



SME Inspired

VOL. 12 NO. 50 JUNE 2018

จุดประกายความคิดธุรกิจเอสเอ็มอี



เปลี่ยนชั่วโมงหลับ
ให้เป็นชั่วโมงรวย



ธุรกิจ 24 Hours ความน่าสนใจที่ไม่ควรมองข้าม

การแข่งขันทางธุรกิจเพียงแค่หยุดนิ่งก็เหมือนก้าวถอยหลัง ทุกวินาทีล้วนมีคุณค่า ยังมีเทคโนโลยีช่วยย่อโลกให้เล็กลง ทำให้การทำงานหรือการติดต่อสื่อสารข้ามซีกโลกสามารถทำได้ตลอดเวลา หลายๆ ธุรกิจ เช่น ธุรกิจนำเข้า-ส่งออก โรงงานอุตสาหกรรม ต่างต้องทำงานแข่งกับเวลา ชั่วโมงทำงานจึงไม่ได้เริ่มที่แปดนาฬิกาและจบที่ห้าโมงเย็นเท่านั้น ส่งผลให้ไลฟ์สไตล์ของผู้คนเปลี่ยนไป มีธุรกิจบริการจำนวนไม่น้อยที่เริ่มมองเห็นช่องว่างและสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ

โชคดีที่ดื่มชา ธุรกิจอาหารแรกๆ ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงมากกว่า 10 ปี เพราะเห็นช่องว่างทางธุรกิจในตลาดนี้ จึงนำเสนออาหารจีน ให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งนอกจากอาหารประเภทก๋วยเตี๋ยว หอยทอด ผัดไทย ที่พบตามตลาดได้รู้ และกลายมาเป็นเพื่อนของคนนอนดึกจนปัจจุบันขยายร้านเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงมากกว่า 10 สาขาทั้งในกรุงเทพฯ และตามหัวเมืองใหญ่ และเมื่อไฟก๊สไปที่ยอดบิลในช่วงกลางคืนนับวันจะเติบโตเท่ายอดบิลในช่วงกลางวัน ในขณะที่ต้นทุนการบริหารจัดการกลับไม่ได้สูงมากนักเมื่อเทียบกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น ทางร้านจึงมีแผนที่จะขยายสาขาบริการ 24 ชั่วโมงมากขึ้น

ยิ่งเทรนด์การทำงานที่บ้าน การประกอบอาชีพฟรีแลนซ์ อาชีพทำธุรกิจออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มเป็นลำดับ ฉะนั้นไม่เพียงธุรกิจอาหารเปิด 24 ชั่วโมงจะเติบโต อีกหลายๆ ธุรกิจทั้ง Co-Working Space ร้านกาแฟ หรือแม้แต่ฟิตเนส ฯลฯ ที่เข้ามาเติมเต็มช่องว่าง ไม่ปล่อยย่ำค่าคืนเป็นแค่ชั่วโมงการหลับไหล แต่ช่วยปลุกรายได้ให้โตแบบเท่าตัว

โอกาสมีอยู่เสมอ แม้ยามคุณหลับ แต่ธุรกิจก็สามารถขยับรายได้ไปได้ตลอดทั้งวัน ผันดิษฐ์ให้ร้ายวครับ

สุรตน์ ลีลาทวีวัฒน์

รองกรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย

สำหรับท่านที่ต้องการติชม หรือเสนอแนะความคิดเห็นต่างๆ สามารถติดต่อกับทีมงานได้ที่ ksmeinspired@kasikornbank.com ทางทีมงานยินดีรับทุกข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น

เจ้าของ

ฝ่ายบริหารการตลาดลูกค้าผู้ประกอบการ
บมจ. ธนาคารกสิกรไทย
1 ซอยราชบุรีวาระ 27/1
แขวง/เขต ราชบุรีวาระ
กรุงเทพฯ 10140
K-BIZ Contact Center
02-8888822

คณะที่ปรึกษาการตลาด

บัณฑิต ลำชา
ปรีดี ดาวฉาย
ชัตติยา อินทวิชัย
พิพิธ เอนกนิธิ
พัชร สมะลาภา
สุรตน์ ลีลาทวีวัฒน์

บรรณาธิการบริหาร

ศรินยา ปิยะวงศ์สมบูรณ์
ณัฐพร มยุระสาคร

กองบรรณาธิการ

เยาวลักษณ์ อุดลประวิตรชัย
วิราวรรณ ชาญประพันธ์

จัดทำโดย

บริษัท เพนนิชูลาร์
แอสโซซิเอตส์ จำกัด
100/6 ซอยอารีย์สัมพันธ์ 3
ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : 0-2270-1123-4
โทรสาร : 0-2270-1125



เกาหลีเริ่มระบบ “Hand Pay” สแกนฝ่ามือชำระเงิน

การเข้าสู่สังคมไร้เงินสดหลายประเทศจึงพัฒนาระบบชำระค่าสินค้าด้วยการยืนยันตัวตนด้วยอัตลักษณ์ทางชีวภาพ เช่น ลายนิ้วมือ ม่านตา ใบหน้า เสียง เป็นต้น ด้วยเทคโนโลยี Biometrics ล่าสุด Lotte Card ผู้ให้บริการบัตรเครดิตจากเกาหลีได้

เปิดตัวระบบ Hand Pay ชำระเงินด้วยการสแกนฝ่ามือ โดยลูกค้าแค่วางฝ่ามือทาบบนเครื่องสแกนเนอร์ รังสีอินฟราเรดจะทำการอ่านฝ่ามือ หักเงินในช่องทางการชำระเงินที่ลูกค้าเป็นคนกำหนด

ในการใช้งาน Hand Pay ลูกค้าต้องลงทะเบียนเพื่อเก็บลายฝ่ามือและข้อมูลส่วนบุคคล จากนั้นระบบ Hand Pay จะทำการจับคู่ลักษณะฝ่ามือให้ตรงกับข้อมูลของลูกค้าแต่ละราย ก่อนส่งข้อมูลไปที่ KFTC (Korea Financial Telecommunication and Clearing Institute) ของรัฐบาลเกาหลี ทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูล และกระจายไปยังเซิร์ฟเวอร์ของ Lotte Card ด้วยเช่นกัน ✚

Cr : Business Korea

ป้ายเมนูอัจฉริยะ ติดตั้งลำโพงพร้อมไมโครโฟน



Long John Silver's ร้านอาหารประเภท

QSR (Quick Service Restaurant) ที่เน้นบริการ Drive Through และมีกว่า 400 สาขาในสหรัฐอเมริกา ได้ติดตั้งป้ายเมนูอัจฉริยะขนาด 55 นิ้ว มีทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว รวมถึงลำโพง และไมโครโฟน ป้ายเมนูนี้เป็นผลงานของบริษัท Christie Digital Systems USA ช่วยให้ร้านอาหารปรับเปลี่ยนราคา เพิ่ม-ลดรายการอาหารอย่างง่ายดาย และเพิ่มข้อมูลต่างๆ เช่น โปรโมชั่น ไฮไลต์เมนู ระบุข้อมูลทางโภชนาการ เป็นต้น

ผู้บริหารร้านเผยว่าหลังติดตั้งป้ายอัจฉริยะพบว่า ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากความสะดวก ลูกค้าแค่ขับรถไปที่ป้ายเมนูสั่งผ่านไมโครโฟน รอพนักงานยืนยันคำสั่งซื้อซึ่งจะปรากฏให้เห็นด้านล่างมุมขวาของป้าย จากนั้นลูกค้าก็ไปรับอาหาร ไม่เพียงเท่านั้น ใกล้เคียงๆ กับป้ายเมนูอัจฉริยะยังติดตั้งเครื่องตรวจจับเวลาเพื่อให้พนักงานทราบว่า ลูกค้าจอดรถรอกินที่แล้วจะได้เร่งมือเพื่อไม่ให้ลูกค้ารอนาน ✚

Cr: www.trendhunter.com /Image Credit : Elite Manufacturing Technologies, Inc.

