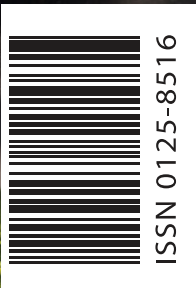


DIPROM JOURNAL

ฉบับที่ 1 ประจำปี 2568

อุตสาหกรรม

LOCAL Economy



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

0 2430 6860

ติดต่อขอรับบริการจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

กด ① ภาษาไทย กด ② English



สำนักงานเลขานุการกรม

0 2430 6865 – 6866

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มบริหารงานคลังและงบประมาณ
- กด 3 กลุ่มบริหารทรัพยากรบุคคล
- กด 4 กลุ่มประชาสัมพันธ์
- กด 5 กลุ่มพัสดุและอาคารสถานที่
- กด 6 กลุ่มบริหารเงินทุน
- กด 7 กลุ่มวินัยและนิติการ

กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม

0 2430 6871 – 6872

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มเชื่อมโยงธุรกิจดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กด 3 กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กด 4 กลุ่มเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจด้วยดิจิทัล

กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม

0 2430 6877 – 6878

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มนโยบายและแผนเกษตรอุตสาหกรรม
- กด 3 กลุ่มเครื่องจักรกลและเทคโนโลยีการจัดการเกษตรอุตสาหกรรม
- กด 4 กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป
- กด 5 กลุ่มพัฒนาธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม

กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม

0 2430 6869 – 6870

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มพัฒนาการจัดการธุรกิจ
- กด 3 กลุ่มพัฒนารวมกลุ่มอุตสาหกรรม
- กด 4 กลุ่มพัฒนาบริการธุรกิจอุตสาหกรรม
- กด 5 กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการ
- กด 6 กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

0 2430 6867 – 6868

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ
- กด 2 กลุ่มติดตามและประเมินผล
- กด 3 กลุ่มแผนปฏิบัติการและงบประมาณ
- กด 4 กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- กด 5 กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน
- กด 6 กลุ่มศึกษาและพัฒนาาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม

กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่

0 2430 6873 – 6874

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจ
- กด 4 กลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่
- กด 5 กลุ่มสร้างสังคมผู้ประกอบการ

กองโลจิสติกส์

0 2430 6875 – 6876

- กด 1 ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
- กด 2 กลุ่มนโยบายและประสานเครือข่าย
- กด 3 กลุ่มพัฒนาระบบโลจิสติกส์
- กด 4 กลุ่มมาตรฐานและนวัตกรรมโลจิสติกส์
- กด 5 กลุ่มส่งเสริมโลจิสติกส์องค์กร

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

0 2430 6879

- กด 1 กลุ่มบริหารธุรกิจสารสนเทศ
- กด 2 กลุ่มแผนงานสารสนเทศ
- กด 3 กลุ่มพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กด 4 กลุ่มระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

กองพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

0 2430 6881

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
- กด 3 กลุ่มพัฒนาระบบการผลิตอัตโนมัติ
- กด 4 กลุ่มส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรม
- กด 5 กลุ่มส่งเสริมมาตรฐานเทคโนโลยีการผลิตและผลิตภัณฑ์

กองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนธุรกิจอุตสาหกรรม

0 2430 6882

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มพัฒนาการผลิตอุตสาหกรรมชุมชน
- กด 3 กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กด 4 กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชุมชน
- กด 5 กลุ่มส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน

กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

0 2430 6883

- กด 1 ฝ่ายบริหารทั่วไป
- กด 2 กลุ่มเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กด 3 กลุ่มพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กด 4 กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กด 5 กลุ่มส่งเสริมการออกแบบอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมสาร

ส่งเสริมองค์ความรู้อุตสาหกรรม
เสริมสร้างแรงบันดาลใจส่งต่อสู่ผู้ประกอบการ
มานานกว่า 67 ปี

EDITOR TALKS

วรรณรัตน์ เกตุแก้ว
บรรณาธิการบริหาร



Local Economy

ฐานรากแข็งแกร่ง เศรษฐกิจมั่นคง

เศรษฐกิจของประเทศไทย จะเติบโตได้อย่างมั่นคงและก้าวหน้า จำเป็นต้องเริ่มจากการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน จึงเป็นความมุ่งมั่นที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพโรม (DIPROM) เร่งส่งเสริมขีดความสามารถของชุมชน ผ่านการพัฒนาทักษะ สร้างโอกาสการเข้าถึงเทคโนโลยี และนวัตกรรม ตลอดจนการเชื่อมโยงสู่ตลาด เพื่อให้ชุมชนมีรายได้ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งได้ดำเนินการไปควบคู่กับการส่งเสริมภาคธุรกิจ

ภายใต้การขับเคลื่อนนโยบาย “ดีพโรมคอมมูนิตี้ ที่นี้มีแต่ให้” ด้วยกลยุทธ์ 4 ให้ 1 ปฏิรูป ประกอบด้วย ให้ทักษะใหม่ ให้เครื่องมือทันสมัย ให้โอกาสโตไกล ให้ธุรกิจไทยที่ดีคู่ชุมชน และปฏิรูปสู่องค์กรที่ทันสมัย นโยบายนี้ได้สร้างรากฐานและความสำเร็จให้กับกิจการต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งได้รวบรวมบางส่วนของความสำเร็จมาถ่ายทอดสู่ผู้อ่าน ในวารสารอุตสาหกรรมสารฉบับนี้

เป้าหมายใหญ่ที่ดีพโรมได้ปักธงไว้ คือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ GDP ของประเทศมากกว่า 50,000 ล้านบาท นั่นคือเป้าหมายของการมีรากฐานทางเศรษฐกิจที่มั่นคง พร้อมเติบโตรับการเปลี่ยนแปลงทุกรูปแบบ รอให้ทุกท่านมาร่วมกันหาคำตอบ และสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นได้ด้วยกัน

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (DIPROM)
เลขที่ 75/6 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2430 6865, 0 2430 6866

ที่ปรึกษา

นางสาวณัฐวิภา แดตยสุภา
นางดวงดาว ขาวเจริญ
นายสุรพล ปลื้มใจ
นายดุสิต อนันตรักษ์
นายวีระพล ผ่องสุภา

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

บรรณาธิการบริหาร

นางสาววรรณรัตน์ เกตุแก้ว

บรรณาธิการ

นางสาวแพรวกัทร โกวาศี

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ

กองบรรณาธิการ

นายไพฑูรย์ มะเขียเมือง, นางสาวโชติกา ผึ้งเนียม, นางสาววรรณศิริ กางกัน, นางสาวนราภรณ์ เตยหล้า, นางสาวเกสรตา จันทร้งาม, นางสาวกัลยิษา ชุมศรี, นางสาวกนกกรักษ์ นกุลโรจ, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์, นางสาวนิชาพัฒน์ ลิ้มปนาณเคราะห์, นายอรรถพล ม่วงจินดา, ว่าที่ ร.ต. จิตติพงษ์ แซ่แต้, นางสาวธัญพร วงศ์จิตรารักษ์, นายอัฐพล กองมี

ผลิตและจัดพิมพ์

บริษัท วัฒนา โพรเจก จำกัด
เลขที่ 419/226 หมู่ที่ 5 ตำบลเทพารักษ์
อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10270
โทรศัพท์ 093 395 6982

สมัครสมาชิกวารสาร สมัครได้ 3 ช่องทาง

1 สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง
บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2 สมัครผ่าน Google Form :
<https://forms.gle/HXHrBjnw1gd5fY759>

3 สมัครผ่าน QR Code



สมัครสมาชิก
วารสาร

Content | Highlight

05 World Wide

ส่อง 8 ธุรกิจดีต่อใจ บนจุดร่วมเพื่อสร้างโลก
แห่งการเปลี่ยนแปลง

07 In D-Tell

ชุมชนที่ดี ต้องมีพร้อม สูตรสำเร็จ
ของการสร้างเศรษฐกิจยั่งยืน



10

COVER STORY

ส่องกลยุทธ์อีโคโนมิกส์แบรนด์ กลไกเสริมแกร่ง
เศรษฐกิจฐานราก

13 Latitude

เชฟชุมชนอาหารถิ่น : เมื่อการกินมีมูลค่า

22 Tools-D

“ผักกาดดองส่งเฮง” 50 ปีแห่งตำนาน
สู่โรงงานดิจิทัล ส่งต่อรสชาติระดับโลก

16

TALENT

“เอนเอบ” พลิกภูมิปัญญา
สู่แบรนด์สมุนไพร คู่ใจคนไทย
กว่า 25 ปี



28 Growth-D

“คลองน้ำเค็มกันใจ” วิสาหกิจชุมชน
ที่โตได้จริง ด้วยแรงหนุนจาก DIPROM

32 B-C-G

3 แหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
หมุดหมายสำหรับสายรักสุขภาพ



19

SKILL-D

“ไอติมละมุน” ส่งต่อคุณภาพทั่วโลก
คลายร้อนด้วยวัตถุดิบไทย

34 Care-D

วังบุญชู “ซาโกโก้วาโนลลา”
จากกำแพงเพชร กับเป้าหมาย Zero Waste

37 Tailor-D

ก้าวใหม่ของตำนาน 90 ปี “ไร่กำนันจุล”
เมื่อได้ ที่ปรีชา + เทคโนโลยีพร้อม

25

INSPIRE

มอลคาม เปรี้ยวทุกหยด
สดทุกซอง บนความตั้งใจ
สร้างธุรกิจที่เป็นมิตรกับโลก



ส่องธุรกิจ 8 ดีต่อใจ

บนจุดร่วมเพื่อสร้างโลก
แห่งการเปลี่ยนแปลง

การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้รับการหยิบยกขึ้นมาเป็นเป้าหมาย สำหรับการดำเนินธุรกิจ อาทิ วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) และ กิจกรรมเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งเป็น องค์กร หรือ กลุ่มคนที่ดำเนินธุรกิจโดยมีจุดร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม สังเกตลุ่ม ตลอดจนพัฒนาชุมชนควบคู่ไปกับการสร้างรายได้และความยั่งยืน World Wide : รวมเรื่องราวรอบโลก ขอพาไปชม 8 ตัวอย่างความสำเร็จของการแสวงหากำไรที่ใจดีกับสังคม พร้อมสำหรับการนำไปต่อยอดในประเทศไทย

1

Grameen Bank (บังกลาเทศ)

ก่อตั้งโดยศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูनुส ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพ เป็นธนาคารไมโครไฟแนนซ์ที่ให้สินเชื่อขนาดเล็กแก่ผู้ยากไร้โดยเฉพาะผู้หญิงในชนบท เพื่อให้พวกเขาสามารถเริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กและหลุดพ้นจากความยากจนได้ โดยโมเดลนี้ประสบความสำเร็จอย่างสูง และเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดโครงการไมโครไฟแนนซ์ทั่วโลก



(<https://grameenbank.org.bd/>)

3

Fairphone (เนเธอร์แลนด์)

บริษัทผลิตสมาร์ทโฟน ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน และจริยธรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน พวกเขาใช้ “แร่ธาตุที่ปลอดความขัดแย้ง” (conflict-free minerals) คือ แร่ธาตุจากแหล่งผลิตที่ไม่ใช้ความรุนแรงต่อแรงงาน หรือ มีส่วนในการสนับสนุนความรุนแรงในพื้นที่เปราะบาง นอกจากนี้ยังให้คำจำกัดที่เป็นธรรมแก่พนักงานในโรงงานและออกแบบโทรศัพท์ให้ซ่อมแซมได้ง่าย เพื่อลดปัญหาขยะอิเล็กทรอนิกส์



(<https://www.benjerry.com/whats-new/2015/brownie-partnership>)

2

TOMS Shoes (สหรัฐอเมริกา)

เป็นที่รู้จักจากโมเดล "One for One" คือ ทุกครั้งที่มีการขายรองเท้าหนึ่งคู่ TOMS จะบริจาครองเท้าหนึ่งคู่ให้กับเด็กที่ขาดแคลน รวมถึงนำแนวคิดนี้ไปยังผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น แวนตาและกาแฟ ปัจจุบัน TOMS ยังขยายรูปแบบการให้ โดยการบริจาค 1/3 ของกำไรเพื่อสาธารณประโยชน์ ไปจนถึงการมุ่งเน้นสร้างอนาคตที่ดีใส่ให้กับเด็กๆ ทั่วทุกหนแห่งในปัจจุบัน



(<https://www.toms.com/en-us/impact>)

4

Greyston Bakery (สหรัฐอเมริกา)

ธุรกิจเบเกอรี่ในมหานครนิวยอร์กที่โดดเด่นด้วยนโยบาย "Open Hiring" คือ ไม่สอบถามเกี่ยวกับประวัติส่วนตัว หรือภูมิหลังทางอาชญากรรม พวกเขาเปิดโอกาสให้ผู้ที่เคยถูกละทิ้งในการจ้างงาน เช่น ผู้ที่เคยต้องโทษจำคุก หรือคนไร้บ้าน ได้โอกาสในการมีงานทำ และมีชีวิตที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ของ Greyston Bakery ยังเป็นส่วนหนึ่งของไอศกรีม Ben & Jerry's ด้วย ซึ่งความร่วมมือนี้เริ่มขึ้นตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1980 จากวิสัยทัศน์ร่วมกันในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม

(<https://www.fairphone.com/en/2021/02/25/beyond-conflict-free>)





5

Barefoot College (อินเดีย)

Barefoot College หรือ วิทยาลัยเท้าเปล่า ก่อตั้งโดย Bunker Roy ในปี 1972 เป็นสถาบันพัฒนาชุมชนที่ฝึกอบรมผู้หญิงในชนบท โดยเฉพาะผู้หญิงที่ไม่รู้หนังสือ ให้กลายเป็นวิศวกรพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Mamas) ผ่านการใช้ระบบสีเพื่อจำแนกรูปแบบ-ตำแหน่งของสายไฟ รวมถึงวิธีการออกแบบ ประดิษฐ์ ติดตั้งและซ่อมแซมไมโครไฟพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อให้พวกเธอนำความรู้ที่ได้กลับไปติดตั้ง และบำรุงรักษาระบบพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชนของตนเอง ทำให้ชุมชนมีไฟฟ้าใช้และพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยรวม สะท้อนให้เห็นถึงการพึ่งพาตนเองที่ยั่งยืนจากภายในชุมชนอย่างแท้จริง

(<https://barefoot.college/impact/solar/>)

6

Pula (เคนยา)

บริษัทเทคโนโลยีประกันภัยทางการเกษตรที่ให้บริการประกันภัยพืชผลและผลิตภัณฑ์ดิจิทัลแก่เกษตรกรรายย่อยในแอฟริกาและเอเชีย เกิดขึ้นจากความต้องการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม พวกเขาช่วยให้เกษตรกรสามารถรับมือกับความเสียหายจากผลผลิตที่เสียหาย ทั้งยังมีส่วนช่วยพัฒนาแนวทางปฏิบัติในการทำฟาร์ม และเพิ่มรายได้



(<https://www.pula-advisors.com/about>)

7

Locavore (สหราชอาณาจักร)



