

# รายงานการเข้าร่วมโครงการ APO

## 17-AG-24-GE-WSP-B Workshop on e-Business Modeling for Women Entrepreneurs

ระหว่างวันที่ 19-23 มิถุนายน 2560  
ณ ไทเป ประเทศไต้หวัน

จัดทำโดย  
ศกุนต์กานต์ ปาลกะวงศ์  
นักวิเคราะห์  
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของโครงการ

### 1.1 รหัสและชื่อโครงการ

17-AG-24-GE-WSP-B Workshop on e-Business Modeling for Women  
Entrepreneurs

### 1.2 ระยะเวลา

19-23 มิถุนายน 2560

### 1.3 สถานที่จัด

ณ ไทเป ประเทศ ไต้หวัน

### 1.4 ชื่อเจ้าหน้าที่ไอทีประจำโครงการ

Ms.Jisoo Yun

### 1.5 จำนวนและรายชื่อวิทยากรบรรยาย

1. Ms.Jayalakshmi Thirugnanam, Director & COO Ascenders Technologies Private Limited, India
2. Cheul Rhee, Professor Ajou University, ROK
3. Dr.Shiaw-chun Shang, Professor and Vice-dean Dept. of MIS National Chengchi University
4. Ms.Maggie Chen, Founder and CEO Wonderfulfood
5. Ms.Fione Tan, President, eOneNet.com Sdn. Bhd. Malaysia

1.6 จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 36 คน และ ประเทศที่เข้าร่วมโครงการ กัมพูชา ฟิลิปปินส์ ไทย มาเลเซีย ศรีลังกา อิหร่าน อินเดีย มาเลเซีย เวียดนาม มองโกเลีย ปากีสถาน เนปาล อัฟกานิสถาน ลาว ซามัวร์

## ส่วนที่ 2 เนื้อหา/องค์ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ

### 2.1 ที่มาหรือวัตถุประสงค์ของโครงการโดยย่อ

เพื่ออบรมการทำตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น E- business marketing, Online marketing, และนำเสนอตัวอย่างกรณีศึกษาที่เป็นผู้ประกอบการหญิงในการทำตลาดแบบ E- business marketing ในหลายกรณีศึกษา

### 2.2 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการฟังบรรยาย

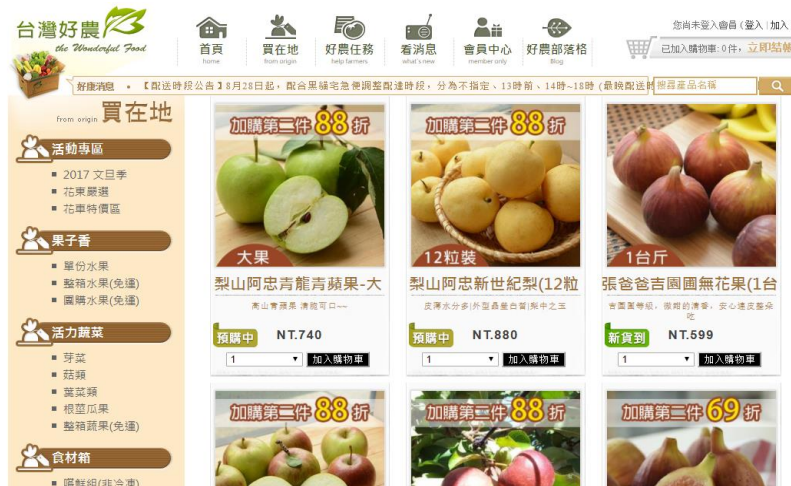
จากการไปร่วมอบรมในครั้งนี้ ทั้งหมดเป็นหัวข้อเกี่ยวกับการตลาดมากมายหลายรูปแบบ โดยข้าพเจ้าจะขอยกตัวอย่างเรื่องที่ผมเห็นว่าประโยชน์และน่าสนใจ ดังนี้

1. หัวข้อ The experience Sharing of Agriculture E-commerce Promotion in Taiwan by using the example of Wonderfulfood.com.tw/

บรรยายโดย Meggie Chen ผู้ประกอบการเจ้าของกิจการ Wonderfulfood  
องค์ความรู้ที่ได้รับ

