



อุตสาหกรรมसार

ISSN 0125-8516

1

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 61 ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2562

Startup

เริ่มธุรกิจ
แบบก้าวกระโดด



- เทคนิคการทำ Startup ให้ปัง
- อินโนสเปซ (ประเทศไทย)
ขับเคลื่อน startup ระดับประเทศ
- อัยย์ไทย เนเชอรัล สกินแคร์
นวัตกรรมจากธรรมชาติล้วนๆ
- วังรี เฮลท์ รีสอร์ท
เกษตรอัจฉริยะในประเทศไทย
- ข้าวเหนียวทุเรียนฟรีชดราย
ปรับลูกใหม่ขนมหวานของไทย
- ส่อง สตาร์ทอัพญี่ปุ่น

ISSN 0125851-6



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ปรับโฉมหน่วยงานบริการ SMEs ยุค 4.0

📍 กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม โทร. 0 2202 4560

- กลุ่มพัฒนาการจัดการธุรกิจ
- กลุ่มพัฒนาบริการธุรกิจอุตสาหกรรม
- กลุ่มผู้ประกอบการ
- กลุ่มพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา

📍 กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8167

- กลุ่มเชื่อมโยงธุรกิจดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจด้วยดิจิทัล

📍 กองพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8134

- กลุ่มส่งเสริมมาตรฐานเทคโนโลยีการผลิตและผลิตภัณฑ์
- กลุ่มส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาระบบการผลิตอัตโนมัติ

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน โทร. 0 2367 8335

- กลุ่มส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาการผลิตอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชุมชน

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โทร. 0 2367 8022

- กลุ่มเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มส่งเสริมการออกแบบอุตสาหกรรม
- ศูนย์อุตสาหกรรมอัญมณี จังหวัดพะเยา

📍 กลุ่มตรวจสอบภายใน โทร. 0 2202 4407

📍 สำนักงานเลขานุการกรม โทร. 0 2202 4559, 0 2202 4560

📍 กองยุทธศาสตร์และแผนงาน โทร. 0 2202 4501

- กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- กลุ่มแผนปฏิบัติงานและงบประมาณ
- กลุ่มติดตามและประเมินผล
- กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ
- กลุ่มศึกษาและพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม

📍 กองโลจิสติกส์ โทร. 0 2202 4540

- กลุ่มนโยบายและประสานเครือข่าย
- กลุ่มพัฒนาระบบโลจิสติกส์
- กลุ่มมาตรฐานและนวัตกรรมโลจิสติกส์
- กลุ่มส่งเสริมโลจิสติกส์องค์กร

📍 กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ โทร. 0 2202 4489, 0 2202 4499

- กลุ่มสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจ
- กลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่
- กลุ่มสร้างสังคมผู้ประกอบการ

📍 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โทร. 0 2202 4520

- กลุ่มบริการธุรกิจสารสนเทศ
- กลุ่มพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กลุ่มระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

📍 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11

05 Information :

ความหมายของสตาร์ทอัพ : **Startup**

07 Special Report :

อินโนสเปซ (ประเทศไทย)

ขับเคลื่อนโครงการ **Startup** ระดับประเทศ

11 Interview :

2 กรุงเทพมหานครแนะเทคนิคการทำ **Startup** ให้ปัง
ทำอย่างไรปั้นสตาร์ทอัพไทยไประดับโลก

17 Opportunity :

นักสร้างสตาร์ทอัพ ธุรกิจเปลี่ยนโลก

เมื่อตลาดทุนหนุน **Startup**

20 SMEs Focus :

วังรี เฮลท์ รีสอร์ต บุ๊กเบิก **Plant Factory**

เกษตรอัจฉริยะในประเทศไทย

24 SMEs Special :

อัยย์ไทย เนเชอรัลสกินแคร์

เครื่องสำอางคุณภาพสูง นวัตกรรมจากธรรมชาติล้วนๆ

27 Showcase :

ข้าวเหนียวทุเรียนพรีเมียมราย ข้าวเหนียวมะม่วงอบกรอบ
ปรับลูชมหวานของไทย

29 Biz Interview :

BIOWARE : ภาชนะอาหารใส่อาหารทำจากอ้อย

แบรนด์ไทยส่งขายต่างประเทศ

31 Insight SMEs :

แพค คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย)

ผลิตเครื่องทำน้ำร้อน-เครื่องปรับอากาศ ประหยัดพลังงาน

33 Report :

Startup นวัตกรรมเศรษฐกิจยุคใหม่

36 Product Design :

แผ่นรองกันมด **Dreamleaf** ยอดขายทะลุหลักล้าน

38 Innovation :

ส่องสตาร์ทอัพญี่ปุ่น สร้างสรรค์ธุรกิจอาหาร

40 Good Governance :

รวยไปทำไม?

41 Book Corner

42 สัมภาษณ์

Contents

วารสารอุตสาหกรรมสาร
ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2562



11 DURIAN

Interview :

2 กรุงเทพมหานครแนะเทคนิคการทำ **Startup** ให้ปัง
ทำอย่างไรปั้นสตาร์ทอัพไทยไประดับโลก



20

SMEs Focus :

วังรี เฮลท์ รีสอร์ต บุ๊กเบิก **Plant Factory**

เกษตรอัจฉริยะในประเทศไทย

29

Biz Interview :

BIOWARE

ภาชนะอาหารใส่อาหารทำจากอ้อย

แบรนด์ไทยส่งขายต่างประเทศ



31

Insight SMEs :

แพคคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย)

ผลิตเครื่องทำน้ำร้อน

เครื่องปรับอากาศ

ประหยัดพลังงาน



สตาร์ทอัพ เทรนด์ใหม่ของคนรุ่นใหม่

ในช่วงปี 2000 ตลาดสตาร์ทอัพในจีนเป็นอะไรที่ใหม่มาก แต่เมื่อเหล่านักคิดจบออกไปตั้งรกรากในต่างประเทศ หลังเรียนจบแล้วกลับบ้านเกิดมาเริ่มธุรกิจของตัวเอง ก็เริ่มทำให้เศรษฐกิจจีนเปลี่ยนไปในทางที่ดี

ทุกวันนี้ เศรษฐกิจชนชั้นกลางในกลุ่มประเทศอาเซียนกำลังดึงดูดให้คนรุ่นใหม่ไปเรียนต่างประเทศให้กลับบ้านเกิด จึงเป็นเทรนด์ใหม่ที่มีแนวโน้มทำให้เศรษฐกิจแบบสตาร์ทอัพขยายตัวขึ้นในแถบอาเซียน

คนในเขตเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน ที่ออกไปชูปตัวในต่างประเทศได้ระยะหนึ่ง ได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์ และทักษะที่แข็งแกร่งและพร้อมที่จะเริ่มต้นธุรกิจด้วยตัวเอง ปัจจุบัน คนเหล่านี้มีบทบาทสำคัญทำให้เกิดสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีในภูมิภาคแห่งนี้เป็นอย่างมาก

ก้าวต่อไปของสตาร์ทอัพอาเซียน อาจกล่าวได้ว่า เกิดจากการไหลบ่ากลับบ้านเกิดของบรรดานักเรียนนอกและผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ ที่พากันกลับบ้านมาเปิดกิจการของตัวเอง หรือเป็นลูกจ้างให้กับสตาร์ทอัพทุนหนา จึงช่วยให้ตลาดภูมิภาคอาเซียนมีศักยภาพและพร้อมขยายธุรกิจออกนอกภูมิภาคได้

ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องรู้จักหาข้อมูลให้มาก เพราะโลกของธุรกิจและการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต แอปพลิเคชันต่างๆ ซึ่งทำให้การซื้อขายเกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไหร่ ก็ได้ เจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพจะต้องวางแผนธุรกิจเพื่อให้ก้าวตามทันการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและการตลาด

วารสารอุตสาหกรรมสาร ฉบับสตาร์ทอัพ จัดเต็มองค์ความรู้จากกูรูหลายมุมมอง เพื่อให้ผู้อ่านได้ทอดสายตาสืบหาสาระตามอัธยาศัย...

ปณทิพย์ เปลี่ยนโมพี
บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ดีที่พิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

อุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่องมายาวนาน
นับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 61

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2202 4511

ที่ปรึกษา

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายจารุพันธุ์ จารโยภาส

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเดชา จาตุธนพันธ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภาสกร ชัยรัตน์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพัทธ์ รอดภัย

เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพินาต สุขคุ้ม

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปณทิพย์ เปลี่ยนโมพี

กองบรรณาธิการ

นางสาวนฤมล ผึ้งเนียม, นายไพฑูรย์ มะเมียเมือง,
นางสาวจิรวดี หลวงสุข, นางสาวแพรวภัทร โกวิท,
นางสาววรรณศิริ กางกัน, นางเกสร ภูแดง,
นายธนาธิร กุลพัก, นางสาวสุรางค์ งามวงศ์,
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,
นางสาวกนกกริช นกุลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,
นายอวิชชัย มะกล่ำทอง, นางสาวสุดา วิชัย

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายใหม่

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม

จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

4. สมัครผ่าน Google Form :



ความหมายของ สตาร์ทอัพ : Startup

การสร้างธุรกิจ “Startup” ซึ่งเกิดขึ้นมากกว่า 10 ปี และเป็นความต่อเนื่องที่เกิดจากยุคดอทคอม อินเทอร์เน็ต และเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันนี้ กัง Blockchain, IoT, Big Data, Machine learning, Deep tech ต่อภาคการผลิต

ผู้รู้ในโลก Startup มีการให้คำนิยามของ Startup ในมุมมองที่ไม่แตกต่างกันมากนัก เพียงแต่ใครจะให้รายละเอียดในด้านไหนเป็นหลักสำคัญ

สำหรับ Steve Blank “บิดาแห่งสตาร์ทอัพ” นั้นให้นิยามว่า...

“A startup is an organization formed to search for a repeatable and scalable business model.”

“สตาร์ทอัพคือองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจที่ทำซ้ำได้และเติบโตแบบก้าวกระโดด”

ทางด้านกระทรวงอุตสาหกรรมของไทยได้มีการกำหนดนิยามของคำว่า Startup ซึ่งหมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรธุรกิจขนาดเล็กที่จัดตั้งขึ้น ด้วยบุคลากรและทรัพยากรจำนวนน้อย แต่มีความคิดที่ต้องการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่สามารถเปลี่ยนแปลงโลกด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ IT เช่นเดียวกับ BILL GATES, STEVE JOBS, SERGEY BRIN & LARRY PAGE หรือ MARK ZUCKERBERG ฯลฯ ที่สามารถต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นธุรกิจที่แตกต่าง ภายใต้ความมุ่งมั่นที่จริงจังและต่อเนื่อง เพื่อเป้าหมายของชีวิต ทั้งในด้านทรัพย์สิน และการเป็นที่ยอมรับถึงอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงโลก

ปัจจุบัน Startup ไทย แบ่งตามประเภทอุตสาหกรรม 8 ประเภท คือ

1. FinTech สตาร์ทอัพด้านการเงิน การธนาคารและการลงทุน ช่วยแก้ปัญหา หรือเพิ่มความคล่องตัวด้านการทำธุรกรรมการบริหารจัดการเรื่องการเงิน

2. FoodTech สตาร์ทอัพด้านอาหาร เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เริ่มตั้งแต่การเพาะปลูกจนถึงการเสิร์ฟอาหารในร้าน

3. EdTech สตาร์ทอัพด้านการศึกษา ใช้ช่วยพัฒนาการเรียนการสอน หรือช่วยแก้ปัญหาที่เกี่ยวกับเด็กและการศึกษา

4. InsurTech สตาร์ทอัพด้านธุรกิจประกันภัย ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่อุตสาหกรรมประกัน และผู้ทำประกัน

5. **HealthTech** สตาร์ทอัพการแพทย์ การดูแลรักษาสุขภาพ เพิ่มประสิทธิภาพ แก้ไขปัญหาการขาดแคลนแพทย์ ไม่ต้องไปโรงพยาบาล ใช้ออนไลน์เชื่อมเพื่อแก้ปัญหาด้านสุขภาพเบื้องต้น

6. **PropTech** สตาร์ทอัพด้านอสังหาริมทรัพย์ ปรับตัว ปรับรูปแบบการทำงานผ่านแอปพลิเคชัน

7. **AgriTech** สตาร์ทอัพด้านการเกษตร ช่วยให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้านการเพาะปลูก บริหารจัดการเกษตร ตัวอย่างเช่น **Recruit** อดีตกลุ่มนักศึกษา MIT เริ่มจากเป็น **FinTech** ช่วยปัญหาด้านการเงินให้กับเกษตรกรก่อน จึงใช้ **Machine Learning** วิเคราะห์ วัดความเสี่ยงต่างๆ ด้าน แล้วจึงให้สินเชื่อเกษตรกรรายย่อยในลักษณะของเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ไม่ใช่การให้เงินกู้ โดยในด้านความสามารถการชำระเงินคืนนั้น **Recruit** จะคาดการณ์จากผลผลิตและรายได้จากภาพถ่ายพื้นที่เพาะปลูกที่ได้จากดาวเทียม

8. **TravelTech** สตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกเพิ่มขึ้น สะดวกขึ้น

สรุป **Startup** คือ ธุรกิจที่นำเทคโนโลยีมาแก้ปัญหาหรือเพิ่มความคล่องตัวในการทำงาน ตามปัจจัย 4 และในอนาคตจะเกิดการให้บริการหรือนำโซลูชันที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งาน ยึดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า แต่ละบุคคลที่มีสไตล์ไม่เหมือนกัน แต่เทคโนโลยีสามารถเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์หาแนวทางพัฒนา ทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพและการขยายตลาดรวมไปถึงการบริหารต้นทุน ซึ่งไม่จำเป็นต้องผลิตขึ้นจำนวนมาก ทำให้มีการบริหารจัดการต้นทุน **Startup** จึงเป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วย **SME** และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค



แหล่งที่มาของข้อมูล :

<http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/knowledge/item/10604-startup>





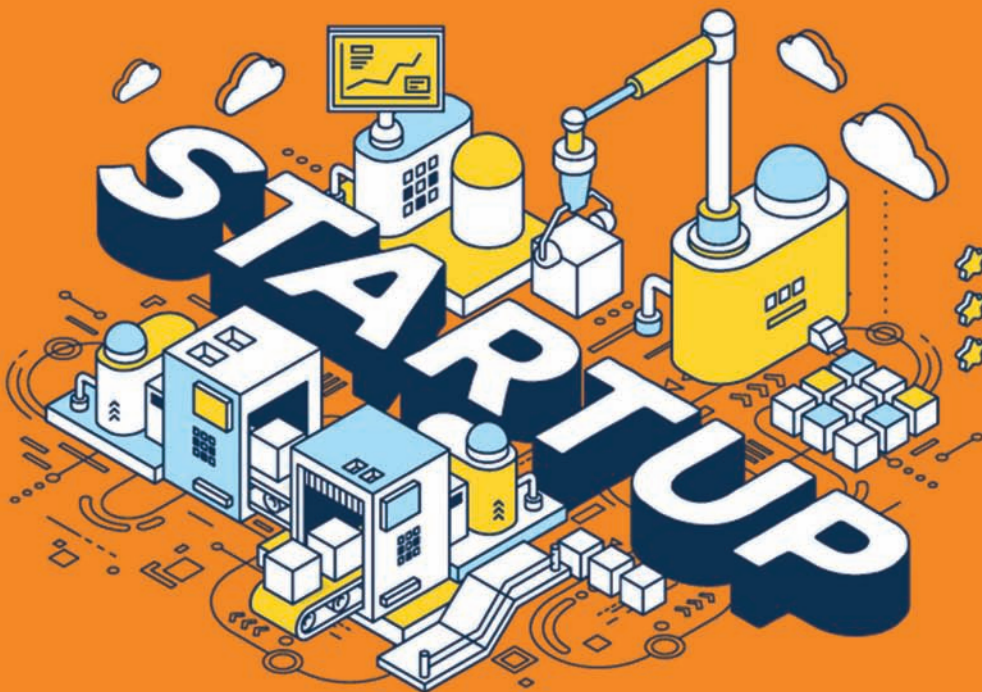
กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) ได้มีการดำเนิน “โครงการสร้างผู้ประกอบการใหม่” (New Entrepreneurs Creation: NEC) หรือ “โครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ซึ่งสร้างสรรคและนวัตกรรม” ตั้งแต่ปี 2545 จนถึงปี 2561 รวมแล้วมีผู้ประกอบการใหม่ที่ผ่านการฝึกอบรมแล้ว **จำนวนกว่า 85,000 ราย** ซึ่งโครงการดังกล่าวเกิดขึ้นมาจากนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมพัฒนาผู้ประกอบการ **SMEs** ที่ต้องการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาว ด้วยการสร้างผู้ประกอบการ **SMEs** ใหม่ ๆ พร้อมกับการสร้างขีดความสามารถการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการ **SMEs** รายเดิมให้ยังคงมีศักยภาพสามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดและขยายธุรกิจไปในตลาดต่างประเทศได้ การเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจ **SMEs** จึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เกิดแหล่งการจ้างงาน การสร้างผลตอบแทน การกระจายรายได้ที่เพิ่มขึ้น การสร้างโอกาสการประกอบอาชีพและส่งเสริมการใช้โอกาสให้เป็นประโยชน์ตามพื้นที่ที่มีการจัดตั้งธุรกิจ อันเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศสืบมา โดยโครงการดังกล่าวได้มุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการให้มีพื้นฐานองค์ความรู้ที่พร้อมจะเป็นผู้ประกอบการ มีหลักสูตรการฝึกอบรมที่ครอบคลุม ได้แก่ การสร้างแนวคิดทางธุรกิจ การจัดทำแบบจำลองธุรกิจ (**Business Model Canvas**) การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ การพิจารณาธุรกิจที่เหมาะสมกับตนเอง การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการบุคคล การบริหารจัดการทางด้านเทคนิค การใช้เทคโนโลยีที่ถูกต้องเหมาะสม กฎหมายธุรกิจและระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้คำปรึกษาแนะนำเพื่อการจัดตั้งธุรกิจจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ควบคู่ไปกับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (**Workshop**) จนสามารถจัดทำแผนธุรกิจที่เป็นของตนเองได้ เพื่อให้สามารถก่อตั้งกิจการได้สำเร็จและดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรการฝึกอบรมให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการในธุรกิจเป้าหมายต่างๆ สนับสนุนให้เกิดมุมมองการคิดแบบสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อสร้างความแตกต่าง การส่งเสริมผู้เริ่มต้นธุรกิจที่มีผลงานและผลิตภัณฑ์ทางด้านเทคโนโลยี และยิ่งเชื่อมโยงผู้ประกอบการใหม่เหล่านี้ให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนพร้อมกับผลักดันไปสู่ช่องทางทางการตลาดแบบต่างๆ!!

