



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

อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 54 ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2554

>> ชัยวุฒิ บรรณวัฒน์

ร.ม.อ.อุตสาหกรรม

ยกเครื่อง SMI ด้วยไอทียุคใหม่

Enhancing SMEs Competitiveness Through IT : ECIT

การพัฒนาขีดความสามารถ
ในการแข่งขันอุตสาหกรรมไทย
ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

>> e-Marketplace
ระบบตลาดกลางออนไลน์

โกลด์สตาร์ซอฟต์แวร์

สูตรสำเร็จจากธุรกิจออนไลน์ 100%

>> การนำ Online Social
Network

มาใช้ในการตลาดและธุรกิจ

>> เปิดตัวเศรษฐกิจใหม่
บนโลกออนไลน์

ISSN 0125851-6



9 770125 851009



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

แหล่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และงานบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรณานุกรมเครื่องจักร, ฐานข้อมูลวัตถุดิบ, ฐานข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต, ฐานข้อมูลการออกแบบ, ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้บริการสำหรับ SMEs และผู้สนใจทั่วไป

<http://elearning.dip.go.th>



เว็บไซต์ฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ตของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นแหล่งรวบรวมความรู้ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งผู้สนใจทั่วไปสามารถเข้าไปเรียนรู้เพื่อความเข้าใจในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น เทคนิคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ บัญชี และการเงิน ตลอดจนเทปบันทึกการบรรยายคลินิกอุตสาหกรรม ที่ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเรียนได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

<http://smethai.Com>



ช่องทางการค้าระหว่างผู้ผลิตและซื้อผ่านระบบ e-Catalogue (ระบบสร้างร้านค้าอัตโนมัติ) ซึ่งเปิดโอกาสให้ SMEs สามารถมีร้านค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ฟรี! เพื่อเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายตลาดการค้าให้กว้างยิ่งขึ้นทั้งในและต่างประเทศ โดยระบบ e-Catalogue ได้ถูกออกแบบให้สามารถสร้างร้านค้า (Homepage) ที่ง่ายต่อการใช้ โดยที่ SMEs ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เชิงเทคนิคแต่ประการใด

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 (เชิงสะพานบารามาศิขิ) เขตราชเทวี กทม. 10400

Call Center **1358**

Contents

อุตสาหกรรม

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 54 ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2554

05 Special Talk

ชัยวุฒิ บรรณวัฒน์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม
รมว.อุตสาหกรรม ยกเครื่อง SMI ด้วยไอทียุคใหม่

08 Special Story

กสอ.ปั้นโครงการ ECIT
พัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อธุรกิจ SMEs ภาคการผลิต

14 SMEs Case Study

e-Marketplace
ระบบตลาดกลางออนไลน์

16 SMEs Global Biz

ไทยอินเตอร์แมท
กับการตลาดออนไลน์.....ไร้ข้อจำกัด

19 SMEs Profile

โกลเด้นฮอर्सเซฟตี้
สูตรสำเร็จจากธุรกิจออนไลน์ 100%



22 Market & Trend

ดุสิตเผยโฉมใหม่ Dusit.com
รุกการตลาดออนไลน์

26 Interview

กสอ. จับมือ 7-Catalog
เปิดโลกอีคอมเมิร์ซให้ SMEs

28 SMEs Focus

เปิดตัวเศรษฐกิจใหม่
บนโลกออนไลน์

31 Product Design

เว็บไซต์สรรพสิ่ง ดอทคอม
www.sappasing.com
ขายเอง>ออกแบบเอง>ส่งของเอง>รับเงินเอง

34 Information

การนำ Online Social Network
มาใช้ในการตลาดและธุรกิจ

36 Innovation

www.dip.go.th
เพื่อนคู่คิดมิตรแท้ SMEs

38 Good Governance

6 ทักษะ การทำงานในอนาคต

40 Book Corner



ความแตกต่างระหว่าง E-Marketing / E-Business / E-Commerce

E-Marketing มาจากคำว่า **Electronic Marketing** หรือเรียกว่า “การตลาดอิเล็กทรอนิกส์” หมายถึงการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่ทันสมัยและสะดวกต่อการใช้งาน เข้ามาเป็นสื่อกลาง ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ หรือพีดีเอ ที่ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันด้วยอินเทอร์เน็ต มาผสมผสานกับวิธีการทางการตลาด การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด อย่างลงตัวกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง

ความแตกต่างกันระหว่าง E-Marketing, E-Business และ E-Commerce

E-Marketing นั้นคือรูปแบบการทำการตลาดในรูปแบบหนึ่ง โดยใช้เครื่องมือทางอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือดิจิทัลเข้ามาช่วยในการทำการตลาด แต่ในความหมายสำหรับ **E-Business** หรือ **Electronic Business** นั้น จะมีความหมายที่ใกล้เคียงกับคำว่า **E-Commerce** หรือ **Electronic Commerce** มากกว่า เพียงแต่ความหมายของ E-Business จะมีขอบเขตที่กว้างกว่า โดยหมายถึงการทำกิจกรรมในทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ เรียกว่า “**ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์**” ทั้งการทำ การค้า การซื้อ การขาย การติดต่อประสานงาน

งานธุรการต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสำนักงาน และการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นกระบวนการในการดำเนินการทางธุรกิจที่อาศัยระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (Added Value) ตลอดกิจกรรมทางธุรกิจ (Value Chain) และลดขั้นตอนของการที่ต้องอาศัยแรงงานคน (Manual Process) มาใช้แรงงานจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (Computerized Process) แทน รวมถึงช่วยให้การดำเนินงานภายใน ภายนอก มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และยังเป็น การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้นอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การควบคุมสต็อกและการชำระเงินให้เป็นระบบอัตโนมัติ ดำเนินการได้รวดเร็ว และทำได้ง่าย ลักษณะการนำ E-Business มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ได้แก่

- การเชื่อมต่อระหว่างกัน ภายในองค์กร (Intranet)
- การเชื่อมต่อระหว่างกัน กับภายนอกองค์กร (Extranet)
- การเชื่อมต่อระหว่างกัน กับลูกค้าทั่วโลก (Internet)

วารสารอุตสาหกรรมสาร ได้นำสาระเกี่ยวกับการทำตลาดผ่านระบบออนไลน์ และระบบ Social Networks มาถ่ายทอดเป็นตัวอักษรไว้ในวารสารฉบับนี้ ขอเชิญท่านศึกษาเนื้อหาตามอัธยาศัย

บรรณาธิการบริหาร

อุตสาหกรรมสาร

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

คณะที่ปรึกษา

นายอาทิตย์ วุฒิคะโร

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสุรศิษฐ์ บุญฤกษ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวิมล ศรีเลิศ

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายวิรัตน์ นิลदानวงศ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายสุนท พงษ์ธานี

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

บรรณาธิการอำนวยการ

นางอร ทิฆัมพันธุ์

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลี่ยนโมทิ

กองบรรณาธิการ

นายชูศักดิ์ เอกชน, นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์,
นายวิระพล ผ่องสุภา, นายไพฑูรย์ มะเมี่ยมเมือง,
นางสุรางค์ งามวงศ์, นายธวัชชัย มะกล้าทอง,
นางสาวกนกกริช นฤกุลโรจน์

ฝ่ายภาพ

นายทวีวัฒน์ หล่องกุล, นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์,
นางสมใจ รัตนโชติ, นายธนาธิกร กล้าพัก,
นายสุทิน คณาเดิม, ยิงยง สันติลัคนา

ฝ่ายสมาชิก

นางสาวกัลลิกา ชุมศรี, นางสาวพวรรณ รัตนบุญขลิ,
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด
77/14 หมู่บ้านชลลดา ซ.2 ถนนสายไหม
แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220
โทร. 0 2991 3031-3 แฟกซ์ 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400
สมัครผ่านโทรสาร 02- 354 3299

สมัครผ่านเว็บไซต์

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

“บทความ บทสัมภาษณ์

หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้

เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน

ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป

หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่
ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการ”

สมว.อุตสาหกรรม ยกเครื่อง SMI ด้วยไอทียุคใหม่

ช่วงที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน
SMI ได้รับผลกระทบจากหลายปัจจัย
ทั้งภาวะเศรษฐกิจและภัยธรรมชาติ
การพัฒนาเพื่อเสริมขีดความสามารถ
ในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการอย่างทั่วกระโดด
จึงเป็นแนวคิดหลักของ **นายชัยวุฒิ บรรณวัฒน์**
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม
ซึ่งเป็นที่มาของการจัดตั้ง
“คณะกรรมการขับเคลื่อนการเสริมสร้าง
ขีดความสามารถของอุตสาหกรรม และ SME”
โดยได้มีการทบทวนยุทธศาสตร์การดำเนินงาน
ในปี 2553-2556 เพื่อสร้างประสิทธิภาพ
ในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม
ให้เป็นรูปธรรมโดยเร็ว และระบบไอที
คือตัวตอบโจทยดังกล่าวได้อย่างดี

ที่มาของการนำระบบไอทีเข้ามาเป็น ยุทธศาสตร์สนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs

อีกเพียง 4 ปีเท่านั้น สมาคมประชาชาติ
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะรวมตัวกันกลายเป็น
“ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” (ASEAN
Economic Community: AEC) ที่จะทำให้เกิด
การเคลื่อนย้ายการลงทุน และแรงงานได้
สะดวกมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพการ
ค้า และการลงทุนในระดับภูมิภาค อย่างไรก็ตาม
ก็ตามผลที่ตามมาและยากจะหลีกเลี่ยงคือ
การแข่งขันระหว่างประเทศอาเซียนด้วยกันจะ
สูงมาก และถ้าผู้ประกอบการ SMI (Small and
Medium Industries) ของไทยไม่แข่งพอ ก็อาจ
ได้รับผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจได้ ดังนั้น
เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการแข่งขันของภาค
อุตสาหกรรมให้เป็นรูปธรรมโดยเร็วหรือแบบ
ทั่วกระโดด ผมเชื่อว่าระบบไอทีคือกลไก
สำคัญ นั่นคือที่มาของโครงการ ECIT





แนวคิดหลักและเป้าหมายของโครงการ ECIT

โครงการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Enhancing SMEs Competitiveness Through IT: ECIT) หรือเรียกว่า โครงการ **อีซีไอที** ดำเนินงานมาตั้งแต่ปี 2552 ต่อเนื่องมาถึงปี 2553 ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างดี โดยในปี 2554 นี้ได้พัฒนาต่อยอดระบบไอทีเพิ่มเข้ามาพร้อมขยายขอบข่ายการดำเนินงานให้ครอบคลุมทั่วประเทศ โครงการ ECIT ได้ตั้งเป้าหมายไว้ตั้งแต่แรกเพื่อพัฒนาช่องทางและกระบวนการในการเข้าถึงตลาดผู้ซื้อและคู่ค้าของผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการแข่งขันได้ในตลาดทุกระดับ เพราะที่ผ่านมาการชะลอตัวทางเศรษฐกิจและปัญหาภัยธรรมชาติ ทำให้การผลิตและการส่งออกของผู้ประกอบการในกลุ่มดังกล่าวประสบปัญหามากขึ้น

ที่ผ่านมาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบ้านเราใช้อีโตน้อยนักแค่ไหน

ส่วนมากจะเข้าใจและตระหนักดีว่าระบบไอทีสำคัญเพียงแต่เขาจะรู้สึกว่าการนำระบบไอทีเข้ามาใช้ต้องมีการลงทุน ทั้งคอมพิวเตอร์หรือแรมต่างๆ ต้องซื้อซอฟต์แวร์หรือระบบปฏิบัติการมาใช้ ทั้งในระหว่างการใช้เมื่อเกิดปัญหาก็ยังมีค่าซ่อมแซมอีก ทั้งยุ่งยากและต้นทุนสูงจึงละเลยไม่ค่อยให้ความสนใจนัก หลายคนที่ใช้แล้วก็ถึงกับถอดใจเลิกใช้ แนวคิดหลักของโครงการ ECIT จึงมุ่งเน้นไปที่ การลดภาระของ SMI ให้ใช้ระบบไอทีได้ง่ายขึ้นและครบทุกด้าน

ทราบว่าโครงการนี้มีการทำงานร่วมกับแบบบูรณาการของหลายหน่วยงานด้วย

ถูกต้องครับ โครงการ ECIT พัฒนาและดำเนินการร่วมกันแบบบูรณาการของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยให้แต่ละหน่วยงานทำงานในด้านที่ตนถนัดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพชัดเจน ทั้งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.), สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), ซอฟต์แวร์พาร์ค, ซีป้า, สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย รวมถึง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

โดยมีแนวทางหลักสำคัญที่จะนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มศักยภาพธุรกิจทั้งในด้านการผลิตและการตลาดอย่างครบวงจร

กิจกรรมหรือรูปแบบการส่งเสริมโครงการมีอะไรบ้าง

ภายใต้โครงการดังกล่าว ได้แตกแขนงแนวคิดออกมาในรูปแบบกิจกรรมหลัก 3 กิจกรรม กล่าวคือ 1. กิจกรรมการส่งเสริมระบบ e-Marketplace (การค้าออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต) 2. กิจกรรมการพัฒนาบุคลากรใน SMEs ด้านไอที และ 3. กิจกรรมการพัฒนาและส่งเสริมให้ SMEs ใช้ระบบไอทีในธุรกิจอุตสาหกรรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือ Cloud Computing ซึ่งมีผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็น Data Center ซึ่งเป็นศูนย์กลางของระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ใช้งานไม่ต้องมีระบบคอมพิวเตอร์ใดๆ ทั้งนี้ผู้ให้บริการมีแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายและเสียค่าใช้จ่าย

ระบบ e-Marketplace จะเน้นไปที่ตลาดใด

การส่งเสริมระบบ e-Marketplace เพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ให้แก่อุตสาหกรรมเราจะส่งเสริมทั้งในรูปแบบ B2B (Business to Business) ซึ่งเป็นการค้าแบบค้าส่งซึ่งเป็นระบบที่ทำให้มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ และจะเป็นตัวเชื่อมโยงในการติดต่อกับซัพพลายเออร์ และผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ โดยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่จะได้มีร้านค้าออนไลน์เป็นของตัวเอง เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดเซิร์ฟเวอร์ดังกล่าว นับว่าเป็นการช่วยลดต้นทุนในการแสวงหาคู่ค้า และทำให้ผู้ขายเข้าถึงผู้ซื้อได้กว้างขึ้น

นอกจากนี้ยังต้องมีการเสริมศักยภาพการแข่งขันในตลาดโดยใช้ e-Marketplace ในรูปแบบ B2C (Business to Consumer) ซึ่งเป็นการค้าแบบค้าปลีก ส่วนด้านการเจาะตลาดใหม่ในต่างประเทศจะมีการประสานความร่วมมือจากบริษัทเอกชนที่มีช่องทางการตลาดต่างๆ เข้ามาวางกลยุทธ์ในการทำตลาดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



การเชื่อมต่อกับระบบซัพพลายเชนสามารถทำได้ด้วยหรือไม่

เราคิดทั้งวงจรครับ ระบบนี้จะมี ศูนย์ข้อมูลโลจิสติกส์: LIC (Logistics Info Center) ซึ่งเป็นศูนย์บริการข้อมูลด้านโลจิสติกส์ และสามารถลงจุดแผนที่บน Google Map เพื่อให้ระบบคำนวณระยะทางได้ และสมาชิกสามารถค้นหาผู้ผลิตและผู้ขายสินค้า สนับสนุนผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์และผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ และระบบจัดการรถขนส่งเที่ยวกลับ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนด้านการขนส่ง ลดค่าใช้จ่าย ประหยัดเวลา และช่วยเพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการมากขึ้น ขณะเดียวกันเราจะมุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการให้นำระบบซอฟต์แวร์ ERP (Enterprise Resource Planning) มาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งซอฟต์แวร์ดังกล่าวจะสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการธุรกิจได้ เนื่องจากเป็นระบบที่มีการจัดเก็บฐานข้อมูลทุกอย่างไว้ที่เดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านตลาด บัญชี บุคลากร เป็นต้น



ในปี 2554 นี้มีการพัฒนาซอฟต์แวร์ใหม่เพิ่มเข้ามาบ้างหรือไม่

ล่าสุดโมดูลที่พัฒนาเข้ามาใหม่ในปี 2554 นี้คือการจัดการเรื่องสินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหว หรือ Dead stock ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของทุกอุตสาหกรรม เราก็ได้สร้างระบบ Dead stock Management ผ่านระบบ e-Marketplace ขึ้นมา เพื่อสินค้าตัวนั้นอาจยังเป็นที่ต้องการของบริษัทอื่นๆ ก็เป็นไปได้ ตอนนี้เรากำลังทดลองใช้กับกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ

เรียกว่าโครงการ ECIT ได้รวบรวมสิ่งที่ SMEs จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจไว้หมดแล้ว

ครับ ผมคิดว่าการนำระบบไอทีที่ทรงประสิทธิภาพเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจอุตสาหกรรมนั้น นอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการทำงานได้ง่ายขึ้น ลดต้นทุน และสร้างโอกาสในธุรกิจได้อย่างดี ระบบไอทียังมีความปลอดภัยสูงเพราะสามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับและได้ทันทีทุกเวลา เรียกว่าเป็นการกำจัดจุดอ่อนของ SMI ได้อย่างแท้จริง และหากผู้ประกอบการ SMEs มีการใช้ระบบไอทีมากขึ้น ประเทศไทยก็จะมีคู่แข่งแกร่งด้านอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นเสมือนเกราะป้องกันตัวเองและประเทศจากการแข่งขันในยุคการค้าเสรีได้อย่างดี ■



การหาเครื่องมือเพื่อพัฒนาศักยภาพของ SMEs ให้มีความเข้มแข็งทั้งยังเพิ่มขีดความสามารถของตนเองเพื่อการแข่งขันในโลกการค้าเสรีให้อย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นภารกิจสำคัญที่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ตระหนักถึงและดำเนินการมาตลอดผ่านกิจกรรมและโครงการต่างๆ มากมาย กระทั่งถึงยุคที่โลกก้าวสู่ยุคใหม่ที่ระบบไอทีได้มีบทบาทสำคัญมากขึ้นพอฟๆ กับวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กรเลยทีเดียว



กสอ.ปั้นโครงการ ECIT

พัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อธุรกิจ SMEs
ภาคการผลิต

ECIT PROJECT

Welcome To ระบบตลาดกลางออนไลน์ (e-MarketPlace Portal)



