



ISSN 0125-8516

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 60 ฉบับเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2561

SMEs Thailand 4.0

มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน



กอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์
เผยความสำเร็จหนุน SMEs 4.0

กสอ. จับมือ AIS
พัฒนาแอปพลิเคชันชุมชน

หุ่นยนต์ชงกาแฟค่าย DENSO
บาร์ิสต้าแห่งโลกอนาคต

A Cup of Joe
หนุนกาแฟไทยอยู่รอดอย่างยั่งยืน

Simply Natural
สารบำรุงพืชตอบโจทย์ออร์แกนิก

BEGIN Baby Food
อาหารเส้นสำหรับเด็กน้อย

ISSN 0125851-6



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

พัฒนาโครงสร้างและให้บริการสู่ยุค SMEs 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
- กลุ่มศึกษาและพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม

◆ 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

- กลุ่มบริหารธุรกิจสารสนเทศ
- กลุ่มพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กลุ่มระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

◆ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11



05

Hilight

SMEs 4.0 มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

Contents

วารสารอุตสาหกรรมสาร
ฉบับเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2561



11

Market & Trend

A Cup of Joe หนูนกกาแฟไทยอยู่รอดอย่างไรยั่งยืน
นำร่อง 3 หมู่บ้านในเชียงราย น่าน เพชรบูรณ์
เป็นแบบอย่างหมู่บ้านกาแฟที่แข็งแกร่ง
ภายใต้มาตรการพิเศษ Big Brother ด้านเกษตรแปรรูป



14

Innovation

หุ่นยนต์ชงกาแฟ : DENSO Robotic Café
บาร์ิสตำแหน่งโลกอนาคต ภายใต้มาตรการพิเศษ Big Brother
เพื่อปมเพาะแนวคิดธุรกิจและเทคโนโลยี ผลักดัน SMEs สู่วัฒนธรรม

16

SMEs Focus

ทายาทนิตยสารขวัญเรือน
เปิดตัวธุรกิจใหม่ BEGIN Baby Food
อาหารเส้นสำหรับลูกน้อย
ภายใต้หลักสูตรเศรษฐกิจใหม่
กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่



20

Biz Trends

Simply Natural สารบำรุงพืชตอบใจทรีย์ออร์แกนิก
ภายใต้โครงการ T-GoodTech ช่องทางจับคู่ธุรกิจ B2B



38

Packaging

น้ำตาลดอกมะพร้าวเกรดพรีเมียม
บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ภายใต้โครงการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจ
เชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

08 Interview

กอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์ เผยความสำเร็จหนุน SMEs 4.0

23 Local SMEs

เบสท์-แพค คอนกรีต จ.หนองบัวลำภู
ผู้ผลิตคอนกรีตอัดแรง คอนกรีตผสมเสร็จ
ดาวเด่น SMEs ไทย : DIP Stars ภายใต้การบริหารงาน
ของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

26 Opportunity

กสอ. จับมือ AIS ร่วมพัฒนาแอปพลิเคชัน
e-Commerce ชุมชน : Thai DIP CIV
ภายใต้มาตรการพิเศษยกระดับอุตสาหกรรมชุมชน
เชื่อมโยงการตลาด - การท่องเที่ยว

28 Smart Biz

ไอ.อี.ไอ พาร์ท ผู้ผลิตชิ้นส่วนโลหะจับมือญี่ปุ่น
เพิ่มประสิทธิภาพแรงงานด้วย Visualize Craftmanship
ภายใต้โครงการจรวด 3 ชั้น '3-Stage Rocket Approach'

31 Product Design

5 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ใส่ไอเดีย 'ไทยทำเอง'

34 Development

สร้างและเชื่อมโยงเครือข่าย คลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต

36 Report

ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี เกาะสมุยของบางละมุง ต้นแบบหมู่บ้าน CIV
ภายใต้โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

40 Good Governance

อานิสงส์การท่าหนาน

41 Book Corner

จาก Thailand 4.0 ถึง SMEs 4.0

Thailand 1.0 คือ ยุคของเกษตรกรรม คนไทยปลูกข้าว พี่ชสวน พี่ไร่ เลี้ยงหมู เบ็ด ไก่ นำผลผลิตไปขาย สร้างรายได้และยังชีพ

Thailand 2.0 คือ ยุคอุตสาหกรรมเบา ในยุคนี้เรามีเครื่องมือเข้ามาช่วย เราผลิตเสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องดื่ม เครื่องเขียน เครื่องประดับ เป็นต้น ประเทศเริ่มมีศักยภาพมากขึ้น

Thailand 3.0 คือ ยุคอุตสาหกรรมหนัก เราผลิตและขายส่งออก เหล็กกล้า รถยนต์ ก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศ เพื่อเน้นการส่งออก

Thailand 4.0 คือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ โดยปรับโครงสร้างจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี - ความคิดสร้างสรรค์ - นวัตกรรม และเปลี่ยนโครงสร้างจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

SMEs หรือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นพลังสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทย เป็นเสมือนฟันเฟืองที่ทำให้เครื่องจักรใหญ่ของประเทศเดินไปข้างหน้าได้ เป็นกลไกที่ช่วยกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ภาคประชาชนอย่างทั่วถึง และที่สำคัญชีวิตของคนไทยจำนวนมากพึ่งพิงธุรกิจ SMEs และหลายประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาและยกระดับ SMEs ของเยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี ญี่ปุ่น ได้เห็น ต่างก็ยกระดับ SMEs ให้เข้มแข็งสู่ SMEs 4.0 ในที่สุด

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใด ๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการ”

อุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่องมายาวนาน
นับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 60

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4511

ที่ปรึกษา

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภาณุวัฒน์ ตรียางกูรศรี

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายจรรพพันธุ์ จารโยภาส

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเดชา จาตุชนานันท์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพัทธ์ รอดภัย

เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวิระพล ผ่องสุภา

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลี่ยนโมฬี

กองบรรณาธิการ

นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์, นายชเนต ศรีพิทักษ์,

นางสาวกมลชนก กุลวงศ์, นางสาวนฤมล มิ่งเนียม,

นางสาวจุฑารัตน์ เคนจอหอ, นายไพฑูรย์ มะเมี้ยเมือง,

นางเกสรา ภูแดง, นายธนาธิรต์ กล้าพัก, นางสุรางค์ งามวงศ์,

นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,

นางสาวกนกกรักษ์ นกุลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,

นายธวัชชัย มะกล้าทอง

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายใหม่

แขวงสายใหม่ เขตสายใหม่ กรุงเทพฯ 10220

โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม

จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

4. สมัครผ่าน Google Form :



SMEs 4.0 มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

www.theleader.com

Thailand 4.0 เป็นนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้นการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งมุ่งหวังให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะ SMEs ปรับตัวเป็น SMEs 4.0 ที่ดำเนินการด้วยความคิดสร้างสรรค์ และสามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของตนได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

Thailand 4.0 คืออะไร ?

“Thailand 4.0” หรือ “ประเทศไทย 4.0” เป็น Roadmap การปฏิรูปประเทศไทย ในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีขั้นสูงให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักที่อุดงการพัฒนาประเทศไว้ด้วยการเดินหน้าในทุกมิติ

“Thailand 4.0” จึงเป็นโมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคนี้ที่ทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมไปด้วยกันโดยเฉพาะภาคเอกชนและผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องช่วยกันผลักดันไปพร้อมๆ กัน โดยเป้าหมายของ Thailand 4.0 ที่สำคัญคือ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไทยให้มีความสมดุลมากขึ้น มีการวางอนาคตอย่างมีทิศทางที่ชัดเจน ผ่านกลไกขับเคลื่อนประเทศชุดใหม่ ที่เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งจากภายใน (Local Economy) เพื่อให้เศรษฐกิจไทยมีความยืดหยุ่น สามารถรองรับผลกระทบจากสภาวะความผันผวนภายนอก รวมทั้งสามารถตอบโจทย์การเชื่อมโยงกับประชาคมโลกได้

ก้าวสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

“ประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” คือ วิสัยทัศน์ของกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาให้คนไทยมีความสุขและตอบสนองต่อความต้องการบรรลุซึ่งผลประโยชน์แห่งชาติ โดยมี 6 ยุทธศาสตร์สำคัญ ดังนี้

- ความมั่นคง
- การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน



• การสร้างโอกาสความเสมอภาคและความเท่าเทียมกันทางสังคม

• การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

• การปรับสมดุลและการพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐจากยุทธศาสตร์ดังกล่าว สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จึงได้จัดทำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่จะนำเอายุทธศาสตร์ระยะยาวถ่ายทอดลงสู่การปฏิบัติจริงในช่วงเวลา 5 ปี โดยมุ่งเน้นที่การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

สิ่งที่ SMEs ไทยควรดำเนินการ

1. การพัฒนาสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรม มีการใช้เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ในการดำเนินธุรกิจนั้นจะสามารถผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และมีความคล่องตัวกว่ากิจการขนาดใหญ่

2. การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์มาสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และสร้างสรรค์ความโดดเด่นให้แก่สินค้าและบริการ รวมถึงการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจ

3. การยกระดับผลิตภาพ (Productivity) โดยการปรับปรุงประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตต่างๆ การปรับตัวเป็น SMEs ที่มีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจมีความสามารถในการปรับตัวสูงภายใต้ภาวะทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

4. การรวมกลุ่มของ SMEs เป็นสมาคมหรือพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) รวมทั้งการเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มธุรกิจใหญ่กับ SMEs เพื่อเสริมการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

5. การพัฒนาทักษะองค์ความรู้สมัยใหม่ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจ เช่น ความรู้เรื่องการบริหารจัดการเรื่องการเงิน ความรู้ทางทรัพย์สินทางปัญญา ความรู้เรื่องดิจิทัล เป็นต้น

6. การแสวงหาโอกาสและการใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบทางภูมิประเทศ ซึ่งเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการค้าชายแดน และใช้ประโยชน์จากเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษต่างๆ ได้ โดยเฉพาะ SMEs ที่อยู่ในพื้นที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงการก้าวเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain) ซึ่งถือว่ามีค่ามาก จากการศึกษาของธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB) และธนาคารโลก (World Bank) ระบุความท้าทายของ SMEs ทั่วโลก คือ โอกาสในการเข้าไปสู่ Global Value Chain และการยกระดับธุรกิจให้สูงขึ้น

7. การเปลี่ยนแปลง Market Place เป็น Market Space โดย SMEs ไม่ได้ทำงานบน Physical Platform อีกต่อไป แต่ SMEs จะต้องทำงานทั้ง Physical Platform และ Digital Platform ในเวลาเดียวกัน เพราะหลายสิ่งหลายอย่างนั้นจะทำให้ SMEs สามารถทำงานได้เร็วขึ้น ในต้นทุนที่ถูกลง ด้วยกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น และได้ผลตอบรับที่มากขึ้น

10 อุตสาหกรรมเป้าหมายสู่ไทยแลนด์ 4.0

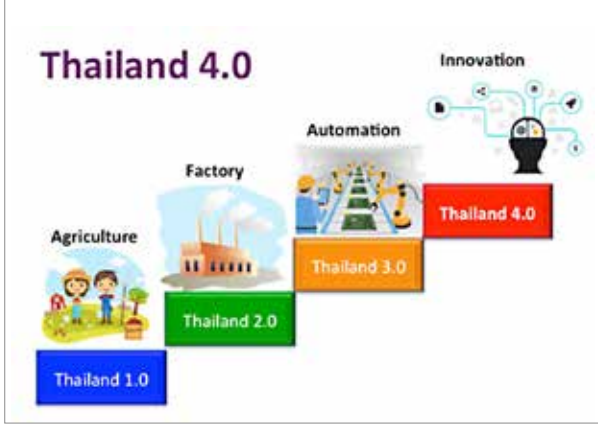
อุตสาหกรรม 4.0 เป็นนโยบายของรัฐที่จะมุ่งสู่อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก โดยมีแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรมไทยสู่อุตสาหกรรม 4.0 ตามร่างยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมไทยระยะ 20 ปี โดยมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ใช้ระบบการจัดการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า ขณะเดียวกันก็ต้องมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน (Skill) มากขึ้น รวมทั้งใช้ระบบอัตโนมัติเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต

S-Curve ในด้านอุตสาหกรรมอธิบายถึงการพัฒนารูปร่าง โดยตัวอักษร S หมายถึง การพัฒนาหรือเจริญขึ้นที่ไม่ใช่แนวตรง แต่จะค่อยๆ เจริญเติบโตขึ้นแบบค่อยๆ เป็น ค่อยๆ ไป หรือค่อยๆ พัฒนา โดยคำว่า Curve แปลว่าส่วนโค้งว่าเมื่อรวม 2 คำเข้าด้วยกันคือ “S-Curve” จึงหมายถึงเส้นโค้งที่เจริญเติบโตในรูปตัว S นั้นเอง

คำว่า New S-Curve เนื่องจากในปัจจุบันความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงชนิดที่เรียกว่า แบบก้าวกระโดด เลยกี่ว่าได้ ดังนั้นในสงครามทางการค้าไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตหรือผู้บริการจะต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมแบบสมัยใหม่ แต่ก็ต้องยอมรับว่าในหลายภาคส่วนของอุตสาหกรรมการผลิตยังไม่สามารถปรับตัวให้รวดเร็วได้ ก็ด้วยเงื่อนไขของผู้ผลิตเองและผู้บริโภค ในผลิตภัณฑ์หลายตัวก็อาจไม่จำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี ด้วยเพราะสินค้าเหล่านั้นมีคุณค่าในตัวของมันเอง อาทิ สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

รัฐบาลเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ของความเปลี่ยนแปลงดี แต่ขณะเดียวกันในการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาระยะ โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมจะต้องคำนึงถึงศักยภาพความพร้อมที่จะต้องมีความสมดุลระหว่างใหม่และเก่าให้ดี ให้สามารถเดินคู่กันไปได้ เพราะตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาธุรกิจที่มีอยู่แล้วนี้ สามารถสร้างรายได้ของประชากรกว่า 70% ของรายได้ทั้งหมด ดังนั้นในการวางกลยุทธ์การพัฒนา จึงกำหนดประเภทอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ออกเป็น 10 อุตสาหกรรม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) อุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) 5 อุตสาหกรรม 2) อุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve) 5 อุตสาหกรรม





First S-Curve 5 อุตสาหกรรม หมายถึงอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ ได้แก่

- อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next Generation Automotive)
- อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics)
- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism)
- อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology)
- อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปอาหาร (Food for the Future)

New First S-Curve 5 อุตสาหกรรม หมายถึงอุตสาหกรรมแห่งอนาคต ได้แก่

- อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics)
- อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics)
- อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals)
- อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital)
- อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)

การขับเคลื่อนประเทศไทย

การขับเคลื่อนประเทศไทยในอนาคตจะต้องทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างที่เน้นในเรื่องเทคโนโลยี (Technology Based) ที่อิงกับงานวิจัยและพัฒนา (R&D) มากขึ้น ต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” กล่าวคือ ในปัจจุบันเรายังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบ “ทำมากได้น้อย” เราต้องปรับเปลี่ยนเป็น “ทำน้อยได้มาก” โดยการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 3 มิติ

- เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม
 - เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยการรับจ้างผลิต (OEM) ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และความรู้
 - เปลี่ยนจากการแข่งขันแบบ Local ไปสู่การแข่งขันแบบ Global
 - SMEs คือ พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่
- กระแสความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับ SMEs ในขณะนี้แทบทุกประเทศในโลกกำลังหันมาให้ความสนใจกับการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา SMEs เนื่องจากธุรกิจ SMEs กำลังทวีบทบาทและความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคตสามารถเป็นพลังงานในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตได้อย่างสมดุล

การปรับตัวของ SMEs

SMEs ไทยจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ต้องมองการณ์ไกลไปถึงอนาคต เพราะยุคสมัยเปลี่ยนที่เปลี่ยนไป พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคจึงเปลี่ยนไปด้วย ดังนั้นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนคือ การปรับตัวและเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รวดเร็วและรุนแรง โดยเฉพาะกระแสของการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะส่งผลให้ธุรกิจ SMEs มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มหรือลดลง อีกทั้งต้องขึ้นอยู่กับตัว SMEs ที่ต้องปรับตัวให้เข้าถึง Digital Technology เพื่อให้ SMEs ก้าวสู่ยุค Industry 4.0 สามารถดำเนินธุรกิจให้เกิดความแข็งแกร่งและเดินหน้าได้อย่างยั่งยืน

“มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12: เพื่อคนไทยทุกคน กล่าวคือ การพัฒนาประเทศตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ผ่านมา ส่งผลให้ประเทศไทยมีระดับการพัฒนาที่สูงขึ้นตามลำดับ ได้แก่ เศรษฐกิจไทยมีขนาดใหญ่ขึ้น มีฐานการผลิตและการบริการที่มีความเข้มแข็งและโดดเด่นในหลายสาขา ความร่วมมือกับมิตรประเทศทั้งในอนุภูมิภาคและอาเซียนมีความเข้มข้นและชัดเจนขึ้น ขยายโอกาสด้านการค้าและการลงทุนของไทยเพิ่มขึ้น ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานมีการพัฒนาครอบคลุมมากขึ้น และการบริการทางสังคมทุกด้านที่มีความครอบคลุมทั่วถึง ทำให้รายได้ประชาชนสูงขึ้นปัญหาความยากจนลดลง และคุณภาพชีวิตประชาชนดีขึ้น

โดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาระดับประเทศ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคงและยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐการป้องกัน การทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย
- ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
- ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีวิจัย และนวัตกรรม
- ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ
- ยุทธศาสตร์ที่ 10 ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

