Digital Content plus
เพิ่มประสบการณ์การอ่าน

THE KNOWLEDGE

เดอะ โนวเลจ ปีที่ 3 ฉบับที่ 14

สิงหาคม – กันยายน 2563 ISSN 2539-5882

เศรษฐกิจ SME

NEW NORMAL

นิตยสารพัฒนาความรู้และความคิดสร้างสรรค์
เพื่อเพิ่มศักยภาพทุนมนุษย์ผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะ

www.okmd.or.th/knowledge/okmd-magazine

e - Book | SUBSCRIBE click

BY okmd

CONTENTS

03
WORD POWER
สิ่งที่ SME ควรรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ความปกติใหม่หลังสถานการณ์โควิด-19

10
THE KNOWLEDGE
ถอดบทเรียนรัฐบาลต่างประเทศกับนโยบายสนับสนุนภาคธุรกิจในวิกฤตโควิด-19

18
ONE OF A KIND
New Normal, New SME

20
NEXT
ก้าวต่อไปของ SME “ปรับตัวก่อนถูกลืม“

26
INSIDE OKMD
ขับเคลื่อน SME ด้วยความรู้

32
DIGITONOMY
รวมมิตรตัวเลข SME ไทยในยุคโควิด-19

36
DECODE
ถอดกลยุทธ์ SME ปรับแนวคิด พลิกวิกฤติเป็นโอกาส

40
ความรู้กินได้
ศูนย์ความรู้กินได้... เปลี่ยนความรู้ให้ (ทำมาหา) กินได้

42
NEXT PERT
กลยุทธ์เพื่อการอยู่รอดของธุรกิจ SME ในยุคความปกติใหม่

46
5IVE
5 แอปพลิเคชันกระตุ้น SME ในสถานการณ์ความปกติใหม่

50
TALK TO ZINE
รู้ทันโลกเทคโนโลยี พลิกธุรกิจ รับโอกาสใหม่ โดย คุณไผท ผดุงถิ่น

51
WHAT'S GOING ON
- Smart SME Expo 2020
- SME Webinar: หัวข้อยอดฮิตที่ SME อยากรู้มากที่สุด

okmd
Office of Knowledge Management and Development

ที่ปรึกษา
ดร.อธิปัตย์ บำรุง
ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

บรรณาธิการบริหาร
ดร.อภิชาติ ประเสริฐ
รองผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

ฝ่ายศิลปกรรมและภาพถ่าย
บริษัท โคคูน แอนด์ โค จำกัด
32 ซอยโชคชัย 4 ซอย 84 ถนนโชคชัย 4 แขวงลาดพร้าว
เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
โทรศัพท์ 0 2116 9959 และ 087 718 7324

จัดทำโดย
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
69 อาคารวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
ชั้น 18-19 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน
เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ 0 2105 6500 โทรสาร 0 2105 6556
อีเมล theknowledge@okmd.or.th
เว็บไซต์ www.okmd.or.th

อนุญาตให้ใช้ได้ตามสัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์ แสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-อนุญาตแบบเดียวกัน 3.0 ประเทศไทย

จัดทำขึ้นภายใต้โครงการเผยแพร่กิจกรรมองค์ความรู้โดยสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการนำองค์ความรู้มาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ด้านการเรียนรู้ ต่อยอดธุรกิจ เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของประเทศ

ผู้สนใจรับนิตยสารโปรดติดต่อ 0 2105 6520 **หรือดาวน์โหลดที่เว็บไซต์** www.okmd.or.th/knowledge/okmd-magazine

สิ่งที่ SME ควรรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ความปกติใหม่หลังสถานการณ์โควิด-19

สแกน QR Code
เพื่อรับชม Clip

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เกิดเหตุการณ์ความเปลี่ยนแปลงมากมายที่มีผลกระทบต่อแนวคิดและการดำเนินชีวิตของคนในโลก ไม่ว่าจะเป็นพัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมต่างๆ ความตื่นตัวในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ รวมถึงการขยายตัวของความเป็นเมือง สิ่งเหล่านี้นำมาสู่สถานการณ์ความปกติใหม่แบบค่อยเป็นค่อยไป ทั้งในด้านการใช้ชีวิต การทำงาน และการดำเนินธุรกิจของประชาชน

อย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ทั้งผลกระทบที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการทำงานของผู้คนอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน รวมถึงผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ซึ่งผู้ประกอบการ SME ควรต้องทำความเข้าใจกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อให้สามารถปรับรูปแบบและแนวทางการประกอบธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ แนวคิดและความต้องการของผู้บริโภคในอนาคตมากขึ้น

สถานการณ์ความปกติใหม่ที่เกิดขึ้นแล้ว หรือกำลังจะเกิดขึ้นหลังสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งผู้ประกอบการ SME ควรรู้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1 กระบวนทัศน์ของโลก (GLOBAL PARADIGM) ที่เปลี่ยนไป

วิกฤติโควิด-19 ส่งผลให้เกิดความไม่ไว้ใจต่อการเคลื่อนย้ายคนและสินค้าระหว่างประเทศ และอาจส่งผลให้แนวคิดชาตินิยมทางเศรษฐกิจได้รับการสนับสนุนจากประชาชนในประเทศต่างๆ มากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดเสรีนิยม หรือที่เรียกว่า Deglobalization ส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจระหว่างประเทศ และการสะดุดของห่วงโซ่การผลิตของโลก (Global Interrupted Supply Chain) ที่นำไปสู่การใช้ห่วงโซ่การผลิตแบบผสมผสาน (Diversify of Supply Chain) เพื่อลดความเสี่ยง รวมถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ประโยชน์ในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ทำให้กระบวนทัศน์ของเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการเกิดแนวคิดใหม่ๆ ขึ้น เช่น

แนวคิด Glocal ซึ่งเป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างการให้ความสำคัญกับ "ท้องถิ่น" (Local) ที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง กับ "ความเป็นสากล" (Global) ที่มีมาตรฐานและสามารถตอบสนองความต้องการของคนในวงกว้างได้

แนวคิดที่ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในด้านความปลอดภัยและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อประโยชน์ในการเว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงการหลีกเลี่ยงการเข้าไปอยู่ในพื้นที่ที่อาจมีความเสี่ยงในด้านต่างๆ เป็นต้น

2

ทัศนคติของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไปเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติ (NATIONAL SECURITY)

เมื่อกล่าวถึงความมั่นคงของชาติ คนทั่วไปมักนึกถึงความมั่นคงทางการทหาร แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความมั่นคงของชาติครอบคลุมทั้งความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางการเมือง ความมั่นคงด้านสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงด้านสุขภาพ ความมั่นคงทางพลังงาน และความมั่นคงทางไซเบอร์ ซึ่งล้วนมีความสัมพันธ์กันอย่างแยกไม่ออก วิกฤติการณ์โควิด-19 ทำให้ประชาชนตระหนักถึงผลของความไม่มั่นคงทางสุขภาพที่นำไปสู่ความไม่มั่นคงในด้านอื่นๆ อย่างชัดเจน เป็นการเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการเปลี่ยนมุมมองทางธุรกิจในด้านต่างๆ อาทิ

- เกิดแนวคิดความร่วมมือร่วมใจในการสร้างสรรค์คุณค่าและการแบ่งปันแก่สังคม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพัฒนาการทางเศรษฐกิจ พัฒนาการทางสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- เกิดแนวคิดการฟื้นฟู เยียวยา และรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม
- เกิดแนวคิดระบบเศรษฐกิจที่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดและคุ้มค่าในการผลิต เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างเต็มศักยภาพและยั่งยืน (Circular Economy)

แนวคิดเหล่านี้ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการ SME เกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัยที่สามารถนำมาต่อยอดและพัฒนาความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อตอบสนองแนวคิดและพฤติกรรมของคนที่เปลี่ยนแปลงไปสู่การให้ความสำคัญกับความมั่นคงในหลากหลายแง่มุมมากขึ้น

3

พฤติกรรมของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป

การแพร่ระบาดของโรคติดต่อร้ายแรงส่งผลให้พฤติกรรมของประชาชนจะเปลี่ยนไปในหลายด้านที่เห็นได้ชัดเจน ประกอบด้วย

• การตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสุขอนามัยและลดความเสี่ยงด้านสุขภาพ

• การตระหนักถึงข้อควรปฏิบัติเมื่อต้องเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมาก ทั้งในส่วนของกิจกรรมสันทนาการ การเรียนรู้ และการขนส่งสาธารณะ

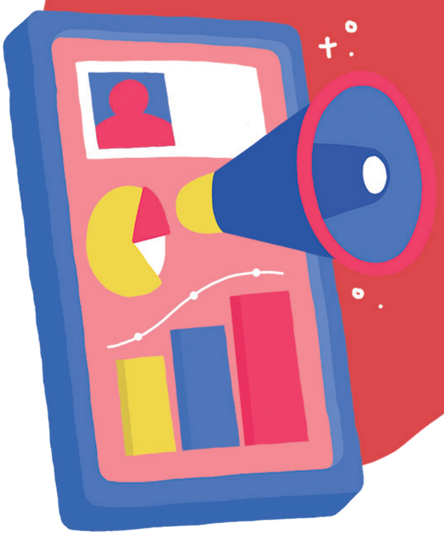
• การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ประโยชน์ทั้งในการทำงาน การสื่อสาร และการดำเนินชีวิต

การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมข้างต้นเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของธุรกิจต่างๆ รวมถึงเป็นตัวเร่ง การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ประโยชน์ในวงกว้าง (Digital Transformation) ให้เกิดได้รวดเร็วขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง รวมถึงจะกลายเป็นตัวแปรสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและความอยู่รอดของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและสามารถนำโอกาสที่มาพร้อมการเปลี่ยนแปลงไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งในหลายประเทศพบว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กจำนวนมากมีความได้เปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะสามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่าและมีต้นทุนในการปรับเปลี่ยนที่น้อยกว่า

4

การดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป และการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด

เมื่อผู้คนมีความระมัดระวังที่จะออกจากบ้านและหลีกเลี่ยงการอยู่ในที่ที่มีผู้คนจำนวนมากหรือพบปะกับคนที่ไม่คุ้นเคย ส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมบริษัทข้ามชาติ การท่องเที่ยว การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ (MICE) ต่างได้รับผลกระทบไม่มากก็น้อย เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องในห่วงโซ่ของธุรกิจ เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ธุรกิจอาหารและบันเทิง ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจแหล่งเรียนรู้ต่างๆ รวมถึงธุรกิจที่ต่อเนื่องทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจสื่อสาร ธุรกิจโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ และธุรกิจธนาคาร เป็นต้น ส่งผลให้ธุรกิจเหล่านั้นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วนในทุกด้าน ตั้งแต่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางธุรกิจ (Business Model) การปรับรูปแบบและกระบวนการให้บริการที่นำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ประโยชน์มากขึ้น การปรับรูปแบบการประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์ ไปจนถึงการปรับลดคนงาน การปรับและลดเวลาในการให้บริการ และการปิดกิจการชั่วคราว เป็นต้น



จากแนวคิด Three Horizons ของ McKinsey & Company ซึ่งพูดถึงกลยุทธ์
เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจโดยให้ความสำคัญกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นใน 3 ระยะ ได้แก่

ระยะที่หนึ่ง (HORIZON ONE)	การดำเนินการเพื่อสร้างคุณค่าสูงสุด ผ่านกระบวนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
ระยะที่สอง (HORIZON TWO)	การดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมรับกับโอกาส ที่จะเติบโตในอนาคตอันใกล้
ระยะที่สาม (HORIZON THREE)	การดำเนินการเพื่อค้นหาโอกาสและปัจจัยในระยะยาว ที่นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคต

วิกฤตการณ์โควิด-19 กดดันให้ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานจากระยะที่หนึ่งไปยังระยะที่สามในทันที เพื่อให้สอดรับกับพฤติกรรมของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปอันเป็นผลมาจากกฎกติกาและนโยบายของรัฐในการควบคุมการระบาดของโรค จนกลายเป็นความปกติใหม่ (New Normal) หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ที่แตกต่างจากที่ผ่านมา ซึ่งการหันมามุ่งเน้นที่ระยะที่ 3 อาจทำให้เกิดความไม่สมดุล เพราะผู้ประกอบการอาจมองข้ามความสำคัญของระยะที่สอง อีกทั้งยังมีความไม่แน่นอนว่าความปกติใหม่จะคงอยู่อย่างถาวรหรือไม่หลังเหตุการณ์วิกฤติ โควิด-19 ได้คลี่คลายลง

ด้วยเหตุนี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการควรจะต้องพิจารณาในเบื้องต้นสามารถ แบ่งได้เป็น 4 ประเด็น ได้แก่

1

สัญญาทางสังคมที่อาจเปลี่ยนแปลงไป (Social Contract Changes) ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายภาครัฐที่ออกมาเพื่อปกป้องประชาชนและรองรับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อตัวบุคคลและองค์กร

2

พฤติกรรมการทำงานและการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต โดยเฉพาะผลของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ถูกนำมาปรับใช้ทั้งในการทำงานและการดำเนินชีวิตของคน

3

การเคลื่อนย้ายทรัพยากรจำนวนมหาศาลอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วในยามวิกฤติ ทั้งในด้านบุคคลากร เครื่องไม้เครื่องมือ และงบประมาณ

4

ผลของการปรับตัวจากโลกาภิวัตน์ (Globalization) **สู่ภูมิภาคาภิวัฒน์** (Regionalization) หรือการเคลื่อนย้ายการผลิตและแหล่งวัตถุดิบให้มาอยู่ใกล้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการมากขึ้น ซึ่งจะมีผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

5

โอกาสทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปสำหรับผู้ประกอบการ

วิกฤติโรคระบาดที่ผ่านมาส่งผลให้ประชาชนตระหนักถึงความจำเป็นในการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค (Protection and Prevention: PP) มากขึ้น ถือเป็นโอกาสของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการแพทย์และการดูแลรักษาสุขภาพ ส่วนพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงและเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) กลายเป็นโอกาสของธุรกิจออนไลน์ทั้งที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร การเรียนรู้ การค้าขาย การตลาด ความบันเทิง และธุรกรรมทางการเงิน เช่นเดียวกับธุรกิจการขนส่งสินค้าที่ได้รับการตอบรับจากประชาชนมากขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัลก็ได้รับผลกระทบทางบวกด้วยเช่นกัน เช่น อินเทอร์เน็ตในทุกๆ ที่ (IOT) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) หุ่นยนต์และระบบควบคุมอัตโนมัติ (Robotics and Automation) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เทคโนโลยีเครือข่ายไร้สาย 5G ไปจนถึง เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน (Virtual Reality: VR) ความเป็นจริงเสริม (Augmented Reality: AR) ความจริงผสม (Mixed Reality: MR) ที่สร้างการเชื่อมต่อระหว่างมนุษย์กับอุปกรณ์ต่างๆ ได้ถูกนำมาใช้ในกระบวนการบริหารจัดการ การผลิต และการให้บริการ ในหลากหลายธุรกิจ เช่น การผลิตโดยใช้หุ่นยนต์และการควบคุมอัตโนมัติ การขนส่งสินค้าแบบอัจฉริยะ การนำเทคโนโลยี AR และ VR มาใช้ให้บริการข้อมูลแก่ลูกค้า การให้บริการสันทนาการออนไลน์ การให้บริการการแพทย์ออนไลน์ การจัดกิจกรรมการตลาดออนไลน์ และระบบข้อมูลช่วยการตัดสินใจของผู้บริหาร เป็นต้น

ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้กลายเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้รวดเร็วคล่องตัวกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีราคาถูกลงแต่มีศักยภาพและประโยชน์ในการใช้งานที่สูงขึ้น

6

การรับรู้ข่าวสารและการเรียนรู้ของประชาชนที่เปลี่ยนแปลงไป

เมื่อประชาชนเพิ่มความระมัดระวังในการมีปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพกับบุคคลอื่น การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะผ่านแพลตฟอร์มสาธารณะหรือสื่อสังคมออนไลน์ก็จะมีมากขึ้น เช่นเดียวกับการเรียนรู้ออนไลน์ทั้งการเรียนรู้ที่เป็นทางการภายใต้ระบบและการรับรองของสถาบันการเรียนรู้ของรัฐและเอกชน ในหลักสูตรทั้งระยะสั้นและระยะยาว ไปจนถึงการเรียนรู้ที่ไม่เป็นทางการผ่านเว็บไซต์ด้านการเรียนรู้ที่ไม่ใช่สถาบันการศึกษา เช่น สกิลแชร์ (Skillshare.com™) คาน อะคาเดมี่ (Khan Academy) คอร์สเซรา (Coursera) วิกิตำรา (Wikibooks) ยูเดมี่ (Udemy) โค้ดคาเดมี่ (Codecademy) เอ็ดเอ็กซ์ (edX) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้ผ่านแหล่งเรียนรู้ทางกายภาพก็มีความสำคัญเพิ่มขึ้น ในฐานะพื้นที่ในการพบปะสังสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ลองคิดลองทำ และปล่อยพลังความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างผลงานและยกระดับทักษะความชำนาญ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องออกแบบพื้นที่การเรียนรู้โดยคำนึงถึงหลักการทางสาธารณสุขมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้พื้นที่ โดยคำนึงถึงประเภทของกิจกรรม มาตรการด้านสุขอนามัย และการบังคับใช้มาตรการต่างๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องทำความเข้าใจและเห็นความสำคัญ

7

ทิศทางการบริหารจัดการภาครัฐและการกระจายอำนาจที่เปลี่ยนแปลงไป

บทเรียนของประเทศต่างๆ ในการจัดการกับสภาวะวิกฤติ (Crisis Management) จะถูกนำมาศึกษาเพื่อพัฒนาต้นแบบแนวทางปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ที่สามารถนำไปปรับใช้กับประเทศต่างๆ เพื่อรับมือกับวิกฤตการณ์ทางการแพทย์ในอนาคต โดยเฉพาะในด้านการเตรียมความพร้อมและการดำเนินการของภาครัฐ ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และภาคการต่างประเทศ รวมถึง ประเด็นการส่งเสริมให้เกิดความยืดหยุ่นในสังคม เพื่อเป็นการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงหรือความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เป็นการลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในเรื่องความยืดหยุ่นในการทำงาน การใช้ชีวิต การเรียนรู้ การแสดงความเห็นของสังคม การติดต่อสื่อสาร และการบริการภาครัฐ ซึ่งแน่นอนที่สุดจะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของ SME อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

8

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในทุกภาคส่วน

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล หรือ Digital Transformation จะเกิดขึ้นได้ต้องเริ่มจากการปรับเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนเป็นลำดับแรก วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ประชาชนจำเป็นต้องปรับรูปแบบการทำงานและการดำเนินชีวิตผ่านเครื่องมือดิจิทัลมากขึ้น ช่วยให้เกิดความคุ้นเคย เห็นประโยชน์ และมีทัศนคติที่ดีต่อการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นการกระตุ้นให้คนเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลมากขึ้น ส่วนภาคธุรกิจเองก็มีความจำเป็นที่จะต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ประโยชน์ (Digitalization) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการประชาชนมากขึ้น กลายเป็นโอกาสใหม่เพื่อมุ่งสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) สำหรับทั้งธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจ SME

แม้ว่าวิกฤตโควิด-19 ที่เกิดขึ้นจะส่งผลให้เศรษฐกิจทั่วโลกชะลอตัวอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน แต่ในอีกทางหนึ่งได้สร้างบรรทัดฐานและโอกาสใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เท่าทันโดยการ “**เติมความรู้ เพิ่มรายได้ ขยายตลาด**” อันเป็นแนวทางการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันที่ดีที่สุดเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นหลังจบวิกฤตการณ์ในครั้งนี้

The Knowledge 14 ฉบับนี้มีเรื่องราวที่จะช่วยเปิดและเติมทุนความรู้ มุมมองใหม่ และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ประกอบการ SME รวมถึง Micro SME ที่กำลังก้าวขึ้นมาเป็นฟันเฟืองสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจประเทศให้ก้าวหน้าและแข่งขันได้ในระดับสากล