ส่งเสริมผู้ประกอบการ Startup

ขณะเดียวกันนี้ ด้วยปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหรือเป็นยุคของดิจิทัลเทคโนโลยี ซึ่งมีการเกิดขึ้นของรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ และรูปแบบการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการใหม่ก็เช่นเดียวกัน หรือที่เราคุ้นเคยกันในชื่อที่เรียกว่า สตาร์ทอัพ (Startup) หรือผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น นั่นเอง โดยผู้ประกอบการ Startup นี้เป็นธุรกิจที่เริ่มจากธุรกิจขนาดเล็กที่มุ่งแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือหาความต้องการใน Niche Market มีการเติบโตของธุรกิจอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคม ทั้งทางด้านรายได้ การลงทุน และการจ้างงาน มีการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ มีความต้องการเงินลงทุนสูง มุ่งเน้นการเข้าสู่ตลาดระดับประเทศหรือตลาดสากลตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งมีความแตกต่างจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น การพัฒนาและการส่งเสริมผู้ประกอบการ Startup นี้ รัฐบาลจึงต้องเข้ามารับหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจในระยะเริ่มแรกที่ธุรกิจ Startup ยังไม่ถูกมองว่ามีคุณค่าในเชิงพาณิชย์ที่ชัดเจน และมีความเสี่ยงสูง ในขณะที่เอกชนยังไม่กล้าลงทุนกับผู้ประกอบการ Startup ในช่วงดังกล่าวนี้ รัฐบาลจึงมีความสำคัญต่อวงจรชีวิตผู้ประกอบการ บทบาทของรัฐบาลจึงต้องกำกับดูแลเพื่อจัดอุปสรรคและประเมินความท้าทายใหม่ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น

รัฐบาลได้เล็งเห็นความจำเป็นดังกล่าว เพื่อที่จะดำเนินการแก้ไขปัญหาวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศให้เป็นอย่างดีและมีระบบและมีประสิทธิภาพ จึงมีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ (National Startup Committee: NSC) ขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2559 โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อปฏิบัติหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นตามพันธกิจหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างความตระหนักและการรับรู้เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น 3) การส่งเสริมการบ่มเพาะวิสาหกิจเริ่มต้น และ 4) การเสนอแนะนโยบายและมาตรการภาครัฐเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น

ต่อมาในเดือนสิงหาคม 2561 นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงที่เกี่ยวข้อง ศึกษาแนวทางการดำเนินโครงการและจัดตั้งหน่วยงานที่ดำเนินการบ่มเพาะและสร้างผู้ประกอบการ Startup รวมทั้งยกระดับผู้ประกอบการ Startup ของไทย ให้เกิดการพัฒนารูปแบบธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นพื้นฐานผ่านการวิจัยและพัฒนาเชิงลึก (Deep Tech Startup) ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง เพื่อเป็นการเสริมสร้างระบบนิเวศการพัฒนา Startup ของประเทศให้มีความเข้มแข็ง มีเครือข่ายในระดับสากล สามารถเชื่อมโยงพันธมิตรทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยหวังให้เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ Startup ไทยให้เติบโต





ภาพจาก : <https://www.extremeit.com/ไซเบอร์พอร์ต-ฮ่องกง-จับมือ-อินโนสเปซ-ประเทศไทย-ร่วมลงนาม-mou>

จากนั้นเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2561 ได้มีการจัดงาน แลกเปลี่ยนความร่วมมือการจัดตั้ง อินโนสเปซ (ประเทศไทย) เพื่อให้เป็นแพลตฟอร์มกลางครบวงจรสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการ Startup ระดับประเทศ (National Startup Platform) สามารถเชื่อมต่อกับระบบนิเวศสากล เพื่อผลักดันกลุ่มผู้ประกอบการ Startup ไทยให้สามารถเข้าสู่ตลาดระดับนานาชาติได้ โดยร่วมมือกับองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญทั้งจากภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศหลายแห่งที่ร่วมเป็นเครือข่ายพันธมิตรกว่า 16 หน่วยงาน อาทิ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน), บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น (มหาชน), เครือเจริญโภคภัณฑ์, สถาบันวิทยสิริเมธี (Vidyasirimedhi Institute of Science and Technology: VISTEC), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, Hong Kong CyberPort, Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) และหน่วยงานส่งเสริมสตาร์ทอัพประเทศอิสราเอล ซึ่งมีความร่วมมือในโครงการ 3 รูปแบบ คือ พันธมิตรด้านการบ่มเพาะ (Incubation Partner) พันธมิตรด้านองค์ความรู้ (Knowledge Partner) และพันธมิตรด้านการลงทุน (Investment Partner) และบริษัท อินโนสเปซ (ประเทศไทย) จำกัด ได้มีการจดทะเบียนไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2562 ในรูปแบบบริษัทจำกัด เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน และเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการ Startup ไทย ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและเต็มไปด้วยความท้าทาย

พันธมิตรร่วมมือพัฒนา Startup

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้มีการเร่งการดำเนินงานและผลักดันให้ บริษัท อินโนสเปซฯ เกิดผลเป็นรูปธรรม จึงได้มีการลงนามบันทึกความเข้าใจความร่วมมือการพัฒนานวัตกรรม และ Startup (Memorandum of Understanding on Innovation and Startup Development Collaboration) จำนวน 3 ฉบับ ร่วม



InnoSpace (Thailand)

กับพันธมิตรจากเขตบริหารพิเศษฮ่องกง ที่มีภารกิจในการส่งเสริม Startup ได้แก่ Hong Kong Cyberport Management Company Limited (Cyberport), Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) และ Ho & Partners Architects Engineers & Development Consultants Limited (HPA) เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562 ณ โรงแรม เซ็นทาราแกรนด์ เซนทรัลพลาซ่า ลาดพร้าว โดยมี นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์

รองนายกรัฐมนตรี และ Mrs. Carrie Lam ผู้บริหารสูงสุดเขตบริหารพิเศษฮ่องกง ร่วมเป็นสักขีพยานความร่วมมือ และมีนายเทวินทร์ วงศ์วานิช ประธานที่ปรึกษา บริษัท อินโนสเปซฯ เป็นผู้ลงนามในบันทึกความเข้าใจดังกล่าว ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประสานความร่วมมือในลักษณะพันธมิตรด้านองค์ความรู้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดระบบนิเวศของการพัฒนา Startup ไทย ให้มีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสากลต่อไป โดยมีรายละเอียดความร่วมมือดังต่อไปนี้

1. ความร่วมมือระหว่าง บริษัท อินโนสเปซฯ กับ Cyberport

โดยจะร่วมมือกันพัฒนารูปแบบการส่งเสริมนวัตกรรม และ Startup การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการ การสรรหา (Scout) และการบ่มเพาะผู้ประกอบการ Startup และธุรกิจเชิงเทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาสู่ Smart City การเร่งเข้าสู่ธุรกิจ การลงทุน การร่วมลงทุนและโปรแกรม Soft Landing การส่งเสริมการขยายระบบนิเวศการพัฒนา Startup ให้เป็นสากล การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Startup

2. ความร่วมมือระหว่าง บริษัท อินโนสเปซฯ กับ HKTDC

โดยจะร่วมมือกันขยายระบบนิเวศในการพัฒนา Startup ให้เป็นสากลและเข้มแข็ง การเชื่อมโยงและการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Startup



การสนับสนุนการถ่ายทอดความรู้ การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริม Startup พร้อมทั้งการสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรมสนับสนุน Startup ระหว่างประเทศ อาทิ การประชุมสัมมนาพบปะเชิงธุรกิจ การจัดแสดงสินค้าหรือนวัตกรรม

3. ความร่วมมือระหว่าง บริษัท อินโนสเปซ กับ HPA

โดยจะร่วมมือกันในการส่งเสริมและขับเคลื่อนการพัฒนา ด้าน Smart City การบ่มเพาะการพัฒนาเครือข่ายความรู้และความร่วมมือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้าน Smart City และโอกาสทางธุรกิจ การให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับ Smart City Strategic Plan การขยายระบบนิเวศให้เข้มแข็ง การถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการ การสรรหา (Scout)

ผู้ประกอบการและธุรกิจเชิงเทคโนโลยี การเชื่อมโยงและการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Startup

สำหรับสถานที่ตั้งบริษัท อินโนสเปซฯ มีแผนงานจะจัดตั้งขึ้น ณ สถาบันวิทยสิริเมธี (VISTEC) ในพื้นที่เขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor of Innovation: EECi) และในพื้นที่ของหน่วยงานพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.ไทย), ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่, อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (Science and Technology Park Chiang Mai university: STeP CMU), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โมเดลขับเคลื่อนโครงการ Startup

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และนายเดชา จาตุธนพันธ์ รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับ กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ และหน่วยงานพันธมิตร ได้เร่งจัดทำแผนกลยุทธ์การดำเนินงาน การจัดทำโมเดลธุรกิจการดำเนินงานของ บริษัท อินโนสเปซฯ และอยู่ระหว่างการเตรียมความพร้อมการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ร่วมกับพันธมิตรเอกชนในประเทศให้ทันตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ในช่วงเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2562 นี้ รวมทั้งได้มีการประชุมร่วมกับ นายเทวินทร์ วงศ์วานิช ประธานที่ปรึกษา บริษัท อินโนสเปซฯ ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากมายอันมีประโยชน์จากการเป็นอดีตผู้บริหารบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อหารือการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของบริษัท อินโนสเปซฯ

การจะผลักดันหรือขับเคลื่อนโครงการใหม่และยังเป็นโครงการที่มีขนาดใหญ่ เพื่อให้เกิดการพัฒนา Startup ที่มีศักยภาพเทียบเท่าในระดับสากลแล้ว ยังต้องอาศัยความร่วมมือและร่วมใจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย รวมทั้งตัวผู้ประกอบการ Startup ที่ไม่กลัวความล้มเหลว กล้าที่จะเสี่ยง เมื่อล้มแล้วเรียนรู้ไว้ แก้ปัญหาไว้ ลุกขึ้นได้ไว ไม่ผิดซ้ำทางเดิม รัฐบาลยังเป็นตัวกลางที่สำคัญในกำหนดสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้เติบโตยิ่งขึ้นไป โดยช่วยลดอุปสรรคความเสี่ยง และเพิ่มโอกาส

“แม้จะไม่ได้หมายถึงความสำเร็จอย่างแน่นอน แต่ก็ทำให้ผู้ประกอบการ Startup ได้มีประสบการณ์ และได้เกิดการเรียนรู้” Mr.Peter Yan ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (Chief Executive Officer: CEO) ของ Cyberport Hongkong ได้กล่าวไว้อย่างน่าประทับใจบนเวทีเสวนาในวันทีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ที่ผ่านมา

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พร้อมเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศเพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (NEC) และผู้ประกอบการ Startup ต่อไป

2 กูรูเมืองไทย และ... เทคนิคการทำ Startup ให้ปัง ทำอย่างไรปั้นสตาร์ทอัพไทยไประดับโลก



ถ้าหากเอ่ยชื่อของ “GURU Startup” ขึ้นนำเมืองไทย คงมีหลายท่านที่เราต้องนึกถึง “คุณบอม โอฟาร์ วรรณท์” ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้ง บจก.ดูเรียน คอร์ปอเรชั่น (DURIAN) นายกสมาคมฟินเทคประเทศไทย (Thai Fintech Association) เป็นอีกชื่อหนึ่งที่ได้รับการยอมรับว่าเป็น GURU Startup ประสบการณ์และองค์ความรู้เกี่ยวกับสตาร์ทอัพในมิติต่างๆ จึงถูกถ่ายทอดจากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาแบ่งปันให้เอสเอ็มอีหัวใจแกร่งที่มุ่งมั่นก้าวสู่สตาร์ทอัพระดับโลกได้เตรียมความพร้อมและรับมือ “Startup” อย่างน่าสนใจและท้าทาย...

Q : Startup คืออะไร และต่างกับ SMEs อย่างไร?

A : “Startup” คือ ผู้ที่กำลัง “ค้นหาตัวเอง” และ “แผนธุรกิจ” (Business Model) ที่สามารถแก้ปัญหาในสังคม หรือกลุ่มเป้าหมาย โดยที่มีลักษณะสำคัญ คือสามารถ ทำซ้ำ (Repeatable) ขยาย (Scalable) และเติบโต (Growth) อย่างรวดเร็ว โดยใช้ “นวัตกรรมเป็นพื้นฐาน”

Q : ทุกๆ Startup ก็คือ SMEs แต่ทุกๆ SMEs ไม่จำเป็นต้องเป็น Startup?

A : ด้วยหัวใจสำคัญของ Startup คือ “ความสามารถในการแก้ปัญหาและสร้างประโยชน์ให้กลุ่มคนจำนวนมากอย่างรวดเร็วกว่าบริษัทขนาดใหญ่” ที่มักมีขั้นตอนในการตัดสินใจทำให้เชื่องช้า ดังนั้น Startup ส่วนใหญ่มักเริ่มต้นจากการรวมตัวกันของคนกลุ่มเล็กๆ อาจเป็นกลุ่มคนที่มีไอเดียเดียว ในการเปลี่ยนแปลง, SMEs, พนักงานในองค์กรใหญ่ที่เห็นปัญหาที่องค์กรใหญ่แก้ได้ช้า หรือแม้กระทั่งตัวองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ต้องการ Spinout ธุรกิจบางส่วนออกมา เพื่อตอบโจทย์ในยุคโลกที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคต้องการการตอบสนองที่สะดวก รวดเร็ว และทันทั่วถึง และทั้งหมดนี้ล้วนต้องใช้นวัตกรรมเป็นพื้นฐาน

Q : Startup ไทย VS Startup โลก?

A : ธุรกิจสตาร์ทอัพในไทยและทั่วโลก มีทั้งความเหมือนและแตกต่างกันด้วยหลายเหตุปัจจัย ทั้งทางด้านภูมิศาสตร์ ประชากร คุณภาพของคน โครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศน์ที่เอื้อในการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) และปัญหาในแต่ละพื้นที่ที่ต่างกันไป เราจะลองยกตัวอย่างคร่าวๆ 3 ประเทศ เช่น ประเทศอิสราเอล มีขนาดประเทศพอๆ กับจังหวัดนครราชสีมาหรือเชียงใหม่ มีประชากรราว 8 ล้านคน รายล้อมด้วยประเทศที่เป็นศัตรูทั้งมีการสู้รบกันมาอย่างยาวนาน การจะพัฒนา “สตาร์ทอัพ” ในประเทศของตนให้มีผู้ใช้จำนวนมาก (มากกว่า 1 ล้านคน) อาจไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะทั้งประเทศอิสราเอลมีประชากรเพียง 8 ล้านคน



DURIAN



SE YOUR
CHANGE THE WO



ดังนั้นสิ่งที่เค้ายึด คือ หากจะสร้างธุรกิจให้ใหญ่เป็น Startup ที่เติบโตได้ จำเป็นจะต้องสร้างธุรกิจที่สามารถแก้ปัญหาไม่ใช่เฉพาะคนอิสราเอล แต่ต้องเป็นปัญหาระดับโลก (Think global from day one) ทั้งยังต้องไม่ติดข้อจำกัดด้านพรมแดน (เพราะรอบข้างมีแต่ประเทศที่เป็นศัตรู) ดังนั้นเค้ายิ่งไป Focus ที่ Startup ที่เป็นเทคโนโลยีระดับสูง (Deep Science, Deep Tech) เช่น Cyber Security และการแก้ปัญหาให้องค์กรขนาดใหญ่ทั่วโลกเป็นต้น

ในอีกมุมหนึ่งของโลกประเทศใหญ่ๆ เช่น สหรัฐอเมริกามีประชากรราว 330 ล้านคน สาธารณรัฐประชาชนจีน ประชากรราว 1,400 ล้านคน ก็มีลักษณะที่แตกต่างกันไปทั้งเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง แต่ด้วยจำนวนประชากรที่มีจำนวนมาก หากสามารถพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ได้ มีกลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสม การจะมี User 1 ล้านคนขึ้นไปไม่ใช่เรื่องไกลเกินเอื้อม ดังนั้น Startup ในประเทศเหล่านี้จะมีความหลากหลายมากๆ ไม่ใช่เพียงแค่ DeepScience, DeepTech แต่ยังมีทั้ง LifestyleTech, e-Commerce, AgTech, EdTech, SmartCity, MarTech, FinTech ฯลฯ อย่างไรก็ตามทั้ง 3 ประเทศดังกล่าว ล้วนมีการพัฒนาด้าน Startup อย่างเป็นระบบและยาวนานโดยร่วมมือกันทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ทั้งหมดที่เล่ามานี้คือเส้นทางการเติบโตของ Startup ในต่างประเทศ

ย้อนกลับมาที่ประเทศไทย คำว่า Startup เริ่มต้นครั้งแรกในประเทศไทยราวปี 2011 โดยเริ่มมีกองทุนของบริษัทขนาดใหญ่ในไทย เริ่มลงทุนในบริษัท Startup ในไทย ทำให้คนจำนวนมากเริ่มสนใจการสร้างธุรกิจในรูปแบบของสตาร์ทอัพ ที่ลดข้อจำกัดเดิมที่ต้องใช้เงินตัวเองหรือเงินกู้ในการเริ่มต้นและขยายธุรกิจ กลายเป็นใช้เงินคนอื่น (Others People Money : OPM) เพื่อสร้างการเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความหวังและแรงกระเพื่อมและจากวันนั้นเพียง 8 ปี ประเทศไทยกลายเป็นประเทศที่เติบโตด้าน Startup อย่างรวดเร็ว และเป็นหนึ่ง Destination ที่สำคัญที่นักลงทุนและเหล่า Startup ทั่วโลกให้ความสนใจ

Q : หากจะต้องได้เปรียบ แล้วเราได้เปรียบในด้านไหน?

A : อย่างไรก็ตาม Startup ในประเทศไทย เพิ่งเริ่มต้นมาได้ 8-9 ปี หากเทียบกับพัฒนาการในประเทศอื่นๆ แล้ว ที่มีมายาวนานกว่า 40-50 ปี เรายังคงมีเรื่องที่ต้องพัฒนาอีกมาก เพื่อเติมเต็ม Startup Ecosystem ให้สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ อันจะเอื้อให้ประเทศไทย พัฒนาได้อย่างก้าวกระโดด หากถามว่าประเทศไทยน่าสนใจด้านใด สำหรับผมมองว่า 5 Sectors ที่น่าสนใจมากๆ และจะเป็นตัวขับเคลื่อนประเทศไทยในอนาคต คือ หุ่นยนต์ และปัญญาประดิษฐ์ (Robotics and AI), เทคโนโลยีด้านสุขภาพ (HealthTech & BioTech), เทคโนโลยีด้านการเงิน (FinTech), เทคโนโลยีด้านการเกษตร (AgTech) และอุตสาหกรรมเมืองอัจฉริยะ (SmartCity)

ด้วยประเทศไทยได้เปรียบทั้งในเชิงภูมิศาสตร์ที่เราสามารถเป็นศูนย์กลางของอาเซียน ที่มีประชากรรวมกันกว่า 600 ล้านคน และถ้าสามารถเชื่อมโยงกลุ่มประเทศ CIA (China, India และ Asean) เข้าด้วยกันได้ เราจะสามารถเชื่อมโยงประชากรเกือบครึ่งโลกเข้าด้วยกัน เรียกได้ว่าเป็นขนาดตลาดที่สามารถ Scale



GURU Startup

ประเทศไทยได้อย่างมีศักยภาพมากๆ แต่ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมไหน หัวใจสำคัญที่ต้องทำอย่างเร่งด่วนคือ การพัฒนาคุณภาพคนของเรา, การเชื่อมโยงมันสมองคนจากทั่วโลกมายังประเทศไทย และการสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และประชาชนอย่างเป็นระบบ

Q : Fintech คืออะไรทำไมน่าสนใจ?

A : Financial Technology คือ เทคโนโลยีด้านการเงิน คือ การเอานวัตกรรมมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริหารทางการเงิน เพื่อแก้ปัญหาให้บุคคล องค์กรต่างๆ ให้ “ดี ง่าย สะดวก รวดเร็ว ประสิทธิภาพ” มากขึ้น ถ้ามองว่าทำไมน่าสนใจ ตอบง่ายๆ คือ “อุตสาหกรรมการเงินคือ หนึ่งในอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดและกระทบผู้คนจำนวนมากที่สุดในโลก” ประเทศไทยก็เช่นกัน

ในปี 2015 เรามีบริษัท FinTech ในประเทศไทยราว 42 บริษัท ต่อมาปี 2016 เรามีการร่วมกันก่อตั้ง สมาคมฟินเทคประเทศไทย (Thai Fintech Association) ขึ้น โดยมี **คุณกรณ์ จาติกวณิช** อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ให้เกียรติมาเป็นประธานสมาคมฯ และมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการทำงานอย่างจริงจังและผลักดันในทุกมิติ ทำให้เราใช้เวลาเพียงไม่นาน ในปี 2017 กรุงเทพฯ ได้รับการจัดอันดับเป็น 1 ใน 24 เมือง ที่เป็น “New Fintech Hubs” (Connecting Global Fintech by Deloitte) ด้วยปัจจัยสนับสนุนหลายด้าน จนในปัจจุบันปี 2019 เรามีบริษัท Fintech Startup รวม 200 บริษัท ครอบคลุมทั้งด้าน Lending & Credit, Business Tools, Comparison, Marketplace, Payments, Retail Investments, Blockchain, Insurance, Personal Finance, Crowdfunding, Institution Infrastructure และ Remittance เป็นต้น

Q : FinTech ไทย มีโอกาสแค่ไหนในอาเซียน?

