



ISSN 0125-8561

# อุตสาหกรรมสาร

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 63 ฉบับเดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2563

กสอ.เร่งมาตรการ  
ช่วยเหลือ SMEs  
หลังวิกฤตโควิด

เปิดตัวเกษตรอุตสาหกรรม  
พลิกวิธีดิน SMEs สู่มื่น

พินลัน บูติก รีสอร์ท  
ปิดโรงแรมเปิดครัวทำข้าวกล่อง  
ส่ง Delivery ทั่วหนองคาย

เลอ เพรซ วิลล่า รีสอร์ท หนอง  
New Normal อาหารใต้ครบวงจร

กอดรหัส New Normal  
ตำนานข้าวโกโก้

การ์เกต แกรง ธุรกิจอีเว้นท์สุดตัว  
ทำอาหารส่งออนไลน์  
ยืนหยัดไม่ลอยแพลูกน้อง

## FOOD วิธีใหม่ New Normal

ISSN 0125851-6



# ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11

## กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

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

### หน่วยงานส่วนกลาง

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

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

### ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

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



## 05 Report

ทิศทางการอาหารโลก Global Food 2020

## 08 Interview

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม  
ชมุมาตรการฟื้นฟูเอสเอ็มอี หลังโควิด - 19

## 11 SMEs Focus

Le Pes Villas Resort Khanom  
เลอ เพชร วิลล่า รีสอร์ท หนองคาย นครศรีธรรมราช  
เปิดไลน์การผลิตอาหารใต้ครบวงจร

## 14 Local SMEs

โรงแรมพันล้าน บูติค รีสอร์ท หนองคาย  
เปิดครัวส่งอาหาร Delivery ผู้ศึกโควิด

## 17 Biz Focus

ทาร์เกต แทรพ ธุรกิจอีเว้นท์ผู้สุดตัว  
ปลุกลูกน้องเปิดช่องแบรนด์อาหาร Gourmet Club

## 23 SMEs Development

โควิด-19 จุดประกายนโยบาย  
ปั้นนักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม  
สร้างSMEs ให้แข็งแกร่ง พลิกวิถีที่ยั่งยืน

## 26 Product Design

ผู้ปั้นสุข

## 28 SMEs Policy

Future Food อาหารอนาคตที่มีอนาคต

## 30 Knowledge

ตอบโจทย์ของธุรกิจอาหารหลังสถานการณ์

## 32 Information

แพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน “ไทยชนะ”  
เครื่องมือปลดล็อกให้ธุรกิจขับเคลื่อน

## 35 Health

อาหารเป็นยา

## 37 Innovation

ทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร  
หลังวิกฤต Covid-19

## 40 Good Governance

ทำอย่างไร จะดูแลสุขภาพให้ปลอดภัย

## 41 Book Corner

# Contents

## วารสารอุตสาหกรรมสาร

ฉบับเดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2563



11

### SMEs Focus

Le Pes Villas Resort Khanom  
เลอ เพชร วิลล่า รีสอร์ท หนอง  
นครศรีธรรมราช เปิดไลน์การผลิตอาหารใต้  
ครบวงจร



14

### Local SMEs

โรงแรมพันล้าน บูติค รีสอร์ท หนองคาย  
เปิดครัวส่งอาหาร Delivery ผู้ศึกโควิด

17

### Biz Focus

ทาร์เกต แทรพ ธุรกิจอีเว้นท์ผู้สุดตัว  
เปิดตัวแบรนด์อาหาร Gourmet Club



20

### Show Case

New Normal ตำนานข้าวตรา “ไก่แจ้”



## New Normal ความปกติในรูปแบบใหม่

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด-19 หรือโคโรนาไวรัส ช่วงปลาย พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2563 ซึ่งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมาก จนกลายเป็นความสูญเสียอย่างใหญ่หลวงอีกครั้งหนึ่งของมนุษยชาติ มนุษย์จำเป็นต้องป้องกันตนเอง เพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมประจำวันชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิมๆ

วิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อ ควบคู่ไปกับการพยายามรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจ นำไปสู่การสรรค์สร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ เทคโนโลยีใหม่ๆ มีการปรับแนวคิดวิถีชีวิตที่ผิดไปจากวิถีเดิมๆ จนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร เกิดการย้ายเบนออกจากความคุ้นเคยอันเป็นปกติมาแต่เดิมในหลายมิติ ทั้งในด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขภาพ การศึกษาเล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ ๆ เมื่อเวลาผ่านไปจนทำให้เกิดความคุ้นชิน และกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม

New Normal หรือ ความปกติในรูปแบบใหม่ เป็นคำศัพท์ที่ถูกใช้เป็นที่แรกในปี ค.ศ. 2008 โดย Bill Gross ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ชาวอเมริกัน โดยใช้อธิบายถึงภาวะเศรษฐกิจโลก หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจแฮมเบอเกอร์ในสหรัฐฯ ช่วงระหว่างปี 2007-2009 สาเหตุที่ใช้คำว่า New Normal เป็นเพราะ แต่เดิมวิกฤติเศรษฐกิจจะมีรูปแบบค่อนข้างชัดเจนเมื่อเศรษฐกิจเติบโตไปได้ช่วงระยะหนึ่ง จะมีปัจจัยที่ทำให้เกิดฟองสบู่ แล้วก็เกิดเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจตามมา หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจไม่นานเศรษฐกิจก็จะเริ่มฟื้นตัว แล้วก็กลับมาเติบโตได้ดีอีกครั้ง สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปกติ จะเรียกว่า Normal ก็ได้

ส่วน New Normal ในสายตาของผู้นำจีน การเติบโตทางเศรษฐกิจของจีน ตั้งแต่ปี 2002 จนถึง 2007 ก่อนเกิดวิกฤติการเงินในสหรัฐฯ เศรษฐกิจจีนขยายตัวในอัตรามากกว่า 10% มาโดยตลอด จนกระทั่งปี 2008 เศรษฐกิจของจีนเริ่มมีตัวเลขการเติบโตลดลงเรื่อย ๆ และหลังจากปี 2014 เป็นต้นมา เศรษฐกิจจีนไม่เคยเติบโตสูงกว่า 7% อีกเลย ประธานาธิบดีสี จิ้นผิง ออกมายอมรับว่าการเติบโต 7% แทนที่จะเป็น 10% เหมือนครั้งอดีตนั้น ไม่ใช่การถดถอยทางเศรษฐกิจ แต่เป็นเพียง New Normal ของจีนในอนาคต New Normal จึงถูกพูดถึงครั้งแรกในจีนเมื่อปี 2014 และในช่วงที่โลกเกิดวิกฤติโควิด-19 ประธานาธิบดีสี จิ้นผิง พูดถึง New Normal อีกครั้ง ช่วงนี้เอง New Normal จึงเข้ามามีบทบาทและถูกพูดถึงในประเทศไทยมากขึ้น ในช่วงปี 2020 (พ.ศ. 2563) เป็นการยืนยันให้เห็นว่า สิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน จะเกิดขึ้นและกลายเป็นความปกติในรูปแบบใหม่

วันที่ 15 พฤษภาคม 2563 ราชบัณฑิตยสภา ได้บัญญัติศัพท์ใหม่ คำว่า New Normal (นิวนอร์มัล) แปลว่า ความปกติใหม่ ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึง สถานการณ์หรือปรากฏการณ์ที่แต่เดิมเป็นสิ่งที่ผิดปกติ ผู้คนไม่คุ้นเคย ไม่ใช่มาตรฐานต่อมามีเหตุหรือเกิดวิกฤติบางอย่าง จึงมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้สถานการณ์หรือปรากฏการณ์นั้น กลายเป็นสิ่งที่ปกติและเป็นมาตรฐาน

ปาลทิพย์ เปลี่ยนโมฬี  
บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใด ๆ ในวารสาร ไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

# อุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่อง  
ยาวนานนับถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 62 ปี

เจ้าของ  
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400  
โทรศัพท์ 0 2202 4511

## ที่ปรึกษา

นายณัฐพล รังสิตพล

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภาสกร ชัยรัตน์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายไบน้อย สุวรรณชาติ

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพิฐ รอดภัย

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางสาวณัฐญา เนตยสุภา

เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพิรนาท สุขคุ้ม

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

## บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปาลทิพย์ เปลี่ยนโมฬี

## กองบรรณาธิการ

นางสาวนฤมล ผึ้งเนียม, นายไพฑูรย์ มะเียเมือง,  
นางสาวจิรวดี หลวงสุขุ, นางสาวแพรวภัทร โกวาที,  
นางสาววรรณศิริ กางกัน, นางสาวนภภรณ์ เตยหล้า,  
นางเกศรา ภูแดง, นางสุรศักดิ์ งามวงศ์,  
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,  
นางสาวกนกภรณ์ นกุลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,  
นายอวิชัย มะกล้าทอง, นางสาวสุดา วิชัย,  
นายปิยะวุฒิ จันทร์เสนา

## จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด  
77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายใหม่  
แขวงสายใหม่ เขตสายใหม่ กรุงเทพฯ 10220  
โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

## สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครหน้าสุดท้ายของเล่มส่งไปสมัครได้ 3 ทาง

### 1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร  
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม  
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

### 2. สมัครผ่าน Google Form : <https://goo.gl/forms/6gW9TBQI9LYZD7YQ2>

### 3. สมัครผ่าน QR code



การระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทั่วโลกเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดผลกระทบในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมไปถึงวิถีการดำรงชีวิตของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างมาก คำถามคือ การดำเนินชีวิตของคนในสังคมหลังพ้นวิกฤตครั้งนี้จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร โดยเฉพาะเรื่องอาหารที่เป็น 1 ในปัจจัย 4 ของการดำรงชีวิตที่คนทั่วโลกจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเพื่อรับมือกับการระบาดและโรคต่างๆ ที่อาจตามมา คำว่า “สุขภาพดี” กำลังเป็นที่ต้องการของคนทั่วโลก นำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมใช้ชีวิตแบบองค์รวมที่สร้างสมดุลทั้ง Health และ Wellness (Health (สุขภาพ) คือ ความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย และจิตใจ รวมถึงความสามารถในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี Wellness (ความสูงสมบูรณ์) คือ สภาวะความสุข ทั้งทางร่างกาย (Physical) อารมณ์ (Emotional) สติปัญญา (Intellectual) และสังคม (Social)

# ทิศทางการอาหารโลก Global Food 2020

ฟิวเจอร์เทลส์แล็บ (FutureTales Lab by MQDC) หรือ ศูนย์วิจัยอนาคตศึกษา ภายใต้ บริษัท แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีเวลล็อปเม้นต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (MQDC) ได้ทำการวิจัยและวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของคนในอนาคตอีก 30 ปีข้างหน้าหรือประมาณ 2 เจนเนอเรชัน (Gen y, Gen z) ว่าการใช้ชีวิตเขาต้องการอะไร โดยเฉพาะเรื่องอาหารซึ่งเป็นหัวใจในการสร้างเสริมสุขภาพที่ดี จึงขอสรุปแนวทางอาหารอนาคตและปัจจัยหนุน ดังนี้

1. Everything at Home หรือที่เรียกว่า เศรษฐกิจติดบ้าน อันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคระบาด ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป เริ่มเคยชินกับการอาศัยอยู่ในบ้าน ทำงาน ทำกิจกรรม

ต่างๆ ภายในที่พักอาศัยของตนเอง ส่งผลต่อความต้องการที่พักอาศัยที่อาจจะเปลี่ยนไป จากเดิมที่สามารถอาศัยในพื้นที่ที่มีขนาดเล็กได้ แต่ขณะนี้อาจจะไม่เพียงพอ และต้องการมีพื้นที่ที่สามารถทำอะไรได้หลายหลากมากยิ่งขึ้น อย่างคอนโดมิเนียม ก็ต้องมีพื้นที่สำหรับการทำอาหาร พื้นที่ทำงาน และออกกำลังกายได้ในขณะเดียวกัน

2. Proactive Healthcare Platform จากเหตุการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้แพลตฟอร์มการดูแลสุขภาพและการป้องกันความเจ็บป่วยนั้นมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น โครงสร้างพื้นฐานของเมือง อาคาร บ้าน จะต้องมามีบริการและแพลตฟอร์มสุขภาพและสุขภาพจิตเป็นบริการพื้นฐาน





3. Wearable Device – Prioritizing Health & Safety Over Privacy คือการเติบโตของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบสวมใส่ ซึ่งผู้บริโภคจะยอมให้ข้อมูลส่วนตัวเพื่อแลกกับความปลอดภัยที่มีมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันที่เจาะลึกถึงข้อมูลมากยิ่งขึ้น สามารถดูได้ว่า ณ วันนี้ สถานที่ที่เราอยู่ ณ ตรงนี้มีความเสี่ยงมากน้อยแค่ไหน ซึ่งจะเป็นประเด็นในเรื่องของความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวหลายประเทศเริ่มทำแอปพลิเคชันรองรับการใช้ชีวิตแบบมีคุณภาพทั้งอาหารและไลฟ์สไตล์

4. Super Food & Food Supply Chain Transparency To Personal Food Supply โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะรับประทานอาหารเพื่อความอร่อย และเป็นการเข้าถึงในรูปแบบหนึ่ง แต่หลังจากนี้ผู้บริโภคจะเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ดีต่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น ต้องการความมั่นใจมากขึ้นว่าวัตถุดิบที่จะนำมาปรุงอาหารต้องมีมาตรฐาน ปลอดภัย และมีความสะอาด ซึ่งปัจจุบันมีผู้บริโภคบางส่วนเริ่มทำผักออร์แกนิกขนาดเล็กในเมืองมากยิ่งขึ้น เพื่อความมั่นใจว่าเป็นผักปลอดสาร เป็นต้น

จากนี้ไปธุรกิจอาหารในเชิงบริการ จะเปลี่ยนไปตามความต้องการหรือพฤติกรรมผู้บริโภคหลัง COVID -19 โดยคำนึงถึงการรับประทานอาหารเพื่อให้สุขภาพแข็งแรงเป็นการป้องกันมากกว่าการรักษา การบริโภคอาหารในอนาคตเพื่อสุขภาพที่ดี มีแนวทางเลือก พอสรุปได้ดังนี้คือ

## อาหารแนว Slow Food

หลายคนอาจเคยชินกับคำว่า Fast Food แต่คำว่าอาหาร Slow Food นั้นตรงกันข้ามกับ Fast Food เพราะเป็นอาหารที่ค่อย ๆ ปรุง มีการคัดสรรวัตถุดิบอย่างดี ปรุงอย่างพิถีพิถัน รวมไปถึงการรับประทานอย่างค่อย ๆ ละเมียดละไมกับ



รสชาติของอาหาร เพื่อให้ได้ใช้เวลาพิจารณาอาหารที่รับประทานเข้าไปมากขึ้น ขณะรับประทานหากเราได้ใช้เวลาพิจารณาองค์ประกอบของอาหาร ไม่ว่าจะ หน้าตาของอาหาร สีกลิ่น และรสของอาหารนั้น ๆ เรียกได้ว่าทั้งอิมท็องและอิมิตา โดยเน้นอาหารที่สดสะอาด ปรุงสดใหม่ จะมีความสัมพันธ์กับอารมณ์และระบบการย่อยของร่างกาย

## มังสวิรัตและกึ่งมังสวิรัต

ปัจจุบันการกินมังสวิรัตเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยต่างจากในอดีตที่เชื่อตามหลักศาสนา การกินมังสวิรัต หรือ Vegetarian แบบดั้งเดิม ซึ่งมีมาตั้งแต่ยุคอินเดียนและกรีกโบราณ โดยถือคติการกินที่ละเว้นจากการเบียดเบียนสัตว์ แต่ในปัจจุบันแนวคิดการกินมังสวิรัตปรับเปลี่ยนไปตามไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่จำเป็นต้องเคร่งครัด ห้ามกินเนื้อสัตว์เหมือนเดิม ทว่ามีการปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นวิธีการดูแลสุขภาพด้วยการกินอาหารแบบองค์รวม ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อสุขภาพร่างกาย แถมยังเป็นการดูแลโลกและสิ่งแวดล้อมไปด้วย โดยนวัตกรรมใหม่ของแนวคิดการกิน



<https://thegoodista.com>



มังสวิรัตินี้ เรียกว่า Flexitarian หรือการกินมังสวิรัตินี้แบบยืดหยุ่นแบบใหม่ ซึ่งได้รับความนิยมไปทั่วโลก รวมทั้งในเมืองไทยคนรุ่นใหม่หรือ GEN Y ก็หันมาทานอาหารแบบกึ่งมังสวิวัติโดยคำนึงถึงสุขภาพเป็นหลักด้วยเช่นกัน

## Clean Food

คือ อาหารที่ไม่ปนเปื้อนสิ่งสกปรก เชื้อโรค ทั้งในขั้นตอนการคัดสรรวัตถุดิบที่นำมาปรุง รวมทั้งในขั้นตอนการปรุงอาหารที่สด สะอาด ผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุด เพื่อรักษาคุณค่าโภชนาการ วิตามินไว้ให้มากที่สุด ตัวอย่างอาหารคลีน เช่น ข้าวกล้องแทนข้าวขัดขาว ผักผลไม้สดแทนที่ผ่านการแปรรูปเป็นผลไม้กระป๋อง ลดปริมาณ น้ำตาล น้ำปลา เครื่องปรุงรสลงให้มากที่สุด เน้นไปที่รสชาติที่แท้จริงของอาหารและวัตถุดิบนั้น ๆ

## อาหารเสริมคุณค่า

สำหรับผู้ที่ไม่ชอบทานอาหารประเภทใดประเภทหนึ่ง อาจเนื่องมาจากการเกิดอาการแพ้ไม่ชอบรสชาติ หลายคนจึงกังวลใจว่าจะจะเป็นโรคขาดสารอาหาร นักกำหนด

อาหารและนักโภชนาการจึงออกแบบอาหารสำหรับคนที่ทานอาหารแล้วแพ้ภัยหรือทานอาหารบางประเภทลำบาก เช่น ทานผักต่าง ๆ การทานอาหารให้ได้สารอาหารครบหมู่จึงต้องทานอาหารที่มีการเสริมคุณค่าอาหารเข้าไปในวัตถุดิบ เช่น ไข่ไก่ โอเมก้า 3, แป้งเสริมโปรตีน, นมแคลเซียมสูง, ขนมปังเสริมวิตามิน เป็นต้น หากคุณแพ้อาหารบางประเภทอาจลองทานอาหารเสริมคุณค่าเข้าไป เพื่อทดแทนสารอาหารที่ขาดไป ซึ่งปัจจุบันจะมีการวิเคราะห์การทานอาหารตามกลุ่มเลือดหรืออาหารที่ร่างกายแพ้ แล้วจึงทานอาหารเสริมคุณค่าเพื่อให้ได้สารอาหารครบ สมดุลแบบองค์รวม

ทั้งหมดนี้คือแนวโน้มและปัจจัยที่ทำให้อาหารในอนาคตจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน โดยยึดพฤติกรรมผู้บริโภคและสังคมเป็นศูนย์กลาง คนจะเริ่มหันมาใส่ใจรายละเอียดอาหารที่รับประทาน ใช้สติมากกว่าอารมณ์ในการรับรู้ จุดจ้ำงที่ทานในแต่ละวัน ดังคำกล่าวที่ว่า You are what you eat ที่เราควรใส่ใจตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การปรุงเพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือการทานที่สมดุล ร่างกายแข็งแรง ซึ่งเป็น Global Food 2020 ที่คนทั่วโลกกำลังปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตแบบ NEW NORMAL



### ข้อมูลอ้างอิง

- ศูนย์วิจัยอนาคตศึกษา ภายใต บริษัท แมกโนเลีย ควอลิตี้ ดีVELOPMENT คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- สกู๊ปข่าวเรื่อง “Flexitarian กินมังสวิรัตินี้แบบยืดหยุ่น” เผยแพร่ในเว็บไซต์ สสส.

