



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

อุตสาหกรรมสาร

1

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 60 ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน 2561

Digital เปลี่ยนโลก SMEs

- ◎ Digital Value Chain
มาตรการพิเศษขับเคลื่อน SMEs สู่ Global
- ◎ จับคู่ธุรกิจออนไลน์
ผ่าน Digital Platform
- ◎ J-GoodTech สู่ T-GoodTech
เปิดช่องการค้าจากญี่ปุ่นเพื่อ SMEs ไทย

ISSN 0125851-6



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ปรับโฉมหน่วยงานบริการ SMEs ยุค 4.0

📍 กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม

โทร. 0 2202 4560

- กลุ่มพัฒนาการจัดการธุรกิจ
- กลุ่มพัฒนาบริการธุรกิจอุตสาหกรรม
- กลุ่มผู้ประกอบการ
- กลุ่มพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา

📍 กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม

โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8167

- กลุ่มเชื่อมโยงธุรกิจดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจด้วยดิจิทัล

📍 กองพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8134

- กลุ่มส่งเสริมมาตรฐานเทคโนโลยีการผลิตและผลิตภัณฑ์
- กลุ่มส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาระบบการผลิตอัตโนมัติ

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน

โทร. 0 2367 8335

- กลุ่มส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาการผลิตอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชุมชน

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โทร. 0 2367 8022

- กลุ่มเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มส่งเสริมการออกแบบอุตสาหกรรม
- ศูนย์อุตสาหกรรมอัญมณี จังหวัดพะเยา

📍 กลุ่มตรวจสอบภายใน

โทร. 0 2202 4407

📍 สำนักงานเลขานุการกรม

โทร. 0 2202 4559, 0 2202 4560

📍 กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

โทร. 0 2202 4501

- กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- กลุ่มแผนปฏิบัติงานและงบประมาณ
- กลุ่มติดตามและประเมินผล
- กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ
- 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



Contents

วารสารอุตสาหกรรมสาร
ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน 2561



- 11 Opportunity**
J-GoodTech สู่ T-GoodTech
เครื่องมือเปิดช่องทางการค้าจากญี่ปุ่นเพื่อ SMEs ไทย

- 14 Market & Trends**
กระทรวงอุตสาหกรรมจับมือ Lazada ปมเพาะ SMEs
เพิ่มศักยภาพธุรกิจยุคดิจิทัล

- 17 Information**
เทคโนโลยีเปลี่ยนโลก : 21 เหตุการณ์ที่จะเกิดในทศวรรษหน้า

- 23 Report**
Industry Transformation Center : ITC
โครงการปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคต

- 26 Showcase**
ออกซิเจน ผู้คิด เครื่องมือแพทย์สัญชาติไทย เดินหน้าสู่อาเซียน

- 29 SMEs Focus**
Young Happy สังคมออนไลน์เปี่ยมสุขสำหรับผู้สูงวัยยุค 4.0

- 31 Development**
กสอ. ดัน วีน อินเทอร์เน็ตขึ้นเนล เจ้าของแบรนด์ชุดชั้นในสตรี 'เวียนนา'
พลิกโฉมธุรกิจด้วยดิจิทัลรูปแบบ B2B บน Alibaba.com

- 34 Innovation**
4 นวัตกรรมสตาร์ทอัพสัญชาติไทย คว่าโอกาสด้วยดิจิทัล

- 36 Knowledge**
ก้าวทันเทรนด์ Digital Marketing

- 38 Biz Trends**
ปัญญาประดิษฐ์เปลี่ยนโลก e-Commerce

- 40 Good Governance**
การยอมแพ้ของกิเลส

- 41 Book Corner**

Editor Talks

ดิจิทัลขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

SMEs ถือเป็นเส้นเลือดใหญ่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ในยุคดิจิทัลระบบเทคโนโลยีกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดต้นทุน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และขยายเครือข่ายไปทั่วโลก

เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล หมายถึง เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (หรือที่เรียกว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้ทันสมัย) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น

เศรษฐกิจยุคดิจิทัลพบว่า เทคโนโลยี IoT (Internet of Things) หรือ “อินเทอร์เน็ตเพื่อทุกสิ่ง” เป็นสิ่งที่หลายคนพูดถึงกันมากที่สุด เพราะสามารถแทรกตัวเข้าไปได้แทบทุกอุตสาหกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตถือว่า IoT เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมทั้งช่วยวิเคราะห์ข้อมูล ช่วยประหยัดต้นทุน ควบคุมความปลอดภัย และยังช่วยขยายตลาดไปทั่วโลก โดยคาดหวังกันว่า IoT จะช่วยลดเวลาการจัดการทั้งหมดของมนุษย์ รวมไปถึงการดูแลความเป็นอยู่ของมนุษย์ให้มีความปลอดภัย สะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

หากผู้ประกอบการยังทำธุรกิจในรูปแบบเดิมๆ ใช้โครงสร้างองค์กรแบบเดิม หรือมองข้ามการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่สำคัญๆ ต่อไปจะทำให้ธุรกิจไม่สามารถเดินไปข้างหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ และจะเสียเปรียบคู่แข่งที่มีความพร้อมมากกว่า

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

อุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่องมายาวนาน

นับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 60

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2202 4511

ที่ปรึกษา

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภาณุวัฒน์ ดริยางกูรศรี

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพัทธ์ รอดภัย

เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวิระพล ผ่องสุภา

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปณทิพย์ เปี้ยนโมฬี

กองบรรณาธิการ

นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์, นายชเนศ ศรีพิทักษ์,

นางสาวกมลชนก กุลวงศ์, นางสาวนฤมล ผึ้งเนียม,

นายไพฑูรย์ มะเียเมือง, นางเกสร ภูแดง,

นายธนาธิรท์ กล้าพัก, นางสาวสุภาวดี งามวงศ์,

นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,

นางสาวกนกกรักษ์ นกุลโรจน์, นางสาวศิริพร ชัยรัตน์,

นายธวัชชัย มะกล้าทอง

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายไหม

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม

จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ 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 :



Digital Value Chain

มาตรการพิเศษขับเคลื่อน SMEs สู่ Global



ปัจจุบันการขับเคลื่อนประเทศเพื่อยกระดับไปสู่ฐานเศรษฐกิจที่ใหญ่ขึ้นและขยายตัวได้อย่างยั่งยืน จะต้องเร่งพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถปรับตัวรับกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การสร้างความตระหนักรู้และเร่งให้เกิดการปรับตัวในภาคธุรกิจตลอดจนสามารถเชื่อมโยงเข้าสู่ห่วงโซ่การผลิตใหม่ของโลกได้ถือเป็นกลไกที่สำคัญในการยกระดับขีดความสามารถของประเทศ โดยผู้ประกอบการ SMEs จะมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืน จึงจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องเข้าไปให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ที่มีจำนวนกว่า 3 ล้านรายทั่วประเทศ โดยส่งเสริมศักยภาพดำเนินธุรกิจ สนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ รวมทั้งนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเป็นตัวขับเคลื่อนเพื่อให้สามารถปรับตัวได้ท่ามกลางความท้าทายต่างๆ

วารสารอุตสาหกรรมฉบับนี้จึงมุ่งสู่การทำความเข้าใจให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าถึง Digital Value Chain นโยบายขับเคลื่อน SMEs สู่ Global ซึ่งรัฐบาลนำมาสนับสนุนเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งให้กับ SMEs ในขณะเดียวกันสามารถทำให้ SMEs ก้าวทันสถานการณ์ทางการค้าในยุคที่โลกกำลังเปลี่ยนแปลงด้วยอิทธิพลของดิจิทัลเทคโนโลยี สำหรับมาตรการพิเศษในครั้งนี้ **นายภาณุวัฒน์ ตรียางกูรศรี** รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ให้แนวทางในการสนับสนุน Digital Value Chain เพื่อเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลของผู้ประกอบการ SMEs ไปสู่ตลาดโลกได้



แนวคิดและความหมาย Digital Value Chain

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจส่งเสริมและสนับสนุนผลักดัน SMEs ได้เร่งผลักดันหนึ่งโครงการสำคัญตามมาตรการ คือ โครงการ Digital Value Chain เพื่อสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs เข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าระดับโลก (Global Value Chain) สู่ห่วงโซ่การผลิตโลกในการส่งเสริมการใช้ระบบเชื่อมโยงธุรกิจผ่านการสร้างแพลตฟอร์ม T-GoodTech ของไทยที่เป็นช่องทางในการจับคู่ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business) ระหว่างผู้ประกอบการไทยด้วยกันเอง และระหว่างผู้ประกอบการไทยกับบริษัททั่วโลก พร้อมเชื่อมต่อสู่แพลตฟอร์ม J-GoodTech ของประเทศญี่ปุ่นในอนาคต ซึ่งจะทำให้สินค้าและบริการของ SMEs ไทยมีความน่าเชื่อถือและขยายตลาดไปสู่ระดับสากลได้มากขึ้น

รูปแบบและวิธีการดำเนินโครงการ

ท่านรองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ให้ข้อมูลรูปแบบการดำเนินงานให้ทีมงานฟังว่า “จากรูปแบบการดำเนินงานในอดีตที่ผู้ผลิตต้องการหาผู้ซื้อหรือผู้ซื้อ หรือการขออนุญาตเพื่อนำเสนอผลงานกับรายใหญ่ จะใช้วิธีการส่งจดหมายเชิญเพื่อติดต่อและเยี่ยมชมโรงงาน,

ออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ งานแฟร์ต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งที่กล่าวมาจะมีต้นทุนสูงและไม่สามารถการันตีได้ว่าการเสียค่าใช้จ่ายในการออกงานและดำเนินงานแต่ละครั้งจะมีลูกค้าเพิ่มขึ้นกี่ราย ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบการค้าเปลี่ยนไป โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนโลกการค้าให้สะดวกรวดเร็ว ผู้ประกอบการสามารถหาลูกค้าได้โดยการค้นหาข้อมูลต่างๆ จาก Google และผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ อีกทั้งยังค้นหาข้อมูลเพื่อนำไปสังเคราะห์และวิเคราะห์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมใหม่เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สำหรับโครงการ Digital Value Chain นี้เป็นการพัฒนาและต่อยอดเพื่อสร้างตลาดใหม่เป็นการช่วย SMEs โดยในปีนี้ได้ดำเนินโครงการจัดทำเว็บไซต์และระบบฐานข้อมูลจับคู่ธุรกิจออนไลน์ (T-GoodTech) โดยมีรูปแบบและวิธีการดำเนินการ ดังนี้

1. พัฒนาแพลตฟอร์ม T-GoodTech Front End โดยดำเนินการจัดทำและติดตั้งเว็บไซต์รวบรวมข้อมูลรายละเอียดการเชื่อมโยงและจับคู่ระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business) ภายใต้ URL www.tgoodtech.com รวมถึงดำเนินการจัดทำและติดตั้งระบบจัดเก็บฐานข้อมูลผู้ประกอบการ SMEs และการเชื่อมโยง

ระบบฐานข้อมูลรองรับการจับคู่ธุรกิจ ภายใต้ URL www.tgoodtech.com

2. เชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลแพลตฟอร์ม T-Good Tech และ J-GoodTech โดยการดึงข้อมูลมาแสดงบนเว็บไซต์ และสามารถส่งต่อข้อมูลไปยังระบบฐานข้อมูล J-GoodTech ได้

3. คัดกรอง SMEs กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค หน่วยงานเครือข่ายหรือโครงการต่างๆ เช่น ITC SSRC และ SMEs ที่ได้รับเงินกู้จากกองทุนประชารัฐนำเข้าสู่ระบบจัดเก็บฐานข้อมูลผู้ประกอบการ SMEs ภายใต้ URL www.tgoodtech.com โดยการบริหาร T-GoodTech ให้เกิดความต่อเนื่องโดยจัดให้มี Help Desk ให้แจ้งและประสานการเชื่อมโยงให้มีประสิทธิภาพ โดยในปีนี้อาจจะมีผู้ประกอบการ SMEs เข้าร่วมโครงการประมาณ 1,400 ราย

ในการดำเนินการเพื่อพัฒนาระบบ โดยพัฒนาระบบเว็บ T-GoodTech (ของไทย) ที่เชื่อมต่อ J-GoodTech (ของญี่ปุ่น) ผ่านทางการสนับสนุนของกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) ของประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม B2B โดยจะพัฒนาระบบเว็บ T-GoodTech ที่เชื่อมต่อ J-GoodTech ผ่านทางการสนับสนุนของกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมระดับสากล (METI) ของประเทศญี่ปุ่น และเมื่อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบการพัฒนาแพลตฟอร์ม T-GoodTech เมื่อพัฒนาเรียบร้อยแล้วกับ J-GoodTech แล้วเราจะเห็นการเชื่อมโยงการค้าระหว่างผู้ประกอบการไทยและญี่ปุ่น และในอนาคตจะขยายความร่วมมือไปอีกหลายๆ ประเทศ โดยจะเริ่มจากประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV

ต่อยอด SMEs ด้วย Digital Value Chain

นับเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่เป็นองค์กรในขนาดต่างๆ รวมถึง SMEs ได้มารวมกันบนแพลตฟอร์ม T-GoodTech เพื่อเข้าถึงโอกาสในการพบคู่ค้าใหม่ โดยการเชื่อมโยงฐานข้อมูลจากแพลตฟอร์ม J-GoodTech นอกจากนั้นยังนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านผลิตผลผลิตและประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย อาทิ อุตสาหกรรมอากาศยาน, อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์, อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ เป็นต้น มาสร้างรายได้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยโรงงานผลิตเสร็จต้องมีตลาดรองรับทั้งตลาดเดิมและตลาดใหม่เพื่อลดความเสี่ยงจากช่องว่างตลาดเดิม ดังนั้นการเข้าถึงตลาดเป็นเรื่องสำคัญการใช้ดิจิทัลช่วยในการค้นหากลุ่มผู้ซื้อจากต่างประเทศจึงเป็นเรื่องที่รัฐเห็นความสำคัญหา

เครื่องมือใหม่ๆ มาช่วยผู้ประกอบการ SMEs ทั้งนี้ในปีที่ผ่านมากระทรวงอุตสาหกรรม ได้มีโอกาสลงนาม MOU กับประเทศญี่ปุ่น โดยองค์กร SMRJ เป็นองค์กรที่ดูแล SMEs ของญี่ปุ่นคล้ายกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ที่ดูแลผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งการร่วมพัฒนาครั้งนี้จะมาช่วยทำให้รายใหญ่เจอรายเล็กที่เก่งๆ ทั้งรูปแบบการนัดเจรจาทางธุรกิจตลอดจนจัดเวทีให้รายเล็กมาออกบูท เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่จะมีการเก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มเพื่อเชื่อมโยงให้มีโอกาสพบคู่ค้าและผู้สั่งซื้อต่อไป