A : โอกาสสดใส ถ้าร่วมใจและทำเป็น คือสิ่งที่เราเชื่อมั่น ประเทศไทยสามารถพัฒนาเป็นเมืองหลักที่สำคัญของ FinTech ในเอเชีย หรือแม้กระทั่งในโลกได้ ทั้งด้วยองค์ประกอบด้านภูมิศาสตร์, หน่วยงานกำกับดูแลที่มีวิสัยทัศน์, ระบบการเงินที่เข้มแข็ง แต่อย่างไรก็ตามเรื่องเหล่านี้ต้องอาศัยการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีกลยุทธ์ที่ชัดเจน ทั้งต้องมีการประสานกันระหว่างหลายกระทรวงและหน่วยงานทั้งด้านการเงิน การคลัง อุตสาหกรรม การศึกษา และดิจิทัลฯ การรู้จริงถึงปัญหา การพัฒนาคนอย่างเข้าใจ และการมองเห็นโลกที่เปลี่ยนไปในอนาคต และเตรียมคนของเราให้พร้อม ณ จุดนั้น สิ่งเหล่านี้คือโอกาสของประเทศไทย และคือโอกาสของเหล่า Startup และนักลงทุน ที่หากทำสำเร็จได้ จะเกิดผลดีกับทุกคนในภาพรวมอย่างแน่นอน



ส่วน **GURU Startup** อีกท่านหนึ่งที่ได้รับการชื่นชมว่า เขาคือ **God Father** ของ **E-COMMERCE** ไทย คือ **คุณป้อม-ภาณุ พงษ์วิทยาณุ** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ตลาด ดอก คอม กรุ๊ป จำกัด และผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ **TARAD.com** ได้เปิดมุมมองเกี่ยวกับเรื่อง **Startup** เช่นกัน...

Q : Start up ไทย และ SME ไทย ต้องมีพื้นฐานอะไร Eco system แบบไทย?

A : Startup ไทย ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาภาครัฐมีการกระตุ้นการทำ **Startup** ในเมืองไทยเยอะมาก โดยมีการกระตุ้นทุกภาคส่วน ซึ่งเห็นได้ชัดว่าเริ่มมีระบบนิเวศของ **Startup** ในเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้ว่ามีบริษัท **Startup** ในเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น รวมทั้ง **Co-Working Space** มีหลักสูตรอบรม มี **Venture Capital** รวมทั้งมีองค์กรต่างๆ ที่ผันตัวมาทำ **Venture Capital** เพิ่มมากขึ้นถือเป็นกลุ่ม **Corporate Venture Capital** และในเชิงของ **Ecosystem** ของไทยนั้น ถือว่ามีความสมบูรณ์แบบเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังไม่สมบูรณ์แบบครบถ้วนเพราะยังมีจุดที่ยังจะต้องมีเงินเข้าไปเติมอยู่ เช่น ประเทศไทยเรายังขาดห่วงโซ่อุปทานของ **Startup** อยู่ ยังขาดนักลงทุนกลุ่มที่เป็น **Angle Investor** กลุ่ม **Seeding Investor** คือนักลงทุนกลุ่มแรกๆ ที่จะช่วยเข้ามาผลักดันให้ **Startup** โตขึ้น ซึ่งตอนนี้ในประเทศไทยยังมีจำนวนไม่เยอะเท่าไร โดยผมเองถือเป็นนักลงทุนที่อยู่ในกลุ่มนี้เช่นกัน

ฉะนั้น **Ecosystem** หากจะตอบให้ชัดคือพื้นฐานนั้นจะต้องมีหลายอย่างเป็นส่วนประกอบ มีทั้ง 1. ตัว **Startup** 2. ภาครัฐ 3. การสนับสนุน 4. มีกฎหมาย 5. **Media Website** ที่เกี่ยวกับ **Startup** เช่น **Techsauce** และมี **Event** ต่างๆ 6. มีนักลงทุน 7. มีภาคเอกชน 8. มีกลุ่มคน ประชาชนที่สนใจเข้าสู่โลก **Digital** โดยทั้งหมดนี้ถือเป็นพื้นฐานของ **Ecosystem**

Q : โอกาส SME Startup ไทย อยู่ตรงจุดไหน?

A : ผมมองว่าโอกาสของ **SME** และ **Startup** ไทย อยู่ตรงที่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ในอาเซียน ประเทศไทยถือว่าเป็นประชากรสูงอยู่ในลำดับที่ 4 โดยประเทศไทยนั้นถือว่าเป็นประเทศที่มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ประชาชนมีการพัฒนามากขึ้น โดยมีการพัฒนาอัตราการใช้จ่าย การใช้บัตรเครดิตต่างๆ ค่อนข้างสูงกว่าประเทศอื่น ฉะนั้นการพัฒนาธุรกิจไปยังกลุ่มคนต่างๆ ในวงกว้างได้มาก และในแง่ของพื้นที่ ผมมองว่าประเทศไทยเป็นจุดที่มีที่ตั้งดีเป็นศูนย์กลางของ **GMV** จึงถือว่าเป็นโอกาสของ **Startup** ไทย จึงควรมุ่งเน้นไปที่กลุ่มนี้ และในขณะเดียวกันทางภาครัฐของเราก็ได้มีการสร้างหน่วยงานรวมทั้งทยอยแก้กฎหมายการที่จะทำให้ **Startup** ไทย สามารถทำงานได้ดีมากขึ้น รวมถึงเริ่มมีนักลงทุนและในหน่วยงานต่างๆ ในประเทศไทยเริ่มเข้ามาจัดตั้งกองทุนที่เกี่ยวกับเรื่อง **Startup** ในส่วนนี้ผมมองว่าถือเป็นโอกาสที่ **Startup** ไทย จะตั้งต้นได้รวมทั้งยังแก้ปัญหาต่างๆ ได้มากมาย ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียนแล้วถือว่าประเทศเราทำ **Startup** ได้มากกว่าประเทศอื่น



GURU Startup

และหากถามว่าวันนี้ประเทศเพื่อนบ้านปรับตัวกันอย่างไร และ SME ไทย กับการใช้เทคโนโลยี หรือ การเป็น **Startup** ควรเริ่มแบบไหนก่อน ผมมองว่าประเทศเพื่อนบ้านมีการปรับตัวค่อนข้างเยอะโดยแบ่งเป็น 3 Tear หลักๆ คือ 1. กลุ่ม **Tuff Tear** คือมีการปรับตัวอย่างรุนแรงและไปได้อย่างรวดเร็วมาก เช่น ประเทศ สิงคโปร์ โดยถือเป็นประเทศแรกๆ ในอาเซียนที่มีการปรับตัวเข้าสู่การกระตุ้นในการทำ **Startup** มีรายการทีวี ภาครัฐให้เงิน มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน และประเทศอินโดนีเซีย เป็นประเทศที่มีการปรับตัว โดย **Startup** ถือเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจของประเทศ 2. กลุ่ม **Middle Tear** คือประเทศไทย มาเลเซีย และเวียดนาม และส่วนประเทศที่เหลือคือเป็นกลุ่ม 3. คือ กลุ่ม **Low Tear** ถือว่ายังไม่ค่อยมี **Startup** มากเท่าไร ฉะนั้นโอกาสก็จะแตกต่างกันไปตามกลุ่ม **Tear** ในแต่ละกลุ่ม

ส่วน SME ไทยกับการใช้เทคโนโลยีนั้น ผมแนะนำว่าแต่ละธุรกิจ ถ้าหากนักธุรกิจที่เป็นเจ้าของที่มี **Mindset** มีการใช้เทคโนโลยี และต้องการที่จะพัฒนาตัวเองไปในทางที่มี **Speed** ความเร็วสูงรวมถึงการที่ไม่ได้มองแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืม หรือการหาเงินลงทุนมาลงทุนก็ควรมุ่งเน้นไปที่ **Startup** มากกว่า แต่ถ้าหากเป็นกลุ่ม SME ที่เน้นทำธุรกิจไปเรื่อยๆ ค่อยเป็นค่อยไป และยังคงต้องหาแหล่งเงินทุนจากการกู้เงินจากธนาคาร ซึ่ง **Model** ของธุรกิจก็ไม่ได้มีความแตกต่างอะไร ฉะนั้นในกลุ่มนี้หากต้องการที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว และต้องการแก้ปัญหาให้กับคนหมู่มากได้ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย ผมคิดว่ากลุ่มนี้ควรจะปรับตัวเองให้เป็น **Startup** มากกว่า โดยธุรกิจ **Startup** นั้นในมุมมองผมคิดว่ามีความเสี่ยงสูงโอกาสเติบโตก็มีสูง การล้มเหลวก็มีสูงด้วยเช่นกันแต่ก็ต้อง **Flight** ไปด้วยกันครับ

Q : หากเกิดปัญหา วิธีการทำธุรกิจแบบ Startup ของไทย มีแนวทางแก้ปัญหาแบบใดบ้าง?

A : ส่วนปัญหาในการทำธุรกิจ ทุกธุรกิจผมว่ามีหมดทุกธุรกิจครับ แต่วิธีการแก้ปัญหามักจะแก้ปัญหากันเองส่วนใหญ่ เนื่องจากคนหรือทีมที่บริหารไม่มีประสบการณ์ในการแก้ปัญหา ฉะนั้นสิ่งที่เห็นได้ชัดก็คือในยุคนี้นี้จะมีโครงการหรือหน่วยงานต่างๆ ที่จัดอบรม หรือมีค่ายที่จะมากระตุ้นให้เจ้าของธุรกิจเข้าใจวิธีการทำธุรกิจให้ดีขึ้น รวมถึงมีหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีนักลงทุน มี **Venture Capital** อย่างผมเองก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถือเป็นนักลงทุน โดยผมเองจะนำเอาประสบการณ์ที่มีเข้าไปช่วยแก้ปัญหาให้กับ **Startup** ฉะนั้นแต่ละธุรกิจ อยู่ใน **Stage** ที่ต่างกัน หากธุรกิจอยู่ในช่วงเริ่มต้นปัญหาที่จะเป็น



แบบหนึ่ง แต่ถ้าหากธุรกิจอยู่ในระดับกลางที่ต้องการที่จะพิสูจน์ธุรกิจก็จะมีปัญหาอีกแบบหนึ่ง หรือแม้หากอยู่ในระดับ non scale ก็จะมีปัญหาอีกแบบหนึ่ง มีความแตกต่างกันอยู่ โดยวิธีแก้ไขปัญหานั้นเราจะต้องเปิดตาให้กว้าง ไม่ย่อท้อต่อปัญหาและมีความเชื่อมั่นว่าจะต้องแก้ไขให้ได้

Q : ทุกวันนี้ อะไรคือความพร้อมของ Startup ไทย ที่น่าสนใจ?

A : ตอนนี้ มี Startup ของไทยหลายตัวที่เกิดขึ้นในประเทศไทยที่น่าสนใจ แต่ถ้าหากเปรียบเทียบกับในอาเซียน เราก็ยังอยู่หลังๆ ฉะนั้นผมมองว่าจุดอ่อนของธุรกิจการทำ Startup คือการสนับสนุนจากภาครัฐของไทยเรายังมีความซ้ำซ้อนของหน่วยงานภาครัฐที่จะมาสนับสนุน โดยไม่มีการสนับสนุนแบบเป็นระบบ ในการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐอาจไม่ค่อยภาพเดียวกัน

ในช่วงที่ผ่านมา ผมยังมองว่าถ้าหาก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เข้ามามีบทบาทดูแลในส่วนนี้ จะส่งผลให้ Startup ที่มีกลุ่มจำนวนไม่น้อยมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอยู่มาก ดังนั้น กระทรวงอุตสาหกรรมอาจเป็นตัวกลางหลักในการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อผลักดัน Startup ของไทยให้เข้าไปอยู่ในระดับ โดยเข้าถึงผู้ประกอบการที่ต้องใช้เทคโนโลยี เป็นตัวกลางระหว่าง Startup และผู้ใช้ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งถ้าหากเป็นการเติมเต็ม Ecosystem หรือระบบนิเวศของ Startup ให้มีโอกาสมีสเกลไปทั่วโลกได้ง่ายขึ้น เพื่อตอบสนองทั้งนโยบายภาครัฐที่ต้องการเร่งอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีของไทยในกลุ่ม s.curve

จากคำสัมภาษณ์ทั้ง 2 GURU สะท้อนถึงแนวทางการทำ Startup ของ SME ไทย ที่จะก้าวผ่านยุคอุตสาหกรรม 4.0 ได้อย่างน่าสนใจ และหากมีข้อมูลผู้ประกอบการท่านใดต้องการทราบเพิ่มเติม GURU Startup ทั้ง 2 ท่าน ยินดีที่จะให้อย่างเต็มที่ เพื่อให้ Startup ไทย ก้าวไปด้วยกัน 

ติดต่อได้ที่ :

1) คุณไอฟาร์ วีระนนท์

บริษัท ดูเรียน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (DURIAN)

info@duriancorp.com/facebook.com/BomOlam

facebook.com/DurianCorp

2) คุณภาวธ พงษ์วิทยพานู

บริษัท ตลาด ดอท คอม กรุป จำกัด

โทร. 08 8945 9665

facebook: Pawoot Pom Pongvitayapanu

GURU Startup





นักสร้างสตาร์ทอัพ ธุรกิจเปลี่ยนโลก เมื่อตลาดทุนหมุน Startup

คนรุ่นใหม่ชอบที่จะสร้างธุรกิจของตัวเอง ไม่อยากเป็นลูกน้องของใคร ที่หลายคนเรียกว่า **"กลุ่มมิลเลนเนียล"** (Millennial) พวกเขาคือกลุ่มที่สนใจจะทำธุรกิจเอง เป็นเจ้าของกิจการ โดยเฉพาะการทำ **Startup** ในปัจจุบันคนที่สนใจเป็นเจ้าของธุรกิจมีอายุน้อยกว่าในอดีต เนื่องจากโอกาสในการสร้างธุรกิจของ **Startup** ไม่ต้องเริ่มจากการมีเงินทุน แต่เริ่มจากการมีไอเดีย นวัตกรรม รู้จักเทคโนโลยี และหา **Pain Point** เพื่อสร้างธุรกิจ

รูปแบบการทำ **Startup** มีทั้งการให้ความสำคัญของการสร้าง **Business Model** เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก ซึ่งหมายถึง เราจะทำให้ธุรกิจนี้ประสบความสำเร็จได้อย่างไร ทำเงินกับมันได้ยังไง มันเป็นธุรกิจที่มีความเป็นไปได้มากแค่ไหน และถ้าต้องการจะระดมทุน จำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจนั้นจะต้อง **Scale** ได้ หรือมีทางเจริญเติบโตได้ เพราะนักลงทุนคงไม่อยากลงทุนในธุรกิจที่เติบโตช้าหรือไม่เติบโต

ดร.ศรัณญา เสนสุภา CCO and Co Founder, Durian Corp. ผู้มีส่วนร่วมในโครงการบ่มเพาะของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ในช่วงที่ผ่านมา ย้ำว่า ธุรกิจเราต้องนำเสนอสิ่งที่ดีกว่า ที่มีการส่งเสริม **Startup** จากการบ่มเพาะ ให้เงินทุนในโครงการที่จัดขึ้นเพื่อผลักดัน **Startup** ไทย ไม่ว่าจะเป็นการทำ **Dream Team** หมายรวมถึง **Co Founder** และทีมงานตำแหน่งสำคัญๆ ที่จำเป็นกับธุรกิจ ที่มีความเข้าใจธุรกิจจริงๆ มี **passion** มีความมุ่งมั่นเห็นเป้าหมายเดียวกัน พร้อมรับกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างทันท่วงที พร้อมเปลี่ยนแปลงเมื่อถึงเวลา ทั้งหมดคือพื้นฐานของการเริ่มธุรกิจและจะเติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น **Durian** ได้เงินร่วมทุนก้อนแรกจากนักลงทุน เพราะนักลงทุนเชื่อมั่น แม้ขณะนั้นจะไม่มีลูกค้าเลยก็ตาม คำถามคือ เราจะได้ทั้งหมดนี้มาได้อย่างไร ซึ่งปัญหาหลักของ **Startup** คือการขาด **Co Founder** ด้าน IT หรือทีมผู้สนับสนุนที่ใช้

การหานักลงทุนที่มีทักษะเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นมาก และทักษะการนำเสนอ หรือที่เรียกว่า **Pitching** คือการนำเสนอไอเดียให้บรรลุเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการเล่าไอเดียธุรกิจ เพื่อให้





เห็นภาพของธุรกิจอย่างชัดเจน ถ้าพูดให้เข้าใจง่ายคือ การขายไอเดีย ให้ผู้ฟังเข้าใจได้ว่า ธุรกิจนี้คืออะไร (Solution) แก้ปัญหาอะไร (Problem) ให้ใคร (Market Segment) ดีกว่าคู่แข่งอย่างไร (Value Proposition) และอะไรเป็นสิ่งที่ทำให้ไม่มีใครอยากทำแข่งกับเรา (Unfair Advantage) ย่อมส่งผลให้ได้ทั้งทีมงาน นักลงทุน ลูกค้า Partner ผู้สนับสนุน แต่การ Pitch ที่ดีเราจะต้องเลือกอย่างดีที่สุดจากคนที่สนใจเรา

นักลงทุนที่ดีต้องเป็น **Strategic Investor** หมายความว่า เงินลงทุน มาพร้อมกับการสนับสนุนในสิ่งที่ธุรกิจนั้นๆ ต้องการ เช่น มีกลุ่มลูกค้าอยู่ในมือ มี **Connection** มีความสามารถและประสบการณ์ในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ความสำคัญและจำเป็นของ **Pitching** เป็นทักษะที่ใช้ต่อเนื่องตลอดไป ตราบเท่าที่ยังทำธุรกิจ โดยความต้องการข้อมูลที่ใช้ **Pitching** ต้องสั้น กระชับ ตรงไปตรงมา **Hit to the point** เป็นสิ่งที่คนมองหา เราจำเป็นต้องมี

บทพูด 1 นาที (**Elevator Pitch** หรือ พูดให้จบก่อนประตูลิฟท์เปิดและได้รับความสนใจ) เมื่อสนใจแล้วจึงจะให้เวลามากขึ้น ถ้าเราสามารถสื่อสารให้ได้ ผลลัพธ์คือการได้ **Co Founder** ได้ **Strategic**

Investor ได้ **Strategic Partner** และที่สำคัญคือ ความกล้าที่จะล้มเหลว และไม่ล้มเลิกที่จะพัฒนา ลูกขึ้นมาใหม่ ไม่มีใครวิ่งได้โดยไม่เคยล้ม เช่นกันก็คงไม่มี **Startup** ที่เป็น **Unicorn** ที่ไม่เคยล้มเหลว

การหาแหล่งเงินทุนของ **Startup** นอกจาก **Pitching** แล้ว **Startup ไทย** ก็ยังได้เงินทุนจากการเข้าร่วมโครงการ **Incubator** หรือ **Accelerator** ที่ทางภาครัฐและเอกชนจัดขึ้น อีกทั้งการได้รับสนับสนุนเงินทุนจาก **VC (Venture Capital)** ก็เป็นอีกเป้าหมายที่ **Startup** ให้ความสำคัญ **500 TukTuks** เป็น **VC** ของคนไทยที่จัดตั้งโดย คุณหมู Ookbee หรือ คุณ ณัฐวุฒิ พิงเจริญพงศ์ CEO ผู้ก่อตั้ง Ookbee แพลตฟอร์มสัญชาติไทย ร่วมมือกับ คุณกระทิ้ง-เรืองโรจน์ พูนผล 1 ในคนไทยที่ทำงานใน **Google** ที่ **Silicon Valley** มาลงทุนร่วมกันเปิด **VC** มีเป้าหมายการลงทุนที่น่าติดตาม พวกเขาเลือก **Startup** ที่น่าสนใจ

คนที่ยังไม่ได้รับเงินทุนแม้แต่ก่อนเดียว ถ้าคิดว่าพร้อมจะลุย มีทีมงานแล้ว ยังไม่มีเงิน ไม่มีความรู้ มาคุยได้เลย หรืออาจจะเริ่มดำเนินการมาแล้วพักหนึ่งและต้องการหานักลงทุน ถ้าจะทำงานร่วมกับ **500 TukTuks** จะต้องมาทำงานแบบเต็มเวลา (**Full Time**) ต้องจดบริษัท และพร้อมสำหรับการทำงานเต็มเวลาอย่างทุ่มเท



บริษัทแบบที่ 500 TukTuks ต้องการคือบริษัทที่ทำธุรกิจด้านอินเทอร์เน็ต สามารถสเกลหรือขยายตัวได้จากประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต ส่วนบริษัทด้านฮาร์ดแวร์อาจยังไม่สนใจลงทุนเพราะขาดความเชี่ยวชาญ สิ่งที่ทำให้ความสนใจมากคือ Startup ที่นำโมเดลธุรกิจจากต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จแล้วมาใช้ มีตัวอย่างพิสูจน์แล้วว่าทำได้จริง หากนำมาปรับแต่งให้เหมาะสมกับตลาดเมืองไทย และในระยะต่อไปสามารถขยายไปยังระดับภูมิภาคได้