Interview

• เรื่อง : บุชนตร จักรภาม

กอบชัย สังสิทธิ์สวัสดิ์ เผยความสำเร็จหนุน SMEs 4.0

จากยุทธศาสตร์ปฏิรูปประเทศไทยโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ที่ใช้เป็น Roadmap ในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีขั้นสูง (Value-Based Economy) โดยมีเป้าหมายคือการยกระดับเศรษฐกิจจากในอดีตที่เป็นแบบ “ทำมาก ได้น้อย” มาเป็น “ทำน้อย ได้มาก” ซึ่งจะส่งผลให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักรายได้ และทำให้การพัฒนาประเทศด้วยการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม การเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยการรับจ้างผลิต (OEM) ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และความรู้ การเปลี่ยนจากการแข่งขันแบบ Local ไปสู่การแข่งขันแบบ Global เป็นต้น นโยบายประเทศไทย 4.0 จึงเป็นโมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมกันช่วยเหลือผลักดันเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไปสู่ประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในอนาคต

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหนึ่งในหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นกำลังหลักในการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ทุกระดับให้สามารถเดินหน้าตามเป้าหมายการปฏิรูปอุตสาหกรรม 4.0 ของรัฐบาลได้อย่างมีทิศทาง โดยมี 9 มาตรการพิเศษเพื่อขับเคลื่อน SMEs สู่อุตสาหกรรม 4.0 เป็นแม่แบบในการต่อยอดขยายผลสู่แนวทางการดำเนินโครงการกิจกรรม และบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่สามารถสนับสนุนและส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ SMEs ให้เกิดการ ‘เปลี่ยนเพื่อปรับ’ ได้อย่างตอบโจทย์และครอบคลุมทุกมิติ ตลอดจนการพัฒนาการสร้างเครือข่ายระดับนานาชาติ



นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่ “ผมเป็นห่วงผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่ยังไม่เริ่มต้นเตรียมความพร้อมรับมือและปรับตัวตั้งแต่นั้นนี้เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงในอนาคต ผู้ประกอบการ SMEs ไทยไม่ได้เดินโดยลำพัง แต่ท่านมีเพื่อนร่วมทาง ทั้งภาครัฐและเอกชนที่พร้อมให้การสนับสนุนช่วยเหลือและเดินร่วมทางกันไปตลอดชีพหลายชนเพื่อนำพาผู้ประกอบการ SMEs ไปสู่จุดที่ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน”

เมื่อปลายปีงบประมาณ 2561 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นเจ้าภาพจัดงาน Thailand Industry Expo 2018 ขึ้นที่เมืองทองธานี เพื่อนำเสนอรูปธรรมจากแนวคิด “Change to Shift” หมายถึงการเปลี่ยนเพื่อปรับ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมไทยให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ได้เห็นภาพสรุปสำคัญของอนาคตอุตสาหกรรมไทย ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนการขับเคลื่อนภาคธุรกิจ SMEs ภายใต้โมเดล Thailand 4.0 ที่ใกล้เคียงความจริงที่สุด จากผู้ประกอบการต้นแบบที่เข้ามาร่วมแสดงผลลัพธ์แห่งความสำเร็จเป็นตัวอย่างให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs รายอื่นได้ศึกษาอีกด้วย อีกทั้งการจัดงานดังกล่าวยังเป็นส่วนหนึ่งของกฎแฉความสำเร็จ 7 ขั้นตอน ในการดำเนินโครงการส่งเสริม SMEs และวิสาหกิจชุมชนของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้แก่ 1) ต้องเป็นความต้องการที่มาจากความต้องการของผู้ประกอบการจริงๆ 2) ต้องมีกลุ่มเป้าหมายแท้จริง 3) งบประมาณที่ลงไปต้องมีการพยากรณ์ว่าคุ้มค่าในแง่ผลผลิตภาพและการตลาดยอดขายที่เพิ่มขึ้น 4) ในการทำตลาดผ่านระบบที่ทันสมัย



ไม่ว่าจะเป็น e-Commerce, e-Marketing หรือเครือข่ายที่มี 5) ต้องมีสินค้าเพื่อสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการ 6) ต้องมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 7) ต้องมีการขยายผลซึ่งทาง กสอ. ได้จัดทำระบบ e-Learning เพื่อนำเสนอตัวอย่างความสำเร็จและกระบวนการของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จประมาณ 2-3 หมื่นรายที่ถูกคัดกรองมาอย่างเข้มงวดให้ขยายผลไปสู่ผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ยังเปิดเผยว่า “ในอดีตที่ผ่านมา เราตั้งเป้าหมายการพัฒนาเฉพาะ SMEs ในภาคการผลิต ซึ่งมีประมาณ 4 แสนกว่าราย ขณะที่ภาพรวมของผู้ประกอบการ SMEs อยู่ที่ไทย 3 ล้านราย อีก 2 ล้านกว่ารายที่เหลืออยู่ในภาคการค้าและบริการ ทั้งในภาคการค้า การขาย และภาคการบริการ ดังนั้นการจัดงาน Thailand Industry Expo 2018 จึงมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการในทุกกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญทั้งการผลิตและบริการ รวมถึงการจัดแสดงต้นแบบของเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากผู้ประกอบการชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการเปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมร่วมกัน โดยเฉพาะ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่รัฐบาลต้องการผลักดันให้มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (S-Curve) อาทิ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป



กลุ่มอุตสาหกรรมฐานชีวภาพกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ กลุ่มหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ กลุ่มดิจิทัลและโรงงานอุตสาหกรรม 4.0 กลุ่มอุตสาหกรรมทางการแพทย์งานบริการด้านการแพทย์ เครื่องมือช่วยดูแลผู้สูงอายุ และงานด้านนวัตกรรมบริการต่างๆ เป็นต้น”

ด้านบริษัทที่ได้เข้าร่วมแสดงผลงานนวัตกรรมในงานนี้ต่างได้รับผลตอบรับที่น่าพึงพอใจ อาทิ บริษัท พีเอ็มเอ็มแมสซิโม เทคโนโลยี จำกัด ที่ประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายลิเธียมแบตเตอรี่ แพคเกจจิ้งลิเธียมแบตเตอรี่ และหม้อสะสมไฟฟ้าที่มีกำลังการผลิตแบตเตอรี่ลิเธียมไอออนขนาด 3.7 v. (โวลท์ในหนึ่งเซลล์) ได้วันละ 2,000 หน่วย โดยได้รับความสนใจจากดร. ศิริ จิระพงษ์พันธ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน ในการเยี่ยมชมบูธแสดงผลงานของบริษัทฯ และทางกระทรวงพลังงานมีความสนใจที่จะสั่ง Pre-order ผลิตภัณฑ์ลิเธียมแบตเตอรี่ของบริษัทในขนาด 5 Kv, 7.5 Kv และ 10 Kv จำนวนขนาดละ 1,000 ชุด (1 Kv เท่ากับ 1,000 v) อีกด้วย

ส่วนอีกหนึ่งไฮไลท์ภายในงานอย่างกลุ่มคัลล์เซ็นเตอร์อุตสาหกรรม Food Truck ที่นำมาจัดแสดง ก็เป็นการต่อยอดความแข็งแกร่งรับ Thailand 4.0 ที่ได้รับความสนใจอย่างคึกคักเช่นกัน เนื่องจากเป็นการแสดงการใช้งานซอฟต์แวร์ที่เชื่อมต่อกับการบริหารจัดการธุรกิจ Food Truck แบบครบวงจร ซึ่งผู้ประกอบการที่สนใจเข้าชมนั้นได้พบปะกับผู้พัฒนาซอฟต์แวร์หลายรายที่จัดทำแอปพลิเคชันสำเร็จรูปให้เลือกใช้ตามความต้องการของผู้ประกอบการ โดยองค์กรเครือข่ายธุรกิจฟู้ดทรัคตั้งเป้าขยายธุรกิจให้เติบโตถึง 5,000 คันภายใน 5 ปี เพื่อกระจายรายได้และสร้างอาชีพให้คนในท้องถิ่นสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจได้โดยที่ต้นทุนไม่สูง ทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อต่อยอดฐานเศรษฐกิจให้ขยายตัว ตลอดจนกระตุ้นการส่งออกแบรนด์ Food Truck ไทยไปทั่วโลก โดยจะเริ่มต้นน้ำร่องการเปิดตัวที่ประเทศลาวเป็นโครงการแรก

นอกจากนี้อธิบดีฯ ยังกล่าวถึงความคืบหน้าของยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างความแข็งแกร่ง SMEs ไทย นั่นก็คือ การสร้างเครือข่าย ซึ่ง กสอ. ได้ทำ MOU กับภาคธุรกิจด้าน e-Commerce ในประเทศไทย เช่น ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ร่วมด้วย

e-Commerce สัญชาติไทยหลายแพลตฟอร์มเพื่อเตรียมความพร้อมในการให้การอบรม SMEs ไทยมาให้ได้มาตรฐานระดับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยแพลตฟอร์ม รวมถึงในระดับต่างประเทศที่มีการลงนาม MOU กับ HKTDC ฮองกง อาลีบาบา ฯลฯ โดยตั้งเป้าการพัฒนา SMEs ไทยเข้าระบบ e-Commerce ให้ได้จำนวน 500,000 ราย ภายใน 5 ปี และในขั้นต่อไปจะมีการสนับสนุนรูปแบบการทำธุรกิจเป็นแบบแพลตฟอร์มมากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมาสำหรับ Business Matching แบบ Business to Business (B2B) กสอ.ซึ่งได้ร่วมมือกับกระทรวงเศรษฐกิจการค้าและอุตสาหกรรมประเทศญี่ปุ่น ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มชื่อ J-GoodTech ที่ช่วยผู้ประกอบการ SMEs ญี่ปุ่นในการสร้างเครือข่าย โดยมีสมาชิกประมาณ 20,000 ราย ซึ่งผู้ประกอบการไทยได้สมัครสมาชิกอยู่แล้ว ประมาณ 1,300 ราย และไทยได้รับความร่วมมือจากทางญี่ปุ่นในการพัฒนาแพลตฟอร์ม T-GoodTech สำหรับ SMEs ไทยที่มีศักยภาพตามคุณสมบัติที่กำหนด ซึ่งตอนนี้มีทั้งด้านการค้นหาข้อมูลบริษัท การสั่งซื้อ การเจรจา การลงทุนร่วมทุน โดยปัจจุบันมีการดำเนินการจัดทำ MOU กับเทศบาลท้องถิ่นของญี่ปุ่นไปแล้ว 17 เมือง/จังหวัด ได้แก่ ไซตามะ, ยามานาชิ, อาคิตะ, ต็อตโตริ, ชิมาเนะ, ไอจิ, คาวาซากิ, ฟุกุยกิ, โตเกียว, ไทยามะ, มินามิโบโซ, ฟุกุโอกะ, ชิบะ, มิเอะ, เกียวโต, เอฮิเมะ และฟูกูชิมะ





Market & Trend

• เรื่อง : พงษ์นภา ทิจโมภว์

A Cup of Joe

หุนกาแฟไทยอยู่รอดอย่างยั่งยืน

น้าร้อง 3 หมู่บ้านในเชียงราย น่าน เพชรบูรณ์ เป็นแบบอย่างหมู่บ้านกาแฟที่แข็งแกร่ง ภายใต้มาตรการพิเศษ Big Brother ด้านเกษตรแปรรูป

อุตสาหกรรมกาแฟของไทยนับเป็นอีกอุตสาหกรรมที่มีความก้าวหน้าและเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งในเรื่องของศักยภาพกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต คุณภาพผลผลิต การขยายตัวของผู้ประกอบการร้านกาแฟแบรนด์ไทย และต่างชาติ รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสบการณ์การดื่มกาแฟมากขึ้น ส่งผลให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมกาแฟไทยในปัจจุบันได้รับการยกระดับและมีแนวโน้มที่สดใสในอนาคต



ขณะที่กระแสการเติบโตของอุตสาหกรรมกาแฟกำลัง รุดหน้าขึ้น กองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่าในปี 2559 เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในประเทศไทยสามารถผลิต เมล็ดกาแฟได้เพียง 5-6 หมื่นตัน หรือประมาณ 0.55 % ของ ผลผลิตทั่วโลก ซึ่งผลิตได้กว่า 10 ล้านตัน ทำให้เมล็ดกาแฟที่ ผลิตในประเทศไทยมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดใน ประเทศและตลาดส่งออก รวมทั้งยังพบว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ของเกษตรกรต้นน้ำอยู่ที่กระบวนการบริหารจัดการเพื่อให้เกิด คุณค่าและมูลค่านั้นยังไม่เป็นที่น่าเชื่อถือของลูกค้า ซึ่งอาจ ส่งผลกระทบและทำให้ห่วงโซ่ต่างๆ ในอุตสาหกรรมกาแฟ เสียโอกาสไปด้วย



เหตุนี้เอง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จึงร่วมมือกับ A Cup of Joe ร้านกาแฟสัญชาติไทยที่จับมือกับเกษตรกรไทยเพื่อพัฒนาคุณภาพกาแฟไทยร่วมกันอย่างยั่งยืน และส่งมอบความสุขสู่ลูกค้าผ่านการคั่ว ชง และความเข้าใจในศิลปะกาแฟ ภายใต้สไตล์โลแกน กาแฟ คือ ความหวัง โดย **นายศักดิ์ชัย นุ่นหมื่น** หัวเรือใหญ่แห่ง A Cup of Joe ผู้เป็นกำลังสำคัญในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับเกษตรกรผู้ปลูกเมล็ดกาแฟ เปิดเผยว่า เริ่มต้นธุรกิจร้านกาแฟโดยรับซื้อเมล็ดกาแฟจากเกษตรกรภาคเหนือมาคั่วบดเพื่อใช้ในร้านกาแฟของตนเองและส่งให้กับร้านกาแฟอื่นๆ ร่วมกับการเปิดสถาบันสอนชงกาแฟและให้คำปรึกษาด้านธุรกิจกาแฟที่ครบวงจรแห่งหนึ่งในประเทศ จากความรู้และประสบการณ์กว่า 15 ปีที่คั่วหอดในอุตสาหกรรมกาแฟทำให้มองเห็นจุดอ่อนของธุรกิจกาแฟที่ไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้อย่างตรงประเด็น และมีโอกาสพบปะทั้งเกษตรกรผู้ปลูก ทำให้เข้าใจว่าเกษตรกรต้องการอะไร อาทิ ต้องการความรู้กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ ตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูปเมล็ดกาแฟเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดี เป็นต้น ตลอดจนได้สื่อสารกับผู้บริโภคปลายน้ำ ในฐานะที่เป็นโซ่ข้อกลาง จึงตั้งใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาระบบการผลิตกาแฟตั้งแต่ต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูก ผู้รับซื้อ ผู้คั่วบด ตลอดจนบาริสต้า เพื่อให้ธุรกิจกาแฟเป็นไปด้วยความถูกต้องและมีคุณภาพดีอันจะส่งผลให้อยู่รอดอย่างยั่งยืน

“ปัจจุบันธุรกิจกาแฟมีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งเติบโตคู่ขนานกับความต้องการของลูกค้าหลากหลายมากขึ้น เช่นเดียวกัน เรื่องคุณภาพของกาแฟจึงเป็นปัจจัยสำคัญ

ที่จะช่วยขยายโอกาสให้กับเกษตรกร โดยในเบื้องต้น A Cup of Joe ได้รับเลือกให้เข้าร่วมโครงการเชื่อมโยงโซ่อุปทานของกลุ่มอุตสาหกรรม SMEs ซึ่งเป็นโครงการที่กองโลจิสติกส์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รับผิดชอบดูแล โดยกองโลจิสติกส์ได้ส่งผู้เชี่ยวชาญมาให้คำแนะนำในการพัฒนาความเชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์ในระบบซัพพลายเชนของ A Cup of Joe เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและยกระดับมาตรฐานตลอดโซ่อุปทาน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพผลผลิตกาแฟเป็นหลัก รวมถึงการวิเคราะห์การเชื่อมโยง การปรับปรุงการทำงาน รวมถึงอุปสรรคที่ทำให้ระบบการทำงานของห่วงโซ่ ถูกขัดขวาง อาทิ การพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการคำสั่งซื้อที่สมบูรณ์, การส่งมอบครบถ้วน, การส่งมอบตรงเวลา, การกำหนดระบบและเวลาการจัดเก็บให้เหมาะสม ฯลฯ ซึ่งในการทำงานร่วมกับ



กองโลจิสติกส์นั้นเหมือนได้พันธมิตรที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาและการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานมาเนื่อกำลังถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สามารถต่อยอดความแข็งแกร่งและพัฒนาภาพรวมของอุตสาหกรรมกาแฟไทยให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น”

นำมาสู่โครงการที่ช่วยน้อง “Big Brother Guarantee Success Solution” โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นโครงการภายใต้ปีงบประมาณ 2561 ที่อาศัยความร่วมมือจากองค์กรเอกชนชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ในการเป็นจิตอาสาที่ช่วยเป็นที่ปรึกษาให้คำปรึกษาทางธุรกิจและเชื่อมโยงกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม 4.0 (ITC), ด้านการตลาด, ด้านการพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) และด้านเกษตรแปรรูป เพื่อตั้งเป้าหมายระดับ SMEs และเชื่อมโยงการค้าไปสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่ง A Cup of Joe ได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งใน Big Brother ด้านเกษตรแปรรูปที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมกาแฟ โดยเน้นผลผลิตทางด้านกาแฟ ซึ่งจะไปพัฒนากรรมวิธีการปลูกกาแฟให้ได้คุณภาพเพื่อขายให้ได้ราคาที่เหมาะสม ผ่านการประกวดเมล็ดกาแฟจากเวทีต่างๆ โดยจะร่วมกับสมาคมกาแฟพิเศษในการให้คำปรึกษาแนะนำ



เทคนิคต่างๆ ในการปลูกกาแฟรวมทั้งกรรมวิธีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับกาแฟจนสามารถทำราคาได้สูงขึ้นจากเดิม กิโลกรัมละ 60 บาท เป็น 300 บาท และยังรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในพื้นที่ด้วย

ทั้งนี้ A Cup of Joe ยังทำ Contact Farming กับ 3 หมู่บ้านผู้ผลิตกาแฟนำร่อง ได้แก่