ในปัจจุบันอัตราการเติบโตของผู้บริโภค Safe food ในไต้หวันมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆทุกปี เนื่องจากเทรนด์ใส่ใจสุขภาพมาแรง และจากปัญหาที่ว่าผู้บริโภคต้องการทานผลไม้สดแต่ไม่มีเวลาไปจับจ่ายซื้อของและตัวผู้ผลิตอาหารเช่นชาวไร่หรือผู้ประกอบการเลี้ยงสัตว์ก็ต้องการที่จะมีรายได้อย่างสม่ำเสมอ

Wonderfulfood จึงเป็นเสมือนตัวกลางที่เชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตอาหารทุกชนิดในไต้หวัน โดยมีการสร้าง Website ที่เป็น Platform ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ผลิตผลไม้ได้นำภาพอาหารหรือผลไม้ของตนมาแสดงและลงขายบนหน้าเว็บไซต์อย่างสวยงาม พร้อมทั้งสร้างเรื่องราว หรือบรรยายลักษณะของผลิตภัณฑ์แจ้งราคา หรือแม้กระทั่งมีช่างถ่ายภาพจาก Wonderfulfood ไปจัดการถ่ายสินค้าให้สวยงามน่าซื้อ ดังภาพตัวอย่างจากเว็บไซต์ Wonderfulfood



โดยความน่าสนใจของวิธีการอีกอย่างหนึ่งก็คือ เว็บไซต์จะนำผลไม้ขึ้นชื่อประจำเมืองต่างๆมาอยู่ในหมวดเดียวกัน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและมูลค่าให้กับสินค้า (ตัวอย่างสมมุติ เช่น ถ้าเป็นมะม่วง ของดีก็มักมาจากเมือง Taichong เป็นต้น) และทางบริษัทเองก็มีการออกตรวจคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าคัดยส่งเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพและความสะอาดของอาหารลงไปตรวจตราถึงแหล่งเพาะปลูกหรือโรงเลี้ยงสัตว์อย่างสม่ำเสมอ โดยใช้มาตรฐาน COA Safety Certifications Organic, TAP, TGAP, CAS โดยปัจจุบันบริษัทมีผู้ผลิตอาหารเข้าร่วมถึง 600 ราย

หลังจากลูกค้ากดเลือกซื้อสินค้าแล้ว การจัดส่งหากไกลมากและต้องการความรวดเร็วก็จะจัดส่งด้วยรถไฟความเร็วสูง HSR ของไต้หวันใส่กล่องหรือหีบห่อที่ทะนุถนอมส่งไปให้ถึงบ้านผู้รับ หรือหากระยะทางไม่ไกลมากก็จะเป็นเพียงการส่งพัสดุด่วนไปถึงผู้รับ

ซึ่งสำหรับธุรกิจแบบ B2C ที่ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางแบบนี้ นับว่า PAN Asia เติบโตมากขึ้นทุกปี 2014 : 31.2%, 2015 : 33.4% และเติบโตเป็นอันดับหนึ่งของโลก คืออยู่ที่ 33.4%

## ความคิดเห็นหรือยกตัวอย่างประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรหรือประเทศไทย

สำหรับกรณีการทำ E-commerce เช่นนี้ เมื่อดิฉันได้ฟังก็รู้สึกเกิดแรงบันดาลใจอย่างมาก และคิดว่าประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่มีผลไม้ขึ้นชื่อหลายอย่างน่าจะทำได้บ้าง เช่นในเขตจังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นเมืองผลไม้อุดมสมบูรณ์และไม่มีในประเทศอื่นๆ เช่น มังคุดและทุเรียน แต่เมื่อพิจารณาจากปัจจัยหลายๆอย่าง จะพบว่า สาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการสร้างธุรกิจ E-commerce อันดับแรกคือ