ต่อมากองทุน 500 TukTuks ประกาศลงทุนในสตาร์ทอัพ 150 ราย ไม่จำกัดเฉพาะสตาร์ทอัพในไทย แต่ขยายไปยังสตาร์ทอัพในอาเซียน และสตาร์ทอัพจากประเทศอื่นๆ ที่เข้ามาทำธุรกิจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วย ส่วนเป้าหมายของบริษัทที่มองหา ไม่ได้จำกัดเฉพาะบริษัทไอทีเพียงอย่างเดียว แต่ยังมองไปถึงธุรกิจอื่นๆ อย่าง ฟองเทียร์ อสังหาริมทรัพย์ พลังงาน อาหาร/ไบโอเทค การเกษตรด้วย ระดับการลงทุนจะมีทั้ง Seed และ Series A ส่วนทีม founder ที่จะสนใจลงทุนต้องมีครบทั้งคนทำด้านธุรกิจ ด้านเทคนิค ด้านดีไซน์ 3 อย่าง

ในขณะเดียวกันนักลงทุนย่อมต้องการการเติบโตของธุรกิจ ฉะนั้นหากรู้จักกันวันนี้ เจอกันครั้งหน้าก็ต้องแสดงให้เห็นว่า เรามีพัฒนาการการเติบโตที่รวดเร็วอย่างไร เพื่อสร้างความสนใจให้นักลงทุน

“อยากให้มองนักลงทุนเป็นเหมือน ‘โค้ช’ เพราะคงไม่มีอะไรที่บอกได้ว่า คุณจะไปหาใครแล้วได้เงินทุนมา ณ วันนี้ เติบโตนี้เลย แต่ต้องเป็นการเรียนรู้กันและกัน ทำความรู้จักกันก่อน เจอกันอีกที เราต้องอัปเดตให้เขาเห็น นักลงทุนทุกคนเหมือนกันอยู่อย่างหนึ่ง คือ เขาชอบสตอรี่ที่มีการเติบโตได้เร็ว แค่นี้แหละ หลอดไฟก็ปิ้งขึ้นมาทันที” นี่คือการกล่าวของ คุณหนู Ookbee เจ้าของกองทุน “500 TukTuks” ที่กล่าวไว้อย่างน่าสนใจที่บอกถึงรูปแบบการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในรูปแบบ Venture Capital ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะหนุน Startup ไทย ให้เติบโตและก้าวสู่ตลาดโลกในอนาคต 





ประเทศไทยมีพื้นที่ทำเกษตรเป็นอันดับที่ 48 ของโลก แต่ปริมาณการใช้สารฆ่าแมลงในภาคเกษตรกลับสูงถึงอันดับ 5 ไม่น่าแปลกใจหากผักผลไม้ที่เราซื้อหามารับประทานส่วนใหญ่จะมีสารฆ่าแมลงตกค้างเกินมาตรฐาน และมีคนเจ็บป่วยจากสารพิษเหล่านี้เป็นจำนวนมาก จากจุดนี้ **กฤษณะ ธรรมวิมล CEO บริษัท วังรี เฮลท์ แพลคเตอร์ จำกัด** ตั้งคำถามกับตัวเองว่า มีวิธีใดที่จะปลูกผักผลไม้โดยไม่ใช้สารฆ่าแมลงได้บ้าง และเริ่มสนใจศึกษาเรื่องการทำเกษตรเพื่อหาคำตอบ จนกระทั่งเกิดแรงบันดาลใจก่อตั้งธุรกิจ **Plant Factory** ในประเทศไทยขึ้น

หลังจากเรียนจบวิศวกรรมคอมพิวเตอร์จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กฤษณะเปิดบริษัทวางระบบโอเพอเรเตอร์อยู่ที่เชียงใหม่ เพื่อนๆ ที่สนิทกันส่วนใหญ่เป็นหมอ จึงมักคุยกันเรื่องโรคภัยไข้เจ็บของคนในท้องถิ่น วันหนึ่งเพื่อนหมอบอกว่าคนเชียงใหม่เป็นมะเร็งกันมาก หากนับสัดส่วนต่อจำนวนประชากรถือว่าสูงที่สุดในโลก เขาสงสัยว่าทำไมจึงเป็นเช่นนั้น และได้เพื่อนที่เป็นหมอให้คำตอบว่าส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการบริโภคผักที่มีสารฆ่าแมลงตกค้างมาก

โมเดลธุรกิจเกษตร ไม่จ้อพ่อค้าคนกลาง

“เกษตรกรต้องขายผักในรูปแบบที่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลางเสมอ แล้วพ่อค้าคนกลางก็ใช้รูปร่างหน้าตาและขนาดในการกำหนดราคารับซื้อผัก บ้านเราอยู่ในเขตร้อนชื้น โรคและแมลงค่อนข้างมาก เพราะฉะนั้นเกษตรกรต้องใช้สารฆ่าแมลงปริมาณมากเพื่อป้องกันไม่ให้มีโรคและแมลง เพื่อให้ผักสวยงาม”

กฤษณะลงสำรวจผักจากตลาด นำตัวอย่างเข้าแล็บสุ่มตรวจหาสารฆ่าแมลงก็พบทุกครั้ง ส่วนใหญ่เกินมาตรฐาน การล้างผักลดได้แค่ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ เรียกว่าแทบไม่ได้ช่วยอะไรเลย เขาจึงมานั่งคิดว่าจะปลูกผักอย่างไรโดยไม่ใช้สารฆ่าแมลง



วังริ เฮลท์ รีสอร์ท บุกเบิก Plant Factory

เกษตรอัจฉริยะในประเทศไทย

“5 ปีก่อนผมมีโอกาสเข้าร่วมอบรมหลักสูตรของกระทรวงวิทยาศาสตร์ และได้เดินทางไปดูงานที่ประเทศญี่ปุ่น เห็นเทคโนโลยี Plant Factory เป็นครั้งแรก แต่ไม่มีข้อมูลมากนัก เมื่อกลับมาเมืองไทย จึงเริ่มหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ถ้าผู้ใช้ที่พอจะรู้เรื่องนี้ กลายเป็นโปรเจกต์ Plant Factory นำเสนอในหลักสูตรที่เรียน”

Plant Factory เป็นการปลูกผักแนวตั้ง ในโรงเรือนระบบปิด 100 เปอร์เซ็นต์ ใช้ผนังฉนวนสำเร็จรูปที่เรียกว่า Sandwich panel หรือ ISO Wall เป็นโลหะสองด้าน ตรงกลางเป็นโฟมเพื่อกันความร้อน สร้างเป็นแบบโรงเรือนปิด 100 เปอร์เซ็นต์ ไม่มีแม้กระทั่งอากาศแลกเปลี่ยน ทำให้ควบคุมโรคและแมลงได้

“เราปลูกผักในโรงเรือนที่เป็นคลีนรูม (clean room) ปลอดเชื้อโรค เราสามารถควบคุมแสงให้เหมาะสมได้โดยใช้แสงไฟเทียมจากหลอดไฟแอลอีดี ฟีด (feed) คาร์บอนไดออกไซด์เพื่อให้พืชสังเคราะห์แสง มีระบบน้ำ ระบบปุ๋ย โดยใช้น้ำดื่มทั้งหมด การปลูกแบบนี้ใช้น้ำน้อยกว่าปกติมาก คือแค่ 1 เปอร์เซ็นต์ สามปีแรกเราวิจัยอย่างเดียว แรกๆ ก็มีปัญหา ปลูกได้บ้างไม่ได้บ้าง ผมปรับปรุงบ้างต่าง ๆ ทดลองไปเรื่อยๆ จนที่สุดก็มีบทสรุปที่ชัดเจนว่าเราสามารถปลูกโดยไม่ใช้สารฆ่าแมลงได้ ผลผลิตที่ได้ยังมีรสชาติดี มีคุณค่าทางอาหารสูง โตเร็วกว่าปกติเกือบเท่าตัว สะอาดสามารถบริโภคได้เลย และต้นทุนในการปลูกไม่ได้สูงไปกว่าการปลูกผักแบบปกติทั่วไป”

กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้เห็นความสำคัญของการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จะสนับสนุนต่อยอดไอเดียในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ โดยเปิดโอกาสสำหรับเจ้าของไอเดียหรือเจ้าของต้นแบบสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม ที่สามารถต่อยอดเป็นธุรกิจได้ และมีความมุ่งมั่นตั้งใจจะมีธุรกิจเป็นของตนเอง นำเสนอไอเดียใหม่ๆ เข้าร่วมกิจกรรม ANGEL FUND FOR STARTUP ประชันแนวคิดพิชิตเงินทุน โดยต่อยอดไอเดียสู่การวางแผนธุรกิจและสร้างประสบการณ์การนำเสนอแนวคิด (Pitching) โดยตรงต่อเจ้าของแหล่งเงินทุน เพื่อให้เกิดการสนับสนุนทุนจัดตั้งธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป



“พอปีที่สี่ ผมเอาโครงการนี้ไป **Pitching** ที่กรุงเทพฯ ในหมวดกรีนโบลด์ซัน เราได้รับคัดเลือกให้เข้ารอบ ได้เงินทุนมาส่วนหนึ่ง มีผู้ใหญ่นับสนุนพื้นที่ วังรี รีสอร์ท ที่จังหวัดนครนายก ให้ลงมือทำจริง เลยเริ่มทำโครงการ ขึ้นมา โดยได้เงินทุนก้อนแรกจากกระทรวงวิทยาศาสตร์ ร่วมลงทุนเป็น **Venture Capital** สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมก็สนับสนุนเราเรื่องนี้ แล้วยังเอาโครงการไปช่วยประชาสัมพันธ์ให้ ทำให้คนรู้จักมากขึ้น มีคนเข้ามาช่วย มาเป็นซัพพลายเออร์ให้เรา มาหาตลาดให้ บางคนก็มาช่วยเรื่องของการสร้างธุรกิจที่เป็นขั้นต่อไป ส่วนหนึ่งก็มาจากการที่เราไปร่วมกิจกรรม **Angel Fund**”

จากแปลงทดลองเล็กๆ ต่อยอดสู่ตลาดใหญ่

วังรี รีสอร์ท มีส่วนที่ทำธุรกิจผักผลไม้อร์แกนิกอยู่แล้วมีทั้งปลูกในโรงเรือนพลาสติก โรงเรือนเปิด เมื่อทำ **Plant Factory** ต้นแบบ เข้าไปเสริม ได้รับการตอบรับจากลูกค้าดีมากจนปลูกขายไม่ทัน

“ต้นทุนต่อต้นในการปลูกแบบ **Plant Factory** ใกล้เคียงกับผักออร์แกนิก การปลูกผักหนึ่งรอบใช้เวลา 45 วัน แต่เราใช้ 30 วันโดยเฉลี่ย ดังนั้นในปีหนึ่งเราปลูกได้ 12 รอบ ขณะที่ผักออร์แกนิกปลูกได้แค่ 8 รอบ ฤดูฝนที่ฝนตกหนักหรือฤดูที่แล้งหนักๆ ก็ปลูกไม่ได้ ทำให้ปลูกได้แค่ 6 รอบ เราปลูกได้ทุกฤดูกาล”

“รากเหง้าเราคือเกษตรกร ผมมองว่าสิ่งที่เราจะรู้ได้จริงๆ คือการเกษตร แต่เกษตรกรคือธุรกิจ ต้องวิจัย ค้นคว้า ลงทุน และสร้างสรรค์นวัตกรรมดีๆ ขึ้นมา ซึ่งมีมูลค่ามหาศาล ประเทศไทยเมื่อ 40 ปีที่แล้วเราเป็นออร์แกนิกทั่วประเทศ แต่เดี๋ยวนี้ทั้งประเทศเรามีดินปนเปื้อนสารฆ่าแมลงเต็มไปหมด ผมมองว่าเราต้องมาเริ่มกันใหม่ เราเองปลูกผักให้คนไทยทั้งประเทศไม่ได้ เราแข่งกันปลูกไม่ได้ เราต้องช่วยกัน ผมจึงอบรมให้กับคนที่สนใจ เท่าที่จะทำได้ เริ่มได้ในพื้นที่เล็กๆ สร้างมูลค่า ผมจะใช้โครงการนี้เริ่มต้นเพื่อสอนให้เกษตรกรรู้ว่ามันตลาดที่ดี มีเทคโนโลยีที่ดี แล้วจริงๆ ไม่ได้แพง ถ้ามาเรียนรู้และเข้าใจ มาสร้างตลาดร่วมกัน เราคิดเรื่อง **Economics of Scale** ถึงจุดหนึ่งการลงทุนจะน้อย แต่ผลตอบแทนมหาศาล”

“ประเทศไทยมีรายได้หลักจากการเกษตร แต่คนที่ทำเกษตรกลับยากจนที่สุด เพราะตลาดบ้านเรามีพ่อค้าคนกลางเป็นคนควบคุมราคาพืชผักผลไม้ แต่ยุคนี้เราสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง มีคนที่รู้ข้อมูลว่าเดี๋ยวนี้ผักอันตราย อยากได้ผักสะอาด เป็นกลุ่มที่ซื้อประจำอยู่แล้ว เราสร้างแพลตฟอร์มต้นแบบโดยที่ไม่ต้องใช้แอปพลิเคชันที่ซับซ้อน เราขายออนไลน์อย่างเดียว ผ่านเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ตรงไปยังผู้บริโภคได้ โดยรับพรีออเดอร์ ลับดาห์นี้ต้องการผักอะไร ก็ต้น เก็บเกี่ยวเสร็จเราส่งผักใหม่ๆ สดๆ ทันที ลูกค้าก็จะได้รับภายในวันเดียว ทำให้คงคุณค่าสารอาหารไว้ ไม่ได้ต่างกับผักออร์แกนิก ราคาใกล้เคียงกันลูกค้าก็จะชอบ”

นอกจากวางแผนขยายโรงเรือนเพิ่ม ฤกษ์บอกว่าจะขยายพื้นที่ปลูกเข้ามาในกรุงเทพฯ ด้วย เขาตั้งคำถามว่าถ้าจะซื้อผักผลไม้ที่ไม่ใช้สารฆ่าแมลงในกรุงเทพฯ หาซื้อได้ที่ไหน คนส่วนใหญ่ตอบไม่ได้ทันทีและไม่แน่ใจนัก

“ผมปลูกผักมาห้าปี รู้ว่าผักที่สวยๆ ปลอดภัยได้ยากมาก ถ้าเรามีร้านในกรุงเทพฯ มีโรงเรือนปลูกอยู่ข้างหลัง บ่อนสักวันละหมื่นต้น คนมาซื้อก็เห็นระบบปลูก แค่นี้ก็คุ้มแล้ว นี่เป็นธุรกิจได้ เพราะคนกินผัก





ทุกวัน ปีนี้เราจะเปิดหน้าร้านที่กรุงเทพฯ ตั้งเป้าไว้ 2 สาขา เป็นการทดสอบตลาดก่อน ซึ่งอยู่ระหว่างการออกแบบ น่าจะเสร็จประมาณสิ้นปี ใช้พื้นที่ 4-5 ไร่ มีบริการหลายแบบ มีทั้งใคร่ฟรุ้ง ส่งออนไลน์แล้วมารับ มีร้านอาหารสุขภาพ บริการ มีโรง **Plant Factory** ใกล้ร้านอาหาร คนที่มาทานอาหารก็เข้าไปเยี่ยมชมการปลูกผักของเราได้จุดเด่นคือ ความสะอาด ความสดใหม่ ไม่มีสารฆ่าแมลง รสชาติอร่อย ต้นใหญ่ ในราคาเทียบเท่าผักทั่วไป โดยที่คุณภาพและความปลอดภัยเทียบเท่ากับผักออร์แกนิก”

เมื่อร้านในกรุงเทพฯ ประสบความสำเร็จ ในปีหน้าก็จะมีแฟรนไชส์ตามออกมาในรูปแบบเครือข่ายค้ำประกัน ในการปลูกผักที่สะอาดให้คนกิน เน้นการเป็นศูนย์ข้อมูลกลาง ฤกษ์ขณะคำนวณดูคร่าวๆ แล้วว่า จะต้องมีสาขาค่อนข้างมากเพื่อให้ตอบสนองกับลูกค้าที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ และมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ละสาขาใช้พื้นที่เพียง 150 ตารางเมตร หรือ 10 x 15 ตารางเมตร ประมาณบ้านหลังเล็กๆ หนึ่งหลัง ได้ผลผลิตเทียบเท่ากับพื้นที่ปลูกผักออร์แกนิก 4 ไร่ ใช้คนดูแลคนเดียว ไม่ว่าค่าแรง ค่าพื้นที่ ค่าปุ๋ย ค่าน้ำ เทียบกับการลงทุน **Plant Factory** ต้นทุนไม่ต่างกัน ในระยะยาวต้นทุนก็ยิ่งถูกลงเรื่อยๆ สามารถใช้ปั๊มน้ำมันร้าง หรือพื้นที่อื่นๆ ใกล้เมือง ซึ่งปัจจุบันก็มีโครงการที่สนับสนุนการลงทุนสตาร์ทอัพมากมาย ที่สามารถเอาโครงการไปนำเสนอได้โดยไม่ต้องไปกู้ธนาคาร

“สิ่งที่เราทำเป็นโมเดลธุรกิจด้วย ผมจะบอกเกษตรกรว่า จริงๆ สิ่งที่เรากำลังทำอยู่ คืออาหารที่มีคุณค่าทางอาหารสูง แล้วคนต้องกินทุกวัน ตัวเลขง่ายๆ ที่อธิบายให้กับเกษตรกร ยกตัวอย่างผักกัโกลรึมละ 60 บาท เกษตรกรขายผ่านพ่อค้าคนกลาง 65 จะได้กำไร 5 บาท แต่พ่อค้าคนกลางไปขายปลีก 120 บาท พ่อค้าคนกลางรวย เกษตรกรจน เรามีมุมมองใหม่ง่ายๆ เกษตรกรขายให้ลูกค้าโดยตรง 100 ลูกค้าย่อยๆ 120 ก็ซื้อได้ถูกลง 20 บาท เกษตรกรได้กำไรจากเดิม 5 บาท เป็น 40 บาท ผู้บริโภคซื้อถูกลง คนปลูกได้กำไรมากขึ้น ผมเลยพยายามสร้างแพลตฟอร์มที่เกษตรกรเชื่อมตรงกับผู้บริโภคเป็นต้นแบบให้เห็น”

Farmer Market ตอบคำถามหาตลาดอย่างไร

สำหรับฐานเดิมคือ **วังรี เฮลท์แฟคทอรี** ก็กำลังพัฒนาไปอีกขั้น โดยออกแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว ฤกษ์ขณะมองว่าการทำอุตสาหกรรมเกษตร ถ้าทำให้ดีพอ ก็สามารถสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้

“ตอนนี้เรากำลังออกแบบโรงเรือนปลูกสตรอเบอร์รี่ให้ได้ผลผลิตวันละ 1 ตัน ที่จังหวัดนครนายกเราไม่ได้มองแค่การปลูกผัก แต่มองไปถึงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจ ถ้าเรามีฟาร์มสตรอเบอร์รี่พื้นที่สองพันตารางเมตร รวมสตรอเบอร์รี่ทุกสี ทุกสายพันธุ์ มาไว้ นอกจากนี้นี้ยังมีผัก อาหารคลีน สร้างความเป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมา เป็นการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่ดินก็ราคาสูงขึ้น เราชวนเกษตรกรออร์แกนิกใกล้ๆ สร้างความเป็น **Farmer Market** เชื่อมเครือข่ายในท้องถิ่นได้ด้วย”

“เกษตรกรมักจะถามว่าหาตลาดอย่างไร เราไม่เคยหา ผมเชื่อว่าถ้าเราทำอะไรที่ดีๆ และหวังดีกับคนอื่น ก็เป็นธุรกิจได้หมด เราสร้างตลาดขึ้นมาจากสิ่งที่เราทำ เมื่อเราสร้างขึ้น ตลาดจะรับรู้แล้วเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเรา แล้วที่สำคัญเป็นอาชีพที่ไม่ใช่แค่ทำกินอีกแล้ว เพราะมีแรงบันดาลใจ มีคนเข้ามาให้ความสนใจ ให้กำลังใจ เป็นธุรกิจที่ใครก็รัก เราปลูกผักสะอาดๆ ปัจจุบันทั่วโลก ธุรกิจ **Plant Factory** ในระดับสตาร์ทอัพด้านการเกษตร มีเงินลงทุนมหาศาล มากกว่าธุรกิจในด้านอื่นๆ ให้คนกิน” 