โควิด-19 ทำให้โลกเปลี่ยน ธุรกิจจึงต้องเปลี่ยนตาม คุณต้องพร้อมที่จะเรียนรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงและปรับตัว หากไม่อยากถูกทิ้งไว้ข้างหลัง

ถอดบทเรียนรัฐบาลต่างประเทศ กับนโยบายสนับสนุน ภาคธุรกิจในวิกฤติโควิด-19

ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้รัฐบาลของทุกประเทศต้องเร่งดำเนินนโยบายในการสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) รวมถึงผู้ประกอบอาชีพอิสระ โดยในระยะสั้นเน้นการเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชน เพื่อให้สามารถประคองธุรกิจและดำเนินชีวิต ต่อไปได้ในภาวะที่เศรษฐกิจทั่วโลกชะลอตัว

โดยนโยบายรัฐแบ่งได้เป็นหลายรูปแบบ ตั้งแต่นโยบายทั่วไปสำหรับธุรกิจและบุคคลทั่วไป เช่น นโยบายผ่อนคลายกฎเกณฑ์และเงื่อนไขในการกู้เงิน แต่บางนโยบายและมาตรการเน้นเฉพาะเจาะจงไปที่ผู้ประกอบการ SME เช่น

มาตรการการลดเวลาทำงาน การให้ลางาน หรือหยุดทำงานชั่วคราว

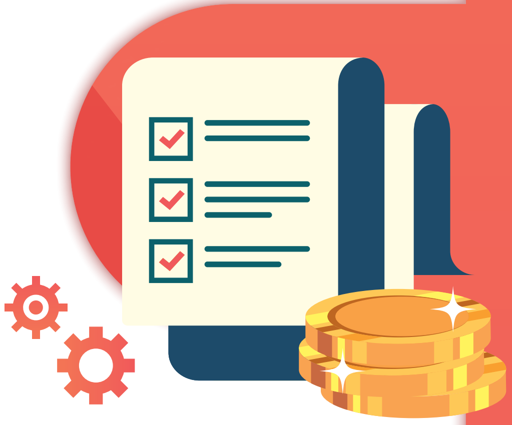
- การสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ที่ต้องหยุดงานชั่วคราว ผู้ถูกเลิกจ้าง ผู้ประกอบอาชีพอิสระ
- การสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถคงการจ้างงานไว้ได้ในภาวะที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจลดลง

นโยบายทางภาษีและประกันสังคม

- การยืดเวลาการชำระภาษี
- การลดสัดส่วนการส่งเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม
- การใช้เงินประกันสังคมเยียวยาผู้ที่ได้รับผลกระทบ
- การลดยอดการชำระหนี้ของผู้ที่เป็นหนี้
- การลดค่าเช่าและค่าสาธารณูปโภคต่างๆ
- การลดหรือคืนเงินประกันการใช้สาธารณูปโภคหรือใช้พื้นที่
- การให้พักชำระหนี้
- การให้ผ่อนชำระภาษี
- การยกเว้นภาษี
- การผ่อนคลายกฎเกณฑ์และเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวยิ่งขึ้น

มาตรการทางสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการ

- การค้ำประกันสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการที่มีประวัติการเงินที่ดี เพื่อให้สถาบันการเงินขยายวงเงินสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการ SME
- การปล่อยสินเชื่อโดยตรงให้แก่ผู้ประกอบการ ทั้งแบบผ่านสถาบันการเงินของรัฐและหน่วยงานเฉพาะกิจของรัฐ
- การให้เงินสนับสนุนและเงินให้เปล่าจากหน่วยงานรัฐ



การปรับโครงสร้างเพื่อให้ผู้ประกอบการปรับตัวรับสถานการณ์ปัญหาและสถานการณ์ปกติใหม่

- การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาปรับใช้กับธุรกิจ
- การให้แนวคิดการบริหารจัดการที่ทันสมัยและโมเดลทางธุรกิจใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับสถานการณ์
- การให้ข้อมูลความรู้และชี้แนะให้เห็นถึงช่องทางการตลาดและโอกาสใหม่ทางธุรกิจ

มาตรการเฝ้าระวังเกี่ยวกับสถานการณ์และผลกระทบที่มีต่อ SME

- การทำงานใกล้ชิดกับผู้ประกอบการเพื่อให้เข้าใจปัญหาและความต้องการของธุรกิจ SME
- การกำหนดมาตรการและนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ในระยะยาว

ตัวอย่างมาตรการภาครัฐในต่างประเทศ เพื่อการดูแลและเยียวยาผู้ประกอบการ SME

หน่วยงานกลางของสหภาพยุโรปและยูโรโซน

- การสนับสนุนเงินทุนเพื่อค้นคว้าเกี่ยวกับการผลิตวัคซีนและวิธีการรักษาโรคโควิด-19 รวมถึงจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการลงทุนในระบบโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของประเทศสมาชิก โดยเฉพาะระบบสาธารณสุข
- การจัดสรรงบประมาณให้แก่ EU Structural Funds เพื่อสำรองไว้เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับโรคโควิด-19 รวมถึงผ่อนคลายความเข้มงวดด้านวินัยการคลัง (EU Fiscal Rule) เพื่อให้ประเทศสมาชิกมีพื้นที่ในการออกมาตรการทางการคลังเพื่อเยียวยาผลกระทบจากโรคระบาด
- การให้สภาพคล่องเพื่อดำเนินมาตรการช่วยเหลือแรงงาน ภายใต้ชื่อโครงการ SURE โดยรัฐบาลแต่ละประเทศให้เงินอุดหนุนแรงงานที่สูญเสียรายได้จากชั่วโมงการทำงานที่ลดลง โดยบริษัทผู้จ้างงานจะต้องไม่ปลดแรงงานออก และแรงงานจะยังคงได้รับค่าจ้างในสัดส่วนที่รัฐบาลอุดหนุนให้
- การให้เงินทุนเพิ่มเติมแก่ธนาคารเพื่อการลงทุนแห่งยุโรป (European Investment Bank) เพื่อจัดตั้งกองทุนซึ่งมีหน้าที่ให้สภาพคล่องและค้ำประกันสินเชื่อแก่บริษัทเอกชนและธุรกิจ SME

เครือรัฐออสเตรเลีย

- มาตรการสนับสนุนเงินทุนแก่ธุรกิจ SME และองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ได้รับผลกระทบ โดยวงเงินที่ได้รับขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายพนักงานของแต่ละบริษัท เพื่อจูงใจให้ธุรกิจรักษาระดับการจ้างงานไว้
- มาตรการเยียวยาอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบสูง อาทิ สายการบิน ท่องเที่ยว เกษตร และการศึกษา ทั้งการอุดหนุนเงินทุน การยกเว้นค่าธรรมเนียม และการช่วยหาตลาดใหม่
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและช่วยเหลือธุรกิจ SME ของรัฐบาลท้องถิ่น เช่น การยกเว้นภาษีเงินเดือนให้แก่ธุรกิจในรัฐนิวเซาท์เวลส์ รัฐควีนส์แลนด์ รัฐวิกทอเรีย และรัฐเวสเทิร์นออสเตรเลีย
- มาตรการค้ำประกันสินเชื่อ SME สำหรับธุรกิจที่ได้รับผลกระทบ รวมถึงการผ่อนปรนกำหนดการชำระหนี้ของลูกหนี้
- มาตรการช่วยเหลือนายจ้างของ JobKeeper Payment โดยมอบเงินช่วยเหลือให้แก่นายจ้างที่มีรายได้ลดลงมากกว่า 30% - 50% รวมถึงมาตรการช่วยจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ลูกจ้างคนละ 1,500 ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือ 33,500 บาท นานสูงสุด 6 เดือน
- มาตรการเยียวยาผู้ว่างงาน ผู้รับสวัสดิการรัฐ เช่น ผู้รับบำนาญ รวมถึงการอนุญาตให้ถอนเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อการเกษียณอายุได้ก่อนกำหนด

สาธารณรัฐประชาชนจีน

- มาตรการลดภาระภาคธุรกิจ ด้วยการลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การยกเว้นการจ่ายเงินเข้ากองทุนเงินสำรองเลี้ยงชีพและกองทุนสำรองค่ารักษาพยาบาลของพนักงาน รวมถึงการลดค่าเช่าให้แก่ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในภาคบริการที่เช่าอสังหาริมทรัพย์ของรัฐบาล
- มาตรการสนับสนุนอุตสาหกรรมการเดินทางและการขนส่ง โดยการอุดหนุนเงินให้แก่บริษัทผู้ให้บริการรถแท็กซี่ การลดค่าบริการสนามบิน การลดค่าธรรมเนียมให้แก่ผู้ส่งออก รวมถึงการเพิ่มวงเงินสินเชื่อสำหรับการค้าต่างประเทศให้แก่ผู้ส่งออกจีน
- การจัดตั้งกองทุนสนับสนุน SME สำหรับการปล่อยสินเชื่อแบบไม่มีดอกเบี้ย หรือจ่ายคืนดอกเบี้ยภายหลัง รวมถึงการลดจำนวนเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม และลดภาษีการใช้สาธารณูปโภคและค่าขนส่งสาธารณะ
- มาตรการพัฒนาระบบการเงินภายในเขตเศรษฐกิจพิเศษสามเหลี่ยมปากแม่น้ำไข่มุก (Greater Bay Area) เช่น การพัฒนาด้านการค้า การลงทุน และการระดมทุน การเพิ่มการเปิดเสรีในภาคการเงิน การส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมทางการเงินภายในเขตเศรษฐกิจ เป็นต้น
- มาตรการกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศ เช่น การให้คูปองส่วนลดสำหรับการท่องเที่ยว การริเริ่มโครงการวันหยุด 2.5 วัน และการอนุญาตให้ลดชั่วโมงการทำงานต่อวันลงและมาทำงานชดเชยวันอื่น

สหพันธรัฐมาเลเซีย

- มาตรการช่วยเหลือทางภาษี เช่น การขยายระยะเวลาการจ่ายภาษีรายเดือน การยกเว้นภาษีการบริการสำหรับธุรกิจโรงแรม
- มาตรการช่วยเหลือค่าสาธารณูปโภคและค่าเช่า เช่น การลดค่าไฟฟ้าสำหรับผู้ประกอบการโรงแรม ท่องเที่ยว สายการบินภายในประเทศ ห้างสรรพสินค้า ศูนย์แสดงสินค้า และสวนสนุก
- มาตรการช่วยเหลือด้านสภาพคล่อง เช่น การให้เงินสนับสนุนและเงินกู้ให้แก่ SME ที่ได้รับผลกระทบ โดยเฉพาะธุรกิจด้านอาหารและการเกษตร การปรับปรุงโครงสร้างหนี้และเลื่อนการชำระหนี้ให้แก่ลูกหนี้ภาคธุรกิจและบุคคลที่ได้รับผลกระทบ รวมถึงการสนับสนุนเงินให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าทางออนไลน์
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น การลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามการใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศ การมอบบัตรกำนัลสำหรับการซื้อตั๋วเครื่องบิน รถไฟ และโรงแรม เพื่อท่องเที่ยวในประเทศ รวมถึงการเพิ่มเงินลงทุนในโครงการขนาดเล็ก เช่น การซ่อมแซมถนน การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
- มาตรการดูแลครัวเรือนและการจ้างงาน เช่น การมอบเงินช่วยเหลือแรงงานที่ต้องหยุดพักงานโดยไม่ได้รับค่าจ้าง การลดอัตราการส่งเงินสมทบในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การอุดหนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการเรียนและฝึกอบรมทักษะด้านดิจิทัล รวมถึงการให้บริการอินเทอร์เน็ตฟรีในช่วงที่มีการควบคุมโรค

กรณีศึกษาการฟื้นฟูภาคธุรกิจในช่วงโควิด-19

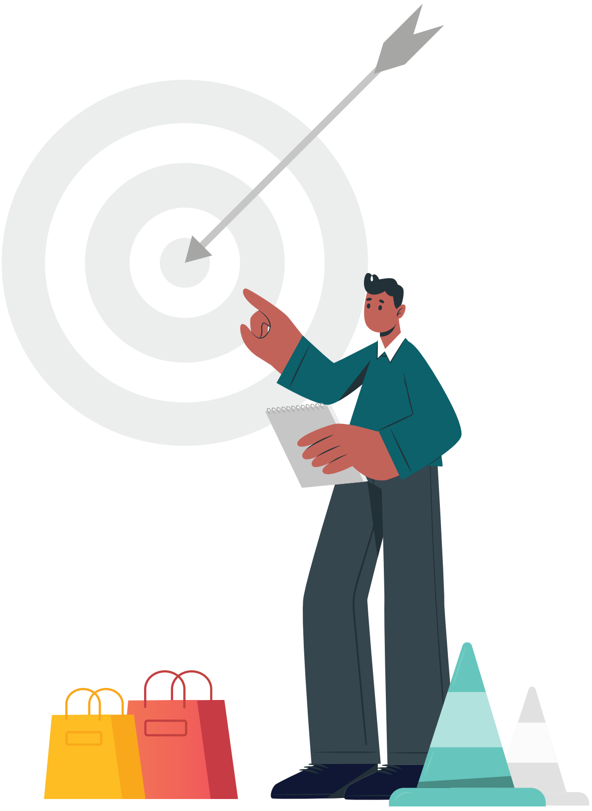
นโยบายล็อกดาวน์ที่หลายประเทศนำมาใช้ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบในวงกว้างต่อเศรษฐกิจโลก ทำให้ GDP ทั่วโลกในปี พ.ศ. 2563 ติดลบอย่างหนักเป็นประวัติการณ์ The Atlantis Report คาดการณ์ว่าหนี้ทั่วโลกจะสูงถึง 246 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 7,650 ล้านล้านบาท คิดเป็น 320% ของ GDP ของโลก และส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก โดยเฉพาะธุรกิจ SME และสตาร์ตอัปรายใหม่

ไม่กี่เดือนหลังจากการแพร่ระบาด หลายธุรกิจตกอยู่ในสภาวะขาดสภาพคล่องอย่างหนัก บางรายถึงขั้นประกาศลดขนาดองค์กร ประกาศล้มละลาย หรือประกาศปิดกิจการ อาทิ

- ปูนซีเมนต์นครหลวงประกาศปิดสายการผลิตโรงงานสระบุรี
- มิตซูบิชิ อีเล็คทริค ชลบุรี เลิกจ้างพนักงาน 1,000 คน
- ไมโครซอฟท์ปลดกองบรรณาธิการและนักข่าว เตรียมแทนที่ด้วยเอไอ
- โรงแรมเชอราตันประกาศปิดกิจการ
- นกสกู๊ตประกาศปิดกิจการ
- ปาลิโอ เขาใหญ่ ประกาศปิดกิจการ
- วุฒิศักดิ์คลินิก ยื่นขอฟื้นฟูกิจการหลังประกาศล้มละลาย
- การบินไทย ยื่นศาลล้มละลายเพื่อขอเข้ากระบวนการฟื้นฟูกิจการ

ทำให้รัฐบาลและหน่วยงานเอกชนในหลายประเทศต้องร่วมกันให้ความช่วยเหลือและเยียวยาภาคธุรกิจและผู้ประกอบการอย่างเร่งด่วน เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ดังเช่นนโยบายและการดำเนินการของ

5 ประเทศต่อไปนี้



เครือรัฐออสเตรเลีย

ธุรกิจสายการบินของออสเตรเลียได้รับผลกระทบหนักในช่วงที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็น "แควนตัส" (Qantas Airways) สายการบินประจำชาติและสายการบินที่ใหญ่ที่สุดของออสเตรเลีย ที่ประกาศปลดพนักงาน 6,000 คน ขณะที่สายการบินอันดับ 2 อย่าง "เวอร์จิน ออสเตรเลีย" (Virgin Australia Airlines) ประกาศล้มละลาย โดยยื่นขอการบริหารจัดการโดยสมัครใจของเจ้าหนี้ ตามมาตรา 11 กฎหมายล้มละลายของออสเตรเลีย ทำให้รัฐบาลออสเตรเลียต้องเร่งเยียวยาทุกภาคส่วน รวมถึงขยายแผนปล่อยเงินกู้ พร้อมเพิ่มวงเงินให้มากขึ้น เพื่อช่วยเหลือภาคธุรกิจทั้งธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เนื่องจากวิกฤติครั้งนี้ส่งผลกระทบรุนแรงมากกว่าที่คาดไว้

โดยรัฐบาลออสเตรเลียตัดสินใจขยายโครงการประกันเงินกู้เพื่อช่วยภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด รวมถึงเพิ่มเพดานวงเงินกู้จากเดิม 250,000 ดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือราว 5.57 ล้านบาท ไปเป็น 1 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย หรือราว 22.3 ล้านบาท ส่งผลให้บริษัทขนาดเล็กที่มีเงินหมุนเวียนในบริษัทต่ำกว่า 50 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย สามารถยื่นเรื่องขอกู้เงินเพื่อนำไปใช้ในการลงทุนได้ จากระเบียบเดิมที่อนุญาตให้นำเงินกู้ไปใช้เป็นทุนดำเนินการและปฏิบัติงานของบริษัทเท่านั้น ซึ่งคาดว่าจะช่วยให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่หยุดชะงักสามารถกลับมาดำเนินธุรกิจได้อีกครั้ง

นอกจากนี้รัฐบาลออสเตรเลียยังมีโครงการประกันเงินกู้ 50% ให้แก่ธุรกิจ SME ที่ยื่นเรื่องของกู้เงิน พร้อมขยายเวลาชำระเงินคืนจาก 3 ปี เป็น 5 ปี พร้อมให้อำนาจการพักชำระหนี้ให้อยู่ในดุลยพินิจของธนาคารผู้ให้กู้ โดยทางการออสเตรเลียรายงานว่ามีธุรกิจ SME ในประเทศยื่นเรื่องขอกู้เงินแล้วมากกว่า 15,600 ราย ขณะเดียวกันธนาคารกลางออสเตรเลีย (Reserve Bank of Australia) ได้ออกมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณเพื่อตรึงอัตราดอกเบี้ยพันธบัตรออสเตรเลียอายุ 3 ปี ให้อยู่ในระดับ 0.25% จากที่เคยอยู่ในระดับโดยเฉลี่ย 0.45% เพื่อลดต้นทุนทางการเงินให้แก่ทุกภาคส่วน ซึ่งแนวทางข้างต้นนี้คาดว่าจะช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ในภาวะที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจโลกชะลอตัว

ที่มา : www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/COVID19/Documents/Measure_Foreign.pdf

สาธารณรัฐประชาชนจีน

ร้อยละ 60 ของธุรกิจในประเทศจีน คือ ธุรกิจ SME ซึ่งผู้ประกอบการมักมีกระแสเงินสดหมุนเวียนไม่เกิน 3 เดือน เมื่อประเทศประสบปัญหาเศรษฐกิจจากสถานการณ์โควิด-19 รัฐบาลกลางของจีนและรัฐบาลท้องถิ่นในแต่ละมณฑลจึงออกนโยบายและมาตรการเยียวยาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวตามบริบทของแต่ละพื้นที่ เริ่มตั้งแต่การมอบเงินสนับสนุนกลุ่มผู้บริโภคให้มีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น โดยการโอนเงินเข้ากระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ง่ายต่อการจับจ่ายใช้สอย และกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจใช้จ่าย รวมถึงการออกพันธบัตรเงินกู้สาธารณะเพื่อระดมทุนปล่อยเงินกู้ให้แก่ผู้ประกอบการในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การใช้มาตรการทางภาษี การให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนการช่วยทำการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ การเข้าไปดูแลพนักงานตามสถานประกอบการ การตรวจคัดกรองตรวจหาเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อให้ประชาชนมั่นใจในความปลอดภัย ไปจนถึงกระตุ้นธุรกิจออนไลน์ในหลากหลายรูปแบบ

