่ Society 5.0 เปิดโลกเทคโนโลยีดิจิทัลสู่อนาคตของประเทศไทย

ในงาน Thailand Industry Expo 2019 ระหว่าง 17 - 21 กรกฎาคม 2562

ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี



Only U

ผลิตเครื่องสำอางเฉพาะ **คุณ** เท่านั้น ป้อนตลาดความงามระดับพรีเมียม

Only U แบนด์สกินแคร์น้องใหม่ ที่นำนวัตกรรมทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อผลิตสกินแคร์ที่แก้ปัญหาและบำรุงผิวหน้าเฉพาะบุคคลได้อย่างตรงจุด จนสามารถคว้ารางวัลรองชนะเลิศ ประเภท **Creative Cosmetics** จากเวทีการประกวดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทย ประจำปี 2562 โดย **กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** ร่วมกับ **คลังเตอร์เครื่องสำอางไทย** มาตรฐานได้สำเร็จ ซึ่งเป็นมิติใหม่ของธุรกิจเครื่องสำอางฝีมือคนไทยที่สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวโน้มตลาดความงามทั่วโลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการให้ความสนใจเรื่องการผสานสินค้าความงามกับเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ด้วยการนำเทคโนโลยี **AI** และ **Big Data** มาใช้ประมวลผลเพื่อออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเฉพาะบุคคล เพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในปัจจุบันได้อย่างมีศักยภาพ โดยได้ **คุณนันทิดา นิยมพานิช Product Manager บริษัท วุฒิกฤติ เอสเรติก แคร่ จำกัด** ผู้ผลิตสกินแคร์นวัตกรรมสำหรับผิวหน้าแบรนด์ **Only U** เปิดเผยถึงคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ให้ทราบแบบเจาะลึก

จับนวัตกรรมลงขวดสกินแคร์

ตลอด 16 ปีที่ผ่านมาบริษัทของเราเป็นผู้ให้บริการครบวงจร ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนา การผลิตสินค้าเวชสำอาง ภายใต้การดำเนินงานของเภสัชกรและนักวิทยาศาสตร์ที่มีประสบการณ์สูง บนความเชื่อที่ว่าความปลอดภัย ประสิทธิภาพการใช้งาน จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสุขภาพผิวที่แข็งแรง โดยเรามีความเชี่ยวชาญด้านการรับจ้างผลิตเครื่องสำอางให้กับลูกค้าในรูปแบบ OEM รวมถึงมีผลิตภัณฑ์สกินแคร์ที่จับกลุ่ม **Mass Market** ภายใต้แบรนด์ของเราเองชื่อ **Skinfink** วางจำหน่ายในโมเดิร์นเทรด แต่ด้วยสถานการณ์



การแข่งขันอย่างดุเดือดของตลาดเครื่องสำอางในปัจจุบัน เราจึงต้องการเพิ่มไลน์ธุรกิจเพื่อตอบกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม ด้วยความตั้งใจอยากให้ทุกคนรู้จักผิวของตัวเองจริงๆ และเลือกสิ่งที่เหมาะสมกับตัวเองเพื่อดูแลผิวพรรณอย่างชาญฉลาด จึงเป็นที่มาของการนำเทคโนโลยีวิเคราะห์ผิว (Skin Analyzer) เข้ามาใช้เพื่อเก็บข้อมูลของคุณลักษณะผิวคนไทยว่าเป็นแบบไหน โดยนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่เหมาะกับสภาพผิว ปัญหา และความต้องการของลูกค้าชาวไทยมากที่สุด รวมทั้งยังต่อยอดความพิเศษอีกระดับนั่นก็คือ การผลิตผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่เหมาะกับสภาพผิวของแต่ละบุคคลโดยเฉพาะ

ถอดรหัสข้อมูลที่เหมาะกับผิว

ที่จริงแล้วตอนนี้ธุรกิจความงามในประเทศไทยก็มีการนำเทคโนโลยีเครื่องวิเคราะห์ผิวเข้ามามีใช้เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการบริการ แต่ก็มี ความแตกต่างกันไปในแต่ละธุรกิจ ซึ่งจากการสำรวจของบริษัทฯ พบว่า ยังไม่มีบริษัทใดที่ดูแลครบวงจรทั้งการบริการตรวจวัดสภาพผิว และผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่สามารถนำไปดูแลผิวหน้าได้ในขั้นตอนเดียว ในราคาที่คุ้มค่ากว่าและไม่ต้องเสียเวลาไปคลินิคความงาม โดยบริษัทฯ เลือกใช้เครื่องวิเคราะห์ผิว (Skin Analyzer) ขนาดพกพา รวมถึงระบบวัดข้อมูลผิว จากประเทศเกาหลี เพราะมีการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในกลุ่มอุตสาหกรรมความงามที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูง ซึ่งให้ผลการวิเคราะห์ที่แม่นยำกว่า โดยลูกค้าจะได้สัมผัสกับความแตกต่างในทุกขั้นตอนตั้งแต่ การตรวจวัดสภาพผิวหน้า เพื่อให้ทราบผลวิเคราะห์เฉพาะบุคคล และได้ข้อมูลผิวที่จะใช้สำหรับคัดสรรส่วนผสมในการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสารสำคัญคุณภาพสูงที่ทางแบรนด์นำมาใช้นั้นโดย ฟูลเลอร์รีน (Fullerene) ที่ประเทศญี่ปุ่นให้ความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะมีสารต้านอนุมูลอิสระได้ดีกว่าวิตามินซีถึง 250 เท่า และสรรพคุณอื่นๆ ที่ตอบโจทย์ปัญหาผิวได้อย่างมีประสิทธิภาพและซึมซาบได้ดีกว่าเนื่องจากมีอนุภาคนาขนาดเล็ก นอกจากนั้นลูกค้ายังสามารถเลือกสารเสริมที่ต้องการใส่เพิ่มเติมได้อย่างเต็มที่ โดยมีระยะเวลาการผลิตประมาณ 1 อาทิตย์ต่อขวด สำหรับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเฉพาะบุคคล (Personalize) ซึ่งจะมีชื่อของลูกค้าระบุอยู่บนขวดชัดเจน ส่วนลูกค้าที่ทำการตรวจวัดสภาพผิวแต่ไม่ต้องการ



ผลิต ก็มีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสูตรพื้นฐานทั้งหมด 3 สูตร ให้เลือกใช้ตามสภาพผิว ได้แก่ 1. Pore Tightening Gel สำหรับคนผิวมัน และผิวธรรมดาถึงผิวแห้ง เป็นสูตรที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะอ่อนโยน ช่วยลดอาการอักเสบ และเพิ่มความแข็งแรงให้กับผิว 2. Whitening Serum สำหรับคนที่มีปัญหา ฝ้า กระ จุดด่างดำ 3. Anti Aging Serum สำหรับคนที่มีปัญหาเรื่องริ้วรอย โดย 1 ขวดมีขนาด 30 มิลลิลิตร ราคา 1,200 บาท ใช้ได้ประมาณ 1 - 1.5 เดือนตามปริมาณการใช้ของแต่ละบุคคล

จัดกลยุทธ์ปั้นแบรนด์ใหม่หวังติดตลาด

สำหรับการทำการตลาดในช่วงแรก เนื่องจาก Only U เป็นแบรนด์น้องใหม่ที่ยังมีคนที่รู้จักไม่แพร่หลายทำให้เราเริ่มเปิดตลาดในกลุ่มลูกค้าที่รู้จักและยอมรับในบริษัทก่อน เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับมิติใหม่ของครีมบำรุงผิวหน้า ซึ่งเราเน้นความสำคัญเรื่อง Solution ดังนั้นเมื่อลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากการบำรุงผิวแบบเดิมก็จะเกิดการบอกต่อที่แตกต่างออกไป เช่น จากเดิมลูกค้าจะบอกต่อว่าใช้ครีมตัวนี้ดี แต่สำหรับ Only U ลูกค้าจะบอกต่อในลักษณะของการลองมาตรวจสอบสภาพผิวแล้วสั่งผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์



เฉพาะบุคคล ซึ่งทั้งลูกค้าและผู้ผลิตจะได้สื่อสารกันมากขึ้นเพื่อวิเคราะห์รายละเอียดในการผลิตที่ตอบโจทย์มากที่สุด นอกจากนี้เรายังมีการติดตามผลต่อเนื่องเพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดต่อไปตามสภาพผิวที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในช่วงเวลานั้นๆ อีกด้วย

หลังจากทดลองตลาดมาประมาณ 4 เดือน ปรากฏว่าได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้าและเริ่มมีการสั่งซื้อซ้ำเพิ่มขึ้น โดยแผนการตลาดในขั้นต่อไปก็คือ การเปิดตัวเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ รวมถึงออกบูธตามย่านออฟฟิศเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้เรายังวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมในกลุ่มทำความสะอาดและกันแดดเพื่อให้ครบวงจรมากขึ้น ส่วนระบบตรวจวัดผิวนั้นก็ตั้งเป้าพัฒนาอย่างสม่ำเสมอเช่นเดียวกันทั้งในแง่ของความสะดวกในการใช้งานและขีดความสามารถที่ตอบโจทย์เรื่องประสิทธิภาพมากขึ้น

กส.สนับสนุนจนบรรลุเป้าหมาย

ในฐานะผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไทยรายหนึ่ง การทำธุรกิจโดยลำพังเป็นเรื่องยากที่จะไปสู่เป้าหมายได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังไม่สามารถจ้างที่ปรึกษาส่วนตัวเพื่อมาแนะนำทางออกของอุปสรรคนานับประการได้ทั้งหมด เรามองว่าเป็นโอกาสอันดีที่ทางภาครัฐ โดยเฉพาะ กระทรวงอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญในการช่วยเหลือผู้ประกอบการผ่านโครงการต่างๆ ที่มีจุดเด่นแตกต่างกัน ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยวิเคราะห์ว่าแต่ละผู้ประกอบการมีความชำนาญในด้านใด มีจุดอ่อนตรงไหน และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในแง่มุมต่างๆ อย่างตรงจุดและยั่งยืน รวมทั้งช่วยเชื่อมเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกัน

และตั้งแต่บริษัทฯ เริ่มคิดค้นแบรนด์ Only U ขึ้นก็ได้เข้าร่วมในหลายโครงการ โดยเฉพาะโครงการด้านการตลาด ซึ่งเป็นเรื่องที่เราต้องการความช่วยเหลือเป็นอันดับแรก รวมทั้งกิจกรรมการประกวดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทย ประจำปี 2562 ที่จัดโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมร่วมกับคลัสเตอร์เครื่องสำอางไทย และได้รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 มาครองในที่สุด ก็เป็นการยืนยันให้มั่นใจว่าองค์ความรู้ที่ได้รับสามารถนำมาต่อยอดในเชิงธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม 

บริษัท วุฒิสาคี เอสเอชเค แคร่ จำกัด
347/61-63 ม.9 ซอยสุขสวัสดิ์ 84
ในคลองบางปลากด พระสมุทรเจดีย์
สมุทรปราการ 10290
โทร. 0 2461 2067
<https://wuttisakac.business.site>

Design

• เรื่อง :
นุชนนธ จักรกาน



มวยไทย ไอล่า

ยกระดับหลักสูตรมวยไทยสู่โลกดิจิทัล

มวยไทย ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวประจำชาติ อันเป็นมรดกแห่งภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ที่ทั่วโลกให้การยอมรับว่าเป็นหนึ่งในศาสตร์การต่อสู้ที่ดีที่สุดในโลก โดยมีเอกลักษณ์อยู่ที่การใช้ส่วนต่างๆ ของร่างกายเป็นอาวุธในการต่อสู้ป้องกันตัวทั้ง หมัด เท้า เข่า ศอก และศรียะ หรือที่เรียกว่า **“บวอาวุธ”** (ศาสตร์การโจมตีทั้งเก้า) ผ่านทักษะท่าทางในเชิงรุกและรับที่ผสมผสานกันจนเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยฉายแววโดดเด่นดึงดูดความสนใจในระดับนานาชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการบูรณาการการสนับสนุนส่งเสริมผ่านช่องทางต่างๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทั้งภาครัฐและเอกชน ส่งผลให้ปัจจุบันคนไทยและชาวต่างชาติมีแนวโน้มการเข้าถึงมวยไทยสูงขึ้น ผ่านกิจกรรมหลายหลายรูปแบบ แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงและการเรียนรู้ศาสตร์มวยไทยที่ถูกต้อง

เป็นเหตุให้ โครงการมวยไทยไอล่า (Muaythai iGLA) ได้ก่อตั้งขึ้นบนความตั้งใจในการผลักดันขอบเขตการนำเสนอองค์ความรู้ที่ถูกต้องของศาสตร์มวยไทยไปสู่ผู้สนใจทั้งในและต่างประเทศให้สัมฤทธิ์ผลแพร่หลายมากขึ้น และเป็นการทะลวงกรอบให้มวยไทยเป็นศาสตร์การต่อสู้ระดับสากลที่ผู้คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกภาษา เข้าถึงและเข้าใจได้อย่างไร้ขีดจำกัด โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อดิจิทัลเป็นตัวกลางเชื่อมโยงการสร้างสรรคผ่านรูปแบบต่างๆ อาทิ มัลติมีเดีย โมชั่น แคปเจอร์ อนิเมชัน เป็นต้น ตลอดจนหยิบยกคุณค่าแห่งอัตลักษณ์เฉพาะของมวยไทยมาแตกกิ่งก้านสาขาเพื่อสร้างประโยชน์และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและธุรกิจต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ





คุณจิระศักดิ์ อวกาจักรวาท ประธานกรรมการ บริษัท มวยไทย ไอ.กล้า จำกัด เปิดเผยว่า มวยไทย ไอ.กล้า คือ องค์กรที่สภามวยไทยโลก WMC และสหพันธ์มวยไทยสมัครเล่นนานาชาติ ‘อีพม่า’ (IFMA) ให้สิทธิ์ในการพัฒนาบุคลากร ตำรา และอุปกรณ์มวยไทยเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากล ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2555 จากแนวคิดริเริ่มของ พล.อ.เชษฐา ฐานะจาโร โดยคำว่า iGLA สื่อความหมายแบบไทยว่า คนกล้า และเป็นการรวมกันของคำต่างๆ ได้แก่

I = intellectual Property คือ บรรพบุรุษไทยมีไหวพริบ ปฏิภาณ ประดิษฐ์คิดค้นวิธีการต่อสู้และเอาตัวรอด ด้วยมวยไทย

G = Game, Global คือ เป้าหมายที่ไอกล้า มุ่งมั่นพัฒนาทำเกมและสื่อดิจิทัล 3D เผยแพร่สู่สาธารณชน

L = Library คือ ประวัติ อดีต ปัจจุบัน และเป้าหมายในอนาคตของศิลปะแม่ไม้มวยไทย จะถูกรวบรวมอยู่ในไอกล้าเอาไว้ทั้งหมด

A = Animation คือ ศาสตร์และหลักสูตรมวยไทยครบวงจร ซึ่งไอกล้าจะถ่ายทอดออกมาผ่านสื่อแอนิเมชัน

คุณจิระศักดิ์ ชี้แจงว่า ไอกล้า เป็นองค์กรแรกที่มีมุ่งมั่นรวบรวมและพัฒนาหลักสูตรทุกศาสตร์ศิลปะการต่อสู้ของมวยไทยในทุกแขนงแบบครบวงจร เพื่อยกระดับมวยไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในระดับโลกทั้งด้านการศึกษา ศิลปะการป้องกันตัว การกีฬา สันทนาการ และการบันเทิง ด้วยเทคโนโลยีทันสมัย โดยขับเคลื่อนการทำงานภายใต้ 4 ปัจจัย คือ ต่อ (ต่อยอดธุรกิจ) เดิม (เดิมในส่วนที่ขาด) เสริม (ส่งเสริมในธุรกิจซึ่งกันและกัน) แต่ง (ปรับแต่งให้เข้ากันได้) และได้รวบรวมคณะทำงานที่เกี่ยวข้องทางด้านดิจิทัลคอนเทนต์และบุคลากรในสาขาวิชาชีพด้านการผลิตสื่อ แอนิเมชัน เกม ไอที ไปจนถึงการบริหารลิขสิทธิ์ระหว่างประเทศมาทำงานร่วมกัน อีกทั้งยังได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐเป็นอย่างดี

โดยนำร่องสร้างห้องสมุดดิจิทัลมวยไทยแห่งแรกของโลก เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมวยไทยจากแหล่งความรู้ต่างๆ ทั้ง ตำราโบราณ ครูมวยและนักมวยไทยต้นตำรับ 5 สาย ได้แก่ 1. มวยไชยา (ภาคใต้) 2. มวยโคราช (มวยกลาง) 3. มวยท่าเสา (มวยเหนือ-ใต้) 4. มวยลพบุรี 5. มวยจากกรมพลศึกษา หนังสือ “ศิลปะมวยไทย” ของคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ปี พ.ศ.2540 ตลอดจนนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ โดยทำการเก็บท่ามวยไทยต้นแบบที่ถูกต้องรวบรวมไว้แล้ว 1,000 ท่า ด้วยเทคโนโลยี ‘โมชันแคปเจอร์’ และนำมาจัดหมวดหมู่ด้วยระบบ Digital Library และ MAM (Media Asset Management) ซึ่งห้องสมุดดิจิทัลมวยไทยจะเป็นศูนย์กลางของคลังความรู้เรื่องมวยไทยที่สามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้อย่างยาวนานและอำนวยความสะดวกให้กับผู้สนใจจากทั่วโลกที่ต้องการศึกษาข้อมูลมวยไทยบนฐานความรู้สากลเดียวกันได้ทุกที่ทุกเวลา