นายวาที พิระวรานุพงศ์ ผู้อำนวยการส่วนบริการสารสนเทศและปรึกษาแนะนำ สำนักยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กล่าวว่า กสอ.ได้ค้นหาเครื่องมือที่จะผลักดันให้ภาคการผลิตระดับกลางและล่างได้พัฒนาตนเองโดยเสริมความแข็งแกร่งเพื่อเป็นรากฐานอุตสาหกรรมให้กับประเทศ ตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม **นายชัยวุฒิ บรรณวัฒน์** และอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม **นายอาทิตย์ วุฒิคะโร** โดยจากการสำรวจที่ผ่านมาพบว่า SMEs มักจะใช้เพียงโปรแกรมออฟฟิศทั่วไปเท่านั้น ทั้งที่ความจริงยังมีโปรแกรมหรือซอฟต์แวร์อีกมากที่สามารถสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเติบโตได้รวดเร็วและแข็งแกร่งด้วย กสอ.จึงได้จัดทำ **โครงการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ** (Enhancing SMEs Competitiveness Through IT: ECIT) หรือเรียกง่าย ๆ ว่า โครงการ อีซีไอที ขึ้น ซึ่งจากผลความ



สำเร็จของการดำเนินโครงการฯ ดังกล่าว กลายมาเป็นตัวแปรที่ถูกกล่าวขานในวงการอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวางอยู่ในขณะนี้

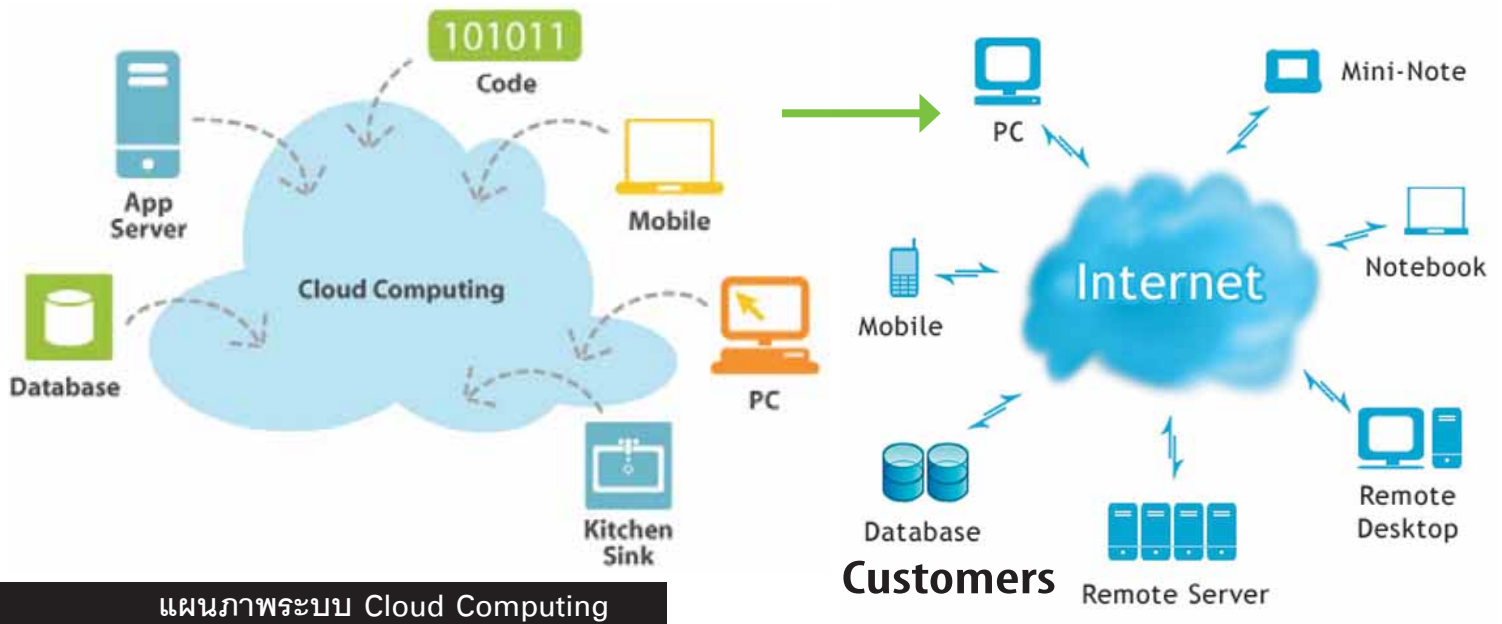
โครงการ อีซีไอที เริ่มตั้งแต่การค้นหาซอฟต์แวร์คนไทย ดีๆ ผลักดันให้เกิดการลงทุนระบบเครือข่ายแบบ Cloud Computing เพื่อทำให้ต้นทุนการใช้ซอฟต์แวร์ถูกลงกว่าเดิมเป็น 10 เท่า ลดความเสี่ยงด้านการลงทุนด้วยเงินสนับสนุนเริ่มแรก รวมไปถึงการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในลักษณะการเป็นพี่เลี้ยงจนถึงการเข้าไปศึกษาปัญหาทุกจุดที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนั้น ยังจัดระบบ e-Business ไปจนถึง e-Marketplace เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ระบบ e-Commerce ในระยะยาว ทั้งจากระบบคอมพิวเตอร์ธรรมดาไปจนถึงระบบ Mobile ที่มีความทันสมัยถือว่าการดำเนินการช่วยเหลือทางด้านไอทีให้กับ SMI ทั้งระบบพร้อมกันทีเดียว ซึ่ง กสอ. ได้มีการวางยุทธศาสตร์ด้านการบริการปัจจัยสนับสนุนให้กับ SMI โดยวางแผนอย่างน้อย 3 ปี และมีแผนระยะยาวรองรับด้วย

รายละเอียดของกิจกรรมหลักเพื่อเสริมความแข็งแกร่งของ SMI ได้แก่

1. การส่งเสริมให้ใช้ซอฟต์แวร์หรือระบบงานไอทีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Cloud Computing: การใช้ระบบไอทีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็น Data Center ซึ่งเป็นศูนย์กลางของระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ใช้งานไม่ต้องมีระบบคอมพิวเตอร์ใดๆ ทั้งนี้ผู้ให้บริการมีแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายและเสียค่าใช้จ่าย) ได้แก่ซอฟต์แวร์ ERP (ERP ย่อ





มาจาก Enterprise Resource Planning เป็นซอฟต์แวร์ด้านการบริหารจัดการในกิจการ ประกอบด้วย โมดูลการผลิต การเงิน การตลาด และงานบริหารบุคคล) และซอฟต์แวร์เชิง เฉพาะ (เฉพาะด้าน) เช่น ซอฟต์แวร์ด้านบัญชี และซอฟต์แวร์บริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการในกิจการ

2. การส่งเสริมให้มีร้านค้าออนไลน์ใน e-Marketplace (ระบบกลางออนไลน์) เพื่อให้ SMI มีเครื่องมือในการบริหารจัดการด้านการตลาดอย่างทันสมัย ในการขายสินค้าแบบ B2B (Business to Business) เป็นการค้าแบบค้าส่ง ซึ่งจะเป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าทางการตลาดมากขึ้น

3. เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร SMI ด้านไอที โดยการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในด้านไอที เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานต่อไป

ในส่วนของขั้นตอนและแผนการดำเนินงานในกิจกรรมต่างๆ ภายใต้โครงการ ECIT มีดังนี้

1. การส่งเสริมให้ใช้ซอฟต์แวร์หรือระบบงานไอทีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Cloud Computing) ได้มีการทำงานและมีการบูรณาการร่วมกัน ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยร่วมกับสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย, ซีป้า และซอฟต์แวร์ปาร์ค ในการคัดเลือกผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ไทยที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกัน กสอ. ทำหน้าที่รับสมัครและคัดเลือก SMI ที่จะนำโปรแกรม ERP และเชิงเดี่ยว มาใช้บริหารจัดการให้มีขีดความสามารถเพิ่มขึ้น สำหรับการทำให้ระบบ Data Center เพื่อรองรับการใช้ซอฟต์แวร์ผ่านเทคโนโลยี Cloud Computing ทางบริษัท ทีโอที

ได้เข้ามาลงทุนและเป็นผู้ดูแลระบบดังกล่าว ซึ่งในการดำเนินงาน ทางผู้ให้บริการซอฟต์แวร์ไทย จะให้การปรึกษาแนะนำและอบรมการใช้ซอฟต์แวร์จนกระทั่ง SMI สามารถไปใช้งานได้จริงแผนภาพระบบ Cloud Computing

2. ระบบกลางออนไลน์ (e-Marketplace) เพื่อส่งเสริมให้ SMI มีร้านค้าออนไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดมากขึ้น โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลระบบ ผ่านเว็บไซต์ www.thaitechno.net ที่มีสินค้าให้เลือกมากกว่า 90,000 รายการ ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าชมและสั่งซื้อสินค้าผ่านทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์และผ่านโทรศัพท์มือถือได้ (เป็นระบบ e-Catalog แสดงรายละเอียดข้อมูลสินค้าอย่างเดียว ไม่มีการจ่ายเงินออนไลน์ เพราะเว็บไซต์นี้เน้นการขายส่ง และการติดต่อสื่อสารระหว่างธุรกิจ B2B) นอกจากนี้ SMI ในระบบกลางออนไลน์ สามารถออกไปเสนอราคาผ่านทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ (3G) ตรงถึงลูกค้าได้ทันที โดยจะมีระบบตรวจสอบความถูกต้องของใบเสนอราคานั้นโดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชีของบริษัทนั้นๆ ได้ และที่สำคัญในเว็บไซต์นี้ มีเจ้าหน้าที่ประสานงานด้านการซื้อ-ขายให้ ทั้งร้านค้าและลูกค้า ในโครงการ ฯ ในเวลาทำการปกติอีกด้วย



ECIT ACTIVITIES

กิจกรรมต่างๆในโครงการที่เป็นประโยชน์แก่ท่าน ▶



1 e-MarketPlace



2 ERP Online Application



3 Training



4 ECIT Activities



3. การพัฒนาบุคลากรใน SMI ให้มีความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้ไอที ในการทำงานเพิ่มมากขึ้น โดยร่วมมือกับ ซอฟต์แวร์พาร์ค ในการจัดหลักสูตรและฝึกอบรม ด้านไอที เพื่อให้พัฒนาความรู้ความสามารถในการใช้ไอทีได้อย่างครบถ้วน ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อกิจการของ SMI ด้วย

สำหรับผลการดำเนินงานของโครงการ ECIT ในปี 2553 ที่ผ่านมา มี SMI ที่เข้าร่วมโครงการทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค (ที่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ต) ซึ่งสามารถสรุปผลงานได้ดังนี้

1. การส่งเสริมให้ใช้ซอฟต์แวร์หรือระบบงานไอทีผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Cloud Computing) สามารถทำให้เกิดซอฟต์แวร์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งพัฒนาโดยซอฟต์แวร์เฮาส์ของไทย ด้าน ERP จำนวน 9 บริษัท ด้านซอฟต์แวร์เฉพาะด้าน เช่นโปรแกรมบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และโปรแกรมบริหารสต็อกสินค้า เป็นต้น จำนวน 3 บริษัท และมี SMI เข้าร่วมกิจกรรมนี้ โดยใช้ซอฟต์แวร์ ERP จำนวน 92 บริษัท และซอฟต์แวร์เฉพาะด้านจำนวน 54 บริษัท โดยสาขาอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมมากที่สุด ได้แก่

- สาขาอุตสาหกรรมอาหารและยา 25%
- สาขาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และไฟฟ้า 15%
- สาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอ แฟชั่น 9%

ซึ่งผลสำเร็จที่ SMI ได้รับคือ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการนำระบบไอทีมาใช้ในกิจการ (ลดค่าใช้จ่ายด้านลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์, ลดค่าใช้จ่ายจัดซื้อเครื่องแม่ข่าย, ลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานดูแลด้านระบบไอทีและอื่นๆที่เกี่ยวข้อง) รายละโดยเฉลี่ย 400,000 บาท และหลังจากนำระบบไอทีมาใช้ในกิจการแล้ว สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในกิจการ โดยประมาณการเป็นตัวเงิน ไม่ต่ำกว่า 200,000 บาทต่อราย

ดังนั้น ในปี 2553 กิจกรรมนี้สามารถช่วยให้ SMI ที่เข้าร่วมโครงการ สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายการลงทุนด้านไอทีและเพิ่มประสิทธิภาพในกิจการไม่น้อยกว่า 65 ล้านบาท

2. ระบบกลางออนไลน์ (e-Marketplace) ผ่านเว็บไซต์ www.thaitechno.net ได้พัฒนาร้านค้าออนไลน์ให้กับ SMI จำนวน 1,000 กิจการ ซึ่งต่อยอดจากจำนวนร้านค้าออนไลน์ที่มีอยู่เดิมในเว็บไซด์นี้ ปัจจุบัน

- มีจำนวนร้านค้าทั้งสิ้น 3,842 กิจการ
- มีกลุ่มสินค้า 4,147 กลุ่ม และ
- มีรายการสินค้าให้เลือกจำนวน 94,453 รายการ
- มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์โดยเฉลี่ย 2,800 คนต่อวันและ
- มีหน้าเว็บไซต์ที่ถูกเปิดดู โดยเฉลี่ยจำนวน 25,000 หน้าต่อวัน

ซึ่งตัวเลขของผู้ที่สนใจเข้ามาในเว็บไซด์นี้ สามารถทำให้เกิดการติดต่อซื้อขายกัน โดยมียอดการขอใบเสนอราคาจากผู้ซื้อเฉลี่ยต่อเดือน ณ เดือนตุลาคม 2553 ไม่น้อยกว่า 50 ล้านบาท ซึ่งเป็นการซื้อขายทั้งในและต่างประเทศ โดยมีจำนวนประเทศที่เข้าชมเว็บไซด์นี้ 142 ประเทศ ซึ่งประเทศที่เข้าชมสูงสุด 5 อันดับคือ ญี่ปุ่น, สหรัฐฯ, สิงคโปร์, จีนและฮ่องกง

3. การพัฒนาบุคลากรใน SMI ให้มีความรู้ความสามารถในการประยุกต์ใช้ไอที ซึ่งทางซอฟต์แวร์พาร์คเป็นหน่วยงานบริหารโครงการ ปรากฏว่ามี SMI เข้าร่วม 243 กิจการ โดยทาง SMI สามารถส่งพนักงานเข้ามาฝึกอบรมความรู้ด้านไอที โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ซึ่งหัวข้อการอบรมจะเน้นด้านการประยุกต์ใช้ไอทีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในสำนักงานให้มีประสิทธิภาพ และเทคโนโลยีสารสนเทศด้าน RFID และ GRS





สัมมนาเรื่อง การพัฒนารัฐวิสาหกิจ SMI
 24/03/2011 ถึง 24/03/2011
 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 กรมส่งเสริม
 อุตสาหกรรมได้กำหนดจัดสัมมนาโครงการ "การ
 พัฒนารัฐวิสาหกิจ SMI ในการแข่งขันอุตสาหกรรม
 ไทยด้วยเทคโนโลยี สารสนเทศ(ECIT)"

**สัมมนา ERP online ช่วย SMI เพิ่มประสิทธิภาพ
 การบริหารจัดการได้อย่างไร**
 21/03/2011 ถึง 00/00/0000
 ประชาสัมพันธ์และเชิญรายละเอียดย่อยกับ
 กิจกรรมส่งเสริม SMI ใช้ระบบ ERP Online ภายใต้
 โครงการ ECIT

**สัมมนาเรื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศ ความจำเป็นใน
 การแข่งขันธุรกิจ SMEs ในยุค โลกาภิวัตน์**
 18/03/2011 ถึง 18/03/2011
 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 กรมส่งเสริม
 อุตสาหกรรมได้กำหนดจัดสัมมนาโครงการ "การ
 พัฒนารัฐวิสาหกิจ SMI ในการแข่งขันอุตสาหกรรม
 ไทยด้วยเทคโนโลยี สารสนเทศ(ECIT)"

Login e-Marketplace

Username
 Password

Login Cancel

- ผู้ประกอบการ Login ล่าสุด**
- บริษัท พี.บี.เอส. ไมท์ เพาเวอร์ จำกัด
 ประมาณ 2 ชั่วโมงที่แล้ว
 - บริษัท สิริกรอุตสาหกรรม จำกัด
 ประมาณ 3 ชั่วโมงที่แล้ว



ระบบ e-Marketplace: www.thaitechno.net

Tracking เพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ SMI เป็นต้น ซึ่งหากคิดเป็นมูลค่าการลงทุนแล้วจะได้ต่อหัว 1 หมื่นบาท แต่ผลประโยชน์ที่ได้รับคือการเสริมสร้างพัฒนาบุคลากรใน SMEs ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดออนไลน์เชิงปฏิบัติการ (e-Marketing Workshop) ซึ่งมีจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 142 SMI และจากการประเมินจากผลงานการใช้ไอทีไปสร้างมูลค่าทางการตลาดให้กับบริษัท SMI เหล่านี้ พบว่าสามารถสร้างยอดขายทางธุรกิจเพิ่มขึ้น 15 ล้านบาทในเดือนแรก และคาดว่าตัวเลขนี้จะสูงขึ้นเรื่อยๆ

ส่วนแนวทางการดำเนินงานโครงการ ECIT ปี 2554 ซึ่งจากผลสำเร็จของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMI โดยการยกระดับ SMI ด้วยไอทียุคใหม่ ตามนโยบายของ นายชัยวุฒิ บรรณวัฒน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมนั้น กสอ. ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการในโครงการนี้ ต่อในปี 2554 โดยมีรูปแบบกิจกรรมเหมือนกับปี 2553 ที่ผ่านมา แต่เพิ่มยอดเป้าหมายของ SMI ที่เข้าร่วมโครงการให้มากขึ้น พร้อมกับขยายสัดส่วนของ SMI ในเขตภูมิภาคในการเข้าร่วมโครงการให้มากขึ้นด้วย

นอกจากนี้ ยังได้เพิ่มเติมกิจกรรมที่จะเป็นแนวโน้มต่อไปในอนาคต คือ การส่งเสริม SMI ใช้ระบบเทคโนโลยี สีเขียว (Green IT คือ แนวคิดในการบริหารจัดการ และเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการการใช้พลังงาน ลดการใช้พลังงานเพื่อลดโลกร้อน) เพื่อลดต้นทุนของพลังงานในกิจการ

ซึ่งในปี 2554 ได้นำร่องไปก่อน หากได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ในปี 2555 ก็จะขยายกิจกรรมนี้ให้เป็นภารกิจหลักของโครงการ ECIT ต่อไป หาก SMI ท่านใด สนใจเข้าร่วมกิจกรรมหนึ่งกิจกรรมใดในโครงการ ECIT สามารถเข้าไปดูรายละเอียดหรือสมัครเข้าร่วมกิจกรรมได้ที่เว็บไซต์กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ■

โครงการ ECIT

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
 โทรศัพท์ 0 2586 7700, 0 2586 7711
www.dip.go.th



e-Marketplace

งานวิจัยสู่พาณิชย์ปลีกโอม SMEs

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาทุกๆด้านในการดำเนินธุรกิจของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการนำเทคโนโลยีพร้อมกับความรู้ความเข้าใจด้าน e-Business เข้ามาช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการขายและการตลาดของอุตสาหกรรมไทย ด้วยระบบที่เรียกว่า “ตลาดกลางออนไลน์ (e-Marketplace)”