ในส่วนของภาคเอกชน มายแบงค์ (MYbank) ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก ได้เปิดตัวบริการกู้ยืมเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Loans) ภายใต้ความร่วมมือกับธนาคารและองค์กรชั้นนำกว่า 100 แห่ง เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ธุรกิจ SME ผู้ประกอบการรายย่อย และเกษตรกรกว่า 10 ล้านรายทั่วประเทศจีน ผ่านโมเดลการกู้ยืม “310” ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่อาลีเพย์ (Alipay) และมายแบงค์ได้คิดค้นขึ้น โดยใช้เวลาเพียง 3 นาที ในการยื่นเรื่องขอกู้ยืมเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ และอนุมัติทันทีภายใน 1 วินาที โดยทุกขั้นตอนดำเนินการผ่านระบบอัตโนมัติ หรือ Zero (0) Manual Intervention ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในช่วงเวลาที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โดยไม่ต้องเดินทางไปติดต่อที่สำนักงานของธนาคารด้วยตนเอง

ที่มา : www.longtunman.com/21678 / www.ryt9.com/s/prg/3103644

www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/china-covid-ep2.html

สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้)

เกาหลีใต้เป็นหนึ่งในประเทศที่ไม่มีมาตรการล็อกดาวน์ สถานประกอบการ ธุรกิจ ร้านค้า ร้านอาหาร สามารถเปิดบริการตามปกติ จึงไม่ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจที่รุนแรงมากนัก แต่รัฐบาลเกาหลีใต้ให้ความสำคัญเป็นพิเศษกับการให้บริการตรวจหาเชื้อโควิด-19 แก่ประชาชนให้ครอบคลุมมากที่สุด รวมถึงการเข้มงวดกับมาตรการกักตัว ไม่จับกลุ่ม และไม่ออกจากบ้านโดยไม่จำเป็น โดยรัฐบาลมีหน่วยงานที่ทำงานรวดเร็วและมีความพร้อมจะออกไปให้บริการตรวจหาเชื้อ ติดตามเส้นทางการติดเชื้อของผู้ป่วย และกักกันโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถควบคุมการแพร่ระบาดได้ดี

รัฐบาลเกาหลีใต้ยังทำให้การตรวจหาเชื้อเป็นเรื่องที่เข้าถึงง่ายและราคาประหยัด โดยมีการติดตั้งจุดบริการตรวจหาเชื้อโควิด-19 ประมาณ 600 แห่งทั่วประเทศ รวมถึงยังเป็นต้นแบบการให้บริการตรวจเชื้อโควิด-19 แบบไดรฟ์ทรู (Drive Thru Test) ซึ่งผู้มาตรวจเชื้อไม่ต้องลงจากรถ จนถือว่าเป็น “โซลโมเดล” (Seoul Model) ในด้านการควบคุมเชื้อไวรัสโควิด-19 ในด้านการฟื้นฟูภาคธุรกิจ SME รัฐบาลมีมาตรการปล่อยสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) เพื่อช่วยเหลือกลุ่มธุรกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด ในวงเงิน 29.1 ล้านล้านวอน หรือราว 7.63 แสนล้านบาท มาตรการค้ำประกันสินเชื่อผ่านกองทุน Korea Credit Guarantee Fund และ Korea Technology Finance Co. มาตรการเพิ่มงบฉุกเฉินเพื่อเป็นสินเชื่อให้แก่กลุ่มธุรกิจภาคการท่องเที่ยว มาตรการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจขนาดเล็ก รวมถึงมาตรการเพิ่มสินเชื่อพิเศษสำหรับธุรกิจ SME ในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบหนัก เช่น เมืองแทกู (Daegu) และ

บางเมืองในเขตจังหวัดคย็องซังเหนือ (North Gyeongsang Province) นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศเกาหลี (Bank of Korea) ยังได้ประกาศลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้บน Bank Intermediated Lending Support Facility จาก 0.50 - 0.75% เป็น 0.25% เพื่อสนับสนุนให้ธนาคารพาณิชย์ปล่อยกู้ให้แก่ธุรกิจ SME ที่ได้รับผลกระทบ และยังรวมถึงการให้คำแนะนำด้านธุรกิจแก่ SME เพื่อให้สามารถปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน

ที่มา : www.thansettakij.com/content/world/431255

สหราชอาณาจักร

ในช่วงโควิด–19 เศรษฐกิจในสหราชอาณาจักรประสบภาวะวิกฤตไม่ต่างจากประเทศอื่นทั่วโลก โดยเฉพาะในธุรกิจด้านการบริการซึ่งมีการเลิกจ้างงานจำนวนมาก ภายหลังจากการประกาศมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม แม้ว่ารัฐบาลจะออกมาตรการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือภาคธุรกิจและเยียวยาภาคแรงงานแล้วก็ตาม แต่คาดการณ์ว่าเหตุการณ์ครั้งนี้อาจส่งผลให้ประชาชนต้องว่างงานมากถึง 2 ล้านคน และทำให้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ลดลงถึง 35%

โดยรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการช่วยเหลือภาคธุรกิจและประชาชน รวมเป็นเงินมากกว่า 7.5 แสนล้านปอนด์ หรือราว 30.5 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27 ของ GDP ของสหราชอาณาจักร โดยมีการตอบสนองข้อเรียกร้องของผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่น การยกเว้นภาษีธุรกิจเป็นเวลา 1 ปี สำหรับธุรกิจประเภทค้าปลีก ร้านอาหาร โรงละคร โรงหนัง ผับ และบาร์ การให้เงินกู้ชั่วคราวกับธุรกิจขนาดเล็กในวงเงินประมาณ 50 ล้านบาทต่อราย

นอกจากนี้ในไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2563 ธนาคารแห่งประเทศอังกฤษ (Bank of England) ได้ประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยเพิ่มเติม จากร้อยละ 0.25 เป็นร้อยละ 0.1 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราที่ต่ำที่สุดในประวัติศาสตร์ของสหราชอาณาจักร ทั้งนี้เพื่อเอื้อให้รัฐบาลสามารถกู้ยืมเงินมาใช้จ่ายตามนโยบายต่างๆ รวมถึงการออกมาตรการ Term Funding Scheme with Additional Incentives for SMEs (TFSME) เพื่อสนับสนุนสินเชื่อให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยโครงการดังกล่าวจะช่วยกระตุ้นให้ธนาคารพาณิชย์ปรับเพิ่มปริมาณการปล่อยสินเชื่อให้แก่ภาคธุรกิจ โดยเน้นไปที่ธุรกิจ SME เป็นหลัก

ในส่วนของผู้ประกอบการเองพบว่ามีการปรับตัวรองรับสถานการณ์ความปกติใหม่ในหลากหลายรูปแบบ เช่น ร้านอาหารแบบสาขาส่วนมากปรับรูปแบบการขายเป็นแบบนำกลับและจัดส่งถึงบ้าน โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัย Mintel และ Encovia Intelligence ระบุว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้เปลี่ยนมาเป็นการอยู่บ้านมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงจากการแพร่เชื้อและการติดเชื้อ ทำให้ยอดจำหน่ายสินค้าของชำและสินค้าอื่นๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ขยายตัวเพิ่มขึ้น 33% จากปี พ.ศ. 2562 และคาดว่ามีโอกาสที่จะขยายตัวขึ้นไปถึง 41% ในอีก 4 ปีข้างหน้า โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงวัยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจดังกล่าวที่จะสามารถเติบโตสวนกระแสเศรษฐกิจได้หากรู้เท่าทันและปรับตัวได้ทันท่วงที

ที่มา : www.bangkokbanksme.com/en/covid-19-restaurant-business-trends-in-england

สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน)

สาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) เป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถจัดการกับสถานการณ์การแพร่ระบาด และสถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศในระดับที่ดีมาก โดยมีมาตรการเยียวยาและกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ภายใต้แนวคิด “จ่ายเงินช่วยเหลือ อุดหนุนสินเชื่อ ลดภาระค่าใช้จ่าย” ซึ่งประกอบด้วยมาตรการต่างๆ ได้แก่

ด้านการจ่ายเงินช่วยเหลือ รัฐบาลไต้หวันได้อุดหนุนเงินช่วยเหลือให้แก่กลุ่มโรงแรมที่ให้ความร่วมมือในการจัดการควบคุมโรคและกักกันตัว รวมถึงมีการแจกจ่ายคูปองแลกซื้อสินค้าตามร้านค้า ร้านอาหาร และตลาดพื้นเมือง การจ่ายเงินอุดหนุนค่าจ้างพนักงาน และการจ่ายเงินช่วยเหลือครอบครัวที่มีรายได้น้อย ประชาชนผู้ด้อยโอกาส และประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อน ซึ่งในเบื้องต้นมีผู้ได้รับความช่วยเหลือราว 1.8 ล้านคน

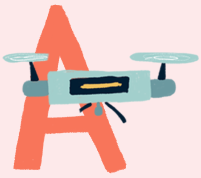
ด้านการอุดหนุนสินเชื่อ รัฐบาลมีมาตรการค้ำประกันสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการ SME และช่วยชำระหนี้ในบางส่วน รวมถึงการสนับสนุนเงินลงทุนให้ผู้ผลิตพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ และการให้เงินสนับสนุนการส่งออกผลผลิตทางการเกษตร อาหารทะเล และเนื้อสัตว์ โดยรัฐบาลยังมีการเตรียมงบประมาณอีก 3.5 แสนล้านเหรียญไต้หวัน หรือ 3.5 แสนล้านบาท สำหรับให้ผู้ประกอบการกู้ยืมเพื่อเพิ่มสภาพคล่อง

ด้านการลดภาระค่าใช้จ่าย ธนาคารกลางแห่งสาธารณรัฐจีน (ไต้หวัน) มีมาตรการปรับลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อให้ธนาคารพาณิชย์ทั่วประเทศปรับลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อการซื้อบ้าน ซื้อรถ และผ่อนชำระหนี้บัตรเครดิตลง รวมถึงการปรับลดค่าเช่าที่ดินของรัฐ และการปรับลดการประเมินภาษีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งมีประชาชน ครัวเรือน และผู้ประกอบการที่ได้รับประโยชน์ไม่น้อยกว่า 4.4 ล้านราย

อย่างไรก็ ดีรัฐบาลไต้หวันเชื่อว่าแม้จะสามารถหยุดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายในประเทศได้แล้ว แต่เศรษฐกิจประเทศจะยังคงหยุดชะงักไปอีกนาน จึงได้เตรียมงบประมาณกระตุ้นเศรษฐกิจระยะที่ 2 อีกราว 1.4 ล้านล้านเหรียญไต้หวัน หรือ 1.4 ล้านล้านบาท เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้แก่ผู้ประกอบการ และสนับสนุนให้เกิดการเตรียมพร้อมรับทุกความเปลี่ยนแปลง เพื่อลดความเสียหายทางเศรษฐกิจให้น้อยที่สุด

ที่มา : www.bangkokbanksme.com/en/taiwan-economic-stimulus-measures

A-Z NEW NORMAL, NEW SME



AGRITECH

การนำเทคโนโลยีทางการเกษตรมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบ โดยการปรับใช้แรงงานผสานเทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพสูงสุด

BIG DATA

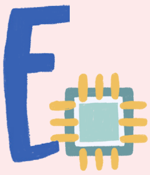
การรวบรวมข้อมูลรอบตัวมาใช้ประโยชน์ในการออกแบบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในธุรกิจ

CLOUD TECHNOLOGY

เทคโนโลยีที่ครอบคลุมการใช้หน่วยประมวลผลและพื้นที่เก็บข้อมูลของผู้ให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดต้นทุนด้านไอที

DATA SCIENTIST

อาชีพมาแรงแห่งยุคข้อมูลข่าวสาร ทำหน้าที่วิเคราะห์และจัดการฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้กลายเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์และความรู้ที่นำไปใช้ได้



ELECTRONIC MARKETING

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เป็นกลยุทธ์สำคัญในการปรับตัวรับความปกติใหม่ เพื่อให้ธุรกิจดำเนินกิจกรรมทางการตลาดได้ทุกที่ทุกเวลา

FINNOMENA

พอดแคสต์ที่รวบรวมความรู้ด้านการเงิน การลงทุน การบริหารเงินในกระเป๋า และไอเดียดีๆ ที่จะช่วยให้การเงินกลายเป็นเรื่องง่าย

GRAB DELIVERY

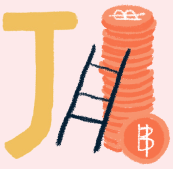
บริการจัดส่งพัสดุโดยผู้ให้บริการเอกชน เป็นหนึ่งในธุรกิจที่เติบโตสูงในช่วงความปกติใหม่ เพราะตอบโจทย์ด้านความสะดวกสบาย ลดความเสี่ยงการติดเชื้อ

HUNGRY BUT HUMBLE

แนวคิดที่กูเกิลใช้กระตุ้นพนักงานให้กระหายเรียนรู้สิ่งใหม่ตลอดเวลา นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ธุรกิจและการใช้ชีวิตยุคใหม่

INTELLECTUAL PROPERTY

ทรัพย์สินทางปัญญาคืออาวุธสำคัญที่เปลี่ยนทุนสมองมาเป็นทุนธุรกิจ ช่วยผลักดัน SME ให้แข่งขันได้ในยุคความปกติใหม่



JOINT VENTURE

การร่วมทุน คืออีกหนึ่งทางออกในการอุดช่องว่างลดจุดอ่อนทางธุรกิจซึ่งกันและกัน เกิดเป็นธุรกิจที่ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

KEPT BY KRUNGSRI

แอปพลิเคชันวางแผนการเงินพร้อมอัตราดอกเบี้ยจูงใจให้คนที่ "เก็บเงินไม่อยู่" อยากออมเงินเพื่อเตรียมพร้อมรับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

LUMPSUM

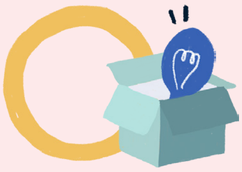
แอปพลิเคชันช่วยบันทึกรายรับ-รายจ่าย วางแผนเกษียณอายุ วางแผนภาษี วางแผนลงทุนในกองทุนและประกันชีวิตตามเป้าหมายที่ต้องการ

MOBILE FIRST

พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ทำกิจกรรมผ่านระบบออนไลน์บนสมาร์ตโฟนเป็นอันดับแรก และเป็นเทรนด์การตลาดแบบส่งตรงสู่มือผู้บริโภคที่ SME ควรก้าวให้ทัน

NOVEL FOOD

“อาหารใหม่” คือวัตถุที่ไม่เคยบริโภคเป็นอาหาร รวมถึงเทคโนโลยีการผลิตอาหารที่ไม่เคยใช้มาก่อน ซึ่ง SME สามารถนำมาใช้พัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้า



OKMD KNOWLEDGE BOX

ช่องความรู้ของ OKMD เพื่อการเสริมสร้างความรู้และสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเองไปสู่การสร้างอาชีพในอนาคต

PENGUIN EAT SHABU

SME ที่ใช้เวลา 1 สัปดาห์ในการพลิกเกมธุรกิจเพื่อรับมือโควิด-19 ด้วยแผนการตลาดออนไลน์ “ชาบูแถมหม้อ” แบบส่งตรงถึงบ้าน

QUEQ

แอปพลิเคชันจองคิวร้านอาหารที่เข้ามาตอบโจทย์พฤติกรรมยุคความปกติใหม่ ให้ลูกค้าจองโต๊ะล่วงหน้าเพื่อความสะดวกปลอดภัยที่มากขึ้น

RAYONG PROVINCE

จังหวัดระยองได้นำเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) มาใช้เฝ้าระวังโรคและแมลงในสวนทุเรียน เพื่อลดความเสียหายของผลผลิต

SOIL MONITORING

การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการติดตามสภาพดิน เพื่อวางแผนการเพาะปลูกให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

THAIFRANCHISE CENTER

ช่องพอดแคสต์ที่นำเสนอข้อมูลความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ SME รวมถึงเคล็ดลับความสำเร็จ การสร้างอาชีพ และเทรนด์ธุรกิจมาแรง

URBANIZATION

การขยายตัวของสังคมเมือง นำมาซึ่งโอกาสใหม่ในการประกอบอาชีพ และโอกาสทางธุรกิจของสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตคนเมือง

VALUE CHAIN

ห่วงโซ่คุณค่า เป็นตัวช่วยของผู้ประกอบการในการประเมินการทำงานของแต่ละหน่วยในธุรกิจว่ากระทบต่อต้นทุนหรือประสิทธิผลของส่วนอื่นอย่างไร

WORLD FRIENDLY

แนวคิดที่สะท้อนความห่วงใยในปัญหาสิ่งแวดล้อมและเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการนำไปปรับใช้ในการสร้างธุรกิจที่ตอบโจทย์เรื่องดังกล่าว

X MARKS THE SPOT

ทำเลที่ตั้งคือหัวใจสำคัญของธุรกิจ แม้ว่าธุรกิจส่วนหนึ่งย้ายไปอยู่ในโลกออนไลน์ แต่การเข้าถึงได้ง่ายยังมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจเช่นเดิม

YOURNEXTU

โมเดลการเรียนรู้ของศูนย์พัฒนาและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแห่งภูมิภาคอาเซียน (SEAC) สำหรับคนทำงานและเจ้าของกิจการที่ต้องการความก้าวหน้าในอาชีพ

ZORTOUT

ระบบจัดการร้านค้าออนไลน์ ช่วยวิเคราะห์ช่องทางการขายที่เหมาะสม รวมถึงช่วยลดขั้นตอนและความผิดพลาดในการทำงาน เหมาะสำหรับผู้ประกอบการ SME

ก้าวต่อไปของ SME “ปรับตัวก่อนถูกลืม”

การมาถึงของยุคดิจิทัลทำให้โลกเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว หลายครั้งที่ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมายาวนานไม่สามารถนำมาปรับใช้ประโยชน์ได้ทันท่วงที โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่มีเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาเกี่ยวข้อง

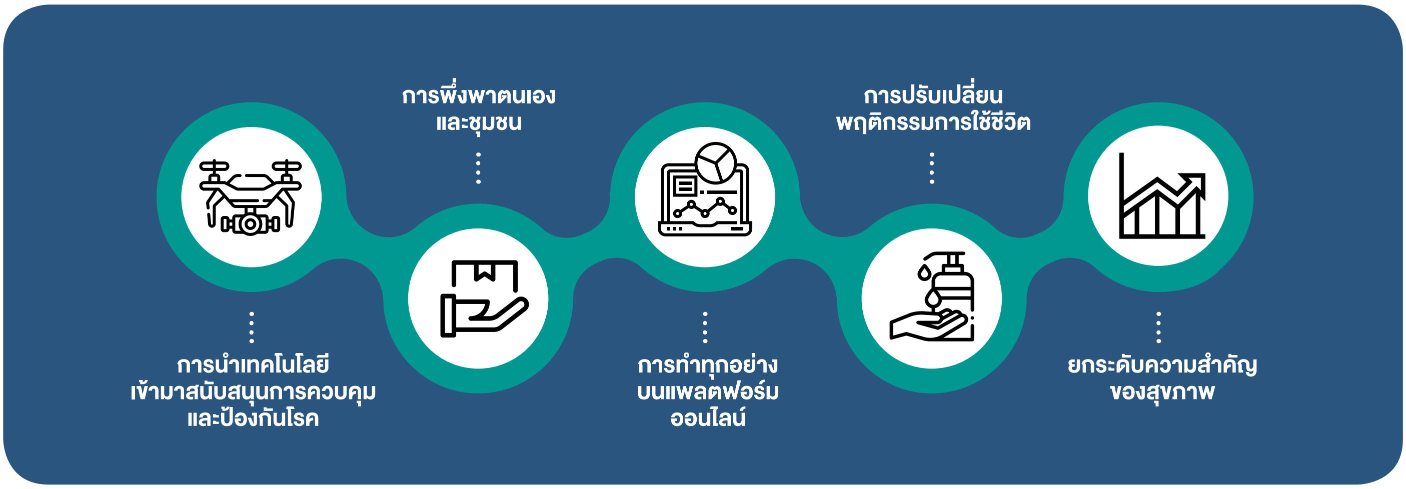
เมื่อประกอบกับสถานการณ์ผันผวนไม่แน่นอนของโลก ไม่ว่าจะเป็นสงครามการค้าระหว่างประเทศมหาอำนาจ หรือการแพร่ระบาดของโรคติดต่อร้ายแรง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องหันมาตั้งคำถามว่า จะเกิดอะไรขึ้นต่อไป และเราจะทำอย่างไรเพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างไม่ทันตั้งตัว