และต่อยอดสู่เทคโนโลยีการสอนสุดทันสมัย iMAES (iGLA Muaythai Animation Education System) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนมวยไทยตามหลักสูตรของ WMC-IFMA โดยใช้เทคโนโลยีการสอนที่ทันสมัยผ่านสื่อดิจิทัล รูปแบบ e-learning ผ่านเว็บไซต์ www.muaythaiigla.com และ www.imaes.net เพื่อเป็นช่องทางการสอนมวยไทยที่ครูมวยสามารถใช้สอนผู้เรียนในประเทศต่างๆ ได้อย่างสะดวก

ยิ่งขึ้น และสร้างมาตรฐานการเรียนการสอนมวยไทยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผ่านระบบสมาชิก โดยมีหลักสูตร 15 ชั้น ซึ่งชั้นที่ 1-9 เป็นการเรียนการสอนในระบบ iMAES รวม 172 ท่า ส่วนชั้นที่ 10-15 เป็นท่าขั้นสูงสำหรับผู้ต้องการเป็นครูหรืออาจารย์ ที่ดำเนินการสอนโดย WMC และ IFMA รวมทั้งมีการรวบรวมคำถาม-คำตอบ ข้อสงสัยในเรื่องมวยไทยและบริการเว็บไซต์เพื่อเป็นศูนย์กลางระหว่างผู้เรียน, ผู้สอน, ครู และทีมงาน โดย iMAES มีการพัฒนาระบบอย่างเข้มข้นกว่า 3 ปี จนได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เนื่องจากช่วยให้ผู้เรียนจากนานาประเทศมีความเข้าใจในหลักการและจดจำท่ามวยไทยที่ถูกต้องแม่นยำในระยะเวลารวดเร็ว อีกทั้งยังมีการออกประกาศนียบัตรให้แก่ผู้เรียนมวยไทยที่สำเร็จในแต่ละชั้น ภายใต้การรับรองจาก WMC/IFMA/iGLA ซึ่งเป็นเครื่องหมายของมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพมวยไทย และช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจที่จะศึกษามวยไทยในระดับที่สูงขึ้นอีกด้วย โดยหลักการดำเนินงานของระบบ iMAES ในต่างประเทศนั้น จะเป็นร่วมงานกับ NF ในแต่ละประเทศก่อน ซึ่ง NF ในแต่ละประเทศจะเป็นศูนย์กลางของหลักสูตร iMAES และทีมงานได้มีการจัดเตรียมระบบช่วยเหลือเพื่อให้ NF ประสบความสำเร็จในการเผยแพร่หลักสูตรสู่เจ้าของค่าย โรงเรียน และสมาชิกของ NF รวมถึงมีระบบ Style Guide และ Curriculum Guideline and Qualification สำหรับ NF เพื่อสนับสนุนระบบการเรียนการสอนมวยไทยในประเทศนั้นๆ ได้มาตรฐานเดียวกันทั่วโลก นอกจากนั้นมวยไทยไอโกลายังมีระบบไลเซนส์ (License) เพื่อรองรับผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยหรือโรงเรียนมวยไทยในนานาประเทศ กว่า 130 แห่งในปัจจุบัน

ร่วมด้วยการบูรณาหลักสูตรมวยไทยในสถาบันการศึกษา และการเรียนการสอนมวยไทยเพื่อสุขภาพสำหรับบุคคลทั่วไปที่สนใจ โดยปัจจุบันเปิดสอนที่ ศูนย์มวยไทย iGLA 2 แห่งด้วยกัน คือ ศูนย์มวยไทยไอโกล่า สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกรุงเทพฯ และ โอโยรยาไฟท์ยิม จ.พระนครศรีอยุธยา ซึ่งคอร์สที่เปิดสอนนั้นมีหลากหลายรูปแบบทั้ง แบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และมีบริการสอนมวยไทย Delivery ที่นำครูมวยไปสอนถึงบ้านหรือออฟฟิศอีกด้วย ตลอดจนมีการพัฒนาร่วมกับ วิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล ผ่านการวิจัยด้านนวัตกรรมการออกกำลังกายด้วยมวยไทย เพื่อพัฒนามวยไทยที่ใช้ในการออกกำลังกายอย่างถูกต้อง ปลอดภัย และเหมาะสมกับความต้องการของแต่ละช่วงวัย โดยมีหลักวิชาการและงานวิจัยรองรับ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเด็ก กลุ่มหนุ่มสาว กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้ที่มีปัญหาสุขภาพ ซึ่งถูกบรรจุในรูปแบบโมบายแอปพลิเคชันที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์สุขภาพของผู้คนในปัจจุบันได้อย่างตรงจุด คุณจึงจะคัดดียังแถมถึงแฟรนไชส์ศูนย์จำหน่ายอุปกรณ์มวยไทย ศูนย์สอบผู้เรียนมวยไทยครบวงจร ในลักษณะแฟรนไชส์เอาท์เล็ทภายใต้แบรนด์ไอโกล่า ซึ่งเป็นธุรกิจล่าสุดที่กำลังจะเปิดตัวภายในปีนี้ว่า เป็นธุรกิจที่จะสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการค่ายมวย/ยิมมวย และนักลงทุนที่มีใจรักกีฬามวยไทย มีเงินทุน มีสถานที่/ทำเลที่เหมาะสม หรือเปิดให้บริการยิมมวย/ค่ายมวยอยู่แล้ว และไม่เพียงเท่านั้นยังเป็นการขยายรายได้ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมมวยไทยไปพร้อมกัน

ซึ่งในส่วนของอุปกรณ์มวยไทยต่างๆ ทางบริษัทฯ ได้เริ่มดำเนินการความร่วมมือกับกระทรวงอุตสาหกรรม โดยเฉพาะ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่รวบรวมเครือข่ายผู้ประกอบการที่ผลิตอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย อาทิ มงคลประเจียด น้ำมันมวย เสื้อผ้ามวยไทย ฯลฯ ที่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้กับบริษัทฯ เพื่อนำไปกระจายการจำหน่ายสู่เครือข่ายของมวยไทยไอโกล่าทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการไทย โดยในช่วงท้าย คุณจิระศักดิ์ กล่าวว่า สำหรับแผนธุรกิจในระยะต่อไป แน่นนอนว่าเรื่องของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหลักที่ต้องพัฒนาต่อเนื่อง รวมถึงการผลิตเกมส์มวยไทยร่วมกับพันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญ ก็จะเป็นอีกก้าวที่สำคัญในการพัฒนาการเผยแพร่ศิลปะมวยไทยให้มีชื่อเสียงในตลาดโลกอย่างยั่งยืน



บริษัท มวยไทย ไอ.กอล์ฟ จำกัด
9 ซอยสายไหม 9 (ไมตรี) แขวงสายไหม
เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10220
โทร. 08 3090 8000

เว็บไซต์ www.imaes.net/th/what-is-imaes
เฟสบุ๊ค www.facebook.com/Muaythai-IGLA





บริษัท บานาน่า กู๊ด จำกัด

หยิบงานวิจัยมาลงขวด

ภายใต้ชื่อ “หอมทองไซรัป”

ณัฐกุล รอดเนียม เจ้างัดที่ยะลาแต่ปักหลักทำธุรกิจที่พัทลุง ก่อตั้ง **บริษัท บานาน่า กู๊ด จำกัด** ชักชวนคนในชุมชนปลูกกล้วยหอมทองส่งห้างแมคโคร ห้างโลตัสฯ ต่อมาเจอปัญหากล้วยตกเกรดส่งห้างไม่ได้ เช่น กล้วยดิบ กล้วยสุกเกินไป กล้วยหวัล็บ ฯลฯ ซึ่งมีปริมาณ 30% ของผลผลิต ถึงแม้จะเอาไปแปรรูปทำกล้วยอบกรอบขายแล้วก็ตาม กล้วยตกเกรดยังมีปริมาณมากอยู่ สุดท้ายหอบดีกรี **Food Science** ไปขอคำปรึกษาจาก **วิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง** เพื่อที่จะแปรรูปกล้วยหอมในส่วนของตนให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยได้รับคำแนะนำให้นำกล้วยหอมมาแปรรูปเป็นไซรัป เป็นการสกัดน้ำตาลจากกล้วยหอมมาบรรจุใส่ขวดพร้อมดื่ม ทดลองทำขายภายใต้แบรนด์ตรงไปตรงมาว่า **“HOM THONG SYRUP”** ปรากฏว่าประสบความสำเร็จอย่างแรง สิ่งที่ดีว่าทำลายความสำเร็จของผู้ประกอบการ **SMEs** ที่อยู่แดนไกลรายนี้ก็คือ รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 **“STSP Innovation AWARDS 2018 สาขานวัตกรรมนวัตกรรม”** ในงานนวัตกรรมของภาคใต้



เหตุผลที่ทำให้กล้วยหอมทองไซรัปประสบความสำเร็จ น่าจะมาจากกระแสตื่นตัวเรื่องสุขภาพ เพราะในงานวิจัยพบว่า น้ำตาลที่ได้จากกล้วยนั้นเป็นน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยว มีส่วนประกอบน้ำตาลฟรุกโตส (Fructose) เมื่อรับประทานเข้าไปร่างกายสามารถที่จะดูดซึมให้พลังงานได้ทันที มีผลต่อระดับน้ำตาลในเลือดน้อย จึงเหมาะกับนักกีฬา และคนที่ต้องใช้แรงงานมาก และเป็นทางเลือกบริโภคน้ำตาลของผู้ป่วยโรคเบาหวานและโรคความดัน เป็นต้น และน้ำตาลจากกล้วยหอมจึงเป็นทางเลือกใหม่ในการบริโภคน้ำตาลในยุคปัจจุบัน

กล้วยหอมตกรีด 2 หวี กับอีก 10 ผล เมื่อนำมาทำเป็นกล้วยหอมไซรัป 1 ขวด (350 ML.) สามารถสร้างมูลค่าได้ 150 บาท กล้วยตกรีดที่เคยทิ้งทำปุ๋ยอย่างไร้ค่า เดียวนี้ทำเป็นสินค้าเพิ่มมูลค่าและเพิ่มคุณค่าได้พร้อมๆ กัน

การนำนวัตกรรมมาใช้กับพืชผลทางการเกษตร เป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะทำให้ชาวสวนชาวไร่ได้ลืมตาอ้าปาก วันนี้ กล้วยหอมทองของชาวพัทลุงได้แจ้งเกิดอย่างเต็มตัว สิ่งที่ไม่ได้เห็นจะต้องให้เครดิต กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่ง อนุรักษ์ รอดเนียม เอ่ยปากว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้โอกาสได้ออกบูธตามงานต่างๆ ถือเป็นการให้โอกาสในด้านตลาดแก่ตนและชาวสวนกล้วยพัทลุง

หอมทองไซรัป (Hom Thong Syrup) น้ำตาลจากกล้วยหอมทองของชาวพัทลุง บนเนื้อที่ปลูกกล้วยทั้งหมด 1,500 ไร่ และมีกำลังการผลิตเต็มพิกัด 20,000 ขวด/เดือน ตัวนี้เลขเป็นราคาคุยข่มคู่แข่ง แต่ขายได้จริงเหาะๆ 2,000 ขวด/เดือน

บริษัท บานาน่า กู๊ด จำกัด ถือเป็นรายแรกที่เอางานวิจัยน้ำตาลจากกล้วยมาลงขวดได้สำเร็จ นอกจากไซรัปจากกล้วยแล้ว ยังขยายผลเป็นผลิตภัณฑ์แป้งกล้วย ซึ่งนิยมนำไปใช้ทำขนม แป้งกล้วยนั้นมีประโยชน์ต่อระบบหัวใจ นอกจากนี้ยังผลิตภัณฑ์ไข่มุกจากแป้งกล้วยหอม ผลิตภัณฑ์นี้ได้ประโยชน์ในเรื่องของระบบการย่อย ช่วยให้อย่างง่ายกว่าไข่มุกทั่วไป เป็นอีกผลิตภัณฑ์ในแนวสุขภาพที่รอโอกาสเติบโตในตลาดต่อไป

บริษัท บานาน่า กู๊ด จำกัด

76 หมู่ 5 ต.สมหวัง อ.กงหรา จ.พัทลุง 93180

โทร. 09 5359 8798



Development

• เรื่อง :
ปาลกัพย์ เปลี่ยนโมพี



หมั่นโถวฟรีไบโอติก

หมั่นโถวจากยุคของแม่ สู่หมั่นโถว 4.0 ไทยแลนด์

“หมั่นโถว” ก็คือซาลาเปาไม่มีไส้รสชาติจัดๆ เดิมใช้แป้งหมี่นึ่งเปล่าๆ หมั่นโถวมีตำนานเล่าขานมายาวนานตั้งแต่สมัยของแม่ของเมืองจีน ครั้นมาถึงเมืองไทยยุค 4.0 หมั่นโถวเปลี่ยนโฉมอย่างสุดขีด เมื่อรุ่นลูกในตระกูล “วิทยานนท์” ลูกขึ้นมาปรับโฉมหมั่นโถวของ แม่ล้วน สุราทิพย์ จ.นครปฐม จากหมั่นโถวธรรมดา ขยิบฐานะเป็นหมั่นโถวไฮโซ มีชื่อวิทยาศาสตร์ห้อยติดท้ายเป็น “หมั่นโถวฟรีไบโอติก” ปรับตาเดียวกระโดดนั่งแท่นหมั่นโถวเพื่อสุขภาพทันที

สุกฤตา วิทยานนท์ ผู้เริ่มปูทางหมั่นโถวฟรีไบโอติกเป็นรายแรกเปิดเผยว่า ตนเองต้องการขยายตลาดโดยเกาะกระแสเทรนด์สุขภาพ จึงเดินทางทำหมั่นโถวแนวสุขภาพ จุดเด่นคือใช้แป้งที่ได้จากมันเทศโดยตรงซึ่งมันเทศมีหลายสีและให้คุณค่าที่ต่างกัน ได้แก่ มันเทศเนื้อสีเหลืองส้ม มีเบตาแคโรทีนสูง ช่วยบำรุงสายตา เสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย ลดความเสี่ยงต่อโรคต่างๆ ส่วนมันเทศเนื้อสีม่วง มีสารแอนโทไซยานิน มีฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ ช่วยลดความเสี่ยงของเซลล์ ลดอัตราเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจ และเส้นเลือดในสมองอุดตัน

จากนั้นนำนวัตกรรมมาปรับโฉมหมั่นโถว โดยการร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม พัฒนาหมั่นโถวฟรีไบโอติก โดยเติมเชื้อจุลินทรีย์โปรไบโอติก (Probiotic) เพื่อกระตุ้นการทำงานของจุลินทรีย์ ซึ่งมีประโยชน์ต่อระบบลำไส้และระบบขับถ่ายของร่างกาย

นวัตกรรมหมั่นโถวสามารถเปลี่ยนโฉมหน้าผลิตภัณฑ์อย่างสุดขีดได้อย่างไร และการนำนวัตกรรมมาใส่ในอาหารส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างนั้นคำตอบอยู่ตรงนี้

● **เพิ่มเชื้อจุลินทรีย์โปรไบโอติกในหมั่นโถว** ได้ประโยชน์ต่อระบบลำไส้
ตอบโจทย์ขมเพื่อสุขภาพ



● เปลี่ยนแพ็คเกจใหม่ เข้าไมโครเวฟได้ทั้งถุง หรือแช่ช่อง Freeze ในตู้เย็น สามารถเก็บได้นานถึง 6 เดือน

● หมั่นไถ่มีสีหลากหลาย เกิดจากสีธรรมชาติของมันเทศ ได้ประโยชน์ ได้สีสันเข้ากับยุคสมัย

● กระดาษที่ใช้รองหมั่นไถ่ ใช้กระดาษเคลือบเงาที่ทำให้เนื้อแป้งไม่ติดกระดาษเหมือนเมื่อก่อน

● เดิมหมั่นไถ่ไม่มีไส้ แต่หมั่นไถ่แม่ล้วน สุราทิพย์ จ.นครปฐม ทำให้ไม่เหมือนใคร ได้แก่ หมั่นไถ่ไส้ชาหมี ไส้ผักกาดดอง ไส้มะพร้าวน้ำหอม ไส้กะเพราไก่ ไส้ถั่วขาว ฯลฯ โดยคาดหวังว่าไส้เหล่านี้จะช่วยเพิ่มรสชาติเพิ่มความอร่อยให้แก่หมั่นไถ่ได้

● ขยายช่องทางการตลาดแนวใหม่ ซึ่งเดิมขายอยู่หน้าร้านที่นครปฐม ปัจจุบันเพิ่มช่องทางออนไลน์ และขายผ่านแพลตฟอร์ม Shopee เป็นหลัก (Shopee เป็นตลาดซื้อขายแบบโซเชียลที่มุ่งเน้นการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยเป็นแพลตฟอร์มที่ออกแบบขึ้นเพื่อชาวอาเซียนด้วยกัน รูปแบบการทำตลาดเป็นแบบผู้บริโภขายสินค้าระหว่างกันเอง ปัจจุบัน Shopee เปิดให้บริการอยู่ 7 ประเทศ ได้แก่ ใต้หวัน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม สิงคโปร์ และประเทศล่าสุดคือ ไทย)

สุดท้าย ยอมรับว่าได้รับการสนับสนุนจาก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยเข้าร่วม โครงการอุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต Future Food โครงการ Design Workshop เพื่อวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ได้นำความรู้ดังกล่าวมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการยืดอายุสินค้า เพื่อก้าวอย่างยั่งยืนบนเส้นทางธุรกิจหมั่นไถ่จากมันเทศ 