ข้อดีของการปลูกผักในะบบ Plant Factory

1. ใช้พื้นที่น้อย
2. ผลผลิตมีรสชาติดีและมีคุณค่าทางอาหารสูง
3. โตเร็วกว่าปกติเกือบเท่าตัว
4. เป็นผักที่สะอาด บริโภคได้เลยโดยไม่ต้องล้างน้ำ



บริษัท **วังรี เฮลท์แฟคทอรี จำกัด**

143 ม.12 ต.เขาพระ อ.เมือง จ.นครนายก 26000

โทร 09 3132 8543

email : admin@wangreefresh.com

www.wangreefresh.com

อัยย์ไทย

เนเชอรัลสกินแคร์

เครื่องสำอางคุณภาพสูง

นวัตกรรม

จาก ธรรมชาติล้วนๆ



อัยย์ไทย เนเชอรัล (iThai Natural) ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และสปาบำรุงผิวที่มีนิยามซื้ออันลึกซึ้ง สืบถึงความเป็นไทยและความหลงใหลในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและกลิ่นบำบัด (Aroma Therapy) ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อทั้งโลก ทั้งการคัดสรรวัตถุดิบธรรมชาติคุณภาพดีที่สุด ผ่านขั้นตอนการผลิตและตรวจสอบอย่างเข้มงวดบนพื้นฐานด้านเภสัชศาสตร์ พร้อมประสานงานหน่วยงานรัฐเพื่อประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากแหล่งต่างๆ นำมาต่อยอดรังสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าไทยไม่สิ้นสุด

จุดเริ่มต้นแบรนด์สกินแคร์

คุณภาพสูงฝีมือคนไทย

อัยย์ไทย เนเชอรัล (iThai Natural) ตราสินค้าที่ซุกซ่อนความหมายลึกซึ้งเอาไว้เพื่อบ่งบอกตัวตนของแบรนด์ผู้ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว และสปาบำรุงผิวได้เป็นอย่างดี ซึ่งคำว่า iThai นั้นถูกตั้งขึ้นเพื่อสื่อถึงความภาคภูมิใจในความเป็นไทย ย่อมาจาก I am proud of Thai ในขณะที่ I เมื่อนำมาเขียนเป็นภาษาไทยว่า “อัยย์” เป็นอีกนิยามหนึ่งของช้าง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทยที่จะสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว และยังสะท้อนถึงความยิ่งใหญ่ และความเป็นมงคลได้ ในขณะเดียวกัน เมื่อนำมาอ่านเป็นภาษาจีน จะออกเสียงได้ว่า “อ้ายไท่” หมายถึงรักในความเป็นไทย ทำให้ชาวจีนเกิดความรู้สึกผูกพันกับผลิตภัณฑ์ไปโดยปริยาย



อภิรติ สันติศุวราภรณ์ ผู้บริหาร บริษัท อัยย์ไทย เนเชอรัลคอร์ปอเรชั่น จำกัด เริ่มบทสนทนาด้วยการเปิดเผยที่มาของชื่อแบรนด์ที่มีเสน่ห์และน่าจดจำ พร้อมเล่าถึงจุดเริ่มต้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สกินแคร์ แบรนด์ **อัยย์ไทย เนเชอรัล (iThai Natural)** ว่า เริ่มจากแนวคิดต่อยอดธุรกิจของอีกหนึ่งผู้ร่วมก่อตั้งแบรนด์ (**สันติ สันติศุวราภรณ์**) ซึ่งเป็นการจำหน่ายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึก โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นชาวต่างชาติ บวกกับภูมิหลังของทั้งสองคนทำงานด้านเกษตรกรรมมาก่อน จึงคลุกคลีกับพืชพันธุ์ธรรมชาติและเข้าใจในอุตสาหกรรมสุขภาพอยู่แล้ว ทำให้จุดประกายความคิดสร้างแบรนด์เพื่อผลิตสินค้าสกินแคร์ โดยคัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพจากธรรมชาติของไทยที่มีชื่อเสียง ความโดดเด่นและคุณค่าทางโภชนาการสูง อย่างน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ น้ำมันรำข้าว สารสกัดข้าวหอมมะลิ สารสกัดมังคุด สารสกัดใบบวบ และสารสกัดสมุนไพรต่างๆ พร้อมกำหนดคอนเซ็ปต์แรกเริ่มให้เป็นผลิตภัณฑ์ **โฮมสปา (Home Spa)** ที่มีความเป็นธรรมชาติสูง ปรากฏในรูปแบบผลิตภัณฑ์อาบน้ำ สบู่ บอติโลชั่นบำรุงผิว และครีมต่างๆ เป็นต้น พร้อมออกไปทำความเข้าใจกับผู้บริโภคตั้งแต่ปี 2559

สิ่งสำคัญของการผลิตสินค้าแบรนด์ **อัยย์ไทย เนเชอรัล** ออกสู่ตลาดนั้น อภิรติเผยว่ามาตรฐานต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง จึงเป็นที่มาของการคัดสรรอย่างพิถีพิถันทุกขั้นตอน ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่ดีและมีคุณสมบัติเป็นประโยชน์ มีการทดสอบความคงตัวของสินค้าทุกตัวในสภาวะต่างๆ ตามกรอบเวลาที่กำหนด (**Stability Test**) โดยอาศัยพื้นฐานของวิชาชีพเภสัชกรรมที่มีความรู้ความชำนาญ เล็งเห็นเรื่องคุณภาพมาเป็นอันดับแรก คัดสรรวัตถุดิบผ่านการรับรองคุณภาพระดับสากลเท่านั้น ตลอดจนขั้นตอนการผลิตที่ปลอดภัยจากโรงงานมาตรฐาน **GMP** ซึ่งหัวใจของการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องใส่ใจแนวคิดรับผิดชอบต่อลูกค้าเข้าไป พร้อมนำนวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้ต่อยอด โดยจะเน้นความร่วมมือกับนักวิจัยมากขึ้น เพื่อแนวทางในการพัฒนาสินค้าต่อไปในอนาคต

“เพราะแค่วัตถุดิบที่ดียังไม่เพียงพอ เรามีแนวคิดว่าคุณสมบัติของเราตั้งแต่ช่วงแรกที่เริ่มผลิตจนไปถึงผลิตภัณฑ์ที่มีลูกค้าต้องมีความรู้ความเข้าใจและมาตรฐานแบบเดียวกัน จึงใส่ใจการพัฒนาตัวรับอย่างเข้มงวด มีการตั้งสมมติฐานและขั้นตอนการดำเนินงานแบบวิทยาศาสตร์ พร้อมทั้งมองหาวัตถุประสงค์เพื่อเป็นกุญแจสำคัญในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ โดยเข้าร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ อาทิ นานาเทค ในเรื่องความรู้น้ำมันสกัด ผลิตเป็นน้ำมันบำรุงผิว **Curmin Skincare Oil** และศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) (**TCELS**) เพื่อทำการทดลองความคงตัวตามมาตรฐานคลินิก ทดลองกับผู้ใช้จริงว่ามีความปลอดภัย ทดสอบความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเทียบได้กับการปรุงอาหารแม้ว่าวัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารจะมีมาตรฐานดีปลอดภัยอยู่แล้ว แต่วิธีการปรุงก็ต้องถูกควบคุมให้ได้ตามมาตรฐานด้วยเช่นกัน จึงจะออกมาเป็นอาหารเลิศรสได้นั่นเอง”

ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติล้วนๆ การันตีมาตรฐานระดับสากล

อภิรติกล่าวต่อว่า **อัยย์ไทย เนเชอรัล** ให้ความสำคัญกับความเห็นและฟังเสียงของลูกค้าเพื่อนำมาปรับใช้ในการทำงานเสมอ ส่งผลให้สินค้าใหม่ที่จัดจำหน่ายอยู่ในขณะนี้และอนาคตนั้น มีต้นทางความคิดจากพฤติกรรมของลูกค้า รวมทั้งหยิบยกปัญหาที่เคยเกิดขึ้นกับผู้บริโภคมาแก้ไขด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์สครับผิวทั่วไปอาจมีขั้นตอนการใช้งานยุ่งยาก หรือผู้ซื้อต้องเดินทางไปใช้บริการร้านสปา บ้างมีปัญหาผิวมีริ้วรอย ผิวไม่ชุ่มชื้นหลังจากขัดผิว จึงเป็นจุดกำเนิดของผลิตภัณฑ์สครับผิว **Virgin Coconut Oil Soft Body Scrub** และ **Virgin Coconut Oil EXTRA Scrub** ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ใช่ Cream base SLS ปราศจาก Paraben โดดเด่นที่ตัวเม็ดขัดสครับทำจากวัตถุดิบขัดผิวธรรมชาติ อย่างกะลามะพร้าวปั่นที่ลบเหลี่ยมคมออกแล้ว พร้อมส่วนผสมของน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ จึงช่วยปรับนิบตีผิวเพิ่มความชุ่มชื้น ไม่ทำให้ผิวแห้งเสียนั่นเอง ขณะเดียวกันยังออกแบบให้ใช้ง่ายได้ที่บ้านเหมือนคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ที่เป็น **Home Spa** รวมทั้งกำหนดราคาที่เหมาะสม

อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ไฮไลท์ในปี 2562 นี้ ผู้บริหารสาวแห่งอัยย์ไทย เนเชอรัล ยกให้ผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงคอนเซ็ปต์ผลิตภัณฑ์เพื่อการบำบัดด้วยตนเอง (**Self Spa**) ตอบสนองความต้องการรักษาโรคออฟฟิศซินโดรม และต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายลูกค้าคนไทยมากขึ้น

นั่นคือ ผลิตภัณฑ์ **Oriental Aroma Body Gel** ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวผ่านการคิดค้นและได้รับแรงบันดาลใจมาจากลูกประคบ แล้วแปรูปส่วนผสมและสรรพคุณ เช่น โพล ขมิ้น ภายในลูกประคบให้อยู่ในรูปแบบเจลบรรจุขวด ซึมซับเข้าสู่ผิวอย่างรวดเร็ว กลิ่นบางเบา ให้ความรู้สึกชุ่มชื้นผิวด้วยน้ำมันธรรมชาติ 100% ออกแบบเป็นปั๊มสุญญากาศจึงสามารถใช้ได้จนหมดขวดถึงหยดสุดท้าย ใช้ง่าย พกพาได้สะดวก เหมาะกับการทำงานและเดินทาง นับเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยให้ผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดได้เป็นอย่างดี





นอกจากนี้ยังมี ผลิตภัณฑ์ Hand Cream และ Hand & Nail Cream ที่มีความโดดเด่นของสารสกัดธรรมชาติ อย่างข้าวหอมมะลิ ใบبابบก น้ำมันรำข้าว น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ เชียบัตเตอร์ โดยมีแอนด์ครีมจัดเซตได้แก่ กลิ่นน้ำมันมะพร้าว ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียวมะม่วง (Mango e Riso) และตะไคร้ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างยิ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวสำหรับซื้อเป็นของฝากของที่ระลึกสำหรับชาวต่างชาติ

กวาดตลาดห้างสรรพสินค้าเมืองไทย

ทั้งนี้ อภิรติกล่าวต่อว่ากลุ่มเป้าหมายหลักในช่วงแรก ของ อัยย์ไทย เนเชอรัล เรอมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ เนื่องจากมีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดธุรกิจจำหน่าย ของฝากที่ระลึกอยู่แล้ว จึงมองเห็นโอกาสและเข้าใจความต้องการของลูกค้าต่างชาติได้เป็นอย่างดี โดยจับมือร่วมกับ ช่องทางจำหน่ายสินค้านักท่องเที่ยว เช่น บิ๊กซี ราชดำริ



ไอคอนสยาม สยามดิศฟวอรี่ แก๊งนอยแลนด์สาขาต่างๆ ตลอดจนการออกบูธแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ

“ปัจจุบันเรามียอดขายอยู่ที่ประมาณ 2 ล้านบาทต่อปี เติบโตเฉลี่ย 30-35% โดยตั้งเป้าจะเจาะกลุ่มลูกค้าคนไทย ให้มากขึ้นพร้อมนำเสนอสินค้าสุขภาพคุณภาพสูง ร่วมกับเดินขายขยายช่องทางทางการจำหน่ายในประเทศ อาทิ ร้านขายยา และประชาสัมพันธ์ ณ จุดขายมากขึ้น ที่ผ่านมามีแนวโน้มจะมีอุปสรรคในการสื่อสารผลิตภัณฑ์กับลูกค้าบ้าง แต่เรายังคง ยึดมั่นกับการคิดค้นและสร้างเอกลักษณ์ พร้อมหาทางแก้ด้วยการให้ความรู้วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า โดยคิดแนวทาง ทำวิดีโอแนะนำการใช้ ณ จุดขาย ควบคู่กับการพัฒนาตลาดออนไลน์ให้ตอบสนองความต้องการลูกค้ายุคใหม่”

ความในใจเจ้าของรางวัล SME Start up

เมื่อปี 2561 ที่ผ่านมา บริษัท อัยย์ไทย เนเชอรัลคอร์ปอเรชั่น จำกัด สามารถคว้ารางวัลมาตรฐาน SME Startup ครั้งที่ 2 ในกลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ ซึ่งจัดโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มาได้ และยังได้ เดินทางไปเวิร์คช็อปที่ประเทศฝรั่งเศสและฮ่องกงอีกด้วย ซึ่งอภิรติให้ความเห็นถึงความท้าทายของการเป็น SMEs Startup ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการต้องลงมือทำตั้งแต่ต้นจนจบ ทุกขั้นตอนต้องเรียนรู้ด้วยตนเอง แม้จะเริ่มธุรกิจ จากความหลงใหล (Passion) ในการทำผลิตภัณฑ์แล้วใช้เงินแรงขับเคลื่อนให้ก้าวต่อไปแต่ต้องเผชิญอุปสรรค และเมื่อ ต้องเดินทางส่งมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าก็มีความจำเป็นต้องเพิ่มพูนทักษะการตลาดเข้าไปด้วย

ทั้งนี้ จากการเข้าร่วมกับโครงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมสาขาอุตสาหกรรม ธุรกิจความงามเพื่อสุขภาพ ของกองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ทำให้ อัยย์ไทย เนเชอรัลคอร์ปอเรชั่น กลายเป็นกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จและยังได้รับประโยชน์ทางการตลาด มากมาย ทั้งการเขียนแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจ มีโอกาส แลกเปลี่ยนแนวคิดประสบการณ์ดำเนินธุรกิจจริงกับวิทยากรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ และได้พันธมิตรธุรกิจระหว่าง กลุ่มผู้เข้าอบรมด้วยกัน ทำให้เห็นมุมมองและโอกาสใหม่ๆ ตลอดจนแนวคิดในการปรับเปลี่ยนให้เท่าทันกลเกมการตลาด และกระแสด้านความต้องการของผู้บริโภค

ผู้บริหารสาว บริษัท อัยย์ไทย เนเชอรัลคอร์ปอเรชั่น จำกัด ยังฝากถึงผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไทยที่กำลังสร้างตัวตน ขึ้นมาในตลาดว่า เมื่อความมุ่งมั่นในการทำแบรนด์มีเป้าหมายเพื่อไปสู่ระดับโลก ก็จำเป็นต้องมีความละเอียดอ่อนในทุกจุด ให้ความสำคัญกับจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ทำทุกอย่างให้พร้อมที่จะไปในระดับโลก ไม่ละทิ้งการตั้งเป้าหมายที่สูงขึ้น คือการ เปลี่ยนทัศนคติผู้ซื้อสินค้าไทยว่าไม่ใช่ของดีราคาถูก แต่ต้องพยายามสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของสินค้าไทยด้วยการเพิ่มคุณค่า และคุณภาพ เพื่อยกระดับสินค้าไทยในความคิดคนทั่วโลก ในขณะเดียวกันก็ต้องมองหาโอกาสทางการตลาด ทั้งดำเนินการ

หาช่องทางแนะนำและกระจายสินค้าด้วยตนเอง รวมทั้งจับมือ ร่วมกับหน่วยงานรัฐเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคและคู่ค้าหรือพันธมิตร ทางธุรกิจให้มากขึ้น โดยตั้งอยู่บนแนวคิดทำธุรกิจอย่างมีมิติ ระวัง ดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไป ตามสเต็ป ตามกำลัง ของตน เพื่อธุรกิจเติบโตและยั่งยืน

บริษัท อัยย์ไทย คอร์ปอเรชั่น จำกัด

41/10 ตรอกเวท ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 09 7235 5588 email: ithaiskincare@yahoo.com
LINE ID: ithaiskincare www.ithaiskincare.com



Show
case• เรื่อง :
บุษนตร จักรนามข้าวเหนียว **ทุเรียน****ฟรีชดราย**ข้าวเหนียว **มะม่วง****อบกรอบ****ปรับลดขนมอบหวาน ของ ไทย**

อีกกรอบเดิมๆ ของขนมไทยชื่อดังระดับโลกอย่าง **ข้าวเหนียวทุเรียน** ได้อย่างเรียบง่าย กับ **ข้าวเหนียวทุเรียน ฟรีชดรายอบกรอบ** แบนด์ **The Flavor** พลิกผันที่ขนมไทยรูปแบบใหม่ที่จัดจ้านด้วยส่วนผสมของไอเดียทันสมัยและนวัตกรรมการผลิตที่สามารถเก็บรักษาได้นานและสะดวกต่อการขนส่ง อีกทั้งผู้บริโภคสามารถพกพาไปรับประทานได้ทุกที่ทุกเวลา โดยยังคงรสชาติของ **ข้าวเหนียวทุเรียน** เอาไว้ได้อย่างยอดเยี่ยม

คุณมิ่งขวัญ ตันติภักย์ ผู้บริหาร บริษัท พี เอ็ม ดับบลิว อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด นักธุรกิจไฟแรง เจ้าของผลิตภัณฑ์ **ข้าวเหนียวทุเรียนฟรีชดรายอบกรอบ** แบนด์ **The Flavor** ชี้แจงว่า แรงบันดาลใจเริ่มต้นที่ทำให้เริ่มตั้งไข่ธุรกิจดังกล่าวขึ้นเมื่อ 2 ปีที่แล้ว มาจากเจ้าตัวได้ไปศึกษาที่ประเทศจีนและพบว่าขนมหวานของไทย โดยเฉพาะ **ข้าวเหนียวทุเรียน** และ **ข้าวเหนียวมะม่วง** นั้นเป็นที่นิยมของชาวจีนอย่างมาก ถึงแม้ว่าในตลาดจีนจะมีความต้องการสูง แต่กลับไม่ค่อยมีจำหน่ายในประเทศจีนเนื่องจากมีอายุสั้น ลำบากต่อการเก็บรักษา ทำให้คุณมิ่งขวัญเห็นช่องว่างของตลาด โดยมองว่าน่าจะนำนวัตกรรมฟรีชดรายมาใช้ในกระบวนการผลิตได้เช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ผลไม้ฟรีชดรายอบกรอบหลากหลายชนิดที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน เพื่อตอบโจทย์เรื่องของอายุการเก็บรักษาและสะดวกต่อการขนส่ง จึงนำคอนเซ็ปต์นี้มาต่อยอดจนเกิดเป็นธุรกิจแรกของตนขึ้น โดยมีที่ปรึกษาสำคัญอย่างครอบครัวซึ่งทำธุรกิจนำเข้าส่งออกคอยเป็นที่เลี้ยงและแนะนำและผลักดันให้ประสบความสำเร็จ

จากนั้นคุณมิ่งขวัญลงมือศึกษาตลาดอย่างจริงจังเพื่อวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า โดยตั้งเป้าส่งออกเป็นหลัก โดยจุดเด่นของผลิตภัณฑ์แบนด์ **The Flavor** นั้นอยู่ที่การเลือกวัตถุดิบจากธรรมชาติ 100% ที่ดีต่อสุขภาพมาใช้ในการผลิต อย่างทุเรียนที่เลือกมาใช้ต้องเป็นทุเรียนหมอนทองสุกพอดี ไม่แข็งหรือนิ่มเกินไป ส่วนมะม่วงจะคัดสรรเฉพาะพันธุ์น้ำดอกไม้ที่สุกพอดี ทำให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวทุเรียนและข้าวเหนียวมะม่วงฟรีชดรายอบกรอบมีกลิ่นหอม เนื้อสัมผัสกรอบ และคงรสชาติใกล้เคียงกับข้าวเหนียวทุเรียนและข้าวเหนียวมะม่วงแท้ๆ มากที่สุด นอกจากนั้นทุกผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ ยังได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารจาก ออย. เพื่อตอกย้ำความมั่นใจให้กับกลุ่มลูกค้าอีกด้วย