(คำว่า Flexitarian ถือเป็นศัพท์บัญญัติใหม่ที่เพิ่งถูกเพิ่มลงใน Oxford English Dictionary เมื่อตอนปี 2014 โดย Dawn Jackson Blatner ผู้เขียนหนังสือเกี่ยวกับ Flexitarian Diet เล่มแรก ซึ่งได้ให้คำนิยามของวิถีการกินแบบนี้ไว้ว่าเป็นการกินอาหารแบบมังสวิรัตินี้ได้ประโยชน์จากการทานผักและธัญพืชไปพร้อม ๆ กับการเพิ่มโปรตีนจากเนื้อสัตว์ในบางโอกาส) อ้างอิง: สกู๊ปข่าวเรื่อง “Flexitarian กินมังสวิรัตินี้แบบยืดหยุ่น” เผยแพร่ในเว็บไซต์ สสส.





## กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ชูมาตรการฟื้นฟูเอสเอ็มอี หลังโควิด - 19

จากช่วงต้นปีที่ผ่านมาประเทศไทยได้รับผลกระทบแพร่ระบาดของโควิด-19 เช่นเดียวกับหลายประเทศ ซึ่งการรับมือและป้องกันการแพร่ระบาดไทยถือว่าทำได้ดีและได้รับการยอมรับจากทั่วโลก หลังจากแผนการป้องกันได้ควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดและเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบเรียบร้อยแล้ว จากนี้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมก็จะรับช่วงการฟื้นฟู ปันปัน เปลี่ยน เอสเอ็มอี ให้ดีพร้อม ในการกลับเข้าสู่การทำอาชีพสร้างรายได้ให้เศรษฐกิจเข้มแข็งต่อไป

**นายวิรุฬห์ รัชสิตพล** อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเปิดเผยว่า ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมได้แสดงความห่วงใยถึงพี่น้องประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงได้มอบหมายทุกหน่วยงานของกระทรวงอุตสาหกรรม หาแนวทางการฟื้นฟูผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมและประชาชนให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน ดังนั้น กสอ.จึงเร่งขับเคลื่อนมาตรการช่วยเหลือและฟื้นฟูภาคอุตสาหกรรมตามนโยบายของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อช่วยเหลือ 4 กลุ่มเป้าหมาย ภายใต้แนวคิดของการส่งเสริมแบบ “ปรับตัวให้ถูกทางอย่างยั่งยืน” ด้วยการผันงบประมาณจากงบปกติกว่า 150 ล้านบาท เพื่อฟื้นฟูผู้ประกอบการ อย่างเร่งด่วน ได้แก่



photo by: www.thansettakij.com



ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการออนไลน์

**“การวางแผนและการบริหาร เพื่อการอยู่รอดและเติบโต สำหรับผู้ประกอบการใน ภาวะวิกฤต”**

ภายใต้โครงการศูนย์สนับสนุนและช่วยเหลือเอสเอ็มอี (SME Support & Rescue Center : SSRC) โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 1 มิถุนายน - 31 กรกฎาคม 2563

**ฟรี ! ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ**

ดำเนินการโดย :  
 Module 1 มาตรการบริหารและจัดการความเสี่ยง  
 Module 2 มาตรการและแผนการฟื้นตัวทางธุรกิจ  
 Module 3 มาตรการป้องกัน  
 Module 4 มาตรการอนุรักษ์ ทรัพยากรบุคคล  
 Module 5 มาตรการส่งเสริมการขายและโปรโมชั่น  
 Module 6 มาตรการทางการเงินและสินเชื่อ  
 Module 7 มาตรการการประชาสัมพันธ์

สามารถกรอกสมัครได้ที่ลิ้งค์  
<https://form.campus.or.rajabhat.ac.th/>  
 รับสมัครวันที่ 17 ถึง 27 เม.ย. 2563  
 โทร. 02-2561-2563 อีเมล: info@ssrc.or.th / info@ssrc.or.th  
 อณูการพาณิชย์และนวัตกรรม โทร. 02-202-4444



• **ผู้ประกอบการและบุคลากรภาคอุตสาหกรรม** โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ทั้งในด้านการสร้างรายได้ประชาชาติ (GDP) การสร้างการจ้างงาน รวมถึงเป็นกลไกสำคัญของกระบวนการผลิต โดยมุ่งพัฒนา เอสเอ็มอี (SMEs) ให้เพิ่มขีดความสามารถและยกระดับในการแข่งขัน รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ที่จำเป็นในยุคความปกติแบบใหม่ (New Normal) ผ่านกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ อาทิ การให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกแก่เอสเอ็มอี (SMEs) ผู้วิกฤตโควิด จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อบริหารจัดการธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุด การจัดทำแผนช่วยขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในภาวะวิกฤตและภาวะปกติ ซึ่งคาดว่าจะสามารถฟื้นฟูผู้ประกอบการกว่า 4,000 กิจการ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 448 ล้านบาท

• **ชุมชนและวิสาหกิจชุมชน** โดยการพัฒนาชุมชนวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น ด้วยการเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับ

# ซี! 3 ช่องทางรอด ธุรกิจวิกฤต COVID-19



การท่องเที่ยว ส่งเสริมการใช้เครื่องจักรและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการประกอบการให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานและมีขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวภายใน 1 วัน (1 Day Trip) กระตุ้นการท่องเที่ยวในชุมชน การพัฒนาแพลตฟอร์มโลจิสติกส์และการบริหารจัดการสินค้า พัฒนาทักษะให้กับวิสาหกิจชุมชนและหาช่องทางในการประกอบกิจการ ผ่านกิจกรรมจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจชุมชน ร่วมกับทีมนักศึกษา เพื่อยกระดับชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพเพิ่มขึ้นและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยการนำองค์ความรู้ นวัตกรรม ทุนทางวัฒนธรรม มาผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา มาพัฒนาชุมชน ซึ่งคาดว่าจะสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ให้กับวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับผลกระทบรุนแรงกว่า 11 ชุมชน เพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 87 ล้านบาท

• **เกษตรกรและธุรกิจเกษตร** ด้วยการพัฒนาทักษะการบริหารจัดการอุตสาหกรรม (Industrialization) ลดความเสี่ยงในการประกอบอาชีพเชิงเดี่ยว ยกกระดับชุมชน และสร้างรายได้ในท้องถิ่น ยกกระดับเกษตรกรสู่การเป็นเกษตรกรอุตสาหกรรม รวมทั้งพัฒนาทักษะการค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างรายได้ให้กับภาคการเกษตรผ่านกิจกรรมและโครงการ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่ด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยีสมัยใหม่ การขยายผลงานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อยอดสู่การผลิตสินค้าที่มีมูลค่าสูงในเชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรแปรรูปที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยกำหนดเป้าหมายการพัฒนาธุรกิจเกษตร 100 กิจการ 100 ผลิตภัณฑ์ คาดว่าจะสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนการผลิตของ SMEs ยอดขายและรายได้เพิ่มขึ้นรวมกว่า 78 ล้านบาท



**SMEs 4.0**  
**ทำอย่างไรให้อยู่รอด**  
**บนโลกออนไลน์**

# SMEs' Upskill from home

## กับ คอร์สออนไลน์ สู้วิกฤติ COVID-19

**กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (DIProm)**  
 ขอเชิญผู้ประกอบการเข้าร่วมอบรมออนไลน์  
 “ปั้น SMEs ก้าวออนไลน์สู้วิกฤติโควิด-19”  
 เรียนออนไลน์ผ่าน Facebook Group ติดปีกก้าวออนไลน์  
[www.facebook.com/groups/diprom.online](http://www.facebook.com/groups/diprom.online) (โดยในแต่ละหลักสูตรจะแจ้ง  
 ล่วงหน้าแต่ละครั้ง) ซึ่งมีหลักสูตรเชิงลึกต่าง ๆ จากผู้เชี่ยวชาญ อาทิ

- หลักสูตร - พื้นฐานการขายสินค้าออนไลน์บน facebook
- หลักสูตร - วิกฤติโควิด-19 พลิก facebook รุกยอดขายออนไลน์
- หลักสูตรอื่น ๆ อีกมากมาย

• ประชาชน แรงงาน และบัณฑิตจบใหม่ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการลดอัตราการว่างงาน จากการปิดกิจการ การเลิกจ้าง รวมถึงสร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยการปรับ-เพิ่ม-สร้างทักษะใหม่ (Reskill-Upskill - New Skill ) สร้างโอกาสในการประกอบอาชีพอิสระ เพื่อเป็นทางเลือกในการทำธุรกิจ รองรับแรงงานที่อพยพกลับท้องถิ่นและชุมชน ลดปัญหาความแออัดของชุมชนเมืองในระยะยาว ผ่านกิจกรรมและโครงการ อาทิ การจัดทำองค์ความรู้เรื่องรูปแบบธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพ ในประกอบการ การอบรมออนไลน์ (Online) หัวข้อ พัฒนาการประกอบการธุรกิจชุมชน พร้อมกันนี้ กสอ. จะเร่งพัฒนาหลักสูตรออนไลน์ และต้นแบบตัวอย่างการประกอบธุรกิจ เพื่อเสริมศักยภาพในทักษะที่อยู่ในความต้องการ ณ ปัจจุบัน อาทิ ช่างอิเล็กทรอนิกส์ ช่างอุตสาหกรรม หรือ ทักษะในเชิงวิชาชีพ โดยจะพัฒนาทักษะการบริการจัดการ เพื่อเพิ่มโอกาสสำหรับคนว่างงาน โดยอาศัยความพร้อมในด้านต่าง ๆ จากท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน ผสมผสานกับองค์ความรู้ที่แต่ละคนสำเร็จการศึกษา คาดว่า จะสามารถพัฒนาไปสู่การมีงานทำได้กว่า 6,000 คน และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 185 ล้านบาท

นอกจากนี้ สำหรับ “คนว่างงาน” ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ในช่วงที่ผ่านมา กสอ. ได้มีการพัฒนาโครงการพิเศษ เพื่อสร้างโอกาสเป็นผู้ประกอบการ โดยจัดอบรมออนไลน์ การประกอบธุรกิจ การเขียนแบบจำลองธุรกิจออนไลน์ และแผนทดสอบการตลาด ซึ่งกำหนดคนเข้าร่วมไม่ต่ำกว่า 2,500 คน และยังคงคาดว่าจะไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 ของที่เข้าร่วมอบรม ซึ่งจะสามารถพัฒนาเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ได้ทันที คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจไม่ต่ำกว่า 75 ล้านบาท โดยธุรกิจที่คาดว่าจะสามารถพัฒนาเป็นผู้ประกอบการได้



อาทิ ยานยนต์อิเล็กทรอนิกส์ หุ่นยนต์ โลจิสติกส์ ดิจิทัล การแพทย์และสาธารณสุข แพชั่น เกษตรแปรรูป ฯลฯ

อย่างไรก็ตามมาตรการฟื้นฟูจะนำภาคอุตสาหกรรมให้ผ่านพ้นภาวะวิกฤต เสริมภูมิคุ้มกันที่จำเป็นเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยคาดว่าจะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 800 ล้านบาท ซึ่งจะเป็นหนึ่งในปัจจัยการขับเคลื่อนและกระตุ้น GDP ในกลุ่มเอสเอ็มอีของประเทศต่อไป

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อ “ปั้น ปรง เปลี่ยน เอสเอ็มอี ให้ดีพร้อม (DIProm)” เคียงข้างผู้ประกอบการสู่ความเป็นปกติใหม่ (New Normal) ได้ที่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โทรศัพท์ 0 2 202 4414 ถึง 18 หรือติดตามความเคลื่อนไหวได้ที่ [www.facebook.com/dipindustry](http://www.facebook.com/dipindustry) และ [www.dip.go.th](http://www.dip.go.th)







## Le Pes Villas Resort Khanom เลอ เพชร วิลล่า รีสอร์ท ขนอม นครศรีธรรมราช เปิดไลน์การผลิตอาหารใต้ครบวงจร

**“รีสอร์ทไม่ทิ้ง”** หากทางรอดวิกฤตโควิด เมื่อเรามีคน (พนักงาน) เรามีครัวและเชฟที่ทำอาหารอร่อยมาก จากธุรกิจบริการ เราเปลี่ยนวิธีคิด ก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการผลิตอาหารใต้สำเร็จรูปพร้อมทานส่งตรงถึงบ้าน” สถานการณ์ COVID – 19 ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทได้รับผลกระทบวันนี้อยอดเข้าพักแทบจะเป็นศูนย์ ในภาวะ-การห้ามเดินทาง การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการเดินทาง นั่นคือความเดือดร้อนของคนในอุตสาหกรรมนี้ รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มีการจำกัดเดินทางข้ามเขต คนไม่เดินทาง คนไม่เข้าพัก ปัญหาที่ตามมาคือ รายได้เป็นศูนย์มาก คนเป็นเจ้าของกิจการจะอย่างไร ทีมงานวารสารอุตสาหกรรมสารคดี **คุณพัชรนันท์ เลิศพัชรวิชัย** หรือ **คุณพลับ** เจ้าของรีสอร์ท เลอ เพชร วิลล่า รีสอร์ท มาแบ่งปันประสบการณ์ทางรอดในช่วงวิกฤตโควิด



### จุดเริ่มต้นเลอเพชร วิลล่ารีสอร์ท ขนอม ที่สร้างด้วย Passion

ธุรกิจที่บ้านทำแพปลา เราจะเห็นชาวเล ออกเรือไปจับอาหารทะเล มาขึ้นท่าจำหน่ายตั้งแต่เด็ก ที่บ้านทำจนมีรายได้ส่งพลับและน้อง ไปเรียนต่อได้ตามที่อยากเรียน โดยตัวเองเลือกเรียนท่องเที่ยวและการโรงแรมต่อที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ตั้งใจเลยว่ากลับมาจะทำรีสอร์ทที่บ้าน อยากรมาช่วยยกระดับท่องเที่ยวที่จังหวัดด้วย ที่ขนอม มีมากกว่าทะเล เส้นห้าของขนอมคือธรรมชาติและวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่เป็นจุดขาย อีกทั้งอาหารของเลอ เพชร ยังเป็นการบอกต่อของคนมาทานข้าว จัดประชุม เพราะวัตถุดิบสดเลือกจากชาวเลที่นำมาขึ้นที่ท่าเลย เมื่อตกผลึกความคิดแล้วก็เริ่มต้นทำโครงการที่พี่เล็ก ๆ เปิดรีสอร์ท 12 ห้อง แล้วต่อมาถึงขยายเป็น 39 ห้อง ข้อดีคือเราได้ใช้วิชาที่เรียนมาในหลักสูตรการโรงแรมซึ่งสอนดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งด้วย อีกทั้งตอนเรียนและฝึกงานที่สวิสทำให้เราสร้างเครือข่ายในระบบต่างประเทศทำให้ยังมั่นใจมากขึ้นกับการทำรีสอร์ท ควบคู่กับสร้างแบรนด์และการตลาด ทั้งออฟไลน์และออนไลน์



### เล่าสถานการณ์ที่เผชิญ ช่วงโควิด -19

ธุรกิจโรงแรมวันนี้อยอดเข้าพักไม่มี อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เคยสร้างเงินให้คนไทย ปีละกว่าร้อยละ 17 ของ GDP ปีนี้เรียกว่าล้มไม่เป็นท่า การงดเดินทางทำให้ช่วงแรกสายการบินกระทบรุนแรง และถัดมาคือ ธุรกิจที่พัก โรงแรม และรีสอร์ท ได้รับผลกระทบถ้วนหน้า หนักมาตั้งแต่ต้นปีที่เริ่มมีการระบาดแพร่กระจาย และห้ามการเดินทางท่องเที่ยวจากกลุ่มชาวจีนที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ จนมาถึงวันนี้ที่ในประเทศคนไม่เดินทาง คนไม่เข้าพัก กลายเป็นปัญหาที่ตามมา ส่วนใหญ่อยู่ในสภาวะ “เปิดก็เหมือนปิด” อยู่แล้วเพราะไม่มีนักท่องเที่ยว ไม่มีแขกเข้าพักและหลังจากที่ พ.ร.ก.การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินประกาศใช้สถานการณ์ก็ตอกย้ำการหยุดชะงักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น สำหรับเราในฐานะเจ้าของกิจการก็ต้องคิดต่อทำอย่างไรจะรักษาทีมงาน ลูกน้องเอาไว้ได้ ช่วงที่ผ่านมามากแห่งใช้วิธี ให้พนักงานหยุดงานไม่รับค่าจ้าง หรือ Leave without pay แบ่งสลับหยุดหรือหยุดบางส่วน โรงแรมที่มีกำลังจ่าย จะใช้วิธีให้พนักงานหยุดงาน แต่โรงแรมจ่ายค่าจ้างร้อยละ 75 ตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน

สถานการณ์นี้นับได้ว่าเป็นเรื่องใหม่ที่วงการธุรกิจรีสอร์ท โรงแรมไม่เคยเจอมาก่อนกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบทำให้ธุรกิจต้องหยุดกิจการเกือบทั้งประเทศและอาจจะเกือบทั้งโลกมองไปทางไหนเหมือนจะเจอแต่ภาวะวิกฤต แต่เหมือนจะมีหนึ่งประโยคคลาสสิกที่ถูกพูดถึงบ่อยๆ คือ “ในทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส” เราต้องตั้งสติ “หาโอกาสในวิกฤต” ให้เจอ ก็เป็นความท้าทายเพราะทุกคนกลับไปเริ่มต้นใหม่เหมือนกัน ที่สำคัญเราอาจจะมีต้นทุนที่ถูกกว่า

คนอื่นคือ รีสอร์ทที่สร้างบนที่ของที่บ้าน ขนาดของรีสอร์ทไม่ใหญ่ ลูกน้องไม่เยอะ ทำแบบเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ทุกคนอยู่ได้ มีครอบครัว มีคุณภาพชีวิตแบ่งปันความสุขตามวิถีท้องถิ่น

### ทางรอดธุรกิจท่องเที่ยว ?

ก็ใช้ทุกอย่างที่มี (ยิ้ม) วิชาและประสบการณ์ คุณพลับขยายความให้ฟังว่า สถานการณ์ผลกระทบจากโควิดเริ่มรุนแรง เราต้องสื่อสารให้ทีมงานรับรู้ โดยเริ่มต้นเล่าให้ทีมงานฟังว่า รีสอร์ทเราอยู่ในกลุ่มธุรกิจบริการที่พัก ซึ่งตอนนี้ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับรีสอร์ทและโรงแรมต่างๆ แต่สิ่งที่มีคือ คน คริว ฝีมือทำอาหาร เราจะสร้างโอกาสใหม่สร้างรายได้จากสิ่งที่เรามีและทำได้ วันนั้นประชุมกันถามทีมงานทุกคนว่าสู้ด้วยกันมั๊ย หรือใครอยากกลับบ้านก็ให้บอกได้เลย ปรากฏว่าทุกคนบอกสู้ เราก็มีกำลังใจจัดทำโมเดลธุรกิจใหม่ที่ทันทีเลย จัดแบ่งหน้าที่กันทำ และสร้างระบบการรับมือเคอร์การแพคกิ้ง ให้เซฟผลิตอาหารได้รสจัดปรุงสดใหม่ เราสอนระบบการซึ่ลด้วยบรรจุภัณฑ์ Food





# เมนูอาหารปักษ์ใต้

 <p>9. เขียวหวานไก่หม้อต้มหวานน้ำขลุกขลิก 200g 140 ฿</p>	 <p>10. ผัดสะตอหมูพริกเคียว 200g. 185 ฿</p>
 <p>11. หมูผัดขอสดำ 150g. 85 ฿</p>	 <p>12. หมึกกล้วยผัดไข่แดงเค็ม 180g. 125 ฿</p>
 <p>13. แกงส้มหมึกดองขี้เหล็กเนื้อปลา 200g 150 ฿</p>	 <p>14. ปลาจาระเม็ดแกงส้มสับปะรด 450g. 300 ฿</p>
 <p>15. บำรุงวนแกงพริก 220g. 180 ฿</p>	 <p>16. แกงโตปลา ไข่เม็ดขุ่น 180g. 100 ฿</p>