TCDC COMMONS UX

แหล่งเรียนรู้
ค้นหาไอเดียทำธุรกิจ



📍 กองบรรณาธิการ 📷 ธนพล ทองเพ็ญ

ความน่าสนใจ

◆ หนึ่งในเคล็ดลับความสำเร็จของบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Apple, Amazon คือการนำ User Experience หรือ UX ที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าด้วยการทำความเข้าใจประสบการณ์อารมณ์ความรู้สึก และความต้องการของผู้บริโภคมาสร้างสรรค์สินค้าและบริการช่วยกระตุ้นยอดขายได้เป็นอย่างดีในยุคดิจิทัล

ทว่าปัจจุบันผู้เชี่ยวชาญทางด้าน User Experience Design ในไทยยังมีไม่มากนัก จึงเป็นที่มาของ TCDC Commons UX@W District “แหล่งการเรียนรู้ด้านการออกแบบประสบการณ์” แห่งแรกของประเทศไทย ในย่านพระโขนง ที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) บริษัท วรลักษณ์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน) และ UX Academy สถาบันผู้เชี่ยวชาญศาสตร์การออกแบบประสบการณ์ของไทย เพื่อเปิดโอกาสให้นักออกแบบ ผู้ประกอบการ และผู้สนใจ ได้ทำความเข้าใจ ได้ทดลองเรียนรู้ รวมไปถึงกลุ่มคนที่ต้องการไอเดียเริ่มต้นธุรกิจ และสร้างชุมชนของคนทำงานในสายอาชีพออกแบบและพัฒนาโปรแกรม แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ มารวมไว้ในที่เดียว

“เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป องค์กรใหญ่ๆ ต่างให้ความสนใจเรื่อง Design Thinking โดย

เน้น User Experience Design ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานวิเคราะห์ อารมณ์ ความต้องการของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น นักออกแบบ UX ทำการสำรวจตำแหน่งที่คนอ่านหนังสือส่วนใหญ่ให้ความสนใจก่อนคือมุมขวาบน ซึ่งจากประสบการณ์แบบนี้ส่งผลต่อไปถึง UI หรือ User Interface ที่นำไอดีเดียวไปใช้ต่อการออกแบบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ หรือมือถือ ในการออกแบบปุ่มกดสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์มักอยู่มุมขวาเพื่อให้ Touch กับความรู้สึกของผู้บริโภคซึ่งมีผลต่อยอดขาย ฉะนั้น TCDC Commons แห่งนี้จึงเน้นเรื่อง UX Design” อาคเนย์ ภาวิฒนานุสรณ์ EVP : Special Business Unit (W District) บริษัท วรลักษณ์ พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด (มหาชน)

7 ประโยชน์จากการใช้บริการ TCDC Commons UX

1. ได้คลังความรู้
2. ได้พบปะกลุ่มคน สร้างคอนเนกชัน
3. มีที่ปรึกษาทางธุรกิจ
4. เจอ Business Matching
5. ทางออกในการแก้ปัญหา
6. ลดความเสี่ยง
7. โอกาสทางธุรกิจ



พื้นที่แห่งการเรียนรู้

บนพื้นที่กว่า 480 ตารางเมตรของ TCDC Commons UX แบ่งเป็น 2 ชั้น ชั้นบนประกอบด้วย พื้นที่ห้องสมุดที่รวบรวมหนังสือ วารสาร ด้าน UX กว่า 2,500 เล่มจากทั่วโลก ที่ผู้บริการสามารถถ่ายเอกสาร ถ่ายรูปได้ ถัดมาเป็น Co-Working Space ที่ถูกออกแบบให้เอื้อต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์สามารถเขียนไวท์บอร์ด หรือติดโพสต์อิท บนกระจกมีโต๊ะนั่งรวมหรือนั่งเดี่ยว ส่วนชั้นล่างมีบริการพื้นที่จัดเวิร์กช็อปและนิทรรศการ และห้องปฏิบัติการสำหรับผู้ทำงานในแวดวง UX หรือการออกแบบประสบการณ์โดยเฉพาะ 2 ห้อง ได้แก่

1. Device Lab ห้องปฏิบัติการที่รวบรวมสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตหลากรุ่น สำหรับให้ผู้บริการนำผลงานการออกแบบเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันมาทดสอบการแสดงผลของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาให้สมบูรณ์

2. Usability Lab ห้องปฏิบัติการสำหรับทดสอบประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มาพร้อมนวัตกรรมอุปกรณ์ตรวจจับการเคลื่อนไหวของตา (Eye Tracking) เพื่อค้นหาจุดสนใจบนหน้าจอ และอุปกรณ์ตรวจจับคลื่นสมอง (Brainwave Tracking) เพื่อค้นหาการตอบสนองของสมองในขณะที่เล่นเกมหรือใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

“สำหรับผู้ที่ต้องการไอเดียในการทำธุรกิจ อยากให้ลองมาใช้บริการที่นี่ บางครั้งการออกจากพื้นที่เดิม โต๊ะทำงานตัวเดิม เดินทางไปที่ที่แตกต่างก็ช่วยให้ประสบการณ์การเรียนรู้มากขึ้น ยิ่งในปัจจุบันการทำธุรกิจต้องเริ่มจากตัวลูกค้าก่อน ถ้าคุณเข้าใจตัวลูกค้า โอกาสที่คุณจะประสบความสำเร็จก็มี โดยเฉพาะการทำ UX Design ไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยง ยังเพิ่มโอกาสในการเกิดธุรกิจและช่วยเพิ่ม GDP ให้กับประเทศ” อาคเนย์กล่าวทิ้งท้าย ✚

เกี่ยวกับ TCDC COMMONS UX Design

- ◆ เปิดให้บริการในวันอังคาร-อาทิตย์
- ◆ เวลา 10.30 - 21.00 น.

อัตราค่าสมาชิก

- ◆ แบบรายวัน ท่านละ 100 บาท
- ◆ แบบรายปี ท่านละ 600 บาท (เฉพาะนักเรียน พนักงานของรัฐ และผู้สูงอายุ)
- ◆ แบบรายปี ท่านละ 1,200 บาท (สำหรับบุคคลทั่วไป)



พบจริง จับคู่จริง ขยายธุรกิจจริง

มากที่สุดในงานเดียว

SME Matching Day 2018

มหกรรมจับคู่ธุรกิจสู่ตลาดไทย - อินเตอร์

2-3 สิงหาคม 2561 ห้องบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ บี2
ชั้น 22 โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์



ลงทะเบียนจับคู่ธุรกิจได้ที่

www.ksmematching.com

วันนี้ - 10 มิถุนายน 2561

ช่องทางในประเทศ



ช่องทางต่างประเทศ



ร่วมสนับสนุนโดย





📌 กองบรรณาธิการ 📌 เจษฎา ยอดสุรางค์ - ธนพล ทองเพ็ญ

ความน่าสนใจ

เมื่อดิจิทัลเข้ามาเปลี่ยนไลฟ์สไตล์ของคน การทำธุรกิจตลอดจนการใช้ชีวิตของประชากรยุค 4.0 เริ่มเปลี่ยนไปจากเดิมมากขึ้น ชั่วโมงทำงานของหลายๆ คนจึงไม่ได้เริ่มที่แปดนาฬิกาและจบที่ห้าโมงเย็นเหมือนที่ผ่านมา ประกอบกับลักษณะอาชีพของคนบางกลุ่มที่มีเวลาทำงานไม่แน่นอน เช่น หมอ พยาบาล ฟรีแลนซ์ ฯลฯ ช่วงเวลาการนอนหลับพักผ่อนของผู้คนที่ใช้ชีวิตสวนทางกับนาฬิกาจึงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ช่องว่างนี้ กลายเป็นโอกาสของธุรกิจที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงที่เริ่มผุดขึ้นมากมายเพื่อมารองรับความต้องการกลุ่มคนเหล่านี้ที่นับวันจะทวีจำนวนเติบโตตามกระแสยุคดิจิทัล