“2 ข้อที่ทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เป็นเพราะเราให้ความสำคัญและใส่ใจคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก เพราะผู้บริโภคต่างต้องการของคุณภาพดี ควบคู่กับการรับฟังฟีดแบคจากลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงทั้งผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตอบโจทย์ตลาดในปัจจุบันได้อย่างตรงจุด” คุณมิ่งขวัญกล่าว



อีกส่วนที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรและผลิตภัณฑ์ก็คือ การเข้าร่วมการอบรมในโครงการต่างๆ ที่น่าสนใจจากหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงาน โดยคุณมิ่งขวัญกล่าวว่า

“เนื่องด้วยเราเป็นผู้ประกอบการหน้าใหม่ในธุรกิจอาหาร การหาข้อมูลและองค์ความรู้ต่างๆ จากผู้เชี่ยวชาญเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้เราเข้าใจอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น อีกทั้ง ภาครัฐ อาทิ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สถาบันอาหาร สสว. ฯลฯ ก็ให้ความสำคัญกับการผลักดันเอสเอ็มอีที่ค่อนข้างครบวงจรและดำเนินงานต่อเนื่อง ทั้งการเปิดโอกาสการให้ข้อมูลความรู้ และการเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับผู้เชี่ยวชาญ หรือแม้แต่การสนับสนุนการออกงานจัดแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะการฝึกอบรมการเขียนโมเดลธุรกิจและเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการใหม่สาขาอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป (NEC สาขาอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูป) ภายใต้โครงการ “สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม” รุ่น 20 จากทางสถาบันอาหาร โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นโครงการแรกๆ ที่เรามีโอกาสไปเข้าร่วมและเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เข้าใจวงการอาหารมากขึ้น ได้นำเอาความรู้และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับใช้ในการเสริมความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของตนได้อย่างมีศักยภาพ รวมทั้งเมื่อติดปัญหาตรงไหน ภาครัฐก็คอยเป็นตัวกลางในการประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ให้เราได้อย่างรวดเร็ว”

กว่า 2 ปีที่ผ่านมา คุณมิ่งขวัญเผยว่า รู้สึกภูมิใจที่สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทยส่งออกสู่นานาประเทศทั่วโลก โดยนำร่องส่งออกผลิตภัณฑ์แบรนด์ The Flavor ไปยังประเทศจีน ฮองกง สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ส่วนตลาดในประเทศเน้นการออกบูธตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ช่องทางการขายออนไลน์ และมีวางจำหน่ายที่ สยามพารากอน แกดแก่น้อยแลนด์ และท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต บางสาขาที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ

โดยในอนาคตตั้งเป้าว่าจะขยายสัดส่วนการส่งออกเพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาเพื่อสร้างความหลากหลายให้กับลูกค้า เช่น ข้าวเหนียวเสาวรส ข้าวเหนียวมั่งคุด และ ข้าวเหนียวมะม่วงกับข้าวเหนียวทุเรียนสูตรข้าวกล้องงอก ผลิตภัณฑ์ล่าสุดที่เจาะกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ร่วมด้วยการแตกไลน์ผลไม้กรอบหลากหลายชนิดภายใต้แบรนด์ FITFAV ที่มีคาแรกเตอร์ทันสมัยสำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้ใส่ใจสุขภาพ โดยประเมินแนวโน้มการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ว่ายังคงไปได้อีกไกล เนื่องจากปัจจุบันเริ่มมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งความหลากหลายและคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรในประเทศไทยก็เอื้อต่อการต่อยอดเชิงนวัตกรรมเพื่อตอบสนองกระแสการบริโภคที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน



บริษัท พี เอ็ม ดับบลิว อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
28/4 ม.20 บางพลีใหญ่ บางพลี สมุทรปราการ 10540
โทร. 08 1927 4405
Email : pmwinternational.info@gmail.com
www.theflavorthailand.com



BIOWARE

ภาชนะใส่อาหารทำจาก **อ้อย** แบรนด์ไทยส่งขายต่างประเทศ

ในยุคที่ขยะพลาสติกกำลังเป็นปัญหาที่คุกคามสิ่งมีชีวิตและวิถีชีวิตของประชากรโลก ไม่ว่าจะเป็นพืช สัตว์ หรือมนุษย์ แนวทางบรรเทาปัญหาหนึ่งที่ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้นก็คือ การลดปริมาณการใช้พลาสติก รวมไปถึงการหาวัสดุอื่นเพื่อมาทดแทน ที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อ สิ่งแวดล้อมด้วย ทั้งนี้ หนึ่งในขยะพลาสติกที่กำลังสร้างปัญหาให้กับโลกทุกวันนี้ก็คือ ขยะพลาสติกจาก ครั้วเรือน หรือพลาสติกที่ใช้ในการห่อหุ้มหรือบรรจุอาหารนั่นเอง

จากความสนใจและความใส่ใจ รวมไปถึงความมุ่งมั่นที่จะทำธุรกิจแนวใหม่ที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ทำให้ ภาวิณี แว่วเสียงสังข์ Managing Director บริษัท ไบโอฟอรั่ม (ประเทศไทย) จำกัด คิดทำผลิตภัณฑ์ “BIOWARE” ภาชนะอาหารที่ปลอดภัยผลิตจากวัสดุธรรมชาติ 100% ซึ่งเธอคาดหวัง ให้เป็นแบรนด์สินค้าไทยที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงทัดเทียมกับแบรนด์นานาชาติ

“BIOWARE เป็นวัสดุใส่อาหารที่ทำมาจากธรรมชาติ 100% ซึ่งเราพัฒนาสินค้าโดยมุ่งเน้นที่การใช้และ การพัฒนาวัสดุจากธรรมชาติเพื่อให้ได้ภาชนะอาหารที่ปลอดภัย 100% โดยเราตั้งใจจะพัฒนาให้เป็นแบรนด์ สินค้าไทยที่มีชื่อเสียงทัดเทียมกับนานาชาติ จนถึงวันนี้เราได้รับการรับรองจากองค์กรต่างๆ มากมาย เช่น มาตรฐาน OZONE, Eco Label และยังผ่านการทดสอบมาตรฐานวัสดุธรรมชาติตามมาตรฐานระดับโลก ด้วยค่ะ”

ภาวิณียังเล่าถึงไอเดียเริ่มต้นของเธอว่า เกิดขึ้นมาจากความรู้สึกว่าพลาสติกนั้นถูกใช้มากขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี แต่ไม่รู้ว่าจะต้องใช้เวลานานเท่าไรว่าจะย่อยสลายไป เพราะเพียงแค่พลาสติกบางๆ ก็ใช้เวลาย่อยสลาย นานประมาณเกือบ 500 ปีแล้ว พอเริ่มคิดอยากจะทำธุรกิจ เธอจึงหันมามองเรื่องพลาสติกว่าจะสามารถ เอาธรรมชาติเข้ามาทดแทนได้อย่างไร เธอจึงเริ่มศึกษาและค้นหาวามีวัสดุอะไรที่จะสามารถนำมาใช้งานได้





และย่อยสลายในธรรมชาติได้ 100% จนในที่สุดได้พบวัตถุดิบที่ตรงกับความต้องการคือ **อ้อย** โดยส่วนแรกที่ถูกนำมาใช้คือ **น้ำตาลอ้อย** ที่นำมาใช้ทำภาชนะถาวรหรือภาชนะประเภทใช้ครั้งเดียวทิ้ง แต่มีความแข็งแรงในระดับหนึ่ง และส่วนที่สองคือ **ขานอ้อย** ซึ่งเมื่อผลิตออกมาจะมีลักษณะคล้ายๆ กับกระดาษ แต่จะย่อยสลายได้เร็วกว่า คือประมาณ 1 เดือน ในขณะที่กระดาษจะใช้เวลาในการย่อยสลายประมาณ 4 ปี

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปทรงมาตรฐาน มีความร่วมสมัย และตอบโจทย์การใช้งานนั้น ภาวินีได้เรียนรู้ที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย โดยศึกษาข้อมูลและเข้าไปทำความเข้าใจกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และหนึ่งในนั้นคือ **กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม** ซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักที่เป็นที่เลี้ยงให้กับเธอ โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นธุรกิจที่เธอได้รับองค์ความรู้ที่ยังขาดอยู่มากมาย รวมไปถึงเรื่องของการตลาดและการส่งออก ซึ่ง **BIOWARE** ได้เข้าร่วมโครงการธุรกิจเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุน **NEC Pitching** ภายใต้โครงการ **“สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม”** ทำให้ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมด้านทุน นอกจากนี้ **BIOWARE** ยังได้รับการสนับสนุนให้ไปจัดแสดงสินค้าในตลาดต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศด้วย ทำให้สามารถเติบโตเป็นแบรนด์สินค้าไทยที่ส่งออกไปในหลายประเทศ อาทิ จีน สหรัฐอเมริกา เวียดนาม และยังมีความร่วมมือกับ สปป.ลาว อีกด้วย

“จุดเด่นของ **BIOWARE** คือใช้วัสดุธรรมชาติ และการได้รับมาตรฐานเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารต่างๆ การเข้าไม่ไครเวฟ เครื่องอบฆ่าเชื้อและการทดสอบ **food contact** เป็นต้น ซึ่งหากเป็นสินค้าที่ใช้ถาวรก็จะมีลักษณะคล้ายๆ ท็อปเปอร์แวร์ สามารถนำเข้าไม่ไครเวฟได้อุ่นอาหารได้ตามปกติ โดยมีอายุใช้งานประมาณ 3-5 ปี ซึ่งถ้าเทียบกับสินค้าทดแทนที่ไม่ใช่วัสดุธรรมชาติ แน่นอนว่าในความเป็นวัสดุธรรมชาติมันจะต้องมีราคาสูงกว่าแต่ก็แลกมาด้วยความปลอดภัยต่อการใช้งาน ต่อสุขภาพ ต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวเราค่ะ”

แม้จะเป็นผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ แต่การออกแบบและพัฒนาให้มีสีสันดึงดูดก็ถือเป็นจุดเด่นที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคใหม่รู้สึกถึงความน่าใช้และสวยงาม ซึ่งสิ่งที่นำมาใช้ในผลิตภัณฑ์นั้น **BIOWARE** จะผลิตโดยใช้สีจากธรรมชาติ ด้วยการนำตัววัสดุธรรมชาติไปแมตช์กับสีธรรมชาติ เช่น สีเขียว ใช้สีของใบเตยเป็นหลัก สีม่วงใช้สีของอัญชันเป็นหลัก หรือใช้การผสมสีธรรมชาติหลายๆ สี เป็นต้น ซึ่งสีเหล่านี้เมื่อผ่านการใช้งานไปสักระยะหนึ่งอาจจะดูรอปลงบ้าง แต่ไม่ถึงกับซีดจาง

“ตัว **BIOWARE** ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใช้ถาวรหรือใช้แล้วทิ้ง จะมีความเหมาะกับคนทุกวัย ในสินค้าประเภทใช้ถาวรเราจะเน้นเรื่องการออกแบบในเชิง **universal design** คือต้องใช้งานง่าย ใช้งานได้จริงกับทุกช่วงอายุ ซึ่งเรามีการเก็บพฤติกรรมการใช้งานก่อนจะนำไปผลิตจริง เพื่อปรับการใช้งานให้เหมาะกับทุกช่วงอายุในเรื่องของความปลอดภัยก็สามารถใช้งานได้ตั้งแต่เด็กทารกไปจนถึงผู้สูงอายุเลย เพราะวัสดุมาจากธรรมชาติจริงๆ ไม่มีสารพิษ ไม่มีสารก่อมะเร็ง มีความคงทนแข็งแรง นำเข้าไม่ไครเวฟได้ และใช้กับอาหารได้ทั้งร้อนและเย็น ซึ่งสำหรับสินค้าที่เป็นประเภทใช้ถาวรยังสามารถล้างใช้ซ้ำได้เรื่อยๆ ด้วย”

ภาวินียังฝากข้อคิดถึงการเป็น **SME** หรือ **Startup** ที่ทำอย่างน่าสนใจด้วยว่า สิ่งสำคัญไม่ได้อยู่ที่การนิยามตัวเองเป็น **SME** หรือ **Startup** แต่ต้องเริ่มจากการมองว่าจะตั้งธุรกิจมาเพื่ออะไร และมีวิสัยทัศน์ที่อยากจะให้ธุรกิจเป็นอย่างไร เพราะเมื่อใดที่เจอกับสถานการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงใดๆ ก็ตาม ที่มากระทบจะทำให้รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่เราสามารถเรียนรู้และพัฒนาปรับเปลี่ยนได้โดยเฉพาะในธุรกิจของ **Startup** ที่เราทุกคนสามารถใช้ประโยชน์จากความเป็นธุรกิจขนาดเล็กของเราปรับตัวให้เร็วได้ 



บริษัท **BioForm (Thailand) Co.,Ltd.**

18 หมู่บ้านประจักษ์มัย ถนนประชาอุทิศ แขวงราษฎร์บูรณะ เขตราษฎร์บูรณะ กทม. 10140

โทร. 08 1801 4851 www.bioformthailand.com



แพค คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) ผลิตเครื่องทำน้ำร้อน เครื่องปรับอากาศ ประหยัดพลังงาน ภายใต้แบรนด์ไทย PAC

จุดเริ่มต้นของ PAC เครื่องทำน้ำร้อนและเครื่องปรับอากาศประหยัดพลังงานแบรนด์ไทย ในคอนเซปต์ **regenerating energy** เมื่อ 15 ปีที่แล้ว อรุษา ปูมี Managing Director บริษัท แพคคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งมีความสนใจส่วนตัวในด้านของการประหยัดพลังงาน ประสิทธิภาพ และเรื่องของสิ่งแวดล้อม ได้ก้าวเข้ามาสานต่อธุรกิจครอบครัวเกี่ยวกับเครื่องปรับอากาศระยะหนึ่ง มองเห็นว่าความร้อนที่เกิดขึ้นจากระบบปรับอากาศเป็นการสูญเสียพลังงานไปโดยเปล่าประโยชน์ ทำให้เกิดคำถามว่าจะนำความร้อนนี้กลับมาใช้ประโยชน์ได้อย่างไร ต่อยอดสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ระบบทำน้ำร้อนด้วยความร้อนที่ระบายทิ้งจากเครื่องปรับอากาศ

“เดิมเราขายเครื่องปรับอากาศ ต้องรับของคนอื่นมาขาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเราเองนอกจากในแง่ของสิ่งแวดล้อมยังเป็นโอกาสธุรกิจด้วย ในช่วงปีแรกๆ เรายังไม่รู้ว่าจะทำอะไร ก็ไปสมัครเข้าร่วมโครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เรียนที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เอาตัวผลิตภัณฑ์เครื่องทำน้ำร้อนจากเครื่องปรับอากาศนี้จดทะเบียนบริษัทขึ้นมาใหม่ ทำแบรนด์ด้วยชื่อแบรนด์เราเอง และเริ่มขายมาตั้งแต่ตอนนั้นได้รับการตอบรับดี พอผ่านมาลักระยะมีโครงการประกวด NEC Award เราไปประกวดก็ได้รับรางวัลมา จากรางวัลตรงนั้นทำให้ต่อยอด ได้รับคำปรึกษา มีที่ปรึกษาทางธุรกิจเข้ามาให้คำปรึกษาที่บริษัท แล้วก็ได้เข้าไปร่วมกับหน่วยงานของ สวทช. ในการบ่มเพาะธุรกิจอีก เรียกว่าได้ความรู้ ได้คำแนะนำต่างๆ จากโครงการค่อนข้างมาก”

จากผลิตภัณฑ์แรกระบบทำน้ำร้อนจากความร้อนที่ระบายทิ้งจากเครื่องปรับอากาศ ที่ประหยัดพลังงานสองทาง ทั้งลดค่าไฟจากเครื่องทำน้ำอุ่นและจากเครื่องปรับอากาศ PAC ไม่หยุดพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ เมื่อลูกค้าอยากให้นำความร้อนจากเครื่องปรับอากาศมาทำความร้อนให้กับสระว่ายน้ำ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปรับอากาศที่มีระบบทำความร้อนให้กับสระ

“ตอนนี้เรามาให้ความสำคัญเรื่องของพลังงานทางเลือก เช่น เครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์ ที่ประหยัดกว่าแอร์ทั่วไปอยู่ 30-40 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งสอดคล้องกับในปัจจุบันที่ต้นทุนของโซลาร์เซลล์ราคาถูกลง ทำให้การคืนทุนค่อนข้างเร็วขึ้นกว่าสมัยก่อนมาก คืนทุนได้ในระยะ 3-5 ปี”





● ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

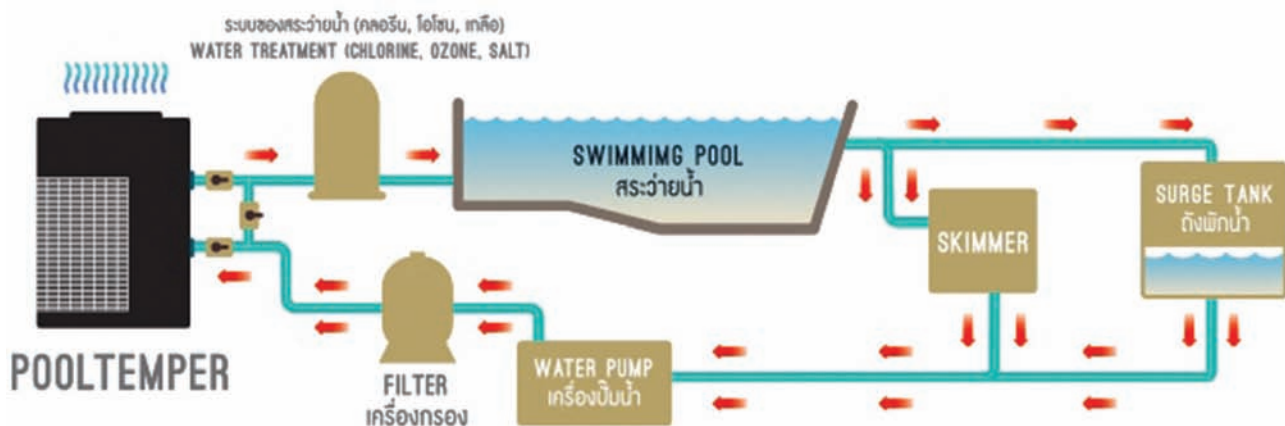
“กลุ่มเป้าหมายหลัก เริ่มต้นคือกลุ่มธุรกิจบริการ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ขยายมาสู่กลุ่มบ้านพักอาศัย กลุ่มสถานพยาบาลต่างๆ สปาออนเซน โรงเรียนสอนว่ายน้ำเด็ก สถานที่ที่มีการปรับอากาศสูง มีการใช้เครื่องปรับอากาศมาก ปัจจุบันเรายังมองกลุ่มโรงแรมรีสอร์ทเป็นหลัก แต่เจาะลึกลงไปมากขึ้น เช่น โรงแรมที่มีลักษณะวิลล่า โครงสร้างอาคารสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้มีความสามารถในการลงทุน และโปรโมทกิจการในแง่ของการใส่ใจสิ่งแวดล้อมได้ด้วย กลุ่มพวกโฮสเทล ที่ปัจจุบันมีการขยายมากขึ้น ในกรุงเทพฯ หรือในเมืองใหญ่ๆ นอกจากนั้นเรายังมุ่งเน้นกลุ่มที่เป็นผู้จำหน่ายหรือผู้รับเหมาก่อสร้างด้วย ส่วนอีกกลุ่มเป็นผู้ใช้ตามบ้านหรือธุรกิจไม่ใหญ่นัก ใช้การทำการตลาดแบบออนไลน์ มีข้อมูลบนเว็บไซต์ www.pac.co.th ให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ มีทีมพนักงานขายให้ข้อมูลรวมถึงตลาดต่างประเทศที่เรามองว่ามีศักยภาพเพราะภูมิอากาศใกล้เคียงกัน ตอนนี้เราขยายไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV”