วิสาหกิจเพื่อสังคมในสกอตแลนด์ ที่มุ่งสร้างเครือข่ายอาหารที่ยั่งยืน ด้วยการดำเนินงานซูเปอร์มาร์เก็ตอินทรีย์ปลอดขยะและเป็นศูนย์กลางของชุมชน โดยจัดหาผักผลไม้จากเกษตรกรท้องถิ่น และสร้างงานให้แก่คนในพื้นที่ที่มุ่งเน้นความเป็นธรรมต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจท้องถิ่น

(<https://locavore.scot/about/about-us/>)



8

The Ocean Cleanup (เนเธอร์แลนด์)



องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่พัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อกำจัดขยะพลาสติกออกจากมหาสมุทร โดยเฉพาะแพขยะในมหาสมุทรแปซิฟิก (Great Pacific Garbage Patch) พวกเขาใช้วิธีการที่อาศัยกระแสน้ำในการรวบรวมพลาสติก และนำกลับมารีไซเคิลเพื่อลดมลภาวะทางทะเล

(<https://theoceancleanup.com/great-pacific-garbage-patch/>)

เห็นได้ชัดว่า การรวมกลุ่มเพื่อดำเนินธุรกิจ โดยใช้องค์ความรู้อุตสาหกรรมนวัตกรรมและเทคโนโลยีสามารถขับเคลื่อนการแก้ปัญหาสังคม หรือยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้คนได้ เกิดการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่น ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) พร้อมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และทุกๆ ธุรกิจที่ต้องการพัฒนาศักยภาพให้บรรลุเป้าหมายความสำเร็จ และการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนไปควบคู่กัน

06

World Wide

ชุมชนที่ดี ต้องมีพร้อม



ประเทศไทยติดอยู่ในกับดักรายได้ ปานกลางยาวนานกว่า 2 ทศวรรษ

รวมถึงมรสุมทางเศรษฐกิจที่ต้องเผชิญ ทั้งจากการแพร่ระบาดของ
โควิด-19 สงครามการค้า มาตรการกำแพงภาษีจากสหรัฐอเมริกา
ที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า และพร้อมจะฉุดรั้งการเติบโต
ทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง



การกีดนำพาประเทศไทย ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง

จึงเป็นหนึ่งในหน้าที่สำคัญที่รัฐบาลเร่งขับเคลื่อนเพื่อให้บรรลุผล
สำเร็จตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี คือ ภายในปี พ.ศ. 2580
ประเทศไทยต้องเป็นประเทศที่มีรายได้สูง แน่แน่นอนว่าการจะไปถึง
เป้าหมายนั้นจำเป็นต้องได้รับการร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งจาก
ภาครัฐและภาคเอกชน

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในฐานะหน่วยงานที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงอุตสาหกรรม ให้มีหน้าที่หลักในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย ให้เติบโตในเศรษฐกิจและสังคมยุคใหม่อย่างยั่งยืน จึงมุ่งมั่นดำเนินการอย่างเต็มที่โดยปรับวิธีการให้สอดคล้องกับความต้องการและบริบทของแต่ละภูมิภาคเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริง



จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่า เศรษฐกิจของประเทศจะเติบโตได้ ต้องเริ่มต้นจากการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทย การส่งเสริมในระดับชุมชนจึงเริ่มต้นขึ้น โดยการนำองค์ความรู้อุตสาหกรรมเข้าไปช่วยทั้งนี้รายได้ของชุมชนส่วนใหญ่ นั้น เกิดขึ้นจากการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบอย่างมากในหลาย ๆ ด้าน ทั้งความหลากหลายของวัฒนธรรม แหล่งวัตถุดิบคุณภาพ พืชสมุนไพรที่คนไทยและชาวต่างชาติให้การยอมรับในสรรพคุณ ภูมิปัญญาด้านศิลปหัตถกรรม สิ่งเหล่านี้สามารถนำมาต่อยอดสร้างมูลค่าได้อย่างมหาศาล



การดำเนินงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ดำเนินงานตามแนวทางของรัฐบาลและกระทรวงอุตสาหกรรม ที่มุ่งสร้างการพัฒนาที่สมดุลอย่างยั่งยืนครอบคลุมทั้ง 4 มิติสำคัญ ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน การได้รับการยอมรับจากชุมชนและสังคม การตอบโจทย์การศึกษาทางด้านสิ่งแวดล้อม และการกระจายรายได้สู่ชุมชนให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ภายใต้นโยบายของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ประจำปี 2568 “ดีพร้อมคอมมูนิตี ที่นี้มีแต่ให้” ผ่านกลยุทธ์ 4 ให้ ได้แก่

1. ให้ทักษะใหม่
 2. ให้เครื่องมือทันสมัย
 3. ให้โอกาสโตไกล
 4. ให้ธุรกิจไทยที่ดีคู่ชุมชน
- ผ่าน 6 กลไกสำคัญ หนึ่งในนั้น คือ กลไกการส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยี ดิจิทัล นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ (Technology / Digital / Innovation / Creative)



โดยมีกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรมทำหน้าที่ขับเคลื่อนกลไกนี้ผ่านการดำเนินโครงการยกระดับอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ เช่น เทคโนโลยีการแปรรูป เทคโนโลยีดิจิทัล ตลอดจนเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจท้องถิ่น ผ่านการให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม



การส่งเสริมเทคโนโลยีที่มีศักยภาพเหมาะสม จำเป็นต้องเชื่อมโยงกับความต้องการของแต่ละพื้นที่ โดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อวางแผนการส่งเสริมอย่างมีประสิทธิภาพ

ภาคกลาง มุ่งเน้นการส่งเสริมเทคโนโลยีอบลดความชื้นสำหรับผลผลิต เช่น ข้าว พืชไร่ ผัก ผลไม้ สมุนไพร ธัญพืช ปลาน้ำจืด

ภาคเหนือ มุ่งเน้นเทคโนโลยีสำหรับการตัด และแยกส่วนประกอบของพืช เช่น ลำไย สตอเบอร์รี่ ชา กาแฟ สับปะรด ถั่ว มะขาม สมุนไพร และผักท้องถิ่น

ภาคอีสาน มุ่งเน้นเทคโนโลยีปั่นและบดสำหรับแปรรูปผลผลิต เช่น อ้อย มันสำปะหลัง ข้าว สมุนไพร พืชท้องถิ่น และ ปลาน้ำจืด

ภาคตะวันออก มุ่งเน้นเทคโนโลยีสำหรับบรรจุหีบห่อ เช่น ทุเรียนทอด ผลไม้เมืองร้อน สมุนไพร และพืชสวน

ภาคตะวันตก มุ่งเน้นเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวและแปรรูปผลผลิตในรูปแบบการบดและสกัด เช่น ข้าว อ้อย พืชไร่ และผัก

ภาคใต้ มุ่งเน้นเทคโนโลยีสับย่อยผลผลิตทางเกษตร เช่น มะพร้าว ปาล์มน้ำมัน ยางพารา ผลผลิตประมง และพืชผักท้องถิ่น

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม นำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพื่อแบ่งเบาภาระต้นทุนให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จริง และจัดจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ อาทิ เครื่องจักรสำหรับการผลิตผลไม้ฟรียดรายสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออก โดยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9 และเครื่องจักรสำหรับการผลิตชีวมวลอัดเม็ดสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือ โดยศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ถือเป็นการเติมเต็มกลไกการส่งเสริมการเข้าถึงนวัตกรรม ในมิติการส่งเสริมโอกาสในการใช้เทคโนโลยีที่มีศักยภาพ

ด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ มีหน่วยงานขับเคลื่อนคือ กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Thai-IDC) รับหน้าที่ต่อยอดแนวคิดจากผู้ประกอบการสู่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งรูปแบบสินค้าที่มีความโดดเด่น โดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชน นำเสนอคุณค่าและเรื่องราวของท้องถิ่น ซึ่งมีทีมงานผู้เชี่ยวชาญพร้อมสนับสนุนในทุกกระบวนการ ทั้งการถอดรหัสอัตลักษณ์ องค์ประกอบต่าง ๆ ไปจนถึงการพัฒนาเป็นตราสินค้า, มาสคอต (mascot), สติกเกอร์ไลน์ หรืองานสร้างสรรค์อื่น ๆ สำหรับสินค้าออกจากร้าน ยังให้คำแนะนำสำหรับการต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบสู่การผลิตเชิงพาณิชย์



โดยการดำเนินงานในปี 2568 นอกจากกลไกข้างต้นแล้ว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ยังได้หลอมรวมธุรกิจ ชุมชนและซอฟต์แวร์เข้าด้วยกัน โดยสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจที่มีศักยภาพผ่านการเป็นพี่เลี้ยงช่วยเหลือชุมชน ทั้งการถ่ายทอดองค์ความรู้ การสนับสนุนเทคโนโลยี และการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนา

ทั้งนี้ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า รายได้ของชุมชนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์อย่างมากจากการท่องเที่ยว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงได้ริเริ่มและดำเนินโครงการพัฒนาร้านอาหารเชฟชุมชนอาหารถิ่นไทย (Local Chef Restaurant) ทั่วทุกภูมิภาคภายใต้นโยบายซอฟต์แวร์ของรัฐบาลเพื่อสร้างอาชีพและสร้างรายได้ในชุมชนด้วยการต่อยอดวัฒนธรรมอาหารถิ่นอาหารไทย สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านการยกระดับร้านอาหารชุมชนด้วยการนำเสนออาหารยอดนิยมและพัฒนาศูนย์กลางของชุมชนในการทำธุรกิจ



ร้านอาหารแบบมืออาชีพ ที่สามารถพัฒนาสู่ธุรกิจอื่น ๆ รวมถึงเป็นการปูพื้นฐานและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งผลิตของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารพื้นถิ่นได้อย่างดี สอดรับกับกลไก OFOS (One Family One Soft Power) หรือ 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์แวร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งตามแนวนโยบายเรือธงที่สำคัญในการเร่งขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ของรัฐบาล



เมื่อรายได้ไหลเวียนไปสู่ชุมชน จะเกิดเป็นคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และด้วยกลไกต่าง ๆ ที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมขับเคลื่อนลงไป ทั้งการสร้างทักษะผู้ประกอบการ การส่งเสริมให้เข้าถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสม การสร้างมูลค่าจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตลอดจนโครงการพัฒนาร้านอาหารเชฟชุมชนอาหารถิ่นไทย และโครงการอื่น ๆ ในอนาคต สิ่งเหล่านี้ จะเป็นรากฐานแห่งการเติบโตอย่างยั่งยืนของเศรษฐกิจฐานราก ยกระดับเศรษฐกิจมหภาค เพื่อการบรรลุเป้าหมายจากการดำเนินงานที่สามารถกระตุ้น GDP ของประเทศ 1 % เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ไม่ต่ำกว่า 50,000 ล้านบาทได้อย่างแน่นอน

“ร่วมสร้างดีพร้อมคอมมูนิตี้ไปด้วยกัน”

ส่องกลยุทธ์ ฮีโร่แบรนด์ เสริมแกร่ง เศรษฐกิจฐานราก

การยกระดับเศรษฐกิจให้ก้าวข้ามความท้าทายในปัจจุบัน จำเป็นต้องระดมความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งมาตรการส่งเสริมจากภาครัฐ ตลอดจนความร่วมมือจากภาคเอกชน เพื่อเร่งเครื่องการพัฒนาประเทศ สิ่งสำคัญคือการเสริมขีดความสามารถของเศรษฐกิจฐานรากซึ่งภาคธุรกิจเอง จำเป็นต้องมีต้นแบบสำหรับการพัฒนาเสมือนเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง และเป็นแบบอย่างที่เหมาะสมความสำเร็จ

Cover Story ฉบับนี้ขอพาไปรู้จักหนึ่งกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) ในการสร้างปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนา ภายใต้กลยุทธ์ฮีโร่แบรนด์ (HERO BRAND)

รู้จักฮีโร่แบรนด์

"ฮีโร่แบรนด์" ในบริบทของดีพร้อม คือแนวทางในการพลิกโฉมอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย จากข้อจำกัดหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น ค่านิยมที่ปฏิเสธสินค้าไทย การแข่งขันที่ดุเดือดจากแบรนด์ต่างประเทศ การไม่พัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการที่ประเทศไทยยังไม่มีภาพลักษณ์แฟชั่นที่โดดเด่นในระดับสากล และขาดพื้นที่จัดแสดงผลงาน สู่การก้าวเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นที่ทันสมัย ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด และมีศักยภาพแข็งแกร่งจนสามารถสร้างการรับรู้แบรนด์แฟชั่นไทยในระดับสากลได้โดยองค์ประกอบสำหรับการก้าวขึ้นเป็นฮีโร่แบรนด์ มีหลายปัจจัยสนับสนุน ประกอบด้วย





การสร้างตัวตน แบรนด์ต้องมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ (Storytelling) เพื่อสร้างความผูกพัน และดึงดูดผู้บริโภค เรื่องราวเหล่านี้อาจมาจากเบื้องหลัง แรงบันดาลใจ วัฒนธรรมที่สืบทอด หรือปรัชญาของแบรนด์



นวัตกรรมและการออกแบบ การนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ทั้งในด้านการออกแบบ การเลือกใช้วัสดุที่ยั่งยืน หรือการผสมผสานมรดกทางวัฒนธรรมไทยเข้ากับความคิดสมัย เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่นในตลาดที่มีการแข่งขันสูง



การตลาดระดับโลก แบรนด์ต้องมีความเข้าใจในกลยุทธ์ของตลาดโลกระดับโลกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ในต่างประเทศ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลก การวางแผนช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างแบรนด์ ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง



ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกให้ความสำคัญกับ ธุรกิจที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และการมีจริยธรรมในการผลิต จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มมูลค่าให้กับแบรนด์ในระยะยาว



ประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ การนำซอฟต์แวร์หรือทุนทางวัฒนธรรมของไทย มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและสร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์ จะช่วยสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง ถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญของสินค้าไทย

ปีกอง 4 ฮีโร่อุตสาหกรรม

ในระยะนำร่องของการดำเนินการ ดีพร้อมเลือกอุตสาหกรรม ที่มีศักยภาพในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อปั้นฮีโร่แบรนด์ ประกอบด้วย อุตสาหกรรมคราฟต์ไทย อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง อุตสาหกรรมเครื่องประดับ และอุตสาหกรรมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายไทย ซึ่งทั้ง 4 อุตสาหกรรมนี้มีมูลค่าตลาดรวมกันสูงกว่า 1.2 ล้านล้านบาท ในปี 2567

คราฟต์ไทย

379,198.64
ล้านบาท
(SACIT)



เครื่องสำอาง

340,000
ล้านบาท
(TCMA)



เครื่องประดับ

(ไม่รวมทองคำ)

246,873.55
ล้านบาท
(GIT/DITP)



เสื้อผ้า

เครื่องแต่งกาย

216,884.5
ล้านบาท
(THTI)



