

รายงานการเข้าร่วมโครงการเอพีไอ

11-IN-100-GE-WSP-B

Workshop on Market Access for SMEs

ระหว่างวันที่ 23 – 27 พฤษภาคม 2554

จัดทำโดย อิงอร หนูเอียด

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขายต่างประเทศ, Yelowcare Limited

วันที่ 1 มิถุนายน 2554

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

1.1 รหัสและชื่อโครงการ 11-IN-100-GE-WSP-B, Workshop on Market Access for SMEs

1.2 ระยะเวลา 23 – 27 พฤษภาคม 2554

1.3 สถานที่จัด กรุงเทพฯ ประเทศไทย

1.4 ชื่อเจ้าหน้าที่เอพีไอประจำโครงการ Mr. Muhammad Idham bin MohdZian

1.5 จำนวนวิทยากรบรรยาย 5 ท่าน

ผู้บรรยายจากต่างประเทศ

Dr. Foo Check Teck,
Chief Resource Speaker,
Founder and Chairman, Sun Tzu Art of War Institute.

Mr. Andrew Shih-Liang, Lin
Director, Financing Division
Small & Medium Enterprise Administration
Ministry of Economic Affairs
Taipei

Mr. Jamaludin bin Maarof
Senior General Manager
Ingress Corporation Berhad
Negeri Sembilan, Malaysia

ผู้บรรยายในประเทศไทย

Assoc. Prof. Dr. Kusol Soonthorndhada
Institute for Population and Social Research,
Mahidol University, Thailand

Dr. Sumas Wongsunopparat
Chief Strategist and Chief Advisor to the President & CEO of CPN
Central Pattana, Thailand

1.6 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 19

ประเทศที่เข้าร่วมโครงการ 13 ประเทศ คือ บังกลาเทศ, กัมพูชา อิหร่าน อินโดนีเซีย เกาหลี ลาว มาเลเซีย มองโกเลีย
เนปาล ปากีสถาน ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และ ไทย

ส่วนที่ 2 สรุปเนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

2.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

ปัจจุบัน SME ในหลายประเทศ มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากภาวะตลาดโลก มีการแข่งขันสูงมาก และการเพิ่มข้อจำกัดต่าง ๆ ของผู้ซื้อที่มากขึ้น ส่งผลให้เกิดปัญหาต่อ SME โดยตรง APO ได้เล็งเห็นปัญหานี้ จึงได้จัดทำโครงการนี้ขึ้น เพื่อให้ความรู้และช่วยเหลือ SME ให้สามารถเติบโตอย่างมั่นคงได้

สรุปเนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการฟังบรรยาย (จำแนกตามหัวข้อและระบุชื่อวิทยากรบรรยาย)

ภาพรวมของ SMEs ในสภาวะเศรษฐกิจโลกปัจจุบัน และกลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดโลก

Transformation of Singapore Towards a Global Marketing Presence : Dr. Foo Check Teck

ปัจจุบันโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก มีความก้าวหน้าทั้งทางด้าน ความเชื่อ เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคทั้งสิ้น การที่ค่าแรงในประเทศยุโรปมีราคาสูง บริษัทใหญ่ก็ได้ขยายหรือย้ายฐานการผลิตมาสู่ประเทศในเอเชียมากขึ้น SME ในแถบนี้จึงเป็นกำลังการผลิตที่สำคัญของตลาดโลก

ในการเริ่มต้นธุรกิจ หัวใจสำคัญ ขององค์กร คือ สินค้า การพัฒนาสินค้า ซึ่งจะต้องมีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์ ของตนเองและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

