

อุตสาหกรรม

» **ปลุกพลัง
นักรบ SMEs**
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

» **มิตรภาพ**
รุกสู่อนาคต
ด้วย R&D

» **The Cool**
แบรนด์ไทย
เจ้าธุรกิจความเย็น

อาทิตย์ วุฒิกะโร
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม



ครัวไทย ครัวคุณภาพของโลก

Thailand Food Quality to The World

The Pride of Thailand
Thailand Food
Seasoned Food For All Seasons



สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม

2008 ซ.อรุณอมรินทร์ 36 ถ.อรุณอมรินทร์ แขวงบางยี่ขัน เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700

โทร : 0-2886 8088 โทรสาร : 0-2883 5854 www.nfi.or.th



EXECUTIVE TALKS

ปลุกพลัง

‘ยักษ์เล็ก’ SMEs

ธุรกิจเอสเอ็มอีแม้จะไม่ใช่ธุรกิจขนาดใหญ่ แต่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยไม่น้อย โดยปัจจุบันจำนวนผู้ประกอบการเอสเอ็มอีมีมากถึง 2.76 ล้านราย หรือคิดเป็น 99% ของวิสาหกิจทั้งหมด มีสัดส่วนต่อจีดีพีถึง 37%

ภายใต้ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยจะพบว่า เอสเอ็มอีเป็นผู้ผลิตที่ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้โดยตรง รวมถึงยังเป็นห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญในหลายอุตสาหกรรมทั้งผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นอุตสาหกรรมส่งออกสำคัญที่นำเงินตราเข้าประเทศ

เอสเอ็มอีจึงเปรียบเสมือน “ยักษ์เล็ก” ที่ทุกรัฐบาลให้ความสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ด้วยศักยภาพอันจำกัดของเอสเอ็มอี ทำให้ดำเนินงานภายใต้ภาวะกดดันทางเศรษฐกิจเป็นไปด้วยความยากลำบาก ภาครัฐจึงเร่งให้ความช่วยเหลือภายใต้ยุทธศาสตร์ “ขับเคลื่อน SMEs ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย” ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 เฟส

เฟสแรก เป็นการให้ “เงินทุน” ผ่านมาตรการช่วยเหลือด้านการเงิน การคลัง และมาตรการด้านภาษี ซึ่งเป็นการ “ต่อลมหายใจ” ให้เอสเอ็มอีมีสายป่านเพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว

แต่ที่สำคัญกว่านั้นคือ การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาวด้วยการติด “อาวุธทางปัญญา” เพราะหลายปัญหาที่ผู้ประกอบการคิดว่าแก้ได้ด้วยการลงทุนใหม่ แต่แท้จริงเป็นปัญหา “เส้นผมบังภูเข” ที่เกิดจากการบริหารจัดการการผลิต และทรัพยากร ซึ่งการติดอาวุธทางปัญญาสามารถแก้ปัญหาให้ธุรกิจได้ในระยะยาว

ในเฟสที่สอง จึงเป็น “มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเอสเอ็มอี” ซึ่งให้ความสำคัญทั้งผู้ประกอบการเดิม โดยจะต้องแก้ปัญหาการดำเนินงานเชิงลึก เพื่อให้ธุรกิจพลิกฟื้นและเติบโต

รวมทั้งการปั้นผู้ประกอบการหน้าใหม่เชิงสร้างสรรค์ หรือกลุ่มสตาร์ทอัพ เป็นการสร้างนักรบใหม่เพื่อเป็นกำลังสำคัญให้กับเศรษฐกิจในอนาคต

ความช่วยเหลือทั้ง 2 เฟส เป็นอภิมหาโปรเจกต์สำหรับเอสเอ็มอี ด้วยมูลค่าความช่วยเหลือกว่า 2 แสนล้านบาท และต้องทำงานอย่างบูรณาการกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นเจ้าภาพในการประสานสิบทิศ

การเพิ่มขีดความสามารถในทั้ง 2 มิติ จึงเป็นการปลุกพลัง “ยักษ์เล็ก” เอสเอ็มอีให้เข้มแข็ง เกิดเงินทุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ นอกจากจะไม่กระทบกับการจ้างงานแล้ว ยังเป็นพลังสำคัญให้กลไกเศรษฐกิจหมุนต่อไปได้อย่างไม่สะดุดอีกด้วย

ทีมงานวารสารอุตสาหกรรม

สารบัญ

SPECIAL REPORT

- 11 **COVER STORY** : ปลุกพลังนักสู SMEs ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย
- 19 **INFO** : นโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์
- 20 **CORPORATE MOVES** : มีตรพล รุกสู่นาคตด้วย R&D
- 25 **BLOOM** : 31Thanwa หรือ เร็ด..เิดตาย ในสังเวียนเบสบอล
- 27 **KITCHEN OF THE WORLD** : ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์ ยกกระดับอุตสาหกรรมอาหาร ขับเคลื่อนอนาคต
- 30 **KITCHEN OF THE WORLD** : ไอเดีย อาหารไทย

INDUSTRIAL WRAP

- 23 INDUSTRIAL WRAP
- 50 WHAT'S NEXT



เจ้าของ	กระทรวงอุตสาหกรรม เลขที่ 75/6 ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0 2202 3000 โทรสาร 0 2202 3268
ที่ปรึกษา	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม รองปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
บรรณาธิการบริหาร	ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง สำนักบริหารกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
กองบรรณาธิการ	กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
ผู้สนับสนุนข้อมูล	กรมและหน่วยงานต่างๆ ของกระทรวงอุตสาหกรรม
ให้ข้อเสนอแนะได้	กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักบริหารกลาง สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม โทร. 0 2202 3039-41 โทรสาร 0 2202 3268
หมายเหตุ :	บทความ บทสัมภาษณ์หรือข้อเขียนที่ปรากฏใน วารสารฉบับนี้เป็นทัศนะส่วนบุคคล ของผู้เขียน
พิมพ์ที่	บริษัท ดับบลิวพีเอส (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 167/5 หมู่ 4 ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางป่อ อำเภอบางป่อ สมุทรปราการ 10560



FOREIGN MARKETS

- 6 **IN THE WORLD** :
สมองกล และหุ่นยนต์
กับ Made in China 2025
- 8 **HOTSPOT CITIES** :
เวียดนาม.. เลือตัวใหม่แห่งอาเซียน



25



INNOVATION MANAGEMENT AND MARKETING

- 31 **SMART** : โตวองไว รถตอกเสาเข็ม สิทธิบัตรแรกของ 'โลก'
- 34 **INNOVATION & DESIGN** : Thailand Innovation Showcase
นวัตกรรมไทยทำ..ไม่ธรรมดา
- 36 **INNOVATION & DESIGN** : FOMM รถลอยน้ำ นวัตกรรมชาบูสุดล้ำ
- 37 **K&M** : กำแพงโต้ตของ 'โซคน้ำชัย' แม่พิมพ์ไทย..บนใจญี่ปุ่น
- 40 **BEHIND THE BRAND** : The Cool แบรินดีไทย เจ้าธุรกิจความเย็น
- 43 **HOT & COOL** : โนว์เบเกอร์เฮาส์ โมเดล 'สตาร์ทอัพ' ธุรกิจอาหาร

36



SUSTAINABILITY

- 47 **GREEN MATTERS** : นวัตกรรมเปลือกมัน 'ไทยนำ'
จากโรงงาน..สู่โรงเพาะเห็ด
- 52 **THUMPS UP** : ปูนลำปาง โรงงานในอ้อมกอดชุมชน

40



34





ภาพ : www.china.org.cn



ภาพ : www.china.org.cn



ภาพ : http://xinhuanet.com



ส่องกล และหุ่นยนต์ กับ Made in China 2025

จากนี้ต่อไป จีนจะมุ่งหน้าสู่การ “ปฏิวัติอุตสาหกรรม” ซึ่งจะส่งผลให้เกิดสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ๆ หือหือ และสร้างสรรค์ล้ำหน้ามาให้ประชาคมโลกได้ชื่นชม



IN THE WORLD



ภาพ : www.chinadaily.com.cn

กับดัก “สินค้าราคาถูก” กำลังทำให้จีนสะดุด รัฐบาลจีนจึงต้องเร่งหาทางแก้ไขก่อนจะถูกทั่วโลกตีตราให้ Made in China เป็นสินค้าด้อยค่าราคาถูก

ล่าสุด รัฐบาลจีนประกาศก้าวเร่งขยับภาพอุตสาหกรรมจีนสู่ความเป็นยักษ์ใหญ่ไฮโซ เพิ่มความพรีเมียมเข้าไปในทุกกระบวนการผลิต พร้อมเปิดยุทธศาสตร์ใหม่เมื่อกลางปี 2015 ภายใต้สโลแกน **Made in China 2025**

ภายในอีก 10 ปีเราจะได้เห็นโฉมหน้าอุตสาหกรรมแบบใหม่ในจีน อุตสาหกรรมที่จะเต็มไปด้วยนวัตกรรมทางความคิดที่ทันสมัย และ “รักโลก” และจีนตั้งเป้าจะก้าวขึ้นมาเป็น ผู้นำอันทรงพลังในด้านการผลิตของโลก ในปี 2025



ด้วยยุทธศาสตร์เดียวกันนี้ จากนั้นไป รัฐบาลจีนจะเปิดไฟเขียวให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่กับผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในธุรกิจประเภทฮาร์ดแวร์ และหุ่นยนต์

ภายใต้นโยบาย Made in China 2025 อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ถือเป็นหนึ่งในภาคการผลิตที่รัฐบาลจีนเปิดไฟเขียวอย่างเต็มที่ อัลริช สปิซฮอฟเฟอร์ ผู้บริหารของ ABB ซึ่งเป็นบริษัทวิศวกรรมขนาดใหญ่ของสวีเดนเซอร์แลนด์ กล่าวว่า หุ่นยนต์ตัวล่าสุดของจีนนั้นสามารถยกระดับการทำงานในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะมีความสามารถในการเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัย โดยกำจัดขั้นตอนของการยกวัตถุที่มีขนาดใหญ่และมีน้ำหนักมากไปได้ โดยอาศัยหุ่นยนต์เข้ามาเป็นผู้ช่วย

วิศวกรที่ทำงานในโรงงานผลิตของ ABB ในประเทศจีนเองก็ร่วมกันพัฒนาหุ่นยนต์มังกร สำหรับใช้กับการประกอบชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ ซึ่งหุ่นยนต์ผู้ช่วยนี้ขายดีเป็นเทน้ำเทท่าไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั่วโลก

รัฐบาลจีนจะเปิดไฟเขียวให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่กับผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในธุรกิจประเภทฮาร์ดแวร์ และหุ่นยนต์

อีกหนึ่งตัวอย่างแห่งความสำเร็จ คือ การพัฒนาหุ่นยนต์ชื่อ “ยูมิ” มีประสิทธิภาพการทำงานด้วยแขนอิเล็กทรอนิกส์ 2 แขน สามารถทำงานทดแทนมนุษย์ได้ในภาคการผลิต ซึ่งจะลดความเสี่ยงที่จะเกิดอุบัติเหตุของคอนกรีต ขณะที่การทำงานยังละเอียดไม่ต่างจากมนุษย์ อย่างเช่นการตรวจสอบข้อบกพร่องในสินค้าก่อนที่จะถูกส่งไปบรรจุและจำหน่าย

เทรี กูว์ ผู้บริหารบริษัท ฟอกซ์คอนน์ กล่าวว่า ภายในอีกไม่เกิน 5 ปี ภาคการผลิตที่เคยใช้แรงงานมนุษย์ในจีนกว่า 30% จะถูกแทนที่ด้วยหุ่นยนต์ และคนจะก้าวขึ้นไปทำงานในเชิงกลยุทธ์ งานที่สิ่งประดิษฐ์ยังทดแทนมนุษย์ไม่ได้ ในขณะที่บริษัทผู้คิดค้นนวัตกรรมต่างๆ ที่ส่วนใหญ่จดสิทธิบัตรในสหรัฐอเมริกาจะเริ่มหันมาสร้างหุ่นยนต์เป็นของตัวเองกันมากขึ้น

ถึงแม้ในรอบหลายปีที่ผ่านมา อัตราค่าจ้างแรงงานในจีนจะเพิ่มสูงขึ้นกว่าค่าแรงของหลายๆ ประเทศ แต่จีนยังคงรักษาระดับหนึ่งของความเป็นดินแดนที่นักลงทุนหมายตามอง ด้วยอัตราการเติบโตของจีดีพีในระดับที่น่าพอใจอยู่ที่ 6-7% และจะเป็นเช่นนี้เรื่อยไปจนถึงปี 2025

แต่จีนกำลังจะเปลี่ยนบทบาทความยิ่งใหญ่จากเชิงปริมาณสู่ความเป็นเจ้าแห่งความคิด เป็นแผ่นดินแห่งนวัตกรรม



10 อุตสาหกรรมนำร่อง

กระทรวงอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศประกาศให้ 10 อุตสาหกรรมของจีนเดินทางนำร่องโครงการ Made in China 2015 โดยจะให้การส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมที่มีส่วนแบ่งในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมจีนสูงที่สุด ได้แก่

- เทคโนโลยีสารสนเทศ
- เครื่องจักรกลและหุ่นยนต์ที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์
- อุปกรณ์ทางอากาศ
- วิศวกรรมและการขนส่งทางทะเล
- อุปกรณ์รางขั้นสูง
- ยานยนต์พลังงานทดแทน
- อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- เครื่องจักรกลทางการเกษตร
- วัสดุขั้นสูง
- อุปกรณ์ทางการแพทย์และยาชีวภาพ

ไฉแอม เคย์ซี๋ย ผู้ประกอบการชาวไต้หวันที่มีฉายาอยู่
ในแผ่นดินจีนมากกว่า 2 ทศวรรษเชื่อว่า จากนั้นต่อไป
จีนจะมุ่งหน้าสู่การ “ปฏิวัตินวัตกรรม” ซึ่งจะส่งผลให้
เกิดสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ๆ หรือหา และ
สร้างสรรค์ล้ำหน้ามาให้ประชาคมโลกได้ชื่นชม ซึ่ง
ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของตัวสินค้าเท่านั้น แต่คำว่า
“นวัตกรรม” ตามบทบัญญัติเศรษฐกิจใหม่ของจีนนั้นจะ
รวมไปถึงทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน

เคิร์ก หยาง จากธนาคารบาร์เคลย์ เชื่อว่า ภาคการผลิตของจีนจะก้าวข้ามอดีตของ Made in China ที่ทั่วโลกรู้สึกสะอึก ไปสู่ “Made by China” ปฐมบทใหม่ของการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผสมผสานกับองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและความสะอาดของโลกเข้าด้วยกัน

หากการตั้งธงของจีนที่ให้นวัตกรรมเป็นผู้นำ เพื่อเพิ่ม “คุณค่า” และ “มูลค่า” ให้กับสินค้าที่ผลิตจากประเทศจีนสำเร็จได้ คู่แข่งทั้งหลายคงต้องสะท้อนไปอีกหลายคำรบทีเดียว

ที่มา : <http://www.economist.com/news/special-report/21663332-chinese-manufacturing-remains-second-none-still-made-china>





ภาพ : <http://2pat.com/20100115/modern-day-vietnam>

เวียดนาม.. เสือตัวใหม่แห่งอาเซียน

อีกหนึ่งปัจจัยที่ดึงดูดการกำการลงทุนในเวียดนาม คือ การเข้าร่วมอยู่ในความตกลงหุ้นส่วน
ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership
Agreement : TPP)



เวียดนาม หนึ่งในสมาชิกอาเซียนที่กำลังเป็นที่จับตามองของนักลงทุนต่างชาติ ด้วยศักยภาพที่แข็งแกร่งทั้งด้าน
ทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย และศักยภาพในการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูงต่อเนื่องจนถูกขนานนามว่า
“เสือตัวใหม่แห่งอาเซียน”

โดยเวียดนามมีชายแดนติดกับประเทศจีนเป็นระยะทางยาวถึง 1,281 กิโลเมตร และมีพรมแดนติดกับสปป.ลาว
และกัมพูชา จึงมีศักยภาพในการเป็นสะพานเชื่อมการลงทุนระหว่างอาเซียนและจีน

ศักยภาพและการเติบโต

เศรษฐกิจของเวียดนามขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 มีมูลค่า 186.05 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ
5.98 ส่วนในปี 2558 ไอเอ็มเอฟคาดการณ์ว่า จะขยายตัวร้อยละ 6.20 ซึ่งรัฐบาลเวียดนามมีความพยายามให้เศรษฐกิจ
บรรลุเป้าหมายการขยายตัวดังกล่าวโดยได้ปรับปรุงบรรยากาศการลงทุน อำนวยความสะดวกให้แก่การพัฒนาการ
ผลิตและการประกอบธุรกิจ ยกกระดับผลผลิต ประสิทธิภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจ เน้น
การบริหารเพื่อค้ำประกันความมีเสถียรภาพของเศรษฐกิจมหภาค



ด้านการลงทุนของเวียดนามมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการสนับสนุนของรัฐบาล เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2557 มีจำนวนโครงการที่ได้รับการอนุมัติการส่งเสริมการลงทุนจำนวน 1,843 โครงการ มูลค่าเงินลงทุน 21,922 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจุบันประเทศผู้ลงทุนรายใหญ่ คือ เกาหลีใต้ รองลงมาคือ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ส่วนการลงทุนของไทย ข้อมูล ณ วันที่ 20 กรกฎาคม 2558 ไทยเป็นผู้ลงทุนอันดับที่ 10 มีการลงทุน 397 โครงการ มูลค่ารวม 7.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การลงทุนทางตรงจากต่างประเทศในเวียดนามจำแนกตามประเทศผู้ลงทุน

ประเทศ	การลงทุนสะสม 2531 - 2557		การลงทุนในปี 2557	
	จำนวนโครงการ	ทุนจดทะเบียน(ล้านUS\$)	จำนวนโครงการ	ทุนจดทะเบียน(ล้านUS\$)
1) เกาหลีใต้	4,190	37,726.30	588	7,705.00
2) ญี่ปุ่น	2,531	37,334.50	101	1,228.90
3) สิงคโปร์	1,367	32,936.90	119	2,892.70
4) ไต้หวัน	2,387	28,468.50	342	2,299.00
5) หมู่เกาะบริติชเวอร์จิน	551	17,990.00	29	790.4
6) ออสเตรเลีย	883	15,603.00	112	3,036.40
7) สหรัฐอเมริกา	725	10,990.20	43	309.6
8) มาเลเซีย	489	10,804.70	36	388.4
9) จีน	1,102	7,983.90	112	497.1
10) ไทย	379	6,749.20	41	232.8
อื่นๆ	3,164	46,128.80	320	2,541.90
รวม	17,768	252,716.00	1,843	21,922.00

ที่มา : GENERAL STATISTICS OFFICE of VIETNAM (2015) รวบรวมโดยโครงการเตือนภัยภาคอุตสาหกรรมไทยและสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ทั้งนี้รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันปี 2558 คาดว่าจะอยู่ที่ 2,234 ดอลลาร์สหรัฐ (เพิ่มขึ้นจาก 1,896 และ 2,064 ในปี 2556 และ 2557) สำหรับอัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับ 7.36% (2557) และคาดว่าจะอยู่ที่ 7.67% ในปี 2558

อีกหนึ่งปัจจัยที่ดึงดูดการค้าการลงทุนในเวียดนาม คือ การเข้าร่วมอยู่ในความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement : TPP) ซึ่งมีประเทศสมาชิก 12 ประเทศประกอบด้วย ออสเตรเลีย บรูไน แคนาดา ชิลี ญี่ปุ่น มาเลเซีย เม็กซิโก นิวซีแลนด์ เปรู สิงคโปร์ สหรัฐ และเวียดนาม

ทั้งนี้ คาดว่าการเข้าร่วมในความตกลงดังกล่าวจะส่งผลให้เวียดนามได้รับประโยชน์ในเรื่องการเพิ่มปริมาณการค้าการลงทุน เนื่องจากประเทศเวียดนามยังไม่มีข้อตกลงทางการค้าเสรี (เอฟทีเอ) กับกลุ่มประเทศ TPP มาก่อน และจะส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเวียดนาม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนาม



ภาพ : AFP



รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจในระดับโลกจะสามารถใช้ประโยชน์จากที่ตั้งของเวียดนาม ซึ่งอยู่ใกล้กับจีน และนักลงทุนต่างชาติซึ่งพยายามหาประเทศที่จะเข้าไปลงทุนเพื่อเลี่ยงปัญหาต้นทุนที่สูงขึ้นด้วย

โอกาสของอุตสาหกรรมไทยในเวียดนาม

1) อุตสาหกรรมประมงและอาหารทะเลแปรรูป
ปัจจุบันประเทศเวียดนามเป็น 1 ใน 10 ของประเทศผู้ส่งออกอาหารทะเลแปรรูปรายใหญ่ของโลกมีตลาดคู่ค้าสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ แคนาดาและออสเตรเลีย ประกอบกับความต้องการสินค้าอาหารแปรรูปของเวียดนามมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ด้วยจำนวนประชากรเวียดนามประมาณ 90 ล้านคน ถือว่าเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่มีความเชี่ยวชาญและมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ซึ่งเวียดนามขาดเทคโนโลยีการแปรรูปอาหารและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย

2) อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม
การส่งออกเสื้อผ้าของเวียดนามเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศกว่า 21.09 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2557 เป็นอันดับสองรองจากสินค้ากลุ่มโทรศัพท์มือถือ ขณะที่ผู้ประกอบการไทยมีจุดอ่อนในเรื่องสิทธิพิเศษด้านภาษีสำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจต่างๆ รวมถึงค่าจ้างแรงงาน ซึ่งสูงกว่าเวียดนามเป็นอย่างมาก



สิทธิประโยชน์ของนักลงทุนต่างชาติในเวียดนาม

- ยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ ซึ่งใช้ผลิตสินค้าเพื่อส่งออกภายในเวลาไม่เกิน 270 วัน นับตั้งแต่วันที่นำเข้าวัตถุดิบ รวมถึงสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสาขาการผลิตเพื่อการส่งออก
- ส่งผลกำไรกลับประเทศได้อย่างเสรี
- อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลต่างชาติสำหรับธุรกิจทั่วไปเป็นอัตราเดียวที่ร้อยละ 25 (Flat Rate) เช่นเดียวกับชาวเวียดนาม
- สิทธิในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและทรัพย์สินทางปัญญาในเวียดนาม เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์
- ยกเลิกระบบสองราคา เช่น การคิดค่าสาธารณูปโภคในอัตราที่เท่าเทียมของต่างชาติและชาวเวียดนาม
- การลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล โดยเก็บภาษีในอัตราร้อยละ 10-20 จากอัตราปกติร้อยละ 25 ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละกิจการ
- สิทธิในการได้รับยกเว้นจากการเก็บภาษีซ้อน
- สิทธิในการใช้ที่ดินในลักษณะสัญญาเช่าระยะยาว โดยเสียค่าธรรมเนียมในการใช้ที่ดิน และได้รับสิทธิในการใช้ที่ดินสูงสุด 50 ปี หรืออาจขยายถึง 70 ปี หากเป็นโครงการลงทุนที่ได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษ
- อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของชาวต่างชาติที่พำนักในเวียดนามเกิน 183 วันต่อปี ได้รับสิทธิเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นอัตราเดียวกับชาวเวียดนามแบบอัตราก้าวหน้า หากไม่ได้พำนักอยู่ใน เวียดนาม หรือพำนักไม่เกิน 183 วัน เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในอัตราเดียวคือร้อยละ 20
- สิทธิในการจ้างแรงงานต่างชาติ โดยต้องเป็นไปตามกฎหมายแรงงานของเวียดนาม
- สิทธิประโยชน์พิเศษอื่นๆ หากมีการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

3) อุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูป

เวียดนามเป็นประเทศที่มีพื้นฐานการเกษตรกรรมใกล้เคียงกับประเทศไทย ประกอบกับสัดส่วนการเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมา (2548 - 2557) มาจากภาคเกษตรกรรม ร้อยละ 19.1 หรือมูลค่า 33.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2557 ด้วยปัจจัยพื้นฐานของเวียดนาม และศักยภาพในการแปรรูปสินค้าเกษตรของผู้ประกอบการไทย ซึ่งมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง และการจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ อุตสาหกรรมเกษตรและเกษตรแปรรูปจึงเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการหรือนักลงทุนสำหรับการเข้าไปลงทุนในเวียดนาม

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (สศอ.)