หมั่นไถ่โยมันเทศ

42-44 ถนนเทศบาล ต.พระปฐมเจดีย์

อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

โทร. 08 1616 4554



น้ำมัลเบอร์รี่สกัด 100%

จากสวนหม่อนศิริ มัลเบอร์รี่ จ.เชียงใหม่

กัญญาวิรัช ขัติยะ ชาวเชียงใหม่ที่หันเหชีวิตจากชาวสวนไร่สวนผสมทั่วไป หันมาปลูกมัลเบอร์รี่เป็นหลัก บนพื้นที่ 4 ไร่ สันกำแพง จ.เชียงใหม่ ตั้งชื่อว่า **“สวนหม่อนศิริ มัลเบอร์รี่”** เพื่อปูทางทำอุตสาหกรรมในครอบครัว เปิดตัวด้วยน้ำมัลเบอร์รี่สกัด 100% อาศัยคุณประโยชน์ของมัลเบอร์รี่เป็นจุดขาย คือมีวิตามิน C สูง ช่วยให้ผิวพรรณเปล่งปลั่ง เพราะช่วยลดความเสื่อมโทรมของเซลล์ มีสารต้านอนุมูลอิสระสูง ต้านมะเร็ง และกระตุ้นการสร้างเม็ดเลือดแดง น้ำมัลเบอร์รี่สกัดจึงเป็นเครื่องดื่มเพื่อบำรุงสุขภาพอย่างแท้จริง พร้อมยืนยันไม่ใส่สี ไม่ใส่สาร ไม่ใส่น้ำตาล ไร้ขวดแก้วเพื่อยืดอายุของผลิตภัณฑ์

ธุรกิจน้ำมัลเบอร์รี่สกัดประสบความสำเร็จจนก้าวสู่ปีที่ 4 จากน้ำมัลเบอร์รี่สกัดเริ่มขายผลิตภัณฑ์จากมัลเบอร์รี่ตามมาอีกหลายตัว ได้แก่ แยมมัลเบอร์รี่ มัลเบอร์รี่จี๊ดจ๊าด น้ำพริกมัลเบอร์รี่ และ หม่อนแช่น้ำผึ้ง เป็นต้น

เมื่อก่อนขายอยู่แค่หน้าร้าน มาระยะหลังได้ กระทรวงอุตสาหกรรม พาอดสรรพคุณ น้ำมัลเบอร์รี่สกัดจาก สวนหม่อนศิริ มัลเบอร์รี่ ทำให้ตลาดเริ่มขยาย และเริ่มวางแผนส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้ไม่ละความตั้งใจในการส่งออก จึงหาช่องทางผลักดันผลิตภัณฑ์ของตน จนเข้าไปอยู่ในกลุ่มชมรมนักท่องเที่ยวได้อย่างเนียนๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นส่อเค้าให้เห็นว่าเป้าหมายการส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านใกล้ความจริงเข้ามาทุกที

สวนหม่อนศิริ มัลเบอร์รี่

18/1 ม.5 ต.ออนใต้ อ.สันกำแพง จ.เชียงใหม่ 50130

โทร. 09 9142 5445





ทริปดิโอ : Tripdio

แอปพลิเคชันท่องเที่ยวฝีมือคนไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นหนึ่งอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้มหาศาลเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2562 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยว่ามีการขยายตัวในเชิงบวก เพิ่มจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 2.1-4.1 หรือมีจำนวนราว 39.00-39.80 ล้านคน และสามารถสร้างเม็ดเงินเข้าประเทศได้ถึง 2.20 ล้านล้านบาท

ซึ่งปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ ภาครัฐและภาคเอกชนที่จัดการตลาดเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง การเกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ รวมถึงการที่ประเทศไทยเป็นประธานอาเซียนและเป็นเจ้าภาพในการจัดงานระดับโลก ต่างมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลอดจนปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของธุรกิจท่องเที่ยวและบริการต่างๆ ซึ่งเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกันภายใต้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจบริการนำเที่ยว หรือบริการจองตั๋วในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ฯลฯ โดยผู้ประกอบการไทยมีความจำเป็นที่จะต้องรับมือและปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของกลุ่มลูกค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับตลาดปัจจุบันและอนาคตอย่างมีศักยภาพ

Showcase ฉบับนี้จึงหยิบยกนวัตกรรมจากธุรกิจบริการการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ตกตะกอนจากไอเดียของผู้ประกอบการไทยรุ่นใหม่อย่าง คุณชัยณัฐ แคว้นคอนนิม Founder & CEO, Advance Tripdio Service Co.,Ltd. มาถ่ายทอดมุมมองและการลงมือสร้างสรรค์ Tripdio แอปพลิเคชันนำเที่ยวรูปแบบเสียงที่จะเปิดประสบการณ์การท่องเที่ยวเมืองไทยมิติใหม่ที่คุ้มค่าด้วยความสะดวกสบายและเรื่องราวน่ารู้ของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญนับร้อยแห่งที่ถ่ายทอดให้ฟังกันอย่างละเอียดเหมือนมีไกด์ส่วนตัวไปด้วยทุกที่ทุกเวลา

“ช่วงที่ผมเรียนด้านการท่องเที่ยวอยู่ที่ประเทศอังกฤษ เมื่อมีเวลาลว่างก็จะไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ซึ่งจะมีอุปกรณ์นำเที่ยวระบบเสียงให้ยืมอย่างแพร่หลาย แต่ในบ้านเราเองกลับมีบริการดังกล่าวน้อยมากทั้งๆ ที่เป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาเยือนเป็นอันดับต้นๆ จึงมองว่าคงจะเป็นประโยชน์ไม่มากก็น้อยถ้าผู้ประกอบการไทยมีการพัฒนาบริการดังกล่าวขึ้นเพื่อช่วยตอบโจทย์เรื่องความสะดวกสบายด้านการใช้งานให้กับนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ได้เผยแพร่เรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ อย่างครบถ้วนถูกต้องเพื่อให้ชาวต่างชาติได้ทราบและเกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้” คุณชัยณัฐเล่าถึงแรงบันดาลใจ



ด้วยความมุ่งมั่นผนวกกับต้นทุนครบถ้วนที่ล้วนเอื้อต่อการลงมือเปลี่ยนไอเดียให้เป็นรูปธรรมได้จริงทั้งธุรกิจทางบ้านที่เปิดโฮสเทลย่านทองหล่อ องค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวที่ได้ศึกษามา รวมทั้งเคยเก็บเกี่ยวประสบการณ์ การประกวดแผนธุรกิจแอปพลิเคชันวางแผนการท่องเที่ยวจากเวทีของภาครัฐ เมื่อ 2 ปีก่อน คุณชัยณัฐจึงร่วมมือกับหุ้นส่วนอีก 2 คน ในการเดินทางขึ้นรูป Tripdio แอปพลิเคชันนำเที่ยวรูปแบบเสียงอย่างจริงจังเมื่อต้นปีที่ผ่านมา

โดยปกรังสำรวจตลาดเพื่อหาช่องว่างที่จะใช้สร้างโอกาสสำหรับการพัฒนา แอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งพบว่า แอปพลิเคชันบริการการ

ท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังไม่มีสตาร์อัพไทยทำ แต่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ และมีเนื้อหาที่น่าสนใจเกี่ยวกับประเทศไทยที่ยังสื่อสารได้ไม่ถูกต้องเท่าที่ควรจากผู้ผลิตต่างชาติ ประการต่อมาคือ สมาร์ทโฟนในปัจจุบันได้รับการพัฒนาให้มีความฉลาดล้ำสมัย ทำให้การติดตั้งแอปพลิเคชันในยุคนี้เป็นเรื่องง่าย แพร่หลาย และสะดวกรวดเร็ว แล้วยังเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวด้านการลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดซื้ออุปกรณ์นำเที่ยว ด้วยเสียงมาบริการนักท่องเที่ยว และยังเป็นการยกระดับภาพลักษณ์การบริการการท่องเที่ยวประเทศไทยให้ทันสมัยยิ่งขึ้น ตลอดจนช่วยเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ประสบปัญหาด้านระยะเวลาและราคาในการจองคิวไกด์นำเที่ยว

คุณชัยณัฐเปิดเผยต่อเนื่องจากว่า “ตลอด 8 เดือนก่อนทำการเปิดตัว Tripdio ผมทำการวางแผนธุรกิจ ตีกรอบการออกแบบที่จัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบในแอปพลิเคชัน และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทั้งจากทฤษฎีและการสำรวจ ร่วมกับการทำแบบสอบถามนับร้อยชุดในเว็บไซต์และอาศัยการสัมภาษณ์พูดคุยกับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโฮสเทลของที่บ้าน เพื่อเก็บข้อมูลที่ชาวต่างชาติสนใจและต้องการไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของแอปพลิเคชัน สถานที่ท่องเที่ยวที่ชอบ ช่วงราคาที่ต้องการ เรื่องราวที่อยากรู้ ฯลฯ จากนั้นจึงทดลองทำต้นแบบบริการขึ้นมาโดยเลือกวัดอรุณราชวราราม เป็นพื้นที่ต้นแบบในการเก็บข้อมูลและให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทดลองใช้ ซึ่งก็ได้รับผลตอบรับที่ดีและสามารถนำข้อมูลที่ได้มาขยายผลต่อได้อย่างตรงจุด อีกทั้งยังมีโอกาสได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ The Basecamp จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่สนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจเกิดใหม่ โดยเน้นการส่งเสริมให้เกิดการใช้พื้นที่ร่วมเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ (Co-Working Space) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ที่ครอบคลุมตั้งแต่พื้นฐานการสร้างแบรนด์ วิธีการนำเสนอแผนธุรกิจกับแหล่งทุน การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การทดสอบตลาด พื้นฐานการเงิน ไปจนถึงการเสริมสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้รับจากการเข้าโครงการนี้เป็นสิ่งที่มีประโยชน์มากสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้จริงและยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกิจใหม่ให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีเช่นผมได้เป็นอย่างดี”

Tripdio ได้เปิดตัวให้ใช้บริการเมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา ซึ่งสามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่านสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตได้ทั้งระบบ IOS ผ่าน App Store และแอนดรอยด์ ผ่าน Play Store โดยมีค่าใช้จ่ายในการบริการประมาณ 150 บาทต่อเนื้อหา 1 เรื่อง ซึ่งถือว่าคุ้มค่าในแง่ของการประหยัดเวลาและราคาที่ต่อจ่ายเพื่อแลกกับการรับทราบเรื่องราวและเกร็ดข้อมูลความรู้ที่น่าสนใจแบบเจาะลึกจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วประเทศไทย ในรูปแบบของไฟล์เสียงภาษาอังกฤษที่ถูกออกแบบมาเป็นอย่างดีเพื่อเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวเมืองไทยให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ร่วมด้วยฟีเจอร์หลากหลายที่ตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างมีสีสัน อาทิ ระบบนำทางผ่าน GPS กับ Beacon ระบบรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว ระบบเติมเงินแลกพอยท์ ระบบแนะนำร้านอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง และกิจกรรมต่างๆ ระบบการสร้าง Podcast ส่วนตัว เป็นต้น

โดยการพัฒนาแอปพลิเคชันจะแบ่งเป็นระยะๆ ในระยะแรกเนื้อหาที่น่าสนใจจะเริ่มต้นในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของกรุงเทพฯ ประมาณ 30 แห่ง ก่อนจะขยายให้ครอบคลุมไปยังเมืองท่องเที่ยวและหัวเมืองใหญ่เป็นลำดับต่อไป และต่อ ยอดจนครบทั้ง 77 จังหวัดในที่สุด รวมถึงยังตั้งเป้าการพัฒนาไฟล์เสียงให้มีภาษาที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อสนองตอบนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นหลัก อาทิ ภาษาจีน ซึ่งกำลังเร่งการศึกษาความถูกต้องด้านการแปล ตลอดจนฟังก์ชันการใช้งานต่างๆ ที่ต้องเก็บข้อมูลจากการเปิดตัวแอปพลิเคชันในระยะแรกเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มเติมให้มีลูกเล่นที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งานอย่างแท้จริง

นอกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว อีกหนึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของ Tripdio ก็คือ ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งคุณชัยณัฐชี้แจงว่า “ด้วยศักยภาพที่มีทำให้เราพัฒนาแพลตฟอร์มของเราควบคู่ไปกับการรับผลิตเนื้อหาในรูปแบบไฟล์เสียงให้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจเข้าร่วมในแพลตฟอร์มของเราด้วย หรือหากผู้ประกอบการมีไฟล์เสียงที่สามารถปลั๊กอินเข้ากับแพลตฟอร์มได้ก็จะเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการทำงานร่วมกัน เพื่อผนึกความแข็งแกร่งซึ่งกันและกันให้ในเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน” 



Advance Tripdio Service Co.,Ltd.

101/79 ซอย 12เอ หมู่บ้าน มังคมนา ราชพฤกษ์ ถนนราชพฤกษ์ นนทบุรี 10110

โทร 02 259 9524 อีเมล tripdio.biz@gmail.com เว็บไซต์ www.tripdiothailand.com



นวัตกรรมส้มตำ ใส่แค่ น้ำเปล่า



เมื่อส้มตำพอกพากับส้มตำสำเร็จรูปมาเจอกัน ใช้เวลาทดลองแค่ 2 ปี เกิดมิติใหม่ของการกินส้มตำ ง่ายกว่าปอกกล้วยเข้าปาก สะดวกกว่าการกินแบบสำเร็จรูป ไม่ต้องต้ม ไม่ต้องปรุง แค่เติมน้ำเปล่า รอ 2-3 นาที ส้มตำสดๆ ครบเครื่องร่อยอยู่ตรงหน้า

เมื่อคลิปรีดิโอแนะวิธีกินส้มตำใส่น้ำเปล่า ถูกปล่อยบนโลกโซเชียล แค่ข้ามคืนเดียวออเดอร์ล้นทะลวง เรียกว่า พลิกไม่ทัน พลิกกัน ทั้งวันทั้งคืนจนเครื่องพัง



ธุรกิจ อินทรบุตร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็ม.ที.เกษตรแปรรูป จำกัด เผยถึงแนวคิดที่จะตอบโจทย์คนไทยที่อยู่ทั่วโลก ให้กินส้มตำได้ทุกที่ โดยทดลองทำหลายวิธี เริ่มตั้งแต่ อบด้วยความร้อนบ้าง นำไปทอดบ้าง สุดท้ายใช้นวัตกรรมที่เรียกว่า ฟรีซดราย (Freeze Dry) เป็นการดึงความชื้นออกจากอาหารด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย เป็นนวัตกรรมที่ดีที่สุดในการถนอมอาหาร เพราะโภชนาการและรูปร่างกลืนยังอยู่ครบหมด 100 เปอร์เซ็นต์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้คือ ส้มตำอบกรอบ แค่เติมน้ำเปล่าครึ่งแก้วทิ้งไว้ 2-3 นาที คลุกให้เคล้ากัน ก็จะได้ส้มตำสดๆ เหมือนตำออกจากครก รสชาติกลมกล่อมครบเครื่อง มีให้เลือก 2 รสชาติ เผ็ดน้อยกับเผ็ดมากเพื่อเอาใจวัยแซ่บ

(Freeze Dry หรือ แช่เยือกแข็ง หมายถึง การทำแห้งโดยดึงน้ำออกจากอาหาร ที่อุณหภูมิต่ำ จึงลดการสูญเสียของอาหารเนื่องจากความร้อน ไม่ทำลายเนื้อเยื่อและโครงสร้างอาหาร ทำให้ได้อาหารแห้งที่ได้มีคุณภาพสูง มีการคืนตัวได้ดี สามารถรักษาคูณภาพอาหาร เช่น รสชาติ สี กลิ่น และลักษณะเนื้อสัมผัสของอาหารได้ดี)



แรกๆ ทำใส่ซองพลาสติก ตอนหลังปรับลูกใหม่ใส่กล่องกระดาษ เมื่อถามถึงราคา สุรภิจ อินทรบุตร บอกขายกล่องละ 90 บาท จำเป็นต้องขายราคานี้เพราะเครื่องจักรที่เรียกว่า Freeze Dry ราคาค่อนข้างสูง ถึงหลัก 10 ล้าน และกว่าจะทำเป็นส้มตำอบกรอบแต่ละครั้งใช้เวลานานถึง 48 ชั่วโมง จึงมีเรื่องไฟฟ้าเข้ามาเป็นต้นทุนด้วย ทำให้ราคาค่อนข้างสูง ส้มตำอบกรอบของแม่ตุ๊ก ถือเป็นรายแรกที่ทำส้มตำโดยใช้นวัตกรรม Freeze Dry ความท้าทายนี้เองทำให้ส้มตำแม่ตุ๊ก ได้รับรางวัลนวัตกรรมด้านการออกแบบ จากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) เมื่อปี 2560

สุรภิจยอมรับว่า ไม่ถนัดเรื่องเครื่องจักร ถนัดเรื่องการถนอมอาหารเป็นหลัก (ได้แก่ การแปรรูปทาง การเกษตรเป็นผักดอง หน่อไม้ดอง กระเทียมดอง เป็นต้น) จึงทำให้การทดลองในช่วงแรกเจอปัญหา มาก ตอนหลัง กระทรวงอุตสาหกรรม ส่งที่ปรึกษามาช่วยเรื่องการตลาด ใช้เวลาอยู่ 2 ปีในการทดลองทำ ผลิตภัณฑ์ส้มตำอบกรอบ และเริ่มเปิดตลาดอย่างเป็นทางการเมื่อต้นปี 2561 ที่ผ่านมานี้

“ส้มตำอบกรอบ” ภายใต้แบรนด์ “แม่ตุ๊ก” (Maetuk) เปิดตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก และ ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น ต่อมาได้เริ่มขยายสู่โมเดิร์นเทรดหลายแห่ง และก้าวต่อไปคือการส่งออก ต่างประเทศ ซึ่ง บริษัท เอ็ม.ที. เกษตรแปรรูป จำกัด จะต้องหาช่องทางตอบโจทย์ความต้องการเหล่านั้น

ความสำเร็จของ “นวัตกรรมส้มตำแม่ตุ๊ก” เป็นการถอดบทเรียนความสำเร็จของเมนูไทยที่อยู่ใกล้ตัว ความสะดวกความง่ายตายของเมนูไทยที่ตลาดมีความต้องการอยู่ ซึ่งแม่ตุ๊กสามารถเข้าถึงตลาดนั้น ได้ถูกจังหวะถูกเวลาถูกจริตนวัตกรรมในยุคนี้ 

บริษัท เอ็ม.ที. เกษตรแปรรูป จำกัด
91 หมู่ 3 ต.นพรัตน์ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี 12170
โทร. 0 2150 1688, 08 3092 3295
email : maetuk.mt@gmail.com
<http://www.maetuk.com>



นมแมคคาเดเมีย

เพิ่มมูลค่าจากไร่มาเป็นเครื่องดื่ม Much

ด้วยฝีมือนักบริหารรุ่นใหม่

การต่อยอดความสำเร็จ ตามแนวเกษตรใหม่ ที่ใช้เรื่องนวัตกรรมเข้ามาแปรรูปสินค้าเกษตรแบบธรรมดา ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นมาได้ นั่น คงไม่ใช่เรื่องง่ายๆ หากแต่เจ้าของแบรนด์ **"MUCH"** ลูกเกษตรกร จังหวัดตาก ดักรักการศึกษาด้านอุตสาหกรรมอาหาร แห่งรั้วมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นำความรู้ที่ได้ ร่ำเรียนมา กลับพลิกฟื้นสังคมเกษตรแบบเก่าด้วยโมเดลธุรกิจใหม่ นำนวัตกรรม เทคโนโลยีเข้ามาช่วยยกระดับภาคเกษตรไทยสู่ฐานรากแห่งความมั่นคง...