หลักการ 5 ประการ ในการนำ องค์กร สู่อุตสาหกรรม

1. คุณค่าทางวัฒนธรรม : การผสมผสานของแนวความคิดตะวันออกกับความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยี คุณค่าอย่างหนึ่งของประเทศในโลกตะวันออก คือ การช่วยเหลือแบ่งปัน SME ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างสูงคือ SME ในประเทศไต้หวัน การผสมผสานคติความเชื่อของโลกตะวันออกเมื่อรวมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะส่งผลให้ SME ประสบความสำเร็จเป็นอย่างยิ่ง เป็นการสร้างคุณค่า ให้กับตัวเองสุภาพสตรีจึงกล่าววว่า “เป็นหัวของลูกไก่ ดีกว่าเป็นหางของของวัว”
2. การรวมกลุ่มกัน : ในอดีตการเริ่มต้นของธุรกิจเริ่มจากการคิดค้นสินค้าพัฒนา และนำออกจำหน่าย ซึ่งผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาได้ตามที่ต้องการเนื่องจากไม่มีคู่แข่ง แต่ในปัจจุบัน ผู้บริโภคสามารถค้นคว้าข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว จากสื่อต่าง ๆ ดังนั้น การคิดค้นสินค้าในปัจจุบันจึงจำเป็นต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคก่อนจากนั้นจึงนำมาคิดค้นสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นๆ
3. ความเชี่ยวชาญ : SME จำเป็นต้องพัฒนาเพื่อความอยู่รอด ทุกประสบการณ์ย่อมมีประโยชน์ เหมือนคำสอนของ ซุนวูที่ว่า “การมีกลยุทธ์คือการไม่มีกลยุทธ์” ทุกสิ่งก็สามารถเป็นอาวุธได้ ธุรกิจที่สามารถแข่งขันได้สินค้าจะต้องเป็นสินค้าที่มี นวัตกรรม มีลิขสิทธิ์
4. ใช้เทคโนโลยีกับสินค้า
5. การปรับตัวให้ทันต่อโลก ทันต่อความต้องการของบริโภค: SME ในอนาคต จึงควรอยู่บนแนวคิดปรับตัวได้เร็ว ทะยานไปข้างหน้าด้วยพลังที่ยิ่งใหญ่

การรวมกลุ่ม SME ในไต้หวัน การเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

Cluster Approach in Enhancing SME Competitiveness : Mr. Andrew Shih-Liang, Lin

ในประเทศไต้หวัน SME ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล ให้มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาธุรกิจ สินค้าและบริการ เทคโนโลยี และ ความรู้ ให้มีการเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยมีการดำเนินงาน ดังนี้

1. จัดกลุ่ม แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ
 - กลุ่มธุรกิจ บริการ
 - กลุ่มธุรกิจการให้บริการทางเทคโนโลยี
 - กลุ่มธุรกิจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับกิจการอื่น
2. การดำเนินงาน
 - เลือกกกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย และรับสมัครสมาชิก
 - จัดตั้งกลุ่ม
 - กำหนดหัวข้อพื้นฐาน
 - หาทางเลือก
 - พัฒนาสินค้า
 - จัดจำหน่าย
 - วางตลาด

ตัวอย่าง SME ที่ประสบความสำเร็จในไต้หวัน

ตัวอย่างที่ 1 กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมือง Shuilimei

เป็นการรวมกลุ่มของ ๓ เมือง คือ Shuili, Cheh-Chen Shan-An เป็นแหล่งผลิตภัณฑการเกษตรหลายชนิด เช่น บัว ฝรั่ง เห็ด ไบชา แอลกอฮอล์ และน้ำส้มสายชู นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจบริการ เช่น งานไม้ ร้านค้า ร้านอาหาร และโรงแรม พบว่า ยังมีปัญหาต่าง ๆ เช่น พื้นที่ห่างไกลกันมาก ไม่มีชื่อเสียง จุดที่น่าสนใจในการท่องเที่ยว ขาดการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว จึงได้แนะนำให้ดำเนินการ รวมกลุ่มกันและจัดทำ เว็บไซต์ สำหรับประชาสัมพันธ์ร่วมกัน จัดทำศูนย์ข้อมูล ตอบคำถามด่วน(QR = Quick Response) แนะนำให้ใช้ ระบบข้อมูล จัดทำระบบการจัดการทางการตลาด และการทำ E-Marketing จากการประเมินผล ในปี 2010 พบว่า มีสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้น 10 ราย ลูกค้าน่าพอใจ 90% มีการจัดสัมมนา 8 ครั้ง มีสมาชิกกลุ่มศูนย์ข้อมูล เพิ่มขึ้นเป็น 60 ราย เป็นต้น