ภาพ : www.intrepidtravel.com



COVER STORY



อาทิตย์ วุฒิกะโร
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม

ปลุกพลังนักธุรกิจ SMEs ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

การมีปัญญา มีความรู้ จะเป็นอาวุธสำคัญที่สุด
ที่เอสเอ็มอีจะใช้รับมือในสงครามธุรกิจที่มี
การแข่งขันรุนแรง หากมีปัญญาเหมือนมีดาบ
ที่แหลมคมเป็นอาวุธติดตัว ไม่ว่าภาวะเศรษฐกิจ
จะเป็นอย่างไรก็สามารถรับแะรุก
ได้อย่างมีกระบวนการ



เปิดฉากแล้วอย่างเข้มข้นสำหรับปฏิบัติการหมุนวงล้อ
เศรษฐกิจไทยด้วยพลังของ “**นักธุรกิจ SMEs**” ซึ่งเป็น
รากฐานสำคัญของเศรษฐกิจไทยที่มีสัดส่วนผู้ประกอบการ
กว่า 99% ของทั้งประเทศภายหลังจากรัฐบาลระดมสรรพกำลัง
ช่วยเหลือเอสเอ็มอีทั้งระบบแบบจัดเต็ม ทั้งมาตรการ
การเงิน การคลัง อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลงเงินสนับสนุนสินเชื่อ
และมาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันวงเงิน
กว่า 5 พันล้านบาท

มาตรการใหม่ที่ปลุกความหวังของการกระตุ้นเศรษฐกิจ
รับปี 2559 จะปลุกพลังนักธุรกิจเอสเอ็มอีทั้งระบบด้วย
ยุทธวิธีไหน? มีโอกาสอะไรบ้างที่คนทำธุรกิจตัวเล็ก
ไม่ควรพลาด

ติดตามคำตอบได้จากคีย์แมนผู้รู้จริง อดีตลูกหม้อ
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่อยู่เบื้องหลังการวางรากฐาน
นโยบายเอสเอ็มอีมาตั้งแต่ยุคบุกเบิก **อาทิตย์ วุฒิกะโร**
ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม มือประสานสิบทิศ
ที่ทำงานบูรณาการปลุกพลังนักธุรกิจเอสเอ็มอีร่วมกับ
หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน

การเร่งเครื่องยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเอสเอ็มอี
เปิดฉากขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่เดือนกันยายน
ที่ผ่านมา จากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล
นำโดยทีมเศรษฐกิจชุดใหม่ รองนายกรัฐมนตรี **สมคิด**
จาดศรีพิทักษ์ ที่เน้นให้ความสำคัญกับเอสเอ็มอี
รากฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจไทย

รัฐบาลได้เห็นพ้องอนุมัติมาตรการเพิ่มความช่วยเหลือเอสเอ็มอีระยะเร่งด่วน 2 เฟส เริ่มต้นเฟสแรกที่มาตราการทางการเงินการคลัง เมื่อวันที่ 8 กันยายนที่ผ่านมา ประกอบด้วย 1.โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำวงเงิน 1 แสนล้านบาท 2.โครงการปรับเงื่อนไขค้ำประกันสินเชื่อของบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) วงเงินค้ำประกัน 1 แสนล้านบาท 3.มาตรการร่วมลงทุนในสตาร์ทอัพเอสเอ็มอีที่มีนวัตกรรม 6,000 ล้านบาท 4.มาตรการลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับเอสเอ็มอี และ 5.มาตรการเว้นภาษี 5 ปี ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่

ตามมาด้วยเฟส 2 มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเอสเอ็มอี เมื่อวันที่ 27 กันยายนที่ผ่านมา โดยมอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรมบูรณาการการดำเนินงานร่วมกับกระทรวงที่เกี่ยวข้องวงเงินงบประมาณ 5,097.85 ล้านบาท เพื่อยกระดับศักยภาพการดำเนินธุรกิจของเอสเอ็มอีให้สามารถส่งต่อเพื่อรับการสนับสนุนสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ทันภายใน ธันวาคม 2558 พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายส่งเสริมเอสเอ็มอีปีงบประมาณ 2559 จำนวน 97,503 ราย



ปลัดอาทิตย์ กล่าวว่า มาตรการทั้ง 2 เฟสที่ออกมาถือเป็นความช่วยเหลือเอสเอ็มอีอย่างเต็มรูปแบบ โดยก๊อกรแรกเป็นเรื่องทางการเงินการคลัง ก๊อกรที่สองเป็นเรื่องการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ทั้งสองก๊อกรนี้จะเสริมเติมกันและกัน

“ส่วนแรกคือการเพิ่มขีดความสามารถของเอสเอ็มอีให้มีความแข็งแกร่งและน่าเชื่อถือ สามารถขอกู้จากสถาบันการเงินได้ ขณะเดียวกันในส่วนเอสเอ็มอีที่ขอกู้มาแล้ว แต่จำเป็นต้องปรับตัวฝ่าวิกฤติ มาตรการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันตัวนี้จะเข้ามาช่วยเสริมให้สามารถดำเนินธุรกิจได้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว”

เฟสแรก อัตรา 5 มาตรการการเงินการคลัง

สำหรับมาตรการช่วยเหลือเอสเอ็มอีระยะแรกเป็นการผสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อช่วยเหลือด้านสินเชื่อ และมาตรการด้านภาษี แบ่งออกเป็น 5 มาตรการ ได้แก่

มาตรการที่ 1 : สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ 4% วงเงิน 1 แสนล้านบาท
โครงการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำสำหรับเอสเอ็มอีเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนช่วยเสริมสภาพคล่องให้เอสเอ็มอีสามารถประกอบตัวอยู่รอด ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยธนาคารออมสินจะให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเฉพาะกิจแก่ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินที่เข้าร่วมโครงการฯ เพื่อไปปล่อยสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการในอัตราดอกเบี้ยต่ำ 4% วงเงินรวม 100,000 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการสามารถยื่นขอสินเชื่อภายใน 31 ธันวาคม 2558

มาตรการที่ 2 : บสย.ช่วยค้ำประกันให้เอสเอ็มอีวงเงิน 1 แสนล้านบาท
โครงการค้ำประกันสินเชื่อของบรรษัทประกันสินเชื่อ

อุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เพื่อช่วยให้เอสเอ็มอีที่ขาดหลักประกันในการกู้ยืมเข้าถึงแหล่งเงินได้มากขึ้น มีวงเงินค้ำประกัน 100,000 ล้านบาท วงเงินค้ำประกัน “ต่อราย” สูงสุดไม่เกิน 40 ล้านบาท ระยะเวลาการค้ำประกัน 7 ปี โดยรัฐบาลจ่ายค่าธรรมเนียมแทนผู้ประกอบการในปีแรกในอัตรา 1.75% สำหรับปีที่ 2-4 รัฐบาลจะจ่ายค่าธรรมเนียมแทนผู้ประกอบการในอัตรา 1.25%, 0.75% และ 0.25% ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการสามารถรับคำขอค้ำประกันได้ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2559

มาตรการที่ 3 : กองทุนร่วมลงทุน Start-up SMEs 6,000 ล้านบาท

มาตรการร่วมลงทุนในสตาร์ทอัพเอสเอ็มอีที่มีศักยภาพสูง โดยขอความร่วมมือจากธนาคารออมสิน ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนแห่งละ 2,000 ล้านบาท รวมเป็นเงิน 6,000 ล้านบาท เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนอีกทางหนึ่งสำหรับเอสเอ็มอีที่มีศักยภาพให้สามารถเติบโตต่อไป



เพลทที่ 2 เกบกว่า 5 พันล้าน เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของ SMEs

ปลัดอาทิตย กกล่าวว่า ไม่เพียงแต่มาตรการการเงินการคลัง เพื่อช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนเท่านั้น แต่การแก้ปัญหาเพื่อ ปลุกพลังเอสเอ็มอี ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจยัง จำเป็นต้องสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจควบคู่กันไปด้วย ผ่าน “มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเอสเอ็มอี” ซึ่งจะเข้าไปช่วยเหลือส่งเสริมเอสเอ็มอีในด้านต่างๆ ให้มีศักยภาพ สามารถส่งต่อเพื่อขอรับการสนับสนุนสินเชื่อต่อ สถาบันการเงินได้ทันภายในเดือนธันวาคม 2558

มาตรการนี้รัฐบาลมอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรมบูรณาการ การทำงานร่วมกับกระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปช่วยเหลือเอสเอ็มอีในด้าน ต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 97,503 ราย แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1.กลุ่ม Regular SMEs : การเสริมสร้างความเข้มแข็ง ของเอสเอ็มอี ซึ่งได้ประกอบธุรกิจอยู่แล้ว วงเงิน 2,947.07 ล้านบาท คาดว่าจะช่วยเหลือเอสเอ็มอีได้ 55,338 ราย โดย มุ่งเน้นการเพิ่ม Productivity และนวัตกรรมให้กลายเป็น

Strong SMEs โดยกระทรวงอุตสาหกรรมจะทำการ พัฒนาเบื้องต้นแล้วส่งต่อกระทรวงวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี ต่อยอดด้านนวัตกรรม หลังจากนั้นจะส่ง มอบให้กระทรวงพาณิชย์นำไปสู่ในตลาดทุกระดับ และเชื่อมโยงกับสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้อง

2.กลุ่ม New/Start-up Entrepreneurs : การ สร้างผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม (New Start Up) วงเงิน 408 ล้านบาท คาดว่าช่วยเหลือ เอสเอ็มอีได้ 22,715 ราย โดยเน้นการสร้าง “**นักรบ SMEs ใหม่**” ตามนโยบายรัฐบาล โดยเฉพาะกลุ่ม ผู้ประกอบการในด้านดิจิทัล (Digital Entrepreneur) ด้านการค้า (Trading Entrepreneur) และด้านการ สร้างสรรค์ (Creative Entrepreneur) ที่เป็นธุรกิจ อนาคตของประเทศ

3.กลุ่ม Turn-around : การช่วยเหลือเอสเอ็มอีที่ ประสบปัญหาทางธุรกิจในการปรับแผนธุรกิจเป็นการ เร่งด่วน วงเงิน 630 ล้านบาท คาดว่าจะช่วยเหลือเอสเอ็มอีได้ 17,000 ราย



มาตรการที่ 4 : ลดภาษีเงินได้นิติบุคคลเอสเอ็มอีเหลือ 10% มาตรการลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ เอสเอ็มอีโดยลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับ ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่มีกำไรสุทธิตั้งแต่ 300,001 บาท ขึ้นไป จากเดิม 15% และ 20% ของกำไรสุทธิ เป็น 10% ของกำไรสุทธิ เป็นเวลา 2 รอบระยะเวลาบัญชีต่อเนื่องกัน สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2558 จนถึงรอบระยะเวลาบัญชีวันที่ 31 ธันวาคม 2559 เพื่อบรรเทาภาระภาษีให้แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีและ เพิ่มขีดความสามารถของเอสเอ็มอีให้สามารถแข่งขันกับ ผู้ประกอบการรายใหญ่ได้

มาตรการที่ 5 : เว้นภาษี 5 ปีหนุนผู้ประกอบการใหม่ New Engine of Growth

มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ (New Start-up) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับผู้ประกอบการ เอสเอ็มอีที่ประกอบกิจการที่จดทะเบียนพาณิชย์ระหว่าง วันที่ 1 ตุลาคม 2558 ถึง 31 ธันวาคม 2559 เป็นเวลา 5 รอบ ระยะเวลาบัญชีต่อเนื่องกัน โดยผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่จะ ได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

(1) เป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเป้าหมายหลัก ที่มีศักยภาพขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Engine of Growth) เช่น กลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป เทคโนโลยี และนวัตกรรมขั้นสูง ดิจิทัล และการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น (2) จะต้องจดทะเบียนการค้าใช้สิทธิกับกรม สรรพากร และ (3) ต้องไม่ใช่สิทธิยกเว้นภาษีเงินได้ นิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน

ทั้งนี้ ผลของมาตรการการเงินจะส่งผลให้เอสเอ็มอีมี เงินทุนหมุนเวียนเพื่อดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่องจำนวน 60,000 ราย (วงเงินสินเชื่อเอสเอ็มอีเฉลี่ยต่อรายอยู่ที่ 3.3 ล้านบาท) สามารถรักษาสภาพการจ้างงานได้ ประมาณ 240,000 คน (เฉลี่ย 4 คนต่อราย) และ ส่งผลให้มีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบทันที ก่อให้เกิดการ หมุนเวียนทางเศรษฐกิจ โดยคาดว่าจะสามารถสร้าง เงินทุนหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจได้ประมาณ 1.94 ล้านล้านบาท ช่วยให้เอสเอ็มอีมีความเข้มแข็งและเป็น ตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยต่อไป





พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีแถลงนโยบายขับเคลื่อนเอสเอ็มอี ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

4.กลุ่ม Enabling Business : การสร้างและพัฒนาปัจจัยสนับสนุน วงเงิน 1,112.31 ล้านบาท คาดว่าจะช่วยเหลือเอสเอ็มอีได้ 2,450 ราย

ปลัดอาทิตย์ กล่าวว่า ความช่วยเหลือเอสเอ็มอี 4 กลุ่มภายใต้มาตรการนี้ใช้วงเงินงบประมาณรวมทั้งสิ้น 5,097.85 ล้านบาท โดยมาจากงบประมาณส่วนเดิมที่มาจากกระทรวงมหาดไทยของกระทรวงต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในปีงบประมาณ 2559 มารวมกันคิดเป็นวงเงิน 3,260.68 ล้านบาท และงบประมาณใหม่ที่ได้อบรมอนุมัติจัดสรรเพิ่มเติมจากรัฐบาล ซึ่งเป็นงบที่ได้มาจากกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในวงเงิน 1,837.17 ล้านบาท

เทิร์นอะราวด์ เอสเอ็มอี 1.7 หมื่นราย
สำหรับโครงการแรกภายใต้มาตรการเฟสที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน ซึ่งเริ่มดำเนินการแล้วอย่างเร่งด่วน และถือเป็นการแก้ปัญหาที่ตรงจุดและโดนใจเอสเอ็มอีคือ **โครงการปรับแผนธุรกิจและเพิ่มขีดความสามารถเอสเอ็มอี (โครงการ Turn-around SMEs)** เปิดตัวรับสมัครผู้เข้าร่วมโครงการอย่างคึกคัก เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน ที่ผ่านมา

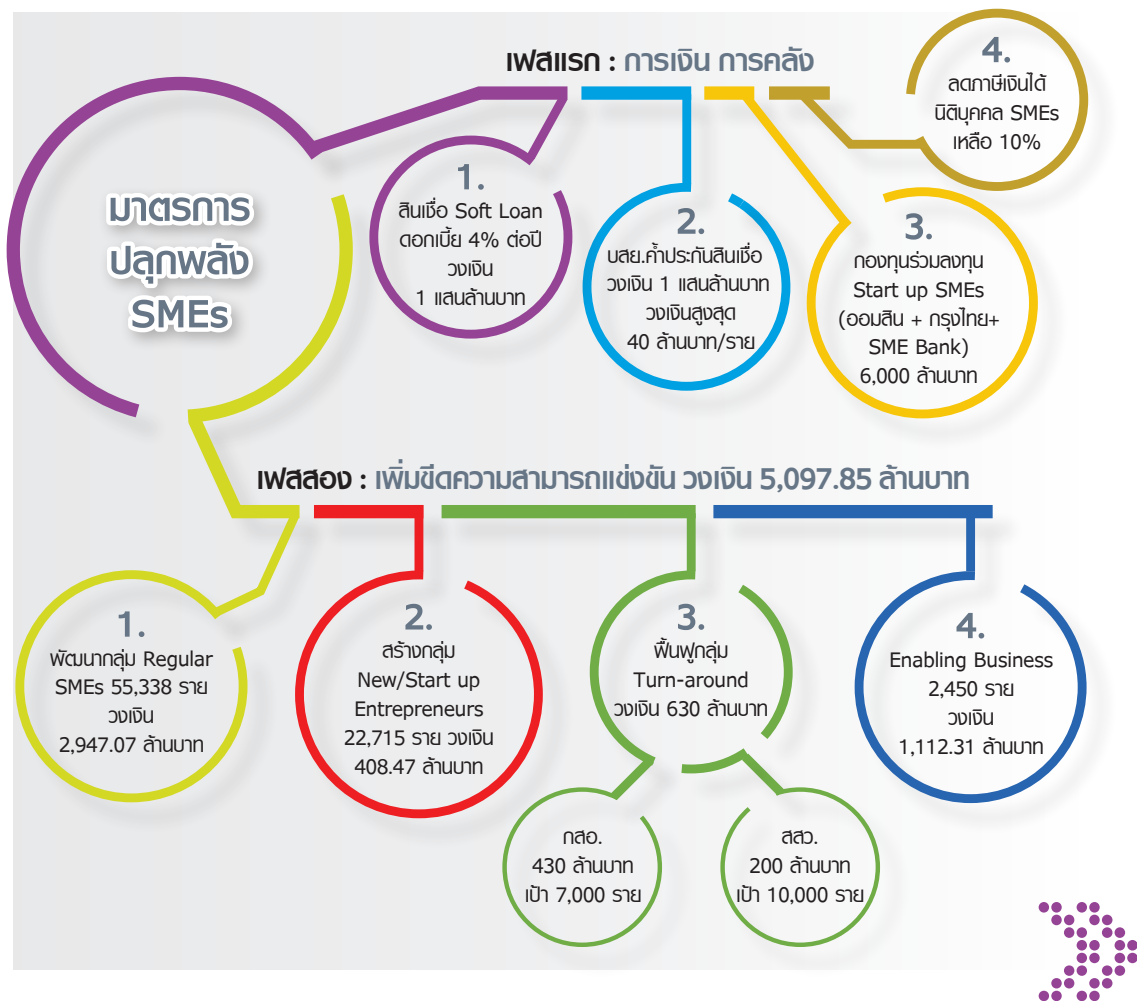
มาตรการนี้รัฐบาลใช้งบประมาณ 630 ล้านบาท เพื่อเข้าไปช่วยเหลือเอสเอ็มอีอีกกลุ่มเทิร์นอะราวด์ 17,000 ราย ที่ประสบปัญหาธุรกิจเป็นการเร่งด่วน พลิกฟื้นให้กลับมาดำเนินธุรกิจ และเติบโตขึ้นได้อีกครั้ง แบ่งเป็นการช่วยเหลือเอสเอ็มอีภาคการผลิต 7,000 ราย ซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

เป็นหน่วยงานหลักที่เข้าไปดูแลด้วยงบประมาณ 430 ล้านบาท และการช่วยเหลือเอสเอ็มอีภาคการค้าและบริการ 10,000 ราย ซึ่งสว.เป็นหน่วยงานหลักเข้าไปดูแลโดยคัดเลือกเอสเอ็มอีจากกลุ่มลูกค้าของธนาคารต่างๆ เพื่อเข้าร่วมโครงการครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศ

ปลัดอาทิตย์ เล่าว่า วิธีการดำเนินงานโครงการนี้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าไปวินิจฉัยปัญหาของผู้ประกอบการภาคการผลิตที่สมัครเข้ามาจากทั่วประเทศ เปรียบเหมือนการส่งหมอเข้าไปตรวจวินิจฉัยโรคเพื่อแยกกลุ่มการให้ความช่วยเหลือคนไข้แต่ละกลุ่มตามอาการ กรณีที่ปัญหาไม่หนักมากถึงกับต้องเข้าห้องผ่าตัดโครงการนี้จะส่งผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา 2-3 man-day

ส่วนกลุ่มที่วินิจฉัยแล้วว่าต้องเข้าไปแก้ปัญหาเชิงลึก กรณีนี้จะส่งผู้เชี่ยวชาญไปให้คำปรึกษา 12 man-day ต่อกิจการ ส่วนกลุ่มที่มีปัญหาเฉพาะด้าน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาศักยภาพ อาจจะส่งต่อให้โครงการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อยอดและพัฒนาเอสเอ็มอีในกลุ่มนี้ต่อไป





“โครงการนี้เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาอย่างตรงจุดและเป็นระบบ มีทั้งการให้คำปรึกษาแนะนำเบื้องต้น แนะนำเชิงลึก รวมถึงจัดทำแผนพัฒนาและฟื้นฟูธุรกิจ การต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงนวัตกรรม เพื่อเพิ่ม Productivity ในการผลิต พร้อมส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อยอดและพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม กระทรวงพาณิชย์ พัฒนาด้านการตลาด รวมถึงสถาบันการเงินต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนง่ายขึ้น

เมื่อเอสเอ็มอีที่มีปัญหาสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ย่อมทำให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจไม่กระทบกับการจ้างงาน เศรษฐกิจโดยรวมก็จะได้รับผลดีไปด้วย”

ในฐานะหัวเรือใหญ่ ประธานคณะทำงานโครงการเทิร์นอะราวด์เอสเอ็มอี ปลัดอาทิตย์เล่าว่า โครงการครั้งนี้ถือได้ว่าเป็นการผนึกกำลังของหลายหน่วยงานที่มาทำงานบูรณาการกันเพื่อส่งต่อความช่วยเหลือเอสเอ็มอีอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นกระทรวงมหาดไทย โดยศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด กระทรวงพาณิชย์ โดยพาณิชย์จังหวัด สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาพันธ์เอสเอ็มอีแห่งประเทศไทย รวมไปถึงอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค และสถาบันเครือข่ายภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม โดยจะมีการตั้งคณะทำงานเพื่อประสานการทำงานกันทั้งในระดับคณะกรรมการโครงการจากผู้แทนกระทรวงอื่นๆ คณะทำงานย่อยของหน่วยงานในกระทรวงอุตสาหกรรม และคณะทำงานย่อยระดับจังหวัด

เครือข่ายพันธมิตร SMEs

หน่วยงานภาครัฐ	เว็บไซต์	โทรศัพท์
กระทรวงอุตสาหกรรม	www.industry.go.th	0-2202-3000
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	www.dip.go.th	0-2202-4414-18
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)	http://www.ismed.or.th	0-2564-4000
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)	www.sme.go.th	0-2938-2993 / Call Center 1301
ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME BANK)	www.smebank.co.th	0-2265-3000 Call Center 1357
กระทรวงการคลัง	www.mof.go.th	0-2273-9021
กระทรวงพาณิชย์	www.moc.go.th	0-2507-7000 , 0-2507-8000
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	www.most.go.th	0-2333-3700 / Call Center 1313
กรมรมหาดไทย (ศูนย์ดำรงธรรมจังหวัด)	www.damrongdharma.moi.go.th	Call Center 1567
กระทรวงแรงงาน	www.mol.go.th	0-2232-1262-4, 1467
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	www.mots.go.th	0-2283-1500
หน่วยงานภาคเอกชน		
สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมการผลิตร (SMI) สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	www.SMI.or.th	0-2354-1188
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ SMEs หอการค้าไทย สมาหอการค้าแห่งประเทศไทย	www.thaichamber.org	0-2018-6888 ต่อ 2720, 6080, 5180
สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย	www.federationthaisme.org	0-2530-9204-5

สำหรับการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการจะคัดเลือกจากกิจการที่ต้องการปรับแผนธุรกิจที่มีผลการดำเนินธุรกิจในรอบ 6 เดือน มียอดขายหรือกำไรลดลง โดยพิจารณาจากภาษีมูลค่าเพิ่ม ค่าสาธารณูปโภค ยอดการสั่งซื้อ-ขายวัตถุดิบ เป็นนิติบุคคลมีการจดทะเบียนการค้า มีผู้ถือหุ้นเป็นสัญชาติไทย 51% ขึ้นไป ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 3 ปี ขึ้นไป มีที่ตั้งโรงงานอยู่ในจังหวัดที่ยื่นใบสมัคร