Digital Value Chain ขับเคลื่อนสู่ตลาดโลกได้จริง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ดำเนินการผลักดันโครงการ Digital Value Chain เมื่อถึงเวลาจะเกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทยกับญี่ปุ่นหรือต่างประเทศ รวมถึงผู้ประกอบการไทยและต่างประเทศมีความมั่นใจในสินค้าและบริการของ SMEs ไทย อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานานาชาติ ที่สำคัญ SMEs ที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์และได้รับการคัดเลือกจะเข้าถึงโอกาสการค้าใหม่ๆ ด้วยเพราะในปัจจุบัน J-GoodTech มีบริษัทที่ได้รับการรับรองจากรัฐบาลญี่ปุ่น (Big Firm) กว่า 10,000 บริษัท และมี SMEs ที่ผ่านการตรวจสอบคุณสมบัติและได้รับการรับรองแล้วกว่า 3 ล้านราย ซึ่งสามารถจับคู่เชื่อมโยงทำการค้าได้ถึง 1,500 รายการ และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากความสำเร็จของ J-GoodTech นับเป็นโอกาสการก้าวสู่การค้าในยุคดิจิทัล อย่างน้อยที่สุดในช่วงแรก SMEs ไทยที่เก่งๆ และมีคุณสมบัติตามข้อกำหนดของญี่ปุ่นทางหน่วยงานรัฐได้ให้การรับรองในการลงทะเบียนสมาชิกของ J-GoodTech ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs เหล่านั้นได้มีคู่ค้าและจับคู่ธุรกิจเกิดขึ้นดังนั้นการจัดทำ T-GoodTech ครั้งนี้จะเป็นก้าวที่สำคัญในการขับเคลื่อน SMEs สู่โลก Global ได้จริง”

ในตอนท้ายของการสัมภาษณ์ครั้งนี้ นายภาณุวัฒน์ ตรียางกูรศรี รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้กล่าวให้แง่คิดแก่ SMEs ในยุคนี้ว่า

“วันนี้ SMEs ต้องกล้าคิด กล้าทำ กล้าเปลี่ยนแปลง เพื่อก้าวสู่ยุคดิจิทัล”



Special Report

• เรื่อง : บุชนตร จักรกลม

จับคู่ธุรกิจออนไลน์ ผ่าน Digital Platform



'T-GoodTech เว็บไซต์จับคู่ธุรกิจภายใต้โครงการ Digital Value Chain ยกระดับการเชื่อมต่อ SMEs ผู้ตลาดสากลอย่างเป็นรูปธรรม' นายวุฒิชัย ไหวธะกุล ผอ.ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เปิดเผยถึงรายละเอียดการดำเนินงาน โครงการจัดทำเว็บไซต์และระบบฐานข้อมูลจับคู่ธุรกิจออนไลน์ของไทย ในรูปแบบ Digital Platform B2B ที่ใช้ชื่อ T-GoodTech โดยเน้นการผลักดันผู้ประกอบการ SMEs ผู้ Digital Value Chain และเพิ่มขีดความสามารถในการขยายสู่เครือข่ายสากลภายใต้กรอบ 9 มาตรการ พิเศษเพื่อขับเคลื่อน SMEs สู่ยุค 4.0

การส่งเสริมศักยภาพ SMEs สู่ SMEs 4.0 ภายใต้โครงการ Digital Value Chain มีแนวทางอย่างไร

จากมติของคณะรัฐมนตรีเมื่อ 19 ธันวาคม 2560 ที่เห็นชอบ มาตรการพิเศษเพื่อขับเคลื่อน SMEs สู่ยุค 4.0 ตลอดจนโครงการภายใต้ มาตรการดังกล่าว ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ที่มีมากกว่า 3 ล้านรายทั่วประเทศ ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นโดยนำเรื่อง IT เข้ามาสอดแทรกมากขึ้นเพื่อสร้างความตระหนักและกระตุ้นให้ ผู้ประกอบการ SMEs คำนึงกับการใช้ IT มากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับ ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้ที่ เกิดจากปัจจัยต่างๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยี



นายวุฒิชัย ไหวธะกุล
ผอ.ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม



ด้านกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานหลักที่มีภารกิจส่งเสริมผู้ประกอบการโดยตรง จึงเร่งผลักดันโครงการ Digital Value Chain หนึ่งในโครงการสำคัญภายใต้มาตรการเพื่อให้ส่งผลเป็นรูปธรรมโดยเร็วเพื่อเชื่อมต่อผู้ประกอบการ SMEs สู่วงโซ่มูลค่าระดับโลก (Digital Value Chain) โดยส่งเสริมการใช้ระบบเชื่อมโยงธุรกิจผ่านการสร้างแพลตฟอร์ม T-GoodTech ของไทยในรูปแบบการจับคู่ธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ที่ครบวงจรระหว่างธุรกิจไทยด้วยกันเองตลอดจนธุรกิจไทยกับธุรกิจในนานาประเทศ และพร้อมเชื่อมต่อสู่แพลตฟอร์ม J-GoodTech ของญี่ปุ่น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการของ SMEs ไทย อีกทั้งยังสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในตลาดระดับสากลมากขึ้น

T-GoodTech มีเกณฑ์การคัดเลือก SMEs และมีลักษณะการให้บริการอย่างไร

T-GoodTech เป็นเว็บไซต์ที่ถูกพัฒนาขึ้นจากเว็บไซต์ต้นแบบอย่าง J-GoodTech เพื่อรวบรวมข้อมูลและระบบฐานข้อมูลของผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในประเทศไทย และเป็นพื้นที่เชื่อมต่อข้อมูลไปสู่ SMEs ไทย บริษัท Big Brother ในประเทศไทย หรือบริษัทญี่ปุ่นในไทย ฯลฯ โดยสามารถจำแนกการบริการออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. บริการสำหรับบุคคลทั่วไป : ค้นหาข้อมูลบริษัท ผลิตภัณฑ์ บริการ และข้อมูลอุตสาหกรรม, ข้อมูลกิจกรรม Business Matching
2. บริการสำหรับสมาชิก : Inquire ไปยังบริษัทที่สนใจ, โปรโมทธุรกิจของบริษัทฯ บนระบบ, แบ่งปันข้อมูลธุรกิจและความต้องการพาร์ทเนอร์ธุรกิจผ่านทาง Web Board Share



3. Back Office : รายงานประเภทธุรกิจ, รายงานสรุป

Inquire, Visitors, View เป็นต้น

ทั้งยังมีการเชื่อมต่อนฐานข้อมูลไปสู่ผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่นผ่านเว็บไซต์ J-GoodTech ได้โดยตั้งเป้าผู้ประกอบการ SMEs ที่มีศักยภาพพร้อมเข้าระบบจัดเก็บฐานข้อมูลใน www.tgoodtech.com จำนวน 1,400 กิจการ ซึ่งคัดกรองจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคหน่วยงานเครือข่ายหรือโครงการต่างๆ อาทิ ITC, SSRC และ SMEs ที่ได้รับเงินกู้จากกองทุนพระราชรัฐ โดยมีคุณสมบัติคือ ต้องเป็นนิติบุคคลที่มียอดขายต่อปีอย่างน้อย 5 ล้านบาท มีเว็บไซต์ และมีมาตรฐานรองรับอย่างน้อย 1 มาตรฐาน และหากผู้ประกอบการ SMEs ในระบบรายได้ที่มีพัฒนาการด้านการบริหารจัดการรวมถึงการเตรียมความพร้อมเรื่องภาษาอังกฤษที่ได้มาตรฐานแล้วทางกรมฯ จะทำการเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์ J-GoodTech เพื่อขยายโอกาสในการพบปะกับพาร์เนอร์ระดับสากลมากขึ้น นอกจากนี้ทางกรมฯ ยังมีแผนมีแผนที่จะเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์จับคู่ธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ของประเทศสิงคโปร์อีกด้วย

แนะนำบริการอื่นๆ ของกสอ. ที่นำ IT เข้ามาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ SMEs

นอกจากเว็บไซต์ T-GoodTech ที่กรมฯ เร่งผลักดันให้แล้วเสร็จและสามารถเชื่อมโยงกับ J-GoodTech ภายใต้นี้ กรมฯ ยังได้ร่วมมือกับ AIS เพื่อพัฒนา Mobile Application ทั้งระบบ Android และ IOS สำหรับช่วยเหลือ SMEs ในการบริหารจัดการด้านต่างๆ 5 แอปฯ ได้แก่ Business Plan, Money Flow, Stock Flow, Billing Flow และ Business Evaluation.



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก
<http://tgoodtech.com>

Connecting small and medium enterprises with the world.
Your company's reliable business matching site.
J-GOODTECH.

J-GoodTech สู่ T-GoodTech เครื่องมือเปิดช่องทางการค้าจากญี่ปุ่นเพื่อ SMEs ไทย



Mr.Makoto Ihara

พฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของธุรกิจเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้น การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร สังเกตสถานการณ์เศรษฐกิจ ที่การเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ช่วย พัฒนารัฐกิจให้เท่าทันโลก ในเรื่องนี้ **Mr.Makoto Ihara** SMRJ Representative, Thai-Japan SMEs Support เล่าให้ฟังถึง จุดเริ่มต้นของ J-GoodTech ว่า เกิดจากการมองปัญหาภายในประเทศญี่ปุ่นซึ่งกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้มีแนวโน้มประชากรลดลง เป็นผลให้เกิดอุปสงค์และอุปทานต่ำ รวมถึงความต้องการทางตลาดเล็กลง

ฉะนั้นการแก้ไขปัญหาของนักธุรกิจญี่ปุ่นให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จึงจำเป็นต้องหาตลาดใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อรองรับการผลิตสินค้าที่เพิ่มขึ้นทางองค์การเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและนวัตกรรมภูมิภาคแห่งประเทศไทย (SMRJ)

จึงสร้าง Business Platform (ธุรกิจที่สามารถขยายขีดความสามารถอย่างไม่จำกัด) ที่มีชื่อว่า J-GoodTech ขึ้น เพื่อเป็นศูนย์รวมข้อมูลในการหาคู่ค้าทางธุรกิจในประเทศ และต่างประเทศขึ้นมา

J-GoodTech คืออะไร?

J-GoodTech คือ เว็บไซต์ Business Matching ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2014 โดยองค์การเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและนวัตกรรมภูมิภาคแห่งประเทศไทย (SMRJ) ภายใต้กระทรวงเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ประเทศญี่ปุ่น เพื่อจับคู่ทางธุรกิจระหว่างบริษัทขนาดใหญ่ (Bigrm) และบริษัทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศญี่ปุ่น ทำหน้าที่เสมือนเป็นหน้าต่างของบริษัทให้ผู้ประกอบการที่ลงทะเบียนในเว็บไซต์เข้ามาดูข้อมูลและลงประกาศหาความต้องการของกันและกันได้ เพราะบริษัทก็มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลบริษัท SMEs ที่มีศักยภาพพอจะจับพอร์ตงานขนาดใหญ่ และทางบริษัท SMEs อาจไม่มีโอกาสที่จะได้ทำความรู้จักกับบริษัทใหญ่เช่นกัน จึงทำให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจน้อย และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเติบโตได้ยาก

ยกตัวอย่าง บริษัทโตโยต้า ซึ่งเป็นบริษัทผลิตรถยนต์รายใหญ่ของญี่ปุ่น ภายในรถ 1 คันจะมีอะไหล่ประมาณ 30,000 รายการ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นทางโตโยต้าไม่ได้เป็นผู้ผลิตอะไหล่เอง แต่จะให้บริษัท SMEs ที่มีความสามารถหรือเทคโนโลยีที่เชี่ยวชาญเป็นผู้ผลิตอะไหล่ให้ทางโตโยต้ามาประกอบเป็นรถยนต์เอง ฉะนั้น J-GoodTech จึงเป็นช่องทางคัดกรองบริษัทที่มีศักยภาพและเปิดหน้าต่างให้ต่างฝ่ายทำความรู้จักกัน โดยปัจจุบัน J-GoodTech มีบริษัทลงทะเบียนเป็นสมาชิกอยู่ภายในเว็บไซต์กว่า 10,000 บริษัท จากจำนวนบริษัทขนาดใหญ่ประมาณหนึ่งหมื่นบริษัท และ บริษัท SMEs ภายในประเทศกว่าสามล้านแปดแสนบริษัท



ศักยภาพของ J-GoodTech และการจับมือกับต่างชาติ

แรกเริ่ม J-GoodTech จัดทำขึ้นเพื่อจับคู่ธุรกิจภายในประเทศเท่านั้น แต่ด้วยความต้องการของประเทศญี่ปุ่นเริ่มลดน้อยลง จึงต้องการขยายฐานข้อมูลไปยังต่างประเทศ และเกิดการจับคู่ระหว่างบริษัทญี่ปุ่นและบริษัทต่างประเทศขึ้น ซึ่งภายในเว็บไซต์ J-GoodTech ก็มีฐานข้อมูลของบริษัทต่างชาติลงทะเบียนไว้เช่นกัน โดยจะเป็นบริษัทเอกชน ที่ได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานรัฐบาลของประเทศนั้นๆ และติดต่อรับการช่วยเหลือต่างๆ กับองค์การเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและนวัตกรรมภูมิภาคแห่งประเทศไทย (SMRJ) โดยบริษัทต่างชาติที่ลงทะเบียนภายในเว็บไซต์ปัจจุบันมีอยู่ประมาณ 4,000 บริษัท ประกอบด้วยบริษัทจากประเทศไทย มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย เป็นต้น ซึ่งก่อนจะเข้ามาเป็นสมาชิกได้นั้นต้องตรวจสอบสถานะของบริษัทและดูว่ามีการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐหรือไม่

เว็บไซต์ J-GoodTech ไม่ใช่เว็บไซต์ประเภทอีคอมเมิร์ซที่ทำการซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต แต่จะเป็นสินค้าที่มีความจำเพาะและมีรายละเอียดจึงทำให้ไม่สามารถดูแล้วตัดสินใจซื้อได้ทันที



Find your best match!
J-GoodTech

SMEs

หากจะต้องมีการนัดพบพูดคุยกันต่อไป เว็บไซต์เป็นเพียงขั้นตอนแรกของการคัดกรองคุณสมบัติบริษัทที่มีศักยภาพให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมาดูข้อมูลสนใจบริษัทนั้นๆ ก่อน เพราะเทคโนโลยีการผลิตต่างๆ อาจไม่ใช่สิ่งที่นำมาเปิดเผยเสมอไป ดังนั้นเว็บไซต์นี้อาจจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัทต่างชาติในการเข้าถึงข้อมูล ทั้งนี้การจับคู่ทางธุรกิจอาจไม่ได้เกิดขึ้นผ่านทางเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว หากบริษัทที่ลงทะเบียนเห็นว่าบริษัทที่สนใจอยู่ในเว็บไซต์นี้ ก็สามารถเชิญไปออกบูทในงานอีเวนต์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการพูดคุยทางธุรกิจในสถานที่จริงได้เช่นกัน

ญี่ปุ่นสู่ไทยด้วย T-GoodTech

จากความสำเร็จของ J-GoodTech ในประเทศญี่ปุ่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้ลงนามข้อตกลงร่วมมือกันกับองค์การเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและนวัตกรรมภูมิภาคแห่งประเทศไทย (SMRJ) เพื่อพัฒนา SMEs ของทั้งไทยและญี่ปุ่นให้

สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมและจับคู่ธุรกิจกันได้ สามารถเพิ่มช่องทางการตลาด เป็นเครื่องมือช่วยเหลือ SMEs และลดปัญหาของกำแพงภาษา ซึ่งจะเป็นเว็บไซต์ของไทยโดยตรง โดยกลุ่มธุรกิจหลักภายในเว็บไซต์จะอยู่ในวงการอุตสาหกรรม เช่น รถยนต์ เครื่องจักร การแปรรูป เป็นต้น หากอุตสาหกรรมแขนงอื่นสนใจเข้าร่วมก็สามารถเข้ามาลงทะเบียนในเว็บไซต์ได้เช่นกัน โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาต่อไป



Market & Trends

• เรื่อง : บุชนตร จักรกลม




Alibaba.comTM

กระทรวงอุตสาหกรรม จับมือ Lazada บ่มเพาะ SMEs เพิ่มศักยภาพธุรกิจยุคดิจิทัล

www.smartstocknews.com

ตลอด 5 ปีที่ผ่านมาพบว่าอัตราการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และคาดการณ์มูลค่าตลาดว่าจะเพิ่มสูงถึง 5,300 ล้านบาทหรือร้อยละ 5.300 ภายในปี 2564 จากทิศทางดังกล่าวทำให้ Lazada เดินหน้าลงทุนตั้งอีคอมเมิร์ซ พาร์ค (Gen 5 e-Commerce Park) ในพื้นที่ EEC เพื่อเป็นศูนย์รวมซัพพลายเชน ศูนย์อบรม และการผลิตครบวงจรศูนย์กลางการลงทุน และการกระจายสินค้าในภูมิภาค CLMV และพร้อมเป็นประตูเชื่อมต่อสู่ตลาดโลก คาดบริการเต็มรูปแบบภายใน 2 ปี



www.channelbiz.es

เมื่อปลายปี 2559 รัฐบาลไทยทำการลงนามร่วมกันกับ Alibaba Group ซึ่งเป็นบริษัทที่ดูแล Lazada จัดตั้งทีมประสานความร่วมมือกับ Lazada ประเทศไทย โดยมีหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานอย่าง กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อขับเคลื่อนการกิจการพัฒนาศักยภาพ SMEs และผลักดันการพัฒนาเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC ในพื้นที่จังหวัดระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา ให้สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในระยะยาว อันเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดอีคอมเมิร์ซประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดย Lazada ประเทศไทยมีความมุ่งมั่นในการสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชน นำพาสินค้าไทยก้าวสู่ตลาดอีคอมเมิร์ซได้อย่างแข็งแกร่งผนวกกับระบบโลจิสติกส์ที่ยกระดับศักยภาพ อีกทั้งยังมุ่งหวังให้ไทยเป็นศูนย์กลางการลงทุนด้านการค้าผ่านระบบออนไลน์หรืออีคอมเมิร์ซที่เชื่อมโยงกับภูมิภาค CLVM รวมถึงตลาดโลก เพราะเล็งเห็นว่าประเทศไทยมีข้อได้เปรียบทั้งด้านภูมิประเทศที่เชื่อมต่อกับกลุ่มประเทศ CLMV อีกทั้งตลาดไทยยังมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่อง



เพื่อให้การเกื้อหนุนโอกาสภาคธุรกิจอีคอมเมิร์ซเติบโตอย่างเป็นรูปธรรมสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 Lazada จึงตั้งโครงการอีคอมเมิร์ซ ปาร์คขึ้นบนพื้นที่ราว 300 ไร่ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกซึ่งคาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการได้ภายในปี 2562 โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่ดีที่สุดในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นระบบนิเวศชั้นนำของภูมิภาคในการเป็นประตูเศรษฐกิจ





ผู้นำประเทศ เป็นจุดนัดพบของเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมหรือ SMEs ผู้ผลิต ผู้ให้บริการและเป็นศูนย์รวมที่นำโครงสร้างทางเทคโนโลยีขั้นสูงและโลจิสติกส์มารวมไว้เพื่ออำนวยความสะดวกได้อย่างครบวงจรโดยการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC ของ Lazada เป็นการตอกย้ำถึงจุดยืนและเพิ่มบทบาทให้กับ Lazada และ Alibaba ในประเทศไทยมากขึ้น รวมถึงยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่รองรับเทคโนโลยีล่าสุดควบคู่กับการบ่มเพาะผู้ประกอบการยุคใหม่โดยเฉพาะ SMEs และกลุ่ม Startup ให้มีศักยภาพและความพร้อมในการทำธุรกิจดิจิทัลที่สอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

นอกจากนี้ Lazada ยังมีแผนที่จะร่วมมือเพื่อส่งเสริมความแข็งแกร่งด้านอีคอมเมิร์ซให้กับ SMEs ไทยในอนาคตอีกหลายโครงการ อาทิ การร่วมงานกับกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์ในการจัดโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพทางอีคอมเมิร์ซที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ SMEs พร้อมสร้างโอกาสให้ SMEs ได้รับประสบการณ์จากโปรแกรมการพัฒนาของต่างประเทศมากขึ้น อาทิ การส่ง 5 สุดยอดผู้ค้าออนไลน์จาก Lazada ประเทศไทย เพื่อเข้าร่วมเวิร์คช็อปกับอาลีบาบา แคมปัส ณ เมืองหางโจว ประเทศจีน เมื่อปีที่ผ่านมา หรือ การร่วมมือกับบริษัท ไปรษณีย์ไทยเพื่อยกระดับระบบการขนส่งและโลจิสติกส์ โดยเฉพาะในพื้นที่ต่างจังหวัดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอีคอมเมิร์ซ เป็นต้น



เทคโนโลยีเปลี่ยนโลก

21 เหตุการณ์ที่จะเกิดในทศวรรษหน้า

ในยุคที่ใครๆ ก็พูดถึงแต่เรื่อง 4.0 ไม่ว่าจะเป็นประเทศไทย 4.0 คนไทย 4.0 Industry 4.0 Financial 4.0 Government 4.0 และอีกหลายๆ 4.0 จุดสำคัญล้วนเกิดจากการเตรียมตัวเข้าสู่ยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด หรือที่หลายๆ คนเรียกว่าเป็นเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก (Disruptive Technology) ซึ่ง World Economic Forum ได้ออกรายงานมาฉบับหนึ่งเมื่อเดือนกันยายน ปี 2558 ชื่อว่า “Deep Shift Technology Tipping Points and Societal Impact” โดยในรายงานดังกล่าวได้แสดงผลการสำรวจเหตุการณ์สำคัญที่คาดว่าจะเกิดขึ้น 21 เหตุการณ์ (Tipping Points) จากผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจำนวน 816 คน ผู้เขียนจึงขอนำ 21 Tipping Points เรียงตามลำดับเวลาที่คาดว่าจะเกิดมานำเสนอแก่ท่านผู้อ่าน ดังนี้

2018	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
- Storage for All	- Robot and Services	- The Internet of and for Things - Wearable Internet - 3D Printing and Manufacturing	- Implantable Technologies - Big Data for Decisions - Vision as the New Interface - Our Digital Presence - Governments and the Blockchain - A Supercomputer in Your Pocket	- Ubiquitous Computing - 3D Printing and Human Health - The Connected Home	- 3D Printing and Consumer Products - AI and White-Collar Jobs - The Sharing Economy	- Driverless Cars - AI and Decision-Making - Smart Cities	- Bitcoin and the Blockchain

ปี ค.ศ. 2018 (พ.ศ. 2561)

- การเปลี่ยนแปลงที่ 1 : ที่จัดเก็บข้อมูลฟรีสำหรับทุกคน
- นิยาม : ร้อยละ 90 ของประชากรโลกจะมีที่จัดเก็บข้อมูล (Storage) ฟรีและไม่จำกัดขนาดด้วย

ด้วยราคาของที่จัดเก็บข้อมูล (ไม่ว่าจะเป็น Hard Disk Drive, Cloud Storage ฯลฯ) มีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็วต่อเนื่อง ส่งผลให้ต่อไปบริษัทต่างๆ จะแถมที่เก็บข้อมูลไว้เป็นเสมือนบริการเสริม โดยจะมีการหาประโยชน์จากการโฆษณาแทน

ปี ค.ศ. 2021 (พ.ศ. 2564)

- การเปลี่ยนแปลงที่ 2 : หุ่นยนต์และการบริการ

นิยาม : หุ่นยนต์เภสัชกร (Robotic pharmacist) จะเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในสหรัฐอเมริกา

หุ่นยนต์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างหลากหลายตั้งแต่ภาคการผลิต ภาคการเกษตร การค้าปลีก รวมถึงงานบริการ โดย International Federation of Robotics ประเมินการว่าปัจจุบันมีหุ่นยนต์ทำงานทั้งหมดในโลก 1.1 ล้านตัว และมีแนวโน้มจะเพิ่มและหลากหลายขึ้นเรื่อยๆ การให้หุ่นยนต์ช่วยายตามอาคารก็เป็นสิ่งหนึ่งที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้เร็ว

ปี ค.ศ. 2022 (พ.ศ. 2565)

- การเปลี่ยนแปลงที่ 3 : อินเทอร์เน็ตสำหรับทุกสิ่งและเพื่อทุกสิ่ง (Internet of/for Things)

นิยาม : มีเซ็นเซอร์เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต 1 ล้านล้านตัว

ด้วยราคาของเซนเซอร์ (Intelligent Sensors) จะถูกลงอย่างมากจนสามารถนำมาใช้ได้อย่างแพร่หลายทั้งในการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต การรวบรวม/วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้บริการใหม่ๆ ที่ดีขึ้น ผู้เชี่ยวชาญจึงเชื่อว่าสินค้าทุกอย่างในอนาคตจะถูกเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

• การเปลี่ยนแปลงที่ 4 :

อินเทอร์เน็ตที่สวมใส่ได้ (Wearable Internet)

นิยาม : ร้อยละ 10 ของประชากรโลกจะใส่เสื้อผ้าที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

จากในปี 2015 ที่ได้เกิด Apple Watch หรือนาฬิกาที่เป็นสมาร์ทโฟนเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตแล้ว ต่อไปเสื้อผ้าหรืออุปกรณ์แต่งกายอื่นๆจะถูกฝังชิปเพื่อให้เกิดการสื่อสารกับผู้สวมใส่ได้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการจัดการสุขภาพ การป้องกันอุบัติเหตุ หรือให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เป็นต้น

• การเปลี่ยนแปลงที่ 5 :

พิมพ์ 3 มิติ กับการผลิต (3D Printing and Manufacturing)

นิยาม : รถยนต์ที่ถูกพิมพ์ 3 มิติคันแรกจะเกิดขึ้น

3D Printing หรือ Additive manufacturing คือเทคนิคการเติมวัตถุที่ต้องการทีละเล็กละน้อย จึงทำให้สามารถที่จะผลิตงานที่ยุ่งยากและซับซ้อนได้มากขึ้น (จากเดิมที่การสร้างแบบใช้การตัด เจาะ กลึง ซึ่งมีความจำกัดจากขนาด) ดังนั้นในท้ายที่สุดแล้วเมื่อเครื่องพิมพ์ 3 มิติ สามารถใช้ได้กับวัสดุต่างๆ เช่น พลาสติก อลูมิเนียม สแตนเลส อลัลลอย เซรามิก ในราคาที่ถูกลงและไวขึ้นเรื่อยๆ จะทำให้โรงงานมีการใช้ 3D Printing กันอย่างกว้างขวางในทุกชิ้นงาน

ปี ค.ศ. 2023 (พ.ศ. 2566)

• การเปลี่ยนแปลงที่ 6 : เทคโนโลยีปลูกถ่ายเข้าร่างกาย (Implantable Technologies)

นิยาม : จะมีการปลูกถ่ายโทรศัพท์มือถือเข้าสู่อวัยวะในร่างกายการค้าไม่เพียงการสวมใส่ แต่ต่อไปอุปกรณ์เชื่อมต่อต่างๆ จะถูกฝังลงในร่างกายทั้งเพื่อประโยชน์ทางสุขภาพ การวิเคราะห์พฤติกรรม และการสื่อสาร อาทิ เครื่องช่วยฟังและเครื่องช่วยคุมจังหวะหัวใจที่ทำงานเมื่อเกิดความบกพร่องในร่างกาย ไปจนถึงรอยสักอัจฉริยะที่มีการฝังชิปเพื่อให้กลายเป็นโทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ได้

• การเปลี่ยนแปลงที่ 7 : Big Data สำหรับการตัดสินใจ

นิยาม : ภาครัฐใช้ข้อมูล Big Data แทนที่การทำสำมะโนเป็นครั้งแรก

การสำรวจข้อมูลแบบเดิมๆ จะยุ่งยากและไม่ทันการณ์ต่อไปการใช้เทคโนโลยีจัดการ Big Data ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อ

การวิเคราะห์ จะมีความรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้น ทำให้รัฐจะนำมาใช้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ “ทันที”

• การเปลี่ยนแปลงที่ 8 : การมองเห็นที่เชื่อมต่อได้ (Vision as the New Interface)

นิยาม : ร้อยละ 10 ของแว่นตาสามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้

Google Glass เป็นจุดเริ่มต้นของเรื่องนี้ โดยต่อไปแว่นตาจะถูกใส่เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อให้กลายเป็นแว่นตาอัจฉริยะ โดยเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ต่างๆ และตอบสนองกับข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏได้ เช่น การนำทาง การรับคำแนะนำและตอบสนองต่อสินค้า/บริการ หรือแม้กระทั่งช่วยผู้พิการให้ตอบสนองสิ่งรอบตัวได้

• การเปลี่ยนแปลงที่ 9 : ตัวตน

ดิจิทัลของเรา (Our Digital Presence)

นิยาม : ร้อยละ 80 ของคนทั้งหมดจะมีตัวตนดิจิทัลในโลกอินเทอร์เน็ต

จากปัจจุบันที่โลกมีโทรศัพท์สมาร์ทโฟนกว่า 2 พันล้านเครื่องและมีบัญชีผู้ใช้งาน Facebook กว่า 1,400 ล้าน

บัญชี การเชื่อมต่อของโลกในอนาคตจะส่งผลให้ชีวิตดิจิทัลของเราต้องเชื่อมโยงกับชีวิตจริงอย่างเลี่ยงไม่ได้ ทำให้คนเราจำเป็นต้องคำนึงถึงการวางตัวตนในโลกดิจิทัล ทั้งการสื่อค้น การแชร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น การหาและการถูกค้นหาหรือแม้แต่การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงระดับโลก



• การเปลี่ยนแปลงที่ 10 : รัฐบาลและบล็อกเชน (Blockchain)

นิยาม : รัฐบาลจัดเก็บภาษีผ่านบล็อกเชนเป็นครั้งแรก สำหรับท่านผู้อ่านบางท่านที่ไม่เคยได้ยินคำว่า Blockchain มาก่อนนะครับ Blockchain คือ เทคโนโลยีที่ช่วยทำธุรกรรมหรือและเปลี่ยนข้อมูลอย่างปลอดภัย น่าเชื่อถือ โดยไม่ต้องอาศัยคนกลาง นักภาพปกติในปัจจุบันที่เราต้องอาศัยตัวกลางอย่าง