อ.ภควัต รักศรี ผู้จัดการงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และผู้จัดการโครงการ e-Marketplace ซึ่งอยู่ภายใต้โครงการ ECIT ของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เปิดเผยกับทีมงาน อุตสาหกรรมสารเกี่ยวกับโครงการดังกล่าว ดังนี้



e-Marketplace

ซื้อขายออนไลน์ ง่ายแค่ปลายนิ้ว

e-Marketplace คือ ตลาดกลางรวบรวมสินค้าของกิจการจำนวนมาก เพื่อเป็นสื่อกลางในการซื้อ-ขายสินค้าระหว่างกัน โดยรูปแบบของ e-Marketplace จะเป็นการให้บริการในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถนำข้อมูลธุรกิจและข้อมูลสินค้าของกิจการไปใส่ไว้ในระบบ ซึ่งส่วนใหญ่ในเว็บไซต์เหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มีคนเข้ามาหาข้อมูลสินค้าอยู่เป็นประจำ และมีเป็นจำนวนมากในแต่ละวันเหมือนกับตลาดนัด แต่จะเป็นตลาดนัดออนไลน์ขนาดใหญ่ที่สำหรับทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรม หรือการขายแบบร้านค้าไปยังผู้บริโภค ซึ่งผู้ที่นำข้อมูลมาลงไว้ที่เว็บไซต์ในโครงการนี้จะเพิ่มโอกาสการเจอลูกค้าจากทั่วโลก และการได้รับคำสั่งซื้อสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น

ทุน SMEs ภาคการผลิต เจาะตลาดแบบ B2B

สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลักเบื้องต้นเราจะโฟกัสไปที่ SMEs ไทยภาคการผลิต เนื่องจากระบบ e-Marketplace สร้างร้านค้าออนไลน์ให้กับธุรกิจอุตสาหกรรม ผ่านทางเว็บไซต์ www.thaitechno.net หรือ www.ecitthai.net เป็นการค้าออนไลน์แบบ B2B (Business to Business) ซึ่งระบบดังกล่าวนี้ สามารถช่วยให้ SMEs ได้นำประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น สำหรับระบบ e-Marketplace นี้ จะช่วยให้ SMEs สามารถนำรายละเอียดข้อมูลบริษัท สินค้าและบริการที่จำหน่าย พร้อมรายละเอียดที่เกี่ยวข้องมาเผยแพร่ในเว็บไซต์ ซึ่ง SMEs ไม่ต้องจัดทำเอง แต่ระบบจะมีผู้เชี่ยวชาญมาดำเนินการให้ ขณะเดียวกันหาก SMEs รายไหน มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์เพียงเล็กน้อย ก็สามารถดำเนินการแก้ไขข้อมูลต่างในร้านค้าออนไลน์ได้ด้วยตัวเอง ซึ่งระบบได้พัฒนาและออกแบบ ให้สามารถใช้งานได้ง่าย และสามารถเชื่อมต่อกับระบบ Supply Chain Management ได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันในเว็บไซต์นี้มีบริษัทเข้าร่วมในระบบ e-Marketplace มากกว่า 4,000 บริษัท

SME

ร่วมโครงการฟรี เปิดหน้าร้านได้ทันที

ภายใต้กิจกรรม **พัฒนาระบบ e-Marketplace เพื่อสร้างร้านค้าออนไลน์ให้กับธุรกิจอุตสาหกรรม** ผู้ประกอบการ SMI ที่เข้าร่วมจะได้รับประโยชน์อย่างมาก ได้แก่

- ได้รับเว็บไซต์ที่ใช้งานระบบแค็ตตาล็อกสินค้าออนไลน์ ที่เป็นการนำข้อมูลสินค้า บริการและรายละเอียดของกิจการ มาลงเพื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้งานเป็นเว็บไซต์ส่วนตัวของบริษัทได้ทันที โดยท่านไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการเขียนเว็บไซต์มาก่อน ทั้งนี้สามารถลงข้อมูลสินค้าได้มากถึง 250 รายการ
- ได้รับเว็บไซต์ของท่านที่สามารถเรียกชมข้อมูลได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ Smart Phone ได้ทันที
- ได้รับการอบรมกระบวนการนำเสนอสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ (E-Catalog)
- เพิ่มชื่อกิจการในสารบัญชธุรกิจ (Business Industrial Directory) ที่แบ่งออกเป็นหมวดหมู่ตามสินค้าประเภทต่างๆ ลงในระบบเว็บไซต์เครือข่าย e-Marketplace ของโครงการฯ อันได้แก่ www.ecitthai.net, www.thaitechno.net, www.dip.go.th, www.thaiwasteexchange.net, www.engineerthai.net, www.thaigarment.or.th และเว็บไซต์ด้านอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต



• ประกาศความต้องการทางธุรกิจ (Trade Leads) การประกาศต้องการซื้อสินค้า วัตถุดิบหรือความต้องการขายสินค้า ผ่านระบบ e-Marketplace ได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

ผลตอบรับเยี่ยม

พร้อมพัฒนาโมดูลเชิงรุก

ด้วยประสิทธิภาพของโครงการ e-Marketplace ที่สามารถใช้งานได้จริงสามารถต่อยอดด้านการตลาดและซัพพลายเชนได้อย่างดี ทำให้ 2 ปีที่ผ่านมาจึงได้รับการตอบรับที่ดี สำหรับในปี 2554 นี้ยังดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยยังเน้นโรงงานอยู่ในภาคผลิตเป็นหลักแบ่งเป็นทั้งภาคกลาง 100 โรงงาน และภูมิภาคอีก 300 โรงงาน โดยจะมีการโรดโชว์ไปนำเสนอและทำกิจกรรมหลายจังหวัด เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา และสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

สำหรับการพัฒนาในเฟสต่อไป เราอยากทำไปถึงขั้นเป็น e-Supply chain ซึ่งตอนนี้เรามีการเพิ่มกิจกรรมเสริมเข้ามาอีก 2 กิจกรรม คือ การฝังระบบ Sales automation หมายถึงผู้ประกอบการสามารถตั้ง Account ย่อยๆ ให้กับพนักงานขายได้ โดยระบบจะสนับสนุนให้พนักงานขายสามารถออกไปเสนอราคาผ่านมือถือได้เลย และยังรายงานกลับมายังส่วนกลางหรือเจ้าของบริษัทผ่านออนไลน์ได้ทันทีเช่นกัน เป็นการเอื้อความสะดวกให้ทั้งพนักงานขาย และเจ้าของบริษัทที่ทราบความเคลื่อนไหวด้านการขายด้วย



อีกโมดูลหนึ่งคือ ระบบการจัดซื้อออนไลน์ สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องซื้อสินค้าจากซัพพลายเออร์รายอื่นๆ ระบบนี้จะทำหน้าที่คล้ายฝ่ายจัดซื้อ โดยจะทำการตรวจสอบผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางออนไลน์ได้เลยว่าในเครือข่ายนั้น มีโรงงานไหนผลิตสินค้าตัวนี้บ้าง ราคาเสนอขายเท่าไร ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งกำเนิดจริงๆ เพราะเป็นเว็บไซต์รวมภาคการผลิต ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถเลือกซัพพลายเออร์ได้ตรงใจตามต้องการ โดยสามารถทราบราคาเสนอขายต่ำที่สุดได้ด้วย

ขยายผลสู่ธุรกิจภาคบริการ

กลุ่ม SMEs สร้างทักษะ-โอกาด้วยตนเอง

สำหรับภาคบริการนั้น ทางมหาวิทยาลัยฯ ก็ได้ทำการวิจัยและพัฒนาขึ้นมาเช่นกัน ซึ่งหากมีโอกาสได้นำเสนอและร่วมงานกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อีกทั้งจะช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการได้อย่างมาก ซึ่งผมและทางมหาวิทยาลัยฯ รู้สึกภาคภูมิใจอย่างยิ่งที่ได้มีโอกาสทำงานร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในครั้งนี้ ได้เห็นความตั้งใจและวิสัยทัศน์ที่ดีของผู้บริหารและทีมงานทุกท่าน และเท่าที่ทราบท่านรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมได้วางแนวทางพัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้างผ่าน e-Marketplace ด้วย

ผมจึงมั่นใจว่าหากผู้ประกอบการให้ความสนใจและมุ่งมั่นเรียนรู้ด้านไอทีอย่างจริงจัง จะพบว่าไอทีไม่ใช่เรื่องไกลตัว ทุกคนสามารถทำได้ ทุกวันนี้ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการของเราสามารถอัปเดตข้อมูลเว็บไซต์ของตนเอง ไม่ต้องจ้างคนอื่นอีกต่อไป ซึ่งท่านเองก็สามารถทำได้เช่นกัน ■

ส่วนบริการโครงการ ECIT e-Marketplace

โทรศัพท์ 0 2586 7700, 0 2913 2500 ต่อ1526

โทรศัพท์มือถือ 086-465-9021

E-Mail : ecitthai@gmail.com



ไทยอินเตอร์แมท กับการตลาดออนไลน์....ไร้ข้อจำกัด

การค้าผ่าน e-Marketplace ไม่ได้จำกัดอยู่แค่สินค้ารายชั้นที่มีรูปแบบและสเปคที่แน่นอนเท่านั้น หากแต่ยังรวมถึงการค้าทั้งบริการ การขายทั้งระบบแบบครบวงจรซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในและนอกประเทศชนิดที่ทำได้ทุกที่ทุกเวลา



บริษัท ไทยอินเตอร์แมท จำกัด ได้ให้ข้อพิสูจน์นี้ จากลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการด้านการผลิตและติดตั้งระบบจัดเก็บ การออกแบบโครงสร้างของระบบจัดเก็บ จนไปถึงการติดตั้งและดูแลรักษา และ ระบบลำเลียงสินค้าครบวงจร อาทิ คอนเวเยอร์ (Conveyor) สายพานสายลำเลียง ชั้นวางสินค้า (Racking) ที่ใช้ในโรงงาน โดยต้องออกแบบรองรับต่อรูปแบบการใช้งานของลูกค้า หรือคลังสินค้า

นายปิยะ จิริกิจจำรูญ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยอินเตอร์แมท จำกัด กล่าวว่า บริษัทก่อตั้งมาแล้วกว่า 20 ปี ลักษณะของธุรกิจจะเป็นรูปแบบการขายระบบ ติดตั้ง และบำรุงรักษา ให้แก่ธุรกิจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบการ รับ, ส่ง, จัดเก็บ, ผลิต, หรือจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งทุกระบบต้องรองรับต่อรูปแบบการใช้งานของลูกค้า ซึ่งมีความแตกต่างกัน สินค้าที่ผลิตและติดตั้งจึงไม่มีสเปคที่แน่นอน แต่จะได้รับการออกแบบให้เป็นอย่างดีตามความต้องการใช้งานของลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งการบริการของบริษัทแบบครบวงจรนี้ นับว่ามีแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย

“ในการทำตลาดแบบเดิมๆ เราใช้แคตตาล็อกสินค้าเป็นสื่อในการใช้ประกอบการขาย ใช้การลงโฆษณาตามนิตยสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า และการใช้พนักงานขายออกไปแนะนำสินค้าและระบบกับบริษัทและโรงงาน



อุตสาหกรรมต่างๆ ที่มีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงงานอาหาร โรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ คลังห้างสรรพสินค้า เป็นต้น โดยเราจะเข้าไปศึกษาถึงระบบการจัดเก็บและการลำเลียงสินค้าของลูกค้า วัดพื้นที่ออกแบบระบบ เสนอราคา ติดตั้งอุปกรณ์และบำรุงรักษา โดยให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งแต่ละที่ไม่เหมือนกัน บางทีก็ใช้ทั้งระบบครบวงจร บางทีก็ใช้บางส่วนนำไปผสมผสานกับไลน์การผลิตอื่นๆ เป็นต้น”

แต่ในระยะ 6-7 ปีที่ผ่านมา ผู้บริหารไทยอินเตอร์แมท ได้ตระหนักถึงความสำคัญของระบบดิจิทัลและการใช้อินเตอร์เน็ตในการประกอบกิจการในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงกลุ่ม ชัดเจน และเห็นผลที่สุด บริษัทฯ จึงได้พัฒนาเว็บไซต์ www.thaiintermat.com ขึ้นมา ใส่รายละเอียดของบริษัท ลักษณะของสินค้าและบริการ ตลอดจนข้อมูลสำคัญที่ต้องการสื่อถึงลูกค้า ซึ่งปรากฏว่า ได้รับความสนใจจากลูกค้า “คลิก” เข้ามาหาข้อมูลและติดต่อกลับเข้ามายังบริษัทอยู่ตลอดเวลาและเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อยๆ จนในปัจจุบัน กลุ่มลูกค้ารับทราบข้อมูลทางเว็บไซต์และติดต่อเข้ามายังบริษัท มากกว่า 50% ของจำนวนลูกค้าที่ติดต่อเข้ามาทั้งหมด

“เรามองว่าการทำอีมาร์เก็ตติ้งเป็นสิ่งที่ไม่ล้าสมัย ไม่ได้แล้วในปัจจุบัน เมื่อเราเปิดเว็บไซต์ขึ้นมา เราก็ได้ลงโฆษณาใน google เพื่อให้เราติด 1 ใน 5 ของรายชื่อที่ลูกค้า search หา ซึ่งถือเป็นช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์และได้มีการลงในกูเกิ้ล ส่วนใหญ่แล้ววิศวกรของบริษัทและโรงงานต่างๆ มักจะ search หาข้อมูลสินค้าที่ต้องการ เมื่อดูข้อมูลเบื้องต้น มีความสนใจ จึงติดต่อขอข้อมูลเข้ามา ในจุดนี้ ฝ่ายขายจะเป็นผู้ติดต่อ เสนองาน เจรจา เพื่อนำไปสู่การขายในที่สุด”

“การเปิดเว็บไซต์ถือเป็นช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สำคัญของเรา ทำให้การทำงานเราง่ายขึ้น การหาลูกค้า การติดต่อลูกค้าทำได้ง่ายสะดวกสบาย ลูกค้าบางรายเกิดจากปากต่อปาก เขา search เข้ามาจากราคาบอกเล่าและติดต่อเข้ามา ไม่จำเป็นต้องรู้อะไรเกี่ยวกับเราเลย แค่พิมพ์ชื่อค้นหาก็รู้ทุกอย่างเกี่ยวกับเราแล้ว”

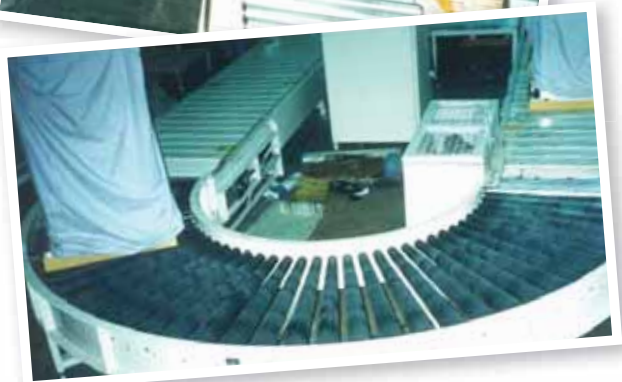
เมื่อการค้าออนไลน์มีความสำคัญขนาดนี้ บริษัทไทยอินเตอร์แมทจึงค้นหาข้อมูลความรู้เกี่ยวกับ e-Marketplace มากขึ้น และได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงสมัครเข้าร่วม โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (ECIT) เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมการทำ e-Marketplace ผ่านเว็บไซต์ www.thaitechno.net หรือ www.ecitthai.net โดยเปิดเว็บไซต์ผ่านช่องทางของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้รับความรู้จากการเข้ารับการอบรมในการจัดหน้าเว็บไซต์ วิธีการเขียนรายละเอียดบริษัทและสินค้า วิธีการพรินต์สินค้า หรือรูปแบบการค่าบริการที่น่าสนใจขึ้น การโปรโมทเว็บไซต์ การอัพเดทข้อมูล ตลอดจนช่องทางการนำเว็บเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทำให้บริษัทฯ สามารถขยายช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นได้อย่างรวดเร็ว

“ข้อได้เปรียบจากการทำ e-Marketplace คือค่าใช้จ่ายในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ประหยัดลงหลายสิบเท่า เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่า กว้างขวางกว่า และชัดเจนกว่า เพราะการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นที่ยอมรับมากที่สุดในปัจจุบัน เมื่อเราทำเว็บไซต์บอกรายละเอียด เรายังใส่ความน่าเชื่อถือของเราลงไปด้วยได้ เช่น เราได้รับการรับรองระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2008 ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลรู้จักทั่วโลก เมื่อลูกค้าต่างประเทศ search เข้ามาพบ



เขาเกิดความเชื่อถือติดต่อเข้ามาหลายราย และสามารถใช้บริการของเราได้อย่างมั่นใจ ในอนาคตเราจึงตั้งใจที่จะขยายฐานลูกค้าไปต่างประเทศโดยตรง ภายใต้แบรนด์ของเราเอง เพราะทุกวันนี้ แม้จะทำงานให้กับบริษัทต่างชาติที่เข้ามาทำธุรกิจให้กับบริษัทใหญ่ๆ ในประเทศไทยหลายบริษัท แต่ก็เป็นการทำงานภายใต้การออกแบบและผลิตตามความต้องการของลูกค้า การบริการด้วยแบรนด์ของเราเองยังมีน้อย”

“สำหรับนักธุรกิจรุ่นใหม่ที่ต้องการเปิดตลาดในช่องทางใหม่ๆ ควรจะตระหนักว่า ปัจจุบันนี้เป็นยุคดิจิทัล ถ้าบริษัทไหนไม่ปรับปรุงพัฒนาระบบดิจิทัลหรืออินเทอร์เน็ตเข้ามาในระบบโฆษณา จัดซื้อ หรือการขาย ก็อาจจะทำให้กลายเป็นคนตกยุค การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เข้ามาพัฒนาผสมกลมกลืนกับระบบที่มีอยู่เดิม จะช่วยให้ธุรกิจของเรามีทางเลือกที่หลากหลาย โอกาสการอยู่รอดและก้าวหน้าก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย” นายปิยะกล่าว ■



บริษัท ไทยอินเตอร์แมท จำกัด

95/2 หมู่ 14 ถนนกิ่งแก้ว-อ่อนนุช ต.ราชาเทวะ
อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
โทร 02 738 3580-95 โทรสาร 02 738 3598-99
www.thaiintermat.com

โกลดันฮอร์สเชฟตี้

สูตรสำเร็จจากธุรกิจออนไลน์ 100%



“ ยอดขายพุ่งขึ้นถึงหลักล้าน หลังเปิดร้านค้าออนไลน์ ภายในเวลาไม่กี่เดือน นับเป็นปรากฏการณ์ที่น่าทึ่งสำหรับนักการตลาดออนไลน์มือใหม่ที่ไม่เคยใช้อินเตอร์เน็ตมาก่อน นี่คือข้อพิสูจน์ว่าการเปิดวิสัยทัศน์ปรับตัวให้เข้ากับโลกไซเบอร์ยุคใหม่สามารถสร้างรายได้มหาศาลผ่านแค่ปลายนิ้วสัมผัส ”

พจก.โกลดันฮอร์สเชฟตี้ โปรดักส์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีสิบกว่าปีที่แล้ว โดยผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์เซฟตี้ครบวงจร ประกอบด้วย อุปกรณ์ป้องกันศีรษะจำพวกหมวก หน้ากากเชื่อม อุปกรณ์ป้องกันดวงตาและอุปกรณ์ป้องกันเสียง เช่น แว่นตา ที่อุดหู ถ้วยครอบหู อุปกรณ์ช่วยการหายใจ เช่น หน้ากากอนามัย หน้ากากกรองอากาศ อุปกรณ์ป้องกันมือ เช่นถุงมือต่างๆ อุปกรณ์ป้องกันร่างกายคือ ชุดหมี ชุดเอี๊ยม อุปกรณ์ป้องกันเท้า รองเท้าหัวเหล็ก ที่ป้องกันการกระแทก ป้องกันการลื่น กันน้ำมัน อุปกรณ์ป้องกันการตกจากที่สูง อุปกรณ์ดับเพลิง และอุปกรณ์จรวด ซึ่งอุปกรณ์ทั้งหมดนี้ ทำการตลาดโดยการกระจายผ่านเอเยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายไปห้างสรรพสินค้าและร้านค้าต่างๆ ทั่วประเทศ



ชิมลางเปิดตลาดออนไลน์

สัญญาณความแรงของการสื่อสารผ่านโลกไอที ผลักดันให้ **คุณศิริลักษณ์ กนกสุวรรณกุล** และกลุ่มผู้บริหาร หจก. โกลเด้นฮอर्स โปรดักท์ ต้องปรับตัวครั้งใหญ่ให้เท่าทันการเปลี่ยนไปของโลก โดยเริ่มศึกษาการทำตลาดสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ค้นคว้าหาความรู้ตั้งแต่การใช้คอมพิวเตอร์ท่องอินเทอร์เน็ต การ search หาข้อมูลผ่าน search engine ต่างๆ และที่สำคัญศึกษาหลักการทำการค้าหรือการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า e-Marketplace ตามเว็บไซต์ขายสินค้าต่างๆ จนเข้าใจว่ามันเกิดขึ้นได้อย่างไร? ใช้งานอย่างไร? และจะมีหน้าร้านออนไลน์เป็นของตัวเองได้อย่างไร?