ฮีโร่แบรนด์คราฟต์ไทย

หัตถอุตสาหกรรม ได้รับการส่งเสริมอย่างสร้างสรรค์โดยดีพร้อม เพื่อผลักดันภูมิปัญญาพื้นบ้าน (Local Wisdom) ซึ่งเป็นศักยภาพ และต้นทุนทางวัฒนธรรมของไทย โดยเพิ่มศักยภาพของบุคลากร ครอบคลุมสาขางานผ้าพื้นเมือง งานปัก เครื่องหนัง เซรามิก เครื่องจักสาน และอื่น ๆ บูรณาการศาสตร์ศิลป์ทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย พร้อมทั้ง การสรรสร้างเรื่องราวของแบรนด์ (Storytelling) และอัตลักษณ์ ที่โดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ ถือเป็นหนึ่งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม แฟชั่นไทยสร้างให้โอกาสโตไกล และเชื่อมโยงสู่ตลาดโลก THAI Craft to the WORLD อย่างยั่งยืน



อีโธแบรนด์เครื่องสำอาง

สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง ถือว่ามีศักยภาพสูง ด้วยต้นทุนทางวัตถุดิบสมุนไพรของไทยที่ได้รับการยอมรับ ในส่วนนี้ ดีพร้อมเข้าไปส่งเสริมด้วยการตีพิมพ์ทักษะที่จำเป็นสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ พร้อมการให้คำปรึกษาเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ ในการวางแผนการสื่อสารการตลาด การใช้สื่อใหม่ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาดูงานโรงงานต้นแบบสำหรับการผลิตเครื่องสำอาง และการทดลองตลาด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการรวมถึงการผลักดันสินค้าคุณภาพให้ส่งตรงถึงมือผู้บริโภค



อีโธแบรนด์จิวเวลรี่

อัญมณีและเครื่องประดับไทยมีจุดแข็งด้านทักษะการเจียระไนและการเผาพโลยสีรวมถึงเป็นตลาดพลอยสีที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค แต่ยังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคยุคใหม่เท่าที่ควร ดีพร้อมจึงเข้าไปส่งเสริมทั้งในเรื่องของการสื่อสารภาพลักษณ์ของสินค้าอย่างครบวงจร ตลอดจนแนวทางการสร้างที่ร่วมสมัย เพื่อสร้างโอกาสการเติบโต และทำให้แบรนด์สินค้ามีความเข้มแข็ง สามารถเป็นแรงบันดาลใจและถ่ายทอดไปยังแบรนด์ที่เกิดขึ้นใหม่ได้



อีโธแบรนด์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

ดีพร้อมนำกลไกของซอฟต์แวร์ มาช่วยยกระดับผู้ประกอบการแฟชั่น ด้วยการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะสำหรับการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ และรากฐานจากทุนทางวัฒนธรรมของไทยให้มีความเป็นสากล พร้อมกันนี้ยังส่งเสริมการขยายโอกาสทางการตลาด และเชื่อมโยงกับเครือข่ายแฟชั่นระดับประเทศ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการเติบโตของอุตสาหกรรมแฟชั่น เพิ่มโอกาสการจ้างงาน ลดการพึ่งพาการผลิตแบบ OEM ไปสู่การสร้างแบรนด์ไทยที่ยั่งยืน



ให้ฐานรากโตไกล

ในอนาคตหากสามารถขยายการส่งเสริมให้เกิด “อีโธแบรนด์” ในทุก ๆ อุตสาหกรรม ประเทศไทยจะกลายเป็นชุมทรัพย์แห่งภูมิภาค ที่สามารถกระจายรายได้อย่างมั่นคง มีอัตราการเติบโตสูงทางเศรษฐกิจ การนำร่องของดีพร้อมจึงถือเป็นการยกระดับศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ เพราะอีโธไม่เพียงแต่นำพาธุรกิจให้มีรายได้ แต่คือการเพิ่มอัตราการจ้างงานและสร้างโอกาสในการมีรายได้อย่างมั่นคงให้กับคนไทย

“อุตสาหกรรมใดบ้าง ที่คุณอยากให้ดีพร้อมดันให้เป็นอีโธ?”



เชฟชุมชน อาหารถิ่น

เมื่อการกินมีมูลค่า

อาหารไทยได้ชื่อมีความเป็นเอกลักษณ์ และมีเสน่ห์จากวิธีการปรุงที่หลากหลาย นับเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวความรัก ความห่วงใยในครอบครัว เป็น “สำหรับประจำบ้าน” ที่หลายคนคุ้นเคย ส่งต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น แม้ในปัจจุบันเรามีวิถีชีวิตที่เร่งรีบมากยิ่งขึ้น ทว่าอาหารการกินนั้นยังคงมีบทบาทสำคัญ โดยในหลายครอบครัวยังเลือกทำอาหารทานเอง ในขณะที่อีกจำนวนไม่น้อยเลือกฝากท้องไว้กับร้านอาหารนอกบ้าน เพื่อให้มีเวลาสำหรับกิจวัตรอื่นๆ แต่ไม่ว่าจะเลือกบริโภคในรูปแบบใด อาหารก็ยังคงเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันเสมอ



ข้อมูลจากการสำรวจของ GlobalData ชี้ว่าอาหารไทยมีจำนวนมากถึง 632,482 เมนู แต่มีเพียง 6 เมนูเท่านั้น ที่ติดอันดับอาหารที่ดีที่สุดในโลก คิดเป็นเปอร์เซ็นต์จะอยู่ที่ 0.00095 % จากตัวเลขนี้อนุมานได้ว่ามีอาหารไทยอีกจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการผลักดันอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้อีกหลายแสนเมนูยังไม่เป็นที่รู้จักหรือถูกลิ้มลองรสชาติ ยังเข้าไม่ถึงทั้งในหมู่คนไทยและชาวต่างชาติ

สำหรับประเทศที่มีอาหารประจำชาติติดอันดับมากที่สุด คือ อิตาลี และ ญี่ปุ่น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเคลื่อนย้ายของประชากรในอดีต การสร้างเรื่องราวเพื่อสะท้อนตัวตนของอาหาร อาทิ การเป็นอาหารแห่งความสุขและความอบอุ่นของอิตาลี หรือ การชูรสชาติ “อูมามิ” ของวัตถุดิบในอาหารญี่ปุ่น ความประณีตในการปรุง และการนำเสนอที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและประเพณี สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยให้อาหารของทั้ง 2 ประเทศได้รับความนิยม

TASTEATLAS AWARDS 24/25

เมนูอาหารที่ดีที่สุด ในโลก

- | | | | |
|----|---|------------------|---|
| 1 |  | Leehona |  |
| 2 |  | Pizza Napoletana |  |
| 3 |  | Picanha |  |
| 4 |  | Rechta |  |
| 5 |  | แกงพะแนง |  |
| 17 |  | ข้าวซอย |  |
| 60 |  | แกงมัสมั่น |  |
| 73 |  | ไก่ย่าง |  |
| 84 |  | ผัดกะเพรา |  |

(<https://www.tasteatlas.com/best/dishes?ref=main-menu>)

การผลักดันศักยภาพของอาหารไทยสู่เวทีโลก เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมการบริโภคของคนไทย จึงเป็นหนึ่งในนโยบายที่ภาครัฐให้ความสำคัญ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) ในฐานะหน่วยงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ เพื่อสร้าง

การเติบโตทางเศรษฐกิจ จึงเข้ามาจับบทบาทในเรื่องนี้ ผ่านการดำเนินโครงการพัฒนาร้านอาหารเชฟชุมชนอาหารถิ่นไทย (Local Chef Restaurant) ด้วยการยกระดับศักยภาพของร้านอาหารท้องถิ่น โดยอาศัยประสบการณ์ความเชี่ยวชาญของดีพร้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดการอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ การวางแผนต้นทุน การบริหารวัตถุดิบ และของเสีย อันเป็นพื้นฐานสำคัญของร้านอาหาร ตลอดจนการพัฒนาเทคนิคการประกอบอาหารและการรังสรรค์เมนูอาหารถิ่นขึ้นมาใหม่ (Amazing Thai Taste) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเมนูท้องถิ่นยอดนิยม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

พร้อมกันนี้ ยังมีการส่งเสริมที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์การตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค ในปัจจุบัน คือ การส่งเสริมทักษะการสื่อสารเรื่องราว การให้คำปรึกษาเชิงลึกจากทีมผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมอาหาร และการยกระดับไปสู่ร้านอาหารพรีเมียมสำหรับร้านที่มีศักยภาพและความพร้อม เพื่อให้อาหารไทยก้าวไปสู่การเป็นเมนูระดับสากล



เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารมีสินค้าและบริการที่ได้คุณภาพแล้ว การส่งเสริมในลำดับถัดไป คือ การเชื่อมโยงไปยังตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างโอกาสทางการค้า และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่น

วิกฤตร้านอาหาร ปิดตัว 600,000 ร้านค้า

Food Truck	63.8%
ร้านข้าวต้มมื้อมีดึก	44.3%
ร้านพิซซ่า	39.2%
ร้านอาหารทะเล	36.1%
ร้านหมูกะทะ	31.7%



ข้อมูลจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ยืนยันว่าตลอด 3 ปีที่ผ่านมาร้านอาหารไทยปิดตัวไปแล้วกว่า 600,000 ร้าน หนึ่งในสาเหตุสำคัญมาจากศักยภาพในการควบคุมต้นทุนและทักษะการปรุงอาหารที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ โครงการพัฒนาร้านอาหารเชฟชุมชนจึงเป็นตัวช่วยสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารมีทักษะในการบริหารจัดการที่รอบด้าน ลดความเสี่ยงต่อการปิดตัวลงในอนาคต



การดำเนินงานของดีพร้อม ไม่เพียงแต่มุ่งพัฒนาในระดับธุรกิจร้านอาหารเท่านั้น ยังให้ความสำคัญกับการสร้างและพัฒนาทักษะบุคลากรในชุมชน ให้สามารถสร้างธุรกิจและเปิดร้านอาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพได้ ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้าง 1 ครอบครัว 1 ทักษะซอฟต์แวร์ไทย เพื่อปูทางสู่การสร้างชุมชนให้กลายเป็นแหล่งผลิตของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารพื้นถิ่นได้อย่างดี สอดรับกับกลไก

OFOS (One Family One Soft power) หรือ 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์แวร์ไทย นโยบายสำคัญในการเร่งขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ของรัฐบาล

นอกจากการคาดการณ์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ที่ระบุว่า มูลค่าตลาดอาหารไทยจะเติบโตขึ้น 5% จนทะลุ 5 แสนล้านบาทแล้ว การส่งเสริมร้านอาหารเชฟชุมชน ยังเป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ไม่อาจประเมินมูลค่าได้ โดยส่งต่อเรื่องราวอัตลักษณ์แห่งความเป็นชาติไทย ผ่านทางวัฒนธรรมการบริโภคอาหารไปยังชาวต่างชาติ ทำให้ร้านอาหารท้องถิ่น ซึ่งเป็น Hidden Gem มีโอกาสโชว์ศักยภาพ และอาจเพิ่มจำนวนอาหารไทยให้ติดอันดับเมนูอาหารที่ดีที่สุดในโลกในการจัดอันดับครั้งต่อไป ในอนาคตและหากร้านอาหารชุมชน สามารถพัฒนาสินค้าอาหารแปรรูปหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นตัวแทนของอาหารจากทางร้านและพร้อมส่งมอบไปยังผู้บริโภคได้ทุกที่ทุกเวลา ลองจินตนาการว่าธุรกิจอาหารท้องถิ่นจะขยายและเติบโตเป็นความมั่งคั่งของประเทศได้มากขนาดไหน...เพราะการกินมีมูลค่ามากกว่าที่คุณคิด



ข้อมูลอ้างอิง

<https://www.verdictfoodservice.com/data-insights/thai-cuisine-price-trends-thailand/?cf-view>

<https://www.thaifranchisecenter.com/incredible/show.php?id=2180>

“เนอเอม”

พริกภูมิปัญญา สู่แบรนด์สมุนไพร

คู่ใจคนไทยกว่า 25 ปี

เบื้องหลังแพ็คเกจใหม่ น้ำหนักเบา
พกง่าย ด้วยคำแนะนำจาก “ดีพร้อม”



ในโลกของตลาดสมุนไพรไทยที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ด้วยมูลค่าตลาดในปัจจุบันที่สูงกว่า 5 หมื่นล้านบาท และ Euromonitor ยังคาดการณ์ว่าในปี 2569 ตลาดนี้จะขยายตัวไปแตะอยู่ที่ 5.9 หมื่นล้านบาท แสดงให้เห็นถึงโอกาสและความท้าทายที่รอผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้เล่นหลายรายต่างจัดกลยุทธ์และนวัตกรรมมานำตลาดอย่างต่อเนื่อง แบรนด์ “เนอเอม” คืออีกหนึ่งกรณีศึกษาที่น่าสนใจ ที่สร้างความโดดเด่นและเป็นที่จดจำท่ามกลางการแข่งขันที่ดุเดือด เพื่อส่งมอบสรรพคุณอันเป็นเอกลักษณ์ของสมุนไพรไทยไปยังผู้บริโภคทั่วโลก

ด้วยภูมิปัญญาที่สั่งสมมากกว่า 100 ปี จาก หจก.จิสดประพจน์ ผู้ผลิตยา ตรีใบโพธิ์ ต่อยอดสู่ “เนอเอม” ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ ด้วยชื่อที่สื่อถึงความอุดมสมบูรณ์ของสมุนไพรธรรมชาติ มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ยาหมว ไปจนถึงยาทา โดดเด่นด้วยความปลอดภัย ไร้สารเคมี ใช้ได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ การันตีคุณค่าสมุนไพรพร้อมก้าวสู่ตลาดโลกอย่างมั่นใจด้วยรายได้ที่เติบโตถึง 14 ล้านบาท ในปี 2566



กล้าที่จะต่าง สร้างสิ่งที่ดีกว่า

นายอัศวิน พันธ์ ตั้งตรงจิตร หรือคุณตาล
เจ้าของแบรนด์ “เฌอเอม” เล่าถึงจุดเริ่มต้น
ของธุรกิจที่เกิดจากความเห็นต่างใน “กังสี”
สู่ธุรกิจที่ตั้งใจทำด้วย “ตัวเอง” ว่า “หลัง
เรียนจบ ชีวิตเต็มไปด้วยความท้าทาย ทั้ง
ภาวะเศรษฐกิจและแนวคิดการทำธุรกิจ
ที่ต่างจากครอบครัว ผมอยากสร้างสิ่งที่เติบโต
ได้มากกว่าเดิม จึงตัดสินใจคุยกับคุณพ่อ



คุณอัศวิน พันธ์ ตั้งตรงจิตร
เจ้าของแบรนด์ “เฌอเอม”



เพื่อขอทำแบรนด์ใหม่ของตัวเอง และเพราะ
ไม่ได้เรียนสายการตลาดหรือเภสัชมาโดยตรง
ผมจึงต้องเริ่มเรียนรู้ทุกอย่างใหม่หมด ตั้งแต่
กระบวนการผลิต การก่อตั้งโรงงาน ไปจนถึง
การได้จดทะเบียนเป็นผู้ผลิตยาแผนโบราณ
(ปัจจุบันเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพร) พร้อม
หาความรู้จากคนรอบตัวและสื่อต่าง ๆ เพื่อ
ต่อยอดเป็นธุรกิจที่ตั้งใจทำจริงจัง”