SCAN QR CODE
เพื่อรับฟัง Audio Text

การเปลี่ยนแปลงภายใต้ความปกติใหม่

อาจกล่าวได้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การล็อกดาวน์เมือง และการปิดประเทศ เป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวแบบปัจจุบันทันด่วน โดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเรียนรู้ การทำงาน การใช้ชีวิต และการดำเนินธุรกิจที่ผิดไปจากวิถีเดิมเพื่อความอยู่รอด

มาดูกันว่าการเปลี่ยนแปลงภายใต้ความปกติใหม่มีอะไรบ้าง



1. การนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการควบคุมและป้องกันโรค

IoTs (Internet of Things)

การใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่เชื่อมต่อหรือส่งข้อมูลถึงกันได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การใช้อุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะในการติดตามสังเกตคนไข้ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงในการสัมผัสกับผู้ติดเชื้อ และทำให้ผู้ป่วยสามารถรักษาตัวที่บ้านได้

AI

การใช้ประโยชน์จากเครื่องจักรหรือปัญญาประดิษฐ์ที่มีความสามารถในการทำความเข้าใจและเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ เช่น การนำหุ่นยนต์นินจามาใช้เป็นตัวกลางการติดต่อสื่อสารระหว่างแพทย์กับผู้ป่วยเพื่อช่วยควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อโรค

โดรน

การใช้ประโยชน์จากอากาศยานไร้คนขับ เช่น การใช้โดรนฉีดพ่นฆ่าเชื้อในพื้นที่เพื่อลดความเสี่ยงของบุคลากร

2. การพึ่งพาตนเองและชุมชน

หลังจากการติดต่อระหว่างประเทศหยุดชะงัก การพึ่งพาการผลิตหรือการส่งออกไปต่างประเทศจึงลดความสำคัญลง แต่ละประเทศเริ่มหันมาช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือกันเอง มากขึ้น เช่น การปลูกพืชผักไว้กินเอง ฟาร์มในเมือง แพลตฟอร์มซื้อ-ขายของในชุมชนมีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด เช่น Locall BKK แพลตฟอร์มอาหารเดลิเวรีที่ส่งตรงของดีเมนูเด็ดจากชุมชนในย่านเสาชิงช้า เยาวราช นางลิ้นจี่ สู่ครัวเรือน เพื่อช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชนให้เดินหน้าต่อไปได้ในช่วงเวลาที่ไร้นักท่องเที่ยว

3. การทำทุกอย่างบนแพลตฟอร์มออนไลน์

การทำงาน

แพลตฟอร์มการทำงานออนไลน์และการประชุมผ่านวิดีโอกลายเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในช่วงเวลาที่ต้องเก็บตัวอยู่บ้าน โดยในช่วงที่ผ่านมามีแอปพลิเคชันมากมายเข้ามาตอบโจทย์เทรนด์ทำงานที่บ้านและทำงานทางไกล อาทิ OneDee (วันดี) แอปพลิเคชันบันทึกเวลาทำงาน Skootar (สกู๊ตตาร์) บริการรับส่งเอกสาร Daywork (เดย์เวิร์ก) ตัวกลางสร้างรายได้เสริมและงานชั่วคราว เป็นต้น

การเรียนรู้

เมื่อเยาวชนยังไม่สามารถกลับไปโรงเรียนหรือสถานศึกษา หลายหน่วยงานและองค์กรจึงเปิดหลักสูตรออนไลน์ในหลากหลายสาขาวิชาให้เยาวชนได้เลือกเรียนเพื่อเสริมความรู้เพิ่มทักษะให้ตัวเอง ทั้งแบบฟรีและแบบเสียเงิน เช่น Thai MOOC (ไทย มู้ก) ซึ่งเป็นระบบจัดการเรียนการสอนออนไลน์ภายใต้ความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ SkillLane (สกิลเลน) แพลตฟอร์มเรียนออนไลน์ที่มีหลากหลายสาขาวิชาให้เลือกเรียนในรูปแบบของวิดีโอ SkoolDio (สคูลดิโอ) ห้องเรียนออนไลน์และไลฟ์เวิร์กช็อปซึ่งเน้นการพัฒนาทักษะสมัยใหม่ที่กำลังเป็นที่ต้องการในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเขียนโปรแกรม วิทยาศาสตร์ข้อมูล กระบวนการคิดเชิงออกแบบ หรือการทำธุรกิจดิจิทัล เป็นต้น

การทำธุรกิจ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องกระโดดเข้าสู่สนามการค้าออนไลน์แบบปัจจุบันทันด่วน รวมถึงผลักดันให้เกิดการปรับปรุงสินค้าและบริการที่มีอยู่ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ถือเป็นโอกาสเติบโตของธุรกิจบริการดิจิทัล โดยเฉพาะธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจรับส่งพัสดุด่วน และธุรกิจขนส่งอาหาร โดยเฉพาะธุรกิจอาหารเดลิเวอรีที่เติบโตขึ้นมากกว่า 3 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

4. การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต

Social Distancing

การที่ผู้คนเว้นระยะห่างระหว่างกัน ส่งผลให้ร้านค้า ร้านอาหาร สำนักงาน รวมถึงพื้นที่สาธารณะต่างๆ ต้องปรับเปลี่ยนพื้นที่ใช้สอยให้มีความเหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินการต่างๆ มากขึ้น เช่น การสั่งงานด้วยเสียง การสั่งอาหารผ่านสมาร์ตโฟนส่วนตัว เพื่อลดการสัมผัสและการใกล้ชิดระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

Digital Takeover

เมื่อพื้นที่นอกบ้านส่วนใหญ่ถูกปิด ทำให้ผู้คนต้องใช้ชีวิตและทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเรียน การทำงาน การซื้อของ ทำให้ผู้บริโภคถูกบังคับให้เข้าสู่โลกดิจิทัลอย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะอีคอมเมิร์ซและเดลิเวอรี บริการทางการเงินออนไลน์ แหล่งเรียนรู้ออนไลน์ รวมถึงประสบการณ์เสมือนจริงที่ช่วยเติมเต็มช่องว่างที่ขาดหายไปจากการเว้นระยะห่างทางสังคม

สังคมไร้เงินสด

ความกลัวเชื้อไวรัสเป็นแรงขับสำคัญให้คนหันมาใช้ช่องทางไร้เงินสดแทน เช่น ระบบจ่ายเงินด้วยใบหน้า (Face Payment) ในประเทศจีน ระบบจ่ายเงินด้วยเสียง (Voice Payment) ในสหรัฐอเมริกา ไปจนถึงการจ่ายเงินด้วยแหวนและแว่นกันแดด ซึ่งเป็นเทคโนโลยีล่าสุดจาก Visa

5. ยกระดับความสำคัญของสุขภาพ

โรคระบาดได้เปลี่ยนแนวคิดของผู้คนต่อการรักษาสุขภาพ ทั้งทางกายและทางใจ โดยเฉพาะด้านการป้องกันโรค การรักษาสุขอนามัย และการรักษาอนามัยเพื่อสังคม เราจึงได้เห็นผู้ประกอบการจำนวนมากที่หันมาผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์เรื่องการดูแลสุขภาพและอนามัย รวมถึงการใช้นวัตกรรมและการออกแบบเข้ามาช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น อาทิ หน้ากากผ้ากันน้ำ อุปกรณ์ฆ่าเชื้อโรค ภาชนะใส่อาหารส่วนตัวที่พกพาสะดวก ไปจนถึงเครื่องมือสำหรับการทำงานที่บ้าน

15 อาชีพพลิกวิกฤติเป็นโอกาส เมื่อโรคระบาดมาเยือน

ในช่วงวิกฤติที่ผ่านมาส่งผลให้จำนวนคนว่างงานเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลของกรมแรงงานพบว่าในเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 มีผู้ขอขึ้นทะเบียนใช้สิทธิ์ว่างงานทางออนไลน์สูงถึง 267,351 คน เพิ่มขึ้นจากเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ถึง 84.56% ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ถูกเลิกจ้างจากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในทางกลับกัน หลายธุรกิจกลับกลายเป็นที่นิยมและสร้างรายได้แบบสวนกระแส

มาดูกันว่าในบรรดาธุรกิจเหล่านี้ มีอาชีพที่คุณสนใจหรือไม่

1 บริการรับส่งอาหารถึงบ้าน

เป็นอาชีพที่ได้ประโยชน์จากการที่ผู้คนต้องเก็บตัวอยู่บ้าน เพราะไม่เพียงเป็นบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อ แต่ยังช่วยลดความเสี่ยงจากการออกไปพบปะใกล้ชิดกับผู้คน

2 ธุรกิจขายสินค้าออนไลน์

วิกฤติบังคับให้ผู้บริโภคเปลี่ยนความเคยชินจากเดิมที่นิยมออกไปจับจ่ายซื้อของ สู่การสั่งซื้อออนไลน์ ส่งผลให้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์และการจัดส่งสินค้าเติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วงที่ผ่านมา

3 ธุรกิจขนส่งและคลังสินค้า

เมื่อธุรกิจขายสินค้าออนไลน์เติบโตขึ้น ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกันอย่างธุรกิจขนส่งสินค้าและคลังจัดเก็บสินค้าย่อมเติบโตขึ้นตามไปด้วย เป็นผลให้อาชีพพนักงานขับรถส่งของ พนักงานคลังสินค้า และอาชีพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง กำลังเป็นที่ต้องการอย่างสูงในตลาดแรงงาน

4 ธุรกิจสินค้าและบริการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย

เมื่อพฤติกรรมการรักษาสุขอนามัยกลายเป็นความปกติใหม่ สินค้า บริการ และนวัตกรรมที่ตอบโจทย์เรื่องดังกล่าวจึงมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น หน้ากากผ้าสะท้อนน้ำ อาหารเสริมภูมิต้านทาน ไปจนถึงบริการด้านสุขภาพต่างๆ

5 คอร์สออนไลน์

ในยุคนี้การเรียนรู้ทำได้แม้อยู่บ้าน การจัดคอร์สออนไลน์จึงได้รับการตอบรับที่ดี ไม่ว่าจะเป็นคอร์สเชิงวิชาการที่เน้นให้ความรู้หรือเสริมทักษะอาชีพ เช่น คอร์สสอนภาษา คอร์สการตลาดออนไลน์ ไปจนถึงคอร์สเพื่อความผ่อนคลาย เช่น คอร์สสอนโยคะ คอร์สวาดรูป

6 ธุรกิจประกันสุขภาพและประกันภัย

ท่ามกลางวิกฤติไวรัสโควิด-19 บริษัทประกันสุขภาพพลิกเกมด้วยการจัดประกันสุขภาพโรคติดเชื้อทางเดินหายใจ โควิด-19 ออกมาแข่งขันกัน ซึ่งสร้างความสนใจในวงกว้างและกระตุ้นยอดขายได้แม้ในหมู่คนที่ไม่เคยสนใจทำประกันสุขภาพมาก่อน

7 ธุรกิจทำความสะอาด และบริการฉีดพ่นฆ่าเชื้อโรค

เมื่อผู้คนใส่ใจในความสะอาดแบบปลอดเชื้อมากขึ้น ธุรกิจการทำความสะอาดในระดับมืออาชีพรวมถึงการฉีดพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อโดยผู้เชี่ยวชาญจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น

8 งานให้บริการข้อมูล และบริการทางโทรศัพท์

เพื่อลดการแพร่กระจายเชื้อโรคจากการขายหน้าร้าน พนักงานให้บริการทางโทรศัพท์ รวมถึงพนักงานให้ข้อมูลลูกค้าทางออนไลน์ จึงเป็นที่ต้องการของนายจ้างจำนวนมาก

10 บุคลากรทางการแพทย์ นักวิจัย และนักวิทยาศาสตร์

ในช่วงการระบาดของโรค ภาครัฐและเอกชนมีความต้องการบุคลาการทางการแพทย์ นักวิจัย และนักวิทยาศาสตร์จำนวนมาก เพื่อรองรับจำนวนผู้ป่วยที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการศึกษาวิจัยและหาแนวทางทางรักษาโรคที่มีประสิทธิภาพ

12 นักการตลาดออนไลน์

ในยุคที่การค้าขายออนไลน์มีการแข่งขันสูง นักการตลาดออนไลน์มืออาชีพจึงเป็นที่ต้องการอย่างมาก เพื่อช่วยวางแผนและดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว

14 ยูทูบเบอร์

อาชีพที่เปิดโอกาสให้คนทุกเพศ ทุกวัย สามารถทำเงินจากความชอบและความถนัดที่ตนมีผ่านการแสดงความสามารถและตัวตนในคลิปวิดีโอ เช่น การทำอาหาร การร้องเพลง การเล่าเรื่องที่รู้หรือเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ โดยรายได้มาจากจำนวนผู้ชมและสปอนเซอร์ผู้สนับสนุน

9 ที่ปรึกษาออนไลน์

แม้ว่าอินเทอร์เน็ตมีแหล่งข้อมูลอยู่มากมาย แต่ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์มากกว่าคนอื่น รวมถึงมีเทคนิคการสอนและการให้คำแนะนำที่ดีย่อมสามารถทำเงินได้จากการให้คำปรึกษาแบบมืออาชีพ

11 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ไอที)

เมื่อการสื่อสารออนไลน์มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของผู้คนมากขึ้น อาชีพที่เกี่ยวข้องกับไอทีจึงเป็นที่ต้องการมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นนักเขียนโปรแกรม นักออกแบบแอปพลิเคชัน ผู้ดูแลระบบเครือข่ายออนไลน์ เป็นต้น

13 ที่ปรึกษาด้านจิตวิทยา และไลฟ์โค้ช

เมื่อคนเก็บตัวอยู่กับบ้านนานขึ้นอาจนำมาซึ่งความเครียด จึงเป็นโอกาสของนักจิตวิทยาและไลฟ์โค้ชในการให้คำปรึกษาเพื่อช่วยหาทางออกให้กับปัญหาของผู้รับบริการ

15 รถพุ่มพวง/รถกับข้าว

รถกระบะที่ขับเร่ขายอาหารสดและอาหารแห้งไปตามชุมชนต่างๆ การบริการที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดในช่วงที่ผู้คนต้องเก็บตัวอยู่บ้าน ทำให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้และมีรายได้เพิ่มขึ้น

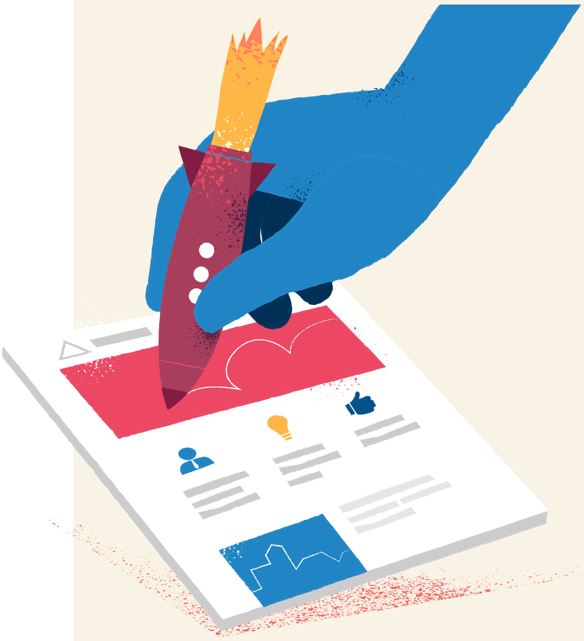
แนวคิดฝ่าวิกฤติ ชีวิตไม่สะดุด

- ฝึกทักษะอาชีพให้หลากหลาย โดยเฉพาะทักษะด้านเทคโนโลยีและออนไลน์
- พัฒนาต่อยอดความรู้เดิม และหาความรู้ใหม่ในงานที่ทำเสมอ
- พัฒนาทักษะด้านการสื่อสาร บอกเล่าถึงสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจนตรงประเด็น น่าสนใจ และแตกต่างจากคู่แข่งอย่างสร้างสรรค์
- เพิ่มทักษะด้านการตลาด เข้าใจความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันและมองเห็นแนวโน้มของตลาดในอนาคต
- ไม่ยึดติดกับทักษะอาชีพแบบเดิมๆ มีความยืดหยุ่น พลิกแพลงและประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับสถานการณ์และรูปแบบชีวิตใหม่

ขับเคลื่อน SME ด้วยความรู้

ครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2563 นับเป็นช่วงเวลาวิกฤติทั้งทางด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และการค้าของทุกประเทศทั่วโลก วิสาหกิจไทยก็ได้รับผลกระทบรุนแรง ทำให้การผลิต การส่งออก การท่องเที่ยว และการขนส่งหยุดชะงัก ส่วนการใช้จ่ายของภาคเอกชนก็ลดลงทั้งจากภาวะชะลอตัวทางเศรษฐกิจ รวมถึงมาตรการล็อกดาวน์ในช่วงที่ผ่านมา

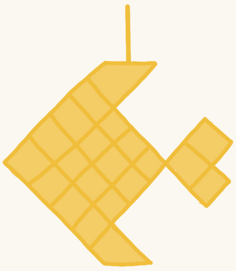
แม้ภาครัฐจะมีมาตรการผ่อนปรนสำหรับทุกกิจกรรมทางเศรษฐกิจแล้ว แต่การฟื้นตัวยังต้องอาศัยระยะเวลาท่ามกลางสถานการณ์โรคระบาดที่ยังคงรุนแรงในต่างประเทศ จึงเป็นโจทย์สำคัญของภาครัฐในการเร่งฟื้นฟูและประคับประคองภาคธุรกิจของไทย โดยเฉพาะธุรกิจ SME ที่เป็นส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการจ้างงานในประเทศ



OKMD กับการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของคนไทยและ SME ไทย ให้แข่งขันได้ในยุคดิจิทัล OKMD และหน่วยงานภายในอันประกอบด้วย สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (สอร.) หรือ TK Park และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) หรือ NDMI หรือที่รู้จักกันดีในนามของ มิวเซียมสยาม (Museum Siam) ได้จัดทำโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บริการความรู้แก่คนไทยทุกช่วงวัย รวมถึงส่งเสริมทักษะอาชีพสำหรับนักเรียนนักศึกษา บุคคลทั่วไป สตาร์ตอัป และผู้ประกอบการ SME

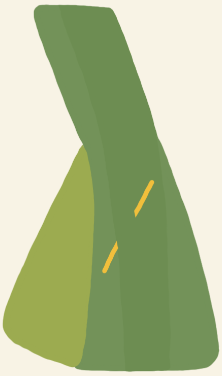
แบ่งบทบาทและภารกิจของแต่ละหน่วยงานได้ดังนี้



1 งานศึกษาและพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ พัฒนาทักษะ และสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพของคนไทย ในศตวรรษที่ 21

การพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก รูปแบบและนวัตกรรมการเรียนรู้ในปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มรูปแบบและความต้องการการเรียนรู้ในอนาคต โดยรวบรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง จัดทำทะเบียนข้อมูลแหล่งเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ในประเทศ ตลอดจนรวบรวมข้อมูลปราชญ์ชาวบ้านที่มีศักยภาพเหมาะสมที่จะนำเสนอแนวคิดและผลงานต่อสาธารณะ เพื่อเป็นการจุดประกายและเป็นแรงบันดาลใจต่อการประกอบอาชีพและการทำมาหากินให้แก่ประชาชน โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SME และวิสาหกิจในชุมชน ให้สามารถนำความรู้ที่รวบรวมไว้ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ การทำมาหากิน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