ธุรกิจ 24/7 โตรับวิถีชีวิตคนยุคใหม่

ผศ.ดร.กฤษฎา ตันเปาว์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ริช เรสเตอรองค์ จำกัด แฟรนไชส์ร้านอาหารชื่อดัง โชคดีดื่มข้าที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงมากกว่า 10 ปี ให้มุมมองว่าจากนี้ไปอีก 5 ปี พฤติกรรมคนเจน Y และ Z จะนิยมทำงานที่บ้าน หันมาประกอบอาชีพฟรีแลนซ์ และทำธุรกิจผ่านออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอาหาร หรือร้านสะดวกซื้อที่เปิด 24 ชั่วโมงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยอดขายกลางคืนจะค่อยๆ ขยายตัวเติบโตใกล้เคียงยอดขายในช่วงกลางวันมากขึ้น

“ธุรกิจ 24 ชั่วโมงในประเทศไทยคงจะเจริญรอยตามธุรกิจที่เปิด 24 ชั่วโมงในประเทศพัฒนาแล้วที่โตมาก

ทั้งห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารต่างๆ ผมเชื่อว่าประเทศไทยยังมีช่องว่างตรงนี้อีกเยอะ ซึ่งโชคดีที่ตัวเองเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงมากกว่า 10 ปี ปัจจุบันเรามีร้านที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง 11 สาขา โชคดีที่ตัวเองเรามองตลาด 24 ชั่วโมงมากขึ้น ตอนนี้กำลังทดลองโมเดลธุรกิจใหม่คือ Grab and Go, Take Away มากขึ้น และจะขยายตลาดไปในตลาดเออีซีด้วย”



เรามองตลาด 24 ชั่วโมงมากขึ้น
ตอนนี้กำลังทดลองโมเดลธุรกิจใหม่คือ
Grab and Go, Take Away มากขึ้น
และจะขยายตลาดไปในตลาดเออีซีด้วย

ไม่ต่างจาก วรท บุณนาค Co-Owner เจ้าของร้านกาแฟ R.E.A.D. ที่ตั้งใจให้ร้านนี้เป็นที่อ่านหนังสือและพักผ่อน ในย่านมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มองว่า ธุรกิจ 24 ชั่วโมงมีแนวโน้มที่ดีขึ้น และเริ่มกระจายไปตามหัวเมืองใหญ่ๆ ตอบรับกับไลฟ์สไตล์คนยุคนี้ที่รีบเร่ง และธุรกิจที่ต้องขับเคลื่อนตลอดเวลา ฉะนั้นเวลาตื่น เวลาทำงาน เวลานอนของคนในปัจจุบันจึงเริ่มต้นและจบไม่พร้อมกัน

“หลังจากเปิดร้านและให้บริการ 24 ชั่วโมงมา 3 ปีก็เริ่มมีอีกหลายร้านที่ทยอยเปิดตามมา แสดงว่าไอเดียการทำธุรกิจ 24 ชั่วโมงเป็นอะไรที่น่าสนใจ แต่ตอนนี้ร้านเรายังมีเพียงสาขาเดียว กำลังมองหาสถานที่ที่ดีที่เหมาะสมเพื่อจะเปิดสาขาใหม่เพิ่ม”

เช่นเดียวกับ Dane Cantwell, Country Manager, Jetts 24 hour fitness ฟิตเนส 24 ชั่วโมงที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศออสเตรเลีย เชื่อกันว่า การเปิดฟิตเนส 24 ชั่วโมงในเมืองไทยจะประสบความสำเร็จไม่ต่างจากออสเตรเลียโดยมีแพลนที่จะเปิด 15 สาขาภายในปี พ.ศ.2561 และเปิดให้ได้ 150 สาขาภายใน 5 ปี เขามองว่า ธุรกิจเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงจะเติบโตขยายเข้าไปในทุกธุรกิจ ตอบสนองคนยุคใหม่ที่สามารถเลือกบริหารออกแบบชีวิตตัวเองได้ตลอดเวลา

R.E.A.D.



คอสต์ต่ำรายได้โต

แม้หลายธุรกิจจะมองเห็นช่องว่างของการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง แต่หลายธุรกิจยังไม่ผลิผลลามาที่จะกระโดดเข้าสนามนี้ เพราะหลายคนอาจมีคำถามคาใจว่า การลงทุนสำหรับธุรกิจที่จะเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงจะมีความคุ้มค่ามากน้อยเพียงไร

กรณีนี้ ผศ.ดร.กฤษฎา ตันเปาว์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ริช เรสเตอรองค์ จำกัด เปิดเผยตัวเลขของร้านโชคดีติ่มซำที่เปิดให้บริการตลอดทั้งวันว่า ทางร้านได้กลุ่มลูกค้าและยอดขายเพิ่มขึ้นประมาณ 50% ในขณะที่ต้นทุนกลับเพิ่มขึ้นมาเพียงเล็กน้อย

เนื่องจากต้นทุนบางอย่าง เช่น ค่าเช่าเป็น Fix Cost อยู่แล้ว ต้นทุนหลักๆ ที่เพิ่มขึ้นมาก็คือ ค่าน้ำ ค่าไฟ กับพนักงาน ซึ่งทางร้านใช้วิธีจัดสรรให้เหมาะสมกับจำนวนลูกค้าในแต่ละช่วง และจะหมุนเวียนเปลี่ยนพนักงานในเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้การบริการลูกค้าทำได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนรายได้ก็นั้นหากนับยอดต่อบิลแล้ว ช่วงกลางคืนมียอดสูงกว่ากลางวัน เพราะลูกค้ามีเวลาในการรับประทานไม่จำกัด ในขณะที่ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการขึ้นอยู่กับไลฟ์สไตล์ด้วย อย่างสาขาที่บรรทัดทองช่วงเวลา 24.00-03.00 น.ก็ยังมีลูกค้ามาใช้บริการแน่นร้าน

โชคดีเต็มซ้ำ

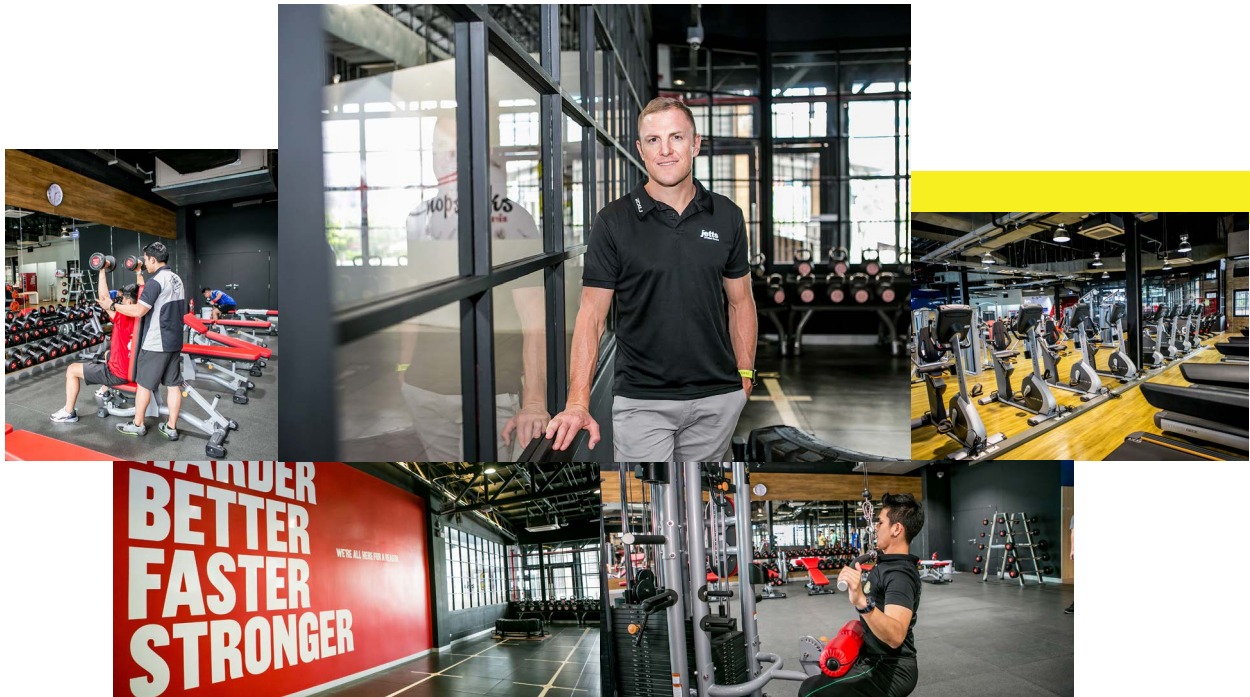


ในขณะที่ร้านกาแฟน้องใหม่ R.E.A.D. Coffee แม้เพิ่งเปิดบริการมาได้เพียง 3 ปี แต่ยอดขายของร้านในช่วงเวลาหลังเที่ยงคืนไปจนถึงแปดโมง โดยเฉพาะช่วงที่นักศึกษาที่มีสอบ ยอดขายก็สูงขึ้นเรื่อยๆ จาก 10-20% เพิ่มขึ้นเป็น 25-30% ราย 6,000 บาทต่อคืน กลายเป็นสถิติใหม่ของร้านขึ้นมา