“หลังจากที่ทำการตลาดแบบเดิมๆ โดยการกระจายสินค้าสู่เอเยนต์มาร่วมยี่สิบปี เราเริ่มตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน ทำให้ต้องพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดออนไลน์ซึ่งมีความคล่องตัว รวดเร็ว เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางและชัดเจนกว่า เราจึงเริ่มศึกษาหาข้อมูลและคิดหาทางที่จะบูรณาการให้เข้ากับสิ่งที่เรามีอยู่เพื่อให้เกิดเป็นช่องทางการตลาดใหม่ๆ ผ่านทาง e-Marketplace ได้”

“เริ่มต้นจากการเปิดหน้าร้านผ่าน www.tarad.com ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของคนที่ซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ปรากฏว่า feedback ดีมาก มียอดการสั่งซื้อเข้ามาเยอะมาก ตอนนั้นเรารู้แล้วว่าสินค้าของเราเหมาะกับการขายผ่าน e-Market “เราจึงศึกษาหาข้อมูลกว้างขึ้นจากเว็บไซต์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เราสมัครเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมด้านไอทีให้กับ SMEs ที่สนับสนุนการสร้างร้านค้าออนไลน์ให้กับธุรกิจอุตสาหกรรม ผ่านทางเว็บไซต์ www.thaitechno.net และ www.ecitthai.net”

ความรู้ที่คุณศิริลักษณ์ได้รับจากการร่วม **โครงการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (ECIT)** ผ่านการฝึกอบรมการทำตลาดออนไลน์ สามารถเปิดพื้นที่เว็บไซต์ของตัวเองกับกรมฯ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ สามารถจัดทำหน้าร้าน ใส่รายละเอียดข้อมูลบริษัท สินค้าและบริการที่จำหน่าย พร้อมรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง มาเผยแพร่ในเว็บไซต์ สามารถแก้ไขข้อมูลต่างๆ ในร้านค้าออนไลน์ได้ด้วยตัวเอง และเรียนรู้ช่องทางการนำเสนอรายละเอียดสินค้าใหม่ๆ นอกเหนือจากแค่นำรูปไปวางและบอกรายละเอียดอย่างที่เคยทำมา

“สิ่งสำคัญคือ เรารู้จักใช้ประโยชน์จากตัว search engine จำพวก google อะไรต่างๆ โดยยอมจ่ายเพื่อให้ชื่อเราปรากฏขึ้นเป็น 1 ใน top 5 ที่ลูกค้า search เจอ วิธีการนี้ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ดี หลังจากนั้นจะเป็นการให้รายละเอียดข้อมูลที่ครบถ้วน สื่อให้ลูกค้าเข้าใจมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดสินค้า ราคา เงื่อนไข การสั่งซื้อ การชำระเงินต่างๆ ตรงจุดนี้สำคัญมาก เพราะลูกค้ามองไม่เห็นเรา ไม่รู้จักเรา ต้องให้รายละเอียดให้มากที่สุด ติดต่อสื่อสารกันให้เร็วที่สุด แต่ก็มีลูกค้ากลุ่มเดิมๆ ที่สั่งซื้อเราเพราะชื่อเสียงที่เรามีอยู่ แต่ช่องทางออนไลน์ก็เอื้ออำนวยให้เขาได้รับข่าวสาร เลือกสินค้า และเข้าถึงข้อมูลของเราได้ง่ายดายและรวดเร็วขึ้น เรียกว่าดีทั้งเก่าทั้งใหม่”

คุณศิริลักษณ์กล่าวเพิ่มว่า ลูกค้าที่สั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์ มีทั้งรูปแบบบริษัทและโรงงานอุตสาหกรรม โดยสัดส่วนผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเอเยนต์ที่ซื้อไปจำหน่ายต่อมากกว่าซื้อตรง ลูกค้าที่เข้ามาขอเป็นเอเยนต์หรือตัวแทนจำหน่ายมีเป็นจำนวนมาก ทุกแขนง ทุกจังหวัด ทั้งๆ ที่ในตอนแรกที่เปิดร้านค้าออนไลน์ส่งผลในการขายปลีก แต่กลับได้ขายส่งมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันเปลี่ยนไป เขาต้องการช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว ข้อมูลที่พบก่อน ชัดเจน ติดต่อได้ง่าย ราคาที่สมเหตุสมผล

อุปกรณ์เซฟตี้เป็นสินค้าที่มีหลายกลุ่มหลากหลายรายการ ในหนึ่งรายการยังมีแยกย่อยออกเป็นสเปคต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้ที่หลากหลาย อุปกรณ์บางอย่างมีวิธีการใช้งานที่ค่อนข้างยุ่งยากสลับซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายให้เข้าใจได้แค่บอกรายละเอียดหรือภาพถ่าย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ สามารถนำเสนอสร้างเป็นคลิปผ่านทาง youtube ขึ้นไปที่หน้าร้าน และลูกค้าสามารถเรียนรู้ลักษณะการใช้งานของสินค้าเช่นเดียวกับที่เรา present เอง





ยอดขายพุ่ง... พร้อมติดปีกบิน

ในขณะที่เรียนรู้การทำ e-Market คุณศิริลักษณ์เห็นช่องทางการนำตลาดแนวใหม่ผ่านโลกออนไลน์ที่ให้ข้อได้เปรียบในเชิงธุรกิจมหาศาล จึงมุ่งทำตลาด e-market อย่างจริงจังโดยก่อตั้งบริษัท **บริษัท โกลเด็นฮอर्स เซฟตี้** ขึ้นเมื่อประมาณเดือนสิงหาคม 2553 ที่ผ่านมา เพื่อทำตลาดออนไลน์โดยเฉพาะปรากฏว่าเพียงแค่หกเดือนของการทำการค้าผ่าน e-Market ยอดขายของบริษัทเกิดใหม่ พุ่งสูงขึ้นนับล้าน ยอดการสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นหนักที่การขายส่งหรือในลักษณะของธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B : Business to Business) จากที่หวังไว้เพียงว่าจะจำหน่ายให้กับผู้ใช้สินค้าโดยตรง

“การทำ e-Marketplace ให้ประโยชน์มหาศาลทั้งการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เป็นการสื่อสารสองทางที่รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย ทั้งค่าบริหารจัดการ และค่าแรงงาน บริษัท โกลเด็นฮอर्सเซฟตี้ของเราที่ทำการค้าออนไลน์ เราใช้พนักงานแค่ 2 คน คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สำนักงานไม่กี่ชิ้น เรียกว่าประหยัดตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เมื่อก่อนเราจ่ายค่า yellow pages หนึ่งๆ นับแสนบาท แต่ตอนนี้ไม่ต้องแล้ว แค่พิมพ์ชื่อเราลงใน search engine เราก็ขึ้นมาเลยระดับต้นๆ เรามีทุกอย่างที่คุณอยากรู้และต้องการ”

“ข้อได้เปรียบของอีมาร์เก็ตกับการทำตลาดธรรมดาที่เห็นชัดเจนที่สุดนอกจากยอดการสั่งซื้อ คือการประหยัดค่าใช้จ่าย เราสามารถทำ e-marketplace ได้ทุกเวลา เทคโนโลยีสมัยนี้ทำได้ทุกอย่าง ไม่เคยเห็นหน้ากันแต่กล้าขายเป็นแสน แม้ผล

กำไรต่อหน่วยของเราก็จะมีไม่มาก แต่เราก็พยายามตั้งราคาให้ยุติธรรมต่อทั้งผู้ซื้อและเอเยนต์ เราต้องดูแลทั้งลูกค้าเดิมเอเยนต์เพื่อให้ทุกคนได้ประโยชน์เหมือนกัน การตั้งราคาผ่านทางเว็บไซต์จึงสำคัญ ไม่ถูกหรือแพงเกินไป ไม่สร้างผลกระทบให้เอเยนต์ที่เขาจำหน่ายสินค้าให้เรา เราจึงต้องกำหนดเงื่อนไขในการขายเพื่อให้ลูกค้าซึ่งนำหน้าจะซื้อผ่านเราหรือผ่านเอเยนต์ก็คุ้มเช่นเดียวกัน ใช้ยอดการสั่งซื้อเป็นตัวกำหนด หนึ่งชิ้นถึงห้าสิบชิ้นราคาเท่าไร ร้อยชิ้นเท่าไร เงินสดเท่าไร เครดิตเท่าไร มารับเองหรือไม่ ฯลฯ เป็นต้น”

สร้างพันธมิตรบนโลกออนไลน์

คุณศิริลักษณ์กล่าวว่า ในอนาคต โกลเด็นฮอर्सเซฟตี้ อยากใช้หน้าร้านออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับอุปกรณ์เซฟตี้ เพื่อเป็นแบบอย่างและวิทยาทานให้ผู้ที่เข้ามาทำธุรกิจในวงการนี้รายใหม่ๆ ตลอดจนลูกค้าและผู้สนใจเข้ามาศึกษาหาข้อมูล โดยการใส่รายละเอียดความรู้ครบวงจร

นับเป็นการสร้างพันธมิตรบนโลกออนไลน์ร่วมกัน เพราะเชื่อมั่นว่าการค้าที่เป็นพันธมิตรกันจะทำให้เกิดได้เร็วกว่าพยายามประสานความร่วมมือเพื่อให้ลูกค้าได้ประโยชน์สูงสุด มีความซื่อสัตย์ทั้งคุณภาพและราคา

ความสำเร็จจากการทำธุรกิจออนไลน์เพียงแค่นี้ก็เดือนของโกลเด็นฮอर्सเซฟตี้ เกิดขึ้นจากการเปิดวิสัยทัศน์และความใฝ่รู้เป็นที่ตั้ง สิ่งเหล่านี้ น่าจะสื่อได้ว่า นักธุรกิจควรทำตัวเป็นถ้วยชาที่ว่างเปล่าพร้อมที่จะรับสิ่งใหม่ๆ ที่รินไหลเข้ามา แล้วเลือกคุณค่าจากสิ่งเหล่านั้นมาสร้างให้เกิดประโยชน์ดีกว่าจะทำตัวเป็นพวก น้ำชาล้นถ้วย ที่เต็มเปี่ยมอยู่ตลอดเวลา ไม่ยอมเปิดรับอะไรใหม่ๆ จึงขาดโอกาสและความรู้ที่จะพัฒนาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จที่ดีกว่า ■

หจก.โกลเด็นฮอर्सเซฟตี้ โปรดักท์

28 ซ.ท่าข้าม 25 ถ.พระราม 2 แขวงท่าข้าม

เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

โทร 02 415 2386, 02 417 9490 โทรสาร 02 884 0430 ต่อ 36072

www.siamsafetygroup.com



Enlivening the individual spirit no matter what the journey

Quick Reservation

Select a property

ARRIVAL: 26/03/2011 NO. OF NIGHTS: 1

DEPARTURE: 27/03/2011

ROOMS: 1 ADULTS (PER ROOM): 1 CHILDREN (PER ROOM): 0

MODIFY / CANCEL

Special Rate: Please Select

CODE:

☒ DUSIT BEST RATE guaranteed

CHECK

Tee Off for Golf! Family Escapade Green Me

Dusit Gold Card

f | About Us | Careers | Press Centre | Tr

ดุสิตเผยโฉมใหม่ Dusit.com รุกการตลาดออนไลน์

ดุสิต อินเตอร์เนชันแนล เปิดตัวเว็บไซต์ใหม่ คาดการณ์ช่วยเพิ่มจำนวนการสำรองห้องพัก รวมทั้งพัฒนากลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิตผ่านสื่อออนไลน์



ดุสิต อินเตอร์เนชันแนล หนึ่งในเครือโรงแรมชั้นนำของเอเชีย เผยกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ในปี พ.ศ. 2554 ด้วยการเปิดตัวเว็บไซต์ Dusit.com โฉมใหม่ที่ทันสมัยและมีศักยภาพมากขึ้น พร้อมทั้งรูกหน้าเน้นใช้สื่อการตลาดออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบตลอดทั้งปี

คุณเจนนิเฟอร์ โครนิน รองประธานฝ่ายขายและการตลาด ดุสิต อินเตอร์เนชันแนล กล่าว ในโลกธุรกิจปัจจุบันลูกค้าต่างคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่รวดเร็วทันใจ ไม่ว่าจะเป็นเดินทางอยู่ที่ไหนหรือช่วงเวลาใดก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีในโลกการตลาดนี้ กลายเป็นแรงผลักดันให้เราพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ Dusit.com เพื่อเตรียมความ

พร้อมให้กับบริษัทในการขยายฐานธุรกิจในอนาคต หลังจากที่ได้มีการปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ไปเมื่อสามปีที่ผ่านมา การปรับปรุงเว็บไซต์ใหม่ในครั้งนี้ใช้เวลาเกือบหนึ่งปีเต็ม โดยเรายังได้วางแผนที่จะวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์ของเราอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนากลยุทธ์และศักยภาพในการวัดผลการใช้สื่อออนไลน์ของเรา

การตลาดออนไลน์ ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ดุสิตจะใช้ในการทำการตลาดสำหรับโรงแรมและรีสอร์ทในเครือดุสิต อินเตอร์เนชันแนล ทุกแห่งในปีนี้ โดยการปรับปรุงเว็บไซต์ Dusit.com ใหม่ ได้มีการปรับภาพลักษณ์ให้ดูโดดเด่นขึ้น รวมทั้งง่ายต่อการใช้งาน และมีคุณสมบัติใหม่



ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์และแบรนด์ดิ้งเครือ ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล



ทันสมัยเพิ่มขึ้นมากมาย ซึ่งจะทำให้เราสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือนักธุรกิจ ต่างสามารถที่จะสำรองห้องพัก เปลี่ยนแปลงการจอง หรือยืนยันการจองได้อย่างทันท่วงทีจากทั่วทุกมุมโลกผ่านเว็บไซต์ดุสิต นอกจากนี้ เว็บไซต์ Dusit.com ใหม่ จะช่วยให้เราเข้าใจกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ผ่านระบบบันทึกและเก็บข้อมูลประวัติการเข้าพักของลูกค้าได้อย่างละเอียด รวม

ทั้งมีการแสดงสถิติการเข้าเว็บไซต์ การคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงิน และระบบวิเคราะห์สถิติการเข้าเว็บไซต์ของ Google ด้วยการลงทุนกว่า 10 ล้านบาท เราคาดหวังที่จะเพิ่มยอดการสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จาก 12 เปอร์เซ็นต์ในปีที่แล้ว ขึ้นเป็นอย่างน้อย 25 เปอร์เซ็นต์ในปีนี้

การวางกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ของดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนล รวมไปถึงการจัดทำแคมเปญออนไลน์พิเศษ Click it's Magic เพื่อมอบข้อเสนอการสำรองห้องพักในราคาพิเศษผ่านเว็บไซต์ และเพิ่มการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ถึง 45 เปอร์เซ็นต์ของแผนโฆษณาทั้งหมดในปีนี นอกจากนี้เรายังได้จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์หรือที่เรียกว่า e-Brochure เช่น MICE, Global Directories และสื่อโฆษณาอื่นๆ นอกจากนี้ เรายังให้ความสำคัญกับการพัฒนา Social Media หรือ สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในด้านกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน โดยในปีที่ผ่านมาเราได้แต่งตั้งเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลและพัฒนาสื่อ Social Media โดยเฉพาะ รวมทั้งโรงแรมและรีสอร์ททุกแห่ง ในเครือ ดุสิต อินเตอร์เนชั่นแนลได้แต่งตั้งตัวแทน Social Media (Social Media Champions) เพื่อดูแลรับผิดชอบการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของแต่ละโรงแรม นอกจากนี้ ดุสิตยังได้จัดทำและแนะนำระบบและมาตรฐานการจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Standard Operating Procedures: SOPs) สำหรับโรงแรมและรีสอร์ททั้งหมดในเครือ เพื่อใช้เป็นคู่มือในการจัดการและบริหารสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพที่ถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานของดุสิต นอกจากนี้ เรายังถือเป็นหนึ่งในเครือโรงแรมแห่งแรก ที่ได้มีการนำแอปพลิเคชันบาร์โค้ด 2 มิติ หรือที่เรียกว่า **คิวอาร์โค้ด** (QR Codes) มาใช้ในโฆษณาสิ่งพิมพ์ต่างๆ กิจกรรมเหล่านี้ เป็นสิ่งยืนยันว่าเรายึดมั่นที่จะพัฒนาบริษัทไปพร้อมๆ กับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ๆ ของโลกแห่งการสื่อสาร โดยดุสิตมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้นำด้านการใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาธุรกิจและการให้บริการของบริษัทอย่างเป็นเลิศและมีศักยภาพสูงสุด รองประธานฝ่ายขายและการตลาด กล่าว