สบโอกาส ปั้นแบรนด์ “เฌอเอม”

“ตอนเริ่มต้นธุรกิจ คุณพ่อเป็นที่ปรึกษา
คนสำคัญ คอยแนะนำให้ต่อยอดวัตถุดิบ
สมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยมองเห็น
ช่องว่างตลาดยาสมุนไพรที่ยังมีคู่แข่งน้อย
จึงแนะนำให้ทำ “ยาเขียวตราใบโพธิ์”
มาปรับสูตรเมื่อได้ทดลองดมแล้วพบว่า
มีกลิ่นหอมสดชื่น จึงเริ่มผลิตสินค้าตัวอย่าง

เพื่อทดสอบตลาดและได้ผลตอบรับที่ดี
ทำให้มั่นใจพัฒนาสู่การวางขายจริง ภายใต้
แบรนด์ “ยาสมุนไพร เฌอเอม” ในปี 2544
จากจุดเริ่มต้นด้วยทีมงานที่มีเพียง 3-4 คน
ในท้องตลาดเล็กๆ จนวันนี้แบรนด์เติบโตต่อเนื่อง
และแตกไลน์ผลิตภัณฑ์สู่พืชมุนไพรหายาก
น้ำมันเหลือง บาล์ม และลูกประคบ ตอบโจทย์
ผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม”

ใส่ใจ จริงใจ เพื่อทุกคนหายใจ

“กว่า 25 ปีที่ผ่านมา “เฌอเอม”
ยืนหยัดอยู่เคียงข้างคนไทยด้วยหัวใจที่ทำ
ธุรกิจบนพื้นฐานของความจริงใจ เราให้
ความสำคัญกับการสื่อสารที่ถูกต้อง (Educate
Marketing) ตั้งแต่การบอกเล่าที่มาของ
สมุนไพร สรรพคุณที่ปลอดภัย กระบวนการ
ผลิตที่ได้มาตรฐานรับรองจากกระทรวง
สาธารณสุขไปจนถึงการจดทะเบียน
อย่างถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้
เรายังให้ความสำคัญใช้ที่ไม่เป็นอันตราย
ต่อผิวหนังหรือสุขภาพและรับฟังความเห็น
ของผู้บริโภค โดยมีการจัดทำแบบสอบถาม
เพื่อนำข้อเสนอแนะกลับมาปรับปรุงคุณภาพ
สินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถมั่นใจได้ว่า
ทุกผลิตภัณฑ์จะได้มาตรฐาน และสร้าง
ความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากที่สุด”



เสริมแกร่ง ผลิตภัณฑ์โดย “ดีพร้อม”

เพราะลูกค้าคือคนสำคัญ “เฉอมเอม” จึงไม่เคยหยุดพัฒนาคุณภาพสินค้าและกระบวนการผลิตให้ดียิ่งขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) ผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ทั้งการยกระดับมาตรฐานโรงงาน GMP ซึ่งถือว่าเป็นความท้าทายของธุรกิจสมุนไพร แต่เราก็พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าทำได้ รวมถึงกิจกรรมเพิ่มศักยภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนทั้งในหมวดอาหาร เครื่องดื่ม และสมุนไพรที่มีโชอาหาร โดยเฉพาะโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ปีงบประมาณ 2567 ที่ช่วยแนะนำให้เราปรับปรุงสูตรและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้วยการเปลี่ยนวัสดุจากโลหะเป็นพลาสติกขึ้นรูป เพื่อให้สินค้ามีน้ำหนักเบา พกพาสะดวก แต่ยังคงคุณภาพ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่



คู่คิดที่ SMEs ไทยไว้ใจได้

นอกจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคแล้ว อีกหนึ่งกลไกสำคัญที่ดีพร้อมได้ให้การสนับสนุน คือการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ ผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เครื่องมือ SCAMPER กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ และ Business Model Canvas (BMC) ที่ช่วยให้เราทบทวนและวางแผนธุรกิจ ซึ่งในปี 2568 เราสามารถวางแผนธุรกิจได้อย่างเป็นระบบ ได้ขยายมุมมองในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดยุคใหม่ ส่งผลให้ยอดขายเติบโตขึ้นถึง 38% หรือ 1,650,000 บาท



ต่อยอด “ความไม่รู้” สู่ความสำเร็จ

กว่าจะมาเป็นแบรนด์ “เฉอมเอม” อย่างทุกวันนี้ เราผ่านบทเรียนและอุปสรรคมามากมาย สิ่งสำคัญที่เราเรียนรู้คือ อย่างช้าๆ ที่จะถามและยอมรับว่าตัวเองยังไม่รู้ เพราะบางไอเดียที่เราคิดว่าใช่ อาจไม่เหมาะสมกับความเป็นจริงเสมอไป ความจริงใจในการเปิดรับคำแนะนำจึงเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโต

หนึ่งในที่ปรึกษาคนสำคัญของเราคือ “ดีพร้อม” ที่อยู่เคียงข้าง คอยให้คำแนะนำและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทุกแง่มุม แม้จะมีข้อจำกัดด้านเวลา แต่ด้วยคำปรึกษาที่ตรงจุด ทำให้เราก้าวผ่านอุปสรรคและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ข้อมูลติดต่อ

ทก. จิสประพันธ์
เลขที่ 430/31 ถนนอิสรภาพ แขวงวัดอรุณ
เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 10600

<https://cheraim.com>

facebook.com/cheraimbrand

☎ 093-235-4519

ไอติมละมุน

ส่งต่อคุณภาพทั่วโลก

คลายร้อนด้วย

วัตถุดิบไทย



ผลหมากรากไม้ต่างๆ ได้ถูกแปรรูปอย่างพิถีพิถัน เพื่อรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ส่งต่อความสดชื่นไปยังผู้บริโภค เป็นความมุ่งมั่นของ บริษัท ละมุนกรุ๊ป จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย ไอติมละมุน ไอศกรีมโฮมเมดเกรดพรีเมียมที่รังสรรค์โดยนักธุรกิจรุ่นใหม่ ด้วยตั้งใจส่งมอบความสุขดับร้อนให้กับคนไทยและคนทั่วโลก



เปิดร้านไอศกรีม

คุณโบว์ ชญาณัฒน์ สัมธรรม ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท ละครมกรูป จำกัด เล่าว่า ธุรกิจนี้เกิดจากการเขียนแผนธุรกิจส่งเข้าแข่งขันในรายการ “SME มีตังเยอะ” ในปี 2556 ซึ่งจัดขึ้นโดยธนาคารกสิกรไทยมีโอกาสมพบปะนักธุรกิจรุ่นใหม่มากมาย เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจไอศกรีม เริ่มจากการออกบูธขายในงานมหกรรม Ice Cream Fest จนสามารถรวบรวมเงินทุน เพื่อเปิดหน้าร้านสาขาแรกในห้างเซนทรัล พระราม 3 ในปี 2566 และขยายธุรกิจต่อเนื่องถึง 7 สาขา ภายในระยะเวลา 7 ปี โดย 2 สาขาที่ได้รับความนิยมสูงคือ สาขาท่ามหาราช และ สาขาเมกาบางนา



คุณโบว์ ชญาณัฒน์ สัมธรรม
ผู้ก่อตั้ง บริษัท ละครมกรูป จำกัด

Farm to Scoops

ไอศกรีมรสชาติต่าง ๆ ของละครมกรูป คือ เครื่องการันตีความใส่ใจในการผลิต วัตถุดิบจากทั่วทุกมุมของประเทศไทยถูกเฟ้นหา มาอย่างดี เพื่อถ่ายทอดความเป็นเอกลักษณ์ของไทย อาทิ มะพร้าวราชบุรี ที่ได้รับรองมาตรฐานออร์แกนิกส์ เสาวรสเบตง ที่ปลูกด้วยน้ำเค็มทำให้มีรสชาติหวาน แตกต่างจากพื้นที่อื่น มะปราง หรือ ส้มจืดจากจันทบุรี ผลไม้ท้องถิ่นวิตามินซีสูง

“ละครมกรูป มองว่า ไอศกรีม คือ สื่อกลางที่ดี ในการถ่ายทอดรสชาติของพืชผักผลไม้ไทย ซึ่งเป็น Soft Power อย่างหนึ่ง เพราะนอกจากจะคงรสชาติความสดชื่นและการเก็บรักษาได้นานแล้ว การแปรรูปเป็นไอศกรีมยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรได้อย่างดีอีกด้วย”



โตพร้อมกับเกษตรกร

การเติบโตของละครมกรูป ไม่ได้เป็นการเติบโตเฉพาะเพียงคุณโบว์ และผู้ร่วมก่อตั้ง แต่ยังเป็นการส่งต่อการเติบโตให้กับเกษตรกร ผู้เพาะปลูกผลผลิตคุณภาพ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนกว่า 30 รายในประเทศไทย

“เราคิด เราคัด เราเลือก เราปรับ เราเปลี่ยน เพื่อยกระดับสินค้าเกษตรและท้องถิ่นไทยให้ทันสมัย และรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเพาะปลูกดูแล รวมถึงการสนับสนุนให้ปลูกพืชเกษตรอินทรีย์มากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้คนไทยเห็นคุณค่าไอศกรีมไทย ที่ไม่แพ้แบรนด์นำเข้า ดังเช่นคำขวัญของแบรนด์ คือ ไทยไทยก็ทำได้”



ตั้งโรงงาน B2B

นอกจากจำหน่ายหน้าร้านแล้ว ละครมกรูป มีอีกหนึ่งโมเดลธุรกิจที่น่าสนใจ คือ การผลิตเพื่อส่งให้แบรนด์ต่าง ๆ หนึ่งในยอดขายจัดส่ง ที่ได้รับความนิยม คือ ไอศกรีมชาไทย ในร้าน After You คุณโบว์ เล่าว่า การผลิตทั้งหมดเป็นโฮมเมด คือ ผลิตที่บ้านด้วยเครื่องทำไอศกรีมเพียงเครื่องเดียว ผลิตทั้งวันทั้งคืน เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการ

“จุดเปลี่ยน เกิดขึ้น เมื่อทาง After You กำลังจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งมีเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิต ที่ต้องมีมาตรฐานโรงงาน ละครมกรูป จึงจำเป็นต้องมองหาพื้นที่ นั้นเป็นทั้งโอกาสและความท้าทาย เพราะการขยายขนาดธุรกิจ จำเป็นต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และการวางแผนที่รัดกุม แต่เราสามารถผ่านมาได้ โดยปัจจุบันโรงงานของเรามีทั้งมาตรฐานฮาลาล, HACCP และ GHP”



ศิษย์สำนัก “คพอ.”

“เรารู้จักหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมให้ดีพร้อม หรือ ดีพร้อมคพอ. จากเพื่อน ๆ นักธุรกิจ และได้มีโอกาสเข้าร่วมรุ่นที่ 425 ถือเป็นการสร้างเครือข่ายที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการทำธุรกิจได้อย่างดี มีบทเรียนลงลึกด้านอุตสาหกรรมของไทยที่เป็นความเชี่ยวชาญของดีพร้อม นอกจากนี้ ยังได้เขียนแผนธุรกิจในระยะกลาง 5 ปี คือ ตั้งแต่ 2568 – 2572 ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจนขึ้น”

หนึ่งในความประทับใจที่มีต่อ คีพร้อม คพอ. คือ หลักสูตรมีความทันสมัย สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งทำให้มองเห็นโอกาสการพัฒนา โดยละมุนกรุ๊ปได้วางแผนขยายการส่งออกต่างประเทศและล่าสุดได้เป็นสินค้าที่ให้บริการในสวนภาคพื้นของสายการบินสิงคโปร์แอร์ไลน์แล้ว

“คีพร้อม เข้าใจผู้ประกอบการมาก ๆ ทั้งให้คำแนะนำ และสามารถตอบคำถามที่เฉพาะเจาะจงสำหรับธุรกิจแบบเราได้อย่างดี นอกจากนี้ยังได้เข้าร่วมโครงการ Fit Up to Modern Trade มีวิทยากรเข้ามาให้คำแนะนำในสถานประกอบการ 5 แมนเดย์ ได้เรียนรู้เรื่องการคุมต้นทุน การยกระดับศักยภาพการผลิตและนำสินค้าไปจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า ICONSIAM”



ตลาดไอศกรีมโตต่อเนื่อง

สถาบันอาหาร คาดการณ์การเติบโตของตลาดไอศกรีมทั่วโลกว่ามีแนวโน้มเติบโตถึง 5.5 ล้านล้านบาทในปี 2570 ส่วนหนึ่งจากความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูง เทรนด์ด้านสุขภาพ และความปลอดภัยด้านอาหาร ตลอดจนนวัตกรรมการผลิตใหม่ ๆ ส่งผลให้มีความหลากหลายทางด้านรสชาติและการเก็บรักษา สำหรับในประเทศไทย มูลค่าตลาดค้าปลีกไอศกรีมในปี 2566 มีมูลค่าอยู่ที่ 1.4 หมื่นล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.0 ในอีก 4 ปีข้างหน้า โดยไทยถือเป็นผู้ส่งออกอันดับ 1 ในเอเชีย และอันดับ 11 ของโลก

ความท้าทายในตลาดไอศกรีม นอกจากผู้เล่นรายใหญ่ที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดแล้ว ยังพบว่า มีผู้เล่นจากจีนที่ลงสนามด้วยกลยุทธ์ราคาต่ำที่เข้าถึงง่าย เสริมความระอุให้เกิดการแข่งขันที่ดุเดือดมากขึ้น

“ไอศกรีมพรีเมียมโฮมเมด” จึงเป็นเซ็กเมนต์ที่มีความน่าสนใจและมีการเติบโต แม้จะมีขนาดเล็กกว่าตลาดไอศกรีมแมส แต่ก็ยังมี อัตรากำไร (Margin) ที่สูงกว่าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มองหาประสบการณ์ และคุณภาพที่เหนือกว่า

ทำธุรกิจต้องกล้าโต

คุณโบว์ ฝากถึงผู้ที่สนใจทำธุรกิจว่า การศึกษาตลาดเป็นสิ่งสำคัญต้องเรียนรู้ให้รอบด้าน เพราะคุณภาพอาจไม่ใช่คำตอบเดียวสำหรับการประสบความสำเร็จในธุรกิจ เพราะหากไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคสินค้านั้นก็จะไม่ได้รับการตอบรับและหากธุรกิจมีโอกาสรอช้าก็อาจจะพลาดธุรกิจ

“โบว์โชคดีที่ได้รับการส่งเสริมจากคีพร้อม ทั้งโอกาสต่าง ๆ จากการเข้าร่วมหลักสูตรคีพร้อม คพอ. การมีที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการทำธุรกิจและการมีเพื่อนเครือข่ายเพื่อนร่วมหลักสูตร ที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการส่งมอบกำลังใจในยามที่ธุรกิจต้องเผชิญกับ

ไอศกรีม High Standard

คุณโบว์ เปิดเผยว่า ทิศทางธุรกิจของละมุนกรุ๊ป นอกจากการจัดจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรดในห้างสรรพสินค้า Tops และ Gourmet Market แล้ว ยังผลิตให้โรงแรม แชนกรี-ลา และร้านอาหารชั้นนำต่าง ๆ โดยในปีนี้มีแผนขยายตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น