“ช่วงแรกๆ คนยังใช้บริการน้อยเคยคิดว่าจะขยับเวลาปิดร้านให้เร็วขึ้น แต่พอทำไปสักระยะหนึ่งเห็นว่าต้นทุนการขยายเวลาเปิดร้านตอนกลางคืนไม่ได้เพิ่มสูงมาก มีเพียง ค่าน้ำ ค่าไฟ บวกกับเงินเดือนพนักงานในกะกลางคืนเฉลี่ยแล้วตกวันหนึ่งไม่กี่พันบาท และการเปิดร้าน 24 ชั่วโมงเป็นประจำ อย่างน้อยเป็นการลงทุนทำมาร์เกตติ้งให้ผู้บริโภครับรู้”

ทางด้าน Dane Cantwell, Country Manager, Jetts 24 hour fitness ให้ความเห็นว่า ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นมาในช่วงเวลากลางคืนไม่ได้มากนัก เนื่องจากทาง Jetts ได้มีการวางแผนตั้งแต่การก่อสร้างออกแบบอาคารให้ประหยัดพลังงาน มีระบบเซ็นเซอร์ที่จะทำหน้าที่เปิดปิดไฟอัตโนมัติ เพราะช่วงหลังเที่ยงคืนจำนวนลูกค้ามีประมาณ 5-10% ฉะนั้นไม่จำเป็นต้องเปิดแอร์เต็มพื้นที่ แต่ประเด็นสำคัญคือ ต้องไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัด ส่วนพนักงานก็จะทำงานถึงเวลา 22.00 น. หลังจากนั้นลูกค้าสามารถใช้บัตรสมาชิกเข้ามาใช้บริการได้ตามปกติ

Jetts 24 hour fitness



“สาขาแรกที่ทาวนอินทาวนนี้ใช้เวลา 2 ปีก็คืนทุนแล้ว แม้แต่ 4 สาขาที่เพิ่งเปิดไปเมื่อเดือนมีนาคมก็เติบโตในระดับที่ดี ได้รับการตอบรับจากผู้รักสุขภาพ จากจำนวน 7 สาขาในปัจจุบันมีแผนจะขยายสาขาเพิ่มอีก 8 สาขาภายในสิ้นปี พ.ศ.2561 นี้”

3 ธุรกิจที่กล่าวมาเบื้องต้นเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ยังมีอีกหลายๆ ธุรกิจไม่ว่าจะเป็น ร้านขายยา หรือ Co-Working Space ที่เริ่มขยายพื้นที่รองรับกลุ่มนิสิตนักศึกษา เหล่า Startup กลุ่มธุรกิจเอสเอ็มอี ทำให้กลางคืนที่เคยเป็นเวลาหลับไหลกลายเป็นเวลาที่มีค่าเป็นเงินเป็นทอง ❖

6 วิธี บริหารธุรกิจ 24 ชม.

1. คอนเซปต์ร้านชัดเจน แตกต่าง
2. โลเกชันที่ดี แหล่งชุมชน
3. สินค้าต้องไปเติมช่องว่างในสถานที่แห่งนั้น
4. เลือกเปิดร้านถนนฝั่งขาออกมักจะได้ผลดี
5. การตกแต่งร้านด้วยโทนสีที่อบอุ่น
6. อุปกรณ์ตกแต่งในร้านต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกสบาย



KASIKORNTHAI

ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK



กลับมาอีกครั้งเป็นปีที่ 7

สำหรับเวทีค้นหาสุดยอดนวัตกรรมธุรกิจเอสเอ็มอี
พร้อมเปิดรับผู้ประกอบการไทย ที่มั่นใจว่านวัตกรรมโดดเด่นไม่ซ้ำใคร
เพื่อเข้าชิงรางวัลใน 10 สาขานวัตกรรม



sme thailand Inno awards 2018

THE BEST
SME THAILAND
INNO AWARDS

2018

สุดยอดธุรกิจเอสเอ็มอีแห่งปี

• รางวัลโดดเด่นด้านความคิดสร้างสรรค์ธุรกิจบริการ • รางวัลโดดเด่นด้านการบริหารจัดการ
องค์กร • รางวัลโดดเด่นด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์ Reuse/
Recycle • รางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ • รางวัลโดดเด่นด้านการสร้างสรรค์
ผลิตภัณฑ์ • รางวัลโดดเด่นด้านธุรกิจเพื่อสังคม • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อ
สิ่งแวดล้อม • รางวัลโดดเด่นด้านธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ • รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ชิงรางวัลรวมมูลค่า

50,000 บาท

เปิดรับสมัครวันนี้-30 มิถุนายน 2561

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

คุณพิรพงษ์ 08-1614-2611, คุณเรไร 08-5661-4784
หรือ 0-2270-1123-4 ต่อ 403

ดาวน์โหลดใบสมัครได้ที่

www.smethailandclub.com/Innoawards2018

ร่วมสนับสนุนโดย



www.kasikornbank.com
K-BIZ Contact Center 02-8888822



K SME



K SME

บริการทุกระดับประทับใจ

“เต่าเหี้ยบโลก”

ภารกิจปรับโฉมใหม่ ทำชนแบรนด์นอก



📌 กองบรรณาธิการ 📌 เจษฎา ยอดสุรงค์

ความน่าสนใจ

- ♦ จากแบรนด์โนเนมแต่ด้วยการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าบวกกับคุณภาพสินค้าจนได้รับการกล่าวถึงในโลกออนไลน์เกิดเป็นดีมานด์ขึ้นมา
- ♦ นับเป็นความสำเร็จจากรุ่นพ่อที่กำลังส่งไม้ต่อให้รุ่นลูกที่หมายมั่นจะปั้นให้แบรนด์ “เต่าเหี้ยบโลก” ก้าวมาเป็น Top 3 ของผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกาย
- ♦ พร้อมการปรับโฉมเต่าให้ดูอินเตอร์พกติดกระเป๋าสแบบไม่อายใคร และขยายเส้นทางเดินของเต่าไปสู่แผนที่โลกมากขึ้น

เมื่อโดนภรรยาทักบ่อยๆ ว่า ทำไมแขนเสื้อเป็นคราบสีเหลือง ทำให้ สมชาย จันทิพย์วงศ์ ประธาน บริษัท ไทย เฮอร์บ เอนเตอร์ไพรส์ จำกัด นึกถึงสูตรยาที่ได้จากลูกค้าสมัยเป็นลูกน้องร้านขายยาจีนประมาณ 20 ปีที่แล้ว กลายมาเป็นจุดเริ่มต้นธุรกิจผงระงับกลิ่นกาย “เต่าเหี้ยบโลก” ที่อาศัยร้านเสริมสวยของภรรยาเป็นช่องทางจำหน่าย และวิธีโฆษณาแบบแยบยล ติดข้อความโฆษณาว่า “แป้งจับเต่า ตราเต่าเหี้ยบโลก ทาจะระงับกลิ่นรักแล้ว รับประกัน เห็นผลภายใน 1 วัน” ไว้บนกระจกที่สะกดสายตาลูกค้าทุกคู่ให้ต้องอ่าน และหันไปมองผลิตภัณฑ์ที่ทำเป็นถุงชิป ขายถุงละ 10 บาท