ธนาคาร หรือบริษัทบัตรเครดิตต่างๆ แต่โดยเทคโนโลยี Blockchain เป็นรูปแบบการเก็บข้อมูล ที่ทำให้ข้อมูล Digital Transaction ของแต่ละคนสามารถแชร์ไปยังทุกคนได้ เป็นเสมือนห่วงโซ่ ที่ทำให้ Block ของข้อมูลลิงก์ต่อไปยังทุกๆ คน โดยที่ทราบว่าใครเป็นเจ้าของและมีสิทธิในข้อมูลนั้นจริงๆ ซึ่งเทคโนโลยีนี้ถือว่าเป็นโอกาสและภัยคุกคามต่อรัฐบาลของแต่ละประเทศ เนื่องจากยังไม่ถูกกำกับหรือควบคุมโดยธนาคารกลาง ทำให้รัฐไม่สามารถใช้นโยบายทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อีกทางหนึ่งถือว่าเป็นโอกาสสำหรับการจัดเก็บภาษีแบบใหม่ๆ ผ่านทาง Blockchain เอง

• **การเปลี่ยนแปลงที่ 11 :** ซุปเปอร์คอมพิวเตอร์ในกระเป๋า (A Supercomputer in Your Pocket)

นิยาม : ร้อยละ 90 ของคนทั้งหมดจะมีสมาร์ทโฟนใช้ จากข้อมูลปี 2013 ร้อยละ 28 ของประชากรโลกมีสมาร์ทโฟนใช้ และคาดการณ์ว่าในปี 2023 จะมีถึงร้อยละ 90 ที่มีสมาร์ทโฟนใช้ (ในปัจจุบันในบางประเทศก็มีสัดส่วนสมาร์ทโฟนเกินร้อยละ 90 ของประชากรอยู่แล้ว อาทิ สิงคโปร์ เกาหลี และสหรัฐอเมริกา อิมิเรต) โดยสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มที่จะถูกลบและมีประสิทธิภาพสูงขึ้นจากในอดีตมาก (ตัวอย่างเช่น Iphone 4 ปี 2010 มีความเร็วเทียบเท่ากับซุปเปอร์คอมพิวเตอร์ Cray-2 ปี 1985) ดังนั้นเชื่อว่าในอนาคตทุกคนจะสามารถซื้อหาสมาร์ทโฟนราคาถูกมาใช้ในการส่วนตัวได้



ปี ค.ศ. 2024 (พ.ศ. 2567)

• **การเปลี่ยนแปลงที่ 12 :** การคำนวณมีได้ทุกหนทุกแห่ง (Ubiquitous Computing)

นิยาม : ร้อยละ 90 ของคนทั้งหมดสามารถเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตได้

เช่นเดียวกับเรื่องสมาร์ทโฟนที่คนส่วนใหญ่จะมีใช้ ในอนาคตการเข้าสู่อินเทอร์เน็ตจะไม่ใช่ว่าเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้วอีกต่อไป แต่จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ (ปัจจุบันประชากรโลกที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ร้อยละ 43)

• **การเปลี่ยนแปลงที่ 13 :** การพิมพ์ 3 มิติ และสุขภาพมนุษย์ (3D Printing and Human Health)

นิยาม : เกิดจากการถ่ายอวัยวะ โดยใช้โดเทียมที่เกิดจากการพิมพ์ 3 มิติ เป็นครั้งแรก

ไม่เพียงการพิมพ์ 3 มิติ สำหรับสินค้าทั่วไป แต่จะมีการพิมพ์ 3 มิติในชิ้นส่วนของมนุษย์ได้โดยเรียกว่าเป็น “การ



พิมพ์ทางชีว (Bio-Printing)” เช่น การพิมพ์กระดูกเทียม การพิมพ์หัวใจเทียม หรือไตเทียม เป็นต้น

• **การเปลี่ยนแปลงที่ 14 :** บ้านที่เชื่อมต่อได้ (The Connected Home)

นิยาม : มากกว่าร้อยละ 50 ของการจราจรทางอินเทอร์เน็ตทั้งหมด (Internet traffic) จะเกิดจากการส่งข้อมูลกันระหว่างอุปกรณ์เครื่องใช้ในบ้าน บ้านในอนาคตจะกลายเป็นบ้านฉลาด (Smart Home) คือ อุปกรณ์ในบ้านจะสามารถส่งสัญญาณติดต่อกัน โดยเจ้าของบ้านสามารถควบคุมและปรับปรุงให้เป็นไปตามพฤติกรรมที่ต้องการได้ ทำให้เกิดความสะดวกรวดสบาย และเกิดการให้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ปี ค.ศ. 2025 (พ.ศ. 2568)

• **การเปลี่ยนแปลงที่ 15 :** การพิมพ์ 3 มิติ และสินค้าอุปโภคบริโภค (3D Printing and Consumer Products)

นิยาม: ร้อยละ 5 ของสินค้าอุปโภคบริโภคถูกพิมพ์จากเครื่องพิมพ์ 3 มิติ

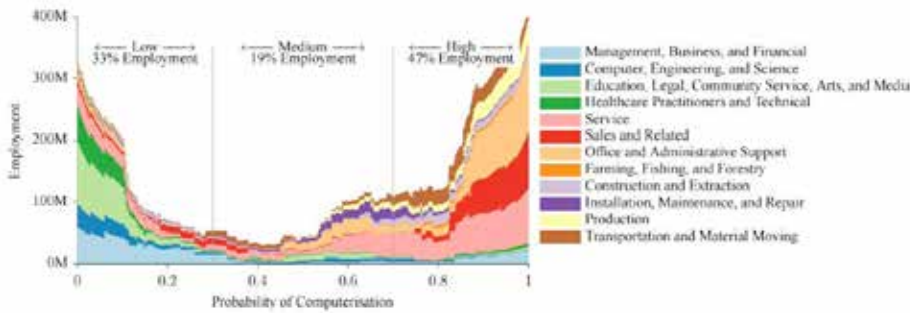
ทั้งนี้ในปี 2014 มีเครื่องพิมพ์ 3 มิติ 133,000 เครื่อง (เพิ่มขึ้น 68% จากเมื่อปี 2013) โดยการใช้งานหลักในปัจจุบันจะเป็นเรื่องการผลิตสินค้าต้นแบบ การทดสอบแนวคิด และตัวอย่างสินค้า เป็นต้น โดยเมื่อเครื่องพิมพ์ 3 มิติ มีการนำมาใช้มากขึ้นและมีราคาถูกลง ต่อไปอาจกลายเป็นอุปกรณ์สามัญประจำบ้านหรือสามัญตามชุมชนที่สามารถสั่งพิมพ์แล้วมารับสินค้าได้โดยสะดวก ซึ่งจะเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจากเดิมที่จำเป็นต้องซื้อสินค้าจากร้านค้าเป็นหลัก

• **การเปลี่ยนแปลงที่ 16 :** ปัญญาประดิษฐ์และงานออฟฟิศ (AI and White-Collar Jobs)

นิยาม : ร้อยละ 30 ของงานตรวจบัญชี (corporate audits) ถูกทำโดยปัญญาประดิษฐ์

ในอนาคตปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) จะเข้ามาแทนที่งานที่มีรูปแบบชัดเจน และมีการทำซ้ำได้ ซึ่งผลการศึกษาของ Oxford Martin School ประเมินการว่างานในสหรัฐอเมริกา ปี 2010 มีความเสี่ยงสูงถึงร้อยละ 47 ที่จะถูกแทนที่โดย AI ในเวลา 10-20 ปีข้างหน้า

Figure 5: Distribution of US Occupational Employment* over the Probability of Computerization



• การเปลี่ยนแปลงที่ 17 : เศรษฐกิจแบ่งปัน (The Sharing Economy)

นิยาม : การเดินทาง/ท่องเที่ยวทางรถทั่วโลกจะเกิดจากรถเช่าแบ่งปัน (Car Sharing) มากกว่ารถยนต์ส่วนตัว

เศรษฐกิจแบ่งปันมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เริ่มต้นจากรูปแบบง่ายๆ เช่น การแบ่งปันความรู้ (Google) การแบ่งปันสินค้าที่ไม่ใช้งาน (ebay) จนกลายเป็นรูปแบบการนำทรัพย์สินที่มีมาเก็บค่าเช่าในช่วงที่ไม่ได้ใช้งานอย่าง Airbnb (น่านน้ำหรืออพาร์ทเมนต์มาให้เช่าในลักษณะคล้ายโรงแรม) หรือ Uber (ที่นำรถส่วนตัวออกมาใช้หาเงินสร้างรายได้แทนที่จะปล่อยทิ้งไว้เฉยๆ ให้เป็นการะทางการเงิน) และด้วยเทคโนโลยี/แอปพลิเคชันมือถือต่างๆ ที่ก้าวหน้าและมีการใช้งานมากยิ่งขึ้น จะมีการนำทรัพย์สินหรือสิ่งของที่มีมาแบ่งปันมากยิ่งขึ้น โดยเศรษฐกิจแบ่งปันก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทั้งฝั่งผู้เช่าซึ่งเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าต้องซื้อ และฝั่งผู้แบ่งปันที่ได้นำทรัพยากรที่มีหารายได้แทนการทิ้งๆ ไว้เฉยๆ นั่นเอง

ปี ค.ศ. 2026 (พ.ศ. 2568)

• การเปลี่ยนแปลงที่ 18 : รถไร้คนขับ (Driverless Cars)

นิยาม : ในสหรัฐอเมริกา จะมีรถไร้คนขับถึงร้อยละ 10 ของรถยนต์ทั้งหมด

ปัจจุบันมีรถไร้คนขับต้นแบบแล้วจากค่าย Google และ Audi รวมทั้งอยู่ระหว่างการพัฒนาของค่ายรถยนต์เกือบทุกค่าย ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีพัฒนา และมีปริมาณการผลิตเพิ่มมากขึ้น จะทำให้มีรถไร้คนขับในเชิงพาณิชย์เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้รถไร้คนขับถือว่าเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม เนื่องจากลดการปล่อยมลพิษและลดการจราจรติดขัดลงได้มาก (ท่านผู้อ่านลองนึกถึงสภาพคนขับรถในกรุงเทพฯ ที่มีวินัย ไม่ปาดซ้ายปาดขวา แต่วิ่งด้วยความเร็วที่เหมาะสมและไม่มีความสนใจดูสื่อบริการ ว่าการจราจรจะดีขึ้นและมลพิษที่ปล่อยออกมาจะลดลงได้ขนาดไหน)

• การเปลี่ยนแปลงที่ 19 : ปัญญาประดิษฐ์และงานตัดสินใจ (AI and Decision Making)

นิยาม : แต่งตั้งปัญญาประดิษฐ์เป็นกรรมการบริหาร (Corporate Board of Directors) เป็นครั้งแรกด้วย AI สามารถจัดการกับข้อมูลจำนวนมากและซับซ้อนได้ดี ทำให้ในอนาคต AI จะสามารถหาข้อสรุปในการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่มี หรือผลที่เคยเกิดขึ้นในอดีตได้ง่ายและรวดเร็ว จึงเป็นไปได้ที่จะเห็นการนำ AI มาช่วยตัดสินใจในการบริหารองค์กร

• การเปลี่ยนแปลงที่ 20 : เมืองฉลาด (Smart Cities)

นิยาม : เกิดเมือง (มีประชากรมากกว่า 50,000 คน) ที่ไร้ไฟฟ้าจนเป็นครั้งแรก

เมืองฉลาดในอนาคตจะมีอุปกรณ์เซนเซอร์ติดไว้กับสิ่งต่างๆ เพื่อให้มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด อาทิ การจราจร การจัดเก็บขยะ แสงสว่างอัจฉริยะ การให้บริการทางสาธารณสุขและการแพทย์ ตลอดจนการใช้พลังงานสะอาดในเมือง ซึ่งถูกคาดหวังว่าจะยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างสังคมที่ดี และลดปัญหาอาชญากรรมในเมืองลงอีกด้วย

ปี ค.ศ. 2027 (พ.ศ. 2570)

• การเปลี่ยนแปลงที่ 21 : บิตคอยและบล็อกเชน (Bitcoin and the Blockchain)

นิยาม : ร้อยละ 10 ของ GDP โลกถูกจัดเก็บโดยเทคโนโลยีบล็อกเชน

ปัจจุบันมีปริมาณการใช้ Bitcoin (ที่ใช้เทคโนโลยี Blockchain) อยู่ประมาณ 20,000 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือประมาณ 0.025% ของ GDP โลก (ที่ประมาณ 80 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ) ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีแพร่หลายและได้รับความไว้วางใจมากขึ้น มีแนวโน้มว่าการทำสัญญาต่างๆ จะดำเนินการผ่านเทคโนโลยี Blockchain มากยิ่งขึ้น และเข้าสู่ร้อยละ 10 ของ GDP โลกได้ในปี 2027 เป็นต้นไป

ครบถ้วนแล้วสำหรับ 21 เหตุการณ์ที่จะเกิดในทศวรรษหน้า บางเรื่องได้เกิดขึ้นแล้ว และจะขยายตัวอย่างมากในอนาคต บางเรื่องมีแนวโน้มที่จะเกิด ผู้เขียนหวังว่าท่านผู้อ่านจะได้รับสาระ และสามารถนำไปวางแผนประยุกต์ใช้สำหรับธุรกิจหรืออาชีพของตัวเอง หรือแม้กระทั่งการวางแผนการศึกษาให้บุตรหลานได้ในอนาคตนะครับ

ท้ายที่สุดผู้เขียนขอฝากคำคมจากท่านมหาตมะ คานธีไว้ว่า “The future depends on what you do today.” อนาคตรู้กับสิ่งที่เราทำในปัจจุบัน ถ้าประเทศไทยและตัวเราเองไม่มีการเตรียมพร้อมรับกับสิ่งต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบัน อนาคตที่สวยหรูที่จะเกิดขึ้นในหลายประเทศก็อาจกลายเป็นอนาคตที่น่าสอพลอสำหรับเราได้เช่นกัน ขอพลังอยู่กับท่านผู้อ่านทุกท่านครับ...สวัสดิ์ครับ



• บทความนี้เป็นข้อคิดเห็นส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม



Biz Focus

• เรื่อง : นันทนาพร อธิณมาโบ



ครกศิลาทิพย์ (SILATHIP) เพิ่มค่าครกไทยผ่านช่องทางออนไลน์

‘ครก’ อุปกรณ์สารพัดประโยชน์คู่ครัวไทยที่ทุกบ้านจะต้องมีใช้ประกอบอาหารในอดีตเรามักคุ้นชินกับครกรูปทรงเดิมๆ ที่มีน้ำหนักและการนำไปใช้อย่างเฉพาะตัว แต่ไม่ได้ถูกพัฒนาให้แตกต่างและตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคอย่างหลากหลาย ทำให้ ‘ศิลาทิพย์’ แบรนด์ครกหินที่ดำเนินกิจการมาจนถึงรุ่นที่ 3 ปรับตัว สร้างสรรค์ไอเดียใหม่ๆ ที่เพิ่มมูลค่าให้ครกธรรมดาโดดเด่นไม่เหมือนใคร