ตัวอย่างที่ 2 กลุ่ม น้ำพุร้อน และสุขภาพ Beitou

Beitou เป็นเมืองที่ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของไต้หวัน เป็นเมืองที่เป็นสมาชิกของ WHO International Health Cities Foundation ได้ประสบปัญหา ในด้านการสร้างความแตกต่างในการดำเนินงานโรงแรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม รวมทั้ง ไม่มีสินค้าที่มีชื่อของจังหวัด จึงได้ดำเนินการ รวมกลุ่มกันของโรงแรมในพื้นที่

พัฒนาสินค้าและวัฒนธรรมของท้องถิ่น บริการไกด์นำเที่ยว

พัฒนาสินค้าที่ระลึก : สบู่จากน้ำพุร้อน ผ้าพันคอ บิสกิต

ผนวกการท่องเที่ยวและอาหารในเส้นทางเดียวกัน : อาหารเพื่อสุขภาพ

ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์โดยการ สร้างเว็บไซต์ และสื่อทาง อินเทอร์เน็ต

ผลที่ได้รับหลังจากการให้คำแนะนำและดำเนินการ พบว่า มีกามีสมาชิกเพิ่มขึ้น มีการพัฒนางานบริการและสินค้าใหม่ และยอดขายเพิ่มขึ้น จากปีก่อนถึง 3.4 ล้านเหรียญไต้หวัน

สรุป

- การรวมกลุ่มกันทำให้เกิดการทำงาน ที่ประสานความร่วมมือซึ่งกันและกัน
- การรวมกลุ่มกันทำให้เกิดการสร้างสรรค SME ใหม่ ๆ
- การรวมกลุ่มกันทำให้เกิดการพัฒนามุมมองร่วมกัน เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ เกิดมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและธุรกิจ และมั่นคง

- การรวมกลุ่มกัน ทำให้ SME เติบโตขึ้นไปอย่างต่อเนื่อง

การเปลี่ยนแปลงสิ่งคโปรไปยังตลาดโลก

Dialogue Style Presentation : Dr. Foo Check Teck

SME มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงโลก คนที่มีความคิด ความสามารถเพียงคนเดียวก็สามารถเปลี่ยนเมืองทั้งเมืองได้ เปลี่ยนแปลงประเทศและเปลี่ยนโลกได้ ตัวอย่างเช่น Dong Ying Hong เดิมเป็นครูโรงเรียนประถมแห่งหนึ่ง เริ่มจากการผลิตถุงเท้าในบ้าน และขยายการผลิต จนปัจจุบันสามารถผลิตถุงเท้าได้ถึง 9 ล้านล้านคู่ต่อปี มีลูกค้าจากทั่วโลก Dr. Foo ได้เล่าถึงประสบการณ์ที่ได้เดินทางไปยังประเทศต่าง ๆ ดังนี้

ประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย

⇒ จีน : จีนใช้สิ่งคโปรเป็นต้นแบบในความก้าวหน้า

ประเทศแถบแม็กซิโก Sir Walter Raleigh นายทหารอังกฤษ กล่าวไว้ว่า

“ผู้ใด ครอบครอง ทะเล ผู้นั้น ครอบครองการค้า

ผู้ใด ครอบครอง การค้า ผู้นั้น ครอบครองความมั่งคั่งของโลก”

⇒ ลาว เป็นประเทศที่ไม่มีทะเล การเติบโตทางเศรษฐกิจมีไม่มาก ประชากรน้อย

⇒ เวียดนาม มีปัญหาในการสื่อสารภาษาอังกฤษ แต่ประเทศนี้มีแถบทะเลขนานเกือบครึ่งของประเทศ

⇒ เขมร ผ่านการเป็นสมรภูมิรบ ปัจจุบันมีความเจริญพอสมควร

⇒ ไทย เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคนี้ หากมีการตัดคอคออดกระ จะทำให้สิ่งคโปร หมดความสำคัญทันที

⇒ พม่า ยังสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้น้อย มีทะเล แต่ยังมีกฎระเบียบเข้มงวด

⇒ อินโดนีเซีย มีลักษณะเป็นหมู่เกาะ

⇒ ฟิลิปปินส์ ธุรกิจบันเทิงเป็นที่ยอมรับระดับโลก

⇒ มาเลเซีย

⇒ ศรีลังกา

⇒ อินเดีย มีความเข้มแข็งด้าน IT

⇒ ปากีสถาน

กล่าวโดยสรุป โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้ง และมีผลเกี่ยวโยงกันทั่วโลก เหมือน โดมิโน