“หนึ่งในความฝัน คือ การจำหน่ายบนเครื่องบิน ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าจะสามารถให้บริการได้ในสายการบินสิงคโปร์แอร์ไลน์ ตอนนี้อยู่ระหว่างการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัยต่าง ๆ สำหรับการให้บริการบนเครื่องบิน ซึ่งมีความเข้มงวดมากกว่าอาหารที่ให้บริการบนภาคพื้น เพราะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมในการจัดเก็บที่แตกต่าง เช่น ความกดอากาศ และความชื้น ตลอดจนการรักษาคุณภาพอาหารสำหรับการเสิร์ฟ ซึ่งหากผ่านเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรมการบิน จะถือว่าเป็นไอศกรีมที่มีมาตรฐานสูง หรือ High Standard เป้าหมายหลังจากนี้คือการขยายไปสู่สายการบินในแถบภูมิภาคอาหรับเพื่อส่งมอบรสชาติแห่งความเป็นไทย”



ความกล้าและความท้าทาย นอกจากนี้คีพร้อมยังมี ส่วนช่วยสนับสนุนละมุนกรุ๊ปในการขอสินเชื่อจาก SME D Bank ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างทุกวันนี้ หลายคนกลัวการขอสินเชื่อกับทางธนาคาร เลยเลือกใช้วิธีการเก็บออมด้วยตนเอง โบว์อยากบอกว่า เทรนด์ของธุรกิจบางครั้งมันเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ถ้าเราไม่รีบคว้าโอกาสในช่วงเวลาที่เหมาะสม การวางแผนเพื่อขอสินเชื่อตามศักยภาพที่เราสามารถ ก็เป็นทางเลือกที่น่าสนใจ เพราะโบว์เชื่อว่า คนทำธุรกิจทุกคน ไม่มีใครไม่อยากให้ธุรกิจหยุดอยู่กับที่อย่างแน่นอน”

ข้อมูลติดต่อ

บริษัท ละมุนกรุ๊ป จำกัด
562/1 หมู่ที่ 3 ซอยสุขสวัสดิ์ 14/1 ถนนสุขสวัสดิ์
แขวงจอมทอง เขตจอมทอง กทม. 10150

facebook.com/ltimlamoon
WWW.LAMOON-GROUP.COM
02 068 2662

“ผักกาดดองส่งเฮง” 50 ปีแห่งตำนาน

สู่โรงงานดิจิทัล พร้อมเสิร์ฟรสชาติไประดับโลก

ผักกาดดองแบรนด์ “ส่งเฮง” คือเรื่องราวความอร่อยที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมายาวนานกว่า 50 ปี จนถึงทายาทรุ่นที่ 3 ในปัจจุบัน ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท ลาโตะ ฟู้ด แอนด์ ดริ้งค์ จำกัด หัวใจสำคัญของธุรกิจนี้คือ “ดองความอร่อยด้วยหัวใจ” ผสานเข้ากับนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อให้ได้รสชาติที่ยอดเยียมและมาตรฐานคงที่เสมอมา

คอลัมน์ Tools-D ขอชวนทุกท่านมาสัมผัสความอร่อยของผักกาดดองส่งเฮง กับ คุณเกรียงไกร สังกิตติพงศ์ กรรมการผู้จัดการ ที่ยืนยันว่ารสชาติผักกาดดองของที่นี่ถูกปากคนไทยและเป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติอย่างแน่นอน คุณเกรียงไกรเน้นย้ำถึงวิสัยทัศน์ของทายาทรุ่นที่ 3 ว่าพร้อมที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เพื่อรักษาเอกลักษณ์และรสชาติ “ผักกาดดองส่งเฮง” ดั้งเดิมไว้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ แม้จะก้าวเข้าสู่การผลิตเชิงพาณิชย์อย่างเต็มตัวแล้วก็ตาม



“ผักกาดดองของผมต้องไม่เหมือนใคร
และสามารถหาทานรสชาติดั้งเดิมได้ที่นี้
ทีเดียว ด้วยการสืบทอดภูมิปัญญา
จากอากงผู้เริ่มต้นธุรกิจ”



เครื่องเคียง ของครอบครัว

ในหลายครัวเรือนไทย “ผักกาดดอง” คือส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการกินที่ขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นเสริมรสให้กับข้าวต้ม หรือ เป็นหัวใจสำคัญเพื่อใช้ชูรสชาติในหลากหลายเมนูเด็ด ด้วยรสชาติเปรี้ยวเค็มที่ลงตัว ผักกาดดองส่งเสียงจึงเป็นมากกว่าของหมักดอง เพราะเป็นมรดกทางรสชาติที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน ภายใต้การดูแลของทายาทรุ่นที่ 3 ที่ยังคงรักษารสชาติดั้งเดิมไว้ได้อย่างมั่นคง พร้อมก้าวข้ามข้อจำกัด ด้วยการนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิต

ดั้งเดิม สู่ ดิจิทัล

กระบวนการดองผักกาดแบบดั้งเดิมมีขั้นตอนที่ซับซ้อน โดยเฉพาะการชั่งตวงส่วนผสมที่อาศัยทักษะและความเชี่ยวชาญเป็นสำคัญ ซึ่งอาจเป็นจุดเสี่ยงที่ทำให้รสชาติไม่คงที่ หากขาดประสบการณ์ ลาโด้ ฟู้ดแอนด์ดริ้งค์ ได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาสถานประกอบการผ่านกลไกศูนย์ปฏิรูปอุตสาหกรรม ปี 2567 ในการพัฒนาระบบดิจิทัล โดยเฉพาะระบบติดตามการชั่งน้ำหนักแบบอัตโนมัติ ที่สามารถบันทึกและรายงานการผลิตแบบเรียลไทม์

ระบบนี้ไม่เพียงแต่ดัดแปลงเครื่องชั่งดิจิทัลที่มีอยู่ให้สามารถดึงค่าสัญญาณน้ำหนักมาใช้งานได้ แต่ยังมีการออกแบบระบบแจ้งเตือนด้วยแถบไฟ LED และสติ๊กเกอร์บนเครื่องชั่ง รวมถึงวงจร Microcontroller สำหรับควบคุมระบบอัตโนมัติ ที่สามารถประมวลผลและสั่งงาน LED แจ้งเตือนได้ นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาระบบรับส่งข้อมูลแบบไร้สายด้วย RF module และ LoRa module ทั้งที่เครื่องชั่งและระบบรับข้อมูลของคอมพิวเตอร์ กระบวนการเหล่านี้ทำให้การผลิตผักกาดดองส่งเสียงมีประสิทธิภาพแม่นยำ และคงที่ในทุกขั้นตอน



เปลี่ยนโลกการผลิต

“มายด์เซตในการนำระบบอัตโนมัติเข้ามาใช้ คือ การทำให้ไลน์การผลิตมีความรวดเร็วขึ้นอย่างชัดเจน และเมื่อใดที่กระบวนการผลิตช้าลง นั่นหมายความว่ามีความผิดปกติเกิดขึ้น ระบบนี้ช่วยเตือนและชี้ให้เห็นจุดปัญหา ทำให้สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ทันทีต่างจากเมื่อก่อนที่ต้องรอเขียนรายงานข้อผิดพลาด และวางแผนแก้ไขในวันถัดไป”



ปัจจุบัน บริษัทฯ ได้ยกเลิกการประชุมแก้ปัญหารายสัปดาห์ เพราะนวัตกรรมเข้ามาช่วยให้การสื่อสารและการส่งต่อการแก้ไขปัญหารวดเร็วขึ้นมาก ที่สำคัญยังช่วยลดความผิดพลาดของพนักงานและลดการสูญเสียจากการชั่งน้ำหนักเกินมาตรฐานได้อย่างมีนัยสำคัญ “ที่ผ่านมามผมพยายามมองหาโครงการที่เหมาะสมกับธุรกิจอยู่เสมอ การได้รับโอกาสสำคัญจากดีพร้อมที่ให้การปรึกษาและสนับสนุนเป็นอย่างดี มีส่วนช่วยให้บริษัทฯ ได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP และ HACCP ซึ่งเป็นการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการผลิตสู่ระดับสากล

ระบบดี - คนทำงานง่าย

“อีกหนึ่งข้อดีของระบบนวัตกรรมที่นำมาใช้ คือ พนักงานไม่จำเป็นต้องมีความชำนาญสูงก็สามารถทำงานในขั้นตอนสำคัญนี้ได้ ช่วยลดข้อจำกัดด้านทักษะแรงงานได้อย่างเห็นผล และทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเป็นเรื่องง่ายขึ้นมาก เพราะด้วยความที่ระบบมีความแข็งแกร่ง พนักงานใหม่จึงสามารถเข้ามาเรียนรู้และปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การจัดเก็บและบันทึกข้อมูลแบบเรียลไทม์ยังเป็นข้อมูลสำคัญที่สามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อติดตามและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต”



ส่งต่อความอร่อยทั่วโลก

ปัจจุบัน บริษัทฯ ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด "Your Taste at Your Home" ผ่านการพัฒนาสินค้าแบรนด์ส่งเฮง ที่มุ่งมั่นส่งต่อความอร่อยไปทั่วโลก ด้วยสินค้าครอบคลุมถึง 8 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผักกาดดองเปรี้ยว, ผักกาดดองสามรส (เกี่ยมฉ่าย), ซิงดอง, กระเทียมดอง, หน่อไม้ดองเปรี้ยว, บัวดอง, มะนาวดอง และน้ำมะนาว 45% (สำหรับปรุงอาหาร) เป้าหมายหลัก คือ การเรียนรู้และทำความเข้าใจวัฒนธรรมการกินของลูกค้าแต่ละประเทศ เพื่อส่งมอบรสชาติที่เข้ากันได้ดีกับรสนิยมของคนทั่วโลก

“ผักกาดดองส่งเฮง

เราส่งออกไปกว่า 10 ประเทศ ทั้งมาเลเซีย, สิงคโปร์, ฮองกง, จีน, เมียนมา, กัมพูชา, ไทย, แอฟริกาใต้, อิตาลี, สวิตเซอร์แลนด์, อิสราเอล และสหรัฐอเมริกา โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับการคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพดีเยี่ยมจากพี่น้องเกษตรกรไทยเท่านั้น”

ข้อมูลติดต่อ

บริษัท ลาได้ ฟู้ดแอนด์ดริงค์ จำกัด

เลขที่ 333 หมู่ที่ 4 ต.ท่าไม้

อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร 74110

www.songheng.co.th



มอลคาม

เปรี้ยวทุกหยดสดทุกซอง

บนความตั้งใจ
สร้างธุรกิจ
ที่เป็นมิตรกับโลก



ส้มมะขาม หรือ มะขามเปียก วัตถุดิบสำคัญของการปรุงรสเปรี้ยวในอาหารไทย ด้วยรสสัมผัสที่อมหวาน ละมุน กลมกล่อม ช่วยเพิ่มมิติให้กับเมนู ทั้งยังมีสรรพคุณเป็นยาระบายอ่อน ๆ เสริมการทำงานของระบบขับถ่าย มีคุณสมบัติครบถ้วนสำหรับการเป็น อาหารฟังก์ชัน (Functional Food)

บริษัท แสงวงพัฒน์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มอลคาม น้ำมะขามเปียกเข้มข้น เห็นโอกาสของวัตถุดิบนี้ จึงผันตัวจากธุรกิจรับซื้อมะขามเปียก เป็นผู้ผลิต แปรรูป และจัดจำหน่ายครบวงจร





เปลี่ยนแปลงยับโอกาส

บริษัท แสงพัฒนา จำกัด ก่อตั้งในปี 2553 โดยเริ่มธุรกิจจากการรับซื้อมะขามเปียกจากเกษตรกร และนำมาแปรรูปใส่ถุงเป็นก้อนมะขามเปียกเพื่อจำหน่ายตามความต้องการของตลาด แต่เล็งเห็นว่ายังมีโอกาสที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์มะขามเปียกให้ใช้งานสะดวกยิ่งขึ้นสำหรับผู้บริโภคในการประกอบอาหาร ประกอบกับมีเป้าหมายที่จะยกระดับวัตถุดิบของไทยไปสู่ประชาคมโลก บริษัทฯ จึงปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของพร้อมใช้งาน โดยความตั้งใจแรกต้องการใช้ชื่อ “มะขาม” เพื่อจดทะเบียนการค้า แต่ด้วยข้อจำกัดทางกฎหมาย จึงใช้ “มอลคาม” เป็นชื่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นภาษาลาวที่แปลว่า บักขาม หรือที่เราเข้าใจกันก็คือ มะขาม



คุมเข้มคุณภาพ

การจะทำให้ผลิตภัณฑ์ไปถึงระดับโลกนั้น ในทุกระบวนการผลิต ต้องมีความปลอดภัย และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ บริษัทฯ จึงริเริ่มโครงการมีสเตอร์บุญปลูก โดยรวบรวมเกษตรกรจังหวัดชัยภูมิ และพื้นที่ใกล้เคียงที่มีความสนใจปลูกมะขามเข้าร่วม ซึ่งจะมีการให้ความรู้ในทุกระบวนการตั้งแต่เริ่มปลูกจนถึงเก็บเกี่ยวรวมทั้งรับซื้อผลผลิตในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด

รสชาติและความสดใหม่คือหัวใจสำคัญของสินค้า ทำให้ต้องควบคุมในทุกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ โดยคัดเลือกสายพันธุ์ที่มีมาตรฐาน มีระบบตรวจสอบความปลอดภัยในแปลงปลูก เพื่อควบคุมสารเคมี ตลอดจนการควบคุมค่า pH ให้ไม่เกิน 2.5 เพื่อรักษาความสดใหม่ และไม่ใส่สารเพื่อแต่งเติมรสชาติ



ปรับฐานการผลิต

ในช่วงแรกของการผลิต บริษัทฯ ประสบปัญหาต้นทุน เนื่องจากยังขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการ และการแปรรูป ทำให้ปริมาณของเสียเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และประสบปัญหาสัดส่วนการรับซื้อวัตถุดิบ และอัตราการผลิตไม่สอดคล้องกัน ส่งผลให้คลังสินค้าไม่เพียงพอสำหรับการจัดเก็บ

บริษัทฯ เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคนิคบริหารจัดการโลจิสติกส์ ภายใต้โครงการคลัสเตอร์เกษตรแปรรูปและอาหารแปรรูป ในปี 2566 ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม และรับคำปรึกษาเชิงลึกในสถานประกอบการจำนวน 14 วัน ผ่านกระบวนการวางแผนกระบวนการผลิต โดยใช้แผนภาพยามาซุมิ (Yamazumi Chart) การบาลานซ์ไลน์ (Line Balancing) การจัดการคลังสินค้า โดยแบ่งแยกเป็น คลัง ABC เพื่อให้ง่ายต่อการบริหาร ตลอดจนการคำนวณต้นทุนที่ใช้จริงของการขนส่งโลจิสติกส์

“คลัสเตอร์” เครือข่ายคุณภาพ

หนึ่งสิ่งสำคัญที่บริษัทฯ ได้จากการเข้าร่วมคลัสเตอร์แปรรูปฯ คือ การมีโอกาสเชื่อมโยงกับเครือข่ายผู้ประกอบการรายอื่น ได้เห็นรูปแบบและการจัดการที่หลากหลาย สามารถนำมาปรับใช้ในธุรกิจ