Grade ตอนร้อน ๆ แล้วลดอุณหภูมิอย่างรวดเร็วเพื่อแช่แข็งทันที เมื่อเลอ เพชร ผลิตอาหารที่ได้มาตรฐานเรียบร้อย ก็เริ่มวางแผนการตลาด ใช้ออนไลน์โดยทำคลิปวิดีโอขึ้นมาหลายชุด แต่ชุดที่เปิดตัวแล้วคนรู้จักมากที่สุดคือชุด “คุณรอด เรารอด” อาจเป็นเพราะคนดูรับรู้ได้ว่าเป็นเรื่องจริงที่เราไม่ยอมแพ้ เราสู้เพื่อให้ทุกคนผ่านวิกฤตไปด้วยกัน ส่วนคนสั่งซื้อก็ได้ทานอาหารได้แท้ที่วัตถุดิบคัดสรรพิเศษ ช่วงที่คนทำงานที่บ้าน (WFH) เขาอยากทานอาหารรสชาติที่ทานผักสดได้ อาหารได้ตอบใจത്യ่มาก ผลตอบรับดีมากจนห้อง ๆ เขารู้สึกมีกำลังใจแล้วทำให้เราได้รู้ว่าการแก้ปัญหาต้องตั้งสติ แล้วแก้ปัญหาด้วยปัญญาจริง ๆ เราทำให้อาหารได้ขายบุคคลทั่วไปได้มากขึ้น ขยายไปถึงพี่น้องในทุกภาคของประเทศ ซึ่งคนทานอาหารแล้วดีใจอาจจะมีโอกาสมาเที่ยวที่ขอนแก่นในอนาคต และเราก็หวังว่าในอนาคตเมื่อสถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติเราอาจจะพัฒนาอาหารเป็น Food Industry เป็นหนึ่งใน Business Model ของเลอ เพชร นอกเหนือจากการขายห้องพักรีสอร์ทควบคู่กันไป



จัดส่ง ทั่วประเทศ  
ส่งแบบควบคุมความเย็น  
คำสั่ง 170฿-260฿

Le Pes Villas Kaseten

ตะลิงปลิงลอยแก้ว

กรมอนามัย  
มาตรฐาน โรงแรม/ที่พัก สะอาดปลอดภัย  
ป้องกันโรค COVID-19  
เลขเพชรวิลล่ารีสอร์ท  
ผ่านมาตรฐาน  
รับรองโดย  
(ผู้จัดการ บริษัท สวิสโฮเทล จำกัด)  
มอบให้ ณ วันที่ 08/05/2020 กรุณาดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

ใบรับรองมาตรฐานการป้องกันไวรัสโควิด-19 จากกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข มอบให้แก่ เลอเพชรวิลล่ารีสอร์ท

“เราได้เปลี่ยนรีสอร์ทเป็นครัวอาหารได้พร้อมทาน อาหารรสปักษ์ใต้แท้ ๆ สดใหม่ เด็ดทุกเมนู ผลิตด้วยมาตรฐานการเก็บรักษาอาหารที่ถูกต้อง ใช้ถุงซีล Food Grade ปลอดภัย BPA เก็บสต็อกในช่องแข็งแบบอุณหภูมิติดลบ ทายอยทานได้นานส่งถึงบ้าน”

## ฝากให้กำลังใจ คนทำธุรกิจ

หวังไว้ว่าการแบ่งปันประสบการณ์ครั้งนี้จะเป็นกำลังใจให้ทุกท่านที่ได้รับผลกระทบจากโควิด -19 สามารถแก้ปัญหาทางออกในรูปแบบที่เป็นธุรกิจคุณเจอ โดยส่วนตัวเชื่อว่าเงินอยู่บนโลกใบนี้มันไม่ได้หายไปไหนอาจจะย้ายที่แต่เราจะหาเจอถ้าเราใช้ความพยายามอย่างมีสติ มีปัญญา และประสบการณ์ค่ะ



เลอเพชร วิลล่ารีสอร์ท  
24/45 หมู่ 8 ต.ทองเนียน, ทองเนียน, อำเภอขอนแก่น, จ.นครราชสีมา  
โทร. 06 2926 2656  
Facebook lepesvillas.com  
http://www.lepesvillas.com



# โรงแรมพันล้าน บูติก รีสอร์ท หนองคาย เปิดครัวส่งอาหาร Delivery สู้ศึกโควิด



การระบาดของโรคโควิด 19 ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างใหญ่หลวง และมากมายให้กับทุกคนบนโลกใบนี้ อย่างที่พวกเราได้เห็นข่าวคราว และประสบกับตนเองแบบไม่ใช้แสนอนิน เล่นเองเจ็บเองมาแล้วทั้งสิ้น ซึ่งขณะที่ยืนยันความต้นฉบับการระบาดของโรคโควิด 19 ยังคงดำเนินการระบาดต่อเนื่องบางประเทศตัวเลขสูงขึ้น แต่ก็มีหลายประเทศยังคงควบคุมสถานการณ์ได้และมีท่าทีว่าตัวเลขจะลดลงเป็นศูนย์ในเร็ววันนี้ สำหรับประเทศไทยเรา เป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อลดลง และผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินชีวิตเป็นปรกติมากที่สุด และคงเข้าสู่สภาวะปกติโดยเร็วหากไม่มีการระบาดรอบใหม่

**คุณเรืองภักดิ์ วงศ์ศิริภักดิ์ดี (คุณกั้ง)** ประธานบริษัท โรงแรมพันล้าน เล่าให้เราฟังว่า “ธุรกิจนี้เกิดขึ้นจากการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างพี่น้องในครอบครัว ที่ลงทุนร่วมกัน ซึ่งความคิดเริ่มแรกของการสร้างธุรกิจนี้ เกิดจากตัวกั้งเองต้องการหาธุรกิจให้กับลูกและหลานทำเป็นหลักแหล่ง ใครที่เรียนจบไป หางานได้ดีก็ไป ถ้าไม่มี หรือไม่ชอบก็มาทำงานที่โรงแรมแห่งนี้ได้ โครงการครั้งแรกที่ขึ้น กั้งทำในพื้นที่ 6.5 ไร่ แต่ทำไม่ทั้งหมด ทำแค่ โซนรีสอร์ท จำนวน 26 ห้อง มีสระว่ายน้ำ และห้องประชุมสัมมนาขนาดเล็ก 1 ห้อง พอเปิดกิจการมาได้สักระยะ ระยะเวลาตอบรับ หรือผลประกอบการออกมาค่อนข้างไปได้ดี และมีลูกค้าหลายคนแนะนำให้เราทำเพิ่มเลย เพราะในบางครั้ง ผู้เข้าร่วมประชุมมีจำนวนมาก หรือผู้เข้าพักที่มากับคณะ มีจำนวนมาก แต่โรงแรมไม่สามารถรองรับได้ ถ้าสร้างเพิ่มคงจะรับงานได้มากกว่านี้ ซึ่ง ณ วันนั้นตัวกั้งเองก็ยังไม่ค่อยพร้อมเท่าไร แต่ปรึกษากับสามีและหุ้นส่วนแล้ว ถ้าเราสร้างตอนนี้ เรายังสามารถรับลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการก่อสร้างคงจะถูกกว่า เวลาถูก ๆ กลับมาจะได้ไม่ลำบาก เพราะ ณ วันนั้น วัสดุต่าง ๆ ก็มีแนวโน้มว่าจะแพงขึ้นเรื่อย ๆ







ได้แล้ว ถึงเวลาที่ต้องคุยกับน้อง ๆ ว่าเราจะต้องปิดกิจการไปก่อน เนื่องด้วยเราเจอวิกฤติที่เราไม่สามารถจะรับมือได้จริง ๆ กู้งโชคดีที่น้อง ๆ รักและเข้าใจ ซึ่งไม่มีใครเรียกร้องอะไรที่ต้องทำให้กึ่งลำบากใจเลย กู้รู้สึกมีความดีใจปนกับความเสียใจ แต่ก็อย่างที่บอก มันเป็นทางสุดท้ายแล้วจริง ๆ ที่เราต้องเลือกทำแบบนี้ และยังรู้สึกขอบคุณพนักงานทุกคนมาก ๆ ที่รักบ้านพันล้าน หลังนี้ นับว่ามีกำลังที่ดีในยามยาก และได้หาวิธีที่งานที่จะใช้จุดแข็งที่มีอยู่คือครัวพันล้าน ที่ลูกค้าให้การยอมรับในฝีมือการทำอาหารสะอาด อร่อย และบริการดีเยี่ยม หันมาทำอาหารกล่องแบบ Delivery เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ช่วยเหลือพนักงานในยามลำบาก

## การตัดสินใจทำ Delivery และผลตอบแทนเป็นอย่างไรบ้าง

เหตุผลที่ทำให้ดิฉันและทีมตัดสินใจทำ Delivery คืออยากที่จะรักษาน้อง ๆ ทีมงานพันล้านเอาไว้ ตอนนั้นเราเจอวิกฤติที่เกินกว่าจะแก้ไข ไม่มีใครสามารถเอาชนะโรคนี้ได้เลย เพราะฉะนั้นเราต้องหาวิธีให้อยู่กับมันให้ได้ ซึ่งจริง ๆ แล้วพนักงานเรามี กู้ก็เรามี น้อง ๆ แผนกอื่นที่สามารถช่วยบรณส่ง

ดิฉันกับหุ้นส่วนก็เลยตัดสินใจ สร้างตึกห้องพักเพิ่มขึ้นอีก 2 ตึก และห้องประชุมใหญ่ เพิ่มอีก 1 ห้อง ตอนนั้นคือใช้ชีวิตมาก ๆ เพราะกึ่งกับหุ้นส่วนเอง ไม่ได้มีเงินสำรองเยอะเพียงพอต่อการสร้าง ทำให้คุมงานเองชื่อของเองเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายเท่าที่จะทำได้ จนเมื่อสร้างเสร็จ พอเปิดให้บริการเต็มรูปแบบเราถือว่าได้กระแสตอบรับดีมาก ๆ ลูกค้าทุกคนที่มาใช้บริการมีแต่ความประทับใจกลับไป เพราะพันล้านเองจะเน้นมาก ๆ เรื่องของการให้บริการทั้งพนักงาน ห้องพัก และอาหารที่ลูกค้ารับประทาน ทำให้โรงแรมเริ่มมีลูกค้าแนะนำให้นำมาใช้บริการปากต่อปากเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้บ้านพันล้านแห่งนี้ ยังสามารถยืนหยัดได้ นับตั้งแต่วันสร้างจนวันนี้ ก็เกือบจะ 10 ปีแล้ว แม้จะมีคู่แข่งผุดขึ้นมาอีกมากมาย จนถึงวันนี้ที่พบเจอปัจจัยภายนอกคือการระบาดของโควิด 19 ที่ได้ส่งผลกระทบต่อใหญ่มาก ๆ ในขณะนี้

## เมื่อเกิดวิกฤต ธุรกิจต้องหยุด ตอนนั้นคิดอย่างไร

ดิฉันไม่เคยคิดมาก่อน ว่าโรงแรมจะต้องปิดลง ต้องปิดจริง ๆ ไซ้ใหม่ แล้วน้อง ๆ ทีมงานจำนวน 40 ชีวิตของเราจะอยู่อย่างไร กู้รู้สึกท้อมาก ๆ แต่เป็นคนที่ตั้งคิดกับตัวเองเลย ว่าถึงเราเองจะเดือดร้อนยังไง ถ้าน้องมาทำงานทุกคนต้องได้รับเงินเดือน กู้ก็สู้จนวินาทีสุดท้ายจริง ๆ จนไม่สามารถจะจ้างงานน้อง ๆ







**เมนูขายดี**

- 1.ขนมจีนน้ำยาสูตรพันล้าน
- 2.น้ำพริกขิงเรือ สูตรพันล้าน
- 3.ผัดเผ็ดหมูป่า
- 4.ผัดหน่อลายราดข้าว พริ ไม่ดับ
- 5.ผัดฉ่าปลาฉี่
- 6.พันหอม

60 บาท/ชุด

**ส่งฟรี**  
เขตเทศบาลเมืองหนองคาย  
9.00-15.00น

**เมนูติดดาวประจำวัน**

- 1.ขนมบดลูก พร้อมผักสด
- 2.น้ำพริกแระดะ+ข้าวเหนียว+ผักสด
- 3.ข้าวยาหูก พริ ไม่ดับ
- 4.ข้าวผัดดับยา
- 5.ข้าวต้มยำเห็ด พริ ไม่เจียว
- 6.ขนมปังหน้าหมู

60 บาท/ชุด



## หลังโควิด มีแผนอย่างไรในอนาคต

การทำธุรกิจโรงแรมยังคงดำเนินต่อไป แต่ทำอย่างเดียวยังคงไม่พอแล้ว ซึ่งทางหุ้นส่วนและผู้บริหารได้ขยายไลน์ธุรกิจเพิ่มคือทำน้ำพริกภายใต้ยี่ห้อ “น้ำพริกซิสเตอร์” ซึ่งได้ทำการผลิตและทดสอบตลาดแล้วมีเสียงตอบรับค่อนข้างดีมาก และอีกธุรกิจหนึ่งที่สนใจและอยู่ระหว่างการศึกษาค่ามูลและรายละเอียดคือเครื่องสำอางสำหรับสุขภาพสตรี คาดว่าจะได้เริ่มเร็ว ๆ นี้ ในส่วนของการบริหารจัดการให้เข้ากับยุค New Normal นั้น มี 3 ส่วนที่จะดำเนินการคือ 1.จัดรูปแบบการให้บริการแบบใหม่ ให้เข้ากับช่วงวิกฤติโรคระบาด 2. การปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อให้สามารถเดินต่อไปได้ ในสภาวะที่ยังไม่แน่ใจว่าอนาคตจะเป็นอย่างไร แต่ตัวเราเองต้องก้าวไปอย่างมั่นคง และ 3. ทำการตลาดเชิงรุก พร้อมแนะนำแผนการบริการรูปแบบใหม่ให้กับลูกค้า

## แล้วสิ่งที่เรียกว่า New Normal ของวิกฤติครั้งนี้คืออะไร

ต้องยอมรับกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในครั้งนี้น่าใหญ่หลวงนัก การอยู่รอดของธุรกิจต้องมีการปรับตัวทั้งผู้รับและผู้ให้บริการเพื่อความยั่งยืนของการฝ่าวิกฤตินี้ไป และต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด กังวลอยากฝากถึงเพื่อน ๆ เอสเอ็มอี หรือผู้ประกอบการทั้งหลายว่า ต้องปรับตัวให้ทันวางแผนธุรกิจภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่ไม่เหมือนเดิม และหมั่นหาความรู้เพื่อนำมาใช้บริหารจัดการธุรกิจของตนเอง ซึ่งภาครัฐทุกหน่วย สถาบันการเงินต่าง ๆ รวมถึงภาคประชาชนก็คอยสนับสนุนและช่วยเหลือพวกเรา ในฐานะเอสเอ็มอีก็ขอส่งกำลังใจให้ผ่านพ้นวิกฤตินี้ไปด้วยกันนะคะ



โรงแรมพันล้าน บุติก รีสอร์ท หนองคาย  
118 หมู่ 6 ถนนบ้านเหล่าจอมมณี ตำบลมีชัย อำเภอเมือง จ.หนองคาย 43000  
โทร. 042 412 878

อาหารได้ก็มี ลงทุนก็แทบจะไม่ต้องลงทุนเลย เพราะครัวที่โรงแรมที่เป็นมาตรฐานก็มีอยู่แล้ว กุ้งและที่มาก็เลยตัดสินใจทำอาหาร Delivery โดยใช้พนักงานโรงแรมพันล้านทั้งหมดในการทำอาหารในครัว และส่งอาหารให้กับลูกค้า อย่างน้อย ๆ ก็ยังพอมีรายรับอยู่บ้าง อาจจะไม่มากมาย แต่ก็ยังดีกว่าที่เราไม่ทำอะไรเลย ซึ่งลูกค้าตอบรับและสนับสนุนดีมาก ๆ

## พนักงานรู้สึกอย่างไรที่ต้องเปลี่ยนหน้าที่ไปจากเดิม หรือเปลี่ยนกันอย่างไรบ้าง

ที่เห็นคือพนักงานทุกระดับได้ช่วยกันอย่างเต็มที่ และสนุกสานกับงานใหม่ ทุกคนเปลี่ยนหน้าที่ไปหมดยกเว้นก๊วกที่ต้องทำอาหารจำนวนมากและหลากหลาย พนักงาน 1 คนต้องทำได้หลายหน้าที่ เพื่อร่วมด้วยช่วยกัน เราได้เห็นโอกาสจากที่เกิดวิกฤติ เป็นบทเรียนที่ราคาแพง และหาแหล่งเรียนรู้แบบนี้ไม่ได้

## ช่วงวิกฤติ ธุรกิจไปได้ดี หรือไม่อย่างไร และปัญหาคืออะไร

ดิฉันทราบว่าทุกที่ ทุกโรงแรมต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคอย่างเคร่งครัด และโรงแรมของเราได้ปิดกิจการชั่วคราวในช่วงเดือนมกราคมเนื่องจากลูกค้าที่จองที่พักได้ยกเลิกทั้งหมด ทำให้รายได้มีปัญหา และรอเดือนมิถุนายนเพื่อทำการเปิดโรงแรมใหม่อีกครั้งค่ะ





## ทาร์เกต แทรพ ธุรกิจอีเว้นท์สู่สุดตัว เปิดตัวแบรนด์อาหาร Gourmet Club

“โควิด-19 สอนทุกคนได้เป็นอย่างดี คนทำอีเว้นท์จะมาเชิดหน้าว่าตัวเองเก่ง เจ๋งที่สุด ต่อไปไม่ได้แล้ว โลกเปลี่ยนเราก็ต้องเปลี่ยน ต้องปรับให้ทัน ขณะเดียวกันสถานการณ์นี้ยังตอกย้ำคุณค่าของการให้เด่นชัดมากขึ้น พร้อมให้กำลังใจตัวเองในยามวิกฤติ เส้นทางชีวิตมีขึ้นมีลง ตรงไหนที่รู้จักให้และมุ่งมั่นที่จะเดินต่อ ก็จะไม่มัววิงวอม” เจ้าของธุรกิจอีเว้นท์ที่เคยรุ่งโรจน์ประกอบบริษัทให้อยู่รอดด้วยชีวิตวิถีใหม่เปิดช่องทางอาหารแบรนด์ กูเม่ คลับ โดยยึดหยุ่นไม่ลอยแพลูกค้า

ปฏิเสธไม่ได้ว่าหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักในช่วงโควิด-19 คือธุรกิจอีเว้นท์ ซึ่งผลพวงจากมาตรการ Social Distancing จึงไม่สามารถสร้างรายได้ให้เห็นได้ชัด และด้วยระยะเวลายาวนานกว่า 3 เดือนส่งผลให้รายรับของบริษัทอาจเป็นศูนย์ได้เลยทีเดียว

ถึงแม้ว่าที่ผ่านมา สถิติการเติบโตของธุรกิจรับจัดงานและงานนิทรรศการถือว่าอยู่ในช่วงขาขึ้นมาโดยตลอด มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปีแต่เมื่อต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาหรือโรคโควิด-19 กลับจุดให้กราฟดิ่งฮวบลงทันทีอย่างน่าใจหาย จากข้อมูลของ BLT Bangkok “วิกฤติโควิดจุดธุรกิจอีเว้นท์ทั้งระบบในรอบ 30 ปี สูญรายได้ 8,000 ล้านบาท” เผยจากการประเมินสถานการณ์ปัจจุบันคาดว่าทำให้บริษัทออกแกลนซ์ต้องปิดตัวลงเป็นจำนวนมาก และภาพรวมธุรกิจอีเว้นท์ในช่วงไตรมาส