จากแมคคาเดเมีย สู่นมบรรจุกล่องพาสเจอร์ไรซ์ กับหลักคิดของบัณฑิต จบใหม่ มาต่อยอดผลผลิตตัวเองเป็นผลสำเร็จ รวมทั้งยังเก็บผลผลิตในไร่ ส้ม เสาวรส อะโวคาโด นำมาแปรรูปเป็นน้ำผลไม้บรรจุกล่องและขวดออก จำหน่าย จนเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างงดงาม

กว่าจะมาเป็น "MUCH" แมคคาเดเมียแปรรูป

คุณชินก จิตปรีดากร กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจนเทินวิน จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย นมแมคคาเดเมียและน้ำผลไม้แปรรูป ภายใต้แบรนด์ "Much" (มัช) ย้อนเล่าถึงจุดเริ่มต้นธุรกิจว่า ที่บ้านทำไร่แมคคาเดเมีย และสวนส้ม เสาวรส อะโวคาโด ในจังหวัดตาก มีผลผลิตดีและมีประสิทธิภาพ จากการใส่ใจดูแลอย่างพิถีพิถันตั้งแต่การปลูกดิน ควบคุมตลอดกระบวนการผลิต ก็นำออกจำหน่ายในขณะนั้นยังไม่ได้นำมาแปรรูป จนกระทั่งคุณย่า





อยากทานแมคคาเดเมีย แต่ไม่สามารถเคี้ยวได้สะดวกนัก จึงลองนำเมล็ดแมคคาเดเมียมาบดทำเป็นน้ำเข้มข้น ให้คุณย่าดื่ม ปรากฏว่ารสชาติดี หอม อร่อย

“ทำให้เราได้ไอเดียจะทำน้ำแมคคาเดเมียบรรจุขวดออกจำหน่าย แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะไม่สามารถเก็บรักษาได้นาน ต้องทานวันต่อวัน ทำให้จึงหาวิธีใหม่ที่จะทำให้แมคคาเดเมียแปรรูปออกมาแล้วอยู่ได้นาน”

จากการที่ตัวเองได้จบด้านอุตสาหกรรมอาหาร ที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พอมีความรู้นำมาพัฒนาอยู่บ้าง แต่ไม่เพียงพอ จึงได้ศึกษาหาความรู้ และเข้าร่วม โครงการอบรมหลักสูตรจีนีส อะคาเดมี่ ซีซั่น 1 ของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาความรู้ด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี นำมาแปรรูปสินค้าเกษตร ให้มีประสิทธิภาพ การทำการตลาด การออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ การวางกลยุทธ์ด้านธุรกิจ เป็นต้น นำมาต่อยอดพัฒนาสินค้าและธุรกิจได้เอง

กว่า 3 ปีที่ลองผิดลองถูก จนสามารถนำความรู้จากการอบรมเข้าโครงการฯ ดังกล่าวของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มาต่อยอดนำแมคคาเดเมีย จากไร่แม่เกล้า จังหวัดตากของเรา นำมาสกัดเป็นนมแมคคาเดเมีย เป็นผลสำเร็จภายใต้ชื่อ MUCH ที่สามารถนำมาผ่านกระบวนการที่เรียกว่านวัตกรรมถนอมอาหารให้อยู่ได้นาน และคงรักษาคุณภาพรสชาติอาหารได้เหมือนเดิมถึง 1 ปีเต็ม

“MUCH” สยายปีกในตลาดเต็มรูปแบบ

ปัจจุบันนมแมคคาเดเมีย ภายใต้แบรนด์ “MUCH” เรียกได้ว่าสยายปีกในตลาดเต็มรูปแบบแล้ว ภายใต้คอนเซ็ปต์ แมคคาเดเมียเต็มเมล็ด เพื่อให้ได้เต็มดื่มนมแมคคาเดเมียที่มีรสชาติหอมหวานละมุน และอุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ไม่มีส่วนผสมของนมวัว สามารถทานได้แม้ช่วงทานเจ เป็นนมทางเลือกสำหรับผู้แพ้นมวัว

นมแมคคาเดเมีย มี 3 รูปแบบ คือ 1. แบบบรรจุขวดแก้ว 2. กระป๋อง และ 3. แบบกล่องพาสเจอร์ไรซ์ ซึ่งแต่ละบรรจุภัณฑ์ ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความชอบและความต้องการ ในระดับราคา 100 - 300 บาท ช่องทางจัดจำหน่ายของ “MUCH” มีทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ โดยสัดส่วนของเราออนไลน์จะเน้นมากเป็นพิเศษ เพราะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างและหลากหลาย เรามีเพจเฟซบุ๊ก ชื่อว่า <https://www.facebook.com/muchbyromkiao> และตามมาร์เก็ตเพลสต่างๆ อาทิ Shopee Thailand, <https://www.shopat24.com>, <https://www.24catalog.com> เป็นต้น

นอกจากนี้เรายังมีวางจำหน่ายที่เลมอนฟาร์ม ร้านใบเมี่ยง ร้านสบายใจ ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ตลอดจนยังมีออกงานแฟร์ และเอ็กซ์ฮิบชัน ร่วมกับหน่วยงานรัฐ ทั้งในและต่างประเทศ อาทิ งาน THAIFEX-World of Food ASIA, งาน Thailand Industry Expo ในต่างประเทศ ก็มีไปเปิดตลาดที่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ญี่ปุ่น จีน บัลแกเรีย เป็นต้น

สำหรับแผนในอนาคตอันใกล้ กำลังมีการเจรจากับทางเซเว่น อีเลฟเว่นและกลุ่มเครือข่ายซีฟู้ดอลล์ ที่จะนำผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปนมแมคคาเดเมียของเราเข้าไปวางจำหน่ายด้วย ซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์คนไทยที่

เกิดจากความตั้งใจได้เข้าไปอยู่ช่องทางร้านสะดวกซื้อที่ครอบคลุมตลาดประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

เพราะชื่อ “MUCH” จึงกลายเป็นจุดเด่นในตลาด

คุณชินก ยังเล่าต่อไปอีกว่า ที่มาของแบรนด์ “MUCH” ที่แปลว่า มากมาย มาจากความใส่ใจทุกกระบวนการ ความยากของการเริ่มต้นกว่าจะมีวันนี้ เราเรียนรู้ใส่ใจใส่ทุกอย่างเพื่อวันที่เกิดแบรนด์ “MUCH” และกลายมาเป็นจุดเด่นในตลาดไปเลย เพราะตั้งแต่เริ่มต้นปลูกแมคคาเดเมีย การใส่ปุ๋ยปฐดิน จนได้เมล็ดแมคคาเดเมียที่สมบูรณ์แบบและมีคุณภาพ ผ่านกระบวนการผลิตที่ถือเป็นจุดเด่นสำคัญ คือ

- นมแมคคาเดเมีย 100% ไม่ผสมนมวัว ใช้วัตถุดิบสดๆ ใหม่ ๆ ผลิตโดยเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย จึงรักษาคุณค่าทางโภชนาการและสารอาหารไว้อย่างครบถ้วนให้ความรู้สึกเหมือนได้ลิ้มลองเมล็ดแมคคาเดเมียสดๆ ได้ต้นด้วยตัวเอง

- ควบคุมตลอดกระบวนการผลิต รวมมาสกัดเป็นนมแมคคาเดเมียจากแมคคาเดเมียเต็มเมล็ด เพื่อให้คุณได้ดื่มด่ำกับนมแมคคาเดเมียที่มีรสชาติหอมหวานละมุน และอุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการ

- ไม่มีส่วนผสมของนมวัว สามารถทานได้แม้ช่วงทานเจ เป็นนมทางเลือกสำหรับผู้แพ้นมวัว

หลายขั้นตอนที่เรียกว่ามาก สมชื่อแบรนด์ สิ่งหนึ่งที่ภาคภูมิใจที่เกษตรกรก็ทำได้จากผลผลิตแมคคาเดเมียธรรมชาติ จัปมาแปรรูป แปรรูปจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ประสบผลสำเร็จ ทำให้เกษตรกรไทยพลิกฟื้นสังคมเกษตรแบบเก่าด้วยโมเดลธุรกิจใหม่...ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากสู่ความมั่นคง... สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรไทย และสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

ถึงอย่างไรสังคมเกษตรที่เป็นรากเหง้าของคนไทย ยังขาดการพัฒนาต่อยอดด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่... รัฐจึงต้องเข้ามาช่วยส่งเสริม ผลักดันให้เกษตรกรไทยก้าวไกลสู่สากล

แผนก้าวต่อไปของ MUCH

นักบริหารรุ่นใหม่ เจ้าของแบรนด์ MUCH ยังบอกถึงแผนอนาคตถึงผลผลิตทางเกษตรต่อจากนี้ว่า จะนำส้ม เสาวรส และอะโวคาโด นำมาแปรรูปเป็น น้ำผลไม้ 100 เปอร์เซ็นต์บรรจุกล่อง และกระป๋อง เพื่อจะได้นำผลผลิตมาแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเรื่อยๆ ต่อเนื่อง

ไม่เพียงเท่านั้น ในชุมชนโดยรอบเราก็ช่วยกันดูแล ให้ข้อมูลแนวคิดเกษตรนวัตกรรมใหม่ที่นำมาแปรรูป และไร่เริ่มเกล้ายังแจกต้นกล้าอะโวคาโด จำนวน 2 หมื่นต้นให้เกษตรกรและชาวบ้านในชุมชนโดยรอบ ให้เขาได้มีการขยายพันธุ์และสร้างอนาคตเกษตรกรรมแนวใหม่ไปด้วยกันอีกทางหนึ่งด้วย

“สำหรับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ต้องขอบคุณหลายอย่างที่มีโครงการดีๆ เพื่อผู้ประกอบการ ได้เข้าใจเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ สร้างโอกาสให้เกษตรกรได้มีช่องทางแปรรูปอาหาร และสินค้า กระทั่งให้การอบรมเรื่องการทำการตลาด กลยุทธ์ด้านต่างๆ ซึ่งส่วนตัวก็ยังเข้าอบรมและร่วมโครงการกับกรมฯ อย่างเป็นระยะ เพื่อเติมความรู้อยู่ตลอด โดยเฉพาะเรื่องการทำบัญชี ซึ่งตรงนี้อะยากฝากให้กรมฯ ช่วยเปิดโครงการสอนเรื่องเทคนิคและหลักการทำบัญชีให้ผู้ประกอบการเพิ่มเติม” คุณชินก นักบริหารรุ่นใหม่จากแบรนด์ MUCH กล่าวทิ้งท้าย



คุณชินก จิตปรีดากร
กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจนเท็นวิน จำกัด
91/3 หมู่ที่ 4 ตำบลศิรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
โทร. 08 8699 6978

Legal

• เรื่อง :
วิธีระ ไม้แพ

นิติกรชำนาญการพิเศษ กองกฎหมาย
สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม



การอุทธรณ์คำสั่งทางปกครอง ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

ด้วยพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.2535 มีการบังคับใช้จนกระทั่งมีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติโรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2562 (ใช้บังคับในวันที่ 27 ตุลาคม 2562) ได้ให้ความหมายของคำว่า “โรงงาน” มีหมายความว่า อาคาร สถานที่ หรือยานพาหนะที่ใช้เครื่องจักรมีกำลังรวมตั้งแต่ห้าสิบแรงม้าหรือกำลังเทียบเท่าตั้งแต่ห้าสิบแรงม้าขึ้นไป หรือใช้คนงานตั้งแต่ห้าสิบคนขึ้นไปโดยใช้เครื่องจักรหรือไม่ก็ตามเพื่อประกอบกิจการโรงงาน ทั้งนี้ ตามประเภทหรือชนิดของโรงงานที่กำหนดในกฎกระทรวง โดยยังคงมิให้ใช้บังคับแก่โรงงานของทางราชการที่ดำเนินการโดยทางราชการเพื่อประโยชน์แห่งความมั่นคงและความปลอดภัยของประเทศ นอกจากนี้รัฐมนตรีโดยอนุบัญญัติมีอำนาจประกาศกำหนดให้โรงงานได้รับยกเว้นจากการปฏิบัติตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้บางส่วนก็ได้ ในกรณีโรงงานของทางราชการ นอกจากโรงงานที่ได้รับยกเว้นตามมาตรา 4 โรงงานที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาวิจัย โรงงานของสถาบันการศึกษาในส่วนที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการฝึกอบรม โรงงานที่ดำเนินงานอันมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมในครอบครัว หรือโรงงานที่ดำเนินงานอันมีลักษณะที่จำเป็นและเกี่ยวเนื่องกับกิจการที่มีใช้โรงงานตามพระราชบัญญัตินี้และตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน

ในการควบคุมดูแล การป้องกันเหตุเดือดร้อนรำคาญ การป้องกันความเสียหาย และการป้องกันอันตรายตามระดับความรุนแรงของผลกระทบที่จะมีต่อประชาชนหรือสิ่งแวดล้อม ได้แบ่งขนาดโรงงานเป็น 3 จำพวก โดยโรงงานจำพวกที่ 1 ได้แก่ โรงงานประเภท ชนิด และขนาดที่สามารถประกอบกิจการโรงงานได้ทันทีตามความประสงค์ของผู้ประกอบกิจการโรงงาน โรงงานจำพวกที่ 2 ได้แก่ โรงงานประเภท ชนิด และขนาดที่เมื่อจะประกอบกิจการโรงงานต้องแจ้งให้พนักงานเจ้าหน้าที่ทราบก่อน โรงงานจำพวกที่ 3 ได้แก่ โรงงานประเภท ชนิด และขนาดที่การตั้งโรงงานจะต้องได้รับใบอนุญาตก่อนจึงจะดำเนินการได้ และเมื่อมีประกาศของรัฐมนตรีตามมาตรา 32 (1) ให้โรงงานที่กำหนดในประกาศดังกล่าวเป็นโรงงานจำพวกที่ 3 ด้วย สำหรับก่อนหรือระหว่างประกอบกิจการโรงงานหากมีการยื่นคำขอรับใบอนุญาตหรือมีการแจ้งที่มีลักษณะเป็นการอนุญาต แต่เจ้าหน้าที่ไม่อนุญาตหรือไม่รับแจ้งตามคำขอ หรือการประกอบกิจการโรงงานที่มีการกระทำที่ฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือการประกอบกิจการโรงงานอาจจะก่อให้เกิดอันตราย ความเสียหายหรือความเดือดร้อนแก่บุคคลหรือทรัพย์สินที่อยู่ในโรงงานหรือที่อยู่ใกล้เคียงกับโรงงานก็ให้เจ้าหน้าที่มีอำนาจออกคำสั่งให้ผู้ประกอบกิจการโรงงานระงับ ปรับปรุงแก้ไขหรือปฏิบัติให้ถูกต้องหรือเหมาะสม หรือสั่งให้หยุดประกอบกิจการโรงงานทั้งหมดหรือบางส่วนเป็นการชั่วคราวได้ซึ่งเป็นคำสั่งทางปกครอง ลักษณะดังกล่าวหากผู้ได้รับคำสั่งไม่เห็นด้วยก็มีสิทธิอุทธรณ์หรือโต้แย้งได้ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานหรือตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539