ทั้งยังเกิดความร่วมมือเป็นเครือข่ายที่คอยสนับสนุนซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้สมาชิก ได้ร่วมกันวางแผนสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เพื่อเอื้อประโยชน์ทางธุรกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งยังเป็นการสร้างมิตรภาพ และส่งต่อกำลังใจให้แก่กันในแวดวงธุรกิจ

เดินหน้าสู่ CPF

บริษัทฯ ตั้งใจพัฒนามอลคามให้มีมาตรฐานการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยมีเป้าหมายขอใบรับรอง Carbon Footprint For Product หรือ CPF เพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่หันมาใส่ใจคุณค่าของการใช้งานสินค้า



ทั้งยังถือเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดกับกลุ่มบริษัทคู่ค้ารายใหญ่ ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสิ่งแวดล้อม และใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการร่วมงานกับพาร์ทเนอร์ ที่มีมาตรฐานด้านความยั่งยืน ใบรับรอง CPF จึงไม่ใช่แค่สร้างความน่าเชื่อถืออย่างเดียว แต่คือใบเบิกทางสำหรับโอกาสใหม่ ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ผลพลอยได้ที่ตามมา คือ การลดต้นทุนในระยะยาวผ่านการปรับกระบวนการผลิตให้ลดการใช้พลังงาน ลดของเสีย ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ถือเป็นเป้าหมายที่คุ้มค่าทั้งในแง่มูลค่าการค้าในธุรกิจและความรับผิดชอบต่อโลก



เล็งเป้าอาหารฟังก์ชัน

ผลสำเร็จจากการเข้าร่วมโครงการกับดีพร้อม มอลคามสามารถลดระยะเวลาการจัดส่งสินค้าได้เฉลี่ย 30 % ลดของเสียจากการจัดเก็บผิดวิธี 26 % เพิ่มขีดความสามารถในการผลิตตามคำสั่งซื้อขนาดใหญ่ได้ถึง 25 % นอกจากนี้ยังสามารถวางแผนผลิตสินค้าให้สอดคล้องกันระหว่างวงรอบการเก็บเกี่ยวผลผลิต และรอบการจัดจำหน่ายทั้งในช่องทาง B2C และ B2B ได้ดีขึ้น

ในระยะ 5 ปีข้างหน้า บริษัทฯ มีเป้าหมายจะผลักดันให้ มอลคามเติบโตทั้งยอดขายและคุณภาพ ด้วยการยกระดับผลิตภัณฑ์จากมะขามเปียกให้เป็น Functional Ingredient ที่ตอบโจทย์ตลาดสุขภาพ ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น ไซรี่ปั่นน้ำมะขาม น้ำมะขามพร้อมดื่ม รวมทั้งการแปรรูปเพื่อส่งออกไปยังตลาดในภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยตั้งเป้าหมายยอดขายโตเฉลี่ยปีละ 30 - 40 %



ข้อมูลติดต่อ

บริษัท แสงพัฒน์ จำกัด
เลขที่ 96/1 หมู่ 1 ต.บ้านกอก อ.จตุรัส
จ.ชัยภูมิ 36130

<https://sawangpat.com>
<https://www.facebook.com/mallkamThailand/>

“คลองน้ำเค็มทันใจ”

วิสาหกิจชุมชน ที่โตได้จริง

ด้วยแรงหนุนจาก **DIPROM**

เรื่องจริงของกลุ่มชาวบ้านที่แปรรูป
ผลผลิตให้มี “มูลค่าเพิ่ม-ส่งออกได้”



ในวันที่ตลาดหมุนเร็ว การพึ่งพาตัวเองอย่างเดียวยังอาจไม่พอ ให้ธุรกิจเล็งอยู่รอด วิสาหกิจชุมชนอย่าง“คลองน้ำเค็มทันใจ” จังหวัดจันทบุรี คือหนึ่งในตัวอย่างที่พิสูจน์แล้วว่า **“เรียนรู้ไม่หยุด มีพาร์ทเนอร์ที่เข้าใจ และมองหาโอกาสใหม่ที่จับต้องได้จริง”** คือ กุญแจที่ทำให้พวกเขาก้าวข้ามข้อจำกัด จนกลายเป็นอีกหนึ่งความภูมิใจของสินค้าชุมชนไทยที่ส่งออกถึงต่างแดน ซึ่งทั้งหมดนี้เกิดขึ้นได้จริงเมื่อมี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) เดินไปด้วยกันทุกก้าว

หนึ่งในสินค้าที่ทำให้พวกเขาแตกต่าง คือ “ผัดไทยกุ้งกรอบ” ของทานเล่น ที่ผลิตจากเส้นจันท์แท้ และกุ้งธรรมชาติจากทะเลบ้านเรา คลุกเคล้าด้วยซอสผัดไทยสูตรพิเศษที่มีมังคุดเป็นส่วนผสมจนได้รสชาติและกลิ่นหอมเฉพาะตัว ก่อนจะนำไปอบกรอบและทำให้มีขนาดพอดีคำ ที่ทั้งอร่อย สะดวกพกพาได้ง่าย ได้รสชาติแท้ๆ หวานกลมกล่อมแบบฉบับจันทบุรี ในทุกคำที่กัด

โอกาสดีมีจริง เมื่อเดินไปด้วยกัน

นางวัลลิ์ ใจเย็น ประธานวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มคลองน้ำเค็มทันใจ เล่าถึงความท้าทาย
ที่ต้องเผชิญในการส่งออกสินค้าชุมชนว่า
“หลายคนอาจยังไม่รู้จัก วิสาหกิจชุมชน
กลุ่มคลองน้ำเค็มทันใจ พวกเราเป็นกลุ่มคน
ในชุมชนที่รวมตัวกันแปรรูปอาหารทะเลและ
ผลไม้ให้มีคุณภาพ โดยทำด้วยวิถีมิปัญญา
ชาวบ้านผสมเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น น้ำพริก
ปลาหมึกตากแห้ง กะปิ ส้มจืดอบน้ำผึ้ง และ
ของฝากอีกหลายอย่าง สินค้าเราขายได้ดี

ในตลาดท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว แต่พอ
ถึงวันที่อยากก้าวเข้าไปตลาดต่างประเทศจริง ๆ
กลับเจอข้อจำกัด ทั้งเรื่องบรรจุภัณฑ์ การ
บริหารจัดการภายใน ที่สำคัญคือเราไม่เคยมี
ประสบการณ์ในการนำเสนอสินค้ากับลูกค้า
ต่างชาติ”

ต่อจิ๊กซอว์ที่ขาด เต็มเต็ม สิ่งที่เราไม่รู้

“จุดเปลี่ยนของกลุ่มคลองน้ำเค็มทันใจ
เริ่มขึ้น เมื่อเราได้เข้าร่วมกิจกรรม ยกระดับ
ศักยภาพชุมชนดีพร้อม ภายใต้โครงการของ
ที่ผ่านมาชาวบ้านหลายคนยังไม่เคยคิดว่า
การทำธุรกิจต้องมี Product Portfolio ที่ชัดเจน



หรือการเล่าเรื่องแบรนด์จะสำคัญแค่ไหน
กิจกรรมนี้ให้ความรู้แก่เรามากมาย ทั้งการ
วิเคราะห์ตลาด การฝึกทำ Elevator Pitch และ
Pitching Deck แบบจริงจัง ทำให้พวกเราสนใจ
มากขึ้น เพราะทุกคนได้ฝึกพูด ฝึกนำเสนอ
สินค้าด้วยตัวเอง สร้างความมั่นใจในการพูดคุย
กับลูกค้ารายใหญ่เยอะมาก จากชาวบ้านธรรมดา
ตอนนี้หลายคนพูดได้เหมือนมืออาชีพแล้ว”



คุณวัลลิ์ ใจเย็น
ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มคลองน้ำเค็มทันใจ



DIPROM เปิดทาง

สร้างโอกาสใหญ่

“ตลอดการเข้าร่วมกิจกรรมฯ กับทาง DIPROM นอกจากจะได้รับความรู้เทคนิคทางการตลาดต่างๆ แล้ว ยังพากลุ่มวิสาหกิจชุมชนคลองน้ำเค็มไปพบกับโอกาสใหม่ๆ อย่างการจับคู่ทางธุรกิจกับเทรดเดอร์ระดับประเทศ เช่น บริษัท เทสลา โมเดิร์นเทรด จำกัด ซึ่งช่วยเปิดตลาดส่งออกสปป.ลาวไปจนถึงรัสเซีย รวมถึง บริษัท ไวเซอร อินเตอร์เทรด จำกัด ที่ปูทางให้สินค้าเราวางขายในประเทศจีน

ความร่วมมือครั้งนี้ทำให้เราต้องวางแผนเพิ่มจำนวนซัพพลายเออร์ในชุมชนเพื่อรองรับการผลิตที่ขยายตัว ซึ่งถ้าเดินไปเองคงไม่ง่ายแบบนี้แน่นอน สำหรับวิสาหกิจชุมชนเล็กๆ โอกาสที่จะได้เจอคู่ค้ารายใหญ่ที่มีอำนาจตัดสินใจโดยตรงแทบเป็นไปไม่ได้แต่ DIPROM ช่วยเปิดประตูให้เราเรียนรู้ สร้างตลาดใหม่ และต่อยอดได้จริง”



ย่นระยะทางสู่ ความสำเร็จ

“สิ่งที่อยากฝากถึงชุมชนอื่น ๆ จนถึงผู้ประกอบการรายเล็ก คือ อย่าคิดว่าต้องทำเองหมดทุกอย่าง บางทีเราแค่ขาดใครสักคนที่มองเห็นทางลัดหรือช่วยต่อยอดให้ถูกจุด เพราะบางครั้งการได้คำแนะนำที่ถูกต่อนิดเดียวอาจช่วยย่นระยะทางจากหลายปีให้สั้นลงเหลือไม่กี่เดือน ซึ่ง DIPROM มีครบ

ทั้งองค์ความรู้ กิจกรรมดีๆ และเครือข่ายคู่ค้าที่พร้อมช่วย SMEs ไทยให้ไปได้ไกลขึ้นเหมือนที่พวกเราที่ประสบความสำเร็จในการขยายการส่งออกต่างประเทศ เชื่อว่าถ้ากล้าเปิดใจเข้ามาหากรณา จะรู้เลยว่ามีโอกาสดีๆ รออยู่อีกมากมาย”

ยอดขายโตต่อเนื่อง

“เมื่อมีตลาดใหม่เข้ามา ยอดขายก็เติบโตจริง ก่อนเข้าร่วมกิจกรรมกับทาง DIPROM เรามียอดขายประมาณ 1,250,000 บาทต่อปี พอได้ต่อยอด ได้เจอคู่ค้าใหม่ๆ และมีช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายขึ้น ทำให้อยอดขายแตะ 1,950,000 บาทต่อปีซึ่งเพิ่มขึ้นกว่า 58% กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของเราเริ่มขยายการผลิตภายในชุมชนเพื่อกระจายงานและรายได้ให้คนในพื้นที่ด้วย ทำให้ทุกวันนี้คนในหมู่บ้านก็มีรายได้หมุนเวียนตลอดปีเพราะมือเดอรืไม่ขาด”



ข้อมูลติดต่อ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มคลองน้ำเค็มตันใจ
53/2 หมู่ที่ 2 ค.คลองน้ำเค็ม
อ.แหลมสิงห์ จ.จันทบุรี

facebook.com/khunayay2

09 2446 1966

เงินทุนหมุนเวียน ดีพร้อม (DIPROM)



เงินทุนหมุนเวียนเพื่อการส่งเสริมอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรมไทย
ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการอาชีพอุตสาหกรรมในครอบครัวและหัตถกรรม ด้วยการ
สนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับการจัดหาวัตถุดิบเครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต การว่าจ้าง
แรงงาน ในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ดังนี้



ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมรายย่อยภาคการผลิตทั้งบุคคลธรรมดา สัญชาติไทย
มีอายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

	วงเงินสูงสุด	ดอกเบี้ยคงที่	ร้อยละ	ระยะเวลาผ่อนชำระ
1 สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการไทย ให้ดีพร้อม (Working Capital for SMEs)	2 ล้านบาท	แบบขั้นบันได	3-7 ต่อปี	5 ปี
2 สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการ ที่ต้องการกู้ระยะยาว (Loan for SMEs by Tenor) เพื่อลงทุนในสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน	5 ล้านบาท	แบบขั้นบันได	3-10 ต่อปี	10 ปี
3 สินเชื่อธุรกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม (DIPROM Pay for BCG) เพื่อลงทุน หรือขยายธุรกิจ ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจใหม่ หรือ BCG Model	5 ล้านบาท	แบบขั้นบันได	3-6 ต่อปี	7 ปี

หลักทรัพย์ค้ำประกัน

กรณีบุคคลค้ำประกัน

กรณีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

สำหรับวงเงินกู้ไม่เกิน

200,000 บาท

โดยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด

ใช้สำหรับทุกวงเงินกู้

โฉนดที่ดิน : กู้ได้ไม่เกิน 90% ของราคาประเมินของทางราชการ
ที่ดิน (นส.3 ก.) : กู้ได้ไม่เกิน 80% ของราคาประเมินของทางราชการ
สิ่งปลูกสร้าง : ให้เป็นไปตามคู่มือประเมินราคาสิ่งปลูกสร้าง
หรือที่คณะกรรมการกำหนด

สอบถามข้อมูล
และขอรับบริการได้ที่ :

ส่วนกลาง : กลุ่มบริหารเงินทุน สำนักงานเลขาธิการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ถนนพหลโยธิน แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ
ส่วนภูมิภาค : ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
☎ 0 2430 6865 - 66 ต่อ 1051 - 1052 🌐 www.credit.dip.go.th 📧 diprom_wc65



ปี 2567 ประเทศไทยเปิดประตูบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวกว่า 35.54 ล้านคน จากทั่วโลก สร้างรายได้ให้กับภาคเศรษฐกิจกว่า 1.67 ล้านล้านบาท แต่ความสำเร็จนี้ก็มาพร้อมกับความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ นับเป็นโจทย์ที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการไทย ในการหาวิธีสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้

B-C-G ฉบับนี้พาไปดูตัวอย่างการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน 3 ภูมิภาค ยอดนิยมในต่างประเทศ เพื่อจุดประกายไอเดีย และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ประกอบการไทย นำไปพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนต่อไป



สวีตเซอร์แลนด์ ต้นแบบความยั่งยืน ที่ฝังรากลึกในท้องถิ่น

สวีตเซอร์แลนด์เป็นที่รู้จักในฐานะประเทศต้นแบบด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีแนวคิดที่ลึกซึ้งอยู่ในโครงสร้างทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบด้วย

- **การสร้างความเข้มแข็งและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น**

โดยการทำให้คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร ผู้ผลิตพืชผัก เนื้อสัตว์ ไข่ หรือแม้กระทั่งไวน์ในท้องถิ่น ล้วนมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชน

- **การเดินทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

สวีตเซอร์แลนด์ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวโดยการเดินเท้าหรือปั่นจักรยานในเส้นทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพสูง ทั้งรถไฟ รถประจำทาง และเรือ ยังช่วยลดการใช้รถยนต์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ที่สวีตเซอร์แลนด์ยังมีการกำหนดมาตรฐาน และตรารับรองด้านความยั่งยืน เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม



กฎาน การท่องเที่ยว

แบบ"มูลค่าสูง ผลกระทบต่ำ"



กฎานเป็นประเทศที่มีแนวทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยยึดมั่นในปรัชญาความสุขมวลรวมประชาชาติ (Gross National Happiness - GNH) ประกอบด้วย

• ค้าธรรมนิยมรายวัน (Sustainable Development Fee - SDF)



นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องชำระค่าธรรมเนียมรายวันที่กำหนดโดยรัฐบาล ซึ่งครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่จำเป็น อาทิ ที่พัก มัคคุเทศก์ที่ได้รับอนุญาต อาหาร และอุปกรณ์เดินป่า โดยรายได้ส่วนหนึ่งที่ได้จากค่าธรรมเนียมจะนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ ดูแลสิ่งแวดล้อม และการรักษาสุขอนามัยในพื้นที่

• ความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral)

กฎานเป็นประเทศที่บรรลุความเป็นกลางทางคาร์บอนในปี 2022 และยังคงมุ่งมั่นที่จะรักษาเป้าหมายนี้อย่างยั่งยืน โดยมีพื้นที่ป่าไม้



กว่า 70% ของประเทศ ทำหน้าที่เป็นแหล่งดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ขนาดใหญ่ และนโยบายพลังงานที่เข้มแข็งโดยเน้นการใช้พลังงานน้ำเป็นหลัก

• นโยบาย "มูลค่าสูง ผลกระทบต่ำ" (High Value, Low Impact)

ไม่ได้มุ่งเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว แต่เน้นคุณภาพและสร้างผลกระทบให้น้อยที่สุดต่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในลักษณะที่พักรับรองหรือ Guest Houses เพื่อกระจายรายได้และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งยังยกระดับการบูรณาการร่วมกันระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยว และกระทรวงสิ่งแวดล้อม เพื่อให้การท่องเที่ยวพัฒนาสอดคล้องกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม



มัลดีฟส์สร้างความยั่งยืนท่ามกลางความเปราะบาง

มัลดีฟส์เป็นประเทศลักษณะหมู่เกาะที่มีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้ต้องเร่งปรับตัวสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างจริงจัง ประกอบด้วย

• ความท้าทายจากสภาพภูมิอากาศ

ด้วยภูมิประเทศที่สูงจากระดับน้ำทะเลเพียงเล็กน้อยทำให้เสี่ยงต่อระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้นและการกัดเซาะชายฝั่ง การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการอยู่รอดของประเทศ

• เปลี่ยนบทบาทของชุมชนท้องถิ่น

มัลดีฟส์เปลี่ยนรูปแบบให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น จากเดิมที่ผูกขาดกับธุรกิจที่พักของต่างชาติ ปัจจุบันได้มีการส่งเสริมที่พักและบริการที่ดำเนินการโดยคนท้องถิ่นบนเกาะ

• การอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเล

มีการลงทุนในการอนุรักษ์แนวปะการังและสิ่งมีชีวิตใต้ทะเล ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของประเทศ นอกจากนี้ยังส่งเสริมการค้าอย่างรับผิดชอบ และลดการใช้พลาสติกเพื่อควบคุมปริมาณขยะ



การจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของทั้ง 3 ประเทศ ล้วนเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจสำหรับภาคการท่องเที่ยวกับการออกแบบแนวทางเพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดจากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวางแผนพัฒนาความยั่งยืน เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ และทัศนียภาพความสวยงามของแต่ละพื้นที่ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่ครองใจนักท่องเที่ยวได้อย่างยาวนาน

วังบุญชู ‘ชาโกโก้วานิลลา’ จากกาแฟเพชร

SME Zero Waste บนพื้นที่ปลูกโกโก้ 250 ไร่

“ชาโกโก้วานิลลา” เครื่องดื่มที่ตอบโจทยคนรักสุขภาพ ด้วยรสสัมผัสที่เป็นเอกลักษณ์ผสมผสานกับกลิ่นหอมของเมล็ดโกโก้ที่ถูกแปรรูปเป็นชาร้อน เข้ากันกับกลิ่นวานิลลาที่ช่วยเติมเต็มความหอมหวานแบบนุ่มนวลและเป็นธรรมชาติ ทำให้รู้สึกผ่อนคลายได้ในทุกช่วงเวลา อีกทั้งยังอุดมไปด้วยคุณประโยชน์ชั้นดี ทั้งสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยลดความเสี่ยงของโรคหัวใจและมะเร็ง รวมถึงลดการอักเสบในร่างกาย นอกจากนี้ตัวชายังมีแร่ธาตุสำคัญอย่างแมกนีเซียม เหล็ก ทองแดง และแมงกานีส ที่ช่วยบำรุงและสนับสนุนการทำงานของระบบประสาทและกล้ามเนื้อ ที่สำคัญกลิ่นของวานิลลาสามารถช่วยบรรเทาความเครียดและทำให้อารมณ์ดีขึ้นได้อีกด้วย ทั้งรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ มาพร้อมคุณประโยชน์ต่อสุขภาพ จึงทำให้ชาโกโก้วานิลลาได้รับความนิยมอย่างมากจนกลายเป็นเมนูยอดนิยมทั้งในร้านค้า และคาเฟ่ต่าง ๆ และถูกพูดถึงอย่างแพร่หลายบนโซเชียลมีเดียในปัจจุบัน

“วังบุญชู” เอสเอ็มอีรุ่นใหม่ในพื้นที่อำเภอคลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร เห็นโอกาสจากการเพิ่มมูลค่าให้กับผลโกโก้บนพื้นที่ปลูกกว่า 250 ไร่ ป้อนมูลค่าให้กับเมล็ดโกโก้ตกเกรดโดยการนำมาพัฒนาเป็น “ชาโกโก้วานิลลา” ภายใต้แบรนด์ “ชูชู” ที่เสริมสุขภาพรสชาติดีให้กับลูกค้า ภายใต้แนวคิด Zero Waste รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ให้กับชุมชน





คุณปิยนุช กุณากุล
กรรมการผู้จัดการ บริษัท วังบุญชู จำกัด

เกือบหลับ แต่กลับมาได้

คุณปิยนุช กุณากุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท วังบุญชู จำกัด ทายาทรุ่น 3 เล่าถึงจุดเปลี่ยนของธุรกิจครอบครัวว่า เดิมทีพื้นที่ 250 ไร่ เป็นไร่ส้มของคุณปู่เคย คุณย่าขึ้น อยู่ป่าน ทั้งคู่เป็นเกษตรกรของกำแพงเพชร ต่อมาในกลุ่มนายทุนชักชวนให้ลงทุนปลูกโกโก้ พร้อมขายฝันว่าจะสามารถทำอะไรได้ดี แต่ความจริงกลับไม่เป็นอย่างที่หวังทำให้ในช่วงปี 2561- 2562 ธุรกิจของครอบครัวประสบกับภาวะวิกฤติ “พอเรารู้ว่าโดนหลอกสิ่งที่ทุกคนในครอบครัวทำก็คือ มองหาโอกาสจากการลงทุนที่ผ่านมา ตอนนั้นเราไม่เลือกที่จะจมอยู่กับความล้มเหลว เพราะถึงแม้จะมีการหลอกลวงทางธุรกิจ แต่เราเองเป็นผู้ลงมือปลูกโกโก้ พวกเราเลือกที่จะรับผิดชอบในการตัดสินใจ จากนั้นก็เริ่มศึกษาลงลึกเพื่อที่จะทำให้โกโก้สร้างผลผลิตและเม็ดเงินกลับคืน”

เกรด D มีมูลค่า

เมื่อเลือกที่จะ “ไปต่อ” สมาชิกครอบครัวทั้ง 3 รุ่น เริ่มศึกษาความต้องการของตลาดเพื่อพัฒนาคุณภาพเมล็ดโกโก้ให้ให้เป็นไปตามเงื่อนไขและส่งขายลูกค้าให้ได้ราคาที่ดีที่สุด จากช่วงแรกขายได้ราคา 70 บาทต่อกิโลกรัม ก็สามารถพัฒนาคุณภาพจนทำราคาได้เพิ่มขึ้น 3 เท่า เป็น 200 – 210 บาทต่อกิโลกรัม ระหว่างนั้นได้มีโอกาสรู้จักกับ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) นับเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ผลักดันการเติบโตของไร่โกโก้แห่งนี้

วังบุญชูเข้าร่วมโครงการการยกระดับธุรกิจ SMEs ด้วยการประยุกต์ใช้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ในกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากซูเปอร์ฟู้ด (Super food – Super Product) ปี 2567 ซึ่งโครงการนี้มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดเป็น ชาโกโก้วานิลลา และช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับเมล็ดโกโก้เกรด D และเมล็ดลืบทกเกรดที่เป็นเศษเหลือจากกระบวนการผลิต

“เราได้รับคำปรึกษาอย่างละเอียดมาก ๆ ตอนนั้นเราเหมือนเด็กน้อยในแวดวงธุรกิจ ที่มีดีพร้อมเข้ามาช่วยดูแลป้อนน้ำป้อนข้าว เป็นที่ปรึกษาที่จริงใจช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ พาเราบุกตลาดทั้งในและต่างประเทศ จนสามารถส่งออกได้สำเร็จ ทั้งยังช่วยพัฒนาทักษะการสื่อสารผลิตภัณฑ์ ให้ลูกค้ารู้จักด้วยการเปิดกระบวนการผลิตให้เห็นถึงความใส่ใจในคุณภาพ ทำให้ธุรกิจเติบโตไปในทิศทางที่ดีและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย”



ชาโกโก้วานิลลา

“พอฉีกซองปั๊บ กลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์จะลอยขึ้นมา เราตั้งใจพัฒนาและคิดค้นร่วมกับดีพาร์ตเมนต์ให้ออกมาเป็นชาโกโก้วานิลลา ภายใต้แบรนด์ชูชู เมื่อชงร้อนจะสัมผัสได้ถึงกลิ่นช็อกโกแลตและวานิลลาอ่อน ๆ เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพผลิตจากเมล็ดโกโก้ที่มีขนาดเล็กที่สุดซึ่งเป็นขนาดที่ตลาดไม่ต้องการ แต่ไม่ได้มีผลต่อคุณภาพและรสชาติ เรามีเทคนิคการคั่วเมล็ดสูตรเฉพาะในแบบฉบับวังบุญชูที่ผ่านการลองผิดลองถูกมานับครั้งไม่ถ้วนและค้นพบว่าเมล็ดเล็ก ๆ นี้แหละส่งกลิ่นหอมได้เป็นอย่างดี ชาโกโก้วานิลลาของวังบุญชู จึงเป็นสินค้าน้องใหม่ที่กลายเป็นสินค้าซูโรจจากเดิมที่เราส่งออกเฉพาะเมล็ดโกโก้แห้ง โกโก้ nibs และโกโก้บัตเตอร์”



ไร้โกโก้ Zero Waste

“เราใช้ประโยชน์จากเมล็ดโกโก้ทุกขนาดที่นำไปตากแห้ง ส่วนเปลือกและไส้สีขาวที่เหลือจากผลโกโก้ถึง 70% เราก็นำมาต่อยอดทำเป็น ปุ๋ยอินทรีย์ ด้วยกระบวนการหมักกับสิ่งที่ย่อยสลายอื่นๆ จนได้เป็นปุ๋ยเม็ดออกมา และนำกลับไปใช้บำรุงต้นโกโก้และผลผลิตทางการเกษตรอื่นๆ

ณ วันนี้อการดำเนินธุรกิจของวังบุญชูไม่เหลืออะไรที่เป็นขยะให้ทิ้งเลยใช้ทั้งเปลือกทั้งเมล็ด จนได้ชาที่ดีทำให้เรามีผลผลิตที่นำมาจำหน่ายทั้งในรูปแบบวัตถุดิบเมล็ดโกโก้แห้งและสินค้าแปรรูปอื่นๆ เพราะอยากให้ทุกคนได้รู้จักเรา เราจึงต้องมีผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงได้หลากหลายนำมาสู่หลักการดำเนินธุรกิจแบบวังบุญชูที่เรามองไปจุดสูงสุดคือความมั่นคงของธุรกิจอยากให้เป็นธุรกิจที่ตั้งใจทำตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำให้ได้อย่างสมบูรณ์แบบมากที่สุดอาจจะยังไม่ 100% แต่ถ้าธุรกิจดำเนินต่อไปได้ ทุกห่วงโซ่ธุรกิจก็จะอยู่ได้อย่างมั่นคงและมีความสุข ถ้าเราล้มก็เท่ากับว่าอีกหลายชีวิตที่ทำงานกับเราก็กัม เพราะฉะนั้นความมั่นคงจะทำให้ทุกๆ ห่วงโซ่ในธุรกิจนี้ค่อยๆ เติบโตไปอย่างแข็งแกร่งและเราจะทำให้เอสเอ็มอีแห่งนี้พื้นที่แห่งโอกาสของทุกคน”

ข้อมูลติดต่อ

บริษัท วังบุญชู จำกัด
เลขที่ 220/1 หมู่ที่ 5 ต.วังเขม อ.คลองขลุง
จ.กำแพงเพชร 62120

facebook.com/profile.php?id=61563571513393
081 789 8298

ก้าวใหม่ของตำนาน 90 ปี “ไร่ก้านจูล”

เมื่อได้ “ที่ปรึกษาดี” + “เทคโนโลยีพร้อม”

จากรากฐานธุรกิจเกษตรของครอบครัว ที่ดำเนินมายาวนานกว่า 90 ปี “ไร่ก้านจูล” ไม่เพียงสืบทอดเจตนารมณ์ในการส่งต่อสิ่งดี ๆ ให้กับชุมชน แต่ยังเดินหน้าสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น และปรับตัวเพื่อรับมือพร้อมแข่งขันในโลกยุคใหม่ ด้วยหัวใจของคำว่า “เปลี่ยนเพื่ออยู่รอด และโตอย่างยั่งยืน”

ภายใต้การนำทัพของ คุณโป้ง จงสฤษดิ์ คุณวงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไร่นายจูล คุณวงศ์ จำกัด ทายากรุ่นที่ 3 แห่ง “ไร่ก้านจูล” จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้เล่าถึงหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจไว้ว่า “เรามีเป้าหมายชัดเจนมาตั้งแต่รุ่นปู่ คือ อยากให้ไร่นี้เป็นแหล่งอาชีพแหล่งความรู้ และแหล่งแรงบันดาลใจให้กับชุมชน...แต่ถ้าอยากอยู่ได้ในยุคนี้ ต้องปรับตัว”



คุณโป้ง จงสฤษดิ์ คุณวงศ์
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไร่นายจูล คุณวงศ์ จำกัด



หม่อนไหม และ เกษตรแปรรูป

กลุ่มจุลแบ่งธุรกิจในเครือออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ ได้แก่