เอสเอ็มอีที่กำลังประสบปัญหาจึงไม่ควรพลาดสมัครเข้าร่วมโครงการนี้ โดยสามารถลงทะเบียนได้ที่ www.ช่วยเหลือเอสเอ็มอี.com เปิดรับสมัครตั้งแต่วันนี้ จนถึง 30 ธันวาคม 2558 หรือติดต่อสำนักพัฒนาการจัดการอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โทร.0 2202 4419 , 0 2202 4525 , 0 2202 4534, (063) 272 2494 , (063) 272 2495 , (063) 2722496 E-mail : helpsme@dip.go.th

สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในภาคการค้าและบริการ รวมถึงผู้ประกอบการในธุรกิจการเกษตร สสว. เข้าไปดูแลช่วยเหลือ โดยคัดเลือกจากผู้ประกอบการ 10,000 ราย จาก 3 กลุ่ม คือ 1.ผู้ประกอบการขนาดเล็ก วงเงินสินเชื่อไม่เกินรายละ 10 ล้านบาท ที่เป็นลูกค้าธนาคารของรัฐ ซึ่งมีความยากลำบากในการชำระหนี้

2.ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของสสว.ที่ประสบปัญหาสภาพคล่องหรือปัญหาทางการผลิต และ 3.ผู้ประกอบการ



ที่เป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท ซึ่งส่งงบการเงินให้กระทรวงพาณิชย์อย่างสม่ำเสมอ แต่มียอดขายลดลงต่อเนื่องในช่วง 3 ปี หรือประสบปัญหาในการประกอบธุรกิจ ขาดสภาพคล่อง หรือไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย

โจทย์ใหญ่เอสเอ็มอี : อยู่รอด ยั่งยืน ไตแบบคลัสเตอร์

ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า 2 มาตรการใหญ่ของรัฐบาล ทั้งด้านการเงินการคลัง และการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน นับเป็นมิติใหม่ที่จะเข้ามาช่วยปลุกพลัง เสริมความเข้มแข็งให้กับเอสเอ็มอีจากแนวทางที่กระทรวงอุตสาหกรรมได้ดำเนินยุทธศาสตร์การพัฒนาเอสเอ็มอีอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา อันได้แก่ การสร้างผู้ประกอบการใหม่ในสาขาธุรกิจแห่งอนาคตให้เกิดขึ้นและอยู่รอด เช่น ผู้ประกอบการดิจิทัล เทรดดิ้ง เทคโนโลยี ฯลฯ





ภาครัฐ-เอกชน พนักกำลังคิกออฟโครงการเเก้รื้อระรวรด์ เอสเอ็มอี ภายใต้งบประมาณ 630 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการเอสเอ็มอี เเก้รื้อระรวรด์ 17,000 ราย เมือวันที่ 18 พฤษภิกายณ 2558

พร้อมต่อยอดเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ที่ต้องใส่ทั้งนวัตกรรม (Innovation) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ท้ายที่สุดคือขยายสู่การรวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

“เราอยากสร้าง New Entrepreneurs แบบบิล เกตส์ แจ็ค หม่า ในเมืองไทยให้เกิดขึ้นและอยู่รอดได้ด้วยการ**ติดอาวุธทางปัญญา**ให้เขาแข่งขันได้ด้วยการบริหารจัดการที่ดี มี Productivity แต่หากจะให้ยั่งยืน โลกเด่นในระดับสากลได้ ต้องใส่ Creativity และเทคโนโลยีไปด้วยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอินโนเวชั่นใหม่เพื่อให้เกิด Value Added ควบคู่กับการปรับปรุงการใช้เครื่องจักรและระบบอัตโนมัติขึ้นในกระบวนการผลิตเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการประกอบธุรกิจ เช่น ระบบ ERP สำหรับเอสเอ็มอีรองรับยุคที่ธุรกิจแข่งขันกันด้วยความเร็ว



ท้ายที่สุด คือ สร้างการพัฒนาเครือข่าย**การทำธุรกิจแบบคลัสเตอร์** เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของธุรกิจตลอดทั้งซัพพลายเชน ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ โดยที่ผ่านมามีเราเริ่มจากการทำคลัสเตอร์ในกลุ่มธุรกิจเล็กๆ พื้นที่เล็กๆ เป็น

Small Cluster เช่น คลัสเตอร์สิ่งทอเครื่องนุ่งห่มย่านเพชรเกษม คลัสเตอร์ชาจังหวัดเชียงราย คลัสเตอร์เซรามิกลำปาง จากเดิมที่ต่างคนต่างทำ เราดึงเขามาร่วมกันกำหนดทิศทางธุรกิจ แช่วรรู้ความสามารถ แช่วรรู้ทุนด้านต่างๆ เช่น การขนส่ง การตลาดร่วมกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน”

ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมทั้งท้ายฝากถึงผู้ประกอบการเอสเอ็มอีว่า จากภาพรวมของมาตรการทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่า รัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะขับเคลื่อนเอสเอ็มอีให้เกิดขึ้น อยู่รอด เติบโต มีอินโนเวชั่น และขับเคลื่อนธุรกิจร่วมกันเป็นเครือข่าย โครงการต่างๆ เหล่านี้เปรียบเหมือนการ**ติดอาวุธทางปัญญา**ให้เอสเอ็มอีสามารถแข่งขันได้ในโลกธุรกิจไร้พรมแดน

“เมื่อรัฐบาลได้ออกมาตรการดีๆ มาแล้ว จึงอยากเชิญชวนเอสเอ็มอีให้เข้ามาใช้บริการเหล่านี้เพราะในการทำธุรกิจยุคนี้ การมีปัญญา มีความรู้ จะเป็นอาวุธสำคัญที่สุดที่เอสเอ็มอีจะใช้รับมือในสงครามธุรกิจที่มีการแข่งขันรุนแรง หากมีปัญญาเหมือนดาบที่แหลมคมเป็นอาวุธติดตัวแล้ว ไม่ว่าภาวะเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไรก็สามารถรับและรุกได้อย่างมีกระบวนการยุทธ์

เอสเอ็มอีที่จะอยู่รอดได้ในยุคนี้ ต้องมีความรู้ เป็นเอสเอ็มอีที่มีครุ มาตรการให้ความช่วยเหลือที่ออกมาเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจเหล่านี้ ภาครัฐพร้อมข้งเคียงเคียง ไม่ดั่ง หากเอสเอ็มอีไม่สนใจเข้าร่วม หรือพัฒนาตัวเอง โครงการก็คงไม่สัมฤทธิ์ผล” ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมกล่าว

วันนี้โอกาสทองของคนทำธุรกิจตัวเล็กๆ เริ่มขึ้นแล้ว ไม่บ่อยครั้งที่รัฐบาลจะมีมาตรการทั้งข้อม สร้างและดัดเชืวเลืบเอสเอ็มอีแบบจัดเต็มทั้งระบบแบบนี้บรรดานักบเอสเอ็มอีทั้งหลายจึงไม่ควรพลาดโอกาสเป็นอย่างยิ่ง



เสียงสะท้อนจากกูรูเอสเอ็มอี



ในฐานะคนทำงานที่คลุกคลีสัมผัสกับการพัฒนาด้านเอสเอ็มอีมานาน บนเส้นทางการทำงานของปลัดอาทิตย์ที่เติบโตจากลูกหม้อกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมทั้งมีประสบการณ์เป็นที่ปรึกษาเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการเอสเอ็มอีโดยตรง และเป็นผู้ที่ใช้คำว่า “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” เป็นคำแปลจากภาษาอังกฤษ “Small and Medium Enterprises” รวมทั้งเป็นผู้ยกร่าง พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปลัดอาทิตย์ สะท้อนมุมมองว่า คนทั่วไปรวมทั้งเอสเอ็มอีที่ขาดข้อมูลความรู้ ไม่เคยเข้ารับการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจ มักจะมองว่า ความช่วยเหลือเรื่องเงินทุนคือการแก้ปัญหาใหญ่ แต่เมื่อวิเคราะห์เจาะลึกถึงปัญหาที่แท้จริงของเอสเอ็มอีหลายๆ รายไม่ใช่ปัญหาเรื่องเงิน แต่เป็นประสิทธิภาพการจัดการ การสูญเสียต้นทุนที่ไม่จำเป็นในกระบวนการผลิต ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัย

“พอไปดูปัญหาแล้ว **ที่บอกว่าเป็นเรื่องเงิน** แท้จริงเป็นปัญหาเรื่องจัดการสต็อก การสูญเสีย

ต้นทุน ซึ่งบางเรื่องก็เหมือนกับหญ้าปากคอกที่เอสเอ็มอีทำธุรกิจแบบเคยชินเช่น โรงงานทำพื้นคอนกรีตสำเร็จรูปประสบปัญหาแตกหักเยอะ แต่เมื่อเราเอาผู้เชี่ยวชาญเข้าไปดู เพียงแค่แนะนำให้ปรับเทคนิคการผลิตเพียงนิดเดียว ก็สามารถลดต้นทุนที่สูญเสียในกระบวนการผลิตได้เยอะมาก”

ปลัดอาทิตย์ ยังกล่าวด้วยว่า จากการที่สัมผัสพูดคุยสอบถามโดยตรงกับเอสเอ็มอีในภาวะเศรษฐกิจแบบนี้ต้องการให้รัฐช่วยเหลือด้านใดบ้าง เสียงสะท้อนที่ได้รับ **อย่างแรก** คือ ทำอย่างไรที่จะประคับประคองธุรกิจให้อยู่รอดก่อน ช่วยให้เขาปรับลดต้นทุน ลดความสูญเสียในองค์กร เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการธุรกิจแบบ Lean Management

ปัญหาที่แท้จริงของเอสเอ็มอี
หลายๆ รายไม่ใช่ปัญหาเรื่องเงิน
แต่เป็นประสิทธิภาพการจัดการ
การสูญเสียต้นทุนที่ไม่จำเป็น
ในกระบวนการผลิต ขาดการพัฒนา
เทคโนโลยีที่ทันสมัย

ในภาวะที่เศรษฐกิจชะลอตัว ยอดขายลดลง การประคับประคองตัวเองที่ดีที่สุด คือ การลดต้นทุนเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อให้ยังคงรักษาการจ้างงาน รักษาธุรกิจให้อยู่รอดได้ **อีกเรื่องหนึ่ง** ที่จะช่วยประคองยอดขายของเอสเอ็มอีได้ คือ การใช้จ่ายภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อน การส่งเสริมการจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้า อีเวนต์ต่างๆ เพื่อช่วยเพิ่มช่องทางการขายให้กับเอสเอ็มอีและกระตุ้นดีมานด์ของผู้บริโภค รวมถึงการช่วยเหลือกลุ่มเอสเอ็มอีได้มีโอกาสออกไปขยายตลาดต่างประเทศด้วยตัวเอง

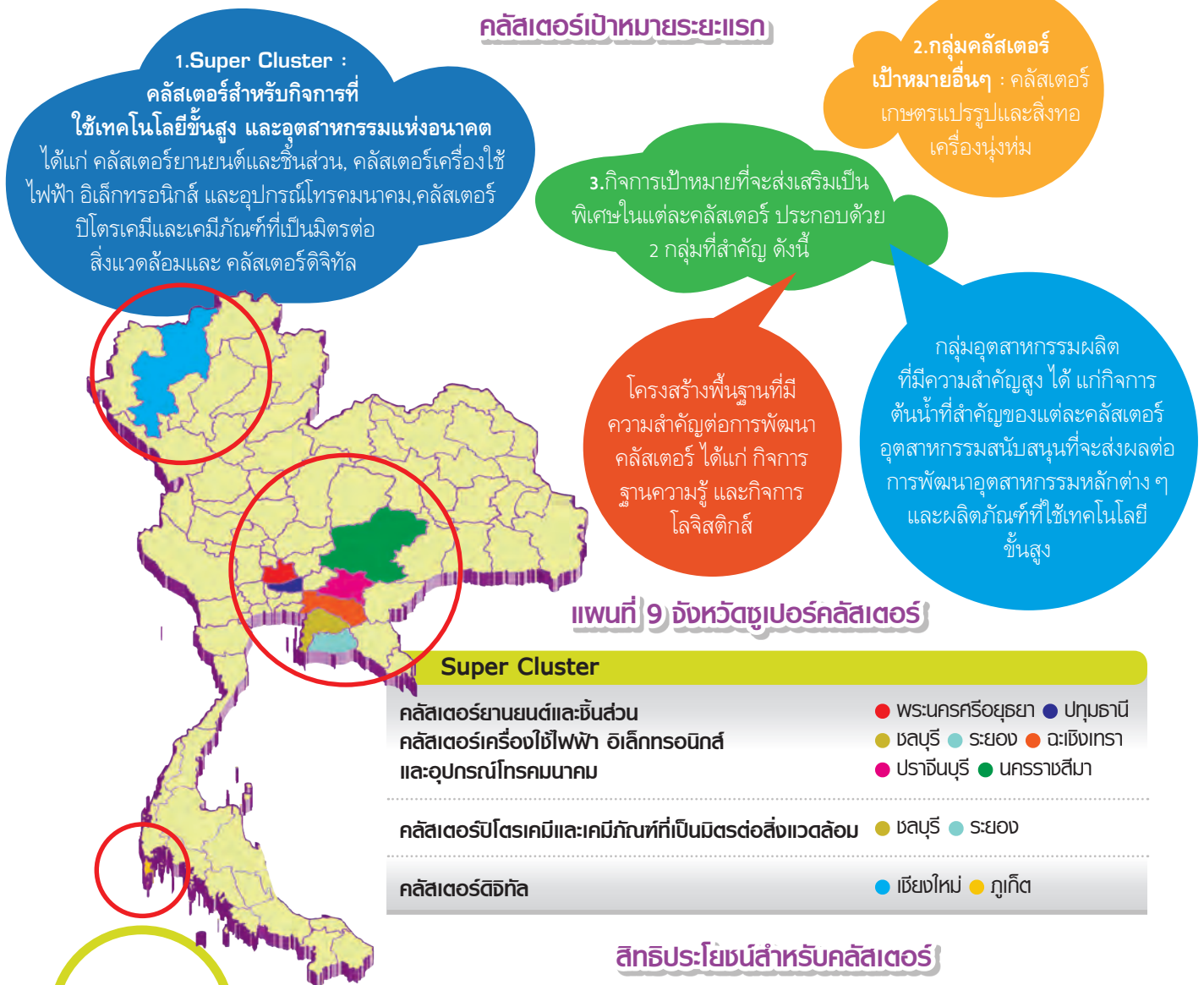
เรื่องที่สำคัญ ที่เขาต้องการ คือ อยากได้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อเพิ่มสภาพคล่อง ผ่อนปรนมาตรการต่างๆ ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับมาตรการที่รัฐบาลออกมา นอกจากนี้ ยังต้องการให้ภาครัฐอำนวยความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ ที่รวดเร็วและไม่สร้างภาระ



INFO

นโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์

คลัสเตอร์เป้าหมายระยะแรก



สิทธิประโยชน์สำหรับคลัสเตอร์

Super Cluster	สิทธิประโยชน์ภาษี	สิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษี
คลัสเตอร์เป้าหมายอื่นๆ	- ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคล 8 ปี ลดหย่อน 50% เพิ่มเติมอีก 5 ปี - กิจการเพื่ออนาคตที่มีความสำคัญสูง จะพิจารณา ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลสูงสุด 10-15 ปี - ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร - ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับผู้เชี่ยวชาญ ชื่อนำระดับนานาชาติที่ทำงานในพื้นที่ที่กำหนด ทั้งคนไทยและต่างชาติ	- จะพิจารณาให้ถิ่นที่อยู่ถาวร (Permanent Residence) สำหรับผู้เชี่ยวชาญชื่อนำระดับนานาชาติ - อนุญาตให้ต่างชาติถือกรรมสิทธิ์ที่ดินเพื่อประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมได้
	- ยกเว้นภาษีเงินได้บุคคล 3-8 ปี ลดหย่อน 50% เพิ่มเติมอีก 5 ปี - ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร	- จะพิจารณาให้ถิ่นที่อยู่ถาวร (Permanent Residence) สำหรับผู้เชี่ยวชาญชื่อนำระดับนานาชาติ - อนุญาตให้ต่างชาติถือกรรมสิทธิ์ที่ดินเพื่อประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริมได้

CORPORATE MOVES

มิตรผล

รุกสู่อากาศด้วย R&D

ผลงานนวัตกรรมที่เข่น: เลิศนำมาสู่
การสร้างมูลค่าเพิ่ม ลดต้นทุน
และเพิ่มประสิทธิภาพ ที่สำคัญ คือ
การสร้างบิโอสโตนีโตใหม่ ๆ
ที่สร้างการเติบโตให้กับกลุ่มมิตรผล



ย่างเข้าสู่ปีที่ 60 มิตรผลก้าวมาไกลเกินกว่า “ธุรกิจ
น้ำตาล” ด้วยวิสัยทัศน์ในการเพิ่มมูลค่าให้กับ “อ้อย”
พืชเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ แต่ก้าวสู่ธุรกิจ
พลังงาน และ Bio-Based

เบื้องหลังการขับเคลื่อนการเติบโตของกลุ่มมิตรผล
กฤษฎา มนเทียรวิเชียรฉาย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
และกรรมการผู้จัดการใหญ่ กลุ่มมิตรผล เล่าว่า มาจาก
การขับเคลื่อน 4 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 1. การมุ่งสู่
ความเป็นเลิศด้านการผลิต ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2. การพัฒนานวัตกรรม
และสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

3. การสร้างแบรนด์ที่มีความแตกต่าง และ 4. การขยาย
การลงทุนทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อ
ขยายกำลังผลิตและกระจายความเสี่ยง โดยปัจจุบัน
มิตรผลมีฐานการผลิตโรงงานน้ำตาลในประเทศไทย
6 แห่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน 5 แห่ง ออสเตรเลีย
4 แห่ง และสปป.ลาวอีก 1 แห่ง

ที่ผ่านมา มิตรผลให้ความสำคัญกับการยกระดับการ
ผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ไหลมาตั้งแต่การท



กฤษฎา มนเทียรวิเชียรฉาย



ไร้อยู่ที่มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีการจัดการไร้อยู่ยุคใหม่ “มิตรผล โมเดิร์นฟาร์ม” ที่ประสบความสำเร็จในออสเตรเลียมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย ซึ่งช่วยทุ่นแรงลดต้นทุนการผลิต ยกกระดับผลผลิตต่อไร่ให้เพิ่มสูงขึ้น

เช่นเดียวกับการก้าวสู่ยุคใหม่ของการยกระดับการผลิตในโรงงาน ด้วยเทคโนโลยีการผลิตแบบอัตโนมัติ (Automation) ที่โรงงานน้ำตาลมิตรผลเวียง จ.ขอนแก่นเป็นแห่งแรก และถือเป็นต้นแบบโรงงานน้ำตาลที่ทันสมัยที่สุดของเมืองไทยในขณะนี้

ปัจจุบันอยู่ระหว่างศึกษานำระบบอัตโนมัติเต็มรูปแบบ หรือ Full Automation มาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แก้ปัญหาขาดแคลนแรงงาน โดยอาศัยต้นแบบความสำเร็จในโรงงานมิตรผลที่ออสเตรเลีย ซึ่งทั้งโรงงานสามารถบริหารจัดการด้วยแรงงานเพียง 5 คน

ก้าวต่อไปของเรา คือ
การขับเคลื่อนสู่อุตสาหกรรม Bio-Based
ซึ่งในอนาคตอาจเห็นภาพของสินค้า
นวัตกรรมจากเทคโนโลยีใหม่ๆ
ทั้งไบโอพลาสติก
วัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหาร



มิตรผลภูเวียง ต้นแบบรางวัล

อุตสาหกรรมยอดเยี่ยม



อีกหนึ่งหลักไมล์ที่ตอกย้ำความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลของมิตรผล คือ การได้รับคัดเลือกจากกระทรวงอุตสาหกรรมให้บริษัท **รวมเกษตรกรอุตสาหกรรม จำกัด สาขามิตรผลเวียง หรือ โรงงานน้ำตาลมิตรผลภูเวียง** เป็นต้นแบบสุดยอดองค์กรที่คว้ารางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม (The Prime Minister's Best Industry Award) ประจำปี 2558 ซึ่งเป็นรางวัลสูงสุดเพียงองค์กรเดียว ในฐานะองค์กรที่ประสบความสำเร็จระดับประเทศ

ปัจจุบันโรงงานน้ำตาลมิตรผลภูเวียงถือเป็นโรงงานน้ำตาลที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุดของเมืองไทย และเป็นต้นแบบของโรงงานที่ตั้งอยู่ใกล้ชุมชนที่มีระบบบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เช่น โครงการ Green Thing Model ที่นำน้ำทิ้งมาผลิตไบโอแก๊ส เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และนำมาใช้ในกระบวนการผลิตน้ำตาลรีไฟน์เพื่อลดต้นทุน

นอกจากนี้ยังเป็นผู้นำนวัตกรรมเทคโนโลยี โดยมีโครงการ Refinery Plant เพื่อผลิตน้ำตาลทรายคุณภาพสูง รองรับความต้องการลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ด้วยเทคโนโลยีสะอาด ใช้พลังงานไฟฟ้าและไอน้ำต่ำ รวมทั้งยังมีการนำเครื่องจักรมาแทนแรงงาน (Farm Mechanization) การพัฒนาการจัดการไร้อยู่ทั้งด้านผลผลิต คุณภาพ และการลดต้นทุน

กฤษฎา เล่าถึงอีกหนึ่งหัวใจเบื้องหลังการขับเคลื่อนกลุ่มมิตรผล คือ การให้ความสำคัญกับการค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมและสร้างคุณค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง ทั้งการลงทุนในศูนย์นวัตกรรมและการวิจัยมิตรผล 2 แห่งที่ภูเขียว และอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย การคิดค้นเพื่อพัฒนามูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ (High Value Added) ในทุกกลุ่มธุรกิจ เช่น การพัฒนาน้ำตาลชนิดพิเศษต่างๆ การติดตั้งโซลาร์ รูฟท็อป การพัฒนาต่อยอดจากอุตสาหกรรมเอทานอลไปเป็นการผลิตปุ๋ยวิทยาศาสตร์ เป็นต้น





สร้างการเติบโตธุรกิจ โดยเฉพาะการเคลื่อนตัวสู่อุตสาหกรรม Bio-Based ในอนาคตที่มูลค่าเพิ่มสูง

“เรื่อง R&D เป็นดีเอ็นเอที่อยู่ในพนักงานมิตรผล เรามีการจัดประกวดนวัตกรรมเป็นประจำทุกปีต่อเนื่องมา 12 ปี แต่ละปีมีผลงานที่ส่งเข้าประกวดร้อยกว่าเรื่อง ผลงานนวัตกรรมที่ชนะเลิศนำมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพ ที่สำคัญคือการสร้างบีชีเนสโมเดลใหม่ๆ ที่สร้างการเติบโตให้กับกลุ่มมิตรผล”

ตัวอย่างนวัตกรรมธุรกิจโดดเด่น เช่น การคิดค้นผลิตภัณฑ์น้ำเชื่อมบริสุทธิ์จากอ้อยเป็นรายแรกในประเทศไทย ช่วยลดต้นทุนด้านพลังงาน และตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างโครงการใช้น้ำอ้อยจากการหีบอ้อยโดยตรงมาเป็นวัตถุดิบผลิตเอทานอลและไฟฟ้าครั้งแรกในเมืองไทย จนนำมาสู่การร่วมทุนกับผาแดง-ไทยออยล์ จัดตั้งบริษัท แม่สอดพลังงานสะอาด นอกจากนี้ ยังมีการนำของเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตน้ำตาลมาผลิตเป็นปุ๋ยชีวภาพ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางภูมิศาสตร์เพื่อบันทึกข้อมูลสำหรับการจัดการไร่อ้อยที่มีความแม่นยำ เป็นต้น

นโยบายการให้ความสำคัญด้านวิจัยและพัฒนา หรือ R&D ของมิตรผล ยังสะท้อนผ่านการปรับเพิ่มสัดส่วนงบ R&D จาก 0.25% เป็น 0.5% ของรายได้รวม นับตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมา คิดเป็นมูลค่าเงินลงทุนประมาณ 450 ล้านบาท เพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ

“ก้าวต่อไปของเราคือการขับเคลื่อนสู่อุตสาหกรรม Bio-Based ซึ่งในอนาคตอาจเห็นภาพของสินค้านวัตกรรมจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งไบโอพลาสติก วัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหาร เช่น ยีสต์ในอุตสาหกรรมเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ก้าวจากสินค้าคอมโมดี้มาเป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภคที่สร้างมูลค่าเพิ่มมากขึ้น” ซีอีโอมิตรผล กล่าวถึงทิศทางการเติบโตในอนาคตของมิตรผล



ก้าวที่แกร่ง

- ผู้นำในธุรกิจน้ำตาลอันดับ 1 ในประเทศไทย และผู้ส่งออกน้ำตาลอันดับ 4 ของโลก (ผลผลิตน้ำตาลรวมกว่า 4.3 ล้านตันต่อปี)
- เป็นผู้ผลิตไฟฟ้าชีวมวลรายใหญ่อันดับ 1 ในไทยและเอเชีย กำลังผลิตรวมกว่า 719 เมกะวัตต์
- เป็นผู้ผลิตเอทานอลรายใหญ่อันดับ 1 ในไทยและเอเชีย กำลังผลิตรวม 1.2 ล้านลิตรต่อวัน หรือ 380 ล้านลิตรต่อปี
- ปี 2557 กลุ่มมิตรผลมีรายได้รวม 87,000 ล้านบาท และคาดว่าจะมีรายได้แตะระดับ 1 แสนล้านบาท ในปี 2559





INDUSTRIAL WRAP



ยกระดับอุตสาหกรรมไทย เพิ่มขีดแข่งขันระยะยาว

นางอรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม เปิดเผยตอนหนึ่งในการปาฐกถาพิเศษในงานสัมมนา “Thailand Economic Outlook 2016 อนาคตเศรษฐกิจไทยเติบโตอย่างไรในบริบทใหม่” ว่า โจทย์สำคัญขณะนี้คือจะอย่างไรเพื่อเพิ่มขีดแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมไทย เพื่อให้สามารถก้าวข้ามกับดักของการพัฒนาประเทศ ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน

โดยกระทรวงอุตสาหกรรม ได้ผลักดันการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมสู่อุตสาหกรรมสร้างมูลค่าโดยใช้องค์ความรู้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมในอนาคตที่มีมูลค่า เช่น การต่อยอดกลุ่มเกษตรและอาหารสู่กลุ่มอุตสาหกรรมชีวภาพ การต่อยอดกลุ่มยานยนต์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สู่กลุ่มอุตสาหกรรมด้านวิศวกรรมและการออกแบบ

“ที่ผ่านมากกระทรวงฯ ได้พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการต่อยอดเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาของไทยผสมผสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีรองรับกลุ่มตลาดระดับบน (High-End) และกลุ่มที่มีความต้องการแบบเฉพาะ (Niche Market) รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการปรับโครงสร้างสู่อุตสาหกรรมอนาคต”

ทั้งนี้ การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมไทยเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและสอดคล้องกับบริบทใหม่ของโลกนั้น ย่อมส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ซึ่งจะช่วยให้โครงสร้างเศรษฐกิจไทยกลับมาเข้มแข็งขึ้นในเร็ววัน



ฉลองผลิตรถยนต์ครบ 4 ล้านคัน



นางอรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นประธานพิธีเฉลิมฉลองการผลิตรถยนต์ครบ 4 ล้านคัน ในประเทศไทย ซึ่งฐานการผลิตรถยนต์ค่ายมิตซูบิชิ มอเตอร์สที่ใหญ่ที่สุดในโลก คิดเป็นหนึ่งในสามของการส่งออกทั้งหมด โดยมี มร.ชิโร ซะโตะชิมะ เอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย มร.เทสึโอะ อาอิคาว่า ประธานมิตซูบิชิ มอเตอร์ส คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น ร่วมแสดงความยินดี ณ โรงงานมิตซูบิชิ มอเตอร์ส แห่งที่ 3 นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

โครงการ OPOAI ยกระดับอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป

นายอาทิตย์ วุฒิคะโร ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวว่า จากความสำคัญของอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรและอาหาร ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง กระทรวงอุตสาหกรรมจึงได้สานต่อโครงการพัฒนา



ขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรในภูมิภาค หรือ OPOAI ซึ่งดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2550 เพื่อพัฒนา

ขีดความสามารถของสถานประกอบการให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยขณะนี้กำลังเปิดรับสมัครสถานประกอบการในปี 2559 จำนวน 100 ราย ภายใต้งบประมาณ 31 ล้านบาท ซึ่งผู้เข้าร่วมโครงการต้องเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 200 ล้านบาท

สนใจติดต่อได้ที่ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดทั่วประเทศ หรือ โทร.0-2202-3173 โดยดูรายละเอียดโครงการที่ www.opoai.com



ต้น INDUSTRY 4.0 ตัดอาวรุ SMEs ไทย

นายอาทิตย์ วุฒิกะโร ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม เปิดเผยว่า จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้นโยบาย SMEs เป็นวาระแห่งชาติโดยมีแนวทางมุ่งสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ ยกระดับให้ SMEs ไทยเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล โดยช่องทางหนึ่งคือการส่งเสริมการพัฒนา SMEs ตามแนวทาง Industry 4.0 ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า พัฒนาฝีมือแรงงานให้มีทักษะมากขึ้น

สำหรับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยตามแนวทาง Industry 4.0 มีองค์ประกอบ 9 ด้านด้วยกัน ได้แก่ 1.หุ่นยนต์อัตโนมัติ 2.การสร้างแบบจำลอง (Simulation) เช่น การพิมพ์แบบ 3D เสมือนจริง 3.การบูรณาการระบบต่างๆ เข้าด้วยกัน (System Integration) 4.การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของสิ่งของ (Internet Of Things) ที่ทำให้เป็นอุปกรณ์อัจฉริยะ 5.การรักษาความปลอดภัยของข้อมูล 6.การประมวลและเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ (Cloud Computing) 7.การขึ้นรูปชิ้นงานด้วยเนื้อวัสดุ Additive Manufacturing 8. เทคโนโลยี Augmented Reality (AR) 9. ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data)



ถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน

เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2558 นางอรรชกา สีบุญเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นประธานถวายผ้าพระกฐินพระราชทาน ประจำปี พ.ศ. 2558 ของกระทรวงอุตสาหกรรม โดย มีนายอาทิตย์ วุฒิกะโร ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม ผู้บริหาร ข้าราชการ และพนักงานกระทรวงอุตสาหกรรม ร่วมงาน ณ วัดสังฆะวิศยาราม แขวงวัดสามพระยา เขตพระนคร กรุงเทพฯ



พิธีมอบรางวัล อุตสาหกรรมดีเด่นประจำปี 2558

เมื่อวันที่ 23 กันยายน 2558 นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธีมอบรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น (The Prime Minister's Industry Award) ประจำปี 2558 ซึ่งกระทรวงอุตสาหกรรม เติมนำจัดต่อเนื่องเป็นปีที่ 23 เสริมแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอย่างยั่งยืน

นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรี กล่าวว่า การกักในการยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไทย ถือเป็นหนึ่งในหน้าที่ของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำอุตสาหกรรมในภูมิภาคอาเซียนและอุตสาหกรรมโลก

สำหรับการมอบรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นในปีนี้มีทั้งสิ้น 33 รางวัล แบ่งเป็นรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น 7 ประเภท 32 รางวัล ได้แก่ 1.การเพิ่มผลผลิต 2.การรักษาคุณภาพ



สิ่งแวดล้อม 3.การบริหารความปลอดภัย 4.การบริหารงานคุณภาพ 5.การจัดการพลังงาน 6.การบริหารอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม และ 7.การจัดการโลจิสติกส์ และรางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม 1 รางวัล โดยบริษัท รวมเกษตรกรอุตสาหกรรม จำกัด สาขามิตรภูเวียง เป็นผู้ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมยอดเยี่ยม ซึ่งเป็นรางวัลเกียรติยศสูงสุดในครั้งนี้



BLOOM



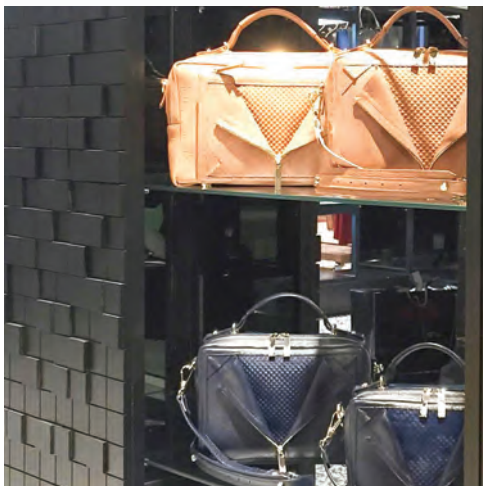
31 Thanwa

हरु เร็ด..เฉิดฉาย

ในสังเวียนแบรนด์เนม



แต่ละแบบจะผลิตลักษณะเอนต์เมต ช่วง 1 คน
รับพิตชอบทำ 1 ใบ และเป็น “Limited Edition”
ต่อแบบมีไม่เกิน 100 ใบ สร้างเฒ่มต่อให้กระเป๋าแบรนด์
“31Thanwa”



“31 Thanwa” (31 ธันวาคม) กระเป๋าแบรนด์ไทยสุดหรูที่กำลังมา
แรงสุดๆ ในหมู่สาวไทยผู้หลงใหลแฟชั่น ด้วยฝีมือของสาวมั่น
เก๋ บุญนุช วิทยสัมฤทธิ์

แม้จะเกิดและโตมาในครอบครัวที่ทำธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM)
รองเท้าหนังส่งออกให้กับลูกค้าแบรนด์ดังระดับโลก มาตั้งแต่
รุ่นอาทังเมื่อประมาณ 60-70 ปีที่แล้ว จนถึงเจเนอเรชั่นที่ 3 แต่
บุญนุช กลับเลือกเดินบนเส้นทางธุรกิจที่ต่างออกไป ด้วยการ
หันมาทำแบรนด์สินค้ากระเป๋าของตัวเอง

“พอมาถึงรุ่นของตัวเอง เริ่มมองลู่ทางใหม่ คิดว่าเราควรหันมา
ทำแบรนด์สินค้าเป็นของตัวเอง ซึ่งสินค้าที่คิดว่าน่าจะตอบโจทย์
ได้ดีที่สุดคือ “กระเป๋า” เพราะเป็นสินค้าแฟชั่นที่สามารถ
เปลี่ยนได้บ่อยกว่ารองเท้า และส่วนตัวสนใจออกแบบกระเป๋า
อยู่แล้ว ซึ่งการสร้างสร้งงานจะมีอิสระกว่ารองเท้าที่จำกัด
ด้วยรูปทรงและการใช้งาน

คนส่วนใหญ่มักจะถามกันว่า ธุรกิจครอบครัวทำรองเท้า
อยู่แล้ว ทำไมไม่ต่อยอดทำรองเท้าต่อไป เหตุผลข้อแรก
เก๋ต้องการให้คำถานี้เป็นหนึ่งในจุดขายเพื่อสร้างเรื่องราว
ความเป็นมาของแบรนด์ให้เกิดความน่าสนใจ เหตุผล
ต่อมา เป็นความชอบส่วนตัวที่สนใจในการออกแบบ
กระเป๋า เก๋เลยเลือกที่จะเริ่มต้นที่ธุรกิจกระเป๋าหนัง
ก่อน”



บุญนุช
วิทยสัมฤทธิ์



แม้จะเลือกทางเดินที่ต่าง แต่ยังคงถือว่าทำธุรกิจออนไลน์เดียวกับครอบครัว ทำให้เธอมีต้นทุนองค์ความรู้ที่สามารถเรียนรู้ได้ ทั้งการเลือกหนังที่ได้คุณภาพ ช่างที่มีฝีมือ และเทคนิคจากการเย็บรองเท้าด้วยมือมาประยุกต์ใช้ในการเย็บหูหิ้วของกระเป๋า ซึ่งช่วยเสริมความแข็งแรงได้มากกว่าเย็บด้วยจักร

นอกจากนั้นในส่วนของมุมกระเป๋าทุกใบจะนำเทคนิคของการเย็บสันรองเท้ามาใช้ ช่วยเพิ่มความทนทาน ไม่เกิดปัญหามุมกระเป๋าปริขาด และที่สำคัญยังสร้างเอกลักษณ์ประจำตัวที่ **ลูกค้าจดจำได้ดี** และยังสื่อถึงความเป็นมาของแบรนด์ที่ยึดขายธุรกิจ จากรองเท้ามาสู่กระเป๋าด้วย

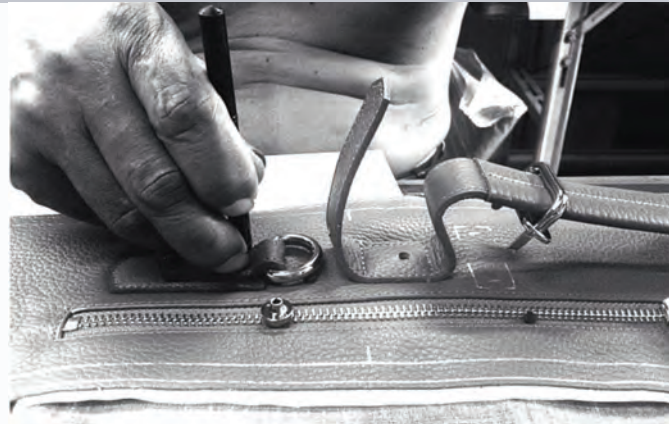
อีกหนึ่งจุดเด่นที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ 31 Thanwa คือ การเจาะจงใช้วัสดุหนังวัวแท้เกรดดีที่สุด นำมาฟอกย้อมให้เกิดสีและลายเป็นเอกลักษณ์ประจำแบรนด์ที่ทำไม่ได้จากท้องตลาดทั่วไป โดยอาศัยคอนเนกชันของครอบครัวที่มีกับโรงฟอกหนัง ย้อม ทำให้เธอสามารถฟอกหนังชนิดพิเศษในปริมาณวัตถุดิบไม่มาก ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตได้

จากความพิเศษดังกล่าว ทั้งเรื่องของดีไซน์ เรื่องราวความเป็นมา วัสดุที่ใช้ผลิต รวมถึงแต่ละแบบจะผลิตลักษณะแฮนด์เมด **ช่วง 1 คนรับผิดชอบทำ 1 ใบ** และเป็น **“Limited Edition”** ต่อแบบมีไม่เกิน 100 ใบ สร้างแต้มต่อให้กระเป๋าแบรนด์ “31 Thanwa” สามารถวางตำแหน่งสินค้าอยู่ในระดับบนเทียบชั้นได้กับกระเป๋าแบรนด์เนมดังอย่าง Coach และ DKNY ที่มีราคาขายตั้งแต่ 6,800 บาท ไปจนถึงสูงสุดใบละประมาณ 3 หมื่นบาท โดยเน้นที่ความแท้ และฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย

จากที่เคยเริ่มต้นธุรกิจเมื่อ 4 ปีที่แล้ว โดยขายผ่านช่องทางออนไลน์ มีลูกค้าจำกัดในกลุ่มแคบๆ มาถึงจุดเปลี่ยนสำคัญเมื่อผลงานดีไซน์กระเป๋าของบุญนุช โดดเด่นเข้าตานิตยสารแฟชั่นชื่อดังระดับโลกของต่างประเทศที่กำลังมองหาผลงานนักออกแบบรุ่นใหม่ทั่วโลก

กระทั่งกลายเป็นสินค้าไทยรายเดียวที่ได้รับคัดเลือกนำผลงานลงตีพิมพ์ในนิตยสารระดับอินเตอร์ แสงสปอตไลท์เริ่มสาดส่องแบรนด์ 31 Thanwa บุญนุชจึงตัดสินใจเปิดโชว์รูมในเมืองไทยอย่างจริงจัง โดยเลือกทำเลสำหรับลูกค้าระดับบน เริ่มจากสาขาแรกที่โรงแรม W Bangkok และขยายไปที่ห้างเอ็มโพเรียม และเอ็มควอเทียร์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นสาวยุคใหม่ วัยทำงาน ที่ชื่นชอบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร และคุณภาพดีคุ้มค่าต่อการใช้งาน

เบื้องหลังความสำเร็จของ “31 Thanwa” ยังมีลูกเล่นการทำตลาดที่น่าสนใจ โดยมีการเล่นกับชื่อแบรนด์ที่มาจากคำว่า “31 ธันวาคม”



โดยทุกวันที่ 31 ธันวาคมของแต่ละปี จะมีการออกคอลเลกชันหลักประจำปี จากนั้น ทุกๆ สัปดาห์ จะเปิดตัวสินค้าใหม่ รวมถึงจัดกิจกรรมพิเศษร่วมกับเทศกาลต่างๆ เช่น วันแม่ วันวาเลนไทน์ วันสงกรานต์

“นี่เป็นโมเดลธุรกิจที่เก๋คิดขึ้นเอง สินค้าแบรนด์ “31 Thanwa” จะไม่มีการจัดโปรโมชั่นลดราคาแบบครึ่งปี ปลายปี รวมถึงไม่อิงกับการออกสินค้าใหม่ตามฤดูกาลแฟชั่นเหมือนแบรนด์ดังทั่วไป แต่เราออกคอลเลกชันใหม่ปีละครั้ง ในวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี และมีกิจกรรมทุกสัปดาห์ ซึ่งจะสอดคล้องกับคนไทยที่นิยมซื้อสินค้าใหม่ช่วงปลายปีหรือทุกๆ สัปดาห์ เพื่อเป็นของขวัญหรือรางวัลให้แก่ตัวเองหรือคนสนิท ตรงนี้จึงถือเป็นการทำตลาดของเราที่ฉีกมาเล่นกับลักษณะอุปนิสัยของคนไทย” บุญนุชกล่าวถึงโมเดลการทำตลาดที่ประสบความสำเร็จของ 31 Thanwa



Key success ของ 31 Thanwa

กว่าที่ 31 Thanwa จะประสบความสำเร็จ ต้องวางแผนกลยุทธ์ที่ดี ซึ่งบริการหลังการขายเป็นหัวใจสำคัญที่จะผูกใจลูกค้าได้ดี

บุญนุชคิดเสมอว่า กระเป๋าทุกใบที่ผลิตออกมาเป็นเหมือน “ลูกสาว” ที่ต้องดูแลให้ดีที่สุดจนถึงที่สุด ดังนั้น การบริการเพื่อดูแลสิ่งที่รักจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก

“แนวคิดนี้ มาจากที่ตัวเองเคยซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมราคาแพงๆ แต่กลับต้องหาร้านซ่อมเอง ก็เลยกลับมาคิดว่า หากมีแบรนด์กระเป๋าของตัวเองก็ต้องมอบบริการที่มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อให้ลูกค้าที่ยอมจ่ายเราใบละหมื่น รู้สึกคุ้มค่าที่ได้รับกระเป๋าไม่เหมือนใคร เรื่องนี้แม้แต่แบรนด์ระดับโลกก็ยังไม่มี”

รวมทั้งต้องสร้างคุณค่าให้แบรนด์ และมีเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อให้เกิดการจดจำ



KITCHEN OF THE WORLD



ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์

ยกระดับอุตสาหกรรมอาหาร

ขับเคลื่อนอนาคต

ก้าวต่อไปจากอาเซียน คือ ในระดับโลกที่ต้อง
สร้างการยอมรับจากประเทศใหญ่ๆ ในเอเชีย
ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง ฯลฯ



เปิดตัวสัปดาห์ผู้อำนวยการสถาบันอาหารคนใหม่ของ
ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์ ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม
อาหารไทยในมิติใหม่ ภายใต้โจทย์สร้างมูลค่าเพิ่ม
ด้วยภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม

การขับเคลื่อนครัวไทยเพื่อเป็นครัวของโลก ในยุคต่อไป
ต้องเป็นการยกระดับการแข่งขันอุตสาหกรรมอาหาร
ของไทย ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ หรือ Productivity
ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ให้
อาหารไทยเป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ



ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์ ผู้อำนวยการสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม กล่าวถึงภารกิจสำคัญครั้งนี้ว่า ทิศทางของสถาบันอาหารจะต้องชูปบทาการเป็นหน่วยงานแห่งชาติด้านอาหารที่ทำหน้าที่สนับสนุนผู้ประกอบการไทย ควบคู่กับการเป็นที่รู้จักเข้าถึงกลุ่มประชาชนผู้บริโภคทั้งในบทบาทสถาบันอาหารแห่งชาติ สถาบันอาหารแห่งชาติอาเซียน และมุ่งสู่ระดับ **World Class** เพื่อเป็นแรงสำคัญในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขันบนเวทีการค้า

“ความท้าทายอย่างแรก เรามองว่าต้องปรับปรุงการทำงานอย่างไรให้มีความชัดเจน คล่องตัว เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภคยอมรับบทบาทที่เราเป็นหน่วยงานแห่งชาติด้านอาหาร

อันดับต่อมาคือการสร้างการยอมรับในระดับอาเซียน ในการเป็นผู้นำหน่วยงานด้านอาหารที่น่าเชื่อถือ อะไรที่ผ่านการตรวจสอบจากเราเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ โดยร่วมมือในระดับนานาชาติในการบริการ ทดสอบ การวิจัยข้อมูลร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ กันมากขึ้น

ก้าวต่อไปจากอาเซียน คือ ในระดับโลก ที่ต้องสร้างการยอมรับจากประเทศใหญ่ๆ ในเอเชีย ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง ฯลฯ ซึ่งทั้ง 3 สเต็ปนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยได้ยกระดับการยอมรับความน่าเชื่อถือไปพร้อมๆ กับบทบาทการทำงานของเราในระดับสากลด้วย”

โดยสถาบันอาหารจะต้องทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ในการช่วยเหลือผู้ประกอบการ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ในการยกระดับการแข่งขัน การขยายตลาดสู่ต่างประเทศ รวมถึงความร่วมมือกับธนาคาร เพื่อให้การสนับสนุนด้านสินเชื่อ เชื่อมโยงถึงด้านโลจิสติกส์ เพื่อลดต้นทุนการผลิต และขนส่งให้กับผู้ประกอบการ

อีกบทบาทสำคัญคือการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการรับรู้เรื่องราวของอาหารไทย ผ่าน **Story** หรือเรื่องราวของวัตถุดิบอาหารไทย เช่น พริกไทยดำของไทยที่เป็น Black Pepper ที่อร่อยที่สุด

ก้าวที่ไกลกว่านั้น คือ การผลักดัน การตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าวัตถุดิบอาหารไทยในประเทศต่างๆ เพื่อสร้างช่องทางจำหน่ายและขยายโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก

“ตรงนี้เป็นหน้าที่ของเราในการสร้างเรื่องราว และมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทย จากคุณค่าที่สั่งสม ที่มาที่ไปของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นจากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งผลิตวัตถุดิบ เป็นต้น เช่น กัญชง ไข่ ไก่ดำ ต้องเป็นกัญชง ไข่ไก่กำแพงเพชร ซึ่งหากศึกษาจริงๆ บางทีอาจไม่ใช่แค่เพียงเพราะรากเหง้าที่ทำมาแต่บรรพบุรุษ แต่อาจเป็นเพราะความอุดมสมบูรณ์แร่ธาตุในดิน แหล่งผลิต ความโดดเด่นเหล่านี้คือจุดขายที่ต้องนำมาสร้าง Story ให้กับสินค้าไทยมีมูลค่าเพิ่มขึ้น”

นอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมา สถาบันอาหารได้เดินหน้าขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอาหารไทย ทั้งการจัดทำ **Thai Street Food Application** เพื่อเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกและบอกรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับอาหารริมทาง (Street Food) ให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้อาหารไทย (Thai Food Heritage) ซึ่งจะเปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบภายในปี 2559 เพื่อเป็นพื้นที่รวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารไทยในด้านต่างๆ





“ศูนย์การเรียนรู้อาหารไทยที่จะรองรับทั้งกลุ่มเป้าหมายเชิงธุรกิจ ทั้งนักธุรกิจ นักลงทุนทั้งในประเทศและต่างชาติ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายนักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไปที่จะได้เข้ามาเรียนรู้ประวัติศาสตร์ รากเหง้าของอาหารไทยที่ผูกพันวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทย เช่น ภูมิปัญญาการใช้ใบตองในวิถีอาหารไทย รวมถึงการเล่าเรื่องราวการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทยที่จะสร้างแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจแก่คนรุ่นใหม่ได้หันมาสนใจอาหารไทยมากขึ้น”