2 งานจัดการองค์ความรู้ เพื่อเพิ่มศักยภาพเศรษฐกิจฐานราก



การดำเนินงานตามแนวคิด “ต่อยอดอดีต สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” โดยนำกระบวนการจัดการความรู้มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำต้นทุนท้องถิ่น เช่น ภูมิปัญญา ประเพณี วิถีชีวิต และทรัพยากรต่างๆ มาเพิ่มมูลค่าและเชื่อมต่อกับนวัตกรรม เทคโนโลยี งานวิจัย องค์ความรู้สมัยใหม่ และนำมาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก และความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการ SME ได้พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับเศรษฐกิจชุมชน เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในพื้นที่แล้ว ยังเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมการใช้ความรู้เพื่อแก้ปัญหาและสร้างโอกาสที่สอดรับกับความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้และโครงสร้างทางปัญญาที่เกิดขึ้นให้คงอยู่กับท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

สแกน QR Code
เพื่อรับชม Clip

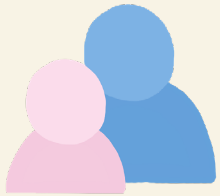
3 งานส่งเสริมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับพหุปัญญา สำหรับเด็กระดับมัธยมศึกษา

การจัดค่ายเยาวชนตามความถนัดของผู้เรียน เน้นการเข้าถึงทักษะที่จำเป็นในการใช้ชีวิตและประกอบอาชีพในศตวรรษที่ 21 รวมถึงทักษะสำคัญที่ใช้ในการเรียนรู้และการทำงาน เช่น การแก้ปัญหาเชิงซ้อน การคิดเชิงวิพากษ์ ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น การพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ ฯลฯ รวมถึงการชี้แนะแนวทางให้เด็กและเยาวชนมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง เพื่อให้เด็กและเยาวชนมีความพร้อมทั้งทางด้านความรู้และทักษะชีวิตที่จำเป็นต่อการศึกษาต่อและการประกอบอาชีพที่สอดคล้องกับความถนัดเชี่ยวชาญของตน

4 การพัฒนาสนามเด็กเล่น เพื่อการเรียนรู้สำหรับเด็กในพื้นที่ชุมชน

การพัฒนาพื้นที่สนามเด็กเล่นแห่งการเรียนรู้ตามวิถีธรรมชาติ ซึ่งออกแบบภายใต้แนวคิดการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมอง (Brain-based Learning: BBL) เพื่อให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ในหลากหลายมิติ ปลูกฝังและพัฒนาทักษะนอกห้องเรียน ส่งเสริมพัฒนาการตามวัย พัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่สอดรับกับศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะทักษะการคิดวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการแก้ปัญหา ส่งเสริมการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนาทักษะการทำงาน ทักษะอาชีพ และทักษะชีวิต ซึ่งจะทำให้เด็กสามารถอยู่ร่วมกันภายใต้สังคมพหุวัฒนธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างโอกาสในการเรียนรู้ให้แก่คนทุกกลุ่ม

5 การนำนวัตกรรมและองค์ความรู้ตามหลักการ BBL ในการส่งเสริมการเรียนรู้แก่คนทุกช่วงวัย



การส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาทักษะของกลุ่มวัยแรงงาน คนงาน หรือผู้ประกอบการภาคการผลิตและภาคบริการ โดยนำนวัตกรรมและองค์ความรู้ตามหลักการ BBL ไปประยุกต์ใช้และขยายผลในกลุ่มภาคีเครือข่ายภาคธุรกิจและผู้ประกอบการ SME เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพในการปฏิบัติงานของคนงานและเจ้าหน้าที่ ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่นและชุมชน รวมถึงยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการ ตามนโยบายรัฐบาลในการเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจท้องถิ่นและชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

6 งานเตรียมการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้แห่งชาติ (National Knowledge Center: NKC)

การพัฒนาระบบการเรียนรู้สาธารณะหรือการเรียนรู้นอกระบบให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยพัฒนาพื้นที่และแหล่งเรียนรู้สาธารณะให้เป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ การบ่มเพาะองค์ความรู้และทักษะด้านต่างๆ การแลกเปลี่ยนและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ การจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป การศึกษาค้นคว้าและเรียนรู้ออนไลน์ การจัดประชุมเสวนา การจัดแสดงนวัตกรรมและผลงานสร้างสรรค์ การแนะแนวและพัฒนาทางอาชีพสร้างสรรค์ รวมถึงเป็นห้องสมุดมีชีวิต และพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ โดยการจัดสถานที่ให้มีความทันสมัย รื่นรมย์ เอื้อต่อการเข้ามาเรียนรู้ มีสื่อการเรียนรู้ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ ซึ่งคนทุกช่วงวัย รวมถึงภาคธุรกิจและผู้ประกอบการสามารถมาใช้บริการเพื่อพัฒนาต่อยอดความรู้ไปใช้ในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของโลก

7 งานพัฒนาจัดตั้งระบบการเรียนรู้สาธารณะรูปแบบใหม่ของประเทศ (Knowledge Portal)

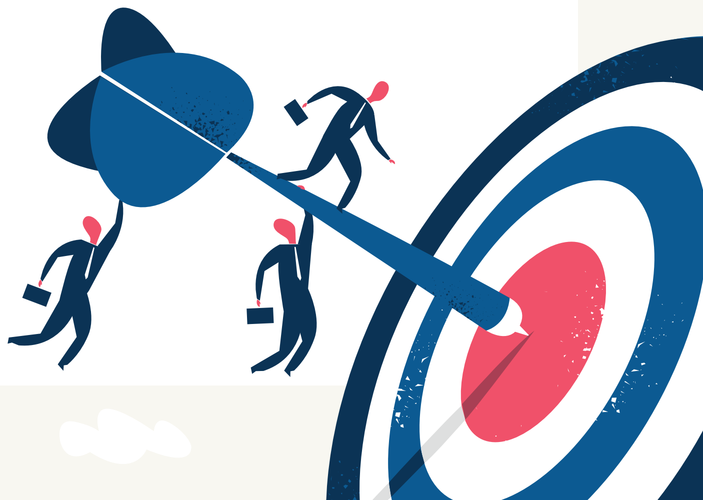
การจัดตั้งศูนย์กลางการเรียนรู้ทางออนไลน์ของประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ตลอดจนเทคโนโลยีแห่งอนาคตได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยไม่มีข้อจำกัดด้านพรมแดนและการคมนาคม Knowledge Portal ของ OKMD ประกอบด้วย

- E-Library **ห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์** ซึ่งประกอบด้วยสื่อการเรียนรู้ออนไลน์ เช่น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หนังสือเสียง พอดแคสต์ และชุดข้อมูลองค์ความรู้ในรูปแบบดิจิทัล

- Online Learning Center **ศูนย์การเรียนรู้ออนไลน์** เพื่อพัฒนาทักษะและเตรียมความพร้อมประชาชน ประกอบด้วยคลิปความรู้ในด้านต่างๆ และหลักสูตรการเรียนการสอนออนไลน์ ทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว เพื่อต่อยอดการเรียนรู้ในอนาคต
- Online Public Space **พื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ออนไลน์** ซึ่งประชาชนสามารถนำข้อมูล ความรู้ หรือผลงานทางวิชาการมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน
- AI Search Engine **ระบบค้นหาและแนะนำเว็บไซต์อัจฉริยะ** ระบบสืบค้นอัตโนมัติ ทั้งในรูปแบบหุ่นยนต์สนทนา (Chatbot) และปัญญาประดิษฐ์ (AI Search) ที่ช่วยให้การสืบหาข้อมูลสะดวกสบายและรวดเร็วยิ่งขึ้น
- Intelligent System **ระบบวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้บริการ** เป็นระบบเก็บข้อมูลขนาดใหญ่และระบบวิเคราะห์ข้อมูลอัตโนมัติ ซึ่งทำให้ประชาชน ภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการ SME เข้าถึงการใช้งานใน Knowledge Portal ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8 งานพัฒนาเว็บไซต์ OKMD การพัฒนาเนื้อหาและการจัดทำคลิปวิดีโอถ่ายทอดความรู้สร้างสรรค์

การพัฒนา คัดสรร รวบรวมเนื้อหาความรู้ องค์ความรู้ ผลการศึกษาวิจัย และนวัตกรรมที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะชีวิต ทักษะอาชีพ และการยกระดับคุณภาพชีวิต ในรูปแบบของบทความ เอกสารทางวิชาการ และลิงก์ข้อมูลจากเว็บไซต์อื่นๆ นำมาเผยแพร่บนเว็บไซต์ของ OKMD รวมถึงการจัดทำคลิปวิดีโอแนะนำและส่งเสริมอาชีพสร้างสรรค์ ชี้ช่องทางการทำมาหากิน เทรนด์อาชีพยุคปัจจุบัน ฯลฯ เพื่อถ่ายทอดความรู้และจุดประกายด้านการประกอบอาชีพให้แก่ประชาชน



สำนักงานอุทยานการเรียนรู้

งานกิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 และแผนดำเนินงานต่อเนื่องในปีต่อๆ ไป ได้แก่

1 การพัฒนาต้นแบบห้องสมุดมีชีวิต

การพัฒนาพื้นที่บริเวณชั้น 8 ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ให้เป็นห้องสมุดมีชีวิต ซึ่งนอกจากจะมีหนังสือ สื่อการเรียนรู้ สื่อออนไลน์ และระบบ TK Public Online Library ที่มีคุณภาพ ทันสมัย และตรงต่อความต้องการของคนยุคใหม่แล้วยังมีกิจกรรมการเรียนรู้สร้างสรรค์จัดหมุนเวียนเพื่อให้บริการความรู้อย่างต่อเนื่องตลอดปี อาทิ การเสวนาทางวิชาการ การทำเวิร์กช็อป การจัดกิจกรรมอบรมและบ่มเพาะในสาขาวิชาต่างๆ กิจกรรมส่งเสริมทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม กิจกรรมส่งเสริมทักษะสารสนเทศสื่อเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการ SME จะสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ภูมิศาสตร์ เพื่อค้นหาและใช้ประโยชน์จากข้อมูลความรู้ในการพัฒนาทักษะความรู้ ทักษะชีวิต และทักษะอาชีพตามที่ต้องการ

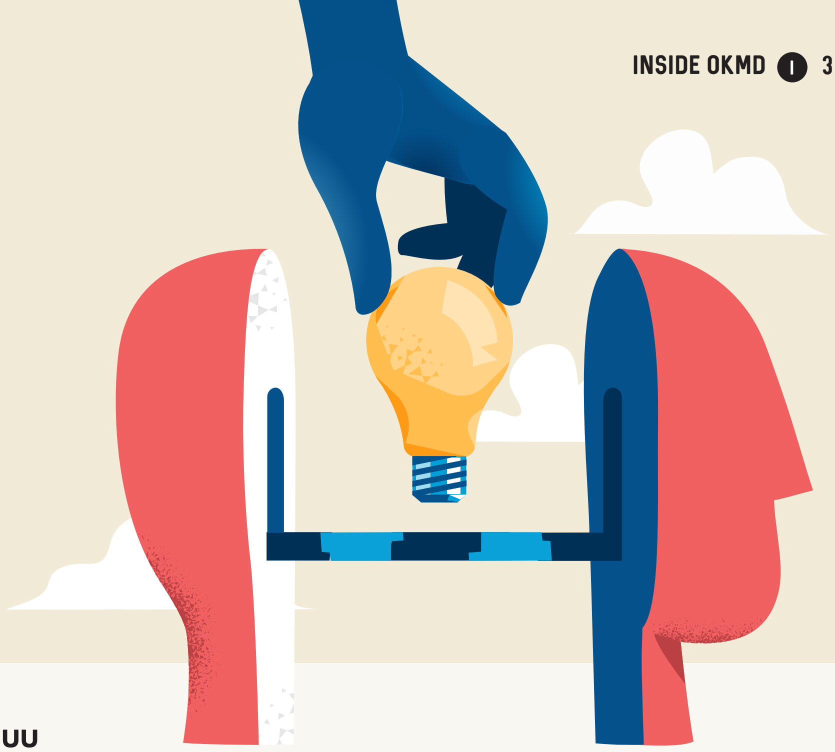
2 การพัฒนาอุทยานการเรียนรู้จังหวัดเครือข่ายใน 5 ภูมิภาค

การทำงานร่วมกับหน่วยงานเครือข่ายในท้องถิ่น ในการนำต้นแบบห้องสมุดมีชีวิตไปประยุกต์ใช้พัฒนา และสร้างห้องสมุดมีชีวิตในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ โดยเน้นการส่งเสริมการเรียนรู้และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น รวมถึงมีพื้นที่จัดกิจกรรมสร้างสรรค์ พื้นที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ พื้นที่ประชุมเสวนาทางวิชาการ และพื้นที่บริการด้านไอที ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ในรูปแบบสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้บริการความรู้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงองค์ความรู้และแหล่งเรียนรู้ รวมถึงส่งเสริมความรู้ด้านการทำมาหากินให้แก่ผู้ประกอบการและวิสาหกิจในชุมชน

3 การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ในระดับชุมชนใน 5 ภูมิภาค

ดำเนินการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นให้มีรูปแบบที่น่าสนใจ มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และมีสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน คนทำงาน และผู้ประกอบการในพื้นที่ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่ปฏิบัติงานในศูนย์การเรียนรู้ ให้มีทักษะด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ เสริมสร้างทักษะชีวิต และเพิ่มพูนทักษะอาชีพให้แก่กลุ่มเป้าหมายในชุมชน ที่สำคัญที่สุด คือ การคัดเลือกและพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ที่มีความโดดเด่นให้เป็นต้นแบบและเป็นตัวอย่าง (Best Practice) ให้แก่ศูนย์การเรียนรู้แห่งอื่น

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ



งานกิจกรรมสำคัญที่ดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 และแผนดำเนินงานต่อเนื่องในปีต่อๆ ไป ได้แก่

1 การพัฒนาพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ต้นแบบ หรือ มิวเซียมสยาม (Museum Siam)

การสร้างแหล่งเรียนรู้ตามอัธยาศัยนอกห้องเรียนแนวใหม่ ผ่านโมเดลการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ (Discovery Museum Knowledge Model: DMKM) และแนวคิด “Play+Learn = Plearn (เพลิน)” ซึ่งเน้นการจัดนิทรรศการ การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ และการให้บริการความรู้ โดยใช้สื่อผสมสมัยใหม่ที่ผู้เข้าชมสามารถเรียนรู้อย่างรื่นรมย์ ผ่านการอ่าน การฟัง การชม การทำกิจกรรม และการเล่นเกมส์เสริมสร้างความรู้ นอกจากนี้ยังรวมถึงการสร้างนิทรรศการเสมือนจริง (Virtual Exhibition) และการพัฒนาแพลตฟอร์มมิวเซียมไทยแลนด์ (Museum Thailand) ให้เป็นฐานข้อมูลกลางด้านพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ของประเทศ โดยมิวเซียมสยามถือเป็นต้นแบบที่จะช่วยจุดประกายความคิดและขยายผลไปสู่เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ในภูมิภาคของประเทศ ให้สามารถสร้างแหล่งเรียนรู้ท้องถิ่นที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาความคิด สร้างสรรค์ภูมิปัญญา และยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้ก้าวหน้าและทันสมัยยิ่งขึ้น

2 การสนับสนุนและร่วมมือเป็นเครือข่ายกับพิพิธภัณฑ์อื่นทั่วประเทศ

ในประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้จำนวนมากที่มีคุณค่าต่อการศึกษา ทั้งที่จัดตั้งขึ้นโดยหน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่นต่างๆ กระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ สพร. จึงมีภารกิจในการร่วมสร้างมาตรฐานกระบวนการเรียนรู้ การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ การพัฒนาและยกระดับการบริการให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ตลอดจนการเสริมสร้างความรู้ด้านพิพิธภัณฑ์วิทยาที่เหมาะสมให้แก่สังคมไทย เพื่อให้พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนของชุมชนได้อย่างสมบูรณ์ นำมาสู่การสร้างสังคมการเรียนรู้และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาสู่นักเรียนนักศึกษา วิสาหกิจชุมชน และประชาชนในวงกว้าง

3 การจัดทำนิทรรศการหมุนเวียน

การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้เชิงลึกซึ่งต่อยอดมาจากการรวบรวมองค์ความรู้ทางประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมที่สำคัญๆ มานำเสนอในรูปแบบนิทรรศการร่วมสมัย หมุนเวียนไปจัดแสดงในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้ใกล้บ้าน รวมถึงจุดประกายความคิดในการนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะชีวิต ทักษะอาชีพ การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ SME ในพื้นที่ และต่อยอดไปสู่การพัฒนานวัตกรรมที่จะยกระดับเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศ

4 การพัฒนาต้นแบบทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้

ดำเนินกิจกรรมใน 2 ด้านควบคู่กันได้แก่ 1) การพัฒนาธุรกิจและการตลาดพิพิธภัณฑ์ และ 2) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ร่วมกับเครือข่าย เพื่อสร้างต้นแบบทางธุรกิจที่เครือข่ายพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้จะสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดขยายโอกาสทางธุรกิจ และร่วมให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ถือเป็นการดำเนินการเชิงรุกที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เติบโตไป พร้อมกับการเสริมสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้หยั่งรากลึกในสังคมไทย

รวมมิตรตัวเลข SME ไทยในยุคโควิด-19

SME และ MSME ฟันเฟืองขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

SME = วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, MSME = วิสาหกิจขนาดย่อย

	ภาคการผลิตสินค้า		ภาคการค้าและบริการ	
	การจ้างงาน	รายได้ต่อปี	การจ้างงาน	รายได้ต่อปี
วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)	เกินกว่า 50-200 คน	เกินกว่า 100-500 ล้านบาท	เกินกว่า 30-100 คน	เกินกว่า 50-300 ล้านบาท
วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
วิสาหกิจขนาดย่อย (Micro)	ไม่เกิน 5 คน	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท		

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

MSME รายย่อยผู้ยิ่งใหญ่

จำนวน MSME ปี 2562

3,105,096 ราย

คิดเป็นสัดส่วน 99.53%

ขยายตัว 1.12%

การจ้างงาน MSME ปี 2562

12,060,369 คน

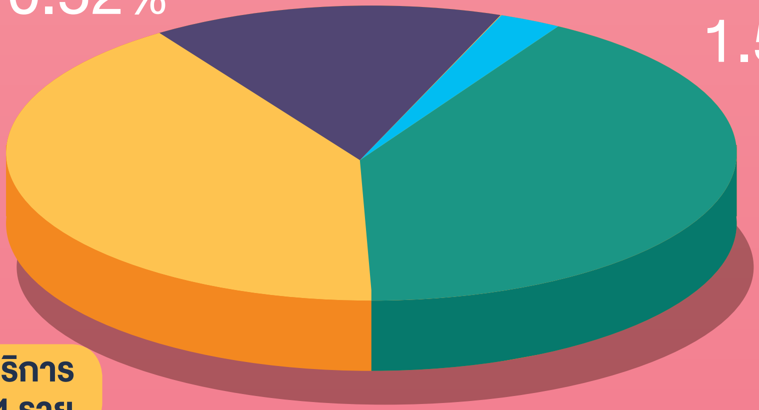
คิดเป็นสัดส่วน 69.48%

ขยายตัว 3.30%

จำนวน MSME จำแนกตามกลุ่มธุรกิจปี 2562
รวม 3,105,096 ราย

ภาคการผลิต 530,698 ราย
สัดส่วน 17.09%
ขยายตัว +0.52%

ภาคธุรกิจเกษตร 49,193 ราย
สัดส่วน 1.58%
ขยายตัว +6.82%



ภาคการบริการ 1,244,464 ราย
สัดส่วน 40.08%
ขยายตัว +1.46%

ภาคการค้า 1,280,741 ราย
สัดส่วน 41.25%
ขยายตัว +0.83%

มูลค่า

มูลค่า GDP MSME ปี 2562
5.96 ล้านล้านบาท

คิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP รวม ร้อยละ **35.3**

โตเฉลี่ยร้อยละ
0.7
จากปี 2554

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

SCAN QR CODE
เพื่อรับชม GIF

3 อันดับ SME ที่มีสัดส่วนมูลค่าของธุรกิจสูงที่สุดในภาคอุตสาหกรรม

ภาคการค้าปลีกค้าส่ง

8.1% จำหน่ายและซ่อมบำรุงยานยนต์ฯ

91.9% ค้าปลีกค้าส่ง

ภาคการผลิต

7.6% เคมีภัณฑ์
- พลาสติก/
- ยางสังเคราะห์ เคมีภัณฑ์ขั้นมูลฐาน
- เครื่องสำอาง

8.4% ผลิตภัณฑ์จากการกลั่นปิโตรเลียม

14.2% ผลิตภัณฑ์อาหาร
- น้ำตาล
- แปรรูปสัตว์ปีก
- ผัก/ผลไม้แปรรูป

ภาคการบริการ

15.7% การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า
- รถประจำทาง
- รถโดยสารอื่นๆ
- ขนส่งสินค้าทางบก