แผนงานในการช่วยเหลือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไต้หวัน

ROC scheme in helping the SMEs : Mr. Andrew Shih-Liang, Lin

ไต้หวันเป็นประเทศหนึ่ง ที่ SMEs ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจนประสบความสำเร็จ เป็นต้นแบบในการพัฒนาของ SMEs ในหลายประเทศ

ความท้าทายของ SMEs ในไต้หวัน

- ด้านการผลิต SMEs ไม่มีกำลังในการต่อรอง และไม่มีความสามารถในการเผชิญกับภาวะวัตถุดิบที่ผันผวนได้
- มีช่องทางในการกระจายสินค้าจำกัด
- ข้อกำหนดต่าง ๆ ไม่เอื้อต่อ SMEs
- ขาดบุคลากรในการทำตลาดต่างประเทศและการจัดการข้อมูล

- ขาดการพัฒนาและคิดค้นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
- ไม่มีเงินทุน

การสนับสนุนจากรัฐบาล

- จัดการรวมกลุ่มธุรกิจ เช่น OTOP
- ให้ข้อมูลในการจัดทำระบบ การจัดการเกี่ยวกับการบริหาร สินค้า คุณภาพและเทคโนโลยี การตลาด การประชาสัมพันธ์
- ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน
- จัดการประกวดและให้รางวัลแก่ SMEs ในด้านต่าง ๆ

ประสบการณ์จากบริษัท Ingress : การตลาดที่มั่นคงจากความพึงพอใจของลูกค้า

Ingress Experiences : Market Sustainability toward Customer Satisfaction : Mr. Jamaludin Hj Maarof

Ingress เป็นบริษัท ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ในประเทศมาเลเซีย และมีฐานการผลิตไปยัง ประเทศไทยและอินโดนีเซีย บริษัท ได้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ ให้แก่บริษัทรถยนต์ แปรนติใหญ่ ๆ ของโลก เช่น Toyota, Mazda, Ford, Isuzu, Mitsubishi Nissan, Honda เป็นต้น สิ่งสำคัญที่ทำให้บริษัทมั่นคงคือ

1. การมีระบบการจัดการเป็นเลิศ
2. ระบบและคุณภาพเป็นเลิศ
3. บุคลากรเป็นเลิศ

สำหรับบริษัทที่ประสบความล้มเหลว นั้น มักจะมีสาเหตุมาจาก

1. มีเพียง 5% ของพนักงานเท่านั้นที่เข้าใจกลยุทธ์ของบริษัท
2. ผู้บริหาร 85% ใช้เวลา น้อยกว่า 1 ชั่วโมง พูดถึงกลยุทธ์
3. ผู้จัดการเพียง 25% เท่านั้นที่มีความเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์
4. มีความเข้าใจที่น้อยมากเกี่ยวกับการวางแผน การวัดผล และ ความผิดพลาด

จึงสามารถสรุปได้ว่า การสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าอย่างสูงสุด สินค้าจะต้องมีคุณภาพ ที่ดี เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า การวางแผนคุณภาพ ที่ได้ผลดี คือ การใช้วิธี PDCA

- P – Plan
- D – Do
- C – Check
- A – Act

ระบบการจัดการคุณภาพ คือ การสร้างคุณภาพให้เกิดขึ้นในตัวสินค้า ไม่ใช่ การตรวจสอบคุณภาพสินค้า
ความเป็นผู้นำ ประกอบไปด้วย

- ⇒ การมีวิสัยทัศน์ที่ดี 35%
- ⇒ การให้รางวัลให้กับผู้คน 33,%
- ⇒ มนุษย์สัมพันธ์ 19%,
- ⇒ พรสวรรค์ 9%
- ⇒ ความสามารถ 5%