ตามหลักทฤษฎีกฎหมายปกครองผู้เขียนได้ศึกษาบทความของนายศุภวัฒน์ สิงห์สุวรงค์ กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการอุทธรณ์คำสั่งทางปกครอง* มีความมุ่งหมายสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. ให้ความคุ้มครองทางกฎหมายแก่ประชาชน (protection juridique des administrés) การอุทธรณ์มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะเยียวยาผลกระทบที่เกิดแก่คู่กรณีผู้รับคำสั่งทางปกครอง โดยเปิดโอกาสให้คู่กรณีโต้แย้งคำสั่งและขอให้ฝ่ายปกครองทบทวนและเปลี่ยนแปลงแก้ไขหรือเพิกถอนคำสั่ง





โดยนัยนี้ การอุทธรณ์จึงเป็นกระบวนการที่คุ้มครองสิทธิของประชาชนและเป็นวิธีการที่ช่วยแก้ไขความเดือดร้อนหรือเสียหายของคู่กรณีได้ดีกว่ากระบวนการทางศาล เพราะการทบทวนภายในฝ่ายปกครองมีขั้นตอนการพิจารณาที่เรียบง่ายรวดเร็วกว่าวิธีพิจารณาคดีของศาล นอกจากนี้ ในการพิจารณาอุทธรณ์ฝ่ายปกครองยังสามารถทบทวนคำสั่งในแนวทางที่ยืดหยุ่นและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องในแต่ละกรณีได้อย่างเหมาะสม ผิดกับศาลที่ต้องวินิจฉัยคดีพิพาทไปตามบทกฎหมายและยึดถือแนวคำพิพากษาเป็นสำคัญ ยากที่จะพิพากษาเป็นรายกรณีไปโดยคำนึงถึงความเป็นธรรมเฉพาะกรณี

2. ส่งเสริมการควบคุมตรวจสอบภายในฝ่ายปกครอง (autocontrôle de l'administration) โดยที่การออกคำสั่งทางปกครองในแต่ละเรื่องมีความยุ่งยากซับซ้อน อีกทั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองอาจมีภาระหน้าที่งานจำนวนมากและต้องปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จโดยเร็ว บางกรณีจึงอาจมีการออกคำสั่งทางปกครองที่ผิดพลาดได้ไม่ช้าในข้อเท็จจริง ข้อกฎหมาย หรือเรื่องความเหมาะสม ดังนั้น การอุทธรณ์คำสั่งทางปกครองจึงเป็นโอกาสที่ฝ่ายปกครองจะได้ตรวจสอบการใช้อำนาจของตนซึ่งหากเห็นว่าคำสั่งทางปกครองไม่ชอบด้วยกฎหมายหรือไม่เหมาะสมอย่างไร ก็อาจเปลี่ยนแปลงแก้ไขหรือเพิกถอนคำสั่งได้ ซึ่งการทบทวนคำสั่งทางปกครองอาจกระทำโดยเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งทางปกครองนั้นเอง หรือโดยเจ้าหน้าที่ชั้นเหนือขึ้นไป ที่ควบคุมการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งก็ได้

3. แบ่งเบาภาระในการพิจารณาพิพากษาคดีของศาล (désencombrement des juridictions) การอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองช่วยกลั่นกรองข้อพิพาทและลดจำนวนคดีพิพาทที่จะขึ้นสู่ศาล เนื่องจากข้อพิพาทอาจจะจบลงในชั้นอุทธรณ์ โดยฝ่ายปกครองพิจารณาแล้วเห็นด้วยกับคำอุทธรณ์และเปลี่ยนแปลงคำสั่งตามคำขอของคู่กรณี หรือคู่กรณีอาจพิจารณาเหตุผลของคำวินิจฉัยอุทธรณ์แล้วยอมรับว่าคำสั่งที่ฝ่ายปกครองทำขึ้นชอบด้วยกฎหมายและเหมาะสมแล้ว จึงไม่คิดที่จะโต้แย้งคำสั่งต่อไปในชั้นศาลอีก

นอกจากนี้ หนังสือกฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครองของนายชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศานต์ อดีตเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา ได้อธิบายหลัก การเยียวยาในฝ่ายปกครอง^๖ ได้จัดระบบให้มีการทบทวนการกระทำทางปกครอง โดยการอุทธรณ์อาจเป็นการอุทธรณ์ต่อเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่งเอง ต่อผู้บังคับบัญชาของผู้นั้น ต่อรัฐมนตรีเจ้าสังกัดหรือต่อคณะกรรมการเฉพาะ การทบทวนโดยเจ้าหน้าที่หรือผู้บังคับบัญชาของเจ้าหน้าที่ย่อมจะพิจารณาได้ทั้งข้อเท็จจริง ข้อกฎหมายและความเหมาะสม (expediency) การอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองอาจจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การอุทธรณ์บังคับ และการอุทธรณ์ไม่บังคับ (อุทธรณ์เผื่อเรียก) โดยปกติเอกชนย่อมมีสิทธิตามหลักรัฐธรรมนูญ (หลักนิติธรรม) ที่จะนำคดีสู่การพิจารณาตรวจสอบขององค์กรวินิจฉัยคดีปกครองที่ใช้อำนาจตุลาการในการนั้นจะมีอายุความอยู่เสมอเพื่อความมั่นคงของสิทธิและความแน่นอนของกฎหมาย การอุทธรณ์บังคับ เป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีการบังคับให้ต้องดำเนินการขึ้นตอนนั้นก่อนไม่เช่นนั้นจะนำคดีไปสู่การพิจารณาขององค์กรวินิจฉัยคดีปกครองไม่ได้ การอุทธรณ์ไม่บังคับ อาจอุทธรณ์ก็ได้หรือไม่อุทธรณ์แต่นำคดีไปสู่การพิจารณาขององค์กรวินิจฉัยคดีปกครองโดยตรงก็ได้

1) ระบบอุทธรณ์ปกติ (recours administratif ordinaire) เป็นการอุทธรณ์คำสั่งทางปกครองต่อเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่งทางปกครองหรือจะอุทธรณ์ต่อผู้บังคับบัญชาของผู้นั้นก็เพื่อไม่ให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามหน้าที่ ซึ่งจะพิจารณาทบทวนได้ทั้งในข้อเท็จจริง ข้อกฎหมายและความเหมาะสมของการทำคำสั่ง การอุทธรณ์ปกตินี้ไม่มีบทบัญญัติกฎหมายใดกำหนดวิธีการไว้โดยเฉพาะคู่กรณีจะอุทธรณ์หรือไม่ก็ได้หรือจะอุทธรณ์เมื่อใดก็ได้ อย่างไรก็ตามการจะยกเรื่องขึ้นพิจารณาหรือไม่ย่อมเป็นดุลพินิจของผู้รับอุทธรณ์ และถึงจะพิจารณาไปแล้วเจ้าหน้าที่จะยุติและไม่เพิกถอนคำสั่งทางปกครองก็ได้ หากเป็นคำสั่งที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายเจ้าหน้าที่สมควรถือว่าไม่มีหน้าที่ต้องเพิกถอน

2) ระบบอุทธรณ์บังคับ (recours administratif obligatoire) คู่กรณีจะต้องใช้ระบบอุทธรณ์นี้ก่อนโดยเป็นขั้นตอนหนึ่งก่อนจะนำคดีไปสู่การพิจารณาขององค์กรวินิจฉัยคดีปกครองมิฉะนั้นองค์กรวินิจฉัยคดีปกครองจะรับเรื่องไว้พิจารณาไม่ได้

2.1 ระบบอุทธรณ์บังคับทั่วไป กรณีไม่มีกฎหมายกำหนดขั้นตอนอุทธรณ์ภายในฝ่ายปกครองไว้เป็นการเฉพาะ หากไม่มีกฎหมายบังคับเป็นอย่างอื่นก็จะต้องใช้ระบบอุทธรณ์บังคับนี้เสมอ การข้ามขั้นตอนหรือไม่ใช้สิทธิตามขั้นตอนจะทำให้ขาดสิทธิที่จะนำคดีไปสู่การพิจารณาขององค์กรวินิจฉัยคดีปกครองต่อไป คำสั่งทางปกครองที่จะต้องใช้ระบบอุทธรณ์บังคับทั่วไปนี้จะต่อไปยังคำสั่งทางปกครองที่ออกโดยรัฐมนตรีหรือคณะกรรมการซึ่งเป็นองค์กรที่ใช้อำนาจทางปกครองเฉพาะที่ไม่อยู่ในระบอบสายการบังคับบัญชา เมื่อมีคำสั่งทางปกครองจึงเป็นที่สุดไม่มีการอุทธรณ์ต่อองค์กรใดอีก

2.2) ระบบอุทธรณ์บังคับเฉพาะ การกำหนดขั้นตอนอุทธรณ์บังคับเฉพาะมีในกฎหมายไทยหลายฉบับเพราะงานฝ่ายปกครองโดยทั่วไปจะเป็นงานเทคนิคเฉพาะด้าน การกำหนดให้มีขั้นตอนการอุทธรณ์บังคับเฉพาะกรณีก่อนนำคดีไปสู่การพิจารณาขององค์กรวินิจฉัยคดีปกครองเพื่อให้ฝ่ายปกครองมีโอกาสแก้ไขปัญหภายในฝ่ายปกครองเองก่อนให้ถูกต้องตามลักษณะเฉพาะด้าน (specialization) ก่อนที่จะมีการตรวจสอบทางกฎหมายโดยองค์กรภายนอกฝ่ายปกครองและจะทำให้องค์กรตรวจสอบทางกฎหมายดังกล่าวปฏิบัติงานได้สะดวกราบรื่น ถ้าไม่มีการอุทธรณ์ภายในเวลาที่กำหนดเป็นอันหมดสิทธิจะดำเนินการเสนอคดีต่อองค์กรวินิจฉัยคดีปกครองต่อไป

3) ระบบอุทธรณ์ไม่บังคับ (recours administratif facultatif) กรณีใดจะเป็นการบังคับ (เผื่อเลือก) หรือไม่ต้องพิจารณาถ้อยคำในกฎหมายเป็นสำคัญเท่านั้น ส่วนขอบเขตอำนาจหน้าที่ต้องพิจารณาถ้อยคำในกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับในการจัดตั้งระบบอุทธรณ์เผื่อเลือกเป็นเกณฑ์เท่านั้น

จากหลักการข้างต้นเมื่อพิจารณากฎหมายว่าด้วยโรงงาน เพื่อเป็นการให้ผู้รับคำสั่งทางปกครองซึ่งเป็นผู้ประกอบการโรงงาน หรือประชาชนเจ้าหน้าที่ของกระทรวงอุตสาหกรรมที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณาตามกฎหมายอื่นๆ ของหน่วยงานกระทรวงอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานภายนอกกระทรวงอุตสาหกรรม ได้รับทราบและสร้างความเข้าใจ การอุทธรณ์คำสั่งทางปกครองตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานตลอดจนแนวทางการวินิจฉัยอุทธรณ์ของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมพิจารณาได้ ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่งที่มีอำนาจหน้าที่ ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานและกฎหมายอื่นๆ ได้แก่

1.1 พนักงานเจ้าหน้าที่ แต่งตั้งโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ปกติจะเป็นข้าราชการสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ข้าราชการกรมโรงงานอุตสาหกรรม ข้าราชการกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่สำหรับโรงงานบางประเภท ข้าราชการระดับจังหวัด ข้าราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการถ่ายโอนภารกิจมีหน้าที่กำกับดูแลโรงงานจำพวกที่ 1 กำกับดูแลและการรับแจ้งการประกอบกิจการโรงงานจำพวกที่ 2 ได้แก่ ข้าราชการกรุงเทพมหานคร ข้าราชการเมืองพัทยา ข้าราชการเทศบาล นอกจากนี้ยังมีผู้บริหารระดับสูงและพนักงานของการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

1.2 ปลัดกระทรวงหรือผู้ซึ่งปลัดกระทรวงมอบหมาย ได้มอบหมายให้ข้าราชการสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ข้าราชการกรมโรงงาน อุตสาหกรรม ข้าราชการกรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่สำหรับโรงงานบางประเภท ผู้บริหารระดับสูงและพนักงานของการนิคมอุตสาหกรรม แห่งประเทศไทย

1.3 คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน ตามมาตรา 48 ของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ.2550 กรณีการตั้งโรงงาน เพื่อประกอบกิจการพลังงานของโรงไฟฟ้า

1.4 เลขาธิการคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ตามมาตรา 43 ของพระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ.2561 กรณีการขอรับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานภายในเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศในราชกิจจานุเบกษา

2. ลักษณะของคำสั่งที่ออกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน ที่มีผลกระทบต่อสถานภาพสิทธิหรือหน้าที่ของผู้ประกอบกิจการโรงงาน แบ่งออกเป็น 2 กรณี ได้แก่ กรณีที่กฎหมายว่าด้วยโรงงานบัญญัติเป็นการเฉพาะให้อุทธรณ์คำสั่งต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม และกรณีที่กฎหมายว่าด้วยโรงงานมิได้บัญญัติเป็นการเฉพาะให้อุทธรณ์คำสั่งแต่เป็นการอุทธรณ์ทั่วไปตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539 ดังนี้

2.1 กรณีที่กฎหมายว่าด้วยโรงงานบัญญัติเป็นการเฉพาะให้อุทธรณ์คำสั่งต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ทราบคำสั่ง คำวินิจฉัยของรัฐมนตรีให้เป็นที่สิ้นสุด ได้แก่

(1) **มาตรา 16** กรณีคำสั่งไม่ออกใบอนุญาต ตามมาตรา 12 คำสั่งไม่อนุญาตให้ขยายโรงงาน ตามมาตรา 18 นอกจากนี้ยังมีคำสั่ง ไม่ออกหรือไม่ต่ออายุใบอนุญาตตรวจสอบหรือรับรอง ตามมาตรา 9 และมาตรา 9/3 คำสั่งพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตตรวจสอบหรือรับรอง ตามมาตรา 9/5

อย่างไรก็ตามการประกอบกิจการโรงงานจำพวกที่ 3 ภายในเขตประกอบการอุตสาหกรรมหรือเขตนิคมอุตสาหกรรมตามกฎหมาย ว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมได้รับยกเว้นไม่ต้องได้รับใบอนุญาต ตามมาตรา 30 ของพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ.2535

(2) **มาตรา 20** กรณีผู้รับใบอนุญาตไม่เห็นด้วยกับผู้อนุญาตกรณีการยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเงื่อนไข

(3) **มาตรา 33** วรคส. กรณีการอุทธรณ์คำสั่งของผู้อนุญาตที่ผู้อนุญาตให้ประกอบกิจการโรงงานจำพวกที่ 3 ที่ประสงค์จะประกอบ กิจการโรงงานต่อไปเนื่องจากหยุดดำเนินการติดต่อกันเกินกว่าหนึ่งปี

(4) **มาตรา 41** กรณีคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 37 หรือคำสั่งของปลัดกระทรวงหรือผู้ซึ่งปลัดกระทรวงมอบหมายให้หยุด ประกอบกิจการโรงงานตามมาตรา 39 วรคหนึ่ง หรือคำสั่งปิดโรงงานตามมาตรา 39 วรคสาม การอุทธรณ์ดังกล่าวไม่เป็นการอุทธรณ์ปฏิบัติตาม คำสั่ง เว้นแต่รัฐมนตรีจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

(5) **มาตรา 43** กรณีผู้ประกอบกิจการโรงงานจำพวกที่ 2 และ 3 มิได้เสียค่าธรรมเนียมภายในเวลาที่กำหนด พนักงานเจ้าหน้าที่มี อำนาจสั่งให้ผู้นั้นหยุดการประกอบกิจการไว้จนกว่าจะได้เสียค่าธรรมเนียมและเงินเพิ่มครบจำนวน

2.2 กรณีที่กฎหมายว่าด้วยโรงงานมิได้บัญญัติเป็นการเฉพาะให้อุทธรณ์คำสั่งแต่เป็นการอุทธรณ์ทั่วไป ตามมาตรา 3 ประกอบมาตรา 44 ของพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539 โดยยื่นต่อเจ้าหน้าที่ผู้ทำคำสั่งทางปกครองภายในสิบห้าวันนับแต่วันที่ตนได้รับแจ้ง คำสั่ง ได้แก่

(1) **มาตรา 11** กรณีไม่ออกใบรับแจ้งการประกอบกิจการโรงงานจำพวกที่ 2

(2) **มาตรา 13** กรณีไม่รับแจ้งเริ่มประกอบกิจการโรงงานหรือไม่ให้ทดลองเดินเครื่องจักรก่อนเริ่มประกอบกิจการโรงงาน

(3) **มาตรา 18/1** กรณีไม่รับแจ้งการขยายโรงงานเฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการบำบัดมลพิษ มาตราการป้องกันหรือลดเหตุ เตือนร้อนรำคาญ การเปลี่ยนแปลงเครื่องจักรเดิมที่เป็นเครื่องจักรต้นกำลังให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงพลังงานของเครื่องจักรเดิม ให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น หรือเพื่อการเปลี่ยนแปลงพลังงานของเครื่องจักรเดิมให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

(4) **มาตรา 19** กรณีไม่รับแจ้งการเพิ่มจำนวน เปลี่ยน หรือเปลี่ยนแปลงเครื่องจักรไม่ถึงขั้นขยายโรงงาน

(5) **มาตรา 19/1** กรณีไม่รับแจ้งการเพิ่มประเภทหรือชนิดของการประกอบกิจการโรงงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการโรงงานเดิม

(6) **มาตรา 21** กรณีไม่อนุญาตให้ออนใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานโดยผู้รับโอนการประกอบกิจการโรงงาน ผู้เช่าหรือผู้เช่าซื้อ โรงงาน หรือผู้ซื้อโรงงาน