### 1. การขนส่งสินค้า

เนื่องจากผลไม้เมื่อเก็บเกี่ยวแล้วก็จะสามารถสดใหม่อยู่ได้ไม่นานก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค เนื้อสัตว์หรือผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆก็เช่นกัน การที่ได้วันมีรถไฟฟ้าความเร็วสูงให้บริการทั่วประเทศ ทำให้การขนส่งสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและง่ายดาย สามารถส่งไปพร้อมๆกันได้ ทำให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคในขณะที่ยังสดใหม่ นอกจากนี้การขนส่งโดยทางไปรษณีย์พัสดุซึ่งใช้รถเล็กในการขนส่งก็สามารถเดินทางได้สะดวก เนื่องจากการจราจรไม่ได้ติดขัดมากและคาดเดาได้

เมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้ว การที่เราไม่มีรถไฟฟ้าขนส่งสินค้าจากต่างจังหวัด ทำให้ค่าขนส่งนั้นสูงมาก จนแทบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่ผู้บริโภคทั่วไปจะสั่งซื้อได้ รวมไปถึงการจราจรของเราที่ติดขัดอยู่เสมอ นั้นจะทำให้

### 2. การคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยของอาหารและพฤติกรรมการบริโภค

ในปัจจุบัน คนได้วันมักจะคำนึงถึงการบริโภค Safe food มากขึ้น สินค้าที่ได้มาตรฐานว่าเป็น Organic จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องไว้วางใจได้ และ Wonderfulfood ก็สามารถสร้างความน่าเชื่อถือนี้ให้แก่ผู้บริโภคจนพวกเขายอมจ่ายแพงขึ้น เพื่อได้ของอร่อยและปลอดภัยแน่นอน

ในขณะที่ประเทศไทยเรายังคำนึงถึงเรื่องนี้ไม่มากเท่า เราสามารถบริโภคผลไม้จากร้านผลไม้สดเห็นได้ทั้งที่ไม่สามารถสืบย้อนถึงการใส่สารฆ่าแมลง เนื่องจากสินค้าเหล่านี้ก็หา কিনได้ง่ายและทั่วไปไม่ต้องรอนานและราคาย่อมเยาวิกว่า ซึ่งนับว่าพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างก็ถือเป็นอุปสรรคในการทำธุรกิจนี้มากที่สุดทีเดียว

### 3. การเข้าถึงร้านค้าออนไลน์

เมื่อเทียบกับชาวไต้หวันแล้ว ความเชื่อถือของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์และความสามารถในการซื้อสินค้าออนไลน์นั้นต่างกัน ผู้บริโภคในไทยยังไม่นิยมซื้อของออนไลน์มากเท่าหรือผู้ที่ค่อนข้างสูงวัยจะไม่รู้วิธีใช้ช่องทางเหล่านี้

โดยสรุป ดิฉันมองว่าธุรกิจเช่นนี้ที่จริงสามารถเกิดขึ้นได้ หากในอนาคตเราสามารถแก้ไขอุปสรรคในเรื่องของการขนส่งหรือได้ช่องทางการขนส่งที่รวดเร็วและราคาย่อมเยาวิในแบบอื่นๆมาช่วย

2. หัวข้อ : Sales Channels in online markets in Southeast Asia : Selling through B2B and B2C  
บรรยายโดย Fione Tan, CEO, eOneNet.com

### องค์ความรู้ที่ได้รับ

จากสถิติการเข้าชมเว็บไซต์ทั่วโลก เว็บไซต์ที่มีจำนวนผู้เข้าชมมากที่สุด (Traffic) คือ

1. Google
2. Facebook
3. Youtube

ทำความรู้จักกับเว็บไซต์ขายสินค้าแบบ B2B (Business to Business) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก นั่นคือ  
Alibaba.com

- แหล่งการค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยมีผู้นำเข้าและส่งออก
- มีสมาชิกจำนวนมากถึงราวๆ 36.7 ล้านแอดเคาท์
- มีสินค้ากว่า 5900 ประเภท ใน 40 อุตสาหกรรม

### B2C Platform

- Local marketplace
- International marketplace
- Closed market/ exclusive platform

ตัวอย่าง Local marketplace ใน Southeast of Asia ที่ประสบความสำเร็จมีอะไรบ้าง

- Malaysia – Lelong.com.my, Mudah.com.my
- Thailand – Tarad.com
- Indonesia – MatahariMall.com