1- 2 ได้รับผลกระทบหนักมีมูลค่าความเสียหายตลาดอีเว้นท์อยู่ที่ประมาณ 50 - 60 เปอร์เซ็นต์ จากภาพรวมตลาดอีเว้นท์ปัจจุบันที่มีมูลค่าประมาณ 13,000 - 14,000 ล้านบาท เช่นเดียวกับ TARGET TRAP บริษัทอีเว้นท์ชื่อดังรายหนึ่งของไทยที่มีลูกค้าไว้วางใจใช้บริการต่อเนื่อง ก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักหน่วงเช่นกัน

ปรารถนา ยอดกมล กรรมการผู้จัดการบริษัท ทาร์เกต แทรพ จำกัด ผู้ก่อตั้งธุรกิจรับจัดงานอีเว้นท์ขึ้นมาด้วยความมุ่งมั่น (Passion) อย่างแรงกล้า คร่ำหวอดในวงการอีเว้นท์มานานกว่า 36 ปี ตั้งแต่เรียนจบจากนิเทศศาสตร์จุฬาฯ จนได้มาเริ่มต้นจากธุรกิจของตนเองอย่าง Brain Avenue ต่อเนื่องทุ่มเทร่างกายแรงใจเต็มเปี่ยมให้กับธุรกิจปัจจุบัน นั่นคือ TARGET TRAP มานานมากกว่า 17 ปีแล้ว และยังได้รับรางวัล Event Award 2005 มากำรันตีความสำเร็จของธุรกิจ บอกเล่าถึงเสน่ห์ของธุรกิจอีเว้นท์ ไม่ใช่เรื่องเงินทอง



เป็นหลัก แต่ตอนนี้ทำให้คนทำงานได้มีโอกาสทำในสิ่งที่ทำขายใหม่ตลอดเวลา คู่ค้ากับประสบการณ์ที่ไม่อาจประเมินเป็นเงินได้นั่นเอง

“เรียกว่าอีเว้นท์เป็นชีวิตและจิตใจ ให้ความสุขกับเรากว่าได้อีเว้นท์สนุกที่ทำให้ได้พลิกแพลงกับแผนงานที่แตกต่างกันไปได้เรียนรู้สิ่งใหม่อยู่เสมอ ที่ผ่านมามีพิกัดด้วยฝีมือและความสามารถ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ลูกค้ายังคงเมตตาเรามาตลอด อีกทั้งวิธีการในการทำงานของ TARGET TRAP จะคิดเสมือนเราเป็นตัวลูกค้า เราใช้หลักการทำงานบนพื้นฐานแนวคิดการตลาดเป็นหลัก ร่วมกับการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์แบบ Reason of Creative นอกจากตอบสนองความต้องการได้ เรายังให้คำปรึกษาแก้ปัญหาพร้อมกับลูกค้า อธิบายหรือนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในภาพรวม ที่สำคัญที่สุดคือความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย และพัฒนาตัวเองตามตลาดของลูกค้า ยิ่งทำให้เราซึ่งเป็นที่ยอมรับของลูกค้าเสมอมา”

### โควิด-19 ปัจจัยใหม่ทำให้ต้องเปลี่ยนเพื่ออยู่รอด

ถึงแม้ TARGET TRAP จะได้รับเสียงชื่นชม ประสบความสำเร็จ และได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าอย่างยาวนาน แต่ตลอดการเดินทางก็ต้องพบกับวิกฤติ ทั้งวิกฤติเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง การเคลื่อนไหวทางการเมือง เหตุการณ์บ้านเมืองสำคัญต่างๆ ถึงอย่างนั้นธุรกิจก็ยังไม่หยุดชะงักและสร้างผลกระทบรุนแรงเท่ากับปี 2563 ซึ่งเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

“หากสายป่านไม่ยาว ไม่มีเงินทุนสำรองไว้มากเพียงพอ คงแย่มากแน่ๆ แต่โชคดีที่เราไม่มีหนี้คงค้าง เพราะบริษัทฯ จะไม่เสียเครดิตในเรื่องนี้อย่างเด็ดขาด นั่นทำให้โควิดอาจจะกระทบกับตัวธุรกิจ รายได้ขาดหาย จึงต้องเน้นไปที่การรัดเข็มขัดด้านต่างๆ เช่น การขอความร่วมมือ เจริญต่อรองค่าใช้จ่ายกับซัพพลายเออร์ ส่วนของออฟฟิศเองก็พยายามทำเรื่อง Safety Factor ให้มากที่สุด ลดค่าใช้จ่ายไม่จำเป็น ความรับผิดชอบต่อส่วนงานลดลง แต่นั่นก็ยังไม่ใช่วางออกที่ดีที่สุดอยู่ดี เพราะธุรกิจเป็นเรื่องของความอยู่รอด



ของพนักงาน คนที่เรากำลังทำงานด้วย เรามี People Engagement ร่วมกันว่าจะทำทุกอย่างเพื่อให้โอกาสที่เราจะอยู่ด้วยกันนานที่สุดก็ทำให้ TARGET TRAP ต้องมองหาวิธีการหารายได้ทางอื่นมาจนเจอสถานภาพทางการเงินของลูกค้า”

เริ่มจากการ “ครีเอทีฟสินค้าใหม่” ผ่านช่องทางออนไลน์ทางเฟซบุ๊กในชื่อเพจ “Gunpai กันภัย” ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ป้องกันเชื้อโรค ที่เดียวจบ ครบทุกสิ่ง ได้มาตรฐาน ปลอดภัย 100% เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันโควิด-19 พร้อมให้ความรู้ด้านสุขภาพควบคู่ไปด้วย อาทิ เจลแอลกอฮอล์ล้างมือ หน้ากากผ้า วิตามินซี ชูตสังฆทานกันภัย ตลอดจนรับฉีดพ่นฆ่าเชื้อไวรัสตามสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งลูกค้าของ Gunpai กันภัย ที่สนใจใช้บริการและซื้อสินค้า มักจะเป็นกลุ่มลูกค้าจากธุรกิจอีเว้นท์และธุรกิจที่ทำงานร่วมกันมาก่อน

### ธุรกิจอาหารคิดแบบนักการตลาดอีเว้นท์

ปรารถนา กล่าวว่า หลังจากใช้ “สถานการณ์” เป็นที่ตั้งสำหรับสร้างรายได้และตอบโจทย์ความต้องการของตลาดในช่วงนั้นแล้ว จุดเปลี่ยนที่สำคัญต่อมา คือการนำ “พนักงาน” เป็นพื้นฐานต่อยอดสู่ทางทำมาหากิน เนื่องจากพนักงานหลายคนของ TARGET TRAP เริ่มหันไปทำอาหารจำหน่าย หรือมีกิจการของครอบครัวที่เกี่ยวข้องกับอาหารอยู่แล้ว ซึ่งทางผู้บริหารเองก็ให้โอกาสและอิสระเต็มที่ในการเลือกที่จะทำอะไรก็ได้ที่อยากทำ จึงเป็นที่มาของแนวคิดธุรกิจใหม่ในชื่อเพจ “Gourmet Club” แหล่งรวมของอร่อย คลับของคนชอบกิน เป็น One Stop Shopping ในการเลือกซื้อสินค้าอาหาร







Unique Selected โดยจะนำผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำหรือคิดสรรแล้ว  
ว่าเป็นสินค้าคุณภาพเยี่ยม รสชาติดีการันตีโดยพนักงานของ  
TARGET TRAP

ความโดดเด่นของเพจ Gourmet Club อยู่ที่การนำเสนอสินค้า  
ชวนรับประทาน โดยอาศัยทักษะความเป็นนักสื่อสาร เพื่อเปิดช่อง  
ทางออนไลน์ประชาสัมพันธ์และขายสินค้าอาหารให้กับพนักงาน  
อย่างเต็มที่ อาทิ ถั่วบางนา ไฮไลต์อยู่ที่แมคคาเดเมียออร์แกนิก  
ทอดเจ้าแรก เจ้าเดียวในไทย ด้วยความหวานมันของแมคคาเดเมีย  
และความกรอบ บางเจียบของแป้งแล้ว ยังมีไส้กรอกอีสานพร้อม  
ทาน ของอร่อยแดนอีสาน แบนด์แหม่มโยธหรือ กุยช่ายเห็ดหอม  
กึ่ง ความอร่อยที่ไม่เหมือนใครแป้งบาง นุ่ม ละมุนลิ้น พร้อมกึ่งสด  
ทั้งตัว เด็ดสุดยอดเพิ่มความพรีเมียมด้วยน้ำจิ้มปรุงจากแอปเปิล  
ไซเดอร์รวมทั้งรวงน้ำผึ้งสด เป็นต้น โดยวางเป้าหมายเพื่อให้เกิดการ  
บอกต่อในกลุ่มคนที่พิถีพิถันอาหารเกรดพรีเมียมหรือหาได้ยากใน  
ตลาดหรือเป็นสินค้า Unseen พร้อมรุกทางต่อไปในอนาคตด้วย  
การเปิดรับสินค้าอาหารจากคนภายนอกที่ผ่านการคัดสรรจาก  
Gourmet Club มาต่อเติมไลน์สินค้าให้มากขึ้นด้วย

ความเจ๋งของเพจ "Gourmet Club" ไม่ได้หยุดอยู่แค่การเป็น  
สื่อออนไลน์ขายของ โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมทุกกระบวนการ ไม่  
ว่าจะเป็นหารหาสินค้ามาจำหน่าย หรือทำหน้าที่แอดมินเพจเท่านั้น  
แต่ผู้บริหารสาวแห่ง TARGET TRAP เผยว่า นี่คือนวัตกรรมทางการ  
ตลาดใหม่ เป็นเครื่องมือสื่อสารสองทาง โดยใช้เพจเป็นทั้งการตลาด



ออนไลน์ ขณะเดียวกันก็ใช้เพจเป็นสื่อหรือช่องทางเดินหน้าตลาด  
ออฟไลน์ด้วยเช่นกัน โดยออกไปจำหน่ายสินค้าภายใต้ Gourmet  
Club ตามพื้นที่จัดแสดงและขายสินค้าหรือตลาดนัด อย่าง ตลาด  
นัดอาคาร ชั้นทาวเวอร์ หรือ Foodie Market Bangna

ผู้บริหารสาว กล่าวต่อว่า "การตลาดสองทาง" เกิดจากทักษะ  
ความเป็นออบแก๊นเซอร์ ที่ต้องอยู่ตรงกลางระหว่างลูกค้าผู้จ้างงาน  
และผู้บริโภค ทำให้ต้องคิดทุกมุมมอง ทั้งฝั่งลูกค้าก็ต้องสรรหาวิธี  
สื่อสารให้ตอบใจത്യความต้องการทางการตลาด เช่นจะอย่างไร  
ให้สินค้าขายได้และเป็นทีที่พึงพอใจเกิดการบอกต่อหรือซื้อซ้ำ ส่วน  
ฝั่งผู้บริโภค จะอย่างไรให้เขาสนใจสินค้าตัวนั้น รู้สึกดีกับการ  
ซื้อสินค้า ประทับใจอย่างรอบด้าน ขณะเดียวกันเมื่อใช้ช่องทาง  
ออฟไลน์จำเป็นต้องคิดถึงในแง่มุมมองของเจ้าของพื้นที่ด้วย

"เป้าหมายของการทำเพจสำหรับสิ่งซื้อแบบออนไลน์และการ  
ขายสินค้าตามตลาดแบบออฟไลน์ควบคู่กันไปนอกจากจะมองเรื่อง  
การสร้างรายได้แล้ว การออกไปขายของก็ไม่แตกต่างจากการทำงาน  
อีเว้นท์ที่เราทำกันมาตลอด อย่างน้อยการได้ทำอะไรบ้าง ก็ทำให้  
สภาพจิตใจดีขึ้น รู้สึกมีคุณค่าเพิ่มขึ้น ภูมิใจในตัวเอง เราจึงอยากส่ง  
ต่อกำลังใจแบบนี้ไปยังลูกน้อง ทำให้พวกเขามีพลังขึ้นมา แล้วด้วย  
หน้าที่ขององค์กร เราจะกระตุ้นพนักงานให้สนุกกับการเรียนรู้เพื่อต่อ  
เติมทักษะการทำงานอีเว้นท์อยู่เสมอ ซึ่งวิธีการนี้ยังช่วยฝึกสกิลการ  
ทำงาน เสมือนเป็นแบบฝึกหัดของคนทำงาน ให้ใช้โอกาสนี้ฝึก  
วิเคราะห์ตลาดอีกรูปแบบหนึ่ง เรียนรู้ที่จะวิเคราะห์ลูกค้ากลุ่ม  
เป้าหมาย เพื่อเตรียมพร้อมที่จะกลับมาทำงานอีเว้นท์ได้ทุกเมื่อ และ  
มองว่าทักษะเหล่านั้นก็จะเป็น Knowhow เป็นองค์ความรู้ของ  
บริษัทฯ ในวันข้างหน้าอีกด้วยเช่นกัน"

ปรารถนา กล่าวถึงเป้าหมายของธุรกิจใหม่นี้ว่า ถึงแม้  
สถานการณ์โควิด-19 จะคลี่คลายเบาบางลง และทำให้ธุรกิจ  
อีเว้นท์ฟื้นตัวกลับมา แต่นั่นคงไม่ใช่ระยะเวลาใกล้ ๆ นี้ เธอและทีม  
งานจึงวางแผนที่จะเดินหน้า Gourmet Club ต่อไป ทั้งเพิ่มไลน์สินค้า  
ให้หลากหลาย และการเชื่อมโยงการตลาด หาพื้นที่ใหม่ ๆ ในการ  
จำหน่ายสินค้าของ Gourmet Club มากขึ้น



บริษัท ทาร์เกต แทรพ จำกัด

1213/46 ซอย 94 ถนนลาดพร้าว แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง  
กรุงเทพมหานคร 10310  
โทร. 08 1413 7888  
<http://www.taarget-trap.com>

## Showcase

• เรื่อง :  
จิรัฐพร โยเหลา



# ถอดรหัส New Normal ตำนานข้าวตรา “ไก่แจ้”



รุ่นพ่อ (สุนทร ธัญญวัฒน์กุล) คำข้าวแบบเดิมเป็นโรงสี รายได้เป็นกงสี ไม่โตแต่ไม่ตาย รุ่นลูก (จิรัฐพร ธัญญวัฒน์กุล) คำข้าวแบบใหม่ เข้าถึงพฤติกรรมผู้บริโภค จาก B to B เป็น B to B to C โดยใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียและการสร้างเครือข่ายลูกค้าภูมิภาค สร้างยอดขายจากหลักสิบล้านเป็นพันล้าน

ท่ามกลางเศรษฐกิจชะลอตัวและสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ทุกคนและทุกองค์กรได้รับผลกระทบกันถ้วนหน้า อาจจะทางตรงหรือทางอ้อมหนักเบาแตกต่างกันออกไป การฝ่าวิกฤตเพื่อพลิกฟื้นเศรษฐกิจเป็นความท้าทายที่ผู้บริหารต้องกล้าที่จะก้าวออกมานำองค์กรเปลี่ยนวิธีคิด นำธุรกิจไปสู่คนในสังคมที่พฤติกรรมเปลี่ยนไปสู่ชีวิตวิถีใหม่ แล้วธุรกิจคำข้าวจำเป็นต้องเปลี่ยนด้วยหรือ ? เปลี่ยนแล้วผลลัพธ์จะเป็นอย่างไร ?

วารสารอุตสาหกรรมฉบับนี้ นำเสนอธุรกิจคำข้าวแบรนด์ “ไก่แจ้” โดย คุณจิรัฐพร ธีธัญญวัฒน์กุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท สุนทรธัญญทรัพย์ จำกัด ทายาทรุ่น 2 ผู้สานต่อธุรกิจให้เติบโต โดยถ่ายทอดเรื่องราวที่เต็มไปด้วยพลังและวิธีคิดแบบเติบโต (Growth Mindset) จากจุดเริ่มต้นที่คุณพ่อก่อตั้งจนมาถึงปัจจุบันที่ตนเองเข้ามาบริหารทั้งหมดทีมงานจึงถอดรหัสตำนานข้าวตรา “ไก่แจ้”



## “ข้าวไก่แจ้” ลดพิเศษ องค์กรซื้อแจกจ่ายพนักงาน

เยียวยาโควิด-19



### จุดตั้งต้นแบรนด์ “ไก่แจ้”

ไม่มีอะไรซับซ้อนครับ คุณพ่อชอบเลี้ยงไก่ คนต่างจังหวัดได้กินเลี้ยงไก่ขัน เหมือนปลูกให้ออกทำมาหากิน มีลูกก็ได้กินไข่ เมื่อจะค้าข้าวก็ใช้แบรนด์ “ไก่แจ้” เพราะเป็นของคู่ครัวทุกบ้านต้องมีข้าว มีไข่ วิถีครอบครัวไทยตอนนั้นเป็นแบบนี้ คุณพ่อ (สุนทร ธัญญวัฒน์กุล) ก่อตั้ง บริษัท สุนทรธัญทรัพย์ จำกัด เพื่อทำการผลิตจำหน่าย และคัดสรรข้าวสารบรรจุถุงในจังหวัดชลบุรี นับเป็นธุรกิจที่ก่อตั้งรุ่น 1 ทำมากกว่า 36 ปี ขายดีขายได้จนสามารถส่งลูก 2 คนเรียนในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทเป็นความภูมิใจของครอบครัว คุณพ่อสอนลูกเสมอว่าเราต้องซื้อสตัยกับคนซื้อข้าวเรา เพราะเขาจะไม่รู้เลยว่าเราปนข้าวคุณภาพเกรดลงไปด้วยหรือเปล่า เขาจะรู้ต่อเมื่อเอาไปหุงทาน ดังนั้นการค้าขายต้องเชื่อใจกัน ท่านพูดเสมอว่า “การค้าข้าวไมโตแต่ไม่ตาย” เพื่อให้เราได้คิดได้เข้าใจธุรกิจให้เห็นคุณค่าและรักในอาชีพ

### ก้าวที่กล้า...เข้ามาสืบสานธุรกิจ

คุณธีรินทร์ เล่าให้ฟังว่า หลังจากเรียนจบปริญญาโทจากสหรัฐอเมริกา ก็กลับมาทำงานประจำในประเทศไทยตามความต้องการของพ่อกับแม่ แต่ไม่นานก็ตัดสินใจลาออกเพื่อกลับมาสานต่อธุรกิจของครอบครัว “ผมต้องเรียนรู้งานใหม่ในหลาย ๆ ส่วนครับ ได้เป็นทั้งเด็กชนข้าว คนขับรถส่งของ แล้วก็พนักงานขาย ช่วงนั้นเหนื่อยมากครับ แต่ผมคิดว่าเหนื่อยทั้งที่ธุรกิจเราต้องเติบโต ไม่ใช่เหนื่อยแล้วไม่ได้อะไรเลย” ตอนนั้นผมเหมือนเข้าไปดูการจัดการเพราะเรายังไม่ได้ทำตลาดไม่ได้ออกไปขายเลยต้องบริหารต้นทุน บริหารคน บริหารของที่มีก่อนเพื่อให้รู้ว่า มีเท่าไร ควรใช้เท่าไร ควรหาเพิ่มเท่าไร “การเป็นคนช่างสังเกต เปิดรับความรู้ใหม่ตลอดเวลาเหมือนน้ำไม่เต็มแก้ว ทำให้มองเห็นถึงข้อดีในการประยุกต์ใช้สิ่งต่าง ๆ ในโรงงาน เริ่มจากการนำสิ่งของที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ยกตัวอย่าง เช่น การซ่อมแซมรถคันเก่าเพื่อนำมาใช้ในการส่งข้าว จากเดิมที่มีรถใช้งานได้ 1 คัน ก็เพิ่มเป็น 2 คัน รวมทั้งการปรับปรุงเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยไม่ต้องซื้อใหม่ มีแนวคิดในการบริหารกิจการคือจะนำสิ่งของที่มีอยู่มาทำประโยชน์ให้มากที่สุด” ผมเรียนรู้เส้นทางค้าข้าวและเรียนรู้เพื่อรู้จักเครือข่ายคู่ค้าให้มากขึ้น จากเดิมที่เราจะส่งของเมื่อเขาโทรมาสั่งข้าวก็ชนิดเดิม ส่งเป็นกระสอบและแบบบรรจุถุง 5 กิโล, 15 กิโล และ 49 กิโล แต่ไม่นานผมก็ปรับปรุงโรงงานและลงเครื่องจักรใหม่รวมกว่า 300 ล้านบาท เพื่อสร้างมาตรฐานเพราะเรามีเป้าหมายที่ใหญ่ขึ้นคือ ขายข้าวที่ขยายพื้นที่มากกว่าชลบุรีให้ไปได้ทั่วประเทศและส่งออกด้วย บริษัท สุนทรธัญทรัพย์ จำกัด จึงเป็นโรงงานบรรจุข้าวถุงที่ใหญ่ทันสมัย มีเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ มีทีมงานที่เอาใจใส่ในการคัดเลือกรุ่นข้าว และการตรวจสอบทุกขั้นตอนในการผลิตโดยผู้เชี่ยวชาญอย่างใกล้ชิดทำให้ข้าวตราไก่แจ้ทุกถุงมีคุณภาพที่ดี ชาวสะอาดปราศจากสิ่งเจือปนใด ๆ ทำให้ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานจาก กรมการค้าภายใน และสถาบันต่าง ๆ