จุดเริ่มต้นของแบรนด์ศิลาทิพย์ (SILATHIP) เกิดขึ้นจากครอบครัวผู้ผลิตครกหินในตำบลอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี ที่เดินทางมากกว่า 70 ปี จนภายหลังได้ย้ายฐานการผลิตมาประจำที่จังหวัดตาก เพราะต้องการวัตถุดิบที่ได้คุณภาพถึงแหล่งกำเนิด ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นหินแกรนิตที่มีเนื้อแข็งแรงที่สุดในประเทศไทย จวบจนเข้ามารวมกลุ่มกับชาวบ้าน ตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 เพื่อเข้าโครงการ OTOP และช่วยเหลือชุมชนให้ชาวบ้านมีอาชีพ ซึ่งปัจจุบันศิลาทิพย์ได้ นายธรา ธราศักดิ์ ทายาทรุ่น 3 ที่เข้ามาสานต่อธุรกิจผลิตครกหินต่อจากรุ่นพ่อแม่และป้า มาดูแลและต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้โดนใจผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ



จุดเด่นของครกศิลาทิพย์ คือ มีครกรูปทรงหลากหลาย ดีไซน์ทันสมัย ใช้วัตถุดิบที่ดี และคำนึงถึงการใช้งานของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมครกหินให้มีประโยชน์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมาจากเสียงสะท้อนในการใช้งาน โดยเฉพาะกรณีสากตักหัก จึงเกิดไอเดียครกรุ่น 'พัก พิง คว่ำ' ออกแบบตัวครกให้มีร่องด้านบนเพื่อใช้ป้องกันการกระเด็นแตก หรือสามารถนำสากมาวางพักด้านข้างครกเพื่อตักของด้านในออกจากครกได้อย่างสะดวก และหากล้างทำความสะอาดเสร็จก็สามารถคว่ำครกแล้วล็อกสากป้องกันการแตกได้ รวมถึงช่วยระบายอากาศทำให้ป้องกันกลิ่นอับชื้นและเชื้อราได้อีกด้วย

นอกจากครกรุ่นพักพิงคว่ำแล้ว ศิลาทิพย์ยังมีรุ่นหิ้วที่พัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง โดยออกแบบให้เป็นร่องสามารถนำเชือกร้อยเข้าไปแล้วทำเป็นหูหิ้วสำหรับถือสามารถขนย้ายได้สะดวก หรือนำไปเป็นของฝากผู้ใหญ่และขยายฐานผู้บริโภคคนรุ่นใหม่ที่กำลังหลงใหลในวิถีชีวิต

ปัจจุบันศิลาทิพย์มีผลิตภัณฑ์ครกตั้งแต่ทรงโบราณไปจนถึงทรงโมเดิร์นให้เลือกมากกว่า 10 แบบ เช่น ทรงกะลา กระบอก เหลี่ยม สับปะรด ดอกไม้ เป็นต้น โดยมีกำลังการผลิตโดยเฉลี่ย 5 นิ้ว ประมาณ 400 ลูก/เดือน ไซส์เล็ก ขนาด 2.5-4 นิ้ว ประมาณ 800 ลูก/เดือน สนนราคาตั้งแต่ 120-1,000 บาท นอกจากนี้ยังรับผลิตตามออเดอร์ที่ลูกค้าต้องการด้วยและยังนำเศษวัสดุไปพัฒนา

สู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เปลือกหน้าครกใช้ทำกระถางต้นไม้ ทำเป็นผนังห้อง ปากครกกับส่วนกันที่ติดออกนำไปทำเป็นเชิงเทียน แม้แต่เศษผงหรือวัสดุที่เหลือก็นำมาทำเป็นเครื่องประดับได้เช่นกัน

โดยผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นเป็นงานแฮนด์เมดทั้งหมด จัดจำหน่ายในประเทศกว่า 80% และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ www.silathip.com, Facebook: ศิลาทิพย์ ครกหิน ผลิตภัณฑ์จากหิน รวมถึงส่งออกต่างประเทศประมาณ 20% เช่น ส่องกง พม่า ลาว ในผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ จากที่เคยขายส่งเป็นหลัก การพัฒนานวัตกรรมทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมมากขึ้นจนมีลูกค้าขายปลีกและออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งความตั้งใจเหล่านี้ทำให้สามารถคว้ารางวัลระดับประเทศ และได้รับการคัดสรรเป็น OTOP 5 ดาว อีกด้วย



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.manager.co.th/Smes/ViewNews.aspx?NewsID=9590000061514
www.prachachat.net/local-economy/news-86340
www.smethailandclub.com/entrepreneur-2289-id.html



Industry Transformation Center : ITC โครงการปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคต

ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคต (Industry Transformation Center - ITC) จัดกิจกรรมสัมมนาเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และแนวคิด ภายใต้หัวข้อ “ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคต (ITC) กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ” ณ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)



ดร.กฤษณ์ไกร สิริประทีป

ในการสัมมนา ดร.กฤษณ์ไกร สิริประทีป หัวหน้าโครงการศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคตและนักวิจัยอาวุโส หน่วยวิจัยวิศวกรรมชีวการแพทย์ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ได้กล่าวถึงศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคตว่า เป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง 3 กระทรวง คือ กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยสถาบันพลาสติก และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ (MTEC) เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุค 4.0 อย่างมีศักยภาพ



“โครงการนี้เป็นอีกหนึ่งโครงการที่เรากำลังประยุกต์และเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมยุค 4.0 ทุกวันนี้อะไรก็ 4.0 ไปหมด จากการที่มีคลื่นดิจิทัลเข้ามา เราต้องเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงนี้ อย่างไรก็ตาม โครงการ Industry Transformation Center กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมจะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับรูปแบบ เปลี่ยนแปลงกระบวนการในอุตสาหกรรมของไทยร่วมกับกระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงวิทยาศาสตร์ เราดำเนินงานขับเคลื่อนร่วมกันทั้ง 3 กระทรวง อันนี้คือจุดเริ่มต้นของศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคต Industry Transformation Center” ดร.กฤษณ์ไกรพิกกล่าว

ดร.กฤษณ์ไกรพิกกล่าวปิดท้ายว่า ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคตจะเป็นตัวกลางที่คอยสื่อสารให้สังคมได้รับรู้ ขณะนี้เป็นการบูรณาการร่วมกันของ 3 กระทรวง แต่ในอนาคตคาดว่าจะเพิ่มเป็น 4 หรือ 5 กระทรวง โดยจะร่วมมือกันเพื่อทำให้ประเทศไทยและภาคอุตสาหกรรมในประเทศสามารถรองรับความต้องการ อีกทั้งยังช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับทักษะของแรงงานในอุตสาหกรรมของไทยให้มีประสิทธิภาพ



ด้าน **นายบรรณางค์ ศุขสมิติ** รองผู้อำนวยการ ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคต กล่าวว่า ปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทุกอย่างล้วนเกิดขึ้นจากเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงมีผลกับคนมากมาย อาจกล่าว ได้ว่ามีการเกิดลูกโซ่พายุของการเปลี่ยนแปลง

“ทางศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคตจึงมีการ ตั้งเป้าหมายไว้ 4 เรื่อง คือ Matching, Innovate, Fund และ Share ซึ่งการร่วมมือกันของทั้ง 3 กระทรวงนั้น มุ่งเน้นให้คนสามารถทำงานร่วมกับเครื่องจักร เพื่อให้เกิดกระบวนการผลิตที่ครบวงจรจนออกมา เป็นผลิตภัณฑ์ ทางศูนย์ฯ นำเอาเครื่องจักร รวมทั้ง เทคโนโลยีนวัตกรรมเข้ามาช่วยผู้ประกอบการเพื่อให้ สอดรับกับเรื่อง 4.0 ที่เป็นพันธกิจหนึ่งของศูนย์” นายบรรณางค์กล่าว

สำหรับศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมฯ แบ่งออกเป็น 2 โซน คือ อาคารต้นคิด (Ton-Kit Studio) ใช้ สำหรับให้เจ้าของธุรกิจเข้ามาขอคำปรึกษาหรือขอ คำแนะนำกับทางศูนย์ อีกอาคารเป็น อาคารต้นกล้า (Ton-Kla Gallery) อาคารที่ใช้สำหรับการเปิดพื้นที่ เพื่อประชุม และจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ ทั้งนี้การดำเนินงานของศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมฯ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 ถึง เดือนมกราคม 2561 มีผู้เข้าใช้บริการและเข้าเยี่ยมชมศูนย์จำนวน 1,118 คน แบ่งเป็น ภาคการศึกษา 105 คน ภาคเอกชน 463 คน และภาครัฐ 550 คน

สำหรับผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ ท่านใดสนใจเข้าเยี่ยมชมหรือต้องการคำปรึกษาจาก ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมฯ สามารถดูรายละเอียด ได้ที่เว็บไซต์ www.itc.or.th โทร 0 2391 5340 – 43 หรือเข้าไปที่ศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมฯ ซอยตรีมิตร ถนนพระราม 4 แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

งานสัมมนาศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรมสู่อนาคต (ITC) กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ วันที่ 13 มีนาคม 2561 ณ อาคารศูนย์ประชุมอุทยาน วิทยาศาสตร์ประเทศไทย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย จ.ปทุมธานี

Showcase

• เรื่อง : บัณฑิตา ศิริพันธ์



อีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามองในปัจจุบัน คือ ธุรกิจอุปกรณ์ทางการแพทย์ เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สมบูรณ์แบบ นั้นหมายถึงความจำเป็นในการพัฒนาทางด้านการแพทย์ที่จะต้องครอบคลุม และเข้าถึงง่าย อีกทั้งยังถือเป็นการตอบรับแนวคิดประเทศไทย 4.0 ที่มีเครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์เป็นหนึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ที่รัฐบาลให้การส่งเสริม เป็นเหตุให้ ไควิน ชัพพลาย เล็งเห็นข้อได้เปรียบในการทำธุรกิจเกี่ยวกับอุปกรณ์การแพทย์สัญชาติไทยขึ้นมา

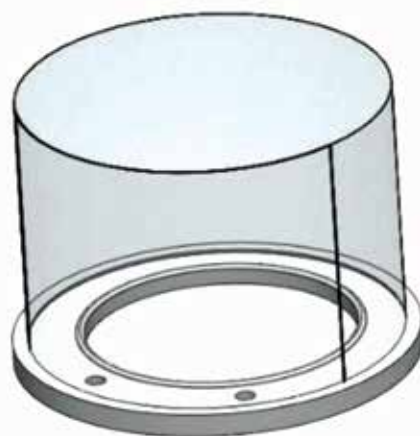
ออกซิเจน อุ่น เครื่องมือแพทย์สัญชาติไทย เดินหน้าสู่อาเซียน

นายกิตติ ไควินท์ กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไควิน ชัพพลาย กล่าวว่า “แนวคิดเริ่มต้นในการทำธุรกิจอุปกรณ์การแพทย์มาจากความคุ้นชินในสายอาชีพ เพราะตนเคยเป็นพยาบาลเวชศาสตร์ได้น้ำ กรมแพทย์ทหารเรือ สังคมประสบความสำเร็จมากกว่า 25 ปี ทำให้มองเห็นปัญหาการใช้งาน รวมถึงการขาดแคลนอุปกรณ์การแพทย์มาโดยตลอด เพราะเดิมทีหน่วยงานต่างๆ จะใช้เครื่องให้ออกซิเจนชนิดครอบศีรษะ (Oxygen Hood) ที่นำเข้าจากต่างประเทศในราคาชิ้นละประมาณ 12,000 บาท อีกทั้งยังไม่มีบริการหลังการขายอีกด้วย ทำให้เมื่อเสียจะต้องซื้อใหม่อย่างเดียว จนเมื่อตนมีโอกาสผันตัวมาทำธุรกิจจึงเกิดแนวคิดการทำอุปกรณ์ให้ออกซิเจนชนิดครอบศีรษะสัญชาติไทย ใช้วัสดุของไทย ผลิตในประเทศไทย เพื่อลดต้นทุนการผลิตขึ้นมา”





อุปกรณ์การให้ออกซิเจนชนิดครอบศีรษะ (Oxygen Hood)



เดินนำธุรกิจด้วยการปรึกษาผู้รู้

เมื่อได้แนวคิดธุรกิจแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งก็ได้นำข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมไว้สำหรับการประกอบธุรกิจเข้าไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญอย่างสถาบันพลาสติก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพราะต้องการที่จะให้ ผลิตภัณฑ์ของตนใช้วัสดุที่ได้มาตรฐาน แต่ก็ต้องมีต้นทุนที่ไม่สูงมาก เมื่อยื่นเรื่องเข้ามาปรึกษาทาง สถาบันพลาสติกจึงได้รับเลือกให้รับทุนสนับสนุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และหลังจากเข้ามาพัฒนา ร่วมกันจึงได้ข้อสรุปในการเลือกใช้พลาสติกเกรด เครื่องมือการแพทย์มาใช้เป็นวัสดุหลัก อีกทั้ง ยังปรับปรุงคุณสมบัติ เพิ่มวิสัยทัศน์ในการมองเห็น ผ่านแผ่นฟิล์มที่คลุมศีรษะของผู้ป่วยและพัฒนา เซฟตี้วาล์ว (Safety Valve) ที่จะช่วยให้ผู้ป่วยสามารถ หายใจได้ในช่วงเวลาที่หมวกยุบตัวลง จากการ พัฒนาร่วมกับสถาบันพลาสติกทำให้ลดต้นทุนลง ได้ 2-3 เท่าตัวเมื่อเทียบกับราคานำเข้าเหลือเฉลี่ย เพียงชิ้นละ 5,000 บาท



เพิ่มความมั่นใจด้วยมาตรฐานการบริการ

อีกหนึ่งปัญหาที่พบคือ การใช้เครื่องให้ออกซิเจน ชนิดครอบศีรษะที่นำเข้าจากต่างประเทศจะไม่มีบริการ หลังการขาย โควิน ชัพพลายจึงอุดหนุนวันนี้โดยการแตกไลน์ ให้บริการรับบำรุงห้องปรับความดันบรรยากาศตามสถานพยาบาลต่างๆ แผนต่อมาก็คือ การรับจ้างสร้างห้องปรับความดันบรรยากาศให้กับโรงพยาบาล เพราะปัจจุบันบริษัท ต่างประเทศจะเป็นผู้รับเหมา ซึ่งมีต้นทุนสูงถึงประมาณ 10 ล้านบาท แต่ถ้าเราสามารถสร้างเองได้จะช่วยลดต้นทุนได้ถึงครึ่งต่อครึ่ง

พัฒนาผลิตภัณฑ์ แดกไลน์สู่อาเซียน

กลุ่มเป้าหมายหลักของ โควิน ชัพพลาย คือ หน่วยงานภาครัฐต่างๆ เช่น กรมแพทย์ทหารเรือ เป็นต้น ซึ่งถือว่ายังไม่แพร่หลายเป็นที่รู้จักมากนัก ในป็นนี้ทางโควิน ชัพพลาย มุ่งเน้นทางด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยปัจจุบันอยู่ในกระบวนการร่วมมือกันกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในการทำมาตรฐาน ISO 13485 ด้านเครื่องมือแพทย์ระดับอาเซียนให้สำเร็จ เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายการใช้ผลิตภัณฑ์นอกห้องความดันอากาศในรถกู้ชีพ กรณีผู้ป่วยที่ประสบอุบัติเหตุอยู่ในสภาวะติดเชื้ในทางเดินหายใจ หรือสภาวะพร้อมออกซิเจน การใช้เครื่องให้ออกซิเจน ชนิดครอบศีรษะจะทำให้การรักษาเป็นไปได้ง่ายขึ้น

เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 13485 แล้วถือเป็นการเพิ่มโอกาสทางด้านการตลาด รวมไปถึงการขยายตลาดไปยังประเทศอาเซียนได้ ซึ่งเครื่องให้ออกซิเจนชนิดครอบศีรษะ ถือเป็นเครื่องมือการแพทย์ที่จำเป็น เพราะช่วยรักษาได้หลากหลายโรค อาทิ อาการเจ็บป่วยจากการดำน้ำ โรคติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจ หูดับเฉียบพลัน แผลติดเชื้อ ฯลฯ



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

โควิน ชัพพลาย

22/2 หมู่ 2 ตำบลบางป่า อำเภอบางน้ำจืด จังหวัดราชบุรี 70000

โทร. 08 1905 5533, 08 9200 6639

อีเมล kitti73um3@hotmail.com

Young Happy สื่อสังคมออนไลน์ผู้สูงอายุ

ธุรกิจสตาร์ทอัพต้นแบบ



จากแนวโน้มการเพิ่มจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นกว่า 10% ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา และคาดว่าภายในปี 2568 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ หรือมีสัดส่วนผู้สูงอายุเกิน 60 ปีมากกว่า 20% นั้นเอง ซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน โดยเฉพาะพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุในสังคม ปัจจุบันที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการดำเนินชีวิต Young Happy สื่อสังคมออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ จึงถูกสร้างขึ้นด้วยไอเดียของสตาร์ทอัพสัญชาติไทย เพื่อช่วยแก้ปัญหาสังคมให้กับผู้สูงอายุควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงผู้สูงอายุและเทคโนโลยีให้เกิดความเข้าใจและนำไปปรับใช้ได้อย่างรู้เท่าทัน โดยในปีที่ผ่านมาภายในงาน Thailand Industry Expo 2017 - Thailand Industry 4.0 : One Transformation, Thousand Opportunities ที่ทางกระทรวงอุตสาหกรรมจัดขึ้น Young Happy ก็เป็นหนึ่งในธุรกิจสตาร์ทอัพต้นแบบที่เข้าร่วมแสดงผลงานในโซน Creative and Innovation Entrepreneur โซนที่รวมสินค้าและบริการด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่โดดเด่น ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงานอย่างเนืองแน่น



นายธนกรณ์ พรหมยศ Co-Founder Young Happy เปิดเผยว่า ในปัจจุบันเหตุผลหลักๆ ที่ทำให้ผู้สูงอายุสนใจเล่นโซเชียลมีเดียเป็นเพราะอยากพูดคุยกับครอบครัว โดยเฉพาะลูกหลานเพื่อคลายความคิดถึง และเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนวัยเดียวกัน แต่ด้วยอุปสรรคด้านการเรียนรู้ของผู้สูงอายุที่อาจต้องใช้ระยะเวลาในการทำความเข้าใจในการใช้งานเทคโนโลยีและโซเชียลมีเดีย การไม่กล้าปรึกษาหรือขอความช่วยเหลือด้านการใช้เทคโนโลยีกับคนในครอบครัว หรือความวิตกกังวลในช่วงเวลาว่างหลังเกษียณอายุ ฯลฯ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนขัดขวางการใช้งานโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุ จึงเปิดตัวธุรกิจเพื่อสังคม Young Happy ขึ้นบนแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ได้แก่ เว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก และแอปพลิเคชันที่รองรับได้ทั้งระบบ Android และ IOS ภายใต้คอนเซ็ปต์ High Touch to High Tech โดยเน้นการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ให้ตอบโจทย์พฤติกรรม ความต้องการ และการใช้งานของผู้สูงอายุ ให้ครอบคลุม เหมาะสม อีกทั้งยังสะดวกต่อลักษณะการใช้งานของแต่ละบุคคล

โดยเนื้อหาหลักของ Young Happy ว่าด้วยเรื่ององค์ความรู้ครบวงจรสำหรับผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าสังคม ประโยชน์ด้านสุขภาพ การดูแลตัวเองในชีวิตประจำวัน ด้วยข้อมูลที่เข้าใจง่าย มีขั้นตอนอย่างละเอียดพร้อมภาพประกอบที่สามารถทำตามได้ทันที มีฟีเจอร์สำหรับช่วยเหลือผู้สูงอายุและบริการ Call Center

เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน รวมถึงยังเป็นการสร้างคอมมูนิตี้ออนไลน์ซึ่งมีการจัดกิจกรรมหรือเวิร์คช็อปต่างๆ ให้ผู้สูงอายุที่สนใจเข้าร่วมเพื่อพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ อาทิ การสอนใช้งานมือถือ การสอนตัดต่อคลิปวิดีโอ เป็นต้น ตลอดจนการวางแผนวางแนวทางการสร้างงานอดิเรกที่สามารถต่อยอดสู่การสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ อาทิ การสอนวิธีการชงกาแฟจากคอร์ส Happy Job ซึ่งจัดทำหลักสูตรเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ ที่เน้นการเรียนการสอนที่เข้าใจง่าย ไม่เร่งรีบ ผู้ที่ไม่มีพื้นฐานมาก่อนก็สามารถเรียนได้ และเมื่อจบหลักสูตรยังได้รับใบ Certificate เพื่อนำไปสมัครงานหรือสามารถเปิดร้านตัวเองได้ ทำให้แม้ผู้สูงอายุจะอยู่บ้านคนเดียวก็สามารถคลายความเหงาและดำเนินชีวิตได้อย่างมีคุณค่า สนุกสนาน และสามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างมีความสุขด้วยเนื้อหาสาระประโยชน์ต่างๆ จาก Young Happy นั่นเอง



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.facebook.com/younghappyse
www.younghappy.org
www.digitalagemag.com
www.posttoday.com

Development

• เรื่อง : นุชเนตร จักรกลม

กสอ. ดัน วัน อินเตอร์เนชั่นแนล เจ้าของแบรนด์ชุดชั้นในสตรี “เวียนนา” พลิกโฉมธุรกิจด้วยดิจิทัลรูปแบบ B2B บน Alibaba.com

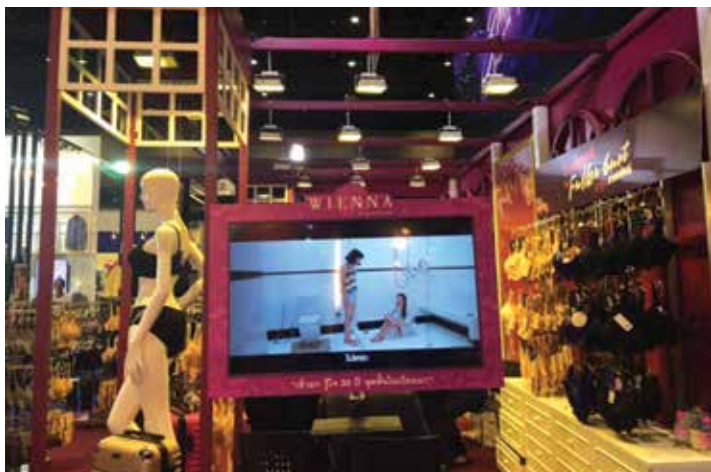


บริษัท วัน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด หนึ่งในบริษัทฯ ภายใต้เครือสหกรูป ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อ 9 เมษายน 2530 โดยใช้ชื่อ บริษัท วัน จำกัด ก่อนจะเปลี่ยนเป็น บริษัท วันอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เมื่อปี 7 ที่ผ่านมามีวิสัยทัศน์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์คุณภาพเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคอย่างซื่อสัตย์และมีคุณธรรม รวมทั้งมุ่งมั่นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ สร้างความสุข ความพึงพอใจ และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับลูกค้า สมาชิก และสังคมให้ดียิ่งขึ้น ผ่านระบบสมาชิกและขายตรงโดยผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทฯ ได้แก่ ชุดชั้นในสตรีแบรนด์เวียนนา ที่มีจุดเด่นเรื่องคุณภาพของวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิต การตัดเย็บที่สนองตอบสรีระของผู้สวมใส่ที่แตกต่างกัน ตลอดจนการบริการจากทีมงานผู้เชี่ยวชาญ ร่วมด้วยผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสตรี และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในครัวเรือนทั้งหมดกว่า 500 รายการ อาทิ เสื้อผ้าเครื่องสำอาง เครื่องประดับ อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สินค้าอุปโภค จักรเย็บผ้าแบรนด์ดังจากประเทศญี่ปุ่นจากโนเม และจักรเย็บผ้าอลูน่า ฯลฯ

จากอุดมการณ์ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรมทันสมัยให้ได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้ามาตลอด 30 ปี ส่งผลให้ ‘เวียนนา’ ครองตำแหน่งผู้นำอุตสาหกรรมชุดชั้นในระบอบขายตรงของเมืองไทย ที่มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันบริษัทฯ ทำการตลาดผ่านระบบสมาชิกใน 2 กลุ่มธุรกิจหลัก คือ 1. กลุ่มธุรกิจชุดชั้นในและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามสตรี ได้แก่ ชุดชั้นในเวียนนา, เลอวีต้า ฟรีเว และเบสซีเล็คชั่น 2. กลุ่มธุรกิจจักรเย็บผ้าและงานฝีมือ ได้แก่ จักรเย็บผ้าจากโนเม่และจักรเย็บผ้าเอลน่า โดยมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งมากกว่า 300,000 รายทั่วประเทศ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มสมาชิกผู้ใช้สินค้าและกลุ่มสมาชิกธุรกิจ อีกทั้งยังขยายไลน์ธุรกิจส่งออกสินค้าไปยังประเทศต่างๆ อาทิ สิงคโปร์, ฮองกง, จีน, มาเลเซีย ฯลฯ

และเพื่อให้ตอบโจทย์การแข่งขันในยุคปัจจุบัน บริษัท เวียน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้เปิดเผยแผนการขับเคลื่อนธุรกิจของชุดชั้นในสตรีเวียนนาในเชิงรุกตามยุทธศาสตร์ 4.0 โดดเน้นกลยุทธ์ด้านดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง แบบครบวงจรที่ครอบคลุมทุกช่องทาง เพื่อปรับภาพลักษณ์แบรนด์ ให้ทันสมัยมากขึ้นทั้งด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งจะเป็นการต่อยอดความแข็งแกร่งด้านการตลาด และขยายโอกาสการเติบโตเพิ่มขึ้น ด้วยการพัฒนา Mobile Application ชื่อ Wieanna ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางซื้อขาย อัปเดตสินค้าใหม่ บอกโปรโมชั่น สิทธิพิเศษ ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ผ่านแอปฯ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการติดตามข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว รวมถึงแคมเปญ Vienna





Drop Ship ที่เน้นการสร้างโอกาสใหม่ทางธุรกิจภายใต้คอนเซ็ปต์ “ไม่มีเงินทุนก็รวยได้-ยิงโพสต์ยิงได้ ยิงโพสต์ยิงรวย” เพียงแค่มีโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ฯลฯ ก็สามารถทำธุรกิจร่วมกับเวียดนามได้ โดยการโพสต์รูปผลิตภัณฑ์สวยๆ ของเวียดนามและข้อมูลสั้นๆ ผ่านช่องทางของตนเอง เมื่อมีออเดอร์ก็สามารถมาสั่งซื้อสินค้าได้ ซึ่งเป็นช่องทางการขายรูปแบบใหม่ที่ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก ไม่ต้องลงทุน ไม่ต้องกักตุนสินค้า ลดอัตราเสี่ยงในการทำธุรกิจ ซึ่งเหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่ยินยอมซื้อ-ขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์

นอกจากนั้นในปีที่ผ่านมา บริษัท วีน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ยังสามารถคว้ารางวัลชนะเลิศจาก กิจกรรมส่งเสริม SMEs ทำธุรกิจในรูปแบบ B2B ผ่านเว็บไซต์ Alibaba.com ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพ SMEs ด้วยระบบ Digital โดยสำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นโครงการต่อเนื่องที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการค้าที่มีประสิทธิภาพด้วยการประยุกต์ใช้ระบบ e-Commerce ผ่านเว็บไซต์ Alibaba.com ด้านคุณสมบัติของ SMEs ที่เข้าร่วมโครงการจะต้องเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในภาคการค้าการผลิตภายใต้ 13 สาขาอุตสาหกรรมที่กำหนดไว้ มีที่ตั้งของสำนักงานชัดเจนอยู่ในบริเวณกรุงเทพ-ปริมณฑล และสามารถตรวจสอบได้ และหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรม บริษัท วีน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ได้คะแนนรวมจากการทำ RFQ, การจัดทำ Mini Site และการ Log-In เข้าดู Inquiry จากผู้ซื้อ ทำให้ครองตำแหน่งผู้ชนะและได้เดินทางไปเยี่ยมชมสำนักงานใหญ่ของ Alibaba ณ เมืองหางโจว สาธารณรัฐประชาชนจีน และนำองค์ความรู้ตลอดจนประสบการณ์ที่ได้รับมาปรับใช้ในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ที่มีศักยภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนเว็บไซต์ Alibaba.com



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

บริษัท วีน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
ชอยเจริญราษฎร์ 7 แยก 15 ถนนพระราม 3 แขวงบางโคล่
เขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร 10120
โทร. 0 2689 8520
เว็บไซต์ www.wien.co.th

4 นวัตกรรมสตาร์ทอัพสัญชาติไทย คว้าโอกาสด้วยดิจิทัล

ปัจจุบันประเทศไทยมีธุรกิจหลากหลายแขนง การแย่งชิงโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคจึงสำคัญ ซึ่งสิ่งที่กำลังได้รับความนิยม คือ การใช้แอปพลิเคชันและเว็บไซต์ต่างๆ เป็นสื่อกลางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการบริการที่ถึงสะดวกและเข้าถึงง่าย และจะยิ่งน่าสนใจ หากมีการให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์และแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์



PharmaSafe

ตัวช่วยสำหรับผู้รักสุขภาพ

แอปพลิเคชันในหมวดของการให้ความรู้และช่วยเหลือ กับระบบช่วยแจ้งเตือนการรับประทานยาผ่านทางโทรศัพท์มือถือ รวมถึงเก็บข้อมูลประวัติการใช้จ่ายยาทำให้ผู้ใช้งานลดการเกิดปัญหาทานยาผิดหรือไม่ตรงเวลา **นายจักรโกศลยวัตร** ผู้ก่อตั้งแอปพลิเคชันและซีอีโอของ PharmaSafe กล่าวว่า “PharmaSafe คือ ชุมชนการใช้อย่างปลอดภัย ที่มีระบบเชื่อมต่อข้อมูลจากโรงพยาบาล เพื่อแจ้งเตือนการรับประทานยาได้อย่างถูกต้องตรงตามเวลา อีกทั้งยังช่วยให้เห็นรูปของยาเพื่อป้องกันการผิดพลาดและเก็บข้อมูลเอกสารประวัติการใช้จ่ายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ข้อมูลประวัติการแพ้ยา ยาที่มีผลข้างเคียงตลอดจนการตรวจสอบยาที่ได้รับ ว่าถูกต้องหรือไม่ แสดงยอดยาคงเหลือ ผู้บริโภคจะสามารถ