“ผมเริ่มทำธุรกิจตอนอายุ 40 ปี กับอุปกรณ์ที่มีเพียงเครื่องบดและเครื่องร่อนอย่างละ 1 ตัว ทั้งผลิตเองวิ่งหาลูกค้าเอง อยากบอกว่าอายุเป็นเพียงตัวเลข เราไม่ต้องไปแข่งกับใคร แค่

แข่งกับตัวเอง อย่าดูถูกตัวเอง ทุกคนมีศักยภาพ เพียงแต่เราจะไม่รู้ไหม อย่ารอโอกาส ต้องสร้างโอกาสให้กับตัวเอง” สมชายให้ข้อคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ

เนื่องจากเป็นแบรนด์ไม่มีชื่อเสียง การเริ่มต้นเชื่อว่า จะได้รับการยอมรับ แม้สมชายจะใช้วิธีไปขอร้องจำหน่ายโดยไม่คิดสตางค์และให้เจ้าของร้านได้ทดลองใช้ฟรีเพื่อจะได้ไปแนะนำลูกค้า แต่มีร้านเสริมสวยประมาณ 30% ที่ปฏิเสธโดยให้เหตุผลว่าไม่ชอบขายของไม่ยอมรับผิดชอบ และบางร้านถึงกับไล่เขาออกจากร้าน “เป็นความทรงจำที่ไม่เคยลืม แต่ก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกท้อ เพราะเราไม่ได้รู้จักกัน ร้านนี้ไล่เรา เราก็ไปฝากร้านอื่น”



ผลของความไม่ท้อและมั่นใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้ใช้กับตัวเอง เริ่มได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามีช่องทางจำหน่ายและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น แต่จุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ “เต่าเหี้ยบโลก” เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นอยู่ในช่วงปี พ.ศ.2551 เมื่อมีผู้ใช้สินค้าจริงแล้วเห็นผลว่าดี จึงได้ไปตั้งกระตูในพันทิป เกิดเป็นกระแสถามหาสินค้าแต่ไม่สามารถหาซื้อได้ จนได้รับการติดต่อจากเซเว่น อีเลฟเว่นให้นำสินค้าวางขายในร้าน

ภารกิจลูกเต่า พาแบรนด์ขึ้นสู่ Top 3

เมื่อต้องมารับไม้ต่อ วิศรุต จันทิพย์วงศ์ บุตรชายคนเล็กทำหน้าที่ ผู้จัดการฝ่ายวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ และพี่อีกสองคน อยากจะช่วยกันผลักดันพัฒนาธุรกิจครอบครัวให้มีความเป็นสากลมากขึ้น และเห็นพ้องกันว่าควรจะทำ Rebranding จึงได้ทำ Focus Group ได้ผลสรุปออกมาว่า เต่าเหี้ยบโลก เป็นชื่อที่ดูแตกต่างโดดเด่นดีอยู่แล้ว เพียงแต่รูปแบบผลิตภัณฑ์ ฉลาก ยังไม่ค่อยทันสมัย ลูกค้าบางกลุ่มจึงไม่กล้าพกพา

ตอนแรกคิดว่า การออกสูตรใหม่แย่งยอดขายกันเอง ปรากฏว่า ยอดขายกลับโตมากกว่าเดิม เพราะสินค้าแต่ละตัวก็เหมาะกับลูกค้าแต่ละกลุ่มที่ชอบแตกต่างกัน

“ลูกค้าส่วนใหญ่บอกว่ารู้จักผลิตภัณฑ์เต่าเหยียบโลก ใช้แล้ว แห้งสบาย ไม่เป็นคราบ ระบายกลิ่นเหม็นได้ดี แต่คนรุ่นใหม่ก็จะติงว่าชอบใช้แบบที่เป็นโรลออนมากกว่าแบบแป้งที่เลอะมือ”

โจทย์ที่ได้มาบริษัทจึงแตกไลน์สินค้าจากสูตรเดิมคือ กลิ่นเมนทอล ขวดสีเหลือง เพิ่มอีก 2 สูตร คือ กลิ่นชากุระ ขวดสีชมพู และลาเวนเดอร์ ขวดสีม่วง เพิ่มแบบโรลออน สเปรย์ และครีมบำรุงตัววงแขน และเต่าเหยียบโลกใช้โรยรองเท้า อีก 2 สูตร คือ สูตรถ่านชาร์โคล และแอนตี้แบคทีเรีย ที่ได้มาจากคอมเมนต์ลูกค้าเช่นกัน



“ตอนแรกคิดว่า การออกสูตรใหม่แย่งยอดขายกันเอง ปรากฏว่า ยอดขายกลับโตมากกว่าเดิม เพราะสินค้าแต่ละตัวก็เหมาะกับลูกค้าแต่ละกลุ่มที่ชอบแตกต่างกัน และเร็วๆ นี้ บริษัทก็จะออกสูตรเฉพาะสำหรับผู้ชาย ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นด้วย”

ไม่เพียงแตกไลน์สินค้า วิศรุตอธิบายเพิ่มว่าเมื่อมีช่องทางจำหน่ายเพิ่มขึ้น บริษัทเริ่มทำการตลาดอย่างจริงจัง ทั้งการจ้างเอเจนซีมืออาชีพเป็นที่ปรึกษาในการทำตลาด สร้างการรับรู้ผ่านการโฆษณาในนิตยสาร สปอตวิทยุ Wrap รถเมล์ เพื่อให้เข้าถึงคนจำนวนมาก และเจาะคนรุ่นใหม่ด้วยการทำตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย การทำคลิปโปรโมตสินค้าที่เน้นการ

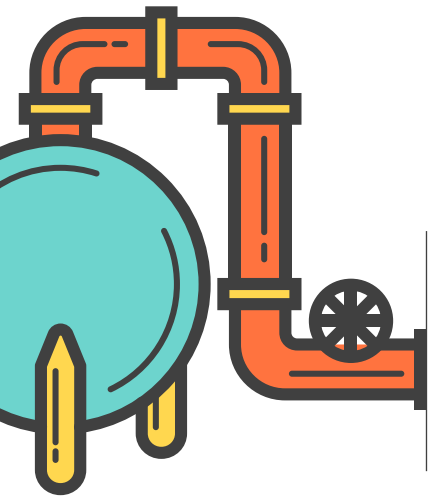
สื่อสารสนุกสนานและสร้างสรรค์ โดยจะเน้นโปรโมตในช่วงฤดูร้อนที่สินค้าขายดีเป็นพิเศษ รวมทั้งกลยุทธ์การแจกลินค้าตัวอย่าง เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสได้ทดลองใช้สินค้ากลายมาเป็นลูกค้าในอนาคต เพื่อไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ การทำให้เต่าเหียบโลกก้าวขึ้นมาเป็นแบรนด์อันดับ 3 ผลิตภัณฑ์ระงับกลิ่นกายของไทย

“อาจจะโชคดีเรามีฐานเสียงดีอยู่แล้ว แต่ยังมีคนอีกจำนวนมากที่ยังไม่ได้ลองใช้ ไม่เพียงเฉพาะคนไทยเท่านั้นเพราะอีกหนึ่งเป้าหมายของบริษัทคือ พาเต่าไปเหียบโลกเหมือนกับชื่อแบรนด์”

ด้วยคุณภาพที่ได้รับการการันตีจากลูกค้าในโลกออนไลน์ และการไม่หยุดพัฒนาสินค้า ไม่เพียงดันให้ยอดขายของบริษัทเติบโตประมาณ 100% ทุกปี ยังทำให้เส้นทางเดินทางของเต่าเหียบโลกกว้างไกลยิ่งขึ้น ✚

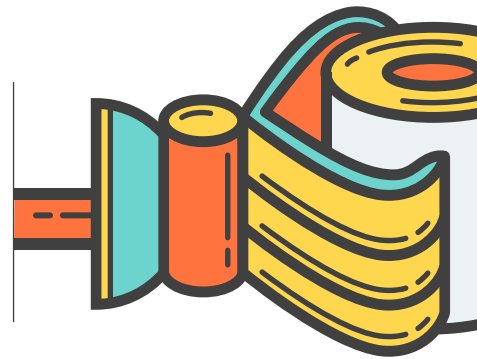
4 ปัจจัย ทำให้เต่าเหียบโลก โดดเด่น

1. สินค้าต้องมีความแตกต่าง
2. ชื่อแบรนด์ต้องชัดเจน สะดุดหู
3. การแจกลินค้าตัวอย่างช่วยสร้างโอกาสเข้าถึงลูกค้า
4. แพ็กเกจทันสมัยช่วยเพิ่มมูลค่าให้แบรนด์