## เติบโต...ต่อยอด

เมื่อโรงงานเสร็จผมแบ่งทีมทำตลาดในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมและป้องกันความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกที่เราควบคุมไม่ได้ เราต้องรักษาสมดุลตลาดไว้สำหรับตลาดในประเทศผมเริ่มเดินหน้าสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในแบบของตัวเอง “อย่างแรกคือ ผมเข้าไปพูดคุยกับลูกค้าหรือลูกค้า ถ้าผมความคิดเห็นว่าเขาต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ซึ่งผมจะได้ข้อมูลเหล่านั้นเวลาขับรถไปส่งของนั่นแหละครับ” (ยิ้ม) ส่วนเรื่องแบรนด์ก็ถือเป็นสิ่งสำคัญ คุณฉวีรินทร์บอกว่า ชื่อข้าวตราไก่แจ้ แม้จะเป็นคำพื้นๆ แต่ก็แสดงถึงความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี ง่ายต่อการจดจำ ทำให้เป็นที่รู้จัก ติดหูลูกค้าได้ง่าย และพยายามสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งด้วยการตลาดแบบบ้านๆ แต่โดนใจ โดยเริ่มจากการจ้างรถแห่ประกาศอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 2 ปี ออกบูธหุงข้าวให้ชิมอย่างต่อเนื่อง ทำโปรโมชันลด แจก แถม ชิงรางวัลมากมาย และล่าสุดเปิดตัวหนังสือโฆษณาใหม่ในคอนเซ็ปต์ “ได้อุ้ม...แล้วจะติดใจ” โดยให้นางเอก 7 สี คุณอ้ม พัชราภา ไชยเชื้อ เป็นพิธีเซ็กซี่ ข้าวตราไก่แจ้ ข้าวดีดี ที่คุณต้องลอง ก็ทำให้คนสนใจและนั่นคือจุดเริ่มที่เราต่อยอดจาก B to B เป็น B to B to C ครอบคลุมโดยวางกลยุทธ์การสร้างพันธมิตรให้เป็นเครือข่ายในภาคต่าง ๆ เพื่อเป็นจุดกระจายข้าวให้เพราะบริษัทเราอยู่ชลบุรี ส่วนผมบริหารส่วนกลางสนับสนุนการตลาด จัดแคมเปญต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นยอดขาย เพิ่มโซเชียลมีเดียเพื่อส่งข้าวแล้วเราส่งถึงบ้านท่านไม่ต้องเสียเวลาไปซื้อและไม่ต้องยกถุงข้าวเองเป็นการเข้าถึงกลุ่มคอนซุมเมอร์อย่างเต็มตัว ซึ่งข้าวที่ผู้บริโภคอยากทานมีความหลากหลายมากขึ้นเราสามารถหาข้าวชนิดต่าง ๆ ให้ได้ จนในปัจจุบันเรามีข้าวที่จัดส่งได้หลายพันธันนัปกก็เกือบ 400 SKU (Stock Keeping Unit คือ รหัสของสินค้าหรือรายการสินค้า ที่แตกต่างกันไป)

## KEY SUCCESS ที่ทำให้แบรนด์ “ไก่แจ้” เติบโต

คุณฉวีรินทร์ ออกตัวว่า ด้วยกลยุทธ์และระบบการบริหารแบบบ้าน ๆ ผมใช้วิธีเรียนรู้ตลอดแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ออกแบบวิธีการให้เหมาะกับเราแบบไม่ยึดติดตามทฤษฎีเล่มใด ออกแบบให้เหมาะสมในเวลานั้น ๆ เพราะสังคมเปลี่ยนเร็วมาก อย่างการค้าเราในอดีต B to B หมายถึงคนที่



เป็นร้านค้าที่เป็นตัวแทนขายข้าวให้เขา ในปีนี้ B to B เรานิยามใหม่ให้กว้างขึ้นในกลุ่ม HORECA เราจึงเพิ่มทีม B to B ที่เป็น Food service เพื่อให้บริการด้วย ซึ่งเป็นตลาดที่เติบโตจากงานบริการ

สรุปจากประสบการณ์ผมว่า วันนี้ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการต้องพร้อมเปลี่ยนแปลงทุกสถานการณ์ อย่างยึดติดความสำเร็จเดิม เพราะจะทำให้องค์กรไม่เกิดการพัฒนา ตัวอย่างช่วงโควิด-19 หลายแห่งได้รับผลกระทบแต่ที่โรงงานเราสามารถรักษาตลาดและยอดขายได้ มียอดขายซื้อออนไลน์เพิ่มขึ้น รวมถึงการสั่งซื้อข้าวเพื่อบริจาคให้วัด, โรงพยาบาล และหน่วยงานต่าง ๆ ในช่วงโควิด-19 เข้ามาตลอดก็เป็นบทพิสูจน์ว่าเราได้เรียนรู้และพัฒนา วันนี้คุณฉวีรินทร์ ทัศนวิสัยคุณผู้บริหาร ธุรกิจค้าข้าวของบริษัท สุนทรธัญทรัพย์ จำกัด ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาธุรกิจของตัวเองต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งทำให้ข้าวตราไก่แจ้วางจำหน่ายทั่วประเทศ และส่งออกต่างประเทศอีกกว่า 20 ประเทศ ด้วยยอดขายกว่า 2,000 ล้านบาทในปัจจุบัน และก้าวไปสู่ตลาดสากลอย่างยั่งยืน



บริษัท สุนทรธัญทรัพย์ จำกัด  
55 หมู่ 1 ต.กฎไ้ อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี 20140  
โทร 038 473 555  
แฟกซ์ 038 473 373



# โควิด-19 จุดประกายนโยบาย ปั้นนักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม สร้าง SMEs ให้แข็งแกร่ง พลิกวิถีชีวิตท้องถิ่นยั่งยืน



**ดร.อริยาพร อำนวยธรรมเดช** ผู้อำนวยการกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เปิดเผยถึงการทำงานหลัก ๆ ของกองพัฒนาฯ จะมุ่งเน้น 4 ส่วนงานสำคัญ ประกอบด้วย 1. สร้าง “ไอคอน” นักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมต้นแบบ เน้นปรับวิถีทัศน์ยกระดับแนวคิดแบบซีไอผ่านซัคเซสเคส 2. อัปเดตส่วนงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ อุดรอยรั่วแนวคิดผลิตภัณฑ์แบบเดิม ๆ มาต่อเติมใหม่ให้ตอบใจത്യตลาด “สินค้าสวย คุณภาพดี ต้องขายได้” 3. เดินหน้าสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเชื่อมโยงการตลาดการค้าระหว่างสมาร์ทฟาร์มเมอร์กับซัพพลายเออร์

กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม หน่วยงานน้องใหม่ ภายใต้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ที่เกิดขึ้นเพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นสำคัญ ด้วยเหตุผลธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม ส่งสัญญาณ “อนาคตทางรอดอันสดใส” และสามารถขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจส่วนทางภาคธุรกิจอื่นอย่างเห็นได้ชัด โดยจะเร่งบทบาท “ปั้น” นักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมที่เข้มแข็งรอบด้าน

และ 4. รุกหนักเกษตรกรเพื่อการท่องเที่ยว กระตุ้นการพัฒนาในระดับท้องถิ่นอย่างยั่งยืนและช่วยพลิกวิกฤติท่องเที่ยวซึ่งได้รับผลกระทบหนักจากโควิด-19 ให้ฟื้นคืน

“เนื่องด้วยผู้บริหารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้นโยบายออกมาว่าจะพลิกฟื้นเศรษฐกิจอย่างไร โดยเฉพาะภาคเกษตร ซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ เกิดเป็นมุมมองและวิธีการทำงานอย่างเข้มข้นผ่านหน่วยงานใหม่ในชื่อ กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการด้านเกษตรให้มีความแข็งแกร่งและความพร้อมที่จะกระตุ้นแนวคิด เป็นแรงผลักดัน ดึงพลังผู้ประกอบการคนอื่น ๆ ออกมา และเรายังมองถึงแนวทางช่วยเหลือประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งอาจต้องตกงานและกลับไปบ้านเกิดหรือกำลังมองหาเส้นทางทำมาหากินในถิ่นฐานของตนเอง ซึ่งบทบาทและหน้าที่ต่าง ๆ จะเกิดขึ้นบนแนวคิดสร้างความแข็งแกร่งให้กับคนในเกษตรอุตสาหกรรม สร้างและเชื่อมโยงเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อให้ให้นักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมก้าวทันเทรนด์และการเปลี่ยนแปลงของสนามการค้า”

ผู้อำนวยการกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม กล่าวว่าการตอนนี้ภาคเกษตรกลายเป็น “ดาวจรัสแสง” และยังมีความแข็งแกร่งอย่างยิ่ง สามารถเปลี่ยนวิกฤติเป็นโอกาสให้กับหลาย ๆ คนในช่วงโควิด-19 ดังนั้นกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม

จึงต้องเร่งผลักดันการทำงานเพื่อให้สอดคล้องกับการปรับตัวใน  
ครั้งนี้ โดยแบ่งส่วนการทำงานออกเป็น 4 ส่วนงานอย่าง  
ชัดเจน

## การปั้นนักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม

เน้นสร้างความเป็นผู้ประกอบการ ดึงความเป็น  
Entrepreneurship ขึ้นมา เพื่อให้เขาเรียนรู้ว่าการเป็นซีอีโอ  
เป็นอย่างไร พร้อมพิจารณา สนับสนุน และผลักดันตาม  
ศักยภาพ ไม่ว่าจะเป็นด้านสมาร์ตฟาร์มเมอร์การผลิต หรือสมาร์ต  
ฟาร์มเมอร์ด้านเทรดเดอร์หรือคนกลาง โดยจะให้ความสำคัญ  
กับการสร้างวิสัยทัศน์เพื่อสร้างตัวตนและขับเคลื่อนแบรนด์  
และถึงแม้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีความเชี่ยวชาญใน  
งานของตน และมีความรู้พื้นฐานจบปริญญาตรีเป็นอย่าง  
น้อยกันแล้ว แต่ความรู้ที่ “กัลนกรอง” มาจากประสบการณ์  
ของนักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมตัวจริง ย่อมมีคุณค่าและ  
เป็นที่ต้องการอย่างยิ่ง ดังนั้นกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม  
จึงได้นำผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจในด้านต่าง ๆ  
มาถ่ายทอดความรู้ อาทิ คุณต๊อบ อธิสิทธิ์ พีระเดชาพันธ์ ผู้ก่อตั้ง  
แบรนด์เก้าแก่น้อย คุณเมย์ กุลพัทธ์ กนกวัฒนาวรรณ เจ้าของ  
แบรนด์ After you เป็นต้น ซึ่งแต่ละคนก็จะมีมุมมองความ  
สำเร็จที่แตกต่างกัน เมื่อได้มาพูดคุยย่อมจุดประกายความ  
คิดได้ โดยจะมีกิจกรรม Agro Beyond ซึ่งเป็นการอบรมกับ  
ผู้ประกอบการรวมทั้งผู้สนใจเข้าสู่ภาคเกษตรอุตสาหกรรม  
กว่า 3,000 ทางเฟซบุ๊กไลฟ์ โดยดึงพิธีกรชื่อดังอย่าง “ดูดี  
ดูดี มลินทจินดา” ร่วมงานด้วย จากนั้นจึงจะแบ่งเป็น กลุ่ม  
ย่อยเพื่อไปพูดคุยกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จใน  
ศาสตร์ที่เขาต้องการ นับเป็นการเรียนรู้เชิงลึกขึ้นไป ก่อนจะเข้า  
สู่การคิดสรรหาไอคอนคนต้นแบบจำนวน 3 รายเพื่อก้าวสู่ความ  
เป็นผู้นำทางความคิดและขับเคลื่อนบทบาทผู้ประกอบการเกษตร  
อุตสาหกรรมให้เข้มแข็งต่อไป

“คุณสมบัติของผู้ประกอบการต้นแบบนั้น เรามองถึง  
ความมุ่งมั่นและความพร้อมด้านธุรกิจ รวมทั้งพร้อมที่จะ  
เปลี่ยนแปลงตัวเองให้ทันโลกสมัยใหม่ และธุรกิจเกษตร  
อุตสาหกรรมของเขาต้องตรงกับความต้องการตลาดและมี  
แนวโน้มที่จะอินเทรนด์ในอนาคต เมื่อเขาเข้ามาในโครงการ  
สิ่งที่จะได้รับคือการอัปเดตความรู้จากคนรุ่นใหม่ที่ประสบ  
ความสำเร็จ เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในวงการธุรกิจแบบไม่ก็ความ  
รู้เลย ซึ่งพร้อมที่จะถ่ายทอดประสบการณ์ลงมือทดลองถูก และ  
ถอดรหัสความสำเร็จให้นำไปประยุกต์ใช้ได้ ในขณะเดียวกัน  
เมื่อได้รับความรู้เต็มเปี่ยมแล้วนำไปทำการตลาดจนสามารถ  
สร้าง Follower ได้เป็นหลักแสนคน เขาผู้นั้นก็ต้องพร้อม  
จุดพลังให้กับคนอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน”

## อัปเดตการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างตรงจุดและ แข็งแกร่ง

โดยศึกษาปัญหาจากรูปแบบความช่วยเหลือที่ผ่านมา  
 อาทิ ส่งเสริมงานดีไซนสินค้าและบรรจุภัณฑ์ หรือช่วยเปิด  
ตลาดการค้าผ่านการออกงานอีเวนต์ต่าง ๆ แต่กลับไม่เห็น  
ผลสัมฤทธิ์และการตอบรับว่าสินค้าทำการตลาดได้จริงหรือ  
ขายได้จริงหรือไม่ ยกตัวอย่างสินค้าที่ถูกจัดกลุ่มเกรด C ตาม  
กฎเกณฑ์ที่กำหนด แต่ในความเป็นจริงกลับได้รับความสนใจ  
จากผู้ซื้อมากกว่าเกรด A เสียอีก นั่นเพราะตรงกับความ  
ต้องการของผู้ซื้อชาวต่างชาติกลุ่มนั้นพอดี เป็นต้น

ดังนั้น แนวทางการทำงานจะต้องใช้บทเรียนที่ผ่านมา  
แล้วปรับความคิดใหม่ให้มีความเข้มแข็ง ซึ่งจะไม่ใช่เน้น  
ออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นผู้นำทาง แต่จะให้เริ่มต้นที่นักการ  
ตลาดก่อน เพื่อกระตุ้นความสนใจถึงมุมมองเบื้องหลังธุรกิจ  
มากกว่าภาพลักษณ์สินค้า และไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา  
ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปหรือสินค้าไลฟ์สไตล์ ก็ต้องพิจารณา







ถึงกลไกการแข่งขันทางตลาด คู่แข่ง ความต้องการ และกลุ่มเป้าหมายไปพร้อมกันนั่นเอง

### เชื่อมโยงเทคโนโลยีดิจิทัล

ต้องหันมาสร้างการแข่งขันด้านกระบวนการผลิตและการตลาดให้กับธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมภายในประเทศ ด้วยการเปลี่ยนวิถีคิดให้ตระหนักถึงหลักการลงทุน ความคุ้มค่า ผลตอบแทน และกระตุ้นให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลกับเกษตรอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยมุ่งให้ครอบคลุมพืชเศรษฐกิจหลัก ยกตัวอย่างการใช้ Drone เพื่อฉีดพ่นปุ๋ยและยาฆ่าแมลง อาจมองว่าเป็นการลงทุนที่มีมูลค่าสูง แต่เมื่อคำนวณการใช้เครื่องจักรกลอาจเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าใช้แรงงานคน ถึงอย่างนั้นก็ยังคงพบอุปสรรคเรื่องทัศนคติอยู่ จึงต้องเดินหน้าสร้างความเข้าใจกลไกตลาดและภูมิรู้เรื่องเทคโนโลยี อาทิ บทความคลังความรู้เกี่ยวกับเครื่องจักรทางการเกษตร และแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสนับสนุน ส่งเสริม พัฒนา และให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการที่สนใจ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนทัศนคติให้หันมาใช้เครื่องทุ่นแรงที่มีเทคโนโลยีมากขึ้นด้วยการเปิดให้ทดลองใช้ฟรี เป็นต้น

นอกจากนี้ยังเร่งสร้างแพลตฟอร์ม Machine on Demand ขึ้น คาดสำเร็จสมบูรณ์พร้อมใช้งานได้ในเดือนสิงหาคมนี้ โดยจัดทำเป็นแอปพลิเคชันในชื่อ IAID (ไอแอด) สำหรับเชื่อมโยงการเจรจาธุรกิจระหว่างเจ้าของเครื่องจักรกลและเครื่องมือกับผู้ประกอบการด้านเกษตรและเกษตรกร ทั้งการเสนอคำสั่งซื้อสินค้าและบริการ ตลอดจนกำหนดนัดหมายจ้างงานต่าง ๆ นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้กระบวนการทำงาน “หลังบ้าน” ของธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมเกิดความเข้มแข็ง และทันต่อวิถีการตลาดที่เปลี่ยนไปอีกด้วย

### ผลักดันเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว

เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ต้องหันมากระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ดังนั้นแนวทางเกษตร

เพื่อการท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนโอกาสที่สดใส สอดคล้องกับศักยภาพของไทยที่เป็นเมืองเกษตรอยู่แล้ว แนวทางที่กองพัฒนาฯ จะดำเนินการ คือการหาวิธีที่จะทำให้ผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักในช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยไม่เข้าไปปรับเปลี่ยนตัวตน ซึ่งแผนงานที่หน่วยงานลงมือทำ จะทำการอบรมให้ความรู้แบบออฟไลน์จำนวนกว่า 100 คน โดยตั้งพาร์ทเนอร์ระดับโลก อย่าง สมชนะ กังวาลจิต จาก PROMPT DESIGN มาให้คำปรึกษาผลักดันสู่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลระดับโลก เป็นต้น