ผู้อำนวยการสถาบันอาหาร เล่าว่า อีกหนึ่งภารกิจการพัฒนาอาหารไทยที่จะผลักดันให้เกิดขึ้น คือ การจัดทำ**สูตรดั้งเดิมของอาหารไทย** โดยจะมีการวิเคราะห์สูตรอาหารไทยแท้รสชาติต้นตำรับ ซึ่งเคยวิจัยเมื่อ 4-5 ปีที่แล้ว มาพัฒนาประกอบกันกับงานวิจัยของกระทรวงวิทยาศาสตร์ เพื่อตรวจสอบและกำหนดสูตรอาหารไทยเมนูหลักๆ ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น ต้มยำกุ้ง ต้มข่าไก่ รสชาติดั้งเดิมที่เป็นต้นตำรับไทยแท้ควรมีมาตรฐานอย่างไร

“สิ่งหนึ่งที่เราสงสัย คือ **ความเป็นต้นตำรับของอาหารไทย** หรือ Authenticity ซึ่งแตกต่างจากการกำหนดมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์ เพราะเป็นเรื่องของอารมณ์และความพึงพอใจรสชาติ ที่ไม่ใช่เพียงแค่การใช้วัตถุดิบตรงตามสูตร แต่ยังต้องได้รสชาติที่เป็นความอร่อยแบบอาหารไทยแท้รสดั้งเดิมด้วย”

การสร้างมาตรฐานให้กับอาหารไทยแท้สูตรดั้งเดิมยังเชื่อมโยงไปถึงการพัฒนาอาหารแปรรูป เครื่องปรุงอาหารไทย เช่น ซอสสำเร็จรูปต่างๆ ซอสผัดไทย ซอสต้มยำกุ้ง เพื่อป้องกันกับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ แก้ปัญหารสชาติร้านอาหารไทยผิดเพี้ยน รวมไปถึงการให้ความรู้กับผู้บริโภคต่างชาติถึงวัตถุดิบในการปรุงอาหาร วิธีการใช้ และคุณประโยชน์



ปัจจัยความสำเร็จ

จากการศึกษาผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับสถาบันอาหารกว่า 300 ผลลัพธ์พบว่า 70% ประสบความสำเร็จ ส่วน 30% ยังคงต้องมีการวิจัยและพัฒนาต่อเนื่อง เพื่อให้ผลลัพธ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

ปัจจัยความสำเร็จมาจาก

- การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในสายการผลิต
- รูปแบบผลิตภัณฑ์แตกต่างและโดนใจผู้บริโภค
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ตอบสนองผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม
- ให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์
- ขยายช่องทางการจำหน่ายเข้าสู่ตลาดออนไลน์
- เข้าร่วมเครือข่ายกับนักวิชาการ นักวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์
- สร้างสังคมการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ
- รวมการขายเป็นลักษณะของแพ็คเกจ เช่น ขนมขบเคี้ยวไปกับเครื่องดื่ม เป็นต้น

ก้าวที่ไกลกว่านั้น คือ การผลักดันการตั้ง**ศูนย์จำหน่ายสินค้าวัตถุดิบอาหารไทย**ในประเทศต่างๆ เพื่อสร้างช่องทางจำหน่ายและขยายโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการรายเล็ก รวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลเชื่อมโยงการทำธุรกิจนำเข้าสินค้าอาหารไทยให้กับผู้ประกอบการต่างชาติที่สนใจ

ทั้งหมดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการผลักดันครัวไทยสู่โลก มิติใหม่ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ต้นทางอุตสาหกรรม การผลิตสินค้าเครื่องปรุงอาหารสำเร็จรูป และช่วยแก้ปัญหาสินค้าเกษตรที่นำมาแปรรูปสร้างมูลค่าได้หลากหลาย ยกระดับอุตสาหกรรมอาหารตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ ภายใต้บทบาทของหน่วยงานด้านอาหารแห่งชาติ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม



KITCHEN OF THE WORLD

ไอเดีย อาหารไทย

ผลผลิตการเกษตรพื้นบ้านจากท้องถิ่น สามารถแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากมาย ด้วยแนวคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหารจากพื้นฐานภูมิปัญญาในงาน Thailand Industry Expo 2015 ส่วนหนึ่งของผลงานภายใต้ 3 โครงการสำคัญของสถาบันอาหาร ได้แก่ 1.โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทยให้เป็นครัวอาหารคุณภาพของโลก (Thailand Food Quality to The World) 2.โครงการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่อุตสาหกรรมอาหารและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คุณค่าอาหารไทย (Thailand Food Forward) และ 3.โครงการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารฮาลาล



บราวานา ดังโง่

กล้วยตาก “บราวานา ดังโง่” (Brownana dango) รสชาติและรูปร่างที่แตกต่างจากท้องตลาดของโรงงานกล้วยตากแม่ตะเพียน จ.พิจิตร ด้วยรูปทรงกลมเคลือบช็อกโกแลต เนื้อเข้มข้นเคล้าด้วยอัลมอนต์กรอบ มีเนื้อสัมผัสและรสชาติที่ลงตัว ได้กลิ่นหอมหวานของช็อกโกแลต



บิสกิตข้าวสังข์หยด สอดไส้ช็อกโกแลต

ข้าวสังข์หยด สินค้าขึ้นชื่อพัทลุงนำมาแปรรูปเป็นบิสกิต สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยคุณค่าทางโภชนาการที่สูงกว่าแป้งที่ได้จากข้าวพันธุ์อื่น รสชาติอร่อย
ผลิตโดยร้าน
บ้านขนมลุง
จ.พัทลุง



ข้าวต้มมัดแกงเขียวหวาน

ข้าวต้มมัดวิถีไทย ไอเดียไม่ธรรมดา ด้วยการใช้เทคโนโลยีเชิงอุตสาหกรรมช่วยยืดอายุผลิตภัณฑ์ ได้ยาวนาน พร้อมรสชาติแปลกใหม่ ใส่แกงเขียวหวานไก่ที่เป็นอาหารขึ้นชื่อของไทย โดยบริษัท ขนมแม่เอย-เป๊ยะ แอนด์ พาย (2003) จำกัด จ.นครปฐม

พงโรยข้าวคั่วกลิ้งทะเลดีด

“โปรดปรานฯ” พงโรยข้าวรสชาติไทยๆ ไอเดียจากปลาหมึกหยองที่เหลือจากการผลิตน้ำพริก เพิ่มส่วนของปลาข้าวสารและเนื้อกุ้งบดปรุงรสชาติคั่วกลิ้งให้จัดจ้าน มีกลิ่นหอมของอาหารทะเล



สารพัดไอเดียแปรรูปลำไย

ลำไย ผลไม้ขึ้นชื่อของภาคเหนือถูกนำมาต่อยอดแปรรูปหลากหลาย ตั้งแต่เครื่องดื่มไปจนถึงขนมเค้ก เช่น เครื่องดื่มชาลำไยอินทรีย์ ที่ช่วยแก้ปัญหาลำไยล้นตลาด โดยนำลำไยอินทรีย์มาผลิตเป็นน้ำลำไย แล้วนำมาทำให้เป็นผงบรรจุซองเพื่อความสะดวกต่อการบริโภค, มอคค่าลำไยปาแป แนวคิดต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟ โดยใช้กาแฟอาราบิก้าจากดอยป่าแป๋ มาผสมกับผลผลิตลำไยในท้องถิ่น จนได้เป็นกาแฟมอคค่าลำไยผงปรุงสำเร็จ รสชาติหวานแนว นอกจากนี้ยังมีแป้งเค้กลำไยสำเร็จรูป ทำขนมเค้กอร่อยง่ายๆ แค่นำเข้าไมโครเวฟก็จะได้เค้กลำไยเนื้อนุ่มรสชาติหวานหอมอร่อย



SMART

โตว่องไว

รถตอกเสาเข็ม

สิทธิบัตรแรกของ ‘โลก’

เราภูมิใจว่า ตอนนี้เรื่องการคิดและพัฒนาการเอา: ตอก กต เสากระโปง
ลูกตุ้มอัตโนมัติของรถตอกเสาเข็ม คนไทยไม่แพ้ชาติใดในโลก แม้แต่
เยอรมันเจ้าแห่งเครื่องมือหนักของโลกยังคิดค้นไม่ได้เท่านี้



ก้าวอย่างของบริษัท โตว่องไว ต้องเรียกว่า ไม่ธรรมดา เพราะสามารถเป็นเจ้าของนวัตกรรม
ผู้ผลิตรถตอกเสาเข็มหลากหลายประเภทที่ได้รับ “สิทธิบัตรแรกของโลก” ด้วยฝีมือคนไทย

จากธุรกิจสร้างบ้านจัดสรรขนาดเล็ก ไฟศาล ว่องไวกลยุทธ์ สามารถเปลี่ยนสายธุรกิจข้าม
มาเติบโตในธุรกิจรถตอกเสาเข็มที่ผลิตด้วยโอเดียคนไทย เพื่อตอบโจทย์การทำงานได้อย่าง
ตรงจุด และรวดเร็วกว่าเครื่องตอกเสาเข็มเหล็กสานแบบ หรือปั้นจั่นแบบเดิมหลายเท่า



ความเพียรพยายามคิดค้นหาวิธีให้งานก่อสร้างรวดเร็ว
ยิ่งขึ้น ทำให้ ไฟศาล มุ่งคิดค้นการทำงานของปั้นจั่น
ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการลองผิดลองถูกและ
แก้ไขทีละจุด จนในที่สุดบริษัทได้จดสิทธิบัตรรถตอก
เสาเข็มชนิดล้อยาง **“รายแรกของโลก”** เมื่อปี 2537
พร้อมสิทธิบัตรอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง และรางวัลการันตี
ตามมามากมาย

“ผมถือว่าการเข้าอบรม คพอ. หรือ โครงการพัฒนา
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม
ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้เปิดโลกใหม่ให้ผมได้
รู้จักวิชาการใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการบริหารธุรกิจได้เป็น
อย่างดี ที่สำคัญได้รู้จักการหาจุดอ่อน จุดแข็ง วิฤติ
โอกาสของธุรกิจ” **ไฟศาล ว่องไวกลยุทธ์** ประธาน
เจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โตว่องไว จำกัด กล่าว

ล่าสุดบริษัทได้รับรางวัล “อุตสาหกรรมดีเด่นประเภท
SMEs ประจำปี 2558” จากกระทรวงอุตสาหกรรม

รถตอกเสาเข็มดินตะขาบ เป็นนวัตกรรมหนึ่งที่
บริษัทคิดค้นจนแก้ปัญหาก่อสร้างในช่วงหน้าฝน
ซึ่งรถตอกเสาเข็มแบบล้อยางไม่สามารถเข้าทำงาน
ในพื้นที่ดินอ่อนหรือที่ลุ่มได้ และกลายเป็นนวัตกรรม
รถตอกเสาเข็มที่สามารถทำงานในที่ลุ่มหรือน้ำท่วมขัง
ได้เป็นรายแรกของโลก



รถตอกเสาเข็มชนิดล้อยางสิทธิบัตรแรกของโลก

โตว่องไว นับเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่มีการเติบโตก้าวกระโดด
จนสามารถขึ้นเป็นบริษัทขนาดกลางอย่างรวดเร็ว โดย
หัวใจสำคัญของการทำธุรกิจของไฟศาล ยึดเป็นแนวทาง
สำคัญ 3 ประการ คือ 1.นวัตกรรมที่คิดค้นขึ้นสามารถ
นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2.พัฒนานวัตกรรมเดิมให้
มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และ 3.พัฒนานวัตกรรมต่อเนื่องเพื่อให้
สามารถใช้งานได้มากยิ่งขึ้น

**ในปีนี้อาจจะทำตัวเหมือนนกจำศีล และ
คิดหากลยุทธ์ด้านนวัตกรรมใหม่ๆ
มานั่งแท่นในเรือระบบการเจาะ
กตในรถคันเดียว เพื่อเตรียม
ขยายตลาดไปยังอาเซียน**

ไฟศาลกระตุ้นให้ทีมงานร่วมกันคิด พัฒนาอุปกรณ์ตอก
เสาเข็มใหม่ๆ ขึ้นมาตลอดเวลาเพื่อสร้างการเติบโตให้กับ
ธุรกิจ จนขณะนี้บริษัทมีรถตอกเสาเข็มหลายประเภทที่ล้วน
มาจากความคิดของทีมงาน เช่น พัฒนาเสากระโดงปั้นจั่น



รถตอกเสาเข็มดินตะขาบ นวัตกรรมตอบโจทย์การก่อสร้าง
ในช่วงหน้าฝน

ที่ยืดหดได้เพื่อให้เข้าพื้นที่คับแคบได้ รถตอก กต เจา ในคันเดียวกันโดยใช้น้ำมันตัวเองกตเสเข็มให้จมลงไม่สร้างการสั่นสะเทือนในพื้นที่ที่ห้ามตอกเสเข็ม

นอกจากนั้น บริษัทยังได้ร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) วิจัยและพัฒนาลูกตุ้มอัตโนมัติระบบไฮดรอลิก ที่มีน้ำหนักเบาลงเหลือเพียง 3 ตัน แต่ตอกเข็มได้เร็ว 60 ครั้งต่อนาที และใช้น้ำมันหล่อลื่นเพียง 0.5 ลิตรในการยกลูกตุ้มแต่ละครั้ง ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงกว่าเทคโนโลยีของเยอรมันที่ตอกได้เร็ว 40 ครั้งต่อนาที และต้องใช้น้ำมันหล่อลื่นถึง 5-6 ลิตร โดยลูกตุ้มอัตโนมัติระบบไฮดรอลิกได้จดสิทธิบัตรเป็นรายแรกของโลกไปเมื่อต้นปี 2558

นวัตกรรมใหม่ๆ ของธุรกิจ
รถตอกเสเข็มไม่ใช่เรื่องง่าย
เพราะบางอย่างเป็นสิ่งที่ยัง
ยังไม่มีในโลกมาก่อน แต่เกิดจาก
การช่วยกันคิด แล้วทดลอง
ทำออกมา เมื่อไม่สำเร็จก็ทำมาใหม่
จนได้รู้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา

“เรามุ่งมั่นว่าตอนนี้เรื่องการคิดและพัฒนาการเจาะ ตอก กต เสกระโดง ลูกตุ้มอัตโนมัติของรถตอกเสเข็ม คนไทย ไม่แพ้ชาติใดในโลก แม้แต่เยอรมันเจ้าแห่งเครื่องมือหนักของโลกยังคิดค้นไม่ได้เท่านี้”

ไพศาลยังได้เตรียมที่จะขยายไปยังประเทศในอาเซียน ซึ่งเศรษฐกิจยังเติบโตได้ดี ไม่ว่าจะเป็น พม่า ลาว และกัมพูชา จึงทำให้การดำเนินธุรกิจของโตว่องไว เป็นไปอย่างราบรื่น และเติบโตอย่างต่อเนื่อง

“ในปีที่เราจึงทำตัวเหมือนกบจำศีล และคิดหากลยุทธ์ด้านนวัตกรรมใหม่ๆ มานั่งเล่นเกมในเรื่องระบบการเจาะ กต ในรถคันเดียว เพื่อเตรียมขยายตลาดไปยังอาเซียน โดยเฉพาะพม่าที่ไม่ให้ใช้การตอกเพราะเกรงจะเกิดแรงสั่นสะเทือนต่อบ้านข้างเคียง”

คิดแล้วทำ



กว่าจะมาเป็นรถตอกเสเข็ม นวัตกรรมฝีมือคนไทย “สิทธิบัตรแรกของโลก” ได้ ไพศาล เน้นว่า ต้อง “คิด” และ “ลงมือทำ” เพื่อให้เห็นปัญหา

“ผมจะเป็นคนคิดตลอดเวลา เวลาเดินทางไกลๆ หรือนั่งเครื่องบิน จะชอบนั่งชั้นอีโคโนมีให้ลำบาก ภาย แล้วจะเกิดสมาธิ สมองจะได้คิด ถามและตอบปัญหา แล้วจึงจดโน้ตไว้ในสมุด จากนั้นก็มาคุยกับทีมงาน ทดลองทำ หาปัญหา แล้วมาแก้ไขทีละจุด เพราะภาพพวกนี้เป็นนวัตกรรมใหม่ของโลก ลูกน้องไม่เคยเห็นมาก่อน”

แนวคิดในการสร้างผลงาน หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ของธุรกิจรถตอกเสเข็มไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะบางอย่างเป็นสิ่งที่ยังไม่มีในโลกมาก่อน แต่เกิดจากการช่วยกันคิด แล้วทดลองทำออกมา เมื่อไม่สำเร็จก็ทำมาใหม่ จนได้รู้ปัญหา และวิธีการแก้ปัญหา

“สินค้าบางตัวใช้เวลาคิดค้นและพัฒนาจนถึง 6 ปี กว่าจะได้รูปแบบ เช่น ลูกตุ้มอัตโนมัติ ก็ได้ตั้งโจทย์ให้ สวทช. ช่วยคิดและให้ทีมงานเราทำต้นแบบขึ้นมา ซึ่งโชคดีที่ทำจนสำเร็จ เป็นสิทธิบัตรรายแรกของโลก และคาดว่าในปีหน้าจะออกสู่ตลาดได้แล้ว” ไพศาลกล่าว

ไพศาล มองว่า ภาวะเศรษฐกิจไทยขณะนี้กำลังวิกฤติ ซึ่งธุรกิจเอสเอ็มอีต้องระมัดระวังตัว ที่สำคัญต้องพยายามหาองค์ความรู้ เพื่อสร้างผลงานนวัตกรรมใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องก็จะทำให้ธุรกิจเดินหน้าไปอย่างสง่างาม และเติบโตต่อเนื่อง เช่นเดียวกับโตว่องไว ที่ไม่หยุดนิ่งในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดระยะ 21 ปี จนวันนี้กลายเป็นบริษัทผู้ผลิตรถตอกเสเข็มอันดับต้นๆ ของวงการก่อสร้างไทย



INNOVATION & DESIGN

Thailand Innovation Showcase

นวัตกรรมไทยทำ..ไม่ธรรมดา

สุดยอดนวัตกรรมไทยจากผู้ประกอบการไทยที่ได้นำเทคโนโลยี
และงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาและ
ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม



“อุตสาหกรรมไทยก้าวหน้า พัฒนาด้วยนวัตกรรม :
Driving Industry Growth Through Innovation”
เป็นแนวคิดหลักของการจัดงาน **Thailand Industry
Expo 2015** งานใหญ่ประจำปีของกระทรวงอุตสาหกรรม
ระหว่างวันที่ 22-27 กันยายนที่ผ่านมา ณ อิมแพ็ค
เมืองทองธานี

หนึ่งในไฮไลต์ของการจัดงานครั้งนี้ คือ การนำเสนอ
สุดยอดนวัตกรรมไทยจากผู้ประกอบการไทยที่ได้นำ
เทคโนโลยีและงานวิจัยมาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก
ภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
ผ่าน **นิทรรศการ Thailand Innovation Showcase**
โดยความร่วมมือกันของกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวง
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เครื่องอบทำผงแห้ง อเนกประสงค์ Spray

Dryer นวัตกรรม

เครื่องจักรแปรรูป

อาหารฝีมือคนไทยที่มี

คุณภาพเทียบเท่าสากล แต่

ราคาถูกกว่า 4-5 เท่า สามารถ

ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตนมผง

กาแฟ อาหาร ยาสมุนไพร

เครื่องสำอาง เคมีภัณฑ์ ฯลฯ

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์

www.eurobesttechnology.co.th



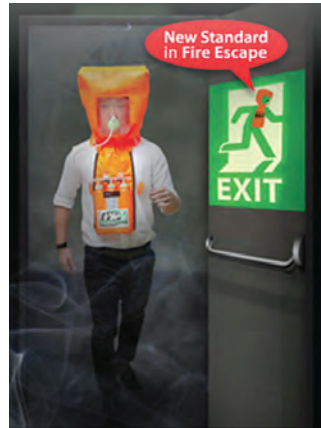
นวัตกรรมไทย..กลไกนำเข้า

นวัตกรรมอุปกรณ์การให้ออกซิเจนชนิดครอบศีรษะ
(Oxygen Treatment Hood) นวัตกรรมฝีมือคนไทยสำหรับ
รักษาผู้ป่วยในห้องควบคุมแรงดัน ทดแทนการนำเข้าได้จาก
เดิมต้องสั่งนำเข้าจากต่างประเทศราคา 12,000 บาท เมื่อผลิต
ในประเทศไทยอยู่ที่ 4,000 บาท ผลิตและจัดจำหน่ายโดย
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ไควน ซัพพลาย



นวัตกรรมเพื่อชีวิตที่ดีกว่า

นวัตกรรมชุดอุปกรณ์ช่วยหายใจหนีไฟ อุปกรณ์
อากาศสำรองช่วยหายใจไม่ให้สลักรั่วขณะหนี
ไฟ หรือกรณีเหตุฉุกเฉิน หรือการทำงานในที่อับ
อากาศ น้ำหนักเบา ใช้งานง่าย นวัตกรรมชุดเจ็มนี้มี
แรงบันดาลใจมา
จากการพบว่า
สาเหตุการเสียชีวิตจากเหตุเพลิง
ไหม้กว่า 95% มา
จากการสลักรั่ว
ควันไฟก่อนได้
รับการช่วยเหลือ
ดูรายละเอียดได้ที่
เว็บไซต์ www.urgentfirepak.com



นวัตกรรมเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร

เวชสำอางจากสารสกัดยางพารา

นวัตกรรมเพิ่มมูลค่ายางพาราไทย..สู่พืชแห่งความงาม
จากการวิจัยค้นพบสารสกัดน้ำยางพารา (Hevea
brasiliensis หรือ Hb) ที่อุดมไปด้วยคุณค่า เช่น สาร
ซูเปอร์แอนติออกซิแดนท์ที่สามารถใช้เป็นสารออก
ฤทธิ์หลักในเครื่องสำอางได้ ภายใต้การสนับสนุน
ของศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (TCELS)

นวัตกรรมผ้าเบรกไร้ใยหินของไทย

นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยคิดค้นนำวัสดุ
อื่น เช่น เส้นใยออร์แกนิก ทดแทนแร่ใยหิน
และโลหะหนักที่ใช้เป็นส่วนประกอบสำคัญ
ในการผลิตผ้าเบรก ส่งผลให้การเบรกของ
รถไม่มีการกระจายใยหินที่เป็นพิษต่อสุขภาพ
และสิ่งแวดล้อม ตอบรับการกระแสนวัตกรรม
สิ่งแวดล้อม ดูรายละเอียดได้ที่เว็บไซต์ www.compact-brake.com



นวัตกรรมยกระดับวิสาหกิจชุมชน

เครื่องสกัดแยกใยธรรมชาติแบบอัตโนมัติพร้อมใช้ เครื่องจักรภูมิปัญญาไทยที่เปลี่ยน
กรรมวิธีในการได้มาซึ่งเส้นใยธรรมชาติ Eco Fiber จากใช้แรงงานคนหรือการหมัก
มาเป็นระบบอัตโนมัติเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้ถึง 200 เท่า และทำเป็นระดับ
อุตสาหกรรมได้ โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ
เช่น กัญชง ผักตบชวา สับปะรด กัญชง ขาง
ลั่นทม ฯลฯ มาผลิตเส้นใยธรรมชาติต่อยอด
สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น
สิ่งทอ เสื้อผ้า โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์
แปรรูปจากใยธรรมชาติ “บ้านนา” ต.ปากโทก
อ.เมือง จ.พิษณุโลก ภายใต้โครงการส่งเสริม
นวัตกรรมและอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ กรม
ส่งเสริมอุตสาหกรรม



FOMM รถลอยน้ำ นวัตกรรมชาบูโรสุตล้ำ

นอกจากการจัดแสดงนวัตกรรมฝีมือคนไทยแล้ว ยังมีความร่วมมือระหว่างไทยและญี่ปุ่น ภายใต้การจัดงาน OTAGAI Conclave in Bangkok ครั้งที่ 12 โดยนำเสนอนวัตกรรมจาก 16 บริษัทที่มีเทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่จากญี่ปุ่น ภายใต้แนวคิด Innovation Samurai ซึ่งยึดหลักว่า “**นวัตกรรม คือ การต่อสู้โดยไม่เกรงกลัวความตาย**” โดยเหล่านวัตกรรมชาบูโรในยุคปัจจุบัน คือ ผู้ลุกขึ้นต่อสู้เพื่อแก้ไข 3 ปัญหาหลักของสังคม คือ การเกษตรกรรม น้ำ และห่วงโซ่อุปทาน