17.7% การศึกษา
- ประถมศึกษา
- อุดมศึกษา
- การศึกษาอื่นๆ

28.1% ที่พักแรมและร้านอาหาร
- ร้านอาหาร
- ที่พักแรม
- ที่พักประเภทอื่นๆ

ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19

ได้รับผลกระทบน้อย
- โทรคมนาคม
- ร้านขายของชำ
- ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ได้รับผลกระทบปานกลาง
- ปิโตรเคมี
- การขนส่งทางเรือ
- การบรรทุกสินค้า
- รถไฟฟ้า
- การก่อสร้าง
- วัสดุก่อสร้าง
- เครื่องใช้ไฟฟ้า/อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ได้รับผลกระทบมาก
- โรงแรม
- ร้านอาหาร
- สายการบิน
- ห้างสรรพสินค้า
- นิคมอุตสาหกรรม
- เหล็ก
- น้ำมัน
- ยานยนต์

สินค้าในชีวิตประจำวันที่มีความต้องการ เพิ่มขึ้น/ลดลงในช่วงโควิด-19

สินค้าที่ซื้อเพิ่มขึ้น

ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดบ้าน	ผลิตภัณฑ์สุขภาพและอาหารเสริม	ผลิตภัณฑ์สุขอนามัยส่วนบุคคล
+40%	+45%	+48%

สินค้าที่ซื้อน้อยลง

อาหารทะเล	สินค้าฟุ่มเฟือย	เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การออกไปกินข้าวนอกบ้าน	การออกนอกบ้าน
-21%	-27%	-30%	-52%	-52%

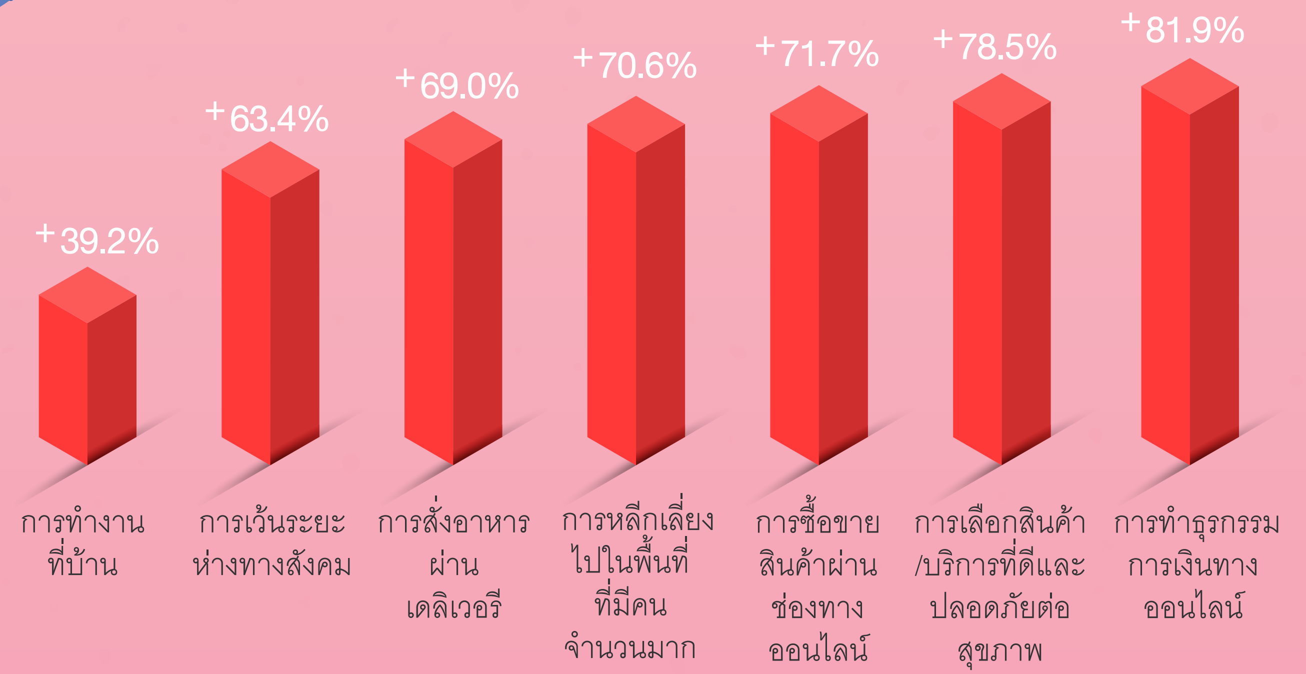
พฤติกรรมที่ทำบ่อยขึ้น

30% การสั่งอาหารเดลิเวอรี

32% การซื้อของออนไลน์

42% การใช้บริการวิดีโอสตรีมมิ่ง

พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคความปกติใหม่



ถอดกลยุทธ์ SME ปรับแนวคิด พลิกวิกฤติเป็นโอกาส

หลายครั้งที่ช่วงเวลาเศรษฐกิจชะลอตัว กลายเป็นเครื่องพิสูจน์ให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่สามารถปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจได้ดีกว่าและเร็วกว่า รวมถึงผู้ที่สามารถสร้างนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากพอที่จะแข่งขันในตลาด และสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ก่อน ย่อมครองความได้เปรียบในสนามการค้าอันดุเดือด

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจอาหารดูเหมือนจะเป็นกลุ่มธุรกิจที่ขยับตัวได้ว่องไวในการปรับตัวเพื่อพลิกฟื้นยอดขายที่ซบเซาให้กลับมาทำกำไรได้อีกครั้ง กรณีศึกษาต่อไปนี้คือธุรกิจ SME ที่พลิกวิกฤติให้เป็นโอกาสในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เมื่อคนส่วนใหญ่ต้องกักตัวอยู่ภายในบ้าน ไม่สามารถออกไปทำงานหรือจับจ่ายใช้สอยนอกบ้านได้ การรู้จักใช้ทรัพยากรที่ตัวเองมีให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งเร่งปรับแผนธุรกิจด้วยการหันมาเชื่อมต่อกับลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ถือเป็นหนทางรอดที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็วและลดต้นทุนไปในตัว

แนวคิดของเฟรชเก็ตพลิกเกม สู่การเป็นตลาดสดออนไลน์สำหรับทุกคน

เฟรชเก็ต (Freshket) คือแอปพลิเคชันที่นิยามตัวเองว่าเป็น "ตลาดสดออนไลน์สำหรับร้านอาหาร" ก่อตั้งโดย พงษ์ลดา พะเนียงเวทย์ ผู้มีประสบการณ์ด้านธุรกิจซัพพลายเออร์ (Supplier) ให้บริการจัดหาและจัดส่งวัตถุดิบจากตลาดไทไปยังร้านอาหารทั่วกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวมถึงเป็นสื่อกลางให้ซัพพลายเออร์และร้านอาหารได้พบปะและตกลงซื้อขายกันง่ายขึ้น ผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่มีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ สะดวก ปลอดภัย ภายหลังจากเผชิญวิกฤติโควิด-19 ที่ส่งผลให้ร้านอาหารคู่ค้าต้องปิดให้บริการชั่วคราว เฟรชเก็ตจึงหันมาจัดหาและจำหน่ายวัตถุดิบให้แก่บุคคลทั่วไปในราคาเดียวกับที่ส่งให้กับร้านอาหาร โดยมีสินค้าและวัตถุดิบให้เลือกกว่า 4,000 รายการ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องออกไปซื้อของในแหล่งชุมชนอย่างตลาดสดหรือซูเปอร์มาร์เก็ตให้เสี่ยงต่อโรค

ความแตกต่างระหว่างเฟรชเก็ตกับตลาดสดทั่วไป

รายละเอียด	เฟรชเก็ต	ตลาดสดทั่วไป
ค้นหาซัพพลายเออร์	ซัพพลายเออร์และสินค้าหลากหลายในที่เดียว	ตัวเลือกน้อย ซื้อสินค้าได้จำกัดเท่าที่ตลาดสดมี
สั่งซื้อ	ขอใบเสนอราคาหรือสั่งสินค้าได้ง่ายด้วยปลายนิ้ว	ขอใบเสนอราคาไม่ได้
ออกบิล	ออกใบแจ้งหนี้และใบกำกับภาษีออนไลน์ได้ทันที	ใช้บิลกระดาษหรืออาจไม่สามารถออกบิลให้ได้

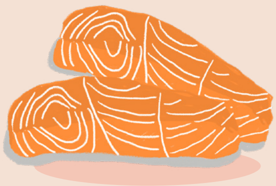
รายละเอียด	เฟรชเก็ต	ตลาดสดทั่วไป
การจ่ายเงิน	ชำระค่าสินค้าผ่านระบบจ่ายเงินออนไลน์และบัตรเครดิต	ใช้เงินสดเท่านั้น
จัดส่ง	จัดส่งถึงหน้าบ้าน/หน้าร้าน เจาะจงเวลารับสินค้าได้	ต้องไปซื้อหรือรับสินค้าหน้าร้านเจาะจงเวลาไม่ได้
รายงาน	ตรวจสอบออนไลน์ได้ทุกขั้นตอน มีบริการดูแลลูกค้าหลังการขาย	หลังซื้อสินค้าแล้วไม่สามารถคืนเงินหรือสินค้าได้ รวมถึงไม่มีบริการหลังการขาย

ที่มา : www.freshket.co แอปพลิเคชัน: Freshket

การปรับกลยุทธ์ของเฟรชเก็ต

ความสำเร็จของเฟรชเก็ตมาจากการไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ ที่อาจไม่ตอบโจทย์กับสถานการณ์และพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเปลี่ยนจากเดิมที่ให้บริการเฉพาะร้านอาหารเป็นการให้บริการแก่ให้บุคคลทั่วไปด้วย ทำให้การซื้อวัตถุดิบของคนเมืองเป็นเรื่องง่ายและสะดวกสบายมากขึ้น โดยเพิ่มประเภทของสินค้าให้เลือกสั่งออนไลน์ ตัวอย่างเช่น

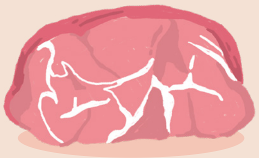
ผักและผลไม้


ปลาและอาหารทะเล

อาหารสำเร็จรูป

เครื่องดื่ม

ดอกไม้
และพวงมาลัย


เนื้อสัตว์

เบเกอรี่

อุปกรณ์และของใช้
ในครัวเรือน

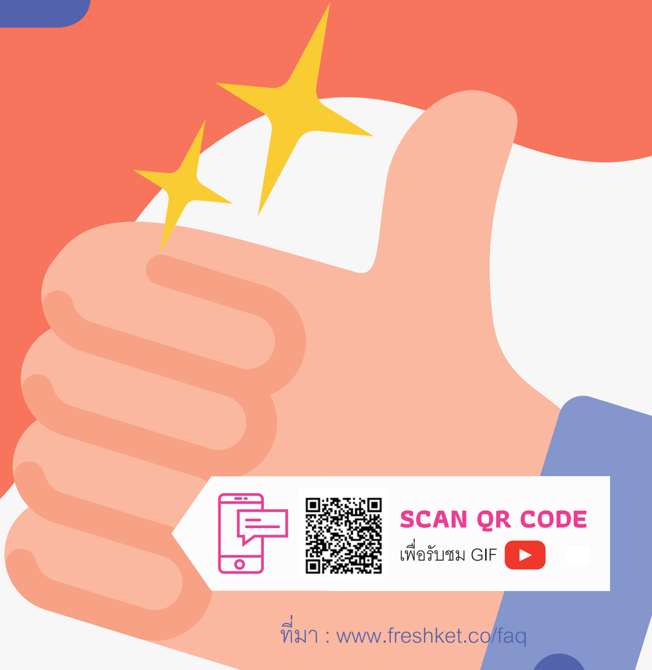
ผลิตภัณฑ์กระดาษ

ข้าว ธัญพืช
และซีเรียล

- ส่งสินค้าในวันถัดไป (Next-Day Delivery) ลูกค้าสามารถกำหนดวันและช่วงเวลารับสินค้าได้
- รักษามาตรฐานของวัตถุดิบให้ดีที่สุด ของสดจะถูกแพ็คอย่างดีและแช่มาในน้ำแข็ง
- สินค้าราคาถูก มีบริการจัดส่งฟรีเมื่อซื้อสินค้าครบตามกำหนด
- ใช้ระบบเข้ารหัสข้อมูล SSL Certificate เพื่อความปลอดภัยในการส่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

ผลสำเร็จของนวัตกรรมที่เกิดจากการปรับตัว

- **ยอดดาวน์โหลดและใช้บริการเพิ่มสูงขึ้น**
  มีร้านอาหารสั่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชันมากกว่า 3,000 ร้าน
- **มีซัพพลายเออร์เข้าร่วมในระบบประมาณ 1,700 ราย**
  เพิ่มทางเลือกและความหลากหลายให้แก่ผู้ใช้งาน
- **เกิดการพัฒนานวัตกรรม Freshket Insight**
  เพื่อให้ข้อมูลการสั่งซื้อและเปรียบเทียบราคาแบบเรียลไทม์
- **มีแผนจะขยายพื้นที่ให้บริการไปยังจังหวัดใหญ่ ๆ**
  เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ ในอนาคต



SCAN QR CODE
เพื่อรับชม GIF

ที่มา : www.freshket.co/faq

ณาบีบี เฮ้าส์ ร้านอาหารฮาลาล ที่ทำกำไรสูงสุดในช่วงวิกฤติ

ธุรกิจร้านอาหารมุสลิมเจ้าดังในซอยจุฬา 12 ที่กำลังไปได้สวยด้วยเมนูยอดนิยมอย่างโรตีและชาชัก แต่กลับต้องหยุดชะงักหลังเจอวิกฤติโรคระบาด ทำให้รายได้ลดหายไปราว 80-90 เปอร์เซ็นต์ แต่ท่ามกลางสถานการณ์ผันผวนไม่แน่นอน โป้ง-คงยศ วรรณนิตย์ เจ้าของร้านณาบีบี เฮ้าส์ มองเห็นโอกาสในการปรับโมเดลธุรกิจสู่แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสู้พิษเศรษฐกิจ โดยเริ่มจากการคิดทำ “โรตีแช่แข็ง-อาหารเดลิเวอรี” และเข้าไปฝากร้านในแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลส “มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการฝากร้าน” ทำให้ธุรกิจของณาบีบี เฮ้าส์สามารถพลิกฟื้นกลับมาทำกำไรสูงสุดเป็นครั้งแรกในรอบ 4 ปีนับตั้งแต่เปิดร้าน

เมื่อเกิดวิกฤติต้องยอมรับจุดอ่อนของธุรกิจตัวเองก่อน

การเรียนรู้ที่ดีที่สุด คือ **การทำความรู้จักจุดแข็งจุดอ่อนของตัวเอง** โดยเฉพาะในสถานการณ์วิกฤติที่มีหลายปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้เข้ามาท้าทายแผนธุรกิจสูตรเดิม ณาบีบี เฮ้าส์ ก็เป็นอีกหนึ่งผู้ประกอบการที่ต้องเผชิญกับปัญหาดังกล่าว การถอยมาตั้งหลักเพื่อทำความเข้าใจทรัพยากรที่ตัวเองมี และคิดต่อยอดเพื่อสร้างสินค้าและบริการใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ช่วยให้สามารถแก้ปัญหาได้ถูกจุดยิ่งขึ้น

ตัวอย่างปัญหาของ ณาบีบี เฮ้าส์

- ร้านไม่สามารถเปิดได้ตามปกติ
- ลูกค้าไม่ออกจากบ้าน
- สินค้าในร้านเน่าเสียหายง่าย เนื่องจากส่วนใหญ่มีกะทิเป็นส่วนประกอบ
- ขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจออนไลน์และเดลิเวอรี

ที่มา : www.facebook.com/shabeebeeHouse

> จุดเปลี่ยนที่ทำให้ณาบีบี เฮ้าส์ กลับมาฟื้นตัวได้ภายใน 3 วัน เริ่มต้นจากประโยค **“โป้ง คงยศ วรรณนิตย์ สังเคราะห์** รหัส 45” ซึ่งเป็นการแนะนำตัวในนามศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผ่านเฟซบุ๊กกลุ่ม “มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการฝากร้าน” ซึ่งเป็นดิจิทัลมาร์เก็ตเพลสที่สร้างรูปแบบการซื้อขายแบบเกื้อกูลผ่านระบบเครือข่ายของพื้นที่ชุมชนที่ใช้ความไว้วางใจเป็นตัวกลาง

ที่มา : www.sentangsedtee.com/today-news/article_148259

ปรับสูตรและกลยุทธ์ใหม่เพื่อกอบกู้ธุรกิจ

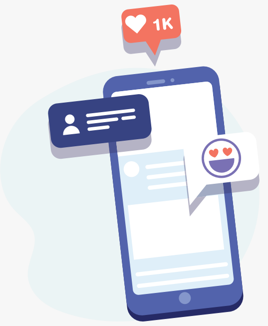
นวัตกรรมด้านสินค้า (Product Innovation) หรือการพัฒนาสินค้าใหม่และการปรับปรุงสินค้าเดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้ประกอบการนำมาปรับใช้เพื่อเปลี่ยนสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคมากที่สุด แม้จะแตกต่างจากความสำเร็จเดิมที่เคยทำมา

ทำอาหารแช่แข็ง

แก้ปัญหาอาหารเน่าเสียด้วยการทำโรตีแช่แข็งและเนื้อทอดแช่แข็ง เก็บรักษาในบรรจุภัณฑ์อย่างดีที่สามารถจัดส่งทางไปรษณีย์ให้ลูกค้าได้ทั่วประเทศ

ทำการตลาดเดลิเวอรี

แก้ปัญหาลูกค้ามานั่งกินที่ร้านไม่ได้ด้วยการเป็นฝ่ายออกไปหาลูกค้าเอง โดยจัดเส้นทางส่งสินค้าเป็นรอบๆ ไปตามพื้นที่ต่างๆ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

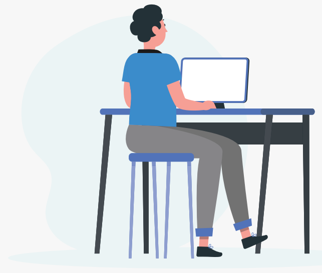


บุกแพลตฟอร์มออนไลน์

แก้ปัญหาลูกค้าไม่ออกจากบ้านด้วยการเปลี่ยนมาทำการตลาดและขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การนำเสนอสินค้าผ่านสื่อสังคม การใช้ประโยชน์จากลูกค้าที่เป็นผู้มีชื่อเสียง (Influencer) ในการประชาสัมพันธ์ร้าน การเพิ่มบริการจัดส่งถึงบ้านเพื่อตอบรับต่อวิถีชีวิตแบบปกติใหม่

เพิ่มเมนูเรียกยอดขาย

แก้ปัญหาลูกค้าไม่กลับมาซื้อซ้ำด้วยการปรับปรุงสูตรให้น่าสนใจ เพิ่มเมนูของว่างสำหรับการขายออนไลน์ เช่น อาหารมุสลิมแบบฟิวชั่น พร้อมโปรโมชันกระตุ้นยอดขาย