คุณสมบัติพิเศษของเว็บไซต์ใหม่ Dusit.com ได้แก่:

- ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและการใช้งานที่ง่ายขึ้น
- ระบบใหม่ในการบริหารจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์ (Content Management System) และระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)
- การบันทึกและเก็บข้อมูลรูปแบบการสำรองห้องพักของลูกค้า
- วิธีและขั้นตอนการสำรองห้องพักที่สะดวกและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้า เช่น การแสดงอัตราห้องพักหรืออัตราห้องว่าง และการเปลี่ยนแปลงการสำรองห้องพัก
- การบันทึกและเก็บข้อมูลประวัติของลูกค้าที่ลงทะเบียน
- การปรับแต่งเว็บไซต์ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหาเพื่อให้ติดอันดับต้นๆ ในหน้าผลการค้นหาของเสิร์ชเอนจิน (Search Engine Optimisation - SEO)



• ระบบการสำรองห้องพักสำหรับแขกที่จองห้องพักเป็นจำนวนมาก (Group Bookings)

• การพัฒนาข้อมูลและเนื้อหาในเว็บไซต์ในภาษาต่างๆ ได้แก่ อังกฤษ, จีน, ญี่ปุ่น, และอาหรับ

• การพัฒนาดีไซน์จุดหมายยืนยันการจองห้องพัก โดยมีรูปแบบแตกต่างกันไปตามแบรนด์ พร้อมทั้งข้อมูลการท่องเที่ยว เช่น สภาพอากาศ, สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ, แผนที่โดย Google และอื่นๆ

• แอปพลิเคชันสำหรับโทรศัพท์แบบสมาร์ทโฟน (เปิดตัวอย่างเป็นทางการเดือนเมษายน พ.ศ. 2554)

ดุสิต อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ได้เลือก บริษัท ริงซีโร่ เน็ตเวิร์ค (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทพันธมิตรเพื่อร่วมพัฒนาเว็บไซต์ใหม่ Dusit.com โดย ริงซีโร่ เป็นบริษัทที่เชี่ยวชาญด้านการจัดการและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยมีบริษัทให้บริการอยู่ทั้งในประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา ■

ข้อมูลเพิ่มเติมติดต่อ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์กร

โทร.+66 (0) 2200 9999 โทรสาร+ 66 (0) 2636 3547

chutimaporn.ks@dusit.com | www.dusit.com/pr

ช้อปปิ้งออนไลน์พุ่ง รับกระแสคนไทยนิยมช้อปปิ้งออนไลน์

เมื่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคให้ความสนใจและใช้เวลาอยู่กับสื่อดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งไม่ได้จำกัดการเข้าถึงเพียงแค่อินเทอร์เน็ตเท่านั้น แต่ปัจจุบันทุกเพศวัยสามารถใช้งานสื่อดิจิทัล-ออนไลน์ได้อย่างไม่มีข้อจำกัด ทำให้แบรนด์และสินค้าทุกกลุ่ม ต่างหันหน้ามาจับกับดิจิทัล มีเดีย เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

โทนี เพรน ประธานบริหาร โลว์ (ประเทศไทย) มองว่าปี 2554 นี้ รูปแบบการตลาดออนไลน์จะมีการขยายตัวอย่างชัดเจน โดยเฉพาะ “ช้อปปิ้งออนไลน์” ซึ่งผลสำรวจของอินทิเอทิฟว์ พบว่าจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีสัดส่วนการใช้บริการช้อปปิ้ง ออนไลน์ 48% ในทุกกลุ่มสินค้า จากสัดส่วนผู้ใช้งาน ช้อปปิ้ง ออนไลน์ ดังกล่าวยังพบอีกว่า 70% เป็นกลุ่มลูกค้าคนนอกกรุงเทพฯ เนื่องจากในต่างจังหวัดไม่มีห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าให้ใช้บริการเหมือนในกรุงเทพฯ จึงเชื่อว่าแนวโน้มธุรกิจช้อปปิ้ง ออนไลน์จะเติบโตต่อเนื่องใน 1-3 ปีต่อจากนี้

ในปีที่ผ่านมาโลว์ได้ขยายธุรกิจใหม่ในชื่อ “โอเพน” (OPEN) เพื่อให้บริการด้านสื่อโฆษณาในธุรกิจค้าปลีก, ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในตลาดค้าปลีก, จัดกิจกรรมให้กับแบรนด์ เช่น จัดโปรโมชั่น สร้างแบรนด์ ออกแบบแพ็คเกจ ออกแบบร้านค้า รวมทั้งการทำการตลาดผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล ทั้งมือถือและออนไลน์ เพื่อสร้างเครือข่ายลูกค้าให้กับร้านค้าปลีก เชื่อว่าการก้าวสู่ยุคดิจิทัลในประเทศไทย จะทำให้ธุรกิจค้าปลีกขยายเข้าสู่บริการ ช้อปปิ้ง ออนไลน์ อย่างเต็มรูปแบบในปีนี้

“บริการช้อปปิ้ง ออนไลน์ และ โฆษณา มาร์เก็ตติ้ง มีโอกาสเติบโตสูง เมื่อไทยเริ่มใช้เทคโนโลยี 3จี โดยเฉพาะจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนที่คาดว่าจะมีสัดส่วน 50% ของผู้ใช้มือถือในปี 2555 เมื่อเทคโนโลยีพร้อม ผู้บริโภคเองก็พร้อมที่จะใช้งานด้านโฆษณา มาร์เก็ตติ้ง เช่นกัน”

เขามองว่าในอนาคตโฆษณา มาร์เก็ตติ้ง จะเป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสาร ด้วยพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภคจะใช้มือถือในการทำกิจกรรมทุกอย่าง ทั้งการดูทีวี หาข้อมูล ใช้งานออนไลน์ โซเชียล เน็ตเวิร์ค การช้อปปิ้งสินค้า ขณะที่สินค้าและแบรนด์ต่างๆ จะใช้ค่ายงบประมาณในดิจิทัล มีเดีย เพิ่มขึ้นเช่นกัน ปัจจุบันหน่วยงานด้านดิจิทัล มีเดียของโลว์เติบโตประมาณ 20-30% และถือเป็นแผนงานที่เติบโตสูงสุด ■

กสอ. จับมือ 7-Catalog เปิดโลกอีคอมเมิร์ซให้ SMEs

นอกจาก 7-Eleven จะเป็นเจ้าแห่งร้านค้าสะดวกซื้อที่มีหน้าร้านมากที่สุดในประเทศแล้ว 7-Eleven ยังได้สร้างโมเดลในการขยายธุรกิจเพิ่มยอดขายผ่าน 7-Catalog ซึ่งเป็นแคตตาล็อกขายสินค้ามากกว่า 1,700 รายการและมีสินค้าหลากหลายกว่า 10 หมวด ตั้งแต่เครื่องครัว เครื่องสำอาง เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องออกกำลังกาย หรือแม้แต่ วัตถุดิบ...

7-Catalog มียอดตีพิมพ์จำนวนมากกว่า 350,000 ฉบับ ถือว่าสูงมากเป็นอันดับต้นๆ ของธุรกิจ Mail order โดยมีการออกฉบับใหม่ทุกๆ 2 เดือน และ 1 ใน 3 ของจำนวนพิมพ์ทั้งหมดนั้น จัดส่งให้กับสมาชิกประจำ ส่วนที่เหลือวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven ปัจจุบันยังได้มีการพัฒนาการซื้อออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ www.7catalog.com ซึ่งกำลังได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ

ด้วยความแข็งแกร่งของช่องทางจำหน่าย ที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทุกพื้นที่ทุกกลุ่ม ทำให้ความต้องการสินค้าจึงหลากหลายไปด้วย ดังนั้น ในปี 2552 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้จับมือกับ 7-Catalog นำสินค้า SMEs ที่มีศักยภาพเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ 7-Catalog เพื่อช่วยเหลือให้เอสเอ็มอีไทยมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ามากขึ้น เป็นการช่วยเหลือสังคมตามนโยบาย CSR ของบริษัท

นายอำพา ยงพิศาลภพ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์วารสารอุตสาหกรรมว่า

จุดเริ่มต้นของ 7-Catalog

โครงการ Catalog Order ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ.2544 ด้วยเจตนารมณ์และวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ระดับสูงของ 7-Eleven ที่มุ่งมั่นจะตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าที่หลากหลาย ไปพร้อมๆ กับตอบสนองกับวิถีชีวิต ที่ต้องการความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นของลูกค้า อีกทั้งเพื่อข้ามข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่จำหน่ายสินค้าที่มีอยู่อย่างจำกัดภายในร้าน 7-Eleven เอง

โครงการ Catalog Order จึงได้แนะนำ 7-Catalog เข้าสู่ตลาด ซึ่งเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลายแก่ลูกค้า มากกว่า 1,700 รายการต่อเล่ม โดยจัดส่งให้กับลูกค้า ผู้มีอุปการะคุณพร้อมกับวางจำหน่ายในร้าน 7-Eleven อีกทางหนึ่ง

นิตยสารเพื่อการช้อปปิ้งสำหรับคนยุคใหม่ มีนาคม - เมษายน 2554

7-Catalog

ช้อปปรับโฉม
แถมของขวัญ
และรางวัลอื่นๆ
รวมกว่าล้านบาท

สวยสบายปากขอสิมมัย
เทกคอสแห่งครอบครัว
อุบลสุระ-นิมิต
ส่วนผสมพิเศษในเล่ม

สั่งซื้อ รับสะดวกที่
☎ 02-711-7755 
www.7catalog.com

UV PERFECT
ลอรีอัล ยูวี เพอร์เฟกต์

1A. สิวและรอยด่างดำที่หัวเข่าและต้นขา
ราคา 580523 03  285

1B. สิวและรอยด่างดำที่หน้าและลำคอ
ราคา 580454 03

1C. สิวและรอยด่างดำที่หน้าและลำคอ
ราคา 580567 03

15 นาที
เห็นผล

15 นาที
เห็นผล

15 นาที
เห็นผล

อย่างไรก็ตาม เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในมิติที่กว้างกว่าเดิม 7-Catalog จึงได้รับการพัฒนาขึ้นอีกขั้นหนึ่งในรูปแบบของ E-commerce ซึ่งจะตอบสนองวิถีชีวิตในยุคดิจิทัลได้มากขึ้น และจะพยายามพัฒนา Web Site www.7catalog.com โดยมุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

นายอำพา ยงพิศาลภพ

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



จุดแข็งของ 7-Catalog ที่ใช้ฝ่าด่านจนสามารถเติบโตอย่างรวดเร็ว

จุดแข็งของเรานั้นครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน อย่างแรกคือ เรามีจำนวนร้านที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงตอนนี้ ณ ปัจจุบัน เรามีร้านอยู่จำนวน 6,000 สาขา **อย่างที่สอง** เรามี network นั้นคือ ระบบออนไลน์แบบเครือข่ายที่ทุกสาขาจะส่งเข้ามาที่ส่วนกลาง ทำให้เราวัดความต้องการของลูกค้า (Demand) และสามารถจัดหาจัดส่ง (Supply) สินค้านั้นได้ตรงความต้องการและยังแยกตามสาขาได้ด้วย **สาม** เรามีระบบขนส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมายที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้ โดยในกรุงเทพฯ ใช้เวลา 3 วัน ส่วนต่างจังหวัดใช้เวลา 5 วัน **สุดท้ายคือ** เรามีพนักงานที่ให้บริการ 7 วัน 24 ชั่วโมง อย่างที่ทราบกัน ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นจุดแข็งที่เราใช้ในการต่อยอดธุรกิจ ด้วยการนำสินค้าผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น โปสเตอร์ ไปบลิวหนังสือ หรือแม้กระทั่งในสื่อ internet อย่าง website หรือ social network ที่กำลังอินเทรนด์อยู่ในปัจจุบันนี้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด และถ้าเขาสนใจก็จะสามารถเข้าไปสั่งซื้อที่ร้าน หรือโทรศัพท์เข้ามาที่ call center โทร 0 2711 7755 ได้ตลอดทั้ง 7 วัน 24 ชั่วโมง

กลุ่มลูกค้าและสินค้าที่ขายดีของ 7-Catalog

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของ 7-Catalog จะเป็นผู้หญิงกว่า 80% โดยสัดส่วนในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดจะมีความใกล้เคียงกัน คือต่างจังหวัด 52% และ กรุงเทพฯ 48% โดยสินค้าประเภทความงามจะขายดีที่สุด ตามมาด้วย ของใช้ในบ้าน ของเล่นสำหรับเด็ก หรือแม้กระทั่ง

วัตถุมงคล โดยใน 7-Catalog ประกอบไปด้วย 14 กลุ่มสินค้า ที่มีความหลากหลายรวมประมาณ 1,700 รายการต่อหนึ่งฉบับ และจะมีสินค้าหมุนเวียนกันไปด้วย ซึ่งเราออกทุก 2 เดือน จำนวนการพิมพ์ในแต่ละครั้งจำนวน 350,000 เล่ม ซึ่งลูกค้าที่สนใจก็สามารถซื้อได้ที่ร้าน 7-Eleven ทุกสาขา ในราคาเล่มละ 10 บาท หรือถ้าเป็นสมาชิกทางเราจะทำการส่งฟรีถึงบ้าน

ระบบการสั่งซื้อและการจัดส่ง

สินค้าใน 7-Catalog ก็จะแบ่งการวางจำหน่าย 2 ส่วนคือ สินค้าที่วางในร้าน 7-Eleven ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีขนาดเหมาะสมในการวางตามหน้าร้าน เรียกว่า 7-Catalog on shelf และสินค้าอีกส่วนที่มากกว่าหน้าร้านจะลงในหนังสือ



7-Catalog ดังนั้น โดยลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้จากหน้าร้าน 7-Eleven โดยตรง ถ้าสนใจสินค้าอื่นที่ไม่ได้วางหน้าร้านก็สามารถสั่งซื้อกับพนักงานร้าน 7-Eleven ด้วยการเขียนใบสั่งซื้อ หรือจะโทรศัพท์สั่งกับ call center ตลอด 24 ชั่วโมงได้เช่นกัน และตอนนี้การสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์กับเว็บไซต์ www.7catalog.com ก็ทำได้แล้ว

สำหรับการชำระค่าสินค้าก็ทำได้หลายวิธีทั้งจ่ายเงินสดที่หน้าร้าน 7-Eleven หรือผ่านบัตรเครดิต โดยลูกค้าสามารถเลือกรับของด้วยการให้จัดส่งไปที่บ้านหรือร้าน 7-Eleven สาขาที่สะดวก เจ้าหน้าที่จะส่ง sms แจ้งลูกค้าให้มารับสินค้า

ผู้ประกอบการที่สนใจจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งกับ 7-Catalog ต้องทำอย่างไร

ปัจจุบันซีพีฟลายเออร์ที่จำหน่ายผ่าน 7-Catalog มีนับพันราย และเพิ่มจำนวนทุกวัน โดยซีพีฟลายเออร์ที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของตลาดแนวใหม่นี้ จะมีกระบวนการเริ่มจากนัดหมายนำสินค้าตัวอย่างมาทดสอบ หลักการพิจารณา **หนึ่ง** สินค้านั้นต้องมีคุณภาพจริงๆ **สอง** มีความสม่ำเสมอและมีกำลังการผลิตรองรับคำสั่งซื้อได้ **สาม** packaging สวยงามน่าใช้ ซึ่งถ้าสินค้าผ่านหลักเกณฑ์แล้ว ก็จะมาถึงความร่วมมือด้านการ



ตลาด รวมถึงการหาหรือด้านต้นทุนและแบ่งปันผลกำไรเบื้องต้น โดยผู้ประกอบการที่สนใจสามารถสอบถามได้ที่ call center ได้เช่นกัน

แผนการวางแผนด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ 7-Catalog

การโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อโปรโมต 7-Catalog ที่ผ่านมานั้นจะเห็นว่าสามารถสร้างความดึงดูดให้ลูกค้าสนใจได้อย่างมาก ตั้งแต่การจัดรูปแบบหน้าปกให้ดึงดูดโดยใช้พรินเตอร์ที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่จะเน้นศิลปินดารา รวมถึงการจัดวางหนังสือในหน้าร้านและการติดโปสเตอร์โปรโมตภายในร้าน ทั้งหมดเพื่อช่วยสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ที่มีสินค้าที่ดีมีคุณภาพซึ่งตอนนี้มี SMEs ที่เข้าร่วมเสนอสินค้าผ่านทาง 7-Catalog เผยแพร่สู่ผู้บริโภค มากกว่า 40 ราย

จะเห็นได้ว่า 7-Catalog นั้น ถือเป็นช่องทางใหม่ที่มีความน่าสนใจมากสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ยังไม่เคยลองใช้ช่องทางนี้ทำการตลาด หรืออยากลองเพิ่มช่องทางใหม่ซึ่งถือว่าคุ้มค่าในการขยายโอกาสทางการตลาดอย่างมาก

ผลตอบแทนกลับมาในตลอด 10 ปีของการ ดำเนินธุรกิจ และการวางแผนในส่วนของ อัตราการเติบโต

ต้องขอบคุณลูกค้าที่ให้ความสนใจทำให้ตลอดระยะเวลา 10 ปี 7-Catalog มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วง 3-4 ปีหลัง ถือเป็นเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยปี 2552 เติบโต 60% จากปี 2551 และ ปี 2553 เติบโต 50% จากปี 2552 มีรายได้ประมาณ 1,000 ล้านบาท หรือคิดเป็น 1% ของรายได้รวมกลุ่มซีพีออลล์ที่ 1.29 แสนล้านบาท สำหรับปีนี้เราก็ประเมินไว้น่าจะรักษาอัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดไว้ได้เช่นกัน โดยคาดว่าจะมีลูกค้าเพิ่ม 1 แสนรายในปีนี้

ในขณะเดียวกันก็จะมีการสรรหาสินค้าที่ดีและมีความหลากหลายมานำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไป โดยปีนี้ได้จัดโปรโมชันฉลองครบรอบ 10 ปี “ข้อปรับโชค ครบรอบ 10 ปี กับ 7-Catalog” ตั้งแต่เดือนมกราคม-พฤษภาคม 2554 โดยลูกค้ามีโอกาสปรับโชครับของรางวัลมากมาย มูลค่ามากกว่า 1 ล้านบาท อาทิ

ทองคำ จักรยานยนต์ เป็นต้น กล่าวคือ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกหรือซื้อสินค้าใน 7-Catalog 1 ครั้งโดยไม่จำกัดมูลค่าก็จะได้รับสิทธิ์ในการชิงโชค ซึ่งกำหนดจบบรรจุภัณฑ์ในแต่ละครั้งจะประกาศให้ลูกค้าทราบผ่านช่องทางต่างๆ ของ 7-Catalog ถือว่าเป็นการคืนกำไรให้กับลูกค้า

ความรู้สึกที่ได้ร่วมงานกับกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม

การดำเนินงานของ 7-Catalog ตั้งแต่เกิดขึ้นจนถึงวันนี้ก็ผ่านมา 10 ปีแล้ว และตลอดมาเราถือเป็นช่องทางหนึ่งในการตลาดที่ให้โอกาสกับสินค้าของผู้ประกอบการที่เป็น SMEs เข้ามาจำหน่ายโดยผ่านหน้าร้านสาขาด้วยวิธีการ mail order ถือเป็นช่องทางหนึ่งที่สร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพได้เข้ามาจัดจำหน่าย เรายินดีอย่างมากที่ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับช่องทางนี้และไว้วางใจเรา ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีครั้งที่หน่วยงานราชการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้ร่วมงานกันแบบเติบโตไปด้วยกันอย่างมั่นคง ■



บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

Call center โทรศัพท์ 0 2711 7755

www.7catalog.com

เศรษฐกิจใหม่บนโลกออนไลน์

การทำธุรกิจบนโลกออนไลน์มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิง พวกหนึ่งเห็นว่าธุรกิจออนไลน์สามารถทำเงินได้อย่างง่ายดาย ใช้ต้นทุนต่ำแต่มีช่องทางการตลาดสูง ส่วนอีกพวกหนึ่งเห็นว่าธุรกิจออนไลน์เป็นธุรกิจที่เลื่อนลอยไม่น่าเชื่อถือ และไม่มีคามมั่นคง ท่ามกลางความคิดเห็นที่ต่างกันอย่างนี้ กลับมีคนรุ่นใหม่ตอบเท้าเข้าสู่ระบบการค้าบนโลกออนไลน์และประสบความสำเร็จสามารถสร้างฐานะเป็นปึกแผ่นได้โดยไม่ต้องมีร้านค้าหรือโรงงานเป็นของตัวเอง

อาชวิน ชวาลรัตน์ หนุ่มน้อยวัย 24 ปี ผู้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจการค้าผ่านโลกออนไลน์ จุดเริ่มต้นนำไปสู่เส้นทางการค้าด้วยระบบออนไลน์เกิดจากพรินเตอร์เป็นเหตุ เนื่องจากซื้อกล่องแล้วได้พรินเตอร์เป็นของแถม แต่ตนเองไม่อยากจะพรินเตอร์ จึงหาทางกำจัดด้วยการถ่ายรูปพรินเตอร์แล้วโพสต์ขายทางอินเทอร์เน็ต ปรากฏว่าสามารถขายพรินเตอร์ที่ไม่พึงประสงค์ได้ในเวลาอันรวดเร็วจากจุดนี้เองทำให้อาชวินมองเห็นช่องทางและโอกาสอันเป็นชนวนสำคัญนำไปสู่การค้าที่เข้มข้นขึ้นเรื่อยๆ



เขาเลือกเว็บไซต์ www.welovesshopping.com (วีเลฟส์ช้อปปิ้งดอตคอม) เป็นด่านแรกเข้าสู่สนามการค้าบนโลกออนไลน์ เลือกสินค้าประเภทเครื่องสำอางเป็นแนวหน้าบุกตลาดในยุคเริ่มต้นของมือใหม่หัดขาย

หลักการตลาดของนักลงทุนมือใหม่หัดเป็นเศรษฐีใช้วิธีการง่ายๆ ไม่ยุ่งยาก ไม่ยากเย็น นำสินค้ามาถ่ายรูปง่ายๆ จากนั้นนำขึ้นเว็บ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ เมื่อมีผู้ติดต่อเข้ามาก็อธิบายรายละเอียดเพิ่มเติม ยุทธศาสตร์สำคัญในการทำการค้าผ่านออนไลน์นั้น อาชวินระบุว่า การตอบคำให้ของลูกค้าเข้าใจคือยุทธศาสตร์สำคัญ หากตอบคลุมเคลือลูกค้าจะไม่เชื่อถือ การตัดสินใจซื้อจะไม่เกิดขึ้น

จุดเด่นที่เป็นไฮไลท์ของธุรกิจรายนี้อยู่ตรงที่ อาชวินเริ่มทำการค้าผ่านออนไลน์ตั้งแต่อายุ 21 ปี เริ่มเป็นเจ้าแกตั้งแต่ยังเป็นนักศึกษาอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัยเอแบค เข้าไปเรียน





พร้อมรีบอร์เดอร์ เย็นกลับบ้านมาแพคสินค้า วันรุ่งขึ้น
ส่งสินค้าผ่านไปรษณีย์ เขายอมรับว่า ยอดขายของ
เขาพัฒนาขึ้นอย่างก้าวกระโดด สินค้าขายดีจนไม่มี
เวลากินข้าว จากที่เคยทำคนเดียวต้องจ้างคนงาน
มาช่วย

เมื่อจบการศึกษาได้ขยายการค้าผ่านโลกออนไลน์
อย่างเป็นระบบ ปัจจุบันเป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัท
เดอร์มา อินโนเวชั่น จำกัด และบริษัท แอดแม็กซ์ เอเจนท์
จำกัด เป็นเจ้าของเว็บไซต์ 3 เว็บไซต์ ได้แก่
www.bforbeautyshop.com (บีฟอর্বิวตี้ชอปดอต
คอม) เป็นเว็บไซต์บริการสินค้าประเภทอาหารเสริม
สมุนไพร และวิตามิน เอาใจสาว ๆ รักสวยรักงาม รักหุ่น
อีกเว็บไซต์มีชื่อว่า “น้ำหอมชอปดอตคอม” www.namhomshop.com
เป็นเว็บไซต์ขายน้ำหอมของแท้
นำเข้าจากต่างประเทศมาจำหน่ายในราคาถูกลงกว่า
ท้องตลาด 25 - 30 เปอร์เซ็นต์ และเว็บไซต์สุดท้ายชื่อ
www.oriental-beauty.net (โอเรียลทอล-บิวตี้ดอตเน็ต)
เป็นเว็บสำหรับขยายงานการตลาด และประชาสัมพันธ์
กับลูกค้าผ่านเว็บไซต์ต่างๆ

ช่วงเวลา 3 ปีในการทำธุรกิจการค้าผ่าน 3 เว็บไซต์
เด็กหนุ่มรายนี้สามารถสร้างยอดขายแบบก้าว
กระโดดอยู่ตลอดเวลา ตัวเลขยับจากหลักหมื่นเป็น
หลักแสนและก้าวกระโดดสู่หลักล้าน เขากล่าวอย่าง
ภาคภูมิใจว่า เขาสามารถซื้อรถเบนซ์ป้ายแดงให้แม่
ได้สามารถซื้อตึกใหม่ขยายกิจการมูลค่า 6 ล้าน
ได้เป็นเจ้าของบริษัทที่มีลูกน้องดี ๆ หลายคน ทั้งๆ
ที่ไม่ได้มีประสบการณ์อะไรที่เลิศเลอ และสิ่งที่ภูมิใจ
ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าความสำเร็จที่กล่าวมาแล้วนั้นก็ค
ือเขามีเงินทำบุญเป็นล้านได้ด้วยวัยเพียง 24 ปีเท่านั้น

นี่คือบทพิสูจน์ความสำเร็จที่เกิดจากการค้าบนโลก
ออนไลน์ ■



New Entrepreneurs Creation (NEC)

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินการโครงการเสริมสร้าง “ผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneurs Creation) หรือ โครงการ NEC เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลข้างต้นโดยนำประสบการณ์ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการ มาบูรณาการกิจกรรมสนับสนุนอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสนับสนุน “ผู้ประกอบการใหม่” ให้สามารถ ตั้งกิจการได้สำเร็จ และดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เป็นแหล่งจ้างงาน และสร้างรายได้แก่ประเทศต่อไป

โครงการ NEC มีวัตถุประสงค์ดังนี้

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

โครงสร้างหลักสูตร

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

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

โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่
สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

Email : nec@dip.go.th



เว็บไซต์สรรพสิ่ง ดอกคอม

www.sappasing.com

ขายเอง>ออกแบบเอง>ส่งของตัวเอง>รับเงินเอง

วาริท น้อยเกิด เจ้าของกิจการที่เปิดร้านค้าขายของในห้าง เมื่อรายจ่ายมีมากกว่ารายรับ จึงสัลดร้านค้าในห้างมาเปิดร้านค้าบนเว็บไซต์ สามารถขายสินค้าโดยไม่ต้องเสียค่าเช่าร้านอีกต่อไป ตั้งตัวเป็นผู้บริหารเว็บไซต์สรรพสิ่งดอกคอม ขายสินค้าตกแต่งบ้านที่ทำด้วยไม้ บริหารเอง จัดการเอง ออกแบบเอง ทำได้ทุกอย่างโดยคนเดียว ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ไปได้มาก กิจการเติบโตแบบค่อยเป็นค่อยไป ต่อมาเข้าโครงการสร้างเสริมนักลงทุนใหม่ (โครงการ NEC) ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อเติมเต็มความรู้ในการทำธุรกิจผ่านเว็บไซต์



ต่อไปนี้เป็นภาพถ่ายทอดประสบการณ์การทำธุรกิจผ่านเว็บไซต์ของคุณวาริท น้อยเกิด เจ้าของเว็บไซต์สรรพสิ่งดอกคอม เว็บไซต์ที่เรียกง่ายครอบคลุมได้กว้าง

จุดเริ่มต้นในการทำเว็บไซต์สรรพสิ่งดอกคอม คืออย่างไรถึงเปิดธุรกิจด้านนี้เป็นของตัวเอง

จุดเริ่มต้นของการจัดทำเว็บไซต์ สรรพสิ่งดอกคอม เกิดขึ้นจากการขายของหน้าร้านเมื่อปี 2552 รายรับไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการเปิดหน้าร้านขายที่ JJ Mall จตุจักร จึงได้มองหาวิธีการที่จะลดต้นทุนลง และยังคงขายสินค้าที่มีอยู่ได้ต่อไป ไม่ต้องอาศัยขายเฉพาะหน้าร้านเพียงช่องทางเดียว มีเพื่อนแนะนำให้ทดลองทำการค้าออนไลน์ จึงเริ่มศึกษาหาความรู้ในการทำการค้าออนไลน์อย่างจริงจัง เมื่อพอมีความรู้ขึ้นบ้างก็มองเห็นโอกาสว่ามันสามารถมาช่วยเราได้ในการทำการค้าและไม่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าหน้าร้านที่สูงขึ้น

เหตุใดจึงใช้ชื่อสรรพสิ่งดอกคอม ก่อนหน้านี้หน้าคิดจะใช้ชื่ออะไร

ชื่อสรรพสิ่งดอกคอม ก็มาจากชื่อร้านสรรพสิ่ง ที่เคยเปิดขายอยู่ที่ห้าง JJ Mall จตุจักร พอที่จะมีลูกค้าจดจำได้บ้าง จึงได้นำเอาชื่อร้านมาจดโดเมนเปิดเว็บไซต์ขายของ ก่อนหน้านั้นเราก็คิดชื่อร้านกันอยู่หลายชื่อ ชื่อตัวเอง ชื่อคนในครอบครัว ชื่อที่มีความหมายกว้างๆ เพราะเราอยากจะทำทุกอย่างที่เราทำได้ มาสรุปตรงชื่อสรรพสิ่งทีครอบคลุมได้กว้างและจดจำได้ง่าย ชื่อเป็นเอกลักษณ์ไทยๆ ดีด้วย



วาริต น้อยเกิด
เจ้าของกิจการ

สินค้าเริ่มต้นที่วางขายบนหน้าเว็บเป็นสินค้าตัวไหน ช่วงเริ่มต้นประสบความลำบากหรือยุ่งยากอย่างไรบ้าง

สินค้าที่วางขายหน้าเว็บตัวแรกๆ ก็จะเป็นสินค้าจากที่ร้านสรรพสิ่ง พวกงานไม้เก่าเอามาทำของตกแต่ง เช่น บ้านนก ตู้จดหมาย โต๊ะเก้าอี้สนาม สะพานไม้ ตกแต่งสวน ฯลฯ ที่มีขายอยู่ในร้านสรรพสิ่ง ก็เอามาถ่ายรูปแล้วขึ้นเว็บขาย ช่วงเริ่มต้นเกิดปัญหาอย่างมากกับตัวสินค้าที่มีขนาดใหญ่และน้ำหนักมาก คือปัญหาในการจัดส่ง เพราะเดิมที่เราขายหน้าร้านเมื่อลูกค้ามาเลือกซื้อก็จะขนสินค้านั้นๆ กลับไปเอง หรือไม่ก็จะจ้างรถมาขนส่งไป แต่เมื่อเรามาทำการค้าออนไลน์ก็เจอ



ปัญหาการจัดส่งเป็นอย่างมากกับสินค้าพวกนี้ ก็แก้ปัญหาดูด้วยการไปส่งสินค้านั้นให้กับลูกค้าเอง แจ้งว่าอาจจะต้องเพิ่มค่าจัดส่งจากราคาสินค้าด้วย (ก็ลำบากอยู่ทั้งเราและลูกค้า) ต่อมาสินค้าขึ้นใหญ่ๆ จึงไม่ค่อยจะได้เอามาขึ้นเว็บขาย จะเป็นการคุยตกลงกันส่วนตัวเสียมากกว่า **จากจุดเริ่มต้นจนถึงวันนี้สินค้าขายตัวเพิ่มขึ้นอย่างไรบ้าง**

ถ้านับการเปิดเว็บสรรพสิ่งดอกทคอมขึ้นในโลกออนไลน์ก็อยู่ประมาณปีกว่าๆ ไม่นับที่เราเปิดหน้าร้านขายนะครับ สินค้าก็เปลี่ยนแปลงไปหลายๆ ตัว อย่างสินค้าที่มีน้ำหนักมากและขนาดใหญ่ เราก็เอาออกไปจากเว็บไซต์ ไม่มาโพสต์ขายผ่านเว็บ แต่ยังคงมีทำจัดส่งให้ลูกค้าที่สั่งเข้ามาอยู่เหมือนเดิม เพราะคุยตกลงกันเรื่องราคาและค่าจัดส่งได้ลงตัวกันแล้ว จะมีสินค้าตัวใหม่ๆ เกิดขึ้นเป็นชิ้นที่เล็กกลง ออกแบบให้กับลูกค้าบ้างตามต้องการ เราจะไปเน้นงานบริการและที่ปรึกษามากขึ้น เช่น การจัดงานสัมมนา ประชุม งานเลี้ยงสังสรรค์ จัดกิจกรรม กีฬา ให้คำปรึกษาจัดงานแต่งงาน ตั้งแต่วางแผน เตรียมงาน ไปจนถึงลงมือจัดงานให้กับคู่บ่าวสาวกันเลย

ฝากไว้กับผู้อ่านด้วยครับ คุณพ่อคุณแม่คู่บ่าวสาวคู่ไหน อยากจะมีของขวัญดีจิตใจให้กับลูกๆ ของคุณ เป็น wedding video สั้นๆ สวยๆ ผมจะจัดทำให้ฟรี 9 คู่ ติดต่อกับได้ที่ varit@sappasing.com หรือมือถือ 089 896 0106 ครับ บอกผมด้วยว่าได้อ่านมาจากบทความของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม นะ

ในอนาคตวางแผนดำเนินธุรกิจผ่านเว็บไซต์สรรพสิ่งดอกทคอมนี้ไว้อย่างไร

แผนการในอนาคตที่อยากจะทำกับสรรพสิ่งดอกทคอม คือ อยากทำให้สรรพสิ่งดอกทคอมเป็นเว็บที่ปรึกษาได้ทุกๆ เรื่องกับบุคคลทั่วไป ให้สมกับชื่อสรรพสิ่งครับ



การทำธุรกิจขายของผ่านออนไลน์ของท่าน ประสบความสำเร็จในระดับไหน

ณ วันนี้ถามถึงความสำเร็จในการทำธุรกิจขายของออนไลน์ของสรรพสิ่งดอทคอมอยู่ในระดับไหน ผมก็ยังคิดว่าอยู่ในระดับเริ่มต้นถึงปานกลาง ไม่ถึงกับประสบความสำเร็จสูงสุดด้านยอดขายสินค้า ยอดการขายก็พอมีกำไรอยู่ได้บ้าง แต่ที่ได้มากที่สุดคือได้ลูกค้าที่มาเป็นเพื่อนคู่ค้าเสียมากกว่า ได้รับการแนะนำและบอกต่อๆ ไปในหมู่เพื่อน ทำให้เป็นที่รู้จักบ้างระดับหนึ่ง แต่ก็เป็นที่พอใจที่ได้ทำสิ่งที่ดีที่อยากจะทำครับ

ตอนเริ่มต้นลงทุนนั้น ใช้เงินลงทุนไปเท่าไร คิดว่าเว็บไซต์ของท่านมีข้อดีและข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไขต่อไปบ้าง

ตอนเริ่มต้นในการทำเว็บไซต์สรรพสิ่งดอทคอมนั้น เงินลงทุนในการทำเว็บไซต์ไม่สูงมากอยู่ที่ประมาณ 5,000 บาท จะเป็นค่าจดโดเมนเนมกับค่าเช่าพื้นที่ในการจัดทำเว็บสำเร็จรูปจากผู้ให้บริการเว็บสำเร็จรูป

สำหรับข้อดีของเว็บสรรพสิ่งดอทคอมนั้นคืออะไร ความตั้งใจในการทำเว็บสรรพสิ่งดอทคอมคือการให้มีสินค้าหลากหลายตามความต้องการของลูกค้า ให้สมกับชื่อสรรพสิ่งดอทคอม เหมือนได้เดินเข้าไปหาสินค้าในห้างสรรพสินค้า แต่จะมากกว่าตรงที่มีสินค้าด้านการบริการให้เขาได้เลือกซื้อได้ด้วย เมื่อลูกค้าได้เข้ามาปรึกษากับเราแล้วเราสามารถให้คำปรึกษาแนะนำเขาได้ จนเป็นที่พอใจกับลูกค้า การให้คำปรึกษาของเราไม่ได้เน้นการขายของแต่อย่างเดียว ทำเหมือนกับเขาได้ปรึกษากับเพื่อนหรือคนใกล้ชิด จะไม่หวังผลในการขายของให้ได้อย่างเดียว

ส่วนข้อบกพร่องของเว็บสรรพสิ่งดอทคอมนั้น คิดว่ายังมีอีกมากที่ผมจะต้องแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น เช่น การอัพเดทข้อมูลของสินค้าใหม่ๆ ข่าวสารที่จะแจ้งให้ลูกค้า สมาชิก ได้ทราบอย่างต่อเนื่อง สาเหตุหลักๆ ก็เกิดขึ้นจากการทำงานคนเดียวเป็นส่วนใหญ่ ความจริงควรจะหาคนมาช่วยทำ แต่ก็ยังอยากประหยัดค่าใช้จ่ายอยู่จึงทำเองคนเดียวอยู่จนถึงขณะนี้

การเข้าร่วมโครงการ NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โครงการนี้ให้ประโยชน์แก่คุณอย่างไรบ้าง ประเด็นสำคัญจากอบรมที่ได้นำมาใช้ในเว็บไซต์สรรพสิ่งดอทคอมของคุณอย่างไรบ้าง