ใช้บริการแอปพลิเคชันได้ก็ต้องเข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลที่ร่วมมือกับ PharmaSafe เท่านั้น ซึ่งตอนนี้เริ่มต้นที่แรกที่โรงพยาบาลค่ายสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา”

ทางด้านการพัฒนาธุรกิจตั้งเป้าไว้ว่าภายในปี 2561 จะมีกลุ่มผู้ใช้บริการอยู่ที่ประมาณ 200,000 ราย และ 1 - 2 ปีข้างหน้า จะก้าวสู่การเป็นผู้นำระบบส่งข้อมูลดูแลการใช้ยาของผู้ป่วย รวมถึงเป็นแอปพลิเคชันแนะนำการใช้ยาที่ดีที่สุดของประเทศ และจะผลักดันการขยายธุรกิจไปในตลาดต่างประเทศด้วย PharmaSafe จึงถือเป็นแอปพลิเคชันน้องใหม่ที่น่าสนใจไม่น้อย ด้วยรูปแบบการให้บริการที่เน้นการให้ข้อมูล แสดงตัวว่าเป็นผู้ช่วยคนสำคัญของคุณและสามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้ฟรี

Haupcar

เดินทางสะดวกด้วยคาร์แชร์ริง

ผู้ให้บริการคาร์แชร์ริงรายแรกของประเทศไทย นำเสนอผ่านเทคโนโลยีแบบใหม่ที่จะทำให้การให้บริการรถเช่ามีความสะดวกและคล่องตัวมากขึ้น จัดเป็นสตาร์ทอัพในกลุ่ม Mobility Tech ของไทยที่มีความโดดเด่นในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์



นายสโรช บุญศิริพันธ์ ผู้ร่วมก่อตั้งและ Chief Strategy Officer ของ Haupcar เปิดเผยว่า “Haupcar เป็นผู้ให้บริการคาร์แชร์ริงรายแรกของประเทศไทย โดยใช้เทคโนโลยีการควบคุมต้นทุนการจัดการรถผ่านการใช้โมบายแอปพลิเคชัน ในการจองรถและส่งกุญแจรถให้โดยเจ้าหน้าที่ ซึ่งตั้งแต่เปิดให้บริการมา มีการจองมากกว่า 2,300 ครั้ง คิดเป็นระยะเวลาที่รถให้บริการมากกว่า 2 หมื่นชั่วโมง มีระยะทางขับที่รวมมากกว่า 200,000 กิโลเมตร และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง”

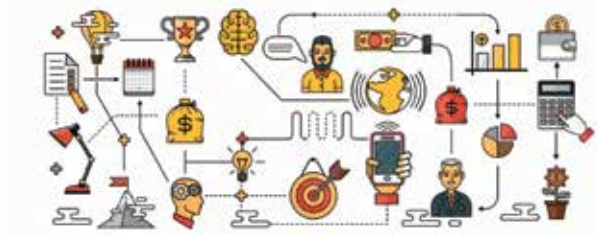
ซึ่งเหตุผลหลักที่ทำให้คุณสโรชเลือกทำธุรกิจนี้คือการมองเห็นความต้องการในอนาคต เนื่องจากประเทศไทยกำลังมีการพัฒนาทางด้านคมนาคม ก่อให้เกิดสายรถไฟฟ้ากว่า 10 สาย การเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น จึงอาจส่งผลต่อพฤติกรรมของคนในเมืองที่เปลี่ยนไป ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องซื้อรถยนต์ แต่ในทางกลับกันความจำเป็นในการใช้งานรถยนต์ยังคงอยู่ ทำให้นวัตกรรมคาร์แชร์ริงสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมได้เป็นอย่างดี เพราะผู้บริโภคเลือกใช้บริการได้ตามวัน เวลาที่ต้องการ รวมถึงเลือกรถยนต์ตามประเภทการใช้งานได้อย่างดี

Borihan.com

ครบเครื่องเรื่องธุรกิจ

จับธุรกิจด้วยการมองจุดอ่อนของธุรกิจเป็นกลยุทธ์ที่ นายณัฐภูมิ รัฐขยากร กรรมการผู้จัดการกลุ่มบริษัท นิวสเปคทีฟ หยิบยกนำมาใช้ในการสร้างเว็บไซต์บริหารหอพัก (www.borihan.com) โปรแกรมช่วยบริหารธุรกิจครอบคลุมทุกอย่างภายในเว็บไซต์ ทั้งระบบการบริหารหน้าร้าน หลังร้าน โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นเหล่าผู้ประกอบการ SMEs ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ รวมถึงคนที่กำลังเริ่มต้นสร้างธุรกิจทั้งแบบกลุ่มและคนเดียว ถือเป็นผู้ช่วยสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการ

เริ่มต้นธุรกิจ ... ต้องบริหารจัดการระบบอะไรบ้าง?



borihan.com

ธุรกิจลดต้นทุนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสามารถทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งการวางแผนธุรกิจอย่างรอบครอบ ตลอดจนจัดการบัญชี จัดการรายรับรายจ่าย และวางแผนภาษี ครบครันในเว็บไซต์เดียว สร้างความมั่นใจให้แก่องค์กรพร้อมเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการยุค 4.0



Seekster

แม่บ้าน-ช่างแอร์ บริการที่ใช้สำหรับคุณ

นายชัชชาติ จรรย์วัฒนาภิจ ผู้ร่วมก่อตั้ง Seekster เปิดเผยว่า บริษัท มีรูปแบบธุรกิจเป็นแพลตฟอร์มสำหรับการหาผู้ให้บริการดูแลสิ่งของหรือทรัพย์สิน ทั้งบ้าน คอนโดมีเนียม ออฟฟิศ พร้อมทั้งยังมีบริการแม่บ้านที่จะเข้าไปทำความสะอาดให้แกผู้ที่สนใจใช้บริการ รวมถึงยังมีบริการช่างซ่อมแอร์ให้บริการด้วย โดยผู้ที่สนใจสามารถเข้าไปใช้บริการผ่านทั้งแอปพลิเคชัน Seekster หรือ เว็บไซต์ www.seekster.co จะจองการใช้บริการล่วงหน้าหรือใช้บริการทันทีก็ได้เช่นกัน ปัจจุบันมีขอบเขตการให้บริการภายในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในส่วนของความปลอดภัยระบบมีการตรวจสอบข้อมูลคัดกรองประวัติของกลุ่มผู้ที่เข้ามาให้บริการเป็นอย่างดี เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะไม่มีปัญหาในการใช้บริการ ซึ่งถือเป็นจุดเด่นอีกอย่างหนึ่งรวมถึงค่าบริการที่ถูกลงเมื่อเทียบกับการจ้างพนักงานประจำ ทำให้บริการแม่บ้านและช่างแอร์ของ Seekster ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในอนาคตมีการเตรียมความพร้อมที่จะขยายการให้บริการเพิ่มขึ้นเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าออฟฟิศ และกลุ่มลูกค้าแบบปี๊บเป็นลำดับต่อไป



Knowledge

• เรื่อง : พงษ์นภา กิจโมภพ



www.thuengay.vn

ก้าวทันเทรนด์ Digital Marketing

ยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาททุกอย่างรอบๆ ตัวต่างมีการเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการตลาดที่แต่ละองค์กรต่างต้องปรับตัวเข้าสู่ Digital Marketing เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถก้าวทันเทคโนโลยี อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคเข้าสู่โซเชียลมีเดียของคนในปัจจุบัน ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องปรับตัวและก้าวตามให้ทันกับความต้องการของคนในยุคดิจิทัล คอลัมน์ Knowledge ฉบับนี้จึงนำ 7 เทรนด์ Digital Marketing มาฝากกัน

- **ผู้นำทางความคิด** จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เนื่องจากการเข้ามาของสื่อโซเชียลมีเดียและสังคมออนไลน์ต่างๆ ผู้บริโภคจึงเลือกที่จะเชื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดด้านต่างๆ เช่น บล็อกเกอร์รีวิวสินค้าตามเพจเฟซบุ๊กหรือวิดีโอบน YouTube ซึ่งแบรนด์สามารถใช้ประโยชน์จากบุคคลเหล่านี้ได้ด้วยการจ้างเขียนรีวิว และการส่งสินค้าให้บล็อกเกอร์ที่มีชื่อเสียงได้ทดลองใช้และมีการบอกต่อนั่นเอง

- **สร้างประสบการณ์จากสมาร์ทโฟน** ในอดีต SMS เป็นเพียงการส่งข้อความสั้นๆ เพื่อกระตุ้นกิจกรรมทางตลาดเท่านั้น แต่ปัจจุบัน SMS ถูกพัฒนาให้สามารถจับตำแหน่ง (Location) ของผู้บริโภคที่เข้ามาในร้าน โดยจะมี SMS นำเสนอสินค้า ส่วนลดไปยังผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคคนนั้นๆ ไม่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกของร้าน

- **ผู้บริโภคสนใจวิดีโอมากขึ้น** การทำโฆษณาในประเภทวิดีโอ นับเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมและความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมาก นักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญและสร้างสรรค์วิดีโอเพื่อทำการตลาดให้กับแบรนด์ แต่ต้องคำนึงว่าวิดีโอที่ดีจะต้องมีความยาวไม่เกิน 1.30 - 2.00 นาที ต้องมีคำบรรยายประกอบคำพูด ภาพต้องมีความหลากหลายและมีความครอบคลุมกับเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารกับผู้บริโภค



- **บริการดีมีแต่คุ้ม** แม้ว่าเทคโนโลยีที่เข้ามาจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการและคาดหวังนั้นคือ การบริการที่ดีจากแบรนด์ทั้งการให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า คำแนะนำ นับเป็นการสร้างความประทับใจที่ดีให้กับผู้บริโภคได้ไม่น้อย

- **การเข้ามามีบทบาทของสมาร์ทโฟน** การทำงานและการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ต่างต้องมีเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนเข้ามามีบทบาท ทั้งการทำธุรกรรมทางการเงิน อย่างธนาคารไทยพาณิชย์มี SCB Easy แม่ฉันทิ ธนาคารกสิกรไทยมี K Plus แอปพลิเคชันเหล่านี้ต่างจะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าเพื่อให้ซื้อขายคล่อง

- **ตัวเลขและการเก็บข้อมูลกลับมา** ในปีนี้ นักการตลาดจะเริ่มมีการนำตัวเลขต่างๆ มาวิเคราะห์และทำการวัดผลการทำงานของการประชาสัมพันธ์แบรนด์ ทำให้นักครีเอทีฟทางต้องคิดและสร้างสรรค์คอนเทนต์ต่างๆ เพื่อนำมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจากตัวเลขเหล่านี้



- **ใช้การโปรโมตผ่านเว็บไซต์** การตลาดดิจิทัล นับเป็นการตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง และเป็นโอกาสดีของเว็บไซต์โฆษณาที่ถูกออกแบบให้สามารถเข้าถึงข้อมูล การบริการโดยเว็บไซต์โฆษณาเหล่านี้จะได้คำตอบแทนจากการลงโฆษณาสินค้าของแบรนด์เช่น Google Adwords เมื่อผู้บริโภคทำการค้นหาสินค้าหรือบริการหนึ่งๆ โฆษณาสินค้าและบริการของแบรนด์ที่ซื้อโฆษณาผ่าน Google Adwords นั้นจะปรากฏขึ้นมาเป็นอันดับแรก

เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในภาคธุรกิจมากขึ้น นักการตลาดรวมทั้งบุคลากรขององค์กรต้องพร้อมที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถดำเนินไปพร้อมๆ กับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเฉกเช่นเดียวกับเทคโนโลยี 7 เทรนด์ Digital Marketing เพื่อวางแผนกลยุทธ์และเสริมความแข็งแกร่งให้กับองค์กร



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.thestandard.co/8-marketing-and-advertising-trends-2018

www.cgdigitalacademy.com

Biz Trends

• เรื่อง : พงษ์นภา กิจโมกข์



www.posarte.com.br

ปัญญาประดิษฐ์เปลี่ยนโลก e-Commerce

ปฏิเสธไม่ได้ว่า เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) หรือ AI เป็นเทคโนโลยีที่น่าจับตามองที่สุดในขณะนี้ ซึ่งปัจจุบัน AI ถูกนำมาใช้ประโยชน์กับธุรกิจในการเก็บข้อมูล (Big Data) เพื่อตอบสนองการใช้งานของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น โดยคาดการณ์ว่าภายในปี ค.ศ. 2020 ผู้บริโภคกว่า 85% จะซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่ามนุษย์ด้วยตนเอง

ในต่างประเทศ AI ถูกนำมาใช้ในหลายวงการ ยกตัวอย่าง Fukoku Mutual Life Insurance บริษัทประกันภัยในประเทศญี่ปุ่น ปลดพนักงานกว่า 30 คน แล้วนำระบบ AI มาทำงานด้วยการคำนวณค่าเบี้ยประกันในแต่ละกรมธรรม์ โดยระบบ AI สามารถคำนวณดอกเบี้ยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากกว่า 30%

อีกทั้งยังสามารถคืนทุนที่ทางบริษัทฯ ลงทุนสร้างระบบไป 200 ล้านบาท ได้ภายในระยะเวลา 2 ปี

AI พลิกวงการ e-Commerce

ทุกวันนี้ธุรกิจ e-Commerce เป็นธุรกิจที่หลายคนหันมาให้ความสนใจทั้งตัวเจ้าของธุรกิจเอง หรือแม้กระทั่งผู้บริโภค ซึ่งที่น่าสนใจในขณะนี้คือ วงการ e-Commerce ต่างใช้ระบบ AI เป็นเครื่องมือช่วยเก็บข้อมูลและพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค โดยสรุปได้ว่า AI ใช้การวิเคราะห์และประมวลผลจากข้อมูล ดังนี้

- เพิ่มประสิทธิภาพการขาย AI เป็นระบบที่นำมาประยุกต์เข้ากับการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและผู้บริโภค โดยผู้บริโภคสามารถใช้ AI ในการหาข้อมูล



และคำตอบได้เองอัตโนมัติ ระบบ AI จะทำการประมวลผลความต้องการและเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคได้ทันที โดยที่ไม่ต้องใช้พนักงานขายสินค้า

- ใช้ภาพเพื่อค้นหา AI ถือเป็นตัวช่วยให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้าหรือสิ่งที่ต้องการได้โดยการใช้รูปภาพ เพียงอัปโหลดภาพสินค้าที่ต้องการลงไป ระบบจะทำการประมวลผลหาสินค้าที่มีความคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับภาพที่ผู้บริโภคใช้ค้นหาจากสี รูปร่าง ขนาด เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างง่ายและรวดเร็ว

- อ่านใจผู้บริโภค AI ทำการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน หรือการวิเคราะห์ความต้องการผ่าน