1. หมู่บ้านร่มเย็น อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 2. หมู่บ้านดอยสภาค อำเภอบัว จังหวัดน่าน 3. กลุ่มน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ร่วมกันอย่างยั่งยืนเพื่อเติมเต็มในส่วนที่ตัวเกษตรกรมีอุปสรรคนั้นก็คือ คุณภาพผลผลิตและตลาด อันเป็นสองปัจจัยที่สอดคล้องสนับสนุนกัน หากเกษตรกรมีความมั่นคงในเรื่องของคุณภาพการผลิต ผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ออกมาดีมีมาตรฐาน ก็จะทำให้ร้านกาแฟวิ่งหาสินค้าจากทางเกษตรกรเอง และสามารถทำราคาได้โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง ซึ่งผลผลิตกาแฟของทั้ง 3 หมู่บ้านดังกล่าวอยู่ในขั้นที่ได้รับความนิยมรับว่าเป็นกาแฟพิเศษเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และพร้อมจะพัฒนาไปสู่ระดับที่ดียิ่งขึ้นไปอีกในอนาคตอันใกล้

“สำหรับเป้าหมายจากการเป็น Big Brother ก็คือ การสร้างเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟทั้ง 3 กลุ่มนำร่องให้เป็นแบบอย่าง ที่แข็งแกร่งและมีศักยภาพ พร้อมส่งต่อองค์ความรู้และเทคนิคต่างๆ ให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ ที่กำลังมองหาความรู้ไปพัฒนารูปร่างของตนเอง โดยหลังจากนี้จะร่วมเผยแพร่ความรู้และสนับสนุนให้ชาวกาแฟหันมาปลูกกาแฟที่มีความประณีต มีการพัฒนาสายพันธุ์ให้มีคุณภาพ สอดคล้องกับตลาดโลกที่สนใจกาแฟพิเศษ ร่วมกับการคัดเลือกและให้คะแนนจัดเกรดเมล็ดกาแฟไทย และสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันกัน ในหมู่คนทำกาแฟ ที่กระตุ้นความรู้และเทคนิคใหม่ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการวงการกาแฟ รวมถึงการเปรียบเทียบมาตรฐานของเมล็ดกาแฟจากผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ อันจะส่งผลให้เกิดการผลักดันกาแฟพิเศษไทยให้ยกระดับสู่ตลาดระดับสากลในอนาคต” นายศักดิ์ชัย กล่าวปิดท้าย



สถานีกาแฟ A Cup of Joe

สีมมาร 2 ซอย 19 แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง

กรุงเทพมหานคร 10240

โทร. 08 9116 9923

Innovation

• เรื่อง : พงษ์นภา กิจโมกข์

หุ่นยนต์ชงกาแฟ : DENSO Robotic Café บาริสต้าแห่งโลกอนาคต ภายใต้มาตรการพิเศษ Big Brother เพื่อบ่มเพาะแนวคิดธุรกิจและเทคโนโลยี พลักดัน SMEs สู่วู่ทึ่โลก

นวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีความทันสมัย และมีศักยภาพ เริ่มเข้ามาจับบทบาทมากขึ้น ในอุตสาหกรรมไทย ซึ่งนอกจากความสะดวก รวดเร็ว และประสิทธิภาพการทำงานที่มีมาตรฐาน รวมถึงได้ผลลัพธ์เทียบเท่าความสามารถของมนุษย์แล้ว นวัตกรรมก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทยก้าวหน้า และเติบโตพร้อมที่จะแข่งขันในระดับนานาชาติได้

ภาครัฐและเอกชนในประเทศจึงเป็นหัวหอกสำคัญในการที่จะช่วยกันพัฒนาภาคอุตสาหกรรมของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการ SMEs ขนาดเล็กที่ยังขาดความรู้ ทักษะ และความสามารถในการที่จะมาเติมเต็มการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ โครงการ Big Brother Guarantee Success Solution หรือโครงการที่ช่วยน้อง คือ โครงการภายใน 9 มาตรการพิเศษของโครงการสานพลังประชารัฐ ที่เน้นการผลักดัน ขับเคลื่อน





บริษัท เด็นโซ่ จำกัด ผู้นำด้านนวัตกรรมเทคโนโลยี รวมถึงหุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม เป็น 1 ในบริษัทที่เข้าร่วม โครงการ Big Brother Guarantee Success Solution โดยให้คำปรึกษา พร้อมถ่ายทอดเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการ SMEs ได้รับข้อมูลที่นำไปต่อยอด และพัฒนากระบวนการความคิดของตนเอง เพื่อเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ

ล่าสุดผู้นำด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีอย่างเด็นโซ่ ได้เปิดตัวหุ่นยนต์ชงกาแฟ โดยพัฒนามาจากหุ่นยนต์แขนกลที่ใช้ในโรงงานทั่วๆ ไปของเด็นโซ่ มาเป็นหุ่นยนต์บาร์ิสต้าด้วยฟังก์ชันการทำงานเช่นเดียวกับบาร์ิสต้าจริงๆ จากการใส่โปรแกรมที่ทำให้สามารถชงและชงกาแฟ ซึ่งหุ่นยนต์ 3 ตัวนี้ประจำการอยู่ที่ DENSO Robotic Café โดยการทำงานของทั้ง 3 จะทำงานร่วมกันแบบระบบทีม เริ่มตั้งแต่การบดเมล็ดกาแฟ ใส่กาแฟลงในเครื่องชง กดน้ำร้อนลงในกาแฟ ปิดท้ายด้วยการบรรจุกรีนกาแฟใส่ถ้วยเพื่อเตรียมจัดเสิร์ฟ

สำหรับรสชาติของกาแฟที่เจ้าหุ่นยนต์ทั้ง 3 ตัวนี้ที่เสิร์ฟให้กับลูกค้าั้น รสชาติไม่แตกต่างจากการชงด้วยฝีมือบาร์ิสต้าที่เป็นมนุษย์ ด้วยการคัดเมล็ดกาแฟที่ดีก่อนนำมาใช้ การคำนวณน้ำหนักการบด การรินน้ำ และปริมาณความร้อนที่เหมาะสม สำหรับใครที่ต้องการเปิดประสบการณ์การดื่มกาแฟแบบไม่เหมือนใครกับคาเฟ่ที่มีบาร์ิสต้าเป็นหุ่นยนต์ สามารถลิ้มลองรสชาติและดูกรรมวิธีการชงได้ที่ DENSO Robotic Café คาเฟ่ที่เต็มลูกเล่นใหม่ให้กับวงการกาแฟไทย และด้วยความรู้ ความสามารถด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของเด็นโซ่ ซึ่งในอนาคตทางเด็นโซ่ ยังวางแผนการพัฒนาให้หุ่นยนต์สามารถบดเมล็ดกาแฟได้อีกด้วย



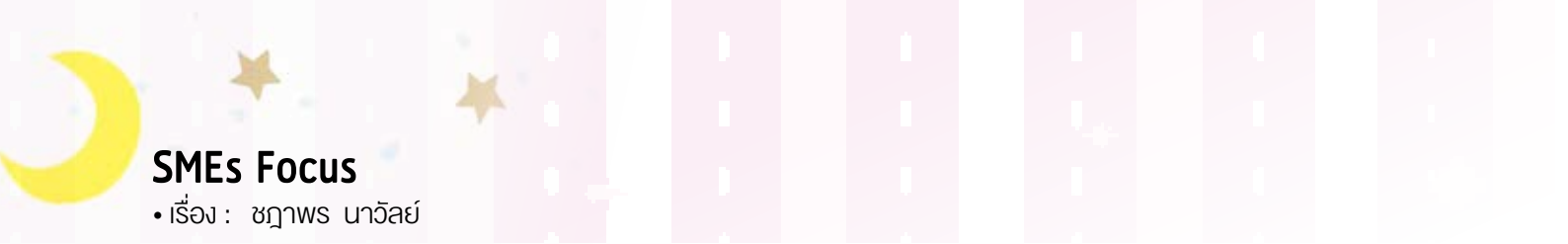
ผู้ประกอบการ SMEs รายเล็กให้สามารถก้าวไปสู่ยุค 4.0 โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบร่วมกับองค์กรเอกชนรายใหญ่หลายแห่งที่ให้ความร่วมมือในการเป็นที่เลี้ยงเพื่อถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการขาย การเงิน การตลาด กฎหมาย รวมถึงด้านเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการ SMEs นำมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจของตนเอง

ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.kidjapak.com

www.instagram.com/densoroboticscthailand

www.denso.com/th



SMEs Focus

• เรื่อง : ชญาพร นาวิสัย



ทายาทนิตยสารขวัญเรือน เปิดตัวธุรกิจใหม่ BEGIN Baby Food อาหารเล่นสำหรับเด็กน้อย ภายใต้หลักสูตรเศรษฐกิจใหม่ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่



มักกะโรนีเพื่อลูกทำจากข้าว100 %

จุดเริ่มต้นธุรกิจ บีกิน เบบี้ ฟู้ด (BEGIN Baby Food) เมื่อ 2 ปีก่อน (พ.ศ. 2559) เริ่มจากความต้องการของ **แพท สาริดา คล่องเวสสะ** บรรณาธิการบริหารนิตยสารขวัญเรือน คุณแม่น้องปลาพาวิชัย 3 วบครึ่ง เธอเป็นคุณแม่คนเมืองรักสุขภาพที่ปรารถนาจะแก้ปัญหา “ลูกชายกินยาก” เมื่อเขาอยู่ในวัยที่จะปฏิเสธอาหารตรงหน้าได้แล้ว จนกระทั่งพบว่าอาหารประเภทเส้นน่าจะช่วยจูงใจให้ลูกชายของเธออยากรับประทานมากขึ้นและเป็นเคล็ดลับปราบเด็กกินยากให้กับพ่อแม่คนอื่นๆ ได้

อาหารตระกูลเส้น นอกจากจะผลิตจากแป้งสาลีที่มีสารกลูเตน สารสำคัญอันเป็นต้นเหตุการเกิดภูมิแพ้ในเด็ก และอาจมีสารปนเปื้อนจากการฟอกสีหรือสารกันบูดแล้วยังสามารถผลิตขึ้นจากข้าวได้อีกด้วย ซึ่งวัตถุดิบจากข้าว นั้น มีคุณสมบัติยอดเยี่ยมหลายอย่าง ทั้งมีลักษณะนุ่มกว่าและที่สำคัญไร้สารกลูเตน (Gluten Free) ปราศจากสารเคมีสารสังเคราะห์ สารฟอกขาว สารกันบูด จึงเป็นที่มาของความคิดผลิตเส้นมักกะโรนี พาสต้า และก๋วยเตี๋ยว จากข้าวกล้องอออร์แกนิกและข้าวไรซ์เบอร์รี่จากแหล่งปลูกทั่วประเทศที่มีคุณภาพ

“แพทรู้จักญาติซึ่งเปิดโรงงานผลิตเส้นจากข้าว โดยไม่ใส่สารกันบูดและปราศจากสารเคมีทุกชนิดอยู่แล้ว ก็เข้าไปพูดคุยเจรจาร่วมผลิตกับคุณลุง พร้อมกับค้นหาข้อมูล และสูตรต่างๆเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตระกูลเส้นที่ไม่มีส่วนผสมของแป้งสาลีเลย เราใช้ระบบหม้อแห้งทำให้ได้ข้าวไม่เป็นผงก่อนจะอัดเป็นเส้น จึงสามารถคงคุณค่าของสารอาหารครบถ้วนหนึ่งเดียวในไทย นอกจากนี้ที่นั่นผลผลิตจากข้าวยังมีความโดดเด่น



สาธิตา กล่าวต่อว่า เธอสนุกกับประดิษฐ์คิดค้น ดีไซน์ลงมือสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นทางและทุกขั้นตอน การผลิตจนเสร็จสิ้นถึงมือผู้บริโภคตั้งแต่การคิดสูตรแป้งที่มีส่วนผสมของข้าว 60% และส่วนผสมจากธรรมชาติให้เกิดสีอีก 40% พร้อมค้นหากลุ่มผู้ผลิตข้าวออร์แกนิกคุณภาพจากทั่วประเทศ และสรรหาวัตถุดิบต่างๆ ที่ผ่านกระบวนการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ที่จะทำให้เกิดสีจากธรรมชาติเพิ่มขึ้น และทำให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกายผู้บริโภคได้ด้วย

ตลอดจนนำเสนอรูปลักษณ์สีไล่ตั้งแต่ทั้งแบบฟูซิลี (เกลียว) มินิเพนเน่ (หลอดเล็ก) พาสต้า (เส้นแบน) มักกะโรนี (หลอดโค้ง) กันหอย และเส้นหมีที่ออกแบบมาเพื่อให้ลูกน้อยหยิบจับถนัดมือ ช่วยฝึกให้ลูกรับประทานอาหาร เป็นการส่งเสริมการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก สนุกกับการเรียนรู้การกินด้วยตนเอง ช่วยกระตุ้นพัฒนาการเด็กไปในตัว จึงเหมาะสำหรับเด็กอายุ 8 เดือนขึ้นไป ทำให้คุณพ่อคุณแม่ไม่ต้องเหนื่อยกับการบังคับให้ลูกน้อยกิน และสามารถนำไปสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ได้ตามใจชอบ อีกทั้งผู้ใหญ่ก็ยังมีโอกาสรับประทานเส้นที่มีประโยชน์ต่อร่างกายได้อีกด้วย

ทั้งนี้ ด้วยข้อดีของผลิตภัณฑ์แบบโฮมเมด จึงทำให้มีความคล่องตัวในการคิดค้นโปรดักส์รสใหม่ตามเทศกาลหรือฤดูกาลได้ง่าย ในทางตรงกันข้ามความเป็นสินค้าโฮมเมดทำให้สูตรการผลิตนั้นไม่สามารถทำได้อีกที่ได้เหมือนการผลิตแบบ

ที่ความนุ่มของเส้น แต่ยังคงความอร่อย สามารถปรุงอาหารได้ทุกชนิด และด้วยความอยากใส่ผักลงไปด้วย ต้องการจะเพิ่มสีเส้นให้ชวนกินมากขึ้น จึงคิดแต่งสีด้วยวัตถุดิบธรรมชาติที่ได้จากข้าวโพด บีทรูท มันเทศ มันม่วง พักทอง งาดำ พักข้าว และดอกอัญชัน เป็นต้น”

อุตสาหกรรม แต่นั่นก็เป็นเสน่ห์ของสินค้าโฮมเมดที่ลูกค้ากลุ่มผู้รักสุขภาพเข้าใจและยอมรับได้ และด้วยความเป็นผลิตภัณฑ์ปราศจากสารกันบูด 100% จึงทำให้อายุเก็บรักษาสินค้าไม่ยาวนานนัก ซึ่งผลิตภัณฑ์เส้นแบรนต์บีกิน เบบี ฟู้ด สามารถเก็บได้นานเพียง 1 ปี และต้องเก็บรักษาอย่างดีเพื่อป้องกันมอดเช่นเดียวกับการเก็บข้าวสารนั่นเอง

ซอสพาสต้าพรีเมียมขยายไลน์ต่อเนื่อง

ซาธิดา กล่าวเพิ่มเติมว่า ปัจจุบันบีกิน เบบี ฟู้ด เพิ่มไลน์สินค้าใหม่ที่คัดคอนเซ็ปต์เดิมในการเป็นอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับเด็ก รวมทั้งช่วยเสริมผลิตภัณฑ์หลักในตระกูลเส้นด้วยการนำเสนอซอสพาสต้าสูตรพรีเมียมสไตล์ฝรั่งเศส ผลิตจากวัตถุดิบนำเข้าจากยุโรป เปี่ยมด้วยคุณค่าสารอาหาร ปราศจากสารปรุงแต่ง สารเคมี และวัตถุกันเสียหรือสารกันบูด 100% มีอายุเก็บรักษาเพียง 3-4 เดือน จึงสด ใหม่ สะอาด มีความอร่อย เข้มข้น เนื้อเนียน เหมือนคุณแม่ทำให่กินที่บ้าน จึงถูกใจลูกน้อยสุดที่รัก

สินค้ากลุ่มซอส ประกอบด้วย 1. ซอสมะเขือเทศ (Tomato Sauce) ผสมความหวานของแอปเปิ้ลสีแดง หอมใหญ่ แครอท เปี่ยมคุณค่าด้วยสารอาหาร อร่อย เข้มข้น หวานเปรี้ยวกำลังดี ด้วยเนื้อผักล้วนๆ ใช้จิ้มแทนซอสมะเขือเทศได้เลย หรือคลุกกับเส้นพาสต้า เป็นสินค้าไฮไลท์เหมาะกับเด็กเริ่มหัดกิน ตามด้วย 2. ซอสคาโบนารา (Caponara) เปี่ยมด้วยรสชาติดีนม ชีส หอมละมุน นุ่มลิ้น ด้วยครีมและชีสนำเข้าจากฝรั่งเศส ผสมกับเบคอนที่คัดแต่เนื้อหมูสันใน นุ่ม อร่อย เหมาะกับลูกน้อยที่อยากเพิ่มน้ำหนัก 3. ซอสแซลมอน (Salmon Pink Sauce) ซอสมะเขือเทศ ผสมกับครีมและปลาแซลมอนนอร์เวย์ได้รสชาติมะเขือเทศแท้ๆ กับเนื้อปลาแซลมอนสดๆ หอมเนียน รสกลมกล่อม สีสชมพูส้ม

หวานๆ ชวนให้กินหมดจนเกลี้ยงชาม และ 4. ซอสถั่วลิ้นเตากับแฮม (Pea & Ham) ที่มีรสชาติหอมหวานจากถั่วลิ้นเตาบดละเอียด อร่อย หวานมัน ผสมกับ Paris Ham แฮมคุณภาพชั้นดี ลงตัวในซอสสีเขียวอ่อน ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของ BEGIN และยังพัฒนาสูตรใหม่ออกมาอยู่เรื่อยๆ อาทิ ผักขมบด เป็นต้น

ตอบโจทย์ช่องว่างระหว่างตลาด

แนวคิดของซาธิดากับการสร้างแบรนด์นั้นมีรายละเอียดทุกๆ ขั้นตอน เริ่มจากชื่อแบรนด์ BEGIN หากอ่านให้มึนลูกเล่นของคำไทย ก็เปรียบได้ว่า KIN คือการเริ่มต้นการ “กิน” ที่มีคุณภาพ นอกจากนั้นด้วยพื้นฐานธุรกิจครอบครัวอยู่ในแวดวงสิ่งพิมพ์ ทำให้ซาธิดาเพลิดเพลินกับการดีไซน์บรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ได้ด้วยตนเอง ซึ่งมีที่มาจากคาแรคเตอร์ของลูกชาย คัดเลือกสีสีนหลากหลายโทนพาสเทล และลักษณะตัวอักษรน่ารักๆ รวมทั้งออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สินค้าที่ตอบสนองคอนเซ็ปต์สินค้าเพื่อเด็กอย่างชัดเจน และมีมาตรฐานคุณภาพส่งออก