การได้เข้าร่วมโครงการอบรม NEC ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สาขาธุรกิจไซเบอร์ กับ มศว.ประสานมิตร รุ่นแรก ทำให้ผมได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นในการจัดทำเว็บไซต์ รู้ถึงการเตรียมข้อมูล การเตรียมภาพของสินค้าเพื่อขึ้นเว็บ การวางแผนธุรกิจ และที่สำคัญที่สุดคือทำให้ผมได้เพื่อนๆ ที่สนใจในการทำธุรกิจไซเบอร์ ได้รับคำแนะนำในการทำธุรกิจด้านนี้อย่างจริงจัง สามารถนำเอาสิ่งที่ได้รับการอบรมมาใช้ได้ต่อเนื่อง เมื่อเกิดปัญหาขึ้นก็ปรึกษากันในกลุ่มได้ อาจารย์ผู้ให้การอบรมก็ยังติดตามผลต่อเนื่องและให้คำแนะนำที่ดีเสมอๆ ครับ ■

สรรพสิ่งดอทคอม (<http://www.sappasing.com>)

46/674 หมู่ 5 หมู่บ้านพฤษภา 3 ซอย 24/5

ต.บางคูวัด อ.บางบัวทอง จ.นนทบุรี 11110

โทร. 089 896 0106



การนำ Online Social Network มาใช้กับการตลาดและธุรกิจ

Online Social Network หรือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง

- การเชื่อมต่อระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ต
- การเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้าด้วยกัน
- การเชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกันโดยอาศัยเทคโนโลยีเว็บ
- ปรากฏการณ์ของเครือข่ายสังคมที่มุ่งเน้นสร้างชุมชนออนไลน์ ซึ่งผู้คนสามารถแลกเปลี่ยน-แบ่งปัน

ความคิด ความรู้ ผลประโยชน์ กิจกรรม ชีวงาน หรือความสนใจเฉพาะเรื่องร่วมกัน โดยอาศัยระบบพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ทำให้มีการโต้ตอบกันระหว่างผู้คน

ตัวอย่างเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในเมืองไทยขณะนี้ ได้แก่ facebook, twitter, hi5, youtube, myspace เป็นต้น แต่ละเครือข่ายจะมีรูปแบบและคุณสมบัติในการสื่อสารเฉพาะตัวแตกต่างกันไป

ปัจจุบันมีการนำ Online Social Network มาใช้ในธุรกิจมากขึ้น โดยผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการคาดหวังในการนำธุรกิจมาเชื่อมโยงกับ Social Network เพื่อต้องการเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักคือ

- เพิ่มยอดขาย
- เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
- เพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ
- เพิ่มกิจกรรมทางธุรกิจ
- เพิ่มช่องทางการตลาด
- เพิ่มภาพลักษณ์ของกิจการ
- ลดแรงงานคนมาใช้แรงงานจากเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
- ลดขั้นตอนการดำเนินงาน

ฯลฯ

ในการนำ Social Network มาใช้กับธุรกิจ มักจะมีคำถามเกิดขึ้นบ่อยๆ ผู้ในโลกออนไลน์ได้สรุปคำถาม-คำตอบไว้ 5 ประเด็น ดังนี้

1. หากธุรกิจจะนำ Social Network มาใช้คนกลุ่มไหน เป็นกลุ่มที่ Social Network สามารถเข้าถึงได้?

คำตอบ: กลุ่มหลักที่ใช้ Social Network ในปัจจุบัน วัยรุ่น คือวัยทำงาน อายุ 25-40

2. วิธีการสื่อสารผ่าน Social Network รูปแบบไหนที่ ธุรกิจควรนำมาใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

คำตอบ:

1. ไม่ควรสื่อสารตรงๆ จากสินค้าหรือ Brand เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการตรงๆ เพราะคนจะไม่ค่อยติดตาม และให้ความสนใจกับสิ่งที่เจ้าของสินค้าหรือ brand พูดมากเกินไป

2. การกระตุ้นหรือมีกลยุทธ์ที่ให้คนที่มียุทธิพล (Influencer) ในการพูดถึงสินค้าหรือ Brand ของคุณแทน จะทำให้คนทั่วไปสนใจ และพูดถึงสินค้าหรือ Brand ของคุณ

“86% ของคนทั่วไปมักไม่เชื่อสิ่งที่สินค้าหรือ Brand พูดถึงตัวเอง แต่ 78% ของคนทั่วไปมักเชื่อในสิ่งที่คนอื่นพูดถึง Brand”

เมื่อก่อน Brand ต่างๆ มักจะเชิญ celeb ดารา ไปงาน แต่เดี๋ยวนี้ สินค้าไอที หรือสินค้าต่างๆ เริ่มเชิญ คนที่มีคนรู้จักทางออนไลน์ (Online Celebrity) ไปร่วมงาน และให้สินค้าไปใช้ เพื่อสร้างกระแส เพราะช่องทางออนไลน์มันไปได้เร็วกว่า Celeb ธรรมดา และเข้าถึงกลุ่มคนกลุ่มใหม่ได้

3. จะขายสินค้าผ่านทาง Social Network ได้ไหม?

คำตอบ: การขายหรือสื่อสารข้อมูลสินค้าตรงๆ ผ่านทาง social network ผ่านทาง brand ดูจะเป็นทางที่เพิ่มยอดขายได้น้อยกว่า แต่สิ่งที่น่าสนใจมากกว่าก็คือการขายแบบอ้อม หรือ in-direct ที่จะให้คนอื่นพูดถึงและบอกต่อกันไปผ่าน social network

Social Network จะใช้ในการสื่อสาร ส่งข้อความมากกว่าที่จะใช้ในการสร้างยอดขายหรือปิดการขาย แต่การปิดการขายหรือการขายของได้ (Make Transaction) ก็ยังคงต้องอาศัยเว็บไซต์ เป็นเครื่องมือในการปิดการขายอีกด้วย โดยลักษณะมันจะเป็นการเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน

ดังนั้นนักการตลาดที่ดี “ต้องเข้าใจ” และสามารถ “วางกลยุทธ์” ใน การผสมผสาน Social Network เข้ากับ E-Commerce ให้ได้อย่างกลมกลืนที่สุด เมื่อนั้น Social Network จะสามารถสร้างยอดขายให้กับ สินค้าหรือ Brand ได้อย่างมหาศาลเลยทีเดียว



4. หากคู่แข่งใช้ Social Network ด้วยแล้วเราจะทำอย่างไรดี?

คำตอบ:

1. ให้ดู positioning หรือจุดยืนทางการตลาดว่า ของเรากับของคู่แข่งมีความแตกต่างกันอย่างไร

2. พยายามสร้าง network หรือเครือข่ายให้กว้างกว่า และเข้าถึงให้ “ตรงกลุ่มเป้าหมาย” มากที่สุด

3. สร้าง Creativity และการสร้างสรรค์ ให้เกิดความโดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่ง หรือการนำเทคโนโลยี หรือ innovation เข้ามาใช้

5. ทำอย่างไรให้คนเข้ามาใน Network ของเราหรือ Follow เราเพิ่มมากขึ้น? และ ปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factors) ของการทำการตลาดบน Social Network

คำตอบ:

1. จุดยืนหรือ positioning ของคุณว่าคุณคือ “อะไร” อะไรคือ “จุดเด่นของคุณ” และทำไมเค้าต้องมาตามคุณในโลกของ Social Network และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ “เค้าตามคุณไปได้ เค้าจะได้อะไร?”

2. ถามตัวเองก่อนว่า “คุณมีอะไรให้เค้ามาตามหรือดึงให้เค้าเข้ามาร่วมใน network ของคุณบ้าง?”

3. ขนาดของ Network หากเรามีคนอยู่ในเครือข่ายหรือ Network เรามาก ก็จะได้เปรียบและข้อความที่ส่งออกไป ก็จะมี impact และมีความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มคนได้มากขึ้น

4. Trust หรือความน่าเชื่อถือ ว่าคุณสามารถสร้างสิ่งนี้ได้ดีระดับไหน

5. ข้อความ (Content) ที่คุณจะส่งออกไปต้องมีคุณภาพ และเป็นสิ่งที่เค้าอยากฟัง ไม่ใช่ พูดแต่สิ่งที่เราอยากพูด และสิ่งที่เค้าได้รับต้องเป็นสิ่งคนรับต้อง “ได้”

6. ความถี่ในการสื่อสาร ควรจะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

7. การสร้างเทคนิคหรือกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถเปลี่ยนจาก “ผู้ชม (Vistor)” กลายเป็น “ผู้ซื้อ (Customer)” ได้ หรือการสร้าง conversion rate ให้เกิดขึ้น

8. เทคนิคการโปรโมทให้คนมาตามเราหรือเข้ามาใน network เรามากที่สุดคือ การโปรโมทผ่านทาง Social Network ออกไป ให้คนใน network ที่ยังไม่ตามเรา เข้ามาหาเรามากขึ้น แต่ต้องมีกลยุทธ์ที่น่าสนใจ ■

ข้อมูลจาก

<http://www.pawoot.com/>

<http://gotoknow.org/blog/virtualcommunitymanagement/>

www.dip.go.th

เพื่อนคู่คิดมิตรแท้ SMEs

เกือบ 70 ปีที่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ดำเนินการสนับสนุนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย ตามนโยบายของรัฐบาล นอกจากที่ตั้งของกรมฯ ซึ่งอยู่ที่ถนนพระรามที่ 6 แล้ว กรมฯ ยังมี เครือข่ายตั้งอยู่พื้นที่ต่างๆ ทั้งในส่วนกลางที่กรุงเทพฯ และภูมิภาคหลายจังหวัดเพื่อคอยสนับสนุน และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการอย่างทั่วถึงครอบคลุมทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังมีที่ตั้งของกรมฯ อีกส่วนหนึ่งที่เปิดบริการผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง แค่เพียงเปิดคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตและคลิก www.dip.go.th ท่านก็สามารถใช้บริการต่างๆ ของกรมฯ ได้ทันที

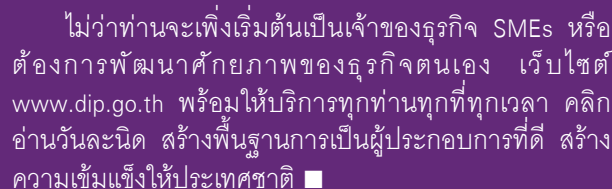
The screenshot shows the DIP Portal homepage. At the top is the logo of the Department of Industrial Promotion. Below it is a navigation bar with links: หน้าหลัก, บริการ, ข่าว กสอ., ข่าวจัดซื้อจัดจ้าง, ปฏิทินกิจกรรม, ถาม/ตอบ, กระดานสนทนา, มังเว็บไซต์. A search bar is on the right. On the left is a sidebar with a 'เว็บไซต์หน่วยงานภายใต้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม' section, a 'รู้จัก กสอ.' section with links like ประวัติ, ตราสัญลักษณ์, ยุทธศาสตร์และแผนงาน, กฎระเบียบ, โครงสร้าง, ติดต่อ กสอ., เครือข่าย SMEs, คำรับรองการปฏิบัติราชการ, รายงานประจำปี, ศูนย์ ข้อมูลข่าวสาร กสอ., กสอ. โสสะอาด, and ความเสมอภาคหญิงชาย. The main content area features a large photo of people at a table, a bowl of soup, and several news snippets. One news item mentions a meeting with the Thai Chamber of Commerce in Chongqing. Another mentions a meeting with the Thai Chamber of Commerce in Chongqing. At the bottom are logos for DIP Portal, ECIT, and other partners.



เว็บไซต์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมบรรจุข้อมูลต่างๆ มากมาย โดยหน้าหลักของเว็บไซต์จะมีสารบัญ (Content) ให้เข้าไปชมทั้งด้านบน ด้านซ้าย และด้านล่าง พื้นที่หลักส่วนกลางนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวล่าสุดของกรมฯ ผ่านภาพจากกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่ดำเนินการขึ้น รวมถึงข่าวประกาศต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการไม่ตกข่าว นอกจากจะได้รับความรู้แล้วยังมีลิงก์เชื่อมต่อไปสู่รายละเอียดซึ่งสามารถตอบรับเข้าร่วมงานได้ทันทีหากสนใจและตรงกับความต้องการ ทั้งนี้ระบบยังเปิดให้ลงทะเบียนสมัครเป็นสมาชิกเพื่อประโยชน์ในการใช้เว็บไซต์

ที่คอนแทกต์บาร์ด้านบน เป็นส่วนบทบาทหน้าที่หลักของกรมฯ ที่ให้ผู้เข้าชมเลือกติดต่อกับกรมฯ ได้ตามต้องการ เช่น ข่าวสารทั่วไป ข่าวการจัดซื้อจัดจ้าง ปฏิทินกิจกรรม เป็นต้น โดยในหมวด “บริการ” นั้น ถือเป็นหัวใจของเว็บไซต์เนื่องจากเป็นบริการที่อยู่ในระบบออนไลน์ ซึ่งบรรจุข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ ที่ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงได้ด้วยตนเอง อาทิ e-Library, e-Catalog, e-Consulting โดยเฉพาะ e-Consulting นี้ถือได้ว่าเป็นโรงเรียนที่สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs มือใหม่ก็ว่าได้ (Business Opportunity Center) เพราะได้บรรจุข้อมูลเรื่องราวการทำธุรกิจ SMEs ไว้อย่างครบครัน ประกอบด้วยหมวด การเริ่มต้นธุรกิจ, ข้อมูล

สำหรับคนเห็นทางด้านล่างในหน้าแรกนั้น เรียกว่า เป็นการยกเอากิจกรรมหรือส่วนข้อมูลที่เป็นที่สำคัญหรือ เป็นที่นิยมของผู้เยี่ยมชม ซึ่งได้ออกแบบในลักษณะ Pop up เพื่อง่ายต่อการเลือก ซึ่งช่วงนี้หมวด “ECIT” ถือว่ามาแรงสุดๆ จัดอยู่ในลำดับที่สอง เมื่อคลิกเข้าไปก็ จะพบเว็บไซต์ย่อย www.ecitthai.net รวมทุกเรื่องราวข่าวสารและกิจกรรมของโครงการ ECIT ทั้งนี้ยังสามารถ เชื่อมต่อเข้าสู่เว็บไซต์ตลาดกลางออนไลน์ที่กำลังมาแรง ในวงอุตสาหกรรมตอนนี้คือ e-MarketPlace ซึ่งมีสินค้าอยู่ 9 หมวดหลัก ได้แก่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ สิ่งทอ อาหาร





6ทักษะ การทำงานในอนาคต

ถ้าเราแบ่งพัฒนาการของโลกออกเป็นยุคๆ จะแบ่งได้ 3 ยุค คือ

ยุคสังคมเกษตรกรรม (คลื่นลูกที่ 1)

ยุคสังคมอุตสาหกรรม (คลื่นลูกที่ 2)

ยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร (คลื่นลูกที่ 3)



ในแต่ละยุค วิถีชีวิตของคนเราและเรื่องราวต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงไปตามอาชีพการงานที่ทำ เช่น ในสังคมยุคเกษตรกรรม อำนาจที่เป็นใหญ่ในยุคนี้ คือ อำนาจกำลังกล้ามเนื้อ เพราะวาระระบบเศรษฐกิจยังไม่ซับซ้อน คนทำอะไรเอนกกันเป็นหลัก คนไหนแข็งแรง คนนั้นก็จะทำงานได้ดี ความรู้ต่างๆ ที่เกิดในครอบครัวเกษตรกรรมก็เป็นสิ่งที่ใครๆ พอจะทำได้ ไม่แตกต่างกันมากนัก ในยุคนี้ฝีมือก็มีความสำคัญ แต่ไม่ถึงกับต่างกันมากมาย ประเทศไหนจะเป็นมหาอำนาจก็ต้องมีกำลังกล้ามเนื้อ คือมีทหารมาก ๆ มีความแข็งแกร่งมาก

พอถึงคลื่นลูกที่ 2 คือ ยุคอุตสาหกรรม ยุคนี้มีปัจจัยใหม่แทรกเข้ามาคือ **เรื่องทุน** เพราะว่าใครจะสร้างโรงงานได้ก็ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และถ้าสร้างเสร็จแล้วก็มีอำนาจขึ้นมาจากเงิน ยุคนี้ใครมีเงิน คนนั้นก็มีอำนาจ สามารถสร้างผลผลิตและคุมกำลังกล้ามเนื้อได้ ประเทศที่มีกำลังทหารเข้มแข็ง แต่ถ้าเศรษฐกิจไม่ดีก็ไปไม่รอด เหมือนสภาพโซเวียตที่เคยเป็นอภิมหาอำนาจของโลกคู่กับอเมริกา พอเศรษฐกิจไปไม่ไหว ยังต้องแตกออกเป็น 15 ประเทศโดยไม่ต้องรบกับใครเลย

แต่พอถึงคลื่นลูกที่ 3 คือ ยุคข้อมูลข่าวสาร ก็เกิดอำนาจใหม่ขึ้นมาอีกอำนาจหนึ่งขึ้นมา คือ **อำนาจของความรู้** จริงๆ แล้วในแต่ละยุค เช่น ในยุคสังคมเกษตรกรรม เงินทุนก็มีความสำคัญ แต่พอถึงยุคอุตสาหกรรม ความสำคัญของเงินทุนเพิ่มมากขึ้น ความสำคัญของความรู้ก็เพิ่มขึ้น แต่ทุนยังเด่นอยู่ ใครมีทุนก็จ้างคนมีความรู้มาทำงานได้ แต่พอถึงยุคข้อมูลข่าวสาร ความสำคัญของความรู้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ กลายเป็นว่าความรู้มีความโดดเด่นขึ้นมาอย่างเห็นได้ชัด **ผู้ที่ยังไม่มีเงิน ยังไม่มีทุน แต่มีความรู้ สุดท้ายก็จะสร้างทุนได้ แล้วทุนก็จะสร้างอำนาจ**

อย่างเช่น บิลล์ เกตส์ หรือคนที่ตั้งกูเกิล (Google) ขึ้นมา เริ่มต้นไม่มีเงินแต่มีความรู้ เขาเอาความรู้ไปสร้างธุรกิจจนกระทั่งรวยขึ้นมา พอรวยแล้วก็มีอำนาจ นำหนักคำพูดก็ดังขึ้นในสังคมของประเทศนั้นๆ หรือสังคมโลก บางคนก็ก้าวเข้าไปสู่อำนาจทางการเมือง ไปสู่ความมีอำนาจในการปกครอง โดยอาศัยฐานความรู้และเงินทุนที่เกิดขึ้น