Dwell Times ระบบ AI สามารถคาดการณ์พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคได้ โดยจะทำการประมวลผลว่า ผู้บริโภคมีความสนใจในสินค้าชนิดนี้ หลังจากนั้นเมื่อ ผู้บริโภคเข้าใช้เว็บไซต์ออนไลน์อีกครั้ง อาจเห็นสินค้านั้นๆ ที่เคยค้นหาขึ้นโชว์อยู่บนเว็บไซต์ จึงเป็นประโยชน์ ต่อแบรนด์ในการเสนอขายสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

นับว่าเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI เป็นเครื่องมือที่จะช่วยส่งเสริมการขายให้กับวงการ e-Commerce ได้ไม่น้อย นอกจากนี้ยังถือเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรนั้นๆ และช่วยสร้างประสบการณ์ใหม่ในการใช้บริการให้กับผู้บริโภค ทำให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนับว่า AI เป็นประโยชน์ต่อ e-Commerce อย่างมากเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในยุคที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างในปัจจุบัน



ขอขอบคุณข้อมูลจาก

www.atimesdesign.com/

Photosne - WordPress.com Photosne



www.anzarshopping.com

Good Governance

• เรื่อง : ปาณกิพย์ เปลี่ยนโมฟ์

การยอมแพ้ของกิเลส

www.photosne - wordpress.com

องค์ประกอบของมนุษย์

ตัวตนคนเรานั้นประกอบด้วยร่างกายกับจิตใจ ร่างกายประกอบด้วยธาตุหยาบ 4 อย่าง คือ ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม และธาตุไฟ ธาตุทั้งสี่ต้องรวมกันได้สัดส่วน ถ้าไม่ได้สัดส่วนโรคภัยไข้เจ็บก็มาเยือน สมัยโบราณการรักษาคอนที่เจ็บไข้ได้ป่วย ทำโดยการสังเกตธาตุทั้งสี่นี้ว่าธาตุไหนกำเริบ ธาตุไหนหย่อน ธาตุไหนวิปริต แล้วก็รักษาตามอาการ

ใจนั้นต่างจากร่างกาย ใจเป็นธาตุละเอียด จับต้องไม่ได้ ไม่อาจเห็นได้ด้วยตาเปล่า เดิมมนุษย์เราก็ไม่มีใครรู้และเข้าใจเกี่ยวกับใจได้ถูกต้อง จนกระทั่งพระสัมมาสัมพุทธเจ้าผู้รู้แจ้งโลกทรงตรัสชัดเจนถึงเรื่องของใจ

กิเลสทำลายใจ

กิเลส คือ สิ่งที่ทำให้ใจเศร้าหมอง ถ้าใจตกอยู่ใต้อำนาจกิเลสจะถูกกิเลสบังคับให้คิดในเรื่องที่ไม่ควรคิด และเปลี่ยนเรื่องคิดจากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่งไม่หยุด ทั้งถึ ทั้งเร็ว ทั้งที่เรื่องเดิมยังคิดไม่จบ ใจจึงมืดลง ล้าง่าย เหนื่อยง่าย

กิเลสเป็นธาตุละเอียดและสกลปรก มันฝังอยู่ในเนื้อใจตั้งแต่วันแรกเกิด ทำให้ใจเศร้าหมองเมื่อมีวัตถุภายนอกมากระทบ มาช่วย ก็เหมือนกับการกวนน้ำให้ขุ่น กิเลสจะกำเริบขึ้นมาทำให้ใจขุ่นมัว อ่อนล้า ทำให้ใจเสียคุณภาพในการเห็น จำ คิด รู้ แล้วมันจะบังคับใจให้คิดในทางไม่ดีตามอำนาจของมัน คือ ทำให้ใจคิดโลภ คิดโกรธ คิดหลง คิดอิจฉาตาร้อน คิดพยาบาท คิดเรื่องที่ไม่ควรคิดทั้งหลาย

เมื่อคนเราเจ็บป่วยและตายไปนั้น กิเลสไม่ได้ตายตามกายไปด้วย มันยังฝังค้างอยู่ในใจตามไปบีบคั้นใจในชาติหน้าต่อไปอีก ด้วยความที่กิเลสมันไม่พราจากใจเลย ใจคนเราจึงคุ้นกับกิเลสเหมือนปลาคุ้นน้ำ นิสสัยอะไรที่ไม่ดีก็คือ

การคุ้นกับกิเลสนั้นมาก ถ้าจะให้เลิกนิสัยที่ไม่ดีสักอย่าง มันจึงทรมานทรมานมาก อยากจะกลับไปทำผิดๆ เหมือนเดิมอีก **การฝึกใจ**

ใจนั้นฝึกให้ดีขึ้นได้และมีศักยภาพฝึกได้ไม่มีขีดจำกัด สิ่งที่ต้องฝึกคือ ฝึกใจให้เป็นสัมมาสมาธิ จะทำให้ใจหยุดคิด สิ่งที่ไม่ควรคิด และใจนั้นยังฝึก ยิ่งสว่าง ยิ่งแจ่มใส ยิ่งสุข ยิ่งสงบ ยิ่งทรงพลัง มีแต่ความชุ่มชื่นเบิกบาน มีพลังที่จะทำความดีเพิ่มขึ้น เมื่อฝึกมากๆ เข้าก็เป็นทางมาแห่งปัญญา **เทคนิคสำคัญในการฝึกสมาธิ**

กว่าที่ใจจะหยุดนิ่งได้ ต้องตะล่อมใจที่คิดซัดส่ายไปมาให้กลับมายุ่งกับเนื้อกับตัวเสียก่อนการผ่อนคลายร่างกายทุกส่วน มีผลให้ใจผ่อนคลายและกลับมายุ่งกับตัว เทคนิคที่สำคัญคือ การหลับตาเบาๆ ให้นั่งตาปิดเพียง 90 เปอร์เซ็นต์

การยอมแพ้ของกิเลส

ทุกข์ภัยทุกชนิดของคนและสัตว์ล้วนเกิดจากการยอมแพ้ต่ออำนาจกิเลสมาชาติแล้วชาติเล่าทั้งสิ้น เมื่อยอมแพ้ก็เลยก่อกรรมทำชั่ว เพราะก่อกรรมทำชั่วก็เกิดทุกข์ การกำจัดกิเลสให้หมดสิ้นได้เด็ดขาด จึงเป็นความสุขและเป็นหน้าที่ที่แท้จริงของทุกคน ไม่มีใครทำแทนกันได้เป็นกิจที่ทุกคนต้องทำด้วยตัวเอง เพื่อตัวเอง สมาธิที่เราเริ่มฝึกในวันนี้ จะมีผลบั่นปลายมาถึงตรงนี้ เมื่อเรายังไม่ถึงผลบั่นปลายก็เพียงรวนขวายทำกันต่อไป วันหนึ่งก็จะทำได้ตามพระสัมมาสัมพุทธเจ้าผู้เป็นพระบรมครูของเรา



Book Corner

• เรื่อง : สุพรรณ พุทธสุขะ

การออกไปลงทุนในต่างประเทศของประเทศไทย : ผลกระทบและนโยบายที่พึงมี

ผู้เขียน : ธนะพงษ์ โพธิ์ปิติ

รหัส : IV 3 ก601

หนังสือเล่มนี้ได้รวบรวมงานวิจัยภายใต้ชุดโครงการการศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ ขาออกของประเทศไทย ที่มุ่งเน้นศึกษาถึงผลกระทบของการออกไปลงทุนในต่างประเทศต่อภาคการผลิต และภาคส่วนต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจรวมถึงนโยบายการส่งเสริมการออกไปลงทุนในต่างประเทศที่เหมาะสมกับประเทศไทย



การออกไปลงทุนในต่างประเทศของประเทศไทย : การวิเคราะห์รายภาคธุรกิจและระดับสถานประกอบการ

ผู้เขียน : กรกรณ์ ชีวะตระกูลพงษ์

รหัส : IV 3 ก602

เกี่ยวกับการออกไปลงทุนในต่างประเทศในมิติของการศึกษารายภาคธุรกิจและการศึกษาการออกไปลงทุนในระดับสถานประกอบการโดยเป็นการรวบรวมงานวิจัยภายใต้ชุดโครงการ “การศึกษาเงินลงทุนทางตรงระหว่างประเทศขาออกของประเทศไทย”



เตือนภัยลงทุนใน AEC

ผู้เขียน : ปัญญาสิริ จรุงโกศล

รหัส : E 330 ต57

วันนี้กระแสการลงทุนใน AEC แรงมาก จนแทบจะกลายเป็นแฟชั่นที่หลายคนสนใจและต้องการจะเข้าไปลงทุนทว่าเหรียญมีสองด้านเสมอ วันนี้เราคุ้นเคยกับเหรียญเพียงด้านเดียวจนลืมไปว่าอีกด้านหนึ่งเป็นเช่นไร เตือนภัยลงทุนใน AEC จึงเป็นหนังสือที่จะเตือนนักลงทุนหรือผู้ที่สนใจที่จะไปลงทุนใน AEC ให้ลองใช้สติพิจารณาให้ดีอย่าเพียงมองโลกสวยแต่ให้มองตามความเป็นจริง



สูตรลับรวยหุ้น ทำคุณให้รวย :

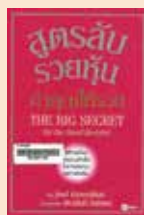
The Big Secret for the Small Investor

ผู้เขียน : Joel Breenblatt

ผู้แปล : ชัชวรินทร์ สันติเดช

รหัส : E 45 ข58

สูตรลับหุ้น ทำคุณให้รวย” เป็นหนังสือลงทุนที่อ่านง่าย ไม่ทำให้ปวดหัว ที่สำคัญคือ เป็นวิธีการที่นักลงทุนตัวเล็กๆ ทุกคนสามารถนำไปใช้ได้ แม้ชื่อหนังสือดูเหมือนจะบอกเคล็ดลับ หรือสูตรลับในการลงทุน แต่เมื่อเปิดอ่านข้างในแล้ว กลับเป็นหลักวิชาการบนพื้นฐานของ “วิโอ” หรือ “การลงทุนเน้นมูลค่า” แนวทางการลงทุนสวนกระแสที่ทำให้ วอร์เรน บัฟเฟตต์ กลายเป็นอภิมหาเศรษฐีอันดับต้นๆ ของโลก ไม่ว่าคุณจะเป็นนักลงทุนมือใหม่หรือมือเก่า รับรองได้ว่าจะได้รับประโยชน์จากเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้แน่นอน



แกะรอยหยักสมอง 2 : รู้เรื่องลงทุน

ผู้เขียน : ภาววิทย์ กลิ่นประทุม

รหัส : E 45 ภ55

คือการกลับมาของซีรีส์ “แกะ” ที่สร้างยอดขายถล่มทลาย รวบรวมเรียบเรียงใหม่ แกะเพิ่มท้ายบทอีก 60 บท บวก 7 เคล็ดลับการทำธุรกิจรุ่นใหม่ เนื้อหาในเล่มจะพาคุณผู้อ่านขยับขา ก้าวก่อนที่จะคุณจะตกขอบโลก โลกเปลี่ยนไปแล้ว และเช่นกันรูปแบบการลงทุนก็เปลี่ยนไปแล้ว ที่สำคัญกว่าก็คือ “ชีวิตกับการลงทุนผูกพันกันมากขึ้น” หนังสือเล่มนี้อธิบายเรื่องต่างๆ ตรงนี้ได้เป็นอย่างดี ก่อนหน้านี้ “แกะรอยหยักสมอง” เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในวงการนักลงทุน “หุ้น” แต่ในตอนนี้ “แกะรอยหยักสมอง” โดนสร้างใหม่ให้เหมาะกับการอ่านของทุกๆ คน ทุกวงการ ด้วยแนวคิดที่ว่า “หนังสือชุดนี้ไม่ได้เป็นหนังสือเฉพาะกลุ่ม” แต่เป็นแนวคิดที่ใช้ได้กับทุกคนที่ดำรงชีพอยู่ในโลกยุคใหม่



รวยหุ้นแบบ VI ไม่เสี่ยง

ผู้เขียน : คณิต นิยมลัษณ์รัตน์

รหัส : E 45 ร54

รายละเอียดเกี่ยวกับการสอนลงทุนง่ายๆ อธิบายด้วยภาพและการ์ตูน แนวคิดลงทุนหุ้นให้รวยระยะยาวอย่างง่าย



หุ้นพลิกชีวิต

ผู้เขียน : สุภาพงษ์ นิลเกษ

รหัส : E 45 ส57

หนังสือเล่มนี้แนะนำการซื้อขายหุ้นเป็นอาชีพเสริมหรืออาชีพหลัก เป็นการลงทุนทางธุรกิจง่ายๆ เพื่ออิสรภาพทางการเงินอย่างมีความสุข โดยใช้แนวคิดในการหาหุ้นพลิกชีวิต แนะนำการคัดเลือกหุ้นที่ดี ซื้อหุ้นถูกตัว หุ้นที่เหมาะสมกับคุณ และซื้อหุ้นตัวนั้นถูกเวลา เพียงแค่คุณอ่านหนังสือเล่มนี้จบอย่างเข้าใจและหมั่นฝึกฝน คุณก็สามารถทำกำไรจากตลาดหุ้นได้เป็นกอบเป็นกำอย่างมีความสุขแน่นอน!



ลงทุนคอนโด ไม่ยาก

ผู้เขียน : คณิต นิยมลัษณ์รัตน์

รหัส : I 23 ค581

ลงทุนคอนโด ไม่ยาก” เล่มนี้ จะมาช่วยคุณในการวิเคราะห์เจาะตลาดลงทุนในคอนโด ซื้อง่าย ขายคล่อง กำไรคุ้มค่า เจาะช่องทางตลาดการลงทุนในคอนโดอย่างละเอียด ดีแตกด้วยผลตอบแทนที่แสนคุ้มค่าในอนาคต ด้วยประสบการณ์จาก “มืออาชีพ” ในแวดวงอสังหาริมทรัพย์ ที่จะมาเปิดความท้าทายครั้งใหม่ให้กับนักลงทุนอิสระ



สถานที่สอบถามรายละเอียดและข้อมูลเพิ่มเติม

ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

โทร. 0 2202 4425, 0 2202 4417 หรือ 0 2354 3237

เว็บไซต์ <http://library.dip.go.th>



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรม 2561

☐ สมาชิกเก่า ☐ สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

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

ที่อยู่.....

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

โทรศัพท์..... โทรสาร.....ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....
- ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมอยู่ในระดับใด 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.....
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมมากน้อยแค่ไหน
☐ 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 บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรม
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299
- สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com
- สมัครผ่าน google Form : 

หน่วยงานเครือข่าย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

1 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ 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

4

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

2

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

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

5

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

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

3

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

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

7

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 8

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

6

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

9

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

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

หน่วยงานส่วนกลาง

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

11

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

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

10

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

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

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

เว็บวารสารปรับโฉมใหม่ ! อุตสาหกรรมสารออนไลน์ <http://e-journal.dip.go.th> ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และ
แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ
ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากเก็บข้อมูลดาวน์โหลดได้เลย



สมัครเป็นสมาชิกได้ที่

วารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
สมัครผ่านโทรสารที่หมายเลข 0 2354 3299 หรือ สมัครผ่านอีเมล : e-journal@hotmail.com