(7) **มาตรา 26** กรณีไม่อนุญาตให้ย้ายเครื่องจักรบางส่วนที่ติดตั้งในโรงงานไปยังสถานที่อื่นเพื่อประกอบกิจการโรงงานเป็นการชั่วคราว

(8) **มาตรา 39** วรคสอง กรณีผู้ประกอบกิจการโรงงานได้รับคำสั่งให้หยุดประกอบกิจการโรงงาน ต่อมาได้มีคำขอเปิดประกอบกิจการ โรงงานแต่ไม่มีการสั่งให้ประกอบกิจการโรงงาน

กรณีการขอรับใบอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานภายในเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษตามที่คณะกรรมการนโยบายประกาศใน ราชกิจจานุเบกษามีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของเลขาธิการต่อคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์ที่คณะกรรมการนโยบายแต่งตั้งได้ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ ได้รับคำสั่ง ตามมาตรา 44 ของพระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ.2561

3. การยื่นอุทธรณ์ของผู้ได้รับคำสั่งมีแนวทาง ดังนี้

3.1 ผู้อุทธรณ์จะต้องเป็นผู้ได้รับคำสั่งหรือเป็นผู้ได้รับมอบอำนาจจากผู้รับคำสั่งให้ยื่นอุทธรณ์ ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งตามกฎหมาย ว่าด้วยโรงงานจะมีสภาพบังคับทางปกครอง และสภาพบังคับทางอาญา โดยสามารถอุทธรณ์คำสั่งได้เฉพาะในส่วนของสภาพบังคับทางปกครอง

3.2 การอุทธรณ์จะต้องทำเป็นหนังสือโดยจัดทำเป็นภาษาไทย ใช้ถ้อยคำสุภาพ และระบุข้อเท็จจริงซึ่งมีสาระสำคัญอย่างน้อยดังต่อไปนี้

(1) ชื่อและที่อยู่สำหรับการติดต่อเกี่ยวกับการอุทธรณ์ของผู้อุทธรณ์

(2) คำสั่งที่เป็นเหตุแห่งการอุทธรณ์ และวันที่ได้รับทราบคำสั่ง

(3) ข้อเท็จจริงหรือข้อกฎหมายที่ผู้อุทธรณ์ยกขึ้นเป็นข้อโต้แย้งคัดค้านคำสั่งที่เป็นเหตุแห่งการอุทธรณ์

(4) คำขอของผู้อุทธรณ์ เช่น ขอให้ยกเลิก เพิกถอน กลับหรือให้แก้ไขคำสั่ง เป็นต้น

(5) ลายมือชื่อผู้อุทธรณ์





3.3 เอกสารประกอบการยื่นอุทธรณ์ จัดทำเป็นสำเนาพยานหลักฐานให้ผู้อุทธรณ์รับรองสำเนาถูกต้อง ยื่นพร้อมหนังสืออุทธรณ์ด้วย กรณีเป็นเอกสารให้จัดทำเป็นภาษาไทย หากเอกสารจัดทำขึ้นเป็นภาษาต่างประเทศ ผู้อุทธรณ์ต้องจัดทำคำแปลเป็นภาษาไทย โดยผู้อุทธรณ์และผู้แปลต้องลงลายมือชื่อรับรองความถูกต้องของคำแปลนั้น อย่างน้อยต้องมีพยานหลักฐานดังนี้

(1) หลักฐานยืนยันตัวบุคคล ได้แก่ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของผู้อุทธรณ์ กรณีที่ผู้อุทธรณ์เป็นนิติบุคคล ต้องแนบหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกโดยกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ไม่เกิน 6 เดือน นับถึงวันยื่นอุทธรณ์ หรือหนังสือมอบอำนาจให้ยื่นอุทธรณ์ โดยปิดอากรแสตมป์ให้ถูกต้อง เป็นต้น

(2) สำเนาคำสั่งที่เป็นเหตุแห่งการอุทธรณ์ และแนบหลักฐานการรับทราบคำสั่งซึ่งระบุวันที่รับทราบคำสั่งมาพร้อมกับคำอุทธรณ์

(3) พยานหลักฐานที่สนับสนุนเหตุผลในการอุทธรณ์ทั้งข้อเท็จจริงและข้อกฎหมาย

3.4 วิธีการยื่นอุทธรณ์ โดยยื่นเป็นหนังสือโดยตรง กรณีอุทธรณ์ต่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ให้ยื่นต่อสำนักงานรัฐมนตรีกระทรวงอุตสาหกรรม กรณีที่ยื่นต่อเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่ง ให้ยื่นต่อเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่ง หรือจะส่งหนังสืออุทธรณ์ทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับถึงบุคคลดังกล่าวก็ได้

4. แนวทางการพิจารณาอุทธรณ์

ในฐานะที่ผู้เขียนได้รับการแต่งตั้งให้เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการพิจารณาอุทธรณ์เกี่ยวกับโรงงาน โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม คณะกรรมการดังกล่าวมีอำนาจหน้าที่ในหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งการตรวจสอบข้อเท็จจริงและเสนอความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาวินิจฉัยอุทธรณ์เกี่ยวกับโรงงานโดยได้มีคำวินิจฉัยปี พ.ศ.2559 จำนวน 44 คำวินิจฉัย, ปี พ.ศ.2560 จำนวน 5 คำวินิจฉัย และ ปี พ.ศ.2561 จำนวน 16 คำวินิจฉัย ประกอบกับในช่วงระยะเวลาดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงรัฐมนตรีหลายท่าน แต่จากแนวคำวินิจฉัยอุทธรณ์เกี่ยวกับโรงงานของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม อาจสรุปแนวทางการพิจารณาได้ ดังนี้

4.1 สิทธิในการยื่นอุทธรณ์และการรับอุทธรณ์

มีแนวทางการรับอุทธรณ์ไว้พิจารณา เช่น ยื่นอุทธรณ์ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้อุทธรณ์ ผู้อุทธรณ์เป็นผู้ได้รับคำสั่งหรือเป็นผู้ได้รับมอบอำนาจให้ยื่นอุทธรณ์ถูกต้อง คำอุทธรณ์มีสภาพเป็นการโต้แย้งหรือไม่เห็นด้วยกับคำสั่ง และผู้รับอุทธรณ์เป็นผู้มีอำนาจพิจารณาวินิจฉัยอุทธรณ์ เป็นต้น หากไม่เป็นไปตามแนวทางดังกล่าวก็จะไม่รับอุทธรณ์ไว้พิจารณา

ในการพิจารณาดังกล่าวมีการสร้างหลักการให้ความเป็นธรรมเอาไว้ กรณีผู้อุทธรณ์เป็นผู้ประกอบกิจการโรงงานทั้งรายเล็กรายใหญ่อาจเข้าใจในกฎหมายไม่เท่ากัน หากพิจารณาเห็นว่า คำอุทธรณ์ที่ได้ยื่นไว้เมื่อฟังหรือเข้าใจได้ว่าเป็นการโต้แย้งคำสั่งแม้ไม่ได้อ้างบทบัญญัติของกฎหมายอย่างชัดเจนก็ตาม จะรับอุทธรณ์ไว้พิจารณา

4.2 ความชอบของคำสั่งที่ใช้ในการยื่นอุทธรณ์

มีแนวทางการพิจารณาจากการตรวจสอบคำสั่งที่ใช้ในการยื่นอุทธรณ์ เช่น รูปแบบของการออกคำสั่งมีเหตุผลประกอบด้วยข้อเท็จจริงที่ตรวจสอบข้อกฎหมายที่ใช้อ้างอิง ข้อพิจารณาและข้อสนับสนุนในการใช้ดุลพินิจในการออกคำสั่ง ความเหมาะสมได้สัดส่วนในการออกคำสั่ง และอำนาจของเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่ง หากไม่เป็นไปตามแนวทางข้างต้นจะพิจารณาว่าเป็นคำสั่งที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ชอบด้วยกฎหมายและให้ผู้ออกคำสั่งดำเนินการยกเลิกคำสั่ง

ในการพิจารณาดังกล่าวมีการสร้างหลักการเอาไว้ แม้ผู้อุทธรณ์จะไม่โต้เถียงคำสั่งในอุทธรณ์โต้แย้งอำนาจของผู้ออกคำสั่ง รูปแบบและความเหมาะสมก็ตาม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมจะพิจารณาเหตุดังกล่าวเป็นประเด็นในการอุทธรณ์ทุกกรณีที่ได้รับอุทธรณ์ไว้พิจารณา เพราะถือว่าเป็นมาตรฐานประกันความเป็นธรรมของผู้ได้รับผลกระทบในการออกคำสั่งขึ้นต้น

4.3 คำอุทธรณ์หรือคำโต้แย้ง

พิจารณาจากความเกี่ยวข้องของคำอุทธรณ์หรือคำโต้แย้งของผู้อุทธรณ์ ในกรณีที่ข้อโต้แย้งคัดค้านไม่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง ข้อกฎหมาย หรือเหตุผลในการออกคำสั่ง จะพิจารณาอุทธรณ์ไม่อาจรับฟังได้ ก็ไม่สามารถนำไปหักล้างคำสั่งที่ได้อุทธรณ์

หากคำอุทธรณ์หรือคำโต้แย้งของผู้อุทธรณ์รับฟังได้ ก็สามารถนำมาหักล้างคำสั่งที่อาจมีผลให้มีการเปลี่ยนแปลงคำสั่งทั้งหมดหรือบางส่วนก็ได้

เมื่อได้พิจารณาตามข้อ 4.1 - 4.3 แล้ว จะนำมาสู่การวินิจฉัยของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม จากนั้นจะเป็นการแจ้งสิทธิภาคีไปฟ้องต่อศาลปกครองหรือส่งคำฟ้องทางไปรษณีย์ตอบรับไปยังศาลปกครองที่มีเขตอำนาจภายใน 90 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้งคำวินิจฉัยอุทธรณ์

บทสรุป จากลักษณะของคำสั่งที่ออกตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานกรณีกำหนดการอุทธรณ์และระยะเวลาการอุทธรณ์เอาไว้โดยตรงเป็นระบบอุทธรณ์บังคับ กรณีไม่ได้กำหนดการอุทธรณ์และระยะเวลาไว้โดยตรงแต่ต้องปฏิบัติตามพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ.2539 เป็นระบบอุทธรณ์บังคับเช่นกัน จากผลคำวินิจฉัยอุทธรณ์เกี่ยวกับโรงงานของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมตั้งแต่ ปี พ.ศ.2559 เป็นต้นมา จะมีรูปแบบเนื้อหาที่ชัดเจนให้ความเป็นธรรมกับผู้ประกอบกิจการโรงงาน ประชาชนที่อาจได้รับผลกระทบจากการประกอบกิจการโรงงาน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ออกคำสั่ง และได้พิจารณาทั้งความชอบด้วยกฎหมายและความเหมาะสมของคำสั่งซึ่งเป็นไปตามหลักการพิจารณาอุทธรณ์ อย่างไรก็ตาม หากผู้อุทธรณ์ยังคงไม่เห็นด้วยก็มีสิทธิภาคีไปฟ้องต่อศาลปกครองที่มีเขตอำนาจ อันเป็นการดำเนินการตามขั้นตอนหรือเงื่อนไขเพื่อแก้ไขความเดือดร้อนหรือเสียหายตามที่กฎหมายกำหนดตามมาตรา 42 วรรคสอง ของพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2542 ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญอย่างหนึ่งในการนำคดีไปฟ้องศาลปกครอง



แหล่งข้อมูล :

1. ศุภวัฒน์ สิงห์สุวรรณ, “การอุทธรณ์คำสั่งทางปกครอง” <http://www.public-law.net>
2. ชัยวัฒน์ วงศ์วัฒนศาสตร์, “กฎหมายวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง” หน้า 382-402.

Show case

• เรื่อง :
ภาลิตน์ คณาเดิม



รองเท้ายันลื่น เพื่อ สุขภาพ ดังไกล ถึง อาหาร

จากแมสเซนเจอร์ซีมอเทอร์ไซค์รับส่งเอกสาร ที่ในแต่ละวันไม่ได้ไปคลุกคลีอยู่กับเรื่องเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมที่จะนำมาเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าเลย แต่เพราะแรงบันดาลใจที่แมสเซนเจอร์คนหนึ่ง ต้องเปลี่ยนวิธีคิด เปลี่ยนมุมมอง เพื่อคนที่เขารัก นั่นคือ แม่ที่แก่ชรา ทำให้เขาคิดประดิษฐ์ **รองเท้ายันลื่น** ให้กับแม่ ด้วยกลัวแม่จะลื่นนั่นเอง



และธุรกิจนี้จึงได้ก่อกำเนิดขึ้นมา ด้วยจุดเริ่มต้นเล็กๆ ที่มาจากความรักระหว่างแม่ลูก ใครจะรู้ว่าในวันนี้ก้าวสู่ธุรกิจใหญ่เติบโตไปได้ไกล สำหรับรองเท้ายันลื่นเพื่อสุขภาพในแบรนด์ “Messenger” ที่วันนี้ขายไปแล้วนับแสนคู่ **จุดเปลี่ยนจากรองเท้าเพื่อแม่สู่แบรนด์ “Messenger”**

คุณบุษรา วัฒนสุขกุล ผู้บริหารแบรนด์ “Messenger” ภายใต้ ร้านจงเจริญแมสเซนเจอร์ ได้ย้อนเล่าถึงวิวัฒนาการจนมาเป็นรองเท้ายันลื่นเพื่อสุขภาพว่า สามปีประกอบอาชีพเป็นแมสเซนเจอร์รับส่งเอกสารมาตลอด จนวันหนึ่งไปหาซื้อรองเท้าใส่กันลื่นให้กับแม่ เพราะแม่อายุมาก กลัวท่านจะลื่นล้ม แต่ไปหาเท่าไรก็ไม่มีที่เหมาะสม และคุณภาพดี จึงได้คิดทำขึ้นมาเอง โดยสามีนั่งตัดยางรองเท้าที่ไม่ใช่ นำมาลองทดลองถูกอยู่อย่างนั้นเกือบปี กระทั่งได้รองเท้ายันลื่นให้แม่จนสำเร็จ ทำให้เรากับสามีเกิดไอเดียเดียวความคิดว่า เรายังห่วงแม่เรา คนอื่นก็คงไม่คิดต่างจากเรา และในตลาดก็ยังไม่มียี่ห้อรองเท้ายันลื่นเพื่อสุขภาพ น่าจะทำมาขายได้

จุดนี้เองทำให้เราไปติดต่อสำนักงานเขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร เพื่อจะทำให้สินค้ารองเท้ายันลื่นเพื่อสุขภาพนั้นได้เป็นโอท็อป หรือมีหน่วยงานมารับรองคุณภาพสินค้า เราจะได้ขายง่ายขึ้น ระหว่างนั้นเราก็ก็นำไปศึกษาข้อมูล และเข้าร่วม โครงการยกระดับเอสเอ็มอีด้วยนวัตกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้รับความรู้ด้านนวัตกรรม นำมาพัฒนาต่อยอดรองเท้า จนสามารถผลิตรองเท้าออกจำหน่ายได้อย่างมีคุณภาพ เหมาะกับผู้สูงอายุ และกันลื่นได้เกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ และในช่วงเวลาเดียวกันเราก็ก็นำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโอท็อป 4 ดาว เป็นผลสำเร็จจากสำนักงานเขตสะพานสูง

นวัตกรรมที่เรานำมาใช้พัฒนาผลิต “รองเท้ากันลื่นเพื่อสุขภาพ” ขึ้นมา ซึ่งวัตถุดิบหลักเป็นยางพารา นำมาผสมกับยางโฟมที่มีส่วนผสมเฉพาะของแบรนด์ ผลิตด้วยเส้นใยที่มีคุณสมบัติยืดหยุ่น เหนียวนุ่ม คงทน น้ำหนักเบา และสามารถแห้งได้อย่างรวดเร็วเมื่อเปียกน้ำ เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ และทุกเพศทุกวัยสามารถใส่ได้ทั้งในและนอกสถานที่ภายใต้สโลแกน “นวัตกรรมแต่คุณและคนที่คุณรัก” เป็นรองเท้านวัตกรรมที่ผลิตขึ้นมาสำหรับการแก้ไขปัญหาการลื่นล้มของผู้สูงอายุ ที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ

ครองใจตลาดผู้สูงวัย

จากการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เข้าร่วมอบรมกับโครงการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ด้านการตลาด การขาย และการพัฒนาสินค้า ทำให้ปัจจุบันเรียกได้ว่า แบรนด์ “Messenger” เข้าไปนั่งอยู่ในใจผู้สูงวัยเป็นที่เรียบร้อย ผลิตจากยอดขายสั่งซื้อ และยอดจำหน่าย ตลอด 5 ปีที่ผ่านมา นับแสนๆ คู่แล้วนั่นเอง

ปัจจุบันเรามีรองเท้ากันลื่นเพื่อสุขภาพ จำนวน 4 รุ่น มีระดับราคาอยู่ที่ 159-399 บาท ที่ออกแบบมาเฉพาะเพื่อกันลื่น มีน้ำหนักเบา นอกเหนือจากผู้สูงอายุแล้ว เราต้องการทำแต่ละรุ่นให้มีคุณสมบัติเฉพาะรองรับตลาดทุกกลุ่มนั่นเอง โดยเฉพาะเรื่องดีไซน์รูปลักษณ์ของรองเท้า นอกจากเรื่องสุขภาพเท้าแล้ว ยังเน้นเรื่องการสวมใส่สไตล์แฟชั่น ไม่เชย แบ่งเป็น