น่านฟู้ด โปรดักส์ (999)

ยกระดับเกษตรคุณภาพยุค 4.0



๗ กองบรรณาธิการ

ความน่าสนใจ

- ◆ กระแสตลาดโลกร้อนไม่ใช่ว่าแค่แฟชั่น หากแต่เป็นความรับผิดชอบต่อส่วนรวม
- ◆ ที่สำคัญเป็นเทรนด์ที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งบริษัท น่านฟู้ดโปรดักส์ (999) ตระหนักในเรื่องนี้ได้ส่งต่อความรู้ไปยังเกษตรกรหันมาใส่ใจกับการปลูกพืชผักที่ปลอดภัยและมี
- ◆ ยกระดับภาพลักษณ์สินค้าจังหวัดน่านให้มีคุณภาพน่าเชื่อถือ สร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและสร้างออร์เดอร์เพิ่มขึ้นแบบเท่าตัว
- ◆ ขณะที่แนวโน้มธุรกิจเครื่องปรุงรสมีอัตราการเติบโตปีละหลายหมื่นล้านบาท

จากความตั้งใจที่ช่วยเหลือเกษตรกรในจังหวัดน่านด้วยการรับซื้อพืชผลเกษตรเมื่อ 20 ปีที่แล้ว เมื่อสินค้าที่รับซื้อมาต้องส่งไปแปรรูปยังต่างถิ่น ธีระชาติ อินปา ประธานบริษัท น่านฟู้ดโปรดักส์ (999) จำกัด จึงต่อยอดเริ่มขยายการลงทุนสร้างโรงงานแปรรูปสินค้าเกษตรขึ้นเองโดยเริ่มจากโรงงานบดพริก ดองพริก ตามมาด้วยโรงงานดองกระเทียม ผักกาด และโรงงานอบลำไยแห้ง โดยใช้งบประมาณในการก่อสร้างโรงงาน 3 แห่งกว่าร้อยล้านบาท

นอกจากเน้นคุณภาพแล้ว เพื่อรับกระแสรักโลก ปีที่แล้วบริษัทได้ร่วมมือกับธนาคารกสิกรไทยเข้าไปให้ความรู้เกษตรกรที่ประสบกับปัญหาราคาข้าวโพดตกต่ำ ให้หันมาปลูกพริกที่สามารถขายได้ตลอดทั้งปี และเรียนรู้วิถีลดการใช้สารเคมี เช่น นำสมุนไพรพื้นบ้านมาทำเป็นยาฆ่าแมลง ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความปลอดภัยให้กับเกษตรกร รวมทั้งยกระดับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรจังหวัดน่านให้ดีขึ้น

“ช่วงแรกเริ่มพัฒนาเกษตรกรที่อำเภอน่าน้อย มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการแค่ 10 ราย แต่เมื่อมีหลายๆ ฝ่ายเข้ามาช่วยเหลืออีกทั้งระดับผู้บริหารของธนาคารลงมาช่วยกันดูแลหลายๆ ด้านทำให้การพัฒนาดูจริงจัง เกษตรกรมีความสุข เริ่มเข้าใจว่าการไม่ใช้สารเคมีไม่เพียงทำให้ตัวเขาปลอดภัย แล้วมันยังสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น จากผักกาดดอง กิโลกรัมละ 10 บาท เมื่อปลอดสารเคมีก็สามารถขายได้ 20 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ต่อมามีเกษตรกรสนใจเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นเกือบ 50 ราย เริ่มขยายพื้นที่ครอบคลุมจังหวัดน่าน”



จากผู้ผลิตต่อยอดสู่การสร้างแบรนด์

ผลจากการช่วยยกระดับเกษตรกรให้ปลูกพืชที่ไม่ใช้สารเคมี กอปรกับมูลค่าตลาดเครื่องปรุงรสประกอบอาหารโดยรวมในไทยเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้ช่วงสองปีที่ผ่านมาบริษัทได้รับออร์เดอร์เพิ่มขึ้นมาเป็นเท่าตัวโดยเฉพาะพริกดอง กระเทียมดองที่ถือเป็นวัตถุดิบหลักในการนำไปผลิตเป็น น้ำจิ้ม ซอส ถือเป็นรายได้หลักของบริษัท

ธีระชาติกล่าวว่า กว่าจะเดินทางมาถึงวันนี้ไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องอาศัยประสบการณ์ และความรู้ในตัวสินค้าแต่ละชนิดให้ลึกซึ้ง ตั้งแต่การปลูก การบรรจุ ฯลฯ เพราะพืชแต่ละประเภทก็จะมีคุณสมบัติต่างกันไป ถ้าหากไม่รู้จริงอาจจะมีผลให้เกิดความเสียหาย เช่น พืชเป็นเชื้อราได้

“ในกระบวนการผลิตของทุกอย่างต้องสด เพราะถ้าค้างคิ่นจะทำให้มีปัญหาเมื่อนำมาดองจะเกิดกลิ่น ฉะนั้นบริษัทจึงมีตัวแทนไปรับสินค้าจากเกษตรกร เพื่อให้สินค้าส่งถึงโรงงานไม่เกินภายใน 6 ชั่วโมง อีกส่วนหนึ่งเกษตรกรมาขายโดยตรงซึ่งจะรับซื้อตั้งแต่เวลา 08.00-15.00 น. เพื่อผลิตของให้ทันวันต่อวัน”

ผมถือว่าวันนี้ก็ประสบความสำเร็จระดับหนึ่ง แต่เป้าหมายต่อไปคือ ส่งต่อให้รุ่นลูกช่วยสืบต่อกิจการให้กว้างไกลออกไปในต่างประเทศมากขึ้น

ด้วยจุดนี้จึงทำให้ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในเรื่องคุณภาพมาตลอด 20 ปี ปัจจุบันมีออร์เดอร์ผลิตพริกทองและกระเทียมทองเฉลี่ย 20 และ 500 ตันต่อวัน และกำลังเตรียมขยายโรงงานเพื่อขยายกำลังการผลิตสินค้าเพิ่มเป็นเท่าตัวเพื่อต่อยอดนำผลิตภัณฑ์นั้นจำหน่ายในแบรนด์ “น่านฟู้ดโปรดักส์ (999)” ซึ่งขณะนี้กำลังอยู่ในการเตรียมแผนงานต่างๆ เช่น การขอ อย. เรื่องบรรจุภัณฑ์ คิดว่าจะวางขายในห้างสรรพสินค้าได้ประมาณต้นปี พ.ศ.2562

“ผมถือว่าวันนี้ก็ประสบความสำเร็จระดับหนึ่ง แต่เป้าหมายต่อไปคือ ส่งต่อให้รุ่นลูกช่วยสืบต่อกิจการให้กว้างไกลออกไปในต่างประเทศมากขึ้น”

ด้วยประสบการณ์ที่ล้มลุกคลุกคลานแต่ไม่ท้อ แปรเปลี่ยนเป็นความมุ่งมั่น ทำให้น่านฟู้ดโปรดักส์ (999) กำลังไต่ระดับความสำเร็จขึ้นไปเรื่อยๆ ✚

KEY SUCCESS



1.

คุณภาพ



2.

การส่งมอบสินค้า
ตรงเวลา



3.

ซื่อสัตย์
รักษาคำพูด

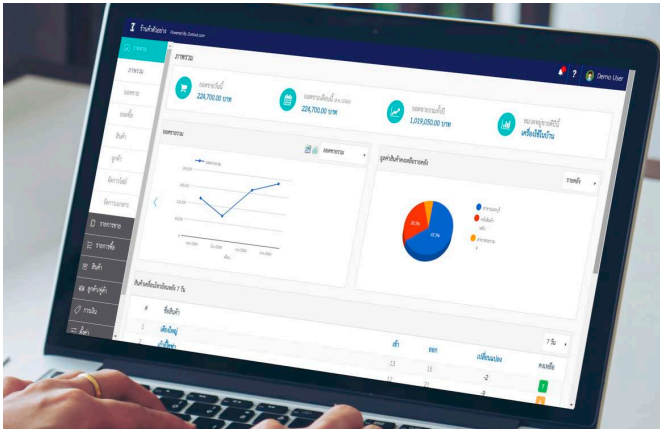


4.