ถามว่า...ทำไมความรู้ถึงมีความสำคัญเพิ่มขึ้นในยุคข้อมูลข่าวสาร สาเหตุเป็นเพราะที่มาของความรู้มีมาก คนในยุคก่อนจะมีความรู้ได้ต้องอาศัยคุณปู่ คุณย่า คุณพ่อ คุณแม่ คอยสอนให้ หรือไปเรียนหนังสือที่วัด เป็นต้น แหล่งความรู้ในชุมชนมีจำกัด พอยุคอุตสาหกรรมก็มีโรงเรียนเกิดขึ้น มีมหาวิทยาลัยเกิดขึ้น ที่มาของความรู้ก็เป็นระบบมากขึ้น แต่พอมาถึงยุคข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน แค่เราเปิดวิกิพีเดีย (Wikipedia) เปิดอินเทอร์เน็ต ความรู้เต็มไปหมด จะอ่านหนังสือก็ร่อยก็พันล้านเล่มมีอยู่ในนั้นหมด จะเป็นตัวหนังสือ ภาพ วิดีโอ หรืออยากจะเป็นแผนที่โลก ไม่ต้องมานั่งก้มลูกโลกดูอย่างสมัยก่อน เพราะกูเกิลเอิร์ธ (Google Earth) พาไปเห็นทั่วโลก จะพลิกดูประเทศไหนก็ได้ จะโฟกัสเข้าไปขยายจนถึงขนาดเห็นตึกกรมบ้านช่องก็ยังได้ จะไปดูเขื่อนก็ได้ เห็นของจริงที่ถ่ายจากดาวเทียมลงมาทั้งหมด ฉะนั้นจะเห็นว่าแหล่งข้อมูลเยอะมาก ทำให้แต่ละคนมีโอกาสเพิ่มพูนความรู้ เพิ่มศักยภาพของตัวเองได้แตกต่างกันมาก คนไหนรู้จักหาความรู้ ศักยภาพตัวเองก็จะเพิ่มมากขึ้น และพอมีความรู้แล้วช่องทางการถ่ายทอดออกไปก็มาก



ในยุคเกษตรกรรม หนังสือพิมพ์ก็ไม่มี วิทยุ โทรทัศน์ก็ไม่มี การถ่ายทอดความรู้ต้องใช้วิธีพูดเท่านั้น จะเขียนหนังสือก็ยังไม่มียกพิมพ์ ต้องเขียนทีละหน้า แล้วก็เอาไปลอกทีละหน้า กว่าจะลอกได้ 10 สำเนาก็หมดเวลาแล้ว หรือถ้าอยากจะพูด ก็ไม่มีไมโครโฟน พูดแล้วคนฟังก็ฟังได้แค่กลุ่มเดียว เพราะฉะนั้นความรู้จึงขยายออกไปถึงคนอื่นได้อย่างจำกัด แต่ในยุคปัจจุบันแค่เขียนเว็บบล็อก (Web Blog) ขึ้นมา ถ้าทำดี ๆ ก็มีคนมาดูเป็นแสนเป็นล้านคน หรือจะเขียนบทความไปลงในสื่อต่างๆ ก็ได้ จะพิมพ์เป็นเล่มเองก็ได้ ถ้าเขียนดี ๆ ขนาดเป็นเบสต์เซลเลอร์ (Best Seller) พิมพ์เป็นพันเป็นหมื่นเล่มก็ยังได้ ช่องทางที่เราจะเอาความรู้ ความคิดเห็นของเราออกไปสู่สาธารณะมีมาก บทบาทของความรู้จึงสำคัญมากขึ้น ในยุคปัจจุบัน พร้อมๆ กับเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

ฉะนั้น เขาก็กล่าวว่า ทักษะของนักทำงานที่ดีในโลกยุคปัจจุบันควรมี 6 ข้อ คือ 1. อ่าน 2. ฟัง 3. คิด 4. พูด 5. เขียน 6. ท่า

2 ข้อแรกเป็นที่มาของความรู้ คืออาศัยการฟังกับการอ่าน เป็นการรับข้อมูลเข้ามา ข้อ 3 รู้จักคิด รู้จักไตร่ตรอง คือรู้จักย่อยสิ่งที่อ่านและฟังด้วยการคิด ข้อที่ 4 และ 5 คือ การถ่ายทอดความรู้ออกไปด้วยการพูดและการเขียน ข้อสุดท้าย คือ การลงมือทำ รวมเป็น 6 ทักษะ

ความจริงยังมีทักษะอีกหลายอย่าง เช่น ทักษะในการทำงานร่วมกัน เป็นต้น และเนื่องจากตอนนี้มีข้อมูลให้รับรู้มากมาย อย่างข้อมูลในอินเทอร์เน็ตใช้เวลาหนึ่งปีก็อ่านไม่หมด ในแต่ละวันยังมีข้อมูลใหม่เพิ่มขึ้นมาตลอด เราจึงต้องมีทักษะในการเลือกรับข้อมูลด้วย เพราะเรามีเวลาจำกัด อย่าไปเสียเวลากับข้อมูลแบบแพะชนที่ไม่นานก็เชย ข้อมูลจำพวกนี้แค่กวาดสายตาผ่านไปให้พอรู้ว่าเกิดอะไรขึ้นในสังคมก็พอ แต่เรื่องที่เรารู้ว่ามีความสำคัญ คือข้อมูลที่จะทำให้เข้าใจคลี่คลายการเปลี่ยนแปลงของโลกว่าขณะนี้กำลังเกิดอะไรขึ้น หรือทำไมถึงเกิดสิ่งนี้ขึ้นมา ปรัชญาการณอย่างนี้จะทำให้เกิดอะไรในอนาคต เมื่อใช้ความคิดแล้วก็จะทำให้เราเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของโลก ทำให้เรามีข้อมูลมากกว่าคนอื่น ถึงคราวจะทำงานก็จะได้เปรียบ

เพราะฉะนั้น เราจะต้องรู้จักเลือกรับข้อมูลให้ดี แล้วอย่าไปแยกกระบวนการอ่าน การฟัง กับการคิดออกจากกัน จริงๆ แล้วทั้งหมดต้องต่อเนื่องกัน คือระหว่างที่รับข้อมูลเราต้องคิดไปด้วย ตรงนี้เราว่าอย่างนี้จริงหรือเปล่า และนำไปเชื่อมโยงกับข้อมูลเก่าในใจเราทันที

คำถาม 2 คำถามที่ควรมีในขณะที่รับข้อมูล คือ

1. WHY? ทำไมถึงเกิดเรื่องนี้นี้นะ เป็นการสาวไปหาเหตุ

2. What will happen? สิ่งนี้จะทำให้เกิดอะไรขึ้นในอนาคต คือเห็นอย่างนี้แล้ว พยากรณ์อนาคตได้เลยว่าจะเกิดอะไรขึ้น

ถ้าเรามีคำถาม 2 คำถามนี้อยู่เสมอ จะทำให้เราได้ฝึกคิด แล้วอย่าเชื่อข้อมูลที่เขาให้ทั้งหมด เพราะเราจะถูกเขาชักจูงได้ง่าย ถ้าเราจะเป็นนักทำงานที่มีประสิทธิภาพจริงๆ จะต้องสามารถแยกแยะข้อมูลได้ เมื่อรับข้อมูลมาแล้ว ก็ต้องรู้จักย่อย แล้วเอาข้อมูลใหม่ไปสัมพันธ์กับข้อมูลเก่า หากเรามีการคิดและเชื่อมโยงข้อมูลแล้ว จะทำให้กระบวนการรับข้อมูลโดยการอ่านหรือการฟังกับกระบวนการย่อยข้อมูลในการคิดมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน พอเราเข้าใจอะไรกระจ่างแล้ว ถึงคราวจะถ่ายทอดออกไปก็จะถ่ายทอดได้ค่อนข้างเป็นระบบ โดยอาศัยการเขียน เป็นการฝึกจัดลำดับความคิด บางคนเวลาพูดสับสน แต่เวลาเขียนความคิดจะเป็นระบบขึ้น และช่วยให้การพูดดีขึ้นด้วย นั่นคือการฝึกทักษะในการถ่ายทอดความรู้ของเราไปถึงบุคคลอื่น ให้เขาเข้าใจความคิดของเรา

ขอฝาก Knowledge Worker นักทำงานในยุคใหม่อีกข้อ เป็นข้อที่สำคัญและไม่ได้กล่าวไว้ในตำรา คือ ในยุคข้อมูลข่าวสารนี้ มีข้อมูลมาถาปนาเยอะมาก ถ้าไม่ตั้งหลักให้ดี เราจะถูกคลื่นข้อมูลข่าวสารท่วมจนจมหายไปเลย เราจะรู้สึกสับสน เครียดและล่า เพราะมีเรื่องราวมากมายเข้ามา ฉะนั้นเราต้องมีทักษะอีกหนึ่งข้อ คือ หยุดคิด รณยต์ถ้าวิ่ง 24 ชั่วโมงไม่พักเลย ประเดี๋ยวเครื่องก็ร้อนจัดจนกระทั่งดับไปเลย ตัวเราก็ก็นอนหลับ ถ้าคิดนั้นคิดนี้ตลอดเวลา ประเดี๋ยวก็แสบ ต้องรู้จักพักใจบ้างด้วยการทำสมาธิ ■

» Book Coner

เรื่อง : แวนชยาย

ชื่อหนังสือ : การตลาดเชิงกลยุทธ์ เพื่อความสำเร็จสำหรับผู้บริหาร SMEs

ผู้เขียน : รังสรรค์ เลิศในสัตย์

รหัส : T 77 ก49ร

รายละเอียดประกอบด้วย การเสนอแนะแผน ประเด็นสำคัญที่เป็นพื้นฐานทางการตลาดที่แท้จริง ไม่เคยเรียนไม่ใช่นักการตลาดก็เข้าใจได้ง่ายวางกลยุทธ์ได้ทันทีอย่างไม่ผิดพลาด เหมาะสำหรับนักบริหารมืออาชีพที่ไม่อยากเสียเวลาศึกษาทฤษฎีการตลาดมากเกินไป สำหรับผู้บริหาร SMEs มืออาชีพที่ต้องการเข้าใจกลยุทธ์การตลาดแบบไม่เสียเวลา

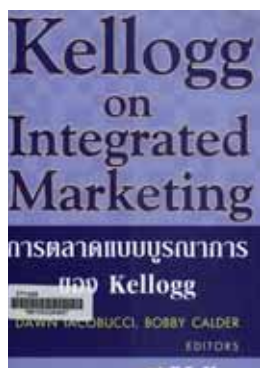


ชื่อหนังสือ : การวางแผนการตลาด=Marketing Planning

ผู้เขียน : เฟลนิตทิพย์ โกเมศโสภา

รหัส : T 77 ก46

เนื้อหาเกี่ยวกับ การเตรียมแผนการตลาด สถานการณ์ธุรกิจ วิธีเตรียมตัวเพื่อการทบทวนธุรกิจ การวิเคราะห์ปัญหาและโอกาส การกำหนดเป้าหมายยอดขาย การกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์การตลาด เป้าหมาย และกลยุทธ์ การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และตราหือ ราคา การกระจายสินค้า การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การโฆษณา สื่อโฆษณา การจัดการงานสินค้าและการให้ข่าวสารงบประมาณทางการตลาด การวิเคราะห์การคืนทุนและปฏิทินการปฏิบัติงาน และการประเมินผล



ชื่อหนังสือ : การตลาดแบบบูรณาการของ Kellogg

ผู้เขียน : ไอโคบัคซี,ดอน.

รหัส : T 77 ก35

หนังสือเล่มนี้จัดได้ว่าเป็นคัมภีร์ส่วนตัวสำหรับนักการตลาดมืออาชีพอย่างแท้จริง การตลาดแบบบูรณาการเจาะลึกทั้งทางทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงที่มีทั้งการแข่งขันอย่างรุนแรงและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง



ชื่อหนังสือ : การบริหาร

การตลาดยุคใหม่
(Marketing Management)

ผู้เขียน : ศิริวรรณ เสรีรัตน์

รหัส : T 77 ศ52

เนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนที่สำคัญของการบริการการตลาด ได้แก่ การทำความเข้าใจการบริหารการตลาด การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด



ชื่อหนังสือ : การตลาดเพื่อสร้างกำไร

ผู้เขียน : พาริกินสัน,ซี.นอร์ทโคทา

รหัส : T 77 ก21

เนื้อหาเกี่ยวกับการตลาด การวางแผนผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาสินค้า การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายและการโฆษณา การขายในตลาด ควบคุมการดำเนินการ เทคนิคใหม่ที่ใช้ในการตลาด



ชื่อหนังสือ : การตลาดทางตรงแบบอิเล็กทรอนิกส์
ผู้เขียน : กันต์ฐศิษฎ์ เลิศไพรงาม
รหัส : T 77 ก511

เป็นการนำเสนอการทำการตลาดยุคใหม่ที่เข้าถึงลูกค้าได้จับใจและแม่นยำกับสุดยอด 3 รูปแบบ คือ การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การตลาดด้วยอีเมลล์ (E-mail Marketing) การตลาดฐานข้อมูล(Database Marketing) ซึ่งหลักการและวิธีทำการตลาดทางตรง นักการตลาดส่วนใหญ่รู้จักและคุ้นเคยเป็นอย่างดี โดยเฉพาะการทำ Direct Mail และการประยุกต์ใช้อีเมลล์ทำการตลาดทางตรงหรือที่เรียกกันว่า การตลาดด้วยอีเมลล์



ชื่อหนังสือ : การจัดการการตลาดบริการ
ผู้เขียน : ยุพาวรรณ วรรณวนิชย์
รหัส : T 77 ก1

เนื้อหาได้นำเสนอ การบริการ กระบวนการซื้อบริการ ความคาดหวังของผู้บริโภค ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตงานบริการ การผลิตงานบริการ กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด ระบบความพอใจของลูกค้า การฟื้นฟูความพอใจจากบริการที่ผิดพลาด ระบบรักษาลูกค้า คุณภาพงานบริการ



ชื่อหนังสือ : ธุรกิจและคนในยุคอินเทอร์เน็ต
ผู้เขียน : ดนัย เทียนพุดม
รหัส : E 10 ต10

เนื้อหาเกี่ยวกับ ธุรกิจและคนในยุคอินเทอร์เน็ต และการก้าวทันกับกระแสของการเปลี่ยนแปลงที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง



ชื่อหนังสือ : เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์
ผู้เขียน : E-Commerce
รหัส : E 3 K3

เนื้อหาเกี่ยวกับ การค้าอิเล็กทรอนิกส์คืออะไร ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต ระบบการเงินบนอินเทอร์เน็ต การค้าอิเล็กทรอนิกส์กับระบบรักษาความปลอดภัย ลูกค้าและตลาด



ชื่อหนังสือ : e - business ธุรกิจยุคสารสนเทศ
ผู้เขียน : ยืน ภู่วรรณ
รหัส : E 3 ย22

เนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางธุรกิจที่อาศัยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งหนังสือเล่มนี้ได้เสนอเรื่องราวของการประกอบธุรกิจในยุคสารสนเทศยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบต่างๆ อย่างรวดเร็ว

สถานที่สอบถามรายละเอียดและข้อมูลเพิ่มเติม

ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพหลโยธิน เขต 6 นครราชสีมา 301400

Ins. 02-202-4425 หรือ 02-354-3237 <http://library.dip.go.th>



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2554

โปรดกรอกข้อมูลทั้งหมดเพื่อประโยชน์ในการจัดส่งข้อมูลที่ท่านต้องการ

วันที่สมัคร.....เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน

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

หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยาแพร่ น่าน)

158 ถ.ทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000

โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226

โทรสาร (053) 248 315

e-mail: ipc1@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)

292 ถ.เลี้ยวเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านสร้าง

อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000

โทรศัพท์ (055) 282 957-9 โทรสาร (055) 283 021

e-mail: ipc2@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี)

200 ม.8 ถ.เลี้ยวเมือง ต.ท่าหลวง

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

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

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ชัยนาท สิงห์บุรี

ลพบุรี อ่างทอง สระบุรี พระนครศรีอยุธยา

ปทุมธานี นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี

สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)

117 หมู่ 1 ถ.มัลลียแมน ต.ดอนก่ายาน

อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000

โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031

โทรสาร (035) 441 030

e-mail: ipc8@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

(สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)

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

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

e-mail: ipc11@dip.go.th

ศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก

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

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

e-mail: ceramic@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานี หนองบัวลำภู เลย หนองคาย)

399 ม.11 ถ.มิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330

โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207-238 โทรสาร (042) 207 241

e-mail: ipc4@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด

มุกดาหาร สกลนคร นครพนม)

86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000

โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302

e-mail: ipc5@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

(ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ)

222 หมู่ที่ 24 ถนนคลังอาวุธ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง

จ.อุบลราชธานี 34000

โทรศัพท์ (045) 313 772, (045) 313 945,

(045) 314 216, (045) 314 217

โทรสาร (045) 312 378, (045) 312 493

e-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)

333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา 30190

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

e-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

(ชลบุรี สมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี

ตราด นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)

67 ม.1 ถ.สุขุมวิท ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000

โทรศัพท์ (038) 261-203, 273-702, 784 654-5

โทรสาร (038) 273 701

e-mail: ipc9@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

(สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)

131 ม.2 ถ.เทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง

จ.สุราษฎร์ธานี 84000

โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449

e-mail: cre-pic10@dip.go.th



ISSN 0125-8516

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

อุตสาหกรรมสาร

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



TOPOTOP ยกเครื่องสินค้าชุมชนไทยให้โดนใจตลาดโลก
ปีที่ 54 ฉบับเดือน มี.ค. - เม.ย. 2554



Green Industry อุตสาหกรรมสีเขียว โอกาสที่ท้าทายของ SMEs
ปีที่ 54 ฉบับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2554



ขนมพลิกบทบาทเป็นสินค้าเศรษฐกิจ
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2553



โครงการ MDICP
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2553



นวัตกรรมสร้างสรรค์
ฉบับเดือน ก.ค. - ส.ค. 2553



สร้างอาชีพ สร้างรายได้
ฉบับเดือน มี.ค. - เม.ย. 2553



กระแสศิลปกรรมตื่นตัว
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2552



ตลาดบรรจุภัณฑ์
ฉบับเดือน ก.ย. - ต.ค. 2552



ศูนย์กลางการแพทย์แห่งเอเชีย
ฉบับเดือน ก.ค. - ส.ค. 2552



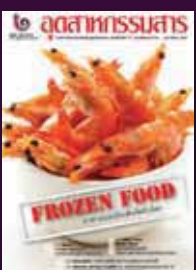
อาหารพร้อมทาน
ฉบับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2552



เกษตรแปรรูป
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2551



ธุรกิจ ชา-กาแฟ
ฉบับเดือน ก.ค. - ส.ค. 2551



อาหารแช่แข็ง
ฉบับเดือน ม.ค. - ก.พ.



ผู้ประกอบการสตรี
ฉบับเดือน พ.ค. - มิ.ย. 2550



เพิ่มมูลค่าข้าวไทย
ฉบับเดือน พ.ย. - ธ.ค. 2550



ชีสซองสร้างอาชีพ
ฉบับเดือน พ.ค. - มิ.ย. 2549

สมัครเป็นสมาชิกได้ที่ :

วารสารอุตสาหกรรม กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400

สมัครผ่านเครื่องแฟกซ์ที่หมายเลข 0 2354 3299