1. รองเท้ากันลื่น รุ่นกระด้าง เป็นรองเท้าหนึ่งเดียวในโลก ที่เก็บสายรัดเส้นใต้พื้นรองเท้าเป็นรุ่นที่ต่อยอดมาจากรุ่นต้นตระกูล มีจุดเด่นคือสามารถเก็บสายรัดไว้ในส้นรองเท้าได้ มีขนาดตั้งแต่ 35-44 มีสีแดง ดำ กลมเท้า ส้น เขียวขี้ม้า และน้ำตาล

2. รองเท้ากันลื่น รุ่นดาหลา เป็นรองเท้าสำหรับกลุ่มเบาหวาน รุ่น “ดาหลา” เป็นรุ่นพิเศษที่ผลิตและจำหน่ายมานานแล้ว ตามคำแนะนำและความต้องการของลูกค้ากลุ่ม “เบาหวาน” (อุปกรณ์เสริมทุกอย่างเหมือนต้นตระกูลและพิกล) มีขนาดตั้งแต่ 35-44 มีสีแดง ดำ ส้น กลมเท้า เขียวขี้ม้าและน้ำตาล

3. รองเท้ากันลื่น รุ่นต้นตระกูล เป็นรองเท้าที่สามารถใส่ได้สารพัดกิจกรรม เป็นสินค้าที่ตอบโจทย์การใช้งานทุกกิจกรรม มีขนาดตั้งแต่ 35-44 มีสีแดง ดำ กลมเท้า ส้น เขียวขี้ม้า และน้ำตาล

4. รองเท้ากันลื่น รุ่นพิกล เป็นรองเท้าที่มีส้น เน้นใส่สบายเป็นหัวใจหลัก “รุ่นพิกล” เป็นลูกผสมระหว่าง กระด้าง กับ ต้นตระกูล (ดั้งเดิม) มีอุปกรณ์เสริมครบชุด มีขนาดตั้งแต่ 35-44 มีสีแดง ดำ ส้น กลมเท้า เขียวขี้ม้า และน้ำตาล

จากการผลิตออกมาทั้ง 4 รูปแบบ เพื่อตอบรับทุกความต้องการของกลุ่มทุกช่วงอายุ ซึ่งปัจจุบันกำลังการผลิตของเรายังไม่เพียงพอ เพราะกระแสและการตอบรับของตลาดทั้งไทยและต่างประเทศดีมาก ทำให้เราจึงเกิดแนวคิดช่วยชาวบ้าน ช่วยชุมชนบริเวณเขตสะพานสูง มีนบุรี ผังโชนใกล้ร้านจงเจริญแมสเซนเจอร์ โดยเปิดให้มีการนำงานไปให้กลุ่มชุมชนได้ตัดเย็บ และเราเป็นคนควบคุมคุณภาพให้ตรงสเปก และได้มาตรฐาน ซึ่งตรงนั้นที่เราสร้างรอยยิ้มให้กับชุมชนไปด้วย ช่วยให้เขาได้มีรายได้ทั้งเสริม และรายได้หลักสุจริตเรื่อนั่นเอง

รองเท้ากันลื่นดังไกลถึงอาหรับ

สำหรับการทำการตลาด เรายังเน้น 2 เรื่อง คือ จำหน่ายผ่าน เพจเฟซบุ๊ก <https://www.facebook.com/slipershoe> และออกงานแฟร์ ออกบูธในสถานที่ต่างๆ ทั้งหน่วยงานราชการ กรม กอง กระทรวง ห้างสรรพสินค้า ตลาด เป็นต้น และคุณบุษรายังเล่าเรื่องราวต่อให้เราฟังด้วยความภูมิใจว่ารองเท้ากันลื่นเพื่อสุขภาพได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากตลาดกลุ่มอาหรับมาก ซึ่งถือเป็นตลาดหลักมีกำลังซื้อที่ดี โดยจากการพูดคุยและสอบถามกลุ่มลูกค้าชาวอาหรับ พบว่ารองเท้ากันลื่นของคนไทยมีมาตรฐานที่ดี กันลื่นได้จริง เบา สบาย ใช้งานได้จริงและมีประสิทธิภาพคงทน จึงค่อนข้างมั่นใจรองเท้ากันลื่นสัญชาติไทยอย่างแมสเซนเจอร์ ตลาดรองลงมาก็คือ ยุโรป ญี่ปุ่น และในกลุ่มอาเซียน

“อาหรับที่เขาต้องการรองเท้ากันลื่นเพื่อสุขภาพของเรามาก เพราะว่าบ้านเรือนที่เมืองเขาจะทำด้วยหินอ่อน การเดินในบ้านจะนิยมใส่รองเท้า เพราะหินอ่อนจะทำให้เท้าเย็น และถ้ารองเท้าไม่มีคุณภาพ และไม่ได้อันรองเท้ากันลื่น ก็เสี่ยงอาจทำให้ลื่นล้มได้

การไปต่างประเทศแต่ละครั้ง เราได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จัดงานแฟร์ งานเอ็กซ์โปขึ้นในตลาดต่างประเทศ ซึ่งเราก็ดำเนินทางไปเปิดตลาดด้วยเกือบทุกทวีป และแต่ละทวีปเราก็ประสบความสำเร็จได้ออเดอร์จากต่างประเทศเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ต้องขอบคุณกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ให้อำนาจความรู้เรื่องนวัตกรรม การตลาด และช่องทางการจำหน่าย ที่สร้างโอกาสให้เอสเอ็มอีขนาดเล็ก ได้กลายเป็นเอสเอ็มอีขนาดกลาง สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และแตกขยายสามารถสร้างชื่อให้คนไทยที่ไปเติบโตในต่างแดนอีกด้วย”



ร้านจงเจริญแมสเซนเจอร์

12/232 ถ.รามคำแหง แขวงสะพานสูง

เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร

อีเมล : jongsawat@gmail.com

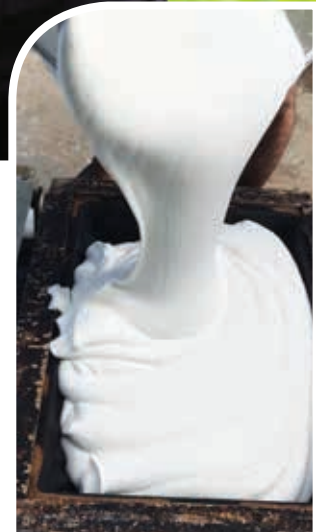
โทร. 0 2728 2933, 09 7090 0027

Facebook :

<https://www.facebook.com/slipershoe>

Value Added

• เรื่อง :
ภาสิณี คณาเดิม



ถุงมือยาง – ยางพารา เพิ่มมูลค่า 6 เท่า

เรียกว่าไม่ธรรมดาจริงๆ กับการรวมตัวกันของชาวเกษตรกรจังหวัดสงขลา ที่เพาะปลูกและขาย
น้ำยางพารา สามารถใช้เทคโนโลยีแปรรูปน้ำยางธรรมชาติให้กลายเป็นสินค้า **ถุงมือเคลือบยาง** และ **หมอน**
ยางพารา ส่งออกเป็นผลสำเร็จ และยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้น้ำยางพาราในวันนี้ ให้มีมูลค่าถึง 6 เท่าตัว

“42 เนเจอร์ล รีบเบอร์” คือ ต้นแบบของการล้างภาพเกษตรกรแบบเดิม สู่หลักคิดแนวใหม่ เนรมิตน้ำยางธรรมชาติ ที่ต้องเสี่ยงกับวิกฤติราคา
ยางพาราที่ผันผวนและตกต่ำอย่างมาก ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าเพิ่มออกจำหน่าย ทำรายได้มากมาย และยังขยายปีกสู่ตลาดโลกอีกด้วย

การเติมองค์ความรู้ ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม จากหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โครงการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมยางพารา
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ได้ชี้ช่องทางด้านความคิด การพัฒนาให้กับผู้ประกอบการยางพารา ที่เราได้ผู้บริหาร ของ “42 เนเจอร์ล รีบเบอร์”
คุณคุณัญญา แก้วหนู มาฉายภาพความสำเร็จครั้งนี้

เสริมความรู้เพิ่มมูลค่าน้ำยาง

เมื่อก่อนในชุมชนเรารวมตัวกันผลิตยางแผ่นขายให้กับบริษัทยางล้อ แต่พักหลังราคายางลดลงตลอด เราเลยต้องหา路子ใหม่เพื่อจะเอาน้ำยาง
ไปผลิตเป็นอะไรที่ขายได้ราคาดีๆ บ้าง ก็เลยหาแหล่งความรู้ ที่จะนำมาพัฒนาแปรรูปยางพาราสด ให้เกิดมูลค่าขึ้น โดยไม่ต้องร้อราคายางที่ขึ้นลง
อย่างน่ากังวล เริ่มต้นไปปรึกษาอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และได้คำแนะนำให้เข้าพบ รศ.อาชีวิน แกสमान ผู้เชี่ยวชาญที่ทำวิจัยเรื่อง
ยางพารามากว่า 30 ปี ซึ่งในขณะนั้น อาจารย์ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยียางครีมนึ่งให้ จนเกิดเป็น “ถุงมือผ้าเคลือบยางพารา” ผลิตภัณฑ์
ชนิดแรกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ในภายหลังได้จดทะเบียนภายใต้ชื่อ บริษัท 42 เนเจอร์ล รีบเบอร์ จำกัด

ต่อมาจึงเข้าร่วมโครงการอื่นๆ มากมาย เพื่อนำความรู้มาพัฒนาต่อยอดตั้งแต่เรื่องการแปรรูปน้ำยางพาราเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ แล้ว ยังมีเรื่องกลยุทธ์การทำตลาด ช่องทางการจำหน่าย และอื่นๆ จึงได้เข้าร่วม โครงการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมยางพารา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, โครงการติดปีกแปรรูปยางพารา SME-D Scale Up Rubber Innovation เป็นความร่วมมือของ SME Development Bank และ สถาบันวิจัยและพัฒนานวัตกรรมยางพารา ม.สงขลานครินทร์ เพื่อเติมพลังของการสร้างสรรค์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้ยางพาราไทย

คุณคุณัญญา ยังยืนยันให้ฟังว่า กว่าจะเป็นถุงมือผ้าเคลือบยางก็ไม่ง่าย เพราะตอนไปหาอาจารย์เราไม่รู้อะไรเลย รู้อย่างเดียวแค่อยากเอายางมาทำผลิตภัณฑ์ พออาจารย์ถามว่าอยากทำอะไรเลยต้องกลับมาคิดถึงถึง 3 เดือนแล้วจึงไปบอกใหม่ว่าอยากทำถุงมือ เพราะคนในพื้นที่ใช้กันมาก และเราเองก็รู้แหล่งที่ซื้อได้ถูกและไวใจได้ในสงขลา ซึ่งมันสะดวกกว่าสั่งจากกรุงเทพฯ เพราะประหยัดค่าขนส่ง

ด้านอาจารย์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ นักวิจัยผู้ได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กล่าวว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีต้นทุนเรื่องน้ำยางและมืองค์ความรู้ด้านการผลิตยางแผ่นอยู่แล้ว จึงอยากถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่การผลิตน้ำยางชั้นด้วยกระบวนการครีมีมี แทนวิธีปั้นเหยือกที่ต้องลงทุนสูงให้เมื่อชาวบ้านทำน้ำยางชั้นครีมีมีเป็น จึงต่อยอดไปสู่การทำถุงมือ

สำหรับการทำถุงมือผ้าเคลือบยาง อาจารย์ยังอธิบายว่า มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก เพียงแค่นำน้ำยางชั้นผสมสารเคมีตามสูตร ซึ่งไม่มีอันตรายต่อผู้สวมใส่ทดลองไปบนถุงมือด้านฝ่ามือจำนวน 3 รอบแล้วอบให้แห้งที่อุณหภูมิ 100 องศา เป็นเวลา 30 นาที ก็จะได้ถุงมือผ้าที่มีความแข็งแรง ทนทาน แต่ยังคงความนิ่มและกระชับที่ถือเป็นจุดเด่นกว่าถุงมือผ้าเคลือบน้ำยางยี่ห้ออื่น โดยน้ำยางชั้น 1 กิโลกรัมจะทำถุงมือยางได้ประมาณ 60 คู่ และสามารถขายได้ในราคาสูงกว่าถุงมือยางธรรมดา นอกจากนี้ อาจารย์ยังได้ถ่ายทอดเทคโนโลยีทำฟองน้ำยางเพื่อผลิตเป็นหมอนยางพาราที่เป็นสินค้ายอดนิยมให้แก่กลุ่มวิสาหกิจเพิ่มเติมด้วย ตั้งแต่การตียางให้เกิดฟอง ปริมาณส่วนผสมการเลือกใช้โมลสำหรับเป็นแบบ กรรมวิธีการอบ ตลอดจนการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งหลังจากทดลองทำและจัดจำหน่ายได้เพียง 3 เดือนก็เป็นที่สนใจของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ

เปลี่ยนน้ำยาง สู่ถุงมือทำเงิน แอสูด์ MaxGloves

คุณคุณัญญาเล่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นว่า ตั้งแต่ผันตัวมาเป็นผู้ผลิต เธอและสมาชิกก็มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น เพราะนอกจากจะมีรายได้ดีแบบที่ไม่ผันผวนตามราคาตลาดยาง ยังถือเป็นการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรชาวสวนยางอีกด้วย เนื่องจากในแต่ละเดือนโรงงานมีความต้องการน้ำยางพาราสดถึงเดือนละ 6 ตัน และสำคัญคือทำให้แม่บ้านในชุมชนมีอาชีพ เพราะถุงมือเคลือบน้ำยางที่ผลิตออกขาย โดยในปีที่ผ่านมามียอดขายสุทธิรวมทุกผลิตภัณฑ์ประมาณ 5 ล้านบาท

คุณสมบัติเด่นของถุงมือกันลื่น แอสูด์ MaxGloves สามารถนำไปใช้งานได้หลากหลาย เช่น งานภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม แม่บ้าน สามารถใช้จับไม้ จับเหล็ก ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากทนต่อการทิ่มทะลุที่หัวเข็ม 4 มิลลิเมตรได้ และทนต่อการหักงอได้ถึง 300,000 ครั้ง ทำให้มีอายุการใช้งานได้ยาวนานกว่าถุงมือผ้า (ขึ้นอยู่กับการใช้งาน) ส่วนการเลือกใช้สีเหลือง เพราะเป็นสีที่สื่อถึงอุปกรณ์ความปลอดภัย และสีเหลืองจะเก็บงานได้ละเอียดกว่าสีอื่น

จากคุณสมบัติและความโดดเด่นที่แปลกใหม่ สามารถใช้งานได้จริงตรงตามความต้องการของตลาด ทำให้ถุงมือผ้าเคลือบยางพารา MaxGloves เริ่มมีกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอความต้องการของตลาด ที่สามารถผลิตได้กว่า 100 โหล/เดือน จากจำนวนเครื่องจักรที่มีอยู่อย่างจำกัด ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งไทยและต่างประเทศ หลังมือเดือร์ส่งออกไปยังประเทศเกาหลี อินโดนีเซีย และกัมพูชา

หมอนยางพาราไทย โกอินเตอร์

อย่างไรก็ตาม คุณคุณัญญาเชื่อว่าน้ำยางพาราที่มีคุณภาพของไทย ยังสามารถแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าได้อีกมาก ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ แต่ต้องมีการวิจัยในนวัตกรรมเข้าไปด้วย เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ และการเติบโตในตลาดส่งออกต่อไปในอนาคต

หมอนยางพาราไทย ภายใต้ชื่อ “42 เนเจอร์ล รีเบอรั” กำลังเติบโตเป็นในทิศทางที่ดี และไปได้ไกล โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศถือเป็นตลาดหลักของเรา กว่า 70% ที่ได้รับการยอมรับด้านคุณภาพ มีประสิทธิภาพและคงทน ซึ่งทางบริษัทฯ เราไปร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ออกงานเอ็กซ์โปขึ้น และงานแฟร์ต่างๆ ในต่างประเทศ อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย จีน กัมพูชา ฯลฯ และจำหน่ายบนเพจ Facebook : 42NaturalRubber

โดยแผนในอนาคตจะเร่งขยายกำลังการผลิตให้เพิ่มขึ้นเพื่อรับกระแสความคึกคักของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นิยมซื้อหมอนยางพาราจากเมืองไทยเป็นของฝาก และอาจมีการเพิ่มรูปแบบของหมอนจากเดิมที่มีแบบเดียวให้มีความหลากหลายมากขึ้น พร้อมกับการหาแนวทางเพื่อลดต้นทุนการผลิตและขนส่งที่ยังคงสูงอยู่



บริษัท 42 เนเจอร์ล รีเบอรั จำกัด

42 ม.1 ต.คลองเป

อ.จะนะ จ.สงขลา 90130

โทร : 08 1761 5180

Facebook : 42NaturalRubber

Technology

• เรื่อง :
นุชเนตร จักรณ



ระบบจดจำใบหน้า เทคโนโลยี เพื่อ ความปลอดภัย ทาง ธุรกิจ

ระบบการจดจำใบหน้า (Facial Recognition System) คือ เทคโนโลยีคลื่นลูกใหม่ที่ได้รับ ความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน เพราะการเรียนรู้ของเครื่อง **Machine Learning** และ **ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence-AI)** ได้ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็วผ่านรูปแบบการจับภาพ และบันทึกวิดีโอที่สะดวก แม่นยำ และรวดเร็ว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านความมั่นคงและปลอดภัยให้กับธุรกิจ