ทั้งนี้ รูปแบบการให้ความช่วยเหลือจะเน้นพื้นที่ตามรูปแบบงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ได้ปักหมุดไว้ทั่วประเทศ และจะพัฒนาผู้ที่มีความเป็นไปได้ก่อนเพื่อที่เขาจะได้ช่วยคนอื่น ๆ ในท้องถิ่นรอบ ๆ ได้ เมื่อธุรกิจเจริญขึ้นมาก็จะเกิดการจ้างงาน ขยายเครือข่ายนั่นเอง ยกตัวอย่างการเข้าไปพัฒนา “โกโก้วัลเลย์” เดิมเป็นเพียงรีสอร์ตราคาเข้าพัก 400- 500 บาทต่อคืน ก็ได้รับผลดีจากการขยายการท่องเที่ยวจังหวัดน่านออกไปยังชุมชนต่าง ๆ บวกกับศักยภาพพื้นที่มีภูเขาล้อมรอบและมีการปลูกโกโก้อยู่แล้ว จึงเกิดการปรับเปลี่ยนสถานที่พักให้กลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้โกโก้เป็นอัตลักษณ์และสร้างเสน่ห์ ซึ่งสามารถปรับราคาเป็นคืนละ 2,000-3,000 บาทได้เลยทีเดียว และถึงแม้ว่าแผนการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนจากอำเภอปัว ซึ่งเป็นที่ตั้งของโกโก้วัลเลย์ ย้ายไปพัฒนาอำเภอเฉลิมพระเกียรติติด แต่ธุรกิจแห่งนี้และเศรษฐกิจชุมชนโดยรอบก็ยังดำเนินต่อไปได้อย่างดี

“ภายใต้การดูแลของกองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการจะได้รับการอบรม บ่มเพาะ พุ่มพักจากนักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมมืออาชีพ โดยมีเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นที่เลี้ยงให้กับท่านอย่างใกล้ชิดและเดินเคียงคู่กันไป” ดร.อริยาพร กล่าวย้ำถึงผลประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการเกษตรอุตสาหกรรมจะได้รับและยังคงคาดการณ์อนาคตต่อไปว่านักธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรมจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญและพลิกฟื้นเศรษฐกิจไทยอย่างแน่นอน



กองพัฒนาเกษตรอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม  
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400  
โทร. 0 2202 4534



## Product Design

• เรื่อง :  
ปาดทิพย์ เปลี่ยนโมพี



[www.posttoday.com/social/goodstory/623171](http://www.posttoday.com/social/goodstory/623171)

# ตู้ปันสุข New Normal ของการแบ่งปัน

การแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 ทำให้สังคมไทยต้องประสบปัญหาทางด้านสาธารณสุข ไวรัสดังกล่าวทำให้มีผู้คนต้องรักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาลหลายพันคน และมีผู้เสียชีวิต และในอีกด้านหนึ่ง ก็ทำให้เกิดปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม นั่นคือการออกมาตรการการปิดเมือง (Lockdown) หยุดกิจกรรม รวมไปถึงกิจการภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของผู้คนทั้งประเทศ ทำให้มีคนจำนวนมากต้องกลายเป็นคนที่ขาดรายได้หรือตกงาน ส่งผลต่อการใช้ชีวิตที่ยากลำบากมากขึ้น



[www.brighttv.co.th](http://www.brighttv.co.th)

คุณสุภกฤษ กุลชาติวิจิตร จึงริเริ่ม “ตู้ปันสุข” โดยนำไอเดียรูปแบบตู้ปันหนึ่งสื่อจากต่างประเทศ และโครงการ Free Pantry / Food Sharing / Sharing Cupboard รวมไปถึงนโยบาย Food Bank (ธนาคารอาหาร) ในต่างประเทศมาปรับใช้แบ่งปันและช่วยเหลือชาวสารอาหารแห้งให้แก่พี่น้องชาวไทยที่เดือดร้อนจากวิกฤตโควิด-19 สัญลักษณ์การแบ่งปันในครั้งนี้มี “ตู้” เป็นโมเดลของการแบ่งปันวิถีใหม่





www.bizpromptinfo.com



www.thansettakij.com



www.mgonline.com



www.thairath.co.th

การแบ่งปันที่เอาอาหารไปวางไว้ในตู้ไม้ ซึ่งดูเรียบง่าย ใครต้องการอาหารก็เดินมาหยิบเอาไป ใครอยากร่วมแบ่งปันก็เอาของมาใส่ ไม่รวยก็แบ่งปันกันให้ผู้อื่นได้ ความเรียบง่ายของผู้รับและผู้ให้ที่อยู่ในตู้ใบเดียวกันนี้ เมื่อมีข่าวแพร่สะพัดออกไป ปรากฏว่าตู้ปันสุขของคุณสุภกฤษกลายเป็นแรงขับเคลื่อนขนาดมหึมา ส่งผลให้ตู้ปันสุขผุดขึ้นทั่วประเทศภายในเวลาอันรวดเร็ว จากตู้ไม้กลายเป็นตู้กับข้าวบ้าง ตู้โซวบ้าง ตู้หนังสือบ้าง และสารพัดตู้ที่ถูกยกมาแบ่งปันอาหารไปทั่วทุกแห่ง แม้แต่ผู้ผลิตโลงศพ ยังมียางจัดใจใจจำปามาทำเป็นตู้ปันสุขได้อย่างไม่เคอะเขิน จาก “ตู้” เริ่มขยายโมเดลไปสู่ “รถปันสุข” “จักรยานปันสุข” ซึ่งเคลื่อนที่ไปแจกความสุขถึงที่

การแบ่งปันในรูปแบบใหม่ผ่าน “ตู้ปันสุข” กลายเป็น New Normal ของการแบ่งปันในยุคไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ : โควิด-19



www.khaosod.co.th/around-thailand/news\_4192281



# Future Food

## อาหารอนาคตที่มือนาคต

การส่งเสริมการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม เป็นหนึ่งในนโยบายที่สำคัญของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวหน้าไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยภาครัฐได้เล็งเห็นว่าการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม หรือ คลัสเตอร์ (Cluster) นั้นเป็นหนึ่งในเครื่องมือและกลไกที่สำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย รวมไปถึงการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และหนึ่งในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมที่น่าจับตามองนั้นก็คือ คลัสเตอร์อาหารอนาคต ซึ่งเป็นโครงการภายใต้กิจกรรมการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแห่งอนาคต โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและเชื่อมโยงเครือข่าย คลัสเตอร์ ในการพัฒนาศักยภาพหรือการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีขีดความสามารถในการรองรับอุตสาหกรรมแห่งอนาคต และเพื่อสร้างความ เข้มแข็งของต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (Value Chain) นำไปสู่การสร้างฐานรองรับอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

หลายคนอาจไม่คุ้นเคยกับคำว่า “อาหารอนาคต” คำจำกัดความของคำนี้ หมายความว่ารวมถึงกลุ่มอาหาร 5 กลุ่ม คือ อาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ (Functional Food) ซึ่งเป็นอาหารที่ช่วยทำหน้าที่เฉพาะทาง ที่คาดว่าจะเป็นการส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกายของผู้บริโภค อาหารทางการแพทย์ (Medical Food) ซึ่งผลิตออกมาด้วยจุดประสงค์ในการบำบัดรักษาผู้ป่วยเฉพาะโรค รวมถึงอาหารผู้สูงอายุ อาหารสำหรับผู้ที่มีปัญหาด้านสุขภาพ อาหารอินทรีย์ (Organic Food) อาหารที่ถูกผลิตในกระบวนการที่ไม่ใช้สารเคมีและใช้นวัตกรรมในกระบวนการผลิต อาหารที่ผลิตขึ้นมาใหม่ทางนวัตกรรม (Novel Food) อาหารรูปแบบใหม่ ที่ไม่เคย





มีการผลิตมาก่อน หรือมีวัตถุดิบที่มาจากพืชหรือสัตว์ที่ใช้เทคนิคการผสมพันธุ์แบบใหม่ อาหารเพื่อสุขภาพ (Health & Wellness Food) อาหารที่เมื่อรับประทานเข้าไปจะช่วยเสริมสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย หรือลดสารอาหารที่ไม่ดีต่อร่างกาย

ปีงบประมาณ 2563 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายให้มีความเข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืน ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี โดยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคตนำระบบมาตรฐานสากลเข้าไปใช้ในการดำเนินธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ตลอดจนการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ จนสามารถยกระดับสถานประกอบการให้มีศักยภาพในการขยายโอกาสทางการตลาดและสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ดำเนินการสรรหาและคัดเลือกผู้ให้คำปรึกษาที่มีความรู้และมีประสบการณ์ที่มากพอเพื่อเข้าไปดำเนินการประเมินวินิจฉัยและให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารอนาคตได้อย่างเหมาะสม จากการดำเนินกิจกรรมทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเป็นจำนวนมาก การเข้าไปพัฒนาสถานประกอบการต่าง ๆ ส่งผลให้สถานประกอบการมีผลิตภาพเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 มีจำนวน 15 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 75 ของ



วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด และต้นทุนการผลิตที่ลดลงคิดเป็นมูลค่าประมาณ 6,464,164 บาทปี นอกจากนี้ยังได้จัดให้มีการสัมมนาทำแผนพัฒนาการรวมกลุ่มและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มคลัสเตอร์อาหารแห่งอนาคต รวมทั้งให้องค์ความรู้ในด้านการตลาดออนไลน์และการตลาดอาเซียน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสมาชิกของเครือข่าย

ธุรกิจอาหาร เป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงสถานการณ์ใด เศรษฐกิจจะดีหรือแย่แค่ไหน โรคระบาดจะร้ายแรงเพียงใด ธุรกิจอาหารก็ยังคงเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มักจะสามารถปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสถานการณ์นั้น ๆ เช่น จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ธุรกิจบางประเภทอาจต้องปิดตัวไปเนื่องจากแบกรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจไม่ไหว แต่ในทางกลับกันการแข่งขันในตลาดธุรกิจอาหารกลับมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ผู้คนบางส่วนที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบอาชีพเดิมของตน ผันตัวมาเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และเนื่องจากการแข่งขันทางการตลาดที่สูงขึ้น ผลិតภัณฑ์อาหาร จึงมีการออกแบบ ปรับปรุง พัฒนาและมีการเปลี่ยนแปลงให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

หากใครที่กำลังอยากเริ่มต้นทำธุรกิจอาหาร แล้วยังนึกไม่ออกว่าจะผลิตสินค้าประเภทใด อาหารแห่งอนาคตเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายของผู้บริโภค และการนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการที่ทันสมัย สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจในการซื้อได้ นอกจากนี้ หากท่านเป็นผู้ประกอบการที่เข้าร่วมคลัสเตอร์อาหารอนาคต ท่านจะได้รับความช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจจากภาครัฐอย่างเต็มที่ อีกทั้งคลัสเตอร์อาหารอนาคตนี้ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างเครือข่ายกลุ่มอุตสาหกรรมแห่งอนาคตให้มีความเข้มแข็ง สนับสนุนให้เกิดพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ซึ่งกันและกัน ยกกระดับความร่วมมือเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาธุรกิจร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการไทยอย่างยั่งยืนอีกด้วย



#### สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม  
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400  
โทร. 0 2202 4575



## ตอบโจทย์ธุรกิจอาหาร หลังสถานการณ์ Covid-19

การระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทั้งโลกเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เพราะทุกอย่างก้าวของชีวิตผู้คนต่อจากนี้จะต้องมีมาตรการป้องกันเพื่อหลีกเลี่ยงจากโรคระบาดให้ได้มากที่สุด ซึ่งทุกคนต่างต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจการใช้ชีวิตเพื่อหาแนวทางการป้องกันและหลีกเลี่ยงการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด -19 トラบดีที่ยังไม่มีวัคซีนป้องกันและรักษาแนวทางเบื้องต้นที่ง่ายต่อการปฏิบัติคือ การดูแลสุขภาพให้แข็งแรงด้วย 3 ปัจจัยคือ ออกกำลังกาย พักผ่อนให้เพียงพอและทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการครบหมู่เพื่อให้ร่างกายมีภูมิคุ้มกัน ซึ่งเป็นแนวทางการปรับรูปแบบดำเนินชีวิตใหม่ที่ต่างจากความคุ้นชินเดิม

จากสถานการณ์โควิด-19 แพร่ระบาดไปทั่วโลก ซึ่งทวีความรุนแรงมากสุดในช่วงกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2563 จนถึงปัจจุบันสถานการณ์เริ่มคลี่คลายลง ภาคเอกชนและธุรกิจเริ่มกลับมาเปิดดำเนินการ อาหารที่เราบริโภคในแต่ละวันจะเป็นอย่างไร..ก้าวใหม่ของธุรกิจอาหารจะเป็นอย่างไร? เพื่อให้ลดเสี่ยงเพิ่มภูมิคุ้มกันโรค...จึงเป็นสิ่งที่น่าค้นหาคำตอบ

จากข้อมูลของสถาบันอาหาร ได้เผยแนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารในตลาดเอเชียว่าจะเปลี่ยนไป ผู้บริโภคต้องการอาหารที่มีนวัตกรรมเพื่อช่วยสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้ร่างกายในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ อาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมรับประทาน เป็นต้น ซึ่งอาหารแต่ละประเภทแต่ละกลุ่ม จะมีรายละเอียดมากขึ้น เช่น อายุการเก็บรักษา (Food shelf life), อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ (Nutritious food) และดีต่อสุขภาพจะมี





อัตราเติบโตสูง อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคหันกลับมาทำอาหารรับประทานที่บ้านมากขึ้น รวมถึงนิยมที่จะสั่งซื้ออาหารทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน

ดังนั้นผู้ประกอบการหากต้องการเข้าสู่ศึกชิงส่วนแบ่งตลาดอาหารหลังโควิด จำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้ตอบโจทย์ตลาด โดยเฉพาะการผลิตที่ต้องให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค เพื่อให้มั่นใจในแบรนด์สินค้า ว่าผลิตอย่างปลอดภัย มีคุณภาพผ่านการรับรองตามมาตรฐานสากลแล้ว ที่สำคัญหากพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรมใหม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคจะยิ่งทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่าง นอกจากนี้การสร้างช่องทางจำหน่ายในโลกออนไลน์อย่างจริงจัง จับมือพันธมิตรด้านขนส่งเพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็วทันใจ ก็เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญด้วยเช่นกัน ทั้งนี้สถาบันอาหารมองแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค และอุตสาหกรรมอาหารที่จะเปลี่ยนไปหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่น่าจับตามองคือ

### อาหารเสริมภูมิคุ้มกันมาแรง

ช่วงสถานการณ์โควิดผู้บริโภคมีความต้องการอาหารที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายให้แข็งแรง แน่ใจว่านี่จะเป็นไบเบ็กทางของโอกาสในแบรนด์ต่าง ๆ ที่จะสร้างสินค้านวัตกรรมที่จะช่วยเสริมระบบภูมิคุ้มกันของโรคในอนาคต เช่น ผู้บริโภคเวียดนาม นิยมรับประทานกระเทียมดำ เพื่อช่วยเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันแก่ร่างกาย หรือผู้บริโภคฟิลิปปินส์ นิยมรับประทานผลิตภัณฑ์จากมะรุมและน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์มากขึ้น ส่วนผู้บริโภคสิงคโปร์มีความต้องการวิตามินซี และวิตามินรวมมากขึ้น 3-5 เท่า

### Ready to Cook & Ready to Eat

ประเทศญี่ปุ่น มีโรงงานแปรรูปอาหารต่าง ๆ หันมาเน้นช่องทางค้าปลีกเพื่อผู้บริโภคโดยตรงมากกว่าป้อนช่องทางธุรกิจบริการอาหารต่าง ๆ รวมทั้งอาหารที่มีอายุเก็บรักษานานมีเยอดขายที่เติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารกระป๋อง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และเครื่องดื่ม เป็นต้น

ส่วนในประเทศเกาหลีใต้ บริษัทชั้นนำด้านอาหารและเทคโนโลยีชีวภาพ อย่าง CJ CheilJedang ได้เผยแพร่ผลงานวิจัย “2020 HMR Trend” หลังเกิดการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ว่าชาวเกาหลีใต้เน้นอาหารที่ประหยัดเวลาในการเตรียมและรับประทานที่บ้านกันมากขึ้น ประมาณร้อยละ 83 มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าอาหารพร้อมรับประทานที่เติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 46.4 เช่น อาหารทอด หรืออาหารที่ใช้แค่ไมโครเวฟอุ่น รวมถึงสินค้า Meal Kit ที่ใช้วิธีหั่นส่วนประกอบ และปรุงรสชาติ แล้วรับประทานได้ภายใน 5-10 นาที ขณะเดียวกันยังเกิดพฤติกรรมรับประทานอาหารมื้อดึกหรือมื้อที่ 4 เพิ่มมากขึ้น เรียกว่า “4th Meal” อาหารที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ สินค้าไก่แช่แข็ง เช่น ไก่ทอด ไก่หนักเก็ต นอกจากนี้ยังมีกึ่งสำเร็จรูปไก่กรอบ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปข้าวพร้อมรับประทาน ลูกชิ้น เบเกอรี่แช่แข็ง เป็นต้น แต่ผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญในการเลือกอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และดีต่อสุขภาพแม้ว่าราคาจะสูงก็ตาม

สถานการณ์โควิด-19 กำลังเปลี่ยนพฤติกรรมของตลาดอาหารให้มีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงไปหากเทียบในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และจะกลายเป็นตลาดที่บ่มเพาะสินค้านวัตกรรมมากขึ้น วิถีชีวิตผู้บริโภคที่กลายเป็นสังคมเมืองมากขึ้น ธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) เติบโตขึ้น ผู้บริโภคจะซื้ออาหารกลับไปรับประทานที่บ้านและทำอาหารเองมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจการให้บริการอาหาร ธุรกิจค้าปลีก และผู้ผลิตอาหารจำเป็นต้องปรับตัว ปรับกลยุทธ์ให้รวดเร็วรับมือกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและเมื่อถึงเวลาฟ้าเปิดผู้ประกอบการก็จะสามารถเริ่มก้าวใหม่ของธุรกิจหลังสถานการณ์ Covid-19 ได้อย่างเต็มที่ และสวยงาม



## Information

• เรื่อง :  
วันหน้า อรรถถาวร



# แพลตฟอร์มและแอปพลิเคชัน “ไทยชนะ” เครื่องมือปลดล็อกให้ธุรกิจขับเคลื่อน



จากการระบาดของไวรัสโคโรนาหรือ (COVID-19) ได้สร้างหายนะทางสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม ทั่วทุกมุมโลก ในประเทศไทยการระบาดระยะแรกมีอยู่น้อย ทั้งนี้เนื่องจากกระทรวงสาธารณสุขโดยกรมควบคุมโรคได้เตรียมพร้อม เป็นอย่างดีมีการคัดกรองคนเข้ามาจากต่างประเทศอย่างเข้มแข็ง แต่แล้วก็มีวายเป็นเกิดการระบาดกลุ่มขึ้นที่สนามมวย และสถานบันเทิง ส่งผลให้ตัวเลขผู้ติดเชื้อจากหลักสิบขึ้นเป็นหลักร้อยภายในเวลาไม่กี่วัน





# ไทยชนะ

การจัดตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) เพื่อดำเนินมาตรการต่าง ๆ ให้ออกมาตรการติดเชื้อไม่เป็นกราฟสูงขึ้น แต่ต้องเป็นกราฟที่กดหัวลง จากตัวเลขหลักร้อย ให้ลงมาเหลือเลขตัวเดียวและเป็น "0" ให้ได้

มาตรการแรกที่ศบค. ทำคือการประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉิน 2563 ประกาศล็อกดาวน์ประเทศ เคอร์ฟิว และมีคำสั่งให้สถานประกอบการที่มีความเสี่ยงต่อโรคหยุดกิจการชั่วคราว

สิ่งหนึ่งที่ตามมาของการระบาดโควิด-19 ที่ขยายวงกว้างอย่างต่อเนื่องทั้งต่างประเทศและในประเทศไทย คือ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ของคนทั่วโลก ตัวอย่างเช่น การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือบ่อย ๆ การรับประทานอาหารที่มีสำรับเป็นของตัวเอง มีช้อนกลางเป็นส่วนตัว การพกเจลแอลกอฮอล์เมื่อออกนอกบ้าน การทำงานที่บ้าน (Work From Home) และที่สำคัญที่สุดคือการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) อย่างน้อย 1-2 เมตร