ประธาน โช ของโตโยต้า กล่าวไว้ว่า หลักสำคัญของ ความเป็นผู้นำ 3 ประการคือ

ไปดู (Go See) ผู้บริหาร ต้องให้เวลากับ ระดับปฏิบัติงานในโรงงาน

ถาม (Ask Why) ใช้คำถาม “ทำไม “ ทุกวัน

ให้ความเคารพ (Show Respect) ให้ความเคารพ ในตัวบุคคลากรของคุณ

กลยุทธ์ในการตลาดและสร้างแบรนด์

Marketing and Branding Strategy : Dr. Sumas Wongsunopparat

การทำตลาดที่ดี ต้องเริ่มจากการมีผลิตภัณฑ์ที่ดี เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น การวิจัยความต้องการของผู้บริโภค จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้ผลิตจะต้องระลึกไว้เสมอว่า เมื่อเวลาผ่านไป ความต้องการของคนก็เปลี่ยนไป ดังนั้น จึงควรตรวจสอบผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ในเรื่อง

- ทำอย่างไรให้ผู้บริโภค รู้จักสินค้า และพูดถึงสินค้าของเราทุกวัน
- เปรียบเทียบสินค้ากับคู่แข่งในตลาด
- ภาพพจน์ของแบรนด์ในใจผู้บริโภค การทำแบบสอบถาม สัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ

ในการลงทุนในทุกขั้นตอน จำเป็นต้องใช้เงินทุน จึงต้องมีความมั่นใจว่าสินค้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคจริง ๆ

ในวงการธุรกิจ หากสินค้ามีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ วันหนึ่งก็จะมีคู่แข่งเกิดขึ้น หาก เป็นรายใหญ่ และมีอำนาจทางการตลาดสูง ทางออกที่ดีของ SMEs คือ การขายกิจการ เพราะเชื่อว่า ธุรกิจเล็ก ๆ จะไปแข่งขันกับกิจการใหญ่ ๆ ได้ยาก ด้วยความจำกัดในเรื่องบุคลากร และเงินทุน

นโยบาย SMEs ในไทย : วิสัยทัศน์และความท้าทาย

SMEs Policy in Thailand : Vision and Challenges : Assoc. Prof. Dr. Kusol Soonthorndhada

SMEs ในเมืองไทยได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ในปี 2544 โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการรวมกลุ่ม 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม การให้การสนับสนุน SMEs มักจะไม่ค่อยสม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละรัฐบาล สิ่งที่ทำลายของ SMEs ไทยคือ การเปลี่ยนแนวคิดจากการผลิตสินค้าราคาถูกลงมาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง

2.1 สรุปเนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานแต่ละแห่ง (ถ้ามี) พร้อมแนบภาพประกอบ

การเยี่ยมชม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

สวทช. เป็นหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินงานด้านการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ให้บริการทางวิชาการ ได้เยี่ยมชมหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ศูนย์นาโนเทคโนโลยี หอวิจัยด้านชีววิทยา ทำให้เห็นความก้าวหน้า ด้านต่าง ๆ ที่สามารถนำมาพัฒนา เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศและโลกของเรา ทั้งทางด้าน การเกษตร การแพทย์ อาหาร เป็นต้น

2.2 สรุปเนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (Group Discussion)

กรุณาดูเอกสารแนบ

ส่วนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

3.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

จากการเข้าร่วมโครงการ ได้เรียนรู้ ทักษะ และพัฒนาแนวความคิดในการประกอบกิจการ

SMEs ที่มีประสิทธิภาพ อย่างมืออาชีพ นอกจากความรู้จากวิทยากรแล้ว ยังได้เรียนรู้ ความแตกต่างและพื้นฐานของกิจการหลาย ๆ หน่วยงานและองค์กร รวมทั้ง มตรภาพที่ดีจากวิทยากร เจ้าหน้าที่ประสานงานและผู้เข้าร่วมสัมมนาด้วย

3.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

ได้นำความรู้ และทักษะเพิ่มขึ้น สามารถความรู้มาใช้ในการขยายตลาด และพิจารณาความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคอย่างมีหลักการ

3.3 กิจกรรมการขยายผลที่ได้ดำเนินการภายใน 1 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ

3.3.1 นำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดให้กับหน่วยงานที่สังกัด