ต้องรู้จัก
เข้าใจในตัวสินค้า

ZORT

จัดระเบียบสต็อก
ให้เป็นสตางค์



📌 กองบรรณาธิการ

ความน่าสนใจ

- ◆ เทรนด์การขายของออนไลน์ได้รับความสนใจจากคนรุ่นใหม่ ที่สนใจอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง
- ◆ บางรายก็ติดลบมน แต่บางรายก็ต้องล้มเลิก เพราะถึงแม้จะขายดีแต่ติดที่ปัญหาความวุ่นวายในการจัดการระบบหลังบ้าน ไม่ว่าจะเป็นออเดอร์หรือสต็อกสินค้า
- ◆ หนึ่งในปัญหาหลักที่กลายเป็นจุดบอดตรงนี้จะทำให้เกิด ZORT แพลตฟอร์มระบบจัดการออเดอร์และสต็อกออนไลน์ใช้เวลาเพียง 3 ปีสร้างฐานลูกค้าถึง 2,000 ร้าน และวางแผนเพิ่มจำนวนลูกค้าขึ้นเป็น 6,000 ร้านภายในสิ้นปีนี้

อดีตนักพัฒนาโปรแกรมเคยประสบปัญหาดังกล่าวครั้งที่เริ่มต้นธุรกิจตัวเองด้วยการขายรองเท้าแฟชั่นออนไลน์จนสุดท้ายต้องหยุดขายไปโดยปริยาย ทั้งๆ ที่ยอดขายเข้ามาอย่างต่อเนื่อง และเริ่มสังเกตเห็นว่า ปัญหาการจัดการสต็อกสินค้านี้กลายเป็นปัญหาใหญ่สำหรับเอสเอ็มอี จนวันหนึ่งเพื่อนให้เขาช่วยเขียนโปรแกรมบริหารสต็อกให้ร้านขายสินค้าของเพื่อน จึงจุดประกายให้เขาพัฒนามาเป็นธุรกิจ

“แทนที่จะเขียนโปรแกรมให้เฉพาะรายผมก็พัฒนาเป็นโปรแกรมที่ใช้ได้กับทุกธุรกิจ โดยให้เพื่อนใช้ฟรีเพื่อเป็นการทดลอง และนำประสบการณ์ของตัวเองที่เคยพบมาปรับปรุง ให้สามารถจัดการสินค้าจำนวนมากได้อย่างง่าย สามารถคำนวณต้นทุนกำไรได้แบบ Real Time และที่สำคัญ คือ สามารถลิงก์กับ Marketplace รายใหญ่อย่าง Lazada, Shopee, 11street ได้โดยอัตโนมัติ” สวภพ ท้วมแสง Co-Founder บริษัท ซอร์ทเอาท์ จำกัด เผยถึงที่มาและขยายความให้ฟังว่า ZORT มาจากคำว่า Sort Out ซึ่งแปลว่าการจัดระเบียบ

“ผมคิดว่าข้อมูลธุรกิจในโลกออนไลน์ยังไม่มีการจัดระเบียบ จึงอยากทำโซลูชัน เพื่อมาจัดระเบียบข้อมูลเหล่านี้ให้ร้านค้าผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลและนำข้อมูลไปใช้ได้ง่าย”

ทั้งนี้หน้าที่หลักของ ZORT คือช่วยผู้ประกอบการตั้งแต่การจัดการออร์เดอร์ การสต็อกสินค้า บัญชี และการจัดการช่องทางจำหน่าย ซึ่งตอบโจทย์ผู้ประกอบการที่มีสินค้าจำนวนมาก โดยโปรแกรมของ ZORT มีให้เลือก 4 รูปแบบคือ Basic, Dropship, Consignment และ Enterprise ซึ่งแตกต่างกันไปตามสัดส่วนการใช้งาน เช่น การจำกัด User การบันทึกจำนวนรายการซื้อ-ขาย การจัดการคลังสินค้า ไปจนถึงใช้ได้แบบไม่จำกัด

ในส่วนของการตลาด สวทเลือกใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพียง 3 ปีก็มียอดลูกค้ากว่า 2,000 ร้านค้า และมีแผนที่จะขยายให้เป็น 6,000 ร้านค้าภายในสิ้นปีนี้ก่อนที่จะลุยตลาดอาเซียนเป็นลำดับต่อไป

“ผมว่าแนวโน้มธุรกิจทุกอย่างมุ่งไปสู่ Omni Channel ต้องมีช่องทางการขายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ฉะนั้นโอกาสทางธุรกิจของผมจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับออนไลน์เท่านั้น ยังมีกลุ่มที่เป็นออฟไลน์ซึ่งยังถือเป็นสัดส่วนที่มากอยู่ในประเทศ แต่ธุรกิจออนไลน์มันโตเร็วขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ อยากพัฒนาระบบให้ตอบโจทย์การใช้งานลูกค้ามากที่สุด ตอนนี้มีโครงการพัฒนาการจัดการ Big Data หรือการทำ AI เพื่อเป็นโซลูชันที่ช่วยผู้ประกอบการตัดสินใจในทางธุรกิจได้”

และเขาเชื่อว่าตลาดอีคอมเมิร์ซยังมีแนวโน้มที่โตขึ้นเรื่อยๆ ย่อมส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเติบโตตามไปด้วย เหมือนอย่าง ZORT ที่ทำให้ปัญหาการจัดการสต็อกเป็นเรื่องง่ายกลายเป็นธุรกิจที่เติบโตแบบก้าวกระโดด ✦

3 ประโยชน์จาก ZORT

1. ลดขั้นตอนกระบวนการทำงานให้น้อยลง
2. ลดเวลาที่ต้องจัดการสต็อก
3. เพิ่มโอกาสในการขายให้กับธุรกิจ



นโยบาย เอสเอ็มอีบัญชีเดียว... นำเสนอให้รับตก



๑ ศิริรัฐ โชติเวชการ

ความน่าสนใจ

- ♦ อย่าให้ความกลัวเรื่องเสียภาษี มาตัดโอกาสในอนาคต
- ♦ เพราะภายใต้มาตรการบัญชี เล่มเดียวภาครัฐเห็นนโยบาย ออกมาเอาใจกันสุดๆ ไม่ว่าจะเป็น การไม่ตรวจสอบภาษีย้อนหลัง การยกเว้นและลดภาษีนิติบุคคล การลดค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน นิติบุคคล
- ♦ อีกทั้งเป็นการปรับโฉมบัญชี เข้าสู่มาตรฐานสากล ใช้บัญชี ออนไลน์สามารถเชื่อมต่อการค้าขายแบบ e-Commerce สามารถเข้าถึงได้ง่ายแม้กระทั่ง สมาร์ทโฟน จนแทบไม่ต้องอาศัย นักบัญชี

ในมุมมองของผู้เขียนในฐานะนักบัญชี ผลงานโดดเด่นของรัฐบาลชุดนี้ที่กล้าคิดกล้าทำคือ นโยบาย เอสเอ็มอีบัญชีเดียว เพราะจะสร้างคุณูปการ ในระยะยาวอย่างมหาศาลให้แก่เอสเอ็มอี และ ประเทศชาติ

เท่าที่ทราบ แม้เอสเอ็มอีส่วนใหญ่สมัครเข้า โครงการ มาตรการบัญชีชุดเดียวและการยกเว้น และลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับเอสเอ็มอี บัญชีเล่มเดียวของกรมสรรพากรตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 แต่นั่นก็เป็นเพราะถูกขอร้องแถมบังคับจากสรรพากร พื้นที่ที่ธุรกิจสังกัดอยู่ แต่ในทางปฏิบัติ เอสเอ็มอี อาจลังเลสงสัยในหลายเรื่อง เช่น ไม่แน่ใจว่า งานนี้โดนภาครัฐหลอกให้เข้าระบบหรือไม่ หรือ ไปต่อไม่แน่ใจว่า ระบบบัญชีเล่มเดียวต้องทำอะไร หรือไม่แน่ใจว่าถ้าทำบัญชีเล่มเดียวแล้วจะมีภาระ ภาษีเพิ่มมากขึ้นเท่าไร