การประกาศล็อกดาวน์ประเทศ ประกอบกับการทำงานของสม. ที่เข้มข้น ส่งผลให้อัตราคนป่วยลดลงอย่างเห็นได้ชัดในรอบของการล็อกดาวน์ระยะที่ 1 แต่เมื่อถึงจุดหนึ่งก็จำเป็นต้องคลายล็อก เพราะการล็อกดาวน์นี้ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจ ตั้งแต่คนหาเช้ากินค่ำไปจนถึงกิจการขนาดใหญ่

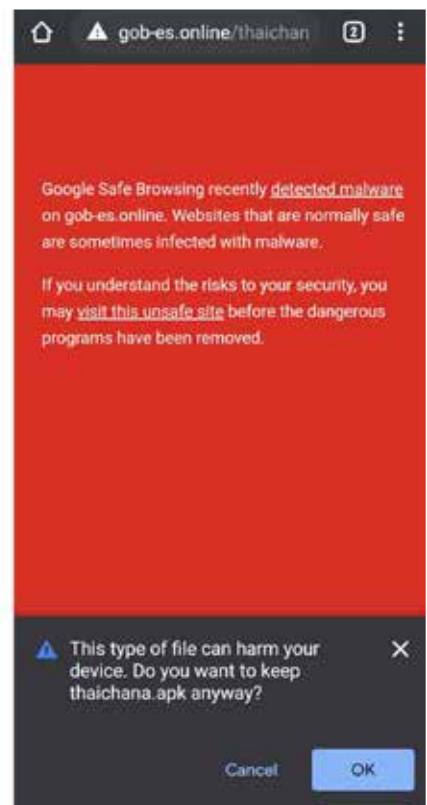
ประเทศไม่สามารถล็อกดาวน์ตลอดไปได้ การปลดล็อกดาวน์ทุกครั้งต้องมีมาตรการป้องกันสุขอนามัยอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะการคัดกรอง การทำ Social Distancing ทำให้สถานที่ต่าง ๆ จำเป็นต้องจำกัดจำนวนคนเข้าใช้บริการ ไม่ว่า



จะเป็นห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ร้านตัดผม จึงเป็นที่มาของกระทรวงสาธารณสุขในการจัดทำแพลตฟอร์ม และแอปพลิเคชัน "ไทยชนะ" ขึ้นเมื่อวันที่ 17 พ.ค. 63 เพื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบการเชื่อมโยงคนไปสู่สถานบริการต่าง ๆ ที่ประชาชนเข้าไปใช้บริการและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้หากเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 เพราะคนเป็นพาหะที่น่าพาเชื้อไวรัสจากคนสู่คนสู่ชุมชนในวงกว้าง ซึ่งแพลตฟอร์ม และแอปพลิเคชัน "ไทยชนะ" จะเก็บข้อมูลสถานประกอบการตั้งอยู่ที่ไหน เป็นธุรกิจบริการประเภทไหนอย่างไร สามารถให้บริการลูกค้าได้สูงสุดอย่างปลอดภัยได้เท่าใด

แพลตฟอร์ม "ไทยชนะ" และแอปพลิเคชัน "ไทยชนะ" คือระบบลงทะเบียนของ ศบค. จัดทำโดยกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งการลงทะเบียนจะเก็บข้อมูล 2 ส่วน คือส่วนแรก "ผู้ให้บริการ" ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจบริการ และส่วนที่สอง "ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ" โดยทาง ศบค. ขอความร่วมมือ





ให้ผู้ประกอบการ/กิจกรรม ลงทะเบียนแพลตฟอร์ม ‘ไทยชนะ’ เพื่อให้สะดวกต่อผู้ที่เข้าใช้บริการได้รับรู้ว่า สถานที่ในร้านต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการกำลังไปนั้น มีความแออัดมากน้อยเพียงใด รวมถึงผู้ประกอบการจะได้ประโยชน์ หากพบว่า มีผู้ป่วยติดเชื้อมากภายในร้าน ซึ่งถือว่าสะดวกต่อเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบ ค้นหาผู้ติดเชื้ออีกด้วย

## “ไทยชนะ” แพลตฟอร์มเก็บข้อมูลเพื่อความปลอดภัยและสร้างความมั่นใจสู่ภัยโควิด

จุดเริ่มต้นการเก็บข้อมูลทั้งสองส่วนคือ ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนเข้าระบบ เมื่อผู้ซื้อเข้าไปใช้บริการในพื้นที่ระบบจะเก็บข้อมูลไว้โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและคุ้มครองข้อมูลส่วนตัวของประชาชน ซึ่งหน่วยงานที่สามารถเข้าถึงข้อมูลทั้งหมดได้ คือกรมควบคุมโรค ทั้งนี้ข้อมูลจะจัดเก็บไว้ 60 วัน หลังจากนั้นข้อมูลจะถูกลบ และหากพบว่า มีผู้ที่เข้าไปใช้บริการในพื้นที่ใดติดเชื้อมาก ระบบจะวิเคราะห์ผลจัดการข้อมูลในช่วงเวลาที่คนติดเชื้อมากเข้าไปใช้บริการในพื้นที่นั้น และจะค้นหาการเชื่อมโยงคนที่มีความเสี่ยงในการรับการแพร่ระบาดในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อจะได้ติดต่อบุคคลในห้วงเวลานั้นให้เข้าสู่กระบวนการตรวจโดยละเอียด และรักษาได้ทันการ เป็นการยับยั้งการแพร่ระบาดไม่ให้ขยายวงกว้างซึ่งจะไม่กระทบกับประชาชนโดยส่วนรวม และสถานประกอบการที่ได้เริ่มเปิดให้บริการตามมาตรการผ่อนคลายเป็นให้ธุรกิจต่างๆ ได้ดำเนินต่อไป

## ‘ไทยชนะ’ เรื่องง่าย ๆ ที่คนไทยต้องร่วมใจต้านภัยโควิด

สำหรับผู้เข้าใช้บริการนั้นทำได้ง่ายๆ เพียงใช้เบอร์โทรศัพท์ในการลงทะเบียน จากนั้นทำการ Check-in นำโทรศัพท์สแกน QR Code ของแต่ละร้าน เมื่อเข้าใช้บริการ และทำการ Check-out หลังจากใช้บริการเสร็จ หากมีการแพร่กระจายของโควิด-19 ภายในพื้นที่ แพลตฟอร์ม ‘ไทยชนะ’ จะสามารถระบุบุคคลในพื้นที่เพื่อทำการตรวจหาเชื้อได้ง่าย และผู้ที่ถูกจัดว่าเป็นกลุ่มเสี่ยงจะได้รับการตรวจหาเชื้อแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย ทั้งนี้เพื่อให้บริการครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่ม ทางภาครัฐยังเตรียมเบอร์โทรศัพท์หมายเลข 1119 สำหรับผู้ประกอบการ/กิจกรรม หรือ ประชาชน เพื่อสอบถามข้อมูลหากมีเหตุขัดข้องในการลงทะเบียน และยังมีช่องทางแอปพลิเคชัน LINE เพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้อีกด้วย ข้อแตกต่างระหว่างแพลตฟอร์ม ‘ไทยชนะ’ และแอปพลิเคชัน “หมอชนะ” พัฒนาโดยรัฐบาลไทยจะใช้ชื่อว่า “Thaichana - ไทยชนะ” ผู้พัฒนา คือ “Krungthai Bank PCL.” ซึ่งแอปพลิเคชัน “หมอชนะ” มีไว้สำหรับกรอกแบบสอบถามเพื่อทดสอบความเสี่ยงในการติดโควิด-19 รวมถึงตรวจสอบข้อมูลความเสี่ยงการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสในแต่ละพื้นที่ด้วย ส่วนแพลตฟอร์ม ‘ไทยชนะ’ เป็นระบบที่มีขนาดใหญ่และครอบคลุมมากกว่า



### ข้อมูลอ้างอิง

- <https://medium.com/@tomaspuoyo/coronavirus-the-hammer-and-the-dance-be9337092b56>
- [https://xn--l3cz3ajb3d4g.com/?p=2125&fbclid=IwAR3DCe6a\\_n7pHY9FgRlm\\_nKX1DCny7hbSOHKQTVm-KN7ZUsZ67pkmQhDbU](https://xn--l3cz3ajb3d4g.com/?p=2125&fbclid=IwAR3DCe6a_n7pHY9FgRlm_nKX1DCny7hbSOHKQTVm-KN7ZUsZ67pkmQhDbU)
- <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/31861>



# อาหารเป็นยา

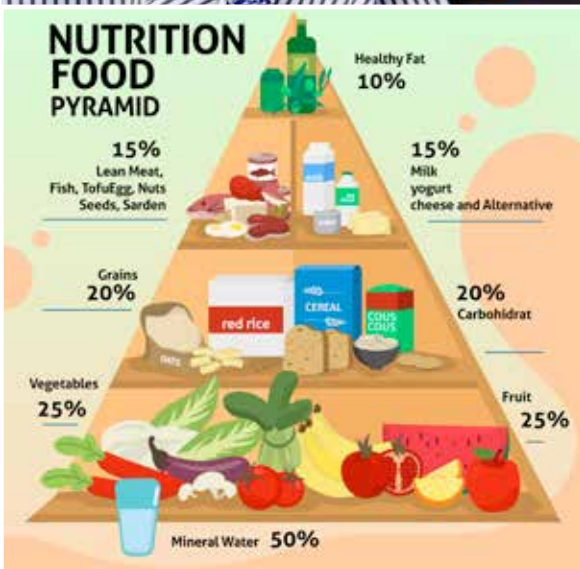
ผลกระทบรุนแรงของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่” หรือที่เรียกกันติดปากว่า “โควิด-19” (COVID-19) ไวรัสร้ายที่ก่อตัวเจียบ ๆ แต่อนุภาคทำลายล้างสุดสพรัง มีชีวิตอาศัยปะปนไปกับละอองในอากาศที่มีขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน เข้าผ่านจมูก คอหอย หลอดลม จนถึงปอด ส่งผลให้ผู้ที่ได้รับเชื้อสำแดงอาการออกมาหลากหลายระดับ ตั้งแต่ มีไข้ ไอแห้ง อ่อนเพลีย ปวดเมื่อยเนื้อตัว เจ็บคอ ท้องเสีย ไปจนถึงสูญเสียความสามารถในการดมกลิ่นและรับรส ผื่นบนผิวหนัง หรือนิ้วมือนิ้วเท้าเปลี่ยนสี และในบางรายอาจมีอาการรุนแรงทำให้เกิดภาวะแทรกซ้อน เช่น ปอดอักเสบ ไตวาย หรืออาจเสียชีวิตได้ นอกจากอาการของผู้ที่ได้รับเชื้อจะมีความรุนแรงแล้ว

การแพร่กระจายของมันทำให้น่าตกใจยิ่งกว่า เพราะสามารถแพร่กันได้ง่าย ๆ หากเราได้สัมผัสหรืออยู่ใกล้กับผู้ติดเชื้อ เราก็สามารถรับเชื้อไวรัสเข้าสู่ตัวได้แล้ว ในเวลาต่อมาทำให้เกิดการแพร่ระบาดไปอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์การอนามัยโลก (WHO) ต้องออกมาประกาศให้การแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็น “ภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลก” หรือ Pandemic หลังมียอดผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นในประเทศต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งถ้านับมาถึงขณะนี้ มีจำนวนผู้ป่วยสะสมทั่วโลกกว่า 6 ล้านคน และเสียชีวิตแล้วเกือบ 4 แสนคน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มิถุนายน 63 ที่มา : กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข) เป็นสัญญาณบอกให้เราทุกคนต้องหันมาตระหนักรู้และปกป้องตัวเองทั้งจากสภาพแวดล้อม

ภายนอก โดยสวมหน้ากากอนามัย รักษาระยะห่างทางสังคม กินร้อน ช้อนตัวเอง ล้างมือบ่อยๆ เพื่อป้องกันการติดเชื้อแล้ว ต้องไม่ลืมให้ความสำคัญในการปกป้องตัวเองจากภายในโดยการรักษาสุขภาพ ออกกำลังกาย เลือกรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ โดยคำนึงถึงสารอาหารและแร่ธาตุที่มีประโยชน์เพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย อาทิ

1. แร่ธาตุซีลีเนียม เป็นแร่ธาตุที่มีความจำเป็นต่อร่างกาย ช่วยปกป้องเซลล์ เปลี่ยนแปลงเซลล์ปกติให้กลายเป็นเซลล์มะเร็ง ส่งเสริมการทำงานของระบบภูมิคุ้มกันให้ เป็นไปตามปกติ ควบคุมระดับฮอร์โมนไทรอยด์ พบได้ในปลาทูสตา ไข่ ปลาจระเม็ดสด เนื้อปูต้มสุก
2. แร่ธาตุสังกะสี เป็นแร่ธาตุที่มีความจำเป็นต่อร่างกาย





ไม่สามารถผลิตเองได้ ต้องมาจากการทานอาหารเท่านั้น เจ้าแร่ธาตุตัวนี้จะมีบทบาทในกระบวนการต่าง ๆ ของร่างกาย ตั้งแต่การสังเคราะห์ DNA หรือโปรตีน การซ่อมแซมบาดแผล การพัฒนาและการเจริญเติบโตของเซลล์ หรือแม้แต่การรับรู้รสและกลิ่น ช่วยควบคุมการทำงานของเอนไซม์ที่สร้างภูมิคุ้มกันโรคและการเจริญเติบโต พบได้ใน อาหารทะเล เนื้อสัตว์ เครื่องในสัตว์ ไข่ นม

3. วิตามินซี ซึ่งร่างกายไม่สามารถสังเคราะห์ได้เอง ทำหน้าที่ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย ช่วยเพิ่มความแข็งแรงของเม็ดเลือดขาวให้สามารถต่อสู้และกำจัดเชื้อไวรัสได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเป็นสารต่อต้านอนุมูลอิสระ ช่วยส่งเสริมให้ระบบภูมิคุ้มกันของร่างกายทำงานดีขึ้นช่วยการทำงานของเม็ดเลือดขาว ขจัดเชื้อโรค ต้านภูมิแพ้ มีมากใน ผักผลไม้ เช่น ฝรั่ง มะขามป้อม มะขามเทศ เงาะ พริกหวานแดง พริกหวานเขียว ผักคะน้า บรอกโคลี มะระขี้นก

4. วิตามินอี เป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ป้องกันกรดไขมันไม่อิ่มตัวและส่วนประกอบเยื่อหุ้มเซลล์ของอวัยวะในร่างกายถูกทำลาย มีมากในน้ำมันดอกทานตะวัน น้ำมันดอกคำฝอย น้ำมันปาล์ม น้ำมันรำข้าว อัลมอนต์ ถั่วลิสง ไข่ไก่

5. วิตามินดี ซึ่งจำเป็นต่อการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน ช่วยป้องกันและลดการติดเชื้อไวรัสและแบคทีเรียทางทางเดินหายใจได้ สามารถพบได้ใน เห็ดหอม ปลาตับทิม ปลาตะเพียน ปลาแซลมอน ปลานิล ไข่แดง และในแสงแดด

6. วิตามินพี หรือ ไบโอฟลาโวนอยด์ (Bioflavonoids) เป็นสารพฤกษเคมีทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้เซลล์หรือเนื้อเยื่อในร่างกายของเราเสื่อมหรือถูกทำลาย เพิ่มความแข็งแรงของเส้นเลือดฝอยและควบคุมการดูดซึมของสารต่าง ๆ ผ่านผนังเส้นเลือดช่วยเสริมภูมิคุ้มกันต้านทานป้องกันโรคติดเชื้อได้ พบได้ในผลไม้ตระกูลเบอร์รี่ กระเทียม ชาเขียว บล๊อคโคลี่ มะม่วง มะละกอ และ พีชตระกูลถั่ว

แม้ปัจจุบันยังไม่มียาสำหรับป้องกันหรือรักษาโรคโควิด-19 แบบสูตรสำเร็จ แต่หากทุกคนร่วมมือกันใช้ชีวิตในวิถีแบบใหม่ (New Normal) ตั้งการ์ดสู้กับเจ้าไวรัสอย่างเข้มข้น เชื่อว่าอีกไม่นานโลกจะกลับมาสดใสเหมือนเดิมอีกครั้ง



แหล่งข้อมูล  
กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข  
กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข



# ทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร หลังวิกฤต Covid-19

การแพร่กระจายทั่วโลกของไวรัสโควิด-19 เป็นแรงขับเคลื่อน (Driver) ที่ส่งผลกระทบต่อทุกคนบนโลกและทำให้ผู้คนทั่วโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตไปสู่ความปกติใหม่ (New Normal) “อาหาร” เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบและมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทโลกและความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยแนวโน้มใหม่ (Trends) ที่สำคัญ คือ การพัฒนาอาหารและบริการแห่งอนาคต ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพ กระบวนการผลิตปลอดภัย ธุรกิจบริการอาหารและเทคโนโลยีอัจฉริยะเพิ่มความสะดวกสบายในการบริโภคอาหารและการเข้าถึงอาหารในยุคโควิด-19

## ผลิตภัณฑ์อาหารมีแนวโน้มเข้าถึงคนจำนวนมาก

สถานการณ์โควิด-19 ทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารมีแนวโน้มเติบโตและเป็นที่ต้องการของตลาดและผู้บริโภค โดยมีความต้องการเข้าถึงจำนวนมาก เพราะมีความกังวลต่อปริมาณอาหารว่าอาจมีไม่พอเพียงต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งหมด สำหรับทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในปัจจุบันระยะสั้นส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาแบบนวัตกรรมเพิ่มขึ้น (Incremental innovation) ที่ใช้การลงทุนน้อยสามารถนำสินค้าออกสู่ตลาดได้เร็ว โดยเป็นการยกระดับเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หลากหลายขึ้น เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมที่มีส่วนผสมใหม่ๆ หรือ การนำความต้องการของผู้บริโภคหลาย ๆ ลักษณะมารวมไว้ในผลิตภัณฑ์เดียวกัน เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ความปลอดภัย ตามมาตรฐาน และคุณค่าทางโภชนาการ สอดคล้องกับความต้องการและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยในยุคโควิด-19 อย่างไรก็ตามหากผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาวอย่างยั่งยืน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรเป็นนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด (Breakthrough innovation) ที่เป็นการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างนวัตกรรม ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนสูง

Bringing Toronto together  
to feed our most vulnerable.



Get On The Order Waitlist

Donate Now

Volunteer Sign Up

Each LifeCrate gives  
you \$185+ of food.  
You pay \$75.  
We cover the rest.