ตัวอย่าง International marketplace ที่ประสบความสำเร็จมีอะไรบ้าง

- Ebay.com และเว็บไซต์แยกแต่ละประเทศ Ebay.co.uk
- Amazon.com และเว็บไซต์แยกแต่ละประเทศ Amazon.co.jp

การจ่ายเงินเป็นแบบเก็บเงินปลายทาง และมีค่าใช้จ่ายในการโพสหน้าร้าน

ตัวอย่าง Closed market/ exclusive platform ที่ประสบความสำเร็จมีอะไรบ้าง

- China – Tmall.com – จับสินค้าราคาแพง ขายเฉพาะกลุ่ม ราคาเริ่มต้นที่ US 25,000

- New – 28Mall.com – 1 แบนด์ 1 ผู้จัดจำหน่าย

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ได้รับความนิยม

## 1. SEO และ SEM

SEO (Search Engine Optimization) และ SEM (Search Engine Marketing) ว่ามีความต่างกันอย่างไร ถ้าจะพูดถึง SEO หรือที่ย่อมาจาก Search Engine Optimization นั้น ก็คือ วิธีการค้นหาข้อมูลในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงเว็บไซต์ เพราะโดยปกติแล้วเว็บไซต์ที่ปรากฏอยู่ใน Search Engine ในลำดับแรกๆ นั้น มักเกิดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของคลิกเข้าสู่เว็บไซต์ ซึ่งจำนวนของการคลิกจะมีมากกว่าเว็บไซต์ที่อยู่ในอันดับที่อยู่ด้านล่าง หรืออยู่หน้าถัดไป เป้าหมายหลักของการทำ SEO ก็คือการกระตุ้นให้เว็บไซต์ของเราเป็นที่นิยม และเป็นที่ยอมรับในวงกว้างมากขึ้น หลายบริษัทได้นำวิธีการนี้ไปปรับแต่งกับเว็บไซต์ของตัวเอง เพื่อส่งผลให้เว็บไซต์ของแต่ละบริษัทติดอันดับต้นๆ ของ Search Engine ต่างๆ เช่น Google, Yahoo, Bing ส่วน SEM (Search Engine Marketing) ว่าคืออะไร SEM เกิดจากการรวมค่าของ Search Engine + Marketing ซึ่งก็คือการตลาดบน Search Engine หรือเรียกอีกอย่างว่าการซื้อโฆษณาเพื่อให้เว็บไซต์ขึ้นอยู่ในตำแหน่งโฆษณา เมื่อมีคนค้นหา keyword ตามที่ได้ตั้งไว้ ดังนั้นเป้าหมายของการทำ SEM คือต้องการให้ผู้ใช้ บ้อนคำค้นหา ลงในช่องค้นหาของ Search Engine แล้ว Search Engine จะทำการดึงเอาเว็บไซต์ ที่มีเนื้อหาตรงกับ Keywords นั้นๆ มาแสดงผล

ข้อแตกต่างระหว่าง SEO และ SEM ก็คือ SEO มีความไม่แน่นอน เพราะการจัดอันดับของ Google จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และบาง Keywords ที่เราต้องการไม่สามารถทำให้ติดอันดับได้ แตกต่างจาก SEM เพราะถ้าเรามีเงินในการซื้อโฆษณาเยอะเท่าไร เว็บไซต์ของเราจะติดอันดับแรกๆ อย่างแน่นอน และอีกอย่างที่แตกต่างกันก็คือ อันดับคือสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับ SEO เพราะถ้าหาก เว็บไซต์อยู่ในอันดับท้ายๆ โอกาสที่คนจะกดเข้ามาดูก็จะมีน้อยตามไปด้วย แต่สำหรับ SEM ไม่ว่าเว็บไซต์จะอยู่ในช่องโฆษณาอันดับแรกหรือไม่ ก็แทบจะไม่แตกต่างกันเลย