เสน่ห์ในการบริหารแบรนด์บีกิน เบบี ฟู้ด ยังอยู่ที่เกณฑ์การตั้งราคา ซาธิดาใช้หลักการ “ราคาเดียว” คือ 99 บาท ต่อชิ้น และราคาโปรโมชั่น 3 ชิ้น 280 บาทสำหรับสินค้ากลุ่มเส้นมักกะโรนี พาสต้า และก๋วยเตี๋ยว รวมทั้งซอสด้วย เธอให้เหตุผลว่าการตั้งราคาเดียวกับโปรดัคส์ทุกตัวที่ออกมานั้น นอกจากจะทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายแล้ว ยังทำให้ทีมขายคิดราคาจำหน่ายและจัดสินค้าส่งให้ลูกค้าโดยไม่ต้องพบกับความยุ่งยากสับสนอีกต่อไป แต่หากมองถึงทฤษฎีการตลาด เจ้าของแบรนด์อาหารสุขภาพสำหรับเด็ก อธิบายว่า ส่วนต่างของการขายหรือกำไรที่จะได้นั้นเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตที่จะต้องคำนวณต้นทุนที่แตกต่างกัน และบริหารจัดการผลิตให้เหมาะสม



นอกจากนั้น สินค้าของบีกิน เบบี้ ฟู้ด ยังตอบโจทย์ช่องว่างระหว่างตลาดอาหารเด็กและสินค้าสุขภาพได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันแบรนด์เริ่มติดตลาด ลูกค้ายึดมากขึ้น ด้วยความที่สาธิตาเป็นคนชอบคิด ชอบทำ อยู่นิ่งไม่ได้ เป็นคนที่คิดแล้วทำเลย จึงมีส่วนช่วยให้แบรนด์ติดตลาดเร็วขึ้น โดยเธอเริ่มต้นทำความรู้จักกับลูกค้าผ่านการออกอีเวนต์งานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก โดยใช้ตัวเองเป็นทุกอย่าง เชิญชวนลูกค้าด้วยการแจกโบรชัวร์ และแจกสินค้าตัวอย่างทดลอง อธิบายลักษณะสินค้า และปิดการขาย ซึ่งช่องทางนี้ทำให้ผู้บริหารสาวได้เจอลูกค้าโดยตรง ต่อมาจึงหันมาทำการตลาดออนไลน์มากขึ้นผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย อย่าง เพจเฟซบุ๊ก ซึ่งถือเป็นช่องทางหลักในการซื้อขาย และพูดคุยกับลูกค้า มีสัดส่วนอยู่ที่ 40% และยังเป็นสื่อสำคัญทั้งการโปรโมทโปรโมชันและกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งเป็นพื้นที่แนะนำไอเดียสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่ๆ ให้กับลูกค้าได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมีกลุ่มคุณแม่ตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้าสุขภาพอยู่ที่ 30% และอีก 30% ที่เหลือได้แก่ช่องทางค้าปลีกในงานอีเวนต์และอื่นๆ



“เรามีลูกค้าอยู่ในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน ซึ่งลูกค้าของบีกิน เบบี้ ฟู้ด น่ารักมาก เหมือนเป็นกลุ่มคุณแม่ที่เป็นเพื่อนให้คำแนะนำและคำปรึกษาระหว่างกัน เราต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้มีความสำคัญกับบริการหลังการขายที่ยืดเยื้อ รับประกันความพึงพอใจสูงสุด เพราะความไว้วางใจมีส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำนั่นเอง”

กำลายัจงจำกัดการตลาด

สาธิตา เปิดเผยว่า ในอนาคตมุ่งคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้พฤติกรรมมารีการกินของเด็กเปลี่ยนไปสู่คุณภาพชีวิตที่ปลอดภัยมากขึ้น โดยดัดแปลงจากสิ่งเดิมที่มีอยู่แล้ว และเด็กๆ ชอบด้วย เพื่อมาสร้างสรรค์ใหม่ เช่น ไล้กรอก เป็นต้น พร้อมตั้งเป้าจะเป็นผู้นำด้านอาหารเด็ก โดยต้องคำนึงถึงการเป็นผู้ผลิตอาหารสุขภาพเพื่อเด็ก ยึดแนวคิด “ดีที่สุดที่จะเป็นไปได้” ด้วยการคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมมารีการกินที่ปลอดภัยกับลูกน้อย และเชื่อว่าเดินมาถูกทาง เนื่องจากตลาดอาหารเพื่อสุขภาพเติบโตขึ้นอย่างมาก และบีกิน เบบี้ ฟู้ด ก็สามารถตอบโจทย์ในทิศทางที่ใช่ ด้วยการวางตำแหน่งสินค้าที่ชัดเจน และแตกต่างจากสินค้าอื่นที่มีอยู่ในตลาด

พลักรักรักรจากหลักสูตรเศรษฐกิจใหม่

ผู้บริหารสาวกล่าวเพิ่มเติมว่า อีกหนึ่งหนทางที่จะทำให้ผู้ประกอบการพัฒนาตัวเองได้เร็วขึ้น คือ การเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการใหม่ “หลักสูตรเศรษฐกิจใหม่” ของ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมซึ่งสาธิตา ยอมรับว่าเธอนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาปรับใช้กับธุรกิจอย่างได้ผลจริง

“การเข้ามาอบรมทำให้เรามองธุรกิจได้ไกลขึ้น การได้เรียนรู้ Business Model Canvas ทำให้เห็นภาพกว้างขึ้น เพราะเป็นหลักสูตรที่ปรับใช้ได้ทั้งองค์กร โดยเฉพาะเรื่องภาษี บัญชี การตลาด และการบริหารองค์กรเต็มรูปแบบ และที่สำคัญที่สุดคือ การได้เจอพันธมิตร เพื่อนนักธุรกิจ ทำให้เราได้แลกเปลี่ยนความรู้ และเป็นแหล่งสะสมพลังของเราได้ อยากไปเรียนทุกวันเลย ซึ่งแพทก็กำลังมองหาหลักสูตรใหม่ๆ เพื่อเพิ่มความรู้ให้กับตัวเองอยู่เรื่อยๆ เพราะเชื่อเสมอว่าเราต้องไม่หยุดพัฒนา และการเรียนรู้ไม่มีที่สิ้นสุดจริงๆ”



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

Begin Baby Food

483/18-19 ซอยสุทธิพร 2 ถนนประชาสงเคราะห์

เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400

โทร. 09 0927 2299 อีเมล beginbabyfood@gmail.com

www.beginbabyfood.com

Biz Trends

• เรื่อง : อรุษา กิตติวัฒน์

ประเทศไทยเรามีต้นทุนเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพและความโดดเด่นด้านสมุนไพรที่เป็นข้อได้เปรียบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาดสินค้าออร์แกนิกและการเป็นผู้ผลิตอาหารปลอดภัยเพื่อก้าวสู่การเป็นครัวโลกอย่างเต็มตัวกว่าก็ยังมีอุปสรรคในเรื่องของการใช้สารเคมีทางการเกษตรอย่างเข้มข้น เราติดอันดับประเทศที่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก มีการนำเข้าสารเคมีทางการเกษตรมูลค่ามหาศาล แม้ว่าเกษตรกรส่วนหนึ่งเริ่มตระหนักถึงผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ทว่าคำถามสำคัญอยู่ที่ว่าหากไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและสารกำจัดศัตรูพืชจะมีอะไรมาทดแทนได้ ดังนั้นเมื่อ Simply Natural เปิดตัวผลิตภัณฑ์นวัตกรรมการเกษตรในกลุ่มสารอาหารพืชและสารกำจัดแมลงที่ผลิตด้วยสารชีวภาพ ปราศจากสารเคมี 100 เปอร์เซ็นต์ สำหรับเกษตรกรผู้ห่วงใยสิ่งแวดล้อมและต้องการเพิ่มผลผลิตอย่างยั่งยืน จึงเหมือนตอบโจทย์นี้ได้ลงตัว



Simply Natural สารบำรุงพืชตอบโจทย์ออร์แกนิก ภายใต้โครงการ T-GoodTech ช่องทางจับคู่ธุรกิจ B2B

ทรงวุฒิ มณีอินทร์ ผู้ก่อตั้ง บริษัท ชิมพลี เชนเจอร์ล (ไทยแลนด์) จำกัด เล่าถึงจุดเริ่มต้นในการสร้างแบรนด์ Simply Natural จากวิศวกรประจำแท่นขุดเจาะน้ำมันที่ตกงานเพราะผลกระทบจากวิกฤตการณ์การเมืองไทยเมื่อ 4 ปีก่อนจึงไปช่วยงานของพี่สาว **ดร.รสสุคนธ์ พุ่มพันธุ์วงศ์** ผู้ก่อตั้งและประธานมูลนิธิภูมิปัญญาสากลและบ้านสุขภาพจังหวัดระยอง ซึ่งเสนอโปรเจกต์ให้นำต้นทุนที่มีอยู่คือหัวเชื้อน้ำหมักไปต่อยอดภายใต้คอนเซ็ปต์ **“เกษตรต้นน้ำ สร้างอาหารเป็นยา”**

ดร.รสสุคนธ์ มีความห่วงใยเรื่องสิ่งแวดล้อม เห็นความเจ็บป่วยที่เกิดจากอาหารการกิน การบริโภคพืชผักที่มีสารเคมี ทำหน้าที่วิจัยเรื่องเอนไซม์อยู่ ทางประเทศจีนได้นำไปทดลองกับพืชผักและด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้มีผลการวิเคราะห์ที่สามารถนำไปอ้างอิงได้ผมได้รับโจทย์ให้เอาต้นทุนคือหัวเชื้อนี้มาต่อยอด ผมตีความว่าแหล่งต้นน้ำก็คือ พืชผักที่เรากิน เราไม่รู้เลยว่าผักที่เรากินผ่านอะไร

มาบ้าง ถ้าใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี แทนที่ผักนั้นจะเป็นยา ก็กลายเป็นยาพิษ วิตามินที่กินเข้าไป ถึงจะใช้ได้แต่ก็สร้างพิษต่อเราด้วย เราต้องทำผักที่เป็นยาจริงๆ แต่ก็ยังไม่รู้โมเดลว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์อะไร”

งานวิจัยของดร.รสสุคนธ์ อธิบายถึงการทำงานของเอนไซม์ในทางวิทยาศาสตร์ เกิดธาตุอาหารหลัก NPK ได้อย่างไร จากทฤษฎีหัวเชื้อนี้ ทรงวุฒิตีใจทัยว่าเมื่อไปใช้แล้วเกิดอะไรขึ้น ผลคือ ต้นไม้ ออกลูกออกดอกดกมาก ลำต้นและรากแข็งแรง ดินอุดมสมบูรณ์ดี

“ผมอยู่ในสายวิศวกรรม เรียนรู้ทางด้านช่าง ในการทำงานมีระบบมาให้เราเรียบร้อยแล้ว แต่ในการทำงานที่เราต้องมาคิดเอง ทำอย่างไรให้เป็นผลิตภัณฑ์ ผมมีโอกาสได้เข้าร่วมอบรมในโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมหลายครั้งผมได้แนวคิดมาจากกรอบมพพเรามาจับกับกลุ่มวิสาหกิจ กลายเป็นการต่อยอดที่ลงตัว ข้อดีคือ เรามีคนทำงาน เรามีวัตถุดิบจากท้องถิ่น และได้ผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ว่าสิ่งที่เราใช้คืออะไร ทำให้ตอบ

ทางด้านวิทยาศาสตร์ได้ด้วย และที่ผมมาเติมเต็มคือ How to ทำอย่างไรให้เป็นผลิตภัณฑ์ ผมเห็นว่าทางชุมชนขาดองค์ความรู้ และมาตรฐาน การที่สารชีวภาพมาเป็นผลิตภัณฑ์ไม่ได้ เพราะทำแล้วไม่เหมือนเดิม รอบนี้ทำมาแล้วใช้ได้ดี แต่รอบต่อไป อาจใช้ไม่ดี ผมเข้าไปจับตานั้น สร้างมาตรฐานให้ได้ จนกระทั่ง ผมทำโมเดลในการผลิตสำเร็จ เริ่มจากผลิตภัณฑ์แรกคือ สารอาหารพืช Growth Green”

สองปีแรกทรงวุฒิทดลองอยู่ที่บ้านสุขภาพ ต่อมาเมื่อได้พบกับ ดร.วัฒนา บรรเทียงสุข ซึ่งเป็นหัวหน้าชุมชนชาวกบก และกำลังทำโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมี ได้คุยกันพบว่ามีความร่วมมือที่ตรงกัน

“ดร.วัฒนาเริ่มทำเรื่องศัตรูพืช ผมทำสารอาหารพืชที่เป็นออร์แกนิกได้แล้ว แต่ถ้าไม่มีตัวไล่แมลง เกษตรกรก็ต้องไปใช้เคมี พอรวมตัวกันแล้วตอบใจกันได้ เราเริ่มจับมือกัน มีความเป็นไปได้ที่จะทำออร์แกนิกเพราะมีครบแล้ว”

ทรงวุฒิมองว่าโครงการ 9101 มีผลิตภัณฑ์ไล่แมลง แต่ทำอย่างไรให้มีคุณภาพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน สุดท้ายจึงคิดโมเดลออกมา หนึ่ง ต้องควบคุมปัจจัยในการผลิตให้เหมือนเดิม สอง มีการชั่งตวงวัดอย่างชัดเจน ก่อนหน้านี้เมื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตน้ำหมัก กลอย สะเดา ไคร้หอย มังคุด ฯลฯ ซึ่งบางครั้งก็หมักรวมกันหมด โดยไม่ได้สนใจขนาดของถังหมัก ไม่มีการควบคุม



“ผมเข้ามาปรับเปลี่ยนหมด การหมักรวมกันเราจะรู้ได้อย่างไรว่าสารตัวหนึ่งจะออกมา 100 เปอร์เซ็นต์ อย่างหมักมังคุด อยากได้สารแทนนิน จะรู้ได้อย่างไรว่าจะได้แทนนิน 100 เปอร์เซ็นต์ แล้วควบคุมได้อย่างไร ครั้งต่อไปใส่เท่านั้นจะได้สารเท่าเดิมหรือไม่ เมื่อตีโจทย์พวกนี้ที่ละเอียดๆ พบว่าสูตรหมักรวมไม่ใช่คำตอบ ต่อมาเลยแยกหมักมังคุด สะเดา กลอย เป็นโนฮาวที่จะทำให้ผลิตได้เหมือนเดิมด้วยเมื่อเอามาตรฐานเข้ามาจับแล้ว ความคลาดเคลื่อนก็จะน้อยลง สุดท้ายเราทำให้เหมือนเดิมได้”

เมื่อมีการควบคุมกระทั่งหัวเชื้อที่ใช้ทำโหว่ ควบคุมขนาดถัง ควบคุมปัจจัยให้เหมือนกันหมด แล้วจะรู้ได้อย่างไรว่าดีหรือไม่ดี ก็มีการนำเอาองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เข้าไปวัดผล อุตสาหกรรมภาค 9 อบรมให้เราเรื่องมาตรฐาน ตรงนี้ก็มาตอบโจทย์ เห็นความคืบหน้าของผลิตภัณฑ์เรา จนกระทั่งผมมาอบรมในเรื่องการทำผลิตภัณฑ์ ผมเข้าคัลส์เตอร์ภาคตะวันออกเป็นรุ่นแรกๆ เรื่องเครื่องสำอาง เรามีผลิตภัณฑ์ใหม่ไปนำเสนอด้วยแม้ว่าจะไม่เกี่ยวกับเครื่องสำอาง ผอ.วันชัย บอกว่า แต่ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์แล้วพัฒนาได้ก็น่าจะลองดู ทำให้ได้รับโอกาสนำเสนอผลิตภัณฑ์มา Matching ในงานแสดงสินค้าที่อิมแพค เมืองทองธานี ในปี 2559

“เราได้ลูกค้าที่เป็นตัวจริง 24 ราย และเป็นลูกค้าที่ต่อยอดได้เป็นอย่างดี อย่างลูกค้าจากจีนเป็นตัวแทนของโรงงานผลิตโบรินทางการเกษตรรายใหญ่ลูกค้าเวียดนามเอาผลิตภัณฑ์เราไปทดลองแล้วกลับมาหาเรา เขาไปทดลองกับชาวนาจริงๆ ใส่กระถาง ออกดอกเต็มต้นเหมือนช่อดอกไม้ เทียบกับ 18 แบรินทั่วโลก เราเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ไม่มีใครรู้จัก ในกลุ่มธุรกิจภาคตะวันออกเราชนะแบรนด์ใหญ่ๆ ทางทางการเกษตรทั้งนั้น แบรินของเยอรมันของออสเตรเลีย สุดท้ายเราได้รับเลือก แม้ว่าไม่มีใครรู้จักเราเลย Growth Green

พบอุปสรรคเบื้องมาตรฐาน

ชิมพลี เนเชอรัล แปลความหมายว่า สมณะ คืออะไรก็ได้ง่ายๆ ใกล้เคียง ตัว แล้วทำเป็นผลิตภัณฑ์ เราเอาของชุมชน ใกล้ๆ ตัว หัวใจของเราคือ Simply Natural แปลว่า ธรรมชาติง่ายๆ