ตัวอย่างการแจกหมวกโซลียกซ์ปีกกว้างให้ลูกค้าใส่ระหว่างนั่งรับประทาน  
ในร้าน Café & Konditorei Rothe ใน Schwerin ประเทศเยอรมนี  
<https://www.standard.co.uk/news/world/german-cafe-social-distancing-hats-a4440946.html>

การใช้ตุ๊กตาเป็นเพื่อนร่วมโต๊ะรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม <https://www.designboom.com/art/japanese-zoo-capybara-stuffed-animals-social-distancing-restaurant-05-22-2020/>

และมีความเสี่ยงสูง แต่หากประสบความสำเร็จจะได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า

LifeCrate เป็นองค์กรไม่แสวงหากำไร ที่นำเงินกองทุนที่ได้จากการบริจาคจัดหาผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการอาหาร 75,000 แคลอรีในหนึ่งถึง/หนึ่งเดือน มอบให้แก่ผู้สูงอายุ (65 ปีขึ้นไป) ที่มีรายได้น้อย เพื่อให้พวกเขาปลอดภัยในช่วงการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19

### นำเทคโนโลยีดิจิทัล บริการสั่งซื้ออาหาร

แนวโน้มสำคัญในธุรกิจบริการอาหารในร้าน หรือในโรงแรมในยุคโควิด-19 เป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัล (Digitization of Food Service) มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้บริการสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ พร้อมบริการส่งถึงบ้านอย่างรวดเร็ว และมีระบบชำระเงินผ่าน e-Payment ทั้งผลิตภัณฑ์ที่ปรุงพร้อมทาน และผลิตภัณฑ์ Meal Kit ที่ผู้บริโภคสามารถนำไปปรุงรับประทานเองได้อย่างง่ายดายที่บ้าน

สำหรับการให้บริการในร้านอาหาร นอกเหนือจากการ

ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อบริหารจัดการแล้ว มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ออกแบบการให้บริการในร้านเพื่อให้มีการเว้นระยะห่างทางกายภาพ (Physical Distancing) เช่น การจัดโต๊ะเว้นระยะห่างสำหรับนั่งรับประทานคนเดียว การใช้ตุ๊กตาเป็นเพื่อนร่วมโต๊ะรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมในขณะที่ยังคงรักษาลูกค้าเอาไว้ และการแจกหมวกโซลียกซ์ปีกกว้างให้ลูกค้าใส่ระหว่างนั่งรับประทานในร้าน เป็นต้น

### บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารอนาคต





## และเทคโนโลยีอำนวยความสะดวก

ผู้บริโภคมีความต้องการบรรจภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีช่วยคงความสดใหม่ของอาหาร ช่วยรักษาคุณภาพอาหารให้นานที่สุด หรือช่วยยืดอายุเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ทนความร้อนสามารถเข้าไมโครเวฟได้ และมีขนาดที่เหมาะสมสำหรับการรับประทานตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคโควิด-19 ที่ต้องรับประทานอาหารคนเดียว จึงต้องการบรรจภัณฑ์ขนาดเล็ก เพื่อให้เหมาะกับการบริโภคครั้งเดียว

สำหรับเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองความต้องการตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงในยุคโควิด-19 มีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น เทคโนโลยี Smart Kitchen ของบริษัทพานาโซนิค ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำอาหารแบบอัตโนมัติ โดยไม่จำเป็นต้องทำอาหารเก่งแบบมืออาชีพ ซึ่งในสถานการณ์แบบนี้อาจจะดีกว่าหากทำอาหารเอง แทนที่จะซื้ออาหาร เป็นต้น

## การเดินทางและเข้าถึงอาหารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายไร้สัมผัส

โควิด-19 ทำให้เกิดวิกฤตการเดินทางของอาหาร เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเพื่อปกป้องผู้บริโภคจากโควิด-19 โดยช่องทางการจัดจำหน่ายมีการเปลี่ยนแปลงพลิกโฉมเปลี่ยนผ่านจากออฟไลน์ สู่ออนไลน์ ซึ่งเป็นการสร้างวิธีการเข้าถึงอาหารไร้สัมผัส (Contactless) โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ตอบโจทยความต้องการของลูกค้า เป็นตลาดออนไลน์ หรือ E-Market ซึ่งทำให้สมาร์ทโฟน กลายเป็นห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องออกไปเดินเลือกซื้อและหอบหิ้วสินค้าเพราะสินค้าจะถูกจัดส่งไปยังบ้านของผู้บริโภค ประหยัดเวลาเพราะผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าได้ทันที และยังสามารถแนะนำรายการสินค้าโดยอ้างอิงจากประวัติการซื้อของผู้บริโภคได้ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกหาซื้อสินค้าได้สะดวกมากขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์

อย่างไรนั้น ช่องทางการจัดจำหน่ายออฟไลน์ มีการปรับตัวเป็นร้านค้าไร้สัมผัส โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ เช่น ป้ายอัจฉริยะที่จะแสดงภาพสินค้า และลูกค้าสามารถใช้มือถือสแกนข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า รวมถึงสั่งซื้อสินค้า โดยสามารถรับสินค้าได้โดยทันทีที่ร้าน หรือให้ไปส่งที่บ้านเทคโนโลยีดังกล่าวทำให้การซื้อสินค้าเป็นเรื่องง่ายและสะดวก

## Onii ในประเทศบราซิล ตัวอย่างร้านสะดวกซื้ออัตโนมัติ

Onii เป็นร้านสะดวกซื้ออิสระ ที่ตั้งอยู่ในอาคารชุดพักอาศัยที่มีพื้นที่จำกัด เช่น คอนโดมิเนียม และสถานที่ทำงาน โดยลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้เพียงควาน์โหลดติดตั้งแอปพลิเคชัน Onii บนโทรศัพท์ แล้วสามารถเข้าไปซื้อสินค้าในร้าน โดยสแกนรายการที่ต้องการซื้อผ่านแอปด้วย QRCode ในโทรศัพท์มือถือ พร้อมชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่ลงทะเบียนไว้ในแอปพลิเคชัน



ชั้นที่มีความปลอดภัย 100% โดยการจดจำใบหน้าสำหรับการเข้าถึงและชำระเงิน เมื่อสั่งซื้อเสร็จลูกค้าสามารถรับสินค้าที่ต้องการได้โดยทันที โดยที่ไม่ต้องโต้ตอบกับใครเลย ซึ่งเป็นบริการที่ให้ความสะดวกสบายแก่ผู้อยู่อาศัยที่สามารถบริโภคได้โดยไม่ต้องออกจากคอนโดมิเนียม ปัจจุบันมีการขยายบริการเพิ่มเติมเป็น “สถานี Onii” ตู้จำหน่ายสินค้าออนไลน์ 100% ผ่านแอปพลิเคชัน Onii ที่สามารถนำไปตั้งได้ในทุกสภาพแวดล้อม

## อุตสาหกรรมอาหารประเทศไทยก้าวต่อไปหลังวิกฤตโควิด-19

อาหารอนาคตหลังวิกฤตโควิด นอกเหนือจากเป็นผลกระทบรุนแรงที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่ความปกติใหม่แล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงโอกาสใหม่ ๆ ในวิกฤตของอุตสาหกรรมอาหารด้วย ซึ่ง “ประเทศไทย” มีฐานทรัพยากรการผลิตอาหารที่อุดมสมบูรณ์หลากหลาย และอุตสาหกรรมอาหารเป็นรากฐานที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทยมายาวนาน ความท้าทายของภาครัฐคือ การส่งเสริมผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยเกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารอนาคต เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เปลี่ยนผ่านจากอุตสาหกรรมเดิมที่มีการส่งออกในรูปวัตถุดิบเป็นหลักไปสู่อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงสอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาล ซึ่งในการยกระดับสินค้าดังกล่าวจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยในการผลิต สำหรับความท้าทายของผู้ประกอบการไทย คือ การที่จะต้องปรับตัวให้ทันและสามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้วยเหตุเทคโนโลยีความสะดวกสบาย สังคม รวมถึงวิกฤตการณ์ความไม่แน่นอนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งภาครัฐและผู้ประกอบการ ต้องร่วมด้วยช่วยกันฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศหลังวิกฤตโควิด-19



### แหล่งข้อมูลอ้างอิง:

- <https://www.covidinnovations.com/>
- <https://onii.com.br/>
- <http://www.panasonic.com>
- <https://www.standard.co.uk/news/world/german-cafe-social-distancing-hats-a4440946.html>
- <https://www.designboom.com/art/japanese-zoo-capybara-stuffed-animals-social-distancing-restaurant-05-22-2020/>
- <https://lifecrates.org/>

# ทำอย่างไร จะดูแลสุขภาพให้ปลอดโรค

พุทธองค์ทรงสอนให้ “อิตตา หี อิตตโน นาโถ ตนแลที่พึงแห่งตน”  
สุขภาพของคนขึ้นต้น อยู่ที่ กิน – นอน – ตื่น – ขับถ่าย - เป็นเวลา

**กิน** อีก ๔ - ๕ คำจะอิ่มให้หยุด พอตม่น้ำตามจะอิ่มพอดี

**นอน** ไม่ควรเกิน ๔ กุ่ม ถึงเวลาพัก ต้องพัก

ร่างกายคนเหมือนรถ ถ้าเร่งเครื่องตลอดวัน เครื่องจะพังได้

ยิ่งอายุมากเท่าไร แต่ไม่หนาวก็ต้องห่มผ้า

เลือดที่ลงไปเลี้ยงหาพอจะไหลกลับขึ้นมา

เพราะว่ายิ่งอายุมากขึ้น การไหลเวียนไม่ค่อยดี

บ้านเราอากาศตอนหัวค่ำจะอบอ้าว พอตอนดึกจะเย็นสักหน่อย

ดังนั้นจะหนาวหรือไม่หนาว ต้องห่มผ้า

ห่มตั้งแต่เอวลงมา ห่มงาไว้ก่อน ถ้าไม่ร้อนมาก ก็ห่มตั้งแต่เอวถึงอก

ถ้าร้อนจัด ก็ห่มตั้งแต่เอวถึงเหนือหัวง่า

รักษาความอบอุ่นของร่างกายไว้ อย่างนี้แข็งแรงแน่นอน

**ขับถ่าย** ตื่นนอนขับถ่ายทุกวันให้เป็นเวลา อามน้ำเป็นเวลา

จะได้ไม่มีของหมักหมมในร่างกาย

**ก่อนนอน** นิ่งสมาธิ สวดมนต์ ให้ใจสบาย

พอใจนิ่ง เหมือนน้ำนิ่ง อะไรผิดก็รู้ อะไรถูกก็เห็น

ถ้าเราพลาด ให้รับแก้ ถ้าสำเร็จ ก็อย่าลืมขอบคุณทุกคนที่ช่วยเหลือ

คำสอน “คุณครูไม่เล็ก”

17 มีนาคม พ.ศ. 2563





## ข้อดีเด็ดกระชากยอด ธุรกิจ

### ร้านอาหารและบริการ

ผู้เขียน : ธวัชชัย พีชผล

รหัสหนังสือ : G 25 ๑57๖

หนังสือข้อดีเด็ดกระชากยอดธุรกิจร้านอาหารและบริการ” เล่มนี้ ทำหน้าที่เป็นเสมือนไกด์ที่ติดตัวคุณไปไหนได้ทุกที่ ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ สร้างพลัง สร้างความกระหายในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร

อาหารให้เกิดแนวทางที่มุ่งสู่ความสำเร็จได้อย่างไม่ยากเย็น เพียงแค่คุณเอาจริง และลงมือทำจริง ความสำเร็จก็ไม่เดินไปไหนไกลตัวคุณ เพียงแค่คุณหยิบจับเทคนิคความรู้เรื่องร้านอาหารที่ซุกซ่อนและนำเสนออยู่ภายในหนังสือเล่มนี้ และจากการหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งความรู้อื่น ๆ คุณก็จะพบกับความสำเร็จในร้านอาหารที่เกิดจากการเอาจริง และลงมือทำจริง!

## ธุรกิจส่วนตัวเริ่มไม่ยาก

ผู้เขียน : แจ็ค ธนภฤต

รหัส : I 15 ๑89

อยากมีธุรกิจส่วนตัวไม่ต้องกลัว ธุรกิจส่วนตัว เริ่ม ไม่อยาก แนะนำวิธีคิด สร้างธุรกิจส่วนตัว แนะนำไอเดียดี ๆ ที่จะมาทำธุรกิจ แนะนำแผนการตลาด แนะนำวิธีการทำบัญชี และการหาแหล่งทุน



## คู่มือเตรียมความพร้อม

### พร้อมทำธุรกิจส่วนตัว

ผู้เขียน : ทองพันชั่ง พงษ์วารินทร์

รหัส : T 7 ๓58

คู่มือเตรียมความพร้อมทำธุรกิจส่วนตัว” เล่มนี้ จะมาช่วยคุณในการค้นหาตัวตนที่แท้จริง เตรียมตัวให้พร้อม เพื่อก้าวสู่ฝัน ที่จะเป็นเจ้าของกิจการที่เราต้องการด้วยความมั่นใจ ถ้ายทอดจากประสบการณ์ตรง อ่านง่าย ชวนติดตาม เขียนขึ้นมาเพื่อพนักงานประจำหลาย ๆ คน ที่ลึก ๆ แล้วไม่พอใจกับการทำงานในตอนนี้ และจริง ๆ แล้วมีความฝัน ที่จะทำสิ่งอื่นอยู่แต่ไม่กล้าหากเส้นทางที่ต้องการยังมีมดมนและไกลเกินไป เนื้อหาในเล่มนี้จะมาเป็นประกายแสงแรก เพื่อคนที่มีความฝันเหล่านั้น ทำความฝันให้เป็นจริง!

## ทำธุรกิจไม่ต้องครอบงำก็ดันกิจการให้เปรี๊ยะได้

ผู้เขียน : ตึก ริชาร์ด

รหัส : T 7 ๓591

หนังสือเล่มนี้จะสอนคุณแบบหมดเปลือก ไม่ว่าจะคุณจะมีแค่อะเดีย แล้วอยากเริ่มต้นธุรกิจหรือมีธุรกิจแล้ว แต่กำลังหาจุดเปลี่ยน เพื่อดันกิจการให้เปรี๊ยะปรั้ง ดันรายได้ให้ทะลุเป้า!! “ตึก ริชาร์ด” ภูรูให้คำปรึกษาด้านธุรกิจด้วยจะมาเผยเคล็ดลับการทำธุรกิจให้สำเร็จและตั้งเปรี๊ยะปรั้ง ช่วยคุณวางแผนสำคัญทุกขั้นตอน แบบ Step by Step ตั้งแต่เริ่มต้นจนเติบโตสู่ระดับโลก ภายในเล่มคุณจะได้พบกับภาษาที่อ่านสบาย เข้าใจกระจ่าง และภาพประกอบมากมาย ที่ช่วยให้คุณจดจำข้อมูลได้ง่าย นำไปสร้างธุรกิจของตนเองได้สะดวกขึ้น นำไปปรับใช้ได้ทันสถานการณ์จริง...ไม่ว่าคุณกำลังจะเปิดกิจการอะไร นี่คือนหนังสือที่คุณพลาดไม่ได้!



## ทำธุรกิจ เริ่มจาก 10 ให้ได้ 100

ผู้เขียน : แพทริค เจ. แมคคินนิส

รหัส : T 7 ๓621

หมดยุคที่เราจะทำงานประจำเพียงอย่างเดียวแล้ว! เรียนรู้วิธีทำธุรกิจควบคู่ไปกับการทำงานประจำ ด้วยคำแนะนำต่าง ๆ จากหนังสือ “ทำธุรกิจ เริ่มจาก 10 ให้ได้ 100” เล่มนี้ คุณจะได้อ่านเรื่องราวความสำเร็จของตัวเอง เพื่อหาธุรกิจที่เหมาะสมกับคุณมากที่สุด พร้อมตัวอย่างของผู้ประกอบการ 10% ที่ประสบความสำเร็จทั้งหลาย การเป็นผู้ประกอบการ 10% ไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนเพียงอย่างเดียว คุณสามารถลงทุนด้วยเวลา ต้นทุนที่เป็นเงิน และต้นทุนทางสติปัญญาไม่ว่าจะเป็นการเป็นผู้ประกอบการ 10% อาจช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพให้กับงานประจำ และเติมเต็มความพึงพอใจในชีวิตของคุณก็เป็นได้



## ธุรกิจเราไปได้ดี

ผู้เขียน : Biz Coach

รหัส : T 7 ๑57

หนังสือเล่มนี้ได้รวม 15 เรื่องต้องรู้ก่อนขยายธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการเป็นนักบริหารมือใหม่ ให้คุณได้รู้ว่าควรทำอย่างไรจึงจะเป็นเจ้าของกิจการที่มั่นคงได้ ทำอย่างไรจึงจะเป็นผู้บริหารที่ลูกน้องยอมทุ่มเท ตลอดจนเข้าใจสิ่งที่ตนเองชอบและถนัด รวมถึงเรียนรู้สิ่งที่จะทำให้เอาชนะอุปสรรค และกระบวนทัศน์ใหม่สำหรับการประกอบธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืน



## กฎทอง...ของความสำเร็จทางธุรกิจ

ผู้เขียน : ภูสยาม อินทรักษานนท์

รหัส : T 7 ๓57

กฎ...เป็นสิ่งที่คุณควรปฏิบัติ ไม่ว่ากฎนั้นจะเป็นกฎในสังคม หรือกฎในการปกครอง แม้แต่การทำธุรกิจก็ยังมีกฎด้วยเช่นกัน ความสำเร็จของนักธุรกิจระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นกฎทองของสตีฟ จ๊อบส์, วิถี และแนวคิดของ บิล เกตส์ เจ้าของไมโครซอฟท์, กฎทองของ...เดวิด และ ศาสตราแห่ง Facebook มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ต่างก็ได้ตั้งกฎเอาไว้เป็นเฉพาะบุคคล แต่ทุกกฎอ่านแล้วก็สามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสม หนังสือเล่มนี้ จึงเป็นคู่มือที่จะช่วยให้คุณประสบความสำเร็จได้อย่างแน่นอน!



## สร้างธุรกิจพลิกชีวิต ด้วยสื่อโซเชียล

ผู้เขียน : แกรี่ เวย์เนอร์ชัค

รหัส : T 7 ๓621

หนังสือเล่มนี้ เรียนรู้วิธีการที่ประกอบการชั้นนำใช้ในการสร้างธุรกิจและอิทธิพลต่อโลกโซเชียลที่คุณเองก็สามารถทำได้ในแบบเดียวกัน เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และยูทูปนั้น แท้จริงแล้ว คือ อนาคตของธุรกิจทุกประเภท คุณสามารถใช้แบรนด์ส่วนตัวของคุณ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของคุณ หรือแบรนด์ส่วนตัวของคุณ อาจเป็นธุรกิจส่วนตัวมันเองก็ย่อมได้ คนดัง ลูกหลานคนดัง ใช้วิธีแบบนี้มานานแล้ว ทีนี้ถึงคราวของคุณทำเงินด้วยวิธีการเดียวกันบ้าง “แกรี่ เวย์เนอร์ชัค” ผู้ประกอบการ และผู้แต่งหนังสือ “สร้างธุรกิจพลิกชีวิต ด้วยสื่อโซเชียล : Crushing it!” จะช่วยให้คุณได้เรียนรู้วิธีการใช้ Social Media สร้างแบรนด์บุคคลให้แข็งแกร่ง ดึงดูดลูกค้าและโฆษณาให้เข้ามาในเว็บไซต์ของคุณ พร้อมเปลี่ยนผู้ประกอบการธรรมดา ให้กลายเป็นผู้เชี่ยวชาญที่น่าเชื่อถือ



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

# ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2563



สมาชิกเก่า  สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

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

ที่อยู่.....

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

โทรศัพท์..... โทรสาร..... ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

## แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....
- ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป  
 ดีที่สุด  ดีมาก  ดี  พอใช้  ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด  
 ดีที่สุด  ดีมาก  ดี  พอใช้  ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)  
 การตลาด  การให้บริการของรัฐ  สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ  ข้อมูลอุตสาหกรรม  อื่นๆ ระบุ.....
- คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)  
 Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร)  Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์)  Good Governance (ธรรมาภิบาล)  
 SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ)  Report (รายงาน / ข้อมูล)  Innovation (นวัตกรรมใหม่)  
 Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม)  Book Corner (แนะนำหนังสือ)  อื่นๆ ระบุ.....
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน  
 ได้ประโยชน์มาก  ได้ประโยชน์พอสมควร  ได้ประโยชน์น้อย  ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ  
 91-100 คะแนน  81-90 คะแนน  71-80 คะแนน  61-70 คะแนน  ต่ำกว่า 60 คะแนน

สมัครสมาชิกวารสาร กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่มจากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง  
บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร  
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม  
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครผ่าน Google Form :  
<https://goo.gl/forms/6gW9TBQi9LYZD7YQ2>

3. สมัครผ่าน QR code





ติดตามข้อมูลในแวดวงธุรกิจ SMEs, Start up และวิสาหกิจชุมชน (OTOP) รวมทั้งการบริการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ตีตกรนดสาระ และเนื้อหาที่อัปเดตสำหรับผู้ประกอบการอยู่เสมอ พร้อมสอดแทรกข้อคิดในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการต้นแบบที่เป็นประโยชน์ แก่ผู้อ่านทุกท่านติดตามทุกความเคลื่อนไหวได้ที่



# Facebook : อุตสาหกรรมสาร