คุณเสรี มาลีพัตร Managing Director บริษัท วินบรอดแบนด์ จำกัด หนึ่งในผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิก เครือข่ายคลัสเตอร์ดิจิทัลเชียงใหม่ (CMDH) ซึ่งก่อตั้งขึ้นจากการผลักดันและสนับสนุนจาก ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับ ศูนย์ประสานงานพื้นที่เศรษฐกิจนวัตกรรมอาหารภาคเหนือ (Northern Thailand Food Valley) สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กิจกรรมสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต (อุตสาหกรรมดิจิทัล) พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ โครงการพัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประจำปีงบประมาณ 2561 ที่ได้นำระบบการจดจำใบหน้า (Facial Recognition System) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อันโดดเด่นของบริษัทฯ มาจัดแสดง ณ Digital Transformation, Zone Technology Showcase ในนิทรรศการ Thailand Industry Expo 2019

ระบบการจดจำใบหน้า เป็นระบบที่เข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่ 4-5 ปีที่แล้ว แต่ในขณะนั้นยังไม่คุ้มต่อการลงทุนเนื่องจากเทคโนโลยียังไม่มีตลาดพอ ระบบการทำงานมีความยุ่งยาก และราคาแพง แต่ในปัจจุบันระบบดังกล่าวกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเป็นระบบที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาด้านการดำเนินการตรวจสอบสถานะการเข้าออกของบุคคลในสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบาย มีประสิทธิภาพ และคุ้มทุน โดยมักใช้ในกลุ่มลูกค้าบริษัท, โรงงานอุตสาหกรรม, โรงเรียน

ที่มีบุคลากรจำนวนมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป ตลอดจนการจัดแสดงสินค้าและงานประชุม
สัมมนาต่างๆ เพื่อวัตถุประสงค์ด้าน **ความมั่นคงและปลอดภัย** เพราะเป็นเทคโนโลยี
ที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการระบุตัวผู้ต้องสงสัยตามสถานที่ชุมชน เช่น สนามบิน ด้าน
ตรวจคนเข้าเมือง สถานีขนส่ง เป็นต้น เมื่อระบบทำการตรวจสอบบุคคลตามใบหน้า
ที่ระบุไว้ว่าเป็นผู้ต้องสงสัย ก็จะมีการแจ้งเตือนไปยังบุคลากรที่เกี่ยวข้องได้ทันที และ
การรายงานเวลาและการทำงานหรือเข้าร่วมงาน

“ปัจจุบันระบบการตรวจสอบการเข้าออกที่นิยมใช้ในองค์กรมักเป็นระบบสแกน
บัตรหรือลายนิ้วมือ และโดยทั่วไปบริษัทในภาคอุตสาหกรรม จะมีการเข้างานหรือ
เปลี่ยนกะพนักงานพร้อมกัน ไม่ได้ทยอยมา ซึ่งข้อจำกัดที่พบคือ ลายนิ้วมือไม่ชัดเจน
หรือลักษณะงานไม่เอื้อต่อการสแกนลายนิ้วมือ ทำให้การสแกนลายนิ้วมือของบุคคลหนึ่ง
อาจต้องใช้ระยะเวลาเพิ่มขึ้น อีกทั้งถ้ามีพนักงานที่ต้องสแกนลายนิ้วมือจำนวนมาก
ก็จะทำให้เสียเวลาในส่วนนี้หลายเท่าตัว แม้แต่การรับพนักงานเพิ่มคราวละมากๆ เป็น
หลักร้อยคน การเพิ่มข้อมูลพนักงานเข้าระบบก็จะใช้เวลานาน เนื่องจากต้องเก็บข้อมูล
ทีละคน

แต่ถ้าเรานำระบบการจดจำใบหน้ามาใช้ ก็จะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ เพราะการเก็บข้อมูลของระบบนี้จะเก็บจากรูปถ่ายหน้าตรงของบุคคล
ซึ่งรับไฟล์ได้อย่างเปิดกว้างทั้งจากโทรศัพท์มือถือหรือรูปถ่ายที่ใช้สมัครงาน และสามารถ
นำข้อมูลดังกล่าวเข้าระบบได้ภายในครั้งเดียว เมื่อป้อนข้อมูลเรียบร้อยแล้วติดตั้งกล้อง
บริเวณพื้นที่เข้าออกที่กำหนด กล้อง 1 ตัวนั้นจะจับความเคลื่อนไหวเพื่อตรวจสอบได้
พร้อมกันถึง 30 ใบหน้า และรายงานผลแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันได้ทันที ทำให้
ผู้บริหารและพนักงานสามารถตรวจสอบสถานะการเข้าออกประจำวันได้โดยไม่ต้องรอ
สรุปจากฝ่ายบุคคล หรือในกิจกรรมอีเวนต์ ประชุม สัมมนา ก็สามารถนำระบบนี้ไป
ใช้ได้เช่นกัน โดยให้บุคคลที่เข้าร่วมงานลงทะเบียนและอัปโหลดรูปภาพล่วงหน้า คนที่
ลงทะเบียนเรียบร้อยแล้วก็สามารถเข้างานได้ทันที ซึ่งผู้จัดงานก็สามารถทราบจำนวนคน
เข้าออกงานแบบ **Real Time** ทราบผลแบบระบุตัวบุคคล และทราบความถี่ในการ
เข้าออกได้ด้วย อีกทั้งยังสะดวกต่อการค้นหาตัวบุคคล เช่น หากเกิดพลัดหลงในงาน
ระบบนี้จะช่วยบ่งชี้ถึงเวลาในการจับภาพได้ทำให้ค้นหาได้ง่ายขึ้น โดยที่ไม่ต้องไปย้อนดู
กล้องวงจรปิด” คุณเสนียกตัวอย่างการทำงานของระบบการจดจำใบหน้า

ส่วนการแข่งขันของตลาดเทคโนโลยีสารสนเทศยุคนี้ คุณเสนียอมรับว่า การจำหน่าย
ระบบและอุปกรณ์เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ฉะนั้น
ทางออกที่ดีที่สุดคือ การผนวก **Solution** ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่าง
หลากหลาย รวมถึงการมีเครือข่ายที่เอื้อประโยชน์เชิงธุรกิจซึ่งกันและกัน โดย **บริษัท
วินบรอดแบนด์ จำกัด** ได้ทำหน้าที่ในการนำเสนอ **Solution** ด้านระบบเทคโนโลยี
สารสนเทศให้กับองค์กรต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร ซึ่งประกอบ
ไปด้วยการจัดหา-ออกแบบติดตั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ตาม บริการด้านระบบเครือข่าย
บริการซ่อมบำรุง ตลอดจนการพัฒนาซอฟต์แวร์เพิ่มเติมหรือปรับเปลี่ยนได้ตามความ
ต้องการในการใช้งานของลูกค้าแต่ละราย ภายใต้งบประมาณที่ลูกค้าตั้งไว้ได้อย่าง
ตอบโจทย์สูงสุด ซึ่งจุดนี้ถือเป็นมูลค่าเพิ่มที่บริษัทส่งมอบให้กับลูกค้า และต่อไปหาก
ระบบการจดจำใบหน้าได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นกว่าปัจจุบัน คาดว่าจะยิ่งกระตุ้นให้เกิด
การปรับปรุง พัฒนาเรื่องประสิทธิภาพและความหลากหลายมากขึ้นอย่างแน่นอน
ร่วมด้วยอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจก็คือ การรวมกลุ่ม
ผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านดิจิทัลตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ดังที่บริษัทฯ ได้เข้าร่วม
เครือข่ายคลัสเตอร์ดิจิทัลเชียงใหม่ (CMDH) เพื่อร่วมมือกันผลักดันให้เกิดการ โชว์
แชร์ เชื่อม ใช้ ระหว่างผู้ประกอบการในคลัสเตอร์ที่มีความเชี่ยวชาญต่างกัน ร่วมด้วย
การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัลไทย
สามารถยกระดับศักยภาพในการแข่งขันได้อย่างก้าวหน้าในอนาคต



บริษัท วินบรอดแบนด์ จำกัด
256 หมู่ 6 ถ.เชียงใหม่-หางดง
ต.แม่เหียะ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50100
โทร. 08 1882 9200
เว็บไซต์ www.winbroadband.com

เมื่อเจอปัญหา ชีวิตหนักๆ จะต้อง **ทำ** อย่างไร...

ความจริงอันประเสริฐเกี่ยวกับทุกข์ มีอยู่ 11 ประการ ได้แก่

1. ความเกิด 2. ความแก่ 3. ความตาย 4. ความเศร้าโศก 5. ความพรั่นพรึง 6. ความลำบากกาย 7. ความลำบากใจ 8. ความคับแค้นใจ 9. ความประสบกับสิ่งที่ไม่ชอบ 10. ความพลัดพรากจากสิ่งที่ชอบ 11. ความผิดหวังไม่ได้ตามที่ต้องการ

ทุกข์บางอย่าง ชำวันชำคืน อาจจะคลายทุกข์ได้
แต่บางอย่าง...

ทุกข์ตั้งแต่วันแรกจนตาย ไม่อาจคลายความทุกข์นั้นได้

เมื่อถึงคราวมีทุกข์หรือปัญหาเข้ามา จะทำอย่างไรดี

ถ้าชีวิตช่วงนั้น บุญเราหย่อน วิบากกรรมเก่าได้ชองก็จะตามมาส่งผล ถ้าเราไม่รู้สาเหตุที่แท้
ของปัญหาเหล่านี้ เรามักจะหาทางออกผิดๆ ที่ชอบทำกันส่วนใหญ่ก็คือ พอมีทุกข์ ก็จะคุยแต่เรื่อง
ที่เป็นทุกข์เข้ามาในชีวิตเยอะๆ เมื่อทุกข์มันเยอะก็จะกลุ้ม พอยิ่งกลุ้มก็จะคิดถึงสิ่งที่ไม่ดีนำไปก่อน
พอกลุ้มจนใจหมอง ก็จะยิ่งไปถึงดูสิ่งร้ายๆ เข้ามาในชีวิตเพิ่มขึ้นไปอีก

คือ พอเจอทุกข์ ก็จะคิดแต่เรื่องทุกข์ๆ ซ้ำแล้วซ้ำอีก ดังนั้น เรื่องไม่ดีต่างๆ ก็จะทยอยตาม
กันมาหลายๆ เรื่อง

ทางออกของทุกข์ คือ ให้เราทำตาม
คำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ก่อนจะตรัสรู้
พระองค์ต้องพจญมารอยู่ใต้ต้นโพธิ์ ในที่สุด
ก็ชนะ เมื่อมีความทุกข์ ก็ให้ออกจากความทุกข์
นั้นหลับตา ทำสมาธิ แล้วนึกถึงบุญต่างๆ
ที่เคยทำมาในอดีต เมื่อใจเราดำดิ่งแช่มอยู่
ในกระแสบุญ อานุภาพแห่งบุญก็จะไปถึงดู
สิ่งดีๆ เข้ามาแทนที่ จากร้ายก็จะกลายเป็นดี...

คำครุสอน





80 นวัตกรรมทางสังคมไทย เกิดได้ องค์กรชั้นนำ

ผู้เขียน : กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ
รหัส : G 3 น50

เนื้อหาเกี่ยวกับ 80 นวัตกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็นหมวดที่ 1 เด็ก เยาวชน หมวดที่ 2 สตรี หมวดที่ 3 ผู้พิการ หมวดที่ 4 ผู้ด้อยโอกาส หมวดที่ 5 ผู้สูงอายุ หมวดที่ 6 ชุมชน



Trend-Driven Innovation : จับเอาเทรนด์มาสร้างเป็นนวัตกรรม

ผู้เขียน : เฮนรี เมสัน
รหัส : T 64 T59

หนังสือเล่มนี้จะพาไปรู้จักและเข้าใจ “เทรนด์” ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ขับเคลื่อนผู้คนจำนวนมาก ผ่านวิถีคิด เครื่องมือ และวิธีการ ในการค้นหา โฟกัส และรวบรวมจนเป็นเทรนด์ที่ถูกต้อง อันเป็นต้นธารของนวัตกรรม และผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง



The 4 Lenses of Innovation เครื่องมือ “สร้างนวัตกรรม” สำหรับ “คนธรรมดา”

ผู้เขียน : โรแลนด์ กิบสัน
รหัส : T 64 ค1

หนังสือวิถีดคิดของนักนวัตกรรม พลั้งของรูปแบบ มองผ่านเลนส์ทั้งสี่ ความคิดที่ยิ่งใหญ่สร้างขึ้นได้อย่างไร

การจัดการนวัตกรรม : Innovation Management

ผู้เขียน : นพพล เหลืองภิรมย์
รหัส : T 64 น57

หนังสือเล่มนี้ ใช้ประกอบการบรรยายวิชาการและนวัตกรรมในองค์กร โครงการรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต และวิชาทฤษฎีองค์การ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มีเนื้อหาครอบคลุมทั้งการจัดการองค์การนวัตกรรม และการจัดการนวัตกรรมเหมาะสำหรับประกอบการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา นักศึกษา ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไปที่ต้องการองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาองค์กร และการจัดการนวัตกรรม

Essentials of Creating Innovative Company : วิถีสู่แกนแท้ขององค์กร แห่งนวัตกรรม

ผู้เขียน : จำลองลักษณ์ หุ่นขึ้น
รหัส : T 64 ป51

เนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีและการบริหารจัดการขั้นสุดยอด ประกอบด้วย 1. Innovation แนวคิด พื้นฐานและทฤษฎี 2. Innovation การประยุกต์ใช้ 3. Innovation around the word 4. Innovation Case Studies

สืบทอดแบบการสร้างนวัตกรรม หลักการสร้างพัฒนาการที่ยั่งยืน

ผู้เขียน : ลาร์รี่ คิลีย์
รหัส : T 64 จ58

เป็นหนังสือที่เสนอเครื่องมือ “สืบทอดแบบการสร้างนวัตกรรม” ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้สร้างนวัตกรรมได้กับทุกองค์กรและทำได้จริง ประกอบด้วยทวิเคราะห์องค์กรซึ่งประสบความสำเร็จในรอบ 30 ปีที่ผ่านมาอย่างมากมาย เจาะลึกถึงวิธีการที่พวกเขาใช้และสามารถนำกลับมาใช้ได้อีก พร้อมแนะนำกลวิธีในการนำไปประยุกต์ใช้แบบไม่ต้องคิดเอง

100 Great Innovation Ideas (100 สุดยอดไอเดียการสร้างนวัตกรรม)

ผู้เขียน : ณงลักษณ์ จารุวัฒน์
รหัส : T 64 ณ55

เป็นหนังสือที่เกิดจากการรวบรวมประสบการณ์ทำงานในแวดวงนวัตกรรม ตั้งแต่ปี 1994 เป็นต้นมา เพื่อเป็นเครื่องชี้เครื่องมือ และเทคนิคที่เป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจ

การบริหารจัดการนวัตกรรม

ผู้เขียน : แคทซ์, ราล์ฟ
รหัส : T 64 น50

หนังสือที่จะช่วยให้ทราบถึงบทบาทของผู้บริหาร ในการจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรและสิ่งที่ผู้บริหารและผู้นำจำเป็นต้องทำ เพื่อผลักดันนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็นการก่อเกิดความคิดใหม่ และการรับรู้ถึงสิ่งที่เป็นโอกาส การประเมินคุณค่าของความคิด และการนำนวัตกรรมเข้าสู่ตลาด วิธีการกระตุ้น และส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร สิ่งที่คุณต้องทำ เพื่อผลักดันนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ

Essentials of Creating Innovative Company 2 : วิถีสู่แกนแท้ขององค์กร แห่งนวัตกรรม เล่ม 2

ผู้เขียน : ปรีดา ยังสุขสถาพร
รหัส : T 64 ป52

หนังสือเล่มนี้นำเสนอโมเดลใหม่ๆ ของนวัตกรรม สิ่งที่เป็นแนวโน้ม หลักคิดและทฤษฎีรองรับ แนวทางการปฏิบัติ ตัวอย่าง และช่องทางแสวงหานวัตกรรมทางธุรกิจ โดยอธิบายเนื้อหาไว้อย่างละเอียดเป็นลำดับขั้นตอน พร้อมตัวอย่างหลากหลาย เข้าใจง่าย

กระบวนการคิดและสร้างนวัตกรรม

ผู้เขียน : นาธาน เฟอร์
รหัส : B6150019328

หนังสือเล่มนี้ได้วางรากฐานสำคัญให้กับผู้นำและการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ซึ่งเหมาะสำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่เผชิญกับความไม่แน่นอนในปัจจุบัน กระบวนการนี้นำเสนอในแนวทางของการเร่งให้เกิดนวัตกรรมและการขับเคลื่อนโดยการสร้างไอเดียสำคัญให้บังเกิดขึ้นจริง ไม่ว่าจะอยู่ในกลุ่มสตาร์ทอัพ ผู้นำองค์กร หรือผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2562



☐ สมาชิกเก่า ☐ สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

ชื่อ / นามสกุล.....บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

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

โทรศัพท์..... โทรสาร.....ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....
- ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)
☐ การตลาด ☐ การให้บริการของรัฐ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ ระบุ.....
- 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.....
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน
☐ ได้ประโยชน์มาก ☐ ได้ประโยชน์พอสมควร ☐ ได้ประโยชน์น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 60 คะแนน

สมัครสมาชิกวารสาร กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่มจากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

- สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299
- สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com
- สมัครผ่าน google Form : 

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี
ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง)
200 ม.8 ถนนเลี่ยงเมือง ต.ท่าหลวง
อ.เมือง จ.พิจิตร 66000
โทรศัพท์ (056) 613 161-5
โทรสาร (056) 613 559
e-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

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

หน่วยงานส่วนกลาง

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

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