“โอกาสที่เราได้รับจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเริ่มต้นจากการได้ออกงานแสดงสินค้าก่อนจะต่อยอดสู่ความสำเร็จ ผลิตภัณฑ์เราครอบคลุมในกลุ่มเกษตรตอนนี้เรามีออเดอร์จาก 4 ประเทศที่เราไปมา แต่ในด้านของช่องทางการจำหน่าย เมื่อยังติดปัญหาในเรื่องการขอมาตรฐานในประเทศไทยเราเอง เราขอมาตรฐานในเวียดนามในกัมพูชาได้ พอเขาเอาของเราไปเข้า Lab เกี่ยวกับมาตรฐาน ขึ้นทะเบียน พบว่าเราสร้างมาตรฐานแบบญี่ปุ่นเคมีต้องมี NPK แต่ผลิตภัณฑ์เราเป็นออร์แกนิกแต่พอไปยื่นขอมาตรฐานในบ้านเรา ต้องเปลี่ยนสูตร ถ้าเปลี่ยนสูตรหมายความว่าตลาดที่เราทำมาก็จะหายไป เพราะผลิตภัณฑ์เราไม่เหมือนเดิม จึงต้องทำการตลาดโดยติดต่อกับเกษตรกรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรงเราเน้นกลุ่มของผู้รักสุขภาพเป็นหลัก”

เรามีลูกค้าทำสวนลำไยที่จันทบุรี ที่ทดลองใช้จนครบรอบผลออกมาดูสวย ชิมแล้วอร่อย เมื่อเข้า Lab ผลปรากฏว่าไม่มีสารเคมี

ทำให้ได้ราคาดีกว่าสวนอื่นมะนาวแป้นเราทำได้คือ 10 ลูกโหล ไม่มีแฉกเกอร์ ปลูกค่าสปรอยที่บอกว่าไม่ใช่เคมี ไม่ได้ผลสวนส้มสายน้ำผึ้งที่ป่าแม่ เชียงใหม่ ก็จะเป็นสวนส้มออร์แกนิกหรือสวนทุเรียนก้านยาวที่เก็บผลได้มากกว่าเดิม

จับคู่ธุรกิจผ่าน T-GoodTech

โครงการ T-GoodTech ภายใต้มาตรการพิเศษ Digital Value Chain ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นโครงการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีผ่านเว็บไซต์และระบบฐานข้อมูลเป็นช่องทางการจับคู่แบบธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business : B2B) ระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกันเอง และการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูล T-GoodTech ของไทยกับระบบฐานข้อมูล J-GoodTech ของญี่ปุ่น เป้าหมาย คือ เกิดการจับคู่ธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการทั่วโลกได้

“ในงาน T-GoodTech เราได้คู่ค้ามา 24 ราย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผมเริ่มจากการที่ประยุกต์เอาเอนไซม์มาสกัดสารตั้งต้นเพื่อทำสบู่ ตอนนั้นการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่สวยเท่าไร ได้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเข้ามาช่วยสนับสนุนเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พอได้บรรจุภัณฑ์ใหม่ เหมือนภาคบังคับให้ต้องออกแบบใหม่ ทำให้เราต้องค้นหาข้อมูลมาเพื่อจะมาลงเพื่อให้มีข้อมูลให้ลูกค้ามากขึ้น แต่สิ่งที่สำเร็จคือ เมื่อเขาเอาไปทดลองใช้แล้ว ตอบโจทย์ของแบรนด์ด้วย Growth Green เริ่มติดตลาดในประเทศเวียดนามแล้ว เขาเริ่มเห็นแบรนด์นี้

เรานำสิ่งที่เราเรียนรู้จากการอบรมของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมาใช้ อาจารย์บอกว่าต้องสร้างแบรนด์ เมื่อทำผลิตภัณฑ์หนึ่งติดตลาด คนเชื่อมั่นแล้ว ถ้าไม่สร้างแบรนด์ ก็จะหายไป จะต่อยอดไม่ได้ แต่ถ้าสร้างแบรนด์ ผลิตจะโรมา ก็จะต่อยอดไปอีก ตอนนี้เรามีผลิตภัณฑ์ที่จะตามออกมาหลายผลิตภัณฑ์มาก แต่เราค่อยเป็นค่อยไปอย่างพอเพียง ดูว่าผลิตภัณฑ์อะไรที่พร้อมมีคุณภาพ และยืนยันว่าใช้ได้จริง เราเป็นวิสาหกิจชุมชน แต่เป็นโรงงานที่ใหญ่มาก เพราะเรากระจายให้วิสาหกิจชุมชนผลิตให้ เริ่มจาก 16 คน จากกลุ่มวิสาหกิจมารวมกลุ่มกัน มีเงื่อนไขว่าทุกคนต้องเป็นเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เป็นของตัวเอง บ้านนี้มีสวนมังคุด ก็ทำมังคุดให้เรา บ้านนี้มีสะเดา ก็ทำแต่สะเดาเรารับซื้อกลับมา เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ชาวบ้านหันกลับมาร่วมมือกับเราเป็นพันธมิตร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของเราเยอะมาก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลชากบก อำเภอบ้านค่าย โรงงานคือพื้นที่ทั้งตำบล พนักงานคือคนทั้งตำบล เราไม่ต้องจ่ายค่าแรงเขาได้สุขภาพ ได้เงิน ได้ความภูมิใจ

เรามีการต่อยอดผลิตภัณฑ์ไปสู่ภาคอุตสาหกรรมด้วย เรายำนำคูลิ่งแพด (Coolingpad) ที่หมดอายุใช้งานแล้ว ต้องนำไปทำลาย กลับมารีไซเคิล (Reuse) ใช้ในทางการเกษตร ออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ Simply Smartpad สำหรับทำแปลงเกษตร และมีทีมงานที่เป็นวิศวกร ออกแบบระบบควบคุมอัตโนมัติด้วย ปลูกผักเสร็จก็ทิ้งไว้รอเก็บได้เลย เรามีระบบรดน้ำ ควบคุมอุณหภูมิ ระบบให้ปุ๋ยทางน้ำ สร้างตัวควบคุมระบบน้ำอัตโนมัติ ควบคุมเร่งรีจ รอโต รอเก็บได้เลย ไม่ต้องมีคนมารดน้ำ แล้วปุ๋ยของเราเป็นระบบน้ำอยู่แล้ว สามารถกำหนดอายุของผักได้ เราตั้งเวลารดน้ำได้ 8 ชั่วโมง เราสามารถ



ควบคุมอุณหภูมิและความชื้นได้ ออกแบบมุ้งที่คลุมป้องกันฝนตกหนักๆ ดินเราผลิตเอง มีการปนสารอาหารด้วย โดยร่วมกับวิถีสุมชนพิทยาที่มีโรงพยาบาลที่ไม่ประสบความสำเร็จ เราสนับสนุนให้เขาทำดิน เราทำการตลาดโดยใช้แบรนด์ Simply Natural เราเชื่อมโยงชุมชน ชุมชนตอบโจทย์เรา จนกระทั่งได้ผลิตภัณฑ์ Smart Simply Plant เราสามารถทำแหล่งต้นน้ำ สร้างอาหารเป็นยาได้ร้อยเปอร์เซ็นต์เพราะเราควบคุมสภาพแวดล้อม ดินน้ำได้ทั้งหมด แต่ละแปลงคำนวณผลผลิตได้ของเราเป็นนวัตกรรมด้วยคือ เราเอาเอนไซม์มาสกัด จุดเด่นเราคือ ตัวหัวเชื้อ ใช้แล้วเห็นผลสำเร็จในระยะเวลาที่สั้นมาก และมีประสิทธิภาพในการสกัดสารอาหารสูง”

สวนผลิตภัณฑ์ในกลุ่มของเฮลท์แคร์ นอกจากสบู่แฮนด์เมด ผสมสารสกัดเอนไซม์ลิปบาล์มกล้วยหอม ยังมีผลิตภัณฑ์ Simply Secret Perfect Amino Essence ที่อยู่ในกลุ่มocosmetik ซึ่งมีดารานักแสดงจากเวียดนามสนใจที่จะเป็นตัวแทนจำหน่ายไปทำตลาดในประเทศเวียดนาม

“เรามีฐานอยู่ที่น้ำหมักเอนไซม์จะไปทางไหนก็ตามที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เราตอบโจทย์คนที่จะทำเกษตรอินทรีย์ได้ครบรวมถึงกลุ่มสิ่งแวดล้อมด้วย เราใช้กองทุนเล็กๆ จากที่เราขายมาลงทุน เราสามารถผลิตสำรองไว้ได้ 40-50 ตัน มูลค่าตอนนี้ 20 ล้านบาทเมื่อการตลาดเราสำเร็จก็จะมีทุนให้ขยายธุรกิจไปที่ละขั้นได้ เราจะไม่ก้าวกระโดดให้เป็นหนี้สิน แต่เดินไปด้วยคุณธรรมขณะที่ทำธุรกิจไปด้วย การทำธุรกิจต้องเชื่อมโยงชุมชน ชุมชนต้องได้ประโยชน์จริง ผลิตภัณฑ์ต้องผลิตออกมาให้มีคุณภาพจริง การตลาดคือ คุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์เอง หัวใจของเราคือ ทำผลิตภัณฑ์ให้ดีที่สุด เป้าหมายของผมคือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสารอาหารพืชให้ดีที่สุดของโลกให้ได้”



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

Simply Natural

193/4 หมู่ 10 ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

โทร. 08 9201 9865, 08 1832 1157

ID Line : simplynatural

เบสท์-แพค คอนกรีต จ.หนองบัวลำภู

ผู้ผลิตคอนกรีตอัดแรง คอนกรีตผสมเสร็จ

ดาวเด่น SMES ไทย : DIP STARS

ภายใต้การบริหารงานของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

นายวิภวัช วทานิโยบล ประธานกรรมการผู้จัดการ กล่าวถึงการเริ่มต้นของกิจการว่า เริ่มต้นจาก บริษัท อั้งซุนอะ (1994) จำกัด ซึ่งดำเนินกิจการจำหน่ายวัสดุและเครื่องมือก่อสร้างในเขตหนองบัวลำภู ได้เปิดดำเนินการมากกว่า 30 ปี โดยเริ่มประมูลงานก่อสร้างจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆ ทำให้เกิดความคิดที่จะก่อตั้งโรงงานคอนกรีตอัดแรง เพื่อรองรับการก่อสร้างหนองบัวลำภูขึ้นเป็นจังหวัดใหม่และการก่อสร้างที่เกิดขึ้นในจังหวัดใกล้เคียง ทั้งยังเป็นการส่งเสริมสร้างงานในท้องถิ่นให้คนในพื้นที่ได้มีงานทำ



ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ DIP Stars

เดิมทีบริษัทฯ ได้เปิดรับการพัฒนาองค์กรในทุกรูปแบบ ภายใต้วิสัยทัศน์คือ “สร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์ สร้างและพัฒนาความสามารถของบุคลากรในท้องถิ่น สร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและคุณค่าที่เหนือกว่า” และได้รับการสนับสนุน และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 (จังหวัดอุดรธานี) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

โดยเมื่อปีพ.ศ 2560 ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการยกระดับดาวเด่น SMEs ไทย (DIP Stars) ซึ่งเป็นโครงการที่คัดเลือก SMEs ที่มีศักยภาพจากทั่วประเทศ จากนั้นจะทำการวินิจฉัยสถานประกอบการเชิงลึกวิเคราะห์ถึงโอกาสและแนวทางการพัฒนาศักยภาพ และทำการส่งเสริมพัฒนาครบวงจรทุกมิติในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยวิสาหกิจที่เข้าร่วมโครงการจะเป็นต้นแบบความสำเร็จให้กับ SMEs ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ต่อไป

เหตุผลที่เข้าร่วมโครงการเนื่องจาก ปัญหาต่างของ บริษัทฯ ได้แก่ ประสบปัญหายอดขายลดลง, ขาดแผนกลยุทธ์การตลาดที่ชัดเจน, การผลิตต่ำกว่าเป้าหมาย, ขาดระบบการบริหารงานทรัพยากรบุคคล จึงสมัครเข้าร่วมโครงการยกระดับดาวเด่น SMEs ไทย (DIP Stars) ในปีงบประมาณปี 2560 โดยเลือกผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 3 ปีอย่างต่อเนื่อง (2560-2562) คือ เพื่อการเติบโตทางธุรกิจมูลค่าการค้า/การลงทุนในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 10% ซึ่งมีแผนปฏิบัติการ 3 ปี แผนเพิ่มยอดขาย และเพิ่มประสิทธิภาพทำงาน

เริ่มต้นแผนการพัฒนาปีแรก 2560 จัดทำแผนกลยุทธ์การตลาด

โดยเริ่มกิจกรรมจากที่ปรึกษาของโครงการคือ บริษัท เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเม้นท์ จำกัด ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นที่ปรึกษาโครงการ ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการทำงานต่างๆ คือ

1. กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม กำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กร กลยุทธ์ขององค์กร พร้อมจัดทำ TOWS Matrix และมีการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญ 12 กลยุทธ์

2. ทบทวนวิเคราะห์คู่แข่งชั้น ทั้งหน่วยธุรกิจคอนกรีตอัดแรง จำนวน 5 ราย และหน่วยธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ จำนวน 4 ราย เพื่อได้ทราบถึงจุดอ่อนของคู่แข่ง

3. ทบทวนวิเคราะห์ ลูกค้าจำนวน 4 กลุ่ม ทั้งหน่วยธุรกิจคอนกรีตอัดแรงและคอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อทราบถึงข้อดีและข้อเสีย ได้แก่ 1) ผู้รับเหมางานรัฐ 2) ผู้รับเหมาเอกชน 3) ซื้อมาใช้เอง 4) ร้านวัสดุก่อสร้าง

4. จัดทำกลยุทธ์ระดับธุรกิจ แผนการตลาด ธุรกิจคอนกรีตอัดแรง และคอนกรีตผสมเสร็จ ประกอบไปด้วย Product, Price, Place, Promotion

5. กำหนดกลยุทธ์ฝ่ายทรัพยากรบุคคล (โดยแบ่งเป็น MD ผู้อำนวยการ ผู้จัดการฝ่าย(สำนักงาน/ตลาด ชาย / ปฏิบัติการ) ผู้จัดการแผนก หัวหน้าแผนก และพนักงาน พร้อมกำหนดฟังก์ชันงานที่สำคัญของฝ่ายทรัพยากรบุคคล

6. การเขียนแผนกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้า กลยุทธ์ One Stop Service กลยุทธ์พัฒนาบุคคล จัดโครงสร้างฝ่ายการตลาด พร้อมจัดทำ Workflow ขอบเขตการทำงาน และการประสานงาน และจัดทำกระบวนการทำงานพร้อมกำหนดตัวชี้วัดภายในทั้ง 3 แผนก ได้แก่ แผนกการตลาด แผนกขาย และ แผนกบริการ

7. จัดทำ Job Description

ผลลัพธ์ที่ได้ในปีแรกของโครงการ คือ ได้แผนกลยุทธ์ระยะ 3 ปี มีการกำหนดกลยุทธ์ระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่

จัดทำโครงสร้างองค์กรใหม่ให้เหมาะสมกับการบริหารงานตามกลยุทธ์ จัดทำโครงสร้างฝ่ายการตลาด ได้แบ่งเป็น 3 แผนก คือ แผนกการตลาด แผนกขาย และแผนกบริการ จัดทำกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ขยายฐานลูกค้า และกลยุทธ์ One Stop Service จัดทำกลยุทธ์พัฒนาบุคลากร มีการจัดทำ Job Description ในบางตำแหน่งที่มีความจำเป็น

และผลลัพธ์ที่สามารถวัดเป็นตัวเลขได้คือ เพิ่มยอดขาย 20.74% เป็นจำนวนเงิน 18,289,712 บาท (เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม – พฤษภาคม ปี 2559)

แผนการพัฒนาบริษัทปีที่สอง 2561 จัดทำระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล

โดยที่ปรึกษาของโครงการฯ ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นที่ปรึกษาโครงการ ได้ขั้นตอนและวิธีการทำงานต่างๆ คือ

- จัดทำโครงสร้างองค์กรใหม่ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ปัจจุบัน
- มีการวางแผนอัตรากำลังคนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และโครงสร้างต้นทุน



- จัดทำ Job Description ทุกตำแหน่งงาน
- กำหนดกลยุทธ์ HR ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรและระดับธุรกิจ ได้แก่
- การพัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน
- พัฒนาระบบ Competency
- พัฒนาระบบการฝึกอบรม
- อบรมพนักงานระดับหัวหน้างานหลักสูตร “ทักษะการเป็นหัวหน้างาน”
- จัดทำระบบ Competency
- จัดทำระบบ Training Road Map
- จัดทำระบบ Skill Matrix

ผลลัพธ์ที่ได้ในปีแรกของโครงการ คือ :

1. มีระบบการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่
 - 1.1 Job Description
 - 1.2 การมอบหมายงาน
 - 1.3 การวางแผนกำลังคน
 - 1.4 การประเมินผลการปฏิบัติงาน
 - 1.5 การจัดทำตัวชี้วัด
2. มีระบบการพัฒนาบุคลากร ได้แก่
 - 2.1 ระบบพัฒนาและประเมินผลสมรรถนะ (Competency)
 - 2.2 ระบบการจัดทำ Skill Matrix
 - 2.3 ระบบการฝึกอบรม
 - 2.4 ระบบการพัฒนาบุคลากรรายบุคคล
 - 2.4.1 พนักงานมีทักษะการจัดการเพิ่มขึ้น 30.82%
 - 2.4.2 การจัดทำและปรับปรุงกระบวนการ
 - 2.4.3 เทคนิคการนำเสนอกระบวนการ

แผนการพัฒนาบริษัทปีถัดไป 2562 จัดทำระบบการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

นายมนัสชัย สักดกลาง ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท เบสท์-แพค คอนกรีต จำกัด ได้สรุปผลการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

1. ประโยชน์ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ผ่านมา

จากการเข้าร่วมโครงการเราได้องค์ความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการ ซึ่งทำให้เราได้รับการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการต่างๆ เกิดการขยายธุรกิจ องค์กรมีการเจริญเติบโตขึ้น ซึ่งทำให้เราได้รับโอกาสในการเพิ่มช่องทางด้านการตลาดและส่งการขายทำให้ได้รับผลกำไรที่เพิ่มขึ้น โดยเราได้มีการประยุกต์ใช้ไอทีในธุรกิจที่มีส่วนสำคัญในการทำธุรกิจเพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสาร

ผลิตภัณฑ์



คานสะพาน	คานสะพาน Box Girder	คานสะพาน I Girder	คานสะพาน Plank Girder
เสาเข็ม	เสาเข็มรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสตัน	เสาเข็มรูปตัวไอ	เสาเข็มรูปสี่เหลี่ยมทวง
แผ่นพื้น	แผ่นพื้น Hollor Core	แผ่นพื้นคอนกรีตอัดแรงท้องเรียบ	
ระบบระบายน้ำ	รางระบายน้ำรูปตัวยู	ท่อคอนกรีตอัดแรง	บ่อพักคอนกรีตเสริมเหล็ก
อื่นๆ	เสาไฟฟ้าคอนกรีตอัดแรง	อีฐูปล๊อค	คอนกรีตบล็อกปูถนน

2. สิ่งที่ยอยากใหสนับสนุนต่อในอนาคต

2.1 การสนับสนุน ด้าน Logistic ซึ่งในปัจจุบันและในทางธุรกิจ บริษัทของเรายังประสบปัญหาในการจัดการ Logistic ทั้งที่เป็นในเรื่องของทักษะความรู้ของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานและในส่วนของเงินทุนที่ทางบริษัทต้องบริหารจัดการ

2.2 การสนับสนุน ด้านเทคโนโลยี เพื่อรองรับการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีในการรองรับธุรกิจในอนาคต การใช้ Robot ในการผลิตแทนอัตรากำลังคนเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย

3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ความต่อเนื่องของโครงการไม่ว่าจะเป็นในด้านของการพัฒนาหรือเพิ่มทักษะความรู้ให้กับบุคลากรภายในองค์กร โดยอยากให้บุคลากรได้มีการพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้เพิ่มทักษะในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

Success Case กรณีบริษัท เบสท์-แพค คอนกรีต จำกัด นับว่าเป็นตัวอย่างที่ SMEs ทั่วไปควรนำไปเป็นแบบอย่างของการพัฒนา

เพื่อให้ธุรกิจของตนเองมีขีดความสามารถเพิ่มสูงขึ้น อันจะส่งผลต่อการแข่งขันได้ในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงการได้รับองค์ความรู้ของการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อในไปต่อยอดขยายช่องทางการทำธุรกิจอื่นๆ ต่อไป ซึ่ง SMEs ท่านใดที่สนใจสามารถติดต่อได้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

กลุ่มการพัฒนากิจการธุรกิจอุตสาหกรรม
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 จังหวัดอุดรธานี
บริษัท เบสท์-แพค คอนกรีต จำกัด
194 หมู่ 1 ถนนหนองบัวลำภู-เลย ตำบลหนองกั๊กศูนย์
อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู 39000

Opportunity

• เรื่อง : พงษ์นภา ทิจโมภ



กสอ. จับมือ AIS ร่วมพัฒนาแอปพลิเคชัน e-Commerce ชุมชน : Thai DIP CIV ภายใต้มาตรการพิเศษยกระดับอุตสาหกรรมชุมชน เชื่อมโยงการตลาด - การท่องเที่ยว

การพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ Creative Industry Village : CIV เกิดขึ้นจากการน้อมนำแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินการโครงการๆ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากด้วยการสร้างหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เป็นฐานการผลิตระดับชุมชน เชื่อมโยงด้านการตลาด การท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้ในชุมชน สร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในอนาคต โดยเน้นเรื่องรากฐานชุมชนให้มีความแข็งแกร่งจาก “ข้างใน” เพื่อรองรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ซึ่งการพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสให้กับชุมชนนั้นจะเป็นฟันเฟืองสำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติที่มีความหลากหลายและต้องการสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้และการกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวมระดับประเทศ

โดยการดำเนินงานพัฒนาหมู่บ้านอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์ (CIV) นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อ ยกกระดับ
เศรษฐกิจฐานรากจากการสร้างความเข้มแข็งให้กับ
ผู้ประกอบการชุมชน พัฒนาเศรษฐกิจฐานชุมชน
สามารถเติบโตได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน ผ่านกลไก
การมีส่วนร่วมระหว่างชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน
โดยมีหลักในการพัฒนา 3 หลัก และมีเป้าหมาย
เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น จากการสร้าง
มูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการตามความถนัด
อัตลักษณ์ชุมชน และจุดเด่นของตนเอง และมี
ศักยภาพในการบริหารจัดการ โดยในปี 2559-2560
มีการดำเนินการพัฒนานำร่องในพื้นที่ 9 ชุมชน
ได้แก่ 1. ชุมชนบ้านน้ำเกี๋ยน จ.น่าน 2. ชุมชนออนใต้
จ.เชียงใหม่ 3. ชุมชนเกาะยอ จ.สงขลา 4. ชุมชนบ้าน
ศาลาดิน จ.นครปฐม 5. ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จ.สุโขทัย
6. ชุมชนบ้านเชียง จ.อุดรธานี 7. ชุมชนเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี
8. ชุมชนบ้านนาดี จ.กระบี่ และ 9. ชุมชนปากน้ำประแส
จ.ระยอง ร่วมด้วยการดำเนินการเตรียมความพร้อมให้กับ
ชุมชนเป้าหมายใน 76 จังหวัดทั่วประเทศ ต่อเนื่องสู่ปี 2561
ที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เดินหน้าพัฒนาหมู่บ้าน
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) เพิ่มเติม 20 ชุมชน ตั้งเป้า
พัฒนาครอบคลุม 76 จังหวัด 158 ชุมชน ภายใต้งบประมาณ
22.61 ล้านบาท หลังประสบผลสำเร็จจากการดึงอัตลักษณ์
และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเป็นจุดขาย

โดยผลการดำเนินงานโครงการฯ ในระยะเวลา 2 ปี พบว่า
ชุมชนนำร่องมีรายได้เพิ่มขึ้นจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
เฉลี่ยโดยประมาณ 50% ในบางชุมชนที่เดิมยังไม่ค่อยเป็น
ที่รู้จักของนักท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เข้ามา
ในชุมชนเพิ่มขึ้นมากกว่าเท่าตัว ด้านผู้ประกอบการหลาย
ชุมชนก็มีศักยภาพในการต่อยอดกิจการของตนเอง ตลอดจน
ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากชุมชนอย่างยั่งยืน
ซึ่งเน้นการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก และสามารถพัฒนาใน
เชิงรุก เช่น การจัดทำ Facebook Fanpage เพื่อประชาสัมพันธ์
ข้อมูลให้นักท่องเที่ยวสืบค้นได้อย่างเปิดกว้าง การจัดระบบการ
บริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าด้านการท่องเที่ยว การจัดเก็บเงิน
กองกลางจากการท่องเที่ยวเพื่อปันผลให้กับชุมชน การเขียน
โครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานอีกหลาย ๆ หน่วยงานเข้ามาพัฒนา
ชุมชนและสนับสนุนในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้เพื่อเป็นการเชื่อมโยงตลาดออนไลน์ด้วย Digital
Platform ซึ่งจะดำเนินการทุกจังหวัดทั่วประเทศ และมีเป้าหมาย
ที่จะยกระดับเศรษฐกิจฐานรากพัฒนาชุมชนให้มีรายได้เพิ่ม
ไม่น้อยกว่า 25% กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้บูรณาการ
ความร่วมมือกับบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด



(มหาชน) หรือ AIS องค์การเอกชนชั้นนำระดับประเทศ
ในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีชื่อว่า e-Commerce ชุมชน
: Thai DIP CIV ขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการเผยแพร่
และกระจายผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่างๆ ภายใต้หมู่บ้าน
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) โดยการนำเทคโนโลยีและ
เครื่องมือที่สามารถยกระดับมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เผยแพร่
ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นและเอกลักษณ์ของ
จังหวัดหรือชุมชนนั้นๆ สร้างฐานตลาดใหม่ๆ ส่งต่อให้รายได้
ให้กับชุมชน โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ

สำหรับแอปพลิเคชัน e-Commerce ชุมชน : Thai DIP
CIV จะเป็นตัวช่วยพัฒนาและยกระดับ OTOP ของชุมชน ให้
สามารถใช้เทคโนโลยีเป็นตัวสื่อการและสร้างช่องทางการตลาด
อย่างการจัดทำเรื่องราวและสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความ
น่าสนใจให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างความ
แตกต่างให้กับตลาด ซึ่งการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจะ
ช่วยให้ผู้ประกอบการ OTOP ที่อยู่ตามชุมชน ให้สามารถเข้าถึง
ช่องทางการตลาดได้อย่างสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
และยังเป็นการเก็บข้อมูลธุรกิจผ่านระบบ e-Commerce
ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดแล้ว
ผู้บริโภคก็สามารถเข้าถึงแหล่งผลิตได้อย่างสะดวกและ
รวดเร็วเช่นกัน ซึ่งคาดว่าจะพัฒนาแล้วเสร็จพร้อมให้บริการ
ภายในปี 2561



Smart Biz

• เรื่อง : นุชเนตร จักรกลม

ไอ.อี.ไอ พาร์ท

ผู้ผลิตชิ้นส่วนโลหะจับมือญี่ปุ่น

เพิ่มประสิทธิภาพแรงงานด้วย Visualize Craftsmanship ภายใต้โครงการจรวด 3 ชั้น ‘3-Stage Rocket Approach’

บริษัท ไอ.อี.ไอ พาร์ท จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทนำร่องที่ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ Connected Industries ผ่านกิจกรรม 3-Stage Rocket Approach หรือ ‘จรวด 3 ชั้น เพื่อผลักดัน SMEs สู่ 4.0’ โดยร่วมมือกับประเทศญี่ปุ่นในการสร้างเครื่องมือเหมาะสมกับ SMEs ไทยที่มีเงินทุนไม่มาก ให้สามารถพัฒนาองค์ความรู้ ประเมินปัญหา หาวิธีการจัดการที่ได้ประสิทธิภาพสูงสุด และเลือกปรับปรุงให้เกิดความคุ้มค่าอย่างชาญฉลาด ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล หุ่นยนต์ และระบบอัตโนมัติได้อย่างรวดเร็ว



ซึ่งในกรณีของ บริษัท โอ.อี.ไอ พาร์ท จำกัด มีอุปสรรคในเรื่องมาตรฐานในการทำงานของพนักงานที่ส่งผลกระทบต่อการวางแผนในขั้นตอนการผลิต ทั้งนี้เมื่อเข้าร่วมกิจกรรม 3-Stage Rocket Approach ทางทีมที่ปรึกษาโครงการได้นำจรวดขั้นที่ 2 Visualize Craftsmanship หรือ การเก็บข้อมูลการเคลื่อนไหวของแรงงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์การทำงานให้มีเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง กสอ. กับบริษัท Toyo Business Engineering Corporation เข้ามาช่วยวิเคราะห์แก้ไขปัญหาของบริษัทฯ และพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นายรัฐเขต เนืองหล้า ผู้จัดการฝ่ายผลิต บริษัท โอ.อี.ไอ พาร์ท จำกัด เปิดเผยว่า บริษัท โอ.อี.ไอ พาร์ท จำกัด เป็นบริษัทผลิตชิ้นส่วนโลหะที่มีความเที่ยงตรงสูง ที่ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2536 โดย ดร.(กิตติศักดิ์) ประสาทศิลป์ อ่อนอรรด ด้วยทุนจดทะเบียนครั้งแรกที่ 1 ล้านบาท มีเครื่องจักรใช้งาน 4 เครื่องเป็นประเภทเครื่องกลึง CNC และมีพนักงาน 10 คน ปัจจุบันกลุ่มบริษัท โอ.อี.ไอ เป็นบริษัทคนไทยที่เติบโตมากกว่า 2 ทศวรรษ เพื่อผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ความเที่ยงตรงสูงทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีบริษัทในกลุ่มรวมทั้งสิ้น 6 บริษัท 4 โรงงาน มีเครื่องจักรหลักที่ใช้งานในการผลิตมากกว่า 100 เครื่อง รวมถึงมีพนักงานทั้งหมดมากกว่า 400 คน

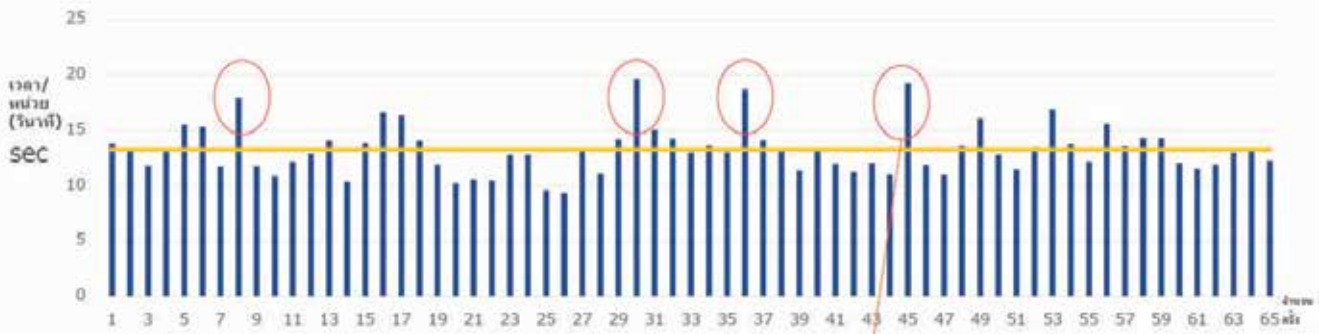
ซึ่งอุปสรรคในขั้นตอนการดำเนินงานผลิตที่พบคือ พนักงานแต่ละคนมีมาตรฐานการทำงานไม่เท่ากัน แม้แต่ในพนักงานคนเดียววัน ต่างวัน ต่างเวลา ก็ยังทำงานได้ไม่เท่ากัน และไม่สามารถควบคุมการทำงานของพนักงานให้สามารถทำงานตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Work Instruction: WI) ที่กำหนดไว้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ หรือในบางงานที่ยังไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงาน (WI) กำหนดไว้ชัดเจน ซึ่งจากอุปสรรคดังกล่าว ส่งผลให้ไม่มีมาตรฐานเวลาในการทำงานที่แน่นอน มีเพียงเวลาเฉลี่ยที่ช่วงเวลาค่อนข้างกว้าง ทำให้การวางแผนกำหนดตัวเลขในการผลิตเป็นไปค่อนข้างยาก

จึงมีแนวคิดที่จะนำระบบ Visualize Craftsmanship มาเก็บข้อมูลแทน เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ซึ่งตรงกับโครงการ Three-Stage Rocket Approach” หรือ จรวด 3 ชั้น ในขั้นที่ 2 โดย Visualize Craftsmanship คือ การเก็บข้อมูลการเคลื่อนไหวของแรงงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อวิเคราะห์การทำงานให้มีเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่าง กสอ. กับบริษัท Toyo Business Engineering corporation โดยขั้นตอนการให้คำปรึกษาและช่วยแก้ไขปัญหาเริ่มจากมีทีมที่ปรึกษาเข้ามาสำรวจสถานที่ทำงานและคัดเลือกสถานที่ทำงานนำร่องร่วมกับบริษัทฯ ซึ่งได้ใช้สถานี Q-Gate Process และ Spot Welding Process ทั้งหมด 2 สถานี



Find Abnormal Value

Cycle Time (start area in)



Stat.	sec
Average	13,3
Mini	9.3
Standard Deviation	2.2



Tool in the left hand

Com)



และทำการคัดเลือกพนักงานสถานีละ 2 คน พร้อมกับหาตำแหน่งและติดตั้งแถบสีอุปกรณ์บันทึกข้อมูลการเคลื่อนไหวและซอฟต์แวร์บันทึกข้อมูลระยะทางและเวลาการทำงานจากนั้นจึงนำผลที่ได้มาสรุปผลในลักษณะกราฟ และเมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างก่อนเข้าร่วมกิจกรรมและหลังได้รับคำปรึกษาพบการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1. จากระบบเดิมบริษัทฯ ไม่มีเวลามาตรฐานในการทำงาน ทำให้ยากต่อการวิเคราะห์หาแนวทางลดเวลาในการทำงาน แต่เมื่อนำระบบ Visualize Craftmanship มาใช้จะช่วยให้ได้เวลามาตรฐานในการทำงาน

2. รายละเอียดวิธีการทำงานในระบบเดิมนั้นสังเกตวัดระยะเวลาได้ยาก แต่ระบบ Visualize Craftmanship สามารถช่วยเก็บรายละเอียดส่วนนี้ได้หมดและมีความแม่นยำสูง

3. ระบบ Visualize Craftmanship ไม่รบกวนสมาธิเวลาในการทำงานของพนักงานเมื่อต้องการทำ Work Instruction

4. ระบบ Visualize Craftmanship ทำให้ทราบพฤติกรรมในระหว่างการทำงาน of พนักงาน

5. ระบบ Visualize Craftmanship สามารถลดเวลาโดยรวมที่สูญเสียในระหว่างการทำงานได้มากกว่า 10%

อย่างไรก็ตามนายรัฐเขต กล่าวสรุปว่า แม้การทดสอบระบบจะมีแนวโน้มที่ดีในเชิงการพัฒนาประสิทธิภาพ แต่ทางบริษัทฯ ยังคงต้องทำการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนในการนำระบบ Visualize Craftmanship มาใช้ในระยะเวลาควบคู่ไปกับการสร้างความคุ้นชินให้พนักงานไม่รู้สึกอึดอัดเนื่องจากการปรับเปลี่ยนระบบการทำงาน



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก
บริษัท โอ.อี.ไอ พาร์ท จำกัด
926 หมู่ 15 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง
อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10540
โทร. 0 2706 0146-9
www.oaiparts.com

5 ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ใส่ไอเดีย 'ไทยทำเอง'

Product Design ฉบับนี้ ขอแนะนำ 6 ผลงานโดดเด่นด้วยนวัตกรรมผสานเอกลักษณ์แห่งวิถีไทย จากฝีมือของนักสร้างสรรค์ชาวไทย ที่นำมาจัดแสดงผ่านเทศกาลส่งเสริมการลงมือทำ หรือ Thai Creation Faire ที่มีชื่อว่า 'ไทยทำเอง' ซึ่งจัดขึ้นเมื่อวันที่ 17-19 สิงหาคม 2561 ณ ลาน ITC ซอยตรีมิตร กล้วยน้ำไท โดยสถาบันพลาสติก ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการจับคู่เชื่อมโยงเครือข่าย Co-Working Space โดยเน้นการสร้างทักษะการเรียนรู้ด้านการฝีมือและองค์ความรู้ในการคิดค้น การประดิษฐ์ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะช่วยจุดประกายให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยนวัตกรรมเข้าไปเพื่อต่อยอดสู่อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์