3.3.2 สรุปรายละเอียดกิจกรรม พร้อมภาพถ่าย และใบลงชื่อผู้ร่วมกิจกรรม

3.4 กิจกรรมการขยายผลที่จะดำเนินการภายใน 6 เดือนหลังเข้าร่วมโครงการ

3.4.1 แผนงานกิจกรรมที่จะดำเนินการ

การขยายตลาดไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น เวียดนาม อินเดีย

3.4.2 ส่งเอกสารสรุปกิจกรรมดังข้อ 3.4.2 เมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมให้ส่วนวิเทศสัมพันธ์

ส่วนที่ 4 เอกสารแนบ

4.1 กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)

4.2 เอกสารประกอบการประชุม/สัมมนา (Training Materials)

4.3 ประวัติโดยสังเขปของวิทยากรบรรยาย (CV)

4.4 รายงานก่อนการเดินทาง (Country Paper-Thailand)

4.5 เอกสารนำเสนอผลงานหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (Group Presentation)

Workshop on Market Access for SMEs
23 – 27 May 2011
Venue: The Tawana Bangkok Hotel, Baccarat Room
Bangkok, Thailand

RESOURCE SPEAKERS

**Dr. Foo Check Teck,
Chief Resource Speaker,
Founder and Chairman, Sun Tzu Art of War Institute.**

**Mr. Andrew Shih-Liang, Lin
Director, Financing Division
Small & Medium Enterprise Administration
Ministry of Economic Affairs
Taipei**

**Mr. Jamaludin bin Maarof
Senior General Manager
Ingress Corporation Berhad
Negeri Sembilan, Malaysia**

LOCAL RESOURCE SPEAKER

**Assoc. Prof. Dr. Kusol Soonthorndhada
Institute for Population and Social Research,
Mahidol University, Thailand**

**Dr. Sumas Wongsunopparat
Chief Strategist and Chief Advisor to the President & CEO of CPN
Central Pattana, Thailand**

DAY 1, MONDAY (23 May 2011)

Time	Activities
09 : 00 – 09 : 15	Registration of Participants
09 : 15 – 10 : 00	Opening Ceremony (APO Video Presentation) <ul style="list-style-type: none">• Opening Remarks by Dr. Phanit Laosirirat – Executive Director, Thailand Productivity Institute (FTPI)• Opening Remarks by Mr. Muhammad Idham, APO Program Officer• Introduction of Experts and Participants Group Photo
10 : 00 - 10 : 15	Break
10 : 15 – 12 : 00	Session 1 <10~15 minutes Q&A included> “Overview of SMEs in the Current Global Economy and Strategies to Access the Global Market” By: Dr. Foo Check Teck, Chief Resource Speaker, Founder and Chairman, Sun Tzu Art of War Institute.
12 : 00 – 13 : 00	Lunch
13 : 00 – 14 : 00	Session 2 <10~15 minutes Q&A included> Country Paper Presentation (Challenges for SMEs) Facilitated by: Dr. Foo Check Teck.
14 : 00 – 14 : 15	Break
14 : 15 – 16 : 30	<10~15 minutes Q&A included> Country Paper Presentation (Challenges for SMEs) Cont. Facilitated by: Dr. Foo Check Teck.
17 : 15	Assemble at Hotel Lobby
17 : 30 – 18 : 00	Departure to Restaurant
18 : 00 – 20 : 00	Welcome Dinner (hosted by the APO) Venue: <i>Silom Village</i> (see http://www.silomvillage.co.th)
20 : 00 pm	End

DAY 2, TUESDAY (24 May 2011)

Time	Activities
08 : 45 – 09 : 00	Registration of Participants
09 : 00 – 10 : 30	<u>Session 3</u> <10~15 minutes Q&A included> “Transformation of Singapore Towards a Global Marketing Presence” By: Dr. Foo Check Teck.
10 : 30 – 10 : 45	Break
10 : 45 – 12 : 30	<u>Session 4</u> <10~15 minutes Q&A included> ROC scheme in helping the SMEs. By: Mr. Andrew Shih-Liang, Lin Director, Financing Division Small & Medium Enterprise Administration, Ministry of Economic Affairs Taipei
12 : 30 – 13 : 30	Lunch
13 : 30 – 14 : 30	<u>Session 5</u> <10~15 minutes Q&A included> Case Study : Sharing/Discussion Session (Successful SMEs in Asia) By: Dr. Foo Check Teck.
14 : 30 – 14 : 45	Break
14 : 45 – 15 : 00	Site Visit Briefing
15 : 00 – 17 : 15	<u>Session 6</u> <10~15 minutes Q&A included> Group Exercise & Presentation Facilitated by: Dr. Foo Check Teck.
17 : 15 pm	End