## 2. Social Media Marketing

### 2.1 ระดับประเทศ

### 2.2 ระดับโลก

### 2.3 เครือข่ายของผู้เชี่ยวชาญ (LinkedIn) หรือเครือข่ายของผู้บริโภค (Facebook)

## 3. Video Marketing

### 3.1 ระดับประเทศ

### 3.2 ระดับโลก

## 4. E-mail Marketing

### 4.1 ส่ง E-newsletter ไปยังฐานข้อมูลลูกค้าของเรา

### 4.2 ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ซื้อ

## 5. Blog Marketing

### 5.1 สร้างบล็อกบนเว็บไซต์ที่มี Template ฟรีให้

### 5.2 มีเว็บไซต์หรือบล็อกเป็นของตัวเอง

ความคิดเห็นหรือยกตัวอย่างประเด็นที่สามารถนำมาปรับใช้ในองค์กรหรือประเทศไทย

ทฤษฎีการตลาดออนไลน์เป็นประโยชน์อย่างมากในองค์กรของดิฉัน เนื่องจากการเห็นภาพกว้างของการทำการตลาดในรูปแบบต่างๆ ทำให้เราสามารถนำกลยุทธ์นั้นๆ ที่ได้รับการยืนยันว่าได้ผลแล้วมาปรับใช้ เช่น Blog marketing หรือ Video Marketing

### 2.3 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานแต่ละแห่ง

ร่วมชมงานแสดงผลผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหาร Food Taipei 2017 ที่ศูนย์แสดงสินค้า Taipei Nangang exhibition center hall

จากการสังเกตการณ์และสอบถามจะพบว่า สินค้าได้วันส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับอาหารเพื่อสุขภาพหรืออาหารออร์แกนิก รวมถึง Packaging ที่ใช้ก็ดูสวยงามทันสมัย ได้รับการออกแบบอย่างดี



## 2.4 เนื้อหา/องค์ความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม (Group Discussion)

สำหรับการทำ Group Discussion และพรีเซนต์ กลุ่มของดิฉันเลือกสินค้า Wild rice stem เป็นพืชลักษณะ นิ่มแต่ก็กรอบและยืดหยุ่น รสชาติหวาน ปลูกได้เฉพาะทุ่งนาบางส่วนของไต้หวันเท่านั้น เนื่องจากเป็น ผลิตภัณฑ์ที่แปลกและไม่เคยเห็นมาก่อนในประเทศของตน มีการตลาดที่ดีและ Packaging สวยงาม กลุ่มของเราจึงเลือกผลิตภัณฑ์ตัวนี้

หากเป็นแบบต้นตำรับ Wild rice stem จะถูกบรรจุใส่แพคเกจแบบถุงที่ดูคลาสสิกและดูสะอาดตา เหมาะ สำหรับวัยผู้ใหญ่หรือวัยสูงอายุ ที่มักนำไปประกอบอาหารอีกที



ในขณะเดียวกัน ก็มีการแตกไลน์สินค้าออกมาเป็นแบบปรุงสำเร็จ โดยหั่น Wild rice stem ออกมาเป็นแนว ยาวขึ้นพอดีคำ และปรุงรสต่างๆออกมา ซึ่งปัจจุบันมี 3 รส นั่นคือรสออริจินอล รสกิมจิ รสเผ็ดแบบไทย







### ส่วนที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ

#### 3.1 ประโยชน์ต่อตนเอง

ประโยชน์ที่ได้รับสำหรับตนเองคือการได้รับความรู้ด้าน Marketing เพิ่มเติม และ Case study ของประเทศต่างๆ รวมถึงการได้พบเพื่อนต่างชาติใหม่ๆที่สามารถเป็นเครือข่ายที่ดีในอนาคต

#### 3.2 ประโยชน์ต่อหน่วยงานต้นสังกัด

เนื่องจากตนเองทำงานอยู่ในส่วนประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่ช่วยเหลือ SME ประโยชน์ที่ได้รับต่อหน่วยงานต้น คือการนำกลยุทธ์ต่างๆที่ต่างชาติเคยทำสำเร็จแล้วมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมถึง Success Case ของธุรกิจต่างๆ ที่จะสามารถนำมา Benchmark ให้เกิดประโยชน์

### ส่วนที่ 4 เอกสารแนบ

#### 4.1 กำหนดการฉบับล่าสุด (Program)

#### 4.2 ประวัติโดยสังเขปของวิทยากรบรรยาย (CV)