เรสลีไวโอลิน : แบนด์ดิ่งระดับโลก ฝีมือคนไทยโด่งดังในต่างประเทศ

'Reslee Violin' แบนด์ไวโอลินสัญชาติไทยที่เป็นที่ยอมรับในระดับโลก จากฝีมือของอาจารย์อนุสิทธิ์ เรสลี ซึ่งทุ่มเทชีวิตและเวลาในการคิดค้นทดลองสร้างไวโอลิน มาตั้งแต่ปี 2529 ก่อนจะสร้างไวโอลินตัวแรกได้สำเร็จในปี 2546 ต่อเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ที่นักดนตรีจากทั่วโลกต่างยอมรับและต้องการเป็นเจ้าของ Reslee Violin ซึ่งศาสตร์ในการสร้างไวโอลินแต่ละตัวให้เกิดความโดดเด่นแตกต่างกัน Dimension รูปลักษณ์ หน้าตา เรื่องราวของวัสดุจากไม้แต่ละชนิด เริ่มต้นจากการศึกษาประวัติศาสตร์ของไวโอลิน และดึงเอาจุดเด่นของแบนด์ดิ่งระดับโลกแต่ละแบรนด์ มาสร้างไวโอลินสายพันธุ์ใหม่ที่มีโด่งดังไกลในต่างประเทศ และก้าวสู่วงการออร์เคสตร้าระดับโลกได้อย่างเต็มภาคภูมิ

www.facebook.com/ResleeViolin



น้ำอบปรุงเจ้าคุณตำรับชาววัง ในขวดแก้วหลายเวอร์ชัน

น้ำอบปรุงหรือน้ำหอมไทยสมัยโบราณที่มีใช้เฉพาะในวัง โดยน้ำอบปรุงเจ้าคุณ 'ทิพย์โอสถสถาน' เกิดขึ้นจากคุณทวดที่ทำงานอยู่ในวัง เมื่อออกจากวังจึงนำสูตรมาพัฒนาสร้างแบรนด์เป็นของตัวเองและส่งต่อภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นมากกว่า 90 ปี จนถึงรุ่นที่ 4 ด้วยส่วนผสมหลักอย่างพิมเสน น้ำสกัดจากดอกไม้ น้ำมันหอมระเหยที่สกัดจากธรรมชาติ และน้ำอบเทียน นำมาผ่านกรรมวิธีที่เป็นสูตรลับเฉพาะ จนได้กลิ่นหอมละมุนอันเป็นเอกลักษณ์ที่มีความซับซ้อนและติดทนนาน รวมถึงมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ร่วมสมัยและมีรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งานในลักษณะต่างๆ เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการประพรมผ้า ใช้เป็นน้ำหอม และใช้สร้งน้ำพระ

www.facebook.com/Chaokhunperfume



ถ่ายทอดเครื่องรางบนผลิตภัณฑ์ ตอบโจทย์คนแสวงหาโชคลาภ

Thosth แบรนด์ของใช้กระจุกกระจิกที่ใช้งานได้ง่ายในชีวิตประจำวันและจีวรเครื่องที่นำเสนอเรื่องราวความเป็นไทยในอีกมิติหนึ่ง โดยหยิบมุกตลกขบขันของคนไทยหรือวัฒนธรรมที่คุ้นเคยมาสร้างเสน่ห์ให้กับผลงาน ซึ่งสินค้าคอลเลคชั่นแรกถูกออกแบบในคอนเซ็ปต์ Freaking Lucky Me หรือการนำเครื่องรางแบบไทย ๆ ที่สื่อถึงความโชคดีในด้านต่าง ๆ มาออกแบบเป็นลวดลายกราฟฟิกสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับความเชื่อของคนไทยแต่อยู่ในรูปแบบสินค้าที่สะดวกต่อการพกพาและการใช้งาน ผ่านคาแรคเตอร์ทั้งหมด 3 ตัว ได้แก่ GAGGO/แก๊กโก๊ จิ้งจกสองหาง ที่จะนำโชคดีเกี่ยวกับการเดินทาง รวมถึงการใช้ชีวิตที่แคล้วคลาดปลอดภัยจากอันตราย BUDGEE/บุดจี๊ คู่แฝดต่อเงินต่อทอง ที่นำพาความร่ำรวยและโชคลาภมาให้และ DIKKY/ดิกกี้ เทพเสนาหาเพชรพญาราช ที่ช่วยสร้างความเอ็นดูให้เกิดขึ้นกับคนรอบข้าง

www.facebook.com/thosth.style





จิบหนุมาน-กศกัณฑ์ ดิไซน์บนแหวนไม้

Gleamwood แบรินด์เครื่องประดับจากไม้ฝีมือคนไทย ซึ่งรังสรรค์จากความมหัศจรรย์ของเนื้อไม้และสีเส้นสวยงามตามธรรมชาติของไม้แต่ละชนิดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากทั่วโลก มานำเสนอเป็นเครื่องประดับ อาทิ ต่างหู แหวน กำไลข้อมือ และจี้สร้อยคอ แบบต่างๆ ได้อย่างร่วมสมัยเป็นที่ประทับใจของลูกค้าชาวไทยและต่างชาติซึ่งคอลเลคชั่นไฮไลท์ของ Gleamwood นั้นได้แรงบันดาลใจมาจากบทประพันธ์รามเกียรติ์โดยนำไปหน้าของ 4 ตัวละครหลักอย่างทศกัณฐ์ หนุมาน สุครีพ และไมยราพ มาปรากฏกายอยู่บนแหวนไม้ดิไซน์เก๋ที่เลือกใช้เนื้อไม้ธรรมชาติที่มีสีตามลักษณะสีของตัวละครผสมผสานกับเทคนิคการฝังไม้แบบโบราณ

www.facebook.com/gleamwood



Bon Artpetite

ผลงานศิลปะและเครื่องประดับที่เห็นแล้วหิว

ผลงานศิลปะสำหรับประดับตกแต่งหรือแขวนผนังรวมถึงเครื่องประดับสตรีที่ผลิตจากดินญี่ปุ่นและเสริมความคงทนด้วยการเคลือบอีพ็อกซีเรซิน ในคอลเลคชั่น Bon Artpetite ที่เต็มไปด้วยลูกเล่นและสีสันของวิถีท้องถิ่นและอาหารของชาวอีสาน ซึ่งนายเสกสรร ทุมมัย ศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงาน แบรินด์ Xekxun เปิดเผยถึงการต่อยอดในอนาคตว่าจะขยายสู่ของใช้บนโต๊ะอาหาร เช่น จาน แก้วน้ำ หรือ ชุดชา ในคอนเซ็ปต์เกี่ยวกับอาหารประเภทอื่นๆ ที่เห็นแล้วต้องเพิ่มความหิวให้กับผู้ใช้อย่างแน่นอน

www.instagram.com/xekxun



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

เทศกาล 'ไทยทำเอง' วันที่ 17-19 สิงหาคม 2561

ณ ลาน ITC ซอยตรีมิตร กล้วยน้ำไท

โดยสถาบันพลาสติก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

www.facebook.com/thaicreationfaire

Development

• เรื่อง : วิศวกรรม มีเดีย

สร้างและเชื่อมโยงเครือข่าย คลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต

กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ได้จัดทำโครงการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต ที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาการรวมกลุ่ม และมีการเติบโตทางธุรกิจ ตามโมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งกำหนดทิศทาง การขับเคลื่อน การลงทุน การผลิตและการบริการให้ก้าวสู่ธุรกิจอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve)

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ส่งผลให้ความสำเร็จของธุรกิจต้องพึ่งพาระบบหลายด้าน และจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตภาคอุตสาหกรรม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่องมุ่งเน้นพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมเดิม (First S-Curve) ที่มีศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยผลิตในอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve) โดยอุตสาหกรรมใหม่หรืออุตสาหกรรมแห่งอนาคตนี้ถือเป็นกลไกสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ภายใต้การส่งเสริมและสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศที่มุ่งพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมควบคู่กับการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบการ เพื่อเป็นรากฐานในการรองรับการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมในอนาคต



หัวใจของการพัฒนาคลัสเตอร์ คือ การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของความไว้วางใจ โดยผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายคลัสเตอร์จะต้องมีความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นระหว่างสมาชิกในกลุ่มมีการประสานแบ่งปันผลประโยชน์ที่ยุติธรรมอันก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย (Win-Win) ร่วมกันวางแผน กำหนดทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์การพัฒนา กลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยรวมของธุรกิจในสาขาอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน ตลอดจนหน่วยงานวิจัยต่างๆ ให้การส่งเสริมสนับสนุนความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ผ่านองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ตลอดจนผลักดันเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตก้าวไปสู่ประเทศที่มีศักยภาพและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล



นายเดชา จาตุธนานันท์ รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า สำหรับโครงการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่าย คลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต กสอ. มุ่งหวังสร้างความเข้มแข็งและเชื่อมโยงเครือข่ายคลัสเตอร์ในการพัฒนาศักยภาพหรือการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในกระบวนการผลิตหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภาพเพิ่มขึ้นสามารถแข่งขันได้ โดยในปี 2561 ได้ดำเนินการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง จำนวน 8 กลุ่ม ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจรวมกว่า 618 ล้านบาท ประกอบด้วย ยอดขายเพิ่มขึ้น 517 ล้านบาท ส่งออกเพิ่มขึ้น 70 ล้านบาท ลดต้นทุน 17 ล้านบาท รวมถึง ลดการสูญเสียและเกิดนวัตกรรมต้นแบบด้านผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการ จำนวน 12 เรื่อง จาก 8 กลุ่ม ได้แก่



1. อุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคต ผลงานนวัตกรรม คือ Manufacturing Execution System (MES) ระบบการคำนวณที่ใช้ในการผลิต โดยทำงานในรูปแบบ Real Time ทำให้สามารถควบคุมองค์ประกอบต่างๆ ในการผลิตได้ในเวลาเดียวกัน

2. อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ ผลงานนวัตกรรม คือ วัสดุทดแทนกระดูกมนุษย์ในงานทันตกรรม

3. อุตสาหกรรมดิจิทัล จ.เชียงใหม่ ผลงานนวัตกรรม คือ Application จัดการระบบภายใน Chiang Mai Digital Hub

ทั้งนี้ภายใต้โครงการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต ยังจัดให้มีการประกวดกลุ่มต้นแบบอุตสาหกรรมดีเด่น โดยพิจารณาคัดเลือกจาก 8 กลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต ซึ่งใช้หลักเกณฑ์พิจารณา 2 เรื่อง คือ ความเข้มแข็งของการรวมกลุ่ม และการพัฒนาเพื่อการเติบโตทางธุรกิจ เพื่อผลักดันความร่วมมือเป็นการยกย่อง แก่กลุ่มอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาตามแนวทางคลัสเตอร์ที่สามารถวัดได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรม และสามารถเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่น รวมทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดสู่กลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลการพัฒนา กลุ่มอุตสาหกรรม Show Case ที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าว ถือเป็น การสร้างแรงผลักดันให้ทุกกลุ่มมุ่งมั่นที่จะพัฒนาขับเคลื่อนกลุ่มอุตสาหกรรมให้ดียิ่งขึ้น และเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อไป



Report

• เรื่อง : บัวตะวัน มีเดีย



ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี เกาะสมุยของบางละมุง ต้นแบบหมู่บ้าน CIV ภายใต้โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village : CIV)

นายอุดม สวานายน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมเปิดเผยว่า การลงพื้นที่ชุมชนตะเคียนเตี้ย อ.บางละมุง จ.ชลบุรี เพื่อตรวจเยี่ยมชุมชนตะเคียนเตี้ยและเตรียมความพร้อมเข้าสู่การพัฒนาในโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือหมู่บ้าน CIV ภายใต้โครงการสร้างสรรค์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม อีกทั้งเพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยนำเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นของฝากของที่ระลึกควบคู่กับการบริหารจัดการเพื่อรองรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งถือเป็นหนึ่งในแนวทางการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งยกระดับเศรษฐกิจฐานรากตามแนวประชาชน อีกทั้งชุมชนตะเคียนเตี้ยถือเป็น 1 ใน 16 ชุมชน จาก 76 จังหวัดทั่วประเทศที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นหมู่บ้าน CIV อีกด้วย





สำหรับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้าน CIV ในระยะต่อไปนั้น จะมีการเข้าไปวางแผนร่วมกับชุมชนในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ทั้งด้านอัตลักษณ์และวิถีท้องถิ่น รวมถึงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สามารถยกระดับและต่อยอดทางการตลาดได้ โดยจะเป็นการพัฒนาเชิงรุกที่มีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยด้านการออกแบบดีไซน์ผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโดยรวมและตลาดเฉพาะเจาะจงตามคำสั่งซื้อมากขึ้น รวมทั้งการทำการตลาดออนไลน์ต่อไป

ชุมชนตะเคียนเตี้ย ถือเป็นแหล่งปลูกมะพร้าวชั้นดี เรียกได้ว่าเป็นเกาะสมุยแห่งบางละมุง และนับว่าเป็นชุมชนเข้มแข็งตัวอย่างที่มีการนำเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นอยู่ในพื้นที่มาสร้างเป็นจุดขาย ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่พ่าย่อนเวลาไปสัมผัสความเป็นอยู่ของคนเมืองชลในอดีต ด้วยการพัฒนาเส้นทางปั่นจักรยานชมวิถีมะพร้าว เยี่ยมชมสวนป่าสาโรชกะแหวน เรียนรู้การทำมะพร้าวสกัดเย็นจากมะพร้าวออร์แกนิก เยี่ยมบ้านป่าลมุดเพื่อชมพิพิธภัณฑ์บ้านร้อยเสา และเรียนรู้เรื่องการใช้แทนเบียน กำจัดศัตรูพืชของมะพร้าวแบบธรรมชาติ เป็นต้น

ตำบลตะเคียนเตี้ยประกอบด้วย 5 หมู่บ้าน ซึ่งพื้นที่กว่าครึ่งคือ สวนมะพร้าว มีการนำผลิตภัณฑ์น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่นมาพัฒนาและต่อยอดด้วยแนวทางสร้างสรรค์ จากการออกแบบปรับปรุงผลิตภัณฑ์

ใหม่ให้สอดคล้องกับยุคสมัย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของตลาดในปัจจุบันได้

พื้นที่รอบๆ ตัวบ้านร้อยเสากินเนื้อที่มากกว่า 6 ไร่ โดยทุกตารางเมตรถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่เริ่มจากการคัดแยกขยะภายในบ้านวิถีเปลี่ยนขยะให้เป็นของมีค่าทำตุ้ยมรดกชาติโดยปลูกพืชกินได้อยู่ทำยครวไม่ใช้สารพิษในการกำจัดแมลงเพื่อป้องกันสารตกค้าง วิธีการดูแลต้นไม้แบบง่ายง่าย การปลูกสวนสมุนไพรเพื่อใช้สรรพคุณให้ครบถ้วน ทุกอย่างมีคุณค่าเหมาะแก่การเรียนรู้ทั้งด้านหลังของสวนเป็นแปลงไม้ไผ่ตงพันธุ์ไต้หวัน และไม้ไผ่หวาน ซึ่งออกหน่อตัดขายได้ตลอดทั้งปี

จากแรงบันดาลใจของคนในชุมชนที่อยากให้บ้านร้อยเสาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแหล่งเรียนรู้ควบคู่ไปกับการศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม ที่ยังพอมีหลงเหลืออยู่ จึงทำให้เกิดลานวัฒนธรรมตะเคียนเตี้ยแห่งนี้ขึ้น ด้วยความที่ชุมชนยังมีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติและอากาศก็ยังคงสะอาดบริสุทธิ์ ชุมชนตะเคียนเตี้ยจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ได้ดีโดยมีชาวชุมชนให้ความร่วมมือกันสร้างและผลักดันให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งวิธีที่ทำได้จริงก็คือ การใช้ของที่มีอยู่แล้วนำมาจัดการใหม่ให้เป็นระบบระเบียบ



ขอขอบคุณข้อมูลและภาพจาก
www.thaigov.go.th/news/contents/details/14465
www.sereechai.com

Packaging

• เรื่อง : สีวลี ศิลปบรรณศาสตร์



น้ำตาลดอกมะพร้าวเกรดพรีเมียม บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Packaging) ภายใต้โครงการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

เส้นทางของน้ำตาลมะพร้าว ภูมิปัญญาไทยดั้งเดิม
สู่นวัตกรรมน้ำตาลดอกมะพร้าวออร์แกนิกเกรดพรีเมียม
(Sandy Gold Coconut Flower Sugar 100%)

ถ้าหากจะมองย้อนไปดูในสมัยโบราณ ก็จะชวนให้นึกถึง
วิถีชีวิตที่เรียบง่าย เป็นชีวิตที่เราดำรงชีวิตอยู่กับธรรมชาติ
รวมไปถึงอาหารที่เรารับประทานล้วนแต่ได้มาจากธรรมชาติ
ทั้งสิ้น น้ำตาลมะพร้าวเป็นอีกหนึ่งในภูมิปัญญาในการผลิต
อาหารของคนไทยมานับร้อยปี ซึ่งเป็นการแปรรูปวัตถุดิบที่
เกิดจากธรรมชาติ ให้มาเป็นอาหารที่มีรสหวาน ซึ่งใช้ในการ
ประกอบอาหารคาว-หวานต่างๆ ที่มีรสหวาน ซึ่งเป็นเสน่ห์
ของอาหารไทยที่มีมาช้านาน ในปัจจุบัน “น้ำตาลมะพร้าว”
หรือ “น้ำตาลปีบ” ตามท้องตลาดทั่วไปที่เรารับประทานกัน
ทุกวัน ต้องยอมรับว่ามีส่วนผสมอื่นๆ นำมาผสมเพื่อลดต้นทุน
ในการผลิต อาทิ เช่น น้ำตาลทราย หรือ แปะแซ เป็นต้น
จึงทำให้รสชาติและคุณค่าทางโภชนาการนั้นเปลี่ยนไป