DAY 3, WEDNESDAY (25 May 2011)

Time	Activities
08 : 45 – 09 : 00	Registration of Participants

09 : 00 – 10 : 30	<p>Session 7 <10~15 minutes Q&A included></p> <p>"Cluster Approach in Enhancing SME Competitiveness"</p> <p>By: Mr. Andrew Shih-Liang, Lin</p>
10 : 30 – 10 : 45	Break
10 : 45 – 11 : 30	<p><10~15 minutes Q&A included></p> <p>"Cluster Approach in Enhancing SME Competitiveness" Cont.</p> <p>By: Mr. Andrew Shih-Liang, Lin</p>
11 : 30 – 12 : 30	Lunch
12 : 30 – 12 : 45	Assemble at Hotel Lobby
12 : 45 – 14 : 00	Departure to Site Visit
14 : 00 – 15 : 00	<p>Session 8 <10~15 minutes Q&A included></p> <p>Site Visit at Thailand Science Park</p> <p>Group Photo</p> <p>Topic: Thailand R&D Investment Promotion Policy & Infrastructure Readiness</p>
15 : 00 – 15 : 15	Break (It depends)
15 : 15 – 16 : 30	<p>Session 9</p> <p>Site Visit (Same organization as above).</p> <p>Vote of Thanks by group representative</p>
16 : 45	Departure to the Hotel

DAY 4, THURSDAY (26 May 2011)

Time	Activities
08 : 45 – 09 : 00	Registration of Participants
09 : 00 – 09 : 30	<p>Session 10 <10~15 minutes Q&A included></p> <p>Recap & discussion of the learning points gained during the site visit.</p> <p>Facilitated by: Dr. Foo Check Teck.</p>
09 : 30 – 10 : 45	<p>Session 11 <10~15 minutes Q&A included></p> <p>Topic: Marketing and Branding Strategy</p>

	By: Dr. Sumas Wongsunopparat Chief Strategist and Chief Advisor to the President and CEO of CPN (Central Pattana)
10 : 45 – 11 : 00	Break
11 : 00 – 12 : 30	Session 12 <10~15 minutes Q&A included> “SMEs Policy in Thailand: Vision and Challenges” By: Assoc. Prof. Dr. Kusol Soonthorndhada Institute for Population and Social Research, Mahidol University
12 : 30 – 13 : 30	Lunch
13 : 30 – 14 : 30	Session 13 “Market Sustainability toward Customer Satisfaction” By: Mr. Jamaludin bin Maarof Senior General Manager, Ingress Corporation Berhad
14 : 30 – 14 : 45	Break
14 : 45 – 17 : 00	Session 14 Group Work & Preparation for Action Plan Presentation. Facilitated by: Dr. Foo Check Teck.
17 : 00 pm	End

DAY 5, FRIDAY (27 May 2011)

Time	Activities
08 : 45 – 09 : 00	Registration of Participants
09 : 00 – 10 : 30	Session 15 Group Presentation on Action Plan. Q&A and Comments / Recommendations. Facilitated by: Dr. Foo Check Teck. Mr. Jamaluddin bin Maarof
10 : 30 – 10 : 45	Break
10 : 45 – 12 : 00	Session 16

	Recap on the whole program. Facilitated by: Dr. Foo Check Teck.
12 : 00 – 12 : 15	Workshop Evaluation
12 : 15 – 12 : 45	Closing Ceremony and Distribution of Certificate <ul style="list-style-type: none"> Closing speech by Dr. Phanit Laosirirat, Executive Director of Thailand Productivity Institute Vote of thanks by group representative
12 : 45 – 13 : 45	Farewell Lunch (Hosted by FTPI)

การเยี่ยมชม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)



เจ้าหน้าที่สถาบัน แนะนำภาพรวมของสถาบันก่อนการเยี่ยมชม



ทุกคนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก



ถ่ายภาพกลุ่ม เป็นที่ระลึก