เพิ่มทักษะที่จำเป็น

แก้ปัญหาด้านการให้บริการโดยให้พนักงานในร้านปรับตัวเรียนรู้การรับคำสั่งซื้อออนไลน์ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณ 10-20 เท่า รวมถึงการบรรจุสินค้าและการจัดส่งสินค้าผ่านผู้ให้บริการจัดส่งอาหารเดลิเวอรี

ความสำเร็จไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว แผนธุรกิจแบบเดิมอาจใช้ไม่ได้ผลเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนหรือพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน การรู้เท่ากันเรียนรู้จุดอ่อน-จุดแข็งของตนเอง รวมถึงการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เร็ว ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับทุกผู้ประกอบการที่จะช่วยให้สามารถก้าวผ่านวิกฤติและเอาตัวรอดได้อย่างราบรื่นท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของ “โรค” และ “โลก”

ศูนย์ความรู้กินได้... เปลี่ยนความรู้ให้ (ทำมาหา) กินได้

ศูนย์ความรู้กินได้ เป็นงานที่ OKMD ตั้งเป้าหมายสำคัญให้เป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้และสื่อการเรียนรู้เพื่อการทำมาหากิน ตลอดจนส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยให้บริการองค์ความรู้ด้านอาชีพสร้างสรรค์ เป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาทักษะที่เอื้อต่อการสร้างอาชีพ ยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการในท้องถิ่น เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในทุกพื้นที่ของประเทศ

การทำงานของศูนย์ความรู้กินได้ เน้นการบริหารจัดการเชิงรุก เชื่อมต่อและพัฒนาองค์ความรู้จากทรัพยากรท้องถิ่น วัฒนธรรม และภูมิปัญญา เข้ากับความรู้สมัยใหม่ที่เหมาะกับบริบทและศักยภาพของแต่ละพื้นที่

องค์ประกอบสำคัญของศูนย์ความรู้กินได้

1. องค์ความรู้

เนื้อหาความรู้แบบเบ็ดเสร็จ ครบถ้วน ทันสมัย เข้าใจง่าย ในรูปแบบ “ชั้นหนังสือทำมาหากิน” และ “กล่องความรู้กินได้”

2. บริการ

การจัดกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการทำมาหากินและส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ในรูปแบบ “นิทรรศการหมุนเวียนและเวิร์กช็อปสร้างอาชีพ” และ “มหกรรมความรู้สร้างอาชีพ” ซึ่งจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในรูปแบบชุมชนนักปฏิบัติ การเสวนา และการประชุมกลุ่มย่อย

3. กายภาพ

การจัดตั้งศูนย์ความรู้กินได้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงความรู้และบริการต่างๆ โดยมีนักจัดการความรู้คอยให้คำแนะนำและขับเคลื่อนศูนย์ความรู้กินได้ให้ทำงานตามบทบาทหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ

คนที่กำลังมองหาอาชีพใหม่ แต่ยังไม่มีไอเดียหรือโอกาส

สแกน QR Code

เพื่อดูตัวอย่างอาชีพน่าสนใจ ใน 7 หมวดหมู่อาชีพ ได้แก่ เกษตร สุขภาพ การท่องเที่ยว ธุรกิจบริการ วัฒนธรรม หัตถกรรม และอาหาร พร้อมกรณีศึกษาที่น่าสนใจ นำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอที่เล่าเรื่องอย่างเป็นลำดับขั้น เข้าใจง่าย สามารถนำไปต่อยอดอาชีพตามความชอบและความสนใจได้ทันที

SCAN QR CODE
เพื่อรับฟัง Audio Text

เมื่อเกิดภาวะวิกฤติ...
ลองคิดต่อยอดทักษะที่มีให้ทำเงิน

ในช่วงวิกฤติโควิด-19 แทบทุกอาชีพล้วนได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง หากไม่อยากปิดกิจการ ถูกเลิกจ้าง หรือขาดรายได้ ถึงเวลาดึงทักษะที่มีมาพัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ เช่น ใครที่มีความสามารถในการเย็บผ้าอาจลองเย็บหน้ากากอนามัยขายเพื่อเพิ่มรายได้ในวันที่ถูกลดค่าจ้าง แต่หากคิดว่ามีคู่แข่งมากเกินไป อาจลองเติมความสร้างสรรค์เข้าไปเพื่อให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น เช่น เพิ่มบริการปักชื่อลูกค้า เพิ่มสายคล้องคอป้องกันการตกหล่นสูญหาย หรือรับผลิตเป็นพิเศษสำหรับองค์กรที่ต้องการให้บุคลากรสวมหน้ากากอนามัยในรูปแบบและสีสันที่เหมือนกัน เป็นต้น

สำหรับเจ้าของธุรกิจร้านอาหาร อาจลองปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการขายหน้าร้านสู่การจัดส่งถึงบ้านให้ลูกค้า นอกจากนี้ยังสามารถต่อยอดด้วยการสร้างวิดีโอคลิปสอนทำอาหารแบบมืออาชีพเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์แบบสาธารณะ หรือเปิดเป็นคอร์สสอนเฉพาะกลุ่มบนแพลตฟอร์มสื่อสังคม เพื่อเพิ่มรายได้อีกช่องทาง

ส่วนเกษตรกรอาจลองปรับรูปแบบการขายจากที่เคยส่งผลผลิตไปยังพ่อค้าคนกลางในตลาด เป็นการขายออนไลน์จัดส่งอาหารสดถึงประตูบ้านลูกค้า หรืออาจรวมตัวกับเกษตรกรที่ปลูกผักอินทรีย์นำผลผลิตต่างๆ มาจัดทำเป็นกระเช้าผักอินทรีย์ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่สนใจเรื่องสุขภาพ

เมื่อทุกอาชีพต้องปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลง

เมื่อผู้คนต้องเก็บตัวอยู่บ้าน หรือ Work From Home มากขึ้น เท่ากับผลักดันให้สังคมเข้าสู่ยุคดิจิทัลแบบรอบด้านมากยิ่งขึ้น แทบทุกอาชีพต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับความปกติใหม่นี้ แม้แต่บุคลากรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางก็จำเป็นต้องปรับตัวเช่นกัน

1. ทักษะแพทย์ในยุคเทคโนโลยีสุขภาพ

บุคลากรทางการแพทย์จำเป็นต้องปรับตัวเรียนรู้เทคโนโลยีด้านสุขภาพหรือระบบสุขภาพออนไลน์ เช่น ระบบโทรเวชกรรม (Telemedicine) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์สามารถพูดคุยตอบโต้กันได้แบบเรียลไทม์

2. ทนายความในยุค E-Filing

ทนายความต้องปรับตัวเรียนรู้ระบบยื่นเอกสารและคำร้องต่างๆ ผ่านระบบบริการยื่นเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Filling) รวมถึงการประชุมผ่านวิดีโอทางไกลโดยไม่ต้องเดินทางไปติดต่อเจ้าหน้าที่ตัวเอง

3. สถาปนิกยุคความปกติใหม่

สถาปนิกยุคนี้ต้องให้ความสำคัญกับเกณฑ์การออกแบบใหม่ใน 6 ด้านสำคัญ คือ ความหนาแน่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การจัดโซนนิ่ง การสัญจร ระบบถ่ายเทอากาศ และการลดการสัมผัส เพื่อให้ผู้คนเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย ปลอดภัย ไม่เสี่ยงต่อการติดเชื้อ

(ที่มา: ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง (UddC-CEUS) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

4. พัฒนาครู พร้อมสู่โลกยุคใหม่

ครูยุคใหม่เปลี่ยนบทบาทจากผู้สอน (Teacher) ไปเป็นผู้สนับสนุนการเรียนรู้ (Learning Facilitator) ผ่านการเรียนการสอนบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ครูจึงต้องก้าวทันเทคโนโลยีทางการศึกษาเพื่อให้สามารถนำเครื่องมือที่มีอยู่มากมายมาสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนในห้องหรือเรียนที่บ้าน

กลยุทธ์เพื่อการอยู่รอดของธุรกิจ SME ในยุคความปกติใหม่

ปี 2563 นับว่าเป็นปีที่หนักหน่วงสำหรับธุรกิจแทบทุกประเภททั่วโลก ผลพวงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรน่า หรือ โควิด–19 ทำให้หลายธุรกิจต้องปรับเพื่อรับมือสถานการณ์ให้อยู่รอด ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ การลดขนาดองค์กร การปิดกิจการชั่วคราว ไปจนถึงการย้ายมาอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์

การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นแม้แต่กับธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้มากกว่าหรือเท่าเดิมในช่วงเวลาที่ผู้คนต้องเก็บตัวอยู่บ้าน ยกตัวอย่างเช่น เซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ร้านสะดวกซื้อซึ่งประสบความสำเร็จในการเข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากในแทบทุกพื้นที่ของประเทศไทย โดยการยกระดับบริการสั่งซื้อสินค้าภายในร้านผ่านแอปพลิเคชัน 7-Delivery พร้อมโปรโมชันส่งสินค้าถึงบ้านภายในไม่กี่นาที โดยไม่คิดค่าจัดส่ง มีบริการอุ่นอาหารให้พร้อมรับประทาน รวมถึงส่วนลดและการสะสมแต้มแลกของรางวัลต่างๆ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ยังจำเป็นต้องซื้อสินค้าและอาหารแม้ออกจากบ้านไม่ได้ ส่งผลให้ช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2563 เซเว่น อีเลฟเว่น มีรายได้จากการขายสินค้าและบริการรวม 82,885 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีก่อน 2,112 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 2.6

สินค้าขายดีใน เซเว่น อีเลฟเว่น ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด–19

สินค้ากลุ่มอาหาร
อาหารพร้อมทาน
อาหารแห้ง อาหารกระป๋อง
และเครื่องดื่ม
70.8%

สินค้าอุปโภค กลุ่มสินค้าดูแล
สุขภาพ ยารักษาโรค และ
ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
29.2%

ที่มา : บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

กลยุทธ์สำคัญในการฟื้นฟู SME หลังสถานการณ์โควิด-19

1 เพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ควบคู่กับการขายแบบออฟไลน์

ควรทำการตลาดทั้งสองทางควบคู่กันไป เน้นการเชื่อมโยงทั้งสองแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน โดยทำให้การขายทั้งสองช่องทางสนับสนุนซึ่งกันและกัน และมอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้ซื้อมากที่สุด ไม่ว่าผู้ซื้อจะเลือกใช้ช่องทางใดก็ตาม ยกตัวอย่างเช่น “ข้าวต้มมัดยายฟู” ซึ่งเดิมไม่มีหน้าร้าน เน้นการผลิตเพื่อเสิร์ฟในห้องพักรอขึ้นเครื่องของสายการบินบางกอกแอร์เวย์เท่านั้น เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 สายการบินงดเที่ยวบินและการให้บริการหยุดชะงัก ข้าวต้มมัดยายฟูจึงเริ่มปรับตัวขยับขยายสู่การขายออนไลน์สู่ลูกค้าปลีกทั่วไป ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้โดยไม่สะดุด

2 สร้างคุณค่าให้สินค้าด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจและคำพูดที่ดึงดูดใจ

ในยุคโควิด-19 ที่คนส่วนใหญ่ต้องเก็บตัวอยู่บ้าน ธุรกิจส่วนใหญ่ถูกผลักดันให้เข้าสู่การแข่งขันในสนามการค้าออนไลน์อย่างไม่อาจหลีกเลี่ยง ธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน คุณภาพใกล้เคียงกัน ราคาพอกันจึงต้องพลิกตำราหากลยุทธ์มาดึงดูดใจลูกค้า โดยหนึ่งในวิธีที่ได้ผลดีคือการนำเสนอเรื่องราวที่มาที่ไปของสินค้าด้วยคำพูด รูปภาพ หรือวิดีโอที่ทรงพลัง รวมถึงการนำเสนอคุณค่าของสินค้าที่มากกว่ามูลค่าที่ลูกค้าต้องจ่าย

3 ใช้สื่อสังคมให้เป็นประโยชน์

สื่อสังคม (Social Media) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทรงประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกที่ ทุกเวลา ทั้งยังเป็นแหล่งข้อมูลแบบ “ปากต่อปาก” ที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นการสร้างกระแสให้ผู้คนพูดถึงสินค้า บริการ หรือแม้แต่ตัวองค์กรในแง่บวกบนโลกออนไลน์ จะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างสูง โดยเฉพาะในยุคที่ลูกค้าใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนแพลตฟอร์มสื่อสังคม

4

บริการรับ-ส่งสินค้าถึงหน้าบ้าน

สถานการณ์โรคระบาดทำให้ประชาชนต้องเก็บตัวอยู่บ้าน และทำงานที่บ้าน เพื่อหลีกเลี่ยงการแพร่ระบาดของโรค อย่างไรก็ตามการอุปโภคบริโภคยังเป็นสิ่งจำเป็น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยหันมาใช้บริการธุรกิจดิจิทัลมากขึ้น เนื่องจากสะดวกสบาย ประหยัดเวลา และปลอดภัยมากกว่า จึงกลายเป็นโอกาสเติบโตของธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกัน เช่น ธุรกิจรับส่งพัสดุด่วน (Parcel Delivery) และธุรกิจขนส่งอาหาร (Online Food Delivery) ที่พบว่าเติบโตขึ้นมากกว่า 3 เท่า* เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

5

โปรโมชันดีมีชัย

การจัดโปรโมชันลด แลก แจก แถม ยังคงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยกระตุ้นยอดขายได้ดีอยู่เสมอ เช่น บริษัท ทีซี ซูบารุ (ประเทศไทย) จำกัด จับกระแสเว้นระยะห่างทางสังคม หรือ Social Distancing โดยการส่งเสริมให้คนไทยใช้รถส่วนตัวเพื่อหลีกเลี่ยงการแพร่ระบาดของโรค ผ่านแคมแปญ "ออกรถวันนี้ ขับฟรีตลอดปี 2020" พร้อมดอกเบี้ย 0% และฟรีประกันภัย ที่ช่วยจูงใจให้คนซื้อรถยนต์แม้ยังอยู่ในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจชะลอตัว

6

เข้าร่วมในแพลตฟอร์มสื่อกลางการติดต่อซื้อ-ขาย (E-Marketplace) เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมาย

จากคนทำงานหรือผู้ประกอบการ SME ทั่วไป ถูกสถานการณ์บังคับให้กลายเป็นผู้ประกอบการออนไลน์อย่างไม่มีทางเลือก ทำให้ในช่วงที่ผ่านมาเกิดการรวมกลุ่มของบุคคลธรรมดาและผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อขายสินค้าออนไลน์ในสื่อสังคมและแพลตฟอร์ม E-Marketplace ต่างๆ ที่ เปิดโอกาสให้ผู้ขายและผู้ซื้อได้มาเจอกัน ตัวอย่าง E-Marketplace ที่ประสบความสำเร็จในชั่วข้ามคืน เช่น กลุ่มมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการฝากร้าน กลุ่มจุฬาฯ มาร์เก็ตเพลส Wongnai x LINE MAN เป็นต้น

7

มอบประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า

ในขณะที่ผู้บริโภคกำลังเผชิญกับประสบการณ์การใช้ชีวิตอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เช่น การชัตดาวน์ การเว้นระยะห่างทางสังคม การทำงานจากบ้าน การมอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรคำนึงถึง เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน ยกตัวอย่างเช่น สายการบินเดลต้า มีนโยบาย Peace of Mind โดยไม่ชาร์จค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนหรือเลื่อนไฟลท์ของผู้โดยสาร หรือ Sephora แบรนด์ความงามระดับโลก สนับสนุนให้ลูกค้าได้ช้อปปิ้งออนไลน์คลายเครียดด้วยบริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านฟรี และให้ลูกค้าเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ภายใน 30 วัน หลังจากร้านกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้ง

8

เปลี่ยนหน้าร้านให้เป็นมากกว่าที่ขายสินค้า

แม้ว่าสถานการณ์ในประเทศจะเริ่มคลี่คลาย แต่การเฝ้าระวังก็ยังคงต้องเข้มข้น ในช่วงเวลานี้หากผู้ประกอบการลองเติมไอเดีย ปรับเปลี่ยนหน้าร้านให้เป็นจุดรับสินค้า จุดลองสินค้า หรืออาจสร้างบรรยากาศดีๆ ที่น่าสนใจ พร้อมมาตรการความปลอดภัยแบบ "การ์ดไม่ตก" ก็จะช่วยดึงดูดใจให้ลูกค้าอยากออกจากบ้านมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น บาร์บีคิวพลาซ่าออกไอเดียเพิ่มความสนุกและความประทับใจให้ผู้ค้าผ่าน "บาร์บีกอน" มาสคอตประจำร้าน ที่จะมานั่งเป็นเพื่อนทานไม่ให้ลูกค้ารู้สึกเหงาแม้ต้องนั่งทานข้าวคนเดียวตามมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม

9

ปรับรูปแบบและพัฒนาระบบชำระเงินให้หลากหลาย ตามนโยบายเลี่ยงเงินสด ลดการติดเชื้อ

การระบาดของโรคโควิด-19 กลายเป็นตัวผลักดันให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้เร็วขึ้น ทั้งจากความต้องการลดความเสี่ยงการติดเชื้อ รวมถึงวิถีชีวิตแบบปกติใหม่ที่คนไทยเริ่มซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ผู้ประกอบการจึงควรเรียนรู้และปรับตัวให้ก้าวทันวิธีการชำระเงินที่มากกว่าแค่เงินสด เช่น การใช้พร้อมเพย์ การโอนเงินผ่านบริการธนาคารออนไลน์และธนาคารบนสมาร์ตโฟน การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การสแกนคิวอาร์โค้ด การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

10

ติดตามมาตรการการช่วยเหลือจากภาครัฐ

นับตั้งแต่พบการแพร่ระบาดในประเทศ ภาครัฐได้ออกมาตรการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือและเยียวยาผู้ประกอบการและประชาชนในหลากหลายรูปแบบ ทั้งเงินเยียวยาสำหรับผู้ได้รับผลกระทบ นโยบายผ่อนคลายกฎเกณฑ์และเงื่อนไขในการกู้ยืมเงิน การลดสัดส่วนในการส่งเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคม มาตรการสินเชื่อเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรค มาตรการทางภาษีอากรและค่าธรรมเนียมเพื่อสนับสนุนการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการควรติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอเพื่อไม่พลาดสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่พึงได้รับ

11

มองหาแหล่งเงินทุนเพื่อฟื้นฟูสภาพคล่อง

นอกจากแหล่งเงินทุนจากภาครัฐ ผู้ประกอบยังสามารถมองหาแหล่งเงินทุนภาคเอกชนได้จากหลากหลายช่องทาง อาทิ กองทุน InnoSpace Bridge Fund ซึ่งมีวงเงินตั้งต้น 50 ล้านบาท ตั้งเป้าช่วยเหลือสตาร์ตอัป จำนวน 20 บริษัท รายละไม่เกิน 3 ล้านบาท ดำเนินการในรูปแบบ "หุ้นกู้แปลงสภาพ" (Convertible Debenture) ซึ่งมีลักษณะเหมือนการกู้เงินและให้หุ้นกู้เป็นการตอบแทน โดยสตาร์ตอัปที่ประสงค์จะระดมทุน สามารถออกหุ้นกู้แปลงสภาพเพื่อระดมทุนได้จึงมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เร็วขึ้น และสามารถเสริมสภาพคล่องให้สามารถฝ่าวิกฤติโควิด-19 ได้อย่างทันท่วงที