จากความฝันที่ “ชีวาดี” อยากเห็นคนไทยบริโภคน้ำตาล
แท้ๆ และอยากที่จะรักษาเสน่ห์ของอาหารไทยให้คงไว้ จึงเกิด
นวัตกรรมที่ชื่อว่า “น้ำตาลดอกมะพร้าว ชีวาดี” ผลิตภัณฑ์
ออร์แกนิกเจ้าแรกในประเทศไทย ซึ่งตอบโจทย์ของผู้บริโภค
ที่รักสุขภาพ

บริษัท ชีวาดี โปรดักส์ จำกัด ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก
ดอกมะพร้าว จ.สมุทรปราการ ได้เข้าร่วมโครงการบรรจุภัณฑ์
ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Packaging) โดยได้รับ
คำแนะนำปรึกษาด้านธุรกิจ ดังนี้

1. ควรปรับลดจำนวนชั้นของบรรจุภัณฑ์ โดยปรับ
รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ใส่น้ำตาลจากดอกมะพร้าว จากเดิม
บรรจุใส่กระป๋องอลูมิเนียมชั้นนอก และชั้นในยังบรรจุ
น้ำตาลจากดอกมะพร้าวอีกชั้นด้วยถุง PET Laminate LL



ขนาดบรรจุ 200 กรัม ทั้งนี้สามารถลดจำนวนชั้นของบรรจุภัณฑ์จากเดิม 2 ชั้น เหลือเพียงชั้นเดียว คือ ใช้ถุง Laminated เพียงชั้นเดียว

2. สร้างทางเลือกให้ผู้ประกอบการด้วยการเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ หมึก Soy Ink, Water Base หรือ Eco Solvent Ink เป็นต้น

3. สามารถลดค่าคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (CF) หลังปรับเปลี่ยนใช้บรรจุภัณฑ์เพียงชั้นเดียว และสามารถลดการใช้油墨ปริมาณที่มีคาร์บอนฟุตพริ้นท์ค่อนข้างสูง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยกองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จึงได้จัดทำกิจกรรมการส่งเสริมและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Packaging) โครงการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม

โดยการให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ตลอดจนการต่อยอดงานวิจัย พัฒนา และประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุน การจัดหาวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตภายในประเทศ เพื่อรองรับความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์อย่างต่อเนื่อง



วัตถุประสงค์หลักของโครงการนี้ คือ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาสถานประกอบการด้านการออกแบบและพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Packaging) เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดสากล

กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อันประกอบด้วย

- 1) ผู้ประกอบการในสาขาอุตสาหกรรม S-Curve ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ, อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร เป็นต้น
- 2) ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอนาคต New S-Curve ได้แก่ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) อาทิ ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและเวชภัณฑ์ ยาสมุนไพร เป็นต้น

แม้จะมีการให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการจัดการกากของเสียเป็นหลักแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ไม่สามารถมองข้ามได้ คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญทั้งในแง่ของการค้า การขนส่ง และมีดีไซน์สิ่งแวดล้อมของบรรจุภัณฑ์



สนใจสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

กลุ่มส่งเสริมการออกแบบอุตสาหกรรม
 กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
 ซอยตรีมิตร ถนนพระรามที่ 4 เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
 โทร. 0 2236 8022
 บริษัท ชีวดี โปรดักส์ จำกัด
 56 หมู่ 9 ตำบลบางเมืองใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270
 โทร. 08 9969 9825

Good Governance

• เรื่อง : ปาณทิพย์ เป็เลียนโพว์

อานิสงส์การทำการ

ผู้ให้อาหาร ชื่อว่าให้กำลัง

อัตภาพของคนเรานั้นจะดำรงอยู่ได้ ต้องอาศัยอาหาร ถ้าขาดอาหารแล้วชีวิตไม่อาจดำรงอยู่ได้ แม้บุคคลจะมีรูปร่างใหญ่โตแข็งแรง มีกำลังมากปานใด หากไม่ได้รับประทานอาหารร่างกายก็ขาดกำลัง ส่วนบุคคลผู้มีกำลังน้อย ถ้าได้รับประทานอาหารบริบูรณ์แล้ว ย่อมมีกำลังขึ้นมาได้ ดังนั้นพระสัมมาสัมพุทธเจ้าจึงตรัสว่า “ผู้ให้อาหาร ชื่อว่าให้กำลัง”

ผู้ให้ผ้า ชื่อว่าให้วรรณะ

บุคคลแม้จะมีผิวพรรณดี มีรูปร่างเพียงไร หากแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่สกปรก ขาดรุ่งริ่ง หรือไม่มีเสื้อผ้าเลย ย่อมไม่น่าดู ทั้งยังน่าเกลียดและถูกเหยียดหยามได้ ส่วนผู้ที่นุ่งห่มด้วยเสื้อผ้าที่สะอาด เรียบร้อย ย่อมดูงดงาม เป็นที่ชื่นชมแก่ผู้พบเห็น ดังนั้นพระผู้มีพระสัมมาสัมพุทธเจ้าจึงตรัสว่า “ผู้ให้ผ้า ชื่อว่าให้วรรณะ”

ผู้ให้ยานพาหนะ ชื่อว่าให้ความสุข

บุคคลที่เดินทางไกล บางครั้งอาจพบกับความยากลำบากจากถนนหนทางที่ยาวไกล ถนนที่ขรุขระเป็นหลุมเป็นบ่อ หรือรถไปด้วยหญ้าหรือขวากหนามที่แหลมคม อาจได้รับอันตรายจากสัตว์มีพิษที่หลบซ่อนตัวอยู่ บางครั้งต้องเผชิญกับแสงแดดที่แผดกล้าหรือมีฝนลมแรง สิ่งต่างๆ เหล่านี้ย่อมทำให้เกิดความทุกข์ ความไม่สะดวกสบาย หากมีผู้ให้ยานพาหนะไว้ใช้สอย ให้อุปกรณ์ในการเดินทาง เช่น ร่ม รองเท้า หรือคอยตากกางหนทางให้เดินได้สะดวกยิ่งขึ้น สร้างบันไดหรือสร้างสะพานไว้ให้เดิน ผู้ที่นั้นย่อมได้ชื่อว่าให้สิ่งซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกสบาย คือให้มีความสุข พระสัมมาสัมพุทธเจ้าจึงตรัสว่า “ผู้ให้ยานพาหนะ ชื่อว่าให้ความสุข”

ผู้ให้ประทีปโคมไฟ ชื่อว่าให้จักขุ

บุคคลทั้งหลาย แม้มีดวงตาที่ไม่สามารถมองเห็นในที่มีมืดได้ ต่อเมื่อมีประทีปโคมไฟให้แสงสว่าง จึงสามารถมองเห็นทุกสิ่งทุกอย่างตามความปรารถนาได้ ดังนั้น พระสัมมาสัมพุทธเจ้าจึงตรัสว่า “ผู้ให้ประทีป โคมไฟ ได้ชื่อว่าให้จักขุ”



www.kalyanamitra.org

ผู้ให้ที่พักอาศัย ชื่อว่าให้ทุกสิ่งทุกอย่าง

ตามธรรมดาของคนเดินทางไกล ย่อมเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าเสียกำลังไป และย่อมปรารถนาที่จะเข้าสู่ที่พักอาศัย เมื่อพักผ่อนสักครู่ก็จะได้กำลังคืนมา ผู้ที่ออกสู่กลางแจ้ง ต้องตากแดดตากลมทำให้ผิวพรรณหมองคล้ำได้ ต่อเมื่อได้เข้ามาพักในที่ร่มเย็น ผิวพรรณจึงกลับงดงามดังเดิมได้ ผู้ที่เดินทางผ่านแดดร้อน ผ่านอันตรายต่างๆ ในการเดินทาง เมื่อได้ที่พักอาศัยจะมีความสุขสบายปลอดภัยขึ้น หรือเดินอยู่ในท่ามกลาง แสงแดดร้อนจ้านัยน์ตาย่อมพราวไม่แฉมใส เมื่อได้พักสักครู่ดวงตาก็ใช้การได้ดีดังเดิม ดังนั้นพระสัมมาสัมพุทธเจ้าจึงตรัสว่า “ผู้ให้ที่อยู่อาศัย เป็นผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่าง”

ผู้ให้ธรรมทาน ชื่อว่าให้มฤตสรม

ผู้ให้ธรรมะเป็นทาน ได้ชื่อว่าชนะการให้ทั้งปวง เหตุเพราะว่าเมื่อบุคคลได้ฟังธรรม ย่อมเกิดความศรัทธาเลื่อมใส รู้จักว่าสิ่งใดเป็นบาป สิ่งใดเป็นบุญ บุคคลจะละบาปได้ก็เพราะได้ฟังธรรม จะทำบุญถวายทานได้ก็เพราะได้ฟังธรรม ถ้าไม่ได้ฟังธรรมก็จะมีศรัทธา เมื่อไม่มีศรัทธาก็กลายเป็นมิจฉาทิฏฐิ แม้สิ่งของสักเล็กน้อยเพียงข้าวทัพพีหนึ่งก็มีอาจจะให้ได้ จะรักษาศีล 5 ศีล 8 ศีล 10 ศีล 227 หรือจะเจริญภาวนา ไหว้พระ สวดมนต์บูชาพระรัตนตรัย ล้วนทำไม่ได้ทั้งสิ้น แต่ถ้าได้ฟังธรรมจะรู้จักบุญรู้จักบาป รู้ว่าทำอย่างนี้จะได้มโนะสมบัติ ได้ทิพยสมบัติ ได้นิพพานสมบัติ ฉะนั้นการให้ธรรมทานจึงชื่อว่า “ชนะการให้ทั้งปวง”



Book Corner

• เรื่อง : สุวस्था พุระสุภา

Thailand 4.0 ตอบโจทย์ประเทศไทย

ผู้เขียน : ภัคดี รัตนมุขย์

ประเทศไทย 4.0 เป็นคำที่มักจะได้ยินกันบ่อยๆ จนคุ้นหูจากสื่อต่างๆ แต่จะมีสักกี่คนที่ทราบว่าแท้จริงแล้วประเทศไทยเราผ่านยุคของ 1.0, 2.0 และ 3.0 มาอย่างไร และจะก้าวข้ามผ่านไปได้อย่างไร หนังสือเล่มนี้ได้ตอบใจทุกคำถามที่คนอยากรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันของตนเอง หน่วยงาน องค์กร หรือสถานประกอบการของตนได้ จึงเหมาะอย่างยิ่งสำหรับ ประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการ ผู้บริหารองค์กร เพื่อปรับตัวและรู้เท่าทันแผนยุทธศาสตร์ชาติต่อการพัฒนาประเทศไทยในอนาคต 20 ปีข้างหน้า



คู่มือประเมินความพร้อม การเป็นอุตสาหกรรม 4.0

ผู้เขียน : คำนาย อภิปรัชญาสกุล

รหัส : HAN 6 I60

คู่มือประเมินความพร้อมการเป็นอุตสาหกรรม 4.0 ผู้เขียนได้ศึกษากรอบการพัฒนาอุตสาหกรรมตามโมเดลประเทศไทย 4.0 พบว่ายังขาดความชัดเจน และแนวทางปฏิบัติ ที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล ซึ่งผู้เขียนจึงอยากจะทำให้ประเทศไทยได้รับการพัฒนาสู่อุตสาหกรรม 4.0 แบบยั่งยืน โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 8 บท ดังนี้ บทที่ 1 รู้จักอุตสาหกรรม 4.0 บทที่ 2 องค์ประกอบอุตสาหกรรม 4.0 บทที่ 3 เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรม 4.0 บทที่ 4 เทคโนโลยีการผลิตในอุตสาหกรรม 4.0 บทที่ 5 ประเทศไทย 4.0 บทที่ 6 เศรษฐกิจดิจิทัล บทที่ 7 ประเมินความพร้อมในการเป็นอุตสาหกรรม 4.0 บทที่ 8 การพัฒนาประเทศสู่ความเป็นประเทศไทย 4.0



Branding 4.0

ผู้เขียน : ปิยะชาติ อิศรภักดี

รหัส : IP 4 14

เนื้อหาภาพลักษณ์ ชื่อสินค้า การโฆษณา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ โลโก้ และอีกมากมายที่คนส่วนใหญ่จะกล่าวถึงเมื่อถูกถามถึงคำจำกัดความของคำว่า “แบรนด์” เช่นเดียวกับกับคำถามที่ว่าแบรนด์มีหน้าที่อะไร คำตอบที่ได้มักไม่แตกต่างกันไปจากการโปรโมตสินค้า สร้างภาพจำ และส่งเสริมการตลาด หนังสือ “BRANDING 4.0” เล่มนี้ จะทำให้ผู้อ่านเปลี่ยนความเชื่อเดิมๆ เกี่ยวกับคำว่าแบรนด์ไปอย่างสิ้นเชิง เพราะได้ย่อโลกแห่งการตลาดที่ซับซ้อนมากขึ้นทุกวัน และขยายผลสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด ในคริสต์ศตวรรษที่ 21 นั่นก็คือการสร้างแบรนด์ลงมาอยู่ในมือคุณ โดยสามารถทำความเข้าใจได้ในเวลาอันสั้น ขึ้นอยู่กับว่าคุณให้ความสำคัญกับมันมากแค่ไหน เพื่อสร้างการเรียนรู้ที่สมบูรณ์



Business 4.0 พลิกธุรกิจสู่เศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้เขียน : อนุพงศ์ อภิรุทธา

รหัส : E 3 B59

การที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จำเป็นต้องอาศัยการปรับตัวให้ทันต่อโลกการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์และเหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ในปัจจุบันโดยหลักแล้ว การปรับตัวการดำเนินธุรกิจ ภายใต้ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มีองค์ประกอบหลัก คือ เทคโนโลยี การจัดการและธุรกิจ ที่ต้องผสานกันอย่างลงตัว



การตลาดยุคสร้างสรรค์ 4.0

ผู้เขียน : สมฤดี ศรีจรรยา

รหัส : T 77 ก601

หนังสือ “การตลาดยุคสร้างสรรค์ 4.0” เป็นผู้นำบุกเบิกเล่มแรก โดยเปลี่ยนมุมมองใหม่ มองการตลาดแบบ Creative Man โดยการถอดรหัสหนังสือนักเขียนที่ผู้เขียนนิยม 6 ท่านมาถ่ายทอดและแบ่งเป็นยุค Creative Era 1.0, 2.0, 3.0, และ 4.0. เป็นยุคการตลาดในมุมมองแบบ Creative คือมองไปในอนาคตก็จะเห็น Creative Marketing Trend ด้วย



การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่

The Fourth Industrial Revolution

ผู้เขียน : เคลาล์ ขวาบ

ผู้แปล : ศรวิรัช เตมไพญญ์

รหัส : I 6 ก61



หนังสือ “การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่” เล่มนี้ได้สรุปความก้าวล้ำใหญ่ๆ ทั้งหมดที่กำลังพลิกโฉมหน้าของทุกวงการ และช่วยหยั่งลึกที่สุดถึงนัยยะของมันที่กระทบต่อเราทุกคน ทั้งในฐานะบุคคลและองค์กรทุกรูปแบบ อย่างเห็นภาพและเข้าใจง่าย งานทุกอย่างในโลกกำลังเปลี่ยน หลายงานกำลังหายไป หลายงานกำลังเข้ามาแทนที่ วิถีชีวิต วิถีคิด วิถีทำงาน วิถีบริหารจัดการ และธุรกรรมต่างๆ ทั่วโลก ได้ถูกผลักดันให้ถึงจุดเปลี่ยนครั้งใหญ่ หนังสือเล่มเดียวเล่มนี้ จะมอบความรู้และวิสัยทัศน์ที่สำคัญต่อนักเรียนนักศึกษา คนทำงานในทุกสาขาอาชีพ และแน่นอน ผู้นำองค์กรทุกขนาดทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องการก้าวทันโลก เพื่อคว้าโอกาสมหาศาลที่ความเปลี่ยนแปลงสำคัญต่างๆ ที่กำลังเกิดขึ้นได้หยิบยื่นให้อย่างเต็มตัวและชาญฉลาด

เศรษฐกิจดิจิทัล The Digital Economy

ผู้เขียน : Don Tapscott

รหัส : Q 63 D59

หนังสือ “เศรษฐกิจดิจิทัล” “The Digital Economy” การนำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล และยังคงคาดการณ์รูปแบบเศรษฐกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งต่อมาในปัจจุบันเมื่อผ่านไป 20 ปี ก็เป็นที่ประจักษ์แล้วว่าคำทำนายในหนังสือเล่มนี้พิมพ์ออกจำหน่ายมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1995 และเขียนเพิ่มเติมเป็นฉบับ Anniversary ในปี ค.ศ.2015 ซึ่งเป็นฉบับที่มีโอกาสได้อ่านนี้ เมื่ออ่านจบผมรู้สึกชื่นชมผู้แต่งที่มีวิสัยทัศน์ในการนำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัล และยังคงคาดการณ์รูปแบบเศรษฐกิจและสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งต่อมาในปัจจุบันเมื่อเวลาผ่านไป 20 ปี ก็เป็นที่ประจักษ์แล้วว่าคำทำนายในหนังสือเล่มนี้ ส่วนใหญ่ได้เกิดขึ้นจริงตามที่ผู้เขียนได้คาดการณ์ไว้ทั้งสิ้น



📍 สถานที่สอบถามรายละเอียดและข้อมูลเพิ่มเติม
ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
โทร. 0 2202 4425, 0 2202 4417 หรือ 0 2354 3237
เว็บไซต์ <http://library.dip.go.th>



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2561

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 ถนนเลียยมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านกว้าง
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 ถนนเลียยมือง 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.ดอนท้ายยาน
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 กาลีนธุ์ 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.น้ำน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
e-mail: ipc11@dip.go.th

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

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

วารสารเพื่อผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย [อยากโหลดข้อมูลดาวน์โหลดได้ทันที](http://e-journal.dip.go.th)



สมัครเป็นสมาชิกได้ที่

โทรสารที่หมายเลข 0 2354 3299 หรือ Google Form :