หนึ่งในไฮไลต์เทคโนโลยีชาบูโรครั้งนี้ คือ การอวดโฉม **FOMM** รถยนต์ไฟฟ้าขนาดเล็กที่สุดในโลกซึ่งมีพื้นฐานมาจากเทคโนโลยีขั้นสูงที่พัฒนาขึ้นในประเทศญี่ปุ่น และมุ่งมั่นที่จะทำตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยใช้ประเทศไทยเป็นศูนย์และขยายไปทั่วโลก

จุดเด่นของ FOMM เป็นรถยนต์ขนาดเล็กที่สุดในโลก สามารถนั่งได้ 4 คน โดยมีประสิทธิภาพในเรื่องพื้นที่สูงด้วยระบบการทำงานแบบสัมผัสใหม่ที่ควบคุมคันเร่งด้วยมือ และใช้ FF In-wheel motor ซึ่งกำลังขับเคลื่อนจะถูกส่งมาจากมอเตอร์ที่ติดอยู่ที่ดุมล้อ ไม่จำเป็นต้องพึ่งเฟลาเป็นตัวส่งกำลัง ทำให้มุมเลี้ยวของล้อเป็นอิสระจากเฟลา มุมเลี้ยวกว้างขึ้น

เป็นรถไฟฟ้าที่ขับเคลื่อนด้วย Li-ion แบตเตอรี่ชนิด Cassette ที่ถอดออกได้และสามารถชาร์จไฟแบบทั่วไป ทั้งจากกระแสไฟฟ้าที่บ้าน หรือสามารถประจุกระแสไฟเข้าแบตเตอรี่ได้ตามสถานบริการน้ำมัน หรือปั๊มแก๊ส ระยะทางที่สามารถวิ่งได้สูงสุดคือ 150 กิโลเมตร

นอกจากนี้ FOMM ยังฉีกกฎรถยนต์ที่ต้องวิ่งอยู่บนถนนเท่านั้น ด้วยนวัตกรรมสุดล้ำของรถลอยน้ำ ที่มีฟังก์ชันในยามฉุกเฉิน สามารถเคลื่อนที่ด้วยการลอยน้ำเมื่อเกิดน้ำท่วม และสามารถวิ่งไปได้ด้วยความเร็วต่ำ ซึ่งเหมาะกับประเทศไทยที่ต้องเผชิญน้ำท่วมบ่อยๆ สนใจดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.fomm.co.jp>



OTAGAI Conclave in Bangkok

งาน OTAGAI Conclave in Bangkok ครั้งที่ 12 จัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์และการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานระหว่างภาคอุตสาหกรรมไทยและญี่ปุ่น โดยเน้นการสร้างความร่วมมือโดยใช้จุดแข็งของทั้ง 2 ฝ่าย

โดยในระดับท้องถิ่นของญี่ปุ่นจะมีอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือที่เรียกว่า Only One Technology

ขณะที่ไทยมีศักยภาพในการเป็นฐานการผลิตและตลาด โดยนวัตกรรมจาก 16 บริษัทที่จัดแสดงแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ 1.นวัตกรรมเกี่ยวกับน้ำและสภาพแวดล้อม (Aquanovation) 2.นวัตกรรมเกี่ยวกับเกษตรกรรมและการแปรรูป (Agronovation) 3.นวัตกรรมเกี่ยวกับการทำให้อุตสาหกรรมเติบโตและการทำให้ห่วงโซ่อุปทานแข็งแกร่งขึ้น (Supplinovation)



K & M

ก้าวกระโดดของ 'โซคนำชัย' แม่พิมพ์ไทย..ชนะใจญี่ปุ่น

การจะลงทุนพัฒนาคน เราต้องสร้างทัศนคติ
ที่ดีกับคนในองค์กรก่อน เพราะถ้าคนมีทัศนคติ
คิดลบกับเราเมื่อไหร่ การพัฒนาก็จะสะดุด
เพราะพนักงานไม่เปิดใจรับ



เปิดสูตรบริหารธุรกิจไม่ถ้อยสัญญา **นำชัย สกฤทธิโซคนำชัย**
เจ้าของอาณาจักร "โซคนำชัยกรุ๊ป" โรงงานแม่พิมพ์ไทยที่
สร้างปรากฏการณ์เติบโตก้าวกระโดด แม้แต่ "ใจกล้า" จาก
ญี่ปุ่นยังต้องยอมมาศึกษาดูงาน

ใครจะคิดว่าช่วงเวลาวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 ที่หลายธุรกิจ
ล้มหายตายจากจะกลับกลายเป็นโอกาสแจ้งเกิดบริษัท
โซคนำชัย ออโต้เพรสซึ่ง จำกัด ธุรกิจที่เริ่มจากแค่
ประสบการณ์ใจสู้ และการให้ออกสาจากนายเก่า ทำให้นายชัย
สกฤทธิโซคนำชัย อดีตช่างเคาะรถยนต์สามารถพลิกชีวิตจนสร้าง
อาณาจักรซีเอ็นซีกรุ๊ปที่มียอดขายปีละ 1,900 ล้านบาท

นำชัย เริ่มต้นธุรกิจโดยอาศัยประสบการณ์จากการทำงาน
ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ โดยได้รับทุนจากนายเก่าที่ให้มาตั้งต้น
1 ล้านบาท แม้จะมีทุนเริ่มต้นแต่โปรเจกต์ที่เขาคิดใหญ่นั่น



"การสร้างโรงงานผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ต้องใช้ทุนถึง 15
ล้านบาท ตอนนั้นเห็นข่าวว่ากรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ประกาศให้ความช่วยเหลือเอสเอ็มอี เลยโทรไปที่
กระทรวงจนได้คุยกับท่านท่าน วะสีนัท (อดีตอธิบดี
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม) ซึ่งตอนนั้นยังเป็นรอง
อธิบดีอยู่ ท่านน่ารักมากให้ผมมาพบที่กระทรวง เล่า
ให้ฟังว่ามีแผนเริ่มต้นธุรกิจแต่ละสตั๊ปปังบ้าง ท่าน
มองเห็นว่ามีความเป็นไปได้ จึงแนะนำให้ไปกู้เงินที่
บสย.จนในที่สุดได้รับอนุมัติสินเชื่อ 15 ล้านบาทมาตั้ง
โรงงานแห่งแรกที่สุพรรณบุรี" **นำชัย สกฤทธิโซคนำชัย**
ประธานกรรมการผู้จัดการกลุ่มบริษัทโซคนำชัย หรือ
ซีเอ็นซีกรุ๊ป กล่าว

ในช่วงวิกฤติบริษัทต่างๆ ได้รับผลกระทบจาก
คำสั่งซื้อที่ลดลง แต่นายชัยกลับมองว่า เป็นโอกาส
แจ้งเกิดบริษัทใหม่ เพราะใช้พนักงานจำนวนน้อยมี
ความคล่องตัวสูงกว่า





งานที่แข็งแกร่งขึ้นคือ ความทุ่มเท จิตใจอันดี
ลูกค้ารายแรกได้สำเร็จ

“งานแรกที่ได้จากขอนแก่น เพราะเขาขาดชิ้นงานแม่พิมพ์
อยู่ชิ้นหนึ่ง ปกติต้องใช้เวลา 6 เดือน แต่อีก 3 เดือน
รถจะต้องประกอบแล้ว พอเขารู้ว่าผมสามารถทำ
แม่พิมพ์ได้โดย
ไม่ต้องมีแบบทำให้
มีโอกาสร่วมงาน
กัน ด้วยเวลาแค่
2 เดือน แต่เรามี
คนแค่ 6-7 คน จึง
ทุ่มเททำงานกัน 24
ชั่วโมง หลังเสร็จ
งานนี้เขาประทับใจ
มากกว่าโรงงานที่
ไม่มีการศึกษาแต่
ความตั้งใจสูงมาก
ความรับผิดชอบมาเป็นทีหนึ่งจึงเริ่มให้การยอมรับ
และส่งงานมาให้ทำเรื่อยๆ”



จากโรงงานเล็กๆ พนักงานไม่ถึง 10 ชีวิต ซีเอ็นซีก้าว
มาจนมีพนักงาน 700 คน ธุรกิจเติบโตต่อเนื่องทุกปี
ด้วยเป้าหมายการเติบโตปีละ 100% แต่ที่ผ่านมามี
เติบโตถึง 300% จนองค์กรความร่วมมือระหว่าง
ประเทศแห่งญี่ปุ่น หรือไจก้า สนใจมาศึกษาระบบ
การบริหารงาน

ผมจะไม่ไปเดินดูทุกวันบ่นทุกวัน
เพราะถ้ายังเป็นเก่าแก่แบบ “หลงฐิ”
ลูกน้องที่เป็นระดับผู้จัดการทุกคนก็
จะทำตามแบบเราหมด

ธุรกิจเล็กๆ ที่เติบโตอย่างมีศักยภาพจำเป็นต้องมีการบริหาร
งานอย่างเป็นระบบ ดัดลีนใจบนพื้นฐานข้อมูล ซึ่งเป็น
จุดบอดของโรงงานเล็กๆ หลายแห่งที่ไม่สามารถเติบโตได้

“ผมให้ความสำคัญการพัฒนาฝีมือในสัดส่วน 20% ที่เหลือมา
จากการบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการทำรายงาน
ตั้งแต่เริ่มธุรกิจพนักงานต้องรายงานผลงาน ผมจะไม่ไปเดินดู
ทุกวันบ่นทุกวันเพราะถ้ายังเป็นเก่าแก่แบบ “หลงฐิ” ลูกน้อง
ที่เป็นระดับผู้จัดการทุกคนก็จะทำตามแบบเราหมด

ผมจะมุ่งเน้นให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการทำเอกสาร
เริ่มตั้งแต่การวางแผนการพัฒนาแม่พิมพ์บนกระดาษก่อน
ว่าทำแบบไหนจึงจะบริหารต้นทุนได้ดีที่สุด ไม่ใช่ซื้อของมา
ทำโดยไม่รู้ต้นทุนซึ่งจะทำให้งบประมาณบานปลาย นอกจากนี้
ยังทำให้มีเอกสารเก็บองค์ความรู้ถ่ายทอดสู่พนักงานรุ่น
หลังได้พัฒนาต่อยอด”



นอกจากนี้บริษัทยังได้นำเทคโนโลยีและซอฟต์แวร์ รวมทั้งพัฒนาวิศวกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิตแม่พิมพ์เพื่อเพิ่ม Productivity อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน

นายชัย ยกตัวอย่างให้ฟังว่า ผู้จัดการโรงงานของบริษัทเรียนจบสูงสุดชั้นปวส. แต่สามารถปรับขึ้นทำงานเป็นภาษาอังกฤษได้โดยมีอาจารย์มาสอน นอกจากนี้ยังมีการส่งพนักงานไปพัฒนาทักษะเพื่อรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ

“การจะลงทุนพัฒนาคน เราต้องสร้างทัศนคติที่ดีกับคนในองค์กรก่อน เพราะถ้าคนมีทัศนคติติดลบกับเราเมื่อไหร่ การพัฒนาก็จะสะดุด เพราะพนักงานไม่เปิดใจรับ ผมมักจะบอกกับลูกน้องว่า อย่าคิดว่าทำงานมานานอยู่มาเป็นสิบปีแล้วมีประสบการณ์มาก หากเราทำงานแบบจำเจไม่มีการพัฒนาใหม่ๆ จะสู้เด็กรุ่นใหม่ไม่ได้ เพราะเทคโนโลยีทุกอย่างมีการพัฒนาตลอด”



แม้การบริหารงานภายในจะเป็นธุรกิจครอบครัวที่มีลูกๆ มารับช่วงดูแลกิจการด้านต่างๆ แต่นายชัยพยายามสร้างระบบให้เป็นมืออาชีพ โดยการบริหารงานผ่านซอฟต์แวร์นำระบบ ERP มาใช้จัดการในโรงงาน พร้อมทั้งกำหนดกฎอย่างเคร่งครัด ถ้าใครไม่ทำตามจะมีการตักเตือน 2 ครั้ง ครั้งที่ 3 คือจ้างออก

ต้นแบบบริหารงาน SMEs ดีเด่น



ปัจจุบัน โชคนาชัยกรู๊ป ถือเป็นบริษัทของคนไทยที่ผลิตแม่พิมพ์ขึ้นส่วนรถยนต์ระดับ TIER-1 บ่อนให้กับค่ายรถยนต์ต่างๆ จากทั่วโลก อาทิเช่น ฮอนด้า โตโยต้า ฟอร์ด มิตซูบิชิ จีเอ็ม ฯลฯ นอกจากนี้ ยังมีบริษัทคู่ค้าอย่าง เอช-วัน เจแปน ซัพพลายเออร์ของฮอนด้า เข้ามาจับมือร่วมลงทุน 40% ก่อตั้งโรงงานผลิตแม่พิมพ์ขึ้นส่วนรถยนต์ ในนามบริษัท ซีเอ็นซี ดี-เทคซ์ จำกัด ในปี 2547 โดยล่าสุดสามารถคว้าต้นแบบรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประเภทบริหารงาน SMEs ประจำปี 2558 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

จุดแข็งการบริหารงานของซีเอ็นซี ดี-เทคซ์ คือ

- นำประสบการณ์ความเชี่ยวชาญจากกลุ่มบริษัทโชคนาชัยมาพัฒนาและวางรากฐานการทำงาน
- กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย นโยบายที่ชัดเจน และสื่อสารให้พนักงานในองค์กรรับทราบและเข้าใจ
- ติดตาม ควบคุม ตามระบบ PDCA แต่จะวางอย่างสม่ำเสมอ
- จัดทำแผนธุรกิจเพื่อวางแผนการบริหารงาน และ SA PLAN เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อนเพื่อนำมาปรับปรุงองค์กรก้าวสู่วิสัยทัศน์ผู้นำทางด้านการผลิตแม่พิมพ์ขึ้นส่วนโลหะรถยนต์ที่มีค่า High Tensile ในประเทศไทย

“ผมยึดหลักว่าการทำงานทุกคนต้องมีความร่วมมือกัน ผมไม่อยากโตคนเดียว เน้นสร้างให้พนักงานทุกคนรู้สึกมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของ ยกตัวอย่างเช่น ตั้งแต่ระดับผู้จัดการถึงหัวหน้าแผนก จะต้องเข้ามามีส่วนร่วมรับรู้ผลกำไร-ขาดทุนของบริษัท เพื่อประชุมวางแผนจัดการปัญหาาร่วมกันในทุกสัปดาห์ทุกเดือน หรือกรณีลูกค้าต้องลดราคา ทุกคนต้องมีส่วนร่วมช่วยกันคิดที่จะลดต้นทุนเพื่อทำให้บริษัทเติบโตตามเป้า กำไรยังเท่าเดิม”

จากธุรกิจเล็กๆ ที่มีเพียงประสบการณ์และใจเป็นทุนเริ่มต้น แต่นายชัยเรียนรู้อย่างรวดเร็ว หากคิดจะสร้างอาณาจักรให้เติบโต การบริหารงานอย่างมืออาชีพเท่านั้นจึงจะสร้างความมั่นคงให้ธุรกิจได้ในระยะยาว



BEHIND THE BRAND

“แค่นั้น..ง่ายๆ สั้นๆ และเป็นกันเอง
ภาษาอังกฤษเขาบอกว่า
“It’s just business, nothing
personal” ทุกอย่างเป็นเรื่องของธุรกิจ
ตอนนั้นน้ำตาถูกผู้ขายไหลออกมาเลย
ถือว่าเป็นการเรียนรู้บทเรียนครั้งสำคัญ
ในชีวิต



The Cool

แบรนด์ไทย

เจ้าธุรกิจความเย็น



“เสร็จหน้าผาโคกอีก เสร็จคึกษ์ขุนพล” บทเรียนราคาแพง
ของ OEM รับจ้างผลิตสินค้า “เจ็บจริง ล้มจริง” แต่ฮึดสู้
ไม่ยอมแพ้ เบื้องหลังเส้นทางสร้างแบรนด์ The Cool
เจ้าธุรกิจความเย็น บริการแบบไทย ชนะใจอาเซียน

กว่าจะรู้ซึ่งว่าการเป็นเจ้าของแบรนด์สินค้าสำคัญแค่ไหน
ประชา ประคณศึกษาพันธ์ ประธานกรรมการ บริษัท
เดอะ คูล กรุ๊ป จำกัด เคยต้องเสียน้ำตา และถึงขั้นเกือบเลิก
กิจการมาแล้ว ในวันที่หุ้นส่วนแบรนด์ต่างชาติโทรมาบอก
ว่า “ขอใบ اجازهที่ช่วยทำตลาดมา โรงงานที่จีนเสร็จแล้ว ต่อ
ไปนี่เขาจะลงมาทำตลาดเอง ต้องขอโทษด้วย”

“แค่นั้น..ง่ายๆ สั้นๆ และเป็นกันเอง ภาษาอังกฤษเขาบอก
ว่า “It’s just business, nothing personal” ทุกอย่าง
เป็นเรื่องของธุรกิจ ตอนนั้นน้ำตาถูกผู้ขายไหลออกมาเลย
ถือว่าเป็นการเรียนรู้บทเรียนครั้งสำคัญในชีวิต

วันนั้นจึงสำนึกว่า การเป็นเจ้าของตราสินค้าสำคัญแค่ไหน”

ในช่วงเวลาที่เลวร้าย ประชาเกือบถอดใจเลิกกิจการ แต่
กำลังใจจากครอบครัว และพนักงานอีก 250 ชีวิต ที่พร้อม
สู้เคียงข้าง ทำให้เขาฮึดสู้อีกครั้ง

เขาเลือกนับหนึ่งอีกครั้งจากธุรกิจบริการหลังการขาย “เดอะ
คูล เซอร์วิส” ที่เริ่มไว้ตั้งแต่ยังร่วมทุนกับต่างชาติ โดยใช้
“บริการนำการขาย” เป็นจุดแข็งของแบรนด์ก่อนจะค่อยๆ
ขยายไปยังกลุ่มธุรกิจอื่น ทั้งอุปกรณ์ที่ทำความเย็นและร้อน





4 ชั่วโมงเราจะจัดส่งช่างซ่อมไปถึงที่เกิดเหตุ ถ้าไม่ถึงแล้วสินค้าของคุณเกิดเสียหายเรายินดีจ่ายค่าเสียหายโอกาสทางธุรกิจให้ แต่การที่จะให้ค้ำประกันสัญญากับลูกค้าได้แบบนี้ เราต้องมั่นใจใน Network ที่แข็งแรงของเราก่อน ซึ่ง The Cool มีพร้อม”

หมัดเด็ดต่อมาของ The Cool Service คือคิดต่อยอดการทำสัญญาแบบพรีเมียม แฝกเงาให้ลูกค้าเลือกใช้ด้วย โดยหากตู้แช่ของลูกค้าเสีย บริษัทจะสลับตู้ใหม่ให้ก่อนทันที แล้วค่อยยกตู้ที่เสียไปซ่อมที่ศูนย์บริการ

คำตอบ คือ จุดแข็งที่คนไทยมีเหนือกว่าชาติอื่น คือ หัวใจของนักบริการ ความเป็นมิตร ประชาเลยมัตตสันใจเดินหน้าจาก “ขายบริการ” โดยยินดีให้บริการซ่อมให้ทุกแบรนด์

“ในช่วง 2 ปี หลังจากที่ได้ทิ้ง ไม่มีแบรนด์สินค้าเป็นของตัวเอง เราหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีผลิตและสร้างสินค้าแบรนด์ตัวเองขึ้นมา แต่การเข้าไปทำตลาดกลับยากมาก”

สิ่งที่เขาคิดต่อคือ การรุกสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เออีซี) ที่กำลังจะเปิดฉาก แต่ไม่ถนัดเมื่อบริษัทไร้แบรนด์ แข็งคอบแบ็คอัพ

โจทย์ยากที่ต้องคิด คือ ถ้าแบรนด์เกิดใหม่จะไปลุยเองในตลาด คำถามคือ จะเอาอะไรไปสู้ ?

คำตอบ คือ จุดแข็งที่คนไทยมีเหนือกว่าชาติอื่น คือ หัวใจของนักบริการ ความเป็นมิตร ประชาเลยมัตตสันใจเดินหน้าจาก “ขายบริการ” โดยยินดีให้บริการซ่อมให้ ทุกแบรนด์

แม้การให้บริการตู้แช่จะทำกำไรแค่หลักร้อยต่อตู้ แต่บางบริษัทมีตู้แช่กว่าสองแสนใบ รวมกันแล้วก็ถือว่าไม่ใช่น้อย ที่สำคัญบริษัทธุรกิจต่อเนื่องที่ให้บริการครบวงจร ทั้งดับกลิ่น แต่งสี ฟันสี ถ้าตู้ไหนมีสนิมเกาะก็จัดการเคลือบให้จนกลับมาดูเหมือนใหม่ ซึ่งนั่นคือกลยุทธ์หมัดเด็ดที่ใช้ดึงดูดลูกค้า

“ถ้าคุณใช้สินค้าแบรนด์ The Cool เราพร้อมบริการให้ฟรี แต่ถ้าคุณใช้แบรนด์อื่น เราเก็บเงิน เรากลัวพูดว่า The Cool Service เป็นรายแรกในโลกที่รับประกันว่า ภายใน





ที่สำคัญคือ พร้อมบริการให้ 24 ชั่วโมง และมี Preventive Maintenance ซึ่งเป็นการซ่อมเชิงบำรุงรักษา โดยทุกเดือนจะเข้าไปดูอย่างน้อยหนึ่งครั้ง และเช็คใหญ่ทุก 6 เดือน

หลังจากตั้งหลักได้ บริษัทจึงแตกไลน์สู่ธุรกิจรีเทล ทั้งผลิตและให้เช่าตู้แช่เย็นและแช่แข็งภายใต้แบรนด์ The Cool อย่างเต็มตัว

ปัจจุบัน The Cool สามารถเข้าไปปักธงในตลาดอาเซียนได้สำเร็จ โดยมีสาขาในอินโดนีเซีย 6 สาขา มาเลเซีย 7 สาขา เวียดนาม 3 สาขา ฟิลิปปินส์ 27 สาขา (เนื่องจากการรวมกับพันธมิตรท้องถิ่นที่มีศูนย์กระจายสินค้าอยู่แล้ว) และเริ่มเข้าไปขยายธุรกิจในเมืองมาอีก 1 สาขา

พร้อมวางแผนเป้าหมายในอีก 5 ปีข้างหน้าว่า จะสามารถทำรายได้รวมแตะ 5,000 ล้านบาท จากปัจจุบันที่มียอดขายรวมอยู่ที่ 1,300 ล้านบาทต่อปี โดยสัดส่วนรายได้จะมาจากตลาดในประเทศ 20% และต่างประเทศ 80%



บริษัทยังมีแผนที่จะสร้างโรงเรียนฝึกอบรมบุคลากร (Academy) ของ The Cool ในแต่ละประเทศด้วยเพื่อสร้างบุคลากรรองรับการเติบโต พร้อมมองถึงโอกาสเข้าไปลงทุนสร้างโรงงานในตลาดที่ขยายตัวสูง รวมทั้งเริ่มมองหาโรงงานรับจ้างผลิต (OEM) ในประเทศจีนรองรับการรุกสู่ตลาดรีเทล

วันนี้ The Cool จึงกลับมาผงาดได้อีกครั้งอย่างเต็มภาคภูมิ รั้งตำแหน่งเบอร์หนึ่งในด้านการให้บริการ

ความท้าทายที่เหลือจากนี้คือ การผลักดันธุรกิจขายให้ขยับขึ้นเป็นเบอร์หนึ่งในธุรกิจตู้แช่เย็นและแช่แข็งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ The Cool