อันที่จริง นโยบายบัญชีเดียวนั้น คนที่ได้ ประโยชน์เต็มๆ คือ ธุรกิจเอสเอ็มอีที่จะได้โอกาส ในการฝ่าคลื่นการบริหารจัดการแบบเก่าๆ ไปสู่

การบริหารที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัลที่การค้าขายไม่ได้อยู่ในวงแคบเฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งเท่านั้น แต่สามารถขยายตลาดออกไปได้ทั่วโลกด้วยช่องทางออนไลน์ขอเพียงมีสินค้าที่ดีมีคุณภาพ แต่การค้าขายในเวทีโลกนั้นจำเป็นที่จะต้องรู้ตัวเลขต้นทุนและกำไรขาดทุนอย่างทันการณ์จึงจะเติบโตได้และเมื่อทุกธุรกิจเติบโตแข็งแกร่ง เศรษฐกิจของประเทศไทยก็จะแข็งแกร่งไปด้วย

เราได้เห็นความล่มสลายของธุรกิจมากมายที่ปรับตัวไม่ทันกับความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมที่ธุรกิจนั้นยืนอยู่ พฤติกรรมของผู้บริโภคกำลังมุ่งไปสู่การซื้อของออนไลน์กันหมดแล้ว ถ้าเราไม่ปรับตัวก็มีหวังจะถูกสีนามิจากเศรษฐกิจยุคดิจิทัลกวาดให้หายไปจากวงการได้เช่นกัน

นโยบายบัญชีเดียว คนที่ได้ประโยชน์เต็มๆ คือ ธุรกิจเอสเอ็มอี **ที่จะได้โอกาสในการฝ่าคลื่นการบริหารจัดการแบบเก่าๆ** **ไปสู่การบริหารที่สอดคล้องกับยุคดิจิทัล**

ในเมื่อต้องปรับตัวทั้งที เราควรจะปรับระบบให้เป็นสากลไปเลย ด้วยการทำบัญชีเล่มเดียวที่ทันสมัยด้วยการใช้โปรแกรมบัญชีออนไลน์ (Cloud) ที่สามารถบันทึกและเข้าถึงข้อมูลผ่านอุปกรณ์ได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็น PC, Tablet, Mobile Phone หรือแม้กระทั่ง Smart Watch ทำให้ทุกๆ ฝ่ายในธุรกิจตั้งแต่ผู้บริหาร เซลส์แมน นักบัญชี ทำงานประสานกันง่ายและสะดวกขึ้นมากในการขาย การจัดการบัญชีและการดูผลประกอบการทางบัญชีได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วเพราะระบบบัญชีแบบ Cloud นั้น ทุกคนจะทำงานบนฐานข้อมูลเดียวกัน มีระบบรองรับให้ทำบัญชีได้ง่ายจนแทบไม่ต้องอาศัยนักบัญชีให้ปวดหัวต่อการเข้า-ออกของนักบัญชีอีกต่อไป

ความหมายที่ซ่อนไว้ของบัญชีเล่มเดียวคือ การลงบัญชีแบบครบถ้วนเพื่อที่จะได้รายงานทางการเงินที่สมบูรณ์มาใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจ และภายใต้มาตรการบัญชีเล่มเดียวนั้นทั้งกรมสรรพากรและกรมพัฒนาธุรกิจการค้าต่างก็เห็นนโยบายออกมาเอใจกันสุดๆ ไม่ว่าจะเป็นการไม่ตรวจสอบภาษีย้อนหลัง การยกเว้นและลดภาษีนิติบุคคล การลดค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนนิติบุคคล จึงนับเป็นโอกาสที่ดีมากที่จะได้เริ่มต้นใหม่แบบน้ำขึ้นให้รีบตัก อย่าให้ความกลัวเรื่องเสียภาษีมาตัดโอกาสในอนาคตของท่านเพราะเรื่องภาษีนั้น

ท่านคงทราบดีว่า ระบบการตรวจสอบภาษีแบบใหม่ของกรมสรรพากรที่เรียกว่า RBA (Risk Based Audit Approach) ที่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการสอบและวิเคราะห์หาความผิดปกติในการเสียภาษีของผู้เสียภาษี และสั่งให้ตรวจสอบจากส่วนกลางโดยตรง ไม่สามารถมีระบบเลือกที่รักมักที่ชังเหมือนแต่ก่อน ถ้าเราไม่เข้าระบบบัญชีเล่มเดียวแต่ยังเดินตามวิธีเดิมที่ไม่แสดงยอดขายแบบครบถ้วนเพื่อเสียภาษีให้น้อยเข้าไว้ นั่นวิธีเดิมๆ จะไม่สามารถลดลดการตรวจสอบของกรมสรรพากรได้อีกต่อไปแล้ว และถ้าเราถูกตรวจสอบย้อนหลังและพบความผิด ภาระภาษีและเบี้ยปรับอาจจะทำให้เม็ดเงินที่หามาทั้งหมดต้องมีส่วนส่งต่อให้กรมสรรพากรไปอย่างน่าเสียดาย การลงบัญชีให้ครบถ้วนแล้วมาใช้วิธีการวางแผนภาษีให้มีการเสียภาษีแบบถูกต้องแต่ประหยัดภาษีดูจะเหมาะสมกับสถานการณ์มากกว่า



ถ้าเราไม่เข้าระบบบัญชีเล่มเดียว แต่ยังเดินตามวิธีเดิม ที่ไม่แสดงยอดขายแบบครบถ้วนเพื่อเสียภาษีให้น้อยเข้าไว้ วิธีเดิมๆ ไม่สามารถลดลดการตรวจสอบ ของกรมสรรพากรได้อีกต่อไป

ดังนั้น การเลือกโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่สามารถเชื่อมต่อกับโปรแกรมที่รองรับการจัดการการค้าขายแบบ e-Commerce เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการขาย ต่อลูกค้า และสามารถเชื่อมข้อมูลการขาย ข้อมูลสต็อกแบบ Real Time เข้าสู่โปรแกรมบัญชี เพื่อลดภาระด้านการจัดการข้อมูลเอาเวลาไปทำตลาดให้กว้างสู่ตลาดโลก สร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง ให้เป็นที่รู้จัก บางทีนอกจากยอดขายและกำไรเติบโตขึ้นแล้ว อาจจะมีกิจการต่างชาติมาขอซื้อ หรือร่วมทุนในกิจการของเราในราคาที่สูงและคุ้มค่าพอที่จะตัดสินใจขายหรือเปิดโอกาสในการร่วมทุนดังที่เราเคยเห็นในอดีตที่เจ้าของแบรนด์ดังหลายๆ คนร่ำรวยในพริบตาโดยไม่ต้องซื้อหวยด้วยการขายกิจการให้ต่างชาติและเราต้องทราบว่า การที่ต่างชาติจะมาซื้อหุ้นนั้น เขาย่อมจะขอดูและตรวจสอบงบการเงินก่อนเป็นอันดับแรกว่าโปร่งใสเชื่อถือได้หรือไม่ ถ้าถึงเวลานั้นแล้วระบบบัญชีเราไม่พร้อมต่อการถูกตรวจสอบเงินก้อนใหญ่ นั้นก็อาจจะหลุดลอยไปอย่างน่าเสียดาย

ดังนั้น ไม่ต้องลังเลสงสัยเรื่องบัญชีเล่มเดียวอีกต่อไป โอกาสที่ดีมาถึงแล้วนี่ถึงอนาคตอันสดใสที่รออยู่แล้ว กระจใจในฝันแบบ น้ำขึ้นให้รีบตักค่ะ ✚

เปลี่ยนชั่วโมงกลับ
ให้เป็นชั่วโมงรวย

AVAILABLE AT