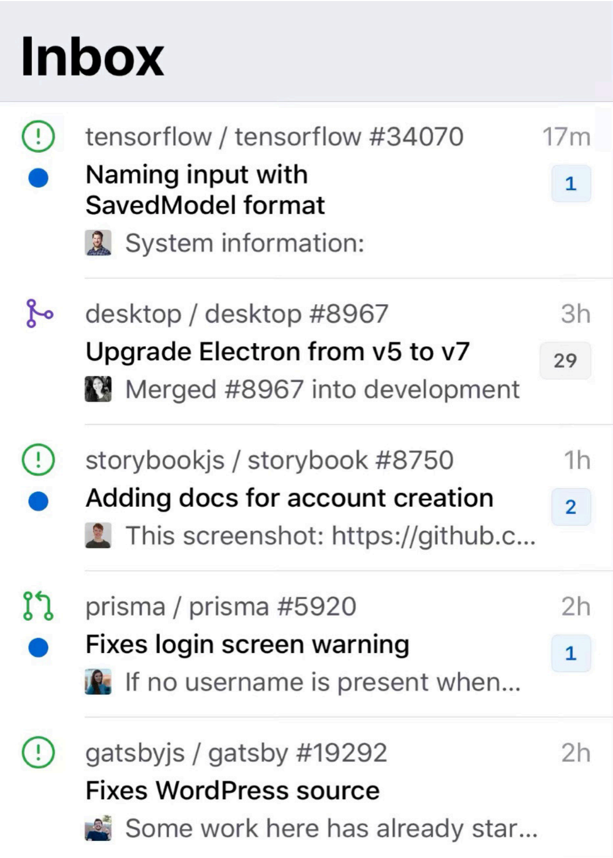
5 แอปพลิเคชันกระตุ้น SME ในสถานการณ์ความปกติใหม่

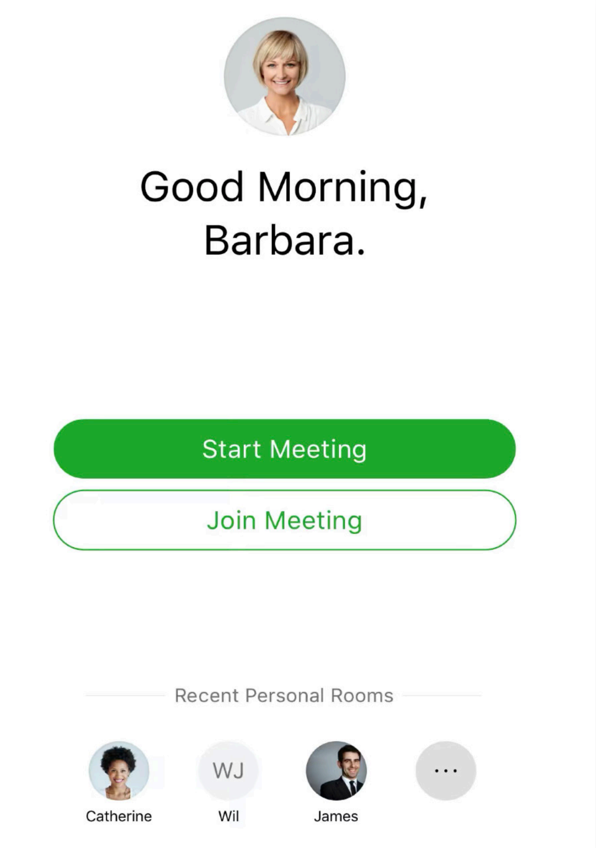
วิกฤติโควิด-19 ส่งผลให้ทุกธุรกิจ ทุกอุตสาหกรรมต้องปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดเจนคือ ข้อมูลเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการต่อยอดและเพิ่มแต้มต่อทางธุรกิจ โดยเฉพาะข้อมูลที่เชื่อมโยงเข้ากับเทคโนโลยียิ่งช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างโอกาสใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการ SME และนี่คือ 5 แอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่จะช่วยติดปีกให้ธุรกิจในสถานการณ์ความปกติใหม่ที่จะคงอยู่กับเราไปอีกนาน

1

เครื่องมือสำหรับนักพัฒนาระบบ: GitHub

แพลตฟอร์มที่ทำหน้าที่ดูแลซอฟต์แวร์ของบริษัทให้ทำงานอย่างเที่ยงตรงและมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงจัดเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับไฟล์หนึ่งหรือหลายไฟล์ (Version Control) เพื่อให้ผู้ใช้งานเรียกเวอร์ชันใดเวอร์ชันหนึ่งกลับมาดูเมื่อไรก็ได้ ตลอดจนแบ่งปันรหัสคำสั่งหรือโค้ดโปรแกรม (Source Code) ระหว่างคนทำงานในทีมเดียวกัน ทำให้ทุกคนเห็นภาพรวมความเปลี่ยนแปลง อัปเดตงานในส่วนที่แต่ละคนรับผิดชอบได้อย่างเป็นระบบ รวมถึงติดตามความคืบหน้าและประมวลผลได้อย่างแม่นยำ ปัจจุบันมีผู้ใช้งานมากกว่า 2 ล้านบริษัท เช่น แอร์บีเอ็นบี (Airbnb) เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) ไอบีเอ็ม (IBM) เพย์พาล (PayPal) บลูมเบิร์ก (Bloomberg)

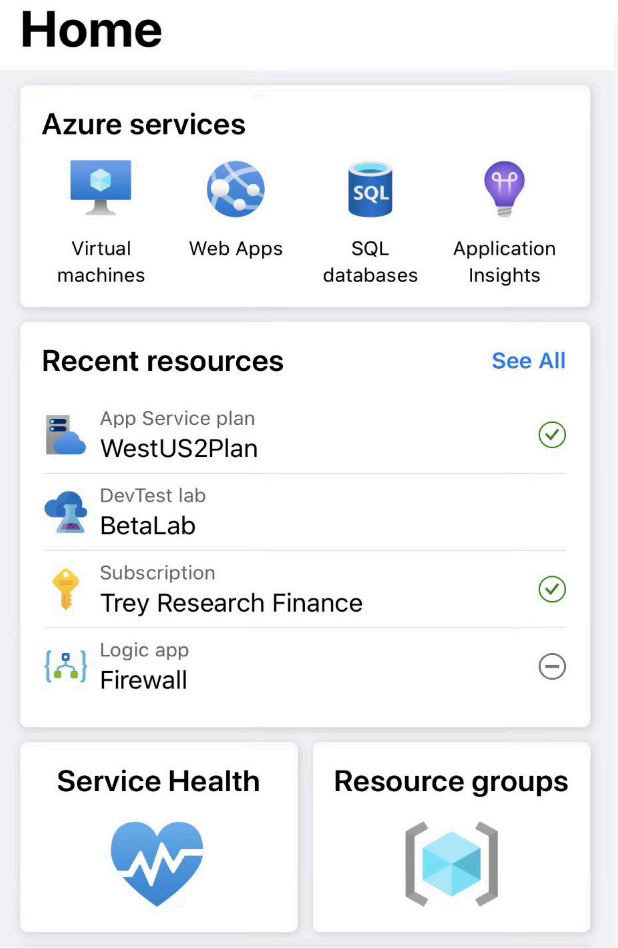




2

เครื่องมือประชุมทางไกล: Cisco Webex

อย่าให้การทำงานที่บ้านนั้นเป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าทางธุรกิจของคุณ Cisco Webex คือแอปพลิเคชันด้านการประชุมทางไกลที่มีผู้ใช้งานมากกว่า 500 ล้านครั้ง/ปี มีจุดเด่นอยู่ที่ตัวเลือกการทำงานที่หลากหลาย รองรับการใช้งานทั้งบนคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟน เชื่อมต่อผู้คนด้วยการโทร ประชุม และทำงานร่วมกันเป็นทีม มีบริการ AI ผู้ช่วยอัจฉริยะและคำสั่งเสียงช่วยจดบันทึก สำเนาบทสนทนา บันทึกการประชุม ถอดความแบบเรียลไทม์และคำบรรยายทดแทนการได้ยิน จัดส่งผลการดำเนินงานให้กับทุกคนหรือผู้เข้าร่วมที่เฉพาะเจาะจง และความสามารถอื่นๆ อีกมากมาย ที่จะช่วยให้การประชุมทางไกลง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพดีขึ้น



3

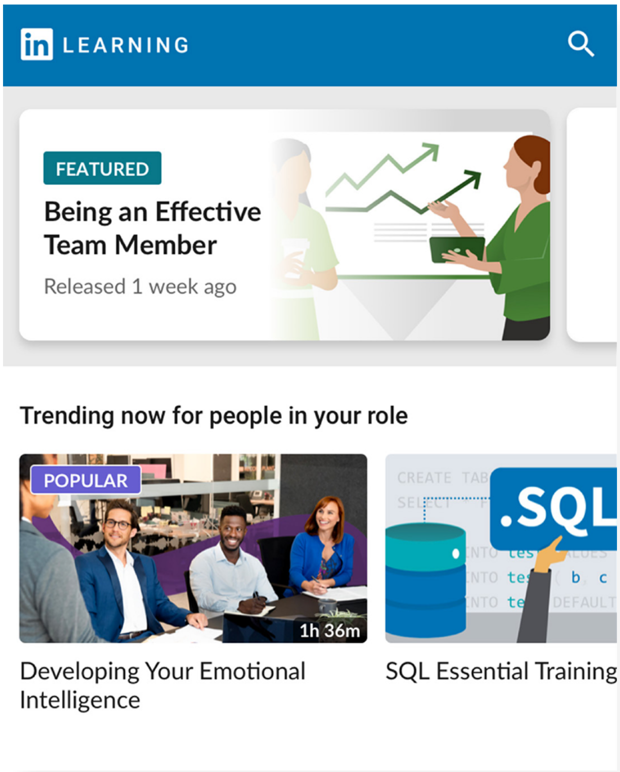
เครื่องมือจัดเก็บและจัดการข้อมูล: Microsoft Azure

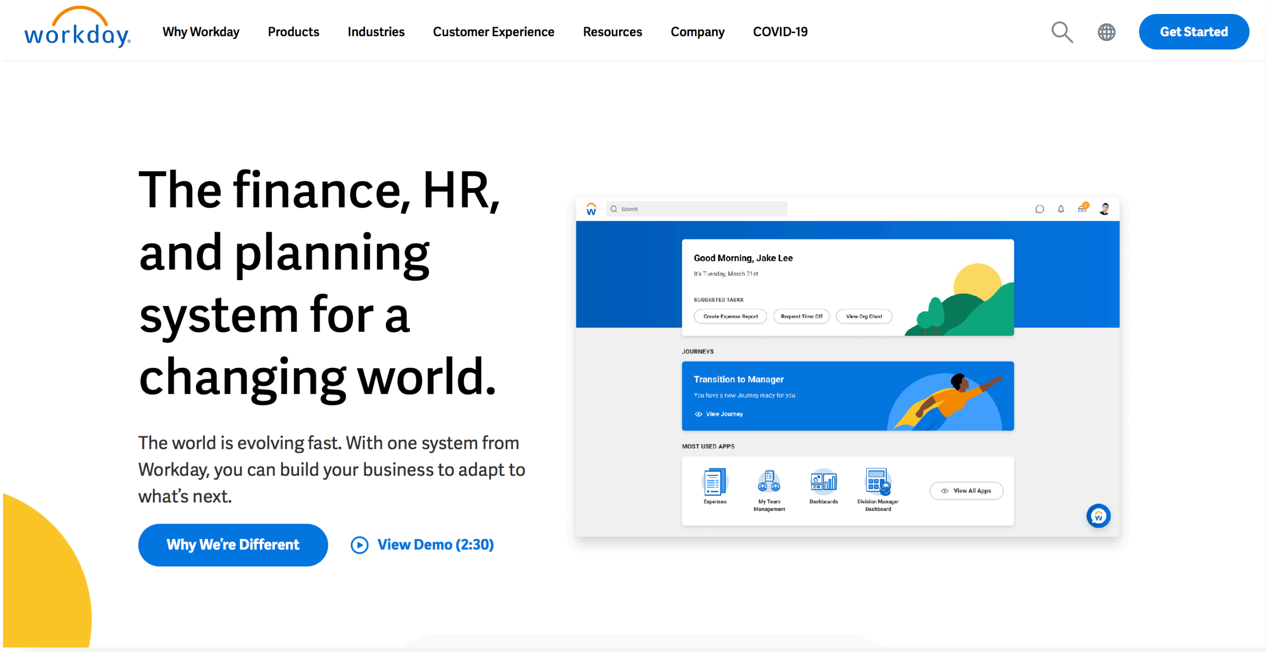
ระบบปฏิบัติการบนคลาวด์แพลตฟอร์ม (Cloud Platform) ของไมโครซอฟต์ สำหรับการจัดเก็บข้อมูลแบบออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง รองรับข้อมูลปริมาณมหาศาลโดยไม่ต้องมีอุปกรณ์จัดเก็บเป็นของตัวเอง จุดเด่นของ Azure คือมีบริการให้เลือกหลากหลาย สามารถสร้างและปรับจูนระบบต่างๆ เช่น ฐานข้อมูลและแอปพลิเคชันได้ง่าย รวดเร็วและทำได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องรอผู้ให้บริการ ที่สำคัญคือการมีศูนย์ข้อมูล (Data Center) กระจายอยู่ทั่วโลก และมีเซิร์ฟเวอร์ให้บริการนับหมื่นเครื่อง หากเซิร์ฟเวอร์เครื่องใดมีปัญหาอีกเครื่องหนึ่งจะเข้ามาทำงานแทนทันที ทำให้มั่นใจว่าธุรกิจจะดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ได้รับผลกระทบ

4

เครื่องมือเรียนรู้ออนไลน์: LinkedIn Learning

หลักสูตรการเรียนรู้ออนไลน์ของ Linkedin แอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ที่รวบรวมกลุ่มบุคคลทุกสาขาอาชีพเพื่อต่อยอดและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ โดยคอร์สออนไลน์ของ LinkedIn Learning ได้รวบรวมผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ มาถ่ายทอดความรู้ในหมวดหมู่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจและการพัฒนาบุคคลากรให้แข่งขันได้ในโลกยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การบัญชี เทคโนโลยี ความเป็นผู้นำ การบริหาร การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ ไปจนถึงการสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตัวเอง โดยมีมากกว่า 15,000 คอร์สให้เลือกเรียนได้ตามความต้องการ ทุกที่ทุกเวลา ทั้งแบบเรียนฟรีและแบบเสียเงิน





5

เครื่องมือจัดการทรัพยากรบุคคล: Workday

แพลตฟอร์มการบริหารจัดการเงินและการบริหารทุนมนุษย์สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ โดยอาศัยพลังของระบบคลาวด์มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการจัดการด้านการเงินและบัญชี เช่น การจัดการรายได้ การควบคุมการใช้จ่ายของบริษัท การติดตามสถานการณ์บริษัทสำหรับผู้บริหาร และการบริหารทรัพยากรบุคคล เช่น การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดการเรื่องของสิทธิประโยชน์พนักงาน ไปจนถึงการประเมินความสามารถของพนักงานการวางแผนสืบทอดตำแหน่ง การพัฒนาความสามารถพนักงาน เป็นต้น ปัจจุบันมีองค์กรและบริษัทชั้นนำที่ใช้งาน Workday อาทิ ทริปแอดไวเซอร์ (TripAdvisor) มหาวิทยาลัยบราวน์ (Brown University) อโกด้า (Agoda) บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท ไทยกูลิโกะ จำกัด

ICT LITERACY TO HOLD THE WORLD IN YOUR HAND

รู้ทันโลกเทคโนโลยี พลิกธุรกิจรับโอกาสใหม่ โดย คุณไผท ผดุงถิ่น

เมื่อโลกเปลี่ยน ธุรกิจต้องพร้อมที่จะเปลี่ยนตาม “ไผท ผดุงถิ่น” สตาร์ตอัปรุ่นบุกเบิกของไทยที่ไปไกลถึงซิลิคอนแวลเลย์ (Silicon Valley) และเป็นผู้อยู่เบื้องหลังเจ๊จูวัสดุก่อสร้างอันฮือฮาในโลกออนไลน์ ได้แบ่งปันประสบการณ์ดีๆ ที่จะปรับมุมมองพลิกวิกฤต และสร้างแรงบันดาลใจทางธุรกิจ ในงาน “มันส์สมอง มหกรรมความรู้ ครั้งที่ 5” ณ โรงละครเคแบงก์สยามพิฆเนศ ชั้น 7 ศูนย์การค้าสยามสแควร์วัน ตอน รู้ทันโลกเทคโนโลยี พลิกธุรกิจรับโอกาสใหม่

“เราเกิดในยุคอินที่มีอินเทอร์เน็ต ความรู้ที่ฟังมาอาจเป็นความรู้มือสอง ซึ่งอาจจะมีหรือไม่มีประโยชน์ก็ได้หากคุณแค่ฟังอย่างเดียว แต่ไม่เรียนรู้อะไรจากความรู้นั้นเลย คุณต้องลงมือทำจริง ต้องเปลี่ยนสมมติฐานเหล่านั้นให้เป็นความจริง คุณอาจไม่ต้องรู้ทั้งหมด แต่อย่างน้อยต้องเอาสิ่งที่คุณรู้ไปสร้างโอกาสให้กับตัวคุณให้ได้ แค่เริ่มต้นจากการลงมือทำ สรุปคือ เทคโนโลยีสร้างโอกาส อยู่ที่ใครจะคว้าได้”

ที่มา : www.okmd.com

SCAN QR CODE

ดูเพิ่มเติม สแกนเลย!

WHAT'S GOING ON

ฮอลล์ 9-10
อิมแพ็คเมืองทองธานี

Smart SME Expo 2020

29 Oct – 1 Nov 2020

มหกรรมรวมสุดยอดธุรกิจแห่งปี ตอบโจทย์ทุกความต้องการเพื่อ SME ไทย ทั้งการออกบูธของผู้ประกอบการ SME ธุรกิจแฟรนไชส์ บริษัทเงินทุน สถาบันการเงิน ธุรกิจขายปลีก พร้อมสาระความรู้และกิจกรรมน่าสนใจอีกมากมายเพื่อเติมเต็มความต้องการของ SME เช่น การสัมมนาอัปเดตเทรนด์ธุรกิจ การเจรจาและจับคู่ธุรกิจ รวมถึงกิจกรรมสร้างเครือข่าย เหมาะสำหรับผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจ สตาร์ตอัป นักธุรกิจ และนักลงทุน ที่ต้องการสร้างโอกาสต่อยอดทางธุรกิจ ค้นหาแนวคิดใหม่ และนวัตกรรมล่าสุดเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ

www.skilllane.com/courses
/KBANK_SME

SME Webinar: หัวข้อยอดฮิตที่ SME อยากรู้มากที่สุด

การสัมมนาออนไลน์ของ K SME ธนาคารกสิกรไทย เพื่อมอบองค์ความรู้ด้านการทำธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ SME ไทย ให้สามารถทำธุรกิจได้อย่างยั่งยืน โดยจัดเต็มองค์ความรู้ทางธุรกิจในหัวข้อที่ผู้ประกอบการ SME อยากรู้มากที่สุด อาทิ SME ยุคดิจิทัลค้าคล่องด้วยออนไลน์ บริหารคนอย่างรู้ใจในภาวะวิกฤต ภารกิจสร้างแบรนด์อย่างไรให้ดัง วางแผนดีจ่ายภาษีน้อยลง เป็นต้น รวมเนื้อหาทั้งสิ้น 21 วิดีโอ ความยาวรวมกันมากกว่า 10 ชั่วโมง สามารถเรียนฟรีที่ไหน เมื่อไหร่ก็ได้ตลอดชีพ

VR
CAT HOTEL
DRONE
STOCKPHOTO
Premium Quality
-กล่องความรู้...สู่โอกาส-
KNOWLEDGE BOX
แหล่งเรียนรู้ออนไลน์สำหรับคนรุ่นใหม่
และผู้สนใจประกอบอาชีพอิสระ
AI
ดูได้...
ได้ความรู้
เกี่ยวกับแนวโน้ม
อาชีพใหม่ในยุคดิจิทัล
ดูดี...
มีไอเดีย
และทักษะความรู้ที่จำเป็น
สำหรับการประกอบอาชีพ
URBANIZATION
YOUTUBER
FOOD ONLINE
HEALTHY FOOD
Salmon and Avocado Salad
เปิดกล่องความรู้
สแกน!
okmd
สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)
The Office of Knowledge Management & Development
www.okmd.or.th