● แนวทางธุรกิจในอนาคต

จากประสบการณ์มากกว่า 10 ปีที่ได้ดูแล ให้คำปรึกษา วางแผน วางระบบ และมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมเครื่องทำน้ำร้อน และเครื่องปรับอากาศประหยัดพลังงานให้แก่ธุรกิจ อุตสาหกรรม และครัวเรือน ทำให้ PAC มีจุดแข็งในด้านการให้บริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร โดยทีมงานวิศวกรและช่างผู้เชี่ยวชาญบริการครอบคลุมตั้งแต่การให้คำแนะนำเรื่องระบบ การออกแบบและปรับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการใช้งานและพื้นที่ติดตั้ง ไปจนถึงบริการติดตั้ง และการซ่อมบำรุงหลังการขายเพื่อตอบโจทยความต้องการลดการใช้พลังงาน เพื่อช่วยลดภาระค่าไฟฟ้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งทีมงานฝ่ายขายสามารถคำนวณผลประหยัดให้ผู้สนใจ เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่เดิม เพื่อช่วยวางแผนการลดต้นทุนพลังงานของท่านให้คุ้มค่าการลงทุน

แนวทางการทำธุรกิจในอนาคตยังคงมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเองภายใต้แบรนด์ PAC โดยยังคงคอนเซ็ปต์เดิม คือนำเอาพลังงานที่สูญเสียไปมาทำให้อุปกรณ์เกิดประโยชน์มากที่สุด และได้ประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านพลังงานไฟฟ้าให้กับผู้ใช้ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ถือเป็นแบรนด์ไทยที่เกิดจากการผสมผสานความเชี่ยวชาญในองค์กรจนกระทั่งเกิดเป็นสินค้าและบริการให้กับลูกค้า บนพื้นฐานที่ต้องการแก้ปัญหาของลูกค้าและได้ดูแลสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกัน



บริษัท แพคคอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด
12/2 วิชั่น บิสิเนสพาร์ค เฟส 2 ขอยรามอินทรา 55/8
ถนนรามอินทรา แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน กทม. 10230
โทร. 02 347 0447 www.pac.co.th

Startup

นักธุรกิจยุคใหม่

นักธุรกิจยุคใหม่ หรือ **Startup** มีความจำเป็นอย่างมากที่ต้องมี **Ecosystem** ที่ดีเพื่อให้เกิดการโตแบบก้าวกระโดด และถึงแม้สถานการณ์ปัจจุบันผู้ประกอบการ **SME** หรือ **Startup** ไทย ยังไม่มี **Startup** ระดับ **Unicorn** ซึ่งสามารถระดมทุนได้มากกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เหมือนในต่างประเทศ อย่างเช่น ประเทศอินเดียสามารถสร้าง **Startup** ระดับ **Unicorn** ได้มากกว่า 3 ธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบ **Startup** ยังคงต้องพัฒนาและร่วมมือกันในการสร้าง **Ecosystem** ที่มาจากการสนับสนุนการเรียนรู้ การหาเครือข่าย การถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้งระดับประเทศ และระหว่างประเทศ

ข้อมูลจากกระทรวงการคลังเปิดเผยว่า **Startup** มีจำนวนวิสาหกิจเริ่มต้น 1,700 ราย ผ่านการสนับสนุนร่วมลงทุนจากภาครัฐ 44 ราย วงเงิน 1,212.3 ล้านบาท โดยมี **Startup** 11 ราย ที่ได้รับลงทุนแล้วคิดเป็นเงิน 276 ล้านบาท จำนวนกลุ่มนักลงทุนเอกชน 400 ราย กิจกรรมร่วมลงทุน หรือ **Venture Capital (VC)** และทรัสต์เพื่อกิจการการเงินร่วมลงทุน 32 ราย การจัดทำโครงการบ่มเพาะ หรือ **Incubator** ทั้งของภาครัฐและเอกชน

จากการสำรวจแบบสอบถามของผู้ประกอบการ **Startup** กว่า 500 ราย ในปี 2561 ของ **Thailand Tech Startup Association (TTSA)** พบว่า มี **Startup** ที่เข้าร่วมโครงการที่ชัดเจน ทั้งที่ภาครัฐและเอกชนจัดทำ 61% และไม่เคยเข้าร่วม 39% ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมจะได้รับเครือข่าย ความรู้ และสร้างการรับรู้ของ **Brand** แต่ที่น่าสนใจคือ เหตุผลของผู้ประกอบการที่ไม่เข้าร่วมโครงการคือ ไม่มีเวลาและไม่สนใจถึง 40% ในขณะที่มาตรการส่งเสริมที่ภาครัฐจัดให้นั้นผู้ประกอบการ **Startup** ได้รับประโยชน์ด้านเงินทุนเป็นอันดับ 1 ส่วนที่ไม่เข้าร่วม มีสาเหตุจากการไม่ทราบข้อมูล 28%

5 อันดับสาขา Startup

อย่างไรก็ตาม ผลของคำตอบที่ได้มาจาก **Startup** ชุดนี้ที่มาจาก 5 อันดับสาขาอุตสาหกรรม ประกอบด้วย

1. Business/Services Tech
2. E-Commerce
3. EdTech
4. TravelTech
5. HealthTech

75% ของสตาร์ทอัพตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวนมากที่สุดในเขตวัฒนา, เขตบางรัก, เขตปทุมไท, เขตจตุจักร และเขตคลองเตย ตามลำดับ

มีการก่อตั้งบริษัทตั้งแต่ ปี 2551 อายุเฉลี่ยของเจ้าของกิจการที่เริ่มคือ 33 ปี เพศชาย 82% และเพศหญิง 18% มีผู้ร่วมก่อตั้ง 3-4 คน เป็นส่วนใหญ่

สำหรับพื้นฐานด้านการศึกษาของผู้ก่อตั้ง **Startup** เรียงตามลำดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า 52% ปริญญาโท 42% ปริญญาเอก 4% และมีมัธยมปลายหรือต่ำกว่า 2%



3 เหตุผลหลักของตัดสินใจก่อตั้ง Startup

1. เพราะมองเห็นโอกาสในการสร้างธุรกิจและการทำกำไร
2. เพราะเห็นถึงความต้องการของผู้คนที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง
3. เพราะมีทักษะและความสามารถที่อยากนำมาขยายเป็นธุรกิจ

การเงินและการตลาด

ทางด้านเงินทุนที่ได้ในการทำ Startup ของคนไทยส่วนใหญ่เริ่มจากทุนเฉลี่ย 5 ล้านบาทต่อ Startup โดยมีสัดส่วนแหล่งที่มาของเงินทุนของ Startup เงินทุนของตัวเอง 61% เงินทุนจากครอบครัว เพื่อน หรือญาติพี่น้อง 9% ผู้ให้การสนับสนุนเงินทุน (Angel Investors) 9% โครงการภาครัฐ 6% แหล่งที่มาอื่น เช่น Venture Capital, เงินกู้ธนาคาร, Incubator & Accelerator นอกจากนี้ยังมีเครื่องมือทางการเงินและการลงทุนที่ Startup ต้องการจะใช้ หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred Shares) 24% การระดมทุน (Crowd funding) 23% และ หุ้นมีเงื่อนไขเวลา (Vesting) 15%

สำหรับตลาดและการดำเนินกิจการในต่างประเทศ แบ่งเป็นรายได้จากลูกค้าต่างประเทศ ซึ่ง 31% ของ Startup ไทย มีรายได้จากลูกค้าต่างประเทศ โดยแยกเป็น เอเชีย 42% เอเชีย (นอกเหนือจากอาเซียน) 24% ยุโรป 14% อเมริกาเหนือ 10% ออสเตรเลีย 7% อเมริกาใต้ 3%

90% ของ Startup ไทย มีแผนที่จะขยายกิจการสู่ต่างประเทศ แบ่งเป็น เอเชีย 45% เอเชีย (นอกเหนือจากอาเซียน) 19% ยุโรป 12% อเมริกาเหนือ 9% ออสเตรเลีย 10% อเมริกาใต้ 5%

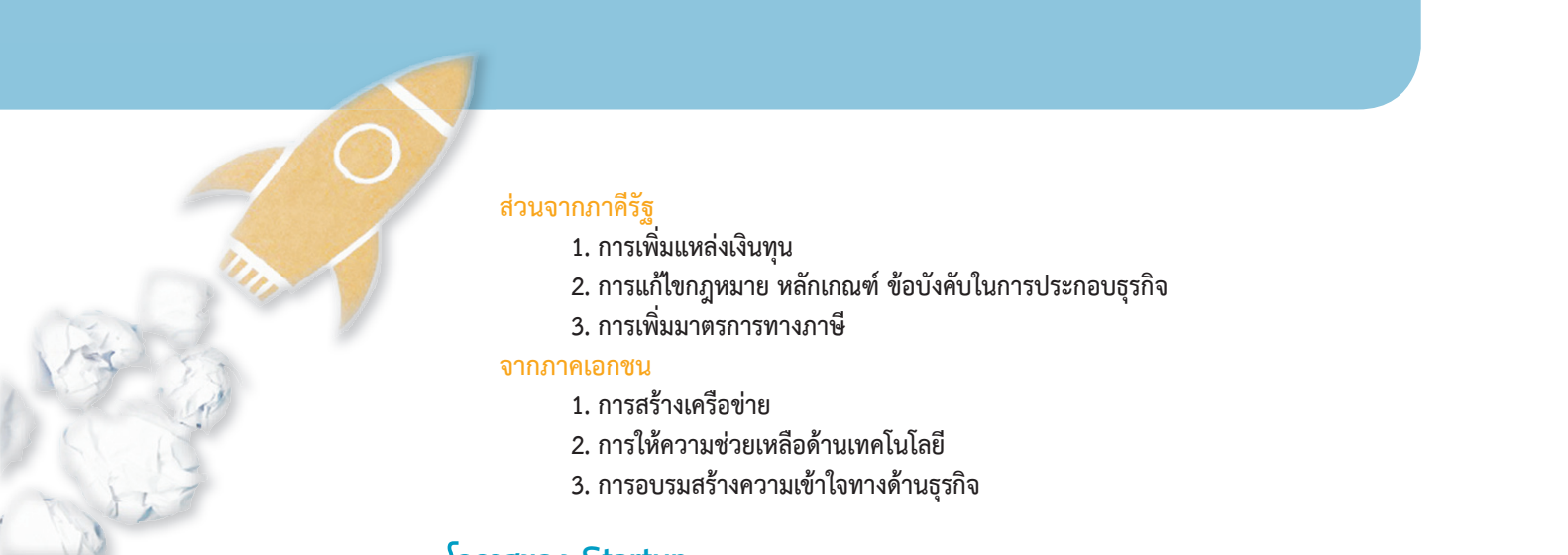
ปัจจัยที่ส่งผลต่อ Startup นั้น แบ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีกำไรของ Startup ได้แก่ การเข้าร่วม Incubator & Accelerator การเข้าร่วมโครงการมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ และระดับการศึกษาของผู้ตั้ง ในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลรายได้ของ Startup มีความแตกต่างจากปัจจัยแรกในข้อ 3 คือ อายุของ Startup

ความช่วยเหลือที่ต้องการ

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ Startup 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับความช่วยเหลือที่ต้องการ เริ่มจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

1. การสร้างเครือข่าย
2. การให้ความช่วยเหลือการเข้าถึงองค์ความรู้และเทคโนโลยี
3. การพัฒนาบุคลากรและแรงงาน





ส่วนจากภาครัฐ

1. การเพิ่มแหล่งเงินทุน
2. การแก้ไขกฎหมาย หลักเกณฑ์ ข้อบังคับในการประกอบธุรกิจ
3. การเพิ่มมาตรการทางภาษี

จากภาคเอกชน

1. การสร้างเครือข่าย
2. การให้ความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยี
3. การอบรมสร้างความเข้าใจทางด้านธุรกิจ

โอกาสของ Startup

จากตัวเลขข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า Startup ของไทยยังคงมีโอกาสและมีเป้าหมายชัดเจนในการมุ่งพัฒนาเป็น Startup ในระดับชุมชน และประเทศ รวมถึงในระดับต่างประเทศที่มี Scale และแรงหนุนจาก Social Network ดังนั้นจึงเป็นความต้องการของ SME และ Startup ที่ต้องการให้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีโครงการบ่มเพาะ Startup การให้เงินทุนกับ Startup การเชื่อมโยงความรู้จากประเทศที่ประสบความสำเร็จในการทำ Startup ระดับโลก เช่น สหรัฐอเมริกา, อิสราเอล, ฟินแลนด์, รัสเซีย และจีน มาเร่งผลักดันให้เกิด Startup ของไทย และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐของไทย ทั้งด้านกฎหมาย กฎระเบียบ ของภาครัฐในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการสร้างผู้ประกอบการ Startup ให้เกิดอุตสาหกรรมเทคโนโลยีขึ้นในระบบเศรษฐกิจของไทยอย่างทัดเทียมนานาประเทศ โดยเฉพาะการตั้งเป้าหมายที่จะให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลาง Startup ในอาเซียน เพราะโลกในอนาคตจะมีการใช้ชีวิตกับเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องกับภาคการผลิต ภาคอุตสาหกรรมใหญ่ๆ มากขึ้น ทั้ง online, ดิจิทัล, Blockchain, 3D printing, AR/VR, Simulation, Big Data and analytics, Autonomous Robot, Horizontal and Vertical system, Integration, Cyber, Serenity, Cloud และ Quantum Computer เป็นต้น

ทั้งนี้เทคโนโลยีไม่เคยที่จะหยุดเปลี่ยนแปลง ดังนั้นผู้ประกอบการ Startup ของไทยก็ยังคงมีรูปแบบธุรกิจอีกมากมายที่พร้อมจะเกิดขึ้นในอนาคต จากความคิดสร้างสรรค์ การค้นคว้าหานวัตกรรมใหม่ๆ และผสมผสานเทคโนโลยีให้เกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าและเติบโตแบบก้าวกระโดด เพื่อจะผลักดันให้เศรษฐกิจไทยพัฒนาสู่ประเทศที่ก้าวผ่านความเป็นประเทศกำลังพัฒนา โดยมี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานหนึ่งที่จะช่วยเติมเต็มความแข็งแกร่งของ Startup ไทย 

แหล่งข้อมูล :

Thailand Tech Startup Association (TTSA)



แผ่นรองกันมด Dreamleaf

ยอดขายทะลุ หลักล้าน



สุดทนต่อการรุกรานของสัตว์ตัวจิ๋วในบ้าน จะขำกั๊งก็ไม่ใช่วิสัยลูกผู้ชายอย่าง **คุณศิริวิชญ์ บุญซื่อ** จึงคิดทำอุปกรณ์กันมดที่ใช้ขนนมและอาหาร ทำแล้วตั้งชื่อเรียกง่าย ๆ ว่า **แอนท์แพด : Antpad** หรือ **แผ่นรองกันมด** เห็นชื่อแล้วเข้าใจเลยไม่ต้องอธิบายเยอะ บังเอิญแผ่นรองกันมดรายนี้ดันไปถูกใจใครต่อใครหลายคนเหตุเพราะไม่ต้องขำมด แผ่นรองกันมดไม่มีพิษ ไม่ส่งกลิ่น ไม่ส่งเสียง ไม่ส่งคลื่น ที่สำคัญคือ สวยเตะตา คนผลิตทดลองใช้แล้วได้ผล มดเดินไม่มาจนใจ จึงหอบหิ้วผลิตภัณฑ์เข้าประกวดชิงรางวัล คราวนี้ไม่บังเอิญ utschachivawil รองชนะเลิศเป็นเครื่องการันตีความสุดเจ๋งของแอนท์แพด ซึ่งเจ้าของเผยตัวเลขยอดขายทะลุหลักล้าน!!

คิดได้ไง!?

“ผมเชื่อว่าทุกคนต้องเจอปัญหาเรื่องมดเหมือนกัน แต่เราไม่ได้ต้องการกำจัดจนถึงขั้นให้มันตาย แค่อยากป้องกันไม่ให้มารบกวนเท่านั้น ผมจึงค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตว่ามดมีพฤติกรรมอย่างไร ไม่ชอบอะไร จากนั้นก็คิดค้นสูตรต่างๆ มากมายด้วยตัวเองเป็นเวลากว่า 6 เดือน แล้วนำไปให้อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทดสอบประสิทธิภาพในการใช้งานจริง แล้วนำกลับมาพัฒนาจนได้สูตรที่ลงตัว ปลอดภัยกับมนุษย์และสัตว์เลี้ยง”

แผ่นรองกันมด ใช้หลักการง่าย ๆ คือ “ขัดขวางการเข้าถึงของมด” โดยใช้สารชนิดพิเศษซึ่งเป็นส่วนผสมในการผลิตเครื่องสำอาง จึงปลอดภัย นำมาเคลือบอยู่บนผิวด้านในของแผ่นรองกันมดซึ่งทำจากพลาสติก ABS ชนิดเดียวกับที่ใช้ผลิตของเล่นตัวต่อ (เลโก้) ส่งผลให้พื้นผิวนั้นเหนียวหนะยากต่อการเดินของมด พูดง่าย ๆ ก็คือ มดจะรู้สึกไม่สบายตัวเมื่อเดินผ่านสารชนิดนี้

ทดลองจนได้สูตรกันมดที่ลงตัว ปลอดภัยกับมนุษย์และสัตว์เลี้ยง จึงออกแบบรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากสินค้ากำจัดมดที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยทำให้ผลิตภัณฑ์มีความเป็นครีเอทีฟในตัวเอง เขาจึงเลือกรูปทรงสี่เหลี่ยมมีหัวมีโค้งแบบเดียวกับจิกซอร์นำมาทำเป็น “แผ่นรองกันมด” แต่ละแผ่นยังต่อกันได้เหมือนจิกซอร์ เพื่อให้ได้ขนาดของพื้นที่กันมดที่ต้องการ ใช้สีไม่เยอะแต่ดูเด่นวางใช้งานยังดูสวยเด่นด้วยสีและดีไซน์ของผลิตภัณฑ์เอง



เจ๋งตรงไหน !?

คุณศิริวิชัย บุญเชื้อ ทดสอบการใช้งานจนมั่นใจ เห็นผลชัดเจนว่า กันมดได้จริง จึงเกิดความเชื่อว่าน่าจะมีผู้ต้องการผลิตภัณฑ์แบบนี้เหมือนกัน จึงเดินทางไปพัฒนาแผ่นรองกันมดให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกใหม่ของสังคม ในปี 2557 แผ่นรองกันมดภายใต้แบรนด์ “Dreamleaf” (ดรีมลีฟ) จึงก้าวสู่ตลาดผ่านออนไลน์อย่างเป็นทางการ เปิดตัวในราคาเริ่มต้น แผ่นละ 280 บาท เนื่องจากใช้วัสดุอย่างดี อายุใช้งาน 1-2 ปี ขายผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์อื่นๆ รวมทั้ง



ออกงานแสดงสินค้า เพื่อสร้างโอกาสอธิบายคุณสมบัติและข้อดีของผลิตภัณฑ์

คุณศิริวิชัยนำผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นด้วยตัวเองนี้ เข้าชิงรางวัลสุดยอดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแห่งปี Thailand Green Design Awards 2017 ซึ่งจัดขึ้นโดยสถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สามารถคว้ารางวัลรองชนะเลิศ ประเภทผลงาน “ช่วยยกระดับคุณภาพการใช้ชีวิต” (Life Enhancement) มาตรการรองรับเป็นการการันตีคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี

ทำขายใคร !?