จุลไหมไทย

ผู้บุกเบิกการผลิตเส้นไหมเส้นยืนคุณภาพสูงในประเทศไทย เพื่อลดการนำเข้าและส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงไหมให้กับเกษตรกร ในกว่า 30 จังหวัด ซึ่งปัจจุบันมีสมาชิกเกือบ 4,000 ครัวเรือน

ไร่กำนันจุล

พื้นที่เกษตรขนาดกว่า 3,000 ไร่ ที่ดำเนินกิจกรรมเกษตรครบวงจร ทั้งการเลี้ยงปลา แปรรูปปลา ผลไม้ รวมถึงการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกของตนเองจำนวน 14 สาขาทั่วประเทศ

อย่างไรก็ตาม แม้ธุรกิจจะเติบโตต่อเนื่อง แต่ในบางมุม “คุณโป้ง” ก็ยอมรับตรงไปตรงมาว่า กลุ่มจุลเองก็เผชิญข้อจำกัด “เราทำธุรกิจแบบเดิม ๆ มานาน บางกระบวนการยังคงใช้ระบบจดมือในสมุดจีน ข้อมูลสำคัญอย่างใบหม่อน หรือค่าแรงงานยังอยู่บนกระดาษทั้งหมด ซึ่งซ้ำ ซ้ำซ้อน และเสี่ยงผิดพลาดสูง”

"ที่ปรึกษา" ปลดล็อกศักยภาพ

เพื่อพัฒนาองค์กรให้ก้าวทันโลก กลุ่มจุลจึงตัดสินใจเข้าร่วม โครงการพัฒนาระบบส่งเสริม SMEs ปี 2567 ภายใต้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (DIPROM) โดยได้รับคำปรึกษาและพัฒนาระบบจากที่ปรึกษารุ่นใหม่ ซึ่งผ่านการอบรมภายใต้ กิจกรรมพัฒนาผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม (Service Provider) “อาจารย์ที่เข้ามาไม่ใช่แค่ที่ปรึกษา แต่เป็นเหมือนเพื่อนร่วมคิดขององค์กร เป็นคนรุ่นใหม่ที่เข้าใจบริบทธุรกิจท้องถิ่น แต่ก็มีความรู้ทันสมัย พร้อมปรับโจทย์ให้เหมาะกับเรา ภายใต้แนวคิด Customer Centric นอกจากนั้น อาจารย์ยังเปิดโอกาสให้ทีมเรามีส่วนร่วมในการออกแบบระบบด้วยตัวเอง ทำให้พนักงานรู้สึกมี ‘ส่วนร่วม’ ไม่ใช่แค่เป็นผู้ใช้งานเท่านั้น”



“มายด์เช็ตดี” มี “ทักษะพร้อม”

ภายใต้คำแนะนำจากที่ปรึกษา กลุ่มจุลได้พัฒนาระบบออนไลน์ สำหรับจัดเก็บข้อมูลและบริหารแรงงานในโรงงานปลาไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน แต่ยังเปลี่ยนชุดความคิดขององค์กร จากการทำงานแบบเดิม ๆ ไปสู่การ “ตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูล” พร้อมลดภาระและความซับซ้อนที่เคยมี ได้แก่

ลดระยะเวลาการบันทึกข้อมูล

จาก “1 เดือน” เหลือเพียง “1 วัน”

ลดต้นทุนค่าแรงและค่าวัสดุ

จาก 64,450 บาท เหลือ 6,650 บาท/ปี (ลดลง 89.68%)

ลดการใช้กระดาษ

ได้กว่า 20 รีมต่อปี เทียบเท่าการลด CO2 ประมาณ 105.2 กก./ปี

เพิ่มทักษะการจัดการข้อมูลดิจิทัล

ให้กับพนักงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

“สิ่งที่เราภูมิใจที่สุด ไม่ใช่แค่ระบบใหม่ แต่คือมายด์เซตใหม่ที่เกิดขึ้นในองค์กร พนักงานอาวุโสที่เคยกลัวเทคโนโลยี วันนี้ใช้ระบบออนไลน์ได้คล่องขึ้น เห็นประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลง และพร้อมเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวเอง”



ปรับสู่ BCG เพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน

อีกหนึ่งจุดเด่นของโครงการนี้ คือ การผลักดันให้ผู้ประกอบการ นำแนวคิด BCG Economy (Bio-Circular-Green) มาปรับใช้จริง โดยอาจารย์ที่ปรึกษาได้อบรมการออกแบบระบบจัดการข้อมูลอย่างยั่งยืน ช่วยให้ “ไร่ก้านจูล” สามารถวางรากฐานการพัฒนาในมิติสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมควบคู่กันไป

“วันนี้เราไม่ได้มองแค่เรื่องประสิทธิภาพ แต่ยังมองเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พนักงาน และชุมชน เพราะเราต้องการเป็นองค์กรที่อยู่ได้แบบยั่งยืน”



หน่วยงานรัฐที่ “เข้าถึง” และ “เข้าใจ”

ถ้าเราล่าช้าแรก โอกาสก็จะตามมาเองครับ “ผมอยากบอกผู้ประกอบการ SMEs ทุกท่านว่า อย่าคิดว่าหน่วยงานภาครัฐจะช่วยเหลือไม่ได้ เพราะกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือ ดีพร้อม (DIPROM) เป็นหนึ่งในไม่กี่หน่วยงานที่ ‘เข้าถึง’ และ ‘เข้าใจ’ ธุรกิจอย่างแท้จริง เพราะเขาร่วมคิด วิเคราะห์ และลงมือเปลี่ยนแปลงไปด้วยกัน”

“สุดท้ายนี้ ไม่ว่าเพื่อน ๆ ผู้ประกอบการ จะเจอปัญหาอะไร ผมอยากให้เชื่อว่า ‘เทคโนโลยีคือทางออก’ อยู่ที่ว่าเราเปิดใจพอจะเรียนรู้มันหรือเปล่า

ข้อมูลติดต่อ

บริษัท ไร่ก้านจูล คูนวงศ์ จำกัด
เลขที่ 442 ม.3 ต.วังขม
อ.เมืองเพชรบุรี จ.เพชรบุรี 67210

<https://www.kamnanchul.com/>
facebook.com/Chulfarmbkk
@kamnanchul

ยกระดับเกษตรอุตสาหกรรมไทย สู่ครัวโลก

พลิกโฉมธุรกิจเกษตรของคุณ
ด้วยนวัตกรรมและ
ความเชี่ยวชาญของเรา



- ✓ **เพิ่มมูลค่า :** พัฒนาผลิตภัณฑ์
เพิ่มโอกาสทางการตลาด
- ✓ **ก้าวล้ำ :** เทคโนโลยีและนวัตกรรม
เพื่อประสิทธิภาพสูงสุด
- ✓ **เติบโตยั่งยืน :** เชื่อมโยงเครือข่าย
สร้างความแข็งแกร่ง

เกษตรยุคใหม่ เริ่มต้นที่นี่

กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

🌐 <https://iaid.dip.go.th/> ☎ 0 2430 6877 , 0 2202 4539



DIPROM
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PROMOTION



สร้างสรรค์ชุมชน สู่เศรษฐกิจโลก

พลิกโฉมธุรกิจชุมชน ยกกระดับ Soft Power ไทย



ยกกระดับ
เชฟชุมชน

เสริมแกร่งร้านอาหาร
ท้องถิ่นสู่สากล



พัฒนา
ผลิตภัณฑ์

เพิ่มมูลค่า
หัตถกรรมไทย



เศรษฐกิจ
ฐานรากยั่งยืน

สร้างโอกาส
สร้างรายได้

พลังชุมชนของคุณ เริ่มต้นที่นี่

กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

<https://iaid.dip.go.th/> ☎ 0 2430 6877 , 0 2202 4539



OPEN HOUSE DIPROM

ทิศทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง
ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม



Soft Power

โอกาสทางธุรกิจด้วย
พลังซอฟต์พาวเวอร์



Aging Society

โอกาสทางธุรกิจจาก
สังคมผู้สูงอายุ



NEC - Creative LANNA

โอกาสยกระดับ
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์
ในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ
พิเศษภาคเหนือ



Sustainability

โอกาสสู่การเติบโต
ทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

กิจกรรมภายในงาน

“ให้ทักษะใหม่” Panel Discussion

- สาขพลังเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลักดันนวัตกรรมสู่ตลาด
ผู้สูงวัย ขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ไทยสู่สากล
- ผู้ก่อตั้ง บริษัท กานเวลา ช็อคโกแลต จำกัด
- London Bakery / ลูโด มาสคอตสุดคิวท์ของ London
Bakery

“ให้โอกาสโตไกล” Networking

พื้นที่สำหรับแลกเปลี่ยนพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริม
การขยายโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ และสร้างเครือข่ายความ
ร่วมมือระหว่างกัน

“ให้เครื่องมือที่ทันสมัย” Service Hub

การให้คำปรึกษาแนะนำ การทดลองผลิตเพื่อพัฒนา
ต้นแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
และการให้บริการเงินกู้หมุนเวียน พร้อมทั้งจัดตั้งจุด
ให้บริการและประชาสัมพันธ์ข้อมูลจากหน่วยงานเครือข่าย
ที่ครอบคลุมทุกความต้องการ

“ให้ธุรกิจไทยที่ดีคู่ชุมชน” Exhibition & Showcase

นิทรรศการนำเสนอผลการดำเนินโครงการและกิจกรรม
ที่สำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายและทิศทางการพัฒนา
ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และ
สิ่งแวดล้อม

ร่วมสัมผัสอนาคตอุตสาหกรรมไทยพร้อมกัน เวลา 08.30 - 15.30 น. 9 กันยายน 2568
ถนนทุ่งโฮเต็ล ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ณ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1



DIPROM Center

หน่วยงานส่วนภูมิภาค

DIPROM CIM Center

ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุ
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์
(ศว.กสอ.) จ.ลำปาง

424 หมู่ 2 ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา
จังหวัดลำปาง 52130

0 5401 9942



DIPROM Center 01

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 1 จ.เชียงใหม่

(ศก.1 กสอ.)

158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ตำบลวัดเกต
อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50000

0 5208 1942



DIPROM Center 02

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 2 จ.พิษณุโลก

(ศก.2 กสอ.)

292 ถนนเลี้ยวเมืองสุโขทัย - นครสวรรค์
ตำบลบ้านกร่าง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
65000

0 5500 9242



DIPROM Center 03

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 3 จ.พิจิตร

(ศก.3 กสอ.)

200 หมู่ 8 ถนนเลี้ยวเมือง ตำบลท่าหลวง
อำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร 66000

0 5603 9942



DIPROM Center 08

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 8 จ.สุพรรณบุรี

(ศก.8 กสอ.)

117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ตำบลอู่ทอง
อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

0 3596 9862



DIPROM Center 11

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 11 จ.สงขลา

(ศก.11 กสอ.)

165 ถนนกาญจนวนิช ตำบลน้ำน้อย
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110

0 7489 0632



DIPROM Center 04

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 4 จ.อุดรธานี

(ศก.4 กสอ.)

399 หมู่ 11 ถนนมิตรภาพ ตำบลโนนสูง
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41330

0 4218 0162



DIPROM Center 07

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 7 จ.อุบลราชธานี

(ศก.7 กสอ.)

222 หมู่ 24 ถนนคลังอาวุธ ตำบลขามใหญ่
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

0 4595 9162



DIPROM Center 05

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 5 จ.ขอนแก่น

(ศก.5 กสอ.)

86 ถนนมิตรภาพ ตำบลสำราญ อำเภอเมือง
จังหวัดขอนแก่น 40000

0 4304 1362



DIPROM Center 06

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 6 จ.นครราชสีมา

(ศก.6 กสอ.)

333 ถนนมิตรภาพ ตำบลสูงเนิน
อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา 30170

0 4408 2032



DIPROM Center 10

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม
ภาคที่ 10 จ.สุราษฎร์ธานี

(ศก.10 กสอ.)

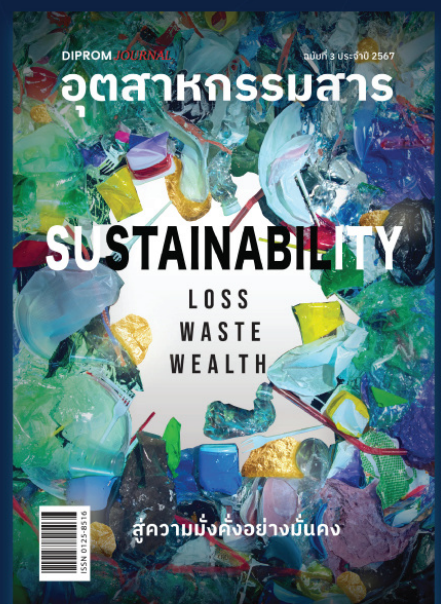
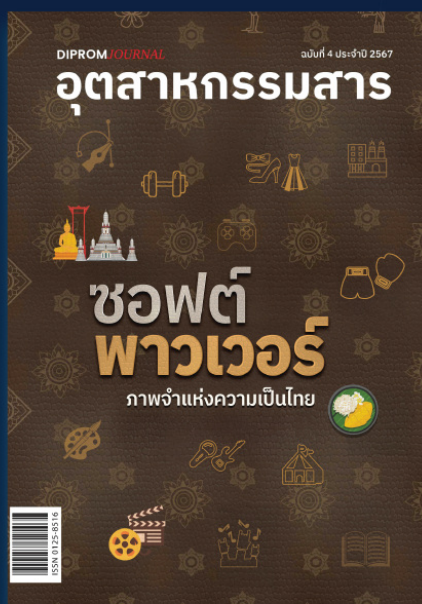
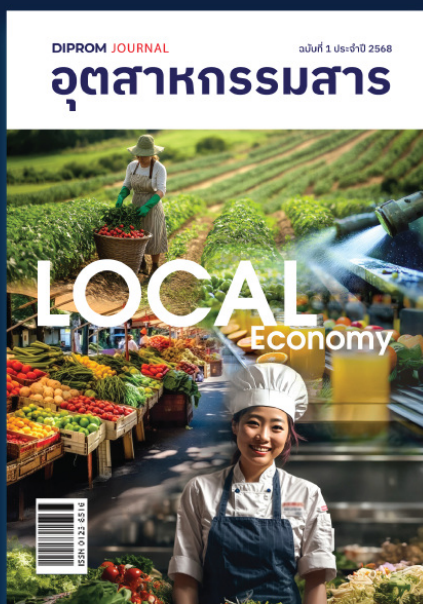
131 หมู่ 2 ถนนพริ้นท์นอร์ ตำบลวัดประดู่
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 84000

0 7795 4342



สมัครสมาชิก ^{Free} อุตสาหกรรมสาร

ส่งเสริมองค์ความรู้อุตสาหกรรม
สร้างแรงบันดาลใจส่งต่อสู่ผู้ประกอบการ



ถอดรหัสความสำเร็จกับ DIPROM Success Case



“ แสกนสมัครสมาชิก ”

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ :

☎ 0 2430 6865-66 ต่อ 1032

🌐 www.e-journal.dip.go.th

📘 อุตสาหกรรมสาร

“ ดีพร้อม คอมมูนิตี ที่นี่มีแต่ให้ ”