- ใช้บริการนำสินค้า คือ เข้าไปดูแลทุกอย่าง ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า
- เมื่อเครือข่ายบริการแข็งแกร่ง จึงเริ่มขยายไปสู่ธุรกิจรีเทล ให้บริการเช่าตู้แช่ทั้งไมโครฟรีเซอร์ เพื่อสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและจดจำ
- ออกงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อสร้างการจดจำและตลาดใหม่ๆ
- เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ล่าสุด The Cool ยังได้รับรางวัลสุดยอดเอสเอ็มอี 7 ปีซ้อน ทำให้มีโอกาสได้สัมภาษณ์ออกสื่อจนเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น
- เมื่อเครือข่ายด้านบริการแข็งแกร่ง ตราสินค้าเริ่มเป็นที่รู้จัก จึงต่อยอดสู่กลยุทธ์ให้ข้อเสนอทางธุรกิจที่เป็นหลักประกันเหนือกว่าคนอื่น




HOT & COOL


โบว์เบเกอรี่เฮ้าส์

โมเดล ‘สตาร์ทอัพ’ ธุรกิจอาหาร

เราเป็น Start up Business อย่างแท้จริง
เพราะเริ่มต้นสร้างโอกาสธุรกิจให้กับตัวเราเอง
โดยเข้าตลาดลูกค้าร้านค้าแฟรนไชส์
เป็นเจ้าของ และร้านค้าแฟรนไชส์ต่างๆ
ในลักษณะการพำนัก จนมีกำลังการผลิต
และมีฐานลูกค้ามากขึ้น



ต้นแบบร้านเบเกอรี่แนวใหม่ที่ไม่เคยหยุดคิดพลิกแพลง
หากกลยุทธ์ธุรกิจและนวัตกรรมใหม่ๆ จากจุดเริ่มต้นร้าน
เบเกอรี่เล็กๆ ของ “โบว์เบเกอรี่เฮ้าส์” จนวันนี้ผ่านตัวเอง
กลายเป็น “One Stop Service” ศูนย์ผลิตและขายส่ง
เบเกอรี่รายใหญ่สำหรับร้านค้าแฟรนไชส์ทั่วประเทศ ที่นำจับตา
ของวงการสตาร์ทอัพไทย

ความสำเร็จของโบว์เบเกอรี่เฮ้าส์ เกิดจากแนวคิดริเริ่ม
ของ “วิสิทธิ์ สดแสงเทียน” กรรมการผู้จัดการ บริษัท
โบว์เบเกอรี่เฮ้าส์ จำกัด ที่ต่อยอดจากธุรกิจขายเบเกอรี่
หน้าร้านธรรมดาๆ ด้วยกลยุทธ์ธุรกิจแนวใหม่ที่มุ่งรุกเข้าหา
ตลาดลูกค้าโดยตรง และวางโพสิชั่นนิ่งของตัวเองเป็นร้าน
ขายส่งเบเกอรี่ “กึ่งโฮมเมด” ที่มีกำลังการผลิตสินค้าเพียงพอ
ครบวงจรและมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของ
ลูกค้าร้านค้าแฟรนไชส์



“เราเป็น **Start up Business** อย่างแท้จริง เพราะเริ่มต้นสร้างโอกาสธุรกิจให้กับตัวเองโดยเข้าหาตลาดลูกค้าร้านกาแฟบ้านไร่ เป็นเจ้าแรก และร้านกาแฟตามตึกต่างๆ ในลักษณะการฝากขาย จนมีกำลังการผลิต และมีฐานลูกค้ามากขึ้น จึงได้เปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่เป็นการขายส่ง หรือขายขาด แทนการฝากขายที่มีจุดอ่อนคือร้านค้าไม่มีส่วนร่วมและให้ความสำคัญกับสินค้าที่วางขาย”

จากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดใหม่เป็นการ “ขายขาด” และการได้พันธมิตรธุรกิจร้านกาแฟ ถือเป็น “จุดเปลี่ยน” และเป็นก้าวสำคัญของธุรกิจในการสร้างแบรนด์ “โบว์เบเกอรี่เฮาส์” ให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดตลอดระยะเวลา 3-4 ปี ที่ผ่านมา

วิธีที่บอกว่า หลังจากที่เราปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจเป็นการขายส่งเบเกอรี่ที่มีขนมครบวงจรทำให้ได้ฐานลูกค้ารายใหญ่เข้ามา โดยเฉพาะร้านกาแฟแบรนด์ดังต่างๆ เช่น Mezzo, Coffee Boy, Inthanin, Amazon,

True, Maxvalue, ร้านขนมปังพริชชี่ รวมถึงโอกาสได้นำขนมและเบเกอรี่เข้าไปขายในมุมเบเกอรี่ & คอฟฟี่ของร้านเซเว่น อีเลฟเว่น กว่า 300 สาขา

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์การตลาดอยู่ตลอดเวลาแล้ว วิธีที่บอกว่า การพัฒนาและควบคุมคุณภาพของสินค้าให้มีความ **อร่อยคงที่** และที่สำคัญอีกอย่างก็คือ ต้องมีการ **คิดค้นผลิตภัณฑ์แปลกใหม่** **ออกสู่ตลาดอยู่เสมอ** ถือเป็นสิ่งสำคัญของการดำเนินธุรกิจขนมเบเกอรี่ของแบรนด์ โบว์เบเกอรี่เฮาส์ ให้ประสบความสำเร็จในวันนี้

“เราจะมีการพัฒนาและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพราะลูกค้าแต่ละรายจะมีความต้องการที่แตกต่างกัน แต่ที่สำคัญก็คือ การควบคุมคุณภาพสินค้าให้มีรสชาติความอร่อยคงเดิม และต้องคิดค้นสูตรออกสินค้าใหม่ๆ สู่ตลาด ซึ่งเราพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มักจะสนใจสินค้าที่ออกใหม่มากกว่าสินค้าเดิมๆ”



ที่สำคัญก็คือ การควบคุมคุณภาพสินค้าให้มีรสชาติความอร่อยคงเดิม และต้องคิดค้นสูตรออกสินค้าใหม่ๆ สู่ตลาด ซึ่งเราพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มักจะสนใจสินค้าที่ออกใหม่มากกว่าสินค้าเดิมๆ





หากใครเป็นขาประจำเบเกอรี่ของร้านเซเว่น จะเห็นขนมสูตรใหม่ๆ ของโบว์เบเกอรี่ออกมาไม่ต่ำกว่า 3-5 ตัวต่อเดือน

ผลจากการไม่หยุดนิ่งที่จะคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดเบเกอรี่ ทำให้ในปัจจุบันโบว์เบเกอรี่เข้ามามีสินค้ากว่า 400 ชนิด และทำการผลิตออกขายถึง 200 ชนิดต่อวัน จนทำให้สินค้าของบริษัทได้รับ “รางวัลนวัตกรรม” จากการคิดค้นสินค้าใหม่ 2 ชนิด ได้แก่ “ขนมเอแคลร์ข้าวไรซ์เบอร์รี่” ติด 1 ใน 9 ของผู้ได้รับรางวัล “7 Innovation Award 2016” ด้านเศรษฐกิจ ด้วยการคิดค้นนำเอาข้าวหอมไรซ์เบอร์รี่หักมาต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพและสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ

ส่วนสินค้าอีกชนิดก็คือ “ขนมเมอแรงค์มะพร้าว” ติด 1 ใน 15 ของสินค้าที่ได้รับคัดเลือกให้ได้รับรางวัลนวัตกรรมดีเด่น จากสถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม ในงาน ThaiFEX 2015 ซึ่งเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพที่ต่อยอดและพัฒนาสูตรมาจากขนมเมอแรงค์รสคลาสสิกดั้งเดิมของบริษัทที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอยู่แล้ว

วิธีธิบบอกว่า การได้รับรางวัลนวัตกรรมอาหารครั้งนี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการผลักดันและได้รับการถ่ายทอดความรู้มาจากสถาบันอาหาร ซึ่งเป็นความร่วมมือกันมาตั้งแต่ 3-4 ปีที่แล้ว จนทำให้เกิดการพัฒนาต่อยอดสูตรขนมเมอแรงค์รสมะพร้าว รวมถึงการให้ความช่วยเหลือด้านอื่นๆ เช่น ให้คำปรึกษาจัดทำระบบ GMP และ HACCP เพื่อวิเคราะห์และควบคุมจุดเสี่ยงการผลิต พร้อมทีมที่ปรึกษาช่วยวางแผนผลิตภัณฑ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์

Food Start Up โอกาสที่เปิดเสมอ



เทรนด์ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพที่กำลังมาแรง ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ที่เป็น **Start up Business** เกิดขึ้นได้ไม่ยาก แต่จะต้องเป็นผู้ที่มีความตั้งใจ เอาใจใส่ในงานอย่างสูง

“ผมมองว่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ ยังเปิดโอกาสธุรกิจเสมอให้กับสตาร์ทอัพทุกคน หากใส่ใจทุกขั้นตอนในธุรกิจที่ทำ มีความตั้งใจจริง ซื่อสัตย์ ต่อทีมงานและลูกค้า”

วิธีธิบบอกว่า สิ่งสำคัญที่ทำให้ ผู้ประกอบการล้มเลิกก่อนแล้วก็คือ การไม่สามารถควบคุมคุณภาพสินค้าให้มีรสชาติความอร่อยอยู่เหมือนเดิม เนื่องจากเมื่อผลิตสินค้าปริมาณมากๆ มักจะทำให้รสชาติเปลี่ยนแปลง บริษัทจึงต้องมีการทดลองและวัดค่าเพื่อให้รสชาติคงที่ โดยมีทีม R&D ของตัวเอง

เขาให้คำแนะนำด้วยว่า ผู้บริหารจำเป็นต้องปรับตัวในธุรกิจอยู่เสมอ หมั่นทบทวนตัวเอง วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าตลาดและคู่แข่งอยู่ตลอดเวลา เพื่อพร้อมรับมือกับเทรนด์ธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

ใหม่ๆ ตลอดจนให้ข้อมูลช่วยเหลือออกบูธแสดงสินค้าและจับคู่ธุรกิจ

“การทำธุรกิจอาหารของเราเติบโตและประสบความสำเร็จถึงวันนี้ได้เกิดจากเราเน้นคิดหาแนวคิดนวัตกรรมใหม่ๆ และคิดค้นสูตรขนมใหม่ๆ ออกสู่ตลาดตลอดเวลา เพราะการทำธุรกิจอาหารเราจะหยุดอยู่กับที่ไม่ได้ เพื่อให้ธุรกิจเกิดความมั่นคงในวันนี้และวันหน้า”

การก้าวสู่ “One Stop Service” บริการขายส่งเบเกอรี่ครบวงจร ของ “โบว์เบเกอรี่เฮ้าส์” ที่เติบโตในวันนี้ จึงไม่ใช่ความบังเอิญ หรือโชคช่วย แต่เป็นเพราะความมุ่งมั่น ตั้งใจของผู้บริหารที่ไม่เคยหยุดคิดค้น และปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา





รวมกลุ่มผู้ประกอบการแฟชั่นมุสลิมสร้างแบรนด์เป็นหนึ่งเดียวกันในชื่อ **Heart Craft** “สร้างงานด้วยใจ สร้างสรรค์จาก 2 มือ” สู่การสร้างสรรค์อัตลักษณ์แฟชั่นมุสลิมที่ผสมผสานดีไซน์และความทันสมัยได้อย่างลงตัว โดยเป็น 1 ใน 6 ย่านการค้าแฟชั่นที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการพัฒนาศักยภาพเครือข่ายย่านการค้าในอุตสาหกรรมแฟชั่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

Heart Craft

ปลุกพลังแฟชั่นมุสลิม

INSPIRATION

ตอนนี้ผู้ส่งออกแฟชั่นมุสลิมรายใหญ่ คือ อินโดนีเซีย แต่เรามองว่าผู้ประกอบการแฟชั่นมุสลิมมีศักยภาพและโอกาสในการแข่งขัน หากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการเดินทางไปเปิดตลาดโชว์ศักยภาพให้แฟชั่นมุสลิมไทยเป็นที่รู้จักในต่างประเทศมากขึ้น



อุราภรณ์ พุ่มเพ็ชร ประธานเครือข่ายเสื้อผ้าสตรีมุสลิมมีนบุรี เล่าว่า เดิมย่านมีนบุรีเป็นย่านศูนย์รวมของผู้ประกอบการตัดเย็บเสื้อผ้ามุสลิมที่เป็นการตัดเย็บของกลุ่มแม่บ้านที่กระจายอยู่ตามตรอกซอกซอยต่างๆ ยังไม่มีการเปิดหน้าร้าน จนกระทั่งในช่วง 3-4 ปีหลัง เริ่มมีคนรุ่นใหม่ที่หันมาบุกเบิกเปิดร้านบนถนนราษฎร์อุทิศ เส้นคูหา มากขึ้น ต่อยอดด้วยการได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมนำมาสู่การรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งมากขึ้น โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมประกวดแข่งขันออกแบบแฟชั่นมุสลิม การจัดงานเดินแฟชั่นโชว์ช่วยจุดประกายคนรุ่นใหม่หันมาสนใจแฟชั่นมากขึ้น

“ผู้ประกอบการ 20 ราย ที่มารวมกลุ่มกัน แต่ละคนมีความแตกต่างกันทั้งประสบการณ์ และความถนัด เช่น บางคนถนัดงานปัก บางคนถนัดออกแบบลวดลายผ้า เก่งตัดเย็บ เก่งร้อยคริสตัล ส่วนบางคนก็เก่งเรื่องการตลาด เราจึงผสมผสานเอาความสามารถของแต่ละคนเข้ามาหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกันในแบรนด์นี้

ต้องขอบคุณการสนับสนุนของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ทำให้เกิดการรวมตัวกันของเครือข่ายแฟชั่นมุสลิม ซึ่งทำให้เกิดความเข้มแข็งและเดินหน้าไปได้ไกลกว่าต่างคนต่างเดิน”

การทำงานภายใต้แบรนด์ Heart Craft เหล่าดีไซเนอร์ชาวมุสลิมจะร่วมกันทำคอลเลคชั่นปีละ 2 คอลเลคชั่น และมีการปันผลทุกๆ หนึ่งปี โดยปีนี้เป็นปีที่ 2 ที่เริ่มสร้างแบรนด์ขึ้นมาเป็นรูปเป็นร่าง หลังจากที่รวมกลุ่มกันเป็นคลัสเตอร์มา 3 ปีแล้ว

“ตอนนี้ผู้ส่งออกแฟชั่นมุสลิมรายใหญ่ คือ อินโดนีเซีย แต่เรามองว่าผู้ประกอบการแฟชั่นมุสลิมมีศักยภาพและโอกาสในการแข่งขัน หากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการเดินทางไปเปิดตลาดโชว์ศักยภาพให้แฟชั่นมุสลิมไทยเป็นที่รู้จักในต่างประเทศมากขึ้น” ประธานเครือข่ายเสื้อผ้าสตรีมุสลิมมีนบุรี กล่าว

ผลงานแฟชั่นทั้งชุดทำงานสไตล์เก๋ ชุดออกงานหรูหรา ชุดลำลองในวันสบายๆ รวมไปถึงชุดแต่งงานสุดตระการตาของแบรนด์ Heart Craft นับเป็นอีกก้าวหนึ่งของการพัฒนาแฟชั่นมุสลิมที่มีการออกแบบสมัยใหม่ของเครือข่ายเสื้อผ้าสตรีมุสลิมมีนบุรี ที่ได้รับความสนใจจากผู้เข้าชมงาน Thailand Industry Expo 2015 เมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา ณ อิมแพ็ค เมืองทองธานี

จากการเติบโตของย่านการค้าแฟชั่นมุสลิมตลอดแนว 2 ฝั่งบนถนนราษฎร์อุทิศ เส้นคูหา ย่านมีนบุรี เป็นแรงผลักดันให้เกิดการ





‘ไทยนำ’

จากโรงงาน..สู่โรงเพาะเห็ด

เป้าหมายระยะต่อไปคือทำให้ทุกตำบล
อำเภอใกล้เคียงกลายเป็นแหล่งเพาะเห็ดฟาง
จากเปลือกถั่วที่ใหญ่ที่สุดให้ได้



“เปลือกถั่ว” นวัตกรรมภูมิปัญญาจากวัสดุเหลือทิ้ง เปลือก
ถั่วสำหรับเลี้ยงเห็ดฟางเพาะเห็ด สร้างการอยู่ร่วมกันระหว่าง
โรงงานกับชุมชนอย่างมีความสุข

เมื่อวัสดุเหลือใช้จากโรงงานอุตสาหกรรมกลายเป็น
เครื่องมือสำคัญที่สานความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงงาน
อุตสาหกรรมแปรรูปแป้งมันสำปะหลัง มันเส้นและมันอัดเม็ด
บริษัท ไทยนำมันสำปะหลัง จำกัด กับวิสาหกิจชุมชนชาวตำบล
โคกสะอาด อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี



วิระภาพ ทวีโคตร หัวหน้าส่วนงานมวลชนสัมพันธ์ บริษัท ไทยน้ำมันสำเร็จรูป จำกัด หนึ่งในทีมงานที่ริเริ่มโครงการ “เปลือกดิน” สู่ชุมชนโคกสะอาด เล่าว่า ทุกวันนี้ชาวบ้านในพื้นที่ ต.โคกสะอาด จ.อุดรธานี จะรู้จัก “เปลือกดิน” เป็นอย่างดี เพราะเป็นวัสดุสำคัญสำหรับการเพาะเห็ดฟาง สร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้คนที่นี่ ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม

เปลือกดิน คือ เศษดินที่ผสมกับเปลือกของมันสำปะหลัง หลังจากที่ถูกขูดขึ้นมาจากดินหลังเสร็จสิ้นฤดูกาลเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนพฤศจิกายน-มีนาคมของทุกปี ระหว่างกระบวนการที่มีการนำมันสำปะหลังไปอบเข้าสู่โรงงานแปรรูปวัตถุดิบ จะมีขั้นตอนของการชะล้างทำความสะอาดมันสำปะหลังสดๆ จากไร่ ทำให้มีเศษดินตะกอนและเปลือกมันสำปะหลังบางส่วนหลุดร่อนออกมา

“ตรงนี้ล่ะที่เราเรียกว่า เปลือกดิน ซึ่งก็คือ waste ที่เหลือจากกระบวนการผลิต ในอดีตเรามองข้ามการใช้ประโยชน์ตรงนี้ไป เพราะไม่คิดว่าของเสียจากการผลิตตรงนี้จะช่วยต่อยอดหรือนำไปใช้ประโยชน์ได้”

ทว่าวันนี้ไทยน้ำมันสำเร็จรูป ประสบความสำเร็จในการทดลองนำเอาเปลือกดินมาใช้ประโยชน์ในภาคการเกษตร ซึ่งนอกจากจะเป็นการต่อยอดใช้ประโยชน์จากเศษวัสดุเหลือใช้จากกระบวนการผลิตแล้ว **โครงการดังกล่าวยังสร้างรายได้ให้กับชุมชน**



จุดเชื่อมโยงโรงงาน-ชุมชน

- แผนงานสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจ สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับเศษวัสดุกากของเสียจากโรงงาน สร้างประโยชน์ให้กับชุมชน และลดการทิ้งของเสีย
- ใช้องค์ความรู้ขององค์กรคิดค้นเทคนิคพิเศษในการออกแบบโรงเรือนเพื่อเพิ่มผลผลิต
- โครงการสามารถวัดผลเชิงเปรียบเทียบปริมาณได้ สร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง
- ความมุ่งมั่นของผู้บริหาร มีแผนงานการขยายผลต่อเนื่องทุกปี และในปี 2559 ขยายผลมุ่งสู่การพัฒนาเป็นชุมชนตำบลเห็ดฟาง

รอบโรงงานและเกษตรกร ซึ่งเป็นการสร้างกิจกรรมและความสัมพันธ์ที่ดีให้ชุมชนรอบโรงงานและเกษตรกร ภายใต้ชื่อ “โครงการเปลือกมันไทยนำ นำเห็ดฟางสู่ชุมชน” ซึ่งขยายผลโครงการต่อเนื่องเป็นปีที่ 2

“กว่าจะมาถึงวันนี้เราทดลองแบบลองผิดลองถูกมาหลายอย่างว่าจะทำอะไรกับเปลือกดินนี้ดี ที่สำคัญต้องมีส่วนร่วมกับชุมชนรอบๆ โรงงานของเราด้วย นี่คือโจทย์สุดหินที่ต้องคิด การทดลองนี้เริ่มทำมาตั้งแต่ปีที่แล้วด้วยการนำเอาเปลือกดินมาเพาะปลูกเห็ดฟาง ที่เราเลือกเห็ดฟางก็เพราะให้ผลผลิตไว เหมาะสมกับสภาพวิถีชีวิตชาวบ้านที่นี่ที่ต้องการรายได้เสริมจากงานหลัก”





วิระภาพ เล่าว่า ในระยะแรกที่เริ่มทดลองเพาะปลูกเห็ดฟาง เริ่มจากโรงเรือนเล็กๆ แค่ 2 โรง ขนาด 4x16 เมตร เพื่อเป็น ศูนย์กลางการเรียนรู้เรื่องเห็ดฟาง แต่ยังมีชาวบ้านสนใจ เข้าร่วมไม่กี่ราย แต่หลังจากทำการทดลองเพาะเห็ดด้วย วัสดุเปลือกดิน ในการปลูกเห็ดที่ใช้ระยะเวลาต่อการรอบการ เพาะปลูก 120 วัน พบว่าสามารถให้ผลผลิตได้ผลดีอยู่ที่ 150 กิโลกรัมต่อการปลูกหนึ่งรอบ

ที่เราเลือกเห็ดฟางก็เพราะ ให้พลผลิตไว เหมาะสมกับ สภาพวิถีชีวิตชาวบ้านที่นี่ ที่ต้องการรายได้เสริมจากงานหลัก

เมื่อชาวบ้านเริ่มเห็นความพยายามของทางโรงงานอุตสาหกรรม และเห็นผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม จึงเริ่มเปิด ใจพูดคุยกับโรงงาน กระทั่งความสนใจขยายวงกว้างมากขึ้น ปีนี้บริษัทจึงปรับเป้าหมายจาก 10 โรงเรือน มาเป็นการเพิ่ม จำนวนผู้เพาะเห็ดฟาง 10 หมู่บ้าน โดยปัจจุบันมีหมู่บ้านเข้าร่วมโครงการแล้ว 3 หมู่บ้าน

“เป้าหมายระยะต่อไปคือทำให้ทุกตำบล อำเภอใกล้เคียง กลายเป็นแหล่งเพาะเห็ดฟางจากเปลือกดินที่ใหญ่ที่สุดให้ได้”

ทางโรงงานมีความตั้งใจว่าจะช่วยชาวบ้านในการพัฒนา ต่อยอดเห็ดฟางเพื่อรองรับปัญหาล้นตลาดที่อาจจะเกิดขึ้น และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การแปรรูปเห็ด ฟางในรูปแบบอาหารต่างๆ ส่งเสริมสนับสนุนให้ชาวบ้าน มีการรวมตัวกันเป็นวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมระบบ สหกรณ์ให้กลุ่มชาวบ้าน เพราะเชื่อว่าแนวทางนี้คือการ ส่งเสริมให้ชาวบ้าน ชุมชน และโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ร่วมกัน ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต



6 ต้นแบบ CSR-DIW Award



โครงการ CSR-DIW เป็นโครงการส่งเสริมสถาน ประกอบการร่วมพลังสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสุขอย่างยั่งยืน โดยมีกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงานหลักขับเคลื่อน เพื่อส่งเสริมให้โรงงานมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตามมาตรฐานของกรมโรงงานอุตสาหกรรม

โดยปีนี้มีผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลแผนชุมชน ดีเด่น หรือ CSR-DIW Continuous Project Award 2015 จำนวน 6 รางวัล ได้แก่

- โครงการนำเห็ดฟางสู่ชุมชน โดย บริษัท ไทย น้ำมันสำปะหลัง จำกัด
- โครงการเสริมสร้างงานหัตถศิลป์สู่ชุมชน โดย บริษัท พาเนล พลาสติก จำกัด
- โครงการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านเขายายเที่ยง ต.คลองไผ่ อ.สีคิ้ว จ.นครราชสีมา โดยโรงไฟฟ้าลำตะคองฯ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย
- โครงการ CPAC ลำปาง3 ม่วนอีก ม่วนใจ๋ “สร้างอาชีพสู่ชุมชนปี 58” โดยบริษัท ผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด โรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ ลำปาง 3
- โครงการ CPAC ร่วมใจ สร้างเสริมความปลอดภัย ห่วงใยชุมชน โดยบริษัท ผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด โรงงานคอนกรีตผสมเสร็จป่าโมก
- โครงการเสริมสร้างความรู้ เรื่อง ธนาคารชยะ ไร่ไชเคิล ให้กับนักเรียนโดยบริษัท นวนิเตอร์เทค จำกัด



WHAT'S NEXT ?