ในช่วงเริ่มต้นทำตลาด ลูกค้านักกลุ่มเป้าหมายถูกพุ่งเป้าไปที่กลุ่มสายปฏิบัติธรรม ซึ่งถือศีลและเว้นการฆ่าสัตว์ แต่กลับพลิกลือกกลายเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์ (สุนัขและแมว) ให้ความสนใจเป็นพิเศษ นิยมใช้เป็นฐานรองภาชนะใส่อาหารให้กับสัตว์เลี้ยง ใช้แล้วถ่ายภาพโพสบนโลกออนไลน์ เลยเกิดกระแสเลียนแบบใช้แผ่นรองกันมดกับสัตว์เลี้ยงอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีลูกค้าที่อยู่นอกสายตา เป็นลูกค้ากลุ่มไลฟ์สไตล์ที่ชื่นชอบดีไซน์ และสีสันของ Antpad กลุ่มนี้กลายเป็นกลุ่มที่เติบโตและสร้างยอดขายได้อย่างคาดไม่ถึง



เสียงสะท้อนจากลูกค้าที่ต้องการแผ่นรองกันมดเฉพาะจุด เช่น ขาโต๊ะ ขาตู้ หรือเฟอร์นิเจอร์ คุณศิริวิชัยจึงได้ดีไซน์รูปลักษณ์ของแผ่นที่แพตแนวใหม่เปลี่ยนทรงเหลี่ยม จิกซอร์เป็นทรงกลมเก๋ๆ เปลี่ยนวัสดุจากพลาสติกเป็นเซรามิก ตั้งใจออกแบบให้ดูทันสมัยและเข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ เพิ่มช่องทางการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์จนมั่นใจว่าแผ่นระยะสั้น สามารถทำให้ธุรกิจผลิตแผ่นรองกันมดภายใต้แบรนด์ Dreamleaf สามารถก้าวกระโดดทำยอดขายทะลุหลักล้านได้ไม่ยาก นอกจากนี้ยังมีการเจรจาส่งแผ่นรองกันมดไปขายในต่างประเทศหลายแห่ง

ใครจะไปคาดคิดว่า ปัญหาเล็กๆ กับมดตัวเล็กๆ เมื่อใช้ปัญญาแก้ปัญหา สุดท้ายพลิกลือกกลายเป็นธุรกิจทำเงินล้านได้



บริษัท Dream leaf
425/1 ถ.งามวงศ์วาน 25
อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000
โทร. 08 2651 5854, 09 9654 8245
email : cravt@yahoo.com
www.antpadthailand.com

ส่อง สตาร์ทอัพญี่ปุ่น

สร้างสรรค์ธุรกิจอาหาร

“ญี่ปุ่น” เป็นประเทศ ที่มีความโดดเด่นในด้านการคิดและทำสิ่งใหม่ รวมถึง **Startup ญี่ปุ่น** ซึ่งมีความโดดเด่นด้านกรอบความคิดและทำสิ่งใหม่ชัดเจนมาก โดยเฉพาะการคิดแก้ปัญหาหรือเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจแบบเดิมให้เป็นเรื่องใหม่ หรือได้โมเดลทางธุรกิจใหม่ เพื่อให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของตลาดและผู้บริโภค โดยผสานนำเอาความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งในธุรกิจอาหาร **Startup ญี่ปุ่น** มีความน่าสนใจที่ผู้ประกอบการไทยสามารถศึกษาต่อยอดได้

ตัวอย่างธุรกิจ Startup ญี่ปุ่น ที่ช่วยแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน สำหรับคนทำงานที่มีความยุ่งมากจนไม่มีเวลาดีกินอาหาร และ/หรือ หาวาหารที่ดีต่อสุขภาพมารับประทาน

Okan Inc.

สตาร์ทอัพบริการจัดส่งอาหารตลอด 24 ชั่วโมง

Okan Inc. เป็น Startup ก่อตั้งอยู่ที่โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ พ.ศ.2555 ที่คิดค้นบริการจัดส่งอาหารให้กับบริษัทและลูกค้ารายบุคคล โดยมีบริการที่โดดเด่น เรียกว่า “Office Okan” เป็นบริการเสริมสร้างวิถีชีวิตของคนทำงาน ด้วยการบริการอาหารสำหรับคนทำงานในขณะอยู่ที่ออฟฟิศ สำหรับพนักงานทุกคนตลอด 24 ชั่วโมง โดยจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ถูกสุขอนามัย และอร่อยเหมือนทำสดใหม่ ที่ใช้ส่วนผสมในท้องถิ่นและส่วนผสมตามฤดูกาลเป็นหลัก ภายใต้การดูแลของนักโภชนาการที่ขึ้นทะเบียนแล้ว มีความหลากหลายให้เลือกรับประทาน โดยจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทุกเดือน ในรูปแบบอาหารญี่ปุ่นสไตล์เดลิ (ขนาดเพียงหนึ่งมือ สามารถใช้ได้ทุกครั้งเมื่อคุณต้องการสามารถอุ่นร้อนได้ด้วยไมโครเวฟหรือแช่ในน้ำร้อน) ที่มีอายุการเก็บรักษาแช่ไว้ในตู้เย็น 1 เดือน ราคาเริ่มต้นเพียง 100 เยน (หรือประมาณ 30 บาท) สามารถชำระด้วยเงินสด หรือบัตรเครดิตได้ ให้บริการติดตั้งในสำนักงานในราคาเริ่มต้นที่ศูนย์เยน เพราะฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมการใช้งานรายเดือน รวมถึงค่าจัดส่ง ค่าเช่าตู้เย็น และค่าวัสดุอุปกรณ์ สามารถติดตั้งภายใน 1 สัปดาห์หลังจากการสมัครใช้บริการ ทั้งนี้หากให้บริการไว้ที่โรงอาหารจะทำให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานในลักษณะการมีส่วนร่วมของพนักงาน และการสร้างความสัมพันธ์สื่อสารข้ามแผนกขึ้นได้ ถือเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานที่ดีในที่ทำงาน การสร้างสุขภาพที่ดี และความสะดวกให้กับพนักงานทุกคน



ภาพจาก : <https://office.okan.jp/>



เครื่องดื่มน้ำผลไม้



ผักสดและผลไม้สด



สลัดพลังงาน (Power Salad)

OFFICE DE YASAI

สตาร์ทอัพบริการผักสดและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

OFFICE DE YASAI ของ บริษัท KOMPEITO เป็น Startup ที่ก่อตั้งในโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ พ.ศ.2557 และได้คิดค้นบริการ “เพิ่มพลังงานและสุขภาพสำหรับพนักงานออฟฟิศ” โดยให้บริการเมนูอาหารที่เน้นผักและผลไม้ ได้แก่ ผักสด ผลไม้สดตามฤดูกาล และผลิตภัณฑ์ทั้งสำเร็จรูปที่ดีต่อสุขภาพปราศจากสารเติมแต่งที่ได้รับการคัดสรรมาอย่างดี มีความสะอาดและปลอดภัยตั้งแต่โรงผลิตจากพื้นที่ต่างๆ ของประเทศญี่ปุ่น ในบรรจุภัณฑ์ขนาดพกพา จัดส่งไปยังสำนักงาน ส่งมอบ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ที่กินง่ายสามารถรับประทานได้โดยทันที และ/หรืออุ่นด้วยไมโครเวฟและรับประทานได้ทันที ในราคาสบายๆ ให้พนักงานสามารถใช้ชีวิตในออฟฟิศสะดวกสบายและมีสุขภาพที่ดีได้อย่างง่ายดาย โดยเฉพาะออฟฟิศที่ไม่มีร้านสะดวกซื้อ หรือไม่มีสถานที่จำหน่ายอาหารกลางวันใกล้ที่ทำงาน ผลิตภัณฑ์ยังมีความหลากหลายและเปลี่ยนเมนูทุกเดือน เพื่อตอบสนองสำหรับมือกลางวันและมือเย็นที่ออฟฟิศสามารถนำกลับบ้านเพื่อทานเป็นมื้อค่ำ และสำหรับมือกลางวันของวันรุ่งขึ้น รวมถึงยังเป็นอาหารว่างในตอนสายและ/หรือตอนบ่าย เมื่อรู้สึกหิวก็สามารถเลือกกินผักและผลไม้แทนที่จะเป็นของหวาน

ความโดดเด่นของบริการดังกล่าวที่แตกต่างจากคู่แข่ง คือ ผู้บริโภคสามารถเลือกดูผลิตภัณฑ์จริงที่สำนักงานได้ นอกจากนี้บริษัทบริการคู่แข่งและเตาอบไมโครเวฟให้ฟรีด้วย



ภาพจาก :

<https://www.officedeyasai.jp/product>

<https://jp.techcrunch.com/2017/03/23/>

[office-de-yasai-raised-150-mil-yen/](https://jp.techcrunch.com/2017/03/23/office-de-yasai-raised-150-mil-yen/)



ภาพจาก : <https://integriculture.jp>

Integriculture

สตาร์ทอัพผลิตเนื้อสัตว์จากเนื้อเยื่อเซลล์เพาะเลี้ยง

Integriculture เป็น Startup ก่อตั้งอยู่ที่โตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่ พ.ศ.2558 เป็นบริษัทเทคโนโลยีชีวภาพที่ผลิตเนื้อสัตว์ต่างๆ จากเนื้อเยื่อเซลล์ที่เพาะเลี้ยงขึ้นเพื่อการบริโภคของมนุษย์แทนเนื้อที่ได้มาจากสัตว์โดยตรงด้วยระบบ CulNet (จดสิทธิบัตร) ของ Integriculture ที่จะสามารถลดต้นทุนการผลิต ซึ่งเป็นปัญหาที่ใหญ่ที่สุดในเนื้อสัตว์เพาะเลี้ยง เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยประมาณการณ่ว่าจะสามารถทำเนื้อ 1 กิโลกรัม ในราคา 200 เยน (หรือประมาณ 60 บาท)

และสามารถผลิตสินค้าในปริมาณมากสู่กระบวนการการผลิตเชิงพาณิชย์ได้จริงโดยไม่ฆ่าสัตว์ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และเป็นทางออกความต้องการอาหารและเนื้อสัตว์ที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากให้กับประชากรโลกที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 9.8 พันล้านคน ในปี 2593 อีกทั้งยังสร้างสรรค์ให้ผู้บริโภคสามารถผลิตเนื้อสัตว์ได้ด้วยตนเองอย่างง่ายๆ ตามสูตรอาหารตามความต้องการเฉพาะของผู้บริโภคคนนั้นๆ ได้อีกด้วย เช่น เนื้อสัตว์เพาะเลี้ยงที่มีทั้งเนื้อวัว เนื้อปลา เนื้อกุ้ง รวมอยู่ในเนื้อแผ่นเดียวกัน หรือเนื้อสัตว์เพาะเลี้ยงเฉพาะผู้บริโภคบุคคลนั้นๆ ที่ต้องการรสชาติอร่อย ส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือการป้องกันโรค เช่น เนื้อสัตว์เพาะเลี้ยงแคลเซียมสูง และ/หรือลดคอเลสเตอรอล เป็นต้น

จากตัวอย่าง Startup ทั้ง 3 รายที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นว่าการสร้างสรรค์ธุรกิจอาหารของ Startup จะอยู่บนหลักการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานรูปแบบ “ดีต่อสุขภาพ” “สร้างคุณภาพชีวิตของผู้คนให้ดีขึ้น” “สิ่งแวดล้อม” “บุคคล” และ “มีความพิถีพิถัน” กับนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าครบวงจรคุณค่า (Value Chain Innovation) ที่สามารถทำได้จริงในเชิงพาณิชย์ จึงทำให้สามารถดึงดูดนักลงทุนมาร่วมทุนและธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง



แหล่งข้อมูล :

<https://company.okan.jp/>

<https://integriculture.jp/>

<https://www.officedeyasai.jp>

<https://jp.techcrunch.com/2017/03/23/>

[office-de-yasai-raised-150-mil-yen/](https://jp.techcrunch.com/2017/03/23/office-de-yasai-raised-150-mil-yen/)

รวย ไปทำไม!?

//

... ครูบาอาจารย์เคยเล่าว่าคุยกับเศรษฐีที่ไร เห็นเขากลุ่มใจทุกที พอถามมหาเศรษฐีท่านหนึ่งว่า หาเงินเยอะๆ ไปทำไม

แปลกจัง!! เขาตอบไม่ได้ แต่ทำตามเศรษฐีว่าหาเงินอย่างไร เขาตอบอย่างฉาดฉาน เก่ง และคล่องมาก

แปลกดีนะ!! พอถามว่าหาเงินอย่างไร ตอบได้อย่างคล่องแคล่ว แต่ตามต่อไปว่า หาเงินเยอะๆ ไปทำไม กลับตอบไม่ได้

... พูดคุยกับเศรษฐีที่ไร มักจะเห็นเขาพูดไปบนไปกลุ่มไป ชีวิตดูปนทุกข้อย่างไรก็ไม่รู้ รวยก็จริง

แต่เหมือนเขาขำความสุขทั้งไปต่อหน้าต่อตา ในที่สุดก็หมดเวลากันไป รวยจริง แต่ไม่มีความสุขในชีวิต

... หลายสิบปีก่อน มีเศรษฐีระดับหมื่นล้าน บอกกับครูบาอาจารย์ว่า รอให้แก่ก่อนเดะแล้วจะเข้าวัดปฏิบัติธรรม ตอนนี้ตายไปเสียแล้ว

ไม่รู้ว่... เขารู้ตัวหรือยังว่ายังไม่แก่ก็ตายได้ ยังไม่ทันได้เข้าวัดปฏิบัติธรรมเลย

ยังไม่ได้ใช้เงินของตัวเอง ให้คุ้มค่าที่เสียเวลาทำมาหากินมาตลอดชีวิต ที่สุด...ชีวิตมันก็แค่นี้ เป็นเดียวเท่านั้นเอง...!!

//

จดจำจากคำสอนของครู





Get Backed ระดมทุนร้อยล้าน สร้างฝันสตาร์ทอัพ

ผู้เขียน : อีแวน แบร์ รหัส : I 15 S60

ธุรกิจหรือนวัตกรรมที่ยิ่งใหญ่เกิดขึ้นไม่ได้ หากไม่มีเงินลงทุน จุดเริ่มต้นของธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ คือ ไอเดียที่เยี่ยมยอด แต่หากขาดเชื้อเพลิงที่มากพอและต่อเนื่อง ย่อมขับเคลื่อนไปได้ไม่ไกล คุณจึงจำเป็นต้องได้รับคำแนะนำจากมืออาชีพที่ช่วยระยะเวลาเรียนรู้ในเรื่องสำคัญอื่นๆ และการสนับสนุนเพื่อเชื่อมต่อไปยังเครือข่ายต่างๆ

สตาร์ทอัพธุรกิจด้วยนวัตกรรม

ผู้เขียน : กิตติ ทรัพย์ชูกุล รหัส : I 15 S601

การก้าวข้ามปัญหาเดิมๆ เพื่อสร้างความสำเร็จ เริ่มที่สิ่งสมประสงค์ เสริมการทำงานด้วยใจ สร้างสิ่งใหม่ที่เรียกว่า นวัตกรรม เด่นหน้าพัฒนาให้เป็นจริง ให้คนเห็นประโยชน์แล้วร่วมเส้นทางกับเรานบนแนวทางความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ขึ้นด้วยสตาร์ทอัพ



สตาร์ทอัพสร้างได้ใน 7 วัน

ผู้เขียน : Dan Norris รหัส : I 15 S602

หนังสือสตาร์ทอัพสร้างใน 7 วัน เล่มนี้ อิงจากประสบการณ์จริงของ แดน นอร์ริส ผู้เคยเป็นเจ้าของธุรกิจที่ล้มเหลวต่อเนื่องเกือบสิบปี แต่แล้วเขาก็กลายมาเป็นเจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพที่โต 400% ทุกปี ที่สำคัญเขาใช้เวลาเริ่มต้นธุรกิจนี้เพียง 7 วันเท่านั้น

StartUp คิดดัง ทำให้รวย

ผู้เขียน : ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ รหัส : I 15 S603

ในโลกยุคดิจิทัลที่โลกทั้งโลกเชื่อมต่อกันได้โดยไร้ขีดจำกัด ลูกค้านอกคนไม่ใช่แค่หลักสิบล้านในประเทศไทยแต่คือหลักร้อยล้าน พันล้านคนบนโลกใบนี้ธุรกิจจะไร้ขีดเกิดขึ้นได้บนโลกยุคดิจิทัล หนังสือเล่มนี้มีคำตอบ รวบรวมทุกเรื่องที่คนเริ่มต้นธุรกิจ Startup อยากรู้ และควรรู้มาไว้ในหนังสือเล่มนี้



เก่งสวย รวยเปลี่ยนโลก Startup

ผู้เขียน : ภัทรพร สกุลคู รหัส : I 15 S604

เปิดดูตรความรวย ลงทุนต่ำ ผลตอบแทนสูงลิบ ส่งตรงจาก “Silicon Valley” ถ่ายทอดจากประสบการณ์ตรงของผู้เขียน ซึ่งเธอจะมาเปิดเผยเคล็ดลับสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจสไตล์ “Startup พันล้าน” ที่ทำให้หลายคนสามารถพุ่งทะยานจากศูนย์ไปเป็นร้อยล้านพันล้านได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่มีหนี้ เป็นเคล็ดลับที่ถ่ายทอดกันเฉพาะคนในหุบเขาทางคานีเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้จากผู้ก่อตั้ง Google, Apple, Yahoo!, Twitter, Instagram, WhatsApp, Snapchat และบริษัทอื่นๆ อีกหลากหลาย รวมทั้งจากงานวิจัยและการเป็นผู้ช่วยสอนที่ Stanford University

All in Startup

ผู้เขียน : Kander Diana รหัส : I 15 S605

หนังสือสำหรับสตาร์ทอัพที่เข้กซ์ที่สุดซึ่งเป็นหนังสือที่ใครก็ตามที่อยากเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือก่อตั้งธุรกิจใหม่ต้องอ่าน ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงแนวคิดสินได้งายขึ้น



สร้างธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ต้องเริ่มตอนที่ไม่มีพร้อม : The Lean Startup

ผู้เขียน : Eric Ries รหัส : I 15 S53

มีคนจำนวนมากอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองและมองเห็นโอกาสที่ผ่านเข้ามา แต่สุดท้ายกลับไม่ลงมือทำด้วยเหตุผลว่า “ยังไม่พร้อม” หรือไม่ว่าจริงๆ แล้ว “ความไม่พร้อม” นั้นแหละที่เป็นข้อได้เปรียบ หนังสือ “สร้างธุรกิจที่ยิ่งใหญ่ต้องเริ่มตอนที่ไม่มีพร้อม” เล่มนี้ เป็นผลงานของ “เอริก รีส” ซึ่งจะเปิดเผยวิธีใช้ประโยชน์จากความไม่พร้อม และเปลี่ยนมันให้เป็นจุดแข็งของคุณ โดยถ่ายทอดผ่านประสบการณ์ในการปลุกปั้นบริษัทของตัวเอง รวมถึงเรื่องราวของธุรกิจที่เริ่มต้นทั้งที่ยังไม่พร้อมแต่กลับเติบโตจนก้าวขึ้นมาประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ ถ้าการรอให้พร้อมยังไม่ทำให้คุณมีธุรกิจเป็นของตัวเองสักที...จะดีกว่าไหมถ้าคุณหันมาใช้ประโยชน์จาก “ความไม่พร้อม” แล้วลงมือสร้างธุรกิจที่มั่นคงและทำกำไรตั้งแต่วันนี้เลย!!

Startup เสียยุคใหม่

ผู้เขียน : ทีม Startup Spirit รหัส : T 7 S16

มาแปลง “ไอเดีย” ของคุณให้เป็น “ธุรกิจร้อยล้าน” ไปกับ “Startup เสียยุคใหม่” เล่มนี้กันเถอะ!! เนื้อหาในเล่มจะทำให้คุณได้สัมผัสกับ “9 ฏูร ผู้เชี่ยวชาญใน 9 ศาสตร์” ซึ่งการรวมตัวกันของบุคคลคุณภาพกลุ่มนี้ ถือได้ว่าเป็นประวัติศาสตร์ที่ต้องบันทึกไว้ทีเดียว บางคนมีฝัน มีแรงบันดาลใจ แต่ไม่รู้จะเริ่มเป็นเจ้าของกิจการอย่างไร บางคนมีไอเดียมากมาย แต่รู้หรือไม่ว่ามีค่า บางคนทำกิจกรรมอยู่ แต่ไม่รู้ว่าจะทำธุรกิจที่ยิ่งใหญ่อยู่ เพียงแต่ต้องขยันตรงไหนละ บางคนทำธุรกิจไม่เคยสำเร็จ ปัญหาคืออะไร?



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรม 2562



☐ สมาชิกเก่า ☐ สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

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

ที่อยู่.....

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

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

อีเมล.....

แบบสอบถาม

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

สมัครสมาชิกวารสาร กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่มจากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

- สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรม
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299
- สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com
- สมัครผ่าน google Form :

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.บ้านกร่าง
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 นครปฐม ราชบุรี สมุทรสาคร สระบุรี
ปทุมธานี สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.ดอนกายาน
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 ถนนเพชรต้นแก้ว 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 ถนนกาญจนวนิช ต.น่าน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
e-mail: ipc11@dip.go.th

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

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

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ
การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากโหลดข้อมูลดาวน์โหลดได้ทันที



สมัครเป็นสมาชิกได้ที่

โทรสารที่หมายเลข 0 2354 3299 หรือ Google Form :