นิทรรศการ ‘งานวิจัย กิ่งสำเร็จรูป’



พบกับ 50 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ผลงานนักวิจัยไทย พร้อมใช้ และต่อยอด เพื่อเพิ่มโอกาสในโลกธุรกิจ ผ่านนิทรรศการ “งานวิจัย กิ่งสำเร็จรูป Talent Mobility: Matching lab with design business” วันที่ 13 ธันวาคม 2558 ตั้งแต่เวลา 10.30-21.00 น. ณ ห้องนิทรรศการ 2 TCDC (Thailand Creative & Design Center หรือ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ) ชั้น 5 ดี เอ็ม โพรเรียม ซุปเปอร์ คอมเพล็กซ์

โครงการงานวิจัยกิ่งสำเร็จรูปเป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง TCDC กับสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) เพื่อส่งเสริมบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมจากมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยของภาครัฐ ให้ปฏิบัติงานกับภาคเอกชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน และสร้างกลไกการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ TCDC เวลา 10.30-21.00 น. (ปิดวันจันทร์) โทร. 0-2664-8448 ต่อ 213, 214

งานแสดงสินค้าฮาลาล Thailand Halal Assembly

งานประชุมวิชาการและงานแสดงสินค้าฮาลาล Thailand Halal Assembly 2015 งานส่งเสริมและกระตุ้นตลาดสินค้าฮาลาลประเทศไทย ภายใต้คอนเซ็ปต์ “Halal Culture & Innovation for Halal Economy” วัฒนธรรมและนวัตกรรมฮาลาล



เพื่อเศรษฐกิจฮาลาล ระหว่างวันที่ 25-27 ธันวาคม 2558 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ภายในงานพบกับนิทรรศการ และการแสดงสินค้าและบริการที่ได้รับเครื่องหมายฮาลาลมากมาย รวมทั้งการสัมมนาเพื่อพัฒนาตลาดฮาลาลประเทศไทยให้ก้าวไกลในเวทีโลก สนใจดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.thailandhalalassembly.com> โทรศัพท์ 0-2218-1054 Email: info@thailandhalalassembly.com

Thailand Industrial Fair 2016



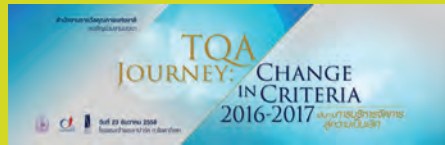
เปิดเวทีเทคโนโลยีอุตสาหกรรม รองรับการค้าเติบโตของอุตสาหกรรมไทยสู่อาเซียน งานแสดงสินค้า Thailand Industrial Fair 2016 งานแสดงเทคโนโลยีเครื่องจักรกล และอุปกรณ์เพื่ออุตสาหกรรมครบวงจร รวบรวมเครื่องจักร อุปกรณ์และเทคโนโลยีล้ำสมัย ระหว่างวันที่ 3-6 มีนาคม 2559 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา

ภายในงานผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมจะได้เลือกสรรเทคโนโลยี เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องใช้จากบริษัทชั้นนำที่นำเทคโนโลยีล่าสุดมาเปิดตัว พร้อมลดราคาตั้งแต่ 30-70% กว่า 600,000 รายการ นอกจากนี้ ยังมีเวทีสัมมนาทางเทคโนโลยีและการเสวนาเชิงกลยุทธ์เติมรูปแบบ รวมทั้งบริการให้คำปรึกษาฟรี โดยผู้ชำนาญการสาขาต่างๆ จากภาครัฐและเอกชนชั้นนำกว่า 60 องค์กร

ผู้ที่สนใจลงทะเบียนเข้าชมงาน หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทรศัพท์ 0-2967-9999 ติดต่อ คุณอริญญา ฝ่ายการตลาด อีเมล arinyap@gmail.com และเว็บไซต์ www.thailandindustrialfair.com

เสวนาเส้นทางการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ

สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ
ขอเชิญร่วมงานเสวนา “TQA Journey:
Change in Criteria 2016-2017”
เส้นทางการบริหารจัดการสู่ความ
เป็นเลิศ เวลา 08.30-16.00 น. วันที่



ของรางวัลคุณภาพแห่งชาติ
ในหลายๆ ประเทศ จึงกำหนด
จัดการเสวนาครั้งนี้ขึ้น เพื่อให้
องค์กรได้เตรียมความพร้อมใน
การพัฒนาสู่เส้นทางการบริหาร

23 ธันวาคม 2558 โรงแรมเจ้าพระยาปาร์ค ถ.รัชดาภิเษก
สืบเนื่องจากสำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ ได้ดำเนินการ
การปรับปรุงเนื้อหาของเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติประจำปี
2559-2560 ให้เหมาะสมกับสภาพการเปลี่ยนแปลงทาง
สังคมและเศรษฐกิจของโลก ตลอดจนให้สอดคล้องกับ
เนื้อหาของเกณฑ์ MBNQA ซึ่งถือว่าเป็นเกณฑ์ต้นแบบ

จัดการสู่ความเป็นเลิศ

ผู้สนใจ สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมและสำรองที่นั่งได้ที่
สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ โทรศัพท์ 0-2619-5500
ต่อ 466-467 (พัชรวรรณ, พรพิมลพรรณ) โทรสาร
0-2619-8098 Email: Phatcharawan@ftpi.or.th
หรือ Pornpimolphan@ftpi.or.th

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC)
ขอเชิญออกแบบรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการ
แฟชั่นยุคใหม่ กลุ่ม OTOP และผู้สนใจ
ดาวน์โหลดฟรี! แอปพลิเคชัน “ผ้าไทย”
(PhaThai) โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อช่วย
ในการออกแบบลายผ้า และนำเสนอข้อมูล
เกี่ยวกับผ้าไทยอย่างรอบด้าน ในรูปแบบ
Mobile Application รวบรวมฐานข้อมูล
ผู้ผลิตผ้าท้องถิ่นในประเทศไทย ตั้งแต่กรรมวิธี

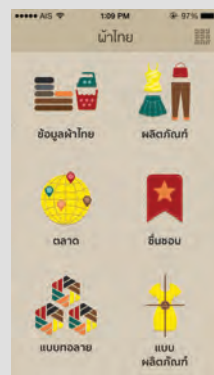


แอปพลิเคชัน ‘ผ้าไทย’

การผลิตเรื่องราวความพิเศษต่างๆ ของผ้าทอ
ในแต่ละพื้นที่ รวมถึงการวิเคราะห์ลักษณะ
ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผ้า เช่น รสนิยม
ความเชื่อทางสังคม ฯลฯ

ตัวอย่างฟีเจอร์เด่นของแอปพลิเคชันผ้า
ไทย ได้แก่ การปรับเปลี่ยนรูปแบบของลายผ้า
และผลิตภัณฑ์จากผ้าด้วยโปรแกรมจำลองลาย
ทอเสมือนจริง มีตัวอย่างลายผ้าและผลิตภัณฑ์
จากผ้า ทั้งเสื้อผ้าสำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์อื่นๆ

สามารถดาวน์โหลดฟรี! ผ่าน Appstore
และ Googleplay สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม
ได้ที่เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ TCDC โทร.
0-2664-8448 ต่อ 213, 214 และ TCDC
เชียงใหม่ โทร. 05-2080-500 ต่อ 1 หรือ
TCDC Facebook | TCDC Twitter



โครงการ Thailand Food Quality to the World

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (ISMED) ร่วมกับ สถาบันอาหาร
กระทรวงอุตสาหกรรม ขอเชิญผู้ประกอบการ
ผู้ผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม สมัครเข้าร่วม
โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารของไทย
ให้เป็นครัวอาหารคุณภาพของโลก (Thailand
Food Quality to the World) ภายใต้
กิจกรรมหลักการเพิ่มศักยภาพการผลิตและ
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Productivity &
Environment) ในกิจกรรมย่อย การลดต้นทุน
การผลิตที่ยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ด้วย Green Productivity (GP)

ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการ ต้องเป็น
ผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มมีโรงงาน
ผลิตอาหารเป็นของตนเอง เป็นผู้ประกอบการ
SMEs, วิสาหกิจชุมชน และไม่เคยเข้าร่วม
โครงการของสถาบันอาหารในกิจกรรมการ
ลดต้นทุนการผลิตที่ยั่งยืน และเป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อมด้วย Green Productivity
อย่างน้อย 2 ปี

ติดต่อสมัครเข้าร่วมโครงการได้ที่ สถาบัน
พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(ISMED) โทรศัพท์ 0-2564-4000 ต่อ 1214
หรือโทรสายด่วน 08-6753-4967 คุณวิยะดา
เดชพลมาตร์ โทรสาร 0-2986-9355 E-mail:
viyada@ismed.or.th, vdatponmart@
gmail.com



THUMP UP

เราตั้งใจจะทำให้เป็น Green Supply Chain ตลอดทั้งระบบ โดยใช้วิธีเข้าไปพูดคุย ชี้ให้ลูกค้า เห็นว่าหากเขาทำธุรกิจควบคู่กับการใส่ใจสิ่งแวดล้อมแล้วจะดีอย่างไร ได้ประโยชน์อะไร



ปูนลำปาง

โรงงานในอ้อมกอดชุมชน



2 ทศวรรษของโรงงานที่โอบล้อมด้วยชุมชนและผืนป่า บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด เป็นตัวอย่างการดำเนินธุรกิจที่ แสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม สามารถ อยู่ร่วมกันได้อย่างเกื้อกูลหากมีการจัดการที่ดี

จากการให้คำมั่นว่า “โรงงานอยู่ไหน ป่าไม่ต้องเขียวที่นั่น” นับ ตั้งแต่ก้าวแรกของการเปิดตัวโครงการที่ลำปางในปี 2537 ถึงวันนี้ ไม่เพียงแต่ภาพของโรงงานในอ้อมกอดสีเขียวจะประจักษ์สู่สายตา แต่ปูนลำปางยังขยายบทบาทสู่การเป็น “พี่เลี้ยง” สร้าง ความเข้มแข็งให้กับชุมชนรอบโรงงาน และยังเป็นต้นแบบ **Green Network** ในฐานะผู้ประกอบการรายแรกของ ประเทศไทยที่ได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวระดับที่ 5 ประจำปี 2557 จากกระทรวงอุตสาหกรรม

สุรัช นิมละออ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย (ลำปาง) จำกัด สะท้อนมุมมองความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ของปูนลำปางว่า การทำธุรกิจไม่ใช่แค่กำไรหรือองค์กรเท่านั้น ที่เติบโต แต่ต้องเติบโตควบคู่กันไปกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม





ทั้งหมดนี้ไม่ใช่แค่พูด..แต่ต้องทำอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง ผู้บริหารปูนลำปางเล่าว่า ตั้งแต่ก้าวแรกของการก่อร่างสร้างธุรกิจตั้งแต่ 20 ปีที่แล้ว บริษัทใส่ใจตั้งแต่การออกแบบการสร้างเหมืองที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยใช้เทคโนโลยีทำเหมืองแบบ Semi Open Cut Mining ที่ทันสมัยที่สุดเป็นรายแรกของเมืองไทย

เทคโนโลยีนี้เป็นการเจาะลงไปทำเหมืองจากด้านในตรงกลางภูเขา และรักษาแนวขอบไว้ให้เป็นแนวกำแพงธรรมชาติ ช่วยลดแรงสั่นสะเทือน ฝุ่นและเสียงไม่ให้ออกไปสู่ด้านนอก แตกต่างจากวิธีการทำเหมืองแบบดั้งเดิมที่ระเบิดเขาเป็นลูกๆ อีกทั้งยังมีการปลูกป่าทดแทนในพื้นที่ทำเหมือง

นอกจากการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังมีการสร้างงาน สร้างความเจริญ และเป็นพลเมืองดีของลำปาง เป็น 4 หลักการของปูนลำปางที่สร้างคุณค่าร่วม หรือ Share Value ว่า

“เมื่อเอสซีจีโต..สังคมก็เติบโตไปด้วยกัน ไม่ใช่แค่เราคนเดียวที่ยั่งยืน”



เราไม่ได้เอาปลาไปให้ แต่ไปสอนวิธีตกปลา ขณะเดียวกันการทำซีเอสอาร์ ของเรายังมาจากการมีส่วนร่วมของคนทั้งองค์กร

ตัวอย่างที่เห็นเป็นรูปธรรม เช่น การมาจดทะเบียนบริษัทที่จ.ลำปาง ซึ่งสร้างรายได้จากภาษีให้กับท้องถิ่นกว่าปีละ 500 ล้านบาท การเปิดโอกาสสร้างอาชีพและกระจายรายได้โดยรับพนักงานที่เป็นชาวลำปาง 70% และผู้รับเหมาที่เป็นชาวลำปาง 97% การริเริ่มโครงการอนุรักษ์ป่าแม่ทรายคำร่วมกับหน่วยงานป่าไม้ การริเริ่มโครงการฝายชะลอน้ำ “SCG รักรักษา เพื่ออนาคต” ร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เป็นต้น

“ตั้งแต่มาตั้งโรงงานที่นี่เราไม่เคยเจอปัญหาการต่อต้านจากชุมชน คีย์สำคัญที่สุดอย่างแรกคือความตั้งใจจริง..ทำจริงในสิ่งที่เราได้ให้คำมั่น สอง คือการสร้างการมีส่วนร่วม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับฟังข้อเสนอแนะจากชุมชน”

การดำรงอยู่ของโรงปูนท่ามกลางชุมชน ต.บ้านสา จึงไม่ได้จบอยู่แค่การดูแลสิ่งแวดล้อมให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่ภาครัฐกำหนด แต่ยังท้าทายตัวเองต่อไปอีกว่า ทำได้ดีกว่านี้อีกได้หรือไม่? สิ่งเหล่านี้คือการพิสูจน์ให้ชุมชนได้เห็นความจริงใจของการอยู่ร่วมกัน

“เราตั้งใจว่าจะต้องทำให้ดีขึ้นไปกว่ามาตรฐานอีก ยกตัวอย่างเช่น มาตรฐานราชการให้เราปล่อยฝุ่นได้ 80 มิลลิกรัมต่ออากาศ 1 ลูกบาศก์ที่ปล่อยออกมา ซึ่งเราทำได้ต่ำกว่าอยู่แล้ว แต่ยังมองต่อไปโดยอยู่ระหว่าง



ศึกษาเพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีใหม่ในการกำจัดฝุ่นมาเป็นแบบ Bag Filter ซึ่งช่วยลดการปล่อยฝุ่นน้อยลงเหลือเพียงแค่ 10 มิลลิกรัม ใช้เงินลงทุนประมาณ 200 ล้านบาท”

อีกสิ่งหนึ่งที่ปูนลำปางเดินหน้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสานสัมพันธ์กับคนในชุมชน คือ การทำซีเอสอาร์อย่างจริงจัง และจริงใจที่ไม่ใช่การเป็นผู้สงเคราะห์หรือใช้เงินนำ แต่เป็นเพื่อนช่วยคิด ช่วยทำร่วมกับชุมชนบนพื้นฐานความสัมพันธ์แบบคนบ้านเดียวกัน

“เราไม่ได้เอาปลาไปให้ แต่ไปสอนวิธีตกปลา ขณะเดียวกันการทำซีเอสอาร์ของเรายังมาจากการมีส่วนร่วมของคนทั้งองค์กร ไม่ใช่แค่เฉพาะพนักงานที่ไปทำซีเอสอาร์ไม่กี่คน แต่มีโครงการให้พนักงานทุกคนแบ่งกลุ่มกันไปทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนเป็นประจำปีละ 30 กว่าโปรเจกต์”

หนึ่งในโครงการที่ปูนลำปางขับเคลื่อนต่อเนื่องมานับ 10 ปี คือ โครงการสร้างฝายชะลอน้ำที่ขยายผลสู่ความเข้มแข็งของชุมชน โดยใช้ฝายเป็น “เครื่องมือ” ที่นำมาสู่การเชื่อมโยงคน แก้ปัญหาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงมาสู่มิติเศรษฐกิจและสังคม โดยเน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้สู่ชุมชน

เป็นการสร้าง “จุดร่วม” จากรากเหง้าปัญหาชุมชนเพื่อการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน จนเมื่อแก้ปัญหาได้จึงเกิดการต่อยอดสู่มิติทางเศรษฐกิจ สังคม จนปัจจุบันหลายหมู่บ้านที่ร่วมกันสร้างฝายเริ่ม “กินดี อยู่ดี” ที่สำคัญผู้คนคืนกลับถิ่นฐานกันมากขึ้น

นอกจากความสัมพันธ์กับชุมชน ปัจจุบัน ปูนลำปางยังเป็นหัวแถวในการขยายเครือข่ายสีเขียวไปสู่คู่ค้าที่ทำธุรกิจร่วมกันตลอดซัพพลายเชน เช่น การจัดหาสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Procurement) พร้อมพัฒนาสนับสนุนซัพพลายเออร์ให้ได้รับมาตรฐานอุตสาหกรรมสีเขียวของกระทรวงอุตสาหกรรมในระดับ 2 ขึ้นไป

“เราตั้งใจจะทำให้เป็น Green Supply Chain ตลอดทั้งระบบ โดยใช้วิธีเข้าไปพูดคุย ชี้ให้เห็นว่าหากเขาทำธุรกิจควบคู่กับการใส่ใจสิ่งแวดล้อมแล้วจะได้อย่างไร ได้ประโยชน์อะไร ซึ่งที่ผ่านมาก็ได้รับความร่วมมือจากคู่ค้าเข้ามามีส่วนร่วม”

ลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี ใส่ใจสิ่งแวดล้อม



ปัจจุบัน ปูนลำปางก้าวสู่ความเป็นเลิศด้านธุรกิจในฐานะโรงงานปูนซีเมนต์ที่มีต้นทุนต่ำที่สุดในประเทศ รวมทั้งการเป็นต้นแบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศต่างๆ ที่เอสซีซีออกไปขยายฐานการผลิตนอกบ้าน ได้เข้ามาศึกษาดูงาน

ความโดดเด่นของปูนลำปาง คือ การนำเทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้เพื่อลดต้นทุนและยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการจัดการของเสีย หรือ Waste ต่างๆ ในโรงงานให้หมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์สูงสุด ตัวอย่างเช่น การนำความร้อนเหลือทิ้งจากการเผาปูนซีเมนต์นำกลับมาใช้ผลิตกระแสไฟฟ้า ด้วยเทคโนโลยี Waste Heat Power Generation หรือ WHG ทำให้สามารถผลิตกระแสไฟฟ้าใช้เองในโรงงานได้ถึง 30% ลดการพึ่งพาระบบการผลิตไฟฟ้าโดยรวมของประเทศ

นอกจากนี้ยังพัฒนาเทคโนโลยีมิติใหม่ที่ทำให้สามารถนำลิกไนต์คุณภาพต่ำมาใช้ประโยชน์ได้ ผ่านกระบวนการแก๊สซิไฟเออร์ (Gasifier) ทำให้ไม่ต้องจัดการเชื้อเพลิงจากแหล่งลิกไนต์ใหม่ ลดการนำเข้าจากต่างประเทศ รวมถึงการจัดการขยะที่มีการคัดแยก นำส่วนที่ใช้เป็นเชื้อเพลิงได้กลับมาใช้ประโยชน์สำหรับเตาเผาปูนซีเมนต์ การบริหารจัดการน้ำแบบระบบปิดเพื่อหมุนเวียนน้ำกลับมาใช้ใหม่ ช่วยลดการใช้น้ำจากแหล่งชาติได้ 100% โดยไม่มีการปล่อยน้ำเสียออกนอกโรงงาน เป็นต้น



ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจจริง ที่สำคัญ คือ การมี “ส่วนร่วม” หรือ Ownership ทั้งพนักงาน คู่ค้า และชุมชน ทำให้วันนี้อุตสาหกรรม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม สามารถอยู่ร่วมกันได้ในอ้อมกอดของกันและกัน





กระทรวงอุตสาหกรรม Ministry of Industry

► วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กรนำการพัฒนา
อุตสาหกรรมสู่ความยั่งยืน”

► ค่านิยม

“รับผิดชอบในหน้าที่
เสนอแนะอย่างสร้างสรรค์
มีความซื่อสัตย์สุจริต มุ่งผลสัมฤทธิ์”

1

ยุทธศาสตร์ที่
การปรับโครงสร้าง
การผลิตเพื่อเพิ่ม
ศักยภาพของภาค
อุตสาหกรรม

4

ยุทธศาสตร์ที่
การพัฒนา
สมรรถนะองค์กร

ยุทธศาสตร์

2

ยุทธศาสตร์ที่
การพัฒนาปัจจัยสนับสนุน
ให้อัตโนมัติการลงทุนและ
การพัฒนาอุตสาหกรรม

3

ยุทธศาสตร์ที่
การส่งเสริมและพัฒนา
อุตสาหกรรมให้เป็นมิตร
กับสังคมและสิ่งแวดล้อม



ศูนย์บริการสารพันทั้งใจ

Single Window เพื่อผู้ประกอบการโรงงานไทย

สะดวก

รวดเร็ว

โปร่งใส

6 กลุ่มงานบริการที่ผู้ประกอบการโรงงานควรรู้

1

งานบริการเกี่ยวกับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (รง.4)

- การให้บริการขออนุญาตประกอบกิจการโรงงานและการขยายโรงงาน
- การต่ออายุ/ การโอนฯ/การเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญเกี่ยวกับโรงงาน
- การให้บริการรับชำระค่าธรรมเนียมรายปี

2

งานบริการเกี่ยวกับใบอนุญาตวัตถุอันตราย

- การให้บริการขึ้นทะเบียน/ต่ออายุ/ผลิต/นำเข้า/ส่งออก/ครอบครองวัตถุอันตราย
- การให้บริการรับแจ้งผลิต/ครอบครอง/เกี่ยวกับวัตถุอันตรายชนิดที่ 2
- การให้บริการยื่นหนังสือหรือเกี่ยวกับวัตถุอันตราย
- การให้บริการรับชำระค่าธรรมเนียมใบอนุญาตฯ

3

งานบริการจดทะเบียนกรรมสิทธิ์เครื่องจักร

- การให้บริการจดทะเบียนกรรมสิทธิ์/ประเมินราคา/แบ่งแยกรายการ/เปลี่ยนสาระสำคัญ
- การให้บริการทำนิติกรรม เช่น จำนอง/ขายฝาก/ไถ่ถอน/โอนกรรมสิทธิ์/ยกเลิกกรรมสิทธิ์

4

งานบริการเกี่ยวกับการจัดการกากอุตสาหกรรม

- การให้บริการขออนุญาตนำเข้า/ของเสียเคมีวัตถุ และการอนุญาตนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว
- การให้บริการยื่น สก.1, สก.2, สก.3, สก.4, สก.5, สก.6, สก.7, สก.8, สก.9
- การให้บริการขอเลขประจำตัว 13 หลัก/ใบกำกับกากขนส่ง

5

งานบริการด้านความปลอดภัย

- การให้บริการขึ้นทะเบียน/ต่ออายุผู้ควบคุมหม้อไอน้ำ/วิศวกรตรวจสอบหม้อน้ำ
- การให้บริการขึ้นทะเบียน /ต่ออายุผู้ควบคุมก๊าซ/ส่งก๊าซ/บรรจุก๊าซ
- การให้บริการขึ้นทะเบียน/ต่ออายุวิศวกรควบคุมและอำนวยความสะดวก/สร้าง/ซ่อมการใช้หม้อน้ำ

6

งานบริการด้านสิ่งแวดล้อม

- การให้บริการขึ้นทะเบียนบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อม



กระทรวงอุตสาหกรรม กรมโรงงานอุตสาหกรรม ถนนพระราม 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ : 0 2202 4041 โทรสาร 0 2202 4772
http://reg.diw.go.th/Single_Window_1/index.asp